ISSN 2454-8596
www.vidhyayanaejournal.org
VIDHYAYANA
An International Multidisciplinary Research e-Journal

ઉપભોકતા ચળવળમાં સૌરાષ્ટ્ર ક્ષેત્રમાં કાર્ય કરતા સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનોની અસરકારકતા

આશિષ બેચરભાઈ વાગડીયા, રિસૅચ સ્કોલર, સૌરાષ્ટ્ર યુનિવર્સિટી	ડૉ. આર. જી. ભુવા, પ્રિન્સીપાલ, સૌરાષ્ટ્ર જ્ઞાનપીઠ આર્ટસ એન્ડ કોમર્સ કોલેજ, રાજકોટ. બરવાળા.

ISSN 2454-8596
www.vidhyayanaejournal.org
VIDHYAYANA
An International Multidisciplinary Research e-Journal

અમૂર્ત :

માનવી એક સામાજિક અને બુધ્ધિશાળી પ્રાણી છે. માનવીની જરૂરિયાતો વસ્તુઓ કે સેવાઓ દ્વારા સંતોષવામાં આવે છે, વસ્તુઓ કે સેવાઓ પ્રાપ્ત કરવાનું સ્થળ એટલે બજાર. બજારમાં બે પક્ષકારો પાયારૂપ સ્થાન ધરાવે છે જેમાં (૧) વેપારીઓ અને (૨) ગ્રાહકો. વર્તમાન સમયમાં માનવીનું જીવન સરળ અને ઉન્નત બનાવવા માટે વિવિધ વસ્તુઓ કે સેવાઓ ઉપલબ્ધ છે, પરંતુ વસ્તી વધતા માંગમાં વધારો થયો છે જેથી વધુ ઉત્પાદન અને વેચાણ માટે ઉત્પાદકો પર દબાણ સર્જાયુ છે. વધુ વેચાણના પરિણામે વધુ નફો પ્રાપ્ત થતો હોવાથી ગ્રાહકોનું શોષણ વધવા લાગ્યું, ગ્રાહકોના શોષણને અટકાવવા માટે ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદા દ્વારા સુધારણા કાર્યક્રમની શરૂઆત કરવામાં આવી. ઉપભોકતાવાદની ચકાસણી કરવા અને બજારમાં ઉત્પાદકો દ્વારા થતા ગ્રાહક શોષણને અટકાવવા માટે સરકારી સંસ્થાઓ અને બિન સરકારી સંસ્થાઓ (એનજીઓ) ની કામગીરી ખૂબજ મહત્વની છે. વર્તમાન પેપર એ ગ્રાહક સુરક્ષા ક્ષેત્રે કાર્યરત એનજીઓ ની કામગીરીની તપાસ પર આધારિત છે.

કી–વર્ડ : વસ્તી વધારો, ઉપભોકતાવાદ, એનજીઓ

૧. પ્રસ્તાવના

ભારતમાં વસ્તી વધારો થતાં વસ્તુઓ અને સેવાઓની માંગ પુષ્કળ પ્રમાણમાં વધતી જોવા મળી છે ત્યારે સમગ્ર ગ્રાહક વર્ગ સાથે ન્યાયી વ્યવહાર કરવામાં તેમજ ગ્રાહકોની ફરિયાદોના નિવારણમાં નિર્ણાયક ભૂમિકા સ્થાનિક એનજીઓ ભજવી રહી છે, આ એનજીઓની કામગીરી માત્ર ગ્રાહકોને તેમની ફરિયાદોના નિવારણના સંદર્ભમાં શિક્ષિત બનાવવા માટે જ નહિ પરંતુ તેમના સંકલિત પ્રયત્નો દ્વારા ઉપભોકતા ચળવળને મજબૂત બનાવવા કાર્યરત છે. સમગ્ર દેશમાં ગ્રાહકોની સલામતી માટે ૫૦૦ થી વધુ સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ કાર્યરત છે. સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ ગ્રાહકોના કલ્યાણ અને ગ્રાહકલક્ષી શિક્ષણ માટે મહત્વની કામગીરી દ્વારા ગ્રાહકોના માનસ પર વિશ્વાસની ભાવના ઉત્પન્ન કરે છે. ઉત્પાદકો સામે ફરિયાદ નોંધાવવા માટે સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ ગ્રાહકોની સાથે હોય છે ગ્રાહક સંસ્થાઓ ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકો વચ્ચેના ઝઘડા કે વિવાદનું નિરાકરણ લાવવામાં મદદરૂપ થાય છે. ગ્રાહક સંસ્થાઓમાં વિવિધ પ્રકારની ફરિયાદો થતી હોય છે જેનું કાયદા દ્વારા સરળતાથી નિવારણ થતું જોવા મળે છે. ગ્રાહક સંગઠનો ન્યાયી વલણ અપનાવી ગ્રાહક સુરક્ષાના પ્રયાસો દ્વારા વિકાસ કરી રહયા છે.

૨. ગ્રાહક સંગઠનોની કામગીરી

ગ્રાહક ચળવળને મજબૂત બનાવવા તથા ગ્રાહકોને વધુને વધુ ન્યાય મળે તે હેતુથી સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓની સ્થાપના કરવામાં આવી હતી. છેલ્લા ત્રણ દાયકામાં સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓની ભૂમિકા વધુ નોંધપાત્ર બની છે. આ સંસ્થાઓએ વિવિધ પ્રવૃતિઓ હાથ ધરી છે તેમના કાર્યોને જુદા જુદા ભાગોમાં વર્ગીકૃત કરવામાં આવ્યા છે જેની સમજૂતી

નીચે મુજબ છે.

(૧) ગ્રાહક જાગૃતિ અને શિક્ષણ કાર્યક્રમો :

ગ્રાહકોના હકો અને ફરજો, ગ્રાહકોના શોષણ અને સામાન્ય લોકોને ગ્રાહકોની સમસ્યાઓ વિશે જાગૃત કરવાના હેતુથી સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ, સેમિનાર, વર્કશોપ અને તાલિમ કાર્યક્રમો ગોઠવે છે. યુવા ગ્રાહકવર્ગને શિક્ષિત કરવા માટે આ સંસ્થા વિવિધ શાળાઓ અને કોલેજોમાં વકતવ્યો આપે છે. ગ્રાહકોના પ્રશ્નો, કાનુની કાર્યવાહી અને અન્ય બાબતો વિશે વાચકવર્ગમાં માહિતી પ્રસારિત કરવા માટે તેઓ સામયિકો અને પુસ્તકો બહાર પાડે છે. તેમજ ખોરાકમાં ભેળસેળ ડ્રગ્સ અને કોસ્મેટિકસના દુરુપયોગ વગેરે પર ભારતીય ધોરણો બ્યૂરો ફિલ્મો બનાવે છે તથા ટેલિવિઝનમાં જાહેરાતો પણ આપે છે.

(૨) ફરિયાદોનું સમાધાન :

સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ ગ્રાહકોની ફરિયાદોનું નિયંત્રણ કરે છે. અદાલતની કાર્યવાહી વિના ફરિયાદોનો નિકાલ કરવાનો પ્રયાસ કરે છે. કેટલીકવાર આ સંસ્થાઓ અદાલત સમક્ષ ગ્રાહકો વતી દાવો માંડે છે, ફરિયાદો કરે છે અને તેમના નિકાલ અંગેની વ્યવસ્થા પણ કરે છે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૧૯૮૬ હેઠળ ગ્રાહકોને ન્યાય અપાવવાનું કાર્ય પણ આ સંસ્થાઓ દ્વારા થાય છે. ટૂંકમાં કહી શકાય કે સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓએ ગ્રાહકોના પ્રશ્નો અંગેની વાચા આપવાનું કાર્ય કરે છે.

(૩) ગ્રાહક સુરક્ષા કાર્યક્રમો :

સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ વિવિધ સુરક્ષા કાર્યક્રમો હાથ ધરે છે, જેમકે ઉત્પાદનોના તૂલનાત્મક પરીક્ષણો, જે પોતાના પરીક્ષણ ઉપકરણો દ્વારા અથવા પ્રમાણિત પ્રયોગશાળા દ્વારા મૂલ્યાંકન કરે છે જેનો સીધો લાભ ગ્રાહકોને મળે છે. આ સંસ્થા છેતરપીંડી કરનાર વેપારીઓ સામે લડતા અને તેમનો પ્રતિકાર કરી જોખમી અને હલ્કી ગુણવતાવાળા માલનો બહિષ્કાર કરીને શોષણ સામે લડતા હોય છે. સાથે સાથે ગ્રાહકોને પણ પ્રોત્સાહિત કરે છે. આ હેતુ માટે આ સંસ્થાઓ જાહેર અભિયાનનું પણ આયોજન કરે છે. ગ્રાહક સંશોધન દ્વારા સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ તેની પ્રવૃતિઓને વધુ અસરકારક બનાવે છે. સંશોધનના તારણો મુખ્યત્વે ગ્રાહક શિક્ષણ આપવા માટે તેમજ સરકારને માહિતી આપવા માટે ઉપયોગમાં લેવાય છે.

(૪) માહિતી એકત્રીકરણ :

સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓએ માહિતી એકત્રીકરણનું પણ કાર્ય કરે છે. વર્ષ દરમિયાન કેટલા ગ્રાહકોનું

VIDHYAYANA

શોષણ થયું, તેમાંથી કેટલા ગ્રાહકોએ ફરિયાદ નોંધાવી, કેટલા ગ્રાહકોની ફરિયાદોનો નિકાલ થયો છે. વગેરે માહિતી એકત્ર કરી તેને પ્રકાશિત કરવાનું કાર્ય સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ કરે છે.

(૫) માહિતીનું પ્રસારણ :

એવું કહેવામાં આવે છે કે 'કલમ તલવાર કરતા પણ વધારે મજબૂત છે.' કોઈપણ સંસ્થા પ્રકાશન વિભાગ વિના પૂર્ણ બનતી નથી. સામયિકો કે પુસ્તકો જયારે બહાર પાડવામાં આવે છે ત્યારે તે સંસ્થા અને ગ્રાહકો વચ્ચેના સંવાદનું માધ્યમ બને છે. સામયિકો ઉપરાંત આ સંસ્થાઓ ચાર્ટસ, પોસ્ટર, ઓડિયો–વિડિયો ફિલ્મો, કેસેટસ અને સ્લાઈડસ જેવી સામગ્રી દ્વારા માહિતીના પ્રચાર અને પ્રસારની કામગીરી પણ કરે છે.

(૬) જાહેર સભાઓ :

ગ્રાહક સંસ્થાઓનું એક અગત્યનું કાર્ય જાહેર સભાઓનું આયોજન છે. જાહેર સભાએ ઉપભોકતાવાદની હિમાયત કરવા માટે એક અસરકારક સાધન ગણાય છે. જાહેર સભામાં ઘણી વ્યકિતઓ એક સાથે ભાગ લઈ શકે છે. મોટાભાગના ગ્રાહકો ડર અને ઉદાસીનતાને લીધે સમસ્યાઓનો સામનો કરતા હોય છે. તેના કારણે તેમનું શોષણ વધુ થતું હોય છે. પરંતુ જાહેરસભાઓ દ્વારા ગ્રાહકો અને સંસ્થાઓ વચ્ચે વાતાઘાટો થતા ગ્રાહક ચળવળ વધારે મજબૂત બને છે.

(૭) અન્ય કાર્યો :

ગ્રાહકોના હિતમાં મદદરૂપ થાય તેવી નિતિના ઘડતરમાં તેમજ વહીવટી પગલામાં સરકારના અધિકારીઓની કામગીરી અંગેની ભલામણ પણ સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ કરે છે. સરકારી સંસ્થાઓ તેમજ ગ્રાહકોને જોડવાના ઉમદા કાર્ય માટે તેમના સૂચનો પણ મહત્વના છે. ગ્રાહક કલ્યાણ માટેના સૂચનો સરકાર માટે આશિર્વાદરૂપ ગણાય છે. જેથી સરકાર પણ ગ્રાહકોના હિતમાં નિર્ણયો લઈ શકે છે.

ઉપરોકત કામગીરી એ સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ દ્વારા હાથ ધરવામાં આવે છે. ગ્રાહક ચળવળ એ ખૂબ મોટો ખ્યાલ હોવાથી માત્ર સરકાર એક જ પક્ષકાર સમગ્ર કાર્યવાહીને ન્યાય ન આપી શકે તેથી આ ચળવળમાં સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનો ઉપરાંત ગ્રાહકોનું પણ વિશેષ મહત્વ રહેલું છે. ગ્રાહક સુરક્ષાનો લાભ દરેક નાગરિકને પ્રાપ્ત થાય તે માટેના શકય તેટલા પ્રયત્નો થઈ રહયા છે.

૩. ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદા હેઠળ સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનો

ગ્રાહક સુરક્ષા ધારા ૧૯૮૬ ની કલમ ૨(i) ની કલમ (બી) ની પેટા કલમ (ii) અનુસાર કંપની એકટ ૧૯૫૬ હેઠળ અથવા તે સમય માટે કોઈપણ અન્ય કાયદા હેઠળ નોંધાયેલી કોઈપણ સંસ્થાઓને સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ કહેવામાં આવે છે. આ સંસ્થાઓની કામગીરી ગ્રાહક કલ્યાણની અને ગ્રાહક રક્ષણની હોય છે. કોઈપણ ગ્રાહક આવા માન્ય ગ્રાહક મંડળો દ્વારા ફરિયાદ કરી શકે છે. સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓ સ્વૈચ્છિક પ્રવૃતિ કરે છે જેમાં લોકો કોઈપણ પ્રકારની મજબુરી વિના તેમના સમય અને શકિતનો ફાળો આપે છે અને ગ્રાહકોના કલ્યાણ માટે કાર્ય કરે છે. આવી સંસ્થાના સભ્યો સમર્પણની ભાવના સાથે ગ્રાહક કલ્યાણ માટે લડતા હોય છે. આ સંસ્થાઓ ગ્રાહકોને વેપારીઓના શોષણથી બચાવવા અને ન્યાય અપાવવાની કોશિશ કરે છે.

ઉપભોકતાવાદની ચળવળ મધ્ય એશિયામાં શરૂ થઈ હતી. જયારે આધુનિક ઉપભોકતાવાદની ચળવળ યુરોપમાં થઈ હતી જયારે ભારતમાં આ ક્ષેત્રનો પોતાનો જ ઈતિહાસ છે રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક સેવાની સ્થાપના ૧૯૬૩ માં દિલ્હીમાં એક સામાજિક સંસ્થા ભારત સેવક સમાજની પાંખ તરીકે કરવામાં આવી હતી. ગ્રાહકોની સમસ્યાઓના સંશોધન, ગુણવતા નિયંત્રણ, ગેરરીતિઓ અટકાવવી, શોષણ અટકાવવું વગેરે તેના કેટલાક ઉદેશો હતા. રાષ્ટ્રીય કક્ષાએ અખિલ ભારતીય ગ્રાહક પંચાયતની ભૂમિકા ખૂબ જ મહત્વની ગણાય છે જેની સ્થાપના ૬ સપ્ટેમ્બર ૧૯૭૪ ના રોજ પુણેમાં કરવામાં આવી હતી. આ ઉપરાંત C.E.R.C. (Consumer Education and Research Centre) અમદાવાદ ખાતે, C.U.T.S. (Consumer Utility and Trust Society) જયપૂર ખાતે, C.G.S.I. (Consumer Guidance Society of India) મુંબઈ ખાતે, V.O.I.C.E. (Voluntary Organisation in Interest of Consumer Education) દિલ્હી ખાતે, સિટિઝન્સ એકસન ગ્રુપ મુંબઈ ખાતે, કોલકતા ખાતે તેમજ C.C.C. (Consumer Co-Ordination Council) દિલ્હી ખાતે સ્થાપવામાં આવેલ છે.

ભારતમાં નબળી ગ્રાહક ચળવળને મજબુત બનાવવા માટે આવી સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ અસ્તિત્વમાં આવી છે. આ સંસ્થાઓ ગ્રાહકોના હિતનું રક્ષણ કરી ગ્રાહક જાગૃતિ વધારવાના કાર્ય કરે છે. તેમજ ગ્રાહકોને સુરક્ષા પૂરી પાડવા માટે કટિબધ્ધ છે. ૧૯૮૬ માં ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો તૈયાર કરવામાં આવ્યો ત્યારે સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓના મુદે ચર્ચા કરવામાં આવી હતી. ત્યારબાદ સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓની સંખ્યામાં નોંધપાત્ર વધારો થયો છે.

૪. સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંગઠનોની કામગીરી અંગે સૂચનો

(૧) મોટા ભાગની સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ જિલ્લાના શહેરી વિસ્તારોમાં કાર્યરત છે, ખૂબ ઓછી સંખ્યામાં ગ્રામિણ વિસ્તારમાં કાર્યરત હોવાથી ગ્રામિણ વિસ્તારના ગ્રાહકોમાં અને ગ્રાહક સુરક્ષા પગલાં અને ગ્રાહકોના શોષણના ક્ષેત્રોમાં ઓછી જાગૃતિ છે. ગ્રામિણ ગ્રાહકોમાં જાગૃતિ વધે તે માટે ગ્રામિણ વિસ્તારોમાં સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ

સ્થાપવા માટે પ્રોત્સાહન આપવું જોઈએ.

(૨) સ્વૈચ્છિક ગ્રાહક સંસ્થાઓએ સેમિનાર, વર્કશોપ, પ્રદર્શનો પરિષદો, વ્યાખ્યાન અને ગ્રાહક જાગૃતિ અને ગ્રાહક શિક્ષણ માટેના કાર્યક્રમોનું નિયમિતપણે આયોજન કરી અમલમાં મુકવું જોઈએ.

(૩) ગ્રાહકો મોટે ભાગે અભણ અને અજાણ હોય છે. તેઓ તેમના અધિકારોથી વાકેફ હોતા નથી. અનૈતિક વેપારીઓથી સુરક્ષા મળે તેવી એક નવી વ્યવસ્થા (સિસ્ટમ) વિકસાવવી જોઈએ.

(૪) સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓએ વિદ્યાર્થીઓને શિક્ષિત બનાવવા શાળાઓ/કોલેજોમાં નિયમિતપણે ચર્ચા, સેમિનાર, વાર્તાલાપ, સ્લાઈડ–શો અને ગ્રાહક સુરક્ષાનું જ્ઞાન પ્રાપ્ત થાય તેવી ટૂંકી ફિલ્મો અને ક્વિઝ સ્પર્ધાઓ યોજવી જોઈએ.

(૫) સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓએ મહિલાઓને ગ્રાહક સુરક્ષામાં ભાગ લેવા પ્રોત્સાહિત કરવી જોઈએ. ઉપરાંત મહિલા ગ્રાહકોમાં જાગૃતિ લાવવા અને ફરિયાદોને નિયંત્રિત કરવા અલગ વ્યવસ્થા હોવી જોઈએ.

(૬) સરકાર દ્વારા કરવામાં આવતા ગ્રાહક સુરક્ષા અંગેના કાયદાઓના ફેરફાર અંગે સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓએ સતર્કતા રાખવી જોઈએ જેથી ગ્રાહકોને વધુને વધુ લાભ પ્રાપ્ત થઈ શકે.

(૭) સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓએ ગ્રાહકોની ફરિયાદ નિવારણ અંગે કાર્યવાહીમાં થતા વિલંબને ટાળવો જોઈએ જેથી ઝડપથી ગ્રાહકોને ઝડપથી અને ન્યાયી ઉકેલ મળી શકે.

(૮) સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓએ પોતાની કાર્યવાહીની પારદર્શિતા અને નિયમિતતા જાળવી રાખવી જોઈએ જેથી ગ્રાહકોનો સંસ્થા પરનો વિશ્વાસ મેળવી શકાય.

(૯) સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓએ પોતાના કર્મચારીઓને ગ્રાહકોની ફરિયાદ નિવારણ અંગે આવતા પડકારો અંગેની તાલીમ આપવી જોઈએ.

(૧૦) સ્થાનિક સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ ગ્રાહકોની સમસ્યાઓ શોધવા અને તે માટે પરામર્શ, શિક્ષણ અને યોગ્ય માહિતી પૂરી પાડી નિરાકરણ મેળવવાના પ્રયત્નો કરી શકે છે.

૫. નિષ્કર્ષ

ગ્રાહક સુરક્ષા ક્ષેત્રમાં સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓ દ્વારા કરવામાં આવતી પ્રવૃતિઓનું મૂલ્યાંકન કર્યુ છે. ઉપરાંત આવી એનજીઓ માટે કામગીરીના સરળ અમલીકરણ માટે સૂચનો કે માર્ગદર્શનો પ્રકાશિત કર્યા છે. ગ્રાહકોને તેમના અધિકારો

પ્રત્યે જાગૃત કરવા અને સ્વસ્થ સમાજ માટે યોગ્ય વિચારસરણી ફેલાવવાના કાર્ય માટે ગ્રાહક સંગઠનોની પ્રશંસા કરવામાં આવી છે. આ પેપરમાં દર્શાવેલા સૂચનોથી વેપારીઓ ગ્રાહક અધિકારો પ્રત્યે વધુ સંવેદનશીલ બનાવે છે જે ગ્રાહકો માટે ખૂબ જ ફાયદાકારક પરિવર્તન ગણી શકાય. એનજીઓની કામગીરીથી ગ્રાહકોમાં હકારાત્મક અસર જોવા મળી છે, જેથી આવી સંસ્થાઓ વધુને વધુ સંખ્યામાં સ્થપાય તે જરૂરી છે. એનજીઓની મુખ્ય કામગીરી ગ્રાહકોને તેમના અધિકારો પ્રત્યે જાગૃત કરી શોષણ ઘટાડવાની છે જેનો સીધો લાભ ગ્રાહકોને પ્રાપ્ત થાય છે.

૬. સંદર્ભ

(૧) એસ. સી. વેટ્રિવલ અને એમ. મોહન સુંદરી, "ઉપભોકતાવાદ અને તેની અસરો પરનો અભ્યાસ" જેએમઆઈજેએમએમ, જાન્યુઆરી ૨૦૧૧, ભાગ–૧, અંક–૨.

(૨) "ઉપભોકતાવાદને ભારતીય માર્ગ", ભારતીય રિટેલ રિપોર્ટ ૨૦૦૯.

(૩) દીપા શર્મા (૨૦૦૨), "ગ્રાહક ફરિયાદ નિવારણ હેઠળ કન્ઝયુમર પ્રોટેકશન એકટ", દિલ્હી, નવી સદી પબ્લિકેશન્સ.

(૪) http://www.google.co.in