



आचार संहिता

भारतीय प्रत्यक्ष बिक्री संघ



भारतीय प्रत्यक्ष बिक्री संघ – आचार संहिता

नियम	षीर्षक	पृष्ठ
षब्द संग्रह, परिभाषा एवं निहितार्थ		
	भाग एक प्रस्तावना	6
1 ^{प1}	पृष्ठभूमि, लक्ष्य एवं कर्तव्य	6
1 ^{प2}	संगठन	6
1 ^{प3}	सदस्यता की शर्तें	6
1 ^{प4}	प्रतिज्ञा	6
1 ^{प5}	डब्ल्यूएफडीएसए आचार संहिता मॉडल	6
1 ^{प6}	लक्ष्य	6
1 ^{प7}	प्रत्यक्ष विक्रेता	7
1 ^{प8}	स्व नियंत्रण	7
1 ^{प9}	स्थानीय नियमन	7
1 ^{प10}	बाहरी प्रभाव	7
2	प्रयोजन	7
3	प्रषस्ति आचार संहिता है	8
भाग दो उपभोक्ताओं के संरक्षण के लिए व्यवहार		
2 ^{प1}	प्रतिबंधित व्यवस्थाएं	9
2 ^{प2}	पहचान	9
2 ^{प3}	स्पष्टीकरण और प्रदर्शन	9
2 ^{प4}	ऑर्डर फॉर्म/रसीद	9
2 ^{प5}	साहित्य	9
2 ^{प6}	प्रमाणपत्र	9
2 ^{प7}	तुलना और बदनामी	10
2 ^{प8}	सामान की वापसी	10
2 ^{प9}	निजता का सम्मान	10
2 ^{प10}	निष्पक्षता	10

2 ^प 11	रेफरल सैलिंग	10
2 ^प 12	डिलीवरी	10
	भाग तीन प्रत्यक्ष विक्रेताओं के प्रति व्यवहार	11
3 ^प 1	डायरेक्ट सैलर्स की प्रतिबद्धताएं	11
3 ^प 2	भर्ती	11
3 ^प 3	व्यावसायिक सूचना	11
3 ^प 4	पारिश्रमिक एवं खाते	11
3 ^प 5	उपार्जन दावे	11
3 ^प 6	संबंध-कूलिंग ऑफ अवधि	11
3 ^प 7	फीस	12
3 ^प 8	निरस्तीकरण	12
3 ^प 9	जमा माल	12
3 ^प 10	अन्य सामग्री	12
3 ^प 11	डायरेक्ट सैलर्स प्रशिक्षण	12
	भाग चार कंपनियों के बीच व्यवहार	13
4 ^प 1	वार्तालाप	13
4 ^प 2	प्रलोभन	13
4 ^प 3	बदनामी	13
	भाग पांच संहिता प्रवर्तन	14
5 ^प 1	कंपनियों की जिम्मेदारी	14
5 ^प 2	संहिता प्रशासक	14
5 ^प 3	उपाय	14
5 ^प 4	षिकायत निपटान	14
5 ^प 5	षिकायत निपटान प्रक्रिया	15
5 ^प 6	प्रकाशन	15

षब्द संग्रह, परिभाषा एवं निहितार्थ

प्रत्यक्ष बिक्री	प्रत्यक्ष विक्रेता द्वारा उपभोक्ताओं को स्थाई दुकानों से दूर उनके घर या कार्यक्षेत्र में स्पष्टीकरण और प्रदर्शन के माध्यम से सीधे उपभोक्ता वस्तुओं का विपणन
डीएसए	प्रत्यक्ष बिक्री संघ किसी भी देश में प्रत्यक्ष विक्रेताओं का राष्ट्रीय संघ होता है
आईएसडीए	भारतीय प्रत्यक्ष बिक्री संघ
डब्ल्यूएफडीएसए	प्रत्यक्ष बिक्री संघों का वैश्विक संघ
कंपनी	प्रत्यक्ष बिक्री कंपनी एक व्यावसायिक इकाई है जो 1) अपने उत्पादों के विपणन के लिए प्रत्यक्ष बिक्री वितरण व्यवस्था का इस्तेमाल करती है 2) आईडीएसए की सदस्य है
प्रत्यक्ष विक्रेता/स्वतंत्र बिक्री सलाहकार (आईएससी)	किसी कंपनी के उत्पादों/सेवाओं को खरीदने या बेचने का अधिकार रखने वाला कोई व्यक्ति या इकाई और उसे अन्य प्रत्यक्ष विक्रेताओं को भर्ती करने का अधिकार हो सकता है। प्रत्यक्ष विक्रेता उपभोक्ताओं को स्थाई रिटेल केन्द्रों से दूर उनके घर या कार्यक्षेत्र में स्पष्टीकरण और प्रदर्शन के माध्यम से सीधे उपभोक्ता वस्तुओं और सेवाओं का विपणन करते हैं। एक प्रत्यक्ष विक्रेता स्वतंत्र व्यावसायिक अभिकर्ता, स्वतंत्र ठेकेदार, स्वतंत्र डीलर या वितरक, नौकरीषुदा या स्वरोजगार प्रतिनिधि या किसी कंपनी का इसी तरह का कोई अन्य सेल्स रिप्रजेंटेटिव हो सकता है।
उत्पाद	स्पृष्य और अस्पृष्य उपभोक्ता वस्तुएं एवं सेवाएं
बिक्री	बिक्री में संभावित उपभोक्ता से संपर्क, उत्पादों का प्रदर्शन करना, ऑर्डर लेना, सामान की डिलीवरी करना और भुगतान लेना शामिल है।
नेटवर्क	प्रत्यक्ष विक्रेताओं के एक से ज्यादा स्तर के माध्यम से

मार्केटिंग / एलएमएल	उत्पादों और सेवाओं की बिक्री जहां बिक्री पारिश्रमिक प्रत्यक्ष विक्रेता के मालिक के स्तर पर दिया जा रहा है और यह प्राइज चिट्स एंड मनी सर्कुलेशन (बैनिंग) एक्ट 1978 में उल्लेखित मनी सर्कुलेशन स्कीम के तहत नहीं है
समूह बिक्री	संभावित उपभोक्ताओं के एक समूह किसी एक उपभोक्ता के घर पर प्रत्यक्ष विक्रेता द्वारा उत्पादों के स्पष्टीकरण और प्रदर्शन के माध्यम से बिक्री
ऑर्डर फार्म	एक प्रिंटेड और लिखित दस्तावेज जिसमें उपभोक्ता के ऑर्डर की विस्तृत जानकारी और उपभोक्ता को दी गई बिक्री रसीद की जानकारी होती है। अगर इंटरनेट से खरीद की जाती है तो पेषकष और खरीद की सभी शर्तों सहित एक प्रिंटेबल या डाउनेबल फॉर्मेट।
भर्ती	किसी व्यक्ति को प्रत्यक्ष विक्रेता बनाने के उद्देश्य से की गई कोई गतिविधि
टाचार	पूरा दस्तावेज
आचार प्रशासक	कंपनी की आईडीएसए आचारसंहिता पर नजर रखने और इसके तहत किसी शिकायत का निपटाना करने के लिए आईडीएस द्वारा नियुक्त एक स्वतंत्र व्यक्ति
सदस्य	कंपनी के मुताबिक लेकिन इसमें एक सहयोगी या आपूर्तिकर्ता सदस्य भी हो सकता है।
सेल्सपर्सन	प्रत्यक्ष विक्रेता के वर्णन के मुताबिक
जमा माल	प्रत्यक्ष विक्रेताओं के लिए अपने व्यवसाय के लिए जरूरी कोई भी उत्पाद, बिक्री वस्तुएं, सहायक वस्तुएं और किट।
उपभोक्ता	प्रत्यक्ष विक्रेता या किसी कंपनी से उत्पाद या सेवाएं खरीदने वाला व्यक्ति



भारतीय प्रत्यक्ष बिक्री संघ – आचार संहिता

भाग एक. प्रस्तावना

1.1 पृष्ठभूमि, लक्ष्य और कर्तव्य

प्रत्यक्ष बिक्री की परिभाषा:

स्थाई दुकानों से दूर उपभोक्ताओं से व्यक्तिगत तौर पर संपर्क करके उपभोक्ता उत्पादों और सेवाओं की बिक्री।

1.2 संघ

आईडीएसए ने अपनी सदस्य कंपनियों के लिए आचार संहिता बना रखी है जिसका उन्हें व्यवसाय करते समय अनिवार्य रूप से अनुपालन करना है।

1.3 सदस्यता की शर्त

आईडीएसए की सदस्यता की शर्त यही है कि इसकी आचार संहिता का सख्ताई से पालन होगा।

1.4 संकल्प

आईडीएसए की सदस्य कंपनियां संघ में शामिल होने और सदस्यता को आगे जारी रखने की अनिवार्य शर्त के रूप में आचार संहिता के प्रावधानों को अंगीकार करने और व्यवहार में लाने का संकल्प लेती हैं। कंपनियां साथ ही इस आचार संहिता, उपभोक्ताओं तथा प्रत्यक्ष विक्रेताओं से संबंधित शर्तों और जानकारी को प्रचारित करने का संकल्प लेती हैं। उपभोक्ता और प्रत्यक्ष विक्रेता भी इस आचार संहिता की एक प्रतिलिपि हासिल कर सकते हैं।

1.5 डब्ल्यूएफडीएसए आदर्श आचार संहिता

डब्ल्यूएफडीएसए आदर्श आचार संहिता में विष्व प्रत्यक्ष बिक्री आचार संहिता के सभी सिद्धांतों को शामिल किया गया है जो कि प्रत्यक्ष बिक्री में लगी कंपनियों और व्यक्तियों की सभी गतिविधियों को कवर करती है।

1.6 लक्ष्य

इस आचार संहिता का लक्ष्य निम्न परिणाम हासिल करना है:

- विज्ञापन और प्रचार जो कि भ्रामक और धोखाधड़ी वाले न हों
- ऐसा व्यवहार जो स्थाई दुकान से दूर उपभोक्ता के घर या कार्यस्थल पर उपभोक्ता की निजता के अधिकारों का सम्मान करे
- उत्पाद का ऐसा प्रदर्शन जिसमें उसके बारे में पूरा स्पष्टीकरण हो
- प्रत्यक्ष सेल्सपर्सनों की पहचान और पते की पूरी जानकारी / फोन / मोबाइल नंबर का खुलासा
- सात दिन की न्यूनतम कूलिंग ऑफ अवधि
- उत्पाद का ऑर्डर लेते समय भुगतान की शर्तों के बारे में जानकारी देना
- शिकायतों और विवाद संबंधी प्रक्रिया का प्रावधान
- यह सुनिश्चित करने की व्यवस्था कि आचार संहिता का सही पालन हुआ है

1.7 प्रत्यक्ष विक्रेता

प्रत्यक्ष विक्रेता सीधे तौर पर इस आचार संहिता के लिए बाध्य नहीं हैं लेकिन कंपनी की वितरण प्रणाली में सदस्यता की शर्त के तौर पर उन्हें इस आचार संहिता के मानकों के अनुरूप व्यवहार करना होगा।

1.8 स्व-नियंत्रण

यह आचार संहिता नियम नहीं है लेकिन इसकी बाध्यताएं कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेताओं से ऐसे व्यवहार की उम्मीद करती हैं जो कानूनी जरूरतों के अनुरूप हो। इस आचार संहिता का पालन नहीं करने पर किसी तरह की कोई कानूनी जिम्मेदारी या देनदारी नहीं होती है। आईडीएसए से सदस्यता समाप्त होने के बाद कोई कंपनी इस आचार संहिता से नहीं बंधी रहती है। लेकिन आईडीएसए की सदस्यता के दौरान हुई घटनाओं या लेनदेन के लिए आचार संहिता के प्रावधान लागू होते हैं।

1.9 स्थानीय नियामक

कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेताओं को भारत के कानूनों की सभी जरूरतों को पूरा करना होगा। इसलिए यह आचारसंहिता में सभी कानूनी बाध्यताओं का फिर से उल्लेख नहीं किया गया है। कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेताओं द्वारा प्रत्यक्ष बिक्री से संबंधित भारत के कानूनों का अनुपालन आईडीएसए की सदस्यता स्वीकार करने या जारी रखने की शर्त है।

1.10 बाहरी प्रभाव

आईडीएसए संकल्प लेता है कि उसके हर सदस्य को सदस्यता लेने या उसे जारी रखने के लिए प्रत्यक्ष बिक्री के लिए डब्ल्यूएफडीएसए विष्व आचार संहिता की शर्त का पालन जरूरी है। यह अपने देश से बाहर प्रत्यक्ष बिक्री गतिविधियां चलाने से संबंधित है। ऐसा तभी होगा जब ये गतिविधियां उस देश के प्रत्यक्ष बिक्री संघ की आचार संहिता के दायरे में नहीं आती हैं जिससे कि सदस्य संबंधित हो।

2. संभावना

ए) आचार संहिता में “उपभोक्ताओं के हितों के संरक्षण के लिए व्यवहार”, “कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेताओं के बीच व्यवहार” तथा “कंपनियों के बीच व्यवहार” शीर्षक से तीन खंड शामिल हैं। इन तीन खंडों में प्रत्यक्ष बिक्री से जुड़े सभी पहलुओं का समाधान किया गया है। इस आचार संहिता को उपभोक्ताओं की संतुष्टि और उनके हितों की रक्षा के लिए, कंपनियों के बीच स्वस्थ प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देने और प्रत्यक्ष बिक्री की सार्वजनिक छवि को मजबूत करने के उद्देश्य के साथ डिजाइन किया गया है।

बी) यह आचार संहिता भारतीय प्रत्यक्ष बिक्री संघ (आईडीएसए) के सभी सदस्यों, कर्मचारियों, ठेकेदारों, वितरकों, अभिकर्ताओं और स्वतंत्र बिक्री सलाहकारों/प्रत्यक्ष विक्रेताओं, सभी पूर्णकालिक और सहायक सदस्यों को कवर करती है जो उत्पादों और सेवाओं की प्रत्यक्ष बिक्री में संलिप्त हैं।

सी) आईडीएसए का कोई सदस्य आईडीएसए से इस्तीफा और 14 दिन की नोटिस देकर औपचारिक रूप से अपनी सदस्यता और बाध्यताओं को समाप्त कर सकता है। हालांकि इससे सदस्य को अपनी सदस्यता के दौरान के दायित्वों से छुटकारा नहीं मिल सकता है।

डी) आचार संहिता को मानने की जिम्मेदारी से तब तक मुक्ति नहीं मिल सकती जब तक कि इसके लिए जरूरी अंतिम दायित्व को पूरा नहीं किया जाए

3. उद्धरण

नैतिक आचार संहिता के लिए इस आचार संहिता का हवाला दिया जा सकता है।



भाग दो. उपभोक्ताओं की रक्षा के लिए व्यवहार

2.1 प्रतिबंधित व्यवस्थाएं

प्रत्यक्ष विक्रेता भ्रामक, कपटी और अनैतिक बिक्री व्यवस्थाओं से परहेज करेंगे।

2.2 पहचान

बिक्री प्रक्रिया की शुरुआत में प्रत्यक्ष विक्रेता को बिना किसी अनुरोध के ईमानदारी और स्पष्टता के साथ अपनी असली पहचान, अपनी कंपनी की पहचान, उत्पादों की प्रकृति तथा संभावित उपभोक्ताओं को इसके लाभों की जानकारी देनी होगी।

2.3 स्पष्टीकरण और प्रदर्शन

प्रत्यक्ष विक्रेता उपभोक्ताओं को उत्पाद की प्रकृति, प्रवृत्ति और कीमत के बारे में सही जानकारी देंगे और अगर जरूरत पड़ी तो रिण की शर्तों, भुगतान की शर्तों, कूलिंग ऑफ अवधि, वापसी की नीतियों, गारंटी योजना, बिक्री के बाद सर्विस और डिलीवरी की तिथि के बारे में भी जानकारी देनी होगी। प्रत्यक्ष विक्रेताओं को उपभोक्ताओं के सवालों का सही और संतोशजनक जवाब देना होगा। अगर किसी उत्पाद की गुणवत्ता के बारे में कोई दावा किया जाता है तो प्रत्यक्ष विक्रेता को मौखिक या लिखित रूप से वही दावे करने चाहिए जिनकी कंपनी अनुमति देती है।

2.4 ऑर्डर फॉर्म/रसीद

हर सदस्य कंपनी को इस बात के लिए प्रोत्साहित किया जाता है कि वह इस बात को सुनिश्चित करे कि उसके प्रत्यक्ष विक्रेता उपभोक्ताओं द्वारा मांगे जाने पर बिक्री की प्रक्रिया शुरू करने से पहले एक लिखित ऑर्डर फॉर्म/रसीद उपलब्ध कराएं। ऑर्डर

फॉर्म पर कंपनी और प्रत्यक्ष विक्रेता के बारे में पूरी जानकारी होनी चाहिए जिसमें नाम, स्थाई पता, दूरभाष नंबर, बिक्री की शर्तें, कूलिंग ऑफ अवधि की विस्तृत जानकारी और वापसी की गारंटी आदि शामिल है।

2.5 साहित्य

प्रचार साहित्य, विज्ञापन और डाक में उत्पाद के बारे में ऐसा कोई उल्लेख, दावा, तस्वीर या स्पष्टीकरण नहीं होना चाहिए जो भ्रामक या गलतफहमी वाला हो। प्रचार साहित्य में कंपनी का नाम और दूरभाष नंबर होगा और साथ ही इसमें प्रत्यक्ष विक्रेता का दूरभाष नंबर भी हो सकता है।

2.6 प्रमाण पत्र

कंपनियां और प्रत्यक्ष विक्रेता किसी ऐसे प्रमाणपत्र या अनुमोदन का इस्तेमाल नहीं करेंगे जो गैर मान्यता प्राप्त, झूठा, पुराना या अमान्य हो, पेषकष से संबंधित नहीं हो और जिसके इस्तेमाल से उपभोक्ता को गलतफहमी हो सकती है।

2.7 तुलना और बदनामी

कंपनियां और प्रत्यक्ष विक्रेता ऐसी कोई तुलना नहीं करेंगे जो भ्रामक हो। तुलना के बिन्दु तथ्यों पर आधारित होने चाहिए और अपनी बात को साबित करने के लिए प्रमाण दिए जा सकते हैं। कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेता किसी और कंपनी, बिजनैस या उत्पाद को अनावश्यक रूप से बदनाम नहीं करेंगी। कंपनियां और प्रत्यक्ष विक्रेता किसी अन्य कंपनी, बिजनैस या उत्पाद के नाम का अनावश्यक फायदा नहीं उठाएंगे।

2.8 सामान की वापसी

कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेताओं को सामान वापस करने के लिए लिखित में कम से कम सात दिन का समय देना होगा चाहे इसकी कानूनी बाध्यता हो या नहीं। यह तिथि उपभोक्ता को सामान की डिलीवरी से शुरू होगी।

2.9 निजता का सम्मान

प्रत्यक्ष विक्रेता किसी उपभोक्ता से उचित समय और उसकी सुविधा के अनुसार व्यक्तिगत तौर पर या दूरभाष से संपर्क साध सकते हैं। किसी प्रत्यक्ष विक्रेता को

उपभोक्ता के अनुरोध पर अपने उत्पाद या बिक्री के प्रदर्शन को रोकना होगा। प्रत्यक्ष विक्रेता और कंपनियां किसी उपभोक्ता, संभावित उपभोक्ता या प्रत्यक्ष विक्रेता की सभी निजी सूचना के संरक्षण को सुनिश्चित करने के लिए उचित कदम उठाएंगी।

2.10 उचित व्यवहार

प्रत्यक्ष विक्रेता उपभोक्ताओं की व्यावसायिक अनुभवहीनता का सम्मान करेंगे। प्रत्यक्ष विक्रेता उपभोक्ताओं के भरोसे का गलत फायदा नहीं उठाएंगे या किसी उपभोक्ता की आयु, बीमारी, समझ की कमी या भाशा की कम समझ का मजाक नहीं उड़ाएंगे।

2.11 रेफरल सैलिंग

कंपनियां और प्रत्यक्ष विक्रेता किसी व्यक्ति को सामान या सेवा खरीदने के लिए यह प्रलोभन नहीं देंगे कि वह संभावित ग्राहकों को इस प्रकार की खरीद के लिए प्रत्यक्ष विक्रेताओं को रेफर कर अपनी खरीद लागत में कमी ला सकते हैं या उसकी वसूली कर सकते हैं।

2.12 डिलीवरी

कंपनियां और प्रत्यक्ष विक्रेता ग्राहक के ऑर्डर की डिलीवरी समय पर करेंगे।



भाग तीन. प्रत्यक्ष विक्रेताओं के प्रति

3.1 प्रत्यक्ष विक्रेता की बाध्यताएं

कंपनियों को चाहिए कि वे प्रत्यक्ष विक्रेताओं को अपनी वितरण व्यवस्था की सदस्यता की अनिवार्य शर्त के रूप में इस आचार संहिता के मानकों को मानने के लिए कहें।

3.2 भर्ती

कंपनियां संभावित या मौजूदा प्रत्यक्ष विक्रेताओं के साथ भ्रामक, छद्म या अनैतिक भर्ती प्रक्रिया नहीं अपनाएंगी।

3.3 बिजनैस सूचना

कंपनियों द्वारा संभावित या मौजूदा प्रत्यक्ष विक्रेताओं को मुहैया कराई गई सूचना सही और पूरी होनी चाहिए। कंपनियां प्रत्यक्ष विक्रेताओं के समक्ष ऐसा कोई तथ्य पेश नहीं करेगी जिसकी पुष्टि नहीं की जा सके या ऐसा कोई वादा नहीं करेगी जिसे पूरा नहीं किया जा सके। कंपनियां प्रत्यक्ष विक्रेताओं को भर्ती करने में कोई झूठा या भ्रामक वादा या प्रचार नहीं करेंगी।

3.4 पारिश्रमिक और खाते

कंपनियां प्रत्यक्ष विक्रेताओं के साथ हुए समझौते के मुताबिक उन्हें समय-समय पर अपने संबंधित खातों, बिक्री, खरीद, आय की विस्तृत जानकारी, कमीशन, बोनस और अन्य संबंधित आंकड़े मुहैया कराएंगी। सभी बकायों का भुगतान किया जाएगा और अगर किसी राशि का भुगतान नहीं हुआ है तो इसके लिए जायज कारण होने चाहिए।

3.5 उपार्जन दावे

कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेता अपने प्रत्यक्ष विक्रेताओं की वास्तविक या संभावित बिक्री या उपार्जन को गलत तरीके से पेश नहीं करेंगे। इस बारे में कोई भी दावा तथ्यों पर आधारित होना चाहिए। नवनियुक्त प्रत्यक्ष विक्रेता (जिसकी बिक्री सीमित हो सकती है) और अनुभवी प्रत्यक्ष विक्रेता में अंतर को दिखाने के लिए काफी सावधानी बरती जानी चाहिए।

3.6 संबंध (कूलिंग ऑफ अवधि)

कंपनियों को अपने प्रत्यक्ष विक्रेताओं को 30 दिन का कूलिंग ऑफ अवधि देना होगा जो उन्हें निम्न अधिकारों का हकदार बनाएगा:

1. उसके इस्तीफा देने और शामिल होने के समय उसे मिले सामान को वापस करने की स्थिति में उसके द्वारा दिए गई किसी भी प्रवेश शुल्क की वापसी।
2. साथ ही उसे 30 दिन की अवधि के दौरा खरीदे गए किसी भी सामान को वापस करने अधिकार होगा। इसमें सात दिन की सीमित अवधि का कोई मतलब नहीं है बशर्ते सामान अच्छी स्थिति में हो, इस्तेमाल करने लायक हो, दोबारा बिक्री के लायक हो और दोबारा स्टॉक के लायक हो।

3.7 फीस

कंपनियों और प्रत्यक्ष विक्रेताओं को प्रत्यक्ष विक्रेताओं या संभावित प्रत्यक्ष विक्रेताओं से अत्यधिक प्रवेश फीस, ट्रेनिंग फीस, फ्रेंचाइजी फीस, सामान के प्रचार के लिए फीस या कंपनी की वितरण व्यवस्था में भागीदार बनने के अधिकार से संबंधित फीस नहीं वसूलनी चाहिए। प्रत्यक्ष विक्रेता बनने के लिए वसूली जाने वाली कोई भी फीस बदले में दिए जाने वाले सामान, उत्पाद या सेवा की वेल्यू से संबंधित होनी चाहिए।

3.8 निरस्तीकरण

अनुरोध करने पर प्रत्यक्ष विक्रेता का कंपनी के संबंध विच्छेद होने की स्थिति में

ए) कंपनी पिछले 12 महीने के दौरान खरीदे गए किसी भी अनबिके, दोबारा बिक्री लायक सामान को वापस खरीद लेगी।

बी) प्रत्यक्ष विक्रेता की असली लागत को वापस किया जाएगा लेकिन इसमें से कुल खरीद मूल्य के दस प्रतिशत तक का हैंडलिंग चार्ज कम कर दिया जाएगा।

सी) कंपनी साथ ही वापस किए गए सामान की खरीद पर मिले लाभ की लागत को भी काट सकती है।

डी) प्रत्यक्ष विक्रेता दोबारा कंपनी में शामिल हो सकता है या नहीं यह पूरी तरह कंपनी की मर्जी पर निर्भर करता है।

3.9 जमा माल

कंपनियों को प्रत्यक्ष विक्रेताओं को भारी मात्रा में सामान खरीदने के लिए प्रोत्साहित करने की जरूरत नहीं है। कंपनियों को इस बात को सुनिश्चित करने के लिए कदम उठाने चाहिए कि कम बिक्री के लिए मुआवजा पाने वाले प्रत्यक्ष विक्रेता खरीदे गए सामान का या तो इस्तेमाल कर रहे हैं या फिर उन्हें दोबारा बेच रहे हैं।

3.10 अन्य सामान

कंपनियों को प्रत्यक्ष विक्रेताओं के ऐसे सामान को बेचने या खरीदने पर प्रतिबंध लगाना चाहिए जो उनकी नीतियों और व्यवस्थाओं से मेल नहीं खाते हों।

कंपनी द्वारा मान्यताप्राप्त प्रचार या प्रशिक्षण साहित्य, हार्ड कॉपी या इलेक्ट्रॉनिक फॉर्म, बेचने वाले प्रत्यक्ष विक्रेता (1) केवल कंपनी के मानकों के अनुरूप सामग्री का इस्तेमाल करेंगे (2) बिक्री के लिए मददगार ऐसी सामग्री को खरीदने की शर्त प्रत्यक्ष विक्रेताओं पर थोपने से परहेज करेंगे (3) बिक्री में सहायक ऐसी सामग्री को उसी कीमत पर मुहैया कराएंगे जिस कीमत पर यह बाजार में उपलब्ध है और (4) सामान की वापसी के संबंध में एक लिखित पॉलिसी देंगे जो कि कंपनी की संबंधित पॉलिसी के अनुरूप हो। कंपनियां इस बात का खास ख्याल रखेंगी कि प्रत्यक्ष विक्रेताओं द्वारा तैयार की गई बिक्री संबंधी सामग्री आचार संहिता के अनुरूप हो और इसमें कोई भ्रामक और गलत जानकारी न हो।

3.11 प्रत्यक्ष विक्रेता प्रशिक्षण

प्रत्यक्ष विक्रेताओं को नैतिक रूप से कामकाज करने के लिए कंपनियां उन्हें उचित प्रशिक्षण देंगी।



भाग चार. कंपनियों के बीच व्यवहार

4.1 वार्तालाप

आईडीएसए की सदस्य कंपनियां अपनी गतिविधियों का संचालन स्वस्थ प्रतिस्पर्द्धा की भावना के अनुरूप करेंगी।

4.2 प्रलोभन

कंपनियां और प्रत्यक्ष विक्रेता दूसरी कंपनी के प्रत्यक्ष विक्रेताओं को प्रलोभन देकर अपनी तरफ आकर्षित करने की बारंबार कोषिष नहीं करेंगे।

4.3 बदनामी

कंपनियां न तो खुद किसी अन्य कंपनी के उत्पादों, बिक्री और विपणन नीति या किसी अन्य खूबियों को बदनाम करेंगी और न ही अपने प्रत्यक्ष विक्रेताओं को ऐसा करने की अनुमति देंगी।



भाग पांच. संहिता प्रवर्तन

5.1 कंपनियों की जिम्मेदारियां

कंपनी और उसके प्रत्यक्ष विक्रेताओं की सबसे बड़ी जिम्मेदारी आचार संहिता का पालन करना है और इसे सुनिश्चित करना हर कंपनी की जिम्मेदारी है। आचार संहिता के उल्लंघन के मामले में कंपनी शिकायतकर्ता को संतुष्ट करने का हरसंभव उपाय करेगी।

5.2 आचार संहिता प्रशासक

आईडीएसए किसी स्वतंत्र व्यक्ति या संस्था को आचार संहिता प्रशासक नियुक्त करेगी। आचार संहिता प्रशासक इस बात पर नजर रखेगा कि कंपनियां उचित कार्रवाई करके आचार संहिता का पालन कर रही हैं। शिकायतों के निपटान और इसके लिए तय नियमों के मुताबिक कार्रवाई करने की उसकी जिम्मेदारी होगी। आचार संहिता के उल्लंघन से संबंधित उपभोक्ताओं की शिकायतों को निपटाने की जिम्मेदारी भी आचार संहिता प्रशासक की होगी।

5.3 उपाय

आचार संहिता प्रशासक ऑर्डर को रद्द कर सकता है, खरीदे हुए सामानों को वापस करा सकता है, भुगतान की वापसी या दूसरे कदम उठा सकता है जिसमें कंपनियों या प्रत्यक्ष विक्रेताओं को चेतावनी, प्रत्यक्ष विक्रेताओं के अनुबंध या कंपनी के साथ किसी अन्य तरह के संबंध को रद्द या समाप्त करना और कंपनी को चेतावनी देना शामिल है।

5.4 शिकायत निपटान

आईडीएसए और आचार संहिता प्रशासक शिकायत निपटान प्रक्रियाओं के बारे में प्रचार प्रसार करेंगे ताकि सभी शिकायतों का तुरंत निपटारा हो सके। साथ ही कंपनियों भी व्यक्तिगत शिकायतों और उनके निपटारे की प्रक्रियाओं के बारे में प्रचार प्रसार करेंगी ताकि सभी शिकायतों का तुरंत निपटारा सुनिश्चित किया जा सके।

5.5 शिकायत निपटान प्रक्रिया

अगर आपको भारतीय प्रत्यक्ष बिक्री संघ (आईडीएसए) की किसी सदस्य कंपनी के खिलाफ कोई शिकायत है क्योंकि वह अनैतिक और अवैध बिजनैस गतिविधि में शामिल है और उसने आचार संहिता का उल्लंघन किया है तो आपके पास निम्न विकल्प उपलब्ध हैं।

1. आचार संहिता प्रशासक और भारतीय प्रत्यक्ष बिक्री संघ के महासचिव के पास शिकायत करें।
 2. कंपनी के खिलाफ शिकायत लिखित में होनी चाहिए और उसमें निम्न जानकारी होनी चाहिए
 - घटना की तिथि और विस्तृत जानकारी
 - संलिप्त पक्ष
 - आचार संहिता के उल्लंघन की पहचान
 - सामान और उसकी लागत की सूची, संबंधित दस्तावेज
 - मामले को सुलझाने के लिए आपकी तरफ से किए गए प्रयास (ईमेल और पत्रों की प्रतिलिपियां)
 - मामले को सुलझाने के लिए किए गए प्रयासों का परिणाम
 - दूसरे पक्ष का जवाब
 - शिकायत की मौजूदा स्थिति
- शिकायत मिलने पर इसे सबसे पहले कंपनी और आचार संहिता प्रशासक को भेजा जाएगा। कंपनी को 21 दिन के भीतर इसका जवाब देना होगा।
 - आचार संहिता प्रशासक और महासचिव कंपनी के जवाब की समीक्षा करेंगे और प्रथम दृष्टया अगर उन्हें लगता है कि इस शिकायत में दम है तो

कंपनी को शिकायतकर्ता को मुआवजा देना होगा। कंपनी शिकायतकर्ता को पैसा वापस कर सकती है, सामान बदल सकती है या उसके बदले में कोई और सामान दे सकती है या फिर आचार संहिता प्रशासक की सलाह पर चल सकती है। अगर प्रथम दृष्टया ऐसा कोई मामला नहीं लगता है तो इसके बारे में शिकायतकर्ता को बता दिया जाता है। इस पूरी प्रक्रिया को 21 दिन के भीतर पूरा हो जाना चाहिए।

- हर कंपनी के पास एक आचार संहिता क्रियान्वयन अधिकारी/उपभोक्ता सेवा अधिकारी होना चाहिए। उससे संपर्क के बारे में कंपनी की वेबसाइट और आईडीएसए के पास पूरी जानकारी होनी चाहिए।
- आईडीएसए की सदस्य हर कंपनी के लिए आचार संहिता का पालन करना बेहद जरूरी है।

3.अगर कंपनी शिकायत में लगाए गए आरोपों को सही नहीं मानती है या आचार संहिता प्रशासक द्वारा निर्धारित समयावधि के भीतर मामले में कोई कार्रवाई नहीं करती है तो आचार संहिता प्रशासक को विवाद को निपटाने के लिए आगे बढ़ना चाहिए:

- 1) शिकायतकर्ता और दूसरे पक्ष द्वारा पेश किए गए साक्ष्य के आधार पर जहां कि दूसरा पक्ष अपने पर लगे आरोपों का खंडन करता है या
- 2) शिकायतकर्ता द्वारा पेश किए गए साक्ष्य के आधार पर जहां दूसरा पक्ष आचार संहिता प्रशासक द्वारा तय समयावधि के भीतर अपना पक्ष रखने में नाकाम रहता है
- 3) आचार संहिता प्रशासक उसके समक्ष मौजूद सामग्री के आधार पर या तो शिकायत को खारिज कर सकता है या फिर कंपनी को शिकायतकर्ता को मुआवजा देने का आदेश दे सकता है। इसके तहत कंपनी शिकायतकर्ता को पैसा वापस कर सकती है, सामान बदल सकती है या उसके बदले में कोई और सामान दे सकती है। या फिर आचार संहिता प्रशासक कुछ और निर्देश दे सकता है ताकि दोनों पक्षों के बीच विवाद का सौहार्दपूर्ण निपटारा हो सके।

अगर फिर भी शिकायतकर्ता आचार संहिता प्रशासक के फैसले से संतुष्ट नहीं होता है तो उसे अपनी शिकायत का निपटारा करने के लिए कानूनी रास्ता अपनाने की सलाह दी जा सकती है।

5.6 प्रकाशन

सभी कंपनियों को अपने प्रत्यक्ष विक्रेताओं और उपभोक्ताओं को आईडीएस की आचार संहिता के बारे में जानकारी की जरूरत है।