

राजस्थान कर बोर्ड, अजमेर

अपील संख्या संख्या-1560/2013/जयपुर

मैसर्स सुदर्शन एन्टरप्राइजेज,  
44 लक्ष्मी मंदिर, आदर्श नगर, जयपुर।

.....अपीलार्थी

बनाम

वाणिज्यिक कर अधिकारी,  
वृत्त-ए, जयपुर।

.....प्रत्यर्थी

खण्डपीठ

श्री सुनील शर्मा, सदस्य

श्री मदन लाल, सदस्य

उपस्थित ::

श्री विवेक गोगरा,  
अभिभाषक।

.....अपीलार्थी की ओर से

श्री एन.के.बैद,  
उप राजकीय अभिभाषक।

.....प्रत्यर्थी की ओर से

निर्णय दिनांक 07.02.2014

निर्णय

1. अपीलार्थी-व्यवहारी द्वारा यह अपील उपायुक्त, (अपील्स) प्रथम, वाणिज्यिक कर, जयपुर के आदेश दिनांक 20.08.2013 के विरुद्ध प्रस्तुत की गयी है, जो अपील संख्या 113/आर.वेट/ए/2012-13 के संबंध में है तथा जिसमें अपीलार्थी व्यवहारी ने वाणिज्यिक कर अधिकारी, वृत्त-ए, जयपुर (जिसे आगे "निर्धारण अधिकारी" कहा जायेगा) द्वारा राजस्थान मूल्य परिवर्धित कर अधिनियम, 2003 (जिसे आगे "अधिनियम" कहा जायेगा) की धारा 23/24 के तहत निर्धारण वर्ष 2009-10 के लिये पारित निर्धारण आदेश दिनांक 29.02.2013 के जरिये आरोपित कर ₹11,25,016/- व अनुवर्ती व्याज ₹3,30,005/- को अपीलीय अधिकारी द्वारा यथावत रखे जाने का विवादित किया गया है।

2. इस संबंध में उल्लेखनीय है कि उक्त पारित अपीलीय आदेश के विरुद्ध अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा कर बोर्ड में अपील प्रस्तुत कर, अपीलीय अधिकारी द्वारा यथावत रखी गयी मांग राशियों की वसूली पर स्थगन हेतु रोक आवेदन पत्र प्रस्तुत किया गया था। उक्त प्रस्तुत रोक आवेदन पत्र कर बोर्ड की समन्वय पीठ (खण्डपीठ) द्वारा जरिये आदेश दिनांक 21.08.2013 के अस्वीकार कर दिया गया। कर बोर्ड के उक्त पारित निर्णय दिनांक 21.08.2013 के विरुद्ध अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा माननीय राजस्थान उच्च न्यायालय, जयपुर के समक्ष एस.बी.सिविल रिट पिटीशन क्रमांक 16394/2013 प्रस्तुत की गयी जिसकी सुनवायी माननीय न्यायालय द्वारा जरिये आदेश दिनांक 03.10.2013 के प्रकरण कर बोर्ड को प्रतिप्रेषित कर, गुणावगुण पर निस्तारण हेतु प्रतिप्रेषित किया गया। माननीय उच्च न्यायालय के आदेश के क्रम में अपीलार्थी व्यवहारी को सुनवायी का अवसर प्रदान किया जाकर, निर्णय पारित किया जा रहा है।

3. प्रकरण के तथ्य संक्षेप में इस प्रकार है कि निर्धारण अधिकारी द्वारा व्यवसायी के व्यवसाय-स्थल का सर्वेक्षण किया गया जिसमें जाँच पर पाया गया है कि अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा आलोच्य अवधि में Harpic Toilet cleaner की बिक्री की जाकर, 4/5 प्रतिशत की दर से कर चुकाया गया है किन्तु

लगातार.....2

निर्धारण अधिकारी द्वारा उक्त वस्तु को अधिनियम की अनुसूची-V के अनुसार 12.5/14 प्रतिशत की दर से कर योग्य होना मानकर, अपीलार्थी द्वारा की गयी बिक्री पर अन्तर कर 9/10 प्रतिशत की दर से आरोपित किया है तथा आरोपित कर के अदत्त रहने के कारण, अधिनियम की धारा 55 के अन्तर्गत ब्याज आरोपित कर निर्धारण आदेश दिनांक 29.02.2013 पारित किया गया। उक्त पारित आदेश के विरुद्ध अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा अपीलीय अधिकारी के समक्ष अपील प्रस्तुत करने पर, अपीलीय अधिकारी द्वारा प्रस्तुत अपील अस्वीकार कर दी गयी। इस संबंध में उल्लेखनीय है कि उक्त पारित अपीलीय आदेश के विरुद्ध अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा कर बोर्ड में अपील प्रस्तुत कर, अपीलीय अधिकारी द्वारा यथावत रखी गयी मांग राशियों की वसूली पर स्थगन हेतु रोक आवेदन पत्र मय अपील प्रस्तुत किया गया था। उक्त प्रस्तुत रोक आवेदन पत्र कर बोर्ड की समन्वय पीठ (खण्डपीठ) द्वारा जरिये आदेश दिनांक 21.08.2013 के अस्वीकार कर दिया गया। कर बोर्ड के उक्त पारित निर्णय दिनांक 21.08.2013 के विरुद्ध अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा माननीय राजस्थान उच्च न्यायालय, जयपुर के समक्ष एस.बी.सिविल रिट पिटीशन क्रमांक 16394/2013 प्रस्तुत की गयी, जिसकी सुनवायी कर, माननीय न्यायालय द्वारा जरिये आदेश दिनांक 03.10.2013 के प्रकरण कर बोर्ड को प्रतिप्रेषित कर, गुणावगुण पर निस्तारण हेतु प्रतिप्रेषित किया गया। माननीय उच्च न्यायालय के आदेश के क्रम में अपीलार्थी व्यवहारी को सुनवायी का अवसर प्रदान किया जाकर, निर्णय पारित किया जा रहा है।

4. उभयपक्षीय बहस सुनी गयी।

5. अपीलार्थी व्यवहारी के विद्वान अधिवक्ता ने अपने तर्कों में यह कहा है कि व्यवहारी द्वारा "हारपिक", आदि का निर्माण किया जाता है, जो अधिनियम, की अनुसूची-IV की संख्या 21,29,43 के अंतर्गत आते हैं और इन्हीं के अनुसार, व्यवसायी द्वारा पूर्व में भी उक्त वर्गीकृत कर की दर के अनुसार ही, इन उत्पादों पर, कर अदा किया जाता रहा है, निर्धारण अधिकारी द्वारा गलत आधार पर किये गये निर्धारण आदेश को अपीलीय अधिकारी द्वारा अविधिक रूप से स्वीकार किया गया है क्योंकि व्यवसायी द्वारा उत्पादित "हारपिक" नामक उत्पाद अधिनियम की अनुसूची-IV की एन्ट्री संख्या 21, 29 व 43 से शासित है और इन पर तदनुसार ही कर की राशि अदा की जा रही है। परन्तु विभाग द्वारा इन उत्पादों को कथित रूप से सफाई प्रदान करने क्लीनिंग ऐजेन्ट्स रूपी व हाईजीन कारक उत्पाद मानकर अविधिक रूप से इन्हें अनुसूची-V के आधार पर करारोपित करने का आदेश पारित किया गया है, जो उचित नहीं है। अतः "हारपिक" नामक उत्पादों के संबंध में पारित निर्णय अपारत करके, व्यवसायी की अपील स्वीकार की जाये।

6. विद्वान अधिवक्ता ने कर विधि के तहत एन्ट्रीज के निर्वचन व उत्पादों के अनुसूची-IV के शासित होने के विन्दु पर न्यायिक विनिश्चयों State of Andhra Pradesh Vs. Reckitt and Colman of India Ltd.(2012) 56 VST 1 (A.F), Reckitt and Colman of India Ltd. Vs State of Assam (2012) 056 VST 0452 (110

Gauhati) का अवलम्ब लेकर अपने तर्कों में यह भी कहा है कि अपीलीय अधिकारी द्वारा पारित निर्णय अविधिक है। अतः पारित अपीलीय आदेश को अपास्त कर, प्रस्तुत अपील स्वीकार करने की प्रार्थना की गयी।

7. प्रत्यर्थी-विभाग की ओर से विद्वान उप राजकीय अधिवक्ता ने अपने तर्कों में यह कहा है कि "हारपिक नहीं होकर, ये "सफाई" के काम में आने वाले उत्पाद हैं और इन उत्पादों की पैकिंग पर चिपकाये गये लेबल पर ऐसा ही अंकित है एवं व्यवहारी-कम्पनी द्वारा इन उत्पादों पर सही कर अदा नहीं करके, कसबं चना की गयी है और व्यवसायी द्वारा उपर्युक्त वर्णित उत्पाद "हारपिक" पर अनुसूची-V के अनुसार कर का दायित्व बनता है। अतः दोनों अवर अधिकारियों द्वारा पारित आदेशों की पुष्टि कर, अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा प्रस्तुत अपील अस्वीकार करने की प्रार्थना की गयी।

8. उभयपक्षीय बहस सुनी गयी। रिकॉर्ड का परिशीलन किया गया। हरतगत प्रकरण के संबंध में प्रत्यर्थी निर्धारण अधिकारी ने "हारपिक" नामक उत्पाद के उपयोग व लेबिल साहित्य, संवाद रूप तथा इनकी प्रकृति को ध्यान में रख कर इन्हें फर्श साफ करने व घर के टायलेट आदि के साफ करने का उत्पाद माना है। प्रत्यर्थी निर्धारण अधिकारी द्वारा उत्पाद की सृजन पृष्ठ भूमि व उपयोग तथा संवाद एवं संरचना को विवेचित भी किया गया है कि:-

Harpic: Power toilet cleaner-triple action अर्थात् 1- Removes tough stains 2- Kills germs 3- Fights odours.

Lizol 3 in 1 disinfectant surface cleaner:- तथा इसके लेबिल पर यह अंकित है कि :- Unique formulation kills 99.9 percent germs removes tough stains and leaves a pleasant fragrance.

It is stated in the direction for use of Lizol that the item is used for cleaning floor and bathroom surfaces and safe on all surfaces like ceramic, marble, etc. From the product description and the nature of use stated in the products, there ought not be any doubt that the items are essentially used as stain removers and deodorants, though they kill germs as well. इसके अतिरिक्त व्यवसायी द्वारा हारपिक को मुख्यतः टायलेट क्लीनर के रूप में ही बिक्रीत किया जाता है एवं उपभोक्ता द्वारा भी इसी रूप में इसे खरीदा जाता है इस संबंध में हारपिक ब्रान्ड की विक्रीपिडिया में दी गई प्रतिष्ठि का उल्लेख है कि Harpic (cleaning product):- From Wikipedia, the free encyclopedia Harpic is the brand name of a toilet bowl cleaner launched in England in the 1920s and now marketed by Reckitt Benckiser. The brand is now available in Africa, the Middle East, Asia Pacific, Europe, Latin America and Eastern Europe. The toilet cleaning products marketed under the brand name include liquids, tablets, wipes, brush systems, toilet bowl and cistern blocks. The Original toilet cleaner was invented by Mr Harry Pickup, who was based in Roscoe Street, carbourough, in North Youkshire. He also invented Oxypic, which was a sealant used in cast iron heating systems. इससे स्पष्ट है कि "हारपिक" ब्रान्ड प्रारम्भ से ही टायलेट क्लीनर के रूप में ही निर्मित हुआ है और व्यवसायी द्वारा बिक्री किया जाता रहा है। व्यवसायी द्वारा अपने "हारपिक" ब्रान्ड की केस स्टेडीज में भी हारपिक

को टायलेट क्लीनर उत्पाद के रूप में ही माना है जो कि व्यवसायी की इस ब्रान्ड को टायलेट क्लीनर के रूप में ही स्वीकारोक्ति देता है। इसकी स्टडीज का सारांश इस प्रकार है:—

RECKIT BENCKISER MDI School - A Case Analysis in association with marquity Surface care Supremacy of Harpic & Road Ahead Case Study:- The brand has made a long journey since its humble beginnings. Harpic is now sold in over 47 countries worldwide on the platform of "Powerful cleaning". It is positioned as the expert in Lavatory care and offers a complete range of lavatory care prouducts such as liquid toilet bowl cleaners, toilet bowl blocks, cistern blocks, wipes and tablets. In liquid cleaner segment, the brand offers Harpic Power and Harpic Fresh. In automatics segment, it offers Harpic Flushmatic and Harpic Hygienic (Refer Annexure 1b for current harpic range of prouduct)

9. व्यवसायी द्वारा बिक्रीत लाइजोल की व्यवसायी की स्वयं की वैबसाईड [www.lizol.co.in](http://www.lizol.co.in) को देखने पर भी लाइजोल की बिक्री सरफेस क्लीनर के रूप में ही की जा रही है। इससे स्पष्ट है कि व्यवहारी द्वारा अपने इन उत्पादों को टायलेट क्लीनर एवं सरफेस क्लीनर के रूप में ही बिक्रीत किया जा रहा है। जिसकी अप्रत्यक्ष स्वीकृति उपरोक्त बर्णित व्यवहारी के स्वयं के विक्रय विवरण व अन्य तथ्य देते है।

10. किसी भी उत्पाद को कर दर की श्रेणीयों में वर्गीकृत करने के लिए सुस्पष्ट विधिक सिद्धांत "Theory of Common Parlance" के परिपेक्ष्य में भी व्यवहारी द्वारा विक्रय किये जाने वाली वस्तुएं Harpic Toilet Cleaner and Lizol Floor Cleaner सामान्य बोलचाल की भाषा तथा व्यवसायिक भाषा में टायलेट व फर्श साफ करने वाली वस्तुएं है।

11. यहां सामान्य बोलचाल की भाषा अर्थात थ्योरी ऑफ कॉमन पारलन्स का उल्लेख करना समीचीन होगा।

The most familiar test which is often applied in determining the classification among the two competitive entries in a taxation schedule is what is known as popular or commercial parlance test. It has been often emphasized that the scientific or technical meaning of the goods in the taxation schedule should give way to the meaning ordinarily ascribed to them by those who deal with or use those goods, be it traders or consumers. In Indian aluminum cables *ITO v UOI*, Hon'ble Justice Chandrachud, CJ speaking for a three judge Bench observed, "This Court has consistently taken the view that, in determining the meaning or connotation of words and expressions describing an article in a Tariff Schedule, one principle which is fairly well-settled is that those words and expressions should be construed in the sense in which they are understood in the trade, by the dealer and the consumer. The reason is that it is they who are concerned with it and, it is the sense in which they understand it which constitutes the definitive index of the legislative intention. In the case of *Dabur India Ltd.* another three Judge Bence of the Supreme Court, after reviewing various authorities, summarized the principle thus:

"From the above mentioned authorities, it is clear that in classifying a product the scientific and technical meaning is not to be resorted to. The product must be classifiable according the popular meaning attached to it by those using the

product. As stated above, in this case the appellants have shown that all the ingredients in the product are those which are mentioned in Ayurvedic Text Books. This by itself not be sufficient but the Appellants have shown that they have a Drug Controller's Licence for the product and they have also product evidence by way of prescriptions of Ayurvedic Doctors, who have prescribed these for . ... As against this, the Revenue has not made any effort and not produced any evidence that in common parlance the product is not understood as a medicament" In Commissioner of CE vs. Sharma Chemical works, it was observed that "the main criteria for determining classification is normally the use it is put to by the customers who use it".

In the case of M/s Annapurna Carbon Industries Co. V State of Andhra Pradesh , the court observed that the deciding factor is the predominant or ordinary purpose or use. It is not enough to show that the article can be put to other uses also and it is the general or predominant user which determines the category in which an article will fall.

In the case of M/s. Atul Glass Industries (pvt) Ltd. V. Collector of Central Excise- when a particular expression is not defined in a statute, common parlance and dominant use is to be considered for the purpose. of classification taxation is based on the common man's understanding of an item with regard to its classification, the Court also observed that it is a matter of common experience that the identity of an article is associated with its primary function when a consumer buys an article he buys it because it performs a specific function for him. There is a mental association in the mind of the consumer between the article and the need it supplies in his life. It is the functional character of the article which identifies it in his mind. It is therefore this test of functional character which exactly differentiates.

In the case of M/s Sarin Chemical Laboratory v. Commissioner of Sales Tax U.P. , which is dealing with the question as to whether tooth powder was a toilet item and liable to be taxed under section 3(A) of the U.P. Sales Tax act read with entry 6, the Court observed that the name of articles, the sales and purchases of which are liable to be taxed given in a statute, unless defined in the statute, must be construed not in a technical sense but as understood in common parlance.

12. माननीय उच्चतम न्यायालय ने Noorie Manure Mill V/s Commissioner, Trade Tax, UP(SC){2007}8 VAT Reporter Part-2 page 144}के मामले में निर्णीत किया है कि "For Classification of commodities, common parlance test to be applied." माननीय उच्चतम न्यायालय ने Trutuf safety glass industries V/s Commissioner of Sales Tax, UP (S.C) {(2007) 8 VAT Reporter part-II page 281} के मामले में निर्णीत किया है कि "Entries in taxation are not to be interpreted based on the scientific meaning of the term or expressions used but they are to be interpreted based on their popular meaning i.e. the meaning attached to them by those dealing in them" इसी प्रकार माननीय सर्वोच्च न्यायालय ने पूमा आयुर्वेदिक हर्बल प्रा०लि० बंनान्म कमिश्नर सेन्ट्रल एक्ससाईज, जायपुर (2006) 145 एस.टी.सी. पेज 200 में निम्न प्रकार सिद्धान्त प्रतिपादित किया है— What is to be seen is whether the products are likely to be in common

use by normal consumers. Common parlance meaning and understanding is a strong factor in the determination of classification of products. One need not resort to scientific or technical meaning of the terms used". माननीय सर्वोच्च न्यायालय के उक्त नवीनतम निर्णयों के आधार पर भी यह स्पष्ट है कि Toilet Cleaner and Floor Cleaner को सामान्य बोलचाल (Common Parlance) में Toilet Cleaner and Floor Cleaner के रूप में जाना जाता है pesticides/insecticide के नाम से नहीं जाना जाता। माननीय सर्वोच्च न्यायालय के उपरोक्त निर्णयों से स्पष्ट होता है कि आम बोल चाल की भाषा में एवं वस्तु के सामान्य प्रयोग से ही कर सम्बन्धी नियमों की व्याख्या की जाती है। इस आधार पर व्यवसायी द्वारा बिक्रीत उत्पाद अनुसूची-V की कर देयता में आते हैं। अतः हारषिक श्रृंखला में बिक्रीत उत्पाद उनके प्रचलित नामों में Toilet Cleaner and Floor Cleaer के रूप में ही बिक्रीत होने से Toilet Cleaner and Floor Cleaner ही है। इन उत्पादों का मुख्य प्रयोग भी Toilet Cleaner and Floor Cleaner ही है। अतः विशिष्ट नाम से ये उत्पाद Toilet Cleaner and Floor Cleaner को शिड्यूल IV में नहीं आते और ये Toilet Cleaner and Floor Cleaner के नाम से ही खरीदे एवं बेचे जाने के कारण अनुसूची V के अधीन करयोग्य है।

13. अधिनियम की अनुसूची-IV की प्रविष्टि संख्या 21 पौधों की वृद्धि व बचाव वाली वस्तुओं की एक श्रेणी (category) है, इसलिये इसमें केवल जैविक खाद(Bio-fertilizers) तथा सूक्ष्म पोषक (Micronutrients) तथा पौधों के वृद्धिकारण (Growth promoters) व नियामक (Regulators) जड़ी बूटियों को हानि पहुँचाने वाले कीड़ों को मारने वाले, कीटनाशक, (Herbicides) पौधों को नुकसाने दाँतों से कुतरने वाले कीड़ों को मारने वाले, कीटनाशक, (Rodenticide) पौधों को हानि पहुँचाने वाले खरपतवार को नष्ट करने वाले (weedicide) की एक श्रेणी में सम्मिलित कर अनुसूची-IV की प्रविष्टि संख्या 21 में एक साथ लिया गया है। इसी प्रकार प्रविष्टि संख्या 29 फसलों की वृद्धि व बचाव वाली वस्तुओं की एक श्रेणी है। प्रविष्टि संख्या 21 पौधों को हानि पहुँचाने वाले कीटों एवं खरपतवारों से बचाव तथा उनके संवर्द्धन के लिये है तथा प्रविष्टि संख्या 29 फसलों के संवर्द्धन व कीटों से बचाव के लिये है।

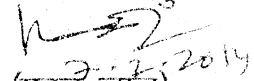
14. "आम संवाद", "उपयोग" व इसकी संरचना में मिश्रित घटक को योग्यता के अनुसार हारषिक का उपयोग टॉइलेट व फर्श क्लीनर के रूप में मुख्य रूप से किया जाता है और कीटनाशक प्रभाव इनका मुख्य उपयोग ना होकर "गौण" व आनुवंशिक प्रकृति का उपयोग माना जा सकता है तथा ये दोनों उत्पाद मुख्य रूप से कीटनाशक प्रकृति के उत्पाद कदापि नहीं है अतः इन्हें मद संख्या 21 से जोड़ कर देखना विधिक रूप से उचित नहीं है। कीटनाशक रसायन का उपयोग कृषि व पौध में व्याप्त कीट व खरपतवार के नाशन हेतु किया जाता है जिसके उपयोग पर, उपयोगकर्ता को "ऑग्र व श्वसन तन्त्र तथा त्वचा" को इस प्रकार बचा कर रखा जाना अपेक्षित है कि जिससे इनके हानिकारक तत्व प्राणी को हानि कारित ना करे जबकि हारषिक नामक उत्पादों में प्रयुक्त कीटनाशक की मात्रा "गौण" होकर, इतनी सूक्ष्म

रहती है कि ये पदार्थ "महिला व बच्चे" भी आवरण रहित (unprotective) होकर, निर्बाध रूप से उपयोग करते हैं और हारपिक नामक उत्पाद का परिणाम भी मुख्य रूप से (Primarily) स्वच्छता कारक व सफाई देने वाला ही रहता है एवं गौणरूपेण कीटनाशक, ऐसी अवस्था में हारपिक नामक उत्पादों का "उपयोग" (use) ही, इनका द्योतक है जो इस उत्पाद की प्रकृति को परिभाषित करने हेतु पर्याप्त है। अतः यह सामान्य प्रविष्टि संख्या 21 से हट कर इस प्रकार की अनुसूची V के उत्पाद हो जाती है जो अनुसूची V से शासित वस्तुएँ हैं। उक्त बिन्दु के संबंध में माननीय कर बोर्ड की समन्वय पीठ (खण्डपीठ) द्वारा अपील संख्या 1349 व 1351/2010/उदयपुर में भी उक्त सिद्धांत प्रतिपादित कर, हारपिक को अनुसूची-V के तहत कर योग्य होना अवधारित किया गया है।

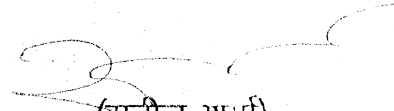
15. उपर्युक्त विवेचन के आधार पर "हारपिक" नामक उत्पाद की प्रकृति के कर के विषय में अधीनस्थ न्यायालय द्वारा पारित निर्णय यथावत् रखते हुए अपीलार्थी पक्ष द्वारा प्रस्तुत अपील उपरोक्तानुसार निस्तारित करके अस्वीकार की जाती है तथा पारित अपीलीय आदेश की पुष्टि की जाती है।

16. परिणामतः, अपीलार्थी व्यवहारी द्वारा प्रस्तुत अपील अस्वीकार की जाती है।

17. निर्णय सुनाया गया।

  
(मदन लाल) 2014

सदस्य

  
(सुनील शर्मा)

सदस्य