भारत सरकार
उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण मंत्रालय
उपभोक्ता मामले विभाग

लोक सभा
अतारांकित प्रश्न संख्या: 1680
जिसका उत्तर बुधवार, 29 जुलाई, 2026 को दिया जाएगा

उपभोक्ता संरक्षण और ई-कॉमर्स विनियमन

1680. श्रीमती रचना बनर्जी:
श्री प्रदीप कुमार सिंह:
श्री तेजस्वी सूर्या:
डॉ. विनोद कुमार बिंद:
श्री विजय कुमार दूबे:
श्री राजकुमार चाहर:
श्री प्रताप चंद्र षडङ्गी:

क्या **उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण** मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे किः

(क) क्या सरकार ने ई-कॉमर्स और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर भ्रामक विज्ञापनों और अनुचित व्यापार व्यवहार से संबंधित शिकायतों की बढ़ती संख्या का संज्ञान लिया है और यदि हां, तो विगत तीन वर्षों और वर्तमान वर्ष के दौरान तत्संबंधी राज्य-वार ब्यौरा क्या है;
(ख) सरकार द्वारा विगत एक वर्ष के दौरान डिजिटल मार्केटप्लेस में उपभोक्ता संरक्षण को मजबूत करने के लिए ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्मों के विनियमन सहित आरंभ की गई प्रमुख पहलों का ब्यौरा क्या है;
(ग) उपभोक्ताओं को प्रभावित करने वाले अनुचित व्यापार व्यवहार, भ्रामक विज्ञापनों, फर्जी समीक्षाओं और अनुचित प्रवृति (डार्क पैटर्न) को रोकने के लिए सरकार द्वारा उठाए गए कदमों का ब्यौरा क्या है;
(घ) राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन और ई-दाखिल जैसे डिजिटल प्लेटफॉर्मों के माध्यम से उपभोक्ता शिकायत निवारण तंत्र को मजबूत करने में हुई प्रगति का ब्यौरा क्या है; और
(ङ) इन पहलों का उपभोक्ता जागरूकता, पारदर्शिता और उपभोक्ता अधिकारों के संरक्षण को बढ़ावा देने के संबंध में क्या प्रभाव पड़ा है?

उत्तर
उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितरण राज्य मंत्री
(श्री बी. एल. वर्मा)

(क) से (ङ): पिछले तीन वर्षों और चालू वर्ष के दौरान ई-कॉमर्स क्षेत्र में राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन (एनसीएच) द्वारा प्राप्त और निपटाई गई शिकायतों का वर्ष-वार और राज्य/केंद्र शासित प्रदेश-वार ब्यौरा, जिसमें भ्रामक विज्ञापनों और अनुचित व्यापार प्रथाओं से संबंधित शिकायतें शामिल हैं, **अनुलग्नक-I** में दिया गया है।

ई-कॉमर्स क्षेत्र में अनुचित व्यापार प्रथाओं को रोकने और उपभोक्ताओं को सुरक्षित रखने के उद्देश्य से, उपभोक्ता मामले विभाग ने 23 जुलाई, 2020 को उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के तहत उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020 अधिसूचित किए हैं। इन नियमों के प्रावधानों के अनुसार, प्रत्येक ई-कॉमर्स इकाई को राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन की अभिसरण प्रक्रिया में भागीदार बनने का प्रयास करना चाहिए और उनके लिए एक शिकायत अधिकारी नियुक्त करना और उस अधिकारी का नाम, पदनाम और संपर्क विवरण अपने प्लेटफॉर्म पर प्रमुखता से प्रदर्शित करना अनिवार्य है। शिकायत अधिकारी को उपभोक्ता की शिकायतों को प्राप्ति के 48 घंटों के भीतर उन्हें स्वीकार करना होगा और शिकायत प्राप्त होने की तारीख से एक महीने के भीतर उनका निवारण करना होगा। उपभोक्ता की सहमति केवल स्पष्ट और सकारात्मक कार्रवाई के माध्यम से ही दर्ज की जा सकती है, न कि पहले से टिक किए गए चेकबॉक्स या स्वचालित साधनों के माध्यम से। कोई भी ई-कॉमर्स इकाई अनुचित लाभ प्राप्त करने या अनुचित मूल्य अधिरोपित करने के लिए वस्तुओं या सेवाओं की कीमत में हेरफेर नहीं करेगी, न ही वह एक ही वर्ग के उपभोक्ताओं के बीच भेदभाव करेगी या मनमाने वर्गीकरण करेगी जो अधिनियम के तहत उपभोक्ता अधिकारों को प्रभावित करते हैं।

सीसीपीए ने भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम और भ्रामक विज्ञापनों के पृष्ठांकन के लिए दिशा-निर्देश, 2022; होटल और रेस्तरां को सर्विस चार्ज न लगाने के दिशानिर्देश; डार्क पैटर्न के रोकथाम के लिए मार्गदर्शक सिद्धांत, 2023; ग्रीनवाशिंग की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2024; कोचिंग क्षेत्र में भ्रामक विज्ञापनों की रोकथाम के लिए दिशानिर्देश, 2024 और ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों पर वॉकी टॉकीज सहित रेडियो उपकरणों की अवैध लिस्टिंग और बिक्री की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2025 जारी किए हैं।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 18 द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण ने ई-कॉमर्स क्षेत्र में पहचाने गए 13 विशिष्ट डार्क पैटर्न को संबोधित करते हुए 30 नवंबर, 2023 को "डार्क पैटर्न का निवारण और विनियमन के लिए मार्गदर्शक सिद्धांत, 2023" जारी किए हैं। इन डार्क पैटर्न में झूठी तात्कालिकता, बास्केट स्नीकिंग, कन्फर्म शेमिंग, जबरन कार्रवाई, सब्सक्रिप्शन ट्रैप, इंटरफेस हस्तक्षेप, बेट और स्विच, ड्रिप मूल्य निर्धारण, प्रच्छन्न विज्ञापन, नैगिंग, ट्रिक वर्डिंग, एसएएएस बिलिंग और रोग मैलवेयर शामिल हैं।

डार्क पैटर्न का निवारण और विनियमन के लिए मार्गदर्शक सिद्धांत, 2023 के बाद, सीसीपीए ने डार्क पैटर्न में लिप्त ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्मों के खिलाफ कार्रवाई की है और 20 लाख रुपये का जुर्माना लगाया है। की गई कार्रवाई की सूची **अनुलग्नक-II** पर संलग्न है।

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण द्वारा 5 जून, 2025 को "ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों द्वारा उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के संदर्भ में अपने प्लेटफार्मों पर डार्क पैटर्न का पता लगाने के लिए स्व-ऑडिट पर एडवाइज़री जारी की गई थी, ताकि एक निष्पक्ष, नैतिक और उपभोक्ता केंद्रित डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र बनाया जा सके"। उक्त एडवाइज़री के माध्यम से सभी ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्मों को यह सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक कदम उठाने की सलाह दी गई है कि उनके प्लेटफ़ॉर्म भ्रामक और अनुचित व्यापार प्रथाओं जैसे डार्क पैटर्न में लिप्त न हों।

इसके अलावा, सभी ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म को एडवाइज़री जारी होने की तारीख से तीन माह के भीतर स्व-ऑडिट करने की सलाह दी गई है कि उनका प्लेटफ़ॉर्म किसी भी प्रकार के डार्क पैटर्न में शामिल नहीं है। स्व-ऑडिट रिपोर्टों के आधार पर, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्मों को यह स्व-घोषणा भी देनी चाहिए कि उनका प्लेटफॉर्म किसी भी डार्क पैटर्न में लिप्त नहीं है, ताकि उपभोक्ताओं और ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्मों के बीच विश्वास कायम करने के साथ-साथ एक निष्पक्ष डिजिटल पारिस्थितिकी तंत्र सुनिश्चित किया जा सके। 31 प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्मों ने स्वेच्छा से अपने स्व-घोषणा पत्र

जमा किए हैं, जिसमें उन्होंने डार्क पैटर्न का निवारण और विनियमन के लिए मार्गदर्शक सिद्धांत, 2023 के अनुपालन की पुष्टि की है।

साथ ही, भारतीय मानक ब्यूरो (बीआईएस) ने 23.11.2022 को ई-कॉमर्स में नकली और भ्रामक समीक्षाओं से उपभोक्ताओं के हितों की सुरक्षा और संरक्षण के लिए 'ऑनलाइन उपभोक्ता समीक्षाएं — उनके संग्रह, मॉडरेशन और प्रकाशन के लिए सिद्धांत और आवश्यकताएं' नामक एक रूपरेखा अधिसूचित की है। ये मानक स्वैच्छिक हैं और हर उस ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म पर लागू होते हैं जो उपभोक्ताओं की समीक्षाएँ प्रकाशित करता है। इन मानकों के मार्गदर्शक सिद्धांत हैं—सत्यनिष्ठा, सटीकता, निजता, सुरक्षा, पारदर्शिता, सुलभता और जवाबदेही।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 में जिला, राज्य और केंद्र स्तर पर त्रि स्तरीय अर्ध-न्यायिक तंत्र का प्रावधान है, जिसे उपभोक्ताओं के अधिकारों की सुरक्षा और अनुचित व्यापार प्रथाओं से संबंधित विवादों सहित उपभोक्ता विवादों का सरल और त्वरित निवारण प्रदान करने के लिए आम तौर पर "उपभोक्ता आयोग" के रूप में जाना जाता है।

साथ ही, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 38 (7) के अनुसार, प्रत्येक शिकायत का यथासंभव शीघ्रता से निपटान किया जाएगा और यदि शिकायत में वस्तुओं के विश्लेषण या परीक्षण की आवश्यकता नहीं है तो विरोधी पक्ष द्वारा नोटिस प्राप्त होने की तारीख से तीन महीने की अवधि के भीतर और यदि इसमें वस्तुओं के विश्लेषण या परीक्षण की आवश्यकता है तो पांच महीने के भीतर शिकायत का निपटान करने का प्रयास किया जाएगा।

अंतिम उपभोक्ताओं को शीघ्र न्याय दिलाने के लिए उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम में कहा गया है कि उपभोक्ता आयोगों द्वारा सामान्यतः तब तक कोई स्थगन नहीं दिया जाएगा जब तक कि पर्याप्त कारण न दर्शाया जाए तथा स्थगन देने के कारणों को आयोग द्वारा लिखित रूप में दर्ज न कर दिया जाए।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 10 (1) के तहत केंद्रीय प्राधिकरण अर्थात केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए) की स्थापना की गई है, जिसका उद्देश्य उपभोक्ताओं के अधिकारों के उल्लंघन, अनुचित व्यापार प्रथाओं और जनता तथा उपभोक्ताओं के हितों के प्रतिकूल झूठे या भ्रामक विज्ञापनों से संबंधित मामलों को विनियमित करना और एक वर्ग के रूप में उपभोक्ताओं के अधिकारों को बढ़ावा देना, उनकी रक्षा करना और उन्हें लागू करना है।

उपभोक्ता मामले विभाग द्वारा संचालित राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन (एनसीएच) देश भर के उपभोक्ताओं के लिए मुकदमेबाजी-पूर्व चरण में उनकी शिकायत निवारण हेतु एकल पहुंच बिंदु के रूप में उभरी है। उपभोक्ता देशभर से हिंदी, अंग्रेजी, कश्मीरी, पंजाबी, नेपाली, गुजराती, मराठी, कन्नड़, तेलुगु, तमिल, मलयालम, मैथिली, संथाली, बांग्ला, ओडिया, असमिया और मणिपुरी सहित 17 भाषाओं में टोल-फ्री नंबर 1915 के माध्यम से अपनी शिकायतें दर्ज करा सकते हैं। ये शिकायतें एकीकृत शिकायत निवारण तंत्र (इनग्राम), एक ओम्नी-चैनल आईटी सक्षम केंद्रीय पोर्टल पर विभिन्न चैनलों - व्हाट्सऐप (8800001915), एसएमएस (8800001915), ईमेल (nch-ca@gov.in), एनसीएच ऐप, वेब पोर्टल (consumerhelpline.gov.in) और उमंग ऐप के माध्यम से अपनी सुविधानुसार दर्ज की जा सकती हैं। 1,853 कंपनियां, जिन्होंने 'कन्वर्जेंस' कार्यक्रम के तहत एनसीएच के साथ स्वेच्छा से भागीदारी की है, इन शिकायतों का अपनी निवारण प्रक्रिया के अनुसार सीधे जवाब देती हैं और पोर्टल पर शिकायतकर्ता को फीडबैक प्रदान करती हैं।

राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन (एनसीएच) ने 25 अप्रैल, 2025 से 30 जून, 2026 के दौरान, मुकदमेबाजी-पूर्व चरण में रिफंड दावों से संबंधित 1,47,000 से अधिक उपभोक्ता शिकायतों का प्रभावी ढंग से समाधान करके उपभोक्ताओं को ₹91 करोड़ से ज़्यादा का रिफंड (जिसमें ई-कॉमर्स सेक्टर से जुड़ी ₹63 करोड़ से ज़्यादा की शिकायतें शामिल हैं) दिलाने में कामयाबी हासिल की है।

उपभोक्ता मामले विभाग ने उपभोक्ता विवाद दर्ज करने और प्रबंधन की प्रक्रियाओं के आधुनिकीकरण तथा डिजिटलीकरण के लिए, 1 जनवरी, 2025 को ई-जागृति पोर्टल लॉन्च किया। यह पोर्टल आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) और मशीन लर्निंग (एमएल) का उपयोग करता है और इसमें फेसलेस ऑनबोर्डिंग और रोल-आधारित डैशबोर्ड जैसी विशेषताएं शामिल हैं। यह मौजूदा ऐप्लिकेशन (ओसीएमएस, ई-दाखिल, एनसीडीआरसी सीएमएस, कॉन्फोनेट) को एकल स्केलेबल प्लेटफ़ॉर्म में एकीकृत करता है, जिससे उपयोगकर्ता बहुभाषी समर्थन के साथ कहीं से भी बिना किसी बाधा के शिकायत दर्ज कर सकते हैं। यह पोर्टल उपभोक्ताओं को ऑनलाइन शिकायत फाइलिंग, दस्तावेज़ों के डिजिटल सबमिशन, शुल्क के ऑनलाइन भुगतान को सक्षम करके निवारण के लिए एक सुविधाजनक, पारदर्शी और कुशल साधन प्रदान करने के लिए तैयार किया गया है। साथ ही, यह वर्चुअल कोर्ट रूम की भी सुविधा देता है जो कहीं से भी मामलों की सुनवाई को सक्षम बनाता है और भौतिक अवसंरचना पर निर्भरता को कम करते हुए त्वरित निपटान सुनिश्चित करता है। ये फीचर भौगोलिक बाधाओं, शेड्यूलिंग संघर्षों और मैन्युअल हस्तक्षेप जैसी बाधाओं का समाधान करती हैं।

राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोग (एनसीडीआरसी) तथा चंडीगढ़, छत्तीसगढ़, हिमाचल प्रदेश, कर्नाटक, मध्य प्रदेश, मेघालय, नागालैंड, पुदुचेरी, पंजाब, राजस्थान, तमिलनाडु और उत्तराखंड के उपभोक्ता आयोगों ने जुलाई, 2025 के बाद 100% से अधिक निपटान दर प्राप्त की है। वर्ष 2025 में कुल 1,62,474 मामले दर्ज किए गए और 1,50,197 मामलों का निपटान किया गया, जो वर्ष 2024 की निपटान दर से बेहतर प्रदर्शन को दर्शाता है। इसके अलावा, 1,021 प्रवासी भारतीयों (एनआरआई) ने 17 जुलाई, 2026 तक विदेश से ई-जागृति पोर्टल का उपयोग करके अपनी शिकायतें दर्ज कीं।

ई-जागृति ने भौतिक कार्यवाही पर निर्भरता कम की है और न्याय प्रदायगी की प्रक्रिया को तेज़ किया है। इसके अलावा, वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग मोड के माध्यम से सुनवाई करने के लिए वीसी उपकरण, राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोग (एनसीडीआरसी) की 10 पीठों और राज्य उपभोक्ता विवाद प्रतितोष आयोगों (एससीडीआरसी) की 35 पीठों में संस्थापित किए गए हैं और उन्हें कार्यकारी कर दिया गया है। ई-जागृति ने उपभोक्ता न्याय प्रदायगी को रूपांतरित कर दिया है, जिसके लिए इसे ई-गवर्नेंस 2026 के राष्ट्रीय पुरस्कारों में 341 नामांकनों में से श्रेणी-I में सिल्वर अवॉर्ड मिला है।

विभाग उपभोक्ताओं को उनके अधिकारों के प्रति शिक्षित करने और उन्हें धोखाधड़ी, भ्रामक विपणन प्रथाओं और घटिया उत्पादों से बचाने के लिए प्रमुख "जागो ग्राहक जागो" अभियान के तहत व्यापक उपभोक्ता जागरूकता पहल कर रहा है। उपभोक्ता जागरूकता संदेशों को प्रसार भारती, एनएफडीसी, सीबीसी, आईआरसीटीसी, माईगॉव और आधिकारिक सोशल मीडिया हैंडल जैसे मल्टीमीडिया प्लेटफॉर्म के ज़रिए प्रसारित किया जाता है। विभाग अंग्रेज़ी, हिंदी और नौ क्षेत्रीय भाषाओं में आईवीआरएस और एसएमएस अभियान भी चलाता है, जिसमें पूर्वोत्तर राज्यों और एससी/एसटी बहुल क्षेत्रों पर विशेष ध्यान दिया जाता है, साथ ही स्थानीय जागरूकता कार्यक्रमों के लिए राज्यों/केंद्र शासित प्रदेशों को सहायता अनुदान भी प्रदान किया जाता है। इसके अलावा, विभाग डिजिटल क्रिएटिव्स, ऑडियो-विज़ुअल कंटेंट और जन जागरूकता अभियानों के माध्यम से उपभोक्ता अधिकारों, सुरक्षित उपभोक्ता प्रथाओं,

हॉलमार्किंग, आईएसआई प्रमाणन, पैकबंद वस्तुओं, भ्रामक विज्ञापनों और शिकायत निवारण तंत्र पर नियमित रूप से जानकारी प्रसारित करता है। सभी राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों में पंचायती राज संस्थाओं के साथ साप्ताहिक क्षमता निर्माण सत्रों के माध्यम से जमीनी स्तर पर जागरूकता को सुदृढ़ किया जा रहा है। इसके अलावा, सार्वजनिक कार्यक्रमों, सिनेमा अभियानों, आकाशवाणी प्रसारणों और माईगॉव के साथ सहयोग ने पहुंच को और बढ़ाया है, जिससे उपभोक्ताओं को संसूचित विकल्प चुनने और शिकायतों का समय पर निवारण प्राप्त करने में मदद मिल रही है।

*****

अनुलग्नक-I

"उपभोक्ता संरक्षण और ई-कॉमर्स विनियमन" के संबंध में दिनांक 29.07.2026 के लोक सभा अतारांकित प्रश्न संख्या 1680 के उत्तर के भाग (क) से (ङ) में उल्लिखित अनुलग्नक-I

पिछले तीन वर्षों और चालू वर्ष के दौरान ई-कॉमर्स क्षेत्र में राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन (एनसीएच) द्वारा प्राप्त और निपटाई गई शिकायतों का वर्ष-वार और राज्य/केंद्र शासित प्रदेश-वार ब्यौरा, जिसमें भ्रामक विज्ञापनों और अनुचित व्यापार प्रथाओं से संबंधित शिकायतें शामिल हैं।

क्र. सं.	राज्य/केंद्र शासित प्रदेश का नाम	2023		2024		2025		2026 (31.03.2026 तक)	
		प्राप्त किए गए	निपटाए गए	प्राप्त किए गए	निपटाए गए	प्राप्त किए गए	निपटाए गए	प्राप्त किए गए	निपटाए गए
1.	अंडमान व निकोबार द्वीप समूह	418	418	296	296	219	219	84	84
2.	आंध्र प्रदेश	16356	16356	16868	16868	14305	14305	4751	4751
3.	अरुणाचल प्रदेश	2155	2155	11962	11962	3700	3700	1698	1698
4.	असम	6000	6000	6959	6959	6039	6039	2014	2014
5	बिहार	25706	25706	22742	22742	25995	25995	7074	7074
6.	चंडीगढ़	1346	1346	1228	1228	1421	1421	497	497
7.	छत्तीसगढ	4492	4492	4457	4457	4917	4917	1545	1545
8.	दादरा और नगर हवेली और दमन और दीव	247	247	223	223	271	271	66	66
9.	दिल्ली	33170	33170	32415	32415	37528	37528	10932	10932
10.	गोवा	1150	1150	1059	1059	1244	1244	426	426
11.	गुजरात	20646	20646	21216	21216	27480	27480	8779	8779
12.	हरियाणा	19890	19890	18647	18647	23136	23136	6702	6702
13.	हिमाचल प्रदेश	2560	2560	2460	2460	3283	3283	980	980
14.	जम्मू एवं कश्मीर	3060	3060	3353	3353	4462	4462	1411	1411
15.	झारखंड	7871	7871	7140	7140	7942	7942	2282	2282
16.	कर्नाटक	30062	30062	28582	28582	35458	35458	12364	12364
17.	केरल	11863	11863	14500	14500	18535	18535	7250	7250
18.	लद्दाख	43	43	50	50	57	57	44	44
19.	लक्षद्वीप	51	51	43	43	49	49	16	16
20.	मध्य प्रदेश	21447	21447	19440	19440	23108	23108	6528	6528
21.	महाराष्ट्र	43360	43360	44918	44918	57852	57852	17884	17884
22.	मणिपुर	122	122	182	182	231	231	95	95
23.	मेघालय	332	332	275	275	362	362	119	119
24.	मिजोरम	65	65	67	67	126	126	46	46
25.	नागालैंड	157	157	140	140	177	177	93	93
26.	ओडिशा	10514	10514	9316	9316	10621	10621	2910	2910
27.	पुदुचेरी	284	284	274	274	524	524	163	163
28.	पंजाब	8448	8448	7986	7986	20109	20109	3387	3387
29.	राजस्थान	40967	40967	29950	29950	35541	35541	9822	9822
30.	सिक्किम	234	234	240	240	298	298	95	95
31.	तमिलनाडु	12812	12812	13822	13822	23535	23535	7873	7873
32.	तेलंगाना	21596	21596	19114	19114	20984	20984	6866	6866
33.	त्रिपुरा	925	925	1035	1035	932	932	261	261
34.	उत्तर प्रदेश	61960	61960	55584	55584	62995	62995	18390	18390
35.	उत्तराखंड	5031	5031	5082	5082	6136	6136	1885	1885
36.	पश्चिम बंगाल	30793	30793	38562	38562	31626	31626	7786	7786

*****

अनुलग्नक –II

"उपभोक्ता संरक्षण और ई-कॉमर्स विनियमन" के संबंध में दिनांक 29.07.2026 के लोक सभा अतारांकित प्रश्न संख्या 1680 के उत्तर के भाग (क) से (ङ) में उल्लिखित अनुलग्नक–II

(क) एक कोचिंग संस्थान मामले में, अनुज जिंदल कोचिंग प्लेटफॉर्म पर जुर्माना लगाया गया क्योंकि उसने 24-घंटे के टाइमर के साथ झूठी तात्कालिकता उत्पन्न की, जो गलत पाया गया और यह झूठी तात्कालिकता एक तरह की डार्क पैटर्न प्रथा है। सीसीपीए ने विवादित विज्ञापनों को बंद करने का निर्देश दिया और ₹3,00,000/- का जुर्माना लगाया। जुर्माना जमा कर दिया गया और कोचिंग प्लेटफॉर्म ने डार्क पैटर्न का उपयोग बंद कर दिया।

(ख) राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन पर दर्ज शिकायतों के आधार पर, सीसीपीए ने इंडिगो एयरलाइंस ऐप पर 'कन्फर्म शेमिंग' और सीट आवंटन पर पारदर्शी संचार की कमी से संबंधित कथित अनुचित व्यापार प्रथाओं / डार्क पैटर्न के लिए प्रमुख एयरलाइन इंटरग्लोब एविएशन लिमिटेड (इंडिगो एयरलाइन) को नोटिस जारी किया। सीसीपीए के हस्तक्षेप के बाद, इंडिगो एयरलाइन ने "नहीं, मैं यात्रा में कुछ नहीं जोड़ूंगा" शब्दों को बदलकर इस मुद्दे को हल कर दिया है, जो स्पष्टता और तटस्थता सुनिश्चित करता है। पहले इस्तेमाल किए गए शब्द "नहीं मैं जोखिम लूंगा" थे, जो डार्क पैटर्न के एक प्रकार 'कन्फर्म शेमिंग' के बराबर था जिसे बंद कर दिया गया।

(ग) शिकायत के आधार पर सीसीपीए ने फ़र्स्टक्राई प्लेटफॉर्म पर भ्रामक मूल्य निर्धारण के संबंध में उपभोक्ताओं की शिकायतों की जांच की जिसमें विशेष रूप से, "एमआरपी सभी करों सहित" प्रदर्शित करते हुए चेकआउट के समय अतिरिक्त जीएसटी वसूलना ड्रिप मूल्य निर्धारण के अंतर्गत आता है। सीसीपीए ने इस प्रथा को बंद करने और यह सुनिश्चित करने के निर्देश जारी किए कि मूल और रियायती, दोनों कीमतें कर-सहित प्रदर्शित हों, और कोई भी अतिरिक्त शुल्क पहले ही बता दिया जाए। प्राधिकरण ने फ़र्स्टक्राई को अपनी वेबसाइट और मोबाइल एप्लिकेशन को सभी करों सहित अंतिम कीमतें दर्शाने के लिए सुधार करने का निर्देश दिया, और बाद में कंपनी पर ₹2,00,000/- का जुर्माना लगाया। कंपनी ने जुर्माना जमा कर दिया है और अपने तौर-तरीके बदल लिए हैं।

(घ) फार्मईज़ी के खिलाफ कार्रवाई की गई, जिसमें पाया गया कि कंपनी उपभोक्ताओं के कार्ट में स्वचालित रूप से प्लस सदस्यता जोड़ रही थी। कंपनी ने अपने जवाब में पुष्टि की है कि भविष्य में, प्लस सदस्यता के लिए उपभोक्ता की सहमति अनिवार्य होगी और यह एक विकल्प के तौर पर उपलब्ध होगा। कंपनी ने इस प्रथा को बंद कर दिया है और उस पर ₹1,00,000/- का जुर्माना लगाया गया है। कंपनी ने जुर्माना जमा किया और डार्क पैटर्न का इस्तेमाल बंद कर दिया।

(ङ) सीसीपीए ने पाया कि ज़ेप्टो मार्केटप्लेस प्राइवेट लिमिटेड उपभोक्ताओं को लुभाने के लिए शुरुआत में कम कीमत दिखाती है, लेकिन चेकआउट पेज पर हैंडलिंग चार्ज और ज़ेप्टो पास सदस्यता शुल्क भी जोड़ दी जाती है। चेकआउट के दौरान हैंडलिंग शुल्क जोड़ना ड्रिप मूल्य निर्धारण के अंतर्गत आता है क्योंकि कीमतें पहले नहीं बताई जातीं और उपयोगकर्ता की सहमति के बिना ज़ेप्टो पास सदस्यता शुल्क जोड़ना बास्केट स्नीकिंग है। सीसीपीए ने ₹7,00,000 का जुर्माना भी लगाया और ज़ेप्टो को डार्क पैटर्न का उपयोग तुरंत बंद करने निर्देश दिया। साथ ही, यह भी कहा कि पहले दिखाए गए सभी शुल्क अंतिम चेकआउट मूल्य का ही सारांश हों। ज़ेप्टो ने एनसीडीआरसी का रुख किया और जुर्माना राशि एनसीडीआरसी के पास जमा कर दी। ज़ेप्टो ने डार्क पैटर्न का इस्तेमाल बंद कर दिया है।

(च) मैकएफी एलएलसी के मामले में यह देखा गया कि सब्सक्रिप्शन के लिए रद्द करें या छोड़े' जैसे निष्पक्ष और पारदर्शी विकल्प देने के बजाय, नोटिफिकेशन उपभोक्ता को केवल दो विकल्पों के लिए मजबूर/सीमित करता है: *जोखिम*

स्वीकार करें या अभी रिन्यू करें। उल्लेखनीय है कि मैकएफी ने स्वीकार किया कि रिन्यूअल प्रॉम्प्ट में न्यूट्रल ऑप्ट-आउट विकल्प नहीं थे, जिससे उपयोगकर्ताओं को कार्रवाई स्वीकार करने के लिए मजबूर होना पड़ा। इसके आधार पर, सीसीपीए ने मैकएफी को अपने प्लेटफ़ॉर्म, वेबसाइट, एप्लिकेशन या किसी अन्य डिजिटल इंटरफ़ेस पर डार्क पैटर्न का उपयोग न करने का निर्देश दिया और ₹1,00,000/- का जुर्माना लगाया। सीसीपीए के हस्तक्षेप के बाद, मैकएफी ने कहा कि भारत के रिन्यूअल इंटरफ़ेस को संशोधित कर दिया गया है और अब इसमें एक न्यूट्रल या ऑप्ट-आउट विकल्प, यानी "स्किप" जोड़ दिया गया है। मैकएफी ने जुर्माना भर दिया है और डार्क पैटर्न का उपयोग बंद कर दिया है।

(छ) सीसीपीए ने मूवी टिकट बुक करने वाले बड़े पोर्टल (बुकमाईशो) को डार्क पैटर्न बास्केट स्नीकिंग के लिए नोटिस जारी किया था। इसमें कन्फर्म टिकट बुक होने के बाद, ग्राहक की सहमति के बिना टिकट पर अपने-आप ₹1 का अतिरिक्त शुल्क लगा दिया जाता था। सीसीपीए के हस्तक्षेप के बाद बुकमाईशो ने ग्राहकों को यह चुनने का विकल्प देकर 'बास्केट स्नीकिंग' के मुद्दे को संबोधित किया कि वे बुकएस्माइल में योगदान करना चाहते हैं या नहीं। डार्क पैटर्न का उपयोग बंद कर दिया है।

(ज) सीसीपीए ने फिजिक्सवाला लिमिटेड (पीडब्ल्यू) द्वारा अपनाई गई डार्क पैटर्न प्रथाओं का स्वतः संज्ञान लिया। पीडब्ल्यू ने ये डार्क पैटर्न अपनाए थे (बास्केट स्नीकिंग यानी चेकआउट के समय उपभोक्ता की स्पष्ट सहमति के बिना पीडब्ल्यू फ़ाउंडेशन को ₹10 का दान अपने-आप पहले से चुन लिया जाता था और उपभोक्ताओं को पहले से चुनी गई दान की राशि को बनाए रखने के लिए मजबूर करने वाले भावनात्मक संदेश दिखाया जाता था। "मुफ़्त" विज्ञापित पाठ्यक्रमों के लिए एक्सेस देने से पहले व्यक्तिगत जानकारी का अनिवार्य प्रकटीकरण आवश्यक था। सीसीपीए ने अपने किसी भी डिजिटल इंटरफ़ेस पर डार्क पैटर्न का उपयोग न सुनिश्चित करने का निर्देश दिया और ₹5,00,000/- का जुर्माना लगाया। फिजिक्सवाला ने जुर्माना भर दिया और डार्क पैटर्न का इस्तेमाल बंद कर दिया।

(झ) सीसीपीए ने स्पाइसजेट लिमिटेड के खिलाफ स्वतः संज्ञान लेते हुए पाया कि उसकी वेबसाइट पर एक चेकबॉक्स पहले से टिक किया हुआ था, जिससे उपभोक्ता "स्पाइसक्लब लॉयल्टी प्रोग्राम" में नामांकित हो जाते थे, जबकि प्रमोशनल संचार से बाहर निकलने (ऑप्ट-आउट) का विकल्प अनटिक छोड़ दिया जाता था। इस प्रकार, बिना किसी सक्रिय और संसूचित कार्रवाई के उपभोक्ताओं की ओर से विकल्प चुन लिए जाते थे। सीसीपीए के नोटिस के बाद भी, स्पाइसजेट ने केवल अनटिक किए गए ऑप्ट-आउट बॉक्स को एक नए प्री-टिक किए गए बॉक्स से बदल दिया, जिसमें संचार प्राप्त करने की सहमति बताई गई थी, और डिफ़ॉल्ट-सहमति की वही प्रथा जारी रखी। सीसीपीए ने इसे 'डार्क पैटर्न्स की रोकथाम और नियमन के लिए दिशानिर्देश, 2023' के तहत "ट्रिक क्वेश्चन", "फोर्स्ड एक्शन" और "इंटरफेस इंटरफेरेंस" माना है। यह भ्रामक विज्ञापन, अनुचित व्यापार व्यवहार और अनुचित अनुबंध के समान है, और उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020 के नियम 4(9) का उल्लंघन करता है, जिसके लिए पहले से टिक किए गए विकल्पों के बजाय स्पष्ट, सकारात्मक कार्रवाई के माध्यम से सहमति की आवश्यकता होती है। स्पाइसजेट ने इस चूक का कारण "तकनीकी खराबी" बताया और इसे स्थायी रूप से ठीक करने का आश्वासन देते हुए एक हलफनामा जमा किया। सीसीपीए ने स्पाइसजेट को सुधारात्मक उपायों को लगातार बनाए रखने और हर समय नियमों का पालन करने का निर्देश दिया, और ₹1,00,000/- का जुर्माना लगाया। आदेश 14.07.2026 को जारी किया गया। स्पाइसजेट ने डार्क पैटर्न का उपयोग बंद कर दिया है।

*****