

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019: उपभोक्ता संरक्षण आंदोलन की नई दिशा

Dr. Kuldeep Singh

Assistant Professor, Govt. Law College, Bikaner, Rajasthan, India

सार: उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 () भारत सरकार द्वारा पारित एक उपभोक्ता संरक्षण कानून है जिसे देश के उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए एवं उनके साथ होने वाली धोखाधड़ी रोकने के लिए मोदी सरकार ने 2019 पारित किया था। यह अधिनियम 20 जुलाई 2019 से ही प्रभावी हो गया है। इस नए अधिनियम ने पुराने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 की जगह ली है। इस नए कानून का पहला ड्राफ्ट 2014 में तैयार किया गया था। पहले यह कानून जनवरी 2019 में लागू होना था परन्तु उसके बाद कोरोना के कारण इसमें ओर विलम्ब हुआ। उपभोक्ता अदालत के अतिरिक्त नए कानून के अंतर्गत केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) का भी गठन किया जाएगा।

I. परिचय

प्रमुख विशेषताएँ

उपभोक्ता की परिभाषा

इस अधिनियम के अनुसार उस व्यक्ति को उपभोक्ता कहा जाता है जो वस्तुओं और सेवाओं की खरीद और उपभोग अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए करता है। विशेष बात यह है कि जो व्यक्ति वस्तुओं और सेवाओं को बेचने के लिए या वाणिज्यिक उद्देश्य के लिए खरीदता है, उसे उपभोक्ता नहीं माना गया है उन्हें विक्रेता माना गया है।[1,2,3]

केन्द्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 में CCPA की स्थापना का प्रावधान है जो उपभोक्ताओं के अधिकारों की रक्षा करने के साथ साथ उनको बढ़ावा देगा और लागू करेगा। यह प्राधिकरण अनुचित व्यापार प्रथाओं, भ्रामक विज्ञापनों और उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन से संबंधित मामलों को भी देखेगा।

इसके पास उल्लंघनकर्ताओं पर जुर्माना लगाने और बिके हुए माल को वापस लेने या सेवाओं को वापस लेने के आदेश पारित करना, अनुचित व्यापार प्रथाओं को बंद करने और उपभोक्ताओं द्वारा भुगतान की गई कीमत को वापस दिलाने का अधिकार भी होगा। इस प्राधिकरण का नेतृत्व महानिदेशक करेंगे।

उपभोक्ताओं के अधिकार

यह अधिनियम उपभोक्ताओं को 6 अधिकार प्रदान करता है;

- (क) वस्तुओं या सेवाओं की मात्रा, गुणवत्ता, शुद्धता, क्षमता, कीमत और मानक के बारे में जानकारी प्राप्त करने का अधिकार
- (ख) खतरनाक वस्तुओं और सेवाओं से सुरक्षित रहने का अधिकार
- (ग) अनुचित या प्रतिबंधात्मक व्यापार प्रथाओं से संरक्षित रहने का अधिकार
- (घ) प्रतिस्पर्धी कीमतों पर विभिन्न प्रकार की वस्तुओं या सेवाओं की उपलब्धता
- उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग
- इस अधिनियम में राष्ट्रीय, राज्य और जिला स्तरों पर उपभोक्ता विवाद निवारण आयोगों ((Consumer Disputes Redressal Commission /CDRCs) की स्थापना का प्रावधान है।
- CDRC निम्न प्रकार की शिकायतों का निपटारा करेगा-
- (१) अधिक मूल्य वसूलना या अस्पष्ट कीमत वसूलना
- (२) अनुचित या प्रतिबंधात्मक व्यापार व्यवहार
- (३) जीवन के लिए खतरनाक वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री
- (४) दोषपूर्ण वस्तुओं या सेवाओं की बिक्री

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 का अधिकार क्षेत्र

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 ने उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग (CDRCs) ने राष्ट्रीय, राज्य और जिला विवाद निवारण आयोग के अधिकार क्षेत्र को तय कर दिया है। राष्ट्रीय विवाद निवारण आयोग, 10 करोड़ रुपये से अधिक की शिकायतों को सुनेगा

जबकि राज्य विवाद निवारण आयोग, उन शिकायतों की सुनवाई करेगा जो कि 1 करोड़ रुपये से अधिक है लेकिन 10 करोड़ रुपये से कम हैं। जिला विवाद निवारण आयोग, उन शिकायतों को सुनेगा जिन मामलों में शिकायत 1 करोड़ रुपये से कम की धोखाधड़ी की है।

II. विचार-विमर्श

आज ग्राहक जमाखोरी, कालाबाजारी, मिलावट, बिना मानक की वस्तुओं की बिक्री, अधिक दाम, ग्यारन्टी के बाद सर्विस नहीं देना, हर जगह ठगी, कम नाप-तौल इत्यादि संकटों से घिरा है। ग्राहक संरक्षण के लिए विभिन्न कानून बने हैं, इसके फलस्वरूप ग्राहक आज सरकार पर निर्भर हो गया है। जो लोग गैरकानूनी काम करते हैं, जैसे- जमाखोरी, कालाबाजारी करने वाले, मिलावटखोर इत्यादि को राजनैतिक संरक्षण प्राप्त होता है। ग्राहक चूंकि संगठित नहीं हैं इसलिए हर जगह ठगा जाता है। ग्राहक आन्दोलन की शुरुआत यहीं से होती है। ग्राहक को जागना होगा व स्वयं का संरक्षण करना होगा।

15 मार्च 1962 को अमेरिकी कांग्रेस में तत्काली राष्ट्रपति जॉन एफ कैनेडी द्वारा उपभोक्ता संरक्षण पर पेश विधेयक को अनुमोदित किया था। इसी कारण 15 मार्च को अंतरराष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस के रूप में मनाया जाता है। अमेरिकी कांग्रेस में पारित विधेयक में चार विशेष प्रावधान थे।

1. उपभोक्ता सुरक्षा के अधिकार।[4,5,6]
2. उपभोक्ता को सूचना प्राप्त करने का अधिकार।
3. उपभोक्ता को चुनाव करने का अधिकार।
4. उपभोक्ता को सुनवाई का अधिकार।

अमेरिकी कांग्रेस ने चार और अधिकार बाद में जोड़ दिए-

1. उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार।
2. क्षति प्राप्त करने का अधिकार।
3. स्वच्छ वातावरण का अधिकार।
4. मूलभूत आवश्यकताएं जैसे भोजन, वस्त्र और आवास प्राप्त करने अधिकार।

जहां तक भारत का प्रश्न है, उपभोक्ता आन्दोलन को दिशा 1966 में जेआरडी टाटा के नेतृत्व में कुछ उद्योगपतियों द्वारा उपभोक्ता

संरक्षण के तहत फेयर प्रैक्टिस एसोसिएशन की मुंबई में स्थापना की गई और इसकी शाखाएं कुछ प्रमुख शहरों में स्थापित की गईं। स्वयंसेवी संगठन के रूप में ग्राहक पंचायत की स्थापना बीएम जोशी द्वारा 1974 में पुणे में की गई। अनेक राज्यों में उपभोक्ता कल्याण हेतु संस्थाओं का गठन हुआ। इस प्रकार उपभोक्ता आन्दोलन आगे बढ़ता रहा। 24 दिसम्बर 1986 को उपभोक्ता संरक्षण विधेयक संसद ने पारित किया और राष्ट्रपति द्वारा हस्ताक्षरित होने के बाद देशभर में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम लागू हुआ। इस अधिनियम में बाद में 1993 व 2002 में महत्वपूर्ण संशोधन किए गए। इन व्यापक संशोधनों के बाद यह एक सरल व सुगम अधिनियम हो गया है। इस अधिनियम के अधीन पारित आदेशों का पालन न किए जाने पर धारा 27 के अधीन कारावास व दण्ड तथा धारा 25 के अधीन कुर्की का प्रावधान किया गया है।

उपभोक्ता

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के अनुसार कोई व्यक्ति जो अपने उपयोग के लिये सामान अथवा सेवायें खरीदता है वह उपभोक्ता है। विक्रेता की अनुमति से ऐसे सामान/सेवाओं का प्रयोग करने वाला व्यक्ति भी उपभोक्ता है। अतः हम में से प्रत्येक किसी न किसी रूप में उपभोक्ता ही है।

उपभोक्ता के अधिकार[7,8,9]

1. उन उत्पादों तथा सेवाओं से सुरक्षा का अधिकार जो जीवन तथाणगर्भ संपत्ति को हानि पहुँचा सकते हैं।
2. उत्पादों तथा सेवाओं की गुणवत्ता, मात्रा, शुद्धता, मानक तथा मूल्य के बारे में जानने का अधिकार जिससे कि उपभोक्ता को अनुचित व्यापार पद्धतियों से बचाया जा सके।
3. जहाँ भी संभव हो, वहाँ प्रतियोगात्मक मूल्यों पर विभिन्न उत्पादों सेवाओं तक पहुँच के प्रति आश्वासित होने का अधिकार।
4. सुनवाई और इस आश्वासन का अधिकार कि उचित मंचों पर उपभोक्ता के हितों को उपयुक्त विनियोग प्राप्त होगा।
5. अनुचित या प्रतिबंध व्यापार पद्धतियों या उपभोक्ताओं के अनैतिक शोषण के विरुद्ध सुनवाई का अधिका

शिकायतें क्या-क्या हो सकती हैं?

किसी व्यापारी द्वारा अनुचित/प्रतिबंधात्मक पद्धति के प्रयोग करने से यदि आपको हानि/क्षति हुई है अथवा खरीदे गये सामान में यदि कोई खराबी है या फिर किराये पर ली गई/उपभोग की गई सेवाओं में कमी पाई गई है या फिर विक्रेता ने आपसे प्रदर्शित मूल्य अथवा



लागू कानून द्वारा अथवा इसके मूल्य से अधिक मूल्य लिया गया है। इसके अलावा यदि किसी कानून का उल्लंघन करते हुए जीवन तथा सुरक्षा के लिये जोखिम पैदा करने वाला सामान जनता को बेचा जा रहा है तो आप शिकायत दर्ज करवा सकते हैं।

कौन शिकायत कर सकता है?

स्वयं उपभोक्ता या कोई स्वैच्छिक उपभोक्ता संगठन जो समिति पंजीकरण अधिनियम 1860 अथवा कंपनी अधिनियम 1951 अथवा फिलहाल लागू किसी अन्य विधि के अधीन पंजीकृत है, शिकायत दर्ज कर सकता है।

शिकायत कहां की जाये

शिकायत कहां की जाये, यह बात सामान सेवाओं की लागत अथवा मांगी गई क्षतिपूर्ति पर निर्भर करती है। अगर यह राशि 20 लाख रुपये से कम है तो जिला फोरम में शिकायत करें। यदि यह राशि 20 लाख रुपये से अधिक लेकिन एक करोड़ रुपये से कम है तो राज्य आयोग के समक्ष और यदि एक करोड़ रुपये से अधिक है तो राष्ट्रीय आयोग के समक्ष शिकायत दर्ज करायें। वेबसाइट www.fcamin.nic.in पर सभी पते उपलब्ध हैं।

शिकायत कैसे करें

उपभोक्ता द्वारा अथवा शिकायतकर्ता द्वारा शिकायत सादे कागज पर की जा सकती है। शिकायत में शिकायतकर्ताओं तथा विपरीत पार्टी के नाम का विवरण तथा पता, शिकायत से संबंधित तथ्य एवं यह सब कब और कहां हुआ आदि का विवरण, शिकायत में उल्लिखित आरोपों के समर्थन में दस्तावेज साथ ही प्राधिकृत एजेंट के हस्ताक्षर होने चाहिये। इस प्रकार की शिकायत दर्ज कराने के लिये किसी वकील की आवश्यकता नहीं होती। साथ ही इस कार्य पर नाममात्र न्यायालय शुल्क ली जाती है।

क्षतिपूर्ति

उपभोक्ताओं को प्रदाय सामान से खराबियां हटाना, सामान को बदलना, चुकाये गये मूल्य को वापस देने के अलावा हानि अथवा चोट के लिये क्षतिपूर्ति। सेवाओं में त्रुटियां अथवा कमियां हटाने के साथ-साथ पार्टियों को पर्याप्त न्यायालय वाद-व्यय प्रदान कर राहत दी जाती है।

उपभोक्ता अधिकार संरक्षण के कुछ कानून[10,11,12]

उपभोक्ता के साथ ही स्वैच्छिक उपभोक्ता संगठन, केंद्र या राज्य सरकार, एक या एक से अधिक उपभोक्ता कार्यवाही कर सकते हैं।

- भारतीय टेलीग्राफ अधिनियम-1885,
- पोस्ट आफिस अधिनियम 1898,
- उपभोक्ता/सिविल न्यायालय से संबंधित भारतीय वस्तु विक्रय अधिनियम 1930,
- कृषि एवं विपणन निदेशालय भारत सरकार से संबंधित कृषि उत्पाद
- ड्रग्स नियंत्रण प्रशासन एमआरटीपी आयोग-उपभोक्ता सिविल कोर्ट से संबंधित ड्रग एण्ड कास्मोटिक अधिनियम-1940,
- मोनापालीज एण्ड रेस्ट्रिक्टिव ट्रेड प्रेक्टिसेज अधिनियम-1969,
- प्राइज चिट एण्ड मनी सर्कुलेशन स्कीम्स (बैनिंग) अधिनियम-1970
- उपभोक्ता/सिविल न्यायालय से संबंधित भारतीय मानक संस्थान (प्रमाण पत्र) अधिनियम-1952,
- खाद्य पदार्थ मिलावट रोधी अधिनियम-1954,
- जीवन बीमा अधिनियम-1956,
- ट्रेड एण्ड मर्केन्डाइज मार्क्स अधिनियम-1958,
- हायर परचेज अधिनियम-1972,
- चिट फण्ड अधिनियम-1982,
- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम,
- रेलवे अधिनियम-1982
- इंफार्मेशन एंड टेक्नोलोजी अधिनियम-2000,
- विद्युत तार केबल्स-उपकरण एवं एसेसरीज (गुणवत्ता नियंत्रण) अधिनियम-1993,
- भारतीय विद्युत अधिनियम-2003,
- ड्रग निरीक्षक-उपभोक्ता-सिविल अदालत से संबंधित द ड्रग एण्ड मैजिक रेमिडीज अधिनियम-1954,
- खाद्य एवं आपूर्ति से संबंधित आवश्यक वस्तु अधिनियम-1955,
- द स्टैंडर्ड्स ऑफ वेट एण्ड मेजर्स (पैकेज्ड कमोडिटी रूल्स)-1977,
- द स्टैंडर्ड्स ऑफ वेट एण्ड मेजर्स (इंफोर्समेंट अधिनियम-1985,
- द प्रिवेंशन ऑफ ब्लैक मार्केटिंग एण्ड मंटीनेंस ऑफ सप्लाईज इंसेशियल कमोडिटीज एक्ट-1980,
- राज्य प्रदूषण नियंत्रण बोर्ड/केंद्र सरकार से संबंधित जल (संरक्षण तथा प्रदूषण नियंत्रण) अधिनियम-1976,
- वायु (संरक्षण तथा प्रदूषण नियंत्रण) अधिनियम-1981,



- भारतीय मानक ब्यूरो-सिविल/उपभोक्ता न्यायालय से संबंधित घरेलू विद्युत उपकरण (गुणवत्ता नियंत्रण) आदेश-1981,
- भारतीय मानक ब्यूरो से संबंधित भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम-1986,
- उपभोक्ता न्यायालय से संबंधित उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम,
- पर्यावरण मंत्रालय-राज्य व केंद्रीय प्रदूषण बोर्ड से संबंधित पर्यावरण संरक्षण अधिनियम-1986
- भारतीय मानक ब्यूरो-सिविल-उपभोक्ता न्यायालय से संबंधित विद्युत उपकरण (गुणवत्ता नियंत्रण) आदेश

संक्षिप्त परिचय[13,14,15]

एम. आर . टी . पी . - आजकल भ्रमित करने वाले झूठे विज्ञापनों को आधार बनाकर उपभोक्ता का शोषण करने की प्रवृत्ति कुछ व्यापारियों में पनपनती दिखाई दे रही है। कभी-कभी तो असंभव बातों को गारंटी की जाती है, जो पूरी नहीं हो पाती है। प्रचारित की गई वस्तुएं गुणवत्ता की नहीं होती हैं और उनका मूल्य अधिक लिया जाता है। कई बार एकाधिकारिता का लाभ उठाकर अधिक मुल्य लिया जाता है।

इसी तरह के शोषण से उपभोक्ता को बचाने के लिए केंद्र सरकार से द्वारा बनाया गया मोनोपोलिस एंड रेस्ट्रिक्टिव ट्रेड प्रेक्टिस एक्ट, 1969 प्रभावशील है, जिसे संक्षेप में एमआरटीपी एक्ट कहा जाता है। ऐसी शिकायत होने पर उपभोक्ता को इसकी सूचना एमआरटीपी कमीशन को देनी चाहिए ताकि उसे शोषण से मुक्ति दिलाई जा सके और व्यापारी के विरुद्ध आवश्यक कार्यवाही की जा सके। उपभोक्तागण ऐसे प्रकरण खाद्य विभाग को भी भेज सकते हैं।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम - उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 व्यापार और उद्योग के शोषण से उन लोगों के अधिकारों और हितों को बचाने के लिए बनाया गया था जो किसी न किसी प्रकार से उपभोक्ता है। इस अधिनियम के अनुसार कोई भी व्यक्ति, जो अपने प्रयोग हेतु वस्तुएं एवं सेवाएं खरीदता है उपभोक्ता है। क्रेता की अनुमति से इन वस्तुओं एवं सेवाओं का प्रयोगकर्ता भी उपभोक्ता है।

III. परिणाम

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 को संशोधित करके संशोधित उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2002 पारित किया गया। इसे भारत के राष्ट्रपति ने 22 दिसम्बर 2002 को अपनी अनुमति दे दी।

उपभोक्ता संरक्षण (संशोधन) अधिनियम, 2002 में किये गए मुख्य संशोधन

1. उपभोक्ता अदालतों द्वारा निपटाए जाने वाले मामलों की वित्तीय सीमा में सभी स्तरों पर वृद्धि कर दी गई है। जिला मंच 20 लाख रुपये, राज्य आयोग - 20 लाख रुपये से अधिक और 1 करोड़ रुपये से अधिक उपभोक्ता अदालतों को अंतरिम आदेश पारित करने की शक्ति दे दी गयी है।
2. शिकायतें दर्ज करने, उन पर नोटिस जारी करने, उनके निपटने के लिए समय सीमा निर्धारित कर दी गई है। जहां तक संभव हो शिकायतों का निपटान 90-150 दिनों के भीतर और किया जाना होता है।[16,17,18]
3. सामान्यतः सूथगन की अनुमति नहीं है। सूथगन तभी होगा जब यह न्यायोचित है।
4. नोटिस को कोरियर, फैक्स, स्पीड पोस्ट, स्पीड आदि द्वारा भेजने की व्यवस्था की गई है।
5. अध्यक्ष को किसी कारण से अनुपस्थिति रहने या उस पद के रिक्त होने की स्थिति वरिष्ठतम सदस्य द्वारा उपभोक्ता मंच की अध्यक्षता किए जाने की व्यवस्था में की गई है।
6. राष्ट्रीय आयोग और राज्य आयोग में खंडपीठों के सृजन करने और सर्किट खंडपीठों का आयोजन करने की व्यवस्था की गई है।
7. यदि शिकायतकर्ता या प्रतिपक्षी पार्टी की मृत्यु हो जाए तो उनका कानूनी उत्तराधिकारी मामला दायर या जारी रख सकता है।
8. वाणिज्यिक प्रयोजनों के लिए ली गई सेवाओं को उपभोक्ताओं अदालतों के क्षेत्राधिकार से अलग रखा जाएगा।
9. नकली वस्तुओं / सेवाओं की बिक्री को अनुचित व्यवहार के अंतर्गत लाया जाएगा।
10. असुरक्षित वस्तुओं की अवधारणा का विस्तार किया गया है और इसका सेवाओं पर भी लागू किया गया है।
11. अनुचित / अवरोधक व्यापार व्यवहार में लिप्त अथवा जोखिम पूर्ण सेवाओं की पेशकश करने वाले सेवा प्रदाताओं के खिलाफ भी शिकायत की जा सकती है।
12. अदालत द्वारा आदेशित मुआवजे की राशि को उसी रीति से वसूला जा सकता है जिस रीति से भू राजस्व वसूला जाता है।
13. न्यायालय के आदेश का पालन न करने वालों को दण्ड देने के लिए उपभोक्ता अदालत को प्रथम श्रेणी के न्यायिक मजिस्ट्रेट की शक्तियां प्रदान की गई है।
14. निचले स्तर पर उपभोक्ता आन्दोलन को मजबूत करने के लिए जिला स्तर पर जिला उपभोक्ता संरक्षण परिषदों की स्थापना का प्रावधान किया है।
15. पेट्रोल / डीजल सही नाम का मीटर शून्य (जीरो) के बाद प्राप्त करने का अधिकार बिना मिलावट के पेट्रोल, डीजल, प्राप्त करने का अधिकार, पंप में रखे गये फिल्टर पेपर से पंप पर जांच करने का अधिकार।

गैस उपभोक्ताओं के अधिकार

संविधान ने गैस उपभोक्ताओं को भी कई अधिकार प्रदान किए हैं। स्वस्थ परंपरा का निर्वाह करते हुए श्याम गैस एजेन्सी द्वारा प्रतिवर्ष उपभोक्ताओं को प्रशिक्षित एवं जागरूक करने ध्येय से अनेकानेक गतिविधियां संचालित की जाती हैं आइये जाने गैस के संदर्भ में उपभोक्ता के क्या-क्या अधिकार हैं। गैस उपभोक्ता का अधिकार है कि उसे सही तौल मौल के साथ सिलेंडर प्रदाय हो। दोष रहित सामान प्राप्त हो। शासन द्वारा निर्धारित दर पर गैस क्रमानुसार प्राप्त हो। गैस सही वजन की सील पैक प्राप्त करने का अधिकार प्राप्त है। डिफेक्ट होने पर टंकी बदलने की व्यवस्था है। रेग्युलेटर खराब होने पर निशुल्क बदलने का अधिकार।

यदि किसी प्रकार की राशि ली जाती है तो उसका बिल लेने का अधिकार है। उपभोक्ता का अधिकार है कि समय-समय पर सूचना प्रशिक्षण एवं जानकारी प्राप्त करने का अधिकार, कैसे गैस का रखरखाव करें, वापरें, कैसे बचाएं, आदि सुरक्षात्मक जानकारी का अधिकार।

उपभोक्ता जागरूकता

उपभोक्ताओं के हाथ में दिये गये इस क्रांतिकारी शस्त्र का लाभ भी तभी उपभोक्ताओं को मिल सकेगा जबकि उपभोक्ता शिक्षित, जागरूक और अपने अधिकारों की रक्षा करने के लिए लड़ने हेतु तैयार हो। अतः उपभोक्ताओं को शिक्षित करने का अभियान में भी शासन ने चला रखा है, तथा संरक्षण आंदोलन को प्रोत्साहित करने का संकल्प लिया है।

भारत में २४ दिसम्बर राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस के रूप में मनाया जाता है। सन् १९८६ में इसी दिन उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम विधेयक पारित हुआ था। इसके बाद इस अधिनियम में १९९१ तथा १९९३ में संशोधन किये गए। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम को अधिकाधिक कार्यरत और प्रयोजनपूर्ण बनाने के लिए दिसम्बर २००२ में एक व्यापक संशोधन लाया गया और १५ मार्च २००३ से लागू किया गया। परिणामस्वरूप उपभोक्ता संरक्षण नियम, १९८७ में भी संशोधन किया गया और ५ मार्च २००४ को अधिसूचित किया गया था।^[1] भारत सरकार ने २४ दिसम्बर को राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस घोषित किया है, क्योंकि भारत के राष्ट्रपति ने उसी दिन ऐतिहासिक उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, १९८६ के अधिनियम को स्वीकारा था। इसके अतिरिक्त १५ मार्च को प्रत्येक वर्ष विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के रूप में मनाया जाता है। यह दिन भारतीय ग्राहक आन्दोलन के इतिहास में सुनहरे अक्षरों में लिखा गया है। भारत में यह दिवस पहली बार वर्ष २००० में मनाया गया। और आगे भी प्रत्येक वर्ष मनाया जाता है।^[19,20]

परिचय

ग्राहक संरक्षण कानून से संबंधित महत्वपूर्ण तथ्य यह है की किसी भी शासकीय पक्ष में इस विधेयक को तैयार नहीं किया। अखिल भारतीय ग्राहक पंचायत ने प्रथमतः इस विधेयक का मसौदा तैयार किया। १९७९ में ग्राहक पंचायत के अर्न्तगत एक कानून समिति का गठन हुआ। ग्राहक संरक्षण कानून समिति के अध्यक्ष गोविन्ददास और सचिव सुरेश बहिराट थे। शंकरराव पाध्ये एड. गोविंदराव आठवले, सौ. स्वाति शहाणे इस समिति के सदस्य थे।^[4]

पूर्व में ग्राहक पंचायत द्वारा किये गए प्रयास ग्राहक पंचायत की स्थापना १९४७ में हुई। उसी समय से एक बात ध्यान में आने लगी की प्रत्येक क्षेत्र में ग्राहक को ठगा जा रहा है। उसका नुकसान हो रहा है फिर भी उसके पास न्याय मांगने के लिए कोई कानून नहीं था। ग्राहक सहने करने के अलावा कुछ नहीं कर पा रहा था। सामान्य आर्थिक परिस्थितियों में ग्राहक व्यापारी के अधिक आर्थिक प्रभाव से शोषित होता रहा था। उसकी आवाज़ शासन तक नहीं पहुँचती थी। ग्राहक ने अन्याय के विरुद्ध प्रतिकार किया तो विक्रेता ग्राहक पर लूट मार का आरोप लगाने लगते थे। इस परिस्थिति से उबरने के लिए ग्राहक पंचायत ने ग्राहक संरक्षण के लिए स्वतंत्र कानून की आवश्यकता प्रतिपादित की। १९७७ में लोणावाला में ग्राहक पंचायत के कार्यकर्ताओं ने बैठक में एक प्रस्ताव पारित करके ऐसे कानून की मांग की। १९७८ में ग्राहक पंचायत ने एक मांग पत्र प्रकाशित किया। ग्राहक संरक्षण कानून, ग्राहक मंत्रालय और ग्राहक न्यालय में ये मांगे रखीं। पंचायत ने स्वयं इस पर कानून का प्रारूप तैयार करके १९८० में कानून का मसौदा तैयार करना प्रारंभ किया। दिनांक ९ अप्रैल १९८० को कानून समिति की पहली बैठक में कानून का प्रारूप समिति के सामने रखा गया। समिति की चर्चा के बाद व्यवस्थित मसौदा अनेक कानून विशेषज्ञों के पास भेजा गया। राज्य सरकार के पदस्थ सचिव एवं उच्च न्यालय के पदस्थ न्यायाधीश से चर्चा की। देश के अनेक कानून विशेषज्ञों ने अपनी प्रतिक्रिया प्रेषित कर समिति को अमूल्य योगदान दिया। १९८० में महाराष्ट्र राज्य विधान परिषद् के सदस्य बाबुराव वैद्य ने विधेयक रखने का उत्तरदायित्व स्वीकारा।^[4] तब जाकर वर्तमान ग्राहक कानून अस्तित्व में आया था।

उपभोक्ता आंदोलन एक संगठित सामाजिक आंदोलन के माध्यम से उपभोक्ता संरक्षण को बढ़ावा देने का एक प्रयास है, जिसका नेतृत्व कई स्थानों पर उपभोक्ता संगठनों द्वारा किया जाता है। यह उपभोक्ताओं के अधिकारों की वकालत करता है, खासकर जब निगमों, सरकारों और उपभोक्ताओं को उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करने वाले अन्य संगठनों के कार्यों द्वारा उन अधिकारों का सक्रिय रूप से उल्लंघन किया जाता है। उपभोक्ता आंदोलन आमतौर पर स्वास्थ्य और सुरक्षा मानकों में वृद्धि, विज्ञापन में उत्पादों के बारे में ईमानदार जानकारी और राजनीतिक निकायों में उपभोक्ता प्रतिनिधित्व की वकालत करते हैं।



शब्द

"उपभोक्ता आंदोलन" और "उपभोक्तावाद" शब्द समान नहीं हैं।^[1] "उपभोक्तावाद" शब्द का पारंपरिक उपयोग अभी भी समकालीन उपभोक्ता संगठनों द्वारा किया जाता है, जिसका तात्पर्य उपभोक्ता संरक्षण को आगे बढ़ाने से है और इसमें उपभोक्ता संरक्षण कानून पारित करने वाले विधायक, इन कानूनों की निगरानी करने वाले नियामक, उपभोक्ता नीति सिखाने वाले शिक्षक, उत्पाद परीक्षक शामिल हो सकते हैं जो यह मापते हैं कि उत्पाद किस हद तक मानकों को पूरा करते हैं। ये सहकारी संगठन उपभोक्ता हितों के साथ-साथ उपभोक्ता आंदोलन को ध्यान में रखते हुए उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करते हैं।^[1] "उपभोक्ता आंदोलन" शब्द केवल गैर-लाभकारी वकालत समूहों और निगमों की प्रथाओं या सरकार की नीतियों में सुधार करके उपभोक्ता हितों को बढ़ावा देने के लिए जमीनी स्तर की सक्रियता को संदर्भित करता है, इसलिए "उपभोक्ता आंदोलन" "उपभोक्तावाद" के अनुशासन का एक उपसमूह है।^[1]

1960 के दशक में संयुक्त राज्य अमेरिका में यूनाइटेड स्टेट्स चैंबर ऑफ कॉमर्स और नेशनल रिटेल फेडरेशन के लॉबिस्टों ने अपमानजनक और विरोधी तरीके से उपभोक्ता आंदोलन को संदर्भित करने के लिए "उपभोक्तावाद" शब्द का इस्तेमाल करना शुरू कर दिया।^[2] यह सामान्य आंदोलन और उपभोक्ता मामलों के लिए राष्ट्रपति के विशेष सहायक के रूप में एस्तेर पीटरसन के काम को बदनाम करने का एक प्रयास था।^[2] उस समय से, अन्य लोगों ने "उपभोक्तावाद" शब्द को व्यावसायिकता और भौतिकवाद की अवधारणाओं के साथ भ्रमित किया है।^[2] फिर भी, अन्य लोग "उपभोक्तावाद" का उपयोग एक ऐसे दर्शन को संदर्भित करने के लिए करते हैं कि उत्पादों की लगातार बढ़ती खपत अर्थव्यवस्था के लिए फायदेमंद है, और वे उपभोक्तावाद को अति-उपभोग की प्रथा के विरोध में आधुनिक शब्द "उपभोक्ता-विरोधी" के साथ तुलना करते हैं।

वैचारिक आधार

जिन लोगों के विचारों ने उपभोक्ता आंदोलन का आधार बनाया उनमें निम्नलिखित हैं:^[3]

- थरस्टीन वेबलन, विज्ञापन के सिद्धांतों और प्रत्यक्ष उपभोग की अवधारणा को प्रस्तुत करने के लिए
- एलेन स्वालो रिचर्ड्स, गृह अर्थशास्त्र को विज्ञान के रूप में आगे बढ़ाने के लिए
- हर्बर्ट हूवर, उत्पाद परीक्षण की मांग और उत्पादों के लिए तकनीकी मानकों की आवश्यकता के लिए
- अष्टन सिंक्लेयर, उपभोक्ता संरक्षण में सार्वजनिक रुचि बढ़ाने के लिए
- फ्लोरेंस केली, राष्ट्रीय उपभोक्ता लीग का नेतृत्व करने के लिए
- राल्फ नादेर, ऑटोमोटिव सुरक्षा के बारे में सार्वजनिक जागरूकता बढ़ाने के लिए।^[4]

वह घटना जिसे इतिहासकार उपभोक्ता आंदोलन की शुरुआत के रूप में पहचानते हैं, वह फ्रेडरिक जे. श्लिंक और स्टुअर्ट चेज़ द्वारा योर मनीज़ वर्थ का प्रकाशन था।^[3] इस पुस्तक के प्रकाशन से जो नवाचार सामने आया वह उत्पाद परीक्षण की अवधारणा थी, जो आधुनिक उपभोक्ता आंदोलन का आधार है।^[5]

क्षेत्र के अनुसार

संयुक्त राज्य अमेरिका

अवधि: 16 मिनट और 54 सेकंड.16:54

1960-70 के दशक की शुरुआत में, विद्वानों ने उपभोक्ता सक्रियता की "लहरों" को पहचानना शुरू कर दिया, और उपभोक्ता आंदोलन पर अधिकांश अकादमिक शोध ने इसे "उपभोक्ता सक्रियता की तीन लहरों" में वर्गीकृत किया। पहली लहर 20वीं सदी की शुरुआत में आई, दूसरी लहर 1920 और 1930 के दशक में और तीसरी लहर 1960 से 1970 के दशक तक चली।^[6]

दूसरा उपभोक्ता आंदोलन

1930 के दशक में दूसरे उपभोक्ता आंदोलन के उदय में कई कारकों का योगदान था। 1900 के दशक की शुरुआत में उपभोक्ता सक्रियता ने 1930 और 1940 के दशक में आने वाले उपभोक्ता आंदोलन की नींव रखी।^[7] महामंदी ने भी उपभोक्ता चिंताओं को प्रज्वलित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। जैसे-जैसे घरेलू वित्त तंग होता गया और उपभोक्ताओं ने अपने वस्तुओं की अधिक सावधानी से जांच शुरू की, अमेरिकियों को उनके खराब गुणवत्ता और धोखाधड़ी वाले विज्ञापन का एहसास होने लगा।^[8] अमेरिकी उपभोक्ताओं ने निर्माताओं से धोखाधड़ी और गलत सूचना को उजागर करने और निष्पक्ष उत्पाद परीक्षण के लिए कॉल करने के लिए योर मनी वर्थ और 100,000,000 गिनी पिग्स जैसे समकालीन प्रकाशनों पर भरोसा किया।^[9] इनसे उपभोक्ता अनुसंधान और उपभोक्ता संघ जैसे उपभोक्ता प्रकाशनों को जन्म दिया इसमें उच्च खाद्य और वस्तु मानकों, उपभोक्ता प्रतिनिधित्व और जिम्मेदार आर्थिक आदतों को सिखाने के लिए उपभोक्ता शिक्षा के साथ-साथ उपभोक्ता संगठनों, हड़तालों और उपभोक्ता बहिष्कारों में सदस्यता बढ़ाने के आह्वान शामिल थे।^{[8][9]} यहां तक कि दूसरे उपभोक्ता आंदोलन का विरोध करने वाले, जैसे निर्माता और व्यावसायिक पेशेवर, लॉरेंस बी. ग्लिकमैन के शब्दों में, युग की "बढ़ती उपभोक्ता चेतना" को पहचानने लगे।^[8] उपभोक्ता मुद्दों में व्यापक रुचि के कारण गुणवत्ता की अधिक सुरक्षा और धोखाधड़ी वाले विज्ञापन के

खिलाफ कई कानून पारित किए गए, जैसे 1933 का टगवेल बिल, जिसने एक दर्जन से अधिक अन्य बिलों को जन्म दिया, जैसे व्हीलर-ली एक्ट और 1938 का खाद्य, औषधि और प्रसाधन सामग्री अधिनियम।^[18]

राष्ट्रीय संगठन [18,19]

इतिहासकार आमतौर पर मानते हैं कि दूसरे उपभोक्ता आंदोलन के अंतर्गत दो क्षेत्र हैं: "पेशेवर उपभोक्ता संगठन" और "सामाजिक आंदोलन संगठन"। उपभोक्ता अनुसंधान पहले वाले संगठनों में से पहला था, जिसकी स्थापना 1928 में फ्रेडरिक जे. श्लिक और स्टुअर्ट चेज़ ने मुख्य रूप से उत्पाद परीक्षण करने और समकालीन विज्ञापनों की सटीकता निर्धारित करने के लिए की थी।^[16] दूसरे प्रकार के उपभोक्ता संगठनों ने मुख्य रूप से आंदोलन के सामाजिक पहलुओं पर ध्यान केंद्रित किया, शिक्षित उपभोक्ताओं के गठबंधन को कार्रवाई करने के लिए एक साथ लाया। उपभोक्ता अनुसंधान जैसे संगठनों में बहुसंख्यक पुरुष वैज्ञानिकों के विपरीत, जिन्होंने प्रयोगशाला सेटिंग्स में उत्पाद की गुणवत्ता का परीक्षण किया, महिला कार्यकर्ता सामाजिक संगठनों की जीवनरेखा थीं, जो विरोध और सूचना अभियानों का जोरदार आयोजन करती थीं।^[17] इन उपभोक्ता संगठनों में से एक का एक प्रमुख उदाहरण लीग ऑफ़ वूमन शॉपर्स है, जिसकी स्थापना 1935 में न्यूयॉर्क शहर में मांस के बहिष्कार से प्रभावित महिलाओं के एक समूह द्वारा की गई थी। उच्च सामाजिक प्रतिष्ठा वाली मध्यम और उच्च वर्ग की शहरी महिलाएँ संगठन का बहुमत बनाती थीं।^[18] संगठन की महिलाओं ने उपभोक्ता जानकारी फैलाई और औसत नागरिक को श्रम के साथ-साथ उपभोक्ता मुद्दों पर शिक्षित होने के लिए प्रोत्साहित किया। उन्होंने अपनी खुद की पिकेट लाइनें और "खरीदारों की हड़ताल" भी शुरू की और साथ ही अफ्रीकी अमेरिकी बहिष्कार का समर्थन किया, जैसे कि "जहां आप काम नहीं कर सकते वहां खरीदारी न करें" अभियान जिसने अफ्रीकी अमेरिकी उपभोक्ताओं को उन व्यवसायों में खरीदारी करने से हतोत्साहित किया जो काले कर्मचारियों को काम पर रखने से इनकार करते थे।^{[17][19]} इन सामाजिक संगठनों में से एक जनरल फेडरेशन ऑफ़ विमेंस क्लब था, जिसकी देश भर में 15,000 क्लबों में 2 मिलियन से अधिक सदस्य थे। जबकि उनके संचालन उपभोक्ता आंदोलन तक सीमित नहीं थे, उन्होंने उपभोक्ता मुद्दों पर अध्ययन पूरा किया और उपभोक्ताओं के लिए खरीदारी करते समय और उपभोक्ता शक्ति का प्रयोग करते समय पालन करने के लिए रूपांतरण बनाई।^[20]

जमीनी स्तर पर संगठन

उपभोक्ता आंदोलन के राष्ट्रीय संगठनों के अलावा, 1930 के दशक से शुरू होने वाली उपभोक्ता सक्रियता की दूसरी लहर के दौरान जमीनी स्तर पर संगठन आम था। विशेष रूप से महिलाओं ने उपभोक्ता मुद्दों के आसपास जमीनी स्तर पर आयोजन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। महामंदी ने ऐसी भौतिक और आर्थिक स्थितियाँ पैदा कीं, जिन्होंने महिलाओं, विशेषकर कामकाजी वर्ग की गृहिणियों को संगठित होने के लिए प्रोत्साहित किया।^[21] इस अवधि में जमीनी स्तर पर उपभोक्ता आयोजन का एक प्रमुख उदाहरण मांस का बहिष्कार था जो 1935 में संयुक्त राज्य भर में हुआ था। लॉस एंजिल्स में 10,000 से अधिक गृहिणियों ने मार्च 1935 में मांस की बढ़ी हुई कीमतों के खिलाफ बहिष्कार शुरू किया और इसी तरह के बहिष्कार पूरे देश में डेट्रायट और न्यूयॉर्क जैसे शहरों में फैल गए। महिलाओं ने समितियों का आयोजन किया, धरना दिया और निर्माताओं पर कीमतें कम करने और उपभोक्ताओं का फायदा उठाना बंद करने का दबाव बनाया, खासकर कठिन आर्थिक अवधि के दौरान। कई मामलों में, इन संगठित महिलाओं के दबाव के कारण मांस की कीमतों में मामूली से लेकर आधी कीमत तक की कमी आई, उनकी सक्रियता ने उन्हें उपभोक्ता बाजार में सीधा प्रभाव डालने की अनुमति दी।^[22]

अवलोकन

संयुक्त राज्य अमेरिका में उपभोक्ता आंदोलन की लहरें^[6]

अवधि	नए बाज़ार की विशेषताएँ	नया मीडिया	लोकप्रिय चिंता	प्रमुख लोगों	प्रमुख प्रकाशन	प्रमुख संगठन	प्रमुख कानून	युग का अंत
1900-1915	राष्ट्रीय वितरण, उत्पाद ब्रांडिंग	समाचार पत्र, पत्रिका	खाद्य सुरक्षा, औषधि सुरक्षा, प्रतिस्पर्धा-विरोधी प्रथाओं को रोकना	अष्टन सिंकलेयर, फ्लोरेंस केली, हार्वे विले	जंगल	राष्ट्रीय उपभोक्ता लीग	शुद्ध खाद्य एवं औषधि अधिनियम, पौष्टिक मांस अधिनियम, संघीय व्यापार आयोग अधिनियम	प्रथम विश्व युद्ध
1920-1930	बड़े पैमाने पर उत्पादन, घरे	रेडियो	गैर-उद्देश्यपूर्ण	स्टुअर्ट चेज़, फ्रेडरिक	आपके पैसे की कीमत, 100,00	उपभोक्ता संघ, उपभो	संघीय खाद्य, औषधि और	द्वितीय विश्व



30 का दश क	लू उपकरण , छवियों का उपयोग करके विज्ञापन	जानकारी, विज्ञापन विनियमन में प्रतिनिधित्व की कमी के कारण विज्ञा पन की आलोचना	क जे. शिलंक , आर्थ र कैलेट , कॉल स्टन वार्न	0,000 गिनी पिग	क्ता अनुसंधान , ग्रामीण विद्युत सहकारी संगठन	प्रसाधन सामग्री अधिनियम , व्ही लर-ली अधिनियम , टगवेल विधेयक	युद्ध
196 0- 70 का दश क	उत्पाद प्रसार , व्यक्तिगत ऋ ण , जटिल नई तकनीक, बहुत विस्तारित अंत र्राष्ट्रीय व्यापार	सुरक्षा मानक , विज्ञापन का सामाजिक प्रभाव, क्षति के लिए उपभोक्ता प्रतिपूर्ति	राल्फ नादेर , एस्तेर पीटरसन , मा इकल पर्दसचुक , सिडनी एम. वोल्फ	किसी भी गति पर असुरक्षित , गरी बों को अधिक भुगतान करना पड़ता है	कंज्यूमर फेडरेशन ऑफ अमेरिका , प ब्लिक सिटिजन , अमे रिकन काउंसिल ऑन कंज्यूमर इंटररेस्ट्स	राष्ट्रीय यातायात और मोटर वाहन सुरक्षा अधिनियम , स त्य उधार अधिनियम , उप भोक्ता उत्पाद सुरक्षा अधिनियम , मैग्न सन-मॉस वारंटी अधिनियम	रोना ल्ड रीगन का राष्ट्रप तित्व

प्रारंभिक कॉर्पोरेट विरोध

1937-1938 की मंदी के दौरान , व्यापार में जनता का विश्वास कम था और उपभोक्ता समूहों की नई आलोचना ने विज्ञापन, मीडिया और ब्रांडेड वस्तुओं में विश्वास को कमजोर कर दिया। यह विचार कि जनता "गिनी पिग" थी जिस पर निगम उत्पादों का परीक्षण करते थे, एक ऐसा विचार था जो 100,000,000 गिनी पिग्स के प्रकाशन के बाद फैला , और उद्योग ने इसका मुकाबला करने की कोशिश की और बाजार में विश्वास बहाल करने के लिए उद्योग पर उपभोक्ता विनियमन की सामान्य अवधारणा का इस्तेमाल किया। 1938 में, हर्स्ट कॉर्पोरेशन ने एक विज्ञापन चलाया जिसमें सुझाव दिया गया कि जो लोग राष्ट्रीय स्तर पर वितरित और विज्ञापित सामान खरीदते हैं, वे "गिनी पिग" नहीं हैं, और 1934 से 1939 तक, कोलियर-क्रोवेल कार्यकारी अन्ना स्टीज़ रिचर्डसन ने उपभोक्ता समूहों के विरोधी और उपभोक्ता संगठनों के कॉर्पोरेट-प्रबंधित समकक्षों के समर्थक के रूप में वूमन होम कंपेनियन के पाठकों के बीच दौरा किया। [23] जमीनी स्तर के प्रयासों से प्रतिस्पर्धा करने के लिए , विभिन्न अन्य कॉर्पोरेट हितों ने भी अपने उपभोक्ता सूचना केंद्र स्थापित किए, जिनमें न्यूयॉर्क हेराल्ड ट्रिब्यून का उत्पाद परीक्षण संस्थान, मैककॉल का संस्थान जो स्पष्ट रूप से उपभोक्ता संघ और उपभोक्ता अनुसंधान का मुकाबला करने के लिए बनाया गया था, सीयर्स उपभोक्ता आउटरीच व्याख्यान, एनडब्ल्यू आयर एंड सन का उपभोक्ता संबंध संस्थान और मैसी का मानक ब्यूरो शामिल हैं। [24] मैकफैडेन प्रकाशन के फुल्टन ऑर्गन ने टू स्टोरी एंड लिबर्टी में कहानियां प्रकाशित कीं , जिसमें विज्ञापन की प्रशंसा की गई और उपभोक्ता आंदोलन की निंदा की गई और जिसे जॉर्ज सोकोल्स्की ने "एंटी-गिनी पिग" पुस्तक, द अमेरिकन वे ऑफ लाइफ लिखने के आधार के रूप में इस्तेमाल किया। [25]

बाजार के उपभोक्ता विनियमन के क्षेत्र में कॉर्पोरेट आंदोलन की प्रवृत्ति के जवाब में, रॉबर्ट स्टॉटन लिंड ने उपभोक्ता वकालत के लिए बात की, जिसमें कहा गया कि "यदि विनिर्माण और खुदरा व्यापार संघों की मौजूदा योजनाओं को उपभोक्ता दबाव समूहों को स्थापित करने की अनुमति दी जाती है, तो संपूर्ण उपभोक्ता आंदोलन को समाप्त किया जा सकता है।" [26] आखिरकार, उद्योग और कंपनियों ने नागरिकों और संगठनों को चित्रित करना शुरू कर दिया, जिन्होंने निगमों की आलोचना की, उन्हें गैर-अमेरिकी और कम्युनिस्ट के रूप में। [27] रूढ़िवादी व्यावसायिक हितों ने उपभोक्ता संगठनों और समग्र रूप से उपभोक्ता आंदोलन के खिलाफ कम्युनिस्ट धमकियाँ देते हुए विज्ञापन के साथ स्वतंत्रता जैसे पारंपरिक अमेरिकी मूल्यों को सहसंबंधित करने का प्रयास किया। [28] हालाँकि ये हमले व्यापक थे, लेकिन वे आम जनता को यह समझाने में आम तौर पर सफल नहीं हुए कि उपभोक्ता सक्रियता एक कम्युनिस्ट साजिश थी, कम से कम 1930 के दशक के अंत में। हालाँकि, अगले दो दशकों में, अमेरिकी जनता ने "लाल-भड़काने" को बहुत अधिक गंभीरता से लेना शुरू कर दिया। [29]

अफ्रीका

अफ्रीकी अर्थव्यवस्थाएं बहुराष्ट्रीय निगमों और ऋण देने वाली संस्थाओं से काफी प्रभावित हैं, जिन्होंने निर्यात-उन्मुख औद्योगिकीकरण को प्रोत्साहित किया है। [30] इन परिस्थितियों में निवेश के लिए अधिक आकर्षक बनने के लिए, कई सरकारें प्रतिकूल परिस्थितियों को सहन करने के लिए तैयार हो जाती हैं, जैसे प्रतिस्पर्धा-विरोधी प्रथाएं, अन्य बाजारों की तुलना में कम गुणवत्ता वाले आयात प्राप्त करना, भ्रामक उत्पाद दावों को सहना और खतरनाक कचरे के संपर्क में आना। [30] अधिकांश अफ्रीकी देश अंतर्राष्ट्रीय व्यापार के लिए अपने आकर्षण को बढ़ाने के लिए विश्व बैंक के संरचनात्मक समायोजन कार्यक्रमों को लागू करते



हैं।^[३०] अफ्रीकी उपभोक्ताओं के लिए प्राथमिक चिंताएं अनैतिक व्यावसायिक आचरण को हतोत्साहित करते हुए उन्हें उत्पादों तक पहुंच प्रदान करने के लिए प्रतिस्पर्धी व्यावसायिक प्रथाओं को संतुलित करना है। [३०] अफ्रीकी उपभोक्ताओं की समस्याएँ क्षेत्र की अन्य सामाजिक समस्याओं से जुड़ी हुई हैं

दक्षिणी अफ्रीकी विकास समुदाय के अधिकांश सदस्य पूर्वी और दक्षिणी अफ्रीका के कॉमन मार्केट के सदस्य हैं।^[३०] पश्चिमी अफ्रीका में, देश पश्चिमी अफ्रीकी राज्यों के आर्थिक समुदाय के माध्यम से संगठित होते हैं।^[३०] इन और अन्य संगठनों की स्थापना बाजारों के विकास को बढ़ावा देने और जीवन की गुणवत्ता में सुधार करने के लिए की गई थी, लेकिन संगठनों के विखंडन, प्रयासों के दोहराव और ऐसे संगठनों के बीच विनाशकारी प्रतिस्पर्धा का कुछ इतिहास है।^[३०] असहमति को सुलझाने और विभिन्न संस्थानों के मिशनों को एकीकृत करने में विफलता, अन्य बुनियादी ढाँचे की समस्याओं के साथ, अंतर-क्षेत्रीय व्यापार के अवरोध में योगदान करती है।^[३०]

अफ्रीका में उपभोक्ता आंदोलन तीन कारकों के परिणामस्वरूप समय के साथ अस्तित्व में आया: सोवियत संघ का विघटन, सरकारों द्वारा बाजारों का विनियमन जो संरचनात्मक समायोजन को लागू कर रहे हैं, और उपभोक्ता संरक्षण को बढ़ावा देने के लिए सामुदायिक प्रयासों का समर्थन करने वाले कंज्यूमर्स इंटरनेशनल जैसे बाहरी कार्यकर्ता संगठनों का प्रभाव।^[३०] सोवियत संघ के कम होते प्रभाव ने अर्थव्यवस्थाओं को बदलाव के लिए खुला कर दिया, संरचनात्मक समायोजन ने बाजारों से सरकारी नियंत्रण हटा लिया और कार्यकर्ता समूहों ने बाजारों में सामुदायिक नियंत्रण डाल दिया।^[३०] अफ्रीका में उपभोक्ता संगठन अक्सर विदेशी अर्थव्यवस्थाओं के अफ्रीका में वैश्विक एकीकरण और स्थानीय बाजारों को बेहतर बनाने के लिए अफ्रीकी वस्तुओं की बाहरी खपत में वृद्धि का आह्वान करते हैं।^[३०] लोकतंत्रीकरण, आर्थिक विकास और महिलाओं के अधिकारों को बढ़ाने के लिए उन्हें अक्सर मानवाधिकार हितों के साथ जोड़ा जाता है।^[३०]

केन्या उपभोक्ता संगठन, जिम्बाब्वे की उपभोक्ता परिषद, दक्षिण अफ्रीका में गृहिणियां लीग और मॉरीशस में उपभोक्ता संरक्षण संस्थान सबसे प्रमुख और सबसे पुराने उपभोक्ता संगठनों में से हैं और ये और 1970 के दशक के उत्तरार्ध से पहले गठित अधिकांश अन्य संगठनों की स्थापना महिलाओं द्वारा की गई थी।^[३०] ये संगठन महिलाओं को बुनियादी वस्तुओं और सेवाओं तक अधिक समान पहुंच प्रदान करने और महिलाओं को सामाजिक रूप से जोड़ने के साधन थे।^[३०] अन्य स्थानों पर, उपभोक्ता समूह अक्सर महिला संगठनों के साथ साझेदारी करते हैं।^[३०] 1998 में, अफ्रीका में दो उपभोक्ता अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन आयोजित किए गए थे - एक अंग्रेजी सम्मेलन जून में नैरोबी में हुआ था और इसमें 11 अफ्रीकी देशों के 100 प्रतिभागियों ने भाग लिया था।^[३०] समकालीन उपभोक्ता आंदोलन आज अफ्रीका में सबसे तेजी से बढ़ते सामाजिक आंदोलनों में से एक है।^[३०] इसका एक संकेतक अफ्रीकी उपभोक्ता समूहों की कंज्यूमर्स इंटरनेशनल में सदस्यता है; 1991 में, चालीस अफ्रीकी देशों का इस नेटवर्क में कोई प्रतिनिधित्व नहीं था।^[३०] तीसरी दुनिया में पर्यावरण विकास कार्रवाई ने 1994 तक कंज्यूमर्स इंटरनेशनल के साथ सहयोग किया और 1995 तक, केवल 15 देश भाग नहीं ले रहे थे और कई देशों ने संगठित नेटवर्क में भागीदारी के लिए मजबूत प्रतिबद्धताएं की थीं।^[३०] 1994 में अफ्रीका के 50 प्रतिनिधियों ने वार्षिक कंज्यूमर्स इंटरनेशनल वर्ल्ड कांग्रेस में भाग लिया और परिणामस्वरूप, कोडेक्स एलिमेंटेरियस, टैरिफ और व्यापार पर सामान्य समझौते और विश्व व्यापार संगठन के मुद्दों के विकास में भाग लिया।^[३०] कंज्यूमर्स इंटरनेशनल में भागीदारी ने विभिन्न उपभोक्ता समूहों की प्रोफाइल को बढ़ाया है, जैसे कि माली के एसोसिएशन डेस कंज्यूमर्स डु माली (ASCOMA) और सेनेगल के एसोसिएशन डे डिफेंस डेस उसेजेर्स डे ल'ओ ल'इलेक्ट्रिसिटी, लेस टेलीकम्युनिकेशंस एट लेस सर्विसेज (ADEETeIS) दोनों को सरकारी नीति निर्धारण में प्रतिनिधित्व मिला है।^[३०]

भारत

विद्वान भारत में आधुनिक उपभोक्ता आंदोलन को आमतौर पर दो दृष्टिकोणों से देखते हैं - उपभोक्ता सक्रियता और व्यापार स्व-नियमन।^[३४] भारत में परंपरा है जो कहती है कि उपभोक्ता अधिकारों पर विचार वैदिक काल में शुरू हुआ, और इन कथाओं में, कानून व्यापारियों को व्यापार में ईमानदारी और अखंडता का अभ्यास करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं।^[३४] भारत की उपभोक्ता सक्रियता के बारे में अधिकांश चर्चा भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के विवरण से शुरू होती है।^[३४] इस समय गांधी और अन्य नेताओं ने बुनियादी उपभोक्ता उत्पादों पर कराधान का विरोध किया, जैसे कि नमक मार्च के दौरान, और लोगों को घर पर अपना सामान बनाने के लिए प्रोत्साहित किया, जैसा कि खादी आंदोलन के साथ धागा कातने और अपने स्वयं के कपड़े बुनने को बढ़ावा देने के लिए किया गया था। इन क्रियाओं का उद्देश्य जागरूकता बढ़ाना था

गांधी ने इस विचार को बढ़ावा दिया कि ग्राहकों, श्रमिकों, शेरधारकों और उनके समुदाय के प्रति जिम्मेदार होने में व्यवसायों की एक टूटी भूमिका होती है।^[३४] विशेष रूप से, गांधी ने कहा कि "एक ग्राहक हमारे परिसर में सबसे महत्वपूर्ण आगंतुक है। वह हम पर निर्भर नहीं है। हम उस पर निर्भर हैं। वह हमारे काम में बाधा नहीं है - वह इसका उद्देश्य है। हम उसकी सेवा करके उस पर कोई एहसान नहीं कर रहे हैं। वह हमें उसकी सेवा करने का अवसर देकर हम पर एहसान कर रहा है।"^[३४] संयुक्त राज्य अमेरिका के उपभोक्ता अधिवक्ता राल्फ नादर ने गांधी को "दुनिया का सबसे बड़ा उपभोक्ता अधिवक्ता" कहा, इस अवधारणा को आगे बढ़ाने के लिए कि वाणिज्यिक उद्यम को उपभोक्ता की सेवा करनी चाहिए और उपभोक्ता को व्यवसाय द्वारा सेवा की उम्मीद करनी

चाहिए।^[33] गांधी के दर्शन के दो महान प्रस्तावक विनोबा भावे और जयप्रकाश नारायण, और समकालीन भारतीय राष्ट्रपति और प्रधान मंत्री वीवी गिरी और लाल बहादुर शास्त्री ने भी इसी तरह व्यापार समुदाय से समाज में योगदान देने की जिम्मेदारी की अभिव्यक्ति के रूप में खुद को विनियमित करने की अपेक्षा की।^[33] इन विचारों को कुछ व्यापारिक नेताओं द्वारा विकसित किया गया था। जुलाई 1966 में बॉम्बे में कुछ लोगों ने फेयर ट्रेड प्रैक्टिस एसोसिएशन की स्थापना की, जिसे बाद में काउंसिल फॉर फेयर बिजनेस प्रैक्टिस का नाम दिया गया।^[34] अब इसे व्यवसाय स्व-नियमन को बढ़ावा देने की दिशा में एक ईमानदार प्रयास के रूप में देखा जाता है, उपभोक्ता कार्यकर्ताओं की आलोचना के बावजूद कि स्व-नियमन उपभोक्ताओं को पर्याप्त सुरक्षा प्रदान नहीं करेगा।^[34]

उपभोक्ता सक्रियता के नजरिए से, योजना आयोग ने उपभोक्ता हितों के लिए एक राष्ट्रीय आधार बनने के लिए 1956 में दिल्ली में भारतीय उपभोक्ता संघ की स्थापना का समर्थन किया था।^[33] विभिन्न कारणों से, यह अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने में प्रभावी नहीं था।^[33] अन्य संगठन 1960 में भारत के विभिन्न स्थानों पर स्थापित किए गए थे लेकिन कोई भी सामुदायिक संगठन को प्राप्त करने में प्रभावी नहीं था।^[33] पिछली असफलताओं से आगे बढ़ते हुए, 1966 में बॉम्बे में नौ महिला गृहणियों ने भारतीय उपभोक्ता मार्गदर्शन सोसाइटी (CGSI) की स्थापना की, जो भारत के सबसे महत्वपूर्ण उपभोक्ता संगठनों में से एक है।^[33] भारत में सबसे शक्तिशाली उपभोक्ता संगठन उपभोक्ता शिक्षा और अनुसंधान केंद्र (CERC) है, जिसकी स्थापना 1978 में अहमदाबाद में "सामाजिक कार्रवाई मुकदमे आंदोलन" के हिस्से के रूप में की गई थी।^[34] अपनी स्थापना के बाद से सीईआरसी उपभोक्ताओं की ओर से मुकदमेबाजी की अपनी उपलब्धियों के संदर्भ में विकासशील दुनिया के सबसे सफल उपभोक्ता संगठनों में से एक बन गया है।^[34] 1986 का उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम (सीओपीआरए) मुख्यतः सीईआरसी और सीजीएसआई द्वारा गहन पैरवी का परिणाम था।^[34]

1991 में भारत में आर्थिक उदारीकरण ने भारत को विदेशी व्यापार और विदेशी निवेश के लिए खोलकर भारतीय बाज़ार में आमूलचूल परिवर्तन ला दिया।^[20]

IV. निष्कर्ष

ऐसा माना जाता था कि 1986 में भारत में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम^[35] पारित होने से उपभोक्ताओं को अपने अधिकारों के लिए खड़े होने के लिए प्रोत्साहित किया जाएगा और उपभोक्ता अदालतों में विवादों की संख्या में भारी वृद्धि होगी। हालाँकि भारत में अभी तक कोई उपभोक्ता आंदोलन शुरू नहीं हुआ है, लेकिन अधिनियम के अस्तित्व ने देश भर में कई उपभोक्ता संगठनों के निर्माण को प्रेरित किया है। पिछले कुछ वर्षों में ऐसे संगठनों की संख्या दोगुनी से भी अधिक हो गई है, जिससे अब स्वैच्छिक क्षेत्र में 600-800 संगठन हैं। आंदोलन फल-फूल नहीं पाया है क्योंकि सभी संगठन प्रभाव डालने के लिए पर्याप्त सक्रिय नहीं हैं, शायद ही कोई एकीकृत कार्रवाई हुई हो जो उनकी ताकत को प्रदर्शित कर सके, और आंदोलनों में कोई सक्रिय उपभोक्ता भागीदारी नहीं रही है। उपभोक्ताओं का दावा है कि उपभोक्ता शिक्षा की कमी उन्हें निष्क्रिय और उदासीन बनाती है, और उपभोक्ता संगठनों को दोषी ठहराते हैं। देश के अधिकांश उपभोक्ता उपभोक्ता अदालतों के अस्तित्व से भी अनजान हैं, जहाँ वे अपनी शिकायतें लेकर जाते हैं। हालाँकि, उपभोक्ता अधिकार संगठन इसका जवाब देते हैं कि उनके पास पर्याप्त धन की कमी है और वे अपनी निष्क्रियता के लिए सरकार को दोषी ठहराते हैं। लेखक इस आलोचना को स्वीकार करते हैं कि भारतीय उपभोक्ता आंदोलन अभिजात्यवादी है और ग्रामीण उपभोक्ताओं पर ध्यान केंद्रित करने की आवश्यकता, संगठनों द्वारा बदलाव की नींव रखने में दिए गए महत्वपूर्ण योगदान, उपभोक्ता शिक्षा की आवश्यकता, विशेषज्ञों की आवश्यकता, स्वास्थ्य संबंधी उत्पादों के संबंध में उपभोक्ता संरक्षण की विशेष आवश्यकता और स्वैच्छिक स्वास्थ्य समूहों द्वारा समर्थन पर विचार करता है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 उपभोक्ताओं को अनुचित व्यावसायिक प्रथाओं से बचाने के लिए, वस्तुओं की क्षमता, मात्रा, मानक, शुद्धता और मूल्य निर्धारण के बारे में जानकारी प्रदान करें। ग्राहकों के अधिकारों और हितों की रक्षा के लिए उपभोक्ता संरक्षण परिषदें बनाएँ उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 6 अगस्त 2019 को पारित हुआ 9 अगस्त 2019 को स्वीकृत हुआ 20 जुलाई 2019 और 24 जुलाई 2019 को शुरू हुआ^[20]

संदर्भ

1. ब्रॉबेक 1990, पृष्ठ xvi.
2. ↑ एबीसी यहाँ जाएं: वार्न 1993, पृष्ठ xi.
3. ↑ एबीसी यहाँ जाएं: वार्न 1993, पृ. 15.
4. ^ विलियम्स, केसी (3 जुलाई, 2017)। "नादेर ने 'अनसेफ एट एनी स्पीड' की 50वीं वर्षगांठ पर कार सुरक्षा पर बात की" . शिकागो ट्रिब्यून . 9 जुलाई, 2017 को पुनःप्राप्त . राल्फ नादेर और उनकी पुस्तक के बिना, आज हम जो कारें चलाते हैं, वे उन कारों से बहुत अलग होतीं जिन्हें हम हल्के में लेते हैं। "नादेर और उनकी पुस्तक नीति निर्माताओं और जनता के लिए उत्प्रेरक थे कि वाहन डिजाइन सुरक्षा को प्रभावित करते हैं - कि वाहनों को दुर्घटनाओं में लोगों की सुरक्षा के लिए डिज़ाइन किया जा सकता है," एड्रियन लुंड ने कहा, जो हाईवे सेप्टी के लिए बीमा संस्थान के अध्यक्ष हैं, एक स्वतंत्र ऑटो सुरक्षा



अनुसंधान संगठन जो अपने क्रेडिट परीक्षणों के लिए जाना जाता है। "हम में से अधिकांश लोग आज की दुनिया में क्रेडिट टेस्ट रेटिंग, रिकॉल और स्मार्ट कारों की चर्चाओं को स्वीकार करते हैं, लेकिन 1960 के दशक की शुरुआत में यह अलग था। नादर का काम और उनकी कांग्रेस की गवाही NHTSA और अमेरिकी परिवहन विभाग की स्थापना के लिए महत्वपूर्ण थी।"

5. ↑ वार्न 1993 , पृ. 1.
6. ↑ एबी यहाँ जाएं: मेयर 1989 , पृ. 13.
7. ↑ सोरेनसन 1941 , पृ. 6-7.
8. ↑ सोरेनसन 1941 , पृ. 9-10.
9. ↑ स्टोल 2006 , पृ. 23-27.
10. ↑ कोहेन 2003 , पृ. 25.
11. ↑ ग्लिकमैन 2009 , पृ. 192.
12. ↑ कोहेन 2003 , पृ. 33.
13. ↑ ग्लिकमैन 2009 , पृ. 193.
14. ↑ मैकगवर्न 2006 , पृ. 248.
15. ↑ सोरेनसन 1941 , पृ. 12-14.
16. ↑ ग्लिकमैन 2009 , पृ. 195.
17. ↑ ग्लिकमैन यहाँ जाएं: 2009 · पृ. 205-207.
18. ↑ सोरेनसन 1941 , पृ. 127.
19. ↑ कोहेन 2003 , पृ. 44.
20. ↑ सोरेनसन 1941 , पृ. 90-91.