

مدرس کے لیے ہدایت

باب 5: صارف کے حقوق

سمجھیں۔ اجتماعی طور پر پوسٹر بنانا ایک اور طریقہ ہے جس کے تحت ان مسائل کے بارے میں سوچا جاسکتا ہے۔ اس سبق میں بہت سی ایسی سرگرمیاں شامل ہیں جس میں دورے کیے جانے کی ضرورت ہے جیسے تحفظاتی کونسل برائے صارف، صارف تنظیموں، صارف عدالت، خوردہ دکانوں، بازاروں وغیرہ کا دورہ کرنا۔ دوروں کو اس طرح منظم کریں کہ طلباء کے تجربے کو خوب بڑھایا جاسکے۔ ان سے دورے کے مقصد کے بارے میں چیزیں جنہیں پہلے کیے جانے کی ضرورت ہے، چیزیں جن میں اکٹھا کیے جانے کی ضرورت ہے اور کام (رپورٹ/پروجیکٹ/آرٹیکل وغیرہ) جو وہ دورے کے بعد انجام دے سکتے ہیں۔ ان کے بارے میں بات چیت کریں۔ اس باب کے ایک جز کے طور پر طلباء خط لکھ سکتے ہیں اور تقریر یا بولنے سے متعلق سرگرمیاں انجام دے سکتے ہیں۔ ہم مشقوں کے لسانی پہلو کے بارے میں بھی حساس ہو سکتے ہیں۔

یہ باب ایسے مواد پر مشتمل ہے جو مستند ویب سائٹوں، کتابوں، اخباروں اور رسائل سے اکٹھا کیا گیا ہے، مثال کے لیے <http://consumeraffairs.nic.in> مرکزی حکومت کی وزارت برائے امور صارف غذائی اجناس و عوامی تقسیم کی ہے۔ دیگر ویب سائٹ www.cuts.international.org صارف تنظیم کی ویب سائٹ ہے جو ہندوستان میں 30 سال سے زیادہ عرصے سے کام کر رہی ہے۔ یہ ہندوستان میں صارف بیداری پیدا کرنے کے لیے مختلف قسم کے مواد شائع کرتا ہے۔ اس میں طلباء کو شریک کیے جانے کی ضرورت ہے اس طرح وہ ان کی سرگرمیوں کے جز کے طور پر مواد بھی اکٹھا کر سکتے ہیں۔ مثال کے لیے یہ کوائف اخبار کے تراشوں اور ان صارفین سے لیے گئے ہیں جنہوں نے صارف عدالتوں میں مقدمے لڑے۔ طلباء کو مختلف مواخذ جیسے صارف تحفظ کونسل، صارف عدالتیں اور انٹرنیٹ سے ایسے مواد اکٹھا کرنے اور پڑھنے کے لیے کہیں۔

ہمارے ملک میں جس طرح سے بازاروں کا لین دین ہوتا ہے، اس کے سیاق میں حقوق صارف کے مسئلے پر بحث کرنا اس باب کے مقاصد میں شامل ہے۔ بازار میں غیر مساوی صورتحال اور اصول و ضوابط کو ٹھیک طرح سے نہ عائد کرنے کے بہت سے پہلو ہیں۔ لہذا طلباء کو اس سلسلے میں حساس بنانے اور صرفی تحریک میں ان کی شرکت کے حوصلہ افزائی کی ضرورت ہے۔ یہ باب متعلقہ معاملے کے کوائف (Case histories) فراہم کرتا ہے کہ کس طرح بعض صارفین کا استحصال اصل حالات زندگی میں کیا گیا تھا اور صارفین کی تلافی کرنے میں اور صارفین کی حیثیت سے ان کے حقوق برقرار رکھنے میں کس طرح قانونی اداروں نے مدد کی۔ کیس ہسٹری طلباء کو ان بیانیہ سے ان کی زندگی کے تجربات سے جوڑنے میں کامیاب ہوگی۔ ہمیں طلباء کو یہ بھی سمجھانا ہے کہ پوری طرح باخبر صارف ہونے کی حیثیت سے ہی صارف تحریک اور ایک طویل مدت تک ہونے والی ان کی جدوجہد کے ذریعے لوگوں کی سرگرم شرکت کے نتیجے میں پیدا ہوئی ہے۔ اس باب میں کچھ تنظیموں کی تفصیلات بھی دی گئی ہیں جو مختلف طریقوں سے صارفین کی مدد میں لگی رہتی ہیں۔ آخر میں ہندوستان میں صارف تحریک کے بعض اہم امور کے بارے میں بات کی گئی ہے۔

تدریس کے پہلو/معلومات کے مواخذ

اس باب میں سوالات، کیس مطالعات اور سرگرمیاں دی گئی ہیں۔ یہ بہتر ہوگا کہ طلباء زبانی طور پر گروپوں میں ان پر بحث کریں۔ ان میں سے بعض کے جواب کو انفرادی حیثیت سے لکھ کر دیا جاسکتا ہے۔ ہر سرگرمی کو انجام دیتے وقت آپ سرگرمی کے بارے میں غور و خوض کے اجلاس کے ساتھ شروعات کر سکتے ہیں۔ اس طرح اس باب میں رول پلے کے لیے بہت سے مواقع ہیں۔ اور یہ زیادہ بہتر و کارگر طریقہ ہوگا کہ وہ اپنے تجربات میں دوسروں کو شریک کریں اور گہرائی سے مسائل کو

بازار میں صارف

نے ان ضوابط کی تعمیل کو یقینی بنانے کے لیے طویل جدوجہد کی ہے۔ اسی طرح صارفین کے تحفظ کے لیے قواعد و ضوابط کی ضرورت بازار میں ہوتی ہے۔ انفرادی طور پر صارفین اکثر خود کو کمزور حیثیت میں پاتے ہیں۔ جب کبھی خریدی گئی شے یا خدمات کے بارے میں کوئی شکایت ہوتی ہے تو فروخت کنندہ کی کوشش ہوتی ہے کہ اس کی پوری ذمہ داری خریدار پر ڈال دی جائے۔ ان کی حیثیت عام طور پر یہ ہوتی ہے، ”اگر آپ کو خریدی ہوئی شے پسند نہیں آئی تو پلیز کہیں اور جائیں، گویا کہ فروخت کنندہ کی چیز کے فروخت ہونے کے بعد کوئی ذمہ داری نہیں ہے۔ صارف تحریک جس کے بارے میں ہم بعد میں بات کریں گے اس صورت حال کو بدلنے کی ایک کوشش ہے۔

بازار میں استحصال کئی طرح سے واقع ہوتا ہے۔ مثال کے لیے کبھی کبھی تاجر ناجائز تجارتی عمل میں مشغول ہوتے ہیں جیسے جب دوکاندار جتنا وزن کہ ہونا چاہیے اس سے کم وزن کرتے ہیں یا جب تاجر وہ اجرتیں شامل کرتے ہیں جس کا ذکر پہلے نہیں کیا گیا تھا یا جب ملاوٹ کرتے ہیں یا ناقص اشیاء فروخت کرتے ہیں۔ جب پیدا کار بہت کم اور طاقتور ہوں جب کہ صارفین کم مقدار میں خریداری کرتے ہوں اور بکھرے ہوں تو بازار میں جائز طریقے سے کام نہیں کرتیں۔ یہ خاص طور پر وہاں ہوتا ہے جہاں بڑی کمپنیاں ایسی اشیاء تیار کر رہی ہوں ان کمپنیوں کے پاس بے پناہ دولت، طاقت اور پہنچ ہوتی ہے اور بازار میں کئی طرح سے کارستانی کر سکتی ہے۔ کبھی کبھی میڈیا کے ذریعہ اور دیگر ذرائع سے غلط معلومات فراہم کی جاتی ہے

ہم بازار میں پیدا کاروں اور صارفین دونوں حیثیت سے شریک ہوتے ہیں۔ اشیاء اور خدمات کے پیدا کار کے طور پر ہم کسی بھی سیکٹر جیسے زراعت، صنعت یا خدمات میں کام کر رہے ہوتے ہیں۔ صارفین بازار بھی جاتے ہیں جب انہیں اپنی ضرورت کی اشیاء اور خدمات خریدنا ہو۔ یہ آخری شے ہی ہے جسے لوگ صارف کے طور پر استعمال کرتے ہیں۔

پچھلے ابواب میں ہم نے ان اصول اور ضوابط یا اقدامات کی ضرورت پر بحث کی جس سے ترقیاتی عمل بڑھایا جاسکے۔ یہ اصول و ضوابط غیر منظم سیکٹر میں کامگاروں کے تحفظ یا غیر رسمی سیکٹر میں ساہوکاروں کے ذریعہ لگائی گئی سود کی اونچی شرح سے لوگوں کو تحفظ دینے کے لیے ہو سکتے ہیں۔ اسی طرح قواعد و ضوابط ماحول کے تحفظ کے لیے بھی ضروری ہیں۔

مثال کے لیے، غیر رسمی سیکٹر میں ساہوکاروں جن کے بارے میں آپ نے باب 3 میں پڑھا ہے، کے ذریعے قرض لینے والوں کو باندھنے کی مختلف چالیں اپناتے ہیں: وہ وقت پر قرض دینے کے بدلے میں پیدا کاروں کو کم شرح پر اشیاء فروخت کرنے پر مجبور کر سکتے ہیں، وہ سو پنا جیسی چھوٹی کسان کو مجبور کر سکتے ہیں کہ وہ قرض واپس کرنے کے لیے اپنی زمین کو فروخت کرے اسی طرح بہت سے ایسے لوگ ہیں جو غیر منظم سیکٹر میں کم مزدوری پر کام کرتے ہیں اور ان شرائط کو تسلیم کرتے ہیں جو منصفانہ نہیں ہوتیں اور اکثر ان کی صحت کے لیے نقصان دہ ہوتی ہیں۔ اسی طرح کے استحصال کو روکنے اور ان کے تحفظ کے لیے قواعد و ضوابط کی بات کی ہے۔ ایسی تنظیمیں ہیں جنہوں

اسے جان بوجھ کر اس طرح بنایا گیا ہے کہ کچھ مہینے کے بعد خراب ہو جائے تاکہ میں کوئی نیا خرید سکوں!



ہر کوئی جانتا ہے کہ تمباکو لوگوں کو مارتی ہے، لیکن کون کہہ سکتا ہے کہ تمباکو کمپنیاں تمباکو فروخت کرنے کے لیے آزاد نہیں ہونی چاہیں۔



تاکہ صارفین راغب ہوں۔ مثال کے لیے ایک کمپنی سالوں سے چھوٹے بچوں کے لیے پوری دنیا میں دودھ کے پاؤڈر فروخت کرتی ہے اور دعویٰ کرتی ہے کہ یہ نہایت سائنٹفک پروڈکٹ ہے جو کہ ماں کے دودھ سے بھی زیادہ بہتر ہے کمپنی کے خلاف جدوجہد میں کئی سال لگ گئے اور کمپنی کو یہ تسلیم کرنے پر مجبور ہونا پڑا کہ وہ جھوٹا دعویٰ پیش کر رہی تھی۔ اسی طرح سگریٹ بنانے والی کمپنیوں کے خلاف عدالت میں کافی طویل جنگ لڑی گئی کہ کمپنی تسلیم کرے کہ ان کے پروڈکٹ کینسر کا سبب بن سکتے ہیں۔ لہذا صارفین کے تحفظ کو یقینی بنانے کے لیے قواعد و ضوابط کی ضرورت ہوتی ہے۔

آئیے انہیں حل کریں

- 1- وہ کون سے مختلف طریقے ہیں جن کے ذریعے لوگوں کا بازار میں استحصال کیا جاسکتا ہے؟
- 2- اپنے تجربے سے کسی ایک مثال کے بارے میں سوچئے جہاں آپ کے خیال میں بازار میں کچھ دھوکا دیا گیا تھا۔ کلاس روم میں بحث کیجئے:
- 3- صارفین کے تحفظ کے لیے حکومت کے کردار کے بارے میں آپ کا کیا خیال ہے؟

صارف تحریک

ہندوستان میں صارف تحریک ایک سماجی قوت کے طور پر غیر اخلاقی اور ناجائز تجارتی عمل کے خلاف صارفین کے مفادات کے تحفظ اور ان کو فروغ دینے کی ضرورت کے ساتھ شروع ہوئی۔ روز افزوں غذائی قلت، جمع خوری، کالا بازاری، غذا اور خوردنی تیل میں ملاوٹ نے 1960 کے دہے میں ایک منظم شکل میں صارف تحریک کو جنم دیا 1970 کی دہائی تک صارف تنظیمیں کافی حد تک آرٹیکل لکھنے اور نمائش وغیرہ کا اہتمام کرنے میں مشغول تھیں۔ انھوں نے راشن کی دکانوں میں بدعنوانی اور سڑک پر سواری، ٹرانسپورٹ میں بھیڑ بھاڑ پر نگرانی کے لیے صارف گروپوں کی تشکیل کی۔ ابھی حال میں ہندوستان صارف گروپوں کی تعداد میں زبردست اضافہ ہوا ہے۔

صارف تحریک صارفین کی بے اطمینانی سے ابھری کیونکہ فروخت کنندگان کے ذریعے بہت سے ناجائز طریقوں کا استعمال کیا جا رہا تھا۔ بازار میں صارفین کو استحصال سے بچانے کے لیے کوئی قانونی نظام موجود نہیں تھا۔ ایک طویل عرصے سے جب صارف کسی مخصوص معرکہ یا برانڈ کی شے یا دکان سے مطمئن نہیں ہوتا تھا تو وہ عام طور پر اس برانڈ کی شے کو خریدنا بند کر دیتا تھا یا اس دکان سے خریداری بند کر دیتا۔ یہ مانا جاتا تھا کہ یہ صارفین کی ذمہ داری ہے کہ وہ اس وقت محتاط رہیں جب کوئی شے یا خدمت کی خریداری کر رہے ہیں۔ ہندوستان اور دنیا میں تنظیموں کو لوگوں میں بیداری پیدا کرنے میں کافی وقت لگ گیا۔ اس کے ذریعے ایشیا اور خدمات کی کوالٹی کو یقینی بنانے کی ذمہ داری فروخت کنندگان کی طرف منتقل ہو گئی۔

کنزیومرس انٹرنیشنل



1985 میں اقوام متحدہ نے صارف تحفظ کے لیے اقوام متحدہ کے رہنما اصول اپنائے۔ یہ ملکوں کے لیے صارفین کے تحفظ اور ان کی حکومتوں کو ایسا کرنے کے سلسلے میں گروپوں کے ذریعے صارف کی تائید کے لیے اقدامات اٹھانے کا ایک وسیلہ تھا۔ بین الاقوامی سطح پر یہ صارف تحریک کی بنیاد بنا۔ آج کل کنزیومرس انٹرنیشنل 115 سے زیادہ ملکوں میں 220 سے زائد تنظیموں کا ایک سرپرست ادارہ بن چکا ہے۔

ان ساری کوششوں کے نتیجے میں تحریک کاروباری فرموں اور حکومت پر دباؤ بنانے میں کامیاب ہوئی۔ یہ دباؤ ان کاروباری روپوں کو صحیح کرنے کے لیے تھا جو کافی حد تک صارفین کے مفاد میں غیر منصفانہ اور ان کے مفادات کے خلاف ہو سکتا تھا۔ حکومت کے ذریعے 1986 میں ایک بڑا قدم اٹھایا گیا جو صارف تحفظ ایکٹ 1986 کو عائد کرنے کا تھا اسے عام طور پر COPRA (کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ) کہا جاتا ہے۔ آپ COPRA کے بارے میں بعد میں مزید پڑھیں گے۔

آئیے انھیں حل کریں

- 1- صارف گروپوں کے ذریعے اٹھائے گئے اقدامات کیا تھے؟
- 2- قواعد و ضوابط تو ہوتے ہیں لیکن ان کی تعمیل اکثر نہیں کی جاتی، کیوں؟ بحث کیجیے۔



ریجی کی پریشانی ظاہر کرتی ہے کہ کس طرح ایک اسپتال نے آپریشن کے لیے بے ہوشی یا بے حس کرنے کے عمل میں ڈاکٹروں اور اسٹاف نے لاپرواہی کی ہے جس سے ایک طالب علم پوری زندگی کے لیے معذور ہو گیا ہے۔ بہت سی اشیا اور خدمات کا استعمال کرتے وقت ہم کو بحیثیت صارفین یہ حق حاصل ہے کہ ان اشیا اور خدمات کے فراہمی کے مقابل تحفظ حاصل ہو جو زندگی اور جائداد کے لیے خطرناک ہوں۔ پیدا کاروں کو حفاظتی قواعد و ضوابط کی پابندی کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ بہت سی اشیا اور خدمات ہیں جو ہم خریدتے ہیں اس میں سلامتی و تحفظ کا خاص خیال رکھے جانے کی ضرورت ہے۔ مثال کے لیے پریشکر میں ایک سیفٹی والو ہوتا ہے اگر وہ ناقص ہے تو اس سے خطرناک حادثہ ہو سکتا ہے۔ سیفٹی والو کے بنانے والوں کو اعلیٰ کوالٹی یقینی بنانی ہوتی ہے۔ آپ کو یہ دیکھنے کے لیے کہ یہ کوالٹی برقرار رکھی گئی ہے حکومتی کارروائی کی ضرورت ہوتی ہے۔ تاہم ہم بازار میں خراب کوالٹی کی اشیا پاتے ہیں کیونکہ ان ضوابط کی نگرانی اتنی اچھی نہیں ہے اور صارف تحریک کافی مضبوط نہیں ہے۔

ریجی کی پریشانی

ایک صحت مند لڑکا راجی میتھیو، جو کلاس IX میں پڑھ رہا ہے، ناسل (گلے کے غدود) کے آپریشن کے لیے کیرل کے ایک نجی کلینک میں داخل کیا گیا تھا۔ کان ناک و حلق (ENT) کے ایک سرجن نے گلے کے غدود کا آپریشن عام بے ہوشی کے ذریعے انجام دیا۔ غیر مناسب طریقے سے بے حس یا بے ہوش کرنے کے نتیجے کے طور پر کچھ دماغی معذوری کی علامت ظاہر ہوئیں جس کے سبب وہ پوری زندگی کے لیے معذور ہو گیا تھا۔ اس کے والد نے ریاستی صارف تنازعات دادرسی کمیشن میں طبی لاپرواہی اور خدمات میں کوتاہی کے لیے 5,00,000 روپے کے ہرجانے کا دعویٰ کیا۔ ریاستی کمیشن نے یہ کہتے ہوئے کہ شہادت کافی نہیں ہے مقدمہ خارج کر دیا۔ راجی کے والد نے دوبارہ قومی صارف تنازعات و دادرسی کمیشن (نئی دہلی) میں اپیل کی۔ قومی کمیشن نے شکایت پر غور کرتے ہوئے طبی لاپرواہی کے لیے اسپتال کو ذمے دار ٹھہرایا اور حکم دیا کہ وہ اسے ہرجانہ ادا کرے۔



آئیے انھیں حل کریں

- 1- درج ذیل اشیا اور خدمات (آپ فہرست میں اضافہ کر سکتے ہیں) پر بحث کیجیے کہ کن حفاظتی قواعد کی تعمیل پیدا کار کے ذریعے کیا جانی چاہیے؟
(a) ایل پی جی سلنڈر (b) سنیما تھیٹر (c) سرکس (d) ادویات (e) خوردنی تیل (f) شادی کے پنڈال (g) ایک اونچی عمارت
- 2- آپ کے آس پاس کے لوگوں سے حادثے یا لاپرواہی کے کسی معاملے کو دریافت کیجیے جس کے بارے میں آپ کا خیال ہے کہ ذمے داری پیدا کار کے اوپر آتی ہے۔ بحث کیجیے۔

اشیا اور خدمات کے بارے میں معلومات

یا اختتام کے اندر ناقص پاتے ہیں تو ہم اسے بدلنے کے لیے کہہ سکتے ہیں۔ اگر تاریخ انتہا نہیں چھپی ہوئی تھی تب مینوفیکچرر دوکاندار کو ذمے دار ٹھہرائے گا اور جو ابھی نہیں قبول کرے گا اگر لوگ وہ ادویات فروخت کرتے ہیں جن کی تاریخ انتہا ختم ہو چکی ہے تو ان کے خلاف سخت کارروائی کی جاسکتی ہے۔ اسی طرح اگر کوئی پیکٹ پر چھپی قیمت سے زیادہ قیمت پر فروخت کرتا ہے تو اس کے خلاف احتجاج اور شکایت کی جاسکتی ہے۔ اسے MRP (یعنی زیادہ زیادہ خوردہ قیمت) Maximum retail price سے ظاہر کیا جاتا ہے۔ درحقیقت صارفین MRP سے کم فروخت کرنے کے لیے فروخت کنندہ کے ساتھ مول بھاؤ کر سکتے ہیں۔

حال میں حکومت کے ذریعے فراہم کیے گئے معلومات حاصل کرنے کے حق کی توسیع مختلف خدمات کا احاطہ کرتے ہوئے کی گئی ہے۔ اکتوبر 2005 میں حکومت ہند نے ایک قانون بنایا تھا جسے عام طور پر (Right to Information) کے طور پر جانا جاتا ہے جس میں اس کے شہریوں کو سرکاری محکمہ جات کے کام سے متعلق معلومات کے بارے میں ضمانت دی گئی۔ RTI ایکٹ کا اثر درج ذیل معاملے سے سمجھا جاسکتا ہے۔

جب آپ کوئی شے خریدتے ہیں تو آپ کو پیکنگ پر بعض تفصیلات لکھی دکھائی دیتی ہیں۔ یہ تفصیلات استعمال کی گئی اجزائے ترکیبی، قیمت، بیچ نمبر، تیار کرنے کی تاریخ اختتام اور بنانے والے پتے کے بارے میں ہوتی ہے۔ جب ہم ادویات خریدتے ہیں تب پیکٹوں پر آپ مناسب استعمال کے لیے ہدایات بھی دیکھتے ہوں گے اور ضمنی اثرات اور اس دوا کے استعمال سے متعلق جو کچھ کی معلومات بھی پاتے ہوں گے، جب آپ ملبوسات خریدتے ہیں تو اسے دھونے کے بارے میں بھی ہدایات لکھی ملتی ہوں گی۔

ایسا کیوں ہے کہ بنائے گئے ان قواعد کے نتیجے میں مینوفیکچرر کو ان معلومات کو ظاہر کرنا پڑتا ہے؟ ایسا اس لیے ہے کہ صارفین کو ان اشیا اور خدمات کو جو وہ خریدتے ہیں کے بارے میں معلومات حاصل کرنے کا حق ہے۔ اگر کسی بھی طرح شے کو ناقص پایا جاتا ہے تو صارفین شکایت کر سکتے ہیں اور ہر جانہ طلب کر سکتے ہیں اور اسے بدلنے کے لیے کہہ سکتے ہیں۔ مثال کے لیے، اگر ہم کوئی شے خریدتے ہیں اور اسے تاریخ انتہا

انتظار.....



امرتا جو ایک انجینئرنگ گریجویٹ ہے، اس نے ایک سرکاری محکمے میں ملازمت کے سلسلے میں سبھی سرٹیفکیٹ جمع کرنے اور انٹرویو دینے کے بعد نتیجے کے بارے میں کسی بھی اطلاع سے محروم رہی۔ عہدیداروں نے اس کے استفسار کا جواب دینے سے منع کر دیا۔ لہذا اس نے RTI ایکٹ کا استعمال کرتے ہوئے یہ کہتے ہوئے درخواست دی کہ ایک معقول وقت پر نتیجہ جاننے کا اس کا حق تھا تا کہ وہ اپنے مستقبل کا منصوبہ بنا سکے اس نے جلد ہی تقرری کے لیے کال لیٹر حاصل کر لیا۔

آئیے انھیں حل کریں

- 1- جب ہم اشیا خریدتے ہیں تو پاتے ہیں کہ کبھی کبھی جو قیمت لگائی جاتی ہے وہ بیک پر چھپی MRP سے زیادہ یا کم ہے۔ ممکنہ وجہ پر بحث کیجیے۔ کیا صارف گروپوں کو اس سلسلے میں کچھ کرنا چاہیے؟
- 2- پیک کی ہوئی کچھ وہ اشیا لیں جو آپ خریدنا چاہتے ہیں اور ان پر دی گئی معلومات کا جائزہ لیں۔ یہ کسی طرح مفید ہیں؟ کیا کچھ معلومات ایسی ہیں جو آپ کے خیال میں ان پیک کی ہوئی اشیا پر دینا چاہیے لیکن اس میں موجود نہیں ہیں؟ بحث کیجیے
- 3- لوگوں نے شہری سہولیات (جیسے خراب سڑکیں یا پانی اور صحت کی سہولیات میں کمی ہونا) کے بارے میں شکایتیں درج کرائیں لیکن کوئی سننے والا نہیں۔ اب RTI ایکٹ سے آپ کو سوال کرنے کا اختیار مل جاتا ہے۔ کیا آپ متفق ہیں؟ بحث کیجیے۔

جب انتخاب کو مسترد کیا جاتا ہے

بازادائیگی (واپسی)

کورٹ نے کہا کہ اسے انتخاب کا اختیار تھا۔ انسٹی ٹیوٹ نے ریاستی صارف کمیشن میں پھر اپیل کیا۔ ریاستی کمیشن نے ضلع کورٹ کے حکم کو برقرار رکھا اور اس غیر سنجیدہ اپیل کے لیے مزید 25,000 روپے جرمانے



انصاری نگر کی ایک طالبہ اور ایمی نے نئی دہلی میں پروفیشنل کورس کے لیے ایک مقامی کوچنگ انسٹی ٹیوٹ میں داخلہ لیا۔ کورس میں داخلہ لیتے وقت اس نے دو سال کے پورے کورس کے لیے 61,020 روپے

لگائے۔ اس نے انسٹی ٹیوٹ کو تلافی اور مقدمے کا خرچ کے لیے الگ سے 7,000 روپے ادا کرنے کے لیے کہا۔ ریاستی کمیشن نے ریاست میں سبھی تعلیمی اور پروفیشنل اداروں پر پوری کورس مدت کے لیے متفقہ طور پر پیٹنگی میں فیس لینے پر پابندی لگا دی۔ اس حکم کی خلاف ورزی پر جرمانہ اور جیل کی سزا مول لینے کی بات کہی۔

فیس اکٹھا جمع کر دیا۔ تاہم ایک سال کے آخر میں اس نے خود کو اس کورس سے الگ کرنے کا فیصلہ کیا۔ کیونکہ اس نے پایا کہ تدریس کی کوالٹی مطلوبہ معیار کی نہیں تھی۔ جب اس نے ایک سال کی فیس واپس کرنے کے لیے کہا تو اسے منع کر دیا گیا۔ جب اس نے ضلعی صارف عدالت میں مقدمہ قائم کیا تو عدالت نے انسٹی ٹیوٹ کو 28,000 روپے واپس کرنے کے لیے کہا۔

اس واقعے سے ہم کیا سمجھتے ہیں؟ کوئی صارف جو کسی بھی حیثیت میں عمر، جنس خدمات کی نوعیت کے بلا لحاظ کوئی خدمات حاصل کرتا ہے اسے انتخاب کا اختیار ہے چاہے وہ خدمات کو جاری رکھے یا نہیں۔

مان لیجیے آپ تو تھ پیسٹ خریدنا چاہتے ہیں اور دوکاندار کہتا ہے کہ وہ تو تھ پیسٹ تبھی فروخت کر سکتا ہے جب آپ ایک ٹوتھ

برش بھی خریدیں۔ اگر آپ کو برش خریدنے میں دلچسپی نہیں ہے تو آپ کو انتخاب کا اختیار ہے کہ آپ منع کر دیں۔ اسی طرح کبھی کبھی گیس سپلائی کرنے والے اس بات پر زور دیتے ہیں کہ آپ ان سے اسٹور بھی خریدیں جب آپ نیا کنکشن لیں، اس طرح بہت بار آپ کو ان چیزوں کو خریدنے پر مجبور کیا جاتا ہے جو نہیں خریدنا چاہتے اور آپ کے پاس کوئی انتخاب کا اختیار نہیں ہوتا۔

آئیے انہیں حل کریں

درج ذیل ان اشیاء کے کچھ پرفریب اشتہار ہیں جنہیں ہم بازار سے خریدتے ہیں۔ درج ذیل میں کون سے آفر (پیشکش) واقعی صارفین کے لیے مفید ہیں؟ بحث کیجیے۔

- ہر 500 گرام پیک کے ساتھ 15 گرام زیادہ۔
- ایک سال کی مدت کے لیے اخبار کے چندے پر سال کے آخر میں انعام۔
- کھرچنے (Scratch) اور 10 لاکھ کے بقدر انعام جیتنے۔
- 500 گرام گلوکوز کے پیکٹ کے اندر ایک ملک چاکلیٹ۔
- پیک کے اندر سونے کا سکہ جیتنے۔
- 2000 روپے کے جوئے خریدیے اور 500 روپے قیمت کے جوئے مفت حاصل کریں۔

کی ضرورت ہے جس کے ذریعے اسے انجام دیا جاسکتا ہے۔
صارف اپنے اوپر ہوئے استحصال کے خلاف بلا کسی
ویکیل کی مدد کے بذات خود یا ویکیل کے تعاون سے سیدھا شکایت
داخل کر سکتا ہے۔

آپ کو یہ جاننے میں دلچسپی ہوگی کہ کس طرح ایک دکھی یا
ضرر رسیدہ شخص اپنی تلافی حاصل کرتا ہے۔ آئیے پرکاش کا
معاملہ لیں۔ اس نے اپنی بیٹی کی شادی کے لیے اپنے گاؤں
ایک منی آرڈر بھیجا تھا۔ رقم اس کی بیٹی کو وقت پر نہیں پہنچی جب کہ
اسے اس کی ضرورت تھی اور نہ ہی یہ مہینوں بعد ملی۔ پرکاش نے نئی
دہلی کی ضلعی سطح کی صارف عدالت میں ایک مقدمہ دائر کیا۔ وہ
سبھی اقدامات جو اس نے اختیار کیے یہاں سمجھائے گئے ہیں۔

صارفین کو انصاف حاصل کرنے کے لیے کہاں جانا چاہیے؟

باب میں پہلے دیے گئے ریجی میٹھیو اور ایرامی کے
معاملات ایک بار پھر پڑھیے۔

یہ کچھ مثالیں ہیں جن میں صارفین کو ان کے حقوق سے
محروم کیا گیا ایسی مثالیں ہمارے ملک میں اکثر واقع ہوتی ہیں۔
ان صارفین کو انصاف حاصل کرنے کے لیے کہاں جانا چاہیے؟
صارفین کو ناجائز تجارتی عمل اور استحصال کے خلاف
داوری (تدارک) کا حق ہوتا ہے۔ اگر صارف کو کوئی نقصان ہوتا
ہے تو اسے حق ہے کہ وہ تلافی یا ہرجانہ حاصل کرے جو نقصان کی
نوعیت پر منحصر ہے۔ ایک آسان اور موثر عوامی نظام قائم کرنے

2- پرکاش کو معلوم ہوتا ہے کہ رقم اس کی بیٹی کو نہیں پہنچی۔



1- پرکاش اپنی بیٹی کو منی آرڈر بھیجنے کے لیے پوسٹ آفس جاتا ہے



3- پرکاش پوسٹ آفس میں منی آرڈر کے بارے میں دریافت کرتا ہے



4- پوسٹ آفس میں اس کے استفسار کا اطمینان بخش جواب نہیں دیا گیا



6- پرکاش مقدمہ دائر کرنے صارف عدالت جاتا ہے وہ رجسٹریشن فارم پُر کرتا ہے عدالت دوسرے فریق کے خلاف نوٹس بھیجتی ہے۔

5- پرکاش صلاح کے لیے مقامی کونسل برائے صارف تحفظ جاتا ہے



CONSUMER DISPUTES REDRESSAL FORUM II
GOVERNMENT OF DELHI
Udyog Ghat, C-22 & 23 Institutional Area,
Behind Qutab Hotel,
New Delhi-110016

REGISTRATION NO. 53/06 DATED: 30.1.2006

Name of Complainant: VED PRAKASH PANDEY
T. GENDU MALWAN, GARIH!
NEW DELHI

Name of respondent (1): POST OFFICE
T. GENDU MALWAN, GARIH!
NEW DELHI

(2) _____

(3) _____

Police Station: MEHRAULI, NEW DELHI

Value: Rs. 4000/-

Subject: DEFICIENCY IN SERVICE.

(Signature of complainant)

7- وہ عدالت میں خود ہی کیس کی وکالت کرتا ہے 8- عدالت کا جج دستاویز کی توثیق کرتا ہے اور فریقین کے دلائل کو غور سے سنتا ہے۔

9- جج عدالتی حکم کا اعلان کرتا ہے۔



لیے قائم کی جاتی ہے ضلعی سطح کی عدالتوں میں جسے ضلعی مرکز بھی کہتے ہیں 20 لاکھ روپے تک کے دعوؤں پر مشتمل مقدموں کو دیکھا جاتا ہے، ریاستی سطح پر 20 لاکھ روپے سے ایک کروڑ روپے تک اور قومی سطح کی عدالتیں 1 کروڑ روپے سے زیادہ رقم کا معاملہ دیکھتی ہیں۔ اگر کوئی کیس ضلعی سطح کی عدالت میں خارج ہو جاتا ہے تب صارف ریاستی سطح پر اور اس کے بعد قومی سطح کی عدالتوں میں اپیل کر سکتا ہے۔

اس طرح ایکٹ کے ذریعے صارفین کے طور پر ہمیں صارف عدالتوں میں نمائندگی کا حق حاصل ہونے کا مجاز بنایا گیا ہے۔

ہندوستان میں صارف تحریک کے نتیجے میں مختلف تنظیموں کی تشکیل ہوئی ہے جنہیں مقامی طور پر صارف فورم یا صارف تحفظ کونسل کی حیثیت سے جانا جاتا ہے۔ وہ صارفین کی رہنمائی کرتی ہیں کہ کس طرح صارف عدالت میں مقدمہ دائر کیا جائے۔ بہت سے مواقع پر وہ صارف عدالتوں میں انفرادی طور پر صارفین کی نمائندگی بھی کرتی ہیں۔ یہ رضا کار تنظیمیں لوگوں کے درمیان بیداری پیدا کرنے کے لیے حکومت سے مالی امداد بھی حاصل کرتی ہیں۔

اگر آپ کسی رہائشی کالونی میں رہ رہے ہیں تب آپ

آئیے انھیں حل کریں

درج ذیل کو صحیح ترتیب میں مرتب کریں:

- آرتی ضلعی صارف عدالت میں کیس دائر کرتی ہے۔
- وہ ایک پروفیشنل خاتون ہے۔
- وہ محسوس کرتی ہے کہ ڈیلر نے اسے ناقص سامان دیا ہے۔
- وہ عدالتی کارروائیوں میں حاضر ہونا شروع کرتی ہے۔
- وہ ڈیلر کے پاس اور برانچ آفس جاتی ہے اور شکایت کرتی ہے لیکن اس کا کوئی اثر نہیں ہوتا۔
- اس سے عدالت کے سامنے بل اور وارنٹی پیش کرنے کے لیے کہا جاتا ہے۔
- وہ ایک خورد دکان سے دیوار گھڑی خریدتی ہے۔
- کچھ مہینے کے اندر ڈیلر کو عدالت نے حکم دیا کہ بغیر کسی اضافی لاگت کے نئے لاگت سے اس کی پرانی دیوار گھڑی کو بدل دیا جائے۔

نے ریزیڈنٹ ویلفیئر ایسوسی ایشنوں کے نام کی تختیاں بھی دیکھی ہوں گی۔ اگر کوئی ناجائز تجارتی عمل ان کے کسی ممبر کے ساتھ واقع ہوتا ہے تو وہ ان کی طرف سے مقدمہ لڑتی ہیں۔

COPRA کے تحت ایک تین سطحی نیم عدالتی مشینری ضلعی، ریاستی اور قومی سطح پر صارف تنازعات کے تدارک کے

فضائی آلودگی، آبی آلودگی، شور آلودگی کے خلاف
صحت مند نامہ ماحول کے صارف حقوق کو یقینی بنائیں۔

ایسی اشیاء اور دیکھیں جو لوگوں کے سونے پر پوری لڑتی ہیں۔
 - صارف گروپ کو
 - آؤ کی کنٹرول بورڈ
 آپ کیا کر سکتے ہیں
 - جنہوں میں خطے کو جان بوجھ کر سے رکھیں
 - تو وہ ان میں کوئی خطا طلب کریں
 - جنہوں میں پڑھائی جیسے شہری اور ہوائی تہائی کا استعمال کریں
 - پانی کے علاج ہونے سے رکھیں
 - بارش کے پانی ذخیرہ کریں
 - پھر سڑکوں پر بارش استعمال کریں
 - جاتی ہوئی پھیل ہونے والے پتھلوں کو استعمال کریں
 - تدارک وصول کے پیش کریں

For all your consumer related information and guidance - Call toll free National Consumer Helpline No. 1900-11-4000 (from BSNL / MTNL Lines, Monday to Saturday 9:30 am to 5:30 pm) or log on to: www.concra.nic.in or write to: P.O. Box No. 3306, New Delhi-110014 for consumer information

An initiative by the Ministry of Consumer Affairs, Food and Public Distribution, Department of Consumer Affairs, Govt. of India
 Log on to website: faminic.in

Catch Consumer Awareness programme on every Sunday at 10 am on Doordarshan
 Courtesy: Consumer Education Research Center, Ahmedabad

ASSERT RIGHTS. PURSUE REMEDIES



"A customer is the most important visitor on our premises. He is not dependant on us. We are dependant on him. He is not an outsider on our business. He is part of it. We are not doing him a favour by serving him. He is doing us a favour by giving us an opportunity to do so."

-Mahatma Gandhi



Ministry of Consumer Affairs, Food and Public Distribution
Department of Consumer Affairs, Government of India,
Kirti Bhawan, New Delhi-110 001
Log on to Website: www.fcomin.nic.in

For consumer information, Call toll free National Consumer Helpline No. 1800-11-4000 (From BSNL, MTNL, fixed) or log on to: www.concare.nic.in, or write to P.O. Box 3206, New Delhi-11

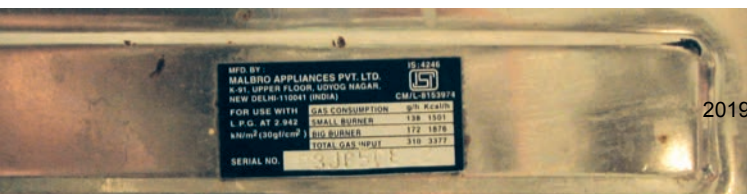
باخبر صارف بننے کی تعلیم

جب ہم مختلف اشیا اور خدمات خریدتے وقت صارفین کی حیثیت سے اپنے حقوق سے باخبر رہتے ہیں تب ہم ان میں فرق اور ساتھ ہی ساتھ دانستہ انتخاب بھی کر سکتے ہیں باخبر صارف بننے کے لیے علم و مہارت حاصل کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ ہم اپنے حقوق کے بارے میں کیسے باخبر ہوتے ہیں۔ بائیں پوسٹر اور پچھلے صفحے پر نظر ڈالیں آپ کا کیا خیال ہے؟

COPRA کے عائد ہونے سے مرکزی اور ریاستی حکومتوں میں صارفین کے امور کے الگ محکمے قائم کیے گئے ہیں۔ پوسٹر جو آپ نے دیکھا وہ ایک مثال ہے جس کے ذریعے حکومت قانونی کارروائی کے بارے میں معلومات کی اشاعت کرتی ہے۔ ان معلومات کا لوگ استعمال کر سکتے ہیں آپ نے ٹیلی ویژن چینل پر بھی اس طرح کے اشتہار دیکھے ہوں گے۔

ISI اور ایگ مارک

کوری پر موجود بہت سی اشیا کو خریدتے وقت آپ نے ISI، ایگ مارک یا ہال مارک حروف کے ساتھ ایک لوگو دیکھا ہوگا۔ یہ لوگو اور تصدیق صارفین کے ذریعہ اشیا اور خدمات کی خریداری کے وقت کوالٹی کو یقینی بنانے میں مدد کرتی ہے۔ تنظیمیں جو نگرانی کرتی ہیں اور ان تصدیق کو جاری کرتی ہیں وہ پیدا کاروں کو اس بات کی اجازت دیتی ہیں کہ وہ اپنے لوگو کا استعمال کر سکتی ہیں بشرطیکہ کہ وہ بعض کوالٹی معیارات کی پابندی کریں اگرچہ یہ تنظیمیں بہت سی اشیا کے لیے کوالٹی معیارات کو فروغ دیتی ہیں لیکن ان معیارات کی پابندی کرنا سبھی پیدا کاروں کے لیے لازمی نہیں ہیں۔ تاہم کچھ اشیا کے لیے جو صارفین کی صحت و سلامتی پر اثر انداز ہوتی ہیں یا عوامی صرف کی اشیا جیسے ایل پی جی سلنڈر، غذا کے رنگ اور آمیزش، سمیٹ، پیک کیے ہوئے پینے کے پانی کے لیے پیدا کاروں کی طرف سے یہ ضروری ہے کہ وہ ان تنظیموں سے توثیق حاصل کر لیں۔



آئیے انہیں حل کریں

- 1- اس باب میں پوسٹروں اور کارٹونوں پر نظر ڈالیں۔ کسی خاص شے اور پہلوؤں کے بارے میں سوچیں جن پر صارف کی حیثیت سے نگاہ ڈالنے کی ضرورت ہے۔ اس کے لیے ایک پوسٹروں وضع کریں۔
- 2- اپنے علاقے میں قریبی صارف عدالت دریافت کریں۔
- 3- صارف تحفظ کونسل اور صارف عدالت کے درمیان کیا فرق ہے؟
 - (i) انتخاب کا حق۔ (iv) نمائندگی کا حق۔
 - (ii) معلومات حاصل کرنے کا حق۔ (v) سلامتی کا حق۔
 - (iii) دادرسی کا حق۔ (vi) صارف تعلیم کا حق۔
- مختلف عنوان کے تحت درج ذیل کیس کی زمرہ بند کریں اور بریکٹوں میں ہر ایک کے مقابل نشان لگائیں۔
 - (a) نئی خریدی ہوئی استری (Iron) سے لٹا کو بجلی کا جھکا لگا۔ اس نے دوکاندار سے فوراً شکایت کی ()
 - (b) جان بچھلے مینے سے MTNL کے ذریعہ فراہم کی گئی خدمات سے مطمئن نہیں ہے۔ وہ ضلعی سطح کے فورم میں کیس دائر کرتا ہے۔ ()
 - (c) آپ کے دوست کو ایک دو فروخت کی گئی ہے جس کی تاریخ انہما ختم ہو چکی ہے اور آپ اس کو صلاح دے رہے ہیں ایک شکایت درج کرائیں ()
 - (d) اقبال کوئی بھی سامان جو وہ خریدتا ہے کے پیک پر دی گئی سبھی تفصیلات چھان بین ضروری سمجھتا ہے ()
 - (e) کیبل آپریٹر کی خدمات سے آپ مطمئن نہیں ہیں جو آپ کے علاقے کو دیکھتا ہے لیکن آپ کسی اور سے یہ خدمات نہیں بدل پاتے ()
 - (f) آپ محسوس کرتے ہیں کہ آپ نے کسی ڈیلر سے ناقص کیمرہ حاصل کیا ہے۔ آپ ہیڈ آفس شکایت کرنے مستقل جاتے رہتے ہیں۔ ()
- 5- اگر معیار بندی شے کی کوالٹی کو یقینی بناتی ہے، ISI یا ایک مارک کی تصدیق کے بغیر بازار میں کیوں بہت سی اشیاء دستیاب ہیں؟
- 6- تفصیل دریافت کیجیے کہ کون ہال مارک اور ISO تصدیق فراہم کرتا ہے۔

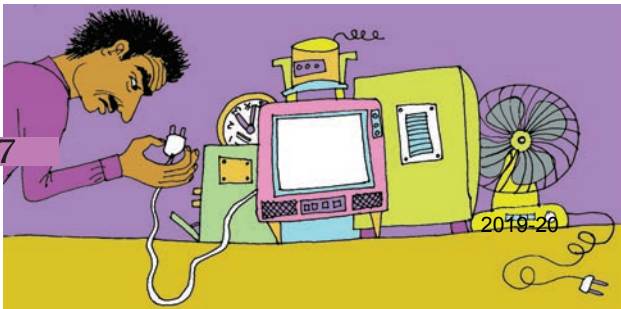
صارف تحریک کو آگے بڑھانا

ہندوستان میں 24 دسمبر کو قومی صارفین دن کے طور پر منایا جاتا ہے۔ یہ دن وہ دن تھا جب ہندوستانی پارلیمنٹ نے 1986 میں صارف ایکٹ پاس کیا۔ ہندوستان ایک ایسا ملک ہے جہاں صارف دادرسی کے لیے خصوصی عدالتیں ہیں۔

ہندوستان میں صارف تحریک نے منظم گروپوں کی تعداد اور ان کی سرگرمیوں کی اصطلاح میں کچھ پیش رفت کی ہے۔

ملک میں آج کل صارف گروپوں کی تعداد 700 سے زیادہ ہے جس میں تقریباً 25-20 اپنے کام میں بہتر طور پر منظم اور تسلیم شدہ ہیں۔

تاہم صارف دادرسی عمل باعث زحمت، مہنگا اور وقت طلب بنتا جا رہا ہے۔ بہت بار صارفین کو وکیل کرنا پڑتا ہے ان مقدموں کو دائر کرنے اور عدالتی کارروائیوں وغیرہ میں حاضر



ہونے کے لیے کافی وقت لگتا ہے۔ زیادہ تر خریداریوں میں کیش میمنہیں جاری کیے جاتے لہذا گواہی مہیا کرنا آسان نہیں ہوتا۔ مزید برآں بازار میں زیادہ تر خریداریاں چھوٹی خوردہ دوکانوں میں کیا جاتا ہے۔ موجودہ قوانین ناقص اشیا سے پریشان صارفین کی تلافی کے امر پر بہت زیادہ واضح نہیں ہیں۔ COPRA کے نفاذ کے 25 سال سے زائد عرصے کے بعد ہندوستان میں صارف بیداری پھیل تو رہی ہے لیکن بہت دھیرے دھیرے۔ اس کے علاوہ ان قوانین کے نفاذ جو وکرس کو تحفظ فراہم کرتے ہیں بطور خاص غیر منظم سیکٹروں میں زیادہ کمزور ہے۔ اسی طرح بازاروں کے کام کے لیے ضوابط و قواعد کی تعمیل اکثر نہیں کی جاتی۔ تاہم صارفین کو اپنے کردار اور اہمیت کو محسوس کرنے کی کافی گنجائش ہے۔ یہ اکثر کہا جاتا ہے کہ صارف تحریکیں صرف اسی وقت موثر ہو سکتی ہیں جب صارفین کی سرگرم شمولیت ہو۔

مشقیں

- 1- بازار میں قواعد و ضوابط کیوں ضروری ہیں۔ کچھ مثالوں کے ساتھ سمجھائیے۔
- 2- وہ کون سے عوامل تھے جن سے ہندوستان میں صارف تحریک پیدا ہوئی۔ اس کے ارتقا کے بارے میں پتہ کیجیے۔
- 3- دو مثالیں دیتے ہوئے صارف بیداری کی ضرورت کی وضاحت کیجیے۔
- 4- ان کچھ عوامل کا ذکر کیجیے جو صارفین کے استحصال کا سبب بنے۔
- 5- صارف تحفظ ایکٹ 1986 کے نفاذ کے بنیاد کی توجیہ کیا ہے؟
- 6- اگر آپ اپنے علاقے کے شاپنگ کمپلیکس کا دورہ کریں تو صارفین کے طور پر اپنے کچھ فرائض بیان کیجیے۔
- 7- فرض کیجیے کہ آپ ایک شہد کی بوتل اور بسکٹ پیکٹ خریدتے ہیں۔ کون سا لوگ یا نشان آپ تلاش کریں گے اور کیوں؟
- 8- ہندوستان میں صارفین کو مجاز بنانے کے لیے حکومت کے ذریعہ کون سے قانونی اقدامات اختیار کیے جاتے ہیں؟
- 9- صارفین کے بعض حقوق کا ذکر کیجیے اور ہر ایک پر کچھ جملے لکھیے۔
- 10- صارفین اپنے اتحاد عمل کا اظہار کن ذرائع سے کرتے ہیں۔
- 11- ہندوستان میں صارف تحریک کی پیش رفت کا تنقیدی جائزہ کیجیے۔
- 12- درج ذیل کا ملان کیجیے۔

- | | |
|---|--|
| (i) شے کے اجزائے ترکیبی کی تفصیلات سے استفادہ کرنا (a) سلامتی کا حق | (ii) ایک مارک |
| (b) صارف معاملات کو برتنا | (iii) اسکوٹ میں ناقص انجن کے سبب حادثہ |
| (c) خوردنی تیل اور اناجوں کی تصدیق | (iv) ضلعی صارف عدالت |
| (d) وہ ایجنسی جو اشیا اور خدمات کے لیے معیارات کو فروغ دیتی ہے | (v) کنزیومرانٹیشنل |
| (e) معلومات حاصل کرنے کا حق | (vi) ہندوستانی معیارات کا بیورو |
| (f) صارف بہبود تنظیم کا عالمی سطح کا ادارہ | |

- (i) COPRA کا اطلاق صرف ایشیا پر ہوتا ہے۔
(ii) دنیا کے بہت سے ممالک میں ہندوستان بھی شامل ہے جس میں صارف کی دادرسی کے لیے مخصوص عدالتیں ہیں۔
(iii) جب صارف محسوس کرتا ہے کہ اس کا استحصال کیا گیا ہے تو اسے ضلعی صارف عدالت میں مقدمہ دائر کرنا چاہیے۔
(iv) اگر ہونے والے نقصانات کی قیمت بہت زیادہ ہے تو یہ زیادہ بہتر ہے کہ صارف عدالتوں میں جایا جائے۔
(v) ہال مارک ہیرے جواہرات کی معیار بندی قائم رکھنے کی توثیق ہے۔
(vi) صارف دادرسی عمل بہت آسان ہے اور اس پر تیزی سے عمل ہوتا ہے۔
(vii) صارف کو یہ حق حاصل ہے کہ وہ تملانی یا ہر جانہ حاصل کرے جو اس بات پر منحصر ہے کہ نقصان کی نوعیت کیا ہے۔

اضافی پروجیکٹ / سرگرمیاں

- 1 - آپ کا اسکول ایک صارف بیداری ہفتہ منظم کرتا ہے۔ صارف آگہی فورم کے سیکورٹی کی حیثیت سے ایک پوسٹر بنائیں جس میں سبھی صارف حقوق کا حامل کیا گیا ہے۔ آپ صفحہ 84 اور 85 میں دیے گئے پوسٹر کے اشارات اور تصورات کا استعمال کر سکتے ہیں۔ یہ سرگرمی اپنے انگریزی استاد کی مدد سے انجام دے سکتے ہیں۔
- 2 - مسز کرشنا نے ایک رنگین ٹیلی ویژن (CTV) پیچھے مہینے کی وارنٹی پر خریدی۔ رنگین ٹیلی ویژن تین مہینے چلنے کے بعد خراب ہو گیا۔ جب اس نے ڈیلر/دکان سے شکایت کی جہاں اسے خریدا گیا تھا۔ تب اس نے اسے ٹھیک کرنے کے لیے ایک انجینیر بھیجا۔ رنگین ٹیلی ویژن میں مستقل پریشانی رہی اور مسز کرشنا ڈیلر/دکان سے جو شکایت کرتی رہی اس کا کوئی جواب نہیں مل سکا۔ اس نے اپنے علاقے کے صارف فورم کو لکھنے کا فیصلہ کیا۔ اس کی طرف سے آپ ایک خط لکھیں۔ آپ اسے لکھنے سے پہلے اپنے دوست یا گروپ کے ممبروں سے بحث کر سکتے ہیں۔
- 3 - اپنے اسکول میں ایک صارف کلب قائم کیجیے اپنے اسکولی ایریا میں ایک مصنوعی صارف بیداری ورکشاپ جیسے کتابوں کی دکانوں، کمیٹین اور دکانوں کی نگرانی کے کا اہتمام سے متعلق کیجیے۔
- 4 - ایک پوسٹر تیار کریں جس میں جاذب توجہ نعرے دیے گئے ہوں جیسے:
 - ایک چوکس صارف محفوظ صارف ہے
 - خریدارو، خبردار رہیں
 - صارفین چوکس بنیں
 - اپنے حقوق کے بارے میں آگاہ رہیں
 - صارف کی حیثیت سے اپنے حق کا اصرار کریں
 - اٹھو، جاگ اور۔۔۔۔۔ تک نہ رکھو (پورا کریں)
- 5 - اپنے پڑوس میں 4، 5 افراد کے انٹرویو لیجیے اور وہ کس استحصال کے شکار ہوئے۔ اس سلسلے میں ان کے مختلف تجربات اکٹھا کیجیے اور ان کے جوابی عمل معلوم کیجیے۔
- 6 - اپنے علاقے میں درج ذیل سوالنامہ فراہم کرنے کے ذریعہ ایک سروے کا اہتمام کیجیے تاکہ یہ تصور مل سکے کہ انھیں صارفین کی حیثیت سے کس طرح خبردار کیا جائے۔

ہمیشہ کبھی کبھی کبھی نہیں

ہر سوال کے لیے ایک نشان لگائیے

- 1- جب آپ کچھ سامان خریدتے ہیں تو کیا آپ بل لینے کے لیے زور دیتے ہیں؟
- 2- کیا آپ بل کو احتیاط کے ساتھ رکھتے ہیں؟
- 3- کیا آپ کو محسوس ہوا ہے کہ دکاندار نے آپ کے ساتھ فریب کیا ہے اور کیا آپ نے شکایت کرنے کی زحمت اٹھائی؟
- 4- کیا آپ اس کو قائل کر سکتے ہیں کہ آپ کے ساتھ دھوکا ہوا ہے؟
- 5- کیا آپ کو خود سے اس بات کی شکایت رہی ہے کہ آپ اکثر شکار بننے رہتے ہیں اور اس میں کچھ نیا نہیں ہے اور اسے نقد پر سمجھ کر برداشت کرتے رہے ہیں۔
- 6- کیا آپ ISI نشان، تاریخ انہنا (expiry date) وغیرہ دیکھتے ہیں؟
- 7- اگر تاریخ انہنا صرف ایک مہینے کی یا تھوڑا زیادہ لکھی ہے تو کیا آپ تازہ بیکٹ پر اصرار کرتے ہیں؟
- 8- کیا آپ نئے گیس سلنڈر / پرانے اخبارات وغیرہ کا وزن خریدنے یا فروخت کرنے سے پہلے خود کرتے ہیں؟
- 9- اگر سبزی والا اصل وزن کی جگہ پتھروں کا استعمال کرتا ہے تو کیا آپ اعتراض کرتے ہیں؟
- 10- کیا بہت زیادہ تیز رنگ کی سبزیوں سے آپ کو شک پیدا ہوتا ہے؟
- 11- کیا آپ برانڈ کے بارے میں باشعور ہیں؟
- 12- کیا آپ اچھی کوالٹی کے ساتھ اونچی قیمت کو جوڑتے ہیں (خود کو یقین دلانے کے لیے کہ بہر حال آپ نے اس طرح زیادہ قیمت نہیں دی ہے)؟
- 13- کیا آپ بغیر ہچکچائے پُر فریب آفر کو قبول کرتے ہیں؟
- 14- کیا آپ دوسروں کے ساتھ اپنی ادا کی گئی قیمت کا موازنہ کرتے ہیں؟
- 15- کیا آپ کو پورا یقین رہتا ہے کہ دوکاندار آپ جیسے باقاعدہ گاہک کے ساتھ کبھی دھوکا نہیں کرے گا؟
- 16- کیا آپ وزن وغیرہ کے بارے میں کوئی شبہ کیے بغیر غذائی سامانوں کی ہوم ڈیلیوری کے حق میں ہیں؟
- 17- کیا آپ جب آٹو میں سفر کرتے ہیں تو میٹر کے ذریعہ ہی ادائیگی پر زور دیتے ہیں؟

نوٹ:

- (i) آپ صارف کی حیثیت سے کافی باخبر ہیں اگر آپ کا جواب سوال نمبر 5, 12, 13, 15 اور 16 کے لیے (C) اور باقی کے لیے (A) ہے۔
- (ii) اگر آپ کا جواب 5, 12, 13, 15 اور 16 کے لیے (A) ہے اور باقی کے لیے (C) ہے تو آپ صارف کے طور پر یہ بیدار ہونا پڑے گا۔
- (iii) اگر آپ کا سوال سبھی سوالوں کے لیے (B) ہے تو آپ کسی حد تک باخبر ہیں۔

ضمیمہ 1: جسم کا اشاریہ کمیت: بالغ لڑکیوں کے لیے (عمر 14-18)

Years	Month	Malnourished (underweight)	Normal	Malnourished (obesity)
14	0	Less than 15.5	15.5 to 25.9	More than 25.9
14	1	Less than 15.5	15.5 to 26.0	More than 26.0
14	2	Less than 15.6	15.6 to 26.1	More than 26.1
14	3	Less than 15.6	15.6 to 26.2	More than 26.2
14	4	Less than 15.7	15.7 to 26.3	More than 26.3
14	5	Less than 15.7	15.7 to 26.4	More than 26.4
14	6	Less than 15.7	15.7 to 26.5	More than 26.5
14	7	Less than 15.8	15.8 to 26.5	More than 26.5
14	8	Less than 15.8	15.8 to 26.6	More than 26.6
14	9	Less than 15.9	15.9 to 26.7	More than 26.7
14	10	Less than 15.9	15.9 to 26.8	More than 26.8
14	11	Less than 16.0	16.0 to 26.9	More than 26.9
15	0	Less than 16.0	16.0 to 27.0	More than 27.0
15	1	Less than 16.1	16.1 to 27.1	More than 27.1
15	2	Less than 16.1	16.1 to 27.1	More than 27.1
15	3	Less than 16.1	16.1 to 27.2	More than 27.2
15	4	Less than 16.2	16.2 to 27.3	More than 27.3
15	5	Less than 16.2	16.2 to 27.4	More than 27.4
15	6	Less than 16.3	16.3 to 27.4	More than 27.4
15	7	Less than 16.3	16.3 to 27.5	More than 27.5
15	8	Less than 16.3	16.3 to 27.6	More than 27.6
15	9	Less than 16.4	16.4 to 27.7	More than 27.7
15	10	Less than 16.4	16.4 to 27.7	More than 27.7
15	11	Less than 16.5	16.5 to 27.8	More than 27.8
16	0	Less than 16.5	16.5 to 27.9	More than 27.9
16	1	Less than 16.5	16.5 to 27.9	More than 27.9
16	2	Less than 16.6	16.6 to 28.0	More than 28.0
16	3	Less than 16.6	16.6 to 28.1	More than 28.1
16	4	Less than 16.7	16.7 to 28.1	More than 28.1
16	5	Less than 16.7	16.7 to 28.2	More than 28.2
16	6	Less than 16.7	16.7 to 28.3	More than 28.3
16	7	Less than 16.8	16.8 to 28.3	More than 28.3
16	8	Less than 16.8	16.8 to 28.4	More than 28.4
16	9	Less than 16.8	16.8 to 28.5	More than 28.5
16	10	Less than 16.9	16.9 to 28.5	More than 28.5
16	11	Less than 16.9	16.9 to 28.6	More than 28.6
17	0	Less than 16.9	16.9 to 28.6	More than 28.6
17	1	Less than 17.0	17.0 to 28.7	More than 28.7
17	2	Less than 17.0	17.0 to 28.7	More than 28.7
17	3	Less than 17.0	17.1 to 28.8	More than 28.8
17	4	Less than 17.1	17.1 to 28.9	More than 28.9
17	5	Less than 17.1	17.1 to 28.9	More than 28.9
17	6	Less than 17.1	17.1 to 29.0	More than 29.0
17	7	Less than 17.1	17.1 to 29.0	More than 29.0
17	8	Less than 17.2	17.2 to 29.1	More than 29.1
17	9	Less than 17.2	17.2 to 29.1	More than 29.1
17	10	Less than 17.2	17.2 to 29.2	More than 29.2
17	11	Less than 17.3	17.3 to 29.2	More than 29.2
18	0	Less than 17.3	17.3 to 29.2	More than 29.2

ضمیمہ 2: جسم کا اشاریہ کمیت: بالغ لڑکوں کے لیے (عمر 14-18)

Years	Month	Malnourished (underweight)	Normal	Malnourished (obesity)
14	0	Less than 15.5	15.5 to 25.9	More than 25.9
14	1	Less than 15.5	15.5 to 26.0	More than 26.0
14	2	Less than 15.6	15.6 to 26.1	More than 26.1
14	3	Less than 15.6	15.6 to 26.2	More than 26.2
14	4	Less than 15.7	15.7 to 26.3	More than 26.3
14	5	Less than 15.7	15.7 to 26.4	More than 26.4
14	6	Less than 15.7	15.7 to 26.5	More than 26.5
14	7	Less than 15.8	15.8 to 26.5	More than 26.5
14	8	Less than 15.8	15.8 to 26.6	More than 26.6
14	9	Less than 15.9	15.9 to 26.7	More than 26.7
14	10	Less than 15.9	15.9 to 26.8	More than 26.8
14	11	Less than 16.0	16.0 to 26.9	More than 26.9
15	0	Less than 16.0	16.0 to 27.0	More than 27.0
15	1	Less than 16.1	16.1 to 27.1	More than 27.1
15	2	Less than 16.1	16.1 to 27.1	More than 27.1
15	3	Less than 16.1	16.1 to 27.2	More than 27.2
15	4	Less than 16.2	16.2 to 27.3	More than 27.3
15	5	Less than 16.2	16.2 to 27.4	More than 27.4
15	6	Less than 16.3	16.3 to 27.4	More than 27.4
15	7	Less than 16.3	16.3 to 27.5	More than 27.5
15	8	Less than 16.3	16.3 to 27.6	More than 27.6
15	9	Less than 16.4	16.4 to 27.7	More than 27.7
15	10	Less than 16.4	16.4 to 27.7	More than 27.7
15	11	Less than 16.5	16.5 to 27.8	More than 27.8
16	0	Less than 16.5	16.5 to 27.9	More than 27.9
16	1	Less than 16.5	16.5 to 27.9	More than 27.9
16	2	Less than 16.6	16.6 to 28.0	More than 28.0
16	3	Less than 16.6	16.6 to 28.1	More than 28.1
16	4	Less than 16.7	16.7 to 28.1	More than 28.1
16	5	Less than 16.7	16.7 to 28.2	More than 28.2
16	6	Less than 16.7	16.7 to 28.3	More than 28.3
16	7	Less than 16.8	16.8 to 28.3	More than 28.3
16	8	Less than 16.8	16.8 to 28.4	More than 28.4
16	9	Less than 16.8	16.8 to 28.5	More than 28.5
16	10	Less than 16.9	16.9 to 28.5	More than 28.5
16	11	Less than 16.9	16.9 to 28.6	More than 28.6
17	0	Less than 16.9	16.9 to 28.6	More than 28.6
17	1	Less than 17.0	17.0 to 28.7	More than 28.7
17	2	Less than 17.0	17.0 to 28.7	More than 28.7
17	3	Less than 17.0	17.1 to 28.8	More than 28.8
17	4	Less than 17.1	17.1 to 28.9	More than 28.9
17	5	Less than 17.1	17.1 to 28.9	More than 28.9
17	6	Less than 17.1	17.1 to 29.0	More than 29.0
17	7	Less than 17.1	17.1 to 29.0	More than 29.0
17	8	Less than 17.2	17.2 to 29.1	More than 29.1
17	9	Less than 17.2	17.2 to 29.1	More than 29.1
17	10	Less than 17.2	17.2 to 29.2	More than 29.2
17	11	Less than 17.3	17.3 to 29.2	More than 29.2
18	0	Less than 17.3	17.3 to 29.2	More than 29.2

- Abijit Vinayak Banerjee, Roland Benabou and Dilip Mookherjee (eds.), *Understanding Poverty*, Oxford University Press, New York, 2006.
- Amit Bhaduri and Deepak Nayyar, *Intelligent Person's Guide to Liberalisation*, Penguin Books, New Delhi, 1996.
- Amit Bhaduri, *Development with Dignity: The Case for Full Employment*, National Book Trust, New Delhi, 2005.
- Amit Bhaduri, *Macroeconomics: The Dynamics of Commodity Production*, Macmillan, London, 1986.
- Bimal Jalan (ed.), *Indian Economy*, Penguin Books, New Delhi, 2002.
- CUTS, *Is it Really Safe*, Consumer Unity Trust Society, Jaipur, 2004.
- CUTS, *State of the Indian Consumer: Analyses of the Implementation of the United Nations Guidelines for Consumer Protection, 1985 in India*, Consumer Unity Trust Society, Jaipur, 2001.
- Indrani Mazumdar, *Women and Globalisation: The Impact on Women Workers in the Formal and Informal Sectors in India*, Stree, Delhi, 2007.
- Jagdish Bhagwati *In Defence of Globalisation*, Oxford University Press, Delhi, 2004.
- Jan Breman and Parthiv Shah, *Working in the mill no more*, Oxford University Press, Delhi, 2005.
- Jan Breman, *Footloose Labour: Working in India's Informal Economy*, Cambridge University Press, Cambridge, 1996.
- Jean Dreze and Amartya Sen, *India: Development and Participation*, Oxford University Press, Delhi, Third Impression, 2007.
- John K. Galbraith, *Money: Whence it Came, Whence it Went*, Indian Book Company, New Delhi, 1975.
- Joseph Stiglitz, *Globalisation and its Discontents*, Penguin Books India, New Delhi, 2003.
- National Consumer Disputes Redressal Commission, *Landmark Judgments on Consumer Protection*, Universal Law Publishing Co., Delhi, 2005.
- Tirthankar Roy, *The Economic History of India, 1857-1947*, Oxford University Press, Delhi, Second Edition, 2006.

Government Publications

- Economic Survey*, Ministry of Finance, Government of India.
- Key Results of Employment-Unemployment Rounds*, National Sample Survey Organisation, Ministry of Statistics and Programme Implementation, Govt of India, New Delhi.
- National Human Development Report*, Planning Commission, Government of India, New Delhi.
- National Family Health Survey 4 (2015-16)*, Ministry of Health and Family Welfare, New Delhi and *International Institute of Population Studies*, Mumbai.

Other Reports

- Handbook of Statistics on Indian Economy*, Reserve Bank of India, Mumbai.
- Human Development Report*, United Nations Development Programme, Geneva.

نوٹ:

© NCERT
not to be republished

نوٹ:

© NCERT
not to be republished

نوٹ:

© NCERT
not to be republished