## **ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳು**

ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿಯೂ ಪೈಪೋಟಿಯನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಮತ್ತು ಲಾಭವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಡೆದಿರುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಲ್ಲಿ ಇಂಥ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಯೂ ಒಂದು. ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳ ಖಾಸಗೀ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಏಕಪ್ರಕಾರದ ಅಥವಾ ಅಷ್ಟೇನೂ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿಲ್ಲದ ವಸ್ತುಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಇವುಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿದರು. ಸಾಧಾರಣಾರ್ಥದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಟೆಲ್ ಪದ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ವಸ್ತುಗಳ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಏರ್ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಬಹುರೂಪದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಒಂದು ದೇಶದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಇದ್ದರೆ ಇದನ್ನು ದೇಶೀಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ ಎಂದೂ ಅನೇಕ ದೇಶಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೊಳಪಟ್ಟಿದ್ದರೆ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ ಎಂದೂ ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳು ಮೂರು ರೂಪದಲ್ಲಿರಬಹುದು: 1. ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಘದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಅಧಿಕೃತ ನಿಯಮಗಳಿಗನುಸಾರ ಸ್ಥಾಪನೆಯಾದುವಾಗಿರಬಹುದು. 2. ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಸದಸ್ಯರೆಲ್ಲರೂ ಸೇರಿ ಸ್ವಾಮ್ಯರಹದಾರಿಗಳ (ಪೇಟೆಂಟ್ ಲೈಸೆನ್ಸ) ಮುಖಾಂತರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶವುಳ್ಳವಾಗಿರಬಹುದು. 3. ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳ ಪೈಪೋಟಿದಾರರನ್ನು ಒಂದೇ ಸ್ವಾಮ್ಯಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಆಡಳಿತಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸುವ ಒಂದು ದೊಡ್ಡ ಒಕ್ಕೂಟವಾಗಿರಬಹುದು.

ಕಾರ್ಟೆಲ್ಗಳು ಆರಂಭವಾದುದು 1870ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ, ಮಧ್ಯ ಯುರೋಪಿನಲ್ಲಿ. ಜರ್ಮನಿ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳ ತವರು ಎನಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ಮೊದಲನೆಯ ಮಹಾಯುದ್ಧದ ಕಾಲದವರೆಗೆ ಇವು ಜರ್ಮನಿ ಮತ್ತು ಆಸ್ಟ್ರಿಯಾಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಕಂಡುಬರುತ್ತಿದ್ದು ಅನಂತರ ಇತರ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೂ ಹರಡಿದುವು.

ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡು ವಿಧ : 1. ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಿತ : ಇವು ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರೇರಣೆ ಇಲ್ಲದೆ ಖಾಸಗಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮ ಲಾಭಗಳಿಕೆಯನ್ನು ಪರಮಾವಧಿಗೊಳಿಸಲು ಏರ್ಪಡಿಸಿಕೊಂಡಂಥವು. 2. ಕಡ್ಡಾಯ : ಇವು ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರೇರಣೆಯಿಂದ ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರದ ನಿಬಂಧನೆಗಳಿಗನುಸಾರವಾಗಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟವು. ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆ ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ನಿರ್ದೇಶಿಸಲ್ಪಡುವುದರಿಂದ ಇಂಥ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸುವುದು ಕಷ್ಟ. 1934 ರ ಅನಂತರ ಜರ್ಮನಿ, ಜಪಾನ್ ಮತ್ತು ಇಟಲಿಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲಗಳು ಬಹುಮಟ್ಟಿಗೆ ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ನಿರ್ದೇಶಿಸಲ್ಪಟ್ಟವಾಗಿದ್ದುವು.

ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳು ಅನೇಕ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಸ್ಥಾಪಿತವಾದುವು. ಯುದ್ಧಕಾಲದ ಅಧಿಕ ಉತ್ಪಾದನೆಯಿಂದ ಆದ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಭವಿಸಿದ ತೊಡಕುಗಳು, 1930ರ ದಶಕದ ಆರ್ಥಿಕ ಕುಸಿತ - ಇವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆಗೆ ಪ್ರೇರಕವಾದುವು. ಕಾರಣಗಳೇನೇ ಇರಲಿ, ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳ ಮೂಲಭೂತ ಉದ್ದೇಶ ಒಂದೇ. ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಲಾಭಗಳಿಕೆಯನ್ನು ಪರಮಾವಧಿ ಮಟ್ಟಕ್ಕೇರಿಸುವುದು: ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯವುಳ್ಳ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಉದ್ದೇಶಿಸುವಂತೆ ಪೈಪೋಟಿ ಇರುವಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಪ್ರವೇಶದಿಂದ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದನೆ ಹೆಚ್ಚುವುದರಿಂದ ಬೆಲೆಗಳು ಇಳಿದು ಲಾಭಗಳಿಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುವುದನ್ನು ತಡೆಯುವುದು. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಇವು ಬಳಸಿಕೊಂಡ ತಂತ್ರಗಳು ಹೀಗಿವೆ:

1. .ಉತ್ಪಾದನಾ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಇಳಿಸುವ ಕಡೆಗೆ ಗಮನ ಕೊಡದೆ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಏರಿಸುವುದರ ಮೂಲಕ ಲಾಭಗಳಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವುದು.
2. .ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಕ್ಷಪಾತ ಮಾಡುವುದು ಲಾಭವನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸುವ ಉಪಾಯಗಳಲ್ಲೊಂದು. ವಿವಿಧ ದೇಶದ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಒಪ್ಪಂದದ ಮೂಲಕ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ವಸ್ತುವಿಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿ ಮಾಡಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಮೊದಲನೆಯ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಉಕ್ಕು ಕಾರ್ಟೆಲ್ ಸದಸ್ಯರು ಬೆಲ್ಜಿಯಂನ ನಿರ್ಯಾತ ಉಕ್ಕಿನ ಬೆಲೆಯ ಎರಡರಷ್ಟು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಜರ್ಮನಿಯ ಉಕ್ಕಿಗೆ ವಿಧಿಸಿದರು.
3. . ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸುವುದು, ಕಾರ್ಟೆಲ್ ಸದಸ್ಯರು ತಯಾರಿಸುವ ವಸ್ತುಗಳ ಮೊತ್ತವನ್ನು ನಿಗದಿಮಾಡಿ ಆ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಮೀರದಂತೆ ತಡೆಯುವುದರ ಮೂಲಕ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪರಿಮಿತಿಗೊಳಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ನಿಗದಿಯಾದ ಮಿತಿಯನ್ನು ದಾಟಿದ ಸದಸ್ಯರುಗಳಿಗೆ ಒಂದಿಲ್ಲೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ದಂಡ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಉಕ್ಕು ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲು ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ನಿರ್ಬಂಧಿಸಿತ್ತು. ಸದಸ್ಯರು ಗೊತ್ತಾದ ಮಿತಿಯನ್ನು ಉಲ್ಲಂಘಿಸದಂತೆ ಮಾಡಲು ನಿಗದಿಯಾದ ಮಿತಿಯನ್ನು ಮೀರಿ ಉತ್ಪಾದಿಸಿದವರಿಗೆ ದಂಡ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳೂ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲಿಲ್ಲ. ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳ ಅಧಿಕಾರ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಇಲ್ಲದಿದ್ದುದರಿಂದ ಇಂಥ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಎಷ್ಟೊವೇಳೆ ವಿಫಲವಾದುದೂ ಉಂಟು.
4. .ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳ ಉದ್ದೇಶ ಸಾಧನೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಹಂಚಿಕೆಯ ಮೂಲಕವೂ ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು. ವಸ್ತುಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಥವಾ ಭೌಗೋಳಿಕ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳಿಗೆ ಹಂಚಿಕೆ ಮಾಡಿ ಪೈಪೋಟಿಯನ್ನು ತಡೆದು ಬೆಲೆಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಯಾವ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ಯಾವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಅನುಕೂಲತೆಗಳುಂಟೋ ಅಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಅವು ತಮ್ಮ ಹಂಚಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದವು. ಕೆಲವು ಕಂಪೆನಿಗಳಿಗೆ ಕೆಲವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಮೀಸಲಾಗಿಟ್ಟು, ಗೊತ್ತಾದ ಎಲ್ಲೆಗಳನ್ನು ದಾಟಿ ಹೋಗದಂತೆ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಪೈಪೋಟಿಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಅನುವುಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದೇ ಇಂಥ ಒಪ್ಪಂದಗಳ ಮೂಲಭೂತ ಉದ್ದೇಶ. ಜರ್ಮನಿಯ ಬೇಯರ್ ಕಂಪೆನಿ ಬ್ರಿಟನ್ನಿನ ಇಂಪೀರಿಯಲ್ ಕೆಮಿಕಲ್ ಇಂಡಸ್ಟ್ರೀಸ್ ಮುಂತಾದವು ಇಂಥ ಒಪ್ಪಂದಗಳಿಂದ ಪ್ರಯೋಜನ ಪಡೆದುವು.
5. . ಉತ್ಪಾದನೆಯನ್ನು ನಿಯಮಿತಗೊಳಿಸಲು ಉತ್ಪಾದನಾ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೇ ಕೃತಕವಾಗಿ ಮಿತಗೊಳಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳೂ ನಡೆದುವು. ಒಪ್ಪಂದಗಳ ಮೂಲಕ ಕಂಪೆನಿಗಳ ಉತ್ಪಾದನಾ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ನಿಯಮಿತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು.

ಈ ತಂತ್ರಗಳನ್ನನುಸರಿಸಿದುದರಿಂದ ಬೆಲೆಗಳ ಸ್ವಚ್ಛಂದ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗೆ ಪೆಟ್ಟು ಬಿತ್ತು. ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರದ ಮೊತ್ತ ಇಳಿಮುಖವಾಯಿತಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ಅದು ವಿರೂಪವೂ ಆಯಿತು. ಉತ್ಪಾದನಾ ಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಬೇಡಿಕೆಗಳ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಸುಲಭವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೊಂಡು ಬರುವುದು ತಪ್ಪಿತು. ಈ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳು ಅಪಕೀರ್ತಿಗೆ ಗುರಿಯಾದುವು. ಅವುಗಳನ್ನು ನಿಷೇಧಿಸಬೇಕೆಂಬ ವಾದಕ್ಕೆ ಹಲವರು ಬೆಂಬಲ ನೀಡಿದರು. ಅವುಗಳ ಉಪಯುಕ್ತತೆಯನ್ನು ಎತ್ತಿ ಹಿಡಿದು ಅವು ವಿನಾಶಕಾರಿ ಬೆಲೆ ಸಮರವನ್ನೂ ಘಾತುಕ ಪೈಪೋಟಿಯನ್ನೂ ತಪ್ಪಿಸುವುದರಿಂದ ಅವುಗಳನ್ನು ನಿಷೇಧಿಸಬಾರದೆಂಬ ವಾದವೂ ಹುಟ್ಟಿತು. ಈ ಎರಡು ತೀವ್ರಗಾಮಿ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನೂ ಬಿಟ್ಟು ಕೆಲವು ನಿರ್ಬಂಧಗಳೊಡನೆ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವಂತೆ ಆಗಬೇಕೆಂಬ ಮಧ್ಯಮಾರ್ಗ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಗೆ ಅನೇಕರ ಬೆಂಬಲ ದೊರಕಿತು. ಅತಿ ಪೈಪೋಟಿ ಇಲ್ಲದಂತೆ ಮಾಡುವುದು ಎಷ್ಟು ಆವಶ್ಯಕವೊ ಸ್ವಲ್ಪಮಟ್ಟಿನ ಪೈಪೋಟಿಯಾದರೂ ಇರುವಂತೆ ಮಾಡುವುದೂ ಅಷ್ಟೇ ಆವಶ್ಯಕ. ಅಂದಮೇಲೆ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳನ್ನು ನಿಷೇಧಿಸುವ ಬದಲು ಕೆಲವು ಹತೋಟಿಗಳಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟು ಅವು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು ಸೂಕ್ತವೆಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಬೆಳೆಯಿತು. ಆದರೆ ಅನೇಕ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುವ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಹತೋಟಿಯನ್ನು ವಿಧಿಸುವುದು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹವಾನಾ ಪ್ರಣಾಳಿಕೆಯಲ್ಲಿ, ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸುವಂಥ ಹಲವಾರು ಕಾರ್ಟೆಲ್ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಿಡಬೇಕೆಂದು ಸೂಚಿಸಲಾಯಿತು. ಇದರಿಂದ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾರ್ಟೆಲ್ಲುಗಳು ನಿರಾತಂಕ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಅಡ್ಡಿ ಮಾಡುವುವೆಂದೂ ಆದ್ದರಿಂದ ಅವುಗಳ ಮೇಲೆ ಹತೋಟಿ ಇಡಬೇಕೆಂಬುದೂ ಸರ್ವವಿದಿತವಾಯಿತು (ನೋಡಿ-[ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯ ಸ್ಪರ್ಧೆ, ಆರ್ಥಿಕ](https://kn.wikisource.org/w/index.php?title=%E0%B2%AE%E0%B3%88%E0%B2%B8%E0%B3%82%E0%B2%B0%E0%B3%81_%E0%B2%B5%E0%B2%BF%E0%B2%B6%E0%B3%8D%E0%B2%B5%E0%B2%B5%E0%B2%BF%E0%B2%A6%E0%B3%8D%E0%B2%AF%E0%B2%BE%E0%B2%A8%E0%B2%BF%E0%B2%B2%E0%B2%AF_%E0%B2%B5%E0%B2%BF%E0%B2%B6%E0%B3%8D%E0%B2%B5%E0%B2%95%E0%B3%8B%E0%B2%B6/%E0%B2%8F%E0%B2%95%E0%B2%B8%E0%B3%8D%E0%B2%B5%E0%B2%BE%E0%B2%AE%E0%B3%8D%E0%B2%AF_%E0%B2%B8%E0%B3%8D%E0%B2%AA%E0%B2%B0%E0%B3%8D%E0%B2%A7%E0%B3%86,_%E0%B2%86%E0%B2%B0%E0%B3%8D%E0%B2%A5%E0%B2%BF%E0%B2%95&action=edit&redlink=1)).