

# Consumers in Action

No. 3/2011

## Grassroots Reachout and Networking in Rajasthan through Consumer Action (GRANIRCA)

### District Level Media Workshops

Under GRANIRCA, District Level Consultation Workshops for media specific were organised at project districts. The main objectives of the workshop was not only to sensitise the state and district level media representatives, both from print and electronic on consumer protection issues and discuss the possible intervention to strengthen and take the consumer movement effectively to common masses, but also to showcase the past, present and future activities being implemented by CUTS under the project GRANIRCA and enlighten them with the key findings emerged out from this year's research work done through a survey among consumers of all categories in the 12 districts, which was done with the purpose to gauge the level of awareness of consumers with regard to several issues of consumer protection.



The workshops started from 5<sup>th</sup> August from Kota and ended on 24<sup>th</sup> August at Banswara. Active participation by media persons in all the workshops and making them acclimatised with the issues pertaining to consumer protection and also a feeling on the actual status of consumers in the state at large, which resulted into motivating them for agreeing to work jointly on the issues was the outcome of the workshops.

Establishing a joint network of media and voluntary consumer organisations to enhance consumer protection in state, media helping in highlighting the

lowlights of all consumer-linked departments through prominent reporting in order to help improving the whole system, media cautioning consumers against misleading ads, media helping in conducting similar programmes at regular intervals and media publishing consumer education related news/articles to the extent possible for wider circulation and outreach to the beneficiaries were some of the key recommendations of these consultations.

### Prime Minister's Office initiates legal framework to check misleading ads

The government is working on framing rules for the advertisement industry to check misleading advertisements such as those promising strength, looks and sharper memory, following a directive from the Prime Minister's Office. In this regard, the PMO has directed consumer affairs department to prepare a draft regulatory framework within a month.

At present, the country does not have a legal framework to protect consumers from such misleading ads. The industry, however, has a self-regulatory body, the Advertising Standards Council of India (ASCI), and advertising professionals say the council is extremely effective.

The Food Safety and Standards Authority of India too is in the process of rolling out a set of guidelines defining an exhaustive code of self-regulation in all advertising of foods and beverages, to be implemented by the health ministry. It has been talking to the advertising council to work jointly on the guidelines.

Industry insiders say that these guidelines will wipe out misleading claims in food and drink advertisement including health benefits. "Celebrities and prominent people who promote food should recognise their responsibility towards society and not promote food in such a way so as to undermine a healthy diet," reads a clause of the proposed guidelines.

### Mid Term Review Meeting

As per the Memorandum of Understanding with the Ministry and also an activity under the project, a midterm review was organised on July 4-6, 2011 as the first half of the project got completed. Dr Santosh Kumar, Professor, School of Liberal Studies, Deendayal Petroleum University at Gandhinagar, Ahmedabad was appointed as an external evaluator in the whole process and his name was informed to the Ministry well in advance. An agenda, MoU with the evaluator and his work plan for Jaipur visit was finalised. A three-day evaluation process included field visits in project districts Kota and Tonk, meetings with stakeholders and detailed interaction with district partners and the project team.



## Companies can sue power suppliers under COPRA: Supreme Court

A bench of Justice Markandey Katju and Justice RM Lodha rejected a plea of Karnataka Power Transmission Corporation (KPTC) in which it had said that a company using electricity for commercial purpose cannot approach a consumer forum against the utility. The sale of power to a commercial consumer for a commercial purpose was outside the scope of the Consumer Protection Act, 1986, the state utility had argued.

Ashok Iron Works had in 1991 applied an electricity connection, but it approached the District Consumer Forum after KPTC delayed power supply. The District Forum had ruled that the matter was not under the jurisdiction of the Consumer Protection Act.

The private company then approached the Karnataka State Consumer Disputes Redressal Commission, which decided in its favour. This had prompted KPTC to approach the National Consumer Disputes Redressal Commission, which quashed its plea. The utility then moved the apex court.

The apex court, while dismissing KPTC's petition, remanded the matter back to the Consumer Disputes

Redressal Forum, Belgaum, to decide whether there was any deficiency in services by the power supplier.

KPTC had claimed that the complaint made by the company was not covered under the consumer law since the company was not a person as defined under Section 2(1)(m) and hence, not a consumer as defined under Section 2(1)(d) of the Consumer Protection Act. The state utility had also argued that the private company was not a consumer since it had purchased electricity for a commercial purpose.

However, the apex court said: "While defining 'person' in Section 2(1)(m), the legislature never intended to exclude a juristic person like a company. It does not appear to admit of any doubt that company is a person within the meaning of Section 2(1)(d) read with Section 2(1)(m) hold accordingly." It also said KPTC could be held liable for deficiency in service under the consumer law.



*KPTC vs Ashok Iron Works:  
Supreme Court, Taxguru-16<sup>th</sup> August 2011*

### Makemytrip gets Punishment

Online travel agency Makemytrip has been ordered to pay ₹72,000 to a customer for botching up her 2009 trip. Holding the agency guilty of providing deficient service to Sweta Singh, Delhi District Consumer Dispute Redressal Forum asked it to pay her ₹15,000 as compensation, besides refunding the ₹57,000, she spent on alternate tickets.

"This is a case of deficiency [in service], and Makemytrip acted imperfectly in the beginning and caused inconvenience and anxiety to the complainant and, therefore, she is entitled for this and the damages," the forum said.

The Delhi resident had booked four Jet Airways tickets through the agency from New Delhi to Patna on December 26, 2009. She had made an online payment of ₹47,928. The amount was deducted from her account and confirmation about the tickets sent to her. However, she was informed on the day of the journey that the tickets had not been booked.

She was forced to book tickets for the afternoon, costing another ₹57,000. When she took up the matter with the agency, it accepted its mistake but refunded only ₹22,464. Following this, Ms. Singh filed a complaint. The agency made the remaining payment during the pendency of the complaint. The forum held that this refund by the agency showed it admitted its guilt. It also asked the agency to pay her ₹15,000 for the inconvenience.

*The Hindu, 29<sup>th</sup> July 2011*

### State Commission taking serious view on medical negligence.

Rajasthan State Consumer Dispute Redressal Commission awarded a compensation ₹20 lakh to the parents of a boy, who died due to alleged medical negligence in Jodhpur in 1997. The forum came down heavily on the doctors saying they must be more responsible while treating patients.

A minor boy, Sanjay, fell from the roof of his house on April 28, 1997 and was immediately shifted to L N Rathi Memorial Hospital and Research Centre in Shastri Nagar, Jodhpur, where, after recovery and treatment, he was discharged on May 13, 1997 and it was recorded in the discharge ticket that the patient is completely fit and there was no infection due to endotracheal intubation in the ICU.

But suddenly on May 26, 1997, the child was again admitted back to hospital due to respiratory congestion and he died on May 28 due to maltreatment. The District Consumer Forum, Jodhpur allowed the death claim petition on May 21, 1998 against which an appeal was preferred before the State Consumer Dispute Redressal Commission.

Taking a serious view of the facts of the case and objections raised by hospital in appeal, President Justice Ashok Parihar observed in his order: "Hopes and aspirations of parents are shattered when they lose their only son at a very tender age more so when he never suffered from any serious ailment from birth. We are not there to punish any body but we can mitigate and soothe the pains and agony of the sufferer by awarding adequate compensation so that the parents may feel that the defaulters have been punished to some extent though the compensation cannot bring back their son, who could have been major by now after 14 years."

Besides awarding a compensation of ₹20 lakh, the forum also awarded ₹50,000 for the mental agony of the parents of the deceased in the last 14 years and directed that the entire amount be paid by the hospital administration within a period of one month. It has further been held that in case the amount is not paid in time, an interest at the rate of 9% shall be payable from May 21, 1998.

*TOI 18<sup>th</sup> August 2011*

## क्या उपभोक्ता संरक्षण मिथक है?

‘कटूस’ द्वारा ग्रेनिका परियोजना कराये गये उपभोक्ता जागरूकता सर्वे से प्राप्त राजस्थान में उपभोक्ता की स्थिति के निष्कर्ष

राज्य के 63 प्रतिशत लोग उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के विषय में जानते नहीं हैं, जबकि इस कानून को बने 25वां वर्ष है। इस सर्वे का उद्देश्य उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 की 25वीं वर्षगांठ पर उपभोक्ताओं की स्थिति का आंकलन करना है। उपभोक्ताओं के लिए कानून के इस रजत जयंति वर्ष की उपयोगिता को देखते हुए कराये गये सर्वे से प्राप्त आंकड़ों के परिणाम अप्रत्याशित व रोचक हैं। परिणामों के अनुसार ग्रामीण क्षेत्रों के 35 लोग पूर्णतया अपने उपभोक्ता अधिकारों से अनभिज्ञ हैं, वहीं 25 प्रतिशत लोगों को इसका आधा-अधूरा ज्ञान है। वहीं उपभोक्ता दायित्वों के सम्बन्ध में 42 प्रतिशत लोग अनभिज्ञ हैं और 21 प्रतिशत लोग इसका अधूरा ज्ञान रखते हैं, जो कि गंभीर विषय है।

इस सर्वे में परियोजना के 12 जिलों के विभिन्न सामाजिक व आर्थिक वर्ग के कुल 2349 उपभोक्ताओं से जानकारी जुटाई गई है। जिसमें 62 प्रतिशत उत्तरदाता ग्रामीण क्षेत्र से सम्बन्धित हैं तथा उसमें भी मात्र 7 प्रतिशत उत्तरदाता ही अशिक्षित हैं।

सर्वे के अन्य परिणामों में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 के तहत उपभोक्ता हितार्थ स्थापित उपभोक्ता फोरमों, उनसे प्राप्त मुआवजा और फोरमों के क्रियाकलापों के प्रति उपभोक्ताओं को जानकारी स्पष्ट नहीं है। मात्र 37 प्रतिशत उपभोक्ताओं को अधिनियम की जानकारी है। इस 37 प्रतिशत में से मात्र 38 प्रतिशत उपभोक्ताओं को ही फोरमों द्वारा मुआवजा देने की सीमा का ज्ञान है और इन 38

प्रतिशत में से मात्र 10 प्रतिशत उपभोक्ताओं ने ही उपभोक्ता फोरमों में शिकायत दर्ज की और इस 10 प्रतिशत में से 72 प्रतिशत उपभोक्ता, फोरमों के निर्णय और तब सीमा से संतुष्ट पाये गये हैं।

एक प्रश्न में 55 प्रतिशत उपभोक्ता अधिकतम खुदरा मूल्य की जानकारी रखते हैं और 53 प्रतिशत खरीदारी के समय बिलों की मांग करते हैं, जो कि जागरूकता के स्तर का एक शब्द संकेत है।

आम जन खाद्य और औषधि निरीखक के विषय में जानते हैं, मगर उनके संबंध में विभागों को लेकर जानकारी नहीं है जिससे आमजन का इन विभागों से आपसी संवाद कम ही रहता है। सर्वे के अन्तर्गत अन्य सम्बन्धित प्रश्नों के उत्तरों में मात्र 36 प्रतिशत उपभोक्ता ही उपभोक्ता कल्याण के लिए किये जा रहे कार्यों के लिए सरकारी प्रयासों से प्रसन्न हैं और उपभोक्ताओं की आम राय है कि सरकार प्रयास तो काफी कर रही है, लेकिन इन प्रयासों का लाभ जमीनी स्तर तक नहीं पहुँच पा रहा है। अतः इस दिशा में और अधिक शोध और कार्यावाही की आवश्यकता है। वहीं गैर सरकारी संगठनों को लेकर भी लोगों का मत है कि इन्हें आमजन का विश्वास जीतने के लिए सुधार की आवश्यकता है।

सर्वे के दूसरे भाग में उपभोक्ताओं से खाद्य पदार्थों के विषय में जानकारी मांगी गई थी, इसमें प्रमुख रूप से खाद्य-अपमिश्रण, खाद्य कानून और उनसे सम्बन्धित विभाग प्रमुख थे। इस विषय में अधिकांश उपभोक्ताओं को खाद्य विषय के कानून की जानकारी का अभाव है जो कि बेहद चिंताजनक है। अधिकांश

खाद्य-अपमिश्रण मामलों के विरुद्ध लोगों में उत्साह/जागरूकता का अभाव देखा गया है, क्योंकि अधिकांश इससे पीड़ित उपभोक्ताओं को यह नहीं मालूम कि वे इन शिकायतों को लेकर कहां जाएं?

राज्य सरकार द्वारा चलाया गया 'शुद्ध के लिए युद्ध' के मामलों में 50 प्रतिशत उपभोक्ताओं को जानकारी तो है, लेकिन 51 प्रतिशत उपभोक्ताओं ने इस अभियान को आंशिक रूप से ही सफल माना है और इसके उद्देश्यों के विषय में भी उनको आधा-अधरू ज्ञान है। अधिसंख्य स्थानों पर उत्तरदाताओं ने बताया कि उनके जिलों में प्रयोगशाला नहीं है या फिर क्रियाशील नहीं है। खाद्य अपमिश्रण की रोक-थाम के लिए राज्य सरकार द्वारा चलाए गए चल प्रयोगशालाओं के औचिक निरीक्षण के कारण भी लोग सरकारी प्रयासों को नाकाफी मानते हैं। 64 प्रतिशत उपभोक्ता खाद्य-अपमिश्रण के मामलों को उजागर करने में रुचि नहीं रखते हैं।

इसी से सम्बन्धित प्रश्न के उत्तर में उपभोक्ताओं ने बताया कि घी, खाद्य तेल, मसाले, आटा, दूध, दालें और तो और पेट्रोलियम पदार्थ भी शुद्ध नहीं मिलता है। इसके अलावा, मिठाई, चीनी, सब्जियां और बोतलबंद पानी की शुद्धता पर भी आशंका बनी रहती है। 50 प्रतिशत उपभोक्ता क्रमशः आटा, खाद्य तेल और घी में सबसे अधिक मिलावट को अनुभव करते हैं। ऐसा प्रतीत होता है कि राज्य में सीमेंट, दवाई, गहने और सौन्दर्य प्रसाधन जैसी कस्तुएं भी मिलावट से बच नहीं पाई जाती हैं। सर्वे के कुछ जिलों में उत्तरदाताओं ने शराब तक में मिलावट की जानकारी दी है।

## जिला स्तरीय प्रशिक्षण कार्यशाला: संक्षिप्त विवरण

‘ग्रेनिका’ परियोजना के अन्तर्गत दो दिवसीय जिला स्तरीय कार्यशालाएं, 12 जिला मुख्यालयों पर आयोजित की गईं। उक्त कार्यशालाओं में ‘कृत्स’ प्रतिनिधि (दीपक सक्सेना, अमरजीत सिंह, अर्जुन कांत झा व धर्मेन्द्र चतुरेदी) मुख्य संदर्भ व्यक्ति थे, साथ ही स्थानीय स्तर के अधिकारियों और कार्यकर्ताओं को भी संदर्भ व्यक्तियों के के रूप में आमन्त्रित किया गया था।

इन कार्यशालाओं से प्रशिक्षणार्थियों को उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम व उसके अन्तर्गत शिकायत निवारण प्रक्रिया तथा अधिकारों व दायित्वों की जानकारी दी गई। ये कार्यशालाएं जिला पार्टनरों के सहयोग



कार्यशालाओं का विवरण		
क्र.सं.	स्थान	दिनांक
1.	टोक	29-30 अगस्त, 2011
2.	धौलपुर	5-6 सितम्बर, 2011
3.	कोटा	5-6 सितम्बर, 2011
4.	दौसा	8-9 सितम्बर, 2011
5.	अलवर	8-9 सितम्बर, 2011
6.	चूरू	12-13 सितम्बर, 2011
7.	विन्होडगढ़	12-13 सितम्बर, 2011
8.	जोधपुर	20-21 सितम्बर, 2011
9.	जालौर	22-23 सितम्बर, 2011
10.	बूंदी	26-27 सितम्बर, 2011
11.	सीकर	29-30 सितम्बर, 2011

प्रशिक्षण कार्यशालाओं में सम्बन्धित जिलों के प्रत्येक ब्लॉक से आये भागीदारों को प्रशिक्षित किया गया और उन्हें धरातल स्तर पर सक्रिय रूप से उपभोक्ता आंदोलन को आगे बढ़ाने हेतु उनका क्षमतावर्धन किया गया।

## उपभोक्ता मंच अब हार्ड-टेक

आम उपभोक्ताओं के लिए उपभोक्ता मंच में शिकायत करना अब और भी आसान बनने जा रहा है। उपभोक्ता मंत्रालय में इस प्रस्ताव पर तेजी से काम चल रहा है। इसके लिए घर बैठे उपभोक्ता मंच में ऑनलाइन शिकायत कर सकेंगे तथा मंच में चक्र नहीं लगाने पड़ेंगे। ऑनलाइन शिकायत सीधे उपभोक्ता मंच पहुंच जाएगी तथा शिकायतकर्ता को शिकायत मिलने की जानकारी भी दे दी जाएगी। शिकायत मिलने के बाद सीधे उसे सम्बन्धित कंपनी को भेजा जाएगा। कंपनी के पास यह विकल्प रहेगा कि वह या तो जवाब उपभोक्ता मंच को दें या फिर ग्राहकों से बात करके उनकी समस्या हल करें। ऐसी हालत में उसे उपभोक्ता मंच को समस्या के हल की सूचना देनी होगी।

उपभोक्ता मामलों के विशेषज्ञों का कहना है कि यह मांग काफी लंबे समय से चल रही थी कि शिकायत ई-फाईलिंग के जरिये हो। ई-फाईलिंग से सबसे अधिक फायदा उन ग्राहकों को होगा जिनके शहर अथवा घर से उपभोक्ता मंच काफी दूर है, साथ ही कंपनियों पर भी उपभोक्ताओं की शिकायतों पर कार्रवाई करने का दबाव बढ़ेगा। (नफा नुकसान, 16 जुलाई, 2011)

(नफा नुकसान, 16 जुलाई, 2011)

बिना नोटिस दिए कार जब्त करने पर 5 लाख का हर्जाना

उपभोक्ता मंच जयपुर ने बिना नोटिस दिए वाहन उठाने को गंभीर मानते हुए बैंक व फाइंनेस कंपनी पर 5 लाख रूपए का हर्जाना लगाया है। साथ ही कहा है कि फाइंनेस कंपनियों की ऐसी कार्रवाई पर अंकुश लगाने के लिए भारी हर्जाना लगाना जरूरी है। कोर्ट ने मीनल जगवानी के परिवाद पर एच.डी.एफ.सी. बैंक व ईडन फाइंनेस कंपनी को निर्देश दिया कि वे दो महीने में मानसिक क्षतिपूर्ति के बतौर 5 लाख रूपए जमा कराएं। इसमें से 98000 रूपए परिवादी को, रेष 4 लाख दो हजार रूपए उपभोक्ता कल्याण कोष में जमा कराएं। परिवादी को निर्देश दिया कि वह वाहन की बकाया राशि 1,94,000 रूपए ब्याज सहित फाइंनेस कंपनी को दे।

मामले के अनुसार परिवादी ने डाउन पेमेंट कर एक कार खरीदी थी। लोन की सात किश्ते देने के बाद वह बीमार हो गई तो बाकी की किश्त नहीं चुका सकी, लेकिन फाइनेंस कंपनी ने उसे बिना नोटिस दिए ही वाहन उठा लिया। जब उनने पूरी लोन राशि चुकाकर वाहन लौटाने को कहा तो इंकार कर दिया। फाइनेंस कंपनी की इस कार्रवाई के विरुद्ध परिवादी ने उपभोक्ता मंच में शिकायत की थी।

(दैनिक भास्कर, 4 जुलाई, 2011)

