

एकाधिकार तथा अवरोधक व्यापारिक व्यवहार अधिनियम के अंतर्गत कीमतों का नियमन: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन

मोनु

स्नातकोत्तर (वाणिज्य), UGC (NET), इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, दिल्ली, भारत

सारांश

एकाधिकार तथा अवरोधक व्यापार व्यवहार अधिनियम, 1969 (MRTP ACT) औद्योगिक सुधार के तहत भारत में लागू किया गया था, जिसका उद्देश्य आर्थिक शक्ति के केंद्रिकरण को रोकना तथा एकाधिकार पर नियंत्रण रखना था। इसके इलावा अन्य उद्देश्य प्रतिबंधात्मक और अनुचित व्यापार की रोकथाम करना था। एकाधिकार तथा अवरोधक व्यापार व्यवहार अधिनियम के समय देश में चौथी पंच वर्षीय योजना लागू थी। MRTP अधिनियम, 1969 का मूल उद्देश्य प्रतिस्पर्धा पैदा करना है।

मूल शब्द: अधिनियम, लोकहित, एकाधिकार, कीमत-निर्धारण, कीमत-अनुरक्षण, प्रतिबंध आदि

प्रस्तावना

कीमत विनियमन के मुख्य उद्देश्यों में से एक है कुछ ऐसे व्यापारिक व्यवहारों पर रोक लगाना जो उपभोक्ता के हितों के लिए हानिकारक हैं। भारत में एम आर टी पी (MRTP) अधिनियम 1969 का उद्देश्य लोकहित को आहत करने वाले एकाधिकारी और अवरोधक व्यापारिक व्यवहारों पर प्रतिबंध लगाना है। व्यापारिक व्यवहारों के विनियमन संबंधी प्रावधानों के अंतर्गत विक्रेताओं सहित विनिर्माताओं, थोक विक्रेताओं और खुदरा व्यापारियों के कीमत-निर्धारण, संबंधी कार्य भी आ जाते हैं। इस अधिनियम के अंतर्गत जो कार्य आ जाते हैं वे हैं— पुनर्विक्रय, कीमत-अनुरक्षण, कीमत विभेदन, सामूहिक कीमत-निर्धारण, स्वार्थचालित कीमत-निर्धारण, सौदाकारी एवं कपटपूर्ण कीमत-निर्धारण तथा अनुचित एवं अत्याधिक कीमत-निर्धारण। इन सब के संबंध में विस्तारपूर्वक चर्चा अग्रलिखित है।

पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण

अपने उत्पादों के पुनर्विक्रय पर ली जाने वाली कीमत पर नियंत्रण रखने के लिए विनिर्माता विक्रेताओं द्वारा ली जाने वाली कीमत को नियत कर देता है। इस प्रकार से वे नियत कीमत से कम पर नहीं बेच सकते। विनिर्माता द्वारा निश्चित कीमत पर से कम पर न बेचने के निर्देश के फलस्वरूप वितरकों में प्रतिस्पर्धा समाप्त हो जाती है। ऐसा करने से उपभोक्ता द्वारा दी गई कीमत उस स्तर से ऊँची रहती है जो शायद अन्यथा नहीं होती। पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण के अंतर्गत कीमते ऊँचे स्तर पर नियत की जाती है जिसके फलस्वरूप उपभोक्ताओं को अधिक कीमते देनी होती हैं।

पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण का अर्थ

पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण से अभिप्राय केवल यही नहीं है कि केवल निर्माता और थोक विक्रेता ही इस बात पर जोर नहीं देते कि वस्तुएँ नियत कीमत से कम पर नहीं बेची जानी चाहिए। इस प्रकार पुनर्विक्रय अनुरक्षण के अंतर्गत थोक विक्रेता या खुदरा विक्रेता को बताई गई पुनर्विक्रय कीमत से कम पर बेचने की अनुमति नहीं होती। न्यायालय ने निर्णय दिया कि आवेदन पत्र में कथित पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण तब लागू नहीं होगा यदि प्रतिवादी ने कीमत सूची में स्पष्ट रूप से बताया हो कि थोक विक्रेताओं और खुदरा विक्रेताओं को इस बात की स्वतंत्रता है कि वे जूतों पर दी गई कीमत से कम कीमत पर बेच सकते हैं,

परन्तु यदि जूतों पर शब्दों और अंकों में मुद्रित हो कि कीमत..... रुपये से अधिक नहीं होनी चाहिए।

उपर्युक्त से पता चलता है कि कुछ स्थितियों में पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण उपभोक्ता हितों के लिए अत्यंत हानिकार सिद्ध होता है। भारत में पुनर्विक्रय अनुरक्षण व्यवहार हो विनियमित करने के लिए एमआरटीपी (MRTP) अधिनियम ने निम्नतम पुनर्विक्रय कीमत पर रोक लगा दी है। इस अधिनियम में प्रावधान है कि किसी व्यक्ति और थोक विक्रेता या खुदरा विक्रेता के बीच का कोई भी करार शून्य माना जाएगा यदि उस करार का उद्देश्य भारत में किसी वस्तु के लिए न्यूनतम कीमत को नियत करना है।

कीमत विभेद

जब कोई निर्माता अथवा उत्पादक अथवा आपूर्तिकर्ता (सप्लायर) एक या एक जैसे उत्पादों के लिए एक वितरक से कम और दूसरे से अधिक कीमत लगाता है तो इसे कीमत विभेद कहते हैं। यह विभेद विभिन्न ग्राहकों/वितरकों/उपभोक्ताओं से अलग-अलग कीमते लेने, निश्चित करने तथा विभिन्न क्रेताओं को विभिन्न दरों पर छूट, कमीशन, कटौती व बट्टे के रूप में किया जाता है। इस व्यवहार का बाजार स्पर्धा पर हानिकारक प्रभाव पड़ता है, क्योंकि अधिक कीमत देने वाला व्यापारी स्पष्ट रूप से कम कीमत पर खरीदने वाले व्यापारी के सामने घाटे की स्थिति में होगा।

कीमत विभेद का प्रतिस्पर्धा पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है क्योंकि उत्पाद के क्रेताओं को छोटे विक्रेताओं पर संदेह हो जाता है कि वे माल की अधिक कीमत ले रहे हैं अतः वे बड़े विक्रेताओं से माल खरीदने लगते हैं। प्रतिस्पर्धा को समाप्त करने के बाद बड़े विक्रेता अंतिम उपभोक्ता को छूटे देना बंद कर सकते हैं।

सामूहिक कीमत-निर्धारण अथवा कपट संधि

कई बार विनिर्माता या आपूर्तिकर्ता आपसी प्रतिस्पर्धा से बचने के लिए अपनी वस्तुओं व सेवाओं के विक्रय के लिए बिक्री की परस्पर सम्मत कीमतें व अन्य शर्तें तय कर लेते हैं। इस तरह के समझौते के फलस्वरूप औपचारिक या अनौपचारिक कार्टिल का निर्माण हो जाता है, जिससे प्रतिस्पर्धी फर्मों के उत्पादों/सेवाओं की कीमतों में एक रूपता आ जाती है। सामूहिक कीमत निर्धारण कपटपूर्ण टेंडर देने और कपटपूर्ण बोली लगाने या बिड रिंगिंग का भी रूप ले सकता है।

कपट संधिपूर्ण टेंडर देना

निर्माण कार्य हेतु प्लांट और मशीनरी की स्थापना, औद्योगिकी। व्यापारिक उपयोग कर्ताओं द्वारा सामग्री को प्राप्त करने, सरकारी विभागों/संस्थाओं आदि द्वारा वसूली के संबंध में टेंडर की विधि को काम में लाया जाता है। टेंडर दो प्रकार के होते हैं।

क) खुला टेंडर जिसके अंतर्गत इसे जनसंचार माध्यमों द्वारा विज्ञापित किया जाता है और पूर्ति करने वाला मुहरबंद बिड को प्रस्तुत कर सकता है।

ख) सीमित टेंडर जिसके अंतर्गत बोली लगाने वालों को बिड करने के लिए आमंत्रित किया जाता है। पहली विधि प्रायः उस स्थिति में अपनाई जाती है जब संबंधित रकम बहुत अधिक होती है और उस समय पर्याप्त होता है। दूसरी विधि उस समय अपनाई जाती है जब रकम बहुत छोटी होती है और आवश्यकता अर्जेंट होती है। क्रेता टेंडर के कागजों में कार्य और सामग्री के संबंध में विशेष विवरण देता है तथा पूर्तिकर्ता टेंडर भरते समय उसके द्वारा दी गई सामग्री संबंधी विशेष विवरण और उसकी कीमतों का उल्लेख करता है। पूर्व निर्धारित तिथि पर सभी बोली लगाने वाले की उपस्थिति में सभी टेंडर खोले जाते हैं। इस प्रकार यह वह व्यवहार है जिसके अंतर्गत वस्तुओं या सेवाओं के विक्रेता (या क्रेता) टेंडर के उत्तर में कोट की जाने वाली कीमतों या क्रय-विक्रय संबंधी अन्य शर्तों के संबंध में गुप्त रूप से समझौता कर लेते हैं।

वे ऐसी दरें या शर्तें कोट करते हैं जिनसे टेंडर के भाग्य-निर्णय का पता पूर्व विदित होता है। इस कपटपूर्ण व्यवहार द्वारा आपूर्तिकर्ताओं के लिए ऊँची दरों को वसूलने का रास्ता साफ हो जाता है। जब किसी इसके विपरित की स्थिति व होती है जब किसी माल की बिक्री (या नीलामी) के लिए टेंडर मांगे जाते हैं। इस स्थिति में कोट की जाने वाली दर बहुत नीची होती है।

स्वार्थचालित कीमत – निर्धारण

स्पर्धा को मिटाने की एक अन्य विधि है कीमत में कटौती करके पूर्तिकर्ता या विनिर्माता द्वारा वहन की गई लागत से भी कम कीमत पर माल को बेचना। ऐसा प्रायः छोटे प्रतिस्पर्धी को बाजार से हटाने के लिए किया जाता है। जिससे प्राप्त एकाधिकार द्वारा ग्राहकों उपभोक्ताओं से मनमानी कीमतें ली जा सकें। इस प्रकार के व्यवहार को प्रायः स्वार्थचालित कीमत-निर्धारण कहा जाता है। मॉडर्न फुड इंडस्ट्रीज के केस (1996) में निर्णय हुआ कि यह सिद्ध करना आवश्यक है कि लागत के नीचे कीमत निश्चित करने का उद्देश्य प्रतिस्पर्धा को व्यवसाय से हटाना था। केवल उत्पादन लागत से कम कीमत पर माल बेचने को तैयार होने को स्वतः ही स्वार्थचालित कीमत-निर्धारण के अंतर्गत ही लाया जा सकता है।

इसके अतिरिक्त, ब्रिटेनिया इंडस्ट्रिज लि. एंड ऐन अदर के केस (1986) में प्रश्न यह था कि क्या मेसर्स जॉनसन छोटे विनिर्माताओं को व्यापार से हटाने के लिए स्वार्थचालित कीमत-निर्धारण कर रहा है। प्रतिवादी जॉनसन एंड जॉनसन कम्पनी लगभग 300 किस्म/आकार के सूटरो का निर्माण कर रही थी।

निष्कर्ष

उत्पादों अथवा सेवाओं की कीमतें निर्धारित करते समय निर्माताओं/विक्रेताओं के लिए विभिन्न कानूनी अनिवार्यता की जानकारी होना लाभदायक है। किसी वस्तु/उत्पाद अथवा सेवा की न्यूनतम कीमत निश्चित करना निषिद्ध तो है ही परंतु साथ ही साथ कीमत विभेद, प्रवंचक कीमत निर्धारण, मोल-भाव एवं कपटपूर्ण एवं अत्याधिक ऊँची कीमत निर्धारण आदि अवैध व्यापारों व्यवहारों को भी एकाधिकार तथा अवरोधक व्यापारिक-व्यवहार (MRTP) अधिनियम 1969 के अंतर्गत गठित

संस्थाओं/विभागों द्वारा उचित कार्रवाई करके दंडित किया जा सकता है।

संदर्भ सूची

1. Gulshan SS, Kapoor GK. Economic, Labour and Industrial Laws, Sultan Chand and sons, New Delhi, 2003:1:3-8.
2. Indira Gandhi National open University, School of Management studies, MS -6 : Marketing management, Sultan Chand and sons, New Delhi, 1989.
3. Kotler CB, Nair Rajan n. Marketing Management. Sultan Chand and sons, New Delhi, 2002.
4. Kotler Philip Gary Armstrong Marketing an Introduction Prentice Hall : Englewood Cliffs, 1987, 11-12.
5. Neelanegham s. Marketing in India cases and readings, Vikas Publishing house: New Delhi, 1988, 42-45.
6. Stanton, William J, Charles Futrell. Fundamentals of Marketing, McGraw Hill : New York, 1987, 12-13.