

उपभोक्ता जागरूकता में उपभोक्ता से सम्बन्धित अधिनियमों की भूमिका एवं योगदान

राम बाबू मीना

सहायक आचार्य, श्री राजेंद्र सूरी कुंदन जैन राजकीय महिला महाविद्यालय जालोर ,राजस्थान

सारांश:—

उपभोक्ता जागरूकता आधुनिक समाज और बाजार व्यवस्था का एक महत्वपूर्ण स्तम्भ है। उपभोक्ता के अधिकारों, उनकी सुरक्षा और शिकायत निवारण के लिए बनाए गए अधिनियम न केवल न्यायिक संरचनाएँ प्रस्तुत करते हैं, बल्कि उपभोक्ताओं को सशक्त बनाने, व्यापारिक प्रथाओं में पारदर्शिता लाने और बाजार के संतुलन को बनाए रखने में भी अहम भूमिका निभाते हैं। यह पत्र उपभोक्ता सम्बंधी अधिनियमों कृ विशेष रूप से भारत में लागू उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 और 2019 के योगदान, उनके माध्यम से उपभोक्ता जागरूकता पर पड़े प्रभाव, उत्पन्न चुनौतियाँ और नीतिगत सिफारिशों का एक विस्तृत विश्लेषण प्रस्तुत करता है।

परिचय :—

उपभोक्ता किसी भी अर्थव्यवस्था के केंद्र में होते हैं। उनकी सही जानकारी और जागरूकता से बाजार की पारदर्शिता, प्रतिस्पर्धा और न्यायसंगत व्यापारिक व्यवहार सुनिश्चित होते हैं। उपभोक्ता जागरूकता का अभाव धोखाधड़ी, गुणवत्ताहीन सेवाओं और असमान व्यापारिक प्रथाओं को बढ़ावा देता है। भारत में उपभोक्ता संरक्षण का आरम्भ औपचारिक रूप से 1986 के उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम से हुआ, जिसने उपभोक्ता फोरमों का गठन कर उसे त्वरित, सुलभ और कम लागत वाला उपाय प्रदान किया। 2019 के अधिनियम ने डिजिटल युग, ई-कॉमर्स और उत्पाद दायित्व (product liability) जैसे प्रश्नों को ध्यान में रखते हुए कानून को मौजूदा समय के अनुरूप अद्यतन किया।

उपभोक्ता किसी भी अर्थव्यवस्था की रीढ़ होते हैं। एक स्वस्थ एवं विकसित अर्थव्यवस्था के लिए उपभोक्ताओं का संरक्षण एवं उनकी जागरूकता अत्यंत आवश्यक है। भारत में उपभोक्ता आंदोलन की शुरुआत 1960 के दशक में हुई जब उपभोक्ताओं को मिलावटी वस्तुओं, अधिक मूल्य, कम तौल, भ्रामक विज्ञापन जैसी अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ रहा था। महात्मा गांधी ने कहा था, "उपभोक्ता हमारे व्यवसाय का सबसे महत्वपूर्ण आगंतुक है।" यह कथन उपभोक्ता के महत्व को स्पष्ट करता है।

उपभोक्ता जागरूकता का अर्थ है उपभोक्ताओं को उनके अधिकारों, कर्तव्यों एवं उपलब्ध कानूनी संरक्षण के बारे में जानकारी प्रदान करना। जागरूक उपभोक्ता न केवल अपने हितों की रक्षा कर सकते हैं बल्कि बाजार में स्वस्थ प्रतिस्पर्धा को भी प्रोत्साहित करते हैं। भारतीय संविधान के अनुच्छेद 39(ए) में नीति निर्देशक सिद्धांतों के तहत राज्य को यह निर्देश दिया गया है कि वह ऐसी नीतियां बनाए जिससे समाज के सभी वर्गों को न्याय मिल सके। आधुनिक युग में वैश्वीकरण एवं उदारीकरण के कारण बाजार में उत्पादों एवं सेवाओं की विविधता बढ़ी है। इसके साथ ही उपभोक्ताओं के समक्ष नई चुनौतियां भी उत्पन्न हुई हैं। ई-कॉमर्स का विस्तार, डिजिटल भुगतान, ऑनलाइन सेवाएं आदि ने उपभोक्ता संरक्षण के पारंपरिक तरीकों को चुनौती दी है। इस परिप्रेक्ष्य में, भारत सरकार ने समय-समय पर विभिन्न अधिनियम बनाए हैं जो उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करते हैं।

साहित्य समीक्षा:—

विभिन्न अध्ययनों में यह स्पष्ट हुआ है कि कानूनों का अस्तित्व अपने आप में पर्याप्त नहीं हैय उनका प्रभाव निर्भर करता है उनके क्रियान्वयन, शिक्षा कार्यक्रमों और समाज में प्रचार-प्रसार पर। विभिन्न शोधों से यह निष्कर्ष निकला है कि जहाँ शिकायत निवारण तंत्र तीव्र व विश्वसनीय है वहाँ उपभोक्ता अधिक सक्रिय और जागरूक होते हैं। इसके अतिरिक्त, मीडिया और नागरिक समाज की भागीदारी जागरूकता फैलाने में महत्वपूर्ण साबित हुई है।

कानूनी ढाँचा और प्रमुख प्रावधान:-**1. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986:-**

1986 का अधिनियम उपभोक्ता अधिकारों के संरक्षण हेतु पहला व्यापक कानून था। इसने जिला, राज्य तथा राष्ट्रीय उपभोक्ता फोरमों की स्थापना कर दी। इन फोरमों ने उपभोक्ताओं के लिए सुलभ न्याय का मार्ग प्रस्तुत किया तथा परम्परागत दीवानी प्रक्रियाओं की तुलना में शिकायत निवारण की प्रक्रिया को सरल बनाया।

2. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019:-

2019 का अधिनियम तकनीकी विकास और वैश्विक व्यापारिक परिवेश को ध्यान में रखकर बनाया गया। इस अधिनियम ने केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना कर दी, साथ ही ई-कॉमर्स, उत्पाद दायित्व और विज्ञापन में भ्रामक प्रथाओं पर नियमन के प्रावधानों को जोड़ा। यह अधिनियम उपभोक्ता की सुरक्षा को और प्रभावी बनाने के साथ-साथ कंपनियों पर जवाबदेही भी बढ़ाता है।

उपभोक्ता जागरूकता पर अधिनियमों का प्रभाव:-**1. अधिकारों के प्रति जागरूकता:-**

अधिनियमों ने उपभोक्ता अधिकारों को स्पष्ट शब्दों में परिभाषित किया, जिससे आम नागरिकों के बीच यह जानकारी फैली कि किस प्रकार के मामलों में वे कानूनी सहायता प्राप्त कर सकते हैं। अधिकारों की यह स्पष्टता उपभोक्ताओं को सक्रिय बनाती है और उन्हें अपने हक के लिए आवाज उठाने के लिए प्रेरित करती है।

2. त्वरित व सुलभ शिकायत निवारण:-

फोरमों के माध्यम से शिकायतों का त्वरित निस्तारण संभव हुआ। यह सुविधा विशेषकर उन उपभोक्ताओं के लिए उपयोगी है जो पारंपरिक न्यायिक प्रक्रियाओं में समय और धन खर्च करने में असमर्थ हैं। ऑनलाइन शिकायत पोर्टल और मोबाइल-फ्रेंडली प्लेटफॉर्म ने शिकायत दायर करने की प्रक्रिया और भी सुलभ कर दी है।

3. व्यवसायों में पारदर्शिता एवं उत्तरदायित्व:-

उपभोक्ता अधिनियमों के दबाव से व्यवसायों ने उत्पाद-गुणवत्ता, स्पष्ट लेबलिंग, गारंटी, वारंटी पॉलिसी आदि में सुधार किया। कंपनियाँ अब उपभोक्ता शिकायतों और उनकी प्रतिक्रिया पर अधिक सजग हैं। विज्ञापनों में भ्रामक दावों पर नियंत्रण से उपभोक्ताओं को सटीक जानकारी मिलने की संभावना बढ़ी है।

4. उत्पाद दायित्व (Product Liability):-

2019 के अधिनियम ने उत्पाद दायित्व को स्पष्ट किया, जिससे निर्माता और विक्रेता की जिम्मेदारी तय हुई। इससे उपभोक्ताओं को दोषपूर्ण उत्पादों के कारण हुए नुकसान की भरपाई हेतु वैधानिक अधिकार प्राप्त हुए और व्यवसायों को गुणवत्ता नियंत्रण अपनाने के लिए प्रेरित किया गया।

व्यावहारिक उदाहरण और प्रभाव:-

कई मामलों में उपभोक्ता फोरमों के निर्णायक आदेशों ने उपभोक्ताओं को न्याय दिलाया और कंपनियों को अपनी नीतियाँ सुधारने के लिए बाध्य किया। उदाहरण के तौर पर, किसी उपभोक्ता ने खराब इलेक्ट्रॉनिक उपकरण के लिए निर्माता से प्रतिस्थापन तथा क्षतिपूर्ति पाई इससे उपभोक्ता के विश्वास में वृद्धि हुई और व्यवसायों को गुणवत्तापूर्ण उत्पाद प्रदान करने के लिए विवश किया गया। ई-कॉमर्स से सम्बंधित विवादों में भी नियमन के कारण प्लेटफॉर्मों ने विक्रेताओं की पहचान व रिटर्न नीतियों को पारदर्शी बनाया।

सीमाएँ और चुनौतियाँ :-**1. जागरूकता का असमान वितरण:-**

कानूनों का प्रभाव अभी पूर्ण होता है जब व्यापक स्तर पर जागरूकता हो। परन्तु ग्रामीण क्षेत्रों और कम शिक्षित वर्गों में उपभोक्ता अपने अधिकारों से अनभिज्ञ रह जाते हैं। भाषा, शिक्षा और डिजिटल पहुँच की कमी इसके प्रमुख कारण हैं।

2. कार्यान्वयन में बाधाएँ :-

कई बार केन्द्रिय नीतियाँ अच्छे इरादों के साथ बनीं पर राज्य स्तर पर संसाधनों की कमी, प्रशासनिक क्षमता और स्थानीय संस्थाओं की कमजोरी के कारण उनका प्रभाव सीमित रहा। शिकायतों का लंबित रह जाना और फोरमों का भारी भार समस्या को और बढ़ाता है।

3. डिजिटल और वैश्विक चुनौतियाँ :-

ई-कॉमर्स और डिजिटल पेमेंट के बढ़ते प्रयोग ने नए रूपों की धोखाधड़ी और जटिल कानूनी प्रश्न खड़े कर दिए हैं। इसके अतिरिक्त, सीमापार व्यवसायों और विदेशी विक्रेताओं के खिलाफ उपभोक्ता संरक्षण की सीमा निर्धारित करना कठिन है। साइबर फ्रॉड, डेटा गोपनीयता और नकली उत्पादों की समस्या कानूनों के लिए चुनौती बनी हुई है।

4. लागत और प्रतिफल का प्रश्न:-

हालांकि फोरम अपेक्षाकृत सस्ती विकल्प प्रदान करते हैं, परन्तु समय, जानकारी और भावनात्मक परिश्रम की वजह से छोटे उपभोक्ता शिकायत उठाने में हिचकिचाते हैं।

उपभोक्ता जागरूकता केवल कानूनी संरक्षण तक सीमित नहीं है, यह उपभोक्ताओं के नैतिक अधिकार, जिम्मेदार उपभोक्ता व्यवहार और सामाजिक न्याय से जुड़ा हुआ है। जागरूक उपभोक्ता न केवल स्वयं को बचाते हैं, बल्कि समाज में बेहतर व्यापारिक संस्कार और उत्तरदायित्व भी स्थापित करते हैं।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 भारत में उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा के लिए सबसे महत्वपूर्ण कानून है। यह अधिनियम 20 जुलाई 2020 को लागू हुआ और पुराने 1986 के अधिनियम का स्थान लेता है। यह आधुनिक व्यापारिक परिवेश की चुनौतियों का समाधान प्रस्तुत करता है।

प्रमुख विशेषताएं:-

- **ई-कॉमर्स का समावेश:-** यह अधिनियम इलेक्ट्रॉनिक व्यापार को भी अपने दायरे में लाता है। ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म को भारत में पंजीकृत कानूनी इकाई होना अनिवार्य है। विक्रेताओं की जानकारी प्रदर्शित करना, वापसी एवं धनवापसी की नीति स्पष्ट करना आवश्यक है।
- **उत्पाद दायित्व (Product Liability):-** निर्माता, विक्रेता एवं सेवा प्रदाता को दोषपूर्ण उत्पादों के लिए जवाबदेह ठहराया जा सकता है। यह प्रावधान उपभोक्ताओं को सुरक्षा का अधिकार प्रदान करता है।
- **केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA):-** उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन की जांच एवं दंड देने के लिए एक केंद्रीय प्राधिकरण की स्थापना। यह प्राधिकरण असुरक्षित वस्तुओं की बिक्री पर रोक लगा सकता है एवं भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध कार्यवाही कर सकता है।
- **मध्यस्थता व्यवस्था:-** विवादों के शीघ्र निपटारे के लिए मध्यस्थता की व्यवस्था। यह उपभोक्ताओं को त्वरित न्याय प्रदान करती है।
- **भ्रामक विज्ञापनों पर रोक:-** झूठे एवं भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध कड़े प्रावधान। निर्माता एवं विज्ञापनदाता दोनों को जिम्मेदार ठहराया जा सकता है। पहली बार के लिए 10 लाख रुपये तक का जुर्माना एवं दोबारा उल्लंघन पर 50 लाख रुपये तक का जुर्माना।

इस अधिनियम ने उपभोक्ताओं को यह समझाया कि वे केवल खरीदार नहीं बल्कि अधिकार संपन्न व्यक्ति हैं। ऑनलाइन शिकायत दर्ज करने की सुविधा (ई-दाखिल) से शिकायत प्रक्रिया सरल हुई है। उपभोक्ता हेल्पलाइन 1915 के माध्यम से तत्काल सहायता उपलब्ध है। भ्रामक विज्ञापनों पर प्रतिबंध से उपभोक्ताओं को सही जानकारी मिलती है।

नीतिगत सिफारिशें:-

1. बहुभाषी व लक्षित जागरूकता अभियान:-

सरकार और उपभोक्ता संस्थाओं को रेडियो, स्थानीय नाटक, पंचायत स्तर की कार्यशालाएँ और डिजिटल मीडिया का उपयोग कर बहुभाषी जागरूकता कार्यक्रम चलाने चाहिए।

2. शिक्षा-पाठ्यक्रम में उपभोक्ता शिक्षा:-

स्कूलों और महाविद्यालयों के पाठ्यक्रम में उपभोक्ता अधिकार, वित्तीय साक्षरता और डिजिटल सुरक्षा को शामिल करने से दीर्घकालिक जागरूकता सुनिश्चित होगी।

3. स्थानीय स्तर पर संस्थागत सशक्तिकरण:-

ग्रासरूट स्तर पर कार्यरत उपभोक्ता समूहों और एनजीओ को प्रशिक्षित कर उन्हें शिकायत निवारण और शिक्षा के कार्यों में सहयोग हेतु सशक्त बनाना चाहिए।

4. ऑनलाइन शिकायत निवारण का उन्नयन:—

मॉबाइल-फ्रेंडली पोर्टल, त्वरित निवारण तंत्र, और वैकल्पिक विवाद समाधान (ADR) जैसे उपाय शिकायतकर्ताओं के लिए उपयोगी होंगे।

5. ई-कॉमर्स विनियमन व पारदर्शिता:—

ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर विक्रेता की पहचान, रिव्यू मेकैनिज्म और नकली उत्पादों की रोकथाम हेतु तकनीकी मानक लागू किए जाने चाहिए।

6. ऑकड़ों का संकलन और निगरानी:—

शिकायतों के प्रकार, निवारण का समय और परिणामों का डेटाबेस तैयार कर नीति निर्माताओं को वास्तविक समय में निर्णय लेने हेतु सहायता प्रदान करनी चाहिए।

उपभोक्ता को अपने अधिकारों और जिम्मेदारियों के बारे में शिक्षित करने के लिए मल्टीमीडिया प्रचार अभियान के अन्तर्गत समाचार पत्र में विज्ञापन के इस्तेमाल से प्रिन्ट मीडिया के जरिए प्रचार, शिकायत, क्षतिपूर्ति प्रणाली, एम.आर.पी., हालमार्क वैकल्पिक विवाद क्षतिपूर्ति प्रणाली, वजन एवं माप तौल उपभोक्ताओं के अधिकारों इत्यादि विविध उपभोक्ता सम्बन्धी मामलों पर तीस सेकेन्ड अवधि की विडियो स्पॉट के लिए प्रसारण के जरिये इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से प्रचार प्रसार करना। विज्ञापन स्पॉट में ग्रामीण के दूर दराज के क्षेत्रों से सम्बन्धित मामलों को प्राथमिकता दी गयी है पूर्वोत्तर राज्यों में अधिकतम खुदरा मूल्य, एम.आर.पी., कम माप तौल दवाईयों पर समाप्ति तिथि, मिलावट, क्षतिग्रस्त उत्पाद और क्षतिपूर्ति प्रणाली जैसे उपभोक्ता सम्बन्धित मामलों पर क्षेत्रीय भाषाओं पर बीस सेकेन्ड और तीस सेकेन्ड के विज्ञापनों का प्रसारण विभाग ने डॉक विभाग के परामर्श से पूर्वोत्तर राज्यों सहित दूर दराज के ग्रामीण क्षेत्रों तक पहुंचने के लिए मेघदूत पोस्ट कार्डों के जरिये उपभोक्ता जागरूकता संदेश प्रचार किया है। 1055 लाख डॉकघरों विशाल नेटवर्क के जरिये उपभोक्ता जागरूकता संदेश वाले कलेण्डर प्रदर्शित किये गये हैं उपभोक्ता जागरूकता मिशन के शीर्षक वाला फोल्डर जिसमें उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 की प्रमुख विशेषताएं शामिल हैं इसके साथ पाकेट कलेण्डर और पोस्टर, आई.आई.टी.एफ, नुक्कड़ नाटकों जैसे विभिन्न आयोजन के जरिये और जमीनी स्तर पर राज्य सरकारों के जरिये प्रचारित किये जा रहे हैं।

निष्कर्ष:—

उपभोक्ता से सम्बन्धित अधिनियमों ने उपभोक्ता जागरूकता और संरक्षण के क्षेत्र में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। 1986 और 2019 के अधिनियमों ने न केवल उपभोक्ता अधिकारों की परिभाषा स्पष्ट की है, बल्कि त्वरित निवारण, उत्पाद दायित्व और डिजिटल युग के लिये आवश्यक प्रावधान भी दिए हैं। तथापि, कानूनों का वास्तविक प्रभाव अभी दिखाई देगा जब व्यापक स्तर पर जागरूकता, सुगम पहुँच और प्रभावी कार्यान्वयन सुनिश्चित किए जाएँ। भविष्य में डिजिटल जोखिम, सीमापार व्यापार और तकनीकी उन्नयन के चलते निरन्तर नीति अद्यतन और समन्वय आवश्यक होगा।

संदर्भ सूची:

1. Government of India- Consumer Protection Act] 2019- Ministry of Consumer Affairs] Food & Public Distribution-
2. Government of India- Consumer Protection Act] 1986-
3. Central Consumer Protection Authority ¼CCPA½- Various guidelines and notifications-
4. वेब पर प्रकाशित शोध और नीति पत्ररूप उपभोक्ता जागरूकता एवं उपभोक्ता अदालतों के कार्य-प्रणाली पर विभिन्न लेख।
5. उपभोक्ता संगठन व एनजीओ द्वारा प्रकाशित रिपोर्टें।
6. संबंधित न्यायालयीन निर्णयों के संक्षेप (विभिन्न स्रोत)।