

**NEERAJ®**

# उपभोक्ता अध्ययन ( Consumer Studies )

## A.C.S.-1

**Chapter Wise Reference Book  
Including Solved Sample Papers**

*By: Arvind Gurtu*

*Based on*

# I.G.N.O.U.

**& Various Central, State & Other Open Universities**



**NEERAJ  
PUBLICATIONS**

*(Publishers of Educational Books)*



**Retail Sales Office:**

1507, 1st Floor, Nai Sarak, Delhi - 6

Mob.: 8510009872, 8510009878

E-mail: [info@neerajbooks.com](mailto:info@neerajbooks.com)

Website: [www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com)

**MRP ₹ 200/-**

**Published by:**

**NEERAJ PUBLICATIONS**

Sales Office : 1507, 1st Floor, Nai Sarak, Delhi-110 006

E-mail: [info@neerajbooks.com](mailto:info@neerajbooks.com)

Website: [www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com)

Reprint Edition with Updation of Sample Question Papers Only | Typesetting by: Competent Computers | Printed at: Novelty Printer

**Notes:**

1. For the best & up-to-date study & results, please prefer the recommended textbooks/study material only.
2. This book is just a Guide Book/Reference Book published by NEERAJ PUBLICATIONS based on the suggested syllabus by a particular Board/University.
3. The information and data etc. given in this Book are from the best of the data arranged by the Author, but for the complete and up-to-date information and data etc. see the Govt. of India Publications/textbooks recommended by the Board/University.
4. Publisher is not responsible for any omission or error though every care has been taken while preparing, printing, composing and proof reading of the Book. As all the Composing, Printing, Publishing and Proof Reading, etc. are done by Human only and chances of Human Error could not be denied. If any reader is not satisfied, then he is requested not to buy this book.
5. In case of any dispute whatsoever the maximum anybody can claim against NEERAJ PUBLICATIONS is just for the price of the Book.
6. If anyone finds any mistake or error in this Book, he is requested to inform the Publisher, so that the same could be rectified and he would be provided the rectified Book free of cost.
7. The number of questions in NEERAJ study materials are indicative of general scope and design of the question paper.
8. Question Paper and their answers given in this Book provide you just the approximate pattern of the actual paper and is prepared based on the memory only. However, the actual Question Paper might somewhat vary in its contents, distribution of marks and their level of difficulty.
9. Any type of ONLINE Sale/Resale of "NEERAJ IGNOU BOOKS/NEERAJ BOOKS" published by "NEERAJ PUBLICATIONS" on Websites, Web Portals, Online Shopping Sites, like Amazon, Flipkart, Ebay, Snapdeal, etc. is strictly not permitted without prior written permission from NEERAJ PUBLICATIONS. Any such online sale activity by an Individual, Company, Dealer, Bookseller, Book Trader or Distributor will be termed as ILLEGAL SALE of NEERAJ IGNOU BOOKS/NEERAJ BOOKS and will invite legal action against the offenders.
10. Subject to Delhi Jurisdiction only.

**© Reserved with the Publishers only.**

**Spl. Note:** This book or part thereof cannot be translated or reproduced in any form (except for review or criticism) without the written permission of the publishers.

**Get Books by Post (Pay Cash on Delivery)**

If you want to Buy NEERAJ BOOKS for IGNOU Courses then please order your complete requirement at our Website [www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com). where you can select your Required NEERAJ IGNOU BOOKS after seeing the Details of the Course, Name of the Book, Printed Price & the Cover-pages (Title) of NEERAJ IGNOU BOOKS.

While placing your Order at our Website [www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com) You may also avail the Various "Special Discount Schemes" being offered by our Company at our Official website [www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com).

We also have "Cash of Delivery" facility where there is No Need To Pay In Advance, the Books Shall be Sent to you Through "Cash on Delivery" service (All The Payment including the Price of the Book & the Postal Charges etc.) are to be Paid to the Delivery Person at the time when You take the Delivery of the Books & they shall Pass the Value of the Goods to us. We usually dispatch the books Nearly within 3-4 days after we receive your order and it takes Nearly 4-5 days in the postal service to reach your Destination (In total it take nearly 8-9 days).



**NEERAJ PUBLICATIONS**

(Publishers of Educational Books)

1507, 1st Floor, NAI SARAK, DELHI - 110006

Mob.: 8510009872, 8510009878

E-mail: [info@neerajbooks.com](mailto:info@neerajbooks.com) Website: [www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com)

# CONTENTS

## उपभोक्ता अध्ययन ( CONSUMER STUDIES )

### Question Bank – (Previous Year Solved Question Papers)

Question Paper—Exam Held in February-2021 (Solved)	1-4
Question Paper—June, 2019 (Solved)	1-4
Question Paper—June, 2018 (Solved)	1-3
Question Paper—June, 2017 (Solved)	1-3
Question Paper—June, 2016 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2015 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2014 (Solved)	1-3
Question Paper—June, 2013 (Solved)	1
Question Paper—June, 2012 (Solved)	1-3
Question Paper—June, 2011 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2010 (Solved)	1-2

S.No.	Chapterwise Reference Book	Page
-------	----------------------------	------

### उपभोक्ता आंदोलन

1. उपभोक्ता कौन है?	1
2. उपभोक्ता विकास	4
3. उपभोक्ता पर्यावरण	7
4. उपभोक्ता की सक्रियता	10

### उपभोक्ता आंदोलन

5. उद्भव एवं विकास	13
6. भारत में उपभोक्ता आन्दोलन	17
7. चुने हुए देशों में उपभोक्ता आन्दोलन	20
8. उपभोक्ता आन्दोलन : विशेषताएँ, मुद्दे और प्रवृत्तियाँ	24

### उपभोक्ता संरक्षण

9. उपभोक्ता अधिकार	28
10. उपभोक्ता उत्तरदायित्व	32

<i>S.No.</i>	<i>Chapter</i>	<i>Page</i>
11.	उपभोक्ताओं को अधिकार प्रदान करना	36
12.	सामाजिक जवाबदेही	40
<b><u>उपभोक्ता संरक्षण : गहनता और कार्यक्षेत्र</u></b>		
13.	बाजार अर्थव्यवस्था में उपभोक्ता का व्यवहार	43
14.	जन माध्यम, विज्ञापन एवं उपभोक्ता पर प्रभाव	46
15.	राज्य और उपभोक्ता	48
16.	पारिस्थितिकी, पर्यावरण और उपभोक्ता	51
<b><u>उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम</u></b>		
17.	उपभोक्ता संरक्षण कानून का उद्भव	57
18.	उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम : मूल विशेषताएँ	59
19.	उपभोक्ता अधिकार और उनकी अभिव्यक्तियां	62
20.	उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1988 की परिसीमाएं	64
<b><u>उपभोक्ता संरक्षण का विधायी ढाँचा</u></b>		
21.	उपभोक्ता संरक्षण का बुनियादी विधायी ढाँचा	66
22.	विभिन्न सेवाओं के उपभोक्ताओं के संरक्षण से संबंधित कानून	70
23.	खाद्य व अपमिश्रण, औषधि व सौन्दर्य प्रसाधन विषयक कानून	73
24.	उपभोक्ता शिकायतें दर्ज कराने के लिए मार्गदर्शी सिद्धान्त	77
25.	शिकायत निवारण : विकल्प	80
26.	उपभोक्ता शिकायतों के निवारण में गैर-सरकारी संगठनों की भूमिका	85
27.	जनहित के मुकदमे	88
<b><u>उपभोक्ता संगठन</u></b>		
28.	उपभोक्ता संगठन की स्थापना	91
29.	अभियान और पक्ष-समर्थन की कार्यनीतियां	97
30.	संगठन प्रबंध	100
31.	अन्तर्राष्ट्रीय संगठन	106

**Sample Preview  
of the  
Solved  
Sample Question  
Papers**

*Published by:*



**NEERAJ  
PUBLICATIONS**

[www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com)

# QUESTION PAPER

Exam Held in  
February – 2021

(Solved)

उपभोक्ता अध्ययन  
(Consumer Studies)

A.C.S.-1

समय : 3 घण्टे ]

[ अधिकतम अंक : 100

- नोट : (i) भाग I-किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिए।  
(ii) भाग II-किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।  
(iii) भाग III-किन्हीं चार पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए।

## भाग-I

निम्नलिखित में से किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

प्रश्न 1. यूरोप में उपभोक्ता आंदोलन की वृद्धि व विकास की विस्तार में चर्चा कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-7, पृष्ठ-20, प्रश्न 3, पृष्ठ-22, प्रश्न 4, 5 तथा पृष्ठ-23, प्रश्न 6

इसे भी देखें-उपभोक्ता आन्दोलन के वर्तमान स्वरूप की नींव उन्नीसवीं सदी के उत्तरार्द्ध में पड़ी। कैंनेडी के सफल प्रयासों के कारण ही अमेरिका में 'उपभोक्ता सुरक्षा आयोग' का गठन हुआ एवं ब्रिटेन में 'उचित व्यापार अधिनियम 1973' पारित किया गया।

कैंनेडी द्वारा प्रस्तुत 'कंज्यूमर्स बिल ऑफ राइट्स' में उपभोक्ता के निम्नलिखित अधिकारों की आवश्यकता पर बल दिया गया था-

1. सुरक्षा का अधिकार
2. सूचना पाने का अधिकार
3. चयन का अधिकार
4. सुनवाई का अधिकार

बाद में संयुक्त राष्ट्र के तत्वावधान में हेग स्थित उपभोक्ता संघों के अंतर्राष्ट्रीय संगठन ने चार और अधिकारों को इसमें शामिल कर दिया, जो निम्न प्रकार हो-

- क्षतिपूर्ति का अधिकार
- उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार
- स्वस्थ पर्यावरण का अधिकार
- मूलभूत आवश्यकता का अधिकार (वस्त्र, भोजन तथा आश्रय)

कुछ समय बाद इन अधिकारों में 'अनुचित व्यापार प्रथा द्वारा शोषण के विरुद्ध अधिकार' को भी शामिल किया गया।

यूरोपीय देशों में उपभोक्ताओं की शिकायतों को निबटाने के लिए उपभोक्ताओं के प्रतिनिधियों, संस्थाओं तथा संगठनों को अधिकार प्राप्त है। उपभोक्ता संघों अथवा उपभोक्ता परिषद द्वारा निबटाए जाने वाले मुकद्दमों के निर्णयवादी तथा परिवादी द्वारा समान रूप से स्वीकार किए जाते हैं। उद्योगपतियों द्वारा उपभोक्ताओं की शिकायतों के उचित निबटान हेतु अधिक रुचि दिखाई जाती है, ताकि उनके उत्पादों की अधिक-से-अधिक बिक्री हो सके। यूरोपीय देश सभी स्तर पर मानकों को लागू करने के लिए दृढ़ संकल्प हैं। इन देशों के उत्पादक या व्यापारीगण स्वेच्छापूर्वक मानकों को स्वीकार करते हैं तथा अच्छे उत्पाद बाजार में लाने का प्रयास करते हैं। यूरोप में उपभोक्ता संरक्षण का क्षेत्र खाद्य सुरक्षा, स्वच्छता, पर्यावरण संरक्षण, बालकों की सुरक्षा, वृद्ध एवं विकलांगों की सहायता तथा उपभोक्ताओं के लिए खतरों की सूचना तक विस्तृत हो गया है। संक्षेप में यूरोपीय सभ्यता में उपभोक्ताओं का अत्यधिक संरक्षण किया गया है।

प्रश्न 2. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 में वर्णित छह अधिकारों के अर्थ, कार्यक्षेत्र और महत्त्व की चर्चा कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-19, पृष्ठ-62, 'परिचय'

इसे भी देखें-उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 के अंतर्गत उपभोक्ता अधिकार (Rights of Consumer under the Consumer Protection Act] 1986)-विभिन्न संगठनों द्वारा सुझाए गए उपभोक्ता के अधिकारों को तब तक महत्ता नहीं मिलती है, जब तक उसे कानूनी रूप से नहीं दिया जाता। उपभोक्ता के अधिकारों को सुचारु रूप से लागू करने और उन्हें कानूनी रूप प्रदान करने के लिए उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 निम्नलिखित उपभोक्ता अधिकारों का वर्णन करता है।

1. घातक वस्तुओं के विरुद्ध सुरक्षा का अधिकार— उपभोक्ता का प्रथम अधिकार सुरक्षा का अधिकार है। उसे ऐसी वस्तुओं एवं सेवाओं से सुरक्षा प्राप्त करने का अधिकार है, जिनसे उसके शरीर एवं संपत्ति को हानि पहुंचती हो, इसलिए व्यक्तियों की सुरक्षा एवं स्वास्थ्य को देखते हुए व्यापारी ऐसे किसी भी वस्तु को, जो उन्हें हानि पहुंचाए, प्रचलन में न लाने का पूर्णतः उत्तरदायी होगा।

2. सूचना पाने का अधिकार—सूचना के अधिकार, 2005 के लागू होने से पहले ही उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 के तहत उपभोक्ताओं को वस्तुओं या सेवाओं के गुण, मात्रा, क्षमता, शुद्धता, मानक एवं कीमत के बारे में सूचना पाने का अधिकार था, जिससे वस्तु विक्रेता या सेवा देने वाले के द्वारा गलत व्यवहार से उपभोक्ता की सुरक्षा हो सके, इसलिए उपरलिखित मामलों के बारे में ग्राहकों को व्यापारियों द्वारा किसी भी हिस्से में गलत खबर देने पर उपभोक्ता विवाद निवारण मंच के बनने से पहले भी न्यायालय द्वारा न्याय पाने का अधिकार था।

3. चुनाव या पसंद का अधिकार—यह अधिनियम बाजार और बाजारी सेवा के ऐसे संगठन की आवश्यकता पर बल देता है जो इस बात को सुनिश्चित करे कि डीलर ऐसी वस्तु या सेवा प्रदान करे, जो उपभोक्ताओं के हित में हो। उपभोक्ता अपने इस अधिकार के अन्तर्गत विभिन्न निर्माताओं द्वारा निर्मित विभिन्न ब्रांड, किस्म, गुण, रूप, रंग तथा मूल्य की वस्तुओं में से किसी भी वस्तु का चुनाव करने को स्वतंत्र होगा।

4. सुनवाई या अपील का अधिकार—उपभोक्ता को अपने हितों को प्रभावित करने वाली सभी बातों को उपयुक्त मंच के समक्ष प्रस्तुत करने का अधिकार है। वे अपने इस अधिकार का उपयोग करके व्यवसायी एवं सरकार को अपने हितों के अनुरूप निर्णय लेने तथा नीतियां बनाने के लिए बाध्य कर सकते हैं। सुनवाई का अधिकार ही वह अधिकार है, जिसके द्वारा वह अपनी शिकायत को व्यक्त कर सकता है तथा अपने अन्य उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा कर सकता है।

5. उपचार का अधिकार—यह अधिकार उपभोक्ता को यह आश्वासन प्रदान करता है कि क्रय की गई वस्तु या सेवा उचित एवं संतोषजनक ढंग से उपयोग में नहीं लायी जा सकेगी तो उसे उसकी उचित क्षतिपूर्ति प्राप्त करने का अधिकार होगा।

6. उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार—उपभोक्ता को उन सब बातों की शिक्षा या जानकारी प्राप्त करने का अधिकार है जो उपभोक्ता के लिए आवश्यक होता है। उपभोक्ता को उनकी

आवश्यकता के अनुसार उत्पाद या सेवा के चयन में दी गई सीमित जानकारी के कारण कंपनियों द्वारा जाने या अनजाने में वे प्रायः ठगे जाते हैं। इस स्थिति में उपभोक्ता को जानकारी प्राप्त करने का पूरा अधिकार होता है। उपभोक्ता को उसे स्थिति में शिक्षा या जानकारी पाने का पूरा अधिकार है जिसमें उसे लगता है कि उसके साथ नाइंसाफी की गई है। उसके दावे के लिए उपचारों के लिए एक उपयुक्त संस्थागत व्यवस्था होनी चाहिए। शिक्षा उपभोक्ता की जागरूकता की आधारभूत आवश्यकता है, जबकि सूचना किसी क्रय की जाने वाली वस्तु या सेवा के संबंध में जानकारी है। उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 की सफलता की कुंजी है।

उपभोक्ता के संवैधानिक अधिकार—उपभोक्ता मूलतः देश का एक नागरिक होता है। भारत का संविधान भी अपने मौलिक अधिकारों तथा नीति निर्देशक तत्वों के प्रावधानों के अंतर्गत देश के लोगों की व्यापक भलाई के लिए काम करता है, उसी प्रकार इस भाग के कुछ प्रावधान उपभोक्ता के रूप में नागरिकों के वस्तु या सेवाओं के मामले से भी जुड़े हुए हैं। इससे संबंधित अनुच्छेद हैं—भाग 3 के अनुच्छेद 21 तथा भाग 4 क के अंतर्गत 51ए(ख) एवं 51ए(छ) विशेष रूप से उल्लेखनीय हैं।

प्रश्न 3. उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा के लिए उपलब्ध महत्वपूर्ण विधानों ( उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के अलावा ) की संक्षेप में चर्चा कीजिए।

उत्तर—संदर्भ—देखें अध्याय—31, पृष्ठ-112, प्रश्न 18 तथा प्रश्न 21, पृष्ठ-66-69, प्रश्न 1 से 9

प्रश्न 4. रेलवे द्वारा की जाने वाली लापरवाही के लिए उपलब्ध उपचारों की विनिश्चित निर्णय-विधियों की सहायता से विस्तार में चर्चा कीजिए।

उत्तर—संदर्भ—देखें अध्याय—22, पृष्ठ-70, 'परिचय' तथा पृष्ठ-72, प्रश्न 5, 6

## भाग-II

किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए—

प्रश्न 5. उपभोक्ता को संरक्षण की जरूरत क्यों है, स्पष्ट कीजिए।

उत्तर—संदर्भ—देखें अध्याय—19, पृष्ठ-62, 'परिचय' तथा पृष्ठ-63, प्रश्न 2 तथा अध्याय—8, पृष्ठ-26, प्रश्न 5, अध्याय—15, पृष्ठ-49, प्रश्न 6 एवं 7

प्रश्न 6. विनिश्चित निर्णय-विधियों की सहायता से 'उपभोक्ता' शब्द को स्पष्ट कीजिए।

# **Sample Preview of The Chapter**

*Published by:*



**NEERAJ  
PUBLICATIONS**

[www.neerajbooks.com](http://www.neerajbooks.com)



# उपभोक्ता अध्ययन

## ( CONSUMER BEHAVIOUR )

उपभोक्ता : आधार

### उपभोक्ता कौन है?



परिचय

इस अध्याय में उपभोक्ता की अवधारणा की व्याख्या की गई है। इसमें उपभोक्ता व्यवहार व उसकी गत्यात्मकता, उपभोक्ता की समस्याओं, उसके अधिकारों व कर्तव्यों के बारे में परिचय दिया गया है। उपभोक्ता वह व्यक्ति है जो वस्तुओं व सेवाओं की खरीदारी करता है तथा प्राकृतिक सुविधाओं का उपभोग करता है। ये प्राकृतिक सुविधाएँ हैं हवा, पानी और प्राकृतिक संसाधन। मुख्य रूप से उपभोक्ता का स्पष्ट अर्थ उन व्यक्तियों से है जो वस्तुओं और सेवाओं की खरीदारी अपनी निजी जरूरतों को पूरा करने के लिए करते हैं। इस अध्याय में उपभोक्ता के उपभोग की विशेषताओं का चित्रण किया गया है। उपभोक्ता तथा खरीदारी की विशेषताएँ स्पष्ट की गई हैं, जिसमें खरीदारी करने वाले एजेंटों और उपभोक्ताओं में अंतर बताया गया है। उपभोक्ता की रूपरेखा को स्पष्ट किया गया है। इसके अतिरिक्त भारतीय उपभोक्ता की सामान्य रूपरेखा क्या है इन प्रश्नों का उत्तर दिया गया है। उपभोक्ता खरीदारी के प्रेरक तत्व क्या हैं, तथा उससे उपभोक्ता की संतुष्टि कैसे संभव है इसका विवेचन किया गया है। भारतीय उपभोक्ता बहुलांश में अज्ञानी, गरीब, निरक्षर और उदासीन हैं। उसकी कोई सुनवाई नहीं

होती। सरकार उपभोक्ता संरक्षण पर जोर दे रही है, पर इसके लिए अपेक्षित शिक्षा आवश्यक है।

बोध-प्रश्न

दिए गए कथनों में सही/गलत उत्तर का चयन करें  
प्रश्न 1. उपभोक्ता व क्रेता दोनों समान व एकमेव नहीं हैं।

उत्तर सही।

प्रश्न 2. सरकारी अस्पतालों का इस्तेमाल करने वाले भी उपभोक्ता हैं

उत्तर गलत।

प्रश्न 3. रिक्त स्थानों की पूर्ति करें

(क) भारतीय उपभोक्ता अपने स्वरूप में बहुत..... हैं।

(ख) भारतीय उपभोक्ता का बहुलांश ..... में रहता है।

उत्तर (क) विषमरूपी, (ख) ग्रामीण क्षेत्र।

प्रश्न 4. भारतीय उपभोक्ताओं की सबसे महत्वपूर्ण विशेषताओं का उल्लेख करें।

2 / NEERAJ : उपभोक्ता अध्ययन

उत्तर मौजूदा संरचना में प्रत्येक व्यक्ति उपभोक्ता है। चाहे वह जवान हो या बूढ़ा, कोई लिंग हो, धनी हो या गरीब, सरोजगार हो या बेरोजगार, वह अन्ततः उपभोक्ता ही है। उपभोक्ता की रूपरेखा बहुत हद तक सामाजिक संरचना की जटिलताओं पर निर्भर करती है। इस प्रकार उपभोक्ताओं को निम्नलिखित वर्गों में बांटा जा सकता है

उम्र भ्रूण, भिक्षु, बच्चे, किशोर, वयस्क व वरिष्ठ नागरिक।  
लिंग स्त्री-पुरुष।

आर्थिक स्तर धनी, निर्धन, मध्यमवर्ग।

अभी तक उपभोक्ता को निष्क्रिय व भोलाभाला मान लिया जाता है, जिनके साथ कोई भी मनमानी की जा सकती है। उपभोक्ताओं में एक-दूसरे को पर्यावरण की जरूरतों को नजरंदाज करने की प्रवृत्ति पाई जाती है। आज का उपभोक्ता चेतन रूप से एक नैतिक उपभोक्ता बनता जा रहा है।

**प्रश्न 5. उपभोक्ता द्वारा खरीदारी को प्रभावित करने वाले किन्हीं पाँच तत्त्वों का वर्णन कीजिए।**

उत्तर खरीदारी करते समय उपभोक्ता अनेक कारकों से प्रभावित होता है। अनेक दबावों के कारणवश वह विवेकपूर्ण निर्णय नहीं ले पाता। जहाँ तक सही वस्तुओं के चुनाव का सवाल है, एक उपभोक्ता अपनी जरूरत व व्यवहार से नियंत्रित होता है। उसे अन्य दूसरे कारक भी प्रभावित करते हैं। उपभोक्ता द्वारा खरीदारी को निम्नलिखित पाँच तत्त्व प्रभावित करते हैं

(1) मूल्य, (2) उपलब्धता, (3) माँग, (4) पर्यावरणीय प्रभाव, (5) आदत।

खरीदारी जो कारक प्रभावित करते हैं, वे निम्नवत हैं

(1) आय, (2) उम्र, (3) लिंग, (4) परिवार का आकार, (5) सामाजिक स्थिति व शैक्षणिक स्तर।

**प्रश्न 6. खरीदारी के आधुनिक उपागम के तीन चरण कौन-से हैं?**

उत्तर खरीदारी के आधुनिक उपागम के तीन चरण निम्नलिखित हैं

(1) अग्रिम खरीदारी, (2) बाजार का चुनाव, (3) अनुवर्ती कार्यवाही।

**अन्य महत्त्वपूर्ण प्रश्न**

**प्रश्न 1. प्राचीन काल के उपभोक्ता और नए उपभोक्ता अवधारणा में क्या अन्तर है?**

उत्तर प्राचीन काल में उपभोक्ता भोजन की तलाश में भटकता रहता था। जो उसे मिलता, वह खा लेता था। कभी मछली, कभी

अखरोट, बेर और शकरकंद इत्यादि खा-पी लेता था। जानवरों के माँस से वह अपनी क्षुधा शांत करता था। अपने को गर्म करने के लिए तथा माँस भूनने के लिए सूखी पत्तियों को जलाकर आग का इंतजाम करता था। पर अब मनुष्य प्रौढ़ उत्पादक और उत्पादक बन गया है। आज की विकसित बाजार व्यवस्था में कुछ लोग वस्तुओं व सेवाओं का निर्माण करते हैं, तथा उनका मुद्रा के जरिए विनिमयन करते हैं। नई अवधारणा के अनुसार उपभोक्ता बाजार से सामान खरीदता है तथा उन वस्तुओं का उपभोग करता है।

**प्रश्न 2. उपभोक्ता की मुख्य विशेषताओं का वर्णन करें।**

उत्तर उपभोक्ता की मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं

(1) एक उपभोक्ता वह है, जो वस्तुओं या सेवाओं का उपभोग करता है।

(2) उपभोक्ता शब्द का प्रयोग अलग से वस्तुओं और सेवाओं के उपभोग के लिए किया जाता है।

(3) उपभोक्ता का अर्थ उस कार्य से है, जो निम्नलिखित दो श्रेणियों में से किसी एक का अनुसरण करता है

(क) जो आवश्यकता की पूर्ति के लिए वस्तुओं का क्रय करता है।

(ख) जो क्रेता होने के लिए इन वस्तुओं का उपभोग करता है।

(4) इसी प्रकार सेवाओं के उद्देश्य के लिए उपभोक्ता दो श्रेणियों का अनुसरण करता है

(क) जो किसी सेवा का किराया देता है या सेवा की पूर्ति के लिए प्रयोग करता है।

(ख) जो इन सेवाओं का लाभ उठाता है।

(5) जो व्यक्ति व्यापारिक उद्देश्य से वस्तुओं का क्रय करता है वह उपभोक्ता नहीं है। दूसरे शब्दों में, एक व्यक्ति जो किसी प्रयोग या उपभोग के लिए वस्तुओं को खरीदता है, वह उपभोक्ता कहलाता है।

**प्रश्न 3. उपभोक्ता द्वारा खरीदारी की क्या विशेषताएँ हैं?**

उत्तर सरकारी व निजी संस्थानों के लिए खरीदारी करने वाले एजेंटों व उपभोक्ताओं के बीच अन्तर होता है। पहली श्रेणी के खरीदारों का कार्य खरीदारी करना होता है। सीमित वस्तुओं पर ही खरीदारी हो सकती है। यद्यपि खरीदारी की इकाई काफी बड़ी होती है, जिसके संभावित विकल्प ढूँढे जा सकते हैं। उत्पादों की गुणवत्ता के लिए उचित परीक्षण भी होता है। वे अपने लिए उत्पादों का उल्लेख करके आदेश दे सकते हैं। इसके अतिरिक्त अधिकांश उत्पादों की मानकता भी निर्धारित रहती है।

दूसरी तरफ खरीदार कम मात्रा में खरीदारी करते हैं। यानी व्यापक तलाश व परीक्षण संभव नहीं होता, क्योंकि उपभोक्ता की आय बहुत अधिक नहीं होती। खाली वक्त में खरीदारी करते समय उसे किस्म-किस्म की चीजें खरीदनी होती हैं। पर प्रशिक्षण के अभाव में वह विक्रेता के सामने अपने बुद्धि-चातुर्य का प्रयोग नहीं कर सकता। अधिकांश विक्रेता उत्पादों की विशेषता जानते हैं, वे क्रेताओं को इस तरह बहला-फुसला लेते हैं कि क्रेता को वह वस्तु खरीदने के अलावा और कोई चारा नजर नहीं आता। खरीदारी की यही प्रमुख विशेषताएँ हैं।

**प्रश्न 4. उपभोक्ता की रूपरेखा बहुत हद तक सामाजिक संरचना की जटिलता पर निर्भर करती है। इन्हें किस प्रकार वर्गों में बाँटा जा सकता है?**

**उत्तर** मुख्य रूप से उपभोक्ताओं को निम्नलिखित वर्गों में बाँटा जा सकता है

**उम्र** भ्रूण, शिशु, बच्चे, किशोर, वयस्क व वरिष्ठ नागरिक।  
**लिंग** स्त्री, पुरुष।

**सामाजिक-सांस्कृतिक स्तर**

- (1) साक्षर - निरक्षर
- (2) रोजगार प्राप्त - बेरोजगार
- (3) दक्ष - अदक्ष
- (4) ग्रामीण - शहरी
- (5) आर्थिक स्तर धनी, निर्धन, मध्यम वर्ग।



**Neeraj**  
**Publications**  
www.neerajbooks.com

## उपभोक्ता विकास

2

### परिचय

इस अध्याय में उपभोक्ता के प्रभाव क्षेत्र का विस्तार स्पष्ट किया गया है। बाजार में उपभोक्ताओं का भ्रमण किस प्रकार होता है, इस पर विचार किया गया है। विकसित देशों के उपभोक्ताओं की तुलना में भारतीय उपभोक्ताओं की विशेषताओं पर प्रकाश डाला गया है। उपभोक्ता के हितों की तुलना के लिए एक संगठित या सामूहिक आन्दोलन की आवश्यकता पर बल दिया गया है। उपभोक्ता के विकास में एक ओर विभिन्न क्षेत्रों तथा राष्ट्रों के बीच बढ़ती अंतःनिर्भरता ने उपभोक्ता के विचार को जन्म दिया। उपभोक्तावाद या उपभोक्ता के रूप में जनता की सुरक्षा के प्रयास, वस्तुओं या सेवाओं के क्रेता के रूप में विस्तृत रूप से शहरी केन्द्रों तक ही सीमित है। बाजार की ताकतें उदारीकरण तथा भूमंडलीकरण के परिणामस्वरूप ग्रामीण क्षेत्रों तक व्याप्त हो गई हैं। वहीं ग्रामीण भारत में जागरूकता को बढ़ाने की जरूरत है। इस अध्याय में औद्योगिक क्रांति का इतिहास है, उपभोक्ता की प्रमुख समस्याओं का आकलन है तथा उपभोक्ता आन्दोलन का उदय प्रमुख विषय है।

### बोध-प्रश्न

**प्रश्न 1. उपभोक्ता के विकास के विभिन्न चरण क्या हैं?**

**उत्तर** उपभोक्ता का इतिहास मानव जाति के विभिन्न चरणों का इतिहास है। प्रायः ऐतिहासिक काल में मानव भोजन तथा अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति प्राकृतिक प्रचुरता में होती थी।

दूसरे चरण में समय व्यतीत होने के साथ-साथ मानव ने प्रकृति के उपलब्ध संसाधनों में अपने भोजन व अन्य आवश्यकताओं के लिए उत्पादन करना शुरू कर लिया। मनुष्य एक ही समय में उपभोक्ता व उत्पादक दोनों ही था। इसलिए वस्तुओं के क्रय तथा विक्रय से सम्बद्ध कोई भी समस्या मनुष्य के समक्ष नहीं थी।

तीसरे चरण में पुरुष और स्त्रियों की आवश्यकताएँ बढ़ीं व उनमें भिन्नता पाई गई। जो भी उत्पादन होता था, वह अतिरिक्त ही

बनने लगा। धीरे-धीरे व्यक्तिगत रूप से अनुभव होने लगा कि किस चीज की आवश्यकता होती है। वह कोई अकेला ही उत्पाद करके पूरी नहीं की जा सकती। इससे दूसरे पर निर्भरता व सहयोग समानीकरण शुरू हुआ। इससे समुदाय में रहना शुरू हुआ। व्यक्तिगत उत्पादों का दूसरों की आवश्यकताओं के प्रयोग के लिए कार्यान्वयन हुआ। इसी से 'बॉटल सिस्टम' या वस्तु विनिमय शुरू हुआ। इसमें वस्तुओं के बदले वस्तुएं दी जाने लगीं। यह क्रम वस्तुओं के विनिमय के लिए एक प्रमुख कारक बना।

**प्रश्न 2. औद्योगिकरण से उपभोक्ता पर क्या प्रभाव पड़े?**

**उत्तर** औद्योगिक क्रांति जो 18वीं शताब्दी के अन्त में इंग्लैंड व 19वीं शताब्दी के प्रारम्भ में पश्चिमी यूरोप तक फैली, उसने जनता के जीवन में जबर्दस्त प्रभाव डाला। विज्ञान तथा प्रौद्योगिकी ने उत्पादन के मशीनीकरण की शुरुआत की। वस्तुओं के उत्पाद के लिए बाजार की आवश्यकता महसूस हुई तथा उत्पादक व उपभोक्ता के बीच एक स्पष्ट रेखा का निर्माण हुआ। बॉटल सिस्टम का स्थान धीरे-धीरे मुद्रा ने ले लिया। सिक्कों व कागजी मुद्रा का प्रयोग वस्तुओं व सेवाओं के क्रम में किया जाने लगा। जल्दी ही वस्तुओं की पसन्दगी, वस्तुओं की उपलब्धता तथा लाभ निर्माण महत्वपूर्ण मुद्दे बन गए।

औद्योगिकरण से निम्नलिखित प्रभावकारी परिवर्तन आए

- (1) उपभोक्ता पर्यावरण में परिवर्तन।
- (2) उपभोक्ता की इच्छा के अनुसार वस्तुओं में बहुरूपता।
- (3) उत्पादकों ने प्रतियोगिता की स्थिति में विभिन्न तरीके अपनाए।
- (4) उपभोक्ता के सिद्धान्त का विकास, जिसे औद्योगिकरण का परिणाम कहा जा सकता है

**प्रश्न 3. उपभोक्तावाद शब्द का अर्थ स्पष्ट करो।**

**उत्तर** उपभोक्तावाद शब्द सरकार, व्यापार, तथा एक प्रकार के स्वतन्त्र संगठनों के आन्तरिक क्षेत्र की गतिविधियों को स्पष्ट करता है। एक उपभोक्ता के रूप में किसी व्यक्ति के अधिकारों