

उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीति बीचको अन्तरसम्बन्ध

अंक ८, २०६२

नेपालमा हालसम्म उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरूको छुट्टै परिकल्पना गरिएको देखिदैन । तर उपभोक्ता अधिकारको संरक्षण गर्न सरकारले उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ को तर्जुमा र गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूलाई निरुत्साहित गरी बजारमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम गर्न प्रतिस्पर्धा ऐनको मस्यौदा भने तयार गरेको छ । उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ आफैमा अपूर्ण रहेको र यसको कार्यान्वयन फितलो भएको गुनासो सरोकारवालाहरूको रहेको सन्दर्भमा तर्जुमा गर्न लागिएको प्रतिस्पर्धा ऐनमा के कस्ता प्रावधानहरू राखिएका छन् र भविष्यमा ऐनको कार्यान्वयन कस्तो हुनेछ भन्ने सवालहरू महत्त्वपूर्ण छन् । साथै उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरू बीचको अन्तरसम्बन्ध बुझी सोही अनुरूप प्रतिस्पर्धा कानूनको निर्माण प्रक्रिया अगाडि बढाइएको छ कि छैन भन्ने सवाल पनि महत्त्वपूर्ण छ ।

यस जानकारी पत्रमा उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरू बीचको अन्तरसम्बन्धका विभिन्न पक्षहरू मध्ये कसरी प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानूनले उपभोक्ता अधिकारको संरक्षण गर्न सक्छ भन्ने विषयमा चर्चा गरिएको छ । जानकारी पत्रको उद्देश्य पाठकहरूलाई उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरू बीचको अन्तरसम्बन्ध बारे अवगत गराउनु र प्रतिस्पर्धा ऐनको तर्जुमा र कार्यान्वयन उपभोक्ता अधिकारको संरक्षणका लागि पनि आवश्यक छ भनी सजग गराउनु हो ।

सन् ८० को दशकदेखि चलेको आर्थिक उदारीकरणको लहर पश्चात नेपालले खुला तथा उदार नीति अन्तर्गत आर्थिक एवं व्यवसायिक गतिविधिलाई तीव्र पार्न सरकारी हस्तक्षेपलाई न्यून गरी निजीक्षेत्रलाई प्रोत्साहित गर्ने रणनीति अपनायो । सोही नीतिका कारण हिजोसम्म सरकार स्वयंले वा सरकार नियन्त्रित संस्थाहरूले मात्रै उपलब्ध गराइरहेका वस्तु तथा सेवा उपलब्ध गराउन हाल उल्लेखनीय संख्यामा निजीक्षेत्रहरू पनि सक्रिय भएका छन् । निजीक्षेत्रको यस्तो सक्रियताले गर्दा आज आर्थिक एवं व्यवसायिक जगतमा बजार संरचना लगायत रोजगारीको ढाँचा, आयआर्जनको स्वरूप, उपभोग्य सामान उपलब्ध गराउने संयन्त्र तथा उपभोग गर्ने प्रवृत्तिमा समेत व्यापक परिवर्तन आएको छ ।

सरसर्ती हेर्दा आर्थिक उदारीकरणले एकातर्फ निजीक्षेत्रलाई थुप्रै व्यवसायिक अवसरहरू सिर्जना गरी प्रतिस्पर्धी बन्न अग्रसर गराएको देखिन्छ भने अर्कोतर्फ उपभोक्तालाई विभिन्न वस्तु तथा सेवामा छनौटको अवसरहरू सिर्जना गरिदिएको छ । तर यति हुँदाहुँदै पनि नेपाली बजारमा केहि वर्गले सीमित स्वार्थ पूर्तिका लागि अबैध पनि गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरू (जस्तै कार्टेलिङ्ग, बन्धनयुक्त बिक्री) सञ्चालन गरी अवाञ्छितरूपमा फाइदा लिइरहेको तथ्यलाई भने नकार्न सकिदैन । बजारमा विद्यमान वा भविष्यमा सञ्चालन हुन सक्ने गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूमा बन्देज लगाउन नसकेको अवस्थामा भोलिका दिनहरूमा त्यस्ता क्रियाकलापहरू बढ्ने मात्र होइनन्, त्यसले स्वच्छ प्रतिस्पर्धाको मूलभूत मान्यता विपरित उत्पादक र उपभोक्ता दुवैको अहित गर्ने तथा राष्ट्रको समग्र औद्योगिक र आर्थिक विकासमा क्षति पुऱ्याउने सम्भावना प्रबल छ । त्यसमाथि त्यस्ता क्रियाकलापहरूका कारणले नेपाल जस्तो अल्पविकसित राष्ट्रलाई विश्व व्यापार संगठन (World Trade Organization - WTO) को सदस्यताबाट प्राप्त अवसरहरूबाट फाइदा लिन मात्र कठिन हुने होइन, सदस्यतासँगै उब्जेका चुनौतीहरूको सामना गर्न पनि अप्ठ्यारो पर्न सक्छ । त्यसैले सरकार कसरी स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम गर्ने र उपभोक्ताको अधिकार संरक्षण गर्ने भन्ने विषयमा सँधै सचेत, चनाखो र दूरदर्शी हुनु पर्दछ भने निजीक्षेत्र लगायत अन्य सरोकारवालाहरूले यसबारेमा सचेत भई सरकारलाई उपभोक्ता अधिकार संरक्षण र स्वच्छ प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन गर्न सहयोग गर्नुपर्छ ।

साव्ते
BRIEFING PAPER



पो.ब.नं. १८३६६
२५४ लाम्टाङ्गीन मार्ग
बालुवाटार, काठमाडौं, नेपाल
फोन: ९७७-१-४४१५८२४, ४४४४४३८
फ्याक्स: ९७७-१-४४४४५७०
ईमेल: sawtee@sawtee.org
वेबसाइट: www.sawtee.org

उपभोक्ता २ उपभोक्ता नीति

उपभोक्ता

कुनै पनि उपभोग्य वस्तु तथा सेवा उपभोग गर्ने व्यक्ति वा संस्था उपभोक्ता हो। एउटा क्षेत्रको व्यवसायी पनि अर्को क्षेत्रको उपभोक्ता हो। वास्तवमा उपभोक्ता शब्द यति व्यापक छ कि यसभित्र राष्ट्रका सबै व्यक्ति समेटिएका हुन्छन्। तर उपभोक्ता शब्द जति व्यापक छ, नेपालमा उपभोक्ताहरू त्यति नै असंगठित र निष्क्रिय छन् र त्यसैले पनि गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूको मारमा परिरहेका छन्। जस्तै, विभिन्न गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूका कारण कतिपय उपभोक्ताहरू ग्यास, मट्टितेल, चिनी लगायतका अत्यावश्यक वस्तुको सरल, सुलभ र सस्तो आपूर्तिबाट समेत वञ्चित हुनुपरेका उदाहरणहरू छन्। त्यसैले खुला तथा उदार बजार अर्थतन्त्रमा वस्तु तथा सेवाको आपूर्तिमा हुने गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूलाई निरुत्साहित गर्न उपभोक्ताहरू सजग र एकजुट हुन अत्यन्त आवश्यक छ।

उपभोक्ता नीति

उपभोक्ताको आधारभूत आवश्यकता पूरा गर्न र उनीहरूको हकहित संरक्षण गर्न बनाइने ऐन, नियम जस्ता कानूनी संरचना उपभोक्ता नीतिका अभिन्न पक्ष हुन्। उपभोक्ता नीतिले विशेषतः उपभोक्ता अधिकारहरूको पहिचान र विभिन्न अवाञ्छित क्रियाकलापहरूबाट तिनीहरूको संरक्षण र प्रवर्द्धनमा जोड दिएको हुन्छ। संयुक्त राष्ट्रसंघको आर्थिक एवं सामाजिक परिषद् (United Nations Economic and Social Council) ले तयाएको “उपभोक्ता संरक्षणको लागि संयुक्त राष्ट्रसंघको निर्देशिका” (United Nations Guidelines for Consumer Protection) मा निम्न आठ अधिकारलाई उपभोक्ता अधिकार भनी सार्वजनिक गरिएको छ (चित्र १)।

- आधारभूत आवश्यकता परिपूर्ति गर्न पाउने अधिकार
- उपभोक्ता शिक्षा र सूचनाको अधिकार
- छनौटको अधिकार
- प्रतिनिधित्वको अधिकार
- सुनुवाईको अधिकार
- सुरक्षाको अधिकार
- क्षतिपूर्तिको अधिकार
- स्वस्थ वातावरणको अधिकार

त्यस्तै उक्त निर्देशिकाले कुनै पनि सरकारले उपभोक्ता हकहितका लागि उपभोक्ता नीति बनाउँदा यी आठ क्षेत्रमा ध्यान दिनुपर्ने भनी उल्लेख पनि गरेको छ: जीउ-धनको सुरक्षा, आर्थिक सरोकार, गुणस्तर, अत्यावश्यक वस्तु र सेवा, सुनुवाईको व्यवस्था, उपभोक्ता शिक्षा र सूचना, स्वास्थ्यसँग सम्बन्धित विशेष क्षेत्र र दिगो उपभोग।

नेपालमा उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ ले उपभोक्ताको हकहितसँग सम्बन्धित क्षेत्र जस्तै मूल्य, गुणस्तर, मिसावट, एकाधिकार, भ्रमपूर्ण विज्ञापन, कार्टेलिङ्ग, कृत्रिम अभाव, क्षतिपूर्ति प्राप्त गर्ने जस्ता विषयलाई समेटेको छ। यस ऐनले “उपभोक्ता संरक्षणको लागि संयुक्त राष्ट्रसंघको निर्देशिका” ले तोकेको आठ अधिकारमध्ये आधारभूत आवश्यकता परिपूर्ति र स्वस्थ वातावरणमा रहन पाउने अधिकार बाहेक अन्य छ अधिकारलाई प्रष्टरूपमा समेटेको छ।

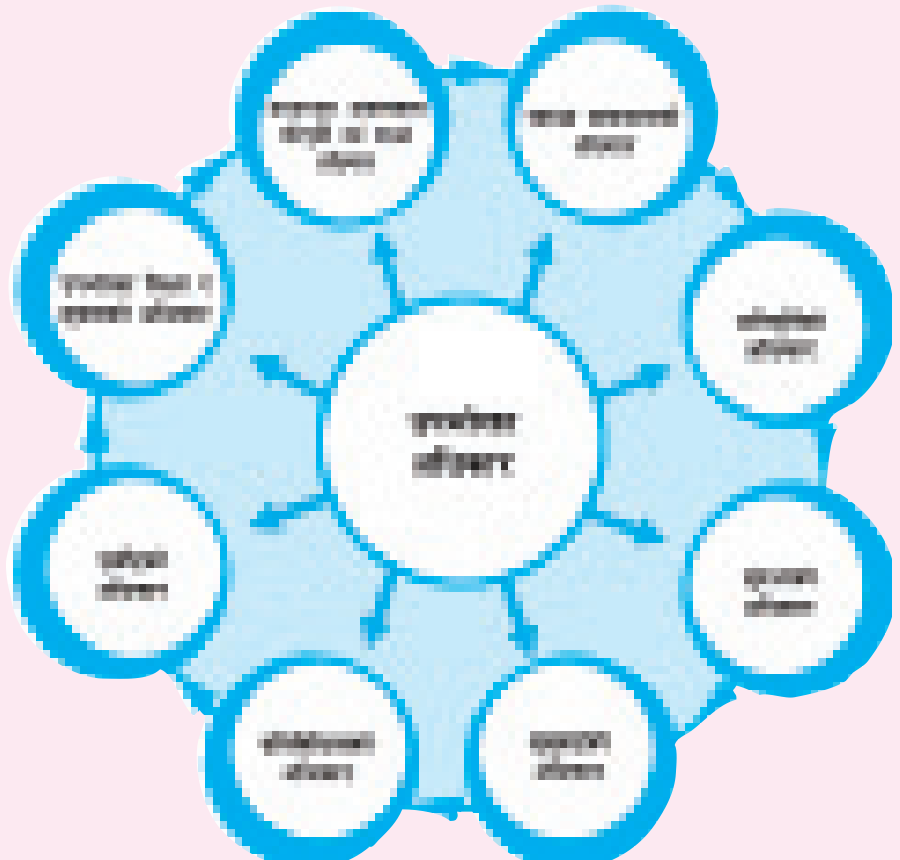
प्रतिस्पर्धा २ प्रतिस्पर्धा नीति

प्रतिस्पर्धा

प्रतिस्पर्धा बजारलाई स्वच्छ बनाउने एक माध्यम हो। व्यापारिक उत्पादनका प्रत्येक वस्तु तथा सेवालाई कसरी बजारमा प्रवेश गराउने र त्यस्ता वस्तु तथा सेवाको मूल्य एवं गुणस्तरको

चित्र १

उपभोक्ता संरक्षणको लागि संयुक्त राष्ट्रसंघको निर्देशिकाले तोकेको उपभोक्ताका आठ अधिकारहरू



परीक्षण र मूल्याङ्कन कसरी गर्ने गराउने भन्ने परिपाटिलाई प्रतिस्पर्धाको एक अभिन्न पक्षकारूपमा लिन सकिन्छ। प्रतिस्पर्धाका कारणले सुनिश्चित स्वच्छ बजार प्रणाली अन्तर्गत उद्यमी व्यवसायीहरूलाई मात्र होइन, उपभोक्तालाई पनि फाइदा हुने विश्वास गरिन्छ। बजारमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा भए उपभोक्ता र उद्यमी व्यवसायीलाई देहाय बमोजिमका फाइदाहरू हुन सक्छन्:

- साधनस्रोतको उचित वितरण र अधिकतम उपयोगका कारणले व्यवसायिक दक्षता अभिवृद्धि भई उत्पादन बढ्ने, लागत घट्ने र मूल्यमा कमी आउँदा उपभोक्ताको क्रयशक्ति बढ्ने
- उपभोक्तालाई आकर्षित गर्न उद्यमी व्यवसायीले बजारमा गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवाको उपलब्धता बढाउनाले उपभोक्ताहरूका लागि छनौटको अवसरहरू बढ्ने

त्यस्तै प्रतिस्पर्धाका कारणले निजी र सरकारी क्षेत्र बीच साभेदारी (public private partnership) को वातावरण पनि बन्न सक्छ। उदाहरणको लागि, उदार र खुल्ला अर्थतन्त्रमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम गर्न राज्यले आफूलाई व्यवसायिक गतिविधिबाट अलग्याउँदै गए पनि व्यापार र वितरण माथि आफ्नो नियन्त्रण र सुपरिवेक्षण प्रणालीलाई चुस्त पारी राष्ट्रको समस्त औद्योगिक र आर्थिक विकासका कार्यहरूमा निजीक्षेत्रलाई प्रभावकारी ढङ्गले सक्रिय गराउन सक्दछ। प्रतिस्पर्धाको प्रत्याभूति गर्न राज्यले सीमित साधनस्रोतको अधिकतम उपयोग एवं न्यायोचित वितरणमा जोड दिनुपर्ने हुँदा पनि सरकारले निजीक्षेत्रसँग समन्वय गरी सहकार्य गर्नका लागि एक सबल वातावरण बनाउनु पर्ने हुन्छ।

प्रतिस्पर्धा नीति

बजारमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम गर्न गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूमा रोक लगाउनु आवश्यक छ। प्रतिस्पर्धा नीतिको एउटा प्रमुख उद्देश्य पनि यही हो। प्रतिस्पर्धा नीतिको अन्य मूलभूत उद्देश्यहरू निम्नानुसार हुन्:

- बजारमा वस्तु तथा सेवाको पर्याप्त आपूर्ति
- उपभोक्तालाई सर्वोत्तम छनौटको अवसरहरू
- न्यूनतम मूल्यमा गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवामाथि पहुँच

प्रतिस्पर्धा नीतिभित्र थुप्रै ऐन, नियम तथा नीतिहरू रहेका हुन्छन्, जसलाई मुख्यतया दुई भागमा बाँड्न सकिन्छ।

- बजारमा प्रचलित गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलाप, अनावश्यक सरकारी हस्तक्षेप तथा सरकारी एकाधिकारलाई समेत नियन्त्रण गर्नका लागि आवश्यक पर्ने छुट्टै प्रतिस्पर्धा सम्बन्धी ऐन, नियम तथा नीतिहरू।
- स्थानीय र राष्ट्रिय बजार विस्तारको लागि आवश्यक औद्योगिक, वाणिज्य, वैदेशिक लगानी, प्रविधि हस्तान्तरण, निजीकरण आदिसँग सम्बन्धित ऐन, नियम तथा नीतिहरू।

प्रतिस्पर्धा नीतिले एकातिर देशका सम्पूर्ण उद्योग व्यवसायको सम्बर्द्धन र प्रवर्द्धन गर्ने रणनीति लिएको हुन्छ भने अर्कोतर्फ उपभोक्ताको हकहित संरक्षण प्रति राज्यको दायित्व प्रष्ट्याएको हुन्छ। प्रतिस्पर्धा नीतिको प्रमुख विशेषता भनेको बजारमा विद्यमान गैरप्रतिस्पर्धात्मक गतिविधिलाई नियन्त्रण र व्यापार व्यवसायमा प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणको सुनिश्चितता गरी

कोषक १

बदलिंदो आर्थिक परिवेशमा प्रतिस्पर्धा कानूनको महत्त्व

नेपाली बजारलाई उदार बनाउँदै स्वदेशी वस्तु तथा सेवालार्थ विश्व बजारमा प्रतिस्पर्धी बनाउन तथा बदलिंदो विश्व आर्थिक परिवेशसँगको आवद्धताबाट फाइदा लिने उद्देश्यले नेपालले WTO को सदस्यता लिएको हो। नेपालले उपभोक्ता एवं उद्यमी व्यवसायीहरूको हकहितको संरक्षण गर्न तथा उदार व्यवस्था अनुरूप बजार सञ्चालन गर्न फरक फरक कानून भन्दा पनि एउटा छुट्टै प्रतिस्पर्धा कानूनको आवश्यकता महसुस गरी WTO मा त्यस्तो कानून कार्यान्वयन गर्ने स्वेच्छिक प्रतिबद्धता पनि गरेको छ।

नेपालले WTO को सदस्यता पाएदेखि नै विभिन्न सभा समारोहमा सरोकारवालाहरूले प्रतिस्पर्धा कानून यथाशीघ्र निर्माण गरी लागू गर्नुपर्ने भन्ने विषयमा छलफल गर्ने गरेको र सञ्चार माध्यमहरूले पनि यस विषयलाई प्रचार-प्रसार गर्ने गरेको पाइन्छ। उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयले प्रतिस्पर्धा ऐनको एक मस्यौदा पनि तयार गरेको छ, जसमाथि विभिन्न सरोकारवालाहरूसँग छलफल पनि गरिँदै आइएको छ। यो ऐनको कार्यान्वयनले दरिलो बजार अनुगमन प्रणालीको

विकास गर्दै बजारबाट गैरप्रतिस्पर्धी अभ्यासहरूलाई न्यून पार्ने र उपभोक्ता एवं उद्योगीहरूलाई फाइदा पुऱ्याउने अपेक्षा गरिएको छ।

WTO का १ सय ४८ सदस्य राष्ट्रहरू मध्ये ८६ राष्ट्रहरूले प्रतिस्पर्धा कानून लागू गरेका छन्। नेपालले WTO जस्तो बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली (multilateral trading system) मा मात्र होइन, अन्य क्षेत्रीय स्वतन्त्र व्यापार सम्झौता (regional free trade agreement) हरूका माध्यमबाट पनि आफ्नो व्यापारलाई अघि बढाउने नीतिमा जोड दिएको छ। यसक्रममा हालसम्म नेपालले Agreement on South Asian Free Trade Area - SAFTA एवं Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation - BIMSTEC जस्ता क्षेत्रीय व्यापार सम्झौताहरूमा पनि संलग्नता देखाएको छ। यस्ता बहुपक्षीय एवं क्षेत्रीय व्यापार प्रणालीहरूको सन्दर्भमा सरोकारवालाहरूले प्रतिस्पर्धा कानूनलाई आर्थिक विकासका लागि एक आवश्यक साधनको रूपमा लिएका छन्।

उत्पादक र उपभोक्ता दुवैलाई लाभान्वित बनाउनु हो। त्यस्तै बजारमा सरकारको न्यूनतम हस्तक्षेप र निजीक्षेत्र सक्रिय रहने वातावरणको सुनिश्चितता गर्नु पनि प्रतिस्पर्धा नीतिको उद्देश्य हुन सक्छ।

साधारणतया प्रतिस्पर्धा नीतिले ठूलाठूला उद्यमी व्यवसायीहरूसँग मात्र सरोकार राख्ने जस्तो देखिए पनि यसले साना तथा मझौला उद्यमी व्यवसायीहरूलाई पनि समेटेको हुन्छ। प्रतिस्पर्धा नीतिले बजारमा विद्यमान वा सम्भावित अनैतिक गुटबन्दी तथा एकाधिपत्यलाई हटाई स्वच्छरूपमा सबै प्रकारका व्यापार व्यवसाय फस्टाउने वातावरणको सिर्जना गरी औद्योगिक तथा समग्र आर्थिक विकासमा योगदान गर्दछ। यसक्रममा प्रतिस्पर्धा नीतिले साना तथा मझौला उद्यमी व्यवसायीहरूलाई बजारमा सक्रिय भएर प्रतिस्पर्धामा उत्रनका लागि संरक्षण वा विशेष सहूलियतका व्यवस्थाहरू पनि कायम गरेको हुन्छ। वास्तवमा एउटा प्रभावकारी प्रतिस्पर्धा नीतिले व्यवसायिक क्षमताको अभिवृद्धि गरी साना तथा मझौला व्यवसायहरू फस्टाउने अवसरको सिर्जना र रोजगारीहरूको सुनिश्चितता गर्ने मात्र होइन, ग्रामीण र शहरी विकासमा सहयोग गरी गरिवी निवारणमा समेत सहयोग पुऱ्याउन सक्छ।

उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४

कृत्रिम अभावको सिर्जना, मूल्यवृद्धिबाट अप्राकृतिक मुनाफा, उपभोक्ता स्वास्थ्यमा प्रतिकूल प्रभाव पर्ने एवं गुणस्तर न्यून हुने मिसावट एवं वस्तु वा उत्पादनमा प्रयोग भएका कच्चा पदार्थको जानकारी बिना बिक्री वितरण गर्न उपभोक्ता संरक्षण

ऐन, २०५४ ले रोक लगाएको छ। यसका साथै यो ऐनले गलत सूचना एवं भ्रम तथा छलकपटयुक्त तरिकाले कमसल वस्तुलाई असल भन्ने भ्रममा पारी बिक्री वितरण गर्ने जस्ता कार्यलाई उपभोक्ता विरोधी कार्य मान्दै यस्ता कार्य गर्नेलाई सजायको व्यवस्था समेत गरी उपभोक्तालाई संरक्षण प्रदान गरेको छ। ऐनको प्रस्तावनामा “उपभोक्ताको स्वास्थ्य, सुविधा र आर्थिक हित कायम राख्न, उपभोग्य वस्तु वा सेवाको गुणस्तर, परिमाण एवं मूल्यको अनियमितताबाट उपभोक्ता वर्गलाई संरक्षण प्रदान गरी उपभोग्य वस्तु वा सेवाको गुण वा उपयोगिता घटाउने वा भिन्न नपाउने व्यवस्था गर्न, एकाधिकार एवं अनुचित व्यापारिक क्रियाकलापद्वारा मूल्य अभिवृद्धि हुनसक्ने अवस्थालाई रोक्न र उपभोग्य वस्तु वा सेवाको उपयोगिता एवं प्रयोगसम्बन्धी भ्रुष्टा तथा भ्रमात्मक प्रचार प्रसार हुन नदिई सुरक्षित तथा गुणस्तरयुक्त उपभोग्य वस्तु वा सेवाको बिक्री वितरण, निकासी, पैठारी र सञ्चयसम्बन्धी व्यवस्था गर्न तथा उपभोक्तालाई पर्ने मर्का विरुद्ध उपचार दिलाउने निकायको स्थापना गरी उपभोक्ताको हकहित र अधिकारको संरक्षण गर्ने व्यवस्था गर्न वाञ्छनीय भएकोले...” यस ऐनको कार्यान्वयन गरिएको हो भनी उल्लेख गरिएको छ।

प्रस्तावित प्रतिस्पर्धा ऐन

राष्ट्रिय अर्थतन्त्रलाई खुला र उदारमाध्यमबाट प्रतिस्पर्धी बनाउन, मुलुकमा उपलब्ध स्रोत र साधनको न्यायोचित बाँडफाँड तथा व्यवस्थापन गरी उद्योग तथा वाणिज्य क्षेत्रमा स्वतन्त्र बजारको विकास, विस्तार तथा प्रवर्द्धन गर्न तथा उत्पादित वस्तु तथा

कोष्ठक २

उपभोक्ता अधिकार र प्रतिस्पर्धासँग सरोकार राख्ने केही कानूनहरू

निकासी पैठारी नियन्त्रण ऐन, २०१३

यस ऐनले राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा विनिषिद्ध (contraband) घोषित वस्तुहरूको आयात निर्यातमा पूर्ण प्रतिबन्ध लगाएको छ। उपभोक्ताको सुरक्षालगायत स्वास्थ्य एवं राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय सुरक्षाका दृष्टिले संवेदनशील भनी सूचीकृत वस्तुहरूको निकासी पैठारीलाई यस ऐनले बन्देज गरेको छ। यसैगरी सीमित व्यापारिक वस्तुको आयात निर्यात गर्दा इजाजत प्राप्त गर्नुपर्ने व्यवस्था पनि ऐनले गरेको छ।

आवश्यक सेवा संचालन ऐन, २०१४

क्षेत्रगत आवश्यकता र अवस्थाका आधारमा निश्चित क्षेत्रका लागि तोकिएको कोटा बमोजिमको बिक्री वितरणलाई यस ऐनले निर्दिष्ट गरेको छ। तोकिएको क्षेत्रमा तोकिएको कोटाको बिक्री वितरणलाई नियमन गर्न एजेन्ट, डिष्ट्रिब्युटर, स्टकिष्ट, नोमिनी वा रिप्रेजेन्टेटिभहरूले बिक्री वितरणको अभिलेख राख्नु पर्ने व्यवस्था गरिएको छ। यसका साथै उपभोक्ताको सेवा

सुचारु राख्न अत्यावश्यक सेवाका क्षेत्रमा हडताल जस्ता क्रियाकलापहरूमा यस ऐनले बन्देज लगाएको छ।

स्टाण्डर्ड नाप र तौल ऐन, २०२५

नापतौलको अन्तर्राष्ट्रिय कार्यालयद्वारा निर्धारित पद्धतिका आधारमा अधिराज्यभर मेट्रिक पद्धतिमा आधारित नापतौलको चलन कायम गर्न यस ऐनले व्यवस्था गरेको छ।

कालो बजार तथा अन्य केहि सामाजिक अपराध (नियन्त्रण र सजाय) ऐन, २०३२

अनुचित नाफा प्राप्त गर्ने उद्देश्यले वस्तुको संग्रह एवं कृत्रिम अभावको सिर्जना गर्ने, वस्तुको मूल्यमा प्रभाव पार्ने र मूल्य अधिक पार्ने उद्देश्यले उत्पादनमा कटौती गर्ने जस्ता कार्यलाई यस ऐनले निषेध गरेको छ। यसको साथै मूल्य निर्धारण भएका वस्तुका हकमा निर्धारित मूल्य भन्दा माथि एवं मूल्य निर्धारण नभएका वस्तुमा लागतको २० प्रतिशत भन्दा बढी मुनाफा आर्जन गर्न नहुने व्यवस्था यस ऐनले गरेको छ।

सेवाको गुणस्तर र मूल्यमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम गरी न्यायोचित तवरमा उपभोक्ता समक्ष पुऱ्याउन तथा व्यापार व्यवसायमा हुने प्रतिस्पर्धा विपरितका काम कारवाहीमा निषेध गर्न आवश्यक भएकोले यस ऐनको तर्जुमा गर्न खोजिएको हो भनी प्रस्तावित प्रतिस्पर्धा ऐनको प्रस्तावनामा उल्लेख गरिएको छ । मस्यौदाले कुनै वस्तु वा सेवाको कारोबार गर्ने प्राकृतिक वा कानूनी व्यक्तिले गर्ने व्यापारिक क्रियाकलापहरू र नेपालमा व्यापार सञ्चालन गर्ने वा बस्ने कुनै पनि व्यक्ति, संस्थाले नेपाल बाहिर गरेको क्रियाकलापबाट नेपालको बजारमा समेत प्रतिकूल प्रभाव पार्ने क्रियाकलापहरूलाई आफ्नो क्षेत्रभित्र राखेको छ । मस्यौदाले विलय र प्राप्ति, एकाधिकार कायम गर्ने, एकलौटी कारोबार गर्ने, बजार सीमित गर्ने, बन्धनयुक्त बिक्री गर्ने, भ्रमपूर्ण विज्ञापन गर्ने, बोलपत्रमा अनियमितता गर्ने जस्ता क्रियाकलापहरूलाई कानूनको दायराभित्र राखेको छ । यसका अतिरिक्त मस्यौदाले “विकास आयाम” लाई मध्यनजर गरी राष्ट्रको परिस्थितिअनुसार कतिपय व्यापार व्यवसायलाई प्रतिस्पर्धा ऐनको दायराभित्र राखेको छैन । जस्तै, लघु, घरेलु तथा साना उद्योगसम्बन्धी व्यवसायलाई यस प्रस्तावित ऐनले त्यस्तो छुट प्रदान गरेको छ ।

उपभोक्ता हकहित र प्रतिस्पर्धासम्बन्धी केही अन्य कानूनहरू

नेपालमा उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ कार्यान्वयनमा आउनु अघि पनि उपभोक्ता हकहितको संरक्षण तथा बजारमा अवाञ्छनीय क्रियाकलापहरूमा रोक लगाई स्वच्छ एवं प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणको निर्माण र प्रवर्द्धन गर्नका लागि विभिन्न कानूनहरू

औषधि ऐन, २०३५

जनताको स्वास्थ्यसँग सम्बन्धित औषधि उत्पादन, बिक्री वितरण, निकासी पैठारी, संचय तथा सेवन जस्ता अति संवेदनशील मुद्दाहरूको कानूनी दायरालाई यस ऐनले प्रष्टयाएको छ । यो ऐनले अधिराज्यभित्र बिक्री वितरण हुने औषधिहरू जनसुरक्षित, असरयुक्त र गुणस्तरयुक्त हुनुपर्ने व्यवस्थाको साथै औषधिको प्रभाव कम हुने अथवा शून्य हुने खालका औषधिको बिक्री वितरण, त्यसको भुङ्गा अथवा भ्रम सिर्जना गर्ने किसिमका प्रचार एवं विज्ञापन आदिमा पूर्णरूपले बन्देज लगाउँदै ऐनको बर्खिलाप कार्य गर्नेलाई सजायको भागिदार हुनुपर्ने प्रावधान राखेको छ ।

नेपाल गुणस्तर (प्रमाण चिन्ह) ऐन, २०३७

यस ऐनले तोकिएको श्री ५ को सरकारको गुणस्तर एवं मापदण्ड निर्धारक निकाय वा इकाईसँग इजाजत प्राप्त नगरी कसैले पनि कुनै पनि वस्तुको सम्बन्धमा नेपाल गुणस्तर प्रमाण चिन्ह प्रयोग गर्न निषेध गरेको छ । ऐनले नेपाल गुणस्तर प्रमाण चिन्ह प्रयोग गर्न इजाजत प्राप्तकर्ताहरूले इजाजत प्राप्त गरिसकेपछि तोकिएको गुणस्तर भन्दा न्यून गुणस्तरका वस्तु उत्पादन गर्न वा अन्य कसैले प्राप्त गरेको चिन्हको आकार,

लागू नगरिएका होइनन् । तर यी कानूनहरूमा उपभोक्ता हकहित र बजारमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम गर्ने सन्दर्भमा कतिपय प्रावधानहरू भएतापनि त्यस्ता प्रावधानहरूले उपभोक्ताका सम्पूर्ण अधिकार तथा स्वच्छ प्रतिस्पर्धाका सबै पक्षहरूलाई समेट्न भने सकेको देखिँदैन । यद्यपि त्यस्ता प्रावधानहरूको कार्यान्वयन अभै पनि प्रभावकारी ढङ्गले गरिने हो भने त्यसबाट उपभोक्ता हकहितको संरक्षण तथा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन गर्नमा सहयोग हुने कुरामा कसैको दुईमत छैन (कोष्ठक २) ।

उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरू बीचको अन्तर्सम्बन्ध

उपभोक्ता नीतिको मूल उद्देश्य उपभोक्ता हकहितको संरक्षण र संबर्द्धन गर्नु हो भने प्रतिस्पर्धा नीतिको मूल उद्देश्य साधनस्रोतहरूको अधिकतम उपयोग र न्यायोचित वितरणबाट समस्त आर्थिक एवं व्यापारिक गतिविधिहरूमा क्रियाशीलता, सिर्जनशीलता र दक्षता अभिवृद्धि गर्दै मुलुकको आर्थिक विकासलाई गति दिनु हो । यस्ता गतिविधिहरूबाट अन्ततोगत्वा उपभोक्ताहरूलाई पनि फाइदा पुग्ने हुन्छ । जस्तै, उत्कृष्ट गुणस्तरका वस्तु तथा सेवाहरूको उचित मूल्यमा छनौटको अवसर तथा बजारमा वस्तु तथा सेवाहरूको पर्याप्त आपूर्तिको सम्बन्धमा । यसअर्थमा उदार अर्थतन्त्रमा उपभोक्ताको अधिकार एक साध्य हो भने प्रतिस्पर्धा एक साधन हो ।

प्रतिस्पर्धाको माध्यमबाट उपभोक्ता सशक्तीकरण र उपभोक्ताको कल्याण हुन सक्दछ भन्ने कुरामा धेरै तर्कहरू दिइएको पाइन्छ ।

प्रकार र प्रतिलिपी प्रयोग गर्ने कार्यलाई समेत गैरकानूनी घोषित गरेको छ ।

आर्थिक प्रशासनसम्बन्धी नियमहरू, २०५६

सरकारी खरिद तथा सार्वजनिक कार्यको लागि सरकार एवं सरकारी स्वामित्वमा रहेका संस्थालाई आपसमा मिली वा आर्थिक प्रलोभन दिई वा प्रतिस्पर्धीलाई बल प्रयोग गरी कृत्रिम अवस्थाको सिर्जनाद्वारा बोलपत्र प्रक्रिया सञ्चालन गरेमा त्यस विरुद्ध उजुरी गर्न, सो प्रमाणित भए प्रक्रिया रद्द गर्न र धरौटी जफत गर्नका साथै सो प्रक्रियामा सम्बन्धित सबै पक्षलाई कालो सूचीमा राख्न लगायत अन्य कारवाहीको व्यवस्था आर्थिक प्रशासनसम्बन्धी नियमहरू, २०५६ मा गरिएको छ ।

यी बाहेक उपभोक्ता हकहित र प्रतिस्पर्धासँग सरोकार राख्ने केही अन्य कानूनहरू पनि छन् । जस्तै, खाद्य ऐन, २०२३, वातावरण संरक्षण ऐन, २०५३, आवश्यक पदार्थ नियन्त्रण ऐन, २०१७, दाना पदार्थ नियन्त्रण ऐन, २०२३, पशु वधशाला तथा मासु जाँच ऐन, २०५५, आमाको दुधलाई प्रतिस्थापन गर्ने वस्तु (बिक्री वितरण नियन्त्रण) ऐन, २०४८, आयोजितयुक्त नून (उत्पादन तथा बिक्री वितरण) ऐन, २०५५ आदि ।

प्रतिस्पर्धात्मक संस्कृतिमा उत्पादकहरूले स्वतन्त्र र उदार बजारमा उपभोक्ताका माग, मत, चाहना आदिलाई अनुसन्धान र विकासका लागि अत्यावश्यक ऊर्जा मान्दछन् र त्यसैलाई आधार मानेर उत्पादनलाई विशिष्टीकरण गर्नेतर्फ उन्मुख हुन्छन्। यसका साथै आफ्नो अधिकार प्रति उपभोक्ताको सजगताका कारणले पनि उत्पादकहरू बजारमा आफ्नो उत्पादनलाई उत्कृष्ट बनाउन अभिप्रेरित हुन्छन्। यसरी उपभोक्ताको सजग व्यवहारले उत्पादकलाई प्रतिस्पर्धी हुन उत्प्रेरित गर्दछ भने उत्पादकहरू बीचको तीव्र प्रतिस्पर्धाले मूल्य एवं गुणस्तरको व्यापक छनौट प्रदान गर्दै उपभोक्तालाई अधिकारसम्पन्न पार्न मद्दत पुऱ्याउँदछ।

वास्तवमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धा बिना उपभोक्ता कल्याण हुन सक्दैन भने उपभोक्ता कल्याण बिना स्वच्छ प्रतिस्पर्धाको कल्पना गर्न सकिँदैन। स्वतन्त्र र उदार बजारलाई उपभोक्ता सशक्तीकरण र स्वच्छ प्रतिस्पर्धाले गति प्रदान गर्दछ। यसबाट राज्यको बजार अर्थतन्त्रबाट समग्र आर्थिक विकास एवं व्यापारबाट रोजगार र आम्दानीको लक्ष्य प्राप्त हुन सक्दछ। यसरी हेर्दा उपभोक्ता नीति र प्रतिस्पर्धा नीति दुवैले उपभोक्ता हकहितको संरक्षण र प्रवर्द्धनमा जोड दिएको पाइन्छ (चित्र २)।

उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरू एकअर्काको परिपूरक (complementary) भएर पनि कार्य गरिरहेका हुन्छन्। जस्तै उपभोक्ताको चाहनालाई बजारमा प्रवर्द्धन गर्न प्रतिस्पर्धा नीति अग्रशील भई गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूलाई नियन्त्रण गर्न सक्रिय (proactive) भएको हुन्छ भने उपभोक्ता नीति प्रतिक्रियात्मक (reactive) भई गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूका कारणले उपभोक्ताको हकहित विपरित काम भएको अवस्थामा गुनासोको सुनुवाई र क्षतिपूर्ति दिलाउने काममा सक्रिय भएको हुन्छ। हुन त वस्तु विशेष र परिस्थिति हेरी उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा दुवै नीतिहरू अग्रशील वा प्रतिक्रियागत हुन सक्छन्। सामान्यतया एकअर्काको परिपूरक भएर उपभोक्ता नीति अग्रशील भएको बेला प्रतिस्पर्धा नीति प्रतिक्रियागत हुन्छ भने प्रतिस्पर्धा नीति अग्रशील भएको बेला उपभोक्ता नीति प्रतिक्रियागत हुन्छ।

उपभोक्ता अधिकारहरूको सम्बन्धमा पनि उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरू बीचको अन्तरसम्बन्धलाई हेर्न सकिन्छ। त्यसैले “उपभोक्ता संरक्षणको लागि संयुक्त राष्ट्रसंघको निर्देशिका” अन्तर्गत राखिएका र उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ ले प्रष्ट्याएका केही प्रमुख उपभोक्ता अधिकारहरू के कसरी प्रतिस्पर्धा नीतिसँग अन्तरसम्बन्धित छन् भन्ने विषयलाई विश्लेषण गर्नु आवश्यक छ।

आधारभूत आवश्यकता प्राप्त गर्ने अधिकार र प्रतिस्पर्धा नीति

बहुसंख्यक जनता गरिबी र खाद्य असुरक्षाको मारमा परेको हाम्रो जस्तो देशमा उपभोक्ताको आधारभूत आवश्यकता पूर्ति हुने अधिकारको प्रत्याभूति अत्यन्त संवेदनशील विषय मात्र होइन विकासको लागि एक महत्त्वपूर्ण शर्त पनि हो। हुन त

चित्र २



उपभोक्ताको यस्तो संवेदनशील र महत्त्वपूर्ण अधिकारको प्रत्याभूतिको विषयलाई उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ ले प्रष्ट्याएको छैन, तर प्रतिस्पर्धा नीतिसँग यस अधिकारको अन्तरसम्बन्ध हेर्दा स्वच्छ प्रतिस्पर्धाले वस्तु तथा सेवाको मूल्यमा कमी ल्याई आधारभूत आवश्यकताका वस्तु तथा सेवालार्इ उचित र सुपथ मूल्यमा उपलब्ध गराउन मद्दत गर्ने देखिन्छ। उदाहरणका लागि, हाम्रो देशमा साना किसानहरू वर्षैदिखि आफ्नो

उत्पादनलाई बजारसम्म ल्याउन नपाएकोले एकातिर भन्नुभन्नु गरिब भएका छन् भने अर्कोतिर विचौलियाहरू रातारात धनि भइरहेका छन्। सबैभन्दा ठूलो वर्ग भएर पनि संगठित र जागरुक हुन नसकेकाले आफ्नो उत्पादनको उचित मूल्य प्राप्त गर्नबाट हाम्रा किसानहरू वञ्चित छन् र यसले प्रत्यक्ष रूपमा उनीहरूको आधारभूत आवश्यकता पूर्ति हुने अधिकारमा नकारात्मक असर पुऱ्याएको छ। प्रतिस्पर्धा नीतिले बजारमा विचौलियाहरूले गर्ने गैरप्रतिस्पर्धी अभ्यासहरूलाई दुरुत्साहित गर्ने मात्र होइन, कृषि उत्पादनको मूल्यको सूचना किसानसम्म पुऱ्याई तिनीहरूलाई संगठित रूपमा उत्पादनको सही मूल्य प्राप्त गर्न प्रोत्साहित पनि गर्न सक्छ। यसले उनीहरूको आय वृद्धि भई आधारभूत आवश्यकता पूरा गर्न सहयोग गर्छ।

त्यस्तै उद्यमी व्यवसायीहरूलाई शहरी र सुविधा सम्पन्न क्षेत्रमा मात्रै सिमित नरही दुर्गम क्षेत्रमा समेत जानुपर्ने वातावरणको सिर्जना गर्न पनि प्रतिस्पर्धा नीति सक्रिय हुन सक्छ। यसो हुँदा दुर्गम क्षेत्रमा बस्ने जनताको समेत आधारभूत आवश्यकता पूर्ति गर्न सकिन्छ। दुर्गम क्षेत्रमा वस्तु तथा सेवा पुऱ्याउने उद्यमी व्यवसायीहरूले वस्तु तथा सेवाको अस्वाभाविक मूल्य लिन सक्ने सम्भावनालाई हटाउन तथा न्यून गर्न पनि प्रतिस्पर्धा नीतिको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन सक्छ। उदाहरणको लागि, २०६० सालमा जुम्लामा निजीक्षेत्रले एकाधिकारको रूपमा ढुवानी गरी बिक्री गरेको अवस्थामा मट्टितेलको खुद्रा बिक्री मूल्य रु.१२५ प्रतिलिटर र चिनी रु.८५ प्रतिकेजी थियो भने आंशिक सरकारी स्वामित्व भएको साल्ट ट्रेडिङ्ग कर्पोरेशनले सो स्थानमा बिक्री वितरण थाले पश्चात स्थानीय बजारमा मट्टितेलको खुद्रा बिक्री मूल्य रु.८० प्रतिलिटर हुँदै रु.६५ प्रतिलिटर र चिनीको खुद्रा बिक्री मूल्य रु.५१ प्रतिकेजी भएको थियो। यसले उपभोक्ताको आधारभूत आवश्यकता पाउने अधिकार सुनिश्चित गर्न प्रतिस्पर्धा नीतिले उल्लेखनीय भूमिका खेल्न सक्ने देखाउँछ।

सुरक्षित रहने अधिकार र प्रतिस्पर्धा नीति

वस्तु तथा सेवाको उपभोग गर्दा हुन सक्ने जीउ-धनको क्षतिबाट सुरक्षित रहने उपभोक्ताको अधिकारलाई उपभोक्ता नीतिले सुनिश्चित गरेको हुन्छ। यसका लागि कुनै पनि उत्पादकले आफ्नो उत्पादनमा वस्तुको सम्मिश्रण, प्रयोग गर्ने विधि, उत्पादनको उपभोग गर्दा हुन सक्ने प्रभावहरू र त्यस्तो भएको अवस्थामा अपनाउनु पर्ने उपायहरू लगायत उत्पादन मिति र उपभोग्य मिति उल्लेख गर्नुपर्ने प्रावधान राखिएको हुन्छ।

प्रतिस्पर्धा नीतिले उपभोक्ताको सुरक्षित रहन पाउने अधिकारको बारेमा सिधा अर्थमा नबोले तापनि प्रतिस्पर्धी क्षमता अभिवृद्धि गर्नुपर्ने बाध्यतात्मक अवस्थामा क्षमता अभिवृद्धि गर्ने माध्यमको रूपमा सुरक्षाको प्रत्याभूति गर्ने यी कार्यहरू स्वतः कार्यान्वयनमा आउने हुन्छ।

शिक्षा र सूचनाको अधिकार र प्रतिस्पर्धा नीति

प्रतिस्पर्धा ऐनको मस्यौदामा स्वच्छ प्रतिस्पर्धाबाट पर्ने सकारात्मक प्रभावहरू र अस्वच्छ अभ्यासबाट हुने नकारात्मक असरहरूका

सम्बन्धमा निजीक्षेत्र तथा नागरिक समाजसँग समन्वय गरी आवश्यक अध्ययन अनुसन्धान गर्ने तथा सो सम्बन्धमा जनचेतना जगाउन प्रचारप्रसार गर्ने कार्यलाई ऐन कार्यान्वयन गर्ने जिम्मेवारी पाएको निकायको कार्यक्षेत्रमा राखिएको छ। वास्तवमा प्रतिस्पर्धा नीतिले उपभोक्ता शिक्षाको अधिकारलाई सुरक्षित राख्न सहयोग गर्न सक्छ। बजारमा विद्यमान गैरप्रतिस्पर्धी अभ्यासहरूलाई दुरुत्साहित गर्ने काममा मात्र सीमित नभई त्यस्ता अभ्यासहरूबारे जनचेतना अभिवृद्धि गर्न नीतिले मार्गनिर्देशन दिएको हुन्छ।

त्यस्तै सूचनाको अधिकार सम्बन्धमा, प्रतिस्पर्धा नीतिले कुनै पनि व्यक्ति वा संस्थाले आफूले उत्पादन गर्ने वस्तु तथा सेवाको मात्र वर्चस्व कायम हुने वा प्रतिस्पर्धालाई नियन्त्रण वा सीमित गर्ने उद्देश्यले भ्रमपूर्ण विज्ञापन वा आग्रह वा जानकारी गर्नु गराउनु निषेध गर्ने हुँदा उपभोक्ताको सुसूचित हुने अधिकारलाई सुरक्षित गर्न ठोस योगदान गर्न सक्छ।

क्षतिपूर्तिको अधिकार र प्रतिस्पर्धा नीति

प्रतिस्पर्धा नीतिले बजारमा विद्यमान गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूलाई स्वच्छ प्रतिस्पर्धाको बाधा अड्चनको रूपमा मात्र नलिई त्यस्ता क्रियाकलापहरूबाट उपभोक्तालाई कुनै प्रकारको हानी, नोक्सानी वा क्षति हुन गए कानूनी रूपमा क्षतिपूर्तिको व्यवस्था गरी उपभोक्ताको क्षतिपूर्तिको अधिकारलाई सुनिश्चित गरेको हुन्छ। उदाहरणका लागि, निषेधित गैरप्रतिस्पर्धी क्रियाकलापहरूबाट आर्थिक हानी, नोक्सानी वा क्षति हुन गएको खण्डमा प्रस्तावित प्रतिस्पर्धा ऐनले त्यस्तो क्षति पुऱ्याउने पक्षबाट पीडितलाई उचित क्षतिपूर्ति दिलाउने पक्षमा छुट्टै प्रावधान राखेको छ।

सहभागी हुन पाउने अधिकार र प्रतिस्पर्धा नीति

प्रतिस्पर्धी वातावरणको सुदृढीकरण र प्रतिस्पर्धा विपरित हुने काम कारवाहीको पहिचान गर्ने सिलसिलामा उपभोक्ता संघसंस्था तथा व्यक्तिहरूबाट प्राप्त हुने सल्लाह एवं सुभावहरू अत्यन्त महत्त्वपूर्ण हुन्छन्। प्रतिस्पर्धा नीतिले यस्तो सल्लाह एवं सुभावलाई ग्रहण गर्ने संयन्त्रको विकास गर्न सक्छ जसमार्फत उपभोक्ताहरूको सहभागिता व्यापक रूपमा गराउन सकिन्छ। यस्तो कार्यले उपभोक्ताको अन्य अधिकारहरूको संरक्षणमा पनि महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्छ।

स्वस्थ वातावरणमा रहन पाउने अधिकार र प्रतिस्पर्धा नीति

उपभोक्ताको स्वस्थ वातावरणमा रहन पाउने अधिकारको सम्बन्धमा उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ मौन छ। तर “उपभोक्ता संरक्षणको लागि संयुक्त राष्ट्रसंघको निर्देशिका” मा उल्लेखित उपभोक्ताको स्वस्थ वातावरणमा रहन पाउने अधिकारको सम्बर्द्धन गर्न प्रतिस्पर्धा नीतिले भूमिका खेल्न सक्छ। स्वच्छ प्रतिस्पर्धाले सदैव क्षमता अभिवृद्धिको लागि नयाँ-नयाँ खोजलाई प्रोत्साहन गरिरहेको हुन्छ। यही नयाँ खोजले उद्यमी व्यवसायीलाई लागत घटाउनको लागि स्रोतको अधिकतम उपयोग र न्यूनतम खपतको विधिको विकास गराउन प्रेरित गर्दछ। यस्तो नयाँ-नयाँ खोजले वातावरणको सुरक्षाको लागि समेत

मदत पुऱ्याउने हुँदा प्रतिस्पर्धा नीतिले उपभोक्ताको स्वच्छ वातावरणमा रहन पाउने अधिकारलाई समेत सुनिश्चित गरिरहेको हुन्छ ।

उपशंहार

नेपालको बदलिंदो आर्थिक एवं व्यवसायिक परिवेशमा प्रतिस्पर्धाको विषयले चर्चा पाउन थालेको छ । नेपाल WTO मा सदस्य भएको र सदस्यताकै क्रममा प्रतिस्पर्धा कानून लागू गर्ने स्वेच्छक प्रतिवद्धता जनाएकोले पनि प्रतिस्पर्धाको विषय सान्दर्भिक र महत्त्वपूर्ण भएको हो । त्यसैले यस विषयमा सम्बन्धित सम्पूर्ण सरकारी निकाय, निजीक्षेत्र र अन्य सरोकारवालाहरूको ध्यान जान जरुरी छ ।

उदार र खुला अर्थतन्त्रको प्रतिफल तब मात्र सकारात्मक हुन्छ, जब राज्यले बजारमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धाको निर्माण र सरोकारवालाहरू बीच स्वच्छ प्रतिस्पर्धा संस्कारको विकास गर्न सक्छ । त्यस्तै बजारमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धाको निर्माण र सरोकारवालाहरू बीच स्वच्छ प्रतिस्पर्धा संस्कारको विकास तब मात्र सम्भव हुन्छ, जब राज्यले बजारमा उपभोक्ता अधिकारलाई सुनिश्चित गरी संरक्षण र प्रवर्द्धन गर्छ । त्यसैले प्रतिस्पर्धाको विषयमा पहल गर्दा संवेदनशील हुनुपर्ने प्रमुख विषयहरू मध्ये उपभोक्ता अधिकारको विषय पनि एक हो । वास्तवमा उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धा नीतिहरू बीचको अन्तरसम्बन्धको बुझाई उपभोक्ता अधिकारको संरक्षण र प्रवर्द्धनको दृष्टिकोणले मात्र होइन, दुवै नीतिहरूको प्रभावकारी कार्यान्वयन र समस्त राष्ट्रको औद्योगिक र आर्थिक समुन्नतिको लागि पनि आवश्यक छ । ■

सन्दर्भ सामग्री

- उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४
- सावती (२०६१) "आर्थिक विकासका लागि प्रतिस्पर्धा". स्वच्छ प्रतिस्पर्धा. समाचार पत्र, वर्ष १, अङ्क ४, काठमाडौं: साउथ एशिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेन्ट ।
- अधिकारी, रत्नाकर (२०६१) आर्थिक क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा. जानकारी पत्र, अङ्क ६, काठमाडौं: साउथ एशिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेन्ट ।
- अर्याल, रञ्जनकृष्ण (२०६१) प्रतिस्पर्धासम्बन्धी नीति तथा कानून: एक सिंहावलोकन. जानकारी पत्र, अङ्क ५, काठमाडौं: साउथ एशिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेन्ट ।
- दवाडी, हेमन्त (२०६२) प्रतिस्पर्धा, एकाधिकार र प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता. जानकारी पत्र, अङ्क २, काठमाडौं: साउथ एशिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेन्ट ।
- UNCTAD. 2001. *Provisional Agenda and Annotations*. Report of the Expert Meeting on Consumer Interests, Competitiveness, Competition and Development (TD/B/COM.1/EM.17/3 August). Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
- Nanda, Nitya. 2004. *Competition Policy and Consumer Protection Policy*. Viewpoint Paper. Jaipur: Consumer Unity & Trust Society-Centre for Competition, Investment & Economic Regulation.
- SAWTEE. 2005. *Status of Competition in Nepal*. Research Report of Competition Advocacy and Education Project (CAEP). Kathmandu: South Asia Watch on Trade, Economics & Environment.

सावतीको स्थापना १९९४ मा दक्षिण एशियाका गैरसरकारी संस्थाहरूको संयुक्त प्रयासबाट भएको हो । सावती उदारीकरण, विश्वव्यापीकरण र विश्व व्यापार संगठन (World Trade Organization - WTO) सँग सम्बन्धित विषयवस्तुमा अनुसन्धान र सम्बन्धित सरोकारवालाको क्षमता अभिवृद्धि गर्ने उद्देश्यले खडा भएको दक्षिण एशियाली क्षेत्रीय सञ्जाल (regional network) हो । दक्षिण एशियाका ११ वटा संस्थाहरू सदस्य रहेको सावतीले प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानूनका विषयमा समेत अनुसन्धान र वकालत गर्दै आएको छ ।

यो जानकारी पत्र साउथ एशिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेन्ट (सावती) का लागि बेलायती अन्तर्राष्ट्रिय विकास विभाग (**Department for International Development - DFID**), नेपालको सहयोगमा विन्दा हाडा र कमलेश अधिकारीद्वारा तयार पारिएको हो । जानकारी पत्रमा टिप्पणी सहित अमूल्य सुझाव दिनु हुने रञ्जनकृष्ण अर्याललाई संस्थाका तर्फबाट हार्दिक धन्यवादज्ञापन गरिन्छ । मुद्रक: मोडर्न प्रिन्टिङ प्रेस, काठमाडौं ।