



વર્ષ : ૩૫

અંક : ૧૧

ફેબ્રુઆરી - ૨૦૦૯

સળંગ અંક : ૬૯૮

Vol. XXXV

No. XI

મુખ્ય તંત્રી (ઈન્ચાર્જ)

આકાશ લક્ષ્મણ

ગુજરાતી આવૃત્તિના

મનીષા વર્મા

જોઈન્ટ ડાયરેક્ટર

ડેપ્યુટી ડાયરેક્ટર

અમિતા મારુ

તંત્રી

ભરત દેવમણિ

આયોજન અને વિકાસને વાચા આપતું આ માસિક ગુજરાતી, અંગ્રેજી, આસામી, તામિલ, તેલુગુ, બંગાળી, મલયાલમ, ઉર્દૂ, હિંદી, કન્નડ, પંજાબી અને ઉડિયા ભાષામાં પ્રકાશિત થાય છે.

યોજનામાં પ્રગટ થતા લેખોમાંના મંતવ્યો લેખકના પોતાના છે. તેના સાથે તંત્રી સહમત છે એમ માની લેવું નહીં.

યોજનાના લેખો સાભાર નોંધ સાથે પુનર્મુદ્રિત કરી શકાય છે.

છૂટક નકલ

રૂ. ૧૦-૦૦

વાર્ષિક લવાજમ

રૂ. ૧૦૦-૦૦

બે વર્ષ

રૂ. ૧૮૦-૦૦

ત્રણ વર્ષ

રૂ. ૨૫૦-૦૦

લવાજમની રકમ "S.B.I. A/c. No. 515-08-10, Yojana (Guj.) ના નામે મની ઓર્ડર/બેંક ડ્રાફ્ટથી મોકલી શકાશે. લવાજમ મોકલવાનું સરનામું :

યોજના કાર્યાલય

અંબિકા કોમ્પ્લેક્ષ, યુ.કો. બેંકની ઉપર,

પાલડી ચાર રસ્તા પાસે,

અમદાવાદ - ૩૮૦ ૦૦૭.

૦૭૯-૨૬૫૮૮૬૬૯ (કાર્યાલય)



● ગ્રાહક સુરક્ષા : કાયદાનો અમલ અને અદાલતો	પુષ્પા ગિરીમાજુ	૨
● ભારતમાં ગ્રાહક સુરક્ષા અને જાગૃતિ : સમસ્યાઓ અને પડકાર	પ્રો. એમ. સી. પોલ	૫
● ગ્રાહક સંરક્ષણ : રાષ્ટ્રીય નીતિનું માળખું	શ્રી યશવંત ભાવે	૮
● ગ્રાહકોના અધિકાર અંગેના કાયદાની સુવિધા	માલતી પટેલ	૧૨
● સક્ષમ સેવા પૂરી પાડવા માટે વ્યવસ્થાપનમાં ગ્રાહકની ભાગીદારી	ડો. જયપાલ સિંઘ	૧૪
● 'જગો ગ્રાહકો જગો' શું આટલું પુરતું છે ?	હર્ષદ રાવલ	૧૬
● જગો ગ્રાહક જગો	ડો. એમ. એમ. વ્યાસ	૧૯
● ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિમ-૧૯૮૬	હિંમત સેજલીયા	૨૨
● જાહેર ખબરોમાં ભ્રમણા અને ગ્રાહક	ડો. એચ. એ. હસન	૨૫
● ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર	રાજેશ મહેતા	૨૮
● સેવાક્ષેત્ર અને ગ્રાહક સુરક્ષા	કપિલ દવે	૩૧
● વિજ્ઞાપનનાં કાયદાકીય અને નૈતિક પાસાં	ડો. શિતલ કપૂર	૩૩
● બજારચાલકબળો અને જિંદગી વચ્ચેની કશ્મકશ	ચંદ્રકાન્ત ચૌહાણ	૩૭
● ગ્રાહકોના રક્ષણનો કાયદો	એમ. કે. સીંઘ	૩૯
● નવા વિશ્વમાં નૂતન ભારત	ડો. ફરીદ ઝકરીઆ	૪૩
● વૈશ્વિક મંદી વચ્ચે ભારતનું ભાવિ ઉજ્જવળ	એસ. સેથુરામન	૪૬
● ગ્રામિણ શાળાનાં બાળકોને શુદ્ધ-સલામત પીવાનું પાણી	પ્રકાશ લાલા	૪૮
● જે કર મુલાવે પારણું, તે જગત પર શાશન કરે	પદ્મા ફડિયા	૫૦
● પુસ્તક	યશવંત કડીકર	૫૨



● આવરણ ડિઝાઇન	સંતોષ વર્મા -----	૧
● લોકમાહિતી ઉત્સવ	-	૨
● યોજના જાહેરાત	-	૩
● પ્રકાશન વિભાગના ગુજરાતી પુસ્તકો	-	૪

Website Address

: www.yojana.gov.in

E-mail Address

: (a) dpd@sb.nic.in (b) dpd@hub.nic.in

ગ્રાહક સુરક્ષા : કાયદાનો અમલ અને અદાલતો

- પુષ્પા ગિરીમાજી

વેપારનું નીતિશાસ્ત્ર કહે છે, ‘ગ્રાહક રાજા છે તો ગાંધીજીએ ગ્રાહકને સૌથી મહત્વના મહેમાન તરીકે ઓળખાવેલો’ “રાજા” ને છેતરાતો અટકાવવા માટે ગ્રાહક સુરક્ષાનો કાયદો ઘડી કાઢી દેશભરમાં ગ્રાહક અદાલતોની સ્થાપના કરી છે. છતાં વેપારમાં મહેમાન ને કૂટી નાખવાનું ચલણ બંધ થયું નથી. છુટક વેપારીની નફા લાલસા તો હજુ સમજાય, ૫ સરકારી વિમા કંપનીઓ પોલીસી ખરીદનાર “રાજા” ને ધક્કે ચઢાવે ત્યારે ગ્રાહક સુરક્ષાનો બંદોબસ્ત ગોઠવવા માટે સરકારે ગોઠવેલા તંત્રની વિશ્વસનિયતા જોખમમા આવે છે. અમદાવાદની સત્ય ઘટના જાણસો તો આ વાત સમજી શકશે. ટેલિવિઝન ખરીદનાર ગ્રાહક પાસે હોલ્ડર પોલીસી હતી, જે હેઠળ નુકશાન વળતર ચુકવવામાં ન્યુ ઈન્ડિયા એન્સ્યોરન્સ

કંપનીએ ઠાગા ઠેયા કર્યા, પરિણામે દુઃખી ગ્રાહક અદાલતમાં ઢસડી ગયો. ગ્રાહક અદાલતમાં ગ્રાહકે કારણોવશ પોતાના નામે કેસ દાખલ કરવાના બદલે પોતાના માતાપિતાને પાવર ઓફ એટર્ની આપી તેમના નામે દાખલ કરાવ્યો.

વિમા કંપનીને ફટકાર પડશે તેવી આશા સાથે ગ્રાહક અદાલતમાં અરજી દાખલ કરનાર આ ગ્રાહકને જ્યારે સુનવણી શરૂ થઈ ત્યારે વીજળીનો ઝાટકો લાગ્યો. બંને પક્ષકારોના બયાન જાણ્યા બાદ ગ્રાહક સુરક્ષા ધારા હેઠળ કેસનો ચુકાદો આપવાના બદલે અદાલત વાદીએ કોડ ઓફ સિવિલ પ્રોસિજર્સ હેઠળ આપેલ પાવર ઓફ એટર્ની સાચું છે? ગ્રાહ્ય રાખી શકાય? તેવા મુદ્દા ઉપર ચર્ચા ગઈ. કુદરતી ન્યાયના સિદ્ધાંત પ્રમાણે ગ્રાહકના હિતમાં ચુકાદો આપવાને બદલે છેક રાજ્યકક્ષાના ફોરમમાં અપીલ તરીકે દાખલ થઈ. જ્યાં

પણ ચુકાદો ગ્રાહકની વિરૂદ્ધમાં આવ્યો. છેલ્લે નેશનલ કન્સ્યુમર ડિસ્પ્યુટ્સ રીઝીસલ કમિશન પાસે કેસ ગયો, જેણે તમામ નીચલી અદાલતોના ચુકાદાને રદ કરી વિમા કંપનીને વ્યાજ સાથે રૂ. ૧૦ હજાર નો ક્લેમ ચૂકવી આપવા માટે હૂકમ કર્યો. જાન્યુઆરી ૨૦૦૩, નો આ ચુકાદો સાબીત કરે છે કે ઘણી વખત નિતિનિયમોના વળગણમાં ગ્રાહક ભીંસાતો જાય છે.

ગ્રાહક અદાલતકે દિવાની અદાલત ?

ગ્રાહક ફરિયાદ નિવારણ ફોરમ તરીકે જેની રચના થઈ તેવી ગ્રાહક અદાલતોએ તમામ સ્તરે ગ્રાહકનું હિત ધ્યાનમાં રાખી કાર્યવાહી ચલાવવાની છે. દિવાની અદાલત માફક નહીં, તેવી સ્પષ્ટતા ૨૦ વર્ષ અગાઉ થઈ હોવા છતાં આ વાત અટકી નથી. ૧૯૮૬થી અમલમાં હોવા છતાં ગ્રાહક સુરક્ષા ધારા

(પુષ્પા ગિરીમાજી, ગ્રાહક અધિકાર વિશેના પ્રખર ચળવળકાર તથા કટાર લેખક છે.)

હેઠળ ન્યાય આપવાનું તંત્ર ગોઠવાયું નથી, તે દુઃખદ બાબત છે. વી.પી. પંત વિરૂદ્ધ દિલ્હી ડેવલપમેન્ટ ઓથોરીટી ના કેસમાં સ્પષ્ટ તારણ અપાયેલું કે ગ્રાહક અદાલતો એ સિવિલ પ્રોસિજર કોડ હેઠળ દિવાની અદાલત તરીકે કાર્ય કરવાનું નથી. અભણ, ગરીબ, તથા નિઃસહાય ગ્રાહકો વકીલની મદદ લીધા વગર ન્યાય મેળવી શકે તે માટે કાયદાની કલમ, પ્રક્રિયા, તથા કાર્યવાહી સાવ સરળ રાખવામાં આવ્યા છે. શંકર પ્રસાદ વિરૂદ્ધ પિયરલેસ જનરલ ફાયનાન્સ ઈન્વેસ્ટમેન્ટ કંપનીના કેસમાં પણ નીચલી અદાલતોને સલાહ આપવામાં આવેલી કે નિતિનિયમોની ભાંજગડ માં પડ્યા વગર, વિધીનો વધુ પડતો આગ્રહ રાખ્યા વગર ગ્રાહક અદાલતોએ કાર્ય કરવું જોઈએ. આજે ૨૦ વર્ષ પછી પણ આ વાત નીચલી અદાલતોને યાદ કરાવવી પડે તે દુઃખદ વાત છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા હેઠળ ફરિયાદ નિવારણ તંત્ર એટલું સરળ રાખવાની વાત અભિપ્રેત હતી કે જેથી સામાન્ય માણસ પણ સાદી અરજીના આધારે વકિલ પાછળ ખર્ચ કર્યા વગર ન્યાય મેળવી શકે. પરંતુ આજે આવો કેસ દાખલ કરવો તથા ચલાવવા જટીલ બનતા વકિલની મદદ લીધા વગર છુટકો નથી, પરિણામે છેતરાયેલા 'ગ્રાહક રાજા'એ વકિલનો ભાર પણ ઊપાડવો પડે છે.

ન્યાયમાં વિલંબ એટલે ઈન્કાર ગણાય

ગ્રાહક અદાલત કાંઈ દિવાની અદાલત નથી કે તેમાં વારંવાર મુદત પાઠવામાં આવે છે. અર્ધ ન્યાયિક ફોરમ હોવાથી ગ્રાહકની ફરિયાદનો લાંબી વિધિ અદાલતી કાર્યવાહી સ્વરૂપે કરવાને બદલે સમરી ટ્રાયલ માફક ફટાફટ ચૂકાદો આપી દેવો જોઈએ, પરંતુ કમનસીબે આવું કાંઈ

થતું નથી, રાજ્ય સરકારો પણ ગ્રાહક અદાલતમાં પ્રમુખ તથા સભ્યોની જગ્યા ભરવા માટે એટલી જ ઉદાસીન માલૂમ પડી છે કે ન્યાયની પ્રક્રિયામાં વિલંબ જ આવ્યા કરે છે, જે કાયદો ઘડવાના મૂળભુત હેતુને મારી નાંખે છે. મહારાષ્ટ્રના ૧૩૦ ખેડૂતોએ કપાસનું ખરાબ હાઈબ્રિટ બિયારણ પધરાવનાર કંપની સામે ૧૯૯૩ માં નુકશાન વળતરનો દાવો દાખલ કરેલો, જનો ચૂકાદો ૧૪ વર્ષ પછી તા. ૭-૮-૨૦૦૭ના રોજ આવ્યો હતો. ફસલની સફળતા અને નિષ્ફળતાનો સીધો સંબંધ ખેડૂતોની આર્થિક જીવાદોરી ઉપર હોવાથી દિવાની અદાલતને બદલે તેમણે ઝડપથી ચૂકાદો પ્રાપ્ત કરવા ગ્રાહક અદાલત પસંદ કરી તો ૧૪ વર્ષ લાગ્યા. બિયારણ ખરાબ હોઈ વાવેતર નિષ્ફળ જાય તો બીજી મૌસમ માટે ખેડૂતને ફરીથી નાણાં જોઈએ, તે ક્યાંથી લાવે ?

ગ્રાહક સુરક્ષા કાદયાની કલમ ૧૩ (૩)એ સ્પષ્ટ કહે છે કે ફરિયાદનો નિકાલ ૩ માસમાં થઈ જવો જોઈએ અને જ્યાં ચીજવસ્તુના વૈજ્ઞાનિક પરિક્ષણની વાત હોય ત્યાં પાંચ મહિનામાં કેસ પુરો થવો જોઈએ. અદાલતોની માફક અહીં પણ મુદત પાડવાની પ્રથા વિકસી હોવાથી આ જોગવાઈનો ખુલ્લેઆમ ભંગ થઈ રહ્યો છે, પરિણામે કેન્દ્ર સરકારે આ કાયદામાં ૨૦૦૩ માં સુધારો કરી અનિવાર્ય સંજોગો સિવાય મદત પાડવા સામે મનાઈ ફરમાવી છે, પણ ક્યાંય સુધારો દેખાતો નથી. શ્રી ભાગીસાહેબ દતારામ પાટીલ નામના ગ્રાહકે ટેલિવિઝન સેટ ખરાબ હોવા અંગે દાખલ કરેલી ફરિયાદનો નિકાલ આવતા ૧૩ વર્ષ લાગ્યા હતા. આમાં વેપારીને ગ્રાહક અદાલતનો ડર ક્યાંથી લાગે ? ૧૯૯૩માં શ્રી પાટીલે ગ્રાહક અદાલતમાં ફરિયાદ નોંધાવી તો વેપારી ૧૩-સી

માંજોગવાઈ હોવા છતાં એક વર્ષ સુધી સંતાકુકડી ચાલી અને ૧૯૯૪માં અદાલતે હુકમ કર્યો કે વેપારીએ રીફંડ આપવું અથવા ટેલિવિઝન સેટ રીપેર કરી આપવો. પરંતુ વેપારીએ હુકમનો અમલ કરવાની ગ્રાહકને સ્પષ્ટ ના સુણાવી. ગ્રાહક શ્રી પાટીલે હવે ઓગસ્ટ ૧૯૯૪માં જિલ્લા અદાલતમાં અપીલ દાખલ કરી જેમાં વેપારીને ત્રણ માસની સાદી કેદ તથા રૂ.૫૦૦૦ નો દંડ ફટકારવામાં આવ્યો. બેફિકર અને બેદરકાર વેપારીને અચાનક કેસની ગંભીરતા સમજાતા સજાથી બચવા માટે મહારાષ્ટ્ર સ્ટેટ કન્ઝ્યુમર ડિસ્પુટ રીડ્રૂસલ કમિશનમાં અપીલ દાખલ કરી દીધી, જેણે ગ્રાહક અને નીચલી અદાલતના હુકમની અવગણના કરનાર વેપારીને ત્વરિત પાઠ ભણાવતો ચૂકાદો આપવાને બદલે ઊંડાણથી ચર્ચામાં સરી જવું પસંદ કર્યું કે ગ્રાહક અને છુટક વેપારી જેવો સંબંધ ગ્રાહક સર્વિસ પ્રોવાઈડર વચ્ચે હોય છે કે નહીં? ફરીથી ગ્રાહક અહીં પણ હાર્યો.

અંતે શ્રી પાટીલે રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક અદાલત માં અપીલ કરી, જ્યાં મે, ૩૦ ૨૦૦૬ના રોજ ચૂકાદો આપ્યો કે રાજ્ય અદાલતનો હુકમ કાર્યક્ષેત્ર બહારનો હોવાથી રદ કરવામાં આવે છે. એ જિલ્લા અદાલતે ફરીથી વેપારીને તેના જૂના હુકમનું પાલન કરવાની તક આપવી. બોલો, ૧૯૯૩ થી શરૂ થયેલી વાત ૨૦૦૬માં ફરીથી ત્યાંને ત્યાં આવીને ઉભી રહી. ગ્રાહકનો ક્યાં વાંક કાઢવો? બીજા એક કેસમાં બેકાર યુવાને પ્રધાનમંત્રી રોજગાર યોજના હેઠલ ટ્રક ખરીદવા માટે મંજૂર થયેલી લોનની રમક બેંકમાંથી છૂટી કરાવવા માટે ૧૯૯૮માં ગ્રાહક અદાલતમાં અરજી કરેલી, જેનો નિકાલ ૨૦૦૭માં આવ્યો ત્યારે યોજના પણ પુરી

થઈ ગયેલી. ગ્રાહક અદાલતે રૂ.૧૦૯૪૨નું વળતર મંજૂર કરી સ્ટેટ બેંક ઓફ ઈન્ડિયાના અધિકારીઓ સામે કશા પગલા ભર્યા વગર જમા કર્યા હતા.

વળતરનું પ્રમાણ નોંધપાત્ર બનાવો

૧૯૮૬માં ગ્રાહક ખરડો સંસદમાં રજૂ કરતી વખતે સરકારે સ્પષ્ટતા કરી હતી કે આ કાયદાની પ્રકૃતિ નુકશાન ભરપાઈ આપવા ઉપર ભાર મુકે છે, અન્ય કાયદાઓ માફક તેનો હેતુ દંડ ફટકારવાનો નથી. ગ્રાહકોના હિતોની રક્ષા કરવાની સાથે ઉત્પાદકો, વેપારીઓ તથા સર્વિસ પ્રોવાઈડર પેઢીઓમાં ગ્રાહકનું હિત જાળવવાની ભાવના કાયદા પાલન વડે કરાવવાની પણ આ ખરડામાં ભાવના રજૂ કરવામાં આવી હતી. ઝડપથી ન્યયા તોળવો, ગ્રાહકને બચાવવો, નુકશાન વળતર વડે તેની ખોટ ભરપાઈ કરવી જેવા ઉમદા હેતુઓ પણ ત્યારે વર્ણવામાં આવેલા.

વાસ્તવમાં ગ્રાહક અદાલતો અરજીનો ચુકાદો આપતા ખુબ સમય લગાડે છે. અને પછી નુકશાન વળતરની નજીવી રકમનો હુકમ કરે છે. લખનૌ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરીટી વિરૂદ્ધ એમ.કે. ગુપ્તા ના કેસનો ૫-૧૧-૧૯૮૮ના રોજ ચુકાદો આપતા સ્વોચ્છ અદાલતે ઠરાવેલું કે નુકશાન વળતરની ગણતરી મુક્તી વખતે અદાલતે બેવડા હેતુ સિદ્ધ કરવા જોઈએ. ગ્રાહકનું નુકશાન ભરપાઈ કરતી રકમ એટલી મજબૂત હોવી જોઈએ કે તેને રંજાડનાર ઉત્પાદક/વેપારીને જબરો દંડ વેઠવો પડ્યો હોય તેવું લાગે. આવો કેસ જોઈ અન્ય વેપારીઓ પણ ફફડે તેવી અસર પેદા થવી જોઈએ. કમનસીબે, મોટાભાગના કેસમાં નીચલા સ્તરે આવું કશું બનતું નથી.

શ્રી ડી.ડી. ત્રીખા એવા ડોક્ટરના

ગ્રાહક પેશન્ટ બનેલા જેણે કેથેટરાઈઝેશનમાં બેદરકારી દાખવતા મુત્રપિંડમાં કાયમી નુકશાન થયેલું. નઠારા ડોક્ટરને પાઠ ભણાવવા શ્રી ત્રીખાએ જિલ્લા ગ્રાહક અદાલતમાં અરજી કરી તો લાંબી મુદત પાડવાની ત્રાસદાયક ગતિવિધિ બાદ અદાલતે ડોક્ટરને રૂ. ૨૦,૦૦૦ જેવી મામુલી રકમ ચુકવવાનો આદેશ આપ્યો. ૧૯૮૩માં શરૂ થયેલો આ કેસ શ્રી ત્રીખા રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક અદાલત સુધી લઢ્યા અને ૨૦૦૧માં ચુકાદો આવ્યો કે ડોક્ટરે ૧૨ ટકા વ્યાજ સાથે રૂ. ૧.૨૦ લાખ ચુકવી આપવા. અન્ય એક રસપ્રદ કેસ, શ્રી.એસ સોમસુંદરમ્ વિરૂદ્ધ શ્રી ચકવર્તિ ઈન્ટરનેશનલ મેટ્રિક્યુલેશન અકાદમીમાં શાળાના મેદાનમાં ખાળકૂવો ખુલ્લો રાખવાની બેદરકારીને કારણે તેમાં વિદ્યાર્થીનું ડૂબી જવાથી મોત થવા બદલ જિલ્લા અદાલતે માંડ રૂ. ૧૦,૦૦૦ નું વળતર મંજૂર કરેલું. સર્વોચ્ચ ગ્રાહક અદાલતે મૃત બાળકના માતાપિતાને ૬ ટકા વ્યાજ સાથે રૂ. ૨ લાખનું વળતર અપાવ્યું હતું. આવા કેસની યાદી ઘણી લાંબી છે. પરંતુ કહેવાનું તાત્પર્ય એટલું કે ગ્રાહકે વેઠેલા આર્થિક, શારિરીક તથા માનસિક ત્રાસની તુલનામાં વળતરનું પ્રમાણ નગણ્ય હોવાથી ઉત્પાદકો કે વેપારીઓ આ કાયદાને ગંભીરતીથી લેતા નથી, ગાંઠતા નથી. આ પરિસ્થિતિ સત્વરે દૂર થવી જોઈએ.

તો શું કરવું ?

ગ્રાહકોના રક્ષણ માટે સરકારે ઘડેલા ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદો સાફ નિષ્ફળ ગયો છે. તેવું તારણ કાઢવા માટે અહીં કેસ રજૂ કર્યા નથી, ક્યાંક સારૂ કામ પણ થયું છે. ન્યાય વ્યવસ્થા સાથે ગ્રાહકોના હિતો માટે સમાંતર ન્યાય પ્રણાલી ઉભી કરતો આ

કાયદો વિશ્વમાં બેજોડ ગણાય છે. ગ્રાહક ચળવળના પરિપાક તરીકે ઘડાયેલા આ કાયદાનો અમલ શરૂ થયો ત્યારથી નવેમ્બર-૨૦૦૮ સુધીમાં ૩૧ લાખ ફરિયાદોનો વિવિધ સ્તરની ગ્રાહક અદાલતો દ્વારા નિકાલ કરવામાં આવ્યો છે અને હજુ ૨૫૬૨૧૯ કેસ પેન્ડિંગ છે. ગ્રાહક અદાલતો કડક હાથે ઝડપી ન્યા આપે, અન્યથા ગ્રાહકોને આ પ્રથામાંથી વિશ્વાસ ઊઠી જશે.

રાજ્ય સરકારોએ ગ્રાહક અદાલતોની કામગીરી ઉપર નજર રાખી તેમને તમામ મદદ તાકીદે પુરી પાડવાની જરૂર છે. કુલ ૬૦૮ જિલ્લા અદાલતો પૈકી ૪૨ અદાલતો એવી છે જેમાં મુખ્ય અધિકારી (પ્રમુખ) ની નિમણૂક થયેલી નથી. માલ તથા સેવાની કિંમત રૂ. ૧ લાખથી વધુ હોય તો જ અપીલમાં જવા દેવાની છુટ મળે તેવી કાયદામાં જોગવાઈ કરવાની જરૂર છે, જેથી ઝડપી નિકાલ થાય અને કેસનો ભરાવો થતો અટકે.

ગરીબ નાગરિકોની મહેનતની કમાણીમાંથી ખરીદેલી વસ્તુ કે સેવા ખરાબ હોય કે તેની છેતરપિંડી થાય ત્યારે તેની મનો સ્થિતિમાં જન્મતી લાચારી સમજી શકાય તેવી હોય છે. ગ્રાહક અદાલતો એ વિધિ વિધાન અને નિયમાવલીનું પાલન જડતા લાગે તેટલી હદે કરાવવાને બદલે સંવેદનશીલ બનવાની જરૂર છે. ગ્રાહક અદાલતના પ્રમુખ તથા અન્ય અધિકારીઓની કામગીરીનું ઓડિટ થવું જોઈએ તેવી લાગણી પણ થવી જોઈએ. કાયદાનો ભય વેપારીને પાલન કરવા માટે મજબૂર કરે તેવી પરિસ્થિતિ નિર્માણ કરવા કરતા વેપારી તથા ઉત્પાદક કાયદાનું સન્માન કરતા થાય તેવું વાતાવરણ ઉભુ કરવું જોઈએ તેવી સમયની માગ છે.



ભારતમાં ગ્રાહક સુરક્ષા અને જાગૃતિ : સમસ્યાઓ અને પડકાર

- પ્રો. એમ.સી.પોલ

આપણા સમાજની સામાજિક આર્થિક જીવન વ્યવસ્થાના તમામ ક્ષેત્રમાં જ્યારે મુક્ત બજારોને છુટો દોર આપવામાં આવ્યો છે. એવા સંજોગોમાં ઉદભવી રહેલી ભારતની સ્થિતિમાં આ વિષયે ચર્ચા કરવી સરળ નથી. આપણે જાણીએ છીએ કે ૧૯૯૧માં ખાનગીકરણ અને વૈશ્વિકરણના દોરની શરૂઆત થતાં પહેલાં અછત અને ધીમાં વિકાસદર, તે ભારતીય અર્થતંત્રની ઓળખ રહ્યાં હતાં. ભૂતકાળમાં ગ્રાહક સુરક્ષાના પ્રશ્નો આવશ્યક ચીજવસ્તુ ધારા, ૧૯૫૫ વગેરે અધિનિયમો અને સંગઠનો દ્વારા સ્થાનિક ધોરણે હલ થતા હતા. પરંતુ સંસદમાં ગ્રાહક સુરક્ષા માટે અલગથી અધિનિયમ પસાર થયો તે ઘટના વિરલ હતી. સંયુક્ત રાષ્ટ્રોએ કરેલા આગ્રહને પગલે ૧૯૮૬માં આ અધિનિયમ અમલમાં આવ્યો હતો. વધતી રહેલી વસ્તી/ ગ્રાહકો સહિતનાં કારણોસર માલની અછત રહેતાં

અર્થતંત્રમાં મંદી જ રહેતી હતી. અછતના સંજોગોમાં જ જીવતા ગ્રાહકો કાનૂની રક્ષણનો વિચાર પણ નહોતા કરતા. આથી જ સરકારના નિયંત્રણ હેઠળ બજારમાં જે કાંઈ ઉપલબ્ધ હોય તેનો સ્વીકાર થતો હતો. વધુમાં બદલાતી સ્થિતિઓમાં જેવું બન્યું છે તેમ બજારો પણ એટલાં બિનપ્રામાણિક અને નાણાલક્ષી નહોતાં. સામાજિક નિયંત્રણો હેઠળ ચોક્કસ મૂલ્યોનું પાલન કરીને બજાર સંચાલન થતું હતું. અર્થાત પરંપરાગત મૂલ્યો આધારે નિયંત્રિત થતી રહેતી સ્થિતિઓમાં લોકોને લાભ મળ્યા હતા. જ્યારે ચોક્કસ નિયંત્રણો અને નિયમનો વિના મુક્ત બજારના ખુલ્લા માહોલમાં આવું સંભવ નથી રહ્યું. અગાઉ કહેવાયું એ મુજબ અછતથી લદાયેલા અર્થતંત્રમાં ગ્રાહક સુરક્ષા સંબંધી નિયંત્રણોની જરૂર એટલી નહોતી અનુભવાતી કે જેટલી આજે અનુભવાય છે, પરંતુ કમનસીબે જાગૃતિ સર્જનની મંદ

ગતિ અને સક્રિયાત્મક વ્યૂહરચનાઓ આપણને ધારણા મુજબ મદદરૂપ નથી બનથી.

વર્તમાન સંજોગોમાં ઉલ્લેખ કરવો અજુગતો ગણાય કે ઘણા ગ્રાહકો માટે ગ્રાહક સુરક્ષાને લગતી બાબતો મહત્વની નથી, આથી તેઓ ઉભરતા બજારને આવકારે છે, અને જે કાંઈ ઉપલબ્ધ છે તેનો ટીકા ટીપ્પણી વિના સ્વીકાર કરે છે. આ રીતે શિક્ષિત સમુદાય સહિત લાખોલોકો ગ્રાહક અધિકારો અંગે જાગૃતિ જ ધરાવતા નથી. મેં તાજેતરમાં કરેલ સર્વેક્ષણ અભ્યાસ મિશ્ર તારણો આપે છે. ૧૯૮૬માં ભારતની સંસદે લોકોના હાથમાં સુરક્ષા શસ્ત્ર મૂક્યું હોવા છતાં પોતાના અધિકારોનું રક્ષણ કઈ રીતે કરવું તેની જાણકારી જ લોકો ધરાવતા નથી. નિઃશકપણે ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૧૯૮૬ એ ભારતની સંસદે આપેલા ગ્રાહક સુરક્ષા માટેનો સંપૂર્ણ અને વ્યાપક કાયદો છે. કેટલાક લોકો આ

(પ્રો. એમ.સી.પોલ, જવાહરલાલ નહેરૂ યુનિવર્સિટી, નવી દિલ્હીમાં કાર્યરત છે.)

કાયદા વિશે જાણકારી ધરાવે છે, પરંતુ કાયદાની કેટલીક મર્યાદાઓને કારણે તેનો ઉપયોગ કરતાં અચકાય છે. તેમને ભીતિ રહે છે કે પરિણામો ઉલટા જ આવ્યાં તો? તપાસમાં પણ લાંબો સયમ જાય, મનની શાંતિ હણાય તો આ બધું કરવા જતાં નાણાનો ખૂબ ખર્ચ થાય. આ તમામ બાબતો ગ્રાહકોને ન્યાયનો આશરો લેતાં અટકાવે છે. આ ઉપરાંત સરકાર અને સ્વૈચ્છિક સંગઠનો દ્વારા સતતપણે ગ્રાહક તરફી પગલાં-વ્યૂહો ઘડી કાઢવાનો અભાવ પણ ગ્રાહકો પોતાના અધિકારનો ઉપયોગ કરવાનું વાતાવરણ પૂરું નથી પાડતાં. ગ્રાહક સુરક્ષાના પ્રશ્નો પ્રતિદિન મોટાં થઈને કાળા વાદળની જેમ ગાઢ થઈને નાણાકીય, માનસિક, પર્યાવરણ દૃષ્ટિએ, સામાજિક, સાંસ્કૃતિક અને રાજકીય રીતે પણ કનડી રહ્યાં હોય ત્યારે ગ્રાહક સુરક્ષા જાગૃતિ મુદ્દે પ્રવર્તિ રહેલું આવું ચિત્ર હતાશાપ્રક છે.

ગ્રાહક અધિકારોમાં રક્ષણ માટે સરકાર સક્રિય પણે મહત્વની ભૂમિકા ભજવી શકે છે.

જે ગ્રાહકો તેમના અધિકારને મુદ્દે જાગૃત જ નથી તેઓ તેમનાથી વધુ સંગઠીત એવા બજારના નિયમોમાં થતા ભંગ સામે એમનું રક્ષણ કરતા આ ક્રાંતિકારી અધિનિયમના હેતુને જ મારી નાખશે. આ સંદર્ભમાં લોકતાંત્રિક કલ્યાણ સરકારની ભૂમિકા ચાવીરૂપ બની જાય છે. માત્ર બોલકણા અને હોઠ ફફડાવવાની સેવા આપનારા આ ક્ષેત્રે વધુ પરિવર્તન લાવી શકાતા નથી. આ સંજોગોમાં ગ્રાહક સુરક્ષા વાસ્તવિકતા બની શકી નથી, કારણકે આજે બજારમાં નિયમોનો ભંગ થઈ રહ્યો છે. બિનઉપયોગી, મુદ્દતવિતી ગયેલી અને નુકસાનકારક એમ તમામ પ્રકારની

માલસામગ્રી અને સેવાઓથી બજાર ઉભરાય છે. આવી માલસામગ્રી અને સેવાઓ, ગ્રાહકો પાસેથી નફો મેળવી લે છે. એમના માટે તો બીજી કોઈપણ બાબત કરતાં ઝડપી નફો અગત્યનો છે. દેશના વિવિધ વિસ્તારોમાં ગ્રાહકો રોજબરોજ ગ્રાહક અધિકારોના ભોગે કિંમતો ચૂકવતા હોય છે.

આમ બંને રીતે તેઓ સહન કરે છે. તેમણે પંસદ કરેલી સામગ્રી કે પછી સોવનું મૂલ્ય ચૂકવતા હોવા છતાં બજારની શોષણભરી નીતિ તેમના અધિકારોને છીનવી લે છે. પશ્ચિમના મુક્ત બજારમાં આપણા વર્તમાન બજાર જેવી સ્થિતિ સર્જવાનું દેખાતું નથી, કારણ કે તમના મુક્ત બજાર અને ગ્રાહકો એકબીજાને પૂરક રીતે કામ કરે છે.

આ સંદર્ભમાં મને ગાંધીજી જે કહી ગયા તે યાદ આવે છે, અને વર્તમાન બજાર સ્થિતિના વેપારીઓ માટે પણ સુસંગત છે.

“ગ્રાહક અમારા સંકુલમાં આવતો સૌથી મહત્વનો મુલાકાતી છે. તે અમારા પર આશ્રિત નથી. અમે તેના પર આશ્રિત છીએ. તે અમારા ધંધા માટે બહારની વ્યક્તિ નથી, પરંતુ તેનો હિસ્સો છે. તેની સેવા કરીને અમે કાંઈ તેનું ભલું કરતાં નથી પરંતુ આવી તક આપીને તે અમારું ભલું કરે છે. એક ઉદાહરણ આપણને બતાવશે કે વેપારીઓ ગ્રાહકોના અધિકારોનો કઈ રીતે ખુલ્લેઆમ ભંગ કરે છે. આપણે ઘણીવાર એવી સામગ્રી ખરીદીએ છીએ કે જેના પર લેબલ લગાવેલું હોય છે કે, “એકવાર વેચાયેલ વસ્તુ કોઈપણ સંજોગોમાં પાછી નહીં લેવાય.” જ્યારે વિકસિત બજારોમાં આનાથી તદ્દન વિપરીત સ્થિતિ છે. તેઓ જાહેર કરે છે કે “કોઈ કિસ્સામાં તમને અમારાં ઉત્પાદનથી સંપૂર્ણ સંતોષ ના થાય તો તેને બદલાવવા કે તેને

પાછી આપીને નાણા પરત મેળવવા એક મહિનામાં આવી શકો છો.” આ એક ઉદાહરણ ભારત અને પશ્ચિમના વેપારીઓના અભિગમ વચ્ચેના તફાવત તેમજ ગ્રાહકને સન્માનવાની વ્યવસ્થાની રૂપરેખા પૂરી પાડે છે. આ અભિગમ જ ગ્રાહકોના અધિકારોની સુરક્ષા અને તેને સુદૃઢ બનાવવાની દિશામાં મોટો ભેદ સર્જે છે. ભારતના વેપારીઓ ગાંધીજીએ જે ઘણા લાંબા સમય પહેલાં જે કહ્યું અને પશ્ચિમનાં વેપારીઓ ગ્રાહકો તરફ કેવું વલણ રાખે છે તે મુદ્દે આત્મમંથન કરે તો આવો અભિગમ ઘણું બધું અંતર સર્જી શકે છે. કદાચ આ એક જ પગલાંને જાગૃતપણે સૈદ્ધાંતિક રીતે અનુસરવામાં આવે તો બજારનો ભોગ બનતા ગ્રાહકો માટે આશા જન્મી શકે છે.

સાહજિક પણે સંગઠિત કે બિનસંગઠિત ક્ષેત્રોના વેપારીઓને આ બાબતને અનુસરવું યોગ્ય નહીં જ લાગે. તેમના માટે જાગો ગ્રાહક જાગો સૂત્ર જ યોગ્ય છે. વૈશ્વિકરણ અને ખાનગીકરણના માહોલમાં ગ્રાહક જે જટિલ સ્થિતિઓમાં ફસાયો છે. તે મુદ્દે અંતિમ સ્મિત વેરવાનું તેમને ફાળે આવે છે. વિકસિત દેશોમાં બજારનું નિયમન વધુ સારી રીતે થાય છે અને માલ કે પછી સેવાના સંદર્ભમાં ગુણવત્તા પર સારું નિયંત્રણ થાય છે. એ બાબતની નોંધ લેવી રહી કે એવું નથી કે આપણી પાસે નિયમો અને અંકુશો નથી પરંતુ વ્યવસ્થાતંત્રની નબળાઈને કારણે કે પછી નબળા ગવર્નન્સને કારણે તનો ભાગ્યેજ અમલ થાય છે. નિયમનકર્તાઓને પક્ષે વર્તાતી આ નબળાઈ તે વેપારીઓને તમામ સ્થિતિનો અસરકારક ઉપયોગ કરીને બજારકીય અન્યાય આચરીને સાફ બની જવાનું લાઈસન્સ આપી દે છે. આવું ના હોત તો વિવિધ બજારોમાં દૂધ,

શાકભાજી, કઠોળ, અનાજ કે તેલ વગેરે જેવી બુનિયાદી સામગ્રી તેની ગુણવત્તા, શુદ્ધતા અને સલામતીને પડકારી શકાય એ સ્વરૂપમાં કઈ રીતે આવે ? આ વાસ્તવિકતાને અટકાવવી જોઈએ. બજારના વર્તમાન સંજોગોમાં લાખો ગ્રાહકો માટે સમાધાનકારી વલણ સિવાય કોઈ ઉપાય જ નથી. આમતો સ્પર્ધાત્મકતાના માહોલમાં ઉભરતા બજારના ચિત્રને જોતાં ગ્રાહકનો વિશ્વાસ જીતવો તો ખૂબ અગત્યનો મનાય, પરંતુ આપણે બધા જોઈએ છીએ કે બજારમાં અધુરી સ્પર્ધા ચાલી રહી છે. કહી શકાય કે સંપૂર્ણપણે યોગ્ય બજાર તે અર્થશાસ્ત્રીઓનું સ્વપ્ન અને ગ્રાહકોનું સાર્વભૌમત્વ છે. એ વિધાન દંતકથારૂપ જ છે. આ સંદર્ભમાં મને જોન કેગ બ્રેઈલે એક સમયે કહ્યું હતું તે યાદ આવે છે. “બજાર અર્થતંત્રમાં ગ્રાહકની સાર્વભૌમ અસર હોવી જોઈએ એવા વિધાનો એમના જ માટે છે કે જેઓ પરિકથાઓમાં માન્યતા ધરાવતા હોય.” તો બીજા એક સ્થળે તેમણે કહ્યું છે કે, “અર્થતંત્રનો રાજા ગ્રાહક નથી.” જે કોઈ બનાવ બને છે તે ગ્રાહક એમ ઈચ્છતો હોવાથી નહીં, પરંતુ શક્તિશાળી કોર્પોરેશન એ રાહ ઈચ્છતા હોવાથી એ રાહ ઘટે છે.” આ બે અસામાન્ય વિધાનો ભારતના પ્રવર્તમાન વૈશ્વિક બજારના અર્થતંત્રમાં કેટલા સાચા છે ?

વાસ્તવમાં વૈશ્વિકરણના યુગમાં બ્રાન્ડ ધરાવતી કંપની પણ પોતાના મૂળ દેશોમાં જે વેપારી પરંપરાનો અમલ કરતી હોય તેનો અન્ય દેશોમાં હંમેશા અમલ નથી કરતી હોતી. બેન્કિંગ એ વીમા ક્ષેત્રે ઉદારીકરણની નીતિ અખત્યાર થતાં ઘણી ખરી ખાનગી વીમા અને બેન્કિંગ કંપનીઓને ભારતમાં કાર્યરત થવાની મંજૂરી મળી છે. પરંતુ એમનો ટ્રેડ રેકર્ડ

ગ્રાહકોના મનમાં શંકા પ્રેરે છે. દાખલા તરીકે ઘણીખરી કંપનીઓ કેડીટ કાર્ડ હોલ્ડર્સ કે હાઉસિંગ લોનના ગ્રાહકો પર અયોગ્ય પણે વ્યાજદરો લાદતા હોય છે. મોબાઈલ ફોન કે ગ્રાહકબીલો ઓવરચાર્જ થતા હોય છે. તો પ્રિ-પેઈડ અને પોસ્ટપેઈડ જોડાણો સંબંધી અનેક સમસ્યાઓનું નિરાકરણ થતું જ નથી. તો આપણા જેવા વિકાસશીલ દેશોને અનાજની ભેળસેળ, નુકશાનકારણ ઔષધો, આરોગ્ય અને પર્યાવરણના પ્રદૂષણ સંબંધી અનેક પ્રશ્નો પણ કનડતા હોય છે. તાકીદે યોગ્ય પગલાં નહીં લેવાય તો આના કારણે બ્રાન્ડ ઈન્ડિયાની ઈમેજ પણ ખરડાશે. આ બધા ઉદાહરણોતો પાશ્ચાત્યમાં પૂણી જેવા છે. એવું નથી કે તમામ કંપનીઓ આવી જ છે. તાતા અને અમૂલ જેવી કંપનીઓ પોતાની બ્રાન્ડ ઈમેજ જાળવીને ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ પણ જીતી જ રહી છે. ઈમેજને સુધારવા થતો જાગૃતિ અભિગમ એ પોતે જ એક ફરજ તરીકે ગ્રાહક અધિકારોમાં જતનનું એક સાધન છે.

જો કે બ્રાન્ડનું માર્કેટિંગ પણ ગ્રાહકોનું મન અને વિશ્વાસ જીતવાની દિશામાં અગત્યની ભૂમિકા નિભાવી શકે છે. સાચા માર્કેટિંગ વ્યૂહો જ નહીં પરંતુ આપેલાં વચન પાળીને આ રીતે વિશ્વાસ જીતી શકાય છે. પરંતુ કમનસીબે તમામ વેપારીઓ જાતે જ ગ્રાહકોના અધિકારોની સુરક્ષા કરવાનો માર્ગ અખત્યાર કરતા નથી. આથી જ ગ્રાહક સંગઠનો અને નાગરિક સમુદાયોની મદદથી અધિકારોના ભંગને રોકવા માટે કડકપણે નિયમોનો અમલ કરવો જરૂરી બની રહ્યો છે. વિકસિત બજારોના અર્થતંત્રમાં પણ આમ જ થાય છે. કારણ કે જ્યારે બજારો ખુલ્લા થાય છે. ત્યારે અલબત્ત કંપનીઓ વધુ સ્પર્ધાત્મક બને છે, પરંતુ તેમણે ગ્રાહકો પ્રતિ પણ વધુ

જવાબદાર બનવું જોઈએ. નવી નવી ગ્રાહકલક્ષી માલસામગ્રી અને સેવાઓનો ખડકલો અને માર્કેટિંગ વધ્યું અને તે પણ સ્પર્ધાત્મક આક્રમણ સાથે એ બધાં માટે વૈશ્વિકરણ અને ખાનગીકરણનો આત્માર માનવો જોઈએ. ખોટી અને ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરખબરો કરીને કે પછી કેવળ નફો રળવા પાછળ દોટ મૂકીને સાંસ્કૃતિક સંવેદનશીલતા અને મૂલ્યોની અવગણના કરવી એ પણ વૈશ્વિકરણની દેન છે. ઘણી વાર તો પ્રોડક્ટ અને આકર્ષણ જાહેરખબર વચ્ચે કોઈ સંબંધ જ હોતો નથી. ગ્રાહકોને લલચાવીને આકર્ષવા માટે કંપનીઓ અબજો રૂપિયા ખર્ચતી હોય છે. અને તેને પરિણામે ગ્રાહકો પણ વપરાશવાદી સંસ્કૃતિનો ભોગ બની જાય છે. બાળકો અને યુવાનો આવી આકર્ષણ ઝુંબેશો અને આક્રમક માર્કેટિંગની જાળમાં ફસાઈ જતા હોય છે.

પરંતુ ઘણીવાર બ્રાન્ડ માર્કેટિંગના નામે અર્થતંત્રમાં સંગઠિત અને બિનસંગઠિત ક્ષેત્રો દ્વારા થતા નિયમન પ્રણાલિ સક્ષમ નથી. તેમના માટે માર્કેટિંગ એ જ ધંધો છે. વિવિધ માધ્યમોમાં ગ્રાહકના થતા શોષણના કિસ્સા આવવાની સંખ્યા વધી ગઈ છે. ઈન્ટરનેટના માધ્યમ દ્વારા પણ આવા સંખ્યાબંધ કિસ્સાઓની વિગતો જોવા મળે છે. આમાના કેટલાક ગ્રાહકોની વ્યતા તરફ ધ્યાન જ નથી આપાયું હોતું તો કેટલાક ન્યાયની રાહ જોતા બેદા હોય છે. સામાજિક પ્રતિબદ્ધતા ધરાવતા વકીલો અને સ્વૈચ્છિક સંગઠનોએ અન્યાયનો ભોગ બનેલા આવા ગ્રાહકોની વહારે આવવું જોઈએ. સાચા અર્થમાં કહીએ તો સરકાર કે ખાનગીરક્ષેત્રની વીમા, બેન્ક, ટેલિકોમ ઓપરેટર્સ, એરલાઈન્સ, હોટેલ અતિથ્ય, શિક્ષણ અને કોચિંગ આપતાં

અનુસંધાન પાના.૧૧ ઉપર

ગ્રાહક સંરક્ષણ : રાષ્ટ્રીય નીતિનું માળખું

- શ્રી યશવંત ભાવે

૧૯૮૬થી ભારતમાં ગ્રાહક સંરક્ષણની મહત્વતા હાથ ધરાઈ છે. આ એ વર્ષ છે. જે દરમિયાન કન્ઝ્યુમર પ્રોટેક્શન એક્ટ પસાર કર્યો છે. વાસ્તવમાં આ સિમાચિહ્ન રૂપ કાયદો પસાર થયો ત્યારથી ગ્રાહકોના સંરક્ષણ માટે સરકારની ભૂમિકા ધીમી ગતીએ આગળ વધી છે. આ લેખમાં હું પ્રથમ કેટલાક ઐતિહાસિક અને આંતરરાષ્ટ્રીય સાપેક્ષ સંબંધોનો ઉલ્લેખ કરીશ. ત્યારબાદ હું એ માળખું રજૂ કરીશ જેમાં રાષ્ટ્રીય નીતિ અને ૧૧મી યોજનાની દરખાસ્તનો વિકાસ થયો અને તેનો અમલ થયો.

ઐતિહાસિક સાપેક્ષ સંબંધ - ૧ :
અર્થશાસ્ત્રમાં ગ્રાહક

વેપાર અને વાણિજ્યની જેમ જ ગ્રાહકોની ચળવળનો સિદ્ધાંત જૂનો છે. જેથી શ્રેષ્ઠ વિચારક અને અર્થશાસ્ત્રના લેખે કૌટિલ્યએ તેના પુસ્તકમાં ગ્રાહકોના રક્ષણને કાળજીપૂર્વક ઉલ્લેખ કર્યો છે. તેમાં

નવાઈ લાગતી નથી. કૌટિલ્યએ વેપાર અને ઉદ્યોગ દ્વારા ગ્રાહકોના રક્ષણ સામે કરાતો દુરાચાર અને શોષણનો ઉલ્લેખ કર્યો છે. તેણે સુક્ષ્મદૃષ્ટિનો ઉપયોગ કરીને ઓછું વજન અને માપ તેમજ ભેળસેળ અંગે લખ્યું છે. આવા ગુના આચરનાર સામે શિક્ષા કરવાની જરૂરીયાત પર ભલામણ કરી છે. તેથી એવું જોવા મળ્યું છે કે આપણે જે સમસ્યાનો સામનો અત્યારે કરી રહ્યા છીએ. તે દાયકાઓ અગાઉ પણ હતી. આવા દુષણોનું અગાઉ અસ્તિત્વ હતું, પરંતુ જાહેર સેવાકીય સંસ્થાઓમાં આવી સમસ્યાઓ ઉકેલવા પગલાઓ ભરવાની જરૂર છે.

ઐતિહાસિક સાપેક્ષ સંબંધ-૨ : ગાંધીજીની દૃષ્ટિએ ગ્રાહકો

ગાંધીજી એ ફક્ત મહાન નેતા જ નહિ પરંતુ તે દીર્ઘ દૃષ્ટિના વિચારક પણ હતાં. નબળા, ઉપેક્ષા પામેલા અને તરછેડાયેલા પ્રત્યે તેમની તાદાત્મ્યતા

જાણીતી છે. આર્થિક પગલાઓ હાથ ધરતી વખતે ગ્રાહકોને ધ્યાન પર લેવાની અગત્યતા ઉપર તેઓ સ્પષ્ટ પણે ભાર મૂકતા હતાં. તેમના જાણીતા અવતરોણોમાં તેનો વારંવાર ઉલ્લેખ આવે છે.

ગાંધીજી કહેતા કે આપણા ધંધાના સ્થળે ગ્રાહક એ અગત્યનો મુલાકાતી છે. તે આપણા પર નિર્ભર નથી. આપણે તેના પર નિર્ભર છીએ. તે આપણા કામમાં ખલેલ પહોચાડતો નથી. તે તેના હેતુસર આવે છે. તે આપણા વ્યવસાયની બહારની વ્યક્તિ નથી. તે તેનો હિસ્સો છે. આપણે ગ્રાહકની સેવા કરીને તેની તરફેણ કરતા નથી. તે આપણી સેવા લઈને આપણી ઉપર ઉપકાર કરે છે.

આ ઉપરથી જણાય છે કે ગ્રાહક સંતોષ અને ગ્રાહક રક્ષણનો વિચાર એ ભારતમાં નવો નથી અને તે લાંબા સમયગાળાથી માન્યતા પ્રાપ્ત અગત્યનો મુદ્દો છે.

(શ્રી યશવંત ભાવે, સેક્રેટરી, ગ્રાહક બાબતોનો વિભાગ)

આંતરરાષ્ટ્રીય સાપેક્ષ સંબંધ

૨૦ મી સદીના ઉત્તરાર્ધમાં આ વિચાર વિશ્વભરમાં ઉભરી રહ્યો છે. જોન એફ. કેનેડીના જાણીતા વક્તવ્યમાં ચાર હક્કોને માન્યતા મળી છે. સરકાર બહાર રહેલા અગ્રગણ્ય વિચારકોએ પણ આવો જ મત દર્શાવ્યો છે. માઈકલ પોર્ટરે તેના પુસ્તકમાં લખ્યું છે કે દેશના સ્પર્ધાત્મક લાભા-લાભમાં આધુનિક શિખરો સર કરવામાં ગ્રાહકોની ભૂમિકાને માન્યતા મળી છે. એવું ફલીત થયું છે કે જે દેશમાં સારી ગુણવત્તાના ઉત્પાદનો ઉપલબ્ધ હોય છે, તેની ગ્રાહકોમાં માગ રહે છે. એ દેશ સ્પર્ધામાં ટકી શકે છે. જે મુજબ ફક્ત સારી ગુણવત્તા ગ્રાહકોને મદદરૂપ બને છે. તેવું નથી પરંતુ તે ઉત્પાદકને પણ મદદરૂપ બને છે. જેથી પોર્ટર અનુસાર સ્પર્ધાત્મક દેશમાં ગ્રાહકોને પારખવું તે એક જરૂરી ઘટકત્વ બની ગયું છે.

મદદઅંશે એવી દલીલ કરાય છે કે ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકોનો રસ વિરોધાભાષી હોય છે. જેથી જો કોઈપણ કારણોસર ગ્રાહકને લાભ થાય તો એવું માનવમાં આવે છે કે ઉત્પાદકને નુકસાન થશે. આ રીતે ગ્રાહક અને ઉત્પાદક વચ્ચેના સંબંધો આદરભાવ વિહીન રહે છે. વાસ્તવમાં આ સાચું નથી. આ અંગે પોર્ટર છટાદાર વક્તવ્યમાં કહે છે કે “માલની ગુણવત્તા અને સેવામાં સુધારો કરીને ઉત્પાદક લાભકર્તા બની શકે છે.” એવા કેટલાક કેસમાં એવું જોવા મળ્યું છે કે ગ્રાહક ઉત્પાદક અથવા વેપારી દ્વારા છેતરાયો હોય પરંતુ તે વૃદ્ધિ અને વિકાસને ટકાવી શકે નહિં. લેભગુ કહી શકાય તેવા લોકો આવું વલણ અખત્યાર કરે છે. લાંબા સમય સુધી ધંધો કરવા ઈચ્છતા વેપારીઓ ગ્રાહકોને ખુશ રાખવા અને સંતોષ આપવા નૈતિકતાતી શાખ બનાવે છે.

આ પાશ્ચાત્યભૂમિકા સામે હું તમને આદર્શ ગ્રાહક રક્ષણનું માળખું બતાવું છે. ત્યારબાદ નીતિ માળખું અને ૧૧મી પંચવર્ષિય યોજના તૈયાર થઈ.

ગ્રાહકોને અધિકાર અને સત્તાધિકાર

ભારતીય ગ્રાહકોને વિવિધ ઉત્પાદન ચીજવસ્તુઓ અને સેવાઓની ઓફરો વધી રહી છે. ગ્રાહકોને તેની પસંદગી કરતા અગાઉ વિવિધ વિકલ્પમાંથી પસંદગી કરવાની રહે છે. ખરીદીના સ્વીકાર્ય સ્તર માટે કિંમત અને ગુણવત્તા પર આધાર રહે છે. આમ છતાં તેઓ માટે મુખ્ય પાસું માહિતી રહેલી છે. નહિતર ગ્રાહક સમયસર માહિતીના આધાર વગર સાચી પસંદગી કરી શકે નહીં. ગ્રાહક મોટાપાટે અસંગઠિત જુથ હોવાથી સરકારે બજારની હયાત અસમ પ્રમાણતા માહિતી યોગ્ય રીતે પહોંચતી કરવી જોઈએ. જેથી આપણી નીતિની એક અગત્યની ધારા ગ્રાહકોને આવી માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવવાની છે.

જે માટે વિવિધ પૈકીની પ્રથમ બાબત એ છે કે આપણે ચોક્કસ ખાતરી કરાવવાની રહે છે કે ગ્રાહક જે ચીજ વસ્તુ ખરીદે છે, તેની પાયાની માહિતી તે જાણી શકે. બજારમાં જે ચીજ વસ્તુઓ વેચાણ માટે છે. તેમાં પ્રમાણિત વજન અને માપ નિયમ ૧૯૭૬ (ધ સ્ટાન્ડર્ડ ઓફ વેઈટ એન્ડ મેજરમેન્ટ એક્ટ ૧૯૭૬) હેઠળ. યોગ્ય વજન અને માપને કાયદાકીય પ્રમાણિત કરેલ છે. કેન્દ્ર સરકાર અને રાજ્ય સરકારના તોલમાપ વિભાગે તે અંગેની જવાબદારી અદા કરવાની રહે છે. આ વિભાગ દ્વારા સ્વિકૃત કરેલા કોમોડીટી નિયમ હેઠળ પેક કરેલી ચીજવસ્તુઓમાં બહારની બાજુએ જોઈ શકાય તે રીતે કેટલીક મૂળભૂત માહિતી જેવી કે વજન, વધુમાં વધુ કિંમત, ઉત્પાદક આયાતીનું

નામ, સરનામું, ફરિયાદ/મદદમાટે હેલ્પલાઈન નંબર સહિતની વિગતો દર્શાવવાની રહે છે. આ નિયમનો અન્ય કાયદામાં પણ સમાવિષ્ટ કરેલ છે. જેમ કે ખાદ્ય પદાર્થ ભેગસેલ વિરોધી નિયમ, ડ્રગ્સ અને કોસ્મેટીક એક્ટ જેમાં ઘટકત્વો, ઉપયોગની અંતિમ તારીખ અથવા આ અવધિ અગાઉ ઉપયોગ કરવો વગેરે દર્શાવવાનું રહે છે.

આપણી નીતિનો બીજો મહત્વનો ભાગ ગુણવત્તા છે. તેને બ્યૂરો ઓફ ઈન્ડિયન સ્ટાન્ડર્ડ દ્વારા પ્રમાણિત કરાય છે. તે બી.આઈ.એસ એક્ટ ૧૯૮૬ હેઠળ સ્વાયત્ત બોડી છે. મોટાભાગની ગુણવત્તા સ્વૈચ્છિક છે, પરંતુ કેટલાક કાયદા હેઠળ ફરજિયાત છે. જે ચીજ વસ્તુના ઉપયોગથી આરોગ્ય અને સલામતી ઉપર અસર કરે છે, તેને ફરજિયાત બનાવવાયા છે. પીવાનું પાણી અને ઈલેક્ટ્રીકલ્સ ચીજવસ્તુઓ આ બે એવી ઉત્પાદિત વસ્તુ છે, જેનું બીઆઈએસના લાયસન્સ વગર ઉત્પાદન કરી શકાતું નથી. આવી ચીજ વસ્તુઓ આઈએસઆઈ માર્ક સાથે બજારમાં મુકવામાં આવે છે. જેથી ગ્રાહકો જાણી શકે કે આ ચીજ વસ્તુઓ માટે સલામતીની ગુણવત્તા અંગેની ખાત્રી મળે છે.

જેથી કાયદાકીય મેટ્રોલોજી ડિપાર્ટમેન્ટ અને બી.આઈ.એસ.ની મદદથી ગ્રાહકોને ગુણવત્તા, ભાવ, વજન, અને વજનની અન્ય બાબતોની જાણકારી મળે છે. જે પરથી તે પસંદગી કરે છે. આ બાબતે ગ્રાહકો ચીજવસ્તુ માટે પોતાના અધિકાર જાણી શકે છે અને તેના હક્ક રક્ષીત છે તેની ખાત્રી કરવા પગલાં ભરી શકે છે.

ગ્રાહકોની જાગૃતિ

ઉપર મુજબના માળખામાં ગ્રાહકોના

અધિકારનો ઉલ્લેખ કરાયો છે. તેટલી જ અગત્યની બાબત એ છે કે ગ્રાહકોમાં પોતાના હક્ક માટે જાગૃતિ હોવી જોઈએ. જે માટે સતત જાગૃતિ, ઝુંબેશ સંપૂર્ણપણે જરૂરી છે. ગ્રાહકો શું અપેક્ષા રાખે છે અને તેના હક્કો અબાધિત રહે તે માટે તેઓએ શું કરવું જોઈએ એ બાબતે ગ્રાહકોને જાગૃત કરવાનો ઉદ્દેશ છે. ગ્રાહકોની નીતિનો ઉદ્દેશ, સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠન બને, તેને પ્રોત્સાહિત કરવાનો છે. આ સંગઠનો એ વ્યક્તિગત ગ્રાહક કે જેને તમામ માહિતી જાણવાનો અધિકાર છે. પરંતુ તે માટેનો સ્ત્રોત જાણતો નથી તેઓને સરકાર વતી પ્રોત્સાહિત કરવાનો પ્રયત્ન કરવાનો છે.

ફરિયાદ નિવારણ

જ્યારે ગ્રાહકને વેપારી / ઉત્પાદક દ્વારા ઓફર કરવામાં આવેલા માલ અથવા સેવાઓ ઉપલબ્ધ ન બને ત્યારે તે અન્ય વેપારી તરફ નજર દોડાવે છે. આમ છતાં મોટા ભાગના કેસમાં ગ્રાહકોને ખરીદી બાદ અપૂર્ણતા જોવા મળે છે. અથવા તેને કરવામાં આવેલી ઓફરમાં મૂળભૂત નાની ઉણપ જોવા મળે છે. તે કાયદાનો ભંગ છે. આવા કેસોમાં માળખું ગોઠવવામાં આવ્યું છે. જેનાં દ્વારા ગ્રાહક રાહત મેળવી શકે છે. કન્ઝ્યુમર પ્રોટેક્શન એક્ટ ૧૯૮૬માં આ વિગતોનો ઉલ્લેખ કરાયો છે. કાયદાની જોગવાઈ હેઠળ જિલ્લા રાજ્ય અને રાષ્ટ્રીય સ્તરે ગ્રાહક અદાલત હોય છે. જિલ્લા સ્તરની અદાલતમાં રૂ. ૨૦ લાખ સુધી, રાજ્ય સ્તરની અદાલતમાં એક કરોડ સુધી અને તેની ઉપરની રકમનાં કેસો નેશનલ કમિશનમાં ચલાવાય છે. આ કાયદાની જોગવાઈમાં ગ્રાહકે કઈ અદાલતમાં જવું તેનો ઉલ્લેખ છે. ગ્રાહકોના હક્કના રક્ષણ માટે આ અદાલતો ખૂબજ અગત્યનો ભાગ ભજવે છે.

૧૧મી પંચવર્ષીય યોજનાનો કાર્યક્રમ

અગિયારમી પંચવર્ષીય યોજનાના કારણે ડિપાર્ટમેન્ટ ઓફ કન્ઝ્યુમર્સ અવેરનેસની યોજીત પ્રવૃત્તિઓને વેગ મળ્યો છે. જેની આંકડાકીય માહિતી નીચે મુજબ છે.

	૧૦મી યોજના (રૂ. કરોડમાં)	૧૧મી યોજના(રૂ.કરોડમાં)
યોજનામાં રોકાણ	૫૫	૧૦૮૩
સુધારેલું રોકાણ	૨૮૩.૨૭	-
કુલ ખર્ચ	૨૫૭.૪૨	૨૬૮ અપેક્ષીત ૩૧-૩-૦૯ સુધી

૧૦મી યોજનામાં સમગ્ર પાંચ વર્ષમાં ખર્ચ કરવાની રકમ કરતાં ૧૧મી યોજનામાં પ્રથમ બે વર્ષમાં અમારે ઘણી વધુ રકમ ખર્ચ કરવાની હતી. ૧૦મી યોજનામાં વાસ્તવિક ફાળવેલ રકમ કરતા. વધારે પડતો ખર્ચ થયો હતો. અમે હવે ૧૧મી યોજનાના બાકી રહેલા સમયમાં વર્ષના ફાળવેલા સરેરાશ નાણા કે જે ૧૦મી યોજના સમય કરતા વધારે ખર્ચ કરીશું.

૧૧મી યોજનાની મહત્વની પ્રવૃત્તિઓ નીચે મુજબ છે.

વજન અને માપ

વિભાગ દ્વારા વજન અને માપ માટેની જાગૃતિની પ્રવૃત્તિ જોરદાર રીતે હાથ ધરવામાં આવી છે. જે માટે ૧૦મી યોજનામાં રૂપિયા ૭.૭ કરોડ ફાળવ્યાં હતાં તેની તુલનામાં ૧૧મી યોજનામાં રૂ. ૧૮૭ કરોડ ફાળવ્યાં છે. ૧૧મી યોજનામાં પ્રથમ વર્ષમાં રૂ. ૧૦.૨૫ કરોડ વધારે ખર્ચ થયો છે. અને ૨૦૦૮-૦૯ માં વધુ રૂ. ૨૩.૪ કરોડ ખર્ચાશે. આ તબક્કામાં કેન્દ્ર એ રાજ્ય સરકારમાં વિભાગની કચેરીને આધુનિક બનાવાઈ છે. આ ઉપરાંત કર્મચારીઓને ઉચ્ચસ્તરીય તાલિમબદ્ધ કરવા માટે રોકાણ કરાશે. આ

દરખાસ્તનું સુધારેલું વિધેયક અને નવું બીલ “લીગલ મેટ્રોલોજી બીલ ૨૦૦૮” રાજ્યસભામાં ૨૪ ઓક્ટોબર ૨૦૦૮ના રોજ દાખલ કરાયું છે.

ગુણવત્તા ધોરણ અને ચકાસણી

ગુણવત્તા ક્ષેત્રમાં આંતરરાષ્ટ્રીય પ્રમાણને ધ્યાનમાં રાખીને સારી તાલિમ સુવિધા સહિતની બાબતોનાં રાષ્ટ્રીય ગુણવત્તા પદ્ધતિ, યોજના હેઠળ બી.આઈ.એસ મજબૂત કરી રહી છે. ૧૦મી યોજનામાં રૂ. ૧૨૦ કરોડ ફાળવ્યા છે. બી.આઈ.એસની રચના સમયે એક્ટની જોગવાઈમાં સુધારા થયા ન હતા. તેમાં બદલાવ કરવામાં આવ્યો છે. જે મુબજ આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે થઈ રહેલા તબક્કાવારના ફેરફારને અનુરૂપ થવામાં અનુકૂળતા પ્રાપ્ત થઈ શકે છે.

વિભાગે વિવિધ ઉત્પાદનની ચકાસણી માટે ચકાસણી સગવડતા ઊભી કરી છે. જે નેશનલ ટેસ્ટ હાઉસ (એનટીએચ) તરીકે ઓળખાય છે. તેની વડી કચેરી કોલકત્તામાં આવેલી છે અને તેની લેબોરેટરી દેશના વિવિધ ભાગોમાં આવેલી છે. ૧૦મી યોજનામાં રૂ. ૨૫ કરોડની ફાળવણી સામે ૧૧મી યોજનામાં રૂ. ૭૫ કરોડના ખર્ચે આ લેબોરેટરીનું આધુનિકરણ હાથ ધરાયું છે.

ગ્રાહક જાગૃતિ અને ફરિયાદ નિવારણ

વિજ્ઞાપન

જેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ ગ્રાહકોને તેમના

હક્ક માટે માહિતગાર કરવાનો છે. જેથી તેઓ તેમની ફરિયાદનું નિવારણ કરી શકે. ગૃહ, સંદેશાવ્યવહાર, શિક્ષણ અને ઉર્જા વિભાગની જેમ આ વિભાગને ૧૧મી યોજનાના કાર્યક્રમ હેઠળ વિજ્ઞાપન માટે આવરી લેવાશે. આ પ્રચાર ઝુંબેશનો મુખ્ય વિષય “જાગો ગ્રાહક જાગો” છે. જે મોટા પ્રમાણમાં પ્રખ્યાત બની રહ્યો છે. ૧૦ મી યોજનામાં રૂ. ૧૪૮ કરોડ સામે ૧૧મી યોજનાની પ્રવૃત્તિઓ માટે રૂ. ૪૦૯ કરોડ ફાળવાયા છે.

ગ્રાહકોનું રક્ષણ

આ યોજના હેઠળ વિવિધ ગ્રાહક મંડળોને બિલ્ડીંગ, કમ્પ્યુટરાઈઝેશન અને તાલીમ પૂરી પાડીને પગભર કરવામાં આવે છે. આ ઉપરાંત ગ્રાહકોને માર્ગદર્શન આપવા હેલ્પલાઈનની સુવિધા પૂરી પાડવામાં આવી રહી છે. (હાલના નેશનલ હેલ્પલાઈન માત્ર દિલ્હીમાં ઉપલબ્ધ છે.) જે માટે ૧૦ મી યોજનામાં રૂ. ૯૦ કરોડની સામે ૧૧મી યોજનામાં રૂ. ૧૮૫ કરોડ ફાળવાયા છે. આ યોજનામાં કન્ઝ્યુમર પ્રોટેક્શન એક્ટના સુચિત સૂચનો પણ મંગાવાયા છે. જેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ ગ્રાહકોને સારામાં સારી માહિતીઓ વિના વિલંબે મળી રહે તેવી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

બિનયોજના પ્રવૃત્તિઓ

આ યોજનાની કામગીરીમાં બિન યોજના પ્રવૃત્તિઓમાં પૂરક બનાવાનો છે. આ યોજનાનો મુખ્ય ઉદ્દેશ તુલનાત્મક પરિક્ષણ, જાગૃતિ કેળવવી, સંશોધન અને

ગ્રાહકોને સહાયભૂત થવામાં સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનોને ગ્રાહક કલ્યાણ ફંડનો ઉપયોગ કરી મદદરૂપ થવાનો છે. એવું જોવામાં આવ્યું છે કે ૧૧મી યોજનાનાં સમયગાળામાં આ વિભાગની સંસ્થાઓને વિસ્તારવા અને આધુનિક બનાવવાના કાર્યક્રમ હેઠળ હક્કદાર અને ફરિયાદ નિવારણ ની હકિકતોને આવરી લેવાઈ છે. આધુનિક ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરીને નેટવર્ક દ્વારા માહિતીનું આદાન પ્રદાન કરવાનું સરળ બન્યું છે. દેશમાં અને વિદેશી ગ્રાહકો અને માલની જોગવાઈમાં જોરદાર સ્પર્ધા જોવા મળે છે. ગાંધીજીના વાસ્તવિક દૃષ્ટિકોણને ધ્યાનમાં રાખીને આ દલીલો પ્રસ્તુત કરાઈ છે.



અનુસંધાન પાના.૭ થી શરૂ

કેન્દ્રો દ્વારા મળતાં માલ કે સેવાઓ બજારમાં દેખાય છે એટલી ગ્રાહકો માટે ઉજજવળ નથી. કહેવાતા દેદિપ્યમાન બજારોમાં ગ્રાહકો તો નિશાન પર હોય છે. આ બધું ક્રમે ક્રમે ખુલ્લું થતું જાય છે. ધંધા કે માર્કેટિંગના ઓઠા હેઠળ કેટલાક લોકો નિર્દોષ એવા ગ્રાહકોનું શોષણ કરવા પ્રયાસ કરતા જોવાં મળ્યા છે. મલ્ટી-મિડિયા આધારિત જાહેરાતના ક્ષેત્રની મદદથી આ બધું ચાલતું હોય છે. રાતોરાત ધંધાદારી બની ગયોલા લોકો આંખને ઉડીને વળગે તેવું બ્રાન્ડનેમ રાખીને પછી મિડિયામાં જાહેરખબર આપીને ભારતના લાખો ગ્રાહકોનું શોષણ કરતા હોય છે. આ પૈકીના કેટલાક ઝડપાય છે, પરંતુ તેમની

સંખ્યા જૂજ હોય છે.

સાચું કહીએ તો જાગૃતિ આણવી તે ખૂબ મોટી બાબત છે અને તેમાં ગ્રાહકોના અધિકારની સુરક્ષા તો ખૂબ જ મોટું કામ છે. હોશિયાર અને જાગૃત ગ્રાહકોના કિસ્સામાં પણ આવું બને છે. ભારતમાં આપણને એવો એક પણ ગ્રાહક નહીં મળે કે જે બજારમાં ગયો હોય અને ભારતની સંસદ દ્વારા પસાર થયેલા કાયદાની જોગવાઈ મુજબના તેમના અધિકારનો ભંગ ના થયો હોય. પરંતુ ન્યાયપ્રક્રિયામાં થતા વિલંબને કારણે ગુનેગાર સામે આંગળી ચિંધતા તેઓ ખયકાય છે. આથી જ દિવાનખંડમાં બેસીને હતાશા ઠાલવવાથી આગળ તેઓ કાંઈજ કરી શકતા નથી.

વાસ્તવમાં પશ્ચિમના વિકસિત દેશોના જાગૃત ગ્રાહકોની જેમ આપણને પણ પ્રામાણિક વેપાર મૂલ્યોનું અનુસરણ, સરકાર અને વેપારી વર્ગ ફરજિયાત પણે કરે તે તરફ દાખવીને સંગઠીત થવાની જરૂર છે. આવું એકમાત્ર સક્રિયાત્મક પગલું ખરેખર બજારમાં ગ્રાહકની વિટંબણાઓમાં ઘટાડો કરશે અને તે રીતે ગ્રાહક સુરક્ષામાં મદદ મળશે અન્યથા ગ્રાહકોના હિતો અને અધિકારોની બહેતર સુરક્ષા માટે ભારતની સંસદ દ્વારા પસાર કરવામાં આવેલા કાંતિકારી ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૧૯૮૬ નો કોઈ હેતુ સરશે નહીં અને નિયંત્રણો અને અંકુશોની ગેરહાજરીમાં મુક્તબજારો સામે તેનો પરાજય થશે.



વિકાસલક્ષી સામયિક

યોજના

યોજના વાંચો, યોજના વંચાવો

ગ્રાહકોના અધિકાર અંગેના કાયદાની સુવિધા

માલતી પટેલ

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

વર્તમાન સમયમાં ગ્રાહકની સુરક્ષા એ પણ એક મહત્વનો મુદ્દો છે. ગ્રાહકની સુરક્ષા વધે અને જાગૃતિ આવે તે માટે પણ પગલાં લેવાં જરૂરી છે. જે કોઈ વ્યક્તિ કોઈપણ માલ, વસ્તુ કે સેવાની પૈસા અથવા અવેજના બદલામાં ખરીદી કરે તે ‘ગ્રાહક’ કહેવાય. બજારમાં સમાન લક્ષણો વાળી અનેક બ્રાન્ડની અનેક જુદી-જુદી ચીજવસ્તુઓ મળતી હોય છે. ઝડપી ઔદ્યોગિક વિકાસ થવાને લીધે વસ્તુઓને વિવિધ સંખ્યામાં અને ઉત્પાદનમાં ખૂબ વધારો થાય છે. તે સંજોગોમાં ગ્રાહકને બજારમાં ઉપલબ્ધ વસ્તુઓ અંગે સંપૂર્ણ જ્ઞાન અને માહિતી હોતાં નથી. ઉત્પાદક અને ગ્રાહક વચ્ચે અનેક વચેટિયાઓ હોવાથી ગ્રાહકોનું વિવિધ રીતે શોષણ થાય છે.

આ માટે સરકારશ્રી દ્વારા ગ્રાહકોના અધિકાર અંગેના કાયદા પસાર કરવામાં આવ્યા છે. ગ્રાહકોનાં હિતોના રક્ષણ,

અધિકારોના જતન માટે ત્રિપાંખિયો વ્યૂહ અપનાવ્યો છે. કાનૂની, વહીવટી અને ટેકનિકલ. સરકારે ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ-૧૯૮૬ સર્વગ્રાહી કાયદો અમલમાં મૂકીને ક્રાંતિકારી પગલું કાયદાકીય ક્ષેત્રે ભર્યું છે. આવશ્યક ચીજવસ્તુઓની વહેંચણી, જાહેર વિતરણ વ્યવસ્થા દ્વારા કરવી એ વહીવટી ઉપાય છે. તેમજ વસ્તુઓની ગુણવત્તા સંબંધી માપન, ચકાસણી દ્વારા પ્રમાણિત કરવું એ ટેકનિકલ ઉપાય છે.

ગ્રાહકોના અધિકારો સંબંધિત કાયદો

ગ્રાહકોના હિતોના રક્ષણ અર્થે તથા અધિકારોના જતન માટે સરકારે ‘ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ-૧૯૮૬’ નામનો કાયદો બનાવ્યો છે. આ કાયદા દ્વારા જિલ્લા, રાજ્ય અને રાષ્ટ્રીય કક્ષાએ ગ્રાહકોનાં હિતોનાં રક્ષણ માટે અને ફરિયાદોનું સરળ, ઝડપી અને ઓછા ખર્ચે નિવારણ કરવા માટે કેટલીક સમિતિઓ

બનાવવાની જોગવાઈ કરવામાં આવી છે. ગ્રાહક મંડળોને માન્યતા આપવાની અને તેમને આર્થિક સહાય આપવાની શરૂઆત દેશમાં ઈ.સ. ૧૯૭૨ થી ગ્રાહક સુરક્ષાના કાર્યક્રમોના પ્રારંભ થયો. આ સમિતિઓ(મંડળો) ને મળેલી ગ્રાહકોની ફરિયાદોનો ત્રણ માસમાં નિકાલ કરવાનો આદેશ આપવામાં આવ્યો છે. ગ્રાહક સુરક્ષાને પ્રોત્સાહન આપવા દરવર્ષે ૧૫મી માર્ચનો દિવસ વિશ્વભરમાં ‘ગ્રાહક અધિકાર દિન’ તરીકે ઊજવવામાં આવે છે.

રાષ્ટ્રીય, રાજ્ય અને જિલ્લા એમ ત્રણ સ્તરોએ કાયદાના અમલ માટે ગ્રાહક અદાલતોની વ્યવસ્થા કરવામાં આવી છે. જેને ‘રાષ્ટ્રીય ઉપભોક્તા આયોગ’ કહે છે. આ અદાલતમાં રૂપિયા ૧ કરોડથી વધુ રકમના દાવા થઈ શકે છે. તે ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદાની સૌથી મોટી અદાલત છે, જે દિલ્હીમાં આવેલી છે.

(લેખિકા ગુજરાત રાજ્ય પાઠ્યપુસ્તક મંડળ, ગાંધીનગરના અધિકારી છે.)

રાજ્યકક્ષાએ ‘રાજ્ય ઉપભોગતા આયોગ’ ની રચના કરાઈ છે. આ અદાલતમાં રૂપિયા ૨૦ લાખથી એક કરોડ સુધીના દાવાની અરજી થાય છે.

જ્યારે જિલ્લા સ્તરે પ્રત્યેક જિલ્લામાં એક સૌથી મહત્વપૂર્ણ અદાલત છે જેને “જિલ્લા મંચ” કે “જિલ્લા ફોરમ” કહેવામાં આવે છે. આ અદાલતમાં ૨૦ લાખની રકમ સુધીના દાવા થઈ શકે છે.

આ બધી અદાલતો ઉત્પાદકો અને વેપારીઓ વિરુદ્ધ ગ્રાહકોએ કરેલી ફરિયાદો અને મુશ્કેલીઓના અભ્યાસ કરે છે અને નિકાલ લાવે છે, તેમજ ગ્રાહકોને થયેલ નુકસાનનું યોગ્ય વળતર અપાવે છે. કેટલીકવાર તે દંડ પણ વસૂલ કરે છે. આજે દેશમાં ૫૦૦ જેટલી “જિલ્લા ફોરમ ગ્રાહક અદાલતો” છે, જેમણે અત્યાર સુધીમાં ૧૩ લાખ ગ્રાહકોની ફરિયાદો સાંભળી, જેમાંથી ૭૭% નો નિકાલ કર્યો છે. આ ઉપરાંત સરકારે ૧૬ જેટલા ધારાઓ જેવાકે પેટન્ટ એન્ડ ટ્રેડમાર્ક ધારો, કાળાબજાર અને સંગ્રહખોરી વિરોધી પ્રતિબંધક ધારો, ડ્રગ્સ એક્ટ, સ્ટાન્ડર્ડ વેઈટ્સ એન્જ મેઝર એક્ટ વગેરે રચવામાં આવ્યા છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા મંડળો

ગ્રાહકોમાં જાગૃતિ લાવવા તેમજ પ્રમાણિત વસ્તુઓના વપરાશ માટે વિશેષ અભિગમ કેળવવા તાલુકા, જિલ્લા અને શહેરોમાં ગ્રાહક સુરક્ષા મંડળો ખોલવામાં આવ્યા છે.

ગ્રાહકસુરક્ષા મંડળ, ગ્રાહક પરિષદો કે ગ્રાહક સુરક્ષા શિક્ષણ અને સંશોધન તાલીમ કેન્દ્ર, સંસ્થાઓ “કન્ઝ્યુમર્સ ગાઈડન્સ સોસાયટી ઓફ ઈન્ડિયા” જેવા સ્વૈચ્છિક મંડળો આ દિશામાં ધીમું પણ ઘણું કામ કરી રહી છે. ગ્રાહકોમાં જાગૃતિ

લાવવા ગ્રાહક સુરક્ષા મંડળો શરૂ કરવામાં આવ્યા છે. આવા મંડળો તાલુકા, શહેરો-નગરોમાં સ્થાપવામાં આવ્યા છે.

‘ગ્રાહક સુરક્ષા’, ‘ઈનસાઈડ’ ‘ધી કન્ઝ્યુરમ’ દ્વિમાસિક મેગેઝિન જેવા સામયિકો પ્રકાશિત કરીને ગ્રાહક જાગૃતિ અને શિક્ષણ પ્રચાર-પ્રસારનું કાર્ય કરે છે. આવા ગ્રાહક મંડળો- ઉત્પાદકો, વેપારીઓની ભેળસેળ કાળાબજાર જેવી પ્રવૃત્તિની માહિતી એકઠી કરીને તેના પર કાયદેસરની કાર્યવાહી હાથ ધરે છે. ગ્રાહકને ન્યાય અપાવે છે. તંદુરસ્ત અને વિકાસસીલ સમાજના હેતુની પૂર્તિ માટે તેઓ કમર કસે છે. ગ્રાહક વતી મંડળ વકીલ રોકીને વેપારીને નોટિસ મોકલીને જરૂર પડ્યે વેપારી વિરુદ્ધ કોર્ટમાં કેસ દાખલ કરીને ગ્રાહકને ન્યાય અપાવે છે.

સાર્વજનિક વિતરણ પ્રણાલિ (જાહેર વિતરણ વ્યવસ્થા)

ગ્રાહકોના હિતોમાં રક્ષણ માટેના વહીવટી ઉપાય તરીકે સરકારે “સાર્વજનિક વિતરણ પ્રણાલિ” ગોઠવી છે. ગરીબોને જીવનજરૂરિયાતની ચીજવસ્તુઓ વાજબી કિંમતે અને પૂરતી માત્રામાં મળી રહે તે ઉપરાંત કાળા બજાર, સંગ્રહખોરી અને વધારે ભાવ લેવાજેવી અનેક અનિષ્ટ રિતરસમો, ગેરરીતિઓ જેવી પ્રવૃત્તિઓ પર અંકુશ રાખવાનું વાજબી ભાવની દુકાનો દ્વારા શક્ય બન્યું છે.

ચીજવસ્તુઓને ગુણવત્તા સંબંધી પ્રમાણિત કરવી

ઉત્પાદનોની ગુણવત્તાની ચકાસણી કરવા માટે ભારત સરકારે ઈ.સ. ૧૯૪૭માં “ઈન્ડિયન સ્ટાન્ડર્ડ્ઝ ઈન્સ્ટિટ્યૂટ” (ISI) નામની સંસ્થા સ્થાપી હતી. જે હવે “બ્યૂરો ઓફ ઈન્ડિયન

સ્ટાન્ડર્ડ્ઝ” (BSI) ના નામે ઓળખાય છે. ગુજરાતમાં રાજકોટ અને વડોદરા ખાતે તેનાં કાર્યાલયો આવેલાં છે. પોતાના માલની યોગ્ય ગુણવત્તા ધરાવતા ઉત્પાદકોને આઈએસઆઈ માર્ક વાપરવાનો પરવાનો આપવામાં આવે છે. આ માર્કો ધરાવતો માલ ઉત્પાદનનાં નિર્ધારિત ધોરણો મુજબ ગુણવત્તાવાળો હોવાનું પ્રમાણપત્ર આપે છે. આ માર્કને આધારે ગ્રાહક ભરોસાપાત્ર અને સાચી વસ્તુની પસંદગી કર્યાનો સંતોષ અનુભવે છે.

ખેતી પર આધારિત ચીજવસ્તુઓ જેવી કે મધ, ઘી, મરી-મસાલા જેવા ખાદ્ય પદાર્થો તથા, ખેત ઉત્પાદન પર આધારિત ઉત્પાદનો પર “એગમાર્ક” લગાવવામાં આવે છે. “ખેતી પર આધારિત ઉત્પાદન કાયદો-૧૯૩૭” ને ઈ.સ. ૧૯૮૬માં સંશોધિત કરવામાં આવ્યો છે જેનું સંચાલન ભારત સરકારના મંત્રાલયના “માર્કેટિંગ તથા ઈન્ટેલિજન્સ ડિપાર્ટમેન્ટ” (ડીએમઆઈ), જે વેપારીને કે ઉત્પાદકોને આઈએસઆઈ કે એગમાર્ક માર્કો વાપરવાનો પરવાનો આપે છે. એ પરવાનો ધરાવતા ઉત્પાદકોના ઉત્પાદનોની વખતોવખત આકસ્મિક તપાસ કરવામાં આવે છે. ફેક્ટરી અને બજારમાંથી તપાસણી અર્થે વસ્તુઓના નમૂના લેવામાં આવે છે. જો ગ્રાહકને કોઈ વસ્તુઓની ગુણવત્તા વિશે શંકા જન્મે તો તે બીઆઈએસ ના નજીકના પ્રાદેશિક કાર્યાલયમાં ફરિયાદ કરી શકે છે.

સંદર્ભ :

- સામાજિક વિજ્ઞાન (૨૦૦૭) - ધો-૧૦
(લેખકો: પ્રા.મનુભાઈ બી.શાહ, પ્રા.વાય.પી.પાઠક, શ્રી દેવાંગ પરીખ અને અન્ય)

: ગુજરાત રાજ્ય પાઠ્ય પુસ્તક મંડળ, (ગાંધીનગર),



સક્ષમ સેવા પૂરી પાડવા માટે વ્યવસ્થાપનમાં ગ્રાહકની ભાગીદારી

ડૉ. જયપાલ સિંહ

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

પાણી પુરવઠો, આરોગ્ય, વીજળી, શિક્ષણ તથા નાગરિક સુવિધાઓ જેવા ચોક્કસ ક્ષેત્રોમાં સેવાઓ પૂરી પાડવાનું કાર્ય મહદ્અંશે સરકારના વિભાગો કે સરકારી સંસ્થાઓ દ્વારા કરવામાં આવે છે. આમ સરકાર આ ક્ષેત્રોમાં વ્યવસ્થાપકની ભૂમિકા ભજવી રહી છે, જ્યારે આ સેવાઓના ગ્રાહક આખો જનસમુદાય છે, પણ સેવાઓ પૂરી પાડવાની કાર્યક્ષમતા તથા ગ્રાહકને એનાથી મળતા સંતોષનું જવલ્લે જ મૂલ્યાંકન થાય છે. સામાજિક તપાસ અને વપરાશકર્તાઓના પ્રતિભાવ તથા જાણકારી પ્રાપ્ત કરવાના પ્રયત્નોની ક્યારેક વિવિધ સેવાઓમાં કેવા સુધારાની આવશ્યકતા છે તેના પર પ્રકાશ પડે છે. વ્યવસ્થાપનમાં વપરાશકર્તાની ભાગીદારી અને તેઓના પ્રતિભાવ મેળવવા, આ બે મૂળભૂત પરિબલો મોટા પાયા પરની આવી સેવાઓની સક્ષમતાને સારા પ્રમાણમાં

પ્રભાવિત કરી શકે છે. ગુજરાત સરકારે સ્થાનિક સ્તર પર ગ્રામ્ય વિસ્તારો માટે પાણી પુરવઠા વ્યવસ્થાપનમાં લોકોની વ્યાપક ભાગીદારી ઊભી કરવા પહેલ કરી છે. સ્થાનિક સ્વરાજ્યની સંસ્થા સ્વરૂપે ગામમાં પાણા સમિતિની રચના અને એમના ક્ષમતાવર્ધન દ્વારા પાણી અને સ્વચ્છતાની મૂળભૂત જરૂરિયાતોના વિકાસ તથા સંચાલન માટે ગ્રાહકોને ભાગીદાર બનાવ્યા છે. આ માટે એક સ્વાયત્ત સંસ્થા “પેયજળતથા સ્વચ્છતા વ્યવસ્થાપન સંસ્થા (વાસ્મો)” ની રચના દ્વારા ગ્રામ્ય સ્તરે સામાજિક પ્રક્રિયાઓને સુદૃઢ કરી સ્થાનિક સમિતિની રચના તથા એના ક્ષમતાવર્ધનનું કાર્ય કરવામાં આવ્યું છે. આ મિશનરૂપે થયેલી કામગીરીના ફળસ્વરૂપે આજે રાજ્યમાં ૧૩૦૦૦ થી પણ વધુ પાણી સમિતિઓ કાર્યરત થઈ છે અને પેયજળ પુરવઠાની સેવાનું વ્યવસ્થાપન અને સંચાલન કરતી થઈ છે.

પાણી પુરવઠાની સેવા માટે

સામાજિક તપાસ, સેવાઓનું મૂલ્યાંકન તથા ગ્રાહક પાસેથી મેળવતી નિયમિત જાણકારીના આધારે કેટલીક અગત્યની ખામીઓની વિગતો મળી છે. જેમ કે, પુરવઠામાં અનિયમિતતા, પુરવઠામાં ઘટાડો, ગ્રાહક દ્વારા ફરિયાદ કરવા છતાં જ્યાં સુધી ખાસ્સું દબાણ ન થાય ત્યાં સુધી ધ્યાન ના આપવું, પુરવઠામાં સુધારો કરવામાં ખૂબ સમય લાગી જવો અને આ કામ માટે સુધારો કરવા વ્યવસ્થાતંત્ર લાંબા અંતરે હોવું. પાણી પુરવઠાની સેવાઓ માટે ખૂબ ખર્ચ થતો હોવાને કારણે સરકાર દ્વારા આપવામાં આવતી આંશિક આર્થિક સહાય પર આધાર રાખવો પડે છે. સરકારી વિભાગ કે સંસ્થા દ્વારા વ્યવસ્થાપકની આત્મસંતોષી ભાવનાને કારણે સ્વભાવિક રીતે ગ્રાહકમાં અસંતોષ રહે છે.

આ વાતને ધ્યાનમાં રાખીને રાજ્યમાં ગ્રાહકના સંતોષ માટે તથા પુરવઠા સેવા સક્ષમ બનાવવા માટે સમાજની ભાગીદારી તથા સ્થાનિક

(લેખક પાણીપુરવઠા વિભાગ, ગુજરાત સરકારમાં સંયુક્ત સચિવ તથા ‘વાસ્મો’ ના મુખ્ય કારોબારી અધિકારી છે.)

સ્વરાજ્યને મહત્વ આપી આવા અવરોધોને પાર કરીને સામાજિક પ્રયાસ કરવામાં આવ્યા છે. આ પ્રયાસોની સફળતાના મૂળમાં તો સ્થાનિક સ્તર પર લોકોને કાર્યક્રમમાં ભાગીદાર બનાવવા માટે કરવામાં આવેલી સામાજિક પ્રક્રિયાઓ જ રહેલી છે.

સંસ્થા દ્વારા પહેલ કરીને સામાજિક પ્રક્રિયાઓ દ્વારા લોકોને કાર્યક્રમ માટે આકર્ષિત કરીને પાણી પુરવઠા માટે મૂળભૂત સુવિધાઓનો વિકાસ, જરૂરી તમામ વધારાની જરૂરિયાતોનું આયોજન, ઉપલબ્ધ માળખાઓમાં સુધારો તથા વિકાસના આયોજન માટે ગ્રાહકોને ભાગીદાર બનાવી યોજના તૈયાર કરવી, યોજના કાર્યાવનિત કરવી તથા સંચાલન માટે સુપ્રત કરવાનાં કામો કરવામાં આવ્યા છે. આ રીતે એક સક્ષમ સ્થાનિક સમિતિ તૈયાર કરવા માટે રાજ્ય સરકારની સંસ્થા તથા સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ દ્વારા સતત એક સહાયકની ભૂમિકામાં કાર્ય કરવામાં આવે છે. સ્થાનિક નેતૃત્વ તથા લોકો દ્વારા સ્વૈચ્છિક રીતે કાર્યક્રમમાં ભાગીદારી માટે ગ્રામ્ય સ્તર પર ગ્રામસભાઓનું આયોજન કરવામાં આવે છે. ગ્રામસભાઓની સામાજિક તપાસ તથા યોજનાના સક્ષમ સંચાલનમાં ગુણવત્તાસભર કામો માટે મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા જણાઈ છે. પાણી સમિતિની રચના ગ્રામસભામાં સર્વસંમતિથી કરવામાં આવે છે તેમજ આ સમિતિની ક્ષમતાના વિકાસ દ્વારા આયોજન, કામગીરી, યોજનાપૂર્ણ થયે સંચાલન માટે સહાયતા આપવામાં આવે છે. આ રીતે કાર્યરત કરવામાં આવેલી યોજનાઓમાં સમાજના તમામ વર્ગોના સમાન વિકાસ તથા સર્વસામાન્ય નિર્ણયને વિશે, સ્થાન આપવામાં આવે છે.

આ પાણી સમિતિઓ દ્વારા પોતાની

યોજનાઓના એક કુશળ માલિકની જેમ વ્યવસ્થાપન કરીને ગ્રાહકોના ઘર સુધી પેયજળ પુરવઠાનું વ્યવસ્થાપન થવા લાગ્યું છે. આ સમિતિઓ હવે ગ્રાહકોના સ્તર સુધી પીવાના પાણીની ગુણવત્તા ચકાસણી કરીને શુદ્ધ પેયજળનો પુરવઠો સુનિશ્ચિત કરે છે. આ રીતે સ્થાનિક સ્તર પર કામ કરવા માટે લોકસહયોગ દ્વારા એક સશક્ત સામાજિક મૂડીનો વિકાસ સંભવ બન્યો છે જેના કારણે ગ્રાહકોના સ્તર સુધી અસરકારક શુદ્ધ પેયજળ પુરવઠાની સેવા ઉપલબ્ધ કરવામાં આવે છે.

લોકોને વ્યવસ્થાપનમાં સહભાગી બનાવવાને પરિણામે પુરવઠા પર થતાં ખર્ચમાં ઘટાડો કરી શકાયો છે, લોકોને સમયસર પાણી પુરવઠો મળી રહે છે. ગામના સ્તરે જળસ્ત્રોતના ઉપયોગમાં બચત તથા જળસ્ત્રોતના ટકાઉપણા માટે જળ સંરક્ષણના કામો થઈ રહ્યાં છે. ગ્રામસભામાં સર્વસંમતિથી નિર્ણય લઈને પેયજળ પુરવઠાના વ્યવસ્થાપન માટે પીવાના પાણીની સુવિધા માટે વેરો નક્કી કરવામાં આવે છે. સ્થાનિક સ્તર પર વ્યવસ્થાપન અને સંચાલનમાં લોકોના પરંપરાગત જ્ઞાન તથા મૌલિક શોધ ને કારણે પેયજળ પુરવઠો સક્ષમ થયો છે. ઘણાં ગામોએ પોતાને ત્યાં પેયજળ પુરવઠાની સુવિધાને ૨૪-૭ ના સિદ્ધાંત અનુસાર ચલાવી રહ્યાં છે. ગ્રામસભામાં સર્વસામાન્ય નિર્ણય લઈને ગરીબો માટે ઓછા વેરાનીપણ જોગવાઈ કરવામાં આવી છે તથા એમની પણ પાણી સુવિધાનો પૂરેપૂરો લાભ મળે એનું વિશેષ ધ્યાન રાખવામાં આવે છે.

સરકાર દ્વારા આપૂર્તિ માટે સહાયકની ભૂમિકા માટે બે પ્રકારના માપદંડની આવશ્યકતા છે.

સામાજિક પ્રક્રિયા

આમાં લોકો સાથે સતત સંવાદ, લોકો

પાસેથી જાણકારી મેળવવી, માહિતીનું આદાન-પ્રદાન, ફરિયાદોનું તાત્કાલિક નિવારણ તથા ખામીઓને દૂર કરવાની સક્ષમ વ્યવસ્થા પ્રયોજવી.

ગુણવત્તા

આમાં વિભાગ દ્વારા ગ્રાહકો સાથે સુયોગ્ય વ્યવહાર દ્વારા છાપ સુધારવી, લોકો સાથે મેળ-મુલાકાત, પરસ્પર આદરભાવ, વિશ્વાસ, પ્રાપ્યતા તથા ફરિયાદોના નિવારણ માટેની તત્પરતા જેવા ગુણોના વિકાસ જેવી પ્રક્રિયાનો સમાવેશ થાય છે. ગુજરાતમાં પેયજળ પુરવઠા ક્ષેત્રે આવી પ્રક્રિયાઓ પર ધ્યાન અપાવવાના કારણે સ્થાનિક સ્તર પર સંપર્ક સ્થાપિત કરી શકાય છે તથા પાણી સમિતિઓ દ્વારા જ તમામ વ્યવસ્થાપન થઈ રહ્યું હોવાથી સરકાર પરની નિર્ભરતા ઓછી થઈ છે. લોકો સાથે નિરંતર સંપર્ક જ કાર્ય સફળતાનો મૂળમંત્ર કહી શકાય. કોષ્ટક-૨માં કચ્છ જિલ્લાના તમામ ગોમોમાં ટેલિફોનથી સંપર્ક કરી પેયજળ પુરવઠાની સક્ષમતા વિશે જાણકારી પ્રાપ્ત કરવામાં આવી એનો સાર રજૂ કરવામાં આવ્યો છે. કોષ્ટક ૩ માં ક્ષેત્ર સુધાર માટે રાજ્યના જિલ્લાઓમાં કરવામાં આવેલા કામો વિશેના મૂલ્યાંકનના પરિણામ પ્રદર્શિત કરવામાં આવ્યા છે.

ગ્રામીણ સમાજ તથા ગ્રાહકની પુરવઠા વ્યવસ્થાપનની ક્ષમતા વિશે પ્રવર્તતી અનેક પ્રકારની ગેરસમજોને સામૂહિક પ્રેરણાબળના માધ્યમ થકી દૂર કરવાના કારણે સરકાર દ્વારા આનાથી આગળ વધીને નાની સમૂહ યોજનાઓને પણ આવી સમિતિઓને સંચાલન હેતુ સોંપવા માટે નિર્ણય લેવામાં આવે છે. ગ્રામ્ય સ્તરની સ્થાનિક યોજનાઓને પાણી સમિતિઓ જ સંચાલિત કરશે, એવો

અનુસંધાન પાના.૧૮ ઉપર

ગ્રાહકને જાગૃત કરવા 'જાગો ગ્રાહકો જાગો' શું આટલું પુરતું છે ?

દર્ષદ રાવલ

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

અર્થશાસ્ત્રની પરિભાષામાં ગ્રાહકને બજારતંત્રનો રાજા કહેવાય છે. ઉદારીકરણ અને વૈશ્વિકરણના આ યુગમાં દરેક વ્યક્તિ કોઈને કોઈ રીતે ગ્રાહકની વ્યાખ્યામાં સમાવિષ્ટ થાય છે.

સાંપ્રત સમયમાં એક જ પ્રકારની ચીજ વસ્તુઓ અનેક કંપનીઓ બનાવી રહી છે. વળી તેમના વેચાણ માટે બજારતંત્રમાં તીવ્ર હરિફાઈ પ્રવર્તી રહી છે. પરિણામે દરેક કંપનીઓ ગ્રાહકોમાં પોતાની ચીજવસ્તુઓ પ્રત્યે આકર્ષણ જમાવવા માટે અનેક પ્રકારની યુક્તિ પ્રયુક્તિઓ કરતા હોય છે ત્યારે મોટા બેનરવાળી અને લોભામણી જાહેરાતોનો વિકલ્પ અત્યારના યુગમાં ગ્રાહકોને છેતરવામાં પ્રોત્સાહન પુરુ પાડે છે.

આજે ગ્રાહકોમાં થતી છેતરપીંડી અટકાવવા માટે ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો ૧૮૮૬ સહિત સરકારી તંત્ર તેમજ સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ પ્રયત્નશીલ બની છે.

ગ્રાહકોની છેતરપીંડીના ઢગલાબંધ ચૂકાદાઓ જાહેર થયા છે. અનેક રાજ્યોમાં ગ્રાહક મંડળો અસ્તિત્વમાં છે છતાં પણ વિવિધ ઉત્પાદન કંપનીઓ તથા વેપારીઓ છડેચોક-બેરોકટોક ગ્રાહકોને લૂંટી રહ્યા છે ત્યારે સામાજિક દુષણ બની ગયેલા આવા ઉત્પાદકો અને વેપારીઓ સામે સામુહિક જંગ છેડી ગ્રાહકોને જાગૃત કરવાનો એક મહાયજ્ઞ શરૂ કરવામાં આવ્યો છે. સરકારી તંત્ર દ્વારા આજે મોટાઉપાડે 'જાગો ગ્રાહક જાગો'ની મસમોટી જાહેરાત ટીવી ચેનલો ઉપર દર્શાવવામાં આવી રહી છે. ત્યારે પ્રશ્ન એ ઉપસ્થિત થાય છે કે એક તરફ સરકારી તંત્રની મીઠી નજર તળે તદ્દન પાયા વિહોણી તથા લોભામણી જાહેરાતો ગ્રાહકોનું માઈન્ડ વોશ કરી રહી છે અને બીજી તરફ ગ્રાહકને જાગવાની વાત થઈ રહી છે તે કેટલે અંશે વાજબી છે.

શું વેપારીઓ ઉપર કડક વલણ ન અપનાવી શકાય ? કે જેથી ગ્રાહકોને

ક્યારેય છેતરાવવાનો સમય ન આવે. આજે એવી કેટલીક ટીવી જાહેરાતો છે કે જેમાં હાથીની દાંતની જેમ 'ચાવવાના અને બતાવવાના જુદા હોય છે,' પરંતુ સરકારીતંત્રની પણ બેધારી નીતિ અહીંયા છતી થાય છે. જેવું કે, 'ચોરને કહે તું ચોરી કર, અને ઘરવાળાને કહે તું જાગતો રહે'. આજે ગ્રાહકોને જાગૃત કરવા માટે વિવિધ સેમિનારો, શેરીનાટકો, વિવિધ પુસ્તિકાઓ, ટીવી જાહેરાતો વિગેરેનું આયોજન થઈ રહ્યું છે, પરંતુ તંત્ર ઢીલી નીતિ અને લાંચ-રૂથતની જાડી કમાણીએ તંત્રને પાંગળુ બનાવી દીધું છે. કાયદાના યોગ્ય પાલનના અભાવે આજે વેપારીઓ અને ઉત્પાદકોને છૂટો દોર મળી ગયો છે. પાયા વિહોણી અને લોભામણી જાહેરાતોએ આજે ગ્રાહકોને બાનમાં લઈ લીધા છે. વારંવાર આવતી ટીવી જાહેરાત જોઈને ગ્રાહક એકવાર તો છેતરાય જ છે ત્યારે શું આવી જાહેરાતો ઉપર રોક ન

(લેખક)

લગાવી શકાય? સામાજિક દુષણ ફેલાવતા આ તંત્ર ઉપર કાયદાનો કોરડો ન વીંઝી શકાય? આવા વેપારીઓ સામે શિક્ષાત્મક કે દંડાત્મક કાર્યવાહી ન થઈ શકે? આવા અનેક પ્રશ્નો સમાજની પ્રગતિમાં બાધારૂપ સાબિત થઈ રહ્યાં છે. ગ્રાહકો સામે ખોટી રજૂઆતો કરી તેમને વિશ્વાસમાં લઈને લૂંટતા કેટલાક ધનલોલુપ વેપારીઓ સામે તાત્કાલિક કામ ચલાવી શિક્ષા કરવાના હેતુસર તથા ગ્રાહકોને નુકશાનીનું વળતર અપાવવા ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો ૧૯૮૬ ઘડવામાં આવ્યો છે જે અનુસાર ગ્રાહકોને મળતા અધિકારોની છણાવટ કરવામાં આવી છે.

ગ્રાહકોને મળતા અધિકારો

- માલ-મિલકત તથા જીવનને નુકશાનકારક કારક હોય તેવા માલના વેચાણ સામે સંરક્ષણનો અધિકાર.
- ગ્રાહકોને સંરક્ષણ માટે માલની ગુણવત્તા, કક્ષા, માપ, વજન, શુદ્ધતા, કિંમત વગેરે બાબતોમાં માહિતી મેળવવાનો અધિકાર.
- ઈજાહાશાહી સામે હરીફાઈ દ્વારા વાજબી કિંમતે માલ-સેવા મેળવવાનો અધિકાર.
- ગ્રાહકોનો શોષણ તથા છેતરપીંડી સામે નુકશાન વળતર મેળવવાનો અધિકાર.
- ગ્રાહકોને રજૂઆત તથા ફરિયાદ કરવાનો અધિકાર.
- ગ્રાહકે જરૂરી જાણકારી મેળવવાનો અધિકાર.
ઉપરોક્ત અધિકાર ભંગ બદલ ગ્રાહક ન્યાય માટે ફરિયાદ કરી શકે છે.

ભારતના બંધારણના વિભાગ-૪માં

પણ રાજ્યનિતિના માર્ગદર્શક સિદ્ધાંતોમાં અનુચ્છેદ-૩૬ થી અનુચ્છેદ ૫૧ સુધી આપેલ છે. જે પૈકી અનુચ્છેદ-૩૯ માં જણાવ્યા અનુસાર રાષ્ટ્રની આર્થિકનીતિ અને પદ્ધતિ એવી રચાવી જોઈએ કે જેથી સામાન્ય જનતાના હિતને હાનિકારક બને તે રીતે રાષ્ટ્રનું ધન માત્ર સમાજના અમુક વર્ગોમાં કેન્દ્રીત ન થાય તથા વેપાર દરેક વર્ગ માટે અવરોધોથી મુક્ત હોવો જોઈએ.

વળી ભારતીય બંધારણના વિભાગ-૩માં પણ માનવ અધિકારોનું વર્ણન કરવામાં આવ્યું છે. પરંતુ, ગરીબી, બેકારી અને નિરક્ષરતા જેવી સમસ્યાને પરિણામે આટલા બહોળા સમાજને શિક્ષિત કરવો અથવા તો જાગૃત કરવો ખૂબજ મુશ્કેલ છે. ભારત ખેતી પ્રદાન દેશ છે અને મોટાભાગની વસ્તી ગ્રામ્ય વિસ્તારમાં વસવાટ કરે છે ત્યારે તંત્રએ આ લોકોને જાગૃત કરવાનું કામ ખૂબ જ કપરું છે.

સમાજના કેટલાક બુદ્ધિજીવી વિચારકો અધિનિયમની સુધારણાની આવશ્યકતા ઉપર ભાર મૂકી રહ્યા છે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૧૯૮૬ના કેટલાક શબ્દો અને ખ્યાલોમાં રહેલી વિસંગતતા તથા ઉણપો દૂર કરવા પ્રયાસો હાથ ધરવા જોઈએ તેવું સમાજનો શિક્ષત વર્ગ માની રહ્યો છે.

સર્વોચ્ચ અદાલતે એમ.સી. મહેતા તથા અન્ય વિ. ભારત સંઘમાં ઠરાવ્યું છે કે, “આજના ઝડપી પરિવર્તન પામી રહેલા સમાજમાં કાનુન પણ બદલાવવો જોઈએ અને દેશમાં જે આર્થિક વિકાસ થઈ રહેલ છે તેની સાથે કદમ મિલાવી ચાલવું જોઈએ. જે ક્ષણે નવી પરિસ્થિતિ ઉત્પન્ન થાય તે ક્ષણે કાનૂનમાં પણ આવશ્યક ઉત્ક્રાંતિ થવી જોઈએ તેથી નવીન પરિસ્થિતિનો મુકાબલો કરી શકે. કાનુન જડ અને ગતિવિહિન રહી ન શકે. આપણે

નવા સિદ્ધાંતો ઘડવા જોઈએ, તથા નવા ધોરણો નિર્માણ કરવા જોઈએ જે યોગ્ય રીતે નવી સમસ્યાઓનો ઉકેલ લાવી શકે.”

સર્વોચ્ચ અદાલતે આપેલું સુત્ર અત્યારના યુગમાં સચોટ લાગુ પડે છે. ટીવી ચેનલો ઉપર જાહેરાતોની ભરમાર જોઈને તેની વિશ્વસનીયતાની ખાત્રી કરી શકાતી નથી. વળી ગ્રાહકો પણ કાયદાની આંટીઘૂંટીમાં અટવાયા કરતા નુકશાની ભોગવી લેવામાં સંતોષ માને છે. કાયદાની પુરતી જાણકારી ન હોવાને કારણે ક્યારે અને ક્યા સંજોગોમાં ફરિયાદ કરવી તેની પુરતી સમજ હોતી નથી ત્યારે વેપારીઓને ભાવતું ભોજન મળી જાય છે. પરંતુ ગ્રાહક સુરક્ષા ધારા અન્વયે ખૂબ જ સરળ અને ઝડપથી ન્યાય મળી શકે છે.

આજે ગ્રાહકને એ પ્રશ્ન પણ સતાવે છે કે ક્યા સંજોગોમાં ફરિયાદ કરી શકાય? આ અંગે અધિનિયમમાં જણાવ્યા અનુસાર કેટલાક પ્રથમ નજરે દેખાતા સંજોગો ઉપર નજર કરીએ તો,

- કોઈ વેપારીએ અપ્રમાણિક વેપાર-પ્રણાલી અપનાવેલ હોય.
- પોતે ખરીદેલ માલમાં ક્ષતિઓ હોય.
- ખરીદી બાબતે સમજૂતી કરી હોય તેમાં કોઈ ઉણપ હોય.
- સૂચિત કિંમત કરતા વેપારીઆ વધુ કિંમત લીધી હોય.
- ખરીદવામાં આવેલો માલ જીવન તથા સલામતી માટે જોખમી હોય તથા
- કાયદા હેઠળ પ્રતિબંધીત હોય તેના માલનું વેચાણ વગેરે જેવા સંજોગો દર્શાવાયા છે.

આ ઉપરાંત વેપારીઓ દ્વારા ગ્રાહકોને છેતરવા માટેની વિવિધ કળાઓને પણ નજર અંદાજ કરી શકાય તેમ નથી. જેમ કે કેટલીક ગેરંટી વોરંટી

અને મરામત વાળી ચીજવસ્તુઓ તથા કેટલીક સેવાઓમાં વેપારીઓ પોતાની વાકાઈટાથી ગ્રાહકો સાથે છેતરપીંડી કરે છે અને જ્યારે ગ્રાહકની આંખ ખૂલે છે ત્યારે ફરિયાદ કરવાનો સમય પણ વિતી જાય છે. કેટલાક સંગ્રહખોર વેપારીઓ તોલમાપ તથા ગુણવત્તામાં ભોળી પ્રજાને આસાનીથી છેતરી જાય છે.

હજુ આટલું પુરતું ન હોય તેમ હાલના સમયમાં વાણી-વિલાસનું નેટવર્ક ફેલાવનાર આજની જાહેર ખબરો ગ્રાહકો સાથેની છેતરપીંડીનું માધ્યમ બની ગઈ છે. વળી સરકારી તંત્રએ બજારમાં ઉપલબ્ધ ચીજવસ્તુઓ તથા માલની વાસ્તવિક જાણકારી પ્રજાને પુરી પાડવી જોઈએ. કારણ કે ઉત્પાદકો અને વેપારીઓ ગ્રાહકોને પુરતી માહિતી આપતા નથી. પરિણામે ગ્રાહકોમાં જાણકારીનો અભાવ પ્રવર્તે છે. ખાસ કરીને રેડિયો, વર્તમાનપત્ર, ટીવી ચેનલો, ગ્રાહકોને જાગૃત કરવા માટે ઉપયોગી માધ્યમો છે છતાં પણ આજે તેમને વિપરીત માર્ગ અપનાવ્યો છે. આજે આ પ્રચાર માધ્યમો નિષ્ણાત વેપારી તથા ઉત્પાદકોની પકડમાં છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૧૯૮૬ તથા ૧૯૯૩ પછી આવા માધ્યમો ઉપર રોક લગાવવામાં નિષ્ફળ નિકળ્યા છે. આજે પ્રજાને ગેરમાર્ગે દોરનારી જાહેરખબરો ગ્રાહકોને વાસ્તવિક જાણકારી ન આપતી હોય તો તેના ઉપર પ્રતિબંધ લગાડવો જોઈએ. આજે બજારમાં ઘણી એવી ચીજવસ્તુઓ વેચાણમાં છે જે બાબતે ગ્રાહકો સંપૂર્ણપણે અજાણ હોય છે તેથી તેમને માહિતી માટે આવી યુક્તિ પ્રયુક્તિથી ભરેલી જાહેરખબરો ઉપર આધાર રાખવો પડે છે. ભારતની કેટલીક પ્રજા ગરીબીની રેખા નીચે જીવી રહી છે ત્યારે કરુણતા એ છે કે આજના ધનલોભુપ

ઉત્પાદકો ગરીબ, અભણ અને જાણકારીથી અજાણ એવા ગરીબ લોકોને ઊંચી કિંમતે અને ગુણવત્તા વિહિન ચીજવસ્તુઓ વેચીને વધારે ગરીબીમાં ધકેલી દે છે. અન્ય દેશોની સરખામણીમાં ભારતમાં અભણ અને અશિક્ષિત લોકોની સંખ્યા વધુ છે, ત્યારે જીવન જરૂરિયાતની ચીજવસ્તુઓ માટે તેમને છેતરાવવું પડે છે ત્યારે ‘જાગો ગ્રાહક જાગો’ની ઉક્તિ કેટલે અંશે વાજબી ગણાય ?

આજે શોષણખોર સમાજ પ્રબળ અને શક્તિશાળી છે. ભારતીય કાયદામાં સામાન્ય માનવીની સુરક્ષા માટેના અનેક કાયદા અસ્તિત્વમાં છે, પરંતુ એની અસરકારકતા સામે આજે શિક્ષિતવર્ગ પ્રશ્નાર્થ મુકી રહ્યો છે. કાયદામાં વેપારીઓ અને ઉત્પાદકો સામે એનક શરતો અને જોગવાઈઓ દર્શાવી હોવા છતાં લોભી અને અપ્રમાણિક વેપારી જગતે આ શરતોને બિનઅસરકારક બનાવવાના માર્ગો પણ શોધી કાઢ્યા છે.

આજે દેશમાં જો કોઈ પણને સુરક્ષાની જરૂર હોય તો તે દેશના ગ્રાહકો છે. ગ્રાહક સુરક્ષા ક્ષેત્રે બનાવવામાં આવેલા કાનુન સાંપ્રત સમયમાં બિનઅસરકારક સાબિત થઈ રહ્યો છે. વિશાલ જાહેર ખબરની પ્રવૃત્તિ જે માધ્યમો દ્વારા થાય છે તેમાં ગ્રાહકોનું હિત અને અધિકારને વધુ નુકશાન પહોંચ્યું છે. મોટાભાગના ગ્રાહકો માટે સૌથી દુર્ભાગ્યની બાબત એ છે કે તેઓ અભણ, અશિક્ષિત અને ગરીબ છે. વળી જીવન જરૂરિયાતની ચીજવસ્તુઓ માટે તેમના આવા નફાખોર વેપારીઓને આધિન રહેવું પડે છે. આજે જો કાયદાને સાચી રીતે અલમીકરણ કરવામાં આવે તો ગરીબ ગ્રાહકને બચાવી શકાય છે તથા તેમના હિતોની રક્ષા થઈ શકે છે. સમયના વહેણની સાથે પલટાટી રાજકીય,

સામાજિક, આર્થિક પરિસ્થિતિમાં અસ્તિત્વ ધરાવતા પુરાતન કાનૂનને અદ્યતન બનાવવાની જરૂર છે. બીજી તરફ કેટલાક બુદ્ધિશાળી વેપારીઓ કાયદામાં છટકબારીઓ શોધે છે. પરિણામે કાયદાનો ભંગ કરવા છતાંય સપડાતા નથી, ત્યારે બદલાતા જમાનામાં કાયદાઓમાં પણ બદલાવ લાવવો જરૂરી છે.



અનુસંધાન પાના. ૧૫ થી શરૂ

નિર્ણય લેવાઈ ચૂક્યો છે. ગ્રાહક સમિતિઓના સફળ પ્રયાસોને કારણે જ હવે મોટી સામૂહિક યોજનાઓ માટે પણ ગ્રાહકોની સમૂહ ચર્ચા યોજી પ્રશ્નોનું નિરાકરણ લાવી શકાય છે. ફરિયાદો તથા ખામીઓ દૂર કરવા માટે લોકોનો પેયજળ પુરવઠા અંગે સંતોષ તથા સક્ષમતાનું મૂલ્યાંકન થવા લાગ્યું છે. લોકો દ્વારા ગ્રાહકના સ્તર પર પાણી ગુણવત્તા પરીક્ષણ પણ થવા લાગ્યું છે. સરકાર પણ આનાથી એક કદમ આગળ વધીને કમ્પ્યુટરાઈઝ્ડ

કુલ ઘરની સંખ્ય	૧૮૪૫૫૭	
ઘેર નળ કનેક્શન	૧૫૯૫૦૨ (૮૬.૪%)	
	હા	ના
પાણી પુરવઠાથી સંતોષ	૫૦૬	૫૧
પુરવઠા વ્યવસ્થાપન માટે વેરો એકત્ર કરવો	૫૩૪	૧૫૫
નિયમિત ક્લોરિનેશન કરવું	૫૫૫	૧૩૮

મૂલ્યાંકન પ્રણાલિ દ્વારા મોટી યોજનાઓનું સંચાલન કરીને ગ્રાહકના સંતોષ માટે પ્રતિબદ્ધ થઈ છે. એક રીતે જોઈએ તો પેયજળ વ્યવસ્થાપનમાં ગ્રાહકોની ભાગીદારીથી સરકાર તથા પ્રજા બંને માટે વિજય તથા સંતોષ પરત્વેનો માર્ગ ખુલી ગયો છે.



જાગો ગ્રાહક જાગો

ડૉ. એમ.એમ.વ્યાસ

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

ભારતના સંવિધાને લોક તંત્રાત્મક ગણરાજ્યની સ્થાપના કરી છે. અને જ્યારે લોકશાહીમાં નાગરિકોનું માહિતગાર હોવું અને તેની કામગીરી માટે તેમજ ભ્રષ્ટાચારને નિયંત્રણમાં રાખવા માટે અગત્યની હોય તેવી માહિતીની પારદર્શિતા જળવાય તે જરૂરી છે. અને જ્યારે લોકશાહી આદર્શની સર્વોપરિતા જાળવતી વખતે આ સંઘર્ષમાં આવતા હિતો વચ્ચે સંવાદીતા સાધવી પણ જરૂરી છે.

માટે દરેક નાગરિક માહિતી અધિકારનો ઉપયોગ કરીને લાંચ રુચ્ચ તે જાકારો અને સ્વચ્છ વહીવટથી જાગૃત થાય.

માહિતીના અધિકાર બાબતનો અધિનિયમ, ૨૦૦૫

પ્રત્યેક જાહેર સત્તા મંડળની કામગીરીમાં પારદર્શિતા ઉત્તરદાયિત્વના સંવર્ધન માટે, સત્તામંડળોના નિયંત્રણમાં

આવેલી માહિતી સુધીની પહોંચ સુનિશ્ચિત કરવા માટે, નાગરિકોના માહિતીના અધિકારની વ્યવહારિક શાસન પદ્ધતિ સ્થાપિત કરવા એક કેન્દ્રીય માહિતી આયોગ તથા રાજ્ય માહિતી આયોગની રચના કરવા અને તેને સંબંધિત અથવા તેને આનુષંગિક વિષયોની જોગવાઈ કરવા માટેનો કાયદો.

ટૂંકી સજ્ઞા અને આરંભ

આ નિયમો ગુજરાત માહિતીના અધિકાર બાબતના નિયમો, ૨૦૦૫ કહેવાશે.

વ્યાખ્યા

- ‘અધિનિયમ’ એટલે માહિતીના અધિકાર બાબતનો અધિનિયમ-૨૦૦૫
- ‘આયોગ’ એટલે અધિનિયમની કલમ-૧૫ હેઠળ રચાયેલું રાજ્ય માહિતી આયોગ
- ‘નમૂનો’ એટલે આ નિયમો સાથે

જોડેલો નમૂનો.

- ‘ફી’ એટલે નિયમ-૫ હેઠળ ઠરાવેલી ફી.

આ નિયમોમાં વપરાયેલા પરંતુ વ્યાખ્યા ન કરેલ શબ્દો અને શબ્દ પ્રયોગોનો અધિનિયમમાં તેમનો જે અર્થ આપેલો છે તે જ થશે.

હેતુ અને માહિતીના અધિકારના કાયદાનો ઉપયોગ

નાગરિકોને સરકારી તંત્રની માત્ર ટીકા કરવા કરતાં તેને વધુ મજબૂત જવાબદેહી અને પારદર્શી બનાવવા માટે સહયોગી થવા પ્રેરવા માટે હવે માહિતીના અધિકારના કાયદાના ઉપયોગ દ્વારા આપના વિસ્તારના લોકોનાં અટકેલાં કામ જેવાં કે,

- શું જન્મનું, લગ્નનું, મૃત્યુનું, એસ.સી./એસ.ટી./ઓ.બી.સી.નું પ્રમાણપત્ર મેળવવા તમારે લાંચ આપવી પડે છે ?

(લેખક ‘શ્રી.કે.કા.શાસ્ત્રી સરકારી વિનયન કોલેજ’, મણીનગર, અમદાવાદમાં સંસ્કૃત વિભાગના અધ્યાપક છે.)



- શું મતદાર યાદીમાં તમારું નામ નથી.
- શું તમને મહેસુલ દફતરના નમૂના મેળવવા લાંચ આપવી પડે છે.
- શું તમારા રાશનની અરજી પેન્ડીંગ છે ?
- શું તમને પૂરતું રાશન મળતું નથી ?
- તમારા વીજળી બીલ, ટેલીફોન બીલ સુધારાની અરજી પેન્ડીંગ છે ?
- ગામના પ્રાથમિક આરોગ્ય કેન્દ્રમાં ડોક્ટર આવતા નથી ? પ્રાથમિક આરોગ્ય કેન્દ્રમાં દવા કેમ પૂરતી હોતી નથી.
- ગામમાં સરકારી બસ કેમ સમયસર આવતી નથી ?
- શાળામાં શિક્ષકો કેમ આવતા નથી ?
- ગામમાં પીવાના પાણીની વ્યવસ્થા કેમ નથી ?

વગેરે પ્રશ્નોના ઉત્તર- માહિતી અધિકાર કાયદાનો ઉપયોગ કરી તમે આવા પ્રશ્નો સરકારને પૂછી શકો છે.

માહિતી મેળવવા માટેની અરજી

માહિતી મેળવવા માંગતી વ્યક્તિએ નિયમ-પ હેઠળ ઠરાવેલી ફી સાથે જાહેર માહિતી અધિકારીને અરજી કરવી જોઈએ. અરજીની પહોંચ અરજદારને આપવામાં આવશે. તેમજ ફી રોકડમાં ભરવાની સુવિધા ઉપલબ્ધ હોય ત્યાં રોકડમાં અથવા ડિમાન્ડ ડ્રાફ્ટ અથવા પે ઓર્ડર અથવા નોન જ્યુડિશિયલ સ્ટેમ્પ દ્વારા ભરી શકાય. તેમાં પણ ગરીબી રેખા હેઠળના કુટુંબની વ્યક્તિ “ગરીબી રેખા હેઠળના કુટુંબ” ના કાર્ડની પ્રમાણિત નકલ અથવા સંબંધિત સત્તાધિકારીઓ તે અર્થે કાઢી આપેલું પ્રમાણપત્ર અરજીની સાથે જોડે તો એવી વ્યક્તિએ કોઈ ફી અને ચાર્જ ભરવાનો થશે નહિ.

માહિતી મેળવવા માટેની અરજીનો નમૂનો

પ્રતિ,
જાહેર માહિતી અધિકારી
(વિભાગ / કચેરી)

૧. અરજદારનું નામ

૨. પુરૂ સરનામું

૩. જરૂરી માહિતીની વિગતો (ટૂંકમાં)
૪. હું આથી જણાવું છું કે માંગવામાં આવેલી માહિતી, માહિતીના અધિકાર બાબત અધિનિયમ-૨૦૦૫ ની કલમ-૮ અથવા ૯ હેઠળ માહિતી જાહેર કરવામાંથી મુક્તિ આપેલી હોય તેવા વર્ગ હેઠળ આવરી લીધેલ નથી અને મારી ઉત્તમ જાણ મુજબ તે આપના વિભાગ / કચેરી ને લગતી છે.

(પ) મે વિભાગ / કચેરી માં તારીખ..... ના રોજ પહોંચ ક્રમાંક..... પ્રમાણે..... શબ્દોમાં રૂપિયા..... ની ફી ચૂકવેલી છે.

-હું આ સાથે ચૂકવવા પાત્ર ફી પેટે.... અધિકારીની તરફેણમાંબેંકે કાઢી આપેલ તારીખ.....નો ડિમાન્ડ ડ્રાફ્ટ / પે ઓર્ડરનું બિડાણ કરું છું.

- આ અરજી ઉપર રૂ. ની નોન જ્યુડિશિયલ સ્ટેમ્પ ચોંટાડેલ છે.

- હું ગરીબી રેખા હેઠળના કુટુંબની વ્યક્તિ છું. મારા રેશન કાર્ડ / પ્રમાણપત્રની ઝેરોક્ષ

નકલ આ સાથે જોડી છે.

સ્થળ :

તારીખ :

અરજદારની સહી

ઈ.મેઈલ એડ્રેસ, જો હોય તો,

ટેલીફોન નં. કચેરી / નિવાસ

-લાગુ પડતું ન હોય તે છેકી નાંખવું જ્યારે ગરીબી રેખા હેઠળની વ્યક્તિએ કોઈપણ પ્રકારની ફી ચૂકવવાની રહેશે નહીં.

- અરજી ફી : અરજી દીઠ રૂ. ૨૦/-

માહિતી અધિકારના ઉપયોગના દૃષ્ટાંતો

અલ્પેશ એક સોફ્ટવેર એન્જનીયર છે, તેણે જોયું કે આઈ.આઈ.ટી ફ્લાયઓવરથી પંચશીલ ફ્લાયઓવર સુધીના આઉટર રીંગરોડ ગત ફેબ્રુઆરીમાં બનાવવામાં આવ્યો હતો. અને તે માત્ર ૧૦ દિવસમાં પડી ભાંગ્યો. તેણે તે અંગેની ફાઈલના, રસ્તાના અને રસ્તો બનાવવા વપરાયેલ માલ સામાનના નમૂનાની ચકાસણીની માંગણી કરી, તેને બે દિવસ બાદ ચકાસણી માટે બોલાવવામાં આવ્યો હતો, અને તે દરમિયાન સમગ્ર રસ્તો ફરીથી તૈયાર કરવામાં આવ્યો.

મહેશ એક ટ્રેનિક વેતન કામદાર છે. તે વેલકમ મજદૂર વસાહતમાં રહે છે. જે પૂર્વ દિલ્હીમાં એક ઝૂંપડપટ્ટી વિસ્તાર છે. તેણે તેનું રેશનકાર્ડ ખોવાઈ જતાં, ડુપ્લીકેટ રાશનકાર્ડ માટે આ વર્ષે જાન્યુઆરીમાં અરજી કરી ત્યાર પછીના ત્રણ મહિનામાં સ્થાનિક ખાદ્ય અને નાગરિક પુરવઠા વિભાગની કચેરીએ ઘણા ધક્કા ખાધા. પરંતુ કારકુનો અને અધિકારીઓ તેને મચક આપતા ન હતા. અંતે તેણે માહિતી અધિકાર અધિનિયમ હેઠળ તેની અરજી ઉપર કરવામાં આવેલ રોજ બરોજની પ્રગતિ, તેની અરજી ઉપર જે અધિકારીઓ

કાર્યવાહી કરવા જવાબદાર હતાં તેમના નામ સરનામા, અને આ અધિકારીઓ સામ ક્યા ક્યા પગલાં લઈ શકાય તે અંગેની માહિતી માંગી. માહિતી અધિકાર અધિનિયમ હેઠળ આ અરજી રજૂ કર્યાના એક જ અઠવાડિયામાં ખાદ્ય વિભાગના એક નિરિક્ષકે તેની મુલાકાત લીધી અને તેણે તેને જણાવ્યું કે 'તેનું કાર્ડ બનાવી દેવામાં આવ્યું છે. અને તે કચેરીમાંથી મેળવી શકે છે.' મહેશ જ્યારે બીજા દિવસે તેનું કાર્ડ લેવા ગયો ત્યારે અન્ન અને પૂરવઠા વિભાગના અધિકારી કે જે વર્તુળના મુખ્ય અધિકારી છે, તેમના દ્વારા તેની સાથે ખૂબ જ સારો વર્તાવ કરવામાં આવ્યો તેણે આ અંગે પણ પૃચ્છા કરી અને તેનું કામ પતાવી દેવામાં આવ્યું હોવાથી માહિતી અધિકાર અધિનિયમ હેઠળ તેણે દાખલ કરેલી અરજી પરત ખેંચવા વિનંતી કરી.

માહિતી અધિકાર હેલ્પલાઈન

માહિતી અધિકારના કાયદાના ઉપયોગ અંગે માર્ગદર્શન આપતી દેશની સૌથી પહેલી હેલ્પલાઈન ૯૯૨૪૦ ૮૫૦૦ માહિતી અધિકારના કાયદાની પહેલી વર્ષગાંઠના પ્રસંગે ૧૨મી મે ૨૦૦૬ના રોજ આ હેલ્પલાઈન શરૂ કરવામાં આવી.

સોમવારથી શનિવાર સવારે ૧૧ થી ૬, જાહેર રજાઓ સિવાય હેલ્પલાઈન પર સંપર્ક થઈ શકે છે.

હેલ્પ લાઈન પર કાયદાની તાલીમ લીધેલા સ્વયંસેવકો દ્વારા માર્ગદર્શન પુરૂં પાડવામાં આવે છે.

૧૨ મી મે ૨૦૦૬ ના રોજ આ હેલ્પલાઈન શરૂ કરવામાં આવી માર્ચ - ૨૦૦૮ સુધીમાં કુલ ૨૨૫૦૦ લોકોએ હેલ્પલાઈનની મદદ લીધી છે.

સંદેશ

“આ દેશમાં તમારે હવે લાંચ આપવાની જરૂર નથી હવે તમારી પાસે અસરકારક વિકલ્પ છે. માહિતીનો અધિકાર. માહિતીના અધિકારનો ઉપયોગ કરો, તે લાંચ કરતા વધુ ઝડપથી કામ કરે છે.”

લાંચ રુચ્છતને જાકારો આપો

માહિતીના અધિકારનો ઉપયોગ કરો

સરકાર દ્વારા નાગરિકોના કલ્યાણ અને સુખાકારી માટે બનાવવામાં આવેલી યોજનાઓ તથા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ પાછળ મોટા પ્રમાણમાં જાહેર નાણા ખર્ચાય છે. આ સેવાઓ નાગરિકોને તેમના અધિકાર તરફી મળે તે જોવાની રાજ્યની ફરજ છે. આવી સેવાઓ મેળવવામાં નાગરિકોને મુશ્કેલી પડે છે જેવી કે રેશનકાર્ડ મેળવવાની વાત હોય કે પાસપોર્ટ, ગેસ સિલિન્ડર નિયમિત કેમ નથી મળતું? તેની ફરિયાદ હોય કે ગ્રામ પંચાયતના મહેસૂલી દફતરના ઉતારા મેળવવામાં પડતી મુશ્કેલીની વાત હોય. જ્યારે નાગરિકોના કામો સરળતાથી નથી થતાં, પોતાના કામો કરાવવા નાગરિકોને લાંચ આપવી પડતી હોવાની ફરિયાદો ઉઠે છે, ત્યારે નાગરિકોના સવાલો મુશ્કેલીઓના જવાબ લાંચ આપ્યા વિના મેળવવા માટે માહિતી અધિકારનો કાયદો છે.

વિકાસલક્ષી સામયિક

યોજના

યોજના વાંચો,

યોજના વંચાવો

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિમ-૧૯૮૬ એક વિહંગાવલોકન

હિંમત સેજલીયા

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

ભારતીય બંધારણ એ વિશ્વનું સૌથી મોટું લૈખિત સ્વરૂપનું બંધારણ છે. તેમાં ૪૪૪ અનુચ્છેદ અને ૧૨ પરિશિષ્ટો છે. બંધારણ ૨૨ વિભાગોમાં વિભાજિત છે. જેમાં વિભાગ-૩માં મૂળભૂત અધિકારો દર્શાવવામાં આવ્યા છે. ભારતીય બંધારણ દ્વારા સમાજને /નાગરિકોને અધિકારો આપવામાં આવ્યાં છે. આ મૂળભૂત અધિકારો પ્રજાને તેના હક્કો અને ફરજો વિશે માર્ગદર્શન આપે છે. તે ઉપરાંત રાજ્યને નિયંત્રણમાં રાખવાનું અને નિર્દેશન આપવાનું કાર્ય કરે છે. ટુંકમાં પ્રજા અને શાસક વચ્ચેનો એક સેતુ કે હદરેખા આ અધિકારો છે. નાગરિકોને મળેલા અધિકારો રાષ્ટ્રની માનમર્યાદા વધારે છે. આવા અધિકારો નીચે મુજબ છે.

(૧) સ્વતંત્રતાનો અધિકાર,
(૨) સમાનતાનો અધિકાર,
(૩) શોષણવિરોધી અધિકાર,

(૪) બંધારણીય ઈલાજ અધિકાર,
(૫) સાસ્કૃતિક અને ધાર્મિક અધિકાર,
વર્તમાન એલ.પી.જી. ઉદારીકરણ, ખાનગીકરણ અને વૈશ્વિકરણના યુગમાં ઔદ્યોગિક એકમો નફા અને સંપત્તિના મહત્તમીકરણના ધ્યેયને સિદ્ધ કરવા બજારનો રાજા એવા ગ્રાહકને ભૂલી ગયો લાગે છે. તેની સામે ગ્રાહકોને રક્ષણ અને ન્યાય મળે તે માટે ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિયમ બનાવવામાં આવ્યો છે. ગ્રાહકોને અધિકારમાં ખરીદી અધિકાર, તેમાં સ્વતંત્રતા, તેમજ ખરીદી પછીની સેવાઓનો સમાવેશ થાય છે. આ માટે ભારત સરકારે બીજા વિશ્વયુદ્ધ પછી સજાગ રહી ડીફેન્સ ઓફ ઈન્ડિયા રૂલ લાગુ કરી વસ્તુની પ્રાપ્તિ અને કિંમત વધારા પર અંકુશ લાવીને પ્રભાવશાળી કામગીરી કરી છે. ત્યારબાદ આ દિશામાં અનેક નિયમો લાગુ કર્યા જેની સંખ્યા લગભગ ૩૦ છે. જેના પ્રમુખ અધિનિયમો નીચે પ્રમાણે છે.

- કૃષિ ઉપજ / ક્ષેત્રીકરણ / ચિલ્લ અધિનિયમ-૧૯૬૭
 - ઔષધિ અને સૌંદર્ય અધિનિયમ-૧૯૪૦
 - ખાદ્ય ભેગસેળ નિવારણ અધિનિયમ-૧૯૫૫
 - આવશ્યક વિકાસ અને નિયમન અધિનિયમ-૧૯૫૧
 - ઔદ્યોગિક વિકાસ અને નિયમન અધિનિયમ-૧૯૫૧
 - વેપાર અને વેપાર ચિલ્લ અધિનિયમ-૧૯૫૧
 - ઈજારો અને વેપાર અવરોધક વ્યવહાર અધિનિયમ-૧૯૬૯
 - પેકેજ વસ્તુ નિયમન આદેશ-૧૯૭૫
 - વજન અને તોલમાપ અધિનિયમ-૧૯૮૫
 - ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ - ૧૯૮૬
- ઉપરોક્ત કાયદાઓમાં ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિયમ ભારત સરકાર દ્વારા

(લેખક અમરેલી સ્થિત શ્રીમતી આર.કે વઘાસીયા કોમર્સ કોલેજમાં પ્રિન્સિપાલ છે.)



૧૯૮૬ માં લાગુ કરવામાં આવ્યો. તેનું કાર્યક્ષેત્ર વ્યાપક છે. ત્યારબાદ ૧૯૯૩માં સંશોધન દ્વારા રેલવે, તારટપાલ, વિદ્યુત, બેંક, સ્વાસ્થ્ય સંબંધીત સેવાઓને પણ તેમાં સામેલ કરવામાં આવ્યા છે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિયમની જરૂરીયાત નીચે મુજબ છે.

- ગ્રાહકોની મુશ્કેલીઓનું તત્કાલ સમાધાન માટે.
- સામાજિક જવાબદારી માટે જાગૃક્તા લાવવા.
- ગ્રાહકોને તેમના અધિકારો પ્રત્યે જાગૃત કરવા.
- જિલ્લા, રાજ્ય અને રાષ્ટ્રીય લેવલે ગ્રાહકોને એક સમાન ન્યાય પ્રણાલી માટે.
- ધંધાદારી એકમોની શોષણ પ્રવૃત્તિથી મુક્ત કરવા માટે.
- વસ્તુની ઉપયોગીતા, ગુણવત્તા અને કાર્યવિધીના માર્ગદર્શન માટે.
- ઈજારા યુક્ત પ્રવૃત્તિથી મુક્તિ મેળવવા.
- અનૈતિક આર્થિક વ્યવહારો રોકવા માટે.
- માનવીય કલ્યાણ અને પ્રદુષણ મુક્તિ માટે.
- વ્યવસાય સંબંધી કાયદાઓનું જ્ઞાન

આપવા માટે.

- સામાજિક વિતરણ વ્યવસ્થામાં ભ્રષ્ટાચાર દૂર કરવા.
- ગ્રાહકોનું સામાજિક સ્તર ઊંચું લાવવા.
- ગ્રાહકોને નુકશાન વળતર આપવા.
- ગ્રામીણ ક્ષેત્ર અને શહેરી ક્ષેત્રના અસંગઠીત ગ્રાહકોને તેના અધિકારો પ્રત્યે જાગૃત કરી શિક્ષણ આપવું.

વગેરે હેતુ/ ઉદ્દેશ ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિયમ-૧૯૮૬ ના છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિયમ-૧૯૮૬નું કાર્યક્ષેત્ર

- જમ્મુ-કાશ્મિર ને છોડી સમગ્ર ભારતને લાગુ પડે છે. : કલમ ૧(૨)
- આ કાયદો ગ્રાહક સંબંધીત આ અગાઉના કાયદાથી અલગ/વધારાનો છે. : કલમ-૧(૩)
- બધા જ પ્રકારના માલ અને સેવા માટે લાગુ પડે છે. : કલમ-૧(૪)

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિયમ-૧૯૮૬ મુજબ ગ્રાહક

આ કાયદાની કલમ-૬ માં ગ્રાહકોને

નીચેના સાત(૭) અધિકારોનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો છે.

- સુરક્ષાનો અધિકાર
- પસંદગીનો અધિકાર
- માહિતી પ્રાપ્તિ અધિકાર
- કહેવા અને સુનાવણી અધિકાર
- ઉપચારનો અધિકાર
- ગ્રાહક શિક્ષા અધિકાર
- વેલ્યુ અને વળતર અધિકાર

ઉપરોક્ત અધિકારોમાં સ્વસ્થ વાતાવરણનો અધિકાર ઉમેરવા પ્રયત્નો ચાલુ છે. અમેરિકન ભુતપૂર્વ રાષ્ટ્રપતિ જોન કેનેડીએ સૌ પ્રથમ ગ્રાહકોના અધિકારો જણાવેલા જેમાં તેણે

- સુરક્ષા, પસંદગી, જાણવું, અને સાંભળવાના અધિકારોનો સમાવેશ કરેલો.

ગ્રાહક ફરિયાદ નિવરણ વ્યવસ્થા

ગ્રાહકોની ફરિયાદના સમાધાન / નિવારણ માટે ત્રિસ્તરીય અર્ધ ન્યાયીક તંત્રની સ્થાપના કરવામાં આવી છે. જે નીચે પ્રમાણે છે.

૧. જિલ્લા મંચ

જિલ્લા મંચની સ્થાપના કલમ ૮(એ) મુજબ રાજ્ય સરકારની સુચના મુજબ દરેક જિલ્લામાં એક અથવા એક થી વધુની કરી શકાય છે. જેમાં..

- કલમ ૧૦(૧) મુજબ જેના અધ્યક્ષ જિલ્લા ન્યાયધીશ અને અન્ય બે સભ્યો હોય છે.
- કલમ ૧૦(૨) જિલ્લા મંચના સભ્યોની નિમણૂંક ત્રણ સભ્યોની સમિતિ કરે છે. જેમાં (૧) રાજ્ય આયોગના અધ્યક્ષ (૨) રાજ્ય સચિવ (૩) ગ્રાહક સુરક્ષા વિભાગના સચિવ. કલમ-૧૦(૨) મુજબ જિલ્લા પંચના સભ્યોનું વેતન અને કાર્યશરતો

રાજ્યસરકાર નક્કી કરે છે.

● અધિકારક્ષેત્ર

જિલ્લા મંચમાં રૂ. ૫,૦૦,૦૦૦ સુધીની આર્થિક બાબતો માટેની ફરિયાદો થઈ શકે છે.

● સમસ્યા નિવારણ પ્રક્રિયા

જિલ્લા મંચમાં ફરિયાદ નિવારણ કલમ-૧૩ મુજબ નીચે મુજબ કરવામાં આવે છે.

- માલ સામાન સંબંધિત કલમ ૧૩(૧), ૧૩(૧)(એ) મુજબ વિરોધી પક્ષને સાંભળવો.
- કલમ ૧૩(૧) (એ) વિરોધી પક્ષ પાસેથી ૩૦ દિવસમાં ખુલાસાઓ મેળવવા. આ સમય ૧૫ દિવસ સધી વધારી શકાય છે. જો વિરોધી પક્ષ માહિતી / ખુલાસો ન આપે તો જિલ્લા પંચ એક પક્ષીય કામગીરી કરી શકે છે.
- કલમ ૧૩ (૧) (બી) વસ્તુના નમૂના મેળવી પ્રમાણિત કરવા.
- કલમ ૧૩ (૧) (સી, ડી) તપાસ માટેનો ખર્ચ વસુલ કરવો.
- કલમ ૧૩ (૧) (ઈ) રિપોર્ટની જાણ વિરોધ પક્ષને કરવી.
- કલમ ૧૩(૧)એફ વિરોધ પક્ષને તેના વિચારો રજૂ કરવાની તક આપવી.
- કલમ ૧૩(૧) જી બન્ને પક્ષને સાંભળવા.

ઉપરોક્ત પ્રક્રિયા બાદ જિલ્લામંચ તેની સુનવણી કરે છે. જો કોઈ પક્ષને નિર્ણયથી અસંતોષ થાય તો કલમ-૧૫ મુજબ બીજા પક્ષકાર વિરુદ્ધ રાજ્ય આયોગમાં અપીલ કરી શકે છે.

૨. રાજ્ય આયોગ

કલમ-૧૬ મુજબ જિલ્લામંચની જેમ રાજ્યઆયોગની સ્થાપના પસંદગી,

સભ્યવેતન સેવા શરતો નક્કી કરવામાં આવે છે.

● અધિકારક્ષેત્ર

જિલ્લામંચમાં કોઈ પક્ષકારને અસંતોષ થાય તો કલમ-૧૭ મુજબ કાર્ય, તેમજ જિલ્લા મંચ તેની કામગીરીમાં અનિયમિત હોય ત્યારે, ● દાવાની રકમ રૂ. ૫,૦૦,૦૦૦ થી વધુ અને રૂ. ૨૦,૦૦,૦૦૦ થી ઓછી હોય..

ઉપરોક્ત બાબત માટે રાજ્ય આયોગ કાર્ય કરે છે.

● નિર્ણય પ્રક્રિયા કૃ૧૮ મુજબ જિલ્લામંચની જેમ છે.

જો રાજ્ય આયોગના નિર્ણયથી કોઈ પક્ષકારને અસંતોષ હોય તો ૩૦ દિવસ સુધીમાં સંબંધિત પક્ષકાર રાષ્ટ્રીય આયોગમાં અપીલ કરી શકે છે.

૩. રાષ્ટ્રીય આયોગ

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર અધિનિયમ-૧૯૮૬ની કલમ-૯૬ મુજબ કેન્દ્ર સરકારે સુચના દ્વારા દિલ્હીમાં રાષ્ટ્રીય આયોગની સ્થાપના કરી છે. જેમાં કુલ ૪ સભ્યો અને એક અધ્યક્ષ હોય છે. જેમાં સભ્યોની નિમણૂક સુપ્રિમ કોર્ટના ન્યાયમૂર્તિ, ભારતસરકાર ન્યાયતંત્ર વિભાગના સચિવ અને ગ્રાહકો વિભાગના સચિવ દ્વારા થાય છે.

● કાર્યક્ષેત્ર

- રૂ. ૨૦ લાખથી વધુ કિંતના દાવાઓ
- રાજ્ય આયોગના નિર્ણય વિરુદ્ધની અપીલો.
- રાજ્ય આયોગની અનિયમિતતા વખતે રાષ્ટ્રીય આયોગ કાર્યવાહી કરે છે.

જેમાં કાર્યવિધી જિલ્લામંચની વિધી

જેમ જ કલમ ૨૨ મુજબ થાય છે. રાષ્ટ્રીય આયોગના નિર્ણયથી અસંતોષ થાય તો કલમ-૨૩ મુજબ સુપ્રીમ કોર્ટમાં ૩૦ દિવસની અંદર અપીલ કરી શકાય છે.

- જિલ્લામંચ, રાજ્યઆયોગ, અને રાષ્ટ્રીય આયોગ કાયદાની કલમ ૨૪ થી ૨૭ મુજબ નીચે મુજબ નિર્ણયો કરે છે.
- ઉપરોક્ત આયોગ દ્વારા નિર્ણયો આખરી રહેશે. જો તેની વિરુદ્ધ અપીલ ન કરવામાં આવે ત્યારે,
- ગ્રાહકોને કોઈ સમસ્યા કે મુશ્કેલી વખતે તે તારીખથી એક વર્ષની અંદર અપીલ કરી શકે છે.
- ઉપરોક્ત નિર્ધારિત સમય બાદ વાજબી કારણો વખતે ફરિયાદ સ્વીકારવી.
- નિર્ણય અસ્વીકાર / અથવા પાલન નહીં કરવા બદલ દંડ - ઓછામાં ઓછો ૧ માસ અને વધુમાં વધુ ત્રણ વર્ષ જેલની સજા અથવા ઓછામાં ઓછા રૂ. ૨૦૦૦ અને વધુમાં વધુ રૂ. ૧૦,૦૦૦ અથવા નુકશાન વળતર - ઉપરોક્ત બન્ને દંડ.

ગ્રાહકોના હિતોનું રક્ષણ કરવા ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ-૧૯૮૬માં વર્ષ ૧૯૯૧ અને વર્ષ ૧૯૯૩માં સંશોધન કરવામાં આવેલું. તેમજ આર્થિક વૈશ્વિકરણ અને મૂડીવાદને કારણે આ કાયદાનું મહત્વ દિવસે-દિવસે વધતું જાય છે. જો કે આ કાયદાને વધુ અસરકારક બનાવવા માટે ભારત સરકારે વ્યાપક સંશોધન વર્ષ ૨૦૦૨ માં કરેલું અને તેનો અમલ ૧૪ માર્ચ ૨૦૦૩ (વિશ્વ ગ્રાહક દિવસ) થી લાગુ કરવામાં આવેલ છે. વર્તમાનમાં સરકાર દ્વારા ગ્રાહકોને પ્રસારણ માધ્યમો દ્વારા પણ સતત જાગૃત રાખવા પ્રયત્નો કરવામાં આવી રહ્યાં છે. જે સરાહનીય છે.

■ ■ ■

જાહેર ખબરોમાં ભ્રમણા અને ગ્રાહક

- ડો.એચ.એ.હસન

વર્ષોથી એક માન્યતા “ગ્રાહક બજારનો રાજા છે.” સૈદ્ધાંતિક રીતે માન્યતા સાચી છે. ગ્રાહકની રૂચિ આવશ્યકતા અને માંગ મુજબ ઉત્પાદક ઉત્પાદન કરે છે, આ રીતે ગ્રાહક બજારમાં સર્વોપરી ગણાય છે, પરંતુ હવે સ્થિતિ બદલાઈ છે. ઉત્પાદક પોતાની જરૂરિયાત અને ઉપલબ્ધ સાધન સામગ્રીને ધ્યાનમાં રાખી ઉત્પાદન કરે છે. તૈયાર માલને વેચવા માટે જાહેરાતનો સહારો લેવો પડે છે. જેમાં માટે ભાગે છેતરામણી અને ખોટી જાહેરાતોનો સહારો લે છે. ગ્રાહકોના હિતોના રક્ષણ માટે ભારત સરકારે ૧૯૮૬માં ગ્રાહક સંરક્ષણ અધિનિયમ લાગુ કર્યો છે.

જાહેરખબર

વિજ્ઞાપનનો અર્થ અને પરિભાષા ઘણી જ મુશ્કેલ છે. સામાન્ય અર્થ અને પરિભાષા ઘણી જ મુશ્કેલ છે. સામાન્ય અર્થમાં વિજ્ઞાપન એટલે જાહેરાત થયા છે. વર્તમાન

પરીવર્તન યુગમાં જાહેરાત વિના વેચાણ શક્ય નથી. વિજ્ઞાપન અર્થ ઘણાં જ વિશાળ અર્થમાં છે. ‘એડવર્ટઈઝિંગ’ શબ્દ લેટીન ભાષામાંથી ઉતરી આવ્યો છે. જેમાં બે શબ્દ ‘એડ’ અને ‘વર્ટો’ થી ઉતરી આવેલ છે. એડ નો અર્થ ટુ વર્ડસ તરફ બાજુ અને વર્ટો નો અર્થ ટુ ટર્ન ખેંચવું થાય છે. ટુંકમાં એડવર્ટઈઝિંગનો અર્થ લોકોને નિયત વસ્તુ પ્રત્યે ખેંચવું કે આકર્ષિત કરવાનો છે.

ઓક્સફોર્ડ ડિક્શનરીમાં દર્શાવેલ અર્થ

૧. જાણકારી આપવી સુચના આપવી સતર્ક કરવું.
૨. દિવાલો પર લખાણમાં નિદર્શન માધ્યમો દ્વારા વર્તમાનપત્રોના માધ્યમથી લોકોનું ધ્યાન આકર્ષણ કરવાની પ્રક્રિયા.

જાહેર ખબર દ્વારા ઉત્પાદક પોતાના ઉત્પાદનની જાણકારી વપરાશકર્તા સુધી પહોંચાડી તેને તે વસ્તુ ખરીદવા માટે મજબુર કરવા.

આમ, ઉત્પાદનની સમાજ પ્રત્યે વિશેષ જવાબદારી છે.

જાહેર ખબરોમાં ભ્રમણા

સામાન્ય અર્થમાં જાહેરાત છેતરામણી, દ્વીઅર્થી, ભ્રમણા ઉદ્ભવે તેવી ન હોવી જોઈએ. વપરાશકર્તા ઉત્પાદકમાં વિશ્વાસ રાખી ખરીદી કરતા હોય છે. જેથી તેનો ભરોશો તુટવો જોઈએ નહીં.

ઉપભોગતા-ગ્રાહક-વપરાશકર્તા

સામાન્ય અર્થમાં ઉપભોગતા એટલે ગ્રાહક થાય છે અથવા ખરીદનાર તરીકે પણ ઓળખાય છે. ગ્રાહક સંરક્ષણ અધિનિયમ ૧૯૮૬ની કલમ-૨ડી મુજબ ગ્રાહક ઉપભોગતા કન્ઝ્યુમર એટલે જે અવેજના બદલામાં માલની ખરીદી કરે છે. જેને માલની કિંમત ચુકવી હોય અથવા ચુકવવાનું વચન આપ્યું હોય.

બીજા અર્થમાં કોઈ વ્યક્તિએ સેવાનો

(લેખક દાહોદ સ્થિત નવજીવન આર્ટ્સ એન્ડ કોમર્સ કોલેજમાં વાણિજ્ય વિભાગના અધ્યક્ષ છે.)

લાભ લીધો હોય અને બદલામાં કિંમત ચુકવી હોય અથવા ચુકવવાનું વચન આપ્યું હોય તેને ગ્રાહક કહેવાય.

“ગ્રાહક બજારનો રાજા છે” જેથી ગ્રાહકનું સન્માન અને તેઓના હિતોને સુરક્ષિત રાખવા વ્યાપારી સમાજની ફરજ અને જવાબદારી પણ છે. પરંતુ વ્યવહારમાં આ માત્ર વાતો લખાણોમાં જ રહી છે. ગ્રાહકના સન્માનની વાત તો બાજુ પર રહી પરંતુ ગ્રાહકની સાચી વાત પર ધ્યાન અપાતું નથી. ગ્રાહકના અધિકારોનું ખુલ્લેઆમ હનન થાય છે. જેથી ગ્રાહકના હિતની રક્ષા માટે ૧૯૮૫માં સંયુક્ત રાષ્ટ્ર દ્વારા ગ્રાહકના માર્ગદર્શન માટે આચારસંહિતા સ્વરૂપે નિયમાવલી દુનિયાના તમામ દેશોને મોકલી, પોતાના દેશની જરૂરીયાત મુજબ કાયદો બનાવવા સુચન કર્યું. જે અંતર્ગત ભારત સરકારે ૧૯૮૬ માં ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો ૧૯૮૬ પસાર કર્યો જે કાદયાનો અમલ જમ્મુ કાશ્મિર સિવાય ભારતના તમામ રાજ્યોમાં તા. ૧૫-૪-૧૯૮૭ થી થયો. આ ધારામાં ૧૯૮૧માં પ્રથમ વખતે સંશોધન કરવામાં આવ્યું અને ૨૦૦૨માં મોટા પાયે સદર કાયદામાં ધરખમ ફેરફારો કરવામાં આવ્યા.

ગ્રાહક સુરા ધારો ૧૯૮૬ના કેટલાંક મહત્વના મુદ્દા

ગ્રાહકના અધિકારો

- ગ્રાહકની સુરક્ષા તથા જાણકારી મેળવવાનો અધિકાર.
- ગ્રાહકને શિક્ષણ તથા ગુણવત્તાની ચકાસણીનો અધિકાર.
- અનુચિત વેપાર રીત રસમ ગ્રાહક શોષણ વિરૂદ્ધ રક્ષણનો તથા ખરીદેલ માલનું બિલ લેવાનું અધિકાર
- ગ્રાહકની ફરિયાદની સુણવાઈનો અધિકાર.

- માલ પરત કરવાનો તથા બદલીનો અધિકાર.
- માલ અંગેની સુચના પ્રાપ્ત કરાવનો તથા પસંદગીનો અધિકાર.
- ગ્રાહકની પ્રગતિનો અધિકાર.
- વેચાણ બાદની સેવા પ્રાપ્ત કરવાનો અધિકાર.

ગ્રાહકની ફરજો

- માલની ગુણવત્તા તથા સેવામાં ઉણપની ફરિયાદ કરવાની ફરજ.
- ફરિયાદ સંબંધિત વિભાગના સંબંધિત અધિકારીને મૌખિક અથવા લેખિત ફરિયાદ કરવાની ફરજ.
- સેવા આપતા એકમો વિશે માહિતી રાખવાની ફરજ.
- ખરીદીમાં આઈ.એસ.આઈ, એગમાર્ક વસ્તુને પ્રાથમિકતા આપવાની ફરજ.
- ગુણવત્તાની બાબતમાં બાંધછોડ ન કરવાની ફરજ.
- માલની ખરીદી સમયે માલની વિસ્તૃત જાણકારી મેળવી બિલ પ્રાપ્ત કરવાની ફરજ.
- ગ્રાહક તરીકે વર્તણુકમાં સજ્જનતા અને પ્રામાણિકતાની અપેક્ષા.

ગ્રાહકોની હિતોની રક્ષા માટે ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૧૯૮૬ અસ્તિત્વમાં હોવા છતાં ગ્રાહકો ખુલ્લેઆમ છેતરાઈ રહ્યા છે. જાહેરાતમાં છળકપટ, ભ્રમ, લાલચ દ્વિઅર્થી હોવાના કારણે ગ્રાહકો ભ્રમિત થઈ વહેતી ગંગામાં હાથ ધોવાની લાલચને રોકી શકતા નથી. જાહેરાતમાં દ્વિઅર્થી લલચાવાનારી ભાષાનો ઉપયોગ. જેમ કે, સેલની હાટડીઓ, ‘એકની ખરીદી ઉપર એક મફત’, ‘રસ્તે કા માલ સસ્તેમેં’, ‘ફક્ત એક જ દિવસ માટે સ્ટોક કાઉન્ટિંગ નિમિત્તે છૂટ’, ‘તહેવાર નિમિત્તે માત્ર એક દિવસ માટે અમારા માનવંતા ગ્રાહકો માટે’

વગેરે હુલામણી છળકપટ વાળી જાહેરાતો દ્વારા ગ્રાહકો ખુલ્લે આમ હુંટાઈ રહ્યા છે. માનવીનું લક્ષણ સહેલાઈથી વાતોમાં આવી જવું છે. કહેવત પ્રમાણે ‘જ્યાં લોભી હોય ત્યાં ધુતારાની કમી હોતી નથી’. અને ‘જ્યાં ધુતારા હોય ત્યાં લુટારાની કમી હોતી નથી’. રસ્તાનો માલ સસ્તામાં, નાસ્તા સાથે ચટણી ફી, એક પર એક ફી, લોભામણી જાહેરત થી ગ્રાહક પોતાની જાતને રોકી શકતો નથી અને ખરીદી કરી છેતરાય અને લુટાઈ જવાનો અહેસાસ થાય છે. અનુભવે સાચું જ કહ્યું છે. ‘મહેંગા રોએ એક બાર, સસ્તા રોએ બારબાર’. આવા સંજોગોમાં ગ્રાહકોએ પોતે જ પોતાનું રક્ષણ કરવું પડશે. ‘જાગો ગ્રાહકો જાગો’ સુત્ર નારા સ્વરૂપે લાવવાની જરૂરિયાત ઊભી થઈ. ખરીદનાર સાવધ રહો. માલ વેચાણધારો ૧૯૩૦ લાગુ છે, પરંતુ જ્યાં સુધી ગ્રાહક પોતે જ પોતાના અધિકાર પ્રત્યે સજાગ ન રહે તો કાયદો પુસ્તકો સુધી જ સિમિત રહેશે. ગ્રાહકે પોતે જ પોતાના અધિકારો પ્રત્યે જાગૃત રહેવું પડશે.

ગ્રાહકો માટે ઉપયોગી સૂચનો

- ગ્રાહકે વસ્તુની આકર્ષકતા બાદ દેખાવને આધારે વસ્તુની સચ્ચાઈ માની લેવી જોઈએ નહીં.
- માલના ઉપયોગ પહેલા માલને સમજવો પરખવો જરૂરી છે. પેકીંગની તારીખ અને એક્સપાઈરી તારીખ તપાસ કરવી.
- પેકીંગ પર લખેલ વજનની ચકાસણી કરવી તેમજ સામાનનો તોલમાપ નજર સમક્ષ હોવો જોઈએ.
- માપ તોલના સાધનોની ચકાસણી જરૂરી છે. લોહ ચુંબકનો ઉપયોગ અથવા તો ત્રાજવામાં દાંડી તો નથી મરાતી ? ત્રાજવામાં સામાન તોલતી વખતે

- ત્રાજવામાં જોરથી સામાન નાખવો વગેરે.
- છાપેલી કિંમત જે લખવામાં આવે છે તે કરતા વધુ તો વસુલ થતી નથી ને ?
- દૂધ, તેલ અથવા પ્રવાહી જે માપણીયા દ્વારા માપવામાં આવે તે નીચેના ભાગેથી બેઠેલો નથી તે ચકાસવું.
- કાપડ જ્યાં મીટરપટ્ટી વડે માપવામાં આવે ત્યારે કાપડને ખેંચવામાં આવતું તો નથી ને ?
- સારી ગુણવત્તાવાળો માલ આવ્યો છે કે નહીં, વાસી બગડેલ રીજેક્ટેડ બદલાનો માલ તો નથી આવ્યો ?

ગ્રાહકે ફરિયાદ ક્યાં અને ક્યારે કરવી

- ગ્રાહકને જ્યારે એવું લાગે કે તેની ફરિયાદ સાચી યોગ્ય અને સ્પષ્ટ છે.
- જો ગ્રાહકને પોતાના અધિકાર અને ફરજની જાણકારી હોય.
- જ્યારે વેપારી ઉત્પાદક કે સેવા પૂરી પાડનાર એકમો ગ્રાહકોની ફરિયાદના નિરાકરણ માટે કોઈ પહેલ ન કરે ત્યારે ભોગ બનનાર ગ્રાહક દ્વારા સંબંધિત જિલ્લા ફોરમ રાજ્ય કમિશન તથા રાષ્ટ્રીય કમિશન સમક્ષ પોતે અથવા પોતાના વકિલના માધ્યમથી પોતાની ફરિયાદ રજૂ કરી શકાય.

ફરિયાદ માટે આવશ્યક બાબતો

ફરિયાદ સ્પષ્ટ, સ્વચ્છ તથા સાદી સરળ ભાષામાં પોતાની વિગતો ટાઈપ કરીને શક્ય હોય તો કમ્પ્યુટર દ્વારા ફોરમ-અદાલત સમક્ષ ગ્રાહકે પોતે અથવા પોતાના વકીલ મારફતે ટોકન ફી સાથે રજૂ કરવી જોઈએ.

ફરિયાદ સાથે આનુષંગિક દસ્તાવેજ, બિલ, અગાઉ કરેલ રજૂઆતની વિગતો, પત્રવ્યવહાર વગેરેની યાદી બનાવી રજૂ કરવું જોઈએ.

ફરિયાદ સંબંધી ગ્રાહકનું સોગંધનામું

અતિ આવશ્યક છે જેથી ફરિયાદને પ્રમાણિક કરવા માટે ઘણું જ અગત્યનું છે. ફરિયાદની સચ્ચાઈ પુરવા સંબંધિત અથવા સેવા આપનાર સંસ્થા વિરૂદ્ધ કોઈ સબળ પુરાવો હોય તો તે પણ રજૂ કરવો.

ફરિયાદ કોની વિરૂદ્ધ કરી શકાય ?

- રેશિંગની દુકાન, રાહતદરની દુકાનની જીવન જરૂરિયાતની આવશ્યક વસ્તુમાં સમાવિષ્ટ વસ્તુનું ઉત્પાદન, વેપારી, રાષ્ટ્રીયકૃત બેંકો, સાર્વજનિક એકમો, ખાનગી બેંકોના વ્યવહાર, સમસ્યા, સંબંધી તેઓની વિરૂદ્ધ.
- વીમા કંપની, જીવન વીમા, સામાન્ય વીમા કંપની વિરૂદ્ધ.
- મકાન, હાઉસિંગબોર્ડ, નગર નિગમ, સહકારી કોલોની, ખાનગી કોલોનીઓ વિરૂદ્ધ.
- વીજળી આવશ્યક સેવા સંબંધી વીજકંપની વિરૂદ્ધ.
- શેર, ડિબેંચર તથા જામીનગીરી સંબંધી કંપની વિરૂદ્ધ.
- ડીઝલ, પેટ્રોલ, રાંધણગેસની મુશ્કેલી માટે સંબંધિત કંપની વિરૂદ્ધ.
- વૈદકીય સેવાની મુશ્કેલી સંબંધી સેવા તથા તબીબ વિરૂદ્ધ.
- રેલવે, બસ સેવાની મુશ્કેલી સંબંધી, વિભાગના પ્રભારી-સ્ટેશન માસ્ટર, વિભાગીય નિયામક, ટ્રાન્સપોર્ટ અધિકારી અને સંબંધિત માલિકો વિરૂદ્ધ.
- તાર-ટપાલ ટેલીફોનની મુશ્કેલી સંબંધી વિભાગીય પ્રબંધક વિરૂદ્ધ.
- થિયેટરો, સર્કસ, મનોરંજન સંબંધી મુશ્કેલી અંગે જે તે માલિકો વિરૂદ્ધ.
- હોટલ, રેસ્ટોરંસ સંબંધી મુશ્કેલી અંગે હેલ્થ ઓફીસરના માધ્યમથી સંબંધિત માલિક વિરૂદ્ધ.

- શિક્ષણ સંબંધિત મુશ્કેલી અંગે, ડી.ઈ.ઓ., શિક્ષણ નિયામક તથા અધિકૃત અધિકારી મારફત જે તે સંસ્થા વિરૂદ્ધ.
- ખાતર બિયારણ, જંતુનાશક દવાઓ સંબંધિ અધિકૃત મારફતે ઉત્પાદન વિકેતા વિરૂદ્ધ.
- કુરિયર સેવા આપનાર કંપની વિરૂદ્ધ.

અદાલતોનું વર્ગીકરણ

- જિલ્લા ફોરમ : કોર્ટ ફી
 - રૂ. એકલાખ સુધી રૂ. ૧૦૦/-
 - રૂ. એકલાખથી પાંચ લાખ સુધી રૂ. ૨૦૦/-
 - રૂ. પાંચ લાખથી દશ લાખ સુધી રૂ. ૪૦૦/-
 - રૂ. દશ લાખથી વીશ લાખ સુધી રૂ. ૫૦૦/-
- અધિકાર ક્ષેત્ર : રૂ. વીસ લાખના વિવાદ સાંભળવાની.
- સમય મર્યાદા : વિવાદના ઉદભવથી ૨ વર્ષની અંદર ફરિયાદ ફોરમમાં રજૂ કરવી અનિવાર્ય છે.

રાજ્ય કમિશન

- રૂ. ૨૦ લાખથી વધુ રકમના દાવા માટે રાજ્ય કમિશન સમક્ષ રજૂઆત કરી શકાય.
- જિલ્લા ફોરમના ચૂકાદાથી નારાજ પક્ષકાર ચૂકાદાની તારીખથી ૩૦ દિવસમાં અપિલ કરી શકે છે.

રાષ્ટ્રીય કમીશન

- રૂ. એક કરોડથી વધુ દાવાની રકમ માટે રાષ્ટ્રીય કમિશન સમક્ષ રજૂઆત કરી શકાય.
- રાજ્ય કમિશનના ચૂકાદાથી નારાજ પક્ષકાર ચૂકાદાની તારીખથી ૩૦ દિવસમાં અપીલ કરી શકે છે.



ગ્રાહક સુરક્ષા અધિકાર

- રાજેશ મહેતા

પ્રાચીન સમયથી આજ પર્યન્ત સુધી ‘ગ્રાહક’ ને બજારનો ‘રાજા’ માનવામાં આવે છે. આવી મુક્ત અર્થતંત્રની માન્યતા પરંપરા અનુસાર વર્ષોથી ચાલી આવે છે. માટે જ વેપારી આલમમાં એક યુક્તિ પ્રવર્તતી હતી કે... ‘ગ્રાહક અને મોત ક્યારે આવે તે કહી શકાય નહીં.’ આમ જોઈએ તો માંગના નિયમ અનુસાર માગની અપેક્ષા પ્રમાણે જ પ્રાયોજકે કે ઉત્પાદકે ઉત્પાદન અંતે તો ગ્રાહક શોધીને ઉત્પાદીત કરેલી ચીજ-વસ્તુ વેચવાની હોય છે. આમ, ગ્રાહકોની માગ, રૂચિ, શોખ તેમત જરૂરિયાત પ્રમાણે ઉત્પાદન કર્યું હોય તો જ ચીજવસ્તુ કે માલનું વેચાણ ઝડપી થઈ શકે. માટે કહેવાય છે કે...

“ગ્રાહકનો અધિક સંતોષ એ જ અમારો મુદ્રાલેખ છે.”

આમ, ખરેખર જોઈએ તો ગ્રાહકને બજારનો “રાજા” કરેવો તે અતિશ્યોક્તિ ભર્યું નથી પરંતુ ભારતમાં વર્તમાન

સમયમાં પ્રયોજકો, નિયજકો કે ઉત્પાદકો પોતાની આવડત અને સગવડો પ્રમાણે ચીજવસ્તુનું કે છાલનું ઉત્પાદન આડેધડ કરતા હોય છે. આથી ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરવા માટે મોટા પાયા પર લોભામણી જાહેરાતો કે જાહેર રસ્તા ઉપર મોટા હોર્ડીંગ્સ (બેનર્સ) લગાડીને, રેડીયો વર્તમાન પત્રો, સામયિકો, ટેલિવીઝન, વેબસાઈટ, દ્વારા જેવા દૃશ્ય -શ્રાવ્ય માધ્યમો દ્વારા ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરીને વેચાણ વધારવા પ્રયત્નો કરે છે. દા.ત. ટી.વી./ રેડિયો/ ઈન્ટરનેટની વેબસાઈટ ઉપર આવતી સૌંદર્ય પ્રસાધનોનો સાધનો દ્વારા ગોરા (સુંદર) થવાશે, શરીર ઘટાડવા માટેની, દુઃખાવામાં રાહત આપતી દવાનું જાહેરાતો વગેરે ઉપરોક્ત જાહેરાતોની અસરકારકતા શંકાસ્પદ છે. આમ ગ્રાહક રાજમાંથી રંક બન્યો છે. ભારત જેવા વિકાસશીલ દેશમાં જીવનજરૂરિયાતની ચીજ વસ્તુઓની અછત જોવા મળતી હોય છે. આથી ઊંચી કિંમતે પણ તેણે ચીજ વસ્તુ

મેળવવા વલખાં મારવા પડતા હોય છે. છૂટક વેપારીથી ઉત્પાદકો સુધીના તમામ વેપારીઓ સંગ્રહખોરી કરીને કાળા બજાર કરી પડતર કિંમત કરતાં ખૂબ જ ઊંચા ભાવે વેચાણ કરે છે. આમ “કૃત્રિમ અછત” ઉભી કરીને ગ્રાહકોને છેતરવામાં આવે છે. (દા.ત. ખાદ્યતેલ) ભારતમાં મોટાભાગના ગ્રાહકો નિરક્ષર છે. આથી ગ્રાહકોની સરેઆમ ઉપેક્ષા થઈ રહી છે. આમ છતાં કમનસીબી એ છે કે, ગ્રાહકો પોતાના હિતોનું રક્ષણ કરવા આગળ આવતો નથી કે તેનામાં જાગૃતિ આવી નથી. ભારતમાં તેના રક્ષણ માટે કોઈ ચળવળ પણ થઈ નથી આમ, ગ્રાહકોના હિતોની જે રીતે ઉપેક્ષા થઈ રહી છે તે જોતાં સાંપ્રત સમયમાં વ્યક્તિગત રીતે કે સામુહિક રીતે ગ્રાહકોના અધિકારો માટે આગળ આવવું જોઈએ. અમેરિકામાં રાફર નાડરે “ગ્રાહકવાદની ચળવળ” ચલાવેલી.

ભારતમાં ગ્રાહકોનાં હિતોનું રક્ષણ

(લેખક વડોદરા જિલ્લાના પિપળીયાની આર્ટસ કોલેજમાં વ્યાખ્યાતા છે.)

કરવાની જવાબદારી ભારત સરકારની, એન.જી.ઓ.ની અને ગ્રાહકોના મંડળોની છે પરંતુ તેમાના મોટા ભાગના એન.જી.ઓ.કે મંડળો, હોદ્દાઓ મેળવવા કે સરકારી ગ્રાંટ, (આર્થિક લાભ) મેળવવા સિવાય બીજી કોઈ બાબતમાં રસ ધરાવતી નથી. આ માટે ભારતમાં તો સરકારે જ પગલાં લેવાની જરૂર છે.

(૧) ગ્રાહક સુધારાધારો- ઉદ્ભવ વિકાસ (ઉપભોગતા ધારો-૧૯૮૬)

સંયુક્ત રાષ્ટ્ર સંઘે (યુનો) ગ્રાહકોના રક્ષણ માટે એપ્રિલ-૧૯૮૫માં માર્ગદર્શિકાઓ બહાર પાડી અને બધા જ દેશોને તે અંગે યોગ્ય કાયદાઓ ઘડવાની સૂચના આપી. આથી ભારત સરકારે ગ્રાહક સુરક્ષા-અધિકારો માટે ઈ.સ. ૧૯૮૬ માં “ગ્રાહક સંરક્ષણ ધારો” પસાર કર્યો આમ આ કાયદો ભારતમાં ૧૫-૦૪-૧૯૮૭ થી અમલમાં આવ્યો. જે “ઉપભોક્તા સંરક્ષણ ધારો-૧૯૮૬” તરીકે પ્રચલિત છે. આ કાયદામાં

ઈ.સ. ૧૯૮૧માં પ્રથમવાર સુધારા કરવામાં આવ્યા તથા ઈ.સ. ૧૯૮૩માં તેમાં મોટા પ્રમાણમાં સુધારાઓ કરવામાં આવ્યા હતા. ગ્રાહક સુરક્ષા ધારામાં દાખલ કરવામાં આવેલ સુધારાઓ નીચેના પ્રમાણે છે.

(૨.૧) ૧૯૮૩માં થેયલા સુધારાઓ

(૧) જિલ્લા ફોરમ : આ કાયદા પ્રમાણે જેની સત્તા નીચલી અદાલત જેવી છે. તેને રૂ. ૧ લાખ સુધીનો કેસ ચલાવવાનો હક્ક હતો તેની મર્યાદા વધારીને રૂ. ૫ લાખ કરવામાં આવી.

(૨) રાજ્ય ફોરમ : આમાં રૂ. ૫ લાખ સુધીની મર્યાદા હતી તે વધારીને રૂ. ૨૦ લાખ કરવામાં આવી. આ ફોરમમાં ૨ વર્ષમાં આ બાબત ઓંગેના કેસ ગ્રાહક કરી શકે. ખોટા કેસ કરવા બદલ સામા પક્ષકારને રૂ. ૧૦,૦૦૦/સુધીનો ખર્ચ આપવાની જોગવાઈ કરવામાં આવી છે. સમય

જતા આ કાયદામાં જે ખામીઓ નજરે પડી તે દૂર કરવા ઈ.સ. ૨૦૦૨ માં તેમાં મોટા પ્રમાણમાં ફેરફારો કરવામાં આવ્યા છે.

(૨.૨) ૨૦૦૨ના સુધારાઓ

(૧) જિલ્લા ફોરમ : આ ફોરમ રૂ. ૫ લાખ સુધીના કેસ ચલાવવામાં આવતા હતા તેની મર્યાદા વધારી રૂ. ૨૦ લાખ સુધીની કરવામાં આવા. આ અંગેની ફરિયાદ ગ્રાહકો જિલ્લા ફોરમમાં કરી શકે છે.

(૨) રાજ્ય કમિશન : આ કમિશન રૂ. ૨૦ લાખ સુધીનો કેસ ચલાવવામાં આવતો હતો, તે મર્યાદા વધારની રૂ. ૨૦ લાખથી વધુ પરંતુ ૧ કરોડથી વધુ નહીં તેવા દાવા અંગેની ફરિયાદ સાંભળવા નો અધિકાર છે. આ ઉપરાંત તેને જિલ્લા ફોરમનાં ચુકાદા સામે અપીલ સાંભળવાનો અધિકાર પણ આપવામાં આવ્યો છે.

(૩) રાષ્ટ્રીય કમીશન

આ કમીશન રૂ. ૧ કરોડની ઉપનરા દાવાઓ સાંભળશે આ ઉપરાંત રાજ્ય કમિશનના ચુકાદા સામે અપીલ પણ સાંભળશે.

મર્યાદા : પરંતુ રાજ્ય કમિશને જિલ્લા ફોરમ ના ચુકાદા સામે અપીલમાં જે ચુકાદો આફયો હોય તેની સામે નેશનલ કમિશનમાં અપીલ થઈ શકશે નહીં. એટલે કે...કોઈ પણ દાવામાં એક જ અપીલ થઈ શકે છે.

(૩) ગ્રાહક તરીકે ફરિયાદ કોણ કરી શકે

- જે ગ્રાહકોને માલ વેચવામાં આવ્યો હોય તે ગ્રાહક ફરિયાદ કરી શકે.
- માન્યતા મેળવેલ ગ્રાહક મંડળ ફરિયાદ સાંભળી શકે.



- ઘણા ગ્રાહકો હોય તો તેઓ પૈકી કોઈ એક કે વધુ ગ્રાહકો ફરિયાદ કરી શકે.
- કોઈ સંજોગોમાં મધ્યસ્થ સરકાર કે રાજ્ય સરકાર પણ ફરિયાદ કરી શકે છે.

(૪) ફરિયાદ કરવાની રીત

જરૂરી બાબતો

- ફરિયાદ કરવા માટે ગ્રાહકે નક્કી કરેલ ફી ભરવી પડે છે.
- ફરિયાદીનું પૂરું નામ તથા સરનામું.
- સામા પક્ષકારનું નામ અને સરનામું
- ફરિયાદની વિગત
- જરૂરી પુરાવા (માલનો નમૂનો, બીલ, હયાત હોય તો સાક્ષી ઓર્ડર, સમજૂતી કરાર, વગેરે)
- માગેલ વળતરની રકમ

(૫) કાયદાની રૂપરેખા

ગ્રાહકે ઉપભોગતા આ કાયદાની કલમ-૨(ડી) હેઠળ ગ્રાહકની વ્યાખ્યા નીચે મુજબ આપવામાં આવી છે.

ગ્રાહક એટલે એવો શખ્સ, કે જે....

- (૧) અવેજના બદલામાં કોઈ પણ માલ ખરીદે છે,
- પછી તે અવેજ ચૂકવ્યો હોય કે તે ચૂકવવાનું વચન આપવાનું વચન આપવામાં આવ્યું હોય, અથવા
- અંશત: ચૂકવ્યો હોય અને અંશત: ચૂકવવાનું વચન આપેલ હોય અથવા
- મુલતવી રાખેલ ચુકવણીની કોઈ પણ પદ્ધતિ હેઠળ ચુકવવાનો હોય અને
- તેમાં આવા માલના એવા વાપરનારનો પણ સમાવેશ થાય છે, જેણે અવેજ ચુકવ્યો નથી કે ચૂકવવાનું વચન આપ્યું નથી અથવા જેણે અંશત: ચુકવણી કરી નથી અને અંશત: ચુકવણી માટે વચન આપ્યું

નથી અથવા મુલતવી રાખેલ ચુકવણીની કોઈ યોજના હેઠળ ચુકવણી કરવી નથી.

- તેમાં એવી વ્યક્તિનો સમાવેશ થતો નથી કે જણે માલ પુન: વેચાણ માટે ખરીદ્યો હોય અથવા કોઈ વેપારી હેતુ માટે ખરીદ્યો હોય, અથવા
- જે શખ્સે કોઈ સેવા ભાડે લીધી હોય કે કોઈ સેવાનો લાભ લીધો હોય, જે અંગે (૧) અવેજ ચૂકવ્યો હોય કે ચૂકવવાનું વચન આપ્યું હોય. (૨) અવેસ અંશત: ચૂકવ્યો હોય અને અંશત: ચૂકવવાનું વચન આપ્યું હોય કે (૩) મુલતવી રાખેલ ચુકવણીની કોઈ પણ પદ્ધતિ હેઠળ ચુકવવાનો હોય, તેમાં કોઈ સેવાનો લાભ લેનાર એવી વ્યક્તિનો પણ સમાવેશ થાય છે, જે નીચે મુજબની અવેજની ચુકવણી કરનાર વ્યક્તિ નથી (૧) જેના અવેજની ચુકવણી કરવામાં આવી હોય અથવા તો તે અંગે વચન આપવામાં આવ્યું હોય (૨) અવેજની અંશત: ચુકવણી કરી હોય અને અંશત: ચુકવણી કરવાનું વચન આપ્યું હોય અથવા (૩) મુલતવી રાખેલ ચુકવણીની કોઈ પદ્ધતિ હેઠળ ચુકવણી કરવાની છે.

આવી વ્યક્તિ ગ્રાહક ત્યારે જ કહેવાય, જ્યારે તેણે ઉપર મુજબ ચુકવણી કરનાર વ્યક્તિની સંમતિથી જ સેવાનો લાભ લીધો હોય.

પરંતુ તેમાં એવી વ્યક્તિનો સમાવેશ થતો નથી જે આવી સેવાનો લાભ “વેપારી હેતુ” માટે મેળવે છે.

ભારતમાં ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો લાગુ પડે આશરે ૨૪ વર્ષથી વધારે વધુ સમય થયો છે. ત્યારે ભારત સરકારે જે પગલાં લીધાં છે તે પ્રયત્નો સાથે તે અર્થે ગ્રહકોમાં

જાગૃતતા લાવવી અનિવાર્ય છે.

આજના સમયમાં મલ્ટીપ્લેક્ષ થીયેટર, બસ સ્ટેન્ડ જેવા જાહેર સ્થળોમાં આજે પણ શિક્ષિત અને નિરક્ષર ગ્રાહકોને બેધડક લૂંટવામાં આવે છે. જાહેર સ્થળોમાં વેચાણકારો નાની તથા મોટી વસ્તુઓનું બીલ વિના વેચાણ કરી ગ્રાહકો પાસેથી છાપેલી કિંમત કરતાં પણ વધુ કિંમત પડાવે છે અને ગ્રાહકો મસય સંજોગોને ધ્યાનમાં રાખી રક્ષક કરવાનું ટાળે છે, એન તે રીતે શોષિત થાય છે. આવા સ્થળો માટે પણ સ્પેશ્યલ ઈન્વેસ્ટીગેશન સેલ અશરકારક રીતે કાયદો લાગુ કરી શકે તેવી વ્યવસ્થા કરવી જોઈએ. આ ઉપરાંત માલમાં ભેળસેળ નું પ્રમાણ ખૂબ જ વધી ગયું છે. આથી ગ્રાહકની તંદુરસ્તી અને જાનમાલ જોખમમાં મુકાય તેવી સ્થિતિ ઉભી થાય છે. હજુ પણ ગ્રામીણ વિસ્તારોમાં ઈલેક્ટ્રીક કાંટો ન હોય કે ફેરીયાઓ કે કિરાણાની દુકાનોમાં જુની પૂરાણી વજન માપવાની પદ્ધતિ ચાલુ છે. જેમાં વજનીયા જોડે ચેનચાડા કરી ગ્રાહકોને વેપારીઓ દ્વારા છેતરવામાં આવે છે. હલકા પ્રકારનો ઈલેક્ટ્રોનિક્સ માલ-સામાન આપી ગ્રાહકો ને છેતરે છે. આ ઉપરાંત આજનો માવની સેવાઓને વેપારીઓનો દોષ કાઢ્યા વગર ગ્રાહકોએ જ જાગૃત બનાવવાની જરૂર છે.

■ ■ ■

વિકાસલક્ષી
સામયિક
યોજના
યોજના વાંચો,
યોજના વંચાવો

સેવાક્ષેત્ર અને ગ્રાહક સુરક્ષા

- કપિલ દવે

સેમગ્ર વિશ્વમાં ૧૫મી માર્ચને “વિશ્વ ગ્રાહક અધિકાર દિન” તરીકે ઉજવવામાં આવે છે. આથી વિશ્વના દરેક ગ્રાહકે પોતાના અધિકારો અને હક્કો પ્રત્યે સભાનતા કેળવવી આવશ્યક બની છે.

દરેક વ્યક્તિ વિવિધ કંપનીઓની અનેક પેદાશો અને સેવાઓનો ઉપભોગ કરે છે અને આ રીતે વ્યક્તિ ગ્રાહક કે ઉપભોગતા બને છે. ધંધાકીય પ્રવૃત્તિ નફાના ઉદ્દેશથી શરૂ કરવામાં આવે છે, પરિણામે ધંધાદારી વેપારીઓ મહત્તમ નફો પ્રાપ્ત કરવા યેનકેન પ્રકારે ગ્રાહકોનું શોષણ કરતા હોય છે.

સરકાર દ્વારા ગ્રાહકનું શોષણ અટકાવવા અને તેના હિતોનું રક્ષણ કરવાના હેતુથી સુરક્ષા ધારો ૧૯૮૬ ઘડવામાં આવ્યો છે. આ કાયદાનો અમલ તા. ૧૫-૪-૮૭ થી કરવામાં આવ્યો છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો

ભારતમાં જ્યારે ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો-

૧૯૮૬ અમલમાં આવ્યો ન હતો ત્યારે ગ્રાહકે ફરિયાદ માટે સિવિલ કોર્ટમાં જવું પડતું હતું, આ માટે વકીલ પણ રોકવો પડતો હતો તથા જરૂરી કોર્ટ ફી પણ ભરવી પડતી હતી. એટલું જ નહિ પરંતુ આવી ફરિયાદોનો ચુકાદો આવતાં વર્ષોનાં વર્ષો વિતી જતાં હતાં. પરંતુ ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો- ૧૯૮૬ અમલમાં આવતાં ગ્રાહક નિયત ફી ભરીને પોતાની ફરિયાદ નોંધાવી શકે છે અને તેનો નિકાલ પણ ખૂબ જ ઝડપથી આવે છે.

કોઈપણ ફોરમના ચુકાદા સમો અપીલ કરવી હોય તો અપીલની મુદત ૩૦ દિવસની છે. જિલ્લા ફોરમના ચુકાદા સામે અપીલ કરવી હોય તો જે રકમ ભરવાનો હુકમ થયો હોય તેની ૫૦% અથવા રૂ. ૨૫૦૦૦ બે પૈકી જે ઓછી રકમ હોય તે રકમ જમા કરાવવાની રહેશે. તે જ પ્રમાણે રાષ્ટ્રીય ફોરમ સામે અપીલ કરવી હોય તો તેને જે રકમ ચુકવવાનો હુકમ થયો હોય તેની ૫૦% અથવા ૩૫,૦૦૦

બે પૈકી ઓછી હોય તે રકમ જમા કરાવવાની રહેશે.

ભારતીય સંવિધાનમાં ગ્રાહકોની સુરક્ષા માટે વિવિધ જોગવાઈઓ

- દિવાની કાર્યવાહીનો આચારસંહિતા ૧૯૦૮
- માલ વેચાણનો કાયદો ૧૯૩૦
- તોલ-માપ ધોરણનો કાયદો ૧૯૭૬
- ભારતીય કરારનો કાયદો ૧૯૭૨
- ઈન્ડિયન પિનલ કોડ ૧૮૬૦
- મોટર વાહનોનો કાયદો ૧૯૮૮

સેવાક્ષેત્ર અને ગ્રાહક સુરક્ષાધારો

આ કાયદા હેઠળ સેવા પૂર પાડનાર સેવા પૂરી પાડવામાં ક્ષતિ કરે તો તેની વિરૂદ્ધ સેવા મેળવનાર દાવા કરી શકે છે.

ગ્રાહક સુરક્ષાધારાની કલમ-૨(૧) (૦) માં સેવાની વ્યાખ્યા આપવામાં આવી છે તે મુજબ

તેમાં નિ:શુલ્ક સેવા અને અંગત

(લેખક નડિયાદની આઈ.વી. પટેલ કોમર્સ કોલેજમાં વ્યાખ્યાતા છે.)

સેવાના કરાર હેઠળ પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાનો સમાવેશ થતો નથી.

૨૦૦૨ના સુધારાથી એવી જોગવાઈ કરવામાં આવી છે કે 'સેવ'નો સમાવેશ વેપારી હેતુ માટે થાય તો તે મેળવનાર ગ્રાહક ગણાય નહિ.

ગ્રાહક જ્યારે વસ્તુ ખરીદે ત્યારે તેના ગુણધર્મો જાણી, માપીને ખરીદે છે, નક્કી કરેલા ગુણધર્મો ન હોય ત્યારે તેની ગુણવત્તા સારી ન હોવાથી તેનો અસ્વીકાર કરી તે વેચનારને પરત કરી શકે છે. દા.ત. ગ્રાહક કપડાં ખરીદે ત્યારે કાપડનું ટકાઉપણું, કલર, સ્ટાઈલ વિ. ગુણધર્મો સામાન્ય રીતે હોવો જોઈએ. ખરીદી કર્યા પછી કલર જાય, કાપડ ટૂંકુ કે લાંબુ કે જર્જરીત થઈ જાય ત્યારે ગ્રાહક કપડાં પાછા આપી બદલાવી શકે છે. અથવા આપેલાં નાણાં પરત લઈ શકે છે. વેચનાર વસ્તુ બદલવાની કે પાછી લેવાની ના નાપડે તો તેની સામે ગ્રાહક સુરક્ષા ધારા હેઠળ દાવો માંડી શકે છે.

સેવા એ ચીજવસ્તુથી બિલકુલ વિરુદ્ધ લક્ષણો ધરાવે છે. સેવાને આપણે દેખી કે સ્પર્શી શકતા નથી, પરંતુ અનુભવી શકીએ છીએ. સેવા એ નાશવંત છે, ઉપયોગ કર્યા પછી કાયમી રહેતી નથી. ચીજવસ્તુઓ નાશવંત નથી દા.ત. કપડાં આપણી પાસે જ રહે છે, અને ખરાબ ગુણવત્તા અંગે દાવો કરી શકાય છે. સેવાની ગુણવત્તાનો આધાર ઉપયોગકર્તા ઉપર રહેલો છે. દા.ત. શિક્ષણ એ સેવાનો એક પ્રકાર છે. શિક્ષકની ભણાવવાની પદ્ધતિ અમુક વિદ્યાર્થીઓને ખૂબ જ સારી લાગે છે, જ્યારે બીજા વિદ્યાર્થીઓને

બિલકુલ ન ગમે તેમ પણ બની શકે છે, તેથી સેવાની ગુણવત્તા માપવાનું કામ ખૂબ જ અઘરું છે.

કેસ વિશ્લેષણ

સેવાક્ષેત્રની ફરિયાદો અંગે આળેલા કેટલાક યુનંદા કેસ અને તેના ચુકાદાની માહિતી નીચે મુજબ છે.

(૧) ફ્લાઈટ શિડ્યુલમાં ફેરફાર

પી.લાલચંદ તા. ૮-૫-૧૯૯૧ના રોજ અમદાવાદ સ્થિત એરલાઈન્સના એજન્ટ પાસેથી તા. ૧૭-૫-૯૧ના રોજની મુસાફરી માટે ટિકીટ ખરીદી, ફ્લાઈટનો સમય તે તારીખે સાંજે ૮:૪૫નો હતો, પરંતુ



ટાઈમ ટેબલમાં કોઈ કારણસર ફેરફાર થયો અને સાંજે ૮:૪૫ ને દલે ૭:૨૫ કલાકનો થયો, તેની જાણ એજન્ટે પી. લાલચંદને ન કરી અને તેઓ ફ્લાઈટ ચુકી ગયા, તેથી તેમણે ગ્રાહક સુરક્ષા હેઠળ દાવો માંડ્યો.

આ કેસના ચુકાદામાં ટ્રાવેલ એજન્ટને દોષી માનવામાં આવ્યો અને વળતર ચુકવવાનો હુકમ થયો.

(ઈન્ડિયન એરલાઈન્સ વિ. પી. લાલચંદ (૧૯૯૬) (સી. પી. જે. ૬૧)

(૨) કુરીયર સેવા

ફરીયાદ મેનેજરે રૂ. ૧૮,૬૨,૫૦૦ ના બે ડિમાન્ડ ડ્રાફ્ટ કોલ્ડાપુરથી

કોઈમ્બતૂર હેડ ઓફિસને તા. ૫-૬-૯૧ના રોજ કુરીયર દ્વારા મોકલ્યા, રસ્તામાં બન્ને ડ્રાફ્ટ ખોવાઈ ગયા.

સ્ટેટ કમીશને માનસીક ત્રાસ બદલ રૂ. ૨૫૦૦૦ નો દાવો મંજૂર રાખ્યો અને કમીશને જણાવ્યું કે મેનેજર ડુપ્લીકેટ ડ્રાફ્ટ કઢાવી મોકલી આપ્યો.

(સ્કાયલાર્ક કુરીયર વિ. લોચલ મિશન વર્કસ લિ. (૧૯૯૬) (સી. જે. પી. ૧૧૩)

(૩) સ્કૂલ પરિણામ

જિલ્લા ફોરમમાં ફરિયાદીઓ ફરીયાદ કરી કે તેનો પુત્ર બે વિષયમાં નાપાસ થયો જેને લીધે તેને ધોરણ-૮માંતી ધોરણ-૮માં પ્રમોશન આપવામાં આવ્યું નથી, પરંતુ તેના જેવા બીજા વિદ્યાર્થીઓને પ્રમોશન આપવામાં આવ્યું છે, જિલ્લા ફોરમે ફરિયાદીના પુત્રને પ્રમોશન આપવા જણાવ્યું.

પ્રિન્સીપાલે રાજ્યકક્ષાની સમિતિને અપીલ કરી, જેના અનુસંધાનમાં ચુકાદો આવ્યો કે શિક્ષણ સંસ્થામાં પરીક્ષા માટે અને રીઝલ્ટ માટે બહારના વ્યક્તિઓની સેવા લેવાતી નથી, તેથી ફરિયાદી ગ્રાહક જ નથી તેથી ગ્રાહક સુરક્ષા હેઠળ ફરિયાદીને કોઈ રાહત આપી ન શકાય, અંતે તેમોન પુત્ર નાપાસ જાહેર થયો.

(પ્રિન્સીપાલ લોગાલા હાઈસ્કૂલ, વિ. ભુદવેનરીર (૧૯૯૬) બિહાર)

(૪) કાર પાર્કિંગ

ફરિયાદીએ પોતાની કાર એરપોર્ટ ઓથોરીટી ઓફ ઈન્ડિયાના લાયસન્સ ધરાવતા પાર્કિંગ પ્લોટમાં રૂ. ૫ આપી કાર પાર્ક કરી, કાર ચોરાઈ ગઈ.

અનુસંધાન પાના. ૪૯ ઉપર

વિજ્ઞાપનનાં કાયદાકીય અને નૈતિક પાસાં

- ડૉ. શિતલ કપૂર

શું આપણે આપણી જાતને જાહેરાતોથી દૂર રાખી શકીએ? એનાથી છટકી શકીએ? ઉપભોગતાઓ ઉપર દરરોજ ૧૫૦૦ થી વધુ ધંધાદારી સંદેશાઓનો બોંબમારો થાય છે. મોટાભાગની કંપનીઓ માટે, એમના સંદેશાઓ લોકો સુધી પહોંચાડવા કે નહીં એવો તો કોઈ પ્રશ્ન જ નથી. એમોન પ્રશ્ન સંદેશામાં શું કહેવું, કેવી રીતે કહેવું, કોને કહેવું અને કેટલીવાર કહેવું એ જ છે. લક્ષિત બજારો સુધી પહોંચવા તેજ વેરવિખેર બજારમાં પોતાની બ્રાન્ડ ઈક્વિટી ઉભી કરવા માટે વિજ્ઞાપનકારો કેટલીકવાર, સામાજિક તેમજ કાયદાકીય ધારાધોરણોને વટાવી જાય છે. જાહેરાતો આપણાં જીવનનાં ભાગરૂપે શક્ય નથી. જાહેરાતે સમકાલીન સમાજનું પ્રતિબિંદ પાડે છે. જાહેરતાનો મુસદ્દો-એડકોપી-એનો સંદેશો, એમાંની તસ્વીરો, જાહેરાત અંગોનો માલસામાન જાહેરાતની અપીલ

એ બધામાં આગવી સામાજિક લાક્ષણિકતા હોય છે. વિજ્ઞાપન સમાજ ઉપર પડે છે. તેમજ સમાજથી પ્રભાવિત પણ થાય છે. આથી આ શસ્ત્ર નો ઉપયોગ સાવધાનીથી કરવાનું જરૂરી છે કે જેથી સામાજિક મૂલ્યો ઉપર એની હાનિકારક અસર ન પડે.

છેતરામણી જાહેરાતો

સમાજનાં વિવિધ જૂથોને માટે જાહેરાતો ઉપયોગી હોવાનું જણાય છે, આમ છતાં એની સામે વારંવાર પ્રશ્નો ઉઠાવાય છે. જાહેરાતો વર્ગસભાનતા, ભૌતિકવાદ, લોકોમાં બિનજરૂરી ઈચ્છાઓ અને જરૂરિયાતો ઉભી કરે છે? શું એના દ્વારા, સર્વસ્વીકૃત નહીં એવા અન્ય મૂલ્યો કેળવાય છે? આવા અનેક પ્રશ્નો ઉઠાવાય છે.

સમાજનાં વિવિધ જૂથને માટે જાહેરાતો ઉપયોગી હોવાનું જણાય છે. આમ છતાં એની સામે વારંવાર પ્રશ્નો ઉઠાવાય છે. જાહેર વર્ગસભાનતા,

ભૌતિકવાદ, લોકમાં બિન જરૂરી ઈચ્છાઓ અને જરૂરિયાતો ઉભી કરે છે? શું એના દ્વારા સર્વસ્વીકૃત નહીં એવા અન્ય મૂલ્યો કેળવાય છે? આવા અનેક પ્રશ્નો ઉઠાવાય છે.

ભારતના બંધારણના વાણી સ્વાતંત્ર્યની ગેરંટી બક્ષવામાં આવી છે. આમ છતાં જાહેરાતો સહિત ધંધાદારી વાણીમાં -વક્તવ્યમાં ખાસ સંયમની જરૂર છે. એક જાહેરાત જ્યારે લોકોને ગેરમાર્ગે દોરે છે, વાસ્તવિકતાને પલટાવી નાંખી છે અને લોકોના ખરીદીના અભિગમ ઉપર માઠી અસર કરે છે ત્યારે એ તરામણી ભરી જાહેરાત કહેવાય છે. અમેરિકામાં ફેટરલ ટ્રેડ કમિશન મુજબ, નીચેના સંજોગોમાં છેતરપીંડી થયાનું કહેવાય છે.

(૧) ગેર રજૂઆત થઈ હોય, ચોક્કસ બાબતનો ઉલ્લેખ ન થયો હોય અથવા તો ગેર રસ્તે દોરનારી રીત/વ્યવહારની રજૂઆત થઈ

(લેખક -----)

- હોય
- (૨) ચોક્કસ સંજોગોમાં ઉપભોગતા જવાબદારીપૂર્વક વર્તતા હોય.
- (૩) રજૂ થયેલી રીત કે વ્યવહારનું મહત્વ હોય અને જો છેતરપીંડી ન થઈ હોય તો ઉપભોગતાની પસંદગી જુદીજ હોવાની સંભાવના હોવાથી, છેતરપીંડીને કારણે એમને નુકસાન થવાની શક્યતા હોય.

લક્ષિત લોકોની વૈચારિક પ્રક્રિયા ઉપર પ્રભાવ પાડતી જાહેરાત, જ્યારે પરિસ્થિતિની વાસ્તવિકતામાં લોકોની વૈચારિક પ્રક્રિયાનાં પરિણામથી, ભિન્ન પરિણામ લાવે એવી રીતે રજૂ થઈ હોય ત્યારે એમાં છેતરપીંડી રહેલી છે. એમાં કોઈક ગેર રજૂઆત કે જરૂરી ઉલ્લેખ ઉપર ઢાંકપીછોડો કરાયો હોય કે પછી ગેર રસ્તે દોરનારા વ્યવહાર / રીતને આગળ ધરાયા હોય છે.

આમાં નીચેની બાબતોનો સમાવેશ થાય છે.

(૧) ઉપભોગતાના માહિતી માટેના હક્કનું ઉલ્લંઘન

ખરીદકારોને ખાત્રી કરાવવા ખોટાં પ્રમાણપત્રોનો ઉપયોગ, ગેરરસ્તે દોરતા ભાવની ઓફર કરવી અને હરીફની બનવાટને ઉતારી પાડતી, નિંદા કરતી, બધાં ગેરરસ્તે દોરતી જાહેરાતોનાં ઉદારહણ છે. સામાન્ય રીતે વૃદ્ધાવસ્થાની અસરો નિવારતાં (એન્ટી એજિંગ) કીમ, રંગરૂપ સુધારતા કીમ, વજન ઉતારવાના કાર્યક્રમો, ખોડો અટકાવતાં શેમ્પૂ, તેમજ વીટીમીન અથવા પૂરક આહારની જાહેરાતોમાં, જે તે

બનાવટો-એની અસર વગેરે અંગે અતિશયોક્તિ ભર્યા દાવાઓ કરાય છે. આ પ્રકારની જાહેરાતોનાં કેટલાક ઉદાહરણો

- વધુ રૂપાળા બનવા માટેનાં કીમની જાહેરાતમાં એવો દાવો કરાય છે કે એનો ઉપયોગ કરનાર વ્યક્તિ એક માસમાં વધુ રૂપાળી-ગોરી બનશે.
- પારલે-જી ઓરિજીનલ ગ્લુકોઝ બિસ્કિટનાં પેકેટ ઉપર એ.સી.નીલસેન દ્વારા ૨૦૦૩માં હાથ ધરાયેલી મોજણીનાં આધારે એવો દાવો કરવામાં આવે છે કે એનું વેચાણ વિશ્વના બિસ્કીટોમાં સૌથી વધુ છે.
- કેટલીક નાણાકીય કંપનીઓ દ્વારા, એમના દાવાને વાજબી ઠેરવતા કોઈપણ આધાર વગર એવો દાવો કરવામાં આવે છે કે કંપનીમાં મૂકેલા નાણાં ચોક્કસ સમયમાં બેવડાઈ જાય છે.
- ઘણી કોલેજો એમની સંસ્થા કોઈક ચોક્કસ યુનિવર્સિટી સાથે જોડાણ ધરાવતી માન્ય સંસ્થા હોવાની ગેરરજૂઆત એમના પ્રોસ્પેક્ટસમાં કરતી હોય છે. વિશ્વ બૃહદ પરિષદ સંચાલિત બુદ્ધિસ્ટ મિશન ડેન્ટલ કોલોજના બી.ડી.એસના અભ્યાસ ક્રમમાં જોડાયેલા ૧૨ વિદ્યાર્થીઓએ કોલેજ સામે ફરિયાદ કરી હતી. ભુપેશ ખુરાના વિરુદ્ધ વિશ્વ બુદ્ધ પરિષદના આ કેસમાં અવી રજૂઆત થઈ હતી કે કોલેજે એની જાહેરાત તેમજ પ્રોસ્પેક્ટસમાં, એવી છાપ ઉભી કરી હતી કે સંસ્થા ૦૦૦ ખાતેની મગધ યુનિવર્સિટી સાથે જોડાયેલી છે અને ડેન્ટલ કાઉન્સિલ

ઓફ ઈન્ડિયાની માન્યતા ધરાવે છે. પરંતુ આમાં કશુંજ તથ્ય નહોતું અને કોલેજ આખું કોઈ જોડાણ કે માન્યતા નહોતી ધરાવતી. રાષ્ટ્રીય પંચે આ કેસમાં કોલેજને ખામી ભરી ઠેરવી અને ૧૨ વિદ્યાર્થીઓને કોલેજમાં પ્રેવશ માટેનો ખર્ચ ૧૨% વ્યાજ સાથે પરત ચૂકવી દેવા-રીફંડ કરવાનો આદેશ આપ્યો હતો.

૨. ઉપભોગતાઓના સલામતીના હક્કનો ભંગ કરે છે.

રસોઈ માટેના તેલની જાહેરાતમાં જો એમ કહેવાયું હોય કે એના ઉપયોગથી હૃદયની બિમારીઓમાંથી મુક્તિ મળે છે, તો આવી જાહેરાત હકીકતોની ગેરરજૂઆત કરે છે. કંપનીઓ આરોગ્યની સમસ્યાઓના ઈલાજના દાવા સાથે એ માટેની બનાવટો તેમજ વિવાદાસ્પદ અસર ઉપજાવતી દવાઓ તથા અજાણ ગુણધર્મોવાળાં આરોગ્યવિષયક સાધનોની જાહેરાત કરે છે. વ્યક્તિની ઉંચાઈમાં વધારો કરવાનો દાવો કરતી એક ચાજેહાતોથી લલચાઈને ૮માં ધોરણમાં ભણતી નાદીઆ નામની વિદ્યાર્થીની ફાતિમા હોસ્પિટલમાં શસ્ત્રક્રિયા માટે ૨૪મી જુલાઈ, ૧૯૯૬ના રોજ દાખલ થઈ એના ઉપર શસ્ત્રક્રિયા પછી બન્ને પગે એક રીંગ ફીકેસ્ટર બાંધવામાં આવ્યું હતું જે દર છ કલાકે ફરી ગોઠવવાનું હતું. તકલીફ તો ત્યારે થઈ કે જ્યારે નાદીઆના ડાબા પગની લંબાઈ અડધો ઈંચ ઘટી ગઈ અને એ ચાલતી બંધ થઈ ગઈ ! સપ્ટેમ્બર, ૧૯૯૬ સુધીમાં એની પીડા ખૂબ જ વધી ગઈ અને માર્ચ ૧૯૯૮ સુધી એને પથારી

વશ રહેવું પશ્યું કમિશને આ કેસમાં હોસ્પિટલ તેમજ ડોક્ટરને બેદરકાર ઠેરવ્યા તેમજ એમની સારવારને ખામીયુક્ત ગણાવી, એમને ફરિયાદી નાદીઆને રૂ. ૫ લાખ તથા ખર્ચના રૂ. ૨૦૦ આપવાનો આદેશ આપ્યો હતો.

૩. ઉપભોગતાના પસંદગીના હકનો ભંગ કરે છે.

ઉપભોગતાની ખરીદીના નિર્ણયને પ્રભાવિત કરી શકે તેવી હકીકતો જેમાં જાહેર ન કરાઈ હોય એવી જાહેરાત છેતરપીંડી ભરેલી છે. કેટલીક જાહેરાતોમાં “શરતો લાગુ પડે છે” એવું જણાવાય છે. પણ આ શરતો કઈ, એ જણવાતું નથી. દા.ત. વીડીઓકોનના સ્પ્લીટ એસીના તાજેતરમાં છાપામાં છપાયેલી એક જાહેરાતમાં આવું એસી માત્ર રૂ. ૧૫,૦૦૦/ માં આપવાની ઓફર થઈ હતી. પરંતુ આજ જાહેરાતમાં કુંદડી કરી નાના અક્ષરોમાં જણાવાયું હતું કે - શરતો લાગુ છે, - આ કિંમત દિલ્હી અને એનસીઆરમાં માત્ર એક્સચેન્જ પૂરતી સીમિત છે., ઓફરમાં દર્શાવાયેલી બનાવટોથી વેચાણની બનાવટો જુદી હોઈ શકે છે.

આ પ્રકારના જાહેરાતો મહત્વની માહિતી છુપાવીને ગ્રાહકોને ગેરરસ્તે દોરે છે. દવાની દૂકાનોમાં વેચાતી સામાન્ય દવાઓની જાહેરાતોમાં આવી દવાનો વારંવાર ઉપયોગ કરવાથી થતી આડઅસરો અંગે અસરો કશું જ જણાવાયું નથી.

૪. બાળકો લક્ષી જાહેરાતો

ભારતમાં બાળકો, વિશ્વના કુલ

બાળકોની સંખ્યાના ૧૮.૭ ટકા છે. અને દેશની ત્રીજા ભાગની વસતી ૧૫ વર્ષથી ઓછી ઉંમરની છે. આમ ભારતમાં બાળકોની સંખ્યા વસતીના ૩૦% જેટલી વિશાળ છે એન એમાં દર વર્ષે ૪%નો વધારો થાય છે. આનો અર્થ એ થયો કે વિજ્ઞાપનકારોને માટે ૩૦ કરોડ બાળકોને લાગતું ખૂબ જ મોટું બજાર લભ્ય છે અને એના લાભ લેવી એમણે બાળકોની ચેનલ ઉપર ધ્યાન વધાર્યું છે.

યુટીવીની રીસર્ચ અંગેની ભાગીદારી એ.સી.નીલસેન દ્વારા હાથ ધરાયેલી મોજણી મુજબ એક બાળક સોમથી શુક્ર સુધી સરેરાશ રોજના આશરે ૩ કલાક સુધીને શની-રવિ દરમ્યાન રોજના ૩.૭ કલાક સુધી ટી.વી. જુએ છે. વળી આ સમયમાં એમની ઉંમર વધા સાથે વધારો થાય છે. તમામ વય જૂથમાં બાળકો હિંદી ચેનલ જોવાનું સવિશેષ પસંદ કરે છે. બાળકો એમના માટેના ખાસ કાર્યક્રમો ઉપરાંત વિજ્ઞાપનો પણ મોટા પ્રમાણમાં નિહાળે છે.

૫. જાહેરાતમાં અતિશ્યોક્તિ

જાહેરાતોમાં નુકશાનકારક નહીં એવી અતિશ્યોક્તિ કરવામાં આવે છે. વિજ્ઞાપનકારો એમની બનાવટોની યોગ્યતા વધુ દર્શાવવા આવા શબ્દોનો (શ્રેષ્ઠ, સૌથી ચઢીયાતું, એક નંબરનું, વગેરે) ઉપયોગ કરે છે. આવી અતિશ્યોક્તિને કાયદો પણ છૂટ આપે છે. પરંતુ કોઈક બનાવનટની ગુણવત્તા અંગે કોઈક વ્યક્તિનાં મંતવ્યના નિવેદનો એટલાં બધાં

અસત્ય હોય છે કે એ એક ઉઘાડી છેતરપીંડી બની જાય છે. એમઆરટીપી કમિશને ૧૯૯૭માં હિન્દુસ્તાન લીવર કંપનીને એની પેપ્સોડેન્ટ ટૂથપેસ્ટ, કોલગેટ ટૂથપેસ્ટ કરતાં ૧૦૨ % વધુ સારી હોવા અંગેની ઝૂંબેશ બંધ કરવા જણાવ્યું હતું. વધુમાં હિન્દુસ્તાન લીવર ઉપર એની ટીવીની જાહેરાત, છાપાની જાહેરાત, અથવા હોર્ડિંગ્સમાં કોઈપણ રીતે કોલગેટ ટૂથપેસ્ટનો ઉલ્લેખ કરતાં, તેમની કોઈ પરોક્ષ ઉલ્લેખ અથવા સંકેત દ્વારા, એની “નવી પેપ્સોડેન્ટ” ની કોલગેની કોઈપણ બનાવટ અને ખાસ કરીને કોલગેટ ડેન્ટલ ક્રીમ સાથે સરખામણી કરવા સંબંધમાં પ્રતિબંધ મૂક્યો હતો.

૬. લલચાવનારી જાહેરાત

આવી જાહેરાતમાં ઉપભોક્તાને, સસ્તા દામની આઈટમના ઉલ્લેખ છૂટક વેચાણી દૂકાનની મુલાકાત લેવા માટે લલચાવાય છે. અને ગ્રાહકો આવે ત્યારે એમને ઊંચી કિંમતની બનાવટ અથવા તો ડીફેક્ટિવ આઈટમ પધરાવાય છે ! ગ્રાહક એકવાર સ્ટોર્સમાં પ્રેવશ એ પછી એના ઉપર એક વધુ ખર્ચાળ આઈટમ ખરીદવાનું દબાણ કરવામાં આવે છે. આવા સ્ટોરમાં ગણીગાંઠી જૂની-આઉટડેટેડ બનાવટો, જાહેર કરાએલા સસ્તાદામે વેચાતી હોય છે પણ સારી આઈટમો “ફેશ સ્ટોક” તરીકે ઉંચા દામે વેચાય છે.

૭. નુકશાનકારક બનાવટોની જાહેરાતો

જાહેરાતો લોકો માટે સારી સુરક્ષીત બનાવટો પૂરતી સીમિત નથી

હોતી. ભારતમાં સીગારેટ દારૂ, પાનમસાલા વગેરે જેવી લોકોને હાનીકારક બનાવટોની ખાનગી ચેનલો, કેબલનેટવર્ક વગેરેમાં જાહેરાત ઉપર કાયદા દ્વારા પ્રતિબંધ મૂકાયો હોવા છતાં આવી જાહેરાતો ચાલુ રહી છે. ઘણીવાર એક જ કંપનીની અન્ય બનાવટોની જાહેરાત મારફત “સેરોગેટ” મારફત કંપનીની હાનીકારક બનાવટો લોકોના ધ્યાન ઉપર લાવાવમાં આવે છે. દા.ત. મેકડોવેલની સોડાની જાહેરાત મારફત આ જ કંપનીની વ્હીસ્કીની અને વિક્સ કંપનીના લાઈફસ્ટાઈલ સ્ટોર્સની જાહેરાત મારફત એની સીગારેટની જાહેરાત થાય છે.

વિજ્ઞાપનનાં કાયદાકીય પાસાં

આ પ્રકારની ગેરવાજબી વ્યાપાર રીતિઓ સામે વપરાશકારોનું રક્ષણ કરવા કાયદા ઘડાયા હોવા છતાં કમનસીબે છેતરામણીભરી અને ગેરરસ્તે દોરનારી જાહેરાતો દ્વારા ગ્રાહકોનું શોષણ ચાલું રહ્યું છે જાહેરાતોનાં નિયમનમાં સંખ્યાબંધ સંસ્થાઓ સંકળાયેલી છે, જે નીચે મુજબ છે.

૧. ઉદ્યોગ દ્વારા આત્મનિયમન

૨. સરકાર દ્વારા નિયમન

ભારતમાં સંખ્યાબંધ કાયદા, નિયમનો અને આચાર સંહિતા ઘડીને સરકાર, વ્યાપાર પ્રવૃત્તિનું, નિયમન કરવાની ભૂમિકા ભજવે છે. ભારતમાં વિજ્ઞાપન કરવાની પ્રવૃત્તિના નિયમન અંગેની જોગવાઈ ધરાવતા નીચે મુજબના કાયદા સરકાર દ્વારા ઘડાયા છે.

આ કાયદાને બે વિભાગનાં વહેંચી શકાય એમ છે.

(એ) વિજ્ઞાપન ઉપર સમાંતર-હોરિઝોન્ટલ-અમલ અમલ અંગેના કાયદા.

- ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો, ૧૯૮૬,
- પ્રતિકો અનો નામો (અયોગ્ય ઉપયોગ અટકાવતો) અંગેનો ધારો, ૧૯૫૦
- વ્યાપાર અને મર્કેડાઈઝ માર્કસ એક્ટ, ૧૯૫૮
- કેબલ ટેલીવિઝન નેટવર્કસ (નિયમન) ધારો, ૧૯૮૫
- મહિલાઓની એશોભનીય રજૂઆત (પ્રતિબંધક) ધારો, ૧૯૮૬
- મોનોલીઝીઝ એન્ડ ટ્રીસ્ટીક્ટીવ ટ્રેડ પ્રેક્ટિસીસ એક્ટ, ૧૯૬૯
- મોટર વાહન ધારો, ૧૯૮૮

(બી) વિજ્ઞાપન ઉપર વર્ટિકલ અમલ અંગેના કાયદા

- (૧) ૧૯૫૬ કંપની ધારાની કલમ-૫૮
- (૨) ડ્રક્સ એન્ડ કોસ્મેટિક્સ એક્ટ, ૧૯૪૦
- (૩) ડ્રક્સ એન્ડ મેજીક રેમીજીઠ (વાંધાજનક જાહેરાતો) એક્ટ, ૧૯૫૪
- (૪) પ્રસૂતિ પહેલા ડાયોગ્નોસ્ટીક ટેક્નિક્સ (નિયમન અને ગેર ઉપયોગ અટકાવતો) ધારો, ૧૯૮૪
- (૫) ખોરાકમાં ભેળસેલ પ્રતિબંધક ધારો, ૧૯૫૪/ ફૂટ સેફ્ટી એન્ડ સ્ટેન્ડર્ડ એક્ટ, ૨૦૦૫
- (૬) પ્રાઈઝ ચીટ્સ એન્ડ સમની સરકયુલેશન (પ્રતિબંધક) ધારો, ૧૯૭૮
- (૭) પ્રાઈઝ કોમ્પીટીશન એક્ટ, ૧૯૫૫
- (૮) ધી ઈન્ફટ મીલ્ક સબસ્ટીટ્યૂટ ફીડીંગ બોટલ્સ એન્ડ ઈન્ફટફૂડ્સ (ઉત્પાદન, પુરવઠો અને વિતરણનું

નિયમન) ધારો, ૧૯૮૨ અને ૨૦૦૨નો સુધારા અંગેનો કાયદો

- (૯) ટ્રાન્સપ્લાન્ટેશન ઓફ હ્યુમન ઓર્ગેન્સ એક્ટ, ૧૯૮૪
- (૧૦) ધી યન્ગ પર્સન્સ (નુકસાનકારક પ્રકાશનો) એક્ટ, ૧૯૫૬

નીચે મુજબની નિયમનકારી સત્તાઓ એમના પોતપાતોના ક્ષેત્રોમાં વિજ્ઞાપનના નિયમનની સત્તા ધરાવે છે.

- ઈન્સ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી
- ટેલીકોમ રેગ્યુલેટર ઓથોરિટી ઓફ ઈન્ડિયા
- સીક્યોરિટીઝ એન્ડ એક્સચેન્જ બોર્ડ ઓફ ઈન્ડિયા
- રીઝર્વ બેન્ક ઓફ ઈન્ડિયા
- મેડિકલ કાઉન્સિલ ઓફ ઈન્ડિયા

આવી ગેરવાજબી વ્યાપાર રીતિઓ સામે ગ્રાહકોનું રક્ષણ કરવા માટે કેટલાક કાયદા ઘડાયા હોવા છતાં છેતરપીંડી યુક્ત અને ગેરરસ્તે દોરનારી જાહેરાતોએ ગ્રાહકોનું શોષણ કરવાનું ચાલું રાખ્યું છે. જૂના, જરી પુરાણા-આઉટડેટેડ કાયદા તેમજ કાયદાનો નબળો અમલ વિજ્ઞાપનોનાં યોગ્ય નિયંત્રણમાં નિષ્ફળતા માટે મહદઅંશે જવાબદાર છે. આજના સમયથી જરૂરિયાત, સમય સાથે તાલ મીલાવતા વધુ સારા કાયદા, કાયદાનો વધુ સારો અમલ, સુધારાવધાર કરતી જાહેરાતો, ઉદ્યોગો દ્વારા વધુ સારું આત્મનિયમન તેમજ આરોગ્ય અને બાળકો સંબંધિત જાહેરાતોના નિયમન માટે સ્વતંત્ર નિયમનકારો સંસ્થાની છે.

■ ■ ■

બજારચાલકબળો અને જિંદગી વચ્ચેની કશ્મકશ

- ચંદ્રકાન્ત ચૌહાણ

ડિસેમ્બરનું પ્રથમ પખવાડીયા દરમિયાન વિશ્વમાં પ્રત્યેક દશ સેકન્ડે એક જોબકટનો માહોલ સર્જાયો. તે પહલેના મહિનાઓ દરમિયાન અમેરિકી આંકડા ઘડીયાળ પર અમેરિકી દેવાના આંકડા ન દર્શાવી શકાય એટલી હદે ઘડિયાળના આંકડા ખુટી ગયા. લોકોને આસમાનમાં ઉડાડતી રહેતી અનેક એર લાઈન્સ કંપનીઓ પોતે જ જમીન પર આવી ગઈ અને છતાં આપણી નજર માત્ર અને માત્ર સેન્સેક્સ અને નફો કરતી કંપનીઓ પર અટલેકી રહી. સ્થિતિ પણ કેવી સર્જાઈ છે? કંપનીઓના સર્જન માટે લોકોએ પહેલાં રોકાણ કરવાનું, પછી એ જ કંપનીઓને નફો થાય એ ભાવે તેમનો માલ ખરીદવાનો. ત્યારબાદ નફો કરતી કંપનીના શેરના ભાવ વધ્યા તેનો આનંદ કરીને ડિવિડન્ડ લઈને જીવતા રહેવનું અને હાંફતા રહેવાનું. ભારતમાં સેન્સેક્સ ૧૦૦૦૦ ની મનોવૈજ્ઞાનિક સપાટીનની

નિકટ આવતાં. તેલના ભાવ ઘટતાં અને કુગાવાની સપાટી નીચી જતાં કદાચ શ્વાસ લેવાનો સમય મળી જશે એવો સંધિયારો મળ્યો ત્યાં જ ‘સત્યમ’નું અસત્યમ બહાર આવ્યું. સામાન્ય માનવી આ તમામ ઘટના વચ્ચે ભીંસભરેલી સ્થિતિમાં જીવી રહ્યો છે. આશા રાખીએ કે વર્માન નંદના સંકટમાંથી પણ હેમખેમ પાર ઉતરીશું. પ્રશ્ન નિરાશાસુચક વલણનો નતી પરંતુ ચંત્રણાઓ ભોગવ્યા બાદ ‘હાર્યો જુગારી બમણું રમે’ એ વલણથી દૂર રહીને ભાવિ વલણો અને પુનઃવિચાર કરવાનો છે.

વિશ્વના વિકાસ એન્જિન મનાતા અમેરિકાને મંદીએ એટલી હદે ભરડો લીધો કે ૧૧ સપ્ટેમ્બર, ૨૦૦૧ ના રોજ ત્રાસવાદી હુમલામાં તારાજ થઈ ચુકેલી ઈમારત વર્લ્ડ ટ્રેડ સેન્ટરને ફરીથી ઉભી કરવાની યોજના જ વિલંબમાં મુકાઈ ગઈ છે. દરમિયાન ૧૯૮૩બાદ અમેરિકી સરકારે પહેલીજ વાર ખર્ચમાં કાપ મુકવાની શરૂઆત કરી દીધી છે. ૧૪૧

દેશોના ૧૧ લાખ રોકાણકારો જે ઈ-લેટના ગ્રાહક છે તે માઈકલ લોમ્બાર્ડી ઈ-લેટરમાં પણ કહેવાઈ ગયું છે કે અર્થતંત્રમાં આપણને યાદ રહી જાય તેવું તોફાન પ્રવર્તી રહ્યું છે. વર્ષ ૨૦૦૮નું વર્ષ અમેરિકા માટે સૌથી ખતરનાક વર્ષ હશે તેની આગાહી કરતાં લોમ્બાર્ડી કહે છે કે સમગ્ર અમેરિકી હોમ્ માર્ગેજ પૈકી ત્રણ ટકા ડીલ ફોરકલોઝર (દેવાની રકમ ના ચુકવાતાં ગીરો મુકેલી મિકલત છોડાવવાનો હક રદ કરવાની પ્રક્રિયા) માંથી પસાર થઈ રહ્યો છે અને ૨૦૦૮માં ૧૦ લાખ અમેરિકીઓ પોતાના ઘર ગુમાવી દેશે. ડામાડોળ આર્થિક સ્થિતિ વચ્ચે અમેરિકી પ્રમુખ ઓબામા ૧૯૨૯ની મંદી સમયે પણ ના અપાયું હોય તેટલા મોટા કદનું આર્થિક પેકેજ જાહેર કરીને અર્થતંત્રમાં પ્રાણ પુરવાની તૈયારી કરી રહ્યા છે.

તો લાભ કોણ ગળી ગયું

વિકાસદરની વાત કરીએ તો વિકાસ કાર્યો માટે દુનયાભરની સરકારો એક

(લેખક-----)

સમયે વિશ્વબેન્ક અને આઈએમએફની ઋણ સહાયથી વિકાસકીય યોજનાઓ હાથ ધરતી હતી. પરંતુ આર્થિક ઉદારીકણ અને વૈશ્વિકરણે ખાનગી રોકાણોની વ્યવસ્થા ઉભી કરતાં સરકારની આ જવાબદારી પણ કળાય ઘટી. સરકાર દ્વારા લેવતું ઋણ આ નવી વ્યવસ્થામાં ઘટે એટલે ખાદ થો ઘટે જ ને? ખાધ ખટે એટલે વિકાસ દર ઉંચો જ બેસે ને? પરંતુ વર્તમાન મંદીએ એવી સ્થિતિ સર્જી છે કે સરકારોએ અર્થતંત્રને ચેતનવંતુ કરવા ખાસ “આર્થિક પેકેજ” જાહેર કરવા પડે. આર્થિક પેકેજ અપાતાં ખાધ પાધી વધે. આર્થિક ઉદારીકરણ પછી પણ આપણે ઠેરના ઠેર જ રહીશું? આ સ્થિતિમાં એક પ્રશ્ન યથાવત રહે છે કે બધા જ નુકશાન કરી રહ્યા છે તો લાભ કોણ ગળી ગયું?

આપણે યાદ રાખવું પડશે કે કાર્યક્ષમતા, કૌશલ્યો, ટેકનોલોજી, રોજગારીની તક અને સ્પર્ધાત્મતાની નારાબાજી સાથે આપણે પણ સમાજવાદી વ્યવસ્થાની વાડ ઠેકીને ખાનગીકરણના વાવાઝોડા સાથે ઉછડીને રોકાણ અને નફાની મુડીવાદી વ્યવસ્થા તરફ કુચ કરી હતી. મુડીવાદી બજાર વ્યવસ્થામાં બજાર અને મુડીપતિ કેન્દ્રસ્થાને છે. જોકે, ધિરાઓના બારણા ખુલતા જનસમુહના કેટલાક વર્ગના જીવનધરોણ ઉંચા આવ્યાનો અહેસાસ કર્યો એ વાત પણ સાચી. આપણે વાત કરવાના પૈસા ખર્ચતા થયા (ટેલીફો) પછી તો જીવનધરણ ઉંચાજ આવ્યા ગણાય ને? પરંતુ આજે ઉંચા આવેલા આ જીવનધરણને જાળવી રાખતા બદા જ હાંફી રહ્યા છે. સ્થિતિની ઓક્તિ એ છેકે આર્થિક ઉદારિકરણના લાભો સમાજના નીચલા થર સુધી પહોંચે એ પહેલાં જ મધદરીયે ચાંચિયા લૂંટી ગયા હોય તેવી પીડાથી બધા જ પીડાય છે.

સંયુક્ત રાષ્ટ્રે વિશ્વભરમાંથી ૨૦૧૫ સુધીમાં ગરીબી રેખાને દુર કરવાની નેમ રાખી હતી પરંતુ વર્માન મંદીએ આ સ્વપ્નને પણ ચકનાચુર કરીદીધું છે. શું “ઋણ કૃત્વા પિબેત ભસ્મિભૂતસ્ય દેહસ્થ પુનરાગમનં કુન: !” અર્થાત દેવું કરીને પણ ઘી પીવા જેવા ચાર્વાક દર્શનનું અનુસરણ કરતાં આપણે આવા પીડાદાયક દોર સુધી નથી પહોંચ્યા શું? આ મુદ્દે પણ સમીક્ષા જરૂરી છે.

વિશ્વ આજે મંદનીની મહાસમસ્યાથી પીડાનો સામનો કરી રહ્યું છે. ત્યારે પ્રશ્ન પુછાઈ રહ્યો છેકે આ મંદના વંટોળમાંથી બહાર નીકળવાનો માર્ગ ખરો? મંદીના માહોલમાં પણ આપણી નજર હજી બજાર ચાલકબળો ઉપર જ છે ટકેલી છે. સામાન્ય માનવી કેમેય કરીને કેન્દ્રસ્થાને આવતો જ નથી. કોઈપણ વિચારણાનો હેતુ સામાન્ય માનવીની જિંદગીને કેન્દ્રસ્થાને લાવવાનો છે. શું આપણે એ દિશામાં ના વિચારી શકીએ? સામાન્ય માનવીને કેન્દ્ર સ્થાને રાખીને આર્થિક સમસ્યાના ઉકેલ શોધવાની તરાહ કદાચ ગાંધી વિચારમાં પડેલી છે. એ વિચારો પર પણ એખ નજર નાખી લઈએ. હજી મોડુ નતી જ થયું.

કહ્યું ના માને એ જ પુત્ર !

ગાંધી આપણા રાષ્ટ્રપિતા છે. પરંતુ એમના વિચારોનું અનુસરણ આપણે નથી જ કરતા. આઝાદી મેળવવા ગાંધીનો ઉપયોગ થયો પરંતુ તેમના વિચારોના ઉપયોગ ના જ થયો. આપણે એટલા સોફિસ્ટીકેટેડ થઈ ગયા છે કે ગાંધીવિચાર આપણને આજે જરીપુરાણા લાગે છે. પરંતુ ભવિષ્યમાં પણ મંદીના ખોફ અને અસમાનતાના પ્રશ્નથી બચવું હોય તો તેના ઉકલે આજે હાંસિયામાં જતા રહેલા ગાંધી વિચારમાં જ પડેલો છે. ગાંધી કહેતા હતા

કે તમારે એક ગંઝીની જરૂર હોય તો એક જ ગંજી ખરીદો, બીજી ગંધી ખરીદવું તે અન્ય વ્યક્તિની જરૂરિયાત પરની તરાપ છે. (કોઈક કહેશે કે લોકો જરૂરિયાત પુરતુ જ ખરીદે તો પછી માગ કઈ રીતે વધે? અને માગ ના વધે તો મંદી દુર કઈ રીતે થાય? માગ તો મોટમાં મોટું બજાર ચાલક બળ છે.) ‘જોબલેસ ગ્રોથ’ ની સમસ્યાના નિરાકરણ માટે ગાંધીજી યંત્રોનો નિયંત્રીત ઉપયોગ સુચવતા કહેતા હતા કે ‘મબલક ઉત્પાદન નહીં પરંતુ મબલક હાથો વડે થતું ઉત્પાદન જરૂરી છે.’ તેમનું કહેવું હતું કે મુડીની અછત, ભયંકર બેકારી અને બેહદ ગરીબીના સંજોગોમાં લાંબાગાળે યંત્રો માનવીને સુખ નહીં આપી શકે. સોદાબાજી, નફો અને સ્પર્ધા જેવા બજાર ચાલકબળો ઉપરાંત ઉપરોક્ત ગાંધી વિચારો તરફ પણ નજર નાખવાની જરૂર છે. રખે માનતા ગાંધી ખાનગીકરણના વિરોધી હતા. તેઓ ખાનગીકરણના હિમાયતી હતા પરંતુ તેમના વિચારના કેન્દ્રમાં કંપનીનો નફો અને બાજર ચાલકબળો નહીં પરંતુ અદનો છેવાડાનો માનવી છે, પરંતુ આજે બજાર ચાલકબળ અને સામાન્ય જિંદગી વચ્ચેની ભેદરેખા જ ભુંસાઈ ગઈ છે. સ્થિતિ એ છે કે બજાર ચાલકબળો સામાન્ય જનસમુહની જિંદગીઓને ચલાવતા થયા છે. બજાર અને જિંદગી જાણે કે એકાકાર થઈ ગઈ છે. આ સ્થિતિમાં જિંદગી હાંફી રહી છે. ગાંધી વિચારો આટલા જ નથી, આપણી પાસે મબલક ગાંધી સાહિત્ય પહેલું છે, પરંતુ કહ્યું ના માનતા પુત્રની જેમ એ વિચારો તરફ દોડાવીને આપણે તેનો અમલ કરતા જ નથી. માન્યતા છેકે પિતાનો મોક્ષ પુત્ર પર આધારિત છે. માની લઈએ કે ગાંધીનો હજી મોક્ષ થયો નથી?!



ગ્રાહકોને સસ્તો, સરળ અને ઝડપી ન્યાય પૂરો પાડવા ઘડાયેલો ગ્રાહકોના રક્ષણનો કાયદો

- એમ. કે. સીંઘ

ઉદ્યોગોઓએ શઆનું ઉત્પાદન કરવું, બનાવટોની કિંમત શી રાખવી અને પુરવઠાની શ્રુંખલા કેવી રીતે બાંધવી એનો નિર્ણય ઉપભોક્તાઓ જ કરે છે. એવું વ્યાપક પણે માનવામાં આળે છે. પરંતુ આમ છતાં હજી પણ ‘ગરીબ બિચારા’ ઉપભોક્તાઓ કંઈપણ કરી શકતા નથી અને છેકરાઈને રહે છે. ખૂબ જ શક્તિશાળી અને સાધન સંપન્ન ઉત્પાદકોની સાથે સામાન્ય રીતે એમનો કોઈ મેળ બેસતો નથી. સામાન્ય રીતે ઉપભોગતાઓ લગભગ દરેક સ્થળે દરરોજ છેતરાય છે.

ગમે એમ પણ સરકારના પ્રયાસોને પરિણામે હવે ઉપભોક્તાઓના કાયદા ઘણા છે અને એમના શિક્ષણ તરફ ખાસ ધ્યાન અપાય છે. કે જેથી લોકો ઉપભોગતાઓ તરીકે એમના હકો સમજી શકે તેમજ એમની ફરિયાદોનું નિવારણ કેવી રીતે કરવું એનાથી પણ માહિતગાર બને.

ઘણીવાર લાયકાર ઉપભોક્તાઓ મૌન રહીને વધુ સહ્યાં કરે છે અને શું કરવું એની એમને જાણ નથી હોતી. વધુ સારાં ગુણવત્તાપૂર્ણ જીવન માટે જ્ઞાન મેળવવું આવશ્યક છે. ઉપભોક્તાઓનારક્ષણના ૧૯૮૬ના કાયદામાં પણ એમના શિક્ષણ ઉપર ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે, જે એમનો એક મૂળભૂત હક છે.

માલસામાન અને સેવાઓની ખરીદી તમને ચોક્કસ હક બક્ષે છે. પહેલી વાત તો એ કે, તમે જેની માગણી કરી હતી એ મુજબ, માલ-સામાન અને સેવાની ગુણવત્તા તેમજ વજનની અપેક્ષા રાખવાનો હક ધરાવો છો. ઉપભોક્તાઓના હકોને લગતા તમામ કાયદાઓ એમના રક્ષણ અંગેનો ૧૯૮૬નો કાયદો સંભવત સૌથી મહત્વનો કાયદો છે. જે તમને ગ્રાહક તરીકે તમારા હકના ભંગ સામે સૌથી સર્વગ્રાહી રક્ષણ આફે છે. આ કાયદો જે સ્પષ્ટ પણે ગ્રાહકોનાં હીતોનું રક્ષણ કરવા ઘડાયાં હતાં. એના દ્વારા

કાયદા પદ્ધતિમાં એખ કાંતિ સર્જઈ હતી. આ લેખમાં આધુનિક ભારતમાં આ કાયદો કેવી રીતે ઘડાયો એનું ટૂંકમાં પૃથ્થકરણ કરવાનો તેમજ દેશણાં નાવ કાયદાકીય સંસ્કારના શ્રીગણેશ કરનાર ૧૯૮૬ના આ કાયદાના કાયદાકીય માળખાની સંક્ષિપ્ત ચર્ચા કરવાનો પ્રયાસ કરવામાં આવ્યો છે.

બ્રિટીશ શાસનકાળ દરમ્યાન કાયદા પદ્ધતિમાં સંપૂર્ણ કાંતિ સર્જવામાં આવી હતી. અને ન્યાય આપવા માટે આધુનિક પદ્ધતિ દાખલ કરાઈ હતી. પચાસ વર્ષ કરતાં વધું સમયથી માસલામાનના વેચાણનો ૧૯૩૦ નો કાયદા ગ્રાહકોનાં રક્ષણનું એકમાત્ર સાધન હતું. ઘણા લોકોએ જેને પ્રશંસાપાત્ર કાયદા તરીકે બિરદાવ્યો હતો, એવા આ કાયદો ‘ખરીદારો જાગૃત રહે’ એવા સિદ્ધાંતમાં અપવાદો પૂરા પાડે છે અને એમાં ગ્રાહકોનાં હિતોનું પૂરતું રક્ષણ કરવામાં આવ્યું છે.

છેક ૧૯૮૬ સુધી, આમ જ કાયદો,

(લેખિકા પી.કે.ચૌધરી મહિલા કોલેજ, ગાંધીનગરમાં અધ્યાપિકા છે.)

ગ્રાહકો સંબંધિત એખમાત્ર કાયદો હતો. ક્રિમિનલ જસ્ટિસની પદ્ધતિમાં ૧૮૬૦નો ઈન્ડિયન પીનલ કોડ (આઈપીસી) ગ્રાહકો સામેના ગુના, જેવા કે ભેળસેળનાખાદ્ય ચીજો અથવા પીણાંનું વેચાણ, હાનિકારક ખાદ્ય ચીજો અથવા પીણાંનું વેચાણ, ભેળસેળવાળી દવાઓનું વેચાણ તેમજ ખોટા તોલમાપના ઉપયોગ વગેરે સામે કામ લેવા સંખ્યાબંધ જોગવાઈઓ ધરાવે છે. દેશના સ્વાતંત્ર્ય બાદ ગ્રાહકોને રક્ષણ પુરું પાડવા ઘડાયેલા કાયદાઓમાં ખોરાકમાં ભેળસેળ અટકાવવા માટેનો ૧૯૫૪નો કાયદો, આવશ્યક ચિજવસ્તુઓના ૧૯૫૫નો કાયદો અને તોલ-માપના ધોરણ અંગેનો ૧૯૭૬ના કાયદાનો સમાવેશ થાય છે. કરારો અંગેનો કાયદો તેમજ ક્રિમિનલ કાયદા હેઠળના ઉપાયો ઉપરાંત ગ્રાહકો અપકૃત્ય અંગેના કાયદા હેઠળ પણ હક ધરાવે છે. ગમે એમ પણ, અપકૃત્યો તેમજ કરારના કાયદાની સંકૃષ્ટિત-જૂવાણી કાયદાકીય જપ્તરિયાતો તથા નીતિના ઘડવૈયાઓમાં ગ્રાહકોના હક ઉપર ખાસ ધ્યાન આપવાની વધતી જતી લાગણીને કારણે, ગ્રાહકોનાં રક્ષણ માટે “ખાસ” કાયદો ઘડવાની સત્તાવાળાઓને ફરજ પડી હતી.

ગ્રાહકોના રક્ષણનો કાયદો દેશના લાખો-કરોડો ગ્રાહકોને ‘સસ્તો, સરળ અને ઝડપી’ ન્યાય પૂરો પાડવાના ઉદ્દેશ્યથી ઘડાવમાં આવ્યો હતો. ગ્રાહકોની બાબતોના નિષ્ણાતોનું માનવું છે કે આ કાયદો જેમાં ઓછામાં ઓછી વિધિ અને ઓછા કાગળીયાં થાય વિલંબ ગટે, તેમજ ખર્ચ પણ ઘટે, એવો ન્યાય સુનિશ્ચિત કરવાના ઘોષિત ઉદ્દેશો સાથે પસાર કરવામાં આવ્યો હતો. એક એક્ટિવિસ્ટના જણાવ્યા મુજબ “આ કાયદામાં ગ્રાહકોના હકો જેવા કે વાજબી ભાવે શુદ્ધ ભેળસેળ

વગરની એન નુકશાન વગરની ચીજવસ્તુઓ મેળવવાના હક અંગે આજે સેવાતી ચિંતાને યોગ્ય રીતે માન્ય રાખવામાં આવી છે.” ગ્રાહકોના રક્ષણના આ સિમાચિહ્ન કાયદા હેઠળ ન્યાય મેળવવાનું પ્રમાણમાં સસ્તુ બિન ખર્ચાળ-હોવાથી એને ગ્રાહકોનો ટેકો મળ્યો છે. આ કાયદો લોકોમાં કાયદાકીય જાગૃતિના ભાવના ઉભી કરવામાં તેમજ ગ્રાહકોની બાબતમાં પરંપરાગત અદાલતોમાં જતાં લોકોને અટકાવવામાં સફળ રહ્યો છે. આ કાયદો ઘડાયા પછી ખૂબ જ મોટી સંખ્યામાં લોકો ગ્રાહકોને લગતી બાબતોમાં ન્યાય મેળવવા ગ્રાહકોની વિવિધ સંસ્થાઓનો આશરો લેતા થયા છે.

ગ્રાહકોનાં રક્ષણ માટેના ધારાની મહત્તા એનું સરળ કાયદાકીય માળખું, વિશાળ અધિકારક્ષેત્ર અને બિનખર્ચાળ ન્યાયમાં રહેલી છે. ગ્રાહકોનાં જૂથો, કેન્દ્ર સરકાર તેમજ તમામ રાજ્ય સરકારો આ કાયદા હેઠળ ફરિયાદ કરવાની સત્તા ધરાવે છે. આ કાયદાનું નવીન પાસું એના સીમાક્ષેત્રમાં માલમસામાન તથા સેવાઓ બંનેનો સમાવેશ છે, ગ્રાહકોને ખામીયુક્ત માસલામાન તેમજ -સેવાઓ માટે કેસ કરાવની સત્તા બક્ષે છે. આ કાયદા હેઠળ ગ્રાહકને કેસ કરવા માટે માત્ર સાધારણ ફી ભરવાની અને ગ્રાહકોનાં મંડળને સાદો પત્ર લખવાની જ જરૂર રહે છે. એના દ્વારા એ કાયદેસરના કેસ માટે મંડળનું ધ્યાન ખેંચી શકે છે. ગ્રાહકોને સામા પક્ષને કોઈ નોટિસ મોકલવાની જરૂર નથી. બીજું મંડળ સમક્ષ કેસ લડવા માટે ગ્રાહકને કોઈ વકીલ રાખાવનું અનિવાર્ય નથી, એ પોતે પણ કેસ લડી શકે છે.

આ કાયદા હેઠળની ગ્રાહક તકરાર નિવારણ એજન્સિઓ, રાષ્ટ્રીય પંચ, રાજ્ય પંચ અને જિલ્લાનું ફોરમ એ તમામ

ભેગા મળીને ગ્રાહકોને સમયસર, બિન ખર્ચાળ અને ઝડપથી ન્યાય મળે એ સુનિશ્ચિત કરે છે. એક રીતે આ બાબત વર્તમાન કાયદાકીય પાસાંમાં કરાંતિ સર્જક બાબત છે. કાયદા હેઠળ ગાહકો માટે અદાલતોમાં સરળતાથી જવાનું શક્ય બન્યું હોઈ ગ્રાહકો હવે કોઈપણ પ્રકારના ખચકાટ વગર સિદ્ધાંત વિહોણા ન્યાયવાદીઓ અથવા સેવા પૂરી પાડનારાઓ સામે કાયદેસરની લડત લડે છે. આ કાયદા દ્વારા સ્થપાએલાં ગ્રાહક મંડળો અસરકારક પુરવાર થયાં છે એન એના દ્વારા ગણીગાંઠી કાયદાકીય વિધિઓથી હજારો કેસોનો નિકાલ લાવવામાં આવ્યો છે. આમ, આ કાયદાથી ભારતમાં ગ્રાહકો માટે સુસ્થાપિત કાયદાના શાસ્ત્ર માટેનો માર્ગ દર્શાવ્યો છે.

દીવાની ન્યાય પદ્ધતિમાં રહેલી ખામીઓ ગ્રાહકોને કાયદાનો આશરો લેતા હતોત્સાહ કરે છે. જ્યારે ગ્રાહકોનાં રક્ષણના કાયદાએ લાખો ગ્રાહકો માટે કાયદા દ્વારા ન્યાય મેળવવાનું સરળ બનાવ્યું છે. અને એની બિન ખર્ચાળ કાર્ય પદ્ધતિઓ તેમજ લોકોના ટેકાને પરિણામે કાયદાકીય પ્રકૃતિમાં કાંતિ સર્જઈ છે. આ કાયદાએ કસુરવારને દંડવાના કે પ્રતિબંધક અભિગમ ઉપર આધાર ન રાખતાં મુખ્યત્વે ગ્રાહકો ને વળતર ચૂકવાવનો માર્ગ અપનાવીને ગ્રાહકોને વિવિધ પ્રકારનાં શોષણ તેમજ ગેર વાજવી વ્યવહારો સામે અસરકારક સલામતી પૂરી પાડી છે. આ કાયદો તમામ માલસામાન અને સેવાઓને લાગુ પડે છે. સિવાયકે એને સ્પષ્ટ મુક્તિ બક્ષવામાં આવી હોય. કાયદો ખાનગી જાહેર અને સરકારી ક્ષેત્રોને આવરી લે છે અને એમાં ઝડપી તેમજ બિન ખર્ચાળ ચુકાદાની જોગવાઈ છે.

વિશ્વના બહુમતી ગ્રાહકોનો દેશ એવું નિવૃત્ત થવા કાયદાકીય ફેરફારો શોધખોળ



મારફત ગ્રાહકોનાં કલ્યાણ માટે કામ કરવા પ્રતિબદ્ધ છે. ગ્રાહકોનાં રક્ષણ માટે ઘણી જ ચિંતા સેવીને સરકારે ગ્રાહકોનાં રક્ષણ માટેના કાયદામાં સુધારા સહિત ગ્રાહકોને લગતા અન્ય કાયદામાં ફેરફાર કર્યા છે. કાયદામાં સુધારો કરવાનો ઉદ્દેશ ગ્રાહકોનાં રક્ષણનાં ક્ષેત્રને મજબૂત બનાવી તેમજ વિસ્તરી નાગરિકોના સશક્તિકરણની દિશામાં મોટું કદમ ભરવાનો હતો. આવી એક નવી દરખાસ્તનું ધ્યેય શેરીઓમાં લાઈટની વ્યવસ્થા શરૂ કરી, પીવાનું પાણી, ગટર અને આરોગ્ય વિષયક સેવાઓ પૂરી પાડવામાં જો મ્યુનિસિપલ સત્તાવાળાઓ નિષ્ફળ જાય તો એમને ગ્રાહકોની અદાલતમાં ઘસડી લઈ જવા નાગરિકોને સત્તા બક્ષવાનું છે. સુધારા દ્વારા ગ્રાહકોના રક્ષણના કાયદા હેઠળ એવા માલસામાન અને સેવાઓને આવરી સેવાની દરખાસ્ત થઈ છે, કે જેને માટે રાહતની માગણી માત્ર દીવાની અદાલતોમાં જ થઈ શકે તેમ છે.

ગ્રાહકો, એમને સેવા પૂરી પાડનારાઓ જો એમની અંગત માહિતી સેક્સમેનોને પૂરી પાડે તો એમની સામે કેસ કરી શકે એ માટે સરકાર જરૂરી પગલાં ભરવા વિચારે છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, મ્યુ.ફંડો, શેરોમાં રોકાણ, કેડીટકાર્ડ વગેરે માટે બેંકો, વીમા કંપનીઓ, વગેરેનો વારંવારના ટેલિફોનથી ત્રાસેલા લોકોને

એમની અંગત માહિતી અન્ય કંપનીઓ વગેરેને પૂરી પાડવા બદલ સેવા પૂરી પાડનારાઓને કોર્ટે લઈ જવાનો વિકલ્પ રહશે. નાગરિકોને એમના જાનમાલ માટે જો ખમી માલસામાન સામે રક્ષણ મેળવવામાં મદદ ‘ગ્રાહકોના હક’ અધિકૃતપણે નક્કી કરવાની દરખાસ્ત છે. એક કંપની જેના ઉફર કેસ ચલાવવાનો હોય, એ એની પસંદગીના અદાલતમાં કેસ કેસ ચલાવવાનો આગ્રહ ન રાખી શકે અને કેસ ક્યાં ચલાવવો છે એ અંગે નિર્ણય કરવાની ગ્રાહકોને છૂટ છે.

શેર માટે અરજી કરનાર વ્યક્તિને જો શેરની ફાળવણી નથાય પૈસા રીફન્ડ પણ ન કરાય તો એ ગ્રાહકોની અદાલતમાં જઈ શકે એવી જોગવાઈ કરવા વિચારાઈ રહ્યું છે. હાલમાં તો આ માટે રોકાણકારે દીવાની અદાલતોમાં જવું પડે છે. નવી દરખાસ્ત હેઠળ, જે માલ સામાન ભવિષ્યમાં લોકોના જાન માલ માટે નુકશાનકારક બનવાની સંભાવના હોય એના ઉત્પાદકો સામે કામ ચલાવી શકાશે. ટીએલએસ્ટેટ ડેવલોપર્સનું વર્ગીકરણ “વ્યાપારીઓ” તરીકે કરવા વિચારાઈ રહ્યું છે, કે જેથી એમની સામે ગ્રાહકોની અદાલતમાં કામ ચલાવી શકાય.

દરિયાપારની જે એજન્સિઓ ઈ-કોમર્સ સાઈટ્સ અથવા ટેલીમાર્કેટિંગ

મારફત કામ કરતી હશે, એ હવે ભારતમાં ઓફિસ ખોલ્યા સિવાય કે પછી એજન્સી નિમણૂક કર્યા સિવાય હવે ભારતમાં એમના માલસામાનનું વેચાણ નહીં કરી શકે, એમણે વેચાણની એક્ટમાં આવી ઓફિસ કે એજન્ટની વિગતો આપવી પડશે, કે જેથી ખરીદકારો એમની ફરિયાદ અને કરી શકે. આવા વેચારકારો પાસેથી માલસામાન કે સેવા મેળવનારને ખરીદ પહેલા એને જોવાની તક ન મળી હોય એન પાછળથી જો એમાં નુકશાની જણાય તો એને ૩૦ દિવસની અંદર પરત કરી દેવાય તો ખરીદકારોને રીફંડ ચૂકવવું પડશે. યાદ છે કે રમકડાં બનાવનાર, જંત્રી કંપની લીઓ મેટેલને એની બાર્બી ડીંગલીઓ ઉપસ સીસાનું હાનીકારક કોર્ટીંગ કરાયું હોવાથી આવી ડીંગલીઓ બજારમાંથી પાછી ખેંચવાની ફરજ પડી હતી ! કેન્દ્ર સરકા આજ પ્રમાણે ઉતરતી ગુણવત્તાના માલસામાન સામે ખરીદકારોને સત્તા આપવા ઉત્સુક છે.

ગ્રાહકોનાં રક્ષણ માટે જે અન્ય દરખાસ્તો સરકારની સક્રિય વિચારણા છે એમાં ગ્રાહકોનાં આરોગ્ય અને સલામતીને જોખમાવતી બનાવતે તેમજ પર્યાવરણને નુકસાનકારક બની શકે એવી બનાવટો માટે આદેશઆત્મક ધોરણોની ભલામણ કરવામાં આવી છે. આવી બનાવટોમાં ઈલેક્ટ્રિકલ, ઈલેક્ટ્રોનિક, આઈટી તેમજ ટેલીકોમ બનાવટો, તબીબી ઉપકર્ણો, ઔદ્યોગિક તેમજ ફાયર સેફ્ટીનાં સાધનો હેલ્મેટ તેમજ ખાદ્યચીજોનાં પેકેજિંગમાં વપરાતી સામગ્રીનો સમાવેશ થાય છે. ગુણવત્તા નિયમન અંગેની ટોચીની સંસ્થા, ક્વોલીટી કાઉન્સિલ ઓફ ઈન્ડિયા પૂરતી સત્તાશાળી મજબૂત ન હોવાથી વ્યાપક સત્તા સાથેની નેશનલ ક્લોલિટે એન્ડ સ્ટેન્ડર્ડાઈઝેશન ઓથોરિટિ રચવાનું સૂચન

કરાવમાં આવ્યું છે. મનોપોલી એન્ડ ટીસ્ટ્રીક્ટીવ ટ્રેડ પ્રેક્ટિસીસી કમિશન--લેવાતાં એની જગા લઈ શકે એવી રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક સુરક્ષા ઓથોરિટી રચવાનું સરકારે સૂચવ્યું છે. એને મેન્યુફેક્ચરર્સ તેમજ સેવા પૂરી પાડનારાઓ દ્વારા છેતરપિંડી ભર્યા વ્યવહારો તેમજ ગેર રસ્તે દોરતી જાહેરતો સંબંધમાં તપાસની સત્તા બક્ષવામાં આવશે.

સરકારની ઈચ્છા છતાં પ્રોસેસ ફૂડ ક્ષેત્રે ગ્રાહકોનાં રક્ષણ માટે કડક કાયદાનો અમલ કરવાનું મુશ્કેલ છે. પેક કરેલી ખાદ્ય ચીજવસ્તુઓ માટે ધારાધોરણ નિશ્ચિત કરતા નિયમો સરકાર દ્વારા ઘડાઈ રહ્યા હોઈ નવો ફૂડ સેફ્ટી એક્ટ ભૂલાઈ ગયો છે. જોખમી અથવા નિમ્નધોરણના માલ સામાન માટે એના મેન્યુફેક્ચરર્સને ખૂબજ મોટી રકમ ચૂકવવી પડે એવી કલમ દાખલ કરવાની વિચારણી છે. જંતુનાશકો જેવા જોખમી પ્રદૂષકોનો કાચી સામગ્રી તમજ ઉપયોગમાં લેવાની બનાવટોમાં ઉપોયગ કરવા અંગે મર્યાદા નક્કી કરવાના સરકારના વલણનું પુનરોચ્ચાર કરવામાં આવ્યું છે.

પરંતુ ગ્રાહકોને વધુ સત્તા શક્તિ બક્ષવાના પ્રયાસોનાં સરકારી એજન્સીઓ એન વિભાગો જે દેશણાં લોકોને સેવા પૂરી પાડવામાં સૌથી મોખરે છે એને બજારમાં ૭૦-૮૦ ટકાનો હિસ્સો ધરાવે છે એના દ્વારા જ વિધ્ન ઉભૂં કરાયું છે. નવી દરખાસ્તોમાં ગ્રાહકો બનાવતો સલામતી ધારો ઘડવાની દરખાસ્તો છે, જેની હેઠળ જોખમી માલસામાન તેમજ સેવાઓનું વેચાણ ફોજદારી તેમજ દીવાની ગુનો બનશે. આ કાયદા પાછળનો ઉદ્દેશ વિવિધ બનાવટો અને સેવાઓનું ધોરણ આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરનું બને એ રીતે એને અપગ્રેડ કરવાનો છે. ગ્રાહક તરીકેની યોગ્યતા મેળવવા માટે ફી ફરવાનું જરૂરી

હોઈ નવી નિતિમાં સેવા માટે ચૂકવાયેલી રૂા. ૧ ની રકમ પણ ફી ગણવામાં આવી છે. આના આધારે આ નીતિ હેઠળ મફત આરોગ્ય સેવાઓ પણ આવી જાય છે, કારણ કે તમામ કરવેરા ઉપભોગતાના ચાર્જ અને લેવી ગ્રાહકોની ફી ગણાય છે.

અધિકારીઓના જણાવ્યા અનુસાર રાજ્ય સરકારો ટપાલ અને ટેલિકોમ વિભાગો, પાસ્પોર્ટ ઓફિસો, મ્યુ.સેવાઓ કેન્દ્ર સરકારની આરોગ્ય સેવાઓ (સી.જી.એચ.એસ) અને રેલવે સૂચિત નવા કાયદાઓમાંથી બાકાતી મુક્તિની માંગણી કરી રહ્યા છે કારણકે એમને સંખ્યાબંધ કેસો થવાનો ભાય છે. જો કે ખાનગી ક્ષેત્ર આ નિતને ટેકો આપી રહ્યું છે કારણ કે એ ખૂદ પણ ઘણી મોટી સંખ્યામાં સરકારી સેવાઓનું ગ્રાહક છે. ગ્રાહકોની બાબતોના વિભાગો છેલ્લા બે વર્ષમાં નવી ગ્રાહક નિતિ ઘડવામાં ખૂબજ સક્રિય ભાગ ભજવ્યો છે. આ નિતિ ગઈ રજમી ડિસેમ્બરથી વિધિવત અપનાવાય એવી સંભાવના હતી પણ આ સંબંધમાં કોઈક મુશ્કેલીઓ ઊભી થઈ હોય એવું જણાય છે.

નાગરિકોને રક્ષણ પુરું પાડવામાં ગ્રાહકોનાં રક્ષણનો ધારો આમ તો ઘણો સફળ રહ્યો છે. પણ કાયદાકીય પદ્ધતિમાં કેટલીક ઉણપો જણાય છે. પરંપરાગત કાયદાકીય પ્રકૃતિમાં કેસોમાં ખૂબજ મોટો ભરાવે થયો છે એ ઉપરાંત ગ્રાહક સંરક્ષણ અંગેના કેસોમાં અતિશય વધારો થતો જાય છે. પ્રાપ્ય હવાલો મુજબ વિવિધ કોર્ટોમાં જૂન ૨૦૦૪માં ૩૫૮૪૬૯ કેસો પડતર હતા. આજથી બે દાયકા પૂર્વે જ્યારે ગ્રાહકોની અદાલતો સૌ પ્રથમવાર સ્થપાઈ હતી ત્યારે કોઈપણ બનાવટો કે સેવાઓ સામે મોટી ફરિયાદ ધરાવનાર માટે આશિર્વાદ રૂપ ગણાતી હતી. પરંતુ આજે,

ન્યાયતંત્રનું કેસોનું ભારણ ઓછું કરવા સ્થપાયેલી ગ્રાહકોની અદાલતો પણ મોટી સંખ્યામાં કેસોના ભરાવાની સમસ્યાથી ઘેરાઈ ગઈ છે. કાયદામાં તો કેસના નિકાલ માટે ૯૦ દિવસની સમયમર્યાદા બાંધવામાં આવી છે. પરંતુ આ અદાલતોમાં પણ ઘણા કેસોના પાંચ વર્ષ ઉપરાંતના સમયથી નિકાલ થયો નથી.

ગ્રાહક રક્ષણ કાયદા હેઠળ રચાએલા રાષ્ટ્રીય પંચ સમક્ષ એની સ્થાપના થઈ ત્યારથી કુલ ૪૫૭૯૮ કેસો રજૂ થયા છે. આમાંના ૮૮૮૪ કેસોનો હજુ પણ નિકાલ નથી થયો. ગ્રાહકોની અદાલતો મંડળો વગેરે સમૂહો કેસોની માત્રભરાવાને કારણે ભારતના કાયદા તંત્રને ગ્રાહકોના કેસોના ઝડપી નિકાલ માટે “વિકલ્પો ” વિચારવાની ફરજ પડી છે. દેશમાં ગ્રાહક આંદોલન માટે ખૂબજ ઝડપથી ફેલાતું જાય છે. ૧૯૮૬ના ગ્રાહકોના રક્ષણ માટેના કાયદાની કલમ ૨૦ હેઠળ રચાએલા રાષ્ટ્રીય પંચમાં એના આરંભે એક પ્રમુખ અને ચાર અન્ય સભ્યોનો સમાવેશ થતો હતો. ગ્રાહકોના કેસના નિવારણ સાથે સંકળાયેલી આ ટોચની સંસ્થામાં આ પછી વધુ ચાર સભ્યો ઉમેરવાનો બે જયુડીશીયલ અને બે વહીવટી સરકારે નિર્ણય કર્યો હતો. આ એક આવકાર્ય પગલું છે. પણ હકીકત એ છે કે ઘણો લાંબો સમય વીતી ગયો હોવા છતાં રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક તકરાર નિવારણ પંચમાં આ જગાઓ ભરાઈ નથી.

■ ■ ■

વિકાસલક્ષી સામયિક

યોજના

યોજના વાંચો,

યોજના વંચાવો

નવા વિશ્વમાં નૂતન ભારત

ડૉ. ફરીદ ઝકરીઆ

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

પોતાના સુપ્રસિદ્ધ વક્તવ્ય ‘ટ્રીસ્ટ વીથ ડેસ્ટીની’માં નહેરૂ નવા ભારતના ઉદયની વાત કરે છે. ડૉ.ઝકરીઆ નવી વિશ્વના ઉદયની કથામાં સમાયેલી નૂતન ભારતના ઉદયની વાત કરે છે.

ઈતિહાસકારો જ્યારે ૨૦મી સદીના ઈતિહાસને લખશે ત્યારે ૧૯૭૯માં તેનું સમાપન થયાની નોંધ જરૂરથી લેશે. આ એ વર્ષ હતું કે સોવિયેત સંઘે અફઘાનિસ્તાન પર આક્રમણ કરીને પોતાના સામ્રાજ્ય, રાજકીય વ્યવસ્થા અને સમાજવાદી સમાજ રચનાના વિચારની જ ધોર ખોદી હતી. એક છેડે અમેરિકી શૈલીના મૂડીવાદ અને બીજે છેડે સોવિયેત શૈલીની સમાજવાદ સમતુલા ધરાવતી ધરીનું રાજકીય -આર્થિક ચિત્ર જ જાણે કે પડી ભાંગ્યું હતું. અચાનક જ તમારા રાજકીય અર્થતંત્રને સુગઠિત રાખવાનો પ્રત્યેક પાસે એક જ માર્ગ રહ્યો હતો, તમામે એ પથ પર જ રમવાનું હતું. ઠંડા યુદ્ધની સમાપ્તિએ આંતર વિગ્રહો અને વિશ્વભરમાં

પ્રવર્તી રહેલી શત્રુતાનું સમાપન કર્યું હતું. ૧૧મી સપ્ટેમ્બરના રોજ અમેરિકા પર થયેલા ત્રાસવાદી હુમલા સુધી આ તમામ બાબતે શમવાનું ચાલું જ રાખ્યું હતું.

૧૯૭૯ની બીજી અર્ધવર્ષની ઘટના એ હતી કે એક રીતે ઓછી જાણીતી કહી શકાય તેવી મહિલા બ્રિટનના વડાપ્રધાનપદે આરૂઢ થઈ હતી. માર્ગરિટ થેચર સાથે રોનાલ્ડ રેગન એક વર્ષ બાદ જોડાયા હતા અને બંનેએ ભેગા મળીને પશ્ચિમના અર્થતંત્રોમાં અને તેરીતે વિશ્વના અર્થતંત્રમાં ક્રાંતિ સર્જવાની શરૂઆત કરી હતી. ૧૯૭૦ની જ આમ તો આ પ્રક્રિયાનો આરંભ થયો હતો. કરવેરામા ઘટાડો, નિયંત્રણોમાં કાપ અને ખાનગીકરણે પશ્ચિમના તેલ ઉદ્યોગના અર્થતંત્રોમાં નવો પ્રાણ પૂર્યો હતો. આ પ્રક્રિયામાં વૈશ્વિક મૂડીવાદનું સ્વરૂપ જ બદલી નાખ્યું હતું. માલ, સેવા અને મૂડીની મુક્ત હિલચાલે વૈશ્વિક અર્થતંત્રનો વિસ્તાર કરી દીધો હતો. ૧૯૮૦ ના દાયકાના આરંભકાળમાં

ગણતરીના ચલણનું જ વિનિમય સંભવ બન્યું હતું, પરંતુ નવી વ્યવસ્થાઓએ એ દિવસો ભૂલાવી દીધા. એક સમયે મૂડીઓ સંબંધિત દેશોમાં બંધિયાર હતી. આજે વિશ્વભરમાં વિનિમયકર્તાઓ દ્વારા રોજ ૩ ટ્રિલિયન ડોલર જેટલા મૂલ્યના ચલણનું વિનિમય થાય છે. છેલ્લા બે દાયકાથી કેટલીક કંપનીઓ અને દેશોને લાભ અપાવતાં કે પછી કેટલાકને દંડિત કરતો આ મૂડી પ્રવાહ આંતરરાષ્ટ્રીય સંબંધોમાં અનુશાસન નક્કી કરતું બળ બની રહ્યો છે. લશ્કરી તાકાતો કરતાં પણ આ મૂડી પ્રવાહની તાકાત વધી ગઈ છે.

૧૯૭૯માં ઘટેલી ત્રીજી ઘટના એટલે વોશિંગ્ટન ડીસીની ફેટરલ રિઝર્વ બેન્કના નવા અધ્યક્ષનું આગમન, તેમણે વ્યાજદરોમાં નાટ્યાત્મક વૃદ્ધિ કરીને વિશ્વ અર્થતંત્રમાંતી ફૂગાવાનું ભારણ ઘટાડી નાખ્યું હતું. ફૂગાવાનો અંત એને પણ આપણા સમયની મોટી ઉપલબ્ધિ જ ગણાય. ૧૯૭૦ના દાયકામાં વિશ્વભરના

(લેખક ન્યૂઝવીક ઈન્ટરનેશનલના સંપાદક છે.)

સંખ્યાબંધ દેશો ફૂગાવાનો ભોગ બન્યા હતા. આ ફૂગાવો બચતોને ખાઈ ગયો હતો, મધ્યમવર્ગ ગરીબ બન્યો હતો તો સામાજિક સ્થિરતા જ ખોરવાઈ ગઈ હતી. પૂરૂ, આર્જેન્ટીના, બ્રાઝિલ અને તુર્કિસ્તાનમાં તો ફૂગાવાનો દર ૧૦૦૦ થી ૨૦૦૦% સુધી પહોંચી ગયો હતો.

એને પરિમામે આર્થિક વૃદ્ધિ સધાઈ. ત્રણ દાયકા પહેલાં ૪% વધુનો વૃદ્ધિદર ધરાવતા દેશોની સંખ્યા ગણવામાં આવે તો માંડ ૩૫ હતી. ગત વર્ષે પણ ૨૦૦૬ની જેમ જ આ સંખ્યા ૧૨૪ દેશોની રહી હતી. છેલ્લા પાંચ વર્ષ દરમિયાન પૃથ્વી પર માનવીની સરેરાશ આવક ભૂતકાળના કોઈપણ પાંચ વર્ષના મુકાબલે ૩.૨% ના દરે વધી છે. ગત ૨૦૦ વર્ષમાં ક્યારેય ના બન્યું હોય એ રીતે છેલ્લા ૨૦ વર્ષમાં સૌથી વધુ લોકો ગરીબી રેખાથી બહાર આવ્યા છે.

નિયંત્રણો અને અંકુશો દૂર થવાનો અર્થ એટલે જ, દેશો વધુ ઝડપથી ઉંચે જઈ શકે, પરંતુ સામે એનાથી પણ વધુ ઝડપે નીચે પણ આવી શકે. છેલ્લા ૨૦ વર્ષના સમયગાળામાં આપણે જોયું છે કે વિશ્વમાં આર્થિક અને નાણાકીય કટોકટીઓનું સામ્રાજ્ય રહ્યું છે. મેક્સિકો, પૂર્વ એશિયા અને ૧૯૯૦ના દાયકામાં રશિયા આ કટોકટીનો ભોગ બન્યા બાદ વર્ષ ૨૦૦૦માં અમેરિકામાં ટેકનોલોજી પર પોટાએ દેખા દીધા. તો ૧૧ સપ્ટેમ્બરના હુમલા બાદ શરૂ થયેલી મંદીએ આજે ગંભીર નાણાકીય કટોકટી સર્જી દીધી છે.

વૈશ્વિક વ્યવસ્થામાં ત્રણ અબજ લોકોનો પ્રવેશ થયો છે. વિશ્વભરના દેશોએ અગાઉ ક્યારેય ના સાંભળ્યું હોય એ હદે વૃદ્ધિ હાંસલ કરી છે આ તમામ ઘટનાઓએ બે પરિબળોને જન્મ આપ્યો, પ્રથમ તો સસ્તુ ધિરાણ અને જંગી મૂડી રોકાણની સંભાવના. એશિયાના ઉભરતા

અર્થતંત્રો અને મધ્ય-પૂર્વના તેલ ઉત્પાદક દેશોએ આવી સરપ્લસ સાથે એક જૂજ 'લોભ'નું પરિમામ જોડાતાં આજની કટોકટી સર્જાઈ છે.

એક સ્તરે અમેરિકા અને કેટલાક પશ્ચિમના દેશો પણ આ કટોકટી માટે જવાબદાર છે. તેમણે પોતે જેટલું ઉત્પાદન ના કર્યું હોય એટલું ખર્ચ કરી નાખ્યું છે. ધિરામો મેળવીને ખાડો પૂરીને સરભર કરવા કોશિષો કરી છે. પરંતુ આ તમામ ઘટનાઓ વચ્ચે એશિયામાં થયેલી જંગી નવી બચતો તરફ જોવાનું આપણે ચૂકી જઈએ છીએ. અમેરિકાએ વધુ પડતું ખર્ચ કર્યું છે તો એશિયાએ વધુ પડતી બતચ કરી છે.

ચોમેરની સ્થિતિ જોતાં કેટલાંક લોકો તારણ સુધી પહોંચી જાય છે કે સમૂચી વૈશ્વિક આર્થિક વ્યવસ્થા પડી ભાંગી છે. મૂડીવાદ કચડાઈ ગયો છે અને વૈશ્વિકરણની પીછેહઠ થઈ છે પરંતુ હકીકતો આવા કોઈ તારણ સુધી પહોંચવા દેતી નથી.

આજે આપણે ૧૯૩૦ની મંદીમાં પણ ના જોયેલી દર્દનાક નાણાકીય કટોકટી જોઈ રહ્યા છીએ. આથી કરીને વિશ્વ અર્થતંત્રમાં વ્યાપક મંદી પ્રવર્તી રહી છે. દાયકાઓ બાદ આ સ્થિતિ જોવી ખૂબ જ પીડાદાયક છે, પરંતુ મૂડીવાદનો અંત નહોતો જ આવ્યો એ જ રીતે વર્તમાન નાણાકીય કટોકટી પણ ભાવિ મૂડીવાદનો છેદ નહીં ઉડાવી શકે.

વર્તમાન નાણાકીય કટોકટીનો પણ અંત આવશે જ, જો કે હું નથી જાણતો કે અંત ક્યારે આવશે. પરંતુ સરકારનો હસ્તક્ષેપ કારગત રહેશે જ.

મૂડીવાદ હવે વૈશ્વિક પ્રવાહ બની ગયો છે. વિશ્વભરની કંપનીઓ, સરકાર અને વ્યક્તિઓ દ્વારા તેને બળ મળતું રહે છે. વિશ્વભરની સરકારો પણ પોતાની

સત્તાઓ વધારવા વૃદ્ધિ દર અને ઊંચા માપદંડોની શોધમાં મુક્ત બજાર અને મુક્ત વેપારને પ્રોત્સાહન આપતી જ રહેશે.

કાંઈ રોબર્ટ રૂબિનિ અને હેનરી પોલ્સને આદેશ આપ્યાને કારણે સરકારે બજારોના ઉદારીકરણની દિશામાં નથી વળી. આ દિશામાં આગળ વધવાના લાભોની ગણતરી કરીને સરકારો આગળ વધી છે. આ પ્રક્રિયા રાજકીય દબાણો આધારે અવરોધતી કે મંદ ગતિએ આગળ વધતી જ રહેશે. પરંતુ મને શંકા છે કે આગમી ૨૦ વર્ષ દરમિયાન ઊંચો વૃદ્ધિદર મેળવવા મોટાભાગના દેશો અર્થતંત્રના રાષ્ટ્રીયકરણને બદલે મુક્ત બજારનો આશરો લેશે. ભૂતકાળના આર્થિક કટોકટીનો ઇતિહાસ પણ એમ જ કહે છે. પોતાની વ્યવસ્થાની વિશ્વસનીયતા વધારવા નવી મૂડી આકર્ષવા અને વૃદ્ધિ પથ પર આગળ વધવા ભૂતકાળમાં પણ દેશો વધુ આક્રમણ પણ આર્થિક સુધારાની દિશામાં આગળવધ્યાના દાખલા છે.

આપણે આજે જે કટોકટીના દર્શન કરી રહ્યા છીએ તે મૂડીવાદની કટોકટી નથી પરંતુ ગવર્નન્સ અને લોકશાહીની કટોકટી છે.

આ બાબત મને વિસ્તારપૂર્વક સમજાવવાદો. આપણે આજે જે સમસ્યાનો સામનો કરી રહ્યા છીએ તેના મૂળમાં ખાસ કરીને લોકશાહી સરકારોની લાંબા ગાળાના લાભો માટે ટૂંકા ગાળાની પાડી સહેવાની અસમર્થતા છે. આને કારણે જ પશ્ચિમના વિશ્વમાં આવક કરતાં વધુ ખર્ચ અને ઋણ ને વધાર્યું છે.

ભારત સામે પોતાના આગવા પડકારો છે. વિશ્વની સૌથી મોટા કદની લોકશાહી સામે પડેલા પડકારને વાચા આપતાં વડાપ્રધાન કહે છે કે 'લોક પ્રિયતાની સ્પર્ધા'માં ટકી રહેવાનો પડકાર

છે. હજી ૧૯૯૦ના દાયકામાં અમલી આર્થિક સુધારા વ્યવસ્થામાં રસ્તો કરી રહ્યા હોવાથી નવા મહત્વના આર્થિક સુધારા લાગુ કર્યા વિના જ આગળ વધવું પડે તેવી સ્થિતિ છે. આ રીતે વૈશ્વિક અર્થતંત્રને ધ્યાને રાખીને થતી મુક્ત ઉડાનોનો અંત આવ્યો છે. આખરે સરકારની નીતિઓનું ખૂબજ મહત્વ છે. અને તે તેની અસરો બતાવશે જ. તમામ નૌકાઓને ઊંચકી લેનારા ભરતીના પાણી આગામી દાયકા દરમિયાન સંગીનપણે કારગત નહીં રહે. જેમની પાસે સંસાધનો, કૌશલ્ય હશે અને અનુશાસન સાથે સારી નીતિ લાગુ કરી શકશે, એ જ વિશ્વ અર્થતંત્રમાં સફળતાપૂર્વક તરી શકશે. પરંતુ આ તમામ બાબતનો સમન્વય સાધ્યા વિના જે આગળ વધશે તે ભરતમાં ફસાઈ જશે. ભારત પાસે વિશાળ માનવમૂડી, મહત્વકાંક્ષા અને ક્ષમતા હોવાનો આપણે સંતોષ લેવો જોઈએ.

અન્ય વિકાસશીલ દેશોની તુલનામાં ભારતે ઘણુંબધું પ્રદાન કરવાનું છે અને ઘણુંબધું શીખવાનું છે. ચીનનું અર્થતંત્ર ભારતીય અર્થતંત્ર કરતાં ત્રણઘણુ કદ ધરાવે છે. અને નોંધપાત્ર ઝડપી ગતિએ આગળ વધી રહ્યું છે. માળખાકીય સુવિધાઓ અને ઉચ્ચ શિક્ષણની દિશામાં તેણે કરેલા રોકાણો કદાચ ભાવિ ઉત્પાદકતાને પણ સુનિશ્ચિત કરી લેશે. બ્રાઝિલ તો ઉર્જાધર બની ગયું છે. માત્ર સાત કરોડની વસતી ધરાવતો દેશ તૂર્કસ્તાન આજે ભારત કરતાં વધુ સીધા વિદેશી રોકાણો મેળવે છે. અને તેનો જીડીપી દર પણ ભારતથી ૨૦% જ ઓછો છે. મહાસત્તા બનવાની દિશામાં આગળ વધતા પહેલા ભારતને હજી કઠોર પરિશ્રમ કરવાની જરૂર છે.

આપણી સામેની બીજી સમસ્યા એ છે કે આપણે વૈશ્વિકરણની કટોકટીનો પણ

સામનો કરી રહ્યા છીએ. હું અહીં જે નવા વિશ્વની વાત કરી રહ્યો છું તે દૂર નથી થઈ જવાનું. એક સમાન વૈશ્વિક અર્થતંત્રના ઉદયને બળ આપવા પરિણામો પણ દાયકાઓ સુધી ટકવાના છે. નાણાકીય કટેકટી કે પછી મંદીને કારણે આ પરિબળો દૂર નથી થઈ જવાના. આ પરિબળોની અસર જ એ રહેશે કે સત્તાના. સ્થાપિત પરિશ્રમના કેન્દ્રો પાસેથી સત્તા બીજે તબદીલ થશે, પરંતુ એથી કરીને વધુ સ્થિર વિશ્વની રચના થશે ? આજે આર્થિક પ્રવૃત્તિ વૈશ્વિક છે, પરંતુ રાજકીય સત્તા સ્થાનિક છે. આજે સામાજિક, રાજકીય અને આર્થિક સમસ્યાઓ સરહદોને પાર કરીને વર્તાતી હોય એવા વિશ્વમાં રાષ્ટ્રીય સરકારોએ સાર્વભોમની સંભાળ રાખવાની સાથે આ સમસ્યાના ઉકેલ શોધવાના રહે છે.

ત્રાસવાદ, નાણાકીય કટોકટી, ચેપી રોગચાળો એમ કોઈપણ ગંભીર સમસ્યાની વાત કરીએ તો સીમાડાને પાર તેની અશરો વર્તાતી હોય છે.

આ તમામ સમસ્યાના અસરકારક ઉકેલ માટે સરહદપારનું સંકલન સાધી શકે તેવી સંસ્થાઓની આવશ્યકતા રહે છે.

કેટલીકવાર કટોકટી જ તક પુરી પાડે છે. પશ્ચિમ સરકારોએ પ્રારંભે આ સમસ્યા જાતેજ ઉકેલવા પ્રયાસ કર્યો હતો. પરંતુ વૈશ્વિકરણને તેઓ વિસરી જ ગયા. એમાંય મૂડીનું જ વૈશ્વિકરણ સધાયું છે. એક દેશમાંથી બીજા દેશમાં જતા નાણા માટે સરકારો ગેરંટી આપતી હોય છે. અને તેથી નીતિવિષયક સંકલનની આવશ્યકતા હોવાનો ખ્યાલ આવતાવેંત જી-૨૦ની બેઠક પણ વોશિંગ્ટન ખાતે મળી ગઈ. કટોકટી માટે જવાબદાર કોને ગણવા તેનીથી ઉપર જઈને ગંભીર ઉકેલો શોધવાની આવશ્યકતા છે.

આપણે ત્રાસવાદના મુકાબલા, પાણીના વપરાશ કે પછી આબોહવાના પરિવર્તન જેવી સમસ્યાઓના ઉદાહરણ જોઈએ તો બુનિયાદી મુદ્દા સમાન જ છે. આપણે જ્યાં સુધી વૈશ્વિક સહકારના નિયમનો અને સંસ્થાઓનો વિસ્તાર નહીં કરીએ ત્યાં સુધી ઉતાવળ અને હંગામી નિર્ણયો લેવાતા રહેશે એન વિશ્વ એક પછી એક કટોકટીનો સામનો કરતું રહેશે, પરંતુ આપણે માનવજાત સામે પડેલી સમાન સમસ્યાઓના મુદ્દે કામ કરવા એકસંપ થઈશું તો જ વૈશ્વિકરણની પ્રક્રિયા માટેના ચોક્કસ નિયમો ઘડી શકીશું. આમ કરવાથીજ વૃદ્ધિ સાધી શકાશે, અને સમાજના તમામ વર્ગો સુધી તેનો લાભ પણ પહોંચશે. આમ કરવાથી જ ગરીબમાં ગરીબ વ્યક્તિના જીવન ધિરાણ અને આરોગ્યના સ્તર ઊંચા આવશે.

છેલ્લા કેટલાક દાયકા દરમિયાન વિશ્વ સમુદાયે આશ્ચર્યજનક કામ કર્યું છે. અને હવે વિશ્વની સરકારો માટે સહકારના સ્વરૂપ અને વૃદ્ધિ માટે ધગશ વચ્ચેની સમતુલા સાધવાનો સમય પાકી રહ્યો છે. આ પ્રયાસમાં ભારત મુખ્ય ભૂમિકા નિભાવી શકે છે. મોટી સત્તા તરીકે તેને માન્યતા મળી ચૂકી છે. તે પશ્ચિમ, પૂર્વ, એશિયા અને એશિયા બહારની રાજકીય, આર્થિક ભૌગોલિક સ્થિતિઓની પણ સમજ ધરાવે છે. સામાજિક અને સરકાર એમ બંને સ્તરે તેની પાસે સૂઝબૂઝ ધરાવતો વર્ગ ઉપલબ્ધ છે. ભારત એક સત્તા તરીકે વૈશ્વિક સ્થિરતા અને સલામતીના વ્યાપક દૃષ્ટિકોણ સાથે પોતાના હિતો અને વિચારોના તારનું સંધાન કરે એવા વ્યૂહાત્મક દૃષ્ટિકોણનો જ માત્ર અભાવ છે. ભારત ૨૧મી સદીના વિશ્વ શાંતિના સ્થાપત્યની રચના નિર્માણ કાર્યમાં આ રીતે મદદ કરી શકે છે.

■ ■ ■

વૈશ્વિક મંદી વચ્ચે ભારતનું ભાવિ ઉજ્જવળ

- એસ. સેથુરામન

વિશ્વમાં ફેલાઈ રહેલા આર્થિક મંદીના દાવાનળથી ભારતને બચાવવા માટે લેવાઈ રહેલા નાણાકીય તથા રાજકોષિય પગલાનો હેતુ ૨૦૦૮-૦૯ દરમ્યાન આર્થિક વિકાસ દર ૭%એ સ્થિર રાખવાનો છે. ભલે ૨૦૦૭-૦૮ માં આ દર ૯% હતો, પરંતુ હવે ૭%થી વધુ ઘટે નહીં તેની આર્થિક તકેદારી સરકાર રાખી રહી છે. મંદીનો માર ખાઈ રહેલા જગતના અગ્રણી અર્થતંત્રોમાં પણ ભારતનો ૭% વૃદ્ધિદર અગ્રસર રહેવાનો છે.

ભારત માટે આર્થિક મંદીનો ઉદ્દેશ થયો ત્યારથી બે આંકડામાં રહેતો ફૂગાવાનો દર ઘટાડવો એક પડકાર હતો, તેમાં મુંબઈ પરના ત્રાસવાદી હૂમલાએ સુરક્ષામું વાતાવરણ ડહોળી નાંખતા સરકારનું ધ્યાન આર્થિક મોરચેથી હટીને યુદ્ધ જેવા મોરચે કેન્દ્રીત થયું હતું છતાં મંદી સામે વિવિધ પેકેજના ઘડતર દ્વારા સુરક્ષા કવચ ઘડવાનું કામ ચાલુ રહ્યું હતું. નિકાસમાં ઘટાડો થવો

સ્વાભાવિક હોવાથી સરકારે ઘરઆંગણે માંગવૃદ્ધિ કરતા પગલા ભરવા શરૂ કર્યા છે, ધિરાણ પ્રવાહમાં પણ નોંધપાત્ર વૃદ્ધિ કરી છે. અમેરિકા, યુરોપિયન યુનિયનના રાષ્ટ્રો, જાપાન તથા ઔદ્યોગિક ઉત્પાદનમાં અગ્રણી દેશોના અર્થતંત્ર ૨૦૦૯-૧૦ માં મંદીની ઝપટમાં પરુરેપુરા ફસાઈ જવાના હોવાથી ભારતે મુડીરોકાણ ટકાવી રાખવા સાથે નોકરીઓમાં નોંધપાત્ર વૃદ્ધિ કર્યા વિના છુટકો નથી. બીજી બાજુ, ચીન તથા ભારતીય અર્થતંત્રની વિકાસગતિનો ચોક્કસ અંદાજ કોઈ મુકી શકતું નથી. વિકસિત દેશોમાં ફેલાઈ ચૂકેલી મંદીએ અન્ય ગરીબ તથા મધ્યમ સ્થિતિના રાષ્ટ્રો તરફ જતો મુડીરોકાણનો પ્રવાહ ઘટાડી નાંખ્યો હોવાથી ઔદ્યોગિક ઉત્પાદનમાં બધે જ ખેંચ વર્તાઈ રહી છે. મૂડી રોકાણકારો જોખમ લેવા માંગતા નથી, માટે વિશ્વ વેપારમાં મુડીની સખત ખેંચ વર્તાઈ રહી છે.

ભારત સહિતના વિકાસશીલ રાષ્ટ્રો માટે ખનિજતેલ, ધાતુ તથા અનાજની ઊભાવ સપાટીમાં થયેલો ઘટાડો ઘણા મોટા રાહતના સમાચાર છે. તેલનો ખેલ ઠંડો પડતા ફૂગાવો ઘટ્યો છે. બે આંકડે પહોંચેલા ફૂગાવાને નાથવા માટે ગયા ઓક્ટોબર મહિનામાં રીઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયાએ કડક નાણાંનીતિ અખત્યાર કરી ભંડોળનું પ્રમાણ ઘટાડેલું, પરંતુ ફૂગાવો કાબુ માં આવ્યા બાદ મંદીની અસર ખાળવા માટે હવે રીઝર્વ બેંક દ્વારા રૂા. ૩ લાખ કરોડ જેટલી રકમ પ્રવાહીતામાં ઉમેરતા પગલા હમણાં ભર્યા છે. જેથી ઉત્પાદન ક્ષેત્રને પુરતું ધિરાણ મળી રહેશે. વ્યાજના ઘર ઘટાડીને પણ ઉત્પાદક ઉપયોગ માટે ભંડોળની માંગ ઉભી કરવાનો પ્રયત્ન થઈ રહ્યો છે. ડિસેમ્બરમાં ફૂગાવાનો દર ૭% એ પહોંચ્યો તેને સરકારની મોટી સફળતા ગણવી રહી. ઉત્પાદન ક્ષેત્રની સ્પર્ધા શક્તિ નિખારવા માટે સરકાર કસ્ટમ તથા

(લેખિકા પી.કે.ચૌધરી મહિલા કોલેજ, ગાંધીનગરમાં અધ્યાપિકા છે.)

એક્સાઈઝ ડ્યુટીમાં ઘટાડો કરી પડતર ખર્ચ ઘટાડવામાં મદદરૂપ બની રહી છે. તો બીજી બાજુ જાહેર ખર્ચમાં રૂ. ૧૪૭૦૦૦ કરોડનો ખર્ચ કરવાની મંજૂરી પૂરક ગ્રાંટ હેઠળ સંસદ પાસેથી મેળવી લેવામાં આવી છે.

નિકાસનું પૂર્ણ અવલંબન ધરાવતા ટેક્સટાઈલ તથા ગારમેન્ટ્સ ક્ષેત્રનું દિવાળું નિકળતું અટકાવવા માટે સરકાર તથા રીઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા તરફથી હળવી શરતોએ વધુ રકમનું ધિરાણ તથા વ્યાજના દરમાં ઘટાડો કરી આપતા પ્રોત્સાહક પગલા ભરવામાં આવ્યા છે, જેથી શ્રમિકોની રોજીરોટી અકબંધ રહે. ભારતના કુલ શ્રમિક સમુદાયનો ૮૦% હિસ્સો જ્યાં રોજગારી મેળવે છે. તેવા લઘુ તથા મધ્યમ ક્ષેત્ર માટે ખાસ રાહતો જાહેર કરવામાં આવી છે. આર્થિક મંદીની સામાજિક અસરો ખાળવા માટે પણ સરકાર પ્રયત્નશીલ છે.

વૈશ્વિક મંદીના પ્રવાહો વિકાસ માટે ચાલી રહેલા ભગીરથ પ્રયત્નોમાં વિઘ્ન બનતા અટકે તેવા આયોજન હેઠળ કેન્દ્ર સરકાર તથા રીઝર્વ બેંક તરફથી પુરતા પગલાં ભરાતા હોવાની વાત તાજેતરમાં ૨૦૦૮-૦૯ની વચગાળાની સમીક્ષા સંસદ સમક્ષ મુકાઈ તેમાં છતી થાય છે. નાણાં મંત્રાલયે સમીક્ષામાં એકરાર કર્યો છે કે પ્રથમ છ માસમાં વિકાસદર ૭.૮% રહ્યો હોવા છતાં જી.ડી.પી.માં નોંધપાત્ર વૃદ્ધિ થાય તેવા અણસાર મળતા નથી, કારણકે ખાનગી મૂડીરોકાણ તથા ઘરઆંગણે માંગમાં ખુબ ઘટાડો થયો છે. હાલના બચત તથા મૂડીરોકાણના દરને ધ્યાનમાં લેતા ૨૦૦૮-૦૯ માટે વૃદ્ધિદર ૭% થી વધે તેવી આશા રાખી શકાય તેમ નથી. આવતા ૬ થી ૧૨ માસ માટે સચોટ આયોજન હાથ ધરાય તો ફૂગાવાનો દર ૪% થી ૫% જેટલો ઘટી શકે તેમ હોવાથી

આ બાબત સરકારની અગ્રતા ઊપર છે, ઉપરાંત આયોજન પંચ દ્વારા પણ ૨૦૦૯-૧૦ માટે અત્યારથી વિકાસને વેગ આપે તેવી વાર્ષિક યોજના ઘડવાની સલાહ આપવામાં આવી છે.

ભારતીય અર્થતંત્રમાં ઉત્પાદન ક્ષેત્ર જેટલો જ મહત્વનો ફાળો સેવાક્ષેત્રનો હોવાથી મંદીની અશર ઓછી થવાની છે, ઉપરાંત બચતદર પણ જી.ડી.પી. ના ૩૬% જેટલા સ્તરે પહોંચ્યો છે. પરિણામે બચતનું વધેલું પ્રમાણ મુડીરોકાણમાં ગોઠવાય તો બાહ્ય મદદનો અભાવ હોવા છતાં મૂડીની માંગ ઘર આંગણે સંતોષાય અને મંદીનો માર ઓછો ખમવો પડે. ૨૦૦૭-૦૮માં ૨૩૦૦ લાખ ટન અનાજનો વિક્રમજનક પાક ઉત્પાદન બાદ ખાદ્યાન્નની ઉપલબ્ધિ તથા બફર સ્ટોક સંતોષકારક હોવાથી ફૂગાવો વધતો અટકાવવામાં આ સ્થિતિ મદદરૂપ સાબીત થઈ રહી છે. ચાલુ વર્ષે રવિ પાક પણ મબલખ ઉતરે તેવા સંજોગો છે. વિપુલ અન્ન ઉત્પાદનને પરિણામે ભાવ સપાટી ઘટી હોવાથી સરકારને સબસિડીનો ખર્ચ ઓછો કરવો પડશે તેવો એક અંદાજ છે. વિશ્વનું ધિરાણ બજારવિશ્વાસનું એટલું જબ્બર સંકટ વેઠી રહ્યું છે કે યુ.એસ.ટ્રેઝરી બિલ જેવી પૂર્ણ સલામત જામીનગીરીઓ સિવાય વિદેશી રોકાણકારો નાણા રોકવા તૈયાર નથી ત્યાં ભારતે એફ.ડી.આઈ.ની આશા રાખવા જેવી નથી. ઉલ્ટુ, ગઈસાલ પ્રથમ છે માસમાં ૧૩ બિલિયન ડોલર જેટલી મૂડી ભારતમાંથી પાછી ખેંચાઈ હતી, તેની સામે એફ.ડી.આઈ ૧૭ બિલિયન ડોલર જેટલું હતું. સરવાળે બધું સરખું થઈ ગયા જેવો આ ઘાટ હતો. ભારતનો વિદેશ વેપારની માગ પુરી કરવા જેટલા ડોલરનું ભંડોળ વિદેશી હુંડીયામણની અનામતોમાં પુરતા પ્રમાણમાં ઉપલબ્ધ છે. વિદેશી જવાબદારી

સહેલાઈથી પુરી શકાય તેટલો અનામતનો કોષ ૨૫૪ બિલિયન ડોલર જેટલો છલકતો હતો.

મંદીની વાસ્તવિક અસર કરતા તેનો ભય વધુ નુકશાન ફેલાવતો હોવાથી આવતા મહિનાઓમાં મહેસુલી આવકમાં ઘટાડો નોંધાશે તેવું લાગે છે, તેની સામે યોજનાકીય તથા બિનયોજનાકીય ખર્ચમાં થઈ રહેલી વૃદ્ધિ અંદાજપત્રના બે ભેગા કરવામાં આડખીલી બનશે તેમાં શંકા નથી. પગારપંચની ભલામણોનો અમલ, ખેડૂત દેવા નાબુદી, મંદી સામે જાહેર થતા ખાસ પેકેજ તથા કરવેરા ઘટાડાની અનિવાર્યતા વગેરે પાછળ સંકળાયેલા નાણાંનો હિસાબ માંડો તો તોતિંગ રકમ બને, જેને વર્તમાન આર્થિક સ્થિતિએ હવે વેઠવાની છે. પરિણામે રાજકોષિય તથા મહેસુલી ખાધનું પ્રમાણ અંદાજની આરપાર નીકળી બેવડાઈ જશે. ૨૦૦૮-૦૯માં રાજકોષિય ખાધ જી.ડી.પી.ના ૫% રહેવાની ધારણા છે.

અમેરિકામાં આર્થિક નવચેતના પ્રગટ થાય, ત્યાં ઊઠઈ ગયેલી બેંકો ફરીથી નાગરિકોનો વિશ્વાસ પ્રાપ્ત કરે અને વિશ્વ મુડી બજારમાં દુનીયાભરના દેશો સોદો કરતા થાય ત્યારે આર્થિક આબોહવા સુધરશે અને ફરીથી ભારત ૯% થી ૧૦% નો વિકાસદર પાર કરવા થનગની શકશે. હાલ વિકાસની વર્તમાન ગતિ ટકાવી રાખવા માટે ભારતે સંઘર્ષ કરવાનો છે, વિકાસના પરિણામો ધોવાઈ જાય નહીં તેનું ધ્યાન રાખવાનું છે. માળખાગત સુવિધાઓની ખીલવણી પાછળ ભારત જંગી ખર્ચ કરવાનું ચાલુ રાખે તો તેની સાંકળ અસર આર્થિક મંદીની અસર જરૂર હળવી બનાવશે અને ઘરઆંગણે માલ તથા સેવાઓની માંગવૃદ્ધિ વડે અર્થતંત્રની ચેતાન ટકાવી શકાશે.

■ ■ ■

ગ્રામિણ શાળાનાં બાળકોને શુદ્ધ-સલામત પીવાના પાણી માટે ગુજરાતમાં 'જલમણી' કાર્યક્રમનો પ્રારંભ

પ્રકાશ લાલા

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

કુંડાલ ગામની (મહેસાણા જિલ્લો કડી તાલુકો) પ્રાથમિક શાળાનાં બાળકો, તેમના વાલીઓ અને શિક્ષકોના જીવને એ વાતે નિરાંત થઈ છે કે હવે શાળામાં પાણી પીવાથી વિદ્યાર્થીઓ બીમાર નહીં પડે.

બનાસકાંઠા જિલ્લાના થરાદ તાલુકાના મડાલ ગામમાં પણ સૌ ખુશ છે કે બાળકોને શાળામાં શુદ્ધ-સલામત પાણી પીવા મળશે.

આ બધાની ખુશીનું કારણ છે 'જલમણી' કાર્યક્રમ હેઠળ પ્રાથમિક શાળામાં મુકાયેલી પાણી શુદ્ધિકરણ સિસ્ટમ.

ગ્રામીણ વિસ્તારની શાળાઓમાં બાળકોને શુદ્ધ-સલામત પીવાનું પાણી ઉપલબ્ધ કરાવવાના હેતુથી હાથ ધરાયેલ 'જલમણી' કાર્યક્રમનો શુભારંભ ગુજરાતમાં તા. ૧૪ નવેમ્બરે 'બાલદીન' થી કરાયો છે. જેનો પ્રારંભ મહેસાણા જિલ્લાના કડી તાલુકાના કુંડાલ ગામની

સરકારી પ્રાથમિક શાળામાં તથા બનાસકાંઠાના થરાદ તાલુકાના મડાલ ગામની શાળામાં પાણી શુદ્ધિકરણ સીસ્ટમના ઉદ્ઘાટન સાથે થયો છે.

પ્રાયોગિક ધોરણે પ્રથમ તબક્કામાં રાજ્યના તમામ જિલ્લાના એક એક ગામમાં 'જલમણી' કાર્યક્રમના અમલના રાજ્ય સરકારના આયોજન અન્વયે તા. ૧૪ નવેમ્બરે સાબરકાંઠા જિલ્લાના ઈડર તાલુકાના બડોલી અને સુરેન્દ્રનગર જિલ્લાના લીંબડી તાલુકાના ભલગામડા તેમજ કચ્છમાં નખત્રાણા તથા વલસાડના મગોદડુંગરી ગામ સહિત રાજ્યમાં અલગ અલગ ૧૬ ગામોની સરકારી શાળાઓમાં પણ આવી પેયજળ શુદ્ધિકરણ સિસ્ટમ કાર્યરત કરાઈ છે અને એ પછી વધુ નવ શાળાઓને પણ આ સિસ્ટમનો લાભ મળતો થઈ ગયો છે. આમ હાલ રાજ્યના ગ્રામીણ વિસ્તારની ૨૫ જેટલી પ્રાથમિક શાળાઓમાં 'જલમણી' કાર્યક્રમ અંતર્ગત પાણી શુદ્ધિકરણ સિસ્ટમ મુકવામાં

આવી છે અને ક્રમશઃ રાજ્યની તમામ ગ્રામીણ વિસ્તારની પ્રાથમિક શાળાઓને આ સવલત હેઠળ આવરી લેવા માટેની કામગીરી પ્રગતિમાં છે.

'જલમણી' કાર્યક્રમ એ ગ્રામીણ પેયજળ પુરવઠા કાર્યક્રમમાં મૂલ્ય અને ગુણવત્તા ઉમેરવાનો કાર્યક્રમ છે. વર્તમાન ગ્રામ્ય પાણી પુરવઠા કાર્યક્રમનો હેતુ આંગણવાડી અને ગ્રામીણ શાળાઓ સહિત તમામ ગ્રામીણ વિસ્તારોને (હેબીટેટ્સ) ને પૂરતું અને સલામત પીવાનું પાણી પહોંચાડવાનો છે, પરંતુ આ પાણી પુરવઠો વપરાશકારો, તેમાંય ખાસ કરીને ગ્રામીણ શાળાઓ સુધી પહોંચે ત્યાં સુધીમાં ઘણાં કારણોસર પાણીની ગુણવત્તા બગડવાની સંભાવના રહે છે. આ ક્ષતિ નિવારવા ચાલુ નાણાકીય વર્ષ દરમિયાન સમગ્ર દેશમાં એકલાખ શાળાઓમાં સરળ સ્ટેન્ડ એલોન ડ્રિંકીંગ વોટર પ્યુરિફિકેશન સિસ્ટમ દાખલ કરવા 'જલમણી' કાર્યક્રમ હાથ ધરાયો છે.

(લેખક ૧)

સો ટકા કેન્દ્ર સહાયિત આ કાર્યક્રમ અન્વયે ગુજરાત સરકારના પાણી પુરવઠા વિભાગે ગામડાઓમાં સરકારી શાળાઓમાં પીવાના પાણીને જંતુમુક્ત કરવા માટેની શુદ્ધિકરણ સીસ્ટમને સવલત ઊભી કરવાનું આયોજન કરેલ છે.

પ્રસ્તુત કાર્યક્રમ હેઠળ, ભારત સરકારના પેયજળ આપૂર્તિ વિભાગ દ્વારા ગ્રામીણ વસ્તી અને રાજ્ય સરકારની આ કામગીરીમાં પ્રગતિ વગેરે જેવા માપદંડોને આધારે ગુજરાત સરકારને ફંડ પુરું પાડવામાં આવશે. રાજ્યનો પાણી પુરવઠા વિભાગ, 'વાસ્મો' (વોટર એન્ડ સેનિટેશન મેનેજમેન્ટ ઓર્ગેનાઈઝેશન) મારફત, કેન્દ્ર સરકારે નીમેલી હાઈ લેવલ ટેકનિકલ કમિટિએ નક્કી કરેલ ધોરણ પ્રમાણેની ટેકનોલોજીવાળી પ્યુરિફિકેશન સિસ્ટમ ગ્રામીણ વિસ્તારની સરકારી શાળાઓમાં મુકાવશે.

પ્રતિદિન ૧૦૦૦ લિટર શુદ્ધ પાણી આપવાની ક્ષમતાવાળી આ સિસ્ટમની કેપીટલ કોસ્ટ રૂ. ૪૦,૦૦૦થી વધુ નહીં હોય અને એના દ્વારા મળતા પાણીની કિંમત લીટરદીઠ ત્રણ પૈસાથી વધારે નહીં થાય. અલબત્ત અપવાદરૂપ ચોક્કસ કિસ્સામાં આમાં છૂટછાટ મળી શકશે. પાંચ વર્ષ સુધી આ સિસ્ટમના સંચાલન અને જાળવણીનો ખર્ચ પણ આ મૂળ કિંમતમાં જ સમાવેશ થાય છે. ગુજરાત રાજ્ય પાણી પૂરવઠા વિભાગ 'જલમણિ' કાર્યક્રમનું પરિણામલક્ષી, સફળ અમલીકરણ 'વાસ્મો' દ્વારા ગ્રામ્ય પાણી સમિતિની મદદથી શાળા સમિતિઓ મારફત કરાવશે. પાણી શુદ્ધિકરણ પ્લાન્ટની માલિકી શાળાતંત્રની રહેશે, જો કે આ સિસ્ટમ અસરકારક રીતે કાર્યરત રહે અને શાળાના બાળકોને શુદ્ધ, પૂરતું પીવાનું પાણી મળતું રહે તે અંગેની સમગ્ર જવાબદારી ગ્રામપંચાયત, ગ્રામ્ય શિક્ષણ સમિતિ,

પ્રાથમિક શિક્ષક સંઘ વર્ગોની રહેશે.

અત્રે ઉલ્લેખનીય છે કે ચાલુ વર્ષમાં દેશમાં એક લાખ શાળાઓને 'જલમણિ' કાર્યક્રમ અન્વયે 'ડ્રિંકિંગ વોટર પ્યુરિફિકેશન સિસ્ટમ'ની સુવિધાથી આવરી લેવાનું આયોજન છે અને તે માટે વર્ષ ૨૦૦૮-૦૯ના કેન્દ્રીય અંદાજ પત્રમાં વધારાના રૂ. ૨૦૦ કરોડની જોગવાઈ પણ કરાઈ છે.



અનુસંધાન પાના.૩૨થી શરૂ

આ કેસમાં પાર્કિંગ પ્લોટનું સંચાલન કરતી વ્યક્તિને દોષિત ગણવામાં આવ્યો અને નુકશાનીનું વળતર ચુકવવાનું જણાવ્યું, આ પાર્કિંગ પ્લોટ એરપોર્ટ ઓથોરીટીનો હોવા છતાં એરપોર્ટ ઓથોરીટીને જવાબદાર ન ગણાવાઈ.

(એરપોર્ટ ઓથોરીટી ઓફ ઈન્ડિયા વિ. અરૂણકુમાર (૧૯૯૭) (સી.જે.પી.૨૪૭)

(૫) બેન્ક લોકર

ફરિયાદીએ બેન્કમાં લોકર ભાડે લીધું, બેન્કમાં થોડા સમયપછી બેન્કનું લોકર ખુલ્લું હતું અને લોકરમાંથી ઘરેણાં ગુમ થયેલા હતા.

કન્ઝ્યુમરે ચુકાદો આપ્યો કે સંજોગોમાં બેન્ક દોષી ગણાય.

(પંજાબ નેશનલ બેન્ક વિ.કે.બી.શેટ્ટી (સી.જે.પી. ૬૩૯)

(૬) સ્ટોપ પેમેન્ટ

જો બેન્કને ચેકના પેમેન્ટ સ્ટોપ કરવાની લેખિત નોટીસ આપવામાં આવે છતાં તે ચેક માટે ચુકવણી કરે તો તે સેવાલક્ષી ખામ કહેવાય અને દાવાની રમક ચુકવવી પડે.

(સી.બાલા કિશ્ન વિ. કેનેરા બેન્ક

(૧૯૯૫) સી.જે.પી. ૨૧૮

(૭) ગેરકાયદેસર શૈક્ષણિક પ્રેવશ

ડેન્ટલ કોલેજ ૪૪ વિદ્યાર્થીઓને સરકારી ડેન્ટલ કાઉન્સિલની પરવાનગી વગર એડમીશન આપ્યા, જેમને વર્ષના અંતે યુનિવર્સિટીએ પરીક્ષામાં બેસવા ન દીધા.

અહીં, ડેન્ટલ કોલેજને દોષિત માનવામાં આવી અને વિદ્યાર્થીઓને ફી તથા અન્ય વળતર ચૂકવવા આદેશ કર્યો. (સોનલ મોટાપૂરકર વિ. એસ.એન. ઈસ્ટીટ્યૂટ ઓફ ડેન્ટલ સાયન્સ(૧૯૯૭)

(૮) સમાચાર પત્રમાં જાહેર ખબર

આંધ્રપ્રદેશમાં ચીરાકુમાર સ્વામીએ તેલુગુ ડેઈલી સમાચાર પત્રમાં તેમની પુત્રીના લગ્ન રીસેપ્શનની જાહેરાત તા.૩-૫-૯૫ના રોજ છપાવા આપી હતી. રીસેપ્શન તે જ તારીકે સવારે ૧૦:૧૫ કલાકે હતું. કોઈક કારણસર જાહેરાત આવી નહીં, અને ચીરાકુમાર સ્વામીએ ફરિયાદ નોંધાવી. તેમણે ૬૦૦ માણસોના રૂ.૩૦/- ના ભેવ જમવાનું પડી રહ્યું તેના રૂ. ૧૮૦૦૦ ઉપરાંત વાસણો અને ફર્નિચરના ભાડાના રૂ.૨૦૦૦ તથા માનસીક ત્રાસ બદલ ૨૫,૦૦૦ ની માગણી કરી.

ગ્રાહક સુરક્ષા કોર્ટે તેલુગુ ડેઈલીને ફક્ત તેની જાહેર ખબરના નાણાં ન પાછા આપવાનું સૂચન કર્યું અને ખોરાકનું નુકશાન તેમજ અન્ય નુકશાનનો દાવો મંજૂર ન રાખ્યો.

સંદર્ભ

(1) www.fcamo.nic.in

(2) consumerism and legal protection of consumers, by Dr. Rifat Jan



જે કર મુલાવે પારણું, તે જગત પર શાશન કરે

પદ્મ ફંડિયા

૦૦૦૦૦૦૦૦૦૦

આપણા ભારતના રાષ્ટ્રપિતા મહાત્મા ગાંધીજી સત્ય અને અહિંસા પરમોધર્મી હતી. તે સમગ્ર વિશ્વમાં સત્ય અને અહિંસાનો ધર્મ ફેલાવી સમગ્ર માનવજાતને માનવ બનાવી જગતમાં સુખ-શાંતિ ફેલાવવા માંગતા હતા.

ગાંધીબાપુના પગલે ચાલીને સંત વિનોબાજી ભાવે પણ અહિંસાધર્મી બન્યા અને તેનો પ્રચાર કરવા તેઓએ ફરવા માંડ્યું. તેમણે વિચાર્યું કે અહિંસાનો જો પ્રચાર કરવો હોય તો તે નારી જ કરી શકે છે. સ્ત્રીશક્તિ એ એક મહાશક્તિ છે. સ્ત્રીની આ મહાશક્તિને જાગૃત કરવા તેઓ ઠેર ઠેર સભાઓ ભરતા.

એકવાર એમણે એક સભામાં નારીશક્તિનો પરિચય આપતાં કહ્યું “આજે સ્ત્રીઓને પોતાના હાથમાં બંદુક લેવાની જરૂર નથી, કારણકે સ્ત્રીઓ પાસે જે બે મહાશક્તિ પડેલી છે તે તો એક

પ્રેમની મહાશક્તિ અને વાત્સલ્ય શક્તિઓના અંકુશ વડે ને પુરુષોને હિંસાત્મક કાર્યો કરતા અટકાવી શકે છે.”

વળી સંત વિનોબાજીએ એમ પણ કહ્યું ‘એક જમાનો એવો હતો કે એ સમયે એવું માનવામાં આવતું કે સ્ત્રીઓનું ક્ષેત્ર માત્ર ઘર પૂરતું જ મર્યાદિત છે. આજે પણ એનું ક્ષેત્ર ઘર જ છે. અને ઘર પૂરતું જ મર્યાદિત છે. આજે પણ એ ઘર સ્ત્રીના હસ્તક જ રહ્યું છે. આજે પણ એણે ઘર સાચવી રાખ્યું છે. જ્યારે પુરુષોએ તો દુનિયામાં એવા આંદોલનો ચલાવ્યા છે કે આજે સમસ્ત વિશ્વ અનેક લડાઈઓ - સત્તા તથા લોભના કારણે - હેરાન પરેશાન થઈ ગયું છે. સત્તા અને લોભની પાછળ આંધળી દોટ મૂકતા વિશ્વયુદ્ધો થવા માંડ્યા. જ્યારે આજે પણ એ લોકો લડી રહ્યાં છે. પરિણામે લોકો હવે એમ માનવા માંડ્યા છે કે સ્ત્રી અને પુરુષમાં સમાનતા આવવી જોઈએ તો એ સમાનતાને ધોરણે લોકો હવે

સ્ત્રીઓના હાથમાં બંદુક પકડાવવા માંગે છે. ત્યારે વિનોબાજી તો કહે છે. ‘ખરી રીતે સ્ત્રીઓની હાથમાં જ એવો અંકુશ આપવો જોઈએ કે જેથી સ્ત્રીઓ જ પુરુષોને આવા હિંસાત્મક કાર્યો કરતા રોકી શકે અને પોતે પોતાની માતૃશક્તિથી પોતાના બાળકોનું અને પુરુષોનું જીવન હર્યું ભર્યું બનાવી શકે.’

આજે ૨૧મી સદીમાં માનવ સમાજમાં હિંસકવૃત્તિ એટલી બધી વધી ગઈ છે કે એ હિંસક વૃત્તિનું નિરાકરણ કેવી રીતે લાવવું એ એક જટિલ પ્રશ્ન છે. આ સત્તા-લોભને કારણે આતંકવાદ ફેલાતો જાય છે. પરિણામે આજે સ્ત્રીઓ પણ એમ માનતી થઈ ગઈ છે કે જો આપણાં હાથમાં બંદુક આવી જાય તો આપણે પોતે જ પુરુષોને સીધાદોર કરી શકીએ અને આપણે નિર્ભય બની શકીએ. પરંતુ બંદુક હાથમાં પકડતા નિર્ભરતા આવતી નથી, નિર્ભરતા તો દરેક માનવીના મનમાં અને હૃદયમાં હોય છે.

(લેખક)

વળી નિર્ભયતાને બંદુક સાથે કોઈ સંબંધ જ નથી. જો માનવીને બંદુકથી વશ કરી શકાતા હોત તો આજે રશિયા, અમેરિકા, ચીન, જર્મની, એ દરેક રાષ્ટ્રો ક્યારનાયે નિર્ભય બની ગયાં હોત, પરંતુ આજે તો દરેક રાજ્ય ભારે અશાંતિમય અને દુઃખમય બની ગયું છે અને સૌ કોઈ જાણી ગયા છે કે માત્ર બંદુકથી હિંસા કરવાથી સુખ-શાંતિ કે નિર્ભયતા આવતા નથી.

વિનોબાજી તો ઈચ્છતા હતા કે ભારતની નારીઓ પોતાની આત્મશક્તિથી સભાન બનીને આગળ આવે, કારણ એનામાં પ્રેમ, ધૈર્ય, સ્થિરતા સંયમ અને આત્મશ્રદ્ધા અપાર છે. એ પોતે ઘર અને સમાજની વ્યવસ્થા સાચવી શકે તેમ છે આમ જોવા જઈએ તો સ્ત્રી હજારો વર્ષોથી ઘર ચલાવતી આવી છે. ઘરમાં તો અનેક સ્વજનો મળીને એક કુટુંબ બને છે. સ્ત્રી પોતે જ પોતાના આ કુટુંબને ખૂબ જ સરસ રીતે સાચવી શકે છે તો પછી એ સમાજને પણ સાચવી શકે એટલે સમાજનાં દોર સ્ત્રીઓએ જ હાથમાં લેવાનો હોય એ માટે જ આજે સ્ત્રીઓએ તૈયાર થવાનું છે. આપણે તો એવું ગીત પણ ગાઈએ છીએ ‘જે કર જુલાવે પારણું તે જગત પર રાજ કરે’ આ વાત જરાયે ખોટી નથી, કારણ

જે સ્ત્રી પોતાના બાળકોને સારા સંસ્કાર આપે એ તે મહાન બને છે એને અહિંસાના, સત્યના સંસ્કાર આપવામાં આવે તો એ સંતાનો, અહિંસા વાદી અને સત્યવાદી બને જ બને અને સન્માર્ગે વળે.

આજે જરા અહીં એક બીજી વાત વિચારીએ કે, મોહનદાસ કરમચંદ ગાંધી - આપણા રાષ્ટ્રપિતા જ્યારે ઈંગ્લેન્ડ ભણવા જવાના હતા ત્યારે તેમની માતા પુતળી બાઈએ એમને ત્રણ શિખામણો આપી ‘બેટા! દારૂ પીશ નહી, માંસ ખાઈશ નહી, અને અસત્ય બોલીશ નહી’ આ ત્રણ શિખામણો મોહનદાસે જીવન પર્યન્ત પાળી અને મોહનદાસમાંથી મહાત્મા બન્યા. આ માની માતૃશક્તિ હતી. એક સામાન્ય માની પરમશક્તિ હતી. ત્યારે વિનોબાજી કહે છે. ‘નારી એ મહાશક્તિ છે.’ એનો ખ્યાલ આવે છે.

આજે તો જ્યાં નજર નાખો ત્યાં વિશ્વભરમાં દુનિયાભરના રાજ્યોમાં જે વિરાટ અસંખ્ય પ્રશ્નો ઊભા થયા છે તે પ્રશ્નોને તો સ્ત્રીઓ જ ઉકેલી શકશે. જ્યારે પુરુષો આ સમસ્યાઓ ઉકેલી શકશે નહિ, અને તેથી જ પુરુષો યુદ્ધખોર બની જાય છે. સત્તા અને ધનના લોભમાં તણાઈ જાય છે અને ઝનુન ચડતાં જ તેઓ લડવા તૈયાર

થઈ જાય છે. પરંતુ તેઓ એટલુંયે સમજતાં નથી કે તેમને કોની સાથે લડવાનું છે? એક માનવ થઈને માનવ સામે લડવાનું? એવી મારામારી અને કાપાકાપીથી એવી લડાઈઓથી તેઓ સાચી શાંતિ પામી શકશે? શું તેઓ સાચું સુખ પામી શકશે? શું આ વિશ્વ ટકી શકશે?

પરં પૂછો તો આજના આ વૈજ્ઞાનિક યુગમાં આજના પુરુષો સત્તા મેળવવા કુંઠિત મગજનાં બની ગયા છે પરંતુ જો આજની નારીઓ શારીરિક, માનસિક અને આધ્યાત્મિક ભાવનાથી એ મહાશક્તિઓથી આ યુદ્ધો રોકી શકે એ પુરુષોને એવા હિંસક માર્ગોથી પાછાં વાળે તો અહિંસાત્મક જીવન ગાળી શકાય, ખરી રીતે તો સ્ત્રીઓ જ નીડર, નિર્ભય બની પ્રેમ અને વાત્સલ્યભાવે જાહેર કરે કે હવે આ યુદ્ધો આ આંતકવાદ નહી જોઈએ, માનવને સાચો માનવ બનાવી એનામાં માનવતાના સંસ્કારનું સિંચન કરીએ તો જ સાચું સુખ મળે.

પરં પૂછો તો આ મહિલા સશક્તિકરણનો મહિમા છે. આજની નારી સમાજપ્રેમ અને વાત્સલ્યભાવથી કે જે પોતાનામાં રહેલા દૈવીગુણોથી કુટુંબ, સમાજ, રાજ્ય દેશ કે વિશ્વમાં એ ભાવોનું સિંચન કરે તો સમસ્ત વિશ્વમાં સાચી શાંતિ ફેલાવી શકે.

અહિંસા અને સત્યનો માર્ગ પૂ. મહાત્મા ગાંધીએ લીધો એ જ માર્ગ શ્રી વિનોબાજી ભાવે આજની નારી કે જેનામાં આ દૈવી શક્તિઓ પડેલી છે તે શક્તિઓ દ્વારા વિશ્વને સન્માર્ગે વાળવા કહે છે. કારણ નારીશક્તિનો આ મહિમા છે કે જેનો ઉપયોગ તેમણે કરવો જ જોઈએ. પ્રેમ અને વાત્સલ્ય આ બે શક્તિઓ સ્ત્રીને ઈશ્વરે આપેલી છે.

■ ■ ■





“વૈજ્ઞાનિકો”

આજની આપણી જે વિકાસ ગાથા છે તે આપણા ‘વૈજ્ઞાનિકો’ ને જ આભારી છે. આ હકીકત છે. અને આ માટે આપણે સૌ ગઈકાલના અને આજના વૈજ્ઞાનિકોને આભારી છીએ. આપણા પાયાના વૈજ્ઞાનિકોની વાત કરીએતો- ધન્વંતરિ, ચરક, સુશ્રુત, વરાહમિહિર. આર્યભટ્ટ અને ભાસ્કરાચાર્ય. આપણી સંસ્કૃતિ સાથે જે વૈજ્ઞાનિકોએ કામ કર્યું છે. તે તો ખૂબજ વિશિષ્ટ, અદ્ભુત અને પાયાનું કામ કર્યું છે.

આવા વૈજ્ઞાનિકોની જાણકારી મળે તે માટે તો ઘણાં પુસ્તકો લખાયેલાં છે, પરંતુ એમાંય ‘પ્રકાશન વિભાગ, માહિતી અને પ્રસારણ મંત્રાલય, ભારત સરકાર’ દ્વારા પ્રકાશિત શ્રેણી “ભારતના સાંસ્કૃતિક જ્યોતિર્ધરો”માંનું ‘વૈજ્ઞાનિકો’ વિશેનું પુસ્તક તો વાચકો માટે અમૂલ્ય નજરાણું છે, કારણ એમાં સરળ અને શિષ્ટ ભાષામાં, આપણા સાંસ્કૃતિક અને અભ્યાસુ વિજ્ઞાનીઓ સર્વશ્રી ધન્વંતરિ, ચરક, સુશ્રુત, વરાહમિહિર આર્યભટ્ટ અને ભાસ્કરાચાર્યનો માહિતી સભર પરિચય આપેલો છે.

જૂદા જૂદા રાષ્ટ્રીય કક્ષાના વિદ્વાન લેખકશ્રીઓ, જેવા કે - સી.દ્વારકાનાથ (ધન્વંતરિ), ભગવાનદાસ (ચરક) પી.એસ.શંકરન્ અને પી.જે દેશપાંડે

(સુશ્રુત), કે માધવ કૃષ્ણ શર્મા (વરાહમિહિર), કે.એસ.શુક્લ (આર્યભટ્ટ), ટી.એસ.સરસ્વતી (ભાસ્કરાચાર્ય) દ્વારા આ ચરિત્રોનું નિર્માણ થયું છે અને આપણા વિદ્વાન અનુવાદક શ્રી દીપકભાઈ ધોળકિયાએ ગુજરાતી ભાષામાં એનો સરસ અને મજાથી માણી શકાય એવો અનુવાદ કરીને સરસ એક સાંસ્કૃતિક કાર્ય કર્યું છે, એ માટે આપણે આ વિદ્વાન સર્જકો અને વિદ્વાન અનુવાદકશ્રીને અંતરના ઊમળકાથી આવકારીએ, બિરદાવીએ અને એમને અંતરના અભિનંદન પાઠવીએ.

પ્રકાશન વિભાગની આ ‘ભારતના સાંસ્કૃતિક જ્યોતિર્ધરો’ શ્રેણી વાચકો, વિદ્વાનો, ભાવકો અને અભ્યાસુઓમાં ખૂબ જ આવકાર પામી છે. આ પશસ્વી શ્રેણીમાં આપણા પ્રકાશન વિભાગે (૧) ફિલસૂફીના સ્થાપકો (૨) વૈજ્ઞાનિકો (૩) ભક્ત કવિઓ અને સંતો-ભાગ-૧, ભાગ-૨ (૪) રામાયણ, મહાભારત, અને ભાગવતના લેખકો (૫) સંગીતજ્ઞો (૬) દાર્શનિકો અને ધાર્મિક અગ્રેસરો ભાગ-૧ (૭) આર્યદૃષ્ટાઓ અને ચિંતકો (૮) સામાજિક તત્વજ્ઞાનીઓ (૯) કવિઓ, નાટ્ય લેખકો અને આખ્યાનકારો (૧૦)વાલ્મીકી અને વ્યાસ (૧૧) સૌંદર્ય મીમાંસકો વગેરે પ્રકાશિત કર્યા છે.

પ્રકાશન વિભાગ દ્વારા પ્રગટ થયેલી

આ શ્રેણીનો ઉદ્દેશ ભારતીય સંસ્કૃતિ અને ચિંતનમાં મોટો ફાળો આપની લોકોના માનસ પર પ્રભાવ પાડનારી વિભૂતિઓના જીવન અને કવનનો વાચકને આત્સસાત કરાવવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવ્યો છે.

આ ‘વૈજ્ઞાનિકો’ પુસ્તક વાંચતા આપણને એવી પ્રતિતી થાય છે કે - પ્લાસ્ટિક સર્જરી આધુનિક શોધ નથી. એ વાત ઘણા ખરા લોકો જાણતા નથી. સદીઓ પહેલાં ધન્વંતરિ, ચરક અને સુશ્રુત જેવા આયુર્વેદજ્ઞાનિકોએ માત્ર ‘જુદી જુદી શક્તિવાળા ઓષધો જ શોધ્યા નથી પરંતુ વિકલાંગો અને ઘાયલ સૈનિકો માટે પ્લાસ્ટિક સર્જરીનો પણ વિકાસ કર્યો હતો.’

ભારતી ગણિતજ્ઞોનું પ્રદાન પણ નાનું સૂનું નથી. આર્યભટ્ટના ગ્રંથો આજે પણ ખગોળશાસ્ત્રીઓ, વૈજ્ઞાનિકો અને ભૌતિક શાસ્ત્રીઓના અધ્યયનનો પૂરોગામી છે.

આવા આ સરસ પ્રકાશન ‘વૈજ્ઞાનિકો’ને માણીએ, જાણીએ અને એ દ્વારા આપણી જ્ઞાન-ગંગોત્રીમાં કંઈક ઉમેરો કરી, ધન્યતા અનુભવીએ.

“વૈજ્ઞાનિકો”

અનુવાદ : દિપક ધોળકિયા

પ્રકાશક : પ્રકાશન વિભાગ, માહિતી અને પ્રસારણ મંત્રાલય, ભારત સરકાર, પટિયાલા હાઉસ, નવી દિલ્હી-૧૧૦૦૦૧

પૃષ્ઠ : ૧૬+૧૧૬=૧૩૨

કિંમત : રૂ. ૪૫-૦૦



(લેખક જાણીતા પત્રકાર - સાહિત્યકાર છે.)