باب

12

صارفین کا تحفظ

(CONSUMER PROTECTION)

سیکھنے کے مقاصد

اس باب کے مطالعہ کے بعد آپ:

- صارفین کے تحفظ کی اہمیت کو بیان کر سکیں گے؛
- ہندوستان میں صارفین کے تحفظ کے لیے قانونی فریم ورک کی وضاحت کر سکیں گے؛
- ہندوستان میں صارفین کے حقوق کو بیان کر سکیں گے؛
- صارفین کی ذمہ داریوں کو بیان کر سکیں گے؛
- صارفین کے تحفظ کے طور طریقوں کو مختصر طور پر بیان کر سکیں گے؛ اور
- صارفین کے مفادات کا تحفظ کرنے کے لیے صارفین کی تنظیموں اور غیر سرکاری تنظیموں (NGOs) کے کردار کی وضاحت کر سکیں گے۔

مہاراشٹر کنزیومر کمیشن نے کوکا کولا پر ایک لاکھ کا جرمانہ کیا

ریاست مہاراشٹر کے کمیشن برائے صارفین نے کوکا کولا کے بین الاقوامی سافٹ ڈرنک تیار کرنے والے، بوتل میں بھرنے والے اور تقسیم کرنے والے پر ایک صارف کے لیے معاوضے کے طور پر ایک لاکھ روپے کا جرمانہ کیا ہے کیوں کہ اس صارف نے کوکا کولا بوتل میں گندگی پائی تھی۔

شنکر نگر علاقے کے رہنے والے چندر شیکھر پراد کرنے ناگپور ضلع کے صارفین کے مسائل کی فورم میں ایک شکایت درج کی اور چار لاکھ روپیہ کا حرجانہ طلب کیا۔ دراصل اس نے سیل بند بوتل میں کچھ ٹھوس گندگیوں کا پتہ لگایا تھا۔ وہ ایک قریبی دکان سے سافٹ ڈرنک کی چھ مختلف برانڈ کی بوتلیں لے کر آیا یعنی مازا، کوکا کولا اور اسپرائٹ میں سے ہر ایک کی دو دو بوتلیں —

اس شکایت کی بنیاد پر، ڈسٹرکٹ فورم نے کوکا کولا، اس کی بوتلیں بھرنے والے سپیریئر ڈرنکس پرائیویٹ لمیٹڈ اور تقسیم کار بالاجی سیلز کو انسانی استعمال کے لیے نقصان دہ ڈرنک سپلائی کا مجرم قرار دیا اور اس فیصلے کو ریاستی صارفین کمیشن نے برقرار رکھا۔ ڈسٹرکٹ فورم نے سیل بند بوتلوں میں ایسی چیزوں کے ٹکڑے تیرتے ہوئے پائے جو مچھر بھگانے والی نلیوں کے ٹکڑوں کے مشابہ تھیں۔ پبلک ہیلتھ لیبوریٹری کے ذریعے کی گئی جانچ سے پتہ چلا کہ یہ ڈرنک انسانی استعمال کے لیے نقصان دہ تھے۔

ڈسٹرکٹ فورم نے سخت لفظوں میں کہا کہ ایک بہت بڑی بین الاقوامی کمپنی کو یہ اجازت نہیں ہونی چاہیے کہ وہ غیر معیاری چیزیں بنا کر اوران کو بازار میں لا کر ہندوستان جیسے غریب ملک کے لوگوں کی صحت سے کھلواڑ کرے۔

یہ فیصلہ سناتے وقت، ڈسٹرکٹ فورم نے ڈونلڈ بنام اسٹی وینشن (Donald Versus Stevenson) کے تاریخی مقدمے کو نظیر بنایا جس میں ایک ایسے صارف کو بھاری معاوضہ دلایا گیا تھا جس نے ادرک کی بیئر کی بوتل میں زنگ آلود کیل پائی تھی۔

ماخذ: **http://www.indlaw.com/guest/news**

مذکورہ بالا معاملہ اس طرح کے بہت سے معاملات میں سے ایک ہے جن میں صارفین کو کسی پروڈکٹ یا سروس کی خرید، استعمال اور مصرف میں دقتوں یا مسائل کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ اس مقدمے سے صارفین کی فلاح و بہبود کے لیے ایک مناسب قانونی تحفظ مہیا کرانے کی ضرورت کا اظہار ہوتا ہے تاکہ فروخت کنندہ کی طرف سے مختلف قسم کی زیادتیوں کا سدّ باب ہو سکے۔ کیا کبھی آپ نے سوچا ہے کہ اگر صارفین کے تحفظ کا کافی بندوبست نہ ہو تو ان کا کیا حال ہوگا۔ کیا آج کی کاروباری دنیا میں صارفین کے مفادات سے صرف نظر کیا جاسکتا ہے۔ صارفین کے تحفظ کا شعبہ آج تحقیقات کا اہم موضوع بن چکا ہے اور اس کی اہمیت صارف اور کاروبار دونوں کے لیے ہی یکساں اہمیت رکھتی ہے۔

تعارف (INTRODUCTION)

کہا جاسکتا ہے کہ آزاد معیشت کے بازار میں صارف ایک بادشاہ کی حیثیت رکھتا ہے۔ اس سے پہلے نعرہ تھا ''خریدار ہوشیار'' (Let the buyer beware) لیکن اب یہ نعرہ بدل چکا ہے اب کہا جاتا ہے کہ ''بیچنے والے ہوشیار'' یا (Let the seller beware)۔ بہر حال بڑھتی ہوئی مسابقت کے اس دور میں مینوفیکچرر یا سروس مہیا کرانے والے اپنی بکری اور مارکیٹ شیئر کو بڑھانے کے لیے غلط طریقے استعمال کر سکتے ہیں، اور ملاوٹ کر کے، جھوٹے اور گمراہ کن اشتہارات دے کر ذخیرہ اندوزی اور کالا بازاری کر کے خریداروں کے ساتھ دغا اور بے ایمانی کر سکتے ہیں اور ان کا استحصال کر سکتے ہیں۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ صارفین غیر محفوظ ہو گئے، ملاوٹی اشیا سے ان کی صحت کو لگاتار خطرہ ہے، گمراہ کن اشتہارات اور نقلی دواؤں سے وہ بروقت دھوکے میں آسکتے ہیں۔ کالا بازاری اور ذخیرہ اندوزی سے ان کو قیمتیں بھی زیادہ چکانی پڑ سکتی ہیں۔ اسی لیے بیچنے والوں کی ایسی حرکتوں سے صارفین کو بچانے کے لیے ان کو تحفظ عطا کرنے کی ضرورت ہے۔ پہلے ہم صارفین کے تحفظ اور اس کی اہمیت کی بات کرتے ہیں۔

صارفین کے تحفظ کی اہمیت (IMPORTANCE OF CONSUMER PROTECTION)

صارفین کے تحفظ کا ایجنڈا بہت وسیع ہے۔ اس میں ایک طرف تو صارفین کو اپنے حقوق اور ذمے داریوں سے باخبر کرنا ہے اور دوسری طرف ان کی پریشانیوں اور ان پر ہونے والی زیادتیوں کو دور کرنے کے لیے ان کی مدد کرنی ہے۔ صارفین کا تحفظ کرنے کے لیے صرف عدالتی مشینری ہی کافی نہیں ہے بلکہ یہ بھی ضروری ہے کہ صارفین اپنے مفادات کے تحفظ اور ان کے

کولڈ ڈرنک میں گندگئی پائے جانے پر معاوضہ

فروغ کے لیے خود جمع ہوں اور اپنی انجمنیں بنائیں۔ صارفین کا تحفظ خود کاروبارو کے لیے بھی بہت اہمیت رکھتا ہے۔

صارفین کے نقطۂ نظر سے (From Consumers' Point of View)

صارفین کے تحفظ کی اہمیت کو خود ان ہی کے نقطۂ نظر سے سمجھنے کے لیے مندرجہ ذیل نکات کو ذہن میں رکھنا ضروری ہے۔

(i) صارفین کی بے خبری (Consumer Ignorance) : صارفین کے اندر اپنے حقوق اور مختلف سہولتوں کے بارے میں عام بے خبری پائی جاتی ہے۔ اسی بنا پر دھوکا دھڑی، ناقص، گھٹیا اور نقصان دہ مال کی سپلائی، ملاوٹ، گمراہ کن اشتہارات، ذخیرہ اندوزی اور کالا بازاری جیسی تجارتی حرکتوں سے صارفین کو دھوکا دیا جاسکتا ہے اور ان کو نقصان پہنچایا جاسکتا ہے۔ اس لیے یہ ضروری ہے کہ بیچنے والوں کو ان حرکتوں سے بچانے کے لیے صارفین کا تحفظ کیا جاسکے۔

(ii) غیر منظّم صارفین (Unorganized Consumers) : ضرورت اس بات کی ہے کہ صارفین تنظیموں کی شکل میں منظّم ہوں تا کہ وہ تنظیمیں ان کے مفادات کا تحفظ کرسکیں۔ چوں کہ ہمارے ہندوستان میں ایسی تنظیمیں نہیں ہیں جو اس جہت میں کام کررہی ہوں اس لیے جب تک

ایسی تنظیمیں وجود میں نہ آئیں اور اتنی طاقت ور نہ بن جائیں کہ وہ صارفین کے حقوق اور ان کے مفادات کی حفاظت کر سکیں اس وقت تک صارفین کے حقوق کا تحفظ ضروری ہے۔

(iii) صارفین کا بڑے پیمانے پر استحصال (Wide-Spread Exploitation of Consumers): مختلف ناجائز اور من مانے طریقوں جیسے ملاوٹ، جھوٹے اور گمراہ کن اشتہارات، ذخیرہ اندوزی اور کالا بازاری وغیرہ سے صارفین کا استحصال ہوسکتا ہے اور ان کو نقصان پہنچ سکتا ہے، اسی لیے بیچنے والوں کی ایسی بے ایمانی اور استحصال کے خلاف صارفین کا تحفظ ضروری ہے۔

کاروبار کے نقطۂ نظر سے (From the Point of View of Business)

خود کاروبار کو بھی یہی چاہیے کہ وہ صارفین کے تحفظ پر زور دے اور بہتر طور پر ان کو اطمینان فراہم کرے۔ یہ بات مندرجہ ذیل وجوہات کی بنا پر بہت اہم ہے۔

(i) کاروبار کا طویل مدتی مفاد (Long-term Interest of Business): باشعور بیوپاری سمجھتے ہیں کہ صارفین کو مطمئن کرنا خود ان کے مفادات میں ہے۔ اگر گراہک مطمئن ہوں گے تو ان کا مال بازار میں بار بار بکے گا، یہ گراہک کاروبار کے لیے بازرسی (Feed back) کا کام کریں گے اور اس طرح کاروبار کے گراہکوں کی تعداد میں اضافہ ہوگا۔ اس لیے خود کاروبار کو یہ چاہیے کہ وہ گراہکوں کو مطمئن کر کے اپنے طویل مدتی منافع کو زیادہ سے زیادہ بڑھائے۔

(ii) کاروبار سماج کے وسائل سے فائدہ اٹھاتا ہے (Business Uses Society's Resources): کاروباری تنظیمیں ان وسائل کو استعمال کرتی ہیں جن پر سماج کا حق ہے۔ اس لیے ان تنظیموں کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ ایسی اشیا اور خدمات مہیا کریں جو مفاد عامہ سے ہم آہنگ ہوں اور عوام کے اس اعتماد کو ٹھیس نہ پہنچائیں جو عوام ان تنظیموں کے تئیں رکھتے ہیں۔

(iii) سماجی ذمہ داری (Social Responsibility): کاروبار کی یہ بھی ذمہ داری ہے کہ وہ مختلف مفادات رکھنے والے سماجی گروہوں کے تئیں اپنی ذمہ داری نبھائے۔ کاروباری تنظیمیں گراہکوں کے ہاتھ سامان فروخت کر کے یا ان کو خدمات فراہم کر کے روپیہ کماتی ہیں۔ اس طرح گراہک بھی کاروبار کے مفادات کے خیرخواہ (Stake holders) گروہوں میں سے ایک گروہ ہیں اور اسی لیے ان کے مفادات سے صرف نظر نہیں کیا جاسکتا۔

(iv) اخلاقی ذمہ داری (Moral Justification): کاروبار کی یہ بھی اخلاقی ذمہ داری ہے کہ وہ صارفین کے مفادات کا دھیان رکھے اور ان کو ہر قسم کے استحصال اور نقصان سے بچائے۔ اس طرح کاروبار کو گھٹیا اور خراب مال کی سپلائی، ملاوٹ، جھوٹے اور گمراہ کن اشتہارات، ذخیرہ اندوزی اور کالا بازاری جیسے ناجائز طور طریقوں سے اپنے گراہکوں کو بچانا چاہیے۔

(v) حکومت کی مداخلت (Government Intervention): اگر کوئی کاروباری تنظیم اس قسم کی تجارتی استحصال کرنے والی حرکتوں میں ملوث ہوتی ہے تو اس سے حکومت کو مداخلت یا اس کے خلاف ایکشن لینے کا موقع ہاتھ آتا ہے جس سے کمپنی کی شبیہ خراب ہوگی اور کاروبار کو دھچکا

پہنچے گا۔ اس لیے عقل مندی کا تقاضا یہ ہے کہ کاروباری تنظیمیں خود رضاکارانہ طور پر ایسے کام کریں جن سے گراہکوں کے مفادات کا تحفظ اوران کی ضروریات کی تکمیل ہو۔

مندرجہ بالا امور کے پیشِ نظر حکومتِ ہند نے کچھ ایسے قواعد وضوابط بنائے ہیں جن کا مقصد صارفین کو تحفظ فراہم کرنا ہے۔ ہم ذیل میں ان میں سے کچھ ضابطوں پر گفتگو کریں گے۔

صارفین کو قانونی تحفظ (LEGAL PROTECTION TO CONSUMERS)

ہندوستان کے قانونی ڈھانچے میں بہت سے ایسے ضابطے ہیں جن سے صارفین کو تحفظ حاصل ہوتا ہے۔ ان میں سے کچھ ذیل میں درج ہیں۔

1۔ صارف تحفظ ایکٹ (The Consumer Protection Act, 1986): صارف تحفظ ایکٹ 1986 صارف کے مفادات کا تحفظ کرتا ہے اور ان کے مفادات کو فروغ بھی دیتا ہے۔ یہ ایکٹ، گھٹیا سامان، ناقص خدمات، ناجائز تجارتی ہتھکنڈوں اور دوسرے استحصالی طور طریقوں کے خلاف صارفین کو تحفظ فراہم کرتا ہے۔ اس قانون کے تحت ڈسٹرکٹ فورم، ریاستی کمیشن اور قومی کمیشن پر مشتمل ایک سہ سطحی مشینری قائم ہوگی۔ اس کے علاوہ ہر ضلع ہر ریاست اور ملکی سطح پر صارفین کے تحفظ کی کونسلیں بنائی جائیں گی۔

2۔ معاہدہ ایکٹ (The Contract Act 1982): اس ایکٹ میں ان شرائط کی تصریح ہے جن کے مطابق کسی معاہدے کے فریقوں کو ان تمام وعدوں کو پورا کرنا لازمی ہے جو ان کے ذریعے کیے گئے ہوں۔ معاہدے کی خلاف ورزی کی صورت میں فریقوں کے لیے اس قانون میں تدابیر اور علاج بھی موجود ہیں۔

3۔ قانون برائے فروخت اشیا (The Sale of Goods Act, 1930): یہ قانون اس صورتِ حال میں خریداروں کو سہولتیں اور تحفظات عطا کرتا ہے کہ انھوں نے جو چیزیں خریدی ہیں وہ ضمانتوں (Warranties) یا واضح نیز مضمر (Implied) شرائط کو پورا نہ کرتی ہوں۔

4۔ لازمی اشیا ایکٹ (The Essential Commodities Act, 1955) : اس ایکٹ کا مقصد لازمی اشیا کے پروڈکشن، سپلائی اور تقسیم کو کنٹرول کرنا، ان کی قیمتوں میں افراط زر کے رجحانات کو چیک کرنا اور ان تمام لازمی اشیا کی مساویانہ تقسیم کو یقینی بنانا ہے۔ اس قانون کے مطابق منافع خوری، ذخیرہ اندوزی اور کالا بازاری جیسی غیر سماجی حرکتوں کے خلاف بھی اقدامات کیے جاتے ہیں۔

5۔ زراعتی اشیا (گریڈنگ اور مارکنگ) ایکٹ 1937 The Agricultural Produce (Grading and Marking, Act 1937): اس قانون کے تحت زراعتی اشیا نیز حیوانی اشیا (Live stock products) کے لیے معیاری درجے (Grade standards) ضروری ہیں۔ اس قانون میں معیارات (Standards) کے استعمال کی شرائط کے علاوہ زراعتی اشیا کی درجہ بندی (Grading)، مارکنگ اور پیکنگ کے قوانین بھی مذکور ہیں۔ اس قانون کے تحت کوالٹی مارک کو AGMARK کہا جاتا ہے جو ایگریکلچرل مارکیٹنگ کی مخفف شکل ہے۔

6۔ غذائی ملاوٹ کے خلاف قانون انسداد 1954 (The Prevention of Food Adultration Act 1954): اس قانون کا مقصد غذائی اشیا میں ملاوٹ کو

استحصال اور بد عنوانیوں کے خلاف تحفظ

چیک کرنا اور اس بات کو یقینی بنانا ہے کہ اشیا خالص دست یاب ہوں تا کہ عوام کی صحت پر ناگوار اثرات نہ پڑیں۔

7۔ پیمائش اور اوزان کے معیارات کا قانون1976 (The Standard of Weight & Measures Act, 1976): یہ قانون ان اشیا کے لیے لاگو ہوتا ہے جو تول کر، گن کر یا ناپ کر بکتی اور تقسیم ہوتی ہیں۔ یہ قانون کم تولنے یا کم ناپنے جیسی بدعنوانیوں کے خلاف صارفین کا تحفظ کرتا ہے۔

8۔ ٹریڈ مارک ایکٹ1999 (The Trade Mark Act, 1999): اس قانون نے ''ٹریڈ اینڈ مرکنڈائز مارکس ایکٹ 1958'' کو ختم کرایا۔ یہ قانون پروڈکٹس پر غلط اور دھوکا دھڑی والے مارکس کے استعمال کو روکنے اور ایسی اشیا کے خلاف صارفین کے تحفظ کے لیے بنایا گیا ہے۔

9۔ قانون مسابقت2002 (The Competition Act, 2002): اس قانون نے مونو پلیز اینڈ ریسٹرکٹیوٹریڈ پریکٹسس ایکٹ (Monopolies and Restrictive Trade Practices Act)، 1969 کو ختم کرکے اس کی جگہ لے لی ہے۔ یہ قانون کسی فرم کی ان بدعنوانیوں سے صارفین کے مفادات کا تحفظ کرتا ہے جب وہ بازار میں مسابقت (Competition) میں رکاوٹیں پیدا کرتی ہے۔

10۔ بیوروآف انڈین اسٹینڈرڈ ایکٹ (The Bureau of Indian Standards Act, 1986) : بیورو آف

انڈین اسٹینڈرڈ اسی قانون کے تحت قائم کیا گیا ہے۔ اس بیورو کے دو خاص کام ہیں: اشیا کی کوالٹی کا معیار طے کرنا اور بیورو آف انڈین اسٹینڈرڈ کی تصدیقی اسکیم (Certification Seheme) کے تحت سرٹیفیکٹ جاری کرنا، مینوفیکچرر کو ISI مارک استعمال کرنے کی اجازت صرف اس وقت ملتی ہے جب یہ بات یقینی ہوجائے کہ ان کے سامان کی کوالٹی بیورو کے مقرر کردہ معیاروں کے مطابق ہے۔ بیورو نے ایک شکایتی سیل بھی قائم کیا ہے جہاں صارفین ISI مارک والی اشیا کے خلاف اپنی شکایات پیش کر سکتے ہیں۔

ان قوانین میں سب سے زیادہ اہم قانون تحفظ صارفین (Consumer Protection Act) ہے۔ اس میں صارفین کے چھے حقوق بیان کیے گئے ہیں اور یہ قانون صارفین کے ذریعے خریدے گئے سامان یا سروسز کی کمیوں اور خرابیوں سے متعلق ان کی شکایات اور پریشانیوں کو دور کرنے کے لیے ان کی مدد کرتا ہے۔

ایکٹ برائے تحفظِ صارفین 1986 (THE CONSUMER PROTECTION ACT, 1986)

قانون تحفظ صارفین (CPA)، صارفین کی شکایات کا تیزی کے ساتھ اور بغیر اخراجات برداشت کیے ازالہ کرکے ان کے مفادات کا تحفظ کرتا ہے اور ان مفادات کو فروغ بھی دیتا ہے۔

اس قانون کا دائرہ کار بہت وسیع ہے۔ یہ قانون چھوٹی بڑی ہر قسم کی اکائیوں پر لاگو ہوتا ہے۔ چاہے یہ نجی زمرے میں ہوں یا سرکاری زمرے میں یا پھر کوآپریٹو زمرے (Co-oprative Sector) میں اور ایسے ہی چاہے وہ مینوفیکچرر ہو یا ٹریڈر ہو یا پھر سامان یا سروسز کے سپلائیر۔

یہ قانون صارفین کے مفادات کا تحفظ کرتا ہے ان کو طاقت دیتا ہے اور ان کو کچھ حقوق عطا کرتا ہے۔

صارفین کے حقوق (CONSUMER RIGHTS)

''قانون تحفظ صارفین'' صارفین کو چھے حقوق عطا کرتا ہے۔ اس قانون کے تحت قائم شدہ کونسلیں، صارفین کے مختلف حقوق کی حفاظت کرتی ہیں اور ان کو فروغ دیتی ہیں۔ یہ حقوق مندرجہ ذیل ہیں:

1۔ حفاظت کا حق (Right to Safety): صارفین کو ان اشیا اور خدمات کے خلاف حفاظت کا حق حاصل ہے جو ان کی زندگی یا صحت کے لیے خطرہ ہوسکتی ہیں۔ مثال کے طور پر بجلی کا ایسا غیر معیاری سامان جو حفاظتی معیاروں کے مطابق نہ ہو اور جس سے زندگی یا صحت کو خطرہ لاحق ہوسکتا ہو۔ اس لیے ضرورت اس بات کی ہے کہ صارفین اس بات سے باخبر ہوں کہ انھیں صرف ایسا سامان خریدنا ہے جس پر ISI مارک موجود ہو کیوں کہ یہ مارک ہی اس بات کی علامت اور گارنٹی ہے کہ سامان طے شدہ معیاروں کے مطابق ہے۔

2۔ معلومات کا حق (Right to be Informed): ایک صارف کو اس بات کا پورا حق حاصل ہے کہ اس کو کسی بھی ایسی شے کے بارے میں جسے وہ خریدنا چاہتا ہے مکمل جانکاری ہو۔ مثال کے طور پر اس کے اجزائے ترکیبی، مینوفیکچرنگ کی تاریخ، قیمت، مقدار اور استعمال کے طریقے وغیرہ کے بارے میں معلومات سبھی چیزیں اس حق کے تحت آتی ہیں۔ اسی لیے ہندوستان کے قانون کے تحت مینوفیکچرر کے لیے ضروری ہے

بوتل بند پانی کی قیمت زیادہ وصول کرنے پر جرمانہ (Eatery fined for Overpricing Bottled Water)

مشرقی دہلی کے ایک ریستوراں کے مالک پر پانچ ہزار روپے جرمانہ کیا گیا۔ ریستوراں کے اس مالک نے بوتل بند پانی کی قیمت 34 روپے وصول کی تھی جب کہ اس بوتل کی زیادہ سے زیادہ خوردہ قیمت (MRP) بارہ روپیہ تھی۔ یہ جرمانہ ایسے وقت لگایا گیا ہے جب کہ کنزیومر عدالتیں ایسے دکان داروں کی خبر لے رہی ہیں جو طے شدہ قیمت سے زیادہ پیسے وصول کر رہے ہیں۔ ایک انتہائی اہم فیصلے میں ریاستی کنزیومر کمیشن نے اسی نوعیت کی دھاندلے بازی میں ایک سنیما گھر پر پچاس ہزار روپے کا جرمانہ عائد کیا ہے۔ مشرقی دہلی کے ڈسٹرکٹ کنزیومر فورم نے کڑکڑ ڈوما کامپلیکس میں واقع ذائقہ بازار کے مالک کو یہ حکم دیا کہ وہ گوئل کو زیادہ پیسے وصول کرنے کے جرم میں یہ حرجانہ دیں۔ فورم نے کہا ''موجودہ شکایت، ریاستی کنزیومر کمیشن میں دائر اس مقدمے کے تحت آتی ہے جس کے مطابق نرولا بنام انکت کیس میں کیا گیا ہے کہ کوئی بھی تاجر یا سروس مہیا کرانے والا کسی بھی ڈبہ بند پروڈکٹ پر چھپی MRP سے زیادہ قیمت وصول نہیں کرسکتا۔'' ریستوراں کے مالک کو یہ بھی حکم دیا گیا کہ وہ آئندہ اس قسم کی بدعنوانی سے باز آئے۔ فورم نے یہ بھی کہا کہ پیک شدہ شکل میں کسی بھی چیز کی قیمت اس کے اوپر چھپی ہوئی قیمت سے زیادہ وصول کرنا قانون ملکی کے خلاف ہے۔ گوئل نے پچھلے سال نومبر میں ریستوراں سے ایکوافینا کی ایک بوتل خریدی تھی۔ اس سے کہا گیا تھا کہ وہ vat کے چار روپے شامل کرتے ہوئے 34 روپے ادا کرے۔ حالاں کہ بوتل پر زیادہ سے زیادہ خوردہ قیمت (MRP)12 روپے چھپی ہوئی تھی۔

ماخذ : www.corecentre.org

کہ وہ پروڈکٹ کے لیبل اور پیکج پر یہ ساری معلومات صارفین کو مہیا کرائیں۔

3۔ پسند کرنے کا حق (Right to choose): ایک صارف کو یہ بھی حق حاصل ہے کہ وہ مسابقتی قیمت پر مختلف اور متنوع اشیا میں سے اپنی پسند کی چیز خریدے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ فروخت کار، مختلف قسم کی کوالٹی، قیمت، برانڈ اور سائز کی متنوع اشیا بازار میں لائیں اور صارفین کو یہ آزادی حاصل ہو کہ وہ ان میں سے اپنی پسند کی چیزیں خریدیں۔

4۔ شکایت کرنے کا حق (Right to be heard): صارف کو یہ حق بھی حاصل ہے کہ اگر اس کو کسی سامان یا خدمت کے بارے میں کوئی شکایت ہے یا وہ اس سے غیر مطمئن ہے تو اس کے خلاف شکایت درج کراسکے اور اس کی شکایت کی شنوائی ہو۔ یہی وجہ ہے کہ بہت سی ہوشیار کاروباری اکائیاں صارفین کی شکایات سننے اور ان کی مشکلات کو حل کرنے کے لیے ان ہی خطوط پر کام کر رہی ہیں۔

5۔ تلافی پانے کا حق (Right to seek Redressal): اگر پروڈکٹ کسی صارف کی توقعات پر پوری نہیں اترتی تو اس کو یہ حق حاصل ہے کہ وہ اس سے نجات پالے۔ اس سلسلے میں قانون تحفظ صارفین نے کئی امدادی متبادل تجویز کیے ہیں جن میں پروڈکٹ کا بدلا جانا، اس میں جو کمی ہے اس کا دور کرنا اور صارف کو ہونے والے نقصان یا زخموں کا معاوضہ وغیرہ شامل ہیں۔

6۔ تعلیم صارفین کا حق (Right to Consumer Education): ایک صارف کو معلومات حاصل کرنے اور

تمام عمر ایک باخبر صارف رہنے کا حق حاصل ہے۔ اس کو اپنے حقوق اور ان سہولتوں سے واقف رہنے کا حق ہے جو پروڈکٹ یا سروس میں خرابی یا کمی کی بنیاد پر اس کو حاصل ہیں۔ بہت سی کنزیومر تنظیمیں اور کچھ کاروباری اکائیاں اس سلسلے میں صارفین کو علم دینے اور وباخبر رکھنے کے لیے عملی طور پر کوششیں کر رہی ہیں۔

قانون تحفظ صارفین نے صارفین کو یہ حقوق عطا کر کے بیچنے والوں کی ہر قسم کی بے ایمانی، استحصال اور ناجائز دھندوں سے لڑنے کے لیے طاقت عطا کر دی ہے۔ باکس میں دکھایا گیا ہے کہ کس طرح پانی کی بوتل کے زیادہ پیسے لینے پر مشرقی دہلی کے ایک ریستوراں پر جرمانہ کیا گیا۔

صارفین کے تحفظ سے متعلق مقاصد حاصل کرنے کے لیے یہ قوانین اپنے میں موثر نہیں ہوسکتے۔ یہ قوانین جب ہی موثر ہوسکتے ہیں اور یہ مقاصد بھی جب ہی حاصل ہوسکتے ہیں جب خود صارفین اپنی ذمے داریوں کو سمجھیں۔

صارفین کی ذمہ داریاں (CONSUMER RESPONSIBILITIES)

اشیا یا خدمات کو خریدتے وقت یا اس کو استعمال کرتے وقت صارفین کو درج ذیل ذمے داریوں کا احساس رہنا چاہیے۔

(i) بازار میں دست یاب مختلف قسم کی اشیا یا خدمات کے بارے میں باخبر رہنا چاہیے تاکہ خریداری کے وقت صحیح فیصلہ لیا جاسکے۔

(ii) سامان ہمیشہ معیاری خریدنا چاہیے کیوں کہ معیاری سامان سے ہی کوالٹی مل سکتی ہے۔ بجلی کے معیاری سامان کے لیے ISI مارک کو، غذائی اشیا کے لیے FPO کو اور زیورات کے لیے ہال مارک (Hallmark) وغیرہ کو ضرور دیکھ لینا چاہیے۔

(iii) اشیا یا خدمات سے جڑے خطروں کے بارے میں بھی محتاط رہنا چاہیے۔ مینوفیکچرر کی ہدایات پر دھیان دیجیے اور سامان کو حفاظت کے ساتھ استعمال کیجیے۔

(iv) لیبلوں کو غور سے پڑھیے۔ اس سے آپ کو قیمت، وزن، مینوفیکچرنگ کی تاریخ اور مدت نیز استعمال ختم ہونے کی تاریخ کا علم ہوگا۔

(v) آپ کے ساتھ صحیح برتاؤ ہو اس کے لیے آپ اپنا مضبوط تعارف کرائیں۔

(vi) اپنے معاملات میں ایمان داری برتیے۔ صرف قانونی سامان ہی کا انتخاب کیجیے اور غلط طریقوں جیسے ذخیرہ اندوزی اور بلیک مارکیٹنگ وغیرہ جیسی بدعنوانیوں سے بچیے۔

(vii) اشیا اور خدمات کی خریداری پر کیش میمو حاصل کیجیے۔ کیش میمو اس بات کا ثبوت ہوگا کہ آپ نے فلاں سامان فلاں اسٹور سے خریدا۔

(viii) آپ نے جو سامان خریدا یا جو خدمت حاصل کی اس کی کوالٹی میں اگر کوئی خرابی ہے تو مناسب کنزیومر فورم میں شکایت درج کیجیے۔ اگر سامان کم قیمت کا ہے تب بھی شکایت ضرور کیجیے۔

(ix) کنزیومر سوسائٹی بنایئے۔ یہ سوسائٹی صارفین کو باخبر اور باعلم رکھنے میں پیش پیش رہے گی اور ان کے مفادات کی نگرانی کرے گی۔

(x) ماحول اور ماحولیات کا خیال رکھیے۔ چیزوں کو برباد مت کیجیے، گندگی مت پھیلایئے۔

مختلف قسم کی اشیامیں کوالٹی کے اظہا ر کی علامتیں

حقوق اور ذمے داریوں کے بارے میں صارفین کی بیداری، تحفظ حاصل کرنے کا ایک طریقہ ہے۔ اس مقصد کو دوسرے طریقوں سے بھی حاصل کیا جاسکتا ہے۔

صارفین کے تحفظ کے طریقے اور ذرائع

(WAYS AND MEANS OF CONSUMER PROTECTION)

ایسے مختلف طریقے ہیں جن سے صارفین کے تحفظ کے مقاصد حاصل ہوسکتے ہیں

1۔ کاروبار کے اپنے ضابطے (Self Regulation by Business): ترقی یافتہ کاروباری فرمیں یہ بات سمجھتی ہیں کہ صارفین کی بہتر خدمت خود ان کے طویل مدتی مفادات میں ہے۔ جو فرمیں اپنی سماجی ذمے داریوں کو سمجھتی ہیں وہ صارفین کے ساتھ اپنے معاملات میں اخلاقی معیاروں اور ایمان داری کو اپناتی ہیں۔ بہت سی فرموں نے اپنے صارفین کے مسائل اور ان کی شکایات دور کرنے کے لیے شکایت سیل اور گراہک سروس سینٹر قائم کیے ہیں۔

2۔ کاروباری انجمنیں (Business Association): ٹریڈ، کامرس اور کاروبار کی بہت سی انجمنوں جیسے FICCI (فیڈریشن آف انڈین چیمبرس آف کامرس آف انڈیا) اور سی آئی آئی (کنفیڈریشن آف انڈین انڈسٹریز) نے خود اپنے ضابطۂ اخلاق (Code of Conduct) بنائے ہیں۔ یہ

ضابطے ان انجمنوں کے ممبران کے لیے رہنما اصولوں کا کام کرتے ہیں اور انھیں کے مطابق وہ گراہکوں سے معاملات طے کرتے ہیں۔

3۔ صارفین کی بیداری (Consumer Awarenes): اگر صارفین اپنے حقوق اور ان سہولتوں سے باخبر ہوں گے جو قانون نے انھیں دے رکھی ہیں تو وہ ہر قسم کی تجارتی بدعنوانی، بے ایمانی اور استحصال کے خلاف آواز اٹھا سکیں گے۔ اس کے علاوہ اگر صارفین کو اپنی ذمہ داریوں کا شعور اور احساس ہوگا تو وہ اپنے مفادات کی بھی حفاظت کرسکیں گے۔

4۔ صارفین کی تنظیمیں (Consumer Organi- sations): صارفین کو ان کے حقوق کے بارے میں اور ان کو تحفظ عطا کرنے کے بارے میں باخبر اور بیدار کرنے میں صارفین کی تنظیموں کا بہت اہم کردار ہے۔ یہ تنظیمیں کاروباری فرموں کو اس بات پر مجبور کردیتی ہیں کہ وہ صارفین کا استحصال نہ کریں اور بدعنوانیوں سے بچیں۔

5۔ حکومت (Government): حکومت مختلف قوانین وضوابط وضع کرکے صارفین کے مفادات کا تحفظ کرسکتی ہے۔ ہندوستان کے قانون میں بہت سی ایسی دفعات موجود ہیں جن سے صارفین کو تحفظ حاصل ہے۔ ان قوانین میں سب سے اہم ایکٹ برائے تحفظ صارفین 1986 (Consumer Protection Act 1986) ہے۔ اس قانون میں

صارفین کی بیداری

صارفین کی شکایات دور کرنے اور ان کے مسائل کو حل کرنے کے لیے ضلعی، ریاستی اور قومی سطح پر ایک سہ سطحی مشینری بنانے کی بات کہی گئی ہے۔ اس سہ سطحی مشینری کے تحت انسداد شکایات کے میکانزم کو درج ذیل طور پر واضح کیا گیا ہے۔

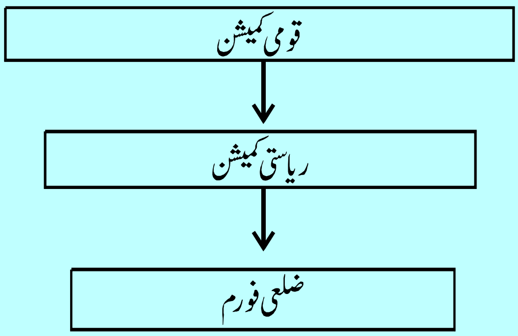
قانون تحفظ صارفین کے تحت انسدادی ایجنسیاں (REDRESSAL AGENCIES UNDER THE CONSUMER PROTECTION ACT)

صارفین کی شکایات کے انسداد کے لیے، قانون تحفظ صارفین ضلع، ریاست اور ملک گیر سطح پر ایک سہ سطحی مشینری فراہم کرتا ہے۔ مختلف سطحوں پر اس کے کام اس طرح ہوں گے : صارفین کے جھگڑوں کے انسداد کا ضلع فورم (District Consumer Dispute Redressal Forum)، صارفین کے جھگڑوں کے انسداد کا ریاستی کمیشن (State Consumer Disputes Redressal Commission) اور اسی طرح صارفین کے جھگڑوں کے انسداد کا قومی کمیشن (National Consumer Disputes Redressal Commission) قومی کمیشن کا قیام مرکزی حکومت کرے گی جب کہ ریاستی کمیشن کا ریاستی حکومت اور ضلعی فورم کا قیام ضلعی سطح پر ہوگا۔ انسدادی ایجنسیوں کی مندرجہ ذیل شکل سے اس سہ سطحی مشینری کا ترتیبی ڈھانچہ معلوم ہوجائے گا۔

اس پورے ڈھانچے اور متعلقہ انسدادی ایجنسیوں کے مطالعے سے پہلے ہم یہ دیکھیں گے کہ یہ قانون تحفظ صارفین ایک ''صارف'' کی کیا تعریف کرتا ہے اور اس قانون تحفظ صارفین کے تحت کون کون شکایات درج کراسکتا ہے۔

صارف (Consumer): عام طور پر 'صارف' اس شخص کو سمجھا جاتا ہے جو کسی سامان کو استعمال کرتا ہے یا اس کو خرچ کرتا ہے یا کسی خدمت سے استفادہ کرتا ہے۔ قانون تحفظ صارفین کے تحت ''صارف'' کی تعریف مندرجہ ذیل الفاظ میں کی گئی ہے۔

(a) ''وہ شخص جو کسی ایسے عوض کے بالمقابل کوئی مال خریدتا ہے جس کی ادائیگی کردی گئی ہو، یا ادائیگی کا وعدہ کیا



تحفظ صارفین ایکٹ کے تحت انسدادی ایجنسیاں

گیا ہو، یا جزوی طور پر ادائیگی کردی گئی ہو اور جزوی ادائیگی کا وعدہ کیا گیا یا پھر قانون کے مطابق ادائیگی کو موخر کردیا گیا ہو' صارف ہے۔ اس میں اس سامان کا ہر استعمال کرنے والا شامل ہے جب کہ یہ استعمال خریدار کی منظوری سے کیا جائے۔ لیکن اس میں وہ شخص شامل نہیں ہے جو مال کو بیچنے کے لیے یا کسی دوسرے کمرشیل مقصد کے لیے حاصل کرتا ہے۔

(b) ''صارف وہ شخص ہے جو کسی سروس کو کسی عوض کے بالمقابل کرایہ پر لیتا ہے یا اس سے استفادہ کرتا ہے جس کی ادائیگی کردی گئی ہو یا ادائیگی کا وعدہ کیا گیا ہو یا جزوی طور پر ادائیگی کردی گئی ہو اور جزوی طور پر ادائیگی کا وعدہ کیا گیا ہو یا نظام کے تحت ادائیگی کو موخر کردیا گیا ہو۔ اس میں سروس سے استفادہ کرنے والا ہر شخص شامل ہے جب کہ سروسز سے یہ استفادہ متعلقہ شخص کی منظوری سے کیا گیا ہو لیکن اس میں وہ شخص شامل نہیں ہے جو کسی کمرشیل مقصد سے ان سروسز کو حاصل کرتا ہے۔

شکایت کون کرسکتا ھے؟ (Who can file a complaint?)

درج ذیل لوگ کسی مناسب کنزیومر فورم میں شکایت کرسکتے ہیں:

(i) کوئی بھی صارف

(ii) کوئی بھی رجسٹرڈ کنزیومر ایسوسی ایشن

(iii) مرکزی حکومت یا کوئی ریاستی حکومت

(iv) مختلف صارفین کی طرف سے مشترکہ مفاد رکھنے والے ایک یا زیادہ صارف

(v) کسی متوفی صارف کی طرف سے قانونی وارث یا نمائندہ

اب ہم یہ دیکھیں گے کہ قانون تحفظ صارفین کے تحت سہ سطحی مشینری شکایات کا ازالہ یا انسداد کس طرح کرتی ہے۔

1۔ **ضلعی فورم (District Forum):** ڈسٹرکٹ فورم میں ایک صدر اور دو ممبر ہوتے ہیں جن میں سے ایک ممبر کا تعلق صنف نازک سے ہوتا ہے۔ ان سب کا تقرر متعلقہ ریاستی حکومت کرتی ہے۔ ضلعی فورم پر کوئی بھی شکایت کی جاسکتی ہے بشرطیکہ مابہ النزاع سامان یا سروس کی قدر اور مطالبہ کیے گئے معاوضے کی رقم 20 لاکھ سے زیادہ ہو۔ شکایت ملنے پر، ضلعی فورم شکایت اس فریق کو بھیجے گا جس کے خلاف شکایت درج کرائی گئی ہے۔ اگر ضرورت ہوگی تو اس سامان یا اس کے سیمپل کو جانچ کے لیے لیبوریٹری بھی بھیجا جائے گا۔ ضلعی فورم لیبوریٹری کی جانچ رپورٹ اور اس فریق کے جواب پر غور کرکے فیصلہ سنائے گا جس کے خلاف شکایت درج کرائی گئی ہے۔ اگر متاثرہ فریق ضلعی فورم کے فیصلے سے مطمئن نہیں ہے تو شکایت کنندہ اس فیصلے کے 30 دن کے اندر ریاستی کمیشن کے سامنے اپیل کرسکتا ہے۔

2۔ **ریاستی کمیشن (State Commision):** ریاستی کمیشن ایک صدر اور کم سے کم دو ممبروں پر مشتمل ہوتا ہے۔ ان ممبران میں سے ایک ممبر خاتون ہوگی۔ ان سب کو متعلقہ ریاستی حکومت مقرر کرے گی۔ کسی بھی مناسب ریاستی کمیشن کے سامنے شکایت کی جاسکتی ہے بشرطیکہ مابہ النزاع سامان یا سروس کی قدر اور مطالبہ کے لیے معاوضے کی رقم 20 لاکھ سے زیادہ اور ایک کروڑ سے کم ہو۔ ریاستی کمیشن کے سامنے ضلعی فورم کے فیصلوں کے خلاف اپیل کی جاسکتی ہے۔ شکایت ملنے پر ریاستی کمیشن شکایت کو اس فریق کے پاس بھیجے گا جس کے

خلاف شکایت درج کرائی گئی ہے۔ اگر ضرورت ہوگی تو اس سامان یا اس کے سیمپل کو جانچ کے لیے لیبورٹری میں بھیجا جائے گا۔ ریاستی کمیشن، لیبورٹری کی جانچ رپورٹ کا مطالعہ کرکے اور اس فریق کے جواب کی سماعت کے بعد فیصلہ سنائے گا جس کے خلاف شکایت کی گئی ہے۔ اگر متاثرہ فریق ریاستی کمیشن کے فیصلے سے مطمئن نہیں ہے تو وہ اس فیصلے کے 30 دن کے اندر، قومی کمیشن کے سامنے اپیل کرسکتا ہے۔

3۔ قومی کمیشن (National Commission): قومی کمیشن میں ایک صدر اور کم از کم چار ممبر ہوتے ہیں۔ ان میں سے ایک خاتون ممبر ہوتی ہے۔ ان سب کا تقرر مرکزی حکومت کرتی ہے۔ نیشنل کمیشن کے سامنے اس وقت شکایت کی جاسکتی ہے جب مابہ النزاع سامان یا سروس کی قدر اور مطالبہ کیے گئے معاوضہ کی کل رقم ملا کر ایک کروڑ روپے سے زیادہ ہو۔ نیشنل کمیشن کے سامنے ریاستی کمیشن کے فیصلوں کے خلاف بھی اپیل کی جاسکتی ہے۔ شکایت ملنے پر نیشنل کمیشن شکایت کو اس فریق کے پاس بھیج دیتا ہے جس کے خلاف شکایت درج کرائی گئی ہے۔ اگر ضرورت پڑتی ہے تو سامان یا اس کے سیمپل کو جانچ کے لیے لیبوریٹری میں بھیج دیا جاتا ہے۔ نیشنل کمیشن لیباریٹری کی جانچ کے مطالعے اور اس فریق کے جواب سن کر فیصلہ صادر کرتی ہے جس کے خلاف شکایت کی گئی تھی۔

قومی کمیشن کے ذریعہ دیے گئے فیصلے کے خلاف جو اس کے بنیادی دائرہ اختیار میں آتا ہے سپریم کورٹ میں اپیل کی جاسکتی ہے۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ ہندوستان کی سپریم کورٹ میں صرف ایسی اپیلیں کی جاسکتی ہیں جن میں مابہ النزاع سامان کی قدر اور مطالبہ کیے گئے معاوضے کی مجموعی رقم ایک کروڑ روپے سے زیادہ اور متاثرہ فریق نیشنل کمیشن کے فیصلے سے مطمئن نہ ہو۔ اس کے علاوہ ایک ایسے مقدمے میں جس کا فیصلہ ڈسٹرکٹ فورم نے کیا ہو اس کی اپیل ریاستی کمیشن میں کی جاسکتی ہے اور پھر ریاستی کمیشن کے فیصلے کے خلاف نیشنل کمیشن میں بھی اپیل کی جاسکتی ہے لیکن اس کے بعد کوئی اپیل نہیں کی جاسکتی۔

دستیاب سہولتیں (Relief Available)

اگر شکایت کے درست اور جائز ہونے پر کنزیومر کورٹ مطمئن ہو تو وہ مخالف فریق کے لیے درج میں سے ایک یا زیادہ ہدایات دے سکتا ہے۔

(i) سامان کا نقص یا سروس کی کمی کو دور کرنے کے لیے
(ii) ناقص مال کو ایسے نئے سامان سے بدلنے کے لیے جس میں کوئی نقص نہ ہو
(iii) مال کی ادا شدہ قیمت کو واپس کرنے کے لیے یا سروس کے لیے ادا شدہ رقم کو واپس کرنے کے لیے
(iv) فریق مخالف کی بے توجہی یا غفلت کی وجہ سے صارف کو جو نقصان ہوئے ہیں یا جو زخم پہنچے ہیں ان کی تلافی کے لیے معقول معاوضہ کی ادائیگی کرنے کے لیے
(v) حالات کے مطابق سزا کے طور پر نقصانات کی ادائیگی کے لیے
(vi) غیر منصفانہ اور پابندی والی تجارتی سرگرمیوں کو روکنے کے لیے اور مستقبل میں ان کو نہ دہرانے کے لیے
(vii) صحت کے لیے خطرناک اشیا فروخت نہ کرنے کے لیے
(viii) بکری کے لیے رکھی گئی مضر صحت اور خطرناک اشیا کو واپس لینے کے لیے

کچھ فیصلہ شدہ مقدمے (Some Decided Cases)

قانون تحفظ صارفین کے تحت، ایک صارف کسی بھی ناقص مال کے لیے اس کے مینوفیکچرر یا فروخت کنندہ کے خلاف اور ایسے ہی کسی ناقص سروس کے لیے اس کے فراہم کنندہ کے خلاف شکایت درج کراسکتا ہے۔

جوس فلپ میمپلل (Juse Phillip Mampillil) بنام میسرز پریمیر آٹو موبائلز لمیٹڈ اور دیگر، ان کے مقدمے میں صارف (اپیل کنندہ) نے ایک کار خریدی تھی جو خریدنے پر ناقص نکلی۔ مدعا علیہ (مینوفیکچرر اور ڈیلر) نے نقائص دور نہیں کیے۔ نتیجتاً ڈسٹرکٹ فورم نے کار کی مفت مرمت اور انجن کے بدلنے کا فیصلہ سنایا۔ ریاستی کمیشن نے فیصلہ برقرار رکھا البتہ انجن کو بدلنے کی بات اس نے بھی کہی۔

ششی کانت کرشنالی ڈولے کے مقدمے بنام شکشن پرسارک منڈلی میں نیشنل کمیشن نے مانا کہ سوئمنگ پول میں حفاظتی تدابیر کی کمی سروس کی خرابی ہے۔ سوئمنگ پول ایک اسکول کا تھا جو فیس لے کر لوگوں کو سوئمنگ کی سہولتیں مہیا کراتا تھا۔ اسکول سردیوں اور گرمیوں کے موسم میں سوئمنگ میں لڑکوں کو تربیت دینے کے لیے ٹریننگ کیمپ لگاتا تھا اور اس مقصد کے لیے اس نے ایک کوچ کی خدمات بھی حاصل کر رکھی تھیں۔ مدعیان نے اپنے اکلوتے بیٹے کا نام کوچ کی سرپرستی میں سوئمنگ سیکھنے کے لیے درج کرایا۔ الزام یہ تھا کہ کوچ کی غفلت کی وجہ سے اس کا بیٹا ڈوب گیا اور مرگیا۔ اسکول نے اس معاملے میں کسی بھی قسم کی ذمے داری لینے سے انکار کردیا۔ کوچ کا دعویٰ تھا کہ اس کے پاس لڑکوں کو سوئمنگ سکھانے کا کافی تجربہ ہے۔ جب یہ پایا گیا کہ لڑکا ڈوب گیا ہے تو کوچ نے اس کو فوراً باہر نکالا اور اس کے پیٹ سے پانی نکالا اور اس کو مصنوعی سانس دلانے کی کوشش کی اور اس کے بعد اس کو ڈاکٹر کے پاس لے گیا ڈاکٹر نے یہ مشورہ دیا کہ اس کو فوراً اسپتال لے جایا جائے لیکن وہ اسپتال جاکر مرگیا۔ ریاستی کمیشن نے مانا کہ اسکول اور کوچ دونوں نے ہی متوفی کو ناقص سروس مہیا کی۔ اپیل کرنے پر نیشنل کمیشن نے بھی اس فیصلے کو برقرار رکھا۔

ماخوذ از www.indiainfoline.com

(ix) صحت کے لیے خطرناک اشیا کی مینوفیکچرنگ روکنے کے لیے اور نقصان دہ خدمات مہیا نہ کرانے کے لیے

(x) کسی رقم (جو ناقص مال یا خراب سروس کی قیمت کے 5 فی صد سے کم ہو) کی ادائیگی کرنا۔ یہ رقم کنزیومر ویلفیر فنڈ یا کسی دوسری تنظیم/فرد کے پاس جمع کی جائے گی جس کا استعمال قانون کے مطابق طے شدہ امور میں ہوگا۔

(xi) گمراہ کن اشتہارات کے اثرات کی اصلاح کرنے کے لیے اصلاحی اشتہارات دینا

(xii) حق دار فریق کو کافی لاگت کی ادائیگی کرنا

باکس میں کچھ مقدمات کے فیصلے دیے گئے ہیں۔ ان مقدمات میں ناقص سامان اور خراب سروس کے لیے کنزیومر کورٹ میں شکایات درج کرائی گئی تھیں

کنزیومر تنظیموں اور غیر سرکاری تنظیموں کا کردار (ROLE OF CONSUMER ORGANISATIONS AND NGOs)

ہندوستان میں کئی کنزیومر تنظیمیں اور غیر سرکاری تنظیمیں (NGOs) صارفین کے مفادات کا تحفظ کرنے کے لیے قائم

سی ای آر ایس نے ریلوے کے خلاف مقدمہ جیتا (CERS Wins Case Against Railways)

CERS (کنزیومر ایجوکیشن اینڈ ریسرچ سوسائٹی) احمد آباد اور ایک سینئر جوڑے نے جو مقدمہ دائر کیا تھا اس میں فورم برائے انسداد شکایات صارفین (Consumer Dispute Redressal Forum) احمد آباد نے ریلویز کو لاپرواہی برتنے کا ذمے دار ٹھہراتے ہوئے اس کو یہ حکم دیا کہ وہ اس جوڑے کو ذہنی تکلیف دینے کے لے بیس ہزار روپے ادا کرنے اور تیس ہزار روپے کی ادائیگی لاگت کے طور پر کرے۔

منموہن سنگھ اور ان کی بیوی کملیش 2 نومبر 2001 کو نئی دہلی سے کانپور سینٹرل تک سفر کے لیے شتابدی ایکسپریس میں احمد آباد سے ریل سفر اور ریزرویشن ٹکٹ خریدا۔ ٹکٹ پر دی گئی تفصیلات جیسے کوچ نمبر اور سفر کی تاریخ وغیرہ پڑھنے میں نہیں آرہی تھیں۔ اس لیے انھیں مجبوراً نئی دہلی سے کانپور تک کے سفر کے لیے ایک اور ٹکٹ خریدنا پڑا۔ انھوں نے پہلے والے ٹکٹ کی رقم کی واپسی کے لیے درخواست دی۔ لیکن فورم کی تحقیق کے مطابق اس کے لیے انھیں سخت پریشانی کا سامنا کرنا پڑا۔ اس جوڑے نے رقم کی واپسی کے لیے احمد آباد کا رہائشی پتہ دیا تھا لیکن ریلوے نے اس کو دہلی کے پتے پر بھیجا۔ نتیجتاً انھوں نے CERs کی مدد چاہی۔ CERS نے ریلویز کے خلاف فورم برائے انسداد شکایات صارفین (Consumer Dispute Redressal Fourm) احمد آباد میں شکایت درج کرائی۔ یہ شکایت قانون تحفظ صارفین 1986 کی دفعہ g (1) 2 اور دفعہ (0) (1) 2 کے تحت درج کرائی گئی۔ CERS نے مطالبہ کیا کہ ان دونوں بزرگ شہریوں کو ریلویز کی ناقص سروس کی وجہ سے ذہنی اذیت کا سامنا کرنا پڑا۔ ریلویز نے یہ دلیل دی کہ دیگر باتوں کے علاوہ ٹکٹ کے رد کیے جانے کے بعد یہ فورم کے دائرہ سماعت سے باہر ہو گیا کیوں کہ قانون کی نظر میں تب یہ جوڑا صارف نہیں تھا، نیز یہ کہ شکایت کا وقت گذر چکا تھا اور رقم کی واپسی کی سماعت کے لیے صحیح فورم Railways Claim Tribunal ہے۔

بہر حال فورم نے یہ پایا کہ اس جوڑے کی مشکلات کا سبب ریلوے کی ناقص سروس تھی چنانچہ اس نے ذہنی اذیت کے لیے بیس ہزار روپے اور بطور لاگت تیس ہزار روپے اس جوڑے کو دینے کو کہا۔ فورم نے واپسی کی رقم کے بارے میں کوئی فیصلہ نہیں دیا اور صرف یہ کہا کہ ''اس کا فیصلہ صرف ریلوے کلیم ٹریبونل کرے گا''۔

ماخذ : www.corecentere.org

ہیں۔ یہ تنظیمیں ان کے مفادات کو فروغ دیتی ہیں۔ غیر سرکاری تنظیمیں غیر منفعتی (Non profit) تنظیمیں ہیں جن کا مقصد لوگوں کی فلاح و بہبود کو بڑھاوا دینا ہے۔ ان تنظیموں کے اپنے دستور اساسی ہوتے ہیں اور یہ حکومت کی مداخلت سے آزاد رہ کر کام کرتی ہیں۔ کنزیومر تنظیمیں اور غیر سرکاری تنظیمیں، صارفین کے مفادات کے تحفظ اور ان کے فروغ کے لیے مختلف کام انجام دیتی ہیں۔ ان کے کچھ کام اس طرح ہیں۔

(i) تربیتی پروگرام ترتیب دے کر اور سیمینار اور ورکشاپ وغیرہ منعقد کرا کے عام پبلک کو حقوق صارفین کے بارے میں تعلیم و تربیت دی جائے۔

(ii) صارفین کے مسائل، قانونی رپورٹنگ، دستیاب سہولتوں اور دیگر متعلقہ امور کے بارے میں معلومات مہیا کرنے کے لیے اشاعتی مواد فراہم کرنا۔

(iii) مسابقتی برانڈوں کی کوالٹی کی نسبتی جانچ کے لیے تسلیم شدہ تجربہ گاہوں میں مصرفی اشیا کی جانچ کرانا اور صارفین کے مفاد میں ان کے نتائج کو شائع کرنا۔

(iv) بے ایمان، استحصال کرنے والے اور بد عنوان بیوپاریوں کی مخالفت کرنے اور ان کے خلاف عملی قدم اٹھانے کے لیے صارفین کو آمادہ کرنا۔

(v) قانونی مشورہ اور مدد دے کر صارفین کو اس بات کے لیے آمادہ کرنا کہ وہ ہر قسم کی بدعنوانی کے خلاف قانونی چارہ جوئی کریں۔

(vi) صارفین کی طرف سے مناسب کنزیومر عدالتوں میں شکایات درج کرانا۔

(vii) کنزیومر عدالتوں میں کسی شخص واحد کے مفاد کے لیے نہیں بلکہ عوام کے مفاد میں مقدمہ دائر کرنے کی پہل کرنا۔

کچھ اہم صارفین کی تنظیمیں اور غیر سرکاری تنظیمیں جو صارفین کے مفادات کے تحفظ اور ان کے فروغ میں لگی ہوئی ہیں حسب ذیل ہیں:

(i) کنزیومر کوآرڈینیشن کونسل، دہلی
(ii) کامن کاز، دہلی
(iii) Voice (صارفین کی تعلیم کے کام میں لگی رضا کار تنظیم)، دہلی
(iv) کنزیومر ایجوکیشن اینڈ ریسرچ سینٹر، احمد آباد
(v) کونسل برائے تحفظ صارفین (Consumer Protection Council)، احمد آباد
(vi) کنزیومر گائڈنیس سوسائٹی آف انڈیا (CGSI)، ممبئی
(vii) ممبئی گراہک پنچایت، ممبئی
(viii) کرناٹک کنزیومر سروس سوسائٹی، بنگلور
(ix) کنزیومرس ایسوسی ایشن، کولکاتا
(x) کنزیومر یونٹی اینڈ ٹرسٹ سوسائٹی (CUTS)، جے پور

کلیدی اصطلاحات

تحفظ صارفین	Consumer Protection	شکایت کا انسداد	Redressal of grievance
حقوق صارف	Consumer Rights	درجات	Grades
صارف کی ذمہ داریاں	Consumer Responsibilities	معیارات	Standards

خلاصہ

تحفظ صارفین کی اہمیت (Importance of Consumer Protection): صارفین کے نقطۂ نظر سے، تحفظ صارفین اس لیے اہم ہے کہ وہ ان پڑھ اور بے خبر ہیں، غیر منظّم ہیں اور بیوپاری ان کا استحصال کر سکتے ہیں۔ صارفین کا تحفظ

کاروبار کے لیے بھی ضروری ہے کیوں کہ (i) یہ کاروبار کے طویل مدتی مفاد میں ہے (ii) کاروبار سماج کے وسائل کو استعمال کرتا ہے (iii) یہ کاروبار کی ایک سماجی ذمہ داری ہے (iv) اس تحفظ کا ایک اخلاقی جواز (Moral Justification) بھی ہے (v) اور اس سے کاروبار کے کام کاج میں حکومت کی مداخلت سے نجات ملتی ہے۔

صارفین کے لیے قانونی تحفظ (Legal Protection to Consumers): ہندوستان کے قانونی ڈھانچے میں ایسے مختلف قانون موجود ہیں جن سے صارفین کو تحفظ ملتا ہے۔ یہ قانون مختصراً درج ذیل ہیں: (i) تحفظ صارفین ایکٹ 1986 (ii) انڈین معاہدہ ایکٹ 1872 (iii) ایکٹ برائے فروخت سامان (Sale of Goods Act 1930) (iv) لازمی اشیا ایکٹ (The Essential Commodities Act 1955) (v) زراعتی اشیا (گریڈنگ اور مارکنگ) ایکٹ 1937 (vi) غذائی ملاوٹ کے انسداد کے لیے قانون (The Prevention of Food Adultration Act 1954)، (vii) برائے معیارات پیائش اور وزن ایکٹ 1976 (viii) ٹریڈ مارکس ایکٹ 1999، (ix) مسابقت ایکٹ (The Competition Act 2002) اور (x) بیورو آف انڈین اسٹینڈرڈز ایکٹ 1986۔

صارفین کے حقوق (Consumer Rights): ایکٹ برائے تحفظ صارفین نے، صارفین کو چھے حقوق عطا کیے ہیں۔ یہ حقوق حسب ذیل ہیں: (i) حفاظت کا حق (Safety Right) (ii) جانکاری کا حق (iii) پسند کا حق (iv) سماعت کا حق (Right to be Heard) (v) ازالۂ شکایت کا حق (vi) صارف کی تعلیم کا حق

صارف کی ذمے داریاں (Consumer Responsibilities): ان حقوق کے استعمال اور ان سے استفادے کے ساتھ ساتھ ایک صارف کو سامان خریدنے، استعمال کرنے یا خرچ کرتے وقت اپنی ذمے داریوں کا خیال رکھنا بھی ضروری ہے۔

تحفظ صارفین کے طریقے اور ذرائع (Ways and Means of Consumer Protection): ایسے مختلف طریقے ہیں جن سے صارفین کے مفادات کا تحفظ ہوسکتا ہے۔ ان طریقوں کو اس طرح بیان کیا جا سکتا ہے (i) کاروبار کے ذریعے ضابطہ بندی (Self Regulation by Business) (ii) کاروباری انجمنیں (iii) صارفین کی بیداری (iv) صارفین کی تنظیمیں اور (v) حکومت

ایکٹ برائے تحفظ صارفین کے تحت انسدادی ایجنسیاں (Redressal Agencies under the Consumer Protection Act): قانون تحفظ صارفین کے تحت ضلع، ریاست اور ملک گیر سطح پر ایک سہ سطحی مشینری ازالۂ شکایات کے لیے قائم کی جائے گی۔ ان کو ڈسٹرکٹ فورم، ریاستی کمیشن اور قومی کمیشن کہا جاتا ہے۔ اس قانون کے تحت صارفین کو مختلف سہولتیں حاصل ہیں۔ صارفین کی مجاز عدالتیں، سامان کے نقص کو دور کرنے، ناقص مال کو بدلنے، مال کی قیمت واپس کرنے اور صارف کو ہوئے نقصانات کے لیے معاوضے کی ادائگی وغیرہ کا حکم دے سکتی ہیں۔

صارفین کی تنظیمیں اور غیر سرکاری تنظیمیں (Consumer Organisation and NGOs): ہندوستان میں مختلف صارف تنظیمیں اور غیر سرکاری تنظیمیں ہیں جو صارفین کے مفادات کے تحفظ میں اہم کردار نبھاتی ہیں۔

مشقیں

صحیح یا غلط

بتایئے کہ درج ذیل بیانات صحیح ہیں یا غلط:

(i) صارف کا تحفظ کاروبار کے لیے اخلاقی جواز (Moral Justification) ہے۔

(ii) حقوق کے ساتھ ساتھ، صارف کی کچھ ذمہ داریاں بھی ہیں۔

(iii) جب متنازعہ سامان یا سروس اور معاوضے کے مطالبے کی رقم 20 لاکھ سے زیادہ ہوتو شکایت ضلعی فورم میں کی جائے گی۔

(iv) قانون تحفظ صارفین نے صارفین کو چھے حقوق عطا کیے ہیں۔

(v) ISI غذائی اشیا کے معاملے میں کوالٹی کی تصدیق کے لیے استعمال ہونے والا نشان ہے۔

(vi) قانون تحفظ صارفین کے تحت ایک صارف، ناقص مال یا ناقص سروس کی شکایت درج کرا سکتا ہے۔

مختصر جوابی سوالات

(i) ایک کاروبار کے نقطۂ نظر سے صارفین کے تحفظ کی اہمیت بتایئے۔

(ii) حکومت ہند نے صارفین کے مفادات کے تحفظ کے لیے جو قوانین پاس کیے ہیں ان کو بتایئے۔

(iii) ایک صارف کی کیا ذمے داریاں ہیں؟

(iv) کنزیومر کورٹ میں شکایت کون درج کرا سکتا ہے؟

(v) ریاستی کمیشن میں کس قسم کے معاملات درج کیے جاتے ہیں؟

(vi) صارفین کے مفادات کے تحفظ اور فروغ میں غیر سرکاری تنظیموں اور صارفین کی تنظیموں کا کیا کردار ہے؟

طویل جوابی سوالات

(i) ایک صارف کے حقوق اور ذمے داریوں کی وضاحت کیجیے۔

(ii) وہ مختلف طریقے کون سے ہیں جن سے صارفین کے تحفظ کے مقاصد حاصل ہو سکتے ہیں؟ اس سلسلے میں صارفین کی تنظیموں اور غیر سرکاری تنظیموں کے کردار کی بھی وضاحت کیجیے۔

(iii) تحفظ صارفین ایکٹ 1986 کے تحت صارفین کو حاصل ازالۂ شکایات کے طریقۂ کار کو بتایئے۔

اطلاق پر مبنی سوالات

(i) اپنے شہر کی کسی صارف تنظیم کے پاس جائیے اور جو کام وہ انجام دیتی ہے اس کی ایک فہرست بنائیے۔

(ii) صارفین سے متعلق کچھ معاملات کے اخباری تراشے اکٹھا کیجیے اور ان کے بارے میں عدالتوں نے جو فیصلے دیے ہیں ان کے تراشے بھی جمع کیجیے۔

صورت مسئلہ

اب شکایت درج کرانے کے لیے صرف کلک (Click) کرنے کی ضرورت ہے۔اب کنزیومر کورٹ میں شکایت درج کرانا اس سال کے آخر تک اور آسان ہوجائے گا۔اب یہ بھی کوئی اہم بات نہ رہے گی کہ آپ ملک کے کس حصے میں رہتے ہیں۔بس اب تو آپ کو صرف کمپیوٹر کے ماؤس کو کلک کرنا ہے۔کانفونیٹ (کمپیوٹرائزیشن اینڈ کمپیوٹر نیٹ ورکنگ آف کنزیومر فورم) نامی پروجیکٹ اب بالکل تیار ہی سمجھیے۔اسے نیشنل انفارمیٹکس سینٹر (NIC) شروع کرنے جارہا ہے۔''حکومت کو امید ہے کہ آن لائن شکایات کو درج کرنے کے کام سے کنزیومر مراکز کی ای گورنینس (E Governance) شفافیت، اہلیت اور چستی میں اضافہ ہوگا'' یہ بات صارفین کے امور کی وزارت کے ایک ترجمان نے کہی ہے۔اس ترجمان نے یہ بھی بتایا ہے کہ اس پروجیکٹ کے لیے منظور 48.64 کروڑ روپیے میں 30.50 کروڑ روپیے اب تک حکومت دے چکی ہے۔

سافٹ ویئر ڈیولپمینٹ، جانچ، نیٹ ورکنگ اور پروجیکٹ پر عمل درآمد، یک جہتی اور سائٹ کی تیاری کے علاوہ اس میں تمام 600 ڈسٹرکٹ فورم 35 ریاستی کمیشنوں اور نیشنل کمیشن کے لیے ہارڈ ویئر کی خریداری بھی شامل ہے۔

اس وقت، کمپیوٹر سسٹم اور سافٹ ویئر 25 ریاستی کمیشنوں اور 300 ڈسٹرکٹ فورم کو بھیجے جاچکے ہیں۔یہ بھی ایک حقیقت ہے کہ کئی بار کمپیوٹر مشینوں کی پیکنگ کھول کر انھیں لگانے کے لیے کافی انتظار کرنا پڑتا ہے۔بہر حال اس وقت اسٹاف کی ٹریننگ— کبھی کلاس روم میں اور کبھی ای۔اسباق کے ذریعے—زوروں پر ہے۔

لیکن صرف آن لائن شکایت درج کرانے کی سہولت سے ملک میں صارفین کے مفادات کے تحفظ کی تحریک مکمل نہیں ہوسکتی۔اس کے لیے ہم لگاتار کام کررہے ہیں اور اس کے لیے سب سے بہتر طریقہ ہے اسکول سے رابطہ۔

اسی لیے حکومت کنزیومر کلب بنانے کے لیے اسکولی بچوں کو بھی اس تحریک میں شامل کررہی ہے تاکہ انھیں صارفین کی مختلف فلاحی سرگرمیوں میں مصروف رکھا جاسکے۔کلب کو چلانے کے لیے کچھ پیسہ ریاستی حکومتوں کی ذمہ داری ہے اور ریاستی حصوں کے برابر ذمہ داری مرکزی حکومت کی ہے۔بہر کیف ابھی کچھ ریاستوں کو اپنے حصے کے فنڈ کو منظور کرنا ہے۔ان ریاستوں میں اتر پردیش، مدھیہ پردیش اور کیرالا شامل ہیں۔

ماخذ: ***www.economictimes.indiatimes.com***

سوالات

1۔ شکایت درج کرانے کے طریقے کو آسان بنانے کے لیے صارفین کے امور کی وزارت کیا قدم اٹھا رہی ہے؟

2۔ صارفین کے تحفظ میں تعاون دینے کے لیے ایک طالب علم کی حیثیت سے آپ کا کیا کردار ہوگا؟

3۔ مذکورہ بالا رپورٹ میں مجوزہ اقدامات کو عملی جامہ پہنانے کے بعد آپ کے خیال میں صارفین کے تحفظ کی کیا شکل ہوگی؟

(اساتذہ سے درخواست ہے کہ وہ ازالۂ شکایات صارفین کے قومی کمیشن اور دیگر صارف فورم کے فیصلوں کا مطالعہ کرنے میں طلبا کی مدد کریں۔ اس قسم کی پہل سے طلبا صارفین کے تحفظ کو بہتر طور پر سمجھ سکیں گے۔ اس سلسلے میں شائع شدہ مختلف مواد کا بھی استعمال کیا جا سکتا ہے۔ اسکول میں بنے کنزیومر کلب سے بھی طلبا میں اس سلسلے میں شعور پیدا ہوگا۔ وہ بہتر طور پر صارفین کے حقوق کے تحفظ کو بھی سمجھ سکیں گے)۔