



Grahak Tituka Melwawa

ग्राहक

तिटुका मेळवावा



निसर्ग रक्षणाचा घेऊन ध्यास, तुम्हा साऱ्यांच्या सहकार्याची आस, पृथ्वीला देऊ श्वास



जागतिक पर्यावरण दिवस



फसव्या जाहिरातींना खतपाणी घालणारा निर्णय

सर्वोच्च न्यायालयाचा यशराज फिल्मसच्या २०१७ मधील शाहरुख खानच्या फसव्या प्रमोबद्दलचा निर्णय हा फसव्या आणि दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींना खतपाणी घालणारा असल्याचे आढळून आल्याने आपण मुंबई ग्राहक पंचायतीतर्फे सदर चुकीच्या आणि तर्कविसंगत निर्णयाचा फेरविचार करण्याची मागणी केली आहे.



या निकालातले लॉजिक विचित्र, न पटणारे असून ग्राहक संरक्षण कायद्याचा मुळापासून चुकीचा अर्थ या निकालात लावला गेला आहे.

मला आठवतंय मी जेव्हा ग्राहक न्यायालयात केसेस लढवायला सुरुवात केली, तेव्हा सिटी सिव्हील कोर्ट आणि उच्च न्यायालयातील काही वकील माझ्या तक्रारीत असेच आक्षेप घ्यायचे. सोसायटीने बिल्डर विरुद्ध तक्रार केल्यास ही कायदे पंडीत मंडळी आक्षेप घ्यायची where is a contract between the society and the builder?. The contract is between the flat buyer and the builder. So there is no privity of contract between the Society and the builder and hence the complaint not maintainable. या वकील मंडळींनी सिव्हील कोर्टात आणि उच्च न्यायालयात प्रॉक्टिस केल्याने त्यांनी त्यावेळचा नवा ग्राहक संरक्षण कायदा समजून न घेताच बाजू मांडायला सुरुवात केली होती. अखेर काय झाले? आज सर्व सोसायटीच्या बिल्डर विरुद्ध ग्राहक न्यायालयात यशस्वीपणे लढताना दिसतायत ना? कारण ग्राहक संरक्षण कायद्याची खासियतच ही आहे की कोणीही ग्राहक तक्रार दाखल करू शकतो.

पण आता सर्वोच्च न्यायालयालासुद्धा ही बाब ध्यानात येऊ नये, हे बघून आश्चर्य वाटते. किंबहुना deficiency ची व्याख्या या निर्णयात मा. सर्वोच्च न्यायालयाने उद्घृत सुद्धा केली आहे. त्यातला

महत्वाचा भाग असा आहे – Deficiency means any fault, imperfection, shortcoming or inadequacy in the quality, nature and manner of performance which is required to be maintained by or under any law for time being in force or has been undertaken to be performed by a person in pursuance of contract or otherwise in relation to any service. आता or otherwise चा नक्की अर्थ काय? याचा साधा, सरळ आणि स्पष्ट अर्थ असा की सेवेतील त्रुटी Deficiency म्हणजे कायद्यात ठरवून दिलेली किंवा एखाद्या करारात मान्य केलेली किंवा otherwise म्हणजेच कायदा आणि करारा शिवाय अन्य कोणत्याही प्रकारे quality, nature and manner of performance बदल एखादा दावा (claim) केला गेला असेल अथवा असे भासवले असेल तर ती deficiency ठरू शकते.

यशराज फिल्मसचा प्रमो हा unilateral असून there was no offer, so there is no question of acceptance and hence there is no contract असे सांगत मा. सर्वोच्च न्यायालयाने राज्य आणि राष्ट्रीय आयोगांचे या प्रकरणातील आधीचे निर्णय रद्दबातल केले आहेत. मुळात वर सांगितल्याप्रमाणे ग्राहक संरक्षण कायद्यात तक्रारदार/ ग्राहक आणि सेवा पुरवठादार यांच्यात परस्पर करार (contract) असायलाच पाहिजे असे नाही, ही बाब मा. सर्वोच्च न्यायालयाच्या लक्षात आलेली दिसत नाही. तसेच जाहिराती ह्या unilateralच असतात. ती unilateral जाहिरात पाहून वस्तू वा सेवा विकत घेणाऱ्या ग्राहकांची फसवणूक झाल्यावर त्या जाहिरातीबाबत तो जाहिरातदार आणि तो ग्राहक यांच्यात करारच नाही म्हणून तक्रार फेटाळणे म्हणजे ग्राहक संरक्षण कायद्याचाच विपर्यास करण्यासारखे आहे.

या निर्णयाचे अनेक गंभीर परिणाम संभवतात. परंतु सर्वात महत्वाचे म्हणजे दिशाभूल करणाऱ्या आणि फसव्या जाहिरातींना यामुळे खतपाणीच घातलं जाणार आहे. दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींबद्दल असलेल्या तरतुदी पुसून टाकण्याचा हा प्रकार म्हणता येईल.

एकीकडे सर्वोच्च न्यायालयाचे न्या. हिमा कोहलीचे बेंच IMA vs Patanjali केस मध्ये फसव्या आणि दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींविरुद्ध खंबीर भूमिका घेत असताना त्याच सर्वोच्च न्यायालयाच्या दुसऱ्या बेंचकडून नेमक्या त्याच विषयावर अगदी दुसऱ्या टोकाचा निर्णय पाहून गोंधळात पडायला होते.

– अॅड. शिरीष देशपांडे, कार्याध्यक्ष

RNI No. MAHBIL/2011/39044

मुंबई ग्राहक पंचायत**विश्वस्त मंडळ**

डॉ. बाळ फोंडके
अनुराधा गोरे
ललिता कुलकर्णी
अनुराधा नरसाळे
संजीव मंत्री

अध्यक्ष

डॉ. बाळ फोंडके

उपाध्यक्ष

अनुराधा गोरे

कार्यकारी मंडळ

अॅड. शिरीष देशपांडे (कार्याध्यक्ष, स्वीकृत)
अनुराधा देशपांडे (कार्योपाध्यक्ष)
प्रभाकर गवाणे (कार्योपाध्यक्ष)
अनिता खानोलकर (कार्यवाह)
ज्योती मोडक (कार्यवाह)
रविंद्र सहस्रबुद्धे (खजिनदार)

सभासद

छाया वारंगे, शीला देवळेकर,
राजेंद्र राणे, शुभदा चौकर,
मंगला गाडगीळ, अनघा आचरेकर,
विवेक केळकर, शर्मिला रानडे,
आलोक हर्डीकर (स्वीकृत),
अभय जोशी, पराग रेडकर,
अर्चना पानगांवकर (स्वीकृत),
प्रकाश पाटील, उदय पिंगळे (स्वीकृत)

निमंत्रित

• संघटन विभाग प्रमुख

या अंकात प्रसिद्ध झालेल्या मतांशी संपादक/
संघटना सहमत असतीलच असे नाही.

अनुक्रमणिका

फसव्या जाहिरातींना खतपाणी घालणारा निर्णय	२
लढाऊ पवित्र्यातली ग्राहक पंचायत	४
संपादकीय	५
कार्यकर्ता प्रशिक्षणावर भर हवा!	६
‘ग्राहक कायद्यातून वकिली सेवा वगळा’ असा अजब निवाडा	७
ग्राहक संपर्क मिसिंग!	८
सहकार्यातून स्नेह	८
गंध मसाल्यांचा, गेला सांगून!	९
पर्यावरण - एकात्मिक दृष्टीकोन आणि ग्राहक	११
वाचू आनंदे	१२
दहिसर विभागाचा मेळावा संपन्न	१३
विलेपार्ल्यात संघप्रमुख शिबीर	१४
दादरला संघप्रमुख शिबीर	१४
‘ग्रीन वॉशिंग’ - फसवण्याचा धंदा!	१५
आरोग्य विम्यासाठी वयाची अट काढली, पण...	१६
पर्यावरणस्नेही ‘इकोटेल’	१७
सदोष पॅकबद्दल धडा शिकवला	१८
माझी तक्रार मीच सोडवताना..	१९
Supreme Court Judgment Exempts Advocates from CPA	२१
Categorise Health Drinks	२३

मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या ग्राहक भवन कार्यालयातील बदललेल्या दूरध्वनी क्रमांकाची कृपया नोंद घ्यावी.

- चळवळ विभाग -

दूरध्वनी :- ०२२ - ४७५० ८५४१/०२२ - ४७५०८ ५४२

- मुंबई वितरण केंद्र -

१) ०२२ - ४७५० ८५४५ (जुहू गोडाऊन),

२) ०२२ - ४७५१ ४०८८ (विलेपार्ले गोडाऊन),

३) ०२२ - ४७५० ८५४३ (वितरण- हिशोब विभाग)

❖ संपादक :- शुभदा चौकर

❖ संपादकीय साहाय्य :- सुमिता चितळे, नेहा जोशी, शर्मिला नाईक, उदय पिंगळे

❖ सल्लागार :- अॅड. शिरीष देशपांडे, वसुंधरा देवधर

❖ मुखपृष्ठ :- राजेंद्र राणे

❖ अक्षरजुळणी व रचना, कला व मुद्रण :- इंडिया प्रिंटिंग वर्क्स, वडाळा, मुंबई

आठवणींच्या
चिंचा गाभूळ

लढाऊ पवित्र्यातली ग्राहक पंचायत

आपल्या सुवर्णमहोत्सवी वर्षानिमित्त आपलीच जुनी मासिके, अहवाल, कॅलेंडर असे साहित्य चाळून काढलेले हे साहित्य... या वर्षभरात आपण दरमहा खजिन्यातले हे मोती सादर करणार आहोत.

ग्राहक संघटनेचे काम सुरू होऊन आता पुरेसा कालावधी लोटला आहे. सुमारे ७ वर्षांमध्ये मुंबईत कुलाब्यापासून दहिसरपर्यंत आणि मध्य रेल्वेवर अणुशक्तीनगर, चेंबूर, मुलुंड आणि मुंबईच्या सर्व परिसरात ग्राहकसंघ निघाले असून चार हजार कुटुंबे संघटनेशी निगडित झालेली आहेत. या ग्राहक संघांमधून आपण मुख्यत्वे वस्तूंच्या वाटपाचे काम नियमित करित असलो तरी आपल्या संघटनेचा एकमेव उद्देश वाटप नव्हे. ग्राहकांना एकत्र आणण्याने काम या दर महिन्याच्या वाटपातून ग्राहकांना त्यांच्यावर होणाऱ्या अन्यायाची जाणीव करून द्यायची, अन्यायाविरुद्ध प्रतिकार करण्याची शक्ती मिळवून द्यायची.

आता ती वेळ आली आहे. इतके दिवस आपल्या मासिक बैठकीतून आपण विचारविनिमय आणि चर्चा करित होतो. परंतु त्याला मूर्त स्वरूप देण्याची आवश्यकता निर्माण झाली आहे. दिवसेंदिवस ग्राहकांवर होणाऱ्या अन्यायाचे प्रमाण वाढतच चालले आहे. कोणत्याही बाबतीत ग्राहकांकडे लक्ष द्यायला, त्यांना विचारात घ्यायला कोणीही तयार नाही. अशावेळी ग्राहकांनी आपले अस्तित्व जाणण्याची आणि अन्यायाविरुद्ध प्रतिकार करण्याची नितांत गरज उभी राहिली आहे.

याबाबतीत आपण तीन ज्वलंत प्रश्न हातात घेतले आहेत—

१. टीव्हीवर बसवलेला करमणूक कर.
२. एसटीने केलेली अफाट दरवाढ.
३. दुधाच्या वाढलेल्या किंमती

टीव्ही सेटवर लादण्यात येणारा कर हा सर्वथेव अन्यायकारक असून महाराष्ट्राव्यतिरिक्त कोणत्याही राज्यात टीव्ही वर कर बसविलेला नाही. मुख्य म्हणजे ही कर आकारणी राज्य सरकारच्या अखत्यारित येतच नाही. केंद्र सरकारच्या अधिकारात असणारी ही बाब महाराष्ट्र सरकारने आपल्याकडे घेऊन असा निर्णय घेणे म्हणजे टीव्ही धारकांवर अन्याय करणेच होय. याबाबत विचारविनिमय

करायला सरकारने पुरेसा वेळही ठेवला नाही. २२ एप्रिल १९८२ ला फतवा काढून २१ जून १९८२च्या आत कुणाचा मनाई हुकूम अथवा सूचना असल्यास दाखल करण्यास सांगण्यात आले आहे आणि हा कायदा १ जुलैपासून अमलातही आणावयाचा आहे. एखादा कायदा अंमलात आणण्याची कोण ही घिसाडघाई! ग्राहकांना सूचना प्रतिसूचना करण्यास पुरेसा अवधीही देण्यात आलेला नाही.

आणि समजा एवढ्या अवधीत ग्राहकांनी काही सूचना केल्या तर त्यावर अवघ्या नऊ दिवसांच्या काळात विचार करणे सरकारला शक्य आहे का? तेव्हा ग्राहकांचा विचार न घेता, त्यांना विश्वासात न घेता अशा प्रकारे त्यांच्यावर कर लादणे हे अत्यंत अयोग्य असून ग्राहक पंचायत त्याविरुद्ध पाऊल उचलित आहे.

याबाबतीत महाराष्ट्र सरकारच्या महसूल खात्याशी पंचायतीने पत्रव्यवहार सुरू केला असून या कराविरुद्ध निषेध नोंदविला आहे. त्याचप्रमाणे केंद्रीय माहिती आणि नभोवाणी मंत्री श्री. वसंत साठे यांच्याशी संपर्क साधला आहे व याप्रकरणी त्वरित लक्ष घालण्याची विनंती केली आहे.

एसटी महामंडळावर तर आपण यापूर्वीच दरवाढ विरुद्ध फिर्याद दाखल केली आहे. ती कायद्याप्रमाणे न्यायालयाच्या शिस्तीप्रमाणे चालेलच. परंतु दरम्यान आपला एक प्रतिनिधी ग्राहकांचा, प्रवाशांना खराखुरा प्रतिनिधी म्हणून एसटी महामंडळावर घेण्यात यावा अशी विनंती आपण संबंधित खात्याच्या मंत्री महोदयांकडे केली आहे.

तिसरा प्रश्न दुधाच्या दरवाढीचा. याबाबतीतही सांगावयाचे म्हणजे हाही प्रश्न आपण न्यायालयात नेलेला आहेच. परंतु दुधाचा मुलभूत दर ठरवितांना ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातून याचा विचार व्हावा व यासाठी जी समिती नेमण्यात येणार आहे. त्यावरही आपल्या संघटनेचा एक प्रतिनिधी असावा अशी मागणी केलेली आहे.

आपण जे प्रश्न आता हातात घेतले आहेत त्याबाबत आपल्या अध्यक्षांनी दोन पत्रके वर्तमानपत्रात प्रसिध्द केली ती सभासदांच्या वाचनात आली असतील. या प्रश्नांबाबत आपण महाराष्ट्र शासनाला पत्रे लिहिली आहेत.

टीव्ही कर स्थगिती

‘ग्राहक’च्या मागील अंकात आपण दूरदर्शन कराचे बाबतीत न्यायालयात गेल्याबद्दल लिहिले होते. कराला तात्पुरती स्थगिती द्यावी, या आपल्या अर्जाचा न्यायालयाकरवी निर्णय होऊन न्यायालयाने सरकारवर हा कर गोळा करण्यास तात्पुरती बंदी घातली आहे.

— नीला गोविलकर

संदर्भ — ग्राहक मासिक, ऑगस्ट १९८२



संपादकीय

मध्यंतरी एक नवीन कल्पना वाचनात आली- इको फ्रेंडली समारंभ! लग्न, मुंज, वाढदिवस मोठ्या प्रमाणात साजरा करताना पर्यावरणाचा बोऱ्या वाजतो! पण समारंभाचे नियोजन करताना त्याबाबत जागरूक राहून पर्यावरण-स्नेही कृती करणारेही काही पृथ्वी-मित्र या भूतलावर आहेत. ही नुसती कल्पना नाही, तर 'बेटर इंडिया पोर्टल'वर अशा अनेक पर्यावरण-स्नेही लग्न समारंभाची उदाहरणे प्रसिद्ध झालेली वाचायला मिळाली.

समारंभ दिव्यांचा झगमगाट, भरपूर डेकोरेशन, डीजे, अनेकविध खाद्यपदार्थांचा भरगच्च मेनू, प्लास्टिकच्या पाण्याच्या बाटल्या, टिश्यू पेपर, वापरा-फेका प्रकारचे ग्लास, प्लेट आदी गोष्टी सर्रास पाहायला मिळतात. एकेका समारंभात असा शेकडो किलो कचरा निर्माण होतो. शेकडो किलो अन्न वाया जाते. आवाजाचे आणि प्रकाशाचे प्रदूषण होते. समारंभानंतर कामगार वर्ग त्यांना पाहिजे त्या पद्धतीने कचऱ्याची विल्हेवाट लावतो. थकले-भागलेले यजमान मात्र 'मला काय त्याचे' या भूमिकेतून त्याच्याकडे पाठ फिरवून मोकळे होतात!



समारंभ प्लान करतानाच काही कल्पना विचारपूर्वक आखल्या गेल्या तर त्या अमलात आणणे शक्य होऊ शकते. ५ जून, पर्यावरण दिन साजरा करताना अशा नव-कल्पनांचे स्वागत आणि अनुनय करूया!

- सगळी आमंत्रणपत्रे छापील असण्याची गरज नसते. काही डिजिटल आणि आवश्यक तितकीच छापील, असे सहज होऊ शकते.
- गरजेइतके दिवे असावेत, मात्र दिव्यांची झगमग रोषणाई टाळता येते.
- ठराविक पदार्थांचा मेनू ठेवला तर अन्न वाया जाण्याची शक्यता कमी होते. खूप जास्त पदार्थ असतील तर अंदाज चुकतो आणि अन्न उरते. उरलेले अन्न गरजूंपर्यंत पोचवण्याची व्यवस्था आधीच ठरवून करता येऊ शकते.
- वापरा-फेका प्रकारचे ग्लास, प्लेट न वापरता स्टीलचे वापरणे.
- सजावट करताना वापरा-फेका प्रकारचे प्लास्टिक, थर्माकोल यांचा वापर न करणे.

- रिटर्न गिफ्ट देताना उपयुक्त व टिकाऊ वस्तू देणे.
- लग्नात देवाण-घेवाण करताना पुनर्वापर करण्यायोग्य पॅकिंग मटेरीअल वापरणे.
- समारंभानंतर कचरा व्यवस्थापन नीट होईल अशी व्यवस्था करून ठेवणे. आपण आपली ग्राहक पंचायत पेठ संपण्याच्या दिवशी आपल्या प्लास्टिक व्यवस्थापकांना बोलावून ठेवले होते. त्यामुळे काही किलो कचरा लगेच मार्गी लागला. असे करता येऊ शकते.
- हौसेला मोल नाही, म्हणत जंगी समारंभ करण्यापेक्षा हौसेला शिस्त लावत आवश्यक तितकाच खर्च करणे
- समारंभाच्या निमित्ताने एखाद्या समाजसेवी प्रकल्पाला काही रक्कम मदत म्हणून पाठवणे.

जागतिक पर्यावरण दिन साजरा करत असताना अशा नवनवीन इको फ्रेंडली कल्पना व्यवहारात आणायला हव्या.

आपले अनेक कार्यकर्ते रस्त्यावर, भाजी बाजारात उभे राहून प्लास्टिक पिशव्या न वापरण्याचे आवाहन करतात. कापडी पिशव्या देऊ करतात. त्यांचे अनुभव ऐका! अनेक अनुभव निराश करणारे असतात. 'तुम्ही कोण आम्हाला शिकवणारे, तुमच्या मालकीचा रस्ता आहे का, सगळेजण वापरतात आम्हालाच का सांगता, भाजीवाले प्लास्टिकच्या पिशव्या ठेवतात, ते तुम्ही नाही रोकू शकत तर आम्हाला का शिकवता,' अशी कितीतरी वक्तव्ये या कार्यकर्त्यांना सतत ऐकावी लागतात. तरीही ते नेटाने त्यांचे व्रत सुरू ठेवतात. पातळ प्लास्टिक पिशव्यांच्या उत्पादनावर बंदी येत नाही, याची अनेक कारणे असू शकतात. त्या उत्पादकांना राजकीय आश्रय असू शकतो. त्यांचा दबाव शासनकर्त्यांवर असू शकतो. त्यांना शह देणारा कृतीशील दबावगट आपण ग्राहकांनी निर्माण केला तर त्या पिशव्या बाजारातून हद्दपार होऊ शकतात. काही ठिकाणी हा प्रयोग यशस्वी झालेला आहे. काही गावांत तुम्हांला कागदी पिशव्यांत भाजी-फळे मिळतात, प्लास्टिक पिशवी नसतेच बाजारात. मात्र हे चित्र अजूनही व्यापक आणि सार्वत्रिक होत नाही, हे दुदैव आहे.

आपल्या मासिकाचे मुखपृष्ठ पाहिलेत? ...प्लास्टिकच्या पातळ पिशवीने घेरलेली पृथ्वी! प्रदूषण आणि जागतिक तापमान वाढीचे बळी असलेल्या नागरिकांनी छोट्या छोट्या पर्यावरणीय कृती नेटाने करण्याची संस्कृती रुजवायला हवी.

- शुभदा चौकर




कार्यकर्ता प्रशिक्षणावर भर हवा!

संस्थेच्या सुवर्णमहोत्सवी वर्षानिमित्त आपल्या ग्राहक मासिकात, सुरुवातीच्या काळात भरीव काम केलेल्या ज्येष्ठांची मनोगते प्रसिध्द करणार आहोत. त्यासाठी संस्थेच्या ज्येष्ठ, महनीय कार्यकर्त्यांना आम्ही फक्त दोन प्रश्न विचारले. त्यांची थोडक्यात उत्तरे असलेली मनोगते आपल्याला या सदरात वाचायला मिळतील. या तिसऱ्या भागात संस्थेच्या घडणीत मोठे योगदान असलेले आणि अलिकडेच वयाच्या नव्वदीत प्रवेश केलेले श्री. कमळाकर पेंडसे यांची मुलाखत-



कार्यक्रम करण्यासाठी राखून ठेवले. नंतर आमच्या सर्व सभासदांच्या कुटुंबाची 'केरळ ट्रिप' आखली. २० दिवसांच्या त्या ट्रिपमध्ये ४०-४२ जण सहभागी झाले होते. संपूर्ण ट्रिप सुमारे ३७० रु. प्रत्येकी इतक्या अल्पदरात झाली. मग चेंबूरमधल्या सर्व सदस्य व कुटुंबियांचा एक मेळावा आयोजित केला. चेंबूरमध्ये काम करणाऱ्या कार्यकर्त्यांचे एक

कार्यकर्ता शिबीरसुद्धा घेतले. भाववाढ विरोधी आंदोलन करण्याचे त्या वेळी संस्थेने ठरवले होते. त्यानुसार RCF वसाहतीत आम्ही एक सभा घेतली.

प्रश्न १ : तुमच्या कार्यकालात तुम्ही ग्राहक पंचायतीसाठी केलेले कोणते काम तुम्हाला कायम आनंद, समाधान देत राहिले?

उत्तर : १९७५ पासून RCF चेंबूर संघात सभासद असलेला मी सुरुवातीला आमच्या भागातील ४-५ संघाची बिले, पैसे मध्यवर्ती कार्यालयात दादरला नेऊन देण्याचे काम करत होतो. किंग्ज सर्कलच्या VJIT मध्ये मी व्याख्याता असल्याने चेंबूरहून मुद्दाम कोणी दादरला जाण्यापेक्षा ते काम मी करणे संयुक्तिक होते. संस्थेचे संस्थापक सदस्य श्री. मधुकरराव मंत्री यांचा उजवा हात असलेले निळूभाऊ दामले यांनी आमच्या RSSच्या शाखेत येऊन ग्राहक संघ सुरू करण्याबद्दल सांगितले. आणीबाणीच्या त्या काळात सर्वांनी एकत्र येण्याचे हे निमित्त आम्हाला चांगले वाटले. शिवाय मी तत्पूर्वी माझ्या मामाबरोबर मशीद बंदरच्या घाऊक बाजारात जाऊन १५-२० कुटुंबांसाठी एकत्रित सामान आणलेले होते. असे केल्याने किती, कसा फायदा होतो, हे मी अनुभवलेले होते. त्यात हे 'संघ-कार्य' म्हणून आम्ही लगेच होकार दिला आणि RCF वसाहतीत मधुकरराव मेहेंदळे यांच्या पुढाकाराने काही ग्राहक संघ सुरू केले.

आमच्या वसाहतीत उन्हाळी सुट्टीत 'फनफेअर' व्हायचे. खाण्यापिण्याचे, खेळण्याचे स्टॉल असत. १९७७-७८ दरम्यान आम्ही त्या जत्रेत आपल्या संस्थेचा स्टॉल लावला. संस्थेची माहिती देणारी पोस्टर्स हाताने केली. ती लावली आणि घाऊक बाजारातून कैऱ्या आणून, त्याचे पन्हं करून तेही विकायला ठेवले- ४ आण्यला एक ग्लास पन्हं! त्यातून थोडे पैसेही सुटले जे अन्य काही

१९८५ पासून मी मध्यवर्ती कार्यालयात मानद कार्यवाह म्हणून काम करू लागलो. चेंबूरच्या पूर्वानुभवावरून मला वाटले की ग्राहक पंचायतीचे काम असे ठिकठिकाणी सुरू झाले पाहिजे. त्यात वैविध्य व सातत्य हवे. स्थानिक कार्यकर्ते तयार झाले पाहिजे. त्यांना सतत काम मिळायला हवे आणि त्यांची कार्यक्षमता, कल्पनाशक्ती, उत्साह यांना वाव मिळायला हवा. सगळेजण मध्यवर्ती संस्थेत काम करायला येऊ शकत नाहीत. त्यांना त्यांच्या त्यांच्या ठिकाणी काम करणे सोपे जाते. त्यातून त्यांची स्वतःची एक ओळख बनते. त्यातून त्यांची स्वप्रतिष्ठा वाढते.

म्हणून मी भौगोलिक विभागांची रचना करण्याची कल्पना मांडली. ती सर्वांनी उचलून धरली. आज आपल्या संस्थेत बोरिवली विभाग, गोरेगाव विभाग, अंधेरी-जोगेश्वरी विभाग, बांद्रा-माहिम-दादर विभाग, चेंबूर विभाग असे अनेक विभाग कार्यरत आहेत. ही विभागीय रचना केल्याचा आनंद मला मिळाला.

नंतर २००० ते २००२ ज्येष्ठ कार्यकर्त्यांच्या आग्रहावरून जनता मध्यवर्ती ग्राहक सहकारी संघ मर्यादितच्या कार्याध्यक्षपदाची जबाबदारी स्वीकारली. याच काळात जनता मध्यवर्ती ग्राहक सहकारी संघ मर्यादित आणि मुंबई ग्राहक पंचायत या आपल्या दोन संस्था एकत्र करण्याचा निर्णय घेण्यात आला. 'जनता मध्यवर्ती' विलीन झाली हे मात्र मला रुचले नाही. सहकारी तत्त्वावरचा आर्थिक व्यवहार आणि ग्राहक चळवळ ही कामे भिन्न आहेत. ती वेगळी

(पान क्र. ७ पाहा...)

‘ग्राहक कायद्यातून वकिली सेवा वगळा’ असा अजब निवाडा

वकिलाने खटला नीट चालवला नाही तर एखादा ग्राहक त्याच्याविरुद्ध असमाधानकारक सेवा दिल्याबद्दल ग्राहक न्यायालयात तक्रार करू शकतो का?



अलीकडे (१४ मे रोजी) सर्वोच्च न्यायालयाने याबाबत एक महत्त्वाचा निकाल दिला आहे. न्या. बेला त्रिवेदी आणि पंकज मिथल यांच्या खंडपीठाने म्हटले आहे, “वकिलाची सेवा इतर कोणत्याही सेवेपेक्षा वेगळी आहे. वकिली सेवेची तुलना इतर सेवांशी करू नये. संसदेने ग्राहक हक्क कायदा संमत करतेवेळी व्यावसायिकांना त्यात समाविष्ट केल्याची स्पष्ट नोंद नाही!”

‘मुंबई ग्राहक पंचायती’च्या लीगल टीमने या निवाड्याचा अभ्यास केला, त्यांना असे जाणवले आहे की, ग्राहक हक्क कायद्यात ‘सेवा’ या विषयाची जी व्याख्या केली आहे, तिचा योग्य अर्थ या खंडपीठाने लक्षात घेतलेला नाही. कायद्याने म्हटल्यानुसार प्रत्येक सेवा कायद्याच्या कक्षेत येते. केवळ मोफत दिलेली सेवा कक्षेत येत

नाही. वकिली सेवा सामान्यतः मोफत नसते, त्यासाठी ग्राहकाने फी भरलेली असते. त्यामुळे ग्राहकाला जर समाधानकारक सेवा मिळाली नाही तर त्यांना ग्राहक न्यायालयात जाण्याचा मार्ग खुला का नसावा?

सर्वोच्च न्यायालय हे सर्वांचे वरचे आहे. त्याचा निवाडा अंतिम मानला जातो. मात्र तो मान्य नसेल तर कलम १३७ नुसार त्याचा फेरविचार करण्याची तरतूद आहे.

भारताचे सरन्यायाधीन (चीफ जस्टिस) यात लक्ष घालून अशा निकालाचा फेरविचार करू शकतात. संसदेलाही अधिकार आहे की कायद्याच्या तरतुदीत अधिक स्पष्टता आणणारी सुधारणा करता येते.

मुंबई ग्राहक पंचायतीने ठरवले आहे की संसदेतर्फे अशी कारवाई करण्याची मागणी करावी, जेणेकरून याबाबत कायद्यात स्पष्टता येईल. या मागणीला भारतातील इतर ग्राहक संस्थांचा पाठिंबा मिळवण्याचा प्रयत्न आपली संस्था करणार आहे.

याबाबतचे विस्तृत विवेचन याच मासिकात इंग्रजी लेखात आहे. तेही जरूर वाचा.

– अॅड. शिरीष देशपांडे, कार्याध्यक्ष

...पान क्र. ६ वरून)

ठेवावी असे माझे मत होते. पण बहुमताने झालेला विलीनीकरणाचा निर्णय मी स्वीकाराला आणि कार्यात राहिलो.

प्रश्न २ : संस्थेला पुढे नेण्यासाठी आजच्या कार्यकर्त्यांनी कोणते काम आवर्जून हाती घ्यावे आणि का, असे तुम्हाला वाटते?

उत्तर : संस्थेच्या रचनेतील मासिक वितरण आणि पंचायत पेठा ही रचनात्मक कामे असून आर्थिक व्यवहाराशी निगडित आहेत. ग्राहक शिक्षण आणि ग्राहक संरक्षण ही कामे ग्राहक चळवळीची आहेत. आर्थिक व्यवहाराची आणि ग्राहक चळवळीची अशी दोन्ही प्रकारची कामे महत्त्वाची आहेत, पण त्यांची सांगड



संघटन – प्रातिनिधीक फोटो

कशी घालायची? तर संघटन विभाग हा या दोन्ही कामांचा दुवा आहे. संघटन विभागातील कार्यकर्त्यांनी कायम चांगले कार्यकर्ते हेरून त्यांना कामात आणले पाहिजे. त्यांच्यासाठी प्रशिक्षण शिबीरे आयोजित करून त्यांना सक्षम केले पाहिजे. संस्थेने प्रशिक्षणाच्या कामाकडे लक्ष देऊन व त्यासाठी खर्च करून कार्यकर्ते सबळ करणे आवश्यक आहे. आपल्या स्वयंसेवी संस्थेला कार्यकर्त्यांचे बळ भरपूर हवे. कार्यकर्त्यांवर विश्वास टाकून त्यांना आपल्या रचनेत सामावून घेत गेले पाहिजे. प्रत्येक संघप्रमुख हा आपला कार्यकर्ताच असतो. त्यांचेही सक्षमीकरण करणे आवश्यक आहे. त्यांच्याकडे दुर्लक्ष न करता त्यांची एकत्रीकरणे आयोजित केली पाहिजेत. पुढच्या काळात स्वयंसेवी काम हे आपले बलस्थान टिकवण्यासाठी कार्यकर्त्यांच्या सबलीकरणेवर अधिक लक्ष केंद्रीत करायला हवे.

मनुष्यशोध + मनुष्यबळ विकास + संघटन हा आपल्या संस्थेचा प्राण आहे. त्यासाठी संघटन विभाग मजबूत हवाच!

– कमळाकर पेंडसे, ज्येष्ठ कार्यकर्ते

सुवर्णक्षण



आपण जाहीर केलेल्या सुवर्णक्षण स्पर्धेला चांगला प्रतिसाद मिळाला आहे. त्यातील काही निवडक व प्रातिनिधिक अनुभव दर महिन्याच्या अंकात वाचायला मिळतील.

ग्राहक संपर्क मिसिंग!

मी सुमारे १५ वर्षे मागणीपत्रक घेणे व बील देणे यासाठी स्थानिक केंद्रावर बसत होते. हे काम करत असताना सभासदाच्या समस्या सोडवणे, तक्रारी सोडवणे, काही शंका असल्यास त्याचे निराकरण करणे, बील घेण्यास विसरले तर फोन करून आठवण करणे, माझ्या परिसरातील बील मीच पोचवणे. हे काम करताना भरपूर मित्र-मैत्रिणी झाले. कौटुंबिक भावना निर्माण झाली. त्यामुळे गणपतीला तर इतकी बोलावणी यायची की दिवस पुरत नसे!

गमती-जमती पण व्हायच्या. मागच्या महिन्याचे मागणीपत्रक काही जणी भरायच्या, त्यांना ते लक्षात आणून देणे. वेळ संपली तरी धावत येऊन काहीजण मागणीपत्रक द्यायचे. ते पण आनंदानी आम्ही स्वीकारत होतो.

वाद पण सोडवत होतो. काही सभासद तक्रार करायचे की आमच्या संघात मीच एकटी सगळे बघते! इतरजणी फक्त सामान न्यायला येतात. सामंजस्याने त्यांची समजूत काढणे, घरचे काम समजून भाग ह्या, समाजकार्य केले असे समजा, सांगत असू. पैशावरून पण वाद असायचे काही वेळा, तेही खेळीमेळीने सोडविले जायचे.

कोरोना आला आणि मी ह्या आनंदाला पारखी झाले. केंद्रे बंद झाली. सगळे व्यवहार ऑनलाईन झाले. चुकल्या-चुकल्या सारखे होते. ते प्रेम, आपुलकी, जिन्हाळा बंद झाले. गणपतीला आवर्जून घरी बोलावणारे सभासद भेटले की 'कशा आहात' चौकशी करतात. पण मी ते सुवर्ण क्षण खूप मिस करते!

आमचे केंद्र गणपतीच्या देवळात होते. इतर भाविक यायचे, तेही संस्थेची माहिती विचारायचे. संघस्थापनेची प्रक्रिया आम्ही त्यांना समजावून सांगायचो.

मध्यवर्तीचे कार्यक्रम, विभागातील घडामोडी, चळवळीची माहिती, तक्रार मार्गदर्शन केंद्राची माहिती, ज्या सूचना मध्यवर्तीकडून येत त्याचा पोचवणे, पेठेची माहिती, तारखा सांगणे- अशी कितीतरी कामे आम्ही त्या केंद्रावर सहज करायचो. आपल्या संस्थेविषयी अभिमान वाटतो.

- अपर्णा ज. पित्रे, बोरीवली (पू), मुंबई

सहकार्यातून स्नेह

मुंबई ग्राहक पंचायतीचा आमचा संघ स्थापन होऊन आता मार्चमध्ये एक वर्ष होईल. पुण्यामध्ये ही संस्था कार्यरत आहे हे माहिती नव्हते. ग्राहक पंचायत पेठेत ही माहिती मिळाली आणि लगेच मी मेंबरशिपची चौकशी केली. या संस्थेविषयी व बिंदु माधव जोशी यांच्या विषयी कॉलेजमध्ये असताना मी वाचलं होतं. तेव्हापासून या संस्थेमध्ये सामील व्हायची इच्छा होती. आमच्या सोसायटीतील महिलांशी बोलून त्याची माहिती दिली आणि विनया नगरकर मॅडम व अंजली देशपांडे यांनी आमच्या घरी येऊन, बोलून संपूर्ण कामाची अतिशय चोख माहिती सगळ्यांना दिली.

संघप्रमुख म्हणून मी पुढाकार घेतला, त्यातही नगरकर मॅडमनी वेळोवेळी मला मार्गदर्शन केले. आजही कोणतीही अडचण आली की मी त्यांना फोन करते. एकदा तर त्यांच्या मुलीची डिलिव्हरी झाली असतानाही त्यांनी तत्परतेने सहकार्य केले. एखादी संस्था सुरू झाल्यावर मूळ धरते आणि बघता बघता त्याचा वटवृक्ष होतो तो ह्या अशा कार्यकर्त्यांमुळेच, याची प्रचिती आली.

ग्राहक पंचायतीच्या मुख्य गटावर येणाऱ्या वेगवेगळ्या मेसेजेस मधून त्यांच्या चाललेल्या कार्याची माहितीही उत्तम प्रकारे कळत असते. असंच एकदा कोरोना काळात केलेल्या कामाच्या बातमीचा फोटो आला होता. त्यात कोरोना काळात भाड्याने घेतलेल्या हॉल मालकावर पैसे परत न दिल्यामुळे कारवाई केल्याचा उल्लेख होता. ते वाचून मी तात्काळ ही बातमी माझ्या नणंदेला कळवली, कारण तिलाही असाच अनुभव आला होता. कोरोनामध्ये बुक केलेल्या हॉलचे अॅडव्हान्स बुकिंगचे पैसे मालक परत करायला तयार होत नव्हता. त्यांचे ३०,००० रुपये अडकले होते. ते वाचून तिने consumer कोर्टमध्ये अपील केले.

याशिवाय दर महिन्याला येणाऱ्या आमच्या सामानाची देवाण-घेवाण करताना आम्ही एकमेकींशी चांगल्या जोडल्या गेलो. सहकार्य आणि समंजसपणा यामुळे आपण कोणतंही काम चांगल्या प्रकारे करू शकतो असा विश्वास निर्माण झाला. त्यामुळेच ग्राहकतर्फे दिले जाणारे सामान व्यक्तिगत द्यावे अशी मागणी जोर धरत असताना आमच्या संघाला मात्र सांघिक वाटपच योग्य वाटत आहे. दर महिन्याला आलटून पालटून वाटपाचे काम घेण्यात सगळ्यात पुढाकार घेतात. मुलंही या कामात आनंदाने सहभागी होतात. 'एकमेकां सहाय्य करू अवघे धरू सुपंथ' याचाच अनुभव घेत आहोत.

- प्रज्ञा अळवंडी, कर्वेनगर, पुणे

गंध मसाल्यांचा, गेला सांगून!

तयार मसाल्यांचे नामवंत ब्रँड सध्या बदनाम झालेले असताना, आपण आपल्या संस्थेचे मसाले बिनधोकपणे वापरतो. आपले मसाले विश्वसनीय असतात. 'मेकिंग ऑफ MGP मसाले' समजून घेऊ या!

MGP च्या वितरणातील साठवणीच्या वस्तूंची वाटपातील सुरुवात बासमती तांदुळाने होते, तर सांगता गरम मसाला व गोडा मसाला या उत्पादनांनी होते. गरम व गोडा मसाल्यांच्या घटक पदार्थांच्या खरेदी पासून मसाला तयार करेपर्यंत मध्ये घटक पदार्थांचे प्रमाण, दर्जा, घटक पदार्थांची गुणवत्ता या सर्वांची काळजी घ्यावी लागते. २०१५ पर्यंत आपण मुलुंडच्या देशपांडेकडून दोन्ही मसाले करून घेत होतो. २०१६-१७ मध्ये अहिल्या मंडळ पेण यांचेकडून करून घेतले. २०१६-१७ मध्ये तयार केलेल्या दोन्ही मसाल्यांपैकी गोडा मसाल्याचा खास पारंपरिक गोडा मसाल्याचा स्वाद आणण्यात वासंतीताई देव यांनी वैयक्तिक पातळीवर मनापासून यशस्वी प्रयत्न



गेल्यावर्षी म्हणजे २०२३ मध्ये तयार केलेल्या गोडामसाल्या बाबत 'मसाल्यात गुठळ्या होतात' ही दिलासादायक तक्रार आली. गोडा मसाल्यात खसखस, खोबरे, तीळ हे तेल सोडणारे घटक आहेतच, शिवाय घटक पदार्थ भाजण्या/तळण्यासाठी तेलाचा वापर होतो. लवंग, मसाला वेलची हे घटकही उत्तम नैसर्गिक तेलाकांचे होते, त्यामुळेच मसाल्याचे कण परस्परांना चिकटून गुठळ्या झाल्या. मात्र कुठेही बुरशी, खवट वास आल्याची तक्रार वर्षभरात आली नाही, याचाच अर्थ मसाल्यातील गुठळ्या हे उत्तम गोडा मसाला असल्याचे प्रमाणपत्रच म्हटले तर वावगे ठरणार नाही, म्हणूनच गुठळ्यांची तक्रारही दिलासादायक ठरली!

'केळवे फूड्स'मध्ये आम्ही पोहचलो तेव्हा त्यांनी गरम व गोडा मसाल्याच्या बॅचचे सामान तयार ठेवले होते. आपल्या व्यापाच्याने पाठविलेले सर्व सामान आपण आधी निवड केल्याप्रमाणे होते. बरोबर १० वाजता गरम मसाल्याची बॅच भाजायला घेतली व हे काम १२.३० ला पूर्ण झाले. दुसरी बॅच गोडा मसाल्याची १२.३०ला भाजायला सुरू केली व हे काम १.३० पूर्ण झाले. गरम मसाल्यात तिखट गुणांच्या मसाल्यांचे प्रमाण (लवंग, काळेमिरी, दालचिनी) जास्त असते, तर गोडा मसाल्यात हे प्रमाण तुलनेने अगदीच कमी असते. खोबरं, तीळ, खसखस हे पदार्थ तिखटपणाला मारक ठरतात, तर धन्यांचे प्रमाण अन्य घटकांच्या तुलनेत निम्मे असल्याने दाहकता कमी होते.

दोन्ही तयार बॅच थंड होईपर्यंत जेवण उरकून घेत असतानाच बिजलीबाई गेल्या. आधीच्या अतीव उकाड्यात भर दुपारी अधिकची भर असतानाच होत होती. इलेक्ट्रीक बोर्डकडून वीज सायंकाळी ४.१५ला येईल असे सांगितले गेले. कमाल उष्णतेत बसणे कठीण होते. विजेखेरीज दळणे अशक्य होते, म्हणून २.३०



केले. खरेदी समिती कार्यकर्त्यांनी ही वेळोवेळी उत्तम योगदान दिले. नंतर अहिल्या मंडळ, पेण या संस्थेला काही अडचणींमुळे मसाले करून देणे अशक्य झाले. २०२१ पासून केळवे फूड्स, पालघर यांच्याकडून मसाले करून घेतले जातात.

मंगळवार, ३० एप्रिलला केळवे फूड्स पालघर येथे गोडा मसाला व गरम मसालाही MGP ची आपली उत्पादने तयार करून घेण्यासाठी छाया वारंगे व सविता साठे या दोघीजणी गेलो होतो. दोघीही सकाळी ६.२० ला निघून ट्रेनने गेलो. अलोट गर्दी, चेंगराचेंगरीतून ९.४५ ला पालघरला पोचलो.

नंतर पालघर केंद्रातून मसाल्यासाठीचे तेल व पॅकींगच्या गोर्णीबद्दल बोलावे म्हणून पालघर केंद्रात गेलो. पालघर केंद्रातून पुन्हा केळवे फूडला आलो. वीजपुरवठा ५.१० वाजता पूर्ववत झाला. लगेचच उर्वरित काम सुरू केले, ते पूर्ण होईपर्यंत ६.३० वाजले. काम आटोपून स्टेशनला आलो.

ट्रेनमध्ये दोघी निवांत बसलो होतो. काही बोलूच नये, असेच वाटत होते. समोरच्या बाकावरच्या दोघी हसल्या, दोघी एकमेकींशी काहीतरी बोलल्या आणि त्यांनी आम्हाला वचारले, तुम्ही मसाले विकता का? मसाल्यांचा छान सुगंध येतो आहे, तुम्ही ट्रेनमध्ये

आल्या पासून! हे त्यांचे बोलण ऐकून आम्हाला दोघींना खूप हसायला आले. 'आम्ही MGP च्या कार्यकर्त्या आहोत, संस्थेचे मसाले करायला पालघरला आलो होतो'. असे सांगत पुढे संस्थेचे काम इ. माहिती आपोआपच बोलत गेलो.

मसाल्याची एक एक बॅच काढताना केवळ अंगावर उडालेल्या मसाल्यांचा सुवास या समोरच्या महिलांना जाणवला!

त्या दोन महिलांच्या केवळ त्या बोलण्याने आम्ही थकवा विसरलो! आनंदाने घरी परतलो!!

– छाया वारंगे, खरेदी समिती उपाध्यक्ष

'ग्राहक मासिक' – मागणी नोंदवाय ना ?

नमस्कार मंडळी,



आपले 'ग्राहक तितुका मेळवावा' हे मासिक आपण सर्व सभासदांना दरमहा देतो.

कागद, छपाई, डिलिव्हरी यांसाठी आपली संस्था खर्च करत असते. यातले काही वाया जाऊ नये, म्हणून आपण एक नवीन कल्पना राबवायला सुरुवात केली आहे.

१. आपल्या मागणीपत्रकात सर्व वस्तूंच्या यादीत 'ग्राहक मासिक' हेही समाविष्ट आहे. त्यापुढे किंमत ० लिहिलेली असेल, कारण आपल्याला ते विनामूल्य मिळणारच आहे. मात्र तुम्ही आठवणीने १ असा आकडा टाईप करायचा आहे. म्हणजे ते आपल्याला नक्की मिळेल.
२. 'ग्राहक मासिक'च्या मागणीचा रकाना रिकामा सोडलात तर तुम्हाला ग्राहक मासिक मिळणार नाही. त्यामुळे तुम्ही १ अशी मागणी नोंदवायला विसरू नका.
३. काही कारणाने बाकीच्या वस्तू नकोत, पण मासिक हवे आहे, त्यांनीही मागणीपत्रक ओपन करून मासिकाची मागणी नोंदवायला हवी.

– कार्यवाह, मुंबई ग्राहक पंचायत

वाटपातील नवीन संघ

मुंबई	डिझायर ग्राहक संघ	12571 DR	सभासद 12
मुंबई	सखी ग्राहक संघ	21167 DH	सभासद 09
मुंबई	लाबेलीझा ग्राहक संघ	31225 BO	सभासद 10
मुंबई	श्री भूमी ग्राहक संघ	41762 BO	सभासद 7
पालघर	लारा ग्राहक संघ	16156 PL	सभासद 09
ठाणे	गिरीराज ग्राहक संघ	15670 TN	सभासद 18
वसई	सुतारअळी ग्राहक संघ	18276 VV	सभासद 10
पुणे	शिवसागर ग्राहक संघ	19238 PU	सभासद 16
पुणे	मार्व्हल कास्कडा ग्राहक संघ	19239 PU	सभासद 11
पुणे	स्प्रिंग नेक्स्ट ग्राहक संघ	19240 PU	सभासद 15
पुणे	HVR L (हिल व्हू ब्लॉक L)	19241 PU	सभासद 14



सत्यम् शिवम् सुन्दरम्



दूरदर्शन, सह्याद्री वाहिनीवर दर सोमवारी संध्या. ७.३०, मंगळवारी दु. २.३० आणि बुधवारी स. १० वाजता आपल्या संस्थेतर्फे 'जागो ग्राहक' हा लोकप्रिय कार्यक्रम सादर होत आहे. ग्राहकांना विविध विषयांवर महत्त्वाची माहिती देणाऱ्या या मालिकेला उत्तम प्रतिसाद आहे. तुम्ही पाहताय न ?

पर्यावरण - एकात्मिक दृष्टीकोन आणि ग्राहक

आरोग्य संभाळणे अतिशय महत्त्वाचे आहे, हे आपण सर्वांना माहित आहेच. त्याकडे बघण्याचे दोन ढोबळ दृष्टीकोन असतात. एक प्रतिबंधात्मक आणि दुसरा उपचारात्मक. प्रतिबंधात्मक उपाय मनुष्यासाठी जन्मापूर्वीच सुरू होतात आणि जन्मल्यानंतर लसीकरण करून अनेक रोगांना प्रतिबंध केला जातो. विविध यंत्रसामुग्री आणि तंत्रज्ञान यासाठी पण हे होतच असते. त्याला आपण प्रिव्हेंटीव मेंटेनन्स असे म्हणतो. अॅण्टी वायरस हा प्रतिबंधात्मक उपाय आणि झालेले नुकसान सायबर सेलच्या मदतीने भरून घेण्याचा प्रयत्न हा उपचार.

पर्यावरण दिनाच्या निमित्ताने आपण पर्यावरण रक्षणासाठी, असलेले सांभाळणे आणि शक्य ते सुधारणे यासाठी प्रतिबंधात्मक आणि उपचारात्मक अशी दुहेरी आघाडी उघडणे अत्यंत आवश्यक आहे. त्यासाठी पर्यावरणातील विविध घटकांचे परस्परवलम्बित्व समजून घेऊन एकात्मिक उपाय गांभीर्यपूर्वक अमलात आणायला हवेत.

आपल्या पृथ्वीचा अविभाज्य भाग असणारी माती, पाणी, उजेड, वारा आणि सर्व सजीव-निर्जीव सृष्टी मिळून जे आहे ते पर्यावरण! मानवी शरीरात हळूहळू हातपाय पसरून आरोग्य-हानी करणारे दुखणे लगेच लक्षात येत नाही. कधी त्याचे गांभीर्य कळत नाही. ते दुखणे जुनाट होते आणि उपचार करणे दुरापास्त होऊन बसते. आज हीच गती झाली आहे पर्यावरणाची. जगभरात येणारे पूर, अवकाळी पाऊस, वाढणारे तापमान हे सगळे हळूहळू, सूक्ष्मपणे गेली सुमारे ५ दशके घडते आहे. विचारवंत आणि पर्यावरण अभ्यासक त्याविषयी अनेक प्रकारे सावध करीत आहेत. मात्र तरीही आज या समस्येने उग्र रूप धारण केलेय.

जी पृथ्वी आपण निर्माण केली नाही, तिच्यावर रेषा ओढून माणूस देश, प्रांत, शहरे, गावे ते थेट स्वतःचे घर अशा सीमा निश्चित करतो. वन्य जीव सुध्दा आपला परिसर जणू काही आखून ठेवतात. मात्र वाहणारे वारे आणि पाणी नैसर्गिक गुणधर्मानुसार वाहत राहतात. आकाशात आणि पाण्यावर रेघा मारून त्यांच्या वाहण्यावर हुकमत गाजविता येत नाही. आज निरीक्षणातून, नोंदी ठेवून आणि अभ्यासातून या वाहण्याची भाकिते करण्याचे शास्त्र माणसाने विकसित केले आहे. पण अनेक वेळा निसर्गापुढे हार मानण्याशिवाय गत्यंतर नाही, असा अनुभव जगभर सर्वत्र येतोय.

सतत येणारे पूर, अवकाळी पाऊस, असह्य उन्हाळा यातून विविध प्रकारची हानी होते आहे. मात्र प्रगती आणि विकास मोजण्याचे जी.डी.पी. हे जणू एकमेव मापक झाल्याने, नुकसानाचे

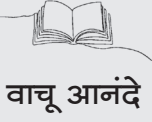
मोजमाप पैशात होते. मग भरपाई पैशात दिली की 'सर्व काही योग्य प्रकारे झाले', असे मानले जाते. मुळात असे का झाले, ते टाळता आले असते का आणि त्याची पुनरावृत्ती होऊ नये म्हणून काय उपाय योजना करायच्या, ह्या प्रश्नांची उत्तरे प्रयत्नपूर्वक शोधली तरी उपाय मात्र तात्पुरत्या मलमपट्टी सारखे केले जातात.

जगभर प्रगती, विकास, मनोरंजन, जीवनशैली यांची मानके पर्यावरणावर घाला घालणारी ठरत आहेत. प्रवास करण्यास उत्तेजन हवेच. परंपरा सुद्धा 'केल्याने देशाटन.' असे सांगते आहेच. सहलकरी आल्याने त्या परिसरात उत्पन्नाची नवी साधने उपलब्ध होतात. नवी कारखानदारी आली की परिसरात स्थानिकांसाठी रोजगार निर्माण होतात. नवीन घरे बांधली गेली की गृह-कर्ज ते हप्त्याने घेतलेली गृहोपयोगी उपकरणे असे आर्थिक चक्र फिरत राहते. पण हे चक्र फिरत ठेवण्यासाठी पर्यावरणावर सतत आघात होत राहतात. निसर्ग विविध प्रकारे जणू ओरबाडला जातो आणि आर्थिक प्रगतीच्या झगमगाटात त्याचे आक्रंदन कुठेच दखलपात्र ठरत नाही.

आता मात्र अशी दखल घ्यायला हवीच नाहीतर... अशी जणू आणीबाणीची वेळ येऊन ठेपली आहे. काय झालंय आणि कसे झालंय त्याची ही छोटीशी झलक :

- हरितगृह वायूमध्ये होणाऱ्या वाढीमुळे जमिनीवरील उष्णता सहजपणे वायुमंडळात मिसळून जाण्यास अटकाव होतो. वातावरणातील ही उष्णता महासागरातील पाण्याचे तापमान वाढवते. आयर्लंड ते थेट अंटार्क्टिका पर्यंत तापमान वाढलेय. कार्बन-डाय-ऑक्साईड शोषून घेण्याची सागराची क्षमता घटली आहे. तो हवेतच राहून तापमान वाढीस हातभार लावतो. शिवाय जलजीवन, वनस्पती, प्रवाळ, सागरी प्रवाह इत्यादींचा तोल बिघडतो.
- वातावरणात कार्बन-डाय-ऑक्साईडचे प्रमाण वाढले की वाऱ्याचा वेग कमी होतो. वेगवान वाऱ्यामुळे वातावरणात ज्या नैसर्गिक हालचाली होतात, त्यांचा वेग मंदावतो. एक निरीक्षण असे की याचा परिणाम म्हणून सहारा मधील वाळू हवेत पूर्वीसारखी उडत नाही. हवेतील या वाळूमुळे सूर्यकिरणांची प्रखरता कमी होण्यास जी मदत होई, तिच्यात बाधा आली.
- उत्पादने, वाहतूक, वाहने, प्रवास, शहरांचा आकार यामध्ये बेसुमार आणि अनियंत्रित वाढ झाल्याने विविध परिसरांमधील जैव वैविध्य आणि सांस्कृतिक वैशिष्ट्ये यांवर

(पान क्र. १२ पाहा...)

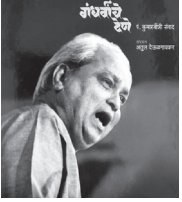


जुलै २०२४ च्या वाटपातील पुस्तक

- **गंधर्वांचे देणे - पं. कुमारजींशी संवाद**; संपादन : अतुल देऊळगावकर; प्रकाशक : ग्रंथाली;
छापील किंमत : ८००/-रु.; वाटपातील किंमत : ५३८/- रु.

गंधर्वांचे देणे - पं. कुमारजींशी संवाद

कुमार गंधर्व म्हणजे प्रतिभावान गायक व संगीतकार. आयुष्यभर संगीत साधना केलेल्या कुमार गंधर्वाना भाषा, लोककला, साहित्य, नृत्य, चित्रकला, शिल्पकला, वास्तुकला या सर्वांत रुची होती. त्यावर ते सखोल चिंतन करत. त्यातून त्यांची सृजनशीलता समृद्ध झालेली होती.



ग्रंथाली वाचक चळवळीने १९८५ मध्ये पं. कुमार गंधर्व यांचे विचार प्रात्यक्षिकांसह समजून घेण्यासाठी एक प्रयोग केला होता. सलग सहा दिवस मुंबईतल्या कर्नाटक संघात त्यांच्या मुलाखती घेतल्या गेल्या. त्यासाठी प्रश्नावली तयार करण्यात अग्रेसर होते पं. सत्यशील देशपांडे आणि मुलाखतकारही दिग्गज होते. मंगेश पाडगावकर, वसंत बापट, श्रीराम पुजारी, शरच्चंद्र चिरमुले व स.ह.देशपांडे. श्रोत्यांमध्ये गंगाधर गाडगीळ, विंदा करंदीकर, श्रीराम

लागू, प्रभा अत्रे असे अनेक नामवंत होते.

मधल्या काळात या मुलाखतींचे ध्वनिमुद्रण हरवले होते. त्याचा शोध घेतल्यावर जो खजिना हाताशी लागला, तो शब्दबद्ध करण्याचे काम ज्येष्ठ लेखक अतुल देऊळगावकर यांनी हाती घेतले. आणि कुमार गंधर्वांच्या जन्मशताब्दीनिमित्त 'गंधर्वांचे देणे' हा ऐवज 'ग्रंथाली'ने साकारला आहे.

या देखण्या ग्रंथांतील मुलाखतींमधून कुमार गंधर्वांचे स्वर, ताल, लय विषयक चिंतन, संगीतातली घराणी, लोकसंगीत, विविध गायन प्रकार आणि बालगंधर्व अशा अनेक विषयांवरचे भाष्य वाचायला मिळते. शिवाय पं. सुरेश तळवलकर यांची प्रस्तावना मनोज्ञ आहे. हा ग्रंथ खूप देखणा आहे. संस्कृती व संगीतप्रेमी असलेल्यांच्या घरी हा ऐवज हवाच. घराची श्रीमंती वाढवणारा हा ग्रंथ आपण विशेष सवलतीत देत आहोत.

- शुभदा चौकर

...पान क्र. ११ वरून)

पर्यावरण - एकात्मिक दृष्टीकोन आणि ग्राहक

विपरीत परिणाम झाला आहे. स्पेन मधील कॅनरी बेटावरील नागरिकांनी तेथील सहलकन्याच्या (टुरिस्ट) संख्येवर बंधने आणण्यासाठी नुकतेच आंदोलन छेडले. जरी त्या व्यवसायाने पैसा येत असला तरी स्थानिक संस्कृती आणि निसर्ग यांचे नुकसान होते आहे, म्हणून ही मागणी करण्यात आली.

- ग्लेशियर वितळणे ही एक भयसूचक घंटा आहे. हिमालयाच्या अवाढव्य विस्तारात ३२३९२ ग्लेशियर्स आहेत. तिथे वाढत असलेला टूरिझम आणि त्यामुळे निर्माण होणारे विविधांगी प्रदूषण चिंताजनक आहे. आर्थिक लाभ होतो पण नैसर्गिक संतुलन बिघडते. हवेतील कार्बनची पावडर (कार्बन डस्ट) बर्फावर चिकटली की ग्लेशियर अधिक उष्णता शोषून घेतात. ती एका मर्यादितपलीकडे गेली की आपत्ती येऊ शकते. पेयजल, सिंचन, वीज निर्मिती यासारख्या उपयुक्त बाबींसाठी चिंताजनक परिस्थिती निर्माण होते.
- निसर्गातील परिसंस्थाची जटिलता आणि अन्न साखळीतील

घटकांचे परस्पर संबंध सामान्यपणे स्थिर भासतात. पण त्यातील अंतर्गत ताणेबाणे एखाद्या नैसर्गिक संकटाच्या रूपाने प्रकट होतात. त्यावेळी नेमके असे एक कारण सांगता येत नाही.

पर्यावरणाच्या सद्य स्थितीला तोंड देण्यासाठी वैज्ञानिक, शास्त्रज्ञ, विविध सरकारे काहीना काही उपाय योजना करित आहेत. मात्र ग्राहक म्हणून आपण सामान्य माणसानी आपल्या जीवनशैलीत असे बदल करायला हवेत, जेणेकरून पर्यावरण हानीला प्रतिबंध होईल. आर्थिक फायदा या एकमेव उद्दिष्टाने उत्पादित होणाऱ्या विविध वस्तू बाजारात ओतल्या जाणारच. पण त्याची खरेदी किती, कधी आणि का करायची याचा विवेक आपण ग्राहकांनी करायलाच हवा. झालंय असं की गरजा, आराम आणि ऐशोआराम (necessities, comforts luxuries) क्रमवारी जणू गायब होऊन ऐशोआराम ही गरज होऊन बसली आहे. ग्राहकाने उपभोगावर संयम ठेवणे, ही काळाची गरज आहे!

- वसुंधरा देवधर

दहिसर विभागाचा मेळावा संपन्न

दहिसर विभागाचा ३४वा वार्षिक स्नेहमेळावा रविवार, २८ एप्रिलला संपन्न झाला. मेळाव्याला १५७ सदस्यांची उपस्थिति होती. अन्य भौगोलिक विभागातील प्रतिनिधी देखील उपस्थित होते.

सर्वप्रथम मेळाव्याचे पाहुणे अॅड. डॉ. उदयजी वारूंचीकर आणि मेळाव्याचे अध्यक्ष प्रभाकर गवाणे यांचे स्वागत शाल, श्रीफळ, पुष्पगुच्छ आणि भेटवस्तू देऊन कार्याध्यक्ष पुरुषोत्तम होडावडेकर यांनी केले.



दहिसर विभागाच्या कार्यवाह रुपाली कदम यांनी अहवाल वाचन केले. विभागाने केलेल्या विविध उपक्रमांचा सविस्तर आढावा घेतला. तसेच विभागात अधिकाधिक नवीन संघ स्थापन करण्याचे आणि सदस्य वाढीचे आपले प्रयत्न राहणार, असे त्यांनी स्पष्ट केले. प्रमुख पाहुण्यांचा परिचय भास्कर कदम यांनी करून दिला.

अॅड. डॉ. उदय वारूंचीकर यांनी 'सहकारी गृहनिर्माण इमारतींचा पुनर्विकास आणि त्यामध्ये येणाऱ्या समस्या' या विषयावर आपल्या खुमासदार शैलीत भाषण केले. बेट असलेल्या मुंबई आणि उपनगरे यांच्या उगमापासून आजच्या सेल्फ कन्टेंट फ्लॅट असलेल्या सोसायटीबाबतची सविस्तर माहिती दिली. मुंबई ग्राहक पंचायतीशी आपली नाळ कशी जुळलेली आहे हे सांगताना

जुन्या आणि नव्या पिढीमध्ये सांगड व समन्वयकाची भूमिका फक्त मुंबई ग्राहक पंचायतच घालू शकते, हा विश्वास अॅड. डॉ. उदयजी वारूंचीकर यांनी बोलून दाखविला.



मेळाव्याचे अध्यक्ष आणि वितरण विभागाचे कार्योपाध्यक्ष प्रभाकर गवाणे यांनी मुंबई ग्राहक पंचायतीची उद्दिष्टे आणि आजची संस्थेची स्थिती याची सविस्तर माहिती देत आपण एकास एक असे सहयोगी सभासद बनवू

शकतो. भेट म्हणून आपल्या नात्यातील व्यक्तींना सहयोगी सभासद करावे. मुंबई ग्राहक पंचायतीच्या सुवर्ण महोत्सवी वाटचालीतील पन्नास हजार सदस्यांचे हे उद्दिष्ट कसे लीलया पार करू शकतो याची चावीच गवाणे यांनी मेळाव्यात उपस्थितांना प्रदान केली. विजय खानोलकर यांनी आभार प्रदर्शन केले.

कार्यक्रमाचे सूत्रसंचालन रजनी राऊत यांनी केले. या मेळाव्यासाठी शेखर कांबळी, नरेंद्र घनवटकर, धर्मराज गोडबोले, नितिन पालकर आणि प्रशांत पावसकर यांचे खास सहकार्य लाभले.

स्वादिष्ट अल्पोपाहाराला गीतांची साथ लाभली. 'हम भी तो है' हा सुरेल हिंदी मराठी गीतांचा बहारदार कार्यक्रम प्रशांत वर्तक आणि सहकारी यांनी सादर केला. जुन्या नव्या गीतांच्या श्रवणीय मैफिलीची सांगता शेवटी राष्ट्रगीताने करण्यात आली.

– रुपाली कदम, कार्यवाह, दहिसर विभाग



प्रतिसाद

मी गेली १४ वर्षे पंचायत पेठांना आवर्जून भेट देते. तेव्हापासूनच मला सभासद होण्याची इच्छा होती. हा योग ऑक्टोबर २०२२ मध्ये जुळून आला. त्यावेळी मी बोरीवली पेठेत संस्थेच्या स्टॉलवर मला सभासद व्हायचे आहे असे सांगितले आणि अगदी २ दिवसातच मला सभासदत्व मिळाले. तेव्हापासून मला सर्व वस्तू वाटपातून योग्य रास्त भावात व उत्कृष्ट दर्जाच्या मिळतात. तसेच सगळे जिन्नस अगदी जिव्हाळ्याने आपल्यापर्यंत पोचतात असे जाणवते. मी फार्मसी कॉलेजमध्ये प्राध्यापिका आहे. त्या अनुषंगाने मी आपले 'ग्राहक तितुका मेळावा' हे मासिक कॉलेजमध्ये वाचून दाखवलेले आहे. आता नवीन नियम 'ग्राहक तितुका मेळावा' मागणी नोंदवणे आवश्यक स्वागताह अस्सून त्यासाठी मी आपले अभिनंदन करते. आपल्या अनेक स्पर्धा होत असतात त्यातील 'मी जागरूक ग्राहक' ह्या स्पर्धेत मी सहभागी झाले होते. त्यातील निवडक प्रतिसादांमध्ये माझाही नंबर लागला होता. हा माझ्यासाठी सुवर्णक्षण होता. सुवर्ण महोत्सवी वर्षाबद्दल खूप खूप शुभेच्छा आपल्या ह्या संस्थेचे कार्य आणि त्यातला आमचा सहभाग दिवसेंदिवस वाढत जावो ही सदिच्छा!

– डॉ. रोहिणी चंद्रात्रे वाघमारे, कांदिवली (प)

विलेपार्यांत संघप्रमुख शिबीर

विलेपार्ले विभागाने ७ एप्रिल रोजी विभागातील संघप्रमुख आणि संघसभासदांसाठी शिबीर आयोजित केले होते. नावनोंदणी करताना सभासदांना कापडी पिशवी आणि पेढा दिला गेला.



संघटन विभाग प्रमुख रंजना मंत्री आणि त्यांच्याबरोबर ममता आठल्ये उपस्थित होत्या.

कार्यक्रमाची सुरुवात विभागाच्या कार्याध्यक्ष अंजली खरे यांनी सगळ्यांच्या स्वागताने केली. पाहुण्यांची ओळख करून दिल्यानंतर कार्यवाह सुनेत्रा राजाध्यक्ष यांनी विभागात चालणाऱ्या उपक्रमांबद्दल सांगितले.

MGP संबंधित काही प्रश्न-अध्यक्ष कोण, संघ नंबर कसा तयार होतो इत्यादी प्रश्न तयार केले होते. प्रगती आचरेकर यांनी प्रश्न विचारले व बरोबर उत्तर देणाऱ्यास पेन बक्षीस म्हणून दिले.

संघटन विभाग प्रमुख रंजना मंत्री यांनी उपस्थितांना छान मार्गदर्शन केले. उपस्थितीबद्दल समाधान व्यक्त केले. MGP त

काम करायला लागल्यावर थांबवावेसे वाटत नाही. आपल्याला जमेल त्यानुसार काम करू शकता. ओळखीच्यांना आपले सभासद करून कसे घ्यायचे ते सांगितले. लोकांकडे जाताना आपले पोहे, रवा असे काही गोष्टी घेऊन जा. आपल्या वस्तूंचे वेगळेपण, दर्जा समजून सांगा! म्हणजे सभासद वाढतील.

७ एप्रिल जागतिक आरोग्य दिन. त्या निमित्ताने ऐकू आनंदे हा श्रवणतज्ज्ञ रिद्धी पोतदार बुर्डे (विभाग खजिनदार अंजली पोतदार यांची मुलगी) यांचे सोप्या भाषेतील मार्गदर्शनपर भाषण झाले. आजकाल माणसांची वयोमर्यादा वाढली आहे. तेव्हा quality of life जगण्यासाठी श्रवणदोषांवर वेळेत उपचार करावेत, हे त्यांनी समजावून सांगितले.

MGPच्या सुवर्ण महोत्सवी वर्षानिमित्त रिद्धी पोतदार यांनी विभागातील सभासदांना, त्यांनी संघाचे नाव, सभासद नं. सांगितला तर तपासणीत सूट देणार, असे सांगितले. ३/४ जणी त्यांच्याकडे जाऊनही आल्या. एकंदरीत सर्व उपस्थितांनी शिबीर चांगले झाल्याबद्दल आनंद व्यक्त केला.

– सुनेत्रा राजाध्यक्ष

दादरला संघप्रमुख शिबीर

१ मे २०२४ रोजी दादर-माहिम-बांद्रा विभागाचे संघप्रमुख-संघ सभासद शिबीर मकरंद सभागृह, दादर येथे आयोजित केले होते. या शिबिराला विभागातील सभासदांनी चांगला प्रतिसाद दिला.



रंजना मंत्री यांनी विभागाने हाती घेतलेले उपक्रम व MGPच्या ५० व्या वर्षीच्या वाटचालीबद्दल सभासदांना माहिती दिली.

नव्याने सुरू होत असलेल्या NACH सिस्टीमची माहिती उत्तरा कर्वे यांनी लिहिलेल्या नाटुकलीतून अतिशय रंजक पध्दतीने देण्यात आली. यामध्ये अनघा आचरेकर, मेधा पेंढारकर, उत्तरा कर्वे

आणि वीणा तेंडुलकर यांनी भाग घेतला होता.

शीला देवळेकर यांनी ऑनलाईन मागणीपत्रकाबद्दलची माहिती सभासदांना दिली. तसेच संघप्रमुख गुपवर सतत येणाऱ्या प्रश्नांची उत्तरे स्वप्ना पंडीत व शीला देवळेकर यांनी संवादातून दिली.

रंजना मंत्री यांनी उपस्थित सभासदांमध्ये दोन गट पाडून 'मॉल आणि ऑनलाईन खरेदी विरुद्ध ग्राहक संघ' या विषयावर चर्चासत्र घेतले. चर्चासत्र खूपच रंगत गेले आणि सभासदांनी उत्स्फूर्तपणे ग्राहक संघाची बाजू उचलून धरली.

संस्थेशी निगडित काही प्रश्न पर्यायी उत्तरे देऊन अलका मोकाशी व प्रिया कुलकर्णी यांनी सभासदांना विचारले आणि योग्य उत्तरे देणाऱ्या सभासदांना कापडी पिशवी बक्षीस दिली.

विभागाने सध्या हाती घेतलेल्या 'घन कचरा वर्गीकरण' या उपक्रमाबद्दल कविता कात्रे यांनी माहिती दिली. विभागातील प्रत्येक संघ सभासदाने यात सहभाग घ्यावा असे आवाहन केले. जे सभासद वर्गीकरण करतात त्यांना कापडी पिशवी भेट दिली.

– स्वप्ना पंडीत, दादर-माहिम-बांद्रा विभाग

‘ग्रीन वॉशिंग’ – फसवण्याचा धंदा!

घराबाहेर पडले की सहजच आपण पिण्यासाठी पाण्याची बाटली विकत घेतो. त्या बाटलीच्या लेबल वर ‘हे उत्पादन’ पर्यावरणपूरक आहे असे छापलेले असते. आपल्याला बरे वाटते की आपण निदान पर्यावरणास हानिकारक असे काही करत नाही. पण असा हा जो दावा एका बलाढ्य बहुराष्ट्रीय कंपनीकडून केला गेला होता तो सपशेल खोटा निघाला. नंतर या कंपनीस खोटा दावा केल्याबद्दल दंडही ठोठावला गेला.



या अनुचित व्यापारी प्रथेला ‘ग्रीन वॉशिंग’ किंवा ‘ग्रीन शीन’ असे म्हटले जाते. एखाद्या कंपनीची उत्पादने पर्यावरणाच्या दृष्टीने योग्य कशी आहेत, याबद्दल चुकीची किंवा दिशाभूल करणारी माहिती देण्याचे अनुचित काम ग्रीन वॉशिंग करत असते. एखाद्या कंपनीची उत्पादने पर्यावरणास अनुकूल आहेत! असा नको तितका सकारात्मक विश्वास ठेवण्यासाठी ग्राहकांना फसवण्याचा दावा करणे म्हणजेच ग्रीन वॉशिंग! हा दावा सिद्ध करू शकणारी कोणतीही माहिती दिली जात नाही, हे विशेष.

‘व्हाईटवॉशिंग’ नावाचे एक नाटक आले होते. खोट्यावर मुलामा चढवून त्याला खरे असल्याचा आभास निर्माण करण्याचा विषय त्यात दाखवला होता. त्यावरूनच ‘ग्रीन वॉशिंग’ हा शब्द प्रयोग रूढ झाला आहे. १९६० सुमाराला एका हॉटेलने आपल्या पाहुण्यांना टॉवेल परत परत वापरण्यास आवाहन केले. कारण दिले की असे करणे हे पर्यावरण स्नेही आहे. ग्राहकांना देखील छान वाटले की आपण काहीतरी चांगले काम करत आहोत. यात हॉटेलचा फायदा झाला. काम कमी झाले, खर्च वाचला.

याही पेक्षा मोठे उदाहरण ऊर्जा निर्मिती करणाऱ्या कंपन्यांचे देता येईल. ऊर्जा निर्मिती निर्माण करताना भरपूर प्रदूषण होत असते. काही कंपन्या मात्र ‘आम्ही ऊर्जा पर्यावरणाला हानिकारक ठरणार नाही अशा पध्दतीने ऊर्जा निर्मिती करतो कारण आम्हाला पर्यावरणाची काळजी आहे’, त्यामुळे आमची ऊर्जा इतर ऊर्जा उत्पादकांपेक्षा अधिक पर्यावरण स्नेही आहे असा हेका लावतात.

साहजिकच अशी जाहिरात बघितली किंवा वर्तमानपत्रात ‘प्रेस रिलीज’ वाचले की ग्राहक त्या कंपनीकडे आकर्षित होतात. परंतु त्यासाठी ते नेमके काय, किती, कोणत्या वेळी काय करतात हे मात्र सांगितले जात नाही.

असे असले तरी सर्वच उत्पादक ग्रीन वॉशिंग मध्ये नसतात. अमेरिकेतील ‘ऑल बड्स’ ची वेब साईट सांगते की त्यांच्या स्निकर्स मेरीनो लोकरीपासून बनवलेल्या असतात. त्याला लावलेली लेस प्लास्टिकच्या बाटल्यांच्या पुनर्नवीकरणातून तयार केलेली असते. त्याचे अस्तर एरंडेल बियांपासून बनवलेले असते. ज्या खोक्यातून हे उत्पादन पाठवले जाते ते सुद्धा पुनर्वापराचे असतात. हे एक चांगले उदाहरण म्हणून त्याकडे पहाता येईल कारण हे दावे कोणीही तपासून पाहू शकते.

अमेरिकेत यू.एस. फेडरल ट्रेड कमिशन (FTC) ने या बाबतीत कायदा केलेला आहे. त्याला अनुसरून ग्राहकांचे संरक्षण करण्यासाठी नियमावली जारी केली आहे.

- उत्पादकाने जाहिरातीतून आपले पॅकेजिंग आणि उत्पादनाचे ‘हिरवे’ दावे सोप्या भाषेत व स्पष्टपणे लिहिले पाहिजेत.
- पर्यावरण स्नेही असल्याच्या दाव्याने ते उत्पादन, पॅकेजिंग किंवा उत्पादनाचा किंवा पॅकेजचा एखादा भाग आहे हे स्पष्टपणे सांगितले पाहिजे.
- पर्यावरण स्नेही असल्याच्या गुणधर्माचा अतिरेक असू नये.
- स्पर्धात्मक तुलनेत पर्यावरण स्नेही असल्याचा दावा केला, तर तो दावा सिद्ध करता आला पाहिजे.

भारतामध्ये एनर्जी स्टार लेबल, ब्युरो ऑफ एनर्जी एफिशिएन्सी लेबल, इकोमार्क लेबल आणि फॉरेस्ट स्टीवर्डशिप कौन्सिल लेबल यासारखी अनेक पर्यावरण स्नेही किंवा ग्रीन लेबले आहेत. ऊर्जा कार्यक्षमता, जलसंवर्धन आणि कच्च्या मालाचा शाश्वत पुरवठा यासारख्या निकषांची पूर्तता करणाऱ्या उत्पादनांना ही लेबले दिली जातात.

याशिवाय भारतात जाहिरातींवर लक्ष ठेवणारी ‘वॉचडॉग’, अॅडव्हर्टायझिंग स्टँडर्ड्स कौन्सिल ऑफ इंडिया (ASCI) ने देखील पर्यावरणास अनुकूल उत्पादनांच्या जाहिरातीसाठी मार्गदर्शक तत्वे दिली आहेत. मुख्यतः कंपन्यांनी त्यांच्या जाहिरातींमध्ये केलेल्या कोणत्याही पर्यावरणीय दाव्यांचे समर्थन करण्यासाठी वैज्ञानिक पुरावे देणे आवश्यक आहे. हिरव्या जाहिराती सत्य, अचूक आणि अतिशयोक्तीपूर्ण नसाव्यात. असे असले तरी काही कंपन्यांकडून

(पान क्र. २० पाहा...)

आरोग्य विम्यासाठी वयाची अट काढली, पण...

मध्यंतरी एक महत्त्वाची बातमी सगळीकडे प्रसिद्ध झाली, ती म्हणजे आता आरोग्यविमा घेण्यासाठी कोणतीही अट नाही. सर्वात जास्ती खुश झाले ते साहजिकच वरिष्ठ नागरिक. विमा नियामक, म्हणजे Insurance Regulatory Development Authority of India - IRDAI, यांनी २० मार्च, २०२४ रोजी एक परिपत्रक काढले आणि त्यात ही तरतूद केली. या परिपत्रकात इतरही काही नव्या तरतुदी आहेत आणि त्या सर्व १ एप्रिल, २०२४ पासून लागू झाल्या आहेत. या सर्व नव्या तरतुदींचा अभ्यास करून त्या कितपत व्यवहार्य आहेत याचा विचार करावा लागेल.



वयाची अट काढून टाकली आहे ती फक्त वरिष्ठ नागरिकांसाठी नाही, तर लहान मुले, कॉलेजात जाणारे विद्यार्थी इत्यादींसाठी सुद्धा ही अट काढून टाकण्यात आली आहे. विम्याच्या हप्त्याचा विचार केला, तर लहान व तरुण यांच्यासाठी साहजिकच हा हप्ता खूप कमी असू शकतो. मात्र ज्येष्ठ नागरिकांचे तसे नाही. जितके वय जास्त, तितका हप्ताही जास्त असणार. ज्या वयात आपण फारसे काही कमवत नाही, त्या वयात भरमसाठ हप्ता भरणे किती जणांना परवडणार आहे? ज्यांचा आधीपासून आरोग्य विमा आहे, त्यांच्या तक्रारी आहेत की, कंपनीने विम्याचा हप्ता भरमसाठ वाढवला. या पार्श्वभूमीवर सदर परिपत्रकातील इतर बदलही लक्षात घ्यायला हवेत.

पूर्वापार काही आजार असेल, तर आता पॉलिसी काढताना असा / असे आजार सुरुवातीचे ३६ महिने विचारात घेतले जाणार नाहीत. पूर्वी ही अट ४८ महिन्यांची होती. याचा फायदा नवीन पॉलिसी धारकांना होईल. मात्र तरीही असा कोणताही आजार असेल, तर तो लपवून न ठेवता त्याचा तपशील पॉलिसीच्या अर्जात दिला गेला पाहिजे. काही आजार अथवा व्याधी पॉलिसी घेतल्यानंतर उद्भवू शकतात. उदाहरणार्थ मोतीबिंदू किंवा गर्भाशयाशी संबंधित शस्त्रक्रिया. यासाठी पहिली पॉलिसी घेतल्यापासून काही ठराविक कालावधीपर्यंत आरोग्य विम्याचे कवच मिळत नाही. याबाबत ज्या

अटी आहेत त्यांचा स्पष्ट उल्लेख पॉलिसी मध्ये केलेला असतो, तो नीट वाचणे आवश्यक आहे. नवीन परिपत्रकानुसार असा कालावधी जास्तीत जास्त ३६ महिन्यांचा ठेवण्यात आला आहे.

‘आयुष उपचार’ ही संकल्पना काही वर्षांपूर्वी आरोग्य विम्यात अंतर्भूत करण्यात आली. या अंतर्गत आयुर्वेद, योग, निसर्गोपचार, युननी, सिद्धा आणि होमिओपॅथी या सर्व उपचार पद्धतींना मान्यता देण्यात आली आहे. नवीन परिपत्रकात निर्देश दिले आहेत की या उपचार पद्धतींना इतर उपचार पद्धतीसारखेच मानले जावे. म्हणजे या उपचार पद्धतींना कमी कवच आणि इतर उपचार पद्धतींना जास्ती कवच, असे असता कामा नये. जेव्हा एखाद्या उपचार पद्धतीबाबत दुमत होते, तेव्हा विमा लोकपाल तज्ज्ञांची मदत घेतात. आता प्रश्न असा आहे की योग, निसर्गोपचार, अशा पद्धतीबाबत दुमत झाले, तर लोकपालांकडे त्या क्षेत्रातील तज्ज्ञ आहेत का?

आता एक महत्त्वाचा मुद्दा म्हणजे आरोग्य विम्याचा हप्ता. पॉलिसीचे नूतनीकरण करतांना हा हप्ता भरमसाठ वाढला अशी एक सर्वसामान्य तक्रार वरिष्ठच नव्हे, तर इतर पॉलिसीधारकसुद्धा करतात. जरी नियामकाने आरोग्य विमा कंपन्यांना दर तीन वर्षांनी हप्त्यात बदल करण्याची मुभा दिली असली, तरी याबाबत कोणतेही सुस्पष्ट निर्देश नाहीत. माझा स्वतःचा अनुभव असा की माझ्या पॉलिसीचा हप्ता तब्बल ६८ टक्क्यांनी वाढविण्यात आला, आणि त्याबाबत संबंधित कंपनीने काहीतरी थातुरमातुर स्पष्टीकरण दिले, जे अर्थातच पटण्यासारखे नव्हते. ज्यांची पॉलिसी जुनी आहे आणि अनेक वर्षात दावा करण्याचा प्रसंग आलेला नाही, अशांचा अनुभवही थोड्याफार फरकाने असाच आहे.

ज्येष्ठ नागरिकांसाठी आरोग्य विमा पॉलिसीमध्ये सर्वसाधारणपणे असलेली दुसरी एक अट म्हणजे ‘को-पेमेंट’. यानुसार जो काही वैद्यकीय खर्च होईल त्याच्या २० टक्के रक्कम पॉलिसीधारकाने भरायची असते आणि उर्वरित ८० टक्के रकमेचा दावा विमा कंपनीने तपासायचा असतो. पॉलिसी नीट न वाचल्याने दावा दाखल झाल्यावर कंपनी जेव्हा या रकमेबद्दल सांगते, तेव्हा हमखास वाद निर्माण होतात. अर्थात बऱ्याच वेळा एजंट मंडळीही याबाबत काही सांगत नाहीत.

वयाची अट काढल्यामुळे ज्येष्ठ नागरिक आरोग्य विम्यासाठी पुढे येतील. परंतु याचा हप्ता किती असेल, ते वयावर आणि सध्या असलेल्या आजारांवर अवलंबून आहे. जरी काही आजार नसेल, तरी एखाद्या ८० वर्षे वयाच्या नागरिकाला फार मोठा हप्ता भरावा लागू शकेल. ही रक्कम त्याला परवडेल का हा महत्त्वाचा प्रश्न आहे.

(पान क्र. २० पाहा...)

पर्यावरणरन्नेही 'इकोटेल'

आपल्या चेंबूरच्या कार्यकर्तीने मध्यंतरी शहा कॉलेजच्या विद्यार्थिनींसह पर्यावरणस्नेही हॉटेल कसे आहे, यासाठी प्रकल्प भेट दिली. त्याचा वृत्तान्त, पर्यावरण दिनानिमित्त -

उन्हाळ्यात मुंबईचे तापमान ४० अंश सेल्सिअस पर्यंत गेले. जगभरात अनुभवायला येणाऱ्या तापमान वाढीला आपणच जबाबदार आहोत. तापमानवाढ रोखण्यासाठी आपण सर्वांनी प्रयत्न करायला हवेत.



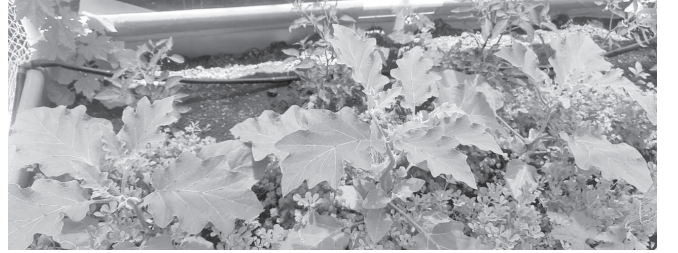
पर्यावरणाविषयी जागरूक व कृतिशील असलेले उद्योगपती डॉ. विठ्ठल कामत यांनी असाच एक छोटासा प्रयत्न केला. त्यांनी याच महानगरीत 'ऑर्किड' नावाचे पर्यावरणस्नेही हॉटेल बांधले. या हॉटेलला मध्यंतरी श्री एम.एम.पी. शहा कॉलेजच्या विद्यार्थिनींनीसह मी भेट दिली. ही वैशिष्ट्ये आढळली-

- ऑर्किडची वास्तू गर्द झाडांनी व्यापलेली आहे. सात मजली उंच इमारत आहे. तिचे छत काचेचे आहे. त्यामुळे सूर्यप्रकाश थेट खालपर्यंत पोहोचतो. याच्या चारही बाजूंनी रूमची रचना



आहे. या रूमसना दिवसा नैसर्गिक प्रकाश मिळत असल्याने ऊर्जेची बचत होते. रात्रीच्या वेळी एलईडी दिव्यांचा वापर होतो.

- हॉटेलमधील ओल्या कचऱ्याचे सेंद्रिय खतामध्ये रूपांतर केले जाते, यातून तयार झालेली माती व खत गच्चीवरील गार्डनसाठी वापरले जाते.
- हॉटेलमध्ये सजावटीसाठीची झाडे व टेबलावरील छोटे पॉट आहेत. त्यामुळे प्रत्येक टेबलावर वेगळ्या फुलांच्या सजावटीची गरज लागत नाही.
- इमारतीच्या आवारात मागच्या बाजूला मलनिस्सारण प्रकल्प - (Sewage Treatment Plant) कार्यान्वित आहे. यातून येणाऱ्या पाण्याचा वापर झाडांसाठी केला जातो. याव्यतिरिक्त जे खराब पाणी असते, त्याच्यावर प्रक्रिया करून ए.सी.साठी त्याचा पुनर्वापर केला जातो.



- येथील ए.सी. गॅसवर चालत नसून पाण्यावर चालतात.
- हॉटेलमध्ये निर्माण होणाऱ्या कचऱ्याचे वर्गीकरण केले जाते. हॉटेलमधील खोल्यांतील हॅगर्स लाकडाच्या भुशापासून तयार केले आहेत.
- पायातील स्लिपर्स, लॉन्ड्री बॅग कापडाच्या आहेत.
- याव्यतिरिक्त या हॉटेलमध्ये अनेक पर्यावरणस्नेही उपक्रम राबवले जातात. त्यात विद्यार्थ्यांचा आणि स्थानिक लोकांचा सहभाग असतो. उदा. शाडूची गणेश मूर्ती तयार करताना त्यात भाजीचे बी टाकतात. विसर्जनानंतर त्या बीपासून झाड येते, अशी कार्यशाळा होते.
- त्यांच्या कुलू मनाली येथील हॉटेलला प्लास्टिक बाटल्याच्या झाकणाची भिंत तयार करून ती रंगवली आहे.

पर्यावरणाचा विचार करणाऱ्या या हॉटेलमधील काही कल्पना आपण आपल्या घरीसुद्धा राबवल्या पाहिजेत.

- मोक्षदा नूलकर, चेंबूर

सदोष पॅकबद्दल धडा शिकवला

मध्यंतरी मी विष्णुनगर, नौपाडा, ठाणे येथील एका औषधाच्या दुकानामधून ग्रेनोल (GRANOL- 100ml) हे धान्यरक्षक विकत घेतले. त्याची किंमत शंभर रुपये होती. साधारण गेली सहा वर्षे मी हे उत्पादन वापरत आहे. पॅकिंग बॉक्स उघडल्यावर मला लक्षात आले की पूर्वी काचेच्या बाटलीत मिळणारे यावेळी प्लास्टिकच्या बाटलीत आले आहे आणि त्यातील द्रव पदार्थ १००ml नाही, कितीतरी कमी आहे. माझ्याकडील मेजरींग कपमध्ये मोजले असता ते केवळ ६० ml भरले.

लगेचच दुकानदारास जाऊन दाखविले असता त्याने उत्पादनाचे आणखी काही पॅक ठेवलेला संपूर्ण खोका उघडून पाहिला आणि सर्वच बाटल्यांमध्ये अर्धेच किंवा त्याहून थोडेसे जास्त धान्यरक्षक भरलेले होते, असे आढळून आले.

दुसऱ्या दिवशी मी सकाळी पुन्हा त्या दुकानात गेले आणि पुन्हा एक ग्रेनॉलचे पॅक विकत घेतले. त्याची पावती घेऊन त्याचा फोटो काढला. दुकानातील विक्रेत्यासच मी पॅक उघडायला सांगितला. मेजरींग कपमध्ये द्रव पदार्थ मोजायला सांगितला व तो किती भरला आहे, मोठ्याने सांगायला सांगितले.

विक्रेता व दुकान मालक यांची परवानगी घेऊन या संपूर्ण कामाचा व्हिडिओ काढला. यावेळी हा द्रव पदार्थ १००ml ऐवजी फक्त ७०ml भरला होता.

उत्पादनाच्या बॉक्सवरील ई-मेलवर हा व्हिडिओ, पावतीचा फोटो व माझी तक्रार पाठवून आठ दिवसांत याचे कारण कळवावे, अशी विनंती केली. उत्पादक कंपनीने त्यावर काही उत्तर दिले नाही.

या बाबतीतली संपूर्ण माहिती आणि व्हिडिओ 'जागो ग्राहक जागो'च्या पत्त्यावर व लीगल मेट्रोलाॅजी डिपार्टमेंट (Legal Metrology Department) यांना पाठवून रीतसर तक्रार नोंदविली.

दुसऱ्याच दिवशी मला लीगल मेट्रोलाॅजी डिपार्टमेंट यांचेकडून फोन व ई-मेल आला. तुमची तक्रार नोंदवून घेतली आहे आणि त्या अनुषंगाने तपास सुरू केला आहे, असे उत्तर मिळाले. या डिपार्टमेंटच्या इन्स्पेक्टर व त्यांच्या टीमने, मी नमूद केलेले मेडिकल स्टोअर व इतरही दुकानांमध्ये जाऊन कंपनीचा माल चेक करून घेतला. तक्रारीनुसार सर्वच पॅकमध्ये द्रव १००ml पेक्षा बराच कमी असल्याचे आढळून आले. त्यामुळे त्या व इतर दुकानातून सर्व माल जप्त केला. डीलर आणि कंपनी यांच्यावर गुन्हा नोंदवला.

या घटनेनंतर कंपनीचा मला माझा फोन नंबर विचारण्यासाठी ई-मेल आला. चूक कबूल करत मला भेटण्याची विनंती करण्यात आली. त्यानंतर कंपनीच्या वेगवेगळ्या अधिकाऱ्यांकडून भेट

देण्याची विनंती करण्यात येत होती. मेट्रोलाॅजी डिपार्टमेंट आपले काम करतच होते. कंपनीवर गुन्हा दाखल झाला होता. पहिलाच गुन्हा असल्याने त्यांना 'रुपये साठ हजार दंड' या स्वरूपात शिक्षा करण्यात आली होती. या सर्व प्रक्रियेनंतर अखेर जानेवारीमध्ये कंपनीच्या रीजनल मॅनेजरच्या विनंतीवरून मी त्यांची प्रत्यक्ष भेट घेण्यास तयार झाले. भेट घेण्याचे ठिकाण मुंबई ग्राहक पंचायत ठाणे वितरण ऑफिस हे ठरवले. या मीटिंगमध्ये मुंबई ग्राहक पंचायत संस्थेचे कार्योपाध्यक्ष प्रभाकर गवाणे सर व सुळे सर यांच्या उपस्थितीत मी कंपनीचे रीजनल मॅनेजर यांची भेट घेतली.

त्या भेटीत कंपनीने-

१. प्रॉडक्टचे पॅकिंग लगेचच बदलून नवीन पॅकिंग बाजारात आणले होते जेणेकरून द्रव पदार्थ सैल टोपण असल्याने वाहतुकीदरम्यान सांडून कमी होणार नाही किंवा volatile असल्याने कमी होणार नाही, असे म्हटले.
२. मी विकत घेतलेल्या दोन सदोष पॅकचे बदलात नवीन दोन पॅक दिले.
३. कंपनीच्या रिसर्च अँड डेव्हलपमेंट विभागास या पॅकिंग विषयी खोलात जाऊन अभ्यास व सुधारणा करण्यासाठी कळविण्याचे मान्य केले.
४. सदोष पॅकिंग असलेला सर्व माल परत घेतल्याचे नमूद केले. या नंतर Legal Metrology Department कडून मला ई-मेल आला. त्यांच्या संपूर्ण कारवाईबाबत माहिती देण्यात आली. कंपनीला करण्यात आलेल्या दंडाची रक्कम रुपये साठ हजार ही त्यात नमूद केली होती.

ही तक्रार नोंदविण्यासाठी, विष्णुनगर, नौपाडा, ठाणे येथील मेडिकल स्टोअरचे मालक व कर्मचारी यांची मोलाची मदत झाली. इतके छान सहकार्य मिळणे हा निश्चितच सुखद अनुभव होता. दुकानदाराचीही ग्राहकाप्रति जागरूकता याद्वारे दिसून येते.

मुंबई ग्राहक पंचायत ठाणे वितरण संस्थेने या संपूर्ण प्रक्रिये संदर्भात सुरवातीपासून. अखेरच्या मीटिंग पर्यंत प्रत्येक वेळी मार्गदर्शन केले. सदोष पॅकिंग उघडकीस आणून त्यात सुधारणा करण्यापर्यंतच्या प्रवासात संस्थेचा सिंहाचा वाटा आहे. एक जागरूक ग्राहक म्हणून आपण कोणतेही उत्पादन सजगतेने विकत घेतल्यावर कितीही मोठी कंपनी असली तरी आपणास फसवू शकत नाही. आपल्या पाठीमागे आपली मोठी संस्था असल्याने दाद मागणे सुकर होते.

- स्वाती रणदिवे, उत्कर्ष ग्राहक संघ, नौपाडा, ठाणे.

माझी तक्रार मीच सोडवताना..

मुंबई ग्राहक पंचायतीमध्ये मी सक्रिय असल्याचे अनेकांना माहित असल्याने परिचित अपरिचित, त्यांच्या वैयक्तिक तसेच ग्राहक म्हणून येणाऱ्या प्रश्नांवर उपाय विचारतात. माझ्या समजुतीप्रमाणे त्यांच्या समस्येवर मी मार्गदर्शन करतो अथवा योग्य व्यक्तीशी त्यांची गाठ घालून देतो. भविष्यात एखाद्या प्रश्नावर ग्राहक म्हणून दाद मागण्याची वेळ माझ्यावर येईल असे स्वप्नातही वाटले नव्हते, ती वेळ माझ्यावर आली आणि तीन महिने तीन दिवस अखंड पाठपुरावा केल्यावर त्यास बरेचसे यश आले. 'ग्राहक सेवेतील चुटी' या सदराखाली जिल्हा ग्राहक आयोगाकडे याची दाद मागता येईल परंतु माझ्या मार्गदर्शक वकिलांनी तसेच संस्थेचे कार्याध्यक्ष अॅड. शिरीष देशपांडेसरांनी मूळ रकम मिळाली असल्याने हे प्रकरण वाढवू नये असा सल्ला दिला. तत्वतः तो मला पटला तरी यापुढे काय करायचं यावर मी विचार करत असताना विरोधी पक्षाकडून एकरकमी तडजोड रकम देण्याची तयारी दर्शविण्यात आली. त्याप्रमाणे रकम मिळाल्याने सामंजस्याने हा प्रश्न सुटला आहे. मुख्य घटना अशी-

काही वैयक्तिक कारणासाठी वापरात नसलेले दागिने आम्ही विकायचे ठरवले. हे दागिने प्रभादेवी येथील एका सुप्रसिद्ध पेढीवर घेतले होते. त्याच्या खरेदीच्या पावत्याही होत्या. अन्य सोनारांना ते दाखवले असता त्यांनी देऊ केलेली रकम आणि दागिने जिथून घेतले त्यांनी सांगितलेल्या रकमेत वीस हजाराहून अधिक फरक होता, म्हणून मूळ सोनाराकडे दागिने विकण्याचा निर्णय मी घेतला. त्यांनी दागिन्यांचे ३,४२,०००/- रु. २०/२२ दिवसात जास्तीत जास्त २ जानेवारी २०२४ पर्यंत एनइएफटी देतो, असे सांगितले. यापूर्वीचा त्याच्याकडील अनुभव चांगला असल्याने मला ते मान्य होते.

२ जानेवारीपर्यंत पैसे खात्यात जमा न झाल्याने फोनवरून त्यांच्याशी संपर्क साधला असता १२ जानेवारीपर्यंत सर्व पैसे देतो, असे त्यांनी सांगितले. १० जानेवारीला त्यांना आठवण करून देण्यासाठी फोन केला असता तो न उचलल्याचे मनात शंकेची पाल चुकचुकली. १२ तारखेला त्यांच्या दुकानात गेलो असता ते थातुरमातुर कारणे सांगू लागले. त्यांच्याकडून येणे असलेली रकम १६ आणि १८ जानेवारीचे प्रत्येकी एक लाख रुपयांचे चेक देऊन उरलेली रकम २ हप्त्यात एनइएफटीने २१ जानेवारीपर्यंत देतो, असे सांगितले. यात काही गडबड झाली तर त्यांच्यावर कायदेशीर कारवाई करू शकेन, अशा पत्रावर मी त्यांची सही घेतली. दोन्ही चेक खात्यात शिल्लक नसल्याने परत गेले. २१ जानेवारीपर्यंत एकही पैसा न मिळाल्याने तक्रार मार्गदर्शन केंद्रप्रमुख शर्मिला रानडे यांचा

सल्ला घेतला असता त्यांनी पेढीवर फोन केला, मालकांशी बोलणे केले असता माझे पैसे देणे असल्याचे मान्य करून २८ जानेवारीपर्यंत देतो म्हणून सांगितले. त्यादिवशी पैसे न आल्याने शर्मिला रानडे यांनी आपल्या 'समेट' या मध्यस्थी मंचाकडे जाण्याचा सल्ला दिला. ३१ जानेवारीला वरचे ४२ हजार आले तरी तीन लाख बाकी असल्याने ४ फेब्रुवारीला समेटकडून नोटीस दिली गेली आणि १० दिवसात प्रतिसाद मागवला होता. १५ फेब्रुवारीला सोनाराकडून ५० हजार आले, परंतु नोटीशीला उत्तर न आल्याने लगेच १३८ खाली नोटीस देण्याचे ठरवले. ही नोटीस चेक परत गेल्यापासून ३० दिवसात देणे बंधनकारक असल्याने भाचीच्या ओळखीने एका नामवंत फर्मकडून तिसाव्या दिवशीच पाठवली. यानंतर सोनाराच्या दुकानातून २२ फेब्रुवारीला फोन आला की, 'तुम्ही आम्हाला दोन नोटीस पाठवल्या आहेत त्यातील कोणत्या नोटीशीला उत्तर द्यायचं आम्ही १५ दिवसात राहिलेले पैसे आणि चेक परत गेल्याचे चार्जेस देत आहोत.' मी त्यांना सांगितलं, 'जे काय करायचं ते तुम्ही ठरवा, पैसे परत कसे मिळतील त्यासाठी सर्व प्रयत्न करणं हे माझं काम आहे' त्यांनी सांगितलेल्या मुदतीत आणखी पन्नास हजार २ मार्चला आले, तरीही दोन लाख रुपये येणे बाकी होते. वारंवार पाठपुरावा करूनही नोटीशीला, ईमेलला उत्तर सोडा, साधी पोहोचही त्यांनी दिली नाही. तीन महिने झाले. साधारण ४०% रकम हातात आली होती. उरलेले दोन लाख रुपये मिळवण्यासाठी पोलीस स्टेशनला जाऊन तक्रार द्यायचं ठरवलं.

पोलिसांनी पाठपुरावा केल्यावर साधारण ३० तासांत टप्याटप्याने उरलेले पैसे मिळाले. उशिरा का होईना, पूर्ण पैसे मिळाले, यात आनंद मानला.

या ज्वेलर्सने अनेकांना अशाच टोप्या लावल्या आहेत, असे नंतर समजल्यावर वाईट वाटले. त्याच्या वडिलांशी माझा वैयक्तिक परिचय होता. नेहमी कायम भरलेल्या दुकानात आज गिऱ्हाईक नाही म्हणून सेल्समन वाट पहातात, त्याचे पगारही नियमित होत नाहीत असे समजले.

अशा प्रकारची तक्रार असल्यास तिची सोडवणूक कशी करावी, यासाठी हा लेखन प्रपंच. या प्रकरणात अभय दातार, शर्मिला रानडे, पूजा जोशी-देशपांडे, विश्वकर्मा अॅण्ड असोसिएट, श्रीकांत आव्हाड आणि दादर पोलीस स्टेशनचे उपनिरीक्षक साळुंके यांनी मोलाचे मार्गदर्शन आणि सहकार्य केले, त्यांचे मनःपूर्वक आभार.

- उदय पिंगळे, अर्थ अभ्यासक

...पान क्र. १५ वरून)

‘ग्रीन वॉशिंग’ – फसवण्याचा धंदा!

आपल्या उत्पादनाची हानीकारकता धूसर करण्यासाठी काही माहिती सादर केली जाते. ही माहिती देण्याचे काम इतर त्रयस्थ संस्थांना दिले जाते. या संस्था उत्पादकाला फायदेशीर, पक्षपाती माहिती देतात कारण या संस्थांना उत्पादकाकडून भरघोस पैसे मिळत असतात. ही अंतर्गत माहिती नसल्याने ग्राहक मात्र फसतो.

ग्रीन वॉशिंगचा आणखी एक सामान्य प्रकार म्हणजे दिशाभूल करणारी माहिती फाइन प्रिंटमध्ये छापणे किंवा पर्यावरणास अनुकूल नसलेल्या पद्धतींचा समावेश करणे. यामध्ये पर्यावरण-अनुकूल किंवा शाश्वत सारख्या संज्ञांचा वापर केलेला असणे. पर्यावरण-अनुकूल किंवा शाश्वत सारख्या संज्ञा लेबलवर असल्या तरी त्या अस्पष्ट आणि पडताळण्यायोग्य नसतात. ही माहिती वाचून ग्राहक मात्र त्या उत्पादनाकडे आकर्षिला जातो.

गुंतवणूकदार आणि ग्राहक खरोखर पर्यावरणास अनुकूल कंपनी किंवा उत्पादने शोधत असतात. त्यामुळेच ग्रीन वॉशिंग हे

फसवे आणि अनैतिक ठरते, कारण ते गुंतवणूकदार आणि ग्राहकांची दिशाभूल करत असते. बऱ्याचदा अशी उत्पादने ‘पर्यावरण स्नेही’ म्हणून महाग विकली जातात. प्रत्यक्षात ती तशी नसल्याने ग्राहकांचे नुकसानच होते. ग्रीन वॉशिंग उघड झाल्यास, ते कंपनीचे नाव आणि प्रतिष्ठा खराब होते हे ग्रीन वॉशिंग करणाऱ्यांनी ध्यानात ठेवावे.

ग्रीन वॉशिंग ही अनुचित व्यापार प्रथा असल्याने ग्राहक संरक्षण कायदा, २०१९ आणि भारतीय जाहिरात मानक परिषद (ASCI) द्वारे त्याचे नियमन केले जाते. २०१९ च्या ग्राहक संरक्षण कायदान्वये उत्पादन किंवा सेवेच्या पर्यावरणीय फायद्यांबद्दल खोट्या आणि दिशाभूल करणाऱ्या दाव्यांना वेसण घालण्याचे काम होते. तरी सुद्धा आपल्या लक्षात आल्यास ASCI च्या ७७१००१२३४५ नंबरवर लक्षात आणून देण्याचे काम आपण सर्व ग्राहक मिळून करू या.

– मंगला गाडगीळ, पूर्वप्रसिध्दी प्रहार

...पान क्र. १६ वरून)

आरोग्य विम्यासाठी वयाची अट काढली, पण...

याचे अधिक स्पष्टीकरण असे की नियामकाने हे जे नवीन परिपत्रक काढले आहे, त्यात असेही म्हटले आहे की सध्या जे आजार आहेत ते स्वीकारून विमा कंपन्यांनी पॉलिसी द्यावी. हे अनिवार्य नाही, पण विमा कंपन्यांनी यासंबंधी काही एक नियमावली तयार करावी. प्रश्न असा आहे की हे गणित जर फायद्याचे नसेल, तर विमा कंपन्या या फंदात कशाला पडतील? जर काही गंभीर आजार असतील, तर नवीन पॉलिसीसाठी विमा कंपनी किती हप्ता लावेल हे काळच सांगेल; पण तो भरमसाट असेल हे नक्की.

एक संभाव्य धोका म्हणजे ग्राहकाची दिशाभूल करून एखादी पॉलिसी त्याच्या गळ्यात मारली जाणे. सध्या हे प्रकार घडत आहेतच, विशेषतः वरिष्ठ नागरिकांच्या बाबतीत. त्यामुळे शिथिल केलेल्या बाबींचे गुलाबी चित्र रंगवून अशा नागरिकांची फसवणूक केली जाऊ शकते. त्यामुळे कोणत्याही आमिषास बळी पडू नये. अधिक माहिती हवी असल्यास आमच्या स्वयंसेवी कार्यकर्त्यांची मदत घ्यावी.

शेवटी महत्त्वाचा एक मुद्दा म्हणजे रुग्णास रुग्णालयात दाखल केल्यानंतर संबंधित विमा कंपनीला कळवावे लागते. सध्या अशी परिस्थिती आहे की कुटुंबांचा आकार लहान होत चालला आहे. पूर्वी कोणास रुग्णालयात दाखल केले तर काका, मामा, पुतण्या, भाचा, असे कोणीतरी मदतीला असायचे. तशी परिस्थिती आता राहिलेली नाही. मनुष्यबळ अपुरे पडते. त्यामुळे विमा कंपनीला जे

काही सांगावे लागते, त्याचा कालावधी रुग्णास दाखल केल्यानंतर निदान ७२ तासांपर्यंत तरी वाढवावा. नियामकाने ही व्यावहारिक अडचण लक्षात घ्यावी ही रास्त अपेक्षा.

– अभय दातार
साभार – प्रहार

जागरूक ग्राहकाने अशी मिळवली नुकसान भरपाई

आपण जेव्हा तिकीट काढून चित्रपटगृहात सिनेमा बघायला जातो, तेव्हा आपण चित्रपटगृहातील सुविधा मिळवण्यास ग्राहक म्हणून पात्र असतो. काही दिवसांपूर्वी जयपूर येथे एका चित्रपटगृहात सिनेमा बघायला आलेल्या प्रेक्षकाच्या लक्षात आले की, त्याची आरक्षित खुर्ची तुटली आहे. त्याने हे तेथील कर्मचार्याला सांगितले. पण तरीसुद्धा त्या प्रेक्षकाला दुसरी सीट देण्यात आली नाही. नंतर त्या खुर्चीवरून उठताना त्याचा कुर्ता फाटला. त्याविरोधात त्या प्रेक्षकाने जयपूर जिल्हा ग्राहक न्यायालयात त्या चित्रपटगृहाच्या मालकाविरोधात खटला दाखल केला. ग्राहक न्यायालयाच्या न्यायाधीशांनी ही सेवेतील गंभीर त्रुटी आहे, असे नमूद केले. त्याबद्दल चित्रपटगृहाच्या मालकाला २२ हजार रुपये दंड आणि १५०० रुपये कुर्त्याची किंमत अशी नुकसान भरपाई त्या प्रेक्षकाला/ग्राहकाला मिळाली.

अशा प्रकारे छोट्या गोष्टीतही सजग राहिल्याने ग्राहक हक्क बजावून ग्राहक न्याय मिळवू शकतो.

Supreme Court Judgment Exempts Advocates from CPA

MGP to Seek Amendment by Parliament

In a judgement of far-reaching implications, the two-judge bench of Hon'ble Supreme Court has declared that no action can lie against the Advocates for their alleged acts of deficiency or negligence in any Consumer Court. The Bench of Justice Bela Trivedi and Justice Pankaj Mithal, in their separate but unanimous judgements dtd 22nd April 2024 have declared that "the Legislature (i.e. Parliament) never intended to include either the Professions or the services rendered by the Professionals within the purview of the



Consumer Protection Act of 1986/2019." For the first time in the history of the Consumer Protection Act, the Supreme Court has felt that "the very purpose and object of the CP Act 1986 as re-enacted in 2019 was to provide protection to the consumers from unfair trade practices and unethical business practices only. There is nothing on record to suggest that the Legislature ever intended to include Professions or the Professionals within the purview of the Act."

As if this blow was not enough, the said two-judge Bench of the Hon'ble Supreme Court has gone a step further by declaring that "we are of the opinion that the decision

of the three-judge bench (of the Supreme Court) in case of 'Indian Medical Association v/s. V P Shantha' deserves to be revisited and considered by a larger bench. We therefore refer the matter to Hon'ble Chief Justice of India for his Lordship's consideration". In 1995 the three-judge Bench of the Hon'ble Supreme Court in the landmark "IMA v/s. V P Shantha case" had categorically held that doctors/medical hospitals are covered under the Consumer Protection Act.

After carefully studying the two-judge Supreme Court judgement exempting Advocates and the legal services from CPA, MGP's legal team is of the opinion that this judgement is erroneous and has wrongly interpreted the definition of 'Service' under the CPA 1986/2019. With utmost respect to the Hon'ble Supreme Court, we are constrained to say that the judgement is bound to set an unhealthy and wrong precedent and has serious implications. The definition of 'service' under the CPA takes into its ambit any and every service rendered to the 'consumer' except the service provided free of charge or service rendered under contract of personal service. It is no body's case that Advocates render service free of charge. Significantly, the three-judge-bench of the Hon'ble Supreme Court, in its IMA v/s VP Shantha case had critically examined what is meant by "contract of personal service" way back in 1995 and ruled that services rendered by the Doctors/Hospitals are not under "contract of personal service" and hence the doctors/hospitals cannot claim immunity from the Consumer Protection Act. This three-judge Bench judgement of the Supreme Court is well settled over last almost 30 years. And now, we are faced with a two-judge Bench judgement

which finds the three-judge bench well settled judgement of the Supreme Court as wrong. Even assuming for the sake of argument that this 3-judge Bench judgement could be wrong, how could the 2-judge bench of the Supreme Court proceed to over-rule the larger bench judgement and rule that that the Advocates and other professionals are not covered under CPA 1986/2019? Such approach is in breach of the Judicial discipline that the ratio of the larger bench of the Supreme Court has to be followed by the smaller bench. If the two-judge bench was of the considered opinion that the IMA judgement of the larger Bench is wrong then the two-judge Bench ought to have declined to hear the matter further and requested the Hon'ble Chief Justice of India to constitute a larger Bench of 5 judges which will re-examine if the IMA judgement was at all erroneous and then decide if Advocates and their services are covered under CPA or not. But instead of adopting this approach, the Hon'ble 2-judge Bench proceeded to indirectly declare that the larger bench judgement is wrong and further gave a ruling to that effect by over-ruling the larger-bench judgement. With utmost respect we say it is a gross judicial impropriety and needs to be set right immediately by the Hon'ble Chief Justice of India by taking suo motu cognizance of this judgement of the two-judge Bench sooner than later.

This judgement is open to challenge on yet another important ground. This judgement proclaims that the parliament never ever intended to include professional or professional services under CAP, 1986 or CPA, 2019. All are aware that the CPA 1986 was replaced by CPA 2019 by expanding it further. Thus the Parliament had the opportunity in 2019 to specifically exempt professionals and professional services if it really so intended to do so. Most importantly the case which the two-judge Bench decided was from the Appeal against the order of the National Commission in year 2007 and these Appeals were pending in Supreme Court since 2009 itself. Thus, the

parliament and the draftsmen of the CPA, 2019 bill are deemed to have knowledge about such pending appeals on important point of law. And yet the Parliament has nowhere indicated what the Supreme Court Bench has declared to be the intention of the Parliament. We are also aware that IMA as well as Bar Council bodies were actively lobbying with the Government and the Parliamentarians to get their services exempted from the CPA when the draft Bill of CPA, 2019 was being considered by the Parliament. MGP had, in fact, actively opposed such moves by the medical fraternity. Thus, in spite of such efforts and lobbying, the Parliament in the final Bill did not exclude professions or professional services from the CPA, 2019. It is therefore grossly erroneous for the two-judge Bench of the Supreme Court to declare by interpretation that the Parliament never intended to include Professions or Professional services within the ambit of CPA, 1986/2019. It is grossly erroneous and over-statement, to say the least.

The Bench has also observed that the profession of Advocates is sui generis, meaning thereby it is unique or distinct and hence it should not be under CPA. Without debating if the profession of Advocates is really so or not, the question is how does it qualify to be out of the purview of the CPA on this count? It is undisputed that a client can sue the advocate in civil courts. Thus, if this Sui generis service is accountable in Civil Courts, why can't it be made accountable in Consumer Courts?

The said judgement has no doubt caused substantial damage to the consumer movement. It has wrongly restricted the scope of the CPA. Over last 35 years, various Benches of the Supreme Court have liberally interpreted definitions of "consumer" and "service" and expanded the scope of the CPA, 1986 and 2019 since it is a benevolent legislation meant for the better protection of the consumers who are gullible, unorganised and often unaware of their own rights. The same Supreme Court in

its another landmark judgement in “Lucknow Development Authority v/s. M K Gupta” has observed that “The entire purpose of widening the definitions is to include in it not only day to day buying of goods by a common man but even such activities which are otherwise not commercial but professional or service-oriented in nature.”

The question is, what next? Although normally the Supreme Court judgements are final and there lies no appeal against them, yet Art 137 provides for Review of the Supreme Court judgements if there are errors apparent in such judgements. However, by procedure such Review is made by the same Bench which has delivered this judgement. Nonetheless, as

mentioned above, if the Hon’ble Chief Justice of India takes cognizance of this Judgement and the judicial impropriety committed by the Bench, there are some hopes for reversal of this erroneous judgement. Alternatively, it is the Parliament which can take the call and bring in a specific amendment to clarify what the Parliament really intended and what not.

We have decided, for good reasons, to pursue the Parliamentary amendment path. We also plan to mobilise support from other consumer bodies to undo the damage caused by this judgement.

- Adv. Shirish V. Deshpande,
Chairman, MGP

Categorise Health Drinks

The Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) has noted instances of food products licensed under 'Proprietary Food' with the nearest category Dairy-Based Beverage Mix or Cereal-Based Beverage Mix or Malt-Based Beverage being sold on e-commerce websites under the category 'Health Drink', 'Energy Drink', etc, it said.



The FSSAI has clarified that the term 'Health Drink' is not defined or standardized anywhere under the FSS Act 2006 or rules/

regulations made thereunder. Therefore, FSSAI has advised all e-commerce Food Business Observers to promptly rectify this misclassification by removing or de-linking such drinks or beverages from the category of Health Drinks / Energy Drinks on their websites and place such products in the appropriate category as provided under the extant law.

'Proprietary Foods' are items of food that are not standardized in the Food Safety and Standards (Food Product Standards and Food Additives) Regulation; and Food Safety and Standards (Health Supplements, Nutraceuticals, Food for Special Dietary Use, Food for Special Medical Purpose, Functional Food, and Novel Food) Regulations but use standardised ingredients.

FSSAI has directed e-commerce platforms to accurately classify products listed as health and energy drinks on their websites. The move is aimed at enhancing clarity and transparency about the nature and functional benefits of these products. This initiative is to help consumers make informed decisions and avoid misinformation, the FSSAI said.

Simple Ways to Stop Global Warming

- **Change a light**
Replace regular light bulb with a compact fluorescent light bulb.
- **Drive less**
Walk, bike, carpool or take mass transit more often.
- **Recycle more**
You can save thousands of kilos of carbon dioxide per year by recycling just half of your household waste.
- **Check your tires**
Keeping your tires inflated properly can improve your gas mileage by more than 3 Percent.
- **Use less hot water**
It takes a lot of energy to heat water. Use less hot water by taking shorter and cooler Water for bathing and washing your clothes in cold or warm instead of hot water.
- **Avoid products with a lot of packaging**
You can save carbon dioxide if you reduce your garbage by 10 percent.
- **Plant trees**
A single tree will absorb one ton of carbon dioxide over its lifetime.
- **Turn off electronic devices**
Simply turning off your television, computer, etc when you are not using them, will save you thousands of kilos of carbon dioxide a year.
- **Open Up Your Windows**
Instead of running your A/C and electricity all day, try opening up some windows to create a cross-breeze that will cool your home.
- **Manage your garbage well**
Segregate the waste, compost and recycle.
- **Be Minimal**
Consume for need and not greed

