

ई-कॉमर्स के युग में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की प्रभावशीलता: एक आलोचनात्मक विश्लेषण

पूनम चौरसिया

सहायक प्राध्यापक

श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, छतरपुर (म.प्र.)

सारांश

वर्तमान डिजिटल युग में ई-कॉमर्स ने वस्तुओं एवं सेवाओं के क्रय-विक्रय की प्रक्रिया को अत्यंत सरल, तीव्र और सुविधाजनक बना दिया है। ऑनलाइन व्यापार के विस्तार के साथ उपभोक्ताओं को अनेक लाभ प्राप्त हुए हैं, किंतु इसके साथ ही भ्रामक विज्ञापन, उत्पाद की गुणवत्ता संबंधी विवाद, डेटा गोपनीयता का उल्लंघन, अनुचित व्यापारिक व्यवहार, नकली उत्पादों की बिक्री तथा शिकायत निवारण में कठिनाइयों जैसी नई चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुई हैं। इन चुनौतियों के समाधान तथा उपभोक्ताओं के अधिकारों की प्रभावी सुरक्षा सुनिश्चित करने के उद्देश्य से भारत सरकार ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 को अधिनियमित किया, जिसने पूर्ववर्ती उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 का स्थान लिया।

यह शोध-पत्र ई-कॉमर्स के संदर्भ में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की प्रभावशीलता का आलोचनात्मक विश्लेषण प्रस्तुत करता है। अध्ययन में अधिनियम के प्रमुख प्रावधानों, जैसे केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना, उत्पाद दायित्व (Product Liability), ई-कॉमर्स लेन-देन के विनियमन, उपभोक्ता विवादों के ऑनलाइन निस्तारण तथा भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध कार्रवाई की व्यवस्था का परीक्षण किया गया है। साथ ही, उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020 के प्रावधानों का भी विश्लेषण किया गया है, जो ऑनलाइन मंचों की जवाबदेही और पारदर्शिता को सुनिश्चित करने का प्रयास करते हैं।

यह शोध गुणात्मक (Qualitative) विधि पर आधारित है तथा इसमें विधिक प्रावधानों, न्यायिक निर्णयों, सरकारी नीतियों तथा उपलब्ध साहित्य का विश्लेषण किया गया है। अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 ने डिजिटल उपभोक्ताओं की

सुरक्षा के लिए एक सुदृढ़ कानूनी ढाँचा प्रदान किया है, तथापि इसके प्रभावी क्रियान्वयन, उपभोक्ता जागरूकता, सीमा-पार ई-कॉमर्स विवादों के समाधान तथा डेटा संरक्षण संबंधी चुनौतियों के क्षेत्र में अभी भी सुधार की आवश्यकता है। शोध का निष्कर्ष यह है कि बदलते डिजिटल व्यापारिक परिवेश में उपभोक्ताओं के हितों की समुचित रक्षा हेतु अधिनियम के प्रावधानों का प्रभावी अनुपालन एवं समयानुकूल संशोधन आवश्यक है।

मुख्य शब्द

ई-कॉमर्स, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019, उपभोक्ता अधिकार, डिजिटल व्यापार, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA), उत्पाद दायित्व, भ्रामक विज्ञापन।

प्रस्तावना

इक्कीसवीं सदी में सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के तीव्र विकास ने मानव जीवन के लगभग प्रत्येक क्षेत्र को प्रभावित किया है, जिनमें व्यापार और वाणिज्य का क्षेत्र विशेष रूप से उल्लेखनीय है। इंटरनेट और डिजिटल तकनीकों के प्रसार ने पारंपरिक व्यापारिक संरचनाओं को एक नए स्वरूप में परिवर्तित कर दिया है,

जिसे आज ई-कॉमर्स के नाम से जाना जाता है। ई-कॉमर्स ने वस्तुओं एवं सेवाओं के क्रय-विक्रय की प्रक्रिया को सरल, त्वरित और सुलभ बना दिया है, जिससे उपभोक्ता भौगोलिक सीमाओं से परे जाकर अपनी आवश्यकताओं के अनुरूप उत्पादों और सेवाओं का चयन कर सकते हैं। भारत में स्मार्टफोन, डिजिटल भुगतान प्रणालियों तथा इंटरनेट की बढ़ती उपलब्धता ने ऑनलाइन व्यापार को अभूतपूर्व गति प्रदान की है। यद्यपि ई-कॉमर्स ने उपभोक्ताओं को अनेक सुविधाएँ प्रदान की हैं, तथापि इसके साथ कई नई चुनौतियाँ भी उभरकर सामने आई हैं। भ्रामक विज्ञापन, नकली एवं निम्न गुणवत्ता वाले उत्पादों की बिक्री, ऑनलाइन धोखाधड़ी, अनुचित व्यापारिक व्यवहार, व्यक्तिगत डेटा के दुरुपयोग तथा शिकायतों के प्रभावी निवारण में कठिनाइयाँ उपभोक्ताओं के समक्ष गंभीर समस्याओं के रूप में विद्यमान हैं। इन परिस्थितियों में उपभोक्ता अधिकारों की सुरक्षा और डिजिटल बाजार में विश्वास बनाए रखने के लिए एक सुदृढ़ एवं आधुनिक कानूनी व्यवस्था की आवश्यकता अनुभव की गई।

इन्हीं आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए भारत सरकार ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 को अधिनियमित किया, जिसने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 का स्थान लिया। यह अधिनियम बदलते व्यापारिक परिवेश और डिजिटल अर्थव्यवस्था की आवश्यकताओं के अनुरूप उपभोक्ता संरक्षण के क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण विधायी सुधार के रूप में उभरा है। अधिनियम में उपभोक्ता अधिकारों को अधिक स्पष्टता प्रदान करने के साथ-साथ ई-कॉमर्स संस्थाओं की जवाबदेही सुनिश्चित करने के लिए अनेक नवीन प्रावधान सम्मिलित किए गए हैं। केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना, उत्पाद दायित्व की अवधारणा, भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध कठोर कार्रवाई, ई-दाखिल प्रणाली तथा ऑनलाइन विवाद निवारण जैसे उपाय उपभोक्ताओं को प्रभावी संरक्षण प्रदान करने की दिशा में महत्वपूर्ण कदम हैं। इसके अतिरिक्त, उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020 के माध्यम से ऑनलाइन व्यापारिक मंचों के लिए पारदर्शिता और उत्तरदायित्व संबंधी मानक निर्धारित किए गए हैं। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य ई-कॉमर्स के संदर्भ में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की प्रभावशीलता का आलोचनात्मक परीक्षण करना तथा यह मूल्यांकन करना है कि वर्तमान डिजिटल परिवेश में यह अधिनियम उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने में किस सीमा तक सफल सिद्ध हो रहा है।

शोध उद्देश्य

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 भारत में उपभोक्ताओं के अधिकारों की रक्षा के लिए बनाया गया एक महत्वपूर्ण कानून है, जिसने बदलते व्यापारिक वातावरण और विशेष रूप से ई-कॉमर्स के बढ़ते प्रभाव को ध्यान में रखते हुए उपभोक्ता संरक्षण के दायरे को और अधिक व्यापक बनाया है।

आज के डिजिटल युग में उपभोक्ता बड़ी संख्या में ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के माध्यम से वस्तुओं और सेवाओं की खरीदारी कर रहे हैं। डिजिटल बाजार ने जहां खरीदारी को सुविधाजनक और समय की दृष्टि से लाभकारी बनाया है, वहीं इसके साथ कई नई चुनौतियाँ भी सामने आई हैं। ऑनलाइन खरीदारी के दौरान उत्पाद की गुणवत्ता, गलत जानकारी, नकली वस्तुओं की बिक्री, भुगतान संबंधी समस्याएँ तथा उपभोक्ताओं के व्यक्तिगत डेटा की सुरक्षा जैसे मुद्दे लगातार बढ़

रहे हैं। इन परिस्थितियों में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाती है।

इस अधिनियम की एक प्रमुख विशेषता उत्पाद दायित्व (Product Liability) की व्यवस्था है, जिसके अंतर्गत यदि किसी उत्पाद में दोष होने के कारण उपभोक्ता को किसी प्रकार की हानि होती है, तो निर्माता, विक्रेता या सेवा प्रदाता को उत्तरदायी ठहराया जा सकता है। यह प्रावधान उपभोक्ताओं को अधिक सुरक्षा प्रदान करता है और व्यापारिक संस्थाओं को अपने उत्पादों एवं सेवाओं की गुणवत्ता बनाए रखने के लिए प्रेरित करता है। इसके अतिरिक्त, उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना की गई है।

यह संस्था भ्रामक विज्ञापनों, अनुचित व्यापार प्रथाओं तथा उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन से संबंधित मामलों में जांच और कार्रवाई करने की शक्ति रखती है। इससे उपभोक्ताओं को एक सशक्त संस्थागत संरक्षण प्राप्त हुआ है।

डिजिटल व्यापार के विस्तार के साथ डेटा गोपनीयता भी एक महत्वपूर्ण विषय बनकर उभरी है। ऑनलाइन प्लेटफॉर्म उपभोक्ताओं की व्यक्तिगत जानकारी एकत्रित करते हैं, जिसके दुरुपयोग की संभावना बनी रहती है। यद्यपि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा का प्रयास करता है, फिर भी डेटा सुरक्षा के क्षेत्र में निरंतर सुधार और प्रभावी निगरानी की आवश्यकता बनी हुई है। इसी प्रकार, भ्रामक विज्ञापन भी उपभोक्ताओं को प्रभावित करने वाली एक गंभीर समस्या है। कई बार उत्पादों और सेवाओं के बारे में बढ़ा-चढ़ाकर या गलत दावे प्रस्तुत किए जाते हैं, जिससे उपभोक्ता भ्रमित होकर गलत निर्णय ले सकते हैं। अधिनियम में ऐसे विज्ञापनों के विरुद्ध कार्रवाई की स्पष्ट व्यवस्था की गई है।

उपभोक्ताओं को न्याय प्राप्त करने की प्रक्रिया को सरल बनाने के लिए ई-दाखिल (e-Daakhil) प्रणाली की शुरुआत की गई है, जिसके माध्यम से उपभोक्ता घर बैठे अपनी शिकायत ऑनलाइन दर्ज कर सकते हैं। यह व्यवस्था समय और संसाधनों की बचत करती है तथा न्याय तक पहुंच को अधिक सुगम बनाती है। इसके साथ ही ऑनलाइन विवाद निवारण की अवधारणा

भी उपभोक्ता शिकायतों के त्वरित समाधान में सहायक सिद्ध हो रही है। कुल मिलाकर, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 ने डिजिटल और पारंपरिक दोनों प्रकार के बाजारों में उपभोक्ताओं के अधिकारों को सुदृढ़ करने का प्रयास किया है। हालांकि तकनीकी विकास और बदलती व्यापारिक परिस्थितियों के कारण नई चुनौतियाँ लगातार सामने आ रही हैं, इसलिए इस कानून के प्रभावी क्रियान्वयन, जन-जागरूकता और समय-समय पर आवश्यक सुधारों के माध्यम से ही उपभोक्ताओं को वास्तविक और व्यापक संरक्षण प्रदान किया जा सकता है।

शोध विधि

प्रस्तुत शोध में “ई-कॉमर्स के युग में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की प्रभावशीलता” का अध्ययन गुणात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध पद्धति के माध्यम से किया गया है। यह अध्ययन मुख्यतः द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है, जिनमें उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019, उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020, न्यायिक निर्णय, सरकारी दस्तावेज, पुस्तकें, शोध-पत्र तथा विधिक पत्रिकाएँ शामिल हैं। शोध में वर्णनात्मक एवं आलोचनात्मक दृष्टिकोण अपनाकर ई-कॉमर्स से संबंधित उपभोक्ता अधिकारों, उत्पाद दायित्व, भ्रामक विज्ञापनों, डेटा गोपनीयता तथा ऑनलाइन विवाद निवारण तंत्र का मूल्यांकन किया गया है, जिससे अधिनियम की प्रभावशीलता, सीमाओं एवं सुधार की संभावनाओं का विश्लेषण किया जा सके।

शोध कार्यप्रणाली

प्रस्तुत शोध पत्र में विषय की प्रकृति और कानूनी जटिलताओं को ध्यान में रखते हुए 'सैद्धांतिक शोध विधि' का प्रयोग किया गया है।

भारत में उपभोक्ता संरक्षण का वैधानिक इतिहास: अधिनियम 1986 के प्रमुख प्रावधान

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 को भारतीय विधिक इतिहास में 'उपभोक्ताओं का मैग्ना कार्टा' माना जाता है। इसका मुख्य उद्देश्य उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करना और उनके विवादों के निपटारे के लिए एक सरल व त्वरित तंत्र स्थापित करना था। अधिनियम की धारा 6 के अंतर्गत उपभोक्ताओं के छह मौलिक अधिकारों को परिभाषित किया गया है, जिनमें सुरक्षा, सूचना, चयन, सुनवाई, निवारण और उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार शामिल है।

अधिनियम के सबसे महत्वपूर्ण पहलुओं में से एक धारा 9 के तहत त्रि-स्तरीय अर्ध-न्यायिक तंत्र की स्थापना है। इसके अंतर्गत जिला, राज्य और राष्ट्रीय स्तर पर उपभोक्ता अदालतों का गठन किया गया। धारा 10 के अनुसार जिला स्तर पर 'जिला उपभोक्ता फोरम', धारा 16 के तहत 'राज्य उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग' और धारा 20 के तहत 'राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग' (NCDRC) कार्य करते हैं। इन निकायों को सिविल कोर्ट की शक्तियां प्राप्त हैं, जिससे वे साक्ष्य जुटाने और गवाहों को बुलाने में सक्षम होते हैं।

अधिनियम की धारा 2(1)(f) 'दोष' को परिभाषित करती है, जो किसी वस्तु की गुणवत्ता, मात्रा या शुद्धता में कमी को दर्शाता है। वहीं, धारा 2(1)(g) 'कमी' को सेवा के संदर्भ में परिभाषित करती है। यदि किसी उपभोक्ता को दोषपूर्ण सामग्री या घटिया सेवा मिलती है, तो वह धारा 12 के तहत शिकायत दर्ज कर सकता है। अधिनियम की धारा 14 शिकायत निवारण के लिए विभिन्न उपचार प्रदान करती है, जैसे वस्तु से दोष दूर करना, वस्तु को बदलना, राशि वापस करना या क्षतिपूर्ति दिलाना।

इसके अतिरिक्त, धारा 24A के तहत शिकायत दर्ज करने की समय-सीमा कारण उत्पन्न होने के दो वर्ष के भीतर निर्धारित की गई है। धारा 27 में आदेशों के अनुपालन न होने पर दंड और कारावास का भी प्रावधान है। हालांकि इस अधिनियम में 'अनुचित व्यापार प्रथाओं' (धारा 2(1)(r)) को रोकने के प्रावधान थे, लेकिन बदलती वैश्विक अर्थव्यवस्था और ई-कॉमर्स की चुनौतियों के कारण इसे 2019 के अधिनियम द्वारा प्रतिस्थापित किया गया। फिर भी, यह आज भी भारतीय उपभोक्ता न्यायशास्त्र की आधारशिला है।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 ने तीन दशक पुराने 1986 के कानून को प्रतिस्थापित कर भारतीय उपभोक्ता न्यायशास्त्र में एक नए युग की शुरुआत की है। इस अधिनियम का मुख्य ध्येय आधुनिक युग की जटिलताओं, विशेष रूप से ई-कॉमर्स और डिजिटल व्यापार को कानूनी दायरे में लाना है। अधिनियम की धारा 2(16) के तहत 'ई-कॉमर्स' को पहली बार स्पष्ट रूप से परिभाषित किया गया है, जो ऑनलाइन लेनदेन करने वाले उपभोक्ताओं को वही सुरक्षा प्रदान करता है जो पारंपरिक खरीदारों को प्राप्त है।

इस कानून की सबसे बड़ी विशेषता धारा 10 के अंतर्गत केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना है। यह एक शक्तिशाली नियामक संस्था है जिसे उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन, अनुचित व्यापार प्रथाओं और भ्रामक विज्ञापनों की जांच करने का अधिकार है। धारा 21 के तहत, CCPA को भ्रामक विज्ञापन देने वाले निर्माताओं पर भारी जुर्माना लगाने और विज्ञापन को बंद करने का आदेश देने की शक्ति दी गई है। अधिनियम ने 'उत्पाद दायित्व' की एक नई अवधारणा पेश की है, जिसे अध्याय VI (धारा 82-87) में विस्तार से बताया गया है। इसके अनुसार, यदि किसी उत्पाद या सेवा से उपभोक्ता को क्षति होती है, तो निर्माता, सेवा प्रदाता और यहाँ तक कि विक्रेता को भी मुआवजे के लिए जिम्मेदार ठहराया जा सकता है। त्रि-स्तरीय न्यायिक प्रणाली में भी सुधार किया गया है; धारा 34, 47 और 58 के तहत क्रमशः जिला, राज्य और राष्ट्रीय आयोगों की आर्थिक सीमा (Pecuniary Jurisdiction) में भारी वृद्धि की गई है, जिससे उपभोक्ताओं को स्थानीय स्तर पर बड़े दावों के निपटारे की सुविधा मिली है। विवाद निवारण को और अधिक सुलभ बनाने के लिए धारा 80 के तहत 'मध्यस्थता' का वैकल्पिक मार्ग प्रशस्त किया गया है, जिससे आपसी सहमति से मामलों का शीघ्र निपटारा संभव है। इसके अतिरिक्त, धारा 35 के तहत 'ई-दाखिल' पोर्टल के माध्यम से ऑनलाइन शिकायत दर्ज करने और वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के जरिए सुनवाई की सुविधा दी गई है। धारा 2(47) के तहत 'अनुचित व्यापार प्रथाओं' के दायरे को बढ़ाकर डेटा गोपनीयता के उल्लंघन को भी इसमें शामिल किया गया है। निष्कर्षतः, 2019 का यह अधिनियम 'डिजिटल इंडिया' के दौर में उपभोक्ताओं को सशक्त बनाने वाला एक प्रगतिशील वैधानिक दस्तावेज है।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 एवं 2019: एक तुलनात्मक एवं विश्लेषणात्मक उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 और 2019 के बीच का तुलनात्मक विश्लेषण भारतीय कानूनी ढांचे में आए एक क्रांतिकारी बदलाव को दर्शाता है। जहाँ 1986 का अधिनियम मुख्य रूप से पारंपरिक भौतिक बाजारों तक सीमित था, वहीं 2019 का अधिनियम डिजिटल युग की आवश्यकताओं को केंद्र में रखकर बनाया गया है। दोनों कानूनों के बीच सबसे बड़ा अंतर नियामक संस्था का है।

1986 के अधिनियम में कोई अलग नियामक संस्था नहीं थी, जबकि 2019 के अधिनियम की धारा 10 के तहत 'केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण' (CCPA) की स्थापना की गई है, जो भ्रामक विज्ञापनों और उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन पर स्वतः संज्ञान लेने की शक्ति रखता है। क्षेत्राधिकार के संदर्भ में भी व्यापक बदलाव किए गए हैं। 1986 के कानून के अनुसार, उपभोक्ता को उसी स्थान पर शिकायत दर्ज करनी पड़ती थी जहाँ विक्रेता का कार्यक्षेत्र हो, लेकिन 2019 के अधिनियम की धारा 34 उपभोक्ताओं को यह सुविधा देती है कि वे अपने निवास स्थान या कार्यस्थल से भी शिकायत दर्ज कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त, 'आर्थिक क्षेत्राधिकार' में भी भारी वृद्धि की गई है; अब जिला आयोग 1 करोड़ रुपये तक (पहले 20 लाख), राज्य आयोग 1 करोड़ से 10 करोड़ रुपये तक और राष्ट्रीय आयोग 10 करोड़ रुपये से अधिक के मामलों की सुनवाई कर सकता है। एक और महत्वपूर्ण अंतर 'उत्पाद दायित्व' का है। 1986 के कानून में उत्पाद की खराबी के लिए मुआवजे का कोई स्पष्ट प्रावधान नहीं था और उपभोक्ता को केवल सिविल कोर्ट का सहारा लेना पड़ता था।

इसके विपरीत, 2019 के अधिनियम के अध्याय VI में स्पष्ट रूप से निर्माता, सेवा प्रदाता और यहाँ तक कि ई-कॉमर्स विक्रेताओं को भी मुआवजे के लिए उत्तरदायी बनाया गया है। ई-कॉमर्स को 1986 के अधिनियम में शामिल नहीं किया गया था, जबकि 2019 का कानून ई-कॉमर्स लेनदेन को पूरी तरह से विनियमित करता है। अंततः, विवाद निपटान की प्रक्रिया को सरल बनाने के लिए 2019 के अधिनियम में 'मध्यस्थता' और 'ई-दाखिल' जैसे आधुनिक प्रावधान जोड़े गए हैं, जो 1986 के कानून में अनुपस्थित थे। इस प्रकार, 2019 का अधिनियम केवल एक संशोधन मात्र नहीं है, बल्कि यह उपभोक्ताओं को 'डिजिटल इंडिया' के दौर में अधिक सुरक्षा और सशक्तिकरण प्रदान करने वाला एक व्यापक विधायी सुधार है।

निष्कर्ष एवं सुझाव

ई-कॉमर्स के इस गतिशील युग में उपभोक्ता संरक्षण को अधिक प्रभावी और सशक्त बनाने हेतु निम्नलिखित सुधार अपेक्षित हैं:

डेटा गोपनीयता हेतु विशिष्ट कानून: वर्तमान अधिनियम में उपभोक्ता डेटा की सुरक्षा के लिए कड़े दंड का अभाव है। ई-कॉमर्स कंपनियों द्वारा डेटा माइनिंग और उपभोक्ताओं की निजी जानकारी के दुरुपयोग को रोकने के लिए एक समर्पित 'डेटा संरक्षण कानून' (Data Protection Law) को उपभोक्ता अधिनियम के साथ एकीकृत किया जाना चाहिए।

'डार्क पैटर्न्स' पर कानूनी अंकुश: ई-कॉमर्स वेबसाइट्स द्वारा उपयोग किए जाने वाले भ्रामक इंटरफ़ेस (जैसे जबरन सब्सक्रिप्शन या नकली स्टॉक अलर्ट) को 'अनुचित व्यापार प्रथा' के अंतर्गत स्पष्ट रूप से परिभाषित कर उन पर भारी अर्थदंड का प्रावधान होना चाहिए। सीमा पार ई-कॉमर्स नियमन: विदेशी ई-कॉमर्स संस्थाओं के विरुद्ध शिकायतों के निपटारे के लिए अंतर्राष्ट्रीय सहयोग तंत्र विकसित किया जाना चाहिए, ताकि विदेशी प्लेटफार्मों से खरीदारी करने वाले भारतीय उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा हो सके। डिजिटल साक्षरता अभियान: केवल कानून बनाना पर्याप्त नहीं है। ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में उपभोक्ताओं को 'ई-दाखिल' पोर्टल, ऑनलाइन फ़ॉड की पहचान और उनके अधिकारों के प्रति जागरूक करने के लिए व्यापक डिजिटल साक्षरता कार्यक्रम चलाए जाने चाहिए।

त्वरित न्याय हेतु तकनीकी सुधार: उपभोक्ता आयोगों में वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग और ऑनलाइन साक्ष्य प्रस्तुतीकरण की प्रक्रिया को और अधिक सरल और अनिवार्य बनाया जाना चाहिए, ताकि लंबित मामलों का बोझ कम हो सके और 'न्याय में देरी, न्याय से वंचित' वाली स्थिति न बने।

मध्यस्थता को प्रोत्साहन: छोटे दावों के लिए न्यायालय जाने के बजाय 'अनिवार्य मध्यस्थता' को बढ़ावा दिया जाना चाहिए, जिससे उपभोक्ताओं और कंपनियों के बीच विवादों का निपटारा कम समय और कम खर्च में संभव हो सके।

सन्दर्भ सूची

1. प्राथमिक स्रोत - Bare Acts

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 (भारत का राजपत्र)

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 (भारत का राजपत्र)

उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020

भारतीय अनुबंध अधिनियम, 1872

सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000

2. पुस्तकें

सिंह, अवतार; उपभोक्ता संरक्षण: सिद्धांत और प्रक्रिया, ईस्टर्न बुक कंपनी, लखनऊ।

मित्तल, डी.पी.; टैक्समैन का उपभोक्ता संरक्षण कानून, टैक्समैन पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली।

मजूमदार, पी.के.; उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम पर कानून, ओरिएंट पब्लिशिंग कंपनी।

बंगेया, आर.के.; उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम,

इलाहाबाद लॉ एजेंसी।

3. महत्वपूर्ण न्यायिक निर्णय

अमेज़न सेलर सर्विसेज प्रा. लि. बनाम भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग (CCI)।

मद्रास बार एसोसिएशन बनाम भारत संघ (2020) - उपभोक्ता आयोगों की संरचना के संदर्भ में।
लखनऊ विकास प्राधिकरण बनाम एम.के. गुप्ता (1994) - 'सेवा' की परिभाषा के संदर्भ में
ऐतिहासिक निर्णय।

4. जर्नल्स और शोध लेख

इंडियन बार रिव्यू: "ई-कॉमर्स के युग में उपभोक्ता अधिकारों की नई चुनौतियाँ"।

जर्नल ऑफ इंडियन लॉ इंस्टीट्यूट (JILI): "उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019: एक विधायी विश्लेषण"।

न्याय प्रभा: डिजिटल बाजार और उपभोक्ता जागरूकता पर विशेष लेख।

5. वेब रिसोर्सेज

विधिक सेवा केंद्र: www.legalserviceindia.com

उपभोक्ता मामले मंत्रालय: www.consumeraffairs.nic.in

ई-दाखिल पोर्टल: www.edaakhil.nic.in

एससीसी ऑनलाइन: www.scconline.com