

मानक कोड

WFDSA CEO काउन्सिल द्वारा अंगीकृत

प्रस्तावना

निम्न बातों पर यह नियमावली मार्गदर्शन करेगी:

- 1 DSA सभ्य कम्पनियाँ और उसकी विद्यमान और भावी बिक्री प्रतिनिधि
- 2 DSA सभ्य कम्पनियाँ और उसके बिक्री प्रतिनिधि और कंपनी के उत्पादकों के उपभोक्ता
- 3 सदस्य कंपनियाँ क्योंकि वह बाजार में आपसी प्रतिस्पर्धा करती है, और
- 4 व्यक्तिगत शिकायत कर्ता, DSA कोड प्रबन्धक और DSA सभ्य कम्पनियाँ

1. सामान्य

1.1 विस्तार

इस कोड में 'उपभोक्ताओं के रक्षण का', 'कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ता के बीच' और 'कम्पनिओं के बीच' आचरण की धाराओं का समावेश करता है।

1.2 शर्तों की शब्दावली

इस कोड के संदर्भ के लिये केपिटल शब्दावली का मतलब निम्नलिखित रहेगा।

कोड प्रबंधक: कम्पनी द्वारा कोड के आचरण एवम् उसके तहत प्राप्त शिकायतों का समाधान करने के लिये DSA द्वारा नियुक्त किया हुआ स्वतंत्र व्यक्ति या संस्था।

कम्पनी: बाजार में अपना माल बेचने के लिये सीधी वितरण व्यवस्था का उपयोग करने वाली और DSA की सदस्य हो ऐसी व्यापारिक ईकाई।

उपभोक्ता: कम्पनी का उत्पादन सीधे बिक्री कर्ता या कम्पनी से खरीद कर उसका उपयोग करने वाला व्यक्ति।

सीधा बिक्रीकर्ता : ऐसा व्यक्ति या इकाई जो कम्पनी का उत्पादन खरीद कर के बेच सकता हो और जो सीधे बिक्री कर्ता की भरती कर सकता हो। सीधे बिक्री कर्ता सामान्य रूप में कोई स्थायी और निश्चित खुदरा बिक्री केन्द्र के सिवा विवरण या निदर्शक द्वारा उत्पादन और सेवा उपभोक्ता को सीधी बिक्री करता है। सीधा बिक्रीकर्ता एक वैयक्तिक व्यापारिक एजेंट, ठेकेदार या फिर कम्पनी का ऐसा ही कोई बिक्री प्रतिनिधि हो सकता है।

माँग-पत्र: उपभोक्ता के आदेश के विवरण को अनुमोदित करता हुआ और उसको बिक्री की रसीद देता हुआ छपा या लिखित दस्तावेज़। इंटरनेट से की हुई खरीद करने पर जिस में प्रस्ताव और बिक्री की सारी शर्तें छाप सके या डाउनलोड कर सके ऐसा पर्चा।

उत्पादन: मूर्त या अमूर्त सामान या सेवाएं।

भरती: व्यक्ति को सीधा बिक्री कर्ता बनाने के लिये की हुई कोई भी गतिविधि।

1.3 कम्पनियाँ

कम्पनियाँ DSA की सदस्यता धारण करके उसे कायम रखने और इस कोड की आचार संहिता को अपनाने और लागू करने के लिये प्रतिबद्ध हो। इस कोड की उपभोक्ता और सीधे बिक्री कर्ता को संबंधित धारायें और उपभोक्ता और सीधे बिक्रीकर्ता इसकी प्रति कहाँ से प्राप्त कर सकते हैं उसकी जानकारी प्रकाशित करने की प्रतिबद्धता ।

1.4 सीधे बिक्रीकर्ता : सीधे बिक्री कर्ता को यह कोड सीधा लागू नहीं होता है, मगर कम्पनी की वितरण प्रणाली में सदस्यता की शर्त के मुताबिक जिस कम्पनी के साथ वे जुड़े हुए हैं उन के लिए कम्पनी द्वारा इस कोड की आचार संहिता के मानक के नियम का पालन करना आवश्यक है।

1.5 स्व-नियंत्रण

यह कोड कानून नहीं है, मगर कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ता इसकी कानूनी जरूरत को पूरा करें या उससे ज्यादा दायित्व वहन करने की अपेक्षा रखता है। इस कोड का दायित्व पूरा न करने से कोई नागरिक कानूनी दायित्व या जिम्मेवारी खड़ी नहीं कर सकता है। DSA में से सदस्यता खतम करने पर कम्पनी को यह कोड लागू नहीं होता है। मगर सदस्यता के दौरान किये हुए कारोबार पर इस कोड की धाराओं का अमल होगा।

1.6 स्थानीय नियमन:

कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ता इस कोड का पालन जहाँ वह कारोबार कर रहे हों उन सभी देशों में करना चाहिए। इसलिये यह कोड सभी कानूनी दायित्व का पुनर्विचार नहीं करता है; DSA में सदस्यता लेने और उसे चालू रखने के लिये कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ताओं द्वारा इसका पालन करना अनिवार्य है।

1.7 विशेष क्षेत्रिय प्रभाव:

हर राष्ट्रीय DSA यह प्रण करता है कि, DSA में सदस्यता लेना और उसे चालू रखने के लिये अपने निजी देश के बाहर बेचने के लिये WEDSA का वर्ल्ड कोड ऑफ कन्डक्ट का पालन करेगा; सिवा कि, ऐसी आचार संहिता दूसरे देश के DSA अधिकार-क्षेत्र में आती हो, जिसका वह भी सदस्य है।

2. उपभोक्ता के रक्षण के लिये संहिता

2.1 निषिद्ध व्यवहार

सीधे बिक्री कर्ताओं को भ्रामक, कपटी या अनुचित बिक्री आचरण नहीं करना चाहिए।

2.2 पहचान

बिक्री कर्ताओं को बिक्री के प्रदर्शन शुरू करने से पहले ही, किसीकी माँग के सिवा, सही तरीके से अपनी सही पहचान करवानी चाहिए, अपनी कम्पनी की, अपने उत्पादन का प्रकार और अपने संभावित ग्राहको को क्यों आग्रह कर रहे है इन सभी बातों की जानकारी दे देनी चाहिए।

2.3 विवरण और निदर्शन

सीधे बिक्री कर्ताओं को उपभोक्ताओं को उत्पादन की सही और संपूर्ण जानकारी एवम् कीमत, क्रेडिट टर्म लागू हो तो-, भुगतान की विधि, कुलिंग ऑफ टाइम, वापसी नीति, गेरेन्टी की शर्तें, बिक्री के बाद सेवा और वितरण की तारीख वगैरह देनी चाहिए। सीधे बिक्री कर्ताओं को उपभोक्ताओं के सभी प्रश्नों के सही ओर समझ में आए ऐसे जवाब देने चाहिए। वस्तु की क्षमता के बारे में सीधे बिक्री कर्ताओं को सिर्फ वही जबानी और लिखित वादे करने चाहिए जिन्हें कम्पनीने अधिकृत किया हो।

2.4 माँग-पत्र

माल की बिक्री के समय या उससे पहले उपभोक्ता को लिखित माँग-पत्र दे देना चाहिए। अगर बिक्री पत्र, टेलिफोन, इन्टरनेट या ऐसे ही कोई विमुख परिस्थिति में माँग-पत्र की प्रति पहले ही उपलब्ध करा देनी चाहिए या फिर आदेश के समय दी जानी चाहिए या फिर इन्टरनेट के जरीए छप सके या डाउनलोड कर सके। गारन्टी या वारन्टी की शर्तें, बिक्री के बाद सेवा की विगत और समाप्ति की अवधि; गेरेन्टर का नाम व पता; गेरेन्टी की अवधि, और अन्य उपाय के बारे में माँग-पत्र में या साथ में दिये हुए अन्य साहित्य में इसकी साफ जानकारी देनी चाहिए। सभी शर्तें साफ सुथरी और पढ़ी जायें ऐसी होनी चाहिए।

2.5 साहित्य

प्रचार सम्बन्धी साहित्य, विज्ञापन या पत्र व्यवहार में माल का विवरण , दावे, फोटो या निदर्श में भ्रामक या धोखा दे ऐसी बातें नहीं होनी चाहिए। प्रचार साहित्य में कम्पनी का नाम और पता या टेलिफोन नंबर और सीधे बिक्री कर्ता का टेलिफोन नंबर होना चाहिए।

2.6 प्रमाणपत्र

कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ता और ऐसा कोई प्रमाणपत्र का उपयोग नहीं करेंगे जो अस्वीकृत, फर्जी, पुराना या किसी भी तरह उपयोगी ना हो, प्रस्ताव करने योग्य न हो या उसके उपयोग मात्र से उपभोक्ता को गुमराह न किया जा सके।

2.7 तुलना और बदनामी

कम्पनी या सीधे बिक्री कर्ताओं की ऐसी कोई तुलना नहीं कर सकते हैं जो भ्रामक हो। अगर तुलना की जाती है तो उसका दृष्टिकोण ऐसी वास्तविकता पर आधारित होना चाहिए जिसे साबित किया जा सकता है। कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ताओं को दूसरी कम्पनियों की गुडविल के साथ जुड़े हुए व्यापारिक नाम, चिन्ह का अनुचित लाभ नहीं लेना चाहिए।

2.8 माल की वापसी और वापसी समय

कम्पनियों और सीधे बिक्री कर्ताओं की कानूनी जरूरत न होने पर भी उपभोक्ता को एक निश्चित अवधि के दौरान अपना माँग-पत्र वापस लेने के लिये अनुमति देनी चाहिए। इस की वापसी का समय साफ ढंग से बताया जाना चाहिए। कम्पनियों और सीधे बिक्री कर्ताओं द्वारा प्रस्तावित यह वापसी का समय, चाहे वह कुछ घटनाओं के होने पर शर्तिया हो या बगैर शर्त का- यह बात लिखित में देनी चाहिए।

2.9 गोपनीयता का आदर

सीधे बिक्री कर्ता अपने उपभोक्ताओं से साक्षात् या टेलिफोन पर औचित्यपूर्ण और उचित समय पर मुलाकात करें जिससे उसकी व्यक्तिगत गोपनीयता का आदर हो सके। उपभोक्ता की बिनती पर सीधे बिक्रीकर्ताओं को तुरंत ही अपने निर्देशन या क्रय की बातचीत को रोक देना चाहिए। कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ताओं को उपभोक्ता, संभावित उपभोक्ता या सीधे बिक्री कर्ताओं द्वारा दी गई निजी गुप्त सूचनाओं की सुरक्षा करने के योग्य उपाय करने चाहिए।

2.10 न्याय संगतता

सीधे बिक्री कर्ताओं को उपभोक्ता के वाणिज्य के बारे में कम ज्ञान को ध्यान में रखना चाहिए। सीधे बिक्री कर्ताओं को व्यक्तिगत उपभोक्ता के विश्वास का द्रोह नहीं करना चाहिए, या उसकी उम्र, बीमारी, कम समझदारी या भाषा की अपरिचितता का नाजायज फायदा नहीं लेना चाहिए।

2.11 रेफरेल बिक्री

कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ताओं किसी भी व्यक्ति को माल या सेवा खरीदने का लालच ऐसा कह कर नहीं दे सकते कि भविष्य में उनके द्वारा बताये गये उपभोक्ता के खरीद करने पर माल की कीमत कम करवा सकता है या फिर पूरी कीमत वापिस दिलवा सकता है, जब ऐसी बिक्री किसी अनिश्चित घटना के होने पर आधारित हो।

2.12 वितरण

कम्पनी और सीधे बिक्री कर्ता उपभोक्ताओं के माँग-पत्र समय पर पूरा करेगी।

3.1 सीधे बिक्रीकर्ता के अनुपालन

कम्पनियों के सीधे बिक्रीकर्ताओं को कम्पनी की वितरण प्रणाली में अपनी सदस्यता बनाये रखने के लिए इस कोड के आदेशों का पालन करना जरूरी है और कम्पनियों को इस बात का ध्यान रखना होगा।

3.2 भरती

कम्पनियाँ प्रत्याशित या प्रवर्तमान सीधे बिक्री कर्ता को किसी भी तरह की गुमराह करनेवाली, भ्रामिक या अनुचित तरीके या बातों से भरती करने का प्रयत्न नहीं करेगा।

3.3 व्यावसायिक सूचनाएँ

प्रस्तावित और विद्यमान सीधे बिक्री कर्ताओं को संभावनाएँ और संबंधित हक और जवाबदेही के बारे में कम्पनियों को सही और संपूर्ण माहिती प्रदान करनी चाहिए। कम्पनियों को प्रत्याशित सीधे बिक्री कर्ता को कोई ऐसा निरूपण नहीं करना चाहिए जिसकी जाँच ना हो सके या ऐसा वायदा नहीं करना चाहिये जो पूरा ना हो सके। कम्पनियों को बिक्री के वचन गलत या भ्रामक रूप के वचन नहीं देने चाहिए।

3.4 पारिश्रामिक और हिसाब

नियतकालिक लेखा सम्बन्धित और कम्पनी की सीधी बिक्री प्रक्रिया से सुसंगत बिक्री, क्रय, आमदनी की जानकारी, कमीशन, माल वापसी, कटौती, मालखुडाई, रद्द या अन्य जरूरी माहिती सीधे बिक्री कर्ताओं को प्राप्त करवायेगी। वाणिज्यिक रूप से सुसंगत भुगतान रोकने के अलावा सभी देय भुगतान कर दिया जायेगा।

3.5 कमाई के दावे

कम्पनियाँ और सीधे बिक्री कर्ता को सीधी बिक्री एवम् आमदनी की सही और खरी जानकारी देनी चाहिए। दस्तावेजित तथ्यों पर आधारित आय और खर्च की जानकारी देनी चाहिए।

3.6 आपसी सम्बन्ध

सीधे बिक्री कर्ता और कम्पनी के आपसी सम्बन्धों के बारे में या तो सीधे बिक्री कर्ता और कम्पनी के बीच में किया गया लिखित और दोनों पक्षों का दस्तखत किया हुआ करार या फिर सीधे बिक्री कर्ता और कम्पनी के आपसी सम्बन्धों की सारी जानकारी वाला एक लिखित बयान कम्पनी को देना चाहिए। कम्पनी अपने सीधे बिक्री कर्ताओं को जरूरी लायसन्स, पंजीकरण और करों को शामिल करके उनकी कानूनी जवाबदेहियों के बारे में सूचित कर देना चाहिए।

3.7 फीस

कम्पनी की वितरण व्यवस्था में ही हिस्सा लेने के लिये सीधे बिक्री कर्ताओं को प्रत्याशित को बहुत ही ऊँची दाखिल फीस, तालिम फीस, फ्रेन्चाइ फीस, प्रोत्साहक सामान की फीस, वगैरह बहुत ज्यादा नहीं होनी चाहिए।

3.8 समाप्ति

सीधे बिक्री कर्ता द्वारा कम्पनी के संबंध समाप्ति के समय याचना करने पर, पिछले बारह महिनो में खरीदा हुआ कोई भी नही बिका हुआ सामान, पुनः बिक्री हो सके ऐसा सामान, कम्पनी को वापस खरीद लेना चाहिए, प्रोत्साहक सामान, बिक्री सहायक सामान और किट में कम्पनी को कीमत पर खरीद लेना चाहिए और विक्रेता को दस प्रतिशत तक की रकम काट कर मूल कीमत वापस करनी चाहिए। ऐसा करते वक्त कम्पनी सीधे बिक्री कर्ता को दिये हुये किसी लाट की भी कटौती कर सकती है।

3.9 माल

कम्पनियों को यह ध्यान रखना चाहिए कि, सीधे बिक्री कर्ता जरूरत से ज्यादा तादाद में माल की खरीददारी ना करें। कम्पनी को उचित कार्यवाही कर के यह सुनिश्चित करना चाहिए कि, सीधा बिक्रीकर्ता अपने नीचे वाले बिक्री कर्ता की बिकाई परिमाण पर लेने वाले मुआवजे के लिये वह भी जरूरी माल का प्रयोग करके अथवा विक्रय करके योग्यता प्राप्त करता है।

3.10 अन्य माल

जो माल कम्पनी की नीति और कार्य प्रणाली से विपरीत हो ऐसी कोई भी चीज़ विपणन या क्रय करने पर कम्पनी अपने सीधे बिक्री कर्ता पर रोक लगा सकती है।

सीधे बिक्री कर्ता कम्पनी का अनुमोदित प्रोत्साहित ओर तालीम माल हस्त प्रति या इलेक्ट्रोनिक प्रति के रूप में बेचते है तब, (1) कम्पनी के अनुमोदित मापदण्डो के अनुरूप हो ऐसा माल, (2) नीचे वाली पंक्ति में जरूरत हो तो भी ऐसा माल नही खरीदेंगे, (3) माल सहायक ऐसी चीजे तर्कसंगत और उचित कीमत, जिस पर ऐसा सामान बाजार में उपलब्ध हो, और (4) सीधे बिक्री कर्ता को अपनी कम्पनी से मिलने वाली शर्तो पर माल वापसी की लिखित नीति के अनुरूप ही हो। कम्पनी को विवेक से, व्यवहारपूर्ण उपाय से यह सुनिश्चित करना चाहिए कि, सीधे बिक्री कर्ता द्वारा किया गया क्रय इस कोड की निवेश सुसंगत और भ्रामक या भ्रमजनक नही है।

3.11 सीधे बिक्री कर्ता की तालिम

कम्पनी सीधे बिक्री कर्ता को ऐसी तालीम देगा जिससे वह अपना कारोबार नैतिक रूप से कर सकता है।

4. कम्पनियों के बीच व्यवहार

4.1 क्रिया - प्रतिक्रिया

DSA की सभ्य कम्पनियां अन्य कम्पनियों के साथ उचित स्पर्धा में अपनी प्रवृत्तियों का संचालन करेंगी।

4.2 प्रलोभन देना

कंपनियां और सीधे बिक्री कर्ता किसी और कंपनी के सीधे बिक्री कर्ता को योजनाबद्ध तरीके से प्रलोभन या आमंत्रण नहीं देंगे।

4.3 बदनाम करना

कम्पनियाँ दूसरी किसी कम्पनियों के उत्पादनों को, उनकी बिक्री पद्धति को या उनके किसी भी अन्य विशिष्ट लक्षण को अनुचित ढंग से बदनाम नहीं करेगी और अपने सीधे बिक्री कर्ता को भी नहीं करने देगी।

5. कोड को लागू करना

5.1 कम्पनियों की जिम्मेवारियाँ

इस कोड से कम्पनी और सीधे बिक्री कर्ता की पूर्ति की प्राथमिक जिम्मेवारी कम्पनी की रहेगी। अगर इस कोड का उल्लंघन होता है तो फरियादी को संतुष्ट करने की कम्पनी पूरी कोशिश करेगी।

5.2 कोड प्रबंधक

DSA एक व्यक्ति या समूह की कोड प्रबंधक के पद पर नियुक्ति करेगा। कोड प्रबंधक योग्य कार्यवाही से विनियमित करेगा कि कम्पनियाँ कोड का पालन कर रही है, और कोड शिकायतों को निपटाने और शिकायतों के निपटाने के लिये नियम बनायेगा। कोड प्रबंधक कोड के उल्लंघन की उपभोक्ता से संबंधित किसी भी अनिर्णित शिकायत का निपटारा करेगा।

5.3 उपाय

कोड प्रबंधक आदेश को रद्द कर सकता है, खरीदे हुए माल की वापसी करवा सकता है, भुगतान वापस दिलवा सकता है, या फिर सीधे बिक्री कर्ता या कम्पनी को चेतावनी देना, सीधे बिक्री कर्ता के करार या कम्पनी के साथ अन्य सम्बन्ध को समाप्त करना और कम्पनी को चेतावनी देना शामिल है।

5.4 शिकायतों का निराकरण

DSA और कोड प्रबंधक शिकायत के निपटारे की प्रक्रिया बनायेंगे, उसको प्रकाशित करेंगे और सभी शिकायतों को जल्दी निपटाने के लिये प्रक्रिया को कार्यान्वित करेंगे। कम्पनियाँ भी अपने आप में ऐसी शिकायतों को जल्दी निपटाने के लिये ऐसी प्रक्रिया बनायेंगे, उसको प्रकाशित करेंगे और सभी शिकायतों को जल्दी निपटाने के लिये प्रक्रिया को कार्यान्वित करेंगे।

5.5 प्रकाशन

DSA की आचार संहिता सभी सीधे बिक्री कर्ता और उपभोक्ताओं को जानकारी में लाने का कम्पनियों का फर्ज है।