

बजार संयन्त्रको असफलता

नीतिगत सुधार, नियमन र सहजीकरणबाट बजारमा उपभोक्ताको हित कायम हुने स्थिति उत्पन्न गर्नु सरकारको दायित्व हो



डा. डमरुबल्लभ पौडेल

अर्थतन्त्रमा बजार संयन्त्रको ठूलो भूमिका हुन्छ। समाजवादी र पुँजीवादी आर्थिक दर्शनमा बजार संयन्त्रको स्थान फरक हुन्छ। पुँजीवादी आर्थिक दर्शनले बजार संयन्त्रको भूमिकालाई सर्वोपरि महत्त्व दिएको छ। यस दर्शनअनुसार बजार संयन्त्र नै त्यस्तो व्यवस्था हो जसले माग र आपूर्तिको बीच सन्तुलन कायम गरी वस्तु तथा सेवाको मूल्यनिर्धारण गर्छ। अदृश्य हातले बजारलाई आफैआफ सन्तुलनमा ल्याउँछ। यस दर्शनअनुसार बजार संयन्त्रले नै योजना, उत्पादन र वितरण गरी उत्पादक र उपभोक्ता दुवैको कल्याण गर्छ। यसलाई नै समग्रमा सामाजिक कल्याण भनिन्छ। शुद्ध पुँजीवादी अर्थतन्त्रमा योजनाको कुनै भूमिका हुँदैन।

यसको ठीक विपरीत समाजवादी आर्थिक दर्शनमा योजनाको ठूलो महत्त्व हुन्छ। सीमित स्रोत र साधनको अधिकतम उपयोगका लागि योजनाको आवश्यकता हुने र योजनाबद्ध उत्पादन र वितरणले नै सन्तुलित विकासलाई सहयोग पुऱ्याउँ सामाजिक कल्याण कायम हुने दृष्टिकोण यस अर्थतन्त्रको केन्द्रीय पक्ष हो।

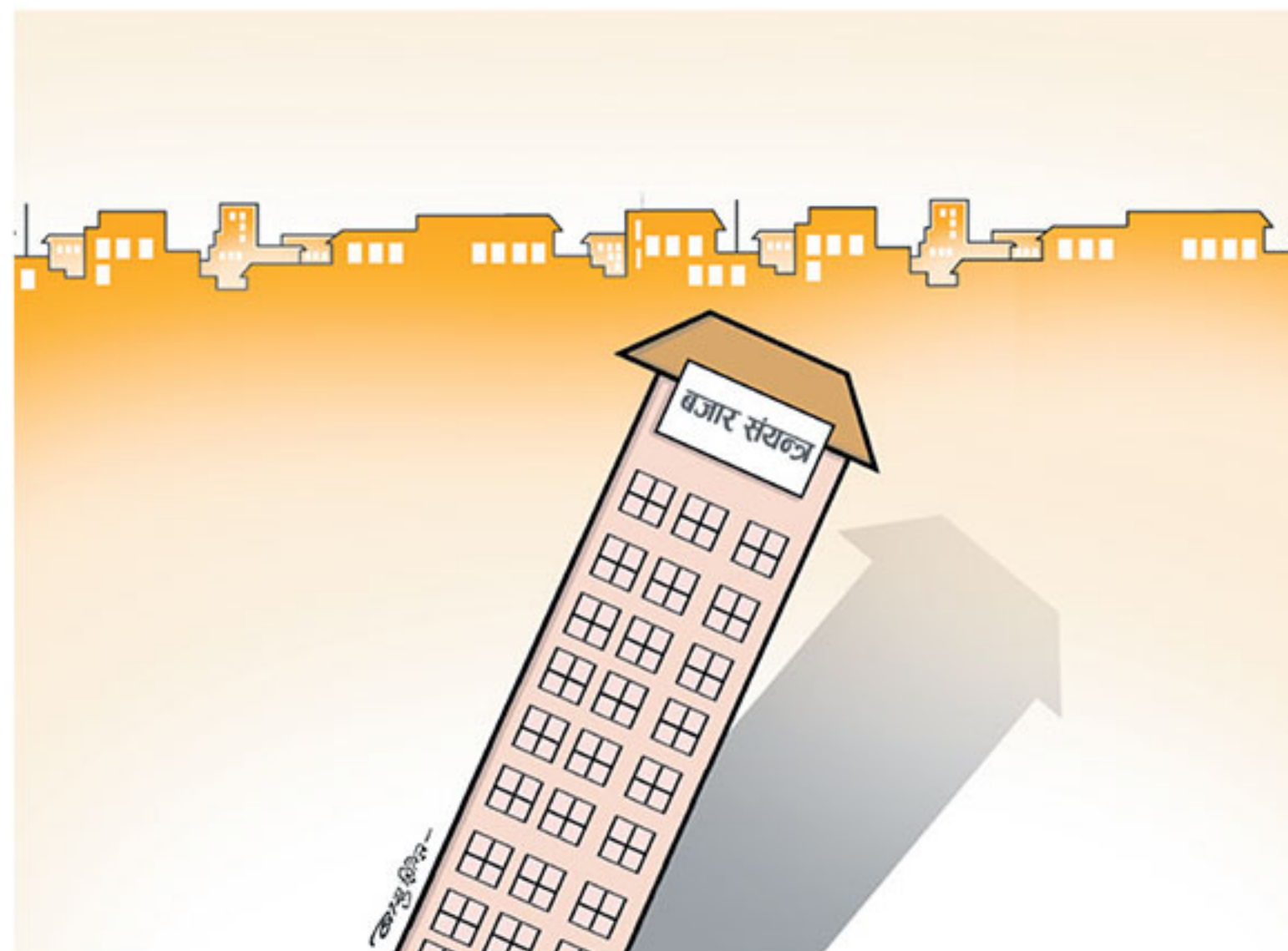
हाल उत्तर कोरिया, क्युबाजस्ता केही अपवाद छोडेर कतै पनि पूर्णरूपमा समाजवादी अर्थतन्त्र छैन भने पूर्णरूपमा बजार अर्थतन्त्र पनि कतै छैन। अमेरिका, जापानजस्ता पुँजीवादी अर्थतन्त्र अँगालेका मुलुकहरूले समेत अर्थतन्त्रमा नियमन गरेका छन् भने चीन, रूसजस्ता मुलुकहरूमा बजार संयन्त्रको भूमिका ठूलो छ। यसरी आजको विश्वव्यापीकरणको युगमा रविन्सन क्रुसोको टापु अर्थतन्त्र जस्तो सैद्धान्तिक रूपमा शुद्ध समाजवादी र शुद्ध पुँजीवादी अर्थतन्त्रको स्वरूप व्यवहारमा दुर्लभ हुँदै गएको छ।

पुँजीवादी र समाजवादी अर्थतन्त्रका सकारात्मक पक्षहरू लिएर मिश्रित अर्थतन्त्रको दर्शन बनाइएको छ। नेपालमा पनि मिश्रित अर्थव्यवस्थाको अभ्यास गरिएको छ।

मिश्रित अर्थतन्त्रमा सरकार र निजीक्षेत्र दुवैको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुने गर्छ। निजी क्षेत्रले बजार संयन्त्रको सञ्चालन गर्छ भने सरकारले नियमन र सहजीकरण गर्छ। तथापि अर्थतन्त्रमा विभिन्न कारणले गर्दा पटकपटक बजार संयन्त्रको असफलता (मार्केट फेलर) भई सरकारले हस्तक्षेप गर्नुपर्ने अवस्था देखा पर्छ। यसैगरी उत्पादन र वितरणका काममा अधिक नियमनकारी हुँदा सरकार असफल (गभर्मेन्ट फेलर) हुने अवस्था भयो भने निजीकरण गर्ने वा बजारको भूमिका स्वाभाविक रूपमा बढ्छ। नेपालका सरकारी संस्थानहरू अधिक सरकारी हस्तक्षेपका कारण असफल भएकाले निजीकरण गरिएको उदाहरण छ तर निजीकरण गरिएका संस्थानहरूलाई उचित नियमन तथा अनुगमन गर्न नसक्दा सामाजिक हित कायम हुन नसकेको उदाहरण पनि हामीसँग छ।

विभिन्न विद्वानहरूले बजार संयन्त्रले काम गर्न नसक्दा सरकारले बजारमा हस्तक्षेप गर्नुपर्ने तर्क गरेका छन्। डि जान्नी र सेडलेट (२००५) ले बजारको कार्यकुशलता वृद्धि गर्न सरकारले हस्तक्षेप गर्नुपर्ने बिचार व्यक्त गरेका छन्। सार्वजनिक वस्तुको प्रकृति, बाह्य प्रभाव (एक्स्टर्नालिटी), उत्पादन परिमाण (इकोनोमिज अफ स्केल), बजार शक्ति (मार्केट पावर), कारोबार मूल्य (ट्रन्जेक्सन कस्ट) र बजारमा अपर्याप्त सूचना (इनपर्फेक्ट इन्फरमेसन) हुने कारण सरकारले हस्तक्षेप गर्नुपर्छ। यसैगरी वाट्सन (२००६) का अनुसार गरिबी घटाउन, आयको समतापूर्ण वितरण गर्न, अन्तरपुस्ता समता कायम गर्न तथा खाद्य र अन्य वस्तु तथा सेवाको सुरक्षाका लागि पनि बजारमा सरकारले हस्तक्षेप गर्नुपर्छ।

नेपालको बजारमा एकाधिकार, कार्टेल तथा सिन्डिकेट कायम छ। पेट्रोलियम र विद्युत् मा आयल निगम, विद्युत् प्राधिकरण जस्ता सरकारी कम्पनीको एकाधिकार छ भने यातायात,



स्वास्थ्य, शिक्षा र उपभोग्य वस्तुमा निजी क्षेत्रमा सिन्डिकेट अर्भै पनि कायम छ। पूर्ण प्रतिस्पर्धाको विपरीत मानिने यी क्रियाकलापले माग र आपूर्तिबीचको अन्तर्क्रियाद्वारा मूल्य निर्धारण हुने बजारको नियम मान्दैनन्। पूर्ण प्रतिस्पर्धामा उत्पादक, वितरक र विक्रेताहरूले बजार मूल्य निर्धारण गर्नुको सट्टा बजारमा रहेको मूल्य लिने वा प्राइसटेकरको रूपमा उपस्थिति जनाउँछन्। यस विपरीत मार्केट पावरमा व्यवसायीहरूले आफूखुसी मूल्य निर्धारण गर्ने अर्थात् प्राइसमेकरको भूमिका खेल्छन्।

केन्द्रीकृत अर्थव्यवस्थामा एकाधिकार पाएका सरकारी संस्थाहरूले मूल्य निर्धारण गर्नुलाई अस्वाभाविक मानिँदैन तर उदारवादी वा मिश्रित अर्थ व्यवस्थामा खुला रूपले प्रतिस्पर्धामा उत्रिएका व्यवसायीले सिन्डिकेट गरी मूल्य र गुणस्तर नियन्त्रण गर्नुचाहिँ अस्वाभाविक हो।

नेपालको यातायात क्षेत्रमा देखिएको

सिन्डिकेट तोड्न प्रहरी, प्रशासन र सरकारी संयन्त्रलाई समेत अर्भै सफलता मिलेको छैन। यसैगरी निजी क्षेत्रका अस्पताल र स्वास्थ्यसंस्थाहरू नाफामुखी हुँदा सेवाको भावना हराएर गएको छ भने बिरामीको अत्याधिक चापलाई सरकारी अस्पतालले धान्न सक्ने स्थिति समेत छैन। शिक्षा क्षेत्रको हालत पनि उस्तै छ। दैनिक उपभोग्य वस्तुहरूमा दिनानुदिन मूल्य वृद्धि गरिने परिपाटी छ। नेपालको बजार संयन्त्रसँग नैतिकता, धर्म र इमान हराएर गएको छ। यी सबै बजार संयन्त्र असफलताको उदाहरण हुन्।

अमेरिका, बेलायत, क्यानडा, जापान र यस्तै विकसित मुलुकहरूका बजारमा कडा अनुगमन छ। उपभोक्ताको स्वास्थ्यमा लापरबाही गरेको प्रमाण भेटिएमा व्यवसाय बन्द गर्नुपर्नेसम्मको अवस्था हुन्छ। निजी विद्यालय र स्वास्थ्य संस्थाहरू सरकारीको तुलनामा सस्तो भएको पनि पाइएको छ। यी देशहरूमा 'कन्जुमर इज किङ' भन्ने

अवधारणा छ।

आर्थिक विकासका लागि निरन्तर नीतिगत सुधारको आवश्यकता हुन्छ। चेर्नोमस र हड्सन (२०१७) का अनुसार नियमन, कर र अनुदानका माध्यमबाट सरकारले अर्थतन्त्रमा हस्तक्षेप गर्नुपर्छ। यसका अलावा मूल्य सीमा (प्राइस सिलिङ् र प्राइस फ्लोर) निर्धारण गर्ने न्यूनतम ज्यालादर (वेज फ्लोर) निर्धारण गर्ने जस्ता उपाय पनि सरकारले गर्नुपर्छ। बजार संयन्त्रले सही तरिकाले काम गर्न नसक्दा सरकारले बजारमा उपभोक्ताको हितका खातिर प्रत्यक्ष नियमन जस्ता उपाय पनि अवलम्बन गर्नुपर्छ।

बजारलाई उपभोक्ताको क्रयशक्ति र खरिद गर्ने प्रवृत्तिको तथा उपभोक्तालाई प्रतिस्पर्धी उत्पादनहरूको

बजार असफल हुनुमा सरकारको भूमिका भएभैँ उसले बढी नियमन गरेमा आफैँ असफल हुने खतरा रहन्छ।

गुणस्तर र मूल्यका बारेमा पूर्ण जानकारी हुने अवस्थालाई दुईतर्फी सूचना (इन्फर्मेशन सिमेट्री) को अवस्था भनिन्छ। यस अवस्थामा उपभोक्ताहरूले अधिकतम उपयोगिता प्राप्त गर्छन्। बजारमा पूर्ण प्रतिस्पर्धा हुन्छ। बजार संयन्त्रले उत्पादन र वितरणमा कुशलता हासिल गर्छ। उत्पादक र उपभोक्ता दुवैको हित हुन्छ। राज्यले पारदर्शी तरिकाले कर प्राप्त गर्छ। करलाई प्रगतिशील तरिकाले हुनेबाट लिएर नहुनेका लागि खर्च गर्छ। यसबाट सामाजिक कल्याण कायम हुन्छ। विकसित अर्थतन्त्रमा यस्तो अवस्था हुन्छ। यस्तो अवस्थामा बजार सिद्धान्तका नियमहरू लागू हुन्छन्।

उत्पादक वा विक्रेतालाई मात्र उत्पादनको मूल्य र गुणस्तरको बारेमा थाहा हुने र उपभोक्तालाई थाहा नहुने अवस्थालाई एकतर्फी सूचना (इन्फरमेसन एसिमेट्री) भनिन्छ। यसैकारण बजारको असफलता हुने स्थिति पैदा हुन्छ। विकासशील तथा अविकसित देशहरूमा यस्तो अवस्था हुन्छ।

निजी क्षेत्र र बजारको उद्देश्य नाफा कमाउनु भएपनि अनैतिक व्यवसाय गरी कमाइने नाफाबाट उपभोक्ता सबैभन्दा पीडित हुन्छन्। यसका अलावा सरकार जतिसुकै कमसल र निकम्मा भएपनि यसले नै जनताको अरूले भन्दा बढी हेरचाह गर्छ भन्ने मान्यता छ। सरकारी नीतिहरू सही छैनन् भने बजार वा निजी क्षेत्र पनि कुशल हुन सक्दैन। तसर्थ सही सरकारी नीति नभएको कारण बजार असफल हुने अवस्थालाई नीतिगत सुधारबाट समाधान गर्न सकिन्छ। तर कतिपय अवस्थामा सरकारले प्रत्यक्ष नियमन गर्नुपर्ने अवस्था पनि देखापर्छ। सरकारले राम्रो काम गर्नेलाई पुरस्कृत गर्नुपर्छ अनिमात्र गलत गर्नेलाई दण्ड गर्न सजिलो हुन्छ। राज्यलाई पारदर्शी तवरले कर तिर्ने र उपभोक्तालाई राम्रो सेवा दिने व्यवसायीलाई प्रोत्साहित गर्नु सरकारको दायित्व हो। यस्ता प्रयासहरूले निजी क्षेत्रलाई सकारात्मक ऊर्जा प्रदान गरी बजार संयन्त्र असफल हुनेबाट बचाउँछ।

नेपालको यातायात क्षेत्रमा स्वस्थ प्रतिस्पर्धाका माध्यमबाट असल व्यवसायीलाई प्रोत्साहित गर्नु आवश्यक छ। विद्यालयले दिने सेवा र सुविधाका आधारमा शुल्क निर्धारण हुने तथा प्रतिस्पर्धात्मक सेवाका लागि शिक्षा क्षेत्रका वर्तमान नियम, कानुन र संयन्त्रमा सुधार आवश्यक छ। यसैगरी उपभोक्ताको जीवनसँग सम्बन्धित अति संवेदनशील क्षेत्र भएकोले स्वास्थ्य क्षेत्रमा प्रत्यक्ष सरकारी नियमनको आवश्यकता बढी छ।

नेपाल अहिले संघीयता कार्यान्वयनका लागि नयाँ संस्था निर्माणको चरणमा छ। संस्था निर्माण भन्नाले कानुन, नियम र कार्यान्वयन संयन्त्र निर्माण भन्ने बुझिन्छ। नयाँ संस्थाहरूको निर्माण आवश्यक परेका बेला बजारको असफलताबाट अर्थतन्त्रलाई पार लगाउने कानुन र सहजीकरण तथा नियमन गर्ने संस्थाहरू निर्माण गर्नुपर्छ। बजार असफल हुनुमा सरकारको भूमिका भएभैँ उसले बढी नियमन गरेमा आफैँ असफल हुने खतरा रहन्छ। तसर्थ नीतिगत सुधार, नियमन र सहजीकरणबाट बजारमा उपभोक्ताको हित कायम हुने स्थिति उत्पन्न गर्नु नै सरकारको प्रमुख दायित्व हो।