

“ગ્રાહકને ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતથી રક્ષણ: ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ  
૨૦૧૯ અધિનિયમમાં થયેલા મહત્વપૂર્ણ સુધારા”

**Ms. SONAL BATUKBHAI KAKLOTAR**

**Teaching Assistant**

**Smt. R.M. BHADARKA LAW COLLEGE, PALSANA, SURAT**

**VEER NARMAD SOUTH GUJARAT UNIVERSITY SURAT**

**EMAIL: sonalsonal909@gmail.com**

**DR. HEENA N. MAKWANA**

**Assistant professor,**

**DEPARTMENT OF LAW,**

**VEER NARMAD SOUTH GUJARAT UNIVERSITY SURAT**

**EMAIL: hnmakwana@vnsgu.ac.in**



## સારાંશ

આ સંશોધનનો ઉદ્દેશ ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતો વિશે માહિતી રજૂ કરવાનો છે. આજના સ્પર્ધાત્મક સમયમાં ઘણા વેપારીઓ તેમના ઉત્પાદનો કે સેવાઓ વેચવા માટે તેની ગુણવત્તા, પેકિંગ અને કિંમત અંગે ખોટી અથવા અધૂરી માહિતી આપી ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરે છે. જેના કારણે સામાન્ય લોકો તેનો ભોગ બને છે અને તેમના હિતોને નુકસાન થાય છે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૨૦૧૯એ ભારતમાં ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતો સામે લડવામાં મજબૂત કાયદાકીય માળખું ઊભું કર્યું છે. આધુનિક યુગમાં ડિજિટલ મીડિયાના વિસ્તરતાનો પરિણામે ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતો વધતી જાય છે. આ અધિનિયમે ગ્રાહક સુરક્ષા સત્તામંડળ(CCPA) જેવી સ્વતંત્ર સંસ્થા દ્વારા ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત નિયંત્રણમાં લેવા મહત્વપૂર્ણ પગલાં લીધા છે. આ પેપર ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૨૦૧૯ સંબંધિત સુધારાઓ, ન્યાયિક અભિગમ અને તેની વ્યવહારુ અસર પર ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે.

## પ્રસ્તાવના

આજના યુગમાં જાહેરાતો ગ્રાહકોને આકર્ષવાનો મુખ્ય સાધન બની ગઈ છે. છતાં ઘણી જાહેરાતો ભ્રામક, અર્ધસત્ય અને ખોટી હોય છે, જેના કારણે ગ્રાહકોને આર્થિક નુકસાન થાય છે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૨૦૧૯એ આ સમસ્યાને ગંભીરતાથી લઈ ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત કાયદેસર ગુનો બનાવ્યો છે.

## અભ્યાસના ઉદ્દેશો

1. ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતનો અભ્યાસ કરવા.
2. ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત અંતર્ગત ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૨૦૧૯ 2019 હેઠળ થયેલા નવા સુધારાઓનો અભ્યાસ.
3. ગ્રાહક સુરક્ષા સત્તામંડળ(CCPA) ની સત્તા અને ભૂમિકા સમજાવવી.
4. ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતની સુધારાઓની વ્યવહારિક અસરનું મૂલ્યાંકન ન્યાયિક અભિગમનો અભ્યાસ કરવા.

## સંશોધન પદ્ધતિ

આ અભ્યાસ ગૌણ માહિતી પર આધારિત રહેશે. ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૨૦૧૯ની જોગવાઈઓની તપાસ કરશે. અભ્યાસને લગતી માહિતી વિવિધ પુસ્તકો, જર્નલ, અને ઈન્ટરનેટ સ્ત્રોત પર આધારિત છે. વધુમાં આ અભ્યાસ ભારતમાં ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત પર ન્યાયિક અભિગમ વિશે અહેવાલ રજૂ કરે છે.

## સંશોધન સમસ્યા

ઉત્પાદક અને વેચનાર વેચાણ વધારવા માટે ગ્રાહકોને આકર્ષિત કરે એવી જાહેરાતો દ્વારા વસ્તુની માહિતી ગ્રાહકો સુધી પોહચાડતા હોઈ છે. પરંતુ વધુ નફો મેળવવા માટે વેપારીઓ જાહેરાતમાં ગ્રાહકો ગેરમાર્ગે દોરી તેવી ખોટી અને અધુરી માહિતી આપતા હોઈ છે જેના લીધે ગ્રાહકોનું હિત જોખમમાં મુકાઈ છે. અધિનિયમની જોગવાઈઓની તપાસ કરી કેસ સ્ટડી દ્વારા સમસ્યા વિશે અભ્યાસ કરવામાં આવશે.

## ૨૦૧૯ અધિનિયમમાં થયેલા સુધારા

૧)ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૨૦૧૯ની જોગવાઈ:

ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતની વ્યાખ્યા :

કલમ ૨(૨૮) મુજબ

- કોઈપણ ઉત્પાદન અથવા સેવાના સંબંધમાં એવી જાહેરાત કે જે -
- ઉત્પાદન અથવા સેવાને ખોટી રીતે દર્શાવે
- ગુણવત્તા બાબતે ખોટી ખાતરી આપે અથવા ગેરમાર્ગે દોરે
- ઈરાદાપૂર્વક મહત્વની માહિતી

૨) કેન્દ્રીય ગ્રાહક સુરક્ષા સત્તામંડળનું ભૂમિકા:

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૨૦૧૯ હેઠળ કેન્દ્રીય ગ્રાહક સુરક્ષા સત્તામંડળની સ્થાપના કરવામાં આવી છે જે ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતના કેસમાં તપાસ કરી શકે છે પક્ષકારને નોટીસ આપવાણી સત્તા છે. જાહેરાત ગ્રાહક વર્ગની નુકસાન પોહચે એવી હોઈ તો તેના પર પ્રતિબંધ મૂકી શકે છે.

કલમ ૨૧ મુજબ નિયંત્રણની ભૂમિકા :

- કેન્દ્રીય ગ્રાહક સુરક્ષા સત્તામંડળને એવું જણાય કે જાહેરાત ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરે છે તો તની સામે સુઓમોટો દાખલ કરી તપાસ કરી શકે છે
- કંપની વતી જાહેરાત કરનાર પ્રતિનિધિ જેવા કે સેલીબ્રીટી, ક્રિકેટરો વગેરેની જવાબદાર બનાવી શકે છે.
- ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત કરતી કંપની ને દંડ પણ ફટકારી શકે છે.

### ૩)દંડની જોગવાઈ :(કલમ ૮૯)

ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત કરવા બદલ કેન્દ્રીય ગ્રાહક સુરક્ષા સત્તામંડળ આપવામાં આવેલ આદેશનું ઉલ્લંઘન કરે તો કલમ ૮૯ મુજબ કાર્યવાહી કરવામાં આવશે.

- ૩ વર્ષ સુધીની જેલ
- રૂ. ૧૦ લાખ સુધીનો દંડ અથવા બંને

### ૪) સેલિબ્રિટી એન્ડોર્સમેન્ટ પર જવાબદારી (કલમ ૨(૧૮))

ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ, ૨૦૧૯ માં એન્ડોર્સ કરનાર વ્યક્તિ ને પહેલી વખત સ્પષ્ટ રીતે જવાબદાર ઠેરવવામાં આવ્યા.

એન્ડોર્સર એટલે એવી વ્યક્તિ છે જે કોઈ ઉત્પાદન / સેવા / બ્રાન્ડની જાહેરાતમાં પોતાનું નામ, પ્રતિષ્ઠા જોડે છે.

### ન્યાયિક અભિગમ

1. CCPA vs Byju's Coaching Institutes(૨૦૨૩)
2. CCPA vs. Sensodyne (GlaxoSmithKline Asia Pvt. Ltd
3. Horlicks Ltd. v. Zydus Wellness Products Ltd (૨૦૧૯)
4. Indian Medical Association v. Union of India & Ors.(૨૦૨૪)
5. Indian Medical Association v. Patanjali Ayurved Ltd. & Ors.
6. CCPA v. Gouri Khan / Celebrity Endorser in Real Estate Ads (2023)
7. CCPA v. Shahrukh Khan – BYJU'S Ads
8. CCPA Action Against Bollywood Celebrities (Ranveer Singh, Tamannaah Bhatia, Akshay Kumar)– Online Gaming Ads (2023)
9. Sanjay Dutt Endorsement Case (Pan Masala / Tobacco Ads)

### તારણ અને સૂચન

ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત ગ્રાહકના અધિકાર તથા વસ્તુ ખરીદી કરતી વખતે પસંદગી પર ગંભીર અસર કરે એવું આ અભ્યાસ પરથી તારણ મળ્યું છે. વધુમાં ગ્રાહક સુરક્ષા અધિનિયમ ૨૦૧૯ આવી ગેરવાજબી રીત રસમ સામે અસરકારક કાનૂની જોગવાઈ રજુ કરે છે છતાં પણ ગ્રાહકોમાં વ્યાપક જાગૃતિ અને કાયદામાં સુધારાની જરૂરીયાત છે. જે માટે નીચે કેટલાક સૂચનો આપેલા છે જે ભવિષ્યમાં સુધારા માટે માર્ગદર્શક બની શકે .

1. જાહેરાતનું નિયમન કરતી સંસ્થા જેવી કે ગ્રાહક સુરક્ષા સત્તામંડળ અને એડવર્ટાઇઝિંગ સ્ટાન્ડર્સ કાઉન્સિલ ઓફ ઇન્ડિયાને વધી કાયદાકીય સત્તા આપવામાં આવે જરૂરી અસરકારક કાર્યવાહી કરી શકે.
2. ઉત્પાદકો અને જાહેરાતના બ્રાંડ એમ્બેસેડર માટે કાયદેસરની જવાબદારી નિશ્ચિત કરવી.
3. “ડોક્ટર દ્વારા ભલામણ કરેલ”, ૧૦૦% અસરકારક, સંપૂર્ણ આયુર્વેદિક જેવા દાવા કરતી હોઈ તેવી જાહેરાત માટે વૈજ્ઞાનિક આધાર પુરાવાઓ ફરજિયાત કરવો અને ગ્રાહકો તેને સરળતાથી મેળવી શકતા હોવા જોઈએ.
4. જે માધ્યમો દ્વારા જાહેરાત પ્રકાશિત થતી હોઈ તે માધ્યમોએ જાહેરાતની સત્ય બાબતો અંગે પ્રમાણીકરણ કરવા બાબતે જવાબદારી નક્કી કરવી.
5. ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાત વિશે માહિતી આપવા ગ્રાહક જાગૃતિ અભિયાન ચલાવવા જોઈએ .

### સંદર્ભ સૂચી

1. <https://www.ijllr.com/post/misleading-advertisement-and-its-implications-an-indian-scenario?>
2. <https://repo.journalnx.com/index.php/nx/article/view/2926?>
3. PIB Press Release(  
<https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1808176>)
4. <https://indiankanoon.org/doc/169448954/>
5. <https://www.ascionline.in/wp-content/uploads/2023/08/GUIDELINES-FOR-INFLUENCER-ADVERTISING-IN-DIGITAL-MEDIA.pdf>