

वर्ष-11, अंक-02, पृष्ठ-52, फरवरी-2026, मूल्य-25 रुपए

# ग्रामीण उपभोक्ता

जागरूक उपभोक्ता, सुरक्षित उपभोक्ता



## शोमांस का मार्केट कनेक्शन

दखल: सिगरेट पीने वाले हो जाएंगे कंगाल?  
पहल: 10 मिनट में ही आपको चाहिए हर सामान, क्यों...?  
संज्ञापथ: सबको इंतजार है राख के टंडा होने का...!



NCUI हाट



# PROSPERITY THROUGH COOPERATION

NATIONAL COOPERATIVE UNION OF INDIA

# विषयवस्तु

## संपादकीय निदेशक

आशीष मिश्र

संपादक

बिनोद आशीष

समाचार संपादक

आरती झा

सहायक संपादक

अजय कुमार खुशबू

कॉपी डेस्क

सत्यम

विधिक सलाहकार

डी.के. दुबे

## प्रशासनिक कार्यालय

101, शाहपुरी टॉवर,  
जनक सिनेमा कॉम्प्लेक्स  
के पीछे, जनकपुरी, नई  
दिल्ली-110058

## संपर्क सूत्र

मो. नं.: +91-9899066717  
graminupbhokta@gmail.com

## प्रिंट लाइन

मुद्रक एवं प्रकाशक:  
प्रतिध्वनि मीडिया प्रा. लि.  
के लिए बिनोद आशीष  
द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित  
तथा पुरुराज प्रिंट एवं  
पैकेजिंग प्रा. लि. एल-19  
सेक्टर-6 नोएडा (यूपी)  
201301 से मुद्रित एवं ई-3  
मिलाप नगर, नई दिल्ली-  
110058 से प्रकाशित

6



सिगरेट पीने वाले हो जाएंगे कंगाल 18 की सिगरेट 70-72 में बिकेगी...?

ऐ बाजार, मुझसे कुछ फासले पर रह!

11



17



10 मिनट में ही आपको चाहिए सामान हर सामान, क्यों...?

मेरा दोस्त होमवर्क क्यों नहीं करता? रोज डंट खाता है फिर भी मानता नहीं...

25



सबको इंतजार है राख के टंडा होने का...!

34



44



डीडीए: झूठ बोलो, बार-बार और पकड़े जाओ तो गुमराह करो

## ग्राहक प्रति

# ग्रामीण उपभोक्ता

जागरूक उपभोक्ता

उपभोक्ता मामले मंत्रालय भारत सरकार की पहल

सुरक्षित उपभोक्ता

आप हासिल कर सकते हैं

हां, मैं ग्रामीण उपभोक्ता का ग्राहक बनना चाहता हूँ/चाहती हूँ

टिक करें	अवधि	कुल अंक	मूल्य (₹.)	आपको देना है (₹.)
<input type="checkbox"/>	1 वर्ष	12	300	250
<input type="checkbox"/>	3 वर्ष	36	900	700
<input type="checkbox"/>	5 वर्ष	60	1500	1200
<input type="checkbox"/>	आजीवन (15 वर्ष)	180	4500	3500

अपनी पसंद के ऑफर पर निशान लगाएं और ग्राहकी फॉर्म भरकर इस पते पर भेजें: 101 शाहपुरी टॉवर, जनक सिनेमा कॉम्प्लेक्स के पीछे, जनकपुरी, नई दिल्ली-110058

चेक/डीडी से भुगतान

मैं ग्रामीण उपभोक्ता के पक्ष में भेज रहा हूँ..... दिनांक.....आहरित बैंक(बैंक का नाम).....

चेक/डीडी नंबर..... दिल्ली से बाहर के चेक के लिए 50 रुपए अतिरिक्त दें। पेट पार चेक के लिए लागू नहीं

नाम..... पता.....

शहर.....राज्य.....पिन.....फोन नंबर (निवास).....

मोबाइल नंबर..... ई-मेल.....

आप ग्रामीण उपभोक्ता पत्रिका के बारे में अपनी राय हमें ऊपर दिए गए पते या फिर मेल पर भेज सकते हैं।

ई-मेल: [graminupbhokta@gmail.com](mailto:graminupbhokta@gmail.com)

## ग्राहक प्रति

# ग्रामीण उपभोक्ता

नाम.....पता.....

शहर.....राज्य.....पिन.....फोन नंबर (निवास).....

मोबाइल नंबर..... ई-मेल.....

आप ग्रामीण उपभोक्ता पत्रिका के बारे में अपनी राय हमें ऊपर दिए गए पते या फिर मेल पर भेज सकते हैं।

ई-मेल: [graminupbhokta@gmail.com](mailto:graminupbhokta@gmail.com)



## सवाल 10 मिनट का नहीं, दसियों के भविष्य का है



10 मिनट में डिलीवरी, सुनने में जरूर आकर्षक लगती है लेकिन इसके साथ कई जोखिम भी जुड़े हुए हैं। इसमें कर्मचारियों पर 10 मिनट की डेडलाइन के भीतर डिलीवरी का बेजा दबाव रहता है। 10 मिनट में सामान की डिलीवरी होनी है तो गंतव्य तक पहुंचने के लिए कई बार ट्रैफिक नियमों को तोड़ना पड़ता है। भीड़ भरी सड़कों पर तेज रफ्तार से बाइक भगाना पड़ता है। कभी खुद को खतरा तो कभी किसी दूसरे के लिए खतरा तो कभी किसी दूसरे के लिए खतरा बनना भी लाजमी है। इस भागमभाग के बीच सबसे अहम सवाल सुरक्षा का ही है।

[misraashish02@gmail.com](mailto:misraashish02@gmail.com)  
M.N. - 9899152489

FEEDBACK

कुछ महीनों पहले कांग्रेस नेता राहुल गांधी का गिग वर्कर्स से मिलना और उनकी समस्या को समझना। उसके बाद राज्यसभा में आम आदमी पार्टी के नेता राघव चड्ढा की तरफ से गिग वर्कर्स के मुद्दे को उठाना। आखिरकार, सरकार पर दबाव बढ़ा और उसे कदम उठाना पड़ा। सरकार के दखल के बाद क्विक कॉमर्स प्लेटफॉर्म ने 10 मिनट में डिलीवरी सर्विस को बंद करने पर रजामंदी जताई है। कुछ कंपनियों ने तो इसकी शुरुआत भी कर दी है। यह कदम लाखों गिग वर्कर्स की सुरक्षा और उनके काम के माहौल को बेहतर बनाने के लिए जरूरी था।

एक अनुमान के अनुसार, देश में इस समय एक करोड़ से ज्यादा गिग वर्कर्स हैं। इनमें बड़ी तादाद उनकी है जो क्विक कॉमर्स प्लेटफॉर्म से जुड़े हैं। हाल के वर्षों में यह सेक्टर इकोनॉमी का महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुका है। कंज्यूमर सर्विस के लिहाज से भी यह काफी अहम है, लेकिन इसके साथ ही एक चिंता भी जुड़ी है- गिग वर्कर्स की सुरक्षा का प्रश्न।

10 मिनट में डिलीवरी, सुनने में जरूर आकर्षक लगती है लेकिन इसके साथ कई जोखिम भी जुड़े हुए हैं। इसमें कर्मचारियों पर 10 मिनट की डेडलाइन के भीतर डिलीवरी का बेजा दबाव रहता है। 10 मिनट में सामान की डिलीवरी होनी है तो गंतव्य तक पहुंचने के लिए कई बार ट्रैफिक नियमों को तोड़ना पड़ता है। भीड़ भरी सड़कों पर तेज रफ्तार से बाइक भगाना पड़ता है। कभी खुद को खतरा तो कभी किसी दूसरे के लिए खतरा बनना भी लाजमी है। इस भागमभाग के बीच सबसे अहम सवाल सुरक्षा का ही है।

भारत में क्विक कॉमर्स की शुरुआत साल 2021 में कोविड महामारी के दौर में हुई थी। तब एक कंपनी ने इसे अपने कारोबारी मॉडल के रूप में पेश किया था। बस फिर क्या था देखते ही देखते दूसरे प्लेटफॉर्म भी इस दौड़ में शरीक हो गए।

हालांकि, आपको बता दें कि, अमेरिका, चीन और यूरोपीय देशों में ऐसे कारोबारी प्रयोग पहले ही दम तोड़ चुके हैं। तुर्किये की एक कंपनी ने तो 2015 में ही 10 मिनट में डिलीवरी का कॉन्सेप्ट दिया था लेकिन वहां पर यह प्रयोग नाकाम रहा और उसे बंद करना पड़ा। सभी जगहों पर इस व्यवस्था के असफल होने की वजहें एक सी रहीं और वे थीं- इसकी व्यावहारिकता और जरूरत पर प्रश्नचिन्ह।

जरा सोचिए, खूबसूरत भीड़ भरी सड़कों पर कितनी बार ऐसा होता है 10 मिनट में एक रेडलाइट भी क्रॉस नहीं हो पाती वहां 10 मिनट में गंतव्य तक सामान पहुंचाना कितना मुश्किल है ? और इससे भी बड़ा सवाल यह है कि इसकी जरूरत क्या है ? क्या वाकई घरेलू सामान की डिलीवरी इतनी अर्जेंट है कि इसके लिए जोखिम उठाए जाएं? कंपनियां तेजी के साथ अपने डार्क स्टोर्स की संख्या बढ़ा रही हैं। अभी करीब 2500 स्टोर हैं और अनुमानों के अनुसार 2030 तक यह संख्या तीन गुना बढ़कर 7500 के करीब हो जाएगी। लेकिन इन सबके बीच डिलीवरी को लेकर गिग वर्कर्स पर दबाव भी बढ़ रहा है।

इसमें कोई दोराय नहीं कि कारोबार में कंज्यूमर को किंग कहा जाता है लेकिन इसके लिए कर्मचारियों की सुरक्षा और जीवन से खिलवाड़ नहीं किया जा सकता है। सरकार ने सोशल सिक््योरिटी कोड 2020 के जरिए गिग और क्विक प्लेटफॉर्म वर्कर्स को सामाजिक सुरक्षा दी है। नए लेबर कोड में भी गिग वर्कर्स की सुरक्षा के कुछ सवालों के हल तलाशने का प्रयास किया गया है।

कुछ सवाल उपभोक्ताओं से भी। 10 मिनट डिलीवरी की स्थिति में कभी खुद को भी डाल कर देखिए। सड़क पर बाइक से फर्माटा भरता, अपने जीवन से खेलता गिग वर्कर किसलिए यह सब कर रहा है।

इसीलिए न कि आप तक 10 मिनट के भीतर पहुंच जाए। आप उसके स्टार घटा दें। आपकी निगेटिव रेटिंग से उसका पैसा न कट जाए। यही न, मत कीजिए यह सब। आपको 10 मिनट में सामान न मिला तो शायद कुछ नहीं बिगड़ेगा लेकिन 10 मिनट के चक्कर में गिग वर्कर को ऐसा कुछ होने का खतरा हमेशा रहता है जिसमें परिवार के दसियों लोगों का भविष्य दांव पर लग जाता है।



आरती झा

# सिगरेट पीने वाले हो जाएंगे कंगाल 18 की सिगरेट 70-72 में बिकेगी...?

**सिगरेट की लंबाई और किस्म तय करेगी कीमत, एक फरवरी से लागू हो जाएंगे नए नियम**

**सि**गरेट पीना सेहत के लिए हानिकारक तो है ही अब यह पीने वालों के फेफड़ों के साथ साथ उनकी कमाई को भी तेजी से निगलने वाली है। बताया जा रहा है कि जो सिगरेट आज 18 रुपए में बिक रही है उसकी कीमत जल्द ही 70-72 रुपए तक पहुंच जाएगी।

## सिगरेट के दाम क्यों बढ़ने की संभावना जताई जा रही है?

सिगरेट के जल्द ही आसमान छूने की बातें इसलिए हो रही हैं कि क्योंकि संसद ने सेंट्रल एक्साइज (संशोधन) विधेयक, 2025 को मंजूरी दे दी है। संसद ने सेंट्रल एक्साइज (संशोधन) विधेयक, 2025 पारित कर दिया, जिसमें राज्यसभा ने इस विधेयक को मंजूरी दी और लोकसभा को भेज दिया। इस बिल में सिगरेट, सिगार, हुक्का और चबाने वाले तंबाकू सहित कई तंबाकू उत्पादों पर लगने वाले उत्पाद शुल्क (एक्साइज ड्यूटी) को संशोधित किया गया है। इस संशोधन के बाद सिगरेट पर लगने वाला टैक्स बहुत बढ़ जाएगा। अभी 1,000 सिगरेट पर 200 से 735 रुपए टैक्स लगता है, लेकिन अब यह बढ़कर 2,700 से 11,000 रुपए हो जाएगा। लेकिन टैक्स कितना लगेगा, यह सिगरेट की लंबाई और किस्म पर निर्भर करेगा।

सरकार अलग-अलग प्रकार की सिगरेट पर अलग दर से टैक्स लगाती है। इसी तरह से चबाने वाले तंबाकू पर ड्यूटी 25% से बढ़कर 100% हो जाएगी। हुक्का तंबाकू पर 25% से 40% तक बढ़ोतरी होगी, जबकि स्मोकिंग मिक्सचर पर टैक्स 5 गुना तक बढ़कर 60% से 300% तक पहुंच सकता है। एक अनुमान के अनुसार, अभी जो एक सिगरेट 18 रुपए में मिलती है उस सिगरेट की कीमत जल्द ही 72 रुपए तक पहुंच सकती है।

अब तक तंबाकू और सिगरेट वगैरा पर दो तरह से भारी टैक्स लगता था। पहला GST यानी गुड्स एंड सर्विसेज टैक्स और दूसरा उसके ऊपर लगा कंपेंसेशन सेस (compensation cess) तंबाकू उत्पाद पर



28% तक GST लगाया जाता था। सरकार की तरफ से तंबाकू और सिगरेट को 'सिन गुड्स' (हानिकारक और नशे से जुड़ी वस्तुओं की श्रेणी) में रखा गया है। इसलिए इन पर शुरू से ही बाकी चीजों की तुलना में कहीं अधिक टैक्स लगाया जाता रहा है। इसके साथ-साथ राज्यों में जीएसटी लागू होने के बाद हुए राजस्व नुकसान की भरपाई के लिए अलग से सेस भी वसूला जाता था। इन दोनों तरह के टैक्स को मिलाकर तंबाकू पर कुल टैक्स का बोझ बहुत भारी हो जाता था।

पिछली, 3 सितंबर को हुई जीएसटी काउंसिल की 56वीं बैठक में सिगरेट, पान मसाला, गुटखा आदि पर 40% GST लगाने का ऐलान किया गया। लेकिन अब सेस नहीं

लगेगा। बता दें कि 22 सितंबर से बाकी चीजों पर जीएसटी की दरों में बदलाव लागू किया जा चुका है। सिगरेट, पान मसाला, गुटखा, जर्दा, बीड़ी और अन्य तंबाकू उत्पादों पर अभी भी पुराना टैक्स सिस्टम लागू था। सरकार ने कहा था कि यह तब तक जारी रहेगा, जब तक compensation cess से जुड़ी सारी वित्तीय देनदारियां पूरी तरह चुकता कर दी जाएं।

## जेब पर सीधा असर

सरकार के इस फैसले से एक फरवरी 2026 से सिगरेट पीने वालों की जेब पर सीधा असर पड़ने वाला है। केंद्र सरकार ने सिगरेट पर GST के अलावा दोबारा विशेष रूप से सेंट्रल एक्साइज ड्यूटी लगाने का फैसला किया है।

यह बदलाव तंबाकू टैक्स सिस्टम में बड़ा बदलाव माना जा रहा है, क्योंकि अब टैक्स सीधे सिगरेट की लंबाई और किस्म से जुड़ा होगा।

## किस हिसाब से तय होगी एक्साइज ड्यूटी

नए नियमों के तहत एक्साइज ड्यूटी प्रति 1,000 सिगरेट स्टिक के आधार पर लगेगी। टैक्स इस बात पर निर्भर करेगा कि सिगरेट फिल्टर वाली है या नहीं और उसकी लंबाई कितनी है।

- ▶ 65 मिमी से छोटी बिना फिल्टर सिगरेट: ₹2,050 प्रति 1,000 स्टिक (₹2.05 प्रति सिगरेट)
- ▶ 65 मिमी से छोटी फिल्टर सिगरेट: ₹2,100 प्रति 1,000 स्टिक (₹2.10 प्रति सिगरेट)
- ▶ 65-70 मिमी फिल्टर सिगरेट: ₹3,600 से ₹4,000 प्रति 1,000 स्टिक (₹3.60-₹4 प्रति सिगरेट)
- ▶ 70-75 मिमी फिल्टर सिगरेट: ₹5,400 प्रति 1,000 स्टिक (₹5.40 प्रति सिगरेट)
- ▶ 75 मिमी से लंबी या प्रीमियम सिगरेट: ₹8,500 तक प्रति 1,000 स्टिक (₹8.50 या उससे ज्यादा प्रति सिगरेट)



## 2017 के बाद पहली बार इतनी बढ़ोतरी

- ▶ GST लागू होने के बाद 2017 से सिगरेट पर एक्साइज ड्यूटी लगभग प्रतीकात्मक रह गई थी। उस समय ज्यादातर कैटेगरी में एक्साइज सिर्फ ₹5 प्रति 1,000 स्टिक और 75 मिमी से लंबी सिगरेट पर ₹10

प्रति 1,000 स्टिक थी। नया ढांचा उस व्यवस्था से बिल्कुल अलग और कहीं ज्यादा सख्त है।

## कीमतों पर क्या होगा असर?

नई एक्साइज दरों के बाद सिगरेट की कीमत तय करने में लंबाई सबसे अहम फैक्टर बन जाएगी। छोटी और आम सिगरेट पर टैक्स बढ़ोतरी सीमित रहेगी। वहीं, लंबी और प्रीमियम सिगरेट पर सबसे ज्यादा बोझ पड़ेगा। अब रिटेल कीमत सिर्फ ब्रांड पर नहीं, बल्कि सिगरेट के साइज पर भी निर्भर करेगी।

## GST के ऊपर लगेगा नया टैक्स

यह नई एक्साइज ड्यूटी GST के अतिरिक्त होगी। फिलहाल तंबाकू उत्पादों पर 18 प्रतिशत से 40 प्रतिशत तक GST लगता है। सरकार ने भले ही तंबाकू पर लगने वाला GST कंपेंसेशन सेस हटा दिया हो, लेकिन इसके बावजूद कुल टैक्स बोझ करीब 53 प्रतिशत के आसपास बना रहेगा।

## अब भी WHO के मानक से कम टैक्स

इतना टैक्स होने के बावजूद भारत में सिगरेट पर कुल टैक्स बोझ अभी भी विश्व स्वास्थ्य संगठन (WHO) की सिफारिश से कम है। WHO तंबाकू नियंत्रण के लिए रिटेल कीमत का कम से कम 75 प्रतिशत टैक्स लगाने की सलाह देता है।



## मेडिकल उपकरणों की पैकेजिंग को लेकर नए नियम

भारत सरकार ने 2025 में लीगल मेट्रोलाजी (पैकेज्ड कमोडिटीज) संशोधन नियम अधिसूचित किए हैं जो विशेष रूप से चिकित्सा उपकरणों की पैकेजिंग और लेबलिंग को लेकर बनाए गए हैं। इन संशोधित नियमों का उद्देश्य नियामकीय दोहराव को समाप्त करना और स्वास्थ्य क्षेत्र में उपभोक्ता संरक्षण को बढ़ाना है। यह बदलाव मेडिकल डिवाइसेज रूल्स, 2017 के साथ समन्वय स्थापित करता है।

### प्रमुख संशोधन और उनका असर

संशोधन के अनुसार, जब उत्पाद की पैकेजिंग में चिकित्सा उपकरण शामिल हों, तो घोषणाओं (Declarations) में प्रयुक्त अंकों और अक्षरों की ऊँचाई और चौड़ाई जैसे मानक अब सामान्य लीगल मेट्रोलाजी मानकों के बजाय मेडिकल डिवाइसेज रूल्स, 2017 के अनुसार लागू होंगे।

- ▶ अनिवार्य घोषणाएं यथावत रहेंगी, परंतु उनका प्रस्तुतिकरण मेडिकल उपकरण नियमों के अनुरूप होगा।
- ▶ Rule 33 के तहत दी गई घोषणाओं से छूट अब चिकित्सा उपकरणों पर लागू नहीं होगी। यह छूट अब केवल गैर-चिकित्सा उत्पादों तक सीमित रहेगी।
- ▶ प्रिंसिपल डिस्प्ले पैनेल (PDP) पर घोषणा की आवश्यकता नहीं रहेगी; अब



लेबलिंग पूरी तरह से मेडिकल डिवाइसेज रूल्स के प्रावधानों के तहत होगी।

### उपभोक्ताओं एव निर्माताओं को फायदा

यह संशोधन उपभोक्ताओं को सुस्पष्ट, सुसंगत और उत्पाद-विशिष्ट जानकारी उपलब्ध कराता है, जिससे भ्रम की स्थिति समाप्त होती है। वहीं, मेडिकल उपकरण निर्माताओं के लिए यह कॉम्प्लायंस प्रक्रिया को सरल बनाता है, क्योंकि अब उन्हें दोहराव वाले नियमों के पालन से

मुक्ति मिलती है।

- ▶ Legal Metrology Rules, 2011 उपभोक्ताओं को आवश्यक जानकारी देने के लिए पैकेजिंग मानकों को विनियमित करता है।
- ▶ Rule 33 के अंतर्गत कुछ घोषणाओं से छूट प्रदान की जाती थी, जिसे अब चिकित्सा उपकरणों के लिए हटाया गया है।
- ▶ Medical Devices Rules, 2017 देश में चिकित्सा उपकरणों के निर्माण, लेबलिंग और वितरण को नियंत्रित करता है।
- ▶ यह संशोधन Ease of Doing Business और Ease of Living जैसे सरकारी लक्ष्यों को भी सशक्त बनाता है।



### प्रवर्तन एजेंसियों को स्पष्टता

इस समन्वित प्रणाली से लीगल मेट्रोलाजी अधिकारियों को स्पष्ट अधिकार-क्षेत्र मिलता है। इससे राज्यों और विभिन्न प्रवर्तन एजेंसियों में नियमों की व्याख्या और अनुपालन में समानता आएगी और अनुपालन न करने वालों के खिलाफ कार्रवाई करने में आसानी होगी।

-लेखक ग्रामीण उपभोक्ता पत्रिका की समाचार संपादक हैं



# विज्ञापन सही है इसके लिए देना होगा **SELF DECLARATION** भ्रामक विज्ञापनों के खिलाफ सुप्रीम कोर्ट का कड़ा कदम

**विज्ञापन एजेंसियां भी खुद जांच करें, एंडोर्स करने वाले सेलेब्रिटी भी जिम्मेदार**

सुप्रीम कोर्ट ने Indian Medical Association बनाम Union of India के एक मामले में ऐतिहासिक निर्णय देते हुए यह स्पष्ट किया कि भ्रामक और धोखाधड़ीपूर्ण विज्ञापनों पर नियंत्रण केवल मौजूदा कानूनों और नियमों पर निर्भर नहीं रह सकता, बल्कि इसके लिए एक ठोस और पहले से लागू होने वाला तंत्र आवश्यक है। इस निर्णय के तहत अब किसी भी प्रकार का विज्ञापन चाहे वह टीवी पर हो, रेडियो पर, अखबार में या इंटरनेट पर प्रसारित या प्रकाशित करने से पहले विज्ञापनदाता को 'Self Declaration' देना अनिवार्य होगा। अदालत ने इस आदेश को उपभोक्ताओं के स्वास्थ्य के मौलिक अधिकार की रक्षा का एक प्रत्यक्ष उपाय माना। यह आदेश संविधान के अनुच्छेद 32 के तहत दिया गया और अनुच्छेद 141 के अनुसार पूरे देश के लिए बाध्यकारी है।

## लागू कानूनी ढांचा और प्रावधान

इस मामले में अदालत ने भ्रामक विज्ञापनों पर नियंत्रण से जुड़े कई प्रमुख कानूनों का विस्तृत उल्लेख किया। इनमें Drugs and Magic Remedies (Objectionable Advertisements) Act, 1954 प्रमुख है, जो दवाओं और चिकित्सा उपचार से संबंधित झूठे और जादुई दावों पर रोक लगाता है। Drugs and Cosmetics Act, 1940 भी महत्वपूर्ण है, जो दवाओं की गुणवत्ता, निर्माण, लेबलिंग और बिक्री से जुड़े मानक निर्धारित करता है। इसके अलावा Consumer Protection Act, 1986 के तहत उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा के लिए Central Consumer Protection Authority (CCPA) की स्थापना की गई, जिसे भ्रामक विज्ञापनों के खिलाफ कार्रवाई का व्यापक अधिकार प्राप्त है। विज्ञापन प्रसारण के संदर्भ में Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995 लागू होता है, जिसमें विज्ञापन कोड और प्रसारण के लिए मानक निर्धारित हैं। खाद्य उत्पादों के लिए Food Safety and Standards Act, 2006 और इसके अंतर्गत बनाए गए नियम उपभोक्ताओं को गलत या भ्रामक दावों से बचाने का प्रावधान करते हैं। भ्रामक विज्ञापनों से संबंधित नियमों के तहत विज्ञापनदाताओं, निर्माताओं और सेलिब्रिटी एंडोर्सर्स पर स्पष्ट जिम्मेदारियां डाली गईं, जिससे यह सुनिश्चित हो सके कि विज्ञापन में किए गए दावे तथ्यात्मक और प्रमाणित हों।



## मौलिक संवैधानिक प्रश्न

अदालत के सामने मूल प्रश्न यह था कि क्या मौजूदा कानूनी प्रावधान और प्रवर्तन तंत्र भ्रामक विज्ञापनों को रोकने में पर्याप्त हैं। अदालत ने पाया कि यद्यपि कानून स्पष्ट रूप से मौजूद हैं, उनका क्रियान्वयन कई मामलों में कमजोर है और शिकायतों का समाधान धीमी गति से होता है। खासकर स्वास्थ्य और खाद्य उत्पादों के मामले में उपभोक्ताओं को सीधे नुकसान पहुंच सकता है यदि भ्रामक दावे किए जाएं और इन पर समय रहते कार्रवाई न हो।

अदालत ने माना कि यह मुद्दा केवल उपभोक्ता अधिकारों तक सीमित नहीं है बल्कि यह स्वास्थ्य के मौलिक अधिकार से जुड़ा है, जिसे संविधान के अनुच्छेद 21 के तहत

संरक्षित किया गया है। जब कोई विज्ञापन गलत दावे करता है और उपभोक्ता उस पर भरोसा करके उत्पाद खरीदता या सेवा लेता है, तो यह उसके जीवन और स्वास्थ्य पर प्रतिकूल प्रभाव डाल सकता है।

## मंत्रालयों और नियामक एजेंसियों की भूमिका

अदालत ने विभिन्न मंत्रालयों और नियामक एजेंसियों की जिम्मेदारियों का विस्तृत उल्लेख किया। आयुष मंत्रालय, आयुर्वेद, योग, यूनानी, सिद्ध और होम्योपैथी से संबंधित उत्पादों और सेवाओं के विज्ञापनों की निगरानी करता है। स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय, स्वास्थ्य संबंधी दवाओं और उपचारों के भ्रामक

# सावधान

विज्ञापनों पर कार्रवाई करता है। उपभोक्ता मामले विभाग, उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा के लिए जिम्मेदार है और केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण के माध्यम से नोटिस जारी करता है और दंडात्मक कार्रवाई करता है। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, प्रसारण और प्रकाशन से जुड़े नियमों का पालन सुनिश्चित करता है। अदालत ने यह भी नोट किया कि CCPA ने 2020 से 2024 के बीच 163 नोटिस जारी किए, जिनमें से केवल 58 मामलों का निपटारा हुआ। इसी तरह Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) के पास स्वतः संज्ञान लेने की शक्ति है, लेकिन इस संबंध में पर्याप्त और ठोस कार्रवाई के आंकड़े अदालत के समक्ष उपलब्ध नहीं कराए गए।

## अदालत द्वारा जारी प्रमुख निर्देश

अदालत ने अपने निर्णय में कई ठोस निर्देश जारी किए। सबसे महत्वपूर्ण यह था कि अब सभी विज्ञापनदाताओं और विज्ञापन एजेंसियों को किसी भी विज्ञापन के प्रकाशन या प्रसारण से पहले 'Self Declaration' देना होगा। टेलीविजन और रेडियो के विज्ञापनों के लिए यह घोषणा Broadcast Sewa Portal पर अपलोड करनी होगी, जिसे सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय संचालित करेगा। प्रिंट और इंटरनेट विज्ञापनों के लिए एक नया पोर्टल चार सप्ताह के भीतर विकसित किया जाएगा, जहां विज्ञापन जारी होने से पहले घोषणा अपलोड करनी होगी। इस घोषणा में विज्ञापनदाता को यह प्रमाणित करना होगा कि विज्ञापन में किए गए सभी दावे तथ्यों और प्रमाणों पर आधारित हैं और वे किसी भी तरह से उपभोक्ता को गुमराह नहीं करते।

## पूरे देश में लागू होगा आदेश



अदालत ने यह भी कहा कि यह आदेश अनुच्छेद 141 के तहत 'Law Declared' है, जिसका अर्थ है कि यह पूरे देश में बाध्यकारी होगा और सभी विज्ञापनदाताओं, मीडिया प्लेटफॉर्म और नियामक एजेंसियों को इसका पालन करना होगा।

## उपभोक्ता अधिकार और स्वास्थ्य

अदालत ने स्पष्ट किया कि भ्रामक विज्ञापन उपभोक्ताओं के स्वास्थ्य और जीवन के अधिकार का प्रत्यक्ष उल्लंघन करते हैं। उपभोक्ता को यह जानने का संवैधानिक अधिकार है कि वह जो उत्पाद खरीद रहा है, उसकी वास्तविक गुणवत्ता, सामग्री और प्रभाव क्या है। अगर विज्ञापन में कोई झूठा दावा किया जाता है और उपभोक्ता उस पर भरोसा करता है, तो इससे उसके स्वास्थ्य को गंभीर नुकसान हो सकता है। इस संदर्भ में अदालत ने उपभोक्ता संरक्षण को केवल आर्थिक धोखाधड़ी से बचाने का उपाय नहीं माना, बल्कि इसे एक व्यापक संवैधानिक गारंटी बताया, जो उपभोक्ता की शारीरिक और

मानसिक सुरक्षा सुनिश्चित करती है।

## एंडोर्सर्स और विज्ञापन एजेंसियों की जिम्मेदारी

अदालत ने जोर देकर कहा कि केवल विज्ञापनदाता ही नहीं, बल्कि वे सेलिब्रिटी, इन्फ्लुएंसर और सार्वजनिक हस्तियां जो किसी उत्पाद या सेवा का प्रचार करती हैं, वे भी पूरी तरह जिम्मेदार हैं। भ्रामक विज्ञापनों के रोकथाम संबंधी दिशानिर्देशों- 2022 के तहत एंडोर्सर्स को यह सुनिश्चित करना होगा कि उन्होंने जिस उत्पाद का प्रचार किया है, उसके बारे में उनके पास पर्याप्त जानकारी और अनुभव है। उन्हें यह भी देखना होगा कि विज्ञापन में कोई दावा गलत, भ्रामक या अतिरंजित न हो। विज्ञापन एजेंसियों के लिए भी यह अनिवार्य होगा कि वे विज्ञापन की सामग्री की सत्यता की जांच करें और यह सुनिश्चित करें कि सभी दावे कानून और नियमों के अनुरूप हों।

यह निर्णय भारत में विज्ञापन नियंत्रण व्यवस्था को अधिक पारदर्शी, उत्तरदायी और प्रभावी बनाने की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है। 'Self Declaration' की अनिवार्यता से विज्ञापनदाता और एंडोर्सर्स पर कानूनी जिम्मेदारी बढ़ेगी, जिससे भ्रामक दावों की संभावना घटेगी। अदालत का यह कदम केवल उपभोक्ताओं को आर्थिक हानि से बचाने का उपाय नहीं है, बल्कि यह उनके स्वास्थ्य और जीवन के मौलिक अधिकार की सुरक्षा के लिए एक सीधा कानूनी औजार है। आने वाले समय में इस आदेश का प्रभाव न केवल विज्ञापन उद्योग पर, बल्कि उपभोक्ता संस्कृति और बाजार की पारदर्शिता पर भी व्यापक रूप से देखा जाएगा।

-लेखक वरिष्ठ पत्रकार हैं



# ऐ बाजार, मुझसे कुछ फासले पर रह!

प्रेम पर्व पर बाजार की पहरेदारी, दुनिया में 6 लाख करोड़ का कारोबार

भारत में बसंत ऋतु की शुरुवात के साथ रोमांस की खुमारी भी अंगड़ाई लेने लगती है। इसी दौरान दुनिया भर में वैलेंटाइन वीक भी शुरू होता है। हालांकि भारत में वैलेंटाइन वीक जैसी चीजें कोई दो-ढाई दशक ही पुरानी हैं लेकिन तेजी से ग्लोबलाइज होती दुनिया में अब बसंत कम वैलेंटाइन ज्यादा प्रभावी हो चला है। बाजार ने रोमांस के जज्बातों को हाशिए पर डाल दिया है। दुनिया भर में वैलेंटाइन वीक के दौरान करीब 6 लाख करोड़ का कारोबार होता है। अमेरिका वैलेंटाइन सेलिब्रेशंस पर सबसे ज्यादा खर्च करने वाला देश है। भारत भी कोई बहुत पीछे नहीं। भारत में इस दौरान करीब 20,000 से 25,000 करोड़ रुपए खर्च होते हैं। ग्रामीण उपभोक्ता की इस कवर स्टोरी में रोमांस के इस पर्व पर हावी होते कारोबार की पड़ताल करने की कोशिश की गई है और यह समझने की कोशिश की गई है कि प्रेम पर्व पर किस तरह से उपभोक्तावाद हावी होता जा रहा है।

हर वर्ष 14 फरवरी को मनाया जाने वाला वैलेंटाइन डे आज भारत के शहरी ही नहीं, बल्कि कस्बों और कुछ हद तक गांवों में भी अपनी उपस्थिति दर्ज कराने लगा है। गुलाब, चॉकलेट, कार्ड, उपहार, रोमांटिक डिनर और सोशल मीडिया पोस्ट—ये सभी वैलेंटाइन डे के अनिवार्य प्रतीक बन चुके हैं। प्रेम और स्नेह को अभिव्यक्त करने के नाम पर यह दिन युवाओं के लिए उत्सव, बाजार के लिए अवसर और समाज के एक बड़े वर्ग के लिए विवाद का कारण बन गया है।

भारत जैसे सांस्कृतिक रूप से विविधताओं और परंपराओं से जुड़े देश में वैलेंटाइन डे का बढ़ता चलन कई सवाल खड़े करता है—क्या यह वास्तव में प्रेम का उत्सव है या पश्चिमी उपभोक्तावाद का विस्तार? क्या यह भारतीय मूल्यों के अनुरूप है या सामाजिक ताने-बाने को प्रभावित करने वाला एक आयातित चलन?

## वैलेंटाइन डे का ऐतिहासिक और सांस्कृतिक संदर्भ

वैलेंटाइन डे की उत्पत्ति रोमन काल से जुड़ी मानी जाती है, जहां सेंट वैलेंटाइन को प्रेम और विवाह का प्रतीक माना गया। पश्चिमी देशों में यह दिन प्रेमियों के बीच भावनात्मक अभिव्यक्ति का अवसर है।

लेकिन भारत में प्रेम की अवधारणा नई नहीं है। राम-सीता, राधा-कृष्ण, हीर-रांझा, लैला-मजनूं जैसे उदाहरण भारतीय साहित्य और लोककथाओं में पहले से मौजूद हैं। इसके बावजूद वैलेंटाइन डे का स्वरूप इन परंपरागत प्रेम कथाओं से भिन्न है। यह अधिक



व्यक्तिगत, प्रदर्शनकारी और बाजार-प्रेरित प्रतीक होता है।

## उपभोक्तावाद और बाजार का दबदबा

भारत में वैलेंटाइन डे का सबसे प्रमुख चेहरा उसका व्यावसायिकरण है। फरवरी का महीना आते ही बाजार लाल रंग में रंग जाता है। ग्रीटिंग

कार्ड कंपनियां, चॉकलेट ब्रांड्स, ज्वैलरी शोरूम, होटल और रेस्टोरेंट विशेष ऑफर्स लेकर आते हैं।

प्रेम अब भावनात्मक अनुभूति से अधिक एक खरीदारी का अनुभव बनता जा रहा है। यह संदेश परोक्ष रूप से दिया जाता है कि अगर आपने उपहार नहीं दिया, तो आपका प्रेम अधूरा है। यह प्रवृत्ति खासकर युवाओं पर आर्थिक

# कवर स्टोरी

► वेलेंटाइन वीक में जज्बात नहीं कारोबार की धमक  
► भारत में पिछले दो दशक में खर्च 20 से 25 गुना बढ़ा

और मानसिक दबाव डालती है। सीमित संसाधनों वाले परिवारों के बच्चे भी “ट्रेंड” के दबाव में खर्च करने को मजबूर होते हैं, जिससे असमानता और हीन भावना जन्म लेती है।

**युवा वर्ग पर प्रभाव : स्वतंत्रता या भ्रम?**  
वेलेंटाइन डे को अक्सर युवा स्वतंत्रता और व्यक्तिगत पसंद के प्रतीक के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। निश्चित रूप से प्रेम करना अपराध नहीं है, और भावनाओं को व्यक्त करना मानव स्वभाव है।

लेकिन आलोचनात्मक दृष्टि से देखें तो यह दिन कई बार भावनात्मक जल्दबाजी, अस्थायी आकर्षण और सोशल मीडिया प्रदर्शन तक सीमित रह जाता है।

कई युवा इस दिन को रिश्ते की गंभीरता से अधिक एक सामाजिक अनिवार्यता के रूप में



देखते हैं, 'अगर पार्टनर नहीं है तो कुछ कमी है।' यह सोच मानसिक दबाव, अकेलेपन और अवसाद को भी जन्म दे सकती है।

## भारतीय पारिवारिक संरचना और सामाजिक टकराव

भारत की पारंपरिक पारिवारिक व्यवस्था सामूहिकता, मर्यादा और सामाजिक स्वीकृति पर आधारित रही है। वेलेंटाइन डे का सार्वजनिक प्रेम प्रदर्शन कई परिवारों और सामाजिक समूहों को असहज करता है।

यही कारण है कि हर वर्ष वेलेंटाइन डे के आसपास कुछ संगठनों द्वारा विरोध, नैतिक

पहरेदारी और कभी-कभी हिंसक घटनाएं भी देखने को मिलती हैं। हालांकि किसी भी तरह की जबरदस्ती या हिंसा लोकतांत्रिक समाज में स्वीकार्य नहीं है, फिर भी यह विरोध इस बात का संकेत है कि समाज का एक बड़ा हिस्सा इस दिन को सांस्कृतिक आक्रमण के रूप में देखता है।

## मीडिया की भूमिका

टीवी विज्ञापन, वेब सीरीज, फिल्में और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म वेलेंटाइन डे को अत्यधिक रोमांटिक और ग्लैमरस रूप में प्रस्तुत करते हैं। इंस्टाग्राम और फेसबुक पर कपल फोटो, रील्स और स्टेटस एक तरह की तुलना की संस्कृति को जन्म देते हैं। प्रेम अब निजी अनुभूति न रहकर सार्वजनिक प्रदर्शन बन जाता है।

इससे यह भ्रम भी फैलता है कि आदर्श प्रेम वही है जो दिखाया जाए—जबकि वास्तविक रिश्ते संवाद, समझ और समय से बनते हैं, न कि एक दिन की पोस्ट से।

## लैंगिक दृष्टिकोण और असमानताएं

वेलेंटाइन डे सेलिब्रेशंस में लैंगिक असमानता भी छिपी हुई है। अक्सर उपहार देने की जिम्मेदारी पुरुषों पर और अपेक्षाएं महिलाओं पर केंद्रित होती हैं। कुछ मामलों में यह दिन महिलाओं पर भावनात्मक दबाव, रिश्ते को सार्वजनिक करने या किसी प्रस्ताव को स्वीकार करने के लिए मजबूर करने का माध्यम भी बन जाता है। इसके अलावा, “नो” कहने की स्वतंत्रता और सहमति की समझ इस पूरे उत्सव में अक्सर नजरअंदाज हो जाती है।



## वैलेंटाइन डे-रोमांस से उत्पाद तक की यात्रा

वैलेंटाइन डे आज केवल प्रेम और भावनाओं का उत्सव नहीं रह गया है, बल्कि यह वैश्विक और भारतीय बाजार के लिए एक बड़ा व्यावसायिक अवसर बन चुका है। हर वर्ष 14 फरवरी के आसपास भारत के बाजारों में अचानक गुलाबी और लाल रंग की छटा छा जाती है। फूलों की दुकानों से लेकर मॉल, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म, होटल, रेस्टोरेंट, ज्वेलरी शोरूम और डिजिटल सेवाओं तक—हर क्षेत्र इस दिन को भुनाने में जुट जाता है। भारत में वैलेंटाइन डे का व्यावसायिक स्वरूप 1990 के दशक के बाद स्पष्ट रूप से उभरता है। उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण की नीतियों के बाद बहुराष्ट्रीय कंपनियों का प्रवेश बढ़ा। टीवी चैनलों, विदेशी विज्ञापनों और शहरी उपभोक्ता संस्कृति के प्रभाव से वैलेंटाइन डे को एक खरीद-केंद्रित उत्सव के रूप में स्थापित किया गया। पहले यह केवल कुछ बड़े शहरों तक सीमित था, लेकिन आज टियर-2 और टियर-3 शहरों तक इसका प्रभाव फैल चुका है।



### ► फूलों और गिफ्ट का बाजार

वैलेंटाइन डे के दौरान फूलों का कारोबार कई गुना बढ़ जाता है। विशेषकर लाल गुलाब की मांग अचानक बढ़ जाती है। सामान्य दिनों में 20-30 रुपये में मिलने वाला गुलाब इस सप्ताह 100-150 रुपये तक बिकता है। गिफ्ट शॉप्स पर टेडी बियर, ग्रीटिंग कार्ड, परफ्यूम और सजावटी वस्तुएं प्रमुख आकर्षण बनती हैं।

### ► चॉकलेट और कन्फेक्शनरी उद्योग

कैडबरी, फेरेरो रोशर, लिंड्ट जैसी कंपनियां वैलेंटाइन स्पेशल पैक लॉन्च करती हैं। दिल के आकार के डिब्बे और सीमित संस्करण उत्पाद उपभोक्ताओं को आकर्षित करते हैं। यह रणनीति खासकर युवाओं और पहली बार कमाने वाले वर्ग को लक्ष्य बनाती है।

### ► ज्वैलरी और प्रीमियम गिफ्ट्स

पिछले कुछ वर्षों में वैलेंटाइन डे ज्वैलरी उद्योग के लिए भी महत्वपूर्ण बन गया है। डायमंड रिंग, पेंडेंट और ब्रेसलेट को प्रेम का स्थायी प्रतीक बताकर प्रचारित किया जाता है। यह मध्यम वर्ग को धीरे-धीरे प्रीमियम खर्च की ओर प्रेरित करता है।

### ► होटल, रेस्टोरेंट और ट्रैवल सेक्टर

होटल और रेस्टोरेंट कैंडल लाइट डिनर, रोमांटिक गेटअवे और कपल पैकेज के नाम पर विशेष ऑफर निकालते हैं। कुछ शहरों में वैलेंटाइन वीक के दौरान होटल बुकिंग में 30-40 प्रतिशत तक की बढ़ोतरी देखी जाती है।

### ► ई-कॉमर्स और डिजिटल प्लेटफॉर्म

ऑनलाइन शॉपिंग ने वैलेंटाइन डे के कारोबार को नया विस्तार दिया है। मिडनाइट डिलीवरी, सेम डे डिलीवरी और पर्सनलाइज्ड गिफ्ट जैसी सेवाएं भावनात्मक तात्कालिकता को भुनाती हैं।

### बाजार की रणनीति

वैलेंटाइन डे के कारोबार की सबसे बड़ी विशेषता है, भावनाओं का वस्तुकरण। बाजार यह संदेश देता है कि प्रेम को साबित करने के लिए कुछ न कुछ खरीदना जरूरी है। अगर आपने गिफ्ट नहीं दिया, तो आपने प्यार नहीं किया। यह धारणा विज्ञापनों और प्रचार अभियानों के जरिए मजबूत की जाती है। इस रणनीति के तहत प्रेम, आकर्षण, रोमांस और अपनापन, इन सभी भावनाओं को उत्पादों से जोड़ दिया गया है।

### प्रमुख कारोबारी क्षेत्र और उनका विस्तार



### प्रेम का उत्सव या अरबों डॉलर का बाजार

वैलेंटाइन डे आज दुनिया के सबसे बड़े सीजनल कंज्यूमर इवेंट्स में से एक बन चुका है। यह केवल सांस्कृतिक या भावनात्मक पर्व नहीं, बल्कि एक ऐसा आर्थिक अवसर है जो हर साल अरबों डॉलर का वैश्विक कारोबार पैदा करता है। जहां पश्चिमी देशों में यह लंबे समय से स्थापित व्यावसायिक उत्सव है, वहीं भारत जैसे विकासशील देशों में पिछले दो-तीन दशकों में इसका बाजार तेजी से बढ़ा है।

# कवर स्टोरी

## ग्रामीण भारत पर भी असर

हालांकि वेलेटाइन डे मुख्यतः शहरी संस्कृति से जुड़ा रहा है, लेकिन मोबाइल इंटरनेट और सोशल मीडिया के कारण इसका प्रभाव ग्रामीण क्षेत्रों तक भी पहुंच रहा है। ग्रामीण समाज में जहां आज भी सामूहिक मूल्य और सामाजिक निगरानी मजबूत है, वहां यह दिन कई बार संस्कृति-संघर्ष का कारण बनता है। प्रश्न यह उठता है कि क्या बिना सामाजिक संदर्भ समझे किसी उत्सव को अपनाया दीर्घकाल में समाज के लिए लाभकारी होगा?

## भारत में वेलेटाइन डे सेलिब्रेशंस : सही-गलत की कसौटी पर

वेलेटाइन डे आज भारत में केवल एक दिन का उत्सव नहीं, बल्कि एक सांस्कृतिक बहस का विषय बन चुका है। हर वर्ष 14 फरवरी के आसपास यह सवाल फिर से उभरता है कि, क्या भारत में वेलेटाइन डे मनाया सही है या यह हमारी संस्कृति के विरुद्ध है?

एक ओर युवा वर्ग इसे प्रेम, स्वतंत्रता और आधुनिकता का प्रतीक मानता है, वहीं दूसरी ओर समाज का एक बड़ा हिस्सा इसे पश्चिमी प्रभाव, नैतिक पतन और सांस्कृतिक आयात के रूप में देखता है।

भारत जैसे विविधताओं से भरे समाज में इस प्रश्न का उत्तर खोजना आसान नहीं हो सकता। इसे सामाजिक यथार्थ, सांस्कृतिक परंपराओं और बदलते समय—तीनों के संदर्भ में समझना आवश्यक है।

## भारतीय संस्कृति में प्रेम की अवधारणा

यह मान लेना कि प्रेम भारतीय संस्कृति का हिस्सा नहीं रहा, ऐतिहासिक और सांस्कृतिक दृष्टि से गलत होगा। भारतीय परंपरा में प्रेम के अनेक रूप रहे हैं। जैसे कि,



- ▶ आध्यात्मिक प्रेम का उदाहरण राधा-कृष्ण, मीरा एवं कृष्ण का प्रेम है।
- ▶ वैवाहिक प्रेम का स्वरूप राम-सीता और शिव-पार्वती का असीम प्रेम है।
- ▶ लोक प्रेम कथाओं में हीर-रांझा, सोहनी-महिवाल और लैला-मजनू की कहानियां जग प्रसिद्ध हैं।

इन उदाहरणों से स्पष्ट है कि प्रेम भारतीय संस्कृति में हमेशा मौजूद रहा है। फर्क केवल इतना है कि भारतीय परंपरा में प्रेम अधिकतर संयम, मर्यादा और सामाजिक संदर्भ के भीतर अभिव्यक्त होता रहा है।

2024-25 में वेलेटाइन डे से जुड़ा वैश्विक कारोबार लगभग 60-65 अरब अमेरिकी डॉलर यानी 5-5.5 लाख करोड़ रुपए है। इसमें अकेले अमेरिका का हिस्सा लगभग 25-30 अरब डॉलर का है। इसके कारोबार को इस तरह से भी समझा जा सकता है कि, दुनिया में होने वाला कुल वेलेटाइन डे खर्च कई देशों के वार्षिक बजट से भी अधिक है।

## अमेरिका - सबसे बड़ा बाजार

अमेरिका वेलेटाइन डे का सबसे बड़ा और संगठित बाजार है। National Retail Federation (NRF) के अनुसार, 2024 में अमेरिका में वेलेटाइन डे पर खर्च लगभग 25.8 अरब अमेरिकी डॉलर हुआ। अगर एक औसत अमेरिकी उपभोक्ता के खर्च का जायजा लिया जाए तो यह 185-190 डॉलर प्रति व्यक्ति पड़ता है। अगर खर्च को बांट कर देखा जाए तो अमेरिका में होने वाले कुल खर्च में से 20 प्रतिशत गहनों पर, 17 फीसदी फूलों पर, 16 प्रतिशत चॉकलेट और कैंडी पर, 30 प्रतिशत बाहर डिनर/होटल/ पर एवं 17 प्रतिशत दूसरे गिफ्ट्स पर खर्च होता है।

## यूरोप और अन्य विकसित देश

यूरोपियन यूनियन में वेलेटाइन डे का अनुमानित

## वैश्विक स्तर पर प्रमुख कारोबारी सेक्टर

सेक्टर	अनुमानित वैश्विक हिस्सा
ज्वैलरी	18-20%
फूल उद्योग	15-17%
चॉकलेट व कन्फेक्शनरी	15%
ग्रीटिंग कार्ड व गिफ्ट	10%
होटल, रेस्टोरेंट, ट्रैवल	20-22%
ई-कॉमर्स व डिजिटल सेवाएं	10-12%

## वैश्विक स्तर पर वेलेटाइन डे का कारोबार

### वैश्विक बाजार का कुल आकार

विभिन्न अंतरराष्ट्रीय बाजार अनुसंधान एजेंसियों (जैसे NRF - National Retail Federation, Statista, Deloitte अनुमानों) के अनुसार,

कारोबार लगभग 15 से 18 अरब यूरो का है। वेलेंटाइन डे सेलिब्रेशंस पर सबसे ज्यादा खर्च करने वाले देशों में इंग्लैंड, फ्रांस, जर्मनी और इटली जैसे देश शामिल हैं।

जापान और दक्षिण कोरिया जैसे देशों में वेलेंटाइन डे का मॉडल थोड़ा अलग है, लेकिन फिर भी जापान में वेलेंटाइन डे सेलिब्रेशंस पर 8 से 10 अरब अमेरिकी डॉलर का खर्च होता है। इस दौरान वहां सबसे ज्यादा खर्च चॉकलेट उद्योग में किया जाता है।

## भारत में वेलेंटाइन डे का कारोबार

भारत में वेलेंटाइन डे का बाजार आधिकारिक सरकारी आंकड़ों में अलग से दर्ज नहीं होता, लेकिन उद्योग अनुमानों और बाजार सर्वे के

## फूलों का कारोबार

वेलेंटाइन वीक के दौरान फूलों की बिक्री में 300 से 400% तक उछाल आता है। अकेले दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु जैसे शहरों में एक सप्ताह में 300-500 करोड़ रुपए का कारोबार होता है।

## चॉकलेट और कन्फेक्शनरी

भारत का चॉकलेट बाजार लगभग 25,000 करोड़ रुपए का है। वेलेंटाइन वीक में साल भर में होने वाली कुल बिक्री का 8-10% केवल इस एक हफ्ते के दौरान ही हो जाती है।

## ज्वेलरी सेक्टर

भारत का ज्वेलरी बाजार 6 लाख करोड़ से



अनुसार, भारत में साल 2024 - 25 में वेलेंटाइन डे का कुल कारोबार 20,000-25,000 करोड़ रुपयों का हुआ। यह आंकड़ा पिछले 10-12 वर्षों में लगभग 3 से 4 गुना बढ़ चुका है। अगर देखा जाए तो साल 2005 के आसपास भारत में वेलेंटाइन डे सेलिब्रेशंस का अनुमानित बाजार 1,000-1,500 करोड़ रुपए का हुआ करता था। साल 2015 के आसपास यह बढ़कर 8,000-10,000 करोड़ रुपए का हो गया। 2025 के आसपास यह 20,000 से 25,000 करोड़ तक पहुंच गया। यह वृद्धि दर्शाती है कि भारत में वेलेंटाइन डे एक तेजी से उभरता हुआ उपभोक्ता बाजार है।

## भारत में सेक्टर-वाइज कारोबार

अधिक का है। वेलेंटाइन डे सेलिब्रेशंस के दौरान 2,500 से 3,000 करोड़ का कारोबार होता है।

## होटल, रेस्टोरेंट और ट्रैवल

वेलेंटाइन वीक में भारत में होटल बुकिंग में 25-40% वृद्धि देखी जाती है। रेस्टोरेंट सेक्टर में 30% तक अधिक राजस्व प्राप्त होता है। कुल अनुमानित कारोबार 4,000 से 5,000 करोड़ रुपयों का होता है।

## ई-कॉमर्स और डिजिटल गिफ्ट

ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर वेलेंटाइन वीक के दौरान सामान्य सप्ताह के मुकाबले 2 से 3 गुना अधिक बिक्री होती है। मिडनाइट डिलीवरी और पर्सनलाइज्ड गिफ्ट से इस

## युवा उपभोक्ता और बाजार का लक्ष्य

भारतीय बाजार में युवा वर्ग वेलेंटाइन डे का सबसे बड़ा उपभोक्ता समूह है। कॉलेज छात्र, पहली नौकरी करने वाले युवा और शहरी प्रोफेशनल्स—इन सभी को विज्ञापनों में यह एहसास दिलाया जाता है कि वेलेंटाइन डे मनाना आधुनिकता और सामाजिक स्वीकार्यता का प्रतीक है। इसका परिणाम यह होता है कि कई युवा अपनी आर्थिक क्षमता से अधिक खर्च करने लगते हैं, केवल इसलिए कि वे सामाजिक तुलना में पीछे न रह जाएं। सोशल मीडिया ने वेलेंटाइन डे को एक डिजिटल इवेंट में बदल दिया है। ब्रांड्स इंस्टाग्राम, फेसबुक और यूट्यूब पर इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के जरिए अपने उत्पादों को परफेक्ट वेलेंटाइन गिफ्ट के रूप में पेश करते हैं। लाइक्स, शेयर और रील्स के जरिए एक ऐसी संस्कृति बनती है, जहां प्रेम का मूल्य भावनाओं से अधिक दृश्यता से तय होता है। वेलेंटाइन डे के कारोबार में सीमित समय और सीमित स्टॉक की रणनीति अहम भूमिका निभाती है। ऑफर आज खत्म, सिर्फ 24 घंटे के लिए जैसे संदेश उपभोक्ता को तुरंत निर्णय लेने के लिए मजबूर करते हैं। मोबाइल इंटरनेट और ऑनलाइन डिलीवरी के कारण वेलेंटाइन डे का कारोबार ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों तक भी पहुंचा है। हालांकि यहां खर्च की सीमा कम है, लेकिन छोटे-छोटे गिफ्ट, मोबाइल रिचार्ज ऑफर और डिजिटल कार्ड जैसे विकल्प बाजार ने तैयार कर लिए हैं।

दौरान 2,000 करोड़ से ज्यादा का अतिरिक्त कारोबार होता है।

-लेखक ग्रामीण उपभोक्ता के संपादक हैं



पूर्णतः सहकारी स्वामित्व  
Wholly owned by Cooperatives



International Year  
of Cooperatives

Cooperatives Build  
a Better World

जब तकनीक और प्रकृति हों साथ,  
तब हम कहलाते हैं

**प्रगति की खाद**



नैनो  
यूरीया

नैनो  
डीएपी

नैनो  
कॉपर

नैनो  
ज़िंक





# 10 मिनट में ही आपको चाहिए हर सामान, क्यों...?

**कभी सोचा आपकी बेवकूफी से दूसरे की जान पर बन आती है, देर से ही सही, लगता है सरकार दुरुस्त आ रही है**

पाठकों क्या आपने कभी सोचा है कि आपकी बेवकूफी और जिद दूसरे की जिंदगी पर कितनी भारी पड़ सकती है। आपको 10 मिनट में रात 2 बजे खाने के लिए कुछ चाहिए, 10 मिनट में ग्रांसरी चाहिए, दूध तुरंत चाहिए, क्यों? क्या राशन 10 मिनट में नहीं आएगा तो कोई अनहोनी हो जाएगी। रात में 2 बजे, 10 मिनट में बर्गर की फरमाइश, हद हो गई, इमरजेंसी में भी कोई रात 2 बजे दवा लाने से कतराएगा। जरा अजमा कर देखिए, लेकिन जेब में चार पैसे क्या आ गए, सबको 10 मिनट में ही सब कुछ चाहिए। ठंडे दिमाग से सोचिएगा, आपकी लंठई किसी परिवार को तहस-नहस कर सकती है। सरकार ने गिग वर्कर्स के लिए पहल तो की है लेकिन इस पर किस हद तक अमल हो पाता है, इस पर भी हमारी निगाह रहेगी। चाहिए तो यही कि, दवाइयों की तुरंत डिलीवरी के अलावा किसी भी तरह की उपभोक्ता वस्तु की डिलीवरी 10 मिनट के क्राइटेरिया से बाहर होनी चाहिए। फिर भी किसी को 10 मिनट में सर्विस चाहिए तो उससे 4 गुना पैसा वसूला जाना चाहिए। गिग वर्कर्स की शिकायतों पर निगरानी के लिए एक मॉनिटरिंग सेल भी होना चाहिए।

**मो** बाइल में पीडीएफ खोलते ही एक विज्ञापन शुरू होता है। 'एवरीडे इज हाउस वार्मिंग विद हीटर्स डिलीवर्ड इन टेन मिनट्स'। ब्लिंकिट्स के विज्ञापन का मज़मून है--सर्दियों में मिलेगा गर्मी का अहसास सिर्फ मिनट्स में। इसमें हीटर के कई प्रकार भी दिखाए जा रहे हैं। यही नहीं दस मिनट के बाद वह डिलीवरी ब्याय दोस्त के साथ हँसते हुए चिप्स खा रहा है। ग्रांसरी इन टेन मिनट्स। आशय यह है कि दस मिनट में सामान पहुंचाने के बाद वह सुकून महसूस कर रहा है। लेकिन इसी दस मिनट में सामान पहुंचाने के तनाव को राज्य सभा सांसद राघव चड्ढा ने महसूस कर संसद में प्रश्न उठाया।

आम आदमी पार्टी के सांसद राघव चड्ढा ने शुक्रवार, पांच दिसंबर को गिग वर्कर्स का मुद्दा उठाते हुए उनके तीन दर्द भी गिना डाले। ब्लिन्किट्स, जोमेटो और स्विगी के गिग वर्कर्स से लेकर ओला उबर के ड्राइवर और अर्बन कम्पनी प्लंबर-ब्यूटीशियन तक का मुद्दा उठाया। राघव चड्ढा ने कहा कि इन प्लेटफॉर्म के कर्मचारियों की हालत दिहाड़ी मजदूरों से भी बदतर हो गई है। उन्होंने कहा कि डिलीवरी बॉय, राइडर, ड्राइवर और टेक्नीशियन सम्मान,



सुरक्षा और उचित कमाई के हकदार हैं। मुद्दा संसद में उठा तो सरकार चेत गई।

केंद्र सरकार ने पिछले दिनों इसी मुद्दे से मिलते जुलते लेबर कोड में बड़े बदलाव किए। जिसके तहत अब गिग वर्कर्स को पीएफ, ईएसआईसी, इंश्योरेंस और दूसरे सोशल सिक््योरिटी बेनिफिट्स मिलेंगे। साथ ही, उन्हें

पेंशन भी मिलेगी। चड्ढा ने कहा था कि आए दिन हम मोबाइल फोन के ऐप पर बटन दबाते हैं और नोटिफिकेशन आता है- आपका ऑर्डर आ रहा है। ऑर्डर डिलीवर्ड। आपकी राइड आ गई है। लेकिन इस नोटिफिकेशन के पीछे अक्सर एक इंसान होता है, जिसे हम एक्नॉलेज नहीं करते। मैं बात कर रहा हूँ- जोमेटो-स्विगी

# पहल

के डिलीवरी बॉयज की, ओला-उबर के ड्राइवर की, ब्लिंकिट-जेप्टो के राइडर की। और अर्बन कंपनी के प्लंबर और ब्यूटीशियन जैसे अन्य लोगों की। सरकारी भाषा में जिन्हें गिग वर्कर्स कहा जाता है। लेकिन मैं इन्हें इनविसिबल व्हील्स ऑफ इंडियन इकोनॉमी यानी भारतीय अर्थव्यवस्था के अदृश्य का पहिये बुलाता हूँ।

क्विक कॉमर्स और इंस्टैंट कॉमर्स ने हमारी जिंदगी बदल दी है। लेकिन इस सुपर फास्ट डिलीवरी के पीछे एक साइलेंट वर्कफोर्स है, जो हर मौसम में काम करती है। जिंदगी दांव पर लगाती है और आपका ऑर्डर आपके पास पहुंचाती है। और इस साइलेंट वर्कफोर्स की छाती पर चढ़कर तमाम बड़ी ई-कॉमर्स कंपनियां बिलियन डॉलर की वैल्यूएशन हासिल कर

सामान डिलीवर करता है तो उसे धमकाता है कि तेरी कंप्लेन कर दूंगा। उसके बाद एक स्टार की रेटिंग देकर उसके पूरे महीने की परफॉर्मिस और बजट बिगाड़ देता है।

**तीसरा दर्द** खतरनाक वर्किंग कंडीशन है। इसमें कमाई कम और बीमारी ज्यादा है। 12-14 घंटे की डेली की शिफ्ट करते हुए, चाहे धूप हो, गर्मी हो, ठंड हो, फॉग हो, पॉल्यूशन हो या फिर ट्रैफिक हो, ये लोग बिना किसी प्रोटेक्शन, बिना किसी बोनस और बिना किसी अलाउंस के काम करते रहते हैं। इनकी स्थिति किसी फैक्ट्री में काम करने वाले कर्मचारी से भी बदतर है। क्योंकि, न इन्हें परमानेंट एम्प्लॉईमेंट मिलती है, न ही वर्किंग कंडीशन होती है और न ही हेल्थ एक्सीडेंटेल इश्योर्स

श्रम मंत्री मनसुख मांडविया ने पिछले महीने इन कंपनियों के साथ एक बंद कमरे में बैठक की थी। इस बैठक में उन्होंने कंपनियों को स्पष्ट निर्देश दिए कि वे अपनी ब्रांडिंग से इस समय-सीमा के वादे को हटाएं, क्योंकि यह डिलीवरी श्रमिकों पर अनुचित दबाव डालता है और उनकी सुरक्षा से समझौता है। इसके बाद, एटरनल के स्वामित्व वाले ब्लिंकिट ने अपनी मुख्य टैगलाइन को '10 मिनट में 10,000+ उत्पाद' से बदलकर '30,000+ उत्पाद आपके दरवाजे पर' कर दिया है। जेप्टो और स्विगी ने भी अपनी ब्रांडिंग में बदलाव कर 10-मिनट की सेवाओं का प्रचार बंद कर दिया है।

## गिग वर्कर्स एसोसिएशन ने क्या कहा?

### गिग वर्कर यूनियनों द्वारा की गई देशव्यापी हड़तालों के बाद सरकार ने कंपनियों पर सख्ती की

सरकार की ओर से यह कार्रवाई 25 और 31 दिसंबर को गिग वर्कर यूनियनों द्वारा की गई देशव्यापी हड़तालों के बाद आई है। ये दिन क्विक कॉमर्स प्लेटफॉर्मों के लिए साल के सबसे व्यस्त समय में से एक होते हैं, और श्रमिकों ने 10-मिनट के इस मॉडल को समाप्त करने की मांग की थी। गिग वर्कर्स एसोसिएशन ने केंद्र के इस फैसले का स्वागत किया है। 'इंडियन फेडरेशन ऑफ ऐप-बेस्ड ट्रांसपोर्ट वर्कर्स' के सह-संस्थापक और राष्ट्रीय महासचिव शेख सलाउद्दीन ने कहा, "डिलीवरी कर्मचारी एल्गोरिदम के गुलाम नहीं हैं। हम असुरक्षित '10-मिनट डिलीवरी' मॉडल को स्वीकार नहीं करेंगे"।



चुकी हैं। यूनिकॉर्न बन चुकी हैं। लेकिन इन गिग वर्कर्स की हालत एक दिहाड़ी मजदूर से भी बदतर है।

**पहला दर्द है** स्पीड और डिलीवरी टाइम का जुल्म। आजकल 10 मिनट की डिलीवरी का खतरनाक ट्रेंड चल रहा है। डिलीवरी टाइम प्रेशर के चलते लाल बत्ती पर खड़ा डिलीवरी बॉय यही सोचता है कि लेट हुआ तो रेटिंग गिर जाएगी। इनसेन्टिव कट जाएगा। ऐप लॉगआउट कर देगी, आईडी ब्लॉक कर देगी। इसलिए 10 मिनट की डिलीवरी के लिए वो ओवरस्पीडिंग करता है। लाल बत्ती जंप करता है। अपनी जान जोखिम में डालता है।

**दूसरा दर्द है** कस्टमर का गुस्सा। कस्टमर के हैरिसमेंट का परमानेंट डर भी इनके मन में होता है। जैसे ही ऑर्डर 5-7 मिनट लेट होता है तो ग्राहक फोन करके डांटता है और डिलीवरी बॉय

मिलता है। फिर भी वे अपना दर्द छिपाकर ऑर्डर डिलीवर करते हैं तो मुस्कराकर कहते हैं कि 5 स्टार रेटिंग दे दीजिएगा।

सांसद ने यह भी कहा था कि ये लोग रोबोट नहीं हैं। ये भी किसी के पिता हैं, भाई हैं, बेटे हैं। इनके बारे में सोचना चाहिए। और जो 10 मिनट की डिलीवरी का जुल्म है। इसे खत्म करना चाहिए।

## जेप्टो-स्विगी ने बंद की 10-मिनट डिलीवरी

केंद्रीय श्रम मंत्रालय के आदेश के बाद जेप्टो, स्विगी और ब्लिंकिट ने '10-मिनट डिलीवरी' का दावा वापस ले लिया है। यह कदम केंद्रीय श्रम मंत्रालय के सीधे हस्तक्षेप और डिलीवरी पार्टनर्स की सुरक्षा को लेकर बढ़ती चिंताओं के बाद उठाया गया है। रिपोर्टों के अनुसार, केंद्रीय

## गिग पर दबाव क्या रहता है?

दबाव केवल समय तक सीमित नहीं है, बल्कि मेहनताने से भी जुड़ा है। एक उदाहरण में पाया गया कि एक कर्मचारी को एक साथ दो ऑर्डर डिलीवर करने के लिए केवल 19.30 रुपये का भुगतान किया गया, जिससे जोखिम और काम का भार तो बढ़ा, लेकिन अलग से पैसे नहीं मिले।

## अब आगे क्या?

क्विक कॉमर्स कंपनियों द्वारा '10-मिनट' के दावे को वापस लेना इस क्षेत्र में 'गति बनाम सुरक्षा' के बीच संतुलन साधने की दिशा में एक महत्वपूर्ण मोड़ है। हालांकि कंपनियां अब भी तेज डिलीवरी का प्रयास करेंगी, लेकिन आधिकारिक ब्रांडिंग से इस समय-सीमा को हटाना श्रमिकों के कल्याण की दिशा में एक बड़ा कदम माना जा रहा है।

## भारत में गिग से जुड़े कानूनी पहलू क्या हैं?

भारत में गिग अर्थव्यवस्था का कानूनी विकास भी देर से शुरू हुआ। विभिन्न न्यायिक घोषणाएँ किए जाने के बाद गिग अर्थव्यवस्था का कानूनी विकास शुरू हुआ। धांगधरा केमिकल वर्क्स बनाम सौराष्ट्र राज्य मामले में, अदालत ने नियोक्ता-कर्मचारी संबंध निर्धारित करने के लिए नियंत्रण और पर्यवेक्षण (सुपरविजन) परीक्षण का परीक्षण किया। राम सिंह और अन्य बनाम केंद्र शासित प्रदेश, चंडीगढ़ और अन्य के मामले में सर्वोच्च न्यायालय द्वारा इसी तरह का एक और परीक्षण अपनाया गया था और श्रमिक को कर्मचारी माना गया क्योंकि नियोक्ता का उसके कार्य पर नियंत्रण था, नियोक्ता उसके वेतन का भुगतान कर रहा था, इस प्रकार अदालत ने इसे नियोक्ता-कर्मचारी संबंध के तहत करार दिया।

भारत में गिग श्रमिकों की संख्या में उल्लेखनीय वृद्धि के कारण विधायिका को एक कानून पारित करने के लिए प्रेरित किया गया जो उनके हितों की रक्षा कर सके। वहां 2020 में सामाजिक सुरक्षा संहिता संसद के दोनों सदनों में पारित हो गया और इसे राष्ट्रपति की मंजूरी भी मिल गई। इस कानून को सामाजिक सुरक्षा संहिता, 2020 नाम दिया गया है, यह अधिनियम गिग श्रमिकों को सुरक्षा प्रदान करता है। अधिनियम के तहत, गिग श्रमिकों को ऐसे व्यक्तियों के रूप में परिभाषित किया गया है जो काम करते हैं या कार्य व्यवस्था में भाग लेते हैं और पारंपरिक नियोक्ता-कर्मचारी संबंधों के बाहर ऐसी गतिविधियों से कमाते हैं। अनिवार्य



## दूसरे देशों में गिग के लिए क्या?

### संयुक्त राज्य अमेरिका

गिग अर्थव्यवस्था का पहला बड़ा उद्भव पहली बार संयुक्त राज्य अमेरिका में देखा गया था। संयुक्त राज्य अमेरिका में गिग अर्थव्यवस्था के क्षेत्र में जबरदस्त कानूनी विकास हुआ है। वर्ष 2019 में कैलिफोर्निया ने "एबी5" शीर्षक से एक विधेयक पारित किया, जो 1 जनवरी 2020 को लागू हुआ। इस अधिनियम के तहत इस प्रकार स्वतंत्र ठेकेदारों को कर्मचारी के रूप में मान्यता देकर नियोक्ता पर किसी अन्य कर्मचारी को प्रदान किए जाने वाले लाभ प्रदान करने का निर्देश दिया गया।



### यूनाइटेड किंगडम (ब्रिटेन)



यह एक और देश है जिसने गिग अर्थव्यवस्था के क्षेत्र में महत्वपूर्ण कानूनी विकास किया है। यूरोपीय संसद में ऑन-डिमांड कर्मचारियों या अल्पकालिक रोजगार के लिए मानक कामकाजी स्थितियां प्रदान करने के लिए एक निर्देश जारी किया गया है। मानदंड (क्राइटेरिया) यह है कि कर्मचारियों को प्रति सप्ताह औसतन 3 घंटे या प्रति 4 सप्ताह में 12 घंटे काम करना चाहिए।

पंजीकरण के बाद, वे विभिन्न सामाजिक सुरक्षा लाभों के हकदार होंगे। इनमें जीवन और विकलांगता बीमा, दुर्घटना बीमा, स्वास्थ्य और मातृत्व लाभ, बुढ़ापे की सुरक्षा जैसे विषय शामिल हैं।

### गिग श्रमिक और श्रम कानूनों का विश्लेषण

गिग-अर्थव्यवस्था पूर्णकालिक श्रमिकों की पारंपरिक प्रथा से अलग है। गिग अर्थव्यवस्था में छोटी अवधि के लिए या अलग-अलग परियोजनाओं के आधार पर स्वतंत्र ठेकेदारों और स्व-नियोजित (फ्रीलांसर्स) को शामिल करना सम्मिलित है। यह काम का एक गैर-मानक (नॉन स्टैंडर्ड) रूप है जहां स्व-नियोजित या स्वतंत्र ठेकेदारों के पास सामान्य काम के घंटे, निश्चित छुट्टियां और निश्चित वेतन नहीं होता है। एक गिग अर्थव्यवस्था में, एक सलाहकार या कर्मचारी को इस व्यवसाय में लंबे समय तक प्रासंगिक बने रहने के लिए अपने कौशल और ज्ञान को अद्यतन (अपडेट) करते रहना चाहिए। कई लाभों के साथ-साथ, गिग अर्थव्यवस्था का एक नकारात्मक पक्ष भी है जिसमें नौकरी में अस्थिरता, सामाजिक सुरक्षा लाभों की कमी, काम के असामान्य घंटे और अनिश्चित वेतन कार्यक्रम शामिल हैं।

### गिग श्रमिक और एसोचैम की रिपोर्ट

एसोचैम की एक रिपोर्ट के अनुसार, भारत में गिग अर्थव्यवस्था काफी बढ़ रही है और 2024 तक इसमें 455 बिलियन डॉलर की वृद्धि होने की उम्मीद है। यह भी अनुमान है कि भारत में गिग अर्थव्यवस्था 350 मिलियन नौकरियां पैदा करेगी। इसलिए इन श्रमिकों के अधिकारों की रक्षा करना आवश्यक है अन्यथा प्रमुख स्थिति में मौजूद संगठन द्वारा उनका शोषण किया जाएगा। विधायिका ने सामाजिक सुरक्षा संहिता 2020 पारित करके अधिकारों और हितों की रक्षा करने का अपना इरादा व्यक्त किया। हालाँकि, यह गिग श्रमिकों के अधिकारों और हितों की रक्षा करने का आधा-अधूरा प्रयास था। ऐसे तीन तरीके हैं जिन्हें कोई विधायिका अपना सकती है। पहला विधायिका मौजूदा विधायिका में संशोधन करती है और गिग श्रमिक शब्द डालती है। दूसरा विधायिका की ओर से कोई प्रयास नहीं किया जाता है, सर्वोच्च न्यायालय पर्यवेक्षण और नियंत्रण परीक्षण के आधार पर गिग श्रमिकों को कर्मचारी के रूप में व्याख्या करेगा। तीसरा विधायिका को नया कानून पारित करना चाहिए जिसमें केवल गैर-मानक श्रमिकों के अधिकारों का उल्लेख होगा।

-लेखिका वरिष्ठ पत्रकार हैं



डॉ. आलमगीर

# को-वर्किंग स्पेस : मालिक हो या उपभोक्ता, फायदा ही फायदा

मालिक को पैसे ज्यादा तो ग्राहक का कमखर्ची में काम, महानगरों में बढ़ रही है को-वर्किंग स्पेस की मांग

आजकल महानगरों में ऑफिस स्पेस की बड़ी मारामारी है। इसकी कई वजहें हैं। महंगाई, संसाधनों की सीमा, मेटेनेंस कॉस्ट और पेशवरो के लिए समय की बचत जैसे प्रमुख कारण हैं। स्टार्ट अप्स के लिए तो कम बजट में अपना दफ्तर चलाना एक चुनौती से कम नहीं होता। सबसे बड़ी वजह तो वर्चुअल मोड में चलने वाले ऑफिस हैं जिसमें ज्यादातर काम तो घर से ही होता है लेकिन कभी-कवार क्लाउड्स के साथ मीटिंग या ऑफिस के दूसरे स्टाफ के साथ मिलकर की जाने वाली बैठकों के लिए स्पेस की जरूरत पड़ती है। ऐसे में को वर्किंग स्पेस एक प्रभावी उपाय होता है। दिल्ली सरकार ने इस जरूरत को देखते हुए स्टार्टअप्स, फ्रीलांसरों और सेवा क्षेत्र के पेशेवरों के लिए को-वर्किंग स्पेस पॉलिसी लाने की तैयारी कर ली है। इस नीति के तहत, किराए पर 100 फीसदी तक सब्सिडी और प्रति सीट 3,000 रुपये की छूट मिल सकती है।

वरुण ने दिल्ली में सोलर पैनल का कारोबार शुरू किया। बजट और संसाधन सीमित थे लिहाजा उसके लिए ऑफिस स्पेस पर ज्यादा खर्च करना मुमकिन नहीं था। लेकिन, उसे इसे बात का भी ध्यान रखना था कि उसके साथ काम करने वाले कर्मचारियों के लिए उसे मिलने-जुलने में दिक्कत ना हो। बाजार तक आसान पहुंच भी एक मसला था। ऑफिस स्पेस के खर्च को वहन करने से भी वह बचना चाहता था।

वरुण के अपनी सारी जरूरतों को देखते हुए को-वर्किंग स्पेस एक बेहतरीन विकल्प नजर आया। उसने नोएडा के बीचों बीच बने एक टॉवर में को वर्किंग स्पेस ले लिया। अब उसे अपनी जरूरत के हिसाब से जगह मिल जाती है और सब कुछ उसके बजट के अंदर। रखरखाव, सुरक्षा, बिजली-पानी, चाय पानी सभी कुछ की उपलब्धता के साथ उसके पास ऑफिस स्पेस मौजूद होती है।

वरुण ही नहीं देश के महानगरों में ऑफिस की जरूरतों को देखते हुए बहुत तेजी के साथ को वर्किंग स्पेस की उपलब्धता बढ़ रही है। यह व्यवस्था सिर्फ जरूरतमंद के लिए ही उपयोगी नहीं है बल्कि इससे स्पेस की मालिक को भी बहुत फायदा होता है। उसकी एक ही जगह को कई लोग इस्तेमाल करते सकते हैं। इससे उसे पैसों का फायदा तो होता ही है साथ ही उसके किसी एक ग्राहक की जेब पर ही सारा बोझ नहीं पड़ता।



## दिल्ली सरकार की पहल

राजधानी में नया काम शुरू कर रहे हैं और किराये पर जगह लेना आपकी जेब पर भारी पड़ रहा है, तो आपके लिए अच्छी खबर है। दिल्ली सरकार स्टार्टअप, फ्रीलांसरों और सर्विस सेक्टर में काम करने वाले लोगों को सस्ती दरों पर जगह उपलब्ध कराने के लिए को वर्किंग स्पेस पॉलिसी पॉलिसी लाने की तैयारी कर रही है। इसके तहत कोई भी अपनी एक ही जगह को अलग-अलग समय में अलग-अलग लोगों को कुछ दिन, कुछ समय के लिए किराये पर दे सकता है। सूत्रों की मानें तो सरकार स्टार्टअप्स को ऐसे को-वर्किंग स्पेस पर जगह लेने पर सब्सिडी भी देगी।

एक अधिकारी के मुताबिक दिल्ली में जहां बेहतर ऑफिस स्पेस की कमी एक समस्या है, वहीं नए स्टार्टअप्स के लिए ऑफिस बनाना महंगा सौदा है। दिल्ली में अभी को-वर्किंग स्पेस को लेकर कोई नीति नहीं है। सरकार इस नीति को लागू करने के लिए श्रम विभाग के शॉप्स एंड इस्टेब्लिशमेंट एक्ट 1954 में संशोधन करने जा रही है।

## क्या है को-वर्किंग ऑफिस स्पेस, इसकी जरूरत क्यों?

को-वर्किंग स्पेस पारंपरिक रिजर्व ऑफिस स्पेस के बजाए एक शेयरिंग ऑफिस स्पेस है, जहां पर अलग-अलग कंपनिया, फ्रीलांसर और

**देश के महानगरों में ऑफिस की जरूरतों को देखते हुए बहुत तेजी के साथ को वर्किंग स्पेस की उपलब्धता बढ़ रही है। यह व्यवस्था सिर्फ जरूरतमंद के लिए ही उपयोगी नहीं है बल्कि इससे स्पेस की मालिक को भी बहुत फायदा होता है। उसकी एक ही जगह को कई लोग इस्तेमाल करते सकते हैं। इससे उसे पैसों का फायदा तो होता ही है साथ ही उसके किसी एक ग्राहक की जेब पर ही सारा बोझ नहीं पड़ता।**

स्टार्टअप एक ही छत के नीचे काम कर सकते हैं। सभी को एक ही ऑफिस बिल्डिंग में कुछ-कुछ हिस्सा किराए पर मिलता है। इसके साथ ही वहां पर फर्नीचर, लाइटिंग, एसी, इंटरनेट, प्रिंटर, मीटिंग रूम और कैंटीन जैसी सुविधाएं भी मिलती हैं। यह को-वर्किंग ऑफिस स्पेस पारंपरिक ऑफिस किराए पर लेने की तुलना में एक किफायती विकल्प होता है।

इसे ऐसे समझें कि अगर किसी ऑफिस में 100 वर्गमीटर जगह है। वहां पर 25 लोगों के बैठने की जगह है तो एक ही समय में या अलग-अलग समय में आप अपनी जरूरत के हिसाब से नंबर ऑफ सीट्स बुक करके काम कर सकते हैं। को-वर्किंग स्पेस की जरूरत लागत बचाने, बेहतर नेटवर्किंग, लचीलेपन और घर से काम करने पर आने वाले अकेलेपन और अव्यवस्था को दूर करने के लिए होती है।



## पॉलिसी का अहम हिस्सा

सरकार के मुताबिक को-ऑफिस वर्किंग स्पेस दिल्ली स्टार्टअप पॉलिसी 2025 का भी एक अहम हिस्सा है। सूत्रों ने बताया कि को-वर्किंग स्पेस नीति में नए स्टार्टअप को किराए में सब्सिडी भी दी जाएगी। इसमें किराए पर 100 फीसदी तक रीइबर्समेंट का प्रावधान है, जो 3 वर्षों के लिए अधिकतम 10 लाख प्रति वर्ष तक हो सकता है। को-वर्किंग स्पेस वाली जगह पर प्रति सीट 3,000 रुपये की छूट मिल सकती है।

## इन इमारतों में भी स्पेस

को-वर्किंग स्पेस में सिर्फ प्राइवेट स्थानों पर ही जगह नहीं मिलेगी। सरकार अपने सरकारी संपत्तियों के कैम्पस या इमारतों में भी जो जगह होगी, उसे रियायती दरों पर किराए पर उपलब्ध कराएगी। यह दरें 5-10 रुपये प्रति वर्ग फुट तक हो सकती हैं। इससे कंपनियों को काफी फायदा होगा।

## को-वर्किंग स्पेस के फायदे

- ▶ हाइब्रिड वर्क मॉडल से कर्मचारियों को घर के आस-पास काम करने की सुविधा मिलेगी।

**दिल्ली सरकार स्टार्टअप, प्रीलांसरों और सर्विस सेक्टर में काम करने वाले लोगों को सस्ती दरों पर जगह उपलब्ध कराने के लिए को वर्किंग स्पेस पॉलिसी लाने की तैयारी कर रही है। इसके तहत कोई भी अपनी एक ही जगह को अलग-अलग समय में अलग-अलग लोगों को कुछ दिन, कुछ समय के लिए किराये पर दे सकता है। सूत्रों की मानें तो सरकार स्टार्टअप को ऐसे को-वर्किंग स्पेस पर जगह लेने पर सब्सिडी भी देगी।**

- ▶ घर के आस-पास काम करने की सुविधा से सड़कों पर गाड़ियां कम होंगी, तो

प्रदूषण कम होगा।

- ▶ नए स्टार्टअप और उद्यमियों को अपना बिजनेस बढ़ाते समय ऑफिस बनाने का आर्थिक बोझ कम होगा।

## ऑफिस के मालिक को क्या है फायदा ?

- ▶ को वर्किंग स्पेस के मालिक को इस नीति से काफी फायदा पहुंचने वाला है।
- ▶ स्पेस मालिक को एक स्थान से ज्यादा पैसे मिल सकेंगे।
- ▶ रखरखाव और कैंटीन के लिए भी एक ही बंदोबस्त से काम चल जाएगा।
- ▶ को वर्किंग स्पेस में कम पार्किंग व्यवस्था में भी काम चल सकता है जबकि स्थायी ऑफिस के रूप में उसे ऑफिस के साथ काफी स्पेस दूसरी जरूरतों के लिए उपलब्ध करानी पड़ती है।

**-लेखक जामिया मिल्लिया इस्लामिया में असिस्टेंट प्रोफेसर हैं।**

# डुओपोली यानी बाजार पर कब्जे का खेल उपभोक्ताओं के लिए खतरे की घंटी

**उ**पभोक्ताओं ग्रामीण उपभोक्ता के इस अंक में हम आपको बाजार के एक ऐसे खेल के बारे में समझाएंगे जो कहीं न कहीं आपके हित से जुड़ा एक बड़ा सवाल है। आज हम आपको डुओपोली के बारे में बताएंगे। सवाल बाजार में आधिपत्य से जुड़ा है।

## समझिए डुओपोली का खेल

डुओपोली, बाजार की एक ऐसी स्थिति को संदर्भित करता है जहां दो फर्म किसी वस्तु या सेवा की आपूर्ति पर हावी होती हैं। ये दोनों खिलाड़ी मिलकर अधिकांश बाजार हिस्सेदारी को नियंत्रित करते हैं, जिससे नई फर्मों के लिए प्रवेश करना बेहद मुश्किल हो जाता है।

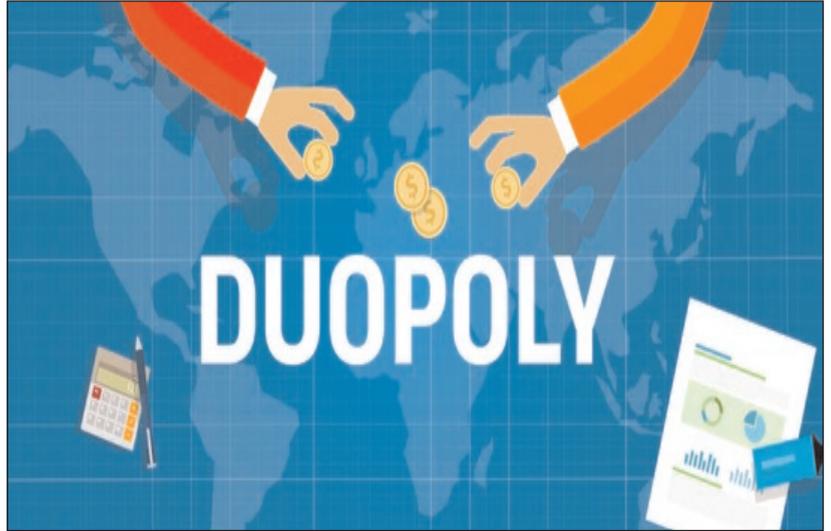
भारत में, ऐसी बाजार संरचनाएं तेजी से दिखाई दे रही हैं। ओला और उबर द्वारा नियंत्रित कैब एग्रीगेशन बाजार इसका एक बेहतरीन उदाहरण है। इसी तरह के पैटर्न अब टेलीकॉम, फूड डिलीवरी और एविएशन में भी दिख रहे हैं। डुओपोली शब्द ओलिगोपोली का एक उपसमूह है और 19वीं सदी में कूर्नों के आर्थिक मॉडल के तहत इसका औपचारिक रूप से अध्ययन किया गया था।

## भारत में क्यों बढ़ रही है डुओपोली?

भारत में डुओपोली बढ़ने का एक प्रमुख कारण उच्च पूंजी गहनता है। एविएशन और टेलीकॉम जैसे क्षेत्रों में विमान, स्पेक्ट्रम और बुनियादी ढांचे में बड़े पैमाने पर शुरुआती निवेश की आवश्यकता होती है। छोटी फर्में अक्सर लंबे समय तक चलने वाले मूल्य युद्धों में जीवित नहीं रह पाती हैं।

नेटवर्क प्रभाव प्रमुख खिलाड़ियों को और मजबूत करते हैं। जो फर्में जल्दी ग्राहक हासिल करती हैं, उन्हें डेटा, पैमाना और ब्रांड पहचान मिलती है, जिससे नए प्रवेशकों के लिए प्रतिस्पर्धा करना मुश्किल हो जाता है। टैरिफ युद्धों के बाद दूरसंचार क्षेत्र में यह प्रवृत्ति देखी गई है।

इसके लिए नियामक कमियां भी एक भूमिका निभाती हैं। क्षेत्रीय नियम अक्सर उपभोक्ता संरक्षण या सुरक्षा पर ध्यान केंद्रित करते हैं, लेकिन दीर्घकालिक बाजार एकाग्रता जोखिमों



▶ बड़े खिलाड़ियों से अलग विकल्पों को आजमाना जरूरी  
▶ उपभोक्ता को देखना होगा सिर्फ अपना फायदा

को नजरअंदाज कर सकते हैं।

औद्योगिक अर्थशास्त्र में प्रवेश बाधाओं को संरचनात्मक, रणनीतिक और कानूनी बाधाओं के रूप में वर्गीकृत किया गया है।

## डुओपोलिस्टिक बाजार किस तरह की चुनौतियां पैदा करता है?

### उच्च कीमतें और कम सामर्थ्य

सीमित प्रतिस्पर्धा के साथ, फर्मों पर कीमतों कम रखने का बहुत कम दबाव होता है। फूड डिलीवरी प्लेटफॉर्म में, उपभोक्ताओं को अक्सर सर्ज प्राइसिंग और उच्च प्लेटफॉर्म शुल्क का

अनुभव होता है, जो सीधे सामर्थ्य को प्रभावित करता है।

### सीमित उपभोक्ता विकल्प

जैसे-जैसे छोटी फर्में बाजार से बाहर निकलती हैं, उपभोक्ताओं के पास बहुत कम विकल्प बचते हैं। इससे मोलभाव करने की शक्ति कम हो जाती है और प्रमुख प्लेटफॉर्म पर निर्भरता बढ़ जाती है।

### धीमा नवाचार

डुओपोली में नवाचार अक्सर धीमा होता है। फर्में विघटनकारी प्रौद्योगिकियों को पेश करने के बजाय, अपने एकमात्र प्रतिद्वंद्वी से थोड़ा आगे रहने का लक्ष्य रखती हैं। समेकन के बाद दूरसंचार क्षेत्र में यह प्रवृत्ति देखी गई है।

### विनियमन पर अत्यधिक प्रभाव

बड़ी डुओपोलिस्टिक फर्मों के पास मजबूत लॉबींग शक्ति होती है। वे मौजूदा व्यावसायिक मॉडल की रक्षा के लिए नियमों को आकार दे सकती हैं और नई प्रौद्योगिकियों या प्रतिस्पर्धियों के प्रवेश में देरी कर सकते हैं, खासकर डिजिटल बाजारों में।

### प्रणालीगत भेद्यता

यदि कोई एक फर्म विफल हो जाती है, तो पूरा

क्षेत्र बाधित हो जाता है। इंडिगो से जुड़े हालिया ऑपरेशनल संकट ने यह दिखाया कि कैसे कुछ ही कंपनियों पर निर्भरता बड़े पैमाने पर सर्विस ब्रेकडाउन का कारण बन सकती है। एविएशन को एक नेटवर्क इंडस्ट्री के रूप में वर्गीकृत किया गया है जहाँ आर्थिक स्थिरता के लिए विश्वसनीयता और रिडंडेंसी बहुत जरूरी हैं।

## मौजूदा रेगुलेटरी ढांचा

भारत का प्रतिस्पर्धा तंत्र प्रतिस्पर्धा अधिनियम, 2002 पर आधारित है, जो प्रतिस्पर्धा-विरोधी समझौतों और प्रभुत्व के दुरुपयोग पर रोक लगाता है। भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग प्रवर्तन के लिए जिम्मेदार वैधानिक प्राधिकरण है।

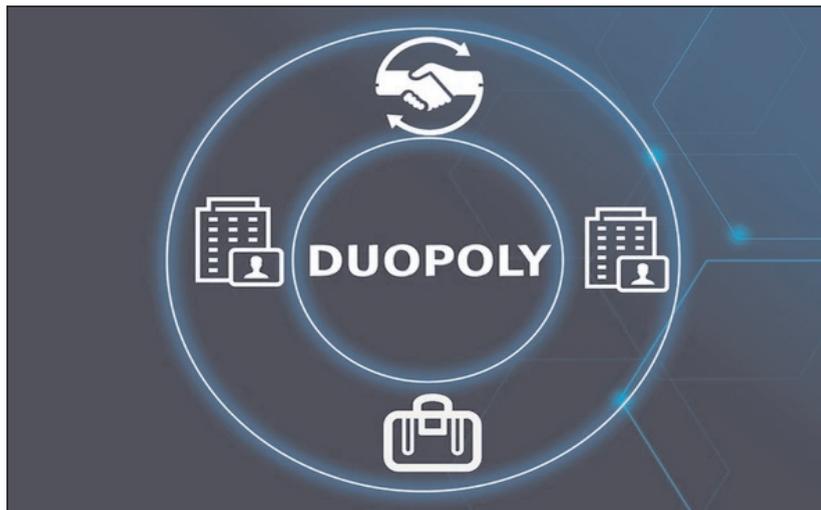
सेक्टरल रेगुलेटर भी भूमिका निभाते हैं। TRAI टेलीकॉम बाजारों की देखरेख करता है, जबकि DGCA नागरिक उड्डयन को रेगुलेट करता है। हालांकि, प्रतिस्पर्धा प्राधिकरणों और सेक्टरल रेगुलेटर्स के बीच समन्वय सीमित है।

## आगे का रास्ता

भारत की उभरती हुई डुओपॉली के लिए सिर्फ बाद में दंड लगाने के बजाय सक्रिय बाजार डिजाइन की आवश्यकता है। प्रतिस्पर्धा प्राधिकरण की पूर्व-निर्धारित शक्तियों को मजबूत करना, साझा बुनियादी ढांचे के माध्यम से प्रवेश बाधाओं को कम करना, रेगुलेटरी सैंडबॉक्स को सक्षम करना, और पारदर्शी मूल्य निर्धारण और डेटा पोर्टेबिलिटी सुनिश्चित करना आवश्यक कदम हैं।

स्थायी प्रतिस्पर्धा न केवल उपभोक्ता कल्याण के लिए बल्कि दीर्घकालिक आर्थिक लचीलेपन के लिए भी महत्वपूर्ण है।

## वर्चस्व का खेल विषय विवरण



- ▶ द्वायाधिकार (Duopoly) बाजार पर दो प्रमुख कंपनियों का वर्चस्व
- ▶ प्रमुख क्षेत्र दूरसंचार, फूड डिलीवरी, विमानन
- ▶ कानूनी ढांचा प्रतिस्पर्धा अधिनियम, 2002
- ▶ प्रतिस्पर्धा नियामक भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग
- ▶ क्षेत्रीय नियामक भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (TRAI) एवं नागरिक उड्डयन महानिदेशालय (DGCA)
- ▶ प्रमुख जोखिम सीमित खिलाड़ियों के कारण प्रणालीगत विफलता का जोखिम
- ▶ नीति की आवश्यकता पूर्व-नियामक (Ex-ante) उपाय एवं प्रवेश बाधाओं में कमी

- ▶ आर्थिक प्रभाव ऊँची कीमतें एवं नवाचार में कमी

## उपभोक्ताओं का पाठ

उपभोक्ताओं के बाजार की इस लड़ाई का सबसे ज्यादा नुकसान आपको ही होता है और इस लड़ाई के पेंचों को समझना आपके लिए सबसे जरूरी है। उदाहरण देकर समझाते हैं - देश के महानगरों में कैब कारोबार पर खासतौर पर दो प्रमुख कंपनियों- ओला और ऊबर का कब्जा है। कहीं ओला ज्यादा है तो कहीं ऊबर।

नतीजा क्या हुआ कि तमाम उपभोक्ता शिकायतों के बावजूद इन कंपनियों के खिलाफ कोई ठोस कार्रवाई नहीं की जा सकी। अभी एक जनवरी 2026 से देश में भारत टैक्सी नाम की एक और कैब सेवा शुरू हुई है। यह सेवा सहकारी प्रयासों ते तहत शुरू की गई है लेकिन अभी तक जो रिपोर्ट सामने आई हैं उसके मुताबिक इस सेवा को लेकर कैब मालिकों में अपेक्षकृत उत्साह कम देखने को मिल रहा है।

ओला-ऊबर जैसी कंपनियों की निगाह भारत टैक्सी पर है और उनकी पूरी कोशिश है कि किसी भी तरह से बाजार में उनके आधिपत्य पर यह सेवा असर न डाल पाए।

इसके अलावा, भारत टैक्सी के बारे में उपभोक्ताओं को जानकारी भी काफी कम है। लोग जब तक जानेंगे नहीं तब तक इसके उपयोग का सवाल ही कहां उठता है। उपभोक्ताओं आपको सलाह है कि आप ओला-ऊबर के साथ भारत टैक्सी सेवा के विकल्प के बारे में जरूर सोचें और अपने मोबाइल में ओला-ऊबर के साथ भारत टैक्सी का ऐप भी डाउनलोड करके रखें।



# Combat Food Adulteration

**DART Book:  
check food adulterants  
at home**



**Food Safety on Wheels:  
Mobile food-testing lab**



**100+ tests of  
food adulterants for  
schoolchildren**



**275+  
notified labs for  
all tests**





# सबको इंतजार है राख के ठंडा होने का..!

## जवाब चाहिए- युवराज के मामले में जवाबदेह कौन ?

आग्रह है शब्दों के इस समूह को सिर्फ लेख समझ कर न पढ़ें, अगर पढ़ें तो आप कोई भी हों- नेता, अफसर, मीडिया, न्यायाधीश या कोई और, अपने अंतर्मन से सवाल जरूर करें और अगर आपको लगता है कि सब चलता है, सब ठीक है, तो कृपया इस लेख को पढ़कर मुझे शर्मिदा न करें। डॉ. राममनोहर लोहिया ने जब यह कहा कि, जिंदा कौमें पांच साल इंतजार नहीं करतीं, तो जाहिर है उन्हें इस तंत्र से इस व्यवस्था से और सबसे पहले इस देश की जनता से बहुत उम्मीदें थीं। आज हालात बहुत अलग हैं लेकिन फिर भी सवाल तो उठता ही है और हम पूछेंगे भी।

सबको इंतजार है राख के ठंडे होने का। पुलिस बगलें झांक कर, प्रशासन चुप्पी साध कर, राजनेता लीपापोती करके, मीडिया सीधे सवाल न पूछ कर और सबसे पहले हम - आप अपनी बैबसी और कायरता के पीछे छिपने की कोशिश करते, आखिर इंतजार ही तो कर रहे हैं। जिस देश में एक लड़की को सरेआम पुलिस पेट्रोल डालकर जला देती हो, नेता जी का लड़का किसानों पर जीप चढ़ा देता हो, नेता जी बलात्कारी हों और मुख्यमंत्री सम्मान में उससे मिलने जेल जाता हो उस देश और तंत्र से उम्मीद भी क्या की जा सकती है ?

सवाल सिर्फ युवराज का नहीं है। सवाल, उस समाज और व्यवस्था से है जो हर कांड के बाद ऐसी ही मुर्दा शांति से भर जाता है। हां, सब अपना-अपना काम करने लग जाते हैं। पुलिस नए सिरे से जांच करती है। मीडिया 70 साल पहले लौट जाता है, न्यायपालिका कभी-कभी अपनी चेतना को जाहिर करने की कोशिश करती है, नेता जी फर्ज अदायगी करते हैं और जवाबदेह राख के ठंडे होने का इंतजार करते हैं। ज्यादा बवाल होता दिखे तो छोटे-मोटे लोगों को बकरा बनाकर बलि चढ़ा देते हैं। फिर सब शांत। कुछ हुआ ही नहीं। देश में, प्रदेश में विकसित भारत में सब कुछ चंगा सी।

लेकिन, आज बात होगी। युवराज के बहाने से ही सही हम जवाबदेहों से सवाल तो पूछेंगे ही और साथ में यह भी समझेंगे कि अगर यही घटना दुनिया के कुछ जवाबदेह देशों में होती तो क्या-क्या होता और एक जिंदा और मरे हुए समाज और तंत्र में क्या फर्क होता है ?

डॉ. राममनोहर लोहिया ने जब यह कहा कि, जिंदा कौमें पांच साल इंतजार नहीं करतीं, तो जाहिर है उन्हें इस तंत्र से इस व्यवस्था से और सबसे पहले इस देश की जनता से बहुत उम्मीदें



► मौन की राजनीति,  
बयानबाजी  
की रस्म  
► मुर्दा तंत्र से  
इंसाफ की उम्मीद  
पालना सिर्फ  
मुगलता

थीं। आज हालात बहुत अलग हैं लेकिन फिर भी सवाल तो उठता ही है और हम पूछेंगे भी।

आग्रह है शब्दों के इस समूह को सिर्फ लेख समझ कर न पढ़ें, अगर पढ़ें तो आप कोई भी हों- नेता, अफसर, मीडिया, न्यायाधीश या कोई

और, अपने अंतर्मन से सवाल जरूर करें और अगर आपको लगता है कि सब चलता है, सब ठीक है, तो कृपया इस लेख को पढ़कर मुझे शर्मिदा न करें।

युवराज आज का सवाल है तो बात उन्हीं पर होगी। नोएडा में घटित युवराज मेहता कांड को अगर कोई अब भी एक दुर्भाग्यपूर्ण घटना कहकर टाल देना चाहता है, तो समझ लेना चाहिए कि वह या तो व्यवस्था का प्रवक्ता है, या फिर सच देखने से डरता है। क्योंकि यह कांड अपराध कम और हमारे शासन तंत्र की एक्स-रे रिपोर्ट ज्यादा है। इस रिपोर्ट में हर अंग संक्रमित दिखता है। यह घटना अचानक नहीं घटी। यह उस सिस्टम की स्वाभाविक उपज है, जहां सत्ता जवाब नहीं देती, पुलिस सवाल से डरती है, न्याय समय से हार जाता है और सरकार विज्ञापनों के मायाजाल में सच्चाई को छिपा देती है।

## राजपथ

युवराज मेहता कांड दरअसल यह बताता है कि न्यू इंडिया के पोस्टर के पीछे हमारी व्यवस्था का एक सड़ा हुआ ढांचा अब भी जिंदा है।

नोएडा को सत्ता ने वर्षों से विकास का शोरूम बनाकर पेश किया। एक्सप्रेसवे चमकते हैं, फ्लाईओवर कटते हैं, निवेश सम्मेलन होते हैं और मुख्यमंत्री के भाषणों में नोएडा भविष्य का शहर कहलाता है। लेकिन सवाल यह है कि, जिस शहर में नागरिक सुरक्षा एक प्रेस नोट पर टिकी हो, उसे स्मार्ट सिटी कहें या साइलेंट सिटी ?

युवराज मेहता कांड ने यह साबित किया कि नोएडा में सब कुछ स्मार्ट है, कैमरे स्मार्ट, इमारतें स्मार्ट, भाषण स्मार्ट, बस इंसाफ स्मार्ट नहीं है।

### घटना के बाद की पहली प्रतिक्रिया - घबराया हुआ तंत्र

किसी भी संवेदनशील घटना के बाद सबसे बड़ा सवाल होता है, पहले 24 घंटे में सरकार और पुलिस ने क्या किया?

युवराज मेहता कांड में इन 24 घंटों ने ही बता दिया कि मामला साधारण नहीं है। FIR दर्ज हुई, लेकिन भरोसा नहीं जगा। बयान आए, लेकिन आत्मा नहीं थी। पुलिस सक्रिय दिखी, पर पारदर्शी नहीं। ऐसा लगा मानो सिस्टम यह तय करने में व्यस्त था कि सच्चाई कितनी दिखाई जाए और कितनी छिपाई जाए। दरअसल, यह जांच नहीं, एक डैमेज कंट्रोल ड्रिल थी।

### पुलिस कानून की नहीं, सत्ता की

भारतीय पुलिस की सबसे बड़ी त्रासदी यह है कि वह संविधान से ज्यादा आदेश पत्र पढ़ती है। युवराज मेहता कांड में भी यही दृश्य सामने आया। सवाल पूछने वाले पत्रकार व्यवस्था विरोधी करार दिए गए। पीड़ित पक्ष की बात को इमोशनल आउटबर्स्ट का नाम दे दिया गया। और पुलिस की हर प्रेस ब्रीफिंग में शब्द कम, गोलमोल ज्यादा था। जब पुलिस यह सोचकर बयान देती है कि, कौन नाराज होगा, तब न्याय की पहले ही हत्या हो चुकी होती है। यह वही पुलिस है जो छोटे मामलों में तुरंत सक्रिय हो जाती है, लेकिन जैसे ही मामला सिस्टम से टकराता है, उसके कदम अपने आप धीमे पड़ जाते हैं।

### मौन की राजनीति, बयानबाजी की रस्म

लोकतंत्र में सरकार की चुप्पी सबसे खतरनाक हथियार होती है। युवराज मेहता कांड में सरकार ने वही हथियार इस्तेमाल किया। न कोई संवेदनशील संबोधन, न कोई नैतिक जिम्मेदारी,



**युवराज आज का सवाल है तो बात उन्हीं पर होगी। नोएडा में घटित युवराज मेहता कांड को अगर कोई अब भी एक दुर्भाग्यपूर्ण घटना कहकर टाल देना चाहता है, तो समझ लेना चाहिए कि वह या तो व्यवस्था का प्रवक्ता है, या फिर सच देखने से डरता है। क्योंकि यह कांड अपराध कम और हमारे शासन तंत्र की एक्स-रे रिपोर्ट ज्यादा है। इस रिपोर्ट में हर अंग संक्रमित दिखता है। यह घटना अचानक नहीं घटी। यह उस सिस्टम की स्वाभाविक उपज है, जहां सत्ता जवाब नहीं देती, पुलिस सवाल से डरती है, न्याय समय से हार जाता है और सरकार विज्ञापनों के मायाजाल में सच्चाई को छिपा देती है।**

न कोई साफ जवाब। सिर्फ तीन वाक्य बार-बार- कानून अपना काम करेगा, निष्पक्ष जांच होगी, दोषी बख्शे नहीं जाएंगे। ये वाक्य अब आश्वासन नहीं, सरकारी मंत्र बन चुके हैं- जिनका अर्थ होता है, कृपया कुछ दिन चुप रहें।

### मुख्यमंत्री से मंत्री तक-सब सुरक्षित दूरी पर

युवराज मेहता कांड ने एक और बात साफ कर दी कि, जब मामला असहज हो, तो नेता कैमरे से दूरी बना लेते हैं। कोई मौके पर नहीं गया, कोई परिजनों से नहीं मिला, कोई नैतिक जिम्मेदारी नहीं ली, क्योंकि आज की राजनीति में, इंसाफ से ज्यादा इमेज की चिंता होती है।

सरकार के लिए मामला कितना संजीदा था, इसी बात से समझ लीजिए कि मुख्यमंत्री योगी आदित्यनाथ घटना के बाद नोएडा आए लेकिन न तो उस परिवार से मिले और न ही घटनास्थल का दौरा किया।

### न्याय व्यवस्था-तारीखों का कब्रिस्तान

भारतीय न्याय व्यवस्था में एक कहावत है- Justice delayed is justice denied लेकिन अब थोड़ा आगे की सोचिए। हमारे सिस्टम ने इसे और वीभत्स बना दिया है- Justice pending is justice buried युवराज मेहता कांड में भी यही डर गहराता है। यहां भी जांच लंबी, प्रक्रिया जटिल और फैसले की अनिश्चितता का अंदेशा है।

### मीडिया-चौथा स्तंभ या सत्ता का माइक ?

मीडिया का एक हिस्सा युवराज मेहता कांड में साहस के साथ खड़ा दिखा। लेकिन बड़ा हिस्सा वही पुराना खेल खेलता रहा। टीवी स्टूडियो में पैनल बहस, तू-तू, मैं-मैं, तीखे सवालों से कतराना जारी रहा। जब पत्रकार सवाल पूछने के बजाय फैसले सुनाने लगे, तब

**युवराज मेहता कांड ने एक और बात साफ कर दी कि, जब मामला असहज हो, तो नेता कैमरे से दूरी बना लेते हैं। कोई मौके पर नहीं गया, कोई परिजनों से नहीं मिला, कोई नैतिक जिम्मेदारी नहीं ली, क्योंकि आज की राजनीति में, इंसान से ज्यादा इमेज की चिंता होती है। सरकार के लिए मामला कितना संजीदा था, इसी बात से समझ लीजिए कि मुख्यमंत्री योगी आदित्यनाथ घटना के बाद नोएडा आए लेकिन न तो उस परिवार से मिले और न ही घटनास्थल का दौरा किया।**

समझिए लोकतंत्र खतरे में है।

## सोशल मीडिया-न्याय की चीख या अफवाहों का जंगल?

सोशल मीडिया पर यह कांड आग की तरह फैला। यह इस बात का संकेत था कि, लोग अब संस्थाओं से ज्यादा इंटरनेट पर भरोसा करने लगे हैं। लेकिन यह भी सच है कि सोशल मीडिया आधा सच, पूरा झूठ और भावनात्मक उन्माद सब कुछ परोस देता है। यह स्थिति खुद में सिस्टम पर एक आरोप है।

## असली सवाल - क्या यह आखिरी कांड है?

हर कांड के बाद हम यही कहते हैं कि, ऐसा दोबारा नहीं होगा। लेकिन सच्चाई यह है कि, जब तक सिस्टम नहीं बदलेगा, नाम बदलते रहेंगे। आज युवराज मेहता, कल कोई और। युवराज मेहता कांड सिर्फ एक केस नहीं है, यह लोकतंत्र की परीक्षा है।

क्या सरकार जवाबदेह है? क्या पुलिस स्वतंत्र है? क्या न्याय समय पर मिलेगा? यह लड़ाई युवराज मेहता की मौत से बड़ी है। यह लड़ाई डर के खिलाफ है, चुप्पी के खिलाफ है, सत्ता के अहंकार के खिलाफ है। अगर व्यवस्था सवाल से डरती है, तो सवाल जनता का हथियार बनना चाहिए।

## दुनिया के देशों से भी कुछ सीख सको तो सीख लो



सरकारी लापरवाही से यदि किसी निर्दोष व्यक्ति की जान चली जाए, तो दुनिया के कई देशों में इसे केवल प्रशासनिक चूक नहीं बल्कि मानवाधिकार उल्लंघन और आपराधिक दायित्व के रूप में देखा जाता है।

जर्मनी में जर्मन बेसिक लॉ (संविधान) के अनुच्छेद 1 व 2 में मानव गरिमा और जीवन की पूर्ण सुरक्षा का प्रावधान है। State Liability Act के Criminal Code के सेक्शन 222 के तहत एक ऐतिहासिक मामला उल्लेखनीय है। Love Parade Stampede Case (2010) के मामले में सरकारी अनुमति और सुरक्षा में गंभीर चूक सामने आई। इसमें 21 लोगों की मौत हो गई। अदालत ने नगर प्रशासन को आपराधिक लापरवाही का दोषी पाया और वरिष्ठ अधिकारियों पर केस चलाने के साथ पीड़ित परिवारों को करोड़ों यूरो का मुआवजा देने का आदेश दिया।

जापान में Japanese Penal Code के अनुच्छेद 211 के तहत राज्य की लापरवाही से मौत होने की स्थिति में सरकारी अफसरों पर सीधा केस दर्ज किया जा सकता है। Fukushima Nuclear Disaster (2011) के मामले को नियामक विफलता माना गया और सरकार को समय रहते चेतावनी न देने का दोषी पाया गया। अदालत ने जिम्मेदार अधिकारियों पर आपराधिक मुकदमे दर्ज करने के साथ सरकार को भारी मुआवजा भरने का आदेश दिया।

फ्रांस में सरकारी लापरवाही से किसी की मौत से संबंधित AZF Chemical Explosion, Toulouse (2001) का मामला है। इसमें सरकारी लापरवाही से 31 लोगों की मौत हो गई। अदालत ने अपने फैसले में उद्योग और राज्य की साझा जिम्मेदारी तय करते हुए पीड़ितों को 2 बिलियन यूरो से अधिक मुआवजा देने का आदेश दिया।

ब्रिटेन में Grenfell Tower Fire (2017) केस में सरकारी आवास नीति की लापरवाही से 72 मौतों का मामला सामने आया। Corporate Manslaughter and Corporate Homicide Act, 2007 के तहत अदालत ने सरकार को आपराधिक लापरवाही का दोषी ठहराते हुए अरबों पाउंड पुनर्वास व मुआवजा देने का आदेश दिया। इसके अलावा कई अधिकारियों के खिलाफ जांच शुरू करने का निर्देश दिया।

अमेरिका में मिशीगन में Flint Water Crisis (Michigan) केस में सरकारी लापरवाही से जहरीले पानी की सप्टाई के मामले में बच्चों समेत कई मौतों का मामला सामने आया। इस मामले में अदालत ने राज्य के अधिकारियों पर आपराधिक मामला दर्ज करने का आदेश देते हुए 626 मिलियन डॉलर से अधिक मुआवजा भरने का आदेश दिया।

**-लेखक ग्रामीण उपभोक्ता के संपादकीय निदेशक हैं**



# पैथ लैब रिपोर्ट : न-न, आंख मूंद कर भरोसा नहीं..!

रिपोर्ट गड़बड़ लगे तो जांच दोबारा कराएं, गंभीर बीमारी है तो क्रॉस चेक करना जरूरी

देश भर में ढेर सारे पैथोलॉजी टेस्ट सेंटर गली-मोहल्लो में कुकरमुत्ते की तरह पैदा गए हैं। कहीं बुनियादी सुविधाओं का अभाव है तो कहीं टेस्ट सैंपल तक कलेक्ट करने का सही तरीका पता नहीं। इनके लिए मानक तो बने हैं लेकिन उनका पालन कौन करे और कौन कराए। ले-दे कर धंधा चलता रहता है। ऐसा भी नहीं है कि सभी पैथोलॉजी सेंटर ऐसे हैं। बहुत से ऐसे हैं जहां तरीके से जांच होती है और सारे मानकों का खयाल रखा जाता है। लेकिन, बहुत से ऐसे पैथ लैब भी मौजूद हैं जो लोगों की जान से खेल रहे हैं। वहां दायम तरह के उपकरणों से दायम किस्म के स्टाफ से जरिए रिपोर्ट तैयार कराई जाती है। ऐसी शिकायतें कस्बों और ग्रामीण इलाकों में बहुतायत में हैं। ग्रामीण उपभोक्ता ने ऐसी पैथ लैबों की जांच रिपोर्ट तैयार की है। कोशिश लोगों को जगरूक करके उन्हें सुरक्षित रखने की है।

भारत अपनी मेडिकल सेवा के लिए विश्व भर में शीर्ष के 10 प्रमुख देशों में जाना जाता है। जो भारत के लिए काफ़ी अच्छी बात है। लेकिन वो कहते हैं ना कि हर सिक्के के दो पहलू होते हैं, भारत भले ही मेडिकल टूरिज्म में नाम कमा रहा है, किंतु आपदिन मेडिकल लाइन में धाँधली के केस आते रहते हैं। इसमें पैथोलॉजी लैब में होने वाली जांच काफ़ी चर्चा में रहती है। देश के नामी कंपनी भी इससे अछूती नहीं हैं।

## क्या है पैथ लैब?

पैथ लैबों में मरीज अपने स्वास्थ्य की रिपोर्ट जानने के लिए जाते हैं, अब आप यह सोच रहे होंगे कि स्वास्थ्य की रिपोर्ट जानने के लिए तो हम अस्पताल जाते हैं। आपका यह सोचना बिल्कुल लाजमी है, असल में होता यह है की जब आप डॉक्टर के पास जाते हैं तो वह आपकी बीमारी का पता लगाने के लिए कुछ प्रकार के हेल्थ टेस्ट करवाते हैं जिससे उन्हें मालूम होता है की आखिर समस्या क्या है? अब जहाँ ये ब्लड सैंपल (यूरिन कभी-कभी) को चेक किया जाता है, उस लैब को ही हम पैथोलॉजी लैब के नाम से जानते हैं।

## देश भर में कितने पैथोलॉजी लैब हैं?

भारत में कुल पैथोलॉजी लैब्स की संख्या एक लाख से भी अधिक है, जो सुनने में तो अच्छा लग रहा है। लेकिन जनता के लिए चिंता का विषय यह है की इनमें से सिर्फ 2200 के करीब ही ऐसी लैब हैं जो NABL (राष्ट्रीय परीक्षण और अंशशोधन प्रयोगशाला प्रत्यानन बोर्ड) से मान्यता प्राप्त हैं, यह आंकड़ा स्वयं NABL के निर्देशक ने हाल ही के इंटरव्यू में प्रस्तुत किया था, जो इस बात की और इशारा



करता है की आपके आस-पास हो रहे लैब टेस्ट की रिपोर्ट 100 प्रतिशत सही हो इसकी संभावना काफ़ी कम है।

अब इसमें एक जागरूक उपभोक्ता होने के नाते आप क्या कर सकते हैं और आपकी क्या जिम्मेदारी है इसमें, आइए जानते हैं।

## कितनी शिकायतें हैं?

आएदिन हमें सोशल मीडिया, अखबारों या अन्य माध्यमों के जरिए मेडिकल क्षेत्र में हो रहे भ्रष्टाचार की खबरें देखने व सुनने को मिलती हैं। जिसमें से कई मामलों में बड़ी-बड़ी कंपनियों के नाम भी शामिल रहते हैं। अब इस स्थिति में एक आम नागरिक करे तो क्या करे, अपने परिजनों के उपचार के लिए उसे कहीं न कहीं तो टेस्ट कराना ही होगा और टेस्ट की रिपोर्ट को आधार मानना उसकी मजबूरी बन

जाती है। यह कुछ ऐसे मामले हैं जो

## पैथोलॉजी लैब से संबंधित है

गलत रिपोर्ट (डॉ. लाल पैथलैब्स): जून 2025 में दिल्ली की उपभोक्ता अदालत के एक फैसले में डॉ. लाल पैथलैब्स के खिलाफ एक गलत रिपोर्ट के लिए लगाए गए जुर्माने को बरकरार रखा गया, जिसके कारण एक मरीज को अनावश्यक रूप से अस्पताल में भर्ती कराना पड़ा।

**अयोध्या:** अयोध्या में एक पैथोलॉजी लैब ने एसपी ग्रामीण बलवंत चौधरी को HBA1C शुगर टेस्ट की गलत रिपोर्ट दी, जिससे स्वास्थ्य सेवाओं की विश्वसनीयता पर सवाल उठे और अवैध रूप से चल रहे कई पैथोलॉजी लैब्स का खुलासा हुआ। एसपी चौधरी ने रिकाबगंज स्थित लाल पैथ लैब की मुख्य शाखा से मिली पहली गलत रिपोर्ट को लेकर संदेह होने पर दो घंटे बाद वहीं दोबारा टेस्ट कराया। दूसरी रिपोर्ट पहली से बिल्कुल अलग थी। इतना बड़ा अंतर देख उन्होंने तुरंत सीएमओ से शिकायत की, जिसके बाद स्वास्थ्य विभाग ने लैब को सील कर दिया।

**पलवल:** हुडा सेक्टर-2 स्थित गुरु गोरखनाथ अस्पताल के प्रशांत पैथ लैब में दिल्ली के वरिष्ठ डॉक्टर सुखपाल सिंह की फर्जी स्टॉप और हस्ताक्षर का उपयोग कर फर्जी जांच रिपोर्ट तैयार करने और मेडिकल बीमा का लाभ दिलाने का मामला सामने आया है। डॉक्टर को घटना का पता तब चला जब एक स्वास्थ्य बीमा कंपनी का कर्मचारी सर्वे के लिए उनके पास पहुंचा। डॉक्टर ने शहर थाना पुलिस में शिकायत दर्ज कराई, जिसके आधार पर लैब संचालक व कर्मचारियों के खिलाफ धोखाधड़ी सहित अन्य धाराओं में मुकदमा दर्ज कर लिया

# दूध का दूध, पानी का पानी

गया है। सरकारी क्लीनिक घोटाले (दिल्ली): एंटी करप्शन ब्यूरो (एसीबी) ने दिल्ली के आम आदमी मोहल्ला क्लीनिकों में कथित "फर्जी जांच और फर्जी मरीजों" की जांच शुरू की थी, जहां एक ही मोबाइल नंबर और विवरण का इस्तेमाल कई मरीजों के लिए किया गया था, जिसके परिणामस्वरूप अनुमानित 65,000 फर्जी लैब टेस्ट हुए।

## फर्जी रिपोर्ट

गुजरात के वडोदरा में एक गंभीर मामला सामने आया है, जिसमें एक लैब मालिक और तकनीशियनों को डॉक्टरों को फर्जी मलेरिया और टाइफाइड रिपोर्टें देकर मरीजों को धोखा देने और कमीशन का लालच देने के आरोप में गिरफ्तार किया गया है। बातचीत की एक ऑडियो क्लिप वायरल हो गई, जिसके बाद पुलिस ने जांच शुरू की।

## ब्लड टेस्ट के प्रकार

पैथ लैब में 50 से भी अधिक प्रकार के टेस्ट होते हैं जो ब्लड और यूरिन के सैंपल से किए जाते हैं। जिनमें से कुछ नाम इस प्रकार हैं - CBC , HB , ESR , SGOT(AST) , KFT / RFT , Urea , Creatinine , Uric Acid, T3 , T4 , Vitamin D , Dengue , Malaria , Typhoid (Widal) , HIV , Hepatitis B & C , Hormone Tests , Insulin , Testosterone , Estrogen आदि।

इस तरह के और भी टेस्ट हैं जो एक सफल इलाज के नजरिये से आवश्यक हैं।

## आवश्यक उपकरण

NABL के अनुसार एक अच्छे पैथलैब में कुछ उपकरणों का होना जरूरी है, जैसे

माइक्रोस्कोप, सेंट्रीफ्यूज, इनक्यूबेटर, ऑटोकलेव, और हेमेटोलॉजी/बायोकेमिस्ट्री एनालाइजर यह कुछ प्रमुख उपकरण हैं जो ब्लड और यूरिन को टेस्ट करने में इस्तेमाल किया जाता। और एक सफल लैब के लिए अच्छी क्वालिटी के उपकरण और कुशल नर्स का होना अत्यंत आवश्यक है।

## फीस

भारत में पैथोलॉजी लैब टेस्टों के शुल्क अलग राज्यों में भिन्न हो सकती हैं, जैसे CBC, शुगर का शुल्क 100-500 रुपए तक हो सकता है, वहीं स्पेशलाइज्ड टेस्टों के शुल्क 1,000-5,000 रुपए या उससे ज्यादा भी हो सकता है।

## टेस्ट की प्रक्रिया

पैथोलॉजी टेस्ट में सबसे पहली प्रक्रिया है, सही और सफलतापूर्वक पंजीकरण। आज के आधुनिक दौर में लैब टेस्ट घर बैठे भी हो जाता है, जिसमें आपको कुछ चरणों से होकर गुजरना पड़ता है जैसे डॉक्टर का रिक्विजिशन फॉर्म, पहचान पत्र, सही नाम, उम्र, लिंग, मोबाइल नंबर और मेडिकल हिस्ट्री (अगर है तो)। यह सब सही सही जमा करने के बाद लैब का स्टाफ आपके पास सैंपल कलेक्शन के लिए आता है और सारी डिटेल्स सही देना अत्यंत आवश्यक है।

सैंपल कलेक्शन थोड़ा संवेदनशील प्रक्रिया है, जिसमें फ्लीबोटोमिस्ट (लैब स्टाफ) मरीज का ब्लड, यूरिन, स्टूल, थूक आदि बाँडी सैंपल लेकर अपने लैब में टेस्ट के लिए ले जाता है।

इस दौरान सिंगल-यूज सुई, वैक्यूटेनर और सेफ्टी प्रोटोकॉल का पालन करना सुरक्षा की दृष्टि से आवश्यक है। कुछ टेस्ट के लिए मरीज को फास्टिंग भी करना पर सकता है

## लैब में कैसे टेस्ट होता है?

लैब में टेस्ट जरूरत के हिसाब से अलग-अलग प्रकार से किए जाते हैं जैसे बायोकेमिस्ट्री (शुगर, लिवर, किडनी, कोलेस्ट्रॉल) , हिमेटोलॉजी (CBC, Hb, ESR) , माइक्रोबायोलॉजी (बैक्टीरिया, वायरस, कल्चर) , और हिस्टोपैथोलॉजी/साइटोलॉजी (टिशू, कैंसर जांच)। इस प्रकार से सभी टेस्ट के अपने अलग चरण हैं और नाम हैं।

सभी टेस्ट सफलतापूर्वक पूरे होने पर 1-2 दिनों में (रैपिड टेस्ट उसी दिन) रिपोर्ट आपको उपलब्ध करा दिया जाता। यह रिपोर्ट आप ऑनलाइन/मोबाइल ऐप/ईमेल/ SMS/ WhatsApp से भी देख सकते हैं।

## ट्रांसपेरेंशन में होने वाली दिक्कत

पैथ लैब से सैंपल कलेक्शन और ट्रांसपेरेंशन के दौरान कई बार गलतियाँ भी हो जाती हैं जैसे, गलत लेबलिंग, गलत ट्यूब उपयोग, सैंपल का खराब होना (जैसे थक्का जमना), अनुचित तापमान और सैंपल खोना या मरीज के नाम का गलत होना। इन सब के कारण गलत रिपोर्ट की संभावना, इलाज में देरी और स्वास्थ्य जोखिम बढ़ जाते हैं। परिणाम स्वरूप आपको दोबारा टेस्ट करना पड़ सकता है या आपके स्वास्थ्य को भी नुकसान हो सकता है। इससे बचने के लिए कुछ उपाय कर सकते हैं जैसे - सैंपल लेते समय नाम, DOB की पुष्टि करना, लैब की विश्वसनीयता (Accreditation) देखना, घर से सैंपल लेने वाली लैब की जाँच करना, सैंपल को सही ट्यूब और तापमान पर रखने पर जोर देना। इन सब उपायों को करने से गलत रिपोर्ट की संभावनाएं कम हो जाती हैं।

## उपभोक्ता के लिए नसीहत

यह जानकारी एक सच्ची घटना पर

आधारित है। रमेश (बदला गया नाम) नाम का व्यक्ति अपने परिजन को अस्पताल ले जाता है जहाँ उसके परिजन की तबीयत कुछ ज्यादा ठीक नहीं थी। बीमारी का पता लगाने के लिए डॉक्टर ने रमेश को ब्लड टेस्ट कराने के लिए कहा। रमेश ने डॉक्टर के कहे अनुसार एक पैथलैब से टेस्ट कराया, रिपोर्ट में उन्हें पीलिया के लक्षण प्राप्त हुए। इसके बाद डॉक्टर ने उन्हें उस हिसाब से दवाई लिख कर दे दी, कुछ दिनों के बाद भी मरीज की तबीयत में ज्यादा सुधार देखने को नहीं मिला। इसके बाद उन्होंने जिला अस्पताल में जांच करवाया

जहाँ उन्हें दोबारा ब्लड टेस्ट करवाना पड़ा, रिपोर्ट आने के बाद डॉक्टर ने कहा की मरीज को पीलिया नहीं है, बल्कि सामान्य बुखार है। गलत परामर्श के वजह से उनकी तबीयत और बिगड़ गई थी।

फिर उन्होंने सामान्य सी दवाई लिख कर दी, जो खाने के बाद उनकी तबीयत पहले से बेहतर हुई और कुछ दिनों के भीतर उनका स्वास्थ्य पहले जैसा हो गया। इस घटना को बताने के पीछे का उद्देश्य यह है कि रमेश जो की एक मध्यम वर्गीय परिवार से आता है जिसकी आय सीमित है और मेडिकल के खर्चों को

उठाना उसकी आजीविका को

प्रभावित करता है। इन सबके बावजूद रमेश 2 बार ब्लड टेस्ट और बाक्री चीजों का खर्च उठाता है और मानसिक एवं आर्थिक रूप से परेशानी का सामना करता है। एक जागरूक उपभोक्ता होने के नाते हमें ये समझना चाहिए की जब ऐसी स्थिति बने या सामने आए और खासकर जब गंभीर बीमारी की आशंका हो, तब मरीज के घर वालों को इसकी पुष्टि के लिए एक बार अन्य पैथोलॉजी लैब से टेस्ट जरूर करा लेना चाहिए। क्योंकि जागरूक और सतर्क उपभोक्ता ही सुरक्षित उपभोक्ता हैं।

-लेखक ग्रामीण उपभोक्ता के संवाददाता हैं



सुरेश उपाध्याय

# अरावली को बचाना मतलब दिल्ली को बचाना है...

एक अध्ययन जो अरावली के मर्म की बानगी है, अरावली में खनन को रोकना बेहद जरूरी

देश में इन दिनों दिल्ली और मरुस्थल के बीच बफर जोन की तरह मौजूद अरावली पहाड़ियों को लेकर काफी बहस छिड़ी हुई है। तमाम निजी संगठनों से लेकर प्रबुद्ध नागरिकों तक ने अरावली को बचाने के लिए मोर्चा खोल रखा है। सुप्रीम कोर्ट ने इस मामले में दखल देकर आंदोलन को एक कानूनी संरक्षण देने का प्रयास किया है। सुप्रीम अदालत ने पूरे मामले की कई पहलुओं से जांच कराने के आदेश भी दिए हैं। अरावली का भविष्य को लेकर ऊंट किस करवट बैठेगा अभी इस बारे में कुछ भी नहीं कहा जा सकता।

## अरावली के मर्म को समझना जरूरी

एक समय था जब अरावली की पहाड़ियां दिल्ली की पश्चिमी सीमा हुआ करती थीं। इन पहाड़ियों के बीच कुछेक गांव इनको आबाद करते थे। समय के साथ दिल्ली का फैलाव होता गया और आज अरावली की तलहटी में तमाम फार्म हाउस, बड़े-बड़े रिहाइशी मकान और आलीशान रिसॉर्ट बन गए हैं। इस संवाददाता ने जब इस इलाके का दौरा किया तो उसे आश्चर्य हुआ कि अरावली की तलहटी के वन क्षेत्र में एक से एक शानदार फार्महाउस और रिसॉर्ट मौजूद हैं। पहाड़ियों को खोद डाला गया है और भारी संख्या में पेड़ों को काट डाला गया है। अब सवाल यह है कि आखिर अरावली और उसके जैसी दूसरी पर्वत मालाओं के क्षरण को कैसे रोका जाए और जो नुकसान हो चुका है उससे कैसे निपटा जाए? यह एक बड़ी चुनौती है।



हुए हैं, वे अक्सर पेड़ लगाने या जमीन को हरा दिखाने तक सीमित रहे हैं। लेकिन अगर उस इलाके में पानी कम है या वहां की मिट्टी उस फसल के लिए उपयुक्त नहीं है, तो यह हरियाली टिकाऊ नहीं रहती। इससे पानी की कमी बढ़ती है और किसानों की आमदनी भी नहीं बढ़ पाती। यही कारण है कि ऐसे प्रयास लंबे समय में सफल नहीं हो पाते और संयुक्त राष्ट्र संघ के सतत विकास लक्ष्य (एसडीजी) के पैमाने पर खरे नहीं उतरते।

## क्या है नया समाधान?

शोधकर्ताओं ने चीन को एक उदाहरण के रूप में चुना और यह देखा कि अगर खेती और भूमि उपयोग को स्थानीय पर्यावरण के अनुसार बदला जाए, तो उसके क्या परिणाम आ सकते हैं। उन्होंने सुझाव दिया कि :

- ▶ कमजोर और कम उपज वाली कृषि भूमि को चारागाह (पशुओं को चराने वाली भूमि) में बदला जाए।
- ▶ फसलों का चयन स्थानीय जलवायु, मिट्टी और पानी की उपलब्धता के अनुसार किया जाए।
- ▶ खेती के साथ-साथ पशुपालन को बढ़ावा दिया जाए।

## अध्ययन के क्या निकले नतीजे? इस रणनीति से कई सकारात्मक परिणाम सामने आए

- ▶ क्षेत्रीय हरियाली में 0.2 से 0.6 प्रतिशत की बढ़ोतरी हुई।
- ▶ पशुपालन उत्पादन में 5.1 से 35.2 प्रतिशत तक वृद्धि हुई।
- ▶ किसानों की आय 20.5 से 22.2 प्रतिशत तक बढ़ी।

▶ सरकार देखे कि वहां कितने-कितने आशियाने हैं ▶ अरावली को लूटने में पैसे वालों की बड़ी भूमिका

## समग्र दृष्टि और समग्र अध्ययन

इसी चुनौती को ध्यान में रखते हुए, चीनी विज्ञान अकादमी के शोधकर्ताओं की एक टीम ने एक नया और व्यावहारिक तरीका सुझाया है। यह अध्ययन हाल ही में प्रोसीडिंग्स ऑफ द नेशनल एकेडमी ऑफ साइंसेज (पीएनएस) नामक प्रतिष्ठित वैज्ञानिक पत्रिका में प्रकाशित हुआ है। इस शोध की खास बात यह है कि इसमें पर्यावरण संरक्षण, जलवायु अनुकूल खेती और स्थानीय लोगों की आजीविका - तीनों ही विषयों को एक साथ जोड़ कर देखा गया है। दुनिया की एक बड़ी समस्या है मरुस्थलीकरण यानी भूमि का रेत में तब्दील हो जाना। इसका मतलब है उपजाऊ जमीन का धीरे-धीरे बंजर हो जाना। आज दुनिया की लगभग 24 प्रतिशत जमीन मरुस्थलीकरण की चपेट में है और इसका असर 35 प्रतिशत वैश्विक आबादी पर पड़ता है। यह समस्या 126 से अधिक देशों में देखी जा रही है। इसके बावजूद, मरुस्थलीकरण से निपटने के

लिए किए जा रहे कई प्रयास केवल थोड़े समय के लिए हरियाली बढ़ाने पर ध्यान देते हैं, न कि पानी, खेती और लोगों की आजीविका जैसी असली समस्याओं पर।

## समस्या क्या है?

अब तक मरुस्थलीकरण रोकने के लिए जो प्रयास

- ▶ पर्यावरणीय पानी की कमी में 0.1 से 3.7 प्रतिशत की कमी आई।
- ▶ यानी एक ही समय में पर्यावरण, खेती और आमदनी-तीनों को फायदा हुआ।

## सतत विकास लक्ष्यों (एसडीजी) में योगदान

जब इस मॉडल को संयुक्त राष्ट्र के एसडीजी के नजरिए से देखा गया, तो इसके बड़े सामाजिक लाभ सामने आए :

- ▶ सात करोड़ से अधिक लोगों के लिए पर्याप्त प्रोटीन उपलब्ध हो सकता है।
- ▶ लगभग 80 लाख लोग भीषण गरीबी से बाहर आ सकते हैं।
- ▶ 13 करोड़ से अधिक लोगों के लिए पानी का संकट कम हो सकता है।

## यह अध्ययन क्यों है महत्वपूर्ण?

यह अध्ययन दिखाता है कि मरुस्थलीकरण केवल पर्यावरण की समस्या नहीं है, बल्कि यह भोजन, पानी और रोजगार से जुड़ी एक बड़ी विकास समस्या है। अगर समाधान स्थानीय परिस्थितियों को ध्यान में रखकर बनाए जाएं, तो वे ज्यादा टिकाऊ और प्रभावी हो सकते हैं।

यह शोध नीति-निर्माताओं, विकास एजेंसियों और अंतरराष्ट्रीय संगठनों के लिए एक व्यावहारिक रोडमैप देता है। यह बताता है कि अगर प्रकृति और लोगों की जरूरतों को साथ-साथ समझा जाए, तो मरुस्थलीकरण से लड़ाई ज्यादा प्रभावी, समावेशी और मजबूत बन सकती है।

**चीनी विज्ञान अकादमी के शोधकर्ताओं की एक टीम ने एक नया और व्यावहारिक तरीका सुझाया है। यह अध्ययन हाल ही में प्रोसीडिंग्स ऑफ द नेशनल एकेडमी ऑफ साइंसेज (पीएनएस) नामक प्रतिष्ठित वैज्ञानिक पत्रिका में प्रकाशित हुआ है। इस शोध की खास बात यह है कि इसमें पर्यावरण संरक्षण, जलवायु अनुकूल खेती और स्थानीय लोगों की आजीविका - तीनों ही विषयों को एक साथ जोड़ कर देखा गया है।**

## जलवायु के अनुकूल खेती से निकलेगा रास्ता

### कुछ तथ्यों की तरफ ध्यान देना जरूरी है :

- ▶ मरुस्थलीकरण की वजह से 13 करोड़ से ज्यादा लोग पानी की कमी की जद में हैं और अगर इससे निपट लिया जाए तो 80 लाख लोग अत्यधिक गरीबी से बाहर आ सकते हैं।
- ▶ मरुस्थलीकरण दुनिया की 24 प्रतिशत भूमि और 35 प्रतिशत आबादी को प्रभावित कर रहा है, जिससे भोजन, पानी और आजीविका का संकट बढ़ रहा है।
- ▶ अध्ययन बताता है कि केवल हरियाली बढ़ाने के बजाय खेती, पानी और स्थानीय आजीविका को साथ जोड़ना जरूरी है।
- ▶ सीमांत कृषि भूमि को चरागाह में बदलने से हरियाली, पशुपालन उत्पादन और किसानों की आय एक साथ बढ़ी है।
- ▶ इस रणनीति से कृषि आय 22 प्रतिशत तक बढ़ी और पानी के संकट में उल्लेखनीय कमी दर्ज की गई।
- ▶ यह मॉडल गरीबी, भूख और जल संकट से जुड़े सतत विकास लक्ष्यों को हासिल करने में वैश्विक स्तर पर मददगार है।

### क्या हो सकता है अरावली का व्यावहारिक समाधान?

चीन में किए गए इस अध्ययन को व्यावहारिकता की कसौटी पर कसा गया। नतीजे सकारात्मक थे। यानी रास्ता सही था। अब सवाल अरावली के संदर्भ में। भौगोलिक दृष्टि से अरावली की पहाड़ियों में वन क्षेत्रों के अलावा कुछ खास पैदावार या खेती नहीं होती थी। कुछ गांव इन पहाड़ियों के बीच हैं और इस वन क्षेत्र का विस्तार राजस्थान के बड़े वन क्षेत्रों तक है। अरावली की पर्वत मालाओं के खनन से पत्थरों की आपूर्ति होती है। इसीलिए भारी तादाद में अरावली की पहाड़ियों में खनन के लिए पट्टे लिए गए हैं। खनन इस हद तक हो रहा है कि कई जगहों पर तो पहाड़ियां गायब हो चुकी हैं। जब यह मसला पिछले कुछ महीनों में ज्यादा चर्चा में आया तब सुप्रीम कोर्ट ने इस मामले की सुनवाई की। पिछले मुख्य न्यायाधीश न्यायमूर्ति ए. आर. गवई ने बिना विशेषज्ञों की राय लिए जो फैसला सुनाया उससे तो विवाद और तूल पकड़ गया। नए मुख्य न्यायाधीश जस्टिस सूर्यकांत ने फिलहाल मामले के तर्कसंगत समाधान की तरफ कदम बढ़ाया है।



सुप्रीम कोर्ट ने इस मामले में अपने ही फैसले पर रोक लगाते हुए विशेषज्ञों की समिति से राय तलब की है। लेकिन फिर भी कुछ सवाल अनुत्तरित हैं। सुप्रीम कोर्ट ने जस्टिस गवई की अध्यक्षता में इस मामले में फैसला सुनाया था उसके बाद अगली सुनवाई के बीच अरावली में खनन के करीब 100 लाइसेंस आनन-फानन में बांट दिए गए। जाहिर सी बात है ये लाइसेंस प्रभावशाली लोगों को ही मिले। जस्टिस सूर्यकांत की बेंच ने विशेषज्ञ समिति तो बैठाई लेकिन इस दरमियान जो खनन लाइसेंस बांटे गए उनके बारे में मौन धारण कर लिया। इस बारे में स्पष्टता होनी चाहिए।

### पर्यावरण विशेषज्ञों की राय

विभिन्न मंचों और शोध जरनलों में प्रकाशित अध्ययनों में विशेषज्ञों ने अरावली को लेकर अपनी राय कुछ इस प्रकार दी है :

- ▶ अरावली एवं उससे जुड़ी पर्वत श्रृंखलाओं में खनन गतिविधियों तत्काल रोक दिया जाए।
- ▶ खनन के जो पट्टे पहले से आवंटित हैं उन्हें भी रद्द कर दिया जाए।
- ▶ अरावली की तलहटी में बसे फार्महाउसों एवं बड़े रिहाइशी स्थलों की जांच कराई जाए और उनके खिलाफ कार्रवाई की जाए।
- ▶ अरावली के रेस्टोरेशन के लिए वहां के स्थानीय निवासियों की मदद से पर्यावरण अनुकूल उपाय किए जाएं।
- ▶ इलाके सघन वनीकरण एवं पशुधन के विकास के लिए ठोस कदम एवं योजनाएं शुरू की जाएं।
- ▶ अरावली क्षेत्र को निषिद्ध एवं संरक्षित क्षेत्र घोषित किया जाए।
- ▶ अरावली का क्षरण दिल्ली एवं राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र के लिए एक आपदा है, इसे हर हाल में तुरंत रोका जाना चाहिए।

-लेखक कंजुमर कोर्ट एक्टिविस्ट हैं



डी.के. दुबे

# सलमान खान वाले पान मसाले के विज्ञापन पर रोक

पान मसाले को इलायची बताया जा रहा था  
आयोग ने कहा विज्ञापन भ्रामक है

**जि**ला उपभोक्ता आयोग क्रम-2, जयपुर, ने राजश्री पान मसाला के भ्रामक प्रचार-प्रसार और विज्ञापन पर अंतरिम रोक लगा दी है। आयोग के अध्यक्ष ग्यारसी लाल मीना तथा सदस्य अजय कुमार और सुप्रिया अग्रवाल की पीठ ने यह आदेश योगेन्द्र सिंह की स्टे प्रार्थना पर सुनवाई के बाद जारी किया। आयोग ने आदेश में कहा कि यह उत्पाद युवाओं को गलत दिशा में ले जा रहा है। केसर युक्त बताकर ऐसे उत्पादों का प्रचार न केवल भ्रामक विज्ञापन है, बल्कि जन स्वास्थ्य के साथ धोखाधड़ी की श्रेणी में भी आता है।

► 5 और 20 रुपए के पाउच में करीब 4 लाख रुपए प्रति किलोग्राम वाली केसर होना असंभव  
► विज्ञापन करने वाले फिल्म अभिनेता सलमान खान ने करोड़ों रुपए कमाए हैं



## भ्रामक विज्ञापनों पर रोक

प्रार्थना पत्र में कहा गया कि कंपनी आमजन को भ्रमित करने के लिए पान मसाला का विज्ञापन कर रही है, जिसमें कंपनी मालिक और विज्ञापन करने वाले फिल्म अभिनेता सलमान खान ने करोड़ों रुपए कमाए हैं। ऐसे में जन स्वास्थ्य के लिए खतरनाक इस उत्पाद के भ्रामक विज्ञापनों पर रोक लगाई जाए। इस पर आयोग ने अंतरिम रोक लगा दी।

परिवाद में आरोप लगाया गया कि राजश्री पान मसाला निर्माता अपने उत्पाद का फिल्म अभिनेता सलमान खान से प्रचार कराते हैं। विज्ञापन में इसे इलायची बताया जाता है,

लेकिन पैकेजिंग, प्रचार शैली और शब्दों से यह लोगों को पान मसाला व गुटखा जैसे हानिकारक उत्पादों की ओर आकर्षित करता है, जो भ्रामक विज्ञापन की परिभाषा में आता है। परिवाद में सुप्रीम कोर्ट के 2004 के फैसले का हवाला देते हुए कहा गया कि उत्पाद का समर्थन करने वाले सेलिब्रिटी को भी उत्पाद की गलत जानकारी और हानिकारक प्रभावों के लिए जिम्मेदार ठहराया जाएगा, इसलिए अभिनेता भी उपभोक्ताओं को भ्रमित करने के लिए पूरी तरह

जिम्मेदार हैं।

परिवाद में बताया गया कि कंपनी अपने उत्पाद को केसर युक्त पान मसाला एवं इलायची के रूप में प्रचारित कर रही है, जबकि 5 और 20 रुपए के पाउच में करीब 4 लाख रुपए प्रति किलोग्राम वाली केसर होना असंभव है। परिवाद में मांग की गई कि भ्रामक विज्ञापन पर रोक लगाई जाए तथा निर्माता कंपनी और अभिनेता पर 50 लाख रुपए का हर्जाना लगाया जाए।

## 20 की पानी की बोतल 55 में बेची, अब देने होंगे 3000

**3** उपभोक्ता अदालतों के फैसले में लगातार स्पष्ट किया जाता रहा है कि उत्पाद को एमआरपी से ज्यादा मूल्य पर नहीं बेचा जा सकता है लेकिन फिर भी ऐसी खबरें मिलती रही हैं जिनमें इन आदेशों का उल्लंघन किया जाता है। एक रेस्टोरेंट को 20 रुपए की पानी की बोतल के लिए ग्राहक से 55 रुपए वसूलना काफी महंगा पड़ गया। चंडीगढ़ राज्य उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग यानी SCDRC ने बीते 9 दिसंबर 2025 को एक अहम फैसले में स्पष्ट किया है कि रेस्टोरेंट और होटल प्री-पैक्ड उत्पादों-जैसे मिनरल वाटर और पैकेज्ड ड्रिंकिंग वॉटर-को अधिकतम खुदरा मूल्य (एमआरपी) से अधिक कीमत पर नहीं बेच सकते। आयोग ने कहा कि एमआरपी में सभी प्रकार के टैक्स, पैकेजिंग खर्च और विक्रेता का मुनाफा पहले से शामिल होता है। यह फैसला उपभोक्ता अधिकारों को मजबूती देने वाला है और उन रेस्टोरेंट को सख्त संदेश देता है, जो पैकेज्ड वस्तुओं पर मनमानी कीमत वसूलते हैं।



### क्या है पूरा मामला?

यह मामला एक ग्राहक की शिकायत से जुड़ा है। 12 दिसंबर 2023 को वह शाम करीब 8:30 बजे चंडीगढ़ के एक रेस्टोरेंट में डिनर के लिए गई थीं। उनके कुल बिल की राशि 1,922 रुपए थी, जिसमें CGST और UTGST शामिल थे। बिल में पैकेज्ड ड्रिंकिंग वॉटर की एक बोतल के लिए 55 रुपए चार्ज किए गए, जबकि बोतल पर अंकित एमआरपी केवल 20 रुपए थी। इस अधिक वसूली से हैरान होकर उस ग्राहक ने उपभोक्ता आयोग में शिकायत दर्ज कराई।

### राज्य आयोग ने दिया न्याय

पहले जिला उपभोक्ता आयोग ने उनकी शिकायत खारिज कर दी थी। इसके बाद उन्होंने चंडीगढ़ राज्य उपभोक्ता आयोग में अपील दायर की। खास बात यह रही कि ग्राहक ने बिना किसी वकील की मदद के खुद अपना पक्ष रखा और अंततः 9 दिसंबर 2025 को उन्होंने केस जीत लिया। अब रेस्टोरेंट को 3000 रुपए मुआवजे के तौर पर ग्राहक को चुकाना पड़ा।

### रेस्टोरेंट की दलील को आयोग ने बताया बेबुनियाद

रेस्टोरेंट की ओर से यह तर्क दिया गया कि बेहतर एम्बियंस, एयर कंडीशनिंग, बैठने की सुविधा और सर्विस के कारण पानी की बोतल

की कीमत ज्यादा ली गई। हालांकि, आयोग ने इस दलील को पूरी तरह खारिज कर दिया। आयोग ने स्पष्ट किया कि रेस्टोरेंट को अपने खाने-पीने की वस्तुओं की कीमत तय करने की आजादी है, लेकिन जिन पैकेज्ड उत्पादों पर एमआरपी अंकित है, उनकी बिक्री लीगल मेट्रोलाजी (पैकेज्ड कमोडिटीज) नियम, 2011 के तहत सख्ती से नियंत्रित होती है।

### क्यों जीतीं वह ग्राहक?

राज्य उपभोक्ता आयोग (केस नंबर: SC/AB/CP/2025/1534) के अनुसार, मुख्य सवाल यह था कि क्या रेस्टोरेंट पानी की बोतल के लिए एमआरपी से अधिक कीमत वसूल सकता है। आयोग का साफ जवाब था-नहीं। आयोग ने कहा कि उपभोक्ता को दी गई पानी की बोतल एक सीलबंद, प्री-पैक्ड वस्तु थी, जिस पर 20 रुपए एमआरपी स्पष्ट रूप से अंकित था। ऐसे में एमआरपी से अधिक राशि वसूलना कानून का उल्लंघन है।

यह फैसला उपभोक्ताओं के अधिकारों को और मजबूत करता है और देशभर के रेस्टोरेंट और होटलों के लिए एक स्पष्ट संदेश देता है कि पैकेज्ड उत्पादों पर तय एमआरपी से ज्यादा वसूली किसी भी हाल में स्वीकार्य नहीं है, चाहे इसके पीछे सर्विस या एम्बियंस का कोई भी तर्क क्यों न दिया जाए।

-लेखक कानूनी मामलों के जानकार हैं





# मेरा दोस्त होमवर्क क्यों नहीं करता? रोज डांट खाता है फिर भी मानता नहीं..

**बच्चों को प्यार से समझाना जरूरी, अनुशासन के साथ समझ और सहयोग जरूरी**

**बहुत कुछ कहती है अभ्युदय की ये चिट्ठी**

मेरा एक दोस्त है। नाम नहीं बताऊंगा। मैडम उसे रोज डांटती हैं। कभी भी होमवर्क करके नहीं लाता। उसके मम्मी-पापा को भी स्कूल में बुलाया जाता है और उनसे शिकायत की जाती है। एक बार तो उसके पापा ने हम सबके सामने ही क्लास में उसका कान पकड़ लिया। लेकिन उनके जाने के बाद मैंने देखा कि वो हंस रहा था।

होमवर्क तो कई बच्चे नहीं करते लेकिन स्कूल में आकर कई बच्चे तो हम लोगों से कॉपी लेकर कर लेते हैं। मैं अपना होमवर्क तो कर लेता हूँ। ऐसा कभी नहीं हुआ कि होमवर्क मैंने न किया हो। घर में पापा-मम्मी भी कॉपी चेक करते हैं। मैडम ने क्या लिखा, क्या काम दिया सब देखते हैं। एक दिन होमवर्क न करो तो डांट पड़ जाती है। वैसे मैं उनको डांटने का मौका ही नहीं देता। क्योंकि बिना होमवर्क खतम किए मुझे कंप्यूटर पर गेम खेलने का मौका ही नहीं मिलता। कितना अच्छा हो अगर हर बच्चा अपना होमवर्क समय से कर ले और फिर हम सब साथ मिलकर खेलें।

अभ्युदय ने इस चिट्ठी के माध्यम से बाल मनो विज्ञान के बहुत ही अहम विषय को सामने रखा है। बच्चे स्वभाव से ही आमतौर पर अंतर्मुखी होते हैं। लेकिन उनके मन में घुमड़ रहे सवाल बहुत महत्वपूर्ण होते हैं। ग्रामीण उपभोक्ता ने इस पत्र से उठे सवालों के विभिन्न आयामों को समझने का प्रयास किया है।

## बच्चों का होमवर्क और टालमटोल

आज के समय में अधिकांश माता-पिता और शिक्षक एक ही समस्या से जूझ रहे हैं। बच्चे होमवर्क करने में टालमटोल करते हैं। बार-बार कहना, डाँटना, डराना या तुलना करना भी अक्सर काम नहीं आता। प्रश्न यह नहीं है कि बच्चा होमवर्क क्यों नहीं कर रहा, बल्कि यह है कि बच्चा होमवर्क के लिए खुद से क्यों प्रेरित नहीं हो पा रहा। वास्तव में, होमवर्क बच्चों की बौद्धिक क्षमता, आत्मअनुशासन और जिम्मेदारी विकसित करने का साधन है,



लेकिन यदि यह बोझ बन जाए तो इसका उल्टा प्रभाव पड़ता है। इसलिए जरूरत है बाहरी दबाव (External Pressure) से निकलकर आंतरिक प्रेरणा (Internal Motivation) विकसित करने की।

## पहले कारण समझें

- ▶ बच्चा होमवर्क से क्यों बचता है?
- ▶ बच्चे आलसी नहीं होते, बल्कि उनके पीछे कुछ ठोस कारण होते हैं -
- ▶ विषय समझ में न आना
- ▶ जब बच्चा पाठ नहीं समझ पाता, तो वह उससे बचने लगता है। डर, असफलता और शर्म की भावना उसे होमवर्क से दूर कर देती है।
- ▶ ढेर सारा और उबाऊ होमवर्क
- ▶ यदि होमवर्क बहुत ज्यादा और बोरिंग है, तो बच्चा उसे बोझ मानने लगता है।
- ▶ तुलना और दबाव
- ▶ 'देखो तुम्हारा दोस्त, कितना तेज है। फटाफट अपना होमवर्क निपटा लेता है'..... जैसी बातें बच्चे का मनोबल तोड़ देती हैं।
- ▶ ध्यान भटकाने वाले साधन
- ▶ मोबाइल, टीवी, वीडियो गेम-ये तुरंत आनंद देते हैं, जबकि होमवर्क में मेहनत लगती है।

- ▶ डर और दंड नहीं, सकारात्मक माहौल बनाइए
- ▶ अधिकांश घरों में होमवर्क को लेकर माहौल तनावपूर्ण होता है। यह सबसे बड़ी गलती है।

## क्या न करें ?

- ▶ डाँटना या मारना
- ▶ होमवर्क को सजा बनाना
- ▶ बार-बार ताने देना

## क्या करें ?

- ▶ शांत और सहयोगी वातावरण बनाएं
- ▶ बच्चे को यह भरोसा दिलाएं कि गलती करना सीखने का हिस्सा है
- ▶ कहें: 'अगर समझ नहीं आया तो हम साथ बैठकर सीखेंगे।'

जब बच्चा सुरक्षित महसूस करता है, तभी वह प्रयास करता है।

## बच्चे को लक्ष्य तय करने में शामिल करें

जब लक्ष्य ऊपर से थोपे जाते हैं, तो प्रेरणा नहीं आती।

## सही तरीका बच्चे से पूछें :

- ▶ 'आज कौन-सा काम पहले करेंगे?'
- ▶ 'तुम कितने समय में यह पूरा कर सकते हो?'

## उदाहरण

### यदि बच्चा कहे-

'मैं 30 मिनट में गणित कर लूँगा'  
तो यह उसका खुद का लक्ष्य होगा। लक्ष्य पूरा होने पर उसे संतोष और आत्मविश्वास मिलेगा।  
समय नहीं, आदत बनाइए  
होमवर्क के लिए रोज़ एक निश्चित समय तय करना बहुत जरूरी है।

## कैसे?

- ▶ रोज़ एक ही समय पर पढ़ाई
- ▶ वही जगह (Study Corner)
- ▶ पढ़ाई से पहले मोबाइल/टीवी बंद

धीरे-धीरे यह एक स्वाभाविक आदत बन जाती है, जैसे दाँत साफ़ करना।

## छोटे-छोटे हिस्सों में काम बाँटें

पूरा होमवर्क एक साथ देखकर बच्चा घबरा सकता है।

## तरीका

- ▶ होमवर्क को छोटे भागों में बाँटें
- ▶ हर भाग के बाद 5 मिनट का ब्रेक

'पहले ये पाँच सवाल, फिर थोड़ा आराम।'  
इससे बच्चा थकता नहीं और काम पूरा होता जाता है।

प्रयास की सराहना करें, परिणाम की नहीं  
अधिकांश माता-पिता केवल अंक देखते हैं, मेहनत नहीं।

## क्या कहें ?

- ▶ 'तुमने पूरी कोशिश की, यह अच्छी बात है।'
- ▶ 'आज तुमने खुद से शुरुआत की, मुझे बहुत अच्छा लगा।'

## क्या न कहें ?

- ▶ 'इतने ही नंबर?'
- ▶ 'इतनी देर में बस इतना?'

जब प्रयास की कद्र होती है, तो बच्चा बार-बार कोशिश करता है।

तुलना नहीं, प्रोत्साहित कीजिए  
हर बच्चा अलग होता है—उसकी गति, रुचि और क्षमता भी अलग होती है।



## तुलना का नुकसान

- ▶ आत्मविश्वास कम होता है
- ▶ ईर्ष्या और डर पैदा होता है
- ▶ सीखने की खुशी खत्म हो जाती है

- ▶ किताब पढ़ते हैं
- ▶ कुछ नया सीखते हैं
- ▶ समय का सम्मान करते हैं

तो बच्चा भी वैसा ही करने की कोशिश करता है।

## सही दृष्टिकोण

- ▶ बच्चे की तुलना उसके अपने पिछले प्रदर्शन से करें
- ▶ 'पिछली बार से इस बार बेहतर किया है।'

## होमवर्क को जीवन से जोड़ें

जब बच्चा समझता है कि पढ़ाई का जीवन से संबंध है, तो रुचि बढ़ती है।

## उदाहरण

- ▶ गणित- बाजार में हिसाब
- ▶ भाषा - कहानी लिखना, संवाद
- ▶ विज्ञान- घर के प्रयोग

होमवर्क सिर्फ कॉपी नहीं, जीवन कौशल बने-यह समझ जरूरी है।

तकनीक को दुश्मन नहीं, साथी बनाएं  
मोबाइल और ऐप्स पूरी तरह बुरे नहीं हैं।

## सही उपयोग

- ▶ शैक्षणिक ऐप्स
- ▶ वीडियो से समझाना
- ▶ ऑनलाइन क्विज़

लेकिन सीमित समय और निगरानी जरूरी है।

## माता-पिता स्वयं उदाहरण बनें

बच्चे वही सीखते हैं जो वे देखते हैं।  
यदि माता-पिता

## शिक्षक-अभिभावक संवाद जरूरी

यदि बच्चा लगातार होमवर्क से बच रहा है, तो शिक्षक से बात करें।

- ▶ क्या बच्चा कक्षा में समझ पा रहा है?
- ▶ क्या होमवर्क उसकी क्षमता के अनुसार है?

सहयोग से समाधान निकलता है, आरोप से नहीं।

## धैर्य रखें, बदलाव के लिए वक्त चाहिए

आत्म-प्रेरणा एक दिन में नहीं आती।

- ▶ शुरुआत में बच्चा टाल सकता है
- ▶ कभी-कभी पीछे भी जा सकता है

लेकिन यदि आप सहयोग, सम्मान और समझ बनाए रखते हैं, तो धीरे-धीरे बच्चा खुद कहेगा-  
'आज मुझे होमवर्क करना है।'

बच्चों को होमवर्क के लिए प्रेरित करने का अर्थ उन्हें नियंत्रित करना नहीं, बल्कि उन्हें जिम्मेदार बनाना है। डर, दबाव और तुलना से नहीं, बल्कि प्यार, विश्वास और मार्गदर्शन से आत्म-प्रेरणा विकसित होती है।

जब बच्चा यह समझने लगे कि-

- ▶ होमवर्क उसकी सजा नहीं
- ▶ बल्कि उसकी क्षमता बढ़ाने का साधन है

तब वह बिना कहे, बिना रोए, खुद आगे बढ़कर पढ़ाई करेगा। यही सच्ची शिक्षा है।

## गांव के बच्चों का होमवर्क : एक अलग चुनौती

भारत जैसे विविधताओं वाले देश में 'बच्चे' एक समान वर्ग नहीं हैं। ग्रामीण और शहरी बच्चों की परिस्थितियाँ, संसाधन, पारिवारिक माहौल और चुनौतियाँ अलग-अलग हैं। इसलिए जब हम बच्चों को होमवर्क के लिए स्वयं प्रेरित करने की बात करते हैं, तो एक ही समाधान दोनों पर लागू नहीं किया जा सकता।

यह आवश्यक है कि हम ग्रामीण और शहरी संदर्भों को समझते हुए अलग-अलग दृष्टिकोण अपनाएँ, ताकि बच्चा दबाव में नहीं, बल्कि समझ और रुचि के साथ पढ़ाई की ओर बढ़े।

### ग्रामीण बच्चे

- ▶ सीमित शैक्षणिक संसाधन
- ▶ कई बार बिजली, इंटरनेट और शांत वातावरण का अभाव
- ▶ माता-पिता का कम औपचारिक शिक्षित होना
- ▶ घर के काम, खेती, पशुपालन में सहयोग
- ▶ शिक्षक-छात्र अनुपात अधिक

गांव के बच्चों में आत्म-प्रेरणा की कमी की समस्या मौजूद है, बस कारण अलग-अलग हैं।

ग्रामीण क्षेत्र में बच्चा अक्सर यह प्रश्न करता है-

**'पढ़कर क्या होगा?'**

क्योंकि उसके आसपास तत्काल उदाहरण कम होते हैं।

### प्रमुख समस्याएं

- ▶ पढ़ाई को जीवन से जोड़कर न देख पाना
- ▶ शिक्षक द्वारा समझाकर न पढ़ा पाना
- ▶ घर में पढ़ाई का माहौल न होना
- ▶ होमवर्क को 'अतिरिक्त बोझ' समझना

### ग्रामीण बच्चों में आत्म-प्रेरणा कैसे विकसित करें?

#### पढ़ाई को जीवन से जोड़ना

ग्रामीण बच्चों के लिए किताबों को उनकी रोजमर्रा की जिंदगी से जोड़ना बेहद प्रभावी होता है।

#### उदाहरण

- ▶ गणित: खेत की माप, बीज की गिनती
- ▶ विज्ञान: फसल, मौसम, पानी
- ▶ भाषा: लोककथाएँ, अनुभव लेखन

जब बच्चा देखता है कि पढ़ाई उसकी जिंदगी से जुड़ी है, तो वह खुद सीखने के लिए आगे आता है।

### सामूहिक अध्ययन (Group Study)

ग्रामीण क्षेत्रों में सामूहिक पढ़ाई बहुत कारगर है।

- ▶ बच्चे साथ बैठकर होमवर्क करें
- ▶ बड़ा बच्चा छोटे को सिखाए
- ▶ शिक्षक या स्वयंसेवक सप्ताह में एक बार सहयोग करें

इससे बच्चा अकेला नहीं महसूस करता और पढ़ाई में रुचि बढ़ती है।

माता-पिता की भूमिका: पढ़े-लिखे होना जरूरी नहीं

ग्रामीण माता-पिता अक्सर कहते हैं- 'हमें पढ़ना नहीं आता, हम क्या मदद करें?' लेकिन-

- ▶ बच्चे से उसका होमवर्क दिखाने को कहना
  - ▶ समय पर बैठने के लिए कहना
  - ▶ प्रयास की तारीफ करना
- यही आत्म-प्रेरणा की नींव है।

### ग्रामीण और शहरी-दोनों बच्चों के लिए समान सूत्र

- ▶ डर नहीं, संवाद
  - ▶ तुलना नहीं, सहयोग
  - ▶ परिणाम नहीं, प्रयास की सराहना
  - ▶ आदेश नहीं, सहभागिता
- आत्म-प्रेरणा का मूल मंत्र यही है।

### 7. शिक्षक की भूमिका: सेतु की तरह

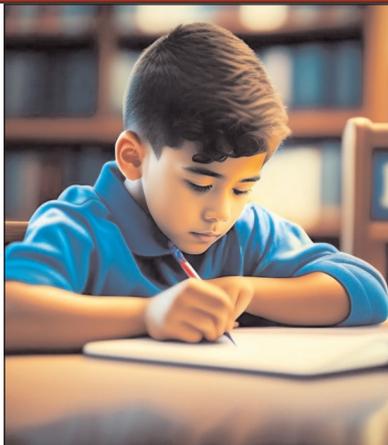
ग्रामीण हो या शहरी—शिक्षक की भूमिका निर्णायक है।

- ▶ होमवर्क उद्देश्यपूर्ण हो
- ▶ बच्चे की क्षमता के अनुसार हो
- ▶ समझाकर दिया गया हो
- ▶ फीडबैक जरूर मिले

जब बच्चा देखता है कि शिक्षक उसके प्रयास को पहचानता है, तो वह खुद मेहनत करता है।

### 8. नीति और समाज की भूमिका ग्रामीण क्षेत्र में

- ▶ अध्ययन केंद्र
- ▶ स्वयंसेवी शिक्षक



▶ डिजिटल संसाधनों की पहुँच

### शहरी क्षेत्र में

▶ होमवर्क का मानकीकरण

- ▶ मानसिक स्वास्थ्य पर ध्यान
- ▶ अभिभावक-शिक्षक कार्यशालाएँ

### निष्कर्ष

ग्रामीण और शहरी बच्चों की दुनिया अलग है, लेकिन \*\*उनकी भावनाएँ, डर और संभावनाएँ समान हैं\*\*। आत्म-प्रेरणा न डाँट से आती है, न डर से—वह आती है \*\*सम्मान, समझ और विश्वास से\*\*।

यदि हम बच्चे को यह महसूस करा सकें कि—

- ▶ वह सक्षम है
- ▶ उसकी मेहनत मायने रखती है
- ▶ पढ़ाई उसका अपना सफर है

तो चाहे बच्चा गाँव का हो या शहर का, वह खुद कहेगा—

“मुझे आज अपना होमवर्क करना है।” यही शिक्षा की सच्ची जीत है।



# जानिए क्यों है, माणा पंचायत दूसरों के लिए एक मिसाल...!

**माणा है भारत की सीमा पर अंतिम गाँव**

**सुशासन, सफाई और पर्यटन के मामले में आदर्श**

उत्तराखंड जैसे पर्वतीय राज्य में ग्राम पंचायतों की भूमिका केवल स्थानीय प्रशासन तक सीमित नहीं रहती, बल्कि वे सामाजिक समरसता, पर्यावरण संरक्षण, आजीविका सृजन और सांस्कृतिक विरासत के संरक्षण की धुरी बन जाती हैं। सीमित संसाधनों, कठिन भौगोलिक परिस्थितियों और पलायन जैसी समस्याओं के बावजूद उत्तराखंड की कुछ ग्राम पंचायतें ऐसी हैं जिन्होंने नवाचार, सामुदायिक भागीदारी और पारंपरिक ज्ञान के सहारे विकास का एक नया मॉडल प्रस्तुत किया है। जनपद चमोली की ग्राम पंचायत माणा ऐसी ही एक आदर्श पंचायत है।

ग्रामीण उपभोक्ता के इस अंक में हम आपको उत्तराखंड के चमोली जिले की एक आदर्श ग्राम पंचायत माणा के बारे में बताएंगे। माणा कई दृष्टियों से विशिष्ट है। इस पंचायत को प्रशासनिक, सामाजिक, आर्थिक और पर्यावरणीय दृष्टि से एक मॉडल पंचायत के रूप में आंका जा सकता है। उत्तराखंड जैसे पर्वतीय राज्य में ग्राम पंचायतों की भूमिका केवल स्थानीय प्रशासन तक सीमित नहीं रहती, बल्कि वे सामाजिक समरसता, पर्यावरण संरक्षण, आजीविका सृजन और सांस्कृतिक विरासत के संरक्षण की धुरी बन जाती हैं। सीमित संसाधनों, कठिन भौगोलिक परिस्थितियों और पलायन जैसी समस्याओं के बावजूद उत्तराखंड की कुछ ग्राम पंचायतें ऐसी हैं जिन्होंने नवाचार, सामुदायिक भागीदारी और पारंपरिक ज्ञान के सहारे विकास का एक नया मॉडल प्रस्तुत किया है। जनपद चमोली की ग्राम पंचायत माणा ऐसी ही एक आदर्श पंचायत है। माणा ग्राम पंचायत भारत के अंतिम गाँव के रूप में प्रसिद्ध होने के साथ-साथ सुशासन, स्वच्छता, पर्यटन और आजीविका के क्षेत्र में मिसाल बन चुकी है।

## माणा की भौगोलिक एवं ऐतिहासिक पृष्ठभूमि

माणा गाँव बदरीनाथ धाम से लगभग 3 किलोमीटर की दूरी पर, अलकनंदा नदी के तट पर स्थित है। यह भारत-तिब्बत सीमा के निकट बसा हुआ है। धार्मिक, ऐतिहासिक और सामरिक दृष्टि से इसका विशेष महत्व है। मान्यता है कि यहीं पर वेदव्यास ने महाभारत की रचना की थी और गणेश ने इसे लिपिबद्ध किया। व्यास गुफा, गणेश गुफा, भीम पुल और माता मूर्ति मंदिर माणा को आध्यात्मिक पर्यटन का महत्वपूर्ण केंद्र बनाते हैं।



**माणा गाँव बदरीनाथ धाम से लगभग 3 किलोमीटर की दूरी पर, अलकनंदा नदी के तट पर स्थित है। यह भारत-तिब्बत सीमा के निकट बसा हुआ है। धार्मिक, ऐतिहासिक और सामरिक दृष्टि से इसका विशेष महत्व है। मान्यता है कि यहीं पर वेदव्यास ने महाभारत की रचना की थी और गणेश ने इसे लिपिबद्ध किया। व्यास गुफा, गणेश गुफा, भीम पुल और माता मूर्ति मंदिर माणा को आध्यात्मिक पर्यटन का महत्वपूर्ण केंद्र बनाते हैं।**

## सामाजिक संरचना और सामुदायिक एकता

माणा पंचायत की सबसे बड़ी ताकत इसकी सामाजिक एकजुटता है। यहाँ मुख्यतः भोटिया

जनजाति के लोग निवास करते हैं, जिनकी अपनी विशिष्ट संस्कृति, वेशभूषा और परंपराएँ हैं। पंचायत स्तर पर लिए जाने वाले निर्णयों में ग्रामसभा की सक्रिय भूमिका रहती है। महिला स्वयं सहायता समूह, युवक मंगल दल और बुजुर्गों की सहभागिता ने पंचायत को मजबूत सामाजिक आधार प्रदान किया है।

महिलाओं की भागीदारी विशेष रूप से उल्लेखनीय है। स्वयं सहायता समूहों के माध्यम से महिलाएँ ऊनी वस्त्र निर्माण, पारंपरिक हस्तशिल्प, स्थानीय उत्पादों की बिक्री और होम-स्टे संचालन में अग्रणी भूमिका निभा रही हैं।

## स्वच्छता और खुले में शौच से मुक्ति

माणा ग्राम पंचायत ने स्वच्छ भारत मिशन के अंतर्गत उल्लेखनीय उपलब्धि हासिल की है। पंचायत को खुले में शौच से मुक्त (ODF) घोषित किया गया है। प्रत्येक घर में शौचालय का निर्माण, ठोस एवं तरल अपशिष्ट प्रबंधन, तथा पर्यटकों के लिए स्वच्छ सार्वजनिक शौचालयों की व्यवस्था की गई है।

प्लास्टिक उपयोग पर नियंत्रण, कचरा पृथक्करण और नियमित स्वच्छता अभियान ने माणा को एक स्वच्छ एवं पर्यावरण-अनुकूल गाँव के रूप में स्थापित किया है। पंचायत ने नो प्लास्टिक ज़ोन की अवधारणा को व्यवहार में उतारा है।

## पर्यटन आधारित ग्रामीण अर्थव्यवस्था

माणा पंचायत की अर्थव्यवस्था का प्रमुख आधार धार्मिक एवं सीमा पर्यटन है। बदरीनाथ आने वाले लाखों श्रद्धालु माणा गाँव अवश्य

# पंचायत

**माणा पंचायत की सबसे बड़ी ताकत इसकी सामाजिक एकजुटता है। यहाँ मुख्यतः भोटिया जनजाति के लोग निवास करते हैं, जिनकी अपनी विशिष्ट संस्कृति, वेशभूषा और परंपराएँ हैं। पंचायत स्तर पर लिए जाने वाले निर्णयों में ग्रामसभा की सक्रिय भूमिका रहती है। महिला स्वयं सहायता समूह, युवक मंगल दल और बुजुर्गों की सहभागिता ने पंचायत को मजबूत सामाजिक आधार प्रदान किया है।**



आते हैं। पंचायत ने इस अवसर को आजीविका सृजन में बदला है।

होम-स्टे योजना के तहत स्थानीय परिवार पर्यटकों को ठहरने की सुविधा प्रदान करते हैं।

स्थानीय व्यंजन, पारंपरिक ऊनी कपड़े, जड़ी-बूटियाँ और हस्तशिल्प पर्यटकों के आकर्षण का केंद्र हैं।

युवाओं को गाइड, पोर्टर और पर्यटन सहायक के रूप में रोजगार मिला है।

इससे न केवल ग्रामीणों की आय बढ़ी है, बल्कि लोगों के पलायन पर भी प्रभावी रोक लगी है।

## शिक्षा और सांस्कृतिक संरक्षण

माणा पंचायत में प्राथमिक और माध्यमिक शिक्षा की समुचित व्यवस्था है। डिजिटल शिक्षा, पुस्तकालय और सांस्कृतिक गतिविधियों को बढ़ावा दिया गया है। पंचायत यह सुनिश्चित करती है कि बच्चे अपनी पारंपरिक संस्कृति से जुड़े रहें।

स्थानीय त्यौहार, लोकनृत्य, लोकगीत और पारंपरिक वेशभूषा को पंचायत स्तर पर प्रोत्साहन दिया जाता है। इससे नई पीढ़ी में सांस्कृतिक गर्व और पहचान की भावना विकसित हुई है।

## पर्यावरण संरक्षण और जल-वन प्रबंधन

पर्वतीय क्षेत्र होने के कारण पर्यावरण संरक्षण माणा पंचायत की प्राथमिकता रही है। ग्राम

पंचायत ने वन पंचायत के साथ मिलकर वनों की रक्षा जल स्रोतों का संरक्षण, वर्षा जल संचयन

जैविक खेती को बढ़ावा जैसे कदम उठाए हैं। इससे न केवल प्राकृतिक संसाधनों का संरक्षण हुआ है, बल्कि ग्रामीण जीवन की स्थिरता भी सुनिश्चित हुई है।

## सुशासन और पंचायत प्रशासन

माणा पंचायत की प्रशासनिक कार्यप्रणाली पारदर्शी और जवाबदेह मानी जाती है। योजनाओं का चयन ग्रामसभा में चर्चा के बाद होता है। मनरेगा, 15वां वित्त आयोग, राज्य योजनाओं और पर्यटन से प्राप्त संसाधनों का



प्रभावी उपयोग किया गया है।

डिजिटल रिकॉर्ड, समय पर सामाजिक अंकेक्षण और जनता से सीधा संवाद पंचायत को आदर्श बनाता है।

## माणा पंचायत क्यों है दूसरों के लिए मिसाल?

- ▶ माणा ग्राम पंचायत यह सिद्ध करती है कि,
- ▶ सीमांत और दुर्गम क्षेत्र भी विकास के मॉडल बन सकते हैं।
- ▶ पर्यटन को यदि स्थानीय समुदाय से जोड़ा जाए तो सतत विकास संभव है।
- ▶ परंपरा और आधुनिकता का संतुलन ग्रामीण विकास की कुंजी है।
- ▶ पंचायत स्तर पर सुशासन बढ़े बदलाव ला सकता है।

उत्तराखंड की ग्राम पंचायत माणा केवल भारत का अंतिम गाँव नहीं, बल्कि ग्रामीण नवाचार, सांस्कृतिक संरक्षण और सतत विकास का जीवंत उदाहरण है। यह पंचायत बताती है कि यदि स्थानीय संसाधनों, सामुदायिक भागीदारी और दूरदर्शी नेतृत्व का सही तालमेल हो, तो ग्राम पंचायतें राज्य और देश के लिए मार्गदर्शक बन सकती हैं। माणा आज उत्तराखंड ही नहीं, बल्कि पूरे भारत की ग्राम पंचायतों के लिए एक मिसाल है।

-लेखक वरिष्ठ पत्रकार हैं



# लेमनग्रास खेती: किसानों की आय दोगुनी करने का नया रास्ता

## आय दोगुनी करने का रास्ता: लेमनग्रास खेती का उभरता विकल्प

प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने अपना पद संभालते ही कुछ प्रमुख घोषणाएं की थीं। उन घोषणाओं में साल 2022 तक किसानों की आय दोगुनी करने का लक्ष्य भी रखा गया था। इस दृष्टि से किसानों के लाभ के लिए सरकार ने कई योजनाओं और सुविधाओं की घोषणा की और उन्हें लागू भी किया। किसानों को भी कृषि में नवाचार के लिए प्रेरित किया जा रहा है। इसी क्रम में हम लेमन ग्रास की खेती का जिक्र कर रहे हैं जो किसानों के लिए काफी फायदे की साबित हो सकती है।

**भा**रत में कृषि केवल भोजन उत्पादन का साधन नहीं है, बल्कि करोड़ों किसानों की आजीविका का आधार है। बदलते समय में खेती को लाभकारी बनाने के लिए सरकारें और किसान दोनों ही नए विकल्प तलाश रहे हैं। छत्तीसगढ़ सरकार ने किसानों की आय दोगुनी करने और उनकी आर्थिक स्थिति मजबूत बनाने के उद्देश्य से औषधीय एवं सुगंधित पौधों के कृषिकरण की योजना शुरू की है। इस योजना के तहत लेमनग्रास (नींबू घास) की खेती किसानों के लिए कम लागत में अधिक लाभ कमाने का एक उत्कृष्ट विकल्प बनकर सामने आई है।

### लेमनग्रास खेती क्यों है खास?

लेमनग्रास (Cymbopogon flexuosus) एक बहुवर्षीय सुगंधित घास है, जो बंजर या पथरीली जमीन पर भी आसानी से उगाई जा सकती है। इसकी सबसे बड़ी विशेषता यह है कि इसे कम पानी और कम देखभाल की आवश्यकता होती है। एक बार पौधारोपण करने के बाद यह 4-5 साल तक लगातार उत्पादन देती है।

- **कम लागत:** गोबर खाद या कम्पोस्ट खाद से ही अच्छी पैदावार मिल जाती है।
- **कम जोखिम:** इसमें कीटों का प्रकोप लगभग नहीं होता, इसलिए कीटनाशक की आवश्यकता नहीं पड़ती।
- **तेज उत्पादन:** पहली कटाई 6 माह बाद होती है, उसके बाद हर 3 माह में कटाई संभव है।
- **लंबी अवधि तक लाभ:** एक बार लगाई गई फसल से 5 वर्ष तक उत्पादन मिलता है।

### आर्थिक लाभ: कम लागत, ज्यादा मुनाफा

लेमनग्रास की खेती किसानों के लिए आर्थिक रूप से बेहद लाभकारी साबित हो रही है।

#### तेल उत्पादन

- प्रथम वर्ष प्रति एकड़ 60-80 लीटर तेल मिलता है।
- दूसरे वर्ष से उत्पादन बढ़कर 100 लीटर प्रति एकड़ तक हो जाता है।
- बाजार मूल्य: तेल का मूल्य 1200-1600 रुपए प्रति लीटर है।

#### लागत और लाभ

- कुल लागत लगभग 20,000 रुपया प्रति एकड़।
- वार्षिक लाभ 80,000 से 1,00,000 रुपया प्रति एकड़ तक।

इस तरह पारंपरिक फसलों की तुलना में लेमन ग्रास किसानों को कई गुना अधिक मुनाफा देती है।

#### उपयोग और मांग

लेमनग्रास का तेल और घास कई उद्योगों में उपयोग होता है, जिससे इसकी मांग लगातार बनी रहती है।

- **कॉस्मेटिक्स और परफ्यूम उद्योग:** साबुन, सौंदर्य प्रसाधन और परफ्यूम में इसका तेल प्रयोग होता है।
- **अरोमा उद्योग:** अरोमा थैरेपी और सुगंधित उत्पादों में भारी मांग।
- **चाय और औषधि:** लेमनग्रास की पत्तियों का उपयोग हर्बल चाय और दवाइयों में

होता है।

- **स्वास्थ्य लाभ:** इसमें एंटी-बैक्टीरियल और एंटी-फंगल गुण होते हैं, जो इसे औषधीय दृष्टि से महत्वपूर्ण बनाते हैं।

### सरकार की पहल और किसानों को सहयोग

छत्तीसगढ़ सरकार ने किसानों को लेमन ग्रास खेती के लिए कई तरह की सुविधाएँ उपलब्ध कराई हैं।

- **निःशुल्क पौधे (स्लिप्स):** औषधि पादप बोर्ड किसानों को मुफ्त पौधे उपलब्ध कराता है।
- **क्लस्टर खेती:** 40-50 किसानों का समूह बनाकर 1-2 किलोमीटर क्षेत्र में क्लस्टर खेती कराई जाती है।
- **तकनीकी सहायता:** गैर-सरकारी संस्थाओं के माध्यम से किसानों को प्रशिक्षण और तकनीकी सहयोग दिया जाता है।
- **मार्केटिंग सहयोग:** खरीदी के लिए एमओयू की सुविधा उपलब्ध कराई जाती है।
- **प्रशिक्षण और अध्ययन भ्रमण:** खेत तैयार करने, पौध रोपण, देखभाल और आसवन प्रक्रिया से तेल निकालने तक का व्यावहारिक प्रशिक्षण दिया जाता है।

### खेती की तकनीक

लेमनग्रास की खेती के लिए कुछ विशेष तकनीकी पहलुओं का ध्यान रखना आवश्यक है।

- **मिट्टी:** पीएच 6.6 से 8.0 वाली मिट्टी उपयुक्त है।

- ▶ **धूप:** भरपूर धूप वाली जगह पर फसल अच्छी बढ़ती है।
- ▶ **रोपण का समय:** जून माह पौधा रोपण के लिए सबसे उपयुक्त है।
- ▶ **पौधों की संख्या:** एक एकड़ में लगभग 25,000 पौधों की आवश्यकता होती है।
- ▶ **सिंचाई:** 7-10 दिन में एक बार सिंचाई पर्याप्त है।

## किसानों की सफलता की कहानियां

कई किसानों ने लेमनग्रास की खेती अपनाकर अपनी आर्थिक स्थिति में सुधार किया है।

- ▶ कुछ किसानों ने बंजर जमीन पर लेमनग्रास लगाकर लाखों की कमाई की।
- ▶ पारंपरिक धान और गेहूँ की खेती की तुलना में लेमनग्रास ने उन्हें अधिक लाभ दिया।
- ▶ समूह खेती से किसानों को बाजार तक पहुँचने और खरीदारों से सीधे जुड़ने का अवसर मिला।

## चुनौतियां और समाधान

हालांकि लेमनग्रास खेती लाभकारी है, लेकिन कुछ चुनौतियां भी सामने आती हैं।

- ▶ **बाजार तक पहुँच:** छोटे किसानों को खरीदारों तक पहुँचने में कठिनाई होती है।
- ▶ **समाधान:** सरकार और बोर्ड द्वारा एमओयू और मार्केटिंग सहयोग।
- ▶ **तकनीकी जानकारी की कमी:** आसवन प्रक्रिया और तेल निकालने की तकनीक सभी किसानों को नहीं पता।
- ▶ **समाधान:** निःशुल्क प्रशिक्षण और अध्ययन भ्रमण।
- ▶ **प्रारंभिक निवेश:** पौधा रोपण और आसवन संयंत्र लगाने में शुरुआती लागत।
- ▶ **समाधान:** क्लस्टर खेती और सामूहिक निवेश।

## किसान कैसे उठाएँ फायदा

छत्तीसगढ़ सरकार की औषधीय एवं सुगंधित पौधों की कृषिकरण योजना किसानों के लिए एक नई दिशा साबित हो रही है। लेमनग्रास खेती कम लागत, सुरक्षित और लंबे समय तक लाभ देने वाली फसल है।

इसके तेल की मांग कॉस्मेटिक्स, परफ्यूम, अरोमा, चाय और औषधि उद्योगों में लगातार बनी रहती है। किसानों को

# लेमनग्रास की खेती से आय दोगुनी

छत्तीसगढ़ सरकार ने किसानों की आय बढ़ाने के लिए औषधीय एवं सुगंधित पौधों की खेती को बढ़ावा देने की योजना शुरू की है। इसमें लेमनग्रास खेती सबसे लाभकारी विकल्प बनकर सामने आई है।

## खेती की विशेषताएं

- ▶ बंजर जमीन पर भी उगाई जा सकती है
- ▶ कम पानी और कम देखभाल
- ▶ साल में 4-5 बार कटाई
- ▶ एक बार रोपण करने पर 5 साल तक उत्पादन

## किसानों के लिए टिप्स

- ▶ मिट्टी का पीएच 6.6-8.0 रखें
- ▶ जून माह रोपण के लिए सबसे उपयुक्त
- ▶ एक एकड़ में 25,000 पौधे
- ▶ 7-10 दिन में एक बार सिंचाई

## आर्थिक लाभ

- ▶ प्रथम वर्ष: 60-80 किग्रा तेल प्रति एकड़
- ▶ दूसरे वर्ष से: 100 किग्रा तेल प्रति एकड़
- ▶ बाजार मूल्य: ₹1200-1600 प्रति किग्रा
- ▶ वार्षिक लाभ: ₹80,000-₹1,00,000 प्रति एकड़

## सरकार की पहल

- ▶ निःशुल्क पौधे उपलब्ध
- ▶ क्लस्टर खेती (40-50 किसानों का समूह)
- ▶ तकनीकी प्रशिक्षण और अध्ययन भ्रमण
- ▶ मार्केटिंग सहयोग और एमओयू

## उपयोग के क्षेत्र

- ▶ परफ्यूम और कॉस्मेटिक्स
- ▶ साबुन और सौंदर्य प्रसाधन

निःशुल्क पौधे, प्रशिक्षण, तकनीकी सहयोग और मार्केटिंग सहायता देकर सरकार ने उन्हें आत्मनिर्भर बनाने की दिशा में ठोस कदम उठाए हैं।

लेमनग्रास खेती न केवल किसानों की आय दोगुनी करने का साधन है, बल्कि ग्रामीण

## किसानों की कहानी

हमने सोचा था कि बंजर जमीन से कुछ नहीं मिलेगा। लेकिन लेमनग्रास ने हमारी सोच बदल दी।

-रमेश यादव, किसान, रायपुर

लेमनग्रास ने हमारी बंजर जमीन को सोने की खान बना दिया।

-स्थानीय किसान, छत्तीसगढ़

विशेषज्ञ की राय "लेमनग्रास खेती किसानों को आत्मनिर्भर बनाने का सबसे सरल और टिकाऊ विकल्प है।"

-विकास मरकाम, अध्यक्ष, औषधि पादप बोर्ड

**निष्कर्ष...**लेमनग्रास खेती छत्तीसगढ़ के किसानों के लिए आय दोगुनी करने का सशक्त साधन है। यह न केवल आर्थिक लाभ देती है बल्कि ग्रामीण अर्थव्यवस्था को भी मजबूत बनाती है।

- ▶ अरोमा थैरेपी
- ▶ हर्बल चाय और औषधियाँ

## खेती की तकनीक

- ▶ मिट्टी का पीएच: 6.6-8.0
- ▶ रोपण का समय: जून माह
- ▶ पौधों की संख्या: 25,000 प्रति एकड़
- ▶ सिंचाई: 7-10 दिन में एक बार
- ▶ खाद: गोबर या कम्पोस्ट

## सरकार की मदद

- ▶ निःशुल्क पौधे (स्लिप्स) उपलब्ध
- ▶ क्लस्टर खेती (40-50 किसानों का समूह)
- ▶ तकनीकी प्रशिक्षण और अध्ययन भ्रमण
- ▶ खरीदी के लिए एमओयू और मार्केटिंग सहयोग

अर्थव्यवस्था को भी मजबूत बनाने का माध्यम है। यदि किसान इस योजना का लाभ उठाएँ और आधुनिक तकनीक के साथ लेमनग्रास खेती अपनाएँ, तो आने वाले वर्षों में छत्तीसगढ़ देश के औषधीय पौधों का प्रमुख केंद्र बन सकता है।

## भारत के लिए अवसर ही अवसर

लेमनग्रास की अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मांग लगातार बढ़ रही है, खासकर इसके तेल (Lemongrass Oil) की वजह से। वैश्विक बाजार 2024 में लगभग 62 मिलियन अमेरिकी डॉलर का था और 2034 तक 89 मिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंचने का अनुमान है। भारत सबसे बड़ा उत्पादक है, जबकि अमेरिका, यूरोप और एशिया-प्रशांत क्षेत्र प्रमुख उपभोक्ता हैं।



### वैश्विक मांग और उपयोग

- ▶ **बाजार आकार:** 2024 में वैश्विक लेमनग्रास ऑयल बाजार लगभग 56.3 अमेरिकी डॉलर था और 2025-2034 के बीच 9.7% CAGR से बढ़ने का अनुमान है।

### उपयोग

- ▶ कॉस्मेटिक्स और स्किनकेयर - एंटीबैक्टीरियल, एंटीफंगल और एंटी-इंफ्लेमेटरी गुणों के कारण।
- ▶ फूड और बेवरेज - फ्लेवरिंग और हर्बल टी में।
- ▶ फार्मास्यूटिकल्स और वेलनेस - अरोमाथेरेपी, हर्बल मेडिसिन और ऑर्गेनिक प्रोडक्ट्स में।
- ▶ ट्रेड्स: ऑर्गेनिक, क्रुएल्टी-फ्री और सस्टेनेबल प्रोडक्ट्स की बढ़ती मांग से बाजार को बढ़ावा मिल रहा है।

### प्रमुख उपभोक्ता देश/क्षेत्र

- ▶ **संयुक्त राज्य अमेरिका (USA):** कॉस्मेटिक्स, स्किनकेयर और अरोमाथेरेपी में बड़ी मांग।
- ▶ **यूरोप (जर्मनी, फ्रांस, UK):** ऑर्गेनिक और वेलनेस प्रोडक्ट्स के लिए तेजी से बढ़ता बाजार।
- ▶ **एशिया-प्रशांत (जापान, चीन, भारत):** खाद्य और पेय पदार्थों में उपयोग।
- ▶ **मध्य पूर्व:** परफ्यूम और हर्बल मेडिसिन में मांग।

### चुनौतियां और अवसर चुनौतियां

- ▶ जलवायु पर निर्भरता
- ▶ छोटे किसानों के लिए ऑयल डिस्टिलेशन की लागत
- ▶ अंतरराष्ट्रीय बाजार में मूल्य उतार-चढ़ाव

### अवसर

- ▶ ऑर्गेनिक खेती और सर्टिफिकेशन से निर्यात मूल्य बढ़ सकता है।
- ▶ कॉस्मेटिक्स और वेलनेस इंडस्ट्री में लगातार बढ़ती मांग।
- ▶ भारत जैसे देशों के लिए निर्यात में बड़ा अवसर।

भारत से लेमनग्रास और इसके तेल का निर्यात करने के लिए सबसे पहले APEDA लाइसेंस लेना अनिवार्य है। इसके बाद FSSAI अनुपालन, फाइटोसैनिटरी सर्टिफिकेट और आयातक देश के नियमों के अनुसार दस्तावेज पूरे करने होते हैं। प्रमुख निर्यात बाजारों में अमेरिका, यूरोप (जर्मनी, फ्रांस, UK), जापान, वियतनाम और यूक्रेन शामिल हैं, जहां कॉस्मेटिक्स, अरोमाथेरेपी और फूड इंडस्ट्री में लेमनग्रास ऑयल की मांग तेजी से बढ़ रही है।

### भारत से लेमनग्रास निर्यात की प्रक्रिया

#### 1. APEDA पंजीकरण

▶ Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA) का लाइसेंस लेना जरूरी है।

▶ यह लाइसेंस अंतरराष्ट्रीय बाजार में गुणवत्ता प्रमाणपत्र की तरह काम करता है।

#### 2. अन्य आवश्यक दस्तावेज

▶ FSSAI अनुपालन - खाद्य सुरक्षा मानकों का पालन।

▶ फाइटोसैनिटरी सर्टिफिकेट - पौधों/हर्बल उत्पादों के लिए स्वास्थ्य प्रमाणपत्र।

▶ पैकिंग और लेबलिंग - आयातक देश के नियमों के अनुसार।

▶ बिल ऑफ लाडिंग, कमर्शियल इनवॉइस, पैकिंग लिस्ट - शिपमेंट के लिए आवश्यक।

#### 3. निर्यात चैनल

- ▶ सीधे विदेशी खरीदारों को सप्लाई।
  - ▶ ट्रेडिंग कंपनियों और एक्सपोर्ट हाउस के जरिए।
  - ▶ ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म (Amazon Global Selling, Alibaba आदि)।
- चुनौतियाँ और अवसर चुनौतियाँ:
- ▶ अंतरराष्ट्रीय मानकों का पालन न करने पर शिपमेंट रिजेक्ट हो सकता है।
  - ▶ मूल्य में उतार-चढ़ाव और प्रतिस्पर्धा।
  - ▶ छोटे किसानों के लिए डिस्टिलेशन यूनिट की लागत।

#### अवसर

- ▶ ऑर्गेनिक सर्टिफिकेशन से निर्यात मूल्य बढ़ सकता है।
- ▶ कॉस्मेटिक्स और वेलनेस इंडस्ट्री में लगातार बढ़ती मांग।
- ▶ भारत की जलवायु लेमनग्रास उत्पादन के लिए अनुकूल है, जिससे निर्यात क्षमता अधिक है।

-लेखक वरिष्ठ पत्रकार हैं

## फ्लिपकार्ट से बीज पहुंचेगा आपके घर



घर पर ताजी सब्जियां, फल या फूल उगाना फायदेमंद माना जाता है, लेकिन इसके लिए सही बीज चुनना जरूरी होता है। अच्छे बीज पौधों की बेहतर ग्रोथ और भरपूर पैदावार में मदद करते हैं। नेशनल सीड्स कॉरपोरेशन लिमिटेड (NSC) उत्तम क्वालिटी के बीज बेहद किफायती दामों पर उपलब्ध कराता है। आप 100 रुपये से कम में भी कई बीजों को ऑर्डर कर सकते हैं। आप फल, सब्जी और फूलों के बीज खरीदने के लिए एनएससी के ऑनलाइन स्टोर का इस्तेमाल कर सकते हैं। इसकी मदद से घर बैठे ही अपनी पसंद के बीज ऑर्डर किए जा सकते हैं। आप अपने बगीचे या किचन गार्डन में फल-सब्जी या फूल लगा सकते हैं। वहीं, अब एनएससी के बेस्ट और भरोसेमंद बीज ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म Flipkart पर भी उपलब्ध होंगे। नेशनल सीड्स कॉरपोरेशन लिमिटेड (NSC) ने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म एक्स पर बताया कि अब आप फ्लिपकार्ट की मदद से एनएससी के बेहतरीन क्वालिटी वाले बीज खरीद सकते हैं।

## भारत बनेगा शीर्ष आलू उत्पादक



भारत आलू उत्पादन में दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा देश होने के साथ-साथ अब वैल्यू एडिशन के जरिए प्रोसेस्ड आलू जैसे ग्रैन्यूल्स और पैलेट्स के निर्यात में भी तेजी से आगे बढ़ रहा है। वित्तीय वर्ष 2022 से 2025 तक निर्यात में 453 फीसदी की भारी वृद्धि हुई है। भारत 'स्नैक बास्केट' का एक प्रमुख खिलाड़ी बनने की दिशा में बढ़ रहा है। गुजरात इस बदलाव का केंद्र है और भारत जल्द ही चीन को पछाड़कर शीर्ष उत्पादक बन सकता है। भारत लगभग 600 लाख टन आलू का उत्पादन करता है। यह चीन के लगभग 935 लाख टन के बाद दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा आलू की पैदावार है। 2050 तक भारत के इस मामले में शीर्ष स्थान पर पहुंचने का अनुमान है। गुजरात प्रोसेस्ड आलू उत्पादन और निर्यात का प्रमुख केंद्र बन गया है, जो देश के कुल प्रोसेस्ड आलू का लगभग 80 प्रतिशत उत्पादन करता है।

## फ्यूचर मिल्क और पशुधन पालन



फ्यूचर मिल्क की चर्चा अहम बनती जा रही है। फ्यूचर मिल्क को केवल दूध के रूप में ही नहीं बल्कि दवाई के तौर पर भी देखा जा रहा है। इस वजह से उन पशुओं के पालन को बढ़ावा देने की भी कोशिश की जा रही है जो संख्या में घट रहे हैं। ऊंट और याक इसका बड़ा उदाहरण है। कुछ समय पहले नेशनल डेयरी रिसर्च इंस्टीट्यूट, करनाल, हरियाणा में भी फ्यूचर मिल्क को लेकर चर्चा हो चुकी है और अगर अभी की बात करें तो फरवरी में फ्यूचर मिल्क को लेकर एक बड़ी चर्चा होने जा रही है। करनाल में चर्चा के बाद, 9-11 फरवरी को आनंद, गुजरात में नेशनल डेयरी डेवलपमेंट बोर्ड (एनडीडीबी) और इंटरनेशनल डेयरी फेडरेशन (आईडीएफ) द्वारा एक बड़ी बैठक आयोजित की जा रही है जिसका उद्देश्य इन प्राचीन पशुओं और उनके दूध (दवा के रूप में) के महत्व को बढ़ावा देना और उन्हें बचाना है।

## मिर्च उत्पादन से बढ़िया कमाई



हरी मिर्च का मसालों में एक अहम स्थान है। मिर्च न केवल भोजन का एक प्रमुख हिस्सा है बल्कि सेहत के लिए भी फायदेमंद होती है। सेहत के गुणों के खजाने से भरी मिर्च को मसाले, दवाई और अचार के लिए प्रयोग किया जाता है। इसकी खेती जायद, खरीफ और रबी तीनों सीजन में होती है, यदि किसान इसकी व्यावसायिक रूप से खेती करें तो अच्छा मुनाफा कमा सकते हैं। ऐसे में अगर आप भी अक्टूबर के महीने में मिर्च की खेती करना चाहते हैं और उसके बेस्ट किस्म CT-23 का बीज मंगवाना चाहते हैं तो आप नीचे दी गई जानकारी की सहायता से बीज ऑनलाइन अपने घर पर मंगवा सकते हैं। किसानों की सुविधा के लिए राष्ट्रीय बीज निगम ऑनलाइन हरी मिर्च के CT-23 किस्म के बीज बेच रहा है। इस बीज को आप एनएससी के ऑनलाइन स्टोर से खरीद कर सकते हैं।

## बेबी डॉल से बगीचे को खूबसूरत बनाएं



सर्दियों के मौसम में सुंदर फूलों से गार्डन सजाना आपके लिए फायदेमंद साबित हो सकता है। सर्दियों में अपने बगीचे को डाईएन्थस चिर्नेसिस 'बेबी डॉल' जैसे फूलों से सजाना एक अच्छा विचार है, क्योंकि सर्दियों का हल्का तापमान और कम नमी इनके विकास के लिए आदर्श स्थिति होती है, जिससे धूप वाली जगहों पर ये खूबसूरत फूल खिलते हैं और आप इन्हें घर पर आसानी से उगाकर बगीचे की सुंदरता बढ़ा सकते हैं। 'बेबी डॉल' को उगाने भारत में सही मौसम सर्दियों का है, क्योंकि तापमान हल्का और नमी कम होती है। पौधा धूप वाली जगहों पर अच्छी तरह पनपता है और जल्दी बढ़ता है। मिट्टी हल्की नम होनी चाहिए, लेकिन जलभराव नहीं होना चाहिए यानी पानी जमा न हो।

## सफेद कद्दू की फायदेमंद खेती



सफेद कद्दू को विंटर मेलन या ऐश गार्ड के नाम से भी जाना जाता है। यह सेहत के लिए बेहद फायदेमंद माना जाता है। इसकी खेती करना आपके लिए लाभदायक साबित हो सके इसके लिए आप उच्च गुणवत्ता वाले बीजों का चयन कर सकते हैं। नेशनल सीड्स कॉरपोरेशन लिमिटेड (NSC) सफेद कद्दू की काशी धवल किस्म के बीज ऑनलाइन बेचने का फैसला किया है। इसके कारण किसानों को अधिक उपज मिल सकती है। यह पाचन, वजन घटाने, और शरीर को ठंडक देने में सहायक है, जबकि इसके औषधीय गुण भी हैं, लेकिन अस्थमा/सर्दी-जुकाम के रोगियों को सावधानी बरतनी चाहिए, और डॉक्टर की सलाह लेना आवश्यक है।



जीवन ज्योति

# डीडीए: झूठ बोलो, बार-बार और पकड़े जाओ तो गुमराह करो

हर बार फर्जीफिकेशन का एक नया अध्याय, जनता के साथ बैंकों का भरोसा भी टूट गया

दिल्ली विकास प्राधिकरण (डीडीए) की स्थापना का मूल उद्देश्य राजधानी दिल्ली को योजनाबद्ध तरीके से बसाना और आम नागरिकों को सस्ती, सुरक्षित व सम्मानजनक रिहाइश उपलब्ध कराना था। दशकों तक डीडीए ने अपने विज्ञापनों, योजनाओं और सरकारी बयानों में यह दावा किया कि उसकी प्राथमिकता मध्यम वर्ग, निम्न आय वर्ग (LIG) और आर्थिक रूप से कमजोर वर्ग (EWS) के लिए आवासीय संकट का समाधान करना है। लेकिन ज़मीनी सच्चाई इसके ठीक उलट दिखाई देती है। रोहिणी, नरेला, द्वारका, वसंतकुंज, जसोला, मंगलापुरी जैसे इलाकों में 10 से 20 साल पुराने हजारों फ्लैट आज भी बिना खरीदार के पड़े हैं। कई फ्लैट जर्जर होकर खंडहर का रूप ले चुके हैं। सवाल यह नहीं है कि फ्लैट क्यों नहीं बिक रहे, बल्कि यह है कि क्या डीडीए ने कभी सच में उपभोक्ताओं की ज़रूरत, क्षमता और सम्मान को समझा ?



**सस्ती रिहाइश का दावा, योजनागत विफलता और टूटता भरोसा 'सबके लिए आवास' का दावा और ज़मीनी हकीकत रोहिणी, नरेला और द्वारका : खाली पड़े सपनों के शहर**

डीडीए की सबसे बड़ी आवासीय योजनाओं में रोहिणी, नरेला और द्वारका का नाम प्रमुख है। इन इलाकों में हजारों एलआईजी, एमआईजी और कुछ एचआईजी फ्लैट वर्षों से खाली पड़े हैं। कई फ्लैटों की हालत इतनी खराब हो चुकी है कि दीवारों में दरारें पड़ गई हैं। प्लास्टर उखड़ चुके हैं। सीवर और नालियों से बदबू आती है।

जो उपभोक्ता डीडीए के विज्ञापनों और 'सीमित समय के लिए छूट' के झांसे में आकर फ्लैट बुक कराते हैं, वे जब मौके पर जाकर फ्लैट देखते हैं तो निराशा, गुस्सा और उठे जाने का अहसास लेकर वापस लौटते हैं। स्थिति यह है कि, 10 साल पहले जिन कीमतों पर फ्लैट बेचे गए थे, आज उनसे कम कीमत पर

**रोहिणी, नरेला, द्वारका, वसंतकुंज, जसोला, मंगलापुरी जैसे इलाकों में 10 से 20 साल पुराने हजारों फ्लैट आज भी बिना खरीदार के पड़े हैं। कई फ्लैट जर्जर होकर खंडहर का रूप ले चुके हैं। सवाल यह नहीं है कि फ्लैट क्यों नहीं बिक रहे, बल्कि यह है कि क्या डीडीए ने कभी सच में उपभोक्ताओं की ज़रूरत, क्षमता और सम्मान को समझा ?**

भी खरीदार मिलना मुश्किल है।

**रोहिणी सेक्टर 34-35: एलआईजी फ्लैटों का असफल प्रयोग**

रोहिणी सेक्टर 34 और 35 डीडीए की एलआईजी नीति की विफलता का सबसे बड़ा उदाहरण बन चुके हैं। यहां करीब 10,000 छोटे एलआईजी फ्लैट बनाए गए। भूतल के बाद तीन मंजिल तक फ्लैट बनाए गए। शुरुआत में इनकी कीमत 14.50 लाख रुपये तय की गई। लेकिन इनकी कीमतों में बार-बार कटौती की गई। फिर भी बिक्री न होने पर इनकी कीमत

में 20 प्रतिशत तक छूट दी गई। कीमत घटाकर 10-11 लाख रुपये की गई। फिर 2021 में इन्हें संशोधित योजना के तहत फिर से पेश किया गया।

इन योजनाओं के फ्लैट देखकर ग्राहकों के होश उड़ गए। कमरों का आकार इतना छोटा कि डबल बेड तो दूर, कई जगह सिंगल बेड लगाना भी मुश्किल है। छत बहुत नीची है। इनमें हवा और रोशनी की भारी कमी है। लोगों का कहना है कि ऐसे फ्लैट न तो परिवार के लिए उपयुक्त हैं और न ही भविष्य की सुरक्षा देते हैं।

डीडीए की सबसे बड़ी आवासीय योजनाओं में रोहिणी, नरेला और द्वारका का नाम प्रमुख है। इन इलाकों में हजारों एलआईजी, एमआईजी और कुछ एचआईजी फ्लैट वर्षों से खाली पड़े हैं। कई फ्लैटों की हालत इतनी खराब हो चुकी है कि दीवारों में दरारें पड़ गई हैं। प्लास्टर उखड़ चुके हैं। सीवर और नालियों से बदबू आती है। जो उपभोक्ता डीडीए के विज्ञापनों और 'सीमित समय के लिए छूट' के झांसे में आकर फ्लैट बुक कराते हैं, वे जब मौके पर जाकर फ्लैट देखते हैं तो निराशा, गुस्सा और ठगे जाने का अहसास लेकर वापस लौटते हैं। स्थिति यह है कि, 10 साल पहले जिन कीमतों पर फ्लैट बेचे गए थे, आज उनसे कम कीमत पर भी खरीदार मिलना मुश्किल है।

## प्रधानमंत्री आवास योजना से जुड़े एलआईजी फ्लैट: गुणवत्ता बनाम प्रचार

डीडीए ने अपने कई एलआईजी फ्लैटों को प्रधानमंत्री आवास योजना (PMAY) से जोड़कर प्रचारित किया। दावा किया गया कि, ये फ्लैट आधुनिक, किफायती और पर्यावरण-अनुकूल हैं। लेकिन वास्तविकता में छत इतनी नीची कि पलंग पर बैठकर अंगड़ाई लेने पर पंखे से हाथ टकराने का खतरा है। रसोई इतनी संकरी कि एक व्यक्ति का खड़ा होना भी मुश्किल हो जाता है।

इस प्रकार का निर्माण डीडीए की विश्वसनीयता और साख पर सीधे सवाल खड़ा करता है।

## मुंबई का चॉल मॉडल: दिल्ली में असफल और विवादित प्रयोग



प्रॉपर्टी विशेषज्ञों और अधिवक्ताओं का आरोप है कि डीडीए ने मुंबई की चॉल और खोली जैसी संकरी आवासीय संरचना को दिल्ली में लागू करने की कोशिश की।

## सवाल तो उठेंगे

जब दिल्ली के बाहरी इलाकों में जमीन की कोई भारी कमी नहीं थी, तब इतने छोटे, संकुचित और अव्यवहारिक फ्लैट क्यों बनाए गए? आरोप है कि मुंबई के कुछ बिल्डरों ने डीडीए अधिकारियों के साथ मिलकर इन डिजाइनों को आसानी से पास करवा लिया। इस प्रक्रिया में भारी भ्रष्टाचार, सरकारी धन का दुरुपयोग और किसी भी बिल्डर पर कानूनी कार्रवाई न होना जैसे गंभीर सवाल सामने आते हैं।

## नरेला: एलआईजी फ्लैटों की भरमार और उपेक्षा

नरेला क्षेत्र में डीडीए के पास हजारों एलआईजी फ्लैट आज भी खाली पड़े हैं। प्रॉपर्टी विशेषज्ञों के अनुसार, इन फ्लैटों की वास्तविक बाजार कीमत 5 लाख रुपये से अधिक नहीं लगती जबकि डीडीए ने इन्हें कहीं अधिक कीमत पर बेचने की कोशिश की।

## नाकाम समाधान

कुछ फ्लैट सीआईएसएफ को सौंप दिए गए। लेकिन इससे भी समस्या का स्थायी समाधान नहीं हुआ। पुराने फ्लैटों को नया बताकर बेचने की रणनीति डीडीए की एक प्रमुख रणनीति रही है। पुराने, लौटाए गए फ्लैटों को नई योजना में

शामिल कर न्यूली कंस्ट्रक्टेड बताकर बेचने की कोशिश की गई। 2014 में लौटाए गए फ्लैटों को 2017 की योजना में शामिल किया गया। लेकिन उपभोक्ताओं ने टूटे प्लास्टर, बदबूदार नालियां, अधूरा निर्माण देखकर इस चाल को पहचान लिया।

ईडब्लूएस फ्लैट बनाम एलआईजी विवाद: सबसे बड़ा झटका

डीडीए के इतिहास का सबसे विवादित अध्याय है ईडब्लूएस फ्लैटों को एलआईजी बताकर बेचना। 2010-11 में बने ईडब्लूएस फ्लैटों की कीमत लगभग 4.08 लाख रुपये थी। 2014 की योजना में इन्हें एलआईजी बताकर 14.50 लाख से 27.85 लाख रुपये में बेचने की कोशिश की गई।

## नतीजा क्या हुआ ?

करीब 11,000 आर्बिटियों ने फ्लैट वापस कर दिए। यह डीडीए के लिए आर्थिक, नैतिक और छवि के स्तर पर बड़ा झटका था।

## बैंक और वित्तीय संस्थानों की बेरुखी

डीडीए की योजनाओं के प्रति अब बैंक भी सतर्क हो गए हैं।

कारण, इसके निर्माण कार्य गुणवत्ता पर उठते सवाल, कानूनी विवाद, पुनर्विक्रय की संश्लेषण शर्तें। नतीजतन, इसके फ्लैटों के लिए कर्ज प्रक्रिया जटिल कर दी गई गई, कई मामलों में बैंकों ने हाथ खड़े कर दिए।



## पुनर्विक्रय पर पाबंदी : उपभोक्ता क्यों पीछे हटे

डीडीए की शर्तों के तहत इन फ्लैटों को 5 साल तक बेचा नहीं जा सकता। इसके कारण निवेशक वर्ग पूरी तरह इससे बाहर हो गया, मध्यम वर्ग को भविष्य की अनिश्चितता का डर सताने लगा।

## 2017 की आवासीय योजना: प्रचार ज्यादा, भरोसा कम

2017 की योजना में एलआईजी, एमआईजी, एचआईजी, वन-बेडरूम और जनता फ्लैट शामिल थे। लाखों लोगों ने 1 लाख रुपये पंजीकरण शुल्क देकर आवेदन किया। डों के बाद सच्चाई तब सामने आई जब उपभोक्ता साइट विजिट पर गए। घरों को देखने के बाद अधिकांश आबंटी पीछे हट गए। उन्हें एहसास हुआ कि महंगी कीमत के बदले उन्हें छोटा, अधूरा और काफी दूर फ्लैट मिल रहा है।

## राजनीतिक और सामाजिक सवाल

एक पूर्व सांसद और डीडीए के पूर्व सदस्य ने सवाल खड़ा किया कि, जिन ईडब्लूएस फ्लैटों का उद्घाटन केंद्रीय मंत्रियों से कराया गया, उन्हें झुग्गियों से विस्थापित गरीबों को दिया जाना था लेकिन बाद में वही फ्लैट आम जनता को कई गुना महंगे दामों पर बेचने की कोशिश क्यों की गई?

## रोहिणी स्कीम 1981 : लंबी और

**डीडीए की कहानी अब अधूरी योजनाओं, गलत आकलन और उपभोक्ताओं को गुमराह करने की रणनीतियों की कहानी बन चुकी है। नतीजे में आज हजारों फ्लैट खाली हैं। उपभोक्ताओं का भरोसा टूट चुका है, और सबके लिए आवास एक नारा भर बन कर रह गया है। जब तक पारदर्शिता, गुणवत्ता, जवाबदेही और मानवीय दृष्टिकोण नहीं अपनाया जाएगा, तब तक डीडीए की आवासीय योजनाएँ जनता के लिए नहीं, सिर्फ फाइलों और विज्ञापनों के लिए बनती रहेंगी।**

## बदनुमा कहानी

इस योजना के तहत 1.17 लाख प्लॉट देने का वादा किया गया था। इनमें 26 से 90 वर्गमीटर के विकसित प्लॉट थे। 35-38 साल की

## डीडीए अपने ही बुने जाल में उलझा

डीडीए की कहानी अब अधूरी योजनाओं, गलत आकलन और उपभोक्ताओं को गुमराह करने की रणनीतियों की कहानी बन चुकी है। नतीजे में आज हजारों फ्लैट खाली हैं। उपभोक्ताओं का भरोसा टूट चुका है, और सबके लिए आवास एक नारा भर बन कर रह गया है। जब तक पारदर्शिता, गुणवत्ता, जवाबदेही और मानवीय दृष्टिकोण नहीं अपनाया जाएगा, तब तक डीडीए की आवासीय योजनाएँ जनता के लिए नहीं, सिर्फ फाइलों और विज्ञापनों के लिए बनती रहेंगी।

प्रतीक्षा के बाद हजारों आबंटी प्लॉट मिलने से पहले ही गुजर गए। कई लोग जवानी से बुढ़ापे तक इंतजार करते रहे।

## आकार में कटौती और गुस्सा

1999 और 2007 में इस योजना में प्लॉट साइज घटाने की घोषणा की गई। इसका बड़े पैमाने पर विरोध किया गया। अदालतों में कई याचिकाएं डाली गईं और सरकार पर राजनीतिक दबाव भी बना।

## न्यायिक हस्तक्षेप और डीडीए की जवाबदेही

2009 में दिल्ली हाईकोर्ट में एक जनहित याचिका दायर की गई। अदालत ने अपने आदेश में 3 साल में सभी को विकसित प्लॉट देने का आदेश दिया। 2012 में फिर से इसकी समयसीमा बढ़ा दी गई। 2015 में मामला सुप्रीम कोर्ट पहुंच गया। कुल मिलाकर कहानी यही है कि डीडीए ने बार-बार वादे किए, समय मांगा लेकिन जमीनी हालात बहुत नहीं बदले।

## बुनियादी सुविधाओं की बदहाली

आज भी कई इलाकों में टूटी दीवारें, अधूरी सड़कें और सीवर और बिजली की समस्या बरकरार है। यह डीडीए एक्ट का उल्लंघन है और विकसित प्लॉट के दावे को खोखला करता है।

-लेखक वरिष्ठ पत्रकार हैं

## बीमा धोखाधड़ी पर निगरानी के लिए दिशा-निर्देश

भारतीय बीमा विनियामक और विकास प्राधिकरण (इरडा) ने 'बीमा धोखाधड़ी निगरानी रूपरेखा दिशानिर्देश-2025' जारी किए हैं। नए नियम 1 अप्रैल 2026 से लागू होंगे। नियमों के अनुसार, कंपनियों को यह सुनिश्चित करना होगा कि किसी भी तरह की धोखाधड़ी, चाहे वह ऑनलाइन हो, एजेंटों के जरिए हो या पॉलिसीधारक की ओर से, उसकी तुरंत रिपोर्ट की जाए। कंपनियों के लिए यह भी अनिवार्य कर दिया गया है कि वे सभी धोखाधड़ी मामलों की जानकारी बीमा सूचना ब्यूरो के साथ साझा करें ताकि उसका एकसमान डाटाबेस तैयार हो सके। हर बीमा कंपनी को एक धोखाधड़ी निगरानी समिति बनानी होगी। पहली साइबर ठगी को अलग श्रेणी के रूप में शामिल किया गया है। इरडा के अनुसार, बीमा एजेंटों और अन्य वितरण एजेंसियों को भी अब अपनी-अपनी धोखाधड़ी-रोधी नीति बनानी होगी, ताकि वे भी किसी तरह की गड़बड़ी को रोक सकें। बीमा कंपनियां अपने कामकाज के मुताबिक नए पैटर्न तय कर सकती हैं। इससे यह पता लगाना आसान हो जाएगा कि कोई ग्राहक बार-बार फर्जी क्लेम तो नहीं कर रहा। या एक ही एजेंट गलत तरीके से पॉलिसी तो नहीं बेच रहा है।



## तत्काल टिकटों को लेकर नए नियम लागू



भारतीय रेलवे ने तत्काल टिकटों के नियमों में कुछ बड़े बदलाव किए हैं, जो 2026 से लागू हो चुके हैं। नए नियमों के तहत अब तत्काल टिकट की बुकिंग सुबह 10 बजे से शुरू होगी, यात्रा से एक दिन पहले। पहले यह समय अलग-अलग हुआ करता था। इसके अलावा एक यूजर आईडी से अब एक दिन में सिर्फ दो टिकट ही बुक कर सकते हैं। तत्काल टिकट बुक करते समय अगर आप भुगतान नहीं कर पाते, तो आपकी टिकट होल्ड नहीं रहेगी। इसे तुरंत कैंसल कर दिया जाएगा। आपको दूसरी बार कोशिश करने का मौका मिलेगा तत्काल टिकट का रिफंड पहले की तरह बहुत कम मिलेगा। लेकिन अगर ट्रेन रद्द हो जाती है या चार घंटे से ज्यादा लेट होती है, तो पूरा पैसा वापस मिलेगा। इसलिए टिकट बुक करते समय यात्रा की तारीख और समय पक्का कर लें।

## गैस सब्सिडी चाहिए तो ई-केवाईसी जरूरी

सब्सिडी लेने वाले गैस उपभोक्ताओं के लिए ई-केवाईसी अनिवार्य कर दी गई है। सब्सिडी की स्थिति mylpg.in पर चेक कर सकते हैं; गैस रिसाव के लिए 1906 पर तुरंत कॉल करें; और शिकायतों के लिए 18002333555 (टोल-फ्री) नंबर का उपयोग करें। साथ ही, सभी दस्तावेजों (आधार, बैंक खाता, मोबाइल नंबर) को अपडेट रखना जरूरी है। उज्ज्वला योजना के लाभार्थियों को भी e-KYC करवाना अनिवार्य है। ई-केवाईसी सब्सिडी जारी रखने के लिए सभी उपभोक्ताओं (उज्ज्वला योजना सहित) के लिए अनिवार्य है। इसे अपने वितरक से या ऐप के जरिए कर सकते हैं।



## मिनिमम बैलेंस की गणना तीन महीने में

देश की बैंकिंग व्यवस्था में साल 2026 की शुरुआत के साथ कई अहम बदलाव देखने को मिले हैं। अब सरकार ने इन नियमों को अधिक लचीला और ग्राहक केंद्रित बनाया है। नई बैंकिंग व्यवस्था में सबसे उल्लेखनीय बदलाव त्रैमासिक औसत बैलेंस की गणना पद्धति है। इसका अर्थ यह है कि बैंक अब किसी एक महीने का बैलेंस नहीं देखेंगे, बल्कि तीन महीने के औसत बैलेंस को आधार बनाया जाएगा। उदाहरण के लिए, अगर किसी खाते में जनवरी में 300 रुपये, फरवरी में 800 रुपये और मार्च में 900 रुपये हैं, तो तीन महीने का औसत 666 रुपये होगा। अगर बैंक की न्यूनतम सीमा 500 रुपये है, तो खाताधारक पर कोई जुर्माना नहीं लगेगा। यह प्रणाली अस्थायी आर्थिक कठिनाइयों से जूझ रहे लोगों को बिना किसी दबाव के अपना खाता संचालित करने की सुविधा देती है। पहले की व्यवस्था में अगर किसी एक महीने भी बैलेंस कम हो जाता था, तो तुरंत जुर्माना लग जाता था, जो अब नहीं होगा।



## जीरो बैलेंस खाताधारकों को भी ब्याज की सुविधा



बैंकिंग इतिहास में पहली बार जीरो बैलेंस खातों पर ब्याज देने का फैसला किया गया है, जो वित्तीय समावेशन की दिशा में एक क्रांतिकारी कदम है। प्रधानमंत्री जनधन योजना के तहत खोले गए करोड़ों खातों और बेसिक सेविंग बैंक डिपॉजिट अकाउंट में अब न्यूनतम 3.5 प्रतिशत की दर से सालाना ब्याज मिलेगा। यह प्रावधान गरीब और कम आय वाले परिवारों के लिए विशेष रूप से फायदेमंद है, क्योंकि उनकी छोटी-छोटी बचत पर भी अब कुछ रिटर्न मिलेगा। पहले इन खातों पर कोई ब्याज नहीं मिलता था, जिससे लोगों को बैंकिंग प्रणाली से जुड़ने में कोई आर्थिक लाभ नहीं दिखता था। लेकिन अब अगर किसी जीरो बैलेंस खाते में औसतन 1000 रुपये भी पड़े रहें, तो साल भर में 35 रुपये का ब्याज मिलेगा।

## एटीएम निकासी शुल्क में बदलाव

एटीएम से जुड़े नियमों में भी महत्वपूर्ण बदलाव किए गए हैं जो खाताधारकों को अधिक सुविधा प्रदान करते हैं। महानगरों में रहने वाले ग्राहकों को अब हर महीने 5 मुफ्त एटीएम ट्रांजेक्शन की सुविधा मिलेगी, जबकि गैर-महानगरीय शहरों और गांवों में यह सीमा बढ़ाकर 7 कर दी गई है। ग्रामीण क्षेत्रों को अधिक मुफ्त लेनदेन देना सरकार की वित्तीय समावेशन की प्रतिबद्धता को दर्शाता है। निर्धारित सीमा से अधिक निकासी करने पर प्रति ट्रांजेक्शन अधिकतम 18 रुपये और बैलेंस पृछताछ के लिए 8 रुपये का शुल्क लिया जा सकता है।



## डीपसीक का AI इमेज जनरेटर Janus-Pro

Deepseek आज के समय में ट्रेडिंग AI प्लेटफॉर्म है और इसकी चर्चा हर जगह है। इस पॉपुलैरिटी के बीच स्टार्टअप ने एक और लॉन्चिंग कर दी है। इसका नाम Janus-Pro है और इसका मकसद AI Image जनरेट करना है। चाइना स्टार्टअप के इमेज जनरेटर मॉडल का नाम Janus-Pro है। इसका मुकाबला अमेरिकी कंपनियों द्वारा तैयार किए DALL-E 3 और Stable Diffusion से होगा। यह Multimodal model है, जो टेक्स्ट प्रोम्प्ट की मदद से इमेज जनरेट कर सकेगा। R1 मॉडल की लॉन्चिंग के बाद Janus-Pro को पेश कर दिया है। यह लॉन्चिंग ऐसे समय में की गई है जब चीनी स्टार्टअप Deepseek पूरी दुनिया में पॉपुलैरिटी गेन कर रहा है। Janus-Pro को लेकर मीडिया रिपोर्ट्स में दावा किया है कि यह कम एडवांस्ड Nvidia चिपसेट पर भी आसानी से काम करता है, ऐसे में इसे बहुत से लोग इस्तेमाल कर पाएंगे। इस वजह से यह प्लेटफॉर्म तेजी से पॉपुलैरिटी हासिल कर सकता है।



## Xiaomi की किड्स वॉच

Xiaomi ने बच्चों के लिए नया Xiaomi Kids Watch लॉन्च किया है। यह स्मार्टवॉच फ्लिप डुअल कैमरा डिजाइन, AMOLED डिस्प्ले और एडवांस्ड लोकेशन ट्रैकिंग फीचर्स के साथ आती है। कंपनी के मुताबिक, यह वॉच बच्चों की सेफ्टी, कम्युनिकेशन और डेली एक्टिविटीज को ध्यान में रखकर तैयार की गई है। इसमें AI-बेस्ड फ्लोर-लेवल GPS सपोर्ट दिया गया है, जिससे सिर्फ लोकेशन ही नहीं बल्कि बिल्डिंग का फ्लोर भी ट्रैक किया जा सकता है। Xiaomi Kids Watch वॉइस और वीडियो कॉलिंग, NFC सपोर्ट और वाटर रेजिस्टेंट बिल्ड के साथ आती है। Xiaomi Kids Watch को 1,399 युआन (करीब 18,300 रुपये) की कीमत पर लॉन्च किया गया है।

## डाइवा ने एलजी-सैमसंग का दम निकाला

Made in India ब्रांड Daiwa ने LG, Samsung जैसे ब्रांड्स के लिए टेंशन पैदा कर दी है। कंपनी ने भारत में 11 हजार रुपये से कम कीमत में 4K LED Smart TV लॉन्च कर दिया है। कंपनी का यह स्मार्ट टीवी Google TV प्लेटफॉर्म पर काम करता है और इसमें Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ Hotstar जैसे प्री-इंस्टॉल एप्स मिलते हैं। Daiwa ने भारत में 32 इंच से लेकर 55 इंच स्क्रीन साइज रेंज में यह नई स्मार्ट टीवी सीरीज पेश की है। इस मेड इन इंडिया स्मार्ट टीवी के HD वाले मॉडल का डिस्प्ले रेजल्यूशन 1366 x 768 पिक्सल है। वहीं, 4K वाले सभी मॉडल 3840 x 2160 पिक्सल रेजल्यूशन के साथ आते हैं। इस स्मार्ट टीवी के सभी मॉडल की स्क्रीन 60Hz स्टैंडर्ड रिफ्रेश रेट को सपोर्ट करती है।



## नए उत्पाद

### BLACK+DECKER की वॉशिंग मशीन- एसी

BLACK+DECKER कंपनी ने भारत में अपनी वॉशिंग मशीन और एसी की नई रेंज लॉन्च कर दी है। कंपनी ने 7.5 किलो की टॉप लोड वॉशिंग मशीन, 6 किलो और 8 किलो की फ्रंट लोड वॉशिंग मशीन लॉन्च की है। वहीं, AC रेंज में 1.5 टन और 2 टन की क्षमता वाले एसी को लॉन्च किया गया है। कंपनी ने दो फ्रंट लोड मॉडल्स लॉन्च किए हैं जो 6 किलो और 8 किलो क्षमता के साथ आते हैं। वहीं, एक 7.5 किलो क्षमता वाला मॉडल लॉन्च किया है जो टॉप लोड के साथ आता है। इनका डिजाइन काफी अच्छा बनाया गया है। इसके अलावा कंपनी ने 1.5 टन और 2 टन के एसी लॉन्च किए हैं। 1.5 टन वाला एसी दो मॉडल्स में पेश किया गया है। इन AC का डिजाइन काफी सिंपल और अच्छा बनाया गया है। इनमें इन्फिनिटी इंपेलेटर, CAD सेंसर, 4-इन-1 कन्वर्टिबल और R32 इको फ्रेंडली रेफ्रिजरेट जैसे फीचर्स दिए गए हैं।



### ई-रिक्शा बजाज रिकी लॉच

भारत में लास्ट-माइल मोबिलिटी की मांग लगातार बढ़ रही है, लेकिन ई-रिक्शा सेगमेंट अब भी काफी हद तक असंगठित है। कई वाहन अब भी कम रेंज, कमजोर टिकाऊपन, खराब ब्रेकिंग और अस्थिरता जैसी चुनौतियों का सामना करते हैं। ऐसे में दुनिया के सबसे मूल्यवान टू-व्हीलर और थ्री-व्हीलर निर्माता बजाज ऑटो ने अपनी नई ई-रिक्शा Bajaj Riki को लॉन्च किया है। Riki को भारतीय सड़कों की कठोर परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए डिजाइन किया गया है। यह उच्च अपटाइम, कम मेंटेनेंस, बेहतर सुरक्षा और स्मूद राइड का वादा करता है। इसमें 5.4 kWh बैटरी मिलती है, जो सिंगल चार्ज में 149 किमी की रेंज देगी। इसे 1,90,890 रुपये की एक्स-शोरूम कीमत में लॉन्च किया गया है।

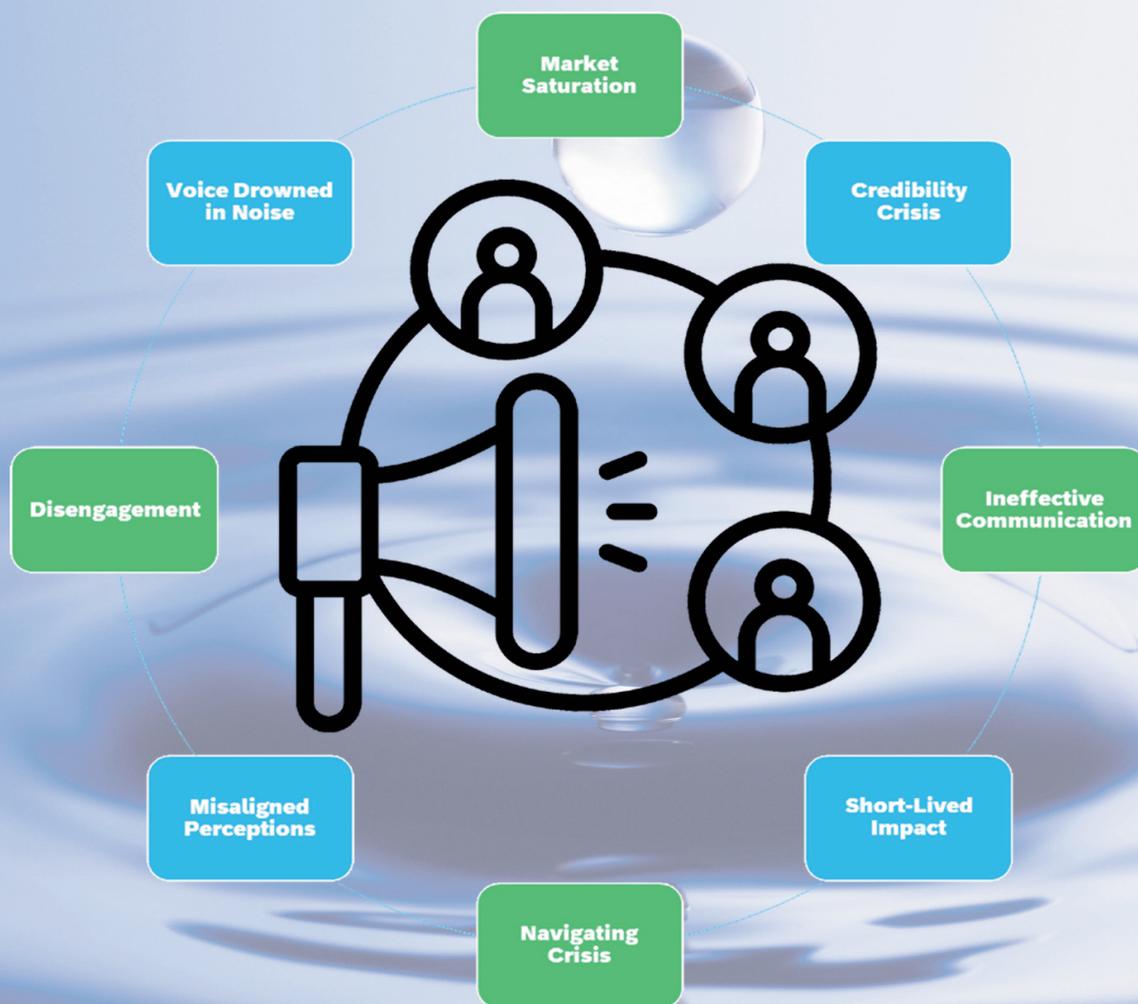
### Longbow की हल्की इलेक्ट्रिक कार

इलेक्ट्रिक कारों को लेकर लोगों के मन में आम धारणा रहती है कि यह भारी होती है। इसके पीछे की वजह बड़ी बैटरी, मजबूत बॉडी स्ट्रक्चर और सेफ्टी फीचर्स होते हैं। ब्रिटेन की नई ऑटोमोबाइल कंपनी Longbow ने ऐसी इलेक्ट्रिक कार बनाई है, जिसका वजन 900 किलो से कम है। इसके साथ ही यह कार अब तक की सबसे हल्की कार भी बन गई है। इस इलेक्ट्रिक कार नाम Longbow Speedster है। इस कार की सबसे बड़ी खासियत यही है कि यह एक हल्की इलेक्ट्रिक स्पोर्ट्स कार के तौर पर सामने आई है, जो परफॉर्मंस और रेंज दोनों मामले में बेहतर है। Longbow के को-फाउंडर Daniel Davey ने लॉन्च इवेंट के दौरान साफ कहा कि कंपनी का फोकस ऐसी कारें दिखाना नहीं है जो बस देखने में अच्छी लगें। उनके मुताबिक यह कार पूरी तरह असल में मौजूद और तैयार है।



# Elevate Your Public Image

## *Amplifying Your Brand's Voice*



## ***Pratidhwani Media Initiative Pvt. Ltd.***

### **Contact Information**

**Email:** [pratidhwanimediainitiative@gmail.com](mailto:pratidhwanimediainitiative@gmail.com)

**Website:** [www.pratidhwanimedia.com](http://www.pratidhwanimedia.com)

**Address:**

**101, Shahpuri Tower, C-58, Community Center, Janakpuri,  
New Delhi - 110058**



# Atulyam

## Atulyam Multi State Multi Purpose Cooperative Society

Multi-State Cooperative Society Registered with Registrar of Multi State Cooperative Societies under Multistate Co-operative Societies Act, 2002 (Ministry of Agriculture and Farmers' Welfare, GoI)



### CONTACT US

#### Head Office

101, Shahpuri Tower  
C - 58, Community Centre  
Janakpuri, New Delhi - 110058  
Phone No. - 011-45733115/ 9810085115  
Email: [atulyam.msocs@gmail.com](mailto:atulyam.msocs@gmail.com)  
[www.atulyam.org](http://www.atulyam.org)

#### Regional Office (Bihar)

Uphrail Chauk,  
Ward No. -10, Bypass  
Purnea, Bihar -854315