कोविड-19 महामारी का दौर : उपभोक्ता एवं ग्रामीण प्रशासन

दीपक कुमार मेहरा

प्रस्तावना

वर्तमान में राजस्थान राज्य सहित सम्पूर्ण विश्व कोविड–19 नामक महामारी से जूझ रहा है। इस संकट का प्रत्यक्ष प्रभाव कमजोर वर्ग के लोगों जैसे किसानों, ग्रामीण परिवारों, कामकाजी वर्ग, मजदूर, गरीब असहाय वर्ग, वृद्ध जनों और बेरोजगार वर्ग पर अधिक पड़ा है। इस संकट में आवश्यकता की आधारभूत सुविधाओं की वस्तुओं की गुणवत्ता और उचित मूल्य का मौलिक आंकलन करने की जरूरत है। ऐसे में ग्रामीण क्षेत्रों में पचांयत राज संस्थानों की भूमिका अहम हो सकती है।

इस शोध पत्र में आम आदमी की आवश्यकता की वस्तुओं की कमी एवं मिलावट की दशा से ग्रामीण क्षेत्रो में ग्राम पंचायतों की अहम भूमिका को स्पष्ट किया गया है। ज्यादातर उपभोक्ता ग्रामीण क्षेत्रों में रहते हैं, उनकी प्रमाणिकता को ध्यान रखते हुए ग्रामीण पंचायतों को सुरक्षा, सुविधा एवं शुद्धता को ध्यान में रखते हुए उपभोक्ताओं को जागरूक करने की आवश्यकता है। पंचायतों को ग्रामीण क्षेत्रों में जागरूकता उत्पन्न करने के लिए उपभोक्ताओं को सघन प्रचार तथा जागरूकता अभियानों के जरिये अधिकारों तथा जिम्मेदारियों के बारे में शिक्षित किये जाने की आवश्यकता है।

वस्तुतः भारतीय संविधान में निहित राज्य की नीति के लिए नीति निर्देशक सिद्धान्त निर्धारित किये गये हैं, जिनको न्यायालय द्वारा प्रवर्तित नहीं किया जा सकता है। यह देश के शासन के लिए बुनियादी सिद्धान्त है, यह व्यक्ति सामाजिक, आर्थिक एवं राजनीतिक अधिकारों के संरक्षण एवं संवर्द्धन तथा नागरिक की गरिमा एवं कल्याण के प्रति सुनिश्चित करता है। इसी कारण उपभोक्ता और ग्राहक के रूप में व्यक्ति का कल्याण सुनिश्चित करना अपरिहार्य हो जाता है।

सामान्यतया उपभोक्ता सरंक्षण यह सुनिश्चित करता है कि व्यापार में उचित व्यवहार हो, वस्तुएं गुणवत्तायुक्त बनायी जाये, सेवांए प्रभावी हों, तथा उपभोक्ता को उनके द्वारा खरीदे गए सामान की गुणवत्ता, मात्रा, प्रभाव, बनावट तथा कीमत के बारे में जानकारी मिलती रहे इसी सन्दर्भ में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 को भारत सरकार ने लागू किया। इस अधिनियम की गिनती सबसे प्रगतिशील तथा समग्र कानूनों में होती है, इसके दायरे में सभी वस्तुएं एवं सेवाएं आती हैं। इस अधिनियम से जीवन एवं संपत्ति के लिए नुकसानदेह सेवाओं और वस्तुओं की मार्केटिंग से अपनी रक्षा की जाती है। यदि कोई सेवा या वस्तु जीवन एवं संपत्ति के लिए हानिकारक है तो इसकी जानकारी उपभोक्ताओं को होनी चाहिए तथा सेवा एवं वस्तु के प्रयोग का तरीका स्पष्ट रूप से बताया जाना चाहिए।

अधिनियम के अनुसार उपभोक्ताओं को सेवा अथवा वस्तुओं की गुणवत्ता, मात्रा, प्रभाव, शुद्धता, मानक एवं कीमत के बारे में जानकारी प्राप्त करने का पूरा अधिकार है ताकि वे व्यापार के अनुचित तरीकों से बच सकें। उपभोक्ताओं को पर्याप्त जानकारी प्रदान की जानी चाहिए जिससे वे अपने बजट, जीवन शैली तथा प्रचलन के मुताबिक सही निर्णय कर सकें। यह जागरूकता ग्राम पंचायतों द्वारा सही तरीके से की जा सकती है। जिस प्रकार उपभोक्ताओं को प्रतिस्पद्ध कीमतों पर विभिन्न प्रकार की सेवाएं एवं वस्तुएं प्राप्त करने का अधिकार है। उसी प्रकार निष्पक्ष

प्रतिस्पर्द्धा को बढ़ावा दिया जाना चाहिए ताकि उपभोक्ताओं को कम से कम और प्रतिस्पर्द्धा दाम पर अधिक से अधिक सेवाएं या वस्तुएं उपलब्ध हो सकें।

मुख्य शब्द: महामारी, उपभोक्ता, प्रशासन ,जागरूकता, अधिकार, शुद्धता ,विकास

ग्रामीण क्षेत्रों में उपभोक्ता

प्रायः यह देखा जाता है कि ग्रामीण क्षेत्रों में खराब गुणवत्ता वाले और नकली ब्रांड वाले सामानों की भरमार होती है। ग्रामीण बाजारों में इस तरह के उत्पादों के उत्पादन और बिक्री पर सख्ती नहीं है, ऐसे कई उत्पाद स्वास्थ्य के लिए हानिकारक होते हैं। ग्रामीण इलाकों में बीमा, बैंकिंग, बिजली, मेडिकल जैसी सुविधाओं का तीव्र गति से विस्तार हुआ है और इसमें किसी तरह की जांच नहीं की जाती है। ऐसे में इन सेवाओं को मुहैया कराने वालों की तरफ से लगातार ग्रामीण उपभोक्ताओं का शोषण होता है। आमतौर पर किसानों को खराब बीज, मिलावटी कीटनाशक आदि की आपूर्ति कर दी जाती हैं। इन सब तरह की नुकसानदायक हानिकारक वस्तुएं और कम्पनियों से बचाव के लिए ग्राम पंचायत ही सर्वश्रेष्ठ संस्था हो सकती है, जिसको अधिकार देने की आवश्यकता है।
राज्य के ग्रामीण क्षेत्रों के उपभोक्ताओं की खरीदारी और पसंद करने का तरीका तेजी से बदल रहा है। आर्थिक, मनोवैज्ञानिक और तकनीकी के कारण ग्रामीण उपभोक्ताओं की आय भी बढ़ रही हैं, जिससे वे अपने जीवन स्तर को बेहतर बनाने के लिए कई तरह के उत्पाद और सेवाएं खरीदने में सक्षम हुए हैं। 2012 से 2019 वित्त वर्ष के दौरान ग्रामीण उपभोक्ताओं की प्रति व्यक्ति आय में 17 प्रतिशत की बढोतरी हुई जबकि इसी दौरान शहरी उपभोक्ताओं की आय में 12 प्रतिशत का इ हुआ। शिक्षा और जागरूकता से ग्रामीण उपभोक्ता के स्तर में भी बदलाव आया है और मीड़िया की पहुंच बढने से ग्रामीण भारत के मूल्यों और स्वैयै में परिवर्तन नजर आ रहा है। इन आर्थिक संकेतों, सामाजिक–आर्थिक बदलाव और तकनीक में परिवर्तन ग्राम पंचायतों की सक्रियता से हुये है ।

वस्तुतः देश की 70 प्रतिशत आबादी ग्रामीण इलाकों में रहती है और देश की कुल खपत में इस आबादी का हिस्सा 50 प्रतिशत से भी ज्यादा है बढते शहरीकरण और प्रवसन के बावजूद 2025 तक देश की 63 प्रतिशत आबादी के गावों में रहने का अनुमान है। आर्थिक उत्पादन के अनुसार देश की अर्थव्यवस्था में ग्रामीण भारत की हिस्सेदारी लगभग (48 प्रतिशत) है। भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए ग्रामीण क्षेत्र का यह हिस्सा बहुत महत्वपूर्ण है। वैश्वीकरण, उदारीकरण और निजीकरण ने भारतीय अर्थव्यवस्था को मजबूत और तेजी से बढ़ रहे उपभोक्ता बाजार में बदल दिया है। इससे बाजार तरह–तरह के सामान और सेवाओं से भरे पड़े हैं। इससे ग्रामीण उपभोक्ताओं की खरीदारी के चलन में बड़ा बदलाव आ रहा है। जिन ग्रामीण बाजारों को पहले अंतराष्ट्रीय बाजार में नजरअंदाज कर रहे थे, वे अब इन बाजारों में व्यापार के बड़े मौके देख रहे हैं लोगों की खर्च करने योग्य आमंदनी में बढोतरी हो रही है, अपने नए उत्पाद और सेवाओं के साथ ग्रामीण बाजारों में लोग गरीबी रेखा से नीचे गुजर बसर कर रहे हैं और यहां बड़े पैमाने पर गरीबी पर आम तौर पर ग्रामीण उपभोक्ताओं की जागरूकता का स्तर काफी नीचे है। ग्राम पंचायत ही लोगों को जागरूक कर नये उत्पाद एवं सेवाओं के बारे में जानकारी दे सकती है।

भारत में उपभोक्ताओं को शोषण के खिलाफ कई तरह के सुरक्षात्मक उपाय मुहैया कराए गए हैं। इसके बावजूद बिक्रीकर्ता और उत्पादक जरूरी चीजों की जमाखोरी और काला बाजारी करते हैं, जिससे भ्रष्टाचार और उपभोक्ताओं से लगातार ठगी को बढ़ावा मिलता है। ग्रामीण बाजारों में खराब गुणवत्ता वाले और नकली ब्रांडेड सामानों की भरमार होती है। ग्रामीण बाजारों में इस तरह के उत्पादों के उत्पादन और बिक्री पर सख्ती नहीं है, जिस कारण ऐसे कई उत्पाद स्वास्थ्य के लिहाज से खतरनाक हो चुके हैं। सेवा क्षेत्र के विस्तार ने समस्या और बढ़ा दी है। ग्रामीण इलाकों में बीमा, बैंकिंग, बिजली, मेडिकल जैसी सेवाओं का अंधाधुंध विस्तार हुआ है और इसमें किसी तरह की जांच नहीं की जाती है। ऐसे में इन सेवाओं को मुहैया कराने वालों की तरफ से लगातार ग्रामीण उपभोक्ता

का शोषण जारी है। इन इलाकों में महिलाएं, बच्चे और किसान कमजोर समुदाय होते हैं। प्रायः यह देखा जाता है कि किसानों को खराब बीज, मिलावटी कीटनाशक आदि की आपूर्ति कर दी जाती है।

समाचार पत्रों की भूमिका

समाचार पत्रों, मीडिया के विस्तार से भी ग्रामीण इलाकों में उपभोक्तावाद को बढ़ावा मिला है। कानून के तहत केंद्र सरकार के अलावा हर राज्य और जिले में उपभोक्ता सरंक्षण परिषद बनाना जरूरी है, जिसका मकसद उपभोक्ता जागरूकता बढाना है। साथ ही, इस कानून को ध्यान में रखते हुए देशभर के हर जिले में उपभोक्ता विवाद निपटारा फोरम भी बनाए गए हैं, जहां उपभोक्ता एक आसान पेपर पर न्यूनतम कोर्ट फीस के साथ शिकायत दायर कर सकते हैं और इस बारे में फैसला जिला स्तर के संबंधित अधिकारी द्वारा तय किया जाएगा। शिकायत सामान या सेवाओं का इस्तेमाल करने वाले उपभोक्ता की तरफ से दायर की जा सकती है। इस समबन्ध में राज्य उपभोक्ता विवाद निपटारा आयोग में अपील दायर की जा सकती है।

ग्रामीण उपभोक्ताओं में जागरूकता

आजकल उपभोक्ता को बाजार के जटिल पहलुओं का सामना करना पडता है उनके पास सूचनाएं काफी हैं और जटिल उत्पाद और सेवाओं का दायरा भी बढा है। इसके परिणामस्वरूप ठगे जाने की आशंका बढ़ जाती है और इसके लिए पहले से कहीं ज्यादा कौशल और ज्ञान की जरूरत है। ऑनलाईन सामान खरीदने और भुगतान से सम्बन्धित कई धोखाधड़ी की समस्याएं सामने आ रही हैं। इसके लिए ग्राम पंचायत ग्रामीण क्षेत्रों में उत्पाद वस्तुओं एवं सेवा की सूची बनाकर उपयोग का माध्यम बताकर जागरूक करने का कार्य करें।

ग्रामीण उपभोक्ता में शिक्षण का ढांचा

ग्रामीण क्षेत्रों में 1986 से उपभोक्ता शिक्षा और जागरूकता ने भारत सरकार का ध्यान अपनी तरफ खींचा है। कानून उपभोक्ताओं को सिर्फ कुछ अधिकार दे सकता है, लेकिन इसका कामकाज और अमल मुख्य तौर पर खुद उपभोक्ताओं की जागरूकता पर निर्भर करता है। ग्रामीण इलाकों में समस्या और ज्यादा है। इस तरह की शिक्षा या जागरूकता किसी शख्स को समस्याओं को असरदार तरीके से निपटाने, सूचनाएं ढूंढने और उसके मुताबिक मदद हासिल करने की सुविधा प्रदान करती हैं।

मीडिया और विज्ञापन

आधुनिक तकनीक की उपलब्धता के कारण ग्रामीण उपभोक्ताओं तक आज अलग–अलग तरह के मीडिया की पहुंच हैं। ग्रामीण उपभोक्ताओं समेत समाज के कमजोर तबकों के प्रति मीडिया की ज्यादा जिम्मेदारी है। विज्ञापन हाल में पेश किए गए उत्पादों के बारे में सूचना हासिल करने का अहम साधन है। ग्रामीण बाजारों में बडी संख्या में खिलाड़ियों का प्रवेश और प्रतिस्पर्धा के कारण प्रिंट और इलेक्ट्रोनिक मीडिया में गुमराह करने वाले विज्ञापन देखने को मिल रहे हैं। इन विज्ञापनों के जरिये उपभोक्ताओं का शोषण होता है। संचार की असरदार रणनीति तैयार करने के लिए ग्राम पंचायतों को विज्ञापन फर्मे उपभोक्ताओं के व्यवहार का अध्ययन करना चाहिए। ग्रामीण इलाकों के अधिकांश हिस्से में बाजार में उपलब्ध उत्पादों को लेकर जागरूकता की जिम्मेदारी ग्राम पंचायत की होनी चाहिए।

वर्तमान में जागो ग्राहक जागो उपभोक्ताओं से संवाद करने का अहम माध्यम है। वस्तुतः ग्रामीण लोगों से असरदार तरीके से संवाद करने के लिए ग्राम पंचायतों को आगे बढ़ने की जरूरत है। इसके लिए ग्राम पंचायतों को ग्रामीण उपभोक्ताओं की आकांक्षाओं, डर और उम्मीदों को समझना महत्वपूर्ण है। ग्रामीण क्षेत्रों में टेलीविजन का प्रचार प्रसार काफी ज्यादा है, लेकिन बिजली की खराब स्थिति के कारण वे ज्यादा वक्त

टीवी नहीं देख पाते। देश के गावों में ट्रांजिस्टर रेडियो बडी संख्या में हैं जो गावों की जनता तक पहुंचने का लोकप्रिय माध्यम हो सकते हैं। इस प्रकार ग्राम पंचायतों को उपभोक्ता को गुमराह करने वाले विज्ञापनों पर रोक एवं जाँच का अधिकार राज्य सरकार द्वारा प्रदान किया जाना चाहिए। जिससे ग्राम पंचायत स्वयं संज्ञान लेकर उपभोक्ता अदालतो में जाकर निर्दोष ग्रामीण उपभोक्ताओं को न्याय दिला सके।

मिलावट पर कार्यवाही

वस्तुतः केंद्र सरकार ने 1986 में खाद्य मिलावट रोकथाम कानून में संशोधन किया गया था। इस कानून के तहत देश के हर नागरिक को फूड इंस्पेक्टर बनने और खाद्य सुरक्षा के काम में हिस्सा लेने का अधिकार दिया गया है। फूड सेफ्टी एंड स्टैंडर्ड्स अथोरिटी ऑफ इंडिया (एफएसएसएआई) के मुताबिक, रोजाना इस्तेमाल वाली जो चीजें मिलावट और प्रदूषण का शिकार होती हैं उनमें दुग्ध उत्पादक दालें, सरसों तेल, मूंगफली का तेल, पोल्ट्री और मांस तथा फल व सब्जियां प्रमुख हैं। इस प्रकार खुले तौर पर बेचे जाने वाले उत्पादों में मिलावट होने की आशंका ज्यादा होती है वैसे खाद्य सुरक्षा और मानक कानून में मिलावट शब्द का उपयोग नहीं किया गया है। इस कानून में सुरक्षित खाद्य, खराब गुणवत्ता वाले खाद्य पदार्थ आदि का जिक्र है। जब तक उत्पाद को असुरक्षित करार नहीं दिया जा सकता है, तो जुर्माना देकर छूट सकते हैं। ऐसी स्थिति में स्थानीय पंचायतों खाद्य मिलावट रोकथाम कानून के तहत और अधिक अधिकार देने की आवश्यकता है, जिससे ग्रामीण नागरिक मिलावटी जहर से बच सकें।

कठोर कानून की आवश्यकता

भारत में खाद्य सुरक्षा ओर मानक कानून के अमल में आने के बाद खाद्य पदार्थ के स्तर की जांच के लिए अलग सिस्टम बनाया गया। इसमें, स्थानीय संस्थाओं के अधिकारी इस नियम का पालन सुनिश्चित करने में लगे हैं परन्तु उपभोक्ता कार्यकर्ताओं का मानना है कि विभाग नियमों के अमल में नाकाम रहा है। 97 प्रतिशत उपभाक्ता मूलभूत जांच नहीं करते। जबकी उपभोक्ता को फल और सब्जियों के ताजापन और साफ–सुथरे होने के बारे में निश्चित तौर पर जांच करनी चाहिए। बोतलबंद और केन वाले खाद्य आइटम की सील और एक्सपायरी की तारीख की जांच करना करनी चाहिए। साथ ही, इस पर एफपीओ, आईएसआई और एगमार्क को भी देखना चाहिए इस तरह की जांच में ग्रामीण लोग अनभिज्ञ हैं इसके लिए जागरूक करने की आवश्यकता है, जो ग्राम पंचायत बखूबी निभा सकती हैं।

सूचना प्रोद्यौगिकी से जागरूकता

प्रधानमंत्री डिजिटल साक्षरता अभियान के तहत वित्त वर्ष 2016–17 में 25 लाख लोगों को प्रशिक्षित किया गया, जबकि 2017–18 में 2.75 करोड़ लोगों ने और वित्त वर्ष 2018–19 में 3 करोड़ लोगों को प्रशिक्षित किया गया जो पूरे देश में मिशाल है। इसके लिए देश के सभी ग्राम पंचायतों में 200–300 उम्मीदवारों के पंजीकरण का अनुमान है। जो डिजिटल साक्षर शख्स टैबलेट और स्मार्टफोन व कम्प्यूटर जैसे उपकरण चला सकेंगे, इंटरनेट का इस्तेमाल कर ईमेल भेज सकेंगे और अन्य काम कर सकेंगे। इससे सरकारी सेवाओं का इस्तेमाल और कैशलेस सौदे को बढ़ावा मिला है। सरकार के अनुसार इस स्कीम पर अमल इलेक्ट्रॉनिक्स और आईटी मंत्रालय की निगरानी में और राज्योंध्केंद्रशासित प्रदेशों की ऐजेंसियों एवं जिला ई–गवर्न सोसायटी आदि के जरिये किया जा सकेगा। शिक्षा पर एनएसएसओ के सर्वे के मुताबिक ग्रामीण इलाकों में सिर्फ 6 प्रतिशत घरों में कम्प्यूटर है अर्थात् 15 करोड ग्रामीण घरों में कम्प्यूटर नहीं है और ग्रामीण इलाकों में बडी संख्या में लोग डिजिटल साक्षर नहीं हैं।

इंटरनेट एवं डिजिटल साक्षरता

समयानुसार उपभोक्ताओं की जरूरतों में बदलाव हो रहा हैं, इनका बदलाव अपने शहरी समकक्षों से बिल्कुल अलग भी हैं। उत्पाद और सेवाओं को विकसित करने कि जरूरत है, जो ग्रामीण उपभोक्ता की अलग तरह की जरूरतों को पूरा करते हैं और उत्पाद और सेवाओं के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए अलग–अलग प्लेटफॉर्म पर ग्राम पंचायत के माध्यम से इनोवेशन करने की आवश्यकता है। उपभोक्ताओं का हित उनके द्वारा इस्तेमाल की गई एवं खरीदी गई वस्तुओं और सेवाओं से है। जिससे उनकी उम्मीदें पूरी हों। भारत में उपभोक्ता संरक्षण कानून नहीं है, और उपभोक्ता भी उसके बारे में जागरूक नहीं हैं। ग्रामीण उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा के लिए कई कदम उठाए गए हैं, लेकिन मौजूदा सामाजिक आर्थिक हालात के कारण इनका ज्यादा असर नहीं हुआ है। उपभोक्ता आमतौर पर खरीदारी का अपना फैसला विज्ञापनों के आधार पर करते हैं और धोखा हो जाने पर अपनी शिकायतों का निपटारा करने में सक्षम नहीं रहते। अतः ऐसे अधिकार ग्राम पंचायतों को होने चाहिए।

शिकायत निवारण तंत्र

सामान्यतया शिकायतों का निपटारा उपभात्ताओं के लिए बडी समस्या है। शिकायतें दूर करने की प्रणाली तक पहुंचने का अधिकार बेहद अहम है। इसके लिए एक शिकायत निवारण तंत्र का होना जरूरी है, ताकि इस बारे में असरदार तरीके से काम किया जा सके। इससे उपभोक्ताओं का भरोसा बनेगा। साथ ही उन्हें इस बात के लिए आश्वस्त किए जाने की जरूरत है कि अगर उनके साथ कुछ भी गलत होता है, तो यह तंत्र उनकी शिकायतें दूर करने का काम करेगा। इस तंत्र में स्थानीय लोगों के साथ–साथ प्रशासन के व्यक्ति भी होना आवश्यक है। जिसमें ग्राम पंचायतों की भूमिका अहम हो सकती है।

निष्कर्ष

इस प्रकार ग्रामीण उपभोक्ताओं तक पहुंचने के लिए न सिर्फ उपभोक्ताओं को शिक्षित करने के लिए पंचायती राज संस्थानों को इसमें शामिल करना जरूरी है, बल्कि यह सुनिश्चित भी करना चाहिए कि ग्रामीण बाजारों में नकली उत्पाद नहीं बेचे जाएं। ये संस्थान उपभोक्ताओं के हितों में सार्थक भूमिका निभा सकते हैं और इसे नीति निर्माताओं ने भी समझा है। ग्रामीण क्षेत्रों में लोगों को जागरूक करने, उत्पाद व सेवाओं को विकसित करने, उपभोक्ताओं की जरूरतों को पूरा करने में ग्राम पंचायतों का सहयोग उपयुक्त रह सकेगा। इन्हें अधिक अधिकार देने की आवश्यकता है। यह स्थानीय समस्याओं एवं आवश्यकताओं के अनुसार तंत्र का निर्माण कर आम गरीब सरल लोगों को गलत वस्तुओं के उपयोग से बचा सकते हैं। विज्ञापन एवं लोक–लुभावन वस्तुओं से बचा जा सकता है। अतः उचित मुल्य की वस्तु और उच्च्च गुणवत्ता के सामान की आपूर्ति के लिए पंचायत रात संस्थानों को अधिक मजबूत करने की आवश्यकता है, इससे गांवो में रहने वाले भारत के नागरिक समृद्ध, स्वच्छ, खुशहाल और स्वस्थ बन सकेगें।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

- खेत्रपाल, भीमसेन व खान, गुलजार (2019)रू डाइजेस्ट ऑन उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम (2005–14), पब्लिकेशन पूजा लॉ हाउस, इंदौर।
- सिंह, इन्द्रजीत (2016) रू उपभोक्ता संरक्षण विधि, सेन्ट्रल लॉ पब्लिकेशन।
- नेगी, विरेन्द्र एवं नेगी, मोनिका (2017)रू दी कम्ज्यूमर प्रोटेक्शन एक्ट 1986 प्रोसीजर एण्ड प्रैक्टिस, इन्दू बूक सर्विस प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली।
- कम्ज्यूमर प्रोटेक्शन एक्ट 1986 एलॉग विद रुल्स 1987 एण्ड रेग्यूलेशन 2005 (2016), यूनिवर्सिटी लॉ पब्लिकेशन।