24

صارف بیداری

(CONSUMER AWARENESS)

لوگ اپنی مختلف ضروریات کی تکمیل کے لیے قیمت ادا کر کے چیزیں اور خدمات خریدتے ہیں۔ لیکن اگر خرید کردہ یہ چیزیں یا خدمات خراب شکل میں آئیں یا غیر ضروری طور پر مہنگی خریدنی پڑیں یا مقدار میں کم نکلیں تو کیا کیا جائے؟ ایسی حالت میں صارفین تشفی حاصل کرنے کے بجائے اپنے آپ کو ٹھگا ہوا سا محسوس کرتے ہیں اور انھیں لگتا ہے کہ جس شخص نے یہ چیزیں یا خدمات فروخت کی ہیں اس نے انھیں دھوکہ دیا ہے۔ وہ اس بات کے طالب بھی رہتے ہیں کہ انھیں نقصان کا کچھ معاوضہ ضرور ملنا چاہیے۔ اس لیے کوئی ایسا نظام بھی ضرور موجود ہونا چاہیے جس کے ذریعہ اس قسم کے مسائل کا حل نکالا جا سکے۔ دوسری طرف یہ بھی کہ صارفین کو سمجھنا چاہیے کہ انھیں صرف حقوق ہی حاصل نہیں بلکہ ان کی کچھ ذمہ داریاں (فرائض) بھی ہیں۔

مقاصد

اس سبق کو پڑھنے کے بعد آپ درج ذیل باتوں سے واقف ہو سکیں گے:

- کسی صارف، اشیا اور خدمات اور صارف بیداری کا مطلب سمجھ سکیں گے؛
- صارف بیداری کی ضرورت کو سمجھ سکیں گے؛
- ہندوستان میں صارف تلافی نظام (Consumer Redressal System) کو بیان کر گے؛
- صارفین کی ذمہ داریوں اور فرائض واضح کر سکیں گے؛
- صارف عدالتوں (Consumer Courts) میں شکایات درج کرانے کے طور طریقوں کو سمجھ سکیں گے؛
- ہندوستان میں صارفین کی تحریک کے سامنے درپیش چیلنج کے بارے میں جان سکیں گے۔

نوٹس

24.1 کچھ تعریفیں (Some Definitations)

• صارف کون ہے؟ (Who is Consumer?)

آیئے سب سے پہلے صارف کی تعریف سے واقفیت حاصل کرتے ہیں۔ اشیا اور خدمات کے خریدار کو صارف کہتے ہیں۔خریدار کی اجازت سے اشیا اور خدمات کا استعمال کرنے والا بھی صارف ہی سمجھا جاتا ہے۔لیکن اگر کوئی شخص دوبارہ ان اشیا اور خدمات کو فروخت کرنے کے لیے خریدتا ہے تو وہ صارف نہیں کہلائے گا۔

• اشیا اور خدمات کیا ہے؟ (What are goods and Services)

اشیا وہ تیار یا پیدا کردہ چیزیں ہوتی ہیں جو خردہ فروشوں اور تھوک فروشوں کے ذریعہ صارفین کو فروخت کی جاتی ہیں۔ خدمت یعنی کسی بھی طرح کی ایسی خدمت جو بینکنگ، فائنینس، نقل وحمل، برقی یا دیگر طرح کی توانائی کی فراہمی، ہاؤسنگ، تعمیر، واٹر سپلائی، ہیلتھ، تفریح، دلچسپ کھیل وغیرہ کے سلسلہ میں سہولیات فراہم کرانے کی مناسبت سے امکانی استعمال کنندگان (Potential Users) کو فراہم کرائی جاتی ہے اس میں مفت حاصل ہونے والی یا کسی ذاتی خدمت کے معاہدہ کے تحت آنے والی خدمت شامل نہیں ہے۔

• صارف بیداری (Consumer Awareness)

صارف بیداری میں مشترکہ طور پر مندرجہ ذیل باتیں آتی ہیں:

(i) کوالٹی کی اصطلاحات میں صارفین کے ذریعہ خرید کردہ سامان کی معلومات۔ مثال کے طور پر صارف کو معلوم ہونا چاہیے کہ آیا وہ چیز صحت کے لیے ٹھیک ہے یا نہیں، آیا وہ چیز ماحول کے لیے خطرہ پیدا کرنے والی ہے یا نہیں۔

(ii) جس شے کو مارکیٹ میں فروخت کیا جارہا ہے اس سے وابستہ مسائل اور مختلف طرح کے خطرات کا علم، مثال کے طور پر کسی چیز کو فروخت کرنے کا ایک طریقہ تو یہ ہے کہ اس شے کو اخبارات، ٹیلی ویژن کے ذریعہ مشتہر کیا جائے۔ صارفین کو اشتہارات کے برے اثرات سے مناسب واقفیت ہونی چاہیے۔ انھیں اشتہار میں موجود اشیا کی تصدیق کرنی چاہیے۔

(iii) ''صارف حقوق'' کی معلومات۔ اس کا مطلب یہ ہے کہ سب سے پہلے صارف کو یہ معلوم ہونا چاہیے کہ صحیح چیز خریدنا اس کا حق ہے۔ دوم یہ کہ اگر اس خرید کردہ شے میں کسی بھی قسم کی خرابی ہو تو صارف کو یہ معلوم ہونا چاہیے کہ اس ملک کے قانون کے مطابق وہ اس کے معاوضہ کا دعویٰ کیسے کرسکتا ہے۔

(iv) صارف کو اپنے پر عائد ہونے والی ذمہ داریوں کا علم: اس کا مطلب یہ ہے کہ صارف کو بیجا استعمال اور غیر ضروری اصراف سے الگ رہنا چاہیے۔

نوٹس

24.2 صارف بیداری کی ضرورت (Need for Consumer Awareness)

آج کی مارکیٹ میں طرح طرح کی چیزوں اور خدمات ضرورت سے زیادہ مقدار میں موجود ہیں۔ ۔یہی حال پیداکاروں اور آخری فروخت کنندگان(Final Sellers) کا بھی ہے۔ان کی تعداد بھی کئی گنا بڑھ گئی ہے۔اس لیے اب یہ پتہ لگانا دشوار ہوگیا ہے کہ اصل پیداار پیداکار فروخت کنندہ کون ہے۔مزید یہ کہ ترقی یافتہ انفارمیشن ٹیکنولوجی کے دور میں صارف اور پیداوار/ فروخت کنندہ کے درمیان طبعی فاصلہ بھی بڑھ گیا ہے کیوں کہ صارف اگر اپنا آرڈر ٹیلی فون یا انٹرنیٹ کے ذریعہ بک کراتا ہے تو اسے مطلوبہ شے اپنے گھر پر ہی دستیاب ہوجاتی ہے۔اسی طرح اشیا کی اتنی بہت سی اقسام میں سے یہ پتہ لگانا بڑا مشکل ہوگیا ہے کہ کونسی شے کھری یا حقیقی ہے؟ لوگ سمجھتے ہیں کہ جس چیز کو اشتہار میں دکھایا گیا ہے وہ اچھی ہی ہونی چاہیے یا جس پیداکار کا نام اشیا کے ذریعہ مشہور ہے وہ صحیح چیز ہی فروخت کررہا ہوگا۔مگر یہ بات ہمیشہ ہی ٹھیک ثابت نہیں ہوتی۔صارفین کو دھوکہ دینے کے لیے کچھ اشتہارات میں زیادہ معلومات جان بوجھ کر چھاپی جاتی ہے۔پیک کی ہوئی خوردنی اشیا اور دواؤں کے معاملہ میں ایک تاریخ ایکسپائری(Date of Expiry) ہوتی ہے جس کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ اس خاص شے کو اس مذکورہ تاریخ سے پہلے پہلے استعمال کرلیا جانا چاہیے اور اس تاریخ کے بعد ہرگز نہیں۔یہ معلومات بڑی اہم ہوتی ہے کیوں کہ اس کا تعلق صارف کی صحت سے ہوتا ہے۔اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ یہ معلومات یا تو فراہم ہی نہیں کری جاتی یا پھر بیچنے والا جان بوجھ کر یہ معلومات اس لیے بھی فراہم نہیں کرتا کہ خریدار نے اس کے بارے میں پوچھا ہی نہیں تھا یا اس شے پر چھپی ہوئی معلومات پڑھی ہی نہیں تھی۔

بہت مرتبہ ایسا بھی ہوتا ہے کہ صارف بل لیے بغیر اشیا اور خدمات خریدتا ہے یا پھر فروخت کرنے والا بل دیتا ہی نہیں ہے۔ایسا اس لیے کیا جاتا ہے کہ اس شے پر عائد ٹیکس حکومت کو ادا نہ کرنا پڑے۔ایسے ٹیکس کو ویلیو ایڈیڈ ٹیکس (Value Added Tax(VAT) کہا جاتا ہے۔اگر یہ ٹیکس ادا کیا جائے تو پھر اس شے کی قیمت زیادہ ہوجائے گی اور اسی کے مطابق اسے بل میں ظاہر بھی کیا جائے گا۔لیکن گاہکوں کو اپنی جانب کھینچنے کے لیے یہ اشیا کم قیمت پر فروخت کردی جاتی ہیں یعنی فروخت کرنے والا اس ٹیکس کو لیتا ہی نہیں اور اس لیے بل بھی نہیں دیتا۔اب کیوں کہ قیمت کم ہوجاتی ہے اس لیے صارف بھی بل لینے کی طرف سے لاپرواہی کا اظہار کرتا ہے اور کوئی توجہ نہیں دیتا۔اس قسم کی پریکٹس سے دو تشویش ناک مسئلے پیدا ہوجاتے ہیں۔اول یہ کہ حکومت ٹیکس/ ریونیو سے محروم ہوجاتی ہے اور دوم یہ کہ اگر وہ شے خراب نکل آئے تو صارف نہ تو اسے واپس کرسکتا اور نہ اس کی شکایت درج کرسکتا ہے کیوں کہ اس کے پاس بل یا خریداری کرنے کا ثبوت ہی نہیں ہوتا۔

ایک دوسرا بڑا مسئلہ یہ ہے کہ صارفین متحد نہیں ہیں۔ پیداکار تو مضبوط تر اور منظم ہیں کیوں کہ پیداوار کنندگان اور کاروباریوں کی ایسوسی ایشنیں تو موجود ہیں جو ان کے مفادات کی حفاظت کرتی ہیں۔مگر خریدار ابھی بھی کمزور اور غیر منظم ہیں۔اس کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ خریداروں کو اکثر دھوکہ کھانا پڑتا ہے اور انھیں ٹھگ لیا جاتا ہے۔

مذکورہ بالا دلائل کی بنا پر صارفین کے لیے یہ بہت ضروری ہے کہ وہ اپنے آپ کو دھاندلیوں پر مبنی تجارتی سرگرمیوں

اور غیر دیانتدارانہ خدمات فراہم کرانے والوں سے محفوظ رکھیں۔ انھیں اپنے صارفین حق سے واقف ہونا چاہیے۔ یہ ایک حقیقت ہے کہ دنیا بھر میں ایسے صارفین موجود ہیں سرمائے کے بل پر بے تحاشہ فضول خرچی میں مصروف رہتے ہیں۔ اس بات نے سماج کو امیر صارفین اور غریب صارفین میں تقسیم کر کے رکھ دیا ہے۔ اسی طرح بہت سے صارفین ایسے بھی ہیں جو کسی شے کے استعمال کے بعد فضلہ کو محفوظ انداز میں ٹھکانے لگانے کی تکلیف گوارا نہیں کرتے اور جس کی وجہ سے ماحولیاتی آلودگی پھیلتی ہے۔ کسی شے کی کم قیمت ادا کر کے بل نہ لے کر بہت سے صارفین راست طور پر فروخت کنندگان کی حکومت کو ٹیکس ادا نہ کرنے میں مدد کرتے ہیں۔ صارف بیداری اس لیے بھی ضروری ہے کہ صارفین کو ان کی ذمہ داری سے واقف کرایا جائے۔

صارفین کے لیے ضروری ہے کہ وہ متحد ہو کر اور زیادہ ذمہ داری کا مظاہرہ کر کے حکومت کی مدد کریں۔

متن پر مبنی سوالات 24.1

1۔ صارف کون ہے؟

2۔ کسی شے کی خریداری کرنے پر صارف کو اس کا بل کیوں لینا چاہیے؟

3۔ VAT کیا ہے؟

24.3 ہندوستان میں صارف تلافی نظام

(Consumer Redressal System in India)

ہمارے ملک میں صارف کو باخبر اور واقف بنانے کے لیے ایک قانونی اور انتظامی مشینری کام کر رہی ہے۔ آپ کے لیے ضروری ہے کہ آپ اس کے بارے میں سمجھیں۔

صارف تلافی نظام (Consumer Redressal System) ایک ایسا نظام ہے کہ جس کے تحت صارفین کنزیومر کورٹ میں شکایت درج کرا سکتے ہیں۔ جب بھی فروخت کرنے والوں یا کسی شے کو تیار کرنے والوں کی طرف سے یا کسی سروس کو خریدنے پر صارفین کے ساتھ دھوکہ کیا جائے تو صارفین کنزیومر کورٹ میں شکایت درج کرا کے انصاف کا مطالبہ کر سکتے ہیں۔ "کنزیومر کورٹ، صارفین کے مفادات کی حفاظت کرنے والے قوانین اور صارفین کے حقوق کی تاکید کرنے والے قوانین کو نافذ کرنے والے اداروں پر مشتمل ہوتا ہے۔" ہم حکومت کے شکرگزار ہیں کہ اس نے قوانین وضع کر کے ہمیں صارف قوانین سے نوازا ہے جس میں صارفین کو باخبر بنانے پر خاص توجہ مبذول کی گئی ہے۔ ان قوانین کو وضع کرنے کا مقصد صارفین کو اپنے حقوق و فرائض سمجھنے میں مدد دینا اور ان کی شکایات کا ازالہ کرنا ہے۔ حکومتی اداروں اور کنزیومر کورٹس کی شکل میں ایسے ادارے بھی موجود ہیں جو متاثرہ صارفین کی شکایات سے نمٹتے ہیں۔ آیئے ذیل میں ان کا

تذکرہ کرتے ہیں۔

24.3.1 سرکاری قوانین (Government Legislations)

ہمارے ملک میں آزادی سے پہلے سے کئی سرکاری قوانین موجود ہیں جو صارفین کے حقوق کی حفاظت کرتے ہیں۔ لیکن کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ 1986 (Consumer Protection Act-1986) سب سے اہم ہے اور آپ کو صارف کی حیثیت سے تمام قسم کی امداد فراہم کراتا ہے اور آپ کے حقوق کی پائمالی کے سلسلہ میں آپ کی رہنمائی کرتا ہے۔ CPA کو خاص طور پر صارف کے مفادات کے تحفظ کے لیے وضع گیا ہے۔

صارف کو تحفظ فراہم کرنے کے لیے آزادی کے بعد کچھ دیگر قوانین بھی نافذ کیے گئے ہیں جیسے پریونیشن آف فوڈ ایڈلٹریشن ایکٹ (دفعہ برائے غذائی ملاوٹ) (PFA)1954، دی ایسینشل کموڈٹیز ایکٹ (ECA)1955 اور اسٹینڈرڈ آف ویٹس اینڈ میورس ایکٹ (دفعہ برائے اوزان و پیمائش)(SWMA)۔

اس ملک میں موجود کروڑوں صارفین کو ''سستا'' (Cheap)، سادہ (Simple) اور جلد (Quick) انصاف دلانے کے مقصد سے PCA نافذ کیا گیا تھا۔ یہ ایسا انصاف دلانے کی یقین دہانی کراتا ہے جو کم رسمی (less formal) بھی ہے اور اس میں کاغذی کارروائی اور انتظار بھی زیادہ نہیں کیا جاتا اور کم خرچ (less expensive) بھی ہے۔ صرف خصوصی طور پر مستثنیٰ قرار دی جانے والی اشیا اور خدمات کو چھوڑ کر CPA سب پر نافذ ہوتا ہے۔ اس میں پبلک، پرائیویٹ اور کوآپریٹیو سیکٹروں کا احاطہ ہوتا ہے۔ یہ صارف کو اتنا بااختیار بنا دیتا ہے کہ وہ اسٹریٹ لائٹ اور پینے کے پانی سے لے کر نالیوں اور صحت کے انتظام کے معاملہ تک میں مونسپل ذمہ داران کے خلاف کنزیومر کورٹ میں جا سکتا ہے۔ ان اقدامات کے علاوہ ابھی حال میں جو دیگر اقدامات CPA میں شامل کیے گئے ہیں وہ ہیں:

- صارفین کو اس بات کا فیصلہ کرنے کی اجازت دی گئی ہے کہ وہ یہ بتا سکیں کہ تلافی کس بات کے لیے چاہتے ہیں۔
- کمپنی کو اس بات کا اختیار نہیں ہے کہ وہ صارف پر اپنی مرضی کی عدالت میں ہی مقدمہ کا سامنا کرنے پر زور دے سکے۔
- اگر کمپنی کے خدمت فراہم کرانے والے کسی صارف کی ذاتی معلومات کسی سیلس پرسن جیسے بینک، بیمہ کمپنی وغیرہ کو فراہم کرائیں تو صارف کو ان پر نالش کرنے کا اختیار دیا گیا ہے۔
- جائداد غیر منقولہ (Real state) تعمیر کرنے والوں کو تاجروں میں درجہ بند کیا گیا ہے اور ان پر کنزیومر کورٹ میں مقدمہ چلایا جا سکتا ہے۔
- انٹرنیٹ پر، ای۔کامرس سائٹوں کے ذریعہ یا ٹیلی مارکیٹنگ کے ذریعہ کام کرنے والی بیرونی ایجنسیوں کو اپنا تیار کردہ مال اس وقت تک فروخت کرنے کی اجازت نہیں ہے کہ جب تک وہ ہندوستان میں اپنا کوئی آفس قائم نہ کر لیں۔ انھیں اشیا کی خرید سے پہلے معائنہ کرنے کا انتظام کرنا ہوگا یا پھر 30 دنوں کے اندر اندر اشیا لوٹائی ہوں گی۔

- پوسٹ اینڈ ٹیلی کام، پاسپورٹ آفس، میونسپل سروسز، سینٹرل حکومت ہیلتھ اسکیم (CGHS) اور ریلویز جیسے سرکاری شعبوں کے افسران اور اسٹیک ہولڈر (Stake Holders) اس ایکٹ سے مبرا رہنے کا مطالبہ کر رہے ہیں۔ انھیں یہ ڈر ہے کہ کہیں انھیں قانونی پابندیوں کو جھیلنا نہ پڑ جائے۔

متن پر مبنی سوالات 24.2

1۔ CPA، ECA اور SWMA کو کی پوری فارم میں لکھیں۔

2۔ بیرونی ایجنسی اپنے تیار کردہ مال کو ہندوستان میں کس طرح فروخت کر سکتی ہے؟

24.3.2 صارفین کی شکایات سے نبٹنے والے ادارے

(Institutions to Deal with Consumers Grievances)

ہندوستانی عوام کے پاس ایک اداری مشینری (Institutional Machinery) ہے جو صارفین کی شکایات سے نبٹتی ہے اور تمام سطحوں پر یعنی قومی، ریاستی اور ضلعی سطح پر کام کرتی ہے۔ دو طرح کے ادارے ہوتے ہیں (i) حکومت کا ؤنسل اور (ii) صارف عدالتیں۔ ان کے علاوہ کئی ایسی غیر سرکاری تنظیمیں بھی ہیں جو سرکاری قانون کے تحت رجسٹرڈ ہیں اور جو متاثر (aggrieved) صارفین کو مختلف طرح کی امداد فراہم کراتی ہیں۔

(i) سرکاری کاؤنسلیں (Government Councils)

قومی اور ریاتی سطحوں پر سرکاری کاؤنسلوں کے کام کے بارے میں جاننے کے لیے مندرجہ ذیل تسلسلی چارٹ کا ملاحظہ کیجیے۔

سرکاری سطحوں پر کنزیومر پروٹیکشن مشینری

ریاستی کنزیومر پروٹیکشن کاؤنسل | مرکزی کنزیومر پروٹیکشن کاؤنسل

جیسا کہ چارٹ میں دکھایا گیا ہے کہ قومی سطح پر سینٹرل (مرکزی) کنزیومر پروٹیکشن کاؤنسل (CCPC) ہوتی ہے جس کا سربراہ نئی دہلی میں واقع مرکزی حکومت میں موجود سینٹرل منسٹر انچارج آف دی کنزیومر افیئر س ہوتا ہے۔ ریاستی سطح پر ہندستان کی ہر ایک ریاست میں اسٹیٹ کنزیومر کاؤنسل (SCPC) ہوتی ہے جس کا سربراہ ریاستی حکومت میں موجود اسٹیٹ منسٹر انچارج آف دی کنزیومر افیئر س ہوتا ہے۔

(ii) صارف عدالتیں یا کنزیومر کورٹس (Consumer Courts)

ضلعی، ریاستی اور قومی سطح پر کام کرنے والے کنزیومر کورٹس کی اقسام جاننے کے لیے درج ذیل تسلسلی چارٹ کو پڑھیے۔

ہندوستان میں موجود صارف عدالتی

- ڈسٹرکٹ کنزیومر فورم (DCF)
- اسٹیٹ کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (SCDRC)
- نیشنل کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (NCDRC)

جیسا کہ چارٹ میں دکھایا گیا ہے کہ ہندوستان میں کنزیومر کورٹس (صارف عدالتیں) کی تین پرتیں (layers) ہیں۔ سب سے نیچے ڈسٹرکٹ کنزیومر فورم ہے جو ریاست میں ضلعی سطح پر موجود ہوتی ہے۔ اس وقت ہمارے ملک میں 604 ڈسٹرکٹ فورم موجود ہیں۔

درمیانی سطح پر اسٹیٹ کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (SCDRC) موجود ہوتا ہے۔ اس وقت ہمارے ملک میں 35 اسٹیٹ کمیشن موجود ہیں۔

آخیر میں چوٹی پر واقع ادارہ (body) نیشنل کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (NCDRC) ہے جو ملک میں صارفین کے تنازعات کا سادہ اور تیزی سے ازالہ کرنے کے لیے مل کر کام کرتا ہے۔

کنزیومر کورٹ نوعیت کے اعتبار سے نیم عدالتی ہوتا ہے اور راست طور پر عوام کو جوابدہ ہوتا ہے۔ ان عدالتوں کے کام کاج کی مناسبت سے مرکزی اور ریاستی حکومتیں پالیسیاں وضع کرنے کے لیے ذمہ دار ہوتی ہیں۔

24.3.3 ازالہ جاتی میکینزم (Redressal Mechanism)

اب سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ جو صارف اپنے آپ کو ٹھگا ہوا محسوس کرتا ہے وہ انصاف کیسے حاصل کرسکتا ہے یا معاوضہ کی شکل میں تلافی کیسے حاصل کرسکتا ہے؟ اس کے لیے وہ تحریری شکایت درج کراکر بذات خود یا کسی وکیل کے ذریعہ صارف عدالت سے رجوع کرسکتا ہے۔ جس صارف عدالت سے وہ رجوع کرتا ہے اس خصوصی کورٹ کا تعلق کسی شے کی قیمت پر منحصر ہوتا ہے۔ اگر کسی شے یا خدمت کی قیمت 20 لاکھ روپے تک ہو تو متاثرہ صارف اس کی شکایت ڈسٹرکٹ کنزیومر فورموں میں درج کراسکتا ہے۔ اگر قیمت ایک کروڑ روپے تک کی ہو تو اسے اسٹیٹ کمیشن سے رجوع کرنا چاہیے۔ آخیر میں اگر یہ قیمت ایک کروڑ روپیوں سے زیادہ ہو تو اسے امداد کی منظوری کے لیے نیشنل کمیشن سے رجوع کرنا چاہیے۔ CPA کے مطابق امداد 90 تا 150 دنوں کے اندر اندر دستیاب ہوجانی چاہیے اور اگر صارف ڈسٹرکٹ فورم کے فیصلہ سے

نوٹس

مطمئن نہ ہوتو وہ اس فیصلہ کو اسٹیٹ کمیشن کے روبرو چیلنج کرسکتا ہے۔ اگر وہ اسٹیٹ کمیشن کے آرڈر سے بھی مطمئن نہ ہوتو وہ اس فیصلہ کو قومی کمیشن کے روبرو چیلنج کرسکتا ہے۔

23.3.4 آپ کو کیا کرنا ضروری ہے؟ شکایت کیسے درج کرائیں؟

(What You Need To Do? How to file a Complant?)

شکایت درج کرانے کے لیے یہ چیزیں ہمیشہ ہی ضروری ہیں کہ متاثر فرد کے پاس خریدکردہ اس شے کا کیش میمو، رسید یا بل موجود ہو۔ کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ کے ذریعہ فراہم کردہ بک لیٹ پر شکایت درج کرانے کے لیے ایک فارمیٹ موجود ہوتا ہے۔ اس پر شکایت کنندہ کو اپنی شکات درج کرانے کے لیے مناسب زمرہ کا انتخاب کرنا چاہیے۔ یہ زمرے ہیں: غیر منصفانہ تجارتی طور طریقے/ غیر منصفانہ تجارتی دستور(unfair trade practice)، قلت خدمت (deficiency of service) وغیرہ۔ پھر یہ ضروری ہے کہ شکایت کی نوعیت سادہ لفظوں میں بیان کردی جائے۔ صارف کا اس غلطی کو واضح کرنا ضروری ہے جس سے متعلق وہ شکات درج کرارہا ہے اور اسے یہ بھی واضح کردینا چاہیے کہ وہ ازالہ کے طور پر رقم کی واپسی یا خدمت کے معاوضہ (تلافی) کے طور پر کیا چاہتا ہے۔ اس شکایت کے ہمراہ رسید یا دیگر شہادتوں کی شکل میں موجود دستاویز بھی نتھی کرنی چاہئیں۔ اس پورے سیٹ کی تین کاپیاں (نقول) موجود ہونی چاہئیں۔ ایک شکایت درج کرانے والے کے لیے دوسری اس پارٹی کے لیے جس کی شکایت درج کرائی جارہی ہے اور ایک کنزیومر کورٹ کے لیے۔ شکایت درج کرانے والے کو ڈیمانڈ ڈرافٹ کی شکل میں معمولی سی کورٹ فیس جمع کرانی ہوتی ہے۔

یہ بات یاد رہے کہ خرابی واقع ہوجانے کے دو برس کے اندر اندر شکایت درج کرانی چاہیے۔ اس کا انحصار تاریخ خرید پر نہیں ہوتا۔ متاثرہ صارف یا تو بذات خود کورٹ میں پیش ہوسکتا ہے یا پھر اپنا کوئی نمائندہ یا وکیل بھیج سکتا ہے یا پھر چاہے تو صرف خط سے بھی کام چل سکتا ہے۔ اگر شکایت کنندہ کا انتقال ہوجائے تو اس کا کوئی قانونی وارث عدالت کا دروزہ کھٹکھٹا سکتا ہے۔ اگر کوئی شخص نچلی عدالت کے فیصلہ سے مطمئن نہ ہوتو پھر وہ عدالت کے فیصلہ کرنے کے 30 دن کے اندر اندر ہائر کورٹ (اعلیٰ تر عدالت) میں اپیل کرسکتا ہے۔ یہ بھی ملحوظ رہے کہ اگر عدالت یہ سمجھتی ہے کہ صارف نے بیہودہ شکایت درج کرائی ہے تو وہ شکایت کنندہ پر دس ہزار روپے تک کا جرمانہ بھی کرسکتی ہے۔ لوکل کنزیومر رائٹس فورم آفیسر سے مل کر نئے ضابطوں کا پتہ کرلیں یا پھر ویب سائٹ ncdrc.nic.in اور core.nic.in پر انٹرنیٹ پر معلومات کرلیں۔

آج کل انٹرنیٹ کے ذریعہ ترسیل بھی زندگی کا ایک عام طریقہ بن گئی ہے۔ اس کے ذریعہ بھی کوئی شخص شکایت بھیج سکتا ہے۔ تیار مال پر website/e-mail ID درج ہوتی ہے۔

23.3.5 غیر سرکاری تنظیموں کا کردار (Role of NGOs)

اگر معاملہ یہ ہو کہ کسی ستم زدہ پارٹی کے ساتھ پیداکار/کمپنی/فروخت کنندہ سرد مہری سے پیش آتے ہوں تو غیر سرکاری تنظیموں (Non-govrmental Orgnizattions) کا کردار بڑا اہم ہوجاتا ہے۔ کوئی بھی شخص کسی متعلقہ NGOs میں

شکایت درج کراسکتا ہے جیسے

(i) Consumer grivance (www.consumer grievance.com)

(ii) Consumr Guidance Society of India (www. cgs_india.org)

(iii) Common Cause(www.commoncauseindia.or) اور

(iv) Consumer Forum(www.consumer.org.in)

این جی اوز نہ صرف یہ کہ مقدمہ درج کرانے میں مدد کرتی ہیں بلکہ لوجسٹک(logistic) افرادی قوت اور دیگر طرح کی امداد بھی فراہم کراتی ہیں۔ یہ غیر سرکاری تنظیمیں ایسے پروگرام بھی منعقد کراتی رہتی ہیں جو صارفین کو ان کے حقوق وفرائض کے بارے میں جانکاری فراہم کراتے ہیں۔

کوئی بھی شخص '' جاگو گراہک جاگو'' نام کی تنظیم سے کنزیومر ہیلپ کے لیے رجوع کرسکتا ہے۔ اشتہار کے ذریعہ تقریباً تمام ہی اخبارات اس ضمن میں معلومات بھی فراہم کرتے ہیں۔ مندرجہ بالا سائٹوں سے رجوع کرکے آن لائن گریوینس فارم حاصل کیا جاسکتا ہے۔ بینکنگ، بیمہ، ٹیکس اور ٹیلی کام سے متعلق مسئلوں کے لیے کچھ دیگر ویب سائٹس ہیں:

www.banking_ombudsman.rbi.org.in

www.irdaindia.org

www.incometaxindia.gov.in

www.trai.gov.in

24.3.6 شکایت درج کرانے کی بنیادیں

(The Grounds for Filing a Complaints)

اس ایکٹ کے تحت شکایت درج کرانے کی ایک بنیاد ہے۔ قلت خدمت (deficiency in service) قلت/کمی (deficency) والی اصطلاح کو یوں واضح کیا جاسکتا ہے کہ یہ ایسی خطا (fault) نامکمل پن (imperfection) خامی (shortcoming) یا ناکافی پن (inadequacy) ہوتا ہے جو کسی شے یا خدمت کی کوالٹی، نوعیت (nature) اور کارکردگی کے ان طورطریقوں میں پایا جاتا ہے جنھیں کسی شخص کے ذریعہ معاہدہ کی لازمی شرط کے طور پر پورا کرنا ضروری ہے یا جنھیں پورا کرنے کی ذمہ داری اس شخص نے لے رکھی ہے۔ غلط کار کو اپنی خراب یا عیب دار اشیا یا خدمت کے لیے معاوضہ (تلافی) ادا کرنا ہوتا ہے۔

متن پر مبنی سوالات 24.3

1۔ ان سرکاری کاؤنسلوں کے نام بتائیے جو صارف کی شکایات سے قومی اور ریاستی سطح پر نبٹتی ہیں؟

2۔ قومی، ریاستی اور ضلعی سطح پر واقع کنزیومر کورٹس کے نام بتائیے؟

3۔ کنزیومر کورٹ میں کوئی شکایت کب درج کرائی جاسکتی ہے؟

24.4 صارفین کے حقوق (Consumers' Rights)

کچھ چیزوں اور خدمات کی خریداری کرنے پر آپ کو صارف کی حیثیت سے کچھ حقوق حاصل ہوجاتے ہیں۔ انھیں ذیل میں بتایا گیا ہے۔

24.4.1 حق معلومات (Right to Information)

اس حق میں بیان کیا گیا ہے کہ فروخت کنندگان اور پیداکاروں کو اپنی تیار کردہ شے کے متعلق صارفین کو اس (شے کی) قیمت، وزن، کمپنی برانڈ، مینوفیکچرنگ اور ایکسپائری تاریخوں، کوالٹی کی پہچان کی نشانیاں(quality identification)، اجزائے ترکیبی، کمپنی سے رابطہ قائم کرنے کے طریقے اور اسی طرح کی دیگر کافی اور مناسب معلومات فراہم کرائی جانی چاہئیں تا کہ پیداوار کے متعلق معلومات اور سمجھ بوجھ پر مبنی انتخاب کیا جائے۔ یہاں سروسیز سیکٹر کی ایک مثال پیش کی جاتی ہے۔

جب ایک گاہک دہلی سے بنگلورتک کا سفرکرنے کے لیے کم سے کم کرایہ کی بابت معلومات کرنا چاہ رہا تھا تو اس کی تلاش کا یہ نتیجہ نکلا کہ کرایہ -/1450 روپے سے شروع ہوتا ہے اور پھر بڑھتا چلا جاتا ہے۔ اس نے ایسی فلائٹ کا انتخاب کیا جس میں کرایہ -/1500 روپے + ٹیکس تھا۔ اسے ٹیکس کی رقم کا کوئی اندازہ نہیں تھا۔ جب وہ بکنگ کرانے پہنچا تو اسے پتہ چلا کہ -/1500 روپے تو بنیادی کرایہ ہے اور اس پر ٹیکس اور دیگر فیس کی جو رقم بیٹھتی ہے وہ -/3445 روپے ہے اور کل ملا کر اسے -/4995روپے کرایہ ادا کرنا ہوگا۔

سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ آخر ائیر لائنیں اور ایر پورٹ زیادہ ایمانداری اور شفافیت سے کام کیوں نہیں لیتے اور شروع میں ہی اصل کرایہ کے بارے میں کیوں نہیں بتادیتے؟ وہ صارف کو گمراہ کیوں کرتے ہیں اور اس سے اس کرایہ سے تین گنا زیادہ کرایہ کیوں وصول کرتے ہیں جتنا اس نے پہلی مرتبہ دیکھا تھا؟ آپ ہوشیار رہیں اور ان خدمات فراہم کرانے والوں سے پوری طرح معلومات حاصل کریں جو ایسی اطلاعات چھپالیتے ہیں کہ جن کی بنیاد پر وہ صارفین کو بعد میں ہراساں کرسکیں۔

24.4.2 حق انتخاب (Right of Choose)

صارفین کو یہ حق انتخاب حاصل ہے کہ وہ یہ فیصلہ کر سکے کہ کیا خریدنا ہے اور کیا نہیں خریدنا ہے۔ کبھی کبھی جب آپ کو کوئی خدمت حاصل کرنی ہوتی ہے یا جب کوئی شے آپ کو پیش کی جاتی ہے تو آپ انھیں اس لیے نہیں خریدتے کہ آپ کے اندر انھیں نہ خریدنے کی شدید خواہش پیدا ہوجاتی ہے۔ دکاندار ایک شرط رکھتا ہے اور پھر آپ کے سامنے کوئی چارہ نہیں رہتا۔ بحیثیت ایک صارف کے آپ اپنا حق انتخاب گنوا بیٹھتے ہیں۔ زرا مندرجہ ذیل کیس کے بارے میں پڑھ کر دیکھیں۔

> ''جب سینتھل نے گیس کے نئے کنکشن کے لیے درخواست دی تو کچھ ہی عرصہ بعد اسے احساس ہوگیا کہ اس نے ایک پریشان کن سفر کا آغاز کردیا ہے۔ وہ کمارن گیس ایجنسی میں بھارت گیس سلینڈر خریدنے کے لیے یہ سوچ کر داخل ہوا تھا کہ اسے صرف -/1500 روپے ہی تو ادا کرنے ہوں گے مگر وہ اپنی جیب کٹوا کر باہر نکلا یعنی اسے -/7000 روپے ادا کرنے پڑے کیوں کہ اسے وہ سب چیزیں بھی خریدنی پڑیں جو وہ خریدنا ہی نہیں چاہتا تھا جیسے پریشر کوکر، گیس لائٹر اور حد تو یہ کہ ڈٹرجینٹ کا پیکٹ بھی۔ وجہ یہ تھی کہ گیس ایجنسی نے اس بات پر زور دیا کہ نئے گاہکوں کے لیے یہ پوری کٹ خریدنا قانونی طور پر ضروری تھا۔ سینتھل نے کنزیومر آن لائن ریسورس اینڈ ایمپاورمینٹ سینٹر (CORE) پر شکایت درج کرائی جس نے ایجنسی کو ایک خط بھیجا۔ ایک ہفتہ کے اندر اندر اسے تقریباً -/5000 روپے واپس مل گئے۔ عام خیال کے بالکل برعکس یہ صارف اس بات کا ثبوت ہے کہ شکایت کے ازالہ میں لمبی چوڑی رقم خرچ نہیں کرنی پڑتی'' (انڈیا انفولائن، نیوز سروس، ممبئی، 21 پریل 2009)

24.4.3 حق حفاظت (Right to Safety)

اس حق کی رو سے ایسی اشیا کی مارکیٹنگ نہیں کی جاسکتی (فروخت نہیں کی جاسکتی) جو مضر صحت یا مضر زندگی ہوتی ہیں جیسے غذا، دوا، الیکٹرانکس میں ملاوٹ وغیرہ۔

24.4.4 حق شنوائی (Right to be Heard)

یہ حق اس بات کی یقین دہانی کراتا ہے کہ مناسب فورموں میں صارفین کے مفادات پر مناسب توجہ دی جائے گی۔ ہندوستانی صارفین کو یہ حق اتنی قوت عطا کرتا ہے کہ وہ بلاخوف وخطر خراب اشیا اور غلط کار پیدا کاروں/ کمپنی/ فروخت کنندہ کے خلاف آواز اٹھا کر اپنی شکایت درج کرا سکے۔

24.4.5 تلافی کی طلب کا حق (The Right to Seek Redressal)

بے ایمانی، دھوکہ دہی یا مذکورہ بالا ناانصافی کیے جانے کے معاملہ میں صارف کو بے ایمانی یا استحصالی تجارتی طور طریقوں کی وجہ سے ہونے والے نقصان کے لیے معاوضہ مل سکتا ہے۔ ریڈریسل کورٹ اپنی مداخلت کے ذریعہ صارفین کو

نوٹس

انصاف دلانے میں مدد کرتے ہیں۔ آیئے کچھ ایسے ہی معاملات پر نظر ڈالتے ہیں کہ جہاں خردہ فروشوں نے صارفین کے حق تلافی کی خلاف ورزی کی خصوصاً دوکانداروں سے فروخت کے دوران صارفین کے ذریعہ خرید کردہ اشیا کے معاملہ میں۔

ایک عدیم الفرصت (busy) ڈاکٹر نے اک خاص دوکان سے ایک مشہور رٹیل برانڈ کی سیل (sale) کے دوران -/2000 روپے فی کس کے حساب سے تین جوڑی ٹراؤزر چھوٹ پر خریدے۔ لیکن وہ ڈاکٹر اس وقت حیران رہ گیا جب یہ ٹراؤزر کچھ مرتبہ استعمال کرنے اور دھلنے سے پہلے ہی خراب ہوگئے۔ اس کی شکایت کرنے پر اس کمپنی شوروم کا ایک پرسن انچارج (ذمہ دار) اس ڈاکٹر سے یہ کہہ کر ایک جوڑی ٹراؤزر واپس لے گیا کہ وہ اسے ٹیسٹنگ کے لیے کمپنی کے کوالٹی سیل (quality Cll) کو بھیج دے گا۔ ایک سال گزر گیا۔ ڈاکٹر صاحب کو نہ تو ٹراؤزر ہی واپس ملے اور نہ کمپنی سے کچھ خیر خبر ملی۔

کیا ڈاکٹر صاحب کو ان ٹراؤزروں کو خرید کر اٹھائی جانے والی تکلیف کا کچھ معاوضہ نہ ملے اور کیا انھیں یہ حق نہیں ہے کہ وہ کمپنی سے رقم واپس کرنے کو کہیں؟ ڈاکٹر صاحب کو بحیثیت ایک صارف کے یہ حق حاصل ہے کہ وہ اس خریداری کی تلافی کے لیے رجوع کریں۔

24.4.6 صارف کا جانکاری کا حق (The Right to Consumer Education)

اس کا مطلب ہے کہ ایسے پروگراموں اور معلومات تک رسائی جو صارف کو خریداری سے قبل اور خریداری کے بعد بہتر فیصلہ کرنے میں مددگار ثابت ہوتے ہیں۔ سرکاری محکموں اور غیر سرکاری تنظیموں کے ذریعہ صارفین کے لیے ہدایات اور رہنما خطوط جاری ہوتے رہتے ہیں۔ اس سے صارفین کو کچھ اشیا کی خریداری کے سلسلہ میں صحیح فیصلہ کرنے میں مدد ملتی ہے۔ اس ضمن میں عوامی مفادات کے پیش نظر ٹریڈ مارکس، لوگوز (logos) معتبر نشانات (Authentication Marks) جیسے ISI، AGMARK، BIS سے واقف کرانے والی اور دیگر جانکاری مہمات چلائی جاتی رہتی ہیں۔

متن پر مبنی سوالات 24.4

مندرجہ ذیل متعلقہ شکایات درج کرانے کے لیے بتائیں کہ یہ کس صارف کے تحت درج کرائی جائیں گی:

1۔ ایک شخص غذائی اشیا کے ڈبہ بند آئٹم کو کھا کر بیمار پڑ جاتا ہے۔

2۔ ایک فروخت کنندہ کسی خریدار پر یہ زور ڈال رہا ہے کہ وہ اشیا کے کچھ خاص برانڈ خرید لے اور وہ اس شے کی دیگر اقسام

خریدار کو نہیں دکھا رہا ہے۔

3۔ سمیر ایک کمپیوٹر خریدنا چاہتا ہے اور فروخت کنندہ سے اس بارے میں بالکل صحیح تشکل (exact configuration) جاننا چاہتا ہے۔

4۔ ریکھا کو ایک دکاندار نے دھوکا دیا ہے اور وہ اس کی شکایت درج کرانا چاہتی ہے۔

5۔ ریشمہ اس بات کی شکایت درج کرانے ڈسٹرکٹ کنزیومر فورم جاتی ہے کہ ایک لوکل اسپتال نے اس کے مرض کی غلط تشخیص کی ہے جس کی وجہ سے وہ ان دو لاکھ روپیوں کا معاوضہ طلب کر رہی ہے جو اسے بلاوجہ خرچ کرنے پڑے۔

6۔ آپ نے دہلی حکومت کے متعلقہ ڈپارٹمنٹ سے گذارش کی ہے کہ وہ آپ کو کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ کی ایک بک لیٹ جاری کرے۔

24.5 صارفین کی ذمہ داریاں (Consumers' Rsponsibilities)

صارفن کی آگہی ہمیشہ صارفن کے حقوق سے ہی تعلق نہیں رکھتی بلکہ اس کا تعلق صارفین کے فرائض (ذمہ داریوں) اور انھیں صدق دلی اور خلوص سے ادا کرنے سے بھی ہوتی ہے۔ آیئے کچھ ایسے ہی معاملات پر روشنی ڈالتے ہیں:

24.5.1 اشتہارات سے نبٹنا (Dealing with Advertisemnts)

اشتہارات ہماری زندگی کا ایک اہم جزو بن چکے ہیں اور اگر ہم کوشش بھی کریں تو ان سے بچ نہیں سکتے۔ کمپنیاں جاذب نظر آصوتی بصری (audio visuals)/ اشتہارات تیار کروا کر اپنا تیار کردہ مال بیچنے کی کوشش کرتی ہے۔ وہ صرف ان ہی حصوں کی اشاعت کرتی ہے جو جاذب نظر ہوتے ہیں اور دیگر اہم معلومات کو چھپا لیتی ہیں وغیرہ وغیرہ۔ صارفین کو ان دھوکہ بازی والے اشتہارات سے ہوشیار رہنے کی ضرورت ہے۔ ان کی وجہ سے بچے سب سے زیادہ متاثر ہوتے ہیں۔ ان کی مناسب انداز میں رہنمائی کرنے کی ضرورت ہے۔

24.5.2 تصدیق شدہ کوالٹی کی اشیا خریدنا

(Buying Quality Certified Products)

بہت سی اشیا ایسی بھی ہوتی ہیں جو تسلیم شدہ ایجنسیوں کی تصدیق شدہ ہوتی ہیں اور جنھیں بے خوف وخطر استعمال کیا جاسکتا ہے اور جن کی کوالٹی عمدہ ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر انڈین اسٹینڈرڈ انسٹی ٹیوٹ (ISI) بہت سی صارف اشیا کو ٹیسٹ کرتا ہے۔ اگر یہ ٹھیک ہوتی ہیں تو ان پر ISI کا لیبل لگا دیا جاتا ہے۔ بہت سی غذائی اشیا پر ان کی کوالٹی کی ضمانت ایک مہر (seal) کے ذریعہ دی جاتی ہے۔ اس مہر کو AGMARK کہتے ہیں۔ صارفین کو ISI اور AGMARK کی مہر والی اشیا کا انتخاب کرنا چاہیے۔

کبھی بھی غذائی شے یا دوا خریدنے سے پہلے ایک بہت ہی اہم بات یہ ہے کہ صارف کو ان کی ایکسپائری تاریخ ضرور دیکھ لینی چاہیے۔

24.5.3 خریداری کے بل کا مطالبہ (Demanding bill of purchase)

اشیا یا خدمات کی خریداری کرنے کے بعد ہر ایک صارف کو بل کا مطالبہ ضرور کرنا چاہیے۔ یہ بل دراصل خریداری کا ثبوت ہوتا ہے اور اگر کوئی شے خریدنے کے بعد صارف یہ محسوس کرے کہ اس کے ساتھ بے ایمانی ہوئی ہے تو وہ انصاف حاصل کرنے کے لیے اس بل کا استعمال کرسکتا ہے۔ اس بل کے ذریعہ ہی صارف کو اس بات کی یقین دہانی بھی ہوجاتی ہے کہ اس شے پر لگایا جانے والا ٹیکس حکومت کو پہنچ گیا ہے کیوں کہ فروخت کرنے والے شخص پر قانونی طور پر یہ پابندی عائد ہوتی ہے کہ وہ اس ٹیکس کو بل پر ضرور تحریر کردے۔ صارف کا یہ عمل اسے ملک کا ایک ذمہ دار شہری بناتا ہے۔

24.5.4 صاف ستھرا صارف ہونا (Being a Green Consumer)

صارف کو اس قسم کی چیزیں استعمال کرنی چاہئیں جو ہمارے ماحول کے لیے نقصان دہ نہ ہوں۔ پلاسٹک کی تھیلیاں اس کی ایک مثال قرار دی جاسکتی ہیں جس سے ہمارے ماحول کو سخت نقصان پہنچتا ہے۔ لوگوں کو حیاتی طور پر تنزل پذیر (bioegradable) چیزیں ہی استعمال کرنی چاہئیں جو استعمال کے بعد آسانی سے مٹی اور پانی میں مل جاتی ہیں۔ اسی طرح لوگوں کو بجلی اور گیس وغیرہ کا منصفانہ استعمال کرنا چاہیے۔ شہروں اور قصبات میں پھیلنے والی آٹوموبائل آلودگی کے لیے بھی صارفین ہی ذمہ دار ہیں۔ انھیں پبلک ٹرانسپورٹ سسٹم اور ماحول دوست (eco-friendly) گاڑی استعمال کرنی چاہئیں۔

24.5.5 صارفین بطور نگراں (Consumers as Managers)

صارفین کو متحد ہوکر اپنے لیے اور کسی بھی علاقہ یا گاؤں کی کمیونٹی کو بنیادی سہولیات جیسے پینے کے پانی کی فراہمی، صحت، تعلیم وغیرہ کا مطالبہ کرنا چاہیے۔ حکومت دراصل ان خدمات کی فراہمی کے سلسلہ میں ایک نگراں کی طرح کارروائی کرتی ہے۔ مگر اکثر سرکاری محکموں پر اس قسم کے الزام عائد کیے جاتے ہیں کہ وہ ان خدمات کی فراہمی ٹھیک طور پر نہیں کرپاتے اور فراہمی میں خرابیاں اور کمزوریاں صاف جھلکتی ہیں۔ ذرا مندرجہ ذیل کہانی کا مطالعہ تو کیجیے۔

صارفین بطور نگراں (گجرات کی ایک سچی کہانی)

گجرات میں 13000 سے بھی زیادہ دیہاتوں میں ''پانی سمتیاں'' موجود ہیں جو دیہی سطح پر فراہم کرائی جانے والی خدمات کے نگراں کے طور پر کام انجام دے رہی ہیں۔ 'دیہی' ''پانی سمتیاں'' گرام سبھاؤں میں صارفین کے ذریعہ تشکیل دی جاتی ہیں۔ وہ اپنے یہاں کہ اندرون دیہی نظامات کی ایک ایک گھر تک واٹر سپلائی سروس کی بڑی سخت قسم کے مالکانہ تصور کے تحت نگرانی کرتی ہیں۔ یہ پانی کی کوالٹی کو بھی ٹیسٹ کرتی ہیں اور صارفین کی سطح تک کوالٹی کی یقین دہانی کراتی ہیں۔

لوگوں کو نگراں بنانے کی خاطر کمیونٹی کو شامل کرنے کا یہ نتیجہ نکلا ہے کہ لاگت ڈلیوری کم ہوگئی ہے، پانی کی ڈلیوری بروقت اور بہتر ہوگئی ہے، واٹر سپلائی نظام کی کارگزاری میں اضافہ ہوگیا ہے۔ آبی وسیلہ کے استعمال کی استعداد بڑھ گئی ہے، آبی وسیلوں کی تادیر برقراری کے لیے نئے نئے ٹارف میکانزم اقدامات (tarrif machanism measures) اختیار کیے گئے ہیں جیسے یہ کہ زمین دوز پانی کی بھرائی کے لیے ''چیک ڈیم'' تالاب بنائے گئے ہیں جس سے اس علاقہ میں آبی وسیلوں کا تحفظ عمل میں آیا ہے۔

ہندوستان جیسے لمبے چوڑے ملک میں صارفین کی ذمہ داری ہے کہ وہ حکومت کے شانہ بہ شانہ کھڑے ہوں۔ اپنے علاقائی پانی، بجلی، صفائی ستھرائی بورڈ سے ہاتھ ملا کر آپ بھی تعمیری کردار ادا کر سکتے ہیں اور یہ کام آپ اپنے علاقہ کی علاقائی فیڈریشنوں یا اپنے گاؤں کی گرام سبھاؤں کے ذریعہ کر سکتے ہیں۔

24.6 ہندوستان میں صارف تحریک سے وابستہ اہم مسئلے

(Major Concerns of Consumer Movement in Inia)

کامیاب صارف تحریک چلانے کے لیے لوگوں کو واقف کار بنانا ضروری ہے۔ ہندوستان کی نہ صرف یہ کہ آبادی زیادہ ہے بلکہ یہاں ثقافتی طور پر تنوع بھی پایا جاتا ہے اور پھر یہاں ناخواندہ لوگوں کی ایک بڑی تعداد بھی موجود ہے۔ اس لیے صارفین میں بیداری لانا ایک بڑا مسئلہ ہے۔ یہ کام آہستہ روی سے چل رہا ہے اور اس ضمن میں ابھی بہت کچھ کرنا باقی ہے۔ اس سلسلہ مس دو مسئلے ہیں (ii) ہندوستان کے دیہی علاقوں میں صارف بیداری پھیلانا اور (ii) بروقت انصاف دلانا۔ آیئے ان دونوں مسئلوں پر ذیل میں روشنی ڈالتے ہیں۔

24.6.1 دیہی ہندوستان میں صارف بیداری (Consumer Awareness in Rural India)

گلوبلائزیشن اور لامحدود پیداوار اور خدمات اور دیہاتوں میں درمیانہ درجہ کی اور اعلیٰ پایہ کی آمدنی والی آبادی میں اضافہ کے سبب ہمارے دیہی بازار بھی پھیل رہے ہیں۔ اس لیے کمپنیاں اپنا تیار کردہ مال لے کر دیہی مارکیٹوں تک پہنچ رہی ہیں۔ لیکن ہندوستان کے دیہی صارفین عام طور پر بے خبر اور ناخواندہ ہیں۔ اس لیے مینوفیکچرر، تاجر اور خدمات فراہم کرانے والے ان کا استحصال کرتے ہیں۔ دیہی صارفین کو اکثر جن مسائل کا سامنا کرنا پڑتا ہے وہ ہیں: جعلی برانڈ، خراب مال، گارنٹیوں اور وارنٹیوں کی کمی، نقلی مال، غیر معقول قیمتیں، اقسام کی کمی وغیرہ۔ دیہی صارف بیداری سنجیدگی سے پھیلانے کی ضرورت ہے۔

24.6.2 بروقت انصاف فراہم کرانا (Timely Delivery of Justice)

آپ جانتے ہیں کہ ''انصاف میں تاخیر کا مطلب ہے انصاف سے انکار''۔ سول عدالتوں کے برعکس کنزیومر کورٹ نیم عدالتی باڈی ہوتا ہے۔ جسے شکایت کو جلد از جلد نبٹارا کرنے کے لیے سادہ اور سرسری سا طریقۂ کار اختیار کرنا ہوتا

ہے۔لیکن بار بار کے التوا(adjournments)، سرکار کے ذریعہ ججوں کی آسامیوں کو بھرنے میں تاخیر اور غیر ضروری تکنیکوں کو اختیار کرنے کی وجہ سے صارفین کو انصاف ملنے میں دیر ہوجاتی ہے۔اس تاخیر کی وجہ سے اکثر انصاف کی روح ختم ہوجاتی ہے۔ذیل کا کیس پڑھیں تو یہ باتیں اجاگر ہوجائیں گی۔

> یہ واقعہ 1993 کا ہے جب مہاراشٹر کے 130 کسانوں کے ہاتھوں کپاس کے خراب ہائبرڈ بیج فروخت کرنے کی وجہ سے اس بوائی سیزن میں انھیں پیداوار میں نقصان اٹھانا پڑا تو انھوں نے کلاس سیکشن مقدمہ دائر کردیا اور معاوضہ کا مطالبہ کیا۔انجام کار وہ مقدمہ جیت گئے۔لیکن اس مقدمہ جیتنے میں انھیں 14 برس لگے اور اس دوران دس کسانوں کا تو انتقال بھی ہوچکا تھا۔

حکومت نے اس قسم کی تاخیر کے لیے 2003 میں CPA کی اصلاح کی۔اس کی رو سے کنزیومر کورٹ التوا کرہی نہیں سکتے۔کچھ خصوصی حالات میں جہاں ایسا ہوتا ہے وہاں کورٹ کو اس کی وجوہات تحریری طور پر درج کرنی ہوتی ہے اور جواز پیش کرنا ہوتا ہے۔

متن پرمبنی سوالات 24.5

1۔ مندرجہ ذیل معاملات میں ایک ذمہ دار صارف کی حیثیت سے آپ کو کیا کرنا چاہیے۔

(a) کئی برانڈ کی الیکٹرک آئرن میں سے کوئی ایک الیکٹرک آئرن خریدنے کے لیے۔

(b) بریڈ اور فروٹ جام (پھلوں کا مربہ) خریدنے کے لیے۔

(c) فروخت کنندہ آپ کو پولی تھین کے پیکٹ میں سامان دیتا ہے۔

2۔ صارف کی شکایات کے ضمن میں انصاف ملنے میں تاخیر کی دو وجوہات بتایئے؟

آپ نے کیا سیکھا

- صارف بیداری میں جو باتیں شامل ہیں وہ ہیں: خریدکردہ اشیا کی جانکاری اور صحت اور ماحول پر ان کے مرتب اثرات سے واقفیت اور صارف کے حقوق وفرائض۔
- صارف بیداری کی ضرورت کئی وجوہات سے پیدا ہوتی ہے جیسے فروخت کردہ شے کی کوالٹی میں خرابی، بغیر بل دیے فروخت کردینا، گمراہ کرنے والے اشتہارات، پیداکار/فروخت کنندہ کے بارے میں مکمل معلومات کی کمی، بے سوچے سمجھے اور فضول کے استعمال سے ماحولی آلودگی پیدا ہونا وغیرہ۔

نوٹس

- صارف تلافی نظام ایسے قوانین پر مشتمل ہوتا ہے جو صارفین کے مفاد کی حفاظت کرتے ہیں اور اس کے لیے ایسے ادارے موجود ہیں جنھیں صارفین کے حقوق کے حصول کے لیے قوانین نافذ کرنے کا اختیار ہے۔
- صارف کے حق کی حفاظت کرنے والا سب سے اہم قانون ہے کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ 1986 (CPA)
- صارفین کے مسئلوں سے نپٹنے کے لیے قومی سطح پر سینٹرل کنزیومر پروٹیکشن کاؤنسل (CCPC) موجود ہے اور ریاستی سطح پر اسٹیٹ کنزیومر پروٹیکشن کاؤنسل (SCPC) موجود ہے۔ کچھ غیر سرکاری تنظیمیں بھی مدد کرتی ہیں۔
- شکایات کی تلافی کے لیے ہندوستان میں کنزیومر کورٹ کی تین سطحیں موجود ہیں۔ سب سے نیچے ڈسٹرکٹ کنزیومر فورم (DCF) درمیانی سطح پر ہے اسٹیٹ کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (SCDRC) اور چوٹی پر ہے نیشنل کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (NCDRC)۔
- کسی چیز کی خرید کے 2 برس کے اندر اندر شکایت درج کرائی جاسکتی ہے۔ یہ شکات خریدی ہوئی چیز کے بل کے ہمراہ مجوزہ فارم میں شکایت کی نوعیت واضح کر کے متاثرہ شخص یا اس کے نمائندہ یا کس خط کے ذریعہ درج کرائی جاسکتی ہے۔ اس کے ساتھ ایک معمولی کورٹ فیس بھی داخل کرنی ہوتی ہے۔
- ہندوستان میں صارف حقوق میں شامل ہیں: حق معلومات، حق حفاظت، حق انتخاب، حق شنوائی، حق تلافی اور حق صارف تعلیم۔
- صارف کے فرائض میں شامل ہیں: اشتہارات کے ذریعہ بھٹکنے سے بچنا، اپنے اختیارات کے بارے میں پوری معلومات رکھنا، ایکسپائری تاریخ چیک کرنا، کوالٹی کی یقین دہانی کرانے والی مہر، بل طلب کرنا، بے کار کے اور فضول کے صرف سے بچنا، ماحول کو محفوظ رکھنا۔

اختتامی مشق

1۔ صارف بیداری کی ضرورت کیوں ہے؟

2۔ شکایت درج کرانے کے لیے ایک متاثرہ صارف کی حیثیت سے کیا کرنا چاہیے؟

3۔ ہندوستان میں موجود صارف تلافی نظام کی وضاحت کیجیے؟

4۔ کنزیومر پروٹیکشن ایکٹ کے ادائرہ ختیارات کے تحت کیے جانے والے بندوبست کے بارے میں بتائیے؟

5۔ ہندوستان میں صارفین کے حقوق کو مختصراً بیان کیجیے؟

6۔ ایک ذمہ دار صارف کی حیثیت سے آپ کو کیا کرنا چاہیے؟

7۔ ہندوستان میں صارف تحریک کو درپیش دو چیلنج بیان کیجیے؟

متن پر مبنی سوالات کے جوابات

24.1

1۔ اگر کوئی شخص کسی چیز کو دوبارہ فروخت کرنے کے لیے خریدتا ہے تو اسے صارف قرار نہیں دیا جاسکتا۔

2۔ اگر کوئی صارف اس بات کی شکایت کنزیومر کورٹ میں درج کرنا چاہے کہ اس نے جو چیز خریدی ہے وہ خراب ہے تو اسے شکایت کے ہمراہ بل دکھانا ضروری ہے۔ بل سے یہ یقین دہانی بھی ہوجاتی ہے کہ اس شے پر لگایا جانے والا ٹیکس بھی حکومت کو ادا کردیا گیا ہے۔

3۔ ویلیو ایڈیڈ ٹیکس

24.2

1۔ CPA- Consumer Protection Act

ECA- Essential Commodities Act

SWMA- Standard of Weights and Measures Act

2۔ ہندوستان میں اپنا ایک آفس کھول کر۔

24.3

1۔ قومی سطح پر سینٹرل کنزیومر پروٹیکشن کاؤنسل (CCPC)، ریاستی سطح پر اسٹیٹ کنزیومر پروٹیکشن کاؤنسل (SCPC)

2۔ نیشنل کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (NCDRC) قومی سطح پر

اسٹیٹ کنزیومر ڈسپیوٹس ریڈریسل کمیشن (SCDRC) ریاستی سطح پر

ڈسٹرکٹ کنزیومر فورم (DCF) ضلعی سطح پر

3۔ کسی شے کو خریدنے کے دو سال کے اندر اندر

24.4

1۔ حق حفاظت

2۔ حق انتخاب

3۔ حق معلومات

نوٹس

4۔ حق شنوائی

5۔ حق صارف تعلیم

24.5

1۔ (a) کوالٹی کی یقین دہانی کرانے والی مہر جیسے ISI مارک دیکھیں

(b) خریدنے سے قبل ایکسپائری تاریخ دیکھ لیں

(c) پلاسٹک بیگ کو لینے سے منع کردیں اور جوٹ یا سوتی تھیلے کا مطالبہ کریں

2۔ بار بار کا التوا اور سرکار کے ذریعہ ججوں کو مقرر کرنے میں تاخیر۔