



वशेष/इन-डेपथ: वशिव उपभोक्ता अधकार दविस; ई-उपभोक्ता अधकार

संदरभ एवं पृष्ठभूमि

वशिव उपभोक्ता अधकार दविस परतविरष 15 मार्च को पूरी दुनयिा में उपभोक्ताओं के अधकारों के संरक्षण के परतएकजुटता परदरशति करने के लयि मनाया जाता है। इसका उददेश्य उपभोक्ताओं के अधकारों के लयि आवाज़ उठाना भी है। वैश्वीकरण और आर्थकि उदारीकरण के दौर में कारोबार के बदलते तरीकों के बीच उपभोक्ता संरक्षण का मुद्दा और भी अहम हो गया है। उपभोक्ता सभी आर्थकि गतविधियों के लयि वास्तवकि नरिणायक कारक है।

अब यह सार्वभौमकि रूप से स्वीकृत कयिा गया है कि उपभोक्ता संरक्षण का वसितार कसिी राष्ट्र की परगतके स्तर का एक वास्तवकि संकेतक है। उत्पादन तथा वतिरण परणालयिों के बढ़ते आकार और जटलिता, वतिरण और बकिरी की परथाओं में परषिकरण का उच्च स्तर तथा वजिजापन आदि जैसे संवर्द्धन के रूपों ने उपभोक्ता संरक्षण की बढ़ती जरूरत में योगदान दयिा है।

- वर्ष 2017 में वशिव उपभोक्ता अधकार दविस का वषिय था **Building a Digital World Consumers can Trust** और इसी क्रम को आगे बढ़ाते हुए 2018 में इसका वषिय **Making Digital Marketplaces Fairer** रखा गया है।

कौन है उपभोक्ता?

उपभोक्ता संरक्षण कानून अधनियिम 1986 की धारा 2 की उपधारा के अनुसार वस्तुओं, पदार्थों या सेवाओं का उपभोग करने वाला और इनका मूल्य चुकाने वाला या चुकाने का वादा करने वाला उपभोक्ता कहलाता है। उपभोक्ता वह है, जो उपभोग के लयि वस्तुओं एवं सेवाओं का करय करता है। सेवाओं को भाड़े पर लेने वाला या इस्तेमाल करने वाला भी उपभोक्ता की श्रेणी में आता है, बशरते इनका वाणजियकि इस्तेमाल न कयिा जाए।

यदि कोई फुटकर व्यापारी कसिी थोक वकिरेता से वस्तुएँ खरीदता है, तो वह उपभोक्ता नहीं है क्योंकि वह तो वस्तुओं को बेचने के लयि खरीदता है। कोई व्यक्ती, जो वस्तुओं एवं सेवाओं का चयन करता है, उन्हें प्राप्त करने के लयि पैसा खर्च करता है तथा अपनी आवश्यकता की पूर्ति हेतु उनका उपयोग करता है, **उपभोक्ता** कहलाता है।

इस लेन-देन में वकिरेता की ईमानदारी सबसे अहम है, क्योंकि इसी पर उपभोक्ता का वशिवास टकिा होता है। लेकिन कई बार वकिरेता ऐसा काम कर देता है कि उपभोक्ता का वशिवास टूट जाता है; और यह बात ऑनलाइन मार्केटगि करने वाले ई-उपभोक्ताओं पर भी लागू होती है।

कयिा है ऑनलाइन शॉपगि?

कंप्यूटर या स्मार्टफोन की स्क्रीन पर आज पूरी दुनयिा का बाज़ार समिट आया है और लोग ऑनलाइन शॉपगि का जमकर इस्तेमाल कर रहे हैं। इंटरनेट और आधुनकि तकनीक ने हमारे जीने के अंदाज़ को पूरी तरह बदल दयिा है। ऑनलाइन शॉपगि के जरयि लोग घर बैठे अपने पसंद की चीज़ें कभी भी खरीद सकते हैं। बाजार में जाकर सामान्य रूप से खरीददारी करने के मुकाबले ऑनलाइन शॉपगि में हर उत्पाद में ज़्यादा विविधता देखने को मिलती है, जसिमें उपभोक्ता को चयन के अवसर अधिक मिलते हैं और कम समय में हर चीज़ के दाम, वतिरण आदकि पता चल जाता है।

सुरक्षा का मुद्दा

यदि कुछ साल पहले की बात करें तो लोग ऑनलाइन शॉपगि को सुरक्षति नहीं मानते थे और उन्हें नजिी बैंक खातों की जानकारी या क्रेडिट कार्ड्स की जानकारी ऑनलाइन कसिी साइट पर शेयर करने में कई प्रकार की शंकाएँ होती थीं। लेकिन आज ऐसा नहीं है, तकनीक उन्नत हुई है, ऑनलाइन खरीदारी को सुरक्षति बनाने के कई उपाय भी कयिे गए हैं। इसी का परिणाम है कि लोग ऑनलाइन खरीदारी ही पसंद करते हैं, वशिषकर युवा वर्ग।

उपभोक्ताओं की नजिी जानकारी की गोपनीयता बनाए रखने के लयि सरकार और शॉपगि साइट्स आधुनकि तकनीक का प्रयोग कर रहे हैं और उपभोक्ता भी ऑनलाइन शॉपगि को लेकर सतर्कता बरतते हैं, लेकिन फरि भी धोखाधड़ी और छल-कपट के मामले अक्सर सामने आते रहते हैं।

भारत में ऑनलाइन बाज़ार परदृश्य

- 2017 में इंटरनेट के माध्यम से देश में 6500 करोड़ रुपए का कारोबार हुआ। 2016 में यह आँकड़ा 4500 करोड़ रुपए था।
- देश में होने वाले कुल ई-कॉमर्स कारोबार में 70 परतशित हसिसेदारी ऑनलाइन ट्रेवल के कषेत्र में है।
- शेष 30 परतशित में फैशन, फर्नीचर, करिना, होटल, खादय, शकिषा, प्रौद्योगकिी तथा ई-टेलगि व अन्य कषेत्रों का हसिसा है।
- भारत में ई-कॉमर्स का बाज़ार 2026 तक 20 हज़ार करोड़ रुपए तक पहुँच जाने की संभावना है।

संयुक्त राष्ट्र के दशान्तरदेश

संयुक्त राष्ट्र संघ ने 9 अप्रैल, 1985 को उपभोक्ता नीति के विकास के लिये मार्गदर्शक सिद्धांतों का एक प्रारूप प्रस्तुत किया था और सदस्य देशों से कानून बनाकर या नीतियों में बदलाव के ज़रिये इन्हें लागू करने का आग्रह किया था। इसमें नमिनलखिति उद्देश्यों को इंगति किया गया था-

- उपभोक्ताओं को संरक्षण व अनुदान देने के लिये देशों की सहायता करना।
- उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं व इच्छाओं के अनुरूप उत्पादन व वितरण पद्धतियों को और अधिक सुवधाजनक बनाना।
- वस्तुओं और सेवाओं के वितरण में लगे व्यक्तियों को उच्च नैतिक आचरण बनाए रखने के लिये प्रोत्साहित करना।
- राष्ट्रीय तथा अंतरराष्ट्रीय स्तरों पर सभी उद्योगों द्वारा अपनाई जाने वाली अनुचित व्यापारिक प्रथाओं को रोकने में देशों की सहायता करना।
- स्वतंत्र उपभोक्ता समूहों के विकास में सहायता।
- उपभोक्ता संरक्षण के क्षेत्र में अंतरराष्ट्रीय सहयोग को बढ़ावा देना।
- ऐसी बाज़ार आधारित स्थितियों को विकसित करना जसिमें उपभोक्ता कम मूल्य पर बेहतर वस्तुएँ खरीद सके।

(टीम दृष्टि इनपुट)

ई-कॉमर्स की सीमाएँ

- विक्रेता से प्रत्यक्ष संपर्क न होने के कारण वह सारी सूचनाएँ नहीं मलि पाती जो वह जानना चाहता है।
- ई-कॉमर्स वेबसाइट की विश्वसनीयता को लेकर भ्रम, मंगाया गया सामान कई बार मलिता ही नहीं या घटिया दर्जे का होता है।
- वास्तु की गुणवत्ता को लेकर संदेह बना रहता है, क्योंकि सामने न होने के कारण इसका अनुमान लगाना कठिन हो जाता है।
- कई बार चीज़ों के दाम बढ़ाकर ले लिये जाते हैं और पुराना या खराब सामान मलिने की आशंका भी बनी रहती है।
- क्रेडिट/डेबिट कार्ड संबंधी गोपनीय जानकारी गलत हाथों में जाने का खतरा बना रहता है, जो कभी-कभी बड़ी आर्थिक हानि का कारण बन जाता है।
- ई-कॉमर्स से जुड़ी कंपनियों की नीतियों के बारे में कोई जानकारी प्रायः नहीं होती।
- अधिक दामों पर बेचने के लिये कंपनियाँ जानबूझकर उस सामान की कमी दिखाती हैं, जिनकी माँग अधिक होती है।
- अधिक लाभ कमाने के लिये सामान में मलिवट तक की जाती है।
- अक्सर सामान की डिलीवरी समय से नहीं होती या डिलीवरी चार्ज ले लेने के बाद भी समय का पालन नहीं किया जाता।
- कई बार उपभोक्ता के पास न तो सामान पहुँचता है और न ही उसके पैसे वापस मलिते हैं।
- सामान यदि वापस करना/बदलना है तो भी कठिनाई का सामना करना पड़ता है।

डजिटल युग में उपभोक्ता अधिकार

सुरक्षा में संध, डाटा की नजिता की सुरक्षा मुख्य क्षेत्र बन गए हैं जिनके संबंध में उपभोक्ताओं को बेहतर संरक्षण प्रदान किये जाने की आवश्यकता है। ई-कॉमर्स संबंधित अनेक शकियातें उपभोक्ता मंचों में प्राप्त होती रहती हैं। यह प्रौद्योगिकी का युग है और इस डजिटल युग में उपभोक्ताओं को शक्ति करना और उनके विवादों का नपिटान करना एक चुनौती है।

भारत में उपभोक्ता अधिकार

- **सुरक्षा का अधिकार:** ऐसी सेवाओं और सामग्रियों के वपिणन के खिलाफ सुरक्षा पाने का अधिकार जो जीवन तथा संपत्ति के लिये जोखिम कारक हैं।
- खरीदी गई वस्तुओं और प्राप्त सेवाओं से न केवल तात्कालिक ज़रूरतें पूरी होनी चाहिये बल्कि इससे दीर्घ अवधि के हति भी पूरे होने चाहिये।
- ग्राहकों को उत्पाद खरीदने से पहले उनकी गुणवत्ता और उत्पादों तथा सेवाओं की गारंटी पर ज़ोर देना चाहिये। उन्हें गुणवत्ता अंकित उत्पादों को खरीदने पर प्राथमिकता लेनी चाहिये।
- ई-कॉमर्स कंपनियों के लिये ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर बिक्री के लिये पैकबंद वस्तुओं की पेशकश करते समय अपनी साइटों पर कुछ घोषणाएँ करना अनविर्य कर दिया गया है।
- **सूचना पाने का अधिकार:** वस्तुओं की गुणवत्ता, मात्रा, शक्ति, शुद्धता, मानक और मूल्य के बारे में जानकारी होना, ताकि अनुचित व्यापार प्रथाओं के खिलाफ उपभोक्ता को सुरक्षा दी जा सके।
- **चुनने का अधिकार:** प्रतस्पर्धी कीमत पर वस्तुओं की कस्मों और सेवाओं पर, जहाँ तक संभव हो, पहुँच पाने का अधिकार सुनिश्चित करना।
- एकाधिकार के मामलों में, इसका अर्थ है उचित कीमत पर संतोषजनक गुणवत्ता और सेवाओं का आश्वासन पाने का अधिकार। इसमें मूलभूत वस्तुओं और सेवाओं का अधिकार भी शामिल है।
- इस अधिकार को प्रतस्पर्धी बाजार में बेहतर रूप से इस्तेमाल किया जा सकता है जहाँ अनेक प्रकार की वस्तुएँ प्रतस्पर्धी कीमतों पर उपलब्ध हैं।
- **सुने जाने का अधिकार:** ग्राहकों के हतियों पर उपयुक्त मंचों में उचित विचार किये जाएँ। इसमें उपभोक्ता कल्याण पर विचार करने के लिये गठित विभिन्न मंचों में अभ्यावेदन का अधिकार भी शामिल है।
- **शकियात नविरण का अधिकार:** उपभोक्ताओं का धोखाधड़ी द्वारा शोषण या अनुचित व्यापार प्रथाओं के खिलाफ शकियात नविरण का अधिकार। इसमें ग्राहक की वास्तविक शकियातों के नषिपक्ष नपिटान का अधिकार भी शामिल है। उपभोक्ताओं को अपनी वास्तविक शकियातों के लिये शकियात अवश्य दर्ज करानी चाहिये।
- **उपभोक्ता शक्ति का अधिकार:** ग्राहक को ज्ञान और कौशल अर्जति करने का अधिकार है, विशेषकर ग्रामीण ग्राहकों को अपने अधिकारों की जानकारी होनी चाहिये और उन्हें इसका उपयोग करना चाहिये।

(टीम दृष्टि इनपुट)

अमेरिका में हुई थी उपभोक्ता आंदोलन की शुरुआत

इसकी शुरुआत अमेरिका से हुई, जहाँ राल्फ नाडर (Ralph Nader) ने एक आंदोलन चलाया था जिसके फलस्वरूप 15 मार्च 1962 को अमेरिकी कांग्रेस में तत्कालीन राष्ट्रपति जॉन एफ. केंनेडी द्वारा उपभोक्ता संरक्षण पर पेश अधिनियम को अनुमोदित किया गया। इसीलिए 15 मार्च को विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के रूप में मनाया जाता है। अमेरिकी कांग्रेस में पारित अधिनियम में शुरुआत में चार विशेष प्रावधान थे-- 1. उपभोक्ता सुरक्षा का अधिकार, 2. उपभोक्ता को सूचना प्राप्त करने का अधिकार, 3. उपभोक्ता को चुनाव करने का अधिकार, 4. उपभोक्ता को सुनवाई का अधिकार। बाद में इसमें समयानुसार और प्रावधान जोड़े जाते रहे।

भारत में उपभोक्ता आंदोलन

भारत में फेयर प्रैक्टिस एसोसिएशन से उपभोक्ता आंदोलन की शुरुआत 1966 में मुंबई से हुई थी, जिसे उद्योगपति जेआरडी टाटा के नेतृत्व में कुछ उद्योगपतियों ने शुरू किया था। इसकी शाखाएँ कुछ प्रमुख शहरों में स्थापित की गईं। स्वयंसेवी संगठन के रूप में ग्राहक पंचायत की स्थापना बी.एम. जोशी ने 1974 में पुणे में की थी। इसके बाद अनेक राज्यों में उपभोक्ता कल्याण हेतु संस्थाओं का गठन हुआ और उपभोक्ता आंदोलन आगे बढ़ता रहा। 9 दिसंबर, 1986 को तत्कालीन प्रधानमंत्री राजीव गांधी की पहल पर उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम संसद ने पारित किया और राष्ट्रपति द्वारा हस्ताक्षरित होने के बाद देशभर में लागू हुआ। इस अधिनियम में बाद में 1993 व 2002 में महत्वपूर्ण संशोधन किये गए। इन व्यापक संशोधनों के बाद यह सरल व सुगम हो गया, लेकिन वर्तमान में तकनीक के प्रसार के मद्देनजर बाज़ार में आए बदलावों के चलते यह कुछ मामलों में लगभग अप्रासंगिक हो गया है। इसीलिए सरकार ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2018 लोकसभा में पेश किया है।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2018

ई-कॉमर्स क्षेत्र में उपभोक्ता संरक्षण का विस्तार करने के लिये विनियामक ढाँचे में सुधार हेतु सरकार एक नया उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2018 ला रही है। इसी वर्ष 6 जनवरी को उपभोक्ताओं के हितों के पर्याप्त संरक्षण से जुड़े उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2015 को वापस लेकर उसकी जगह उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2018 पेश किया गया। यह अधिनियम उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 का स्थान लेगा।

प्रस्तावित अधिनियम के मुख्य प्रावधान

उपभोक्ता की वस्तु पर भाषा: उपभोक्ता वह व्यक्ति है जो अपने इस्तेमाल के लिये कोई वस्तु खरीदता है या सेवा प्राप्त करता है। यह अधिनियम इलेक्ट्रॉनिक तरीके, टेली-शॉपिंग, मल्टी-लेवल मार्केटिंग या सीधे खरीद के ज़रिये किये जाने वाले सभी तरह के ऑनलाइन या ऑफलाइन लेन-देनों को शामिल करता है।

उपभोक्ताओं के अधिकार: जीवन और संपत्ति के लिये खतरनाक वस्तुओं और सेवाओं के खिलाफ सुरक्षा का अधिकार। वस्तुओं और सेवाओं की गुणवत्ता, मात्रा, शुद्धता, मानक, और मूल्य की जानकारी प्राप्त होना। प्रतिसंपर्द्धात्मक मूल्यों पर वस्तु और सेवा उपलब्ध कराने का आश्वासन प्राप्त होना। अनुचित या प्रतर्बिधति व्यापार की स्थिति में मुआवज़े की मांग करने का अधिकार।

केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (Central Consumer Protection Authority-CCPA): उपभोक्ताओं के अधिकारों को बढ़ावा देने, उनका संरक्षण करने और लागू करने के लिये CCPA का गठन किया जाएगा। CCPA अनुचित व्यापार प्रथाओं, भ्रामक वजिज़ापनों तथा उपभोक्ता अधिकारों के उल्लंघन से संबंधित मामलों का विनियमन करेगा। इसके लिये यह अधिनियम CCPA को पर्याप्त रूप से सशक्त करता है। मुख्य आयुक्त की अध्यक्षता वाले CCPA के आदेश के विरुद्ध कोई भी अपील राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद नविवरण आयोग के समक्ष ही की जा सकेगी।

भ्रामक वजिज़ापनों के लिये जुर्माना: CCPA झूठे और भ्रामक वजिज़ापनों के लिये विनियमिता या उत्पाद को एन्डोर्स करने वाली सेलेब्रिटी पर 10 लाख रुपए तक का जुर्माना लगा सकता है और दोबारा अपराध की स्थिति में इसे 50 लाख रुपए तक बढ़ाया जा सकता है। विनियमिता को दो वर्ष तक की कैद और दुबारा अपराध पर पाँच साल की कैद हो सकती है।

यह अधिनियम किसी उत्पाद या सेवा का वजिज़ापन करने से पहले उसके द्वारा किये जा रहे दावे की जाँच का दायित्व उस सेलेब्रिटी पर डालता है जो इसे एन्डोर्स कर रहा है। यदि कोई वजिज़ापन भ्रामक पाया जाता है तो CCPA उस विशेष उत्पाद या सेवा को एक वर्ष तक एन्डोर्स करने से प्रतर्बिधति कर सकता है। एक से ज़्यादा बार अपराध करने पर प्रतर्बिधति की अवधि को तीन वर्ष तक बढ़ाया जा सकता है।

उपभोक्ता फोरम

उपभोक्ता विवाद नविवरण आयोग (Consumer Disputes Redressal Commissions-CDRC): सुई से लेकर हवाई जहाज तक, होटल से लेकर हॉस्पिटल तक, गलत वजिज़ापन या जनता को भ्रमति करने वाले वजिज़ापन, इलेक्ट्रॉनिक उपकरण और इंशोरेंस सेक्टर सहित तमाम क्षेत्र उपभोक्ता फोरम की परधि में आते हैं। कोई भी व्यक्ति जिसके साथ गलत हुआ है उपभोक्त फोरम में शिकायत कर सकता है। इस नए अधिनियम में उपभोक्ताओं की शिकायतों का नविवरण करने के लिये ज़िला, राज्य और राष्ट्रीय स्तर पर CDRC स्थापित किये जाएँगे। कोई भी उपभोक्ता अनुचित और प्रतर्बिधति तरीके के व्यापार, त्रुटिपूर्ण वस्तु या सेवा, अधिक या गलत तरीके से कीमत वसूले जाने और जीवन या सुरक्षा के लिये खतरनाक वस्तु या सेवा के विरुद्ध इसमें शिकायत कर सकेगा। ज़िला CDRC के आदेश के खिलाफ राज्य CDRC के समक्ष और राज्य CDRC के आदेश के खिलाफ राष्ट्रीय CDRC के समक्ष सुनवाई की जा सकेगी। अंतिम अपील सर्वोच्च न्यायालय के समक्ष ही की जा सकेगी।

CDRC का क्षेत्राधिकार: शिकायत कहाँ की जाए, यह बात सामान, सेवाओं की लागत अथवा मांगी गई क्षतिपूर्ति पर निर्भर करती है। ज़िला CDRC 1 करोड़ रुपए तक के मामलों की, राज्य CDRC 1 करोड़ से अधिक लेकिन 10 करोड़ रुपए से कम वाले मामलों की और राष्ट्रीय CDRC 10 करोड़ रुपए से अधिक के मामलों की सुनवाई करेगा। वर्तमान में यदि राशि 20 लाख रुपए से कम है तो ज़िला फोरम में, राशि 20 लाख से अधिक लेकिन एक करोड़ से कम है तो राज्य आयोग के समक्ष और यदि एक करोड़ रुपए से अधिक है तो राष्ट्रीय आयोग के समक्ष शिकायत दर्ज कराने का प्रावधान है।

अनुचित अनुबंध के खिलाफ शिकायत केवल राष्ट्रीय और राज्य CDRC में ही की जा सकेगी। अनुचित अनुबंध में उपभोक्ता से अधिक डिपॉज़िट की मांग

करना, किसी अनुबंध को एकतरफा समाप्त कर देना आदि शामिल हो सकते हैं।

संस्थागत व्यवस्था: यदि जिला, राज्य और राष्ट्रीय आयोग को लगता है कि किसी मामले को मध्यस्थता के द्वारा सुलझाया जा सकता है तो वे इसके लिये एक मध्यस्थता सेल की स्थापना कर उसे मामला सौंप सकते हैं।

इसके अलावा **प्रोडक्ट लायबिलिटी** की व्यवस्था की गई है, अर्थात् उत्पाद के वनिरिमाता अथवा सेवा प्रदाता की ज़िम्मेदारी। इन्हें किसी खराब वस्तु या दोषपूर्ण सेवा के कारण होने वाले नुकसान या चोट के लिये उपभोक्ता को मुआवज़ा देना होगा।

(टीम दृष्टि इनपुट)

नषिकर्ष: भारत जैसे विकासशील देश में व्याप्त वभिन्न सामाजिक-आर्थिक समस्याओं, गरीबी, नरिक्षरता और क्रय शक्ति में कमी के चलते उपभोक्ताओं के ठगे जाने, धोखाधड़ी, गुणों के वपिरीत सामान दिये जाने आदिकी शकियतें प्रायः सुनने को मलिती रहती हैं। उपभोक्ताओं में अपने अधिकारों के प्रति जागरूकता की कमी और शोषण के खिलाफ आवाज़ उठाने के लिये संस्थागत व्यवस्था की कमी इसके प्रमुख कारण हैं। ऑनलाइन शॉपिंग को बदलते वक्त और कंप्यूटर वजिज्ञान का चमत्कार कहा जा सकता है। ऐसे में देश में डजिटिल रूप से सक्षम समाज के बजाय डजिटिल रूप से सशक्त समाज पर ध्यान देने की ज़रूरत है। जसि प्रकार एक उपभोक्ता घर पर बैठे हुए उत्पादों को ऑनलाइन खरीदने में सक्षम है, उसी प्रकार वह उसी रीति से शकियत दर्ज करने और समाधान प्राप्त करने में सक्षम होना चाहिये। सरकार उपभोक्ताओं को डजिटिाइजेशन के पूर्ण लाभ उपलब्ध कराने और ऑनलाइन व्यवस्था से जुड़े जोखिमों के वरिद्ध सुरक्षोपाय करने के लिये बराबर कार्य कर रही है। डजिटिल जागरूकता कार्यक्रमों का सृजन करने के लिये उपभोक्ता मामले वभिग और सूचना एवं प्रौद्योगिकी मंत्रालय साथ मलिकर प्रयास कर रहे हैं। फरि भी इंटरनेट का खुलापन, पहचान की कमी और उपयोगकर्त्ताओं (वशिषकर प्रथम बार उपयोगकर्त्ताओं) की सुरक्षा के प्रति समझ का कम स्तर ऐसे प्रमुख क्षेत्र हैं जनिके संबंध में केंद्रति प्रयास किये जाने की आवश्यकता है।

PDF Refernece URL: <https://www.drishtias.com/hindi/printpdf/e-consumer-rights>

