

योजना

दिसंबर 2017

विकास को समर्पित मासिक

₹ 30

विशेषांक

उपभोक्ता जागरूकता

उपभोक्ता संरक्षण : सुशासन का अनिवार्य घटक
अविनाश के श्रीवास्तव

भारत में उपभोक्ता संरक्षण
डीपीएस वर्मा

प्रौद्योगिक गतिशीलता में तालमेल
सीताराम दीक्षित

उपभोक्ता संरक्षण: नये आयाम
पुष्पा गिरिमाजी



विशेष आलेख

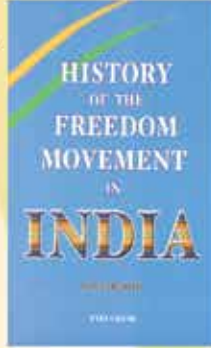
निम्न आय वर्ग उपभोक्ताओं के लिए न्याय
बी सी गुप्ता

फोकस

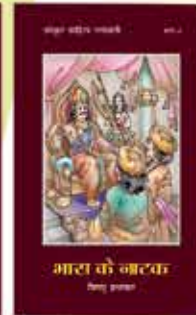
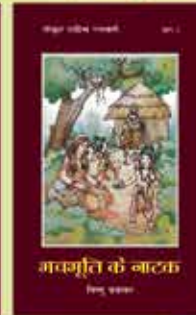
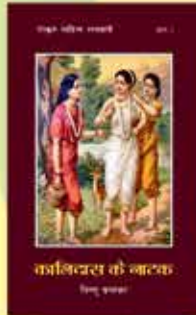
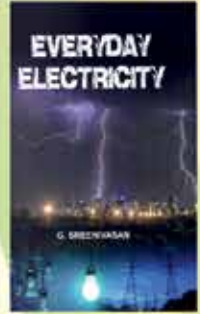
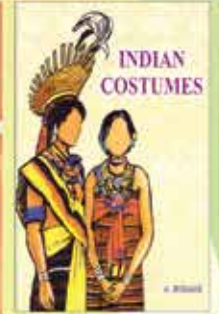
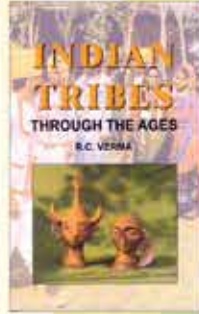
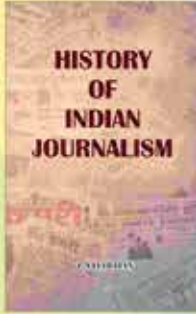
वित्तीय सेवाओं में उपभोक्ता समावेशन
जी सुन्दरम

नवीन प्रकाशन

अपनी प्रति
अभी बुक कराए



कृपया
सूचना भवन
सी.जी.ओ. कॉम्प्लेक्स
लोधी रोड, नई दिल्ली
स्थित हमारी
पुस्तक दीर्घा
में अवश्य आएँ।



हमारी पुस्तकें ऑनलाइन खरीदने के लिए कृपया www.bharatkosh.gov.in पर जाएँ।

ऑर्डर के लिए संपर्क करें: फोन : 011-24367260, 24365609, ई-मेल : businesswng@gmail.com



प्रकाशन विभाग

सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार
सूचना भवन, सी.जी.ओ. कॉम्प्लेक्स, लोधी रोड, नई दिल्ली -110003

वेबसाइट : www.publicationsdivision.nic.in



@DPD_India



www.facebook.com/publicationsdivision
www.facebook.com/yojanaJournal



- वर्ष : 61
- अंक 12
- कुल पृष्ठ : 76
- दिसंबर 2017
- मार्गशीर्ष-पौष, शक संवत् 1939

योजना

दरें: वार्षिक: ₹ 230 द्विवार्षिक: ₹ 430, त्रिवार्षिक: ₹ 610

yojanahindi@gmail.com www.yojana.gov.in, www.publicationsdivision.nic.in <http://www.facebook.com/yojanahindi>

प्रधान संपादक: दीपिका कच्छल

संपादक: ऋतेश पाठक

संपादकीय कार्यालय

648, सूचना भवन, सीजीओ परिसर,
लोधी रोड, नयी दिल्ली-110 003
दूरभाष (प्रधान संपादक): 24362971
संयुक्त निदेशक (उत्पादन): **वी के मीणा**
संपादक (प्रसार एवं विज्ञापन):
गोपाल के एन चौधरी
आवरण: गजानन पी धोपे

पत्रिका मंगवाने, सदस्यता, नवीकरण, पुराने अंकों की प्राप्ति एवं एजेंसी आदि के लिए मनीऑर्डर/डिमांड ड्राफ्ट/पोस्टल आर्डर 'अपर महानिदेशक, प्रकाशन विभाग' के नाम से बनवा कर निम्न पते पर भेजें:

उप निदेशक (प्रसार एवं विज्ञापन)
प्रकाशन विभाग, कमरा सं. 48-53
भूतल, सूचना भवन, सीजीओ परिसर
लोधी रोड, नयी दिल्ली-110003
दूरभाष: 011-24367453
ईमेल: pdjuicir@gmail.com

सदस्य बनने अथवा पत्रिका मंगाने के लिए हमारे निम्नलिखित विक्रय केंद्रों पर भी संपर्क किया जा सकता है। साथ ही हमारी वेबसाइट तथा योजना हिन्दी के फेसबुक पेज पर भी संपर्क किया जा सकता है।

- योजना का लक्ष्य देश के आर्थिक विकास से संबंधित मुद्दों का सरकारी नीतियों के व्यापक संदर्भ में गहराई से विश्लेषण कर इन पर विमर्श के लिए एक जीवंत मंच उपलब्ध कराना है।
- योजना में प्रकाशित लेखों में व्यक्त विचार लेखकों के अपने हैं। जरूरी नहीं कि ये लेखक भारत सरकार के जिन मंत्रालयों, विभागों अथवा संगठनों से संबद्ध हैं, उनका भी यही दृष्टिकोण हो।
- प्रकाशित विज्ञापनों की विषयवस्तु के लिए योजना उत्तरदायी नहीं है।
- योजना में प्रकाशित आलेखों में प्रयुक्त मानचित्र व प्रतीक आधिकारिक नहीं हैं, बल्कि सांकेतिक हैं। ये मानचित्र या प्रतीक किसी भी देश का आधिकारिक प्रतिनिधित्व नहीं करते हैं।



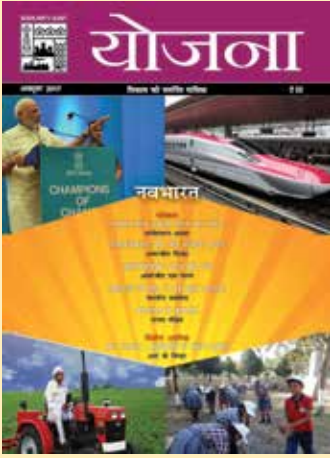
इस अंक में

- **संपादकीय** 7
- जागरूकता से ही बदलेगी चिकित्सा सेवा की तस्वीर
आशुतोष कुमार सिंह 35
- उपभोक्ता संरक्षण : सुशासन का अनिवार्य घटक
अविनाश के श्रीवास्तव 9
- जागो उपभोक्ता जागो
रहीस सिंह 41
- उपभोक्ता संरक्षण के प्रयासों का इतिहास
डीपीएस वर्मा 15
- ग्रामीण उपभोक्ताओं में जागरूकता
राहुल सिंह 45
- **विशेष आलेख**
मानकीकरण और उपभोक्ताओं के हित
मनीष मोहन गोरे 51
- निम्न आय वर्ग उपभोक्ताओं के लिए न्याय
बी सी गुप्ता 19
- डिजिटल युग में उपभोक्ता संरक्षण
संदीप कुमार पाण्डेय 55
- प्रौद्योगिक गतिशीलता में तालमेल
सीताराम दीक्षित 23
- भारतमाला: महामार्गों से सड़क विकास तक
जी रघुराम 63
- **फोकस**
वित्तीय सेवाओं में उपभोक्ता समावेशन
जी सुंदरम 29
- **क्या आप जानते हैं?** 66
- उपभोक्ता संरक्षण: नये आयाम
पुष्पा गिरिमाजी 31
- इन्वेस्ट इंडिया, स्टार्ट-अप और नए प्रतिमान
अजय शंकर 67

प्रकाशन विभाग के विक्रय केंद्र

शहर	पता	पिनकोड	दूरभाष
नयी दिल्ली	सूचना भवन, सीजीओ कॉम्प्लेक्स, लोधी रोड	110003	011-24367260
दिल्ली	हाल सं. 196, पुराना सचिवालय	110054	011-23890205
नवी मुंबई	701, सी- विंग, सातवीं मंजिल, केंद्रीय सदन, बेलापुर	400614	022-27570686
कोलकाता	8, एसप्लानेड ईस्ट	700069	033-22488030
चेन्नई	'ए' विंग, राजाजी भवन, बंसल नगर	600090	044-24917673
तिरुअनंतपुरम	प्रेस रोड, नयी गवर्नमेंट प्रेस के निकट	695001	0471-2330650
हैदराबाद	कमरा सं 204, दूसरा तल, सीजीओ मीनार, कवादिगुड्डा सिकंदराबाद	50080	040-27535383
बंगलुरु	फर्स्ट फ्लोर, 'एफ' विंग, केंद्रीय सदन, कोरामंगला	560034	080-25537244
पटना	बिहार राज्य कोऑपरेटिव बैंक भवन, अशोक राजपथ	800004	061-22683407
लखनऊ	हॉल सं-1, दूसरा तल, केंद्रीय भवन, क्षेत्र-एच, अलीगंज	226024	0522-2225455
अहमदाबाद	अंबिका कॉम्प्लेक्स, फर्स्ट फ्लोर	380007	079-26588669
गुवाहाटी	मकान सं. 4, पेंशन पारा रोड, गुवाहाटी	781003	030-2665090

हिंदी, असमिया, बांग्ला, अंग्रेजी, गुजराती, कन्नड़, मलयालम, तमिल, तेलुगु, मराठी, उड़िया, पंजाबी तथा उर्दू में एक साथ प्रकाशित



आपकी राय

स्वच्छता के लिए मन की पवित्रता भी

अक्टूबर अंक में आलेख साकार होगा स्वच्छ भारत का सपना पढ़ा, लेखक ने सूक्ष्म दृष्टि से स्वच्छ भारत मिशन पर आंकड़ों के साथ अपनी राय रखी है लेकिन लोगों ने स्वच्छता-अभियान को प्रचार पाने का जरिया बना लिया है, ऐसी भावना हर जगह देखने को मिली।

बात यह नहीं होनी चाहिए कि हम स्वच्छता के लिए क्या कर सकते हैं, क्योंकि इस तरह के वाक्यांश महज औपचारिकता भर और चलताऊ होते हैं। सर्वप्रथम हमने, खासकर खुद की स्वच्छता के लिए क्या किया? क्या हमने तन की स्वच्छता से पहले मन की स्वच्छता को अमलीजामा पहनाया? उत्तर मिलेगा- नहीं! मन को पवित्र रखकर ही खुद के देह की स्वच्छता, फिर अपने परिवारिक सदस्यों की स्वच्छता, संबंधियों-अतिथियों की स्वच्छता, घर के अंदर की स्वच्छता, फिर चहारदीवारी के बाहर की स्वच्छता, पड़ोस की स्वच्छता, समाज की स्वच्छता इत्यादि के बाद ही हम आगे की सुध लें, तो बढ़िया है, क्योंकि सम्पूर्ण राष्ट्र की स्वच्छता सामाजिक सफलता के बाद ही संभव है। हम शपथ व संकल्प लेकर केवल डींगे नहीं हांक सकते,

बल्कि कार्य-क्रियान्वयन के लिए अंगद के पांव की भांति दृढ़ निश्चयी बनने पड़ेंगे।

अपनी बाल्यावस्था में जब मुझे स्वच्छता का मतलब पता नहीं था, तब मैं अपने सरकारी स्कूल में वर्ग-मित्रों के साथ समूह में झाड़ू-बुहारू किया करता, साथ पढ़ने वाली छात्राएं भी करतीं, परंतु वे परिसर की गोबर-लिपाई भी करती थीं। हां, सबके कार्यदिवस बंटे थे। इस कार्य के बाद हमारे कपड़े गंदे हो जाते थे और एकमात्र स्कूली ड्रेस वाले बच्चे परिधानीय अस्वच्छता के बीच स्कूली स्वच्छता का मजा नहीं ले पाते थे। जब हाईस्कूल पहुंचा, तो भांति-भांति की गन्दगियां देखकर मन खिन्न हो उठा। मन को संवारने का प्रयास किया, तो तन गंदा निकला, क्योंकि सफाई के बाद कूड़े-कचरे को कहां विसर्जित करूं, हमेशा से यक्षप्रश्न रहा, जो आज भी यथावत है। सरकारी गड्ढे में फेंकने पर कोई समस्याएं नहीं आईं, किन्तु ऐसे गड्ढे भरने के बाद दूसरे की परती जमीन पर कचरे फेंकना तो आफत मोल लेने जैसा था।

परंतु 12वीं करने के बाद जब अभियांत्रिकी महाविद्यालय में आया तो हमारे टेक्नोक्रेट मित्र अर्जुन, मनीष, आकाशदीप, रूपक, ओंकार, शानू, उमेश, अखिल इत्यादि

ने मिल गीले कचरे को गलाने की तथा सूखे कचरे को परती जमीन के हकदारों से संपर्क कर प्लानिंग बना डाली। इसके इतर मेस के बासी भोजन, सब्जियों के बेकार टुकड़े, फिर सूचना का अधिकार अधिनियम द्वारा जानकारी इकट्ठे कर चिमनियों से निकले धुएं की व्यवस्था करवाये, तो सस्ता गोबर गैस, पेयजल की सफाई इत्यादि स्वच्छता अभियान से भी जुड़े। महाविद्यालय से निकलते-निकलते हमने यह गुण अपने जूनियर दोस्तों में भर दिए।

— टी. मनु
कटिहार (बिहार)

तलाक पर अच्छा आलेख

योजना (हिंदी) अक्टूबर, 2017 में प्रकाशित आर.के. सिन्हा के विशेष आलेख तीन तलाक: मुश्किलों से मिली मुक्ति किसी भी समाज की कुरीति पर जोरदार बौद्धिक हमला है। लेखक के मंतव्य में तयशुदा सच है कि न तो कुरान में तलाक का प्रावधान है, न ही हदीस में। जो मुस्लिम महिलायें तीन तलाक के खिलाफ सुप्रीम कोर्ट पहुंची हैं तथा उन्हीं में से कई यह कह रही हैं कि उन्हें यकायक फोन पर तलाक दिया गया। क्या ऐसे शरीयत कानून के समय फोन, फेसबुक, वाट्सएप, ई-मेल, स्काइप, आईएमओ,

ट्विटर इत्यादि थे, फिर अपने प्यार को, अपनी प्यारी पत्नी को तलाक-तलाक-तलाक कह देने मात्र से सेकंड के सौंवे हिस्से भर में अपने दिल और कलेजे के टुकड़े के प्रति बेरुखी अपना बैठते हैं। रिश्ते में नोक-झोंक होती रहती हैं, फिर जब मुस्लिम समाज पश्चिमी सभ्यता का अनुसरण नहीं करते हैं, तो फिर हम पश्चिम में विकसित व अन्वेषित उपकरण फोन, व्हाट्सएप आदि को माध्यम बनाकर अथवा इनका अनुकरण कर तलाक क्यों कर लेते हैं?

– स्वर्णलता 'विश्वफूल' (कवयित्री)
क.म.वि., अमदाबाद, कटिहार (बिहार)

देश ताकतवर बने

लोकप्रिय हिन्दी मासिक पत्रिका योजना का निरंतर अध्ययनरत करने का अवसर प्राप्त हुआ है, जिससे हमें देश की आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक मामले पर अपने वैचारिक भाव को रखने का सुअवसर मिला है एवं इसी पत्रिका के माध्यम से अपनी मानसिक-बौद्धिक स्थिति को चट्टान की तरह मजबूत करने का सौभाग्य प्राप्त हुआ है। आजादी के 70 वर्ष हो चुके हैं दुनिया की नजर भारत पर है। भला क्यों न रहे क्योंकि हमारा राष्ट्र स्वतंत्र प्रजातांत्रिक इतिहास में नई पीढ़ी के माध्यम से नई इबारत लिख रहा है और शायद 1.33 करोड़ देशवासी भी यही सोचने-समझने में दिन-रात लगे रहते हैं। देश ने जनक्रांति का बिगुल जनता क्रांति के माध्यम से फूंक दिया है एवं प्रधानमंत्री जी के संकल्प सिद्धि के माध्यम से न्यू इंडिया (नव भारत 2022) को अमलीजामा पहनाने को तैयार भी है चाहे वह क्रांति गंदगीमुक्त भारत की हो,

आतंकवाद, भ्रष्टाचार, जातिवाद, सांप्रदायिक, गरीबी मुक्त भारत का हो, इन महामारियों ने भारत की विकसित देश बनने में तबाह करके रख दिया है, शायद इसलिए तो प्रधानमंत्री जी देश-विदेश में प्रवासी भारतीयों से साथ देने की अपील कर रहे हैं और नवभारत के सपने को धरातल स्तर पर उतारने के लिए ताबड़तोड़ मेहनत कर रहे हैं। भारत को सुपरपावर बनाना है।

– निक्कु कुमार मिश्रा
(हरिओम बाबु)
गोगरी, खाड़िया (बिहार)

निम्न स्तर पर सुधार 'नवभारत निर्माण'

योजना अक्टूबर 2017 के 'नवभारत' पर आधारित अंक पढ़ा। नए भारत के निर्माण पर दी गई जानकारी व सुझाव सरकार की नीतियों व कार्यक्रमों में विधिवत प्रेक्षण उपरान्त शामिल करने योग्य है। सामाजिक न्याय से संबंधित लेख (जो स्वदेश सिंह ने लिखा है) में हमारी राजनीतिक, सामाजिक व आर्थिक समस्याएं, स्थिति एवं आगे के कार्यक्रम के लिए संवेदनशीलता एवं सावधानी प्रदर्शित करते हैं।

नवभारत निर्माण का आशय ऐसे भारत के निर्माण से भी है जहां सर्वशिक्षा, सामाजिक न्याय, आर्थिक न्याय इस प्रकार अपेक्षित हैं कि यह सिद्धान्त के स्तर से बाहर निकलकर धरातलीय स्तर पर दिखे। हम राष्ट्र की ऐसी पुनर्रचना करें जहां कथनी (बोलना) से अधिक करनी (कार्यवाही) पर जोर हो, जहां जातिवाद उन्मूलन सिर्फ नारे या कानून तक सीमित न होकर वास्तविक कार्यप्रणाली हो। यह सब संभव होगा लोगों

के आपसी सहयोग से और यह सहयोग उच्च जाति के लोगों से अधिक अपेक्षित है। गांधी जी व आंबेडकर के विचारों में दलित उत्थान को लेकर मतों में विभिन्नता थी। गांधी जी का मानना था कि लोगों में (खासकर सवर्ण हिंदुओं व ऊंची जाति वाले) करुणा का भाव पैदा कर छुआ-छूत समाप्त किया जाना चाहिए वहीं बाबा साहेब आंबेडकर दलितों को राजनैतिक व संवैधानिक शक्ति प्रदान करने पर जोर देते थे। कमोबेश संविधान में शक्ति प्रदान भी की गई, लागू भी हुआ परन्तु प्रतिफल संतोषजनक नहीं मिला।

यह एक मिथक ही है कि वर्तमान नीतियां अनुसूचित जातियां आदर्श स्थिति को प्राप्त कर पायी या भविष्य में कर पायेंगी। हमें इस दिशा में सामाजिक सुधार व बदलाव करने की जरूरत है। कुछ लोग अगर इसकी शुरुआत करें तो संभव है कि लोगों की सोच में परिवर्तन आ सकता है क्योंकि लोग वही करते हैं जो अपने अनुयायी को करता देखते हैं या करना चाहते हैं। हम कहते हैं कि हमारे देश में लोगों की सोच में जाति और धर्म समाया है तो क्यों न हम इस कमी को अपनी ढाल बनाकर अच्छाई बना लें। जब लोग पाखंडी, महंतों, धर्म के सौदागरों की बात सुनते हैं, अनुसरण करते हैं तो फिर जड़ता के उन्मूलनकर्ताओं की क्यों नहीं। हालांकि इन अग्रदूतों पर सर्वप्रथम अपनी अवधारणा को सकारात्मक बनाने पर कार्य अवश्य करना चाहिए। सच्चे अर्थ में यही नवभारत का निर्माण होगा।

– ज्ञानेन्द्र सिंह
मुखर्जी नगर, दिल्ली

योजना आगामी अंक



जनवरी 2018

बैंकिंग सुधार

आपकी राय
व सुझावों की
प्रतीक्षा है...

Think
IAS... 



 Think
Drishti

सिविल सेवा परीक्षा की तैयारी को समर्पित मासिक पत्रिका



दृष्टि
The Vision

करेंट अफेयर्स टुडे

वर्ष 3 | अंक 6 | कुल अंक 30 | दिसंबर 2017 | ₹ 100

प्रमुख आकर्षण

► महत्वपूर्ण लेख ► टू द पॉइंट ► ऑडियो आर्टिकल ► टॉपर्स की डायरी ► महत्वपूर्ण पत्र-पत्रिकाओं के जिस्ट

मुख्य परीक्षा 2017 के सॉल्ड पेपर्स

टारगेट
प्रिलिम्स-2018

भारत
एवं
विश्व का भूगोल

करेंट अफेयर्स अब नए अंदाज़ में...

- ✓ समसामयिक मुद्दों पर आधारित महत्वपूर्ण लेख।
- ✓ आगामी मुख्य परीक्षा के लिये सामान्य अध्ययन पर महत्वपूर्ण सामग्री।
- ✓ प्रारंभिक और मुख्य परीक्षा के लिये प्रत्येक महीने सामान्य अध्ययन के विभिन्न खण्डों के रिवीज़न के लिये 'टू द पॉइंट' सामग्री।
- ✓ प्रमुख पत्र-पत्रिकाओं (साइंस रिपोर्टर, डाउन टू अर्थ, इकॉनॉमिक एंड पोलिटिकल वीकली, द हिन्दू आदि) के महत्वपूर्ण लेखों का सारांश।
- ✓ मुख्य परीक्षा 2017 के सॉल्ड पेपर्स।
- ✓ तैयारी कर रहे अभ्यर्थियों के लिये प्रेरणादायक कॉलम।
- ✓ इंटरव्यू की तैयारी के लिये महत्वपूर्ण सामग्री।

पत्रिका का सैम्पल निःशुल्क पढ़ने के लिये हमारी वेबसाइट:
www.drishtias.com पर विज़िट करें।



To Subscribe, Call - 8130392351, 8130392359
For business/advertising enquiry, Call - 8130392355

Web : www.drishtias.com, Email : info@drishtipublications.com

YH-643/8/2017



उपभोक्ता सर्वोपरि

ज

ब कोई व्यक्ति कोई सामान खरीदता है तो सबसे पहले उसकी कीमत देखता है। अक्सर वह खुद से यही सवाल पूछता है कि क्या यह मेरे बजट में है। टिकाऊपन, एक्सपायरी की तारीख जैसी बातें हम शायद ही कभी देखते हैं। उपभोक्ता जागरूकता यहीं शुरू होती है। व्यापारी कई तरीकों से ग्राहक का शोषण करते हैं - गलत या अधूरी जानकारी देकर, कम वजन तोलकर, ज्यादा कीमत लेकर या घटिया सामान देकर। इन अनुचित तरीकों से ग्राहक को आर्थिक नुकसान ही नहीं होता बल्कि उसकी सेहत भी बिगड़ सकती है और उसे मानसिक परेशानी भी हो सकती है। तगड़ी प्रतिस्पर्द्धा और वैश्वीकरण के इस युग में प्रत्येक विनिर्माता अधिक से अधिक मुनाफा कमाना चाहता है और इस फेर में वह उपभोक्ताओं का हित भुलाकर आक्रामक और भ्रामक प्रचार का सहारा लेने लगता है। इसलिए यह बहुत जरूरी है कि उपभोक्ता जिस वस्तु या सेवा को खरीद रहा है, उसे वह अच्छी तरह जानता हो और अपने हितों की रक्षा करे। उपभोक्ता के तौर पर अपने अधिकारों की पूरी जानकारी रखना, उत्पाद का अधिकतम खुदरा मूल्य जांचना, दस्तखत करने से पहले लंबे कानूनी दस्तावेजों की बारीक बातों को पढ़ना और संपत्ति जैसी बड़ी खरीद करते समय सभी तरह की सतर्कता बरते। खाद्य सामग्री, राशन जैसी उपभोक्ता वस्तुएं खरीदने से पहले तो सामान के उत्पादन की तारीख, एक्सपायरी की तारीख और उसमें पड़ी सामग्री को जांचना और भी जरूरी है वरना फूड पॉयजनिंग का खतरा तो हो ही सकता है।

उपलब्ध सेवाओं के बारे में उपभोक्ता जागरूकता अधिक पेचीदा है। सेवाओं के बारे में उपभोक्ता अधिकारों के विचार को ज्यादातर लोग जानते ही नहीं हैं। क्या आपको पता है कि अस्पतालों में अक्सर रोगी या उसके तीमारदार से सादा फॉर्म पर या ऐसे फॉर्म परप दस्तखत करा लिए जाते हैं, जिनमें लिखी भाषा को आम आदमी समझता ही नहीं है। रोगी या उसका तीमारदार इतना घबराया हुआ होता है कि जहां भी कहा जाता है, वहां वह दस्तखत कर देता है और यह सोचता ही नहीं कि उसका नतीजा क्या होगा। और बाद में जब ग्राहक कानूनी कार्रवाई की धमकी देता है तो ये फॉर्म इस बात के सबूत के तौर पर पेश कर दिए जाते हैं कि रोगी या तीमारदार ने रजामंदी दे दी थी। बिल्डर, कर्ज देने वाली वित्तीय कंपनियों आदि के मामले में भी ऐसा ही होता है। वहां अक्सर ऐसी भाषा प्रयोग की जाती है, जिसके कारण कर्ज लेने वाला या मकान खरीदने वाला व्यक्ति समझ ही नहीं पाता कि वह किस पर दस्तखत कर रहा है और दूसरा पक्ष उसे बेवकूफ बना देता है।

उपभोक्ता अधिकार और उपभोक्ता संरक्षण यहीं काम आते हैं। उपभोक्ता संरक्षण कोई नया विचार नहीं है। हमारे प्राचीन ग्रंथों में भी इसका उल्लेख मिलता है, जैसा हमारे प्रधानमंत्री ने उपभोक्ता संरक्षण पर नई दिल्ली में हाल ही में आयोजित अंतरराष्ट्रीय सम्मेलन में बताया था। उन्होंने बताया था कि लगभग 2500 वर्ष पहले कौटिल्य के काल में भारत में सरकार के लिए ये दिशानिर्देश थे कि व्यापार का नियमन किस तरह होना चाहिए और उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा किस तरह होनी चाहिए।

भारत में उपभोक्ता संरक्षण आंदोलन 1986 के उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के साथ शुरू हुआ, जिसमें सामान खरीदते तथा सेवाएं लेते समय ग्राहक के संरक्षण के लिए कई प्रावधान बनाए गए। अब सरकार उपभोक्ता संरक्षण विधेयक के जरिये अधिनियम में संशोधन चाहती है और इस विधेयक को संसद के शीतकालीन अधिवेशन के दौरान पेश किया जाएगा।

वस्तुओं तथा सेवाओं की जांच के लिए सरकार ने कई तरह के मानक और मानदंड भी बनाए हैं, जैसे आईएसआई मार्क, आभूषणों के लिए हॉलमार्क, रेशम के उत्पादों के लिए सिल्कमार्क और हाल ही में लाया गया रेरा, जो उपभोक्ताओं को रियल एस्टेट उद्योग के भ्रष्टाचार से बचाने के लिए सरकार का ऐतिहासिक नियामकीय उपाय है। डीबीटी और उज्वला जैसे अन्य सरकारी उपायों का मकसद भी आम आदमी को सरकारी योजनाओं के लाभार्थी के रूप में धोखाधड़ी का शिकार होने से बचाना ही है।

शिकायत होने की सूरत में उसके समाधान के लिए मौजूद तरीकों की जानकारी होना भी वस्तु या सेवाओं के उपभोक्ता के लिए उतना ही जरूरी है। उपभोक्ता की शिकायत का समाधान भी उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम में ही दिया गया है। लोक अदालत, जिला उपभोक्ता फोरम, राज्य उपभोक्ता फोरम और राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद समाधान प्राधिकरण जैसे विभिन्न मंच हैं, जहां परेशान उपभोक्ता अपनी शिकायतों के समाधान के लिए आवेदन कर सकते हैं। सरकार ने तो उपभोक्ताओं की रक्षा के लिए कई योजनाएं और कार्यक्रम शुरू कर दिए हैं, लेकिन यह भी जरूरी है कि उपभोक्ता अपनी सुरक्षा के सभी तरीकों का स्वयं इस्तेमाल करे और सामान खरीदते अथवा सेवाएं लेते समय स्वयं ही सतर्कता बरते। अपने अधिकारों का इस्तेमाल करने से ही उपभोक्ता का पलड़ा भारी हो सकता है। उपभोक्ता संरक्षण भी अपने घर से ही शुरू होता है।



CHANAKYA IAS ACADEMY®

Also known as Chanakya Civil Services Academy

24 Years of Excellence, Extraordinary Results every year, 3000+ selections in IAS, IFS, IPS and other Civil Services so far...



CHANAKYA IAS ACADEMY

Nurturing Leaders of Tomorrow

SINCE-1993

A Unit of CHANAKYA ACADEMY FOR EDUCATION AND TRAINING PVT. LTD.

under the direction of **Success Guru AK Mishra**

IAS 2018

Upgraded Foundation Course™

A Complete solution for Prelims, Mains & Interview

- Special modules on administrative traits by Success Guru AK Mishra & retired civil servants
- Intensive Classes with online support
- Offline/ Online test series for Prelims & Mains
- Pattern proof teaching
- Experienced faculty
- Hostel assistance
- Regular class test

Separate classes in Hindi & English medium

Batches Starting From
10th November, 10th December-2017

Weekend Batches & Postal Guidance Also Available

To Reserve your seat - Call: 1800-274-5005 (Toll Free)

www.chanakyaiasacademy.com | enquiry@chanakyaiasacademy.com

HO/ South Delhi Branch: 124, 2nd Floor, Satya Niketan, Opp. Venkateswara College, Near Dhaura Kuan, Delhi-21, Ph: 011-64504615, 9971989980/ 81

North Delhi Branch: 1596, Outram Line, Kingsway Camp, Delhi-09, Ph: 011-27607721, 9811671844/ 45

Our Branches

Allahabad: 10B/1, Data Tower 1st Floor, Tashkand, Patrika Chauraha, Allahabad-211001, Ph: 9721352333

Ahmedabad: 301, Sachet III, 3rd Floor, Mirambika School Road, Naranpura, Ahmedabad-380013, Ph: 7574824916, 7574824919

Bhubaneswar: Saffire Tower, 2nd & 3rd Floor, Opposite Crown Hotel, Plot No: N-6/454, IRC Village, Jayadev Vihar, Nayapalli, Bhubaneswar-15, Ph: 9078878233

Chandigarh: S.C.O 45 - 48, Sector 8 C, Madhya Marg, Chandigarh-160009, Ph: 8288005466

Dhanbad: Univista Tower, Near Big Bazaar, Saraidhela, Dhanbad-828127, Ph: 9771463546

Faridabad: G-Block, Manav Rachna International University, Delhi Suraj Kund Road, Sector 43, Faridabad-04, Ph: 8860403403, 8527301209

Guwahati: Building No. 101, Maniram Dewan Road, Silpukhuri, Near SBI evening branch, Kamrup, Assam - 781003, Ph: 8811092481

Hazaribagh: 3rd Floor, Kaushaliya Plaza, Near Old Bus Stand, Hazaribagh (Jharkhand)-825301, Ph: 9771869233

Indore: 120, 1st Floor, Veda Business Park, Bhawarkuan Square, AB road, Indore-462001, Ph: 8818896686

Jammu: 47 C/C, Opposite Mini Market, Green Belt, Gandhi Nagar, Jammu-180001, Ph: 8715823063

Jaipur: Felicity Tower, 1st Floor, Plot no- 1, Above Harley Davidson Showroom, Sahakar Marg, Jaipur-30201, Ph: 9680423137

Kochi: ICMS International, Masjid Road, Opp. KIMS Hospital, Pathadipalam, Edappally, Kerala-682021, Ph: 7561829999, 7356654999

Mangaluru: 3rd Floor, Amruthotsava Building, Bunts Alias Nadavara Mathr Sangha(R), Bunts Hostel Circle, Mangaluru-575003, Ph: 0824-2493701

Patna: 304, 3rd Floor, above Reliance Trends, Navyug Kamla Business park, East Boring Canal Road, Patna, Bihar-800001, Ph: 8252248158

Pune: Millennium Tower, 4th Floor, Bhandarkar Road, Opp. Kotak Mahindra Bank, Deccan Gymkhana, Pune-411004, Ph: 9067975862, 9067914157

Ranchi: 1st Floor, Sunrise Form, Near Debuka Nursing Home, Burdhwan Compound, Lalpur, Ranchi-834001, Ph: 9204950999, 9771463546

Rohtak: DS Plaza, Opp. Inderprasth Colony, Sonipat Road, Rohtak- 124001, Ph: 8930018881

Srinagar: University of Kashmir, Hazratbal, Srinagar-190006, Kashmir, Ph: 9599224341

CAUTION NOTICE

Students/ aspirants are hereby cautioned that some unaffiliated entities have been using trademarks/ tradenames which are identical/ deceptively similar to trademarks/ tradenames of Chanakya IAS Academy/ Chanakya Academy (promoted under the direction of Success Guru AK Mishra since 1993). We hereby declare that these entities have no affiliation with us and legal actions have already been initiated against such entities. All students must verify authenticity of the academy/ study centre/ institute before enrolling and are requested to inform us of any such functioning under an identical/ deceptively similar trademarks/ tradenames by calling on 0965029962/3/4 or sending email at info@chanakyaacademygroup.com.

उपभोक्ता संरक्षण : सुशासन का अनिवार्य घटक

अविनाश के श्रीवास्तव



मुक्त बाजार वाली अर्थव्यवस्था प्रभावशाली तरीके से तब काम कर सकती है जब उपभोक्ता शिक्षित हों। उपभोक्ता शिक्षा विनिर्माताओं तथा उपभोक्ताओं के बीच शक्ति संतुलन का तरीका है। शिक्षा से उपभोक्ता को सही निर्णय लेने में मदद मिलती है और उसे व्यापार तथा कारोबार से जुड़े नुकसानों से बचाती है। अधिक जागरूकता उत्पन्न करने के लिए उपभोक्ताओं को सघन प्रचार तथा जागरूकता अभियानों के जरिये अधिकारों तथा जिम्मेदारियों के बारे में शिक्षित किया जाना चाहिए। इसमें कमजोर समूहों जैसे महिलाओं एवं बच्चों, छात्रों, किसानों तथा ग्रामीण परिवारों एवं कामकाजी वर्ग पर विशेष ध्यान दिया जाना चाहिए

सं विधान में राज्य की नीति के लिए कुछ निर्देशक सिद्धांत निर्धारित किए गए हैं। हालांकि इन्हें न्यायालय द्वारा प्रवर्तित नहीं कराया जा सकता है, जो देश के शासन के लिए बुनियादी सिद्धांत हैं और ऐसे सामाजिक क्रम को प्रभावशाली तरीके से सुरक्षित एवं संरक्षित कर जनता के कल्याण को बढ़ावा देने का प्रयास करना राज्य का कर्तव्य है, जिस क्रम में सामाजिक, आर्थिक एवं राजनीतिक न्याय ही राष्ट्र जीवन की सभी संस्थाओं का आधार होगा। व्यक्ति के अधिकारों के संरक्षण एवं संवर्द्धन तथा नागरिक की गरिमा एवं कल्याण के प्रति संविधान में जो चिंता दिखाई गई है, उसके कारण उपभोक्ता और ग्राहक के रूप में भी व्यक्ति का कल्याण सुनिश्चित करना अपरिहार्य हो जाता है।

उपभोक्ता संरक्षण का अर्थ यह सुनिश्चित करना है कि व्यापार में उचित व्यवहार हो, वस्तुएं गुणवत्तायुक्त हों, सेवाएं प्रभावी हों तथा उपभोक्ता को उनके द्वारा खरीदे गए सामान की गुणवत्ता, मात्रा, प्रभाव, बनावट तथा कीमत के बारे में जानकारी मिले।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 का लागू होना भारत में उपभोक्ता संरक्षण अथवा उपभोक्ता आंदोलन के क्षेत्र में सबसे महत्वपूर्ण पड़ावों में से एक है। इसकी गिनती सबसे प्रगतिशील तथा समग्र कानूनों में होती है, जिसके दायरे में सभी वस्तुएं एवं सेवाएं आती हैं। दंड देने वाले अथवा रोकने वाले दूसरे कानूनों से उलट, इस अधिनियम के प्रावधान मुआवजा भी दिलाते हैं। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम की धारा 6 के तहत उपभोक्ताओं को छह मौलिक अधिकार देकर सशक्त बनाने

का प्रयास किया गया है। ये उपभोक्ता अधिकार इस प्रकार हैं:

सुरक्षा का अधिकार

उपभोक्ताओं को यह अधिकार है कि स्वयं को जीवन एवं संपत्ति के लिए नुकसानदेह सेवाओं और वस्तुओं की मार्केटिंग से अपनी रक्षा करें। यदि कोई सेवा अथवा वस्तु जीवन एवं संपत्ति के लिए हानिकारक है तो उपभोक्ताओं को जानकारी दी जानी चाहिए तथा सेवा एवं वस्तु के प्रयोग का तरीका स्पष्ट रूप से बताया जाना चाहिए।

सूचना का अधिकार

उपभोक्ताओं को सेवा अथवा वस्तुओं की गुणवत्ता, मात्रा, प्रभाव, शुद्धता, मानक एवं कीमत के बारे में जानकारी प्राप्त करने का पूरा अधिकार है ताकि वे व्यापार के अनुचित तरीकों से बच सकें। उपभोक्ताओं को पर्याप्त जानकारी प्रदान की जानी चाहिए ताकि वे अपने बजट, जीवन शैली तथा प्रचलन के मुताबिक सही निर्णय कर सकें।

चयन का अधिकार

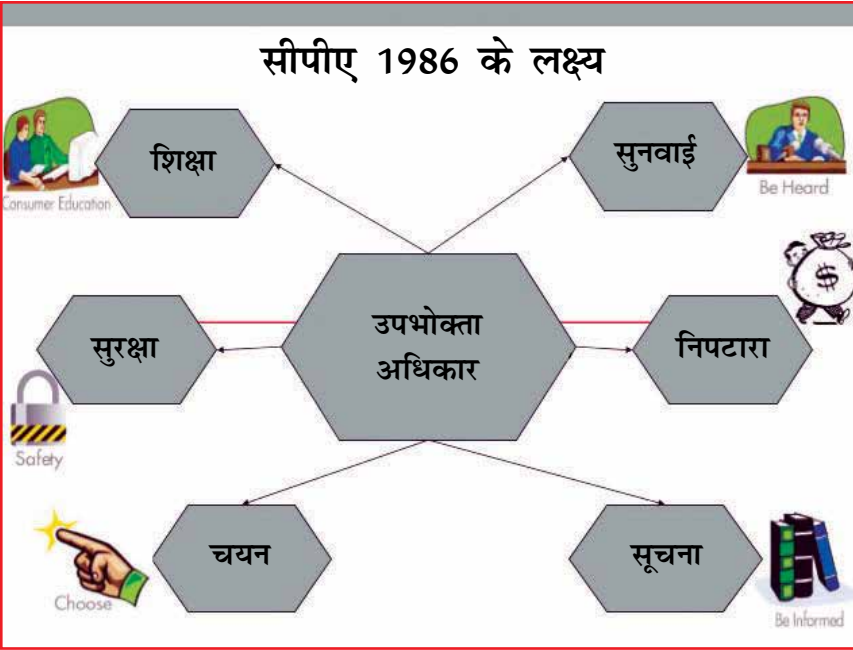
उपभोक्ताओं को प्रतिस्पर्द्धी कीमतों पर विभिन्न प्रकार की सेवाएं एवं वस्तुएं प्राप्त करने का अधिकार है। इसके साथ ही निष्पक्ष प्रतिस्पर्द्धी को बढ़ावा दिया जाना चाहिए ताकि उपभोक्ताओं को कम से कम और प्रतिस्पर्द्धी दाम पर अधिक से अधिक सेवाएं अथवा वस्तुएं उपलब्ध हो सकें।

सुनवाई का अधिकार

यह अधिकार उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम की आत्मा जैसा है क्योंकि इसके अंतर्गत उपभोक्ताओं को यह विश्वास दिलाया जाता है कि यदि उनके साथ कुछ गलत होता है तो उचित उपभोक्ता मंच पर उनके हितों का समुचित ध्यान रखा जाएगा।

लेखक भारत सरकार के उपभोक्ता मामले, खाद्य और जनवितरण मंत्रालय में उपभोक्ता मामले विभाग के सचिव हैं। वे केंद्र और उत्तर प्रदेश सरकार में विभिन्न महत्वपूर्ण भूमिकाओं का निर्वाह कर चुके हैं। ईमेल: secy-ca@nic.in

सीपीए 1986 के लक्ष्य



हर्जाने का अधिकार

यदि उपभोक्ता को व्यापार के अनुचित तरीकों अथवा प्रतिबंधी तरीकों से नुकसान होता है या चोट लगती है और शिकायत में लगाए गए आरोप सही साबित हो जाते हैं तो जिस मंच पर शिकायत की गई है, वह उपभोक्ता के लिए हर्जाना तय करेगा और उसे दिलाएगा।

शिक्षा का अधिकार

इस अधिकार के तहत उपभोक्ता को बाजार में चल रहे तौर-तरीकों की और उनसे बचने के उपायों की जानकारी दी जाती है। मीडिया अथवा स्कूल पाठ्यक्रम एवं सांस्कृतिक गतिविधियों के जरिये इस जानकारी अथवा शिक्षा का प्रसार किया जा सकता है।

अधिनियम दीवानी अदालत तथा देश में मौजूद अन्य कानूनी समाधानों के विकल्प के तौर पर तीन स्तरों वाली सुधार प्रणाली उपलब्ध कराता है, जिसमें पीड़ित उपभोक्ता खरीदी गई वस्तु अथवा प्राप्त की गई सेवा में किसी प्रकार की खामी के खिलाफ राहत मांग सकता है। खामियों में उन वस्तुओं के विनिर्माताओं एवं व्यापारियों तथा सेवा प्रदाताओं द्वारा अपनाए गए व्यापार के प्रतिबंधी अथवा अनुचित तरीके भी शामिल हैं। अधिनियम की मंशा उपभोक्ताओं की शिकायतों का सरल, तेज तथा सस्ता समाधान उपलब्ध कराना है। यह उपभोक्ताओं को विशेष प्रकार की राहत भी प्रदान करता है तथा जहां उचित होता है, उन्हें हर्जाना दिलाता है।

मुक्त बाजार वाली अर्थव्यवस्था प्रभावशाली तरीके से काम तभी कर सकती है जब उसके

पास शिक्षित उपभोक्ता हों। उपभोक्ता शिक्षा विनिर्माताओं तथा उपभोक्ताओं के बीच शक्ति संतुलन का तरीका है। शिक्षा से उपभोक्ता को सही निर्णय लेने में मदद मिलती है और उसे व्यापार तथा कारोबार से जुड़े नुकसानों से बचाती है। उपभोक्ता अधिकारों की अधिक जागरूकता उत्पन्न करने के लिए उपभोक्ताओं को सघन प्रचार तथा जागरूकता अभियानों के जरिये अधिकारों तथा जिम्मेदारियों के बारे में शिक्षित किया जाना चाहिए। इसमें कमजोर समूहों जैसे महिलाओं एवं बच्चों, छात्रों, किसानों तथा ग्रामीण परिवारों एवं कामकाजी वर्ग पर विशेष ध्यान दिया जाना चाहिए।

भारत सवा अरब की आबादी वाला देश है, जिसमें अधिकतर लोग ग्रामीण क्षेत्रों में रहते हैं। इसलिए सरकार उपभोक्ताओं को

उपभोक्ता खरीदी गई वस्तु अथवा प्राप्त की गई सेवा में किसी प्रकार की खामी के खिलाफ राहत मांग सकता है। खामियों में उन वस्तुओं के विनिर्माताओं एवं व्यापारियों तथा सेवा प्रदाताओं द्वारा अपनाए गए व्यापार के प्रतिबंधी अथवा अनुचित तरीके भी शामिल हैं। अधिनियम की मंशा उपभोक्ताओं की शिकायतों का सरल, तेज तथा सस्ता समाधान उपलब्ध कराना है। यह उपभोक्ताओं को विशेष प्रकार की राहत भी प्रदान करता है तथा जहां उचित होता है, उन्हें हर्जाना दिलाता है।

विभिन्न मामलों में उपभोक्ता अधिकारों तथा जिम्मेदारियों के बारे में शिक्षित करने के लिए एक राष्ट्रव्यापी मल्टीमीडिया जागरूकता अभियान चला रही है। जागो ग्राहक जागो आज घर-घर में बोला जाने वाला नारा बन गया है।

बड़े स्तर पर उपभोक्ताओं के साथ काम करने वाले सरकारी विभागों और संगठनों के साथ मिलकर हाल ही में संयुक्त प्रचार अभियान आरंभ किए गए हैं। उदाहरण के लिए खाद्य के मामले में भारतीय खाद्य संरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (एफएसएसआई) वित्तीय सेवा के मामले में भारतीय रिजर्व बैंक और दवाओं के मामले में राष्ट्रीय औषधि मूल्य निधिरण प्राधिकरण (एनपीपीए) के साथ विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक एवं प्रिंट माध्यमों के जरिये जैसे टेलीविजन, रेडियो, अखबार एवं आउटडोर विज्ञापन व उपभोक्ता जागरूकता अभियान को विज्ञापन एवं दृश्य प्रचार निदेशालय (डीएवीपी) के जरिये क्रियान्वित किया जाता है। ग्रामीण एवं पिछड़े इलाकों में रहने वालों के बीच जागरूकता फैलाने के लिए सरकार ने विभिन्न राज्यों/केंद्र शासित प्रदेशों के महत्वपूर्ण मेलों/उत्सवों में हिस्सा लेने का निर्णय लिया है क्योंकि ऐसे मेलों/उत्सवों में ग्रामीण तथा पिछड़े इलाकों से भारी संख्या में लोग पहुंचते हैं।

आज का उपभोक्ता बहुत तेजी से बदल रहा है। बीसवीं सदी के मध्य से ही विभिन्न सांस्कृतिक, सामाजिक, आर्थिक तथा प्रौद्योगिक प्रभावों एवं कारकों के कारण उपभोक्ताओं की जीवनशैली तथा उपभोग संबंधी आदतों में बहुत बदलाव आए हैं। आबादी का आवागमन बढ़ने, नई वस्तुओं तथा सेवाओं के उत्पादन, खरीदारी के नए तरीके और जानकारी, उपलब्धता के कारण धारणाएं भी बदली हैं और भरोसा भी बदला है।

अलग-अलग गुणवत्ता वाले ढेर सारे उत्पाद एवं सेवाएं उपलब्ध होने के कारण हो सकता है कि उपभोक्ता हमेशा अपनी जरूरतों को पूरा करने वाला सटीक चुनाव नहीं कर सकें। साथ ही व्यावसायिक विकास के कारण नयी बनावटी जरूरतों को बढ़ावा मिलता है। सभी उपभोक्ता उद्योग तथा विज्ञापन जगत से आने वाले संदेशों में से काम के संदेश नहीं छोट पाएंगे। उपभोक्ताओं को असली जरूरतों तथा बतायी जा रही जरूरतों के बीच अंतर करने की जागरूकता लानी है और उन्हें अपनी जरूरतों के मुताबिक सही उत्पाद तथा सेवाएं हासिल करने का हुनर सीखना होगा। इसके अलावा उपभोग यानी खपत में तेज बदलाव

तथा संभावित जोखिम को देखते हुए यह जरूरी है कि उपभोक्ता अपने उपभोग के परिणामों पर विचार करें।

व्यापारी वर्ग को भी उपभोक्ताओं की बेहतर शिक्षा को खतरा नहीं बल्कि व्यावसायिक लाभ का स्रोत मानना चाहिए। उपभोक्ता बेहतर चयन करते हैं और उनकी ऊँची अपेक्षाओं के कारण प्रतिस्पर्द्धा पर सकारात्मक असर होता है क्योंकि कंपनियां अपने उत्पादों तथा सेवाओं में सुधार करती हैं।

हालांकि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के क्रियान्वयन को सफलता माना जा सकता है, लेकिन उपभोक्ता कल्याण का वांछित स्तर प्राप्त करने में अब भी गंभीर खामियां हैं। इसके विभिन्न कारण हैं, जैसे गुणवत्तापूर्ण बुनियादी ढांचे की कमी, विभिन्न उत्पादों तथा सेवाओं में नियामकीय खामियां, जिनका असर स्वास्थ्य, सुरक्षा तथा पर्यावरण पर पड़ता है।

आम तौर पर कई व्यापार क्षेत्रों में मानकीकरण की इच्छा भी नहीं दिखती और उन्हें इस बात की जानकारी भी नहीं है कि गुणवत्ता, प्रतिस्पर्द्धा तथा लाभ कमाने की क्षमता पर मानकों का कितना असर होता है। उपभोक्ताओं की ओर से गुणवत्तायुक्त वस्तुओं एवं सेवाओं की कमी भी इसलिए है क्योंकि उनमें जागरूकता ही नहीं है। संक्षेप में कहें तो देश में गुणवत्ता की संस्कृति ही नहीं है। यदि भारतीय उत्पादों को यहां के उत्पादों में गुणवत्ता लानी है और अंतरराष्ट्रीय मानकों के अनुरूप लानी है तो देश में ही अलख जगानी होगी।

इसी दिशा में बढ़ते हुए देश में हाल ही में बीआईएस अधिनियम में परिवर्तन किया गया है और वर्तमान उपभोक्ता संरक्षण

उपभोक्ता अधिकारों को बढ़ावा देने, सुरक्षित रखने तथा लागू करने के लिए एक कार्यकारी एजेंसी केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) की स्थापना की गई है। सीसीपीए कार्यकारी एजेंसी होगी, जो जरूरत पड़ने पर हस्तक्षेप करेगी ताकि व्यापार के अनुचित तरीकों के कारण उपभोक्ताओं का शोषण न हो सके। इसके कार्यों में शामिल है दण्ड देना, उत्पादों को वापस मंगाना, कीमत वापस दिलाना और उत्पाद लौटाना।

अधिनियम, 1986 में समग्र संशोधन करते हुए नया अधिनियम लाने की बात पर विचार हो रहा है ताकि अधिनियम अधिक प्रभावी, कारगर और उद्देश्यपूर्ण बन सके। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम लगभग 30 वर्ष से लागू है। उपभोक्ता संरक्षण विधेयक, 2015 और नया लागू हुआ भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम, 2016 ऐसे उन्नयन को सहारा देने के ही प्रयास हैं।

उपभोक्ता संरक्षण विधेयक की विशेषताएं


(क) उपभोक्ता अधिकारों को बढ़ावा देने, सुरक्षित रखने तथा लागू करने के लिए एक कार्यकारी एजेंसी केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) की स्थापना। सीसीपीए कार्यकारी एजेंसी होगी, जो जरूरत पड़ने पर हस्तक्षेप करेगी ताकि व्यापार के अनुचित तरीकों के कारण उपभोक्ताओं का शोषण न हो सके। इसके कार्यों में शामिल है दण्ड देना, उत्पादों को वापस मंगाना, कीमत वापस दिलाना और उत्पाद लौटाना।

(ख) किसी उत्पाद के द्वारा अथवा उसके कारण व्यक्ति को चोट लगने, मौत होने अथवा संपत्ति को नुकसान पहुंचने की स्थिति में यदि उत्पाद तथा उत्पादक की जवाबदेही का मामला बनता है तो उत्पाद जवाबदेही संबंधी कार्रवाई के लिए प्रावधान।

(ग) विवाद समाधान की वैकल्पिक प्रणाली के रूप में मध्यस्थता का प्रावधान, जिसका उद्देश्य मध्यस्थता के जरिये उपभोक्ताओं की शिकायतों का कानूनी समाधान करना है। इस तरह प्रक्रिया कम झंझट भरी, सरल तथा तेज हो जाती है। यह काम उपभोक्ता फोरम के झंडे तले किया जाएगा।

(घ) उपभोक्ता फोरम में उपभोक्ता विवाद के मामलों में निर्णय की प्रक्रिया सरल बनाने के उद्देश्य से कई प्रावधान किए गए हैं, जैसे उपभोक्ता विवाद समाधान एजेंसियों का वित्तीय अधिकार क्षेत्र बढ़ाना, शिकायतों के शीघ्र निपटारे हेतु उपभोक्ता फोरम में सदस्यों की संख्या बढ़ाना, राज्य तथा जिला आयोग को अपने ही आदेशों की समीक्षा का अधिकार देना, शिकायतों के जल्द निपटारे के लिए सर्किट बेंच बनाना, जिला फोरम के अध्यक्ष तथा सदस्यों की नियुक्तियों के लिए प्रक्रिया में सुधार करना, उपभोक्ताओं को शिकायतें ऑनलाइन दर्ज करने की सुविधा का प्रावधान करना और शिकायतकर्ता के निवास स्थान पर न्यायाधिकार रखने वाले उपभोक्ता फोरम में शिकायत दर्ज करने का प्रावधान करना और यह प्रावधान करना कि यदि 21 दिन की निर्धारित अवधि में शिकायत की स्वीकार्यता पर निर्णय नहीं किया गया तो उसे स्वयं ही स्वीकार्य मान लिया जाएगा।




आज सभी औद्योगिक देशों में किसी एक सरकारी संगठन को यह देखने की जिम्मेदारी दी गई है कि माप और तोल सही हैं या नहीं। इससे पता चलता है कि समाज राष्ट्र के आर्थिक स्वास्थ्य और संपन्नता के लिए माप-तोल की विश्वसनीयता को कितना महत्व देते हैं। भारत भी अलग नहीं है। भारत सरकार ने प्राचीन काल से ही यह सुनिश्चित किया है कि बाजार में माप-तोल एकदम सही हो। बाट एवं माप की सरल योजना तथा एकसमान मानक प्रदान करने के इरादे से बाट एवं माप अधिनियम, 1956 नाम का पहला कानून लागू किया गया था, जो मीट्रिक प्रणाली तथा अंतरराष्ट्रीय विधिक माप पद्धति संगठन द्वारा मान्यता प्राप्त इकाइयों की अंतरराष्ट्रीय प्रणाली पर आधारित था।



उपभोक्ता

मुक्त प्रतिस्पर्द्धा के युग में उपभोक्ता ही प्रमुख है।

अतः उसे चाहिए संरक्षण

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम-1986

विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी की तेज प्रगति तथा अर्थव्यवस्थाओं के वैश्वीकरण के कारण तोलने और मापने की पद्धतियों में बहुत सुधार हुआ है और बाट तथा माप का दायरा भी बढ़ गया है। बाट एवं माप के मानक तय करने के लिए, बाट एवं माप तथा वजन, नाप अथवा संख्या आदि के द्वारा बिकने वाली अथवा बांटी जाने वाली अन्य वस्तुओं के व्यापार एवं वाणिज्य के लिए और उनसे संबंधित मामलों के लिए 01 अप्रैल, 2011 को विधिक माप पद्धति अधिनियम, 2009 लागू किया गया। विधिक माप पद्धति अधिनियम, 2009 (2010 का अधिनियम 1) ने बाट एवं माप मानक अधिनियम, 1976 तथा बाट एवं माप मानक (क्रियान्वयन) अधिनियम, 1985 को समाप्त कर उनका स्थान ले लिया।

विधिक माप पद्धति के मामले में केंद्र तथा राज्य की साझी जिम्मेदारी होती है। राष्ट्रीय नीति और उससे संबंधित अन्य मामलों जैसे, बाट एवं माप पर एकसमान कानून, तकनीकी नियमन, प्रशिक्षण, शुद्धता प्रयोगशाला संबंधी सुविधाओं एवं अंतरराष्ट्रीय सिफारिशों को लागू करना केंद्र सरकार का काम है। केंद्र व राज्य सरकारें तथा केंद्रशासित प्रशासन रोजमर्रा के कानूनों को क्रियान्वित करने के लिए जिम्मेदार हैं।

राज्यों और केंद्रशासित प्रदेशों के बाट एवं माप के विधिक मानकों को अहमदाबाद, भुवनेश्वर, बेंगलुरु, फरीदाबाद, गुवाहाटी, नागपुर और वाराणसी में स्थित सात क्षेत्रीय संदर्भ मानक प्रयोगशालाओं (आरआरएसएल) में जांचा जाता है। ये प्रयोगशालाएं अपने-अपने क्षेत्र में उद्योगों को भी जांच की सेवाएं देती हैं। वे उन प्रयोगशालाओं में शामिल हैं, जिन्हें

तोलने तथा मापने के उपकरणों को मंजूरी देने वाली आदर्श जांच करने की मान्यता मिली हुई है।

उपभोक्ताओं को उनकी शिकायतों के समाधान का वैकल्पिक रास्ता प्रदान करने के लिए भारत सरकार ने निःशुल्क (टोल-फ्री) नंबर 1800-11-4000 अथवा 14404 वाली राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन (एनसीएच) आरंभ की है, जो उपभोक्ताओं को सशक्त बनाने के लिए सलाह, सूचना तथा निर्देश देती है और कारोबारियों को इस बात के लिए मनाती है कि वे उपभोक्ताओं की चिंता और शिकायतों को वैश्विक मानकों के अनुरूप दूर करने के लिए अपनी नीति तथा प्रबंध तंत्र को बदलें। एनसीएच ने 325 से अधिक कंपनियों के साथ हाथ मिलाया है, जिन्हें समाधान के लिए शिकायतें ऑनलाइन भेजी जाती हैं और जिनसे जवाब भी लिया जाता है।

इनग्राम

उपभोक्ताओं, केंद्र तथा राज्य सरकारों की एजेंसियों, निजी कंपनियों, नियामकों, लोकपालों तथा कॉल सेंटर समेत सभी पक्षों को एक ही मंच पर लाने के लिए एकीकृत शिकायत निवारण प्रणाली (इनग्राम) पोर्टल स्थापित किया गया। पोर्टल उपभोक्ताओं को अपने हितों की रक्षा के लिए जागरूक बनाता है और उनकी जिम्मेदारियों की जानकारी भी देता है। उपभोक्ता इस पोर्टल के जरिये अपनी शिकायतें ऑनलाइन दर्ज करा सकते हैं।

इस पोर्टल के जरिये अब राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन तक भी पहुंचा जा सकता है। मूल्यवर्द्धित सेवाओं के रूप में देश भर के उपभोक्ताओं के लिए एक मोबाइल एप्लिकेशन और आसानी से याद होने वाला पांच अंकों

का शॉर्ट कोड 14404 आरंभ किया गया है, जिससे सीधे राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन तक पहुंचा जा सकता है।

राज्य उपभोक्ता हेल्पलाइन

राज्य स्तर पर उपभोक्ता विवाद निवारण की वैकल्पिक व्यवस्था को बढ़ावा देने एवं मध्यस्थता के जरिये मामले निपटाने के उद्देश्य से राज्य सरकारों ने राज्य उपभोक्ता हेल्पलाइन आरंभ की हैं।

स्मार्ट कंज्यूमर एप्लिकेशन

सरकार ने एक मोबाइल एप्लिकेशन 'स्मार्ट कंज्यूमर' आरंभ की है ताकि उपभोक्ता उत्पाद का बार कोड स्कैन कर सकें और उत्पाद का पूरा विवरण जैसे उसका नाम, विनिर्माता का ब्योरा, विनिर्माण का वर्ष और महीना, शुद्ध मात्रा तथा कंज्यूमर केयर का ब्योरा हासिल कर सकें और गड़बड़ की दशा में शिकायत की जा सके।

गामा

भ्रामक विज्ञापनों से निपटने के प्रयास में सरकार ने 'ग्रीवासेज अगेंट्स मिसलीडिंग एडवर्टाइजमेंट्स (गामा)' नाम का पोर्टल आरंभ किया है, जिस पर ऑनलाइन शिकायतें दर्ज कराई जा सकती हैं। उपभोक्ता वेब पोर्टल के जरिये ऐसे विज्ञापन की प्रति/वीडियो/ऑडियो के साथ शिकायत दर्ज करा सकता है।

ऑनलाइन विवाद समाधान

नेशनल लॉ स्कूल ऑफ इंडिया यूनिवर्सिटी, बेंगलुरु में भारत सरकार के उपभोक्ता मामलों के मंत्रालय के अधीन ऑनलाइन उपभोक्ता मध्यस्थता केंद्र स्थापित किया गया है, जिसका उद्देश्य उपभोक्ता विवादों को भौतिक तथा ऑनलाइन मध्यस्थता के जरिये सुलझाने के लिए संपूर्ण बुनियादी ढांचा मुहैया कराना है। केंद्र उपभोक्ताओं तथा संगठनों के लिए नई प्रौद्योगिकी मुहैया कराएगा, जिससे विवादों को संभाला तथा सुलझाया जा सके और उपभोक्ता विवादों के निपटारे के लिए ऑनलाइन मध्यस्थता को प्राथमिकता दी जाए। यह अनूठा तरीका है, जिससे उपभोक्ता को तेज एवं आसान समाधान प्रक्रिया के जरिये बेहतर न्याय मिलता है और कारोबारियों को भी उपभोक्ताओं के साथ अच्छे संबंध बनाए रखने का मौका मिलता है।

ऑनलाइन कंज्यूमर कम्युनिटी

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म लोकल सर्कल्स के साथ मिलकर सरकार ने नागरिकों के लिए एक मंच 'ऑनलाइन कंज्यूमर कम्युनिटीज' आरंभ किया है, जिसमें वे प्रशासन और अपने दैनिक जीवन से जुड़ी समस्याओं और तकलीफों

उपभोक्ता ध्यान दें!

लड़कर लें अपना अधिकार
उपभोक्ता अदालत
बनेंगे आपके हथियार

बड़ीर उपभोक्ता, देश में आपके अधिकार सुरक्षित हैं। एक उपभोक्ता के रूप में आपको यह पता चलने अधिकारी की जाने। इसके बराबर अगर आपको लगता है कि आपको धोखा दिया जा रहा है तो उपभोक्ता अदालत जाएं। यदि आपका कथन सही है।

राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन नम्बर 1800-11-4000 (टोल फ्री)

अपने मोबाइल से अपना नाम और सड़क का नम्बर 011-23000000 पर एस.एम.एस. करें

ऑन लाइन विवरण एवं सड़क के लिए सड़क का नम्बर 011-23000000 पर एस.एम.एस. करें।
www.nch.gov.in पर ऑन लाइन करें। (टोल फ्री नम्बर 1800-11-4000)

संयुक्त राज्य अमेरिका के उपभोक्ता मामलों, खाद्य एवं सार्वजनिक वितरण मंत्रालय
उपभोक्ता मामलों विभाग, भारत सरकार
सुवि भवन, नई दिल्ली-110001 वेबसाइट: www.fcimn.nic.in

पर चर्चा कर सकते हैं। इसके जरिये कोई नागरिक अपनी सरकार, शहर, मुद्दे, पड़ोस, हित, आवश्यकताओं और दूसरे किसी समुदाय से जुड़े सकता है।

इंटरनेट सुरक्षा अभियान

भारत में इस समय इंटरनेट का इस्तेमाल करने वालों की संख्या बहुत अधिक है। सभी क्षेत्रों में डिजिटलीकरण तेजी से बढ़ने के कारण इंटरनेट सुरक्षा के संदेश को रोजमर्रा के उन कामों में शामिल किए जाने की आवश्यकता है, जिन्हें उपभोक्ता ऑनलाइन करता है। सरकार ने एक साझेदार कंपनी के साथ मिलकर वर्ष भर चलने वाला अभियान आरंभ किया है, जिसमें प्रयोगकर्ताओं को इंटरनेट सुरक्षा तथा संरक्षा की चुनौतियों के बारे में शिक्षा देने के लिए डिजिटल साक्षरता, सुरक्षा एवं संरक्षा कार्यशालाएं आयोजित की जाती हैं।

भारत में उपभोक्ताओं को विभिन्न प्रकार के शोषण से बचाने के उद्देश्य वाले कई कानून लागू हैं, जैसे भारतीय दंड संहिता, 1860; भारतीय अनुबंध अधिनियम, 1872; औषधि नियंत्रण अधिनियम, 1950; उद्योग (विकास एवं नियमन) अधिनियम, 1951; भारतीय मानक संस्था (प्रमाणन चिह्न) अधिनियम, 1952; औषधि एवं जादुई इलाज (आपत्तिजनक विज्ञापन) अधिनियम, 1954; खाद्य मानक एवं संरक्षा अधिनियम; आवश्यक वस्तु अधिनियम, 1955; व्यापार एवं वस्तु चिह्न अधिनियम, 1958; सिगरेट (उत्पादन, आपूर्ति एवं वितरण का नियमन) अधिनियम, 1975; कालाबाजारी की रोकथाम एवं अनिवार्य वस्तु की आपूर्ति का अनुरक्षण अधिनियम, 1980; आवश्यक वस्तु (विशेष प्रावधान) अधिनियम, 1981; विधिक माप पद्धति अधिनियम, 2009 तथा स्वापक औषधि एवं मनःप्रभावी पदार्थ अधिनियम, 1985 इत्यादि। आजादी के पहले ही उपभोक्ता संरक्षण के लिए लागू किए गए कुछ महत्वपूर्ण कानून वस्तु विक्रय अधिनियम, 1930; कृषि उत्पाद (ग्रेडिंग एवं विपणन) अधिनियम, 1837 और औषधि एवं सौंदर्य प्रसाधन अधिनियम, 1940 हैं।

मानक गुणवत्ता के आवश्यक तत्व हैं, जो उपभोक्ता संरक्षण में प्रमुख भूमिका निभाते हैं। इसके लिए सरकार ने संपूर्ण गुणवत्ता वाला बुनियादी ढांचा खड़ा किया है, जिसमें मानकीकरण, मानक विकास को बढ़ावा देना, मानक की सूचना, माप पद्धति, गुणवत्ता सुनिश्चित करने अथवा अनुपालन करने के



लिए मूल्यांकन करना, उत्पाद का प्रमाणन, नियमन एवं क्रियान्वन तथा मान्यता प्रदान करना शामिल हैं।

सुशासन की संस्कृति को बढ़ावा देने तथा उसके जरिये उपभोक्ताओं के अधिकारों का बेहतर प्रोत्साहन एवं संरक्षण सुनिश्चित करने के लिए उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम का प्रभावी, कुशल तथा उचित क्रियान्वयन अनिवार्य शर्त है। यदि वस्तुओं एवं सेवाओं की गुणवत्ता से जुड़े उपभोक्ताओं के अधिकार सुनिश्चित कर दिए जाते हैं और उनका पूरा ध्यान रखा जाता है तो शिकायत का सवाल ही नहीं होगा। उस स्थिति में निश्चित रूप से ऐसा माहौल तैयार हो जाएगा, जिसमें उपभोक्ता अपनी जरूरत की वस्तुओं से संतुष्ट होंगे।

उपभोक्ता संरक्षण प्रतिस्पर्द्धा की नीति से भी जुड़ा है क्योंकि दोनों का ही अंतिम लक्ष्य उपभोक्ता कल्याण को बढ़ावा देना है। उपभोक्ताओं तथा विनिर्माताओं के बीच असमान रिश्ता होने के कारण ही उपभोक्ता संरक्षण तथा प्रतिस्पर्द्धा नीति की बात आती है। वस्तुओं तथा सेवाओं के लिए न्यूनतम गुणवत्ता निर्देश तथा सुरक्षा मानक तय कर और शिकायतों के समाधान का माध्यम देकर उपभोक्ताओं का संरक्षण किया जाता है। दूसरी ओर प्रतिस्पर्द्धा की नीति सुनिश्चित करती है कि विनिर्माताओं की संख्या अधिक हो ताकि किसी भी विनिर्माता का दबदबा न हो सके।

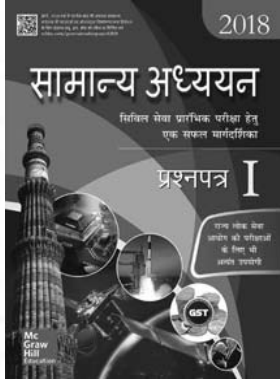
सुशासन की चिंताएं उपभोक्ता संरक्षण कानून तथा संस्थाओं से सीधी जुड़ी हैं। सुशासन का जोर दक्षता, प्रभावशीलता, सदाचार, समानता, अर्थव्यवस्था, पारदर्शिता, जवाबदेही, सशक्तीकरण, तार्किकता, निष्पक्षता तथा प्रतिभागिता पर है। सुशासन की ये आवश्यकताएं उपभोक्ता संरक्षण संबंधी कानून एवं नीतियों से मेल खाती हैं। इसीलिए उपभोक्ता अधिकारों के संरक्षण से जुड़े कानूनों का समुचित एवं प्रभावी क्रियान्वयन से सुशासन को बढ़ावा मिलेगा।

उपभोक्ता संरक्षण को प्रभावी तथा सार्थक बनाने के लिए सरकार, कारोबार, नागरिक समाज के संगठनों, शैक्षिक संस्थाओं - स्कूल, कॉलेज, विश्वविद्यालय तथा अनुसंधान संस्थाओं के सक्रिय सहयोग की आवश्यकता है। उपभोक्ता आंदोलन को उद्देश्यपूर्ण बनाना है तो सबसे बढ़कर प्रत्येक नागरिक को अनिवार्यतः सहयोग करना होगा। उपभोक्ता मामलों के मंत्रालय के जरिये लागू की जा रहें भारत सरकार की नीतियां, योजनाएं तथा कार्यक्रम निस्संदेह उपयोगी हैं, लेकिन उनकी प्रभावशीलता संस्थाओं तथा आम जनता के सहयोग पर ही निर्भर करती है। इस समय उपभोक्ता के हित में और उपभोक्ता की जरूरतों के अनुरूप कार्य करने का संकल्प जताने की आवश्यकता है। किंतु यह काम सौहार्दपूर्ण तरीके से होना चाहिए ताकि हमारा समाज हम सभी के लिए बेहतर स्थान बन सके। □

UPSC सिविल सेवा प्रारंभिक परीक्षा 2018

1985 से अब तक सर्वश्रेष्ठ

₹ 1595/-



ISBN: 9789352607433

सामान्य अध्ययन प्रश्नपत्र I 2018: मुख्य विशेषताएं

- प्रस्तुत पुस्तक में निहित विषयों में स्थित आंकड़ों के समायोजन में विभिन्न, राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय रिपोर्टों, बजट 2017-18, आर्थिक सर्वेक्षण 2016-17 आदि महत्वपूर्ण घटकों का अटूट सहयोग
- जून 2017 में संपन्न सिविल सेवा की प्रारंभिक परीक्षा के प्रश्नपत्र के प्रश्न प्रवृत्ति का विश्लेषणात्मक विवेचन एवं उनका व्याख्या सहित स्पष्ट हल
- राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय महत्व की समसामयिक घटनाओं को सिविल सेवा परीक्षा के अनुरूप ढालने का एक सफल प्रयास
- प्रस्तुत पुस्तक के प्रत्येक भाग में विकल्पीय प्रश्नों में अवधारणात्मक प्रवृत्ति वाले प्रश्नों का व्यापक रूप से समावेश

₹ 995/-



ISBN: 9789352607440

सामान्य अध्ययन प्रश्नपत्र II 2018: मुख्य विशेषताएं

- सिविल सेवा प्रारंभिक परीक्षा के अद्यतन प्रारूप के आधार पर 15 नए मानक अभ्यास प्रश्नपत्रों का समावेश
- जून, 2017 के नवीनतम प्रश्नपत्र को शामिल करते हुए 2013-17 तक के पूर्व वर्षों के प्रश्नपत्रों का व्याख्या सहित विश्लेषण
- प्रत्येक खंड में सूक्ष्म विधियों का समावेश जो अभ्यर्थियों की सफलता हेतु अत्यंत आवश्यक
- स्वमूल्यांकन हेतु विविधता से ओतप्रोत वाले प्रश्नों की सार-संचयिका
- लेखन शैली एवं अभ्यर्थियों को समझाने में सहज, सरल एवं सुबोध भाषा शैली का प्रयोग

सामान्य अध्ययन (प्रश्नपत्र I और II 2018)

के निःशुल्क प्रश्नपत्र प्राप्त करने के लिए पंजीकृत करें

www.mheducation.co.in/upscsamplepapers

Prices are subject to change without prior notice.

मेकग्रॉ हिल एजुकेशन (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड



टोल फ्री नं.: 1800 103 5875 | ई-मेल: reachus@mheducation.com | खरीदें @ www.mheducation.co.in

संपर्क करें @ [/McGrawHillEducationIN](https://www.facebook.com/McGrawHillEducationIN) [/MHEducationIN](https://www.instagram.com/MHEducationIN) [/Company/McGraw-Hill-Education-India](https://www.linkedin.com/company/McGraw-Hill-Education-India) [/McGrawHillEducationIndia](https://www.youtube.com/channel/UCMcGrawHillEducationIndia)

उपभोक्ता संरक्षण के प्रयासों का इतिहास

डीपीएस वर्मा



भारत के उपभोक्ता आंदोलन के इतिहास में सबसे महत्वपूर्ण बात 24 दिसंबर, 1986 को उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम पारित होना था। तबसे लेकर तीन बार 1991, 1993 और 2002 में इस कानून में संशोधन किया गया है। यह कानून जिला, राज्य और राष्ट्रीय स्तर पर स्थापित त्रिस्तरीय न्यायिक मशीनरी के माध्यम से उपभोक्ताओं की शिकायतों के शीघ्र और सस्ते निवारण के जरिये उनके हितों को बेहतर ढंग से संरक्षित करना चाहता है

उपभोक्ता संरक्षण के विचार की उत्पत्ति का श्रेय संयुक्त राज्य अमेरिका को है। जब 1960 के दशक के प्रारंभ में उपभोक्ता व्यावसायिक कंपनियों के अनुचित व्यावसायिक कार्यों से नाराज थे, तो राल्फ नाडर नामक एक युवा वकील ने निर्माताओं एवं व्यापारियों के खिलाफ उपभोक्ताओं के आरोपों का समर्थन किया था। तत्कालीन अमेरिकी राष्ट्रपति जॉन एफ. केनेडी ने 15 मार्च, 1962 को अमेरिकी संसद में एक घोषणा की कि उपभोक्ताओं के चार बुनियादी अधिकार- (1) सुरक्षा का अधिकार; (2) सूचना का अधिकार; (3) चयन का अधिकार; और (4) शिकायत सुने जाने का अधिकार की रक्षा की वकालत की थी। राष्ट्रपति कैनेडी के उपभोक्ता अधिकार विधेयक को याद करने और उपभोक्ताओं

को जागरूक करने के लिए अब हर वर्ष 15 मार्च को विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के रूप में मनाया जाता है। नौ अप्रैल, 1985 को संयुक्त राष्ट्र महासभा ने उपभोक्ता संरक्षण के दिशा-निर्देशों के एक सेट को अपनाया। संयुक्त राष्ट्र के महासचिव ने सदस्य देशों से उपभोक्ता संरक्षण को बढ़ावा देने के लिए नीतिगत बदलाव या कानून के जरिये उन दिशा-निर्देशों को अपनाने का आग्रह किया। तब से सभी देशों में उपभोक्ता संरक्षण कानून लागू किए गए हैं। कई देशों, खासकर संयुक्त राज्य अमेरिका, यूनाइटेड किंगडम (ब्रिटेन), फ्रांस, जर्मनी, स्वीडन और नॉर्वे में मजबूत उपभोक्ता आंदोलन हैं, जो प्रासंगिक विधायी उपायों द्वारा समर्थित हैं।

भारत में अनुचित व्यापार पद्धतियों की रोकथाम और नियंत्रण तथा उपभोक्ताओं के

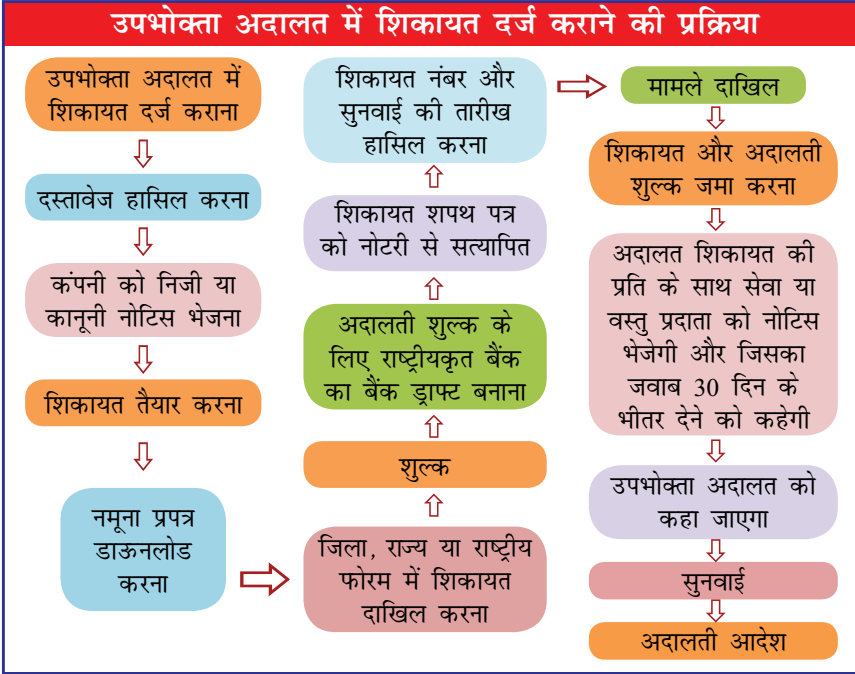
तालिका 1 : भारत में उपभोक्ता संरक्षण के लिए प्रमुख कानून

- | | |
|---|--|
| • उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 | • कृषि उत्पाद (श्रेणीकरण एवं अंकन) अधिनियम, 1937 |
| • खाद्य सुरक्षा एवं मानक अधिनियम, 2006 | • वजन एवं माप मानक अधिनियम, 1976 |
| • भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम, 1986 | • वजन एवं माप मानक (डिब्बाबंद वस्तुएं) कानून, 1977 |
| • औषधि एवं सौंदर्य प्रसाधन अधिनियम, 1940 | • प्रतिस्पर्धा अधिनियम, 2002 |
| • औषधि (नियंत्रण) अधिनियम, 1950 | • ट्रेड मार्क्स एक्ट, 1999 (सितंबर, 2003 से लागू) |
| • औषधि एवं जादुई इलाज (आपत्तिजनक विज्ञापन) अधिनियम, 1954 | • सिगरेट और अन्य तंबाकू उत्पाद (व्यापार और वाणिज्य, उत्पादन, आपूर्ति और वितरण का विनियमन और विज्ञापन का निषेध) अधिनियम, 2003 |
| • आवश्यक वस्तु अधिनियम, 1955 | |
| • कालाबाजारी रोकथाम एवं आवश्यक वस्तु आपूर्ति रखरखाव अधिनियम, 1980 | |

(यह सूची कालानुक्रम के अनुसार नहीं है)

लेखक दिल्ली विश्वविद्यालय के दिल्ली स्कूल ऑफ इकोनॉमिक्स के वाणिज्य विभाग के प्रोफेसर रहे हैं। उनके अध्यापन और अनुसंधान रुचि के क्षेत्र में विपणन, उपभोक्ता मामले और प्रतिस्पर्धी नीति शामिल हैं। उन्होंने फ्रांस और हंगरी की सरकारों के आमंत्रण पर उन दोनों देशों के उपभोक्ता आंदोलन एवं उपभोक्ता संरक्षण कानून के क्रियान्वयन का अध्ययन करने के लिए वहां की यात्रा की। ईमेल: dpsverma@hotmail.com

उपभोक्ता अदालत में शिकायत दर्ज कराने की प्रक्रिया



हितों के संरक्षण और प्रोत्साहन के लिए लंबे समय से कानूनी प्रावधान अस्तित्व में रहे हैं लेकिन दर्जन भर से अधिक ऐसे कानून लागू होने (देखें तालिका 1) के बावजूद उपभोक्ताओं के हित पर्याप्त रूप से संरक्षित नहीं थे। ये कानून खंडित रूप से उपभोक्ताओं का संरक्षण कर पा रहे थे। कानूनों के शीर्षक संक्षिप्त रूप से उसकी प्रकृति और उद्देश्यों का संकेत करते हैं। उदाहरण के लिए, औषधि एवं प्रसाधन सामग्री अधिनियम (ड्रग्स एंड कॉस्मेटिक एक्ट) का उद्देश्य भारत में निर्मित, आयातित, वितरित और बेची जाने वाली दवाओं और सौंदर्य प्रसाधनों की गुणवत्ता सुनिश्चित करना है। दोषपूर्ण वस्तुओं की आपूर्ति, अपूर्ण सेवाओं के प्रावधान, प्रतिबंधात्मक और अनुचित व्यावसायिक गतिविधियां, अधिक कीमत वसूलने और खतरनाक वस्तु एवं सेवाओं की पेशकश करने जैसी उपभोक्ताओं की शिकायतों का निवारण करने के लिए कोई आदर्श, एकीकृत एजेंसी नहीं थी। कानूनी प्रावधानों को भी प्रभावी ढंग से लागू नहीं किया गया था। इसके अलावा, ज्यादातर कानूनों में उपभोक्ताओं को स्वयं उनकी शिकायतों का निवारण करने का अधिकार नहीं मिला।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986

भारत के उपभोक्ता आंदोलन के इतिहास में सबसे महत्वपूर्ण मील का पत्थर

24 दिसंबर, 1986 को उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम पारित होना था। तबसे लेकर तीन बार 1991, 1993 और 2002 में इस कानून में संशोधन किया गया है। यह कानून जिला, राज्य और राष्ट्रीय स्तर पर स्थापित त्रिस्तरीय न्यायिक मशीनरी के माध्यम से उपभोक्ताओं की शिकायतों के शीघ्र और सस्ते निवारण के जरिये उनके हितों को बेहतर ढंग से संरक्षित करना चाहता है।

उपभोक्ता के अधिकार

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के द्वारा संरक्षित एवं प्रोत्साहित किए जाने वाले उपभोक्ताओं के छह अधिकार हैं-

- खतरनाक वस्तुओं एवं सेवाओं के विपणन

‘उपभोक्ता’ शब्द को अधिनियम में व्यापक रूप से परिभाषित किया गया है। अपने व्यक्तिगत या घरेलू उपयोग के लिए (और फिर से बेचने या व्यावसायिक उद्देश्य के लिए नहीं) उत्पाद खरीदने वाला कोई भी व्यक्ति या उत्पाद खरीदने के लिए अनुबंध करने वाला कोई व्यक्ति उपभोक्ता माना जाता है। उपभोक्ता शब्द में वह व्यक्ति भी शामिल है, जिसने गैर व्यावसायिक उपयोग और विचार के लिए कोई सेवा किराये पर लेता है या उसका लाभ लेता है।

के खिलाफ संरक्षण का अधिकार;

- वस्तुओं और सेवाओं की गुणवत्ता, मात्रा, क्षमता, शुद्धता, मानक और मूल्य के बारे में सूचना का अधिकार, ताकि अनुचित व्यापार पद्धति से उपभोक्ताओं को बचाया जा सके;
- प्रतिस्पर्द्धी कीमत पर विभिन्न प्रकार की वस्तुओं एवं सेवाओं की उपलब्धता;
- उचित शिकायत-निवारण मंचों पर शिकायत सुने जाने का अधिकार;
- अनुचित व्यापार पद्धतियों या प्रतिबंधात्मक व्यापार प्रथाओं अथवा किसी भी तरह से शोषण के खिलाफ शिकायत निवारण का अधिकार; और
- उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार।

शिकायत दर्ज करना

किसी भी उपभोक्ता शिकायत निवारण की प्रक्रिया उपयुक्त उपभोक्ता मंच के सामने शिकायत दर्ज कराने से शुरू होती है, जो संबंधित पक्षों की बात सुनकर स्वाभाविक न्याय के सिद्धांत का पालन करते हुए पीड़ित व्यक्ति को आवश्यक राहत प्रदान करने के लिए उचित आदेश पारित करता है। अगर दोनों पक्षों (शिकायत करने वाला और विरोधी पक्ष) में से कोई भी उपभोक्ता मंच के आदेश से असंतुष्ट रहता है, तो वह उपयुक्त प्राधिकार के सामने अपील दर्ज कर सकता है, जिसका आदेश अंतिम होगा।

शिकायत कौन दर्ज कर सकता है?

- कोई भी उपभोक्ता;
- कोई उपभोक्ता संघ (जिसे पंजीकृत होना चाहिए);
- केंद्र सरकार या कोई राज्य सरकार;
- समान हित वाले उपभोक्ताओं की ओर से एक या उससे अधिक उपभोक्ता (वर्गीय कार्रवाई); और
- मृत उपभोक्ता के कानूनी वारिस या प्रतिनिधि (चिकित्सीय लापरवाही के कारण मौत के मामले में)
- ‘उपभोक्ता’ शब्द को अधिनियम में व्यापक रूप से परिभाषित किया गया है। अपने व्यक्तिगत या घरेलू उपयोग के लिए (और फिर से बेचने या व्यावसायिक उद्देश्य के लिए नहीं) उत्पाद खरीदने वाला कोई भी व्यक्ति

या उत्पाद खरीदने के लिए अनुबंध करने वाला कोई व्यक्ति उपभोक्ता माना जाता है। उपभोक्ता शब्द में वह व्यक्ति भी शामिल है, जिसने गैर व्यावसायिक उपयोग और विचार के लिए कोई सेवा किराये पर लेता है या उसका लाभ लेता है।

शिकायत दर्ज करने का आधार

निम्नलिखित में से किसी भी आधार पर कोई व्यक्ति शिकायत दर्ज कर सकता है-

- किसी व्यवसायी या सेवा प्रदाता द्वारा अनुचित व्यावसायिक पद्धति या प्रतिबंधात्मक व्यावसायिक पद्धति अपनाने पर;
- बेची गई वस्तु में कोई दोष होने पर;
- उपलब्ध कराई गई सेवा में कोई कमी होने पर;
- कानून के तहत निर्धारित या पैकेज पर प्रदर्शित या मूल्य सूची पर प्रदर्शित या क्रेता एवं विक्रेता के बीच सहमति से निर्धारित कीमत से अधिक वसूलने पर; और
- किसी भी खतरनाक वस्तु या सेवा की पेशकश करने पर।
- 'वस्तु', 'सेवा', 'वस्तुओं में दोष', 'सेवा में कमी', 'अनुचित व्यापार पद्धति' और 'प्रतिबंधात्मक व्यापार पद्धति' जैसे शब्दों को व्यापक अर्थ प्रदान किया गया है। इस प्रकार उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के तहत लगभग सभी प्रकार की उपभोक्ता शिकायतों का ध्यान रखा गया है।

शिकायत कहां दर्ज करें?

ऐसे मंच, जहां शिकायत दर्ज की जा सकती है-

- संबंधित जिला फोरम, अगर दावा (उत्पाद या सेवा का मूल्य और मांगा गया मुआवजा) बीस लाख रुपये तक हो;
- संबंधित राज्य आयोग, अगर दावा बीस लाख रुपये से अधिक और एक करोड़ रुपये से कम हो;
- राष्ट्रीय आयोग, अगर दावा एक करोड़ रुपये से अधिक का हो।

ये मंच अर्ध-न्यायिक निकाय हैं, जिनमें न्यायिक और गैर-न्यायिक सदस्य शामिल

तालिका 2 : भारत में उपभोक्ता संरक्षण के क्षेत्र में प्रमुख घटनाएं

- उपभोक्ता हित के प्रभावी संरक्षण एवं प्रोत्साहन के लिए वैधानिक उपाय (उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 को पारित करना)
- मानकीकरण और वस्तुओं के गुणवत्ता नियंत्रण के लिए वैधानिक उपायों को सुदृढ़ करना (भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम, 1986 को पारित करना, जिसने भारतीय मानक संस्थान अधिनियम, 1951 निरस्त कर उसका स्थान लिया।)
- उपभोक्ताओं को निश्चित संबद्ध कानूनों के तहत सुनवाई का वैधानिक अधिकार (दिसंबर, 1986)
- केंद्र सरकार के अधीन उपभोक्ता मामले विभाग की स्थापना (जून, 1991)
- विभिन्न उपभोक्ता कल्याण योजनाओं के समर्थन के लिए उपभोक्ता कल्याण कोष, 1992 की स्थापना
- उपभोक्ता संरक्षण कानून के दायरे के विस्तार और उपभोक्ता अदालतों की शक्तियां बढ़ाकर इस कानून को सुदृढ़ बनाना (जून, 1993)
- चिकित्सीय सेवा में लापरवाही या कमी के लिए उपभोक्ता अदालतों के समक्ष निवारण के उपभोक्ताओं के अधिकार को राष्ट्रीय आयोग की घोषणा में बरकरार रखा (अप्रैल, 1992), जिसकी पुष्टि बाद में सर्वोच्च न्यायालय ने की (13 नवंबर, 1995), चिकित्सीय सेवा को उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के दायरे में लाया गया।
- व्यापक संशोधनों के माध्यम से उपभोक्ता संरक्षण कानून को और मजबूत बनाया गया (दिसंबर, 2002, जो 15 मार्च, 2003 से लागू हुआ)
- उपभोक्ता हितों के संरक्षण और प्रतिस्पर्धा विरोधी व्यावसायिक गतिविधियों को रोकने के लिए भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग की स्थापना (प्रतिस्पर्धा अधिनियम, 2002 को पारित करना, 31 मार्च, 2003 से प्रभावी)
- सिगरेट एवं अन्य तंबाकू उत्पादों के विज्ञापन पर प्रतिबंध और नाबालिगों को तंबाकू उत्पाद की बिक्री पर प्रतिबंध (सिगरेट और अन्य तंबाकू उत्पाद (व्यापार और वाणिज्य, उत्पादन, आपूर्ति और वितरण का विनियमन और विज्ञापन का निषेध) अधिनियम, 2003 पारित करना)
- खाद्य वस्तुओं के विज्ञान आधारित मानक को निर्धारित करने के लिए भारतीय खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (एफएसएसआई) की स्थापना (खाद्य सुरक्षा एवं मानक अधिनियम, 2006 को पारित करना, पांच अगस्त, 2011 से प्रभावी)
- उपभोक्ता अधिकारों को लागू करने, बढ़ावा देने, संरक्षित करने तथा उत्पाद दायित्व और मध्यस्थता प्रदान करने के लिए केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण स्थापित करने का प्रावधान (दस अगस्त, 2015 को उपभोक्ता संरक्षण विधेयक, 2015 को लोकसभा में पेश करना), संसद के दोनों सदनों द्वारा इसके पारित होने (उम्मीद है कि नवंबर-दिसंबर, 2017 में शीत सत्र में पारित हो जाएगा) के बाद उम्मीद है कि यह नया उपभोक्ता संरक्षण कानून बन जाएगा।

होते हैं और इनका नेतृत्व कानूनी पृष्ठभूमि का कोई व्यक्ति करता है, इन मंचों को अक्सर उपभोक्ता अदालत कहा जाता है। मामलों की सुनवाई और अपने आदेशों को लागू करने के उद्देश्य से इन्हें सिविल कोर्ट की शक्तियां प्राप्त होती हैं। वे मामलों की सुनवाई करते हुए स्वाभाविक न्याय के सिद्धांतों का पालन करते हैं और दोनों पक्षों को अपनी बात रखने (सुनवाई) का अवसर प्रदान करते हैं। इन मंचों को जरूरी महसूस होने पर किसी एक पक्ष के हित में आदेश पारित करने या स्थगन आदेश देने का अधिकार प्राप्त होता है।

शिकायत दर्ज करने की प्रक्रिया

शिकायत दर्ज करने की प्रक्रिया सरल है। शिकायतकर्ता या उसके द्वारा अधिकृत किसी व्यक्ति द्वारा सहायक दस्तावेजों (कैसमेमो, वारंटी कार्ड आदि यदि कोई हो) के साथ लिखित शिकायत दर्ज की जा सकती है। इसके लिए वकील करने की जरूरत नहीं है। तुच्छ और शर्मनाक शिकायतों को रोकने के लिए दावे किए गए मुआवजे के अनुपात में शिकायत के साथ एक छोटे से शुल्क का भुगतान करना पड़ता है। शिकायतकर्ता द्वारा मांगी गई राहत को शिकायत में स्पष्ट किया जाना जरूरी है।

पीड़ित को राहत

सुनवाई पूरी होने के बाद उपभोक्ता फोरम निम्नलिखित में से एक या उससे अधिक निर्देश जारी कर सकता है-

- बेची गई वस्तु के दोष या उपलब्ध कराई गई सेवा की कमी को दूर करने;
 - दोषपूर्ण वस्तुओं को बदलने;
 - भुगतान की गई कीमत की वापसी;
 - उपभोक्ता द्वारा सहे गए नुकसान या पीड़ा की क्षतिपूर्ति का भुगतान;
 - जहां उचित हो, दंडात्मक क्षतिपूर्ति का भुगतान;
 - व्यवसायी द्वारा अपनाई गई अनुचित व्यावसायिक पद्धति या प्रतिबंधात्मक व्यावसायिक पद्धति के खिलाफ बंद करने या रद्द करने का आदेश;
 - खतरनाक वस्तुओं को बिक्री से हटाने;
 - खतरनाक वस्तुओं/सेवाओं के निर्माण/पेशकश के खिलाफ बंद करने या रद्द करने का आदेश;
 - अज्ञात व्यक्तियों को मुआवजे का भुगतान;
 - किसी भ्रामक विज्ञापन के असर को खत्म करने के लिए सुधारात्मक विज्ञापन जारी करना; और
 - किसी भी पक्ष को लागत का भुगतान।
- जिला फोरम के किसी भी आदेश से असंतुष्ट कोई भी व्यक्ति आदेश पारित होने के तीस दिनों के भीतर राज्य आयोग के समक्ष अपील कर सकता है। राज्य आयोग के आदेश के खिलाफ राष्ट्रीय आयोग में अपील दायर की जा सकती है। सीधे राष्ट्रीय आयोग में शिकायत दर्ज करने के मामले में केवल कुछ विशिष्ट आधार पर सर्वोच्च न्यायालय के समक्ष अपील दायर की जा सकती है।

अन्य घटनाक्रम

हाल के वर्षों के प्रमुख घटनाक्रम, जिसे भारत में उपभोक्ता संरक्षण आंदोलन के इतिहास में मील का पत्थर कहा जा सकता है, तालिका दो (2) में उन्हें संक्षिप्त रूप में दर्शाया गया है।

प्रस्तावित नया अधिनियम

वर्तमान उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम को बदलने के लिए प्रस्तावित अधिनियम

उपभोक्ता जागरूकता संबंधी कुछ अन्य घटनाएं

- अहमदाबाद में उपभोक्ता शिक्षा एवं अनुसंधान केंद्र (सीईआरसी) द्वारा अहमदाबाद में उत्पाद परीक्षण एवं रेटिंग प्रयोगशाला की स्थापना और इसके तुलनात्मक उत्पाद परीक्षण रिपोर्ट का प्रकाशन;
- कई स्वैच्छिक उपभोक्ता संगठनों की स्थापना;
- उद्योग एवं व्यापार में उपभोक्ता शिकायत सेल की स्थापना;
- उपभोक्ता मामलों में मीडिया की बढ़ती दिलचस्पी;
- उपभोक्ताओं को जागरूक बनाने के लिए सरकारी प्रयासों में वृद्धि; और
- इस विषय पर समृद्ध कानूनों का संचयन।

(ये सभी घटनाएं पिछले तीन दशकों में हुई हैं।)

विशेष रूप से उल्लेखनीय है। वर्ष 1986 के कानून की बाधाओं और कमियों को दूर करने तथा अधिनियम के दायरे और उद्देश्य को और विस्तृत करने के लिए 10 अगस्त, 2015 को लोकसभा में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम विधेयक, 2015 नाम से एक ताजा विधेयक पेश किया गया। इसके पीछे पुराने कानून को निरस्त कर नए कानून से उसे बदलने की मंशा है। इस विधेयक को खाद्य, उपभोक्ता मामले और जन वितरण मंत्रालय की स्थायी संसदीय समिति को भेजा गया, जिसने विधेयक में कुछ संशोधनों की सिफारिश की है। संशोधित विधेयक को लोकसभा के शीतकालीन सत्र में नवंबर-दिसंबर, 2017 में पेश किया जाना है। लोकसभा द्वारा पारित होने के बाद यह विचार के लिए राज्यसभा में जाएगा, इससे पहले कि भारत के राष्ट्रपति द्वारा इसे मंजूरी दी जाए।

नया उपभोक्ता संरक्षण विधेयक

ऐसे समय में जब अनुचित व्यावसायिक पद्धतियों से उपभोक्ताओं को होनेवाले नुकसान को रोकना आवश्यक माना जाता है, तब हस्तक्षेप करने और उपभोक्ता अधिकारों को लागू करने तथा उनके संरक्षण को प्रोत्साहित करने और

क्रियान्वयन समेत, कलास एक्शन शुरू करने, स्मरण कराने, उत्पाद की वापसी या धन वापसी के लिए केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण एजेंसी नामक एक कार्यकारी एजेंसी स्थापित करना। फिलहाल इस तरह के व्यवहार की रोकथाम के कार्य किसी भी प्राधिकार के पास नहीं हैं।

- झूठे और भ्रामक विज्ञापन के लिए विशिष्ट व्यक्तियों (सेलिब्रिटी) के समर्थन को दंडित करना;
- अनुबंध की अनुचित शर्तों को शून्य घोषित करना;
- उपभोक्ता अदालतों में वैकल्पिक विवाद समाधान तंत्र के रूप में मध्यस्थता केंद्रों की स्थापना करना; और
- निर्माताओं के खिलाफ उत्पाद दायित्व लागू करना।

निष्कर्ष

वर्ष 1986 उपभोक्ता संरक्षण के क्षेत्र में कई महत्वपूर्ण घटनाएं हुई हैं, जब अनुचित और शोषणकारी व्यावसायिक प्रथाओं को विनियमित करने के लिए उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम पारित किया गया था। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम ने इस विशाल देश के हर हिस्से के माध्यम से एक प्रभावी संगठनात्मक संरचना प्रदान की। उपभोक्ता संरक्षण कानून लगातार सुधारों, उपभोक्ता मंचों और सर्वोच्च न्यायालय द्वारा दिए गए बड़े फैसलों के परिणामस्वरूप काफी हद तक विकसित हुआ है। बड़ी संख्या में स्वैच्छिक उपभोक्ता संगठन भी उभरे हैं।

व्यापारियों और सेवा प्रदाताओं ने उपभोक्ता अधिकारों का ध्यान रखना शुरू कर दिया है। हालांकि प्रभावी उपभोक्ता न्याय हासिल करना अभी शेष है। उम्मीद है कि नए उपभोक्ता संरक्षण विधेयक, 2015 को संभवतः शीघ्र ही संसद द्वारा पारित कर दिया जाएगा, जिससे मौजूदा कानून की खामियों को दूर किया जा सकेगा और उपभोक्ता फोरम अपने पहले से भारी संख्या में लंबित मामलों को निवारण करने के लिए शीघ्रता से कार्य करेंगे, ताकि भारत में उपभोक्ता संरक्षण आंदोलन को बढ़ावा मिल सके। □

निम्न आय वर्ग उपभोक्ताओं के लिए न्याय

बी सी गुप्ता

जुलाई 2017 में ट्यूरिन, इटली में अंतरराष्ट्रीय श्रम संगठन (आईएलओ) के अंतरराष्ट्रीय प्रशिक्षण केंद्र में लोक अदालत के ज़रिए श्रमिक विवादों के निपटान हेतु एडीआर प्रणाली विषयक प्रस्तुतियां दी गईं। संशोधित दिशानिर्देशों के कार्यान्वयन के स्टॉक हेतु यूएनसीटीएडी द्वारा 26-27 अक्टूबर 2017 को नई दिल्ली में संपन्न “एम्पावरिंग कंज्यूमर्स इन न्यू मार्केट” पर उपभोक्ता संरक्षण संबंधी क्षेत्रीय सम्मेलन में, एडीआर प्रक्रियाओं पर सामान प्रस्तुति दी गई। इसलिए यह सही समय है कि उपभोक्ता विवाद समाधान की जिम्मेदारी वाले प्रशासनिक व न्यायिक प्राधिकारी/संस्था स्थिति का जायजा लें, त्वरित व सस्ते उपभोक्ता विवाद समाधान के लक्ष्य को हासिल करने के लिए एडीआर प्रणाली को लागू करने का प्रयास करें

महासभा द्वारा हाल ही में संशोधित उपभोक्ता सुरक्षा हेतु संयुक्त राष्ट्र के दिशानिर्देशों के अनुसार सदस्य राष्ट्रों से निष्पक्ष, वहनीय तथा त्वरित उपभोक्ता विवाद समाधान के लक्ष्य वाली उपभोक्ता संरक्षण नीतियां बनाने का आह्वान किया गया है। इन दिशानिर्देशों के अंगीकार के निरीक्षण की आवश्यकता है ताकि मौजूदा प्रक्रियाओं पर नज़र डाली जा सके और निम्न वित्तीय स्थितियों व देश के दूर-दराज़ के क्षेत्रों में रहने वाले उपभोक्ताओं को न्याय दिलाने के लिए एक वैकल्पिक प्रणाली तैयार व कार्यान्वित की जा सके।

महासभा ने पहले संकल्प 39/248 के ज़रिए 16 अप्रैल, 1985 को उपभोक्ता सुरक्षा हेतु संयुक्त राष्ट्र के दिशानिर्देशों (यूएनजीसीपी) को अपनाया है, जिसे बाद में 26 जुलाई, 1999 के संकल्प के ज़रिए आर्थिक व सामाजिक परिषद् के द्वारा विस्तारित किया गया। दिशानिर्देश इस प्रकार हैं:

समाधान हेतु उपभोक्ताओं को समर्थ करने के उपाय

दिशानिर्देशों के अनुच्छेद 32 के अनुसार सरकार को उपभोक्ताओं या उपयुक्तानुसार, प्रमुख संगठनों को समर्थ बनाने के लिए विधिक या प्रशासनिक उपाय करना चाहिए।

70/186 संकल्प 22 दिसंबर, 2015 के ज़रिए महासभा द्वारा अपनाए गए नए दिशानिर्देशों में निम्नलिखित शामिल हैं:

अनुच्छेद 11(एफ) के अनुसार उपभोक्ता शिकायत व विवाद व्यावसायिक उपक्रमों के पास शिकायतों के निपटान वाली प्रणाली होनी चाहिए जो उपभोक्ताओं को बिना किसी अनावश्यक लागत या बोझ के त्वरित, निष्पक्ष,

पारदर्शी, सस्ती, सुलभ व प्रभावी विवाद समाधान दे। व्यावसायिक उपक्रमों को आंतरिक शिकायत हैंडलिंग, वैकल्पिक विवाद समाधान सेवाओं तथा ग्राहक संतुष्टि कोड्स से संबंधित घरेलू व अंतरराष्ट्रीय मानकों के सबस्क्राइब पर विचार करना चाहिए।

अनुच्छेद 14 के अनुसार सदस्य राष्ट्रों को उपभोक्ता संरक्षण नीतियों को स्थापित करना चाहिए जो निष्पक्ष, वहनीय व त्वरित विवाद समाधान को प्रोत्साहित करते हैं:

विवाद और समाधान

अनुच्छेद 37 के अनुसार सदस्य राष्ट्रों को निष्पक्ष, प्रभावी, पारदर्शी तथा तटस्थ प्रणालियों को विकसित करने को बढ़ावा देना चाहिए ताकि सीमाओं से बाहर के मामलों समेत उपभोक्ता शिकायतों को प्रशासनिक, न्यायिक व वैकल्पिक विवाद समाधान के ज़रिए निपटाया जा सके। सदस्य राष्ट्रों को उपभोक्ताओं या उपयुक्तानुसार, प्रमुख संगठनों को समर्थ बनाने के लिए विधिक तथा या प्रशासनिक उपाय करना चाहिए ताकि औपचारिक या अनौपचारिक प्रक्रियाओं, जो त्वरित, निष्पक्ष, सस्ती व गम्य हैं, के ज़रिए समाधान प्राप्त किया जा सके। ऐसी प्रक्रियाओं को निम्न आय वाले ग्राहकों की ज़रूरतों का ध्यान रखना चाहिए।

उपभोक्ता पद को इस तरह परिभाषित किया गया है:

इन दिशानिर्देशों में उपभोक्ता पद सामान्यतः किसी भी सामान्य व्यक्ति से संदर्भित है, भले ही उसकी राष्ट्रीयता कुछ भी हो, जो प्राथमिक तौर पर व्यक्तिगत, पारिवारिक या घरेलू उद्देश्यों के लिए काम कर रहा है, पहचान के समय सदस्य राष्ट्र विशिष्ट घरेलू ज़रूरतों के लिए

लेखक राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निपटान आयोग के सदस्य हैं और पूर्व केंद्रीय खाद्य सचिव रहे हैं। इनकी लोक अदालतों में खास कर श्रमिक विवाद, उपभोक्ता और बैंकिंग मुद्दों में गहरी सक्रियता रही है। ईमेल: bcgupta2000@yahoo.com



भिन्न परिभाषा भी स्वीकार कर सकते हैं।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 महासभा द्वारा 1985 में यूएनजीसीपी के अंगीकार के बाद भारत में 15 अप्रैल, 1987 से प्रभावी है।

यह जिला, राज्य व राष्ट्रीय स्तर पर उपभोक्ता फोरम आयोग के आकार में उपभोक्ता विवाद निपटान हेतु त्रिआयामी संरचना प्रदान करता है। जिला जज के समकक्ष न्यायिक अधिकारी जिला उपभोक्ता विवाद निपटान फोरम की अध्यक्षता करेगा, उच्च न्यायालय का सेवानिवृत्त न्यायाधीश देश के प्रत्येक राज्य व केंद्र शासित प्रदेश में स्थापित राज्य आयोग की अध्यक्षता करेगा। राष्ट्रीय आयोग का अध्यक्ष सर्वोच्च न्यायालय का सेवानिवृत्त न्यायाधीश होगा। इन उपभोक्ता फोरम आयोगों ने समय-समय पर प्राप्त शिकायतों के 90 प्रतिशत से अधिक का निपटान करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

हालांकि लंबित मामलों की संख्या व प्रकृति पर सरसरी निगाह डालने पर लगता है कि कई मामलों के निपटान में कई कारणों से (मसलन अपर्याप्त आधारभूत संरचना लंबे पारंपरिक प्रक्रियाओं की वजह से) काफी समय लगा। अधिकांश मामलों में उपभोक्ता शिकायत मुकदमों के समान हैं। बड़े साक्ष्य दस्तावेज के लिए बड़े खर्च व समय की

आवश्यकता है। लोक व निजी क्षेत्र, दोनों में वस्तुओं के निर्माता आपूर्क व सेवा प्रदाताओं के पास संसाधन व पर्याप्त तरीके हैं जिससे यह सुनिश्चित किया जा सके कि मुकदमा लंबे समय से खींचा जा रहा है, इसलिए यह निर्धन, असहाय उपभोक्ताओं को न्याय मिलने के विचार के उलट है। इस प्रक्रिया में, उपभोक्ता के लगने वाले समय, धन व प्रयास के मद्देनजर उपभोक्ता फोरम से संपर्क नहीं कर पा रहा है। उपभोक्ता शिकायत अधिवक्ता के सहयोग के बिना भी फाइल किया जा सकता है। हालांकि वर्चस्वशाली व्यवसायी वर्ग के प्रतिनिधि, विधिक पेशेवरों से संपर्क करने में उपभोक्ता को काफी दिक्कतें होती हैं। वास्तविकता यही है कि समग्र पारंपरिक प्रणाली का उपयोग करते हुए निर्णय लेने के पश्चात उपयुक्त फोरम में ऐसे निर्णय के निष्पादन/ कार्यान्वयन हेतु नए सिरे से कार्यवाहियां की जानी हैं। समग्र परिदृश्य में यह स्पष्ट है कि अधिकांश उपभोक्ता सांविधिक प्रणाली के अनुसार गठित उपभोक्ता फोरम से संपर्क नहीं करते। देश के प्रमुख शहरी समुदाय से दूर स्थित जिला फोरम में लंबित मामलों की संख्या ज़ाहिर करता है कि इन फोरमों में कुछ मामले (100 या 200) ही लंबित हैं, यद्यपि इनकी स्थापना भर में आम आदमी का काफी पैसा लगा है।

संयुक्त राष्ट्र के संशोधित दिशानिर्देशों में संदर्भित वैकल्पिक विवाद समाधान (एडीआर) मूलतः न्यायालय के बाहर मध्यस्थता, सुलह, न्यायिक निपटान आदि प्रक्रियाओं को अपनाते हुए विवाद का निपटान करना है। एडीआर का मूल उद्देश्य विवादों का त्वरित, निष्पक्ष, पारदर्शी निपटान सुनिश्चित करना है। भारत में सिविल प्रक्रिया संहिता की धारा 89 व विधिक सेवाएं प्राधिकरण अधिनियम 1987 के रूप में एडीआर के लिए एक पूर्ण परिभाषित सांविधिक तंत्र पहले से मौजूद है।

सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 की धारा 89

सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 (1908 का अधिनियम 5) में मालिमैथ समिति की संस्तुतियों के अनुसरण में 1999 के संशोधन अधिनियम 46 द्वारा धारा 89 को शामिल किया गया। प्रावधान 01 जुलाई, 2002 से प्रभावी हैं जिनमें निम्नलिखित बातें कही गई हैं:

न्यायालय के बाहर विवादों का समाधान

जहां न्यायालय को लगता है कि निपटान की संभावनाएं मौजूद हैं जो पार्टियों को स्वीकार्य हो सकती हैं, तो निपटान की शर्तों को निरूपित करेगा और पार्टियों को उनकी टिप्पणियों के लिए देगा और पार्टियों की टिप्पणियां प्राप्त होने पर न्यायालय संभावित निपटान की शर्तों को निरूपित कर सकता है और निम्नलिखित सन्दर्भ ले सकता है:

- पंच निर्णय
- सुलह
- लोक अदालत के ज़रिए निपटान
- मध्यस्थता

जहां विवाद को संदर्भित किया जाए

- सुलह की मध्यस्थता के लिए मध्यस्थता व सुलह अधिनियम 1996 के प्रावधान लागू होंगे जब उस अधिनियम के प्रावधानों के तहत निपटान हेतु मध्यस्थता या सुलह हेतु कार्यवाहियों को संदर्भित किया गया हो;
- लोक अदालत को, न्यायालय विधिक सेवाएं अधिनियम 1987 की धारा 20 की उप धारा (1) के प्रावधानों के अनुपालन में लोक अदालत को उसे संदर्भित करेगा और उस अधिनियम के अन्य सभी प्रावधान लोक अदालत को संदर्भित विवादों के संबंध में लागू होंगे;
- न्यायिक निपटान हेतु, न्यायालय इसे

किसी उपयुक्त संस्था या व्यक्ति को संदर्भित करेगा और ऐसी संस्था या ऐसे व्यक्ति लोक अदालत के रूप में डीम्ड होंगे तथा विधिक सेवाएं प्राधिकरण अधिनियम 1987 के अन्य सभी प्रावधान लागू होंगे यदि विवाद को उस अधिनियम के प्रावधानों के तहत लोक अदालत को संदर्भित किया गया है;

घ) मध्यस्थता के लिए, न्यायालय पार्टियों के मध्य समझौता करा सकता है और तयशुदा ऐसी प्रक्रिया का पालन कर सकता है।

विधिक सेवाएं प्राधिकरण अधिनियम 1987 (1987 का अधिनियम सं. 39)

विधिक सेवाएं प्राधिकरण अधिनियम 1987 जो 1995 में अधिसूचना के ज़रिए प्रभावी हुआ जिसमें बताया गया कि सेवारत या सेवानिवृत्त न्यायिक अधिकारियों व सामाजिक कार्यकर्ताओं और महिला प्रतिनिधियों समेत अन्य व्यक्तियों वाले लोक अदालत का गठन समय-समय पर किया जाएगा। न्यायालय के पास लंबित या फिर न्यायालय के समक्ष प्रस्तुत होने वाले मामले, जिनका निपटान न्याय, समानता, निष्पक्षता के सिद्धांतों को अपनाते हुए पार्टियों के मध्य निपटान या समझौते का प्रयास के द्वारा करेगा। अधिनियम में इंगित विभिन्न जनोपयोगी सेवाओं का ध्यान रखने के लिए स्थाई लोक-अदालत के गठन का प्रावधान है। अधिनियम की धारा 21 के अनुसार लोक अदालत सिविल न्यायालय के निर्णय के रूप में समझा जाएगा और इस पर अपील नहीं किया जा सकेगा तथा सभी पार्टियों पर बाध्य होंगे। लोक अदालत के समक्ष प्रस्तुत कार्यवाहियों को न्यायिक कार्यवाहियां समझा जाएगा और इन अदालतों को साक्ष्य प्राप्त करने या दस्तावेजों के उत्पादन हेतु आवश्यक अधिकार दिए जाएंगे।

इससे यह स्पष्ट है कि लोक अदालत के ज़रिए पार्टियों तक एक बार निपटान पहुंचने पर अधिनिर्णयन समाप्त हो जाएगा। निर्णय के कार्यान्वयन, अपील, समीक्षा, संशोधन आदि हेतु निष्पादन कार्यवाही करने की कोई आवश्यकता नहीं है। त्वरित सस्ते न्याय का वांछित उद्देश्य पर्याप्त रूपेण प्राप्त कर लिया गया है। यह भी बताया गया है कि यदि लोक अदालत किसी मामले का समाधान नहीं कर पाती, मामला पारंपरिक प्रणाली के ज़रिए

निपटान हेतु सक्षम क्षेत्राधिकार वाले न्यायालय में चला जाएगा।

अधिनियम में उल्लेख है कि इन लोक अदालतों का आयोजन राष्ट्रीय, राज्य व जिला स्तरों पर गठित विधिक सेवाएं प्राधिकरण के तत्वावधान में किया जाए। राष्ट्रीय विधिक सेवाएं प्राधिकरण नामक एक केन्द्रीय प्राधिकरण भी है जहां कार्यकारी अध्यक्ष के रूप में सर्वोच्च न्यायालय के सेवारत या सेवानिवृत्त न्यायाधीश होंगे तथा ऐसे अन्य सदस्य नामित होंगे। राज्य विधिक सेवाएं प्राधिकरण के प्रमुख उच्च न्यायालय के सेवारत या सेवानिवृत्त न्यायाधीश होंगे तथा उस उच्च न्यायालय के मुख्य न्यायाधीश उसके संरक्षक होंगे। जिला प्राधिकरण में जिला व सत्र न्यायाधीश अध्यक्ष होंगे तथा उसमें अन्य सदस्य शामिल होंगे। सर्वोच्च न्यायालय, उच्च न्यायालय तथा

ग्राहक को त्वरित समाधान देने के लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए अधिनियम की धारा 24बी के तहत कदम उठाए जा सकते हैं। सभी राज्य आयोगों पर राष्ट्रीय आयोग का प्रशासनिक नियंत्रण है। इस प्रकार, त्वरित निपटान हेतु प्रबोधन प्रणाली लाने के लिए राष्ट्रीय आयोग सक्षम है। यह सर्वविदित है कि काफी लम्बे समय से विभिन्न स्तरों पर मामले लंबित हैं जो अधिनियम के मकसद को बेमानी बना देते हैं।

तालुका स्तर पर भी विधिक सेवाएं समितियों के गठन का प्रावधान है।

भारत के सर्वोच्च न्यायालय के समक्ष विभिन्न रिट याचिकाओं में सिविल प्रक्रिया संहिता के तहत दत्त प्रणाली की वैधता तथा शुद्धता चुनौती रही है। दो भिन्न अवसरों पर शीर्ष न्यायालय के त्रिसदस्यीय बेंच द्वारा पारित निर्णयों में धारा 89 का प्रयोग अनिवार्य रहा है। ऐसे निर्णय “सेलम एडवोकेट्स बार एसोसिएशन बनाम यूनियन ऑफ़ इंडिया [(2003)1 एससीसी 49]” और फिर “सेलम एडवोकेट्स बार एसोसिएशन बनाम यूनियन ऑफ़ इंडिया [(2005) 6 एससीसी 344]” में पारित किए गए। “एफ़कॉस इन्फ़्रास्ट्रक्चर लि. व एएनआर बनाम चेरियन वरके कंस्ट्रक्शन कं. (प्रा.) लि. व अन्य [2010 (8) एससीसी 24]” में

दिए अपने विशेष निर्णय में, सर्वोच्च न्यायालय ने निम्नलिखित प्रकार के मामलों में एडीआर प्रक्रिया अपनाने पर विचार करने को अनिवार्य बताया:

एडीआर प्रक्रियाओं के लिए उपयुक्त मामले

जहां ट्रेडर सप्लायर/विनिर्माता/सेवा प्रदाता अपने कारोबार/व्यावसायिक प्रतिष्ठा व विश्वसनीयता या ‘उत्पाद लोकप्रियता’ को बनाए रखने को इच्छुक हैं, समेत सभी उपभोक्ता मामले।

सर्वोच्च न्यायालय ने हाल ही में 30 अगस्त, 2017 को “बिजॉय सिन्हा रॉय (डी) एलआर बनाम बिश्वनाथ दास व अन्य” [30 अगस्त, 2017 को निर्णित सिविल अपील सं. 4761-63/2009], जो 23 वर्षों के अभियोग के पश्चात पूरा हुआ चिकित्सकीय उपेक्षा का मामला था, में निर्णय दिया। सर्वोच्च न्यायालय ने निम्नलिखित निर्णय दिया:

इस आदेश को अलग करने से पूर्व यह आवश्यक है कि उपभोक्ता फोरम द्वारा न्याय प्रशासन संबंधी अन्य महत्वपूर्ण पहलू का सन्दर्भ लिया जाए। सेवा में कमी की शिकायत के साथ उपभोक्ता न्यायालय आने वाले व्यक्ति को तत्काल राहत मिलनी चाहिए। उपभोक्ता फोरम के गठन का उद्देश्य उपभोक्ता को त्वरित समाधान प्रदान करना था। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 को उपभोक्ता संरक्षण हेतु विश्वव्यापी आन्दोलन की पृष्ठभूमि में लाया गया। अधिनियम की रूपरेखा संयुक्त राष्ट्र की महासभा, जिसमें भारत भी एक हस्ताक्षरकर्ता था, के संकल्प 09 अप्रैल 1985 पर आधारित है। अधिनियम में शिकायतों के तत्काल समाधान के रूप में उपभोक्ताओं के हितों का संरक्षण दिया गया है। अधिनियम के प्रावधान इसी क्रम में हैं, न कि किसी अन्य क़ानून के अपमान में। इसलिए अधिनियम अतिरिक्त सुधार देता है। अधिनियम के तहत प्राधिकारी अर्द्ध न्यायिक शक्तियों का उपयोग करते हैं। सेवाप्रदाताओं के नज़रिए में गुणवत्तापूर्ण परिवर्तन लाना इसका लक्ष्य है।

उक्त योजना तथा अधिनियम के उद्देश्यों के मद्देनज़र, उपभोक्ता फोरम की कार्यप्रणाली के संबंध में सुनवाई के दौरान निम्नलिखित मसले सामने आए:

1) विवादों के त्वरित समाधान के प्रबोधन की आवश्यकता।

2) एडीआर प्रणाली जिसे अब न्याय प्राप्त के हिस्से के रूप में समझा जाता है का उपयोग करने की जरूरत।

ग्राहक को त्वरित समाधान देने के लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए अधिनियम की धारा 24बी के तहत कदम उठाए जा सकते हैं। सभी राज्य आयोगों पर राष्ट्रीय आयोग का प्रशासनिक नियंत्रण है। इस प्रकार, त्वरित निपटान हेतु प्रबोधन प्रणाली लाने के लिए राष्ट्रीय आयोग सक्षम है। यह सर्वविदित है कि काफी लम्बे समय से विभिन्न स्तरों पर मामले लंबित हैं जो अधिनियम के मकसद को बेमानी बना देते हैं। हम राष्ट्रीय आयोग से अनुरोध करते हैं कि वे इस पहलू पर विचार करें और एक उपयुक्त कार्ययोजना बनाएं। इस संबंध में, हम हुसैन बनाम उत्तर प्रदेश सरकार [(2017) 5 एससीसी 702, उद्धरण 22] मामले के हालिया निर्णय का सन्दर्भ ले सकते हैं जिसके द्वारा कार्ययोजना के निर्देश जारी किए गए थे। राष्ट्रीय आयोग आवश्यकतानुसार विशेषज्ञ गवाहों की जांच के लिए वीडियो कानफ्रेंसिंग सुविधा के प्रयोग पर भी विचार कर सकता है।

अन्य पहलू एडीआर के प्रयोग से संबंधित है। 1999 के अधिनियम 46 द्वारा न्यायालय के बाहर विवादों के निपटान हेतु सीपीसी में धारा 89 को जोड़ा गया है। तथापि उक्त प्रावधान सिर्फ सिविल न्यायालयों में लागू हैं, उक्त प्रावधान के उद्देश्य तथा उपभोक्ता संरक्षण नियम के उद्देश्य के संबंध में उपभोक्ता फोरम को इससे बाहर रखने की कोई वजह नहीं है। तदनुसार, हमारा मानना है कि उक्त प्रावधान को उपभोक्ता फोरम द्वारा विधिवत अपनाया जाना चाहिए। हम राष्ट्रीय आयोग से अनुरोध करते हैं कि वे इस संबंध में उपयुक्त निर्देश जारी करें।

राष्ट्रीय आयोग व राज्य आयोगों को विधिक सेवाएं प्राधिकरण अधिनियम, 1987 के तहत राष्ट्रीय विधिक सेवाएं प्राधिकरण तथा राज्य विधिक सेवाएं प्राधिकरण के साथ सहयोग कारना चाहिए।

भावी रूप रेखा

उपर्युक्त तथ्यों के आधार पर कहा जा सकता है कि भारत में निष्पक्ष, पारदर्शी, त्वरित सस्ते उपभोक्ता विवाद समाधान के लक्ष्य की प्राप्ति हेतु संशोधित संयुक्त राष्ट्र दिशानिर्देशों के तहत परिकल्पित वैकल्पिक

विवाद समाधान (एडीआर) हेतु पर्याप्त सांविधिक प्रावधान मौजूद हैं। इस प्रणाली के ज़रिए उपभोक्ता विवादों के निपटान हेतु एक कार्यान्वयन योजना बनाए जाने की सख्त जरूरत है। यह सुखद है कि उपभोक्ता सुरक्षा अधिनियम 1986 में निर्धारित जिला फोरम की संरचना विधिक सेवाएं प्राधिकरण अधिनियम के तहत लोक अदालत के समान ही है। जिला उपभोक्ता फोरम की अध्यक्षता एक विधिक अधिकारी द्वारा की जाती है और इसमें दो अन्य सदस्य जिनमें एक महिला सदस्य होती है, शामिल होते हैं। उपभोक्ता फोरम को लोक अदालत के रूप में कार्य करने के लिए उपयुक्त अधिकार देने की दिशा में राष्ट्रीय/राज्य/जिला विधिक सेवाएं प्राधिकरण द्वारा लोक अदालत के रूप में घोषित किया जा सकता है।

ई-कॉमर्स व डिजिटल दुनिया के मौजूदा समय में एडीआर प्रक्रियाओं के उपयोग की आवश्यकता व महत्त्व पर अधिक जोर दिया जाना मुश्किल है। संयुक्त राष्ट्र के साथ संबद्ध लगभग 250 उपभोक्ता समूहों के एक ग्लोबल फेडरेशन (वैश्विक महासंघ) कंज्यूमर इंटरनेशनल (सीआई) ने वर्ष 2018 को ई-कॉमर्स वर्ष के रूप में घोषित किया है। वर्ष 2017 का विषय 'बेहतर डिजिटल संसार' है।

लोक अदालत के समक्ष दी गई प्रस्तुतियों के क्रम में राष्ट्रीय आयोग ने जिला फोरम/राज्य आयोग द्वारा प्रत्येक सप्ताह के आखिरी कार्यदिवस पर लोक अदालत के आयोजन हेतु निर्देश देने के लिए अगस्त 2005 में अनुदेश जारी किया। यह भी कहा गया कि एक या दो प्रभावशाली व्यक्तियों को कार्यवाहियों में भाग लेने के लिए आमंत्रित किया जाए और उनकी उपस्थिति में मामले के निपटान का प्रयास किया जाए। इन निर्देशों के निर्गमन के बाद जिला फोरम/राज्य आयोग द्वारा किए गए प्रयासों के नियमित प्रबोधन व अनुवर्तन की आवश्यकता है।

जुलाई 2017 में ट्यूरिन, इटली में अंतरराष्ट्रीय श्रम संगठन (आईएलओ) के अंतरराष्ट्रीय प्रशिक्षण केंद्र में लोक अदालत

के ज़रिए श्रमिक विवादों के निपटान हेतु एडीआर प्रणाली विषयक प्रस्तुतियां दी गईं। संशोधित दिशानिर्देशों के कार्यान्वयन के स्टॉक हेतु यूएनसीटीएडी द्वारा 26-27 अक्टूबर 2017 को नई दिल्ली में संपन्न "एम्पावरिंग कंज्यूमर्स इन न्यू मार्केट" शीर्षक से उपभोक्ता संरक्षण संबंधी क्षेत्रीय सम्मेलन में, एडीआर प्रक्रियाओं पर सामान प्रस्तुति दी गई। इसलिए यह सही समय है कि उपभोक्ता विवाद समाधान की जिम्मेदारी वाले प्रशासनिक व न्यायिक प्राधिकारी/संस्था स्थिति का जायजा लें, त्वरित व सस्ते उपभोक्ता विवाद समाधान के लक्ष्य को हासिल करने के लिए एडीआर प्रणाली को लागू करने का प्रयास करें। इस उद्देश्य हेतु उन्हें प्रभावी लोगों को शामिल करना चाहिए जैसा कि निर्धारित सांविधिक प्रावधानों के तहत परिकल्पित है।

ई-कॉमर्स व डिजिटल दुनिया के मौजूदा समय में एडीआर प्रक्रियाओं के उपयोग की आवश्यकता व महत्त्व पर अधिक जोर दिया जाना मुश्किल है। संयुक्त राष्ट्र के साथ संबद्ध लगभग 250 उपभोक्ता समूहों के एक ग्लोबल फेडरेशन (वैश्विक महासंघ) कंज्यूमर इंटरनेशनल (सीआई) ने वर्ष 2018 को ई-कॉमर्स वर्ष के रूप में घोषित किया है। वर्ष 2017 का विषय 'बेहतर डिजिटल संसार' है।

ब्रिटेन में 01 अक्टूबर, 2015 से उपभोक्ता अधिकार अधिनियम, 2015 नामक नया विधान प्रभावी है। इसमें 'डिजिटल अंतर्वस्तु' 'वस्तु' व 'सेवाओं' के अलावा तीसरे प्रमुख घटक के रूप में शामिल है। इसलिए यह बिलकुल सही समय है कि त्वरित विवाद समाधान के लिए खास तौर पर सीमा पार के विवादों के ऑनलाइन विवाद समाधान प्रक्रिया (ओडीआर) को अपनाया जाना चाहिए। नेशनल लॉ स्कूल ऑफ इंडिया यूनिवर्सिटी, बंगलुरु में ऑनलाइन मध्यस्थता केंद्र की स्थापना के प्रयास आरंभ किए जा चुके हैं।

अतः यह लाज़िमी है कि एडीआर/ओडीआर प्रणाली स्थापित करने के लिए बड़े स्तर पर शीघ्र उपाय किए जाएं ताकि समाज के सुदूर तथा दुर्गम क्षेत्रों समेत देश के सभी हिस्सों के उपभोक्ताओं को मदद करने के लिए संयुक्त राष्ट्र के दिशानिर्देशों में परिकल्पित उद्देश्यों को व्यावहारिक धरातल प्रदान किया जा सके। □

प्रौद्योगिक गतिशीलता में तालमेल

सीताराम दीक्षित



आज दुनिया की 40 फीसदी आबादी इंटरनेट का उपयोग कर रही है और जिस तरह के इसकी पहुंच और समावेशन पर ध्यान केंद्रित किया जा रहा है, इंटरनेट का उपयोग बढ़ेगा ही। अब तक उत्पाद एवं सेवाओं की व्यापक स्वीकृति के लिए डिजिटल अर्थव्यवस्था में उपभोक्ताओं का भरोसा करना अनिवार्य है, जो दुर्भाग्य से कुछ पहलुओं में या तो कम है या कम उत्साहजनक है। भरोसा बहाली को हल्के में नहीं लिया जा सकता और इन मुद्दों की उपेक्षा केवल भावी विकास और लोगों के रोजमर्रा के जीवन में प्रौद्योगिकी के समन्वय को रोकेगा

पूरा एक वर्ष बीत गया है, जब प्रधानमंत्री ने वास्तव में भारत को नकदीरहित या कमनगद देश बनाने के लिहाज से उस समय प्रचलित उच्च मूल्य वाली मुद्रा, यानी एक हजार और पांच सौ रुपये की मुद्रा के विमुद्रीकरण की घोषणा की थी। सरकार के नोटबंदी के फैसले ने निश्चित रूप से उपभोक्ताओं को ऑनलाइन वित्तीय भुगतान को अपनाने के लिए प्रोत्साहित किया, हालांकि जैसे ही नकदी उपलब्ध हो गई, डिजिटल लेनदेन को अपनाने की दर शीघ्र ही पिछले स्तर पर पहुंच गई।

यद्यपि यह एक तथ्य है कि लोगों ने फिर से नकदी में अधिक लेनदेन शुरू कर दिया, लेकिन नोटबंदी ने निश्चित रूप से यह सुनिश्चित किया कि उपभोक्ता भी भीम (भारत इंटरफेस फॉर मनी), यूपीआई (यूनाइटेड पेमेंट इंटरफेस), आईएमपीएस (इमिडिएट पेमेंट्स ट्रांसफर), अन्य बैंकिंग प्लेटफॉर्म, इत्यादि जैसी डिजिटल भुगतान प्रणाली पर गंभीरतापूर्वक विचार करते हैं, जरूरत पड़ने पर इन सभी को अपनाने पर विचार किया जाता है।

उपभोक्ताओं और छोटे व्यवसायियों ने नकदी की उपलब्धता में सुधार के साथ ही मुख्य रूप से टैक्स नंबर लेने/करों का भुगतान करने से बचने, प्रचलित कर एकत्र करने वाले अधिकारियों व प्रणाली से बचने के लिए, जहां विश्वास की सुरक्षा का अभाव है (और दैनिक अखबारों की खबरों के अनुसार घोटालों से भरा है), ऑनलाइन लेनदेन बंद कर दिया। तथ्य यह भी है कि सरकार ने तीन महीने के परीक्षण काल के दौरान

लेनदेन शुल्क पर दी जाने वाली प्रोत्साहन राहत वापस ले ली। इसके साथ ही डिजिटल सुरक्षा में उपभोक्ताओं के भुगतान विवरण, वित्तीय संपत्तियां, व्यक्तिगत पहचान के दुरुपयोग की रोकथाम और धोखाधड़ी से व्यक्तिगत सुरक्षा तथा कर एकत्र करने वाले अधिकारियों/ प्रणाली से व्यक्तिगत हित की सुरक्षा भी शामिल है। इससे एक महत्वपूर्ण सबक जो हम पाते हैं, वह यह कि डिजिटल तकनीक को भी व्यापक रूप से जरूरी बनाने की आवश्यकता नहीं है, जो अनिवार्यतः उपभोक्ताओं की पसंद, संतुष्टि और विश्वास से जुड़ी है। यह सही हो सकता है कि उपभोक्ताओं को विश्वसनीय, फायदेमंद गुणवत्तापूर्ण सेवाएं देने वाली प्रौद्योगिकी की उम्मीद है, लेकिन इसका मतलब यह नहीं कि उन्हें इस पर पूरी तरह से विश्वास है या वे यह मानते हैं कि यह उनके सर्वोत्तम हित में है या यह उन्हें किसी भी तरह के नुकसान से बचा सकता है।

उपभोक्ता और संरक्षण

सभी लोगों के पास सुरक्षित गुणवत्ता वाली वस्तु व सेवाओं की अपेक्षा करने और कुछ भी गलत होने पर समाधान खोजने के दौरान उचित निदान पाने की अपेक्षा का निहित अधिकार है। हम सभी जानते हैं कि यह केवल तभी संभव है, जब व्यवसायी लगातार गुणवत्ता वाली वस्तु व सेवाएं प्रदान करे और राष्ट्रीय उपभोक्ता नीति-निर्माता प्रभावी उपभोक्ता संरक्षण कानून को लागू करने के लिए सक्रिय कदम उठाए। इस संबंध में सभी देशों के पास उपभोक्ता संरक्षण से संबंधित नीतियां होनी चाहिए, जो न केवल नैतिक व्यवसायों को प्रोत्साहित

लेखक कंज्यूमर गाइडेंस सोसायटी ऑफ इंडिया (सीजीएसआई) के चेयरमैन हैं। वे भारतीय मानक ब्यूरो (बीआईएस) की कार्यकारिणी समिति के सदस्य हैं। वे इंडियन नेशनल स्टैंडर्ड के निर्माण की विभिन्न समितियों के भी सदस्य रहे हैं। ईमेल: sitaram.dixit@gmail.com

करके पर्याप्त सुरक्षा उपलब्ध कराए, बल्कि अनुचित व्यावसायिक प्रथाओं पर भी रोक लगाए, ताकि उपभोक्ताओं की जरूरत के हिसाब से उन्हें वस्तु एवं सेवाएं उपलब्ध कराई जा सकें।

उपभोक्ता उम्मीद करते हैं कि तैयार किए गए नीतिगत दिशानिर्देश देश की अनूठी सांस्कृतिक, आर्थिक, सामाजिक परिस्थितियों और पर्यावरणीय स्थितियों की कद्र करे तथा उपभोक्ता संरक्षण के प्रासंगिक स्तरों का गठन करे। यह तभी संभव है, अगर सरकारें उपभोक्ता संरक्षण नीति के उपायों को विकसित कर उपलब्ध कराएं और उन्हें बनाए रखें तथा पर्याप्त बुनियादी ढांचे के साथ उन्हें लागू करें, उनकी निगरानी करें और उन उपायों का क्रियान्वयन सुनिश्चित करें, जो ग्रामीण क्षेत्रों में मौजूद या गरीबी में फंसे कमजोर वंचित वर्गों समेत आबादी के हर हिस्से को लाभ पहुंचाए।

सरकार को अनिवार्य रूप से स्थायी खपत को भी बढ़ावा देना चाहिए, उपभोक्ता संरक्षण के काम को आगे बढ़ाने वाले स्वतंत्र उपभोक्ता समूहों के विकास को बढ़ावा देने के अलावा कम कीमत पर उपभोक्ताओं को व्यापक विकल्प देते हुए बाजार की स्थितियों के निर्माण में मदद करनी चाहिए।

डिजिटल दुनिया

हमारी दुनिया वैश्विक बन रही है, जो आवश्यक जानकारी, साझाकरण, संप्रेषण, सामाजिकीकरण, बैंकिंग, खरीदारी इत्यादि के निर्धारण में तेजी से बदलाव का अनुभव कर रही है, ये सभी उपभोक्ताओं के लिए पसंद, अवसर, सुविधा और कम कीमत का सृजन करते हैं। डिजिटल माध्यम और मोबाइल लेनदेन ने निस्संदेह उपभोक्ताओं के जीवन को बदल दिया है। हालांकि डिजिटल विकास में निरंतर अवसरों की बढ़ती सुनिश्चित करने के लिए उपभोक्ताओं में इसको लेकर पर्याप्त भरोसा जरूरी है, ताकि यह स्वयं को उनके नियमित जीवन में एकीकृत कर सके और लेनदेन के कई उपलब्ध विकल्पों में से सिर्फ एक बनकर न रहे। सस्ती, सुसंगत और अच्छी गुणवत्ता वाले ब्राडबैंड इंटरनेट इन्फ्रास्ट्रक्चर की उपलब्धता और पहुंच, जो डिजिटल उपभोक्ताओं के अधिकार का एक महत्वपूर्ण पहलू है, भी देश के आर्थिक विकास के लिए एक केंद्रीय शर्त है। सरकार,

विनियामक, व्यावसायिक घराने केवल दृढ़ संकल्पित प्रयासों से ही खास तौर पर दूरस्थ भौगोलिक क्षेत्रों में यह सुनिश्चित कर सकते हैं।

आज दुनिया की 40 फीसदी आबादी इंटरनेट का उपयोग कर रही है और जिस तरह के इसकी पहुंच और समावेशन पर ध्यान केंद्रित किया जा रहा है, इंटरनेट का उपयोग बढ़ेगा ही। अब तक उत्पाद एवं सेवाओं की व्यापक स्वीकृति के लिए डिजिटल अर्थव्यवस्था में उपभोक्ताओं का भरोसा करना अनिवार्य है, जो दुर्भाग्य से कुछ पहलुओं में या तो कम है या कम उत्साहजनक है। भरोसा बहाली को हलके में नहीं लिया जा सकता और इन मुद्दों की उपेक्षा केवल भावी विकास और लोगों के रोजमर्रा के जीवन में प्रौद्योगिकी के समन्वय को रोकेगा।

डिजिटल अर्थव्यवस्था में हम डाटा हस्तांतरण से बचने में सक्षम नहीं हो सकते हैं। इसलिए यह महत्वपूर्ण है कि उपभोक्ता व्यक्तिगत डाटा प्रवाह और गोपनीयता वरियताओं पर नियंत्रण रख सके। नागरिकों के डाटा एकत्र करने वाले कई संगठनों के प्रभाव और उनके कानूनी अधिकारों पर उनके प्रभाव को ध्यान में रखना नियामक की जिम्मेदारी है।

अर्थव्यवस्था की मांग की दिशा में, पारंपरिक रूप से उपभोक्ता पहल केवल इंटरनेट डिजिटल सौदेबाजी, खरीदारी के फैसले, सूचनाओं को साझा करने, सामग्री सृजन, टिप्पणी करने, रैंकिंग, समीक्षा, समान नेटवर्क एवं डिजिटल मंचों में सेवाओं के उपयोग और उसे उपलब्ध कराने को प्रोत्साहन देता है। हालांकि डिजिटल अर्थव्यवस्था को आकार देने के अवसरों की बहुलता के बावजूद प्रौद्योगिकियों में परिवर्तन की तीव्र गति उपभोक्ताओं को केवल अपनी पसंद की उलझनों में डाल रहा है, अपेक्षाकृत घटित होने वाली घटनाओं के पीछे उन्हें सशक्त बनने से रोक रहा है। डिजिटल माध्यम के बारे में उपभोक्ताओं की चिंताओं और अपेक्षाओं को समझना और विश्वास बनाने के तरीकों को खोजने के लिए प्रयास करना नीति-निर्माताओं

के लिए अपने आप में एक बड़ी चुनौती है। यहां ध्यान देने वाली सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि केवल उपभोक्ता की स्वैच्छिक भागीदारी से ही डिजिटल प्रौद्योगिकी व्यवस्था शुरू हो जाएगी, इसलिए पहले के मुकाबले उसके बाद ही डिजिटल विकास का अगला चरण आएगा, जो अब तक में सर्वश्रेष्ठ होगा।

उपभोक्ता धारणा और वास्तविकता

भारत में पिछले दो दशकों में उपभोक्ता आशावाद ने निराशा की पूरी भावना के साथ निराशावाद का रास्ता दिखाया है और व्यवसाय, मीडिया, सरकार और यहां तक कि कुछ स्वयंसेवी संगठनों (एनजीओ) के प्रति विश्वास में कमी आई है, क्योंकि एक सामान्य धारणा है कि ये संस्थाएं वैश्वीकरण और प्रौद्योगिकी बदलाव के प्रतिकूल प्रभावों से रक्षा करने में बेहद अक्षम और अयोग्य हैं। प्रामाणिकता के मुद्दे पर प्रौद्योगिकी में कमी, पारदर्शिता, उपभोक्ताओं के डाटा के संरक्षण के साथ उपभोक्ताओं को लगता है कि व्यावसायिक ब्रांड उनके व्यक्तिगत डाटा तक पहुंच बनाकर केवल उसका दुरुपयोग करेंगे। बहुत से उपभोक्ताओं को यह भी पता नहीं होता कि कंपनियों के पास उनसे संबंधित कौन सी सूचनाएं हैं। नियमित समीक्षा और व्यक्तिगत डाटा संग्रह के दायरे का पुनर्मूल्यांकन करके उपभोक्ताओं की चिंताओं को दूर करना जरूरी है।

इसके अलावा आक्रामक विपणन, भेदभावपूर्ण व्यवहार, गोपनीयता का नुकसान और किसी व्यक्ति के सुरक्षा खतरों का खुलासा भी जरूरी है। उपभोक्ता को संग्रहीत किए गए अपने व्यक्तिगत आंकड़ों, उसके उद्देश्य, डिजिटल अर्थव्यवस्था में इसके प्रयोग के निहितार्थ के बारे में पूरी तरह से सजग और स्पष्ट जानकारी होनी चाहिए और खतरों को नियंत्रित करने या कम करने के आसान तरीकों का पता होना चाहिए। कंपनियों को उपभोक्ताओं को अपनी प्राथमिकताओं, उम्मीदों और कानूनी अधिकारों के अनुसार अपने डाटा को साझा कर अवसरों का लाभ उठाने के लिए उस पर नियंत्रण एवं पहुंच के लिए सरल व सुरक्षित तकनीक प्रदान करनी चाहिए।

डिजिटल अर्थव्यवस्था में हम डाटा हस्तांतरण से बचने में सक्षम नहीं हो सकते हैं। इसलिए यह महत्वपूर्ण है कि उपभोक्ता

व्यक्तिगत डाटा प्रवाह और गोपनीयता वरीयताओं पर नियंत्रण रख सके। नागरिकों के डाटा एकत्र करने वाले कई संगठनों के प्रभाव और उनके कानूनी अधिकारों पर उनके प्रभाव को ध्यान में रखना नियामक की जिम्मेदारी है। उन समस्याओं के समाधान के लिए ऐसा ढांचा तैयार करना चाहिए, जो स्वतः निर्णय को चुनौती दे सके और यह सुनिश्चित कर सके ये प्रक्रियाएं वैध हैं और संवेदनशील सूचनाओं पर केंद्रित फैसले किसी भी तरह के नस्लीय, लैंगिक अथवा धार्मिक भेदभाव के बगैर हैं। नियामकों को यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि सभी जानकारीयां या तो प्रोत्साहन या सख्त निगरानी के जरिये सुरक्षा के उच्चतम तर्कसंगत मानदंडों के साथ संग्रहीत या हस्तांतरित की जाती हैं, जो कंपनियों को सर्वोत्तम व्यवसाय अपनाने के लिए मजबूर करता है। कंपनियों के लिए नीति विनियमनों में समय पर उल्लंघन अधिसूचना और लाभों की शीघ्र मंजूरी या पीडित उपभोक्ताओं को तत्काल मुआवजे के जरिये स्वतंत्र डाटा सुरक्षा मूल्यांकन को भी शामिल करना चाहिए।

उपभोक्ता की शिकायतों का निवारण

सुरक्षा उल्लंघन की स्थिति में उपभोक्ताओं को निदान पाने के लिए आसान पहुंच होनी चाहिए और ये अधिकार डिजिटल माध्यम में भी अन्य व्यावसायिक रूपों की तरह ही उपलब्ध होने चाहिए। ऑनलाइन लेनदेन की पेशकश करने वाली कंपनियों को अनुचित देरी के बिना और उचित कीमत पर मजबूत, जवाबदेह और निष्पक्ष आंतरिक विवाद तंत्र प्रदान करना चाहिए। अनुसुलझे विवादों के लिए स्वतंत्र निवारण तंत्र की उपलब्धता अत्यंत आवश्यक है। डिजिटल दुनिया में विभिन्न क्षेत्रों के, सीमा पार लेनदेन, एकाधिक सेवा प्रदाता आदि शामिल होते हैं और नियामकों को सीमा पार विवाद सुलझाने हेतु सीमा पार भी काम करना चाहिए तथा तुलना करने, सेवा प्रदाताओं को बदलने, इंटरऑपरेबल कॉम्पिटेबल डिवाइसेज और सॉफ्टवेयर मानक को समर्थन देने के साथ सेवाओं के बीच डाटा हस्तांतरण और उस तक पहुंच की क्षमता में बढ़ोतरी करनी चाहिए। सीमा पार डाटा हस्तांतरण पर अंतरराष्ट्रीय नीति को समन्वयित किया जाना चाहिए, ताकि लेनदेन में शामिल देशों में

वास्तविक और प्रक्रियात्मक राष्ट्रीय कानून, दोनों में सुरक्षा के उच्च मानकों को स्थान दिया जाए।

उपभोक्ताओं सशक्तीकरण व विश्वसनीयता

भारत सरकार और व्यावसायिक घराने आर्थिक विकास को बढ़ावा देने के लिए ई-कॉमर्स में निवेश करते हैं। इसलिए ऑनलाइन भुगतान प्रणाली के प्रति उपभोक्ता का भरोसा जीतना प्राथमिकता है। समाचार पत्रों की खबरें अक्सर डाटा उल्लंघन, डिजिटल व्यक्तिगत रिकॉर्ड्स, बैंक खाते के विवरण, ई-मेल पते, ऑनलाइन खाता पहचान, चिकित्सकीय जानकारी, इत्यादि की चोरी की बातें बताती हैं। इन सभी सूचनाओं के खोने का मतलब वित्तीय नुकसान, पहचान की चोरी और सार्वजनिक क्षेत्र में निजी जानकारी पाने का गहरा दुख है। शक्तिशाली डिजिटल प्रौद्योगिकी कंपनियों को उत्पाद

इंटरनेट ने वस्तुओं को खरीदने-बेचने के तरीके को अभूतपूर्व ढंग से बदल दिया है, हममें से कई लोग ऑनलाइन खरीदारी के लाभों का आनंद उठा रहे हैं। व्यवसाय में समस्याएं अपरिहार्य हैं। हम सभी दोषपूर्ण सामान, खराब सेवाओं, नकली और जाली वस्तुओं, घटिया और खतरनाक उत्पादों, प्रचारात्मक विज्ञापन के विवरणों के विपरीत खराब वस्तुओं एवं सेवाओं की डिलीवरी आदि से पूरी तरह परिचित हैं।

की कार्यक्षमता का समर्थन करने के लिए उपभोक्ताओं की निजी जानकारीयों को व्यापक रूप से एकत्रित, संग्रहीत और साझा करने की अनुमति देता है, जो वास्तव में न तो जरूरी है और न ही आवश्यक। डिजिटल दुनिया में व्यक्तिगत सुरक्षा और संरक्षा के दायरे में खास तौर पर बाल उपभोक्ताओं को भी शामिल करना चाहिए, जो ऑनलाइन जोखिमों को प्रबंधित करने या उसके नुकसान को कम करने के लिए लिहाज से कमजोर होते हैं। सिर्फ सामान्य जांच करके अब उपलब्ध परिष्कृत नए और अपरिचित डिजिटल उत्पादों में खतरों या नए जोखिम खतरों को खोजना मुश्किल है और उपभोक्ताओं को किसी भी नए उत्पाद या सेवाओं का उपयोग करने से पहले सुरक्षा पहलुओं को अच्छी तरह से जान

लेना आवश्यक है। ऑनलाइन सुरक्षा के बारे में जागरूकता बढ़ाने के अलावा नियामकों को निरापद और सुरक्षित प्रणाली प्रथाओं को विकसित करने के लिए कंपनियों के साथ तालमेल बनाना होगा, जिसे उपभोक्ताओं के लिए अपनाना आसान हो। डाटा उपयोग के परिदृश्य के पीछे एक पारदर्शी व्यक्तिगत डाटा सुरक्षा प्रदान करने से भी तंत्र में उपभोक्ताओं का भरोसा कायम किया जा सकता है।

निरंतर विकसित डिजिटल प्रौद्योगिकियों ने विभिन्न सीमावर्ती नियमों और कानूनों के साथ देश भर में परंपरागत सीमाओं और कटौती को धुंधला कर दिया है, जिससे सही उत्तरों की पहचान करना बहुत मुश्किल हो गया है। उपभोक्ताओं का व्यापार पर भरोसा बढ़ाने के लिए, उपभोक्ता केंद्रित रवैया अपनाने और उनकी उम्मीदों पर खरा उतरने के साथ स्वेच्छा से उपभोक्ताओं की अंतर्निहित मांगों को समझना आवश्यक है। डिजिटल उपभोक्ता संरक्षण को बनाए रखने और उनके साथ उचित व्यवहार करने के लिए डिजिटल प्रदाताओं के नियमन में कॉरपोरेट संस्कृति और मौलिक उद्देश्य होना चाहिए और विनियामक नीति से संबंधित कानून ऐसा होना चाहिए कि इसका पालन नहीं करने वाली या प्रतिकूल कार्यपद्धति अपनाने वाली कंपनियों को, जिनसे कमजोर उपभोक्ताओं को नुकसान पहुंचता हो, सख्ती से दंडित किया जा सके। यह सही है कि विनियमन एक पूर्ण समाधान नहीं है, लेकिन निश्चितता और सुरक्षा गारंटी को ठोस आधार प्रदान करने में अब भी इसकी भूमिका महत्वपूर्ण है, ताकि उपभोक्ता डिजिटल अर्थव्यवस्था में आत्मविश्वास के साथ भागीदारी कर सके। सेंसर उपकरणों से जुड़े उपभोक्ता उत्पाद की कार्यक्षमता बढ़ जाती है और इस प्रकार स्मार्ट बनने की प्रक्रिया उपभोक्ता बाजार में बढ़ रही है। स्मार्ट क्षमता से लैस वस्तुएं गतिविधियों को भांपकर डाटा एकत्र करती है और दूरस्थ केंद्रित सूचना प्रणालियों के सहारे स्मार्टफोन या अन्य जुड़े हुए उपकरणों के साथ उसका आदान-प्रदान करती हैं। उपयुक्त और आवश्यक निर्णय लेने के लिए, उपभोक्ताओं को उत्पाद के उपयोग या सेवा संबंध के दौरान अपने व्यक्तिगत डाटा उपयोग के प्रभाव के बारे में और सेवा के उपयोग की अनुमति देने वाली विभिन्न प्रक्रियाओं, मूल्य

निर्धारण और गुणवत्ता को प्रभावित करने के बारे में पूर्ण ज्ञान होना चाहिए। इंटरनेट पहुंच और वायरलेस कनेक्टिविटी में वृद्धि ऐसे उत्पादों की क्रमिक मांग को बढ़ावा देगा, जिससे सॉफ्टवेयर और डाटा प्रबंधन लागत में कमी आएगी, रोजमर्रा की चीजों, जैसे उपयोगिता मीटर, घरेलू उपकरणों, उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक्स, पहनने योग्य फिटनेस टैकर्स, कार एवं घरों की सुरक्षा प्रणाली, सभी को इंटरनेट या एक-दूसरे से जुड़ने की क्षमता प्राप्त होगी।

नए घटनाक्रम ने उपभोक्ताओं के लिए अवसर और जोखिम, दोनों में बढ़ोतरी की है। डिजिटल प्रौद्योगिकी से लैस उपभोक्ता वस्तुएं इसे इंटरनेट से जोड़ने के लिए लाइसेंस की मांग करते हैं, लेकिन इसकी कार्यक्षमता चिंताजनक भी होती है, जिसके उपयोग, साझाकरण या संशोधन अत्यधिक नियंत्रण के दायरे में होता है, और जो मोटे तौर पर प्रदाता की उत्पाद 'जीवनकाल' और उपयुक्त उपयोग की परिभाषा पर निर्भर करता है, जो विशेष रूप से विवाद के मामले में प्रचलित है। यह महत्वपूर्ण है कि डिजिटल उत्पाद निर्माण कंपनियां अंतरराष्ट्रीय मानकों का पालन करें, बिक्री के बाद भी उचित निर्दिष्ट अवधि के लिए जरूरी सुरक्षा अपडेट्स उपलब्ध कराएं, स्पष्ट रूप से जवाबदेही नियमों का पालन करें और यह सुनिश्चित करें कि संरक्षा या सुरक्षा कारणों के कारण किसी भी तरह नुकसान के मामले में उपभोक्ताओं को पूरी तरह से मुआवजा दिया जाएगा।

जवाबदेही की जटिल स्थितियों में उपभोक्ता अधिकारों को महसूस करना, दूरस्थ स्वचालित अनुबंध प्रवर्तन मुद्दों, प्रदाता बदलने में मुश्किलें डाटा गोपनीयता और सुरक्षा सवालों से बिल्कुल अलग हैं, जो इस बात पर पूरी तरह से भ्रम फैलाते हैं कि उपभोक्ता खरीदे गए उत्पाद के साथ क्या कर सकते हैं और क्या नहीं कर सकते हैं। उपभोक्ता बहुत कम इनपुट के साथ या अपने अलग निर्णय के साथ ऐसे उत्पाद खरीदते हैं या उनका उपयोग करते हैं, लेकिन आज सॉफ्टवेयर पर ज्यादा निर्भरता बढ़ने के कारण कुछ गलत हो जाने की स्थिति में जिम्मेदार व्यक्ति की पहचान करना या उसे ढूँढ पाना बहुत मुश्किल है। निर्माताओं के जटिल नेटवर्क के भीतर अनगिनत लिंक की

भूलभुलैया, एप्स और आईएसपी केवल इसे और अधिक समस्याग्रस्त बनाते हैं।

डिजिटल माध्यम के उपयोगकर्ताओं के लिए उपभोक्ता संरक्षण और सशक्तीकरण विनियम सुरक्षा, देयता, असंगतता और सामर्थ्य की ऑनलाइन जटिलताओं से निपटने के लिए मूलभूत जरूरत है। डिजिटल सेवा एवं उत्पादों की विशेषताएं, किस्म एवं प्रकार, सुरक्षा स्तर ऑनलाइन एवं ऑफलाइन खरीदारी के लिए समान होनी चाहिए। यह ध्यान देना महत्वपूर्ण है कि साक्ष्य आधारित और परिमाण केंद्रित हस्तक्षेप एवं समाधान जरूरी है, क्योंकि इसका उपभोक्ताओं की संतुष्टि पर बेहतर प्रभाव पड़ता है। आनुपातिक रूप से मजबूत, प्रभावी और आसानी से सुलभ कानूनी तंत्र के अलावा एक खुला वैश्विक औसत दर्जे का डिजिटल अर्थव्यवस्था मानक, जो उपभोक्ताओं को

उपभोक्ताओं को उत्पादों और उसकी कार्यक्षमता, प्रदाता, प्रक्रिया और उपभोक्ता अधिकारों के बारे में व्यावहारिक, स्पष्ट, सटीक और विश्वसनीय मानक जानकारी उपलब्ध होनी चाहिए, ताकि वे बिना किसी भ्रम और जटिलता के अपनी ऑनलाइन गतिविधियों में फैसला लेने में सहायता करने वाली सूचनाओं के प्रतिकूल निहितार्थ को समझें, अगर कोई हो।

धोखाधड़ी और अनुचित ऑनलाइन दुर्व्यवहार से बचाने के लिए दुर्व्यवहार और तकनीकी विफलताओं के खिलाफ प्रतिबंध की अनुमति देता हो, उपभोक्ताओं की विश्वास बहाली और आत्मविश्वास निर्माण के लिए आवश्यक है। सबसे महत्वपूर्ण है, किसी भी प्रौद्योगिकी बदलाव की व्यापक प्रकृति के साथ चलने वाला एक नियामक तंत्र, जो यह सुनिश्चित करे कि उपभोक्ताओं का स्वामित्व स्पष्ट है और जो उनके उचित उपयोग की गारंटी दे। उपभोक्ताओं के बीच भरोसा और आत्मविश्वास निर्माण में उचित प्रक्रिया और आनुपातिकता जरूरी तत्व हैं।

डिजिटल शिक्षा और जागरूकता

इंटरनेट ने वस्तुओं को खरीदने-बेचने के तरीके को अभूतपूर्व ढंग से बदल दिया है, हममें से कई लोग ऑनलाइन खरीदारी के लाभों

का आनंद उठा रहे हैं। व्यवसाय में समस्याएं अपरिहार्य हैं। हम सभी दोषपूर्ण सामान, खराब सेवाओं, नकली और जाली वस्तुओं, घटिया और खतरनाक उत्पादों, प्रचारात्मक विज्ञापन के विवरणों के विपरीत खराब वस्तुओं एवं सेवाओं की डिलीवरी आदि से पूरी तरह परिचित हैं। ई-कॉमर्स में कई कंपनियां किसी भी विसंगति के लिए जिम्मेदार व्यक्ति की पहचान करने में परेशानी खड़ी कर रही हैं और उपभोक्ताओं के अनुभव इस बात की पुष्टि करते हैं कि डिजिटल अर्थव्यवस्था के साथ तालमेल बनाए रखने में कानून, विनियमन और निवारण मानक अप्रभावी हैं। उपभोक्ता संरक्षण और निदान के मुद्दे पर स्पष्टता की कमी, सीमा पार खराब विनियमन तंत्र, सतत समस्याओं के साथ ई-कॉमर्स अब भी डिजिटल व्यवहार को जीवन का तरीका बनाने में बाधा डालता है।

उपभोक्ताओं को उत्पादों और उसकी कार्यक्षमता, प्रदाता, प्रक्रिया और उपभोक्ता अधिकारों के बारे में व्यावहारिक, स्पष्ट, सटीक और विश्वसनीय मानक जानकारी उपलब्ध होनी चाहिए, ताकि वे बिना किसी भ्रम और जटिलता के अपनी ऑनलाइन गतिविधियों में फैसला लेने में सहायता करने वाली सूचनाओं के प्रतिकूल निहितार्थ को समझें, अगर कोई हो। डिजिटल नीति ऐसी होनी चाहिए कि उन्हें समझना और प्रबंधित करना आसान हो, खास तौर पर डिजिटल दुनिया में भाग लेने वाले उपभोक्ताओं के मुद्दे और आशंकाओं के संबंध में।

डिजिटल उपभोक्ताओं की शिक्षा न केवल ऑनलाइन अधिकारों को जानने के लिए, बल्कि प्रासंगिक भागीदारी ज्ञान-कौशल और व्यवहारों में सक्षम होने के लिए भी जरूरी है, एक कार्यात्मक डिजिटल समाज में सक्रिय सहयोग और संचार के लिए कंप्यूटर, डेस्कटॉप, लैपटॉप, टेबलेट्स, स्मार्टफोन इत्यादि जैसे डिजिटल उपकरणों के प्रभावी उपयोग के लिए भी डिजिटल शिक्षा आवश्यक है। इसके अतिरिक्त यह भी जरूरी है कि लोग सूचित विकल्प तैयार करने के लिए जोखिम और अवसर, दोनों से निपटने का कौशल विकसित करें, उन्हें यह जानना चाहिए कि वास्तव में सहायता पाने के लिए कहां जाना है और अपनी ऑनलाइन पहचान में सुधार और उसकी

सुरक्षा के लिए कौन से प्रभावी कदम उठाने हैं। यह ध्यान रखना जरूरी है कि जोखिम और अवसरों को प्रबंधित करने हेतु कौशल एवं आत्मविश्वास विकास के लिए उपभोक्ता शिक्षा और जागरूकता प्रभावी विनियमन के लिए पूरक है, वैकल्पिक नहीं।

चयन का अधिकार

उपभोक्ताओं की जरूरतों को पूरा करने के लिए गुणवत्ता या उचित कीमत वाले उत्पाद उपलब्ध कराने में प्रतिस्पर्द्धा और पसंद भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, ये सभी क्षेत्रों में सुधार को बढ़ाने में मदद करते हैं। डिजिटल दुनिया के उपभोक्ताओं को भरोसा दिलाने के लिए प्रतिस्पर्द्धा बाजार को बनाए रखना सरकार का कर्तव्य है। पोर्टेबिलिटी के अधिकारों को स्थापित करना, गोपनीयता और डाटा साझा करने की वरीयताओं में व्यापक विनिर्देश मानक का पालन करना आवश्यक है। प्रभावी बाजार स्थिति के दुरुपयोग के अलावा, डिजिटल अर्थव्यवस्था में प्रत्येक क्षेत्र में नई अद्वितीय चुनौतियां मौजूद हैं और इनसे निपटना उपभोक्ताओं के लाभ और समग्र आर्थिक विकास के लिए अपरिहार्य है।

डिजिटल अवसरों का समर्थन करने के लिए उपभोक्ता का आत्मविश्वास केवल तभी बढ़ सकता है, अगर उन्हें पता हो कि डिजिटल व्यवसाय प्रदाता स्थापित मानकों को पूरा करते हैं और अगर कुछ गलत होता

है, तो उसके लिए सुरक्षा उपाय हैं। एक कंपनी तभी विश्वसनीय बनती है, जब वह अपनी व्यावसायिक गतिविधियां जिम्मेदारी से संचालित करे, अपनी गलतियों को स्वीकार करे और उसके प्रति जवाबदेह हो, लोगों के साथ ईमानदारी और निष्पक्षता से व्यवहार करे, बातचीत में पारदर्शी हो, आपूर्ति शृंखला के बारे में खुली हो और अपने कर्मचारियों के साथ अच्छा व्यवहार करे। डिजिटल प्रौद्योगिकी में अग्रणी कंपनी जोखिम को समझने की अतिरिक्त जिम्मेदारी रखती है और अपने नवाचारों के लाभ तथा जिम्मेदार व्यवसाय के प्रति अपनी प्रतिबद्धता सक्रिय रूप से प्रदर्शित करती है।

निष्कर्ष

प्रौद्योगिकी और नवाचार हमेशा गतिशील प्रकृति के रहे हैं, जो उपभोक्ताओं के लिए अवसर और मुश्किलें, दोनों लाते हैं। स्पष्ट, संतुलित तरीके से उभरते जोखिम और नुकसान को समझना और उचित सुरक्षा के माध्यम से इसे कम करना आवश्यक है, अन्यथा एक अभिनव प्रौद्योगिकी के संभावित लाभ केवल कम ही होंगे। डिजिटल व्यवस्था में उपभोक्ता का आत्मविश्वास और भरोसा उपभोक्ता नागरिकों को सामाजिक-आर्थिक फायदे दिलाने के लिए निर्णायक होते हैं। हालांकि यह तभी सफल होगा, जब आगे विकास उपलब्ध हो, ये लोगों के नियमित जीवन में डिजिटल

व्यवस्था को एकीकृत करने के लिए पर्याप्त रूप से भरोसेमंद है। उपभोक्ताओं के ऑनलाइन अधिकारों, स्वायत्तता और निजी स्वतंत्रता को बनाए रखने के लिए सरकारों, अंतरराष्ट्रीय संगठनों एवं देश भर के व्यवसायियों के बीच सहयोग की जरूरत है।

हम जानते हैं कि उपभोक्ता कानून और विनियम प्रौद्योगिकी जैसे होते हैं, जिन्हें तकनीकी गतिशीलता के तालमेल बनाए रखना चाहिए। आज हर व्यक्ति डिजिटल दुनिया का हिस्सा है और इसे बेहतर और भरोसेमंद बनाना हम सब पर निर्भर है। बिना कोई देरी किए तत्काल जरूरत के स्तर पर संवेदनशील मुद्दों के साथ जुड़ना, उसका निपटारा करना और उसका समाधान करना बेहद जरूरी है, क्योंकि ऐसा नहीं होने पर गलत व्यवस्था तुरंत मजबूती से जड़ें जमा लेंगी, और एक हानिकारक परिचालन तंत्र के नियम बनकर बाद में किसी भी सकारात्मक बदलाव का विरोध करेंगी। यह महत्वपूर्ण है कि सरकार, वैश्विक उद्योग, स्थानीय छोटे व्यवसायी, अंतरराष्ट्रीय समूह, नागरिक समाज और उपभोक्ताओं के रूप में लोग व नागरिक सर्वोत्तम संभव व्यवसायिक व्यवहारों और एक भरोसेमंद एवं सुरक्षित डिजिटल दुनिया बनाने, जो उपभोक्ताओं के अधिकारों को अग्रणी रखे, के लिए मिल-जुलकर काम करने के लिए प्रतिबद्ध हों। □

**“शुभकामनाओं के तौर पर गुलदस्ता देने के बजाय किताब दें....
इस प्रकार की पहल से काफी बदलाव आ सकता है।”**

—माननीय प्रधानमंत्री

प्रकाशन विभाग के पास विविध विषयों पर पुस्तकों का विशाल भंडार है, जैसे कि -
कला एवं संस्कृति, स्वतंत्रता संघर्ष, इतिहास, महापुरुषों की जीवनी और गाँधी साहित्य से लेकर
..... बच्चों के लिए रोचक पुस्तकें भी ।



**हमारी किताबें भेंट करिये,
अपने प्रियजनों को**
क्योंकि...

...किताबों जैसा वफादार कोई दोस्त नहीं होता

प्रकाशन विभाग
सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय
भारत सरकार

किताबें खरीदने के लिए जानकारी यहाँ उपलब्ध है: publicationsdivision.nic.in
ई-बुक्स यहाँ से खरीदें: kobo.com, play.google.com, amazon.in

GS

फाउण्डेशन

CSE 2018 - 19

बैच प्रारम्भ 18 दिसम्बर से, अवधि – 10 महीने

GS प्रारंभिक—मुख्य परीक्षा सीरीज
(10 दिसम्बर, टेस्ट संख्या—60, अवधि : प्रा. से मुख्य परीक्षा तक)

मुख्य परीक्षा सीरीज
समाजशास्त्र, लोक प्रशासन, भूगोल
बैच प्रारम्भ 16 दिसम्बर से

नीति शास्त्र टेस्ट सीरीज
नीति शास्त्र प्रश्नपत्र में 120 से अधिक अंक प्राप्त
करने के अपने प्रयासों को साकार करें।

कुल टेस्ट 7 (मूल्यांकन और मॉडल उत्तर फेकल्टी द्वारा)

22 दिसम्बर से प्रारंभ

निबन्ध टेस्ट सीरीज

• 8 टेस्ट • मॉडल उत्तर • विस्तृत परिचर्चा
(निबंध पर रणनीति का 01 दिसम्बर को विशेष सत्र)

नीति शास्त्र : केस स्टडी

बैच प्रारम्भ – 18 दिसम्बर
अवधि – 15 दिन/7 कक्षाएं

प्री. स्पेशल क्रैस कोर्स
18 दिसम्बर से प्रारंभ

वैकल्पिक विषय

• समाजशास्त्र • भूगोल • लोक प्रशासन
25 दिसम्बर से बैच प्रारम्भ
अवधि – 04 महीने

OLD RAJINDER NAGAR :-60/19, BEHIND ANDHRA BANK, DELHI-60

CONTACTS: 011-45696019, 8506099919 & 9654034293

MUKHERJEE NAGAR :- 871, FIRST FLOOR, MAIN ROAD,

CONTACTS: 011-41415591 & 7836816247

वित्तीय सेवाओं में उपभोक्ता समावेशन

जी सुंदरम



देश में केंद्रीय बैंक के रूप में भारतीय रिज़र्व बैंक एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। वह ब्याज दरों, वाणिज्यिक बैंकों द्वारा विभिन्न शुल्कों और उपभोक्ताओं के प्रति रवैयों, बड़े एवं प्रभावशाली उपभोक्ताओं के नॉन परफॉर्मिंग एसेट्स (एनपीए) के संबंध में नीतियां बनाता है। प्रत्येक राज्य में आरबीआई द्वारा नियुक्त बैंकिंग लोकपाल भी इस संबंध में उपभोक्ताओं को शिकायतें सुनता और उन्हें निपटाता है

उपभोक्ताओं के लिए प्रभावी संरक्षण कानून, प्रवर्तन संस्थानों और शिकायत संबंधी व्यवस्थाओं के लिए संयुक्त राष्ट्र के दिशानिर्देश अत्यंत उपयोगी सिद्धांत हैं। इन दिशानिर्देशों को संयुक्त राष्ट्र महासभा ने पहली बार अप्रैल 1985 के संकल्प 39/248 के रूप में मंजूर किया था। इसके बाद जुलाई, 1999 के ईकोसॉक संकल्प 1999/7 में इसे विस्तार से दिया गया और दिसंबर 2015 के संकल्प 70/186 में महासभा द्वारा इसे संशोधित और मंजूर किया गया।

2015 के संयुक्त राष्ट्र के दिशानिर्देशों में पहली बार वित्तीय सेवाओं को शामिल किया गया, जिससे निष्पक्ष व्यवहार और उचित प्रकटीकरण, उत्तरदायित्वपूर्ण ऋण, दुर्व्यवहार और धोखाधड़ी से संघर्ष करने के लिए उचित नियंत्रण और पारदर्शिता प्रदान की जा सके। दिशानिर्देशों में यह सिफारिश भी की गई कि वित्तीय समावेश, वित्तीय शिक्षा और वित्तीय सेवाओं के उपयोग में उपभोक्ताओं के

संरक्षण से संबंधित नीतियों को सशक्त और एकीकृत करने के लिए उपाय किए जाएं। विश्वव्यापी वित्तीय संकट और उपभोक्ताओं पर उसके प्रभाव के मद्देनजर ओईसीडी/जी20 द्वारा 2011 में वित्तीय उपभोक्ता संरक्षण पर उच्च स्तरीय सिद्धांतों को विकसित किया गया। जैसा कि संयुक्त राष्ट्र महासभा ने स्वीकार किया, 'वित्तीय सेवाओं के लिए सुसंचालित बाजार में उपभोक्ताओं का भरोसा और विश्वास दीर्घकाल में वित्तीय स्थिरता, विकास, दक्षता और नवीनता को बढ़ावा देता है और (हाल ही में) वित्तीय संकट उपभोक्ता संरक्षण पर एक नए सिरे से ध्यान केंद्रित करता है।' संकट हो अथवा नहीं, उपभोक्ताओं को सुरक्षा प्रदान करना, सरकारों और गैर सरकारी संगठनों का प्रयास होना चाहिए। इस संबंध में उपभोक्ताओं का समावेश और सशक्तीकरण महत्वपूर्ण है।

उपभोक्ता तब सशक्त होते हैं जब वे अपने अधिकारों और दायित्वों के प्रति जागरूक होते हैं और उन्हें संरक्षित रखने में





सक्षम होते हैं। संभवतः उपभोक्ता संरक्षण से जुड़े अधिकारियों की सबसे बड़ी प्राथमिकता उपभोक्ताओं को शिक्षित करना और बाजार में व्यवसायों एवं उपभोक्ताओं के बीच अंतर्निहित जानकारी को संतुलित करना है।

यह कार्य कठिन नहीं है। उपभोक्ता शिक्षण के लिए कई हितधारकों, जैसे उपभोक्ता संरक्षण और शिक्षण अधिकारियों, व्यवसायों और उपभोक्ता संगठनों, शैक्षणिक समुदाय और मीडिया की भागीदारी की आवश्यकता है। इसमें हमें ई-कॉमर्स और डिजिटल क्रांति को भी सम्मिलित करना होगा।

इस संबंध में वित्तीय सेवा क्षेत्र अधिक जटिल है। उसे जागरूक करने में कई जटिलताएं हैं। उसे रोजाना ईमेल के जरिए सूचनाओं और प्रस्तावों का विस्फोट झेलना पड़ता है जिसे शायद ही वह समझता हो। भारत में 1986 से उपभोक्ता संरक्षण कानून मौजूद है। प्रश्न यह उठता है कि वित्तीय सेवाओं के लिए एक अलग उपभोक्ता कानून की आवश्यकता है अथवा नहीं। निश्चित रूप से क्षेत्रगत कानून भी मौजूद हैं। लेकिन वे एक साधारण उपभोक्ता के लिए उपयोगी हैं, इसमें संदेह है। वर्तमान उपभोक्ता संरक्षण कानून को संशोधित किया जा रहा है ताकि इसे उपभोक्ताओं के संरक्षण के लिए अधिक व्यापक बनाया जा सके। कई घटकों के साथ वित्तीय सेवा एक अत्यधिक जटिल क्षेत्र है जिसमें केवल बैंकों के नियंत्रण में ही कुल परिसंपत्ति का 64 प्रतिशत हिस्सा है। ऐसे कई

अन्य औपचारिक और अनौपचारिक घटक हैं जैसे सीए, एजेंट, दलाल, सलाहकार, बिचौलिये आदि। इसीलिए जमा धन सहित उपभोक्ताओंकी सभी परिसंपत्तियों को संरक्षित रखने के लिए उपयुक्त नियंत्रण और बीमा व्यवस्थाएं होनी चाहिए। यहां उपभोक्ता संरक्षण के लिए संयुक्त राष्ट्र दिशानिर्देश अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाते हैं।

देश के केंद्रीय बैंक के रूप में भारतीय रिजर्व बैंक एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। वह ब्याज दरों, वाणिज्यिक बैंकों द्वारा विभिन्न शुल्कों और उपभोक्ताओं के प्रति रवैयों, बड़े एवं प्रभावशाली उपभोक्ताओं के नॉन परफॉर्मिंग एसेट्स (एनपीए) के संबंध में नीतियां बनाता है। प्रत्येक राज्य में आरबीआई द्वारा नियुक्त बैंकिंग लोकपाल भी इस संबंध

वित्तीय सेवा एक अत्यधिक जटिल क्षेत्र है जिसमें केवल बैंकों के नियंत्रण में ही कुल परिसंपत्ति का 64 प्रतिशत हिस्सा है। ऐसे कई अन्य औपचारिक और अनौपचारिक घटक हैं जैसे सीए, एजेंट, दलाल, सलाहकार, बिचौलिये आदि। इसीलिए जमा धन सहित उपभोक्ताओंकी सभी परिसंपत्तियों को संरक्षित रखने के लिए उपयुक्त नियंत्रण और बीमा व्यवस्थाएं होनी चाहिए। यहां उपभोक्ता संरक्षण के लिए संयुक्त राष्ट्र दिशानिर्देश अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाते हैं।

में उपभोक्ताओं को शिकायतें सुनता और उन्हें निपटाता है।

वित्तीय सेवाएं वित्त उद्योग द्वारा प्रदान की जाने वाली आर्थिक सेवाएं हैं जिनमें बैंकों, आरबीआई, क्रेडिट कार्ड कंपनियों, बीमा कंपनियों, उपभोक्ता वित्त कंपनियों, स्टॉक ब्रोकरेज, निवेश फंड, म्यूचुअल फंड जैसे धन प्रबंधन व्यवसायों की एक विस्तृत शृंखला शामिल है। वास्तव में, *वॉयस सोसाइटी* ने क्रेडिट कार्ड सहित 150 वित्तीय उत्पादों का तुलनात्मक अध्ययन किया है!

बीमा नियामक प्राधिकरण, भारतीय प्रतिभूति एवं विनियम बोर्ड (सेबी), कमोडिटी के मामले में फॉरवर्ड मार्केट कमीशन, म्यूचुअल फंड, जिस पर कई उपभोक्ता निर्भर हैं, उपभोक्ता वित्त कंपनियां, निवेश निधि आदि के साथ एक विशाल क्षेत्र है। यह ऐसा बाजार है जिसमें उपभोक्ता गुम हो गया है।

यहां समावेश का स्तर अलग-अलग है, खास तौर से भारत जैसे विशाल देश के ग्रामीण क्षेत्रों में, जहां साक्षरता का स्तर भी भिन्न भिन्न है। केरल जैसे राज्य में खासकर महिलाओं में उच्च साक्षरता होने के कारण अनेक वस्तुएं सरल हो सकती हैं। देश के कुछ अन्य हिस्सों में लोग एक बैंक खाते के बारे में भी नहीं जानते। हाल ही में प्रधानमंत्री जन धन योजना के चलते 3500 लाख लाभार्थियों का वित्तीय समावेश किया गया। उनके बैंक खाते खुले। इसके बाद वे बिना किसी बिचौलिये के, सरकारी लाभ को प्रत्यक्ष लाभ अंतरण के जरिए हासिल कर पाएंगे। बिचौलियों के बिना, झंझट रहित मुक्त अंतरण से उन्हें राष्ट्रीय विकास में सम्मिलित होने की अनुभूति प्राप्त हो रही है।

हाल तक युवाओं की पहली पसंद आईटी क्षेत्र था, अब वे वित्तीय सेवाओं की तरफ रुख कर रहे हैं। आज का वित्तीय सेवा उद्योग अपने कई उत्पादों और सेवाओं के साथ व्यक्तियों और निगमों के धन का प्रबंधन कर रहा है।

वित्तीय सेवाएं गरीबी से निजात पाने और बेहतर जीवन का मार्ग प्रशस्त करती हैं। दूसरी ओर धनी वर्ग के लिए यह संपत्ति को द्विगुणित करने का अवसर प्रदान करती हैं। किंतु मेरे विचार से, यह उपभोक्ता संरक्षण और शिकायतों के त्वरित निवारण पर निर्भर करता है। □

उपभोक्ता संरक्षण: नये आयाम

पुष्पा गिरिमाजी



शिकायत निवारण एजेंसियों को वस्तु और सेवाओं में कमियों या चूकों को दूर करने, असुरक्षित या खराब वस्तुओं को बदलने या उनकी कीमत की वापसी सहित कई राहतें प्रदान करने की शक्ति प्रदान की गई है। इन्हें खतरनाक वस्तुओं की बिक्री बंद करने, अनुचित और प्रतिबंधात्मक व्यापार प्रथाओं और भ्रामक विज्ञापनों के मामले में प्रत्यक्ष आदेश जारी करने के अधिकार के साथ-साथ सुधारात्मक विज्ञापनों को जारी करने का आदेश देने की शक्तियां प्राप्त हैं। उपभोक्ता न्यायालय भी उचित क्षतिपूर्ति, दंडात्मक हर्जाना और लागत वसूली का आदेश दे सकते हैं।

यह निश्चित रूप से विरोधाभास ही है कि उपभोक्ता संरक्षण (सीपी) अधिनियम 1986 पारित होने के उपलक्ष में प्रत्येक वर्ष 20 दिसंबर को मनाए जाने वाले *राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस* पर हम इस वर्ष इस पुराने कानून की जगह एक नए कानून की उत्सुकता से प्रतीक्षा कर रहे हैं।

यह सत्य है कि देश के कानूनों को बदलते समय के अनुरूप बदल जाना चाहिए परन्तु फिर भी *उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम* एक ऐसा अग्रणी कानून है जिसने सबसे पहले उपभोक्ताओं के अधिकारों को मान्यता दी और देश में उपभोक्ता न्याय प्रणाली की स्थापना की। बाज़ार अर्थव्यवस्था द्वारा लाए गए बदलावों, डिजिटल प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में तीव्र प्रगति और स्वयं कानून में कुछ बड़ी कमियों के कारण पुराने कानून की जगह नए एवं उन्नत कानून की जरूरत महसूस होती है। उपभोक्ता संरक्षण विधेयक, 10 अगस्त, 2015 को लोकसभा में पेश किया गया था और इसे लोकसभा अध्यक्ष ने खाद्य, उपभोक्ता मामले और सार्वजनिक वितरण संबंधी स्थायी समिति को भेज दिया था। स्थायी समिति ने कई महत्वपूर्ण परिवर्तनों की सिफारिश करते हुए अपनी रिपोर्ट 26 अप्रैल, 2016 को प्रस्तुत की। तदनुसार, सरकार ने विधेयक में संशोधन किया और अब इसे संसद के शीतकालीन सत्र में फिर से पेश करने की उम्मीद की जा रही है। नए प्रस्तावित कानून के महत्व को समझने के लिए हमें सबसे पहले उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 और उसके प्रभाव, सफलताओं और असफलताओं को समझना होगा।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986

जैसा कि कहा गया है कि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 एक क्रांतिकारी कानून है जिसने उपभोक्ता अधिकारों को केंद्र में ला दिया है। इस कानून ने सबसे पहले छह उपभोक्ता अधिकार बताए जैसे सुरक्षित वस्तुओं और सेवाओं का अधिकार, सूचना का अधिकार, चयन का अधिकार, सुने जाने का अधिकार, उपभोक्ता शिक्षा अधिकार और शिकायत निवारण अधिकार विशेष रूप से अनुचित और निषेधात्मक व्यापार प्रथाओं पर विवेकहीन दोहन के विरुद्ध आदि। इन अधिकारों को *प्रोत्साहित एवं संरक्षित* करने के लिए इस कानून में केन्द्रीय, राज्य और जिला स्तर पर *उपभोक्ता संरक्षण परिषदों* की व्यवस्था की गई है।

परन्तु इस कानून का केन्द्रीय बिंदु खराब वस्तु और सेवाओं, अनुचित और प्रतिबंधात्मक व्यापार प्रथाओं और काफी हद तक वस्तुओं और सेवाओं की अधिक कीमत वसूली के विरुद्ध उपभोक्ताओं की शिकायतों का समाधान करने के लिए तीन स्तरीय न्यायनिर्णय प्रणाली है। इन अधिकरणों के समक्ष बिना वकीलों के शिकायतों के समाधान के लिए, कानून में प्राकृतिक न्याय के सिद्धांत के आधार पर सारांश प्रक्रिया के माध्यम से विवादों का समाधान करने के लिए न्यायिक और न्यायिकेतर सदस्यों का एक पैनल बनाने की व्यवस्था की गई है।

इन शिकायत निवारण एजेंसियों को वस्तु और सेवाओं में कमियों या चूकों को दूर करने, असुरक्षित या खराब वस्तुओं को बदलने या उनकी कीमत की वापसी सहित कई राहतें प्रदान करने की शक्ति प्रदान की गई है। इन्हें खतरनाक वस्तुओं की बिक्री

बंद करने, अनुचित और प्रतिबंधात्मक व्यापार प्रथाओं और भ्रामक विज्ञापनों के मामले में प्रत्यक्ष आदेश जारी करने के अधिकार के साथ-साथ सुधारात्मक विज्ञापनों को जारी करने का आदेश देने की शक्तियां प्राप्त हैं। उपभोक्ता न्यायालय भी उचित क्षतिपूर्ति, दंडात्मक हर्जाना और लागत वसूली का आदेश दे सकते हैं।

जब पहली बार इन अधिकरणों का गठन किया गया था, तब देश में उपभोक्ता मामलों की बाढ़-सी आ गई थी और पिछले तीन दशकों में कोई भी क्षेत्र इससे अछूता नहीं रहा। फुटकर विक्रेताओं और विनिर्माताओं को खराब वस्तुओं के लिए, बिक्री के पश्चात किसी वस्तु में किसी कमी के लिए, भ्रामक विज्ञापनों सहित कीमत की अधिक वसूली और अनुचित व्यापार प्रथाओं के लिए उपभोक्ता न्यायालयों में घसीटा गया है। सेवा क्षेत्र ने भी उपभोक्ताओं की नाराजगी का सामना किया है। डाक विभाग, दूरसंचार विभाग, रेलवे, विमानन, बिजली आपूर्ति उपक्रम, संपदा एजेंसी, बैंक, बीमा कंपनी, अस्पताल, नागरिक सेवा, स्कूल, कॉलेज, वकील, वास्तुकार, ट्रेवल एजेंट, शोयरधारक, ड्राई क्लीनर, दर्जी, मैरिज ब्यूरो, मैरिज प्लानर आदि विभागों एवं पेशेवरों सहित अन्य सभी क्षेत्रों को लापरवाही या गलत सेवा और अनुचित व्यापार प्रथा के लिए उपभोक्ता न्यायालय तक घसीटा गया है और इन शीर्ष उपभोक्ता न्यायालय द्वारा दिए गए अत्यंत महत्वपूर्ण निर्णयों ने कानून में बताए गए अधिकारों को और अधिक मजबूती प्रदान की है और देश में अनुभवहीन उपभोक्ता आंदोलन को एक सुदृढ़ दिशा दी है।

अधिदेश (मैडेट) पर असफलता

चाहे उपभोक्ताओं ने इन अधिकारों के प्राप्त होने पर उत्सव मनाया हो, परन्तु इन एजेंसियों की कार्यप्रणाली विशेष रूप से न्याय की अत्यंत मंद प्रक्रिया चिंता का गंभीर विषय है। राज्य सरकारों द्वारा न्याय निर्णय पैनल के सदस्यों की नियुक्ति में अत्यधिक विलंब ने इन अधिकरणों की कार्यप्रणाली को रोक दिया है। मामलों के निर्णय के ऊपर बैठे लोगों द्वारा विभिन्न प्रक्रियाओं में समाहित की गई अनावश्यक तकनीकी और वकीलों के आदेश पर उनके द्वारा दिए जानेवाले त्वरित स्थगनों ने साधारण, तेज और सस्ते समाधान के वादे

का मजाक बनाकर रख दिया है। न्यायालयों द्वारा क्षतिपूर्ति की कम राशि निर्धारण या निर्णय में कंजूसी ने उपभोक्ताओं की पीड़ाओं को महत्वहीन बना दिया है जिसके कारण अनेक उपभोक्ता इन मंचों से समाधान के लिए संपर्क ही नहीं करते। अर्थात् उपभोक्ता न्यायालय इतनी मंद न्याय प्रक्रिया के बावजूद जुर्माने या दंड की कम राशि निर्धारित करके उपभोक्ताओं को अदालतों तक आने के लिए निरूत्साहित कर रहे हैं।

जनवरी 2013 में भारतीय लोक प्रशासन संस्थान (आईआईपीएस) ने देश में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के प्रभाव और प्रभावकारिता पर अपनी मूल्यांकन रिपोर्ट जारी की। वर्ष 1994 में आईआईपीए की एक रिपोर्ट (उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 की प्रभावकारिता का मूल्यांकन, दिसंबर 1994) और नियंत्रक एवं लेखा महापरीक्षक की

मुक्त बाजार अर्थव्यवस्था में प्रतिस्पर्धा वस्तुओं एवं सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार को प्रोत्साहित करता है और यह कीमतों में भी कमी पेश करती है। हमने दूरसंचार एवं नागरिक उड्डयन सहित अनेक क्षेत्रों में ऐसा होते हुए देखा है, लेकिन इसका दूसरा पक्ष यह है कि अत्यधिक उग्र प्रतिस्पर्धा बाजार में धोखेबाजी और कपट को भी जन्म देती है।

2004 की रिपोर्ट (कार्य प्रदर्शन लेखापरीक्षा रिपोर्ट संख्या. 14, 2004-2005) में न्याय प्रणाली की विकट स्थिति पेश की गई है।

यह कहते हुए कि इसकी प्रभावकारिता केवल सीमांत ही थी, इस रिपोर्ट में न्यायालय की त्वरित और लागत प्रभावी रूप में सुपुर्दगी के अभाव में उपभोक्ता न्यायालय की अक्षमता को दोषी ठहराया गया है। उपभोक्ता न्यायालयों द्वारा दिए गए खराब क्षतिपूर्ति के आदेशों को अन्य नकारात्मक कारक बताते हुए, इस रिपोर्ट में कहा गया है कि इस शिकायत समाधान प्रणाली पर से उपभोक्ताओं का विश्वास खत्म होता जा रहा है।

कर्नाटक, गुजरात, उत्तर प्रदेश, ओडिशा और त्रिपुरा इन पांच राज्यों के 10 जिलों में उपभोक्ता न्यायालय के सर्वेक्षण के साथ-साथ शिकायतकर्ताओं सहित विभिन्न हितधारकों के साथ व्यापक साक्षात्कारों के

माध्यम से उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के प्रभाव का मूल्यांकन करने वाली इस रिपोर्ट में बताया गया है कि जटिल प्रक्रियाओं के कारण उपभोक्ता वकील की सेवाएं लेने के लिए मजबूर हो जाते हैं और इसने विवाद समाधान की संपूर्ण प्रक्रिया को अत्यंत खर्चीला बना दिया है।

इनमें से कुछ बाधाओं को दूर करने और उपभोक्ता न्याय की गुणवत्ता में सुधार करने के प्रयास से, केंद्रीय उपभोक्ता कार्य मंत्रालय ने वर्ष 1991, 1993 और 2002 में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 में संशोधन सहित कई कदम उठाए थे, परंतु इससे वांछित परिणाम प्राप्त नहीं हो सके।

त्वरित न्याय प्रदान करने के इन न्यायालयों के उद्देश्य पर विचार करते हुए, इस कानून में 1986 में इसकी शुरुआत के समय से ही शिकायतों के समाधान के लिए एक समय सीमा निर्धारित की जानी चाहिए थी। परिणामस्वरूप जब वर्ष 2002 में संशोधन के माध्यम से शिकायतों के समाधान के लिए तीन महीनों की समय सीमा (जांच के लिए भेजी जानी वस्तुओं की शिकायतों के मामले में 5 महीने) निर्धारित किया गया था, तब यह बहुत विलंब से हुआ क्योंकि तब तक तो उपभोक्ता न्यायालयों में देश के सिविल मुकदमेबाजी की कुछ सबसे खराब विशिष्टताएं पहले ही प्रवेश कर चुकी थीं। आईआईपीए रिपोर्ट के अनुसार, केवल 10 प्रतिशत शिकायतों पर ही 3 महीने के भीतर निर्णय दिया गया, जबकि 17.8 प्रतिशत पर ही पांच महीनों के भीतर निर्णय दिया गया और ऐसा भी नहीं है कि इन मंचों के समक्ष बड़ी संख्या में उपभोक्ता शिकायत फाइल कर रहे हों। आईआईपीए सर्वेक्षण में पाया गया है कि जिला उपभोक्ता मंच में से 40 प्रतिशत में प्रतिमाह 11 से भी कम मामले दर्ज किए गए थे।

कानून में कमी

साधारण, त्वरित और सस्ता उपभोक्ता न्याय देने के अपने अधिदेश को पूरा करने में उपभोक्ता न्यायालयों की असफलता ही देश के उपभोक्ता संरक्षण कानूनों में परिवर्तन का कारक नहीं था। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 में परिकल्पित उपभोक्ता संरक्षण की अवधारणा में कुछ अंतर्निहित कमियां भी हैं जिन्हें दूर किया जाना अत्यंत

तालिका 1: उपभोक्ता मंचों से विवाद निपटान का लेखा

एजेंसी का नाम	दायर मामले	अब तक के निपटारे	लंबित मामले	निपटान प्रतिशत
राष्ट्रीय आयोग	113117	97571	15546	86.26%
राज्य आयोग	760786	651797	108989	85.67%
जिला मंच	3995088	3692798	302290	92.43%
कुल	4868991	4442166	426825	91.23%

स्रोत: उपभोक्ता मामले विभाग, भारत सरकार की वेबसाइट

जरूरी है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 की सबसे बड़ी कमी यह थी कि इसमें कानून के अंतर्गत प्रदान किए गए अधिकारों को लागू करने और उनके उल्लंघनों को रोकने के लिए नियामक तंत्र का अभाव था। अन्य शब्दों में, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम का मुख्य कार्य विवाद उत्पन्न होने के बाद उपभोक्ता विवादों को सुलझाना था न कि उन विवादों को रोकना और उपभोक्ताओं को संरक्षण प्रदान करना।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के अंतर्गत उद्देश्यों एवं कार्यों का ब्यौरा को देखें तो यह पता लगता है कि इसका मुख्य उद्देश्य उपभोक्ताओं का बेहतर संरक्षण करना है। यद्यपि, इसे केंद्रीय, राज्य और जिला स्तर पर उपभोक्ता संरक्षण परिषदें कही जाने वाली प्रभावहीन अनुशंसाकारी निकायों को उपभोक्ताओं के अधिकारों को प्रोत्साहन और संरक्षण का कार्य सौंपा गया था। यहां तक कि इन परिषदों द्वारा पारित किए गए संकल्प भी केवल अनुशंसात्मक प्रकृति के ही होते हैं। (नियम 7, उपभोक्ता संरक्षण विनियम)

इस प्रकार कानून में 6 उपभोक्ता अधिकारों की सूची दी गई है परन्तु यह विनिर्दिष्ट अधिकारों में से सिर्फ एक को ही लागू करने का तंत्र प्रदान करता है वह अधिकार है- शिकायतों के निवारण का अधिकार जिसको कानून के अंतर्गत उपभोक्ता न्यायालय प्रणाली के माध्यम से प्रदान किया जाता है। यह उपभोक्ताओं के अन्य अधिकारों को लागू करने के लिए किसी नियामक को उपयुक्त शक्तियां प्रदान करने में भी असफल हुआ है, इसके परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं को अनेक कुप्रथाओंका सामना करना पड़ता है।

राज्यसभा में 10 दिसंबर, 1986 को उपभोक्ता संरक्षण विधेयक पर उत्तर देते हुए, तत्कालीन केंद्रीय खाद्य एवं नागरिक आपूर्ति मंत्री श्री एचकेएल भगत ने यह जोर देकर कहा था कि यह विधेयक क्षतिपूर्क विषय का था न कि दंडात्मक प्रकृति का। उन्होंने यह कहा कि विधेयक की प्रकृति उपभोक्ता विवादों का समाधान हेतु लिए जाने वाले समयसीमा सीमित होनी चाहिए जबकि इसके साथ-साथ उपभोक्ताओं के अधिकारों के लिए विनिर्माताओं में स्वस्थ आदर को प्रोत्साहन मिल सके।

अन्य शब्दों में, यह आशा की गई थी

कि न्यायनिर्णय निकाय निवारक तंत्रों के रूप में कार्य करेंगे और यह स्वाभाविक है कि उपभोक्ता न्यायालय ऐसा नहीं कर पाए। न्यायालयों द्वारा क्षतिपूर्ति की राशि की कंजूसी से गणना करने के साथ-साथ न्यायनिर्णय की अत्यधिक मंद गति के कारण उपभोक्ताओं के अधिकारों का उल्लंघन करने वाले लोगों के मन में इन न्यायालयों का भय उत्पन्न करने में असफलता प्राप्त हुई है, परंतु यह मानते हुए भी कि इस निवारक तंत्रों ने अपने अधिदेश के अनुसार कार्य किया है परन्तु फिर भी यह एक विनियामक का प्रतिस्थापन नहीं हो सकते।

हमें इस तथ्य पर भी विचार करना चाहिए कि सरकार द्वारा आर्थिक उदारीकरण की प्रक्रिया शुरू करने से 5 साल पहले अर्थात् वर्ष 1986 में संसद द्वारा उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम को स्वीकृत एवं पारित कर दिया था। मुक्त बाजार अर्थव्यवस्था में प्रतिस्पर्धा वस्तुओं एवं सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार को प्रोत्साहित करता है और यह कीमतों में भी कमी पेश करती है। हमने दूरसंचार एवं नागरिक उड्डयन सहित अनेक क्षेत्रों में ऐसा होते हुए देखा है, लेकिन इसका दूसरा पक्ष यह है कि अत्यधिक उग्र प्रतिस्पर्धा बाजार में धोखेबाजी और कपट को भी जन्म देती है। यदि इन बुराइयों शुरुआत में ही अंत नहीं किया गया तो यह उपभोक्ताओं को बुरी तरह से प्रभावित कर सकती है।

इसी प्रकार, डिजिटल प्रौद्योगिकी में त्वरित प्रगति ने ज्ञान के वृहद संसार के द्वार खोल दिए हैं और विश्व को एक वैश्विक ग्राम में परिवर्तित कर दिया है। इसमें उपभोक्ताओं को अभूतपूर्व अवसर और लाभ पेश किए जाते हैं लेकिन इन बदलावों के साथ ऑनलाइन धोखाधड़ी, पहचान की चोरी, क्रेडिट कार्ड से चोरी आदि जैसी नई समस्याएं भी उत्पन्न हो गई हैं, इसलिए इन सभी के कारण डिजिटल युग में उपभोक्ता संरक्षण की अत्यंत आवश्यकता

उत्पन्न हुई है। इसमें ऐसी समस्याओं की पहचान करके उनका उपभोक्ता संरक्षण की आधुनिक अवधारणा के अनुरूप समाधान प्रस्तुत किया जाना चाहिए और इस प्रकार पुराने कानून के साथ नए कानून को बदलने का प्रस्ताव भी उत्पन्न हुआ।

नई शुरुआत

प्रस्तावित कानून की सबसे महत्वपूर्ण विशेषता उपभोक्ताओं के अधिकारों को प्रोत्साहित करने, उनकी रक्षा करने और उन्हें लागू करने के लिए व्यापक स्तर पर शक्ति प्राप्त उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण के रूप में एक विनियामक निकाय की स्थापना का प्रावधान है।

इस प्राधिकरण की अध्यक्षता एक आयुक्त द्वारा की जाएगी और इसके 5 उपायुक्त होंगे जो निम्नलिखित 5 ब्यूरो की अध्यक्षता करेंगे- (क) वस्तुओं और सेवाओं में सुरक्षा, (ख) गुणवत्ता और मानक आश्वासन, (ग) उपभोक्ता संरक्षण कानूनों का प्रवर्तन, (घ) भ्रामक विज्ञापनों सहित अनुचित व्यापार प्रथाओं पर रोक और (च) उपभोक्ता संविदाओं में उपभोक्ताओं के लिए अहितकर और अनुचित शर्तों पर रोक।

प्रस्तावित कानून का लक्ष्य उपभोक्ता न्यायालय की कार्य प्रणाली में सुधार करना भी है और इसके साथ-साथ इसमें विवादों के त्वरित समाधान के लिए जिला एवं राज्य स्तर पर उपभोक्ता न्यायालयों के साथ संलग्न उपभोक्ता मध्यस्थता प्रकोष्ठों की स्थापना करने का प्रावधान किया गया है। इस कानून में किसी खराब उत्पाद के परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं या किसी अन्य व्यक्ति को होने वाली क्षति, मृत्यु या संपत्ति के किसी भी प्रकार के नुकसान के लिए विनिर्माता की जिम्मेदारी का प्रावधान भी किया गया है। यदि इस प्रस्तावित नए कानून को अच्छे ढंग से लागू किया जाता है तो भारत में उपभोक्ता संरक्षण के क्षेत्र में नई क्रांति होना सुनिश्चित है। □

उपभोक्ता के



के लिए मुनाफाखोरी रोकने के उपाय

सरकार सभी उपभोक्ताओं तक जीएसटी के तहत माल और सेवाओं की कम कीमतों का लाभ पहुंचाना सुनिश्चित करने के लिये प्रतिबद्ध है।

जीएसटी के तहत, माल और सेवाओं के आपूर्तिकर्ता को कर की दरों में कमी अथवा इनपुट टैक्स क्रेडिट का लाभ उपभोक्ताओं तक उसी अनुपात में मूल्य में कमी के रूप में अवश्य पहुंचाना चाहिए।

अगर ऐसा नहीं किया जाता, तो उपभोक्ताओं के हित की रक्षा नेशनल एन्टी-प्राफिटीयरिंग अथॉरिटी द्वारा की जाती है, जो निम्नलिखित आदेश दे सकती है:

- 👉 कीमतों में कमी;
- 👉 प्राप्तकर्ता को मूल्य में कमी के रूप में नहीं पहुंचाए गए लाभ के बराबर राशि की 18 प्रतिशत ब्याज दर के साथ वापसी;
- 👉 पेनल्टी लगाना;
- 👉 आपूर्तिकर्ता के पंजीकरण का निरस्तीकरण।



पीड़ित उपभोक्ता आवेदन निर्धारित प्रपत्र में, अगर मुनाफाखोरी की प्रकृति राष्ट्रीय स्तर की हो तो एन्टी प्राॅफिटीयरिंग की स्टैंडिंग कमेटी के सामने और स्थानीय प्रकृति की हो तो राज्य स्क्रीनिंग कमेटी के सामने फाइल कर सकता है।

उपभोक्ता द्वारा आवेदन

राज्य स्क्रीनिंग कमेटी

मुनाफाखोरी के पुख्ता प्रथमदृष्टया साक्ष्य

अधिक जानकारी के लिये संपर्क करें:

एन्टी प्राॅफिटीयरिंग की स्टैंडिंग कमेटी
द्वितीय तल, भाई वीर सिंह साहित्य सदन, भाई वीर सिंह मार्ग,
गोल मार्केट, नई दिल्ली-110001. दूरभाष: 011-23741537,
फैक्स नं 011-23741542, ईमेल: dgsafeguards@nic.in

एन्टी प्राॅफिटीयरिंग की राज्य स्क्रीनिंग कमेटी
स्टेट स्क्रीनिंग कमेटी ऑन एन्टी प्राॅफिटीयरिंग से संबंधित
संपर्क विवरण यहाँ उपलब्ध है: goo.gl/eYJXnK

स्टैंडिंग कमेटी

मुनाफाखोरी के पुख्ता प्रथमदृष्टया साक्ष्य

महानिदेशक, सेफगार्ड्स, सीबीईसी,
मुनाफाखोरी की जांच पड़ताल एवं रिपोर्टिंग हेतु

नेशनल एन्टी-प्राॅफिटीयरिंग अथॉरिटी

मुनाफाखोरी के निर्धारण एवं उपभोक्ताओं को मूल्य में
कमी से लाभ या इनपुट टैक्स क्रेडिट का लाभ
सुनिश्चित करने के लिये उचित आदेश जारी करने हेतु

माल और सेवा कर - अच्छा है सरल है

केन्द्रीय उत्पाद एवं सीमा शुल्क बोर्ड और
राज्यों/संघ राज्य क्षेत्रों के वाणिज्यिक कर विभाग
www.cbec.gov.in, www.cbec-gst.gov.in



जागरूकता से ही बदलेगी चिकित्सा सेवा की तस्वीर

आशुतोष कुमार सिंह



भारत में स्वास्थ्य सेवाओं को परोपकार के नजरिए देखा जाता था लेकिन आधुनिक चिकित्सा व्यवस्था के उदय के बाद चिकित्सा एवं संबद्ध सेवाओं को मुनाफे से जोड़ दिया गया। चिकित्सा पेशेवरों व मरीज के बीच उपभोगीय समझौते होने लगे। जैसे अगर आपको हर्निया का ऑपरेशन कराना है तो इतना हजार रूपये लगेगा, डिलेवरी कराना है तो इतना हजार रूपये। मरीज से कॉन्ट्रैक्ट हस्ताक्षर कराए जाने लगे। ऐसे में स्वास्थ्य सेवाएं बाजार आधारित हो गईं। जरूरी हो गया है कि इन सेवाओं को कानून के दायरे में लाया जाए ताकि खरीदार को कोई बेवकूफ न बना सके और ओवरचार्ज न कर सके

अपने अधिकारों एवं दायित्वों के प्रति जागरूक समाज ही खुद को बेहतर तरीके से विकसित कर सकता है। इस दिशा में भारत भी अग्रसर है जहां अन्य क्षेत्रों के साथ स्वास्थ्य में भी जागरूकता बढ़ने लगी है। सरकारी-गैरसरकारी दोनों स्तरों पर भरपूर काम हो रहे हैं।

जागरूकता से अभिप्राय

जागरूकता शब्द प्रयोग करते ही दो प्रमुख बातें सामने आती हैं। जो हम खरीद रहे हैं, उसको लेकर हम कितने जागरूक हैं और दूसरी बात यह कि खरीदने के बाद अगर धोखाधड़ी के शिकार होते हैं तो इसके खिलाफ फरियाद करने का कोई अधिकार हमें है या नहीं। उपभोक्ता वह व्यक्ति है, जो वस्तुओं अथवा सेवाओं को अपने अथवा अपनी ओर से अन्य के प्रयोग अथवा उपभोग के लिए खरीदता है।

स्वास्थ्य सेवा एवं उपभोक्ता संरक्षण

भारत में स्वास्थ्य सेवाओं को परोपकार के नजरिए देखा जाता था लेकिन आधुनिक चिकित्सा व्यवस्था के उदय के बाद चिकित्सा एवं इससे जुड़ी हुई सेवाओं को क्रय-विक्रय के सूत्र में बांध दिया गया। चिकित्सकीय सेवा देने वाले एवं मरीज के बीच में उपभोगीय समझौते होने लगे। जैसे अगर आपको हर्निया का ऑपरेशन कराना है तो इतना हजार रूपये लगेगा, डिलेवरी कराना है तो इतना हजार रूपये। मरीज से कॉन्ट्रैक्ट फार्म पर हस्ताक्षर कराए जाने लगे। ऐसी स्थिति में स्वास्थ्य सेवाएं पूरी तरह बाजार आधारित हो गईं। ऐसे में यह जरूरी हो गया कि इन सेवाओं को कानून के दायरे में लाया जाए ताकि खरीदार को कोई बेवकूफ न बना सके और उनसे ओवरचार्ज न कर सके। गलत इलाज न कर सके। इसी बात को ध्यान में रखते हुए भारतीय न्यायालय ने समय-समय पर दिए अपने आदेशों में यह स्पष्ट कर दिया है

कि चिकित्सा संबंधी जितनी भी सेवाएं हैं, उसे उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम-1986 के सेक्शन 2(1) के तहत अनुबंधित सेवा माना जायेगा। इस तरह स्वास्थ्य संबंधित सेवाएं कानून के दायरे में आ गईं। इसके इतर भी कुछ प्रमुख कानूनी अधिकार हैं, जो हमें स्वास्थ्य के अधिकार की ओर लेकर जाते हैं। ये अधिकार निम्नलिखित कानूनों से प्राप्त होते हैं-

- मानसिक स्वास्थ्य अधिनियम, 2017
- एचआईवी एड्स अधिनियम, 2017
- खाद्य सुरक्षा एवं मानक अधिनियम, 2006
- मानव अंग प्रत्यारोपण अधिनियम, 1994
- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986
- ड्रग एंड कॉस्मेटिक्स अधिनियम, 1940

चिकित्सा: एक उपभोक्ता सेवा के रूप में

चिकित्सा सेवा यूं तो मूल रूप से मानव जीवन की अत्यावश्यक सेवाओं में से एक है और इस कारण इसकी प्रकृति आम उपभोक्ता सेवाओं से अलग हो जाती है। तथापि, आज की तारीख में चिकित्सा संबंधी सेवाओं के लिए जब उपभोक्ता भारी-भरकम भुगतान करता है और उसके हित विविध रूप से अनेक स्तर पर दांव पर होते हैं तो आवश्यक हो जाता है कि चिकित्सा सेवाओं को भी उपभोक्ता के नजरिए से जांचा-परखा जाए। चिकित्सा सेवाओं के मामले में उपभोक्ता अधिकारों से संबंधित मुख्य बिंदु निम्नलिखित हैं:

- चिकित्सक-मरीज संवाद
- समुचित चिकित्सा शुल्क
- चिकित्सकीय परामर्श पर स्पष्ट समझ
- दी गई दवा की स्पष्ट जानकारी
- दवाओं के सस्ते विकल्प को प्राथमिकता
- सेकंड ओपिनियन
- चिकित्सा बीमा पारदर्शिता
- मेडिकल हिस्ट्री: मरीज का अधिकार
- स्वास्थ्य का अधिकार

लेखक स्वास्थ्य जागरूकता कार्यकर्ता तथा समाचार-विचार पोर्टल www.swasthbharat.in के संपादक हैं। स्वास्थ्य संबंधी विषयों पर पत्र-पत्रिकाओं में अनेक आलेख लिखने के अलावा वह कंट्रोल एमएमआरपी (मेडिसिन मैक्सिमम रिटेल प्राइस) तथा जेनरिक लाइए, पैसा बचाइए' जैसे अभियानों के माध्यम से दवा कीमतों व स्वास्थ्य सुविधाओं पर जन जागरूकता के लिए काम करते रहे हैं। ईमेल: forhealthyindia@gmail.com

चिकित्सक-मरीज संवाद

चिकित्सक एवं मरीज के बीच जितना संवाद होगा उतना ही बेहतर इलाज हो पाता है। ऐसे मरीज का यह अधिकार है कि वो चिकित्सक से पूरा समय ले। यहां पर यह ध्यान देना जरूरी है कि चिकित्सक अपनी सेवा दे रहा जिसके बदले वह मरीज से धन लेता है। ऐसे में मरीज की जिज्ञासाओं को शांत करना उसका नैतिक दायित्व भी है। ऐसे में मरीज यानी उपभोक्ता को अपने चिकित्सक से कुछ मूलभूत बातें जरूर करनी चाहिए। मरीज के मनोविज्ञान को समझने से लेकर उसे दी गई चिकित्सा के बारे में ठीक-ठीक समझाने की जिम्मेदारी एक डॉक्टर की नैतिक जिम्मेदारी भी है और पेशेवर जिम्मेदारी भी। इसमें न केवल मनोवैज्ञानिक पक्ष बल्कि दवाओं की प्रकृति, किये जाने वाले उपाय आदि सबके संबंध में स्पष्टता बनाना और मरीज को निश्चित करना, यह संवाद प्रक्रिया का मुख्य अंग होना चाहिए।

समुचित चिकित्सा शुल्क

आज के कार्पोरेट युग में चिकित्सा का भी कार्पोरेटीकरण हुआ है। ऐसे में किसी खास चिकित्सा प्रक्रिया, परामर्श या अन्य अनुषांगिक सेवाओं के लिए स्पष्ट दर मानकों का होना आवश्यक है जिसका फिलहाल अभाव दिख रहा है। एक ही सेवा के लिए अलग-अलग अस्पतालों की दरों में आकाश-पाताल का फर्क होता है जिससे अंततः अंतिम पायदान के व्यक्ति को नुकसान झेलना पड़ता है। दवाओं की कीमतों को लेकर तो बहुत कुछ विमर्श शुरू हुआ है लेकिन सर्जिकेयर व अन्य ऐसी अनुषांगिक सेवाओं और उपकरणों के बारे में फिलहाल संवाद शून्यता की स्थिति है।

चिकित्सकीय परामर्श पर स्पष्ट समझ

एक मरीज का अधिकार है कि वह डॉक्टर से साफ-साफ अक्षरों में दवाइयां लिखने के लिए कहे। इस संबंध में समय-समय पर सरकारी दिशानिर्देश भी जारी किये गये हैं। आप यदि किसी डॉक्टर को शुल्क देकर अपना इलाज करा रहे हैं तो यह आपका अधिकार है कि आप डॉक्टर से कह सके कि वह साफ-साफ अक्षरों में दवाइयों के नाम लिखे। साफ अक्षरों में लिखे दवाइयों के नाम से आपको दवा खरीदने से लेकर उसके बारे जानने-समझने में सुविधा होगी। फार्मासिस्ट भी गलती से दूसरी दवा नहीं दे पायेगा। जिस फार्म्यूलेशन की दवा है, उसे आप एसेंशीयल मेडिसिन लिस्ट से मिला सकते हैं। मेडिकल कॉउंसिल ऑफ इंडिया ने भी चिकित्सकों से

ताकि आप डॉक्टर की भाषा समझ सकें

ज्यादातर डॉक्टर लिखावट के मामले में कंजूसी करते हैं और यही वजह है कि वे ज्यादातर मामलों में शॉर्टकट का इस्तेमाल करते हैं। हालांकि मरीज को यह चिंता कम रहती है कि पर्ची की लिखावट समझ में आएगी या नहीं, लेकिन इस बात की परवाह जरूर होती है कि केमिस्ट इसे सही समझ पाएगा या नहीं। अगर आपको भी डॉक्टर का पर्चा ठीक से समझ नहीं आता तो कुछ शॉर्टकट जानना आपके लिए अच्छा होगा। 21

AC	: खाने से पहले
PC	: खाने के बाद
OD	: दिन में एक बार
BD/BDS	: दिन में दो बार
TD/TDS	: दिन में तीन बार
QD/QDS	: दिन में चार बार
SOS	: जब जरूरत लगे
Tab	: टैबलेट
Cap	: कैप्सूल
Amp	: इंजेक्शन रूप में
Ad Lib	: जितनी जरूरत हो,
G or Gm	: ग्राम

स्रोत: <https://navbharattimes.indiatimes.com/other/sunday&nbt/just&life/how&one&can&have&safe&medicine/articleshow/19015984.cms>

कैपिटल लेटर में दवाइयों के नाम लिखने के लिए कह चुका है।

दी गई दवा की स्पष्ट जानकारी

न केवल दवाओं का नाम स्पष्ट होना आवश्यक है बल्कि हर मरीज का अधिकार है कि वह परामर्श की गयी दवा की प्रकृति, उसके साइड इफेक्ट्स, एलर्जी आदि की हालत में लिए जाने वाले एहतियात आदि के बारे में ठीक-ठीक जान सके और डॉक्टर की भी ड्यूटी है कि वह ऐसी जानकारी दे।

जिस तरह से जीवन का व्याकरण होता है उसी तरह दवा का भी व्याकरण है। इस व्याकरण को सही तरीके से या तो चिकित्सक समझा सकता है अथवा फार्मासिस्ट। आर्थिक व शारीरिक रूप से खुद को स्वस्थ रखने के लिए यह जरूरी है कि हम दवा संबंधी ज्ञान में इजाफा करें। सामान्य ज्ञान के स्तर पर जितना हमें जानना चाहिए उतना जरूर जानें।

प्रत्येक व्यक्ति को इस व्याकरण को जानने की जरूरत है।

दवाओं के सस्ते विकल्प को प्राथमिकता

जिस फार्म्यूलेशन का दवा आपको डॉक्टर साहब लिख रहे हैं, उसी फार्म्यूलेशन की सबसे सस्ता ब्रांड कौन-सा है, यह आप डॉक्टर से पूछें। फार्मासिस्ट से भी आप एक समान कम्पोजिशन की सबसे सस्ती दवा देने को कह सकते हैं। दवा लेने के बाद अपने डॉक्टर को जरूर दिखाएं। गौरतलब है कि डॉक्टरों पर सस्ती और जेनरिक दवाइयां लिखने के लिए सरकार भी लगातार दिशा-निर्देश देती रही है। ज्यादा एमआरपी होने पर इसकी शिकायत ड्रग इंस्पेक्टर से लेकर एनपीपीए तक को कर सकते हैं।

संसद में 2012 में यह कहा गया कि देश की दवा कंपनियां 1100 फीसद तक मुनाफा कमा रही है। इसको लेकर पूरे देश में बहुत हो-हल्ला मचा था। इसी बीच डीपीसीओ-2013 की ड्राफ्ट नेशनल फार्मास्यूटिकल्स प्राइसिंग ऑथोरिटी ने जारी किया था। उस मसौदे में दवाइयों की कीमतों को तय करने की जो सरकारी विधी बताई गई थी, उसका विरोध होना शुरू हुआ। बावजूद इसके बाजार आधारित मूल्य निर्धारण नीति को डीपीसीओ-2013 का हिस्सा बनाया गया। इसका नुकसान यह हुआ कि दवाइयों को लेकर जो लूट मची थी, वह कम होने की बजाय यथावत रह गई।

2014 में बनी मौजूदा सरकार ने आम लोगों को सस्ती दवाइयां उपलब्ध कराने के लिए जनऔषधि केन्द्र को बढ़ावा देना शुरू किया है लेकिन इसकी उपलब्धता अभी सीमित है। ऐसे में दवा के नाम पर उपभोक्ता लगातार लूटे जा रहे हैं। ऐसे में उपभोक्ताओं को जागरूक तो होना ही पड़ेगा ताकि संगठित लूट से वे खुद को बचा पाएं।

सेकंड ओपिनियन

यदि कोई गंभीर बीमारी की बात आपका डॉक्टर कहता है, तो इलाज शुरू कराने से पहले एक दो और डॉक्टरों से सलाह जरूर लें। कई बार गलत इलाज हो जाने के कारण मरीज की जान तक चली जाती है। इस संबंध में पश्चिमी देशों में व्यापक विमर्श स्थापित हुआ है और भारत में ऐसा विमर्श अपने शुरूआती चरण में है। इस विषय की और समझ के लिए <https://youtu.be/A7KGbAJIFoA> पर उपलब्ध फिल्म सेकंड ओपिनियन जरूर देखी जानी चाहिए।

चिकित्सा बीमा पारदर्शिता

जिन लोगों के पास स्वास्थ्य बीमा है, उन्हें यह लगता है कि उनका अधिकार तो सुरक्षित है। बीमार पड़ेंगे और पैनाल के अस्पताल में भर्ती होकर सहजता से चिकित्सा सुविधा पाएंगे लेकिन, इस व्यवस्था में तमाम दिक्कतें हैं।

अगर निजी बीमा सेवा प्रदाताओं की बात करें तो आये दिन अखबार में अस्पतालों द्वारा बीमा की सीमा के अंदर का बिल वसूल कर मरीजों को सरकारी अस्पताल में रेफर करने की खबरें आती रहती हैं। इसके अलावा बीमा भुगतान की प्रक्रिया और दरें भी सवालियों के घेरे में रही है। इसको लेकर अनेकानेक सवाल उठाये जा चुके हैं और बीमा पारदर्शिता की मांग बेहद गंभीर स्वरूप ले रही है। अभी-अभी राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र के एक नामी अस्पताल में एक डेगू पीड़िता बच्ची की मौत और उसके बाद आये 16 लाख रुपये के भारी-भरकम बिल ने भी इस ओर ध्यान आकृष्ट किया है।

दूसरी ओर, सरकारी स्वास्थ्य बीमा सेवाओं की समस्या यह है कि सरकार ने जो रेट तय कर रखे हैं, उस रेट पर कोई भी निजी अस्पताल बेहतर सेवा नहीं देता है। अगर गलती से आपातकालीन स्थितियों में किसी ऐसे निजी अस्पताल में जाना पड़े जो सरकारी बीमा के पैनाल में नहीं है तो उपभोक्ता को लेने के देने पड़ जाते हैं। कई बार रुपये का लेनदेन उपभोक्ता प्रत्यक्ष रूप से नहीं कर रहा होता है तो वो अस्पताल प्रशासन से कुछ कहने की स्थिति में नहीं होता। वहीं कई बार ऐसा भी होता है कि सरकारी कर्मचारियों को जितना खर्च करना पड़ता है, उतना सरकार की ओर से रिम्बर्स नहीं हो पाता। ऐसे में स्वास्थ्य बीमा को लेकर और स्पष्टता लाने की जरूरत है।

मेडिकल हिस्ट्री: मरीज का अधिकार

आप जहां भी इलाज कराएं, इलाज की पूरी फाइल संभाल कर रखें। यदि अस्पताल में

आप भर्ती हैं तो डिस्चार्ज होते समय मेडिकल हिस्ट्री जरूर मांगें। आपकी मेडिकल हिस्ट्री भविष्य में आपके इलाज में बहुत सहायक साबित होगी। वहीं इसके अभाव में कई बार अवांछित दवाएं और चिकित्सा प्रक्रियाएं मरीज की परेशानी को बढ़ा देती हैं।

स्वास्थ्य का अधिकार/स्वास्थ्य सुरक्षा

उपरोक्त वर्णित बिंदुओं में उठे प्रश्नों के समाधान का एक संपूर्ण पैकेज स्वास्थ्य का अधिकार की अवधारणा में देखा जा सकता है। यह न केवल स्वास्थ्य की विभिन्न आवश्यकताओं बल्कि स्वास्थ्य सेवाओं से संबंधित बाजार के विनियमन की दृष्टि से भी आवश्यक पहल है। प्रायः विकसित राष्ट्रों में स्वास्थ्य का अधिकार एक सांस्थानिक स्वरूप ले चुका है जिसके कारण वहां स्वास्थ्य पर सार्वजनिक खर्च बढ़ा भी है और स्वास्थ्य उपभोक्ता ज्यादा सुरक्षित स्थिति में दिख रहा है।

राष्ट्रीय औषधि मूल्य नियंत्रण प्राधिकरण के चेयरमैन ने सरकारी वेबसाइट पर दिए अपने संदेश में लिखा है कि भारतीय अंग्रेजी दवा व्यापार का वार्षिक टर्नओवर 1 लाख 28 हजार करोड़ रुपये से ज्यादा का हो गया है। 82 हजार करोड़ रुपये की दवा की खपत सिर्फ भारतीय बाजार में है। यानी हम भारतीय सिर्फ दवा पर एक वर्ष में 82 हजार करोड़ रुपये खर्च करते हैं। इससे अंदाजा लगाया जा सकता है कि स्वास्थ्य के क्षेत्र में सुरक्षा अथवा इसके बाजार के विनियमन की कितनी जरूरत है।

दुनिया के तमाम विकसित देश अपने नागरिकों के स्वास्थ्य को लेकर हमेशा से चिंतनशील और बेहतर स्वास्थ्य सुविधा उपलब्ध कराने हेतु प्रयत्नशील रहे हैं। इतिहास गवाह रहा है कि जिस देश के लोग ज्यादा स्वस्थ रहे हैं, वहां की उत्पादन शक्ति बेहतर रही है और किसी भी विकासशील देश के लिए उत्पादन शक्ति को प्रगतिशील बनाए रखना ही विकसित देश की

मेडिकल साइंस में सेकेंड ओपिनियन का बहुत बड़ा महत्व है। इसी बात को ध्यान में रखते हुए एबीपी न्यूज ने सेकेंड ओपिनियन नामक सत्य घटनाओं पर आधारित कार्यक्रम दिसंबर, 2012 में दिखाया था। इसके अलावा सरकारी-गैरसरकारी स्तर पर लोगों को जागरूक करने के लिए यात्राएं भी निकाली जाती रही हैं। हाल ही में भारत के कुछ युवाओं ने 21,000 किमी. की स्वस्थ भारत यात्रा निकाली थी।

ओर बढ़ने की पहली शर्त है। ऐसे में भारतीय नागरिकों को पूर्ण रूपेण स्वास्थ्य-सुरक्षा कैसे दी जाए आज भी एक यक्ष प्रश्न है।

2008 में रिसर्च एजेंसी अर्नेस्ट एंड यंग व भारतीय वाणिज्य एवं उद्योग महासंघ (फिक्की) द्वारा जारी एक रिपोर्ट में बताया गया था कि भारत के लोग अपने स्वास्थ्य बजट का 72 प्रतिशत दवाइयों पर खर्च करते हैं। इस रिपोर्ट में एक चौंकाने वाला तथ्य यह सामने आया था कि महंगी दवाइयों के कारण भारत की 3 प्रतिशत जनता गरीबी रेखा से उबर नहीं पाती। ऐसी स्थिति में गरीबों को दिए जाने वाला स्वास्थ्य कवरेज गरीबी को कम करने का एक ताकतवर साधन भी सिद्ध होगा, ऐसा समीक्षकों का मानना है।

राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना

देश की गरीब जनता को स्वास्थ्य सुविधाएं मुहैया कराने के लिए सरकार ने अप्रैल 2008 में राष्ट्रीय स्वास्थ्य बीमा योजना की शुरुआत की थी। लेकिन इस योजना को धरातल पर लाने में पूर्ववर्ती सरकारें सफल नहीं हो पायीं। आंकड़ों की मानें तो 31 अगस्त 2015, तक इस योजना के अंतर्गत 40,430,289 स्मार्ट कार्ड जारी किए जा चुके हैं जबकि 10,630,269 मरीज अस्पताल में भर्ती हुए। इसी सुरक्षा को आगे बढ़ाते हुए इस सरकार ने बीपीएल परिवार को 1 लाख रुपये का स्वास्थ्य बीमा देने का निर्णय किया है। आज के समय में जब स्वास्थ्य सेवा इतनी महंगी होती जा रही है स्वास्थ्य बीमा एक जरूरी हिस्सा बनता जा रहा है। इसके लिए देश के तमाम सरकारी-गैरसरकारी बीमा कंपनियों नई-नई स्कीमों के साथ बाजार में हैं।

जागरूकता का दूसरा पक्ष: बचाव ही इलाज

किसी भी बीमारी से बचाव की पहली कसौटी यह होती है कि उस बीमारी के बारे



में हम कितना जानते हैं। अगर हम उस बीमारी के बारे में जागरूक होंगे तो निश्चित रूप से उस बीमारी से बचाव आसान हो जाता है। यहीं कारण है कि भारत सरकार बीमारियों से बचाव के लिए समय-समय पर जागरूकता कार्यक्रम चलाती रही है। इनमें से कुछ प्रमुख जागरूकता अभियानों का विवरण यहां दिया जा रहा है। ऐसे अभियानों के जरिए जागरूक रहकर एक स्वास्थ्य उपभोक्ता अपने खर्च के मूल कारक अर्थात् बीमारी को ही दूर रखने में कामयाब हो सकता है।

1940-50 के दशक में मलेरिया ने भारत को अपनी गिरफ्त में ले लिया था। भारत सरकार ने 1953 में राष्ट्रीय मलेरिया नियंत्रण कार्यक्रम की शुरुआत की। 1958 में सरकार ने मलेरिया नियंत्रण कार्यक्रम का दायरा बढ़ाते हुए इसका नाम मलेरिया उन्मूलन कार्यक्रम रखा। वर्तमान में मलेरिया से होने वाली मौतों पर रोक लगाने में भारत लगभग सफल हो चुका है। लिम्फैटिक फाइलोरिएसिस एक ऐसी गंभीर बीमारी है, जो शरीर के अंगों को काफी कमजोर बना देती है। वर्ष में एक बार सामूहिक रूप से फाइलेरिया निरोधी दवा पिलाकर विश्व स्तर पर 2020 तक इसके उन्मूलन का लक्ष्य रखा गया है।

वर्तमान समय में डेंगू बुखार से दिल्ली सहित भारत के कई क्षेत्र परेशान हैं। डेंगू का कोई विशेष उपचार अभी तक आधुनिक चिकित्सा शास्त्र के पास नहीं है अतः इससे बचाव ही इसका इलाज है और बचाव के लिए जागरूकता जरूरी है। इसी तरह चिकनगुनिया भी मच्छर जनित बीमारी है। अतः इसके लिए भी मच्छरों से बचने का सुझाव सरकार देती रहती हैं। अभी हाल ही में जापानी इंसेफलाइटिस एवं एक्वट इंसेफलाइटिस से उत्तर प्रदेश राज्य के गोरखपुर में हजारों बच्चों की जान गई है। इसको लेकर सरकार प्रभावित क्षेत्रों में जागरूकता अभियान चलाती रहती है। लेकिन जब तक सरकार द्वारा जारी की गई एडवाइजरी (सलाह) को हम नहीं मानेंगे इस तरह की बीमारियों से बचाव आसान नहीं है। कालाजार से निजात पाने के लिए सरकार ने वर्ष 1990-91 में कालाजार नियंत्रण कार्यक्रम की शुरुआत की है। सरकार की ओर से डीटीटी का छिड़काव कराने के साथ-साथ गहन जाकरूकता पर सरकार का बल है। भारत में टीबी यानी क्षय रोग से सालाना लाखों लोगों की मौत हो रही है। इस बीमारी से निजात पाने के लिए सरकार ने इस वर्ष से राष्ट्रीय क्षयरोग नियंत्रण कार्यक्रम शुरू किया।

साफ-सफाई की कमी के कारण भी तमाम तरह की बीमारियां होती हैं। इसलिए स्वस्थ रहने की पहली कसौटी है कि साफ-सफाई। इस दिशा में भारत सरकार ने 2 अक्टूबर 2014 से *स्वच्छ भारत अभियान* की शुरुआत की है।

सोशल मीडिया पर स्वास्थ्य उपभोक्ता

सोशल मीडिया के प्रभाव का असर स्वास्थ्य जागरूकता पर भी पड़ा है। स्वास्थ्य संबंधी जागरूकता में फेसबुक, यूट्यूब, स्वास्थ्य वेब पोर्टलों ने अहम भूमिका निभानी शुरू कर दी है। अगर फेसबुक ट्वीटर की बात करें तो दर्जनों हैशटैग ऐसे हैं जिनके माध्यम से आम लोगों को जागरूक किया जा रहा है। उनमें से कुछ नीचे दिए जा रहे हैं-

सोशल मीडिया पर प्रमुख स्वास्थ्य जागरूकता हैशटैग

- #SwachbharatAbhiyan
- #SwasthBharatAbhiyan
- #SwasthBharat
- #HealthyIndia
- #SecondOpinion
- #KnowyourMedicine
- #KnowYourPharmacist
- #ControlMedicineMaximumRetailPrice
- #PMBJP (Pradhanmantri Bhartiya Janaushadhi Pariyojana)
- #SwasthBalikaSwasthSamaj
- #SwasthyaChetnaAbhiyan
- #SwachBharatSwasthBharat
- #SwasthBharatYatra
- #MentalHealth

शोध फिल्म/यात्रा से स्वास्थ्य जागरूकता

देश के लोगों को स्वास्थ्य के प्रति जागरूक करने के लिए कई स्तरों पर जागरूकता अभियान चलाए जा रहे हैं। इसे टीवी शो, फिल्म एवं यात्राओं का भी योगदान है। दूरदर्शन पर चलने वाला *स्वस्थ भारत* कार्यक्रम देश की दर्जनों भाषाओं में विभिन्न बीमारियों के बारे में लोगों को जागरूक करता रहा है।

मेडिकल साइंस में सेकेंड ओपिनियन का बहुत बड़ा महत्व है। इसी बात को ध्यान में रखते हुए एबीपी न्यूज ने सेकेंड ओपिनियन नामक सत्य घटनाओं पर आधारित कार्यक्रम दिसंबर, 2012 में दिखाया था। इसके अलावा सरकारी गैरसरकारी स्तर पर लोगों को जागरूक करने के लिए यात्राएं भी निकाली जाती रही हैं। हाल ही में भारत के कुछ युवाओं ने 21000 किमी की

स्वस्थ भारत यात्रा निकाली थी। इसमें उन्होंने देश भर में घूमकर लोगों को स्वास्थ्य-चिंतन के बारे में जागरूक किया। यह आलेख लिखे जाने के समय 20 सदस्यों का एक यात्री दल मानसिक स्वास्थ्य को लेकर देश भ्रमण पर निकला हुआ था। इसी तरह पिछले दिनों 'अंकुर अरोड़ा मर्डर केश' नामक एक हिन्दी फीचर फिल्म प्रदर्शित हुई थी, जिसमें मेडिकल लापरवाही को फिल्माया गया था। सत्यमेव जयते में आमीर खान ने जेनरिक मेडिसिन पर लोगों को जागरूक करने वाले कार्यक्रम किए। इसी तरह रांची से निकलने वाला दैनिक समाचार पत्र प्रभात खबर ने 'डॉक्टर कथा' नाम से कई स्टोरी प्रकाशित की थी ताकि लोगों को उनके स्वास्थ्य संबंधी अधिकारों के प्रति सचेत किया जा सके। www.swasthbharat.in एवं www.medicarenews.in जैसे वेब मंच लोगों को स्वास्थ्य के प्रति जागरूक करने लिए निजी रूप से लगे हुए हैं। सोशल मीडिया के प्रभाव के कारण पिछले पांच वर्षों में स्वास्थ्य रिपोर्टिंग में भी बढ़ोतरी देखने को मिल रही है।

उपभोक्ता-उत्तरदायित्व

उपभोक्ताओं के अधिकारों की रक्षा के लिए सरकारें लगातार उपाय करती रही हैं। लेकिन यह जरूरी है कि उपभोक्ता अपने उत्तरदायित्व को भी समझे। इसे निम्न बिन्दुओं से समझा जा सकता है।

स्वयं सहायता का दायित्व: ग्राहकों को कोई भी सामान खरीदने के पूर्व उससे संबंधी जानकारी प्राप्त कर लेना चाहिए। दुकानदार को अंतिम सोर्स मानने की भूल ग्राहक को नहीं करनी चाहिए। शुरू से ही जागरूक हो जाना एवं अपने आपको तैयार कर लेना हानि होने अथवा क्षति पहुंचाने के पश्चात उसका निवारण करने से, ज्यादा श्रेष्ठ होता है।

लेन-देन का प्रमाण: उपभोक्ता का दूसरा दायित्व क्रय का प्रमाण एवं स्थायी वस्तुओं के क्रय से संबंधित प्रपत्रों को प्राप्त करे एवं उसे सुरक्षित रखे। जैसे अगर आपने कोई दवा खरीदी है तो उसका पक्का बिल जरूर लें ताकि बाद में जरूरत पड़ने पर आप कंपनी अथवा दुकानदार को उपभोक्ता फोरम में चुनौती दे सकें।

उचित दावा: उपभोक्ता का एक और दायित्व (जो उसे मस्तिष्क में रखना चाहिए) है कि शिकायत करते समय एवं हानि अथवा क्षति होने पर उसकी पूर्ति का दावा करते समय अनुचित रूप से बड़ा दावा नहीं करें। कभी-कभी उपभोक्ता अपने निवारण के

अधिकार का उपयोग न्यायालय में करता है। ऐसे भी मामले सामने आये हैं जिनमें उपभोक्ता ने बिना किसी उचित कारण के क्षतिपूर्ति की बड़ी राशि का दावा किया है।

स्वास्थ्य सूचना के विभिन्न सरकारी मंच

सरकार ने विभिन्न माध्यमों से लोगों को स्वास्थ्य संबंधी जानकारी पहुंचाने के प्रयास किए हैं। मोबाइल एप, वेबपोर्टल एवं टोल फ्री नंबरों के माध्यम से लोगों के स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं को सुनने एवं उसके समाधान के दिशा में सरकार के ये प्रयास बेहतरीन हैं। इसे आप भी जानें-

- **राष्ट्रीय स्वास्थ्य पोर्टल-** भारत सरकार ने राष्ट्रीय स्वास्थ्य पोर्टल की शुरुआत की है जहां पर स्वास्थ्य संबंधी सभी जानकारीयां उपलब्ध कराई जा रही हैं। इतना ही नहीं यदि स्वास्थ्य संबंधी कोई जानकारी प्राप्त करनी है तो राष्ट्रीय हेल्प लाइन संख्या-1800-180-1104 पर संपर्क किया जा सकता है। अंग्रेजी, हिंदी, तमिल, बांग्ला एवं गुजराती भाषा में यहां से सूचना प्राप्त की जा सकती है।
- अगर स्टेंट की कमी का मामला कहीं सामने आता है तो आप सीधे इसकी सूचना/शिकायत 1800-111-255 पर दे सकते हैं।
- फार्मा संबंधी समस्याओं की शिकायत करने के लिए भारत सरकार के रसायन मंत्रालय के अधीन आने वाले राष्ट्रीय औषधि मूल्य नियंत्रण प्राधिकरण ने फार्मा जन समाधान कार्यक्रम शुरू किया है। इसके तहत आप 1800-111-255 पर फोन कर के अपनी समस्या जैसे दवा नहीं मिलना, दवाइयों पर ओवरचार्जिंग आदि मुद्दों को दर्ज करा सकते हैं।
- स्वस्थ भारत मोबाइल एप- भारत सरकार ने एक एप बनाया है, जिसमें स्वास्थ्य संबंधी सुझाव एवं बीमारियों के लक्षणों को बताया गया है। इस एप को आप इस लिंक (<https://www.nhp.gov.in/mobile&app&swasth>) पर जाकर डाउनलोड कर सकते हैं अथवा गुगल प्ले स्टोर से भी इसे डाउनलोड किया जा सकता है।
- **फार्मा सही दाम-** राष्ट्रीय औषधि मूल्य निर्धारण प्राधिकरण ने फार्मा सही दाम के नाम से एक सर्च इंजन (<http://nppaindia.nic.in/nppaprice/pharmasahidaamweb.aspx>) बनाया



हैं जहां पर आप दवाइयों के राष्ट्रीय मूल्य को जान सकते हैं। इसी नाम से मोबाइल एप भी बनाया गया है जिसे आप इस लिंक (<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nic.app.searchmedicineprice>) से डाउनलोड कर सकते हैं। कई बार आपसे तय मूल्य से ज्यादा कीमत वसूली जाती है। ऐसे में यह एप बहुत कारगर सिद्ध हो सकता है।

- **राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन-** भारत सरकार ने उपभोक्ताओं के अधिकारों के हनन के संबंध में शिकायत करने के लिए जागो ग्राहक जागों कैम्पेन के तहत राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन शुरू किया है। कोई भी उपभोक्ता जिसे लगता है कि उसके साथ धोखाधड़ी हुई है वह 1800-11-4000 इस नंबर पर शिकायत कर सकता है।

अन्य महत्वपूर्ण हेल्पलाइन्स

- नेशनल टोबैको क्वीट लाइन-1800-11-2356
- किलकारी एमहेल्थ सेवा-1800-3010-1703। ध्यान रहे झारखंड, ओडिशा, उत्तरप्रदेश उत्तराखंड एवं मध्यप्रदेश तथा राजस्थान के कुछ जिलों में ही यह सेवा अभी लागू है।
- आशा मोबाइल अकादेमी-1800-3010-1704। ध्यान रहे यह नंबर झारखंड, मध्यप्रदेश, राजस्थान एवं उत्तराखंड के लिए ही वैध है।
- टीबी कंट्रोल प्रोग्राम मिस्ट कॉल सेंटर-1800-11-6666। यह नंबर पंजाब, हरियाणा, चंडीगढ़ एवं दिल्ली के लिए वैध है।

- एड्स हेल्पलाइन-1097
- एंटी प्लाजन हेल्प लाइन-1066
- एंबुलेंस हेल्पलाइन-102

निष्कर्ष

स्वास्थ्य का क्षेत्र बहुत बड़ा है। इस क्षेत्र में आर्थिक लेन-देन का दायरा भी व्यापक है। ऐसे में जब तक उपभोक्ता अपने अधिकारों एवं दायित्वों के प्रति जागरूक नहीं हो जाता है, तब तक भारत में स्वास्थ्य की स्थिति में बेहतर सुधार की परिकल्पना नहीं की जा सकती है। अगर हम सभी अपने-अपने स्वास्थ्य के प्रति जागरूक हो जायेंगे तो निश्चित रूप से हम गांधी के स्वस्थ भारत के सपने को पूर्ण कर पाएंगे। दरअसल स्वास्थ्य केवल सरकार का मसला नहीं है बल्कि यह हम सबका अपना मामला है। स्वास्थ्य को प्राथमिक स्तर से एक विषय के रूप में अगर पढ़ाना शुरू किया जाए, तो यह स्वास्थ्य जागरूकता एवं स्वास्थ्य उपभोक्ता जागरूकता की दिशा में एक सार्थक पहल सिद्ध हो सकती है। □

संदर्भ

- <http://www.nppaindia.nic.in/>
- www.swasthbharat.in
- https://archive.india.gov.in/hindi/sectors/health_family/index.php?id=8
- www.swasthbharat.in
- <https://www.youtube.com/watch?v=3YclpJWSmUb0>
- <http://swasthbharat.in/category/sba-videos>
- https://www.nhp.gov.in/h-helpline-toll-free-number-1800-180-1104-nhp-voice-web_pg
- <http://www.newsbharti.com/Encyc/2017/5/4/Stents-Shortage>
- <http://www.nppaindia.nic.in/>
- <https://www.nhp.gov.in>
- <http://www.nppaindia.nic.in/>
- <http://www.nationalconsumerhelpline.in/online-complaint-system.aspx>
- https://www.nhp.gov.in/national-help-lines-_pg

अंतरराष्ट्रीय उपभोक्ता संरक्षण सम्मेलन : प्रधानमंत्री के उद्गार

- उपभोक्ता संरक्षण सदियों से भारत में शासन का अभिन्न अंग रहा है। हजारों साल पहले लिखे वेदों में भी उपभोक्ता संरक्षण का उल्लेख मिलता है : *इमा मातरा ममिम हे यथ परा न मासातै* - इसका अर्थ है कि किसी को भी गुणवत्ता और माप में गलत तरीकों का इस्तेमाल नहीं करना चाहिए।
- भारत उन कुछ शुरुआती देशों में शामिल है जिन्होंने संयुक्त राष्ट्र के दिशानिर्देशों को अपनाने के एक वर्ष बाद 1986 में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम को कानूनी रूप दिया।
- उपभोक्ता हितों का संरक्षण सरकार की प्राथमिकता है। यह नव भारत के हमारे संकल्प में भी दिखता है। उपभोक्ता संरक्षण से आगे बढ़ते हुए नवीन भारत में सर्वश्रेष्ठ उपभोक्ता कार्य प्रणालियां तथा उपभोक्ता समृद्धि होगी।
- व्यावसायिक कार्यप्रणाली और देश की आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए आज हम नए उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम को लागू करने की प्रक्रिया में हैं। प्रस्तावित अधिनियम उपभोक्ता के सशक्तीकरण पर अधिक जोर देता है।
- घर खरीदने वालों के संरक्षण के लिए हमने स्थावर संपदा विनियामक अधिनियम (रेरा) लागू किया है।
- जीएसटी आने से नए व्यावसायिक संस्कृति का विकास हुआ है और दीर्घावधि में उपभोक्ता सबसे अधिक इससे लाभान्वित होंगे। यह एक पारदर्शी व्यवस्था है जिसमें कोई भी उपभोक्ताओं के हितों को नुकसान नहीं पहुंचा सकता।
- यह भी जरूरी है कि लोगों की शिकायतों का तुरंत समाधान किया जाए। पिछले तीन वर्षों में हमारी सरकार ने प्रौद्योगिकी का कुशल इस्तेमाल करके शिकायत समाधान के लिए एक नए पारिस्थितिकी तंत्र का निर्माण किया है।
- राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन की क्षमता को चार गुना बढ़ाया गया है। उपभोक्ता संरक्षण से जुड़े पोर्टल और सोशल मीडिया को भी शामिल किया गया है।
- जागो ग्राहक जागो अभियान के जरिए भी उपभोक्ताओं को जागरूक किया गया है।
- किसी भी देश का विकास और उपभोक्ता संरक्षण एक-दूसरे के पूरक हैं। विकास का लाभ प्रत्येक नागरिक तक पहुंचाने में सुशासन की महत्वपूर्ण भूमिका है।
- सरकार द्वारा वंचित तबके तक अधिकारों और सेवाओं की पहुंच सुनिश्चित करना हितों के संरक्षण का ही एक तरीका है। स्वच्छ ऊर्जा के लिए उज्ज्वला योजना, स्वच्छता और स्वास्थ्य के लिए स्वच्छ भारत अभियान, वित्तीय समावेश के लिए जन धन योजना इसी भावना को दर्शाते हैं।
- गरीबों को कम कीमतों पर दवाइयां उपलब्ध कराने के लिए भारतीय जन आरोग्य परियोजना शुरू की गई है। अनिवार्य दवाओं की इस सूची में 500 से अधिक दवाइयों को शामिल किया गया है तथा उनकी कीमतें कम की



गई हैं। हाल ही में घुटना प्रत्यारोपण की कीमतों को भी नियंत्रित किया गया है।

- हमारा विचार उपभोक्ता संरक्षण से आगे बढ़कर उपभोक्ताओं के हितों को बढ़ावा देना है।
- उज्ज्वला योजना उपभोक्ता हित में पैसे की बचत का एक और उदाहरण है। एलईडी बल्बों की कीमतों में कमी तथा बिजली के बिलों में कटौती के जरिए अकेले इस योजना से उपभोक्ताओं के लिए 20 हजार करोड़ से अधिक की बचत हुई है।
- प्रत्यक्ष लाभ योजना के तहत पैसे सीधे लाभार्थियों के खाते में हस्तांतरित करके सरकार ने 57 हजार करोड़ रुपये से अधिक की हानि को रोका है।
- गिव इट अप अभियान के तहत एक करोड़ से अधिक लोगों ने अपनी गैस सबसिडी छोड़ी है। इससे हुई बचत से अब तक 3 करोड़ से अधिक घरों में मुफ्त गैस कनेक्शन दिए जा चुके हैं।
- देश के ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वाले उपभोक्ताओं के डिजिटल सशक्तीकरण के लिए सरकार ने प्रधानमंत्री ग्रामीण डिजिटल साक्षरता अभियान शुरू किया है।
- यूनीफाइड पेमेंट इंटरफेस-यूपीआई से ई-कॉमर्स उद्योग को काफी बल मिला है। भारत इंटरफेस फॉर मनी-अर्थात् बीएचआईएम एप ने शहरों और ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल पेमेंट का विस्तार किया है।
- ई-कॉमर्स और लोगों के दूसरे देशों में आने-जाने से सीमापार लेन-देन में बढ़ोतरी हुई है। इन परिस्थितियों में हर देश में मजबूत विनियामक व्यवस्था और सूचना साझा करने की आवश्यकता है ताकि उपभोक्ता का विश्वास बना रहे। □

जागो उपभोक्ता जागो

रहीस सिंह



जिस दौर में भारत में पूंजीवाद शैशवावस्था में था और वैश्वीकरण कुछ खुल रहे दरवाजों और खिड़कियों से भारत में प्रवेश कर रहा था, उस समय एक रिपोर्ट में भारत बाजार-उपभोक्ता संबंधों पर एक विश्लेषण आया था। इसके अनुसार भारत में व्यवसाय करना या तो बेहद कठिन है अथवा बेहद सरल। कठिन इसलिए कि भारतीय उपभोक्ता को कोई बात समझना पाना बेहद मुश्किल है क्योंकि भारतीय उपभोक्ता अपेक्षाकृत अब तक बंद अर्थव्यवस्था, सीमित सामाजिक संबद्धता और कम पढ़ा-लिखा था और अभी भी बहुत-सी वर्जनाओं को लेकर बाजारवाद के युग में प्रवेश कर रहा था

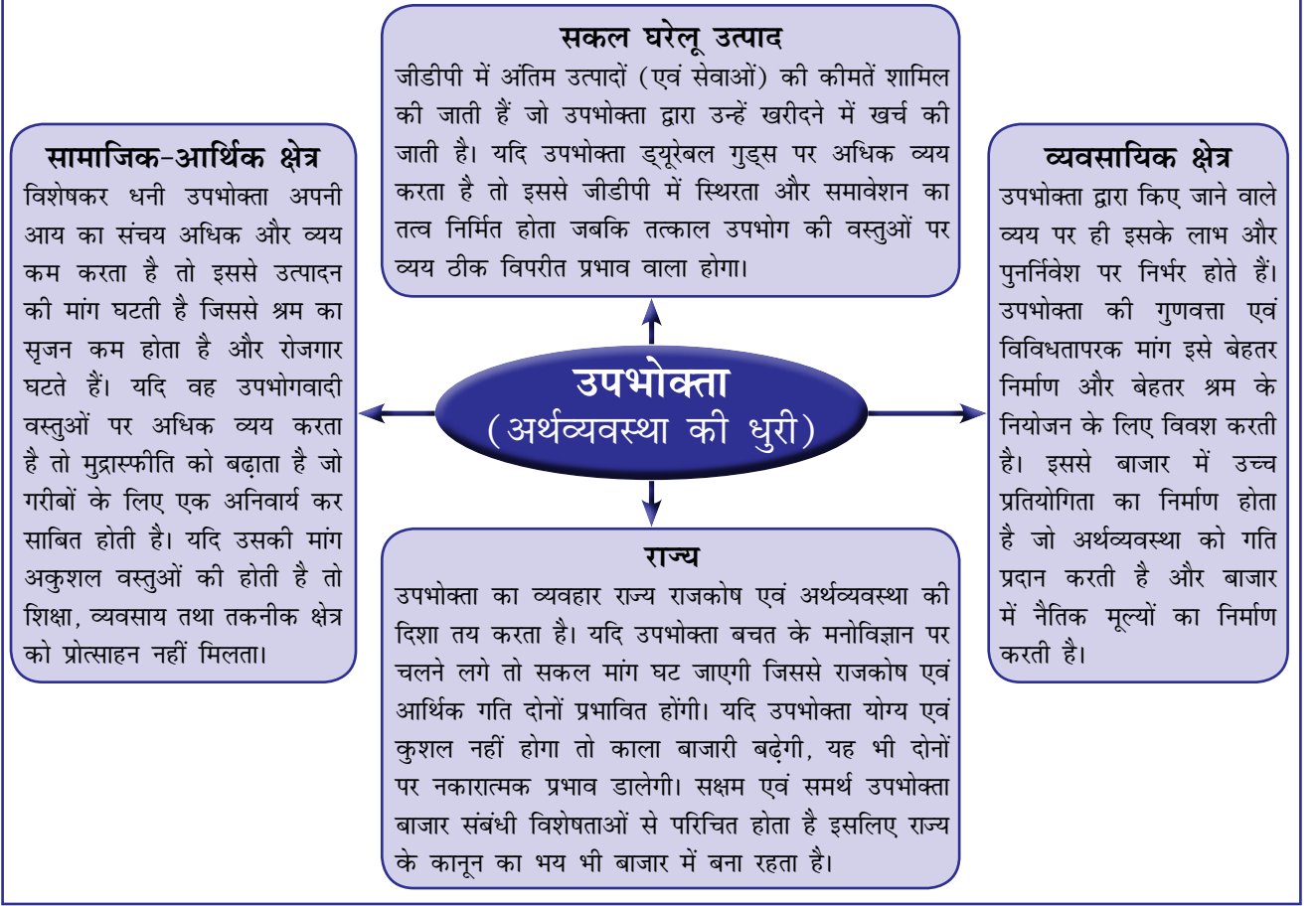
आज के प्रतियोगी विश्व में जॉर्ज बर्नाड शॉ की यह बात बेहद प्रासंगिक लगती है- “कुछ लोग चीजों को उस तरह से देखते हैं जैसी वो होती हैं और उन पर प्रश्न करते हैं। मैं उन चीजों का सपना देखता हूँ जो नहीं होतीं और कहता हूँ कि क्यों नहीं हैं?” कारण यह है कि आज के बाजारवादी युग में विशेषकर जब वह आवारा पूंजीवाद के प्रभाव में हो तब योग्यता अथवा थॉमस फ्रीडमैन के शब्दों में *नॉलेज मेरिटोक्रेसी* अनिवार्य हो जाती है। इस युग में आपके कार्य और निर्णय आपकी साख के लिए महत्वपूर्ण हो जाते हैं। यद्यपि आपकी वास्तविक उपलब्धि का मूल सर्वश्रेष्ठ बनने की इच्छा में ही निहित होता है लेकिन वर्ष 2017 के अर्थशास्त्र के नोबेल पुरस्कार विजेता थेलर का *व्यवहार अर्थशास्त्र* (बिहैवियरल इकोनॉमिक्स) कहता है कि यह जरूरी नहीं है कि आप सही निर्णय लें। इसी को *मेंटल एकाउंटिंग* अथवा *एंडोवमेंट इफेक्ट* कहते हैं। तब क्या इस वर्तमान युग में जहां बाजार सिर्फ कस्टर-कंज्यूमर नाम के सिर्फ दो ट्रेक्स अथवा इकोनॉमिक हाइवेज पर दौड़ने की युक्तियों पर काम कर रहा हो तब हम एक अच्छे भविष्य के निर्माण की कल्पना कर सकते हैं या हम भविष्य को सक्षम बना सकते हैं? क्या इसके लिए हमें साहस जुटाना होगा? क्या एक उपभोक्ता के रूप में हम ऐसा कर सकते हैं? क्या हम एक समर्थ प्रतियोगी भारतीय अर्थव्यवस्था एवं समाज के निर्माण में भी भूमिका निभा सकते हैं?

थेलर मानते हैं कि लोग विवेक को ताक पर रखकर भी कम आर्थिक फैसेल लेते हैं (वर्ष 2008 में प्रकाशित उनकी पुस्तक

के अनुसार)। थेलर की बात मानें तो एक बेहतर अर्थव्यवस्था के लिए हमें इस बात को समझना चाहिए कि उपभोक्ता भी इंसान होता है यानि उपभोक्ता भी मानवीय गलतियां कर सकता है। ऐसे में जरूरी है कि उपभोक्ता अपने मनोविज्ञान को परम्परा, संस्कृति और निरी नैतिकता के धरातल से उठाकर व्यवहारिकता, तर्कशीलता, विवेकशीलता एवं तुलनात्मकता के धरातल पर लाए। तभी वह बाजार के साथ चल सकेगा, बाजार की शक्तियों से संघर्ष कर सकेगा, उत्पादक वर्ग की रक्षा कर सकेगा और एक नैतिक समाज व समावेशी अर्थव्यवस्था के निर्माण में सहभागी बन सकेगा।

हम इस विषय को दो उदाहरणों के माध्यम से शुरू करना चाहते हैं जो वास्तविक हैं और जिनका सरोकार स्वयं हम से ही है। पहला उदाहरण वर्ष 2009 का है जब अमेरिका के सब-प्राइम संकट के बाद वैश्विक अर्थव्यवस्था सुस्ती की चपेट में आ गयी थी। चूंकि वैश्वीकरण के इस युग में जब अर्थव्यवस्थाओं में जुड़ाव हो, तो भारतीय अर्थव्यवस्था को पूरी तरह से इस प्रभाव से मुक्त रहना संभव नहीं था, हां दुनिया के अन्य देशों के मुकाबले भारत इससे कम प्रभावित हुआ था। बहरहाल वर्ष 2009 में मुझे अपनी बेटी के लिए एक दो पहिए वाहन खरीदना था। किसी की सलाह पर मैं होंडा कंपनी की एक्टिवा स्कूटी लेने के लिए अपने शहर के तीन शो रूम में गया (उस समय कुल इतने ही थे)। तीनों जगह गाड़ी की एडवांस बुकिंग कराने के लिए बताया गया। मुझे विचार आया कि भारत के बाजार में पूर्णतः तो न सही पर आंशिक रूप से सुस्ती/मंदी का प्रभाव तो

लेखक वरिष्ठ पत्रकार हैं। इनकी आर्थिक-सामाजिक, ऐतिहासिक विषयों पर अनेक प्रस्तुतियां प्रकाशित हैं। ये पुस्तकें प्रकाशन केंद्र (लखनऊ, पियर्सन, किंडर्सले डार्लिंग प्रकाशन, ब्रिटेन की दक्षिण एशिया के लिए फ्रेंचाइजी) और हिंदी माध्यम कार्यान्वयन निदेशालय आदि प्रतिष्ठित प्रकाशकों द्वारा प्रकाशित की गई हैं। ईमेल: raheessingh@gmail.com



है, फिर प्रभावी मांग इतनी ज्यादा कैसे हो सकती है कि अग्रिम बुकिंग करानी पड़े और वह भी लगभग एक माह की। इसके बाद घर वापस आ गया और फिर होंडा कंपनी से संपर्क करने का प्रयास किया। गूगल का सहारा लिया और होम पेज पर जाकर एक ऑप्शन दिखा 'रीच अस'। उसमें जाकर मैंने मेसेज बॉक्स में तीन प्रश्न लिखकर भेज दिए, साथ ही अपना मेल एवं मोबाइल संपर्क डाल दिया। मेरा पहला प्रश्न था- सिद्धांततः मंदी के दौर में मांग पक्ष कमजोर पड़ जाता है और पूर्ति पक्ष अपने उत्पादन को गोदामों में रखने की बजाय बेचना चाहता है, क्योंकि उसके पास भविष्य में बेहतर लाभ की गारण्टी नहीं होती है। दूसरा प्रश्न था- भारत सरकार के वित्त मंत्री ने आधिकारिक बयान में माना है कि भारतीय अर्थव्यवस्था भी मंदी के प्रभाव में है और तीसरा प्रश्न था- आपके शोरूमों में अग्रिम बुकिंग चल रही है। इसलिए मैं भ्रम में हूँ कि क्या सरकार झूठ बोल रही है या फिर आप मार्केट कांसपेरेसी में शामिल हैं।

कृपया मेरा भ्रम दूर कीजिए। अगले एक घंटे में गुड़गांव (गुरुग्राम) से मेरे पास फोन आ गया और कहा गया कि यह उनका नियम है लेकिन अब आपको ऐसा नहीं करना पड़ेगा। और अगले दिन सुबह हमारे शहर के तीनों शोरूम से फोन आ गये कि आपको कौन सी स्कूटी चाहिए, किस कलर की चाहिए, ..आदि-आदि। फिर जब मैं शोरूम पहुंचा और वहां जो कोटेशन मुझे मिला उसमें तथा कंपनी की वेबसाइट पर दर्ज ऑनरोड कीमत में 350 रुपये का अंतर मिला। मैंने मैनेजर से पूछा कि लगभग एक दिन में कितनी गाड़ियां बिक जाती हैं तो उसने कहा लगभग 100 यानि केवल इस शहर से तीनों शोरूम से लगभग 300 गाड़ियां। इसका तात्पर्य यह हुआ कि केवल एक शहर से उपभोक्ता को अतिरिक्त देय 105,000 है, तो आप अनुमान लगा सकते हैं कि सम्पूर्ण भारत से कितना होगा? मेरे द्वारा पुनः मेल करने पर फिर संवाद हुआ और 350 रुपये की राशि भी छोड़ दी गयी। यहां बात सिर्फ इसकी नहीं

थी कि अग्रिम बुकिंग हो रही थी या 350 रुपये अधिक लिए जा रहे थे; बात बाजार की नैतिकता की थी, जिसका अनुसरण बाजार के ये संचालक नहीं कर रहे थे, लेकिन यह इसलिए नहीं हो रहा था क्योंकि बाजार के संचालक अनैतिक हो चुके हैं बल्कि इसलिए कि भारत का उपभोक्ता बाजारवाद के हिसाब से निपुण नहीं है।

दूसरा उदाहरण वर्ष 2010 का है। एक परिचित महिला ने ट्रेड सेटर्स नाम की दुकान से मांटी कार्लो का एक स्वेटर खरीदा था। कुछ दिन बाद ही वह खराब हो गया। जब महिला उस दुकान पर गयीं तो उसके मालिक ने कहा कि स्वेटर वापस नहीं हो सकता। उसने तर्क यह दिया कि देखिए रसीद पर लिखा है कि बिका हुआ माल वापस नहीं होगा। उस समय मैं भी वहीं पर था, तो मैंने उस दुकान मालिक से पूछा लिया कि क्या आप रसीद वस्तु के विक्रय से पहले दे देते हैं? वह बोला नहीं विक्रय के बाद में? तो मैंने कहा कि यदि रसीद बाद में देते हैं तो फिर क्रेता तो

सौदा सम्पन्न होने के बाद ही जान पाएगा कि आपकी शर्तें क्या हैं और शर्तें लागू होते ही आप सुरक्षित हो जाएंगे। यह तो पूरी तरह से अनैतिक एवं धोखा है। खैर विक्रेता से बहस करने की बजाय कंपनी को मेल भेजा और वस्तुस्थिति से अवगत कराया। कुछ दिन बाद उस दुकानदार का फोन आया कि आप स्वेटर बदल कर दूसरा ले सकते हैं। लेकिन इस प्रक्रिया में लगभग एक से डेढ़ माह का समय व्यतीत हो गया। इसलिए जब हम वापस करने गये तब 'ऑफ सीजन' छूट चल रही थी। उस समय वूलेन वस्तुओं पर 30 से 40 प्रतिशत की छूट चल रही थी। लेकिन दुकान मालिक पुराने स्वेटर को बदलने के बाद अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी) पर ही नया स्वेटर दे रहा था। मैंने उससे पूछा कि यदि किसी वस्तु की कीमत घट चुकी है या दूसरे शब्दों में कहें कि मेरी मुद्रा की कीमत उस समय उसकी दुकान के अंदर वस्तुओं के सापेक्ष मुद्रा की मूल्य वृद्धि हो चुकी है तो आप हम पर भिन्न नियम कैसे लागू कर सकते हैं। अंततः मुझे पुलिस का सहारा लेना पड़ा तब जाकर विषय सुलझा। यदि हम एक सक्षम उपभोक्ता न होते तो क्या हमें वहां पर अपने द्वारा दी जा रही कीमत के बराबर मूल्य की वस्तु मिलती? स्पष्टतः नहीं। ऐसा इसलिए हुआ कि हम ऐसा करने वाले अकेले थे। यदि सभी उपभोक्ता संयुक्त प्रयास करें, तो बाजार की शक्तियों की इतनी हैसियत नहीं है कि उपभोक्ता के अधिकारों पर भारी पड़ जाएं। लेकिन इसके लिए यह आवश्यक है कि उपभोक्ता यह जान जाए कि बाजार किस तरह से संगठित एवं असंगठित अपराध कर रहा है।

इन दोनों स्थितियों में कंपनियां राष्ट्रीय एवं बहुराष्ट्रीय थीं लेकिन विक्रेता भारतीय था। थोड़ी देर के लिए सोचें कि यदि कंपनियां और भारत में स्टोर चलाने वाले दोनों ही बाहर से नियंत्रित होने लगे या बाहरी हों, तब स्थिति क्या होगी? क्या उस स्थिति में एक ऐसा उपभोक्ता जो इन रास्तों से प्रतिवाद, संघर्ष या फिर विरोध करना नहीं जानता या यदि वह एकीकृत नहीं है, तो क्या वह बाजार की निरंकुशता को शिकार होने से बच पाएगा? क्या वास्तव में उपभोक्ता वस्तुओं को खरीदते समय रसीद पर अंकित चीजों के अर्थ एवं उनके प्रभाव अच्छी तरीके से समझ पा रहा है या फिर वह उन्हें समझकर ही सौदा तय कर रहा है? बात सिर्फ

वस्तुओं या उनके क्रय-विक्रय की नहीं है बल्कि सवाल अर्थव्यवस्था का है क्योंकि कोई भी अर्थव्यवस्था तब तक गुणात्मक आयामों से संपन्न नहीं हो पाएगी जब तक कि कुशल एवं योग्य उपभोक्ता बाजारों में क्रियाशील न हो? क्या भारत में ऐसा है?

जिस दौर में भारत में पूंजीवाद शैशावावस्था में था और वैश्वीकरण कुछ खुल रहे दरवाजों और खिड़कियों से प्रवेश कर रहा था, उस समय एक रिपोर्ट में भारत बाजार-उपभोक्ता संबंधों पर एक विश्लेषण दिया गया था। इसके अनुसार भारत में व्यवसाय करना या तो बेहद कठिन है अथवा बेहद सरल। कठिन इसलिए कि भारतीय उपभोक्ता को कोई बात समझ पाना बेहद मुश्किल है क्योंकि भारतीय उपभोक्ता अपेक्षाकृत अब तक बंद अर्थव्यवस्था, सीमित

अभिभावक शिक्षा के संदर्भ में जैसे-जैसे ज्ञान शून्य होते जा रहे हैं या धनी बनते जा रहे हैं वैसे-वैसे विज्ञापन की गोली खाकर सिरदर्द खत्म करने के मंत्र पर उनकी निर्भरता बढ़ती जा रही है। यह केवल स्कूली शिक्षा पर लागू नहीं होता बल्कि उच्च शिक्षा एवं व्यावसायिक शिक्षा और बड़े-बड़े कोचिंग संस्थानों पर कहीं और अधिक हावी है। लेकिन तकनीकी कौशल से समृद्ध युवा यह तय कर पाने में विफल होता जा रहा है कि उसे कैसी शिक्षा चाहिए, कहां चाहिए, आदि। इसलिए विज्ञापन उसके असली मार्गदर्शक बनते हैं।

सामाजिक संबद्धता और कम पढ़ा लिखा था और अभी भी बहुत सी वर्जनाओं को लेकर बाजारवाद के युग में प्रवेश कर रहा था। सरल इसलिए क्योंकि भारतीय उपभोक्ता बाजार की योग्यता से युक्त न होने के कारण प्रतीकों एवं प्रचारों के जरिए बाजार में सक्रिय हो सकता है। वह किसी भी उत्पाद पर देवी या देवता का चित्र देखकर या धर्म से जुड़े शब्द अंकित देखकर उसकी कीमत एवं गुणवत्ता देखे बिना ही जुड़ सकता है। वैसे यह बात केवल भारत पर लागू नहीं होती बल्कि यह एशियाई लक्षण मालूम पड़ता है। उदाहरण के तौर पर पिछले वर्ष चीन ने एक जींस (पैंट) की पिछली जेब पर लिख दिया 'बिस्मिल्लाह अल रहमान उर्रहीम'। इस शब्द-वाक्य ने ईरान में जींस की

करोड़ों रियाल कुछ महीने के अंदर करा दी, हालांकि कुछ महीने के अंदर ही इस पर ईरान सरकार ने प्रतिबंध भी लगा दिया था। हमारे भारतीय बाजार ऐसे तमाम किरदारों के साथ उपभोक्ताओं के मनोविज्ञान से खेलता है, फिर वे चाहें भारत रत्न, क्रिकेट के भगवान सचिन तेंदुलकर हों अथवा सहस्राब्दी के महानायक अमिताभ बच्चन अथवा कोई अन्य। सेवाओं की भी यही स्थिति है। लेकिन इस विशेषता का शिक्षा के क्षेत्र में प्रवेश कर जाना बेहद खतरनाक है जहां बाकायदा उपलब्धि धारक छात्रों को लाखों रुपये देकर अनुबंधित किया जाता है और वे बड़े-बड़े संस्थानों के पक्ष में प्रचार करते हैं। नॉन-ड्यूरेबल कमोडिटी में यदि उपभोक्ता धोखा खाता है तो उसे सिर्फ आर्थिक नुकसान होता है लेकिन शिक्षा तो एक व्यक्ति का पूरा जीवन बेकार कर देती है। अफसोस कि अभिभावक शिक्षा के संदर्भ में जैसे-जैसे ज्ञान शून्य होते जा रहे हैं या धनी बनते जा रहे हैं वैसे-वैसे विज्ञापन की गोली खाकर सिरदर्द खत्म करने के मंत्र पर उनकी निर्भरता बढ़ती जा रही है। यह केवल स्कूली शिक्षा पर लागू नहीं होता बल्कि उच्च शिक्षा एवं व्यवसायिक शिक्षा और बड़े-बड़े कोचिंग संस्थानों पर कहीं और अधिक हावी है। लेकिन तकनीकी कौशल से समृद्ध युवा यह तय कर पाने में विफल होता जा रहा है कि उसे कैसी शिक्षा चाहिए, कहां चाहिए...आदि। इसलिए विज्ञापन उसके असली मार्गदर्शक बनते हैं। विशेष बात यह है जिन्हें आदर्श मानकर (विज्ञापन में दिखने वाले किरदार) कोई उपभोक्ता वस्तु या सेवा के लिए मांगे गये मूल्य को चुकता कर देता है, वे उसकी गुणवत्ता की गारण्टी नहीं लेते। इसे किस श्रेणी में रखा जाए-ब्रीच ऑफ काण्ट्रैट अथवा बाजार का षडयंत्र।

आज का दौर तो क्लिक एवं ब्राउजिंग का है, जहां एक क्लिक पर वस्तु के आपके दरवाजे पर पहुंचने की प्रक्रिया आरम्भ हो जाती है। भारत का नवोदित मध्यम वर्ग इसी प्रक्रिया यानि ऑनलाइन का आश्रय ज्यादा लेता दिख रहा है। लेकिन कारोबारी संगठन फिक्की और अंतरराष्ट्रीय सलाहकार फर्म ग्रांट थॉर्नटन द्वारा कुछ समय पहले कराए गये एक सर्वेक्षण के आधार पर तैयार रिपोर्ट 'चैलेंजिंग टू लेजिटिमेट बिजनेस इन द बार्डरलेस वर्ल्ड' से यह बात सामने आयी है कि भारत में ऑनलाइन खरीद-फरोख्त का बाजार तेजी से बढ़ रहा है।

लेकिन ऑनलाइन कारोबार की सक्रियता एवं विस्तार के साथ ही नकली वस्तुओं की आपूर्ति एवं थोखाधड़ी जैसी घटनाएं बढ़ रही हैं। यहां पर उपभोक्ता सरकार को दोषी मान सकता है। हम यह नहीं कह सकते कि सरकार ने उपभोक्ता के लिए सक्षम प्रतिरक्षात्मक उपाय किए हैं। लेकिन वह लगातार जागो ग्राहक जागो के माध्यम से उपभोक्ता को जगाने का कार्य कर रही है। हालांकि ग्राहक कितना जागा, यह कहना मुश्किल है। परन्तु अब जागना पड़ेगा क्योंकि अब जिस व्यवस्था से हमारा सामना हो रहा है उसमें विक्रेता सरकार से आंख-मिचौली नहीं कर सकता लेकिन उपभोक्ता के लाभ मार सकता है। हालांकि इसे रोकने के लिए सरकार ने एंटी प्रॉफिटिंग तंत्र का निर्माण किया है लेकिन यह भी तभी कारगर हो पाएगा जब उपभोक्ता कुशल और योग्य हो। ध्यान रहे कि गुड्स एंड सर्विस टैक्सेज (जीएसटी) यानि एक भारत-एक कर के साथ-साथ जो एक और महत्वपूर्ण कार्य किया है वह है-उपभोक्ता को किंग बनाना। लेकिन कोई उपभोक्ता स्वयं को तभी किंग यानी सहूलियत वाली अवस्था में महसूस करेगा जब सरकार उचित, सटीक और मानक मापतौल वाला सामान मिलने की व्यवस्था सुनिश्चित करेगी और उपभोक्ता को जीएसटी के विभिन्न आयामों एवं उसकी कार्यविधि का ज्ञान होगा।

किसी भी देश में मध्य वर्ग की क्रयक्षमता न केवल आर्थिक विकास के लिए जरूरी होती है बल्कि गुणवत्तापरक, स्थायी एवं धारणीय आर्थिक विकास के लिए भी जरूरी होती है। इसमें उनके उपभोग की सीमांत प्रवृत्ति ही महत्वपूर्ण नहीं होती बल्कि वस्तुओं का चुनाव, व्यय का क्षेत्र और व्यय का मनोविज्ञान भी जरूरी होता है, जैसा कि थेलर ने नज में स्पष्ट भी किया है। यदि परिभाषा पर ध्यान दें तो सकल घरेलू विकास (जीडीपी) नवउत्पादित वस्तुओं एवं सेवाओं की अंतिम रूप से की गयी बिक्री का योग है, ना कि सभी आर्थिक गतिविधियों का। कच्चा माल, मध्यवर्ती वस्तुएं और श्रम लागत व्यवसाय पर होने वाले खर्च के समुच्चय में शामिल है लेकिन जीडीपी में यह व्यवहृत नहीं है। यानि उपभोक्ता द्वारा किए जाने वाले खर्च का जीडीपी से सीधा सरोकार है। यही नहीं कुछ सूत्रों में पूंजीगत उपकरण, शुद्ध वस्तुगत परिवर्तन (नेट इन्वेंटरी चेंज) और नवनिर्मित घरों की खरीद, जीडीपी के

अनुसार निवेश है। यहां पर ग्राहक की महत्ता सुनिश्चित हो रही है। अगर उपभोक्ता अपनी कमाई को उन उत्पादकों में खर्च करे जो सिर्फ उपभोग के हिस्से हैं जो उपभोक्ता की तरफ से मूल्य (अथवा पूंजी) का हस्तांतरण उस दिशा में होगा जो पूंजीगत निर्माण का क्षेत्र नहीं है यानि हस्तांतरित पूंजी या तो संचित हो जाएगी या नष्ट हो जाएगी। लेकिन यदि हस्तांतरण निवेश योग्य क्षेत्रों की ओर हुआ तो इसका स्वरूप बनेगा 'बिजनेस टू बिजनेस' और इससे आर्थिक गतिविधि की निरंतरता के साथ नए आयामों का निर्माण होगा।

कुल मिलाकर जब अर्थव्यवस्था बाजारवादी पूंजीवाद के युग में पहुंच गयी हो तब उत्पादक-आपूर्तिकर्ता (जिसमें विक्रेता भी शामिल है) और उपभोक्ता के बीच मुख्य संघर्ष इस बात के लिए होता है कि बाजार की शक्ति का प्रमुख केन्द्र कौन है- वे जो

भारत के पास युवा जनसंख्या और मध्यम वर्ग बहुत बड़ा है और यही दोनों बाजार की क्रिया में सक्रिय हिस्सा लेते हैं। हम यह कह सकते हैं कि यदि भारत का युवा एवं मध्यम वर्ग यदि स्वयं को आज की आवश्यकताओं एवं चुनौतियों के अनुकूल परिवर्तित कर ले जाए तो भारत का जनसांख्यिकी समुदाय समर्थ उपभोक्ताओं के रूप में अभिव्यक्त होगा।

अब तक बाजार की क्रिया को प्रभावित करते रहे यानि आपूर्तिकर्ता अथवा वे जो अपनी क्रय क्षमता द्वारा प्रभावी मांग पैदा कर बाजार को जीवन्तता प्रदान करते रहे अर्थात् उपभोक्ता? आपूर्तिकर्ता शक्तियां तो बाजार के उदय के समय से ही शक्ति को अपने हाथों में रखती हुई आयीं परिणामतः वे इस मामले में अपना एकाधिकार समझ बैठें। इसलिए बाजार का केंद्र बिंदु बनने के लिए उपभोक्ता को अब अपनी उपलब्धियों और क्षमताओं से अपनी साख का निर्माण करना होगा और अपनी शक्ति की प्रतिष्ठा करने के लिए लंबे संघर्ष का सामना करना पड़ेगा। लेकिन वह इस संघर्ष में विजयी तभी हो पाएगा जब गंभीरता से इस अवधारणा पर अमल कर ले कि यदि उसमें साहस नहीं है, तो फिर उसे अपने अन्य किसी गुण का इस्तेमाल करने का अवसर भी

नहीं मिल पाएगा। आज भले ही अधिकांश उपभोक्ता इस विषय से वाकिफ न हो कि हम बाजार से जो खरीदने जा रहे हैं उसका प्रभाव हमारे जीवन, हमारे व्यक्तित्व, हमारे समाज और राज्य पर पड़ना है क्योंकि अब हम बाजार से केवल वस्तुएं ही नहीं खरीद रहे बल्कि शिक्षा, स्वास्थ्य सेवाएं, तकनीक और व्यवस्था के साथ-साथ आचरण एवं संस्कार भी खरीदने लगे हैं। इसलिए जरूरी है कि उपभोक्ता बाजार के तंत्र, बाजार के मर्म और बाजार के उद्देश्य को पहचाने तथा बाजार को अपने अनुकूल बदलने की कोशिश करे। ऐसा करके वह न सिर्फ अपना भला करेगा बल्कि समाज, राज्य और अर्थव्यवस्था, तीनों क्षेत्रों में अपना योगदान सुनिश्चित करेगा। पूर्व राष्ट्रपति एपीजे अब्दुल कलाम ने कहा था कि तेजस्वी युवा धरती पर, धरती के नीचे और ऊपर आसमान में सबसे सशक्त संसाधन है। बाजार के संदर्भ में हम आज इसे थोड़ा परिवर्तित कर यह कह सकते हैं कि तेजस्वी उपभोक्ता धरती पर सबसे शक्तिशाली संसाधन है, लेकिन यह तभी संभव है जब उसमें वर्तमान तकनीक प्रधान युग के प्लग एवं प्ले के संसार को, जहां आभासी एवं वास्तविक दुनिया एक साथ सक्रिय हैं, समझने तथा उनसे संघर्ष करने की सामर्थ्य विकसित हो गया हो। ध्यान रहे भारत के पास बड़ी युवा जनसंख्या और इसके साथ मध्यम वर्ग बहुत बड़ा है। यही दोनों बाजार की क्रिया में सक्रिय हिस्सा लेते हैं। हम यह कह सकते हैं कि यदि भारत का युवा एवं मध्यम वर्ग स्वयं को आज की आवश्यकताओं एवं चुनौतियों के अनुकूल परिवर्तित कर ले जाए तो भारत का जनसांख्यिकी समुदाय समर्थ उपभोक्ताओं के रूप में अभिव्यक्त होगा। इस हैसियत को पहचानते ही भारतीय उपभोक्ता बाजार के व्यवहार (मार्केट बिहैवियर) को अनुकूल बनाने में सफल हो सकता है। संभव है इस स्थिति के प्राप्त होने के बाद उत्पादन में गुणात्मक परिवर्तन हो बल्कि अर्थव्यवस्था उस दिशा में चले जिसे स्थापित करने में सरकार प्रयासरत है लेकिन यह सब तभी संभव होगा जब उपभोक्ता इस तथ्य को समझ सके कि उपभोक्ता अर्थव्यवस्था का केंद्र बिंदु है जिस पर बाजार एवं अर्थव्यवस्था निर्भर है। □

ग्रामीण उपभोक्ताओं में जागरूकता

राहुल सिंह



ग्रामीण बाजारों में खराब गुणवत्ता वाले और नकली ब्रांडेड सामानों की भरमार होती है। ग्रामीण इलाके के बाजारों में यह एक और बड़ी समस्या है। चूंकि ग्रामीण बाजारों में इस तरह के उत्पादों के उत्पादन और बिक्री पर सख्ती नहीं है, लिहाजा ऐसे कई उत्पाद स्वास्थ्य के लिहाज से खतरनाक हो चुके हैं। सेवा क्षेत्र के विस्तार ने समस्या और बढ़ा दी है। ग्रामीण इलाकों में बीमा, बैंकिंग, बिजली, मेडिकल जैसी सेवाओं का अंधाधुंध विस्तार हुआ है और इसमें किसी तरह की जांच नहीं गई है। ऐसे में इन सेवाओं को मुहैया कराने वालों की तरफ से लगातार ग्रामीण उपभोक्ता का शोषण जारी है। इन इलाकों में महिलाएं, बच्चे और किसान कमजोर समुदाय होते हैं। आमतौर पर देखा जाता है कि किसानों को खराब बीज, मिलावटी कीटनाशक आदि की आपूर्ति कर दी जाती है

देश के ग्रामीण उपभोक्ताओं की खरीदारी का तौर-तरीका और पसंद तेजी से बदल रहे हैं। इस बदलाव की कई वजहें हैं। मसलन आर्थिक, मनोवैज्ञानिक और तकनीकी। ग्रामीण उपभोक्ताओं की आय भी बढ़ रही है, जिससे वे अपने जीवन स्तर को बेहतर बनाने के लिए कई तरह के उत्पाद और सेवाएं खरीदने में सक्षम हुए हैं।

वित्त वर्ष 2010 से 2012 के दौरान ग्रामीण उपभोक्ताओं की प्रति व्यक्ति आय में 17 प्रतिशत की बढ़ोतरी हुई जबकि इसी दौरान शहरी उपभोक्ताओं की आय में 12 प्रतिशत का इजाफा हुआ। खर्च करने योग्य आय बढ़ी है, लिहाजा खरीदारी के चलन में बदलाव हुआ है।

वित्त वर्ष 2005 में खाद्येतर वस्तुओं पर खर्च कुल खर्च का 40 प्रतिशत था, जो वित्त वर्ष 2012 में बढ़कर 50 प्रतिशत से ज्यादा हो गया। ग्रामीण उपभोक्ताओं की जागरूकता के स्तर में भी बदलाव हुआ है और मीडिया की पहुंच बढ़ने से ग्रामीण भारत के मूल्यों और रवैये में परिवर्तन नजर आ रहा है। इन आर्थिक संकेतों, सामाजिक-आर्थिक बदलाव और तकनीक में हालिया प्रगति से ग्रामीण उपभोक्ताओं के खरीदारी के फैसले में बड़े बदलाव की शुरुआत हुई है। लोग क्या खरीदें और क्या नहीं खरीदें, इस फैसले में इन चीजों का बड़ा योगदान रहा है।

फिलहाल देश की 70 प्रतिशत आबादी ग्रामीण इलाकों में रहती है और देश की कुल खपत में इस आबादी का हिस्सा 50 प्रतिशत से भी ज्यादा है। बढ़ते शहरीकरण और पलायन के बावजूद 2025 तक देश की 63 प्रतिशत आबादी के गांवों में रहने का अनुमान

है। आर्थिक उत्पादन के लिहाज से देश की अर्थव्यवस्था में ग्रामीण भारत की हिस्सेदारी करीब आधी (48 प्रतिशत) है और ग्रामीण बाजारों के 2020 तक 500 अरब डॉलर तक पहुंच जाने की अनुमान है। लिहाजा, भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए ग्रामीण क्षेत्र अहम बने रहेंगे।

वैश्वीकरण, उदारीकरण और निजीकरण ने भारतीय अर्थव्यवस्था को मजबूत और तेजी से बढ़ रहे उपभोक्ता बाजार में बदल दिया है। नतीजतन, बाजार तरह-तरह के सामान और सेवाओं से भरे पड़े हैं। इससे उपभोक्ताओं की खरीदारी के चलन में बड़ा बदलाव आ रहा है। जिन ग्रामीण बाजारों को पहले अंतरराष्ट्रीय बाजार के बड़े खिलाड़ी नजरअंदाज कर रहे थे, वे अब इन बाजारों में व्यापार के बड़े मौके दिख रहे हैं। जैसे-जैसे लोगों की खर्च करने योग्य आमदनी में बढ़ोतरी हो रही है, ज्यादा से ज्यादा उद्योग घराने अपने नए उत्पाद और सेवाओं के साथ ग्रामीण बाजारों में पहुंच रहे हैं। भारत में बड़ी संख्या में लोग गरीबी रेखा से नीचे गुजर-बसर कर रहे हैं और यहां बड़े पैमाने पर गरीबी और अशिक्षा भी है। जाहिर तौर पर उपभोक्ता जागरूकता का स्तर काफी नीचे है।

ऐसे में बिक्री के काम या विनिर्माण से जुड़े कारोबारी उपभोक्ताओं का शोषण करते हैं। हालांकि, भारत में उपभोक्ताओं को शोषण के खिलाफ कई तरह के सुरक्षात्मक उपाय मुहैया कराए गए हैं। इसके बावजूद ब्रिकीकर्ता और उत्पादक जरूरी चीजों की जमाखोरी और काला बाजारी करते हैं, जिससे भ्रष्टाचार और उपभोक्ताओं से लगातार ठगी को बढ़ावा मिलता है।

ग्रामीण बाजारों में खराब गुणवत्ता वाले



Approaching a consumer court is extremely cheap as you can

उपभोक्ता न्यायालय बेहद सस्ता विकल्प है। आप यहाँ बिना वकील की सहायता लिए, खुद ही अपनी बात रख सकते हैं। कोर्ट फीस नहीं देनी होती है, बल्कि मामूली शुल्क देना होता है।

#ConsumerAwareness



और नकली ब्रांडेड सामानों की भरमार होती है। ग्रामीण इलाके के बाजारों में यह एक और बड़ी समस्या है। चूँकि ग्रामीण बाजारों में इस तरह के उत्पादों के उत्पादन और बिक्री पर सख्ती नहीं है, लिहाजा ऐसे कई उत्पाद स्वास्थ्य के लिहाज से खतरनाक हो चुके हैं। सेवा क्षेत्र के विस्तार ने समस्या और बढ़ा दी है। ग्रामीण इलाकों में बीमा, बैंकिंग, बिजली, मेडिकल जैसी सेवाओं का अंधाधुंध विस्तार हुआ है और इसमें किसी तरह की जांच नहीं गई है। ऐसे में इन सेवाओं को मुहैया कराने वालों की तरफ से लगातार ग्रामीण उपभोक्ता का शोषण जारी है। इन इलाकों में महिलाएं, बच्चे और किसान कमजोर समुदाय होते हैं। आमतौर पर देखा जाता है कि किसानों को खराब बीज, मिलावटी कीटनाशक आदि की आपूर्ति कर दी जाती है।

मास मीडिया के विस्तार से भी ग्रामीण इलाकों में उपभोक्तावाद को और बढ़ावा मिला है। लिहाजा, इस बात को लेकर व्यापक राय बन चुकी है कि उपभोक्ताओं को बाजार की ताकतों के भरोसे नहीं छोड़ा जा सकता। उपभोक्ताओं की सुरक्षा के लिए केंद्र सरकार ने कई कानूनी कदम उठाए हैं और उपभोक्ताओं के संरक्षण का दायरा बढ़ाया गया है। इसके तहत 24 दिसंबर 1986 को उपभोक्ता संरक्षण

कानून बनाया गया, जो उपभोक्ताओं को उपलब्ध मुख्य कानूनी उपाय है। यह अहम कानून है, जो उपभोक्ताओं के हितों का बेहतर तरीके से संरक्षण करता है।

भारत में उपभोक्ता संरक्षण का विषय उपभोक्ता सुरक्षा कानून 1986 में निहित है। यह कानून उपभोक्ताओं के अधिकार बताता है और उन्हें सुरक्षा देता है। यह भारत में इस तरह का पहला और एकमात्र कानून है। इसने सामान्य उपभोक्ताओं को अपनी शिकायतों का कम खर्च में और तेजी से निपटारा मुमकिन कराया है। अब तक संगठित विनिर्माणकर्ताओं और व्यापारियों के दबदबे वाले बाजार में उपभोक्ताओं के अधिकार और समाधान को पेशकर इस कानून ने उपभोक्ता सावधान वाले जुमले को पीछे छोड़ दिया है।

कानून के तहत केंद्र सरकार के अलावा हर राज्य और जिले में उपभोक्ता संरक्षण परिषद बनाना जरूरी है, जिसका मकसद उपभोक्ता जागरूकता बढ़ाना है। साथ ही, इस कानून को ध्यान में रखते हुए देशभर के हर जिले में उपभोक्ता विवाद निपटारा फोरम भी बनाए गए हैं, जहां उपभोक्ता एक आसान पेपर पर न्यूनतम कोर्ट फीस के साथ शिकायत दायर कर सकते हैं और इस बारे में फैसला जिला स्तर के संबंधित अधिकारी

द्वारा तय किया जाएगा। शिकायत सामान या सेवाओं का इस्तेमाल करने वाले उपभोक्ता की तरफ से दायर की जा सकती है। इस सिलसिले में राज्य उपभोक्ता विवाद निपटारा आयोग में अपील दायर की सकती है और इसके बाद राष्ट्रीय उपभोक्ता निपटारा आयोग (एनसीडीआरसी) का दरवाजा भी उपभोक्ता द्वारा खटखटाया जा सकता है। इन न्यायाधिकरणों में प्रक्रियाएं अपेक्षाकृत कम जटिल और सुगम हैं। ये प्रक्रियाएं भारतीय अनुबंध कानून 1872 का भी हिस्सा हैं, जिसमें अनुबंध या करार के जरिये संबंधित पक्षों द्वारा किए गए वादे एक-दूसरे पर कानूनी तौर पर मान्य होते हैं। इसमें किसी एक पक्ष के वादा नहीं पूरा करने की स्थिति में दूसरे यानी पीड़ित पक्ष के लिए उपायों का भी प्रावधान है।

ग्रामीण उपभोक्ता जागरूकता की जरूरत

बदलते वक्त के साथ उपभोक्ता को जानकारी देने या जागरूक करने की जरूरत बढ़ी है। आजकल उपभोक्ता को बाजार के जटिल पहलुओं का सामना करना पड़ता है। उनके पास सूचनाएं काफी हैं और जटिल उत्पाद और सेवाओं का दायरा भी बढ़ा है। इसके परिणामस्वरूप ठगे जाने की आशंका बढ़ जाती है और इसके लिए पहले से कहीं ज्यादा कौशल और ज्ञान की जरूरत है। वेल्स एंड अथर्टन के मुताबिक, उपभोक्ता शिक्षण को इस तरह पारिभाषित किया जा सकता है, 'यह कौशल, ज्ञान हासिल करने की प्रक्रिया और किसी उपभोक्ता समाज में लोगों की समझदारी का मामला है, ताकि उपभोक्ता आज के जटिल मार्केटप्लेस में उपलब्ध उपभोक्ता संबंधी मौकों का पूरा फायदा उठा सकें।'

ग्रामीण उपभोक्ता शिक्षण का ढांचा

1986 से उपभोक्ता शिक्षा और जागरूकता ने भारत सरकार का ध्यान अपनी तरफ खींचा है। कानून उपभोक्ताओं को सिर्फ कुछ अधिकार दे सकता है, लेकिन इसका कामकाज और अमल मुख्य तौर पर खुद उपभोक्ताओं की जागरूकता पर निर्भर करता है। ग्रामीण इलाकों में समस्या और ज्यादा है। दरअसल, इस तरह की शिक्षा या जागरूकता किसी शख्स को समस्याओं को असरदार तरीके से निपटाने, सूचनाएं ढूँढ़ने और उसके मुताबिक मदद हासिल करने का कौशल मुहैया कराती है।

अप्लायड इकॉनॉमिक रिसर्च की शोध रपटों से पता चला है कि ग्रामीण वृद्धि की

रफ्तार शहरी वृद्धि से पहले ही आगे निकल चुकी है और अगले दशक में भी यह चलन जारी रहेगा। भारत के तकरीबन 6.29 करोड़ घरों की आय 5 लाख सालाना से ज्यादा है और इनमें से 2.86 करोड़ घर (46 प्रतिशत) देश के ग्रामीण इलाकों में हैं। एफएमसीजी उत्पादों के मामले में देश का ग्रामीण बाजार शहरी बाजार से बड़ा हो जाने का अनुमान है। इसी तरह, खपत से जुड़े देश के कुल खर्च में ग्रामीण खपत संबंधी खर्च की हिस्सेदारी 60 प्रतिशत है। लिहाजा, उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा के लिए ग्रामीण इलाकों में किए गए सामाजिक, कानूनी और अन्य उपायों का विश्लेषण करना जरूरी है। दरअसल, ज्यादा से ज्यादा कंपनियां ग्रामीण बाजारों में अपने सामान और उत्पाद बेचने की कोशिश करेंगी। ग्रामीण उपभोक्ताओं को उनके अधिकारों के बारे में बताए जाने की जरूरत है। यह सुनिश्चित करने के लिए पर्याप्त कदम उठाए जा रहे हैं कि उपभोक्ताओं को खरीदारी में अपने पैसे का मूल्य वापस मिल सके।

उपभोक्ता शिक्षण में शामिल बाजार के खिलाड़ी और संबंधित पक्ष

- उपभोक्ता संस्थान और बाकी सिविल संस्थान जिनका मकसद उपभोक्ता शिक्षण को बढ़ावा देना है।
- उद्योग और व्यापार संगठन व निजी कंपनियां।
- विश्वविद्यालय और शैक्षणिक संस्थाएं।
- शिक्षकों का संघ, पेशेवर, शिक्षक और प्रशिक्षक।
- परिवार और माता-पिता से जुड़े एसोसिएशंस
- उपभोक्ता शिक्षण की संभावना को ध्यान में रखते हुए मीडिया का दायरा ज्यादा व्यापक और सक्रिय हुआ है, ज्यादा ग्रुप इसमें शामिल हुए हैं और खपत की प्रवृत्ति पर असर डालने को लेकर ज्यादा फोकस है।

भ्रामक विज्ञापन और मीडिया

ग्रामीण उपभोक्ताओं समेत समाज के कमजोर तबकों के प्रति मीडिया की ज्यादा जिम्मेदारी है। आधुनिक तकनीक की उपलब्धता के कारण ग्रामीण उपभोक्ताओं तक आज अलग-अलग तरह के मीडिया की पहुंच है। विज्ञापन हाल में पेश किए उत्पादों के बारे में सूचना हासिल करने का अहम साधन है।

ग्रामीण बाजारों में बड़ी संख्या में खिलाड़ियों की एंट्री और कड़ी प्रतिस्पर्धा के कारण प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में बड़ी संख्या में गुमराह करने वाले विज्ञापन देखने को मिल रहे हैं। इन विज्ञापनों के जरिये उपभोक्ताओं का शोषण होता है। संचार की असरदार रणनीति तैयार करने के लिए विज्ञापन फर्म उपभोक्ताओं के व्यवहार का अध्ययन कर रही हैं। ग्रामीण इलाकों के अधिकांश हिस्से में बाजार में उपलब्ध हालिया उत्पादों को लेकर काफी जागरूकता है। केबल और सैटेलाइट चैनलों की पहुंच के कारण यह मुमकिन हुआ है। इन चैनलों की सर्व-सुलभ पहुंच से दुनिया का आम आदमी को तमाम तरह की चीजों के बारे में जानकारी मिलती रहती है।

गुमराह करने वाले विज्ञापनों को रोकने के लिए असरदार तंत्र नहीं है। इस बात को समझने की जरूरत है कि इससे ग्रामीण इलाकों

1986 से उपभोक्ता शिक्षा और जागरूकता ने भारत सरकार का ध्यान अपनी तरफ खींचा है। कानून उपभोक्ताओं को सिर्फ कुछ अधिकार दे सकता है, लेकिन इसका कामकाज और अमल मुख्य तौर पर खुद उपभोक्ताओं की जागरूकता पर निर्भर करता है। ग्रामीण इलाकों में समस्या और ज्यादा है।

के बिना पढ़-लिखे उपभोक्ताओं को नुकसान की सबसे ज्यादा आशंका है। वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट में कहा गया है कि विकासशील देशों में गरीब लोग अपनी जिंदगी बेहतर करने के लिए अपने रोज-ब-रोज के संघर्ष में जिन मुश्किलों का सामना करते हैं, उनमें सूचना संबंधी समस्या अक्सर अहम होती है। रिपोर्ट के मुताबिक, सरकार और उसकी विभिन्न एजेंसियों को उत्पादकों व सेवा प्रदाताओं के गुमराह करने वाले दावों का प्रतिकार करने की जरूरत है।

जागो ग्राहक जागो उपभोक्ताओं से संवाद करने का अहम माध्यम है। हालांकि, ग्रामीण लोगों से असरदार तरीके से संवाद करने के लिए हमें और आगे बढ़ने की जरूरत है। इसके लिए ग्रामीण उपभोक्ताओं की आकांक्षाओं, डर और उम्मीदों को समझना महत्वपूर्ण है।

ग्रामीण इलाकों में टेलीविजन की पहुंच बेशक काफी ज्यादा है, लेकिन बिजली की खराब स्थिति के कारण वे ज्यादा वक्त टीवी नहीं देख पाते। हालांकि, देश के गांवों में ट्रांजिस्टर रेडियो बड़ी संख्या में हैं और ये गांवों की जनता तक पहुंचने का लोकप्रिय माध्यम हो सकते हैं।

इसके अलावा, हमें विज्ञापनों के सिलसिले में नियामक भी बनाने की जरूरत है, ताकि उपभोक्ता दावों या प्रतिवादों के कारण गुमराह नहीं हो सके। उपभोक्ता संरक्षण कानून 1986 में व्यापार के गलत तरीके की व्यापक परिभाषा दी गई है। उपभोक्ता अदालतों ने इस क्षेत्र में कुछ बेहतर आदेश दिए गए हैं, लेकिन वे गुमराह करने वाले विज्ञापनों से नहीं निपट सकते, क्योंकि उपभोक्ता अदालतों के पास गुमराह करने वाले विज्ञापनों के मामले में न तो जांच करने का अधिकार या आधारभूत ढांचा है और न ही खुद से संज्ञान लेकर कार्रवाई करने का हक, जैसा कि एमआरटीपीसी की तरफ से किया जाता था। एएससीआई भी असरदार नियामक रहा है। अब एमआरटीपीसी का वजूद खत्म हो गया है, इसलिए हमें गुमराह करने वाले विज्ञापनों पर लगाम कसने के लिए वैकल्पिक तंत्र के बारे में सोचने की जरूरत है।

मिलावट से निपटना

केंद्र सरकार ने 1986 में खाद्य मिलावट रोकथाम कानून में संशोधन किया था। इसके तहत देश के हर नागरिक को फूड इंस्पेक्टर बनने और खाद्य सुरक्षा के काम में हिस्सा लेने का अधिकार दिया गया है। हालांकि, यह संशोधन इस संबंध में नागरिक की क्षमता तैयार करने में नाकाम रहा। ऐसे में उपभोक्ताओं का खाद्य नियामक की दया पर बने रहने का सिलसिला कायम रहा। इसका निदान 1.3 करोड़ उपभोक्ताओं के सशक्तीकरण के लिए नियामक की तरफ से ईमानदार कोशिश में है। फूड सेफ्टी एंड स्टैंडर्ड्स अथॉरिटी ऑफ इंडिया (एफएसएसएआई) के मुताबिक, रोजाना इस्तेमाल वाली जो चीजें मिलावट और प्रदूषण की शिकार होती हैं उनमें दुग्ध उत्पाद (खोया, घी, मिठाइयां आदि), दालें, सरसों तेल, मूंगफली का तेल, पोल्ट्री और मांस तथा और फल और सब्जियां प्रमुख हैं। खुले तौर पर बेचे जाने वाले उत्पादों में मिलावट होने की आशंका ज्यादा होती है। राष्ट्रीय ब्रांड वाले



How to file a Consumer Complaint?

शिकायत कैसे दर्ज करें?

A complaint can be filed on a plain paper in any consumer

court. It should contain the name and address of the complainant and the opposite party. किसी भी उपभोक्ता न्यायालय में सादे कागज पर शिकायत दर्ज की जा सकती है। इसमें शिकायतकर्ता एवं प्रतिवादी पक्ष दोनों के नाम, पते इत्यादि स्पष्ट होने चाहिए।

#ConsumerAwareness



पैकेज्ड उत्पाद के सुरक्षित रहने की संभावना ज्यादा होती है। दरअसल, ये कंपनियां अपनी साख और ब्रांड की छवि को लेकर ज्यादा चिंतित रहती हैं।

यहां तक कि खाद्य सुरक्षा और मानक कानून में भी मिलावट शब्द का उपयोग नहीं किया गया है। इस कानून में सुरक्षित खाद्य, खराब गुणवत्ता वाले खाद्य पदार्थ आदि का जिक्र है। जब तक उत्पाद को असुरक्षित करार नहीं दिया जा सकता है, आप सिर्फ जुर्माना देकर छूट सकते हैं।

कानून के अमल में नाकामी

खाद्य सुरक्षा और मानक कानून के अमल में आने के बाद खाद्य पदार्थ के स्तर की जांच के लिए अलग सिस्टम बनाया गया। हालांकि, स्थानीय संस्थाओं के वही अधिकारी इस नियम का पालन सुनिश्चित करने में लगे हैं, जो पहले ऐसा कर रहे थे। उपभोक्ता कार्यकर्ताओं का मानना है कि विभाग नियमों के अमल में नाकाम रहा है। 97 प्रतिशत उपभोक्ता जरूरी चेकिंग नहीं करते। उपभोक्ता को फल और सब्जियों के ताजापन और साफ-सुथरे होने के बारे में निश्चित तौर पर जांच करनी चाहिए।

बोतलबंद और केन वाले खाद्य आइटम की सील और एक्सपायरी की तारीख की जांच करना बेहद जरूरी है। साथ ही, इस पर

एफपीओ, आईएसआई और एगमार्क को भी देखना चाहिए।

ग्रामीण इलाकों में आईटी से जागरूकता

केंद्रीय कैबिनेट ने प्रधानमंत्री डिजिटल साक्षरता अभियान को मंजूरी दी है, जिसका मकसद 6 करोड़ घरों को डिजिटल साक्षर बनाना है। इस परियोजना पर 2,351.38 करोड़ रुपये खर्च किए जाने की बात है। इस अभियान का मकसद मार्च 2019 तक ग्रामीण इलाकों में डिजिटल साक्षरता को फैलाना है। केंद्रीय वित्त मंत्री अरुण जेटली ने 2016-17 के बजट में इस संबंध में एलान किया था। एक बयान के मुताबिक, प्रधानमंत्री डिजिटल साक्षरता अभियान दुनिया के ऐसे बड़े में से एक हो सकता है। इसके तहत वित्त वर्ष 2016-17 में 25 लाख लोगों को प्रशिक्षित किया गया, जबकि 2017-18 में 2.75 लोगों और वित्त वर्ष 2018-19 में 3 करोड़ लोगों को प्रशिक्षित करने की बात है।

साथ ही, इसकी पहुंच तमाम इलाकों में एक जैसी हो सके, इसके लिए देश के सभी ग्राम पंचायतों में इसकी खातिर 200-300 उम्मीदवारों के पंजीकरण का अनुमान है। डिजिटल साक्षर शख्स टैबलेट और स्मार्टफोन, कंप्यूटर जैसे उपकरण चला सकेंगे, इंटरनेट का इस्तेमाल कर ईमेल भेज सकेंगे और अन्य

काम कर सकेंगे। मसलन सरकारी सेवाओं का इस्तेमाल और कैशलेस सौदे आदि। सरकार की तरफ से जारी बयान के मुताबिक, इस स्कीम पर अमल इलेक्ट्रॉनिक्स और आईटी मंत्रालय की निगरानी में और राज्यों/केंद्रशासित प्रदेशों की एजेंसियों मसलन जिला-ई-गवर्नेंस सोसायटी आदि के जरिये किया जा सकेगा। शिक्षा पर एनएसएसओ के 71वें सर्वे के मुताबिक ग्रामीण इलाकों में सिर्फ 6 प्रतिशत घरों में कंप्यूटर है यानी 15 करोड़ ग्रामीण घरों में कंप्यूटर नहीं है और ग्रामीण इलाकों में बड़ी संख्या में लोग डिजिटल साक्षर नहीं हैं।

डिजिटल साक्षरता और इंटरनेट का भरोसेमंद जुड़ाव

डिजिटल इंडिया के दो पहलू हैं। दोनों पहलुओं को हासिल करना सफलता के लिए जरूरी होगा। मोबाइल फोन के जरिये कैशलेस सौदों पर सरकार के जोर की तर्ज पर फोकस यूनिफाइड पेमेंट इंटरफेस (यूपीआई), अनस्ट्रक्चर्ड सप्लीमेंट्री सर्विस डाटा (यूसएसडी), आधार इनेबल्ड पेमेंट सिस्टम्स (एईपीएस) और डिजिटल पेमेंट के बाकी प्लेटफॉर्म पर भी फोकस होगा।

इलेक्ट्रॉनिक्स और आईटी मंत्रालय इस स्कीम के अमल की निगरानी करेगा। वह इस अभियान के लिए तय राज्यों की एजेंसियों मसलन जिला ई-गवर्नेंस (डीईजीएस) आदि के साथ मिलकर काम कर रहा है।

भारत सरकार ने अगस्त 2014 में इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी विभाग के तहत राष्ट्रीय डिजिटल साक्षरता मिशन (एनडीएलएम) शुरू किया था। इस विभाग को 2016 में संचार और सूचना प्रौद्योगिकी तकनीक मंत्रालय से हटा दिया गया और नया इलेक्ट्रॉनिक्स और आईटी मंत्रालय बनाया गया है। इस अभियान पर अमल में नेशनल एसोसिएशन ऑफ सॉफ्टवेयर एंड सर्विसेज कंपनीज (नैस्कॉम), इटेल और एचपी जैसी इकाइयों की भी मदद ली जा रही है। गरीबी रेखा से नीचे रहने वाले अनुसूचित जाति और अनुसूचित जनजाति के लोगों को मुफ्त में प्रशिक्षण दिया जाता है, जबकि बाकी समुदाय के लोगों से इसके बदले मामूली फीस ली जाती है।

इसका मकसद परिवार के एक सदस्य को डिजिटल साक्षर बनाना है। इसका शुरुआती टारगेट 52.5 लाख लोगों को साक्षर बनाना

था। इसमें निचले स्तर के सरकारी एंप्लॉयीज मसलन आंगनवाड़ी कार्यकर्ताओं, अधिकृत राशन डीलर्स पर फोकस की बात है। एनडीएलएम की वेबसाइट के मुताबिक शुरुआती लक्ष्य पहले ही हासिल किया जा चुका है। फिलहाल जो आंकड़े दिखा रहे हैं, उसके मुताबिक 1 करोड़ नामांकन है और प्रशिक्षित उम्मीदवारों की संख्या 82.7 लाख, जबकि सर्टिफाइड उम्मीदवारों की तादाद 54 लाख है। यह नई स्कीम यानी पीएमजीडीएसएचए डिजिटल साक्षरता सुधारने की दिशा में अगला चरण है।

एक ओर जहां खरीदारी के चक्र में अलग-अलग समय पर उपभोक्ताओं की जरूरतों में बदलाव हो रहा है, वहीं वे अपने शहरी समकक्षों से बिल्कुल अलग भी हैं। उत्पाद और सेवाओं को विकसित करने की जरूरत है, जो ग्रामीण उपभोक्ता की अलग तरह की जरूरतों को पूरा करते हों और उत्पाद और सेवाओं के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए अलग-अलग प्लेटफॉर्म पर इनोवेशन करते हों।

उपभोक्ताओं का हित उनके द्वारा इस्तेमाल की गई या खरीदी गई वस्तुओं और सेवाओं को लेकर उनकी वाजिब उम्मीदों के पूरा होने में है। भारत में उपभोक्ता संरक्षण कानून है, लेकिन उपभोक्ता उसके बारे में जागरूक नहीं हैं। ग्रामीण उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा के लिए कई कदम उठाए गए हैं, लेकिन मौजूदा सामाजिक-आर्थिक हालात के कारण इनका ज्यादा असर नहीं हुआ है। उपभोक्ता आमतौर पर खरीदारी का अपना फैसला विज्ञापनों के आधार पर करते हैं और ठगे जाने पर अपनी शिकायतों का निपटारा करने में सक्षम नहीं रहते।

उपभोक्ता जागरूकता में उपभोक्ता संगठन और इसी तरह के सिविल सोसायटी ग्रुप अहम भूमिका अदा करते हैं। उनके पास उपभोक्ताओं को सूचनाएं मुहैया कराने और इस आधार पर विकल्प चुनने में उनकी मदद करने का साधन होता है। उपभोक्ता को सही समय पर सूचना उपलब्ध कराने की जरूरत है यानी खरीदारी के फैसले से पहले। साथ ही, उपभोक्ता शिक्षा को स्कूल और कॉलेजों का पाठ्यक्रम भी बनाने पर विचार किया जाना चाहिए। फर्जी और मिलावटी सामानों से उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए बनाए गए कानूनों के विभिन्न प्रावधानों को सक्रियता से लागू करने की भी जरूरत है।

शिकायत निपटारा तंत्र को मजबूती

शिकायतों का निपटारा उपभोक्ताओं के लिए बड़ी चिंता है। शिकायतें दूर करने की प्रणाली तक पहुंचने का अधिकार बेहद अहम है। इसके लिए एक तंत्र का होना जरूरी है, ताकि इस सिलसिले में असरदार तरीके से काम किया जा सके। अगर उपभोक्ताओं का भरोसा बनाना है, तो उन्हें इस बात के लिए आश्वस्त किए जाने की जरूरत है कि अगर उनके साथ कोई गड़बड़ी होती है, तो वे शिकायतें दूर करने की मांग कर सकते हैं।

पंचायती राज संस्थानों की भूमिका

ग्रामीण उपभोक्ताओं तक पहुंचने के लिए न सिर्फ उपभोक्ताओं को शिक्षित करने के लिए पंचायती राज संस्थानों को इसमें शामिल करना जरूरी है, बल्कि यह सुनिश्चित करना भी चाहिए कि ग्रामीण बाजारों में नकली उत्पाद नहीं बेचे जाएं। ये संस्थान उपभोक्ताओं के हितों में सार्थक भूमिका निभा सकते हैं और इसे नीति निर्माताओं ने भी समझा है। □

www.afeias.com

IAS की Free तैयारी

IAS की परीक्षा के निःशुल्क मार्गदर्शन के लिए डॉ. विजय अग्रवाल की वेबसाइट

इस पर आपको मिलेगा -

- प्रतिदिन ऑडियो लेक्चर
- अखबारों पर समीक्षात्मक चर्चा
- परीक्षा सम्बन्धी लेख
- आकाशवाणी के समाचार
- वीडियो
- नॉलेज सेंटर
- अखबारों की महत्वपूर्ण कतरनें
- फ्री मॉक-टेस्ट।

सुनिए डॉ. विजय अग्रवाल का
लेक्चर रोज़ाना

लॉग ऑन करें- www.afeias.com

डॉ. विजय अग्रवाल
की पुस्तक

‘आप IAS
कैसे बनेंगे’



यह किताब IAS की तैयारी करने वालों के लिए एक
‘चलता-फिरता कोचिंग संस्थान’ है।

सभी प्रमुख पुस्तक-विक्रेताओं के यहाँ उपलब्ध

पूरे भारत में सबसे सफल शिक्षक
अमित कुमार सिंह के मार्गदर्शन में

सिविल सेवा परीक्षा 2016 में संस्थान से कुल 70 चयन



प्रथम 100 में 9 रैंक हमारे संस्थान इग्नाइटेड माइंड्स से
खुली चुनौती

पूरे भारत में हिन्दी माध्यम में किसी भी वैकल्पिक विषय और
एथिक्स (GS Paper-IV) पढाने वाले संस्थानों में सर्वाधिक परिणाम

“हमसे ज्यादा सफल परिणाम दिखाइये, फीस में 100% छूट पाइये”

2016 में दर्शनशास्त्र विषय से कुल 9 चयन

PHILOSOPHY

निःशुल्क कार्यशाला

Best optional subject

20 December
3:30 PM

परीक्षा परिणाम के आधार पर भी दर्शनशास्त्र सर्वाधिक चयन देने वाला विषय

ETHICS



New Batch Starts from

20 December
6:45 PM

दर्शनशास्त्र (Philosophy), एथिक्स (GS Paper-IV) और निबंध का सर्वश्रेष्ठ संस्थान



IGNITED MINDS

A Premier Institute for IAS/PCS

DELHI CENTER

A-2, 1st Floor, Comm. Comp. Mukherjee Nagar, Delhi-110009
☎ 011-27654704, 9643760414, 📍 8744082373

ALLAHABAD CENTER

H-1, 1st Floor, Ram Mohan Plaza, Madho Kunj, Katra
☎ 9389376518, 📍 9793022444, 0532-2642251

Visit us: www.ignitedmindscs.com

मानकीकरण और उपभोक्ताओं के हित

मनीष मोहन गोरे



भारतीय मानक ब्यूरो बीआईएस के लिए एक नई पहल करते हुए 17 जून 2015 को प्रधानमंत्री ने संसद में नवीन भारतीय मानक ब्यूरो विधेयक का अनुमोदन किया जो बाद में 3 दिसंबर 2015 को लोकसभा द्वारा और 8 मार्च 2016 को राज्य सभा द्वारा पारित कर दिया गया। यह विधेयक बीआईएस को और अधिक सशक्त और जिम्मेदार बनाएगा। अब उत्पादों और प्रक्रियाओं के अतिरिक्त बीआईएस सामान, सेवा और प्रणालियों से संबंधित मानकीकरण भी सुनिश्चित करेगा। सरकार बीआईएस के माध्यम से ऐसे सामानों, प्रक्रियाओं या सेवाओं का सत्यापन अनिवार्य करेगी जो मानव एवं पर्यावरण के स्वास्थ्य के अलावा उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा करेगी और धोखाधड़ी से बचाएगी।

दृष्टि

निक जीवन से जुड़े औद्योगिक एवं व्यावसायिक उत्पाद उपभोक्ताओं तक सही गुणवत्ता में पहुंचे, यह उपभोक्ता हित से जुड़ा मुद्दा है। इस हित की रक्षा सुनिश्चित करना सरकार का दायित्व है और इसके लिए स्थापित एजेंसी उत्पादों की गुणवत्ता जांच करती है और उचित प्रमाण पत्र जारी करती है। फिर वह उत्पाद उपभोक्ताओं तक पहुंचता है। हम सबने आईएसआई मार्क के बारे में जरूर सुना होगा। यह इंडियन स्टैंडर्ड्स इंस्टिट्यूट (भारतीय मानक संस्थान) का संक्षिप्ताक्षर है। आजादी के बाद औद्योगिक और व्यावसायिक उत्पादों की गुणवत्ता की निगरानी के उद्देश्य से इस संस्था को सरकार ने बनाया था। अस्सी के दशक में देश का सामाजिक आर्थिक परिदृश्य बदला और फिर एक और सशक्त उत्पाद गुणवत्ता की जांच निकाय की आवश्यकता महसूस की गयी। तब जाकर आईएसआई को प्रतिस्थापित कर अस्तित्व में आया बीआईएस यानि कि ब्यूरो ऑफ इंडियन स्टैंडर्ड्स (भारतीय मानक ब्यूरो)। इस ब्यूरो की स्थापना उपभोक्ता मामले, खाद्य एवं सार्वजनिक वितरण मंत्रालय, भारत सरकार के अंतर्गत साल 1986 में की गई।

भारतीय मानक: किसके लिए और कैसे?

बीआईएस का प्रमुख उद्देश्य भारतीय मानकों का सूत्रीकरण, चिह्नित करना और उन्हें प्रोत्साहन देना है। साल 2016 के मध्य तक इस ब्यूरो द्वारा तय किये गये कुल 26,552 मानकों को प्रभावी बनाया गया था जो भारत की आर्थिक क्षमता और उत्पाद गुणवत्ता को लेकर प्रतिबद्धता को प्रकट करता है। बीआईएस ने देश के औद्योगिक फलक

पर 14 मुख्य क्षेत्रों को रेखांकित किया है। यह संस्था नियमित तौर पर अपने ही बनाये हुए मानकों की समीक्षा और विवेचना करती है ताकि हमारे उत्पाद अंतरराष्ट्रीय मानकों के साथ तकनीकी स्तर पर सामंजस्य बनाये रख सकें। मानकीकरण की प्रमुख अंतरराष्ट्रीय एजेंसियों में शामिल हैं इंटरनेशनल आर्गनाइजेशन फॉर स्टैंडर्डाइजेशन (आईएसओ), वर्ल्ड स्टैंडर्ड्स सर्विस नेटवर्क (डब्ल्यूएसएसएन) और इंटरनेशनल इलेक्ट्रोटेक्निकल कमीशन (आईईसी)। बीआईएस मानकीकरण की इन ग्लोबल संस्थाओं की बैठकों में भारत का प्रतिनिधित्व करता है।

उत्पादों की गुणवत्ता को प्रमाणित करने के लिए बीआईएस देश के अंदर अनेक प्रयोगशालाओं में जांच करवाता है। एनएबीएल से मान्यता प्राप्त ये प्रयोगशालाएं हर साल तकरीबन 25,000 सैंपल की जांच करता है। विदेशी उत्पादकों को भी बीआईएस उत्पाद सत्यापन लाइसेंस जारी कर उन्हें अपने उत्पाद हमारे देश में निर्यात करने का अवसर उपलब्ध कराता है।

कपड़े, बोटलबंद पानी, पैकेज्ड फूड, आटोमोबाइल पदार्थ, प्लास्टिक उत्पाद, और इलेक्ट्रॉनिक्स जैसे औद्योगिक उत्पादों की 16 श्रेणियों के लिए बीआईएस मानक निर्धारित करता है। इन सभी श्रेणियों के लिए अब तक करीब 19 हजार मानकों का प्रतिपादन किया जा चुका है। बीआईएस ने लगभग हर एक उत्पाद के लिए मानक तय किये हैं जिसकी जानकारी उपभोक्ताओं को इनके वेबसाइट <http://www.bis.gov.in> से हासिल की जा सकती है। यदि कोई उत्पादक अपनी किसी नई उत्पाद श्रेणी को

लेखक विज्ञान और प्रौद्योगिकी विभाग, भारत सरकार के एक स्वायत्त संस्थान *विज्ञान प्रसार* में सेवारत हैं और 1995 से विभिन्न संचार माध्यमों के लिए लोकप्रिय विज्ञान लेखन कर रहे हैं। ईमेल: mmgore@vignyanprasar.gov.in

इस सूची में शामिल कराना चाहता है तो वह इसके लिए बीआईएस को आवेदन कर सकता है। बीआईएस बेहद सावधानी और तर्कसंगत ढंग से यह सुनिश्चित करता है कि उसके मानकीकरण के बाद कोई दोषपूर्ण दर्जे का उत्पाद चलन में ना आ सके। इसके लिए उपभोक्ताओं को भी लगातार जागरूक रहने की आवश्यकता होती है।

बीआईएस के अधीन एक प्रमाणन परामर्श समिति होती है जिसमें उत्पादन, उपभोक्ता, सरकारी एजेंसी, उद्योग एसोसिएशन



के प्रतिनिधि सदस्य होते हैं। यह समिति बीआईएस को विभिन्न उत्पादों के मानकों से जुड़ी नीतियों और उनके प्रतिपादन के संबंध में सलाह देने का काम करती है। इस समिति की बैठकों में उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा हो, इसके लिए बीआईएस अनेक गैर सरकारी संस्थाओं और विशेषज्ञों को भी आमंत्रित कर उनकी सक्रिय सहभागिता को सुनिश्चित करता है।

विविध उत्पादों का मानकीकरण

ध्यान देने योग्य बात है कि समस्त औद्योगिक मानकीकरण और औद्योगिक उत्पाद प्रमाणन को बीआईएस संचालित करता है। परंतु कृषि उत्पाद जैसे कुछ उत्पाद श्रेणियों के मानकीकरण का संचालन दूसरी



सरकारी एजेंसियां करती हैं।

एगमार्क कृषि, उद्यान, वन और पशुधन उत्पादों पर अंकित चिह्न होता है। आपने तेल, घी, दाल, मसाले, शहद आदि के डिब्बों पर यह चिह्न अवश्य देखा होगा। इसके प्रयोग तथा संबंधित मानकों को भारत सरकार के कृषि विपणन विभाग द्वारा नियंत्रित व संचालित किया जाता है। एगमार्क अंग्रेजी के दो अक्षरों 'ag' और 'mark' से मिलकर बना है। इसमें 'ag' कृषि (agriculture) के लिए और 'mark' चिह्न के लिए प्रयोग किया गया है। एगमार्क लोगों का प्रयोग कृषि संबंधी प्राकृतिक उत्पादों से जुड़े मानकों को सुनिश्चित करता है।

सभी प्रकार के प्रोसेस्ड फल उत्पादों पर एफपीओ मार्क होता है। इसके मानक भारत सरकार के खाद्य प्रसंस्करण उद्योग मंत्रालय द्वारा तय किये जाते हैं। यह चिह्न फूड सेफ्टी एंड स्टैंडर्ड एक्ट (1996) के अंतर्गत सभी डिब्बाबंद फ्रूट जूस, फ्रूट जैम, क्रशेड, स्क्वैशेड, अचार, डीहाइड्रेटेड फ्रूट प्रोडक्ट और फ्रूट एक्सट्रेक्ट पर अनिवार्य रूप से लगाया जाता है। एफपीओ मार्क उपभोक्ताओं को इस बात की गारंटी देता है कि उत्पाद स्वच्छ खाद्य वातावरण में बनाया गया है इसलिए वह खाने के लिए उपयुक्त है।

भौगोलिक संकेत या इसकी अंग्रेजी के संक्षिप्ताक्षर GI को ऐसे उत्पादों के चिह्न के रूप में प्रयोग किया जाता है जिनका उत्पादन किसी भौगोलिक विशेष उद्गम/उत्पत्ति स्थान से होता है। GI चिह्न यह प्रकट करता है कि उत्पाद की गुणवत्ता और प्रतिष्ठा उस स्थान विशेष के कारण है जहां उसका मूल उद्गम स्थल है। दार्जिलिंग चाय और बासमती मार्क इसके अहम उदाहरण हैं। यह GI चिह्न साल 2003 में प्रवर्तित हुआ था जब बौद्धिक सम्पदा अधिकारों के वाणिज्य संबंधी पहलुओं पर भारत ने डब्ल्यूटीओ अनुबंध के अंतर्गत अपने को समाविष्ट किया था। ये चिह्न आम तौर पर कृषि उत्पादों, खाद्य पदार्थों, वाइन, हथकरघा और औद्योगिक उत्पादों के लिए प्रयुक्त होते हैं।

भारत में आर्गेनिक फार्मिंग से उत्पन्न खाद्य पदार्थों से जो खाद्य संबंधी उत्पाद बनाये जाते हैं, उनके प्रमाणन का चिह्न इंडिया आर्गेनिक कहलाता है। यह चिह्न इस बात को सत्यापित करता है कि उत्पाद आर्गेनिक



उत्पादों के राष्ट्रीय मानकों के अनुरूप हैं। इससे जुड़े प्रमाण पत्र भारत सरकार के आर्गेनिक उत्पादन विषयक राष्ट्रीय कार्यक्रम के अंतर्गत निर्धारित जांच केन्द्रों द्वारा जारी किये जाते हैं। इसके अलावा भारत में बिक्री होने वाले कीटनाशकों के कंटेनर पर टाक्सिसिटी लेबल लगाया जाता है। ऐसा करना कीटनाशी अधिनियम, 1968 और कीटनाशी नियमों, 1971 के अनुसार पर्यावरण हित में अनिवार्य है। यह लेबल चार स्तरों के रूप में कीटनाशक की विषाक्तता की जानकारी देता है। ये लेबल लाल (अत्यंत विषैला), पीले (अधिक विषैला), नीले (मध्यम तौर पर विषैला) और हरे (थोड़ा विषैला) रंगों के होते हैं।

डिब्बाबंद खाद्य उत्पादों पर शाकाहारी और मांसाहारी खाद्य सामग्रियों के लिए क्रमशः हरे डाट तथा भूरे डाट के चिह्न लगाना अनिवार्य होता है।

भारत में सोने और चांदी की ज्वेलरी की बिक्री के दौरान इनकी शुद्धता के सत्यापन के लिए बीआईएस हालमार्क प्रणाली का प्रयोग

बीआईएस के अधीन एक प्रमाणन परामर्श समिति होती है जिसमें उत्पादन, उपभोक्ता, सरकारी एजेंसी, उद्योग एसोसिएशन से सदस्य होते हैं। यह समिति बीआईएस को विभिन्न उत्पादों के मानकों से जुड़ी नीतियों और उनके प्रतिपादन के संबंध में सलाह देने का काम करती है। इस समिति की बैठकों में उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा हो, इसके लिए बीआईएस अनेक गैर सरकारी संस्थाओं और विशेषज्ञों को भी आमंत्रित कर उनकी सक्रिय सहभागिता को सुनिश्चित करता है।

होता है। हमारा देश विश्व में सोने व इसकी ज्वेलरी का दूसरा सबसे बड़ा उपभोक्ता बाजार है और इसका श्रेय बहुत हद तक बीआईएस हालमार्किंग तथा इस पर उपभोक्ताओं के भरोसे को जाता है। ज्वेलरी में सोने की गुणवत्ता को जांचने के लिए बीआईएस ने देश के अनेक स्थानों पर हालमार्किंग और जांच केंद्र स्थापित किये हुए हैं।

आईएसआई मार्क का प्रयोग इलेक्ट्रिकल सामान, सीमेंट, मिनरल वाटर, पेंट, कागज, बिस्कुट, बेबी फूड, गैस सिलिंडर, साबुन,



डिटर्जेंट पाउडर आदि में किया जाता है। इन सामग्रियों की खरीद के समय उपभोक्ताओं को उत्पाद के डिब्बे पर एक विशेष संख्या सहित आईएसआई मार्क अवश्य देखना चाहिए। अलग-अलग उत्पादों के लिए इस पर दर्ज संख्या अलग होती है।

हम सब अक्सर अनेक मैनुफैक्चरिंग, स्टील, बैंकिंग, अस्पताल, दूरसंचार, बीमा कंपनियों के साथ आईएसओ मार्क लिखा हुआ देखते हैं। आईएसओ का अर्थ होता है इंटरनेशनल आर्गनाइजेशन फॉर स्टैंडर्डाइजेशन (अंतरराष्ट्रीय मानकीकरण संगठन)। यह वैश्विक संस्था उत्पादों-सेवाओं के लिए गुणवत्ता मानक तय करती है और समान मानक प्रयोग करने हेतु राष्ट्रीय मानक विन्यास की



प्रेरणा देती है। इसके सीधे और स्पष्ट मायने हैं कि पूरी दुनिया में उत्पादों और सेवाओं के लिए एक जैसे मानक हों ताकि विदेशी वाणिज्य में सहूलियत मिले। निर्यात योग्य उत्पादों के मामलों में गुणवत्ता मानकों के प्रमाणन के लिए भारत में बीआईएस ने 9,000 और 14,000 शृंखला के मानकों को निर्धारित

बार कोड भी उत्पाद के मानकीकरण की एक महत्वपूर्ण विधि होती है। इसमें कुछ संख्याओं सहित उनके मोटाइयों वाले बार (पंक्तियां) होते हैं। ये बार और अंकित संख्या हर एक उत्पाद में अलग होते हैं। ये बार और संख्याएं उत्पाद का प्रकार और मूल्य बताते हैं जिन्हें केवल कम्प्यूटर ही पढ़ सकता है। कम्प्यूटराइज्ड बिल पेमेंट सिस्टम में दुकानदार एक स्कैनर से उत्पाद पर मुद्रित इस बार कोड को स्कैन कर उसका मूल्य और उत्पाद प्रकार की जानकारी बिल में शामिल कर लेता है।

किया है। ये शृंखला पश्चिमी विकसित देशों में अपनाए गये गुणवत्ता मानकों की पुष्टि करते हैं।

शुद्ध गुणवत्ता वाले ऊन के वस्त्रों के लिए वुल मार्क का प्रयोग किया जाता है।



ऊनी वस्त्रों के इस गुणवत्ता मानक को अंतरराष्ट्रीय ऊन सचिवालय द्वारा निर्धारित किया जाता है। अधिकतर किताबों और कुछ अन्य व्यावसायिक उत्पादों पर छोटे वर्गाकार पारदर्शी प्लास्टिक स्टीकर लगे होते हैं। मानकीकरण के इस तरीके को होलोग्राम कहते हैं। प्रकाश में देखने पर इसमें अनेक रंगों वाली थ्री-डायमेंशनल छवि बनती है जिसे ध्यान से देखने पर कंपनी या ब्रैंड का लोगो और नाम लिखा मिलता है। होलोग्राम स्टीकर को चिपकाने का मकसद उत्पाद की प्रमाणिकता है।

बार कोड भी उत्पाद के मानकीकरण की एक महत्वपूर्ण विधि होती है। इसमें कुछ संख्याओं सहित उनके मोटाइयों वाले बार (पंक्तियां) होते हैं। ये बार और अंकित संख्या हर एक उत्पाद में अलग होते हैं। ये बार और संख्याएं उत्पाद का प्रकार और

मूल्य बताते हैं जिन्हें केवल कम्प्यूटर ही पढ़ सकता है। कम्प्यूटराइज्ड बिल पेमेंट सिस्टम में दुकानदार एक स्कैनर से उत्पाद पर मुद्रित इस बार कोड को स्कैन कर उसका मूल्य और उत्पाद प्रकार की जानकारी बिल में शामिल कर लेता है। इसमें जुटि की संभावना कम होती है और समय भी बचता है। सरकार के डाक घरों में स्पीड पोस्ट या पंजीकृत डाक के स्टीकर पर भी यह बार कोड लगा होता है जिससे डाक घर का काम आसान होता है। ये बार कोड अधिकतर किताबों के पिछले कवर, बिस्कुट, मसालों, तेल और कुछ अन्य उपभोक्ता सामग्रियों पर लगाये जाते हैं।

पर्यावरण को प्रदूषण मुक्त रखने के उद्देश्य से बीआईएस ने पर्यावरण मीटर उत्पादों का निर्धारण भी किया है। पर्यावरण की सुरक्षा की दृष्टि से बीआईएस निर्धारित मानकों पर खरा उतरने वाले उत्पाद उपभोक्ताओं तक पहुंचने की अनुमति पाते हैं। इस इको लेबलिंग को इको मार्क कहते हैं। मिट्टी से बने मटके के चित्र को इको फ्रेंडली उत्पादों के लिए लोगो के तौर पर प्रयोग किया जाता है। यह मानक उत्पादकों के लिए ऐच्छिक और प्रोत्साहनपरक होता है। आपको यह इको मार्क ज्यादातर कागज, टेक्सटाइल और पैकेजिंग सामग्रियों पर लगा हुआ मिलेगा।



भारत के महानगरों और खास तौर पर दिल्ली में वायु प्रदूषण घातक स्तर तक पहुंच गया है। इसकी वजह से श्वसन और त्वचा संबंधी रोगों की समस्या तेजी से बढ़ी है। इससे सर्वाधिक प्रभावित होते हैं बच्चे, वृद्ध और गर्भवती महिलाएं जिनकी रोग प्रतिरोधक क्षमता कमजोर होती है। वायु प्रदूषण के



लिए मुख्य जिम्मेदार मोटरचालित वाहनों से निकला धुआं है। भारत सरकार ने वायु प्रदूषण को नियंत्रित करने के लिए यूरोपीय संघ द्वारा निर्धारित उत्सर्जन मानकों को अपनाया है जिसे यूरो II मानक कहते हैं। मोटर वाहनों सहित आंतरिक दहन इंजन और स्पार्क इग्निशन इंजनों से होने वाले वायु प्रदूषण को विनियमित करने के उद्देश्य से सरकार द्वारा भारत स्टेज इमिशन स्टैंडर्ड (बीएसईएस) को अपनाया जाता है। ये मानक और उनकी समय सीमा पर्यावरण, वन एवं जलवायु परिवर्तन मंत्रालय के अधीन आने वाले केंद्रीय प्रदूषण नियंत्रण बोर्ड (सीपीसीबी) द्वारा तय किये जाते हैं। यूरोपीय विनियमों पर आधारित वायु प्रदूषण संबंधी ये मानक सर्वप्रथम सन 2000 में तय किये गये थे। इसके बाद निर्मित वाहनों को इन मानकों के मुताबिक बनाया



जाना होता है। अक्टूबर 2010 से भारत में स्टेज III उत्सर्जन मानक पूरे देश में लागू हैं। भारत स्टेज IV उत्सर्जन मानक अप्रैल 2017 से समूचे देश में क्रियान्वित हैं। मोटरजनित उत्सर्जन से संबंधित इन्हीं मानकों के कारण दोपहिए वाहनों में प्रयोग होने वाला 2 स्ट्रोक इंजन और मारुति 800 के उत्पादन पर विराम लगा दिया गया। ये मानक और इनसे जुड़ी अत्याधुनिक प्रौद्योगिकी वायु प्रदूषण के स्तर को कम करने में कारगर साबित हुए हैं। यद्यपि नई प्रौद्योगिकी की कीमत ज्यादा होती है लेकिन इसके बदले में पर्यावरण और मानव स्वास्थ्य को जो लाभ हैं, उसका महत्व कहीं अधिक है। हम सभी इस तथ्य से परिचित हैं कि वाहनों के जीवाश्म ईंधन से निकले धुएँ में मौजूद लेड और पार्टिकुलेट मैटर हमारे स्वास्थ्य के साथ-साथ जीवों को

भी कितना नुकसान पहुंचाते हैं। अगर हम मानव जाति की बात करें तो वायु प्रदूषण श्वसन व कार्डियोवैस्कुलर रोगों को जन्म देता है और इससे हमारे स्वास्थ्य को होने वाला नुकसान भारत की जीडीपी को प्रभावित करता है। यदि नागरिक स्वस्थ हो तभी देश में खुशहाली आ सकती है।

अधिकार से बेहतर वातावरण निर्माण

हमारे जीवन से जुड़े व्यावसायिक और औद्योगिक उत्पादों की गुणवत्ता व प्रामाणिकता को सुनिश्चित करने के लिए उत्पादों का मानकीकरण किया जाता है। इस दिशा में हमारे देश में भारतीय मानक ब्यूरो (बीआईएस) की भूमिका अग्रणी है। गुणवत्तापूर्ण उत्पाद उपभोक्ता को मिले, यह उसका अधिकार है। मगर वर्तमान समय व परिस्थिति में अधिकार के साथ जागरूकता की नितांत आवश्यकता है। जागरूकता में तर्क और संगति के घटक समाहित होते हैं। इसलिए यदि उपभोक्ता जागरूक रहे तो हमें प्रामाणिक उत्पाद मिल सकेंगे और बीआईएस के मानकीकरण संबंधी प्रयास भी सार्थक साबित होंगे। उपभोक्ता की जागरूकता नकली उत्पादकों को हतोत्साहित करेगी। इससे एक बेहतर वातावरण निर्मित होगा। बीआईएस भी देश के अनेक हिस्सों में समय-समय पर उपभोक्ताओं की जागरूकता के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित करता रहता है जिसकी सूचना इनकी वेबसाइट <http://www.bis.gov.in> पर दी जाती है। बीआईएस हिंदी और अंग्रेजी भाषाओं में स्टैंडर्ड्स इंडिया नामक एक द्विमासिक पत्रिका भी प्रकाशित करता है। इसका ग्राहक बनकर उत्पाद मानकों से संबंधित अपने ज्ञान की हम सतत वृद्धि कर सकते हैं। उपभोक्ताओं की सुविधा के लिए बीआईएस की वेबसाइट पर विभिन्न मानकों की जानकारी के साथ-साथ उनके विचारों का भी स्वागत किया जाता है। इसके लिए कम्प्लेक्स पंजीकरण भी की जाती है।



बीआईएस के लिए एक नई पहल करते हुए 17 जून 2015 को प्रधानमंत्री ने संसद में नवीन भारतीय मानक ब्यूरो विधेयक का अनुमोदन किया जो बाद में 3 दिसंबर 2015 को लोकसभा द्वारा और 8 मार्च 2016 को राज्य सभा द्वारा पारित कर दिया गया। यह विधेयक बीआईएस को और अधिक सशक्त और जिम्मेदार बनाएगा। अब उत्पादों और प्रक्रियाओं के अतिरिक्त बीआईएस सामान, सेवा और प्रणालियों से संबंधित मानकीकरण भी सुनिश्चित करेगा। सरकार बीआईएस के



माध्यम से ऐसे सामानों, प्रक्रियाओं या सेवाओं का सत्यापन अनिवार्य करेगी जो मानव एवं पर्यावरण के स्वास्थ्य के अलावा उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा करेगी और धोखाधड़ी से बचाएगी। यह विधेयक बेहतर और असरदार अनुपालन के लिए कड़े नियम को सुनिश्चित करेगी और उल्लंघन की स्थिति में कठोर दंड के प्रावधान होंगे। पर्यावरण और स्वास्थ्य के महत्व को रेखांकित करते हुए बीआईएस को इनसे संबंधित उत्पादों के मानकों के अनुपालन को अनिवार्य बनाया होगा। साथ ही उपभोक्ताओं को भी उत्पादों से संबंधित मानकों के प्रति जागरूक होने की आवश्यकता है, तब जाकर एक स्वस्थ और हितकारी वातावरण का निर्माण हो सकेगा। □

डिजिटल युग में उपभोक्ता संरक्षण

संदीप कुमार पाण्डेय

एक समग्र उपभोक्ता चेतना का विकास भी हो रहा है। फेसबुक से गोरे होने वाले विज्ञापनों के प्रति अब समाज प्रतिकार करता दिख रहा है। इसी तितर-बितर चेतना को संग्रहित करना डिजिटल साक्षरता का उद्देश्य है। ग्रामीण उपभोक्ताओं के मध्य डिजिटल साक्षरता को सुनिश्चित करने के बाद ही एक सबल डिजिटल उपभोक्ता समाज की कल्पना की जा सकती है। ग्रामीण डिजिटल उपभोक्ता की वर्तमान स्थिति को समझने के लिए उनकी परेशानियों को देखना होगा। पिछले कुछ वर्षों में, इंटरनेट पर ई-कॉमफ्रॉड के संगठित अपराध में वृद्धि हुई है। फ्रॉड कॉल से बैंक खातों की लूट हो अथवा ई-कामर्स वेबसाइट्स पर फ्रॉड के कम्प्लेन, साइबर अपराध आने वाले दशक में बड़ी चुनौती बन उभरने वाला है

उपभोक्तावाद को वर्तमान प्रौद्योगिक विश्व में समझने के लिए, इसे प्रौद्योगिक भाषा में ही कहना होगा कि बाइनरी डिजिट्स जीरो और वन, को आपकी हां और ना मान लिया जाये तो, इससे उपजे विचारतंत्र को डिजिटल युग में आपका सजीव नागरिक व्यवहार माना जा सकता है।

प्रौद्योगिक युग में उपभोक्ता, सूचनाओं के अम्बार से त्रस्त है। मनुष्य के साहचर्य का आवश्यक अंग बन चुके मोबाइल से लेकर, सामने क्षितिज में लटक रहे बिलबोर्ड्स और अन्यत्र सभी सामाजिक उपस्थितियों में ब्रांड्स की मौजूदगी इसकी व्यापकता का उदाहरण मात्र है। एक आकलन के मुताबिक, एक सामान्य व्यक्ति, जिसके पास आज इंटरनेट है, वह सूचनाओं के इतने बड़े जाल से जुड़ा है, जैसा आज से एक दशक पूर्व लंबी साधना के बाद भी एकत्रित होना संभव नहीं था। क्योंकि उपभोक्तावाद का उद्देश्य, उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा या प्रोत्साहन देना है, ऐसे में सूचनाओं में संलिप्त बाजार और समाचार का भेद बताने वाली रेखा को पहचानना कठिन हो चुका है।

उपभोक्ता की कमजोरियों का प्रत्यक्ष तौर पर उभर कर आना, उसकी जटिलता, और संचार में प्रौद्योगिकी समावेश जिस तेजी से बढ़ा है, उतनी तेजी नियामक प्रयासों में देखने को नहीं मिलती है। प्लास्टिक मुद्रा से आगे बढ़कर डिजिटल मुद्रा के इस युग में जहां बड़ी आबादी को ऑनलाइन खरीदारी का लचीलापन चाहिए, तो कुछ प्रतिशत लोगों को आज भी टेलीमार्केटर्स से माल और सेवाओं की खरीदारी बेहतर लगती है।

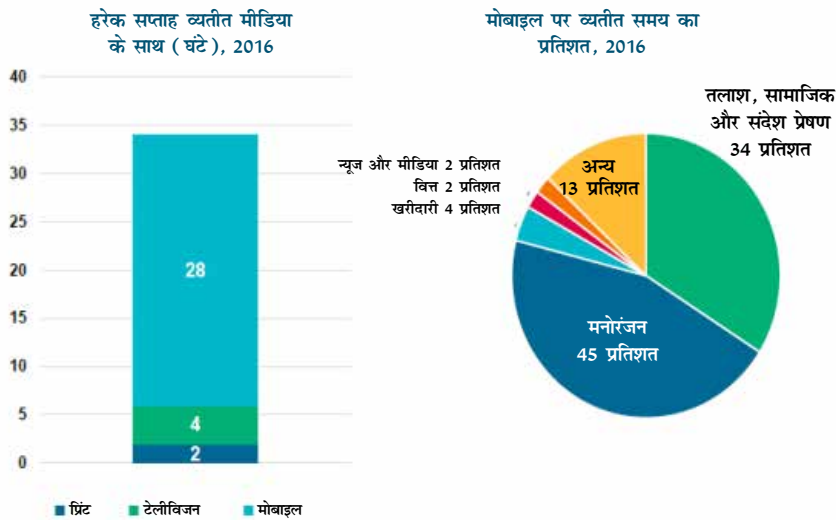
सूचना प्रौद्योगिकी को मिले निरंकुश आरंभिक विस्तार ने नियामकों को तेजी से प्रभावित किया है और इसलिए उपभोक्ता की रक्षा करने वाले परंपरागत तरीके में त्वरित सुधार की अनिवार्यता पैदा हो गयी है ताकि बेहतर कार्यशीलता और स्वस्थ डिजिटल बाजार को विकसित किया जा सके। ऐसे में सूचनाओं को छांटना, डिजिटल पहचान की गोपनीयता को बनाये रखना और उपभोक्ता को बाजार के हाथों की कठपुलती ना होने देना ही उपभोक्ताओं की हितों की रक्षा होगी। यही कारण है कि आज आंकड़े की गोपनीयता वैश्विक बहस का मुद्दा बन चुकी है।

प्रौद्योगिक क्रांति और ग्रामीण उपभोक्ता

सूचना प्रौद्योगिकी के नित्य नए खोज और डिजिटल क्रांति के फलस्वरूप उपभोक्ता का रुझान इंटरनेट की ओर तेजी से बढ़ता दिख रहा है। क्लीनर पार्किन्स द्वारा जारी एक सर्वे के मुताबिक, भारतीय उपभोक्ता प्रति सप्ताह टीवी पर 4 घंटे और प्रिंट पर 2 घंटे की तुलना में मोबाइल पर 28 घंटे खर्च कर रहे हैं।

टीवी: 71वें एनएसएसओ शिक्षा पर सर्वेक्षण 2014 के अनुसार, केवल 6 प्रतिशत ग्रामीण परिवारों में कंप्यूटर है जबकि बीआई सर्वे-2016 के अनुसार 16 प्रतिशत की वृद्धि दर से भारत में लगभग 78 करोड़ आबादी टीवी दर्शक है। अब ग्रामीण भारत में शहरों की तुलना में 17 प्रतिशत ज्यादा घरों में टीवी हैं। टेलीविजन रेटिंग्स एजेंसी, ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल (बीएआरसी) द्वारा टीवी उपभोक्ताओं की जनसांख्यिकी, टीवी स्वामित्व, कनेक्शन प्रकार और भाषा वरीयता में बदलाव के आधार पर देखना

**भारतीय मनोरंजन = मोबाइल पर व्यतीत समय = टीवी का 7 गुना
मोबाइल का 45 प्रतिशत समय = मनोरंजन पर खर्च**



शुरू किया है। ऐसे में विज्ञापन और संचार को और सूक्ष्मता से प्रेषित करना संभव होगा। डीटीएच और इंटरनेट टीवी का कन्वर्जेंस हमारे टीवी देखने के पूरी परिपाटी को बदल देगा। ऐसे में सेटलाइट टीवी और डीटीएच सेवा देने वाली कंपनियों और मूलभूत आवश्यकता बन रहे इस संचार तंत्र के मध्य गोपनीयता, वित्तीय और वैचारिक ईमानदारी और न्यायसम्मत व्यापार सुनिश्चित करना एक बड़ी चुनौती होगी।

टीवी दर्शकों के अधिकारों, मसलन विज्ञापन मुक्त सेवा, विश्वसनीय और गैर-प्रायोजित समाचार, पीत पत्रकारिता की चुनौती से निपटने के साथ-साथ मनोरंजन को सुलभ बनाने के लिए कठोर फैसले लेने होंगे। जब एक ग्राहक डीटीएच सेवा शुल्क दे रहा है तो कार्यक्रम के बीच में कंटेंट विंडो को छोटा कर, साइड विंडो में, स्क्रॉल अथवा पॉप-अप में विज्ञापन परोसने का क्या औचित्य बनता है? ऐसे में सभी भुगतान प्राप्त चैनल्स के लिए एक निश्चित समय विज्ञापन मुक्त रखना अनिवार्य होना चाहिए। साथ ही विज्ञापन में परोसी जा रही सामग्री और वादों पर स्पष्टता और जवाबदेही बढ़ानी होगी। डीटीएच सेवा देने वाली कंपनियों को उपभोक्ता उन्मुख होकर अपनी सेवाओं को प्रचारित-प्रसारित करना होगा, ताकि उपभोक्ता का आर्थिक और मनोवैज्ञानिक शोषण होने से रोका जा सके।

इंटरनेट: पिछले वर्षों का आंकड़े देखें तो मोबाइल का विस्तार टीवी से ज्यादा तेज हुआ है। जहां वैश्विक इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की वृद्धि दर 10 प्रतिशत पर स्थिर रही, वहीं भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 2016 तक 28 प्रतिशत बढ़ कर 355 लाख तक हो गयी है जबकि इंटरनेट का प्रसार मात्र 27 प्रतिशत भू-आबादी तक ही है। यानी आने वाले दिनों में भारत विश्व का सबसे बड़ा उपभोक्ता बाजार होगा। 46 करोड़ से अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ताओं के साथ, भारत दूसरा सबसे बड़ा ऑनलाइन बाजार है, जो चीन से पीछे है। भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं के बढ़े आधार के बावजूद, भारत में केवल 27 प्रतिशत लोगों ने ही 2016 में इंटरनेट का उपयोग किया।

विज्ञापन से दूर भागते उपभोक्ता

टीवी दर्शकों के अधिकारों, मसलन विज्ञापन मुक्त सेवा, विश्वसनीय और गैर-प्रायोजित समाचार, पीत पत्रकारिता की चुनौती से निपटने के साथ-साथ मनोरंजन को सुलभ बनाने के लिए कठोर फैसले लेने होंगे। जब एक ग्राहक डीटीएच सेवा शुल्क दे रहा है तो कार्यक्रम के बीच में कंटेंट विंडो को छोटा कर, साइड विंडो में, स्क्रॉल अथवा पॉप-अप में विज्ञापन परोसने का क्या औचित्य बनता है?

का व्यवहार इंटरनेट पर भी नज़र आता है। एड-ब्लॉक यानी विज्ञापन अवरोध या विज्ञापन फिल्टरिंग एक प्रकार का सॉफ्टवेयर प्रोग्राम है, जो वेबपृष्ठ, वेबसाइट या मोबाइल एप से विज्ञापन सामग्री को निकाल या बदल सकती है। मोबाइल प्रयोगकर्ताओं के बीच इंटरनेट पर एड-ब्लॉकिंग यानी विज्ञापन-मुक्त ब्राउसिंग के मामले में भारत 28 प्रतिशत पहुंच के साथ इंडोनेशिया के बाद दूसरे स्थान पर है, जहां इसकी पहुंच 58 प्रतिशत है। जबकि एड-ब्लॉकिंग डेस्कटॉप पर मात्र 1 प्रतिशत ही पाई गयी। गौरतलब है कि क्लीनर पर्किन्स की यह रिपोर्ट सितंबर 2014 से दिसंबर 2016 के बीच, वैश्विक मासिक सक्रिय उपयोगकर्ताओं के लिए है, जब मोबाइल ब्राउज़रों में एड-ब्लॉकिंग का विकल्प डिफॉल्ट रूप से सक्रिय था। एड-ब्लॉक्स को उपभोक्ता अधिकार में शामिल करने के लिए विश्व स्तर पर प्रयासों में तेजी आई है और पिछले वर्ष की तुलना में इस साल 11 प्रतिशत की वृद्धि आई है।

विश्व की कुल इंटरनेट आबादी में 11 प्रतिशत लोग एड-ब्लॉक का इस्तेमाल करते हैं, अमेरिका के 74 प्रतिशत इंटरनेट उपयोगकर्ता उस वेबसाइट से तुरंत ही चले जाते हैं, जो एड-ब्लॉक रखने वालों के लिए बाधा रखती है।

मोबाइल फोन: मोबाइल फोन के हर हाथ तक पहुंच ने जहां सूचना क्रान्ति में केंद्रीय भूमिका निभाई, वहीं स्मार्टफोन ने कन्वर्जेंस की दिशा में प्रौद्योगिक क्रांति द्वारा बाजार की पहुंच को उपभोक्ताओं के जीवन और जीविका दोनों तक सुनिश्चित कर दिया।

परन्तु इस दिशा में उपभोक्ता के अधिकारों की बहुत अनदेखी हुई है। चाहे वह कामर्सियल फोन कॉल को लेकर सख्ती हो, अनावश्यक एसएमएस द्वारा अनैतिक प्रचार हो, वैल्यू एडेड सेवाओं को उपभोक्ता पर जबरन लादने का प्रायोजित संकल्प हो, इंटरनेट आंकड़े की स्पीड और अबाध सेवाओं को सुनिश्चित करने का जिम्मा हो अथवा डीएनडी को सख्ती से लागू करने का प्रश्न, तंत्र इसको प्रभावशाली तरीके से लागू करने में विफल रहा है। आज भी प्रत्येक मोबाइल उपयोगकर्ता अवांछित एसएमएस को पूरी तरह रोक पाने में असमर्थ है। डीएनडी में रजिस्टर करने के उपरान्त सेवादाता कंपनियों

की ओर से प्रमोशनल मैसेज भले बंद हो जाते हों, किन्तु बाज़ार में बल्क ई-मेल और बल्क मैसेज का व्यवसाय धड़ल्ले से अपना करोबार कर रहे हैं।

इन्टरनेट ब्राउज़िंग के समय कई तरह के टूल्स, कुकीज़ और ट्रेस स्क्रिप्ट्स की मदद से उपभोक्ताओं की अभिरुचि, दिनचर्या और पसंद-नापसंद से आगे बढ़कर व्यक्तिगत जानकारियां इकट्ठा कर उन्हें बाज़ार में बेचा जाता है और फिर उपभोक्ताओं की निजता पर बाज़ार टूट पड़ता है। साइबर स्पेस की इसी दुर्बलता के कारण आधार संख्या जैसी गोपनीय जानकारी भी पब्लिक डोमेन में लीक हो गयी और उपभोक्ताओं के मौलिक अधिकारों का खुला मजाक बन गया। वर्तमान में उपलब्ध टूल न तो प्रभावशाली हैं और ना ही आम उपभोक्ता को सहज समाधान दे पाने में सक्षम हैं।

ई-संसार: सामाजिक और वैयक्तिक मनोविज्ञान का सूक्ष्म अध्ययन अथवा उपभोक्ता मनोविज्ञान, मनोविज्ञान शाखा का एक तेजी से उभरता हुआ क्षेत्र है। इसका उद्देश्य यह अध्ययन करना है कि किस प्रकार हमारे विचार, भावनाएं और धारणा, सेवा अथवा उत्पाद के हमारे चयन को प्रभावित करते हैं। बाज़ार, उपभोक्ता मनोविज्ञान को बारीकी से समझकर, आंकड़े माइनिंग से अत्यंत प्रभावशाली और सटीक निष्कर्ष निकालने में कामयाब हो रहा है। व्यवसायों पर यह दबाव है कि वह अपने उपभोक्ताओं के लिए नित्य नए उत्पाद और प्रचार को विकसित करें, जो उनके लक्षित दर्शक वर्ग को अपील कर सके। परन्तु इसके सामानांतर एक समग्र उपभोक्ता चेतना का विकास भी हो रहा है। फेसबुक से गोरे होने वाले विज्ञापनों के प्रति अब समाज प्रतिकार करता दिख रहा है। इसी तितर-बितर चेतना को संग्रहित करना डिजिटल साक्षरता का उद्देश्य है। ग्रामीण उपभोक्ताओं के मध्य डिजिटल साक्षरता को सुनिश्चित करने के बाद ही एक सबल डिजिटल उपभोक्ता समाज की कल्पना की जा सकती है। ग्रामीण डिजिटल उपभोक्ता की वर्तमान स्थिति को समझने के लिए उनकी परेशानियों को देखना होगा। पिछले कुछ वर्षों में, इन्टरनेट पर ई-कॉमफ्रॉड के संगठित अपराध में वृद्धि हुई है। फ्रॉड कॉल से बैंक खातों की लूट हो अथवा ई-कामर्स

गृह मंत्रालय ने भारतीय साइबर क्राइम कोऑर्डिनेशन सेंटर (आई 4 सी) की स्थापना का प्रस्ताव दिया है। सरकार साइबर फोरेंसिक प्रशिक्षण-सह-प्रयोगशालाओं के निर्माण पर विचार कर रही जिसका उद्देश्य साइबर अपराध को रिपोर्ट करने के लिए एक ऑनलाइन मंच स्थापित करना है ताकि कानून प्रवर्तन एजेंसियों की क्षमता को मजबूत किया जा सके।

वेबसाइट्स पर फ्रॉड के कम्प्लेन, साइबर अपराध आने वाले दशक में बड़ी चुनौती बन उभरने वाला है।

साइबर अपराधों की भयावह तस्वीर

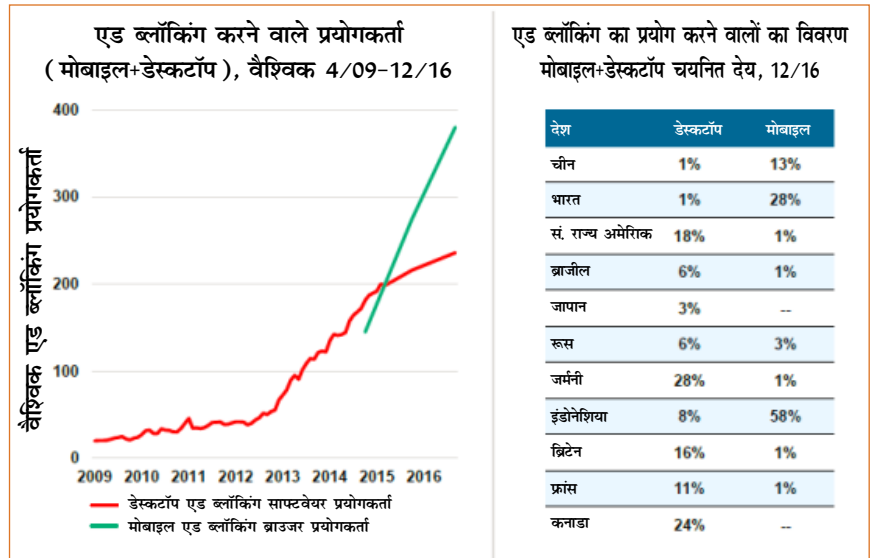
2014 के एक अध्ययन के हवाले से, विश्व बैंक 2016 की एक रिपोर्ट के मुताबिक, साइबर अपराध की वैश्विक लागत का अनुमान 375 अरब डॉलर (2,512,500 करोड़ रुपये) और 575 अरब डॉलर (3,852,500 करोड़ रुपये) के बीच हुआ था। आंकड़ों के ब्रीच यानी आंकड़ों में संध से होने वाले नुकसान की औसत प्रति व्यक्ति लागत भारत में 51 डॉलर से लेकर संयुक्त राज्य अमेरिका में 20 डॉलर तक है।

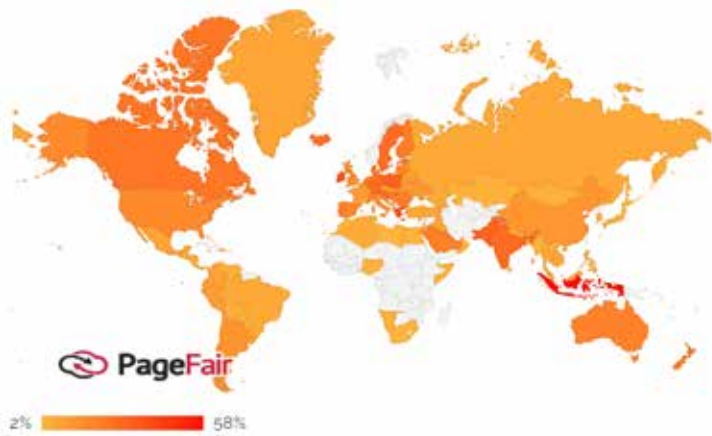
सूचना प्रौद्योगिकी बाज़ार के विस्तार में उपभोक्ता के हितों को लेकर अपेक्षित सुधारों पर अधिक जोर देना अब समय की अनिवार्यता है। राष्ट्रीय अपराध रिकॉर्ड ब्यूरो (एनसीआरबी) ने अपनी 2016 की रिपोर्ट में यह बताया कि वर्ष 2015 में भारत में साइबर

अपराध के 11,592 मामले दर्ज किए, जिससे 8,121 मामलों में गिरफ्तारियां हुईं। अधिकांश मामलों में वित्तीय ठगी के थे। विमुद्रीकरण के बाद साइबर अपराध में मात्र बढ़ोतरी ही नहीं हुई, बल्कि मोबाइल और डिजिटल वॉलेट इन्टरनेट पर पॉकेटमारी जैसी स्थिति पैदा हो गई है और हमारी साइबर सुरक्षा बड़ी संख्या में हो रहे अपराधों पर नियंत्रण रखने में बेअसर है।

कितने मजबूत हैं कानून

अगर विस्तृत फलक पर देखा जाए तो इन्टरनेट पर ब्लैकहैट कम्युनिटी पूरी शक्ति से सक्रिय है। यह समूह इंटरनेट पर मान्य नैतिक नियमों के सामानांतर एक सत्ता को सक्रिय रखता है। पिछले महीने हुए अब तक के सबसे बड़े वायरस अटैक रैनसमवेयर को व्यवस्था में संध लगाते हुए देखा है। जिससे दुनिया भर के कंप्यूटर प्रभावित हुए और साइबर सुरक्षा के प्रति हमारी शिथिलता पर गहरा प्रश्न छोड़ दिया। आने वाले समय में इससे भी बड़े साइबर हमले की संभावना से इनकार नहीं किया जा सकता। ऐसी स्थिति में हमें एक प्रभावशाली साइबर नीति के बारे में सोचना होगा। भारतीय सूचना प्रौद्योगिकी कानून, विशेष रूप से 2008 के संशोधन के बाद, साइबर आतंकवाद और बाल अश्लीलता को छोड़कर अन्य सभी साइबर अपराधों पर नरम हो जाता है क्योंकि वे सभी अपराध जमानती हैं इसलिए आरोपी जमानत पर बरी होकर साक्ष्यों से खिलवाड़ करने के लिए बाहर आ जाता है। इसी चुनौती को देखते हुए गृह मंत्रालय ने भारतीय साइबर





क्राइम कोऑर्डिनेशन सेंटर (आई 4 सी) की स्थापना का प्रस्ताव दिया है। सरकार साइबर फोरेंसिक प्रशिक्षण-सह-प्रयोगशालाओं के निर्माण पर विचार कर रही जिसका उद्देश्य साइबर अपराध को रिपोर्ट करने के लिए एक ऑनलाइन मंच स्थापित करना है ताकि कानून प्रवर्तन एजेंसियों की क्षमता को मजबूत किया जा सके। सरकार और तंत्र की यह जिम्मेदारी है कि वह बाज़ार और उपभोक्ता के बीच एक ऐसा सामंजस्य बनाये रखे, जिससे उपभोक्ता का भविष्य सुरक्षित बना रहे।

आने वाले वर्षों में सरकार 15 अन्य देशों से द्विपक्षीय सहयोग बढ़ाने पर विचार कर रही है, ताकि साइबर अपराध सम्बन्धी आंकड़ों का साझा उपयोग कर भारतीय कंप्यूटर इमरजेंसी रिस्पॉन्स टीम (सीईआरटी-आईएन) नवीनतम साइबर खतरों और प्रतिवादियों के खिलाफ नियमित आधार पर चेतावनियां जारी कर आवश्यक सुरक्षा सुनिश्चित कर सके। गौरतलब है कि आर्टिफिसियल इंटेलिजेंस को लेकर विश्व के सभी प्रमुख देशों ने गंभीरता से कार्य करना शुरू कर दिया है। अमेरिका और चीन जैसे देश, अपने आर्टिफिसियल इंटेलिजेंस प्रोग्राम को लेकर रोज नई घोषणाएं कर रहे हैं। इन देशों में आर्टिफिसियल इंटेलिजेंस पर शोध और पेटेंट्स के लिए भारी बजट आवंटित किया जा रहा है।

गोपनीयता का अधिकार: 24 अगस्त 2017 को, सर्वोच्च न्यायालय ने एक ऐतिहासिक फैसले में गोपनीयता के अधिकार को भारतीय संविधान के तहत संरक्षित मौलिक अधिकार के रूप में घोषित किया। नौ न्यायाधीशों की खंडपीठ ने यह कहा कि गोपनीयता का अधिकार संविधान के भाग-3

में संरक्षित, जीवन के और स्वतंत्रता के मौलिक अधिकार से पैदा होता है, और कुछ विशेष परिस्थितियों को अपवाद मानकर, प्रत्येक नागरिक की गोपनीयता सुरक्षित रखना सरकार का दायित्व है।

डेटा संग्रह और डेटा संरक्षण कुछ ऐसे खतरनाक क्षेत्र हैं जिनके बारे में सामान्य उपभोक्ता को जानकारी नहीं है। बीमा, बैंकिंग, विज्ञापन और सामान्य ई-कॉमर्स के क्षेत्रों में किसी भी विचार या अन्य प्रयोजनों के लिए उपभोक्ता के डेटा स्टैम्पस यानी विशेष दिनांकों का आंकड़ों एकत्र और साझा करती हैं और उपभोक्ता को बिल के झटके, मुकदमेबाजी और अन्य कई मांगों पर जटिलताओं का सामना करना पड़ता है। ऐसे में उस जानकारी की विश्वसनीयता और उपभोक्ता के पास नियामकों या किसी संस्थागत सहायता की पहुंच सुनिश्चित होना उसका मौलिक अधिकार होना चाहिए।

उपभोक्ता न्यायालयों की दशा और दिशा

इस गंभीर स्थिति का संज्ञान रखते हुए, उपभोक्ता संरक्षण विधेयक, 2017, जिसका

उपभोक्ता व्यापार, व्यापारी और उद्योगपति, इन सभी की रक्षा के लिए, उपलब्ध विकल्प को सतर्क दृष्टिकोण से अपनाना होगा। इस संक्रमणकालीन प्रक्रिया में अवसर और चुनौतियां, दोनों ही पैदा होंगी। संबंधित और प्रभावित लोगों का यह कर्तव्य है कि उपभोक्तावाद पर परिभाषाओं के विस्तार के लिए स्वयं को खुला रखें और आपदाओं से बचने के लिए होने वाली कार्रवाई पर सामूहिक चोट करें।

उद्देश्य उपभोक्ता संरक्षण तंत्र को मजबूत बनाने का है, जो संसद के मानसून सत्र के दौरान पेश किया जायेगा। इस नए कानून, जो वर्तमान उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 का स्थान ले लेगा। इस नए उपभोक्ता संरक्षण कानून भ्रामक विज्ञापन देने वालों के खिलाफ कड़ी कार्रवाई की व्यवस्था होगी और उपभोक्ताओं की शिकायतों की समयबद्ध सुनवाई और त्वरित उपचारात्मक कार्रवाई करने के लिए एक केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकार का स्थापना की जाएगी। विधेयक में भ्रामक विज्ञापनों और ई. कॉमर्स व्यापार के लिए प्रावधान होंगे।

राष्ट्रीय डिजिटल साक्षरता मिशन

71वें एनएसएसओ शिक्षा पर सर्वेक्षण 2014 के अनुसार, केवल 6 प्रतिशत ग्रामीण परिवारों में कंप्यूटर है। लगभग 15 करोड़ से भी अधिक ग्रामीण परिवारों (16.85 करोड़ परिवारों में से 94.8 प्रतिशत परिवारों के पास) के कंप्यूटर नहीं हैं और यह लोग डिजिटली साक्षर भी नहीं हैं। इसी चुनौती से निपटने के लिए डिजिटल इंडिया प्रोग्राम के तहत प्रधान मंत्री ग्रामीण डिजिटल साक्षरता अभियान शुरू किया गया। इससे पहले, सरकार ने आंगनवाड़ी और आशा कार्यकर्ताओं सहित 52.5 लाख व्यक्तियों को आईटी प्रशिक्षण देने के लिए राष्ट्रीय डिजिटल साक्षरता मिशन या डिजिटल साक्षरता अभियान (दिशा) या राष्ट्रीय डिजिटल साक्षरता मिशन (एनडीएलएम) को लागू किया था, ताकि सभी राज्यों व पूरे देश में केंद्र शासित प्रदेशों में गैर आईटी साक्षर नागरिकों को आईटी साक्षर किया जा सके और लोग लोकतांत्रिक और विकास प्रक्रिया में सक्रिय और प्रभावी ढंग से भाग ले सकें और अपनी आजीविका बढ़ा सकें।

सरकार डिजिटल इण्डिया निर्माण के लिए कृतसंकल्प हो स्कूली पाठ्यक्रमों, कौशल विकास सम्बन्धी पाठ्यक्रमों के साथ-साथ वित्तीय डिजिटल साक्षरता को भी प्रोत्साहित कर रही है ताकि लोग सरकार द्वारा ऑनलाइन सूचना और सेवाओं का उपभोग कर सकें।

डिजिटल साक्षरता का अर्थ व्यक्तियों और समुदायों में ऐसी क्षमता का विकास करना है ताकि वह डिजिटल प्रौद्योगिकियों को समझ सकें और उसका उपयोग जीवन की भिन्न स्थितियों में सार्थक कार्यों के लिए

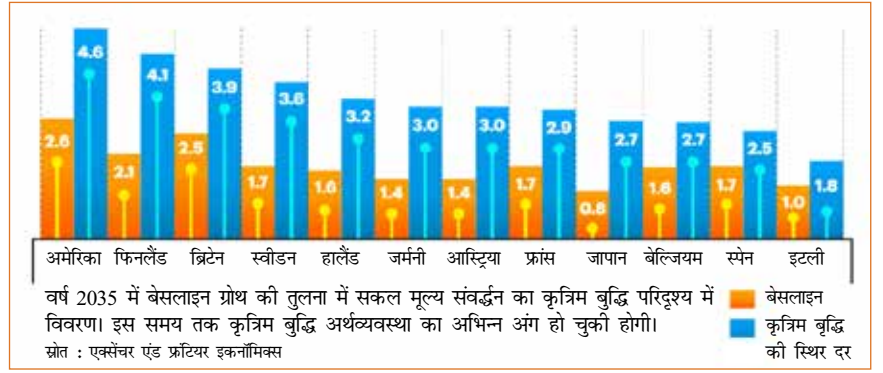
कर सके। डिजिटली साक्षर व्यक्ति के लिए कंप्यूटर और अन्य डिजिटल एक्सेस डिवाइस जैसे कि टैबलेट, स्मार्ट फोन आदि का संचालन, ईमेल का उपयोग, इंटरनेट ब्राउज़, सरकारी सेवाओं का उपयोग करना सहज होगा। वह नवीन जानकारी और बदलावों जैसे की कैशलेस लेनदेन आदि का इस्तेमाल और आईटी के अन्या नवीन प्रयोगों को समझने में सक्षम होंगे और राष्ट्र निर्माण की प्रक्रिया में सक्रिय रूप से भाग ले सकेंगे।

लगभग 70 प्रतिशत भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में बसती है जो न केवल ऑनलाइन सूचना के संभावित उपभोक्ताओं की एक बड़ी आबादी है बल्कि वह सैकड़ों वर्ष के अनुभव, संरक्षित ज्ञान संपदा—जैसे कि कृषि, मिट्टी, कला, संस्कृति, भाषा, डिजाइन, हस्तकला, वास्तुकला, भोजन, चिकित्सा, शिक्षा, इतिहास, व्यापार, जल-संरक्षण, पर्यावरण-संरक्षण, प्रेम और सहानुभूति आदि मानवीय संपदा का भण्डार रखती हैं। जब तक हम इस बड़ी असंबद्ध जनसंख्या को उत्पादकों के एक पूल के रूप में मानकार, ज्ञान अर्थव्यवस्था से नहीं जोड़ते, हम डिजिटल इंडिया के अपेक्षित परिणामों को हासिल नहीं कर पाएंगे। ग्रामीण आबादी को सूचनाओं और शिक्षा से लादकर, किसी बदलाव को नहीं पाया जा सकता, उन्हें नॉलेज-इकॉनमी का हिस्सा भी बनाना होगा।

प्राकृतिक न्याय, खुशहाली और उपभोक्ता

वर्तमान भारत अभूतपूर्व सामाजिक और आर्थिक परिवर्तन के दौर से गुजर रहा है, जो अक्सर अपने मद्देनजर अवसाद लाता है। विकास की मौजूदा अवधारणा को देखें तो जीडीपी के साथ-साथ नेशनल हैप्पीनेस इंडेक्स भी जल्दी ही सरकार की प्राथमिकताओं में शामिल होने को आतुर है। गौरतलब है कि भारत विश्व में सबसे ज्यादा अवसादग्रस्त देश है।

उपभोक्ता व्यापार, व्यापारी और उद्योगपति, इन सभी की रक्षा के लिए, उपलब्ध विकल्प को सतर्क दृष्टिकोण से अपनाना होगा। इस संक्रमणकालीन प्रक्रिया में अवसर और चुनौतियां, दोनों हो पैदा होंगी। संबंधित और प्रभावित लोगों का यह कर्तव्य है कि उपभोक्तावाद पर परिभाषाओं के विस्तार के लिए स्वयं को खुला रखें और आपदाओं से बचने के लिए होने वाली कार्रवाई पर सामूहिक चोट करें।



शिक्षा और निजी क्षेत्र मानव संसाधन: विचारणीय प्रश्न

उपभोक्ता के अधिकारों को शिक्षा के क्षेत्र में भी अनिवार्य करने की आवश्यकता है। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के प्रादुर्भाव से मानव संसाधन और मानवीय कौशल को न्याय देना सरकार की जिम्मेदारी है। पिछले वर्षों में इंजीनियरिंग के क्षेत्र में जिस तरह का बदलाव देखने को मिला, उससे मानव संसाधन को न्याय सुनिश्चित करने की आवश्यकता बढ़ जाती है। जनवरी में, एक मैककिंसे एंड कंपनी के अध्ययन में पाया गया कि 60 प्रतिशत व्यवसायों में लगभग 30 प्रतिशत काम कंप्यूटरीकृत किए जा सकते हैं। वर्तमान शोध यह भी बता रहे कि आने वाले समय में वर्तमान में मौजूद 10 में 4 नौकरियां, वर्ष आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस द्वारा निगली जा सकती हैं। ऐसी स्थिति में शिक्षा को भविष्य-उन्मुख बनाये रखना भी उपभोक्ता अधिकार के दायरे में लाना होगा और शिक्षण संस्थानों को मानवीय श्रम और शिक्षा में निवेश के प्रति उत्तरदायी होना पड़ेगा।

कृत्रिम बुद्धि और उपभोक्ता के अधिकार

जिस प्रकार बाज़ार आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस पर सवार होकर उपभोक्ता के मनोविज्ञान में सेंध मारने को उतारू है, उसी प्रकार समग्र नागरिक चेतना, प्रकृति-उन्मुख सर्व-समावेशी मानवीय मूल्यों पर आधारित काउंटर आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस को नागरिक हित में कार्य सौंपा जा सकता है। जिस प्रकार लोकतंत्र में लोकतांत्रिक मूल्यों की रक्षा के लिए संविधान और लोकतंत्र के स्तम्भ बनाये गए, उसी प्रकार इस डिजिटल युग में सामान्य उपभोक्ता को आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के सामने समग्र नागरिक चेतना जो ज्ञान सत्ता के जनोपयोगी नियामकों पर आश्रित हो, के शरण में जाना

होगा। यानी आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का नागरिक स्वरूप, जो उपभोक्ताओं के हित के अनुरूप विधि द्वारा निर्मित नियामकों पर उसके हितों को सुरक्षित रख सके।

कृत्रिम बुद्धि (एआई) प्रौद्योगिकियों के विकास को सुनिश्चित करने के क्रम में, उपयुक्त नीतिगत ढांचा पर विवेक और धैर्य के साथ *अनुषंगी नवाचार का आलिंजन* करने के लिए मानसिक तौर पर देश को तैयार करना होगा। एआई के प्रयोग को सामान्य प्रौद्योगिकियों और व्यापार मॉडल के लिए अनुमति दे दी जानी चाहिए। हालांकि एआई की दिशा में नवप्रवर्तन को लेकर वैश्विक चिंताएं भी जायज हैं, ऐसे में एक नियामक संस्था का बनाया जाना पहला कदम होना चाहिए। नीति निर्माता एआई की दिशा में शुरुआत में कठोर हो सकते हैं, परन्तु इतिहास साक्षी है कि ज्ञान के विस्तार को रोकना संभव नहीं हो पाया है। ऐसी एआई टेक्नोलॉजी, जो समाज के कल्याण के लिए पर्याप्त जोखिम उत्पन्न करती हो, उस पर नज़र बनाये रखना आवश्यक है। अमेरिकी प्रौद्योगिकी नीति का इतिहास यह बताता है कि नीति नियमन द्वारा क्रांतिकारी विस्तार को बाधित किये बिना, सभी चिंताओं का समाधान संभव है। उदाहरण के तौर पर, इंटरनेट के विस्तार के समय भी, विश्व के समक्ष कुछ ऐसी ही चुनौतियां थीं, लेकिन संयुक्त राज्य अमेरिका ने 1990 के दशक में अनुमतिहीन नवाचार को इंटरनेट नीति का आधार बनाया और निष्कर्ष यह है कि आज अमेरिका आधुनिक डिजिटल क्रांति के उदय का प्रणेता बना हुआ है।

इन्टरनेट और आंकड़े प्रोपेगेशन में क्रांतिकारी बदलाव के साथ, यह काल विज्ञान की अन्य शाखाओं को एक साथ, एक फलक पर उकेर रहा है। आने वाले दस

वर्ष को ज्ञान क्रांति का दशक कहा जाए तो यह अतिशयोक्ति नहीं होगी। ज्ञान क्रांति का आगामी दशक भौतिक विकास की परिभाषा को झुठला देने वाला है। कृत्रिम बुद्धि का प्रायोगिक अर्थ हुआ, एक ऐसी ज्ञान सत्ता को विकसित करना जो मनुष्य की तरह ही प्रभावशाली ढंग से सोच सके और स्वयं निर्णय लेकर एक नियत उद्देश्य की ओर बढ़ते हुए, स्वयं के अनुभवों से सीखते हुए, रचनात्मक ढंग से अपने कार्यशैली और कर्मों में बदलाव करने में सक्षम हो। इसका सबसे उत्कृष्ट उदाहरण मनुष्य और प्रकृति के बीच का सम्बन्ध है, जो भोग और भागीदारी दोनों को सुनिश्चित करके, एक संतुलन स्थापित करने की मांग करता है। आंकड़ों पर गौर करें तो कृत्रिम बुद्धि (एआई) प्रौद्योगिकी की दिशा में भारत अत्यंत पिछड़ा हुआ है।

साथ ही विश्व अर्थव्यवस्था, इससे बुरी तरह प्रभावित होने की सम्भावना है। वर्ल्ड इकनॉमिक फोरम के मुताबिक, 2020 तक पांच लाख श्रमिकों को विस्थापित करने के लिए स्वचालित प्रणाली विकसित हो रही है। वर्ष 2025 तक 7 प्रतिशत नौकरियां एआई का ग्रास बन जायेंगी। ऐसे में भारत के समक्ष बड़ी चुनौती इस बात की है कि इन्टरनेट उद्योग की तरह ही, हम मात्र उपभोक्ता बाजार बन कर इस बड़ी लड़ाई में हार न जायें।

ग्राहक सेवा क्षेत्र: आज अधिकांश निजी कम्पनियां व सार्वजनिक क्षेत्र की सेवाएं जैसे रेलवे और संचार आदि ग्राहक सेवा के लिए आईवीआर सेवाओं का उपयोग करती हैं। जो उपभोक्ता के लिए सुखद नहीं है और इसमें समय की भी खपत ज्यादा होती है। एआई के उपयोग से अत्याधुनिक ग्राहक सेवा सुविधा विकसित की जा सकती है, जो उपभोक्ता की अपनी भाषा में पूछे गए प्रश्नों अथवा शिकायत को अच्छी तरह समझकर उचित परामर्श व समाधान देने में सक्षम हो। भविष्य में, कृत्रिम शॉपिंग एजेंट उपभोक्ताओं की खोज और मूल्यांकन क्षमताओं को बढ़ाकर ई-कॉमर्स बाजार बदल सकते हैं। इन एजेंटों में मौजूदा बाजार संबंधों को बदलने की क्षमता, खुदरा विक्रेताओं की तरफ से उपभोक्ताओं को सलाह देने के बजाय, व्यक्तिगत उपभोक्ताओं की ओर से काम करेंगी।

शिक्षा के क्षेत्र में: शिक्षा के क्षेत्र में

एआई का योगदान क्रांतिकारी साबित होगा। एआई की मदद से वर्तमान शिक्षण प्रणाली की मूलभूत व्यवहार को बदलकर विद्यार्थी-उन्मुख बनाया जा सकता है, जहां विद्यार्थी अपने रूचि के अनुरूप ज्ञान संपदा का उत्खनन कर पाने में सक्षम होगा। सही मायने में शिक्षा का अर्थ तभी फलीभूत होगा, जब हमारी व्यवस्था किताबी न होकर नैसर्गिक गुणों के विकास को प्राथमिकता दे। हालिया दिनों में चर्चित ई-शिक्षा के साथ-साथ, एआई को सम्मिलित करते हुए पारस्परिक संवाद पर आधारित प्रणाली को विकसित करने पर भी जोर देना जरूरी है, ताकि एआई के पारंगत होने के लिए आवश्यक आंकड़े संकलित किया जा सके।

विविधता को जोड़ने के क्रम में: भारत जैसे विशाल देश की विविधता, सरकारी योजनाओं के क्रियान्वयन से लेकर, उसके न्यायपूर्ण वितरण में जटिलता पैदा करती है। भाषा के स्तर पर विविधता को एआई आसानी से सुलझा सकता है। हम गूगल से सीखते हुए, भारत की सभी भाषाओं को एक सूत्र में जोड़ सकते हैं। ऐसे में देसी प्रौद्योगिकी से सरकारी क्रियाकलापों, न्यायिक प्रक्रिया आदि के स्तर पर दशकों से चला आ रहा भाषा का संघर्ष समाप्त हो जाएगा।

न्यायिक प्रक्रिया के सन्दर्भ में: उपभोक्ता के हितों की रक्षा के लिए जो कानून अमीर ग्राहकों और बड़े संस्थानों को नियंत्रित करते हैं वे बहुत जटिल होने के साथ-साथ परिष्कृत कानूनविदों द्वारा क्रियान्वित होते हैं। वर्तमान समय में, रोज नियम बढ़ते जा रहे हैं, मुकदमों की भरमार होती जा रही है, और कानूनी सेवाओं की लागत जीने की लागत से बहुत अधिक हो चुकी है। अदालतों तक पहुंच सैद्धांतिक रूप से तो खुली हो सकती है, परन्तु व्यवहार में, अधिकांश लोगों को कानून से संतोषप्रद सेवा नहीं मिल पाती। न्याय पाने की लागत, मौजूदा नियमों और प्रक्रियाओं की जटिलताओं, कार्यवाही में शामिल लंबी और निराशाजनक देरी ने बड़ी आबादी को उनके कानूनी अधिकार से वंचित रखा है, जिससे जनता में आत्मविश्वास घटता जाता है।

कानूनी प्रणाली को ठीक से काम करने के लिए विशाल मात्रा में जानकारी चाहिए। इस विशाल आंकड़े को त्वरित उपयोग के

लिए ढालकर, एक अधिक निष्पक्ष और कुशल कानूनी प्रणाली की दिशा में कृत्रिम बुद्धि की क्षमता पर विचार किया जाना चाहिए। सामान्य तौर पर न्यायिक निर्णय लेने के लिए, पूर्व में हो चुके फैसले और न्यायाधीशों के उदाहरण का उपयोग किया जाता है ताकि सजा के लिए एक मानक और आम सहमति बन सके। फिर परिस्थिति विशेष को ध्यान रखकर, उपलब्ध साक्ष्यों के आधार पर एक निर्णय पर पहुंचा जाता है। इस दिशा में विशेषज्ञ सिस्टम, निर्णयकर्ताओं और निर्माताओं को स्थिति को बेहतर ढंग से समझने, मूल्यांकन करने और उनके फैसले का प्रसार करने के लिए उपकरण प्रदान कर सकते हैं। साथ ही, यह दोहराया जाना महत्वपूर्ण है कि विशेषज्ञ सिस्टम कानूनी निर्णय लेने की प्रक्रिया में मानव निर्णय को स्थानांतरित तो नहीं कर सकते हैं परन्तु उसे त्वरित बना कर न्याय स्थापित करने में अवश्य मदद मिलेगी।

संदर्भ

- <https://tech.economictimes.indiatimes.com/news/internet/mary-meekers-internet-trenosQ-2017-key-india-takeaways/58940234>
- <https://pagefair.com/blog/2017/adbblockreport/>
- <http://www.livemint.com/Politics/avV9OMPCiNs60c RD0Jv75I/11592-cases-of-cyber-crime-registered-in-India-in-2015-NCR.html>
- <https://www.emarketer.com/Article/China-Set-on-Becoming-WorlosQ-Leader-AI/1016212>
- <http://www.newindianexpress.com/nation/2017/aug/08/over-45-lakh-cases-pending-in-consumer-courts-of-the-country-1639896.html>
- <https://retail.economictimes.indiatimes.com/news/industry/new-consumer-protection-law-to-be-tabled-in-parliament/59625556>
- <http://vikaspedia.in/e-governance/digital-india/national-digital-literacy-mission>
- <http://vikaspedia.in/e-governance/digital-india/national-digital-literacy-mission>
- <http://www.independent.co.uk/lifestyle/health-and-families/health-news/india-named-worlosQ-most-depressed-nation-2325927.html>
- <http://www.livemint.com/Specials/Ysja8QtaVqjRpKg7eAFJL/Over-5-crore-people-suffer-from-depression-in-India-WHO.html>
- <https://www.cnb.com/2017/03/24/robots-could-threaten-four-out-of-10-us-jobs-by-2030.html>
- <http://www.businessinsider.com/artificial-intelligence-14-billion-industry-by-2023-2017-9?IR=T>



नरेन्द्र मोदी
प्रधानमंत्री

125 करोड़ भारतवासियों ने लड़ी भ्रष्टाचार और काले धन के खिलाफ़ सबसे बड़ी लड़ाई और... विजयी हुए !

नोटबंदी की व्यापक और ऐतिहासिक सफलता

देश के इतिहास में सबसे ज़्यादा कालेधन का पर्दाफाश

- देश की जनसंख्या के 0.00011% लोगों ने देश में उपलब्ध कुल कैश का 33% जमा किया
- 17.73 लाख संदिग्ध मामलों का पता चला
- 23.22 लाख खातों में लगभग 3.68 लाख करोड़ रुपये का संदिग्ध कैश जमा हुआ
- 6 लाख करोड़ रुपये के हाई वैल्यू नोट प्रभावी रूप से कम हुए

आतंकवाद और नक्सलवाद की कमर टूटी

- कश्मीर में पत्थरबाजी की घटनाएं 75% तक घट गईं
- वामपंथी उग्रवाद की घटनाओं में 20% से ज़्यादा की कमी आई
- 7.62 लाख जाली नोट पकड़े गए

साफ़-सुथरी अर्थव्यवस्था की ओर एक मज़बूत और दूरगामी क़दम

- कालेधन में डील करने वाली शेल कंपनियों का बड़ा गोरखाघंघा हुआ उजागर
- शेल कंपनियों पर हुई सर्जिकल स्ट्राइक, 2.24 लाख कंपनियों पर ताला लगा
- नोटबंदी के बाद 35,000 शेल कंपनियों द्वारा करीब 58,000 बैंक खातों में 17,000 करोड़ रुपये जमा किए गए और निकाले गए

संगठित क्षेत्र में गरीबों के लिए बेहतर रोज़गार के अवसर बने

- कर्मचारियों के पूरे वेतन का भुगतान सीधे उनके खाते में
- 1.01 करोड़ नए EPFO पंजीकरण हुए
- 1.3 करोड़ कर्मचारी ESIC में पंजीकृत- सभी को सामाजिक सुरक्षा और स्वास्थ्य सुविधाएं

नोटबंदी से टैक्सपेयर्स की संख्या में अभूतपूर्व वृद्धि

- टैक्सपेयर्स की संख्या में हुई 26.6% की बढ़ोतरी, 2015-16 में थी 66.53 लाख, 2016-17 में बढ़कर हुई 84.21 लाख
- ई-रिटर्न की संख्या में हुई 27.95% की वृद्धि, 2016-17 में 2.35 करोड़ से बढ़कर 2017-18 में हुई 3.01 करोड़

लेसकैश के जरिये स्वच्छ अर्थव्यवस्था की तरफ़ भारत की बड़ी छलांग

- अगस्त 2016 में 87 करोड़ डिजिटल लेन-देन हुआ था, जबकि अगस्त 2017 में यह संख्या बढ़कर 138 करोड़ हो गई, अर्थात 58% की वृद्धि
- अब तक 15.11 लाख पीओएस मशीनें चलन में थीं, नोटबंदी के बाद सिर्फ़ एक साल में 13 लाख से अधिक पीओएस मशीनें इनमें और जुड़ गईं

देशवासियों को नोटबंदी से मिले डेरों फ़ायदे, जैसे बैंक लोन पर ब्याज दरों में कमी, घर ख़रीदना हुआ सस्ता और आसान, नगरपालिकाओं की आमदनी बढ़ी आदि ।



नोटबंदी से आपने क्या पाया?

जानने के लिए
QR कोड स्कैन करें



449222815200071718

प्रकाशन विभाग की 300 से अधिक ई-पुस्तकें

अब ऑनलाईन उपलब्ध



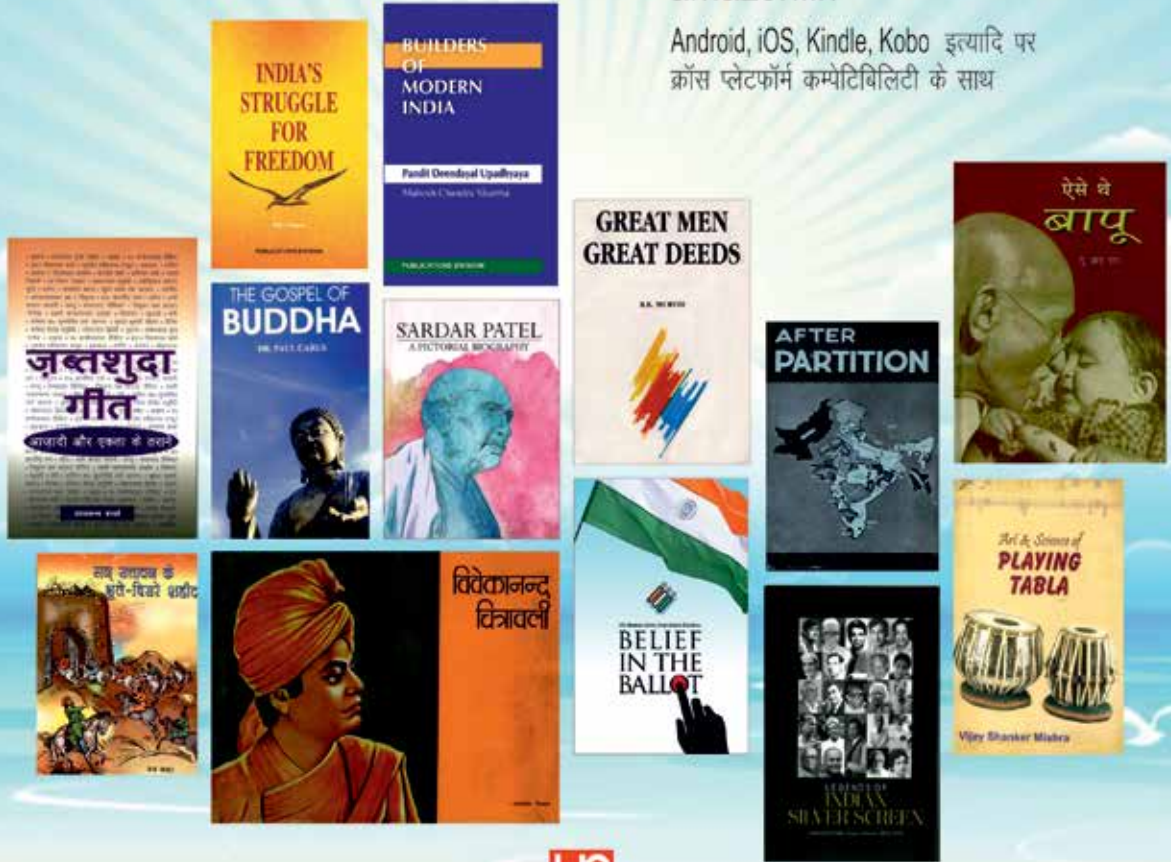
यहाँ से खरीदें:

play.google.com

kobo.com

amazon.in

Android, iOS, Kindle, Kobo इत्यादि पर
क्रॉस प्लेटफॉर्म कम्पेटिबिलिटी के साथ



प्रकाशन विभाग

सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय
भारत सरकार

ई-पुस्तकों की पूरी सूची के लिए कृपया publicationsdivision.nic.in पर जाएं

भारतमाला: महामार्गों से सड़क विकास तक

जी रघुराम



भारतमाला परियोजना देश में आर्थिक वृद्धि की मुख्य वाहक बनेगी तथा प्रधानमंत्री के नवीन भारत के सपने को पूरा करने में मदद करेगी। इस कार्यक्रम को मौजूदा राजमार्ग अवसंरचना की शून्यता को भरने के लिए बनाया गया है ताकि लोगों और सामान की आवाजाही को आसान बनाया जा सके। इसके तहत पिछड़े और आदिवासी इलाकों, आर्थिक गतिविधियों के केंद्रों, धार्मिक और पर्यटक स्थलों, सीमावर्ती क्षेत्रों, तटीय क्षेत्रों और पड़ोसी देशों के साथ व्यापार के मार्गों पर संपर्क सुविधा उपलब्ध कराने पर विशेष ध्यान दिया गया है

भा रतमाला परियोजना कॉरिडोर की अवधारणा से वापस सड़क विकास की ओर आने की कोशिश है। यद्यपि राष्ट्रीय राजमार्ग विकास परियोजना (एनएचडीपी) की शुरुआत भी कॉरिडोरों, (विभिन्न चरणों में पत्तन संपर्क सहित स्वर्णिम चतुर्भुज (स्वर्ण चतुर्भुज), उत्तर-दक्षिण-पूर्व-पश्चिम (एनएसईडब्ल्यू) तथापि पिछले कुछ वर्षों में यह पैकेज की अवधारणा पर आ गया है।

6.92 लाख करोड़ रुपए की लागत वाली 83,677 किमी. लंबी सड़क परियोजना की घोषणा की गई है, इसमें 5.35 लाख करोड़ की लागत वाले 35,800 किमी. सड़क पर अधिक ध्यान दिया गया है। दिलचस्प बात यह है कि पहले चरण में शामिल 34,800 किमी. सड़क में से 10,000 किमी. सड़क एनएचडीपी का ही हिस्सा है।

नयी 24,800 किमी. सड़क का निर्धारण 1500 से अधिक बिंदुओं पर ओडी (मूल गंतव्य) सर्वेक्षण और यातायात आकलन के आधार पर किया गया है। हालांकि, एक अवधारणा के रूप में यह अच्छा है, किन्तु दुर्भाग्य से, भारतीय रेलवे के तहत सार्वजनिक क्षेत्र के परिवहन परामर्शदाता आरआईटीईएस द्वारा ओडी सर्वेक्षण 2007 में किया गया है। यातायात आकलन, मैनुअल और स्वचालित गणना (कैमरा आधारित सहित) पर आधारित हैं और भीड़-भाड़ वाले क्षेत्रों को उजागर करते हैं।

स्वर्ण चतुर्भुज और एनएसईडब्ल्यू के संबंध में 24,800 किमी. में से 5,000 किमी. लेन विस्तार और भीड़-भाड़ कम करने की परियोजनाओं का है। स्वर्ण चतुर्भुज को छह

लेन का बनाना एनएचडीपी में एक चरण था जो आंशिक रूप से पूरा हुआ किन्तु कई जगहों पर पर्यावरणीय मंजूरी और भूमि अधिग्रहण की कठिनाइयों के कारण रियायतग्राहियों ने अपने हाथ खींच लिए। केवल 800 किमी. के एक्सप्रेस-वे हैं। अब तक के अनुभव के आधार पर हमें निम्नलिखित सबक सीखने चाहिए—

परियोजना का चुनाव

मूल गंतव्य ट्रैफिक अध्ययन और विशिष्ट खंड ट्रैफिक घनत्व का उपयोग करके वैज्ञानिक आधार अपनाने का प्रयास किया गया है। उदाहरण के लिए, मुंबई से कोलकाता तक पूर्व-पश्चिम कॉरिडोर पूरी तरह से चार लेन बनाने के लिए महत्वपूर्ण हो गया है। इसकी आवश्यकता हमेशा से थी, लेकिन राजनैतिक कारणों (जो सौराष्ट्र में सिलचर ईडब्ल्यू कॉरिडोर में लाया गया) और एनएच मार्ग के जरिए पहले की कमी (मुंबई कोलकाता एनएच-3 और एनएच-6 का संयोजन था), दोनों के ही कारण एनएचडीपी में इस पर ध्यान नहीं दिया गया था।

कार्यान्वयन तंत्र और वित्तपोषण

स्वर्ण चतुर्भुज की शुरुआत ईपीसी के साथ हुई थी (पीपीपी के शुरू न हो पाने के बाद, पीपीपी में पहला मुख्य प्रयास होने के नाते) जिसके बाद अन्य कॉरिडोरों के लिए पीपीपी पर ज्यादा जोर दिया गया। (विशेष रूप से जब केंद्रीय सड़क निधि के साथ व्यवहार्यता अंतराल निधीयन का विचार आया) तथापि, राजस्व जोखिम चिंता का विषय रहा है और इसलिए *हाइड्रो अनूर्ईटी मॉडल* सामने आया जिसमें रियायतग्राही को केवल निर्माण और रखरखाव का जोखिम उठाना है जबकि राजस्व जोखिम प्राधिकरण का होगा। उम्मीद है कि

लेखक आईआईएम बेंगलुरु के निदेशक हैं और ढांचगत और परिवहन प्रणालियों के गहरे जानकार हैं। इन्होंने दर्जनों शोध पत्र लिखे हैं और छह पुस्तकों के सहलेखक भी हैं। वे भारत सरकार के विभिन्न मंत्रालयों की विभिन्न नीति निर्माण और सलाहकार समितियों में भी रहे हैं। ईमेल: graghu@iimb.ac.in

भारतमाला कार्यक्रम 550 जिलों को राजमार्गों से जोड़ेगा

सड़क परिवहन और राजमार्ग, जहाजरानी, जल संसाधन, नदी विकास और गंगा संरक्षण मंत्री द्वारा हाल ही में की गई घोषणा के अनुसार भारतमाला परियोजना के तहत 2018 की समाप्ति से पहले 8 लाख करोड़ रुपए की लागत से राजमार्ग बनाने का कार्य शुरू किया जाना है। **भारतमाला** राजमार्ग क्षेत्र के लिए बनाया गया नया कार्यक्रम है जो महत्वपूर्ण अवसंरचना अंतरालों को भरकर देश में सड़कों के जरिए होने वाली आवाजाही की कुशलता को इष्टतम करने पर ध्यान देता है।

भारतमाला देश में आर्थिक वृद्धि का मुख्य वाहक बनेगा तथा प्रधानमंत्री के नवीन भारत के सपने को पूरा करने में मदद करेगा। इस कार्यक्रम को मौजूदा राजमार्ग अवसंरचना की शून्यता को भरने के लिए बनाया गया है ताकि लोगों और सामान की आवाजाही को आसान बनाया जा सके। इस कार्यक्रम के तहत पिछड़े और आदिवासी इलाकों, आर्थिक गतिविधियों के केंद्रों, धार्मिक और पर्यटक स्थलों, सीमावर्ती क्षेत्रों, तटीय क्षेत्रों और पड़ोसी देशों के साथ व्यापार के मार्गों पर संपर्क सुविधा उपलब्ध कराने पर विशेष

भारतमाला:

भारत को अभूतपूर्व तरीके से जोड़ना



34,800 किमी. लंबी सड़कों का निर्माण किया जाना है

5,35,000 करोड़ रुपए का निवेश किया जाना है



- आर्थिक कॉरिडोर (9000 किमी.): आर्थिक क्षमता का पूर्ण उपयोग करना
- इंटर कॉरिडोर और फीडर रूट (6000 किमी.): समग्र सम्पर्क सुविधा सुनिश्चित करना
- राष्ट्रीय कॉरिडोर दक्षता सुधार (5000 किमी.): कुशलता बढ़ाना
- सीमावर्ती सड़कें और अंतरराष्ट्रीय संपर्क सुविधा (2000 किमी.): सीमा पर संपर्क बढ़ाना
- तटीय सड़कें और पत्तन संपर्क (2000 किमी.): विकास के लिए पत्तनों का लाभ उठाना
- ग्रीन फील्ड एक्सप्रेस-वे (800 किमी.): जल्द लाभ प्राप्त करने के लिए तेज गति
- संतुलित एनएचडीपी कार्य (10,000 किमी.): व्यापक संपर्क को बढ़ाना

ध्यान दिया गया है।

भारतमाला कार्यक्रम देश को 50 राष्ट्रीय कॉरिडोर देगा, जिनका वर्तमान संख्या 6 है। इसके साथ ही माल की 70-80 प्रतिशत आवाजाही राजमार्गों के साध-साध होगी जो अभी केवल 40 प्रतिशत है। यह कार्यक्रम देश के 550 जिलों को राजमार्गों से जोड़ने में मदद करेगा। अभी लगभग 300 जिले ही राजमार्गों से जुड़े हैं। देश के **संभारिकी**

कार्यनिष्पादन सूचकांक (एलपीआई) पर भी **भारतमाला** का सकारात्मक प्रभाव पड़ेगा। इसके अलावा, इस कार्यक्रम से निर्माण क्रियाकलापों में बड़ी मात्रा में प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रोजगार सृजन, राजमार्ग सुविधाओं के विकास तथा देश के विभिन्न हिस्सों में आर्थिक गतिविधियों को बढ़ावा देने में सहायता मिलेगी।

भारतमाला के पहले चरण में लगभग 24,800 किमी. सड़क पर विचार किया जा रहा है। इसके अलावा **भारतमाला** परियोजना चरण 1 में एनएचडीपी के तहत 10,000 किमी. सड़क का संतुलित सड़क कार्य शामिल है जिससे 24,800 किमी. की अनुमानित लागत 5,35,000 करोड़ हो गई है। **भारतमाला** चरण 1 को पांच वर्ष की अवधि अर्थात् 2017-18 से 2021-22 के दौरान कार्यान्वित किया जाना है। चरण 1 के घटक और अनुमानित व्यय निम्नानुसार है:

भारतमाला परियोजना लेन के विस्तार,

घटक	लंबाई किमी.	परिव्यय (करोड़ रु.)
आर्थिक कॉरिडोर विकास	9,000	1,20,000
इंटर-कॉरिडोर और फीडर सड़कें	6,000	80,000
राष्ट्रीय कॉरिडोर दक्षता सुधार	5,000	100,000
सीमावर्ती और अंतरराष्ट्रीय संपर्क सड़कें	2,000	25,000
तटीय और पत्तन संपर्क सड़कें	2,000	20,000
एक्सप्रेस-वे	800	40,000
कुल:	24,800	385,000
एनएचडीपी के तहत संतुलित सड़क कार्य	10,000	1,50,000
कुल		5,35,000

रियायतग्राहियों के लिए यह अधिक आकर्षक होगा, वित्तीयन की अधिक संभावना के कारण सरकार भी ईपीसी में आ सकेगी जिससे केंद्रीय सड़क निधि और राजस्व का हिस्सा बढ़ सकेगा।

भूमि अधिग्रहण और पर्यावरणीय मंजूरी

ये समस्याएं हमेशा रहेंगी और इसका समाधान करने की जरूरत है। आदर्श रूप

में, रियायतग्राहियों को 'लगाओ और चलाओ' आधार पर परियोजना में शामिल किया जाना चाहिए जबकि सरकार (सरकारों) से सभी मंजूरीयां ली जा चुकी हों। खास बात 2009-14 की अवधि में हुई जब भूमि अधिग्रहण विधेयक पारित किया गया था, साथ ही वन्य संरक्षण पर कठोर पर्यावरणीय

मंजूरी भी दी गई थी। इससे उन रियायतों के लिए समस्या पैदा हो गई जहां करार पर पहले ही हस्ताक्षर किए जा चुके थे, किन्तु यह विधेयक एक और विनियम के रूप में सामने आ गया। उम्मीद है कि इस विषय में और विनियमों की आवश्यकता नहीं है। तथापि, 'लगाओ और चलाओ' अब भी एक मुश्किल

रिंग रोड, बायपास/एलीवेटेड कॉरिडोर और चिह्नित स्थानों पर लॉजिस्टिक पार्कों के निर्माण के जरिए राष्ट्रीय कॉरिडोर (स्वर्णिम चतुर्भुज और एनएस-ईडब्ल्यू) के संकुल बिंदुओं को खोलकर इनकी कुशलता को बेहतर बनाने की परिकल्पना करता है। भारतमाला के चरण 1 में लगभग 5,000 किमी. लंबे राष्ट्रीय कॉरिडोर में कार्य शुरू किया जाएगा जिसकी अनुमानित लागत 100,000 करोड़ रुपए है।

इस कार्यक्रम ने 26,200 किमी. लंबे ऐसे आर्थिक कॉरिडोर अथवा मार्ग की पहचान की है जहां सामान की बहुत अधिक आवाजाही होती है जिसमें से 9,000 किमी. का विकास चरण-1 में 1,20,000 करोड़ की अनुमानित लागत से किया जाएगा। इन कॉरिडोरों का पूरी तरह से विकास करने की योजना है ताकि निर्बाध और त्वरित आवाजाही तथा मानकों की एकरूपता सुनिश्चित की जा सके। इसके अलावा, भारतमाला के तहत लगभग 8,000 किमी. के इंटर-कॉरिडोर और लगभग 7,500 किमी. के फीडर कॉरिडोर की पहचान की गई है जिसमें से 6000 किमी. सड़क का विकास चरण 1 में 80,000 करोड़ की अनुमानित लागत से किया जाएगा। दो से अधिक कॉरिडोरों को आपस में जोड़ने के रास्तों को इंटर-कॉरिडोर के रूप में वर्गीकृत किया गया है जबकि एक या दो कॉरिडोर को जोड़ने वाले मार्गों को फीडर कॉरिडोर का नाम दिया गया है। अनेक स्थानों पर मौजूद अवसंरचनागत असमानता को दूर करने के लिए इन कॉरिडोरों का विकास किया जाएगा।

भारतमाला के अंतर्गत अंतरराष्ट्रीय सीमाओं पर रणनीतिक रूप से महत्वपूर्ण सीमावर्ती क्षेत्रों में 3300 किमी. लंबी सड़कों 2000 किमी. लंबी अंतरराष्ट्रीय संपर्क सड़कों



का निर्माण करने की परिकल्पना की गई है ताकि नेपाल, भूटान, बांग्लादेश और म्यांमार के साथ व्यापार को बढ़ावा दिया जा सके। इनमें से लगभग 2000 किमी. सड़क का कार्य चरण-1 में शुरू किया जाएगा जिसकी अनुमानित लागत 25,000 करोड़ रुपए है।

उपर्युक्त के अलावा, भारतमाला के तहत 2,100 किमी. की तटीय सड़कों और 2000 किमी. लंबी पत्तन संपर्क सड़कों की पहचान की गई है जिनमें से 2,000 किमी. का कार्य चरण-1 में शुरू किया जा रहा है जिसकी अनुमानित लागत 20,000 करोड़ रुपए है। लगभग 1,900 किमी. की पहचान *ग्रीन-फील्ड एक्सप्रेस-वे* के विकास के लिए की गई है जिसमें से लगभग 800 किमी. सड़क का विकास चरण-1 में 40,000 करोड़ रुपए की लागत से किया जाएगा। एनएचडीपी के तहत 10,000 किमी. सड़क का संतुलन सड़क कार्य 1,50,000 करोड़ रुपए की लागत से किया जाएगा।

भारतमाला चरण-1 के लिए 5,35,000 करोड़ रुपए के अलावा, वर्तमान में राजमार्ग

क्षेत्र में कार्यान्वित की जा रही योजनाओं जैसे एनएच(ओ), एसएआरडीपी-एनई, ईएपी और एलडब्ल्यू के लिए 1,57,324 करोड़ रुपए की आवश्यकता है। इस प्रकार, पांच वर्ष की अवधि के दौरान भारतमाला और सभी मौजूदा योजनाओं का कुल परिव्यय 6,92,324 करोड़ रुपए होगा।

वर्ष 2017-18 से 2021-22 के दौरान भारतमाला और मौजूदा योजनाओं के लिए समग्र बजटीय सहायता केंद्रीय सड़क निधि (सीआरएफ) से 2,37,024 करोड़ रुपए, बजटीय सहायता के रूप में 59,973 करोड़ रुपए, टोलिंग, संचालन रख-रखाव और अंतरण (टीओटी) मार्ग के जरिए अनुमानित मौद्रीकरण से 34,000 करोड़ रुपए और एनएचएआई द्वारा टोल-स्थायी पुल शुल्क निधि (पीबीएफएफ) के रूप में एकत्रित 46,048 करोड़ रुपए तक सीमित है।

भारतमाला के लिए विभिन्न घटकों में लगभग 600 परियोजनाओं की पहचान की गई है।

बात है। कई बार इसके कारण विलंब होता है जिससे 'कॉरिडोर' की गरिमा भंग होती है और 'पैकेज' आधारित कार्यान्वयन में रुकावट आती है।

विस्तृत नजरिया

हालांकि स्वर्ण चतुर्भुज और एनएसईडब्ल्यू साहसिक दृष्टिकोण थे, जिसमें मुख्यतः एनएच

श्रेणी (स्वर्ण चतुर्भुज) और राष्ट्रीय एकीकरण बिन्दु (एनएसईडब्ल्यू) को शामिल किया गया था जिसके बाद एनएचडीपी के शेष चरण आए थे, फिर भी कार्यान्वयन संबंधी विभिन्न मुद्दों के कारण कुछ असफलताएं भी हाथ लगीं, जिनमें से कुछ परियोजना खंड कानूनी विवादों में भी फंस गए। वर्तमान

दृष्टिकोण यह है कि परियोजना प्राथमिकताओं का पुनर्निर्माण करके प्रतिबद्धता को फिर से विकास की ओर ले जाया जाए। यह और भी साहसिक हो सकता है, जिसमें एक्सप्रेस-वे पर अधिक जोर दिया जाए जो प्रमुख कॉरिडोरों के संबंध में विकास को बढ़ावा देने के लिए बहुत जरूरी है। □

जल लेखा परीक्षा

जल ही जीवन है। फिर भी हम जल को वह महत्व नहीं देते जो उसे मिलना चाहिए क्योंकि हम यह मानते हैं कि यह भरपूर और सस्ता है। और जल के संरक्षण के लिए कुछ ही प्रोत्साहन उपलब्ध थे। अब, पूरा परिदृश्य बदल गया है। जल की कमी वैश्विक समस्या का रूप ले चुकी है। ऐसा अनुमान है कि 2030 जल की मांग इसकी आपूर्ति से 40 प्रतिशत अधिक होगी। इस वर्ष तक दुनिया की आधी से अधिक आबादी जल की कमी वाले क्षेत्रों में रह रही होगी। जल्द ही भारत जल की कमी से जूझने वाला देश बन जाएगा इसलिए हम सभी को अभी से ही जल बचाने की दिशा में काम करने की जरूरत है। इसके लिए जल के इस्तेमाल को कम करना और इसका कुशल और सही प्रबंधन करना होगा। जल की बर्बादी को कम करने, इसके विभिन्न प्रयोगों को बढ़ाने के लिए जल लेखांकन एक प्रभावी प्रबंध साधन है जिसके जरिए घरेलू, विद्युत, औद्योगिक तथा सिंचाई जैसे क्षेत्रों में जल के कम उपयोग, पुनः इस्तेमाल और पुनर्चक्रण द्वारा जल की काफी बचत की जा सकती है।

जल लेखांकन से वितरण प्रणाली और जल के प्रयोक्ताओं की पूरी जानकारी मिलती है जिससे अधिक विश्वसनीयता के साथ संसाधनों के सरल और प्रभावी प्रबंधन में सुविधा होती है।

जल लेखा परीक्षण के चरण

जलापूर्ति और उपयोग अध्ययन : जल लेखांकन में जल के स्रोतों, वितरण प्रणाली, प्रयोक्ताओं को जल उपलब्ध कराने के बिन्दुओं और अपशिष्ट अथवा अतिरिक्त जल के प्रवाह का लेआउट बनाना शामिल है। इस लेआउट में मुख्य बिंदुओं पर स्थापित प्रवाह मापी यंत्रों का स्थान और क्षमता, जलापूर्ति प्रणाली में पाइपों और फिटिंग का परिमाण सम्मिलित है। जल के वर्तमान उपयोग को समझने और भावी आवश्यकता का अनुमान लगाने के लिए जल के स्रोतों की उपलब्धता और विभिन्न क्षेत्रों के पिछले उपभोग की रूपरेखा का अध्ययन जरूरी है। वर्षा जल के संग्रहण और बहिस्त्राव के पुनर्चक्रण के जरिए जल के स्थायी स्रोतों के विकास के आंकड़ों पर भी विचार किया जाता है।

प्रक्रिया अध्ययन : सभी महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर प्रवाह मापक उपकरण लगाए जाते हैं ताकि विभिन्न घटकों जैसे प्राकृतिक जल स्रोतों, प्राकृतिक स्रोत से शोधन संयंत्र तक परिवहन प्रणाली, शोधन संयंत्र से उपचारित जल संग्रहण प्रणाली, उपचारित जल संग्रहण प्रणाली से वितरण नेटवर्क, वैयक्तिक प्रयोक्ताओं तक जल की बर्बादी का नियमित अंतराल पर मूल्यांकन किया जा सके। प्रणाली के भावी विस्तार, मरम्मत और आधुनिकीकरण के लिए ऐसे अध्ययन उपयोगी हैं।

जल की गुणवत्ता : आपूर्ति किए गए जल में मौजूद गंदगी के स्तर और प्रकृति का पता लगाने के लिए मुख्य बिंदुओं पर वितरण प्रणाली में उपलब्ध जल की गुणवत्ता की नियमित रूप से निगरानी भी की जाती है। अपेक्षित शुद्धता के प्रकार और मात्रा के आधार पर शोधन प्रणाली का निर्माण व विकास किया जाता है।

प्रणाली लेखांकन : विभिन्न क्षेत्रों जैसे सिंचाई, उद्योग और वाणिज्य, जल विद्युत, घरेलू जलापूर्ति, ताप विद्युत तथा अन्य के तहत जल के मौजूदा उपयोग और जलोपयोग की प्रणालियों का अध्ययन आवश्यक है ताकि उनकी कार्यात्मक कुशलता और मरम्मत के स्तर की जांच की जा सके। मौजूदा प्रणालियों की स्थिति के आधार पर संशोधन अथवा उन्नयन किया जाएगा। विभिन्न उप-प्रणालियों के जरिए प्रवेश बिंदु से अंतिम प्रयोक्ता तक मापन पद्धति का आवधिक सत्यापन आवश्यक है ताकि इसकी निरंतरता, कुशलता और दक्षता सुनिश्चित की जा सके। मंडल, जिलों आदि तथा उपभोक्ताओं के लिए राजस्व परिमाण के लिए विस्तृत परिमाण स्रोत पर किया जाना चाहिए। इससे अनावश्यक अपशिष्ट जल सृजन की पहुंच का पता लगाने में मदद मिलेगी।

प्रवाह विश्लेषण : पर्यावरण मानकों से अनुरूपता, बहुमूल्य उप-उत्पादों की पुनः प्राप्ति की संभावना और अपशिष्ट जल के पुनर्चक्रण के अवसरों के लिए घरेलू अपशिष्ट जल, सिंचाई से पुनः प्राप्त जल प्रवाह और उद्योगों के बहिस्त्राव का अध्ययन करने की आवश्यकता है।

जल लेखांकन रिपोर्ट : किसी प्रणाली के जल लेखांकन को समझने से पहले पर्याप्त योजना और मानक प्रक्रिया आवश्यक है। किसी सेवा के लिए आर्बाटित जल और उस सेवा के लिए वास्तव में प्रयुक्त जल के आधार पर जल लेखांकन पूरी की जा सकती है। जल की बर्बादी और प्रणाली की कुशलता के मूल्यांकन के बाद नवीकरणीय जल के इस्तेमाल के उपाय सोचे जा सकते हैं।

सिंचाई में जल की सबसे ज्यादा खपत होती है। देश में जल की कुल खपत का 83 प्रतिशत सिंचाई के लिए उपयोग किया जाता है। अतः इसे जल के संरक्षण के लिए मुख्य रूप से ध्यान दिए जाने वाला क्षेत्र माना गया है। 'हर बूंद में अधिक उपज' के फार्मूले को अपनाने पर जोर दिया जा रहा है।

सिंचाई क्षेत्र में जल के उपयोग की कुशलता में थोड़ा-सा भी सुधार होने से जल की काफी बचत होगी, जिससे सिंचित क्षेत्र का विस्तार किया जा सकेगा। केवल सिंचाई क्षेत्र में ही नहीं बल्कि अन्य क्षेत्रों में भी जल की बचत करने की बहुत जरूरत है। □

इन्वेस्ट इंडिया, स्टार्ट-अप और नए प्रतिमान

अजय शंकर



आज हम सरकार के विभिन्न स्तरों पर एक नए निवेशक-मित्रतापूर्ण मानसिकता देख रहे हैं। केंद्र एवं राज्य, दोनों में निवेशकों के अनुकूल व्यापक माहौल से भारत के निवेश आकर्षण पर गहरा असर पड़ा है। निवेश की सुविधा उपलब्ध कराने के अलावा इन्वेस्ट इंडिया सभी राज्यों के साथ उनके निवेश प्रोत्साहन क्षमता को आगे बढ़ाने में सहयोग करता है। सरकार और निवेशकों के बीच बातचीत की गुणवत्ता में उल्लेखनीय बदलाव आया है

इन्वेस्ट इंडिया की परिकल्पना एक ऐसी सक्रिय एजेंसी के रूप में की गई थी, जो संभावित विदेशी निवेशकों को व्यावसायिक सहायता और दिशानिर्देश प्रदान करेगी, ताकि उनके लिए ये सब काम आसान हो सके—(अ) संभावित निवेश के फैसले के लिए व्यावसायिक मामले को समझने और उसका विश्लेषण करने, और (ब) निवेश के फैसले से लेकर व्यवसाय संचालन तक की यात्रा को समर्थन, सहयोग और मजबूती मिल सके। उम्मीद थी कि देश में, खासकर नए, हरित क्षेत्र की औद्योगिक परियोजनाओं में प्रत्यक्ष विदेशी निवेश (एफडीआई) की संभावना और वास्तविक प्रवाह के बीच के अंतर को कम करने में मदद मिलेगी। एफडीआई के आधार पर चीन दुनिया की फैक्ट्री बन गया है। तुलनीय क्षमता वाला भारत अभी संक्रमण के दौर से गुजर रहा है।

वर्ष 2015 में नई सरकार ने प्रधानमंत्री की दूरदर्शिता को ध्यान में रखते हुए भारत को एफडीआई का सबसे आकर्षक गंतव्य बनाने और लाल फीताशाही की छवि को लाल कालीन छवि में बदलने के लिए इन्वेस्ट इंडिया का सृजन किया। इस प्रकार इन्वेस्ट इंडिया की शुरुआत सरकार के भीतर उद्यमशीलता की एक अनूठी कहानी है।

एक अनुभवी बैंकर और प्राइवेट इक्विटी पेशेवर नए सीईओ दीपक बागला

के नेतृत्व में भारत में यकीन रखने वालों के एक दल ने इन्वेस्ट इंडिया की छतरी के तहत आकार लेना शुरू किया। इन्वेस्ट इंडिया की 29 साल की औसत उम्र के साथ 110 सदस्यीय टीम में निजी क्षेत्र के पेशेवर हैं, जिनमें कई पूर्व निवेश बैंकर और गोल्डमैन सैक्स, मेकिंजी, और बैन एंड कंपनी जैसे प्रतिष्ठित नियोक्ताओं के पूर्व प्रबंधन सलाहकार शामिल हैं। इन्वेस्ट इंडिया के हर कर्मचारी ने वेतन के ऊपर राष्ट्र निर्माण को तवज्जो दी है और वे बेहद प्रेरित हैं। भारत की निवेश संवर्धन एवं सुविधा एजेंसी के रूप में इन्वेस्ट इंडिया भारत में निवेशकों के लिए पहले संदर्भ बिंदु (निवेश संबंधी सूचनाओं एवं सलाह का पहला स्रोत) के रूप में काम करता है।

इन्वेस्ट इंडिया संबंधित हितसाधकों के साथ निवेशकों के लिए व्यावसायिक माहौल को सरल बनाकर व्यवस्थित ढंग से काम करके देश में निवेश के माहौल को बदल रहा है। इन्वेस्ट इंडिया के विशेषज्ञ, जो विभिन्न देशों, भारतीय राज्यों एवं क्षेत्रों के विशेषज्ञ हैं, निवेश करने से पहले से लेकर बाद में देखभाल तक निवेशकों की मदद करते हैं।

इन्वेस्ट इंडिया के विशेषज्ञ बाजार प्रवेश की रणनीति, गंभीर उद्योग विश्लेषण, भागीदार ढूँढ़ने, स्थान मूल्यांकन और नीति-निर्माताओं के साथ नीतिगत पैरोकारी जैसे विभिन्न मंच प्रदान करते हैं।

संयुक्त राष्ट्र व्यापार और विकास सम्मेलन, 2016 में इन्वेस्ट इंडिया को निवेश प्रोत्साहन पुरस्कार का विजेता घोषित किया गया। वर्ष 2014 में जन्म से लेकर 2016 में वैश्विक विजेता बनने की यात्रा नए भारत की कहानी को बेहतर ढंग से प्रतिबिंबित करती है। यह गति और पैमाने के मामले में अभूतपूर्व बदलाव है। सबसे महत्वपूर्ण बात है कि यह बहुत कम लागत पर हासिल किया गया, इन्वेस्ट इंडिया का बजट अपने वैश्विक समकक्षों की तुलना में एक चौथाई से भी कम है।

सरकारी संगठन (इंटरफेस) और निवेशकों के सलाहकार होने की दोहरी भूमिका ने इन्वेस्ट इंडिया के रिलेशनशिप मैनेजर को यह महत्वपूर्ण जिम्मेदारी सौंपी है कि वह देखे कि एक संभावित निवेशक वास्तविक निवेशक बने और भारत में व्यवसाय संचालन की उसकी यात्रा आसान, तेज और सुखद हो। इसके लिए इन्वेस्ट इंडिया ने एक अनूठी ऑपरेटिंग मॉडल शुरू किया है, जो अपने लोगों के चारों ओर घूमता है और व्यक्तिगत शिक्षा और टीमवर्क को प्राथमिकता देता है। इन्वेस्ट इंडिया के प्रत्येक कर्मचारी के पास देश, क्षेत्र या राज्य के लिए प्राथमिक, द्वितीयक और तृतीयक जिम्मेदारी है, जो एक नए निवेशक पर लक्ष्य साधने से लेकर एक राज्य में उन्हें अपना व्यवसाय संचालित करने के लिए क्षेत्रीय विशेषज्ञता का लाभ देने तक निवेश चक्र का समग्र परिप्रेक्ष्य प्रदान करता है।

अपने अद्वितीय मॉडल और अपनी टीम के जुनून के कारण इन्वेस्ट इंडिया ने कई क्षेत्रों में महत्वपूर्ण प्रभाव डाला है। भारत में व्यवसाय करने के क्षेत्र में प्रतिस्पर्द्धा बढ़ाने, स्टार्ट अप को समर्थन देने और सभी क्षेत्रों में निवेश को सुविधाजनक बनाने की दिशा में इसने महत्वपूर्ण काम किया है, जिसमें स्वास्थ्य सेवा के क्षेत्र में नई शुरुआत भी शामिल है, जिसने लोगों की जिंदगी बदल दी है। इन्वेस्ट इंडिया ने निवेशकों के वैश्विक बोर्ड द्वारा

निर्धारित भारत में व्यावसायिक उत्पादन के लिए मंजूरी में लगने वाले समय को लगातार घटाया है। यह निवेशकों की प्रतिस्पर्द्धात्मकता और उनकी सफलता के लिए महत्वपूर्ण है। डेनमार्क की विंड टरबाइन कंपनी वेस्टास ने अपने वैश्विक बोर्ड से मंजूरी के 15 महीनों के भीतर गुजरात में ब्लेड का निर्माण शुरू किया। यह कंपनी के इतिहास में सबसे तेज था और इसने दो महीने से ज्यादा समय से चीन के पूर्व रिकॉर्ड को ध्वस्त कर दिया।

इसी तरह ब्रिटेन में भारतीय मूल के एक एनएचएस डॉक्टर के मेक इन इंडिया को लेकर एक सवाल ने स्वास्थ्य क्षेत्र को पूरी तरह से बदल दिया, जिसे दुनिया

इससे भी महत्वपूर्ण बात है कि आज हम सरकार के विभिन्न स्तरों पर एक नए निवेशक-मित्रतापूर्ण मानसिकता देख रहे हैं। केंद्र एवं राज्य, दोनों में निवेशकों के अनुकूल व्यापक माहौल से भारत के निवेश आकर्षण पर गहरा असर पड़ा है। निवेश की सुविधा उपलब्ध कराने के अलावा इन्वेस्ट इंडिया सभी राज्यों के साथ उनके निवेश प्रोत्साहन क्षमता को आगे बढ़ाने में सहयोग करता है। सरकार और निवेशकों के बीच बातचीत की गुणवत्ता में उल्लेखनीय बदलाव आया है।

का सबसे बड़ी स्वास्थ्य परियोजना कहा जा सकता है, जो भारतीय स्वास्थ्य सेवा के परिदृश्य में बदलाव का वायदा करती है। इंडो-यूके इंस्टीट्यूट ऑफ हेल्थ 11 राज्यों में समेकित मेडिसिटीज का निर्माण कर रही है, जो बड़े पैमाने पर महत्वपूर्ण अर्थव्यवस्थाओं को चलाएगा और विश्व स्तर पर प्रतिस्पर्द्धी उन्नत स्वास्थ्य सेवा प्रदान करने के लिए नैदानिक क्लिनिक और चिकित्सा उपकरणों के आपूर्तिकर्ताओं के साथ सहयोग का फायदा उठाएगा। यह घरेलू जरूरतों को पूरा करने के साथ ही वैश्विक चिकित्सा पर्यटन केंद्र के रूप में भी काम करेगा।

हाल ही में इन्वेस्ट इंडिया ने निवेशकों के एक लाख सवालों का जवाब देने का रिकॉर्ड बनाया है। ये सवाल 47 क्षेत्रों और 115 देशों से पूछे गए थे। निवेशकों की शीर्ष दिलचस्पी के क्षेत्र हैं- खाद्य प्रसंस्करण, आईटी व आईटीईएस, नवीकरणीय ऊर्जा, इलेक्ट्रॉनिक्स और वस्त्र। इन्वेस्ट इंडिया ने अभी 80 अरब डॉलर से ज्यादा के निवेश को सुगम बनाया है, जिसमें 300 मामले शामिल हैं और उनमें सात लाख लोगों को रोजगार देने की क्षमता है। शीर्ष पांच पाइपलाइन क्षेत्र हैं- निर्माण और बुनियादी ढांचे, ऑटोमोबाइल, नवीकरणीय ऊर्जा, स्वास्थ्य देखभाल और खुदरा क्षेत्र। सबसे महत्वपूर्ण बात है कि इन्वेस्ट इंडिया ने 7.4 अरब डॉलर के वास्तविक निवेश को धरातल पर उतारा है, जिसके परिणाम स्वरूप 94,000 से अधिक प्रत्यक्ष नौकरियों का सृजन हुआ है।

इससे भी महत्वपूर्ण बात है कि आज हम सरकार के विभिन्न स्तरों पर एक नए निवेशक-मित्रतापूर्ण मानसिकता देख रहे हैं। केंद्र एवं राज्य, दोनों में निवेशकों के अनुकूल व्यापक माहौल से भारत के निवेश आकर्षण पर गहरा असर पड़ा है। निवेश की सुविधा उपलब्ध कराने के अलावा इन्वेस्ट इंडिया सभी राज्यों के साथ उनके निवेश प्रोत्साहन क्षमता को आगे बढ़ाने में सहयोग करता है। सरकार और निवेशकों के बीच बातचीत की गुणवत्ता में उल्लेखनीय बदलाव आया है। इन्वेस्ट इंडिया बैठकों की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए विभिन्न सरकारी विभागों को विभिन्न गतिविधियों-प्री-ब्रीफ्स तैयार करने, एजेंडा तैयार करने, प्रस्तुतिकरण में सहयोग और बैठक को परिणामोन्मुख बनाने के लिए खोज-खबर लेने जैसे कार्यों में मदद करता है। अंततः हम सरकार के विभिन्न स्तरों पर सर्वोत्तम वैश्विक अभ्यासों के लिए व्यापक खुलापन देखते हैं। उदाहरण के लिए, इन्वेस्ट इंडिया दर्जन भर राज्य सरकारों के साथ काम कर रहा है, ताकि वैश्विक स्टार्ट-अप माहौल से सीख का

फायदा उठाकर अपनी स्टार्ट-अप नीति तैयार करने में मदद की जा सके।

देश की नवोन्मेषी पारिस्थितिकी तंत्र को आगे बढ़ाने और रोजगार सृजन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने वाली घरेलू उद्यमशीलता को देखते हुए सरकार ने इन्वेस्ट इंडिया के तत्वावधान में स्टार्ट-अप इंडिया की पहल की थी। कई घरेलू स्टार्ट-अप को इन्वेस्ट इंडिया द्वारा सुविधा प्रदान की गई और स्टार्ट-अप इंडिया ने जीवन बदल दिया तथा राष्ट्रीय स्तर पर असर डाला है। सागर डिफेंस की कहानी का इसका उदाहरण है। इन्वेस्ट इंडिया की टीम ने उस उद्यमी के साथ काम किया, जिसने मानवरहित नौसैनिक निगरानी पोत की तकनीक विकसित की। इन्वेस्ट इंडिया की टीम ने सागर डिफेंस के साथ उनके व्यवसाय के सभी पहलुओं पर मदद की, जैसे कंपनी के निगमन के तरीके का पुनर्गठन, व्यावसायिक योजना और रक्षा संबंधी परमिट और लाइसेंस

पाने में मदद। आज सागर डिफेंस की गिनती भारत एवं विश्व की सबसे सफल स्टार्ट-अप के रूप में की जाती है।

इन्वेस्ट इंडिया प्रधानमंत्री की पहल सुधार-प्रदर्शन-परिवर्तन का एक अच्छा उदाहरण है। इसने सुधारों को आगे बढ़ाया है और केंद्र व राज्य दोनों सरकारों के सभी स्तरों पर लगातार प्रयास किए हैं। इससे विदेशी निवेशकों के भारत को देखने के नजरिये में परिवर्तनकारी बदलाव आया है। इस सरकार ने कठिन निर्णय लेने की क्षमता का प्रदर्शन किया है, जिसने सुधारों के प्रति भारत की प्रतिबद्धता के बारे में वैश्विक निवेशकों को राहत प्रदान की है। वैश्विक निवेशकों के बोर्ड रूम में चर्चा अब 'यदि' उनके निवेश योजना में भारत को शामिल करने की आवश्यकता होती है, तो इसको लेकर होती है कि वे अपनी भारत नीति को कैसे निष्पादित करेंगे। व्यवस्था की विश्वसनीयता में निवेशकों के भरोसे को अब हलके में लिया जाता

है। विश्व बैंक के इज ऑफ़ डुइंग बिजनेस जैसे निष्पक्ष अध्ययन, जिसमें भारत ने इस वर्ष किसी भी बड़ी अर्थव्यवस्था से ज्यादा ऊंची छलांग लगाई, (130 से 100वें स्थान पर), भारत के प्रति भरोसे को बढ़ाया है। कारोबारी माहौल में ये जमीनी स्तर के बदलाव के निवेश और अर्थव्यवस्था पर व्यापक असर पड़ता है। उदाहरण के लिए, फाइनेंसियल टाइम्स के एफडीआई इंटेलिजेंस रैंक में भारत ग्रीनफील्ड एपडीआई पाने वाला अक्वल देश है। इसने निवेशकों के दीर्घकालीन भरोसे को दिखाया है और भारत में परियोजनाओं के लाभदायक संचालन के प्रति उनके विश्वास पर प्रकाश डाला है।

इन्वेस्ट इंडिया टीम की यह सिर्फ एक शुरुआत है, क्योंकि यह भारत को अगले कुछ वर्षों में निवेश के लिए सर्वाधिक अनुकूल देशों में से एक बनाने और सबसे ज्यादा एफडीआई पाने वाला देश बनाने के लिए काम करता है। □

अब उपलब्ध है ... हमारी पत्रिकाओं की ऑनलाइन सदस्यता



<http://publicationsdivision.nic.in/>,
bharatkosh.gov.in के सहयोग से

उपभोक्ता संरक्षण के लिए संयुक्त राष्ट्र दिशानिर्देश 2016

वित्तीय सेवाएं

सदस्य देशों को निम्नलिखित को स्थापित अथवा प्रोत्साहित जैसा भी उपयुक्त हो, करना चाहिए:

- वित्तीय उपभोक्ता संरक्षण विनियामक और प्रवर्तन नीतियां;
- निगरानी निकाय, जो अपने कार्यों को करने के लिए आवश्यक प्राधिकार और संसाधनों से युक्त हो;
- जमाओं सहित उपभोक्ताओं की परिसम्पत्तियों की सुरक्षा के लिए उपयुक्त नियंत्रण और सुरक्षा तंत्र;
- बेहतर वित्तीय शिक्षा रणनीतियां जो वित्तीय साक्षरता को बढ़ावा दें;
- उचित प्रबंध और सही प्रकटीकरण ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि वित्तीय संस्थाएं अपने प्राधिकृत एजेंटों द्वारा किए गए कार्यों के लिए उत्तरदायी और जवाबदेह हैं। हितों के संभावित टकराव का पता लगाने के लिए वित्तीय सेवा प्रदाताओं के पास हितों के टकराव के संबंध में लिखित नीति होनी चाहिए। जब प्रदाता और तृतीय पक्ष के बीच हितों के टकराव की संभावना होती है तो इस बारे में उपभोक्ता को बताया जाना चाहिए ताकि हितों के टकराव के कारण उपभोक्ता होने वाले संभावित नुकसान से बच सके;
- वित्तीय सेवा प्रदाताओं और प्राधिकृत एजेंटों द्वारा जिम्मेदार व्यावसायिक आचरण, जिसमें जिम्मेदार तरीके से उपभोक्ताओं की जरूरतों के अनुसार ऋण देना और उचित उत्पादों की बिक्री शामिल है;
- उपभोक्ताओं के वित्तीय आंकड़ों की सुरक्षा के लिए उचित नियंत्रण,



जिसमें धोखे और जालसाजी से बचना भी शामिल है;

- एक विनियामक ढांचा, जो प्रेषण के लिए लागत दक्षता और पारदर्शिता को इस तरह बढ़ावा देता है कि उपभोक्ताओं को हस्तांतरित की जाने वाली निधि के मूल्य और प्राप्ति, विनिमय दरों, सभी शुल्कों तथा पैसे के हस्तांतरण के साथ जुड़ी किसी अन्य लागत और हस्तांतरण असफल होने की स्थिति में उपचार के बारे में स्पष्ट जानकारी प्राप्त हो। 67 सदस्य देशों को वित्तीय सेवाओं तक पहुंच और इस्तेमाल में वित्तीय समावेशन, वित्तीय शिक्षा और उपभोक्ताओं की सुरक्षा से संबंधित उपभोक्ता नीतियों को लागू तथा एकीकृत करने के उपाय अपनाने चाहिए।

सदस्य देश वित्तीय सेवाओं के संबंध में संगत अंतरराष्ट्रीय दिशानिर्देशों और मानकों पर विचार तथा उनकी समीक्षा कर सकते हैं, तथा जहां भी उपयुक्त लगे, अपनी आर्थिक, सामाजिक और पर्यावरणीय परिस्थितियों के अनुसार उन दिशानिर्देशों और मानकों को अपना सकते हैं, जिससे वे उनके मुताबिक चल सकते हैं तथा उनके सीमापार कार्यान्वयन के लिए अन्य सदस्य देशों के साथ समन्वय कर सकते हैं। इसके लिए सदस्य देश आर्थिक सहयोग और विकास के लिए संगठन के वित्तीय उपभोक्ता संरक्षण के संबंध में उच्चस्तरीय सिद्धांतों तथा 20 के समूह के नवप्रवर्तक वित्तीय समावेशन के सिद्धांत और विश्व बैंक के वित्तीय उपभोक्ता संरक्षण की बेहतर प्रथाओं का अध्ययन कर सकते हैं। □

भारत में राज्यस्तरीय रुग्णता दबाव रिपोर्ट

भारत के उपराष्ट्रपति श्री एम वेंकैया नायडू ने 14 नवंबर, 2017 को भारतीय चिकित्सा अनुसंधान परिषद् (आईसीएमआर) की 'भारत में राज्यस्तरीय रुग्णता दबाव रिपोर्ट' जारी की।

सभी उपलब्ध आंकड़ों का इस्तेमाल करके जारी किए गए ये अनुमान दर्शाते हैं कि प्रमुख संक्रामक रोगों जैसे, दस्त, श्वसन संबंधी संक्रमण और तपेदिक के कारण प्रति व्यक्ति बोझ अन्य राज्यों की तुलना में बिहार, ओडीशा, उत्तर प्रदेश, असम, राजस्थान, मध्य प्रदेश और झारखंड जैसे राज्यों में 7 से 9 गुना अधिक है। इसी तरह प्रमुख गैर-संक्रामक रोग जैसे हृदय संबंधी रोग, लकवा, मधुमेह, फेफड़ों के रोग के कारण प्रति व्यक्ति बोझ अन्य राज्यों की तुलना में कुछ राज्यों में 4-9 गुना अधिक है।

कुल स्वास्थ्य हानि में कुछ विशेष बीमारियों और जोखिम कारकों के योगदान को दर्शाने वाले राज्यों के रोग विश्लेषण उन राज्यों की स्वास्थ्य व परियोजना कार्यान्वयन योजना बनाते समय उपयोगी मार्गदर्शक साबित हो सकता है। मुक्त-पहुंच मानसिक चित्रण



साधन 1990 से 2016 के दौरान प्रत्येक राज्य में बीमारी और जोखिम रुझान को आसान तरीके से दर्शाता है जो नीति निर्माताओं के लिए उपयोगी हो सकता है। योजना निर्माता और विशेषज्ञ जारी किए गए नतीजों का इस्तेमाल करके भारत राज्यस्तरीय रोग बोझ पहल के साथ जुड़ सकते हैं ताकि उनके संबंधित राज्यों में स्वास्थ्य को बेहतर बनाया जा सके।

भारत राज्यस्तरीय रुग्णता दबाव रिपोर्ट पहल द्वारा अपनी रिपोर्ट, वैज्ञानिक दस्तावेज और ऑनलाइन चित्रण साधन में साझा किए गए आंकड़े तथा नतीजे देश

के प्रत्येक राज्य में स्वास्थ्य योजना की सही योजना बनाने में उपयोगी मार्गदर्शक साबित होंगे।

भारत राज्यस्तरीय रुग्णता दबाव रिपोर्ट पहल भारतीय चिकित्सा अनुसंधान परिषद् (आईसीएमआर), पब्लिक हेल्थ फाउंडेशन ऑफ इंडिया (पीएचएफआई), और इंस्टीट्यूट फॉर हेल्थ मेट्रिक्स एंड इवेल्युएशन (आईएचएमई) की स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय, भारत सरकार के साथ मिलकर की गई संयुक्त पहल है जिसमें 100 से अधिक भारतीय संस्थाओं के विशेषज्ञ और हितधारक शामिल हैं। इस संयुक्त पहल ने भारत के प्रत्येक राज्य के लिए राज्यस्तरीय रुग्णता दबाव, जोखिम कारकों के अनुमान और रुझान संबंधी पहली व्यापक रिपोर्ट जारी की है ताकि स्वास्थ्य योजना निर्माताओं को भारत के राज्यों में व्याप्त स्वास्थ्य असमानताओं को कम करने के बारे में सूचित किया जा सके। ये अनुमान 25 वर्षों के दौरान भारत में पहचाने जाने योग्य संक्रामक रोगों के आंकड़ों के विश्लेषण पर आधारित हैं।



अब तक का सबसे बड़ा सर्वेक्षण नेशनल अचीवमेंट सर्वे (एनएएस) का सफल आयोजन

नेशनल अचीवमेंट सर्वे (एनएएस) देश का अब तक का सबसे बड़ा राष्ट्रीय मूल्यांकन सर्वे है और यह विश्व के सबसे बड़े सर्वेक्षणों में से एक है। इस सर्वे का आयोजन हाल ही में देश भर में किया गया। एनएएस तृतीय पक्ष सत्यापन (थर्ड पार्टी वेरिफिकेशन) के तहत किया गया एक पारदर्शी व विश्वसनीय प्रयोग है। यह सरकारी व सरकारी सहायता प्राप्त विद्यालयों में कक्षा 3, 5 व 8 के लिए आयोजित किया गया। सर्वे टूल्स में भाषा, गणित से संबंधित कक्षा 3 व 5 के 45 प्रश्नों तथा गणित, भाषा, विज्ञान व समाज विज्ञान में कक्षा 8 के 60 प्रश्नों वाले बहुविध टेस्ट बुकलेट्स का प्रयोग किया गया है। तैयार किए गए क्षमता आधारित प्रश्न एनसीईआरटी द्वारा विकसित परिणामों, जिसे हाल ही में भारत सरकार द्वारा शिक्षा के अधिकार (आरटीई) में शामिल किया गया है, को प्रतिबिंबित करता है। जांच मदों के अलावा, विद्यार्थियों, शिक्षकों व विद्यालयों से संबंधित प्रश्नावली का भी उपयोग किया गया।

सभी 36 राज्यों/केन्द्रशासित प्रदेशों के 700 जिलों में 1,10,000 में से 25 लाख से अधिक विद्यार्थियों का मूल्यांकन किया गया। देश में अधिगम मूल्यांकन के आयोजन हेतु सरकारी शिक्षा प्रणाली से बाहर के 1.75 लाख प्रशिक्षित क्षेत्र जांचकर्ता शामिल हुए। सर्वे की निष्पक्षता सुनिश्चित करने के लिए एक प्रबोधन टीम का गठन किया गया जिसमें राज्य सरकारों से तैयार अंतर मंत्रालयी विभाग से समीक्षक, शिक्षा विभागों व बहुपक्षीय संस्थानों से राष्ट्रीय व राज्य समीक्षक



शामिल हैं। इस प्रबोधन दल ने मूल्यांकन के दिन सभी जिलों में सर्वे के कार्यान्वयन की समीक्षा की।

इसके लिए खास तौर पर तैयार सॉफ्टवेयर पर आधारित जिलावार रिपोर्ट कार्ड तैयार किया जाएगा। तत्पश्चात, विश्लेषणात्मक रिपोर्ट तैयार किया जाएगा। विश्लेषण में अलग-अलग व विस्तृत स्तरों को प्रतिबिंबित किया जाएगा। समग्र प्रक्रिया तत्काल आरंभ होगी और 3-5 महीने के भीतर पूरी कर ली जाएगी। निष्कर्षों का उपयोग कार्यान्वयन हेतु जिलों के विद्यालयों को प्रसारित कक्षा इंटरवेंशन को तैयार करने में किया जाएगा। सर्वे के निष्कर्ष शिक्षा प्रणाली की प्रभाव को समझने में भी मददगार होंगे। एनएएस परिणाम बच्चों के स्तरों को सुधारने हेतु राष्ट्रीय, राज्य, जिला व कक्षा स्तरों पर शिक्षा नीति, प्रायोजना व कार्यान्वयन तथा गुणात्मक सुधार लाने में मददगार होंगे।

एमएसएमई विलंबित भुगतान पोर्टल: एमएसएमई समाधान

केन्द्रीय मंत्रालयों/विभागों/केन्द्रीय सार्वजनिक उपक्रमों/राज्य सरकारों द्वारा विलंबित भुगतान से संबंधित मामलों को प्रत्यक्षतः दर्ज करने की दिशा में देश भर के सूक्ष्म व लघु उद्यमियों को सशक्त बनाने के लिए एमएसएमई विलंबित भुगतान पोर्टल: एमएसएमई समाधान (<http://msefc.msme.gov.in>) की शुरुआत हाल ही में की गई।

पोर्टल वैयक्तिक सीपीएसई/केन्द्रीय मंत्रालयों/राज्य सरकारों सहित एमएसई के लंबित भुगतान के बारे में सूचना देगा। पीएसई के सीईओ और संबंधित मंत्रालय के सचिव भी अपने

क्षेत्राधिकार के तहत विलंबित भुगतान के मामलों का प्रबोधन कर सकेंगे और मामलों के समाधान हेतु आवश्यक अनुदेश जारी कर सकेंगे।

पोर्टल में विलंबित भुगतान का प्रबोधन और प्रभावी ढंग से करने की सुविधा होगी। पोर्टल पर मौजूद सूचना सार्वजनिक रूप से उपलब्ध रहेगी और इस तरह चूककर्ता संगठन पर नैतिक दबाव रहेगा। एमएसई को भी पोर्टल को एक्सेस करने और अपने मामलों के प्रबोधन के लिए समर्थ बनाया जाएगा।

राष्ट्रीय विद्युत पोर्टल (एनपीपी)- भारतीय विद्युत क्षेत्र से संबंधित सूचना के मिलान व प्रसारण हेतु केन्द्रीकृत प्लेटफॉर्म

हाल ही में राष्ट्रीय विद्युत पोर्टल (एनपीपी) की शुरुआत की गई।

एनपीपी भारतीय विद्युत क्षेत्र के लिए केन्द्रीकृत प्रणाली है जो देश में उत्पादन, संचरण, वितरण से ऑनलाइन डेटा कैप्चर/इनपुट (दैनिक, मासिक, वार्षिक) को सुगम बनाता है और केन्द्रीय, राज्य व निजी क्षेत्र के लिए अखिल भारतीय, क्षेत्र, राज्य स्तर पर उत्पादन, संचरण व वितरण हेतु विभिन्न विश्लेषित रिपोर्टों, ग्राफ्स, आंकड़ों के ज़रिए विद्युत क्षेत्र से संबंधित सूचना प्रसारित करता है।

पोर्टल को <http://npp.gov.in> पर एक्सेस किया जा सकता है।

एनपीपी डैशबोर्ड को राष्ट्रीय, राज्य, डिस्कॉम, टाउन, फीडर स्तर और राज्यों को योजना आधारित फंडिंग पर क्षमता, उत्पादन, संचरण व वितरण विषयक दृश्य चार्ट विंडो व जीआइएस समर्थित नेविगेशन के ज़रिए क्षेत्र संबंधित विश्लेषित सूचना को प्रसारित करने के लिए तैयार व विकसित किया गया है। सिस्टम नियमित तौर पर प्रकाशित किए जाने वाले सांविधिक रिपोर्टों के विभिन्न प्रकारों को भी सुगम बनाता है। डैशबोर्ड मंत्रालय द्वारा पहले शुरू किए गए विद्युत क्षेत्र से जुड़े ऐप्स जैसे कि तरंग, उजाला, विद्युत प्रवाह, गर्व, ऊर्जा, मेरिट के लिए एकल बिंदु इंटरफेस के

रूप में भी काम करेगा।

एनपीपी केन्द्रीय विद्युत प्राधिकरण (सीईए), विद्युत वित्त निगम (पीएफसी), ग्रामीण विद्युतीकरण निगम (आरईसी) व अन्य प्रमुख इकाइयों के सहयोगी सिस्टम्स के साथ संबद्ध है और यह विश्लेषण, प्रायोजन, प्रबोधन के लिए शीर्ष निकायों, इकाइयों के साथ साथ सामान्य प्रयोक्ताओं के लिए भी विद्युत क्षेत्र से संबंधित सूचना के एकल प्रामाणिक स्रोत के रूप में कार्य करेगा। सिस्टम प्रत्येक दिन चौबीसों घंटे के लिए उपलब्ध है और यह आंकड़ों (डेटा) के प्रभावी व समयबद्ध संग्रहण को सुनिश्चित करता है। यह एनपीपी व संबंधित सिस्टम के मध्य आंकड़ों (डेटा) के सहज विनिमय के लिए डेटा मानदंडों व प्रारूपों का मानकीकरण करता है।

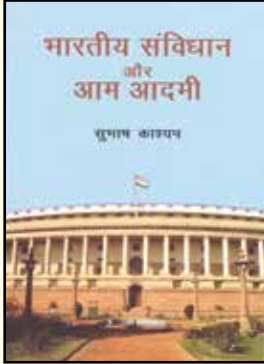
एनपीपी के हितधारक विद्युत मंत्रालय, सीईए, एकीकृत विद्युत विकास योजना (आइपीडीएस) हेतु पीएफसी, दीन दयाल उपाध्याय ग्राम ज्योति योजना (डीडीयूजीजेवाई) हेतु आरईसी, सरकारी व निजी क्षेत्रों में अन्य पावर सेक्टर इकाइयां, शीर्ष निकाय, अन्य सरकारी संगठन व सामान्य प्रयोक्ता हैं। सीईए एनपीपी के कार्यान्वयन व इसके परिचालनात्मक नियंत्रण के लिए नोडल एजेंसी है। सिस्टम की अवधारणा, प्राक्कल्पना व रूपरेखा राष्ट्रीय सूचना विज्ञान केंद्र (एनआईसी) द्वारा तैयार की गई है।



पुस्तक चर्चा

भारतीय संविधान और आम आदमी

लेखक: सुभाष सी काश्यप



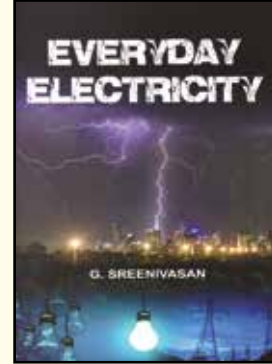
मूल्य: ₹ 210

सुभाष सी काश्यप की *सिटिज़न्स एंड द कॉन्सटीच्यूशन* का हिन्दी संस्करण भारत के नागरिकों, राज्यों व विविध केन्द्रीय व राज्य शासी निकायों के लिए भारतीय संविधान की भूमिका के बारे में है। यह किताब राष्ट्र निर्माण में नागरिकों के बहुमूल्य व अपरिहार्य राजनीतिक, सामाजिक व आर्थिक भूमिका को रेखांकित करती है। किताब में नागरिकों से जुड़े विभिन्न मुद्दों मसलन धर्म, कानून, वित्त, वाणिज्य, चुनाव, आपातकाल व शिक्षा के बारे में चर्चा की गई है।

किताब की भूमिका नागरिकता विकास सोसायटी (सिटिज़नशिप डेवलपमेंट सोसायटी) के अध्यक्ष के. बी. लाल द्वारा लिखी गई है। लेखक लोकसभा के पूर्व महासचिव व संवैधानिक मसलों पर अपनी विशेषज्ञता के लिए ख्यात हैं। □

एवरीडे इलेक्ट्रिसिटी

लेखक: जी. श्रीनिवासन



मूल्य: ₹ 180

यह किताब सामान्य जनता और मीडिया से जुड़े व्यक्तियों व विद्यार्थियों आदि के बीच बिजली के उद्भव, बिजली कैसे हमारे घरों तक पहुंचती है, आदि विषयों पर जोर देते हुए इसके उत्पादन, पारेषण (ट्रांसमिशन) व वितरण के विभिन्न प्रकारों व इसकी मूलभूत विशेषताओं के बारे में जानकारी देती है। सदियों पूर्व के विद्युत उपकरणों से लेकर आधुनिक *स्मार्ट ग्रिड सिस्टम* तक के बारे में यह किताब पाठकों को सरल व सहज भाषा के ज़रिए बताती है। यह किताब प्राथमिक तौर पर युवा पाठकों के लिए है। जिसमें विषयों से संबंधित चित्र भी हैं, जिससे जटिल विषय को भी पाठक बेहतर तरीके से समझ पाते हैं।

जी. श्रीनिवासन एक तकनीकी लेखक व ब्लॉगर हैं और इनके कई आलेख व कुछ पुस्तकें भी प्रकाशित हैं। वे विद्युत क्षेत्र में 'पावर थैफ्ट', जिसके 4 संस्करण प्रकाशित हो चुके हैं, के लेखक के रूप में ख्यात हैं। वे भारत के विभिन्न पावर सेक्टर प्रशिक्षण संस्थानों में अतिथि संकाय हैं। □

हमारी पुस्तकें खरीदने के लिए <http://publicationsdivision.nic.in> पर लॉग ऑन करें।

कृपया ध्यान दें

सदस्यता संबंधी पूछताछ अथवा पत्रिका प्राप्त न होने की स्थिति में कृपया वितरण एवं विज्ञापन व्यवस्थापक से इस पते पर संपर्क करें:

वितरण एवं विज्ञापन व्यवस्थापक

प्रकाशन विभाग, कमरा नं. 48-53, सूचना भवन

सी.जी.ओ. कॉम्प्लेक्स, लोधी रोड,

नयी दिल्ली-110003, फोन नं: 011-24367453

ई-मेल: pdjucir@gmail.com

भारत और बांग्लादेश के बीच नई सीमापार रेलगाड़ी

भारत के प्रधानमंत्री और बांग्लादेश की प्रधानमंत्री ने भारत और बांग्लादेश के बीच सीमापार रेलगाड़ी कोलकाता-खुलना बंधन एक्सप्रेस को वीडियो कॉन्फ्रेंस के जरिए 9 नवंबर, 2017 को कोलकाता स्टेशन से खाना किया। उद्घाटन के लिए दोनों नेताओं ने ई-फलक का संयुक्त रूप से विमोचन किया:

- दूसरा भैरब और टिटस रेलवे पुल, बांग्लादेश
- कोलकाता स्टेशन पर पूरी तरह से अप्रवासन और सीमा शुल्क मंजूरी सुविधाओं से युक्त अंतरराष्ट्रीय रेल यात्री टर्मिनस।

भारत के प्रधानमंत्री ने अपने भाषण में कहा कि दोनों देशों के बीच नजदीकी संबंध और समझ के लिए दोनों देशों के लोगों के बीच संपर्क की आवश्यकता है और मैत्री तथा बंधन एक्सप्रेस भारत और बांग्लादेश के बीच संपर्क के और रास्ते खोलेंगी तथा हमारे संबंधों को और मजबूत बनाएंगी। उन्होंने इस बात का विशेष रूप से उल्लेख किया कि बांग्लादेश में कई विकास परियोजनाएं अपने हाथ में लेकर तथा उन्हें पूरा करके भारत बांग्लादेश के सबसे विश्वसनीय साझेदार के रूप में उभरा है।

बांग्लादेश की प्रधानमंत्री शेख हसीना ने इस पहल की सराहना की और उम्मीद जताई कि दोनों देशों के बीच रेल संपर्क बढ़ाने के लिए ऐसी और पहलें की जाएंगी। उन्होंने इस बात का भी जिक्र किया कि पूरी तरह से अप्रवासन और सीमा शुल्क मंजूरी सुविधाओं से युक्त अंतरराष्ट्रीय रेल यात्री टर्मिनस की शुरुआत होने से मैत्री और बंधन एक्सप्रेस के यात्रियों के यात्रा समय में कमी आएगी।

बंधन एक्सप्रेस रेलगाड़ी अप्रैल, 2008 में कोलकाता और ढाका कैन्टोनमेंट स्टेशनों के बीच मैत्री एक्सप्रेस की शुरुआत के बाद शुरू की गई दूसरी रेलगाड़ी है। यह पेत्रापोल और बेनापोल के रास्ते होते हुए कोलकाता और खुलना के बीच चलेगी तथा दोनों देशों के लोगों की बीच संपर्क बढ़ाएगी।



बंधन एक्सप्रेस साप्ताहिक रेलगाड़ी है जो प्रत्येक गुरुवार को चलेगी। भारत में यात्रियों के लिए कोलकाता अंतरराष्ट्रीय यात्री टर्मिनस और बांग्लादेश में बेनापोल सीमा स्टेशन पर अप्रवासन और सीमा शुल्क संबंधी जांच की जाएगी।

मौजूदा कोलकाता-ढाका कैन्टोनमेंट मैत्री एक्सप्रेस और इस नई शुरु की गई कोलकाता-खुलना बंधन एक्सप्रेस के यात्रियों के यात्रा समय को कम करने के लिए रेल मंत्रालय ने अप्रवासन और सीमा शुल्क विभाग के साथ मिलकर कोलकाता स्टेशन पर अंतरराष्ट्रीय रेल यात्री टर्मिनस खोला है जो सभी तरह की अवसंरचना और अप्रवासन सुविधाओं से युक्त है। कोलकाता स्टेशन पर इस नई सुविधा से मैत्री एक्सप्रेस और बंधन एक्सप्रेस के यात्रियों को बहुत लाभ होगा।

भारत सरकार की सहायता से बनाए जा रहे दूसरे भैरब पुल और टिटस पुल बांग्लादेश की अवसंरचना और विकास के लिए सबसे महत्वपूर्ण परियोजनाओं में से हैं। एक किलोमीटर लंबे दूसरे भैरब पुल को भारतीय ठेकेदारों और परामर्शदाताओं ने लगभग 75 मिलियन अमरीकी डॉलर की लागत से मेघना नदी पर बनाया था। इसी प्रकार पूर्वी बांग्लादेश में टिटस पुल को टिटस नदी पर लगभग 25 मिलियन डॉलर की लागत से बनाया गया था। ये दोनों पुल मुख्य चटगांव से ढाका ट्रंक रेल लाइन पर हैं जो बांग्लादेश के यात्रियों और मालवाहन रेलगाड़ियों, दोनों की आवाजाही में तेजी लाने में मदद करेंगे।

Just Released

प्रतियोगिता दर्पण

का अतिरिक्तंक

संशोधित एवं परिवर्द्धित संस्करण

2017
Vol.3

परीक्षोपयोगी सीरीज-7

समसामयिक घटनाचक्र

(करेंट अफेयर्स)

राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय,
आर्थिक एवं वाणिज्यिक
परिदृश्य, समसामयिक
सामान्य ज्ञान एवं
खेलकूद

संघ एवं राज्य लोक
सेवा आयोग की
प्रारम्भिक व मुख्य
परीक्षाओं हेतु

अन्य विभिन्न
प्रतियोगिता
परीक्षाओं के लिए
भी समान रूप से
उपयोगी



English Edition
Code No. 808 ₹ 99.00

Code No. 817
₹ 110.00

प्रतियोगिता दर्पण || 2/11 ए, स्वदेशी बीमा नगर, आगरा-282 002 फोन : (0562) 4053333, 2530966; फैक्स : (0562) 4053330
● नई दिल्ली 23251844/66 ● हैदराबाद 24557283 ● पटना 2673340 ● कोलकाता मो. 07439359515 ● लखनऊ 4109080 ● हल्द्वानी मो. 07060421008 ● नागपुर 6564222 ● इन्दौर 9203908088
● E-mail : care@pdgroup.in ● Website : www.pdgroup.in



प्रकाशक व मुद्रक: डॉ. साधना राउत, महानिदेशक, प्रकाशन विभाग, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय (भारत सरकार) द्वारा
प्रकाशन विभाग के लिए जे.के. ऑफसेट, बी-278, ओखला इंडस्ट्रियल एरिया, फेस-1, नई दिल्ली से मुद्रित एवं
प्रकाशन विभाग, सूचना भवन, सी.जी.ओ. परिसर, लोधी रोड, नयी दिल्ली-110003 से प्रकाशित। संपादक: ऋतेश पाठक