

भारत सरकार
कारपोरेट कार्य मंत्रालय

लोकसभा

अतारांकित प्रश्न संख्या. 120

(सोमवार, 01 दिसंबर, 2025/10 अग्रहायण, 1947 (शक) को उत्तर के लिए)

प्रतिस्पर्धा अधिनियम, 2002 में संशोधन

120. श्री पी. सी. मोहन:

क्या कारपोरेट कार्य मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि:

(क) क्या सरकार ने डिजिटल बाजार से उत्पन्न चुनौतियों का सामना करने के लिए प्रतिस्पर्धा अधिनियम, 2002 में कोई संशोधन प्रस्तावित किया है या अधिसूचित किया है तथा यदि हाँ, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;

(ख) क्या भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग (सीसीआई) के पास फर्मों, विशेषरूप से बड़े डिजिटल प्लेटफार्मों द्वारा उपयोगकर्ता डेटा के संग्रहण, प्रसंस्करण एवं उपयोग को विनियमित करने के लिए कोई विशेष नियम या अधिकार हैं और यदि हाँ, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;

(ग) क्या सरकार के पास डेटा प्रभुत्व या बहिष्करणीय आचरण जैसी प्रतिस्पर्धा-विरोधी प्रथाओं के लिए उपयोगकर्ता डेटा के दुरुपयोग को रोकने हेतु कोई नियम या उपाय सुझाए गए हैं और यदि हाँ, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है; और

(घ) बेंगलुरु एवं अन्य बड़े शहरों में बढ़ती डिजिटल अर्थव्यवस्था एवं स्टार्टअप पारिस्थितिकी तंत्र के दृष्टिगत डिजिटल बाजार में निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा को प्रोत्साहन देने एवं उपभोक्ता हितों की रक्षा के लिए विधिक ढांचे को सुदृढ़ करने हेतु सरकार द्वारा उठाए गए / उठाए जा रहे कदमों का ब्यौरा क्या है?

उत्तर

कारपोरेट कार्य मंत्रालय में राज्य मंत्री और सड़क परिवहन और राजमार्ग मंत्रालय में राज्य मंत्री।

(श्री हर्ष मल्होत्रा)

(क): डिजिटल बाजारों में चुनौतियों का समाधान करने के लिए, प्रतिस्पर्धा (संशोधन) अधिनियम, 2023 ने प्रमुख सुधार पेश किए जो भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग (सीसीआई) को ऐसे बाजारों को प्रभावी ढंग से विनियमित करने के लिए सशक्त बनाते हैं: उच्च मूल्य वाले डिजिटल बाजार लेनदेन को पकड़ने के लिए भारत में पर्याप्त व्यापार संचालन (एसबीओआई) मानदंड के साथ ₹2,000 करोड़ की डील वैल्यू थ्रेशोल्ड शुरू करना; तेजी से मामले के समाधान के लिए निपटान और प्रतिबद्धता तंत्र; कार्टेल प्रावधानों के भीतर हब-एंड-स्पोक फैसिलिटेटर्स को शामिल करना; वैश्विक-टर्नओवर-आधारित आनुपातिक शास्ति जो पहले दायरे में नहीं थे। अधिनियम धारा 3 के दायरे

का भी विस्तार करता है, जो इसके दायरे में समझौतों की 'किसी अन्य' श्रेणियों को शामिल करने में सक्षम बनाकर प्रतिस्पर्धा-विरोधी समझौतों को नियंत्रित करता है।

(ख) और (ग): प्रतिस्पर्धा अधिनियम में उपयोगकर्ता डेटा के संग्रह, प्रसंस्करण और उपयोग से संबंधित कोई विशिष्ट प्रावधान नहीं है। जबकि डेटा तक पहुंच व्यवसायों को डेटा-संचालित नवाचारों में संलग्न होने में सक्षम बनाती है और उन्हें उपभोक्ता मांग, आदतों, जरूरतों और वरीयताओं का बेहतर आकलन करने में मदद करती है, कम डेटा सुरक्षा मानक सेवाओं की गुणवत्ता को कम करके, संभावित प्रतिस्पर्धियों के लिए प्रवेश बाधाएं पैदा करके, प्रमुख फर्मों को मजबूत करके और विभिन्न बाजारों में प्रतिस्पर्धा को विकृत करके उपभोक्ताओं को नुकसान पहुंचा सकते हैं। सीसीआई अपने आप में डेटा संरक्षण पर ध्यान नहीं देता है। सीसीआई की भूमिका तब सामने आती है जब गैर-मूल्य पैरामीटर के रूप में डेटा का उपयोग प्रतिस्पर्धा-विरोधी प्रथाओं की ओर ले जाता है।

आगे, इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय (एमईआईटीवाई) द्वारा डिजिटल व्यक्तिगत डेटा संरक्षण अधिनियम, 2023 ('अधिनियम') का अधिनियमन है, जो भारत में डिजिटल व्यक्तिगत डेटा के प्रसंस्करण को नियंत्रित करने वाला एक मजबूत ढांचा स्थापित करता है। यह अधिनियम अब पूरी तरह से लागू है और 14 नवंबर 2025 को अधिसूचित डिजिटल व्यक्तिगत डेटा संरक्षण नियम, 2025 के माध्यम से संचालित किया गया है। अधिनियम और नियम, एक साथ व्यक्तिगत डेटा के जिम्मेदार, पारदर्शी और उद्देश्य-बद्ध उपयोग को प्रोत्साहित करते हैं, स्वाभाविक रूप से एक निष्पक्ष और विश्वसनीय डिजिटल इकोसिस्टम का समर्थन करते हैं।

(घ): पैरा (ख) और (ग) में जो उल्लेख किया गया है, उसके अतिरिक्त उपभोक्ता मामले विभाग ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के तहत 23 जुलाई, 2020 को उपभोक्ता संरक्षण (ई-कॉमर्स) नियम, 2020 को अधिसूचित किया, ताकि अनुचित व्यापार कार्यप्रणालियों को रोका जा सके और ई-कॉमर्स क्षेत्र में उपभोक्ताओं की रक्षा की जा सके। ये नियम अन्य बातों के साथ-साथ ई-कॉमर्स संस्थाओं को राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन के साथ एकीकृत होने, एक शिकायत अधिकारी नियुक्त करने और यह सुनिश्चित करने का आदेश देते हैं कि शिकायतों को 48 घंटों के भीतर स्वीकार किया जाए और एक महीने के भीतर उनका समाधान किया जाए। मार्केटप्लेस ई-कॉमर्स इकाई को उत्पाद की जानकारी की सटीकता सुनिश्चित करनी चाहिए, जीएसटीआईएन और पैन विवरण आदि सहित विक्रेता का पूरा विवरण प्रदर्शित करना चाहिए, रिटर्न, रिफंड, वारंटी और डिलीवरी पर स्पष्ट जानकारी प्रदान करनी चाहिए, और रैंकिंग मापदंडों और विक्रेताओं के किसी भी विभेदित व्यवहार का खुलासा करना चाहिए। कोई भी ई-कॉमर्स इकाई अनुचित लाभ प्राप्त करने या अनुचित कीमतें लगाने के लिए वस्तुओं या सेवाओं की कीमत में हेरफेर नहीं करेगी, न ही वह एक ही वर्ग के उपभोक्ताओं के बीच भेदभाव करेगी या अधिनियम के तहत उपभोक्ता अधिकारों को प्रभावित करने वाले मनमाने वर्गीकरण नहीं करेगी।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के प्रावधानों के तहत, केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण (सीसीपीए), एक कार्यकारी एजेंसी, 24.07.2020 को अस्तित्व में आई। यह हस्तक्षेप करने, अनुचित व्यापार कार्यप्रणालियों से उत्पन्न होने वाले उपभोक्ता नुकसान को रोकने और वर्ग कार्रवाई शुरू करने के लिए डिज़ाइन किया गया है, जिसमें रिकॉल, रिफंड और उत्पादों की वापसी का प्रवर्तन शामिल है।

सीसीपीए ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 की धारा 18 द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, ई-कॉमर्स क्षेत्र में पहचाने गए 13 निर्दिष्ट डार्क पैटर्न को सूचीबद्ध करते हुए डार्क पैटर्न की रोकथाम और विनियमन के लिए 30 नवंबर, 2023 को "डार्क पैटर्न की रोकथाम और विनियमन के लिए दिशानिर्देश, 2023" जारी किए हैं। इन डार्क पैटर्न में फाल्स इमर्जेंसी, बास्केट स्नीकिंग, कन्फर्म शेमिंग, फोर्स्ड एक्शन, सब्सक्रिप्शन ट्रैप, इंटरफेस इंटरफेरेंस , बैट एंड स्विच, ड्रिप प्राइसिंग, प्रच्छन्न विज्ञापन, नैगिंग, ट्रिक वर्डिंग, सास बिलिंग और रॉग मैलवेयर शामिल हैं। इसके अतिरिक्त, सीसीपीए द्वारा 5 जून, 2025 को "एक निष्पक्ष, नैतिक और उपभोक्ता केंद्रित डिजिटल इकोसिस्टम बनाने के लिए अपने प्लेटफॉर्म पर डार्क पैटर्न का पता लगाने के लिए ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म द्वारा स्व-ऑडिट पर उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019 के संदर्भ में दिशानिर्देश" जारी की गई थी।
