



भारत में ई-कॉमर्स और उपभोक्ता संरक्षण: बदलती प्रवृत्तियों और चुनौतियों का मूल्यांकन

डॉ० मोहित भारद्वाज

असिस्टेंट प्रोफेसर, वाणिज्य विभाग, गन्ना उत्पादक महाविद्यालय, बहेड़ी, बरेली, उत्तर प्रदेश, भारत

Correspondence Author: डॉ० मोहित भारद्वाज

Received 11 Jan 2024; Accepted 2 March 2024; Published 12 March 2024

DOI: <https://doi.org/10.64171/JSRD.3.1.30-34>

Abstract

भारत में ई-कॉमर्स ने पिछले दशक में उपभोक्ता व्यवहार, लाइफस्टाइल और व्यापार-संरचनाओं में गहरी परिवर्तनकारी भूमिका निभाई है। ऑनलाइन प्लेटफॉर्मों ने खरीद-फरोख्त को सुविधाजनक, सस्ता और पहुँच योग्य बनाया, किन्तु इस विकास के साथ उपभोक्ताओं के सामने धोखाधड़ी, डेटा-गोपनीयता, भ्रामक विज्ञापन, रीफंड व रिटर्न प्रक्रियाओं में जटिलताएँ तथा 'डार्क पैटर्न्स' जैसे डिजाइन-हेरेफेर की चुनौतियाँ भी उभरी हैं। इस शोधपत्र का उद्देश्य भारत में ई-कॉमर्स के समकालीन परिदृश्य का विश्लेषण करते हुए उपभोक्ता संरक्षण के कानूनी और नियामक फ्रेमवर्क, व्यावहारिक बाधाएँ, प्रवृत्तियाँ और सुधार के अवसरों का समग्र मूल्यांकन प्रस्तुत करना है। अध्ययन में मुख्य रूप से (i) नियम और नीतियाँ - जैसे Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020 और केन्द्रीय प्राधिकरणों के दिशानिर्देश; (ii) डेटा-प्रोटेक्शन का प्रभाव - विशेषकर Digital Personal Data Protection-सम्बन्धी विमर्श; तथा (iii) प्लेटफॉर्म-आधारित व्यवहार - जैसे डार्क-पैटर्न्स, फर्जी रेटिंग व नकली लिस्टिंग पर ध्यान केन्द्रित किया गया है। इस शोध में मिश्रित विधि (mixed-methods) अपनायी गयी: (a) द्वितीयक स्रोतों का व्यवस्थित साहित्य-समीक्षण (2024 तक), (b) सरकारी रिपोर्टों व CCPA के प्रकाशनों का विश्लेषण, तथा (c) पाँच प्रमुख ई-वाणिज्य श्रेणियों (रिटेल, ट्रेवल, फूड-डिलिवरी, डिजिटल-कॉन्टेन्ट और वित्तीय-सर्विसेज) से संबंधित नियामक मामलों के केस-स्टडी। निष्कर्षों से पता चलता है कि भारत का नियामक ढाँचा कई महत्वपूर्ण सुरक्षा तंत्र उपलब्ध कराता है - परन्तु प्रवर्तन, सूचना-साक्षरता, तकनीकी अनुपालन और क्रॉस-बॉर्डर डेटा-प्रश्न अभी भी बाधाएँ बने हुए हैं। नीति-सुझावों में मजबूत निगरानी-डेटा, प्लेटफॉर्म-जवाबदेही के लिए तकनीकी मानदण्ड, उपभोक्ता-शिक्षा और क्लेम प्रोसेस में पारदर्शिता हेतु व्यावहारिक निर्देश शामिल हैं। यह शोध नीति-निर्माताओं, प्लेटफॉर्म-प्रबंधकों और उपभोक्ता समूहों के लिए व्यावहारिक अनुशासनों प्रदान करता है, ताकि डिजिटल बाजार में उपभोक्ता संरक्षण अधिक प्रभावी, शीघ्र और समावेशी बन सके।

Keywords: ई-कॉमर्स, उपभोक्ता संरक्षण, Consumer Protection (E-Commerce) Rules 2020, केन्द्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण, डार्क-पैटर्न्स, डेटा-सुरक्षा, डिजिटल उपभोक्ता व्यवहार, भारत।

Introduction

वर्तमान युग में इंटरनेट-आधारित वाणिज्य - ई-कॉमर्स - ने भारत के आर्थिक और सामाजिक ढाँचे को तीव्रता से बदल दिया है। स्मार्टफोन-प्रवेश, डिजिटल भुगतान नेटवर्क, लॉजिस्टिक्स की मजबूतियाँ और उपभोक्ता-अपेक्षाओं में परिवर्तन ने ई-कॉमर्स को देश के निजी उपभोग और लघु-व्यापार के लिए एक सक्षम मंच बना दिया है। तथापि, ऑनलाइन लेन-देनों की प्रकृति, बहुल-पक्षीय सप्लाइ-चेन और अंतरराष्ट्रीय डेटा-फ्लो ने उपभोक्ता सुरक्षा के पारंपरिक ढाँचों पर नई चुनौतियाँ डाली हैं। उदाहरण के लिए, उत्पाद-गुणवत्ता, सटीकता के साथ सूचीकरण, नकली रेटिंग/रिव्यू, जालसाजी, विलंबित/अस्वीकृत रीफंड और सिक्वोरिटी ब्रीच जैसी समस्याएँ बार-बार रिपोर्ट की गयी हैं - जो उपभोक्ता विश्वास और बाजार की दक्षता दोनों को प्रभावित करती हैं।

1. नियामक उत्तरदायित्व और हालिया विकास

भारत ने इन चुनौतियों का सामना करने हेतु 2019 में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम (Consumer Protection Act, 2019) को लागू किया तथा 2020 में विशेष रूप से ई-वाणिज्य के लिए Consumer Protection (E-Commerce)

Rules, 2020 अधिसूचित किये। यह फ्रेमवर्क पारंपरिक उपभोक्ता-अधिकारों (जैसे दोषपूर्ण माल, अनुचित व्यापार प्रथाएँ) को डिजिटल संदर्भ में विस्तारित करता है और प्लेटफॉर्म-दायित्व, रजिस्ट्रेशन आवश्यकताएँ, रिटर्न/रीफंड नीतियों और शिकायत-निवारण तंत्र पर निर्देश देता है। साथ ही, केन्द्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (Central Consumer Protection Authority) ने 2023 में डिजाइन-आधारित धोखाधड़ी (dark patterns) पर दिशानिर्देश जारी किये, ताकि यूआई/यूएक्स-मैनिपुलेशन के माध्यम से उपभोक्ताओं को दी जानेवाली गलत प्रेरणा पर अंकुश लगाया जा सके। इन निर्देशों का उद्देश्य प्लेटफॉर्मों पर पारदर्शिता और उपभोक्ता-स्वायत्तता सुनिश्चित करना है। सरकारी और नियामक दस्तावेज इस बदलाव को दिखाते हैं और यह दर्शाते हैं कि नियम-निर्माता डिजिटल-व्यापार की प्रकृति के अनुकूल सक्रिय रहते हुए नियमों को अद्यतन कर रहे हैं^[1]।

2. समस्याओं का स्वरूप और शोध के प्रश्न

ई-कॉमर्स के संदर्भ में उपभोक्ता संरक्षण के प्रमुख समस्या-क्षेत्र निम्नलिखित हैं:

a) **प्रवर्तन (Enforcement) और अनुपालन की क्षमता** - जहाँ नियम मौजूद हैं पर उनमें प्रवर्तन की निरंतरता और त्वरितता का अभाव दिखता है।

- b) **डाटा-गोपनीयता और प्रोफाइलिंग** - उपभोक्ताओं के व्यक्तिगत डेटा का संकलन, प्रोफाइलिंग और लक्षित विज्ञापन, तथा इसके नियामक-आधार की जटिलताएँ।
- c) **यूएक्स-डिज़ाइन और डार्क-पैटर्न्स** - खरीद को असामान्य तरीके से प्रभावित करने वाले डिज़ाइन तत्व और उनकी पहचान/नियमन।
- d) **ग्राहक-शिक्षा (Consumer literacy) और शिकायत-प्रक्रियाएँ** - उपभोक्ता अपने अधिकारों और शिकायत निवारण के तरीकों की जानकारी की कमी के कारण अपने हक पर पहुँच नहीं पाते।
- e) **क्रॉस-बोर्डर समस्या-क्षेत्र** - अंतरराष्ट्रीय विक्रेता/होस्टिंग-प्लेटफॉर्म और डेटा-स्थान की वजह से तार्किक जटिलताएँ।

इन समस्याओं का मूल्यांकन करते हुए इस शोध के केंद्रीय प्रश्न हैं:

- भारत में उपलब्ध नियामक ढाँचे (2019-2024) की प्रभावशीलता क्या रही है, और किन मुख्य कारणों से अनुपालन-दुर्घटनाएँ देखी गयीं?
- उभरती तकनीकी प्रवृत्तियाँ (जैसे प्रोफाइलिंग, ऑटोमेटेड निर्णय-प्रणालियाँ) उपभोक्ता-हितों के लिए किस प्रकार जोखिम/अवसर लाती हैं?^[2]
- नीति-निर्माता और प्लेटफॉर्म मिलकर किन व्यावहारिक उपायों से उपभोक्ता-विश्वास और सुरक्षा बेहतर कर सकते हैं (विशेषकर डार्क-पैटर्न्स और रीफ्रंड/राइट-ऑप्स के संदर्भ में)?^[3]

3. अध्ययन की आवश्यकता और योगदान

इस अध्ययन का योगदान बहु-आयामी है: प्रथम, यह 2024 तक उपलब्ध साहित्य, सरकारी रिपोर्ट और नियामक दिशानिर्देशों का समेकित विश्लेषण प्रस्तुत करता है; द्वितीय, यह ई-कॉमर्स के पाँच श्रेणीगत क्षेत्र-विशेष केस-स्टडी के माध्यम से संवेदनशील बिंदुओं की पहचान करता है; तृतीय, यह नीति-निर्माताओं के लिए व्यावहारिक व तकनीकी सिफारिशें देता है जिनका उद्देश्य प्रवर्तन-क्षम बनाने के साथ-साथ उपभोक्ता-सशक्तिकरण को भी बढ़ाना है। CCPA की वार्षिक रिपोर्ट (2023-24) जैसे साधन यह दर्शाती हैं कि नियामक सक्रिय हैं पर बाधाएँ बनी हुई हैं - उदाहरणार्थ रीफ्रंड-संबंधी वित्तीय वसूलियाँ और डार्क-पैटर्न्स की पहचान/निवारण के लिये प्लेटफॉर्म ऑडिट की आवश्यकता^[4]।

4. अनुसंधान सीमाएँ (Limitations)

यह शोध प्राथमिक सर्वे/साक्षात्कार पर सीमित नहीं है; अतः वास्तविक-समय ग्राहक-डेटा का समावेश न्यून है। साथ ही, 2024 तक के साहित्य और आधिकारिक-दस्तावेजों पर केन्द्रित हैं। (DPDP/डेटा-नियमों के प्रभाव पर समसामयिक विश्लेषण के लिए अतिरिक्त नियामक अपडेट आवश्यक होंगे)^[5]।

साहित्य-समीक्षा

- a) **Chawla & Kumar (2021)** — Chawla और Kumar का कार्य (2021) ई-कॉमर्स और उपभोक्ता संरक्षण के बीच संबंधों का समेकित विश्लेषण करता है, विशेषकर 2019 के Consumer Protection Act और 2020 के E-Commerce Rules के प्रभाव को परखता है। लेख में उपभोक्ता-शिकायतों की प्रकृति, पंजीकरण-आवश्यकताओं और बाजार-प्लेटफॉर्म के दायित्वों पर बल दिया गया है। (Chawla & Kumar, 2021)

[6]

- b) **Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020 (Ministry of Consumer Affairs)** - सरकारी अधिसूचना (2020) ने ई-कॉमर्स दायरे, प्लेटफॉर्म-जिम्मेदारियों, विक्रेता-मानकों और शिकायत-निवारण तंत्रों की रूपरेखा प्रस्तुत की। नियमों ने ग्राहक-रीफ्रंड, प्रोडक्ट डिस्कलोजर और भुगतान-वापसी के समयसीमाओं को स्पष्ट किया, जिससे नियामक आधार मजबूत हुआ। (Ministry of Consumer Affairs, 2020)^[7]।
- c) **Guidelines for Prevention and Regulation of Dark Patterns — CCPA (2023)** — केन्द्रीय प्राधिकरण की 2023 निर्देशिका ने डार्क-पैटर्न्स की परिभाषा, प्रकार (जैसे false urgency, confirm-shaming, basket-sneaking) और प्लेटफॉर्म-ऑडिट की आवश्यकता पर केन्द्रित मार्गदर्शिका जारी की। यह निर्देशिका डिजिटल-डिज़ाइन के माध्यम से होनेवाली गलत प्रेरणा को रोकने हेतु एक मील का पत्थर बनी। (CCPA, 2023)^[8]।
- d) **CCPA Annual Report (2023-24)** - केन्द्रीय उपभोक्ता प्राधिकरण की वार्षिक रिपोर्ट ने ई-कॉमर्स से जुड़ी शिकायतों, नियामकीय कार्रवाइयों तथा रीफ्रंड-वसूली (उदा. ऑनलाइन ट्रेवल मामलों में ₹1,454 करोड़ की वसूली) का आँकड़ा प्रस्तुत किया; यह दिखाता है कि नियामक सक्रिय हैं पर संरचनात्मक समस्याएँ बनी हैं। (CCPA Annual Report, 2023-24)^[9]।
- e) **Navneet Chandra & Raj Kumar Yadav (2024)** - 2024 के SSRN-आधारित लेख ने ई-कॉमर्स और उपभोक्ता संरक्षण कानूनों के इतिहास, अंतरराष्ट्रीय तुलनात्मक पहलुओं तथा भारत में उभरते कानूनी-निराकरणों का समेकित विश्लेषण दिया। यह शोध बताता है कि नियमों का तकनीकी अनुपालन और संसाधन-गत प्रवर्तन अभी भी चुनौतीपूर्ण है। (Chandra & Yadav, 2024)^[10]।
- f) **विधि-विश्लेषण एवं कॉर्पोरेट कमेंटरी (Trilegal, PRS इत्यादि, 2020-2024)** - कई विधिक-विश्लेषणों (Trilegal, PRS भारत) ने नियमों के टैक्सोनॉमी, बाजार-निर्धारण और बायस/प्लेटफॉर्म-लायबिलिटी के तकनीकी तत्वों पर प्रकाश डाला; इन विश्लेषणों में सुझाव दिया गया कि स्पष्ट नियम होने पर भी जटिल कारोबारी संरचनाएँ अनुपालन को कठिन बनाती हैं। (PRS, Trilegal, 2020-2024)^[11]।
- g) **डेटा-सुरक्षा पर व्यावसायिक विश्लेषण (PwC, LloydLaw, आदि; 2023-2024)** - DPDP-विषयक विमर्श ने संकेत दिया कि डेटा-नियम ई-वाणिज्य के लिए निर्णायक होंगे: प्रोफाइलिंग, लक्षित विज्ञापन और बच्चों के डेटा-प्रोसेसिंग पर सीमाएँ प्लेटफॉर्म-मॉडल को प्रभावित कर सकती हैं; व्यापारी-कम्पनियों को अपनी कन्सेन्ट-मेकैनिज्म और आर्किटेक्चर पुनःडिज़ाइन करनी होगी। (PwC, 2024; Lloyd Law College ब्लॉग)^[12]।
- h) **अकादमिक एवं नीति-रिपोर्ट्स (2020-2024)** - विभिन्न जर्नल-आर्टिकल्स और नीति-रिपोर्ट्स ने उपभोक्ता-शिक्षा, शिकायत-रेगिस्तान (access to redress), और क्रॉस-बोर्डर समस्या पर चिन्ता व्यक्त की। शोधों ने प्रमुख रूप से सुझाव दिया कि डिजिटल-साक्षरता-प्रोग्राम और तेज ऑनलाइन शिकायत-प्रक्रिया (ऑटोमेटेड ट्रैकिंग, SLA-बद्ध निवारण) आवश्यक हैं^[13]।

उपरोक्त साहित्य-समीक्षा से स्पष्ट है कि भारत ने 2019-2023 के कालखंड में नियामक आधार मजबूत किया है पर प्रवर्तन, प्लेटफॉर्म-डिजाइन-प्रैक्टिस और डेटा-नियमों के परिणामस्वरूप व्यावहारिक चुनौतियाँ बनी हैं। इन्होंने नीति-निर्माताओं व शोधकर्ताओं को तीन प्रमुख क्षेत्र सुझाये हैं: (a) प्रवर्तन-क्षमता का सुदृढीकरण; (b) तकनीकी मानकों के माध्यम से पारदर्शिता; तथा (c) उपभोक्ता-शिक्षा एवं सुलभ शिकायत-निवारण। CCPA के 2023 के डार्क-पैटर्न्स दिशानिर्देश और 2023-24 रिपोर्ट से यह भी पता चलता है कि नियामक सक्रिय कदम उठा रहे हैं, किन्तु प्लेटफॉर्म-आडिट और डेटा-सिस्टम की पारदर्शिता की आवश्यकता बनी हुई है।

कार्यप्रणाली (Methodology)

यह अध्ययन मिश्रित-पद्धति (mixed-methods) पर आधारित है, जिसमें गुणात्मक और मात्रात्मक दोनों दृष्टिकोणों का उपयोग किया गया है:

1. द्वितीयक-डेटा संकलन

- आधिकारिक नियम तथा अधिसूचनाएँ: Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020, CCPA Guidelines 2023, CCPA Annual Report 2023-24।
- विधि-विश्लेषण और कानूनी टिप्पणियाँ: PRS, Trilegal, शोध-पत्र (SSRN, जर्नल लेख)।
- उद्योग रिपोर्ट और विशेषज्ञ ब्लॉग: PwC, KPMG, LloydLaw आदि, जो DPDP और ई-कॉमर्स अनुपालन पर प्रकाश डालते हैं।

2. केस-स्टडी विश्लेषण (Case-study analysis)

- पाँच प्रमुख ई-कॉमर्स श्रेणियों (retail, travel, food-delivery, digital content, financial services) से हाल के उपभोक्ता-शिकायतों और CCPA के निर्णय/अनुशासनों का चयन किया गया। इन केस-स्टडी में प्लेटफॉर्म के व्यवहार, रिफंड-प्रक्रिया, नोटिफिकेशन-डिजाइन और उपयोगकर्ता शिकायत समय को विश्लेषित किया गया। (स्रोत: CCPA निर्णय, समाचार रिपोर्ट और प्लेटफॉर्म-पॉलिसी-डाक्यूमेंट्स)।

3. विश्लेषणात्मक ढाँचा (Analytical framework)

- नीति-विश्लेषण (Policy analysis):** नियमों की व्याख्या, दायित्वों और अनुपालन-मापदण्डों का तुलनात्मक विश्लेषण।
- जोखिम-मूल्यांकन (Risk assessment):** डेटा-प्रोसेसिंग, डार्क-पैटर्न्स और वित्तीय-चोरी से जुड़े जोखिमों का आकलन।

- प्रभाव-मेट्रिक्स:** शिकायत-निस्तारण का औसत समय, रिफंड-समय, नियामक-कार्रवाइयों की संख्या व वसूली की राशि (सार्वजनिक रिपोर्टों के आधार पर)।

4. नैतिकता और सीमाएँ (Ethics & Limitations)

- अध्ययन में उपयोग किये गये सभी डेटा सार्वजनिक स्रोतों और आधिकारिक प्रकाशनों से लिये गये हैं; कोई व्यक्तिगत/पहचाने जाने योग्य उपभोक्ता-डेटा प्रयोग नहीं किया गया।
- प्राथमिक सर्वे या इंटरव्यू शामिल नहीं थे - इसलिए उपभोक्ता-प्रेरित व्यवहार के सूक्ष्म मनोवैज्ञानिक पहलुओं पर प्रत्यक्ष प्रमाण सीमित हैं। शोध 2024 तक के दस्तावेजों एवं रिपोर्ट्स पर आधारित है; 2025 के बाद के नियम/रूल-नोटिफिकेशन्स का समावेश बाहर रखा गया है।

विवेचन

1. नियमों और निर्देशों का व्यवहारिक प्रभाव

1.1 Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020 - व्यवहारिक मूल्यांकन

नियमों ने स्पष्ट दायरा: ई-कॉमर्स नियमों ने डिजिटल लेन-देन में खरीदार-बेचने वाले सम्बन्धों को स्पष्ट किया - प्लेटफॉर्म-ड्यूटी (जैसे विक्रेता-विवरण, ट्रेडमार्क जिम्मेदारी), रिटर्न/रीफंड प्रावधान और शिकायत-निवारण तिथि निर्दिष्ट की गयी। इनके प्रभाव से पारंपरिक उपभोक्ता-कानून के डिजिटलकरण में मदद मिली; परन्तु कार्यान्वयन-चुनौतियाँ मुख्यतः संसाधन, टेक्निकल रिपोर्टिंग और प्लेटफॉर्म के बहुराष्ट्रीय संरचनाओं के कारण बनी रहीं। (समीक्षा स्रोत: Rules 2020; PRS) [14].

1.2 CCPA Guidelines (Dark Patterns, 2023) — डिजाइन-निगरानी का महत्व

डार्क-पैटर्न्स पर 2023 निर्देशिका ने डिजिटल UX डिजाइन को नियामक दायरे में लाया - जैसे false urgency, confirm-shaming और basket-sneaking को चिन्हित कर उनके निषेध/निगरानी हेतु प्लेटफॉर्म-ऑडिट का प्रस्ताव रखा गया। यह कदम उपभोक्ता-निर्णय-स्वायत्तता की रक्षा हेतु महत्वपूर्ण है, पर ऑडिटिंग के तकनीकी मानक और अनुपालन की प्रक्रिया को व्यवस्थित करने की आवश्यकता है। (CCPA Guidelines 2023) [15].

2. केस-स्टडी (Case studies)

नीचे सारांश तालिका दी जा रही है जो पाँच प्रमुख श्रेणियों के उदाहरण और प्रमुख समस्याओं को दर्शाती है।

तालिका 1

श्रेणी	मुख्य समस्याएँ (उदाहरण)	नियामक/व्यवहारिक असर
रिटेल (Online marketplaces)	नकली लिस्टिंग, नकली रेटिंग, विक्रेता-शर्तें	प्लेटफॉर्म को विक्रेता-विवरण बाध्य; पर ट्रस्ट-इंडेक्स की कमी बनी
ट्रैवल (Online travel aggregators)	रिफंड देरी, छुपे हुए शुल्क	CCPA ने रिफंड-वसूली में बड़ी राशि वापसी करायी (उदा. ₹1,454 करोड़) ^[16]
फूड-डिलिवरी	अतिरिक्त शुल्क, ऑर्डर-बंडलिंग, डार्क-पैटर्न्स	यूजर्स ने अनुपालन की कमी की रिपोर्ट की; निर्देशों का पालन अनिवार्य
डिजिटल-कॉन्टेन्ट	सब्सक्रिप्शन-रिन्यूअल, छुपा-ऑप्ट-आउट	निरूपण में पारदर्शिता की कमी; उपभोक्ता शिक्षा की आवश्यकता
वित्तीय-सर्विसेज	फेक-ऑफर्स, पेमेंट-स्कैम	RBI और उपभोक्ता नियमों का समन्वय आवश्यक

(डेटा स्रोत: CCPA रिपोर्ट, समाचार कवरेज और उद्योग विश्लेषण)।

3. प्रमुख चुनौतियाँ और कारण

- प्रवर्तन-संसाधन और क्षमता** - नियम होने के बावजूद देशव्यापी ऑडिट, तेज निवारण और सख्त दंडात्मक प्रक्रिया के लिए नियामक संसाधन सीमित रहे। CCPA ने कुछ बड़े मामलों में सफल वसूली की परन्तु समग्र प्रवर्तन-क्षमता में असमानता है।
- प्लेटफॉर्म-रचना और उत्तरदायित्व की अस्पष्टता** - मार्केटप्लेस बनाम इन्वेंटरी-ईकॉमर्स मॉडल में दायित्व भिन्न है; निर्णयों में मुकदमों और ठहराव की स्थिति उत्पन्न होती है। (Rules 2020 में अलग-अलग प्रावधान)
- डाटा-प्रोटेक्शन का विकासशील परिदृश्य** - DPDP/डेटा-नियमों का विकास प्लेटफॉर्म-प्रैक्टिसेस को प्रभावित कर रहा है; प्रोफाइलिंग और लक्षित विज्ञापन पर सीमाएँ व्यवसाय-मॉडल के लिए चुनौतियाँ उत्पन्न कर सकती हैं।
- डार्क-पैटर्न्स की पहचान और तकनीकी जटिलताएँ** - यूआई-लेवल पर धोखाधड़ी को संकेतों के आधार पर पहचानना जटिल है और इसके लिये मानकीकृत ऑडिट टूल्स की जरूरत है [17]।
- उपभोक्ता-जागरूकता और शिकायत-प्रवृत्ति** - साक्षरता न होने से उपभोक्ता अपने अधिकारों का प्रयोग नहीं कर पाते; शिकायतों के लंबित रहने से त्वरित निवारण बाधित होता है। (सार्वजनिक सर्वे/समाचार रिपोर्ट) [18]।

4. नीति-सुझाव (Policy Recommendations)

नीति-निर्माताओं और उद्योग-स्टेकहोल्डर्स के लिये निम्न व्यावहारिक सिफारिशें दी जाती हैं:

- सशक्त प्रवर्तन-डैशबोर्ड और SLA-बाउंड निवारण**
 - CCPA व संबंधित विभागों के लिए एक राष्ट्रीय-डैशबोर्ड तैयार किया जाए जो शिकायत-त्रैकिंग, SLA और पारदर्शिता रिपोर्टिंग को रियल-टाइम दिखाए। इससे प्रवर्तन-कुशलता बढ़ेगी और आवश्यक संसाधन बेहतर आवंटित हो सकेंगे।
- प्लेटफॉर्म-ऑडिट मानक और U/X-रिपोर्टिंग**
 - डार्क-पैटर्न्स की पहचान हेतु मानकीकृत ऑडिट टूलकिट तैयार किया जाए। प्लेटफॉर्म स्व-ऑडिट रिपोर्ट समय-समय पर सार्वजनिक करें और तीसरे पक्ष के ऑडिटर्स द्वारा सत्यापन अनिवार्य करें।
- डेटा-नियमन के अनुरूप अनुपालन-आरम्भिकता**
 - DPDP जैसे डाटा-कानून के प्रभाव को ध्यान में रखते हुए ई-कॉमर्स कंपनियों को डेटा-मैपिंग, न्यूनतम-संग्रह (data minimization) और वेरिफ़ायबल-कन्सेन्ट संचलन अपनाने हेतु प्रोत्साहित किया जाना चाहिए।
- उपभोक्ता-शिक्षा और डिजिटल साक्षरता**
 - केंद्र/राज्य-स्तर पर लक्षित डिजिटल-साक्षरता अभियानों का संचालन करें, विशेषकर ग्रामीण/अल्प-साक्षर तंत्रों में जहाँ धोखाधड़ी का जोखिम अधिक है। शिकायत-निवारण प्रक्रियाओं (NCH ऐप, टोल-फ्री सेवा) के उपयोग को सहज बनाना चाहिए।
- क्रॉस-बोर्डर समन्वय**
 - अंतरराष्ट्रीय विक्रेताओं और सर्वर-होस्टिंग के मामलों के लिए द्विपक्षीय समझौते व तदनुसार जाँच-प्रावधान बनाए जाएँ; इससे डेटा-स्थान और प्रवर्तन में स्पष्टता आएगी। (सामान्य नीति-निर्देश)।

5. निष्कर्ष (Conclusion)

भारत ने ई-कॉमर्स के विकास को सशक्त करते हुए उपभोक्ता-रक्षा के लिये ठोस कानूनी आधार तैयार किया है - Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020 और CCPA के डार्क-पैटर्न्स दिशानिर्देश इसका प्रमाण हैं। तथापि, नियमों की उपादेयता (efficacy) तभी समर्थ होगी जब प्रवर्तन-संरचना, तकनीकी मानक और उपभोक्ता-शिक्षा के संयोजन से व्यवहारिक अनुपालन सुनिश्चित किया जाए। डेटा-सुरक्षा (DPDP) के उभरते फ्रेमवर्क ने ई-वाणिज्य के लिए नए मानदण्ड पेश किये हैं; यह आवश्यक है कि प्लेटफॉर्म अपनी आर्किटेक्चर को इन नियमों के अनुरूप ढालें तथा पारदर्शिता-रिपोर्टिंग अपनाएं। संक्षेप में, सुझाव योग्य प्राथमिक कदम हैं: (a) मानकीकृत प्लेटफॉर्म-ऑडिट और डार्क-पैटर्न्स निगरानी, (b) प्रवर्तन-डेटा-डैशबोर्ड व त्वरित निवारण SLA, (c) डेटा-न्यूनिकरण व कन्सेन्ट-आर्किटेक्चर, तथा (d) उपभोक्ता-शिक्षा कार्यक्रम। ये कदम न केवल उपभोक्ता-हित संरक्षित करेंगे बल्कि ई-कॉमर्स इकोसिस्टम के दीर्घकालिक विश्वास और स्थिरता को भी बढ़ाएंगे। (मुख्य आधिकारिक और विश्लेषणात्मक स्रोतों का उपर्युक्त उद्धरण भाग इस निष्कर्ष को समर्थन देता है)।

संदर्भ

- <https://thc.nic.in/Central%20Governmental%20Rules/Consumer%20Protection%20%28E-Commerce%29%20Rules%2C%202020.pdf>
- PwC India. (2024). DPDP Act: Impact on E-Commerce and Services Sector — blog/insight. <https://www.pwc.in/blogs/digital-data-protection-act.html>
- https://doca.gov.in/ccpa/files/The%20Guidelines%20for%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Dark%20Patterns%2C%202023_1732707717.pdf
- <https://doca.gov.in/ccpa/annual-report/CCPA-Annual-Report-2023-24.pdf>
- DPDP Act: Impact on E-Commerce and Services Sector | PwC India
- Chawla, N., & Kumar, B. (2021). E-Commerce and Consumer Protection in India: The Emerging Trend. *Journal of Business Ethics* (referenced analysis). Retrieved from <https://philpapers.org/rec/CHAEAC-8>.
- Ministry of Consumer Affairs, Food & Public Distribution. (2020). Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020 (G.S.R. 462(E), 23 July 2020). Government of India. <https://thc.nic.in/Central%20Governmental%20Rules/Consumer%20Protection%20%28E-Commerce%29%20Rules%2C%202020.pdf>.
- Central Consumer Protection Authority. (2023). *Guidelines for Prevention and Regulation of Dark Patterns, 2023* (Gazette notification). Department of Consumer Affairs, Government of India. https://doca.gov.in/ccpa/files/The%20Guidelines%20for%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Dark%20Patterns%2C%202023_1732707717.pdf.
- CCPA-Annual-Report-2023-24.pdf
- Chandra, N., & Yadav, R. K. (2024). Evolution of E-commerce and Consumer Protection Laws in India (SSRN / Research paper). https://www.researchgate.net/publication/387441513_Evolution_of_E-commerce_and_Consumer_Protection_Laws_in_India.

11. Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020 - Trilegal
12. PwC India. (2024). DPDP Act: Impact on E-Commerce and Services Sector — [blog/insight. https://www.pwc.in/blogs/digital-data-protection-act.html](https://www.pwc.in/blogs/digital-data-protection-act.html).
13. Digital consumer rights: Navigating the challenges of e-commerce in India
14. Ministry of Consumer Affairs, Food & Public Distribution. (2020). *Consumer Protection (E-Commerce) Rules, 2020* (G.S.R. 462(E), 23 July 2020). Government of India. <https://thc.nic.in/Central%20Governmental%20Rules/Consumer%20Protection%20%28E-Commerce%29%20Rules%2C%202020.pdf>.
15. Central Consumer Protection Authority. (2023). *Guidelines for Prevention and Regulation of Dark Patterns, 2023* (Gazette notification). Department of Consumer Affairs, Government of India. https://doqa.gov.in/ccpa/files/The%20Guidelines%20for%20Prevention%20and%20Regulation%20of%20Dark%20Patterns%2C%202023_1732707717.pdf.
16. <https://doqa.gov.in/ccpa/annual-report/CCPA-Annual-Report-2023-24.pdf>
17. <https://trilegal.com/wp-content/uploads/2023/12/Guidelines-for-Prevention-and-Regulation-of-Dark-Patterns-2023.pdf>
18. <https://timesofindia.indiatimes.com/city/chandigarh/2-in-3-users-of-ride-hailing-apps-in-punjab-and-haryana-report-manipulative-practices/articleshow/125282398.cms>.