

प्रतिस्पर्धा नीति र कानूनलाई खुला बजार अर्थतन्त्रको नियमनका लागि अनिवार्य साधनका रूपमा लिइन्छ। मुलुकको आर्थिक विकासलाई गति दिन र सन्तुलित बनाउन प्रतिस्पर्धा नीति र कानूनको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ। विश्व व्यापार संगठन (डब्ल्यूटीओ) को सदस्यतापछि नेपालको बजार विश्वका लागि र विश्व बजार नेपालका लागि खुलिसकेको परिवेशमा प्रतिस्पर्धा कानूनको महत्त्व र आवश्यकता सरोकारवालाहरूले बुझ्नु अत्यन्तै आवश्यक छ। नेपालको सन्दर्भमा प्रतिस्पर्धा भन्ने विषय अद्यापि धेरैका लागि नौलो छ र यसलाई हेर्ने दृष्टिकोण पनि सबैको फरक र आ-आपनै किसिमको छ। यसर्थ, प्रतिस्पर्धा र यससँग सम्बन्धित विविध विषयवस्तुका सम्बन्धमा सरोकारवालाहरूलाई जानकारी दिलाउने उद्देश्यले यो जानकारी पत्र तयार गरिएको हो।

प्रतिस्पर्धाको अवधारणा

वस्तु तथा सेवालाई बजार प्रवेश गराउने र तिनको मूल्य तथा गुणस्तरका आधारमा उपभोक्ताबाट परीक्षण र मूल्याङ्कन गराउने स्वचालित प्रणालीलाई आर्थिक क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा भनिन्छ। यसले प्रत्येक वस्तु तथा सेवालाई बजार प्रवेश गराएर उत्पादन तथा उत्पादकको क्षमता अभिवृद्धि गर्न सहयोग पुऱ्याउँछ। बजारमा वस्तु तथा सेवा र तिनका उत्पादकको हैसियत निर्धारण गर्ने अधिकार उपभोक्तामा निहित हुन्छ।

खुला बजारमा राष्ट्रिय अर्थतन्त्रलाई प्रभावकारी रूपमा सञ्चालन गर्न प्रतिस्पर्धाको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ। प्रतिस्पर्धाले सीमित श्रोतको विवेकपूर्ण सदुपयोग, उच्चमी व्यवसायीको क्षमता अभिवृद्धि र उपभोक्ताका हक अधिकार संरक्षणमा सहयोग पुऱ्याउँछ। प्रतिस्पर्धाले बजार शक्ति नियन्त्रण गर्नुका साथै साधन र श्रोतलाई सीमित वर्ग वा समुदायमा केन्द्रित हुन दिदैन। यसले देशको आर्थिक रूपान्तरणमा मात्र नभई सामाजिक न्यायको प्रत्याभूति गराउनसमेत मद्दत पुऱ्याउँछ।

नेपालमा प्रतिस्पर्धाको अवस्था कस्तो छ भनेर पहिचान गर्न विभिन्न समयमा अवलम्बन गरिएका आर्थिक नीतिहरूको विश्लेषण आवश्यक पर्दछ। यहाँ ती विविध पक्षलाई संक्षिप्त रूपमा उल्लेख गरिएको छ।

नेपालमा आर्थिक उदारीकरणको थालनी र प्रतिस्पर्धा

नेपालमा सन् १९८० को दशकबाट आर्थिक उदारीकरणको लहर सुरु भएको हो। अन्तर्राष्ट्रिय मुद्रा कोष र विश्व बैंकको सहयोगमा सन् १९८५ मा संरचनात्मक सुधार कार्यक्रमको थालनी भएको थियो। यसअन्तर्गत बजारोन्मुख खुला र उदार आर्थिक नीति, निजीकरण, विदेशी पूँजी, सीप र प्रविधिको परिचालनमा खुलापनको व्यवस्थालाई प्रवर्द्धन र प्राथमिकता दिने खालका नीति, नियम तथा कानून तर्जुमा भए। सेवा क्षेत्रमा रहेको सरकारी संलग्नता क्रमशः हटाउँदै निजी क्षेत्रको सहभागिता बढाउन सके बजार प्रतिस्पर्धी हुने सम्भावनालाई ध्यानमा राखेर निजीकरण ऐन, २०५० ल्याइयो।

आर्थिक विकासलाई गतिशीलता प्रदान गर्न प्रत्यक्ष विदेशी लगानीको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुने हुँदा नेपालको वैदेशिक लगानी नीतिमा केही परिवर्तन गरियो। यसअन्तर्गत एकद्वार समितिको व्यवस्था, वैदेशिक लगानीकर्तालाई विभिन्न सेवा, सुविधा र छुटका प्रावधानजस्ता प्रमुख विशेषतासहित वैदेशिक लगानी तथा प्रविधि हस्तान्तरण ऐन, २०४८ र औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४८ ल्याइयो। यी ऐनहरूले कुन क्षेत्रमा लगानी खुला छ वा छैन भन्ने कुरालाई स्पष्ट उल्लेख गरिदिएकाले लगानीकर्ताहरूको अन्याूलतालाई हटाउनमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेलेको छ। सरकारले उदारीकरणका सम्बन्धमा अख्तियार गरेको आर्थिक सिद्धान्त र नीतिको परिपूरक र मार्गदर्शन हुनेगरी वाणिज्य नीति, २०४८ तथा औद्योगिक नीति, २०४८ समेत तर्जुमा गर्‍यो। यसले स्वदेशी तथा विदेशी लगानी आकर्षित गर्न विभिन्न सुविधा र कानूनी सुनिश्चितताहरू प्रदान गर्‍यो। कर र प्रशासनिक प्रक्रियालाई सरल, पारदर्शी र गतिशील बनाउन विविध सुधारका

लगानी गर्न पाइने र नपाइने उद्योगहरू

नेपालमा सुरक्षा र जनस्वास्थ्यलाई प्रभाव पार्ने उद्योग तथा विस्फोटक सामग्री, हातहतियार, गनपाउडर, सुरक्षित छापाखाना, बैक, नोट, चुरोट, बिंडी, मदिरा, वियरलगायत उद्योग स्थापनाका लागि औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४८ ले सरकारको पूर्व स्वीकृति अनिवार्य गरेको छ। त्यस्तै वैदेशिक लगानी तथा प्रविधि हस्तान्तरण ऐन, २०४८ ले घरेलु उद्योग, हातहतियार उद्योग, विस्फोटक पदार्थ, विकीरणयुक्त सामग्री, सुरक्षात्मक छपाई र मुद्रा तथा सिक्का व्यवसायलगायतका क्षेत्रमा तथा व्यक्तिगत क्षमतामा सञ्चालित व्यवसाय जस्तै: हेयर कटिङ्ग, ब्युटीपार्लर, खुद्रा पसल, ट्राभल एजेन्सी आदि जस्ता व्यवसायबाहेक अन्य सबै क्षेत्रमा वैदेशिक लगानीलाई खुला गरेको छ। यसका साथै नेपालले विश्व व्यापार संगठनको सदस्यता प्राप्तिको समयमा ऐनले निषेधित गरेका कतिपय सेवा क्षेत्रसमेत वैदेशिक लगानीका लागि खुला गर्ने प्रतिबद्धता जाहेर गरेको छ।

कामहरू पनि नीतिमा प्राथमिकतासाथ उल्लेख भए।

दशौं योजनाले पनि लगानी र उत्पादन बढाएर देशको आर्थिक विकासमा निजी क्षेत्रको भूमिका प्रबल बनाउँदै उत्पादन व्यवस्था विकासमार्फत् राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता अभिवृद्धि गर्ने उद्देश्य राखेको छ। दूरसञ्चार, हवाई यातायात, वित्त, सार्वजनिक स्वास्थ्य, शिक्षा, ऊर्जा उत्पादन वा वितरणजस्ता आरक्षित क्षेत्रसमेत निजी क्षेत्रका लागि खुला गरी प्रतिस्पर्धात्मक बनाउने प्रयत्न गरिएका छन्।

प्रतिस्पर्धी बजार निर्माण गर्ने लक्ष्य लिएर उपरोक्त सुधारका कार्यक्रमहरूको थालनी गरी राष्ट्रका नीति तथा योजनाले उच्च प्राथमिकतामा राखे पनि, यसका लागि अपरिहार्य मानिएको प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानूनको तर्जुमातर्फ कसैको ध्यान नपुग्दा अर्थतन्त्रका धेरै क्षेत्रहरू प्रतिस्पर्धी भने हुन सकेनन्।

नेपालका विभिन्न क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धाको स्थिति

सन् १९८० पछि सरकारले खुला बजार नीति अवलम्बन गर्दै आर्थिक उदारीकरण र निजीकरणलाई प्राथमिकता दिएपछि मुलुकको आर्थिक संरचनामा आधारभूत परिवर्तन आयो। उदारीकरणपूर्व निजी क्षेत्रको सहभागिता प्रायः शून्य रहेको र त्यस पश्चात राज्यद्वारा संरक्षित दूरसञ्चार, हवाई यातायात, वित्तीय संस्था, सार्वजनिक स्वास्थ्य, यातायात, शिक्षा, ऊर्जा उत्पादन वा वितरणजस्ता क्षेत्रमा निजी क्षेत्रको सहभागिता बढ्न गयो। यसअतिरिक्त कृषि, पर्यटन, उद्योग, बैकिङ, विमा, यातायात, विद्युत्, सञ्चार, सूचना प्रविधि, हवाई सेवाका साथै निजी क्षेत्र आकर्षित हुने देखिएका सेवा क्षेत्र प्रतिस्पर्धी बनाउन भनी अवलम्बन गरिएका सरकारी नीतिले यो क्षेत्रलाई पहिलेको तुलनामा केही मात्रामा भने प्रतिस्पर्धी बनायो। नेपालका विभिन्न क्षेत्रमा रहेको प्रतिस्पर्धाको अवस्थाबारे तल संक्षेपमा चर्चा गरिन्छ।

उत्पादनमूलक क्षेत्र

आर्थिक उदारीकरणपछि केही उत्पादनमूलक क्षेत्रमा औद्योगिक विकासको अवस्था सन्तोषप्रद रहे पनि प्रतिस्पर्धाको अभावमा ती क्षेत्रले चाहेजस्तो प्रगति गर्न सकेका छैनन्। उदारीकरणपूर्व चिनी उद्योग पूर्णतः सरकारी अधिनमा थियो। उदारीकरणपछि यसमा निजी क्षेत्रको उल्लेख्य प्रवेश भएको छ। हाल सञ्चालनमा रहेका प्रमुख ८ चिनी उद्योगको वार्षिक उत्पादन क्षमता १८ हजार ५ सय मेट्रिक टन छ। यसमध्ये ३ प्रमुख चिनी उद्योगको बजार हिस्सा ४५ प्रतिशत छ भने चिनीको न्यूनतम मूल्य निर्धारण सरकारबाटै हुने हुँदा यो क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा छैन भन्दा पनि हुन्छ। तसर्थ: उदारीकरणले यस क्षेत्रमा पर्याप्त प्रतिस्पर्धा गराउन नसकेकाले उपभोक्ता खासै लाभान्वित हुन सकेका छैनन्।

यसैगरी, नेपालका करिब १६ सिमेन्ट उद्योगको वार्षिक उत्पादन क्षमता ६ लाख ५३ हजार ३ सय २ मेट्रिक टन छ। सिमेन्ट आयातमा खुला व्यवस्थाका कारण कुनै निश्चित समूह वा वर्गको बर्चश्व छैन। त्यसैले, यो क्षेत्र तुलनात्मक रूपमा प्रतिस्पर्धी देखिन्छ। तैपनि मूल्यमा भने खासै प्रतिस्पर्धा भएको पाइँदैन।

फलामे छड उत्पादनमा पहिलेदेखि निजी क्षेत्रको बाहुल्यता रहँदै आएको छ। यस क्षेत्रमा ८ उद्योगको उत्पादन क्षमता १ लाख ४ हजार ७ सय मेट्रिक टन छ, जसमध्ये ३ उद्योगले मात्र ६२ प्रतिशत बजार हिस्सा ओगटेका छन्। त्यसैले मूल्यमा खासै अन्तर र प्रतिस्पर्धा रहेको पाइँदैन।

कपडा उत्पादन गर्ने १७ उद्योगको कुल क्षमता वार्षिक ३ करोड ८७ लाख ३१ हजार मिटर रहेको छ। मुख्य तीन उद्योगको उत्पादन क्षमता बजार हिस्साको ४० प्रतिशत रहेको र कुनै एक समूहको बर्चश्व नरहेकाले अन्य क्षेत्रका तुलनामा बढी प्रतिस्पर्धी देखिन्छ। कपडा आयातमा समेत व्यापारीहरू स्वतन्त्र रहेकाले उपभोक्तालाई पर्याप्त छुनौटको अवसर प्राप्त छ। यसैगरी, कागज उद्योगको क्षेत्रमा उदारीकरणपछि निजी क्षेत्रको उल्लेख्य संलग्नता रहेको छ। यसमा कुल उत्पादन क्षमता ८० मेट्रिक टन प्रतिदिन रहे पनि भृकुटी कागज कारखानाको बजार हिस्सा मात्र ५० प्रतिशत हुनुले बजारमा उसको एकलौटी प्रभाव छ। कागज आयातमा २५ प्रतिशत भन्सार लगाएर संरक्षण गरिएको यो क्षेत्र पूर्णतः प्रतिस्पर्धाविहिन बन्न पुगेको छ।

निर्यातजन्य उत्पादनका रूपमा रहेको नेपालको घ्यू उद्योगको वार्षिक उत्पादन क्षमता १ लाख २३ हजार २ सय ७८ मेट्रिक टन छ। यसमा कुनै एक उद्योग वा समूहको हिस्सा बजारलाई प्रभावित तुल्याउनसक्ने खालको छैन। प्रमुख तीन उद्योगको बजार हिस्सा केवल २८ प्रतिशत मात्र भएकोले नेपाली घ्यू उद्योग प्रतिस्पर्धात्मक देखिन्छ।

नेपाली दुग्धजन्य पदार्थको उत्पादन, विक्री वितरणमा सरकारी स्वामित्वको दुग्ध विकास संस्थानको बर्चस्व छ। बजारमा दुग्धको कुल उत्पादन प्रतिदिन ३ लाख ८० हजार लिटर हुनेमा दुग्ध विकास संस्थानको बजार हिस्सा नै ६३ प्रतिशत छ। त्यसैले, यो क्षेत्रमा पनि प्रतिस्पर्धा छैन भनेर भन्न सकिन्छ।

सार्वजनिक सेवाको क्षेत्र

आर्थिक उदारीकरण तथा निजीकरणको नीतिले यस क्षेत्रमा सामान्य परिवर्तन ल्याए पनि सरकारको नियन्त्रण खुकुलो बनाउन र प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण सिर्जना गर्न सकेको छैन। विद्युत् क्षेत्र पूर्ण सरकारी स्वामित्वको नेपाल विद्युत् प्राधिकरणअन्तर्गत रहेको छ। आर्थिक उदारीकरण नीति अवलम्बन गरी जलविद्युत्मा निजी क्षेत्रलाई प्रवेश गराएपछि १ सय १५ मेगावाट विद्युत् निजी क्षेत्रबाट उत्पादन भएको छ। तर, अझै कुल उत्पादनको ७८ प्रतिशत विद्युत्मा प्राधिकरणकै स्वामित्व छ। अहिलेको अवस्थामा निजी क्षेत्रबाट विद्युत् उत्पादनका लागि अनुमतिपत्र प्राप्त गर्न उत्पादित विद्युत् शक्ति खरिदको सम्पन्नता हुनुपर्ने पूर्वशर्त र उत्पादित विद्युत् शक्ति राष्ट्रिय ग्रिडमा समावेश गर्नुपर्ने बाध्यता रहेको छ। यसका लागि विद्युत् वितरण र प्रसारण गर्ने एकमात्र प्रभावशाली हैसियतप्राप्त विद्युत् प्राधिकरणसँग खरिद सम्पन्नता गर्नुपर्ने अवस्था छ। जबसम्म निजी क्षेत्रबाट उत्पादित विद्युत् शक्ति उत्पादक आफैले बजारमा लैजाने प्रणालीको विकास हुन सक्दैन, तबसम्म विद्युत् सेवा शुल्कमा प्रतिस्पर्धा हुने अवस्था देखिदैन।

दूरसञ्चार क्षेत्रमा पनि अद्यापि सरकारी स्वामित्वकै नेपाल टेलिकमको आधिपत्य छ। आधारभूत टेलिफोन सेवा प्रदान गर्ने उद्देश्यसहित युनाइटेड टेलिकमको प्रवेश भए पनि सेवा वितरणमा नेपाल टेलिकमकै बजार हिस्सा धेरै छ। त्यस्तै मोबाइल फोन सेवाको क्षेत्रमा स्पाइस नेटवर्क प्राइभेट लिमिटेडको प्रवेश भए पनि नेपाल टेलिकमको बजार हिस्साको तुलनामा यसको सेवा उपभोग गर्ने ग्राहकहरूको संख्या न्यून छ। आधारभूत एवं मोबाइल सेवामा दुईभन्दा बढीको प्रवेशलाई बन्देजलगायत अत्यधिक शुल्क र पूर्वाधार विकासमा तोकिएको लगानी गर्ने पर्नेजस्ता दूरसञ्चार ऐन, २०५५ मा रहेका प्रावधानले यस क्षेत्रमा थप सेवाप्रदायकको प्रवेशमा बाधा उत्पन्न गर्नुका साथै लगानीकर्तालाई समेत विकर्षित तुल्याएको छ।

सरकारको पूर्ण स्वामित्वमा सञ्चालित सार्वजनिक सेवाको अर्को संस्था नेपाल आयल निगम हो। निगम पेट्रोलियम आयात तथा आपूर्ति गर्ने नेपालको एकमात्र निकाय हो। तर, निगमबाट आयातीत पेट्रोलियम पदार्थको विक्री वितरण भने निजी क्षेत्रका पेट्रोलियम डिलरबाट हुँदैआएको छ। भर्खरैमात्र निगमले पेट्रोलियम पदार्थ थोक मूल्यमा उपलब्ध गराउने र खुद्रा मूल्य भने डिलरहरू आफैले निर्धारण गर्न पाउने व्यवस्था गरेको छ। यसैगरी, खानेपानी तथा ढल निकासको व्यवस्था पनि पूर्णतया सरकार नियन्त्रित संस्थाले नै गर्दै आएको छ।

सेवाका अन्य क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धाको स्थिति

उदारीकरणको पहिलो कदमस्वरूप बैंक तथा वित्तीय सेवामा निजी क्षेत्रलाई प्रवेश गराइयो। यसले नेपालमा विकास बैंक, ऋण्डे डेढ दर्जन वाणिज्य बैंक, विमा कम्पनी, सयौं फाइनेन्स

कम्पनी तथा वैदेशिक मुद्रा सटही संस्था र हजारौं सहकारी कम्पनी स्थापना भए। संख्यात्मक दृष्टिकोणबाट यो क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धात्मक स्थिति सिर्जना भएको देखिन्छ। तर हालसम्म पनि समग्र बैकिङ्ग क्षेत्रको ५०.३६ प्रतिशत सम्पत्ति नेपाल बैंक लिमिटेड, राष्ट्रिय वाणिज्य बैंक र हिमालयन बैंकको अधिनमा रहेको पाउँछौं। संख्यात्मक रूपमा बैंकहरूको संख्या जति बढे पनि यिनीहरूबीचको प्रत्यक्ष/अप्रत्यक्ष गठबन्धन तथा नियमनकारी निकाय नेपाल राष्ट्र बैंकको फितलो अनुगमनका कारण बैंक तथा वित्तीय संस्थामा पूर्ण प्रतिस्पर्धाको स्थिति भने आउन सकेको छैन। बैंक खोल्ने अनुमतिको लागि ठूलो पूँजीको आवश्यकता, शाखा बैकिङ्गका लागि अनुमति नभएको र नेपाल राष्ट्र बैंकको अनुमति तथा पूर्व शर्तहरूलगायत केही अपारदर्शी नीति नियमका कारण यो क्षेत्रमा पूर्ण प्रतिस्पर्धा हुन सकेको छैन।

नेपालको विमा बजारमा हाल १७ कम्पनीहरूले आफ्नो सेवा प्रदान गर्दै आए पनि यो क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा अभिवृद्धि नभएको आम गुनासो छ। विमा ऐन, २०४८ र नियमावली, २०५० को अधिनमा विमा बजार सञ्चालनमा रहेको छ भने यसको नियमित अनुगमन, स्वीकृति तथा खारेजीका लागि ऐनले व्यवस्था गरेबमोजिम विमा समिति कार्यरत छ। विमा बजारमा नयाँ

तालिका १

ल्याण्ड लाइन र मोबाइलको महसुल दर

फोनको किसिम	बिहान ८ देखि बेलुका ६ बजे	बेलुका ६-१० र बिहान ६-८ सम्म
ल्याण्ड लाइन	१.२७ रु प्रति २ मिनेट	०.६३५ रु प्रति २ मिनेट
पोष्टपेड मोबाइल	८.१६ रु प्रति २ मिनेट	४.५७२ रु प्रति २ मिनेट
प्रीपेड मोबाइल	११.८८ रु प्रति २ मिनेट	११.८८ रु प्रति २ मिनेट

कम्पनीहरूको प्रवेशका लागि अत्यधिक पूँजीको व्यवस्था, कडा नीति नियम र विमा समितिको निर्णय प्रक्रियामा सरकार माथिको निर्भरताले यो क्षेत्रमा पनि प्रतिस्पर्धाको अभाव देखिन्छ।

खुला आकाश नीति, २०४७ ले हवाई सेवाको क्षेत्रमा उल्लेख्य कम्पनीहरूको प्रवेश गराए पनि स्वच्छ प्रतिस्पर्धाको अभावमा यो क्षेत्रसमेत स्थिर हुन सकेको छैन। अन्य क्षेत्रको तुलनामा नयाँ कम्पनीहरूको प्रवेशका लागि यसमा केही खुकुलो नीति भएकाले विगतमा सेवा प्रदायकहरूको प्रवेश उल्लेख्य रहेको थियो, तर अहिले वास्तविक सेवा प्रदायक कमै छन्। नेपालमा हवाई क्षेत्रमा ३२ वटा वायुसेवा सञ्चालन प्रमाणपत्र जारी भइसकेका छन्। यसमध्ये हाल आन्तरिक सेवातर्फ १५ र वाह्य सेवातर्फ ५ कम्पनीमात्र सञ्चालनमा रहेका छन्। हवाई सेवाको प्रतिस्पर्धाका कारण यात्रुले आफूले चाहेको वायुसेवा उपभोग गर्ने अवसर प्राप्त गरेको भए पनि केही अवस्थालाई अपवादका रूपमा छोडेर हेर्दा कम्पनीहरूको भाडादरमा खासै अन्तर भने छैन। यसले उपभोक्तालाई आर्थिक रूपमा कुनै राहत पुग्न सकेको छैन। यस क्षेत्रमा भएको लगानी, प्रवर्द्धनात्मक उपायहरूको अवलम्बन, लागतअनुसार मुनाफा निर्धारणलगायत प्रभावकारी अनुगमनलाई निरन्तरता दिनसके स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम हुनसक्नेमा आशावादी हुने प्रशस्त आधार छन्।

स्वास्थ्य सेवामा निजी क्षेत्रबाट भएका प्रयासलाई सन्तोषजनक मान्नुपर्छ। काठमाडौं उपत्यकामा मात्र १०० भन्दा बढी अत्याधुनिक सुविधायुक्त निजी अस्पताल तथा नर्सिङ्ग होम सञ्चालनमा आएका छन् भने तराई तथा पहाडी जिल्लाको सदरमुकाममा पनि संख्यात्मक दृष्टिले निजी अस्पतालको संख्या बढ्ने क्रममा छ। यद्यपि, त्यस्ता अस्पतालमा उपलब्ध सेवाको गुणस्तरका सम्बन्धमा अनुगमन गर्ने निकायको फितलोपना र त्यहाँ लिइने सेवा शुल्कमा पारदर्शिता नरहेको परिप्रेक्ष्यमा उपभोक्ताले यसको उचित फाइदा लिन सकिरहेका छैनन्। यस दृष्टिकोणबाट हेर्दा निजी अस्पताल तथा नर्सिङ्ग होमबाट उपलब्ध गराइने सेवाको गुणस्तर र सेवा शुल्कमा खासै प्रतिस्पर्धा रहेको पाइँदैन।

गैर-प्रतिस्पर्धात्मक व्यापारिक गतिविधिहरू

सही नीति तथा कानूनको अभाव र भएका कानूनहरूको फितलो कार्यान्वयनले नेपालमा स्वच्छ प्रतिस्पर्धामा आघात पुऱ्याउने र उपभोक्ताको हक अधिकार कुण्ठित पार्ने थुप्रै क्रियाकलाप प्रचलनमा रहेको पाइन्छ। नेपालमा प्रचलित त्यस्ता गैर-प्रतिस्पर्धात्मक व्यापारिक गतिविधिलाई तल संक्षेपमा चर्चा गरिएको छ।

व्यापारिक गठबन्धन

यदि समान उद्देश्य भएका वा समान प्रकृतिको कारोबार गर्ने दुई वा सोभन्दा बढी व्यवसायीले सम्झौता वा छलको माध्यमबाट आपसमा प्रतिस्पर्धा नगर्ने निर्णय गर्छन् भने त्यस्तो गतिविधिलाई व्यापारिक गठबन्धन भनिन्छ। यस्ता गठबन्धनको मूल उद्देश्य प्रतिस्पर्धालाई कुण्ठित वा अन्त्य गरेर सम्झौता वा सहमतिमा भाग लिने पक्षलाई बजार शक्ति प्रदान गर्नु र उपभोक्ताको शोषण गर्नु हो। व्यापारिक गठबन्धनअन्तर्गत मूल्य निर्धारण, बजार बाँडफाँड र वस्तु वा सेवाको परिमाण सीमित गर्नेजस्ता गैर-प्रतिस्पर्धात्मक व्यापारिक गतिविधिहरू पर्छन्।

मिलोमतोपूर्ण ठेक्का

आपूर्तिकर्ता र ठेकेदारहरूबीच मिलोमतो भई कसले कति परिमाण र मूल्यको ठेक्का कुन समयमा पाउने भन्ने कुरा पहिल्यै निश्चित गरी टेण्डर भरेर प्रतिस्पर्धालाई निर्मूल पारिन्छ भने त्यसलाई मिलोमतोपूर्ण ठेक्का भनिन्छ। नेपालमा यस्तो मिलोमतोपूर्ण ठेक्कामा आपूर्तिकर्ता वा ठेकेदारहरू संलग्न भएका धेरै उदाहरण छन्। विशेषतः खानेपानी परियोजनामा पाइपको आपूर्ति, सेना तथा प्रहरीको रासन आपूर्ति, अस्पतालमा औषधिको आपूर्ति तथा सरकारी कार्यालयमा सामान आपूर्ति वा निर्माण गर्नेजस्ता कार्यमा यस्ता गतिविधि अत्यन्तै प्रचलित देखिन्छ। यस्ता गतिविधिले स्वच्छ प्रतिस्पर्धी व्यवसायीको अहित गर्नुका साथै आपूर्ति वा ठेक्काको गुणस्तरमा समेत शंका उत्पन्न गराउँछ।

सिण्डिकेट प्रणाली

केही व्यवसायीहरू मिलेर आलोपालो प्रणाली अपनाउनुका साथै आफ्नो कुरा नमान्ने वा चक्रप्रणालीभित्र नआउने गैर-सदस्यलाई

व्यवसाय गर्नबाट रोक लगाउने कार्यलाई सिण्डिकेट प्रणाली भनिन्छ। यस्तो कार्यले स्वच्छ प्रतिस्पर्धालाई कुण्ठित पार्नुका साथै उपभोक्तालाई छनौटको अवसरबाट समेत वञ्चित तुल्याउँछ। नेपालको यातायात क्षेत्र, विशेषतः लामो दूरीमा चल्ने यातायात सेवामा लामो समयदेखि यस्तो प्रणाली कायम छ। यस प्रणालीअन्तर्गत सिण्डिकेटका सदस्यहरूले आलोपालो गरी सवारी साधन चलाउँछन् र आफ्नो सवारी चल्ने रूटमा अन्य साधनको प्रवेशलाई रोकसमेत लगाउने गर्छन्।

मिश्रित बिक्री

बजारमा उच्च माग भएको वस्तुसँगै कम माग भएका वस्तुहरू पनि किन्न बाध्य पार्नुलाई मिश्रित बिक्री भनिन्छ। हाम्रोजस्तो मुलुकमा व्यापारिले समय र परिस्थितिको अनुकूलता हेरेर बजारमा वस्तुको मागमा कृत्रिम उतारचढाव ल्याउदछन्। उच्च माग भएका वस्तुको बिक्रेतासँग यस्तो शक्ति हुन्छ कि उसले एउटा सामानको आडमा अर्को सामान सजिलै बिक्री गर्नसक्छ। यस्तो क्रियाकलापबाट स्वच्छ प्रतिस्पर्धामा आघात पुग्नुका साथै उपभोक्ताको छनौट गर्ने अवसरसमेत कुण्ठित हुने हुँदा यो गैर-प्रतिस्पर्धात्मक क्रियाकलापअन्तर्गत पर्छ। नेपालमा पाइने मिश्रित बिक्रीका प्रशस्तै उदाहरणमध्ये केहीलाई कोष्ठक २ मा प्रस्तुत गरिएको छ।

पुनर्बिक्री मूल्य निर्धारण

उत्पादकले आफूले उत्पादन गरेका वस्तुको न्यूनतम बिक्री मूल्य तोकेर थोक वा खुद्रा बिक्रेतालाई तोकिएको मूल्यभन्दा तल फरेर नबेचन निर्देशन दिने प्रक्रियालाई पुनर्बिक्री मूल्य निर्धारण भनिन्छ। यदि कुनै खुद्रा वा थोक बिक्रेताले ठूलो परिमाणमा सामान किनेर पारवहन खर्चमा वा अन्य खर्चमा मितव्ययीता अपनाई बचत गरी सो बचतको केही हिस्सा स्वेच्छापूर्वक उपभोक्तालाई हस्तान्तरण गर्न चाहन्छ भने त्यस्तो अवस्थामा उत्पादकले आपत्ति जनाउन पाउँदैन। प्रतिस्पर्धा कानून भएका सबै मुलुकले यस्तो कार्यलाई गैर-प्रतिस्पर्धात्मक मान्दै वर्जित गरेको पाइन्छ। नेपालमा मिनरल वाटर, बियर र लुगा धुने साबुनको बजारमा उत्पादकले पुनर्बिक्री मूल्य निर्धारण गर्ने गरेका छन्।

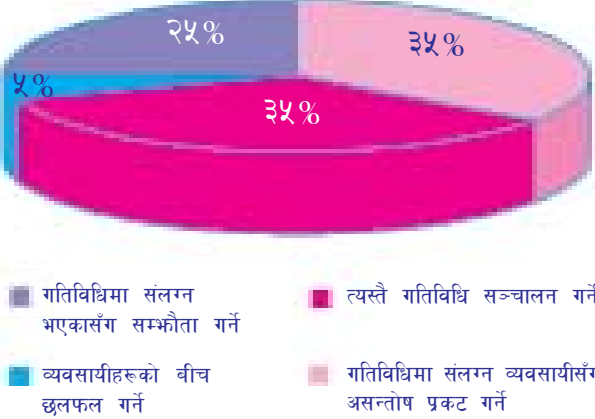
कोष्ठक २

नेपालमा मिश्रित बिक्रीको उदाहरण

नेपालमा मिश्रित बिक्रीका प्रशस्तै उदाहरणहरू पाउन सकिन्छ। जस्तै: एक किलो चिनी किन्ने उपभोक्तालाई एक प्याकेट चियापत्ती किन्न बाध्य तुल्याउने, नेपाली सिमेन्ट खरिद गर्दा भारतीय सिमेन्ट पनि किन्नुपर्ने, निजी विद्यालयहरूले अभिभावकलाई सोही विद्यालयबाट वा विद्यालयले तोकेकै स्थानबाट मात्र युनिफर्म तथा पुस्तकहरू किन्नुपर्ने बाध्यता सिर्जना गर्ने तथा नर्सिङ्ग होमहरूले प्याथोलोजिकल सेवाहरू आफ्नै नर्सिङ्ग होमबाट प्राप्त गरेमा मात्र मान्यता दिनेजस्ता व्यवहारहरू मिश्रित बिक्रीका रोचक उदाहरण हुन्।

कोष्ठक ३

गैर-प्रतिस्पर्धात्मक गतिविधिको शिकार हुँदा पीडित व्यापारी वर्गबाट देखाइएको प्रतिक्रिया



मूल्यमा भेदभाव

कुनै व्यापारीले एकै किसिम, आकार र प्रकृतिका व्यापारी र उपभोक्ता बीच मूल्यमा विभेदपूर्ण व्यवहार गर्छ भने त्यस्तो क्रियाकलापलाई गैर-प्रतिस्पर्धात्मक मानिन्छ। यसलाई नियन्त्रण नगर्ने हो भने साना तथा मझौला व्यापारी मर्कामा पर्छन्। कारोबारको आकार वा अन्य आधारमा गरिने यस्तो मूल्य भेदभावका कारण व्यवसायी सक्षम एवं कुशल हुँदाहुँदै पनि व्यवसायबाट हात फिक्नुपर्ने अवस्था आउनसक्छ। नेपालमा यसको ज्वलन्त उदाहरणका रूपमा बैकिङ्ग क्षेत्रमा प्रचलित व्याज दरलाई लिन सकिन्छ, जसअनुसार प्राइम र अन्य ग्राहकहरूबाट बैकले लिने व्याज दरमा निकै अन्तर पाइन्छ। यसले साना तथा मझौला व्यापारीका तुलनामा ठूला व्यापारीहरूलाई फाइदा पुग्नुका साथै साना व्यापारीहरूलाई पूँजीको पहुँचमा समेत बाधा पुऱ्याएको छ।

दुरासयपूर्ण मूल्य निर्धारण

ठूला उद्योग एवं कम्पनीहरूले साना उद्योग एवं कम्पनीहरूलाई वा समान प्रकृतिको कारोबार गर्ने उद्योग एवं कम्पनीहरूलाई बजारबाट विस्थापित गराई भविष्यमा आफूलाई बजारशक्तिको रूपमा स्थापित गराउने उद्देश्यले लागतभन्दा तल ढरेर मूल्य कायम गर्ने कार्यलाई दुरासयपूर्ण मूल्य निर्धारण भनिन्छ। विगतमा नेपालका कतिपय नाम चलेका दैनिक पत्रिका, टेलिफोन कम्पनी र विमान कम्पनीले यस्तो प्रकारको दुरासयपूर्ण मूल्य निर्धारण गरेका उदाहरण छन्।

माथि उल्लेखित गैर-प्रतिस्पर्धात्मक एवं अस्वच्छ व्यापारिक क्रियाकलापले स्वच्छ उद्यमी व्यवसायी तथा उपभोक्ताको हक अधिकार कुण्ठित पार्नुका साथै राष्ट्रिय अर्थतन्त्रलाई नै नकारात्मक असर पार्ने सम्भावना हुन्छ। यसैलाई आत्मसात् गरेर विश्वका अधिकांश राष्ट्रहरूले प्रतिस्पर्धा कानून तर्जुमा गरी यस्तो कार्यलाई जघन्य अपराध मानेका छन् र

यस्ता अपराधमा संलग्न व्यापारी वा व्यवसायीलाई हदैसम्म सजायको व्यवस्थासमेत गरेका छन्। अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा यस्तो अवस्था रहे पनि नेपालमा भने अद्यापि प्रतिस्पर्धा कानून नभएकाले गैर-प्रतिस्पर्धात्मक व्यापारिक क्रियाकलापहरू खुलेआम सञ्चालित भइरहेका छन्।

प्रतिस्पर्धासँग सरोकार राख्ने केही प्रचलित नेपाली कानूनहरू

नेपालको कानूनी इतिहास हेर्दा प्रतिस्पर्धासम्बन्धी विशेष ऐन नभए पनि प्रतिस्पर्धाको अवधारणालाई केही मात्रामा समेटिएको इतिहास सर्वप्रथम वि.सं. १९९२ श्रावण १० गते जारी भएको देखिन्छ। यो इतिहास नेपालमा स्वदेशी वा विदेशी फर्मले उत्पादन गरेका मालवस्तुको एजेन्सी लिने व्यक्तिको काम कारवाहीमा नियमन तथा नियन्त्रण गर्ने उद्देश्यले जारी भएको थियो। यसपछि क्रमशः उद्योग तथा व्यापार व्यवसाय नियमन गर्ने, आयात निर्यात गर्दा ईजाजत लिनुपर्ने र एकाधिकारको अन्त्य गर्ने प्रयासस्वरूप कालो बजार ऐन, २००६, नेपाल खाद्यान्न सञ्चय निवारण ऐन, २००६, निकासी पैठारी नियन्त्रण ऐन, २०१३ तथा आवश्यक सेवा सञ्चालन ऐन, २०१४ लगायत जम्माखोरी तथा कृत्रिम अभावजस्ता कार्यलाई नियन्त्रण गर्ने उद्देश्यले नेपाल एजेन्सी ऐन, २०१४ समेत जारी भएका थिए।

उल्लेखित कानूनका अतिरिक्त विभिन्न समयमा प्रतिस्पर्धासँग प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा सरोकार राख्ने प्रावधानहरू समावेश भएका अन्य केही कानूनहरू तर्जुमा भएको पाइन्छ। यसअनुसार आवश्यक पदार्थको उत्पादन, वितरण र व्यापारमा नियमितता गर्ने उद्देश्यले आवश्यक पदार्थ नियन्त्रण (अधिकार) ऐन २०१७, खाद्य पदार्थको स्तर राख्नुपर्ने सम्बन्धमा खाद्य ऐन, २०२३, अनुचित नाफा तथा नाजायज फाइदा उठाउन रोक लगाउनलाई स्थानीय प्रशासन ऐन, २०२६; कालोबजार तथा नाफाखोरीजस्ता क्रियाकलापलाई निषेध गर्न कालोबजार तथा केही अन्य सामाजिक अपराध तथा सजाय ऐन, २०३२; जनसुरक्षित, असुरयुक्त र गुणस्तरयुक्त औषधि प्रत्याभूत गर्नका लागि औषधि ऐन, २०३५ तथा गुणस्तर कायम गर्ने र गुणस्तरको प्रमाण चिन्ह प्रयोग गर्नेसम्बन्धी व्यवस्था गर्न नेपाल गुणस्तर (प्रमाण चिन्ह) ऐन, २०३७ जस्ता ऐनहरू जारी भएको पाइन्छ।

नेपाल अधिराज्यको संविधान, २०४७ ले समेत स्वच्छ प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन गर्ने कुरालाई राज्यको सिद्धान्त र नीतिभित्र समावेश गरेको छ। संविधानको यो भावनालाई आत्मसात् गर्दै तत्पश्चात्

तालिका २

प्रतिस्पर्धा कानूनबारे जानकारी

प्रतिस्पर्धा कानून सम्बन्धी जानकारी	उपभोक्ता		नीति निर्माता		व्यवसायी	
	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत
छ	१४	२६	१९	७६	११	४४
छैन	३६	७२	६	२४	१४	५६

तालिका ३

प्रतिस्पर्धा कानूनको लक्षित उद्देश्य

कानूनको उद्देश्य के हुनुपर्छ ?	उपभोक्ता		नीति निर्माता		व्यवसायी	
	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत
व्यवसायिक संघ संस्थाहरूको नियमन गर्ने	२१	४२	२५	१००	६	२४
उपभोक्ता हितमा ध्यान पुऱ्याउने	४०	६०	२५	१००	१२	४६
व्यवसायिक दक्षता अभिवृद्धि गर्ने	३२	६४	२५	१००	२३	८२

आएका नेपाल औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४८, विदेशी लगानी तथा प्रविधि हस्तान्तरण ऐन, २०४८, निजीकरण ऐन, २०५० जस्ता केही कानूनले स्वच्छ प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धनमा सहयोगी हुनसक्ने प्रावधानहरूलाई समेटेको पाइन्छ। त्यस्तै उपभोक्ताको हकहित संरक्षण गर्ने उद्देश्यले सिण्डिकेट प्रणाली, गठबन्धन, कोटा निर्धारण, कृत्रिम अभाव, भ्रामक विज्ञापन, उपभोग्य वस्तुको उत्पादन घटाउनेजस्ता अनुचित व्यापारिक क्रियाकलापहरूलाई नियन्त्रित र निषेधित गर्न उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ पनि ल्याइएको पाइन्छ।

सामान्यतः प्रतिस्पर्धा कानूनका विशेषतामा एकाधिकार, एकलौटी कारोबार, बजारलाई सीमित पार्ने तथा बन्धनयुक्त विक्री, भ्रमपूर्ण विज्ञापन, बोलपत्रको अनियमितताजस्ता कार्यहरू निषेध गर्नुका अतिरिक्त विलय, प्राप्ति तथा प्रभुत्वशाली हैसियतलाई नियन्त्रण र नियमन, वस्तु र सेवाको गुणस्तर र प्रतिस्पर्धी मूल्यलाई प्रोत्साहित गर्नेजस्ता विषयहरू पर्छन्। नेपालमा उद्योग तथा व्यापार व्यवसाय नियमन गर्ने उद्देश्यले बनेका विविध कानूनमा प्रतिस्पर्धात्मक सिद्धान्त वा मान्यताजस्ता अवधारणा केही हदसम्म पाइए पनि बजारमुखी अर्थ व्यवस्थाको आधुनिक सोच तथा माथि उल्लेख भएअनुरूप प्रतिस्पर्धाको सिद्धान्तलाई बढावा दिने कानूनको सर्वदा अभाव रहेको छ। तथापि, उल्लेखित कानूनका कतिपय प्रावधानहरूले सुरक्षित, गुणस्तरीय एवं उचित मूल्यसहितका उत्पादन एवं सेवाको निर्वाह विक्री वितरणलाई प्रोत्साहन गर्दै यसमा बाधा पुऱ्याउने कुनै पनि कार्यलाई दण्डनीय मानेको छ। यससन्दर्भमा प्रतिस्पर्धा कानूनको निर्माण र विकासले यी कानूनहरूको भूमिका महत्त्वपूर्ण साबित हुनेछ।

प्रतिस्पर्धा र क्षेत्रीय नियमन निकाय

बजार अर्थतन्त्रमा प्रतिस्पर्धामा अवरोध ल्याउने अनेक विसंगतिहरू हुन सक्छन्। आर्थिक क्रियाकलापहरूका आधारमा विद्युत्, खानेपानी, दूरसञ्चार, हवाई सेवाजस्ता क्षेत्रमा प्राकृतिक एकाधिकारको अवस्था सिर्जना हुनसक्छ। पूर्ण भरपर्दो सूचनाको अभावमा उपभोक्ता विकल्पको छनौट गर्न नसक्ने हुन सक्छन्। यस्तो अवस्थामा व्यवसायीहरूले आपसी मिलोमतो गरेर उपभोक्तालाई पूर्ण प्रतिस्पर्धाको लाभबाट वञ्चित तुल्याउन सक्छन्। यिनै कारणले बजार अर्थतन्त्रमा पनि बजार संयन्त्रलाई सुचारू रूपले सञ्चालन हुन दिन नियमन र नियमनकारी

निकायको आवश्यकता पर्छ। नेपालमा यही उद्देश्यले विभिन्न ऐनअन्तर्गत स्वायत्त निकायका रूपमा नियमन निकायको स्थापना गरिएको छ। यसमध्ये नेपाल नागरिक उड्डयन प्राधिकरण, नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण, नेपाल राष्ट्र बैंक, विमा समिति, धितोपत्र बोर्ड नेपाल, नेपाल विद्युत् प्राधिकरण आदि प्रमुख छन्।

नेपालको क्षेत्रगत नियमनसम्बन्धी ऐनहरूमा नियमनकर्ताको अधिकार क्षेत्र तथा भूमिका स्पष्ट छैन। यी क्षेत्रगत नियमनकर्ताहरूले गठबन्धन, प्राप्ति, विलय आदि प्रक्रियाबाट हुने प्रतिस्पर्धा विरोधी कार्यतर्फ दृष्टि पुऱ्याउन सकेको देखिँदैन भने यी नियमनकर्ताहरूको

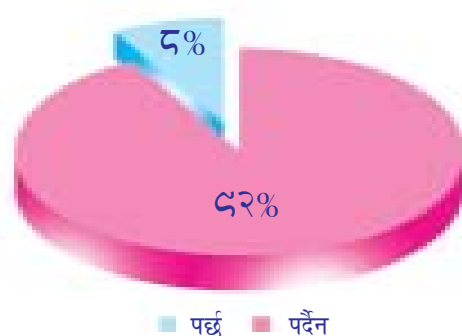
भूमिका प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन गर्नेभन्दा मूलरूपमा प्रशासनिक देखिएको छ। प्रायः ऐनहरूले नियमनकर्ताको कर्तव्य र अधिकारअन्तर्गत वा यसको भूमिकालाई प्रमुख रूपमा नीति निर्माणमा सरकारलाई सरसल्लाह दिने परामर्शदाता र विवाद निरूपण गर्ने वा मध्यस्थता गर्ने निकायका रूपमा सीमित गरिदिएको पाइन्छ। त्यस्तै अधिकांश नियमनकारी निकायहरू सरकारप्रति उत्तरदायी रहने कार्यले यसको निष्पक्ष भूमिकामा पनि प्रश्न उठ्ने गरेको छ। कतिपय सार्वजनिक सेवा प्रदान गर्ने संस्थाहरू कानूनी रूपमा स्वायत्त संस्था भनेर चिनिए पनि सरकारी अधिनमै रहेको र नियमनकारी निकाय वा यसका पदाधिकारीहरू समेत सरकारप्रति उत्तरदायी रहने हुँदा निर्णयका क्रममा पूर्वाग्राही बन्नसक्ने सम्भावना देखिएको छ।

प्रतिस्पर्धा कानून कस्तो हुनुपर्दछ ?

व्यापार व्यवसायमा प्रत्येकलाई समान व्यवहारको प्रत्याभूति, खुला र उदार आर्थिक नीतिबाट राष्ट्रिय अर्थतन्त्रको निर्देशन, सुधारोन्मुख संरचनाका माध्यमबाट दिगो आर्थिक वृद्धि, विकाससम्बन्धी आयाम र उपभोक्ता नै बजारका वास्तविक शक्तिजस्ता विषयहरू नै प्रतिस्पर्धा कानूनका परिचायक हुन्। सैद्धान्तिक रूपमा भन्नुपर्दा प्रतिस्पर्धा कानूनले सरोकारवालाहरूको न्यायिक तथा समान भूमिकाका लागि पक्षपातरहित व्यवस्थाको

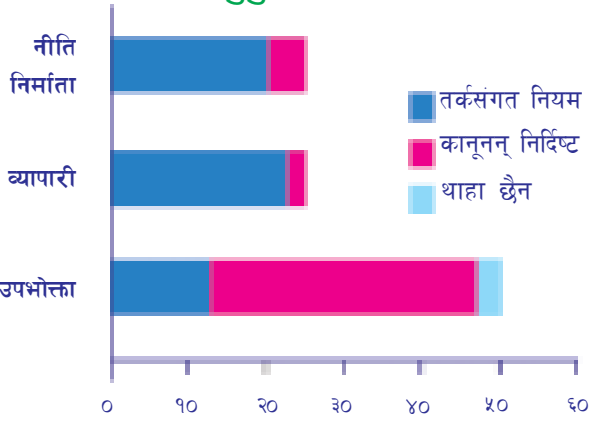
कोष्ठक ४

के नेपालमा प्रतिस्पर्धा कानून लागू गर्नु पर्ने आवश्यकता छ ?



कोष्ठक ५

प्रतिस्पर्धा कानूनको कार्यान्वयन विधि कस्तो हुनुपर्दछ ?



निश्चितता, कानूनको सफल एवं प्रभावकारी कार्यान्वयनका लागि स्वायत्त तथा निष्पक्ष आयोगको स्थापना र आयोगको स्वच्छाचारितामा नियन्त्रणको प्रावधानजस्ता अनिवार्य कुरालाई समेटेकै हुनुपर्छ। यसअतिरिक्त प्रतिस्पर्धा कानूनले उपचारका साथै रोकथाम, प्रतिस्पर्धा संस्कारको विकासमा जोड तथा प्रतिस्पर्धी क्षेत्रको पहिचान गर्ने कार्यमा समेत सघाउ पुऱ्याउने हुनुपर्छ। राष्ट्रहरूको आर्थिक, सामाजिक र राजनीतिक परिवेश भिन्न हुने भएकाले सबै राष्ट्रमा एकै किसिमका कानूनको परिकल्पना गर्न सकिदैन। यद्यपि प्रतिस्पर्धा कानूनका मुलभूत मान्यता, उद्देश्य र नीति भने सर्वमान्य रूपमा एउटै हुने हुँदा त्यसलाई प्रत्येक राष्ट्रको प्रतिस्पर्धा कानूनले अनिवार्य तत्वका रूपमा आत्मसात् गरेकै हुनुपर्छ। यससन्दर्भमा कुनै पनि देशका नीति निर्माताहरूले प्रतिस्पर्धा कानून निर्माण गर्दा वस्तुनिष्ठ आधारमा देशको आवश्यकताअनुसार त्यसको दीर्घकालिन प्रभावलाई दृष्टिगत गर्नुपर्छ।

प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानूनबारे सर्वेक्षण

नेपालमा प्रतिस्पर्धाको स्थिति र प्रतिस्पर्धा कानूनको आवश्यकतालागायत प्रतिस्पर्धासँग सरोकार राख्ने विविध विषयमा सरोकारवालाहरूको ज्ञान र सचेतताका सम्बन्धमा तथ्यांक संकलन गर्ने र विभिन्न पक्षहरूको राय सुझाव लिने उद्देश्यले साउथ एसिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेन्ट (सावती) ले एउटा सर्वेक्षण गरेको थियो। सो सर्वेक्षणमा ५० जना उपभोक्ता, २५ जना नीति निर्माता र २५ जना व्यापारीवर्गको सहभागिता थियो। सानो वर्ग विशेषमा सीमित यो सर्वेक्षणले सम्पूर्ण वर्गको प्रतिनिधित्व नगर्ने भए पनि सम्बन्धित सरोकारवालाहरूमा नेपालमा प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानूनको आवश्यकता, स्वरूपलागायत कार्यान्वयन विषयमा महत्त्वपूर्ण बहसको सुरुवात गर्न भने सफल भएको छ। सर्वेक्षणले एकातिर प्रारम्भिक तहमा प्रतिस्पर्धाबारे पर्याप्त सचेतताको अभाव देखाएको छ भने अर्कोतिर गैर-प्रतिस्पर्धात्मक व्यावसायिक गतिविधिको नियन्त्रणमा नियमनकारी निकायको उदासिनता पनि छर्लङ्ग पारेको

छ। सर्वेक्षणबाट आएका केही जानकारीहरूलाई यस जानकारी पत्रमा विभिन्न कोष्ठक तथा तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ।

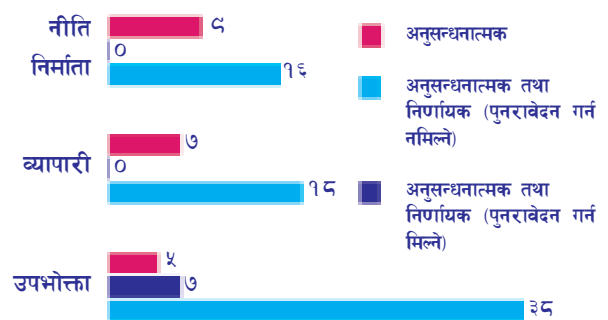
प्रतिस्पर्धा कानूनको प्रस्तावित मस्यौदा

अर्थतन्त्र खुला बजारतर्फ उन्मुख भइसकेको वर्तमान अवस्थामा पनि खुला बजार अर्थतन्त्रमा देखिन नहुने व्यापारिक गठबन्धन, मिलोमतोपूर्ण ठेक्का, सिन्डिकेट प्रणाली, मिश्रित बिक्री, पुनर्विक्री मूल्य निर्धारण, मूल्यमा भेदभाव, दुराशयपूर्ण मूल्य निर्धारणजस्ता गैर-प्रतिस्पर्धात्मक क्रियाकलापहरू हाम्रो देशमा अत्यधिक प्रचलनमा रहेका छन्। प्रतिस्पर्धा कानूनको अभावमा नेपालमा भविष्यमा हुनसक्ने बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूको प्रवेशका कारण प्राप्त, विलय र एकाधिकारजस्ता गैर-प्रतिस्पर्धात्मक क्रियाकलापहरू बजारमा व्याप्त हुने सम्भावनामा अझ वृद्धि नहोला भन्न सकिदैन। यस्तो अवस्था सिर्जना भए साना, मझौला तथा घरेलु उद्यमी व्यवसायीलागायत उपभोक्ता निश्चित रूपमा आक्रान्तित हुनेछन्। अन्ततः यसको परिणामस्वरूप राष्ट्रको समग्र आर्थिक क्षेत्रमा नकारात्मक असर पर्न जानेछ। यही तथ्यलाई ध्यान दिएर नेपालमा प्रतिस्पर्धा कानूनको मस्यौदा तयार भइसकेको छ। प्रस्तावित मस्यौदाका केही प्रमुख विशेषतालाई तल बुँदागत रूपमा उल्लेख गरिएको छ।

- वस्तु वा सेवाको कारोबार गर्ने प्राकृतिक वा कानूनी व्यक्ति, नेपालभित्र वा बाहिर जहाँसुकैबाट सञ्चालन गरेको व्यापार व्यवसाय ऐनको परिधिभित्र पर्ने,
- प्रभुत्वशाली हैसियतको दुरुपयोग, गैर-प्रतिस्पर्धात्मक विलय र प्राप्त, एकाधिकार तथा एकलौटी कारोबार, बजार सीमितता, बन्धनयुक्त बिक्री, भ्रमपूर्ण विज्ञापन तथा बोलपत्रमा अनियमितताजस्ता गैर-प्रतिस्पर्धात्मक कार्यहरूको स्पष्ट परिभाषा गरी यसलाई दण्डनीय कसुर मानिएको,
- प्रमाणको भार प्रतिवादीमाथि राखिएको,
- न्यायिक तथा अर्ध-न्यायिक दुवै खालको अधिकार प्रदान गरिएको प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन नामक स्वतन्त्र आयोग गठनको व्यवस्था,
- सूचनादातालाई सजायमा छुट वा मिनाहाको व्यवस्था,
- विकाससम्बन्धी आयामलाई ध्यान पुऱ्याई राज्यको आवश्यकताअनुसार कतिपय व्यापारिक क्रियाकलापहरूलाई

कोष्ठक ५

प्रतिस्पर्धी निकायलाई कस्ता अधिकार दिइने



ऐनको परिधिबाट छुट दिन सकिने प्रावधान,

- अनुसन्धानका क्रममा प्राप्त व्यापारिक जानकारी तथा सूचनाको गोप्यता कायम राख्नुपर्ने व्यवस्था,
- कसुरको मात्राअनुसार पटकैपिच्छे सजायको मात्रा वृद्धि हुने प्रावधानले अपराधीलाई गलत कार्य गर्नमा दुरस्तहित गर्ने व्यवस्था,
- अप्रतिस्पर्धी काम कारवाहीका कारण पर्न गएको आर्थिक हानी नोक्सानीमा पीडित पक्षलाई उचित क्षतिपूर्ति दिलाउन आदेश जारी गर्नसक्ने व्यवस्था,
- आयोगको स्वेच्छाचारिता नहोस् भन्ने मनसायले आयोगको निर्णयउपर चित्त नबुल्ने पक्षले पुनरावेदन गर्नसक्ने प्रावधान ।

निष्कर्ष

बजारमुखी अर्थ व्यवस्थामा प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानूनलाई आवश्यक तत्वका रूपमा लिइएको छ । तैपनि, हाम्रो देशमा आजसम्म यस्तो स्पष्ट र छुट्टै नीतिको तर्जुमा भएको पाइदैन । हुन त उदार अर्थ व्यवस्थालाई आत्मसात् गर्ने क्रममा प्रतिस्पर्धात्मक बजारको सिर्जना गर्ने लक्ष्यअनुरूप कतिपय आवश्यक नीति तथा कानून तर्जुमा नगरिएका होइनन् । तर, हालसम्म लागू भएका कुनै पनि नीति तथा कानूनले

स्वच्छ प्रतिस्पर्धा सुनिश्चित गर्ने पूर्वाधार तयार पार्न सकेको छैन । तिनमा प्रतिस्पर्धाको विषयलाई अत्यन्त सतही ढंगमा उठाएर विषयको गहनतालाई अस्वीकार गरिएको छ । जबकि, डब्लूटीओलगायत विभिन्न क्षेत्रीय स्वतन्त्र व्यापार सञ्जालभित्रको प्रवेशका सन्दर्भमा उपभोक्तामात्र होइन, स्वदेशी उत्पादकको हक अधिकार सुनिश्चित गर्न पनि प्रभावकारी प्रतिस्पर्धा कानून लागू गर्नुपर्ने टड्कारो आवश्यकता छ । अन्यथा, बहुराष्ट्रिय कम्पनीको बजार शक्तिका कारण स्वदेशी उद्योगहरू विस्थापित हुन सक्नेछन् ।

स्पष्ट र छुट्टै प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानूनको अभाव र प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धनमा सहयोगी हुनसक्ने विद्यमान कानूनको फितलो कार्यान्वयनले कानूनको विद्यमानताको अनुभूतिसमेत हुन सकेको छैन । उदार अर्थ व्यवस्था अंगिकार गरिसकेको अवस्थामा पनि विद्यमान कानूनको कार्यान्वयन राम्रो नहुनु र स्पष्ट प्रतिस्पर्धा नीति तथा कानून आउन नसक्नुका कारण देशमा प्रतिस्पर्धात्मक बजारको निर्माण हुन सकेको छैन । फलस्वरूप बजारमा गैर-प्रतिस्पर्धात्मक व्यापारिक क्रियाकलापहरूले जरो गाडेको छ । यो कुरा महसुस गरी नेपालको आर्थिक विकासका लागि अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण मानिएको प्रतिस्पर्धा कानून सरकारले चाँडै नै ल्याउने कुरामा सबै सरोकारवाला आशावादी रहेका छन् । ■

सन्दर्भ सामग्री

- Adhikari, Ratnakar and Dhruv Ch Regmi. 2001. *Anti Competitive Practices in Nepal*. Discussion Paper. Kathmandu: SAWTEE and CUTS-CITEE.
- SAWTEE. 2005. *Status of Competition in Nepal*. Research Report. Kathmandu: South Asia Watch on Trade, Economics & Environment.
- अधिकारी, रत्नाकर (२०६१), *आर्थिक क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा*, जानकारी पत्र, अङ्क ६, काठमाडौं: साउथ एशिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेण्ट ।
- अर्याल, रञ्जनकृष्ण (२०६१), *प्रतिस्पर्धासम्बन्धी नीति तथा कानून: एक सिंहावलोकन*, जानकारी पत्र, अङ्क ५, सावती, काठमाडौं
- राजकर्णिकार, पुष्पराज (२०६१), *स्वच्छ प्रतिस्पर्धाका प्रवर्द्धनमा क्षेत्रगत नियमनकर्ताको भूमिका*, जानकारी पत्र, अङ्क ४, काठमाडौं: साउथ एशिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड इन्भायरोन्मेण्ट ।
- *स्वच्छ प्रतिस्पर्धा* ऐनको प्रस्तावित मस्यौदा
- सावतीद्वारा प्रकाशित त्रैमासिक पत्रिका *स्वच्छ प्रतिस्पर्धा* का विभिन्न अंकहरू, काठमाडौं

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 इन्भायरोन्मेण्ट (सावती) का लागि बेलायती अन्तर्राष्ट्रिय विकास विभाग (**Department for International Development - DFID**), नेपालको सहयोगमा अधिवक्ता ध्रुवेशचन्द्र रेग्मी, ओजस्वी गौतम तथा निलु थापाद्वारा तयार पारिएको हो । यो जानकारीपत्र सावतीले नेपालमा प्रतिस्पर्धाको अवस्थाका सम्बन्धमा अनुसन्धान गरी प्रकाशित गरिएको **Status of Competition in Nepal** नामक पुस्तकमा आधारित छ । मुद्रक: मोडर्न प्रिन्टिङ प्रेस, काठमाडौं ।