

# रोजगार समाचार



साप्ताहिक

खंड 44 अंक 50 पृष्ठ 32

नई दिल्ली 14 - 20 मार्च 2020

₹ 12.00

## अपने उपभोक्ता अधिकारों का इस्तेमाल करें

डॉ. शीतल कपूर

**वि**श्व उपभोक्ता अधिकार दिवस प्रत्येक वर्ष 15 मार्च को विश्वभर में मनाया जाता है। इस दिन का बहुत बड़ा महत्व है क्योंकि इस दिन 1962 में जॉन एफ. कैनेडी ने अमरीकी संसद में उपभोक्ता अधिकारों के लिए विधेयक प्रस्तुत किया था। राष्ट्रपति जॉन एफ. कैनेडी ने अपने प्रसिद्ध भाषण में कहा था, "अगर किसी उपभोक्ता को घटिया उत्पादों की पेशकश की जाती है, अगर कीमतें अत्यधिक हैं, अगर दवाएं असुरक्षित या बेकार हैं, अगर उपभोक्ता एक स्पष्ट आधार पर चुनने में असमर्थ हैं, तो उसका धन बर्बाद जाता है, उसके स्वास्थ्य और सुरक्षा को खतरा हो सकता है, और राष्ट्रीय हित पर बुरा असर पड़ता है।" उन्होंने सामान्य उपभोक्ता के अधिकारों को राष्ट्र हित के समान महत्व दिया और अमरीकी उपभोक्ताओं को चार बुनियादी अधिकार दिए जैसे कि, सुरक्षा का अधिकार, चुनने का अधिकार, सूचना का अधिकार, शिकायत के सही निवारण का अधिकार। उपभोक्ता सशक्तिकरण और उनके हितों के लिए काम करने वाले संगठन, कंज्यूमर्स इंटरनेशनल (सीआई), जिसके अंतर्गत 100 देशों से 200 सदस्य संगठन शामिल हैं, ने तभी से 15 मार्च को आधिकारिक विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के रूप में चुना।

इस वर्ष विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के लिए कंज्यूमर्स इंटरनेशनल द्वारा प्रस्तावित विषय है 'द स्टरेनेबल कंज्यूमर' अर्थात् 'सशक्त उपभोक्ता' जिसके अंतर्गत दुनिया भर के उपभोक्ता संगठन पर्यावरणीय क्षति को रोकने के लिए वैश्विक बदलाव के लिए एक साथ जुड़ेंगे। तेजी से औद्योगिकरण और वैश्वीकरण का पर्यावरण पर गंभीर दुष्प्रभाव पड़ा है, जो दुर्भाग्य से ज्यादातर मामलों में हानिकारक रहा है।

उपभोक्ताओं द्वारा खरीद के प्रत्येक निर्णय का पर्यावरण, व्यवसाय, उपभोक्ताओं और उत्पादों का निर्माण करने वाले श्रमिकों पर प्रभाव पड़ता है। इसलिए, पर्यावरण संरक्षण के लिए सभी हितधारकों से पर्यावरण संरक्षण और टिकाऊ विपणन के लिए नवीन विकल्पों को अपनाने के वास्ते एक जिम्मेदार व्यवहार की आवश्यकता है। 1991 से किए गए आर्थिक सुधारों ने उल्लेखनीय परिणाम दिए हैं, जिनकी बदौलत आज भारत उभरते बाजारों में सबसे रोमांचक संभावनाओं में से एक है। पर्यावरणीय क्षरण की कीमत पर मुनाफा कमाना कंपनियों का मुख्य उद्देश्य नहीं हो सकता। इसी तरह, भारत में उपभोक्ता भी जलवायु परिवर्तन, वायु और जल प्रदूषण की समस्याओं के स्वास्थ्य खतरों को देख रहे हैं। उपभोक्ताओं के रूप में हम एक स्थायी उपभोक्ता बनकर पर्यावरण को बचाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं।

एक वैश्विक अध्ययन में पाया गया कि 66 प्रतिशत उपभोक्ताओं ने कहा कि वे स्थायी ब्रांडों के लिए अधिक भुगतान करने के लिए तैयार हैं। कॉन्स्यूमर्स रीसाइक्लिंग, प्लास्टिक के उपयोग को कम करने, उत्पादों का पुनः उपयोग, खाद्य अपव्यय को कम करने और अस्थिर उत्पादों को त्याग कर अपनी जीवन शैली में बदलाव कर सकते हैं।

इस प्रकार, स्थायी खपत एक प्रणालीगत चुनौती बन जाती है। व्यवसाय, सरकारें, नागरिक समाज और उपभोक्ता सभी परिवर्तन को प्रभावित करने की शक्ति रखते हैं, कभी-कभी ऐसे तरीकों से जिन्हें पारंपरिक रूप से उनकी भूमिका नहीं माना जाता है। उपभोक्ताओं को निरंतर जीवन जीने के लिए एक नैतिक जिम्मेदारी महसूस हो सकती है, हालांकि वे सरकारी, गैर-सरकारी संगठनों और उन व्यवसायों से प्रभावी सहयोग के बिना ऐसा नहीं कर सकते हैं जिनके साथ उनका परस्पर व्यवहार होता है। व्यवसायों, सरकारों और नागरिक समाज को इन मूल्यों के साथ जोड़ा जाना चाहिए क्योंकि वे व्यक्तियों के खर्च और समर्थन पर निर्भर करते हैं। अधिक टिकाऊ समाज और अर्थव्यवस्था की अनुमति देने के लिए समाज के भीतर कुछ गुणात्मक परिवर्तन होने चाहिए, जिनमें कुछ नीचे दिए गए हैं:-

<b>मूलभूत</b>	<b>वांछित</b>
इगोसेंट्रिक (मुझे पहले)	अल्ट्रिस्टिक (अन्य पहले)
रुढ़िवादी	बदलने के लिए तैयार
अपव्ययी	अल्पव्ययी
भौतिकतावादी	परवर्ती भौतिकतावादी
टेक्नो सेंट्रिक (प्रौद्योगिकी का बेहतर जानकार)	इको सेंट्रिक (प्रकृति को बेहतर समझने वाला)
मानवविज्ञान (मानव केंद्रित)	जैव केंद्रित (सभी प्रजातियों पर ध्यान केंद्रित)

### सतत् उपभोग को लागू करने की चुनौतियां

उपभोग को बाजार अर्थव्यवस्था में चीजें बनाने का कारण माना जा सकता है। खपत, प्राकृतिक संसाधन उपयोग और पर्यावरण के क्षरण के बीच एक कारण संबंध है। स्थायी उपभोग के कार्यान्वयन के लिए कुछ अन्य चुनौतियां हैं, तेजी से जनसंख्या वृद्धि, तकनीकी परिवर्तन और बढ़ती संपन्नता जैसा कि भारत में

## विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस



मध्यम वर्ग के उदय में देखा गया है। इसे आईपीएटी अर्थात् प्रभाव, जनसंख्या, सम्पन्नता, प्रौद्योगिकी के सूत्र के माध्यम से व्यक्त किया जा सकता है:

**प्रभाव=जनसंख्या\*सम्पन्नता\*प्रौद्योगिकी**

**1. जनसंख्या:** जनसंख्या पृथ्वी पर रहने वाले लोगों की कुल संख्या है। विश्व की विशाल आबादी एशिया में रहती है, विशेष रूप से चीन और भारत में। भारत दुनिया का दूसरा सबसे अधिक आबादी वाला देश है, जहां दुनिया की आबादी का लगभग पांचवां हिस्सा है। एक सदी के दौरान वैश्विक जनसंख्या में तीन गुना वृद्धि हुई है, जो 2 अरब से बढ़कर 6 अरब पर पहुंच गयी है। भारत की जनसंख्या में इसी अवधि में लगभग पांच गुना बढ़ोतरी हुई, जो 23 करोड़ से बढ़कर 1 अरब को पार कर गई। भारत की मौजूदा वार्षिक आबादी वृद्धि 1.55 करोड़ है, जो संसाधन बंदोबस्ती और पर्यावरण के संरक्षण के प्रयासों को बेअसर करने के लिए पर्याप्त है।

**2. समृद्धि:** भारत में जीवनशैली को पारंपरिक प्रथाओं द्वारा नियंत्रित किया गया था। लेकिन बढ़ती क्रय शक्ति के साथ, अत्यधिक उपभोग-बाजार-संचालित उपभोक्तावाद भारत के संसाधन आधार पर दबाव डाल रहा है। संयुक्त परिवार प्रणाली का टूटना भी भारत के लिए एक चुनौती है क्योंकि हमारी सांस्कृतिक प्रथाओं को एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी में आसानी से स्थानांतरित किया गया था। तेजी से बढ़ता सॉफ्टवेयर क्षेत्र सेवा निर्यात को बढ़ावा दे रहा है और भारत की अर्थव्यवस्था को आधुनिक बना रहा है।

**3. प्रौद्योगिकी:** आधुनिक समुदायों में प्रौद्योगिकी हर जगह मौजूद है। प्रौद्योगिकी में कौशल, प्रक्रियाएं, तकनीकी विधियां, उपकरण और कच्चे माल शामिल हैं। एक ओर प्रौद्योगिकी का सकारात्मक प्रभाव पड़ता है, जैसे कार हमें इधर-उधर जाने और माल लाने में मदद करती है। दूसरी ओर, इसका नकारात्मक प्रभाव पर्यावरण पर पड़ता है। अधिकांश प्रौद्योगिकियां पारिस्थितिकी पर्यावरण पर विचार किए बिना आर्थिक प्रभाव के लिए पहले डिजाइन की गई थीं। भविष्य में पारिस्थितिकी और उत्पादों की खरीद के बाद उपयोग और निपटान नई तकनीकों के डिजाइन में एक महत्वपूर्ण उपकरण बन जाएगा, जैसे कि ईंधन कुशल कारें, ऊर्जा सक्षम भवन, ऊर्जा कुशल घर।

### भारत में उपभोक्ता अधिकार

उपभोक्ता आजकल पैसे के लिए मूल्य की तलाश करते हैं, और खरीदे गए उत्पाद या सेवा को उचित अपेक्षाओं को पूरा करना चाहिए, उपयोग में सुरक्षित होना चाहिए और उत्पाद विनिर्देश का पूर्ण खुलासा होना चाहिए। इन अपेक्षाओं को 'उपभोक्ता अधिकार' कहा जाता है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम में उपभोक्ताओं के लिए उपलब्ध छह उपभोक्ता अधिकारों का उल्लेख किया गया है जिनमें सुरक्षा का अधिकार, सुनवाई का अधिकार, चुनने का अधिकार, शिकायत निवारण और उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार शामिल है। बुनियादी जरूरतों का अधिकार और स्वस्थ और निरंतर पर्यावरण का अधिकार भारतीय उपभोक्ताओं के लिए उपलब्ध अंतिम दो उपभोक्ता अधिकार हैं। बुनियादी जरूरतों का अधिकार सभी उपभोक्ताओं के लिए भोजन, पानी और आश्रय तक पहुंच मानता है। इन मूलभूत सुविधाओं के बिना, जीवन का अस्तित्व नहीं हो सकता। जब किसी व्यक्ति को बुनियादी जरूरतों के अपने अधिकार से वंचित कर दिया जाता है, तो अन्य सभी अधिकारों के प्रावधान निरर्थक हो जाते हैं। इसी प्रकार, बुनियादी जरूरतों का अधिकार एक महत्वपूर्ण अधिकार है जो संयुक्त राष्ट्र द्वारा विकासशील देशों के उपभोक्ताओं के लिए एक सामान्य जीवन जीने के लिए प्रदान किया गया है।

एक स्वस्थ और निरंतर पर्यावरण का अधिकार सभी उपभोक्ताओं का आह्वान करता है कि वे न केवल वर्तमान बल्कि भविष्य के बारे में सोचें और

स्थायी उपभोग और विकास की दिशा में काम करें। पर्यावरण संरक्षण की आवश्यकता को जीवन-स्तर की बिगड़ती गुणवत्ता के खिलाफ एक आवश्यक रक्षा के रूप में देखा जाता है। हम सभी दूषित भोजन और पानी की आपूर्ति, कीटनाशक युक्त भोजन, मिलावटी दूध और वाहनों से निकलने वाले धुएं के शिकार हैं। प्रदूषित वातावरण के कारण बच्चे अक्सर बीमार पड़ जाते हैं, यह उपभोक्ताओं के लिए स्वास्थ्य लागत और असुविधा को बढ़ाता है। प्रदूषित वातावरण और रहने की स्थिति के कारण मूल्यवान संसाधन और मानव-श्रम दिवसों की हानि होती है। उपभोक्ता को यह समझने की आवश्यकता है कि केवल सुरक्षित वातावरण ही उनके उपभोक्ता अधिकारों की पूर्ति सुनिश्चित कर सकता है।

ऑनलाइन खरीदारी करने वाले उपभोक्ता भी दोषपूर्ण या घटिया उत्पाद या सेवा देकर या झूठे और भ्रामक विज्ञापनों द्वारा ऑनलाइन पोर्टल द्वारा धोखा दिये जाने की स्थिति में इन उपभोक्ता अधिकारों का लाभ उठा सकते हैं और उपभोक्ता आयोगों में शिकायत कर सकते हैं।

### उपभोक्ता शिक्षा और सशक्तिकरण

उपभोक्ता तब सशक्त होते हैं जब वे अपने अधिकारों और दायित्वों को जानते हैं और उनका बचाव करने में सक्षम होते हैं। आज उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकारियों के लिए सर्वोच्च प्राथमिकता उपभोक्ताओं को शिक्षित करना है और बाजार में व्यवसायों और उपभोक्ता के बीच निहित सूचना विषमता को संतुलित करना है। उपभोक्ता शिक्षा को कई हितधारकों की भागीदारी की आवश्यकता है, जैसे कि उपभोक्ता संरक्षण और शिक्षा प्राधिकरण, व्यवसाय और उपभोक्ता संगठन, शिक्षाविद्, और मीडिया। डिजिटल क्रांति ने फिनटेक से पर्यटन तक उपभोक्ता शिक्षा के लिए कई नए मुद्दों को उठाया है। साथ ही, कमजोर और वंचित उपभोक्ताओं को विशिष्ट शिक्षा रणनीतियों की आवश्यकता होती है।

उपभोक्ताओं को सशक्त बनाना एक जटिल कार्य है जिसके लिए सरकारी नीतियों के साथ-साथ अच्छी व्यावसायिक प्रथाओं और शिकायत निवारण प्रणाली की उपलब्धता की आवश्यकता होती है। वर्तमान में विभिन्न उपाय हैं जिनका उद्देश्य बाजार में उपभोक्ता सशक्तिकरण को मापना है ताकि अधिक साक्ष्य-आधारित नीति बनाने की अनुमति दी जा सके और उपभोक्ता संरक्षण प्रयासों के प्रभाव को बढ़ाया जा सके।

उपभोक्ता मामलों के विभाग द्वारा चलाए गए 'जागो ग्राहक जागो' अभियान उपभोक्ताओं को उनके अधिकारों और कर्तव्यों के बारे में शिक्षित करने और बेचने वाले द्वारा धोखा दिए जाने पर शिकायत निवारण करने की व्यवस्था के जरिए उन्हें सशक्त बनाने का आंदोलन है। यह उपभोक्ताओं को बाजार में स्मार्ट खरीदारों के रूप में कार्य करने के तरीके के बारे में भी जागरूक करता है। उपभोक्ताओं को यह याद रखना चाहिए कि वे अपने अधिकारों का तभी उपयोग कर सकते हैं जब वे अपनी जिम्मेदारियों को पूरा करने के लिए तैयार हों। एक कर्तव्यनिष्ठ उपभोक्ता के रूप में हमें कचरे को कम करना चाहिए, उत्पादों का पुनः उपयोग और पुनर्चक्रण करना चाहिए और टिकाऊ उपभोग के संदर्भ में सोचना चाहिए। कई इलेक्ट्रॉनिक आइटम जैसे कि पुराने मोबाइल फोन, टिकाऊ उत्पाद, पुराने लैपटॉप उपभोक्ता के घर पर पड़े हुए हैं, क्योंकि वे जिस तकनीक में बदल गए हैं, वह बेमानी हो गई है। उपभोक्ता को निर्माता से संपर्क करने का प्रयास करना चाहिए और पूछना चाहिए कि उन्हें कैसे पुनर्नवीनीकरण या पुनः उपयोग किया जा सकता है। हमें इस बात के बारे में भी सचेत रहना चाहिए कि हम भारी बिक्री और मुफ्त के उपभोक्ताओं के साथ क्या करें।

(लेखक कमला नेहरू कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय में शिक्षक हैं। ईमेल: sheetal\_kpr@hotmail.com)

व्यक्त विचार व्यक्तितगत हैं।

(चित्र: गूगल के सौजन्य से)