

અસ્વીકરણ: સ્થાનિક ભાષામાં અનુવાદિત આ ચુકાદા/હુકમનો હેતુ પક્ષકારોને તેમની ભાષામાં જાણકારી ઉપલબ્ધ કરાવવા માત્રનો છે અને તેનો અન્યથા ઉપયોગ થઈ શકશે નહિ. અન્ય તમામ વ્યવહારિક તેમજ સરકારી ઉદ્દેશો માટે મૂળ અંગ્રેજી ચુકાદો/હુકમ જ પ્રમાણિત અને માન્ય રહેશે.

DISCLAIMER: The translated judgement in vernacular language is meant for the restricted use of the litigant to understand it in his/ her language and may not be used for any other purpose. For all practical and official purposes, the English version of the judgement shall be authentic and shall hold the field for the purpose of execution and implementation.

=====

મેસર્સ ઇન્ડિયા ફોટોગ્રાફિક કંપની લિમિટેડ. – વિરુદ્ધ– એચ. ડી. શૌરી

૦૩ ઓગસ્ટ, ૧૯૯૯

વજન અને માપના ધોરણો (પેકેજડ કોમોડિટીઝ) નિયમો, ૧૯૭૭:

નિયમો ૬ (૧) (એફ) અને ૬ (૨)–વિદેશમાં ઉત્પાદિત પરંતુ વિતરિત ફિલ્મ રોલ્સ ભારતમાં–ફિલ્મ રોલ પર છાપવામાં ન આવતી વેચાણ કિંમત–નિર્માતાને તેમજ ડિસ્ટ્રીબ્યુટર અથવા રિટેલરને લાગુ પડતા નિયમ ૬ (૧)–ફિલ્મના પેકેજડ રોલ પર વેચાણ કિંમત છાપવા માટે વિકેતા–નિયમ ૬ (૨) ની જોગવાઈઓ નિયમ ૬ (૧) હેઠળ વેપારીની જવાબદારીઓ ઉપરાંત છે.

પ્રતિવાદી દ્વારા સામાન્ય જનતાના હિતમાં જિલ્લા ગ્રાહક વિવાદ નિવારણ મંચ, દિલ્લી સમક્ષ ફરિયાદ દાખલ કરવામાં આવી હતી. એવો આરોપ મૂકવામાં આવ્યો હતો કે અપીલકર્તા ફિલ્મોના પેકેજો પર કિંમત છાપ્યા વિના કોડકના પ્રતિનિધિ તરીકે ફિલ્મ રોલ્સ વેચતો હતો. એવી દલીલ કરવામાં આવી હતી કે વજન અને માપ (પેકેજડ કોમોડિટીઝ) નિયમો, ૧૯૭૭ના ધોરણોની કલમ ૬ (૧) (ટી) હેઠળ દરેક પેકેજ પર પેકેજની કિંમત છાપવી ફરજિયાત છે.

ડિસ્ટ્રિક્ટ ફોરમે એવું માન્યું હતું કે અપીલકર્તાએ નિયમોનું ઉલ્લંઘન કર્યું છે અને તે મુજબ, અપીલકર્તાને પેકેજ પર ફિલ્મની વેચાણ કિંમત દર્શાવવા નિર્દેશ આપ્યો હતો. અપીલમાં, રાજ્ય આયોગે જિલ્લા મંચના આદેશની પુષ્ટિ કરી અને વધુ નિર્દેશો આપ્યા.

રાષ્ટ્રીય આયોગે પુનરાવર્તન અરજીને ફગાવી દીધી હતી અને સ્પષ્ટતા કરી હતી કે જો અપીલકર્તા દ્વારા જથ્થાબંધ ધોરણે મોટી સંખ્યામાં ફિલ્મ રોલ્સ ધરાવતા કાર્ટન વેચવામાં આવે છે, તો તે પૂરતું પાલન હશે જો તે દરેક કાર્ટન પર દરેક ફિલ્મ રોલની છૂટક કિંમત દર્શાવતું સ્ટીકર લગાવે. તેણે વધુમાં સ્પષ્ટતા કરી હતી કે જો અપીલકર્તાના આઉટલેટમાંથી છૂટક વેચાણ કરવામાં આવે છે, તો ફિલ્મનું એક જ રોલ ધરાવતા દરેક પેકેટ પર કિંમતનું સ્ટીકર હોવું જોઈએ.

આ અદાલત સમક્ષ અપીલમાં અપીલકર્તા દ્વારા દલીલ કરવામાં આવી હતી કે વિતરક દ્વારા ભારતમાં આયાત અને વેચવામાં આવતા ફિલ્મ રોલ્સની કિંમત પ્રકાશિત/છાપવા માટે કોઈ વૈધાનિક આદેશ નથી. એવી રજૂઆત કરવામાં આવી હતી કે નિયમોનો નિયમ ૬ (૧) માત્ર ઉત્પાદકોને જ લાગુ પડે છે અને ડીલરોને નહીં; માત્ર નિયમોનો નિયમ ૬ (૨) લાગુ પડે છે કારણ કે ફિલ્મો વિતરક દ્વારા વેચવામાં આવી રહી હતી અને ઉત્પાદક દ્વારા નહીં; નિયમમાં સંબંધિત સમયે સુધારો કરવામાં આવ્યો હતો અને વેપારીને ફિલ્મ રોલના પેકેજ પર કિંમત લગાવવાથી બાકાત રાખવામાં આવ્યો હતો; અને વેપારી માટે કાયદાની એકમાત્ર જરૂરિયાત નિયમ ૬ (૨) માં જોગવાઈ મુજબ તેના છૂટક વ્યવસાયના પરિસરમાં વસૂલવામાં આવતા સ્થાનિક કરના દર પ્રદર્શિત કરવાની હતી.

અપીલને નકારી કાઢીને કોર્ટે કહ્યું:

૧. ન તો ઉત્પાદક કે ન તો વિતરક અથવા છૂટક વિક્રેતા વજન અને માપ (પેકેજડ કોમોડિટીઝ) નિયમો, ૧૯૭૭ ના ધોરણોના નિયમ ૬ ની જોગવાઈઓનું પાલન કરવાની જવાબદારીમાંથી છટકી શકે છે. નિયમોના નિયમ ૬ ના પેટા-નિયમ (૧) નો ભાર પેકેજ પર છે, પેકેજનું ઉત્પાદન અથવા વેચાણ કરનાર વ્યક્તિ પર નહીં. વેપારી/વિતરકે પણ નિયમ ૬ (૧) ની જોગવાઈઓનું પાલન કરવું પડશે. (૧૬-બી-ડી-ઈ]

૨.૧. નિયમોના નિયમ ૬ ના પેટા-નિયમ (૨) ની જોગવાઈઓ નિયમોના નિયમ ૬ ના પેટા-નિયમ (૧) હેઠળ ઉત્પાદક અને વેપારી પર મૂકવામાં આવેલી જવાબદારીઓ ઉપરાંત છે. [૧૬-બી-સી)

૨.૨. એવું ન કહી શકાય કે ૮.૮.૮૬ પરના નિયમોના નિયમ ૬ (૨) માં સુધારા પછી ડીલરો પર કિંમત દર્શાવવાની કોઈ જવાબદારી નથી. સુધારા દ્વારા, પેટા-નિયમો (૨) અને (૩) નું પુનઃરચના અને સંયોજન કરતી વખતે પેટા-નિયમ (૨) માં માત્ર અનાવશ્યક શબ્દોને દૂર કરવામાં આવ્યા છે. તેથી, ડીલરો તેના સુધારા પહેલા નિયમ ૬ (૨) હેઠળ તેમના દ્વારા કલ્પના કરવામાં આવેલી મૂંઝવણ, જો કોઈ હોય તો, તેમ છતાં, નિયમોના નિયમ ૬ ના પેટા-નિયમ (૧) ની જોગવાઈઓનું પાલન કરવા માટે બંધાયેલા છે. [૧૬-સી-ડી]

=====

દીવાની અપીલીય ન્યાયાધીકારક્ષેત્ર – સિવિલ અપીલ નંબર ૫૩૧૦/૧૯૯૦.

રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક વિવાદ નિવારણ આયોગ, નવી દિલ્હીમાં રિવિઝન પિટિશન નંબર ૨૬/૧૯૯૦

મા તારીખ ૧૩-૦૭-૧૯૯૦ ના ચુકાદા અને હુકમમાંથી

આર. એફ. નરીમન, સુરેશ વોહરા અને ભરત દીપક

– મી. માટે. અપીલકર્તા માટે રાજિન્દર નારાયણ એન્ડ કંપની.
પ્રતિવાદી માટે સુશ્રી નીરૂ વૈદ અને એસ. મુરલીધર.

અદાલતનો ચુકાદો ન્યાયાધીશ-સેઠી દ્વારા આપવામાં આવ્યો હતો.

અહીં અપીલકર્તા કોડકના પ્રતિનિધિ તરીકે ફિલ્મો ધરાવતા પેકેજો પર છાપ્યા વિના ફિલ્મોનું વેચાણ કરી રહ્યો હોવાનો આક્ષેપ કરીને, પ્રતિવાદીએ ગ્રાહકોના હિતોનું રક્ષણ કરવા માટે યોગ્ય નિર્દેશો જારી કરવાની પ્રાર્થના સાથે જિલ્લા ગ્રાહક વિવાદ નિવારણ મંચ, દિલ્લી (ત્યારબાદ 'જિલ્લા મંચ' તરીકે ઓળખાય છે) સમક્ષ ફરિયાદ દાખલ કરી હતી. એવી દલીલ કરવામાં આવી હતી કે વજન અને માપના ધોરણો અધિનિયમ, ૧૯૭૬ હેઠળ જાહેર કરાયેલા પેકેજડ કોમોડિટીઝ નિયમોની જોગવાઈઓ હેઠળ પેકેજો પર ભાવ છાપવાનું ફરજિયાત હતું. અપીલકર્તાએ ફરિયાદના નિકાલમાં તમામ પ્રકારના પ્રતિકાર મૂક્યા હતા. જિલ્લા મંચ સમક્ષ પડતર કાર્યવાહીને રદ કરવાની વિનંતી સાથે આંદ્રપ્રદેશ અને કેરળની ઉચ્ચ અદાલતોમાં લેખિત અરજીઓ દાખલ કરવામાં આવી હતી. જોકે, અપીલકર્તાએ ફરિયાદનો કોઈ જવાબ ન આપવાનું પસંદ કર્યું હતું. ઉચ્ચ અદાલતો, જ્યાં અપીલકર્તા વતી રિટ અરજીઓ દાખલ કરવામાં આવી હતી, તેમણે કાર્યવાહી પર સ્ટે મૂક્યો ન હતો તેનાથી સંતુષ્ટ થતાં, જિલ્લા મંચને જાણવા મળ્યું કે દાખલ કરવામાં આવેલી ફરિયાદ ગ્રાહકોના સામાન્ય હિતમાં હતી, જેઓ ઉત્પાદનની કિંમત જાણવાનો હકદાર હતા જેને સ્પષ્ટ રીતે પ્રદર્શિત કરવાની જરૂર હતી અને જો તે ન કરવામાં આવે તો ગ્રાહકોના હિતો જોખમમાં મુકાઈ જશે, પરિણામે કોડક ફિલ્મોના વેચાણમાં કામ કરતા અનૈતિક રિટેલરો દ્વારા અતિશય કિંમત વસૂલવામાં આવશે. અપીલકર્તાની કાર્યવાહી આ કેસમાં લાગુ પડતા નિયમોનું ઉલ્લંઘન કરતી હોવાનું સંતોષ થતાં, જિલ્લા મંચએ ૨૮ ફેબ્રુઆરી, ૧૯૮૯ના તેના આદેશ દ્વારા અપીલકર્તાને પેકેજ પર ફિલ્મની વેચાણ કિંમત એવી રીતે પ્રદર્શિત કરવાનો નિર્દેશ આપ્યો હતો કે જેથી ઉચ્ચ અદાલતો દ્વારા પસાર

કરવામાં આવેલા સ્ટેના આદેશનું ઉલ્લંઘન ન થાય, જ્યાં જિલ્લા મંચને સૂચના હેઠળ આદેશની તારીખથી એક મહિનાની અંદર રિટ પેન્ડિંગ હતી.અપીલમાં રાજ્ય ગ્રાહક વિવાદ નિવારણ આયોગે (ત્યારબાદ 'રાજ્ય આયોગ' તરીકે ઓળખવામાં આવે છે) એવું માન્યું હતું કે તે અપીલકર્તા-કંપની માટે ન્યાયના હિતમાં નીચેની જોગવાઈઓ માટે હશે;

- (i) રાષ્ટ્રીય દૈનિક પખવાડિયામાં ફિલ્મની કિંમત પ્રકાશિત કરવી;
- (૨) તેના (પેકેટ) પર નોટિસ છાપવી-ડીલરોને ગ્રાહકને વેચતા પહેલા ફિલ્મ પર પ્રાઇસ ટેગ છાપવા અથવા જોડવા માટે કહેવું.
- (૩) દરેક વેપારીને ગ્રાહકને ફિલ્મ વેચતા પહેલા દરેક ફિલ્મ પર કિંમતની કાપલી છાપવા અથવા જોડવા માટે પરિપત્ર બહાર પાડવો અને
- (૪) ગ્રાહકને વેચવામાં આવે તે પહેલાં તેમની પોતાની દુકાન/આઉટલેટમાં દરેક એકમ પર કિંમતની કાપલી જોડો.

રાજ્ય આયોગના આદેશથી અસંતુષ્ટ અપીલકર્તાએ અહીં રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક વિવાદ નિવારણ આયોગનો સંપર્ક કર્યો હતો (જેને હવે પછી 'રાષ્ટ્રીય આયોગ' તરીકે ઓળખવામાં આવે છે, જેમણે આદેશ દ્વારા નીચેના અવલોકનો સાથે પુનરીક્ષણ અરજીને ફગાવી દીધી હતી:-

"જો કે અમે સ્પષ્ટ કરીશું કે જ્યારે મોટી સંખ્યામાં ફિલ્મ રોલ્સ ધરાવતા કાર્ટન તેમના આઉટ-લેટમાંથી જથ્થાબંધ ધોરણે ખુલ્લી સ્થિતિમાં વેચવામાં આવે છે, ત્યારે તે રાજ્ય આયોગ દ્વારા બહાર પાડવામાં આવેલા નિર્દેશોનું પૂરતું પાલન કરશે.જો પુનરાવર્તન અરજદાર દરેક કાર્ટન પર એક સ્ટીકર લગાવે છે જે સ્પષ્ટપણે દર્શાવે છે કે દરેક ફિલ્મ રોલ રિટેલમાં કઈ કિંમતે વેચવાનો છે અને રિટેલરોને પરિપત્ર દ્વારા જાણ કરવામાં આવે છે કે તેઓ સ્ટીકર પર દર્શાવેલ કિંમત કરતાં વધુ કિંમતે રોલ વેચશે નહીં.જો કે, અરજદાર જનપથમાં તેમના આઉટલેટમાંથી છૂટક વેચાણને અસર કરે છે, તો તેમના દ્વારા વેચવામાં આવેલી ફિલ્મનો એક જ રોલ ધરાવતા દરેક પેકેટ પર ફિલ્મ રોલની કિંમત દર્શાવતું સ્ટીકર હોવું જોઈએ.

અપીલકર્તા વતી એવી દલીલ કરવામાં આવે છે કે જિલ્લા મંચ, રાજ્ય આયોગ અને રાષ્ટ્રીય આયોગ

અપીલકર્તાને તેમના વિદ્વાન વકીલ અનુસાર નિર્દેશો જારી કરવામાં ન્યાયી ન હતા કારણ કે ન તો કોઈ નિયમ કે ન તો કોઈ કાયદો ફરજિયાત છે અથવા તેમના પર તેના વિતરક દ્વારા ભારતમાં આયાત કરવામાં અને વેચવામાં આવતા ફિલ્મોના રોલ પર કિંમત પ્રદર્શિત/પ્રકાશિત અથવા છાપવાની જવાબદારી છે. એવી રજૂઆત કરવામાં આવે છે કે વજન અને માપના ધોરણો (પેકેજડ કોમોડિટીઝ રૂલ્સ, ૧૯૭૭ (ત્યારબાદ 'નિયમો' તરીકે ઓળખાતા) ના નિયમ ૬ ના પેટા-નિયમ (૨) માં સંબંધિત સમયે સુધારો કરવામાં આવ્યો હતો, જેમાં વેપારીને ફિલ્મ રોલના પેકેજ પર કિંમત લગાવવાથી બાકાત રાખવામાં આવ્યો હતો. કાયદાની એકમાત્ર જરૂરિયાત એ હતી કે જ્યાં છૂટક વેપાર ચાલી રહ્યો હતો તે જગ્યાના વિશિષ્ટ સ્થળે, જે દરે સ્થાનિક કર વસૂલવામાં આવતો હતો અથવા વેચવામાં આવતી ચીજવસ્તુઓની મહત્તમ કિંમતે સ્પષ્ટપણે પ્રદર્શિત કરવામાં આવતો હતો.

ગ્રાહક વિવાદોના સમાધાન માટે અને તેની સાથે સંબંધિત બાબતો માટે ગ્રાહક પરિષદો, અન્ય સત્તામંડળોની સ્થાપના માટે જોગવાઈઓ કરીને ગ્રાહકોના હિતોનું વધુ સારું રક્ષણ પૂરું પાડવા માટે ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદો, ૧૯૮૬ ઘડવામાં આવ્યો છે. આ કાયદો વ્યાપક ગ્રાહક સંરક્ષણ ચળવળના પરિણામે ઘડવામાં આવ્યો હતો. ૨૭મી મે, ૧૯૮૩ના રોજ ગ્રાહક સંરક્ષણ પર સેક્રેટરી જનરલના અહેવાલના આધારે, સંયુક્ત રાષ્ટ્ર આર્થિક અને સામાજિક પરિષદે ભલામણ કરી હતી કે વિશ્વ સરકારોએ તેમાં નિર્ધારિત માર્ગદર્શિકાને ધ્યાનમાં રાખીને સુસંગત ગ્રાહક સંરક્ષણ નીતિ વિકસાવવી, મજબૂત કરવી અને અમલમાં મૂકવી જોઈએ. દરેક સરકાર પોતાના લોકોની જરૂરિયાતોને ધ્યાનમાં રાખીને અને સૂચિત કાયદાના ખર્ચ અને લાભને ધ્યાનમાં રાખીને દેશની આર્થિક અને સામાજિક પરિસ્થિતિઓ અનુસાર ગ્રાહકોની સુરક્ષા માટે પોતાની પ્રાથમિકતાઓ નક્કી કરવા માટે બંધાયેલી હતી. સરકારે ગ્રાહક સુરક્ષા નીતિઓ વિકસાવવા, અમલમાં મૂકવા અને દેખરેખ રાખવા માટે જાહેર સંસ્થાઓની સ્થાપના તેમજ નાણાકીય સુવિધાઓ સહિત પર્યાપ્ત માળખાગત સુવિધાઓ પૂરી પાડવાની હતી. વિકાસશીલ દેશોમાં નવા ઉત્પાદનોની રજૂઆતનું

મૂલ્યાંકન સંબંધિત દેશ અથવા પ્રદેશની હાલની ઉત્પાદન, વિતરણ અને વપરાશની રીતને ધ્યાનમાં રાખીને સ્થાનિક પરિસ્થિતિઓના સંબંધમાં કરવામાં આવતું હતું.કોન્ટ્રાક્ટ એક્ટ, સ્ટાન્ડર્ડ્સ ઓફ વેઇટ્સ એન્ડ મેઝર્સ એક્ટ, મોટર વ્હીકલ એક્ટ, મોનોપોલીઝ એન્ડ રિસ્ટ્રિક્ટેડ ટ્રેડ પ્રેક્ટિસિસ એક્ટ, ફૂડ એડલ્ટરેશન એક્ટ વગેરે જેવા વિવિધ કાયદાઓ ગ્રાહકોને રાહત આપવામાં અપૂરતા હોવાનું જણાયું હતું.આંતરરાષ્ટ્રીય જવાબદારીઓનું પાલન કરવા અને દેશમાં ગ્રાહકોના હિતોનું રક્ષણ કરવા માટે, ગ્રાહક સંરક્ષણ અધિનિયમ, ૧૯૮૬ ઘડવામાં આવ્યો હતો (ત્યારબાદ તેને '૧૯૮૬ અધિનિયમ' કહેવામાં આવે છે.)ગ્રાહક ચળવળ અને ગ્રાહકના અધિકારોના રક્ષણ માટેની આંતરરાષ્ટ્રીય જવાબદારીઓના સંદર્ભમાં, સંબંધિત કાયદાને તર્કસંગત રીતે અર્થઘટન કરવાના અને કાયદામાં નિર્ધારિત ઉદ્દેશ્યને પ્રાપ્ત કરવાના ઉદ્દેશ્ય સાથે અહીં જોગવાઈ કરવામાં આવી છે. તકનીકી અભિગમ નહીં પણ તર્કસંગત અભિગમ એ કાયદાનો આદેશ છે.

વજન અને માપના ધોરણો અધિનિયમ, ૧૯૭૬ (૧૯૭૬નો અધિનિયમ ૬૦) વજન અને માપના ધોરણો સ્થાપિત કરવા, વજન અને માપમાં આંતરરાજ્ય વેપાર અથવા વાણિજ્યનું નિયમન કરવા અને વજન, માપ અથવા સંખ્યા દ્વારા વેચવામાં અથવા વહેંચવામાં આવતી અન્ય ચીજવસ્તુઓનું નિયમન કરવા અને તેની સાથે સંબંધિત અથવા આનુષંગિક બાબતોની જોગવાઈ કરવા માટે ઘડવામાં આવ્યો હતો.કલમ ૮૩ કેન્દ્ર સરકારને ઉપરોક્ત કાયદાની જોગવાઈઓનું પાલન કરવા માટે નિયમો બનાવવાની સત્તા આપે છે. ઉપરોક્ત સત્તાઓનો ઉપયોગ કરીને, કેન્દ્ર સરકારે "વજન અને માપના ધોરણો (પેકેજડ કોમોડિટીઝ) નિયમો ૧૯૭૭ (ત્યારબાદ 'નિયમો' તરીકે ઓળખાય છે) "બનાવ્યા હતા.પ્રકરણ II છૂટક વેચાણ માટેના પેકેજોને લાગુ પડતી જોગવાઈઓ સાથે સંબંધિત છે.નિયમ ૩ એ જોગવાઈ કરે છે કે ઉપરોક્ત પ્રકરણની જોગવાઈઓ છૂટક વેચાણ માટેના પેકેજોને લાગુ પડશે અને જ્યારે તે થાય ત્યારે "પેકેજડ" શબ્દનો અર્થ તે મુજબ કરવામાં આવશે.નિયમ ૪ એ જોગવાઈ કરે છે કે કોઈ પણ વ્યક્તિ વેચાણ, વિતરણ અથવા વિતરણ માટે

કોઈ પણ ચીજવસ્તુને પ્રી-પેક અથવા કારણ અથવા પ્રી-પેક કરવાની મંજૂરી આપશે નહીં સિવાય કે તે પેકેજ કે જેમાં ચીજવસ્તુ પ્રી-પેક હોય તેના પર અથવા લેબલ પર સુરક્ષિત રીતે એવી ઘોષણા કરવામાં આવે કે જે નિયમો હેઠળ કરવાની જરૂર હોય. નિયમ ૫ મુજબ ચોક્કસ ચીજવસ્તુઓને માત્ર પ્રમાણભૂત પેકેજમાં પેક કરીને વેચવી જરૂરી છે. નિયમ ૬ જે સંબંધિત સમયે અસ્તિત્વમાં હતો તે આ રીતે પૂરી પાડવામાં આવેલ છે:—

"૬. દરેક પેકેજ પર જાહેરાત કરવામાં આવશે —

૧) દરેક પેકેજ પર તેના પર અથવા તેમાં સુરક્ષિત રીતે લગાવેલા લેબલ પર આ પ્રકરણની જોગવાઈઓ અનુસાર કરવામાં આવેલી ચોક્કસ સાદા અને સ્પષ્ટ ઘોષણા હશે, જેમ કે —

(એ) ઉત્પાદકનું નામ અને સરનામું, અથવા જ્યાં ઉત્પાદક પેકર નથી, પેકરનું અથવા ઉત્પાદકની લેખિત સંમતિ સાથે;

(બી) પેકેજમાં સમાવિષ્ટ ચીજવસ્તુના સામાન્ય અથવા સામાન્ય નામો;

સમજૂતી:— ચીજવસ્તુ ના સંબંધમાં સામાન્ય નામનો અર્થ ચીજવસ્તુના જીનસનું નામ થાય છે, ઉદાહરણ તરીકે, સામાન્ય મીઠાના કિસ્સામાં, સોડિયમ ક્લોરાઇડ એ સામાન્ય નામ છે.

(સી) પેકેજમાં સમાવિષ્ટ ચીજવસ્તુના વજન અથવા માપના પ્રમાણભૂત એકમના સંદર્ભમાં ચોખ્ખો જથ્થો અથવા જ્યાં ચીજવસ્તુના નંબર દ્વારા પેક કરવામાં આવે છે અથવા વેચવામાં આવે છે, પેકેજમાં સમાવિષ્ટ ચીજવસ્તુની સંખ્યા;

(ડી) મહિનો અને વર્ષ કે જેમાં કોમોડિટીનું ઉત્પાદન કરવામાં આવે છે અથવા પ્રી-પેક કરવામાં આવે છે

(ઈ) પેકેજમાં સમાવિષ્ટ ચીજવસ્તુનો એકમ:

જો કે આ નિયમોની ત્રીજી અનુસૂચિ અને છઠ્ઠી અનુસૂચિમાં નિર્દિષ્ટ પ્રમાણભૂત માત્રામાં પેક કરેલા પેકેજોના કિસ્સામાં આ ઘોષણા જરૂરી નથી:

વધુમાં જોગવાઈ કરવામાં આવી છે કે આવી જાહેરાત આ ચીજવસ્તુઓના પેકેજોના કિસ્સામાં જરૂરી રહેશે નહીં જે ત્રીજી અનુસૂચિમાં નિર્દિષ્ટ નથી પરંતુ ૫૦ ગ્રામના જથ્થામાં પેક કરવામાં આવે છે. ૧૦૦ગ્રામ. ૨૦૦ગ્રામ, ૫૦૦ ગ્રામ ૧ કિલો. ૨કિલો., ૫કિલો., અથવા ૫ કિલોના ગુણાંકમાં. અથવા ૫૦ મિલી, ૧૦૦ મિલી. ૨૦૦ એમએલ. ૫૦૦ એમએલ. ૧ લિટર, ૨ લિટર, ૫ લિટર અને ૫ લિટરના ગુણાંકમાં.

(એફ) પેકેજની વેચાણ કિંમત;

(જી) જ્યાં પેકેજમાં સમાવિષ્ટ કોમોડિટીના કદ સુસંગત હોય, ત્યાં પેકેજમાં સમાવિષ્ટ કોમોડિટીના પરિમાણો અને જો વિવિધ ટુકડાઓના પરિમાણો અલગ હોય, તો આવા દરેક અલગ ભાગના પરિમાણો;

(એચ) આ નિયમોમાં નિર્દિષ્ટ કરવામાં આવેલી અન્ય બાબતો:

પૂરી પાડવામાં આવેલ છે કે -

{a) જે મહિનામાં અને વર્ષમાં કોમોડિટીનું ઉત્પાદન કરવામાં આવે છે અથવા પ્રી-પેક કરવામાં આવે છે તે અંગે કોઈ ઘોષણા કરવાની જરૂર રહેશે નહીં

-

(i) પ્રવાહી દૂધ ધરાવતી કોઈ પણ બોટલ, ઘટક તરીકે દૂધ ધરાવતી પ્રવાહી પીણાં, હળવું પીણું, પીરસવા માટે તૈયાર ફ્લોના પીણાં અથવા તેના જેવા, જે ગ્રાહક દ્વારા રિફિલ કરવા માટે પરત કરી શકાય છે;

((ર) બ્રેડ ધરાવતું કોઈપણ પેકેજ અને (એ) શાકભાજી, (બી) ફળો, (સી) આઈસ્ક્રીમ, (ડી) માખણ, (ઈ) ચીઝ, (એફ) માછલી, (જી) માંસ અથવા (એચ) અન્ય કોઈ ચીજવસ્તુ; (આઈ. એ.) પાઉચમાં પ્રવાહી દૂધ;

(૩) ધાતુના ઉત્પાદનો ધરાવતું કોઈપણ પેકેજ;

((iv) પ્રવાહીકૃત પેટ્રોલિયમ ગેસ અથવા અન્ય કોઈ ગેસ ધરાવતું કોઈપણ નળાકાર;

((v) રાસાયણિક ખાતર ધરાવતું કોઈપણ પેકેજ;

{બી) જે મહિનામાં કોઈ પણ ચીજવસ્તુને પૂર્વ-પેક કરવામાં આવી હોવાની અપેક્ષા હતી તે મહિના દરમિયાન તેની પરની કોઈપણ પેકેજિંગ સામગ્રી તે મહિના દરમિયાન સમાપ્ત થઈ ન જાય, તો આવી પેકેજિંગ સામગ્રીનો ઉપયોગ આગામી મહિના દરમિયાન ઉત્પાદિત અથવા ઉત્પાદિત સંબંધિત ચીજવસ્તુને પૂર્વ-પેક કરવા માટે થઈ શકે છે અને તે પછી નહીં, પરંતુ કેન્દ્ર સરકાર, એવું માની શકે છે કે ઉત્પાદક અથવા પેકરના નિયંત્રણની બહારના કોઈ પણ સંજોગોને કારણે ઉપરોક્ત સમયગાળા દરમિયાન આવી પેકેજિંગ સામગ્રી સમાપ્ત થઈ શકી નથી, જે દરમિયાન

આવી પેકેજિંગ સામગ્રીનો ઉપયોગ કરી શકાય તે સમય લંબાવી શકે છે, અને જ્યાં આવી કોઈપણ પેકેજિંગ સામગ્રી સમાપ્ત થાય તે પહેલાં સમાપ્ત થઈ જાય છે. તેના પર દર્શાવેલ મહિનામાં, આગામી મહિના દરમિયાન ઉપયોગમાં લેવાતી પેકેજિંગ સામગ્રીનો ઉપયોગ સંબંધિત કોમોડિટીના પ્રી-પેકિંગ માટે થઈ શકે છે.

{ગ) વેચાણ કિંમત અંગે કોઈ જાહેરાત કરવાની જરૂર રહેશે નહીં –

(i) (a) શાકભાજી, (b) ફળો, (c) આઈસ્ક્રીમ, (d) ચીઝ, (e) માખણ, (f) માછલી, (g) માંસ અથવા (h) અન્ય કોઈ ચીજવસ્તુ જેવી કોઈ બિનજરૂરી પેકેજ

((ર) પ્રવાહી દૂધ ધરાવતી કોઈપણ બોટલ, ઘટક તરીકે દૂધ ધરાવતી પ્રવાહી પીણાં, હળવું પીણું, પીરસવા માટે તૈયાર ફળોના પીણાં અથવા તેના જેવા, જે ગ્રાહક દ્વારા રિફિલ કરવા માટે પરત કરી શકાય છે;

(૩) આલ્કોહોલિક પીણાં અથવા સ્પિરિટ્યુસ દારૂ ધરાવતી કોઈપણ બોટલ;

((iv) ૧૫ કિલો અથવા ૧૫.૧ કિલોથી વધુ પશુ આહાર ધરાવતું કોઈપણ પેકેજ;

((v) જે ચીજવસ્તુ માટે હાલમાં અમલમાં હોય તેવા કોઈ કાયદા દ્વારા અથવા તે હેઠળ નિયંત્રિત કિંમત નક્કી કરવામાં આવી હોય તેવું કોઈ પેકેજ.

સમજૂતી I. જે મહિનામાં અને વર્ષમાં ચીજવસ્તુઓ અગાઉથી પેક કરવામાં આવે છે તે શબ્દોમાં અથવા મહિના અને વર્ષ દર્શાવતા અંકો દ્વારા અથવા બંને દ્વારા વ્યક્ત કરી શકાય છે.

સમજૂતી II. પ્રવાહી દૂધમાં ઘટ દૂધનો સમાવેશ થતો નથી.

(ર) દરેક વેપારી અથવા અન્ય વ્યક્તિ કે જે પેકેજડ સ્વરૂપમાં કોઈપણ કોમોડિટીનું છૂટક વેચાણ કરે છે, જ્યાં ઉત્પાદક અથવા પેકર દ્વારા આવા પેકેજ પર દર્શાવેલ કિંમતે સ્થાનિક કરવેરો ઉમેરવો પડે છે, તે પરિસરની સ્પષ્ટ જગ્યા પર સ્પષ્ટપણે પ્રદર્શિત કરશે જેમાં તે

પોતાનું છૂટક વેચાણ કરે છે, પેકેજડ સ્વરૂપમાં વેચાયેલી કોમોડિટીના સંદર્ભમાં સ્થાનિક કર જે દરે વસૂલવામાં આવે છે.

એવી દલીલ કરવામાં આવે છે કે આ કેસમાં માત્ર નિયમ ૬ નો પેટા-નિયમ (૨) લાગુ પડતો હતો કારણ કે કોડક ફિલ્મોના રૂપમાં માલ વિતરક દ્વારા વેચવામાં આવતો હતો, ઉત્પાદક દ્વારા નહીં. વધુમાં એવી દલીલ કરવામાં આવે છે કે નિયમ ૬ નો પેટા નિયમ (૧) માત્ર ઉત્પાદકોને જ લાગુ પડે છે. અમે આવી રજૂઆતથી સંતુષ્ટ નથી. આવી અરજી સ્વીકારવાથી ૧૯૮૬ના કાયદાની જોગવાઈઓ નિષ્ફળ જશે અને તે રીતે વિદેશી ચીજવસ્તુઓના છૂટક વેપારીઓ અથવા વિતરકોને ગ્રાહકને કોમોડિટીની વાસ્તવિક કિંમત જાણ કર્યા વિના તેમની અનુકૂળતા અનુસાર કિંમતો વસૂલવા માટે પ્રોત્સાહિત કરશે. નિયમોના નિયમ ૬ (૧) નું અવલોકન સ્પષ્ટપણે દર્શાવે છે કે પેટા-નિયમનો ભાર પેકેજ પર છે, પેકેજનું ઉત્પાદન અથવા વેચાણ કરનાર વ્યક્તિ પર નહીં. પેટા-નિયમ (૨) ની જોગવાઈઓ દેખીતી રીતે નિયમોના નિયમ ૬ ના પેટા-નિયમ (૧) હેઠળ ઉત્પાદક અને વેપારી પર મૂકવામાં આવેલી જવાબદારીઓ ઉપરાંત હોવાનું જણાય છે. અમે અપીલકર્તાના વિદ્વાન વકીલની દલીલથી પણ પ્રભાવિત નથી કે ૮-૮-૧૯૮૬ પર તેના સુધારા પહેલાં, પેટા-નિયમ (૨) જે તે સમયે હતો તે કિંમત દર્શાવવાની આવી જવાબદારી મૂકે છે પરંતુ તે પછી નહીં. સુધારા દ્વારા પેટા-નિયમો (૨) અને (૩) ની જોગવાઈઓ પેટા-નિયમ (૩) ને કાઢીને જ પેટા-નિયમ (૨) માં સામેલ કરવામાં આવી હોવાનું જણાય છે. તેના સુધારા પહેલા પેટા-નિયમ (૨) માં અસ્તિત્વમાં રહેલા અનાવશ્યક અને વધારાના શબ્દો અહીં અગાઉ નોંધ્યા મુજબ નિયમ ૩, ૪, ૫ અને ૬ નો સમાવેશ કરતા પ્રકરણ II ની ચોક્કસ જોગવાઈઓને ધ્યાનમાં રાખીને યોગ્ય રીતે દૂર કરવામાં આવ્યા હતા. તેથી, ડીલરો તેના સુધારા પહેલાં નિયમ ૬ (૨) હેઠળ તેમના દ્વારા કોઈ મૂંઝવણની કલ્પના કરવામાં આવી હોય તો પણ નિયમોના નિયમ ૬ ના પેટા-નિયમ (૧) ની જોગવાઈઓનું પાલન કરવા માટે બંધાયેલા છે.

દલીલ દરમિયાન પ્રતિવાદી વતી હાજર રહેલા વિદ્વાન વકીલે અમને કોડક ફિલ્મોના કેટલાક પેકેજો બતાવ્યા છે જેમાં તમામ કરવેરા સહિત મહત્તમ છૂટક કિંમત પહેલેથી જ પ્રદર્શિત કરવામાં આવી છે.તે નોંધવું યોગ્ય છે કે તે પેકેજો પર "ભારતની બહાર પુનર્વેચાણ માટે નહીં" નો ચોક્કસ ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો છે.એવું લાગે છે કે કોડક ફિલ્મ્સ, એક બહુરાષ્ટ્રીય કંપનીનું ઉત્પાદન ભારતમાં ઉત્પાદિત અને વિતરિત કરવામાં આવી રહ્યું છે, આમ જ તો ઉત્પાદક કે જ તો વિતરક કે રિટેલર નિયમોના નિયમ ૬ ની જોગવાઈઓનું પાલન કરવાની જવાબદારીમાંથી છટકી શકે નહીં.

વિવિધ પાસાઓમાંથી આ બાબતની તપાસ કર્યા પછી, અમને રાષ્ટ્રીય આયોગના ક્રમમાં દખલગીરીની જરૂર હોય તેવી કોઈ નબળાઈ અથવા ગેરકાયદેસરતા જોવા મળતી નથી.અપીલ તે મુજબ બરતરફ કરવામાં આવે છે, પરંતુ સંજોગોમાં ખર્ચ અંગે કોઈ આદેશ વિના.

અરજી ફગાવી દેવામાં આવી છે.

This judgment has been translated using AI Tool – SUVAS.

=====

અસ્વીકરણ: સ્થાનિક ભાષામાં અનુવાદિત આ ચુકાદા/હુકમનો હેતુ પક્ષકારોને તેમની ભાષામાં જાણકારી ઉપલબ્ધ કરાવવા માત્રનો છે અને તેનો અન્યથા ઉપયોગ થઈ શકશે નહિ. અન્ય તમામ વ્યવહારિક તેમજ સરકારી ઉદ્દેશો માટે મૂળ અંગ્રેજી ચુકાદો/હુકમ જ પ્રમાણિત અને માન્ય રહેશે.

DISCLAIMER: The translated judgement in vernacular language is meant for the restricted use of the litigant to understand it in his/ her language and may not be used for any other purpose. For all practical and official purposes, the English version of the judgement shall be authentic and shall hold the field for the purpose of execution and implementation.