आशियातील सर्वात मोठ्या स्वयंसेवी ग्राहक संघटनेचे मुखपत्र

RNI NO. MAHBIL/2011/39044

वर्ष १५ | अंक ९ | डिसेंबर २०२५ | मूल्य ₹५/-

Grahak Tituka Melwawa

ग्राहक तितुका मेळवावा

मुंबई ग्राहक पंचायत

ग्राहक हिताय ग्राहक सुखाय

मुंबई ग्राहक पंचायत MGP 50 सुवर्ण महोत्सवी वर्ष २०२४-२०२५

MEMBER OF CONSUMERS INTERNATIONAL

जागो ग्राहक जागो

२४ डिसेंबर २०२५

राष्ट्रीय ग्राहक दिनाच्या शुभेच्छा

आगामी ग्राहक पंचायत पेठा

बालविकास संघ
गांधी मैदानाजवळ, चेंबूर, मुंबई - ४०००७१ – दि. ३ जानेवारी ते ७ जानेवारी २०२६

हर्षल हॉल
कर्वे रोड, कोथरूड, पुणे – दि. ८ जानेवारी ते १२ जानेवारी २०२६

मराठा समाज भवन येथे प्रथमच
पेण - खोपोली बायपास रोड, छत्रपती संभाजी चौक, गणपती वाडी, पेण, रायगड
दि. १४ जानेवारी ते १८ जानेवारी २०२६

पीडीएस हॉल येथे प्रथमच
टॅप्स कॉलनी, टॅप्स पोस्ट, बोईसर, ता. व जि. पालघर – दि. ०६ फेब्रुवारी ते १० फेब्रुवारी २०२६

मराठा भवन मंगल कार्यालय येथे प्रथमच
जिल्हा परिषद जवळ, रत्नागिरी – दि. १३ फेब्रुवारी ते १७ फेब्रुवारी २०२६

४४ वी वार्षिक सर्वसाधारण सभा १०० कोटींच्या उलाढालीने आनंदली!

– अनिता खानोलकर, कार्यवाह

मुंबई ग्राहक पंचायतीची ४४ वी वार्षिक सर्वसाधारण सभा रविवार २६ ऑक्टोबर २०२५ रोजी दु. ३.०० वाजता सरस्वती विद्यामंदिर सभागृह, गणेश चौक, डी. एन. नगर, अंधेरी (प) येथे डॉ. बाळ फोंडके यांच्या अध्यक्षतेखाली संपन्न झाली. सभेस ५१ सभासद उपस्थित होते. संस्थेचे कार्याध्यक्ष ॲड. शिरीष देशपांडे यांनी अध्यक्ष डॉ. बाळ फोंडके यांचे पुष्पगुच्छ देऊन स्वागत केले.

कार्यअहवालावरील चर्चेदरम्यान संस्थेच्या कार्यवाह अनिता खानोलकर यांनी अहवालाच्या मुखपृष्ठाबाबत विस्ताराने माहिती दिली. मुखपृष्ठावर संयुक्त राष्ट्र संघाच्या इमारतीचे चित्र आहे. त्या चित्राच्या खिडक्यांमध्ये संस्थेतील कार्यकर्त्यांची छायाचित्रे आहेत. जे कार्यकर्ते आतापर्यंत संयुक्त राष्ट्र संघाच्या जिनिव्हा येथील सभागृहामध्ये संस्थेमार्फत उपस्थित राहिले आणि काही महत्त्वाचे मुद्दे तिथे मांडले त्यांची छायाचित्रे या खिडक्यामध्ये दिसत आहेत. तसेच 'ग्राहक भवन' इमारतीबाबत संस्थेने दिलेल्या न्यायालयीन लढ्याचा निकाल संस्थेच्या बाजूने लागल्याने त्याचे छायाचित्र मुखपृष्ठावर दिसत आहे. हे मुखपृष्ठ राजेंद्र राणे यांनी तयार केले असून त्याची संकल्पना ॲड. शिरीष देशपांडे यांची आहे.

ग्राहक भवनचा लढा आणि जागतिक स्तरावरील ऑनलाईन तक्रार निवारण यंत्रणेच्या उभारणीसाठी सुरू असलेला लढा या दोन्ही लढ्यांत या वर्षी संस्थेला मिळालेले यश हे संस्थेच्या नेतृत्वाचे आणि त्यांना या लढ्यामध्ये साथ देणाऱ्या कार्यकर्त्यांचे आहे. या यशाबद्दल कार्याध्यक्ष ॲड. शिरीष देशपांडे यांना संस्थेचे अध्यक्ष डॉ. बाळ फोंडके यांनी पुष्पगुच्छ देऊन त्यांचा सन्मान केला.

संस्थेने सुवर्णमहोत्सवी वर्षामध्ये १०० कोटींच्या उलाढालीचा टप्पा गाठला असल्याचे ॲड. शिरीष देशपांडे यांनी सभेला संबोधित करतांना सांगितले. या यशामध्ये संस्थेच्या प्रत्येक कार्यकर्त्याचे/ सभासदाचे योगदान असल्याचे नमूद करून एका स्वयंसेवी संस्थेने एका वर्षातील उलाढालीचा १०० कोटींचा टप्पा गाठणे ही बाब अत्यंत अभिमानास्पद असल्याचे सांगितले. डॉ. बाळ फोंडके यांनी जागतिक स्तरावरील आर्थिक राजकारणाचा उल्लेख करून त्याचा ग्राहकांवर काय परिणाम होऊ शकतो, याबाबत उहापोह केला. स्वदेशीचा पुरस्कार करावा, स्वदेशी तंत्रज्ञान अंगिकारावे, असा सल्ला त्यांनी यावेळी दिला. अध्यक्षांचे आणि सर्वांचे आभार व्यक्त करून सभा समाप्त करण्यात आली.

RNI No. MAHBIL/2011/39044

मुंबई ग्राहक पंचायत

विश्वस्त मंडळ
डॉ. बाळ फोंडके
अनुराधा गोरे
ललिता कुलकर्णी
अनुराधा नरसाळे
संजीव मंत्री

अध्यक्ष
डॉ. बाळ फोंडके

उपाध्यक्ष
अनुराधा गोरे

कार्यकारी मंडळ
ॲड. शिरीष देशपांडे (कार्याध्यक्ष, स्वीकृत)
अनुराधा देशपांडे (कार्योपाध्यक्ष)
प्रभाकर गवाणे (कार्योपाध्यक्ष)
अनिता खानोलकर (कार्यवाह, स्वीकृत)
रविंद्र सहस्रबुद्धे (खजिनदार)

कार्यकारिणी सभासद
ज्योती मोडक
शीला देवळेकर
राजेंद्र राणे
शुभदा चौकर
अनघा आचरेकर
मंगला गाडगीळ
शर्मिला रानडे
आलोक हर्डीकर
विवेक केळकर
प्रकाश पाटील
उदय पिंगळे (स्वीकृत)
नेहा जोशी
कल्पिता रानडे
विनायक सोमण (स्वीकृत)
सुधीर तावरे

निमंत्रित
संघटन विभाग प्रमुख

या अंकात प्रसिध्द झालेल्या मतांशी संपादक/संघटना सहमत असतीलच असे नाही.

ग्राहक तितुका मेळवावा

डिसेंबर २०२५ | मार्गशीर्ष- पौष १९४७

अनुक्रमणिका

संपादकीय : COP30 आणि आपण ०४
राष्ट्रीय ग्राहक दिन विशेष Quiz ०५
ग्राहक कायद्यात आमूलाग्र बदल अपेक्षित ०६
ग्राहक संरक्षण कायदा दुरुस्तीसाठी सूचना ०७
न्या. ओक यांचे मार्गदर्शन ०७
प्रतिसाद ०८
AI मुळे बदलणारे जग आणि ग्राहक ०९
'बँकिंग'बद्दल बोलूया : भारतातील बँकिंगचा इतिहास १०
चाणाक्ष ग्राहक : लग्न समारंभात जेवताय? ११
दहिसर विभाग दिवाळी वाटप १२
निर्मिती कोणत्या देशात, याचाही उल्लेख! १३
'तिरुपती'चा प्रसाद भ्रष्ट! १३
बोरिवली ग्राहक पंचायत पेठ उच्चांकी! १४
राष्ट्रीय ग्राहक दिन, माझ्यासाठी महत्त्वाचा! १५
वाचू आनंदे : डॉ. राजा दांडेकर यांची आत्मकथा १९
नववर्षाच्या स्वागताला सज्ज पंचायत पेठा, वेळापत्रक २०
ग्राहक पंचायत पेठ दालन तक्ता – चेंबूर, पुणे, पेण २१
गुंतवणुक का, कधी, कोठे आणि कशी करावी? २१
सिटी को-ऑपरेटिव्ह बँक अपडेट २१
कोणता फोन नंबर कधी, कशासाठी? २२
AI based customer service – not 'fool proof' as yet २२
पुण्यात बालग्राहक शिबिराची गजबज २४

संपादक शुभदा चौकर
संपादकीय साहाय्य नेहा जोशी
सल्लागार ॲड. शिरीष देशपांडे, वसुंधरा देवधर
मुखपृष्ठ राजेंद्र राणे
अक्षरजुळणी व कला दिग्दर्शन रिद्धी नि. पाटील, तन्वी गोखले
मुद्रण इंडिया प्रिंटिंग वर्क्स, वडाळा, मुंबई

Printed & Published by **SHUBHADA CHAUKAR** on behalf of **Mumbai Grahak Panchayat**, Printed at India Printing Works, 42 G. D. Ambekar Marg, Wadala, Mumbai – 400 031 and Published at Mumbai Grahak Panchayat, Grahak Bhawan, Sant Dnyaneshwar Marg, JVPD Scheme, Juhu, Vile Parle (West), Mumbai – 400 056. Ph.: 022-4750 8541/42 (Office).
• Email : mpanchayat@gmail.com • Vitaran Email : mgpvitaran@yahoo.co.in
• Website : **https//www.mymgp.org** • Editor : **Shubhada Chaukar**

संपादकीय

COP30 आणि आपण

सध्या ब्राझीलमध्ये एक मोठी परिषद सुरू आहे. 2025 UN Climate Change Conference. COP30 नावाने ती ओळखली जाते. जवळजवळ २०० राष्ट्रांचे प्रतिनिधी या परिषदेला उपस्थित राहिलेले आहेत. पहिल्यांदाच अमेरिका या परिषदेला उपस्थित न राहिल्याच्या बातम्या तुम्ही वाचल्या असतील. हवामान बदल हा गंभीर जागतिक प्रश्न आहे. त्या प्रश्नाला अशा परिषदा बहुअंगाने भिडतात. जगभरातील सरकारे हवामान बदलाचा सामना कसा करायचा यावर चर्चा करतात आणि यासाठी योजना तयार करतात. यंदाचा मुख्य विषय आहे, कार्बन उत्सर्जन कमी करणे, जंगलतोड थांबवणे आणि शाश्वत विकासाला चालना देणे.

देशाच्या पातळीवर हे घडण्यासाठी देशाची ध्येयधोरणे सुसंगत आणि कार्यक्षम असावी लागतातच. मात्र हा विषय आपल्यातील प्रत्येकाच्या जीवनशैलीशी संबंधित आहे. आपण सारे तर मुंबई ग्राहक पंचायतीचे जागरूक ग्राहक आहोत. आपल्याला हे विषय अधिकच जवळचे वाटतात. आपण कोणतीही गोष्ट ग्रहण करताना जितका सजग विचार करू, तितके हे उद्दिष्ट गाठायला मदतशील होऊ. त्यासाठी अशा समविचारी ग्राहकांचे संघटन हवे. परस्परसंवाद हवा. COP30 च्या तयारीसाठी भारतात काही चर्चासत्रे झाली. त्यात आपल्या संस्थेला आवर्जून आमंत्रित केले गेले होते. आपण ग्राहक संघटन म्हणून कसे पर्यावरणपूरक काम करत आहोत, याचा हा उचित गौरव म्हणावा लागेल.

यानिमित्ताने एक गोष्ट आठवली. यंदा ऑगस्ट, सप्टेंबरमध्ये उत्तराखंड राज्यामधील काही भागांत ढगफुटी झाली. आभाळ फाटल्यासारखा प्रचंड पाऊस झाला होता. तेथील क्षीरगंगा नदीला पूर आला होता. उत्तरकाशी भागातील हरसिल व्हॅलीत पाण्याच्या लोटाने जनजीवन उध्वस्त झाले होते. भूस्खलन झाल्याने काहीजण मरण पावले. काही जण गाढले गेले. घरे, दुकाने, काही हॉटेल वाहून गेली. तुम्हीही वाचल्या, पाहिल्या असतील या बातम्या. याच गावाच्या समोर होती मुखबा नावाची एक वस्ती... त्या गावातील देऊळ समितीचे सेक्रेटरी सुरेश सेमवाल यांनी पुराच्या पाण्याचे लोट आपल्या गावाकडे येताना पाहिले. त्यांनी पटापटा शेजाऱ्यांना हाका मारल्या. या सर्वांनी मिळून त्यांच्या विशिष्ट शिट्ट्या मारायला सुरुवात केली. पहाडी भागांमध्ये धोक्याची सूचना देण्यासाठी अशा काही युक्त्या वापरल्या जातात. त्यांची परंपराच आहे ती. नेटवर्क नसण्याच्या काळापासून आजपर्यंत जपलेली ही परंपरा किती कामी आली बघा! शिट्ट्यांचे आवाज ऐकताच या गावातील लोक घरातून पळत बाहेर आले. पुराचे पाणी या वस्तीत पोहोचण्याच्या अगोदर मुखबा गावातील बरीचशी मंडळी सावध झाल्यामुळे अनेकांचे प्राण वाचले. उत्तरकाशीतील त्या भागात पुरामुळे फोन नेटवर्क, वीज सर्व सेवा बंद असताना गावकऱ्यांना वेळेत इशारा मिळाला, कारण त्या गावाने जपलेली परंपरा, त्यांच्यातील एकी आणि प्रसंगावधान!

आज आपण सगळे तंत्रज्ञानावर फारच अवलंबून आहोत. पण तंत्रज्ञानाच्या पूर्ण आहारी न जाता परस्परांतील संवाद जपणे, चांगल्या प्रथा, परंपरा पाळणे आणि सतर्क राहणे किती गरजेचे आहे, हे घटनेच्या निमित्ताने समोर आले.

दुसरे म्हणजे उत्तराखंड राज्यामधील ढगफुटी का झाली याची काही कारणे नैसर्गिक आहेत- भुसभुशीत हिमालय, अतिवृष्टी, इत्यादी. पण मुळात हिमालयातील दऱ्यांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर घरे आणि हॉटेल्स बांधली जाणे, त्यांनी मजले वाढवून जमिनीवरील भार वाढवणे अशी मानवी कारणेही आहेतच.

हवामान बदलाचे प्रचंड धक्के आपल्याला बसत आहेत. मोठे धोरण-निर्णय आपल्या हातात नसतात अनेकदा. पण आपण आपल्या परीने छोट्या छोट्या कृती कोणत्या करू शकतो, ज्या आपले वर्तन अधिक पर्यावरण-स्नेही घडवतील, याचा विचार मात्र अखंड करत राहिले पाहिजे. मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या आपल्या वितरण व्यवस्थेत दडलेली तत्त्वे, ग्राहक संघटनाच्या संधी याकडे आपण असे व्यापक नजरेने पाहिले तर लक्षात येईल की आपण आपला खारीचा वाटा नक्की उचलू शकतो- सातत्याने आणि दमदारपणे!

– **शुभदा चौकर**

चतुर ग्राहक

राष्ट्रीय ग्राहक दिन विशेष Quiz

१. ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ अंतर्गत कोणाला तक्रार दाखल करता येते?

अ) फक्त ग्राहक　　ब) कोणतीही ग्राहक संघटना

क) केंद्र किंवा राज्य सरकार　　ड) वरील सर्व

२. ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ अंतर्गत 'उत्पादन जबाबदारी (Product Liability)' कोणावर लागू होते?

अ) फक्त विक्रेता　　ब) फक्त उत्पादक

क) फक्त सेवा प्रदाता　　ड) वरील सर्व

३. ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ अंतर्गत ग्राहकाला तक्रार उद्भवल्या पासून तक्रार करण्याची मुदत किती वर्षांची आहे?

अ) एक वर्षाच्या आत　　ब) दोन वर्षांच्या आत

क) तीन वर्षांच्या आत　　ड) दहा वर्षांच्या आत

४. ग्राहक संरक्षण कायदा २०१९ नुसार ग्राहकांना किती अधिकार मिळतात?

अ) चार　　ब) सहा

क) आठ　　ड) पाच

५. एका ग्राहकाने प्रेशर कुकर विकत घेतला. तो वापरताना ग्राहकाच्या लक्षात आले की बराच वेळ झाला तरी कुकरची शिट्टी होत नाही आहे. या केसमध्ये ग्राहकाच्या कुठल्या अधिकाराचे ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ नुसार उल्लंघन झाले.

अ) माहितीचा अधिकार　　ब) निवडीची अधिकार

क) सुरक्षिततेचा अधिकार　　ड) ग्राहक शिक्षणाचा अधिकार

६. ई-कॉमर्स वेबसाईट वरून केलेल्या खरेदीत त्रुटी अथवा फसगत झाल्यास ग्राहक संरक्षण कायदा २०१९ अंतर्गत न्याय मिळू शकतो का?

अ) हो　　ब) नाही

क) सांगता येत नाही

७. एका व्यावसायिकेने मिलमधून काही टॉवेल विकण्यासाठी आणले. त्यातले काही खराब निघाले. मिल दाद देईना. ही व्यावसायिक त्या मिलविरूध्द ग्राहक न्यायालयात तक्रार करू शकते का?

अ) हो　　ब) नाही

८. वस्तू किंवा सेवा देणाऱ्याने आपल्या तक्रारीची दखल घेतली नाही तर ती तक्रार पुढे कुठे नोंदविता येते?

अ) नॅशनल कंझ्युमर हेल्पलाईन वेबसाईट

ब) १९१५ वर

क) इ जागृती

ड) NCH APP

उत्तर : १.ड) २.ड) ३.ब) ४.ब) ५.क) ६.अ) ७.ब) ८.अ),ब),क),ड)

ग्राहक कायद्यात आमूलाग्र बदल अपेक्षित

– ॲड. शिरीष वा. देशपांडे

ग्राहकांच्या हक्कांचे संरक्षण, संवर्धन करणे आणि ग्राहकांच्या तक्रारींचे सहज, सोप्या पध्दतीने जलद निवारण करणे, यासाठी निर्माण झालेल्या २४ डिसेंबर १९८६ रोजी मंजूर आलेल्या कायद्याचा अंमल ज्या दिरंगाईने चाललेला आहे, त्याबद्दल आज सर्वत्र नाराजी दिसून येत आहे. मात्र आता ही स्थिती पालटेल अशी आशा निर्माण झाली आहे!

डिसेंबर १९८६ मध्ये ग्राहकांच्या हितासाठी सोपा, सुटसुटीत असा ग्राहक संरक्षण कायदा केला गेला. त्यानंतर २०१९ मध्ये यापूर्वीचा ३१ कलमी ग्राहक संरक्षण कायदा अधिक व्यापक केला गेला आणि जुलै २०२० पासून तो अंमलातही आला.

या दोन्ही कायद्यांचे मुख्य उद्दिष्ट होते ग्राहकांच्या हक्कांचे संरक्षण, संवर्धन करणे आणि ग्राहकांच्या तक्रारींचे सहज, सोप्या पध्दतीने जलद निवारण करणे. परंतु या कायद्याची अंमलबजावणी ज्या पध्दतीने होत आहे आणि विशेषतः ग्राहक न्यायालयांचे काम ज्या दिरंगाईने चाललेले आहे, त्याबद्दल आज सर्वत्र नाराजी दिसून येत आहे. तसेच सर्वोच्च न्यायालयांच्या काही विपरीत निर्णयांमुळे ग्राहक हिताला बाधा पोहोचू लागली आहे. या सर्व बाबी आपण केंद्रीय ग्राहक व्यवहार मंत्रालयाकडे वेळोवेळी लावून धरतो.

या पार्श्वभूमीवर केंद्र सरकारने आता या ग्राहक संरक्षण कायद्याचे पुनर्विलोकन करण्याचे ठरवले असून त्या दृष्टीने या कायद्याचे मूळ उद्दिष्ट साधण्यासाठी काही आमूलाग्र बदल करण्याच्या दृष्टीने मंथन सुरू झाले आहे.

२९ ऑक्टोबर रोजी केंद्रीय ग्राहक व्यवहार मंत्रालयाने दिल्लीत आयोजित केलेल्या निवडक ग्राहक संस्थांच्या एका बैठकीत आणि ७ नोव्हेंबरच्या चिंतन शिबिरात ग्राहक संघटनांचे प्रतिनिधी तसेच राष्ट्रीय आणि राज्य ग्राहक आयोगांचे अध्यक्ष, सदस्य आणि उद्योग, व्यापारी संघटना यांच्यात संपूर्ण दिवसभर या विषयावर चर्चा झाली. या चर्चेत मुंबई ग्राहक पंचायतीने काही महत्त्वाच्या मागण्या सादर केल्या आहेत, जेणेकरून ग्राहक संरक्षण कायदा हा जास्तीत जास्त ग्राहकाभिमुख होऊन ग्राहकांच्या हक्कांचे संरक्षण, संवर्धन प्रभावी पध्दतीने होईल. तसेच ग्राहक न्यायालयातील तक्रारींचे सहज-सोप्या पध्दतीने जलद निवारण होऊ शकेल.

• २०१९ मध्ये संसदेने संमत केलेल्या ग्राहक संरक्षण कायद्यात त्रिस्तरीय ग्राहक न्यायालयांच्या आर्थिक कार्यकक्षांबद्दल महत्त्वाचा बदल केला. त्यामुळे जास्त रकमेचे दावे सध्या जिल्हा ग्राहक आयोगांकडे येत आहेत, तर क्षुल्लक किंमतीचे दावे राष्ट्रीय आयोगाकडे दाखल होताना दिसत आहेत. यावर आपण हा बदललेला निकष मागे घेऊन तक्रारीच्या एकूण मूल्याच्या आधारे ग्राहक न्यायालयाची आर्थिक कार्यकक्षा ठरवण्यात यावी, अशी आग्रही मागणी केली आहे.

• तक्रार दाखल करण्यापूर्वीच परस्पर संमतीने मध्यस्थीद्वारे तक्रार निवारणाची यंत्रणा ग्राहक संरक्षण कायद्यात अंतर्भूत केल्यास ग्राहक न्यायालयात दाखल होणाऱ्या तक्रारींची संख्या कमी होऊ शकते, हे आपण याप्रसंगी दाखवून दिले आहे.

• दिवाणी न्याय संहितेतील ऑर्डर ३७ मध्ये आवश्यकतेनुसार बदल करून ते ग्राहक संरक्षण कायद्यात अंतर्भूत केल्यास ३ ते ५ महिन्यांत ग्राहक न्यायालयांत तक्रार निवारण शक्य होईल, असेही आपण ग्राहक व्यवहार मंत्रालयाला सुचवले आहे.

• ग्राहक न्यायालयांत दाखल होणाऱ्या तक्रारींमध्ये सर्वात मोठा वाटा हा विमा कंपन्यांविरुध्दच्या तक्रारींचा आहे. त्यातील अनेक तक्रारी या लहान, मोठ्या कंपन्यांच्या असतात. मुळात ग्राहक संरक्षण कायदा हा वैयक्तिक ग्राहकांच्या तक्रार निवारणासाठी केला गेला. व्यापारी उद्देशाने खरेदी केलेल्या वस्तू आणि सेवांबद्दलच्या तक्रारी या कायद्यातून वगळण्यात आल्या होत्या. परंतु विमा तक्रारींबाबत सर्वोच्च न्यायालयाने एका निर्णयाद्वारे मोठमोठ्या कंपन्यांचे विमा कंपन्यांविरुद्धचे दावे हे व्यापारी उद्देशाचे दावे नसून तेही ग्राहक न्यायालयात दाखल करून घेता येऊ शकतात, असा एक निर्णय काही वर्षांपूर्वी दिल्याने आज सर्वत्र या छोट्या, मोठ्या कंपन्यांचे विमा कंपन्यांविरुध्दचे मोठमोठे आणि गुंतागुंतीचे दावे ग्राहक न्यायालयांत मोठ्या प्रमाणावर दाखल होताना दिसत आहेत. एकूण तक्रारींपैकी अंदाजे २४% तक्रारी या केवळ विमा कंपन्यांच्या विरुद्ध आहेत. या दाव्यांच्या सुनावणींना सहाजिकच खूप वेळ लागतो आणि त्याचा परिणाम सर्व सामान्य ग्राहकांच्या इतर प्रलंबित तक्रारींवर होतो. त्यामुळे व्यापारी कंपन्यांचे विमा कंपन्यांविरुध्दचे दावे ग्राहक संरक्षण कायद्यात येणार नाहीत अशी दुरुस्ती करावी अशी महत्त्वाची मागणी आपण केली आहे.

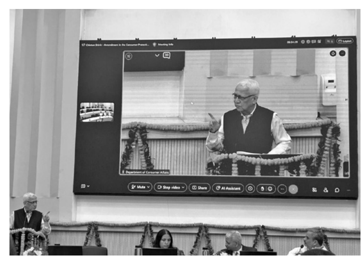
• गेल्या दोन, तीन वर्षांतील सर्वोच्च न्यायालयाच्या पाच निर्णयांमुळे ग्राहक संरक्षण कायद्याचा चुकीचा अर्थ लावला गेला असल्याचे आपण

केंद्र सरकारच्या निदर्शनास आणून दिले. त्या निर्णयांचा विपरीत परिणाम निष्प्रभ करण्यासाठी काही दुरुस्त्याही सुचवल्या आहेत. वकिलांच्या निष्काळजी आणि सदोष सेवांविरुध्द त्यांच्या अशिलांना ग्राहक न्यायालयात तक्रार करण्याची स्पष्ट तरतूद करण्यात यावी, अशीही ठाम मागणी आपण केली आहे. वैद्यकीय सेवा जर ग्राहक संरक्षण कायद्यात अंतर्भूत होऊ शकतात तर वकिलांनी दिलेल्या सेवा का वगळल्या जाव्या, असा सवालही या निमित्ताने उपस्थित केला आहे. दिल्ली येथे ग्राहक संरक्षण कायद्यातील दुरुस्त्यां संदर्भात गेल्या दोन महिन्यांत अशा प्रकारे दोन बैठका झाल्या. त्यात संस्थेतर्फे कार्याध्यक्ष ॲड. शिरीष देशपांडे आणि ॲड. पूजा जोशी- देशपांडे यांनी सविस्तर आणि अभ्यासपूर्ण सादरीकरण केले. तसेच ग्राहक न्यायालयांच्या कार्यपध्दतीतसुध्दा सुधारणा केल्यास ग्राहक न्यायालयातील विलंब कमी होऊन प्रलंबित प्रकरणे त्वरेने निकालात निघण्यास मदत होईल, असेही केंद्र सरकारच्या निदर्शनास आणण्यात आले आहे. त्याचीही योग्य ती दखल घेतली गेली आहे.

२४ डिसेंबरच्या राष्ट्रीय ग्राहक दिन ग्राहक संरक्षण कायद्याचा जन्मदिन... या पार्श्वभूमीवर या सर्व घडामोडी निश्चितच आशादायक आहेत.

ग्राहक संरक्षण कायदा दुरुस्तीसाठी सूचना

७ नोव्हेंबर रोजी 'मानक भवन', दिल्ली येथे NCDRC अध्यक्ष न्या. साही यांच्या अध्यक्षतेखाली आणि ग्राहक व्यवहार सचिव निधी खरे आणि सह-सचिव अनुपम मिश्रा यांच्या उपस्थितीत संपूर्ण दिवसभर ग्राहक संरक्षण कायदा दुरुस्ती विषयावर चिंतन शिबीर संपन्न झाले. आपल्या संस्थेतर्फे या कायद्यात अनेक महत्त्वाच्या सूचना सुचवल्या आहेत. त्याचे मौखिक सादरीकरण ॲड. शिरीष देशपांडे आणि पूजा जोशी-देशपांडे यांनी केले. यांनी सुचवलेल्या दुरुस्त्यांना चांगला प्रतिसाद मिळाला. MGP, CERC, VOICE, CAG, इ. ग्राहक संस्थांचे प्रतिनिधी, महाराष्ट्रासह विविध राज्य ग्राहक आयोगांचे अध्यक्ष, National Law Universities, FICCI, CII इ. चे प्रतिनिधी यावेळी उपस्थित होते.



न्या. ओक यांचे मार्गदर्शन

सर्वोच्च न्यायालयाचे निवृत्त न्यायमूर्ती श्री. अभय ओक यांची शिरीष देशपांडे आणि पूजा जोशी-देशपांडे यांनी ३ नोव्हेंबरला त्यांच्या कार्यालयात भेट घेऊन ग्राहक संरक्षण कायद्यातील संभाव्य दुरुस्त्यांबद्दल तसेच मध्यस्थीद्वारे ‘समेट’च्या व्यासपीठावरून तक्रार निवारण याबाबत त्यांच्याबरोबर सविस्तर चर्चा केली. यावेळी न्या. ओक सरांनी अनेक उपयुक्त सूचना करून मार्गदर्शन केले.

महारेरा सलोखा मंचाबद्दल त्यांना माहिती दिली असता ३० ते ३५ % सक्सेस रेट हा सुध्दा चांगला असल्याचे सांगून त्यांनी प्रशंसोद्गार काढले. तसेच ‘समेट’ यशस्वी करण्यासाठीही काही मार्गदर्शक सूचना त्यांनी केल्या. या कामात संपूर्ण सहकार्य करण्याची तयारीसुध्दा न्या. ओक सरांनी दर्शवली.

अभिनंदन आणि कौतुक

– गौरी शिंत्रे, ठाणे

'ग्राहक तितुका मेळवावा' या आपल्या मासिकाच्या दिवाळी अंकातील मा. ॲड. शिरीष देशपांडे यांचा ग्राहक भवनच्या जुहू येथील भूखंडाबाबत त्यांनी दिलेल्या लढ्याचा लेख वाचनात आला आणि पुन्हा एकदा मुंबई महापालिका व बिल्डर्स यांच्यातील अभद्र युतीचे दर्शन घडले. ग्राहक पंचायतीला पावलोपावली लढे द्यावे लागले. ते चिकाटीने लढवून त्यात निर्विवाद विजय मिळवून देणारे कार्याध्यक्ष देशपांडे साहेब यांचे मनापासून अभिनंदन आणि कौतुक. ग्राहकहित जपणाऱ्या एका उपक्रमासाठी संस्थेने स्वतःच्या पैशाने उभारलेल्या वास्तूसाठी किती झगडावे लागत आहे, हे पाहून मनस्वी संताप झाला. लोकनियुक्त सरकार अस्तित्वात असताना लोकहिताचे निर्णय नोकरदार वर्गाकडून अपेक्षित असताना ज्या पध्दतीने हा भूखंड बळकावण्याचा प्रयत्न महापालिकेच्या उच्च अधिकाऱ्यांकडून झाला, त्याचा तीव्र निषेध होणे गरजेचे आहे. सखेद आश्चर्य म्हणजे याबाबत कोणत्याही वृत्तपत्रात निकालाबाबत चर्चा अथवा त्यावर त्या अधिकाऱ्याला धारेवर धरणारे लेख किंवा वाचक पत्रेही वाचनात आली नाहीत, अग्रलेख तर लांबच. असो. आपण सतत जागृत राहणे आणि एकत्रितपणे लढणे, हेच भारतीय ग्राहकाच्या कायम नशिबी लिहिलेले असावे! मा. देशपांडे साहेबांनी नागालँडमधील कॉफी बोर्डाच्या बैठकीचा नमूद केलेला अविस्मरणीय अनुभव खरोखरच भावला.

ग्राहकहित त्याचबरोबर शेतकऱ्यांचे हितही सांभाळणाऱ्या आणि त्यासाठी योग्य त्या व्यासपीठावर आवाज उठवणाऱ्या देशपांडे साहेबांचे पुन्हा एकदा अभिनंदन आणि ग्राहक पंचायतीच्या पुढील वाटचालीला मनःपूर्वक शुभेच्छा!

चहा आणि कॉफी यातील घटक व प्रमाणित प्रमाण काय असते, असेही कुतूहल वाटते. याबाबतही मार्गदर्शन व्हावे.

इथे जागरूक ग्राहक घडतो!

– सुधा चौधरी, वसई

३ मे दुपारी १२:३० ची वेळ. एक ओळखीच्या ताई मला वाटेत भेटल्या, खूप त्रस्त दिसत होत्या. चौकशी अंती कळले की त्यांनी एका बँकेचा सोसायटी मेंटेनन्ससाठी चेक दिला होता. त्याचा नंबर होता ०००४५३. या नंबरचा चेक आधीच पास झाला आहे असे म्हणत बँकेने तो रिटर्न केला, शिवाय ५९० रुपये डिसऑनर चार्जेस लावले. ताई संभ्रमात, चेक तर माझ्या हातात आहे, मग तो नंबर आधीच कसा पास झाला? बँकेकडून, तुमच्याकडे असलेला चेक सर्वार्थाने बरोबर असल्याचेही सांगण्यात आले. मग तो चेक परत का केला गेला? आणि मुळात तो आधीच कसा पास झाला? पुन्हा पुन्हा विचारून सुध्दा त्यांना बँकेकडून काही समर्पक उत्तर मिळतं नव्हते. सगळाच गोंधळ. प्रथम, त्यांची पासबुक आणि चेक बुक एन्ट्री चेक केली, त्याचबरोबर बँकेचे चेक क्लिअरिंग कसे होतात ह्याची माहिती घेतली.

ताईंनी, मार्च महिन्यामध्ये सोसायटीला ०००४५१ नंबरचा चेक दिला होता. सोसायटीचे अकाउंट दुसऱ्या बँकेत होते. सोसायटीने या दुसऱ्या बँकेत चेक भरला. या बँकेने तो ०००४५१ नंबरचा चेक स्कॅन करून पहिल्या बँकेकडे क्लिअरिंगसाठी पाठवला. त्या वेळी मॅन्युअल स्टेटमेंट टायपिंग करताना चेक नंबर ०००४५१ ऐवजी ०००४५३ असा टाईप केला गेला. तसेच बँकेने सुध्दा क्रॉस चेक न करता तसाच पास केला. म्हणजे ४५३ नंबरचा चेक न वापरतासुध्दा बँकेच्या सिस्टीम प्रमाणे वापरला गेला होता.

एप्रिल महिन्याच्या मेंटेनन्ससाठी जेव्हा चेक नं ०००४५३ दिला गेला, तेव्हा बँकेकडे तो आधीच पास झाल्याचे दाखवत असल्याने बँकेने पेनल्टी लावली. हे लक्षात आल्यावर प्रथम दोन्ही बँकांना सविस्तर लेटर देण्यात आले. त्यात 'आम्ही MGP चे सभासद आहोत' हे नमूद केले. बँकेने दुसऱ्या दिवशी बोलावले. दुसऱ्या दिवशी बँकेत बाजू मांडताना 'आम्ही MGP चे सभासद आहोत आणि जर तुम्ही लगेच न्याय देत नसाल तर आम्हाला ही तक्रार पुढे न्यावी लागेल', हे सांगितले. पत्रही दिले.

दोन्ही बँकांनी चूक मान्य केली आणि ताईंना लगेच क्रेडिट देण्यात आले. मुंबई ग्राहक पंचायतीचे एकूणच समाजात किती वजन आहे, हे समजले. त्याचबरोबर सभासद असल्याचा सार्थ अभिमान वाटला.

डॉ. समिरा गुजर यांचा लेख सुरेख

– दि. मु. महाजनी

दर महिन्याला सामानाबरोबर ग्राहक मासिक घरात येते. चाळतो, माहितीपूर्ण असलेला लेख वाचतो. पण या खेपेच्या सप्टेंबर २०२५ च्या अंकाने, आकर्षक मुखपृष्ठामुळे लगेच लक्ष वेधून घेतले. उघडताच डॉ. समिरा गुजर यांचा लेख, एकंदरीत त्यांच्या अनेकविध व्यक्तिमत्वामुळे मी प्रभावित असल्याने लगेच वाचायला घेतला. अपेक्षेप्रमाणे तो त्यातील भरपूर माहितीमुळे, आकर्षक विषय मांडणीमुळे व तो संस्कृत सुभाषितांनी सजवलेला असल्याने खूप आवडला. अलंकारासारखा विषय इतका सुरेख व अभ्यासपूर्ण पध्दतीने मांडता येतो, याचे कौतुक वाटले. त्यांचे निवेदन कौशल्य उल्लेखनीय आहेच. डॉ. समिराताईंचे अभिनंदन.

AI मुळे बदलणारे जग आणि ग्राहक

– शिल्पा सोवनी, कार्यवाह, पुणे विभाग

पुणे विभागाचा वार्षिक स्नेहमेळावा ५ नोव्हेंबर रोजी घेण्यात आला. प्रमुख वक्ते म्हणून आपल्या 'ग्राहक तितुका मेळवावा' मासिकाच्या संपादिका शुभदा चौकर उपस्थित होत्या. अध्यक्ष छायाताई वारंगे होत्या आणि माजी नगरसेविका मा. मंजुश्रीताई खर्डेकर आवर्जून उपस्थित होत्या. कार्यक्रमाची सुरुवात पुष्कर गाडगीळ व शीतल बापट ह्यांच्या ईशस्तवनाने झाली. त्यानंतर कार्याध्यक्ष शर्मिला पुणतांबेकर यांनी सर्व मान्यवरांचे स्वागत केले. तसेच मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या विश्वस्त मा. ललिता कुळकर्णी यांचा सन्मान केला.

प्रमुख वक्त्या शुभदाताई यांनी आपल्या भाषणात 'ए.आय. मुळे बदलते जग व आपण ग्राहक' ह्या विषयावर विचार मांडले. त्या म्हणाल्या, "ए.आय.नी घडवलेले आजचे डिजिटल युग चंगळवदाच्या चक्रव्यूहात ग्राहकाला अडकवत आहे, आणि त्यामधून निष्क्रियता व उपभोगाची वृत्ती वाढीस लागते आहे. त्याचबरोबर परस्परांतील संवाद हरवतो आहे. त्यावर उतारा म्हणून ए. आय.च्या मदतीने आपण आपले जीवन समृध्द करू शकतो. त्या साठी माणसांनी परस्परांतील संवादातून संघटन केले पाहिजे. हे काम मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या सहाय्याने आपण करू शकतो व आपणच ह्या बदलाचे किमयागार होऊ शकतो."

छायाताई यांनी अध्यक्षीय समारोप करताना शुभदाताईंचे रांगोळीचे ठिपके जोडीत जाण्याचे उदाहरण पुढे नेत सभासदांनी ह्या वर्षात एकतरी नवीन सभासद आपल्या संघात जोडण्यासाठी प्रयत्न करावा, असे आवाहन केले. त्यानंतर विभागाने घेतलेल्या पर्यावरणपूरक गणेशोत्सव स्पर्धेतल्या विजेत्या स्पर्धकांना प्रमुख पाहुण्यांच्या हस्ते पारितोषिक व प्रशस्तीपत्रे देण्यात आली.

मकरंद टिल्लू यांचा 'हसण्यासाठी जगा व जगण्यासाठी हसा' हा एकपात्री प्रयोग झाला.

त्याला प्रेक्षकांनी उस्फूर्त प्रतिसाद दिला. त्यानंतर राष्ट्रगीताने कार्यक्रमांची सांगता झाली व शेवटी सर्वांना अल्पोपहार देण्यात आला.

कार्यक्रमाचे सूत्रसंचालन अंजली देशपांडे यांनी केले, अहवाल वाचन कार्यवाह शिल्पा सोवनी यांनी केले. प्रमुख वक्त्यांची ओळख मेधा रानडे यांनी करून दिली व आभार प्रदर्शन विनया नगरकर यांनी केले.

‘बँकिंग’ बद्दल बोलूया

भारतातील बँकिंगचा इतिहास

– अभय दातार

‘आदेश’, ‘हुंडी’ हे कर्जाचे प्रकार माहित आहेत?
तिथून ‘कर्ज’ या प्रकाराची सुरुवात झाली!

जागरूक सदस्यहो, बँकिंग बद्दल सजगता वाढवणारे माझे लेख गेले वर्षभर तुम्ही वाचले असतील. हा प्रवास जानेवारी २०२५ पासून सुरू झाला आणि आता निरोप घेण्याची वेळ आली आहे. या वर्षीच्या या शेवटच्या लेखात आपल्या देशातील बँकिंगचा इतिहास जाणून घेणे खूप मनोरंजक ठरेल.

आपल्या देशातील मौर्य राजवटीत 'कर्ज' ही संकल्पना होती. ज्यांना ‘सावकार’ म्हणून ओळखले जाते, ते लोकांकडून पैसे स्वीकारत असत आणि गरजूंना कर्ज देत असत. कर्ज देण्याच्या पध्दतीला ‘आदेश’ म्हटले जाई. यात कर्जदाराला विशिष्ट रक्कम कर्जाऊ म्हणून देण्याचा आदेश असे. आपल्यापैकी अनेकांना पेशवे राजवटीत ‘हुंडी’ ही एक पध्दत लागू होती हे माहिती असेल. हा देखील कर्जाचाच एक प्रकार. या सगळ्या व्यवस्थेवर नियम, कायदे किंवा इतर कसलेच नियंत्रण नव्हते. बऱ्याचदा धनाढ्य माणसे कर्जे द्यायची. ती वसूल करायला माणसे असायची. हा एक प्रकारचा कौटुंबिक व्यवसायाच होता. त्यामुळे बहुतांशी कर्जदारांचे शोषण केले जायचे.

आधुनिक बँकिंगची सुरुवात मात्र १७७० मध्ये बँक ऑफ हिंदुस्तानच्या स्थापनेपासून झाली. युरोपियन व्यवस्थापन असलेली बँक ही भारतातील पहिली बँक होती. त्यानंतर ब्रिटीश राजवटीत तीन प्रमुख बँकांची स्थापना झाली - १८०६ मध्ये बँक ऑफ बंगाल, १८४० मध्ये बँक ऑफ बॉम्बे आणि १८४३ मध्ये बँक ऑफ मद्रास. त्या आपापल्या प्रांतात एक मध्यवर्ती बँक म्हणून काम पाहात. या बँकांनी देशातील व्यापार उदीम सुलभ करण्यात प्रमुख भूमिका बजावली. गंमत म्हणजे विलीनीकरण ही संकल्पना तेव्हाही होती. या क्षेत्रातील पहिले विलीनीकरण १९२१ मध्ये झाले. या तीनही बँकांचे विलीनीकरण होऊन इम्पीरियल बँक अस्तित्वात आली. दरम्यान महात्मा गांधीजींच्या स्वदेशी चळवळीपासून प्रेरणा घेऊन काही भारतीय उद्योगपतींनी तीन महत्त्वाच्या बँकांची स्थापना केली ज्या आजही देशातील अग्रणी बँका आहेत. १८९४ मध्ये दयालसिंग मजिठिया आणि लाला हरकिशन लाल यांनी पंजाब नॅशनल बँक, १९०८ मध्ये महाराजा सयाजीराव गायकवाड यांनी बँक ऑफ बडोदा आणि १९११ मध्ये सर फिरोजशाह मेहता आणि सोराबजी पोचखानवाला यांनी सेंट्रल बँक ऑफ इंडिया. यांची स्थापना केली. भारतीय व्यावसायिकांच्या आर्थिक गरजा पूर्ण करणे आणि त्यांचे परदेशी बँकांवरील अवलंबित्व कमी करणे हे त्यांचे उद्दिष्ट होते.

आपल्या देशात वेगवेगळी चलने अस्तित्वात होती; त्यामुळे व्यापार करताना आर्थिक देवाण घेवाणीत अनेक अडचणी यायच्या. त्यावर उपाय म्हणून ब्रिटिश राज्यकर्त्यांनी देशभरात ‘रुपया’ नावाचे एकच चलन सुरू केले. जरी यामुळे देशातील चलन विनिमय समस्या बऱ्याच प्रमाणात सुटल्या, तरी ब्रिटिशांनी भारताबरोबर व्यापार करण्यासाठी ब्रिटनसाठी अनुकूल पण भारतीय अर्थव्यवस्थेवर अन्याय करणारे असे चलन विनिमय दर ठेवले. डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांनी त्यांच्या अतिशय अभ्यासपूर्ण अशा ‘The Problem of Rupee’ (रुपयाची समस्या) या प्रबंधामध्ये यामुळे निर्माण झालेल्या अनेक समस्यांचा ऊहापोह केला. त्याचा परिणाम म्हणून ब्रिटिशांना संपूर्ण देशासाठी एकाच मध्यवर्ती बँकेची स्थापना करावी लागली. रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडिया कायदा, १९३४ अंतर्गत स्थापन झालेली हीच ती रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडिया होय.

स्वातंत्र्यानंतर, आणखी काही खाजगी बँका अस्तित्वात आल्या. दरम्यान, सरकारने इम्पीरियल बँकेचे राष्ट्रीयीकरण केले आणि १९५५ मध्ये स्टेट बँक ऑफ इंडिया कायद्यानुसार तिचे नाव स्टेट बँक ऑफ इंडिया असे ठेवले. खाजगी बँकांच्या अति व्यावसायिक वृत्तीबद्दल चिंता व्यक्त करून सरकारने १९६९ मध्ये १४ प्रमुख बँकांचे राष्ट्रीयीकरण केले, जेणेकरून बँकिंग गरीब वर्गापर्यंत पोहोचेल आणि त्यांना आर्थिक व्यवहारात समावेश होण्याचे फायदे मिळू शकतील.

१९९१ मध्ये, जगभरात जागतिकीकरण आणि भारतात आर्थिक सुधारणांची अंमलबजावणी हा एक अतिशय महत्त्वाचा टप्पा ठरला. बँकिंग क्षेत्रात स्पर्धा निर्माण होऊन सेवेचा दर्जा वाढावा

यासाठी आणि बँकिंग सेवा जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत पोचावी या उद्देशाने सरकारने खाजगी आणि परदेशी बँकांसाठी बँकिंग क्षेत्र खुले केले. बँकिंग व्यवसायात तंत्रज्ञानाची अंमलबजावणी ही एक मोठी प्रगती होती. जरी संगणकीकरण १९८६ मध्ये सुरू झाले असले तरी, कोअर बँकिंग सोल्यूशनद्वारे उच्च प्रतीच्या बँकिंग तंत्रज्ञानामुळे - जसे की, इंटरनेट बँकिंग, मोबाईल बँकिंग, एटीएम, निधीचे सुलभ हस्तांतरण आणि इतर अनेक सुविधांमुळे लाखो भारतीयांच्या गरजा पूर्ण केल्या गेल्या.

आज, भारतीय बँकिंग क्षेत्र २३८ लाख कोटी रुपयांच्या ठेवी आणि १८५ लाख कोटी रुपयांच्या कर्जांसह देशातील जनतेला सेवा पुरवत आहे आणि या क्षेत्रामध्ये अजूनही विस्तारण्याची मोठी क्षमता आहे.

चाणाक्ष ग्राहक

लग्न समारंभात जेवताय?

– अंजली पोतदार

लग्न समारंभात अनेकदा भरपूर प्रकारचे पदार्थ असतात त्यातले काय खावे, काय टाळावे? किती द्यावे?

दसरा, दिवाळी संपली. कार्तिकी एकादशी नंतर तुळशी विवाह झाला रे झाला की लग्न मुहूर्तांची गडबड सुरू होते. कधी कधी एकाच दिवशी दोन, तीन लग्न समारंभांना सुध्दा हजेरी लावावी लागते. ३०-४० वर्षांपूर्वी लग्नमुहूर्त सकाळचे असत, त्यावेळी अगदी जवळच्या नातेवाईकांना बोलावलं जायचं आणि इतर ओळखीचे आप्त यांना संध्याकाळी स्वागत समारंभाला बोलावलं जायचं. मुहूर्ताला जेवण आणि स्वागत समारंभाला शीतपेय किंवा आईस्क्रीम असा ठराविक बेत असायचा. पण हळूहळू सगळ्याच गोष्टी बदलल्या. हल्ली लग्न म्हणजे ४-५ दिवस चालणारा सोहळा झालाय. हळद, मेंदी, संगीत, लग्न आणि स्वागत सोहळा असे भरपूर कार्यक्रम असतात. प्रत्येक वेळी वेगळा जेवणाचा बेत असतो. म्हणजे मेन्यू ठरवणे ही यजमानाची आणि करणाऱ्या कॅटररची नुसती परीक्षाच असते.

लग्न समारंभात वारंवार चमचमीत जेवण चापले की नंतर पोटाची वाट लागणे साहजिक आहे. त्यातून अगदी घरातलंच लग्न असेल तर हे चुकवताच येत नाही. मग अशा जेवणावळींना हजर राहूनही आपण आजारी न पडण्याची खबरदारी म्हणून काय करावे, हे थोडक्यात पाहू.

• ९०% समारंभात हल्ली बुफे पध्दतीचे जेवण असते. सगळ्यात पहिला स्टॉल विविध प्रकारची सॅलड्स, लोणची, चटण्या, उकडलेले कडधान्य, चीजचे वेगवेगळे प्रकार यांनी सजवलेला असतो. त्या रंगीबेरंगी स्टॉलवर सहजच पावलं रेंगाळतातच. एका प्रसिध्द शेफच्या म्हणण्यानुसार हे ताटात वाढून घ्यायच्या आधीच डोळे उघडे ठेवा. हे सलाड साधारण साध्या टेबलवर मांडलेले असते. खरे तर हे सलाड बर्फाच्या क्युब्सच्या थरावर मांडून पारदर्शक प्लास्टिक फॉईलने झाकलेले असावेत. याचे कारण म्हणजे साधारण तापमानाला सॅलडवर जिवाणूंची वाढ लगेच होते.

• दुसरे म्हणजे दह्या-दुधाचे पदार्थ. लग्नाच्या सभागृहामध्ये कॅटरर जेवणाच्या सर्व सामग्रींबरोबर दही, दुधाचे मोठे कॅन आणतो. दही थंड राहिले तरच ते कमी आंबट राहते. नाहीतर आंबट होऊन त्यातही जिवाणू विषाणूंची वाढ लगेच होते. रबडी, खीर, रसमलाई, बासुंदी यासारखे पदार्थ ५ अंश तापमानापेक्षा जास्त तापमानात ठेवले तर त्यात salmonella, listeria monocytogenes सारखे जिवाणू वाढीस लागतात आणि हे आपल्या डोळ्यांना दिसत नाही, पण खाल्ल्यापासून महिन्याभराच्या काळात कधीही त्रासदायक ठरू शकतात.

• म्हणून नेहमी गरम भात, डाळ, भाजी, सूप, गरम रोटी यांसारख्या जेवणाला पसंती द्यावी. थंड पदार्थ गरम झाल्यावर आणि गरम पदार्थ थंड झाल्यावर शक्यतो खाऊ नयेत.

• सभागृहात गेल्याबरोबर जे वेलकम ड्रिंक म्हणजे फळांचे रस, मॉकटेल देतात. ते काय आहे हे नक्की विचारून मगच प्यावे. रंगीत काचेच्या ग्लासमधून हे पेय दिसायला खूपच आकर्षक

दिसते. पण त्यात अननस, पेरू, संत्र अशा वेगवेगळ्या फळांचे रस असू शकतात. त्यापैकी एखाद्या घटकाची एखाद्याला ॲलर्जी असू शकते.

• जेवणानंतर आईस्क्रीम खातानाही ते फ्रोझन डेझर्ट नाही ना, याची खात्री करावी. तुम्ही म्हणाल ते कसे काय बघणार? मागे मी एका लग्न समारंभात गेले असताना आईस्क्रीमसाठी मोठी रांग होती. मग मी रांगेत मुलीला उभे करून कोणते आईस्क्रीम आहे ते बघायला पुढे गेले. त्या काउंटरवर आईस्क्रीम खूप घट्ट असल्यामुळे त्याच्या चकत्या करायला वेळ लागत होता. त्यामुळे रांग वाढतच चाललेली. मी सहज म्हणून त्या बॉक्सवर काय लिहिलंय ते पाहिले. तर ठळकपणे फ्रोझन डेझर्ट लिहिलेले होते. फ्रोझन डेझर्ट मध्ये दुधाचे प्रमाण अगदी कमी असते, त्याऐवजी वनस्पतीजन्य स्निग्ध पदार्थाचे प्रमाण म्हणजे (डालड्याचे) प्रमाण जास्त असते. फ्रोझन डेझर्ट आईस्क्रीम सारखे जिभेवर पटकन विरघळत नाही. त्याची चव नंतर थोडीशी कडवट लागते.

• आणखी एक नवीन फॅशन म्हणजे फायर पान. यांच्यात द्रवरूप नायट्रोजेन आणि आणि द्रवरूप कार्बन ही रसायने वापरली जातात. त्यामुळे तोंडाचा किंवा पोटाचा अल्सर होण्याची शक्यता बळावते, असे डॉक्टरांचे म्हणणे आहे.

• लग्नसमारंभात दुसरी लक्षात येण्याजोगी गोष्ट म्हणजे अन्नाची नासाडी.

• अन्नाची नासाडी ही एक जागतिक समस्या आहे FAO च्या मते औद्योगिक देशांमध्ये अन्नाची नासाडी सर्वाधिक प्रमाणात होते. तिथे दरवर्षी ६७० दशलक्ष टन अन्न वाया जाते.

• लग्नसमारंभात लहान मुलांपासून ते अगदी वयस्कर लोकांपर्यंत सगळेच बुफेमधे रांगेत उभे राहून एकदाच काय ते वाढून घेऊ म्हणजे परत परत उभे राहायला लागणार नाही, असा विचार करतात. या हिशोबाने चव माहित असलेले, नसलेले, भुलवणारे नवनवीन पदार्थ वाढून घेतात. मग न आवडलेले पदार्थ पानात टाकून देतात. त्यामुळे अन्नाची नासाडी होते. त्यापेक्षा आवडीचे पदार्थ थोडे थोडे वाढून घेतले तर अन्नाची नासाडी टाळू शकू. नवीन पदार्थ वाढून घेतानाच चमचाभर चाखून पहिला तर चव कळेल आणि आवडला तर जास्ती वाढून घेता येतो.

• कधीतरी येणाऱ्या पाहुण्यांच्या संख्येचा यजमानांचा अंदाज चुकल्यामुळे तर कधी येणारे पाहुणे आयत्या वेळी न आल्यामुळे भरपूर अन्न उरते. या वर्षी तर पावसामुळे अनेक लग्न समारंभात आमंत्रित कमी आल्यामुळे किती तरी अन्न वाया गेलं.

• अशा वेळी उरलेलं अन्न खराब होण्याअगोदरच गरजू संस्थांना दिले तर कितीतरी उपाशी लोकांना अन्न मिळू शकते. अन्नदानासारखे दुसरे पुण्य नाही असे आपल्या संस्कृतीत म्हटलेच आहे.

मग काय मंडळी यापुढे लग्नसमारंभाला गेल्यावर या गोष्टी लक्षात ठेवणार ना?

दहिसर विभाग दिवाळी वाटप

– रुपाली कदम, कार्यवाह

मुंबई ग्राहक पंचायत दहिसर विभागातर्फे प्रतिवर्षी प्रमाणे दिवाळी वाटप करण्यात आले. सांघिक आणि वैयक्तिक मागणी पत्रके स्वीकारण्यात आली. तसेच सभासदेतर ग्राहक यांना मुंबई ग्राहक पंचायतीचा परिचय व्हावा या उद्देशाने mgpsanghatan@gmail.com मागण्या स्वीकारण्यात आल्या. 'सेतू बांधा रे!' पेठेतील संस्थांची उत्पादने वितरित करण्यात आली. कोणत्याही प्रकारचे आधिक्य घेण्यात आले नाही. सर्व कार्यकर्त्यांच्या सहभागामुळे दिवाळी वाटप उत्साहात पार पडले. एकूण उलाढाल सुमारे सव्वा लाख रु. इतकी झाली.

निर्मिती कोणत्या देशात, याचाही उल्लेख!

ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मवरील उत्पादनांची मूळ निर्मिती दर्शविणारा देश नोंदविणे बंधनकारक करण्याचा प्रस्ताव केंद्रीय ग्राहक कामकाज मंत्रालयाने ठेवला आहे. ग्राहकांना उत्पादनांची निर्मिती कोणत्या देशात झाली हे समजून निर्णय घेता यावा, असा या प्रस्तावाचा उद्देश आहे. पारदर्शी, ग्राहकस्नेही आणि स्पर्धात्मक ई-कॉमर्स व्यापार निर्माण करण्याच्या दिशेने हे पाऊल टाकण्यात आले आहे.

मंत्रालयाने म्हटले आहे की, प्रत्येक ई-कॉमर्स मंचाच्या संकेतस्थळांवर, इच्छित उत्पादनांचा शोध घेताना ग्राहकांना किमती, नाममुद्रा (ब्रॅण्ड) या बरोबरीने ते उत्पादन करणाऱ्या देशाचाही 'फिल्टर' अर्थात गाळणी लावता यावी. प्रत्येक उत्पादन कुठे उत्पादित झाले हे कळावे. अशा गाळणीमुळे यंत्रणांनाही अधिक सहजपणे आणि प्रभावी देखरेख ठेवणे शक्य होईल...

सरकारने 'आत्मनिर्भर भारत' आणि 'व्होकल फॉर लोकल' या मोहिमा हाती घेतल्या आहेत. या मोहिमांना बळ देण्यासाठी देशात निर्मित वस्तू ग्राहकांना सहजपणे ई-कॉमर्स मंचावर ओळखता याव्यात, हा यामागील उद्देश असल्याचे ग्राहक मंत्रालयाने स्पष्ट केले आहे. या सुधारित नियमांचा मसुदा ग्राहक कामकाज विभागाच्या संकेतस्थळावर सार्वजनिक मत प्रदर्शनासाठी प्रकाशित करण्यात आला आहे.

नवीन संघांचे स्वागत

ठाणे		
तृष्णा ग्राहक संघ	15692TN	सभासद ११
वसई		
श्रीम ग्राहक संघ	18277VV	सभासद ७
समुत्कर्ष ग्राहक संघ	18278VV	सभासद ७
धागे मैत्रीचे ग्राहक संघ	18279VV	सभासद ९
पुणे		
स्काय डेल ग्राहक संघ	19251PU	सभासद ११

'तिरुपती'चा प्रसाद भ्रष्ट!

प्रसाद भक्तिभावाने खाल्ला जातो. त्यात बघा किती भयंकर भेसळ असू शकते!

दक्षिणेकडील प्रसिध्द तिरुपती देवस्थानात प्रसादाचा लाडू बनवण्यासाठी २०१९ ते २०२४ या कालावधीत २५० कोटी रुपयांचे भेसळयुक्त तूप वापरल्याचे विशेष तपास पथकाच्या (एसआयटी) तपासात समोर आले आहे. उत्तराखंडमधील रूरकीजवळील भगवानपूर येथे एका कारखान्यात प्रसादासाठीचे भेसळयुक्त तूप बनविण्यात येत होते.

तिरुपती येथील श्री. व्यंकटेश्वर मंदिरात लाडूचा प्रसाद वाटण्याची ३०० वर्षाहून अधिक जुनी परंपरा आहे. १७१५ पासून सुरू असलेल्या या परंपरेसाठी विशेष 'पोटू' या स्वयंपाकघरात विशेष पंथाचे लोक नेमण्यात आलेले आहेत. दरम्यान प्रसादासाठी या भेसळयुक्त तुपाचे वितरण होत होते. हे तूप बनवण्यासाठी पाम तेल, पाम फळाच्या गराचे तेल आणि पामोलिनबरोबर बीटा कॅरोटीन, ॲसेटिक ॲसिड एस्टर आणि तुपाचा स्वाद आणणारे रसायन आदींचा वापर केला जात होता.

सप्टेंबर २०२४ मध्ये आंध्र प्रदेशचे मुख्यमंत्री एन. चंद्राबाबू नायडू यांनी राष्ट्रीय लोकशाही आघाडीच्या अमरावती येथील बैठकीत भेसळयुक्त लाडूच्या प्रकरणाकडे सर्वांचे लक्ष वेधले होते. त्यांनी तिरुपतीच्या लाडूसाठी तुपाऐवजी प्राणिजन्य चरबीचा वापर केला जात आसल्याचा दावा केला आणि संपूर्ण देशात खळबळ उडाली होती. या प्रकरणी सर्वोच्च न्यायालयाच्या निर्देशानंतर विशेष तपास पथकाची नियुक्ती करण्यात आली होती. विशेष म्हणजे भेसळीसाठी हे घटक वापरताना तुपाचे प्रमाण मात्र कमीत कमी असायचे. हा भेसळीसाठी वापरला जाणारा मुख्य घटकही कारखान्यात बनवला जात होता, असे त्या तपासात उघड झाले आहे.

तिरुमल्ला तिरुपती देवस्थानचे तत्कालीन अध्यक्ष वाय.व्ही. सुब्बा रेड्डी यांना भेसळयुक्त तुपाचा सुगावा २०२२ मध्ये लागला होता. त्यांनी या तुपाचे नमुने प्रयोगशाळेत तपासणीसाठी पाठवल्यानंतर ही बाब त्यांच्या लक्षात आली होती. मात्र त्यानंतरही भेसळयुक्त तुपाच्या वितरणास त्यांनी मुभा दिली, असे तपासातून समजले आहे.

बोरिवली ग्राहक पंचायत पेठ उच्चांकी!

– **नीता जांभेकर**

मुंबई ग्राहक पंचायतीची दिवाळीपूर्वीची पेठ ७ ऑक्टोबर ते १४ ऑक्टोबर २०२५ या दिवसात बोरिवली येथे भाटीया हॉलमधे संपन्न झाली. या ग्राहक पंचायत पेठेचे उद्घाटन कांदिवली (पूर्व) विभागाचे आमदार मा. अतुल भातखळकर ह्यांच्या हस्ते झाले. तेव्हा विभागाच्या अध्यक्षा डॉ. सुहासिनी संत, पंचायत पेठ अध्यक्षा अनुराधा देशपांडे तसेच भाजपचे कार्यकर्ते बापू जोशी हे हजर होते.

सविता वराडे ह्यांनी प्रमुख पाहुण्यांची तसेच बापू जोशी ह्यांची थोडक्यात ओळख करून दिली. त्यानंतर अनुराधा देशपांडे ह्यांनी प्रास्ताविक केले. त्यांनी आपल्या संस्थेबद्दल माहिती सांगितली.

नंतर अतुल भातखळकरांनी हसत हसत त्यांच्या भाषणात सांगितले की त्यांना मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या कार्याबद्दल खूप

आधीपासूनच माहिती आहे. त्यांची आई संस्थेच्या सभासद होत्या. त्यामुळेच प्रत्येक महिन्यांत ट्रकची वाट पाहणे, नंतर विविध वस्तूंचे वाटपही त्यांनी पूर्वी केले आहे. त्यांनी संस्थेच्या कामाचे कौतुक केले. तसेच संस्थेला कुठल्याही प्रकारची मदत हवी असेल तर जरूर सांगा, असे सांगितले.

डॉ. सुहासिनी संत मॅडम यांचे अध्यक्षीय भाषण झाले. त्यांच्या भाषणात म्हणाल्या अतुल भातखळकर ह्यांना मी प्रमुख पाहुणे म्हणत नाही, ते तर आमच्याच कुटुंबातील सदस्य आहेत. त्यांनी सर्व स्टॉलधारक व कार्यकर्त्यांना पेठ यशस्वी होण्यासाठी शुभेच्छा दिल्या. तसेच बोरीवलीतील ग्राहक पंचायत पेठेतील उलाढाल दरवर्षीप्रमाणे वाढतीच राहील, असा विश्वास व्यक्त केला. बोरीवलीतील ग्राहक हे दरवर्षी ग्राहक पेठेची वाट पहात असतात, असे सांगितले. त्यानंतर मनिषा पुराणिक ह्यांनी सर्वांचे आभार मानले.

शिक्षण विभागाचा 'जागो ग्राहक'चा स्टॉलही पेठेमधे होता. तिथे शिक्षण विभागाच्या कार्यकर्त्या दिपा कानविंदे आणि इतर विभागातील कार्यकर्ते आले होते. पर्यावरण विभागाच्या स्टॉलवर बोरिवलीच्या कार्यकर्त्या रेखा शेटे व नयना इंदप यांनी पर्यावरण रक्षणाचे महत्त्व ग्राहकांना पटवून दिले. संस्थेच्या वितरणच्या

स्टॉलवर दिवाळी निमित्त १९ जिन्नस विक्रीसाठी ठेवले होते. सलग ८ दिवस बोरीवली, कांदिवली व दहिसर येथील २७/२८ कार्यकर्त्यांनी सहभाग घेतला होता.

आमदार मा. संजय उपाध्याय, तसेच अभिनेत्री मानसी कुलकर्णी व हेमांगी कवी यांनी या पेठेला भेट दिली. दरवर्षीप्रमाणेच स्वयंसिध्दा संस्थेतील अंध मुलांनी तयार केलेली उटणी ठेवली होती. त्यांची विक्री रू ५५,०००/- हजारांची झाली.

सर्व वयोगटाच्या ग्राहकांना उपयुक्त असे १०३ स्टॉल्स होते. ज्यांना बोरीवलीतील ऑनलाईन संघाचे सभासद होण्याची इच्छा आहे त्यांचे फोन नंबर एका वहीमधे लिहून घेण्यात आले. पेठ समिती अध्यक्षा अनुराधा देशपांडे आणि पेठ समितीच्या बोरिवलीतील कार्यकर्त्या प्रीति कोळंबकर व उमा अभ्यंकर यांनी पेठ यशस्वी होण्यासाठी भरपूर परिश्रम घेतले. बोरिवली विभागाचे कार्याध्यक्ष राजेंद्र राणे, कार्यवाह सविता वराडे, सहकार्यवाह पंकज कुलकर्णी, खजिनदार दीपक देशपांडे आणि २५ कार्यकर्ते यांनी अथक मेहनत घेतली.

ग्राहक पेठेतील सर्व स्टॉलच्या विक्रीचा आकडा पाहिला, तर असे लक्षात येते की जरी एकंदर आता ऑनलाईन खरेदीचा जमाना

असला तरी प्रत्यक्ष पारखून केलेली खरेदी व मुंबई ग्राहक पंचायतीवरील विश्वास ह्यामुळेच ह्या वर्षीची उलाढाल एकूण रू. ५.५४ कोटी एवढी झाली आणि नवा विक्रम प्रस्थापित झाला!

राष्ट्रीय ग्राहक दिन, माझ्यासाठी महत्त्वाचा!

– मंगला गाडगीळ

२४ डिसेंबर, राष्ट्रीय ग्राहक दिन. त्यानिमित्त संवादी शैलीत ग्राहकांचे हक्क समजावून सांगणारा लेख.

छोटा मानस आणि मोठा आदित्य त्यांच्या ताईबरोबर खरेदी करण्यासाठी आले होते. त्यांच्या तिकडीने मॉलमध्ये पाय ठेवायला आणि तिथेच मोकळ्या जागेत जोरजोरात आवाज यायला सुरुवात झाली. काही कॉलेजमधली मुले आणि मुली यांनी फेर धरत गाणी म्हणायला सुरुवात केली. सगळे लोक त्यांच्याकडे टकामका बघायला लागले. मानस आणि आदित्यला कळेना इथे का नाचतायत? गाण्याचा अर्थ काय? शेवटी सर्वांनी 'येणाऱ्या निवडणुकीत मतदान करा'. असे आवाहन केले. ताईने त्यांना सांगितले की, आता महानगरपालिका, नगरपालिका यांच्या निवडणुका आहेत ना, त्यावेळी मतदान करण्यासाठी सगळ्यांना ते आवाहन करत आहेत. या नाचाला 'फ्लॅश मॉब' असे म्हणतात.

आदित्य सहावीत शिकत असल्याने त्याला थोडीफार नागरिकशास्त्राची माहिती होती. त्याने विचारले, "मतदान करण्याचा हक्क आहे. मग तो करायला सांगण्यासाठी विनवणी कशासाठी?" ताईने सांगितले की, सुट्टी असते त्यामुळे बाहेर फिरायला जाणे, माझ्या एका मताने काय होणार असे वाटणे, की कंटाळा, यामुळे अनेक जण मतदान करत नाहीत.

"आपण कुठे आणि कशाला इथे आलोयत? मानस म्हणाला आईने काही वस्तू आणायला सांगितल्या आहेत ना, त्या आणायला आलोयत. म्हणजे आता आपण कोण आहोत?"

मी मानस आहे, इति मानस. दोघांनाही हसू फुटले. आदित्य म्हणाला, "तसं नाही रे! आत्ता आपण 'ग्राहक' आहोत."

"नागरिक म्हणून जसे हक्क असतात तसेच ग्राहक म्हणूनही असतात बरं कां! उदाहरणार्थ निवडीचा,

"एवढ्या सगळ्या हक्काचं करायचं काय?"

ताई- "असं का विचारतोयस? आपल्याच फायद्यासाठी वापरायचे."

"असं बघ, आपल्याला बिस्किटाचा पुडा विकत घ्यायचा आहे. इथे तर कितीतरी स्वादांची, वेगळ्या वजनांची, ब्रॅण्डची बिस्किटे आहेत. आपण काय करतो? आपल्याला हवे तेच घेतो की नाही. झाला निवडीचा हक्क. पण जर एखादी स्कीम असेल, ज्यात ५ पुड्यांचा पॅक घ्याच- त्यावर प्लास्टिकचा डबा किंवा चमचा फ्री. हा डबा किंवा चमचा खरचं फ्री असतो की त्याची किंमत पॅकमध्ये आधीच घातलेली आहे, याकडे आपले लक्षच नसते. एकेक सुटे पुडे उपलब्धच नसतात, मग मात्र आपला निवडीचा हक्क डावलला जातो. असं अनेक ठिकाणी होतं. आपल्या लक्षातही येत नाही.

आपण एखादा पुडा घेताना काय बघतो? किंमत, वजन, त्यातले घटक पदार्थ आणि त्यांचे प्रमाण काय? कधीपर्यंत खाणे योग्य? ही सर्व माहिती आपल्याकडे हवी. ती कशी मिळते, तर त्याच्या वेष्टनावरच छापलेली असते. हा झाला माहिती मिळवण्याचा हक्क! तो मात्र प्रत्येकाने प्रत्येक वेळी वापरलाच पाहिजे. जाहिरात, माहितीपत्रक वगैरे वेगवेगळ्या पध्दतीने मिळालेल्या माहितीचा उपयोग निवडीचा हक्क बजावताना करता येतो. याच्या बरोबरच येतो तो ग्राहक जागृतीचा किंवा शिक्षणाचा हक्क.

आपण विकत घेतलेली वस्तू मग ती वापरायची असो की खाण्याची, ती सुरक्षितच हवी हा झाला सुरक्षिततेचा हक्क. त्याचबरोबर दर्जेदारही हवी. त्यावर असणारे विविध मार्क आपल्याला त्याची खात्री देतात. उदा. fssai - सर्व खाऊच्या पाकिटांवर किंवा बाटल्यांवर, ISI-विजेची उपकरणे, घरगुती गॅसची शेगडी, ट्यूब, रेग्युलेटर, खेळणी, बूट आणखी बऱ्याच वस्तू, CRS- इलेक्ट्रॉनिक वस्तू-मोबाईल, चार्जर, हेडफोन आणि बऱ्याच गोष्टींवर, AGMARK- मसाले, मध, तेल, तूप इत्यादींवर, Hallmark- सोन्याच्या दागिन्यांवर, सिल्क मार्क- वगैरे.

इतके करूनसुध्दा आपली यदाकदाचित फसवणूक झालीच तर आपलं नुकसान होतं, ते का सहन करायचं? त्यासाठी गप्प न बसता तक्रार करायला हवी. त्यासाठीच तर वेष्टनावर पत्ता, फोन नंबर, ईमेल दिलेले असतात. समजा इथे आपले काम नाही झाले तर ग्राहक न्यायालय यासारख्या पुढच्या पायऱ्या आहेतच.

या फोन नंबरवर किंवा ईमेलवर आपण काही सूचनाही करू शकतो, काही नवीन आयडिया सुचवू शकतो. एका अर्थी अशा वेळी आपण आपले मत आपण मांडत असतो. म्हणजेच हा झाला मत

ऐकले जाण्याचा हक्क. केवळ अशा प्रकारेच नाही तर नवीन नियम, कायदा बनवताना सरकार लोकांची मतं विचारात घेतं, ग्राहक प्रतिनिधी सर्व ग्राहकांची मतं त्यांच्या मार्फत मांडत असतात. हा झाला मत ऐकले जाण्याचा हक्क. वेष्टनावरील माहिती वाचल्यामुळे आपल्याला सर्वच हक्क बजावता येतात.”

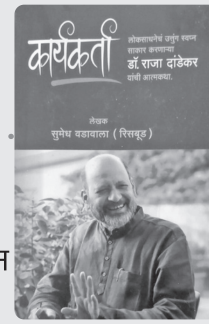
“ताई, हे सगळं खरं गं! पण इतकं कोणी करतं का?”

ताई म्हणाली, “हेच तर. अशी जागृती सर्वांच्यात यायला हवी. त्यासाठी तर आपण ‘राष्ट्रीय ग्राहक दिन’ साजरा करतो. लोकांना अशा प्रकारचा काही कायदा आहे. त्याच्यामुळे आपल्याला काही अधिकार मिळतात. या संबंधी जागरूकता निर्माण करण्यासाठी ठिकठिकाणी कार्यक्रम आयोजित केले जातात. रेडियो, टीव्ही वर कार्यक्रम दाखवतात. भाषणे होतात. चर्चांचे कार्यक्रम होतात. एव्हढेच कशाला, बऱ्याच ठिकाणी ‘जागो ग्राहक’चे स्टॉल देखील लावले जातात.”

आणि बरं का? हा राष्ट्रीय ग्राहक दिन ‘२४ डिसेंबर’. तुम्ही विचाराल की हाच दिवस का? १९८६ साली याच दिवशी भारतात ग्राहक संरक्षण कायद्याचा पाया घातला गेला. म्हणून आपण हा दिवस दरवर्षी राष्ट्रीय ग्राहक दिन म्हणून साजरा करतो.

चला आता, खरेदी सुरू करू या ना? मानस, तू बिस्किटे घे. तू डाळी घे. मी भाजी बघते. काम वाटून घेतल्यामुळे खरेदी लवकर होईल. पाकिटांवर काय बघायचं लक्षात ठेऊन काळजीपूर्वक वस्तू निवडा. आपली बास्केट घ्या आणि पळा आता.

वाचू आनंदे



डॉ. राजा दांडेकर यांची आत्मकथा

लेखक: सुमेध वडावाला (रिसबूड) | उन्मेष प्रकाशन

मूल्य: ₹५००/- **वाटपातील किंमत:** ₹३६०/-

आपल्याला आयुष्यात नेमके काय करायचे आहे, याचे पक्के भान असणे, ही एखाद्या ध्येयपथावरून चालण्याची पूर्वअट असते. कार्यकर्ता बनून ते ध्येय गाठण्यासाठी अविचल निष्ठा आणि अडचणींवर मात करण्याची जिद्द असते, त्यावेळी ध्येयपूर्तीचा गोवर्धन उचलायला अनेक हात साथीला येतात. त्या साथीदारांविषयी कृतज्ञता बाळगत विविध ध्येये कशी साध्य केली जातात. भ्रष्ट व्यवस्थेत सुध्दा निर्मळ व्यक्तिमत्वे कशी आधार देतात, याचा लेखा-जोखा म्हणजे ‘लोकसाधना’कार श्री. राजा दांडेकर यांची आत्मकथा!

लोकमान्य टिळक यांच्या चिखलगावी शिक्षणाच्या सर्व सोयी उभ्या करताना लोकमान्याचे शिक्षणविषयक विचार मार्ग उजळत होते. टिळक विचारांचा पाया आणि राष्ट्रकार्याला वाहून घेण्याचे मिळालेले बाळकडू यांच्या सुमेळातून शिक्षणाद्वारे ग्रामविकास कसा साधला, हे या आत्मकथेतून उलगडत जाते. केवळ शालेय शिक्षण नाही तर जीवन सर्वार्थाने समृध्द करणारे विविधांगी शिक्षण देणाऱ्या संस्थांचे संकुल, विचारपूर्वक उभे केले गेले. शालेय वयातील नव्हे तर प्रौढ स्त्री-पुरूषांना सुध्दा संस्थेच्या कामाने आपले म्हटले. मुलांशी मायेचे नाते जोडताना त्याच्या समस्या जाणून घेत थेट व्यसनमुक्ती पर्यंत मुलांच्या मनाची मशागत केली. ती कशी हे दारू पिऊन आलेल्या पाहुण्याला वसतीगृहातील मुले कसे दाराबाहेरच ठेवतात, या प्रसंगातून ध्यानात येते.

राजा यांनी अत्यंत गरिबीतून जिद्दीने वैद्यकीय शिक्षण पुरे केले व ते करतानाही विद्यार्थी परिषदेचा कार्यकर्ता म्हणून ‘चळवळ्या’ हे नामाभिधान प्राप्त केले. आणीबाणीतील तुरुंगवासातील अनुभव आणि त्याच काळात मिळालेली प्रेरणा ह्याबद्दलचे तपशील त्यांच्या निश्चयी वृत्तीचे दर्शन घडवितात.

सुरुवातीचा काळ अर्थात खडतर म्हणावा असा. तिथे सुशिक्षित आणि कार्याला समर्पित पत्नी रेणू हिची सक्रीय साथ मोलाची ठरली. दांडेकर पती-पत्नीने हे कार्य जोडीने करायचे हा निर्णय विवाहापूर्वीच घेतला होता, तो तपशीलसुध्दा हृद्य आहे. आलेल्या प्रत्येक आव्हानातून संधी शोधत आणि ग्राम जीवनाच्या गरजा जाणत या सुविद्य जोडप्याने ‘लोकनिर्माणासाठी साधना चालवली’.

सुरुवातीस परिसरातील गावातील रुग्णाची सेवा तन-मन-धनाने करतानाच कार्याचा पट विस्तारत नेला. तो तपशील वाचताना, काम पुढे सतत चालू राहील याची खात्री वाटावी अशी परिस्थिती आहे, हे समजून आनंद होतो. हे भाग्य त्यांनीच शिंपून मोठ्या केलेल्या, फुललेल्या, बहरलेल्या अनेक हातांमुळे आणि कुटुंबाच्या ‘शब्दातीत’ सहकार्यामुळे लाभले आहे, यातील समाधान लक्षात येते.

– वसुंधरा देवधर

नववर्षाच्या स्वागताला सज्ज पंचायत पेठा

– अनुराधा देशपांडे, पंचायत पेठ समिती अध्यक्ष

२०२६ या नवीन वर्षाची धमाकेदार सुरुवात पंचायत पेठांच्या आगमनाने होत आहे. पंचायत पेठांच्या या खरेदी उत्सवात तीन नवीन ठिकाणी पंचायत पेठेचे आयोजन करण्यात येईल. पेण, बोईसर, रत्नागिरी या तीन ठिकाणांबरोबरच अत्यंत उत्साहात आणि उलाढालीचे विक्रम करणारी पुणे येथील पंचायत पेठ आणि पूर्वनियोजित चेंबूर येथेही पंचायत पेठेचे आयोजन करण्यात येत आहे.

सध्या लग्न समारंभाची धामधूम सुरू आहे. मे पर्यंत शुभकार्याचे अनेक मुहूर्त आहेत, जानेवारी महिना संक्रांतीसारखा मोठा सण घेऊन येतोय. हौसेमौजेला उधाण आणणारे हे उत्सव, ह्याचे औचित्य साधत या पंचायत पेठांतील स्टॉलची निवड करण्यात आली आहे.

तद्वतच आपल्या पंचायत पेठा या केवळ खरेदी विक्रीची केंद्रे नसून ग्राहक जागृतीचे अभियान राबविणारा, बाजारपेठेतील उचित प्रथांचा आग्रह धरत एक आदर्श वस्तुपाठ असलेला उपक्रम आहे. म्हणूनच बाजारपेठेतील इतर व्यावसायिक ग्राहक पेठांपेक्षा वेगळेपण दर्शविणाऱ्या आपल्या ग्राहक पंचायत पेठा! त्यातही पुणे येथील ग्राहक पंचायत पेठेत 'जागो ग्राहक जागो' ह्या स्टॉलवर ग्राहक प्रबोधनासाठी सज्ज आहे प्रशिक्षित बच्चे कंपनी. ही मुले ज्या पध्दतीने उपस्थित ग्राहकांना मार्गदर्शन करतात हे अनुभवणे हे खरे आनंददायी असेल.

या नवीन वर्षाचे स्वागत आपण या पंचायत पेठांना भेट देऊन भरभरून खरेदी करून करावे, यासाठी आग्रहाचे निमंत्रण.

ग्राहक पंचायत पेठ वेळापत्रक – २०२५-२६

१.	३ जानेवारी ते ७ जानेवारी २०२६	बाल विकास संघ, चेंबूर, मुंबई	५ दिवस
२.	८ जानेवारी ते १२ जानेवारी २०२६	हर्षल हॉल, कोथरूड, पुणे	५ दिवस
३.	१४ जानेवारी ते १८ जानेवारी २०२६	मराठा समाज पेण शहर, पेण	५ दिवस
४.	६ फेब्रुवारी ते १० फेब्रुवारी २०२६	PDS's Hall, TAPS colony, TAPS Post, बोईसर	५ दिवस

मुंबई ग्राहक पंचायत

ग्राहक पंचायत पेठ दालन तक्ता – चेंबूर, पुणे, पेण २०२५-२६

क्र.	स्टॉलचे नाव	वैशिष्ट्ये	चेंबूर	पुणे	पेण
१.	दिनेह कलेक्शन	सिको, गढवाल पैठणी, कॉटन इ. ५/९ वार साड्या	✓	✗	✓
२.	युनिक कलेक्शन	कांजीवरम, बनारसी, सिल्क, पटोला, गढवाल इ.	✗	✓	✗
३.	राजू एम्ब्रॉयडरी वर्क	कलकत्ता स्पेशल, टसर सिल्क सारीज व ड्रेस मटेरिअल	✓	✓	✓
४.	श्री सिल्क	कांजीवरम, सिल्क सारीज	✗	✓	✗
५.	अथर्व कलेक्शन	जामदानी, कोरा सिल्क साड्या, रेडिमेड ब्लाऊज	✓	✓	✓
६.	वित्ताशी एंटरप्रायझेस	हॅण्ड ब्लॉक, अजरख प्रिंट साड्या	✗	✓	✓
७.	सोलरॅप	इरकल, कॉटन सिल्क, संबलपुरी, कशिदा वर्क साड्या	✓	✓	✗
८.	नवलाई क्रिएशन्स	चंदेरी, महेश्वरी, इक्कत, अजरख, हँडब्लॉक साड्या	✗	✓	✗
९.	श्वेता कलेक्शन	कॉटन, टसर (बाटीक प्रिंट), सारीज	✗	✗	✓
१०	साई सिध्दी फॅशन्स	चेटिट्नाद कॉटन, हॅण्ड पेंटेड, पारीजात, कलमकारी साड्या	✗	✓	✗
११.	सिमरन कलेक्शन्स	प्लाझो सेट, डिझाईनर कॉटन, रेयॉन कुर्तीज	✗	✓	✗
१२.	सारा कलेक्शन्स	रेडीमेड कुर्तीज, प्लाझो, दुपट्टे इ.	✓	✗	✓
१३.	मोहक क्रिएशन्स	फॅन्सी कुर्तीज, कलमकारी, इक्कत रेडिमेड कुर्तीज	✗	✓	✓
१४.	एम अॅण्ड एम्स एक्सक्लुझिव्ह	शॅडो वर्क हँड एम्ब्रॉयडरी कुर्ती, टॉपस्, साड्या	✗	✓	✗
१५.	नारी बुटिक	शॉर्ट अॅण्ड लाँग कुर्तीज् पुरुष व स्त्रियांसाठी शर्टस्	✓	✓	✓
१६.	स्पर्श क्रिएशन्स	सर्व प्रकारच्या लखनवी कुर्ती, पटियाला, प्लाझो, दुपट्टे इ.	✓	✓	✗
१७.	वल्लरी फॅशन	डेनिमचे स्त्रिया, पुरुष व मुलांसाठीचे कपडे	✓	✓	✓
१८.	मयुरा कलेक्शन	शॉर्ट टॉप, स्लिव्हलेस टॉप, वनपीस स्पॅगेटी इ.	✗	✓	✗
१९.	रोतीक कलेक्शन	शॉर्ट टॉप, ट्युनिक, लेडीज शर्ट, जॅकेट	✓	✗	✓
२०.	झिआज् कलेक्शन	कच्छ स्पेशल, कांथा, अंगरखा कुर्ती, पॅटर्न कुर्तीज	✗	✗	✓
२१.	व्होवन थ्रेड (लिमाया)	कॉटन, मल कॉटन कुर्ती, पॅन्टस्	✓	✗	✗
२२.	आभा एथनिक वेअर	लाँग, शॉर्ट कुर्तीज्, वनपिस, लेडीज शर्ट, स्कर्ट	✗	✓	✗
२३.	गाथा वर्धिष्णू	लहान मुलींपासून मोठ्यांपर्यंत कॉटनची जॅकेट्स	✗	✓	✗
२४.	मृणाक्षी लखनवी	कॉटन, मोडाल, चंदेरी, जॉर्जेट, मसलीन लखनवी कुर्तीज	✗	✗	✓
२५.	राधा फॅशन्स	बाटिक, इक्कत, बांधणी, चंदेरी ड्रेस मटेरिअल	✓	✓	✗
२६.	अनुराधाज् कलेक्शन	महेश्वरी, प्युअर सिल्क, कॉटन ड्रेस मटेरिअल	✓	✓	✓
२७.	दीपाज युनिक कलेक्शन्स	चंदेरी, कोटा, इटालियन, ड्रेस मटेरिअल	✗	✗	✓
२८.	रमा कलेक्शन	विविध प्रकारचे ड्रेस मटेरिअल	✗	✗	✓
२९.	स्वस्तिक होजिअरी	लेडीज अंडरगार्मेंटस्	✗	✓	✓
३०.	लुक अॅट मी	सर्व वयोगटासाठी नाईट सूटस्	✗	✓	✗
३१.	मायलेकी	बाटिक, जयपूर गाऊन्स इ.	✓	✓	✓

क्र.	स्टॉलचे नाव	वैशिष्ट्ये	चेंबूर	पुणे	पेण
३२.	प्रीति गार्मेंटस्	दर्जेदार गाऊन्स, फिडिंग गाऊन्स, नाईट ड्रेस इ.	✓	✓	✕
३३.	सजनी नाईटीज	विविध प्रकारचे गाऊन्स, नाईटी, हाफ गाऊन्स	✕	✕	✓
३४.	पिपा क्रिएशन	फॅन्सी ब्लाऊज, स्कर्टस् इ.	✓	✓	✓
३५.	ड्रिम्झ कलेक्शन	रेडीमेड फॅन्सी ब्लाऊज	✕	✓	✕
३६.	डी.टी. निटवेअर	बनियन्स, ट्रॅकसूट, टी शर्टस्, सॉक्स इ.	✓	✓	✓
३७.	भारतीय खादी सेंटर	लेंगे, झब्बे, शर्टस्, पंचे, हातरुमाल, जॅकेटस् इ.	✓	✓	✓
३८.	ब्लिस टी शर्टस्	कॅलीग्राफिक टी शर्टस्	✕	✓	✕
३९.	अतरंगी टि शर्टस्	मराठी कॅलीग्राफिक टीशर्टस्	✕	✕	✓
४०.	अर्मियास (MEN'S WEAR)	कॉटन शर्ट, टी शर्टस्, बॉक्सर शॉर्टस्, ट्राऊझर्स इ.	✕	✓	✓
४१.	जयपूर हँडलूम	बेडशिट, रजया इ.	✕	✓	✕
४२.	महाटेक्स	टॉवेल, सतरंज्या, दोहर, चादरी इ.	✕	✕	✓
४३.	आर.आर.क्रिएशन	सोलापुरी चादरी, डोअर मॅट, टेबल क्लॉथ, पिलो कव्हर्स	✓	✕	✓
४४.	ब्लॉक्स ॲण्ड बाटिक्स्	बेडशीट, जयपूरी दोहर, रजाई, दिवान सेट	✓	✓	✕
४५.	आभा कलेक्शन	हॅण्ड ॲप्लीक, हॅण्ड एम्ब्रॉयडरी बेडशीट्स	✕	✓	✕
४६.	पल्लवी कव्हर्स	सोफा, फ्रीज हँडल, टॉप, मिक्सर, साडी कव्हर्स इ.	✓	✓	✓
४७.	मल्हार क्रिएशन्स	बाळाचे कपडे, दुपटी, टोपी, लहान मुलांचे कपडे इ.	✓	✓	✓
४८.	अद्विका किड्स फॅशन	लहान मुलींचे फ्रॉक्स, चनिया चोळी	✕	✓	✓
४९.	आरोहिणी	स्वेटर्स, मफलर इ.	✕	✕	✓
५०.	अर्थिता बॅग्ज्	विविध प्रकारच्या ऑर्गनायझर्स बॅग्ज	✕	✓	✕
५१.	विकास लेदर वर्क्स	लेदर पर्सेस, पाऊच, लेदर जॅकेट, बेल्ट इ.	✓	✓	✓
५२.	उद्यमिता	महिला बचत गटांनी बनवलेल्या पर्सेस, फोल्डर्स	✓	✓	✓
५३.	एस ॲण्ड एस बॅग्ज्	फॅन्सी बॅग्ज, पर्सेस	✕	✓	✓
५४.	शिवम् बॅग्ज	डेनिम बॅग्ज	✓	✓	✕
५५.	प्रयोग क्रिएशन्स	हॅण्ड पेंटेड बॅग्ज, पर्सेस, पाऊच इ.	✓	✕	✕
५६.	उर्जा गिफ्टस्	विविध प्रकारच्या फॅब्रिक बॅग्ज	✕	✕	✓
५७.	ट्रॅडिशनल ऑर्नामेंटस्	इमिटेशन ज्वेलरी, आर्टिफिशल ज्वेलरी इ.	✓	✓	✓
५८.	स्वप्नालंकार	इमिटेशन ज्वेलरी आणि मोत्यांचे दागिने	✓	✓	✕
५९.	फॅशन क्युरा ज्वेलरी	टेरा-कोटा ज्वेलरी, वुडन आणि फॅब्रिक ज्वेलरी	✓	✓	✓
६०.	श्री महालक्ष्मी आर्टस्	पारंपरिक व ॲण्टिक ज्वेलरी	✕	✕	✓
६१.	स्वाती क्रिएशन्स	डिझायनर इमिटेशन ज्वेलरी	✓	✕	✕
६२.	आर्ट इन संस्कृती	सेमी प्रेशियस स्टोन, ग्लास बीड्स ज्वेलरी	✕	✓	✕
६३.	पलाश ज्वेलरी	सिल्व्हर व प्रेशियस स्टोन्स ज्वेलरी	✕	✓	✕
६४.	युथोपिया	गायीच्या तूपापासूनच्या लिपस्टीक, फाऊंडेशन क्रीम	✕	✓	✕

क्र.	स्टॉलचे नाव	वैशिष्ट्ये	चेंबूर	पुणे	पेण
६५.	ब्लॉसम ॲण्ड इन्सेंस	परफ्यूम्स	✓	✓	✓
६६.	अनुयोग इन्सेंस	विविध प्रकारची अत्तरे, सुगंधी अगरबत्ती	✕	✓	✓
६७.	झासा ग्लास आर्टिफॅक्टस्	काचेचे दिवे, पूजा सेटस्, अत्तरदाणी इ.	✕	✓	✕
६८.	विन आर्ट ॲण्ड क्राफ्ट	गणपती मखर, कापड तसेच मोत्याची तोरण, कापडी गजरे	✕	✕	✓
६९.	अखंडज्योत	टाळ, घंटी, झांज, पुजेचे साहित्य इ.	✕	✕	✓
७०.	हरि ओम वुड वर्क्स	लाकडाच्या वस्तू, फायबर मूर्ती, देव्हारे, पाट	✕	✕	✓
७१.	एन्थु फॉर आर्ट	स्टीकर आणि इतर कलात्मक वस्तू	✓	✕	✕
७२.	कलात्मक	ज्यूटच्या विविध वस्तू, टी कोस्टर्स इ.	✕	✓	✕
७३.	प्रव आर्टस्	लिप्पन आर्ट वॉलपीस, वुडन की होल्डर, टी कोस्टर इ.	✕	✓	✕
७४.	दीपक रंगोली	रांगोळीचे साचे आणि रांगोळी	✕	✕	✓
७५.	श्री सिध्दीविनायक एंटरप्रायझेस	दीपमाळा, अगरबत्ती, इलेक्ट्रीक तोरणे इ.	✓	✕	✓
७६.	नेचर्स वूड	सावंतवाडी स्पेशल लाकडी खेळणी इ.	✓	✓	✓
७७.	शीलाताई फूड प्रॉडक्टस्	लोणचे- ओली हळद, मोडमेथी, सरबत- कैरी, जॅम	✓	✓	✓
७८.	पोशिंदा न्युट्रिशनल प्रॉडक्टस्	सर्व प्रकारचे मध-सूर्यफूल, बाभुळ इ.	✓	✓	✓
७९.	हनीबंस	सर्व प्रकारचे मध	✕	✓	✕
८०.	वंश गार्डन इनोव्हेटीव्हज्	फोल्डींग चटया, फोल्डींग वेताचे पडदे	✓	✕	✓
८१.	श्री विनायक एंटरप्रायझेस	घरगुती सफाईचे विविध ब्रश	✓	✓	✓
८२.	ओमकार मार्केटींग	हार्ड ॲनोडाइज्ड किचन वेअर्स, (बिडाची) भांडी	✓	✓	✓
८३.	गेबी क्लिनिंग	साफ सफाईची उत्पादने	✓	✓	✓
८४.	विनय एंटरप्रायझेस	किचनमधील विविध गृहोपयोगी स्टॅण्डस् होल्डर इ.	✓	✓	✓
८५.	महालक्ष्मी एंटरप्रायझेस	किचन वेअर्स	✓	✕	✓
८६.	स्पायका होम ॲण्ड हायजिन	विविध प्रकारची स्वच्छके	✓	✓	✓
८७.	चंदना सामंता	फोल्डींग चटया, बॅग्ज, टोपल्या इ.	✕	✓	✕
८८.	एस.के.एंटरप्रायझेस	विविध प्रकारचे फर्निचर्स	✕	✓	✓
८९.	माथेरान चप्पल (राजू मोरे)	पादत्राणे (माथेरान स्पेशल)	✓	✕	✕
९०.	माथेरान चप्पल (संतोष मोरे)	स्त्री-पुरुषांची पादत्राणे	✕	✓	✕
९१.	स्टेप इन वॉक शूज	विविध डिझाईन्सच्या चप्पलस्, सॅडल्स, शूज इ.	✕	✕	✓
९२.	एमजीपी (वितरण)	संस्थेची प्रकाशने, शॉपी बॅग्ज इ.	✓	✓	✓
९३.	जागो ग्राहक जागो	ग्राहक जागृती व शिक्षण	✓	✓	✓
		सामाजिक संस्थांचे स्टॉल			
१.	सुहित जीवन ट्रस्ट	मतिमंद मुलांनी बनवलेल्या ज्युट बॅग्ज, दिवे, कृत्रिम फुले	✕	✕	✓
२.	आई डे केअर	अंध मुलांनी बनवलेल्या विविध वस्तू	✕	✕	✓

गुंतवणूक का, कधी, कोठे आणि कशी करावी?

– वर्षा भुर्के, ठाणे विभाग

मुंबई ग्राहक पंचायत ठाणे विभागातर्फे १४ नोव्हेंबर रोजी 'गुंतवणूक का, कधी, कोठे आणि कशी करावी' या विषयावर उदय पिंगळे यांचे मार्गदर्शनपर व्याख्यान आयोजित केले गेले होते.

कार्यक्रमाच्या सुरुवातीला उदय पिंगळे यांनी वैयक्तिक आर्थिक गुंतवणुकीला सुरुवात कशी केली हे सांगून, स्वतः गुंतवणुकीविषयी प्रशिक्षण घेऊन तसेच इतर जाणकारांना विचारून आपले गुंतवणुकीबद्दलचे ज्ञान वाढवत नेले.

आर्थिक गुंतवणूक करताना, आपल्याकडे असलेले पैसे, जोखीम घेण्याची तयारी, आपलं उद्दिष्ट, आपल्या मनाची तयारी या सर्वाचा विचार करून पैसे गुंतवणुकीचा मार्ग निवडावा कोणकोणत्या प्रकारे गुंतवणूक करता येईल याची माहिती त्यांनी दिली- बचत योजना, स्थावर मालमत्ता, शेअर्स बाजार, म्युच्युअल फंड, सीनियर सिटीजन सेविंग स्कीम (SCSS), आर.बी. आय., इन्फ्रास्ट्रक्चर व इतर बाँड्स, रियल इस्टेट, गोल्ड, मेडिक्लेम इ.

शेअर्स मध्ये गुंतवणूक करताना त्या कंपनीचा व डायरेक्टरचा अहवाल वाचन यामुळे कंपनीची आर्थिक स्थिती, नफा, विक्री, प्रगती, वाढ, पुढील योजना कळतात. इकॉनॉमिक्स टाइम्स सारख्या पेपरमधून आर्थिक योजनांबद्दल माहिती मिळू शकते. स्क्रीनर ॲपमुळेही कंपनीची दहा वर्षांतील मूलभूत माहिती कळते. या सर्वांच्या आधारे गुंतवणूकदारांना माहितीपूर्ण निर्णय घेता येतो. स्थावर मालमत्तेतील

गुंतवणुकीबद्दल तसेच म्युच्युअल फंडातील वेगवेगळ्या प्रकाराबद्दल माहिती सांगितली.

शेवटी गुंतवणूक करताना मिळणारा परतावा, सुरक्षितता, कमी जोखीम, गरज असेल तेव्हा पैशांची उपलब्धता, या गोष्टी गुंतवणूकदाराने लक्षात ठेवाव्या व महिन्याच्या खर्चाच्या सहापट रक्कम घरी किंवा फिक्स डिपॉझिटमध्ये ठेवूनच बाकीच्या पैशांची गुंतवणूक करावी, जेणेकरून गरजेच्या प्रसंगी उपलब्ध होऊ शकेल त्यानंतर श्रोत्यांनी विचारलेल्या प्रश्नांचे त्यांनी निरसन केले.

उपस्थितांचे स्वागत वर्षा भुर्के, संस्थेची माहिती सुनीती गोगटे, उदय पिंगळे यांची ओळख नेहा बर्वे, उदय पिंगळे यांचे स्वागत नीला लुमण, आभार प्रदर्शन स्मिता वर्तक यांनी केले. एकंदरीत कार्यक्रम उपयुक्त झाला असे उपस्थितांनी सांगितले. संस्थेच्या कार्याची ओळख झाल्याने स्वयंप्रेरणेने चौघांनी सहयोगी सभासदत्व घेतले.

सिटी को-ऑपरेटिव्ह बँक ठेवीदारांतर्फे मुंबई ग्राहक पंचायतीची राष्ट्रीय ग्राहक आयोगात याचिका

मुंबई ग्राहक पंचायतीने राष्ट्रीय ग्राहक आयोगात बुडीत खात्यात गेलेल्या सिटी को-ऑपरेटिव्ह बँकेच्या ५ लाखांहून जास्त रकमा असलेल्या ३१२ ठेवीदारांतर्फे एक याचिका दाखल केली असून त्यावर प्राथमिक सुनावणी १० ऑक्टोबर आणि १० नोव्हेंबर २०२५ रोजी झाली. तक्रार दाखल करून घेण्याबाबत राष्ट्रीय आयोगाने काही तांत्रिक प्रश्न उपस्थित केले असून त्याची पुढील सुनावणी आता २२ जानेवारी २०२६ रोजी अपेक्षित आहे. संस्थेतर्फे ॲड. शिरीष देशपांडे राष्ट्रीय आयोगापुढे बाजू मांडत आहेत.

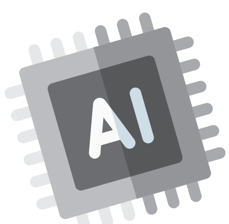
कोणता फोन नंबर कधी, कशासाठी?

सामान्य नागरिकांच्या मदतीसाठी १९३० आणि १९४५ असे दोन फोन नंबर देशभरात उपलब्ध करून दिलेले आहेत. मात्र या दोन्ही क्रमांकांच्या मार्फत मिळणाऱ्या सेवांमध्ये फरक आहे. तो समजून घेतला की कोणत्या कारणासाठी कुठला क्रमांक वापरायचा ते लक्षात येईल.

१९३० हा क्रमांक फक्त आर्थिक फसवणुकीची नोंद घेतो. ऑनलाईन व्यवहार, डेबिट/क्रेडीट कार्ड, UPI, नेट बँकिंग करताना, केवायसीच्या बहाण्याने, ओटीपी द्वारे फसवणूक झाल्याचे लक्षात येताच १९३० या क्रमांकाशी संपर्क साधला पाहिजे. त्यामुळे खाते गोठवले जाते, त्या खात्यातून फसवून जे व्यवहार सुरू केलेले असतील, ते थांबविले जातात. संबंधित बँक/सेवा पुरवठादार यांना सतर्क केले जाते. योग्य तपासणीनंतर फसवणुकीला बळी पडलेल्याच्या खात्यात रक्कम वळविली जाते. या व्यतिरिक्त गुन्हेगाराला पकडणे, तक्रार दाखल करणे अशा प्रकारची सेवा १९३० वरून उपलब्ध होत नाही. आर्थिक फसवणुकीसाठी १९३० वर तक्रार करून शिवाय गुन्हा दाखल करणे आवश्यक असते, हे लक्षात घ्यावे.

१९४५ हा क्रमांक वेगवेगळ्या संकटात नागरिकांना मदत करतो. १९३० सारखा केवळ एकाच विशिष्ट कामाशी हा बांधलेला नाही. कुठे अचानक अत्याचार झाला, दरोडा पडला, धमकीचे फोन आले, खंडणीची मागणी झाली या किंवा इतर संकटात १९४५ ह्या क्रमाकावर संपर्क साधणे योग्य ठरते. याचे वैशिष्ट्य असे की तक्रारीनुसार कायदेशीर प्रक्रिया सुरू होते. (It sets law into motion) अगदी ई-एफआयआर सुविधा सुध्दा उपलब्ध केलेली आहे.

‘संचारसाथी’ या पोर्टलवर सुरक्षिततेची विविध साधने आणि सुविधा यांची तपशीलवार माहिती उपलब्ध आहे.



AI based customer service – not ‘fool proof’ as yet

– **Vasundhara Deodhar**

We the consumers use different services from financial, entertainment to food delivery. For these services, use of AI as first communication with the customer is becoming a new normal. Even a chatbot or a What’s app number provided by the businesses are type of AI based modules. But, when it comes to customer service, AI can’t compete with humans. AI driven chatbots / robots can only give programmed responses. The experience, many a times frustrates the customer who needs human intervention. In some cases it may result in getting unwanted / not ordred stuff delivered.

Here are a few incidents that can help us all to learn where to stop the communication with AI driven service and that Alexa and Siri are capable of creating trouble for the users.

McDonald’s AI is hilariously getting orders wrong.

While one of the largest restaurant chains in the world, they are not immune to the failures of AI.

One such order gone wrong has a young lady attempting to order plain vanilla ice cream. Instead, the AI wants to give her a caramel sundae. Despite her efforts to get the AI to remove the caramel and just get plain ice cream, she ends up with a packet of butter and a packet of ketchup on the order.

Another fail came when a customer attempted to order Mountain Dew (which was not carried at the restaurant) and AI wanted to give him Coke instead. It didn't seem to know how to handle not having the item requested.

In yet another not so simple exchange, AI continues to ramp up a customer's order to over 2,000 chicken nuggets! The exchange ended up in lots of laughter as they kept pleading with AI to stop increasing the order.

Amazon's Alexa is always alert, be careful.

Imagine the parents' shock when an expensive dollhouse and some cookies showed up at their house. Turns out their daughter was "talking" to Amazon's Alexa and asked for these items.

What makes the story go one step further is the news story that followed. Apparently, when the story aired on the local news, Amazon's Alexa picked up on it in other homes as well. You guessed it, more dollhouses and cookies showed up to other homes as well.

Alexa is always listening! You've been warned.

Siri can tell only whatever is fed to her.

AI may misinterpret context, generate absurd or nonsensical responses, or exhibit unintended humour. Siri has been known to respond to the question "what's the meaning of life?" with "The answer is 42," a reference to The Hitchhiker's Guide to the Galaxy. She also responds to the question "what's the best phone?" with "Wait...there are other phones?" (These answers do not actually cost anything but educate us about the limitations of AI.)

Customer's frustration led to creating a poem.

One AI chatbot for a delivery service was coaxed into creating a poem that put down its own company and cursed at the customer after the customer was unable to reach a human for help. It was a rather unfortunate situation, but easy to see how the customer became quickly frustrated by not being able to get connected to an actual person. That frustration may have lead to the poem part of the story.

Please note: Artificial Intelligence might be here to stay, but it will take a long time before it can fully function independently. Human interaction remains important. AI cannot be trusted to act alone when it comes to customers. AI has its place and that should be acknowledged, but for the best customer service, a human just can't be replaced.

References from: https://frontofficesolutions.net

• POSTAL REGISTRATION NO. MCN/158/2023-2025 • WPP LICENSE NO. MR/TECH/WPP-137/NORTH/2023-2025
• LICENSE TO POST WITHOUT PREPAYMENT, ON 5TH & 6TH • VILE PARLE (W) P.O. MUMBAI - 400 056
RNI NO. MAHBIL/2011/39044

पुण्यात बालग्राहक शिबिराची गजबज

– कल्पिता रानडे, कार्यवाह, पुणे वितरण

जानेवारी २०२६ मध्ये पुणे येथे होणाऱ्या ग्राहक पंचायत पेठेत 'जागो ग्राहक जागो' हा आपला कक्ष गेल्यावर्षी प्रमाणेच शालेय मुलांच्या किलबिलाटाने गजबजावा आणि या छोट्या शिलेदारांनी मोठ्या ग्राहकांना सजगतेचे मंत्र द्यावेत, असे पुणे वितरण समितीला वाटले. पंचायत पेठ अध्यक्षा अनुराधा देशपांडे यांनी यासाठी संपूर्ण सहमती आणि पाठिंबा दिला. मग काय, पुणे वितरण कार्यकर्त्या लागल्या कामाला! संघ सभासदांची आणि त्यांच्या ओळखीने अशी २३ मुले शिबिराला आली. शिबीर घेण्यासाठी शिक्षण विभागातून नेहा जोशी आणि मंगला गाडगीळ मुंबईहून आल्या होत्या. पुणे वितरण केंद्रातील या शिबिराचे नियोजन श्रेया सहस्रबुध्दे, दिप्ती जोशी, स्वाती ओक आणि कल्पिता रानडे यांनी केले.

ग्राहक म्हणजे कोण याची व्याख्या, वेष्टन वाचन, जाहिरातींचा भुलभुलैय्या, असली नकली, वजनमाप, ISI मार्क, Agmark, Fssai सारख्या अनेक चिन्हांची ओळख आणि BIS CARE App कसे वापरावे याची माहिती अतिशय खेळीमेळीच्या वातावरणात देण्यात आली. PPT आणि film द्वारे जाहिराती कशा फसव्या, अतिरंजित असतात, त्यांना कसे भुलू नये, याबाबत सजग करण्यात आले. काही आक्षेपार्ह जाहिराती मुलांनीही सांगितल्या.

मुले अतिशय उत्साहाने आणि उत्स्फूर्तपणे सगळ्या खेळांत आणि दिवसभराच्या शिबिरात सहभागी झाली. सगळीच मुले एकमेकांना अपरिचित होती, पण नेहाताईने घेतलेल्या खेळांत आणि सगळ्या उपक्रमांत छान सहभागी झाली. ही मुले तिसरी ते नववीतील होती. या सर्व मुलांना खाऊ म्हणून रानमेवा दिला गेला. सगळ्यांनी आवळा, चन्यामन्या बोरं, पेरू, चिंचा, सुग्रास जेवण, कोकम सरबत यांचा मजेत फडशा पाडला! आता सगळी मुले पंचायत पेठेत 'जागो ग्राहक कक्ष' सांभाळायला सज्ज झाली आहेत. मुलांनी घरी जाऊन दिवसभराचा वृत्तांत एवढ्या उत्साहाने सांगितला की, सगळ्याच पालकांनी खूप छान छान अभिप्राय दिले. वितरण केंद्रात सामान उतरवून घेणे, ते पोचवणे अशा रुटीन कामापेक्षा वेगळाच किलबिलाट अनुभवून आम्ही कार्यकर्ते सुखावलो. पंचायत पेठेच्या तयारीला लागायला उमेद देणारा ठरला हा उपक्रम!

देशाच्या प्रगतीचा आम्ही आहोत आधार, करू आम्ही प्रगत भारताचे स्वप्न साकार!!! असे काहीसे या मुलांचे आश्वासक चित्र आमच्या डोळ्यापुढे साकारून गेले!