

भारत में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 का प्रभाव एवं उसकी व्यवहारिक उपयोगिता

राम बाबू मीना शोधार्थी¹
डॉ भवानी शंकर शर्मा प्रोफेसर²
व्यावसायिक प्रशासन विभाग
राजस्थान विश्वविद्यालय

सारांश:-

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 भारत में उपभोक्ता अधिकारों को सशक्त करने और आधुनिक व्यापारिक परिस्थितियों के अनुरूप एक सशक्त कानूनी ढाँचा प्रदान करने की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है। यह अधिनियम 1986 के अधिनियम का अद्यतन रूप है जिसमें ई-कॉमर्स, उत्पाद दायित्व, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (ब्लू) जैसी नयी व्यवस्थाओं को शामिल किया गया है। इस लेख में अधिनियम 2019 के प्रमुख प्रावधानों, इसके प्रभाव, व्यवहारिक उपयोगिता और इससे जुड़ी चुनौतियों का विश्लेषण किया गया है।

परिचय :-

भारत जैसे विशाल उपभोक्ता-प्रधान देश में उपभोक्ता अधिकारों की सुरक्षा अत्यंत आवश्यक है। आर्थिक उदारीकरण, वैश्वीकरण और तकनीकी प्रगति ने बाजार की संरचना को बदल दिया है। 1986 में लागू उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम ने उपभोक्ताओं को पहली बार एक सशक्त वैधानिक आधार प्रदान किया, लेकिन समय के साथ उभरते डिजिटल बाजार, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म और नई व्यापारिक चुनौतियों ने अद्यतन विधि की आवश्यकता उत्पन्न की। इसी क्रम में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 पारित किया गया। यह अधिनियम उपभोक्ता अधिकारों को नए युग के अनुरूप बनाता है और शिकायत निवारण तंत्र को अधिक सक्षम बनाता है।

उपभोक्ता संरक्षण किसी भी विकसित अर्थव्यवस्था का अनिवार्य अंग है। भारत में उपभोक्ता संरक्षण आंदोलन 1960 के दशक में प्रारंभ हुआ जब उपभोक्ताओं को मिलावटी वस्तुओं, अनुचित व्यापारिक प्रथाओं, एवं शोषण का सामना करना पड़ रहा था। इस आवश्यकता को समझते हुए भारत सरकार ने 1986 में उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम पारित किया, जो उपभोक्ता अधिकारों की सुरक्षा में एक ऐतिहासिक कदम था।

1986 का अधिनियम तीन दशकों तक उपभोक्ताओं की सेवा करता रहा, परंतु समय के साथ व्यापारिक परिवेश में आमूल-चूल परिवर्तन हुए। वैश्वीकरण, उदारीकरण, डिजिटल क्रांति, ई-कॉमर्स का विस्तार, ऑनलाइन सेवाओं का प्रसार, डिजिटल भुगतान प्रणाली, सोशल मीडिया मार्केटिंग जैसे नवीन व्यापारिक मॉडल उभरे। पुराना अधिनियम इन नई चुनौतियों का समाधान नहीं कर पा रहा था। इस परिप्रेक्ष्य में, भारत सरकार ने उपभोक्ता संरक्षण कानून को आधुनिक बनाने का निर्णय लिया। संसद ने अगस्त 2019 में नया उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 पारित किया, जो 20 जुलाई 2020 को लागू हुआ। यह अधिनियम 21वीं सदी की चुनौतियों का सामना करने के लिए व्यापक एवं प्रगतिशील प्रावधान प्रस्तुत करता है।

उद्देश्य एवं शोध की प्रासंगिकता

इस शोध का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 के प्रभाव का मूल्यांकन करना है। विशेष रूप से, यह अध्ययन इस बात पर केंद्रित है कि इस अधिनियम ने उपभोक्ताओं की जागरूकता, शिकायत निवारण की प्रक्रिया, व्यावसायिक जवाबदेही और डिजिटल बाजार की पारदर्शिता पर क्या प्रभाव डाला है। यह शोध यह भी जांचता है कि इस अधिनियम की व्यवहारिक उपयोगिता क्या है और इसके कार्यान्वयन में कौन-कौन सी चुनौतियाँ हैं।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019:- पृष्ठभूमि और प्रमुख प्रावधान

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 को 20 जुलाई 2020 से लागू किया गया। इसका उद्देश्य उपभोक्ताओं को धोखाधड़ी, भ्रामक विज्ञापनों, घटिया उत्पादों और अनुचित व्यापारिक प्रथाओं से सुरक्षा प्रदान करना है। इस अधिनियम ने 1986 के पुराने ढाँचे में कई सुधार किए हैं।

अधिनियम की संरचना

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 में कुल 107 धाराएं एवं 5 अनुसूचियां हैं। अधिनियम को निम्नलिखित भागों में विभाजित किया गया है:-

भाग I: प्रारंभिक (धारा 1-2)

भाग II: उपभोक्ता अधिकार (धारा 3-6)

भाग III: केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (धारा 10-32)

भाग IV: उपभोक्ता विवाद निवारण आयोग (धारा 33-88)

भाग V: दंड एवं प्रक्रिया (धारा 89-94)

मुख्य प्रावधान:-

1. केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना – उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा के लिए एक सशक्त नियामक संस्था।
2. उत्पाद दायित्व (Product Liability) – निर्माताओं, विक्रेताओं और सेवा प्रदाताओं की जिम्मेदारी सुनिश्चित की गई।
3. ई-कॉमर्स एवं डिजिटल लेन-देन के लिए विशेष प्रावधान – ऑनलाइन विक्रेताओं और उपभोक्ताओं के लिए स्पष्ट दिशानिर्देश।
4. त्वरित शिकायत निवारण तंत्र – जिला, राज्य और राष्ट्रीय आयोगों की पुनर्संरचना।
5. भ्रामक विज्ञापनों और अनुचित व्यापारिक प्रथाओं पर नियंत्रण।

अधिनियम की धारा 2 में छह मौलिक उपभोक्ता अधिकारों को मान्यता दी गई है:-

सुरक्षा का अधिकार:- जीवन एवं संपत्ति के लिए हानिकारक वस्तुओं एवं सेवाओं से सुरक्षा

सूचना का अधिकार:- वस्तुओं एवं सेवाओं की गुणवत्ता, मात्रा, शुद्धता, मानक एवं मूल्य की जानकारी प्राप्त करने का अधिकार

चुनने का अधिकार:- प्रतिस्पर्धी मूल्यों पर विभिन्न वस्तुओं एवं सेवाओं में से चुनने का अधिकार

सुनवाई का अधिकार:- उचित मंचों पर अपनी शिकायतें दर्ज कराने एवं सुनवाई का अधिकार

निवारण का अधिकार:- अनुचित व्यापार प्रथाओं या शोषण के विरुद्ध निवारण प्राप्त करने का अधिकार

उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार:- जागरूक उपभोक्ता बनने के लिए शिक्षा प्राप्त करने का अधिकार।

भारत में अधिनियम 2019 का प्रभाव

अधिनियम 2019 ने उपभोक्ता अधिकारों को एक नई दिशा दी है। इससे उपभोक्ताओं में आत्मविश्वास और कानूनी जागरूकता बढ़ी है। डिजिटल युग में जहाँ ऑनलाइन लेन-देन बढ़े हैं, वहाँ इस अधिनियम ने पारदर्शिता और जवाबदेही को सुनिश्चित किया है। CCPA द्वारा कई कंपनियों पर भ्रामक विज्ञापनों के लिए कार्रवाई की गई, जिससे बाजार में जवाबदेही बढ़ी।

इसके अलावा, उपभोक्ता फोरमों के डिजिटलीकरण से शिकायत निवारण में तेजी आई है। ऑनलाइन पोर्टल 'ई-दाखिल' ने देशभर में उपभोक्ताओं को आसान और सुलभ मंच प्रदान किया है। इससे शिकायतों के निस्तारण का समय घटा और उपभोक्ता सहभागिता में वृद्धि हुई।

अधिनियम 2019 को उपभोक्ता अधिकारों को सुरक्षित, सशक्त और पारदर्शी बनाने के उद्देश्य से तैयार किया गया। इसमें 1986 के अधिनियम की कई कमियों को दूर किया गया और डिजिटल युग की चुनौतियों का समाधान करने हेतु नए प्रावधान जोड़े गए। इस अधिनियम ने शिकायत निवारण प्रणाली को अधिक सुलभ बनाया और केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) की स्थापना की, जो उपभोक्ता अधिकारों की निगरानी और भ्रामक विज्ञापनों पर नियंत्रण रखता है।

1. उपभोक्ता सशक्तिकरण में वृद्धि

इस अधिनियम का सबसे बड़ा प्रभाव उपभोक्ताओं की शक्ति और आत्मविश्वास में वृद्धि के रूप में देखा गया है। अब उपभोक्ता न केवल उत्पाद या सेवा के दोष पर शिकायत कर सकते हैं, बल्कि भ्रामक विज्ञापन या अनुचित व्यापारिक व्यवहार के खिलाफ भी कार्रवाई कर सकते हैं। CCPA के गठन से उपभोक्ता अधिकारों की रक्षा के लिए एक केंद्रीकृत और सक्षम निकाय उपलब्ध हुआ, जिसने कई बड़े मामलों में स्वतः संज्ञान लेकर कार्रवाई की। उदाहरण के लिए, भ्रामक विज्ञापन देने वाली कंपनियों पर दंड लगाकर उपभोक्ताओं के अधिकारों को व्यावहारिक रूप से सशक्त किया गया।

2. ई-कॉमर्स और डिजिटल बाजार का नियमन

2019 के अधिनियम ने पहली बार ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों को कानूनी परिधि में लाया। अब ऑनलाइन कंपनियों को उपभोक्ता शिकायतों का उत्तरदायित्व निभाना पड़ता है। 'ई-दाखिल' नामक डिजिटल पोर्टल के माध्यम से उपभोक्ता ऑनलाइन

शिकायत दर्ज कर सकते हैं, जिससे समय, धन और श्रम की बचत होती है। यह अधिनियम डिजिटल व्यापार के बढ़ते दायरे में उपभोक्ता सुरक्षा के लिए एक सशक्त उपकरण बना।

3. उत्पाद दायित्व (Product Liability)

अधिनियम 2019 ने पहली बार भारत में 'उत्पाद दायित्व' की अवधारणा को स्पष्ट रूप से परिभाषित किया। अब किसी दोषपूर्ण उत्पाद या सेवा से उपभोक्ता को हुई हानि के लिए निर्माता, विक्रेता या सेवा प्रदाता कानूनी रूप से जिम्मेदार होंगे। इससे व्यवसायों में जवाबदेही बढ़ी है और कंपनियाँ गुणवत्ता नियंत्रण और सुरक्षा मानकों पर अधिक ध्यान देने लगी हैं। इस प्रावधान ने उपभोक्ताओं को न केवल न्याय प्राप्त करने का अवसर दिया बल्कि व्यवसायिक पारदर्शिता को भी बढ़ावा दिया।

4. शिकायत निवारण प्रणाली में सुधार

अधिनियम 2019 के तहत जिला, राज्य और राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निवारण आयोगों की संरचना को पुनर्गठित किया गया। अब उपभोक्ता अपनी शिकायतें ऑनलाइन पोर्टल (E&Daakhil) के माध्यम से दाखिल कर सकते हैं। शिकायतों का निस्तारण पहले से अधिक तेजी से होने लगा है, और अपील प्रक्रिया को भी सरल बनाया गया है। यह व्यवस्था न्याय तक पहुँच को लोकतांत्रिक और सर्वसुलभ बनाती है।

5. भ्रामक विज्ञापनों पर नियंत्रण

अधिनियम 2019 ने भ्रामक विज्ञापनों को दंडनीय अपराध घोषित किया है। केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण को यह अधिकार प्राप्त है कि वह ऐसे विज्ञापनों को रोक सके, दोषी कंपनियों पर दंड लगा सके और सेलिब्रिटी या विज्ञापनकर्ताओं की जिम्मेदारी भी तय कर सके। इस प्रावधान से उपभोक्ताओं को सटीक सूचना प्राप्त होने लगी है और कंपनियाँ अपने प्रचार में अधिक पारदर्शी होने लगी हैं।

6. न्याय तक आसान पहुँच

पहले उपभोक्ता विवादों का समाधान लंबी न्यायिक प्रक्रिया में फँस जाता था, लेकिन अब त्वरित निवारण तंत्र के कारण सामान्य उपभोक्ता के लिए न्याय प्राप्त करना आसान हो गया है।

राज्य और जिला आयोगों में ई-फाइलिंग सुविधा, वीडियो-कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से सुनवाई जैसी तकनीकी व्यवस्थाओं ने प्रणाली को आधुनिक बनाया है। इससे न्यायिक देरी में कमी आई है और शिकायत निवारण की गति तेज हुई है।

व्यवहारिक उपयोगिता और चुनौतियाँ

हालाँकि अधिनियम 2019 का प्रभाव व्यापक है, परन्तु इसके क्रियान्वयन में कई व्यवहारिक चुनौतियाँ हैं। ग्रामीण उपभोक्ताओं में अभी भी जागरूकता की कमी है। इंटरनेट पहुँच सीमित होने के कारण 'ई-दाखिल' जैसे डिजिटल उपायों का लाभ सीमित वर्ग तक ही पहुँचता है। इसके अलावा, राज्य स्तर पर आयोगों में जनशक्ति और संसाधनों की कमी भी कार्यान्वयन में बाधा बनती है। कई व्यवसायों द्वारा उत्पाद दायित्व के प्रावधानों की अनदेखी की जाती है, विशेषकर छोटे निर्माताओं में। भ्रामक विज्ञापनों पर कार्रवाई बढ़ी है, लेकिन दंडात्मक प्रावधानों के बावजूद उनका प्रभाव स्थायी नहीं है। इससे यह स्पष्ट होता है कि केवल विधिक उपाय पर्याप्त नहीं, बल्कि सामाजिक और शैक्षिक पहल भी आवश्यक हैं। अधिनियम के लागू होने के बाद सरकार एवं विभिन्न संगठनों द्वारा व्यापक जागरूकता अभियान चलाए गए हैं। जागो ग्राहक जागो अभियान को नई ऊर्जा मिली है। सोशल मीडिया, टेलीविजन, रेडियो, एवं प्रिंट मीडिया के माध्यम से उपभोक्ताओं को उनके अधिकारों के बारे में शिक्षित किया जा रहा है। विद्यालयों एवं कॉलेजों में उपभोक्ता क्लब स्थापित किए गए हैं जो युवाओं में उपभोक्ता चेतना विकसित कर रहे हैं।

सुधार हेतु सुझाव

- उपभोक्ता शिक्षा को विद्यालय एवं महाविद्यालय स्तर पर अनिवार्य बनाया जाए।
- ग्रामीण क्षेत्रों में उपभोक्ता जागरूकता अभियानों को बढ़ावा दिया जाए।
- ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों पर उपभोक्ता सुरक्षा के लिए निगरानी सुदृढ़ की जाए।
- उपभोक्ता फोरमों में डिजिटल केस-मैनेजमेंट सिस्टम लागू किया जाए।
- केंद्रीय प्राधिकरण (CCPA) को अधिक स्वायत्तता और वित्तीय संसाधन उपलब्ध कराए जाएँ।

निष्कर्ष

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2019 ने भारत में उपभोक्ता अधिकारों के परिदृश्य को आधुनिक बनाया है। यह अधिनियम उपभोक्ताओं को सशक्त बनाता है, व्यवसायों को जवाबदेह ठहराता है, और डिजिटल युग की नई चुनौतियों से निपटने की

क्षमता देता है। हालाँकि, इसके पूर्ण लाभ के लिए जागरूकता, प्रशिक्षण और संस्थागत सुदृढ़ता आवश्यक है। यदि सरकार, उद्योग और उपभोक्ता तीनों स्तरों पर समन्वय स्थापित करें तो भारत में उपभोक्ता संरक्षण एक प्रभावी और सतत प्रणाली बन सकती है।

सन्दर्भ सूची।

1. भारत सरकार. (2019). उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019. उपभोक्ता मामले मंत्रालय.
2. भारत सरकार. (1986). उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986.
3. केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (CCPA) – दिशा-निर्देश एवं अधिसूचनाएँ.
4. विभिन्न न्यायालयीन निर्णय एवं उपभोक्ता आयोग के केस रिकॉर्ड.
5. उपभोक्ता अधिकार और जागरूकता पर आधारित शोध लेख एवं सरकारी रिपोर्टें.