

“डिजिटल युगातील ग्राहक जागरूकता - आव्हाने व उपाययोजना”

डॉ. ईश्वर जनार्दन वाघ

श्रीमती राजकमल बाबुराव तिडके महाविद्यालय ,
मौदा जिल्हा नागपूर.

ई-मेल - ishwarwagh714@gmail.com

मोबाईल नंबर : 8806685850

सारांश :

ग्राहक हा कोणत्याही अर्थव्यवस्थेचा केंद्रबिंदू असतो. ग्राहकाला अर्थव्यवस्थेचा राजा सुद्धा म्हटले जाते. सुमारे 5000 वर्षांपूर्वी कौटिल्याचे अर्थशास्त्र या ग्रंथात ग्राहक या शब्दाचा अर्थ सापडतो. आजच्या काळात बाजारपेठामध्ये ग्राहकांना बऱ्याच समस्यांना सामोरे जावे लागते. जसे फिशिंग घोटाले, वस्तू व सेवा यांच्या निवडीत समस्या, डेटा चोरी जाण्याची भीती, फसवणूक करणाऱ्या जाहिराती, परतावा धोरणाविषयीची अज्ञानता, वस्तूची भेसळ व निकृष्ट दर्जा यात फसवणूक वस्तूच्या किंमत व उत्पादनातील भिन्नता याविषयीची अज्ञानता इत्यादी. या सगळ्या अडचणीवर मात करण्यासाठी ग्राहकांना त्यांच्या हक्काची जाणीव असणे अत्यंत महत्वाचे आहे. ग्राहक जागृती हे केवळ त्यांना त्यांच्या हक्काचे संरक्षण करण्यासाठी नव्हे तर योग्य निर्णय घेण्यासाठी आणि बाजारपेठेत सन्मानाने उभे राहण्यासाठी आवश्यक आहे. म्हणूनच अमेरिकेचे राष्ट्राध्यक्ष जॉन एफ केनेडी यांनी 15 मार्च 1962 रोजी जगाला एक संदेश दिला व हा दिवस जागतिक ग्राहक दिवस म्हणून साजरा करण्याचे आवाहन केले.

एक ग्राहक म्हणून प्रत्येकाला गरजाची पूर्ती करण्याचा, वस्तू व सेवा, अन्न, वस्त्र निवारा, आरोग्य व शिक्षण घेण्याचा प्रत्येकाला हक्क आहे. पण त्यासोबतच त्याला त्यांची कर्तव्य सुद्धा माहीत असायला पाहिजे. बाजारपेठेतील लुटा रुस स्पर्धेपासून ग्राहकाचे संरक्षण करण्यासाठी ग्राहक जागृती कार्यक्रम राबविणे, ग्राहकांना संरक्षण कायद्याचे ज्ञान देणे, उत्पादनावरील लेबल्स, वॉरंटी तपासण्याचे ग्राहकामध्ये कौशल्य आणणे. वस्तूच्या खरेदीविषयी विश्वसनीय प्लॅटफॉर्म निर्माण करण्याची गरज आहे. ग्राहक संरक्षण कायदा, परतावा धोरण याविषयी ग्राहकाला पुरेशी ज्ञान असण्याची गरज आहे. म्हणून आधुनिक काळात ग्राहक वर्गाची कुठेही फसवणूक होणार नाही, त्याचे शोषण होणार नाही, अशी ग्राहक जागरूकता काळाची गरज आहे.

प्रस्तावना :

ग्राहक कोणत्याही अर्थव्यवस्थेचा केंद्रबिंदू आहे. ग्राहकाच्या मागणीनुसारच उत्पादन वाटणी आणि सेवा देण्याच्या प्रक्रिया ठरविल्या जातात. सुमारे 5000 वर्षांपूर्वी कौटिल्याच्या अर्थशास्त्र या ग्रंथात ग्राहक या शब्दाचा अर्थ सापडतो. आर्य चाणक्याच्या काळात ग्राहक घटकाला समाजात मानाचे स्थान होते. जगातील सर्व उत्पादने आणि सेवा या ग्राहकासाठीच निर्माण केल्या जातात. ग्राह्य सेवांचा उपभोग घेता त्यामुळे जगाच्या अर्थव्यवस्थेचे

चक्र सतत फिरत असते. जर अर्थव्यवस्थेत ग्राहक नसेल तर आर्थिक व्यवहारांना काहीच अर्थ राहणार नाही, हे अमेरिकेचे राष्ट्राध्यक्ष जॉन एफ केनडी यांनी ओळखले. त्यांनी 15 मार्च 1962 रोजी काँग्रेसला उद्देशून एक संदेश दिला. या संधीशातच ग्राहक जागृतीची बीजे रोवली गेली, म्हणून 15 मार्च हा जागतिक ग्राहक दिवस म्हणून साजरा केला जातो.

आधुनिक डिजिटल युगात ग्राहक समोर अनेक प्रकारची आव्हाने उभी आहेत. ग्राहक जागृती एक मजबूत अर्थव्यवस्थेचा एक महत्वाचा भाग आहे. कोणत्याही वस्तूची खरेदी करताना त्याला कायदेशीर अधिकाराचे भान असायला पाहिजे. एक ग्राहक म्हणून प्रत्येकाला गरजांची पूर्ती करण्याचा, वस्तू व सेवा, अन्न, वस्त्र निवारा, शिक्षण, आरोग्य सुविधा, पाणी, सार्वजनिक सुविधा प्राप्त करण्याचा हक्क असतो. त्याविषयीचा आकडा जागृत करण्याची गरज आहे. त्यामुळे ग्राहकाचे समाधान सुधारते तसे त्यांच्याकडून माहिती पूर्ण खरेदी निर्णय घेण्याची शक्यता जास्त असते. त्यामुळे बाजारपेठेतील स्पर्धा आणि नाविन्य व वाढू शकते. त्यामुळे शेवटी निरोगी अधिक गतिमान अर्थव्यवस्था निर्माण होते. परंतु आजच्या बाजारपेठामध्ये ग्राहक अनेक समस्यांना सामोरे जात आहे. जसे की फसवणूक चुकीच्या जाहिराती आणि निकृष्ट दर्जाची उत्पादने या सगळे अडचणीवर मात करण्यासाठी ग्राहकांना त्यांच्या हक्काची जाणीव असणे अत्यंत महत्वाचे आहे. ग्राहक जागृती ही केवळ त्यांना त्यांच्या हक्काचे संरक्षण करण्यासाठीच नव्हे तर योग्य निर्णय घेण्यासाठी आणि बाजारपेठेत सन्मानाने उभे राहण्यासाठी आवश्यक ठरते.

संशोधन विषयाचे उद्देश :

प्रस्तुत विषयाचा अभ्यास करताना खालील उद्देश ठरविलेले आहेत-

1. ग्राहकाच्या समस्येचे अध्ययन करणे.
2. ग्राहकाच्या समस्यावर उपाय योजना सुचविणे.
3. ग्राहकांना येणाऱ्या अडचणीचा शोध घेणे.
4. आधुनिक डिजिटल युगात ग्राहक जागृतीची प्रासंगीता जाणून घेणे.

संशोधन विषयाचे गृहीतके:

प्रस्तुत संशोधन विषयाचा अभ्यास करताना पुढील गृहीतकांचा विचार केला आहे.

1. ग्राहक जागरूकतेमुळे शोषणमुक्त समाज व्यवस्था निर्माण होते.
2. ग्राहकाला संरक्षणात्मक कवच निर्माण होऊन समाधानाची पातळी वाढते.
3. ग्राहक जागृतीमुळे सशक्त, सक्षम व आत्मनिर्भर ग्राहक निर्माण होतो.

ग्राहक जागरूकतेचे प्रमुख मुद्दे :

ग्राहक जागृती विषयी ग्राहकांना काही विशेष बाबींची ज्ञान असणे आवश्यक असते, त्या मुद्द्यांची चर्चा खालील प्रमाणे करता येते.

1. ग्राहक हक्क :

आधुनिक काळात ग्राहकांना अनेक समस्यांना सामोरे जावे लागते. त्यासाठी त्यांना आपल्या हक्का विषयीची माहिती असायला पाहिजे. त्यात सुरक्षिततेचा हक्क, माहिती मिळवण्याचा हक्क, वस्तू निवडीचा हक्क, तक्रार निवारण्याचा हक्क, ग्राहक शिक्षणाचा हक्क., आपले मत मांडण्याचा हक्क, मूलभूत गरजा भागवण्याचा हक्क याविषयी ग्राहक जागरूक असला पाहिजे. या डिजिटल युगात बाजारपेठेचा फार मोठा विस्तार झाला आहे. ग्राहका अर्थव्यवस्थेचा राजा मानला जात असला तरी प्रत्यक्षात अनेकदा त्यांची शोषण होते, अशा परिस्थितीत ग्राहकांना त्याचे हक्क मिळवून देण्यासाठी ग्राहक जागरूकता महत्वाची आहे.

2. जागरूक ग्राहकांची कर्तव्ये :

डिजिटल युगात ग्राहकाला आपल्या हक्कासोबतच कर्तव्याची सुद्धा जाणीव असली पाहिजे. त्यांनी वस्तू व सेवांची खरेदी करताना त्याची गुणवत्ता, किंमत, शुद्धता आणि दर्जा तपासून राहिला पाहिजे. त्यासाठी कोणतीही वस्तू खरेदी केल्यावर पक्के बिल घेणे, जाहिरातीला बळी न पडणे, व पर्यावरणाचे भान ठेवणे आवश्यक आहे.

3. फसवणुकीपासून सावध :

ग्राहकाची व्यापाऱ्याकडून बऱ्याच वेळात फसवणूक केली जाते. खराब वस्तू वजनामध्ये चोरी, जास्त किंमत वसूल करणे, वस्तू विषयी खोटी माहिती देऊन ग्राहकांना आकर्षित करणे, ग्राहकाला दिला जाणाऱ्या बँकिंग, विमा, ऑनलाईन खरेदी याबाबत सेवांमध्ये फसवणूक करणे, याविषयी ग्राहकाला जागृत राहणे आवश्यक आहे.

4. जागतिक ग्राहक हक्क दिन :

दरवर्षी जगात 15 मार्च जागतिक ग्राहक हक्क दिन म्हणून साजरा केला जातो. चांगल्या वस्तू किंवा सेवा मिळवण्याचा आणि तसे घडले नाही तर दाद मागण्याचा ग्राहक म्हणून प्रत्येकाला अधिकार आहे. या अधिकाराचे रक्षण करणे, त्याबाबत जनजागृती करणे यानिमित्ताने दरवर्षी जागतिक स्तरावर ग्राहक हक्का विषयी चर्चा करण्याचे अवचित्य साधले जाते.

डिजिटल युगातील ग्राहका समोरील आव्हाने :

आधुनिक काळात ऑनलाईन खरेदीमध्ये बरीच वाढ झालेली आहे परंतु अशा परिस्थितीत ग्राहकांसमोर बरीच आव्हाने उभी आहेत त्याची चर्चा खालील प्रमाणे करता येते-

1. फिशिंग घोटाळे :

सध्याच्या डिजिटल युगात बऱ्याच मोठ्या प्रमाणावर ग्राहक वर्ग ऑनलाईन व्यवहार करतात. आपल्या मोबाईलवर अनेक प्रकारचे ईमेल येतात. बऱ्याच लिंक सुद्धा येतात, या ईमेल किंवा लिंक वर क्लिक केल्यामुळे ग्राहकाचे पैसे जातात, त्याबद्दलची पूर्ण माहिती चोरी केली जाते. ग्राहकाची फसवणूक करून त्यांना लुबाडले जाते, या घोटाळ्यांनाच फिशिंग घोटाळे असे म्हटले जाते. या घोटाळ्यापासून आपले संरक्षण करण्याची ग्राहक समोर

फार मोठे एक आव्हान आहे.

2. वस्तू व सेवा विषयी सुविधा व निवड :

सध्याच्या काळात कंपन्यांकडून ग्राहकांना वस्तू व सेवा विषयी अनेक प्रकारच्या सुविधा दिल्या जातात. त्याशिवाय वस्तू निवडी बाबत अनेक पर्याय दिले जातात. ऑनलाइन शॉपिंग मुळे कुठूनही उत्पादने खरेदी करण्याची सोय होते, याशिवाय बाजारपेठेत बनावट वस्तूचे सुद्धा मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन केले जाते. अशावेळी आपली फसवणूक होणार नाही याची ग्राहकाला दक्षता घेणे आवश्यक आहे.

3. डेटा सांभाळणे विषयी आव्हान :

सध्याचे नवीन युग डेटा अर्थात माहितीचे युग आहे. आपला डेटा अनेक ठिकाणी गोडा होतो. आपले आधार डेटा हा लिंक असल्यामुळे आपली वैयक्तिक व आर्थिक सुरक्षा धोक्यात येऊ शकते. ग्राहकाच्या एका चुकीमुळे ग्राहकाचे फार मोठे नुकसान होऊ शकते आपली गुप्त माहिती कुठे शेअर करावयाची याची काळजी घेणे, वैयक्तिक डेटा सुरक्षित करण्यासाठी नियमितपणे पासपोर्ट बदलविणे आणि वेगवेगळे पासपोर्ट तयार करणे आवश्यक आहे. या डिजिटल युगात आपला डेटा चोरी झाल्यामुळे बँकेचे खाते रिकामे होऊ शकते किंवा आपली ओळखही चोरी होऊ शकते त्यामुळे डेटा सुरक्षित ठेवण्याचे आव्हान ग्राहकांसमोर आहे.

4. फसवणूक करणाऱ्या जाहिरात :

आधुनिक काळात जाहिरात ही एक अत्यंत प्रभावी शक्ती म्हणून ओळखली जाते. प्रत्येक उत्पादक जाहिरातीच्या माध्यमातून ग्राहकाच्या आवडीनिवडीनां प्रभावित करित असते. बाजारपेठेत नवीन नवीन वस्तूची विक्री होत असते या वस्तूचा ग्राहकाच्या मनावर परिणाम व्हावा म्हणून आकर्षित करणाऱ्या जाहिराती दिल्या जातात. जुने ग्राहक टिकवून ठेवणे व नवीन ग्राहक जोडणे याकरिता जाहिराती एक प्रभावी साधन मानले जाते. सध्याच्या काळात उत्पादकामध्ये स्पर्धेचे वातावरण तयार झाले आहे. त्यामुळे या स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी अनेक जाहिरातदार आपल्या वस्तूची जाहिरात देताना खोटे आणि अवास्तव वर्णन करून वस्तूची चुकीची व अपूर्ण माहिती, चुकीचे बोधचिन्ह, खोटी आश्वासने, व चुकीच्या ऑफर्स देत असतात. त्यामुळे अशा आभासी वातावरणात ग्राहकाची फसवणूक होऊ शकते. त्यामुळे फसवणूक करणाऱ्या जाहिरातीपासून आपले संरक्षण करण्याचे आव्हान ग्राहकांसमोर आहे.

5. डिजिटल युगातील परतावा धोरण :

ग्राहक परतावा धोरण हे ऑफलाइन व ऑनलाईन अशा दोन्ही व्यवहारांमध्ये उपयुक्त ठरते. परतावा धोरण म्हणजे एखाद्या ग्राहकाने वस्तू खरेदी केली व त्यात काही दोष आढळले किंवा खराब निघाली तर वस्तू बदलवून देण्याची किंवा पैसे परत करण्याची नियमावली होय. त्यामुळे ग्राहकांच्या विश्वासात वाढ होते तसेच आर्थिक व्यवहारात पारदर्शकता येते. बहुतेक ऑनलाईन किरकोळ विक्रेत्यांचे परतावा धोरण भौतिक दुकानापेक्षा वेगळी असते. या तोरणांतर्गत वस्तू परत करण्यासाठी तीन ते वीस दिवसांचा कालावधी दिला जातो. परंतु ग्राहकाला

त्याची जाणीव असणे आवश्यक आहे. परतावा धोरण सर्वच वस्तू करता लागू नसते जसे अंतर्गत कपडे, डिजिटल वस्तू, सोन्या-चांदीच्या वस्तू या धोरणाला अपवाद ठरतात.

कोणतीही वस्तू परत करताना तू त्याचा बदली खर्च कोण भरणार यांची माहिती स्पष्ट असायला पाहिजे. परताव्याच्या प्रक्रियेविषयी ग्राहक पूर्णपणे जागरूक असला पाहिजे ग्राहकाने कोणतीही महागडी किंवा मोठी वस्तू खरेदी करण्यापूर्वी दुकानाचा पत्ता, ईमेल, वेबसाईट, अटी व शर्ती तपासून पहिल्या पाहिजे, त्यामुळे ग्राहकाला भविष्यात मनस्ताप होणार नाही.

6. भेसळ व निकृष्ट दर्जा :

ज्या वस्तू मानक आणि अपेक्षित गुणवत्ता पूर्ण करीत नाही त्यांना निकृष्ट वस्तू म्हणतात. बऱ्याचदा आणि कृष्ण दर्जाच्या वस्तूवर गुणवत्ता प्रमाणपत्र असण्याची शक्यता कमी असत, त्यामुळे वापर करणाऱ्या ग्राहकांना विश्वास ठेवणे कठीण जाते. दोषपूर्ण उत्पादन पद्धती, कच्च्या मालाचा निकृष्ट दर्जा, वस्तूमध्ये असलेले खराब बाबी जसे टीव्हीवरील चित्र न दिसणे, पाण्याचा हिटर ला करंट येणे, कपड्यात डॅमेज असणे, घडी बंद पडणे इत्यादी दोष असल्यास ग्राहकाची दिशाभूल होते. याविषयी ग्राहकांना जागरूक असणे आहे

भेसळ युक्त वस्तू म्हणजे शुद्ध स्वरूपात वस्तू उपलब्ध नसणे होय. चांगल्या वस्तूमध्ये निकृष्ट दर्जाच्या वस्तू मिसळविल्या जातात वस्तूचे वजन, आकारमान, वाढवण्यासाठी त्यात दुसऱ्या प्रकारचा माल मिसळविला जातो. त्यामुळे ग्राहकावर त्याचा फार वाईट परिणाम होऊ शकतो. जसे अपचन अंधत्व अपंगत्व, कावीळ यासारखे रोग, नैतिक मूल्याचा न्हास, शारीरिक दोष निर्माण होणे, इत्यादी परिणाम होऊ शकतात. याविषयी ग्राहकांना जागरूक असण्याची गरज आहे.

7. वस्तूच्या किंमती आणि उत्पादनातील भिन्नता :

आधुनिक काळात बाजारपेठेमध्ये वस्तू विक्री विषयी स्पर्धा आढळून येत आहे. ग्राहकांना वस्तू खरेदी करताना अनेक पर्याय उपलब्ध आहे अशा परिस्थितीत प्रत्येक उत्पादक आपले उत्पादन व वस्तूची किंमत इतरांपेक्षा कशी वेगळी आहे हे दाखवण्याचा प्रयत्न करतो. उत्पादन भिन्नता ग्राहकांना एखाद्या उत्पादनाचा विशिष्ट फायदा, विशेषता किंवा मूल्य दाखवून ते उत्पादन विकत घेण्यास प्रेरित करतील. बरेचदा ग्राहकाची फसवणूक होण्याची शक्यता असते. वस्तूची डिझाईन, गुणवत्ता, रंग, आकार, वजन इत्यादी बाबतीत भिन्नता आढळून येते. वस्तूच्या किंमतीमध्ये सुद्धा बदल करून, ऑफर्स देऊन ग्राहकांना आकर्षित करण्याचा प्रयत्न केला जातो. उच्च किंवा कमी गुणवत्तेवर उत्पादनाची निर्मिती केली जाते. कधी कधी आभासी किंमती निर्माण केल्या जातात.

थोडक्यात प्रत्येक उत्पादकाकडून आपला माल बाजारात विकण्यासाठी विविध प्रकारची आकर्षण निर्माण केली जातात. परंतु हे करताना ग्राहकांच्या हिताचा प्रमुख्याने विचार केला जात नाही. त्यामुळे ग्राहकाने या आव्हानांना सामोरे जाण्यासाठी जागरूक राहण्याची गरज आहे.

उपाय योजना :

आधुनिक काळातील स्पर्धेच्या बाजारपेठेत ग्राहकांना जागरूक राहणे अत्यंत आवश्यक आहे यासाठी ग्राहकाने खालील दक्षता घेणे आवश्यक आहे.

1. ग्राहक जागृती कार्यक्रम राबविणे :

बाजारपेठेतील लुटारू स्पर्धेपासून ग्राहकाची संरक्षण करण्यासाठी ग्राहक जागृती कार्यक्रम राबविणे आवश्यक आहे. शाळा, महाविद्यालय, सामाजिक मंच, राजकीय मंच, सांस्कृतिक मंच या द्वारे जनजागृती केल्यास ग्राहकाची फसवणूक थांबू शकते.

2. ग्राहक संरक्षण कायद्याचे ज्ञान :

ग्राहक हा अर्थव्यवस्थाचा एक मजबूत पाया आहे. त्यामुळे ग्राहकांना त्यांचे कायदेशीर अधिकार माहिती असले पाहिजे. तसेच गरज पडल्यास त्यांना त्याचा वापर करता आला पाहिजे. त्यामुळे ग्राहकांच्या समाधानाचा दर्जा उंचावतो. बाजारपेठेतील स्पर्धा आणि नाविन्यता यात वाढ होत, ग्राहक संरक्षण कायद्याचे ग्राहकांना. अर्थव्यवस्थेला गतिमानता प्राप्त होते दिलेले अधिकार कर्तव्य या विषयीचे ज्ञान असणे अत्यंत आवश्यक आहे. ग्राहक संरक्षण कायदा 2019 अंतर्गत ग्राहकांना त्याची तक्रार नोंदवून न्याय मिळवण्याचा अधिकार आहे ग्राहक तक्रार मंचाद्वारे तक्रारी सोडवण्याची सोय आहे.

3. उत्पादन लेबल्स आणि वॉरंटी तपासणे :

उत्पादनाच्या पॅकिंगवर विविध प्रकारची माहिती सूक्ष्म अक्षरात दिली असते. त्यात साहित्य किंमत उत्पादन तारीख समाप्ती स्पष्टपणे नमूद केली असते. परंतु ते तपासून पाहणे आवश्यक असते. बरेचदा वस्तूची किंमत आवाज विदाराने आकारली जाते उत्पादनाची वॉरंटी तारीख संपल्यावर सुद्धा त्याची विक्री केली जाते. अशावेळी ग्राहकाची दिशाभूल होऊ शकते, त्यामुळे ग्राहकाने उत्पादन लेबल्स व इतर माहितीचे पूर्णपणे ज्ञान बाळगणे आवश्यक आहे.

4. खरेदीचे विश्वसनीय प्लॅटफॉर्म जाणून घेणे :

आधुनिक काळात वस्तूची खरेदी करण्यासाठी ऑनलाइन व ऑफलाइन प्लॅटफॉर्म उपलब्ध आहेत. वेगवेगळ्या वेबसाईट पोर्टल ॲप यावरून वस्तू खरेदी केल्या जातात, यामध्ये बरेचदा ग्राहकांची फसवणूक होते. त्यामुळे सुप्रसिद्ध व प्रतिष्ठित वेबसाईटवरूनच किंवा पोर्टलवरूनच वस्तूची खरेदी केल्याने घोटाले होण्याच्या किंवा निकृष्ट प्रकारचे उत्पादन मिळण्याचा धोका कमी होऊ शकतो.

5. परतावा धोरणाचे ज्ञान ठेवणे :

एखादी वस्तू खरेदी केल्यानंतर ती खराब निघाल्यास किंवा त्यात काही दोष आढळल्यास ती वस्तू एका विशिष्ट कालावधीत परत करावयाचे असते. परंतु ग्राहकांना याविषयी पूर्ण ज्ञान ठेवण्याची आवश्यकता आहे.

निष्कर्ष :

ग्राहकाला अर्थव्यवस्थेचा राजा असे म्हटले जाते परंतु आधुनिक काळात ग्राहकांच्या समस्या व फसवणुकीत सतत वाढ होत आहे. त्यांना आपले अधिकार जबाबदाऱ्या व कर्तव्य या विषयी पूर्णपणे माहिती नाही त्यामुळे अशा ग्राहकांना जागृत करण्याची गरज आहे. सर ग्राहकाला आपली हक्क व कर्तव्याची जाणीव झाली नाही तर तो कधीही पर्यायी वस्तूचा शोध घेणार नाही त्यामुळे ग्राहकाची शोषण ही कमी होणार नाही त्यासाठी ग्राहकांना जागरूक करण्याची गरज आहे.

संदर्भग्रंथ सूची :

- आगलावे प्रदीप, संशोधन पद्धतीशास्त्र व तंत्र, प्रथम आवृत्ती जानेवारी 2000, विद्या प्रकाशन नागपूर.
- बावनकुळे जयकृष्ण, ग्राहक जागृती काळाची गरज, साप्ताहिक वृत्तदर्पण, दीपोत्सव विशेषांक 2008.
- मंजुरे वनमाला, ग्राहक राजा जागा हो, प्रथम आवृत्ती, जून 2010, मैत्रय पब्लिकेशन मुंबई 57.
- टेंभेकर आशिष, उपभोक्ता अर्थशास्त्र, प्रथम आवृत्ती, जानेवारी 2025, पिंपळापुरे प्रकाशन नागपूर.
- युट्युब व्हिडिओज.