

صارفین کا تحفظ

(CONSUMER
PROTECTION)

5280CH12

کنزیومر فورم صارفین کے مسائل کو نظر انداز
کرنے پر SBI پر جرمانہ عائد کر سکتا ہے

اگر آج آپ کو اے ٹی ایم سے پیسے نہیں مل پاتے تو اس کو
سروس کی کمی تصور کیا جائے گا اور کنزیومر فورم صارف کے
مسائل کی طرف سے چشم پوشی پر SBI پر جرمانہ عائد کر سکتا
ہے۔ اب اگر آپ کو اے ٹی ایم سے پیسے نہیں ملتے تو اس کو بینک
کی طرف سے حاصل ہونے والی خدمات کی کمی تصور کیا جائے گا
جس کے لیے بینک قصور وار گردانا جائے گا۔ ایک ایسے ہی
معاملے میں کنزیومر فورم نے بینک سروس میں کوتاہی خیال کرتے
ہوئے اسٹیٹ بینک آف انڈیا پر 2,500 روپیہ کا جرمانہ عائد
کر دیا۔ بینک کے افسران اس بات پر یقین رکھتے ہیں کہ اے
ٹی ایم میں کسی قسم کی سروس کی کمی کی بنا پر بینک پر جرمانہ لگانا
ممکن ہے۔ یہ ممکن ہے کہ یہ اس قسم کا پہلا ہی قضیہ ہو۔ وکیل
راجیو اگروال 25, 26 اور 30 اپریل 2017 کو ایس بی آئی
کے اے ٹی ایم سے پیسے نکالنے کے لیے 21 مئی 2017
کو انھوں نے کنزیومر فورم میں ایک مقدمہ دائر کیا۔

فورم کے سامنے بینک نے عجیب دلیل دی۔ بینک نے فورم سے
کہا کہ اگرچہ اے ٹی ایم انٹرنیٹ کے رابطے سے چلتا ہے اور
جس وقت کوئی پوزر اے ٹی ایم استعمال کرتا ہے تو اس وقت وہ
براہ راست ہمارا موکل نہیں ہوتا۔ اس لیے اگر اے ٹی ایم سے
روپیہ نہیں نکلتا تو اس میں سروس کی کوئی کمی یا کوتاہی نہیں ہے۔

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۔

اس پر کنزیومر فورم نے کہا کہ بینک ہر سال گراہک سے اے ٹی ایم کی فیس لیتا ہے اور اس لیے اس دلیل کا یہ مطلب نہیں ہے کہ وہ بینک کا گراہک نہیں ہے۔ فورم نے بینک کی دلیل کو قطعاً خارج کر دیا۔ عرضی گزار نے پیسے نکالتے وقت کے فوٹو اور ویڈیو ریکارڈنگ کو فورم کے سامنے بطور ثبوت پیش کیا۔ فورم نے تسلیم کیا کہ صارفین مختلف اوقات میں پیسے نکالنے اے ٹی ایم جاتے ہیں اور ہر بار ”کیش نہیں ہے“ کا پیغام سروس میں کوتاہی ہے۔

فورم نے عرضی کو قبول کر لیا۔ فریقین کی دلیلوں کے سننے کے بعد فورم نے حکم دیا کہ اگر بینک گراہک کو اے ٹی ایم کی خدمات مہیا نہیں کرتا ہے تو اس کو سروس میں کوتاہی تصور کیا جائے گا۔ فورم نے شکایت کنندہ کو 1500 روپیہ اور عدالتی خرچ کے ہر جانے طور پر 1000 روپیہ 30 دن کے اندر ادا کرنے کا حکم دیا۔

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 اشیاء 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

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 سد 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“ (Let the seller beware)۔ بہر حال بڑھتی ہوئی مسابقت



کولڈ ڈرنک میں گندگی پائے جانے پر معاوضہ

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

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

صارفین کے تحفظ کی اہمیت کو خود ان ہی کے نقطہ 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۔

یہ گراہک کاروبار کے لیے باز رسی (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 خیر خواہ (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 طریقوں سے اپنے گراہکوں کو بچانا چاہیے۔

(ii) غیر منظم صارفین (Unorganized Consumers): ضرورت اس بات کی ہے کہ صارفین تنظیموں کی شکل میں منظم ہوں تاکہ وہ تنظیمیں ان کے مفادات کا تحفظ کر سکیں۔ چونکہ ہمارے ہندوستان میں ایسی تنظیمیں نہیں ہیں جو اس جہت میں کام کر رہی 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 ہو سکتا 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 نقطہ 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،

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 صورت 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)،

(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 رضا کارانہ طور پر ایسے کام کریں جن سے گراہکوں کے مفادات کا تحفظ اور ان کی ضروریات کی تکمیل ہو۔

مندرجہ بالا امور کے پیش نظر حکومت ہند نے کچھ ایسے قواعد و ضوابط 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 سطحی مشینری قائم ہوگی۔ اس کے علاوہ ہر ضلع ہر ریاست اور ملکی سطح پر



استحصال اور بد عنوانیوں کے خلاف تحفظ

مارکنگ اور پیکنگ کے قوانین بھی مذکور ہیں۔ اس قانون کے تحت کوالٹی مارک کو AGMARK کہا جاتا ہے جو ایگریکلچرل مارکیٹنگ کی محفوظ شکل ہے۔

6- غذائی ملاوٹ کے خلاف قانون انسداد 1954 (The Prevention of Food Adulteration Act, 1954) اس قانون کا مقصد غذائی اشیاء میں ملاوٹ کو چیک کرنا اور اس بات کو یقینی بنانا ہے کہ اشیاء خالص دست یاب ہوں تاکہ عوام کی صحت پر ناگوار اثرات نہ پڑیں۔

7- پیمائش اور اوزان کے معیارات کا قانون 1976 (The Standard of Weight & Measures Act, 1976) یہ قانون ان اشیاء کے لیے لاگو ہوتا ہے جو

8- ٹریڈ مارک ایکٹ 1999 (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 اشیاء کے خلاف صارفین کے تحفظ کے لیے بنایا گیا ہے۔

9- قانون مسابقت 2002 (The Competition Act, 2002) اس قانون نے مونوپولیئر اینڈ ریسٹرکٹیوٹریڈ پریکٹس ایکٹ (Monopolies and Restrictive

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 سپلائر۔

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 چھ 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 اشیاء اور خدمات کے خلاف حفاظت کا حق حاصل ہے جو ان کی زندگی یا صحت کے لیے خطرہ ہو سکتی 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 ہو سکتا 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

(Trade Practices Act، 1969) کو ختم کر کے 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- بیورو آف 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: اشیاء کی کوالٹی کا معیار طے کرنا اور بیورو آف انڈین اسٹینڈرڈ کی تصدیقی اسکیم (Certification Scheme) کے تحت سرٹیفیکٹ جاری کرنا، مینوفیکچرر کو ISI مارک استعمال کرنے کی اجازت صرف اس وقت ملتی ہے جب یہ بات یقینی ہو جائے 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 اشیاء 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 چھ 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 تحفظ صارفین 1986

(THE CONSUMER PROTECTION ACT، 1986)

قانون تحفظ صارفین (CPA)، صارفین کی شکایات کا تیزی کے ساتھ اور بغیر اخراجات برداشت کیے ازالہ کر کے ان کے

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 روپیے جرمانہ کیا گیا۔ ریستوراں کے اس مالک نے بوتل بند پانی کی قیمت 34 روپیے 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 کڑکڑو ما کمپلیکس میں واقع ذائقہ بازار کے مالک کو یہ حکم دیا کہ وہ گول 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 کر سکتا۔“ 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 بیک شدہ شکل میں کسی بھی چیز کی قیمت اس کے اوپر چھپی ہوئی قیمت سے زیادہ وصول کرنا ملکی قانون کے خلاف ہے۔ گول نے پچھلے سال نومبر میں ریستوراں سے ایکوفینا کی ایک بوتل خریدی تھی۔ اس سے کہا گیا تھا کہ وہ vat کے چار روپیے شامل کرتے ہوئے 34 روپیے ادا کرے۔ حالانکہ بوتل پر زیادہ سے زیادہ خوردہ قیمت (MRP) 12 روپیے چھپی ہوئی تھی۔

ماخذ : www.corecentre.org

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 کرا سکے 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 بدلہ جانا، اس میں جو کمی ہے اس کو دور کرنا اور صارف کو

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 مینوفیکچر کے لیے ضروری ہے کہ وہ پروڈکٹ کے لیبل اور پیکیج 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 اشیاء 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 اشیاء بازار میں لائیں اور صارفین کو یہ آزادی حاصل ہو کہ وہ ان میں سے اپنی پسند کی چیزیں خریدیں۔

(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 اشیاء کے لیے FPO کو اور زیورات کے لیے ہال مارک (Hallmark) وغیرہ کو ضرور دیکھ لینا چاہیے۔

(iii) اشیاء 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 بچے۔

(vii) اشیاء 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 بنائیے۔ یہ سوسائٹی صارفین کو باخبر اور با علم رکھنے میں پیش پیش رہے گی اور ان کے

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 باخبر 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۔

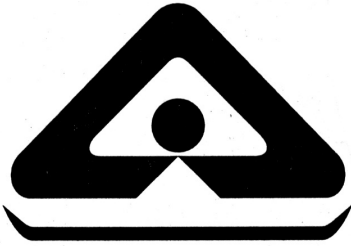
صارفین کے تحفظ سے متعلق مقاصد حاصل کرنے کے لیے یہ قوانین اپنے میں موثر نہیں ہو سکتے۔ یہ قوانین جب ہی موثر ہو سکتے ہیں اور یہ مقاصد بھی جب ہی حاصل ہو سکتے ہیں جب خود صارفین اپنی ذمہ داریوں کو سمجھیں۔

صارفین کی ذمہ داریاں (CONSUMER RESPONSIBILITIES)

RESPONSIBILITIES)

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

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



مختلف قسم کی اشیامیں کوالٹی کے اظہار کی علامتیں

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

مفادات کی نگرانی کرے گی۔

(x) ماحول اور ماحولیات کا خیال رکھیے۔ چیزوں کو برباد مت کیجیے، گندگی مت پھیلائیے۔ 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 ہو سکتے ہیں۔

4- صارفین کی تنظیمیں (Consumer Organisations): 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 کر دیتی ہیں کہ وہ صارفین کا استحصال نہ کریں اور بدعنوانیوں سے بچیں۔

5- حکومت (Government): حکومت مختلف اقدامات کے ذریعے صارفین کے مفادات کا تحفظ کر سکتی ہے۔ مثال کے طور پر حکومت ہند نے صارفین کی مدد کے لیے ایک مفت ہیلپ لائن شروع کی ہے جس کا نمبر ہے 1800114000 جو صبح ساڑھے نو بجے سے شام ساڑھے پانچ بجے تک کام کرتی ہے۔

آئی آئی (کنفیڈریشن آف انڈین انڈسٹریز) نے خود اپنے ضابطہ اخلاق (Code of Conduct) بنائے ہیں۔ یہ ضابطے ان انجمنوں کے ممبران کے لیے رہنما اصولوں کا کام کرتے ہیں اور انہیں کے مطابق وہ گراہکوں سے معاملات طے کرتے ہیں۔

3- صارفین کی بیداری (Consumer Awareness): اگر صارفین اپنے حقوق اور ان سہولتوں سے باخبر ہوں گے جو قانون نے انہیں 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 کر سکیں گے۔



صارفین کی بیداری

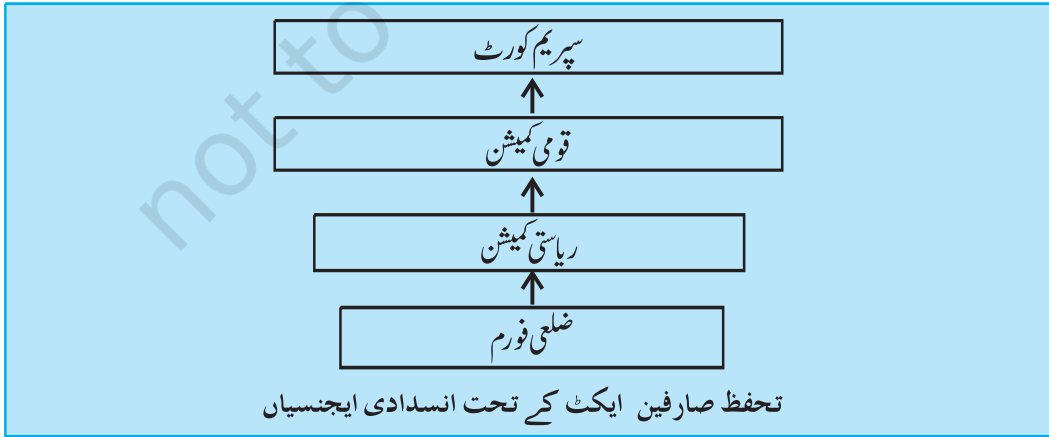
ہے۔ مختلف سطحوں پر اس کے کام اس طرح ہوں گے :
 صارفین کے جھگڑوں کے انسداد کا ضلع فورم (District Consumer Dispute Redressal Forum)
 صارفین کے جھگڑوں کے انسداد کا ریاستی کمیشن (State Consumer Disputes Redressal Commission)
 اور اسی طرح صارفین کے جھگڑوں کے انسداد کا قومی کمیشن (National Consumer Disputes Redressal Commission)
 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 سطحی مشینری کا ترتیبی ڈھانچہ معلوم ہو جائے 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 کرا سکتا ہے۔
 صارف (Consumer): عام طور پر ”صارف“ اس شخص کو سمجھا

اس سلسلے میں حکومت ہند کے صارفین کے امور کے محکمے نے ’جاگو گراہک جاگو نام کی مہم چلائی ہوئی ہے جو ملٹی میڈیا بیداری پروگرام کے تحت کام کرتی 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 (Consumer Protection Act 1986) 1986 ہے۔ اس قانون میں صارفین کی شکایات دور کرنے اور ان کے مسائل کو حل کرنے کے لیے ضلعی، ریاستی اور قومی سطح پر ایک سطحی مشینری بنانے کی بات کہی گئی ہے۔ اس 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 سطحی مشینری فراہم کرتا



ہے۔ اسے کسی وکیل یا پیشہ ور فرد کی خدمات لینے کی ضرورت نہیں ہے۔

- (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
- (vi) صارفین کے تحفظ کے ایکٹ 1986 کی شق 2(b) کے تحت شکایت

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

1- ضلعی فورم (District Forum): ہندوستان میں 644 ضلعی فورم ہیں۔ 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 لیباریٹری بھیجا جائے گا۔ ضلعی فورم لیباریٹری کی جانچ رپورٹ اور اس فریق کے جواب پر غور کر کے 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 کر سکتا ہے۔

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 گیا ہو، یا جزوی طور پر ادائیگی کردی گئی ہو اور جزوی ادائیگی کا وعدہ کیا گیا ہو یا پھر قانون کے مطابق ادائیگی کو موخر کر دیا 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 کرشیل 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 کر دیا 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 کرشیل مقصد سے ان سروسز کو حاصل کرتا ہے۔

شکایت کون کر سکتا ہے؟ (Who can file a complaint?) درج ذیل لوگ کسی مناسب کنزیومر فورم میں شکایت کر سکتے ہیں:

(i) کوئی بھی صارف اپنے طور پر شکایت درج کرا سکتا

فریق کے پاس بھیج دیتا ہے جس کے خلاف شکایت درج کرائی گئی ہے۔ اگر ضرورت پڑتی ہے تو سامان یا اس کے سپل کو جانچ کے لیے لیباریٹری 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 التزاع 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 ذیل 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۔

2- ریاستی کمیشن (State Commission):

ہندوستان میں 36 ریاستی کمیشن ہیں۔ 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 التزاع 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 سپل کو جانچ کے لیے لیباریٹری میں بھیجا جائے گا۔ ریاستی کمیشن، لیباریٹری کی جانچ رپورٹ کا مطالعہ کر کے 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 کر سکتا 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 التزاع 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

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 کرا سکتا ہے۔

جوس فلپ مپیل (Juse Phillip Mampillil) بنام میسرز پریمیئر آٹوموبائلز 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 ناقص 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 کرتا تھا۔ اسکول سردیوں اور گرمیوں کے موسم میں سوئمنگ میں لڑکوں کو تربیت دینے کے لیے ٹریننگ کمپ 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 مر گیا۔ اسکول نے اس معاملے میں کسی بھی قسم کی ذمہ داری لینے سے انکار کر دیا۔ 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 پیٹھ 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 جا کر مر گیا۔ 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.indiaainfoline.com

- (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 اشیاء فروخت نہ کرنے کے لیے
- (viii) پکری کے لیے رکھی گئی مضر صحت اور خطرناک اشیاء کو واپس لینے کے لیے۔
- (ix) صحت کے لیے خطرناک اشیاء 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 ویلفیئر 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۔
- بکس میں کچھ مقدمات کے فیصلے دیے گئے ہیں۔ ان مقدمات میں ناقص سامان اور خراب سروس کے لیے کنزیومر

سی ای آر ایل میں ریلوے کے خلاف مقدمہ جیتا (CERS Wins Case Against Railways)

CERS (کنزیومر ایجوکیشن اینڈ ریسرچ سوسائٹی) احمد آباد اور ایک سینٹر 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 ذمہ دار ٹھہراتے ہوئے اس کو یہ حکم دیا کہ وہ اس جوڑے کو ذہنی تکلیف دینے کے لیے بیس ہزار روپے ادا کرنے اور تیس ہزار روپے کی ادائیگی لاگت کے طور پر کرے۔

منموہن سنگھ اور ان کی بیوی کملیش نے 2 نومبر 2001 کو نئی دہلی سے کانپور سینٹرل تک سفر کے لیے شنبادی 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 آ رہی 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 کار بائی پیڈ 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 Forum) 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 گزر 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

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

ہیں۔ یہ تنظیمیں ان کے مفادات کو فروغ دیتی ہیں۔ غیر سرکاری تنظیمیں غیر منفعیتی (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 کر 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 اشیاء کی جانچ کرانا اور صارفین کے مفاد میں ان کے نتائج کو شائع کرنا۔
- (iv) بے ایمان، استحصال کرنے والے اور بدعنوان 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 کاؤ، 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 گارنڈینس سوسائٹی آف انڈیا (CGSI)، ممبئی
- (vii) ممبئی گراہک پنچایت، ممبئی
- (viii) کرناٹک کنزیومر سروس سوسائٹی، بنگلور
- (ix) کنزیومر ایسوسی ایشن، کولکاتا
- (x) کنزیومر یونیٹی اینڈ ٹرسٹ سوسائٹی (CUTS)، جے پور

کلیدی اصطلاحات

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

خلاصہ

تحفظ صارفین کی اہمیت (Importance of Consumer Protection): صارفین کے نقطہ نظر سے، تحفظ صارفین اس لیے اہم ہے کہ وہ ان پڑھ اور بے خبر ہیں، غیر منظم 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) زرعتی اشیا (گریڈنگ اور مارکنگ) ایکٹ 1937 (vi) غذائی ملاوٹ کے انسداد کے لیے قانون (The Prevention of Food Adulteration Act 1954) (vii) برائے معیارات پیمائش 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 چھ 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) ازالہ شکایت کا حق (vi) صارف کی تعلیم کا حق

صارف کی ذمہ 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 ذمہ 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 ہو سکتا ہے۔ ان طریقوں کو اس طرح بیان کیا جاسکتا 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 سطحی مشینری ازالہ 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 ادائیگی 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

بہت مختصر جواب

- (1) صارف کے کس حق کے تحت کوئی تجارتی کمپنی کنزیومر شکایتی سیل قائم کرتی ہے؟
- (2) زراعتی پروڈکٹس کو اسٹیٹ کی تصدیق کے لیے کون سی علامت استعمال کی جاتی ہے؟
- (3) ریاستی کمیشن میں دائر کیے جاسکے والے مقدموں کا دائرہ اختیار کیا ہے؟
- (4) CPA کے تحت صارفین کو حاصل ہونے والی دو رعایتیں بتائیے۔
- (5) پروڈکٹ مکس کے اس جزو ترکیبی کا نام بتائیے جو صارفین کی اطلاع کے حق کو استعمال کرنے میں مدد کرتا ہے۔

مختصر جواب

- (1) صارفین کے مفادات کے تحفظ کی مدد کے لیے حکومت ہند نے جو مختلف ایکٹ پاس کیے ہیں، ان کو مختصر بیان کیجیے۔
- (2) ایک صارف کی ذمہ داریاں کیا ہیں؟
- (3) کنزیومر کورٹ میں شکایات کون درج کر سکتا ہے؟
- (4) FSSAI (فوڈ سیفٹی اینڈ اسٹینڈرڈ اتھارٹی آف انڈیا) نے ہوٹلوں اور دیگر ایسی ہی دکانوں کے لیے یہ تجویز پیش کی ہے کہ وہ تمام کھانوں اور پکوانوں میں استعمال کیے جانے والے تیل/چکنائی کی تفصیل اپنے مینو پر بیان کریں اور اس تجویز میں صارف کے جس حق کی اہمیت تسلیم کی گئی ہے اس کا نام بھی بتایا جائے اور اس کی وضاحت بھی کی جائے۔
- (5) CPA کے مطابق صارف کون ہے؟

طویل جواب

- (1) کسی کاروبار کے نقطہ نظر سے کسی صارف کے تحفظ کی اہمیت کی وضاحت کیجیے۔
- (2) صارف کے حقوق اور فرائض (ذمہ داریوں) کی وضاحت کیجیے۔
- (3) کچھ ایسے طریقے بتائیے جن کے ذریعے صارف کے تحفظ کا مقصد حاصل کیا جاسکتا ہو۔
- (4) تحفظ صارف ایکٹ 1986 کے تحت صارفین کو حاصل چارہ جوئی کے میکنزم کی وضاحت کیجیے۔
- (5) صارفین کے مفادات کے فروغ اور تحفظ کے لیے صارف تنظیموں اور غیر سرکاری تنظیموں (NGOs) کے کردار کو بیان کیجیے۔

(6) مسز ماتھر نے جنوری 2018 میں اپنی جیکٹ ایک لائڈری شاپ کو بھیجی۔ یہ جیکٹ 4500 روپیہ میں خریدی گئی تھی۔ اس سے پہلے انھوں نے یہ جیکٹ ڈرائی کلیننگ کے لیے شاین ڈرائی کلینرز کو دی تھی اور انھوں نے بہت اچھی ڈرائی کلیننگ کی تھی۔ بہر حال اس مرتبہ جب جیکٹ ڈرائی کلین کے بعد واپس آئی تو انھوں نے اس پر دھبوں کے نشان دیکھے۔ انھوں نے ڈرائی کلینز کو اس کی اطلاع دی جواب میں مسز ماتھر کو ایک لیٹر ملا جس میں لکھا تھا کہ جیکٹ میں دھبے ڈرائی کلین کے بعد نمودار ہوئے۔ انھوں نے کئی مرتبہ ڈرائی کلینرز سے رابطہ قائم کیا اور دھبوں کے لیے ہر جانے کی درخواست کی مگر کوئی نتیجہ نہیں نکلا۔ کنزیومر کورٹ کی مداخلت پر شاین ڈرائی کلینرز جیکٹ کے دھبوں پر مسز ماتھر کو 2500 روپیہ دینے پر راضی ہو گئے۔

- (a) پہلی بار میں مسز ماتھر نے اپنے حق کا استعمال کیا؟
- (b) اس حق کی وضاحت کیجیے جس کے تحت مسز ماتھر کو ہر جاننا حاصل کرنے میں مدد ملی؟
- (c) مندرجہ بالا صورت میں مسز ماتھر نے کون سی صارف ذمہ داری کو پورا کیا؟
- (d) صارفین کی ایسی دو دیگر ذمہ داریوں کو بتائیے۔

پروجیکٹ کا کام

- (1) اپنی بہستی میں کسی صارف تنظیم سے رابطہ قائم کیجیے اور ایسے مختلف کاموں کی فہرست بنائیے جو یہ تنظیم انجام دیتی ہے؟
- (2) صارفین کے مقدمات اور ان سے متعلق عدالتی فیصلوں کے بارے میں کچھ اخبارات کے تراشے اکٹھا کیجیے۔