

उपभोक्तामाथि बढ्दो अत्याचार



डा. डमरुबल्लभ
पौडेल

नेपालमा चाडपर्वको याम सुरु भएको छ। आम उपभोक्ताले वर्षभरिको बचत उपयोग गरी राम्रो लाउने र मीठो खाने समय पनि यही बेला हो। यही बेला पारेर एकाधिकार, कार्टेल तथा सिन्डिकेट जस्ता प्रवृत्ति पनि निकै बढिरहेका छन्। एकातिर पेट्रोलियम र विद्युत्मा आयल निगम र विद्युत् प्राधिकरणजस्ता सरकारी कम्पनीको एकाधिकारका कारण बिजुलीको भाउ बढेको छ, तर इन्धनको भाउ घट्न सकेको छैन भने अर्कोतिर यातायात, स्वास्थ्य, शिक्षा र उपभोग्य वस्तुमा निजी क्षेत्रमा सिन्डिकेट कायम गरिएको छ। उपभोक्तालाई भगवान्को रूपमा लिइने बजार अर्थतन्त्रमा उपभोक्ताकै हितमा उत्पादन तथा वितरण गरेर बजारमा उपस्थिति जनाउनुपर्नेमा अनैतिक शक्तिको बलमा बजार कब्जा गर्ने क्रियाकलापहरूले नेपाली उपभोक्ताको ढाड भाँचिएको छ र उपभोक्ताको उत्पादन छनोट गर्न पाउने सार्वभौम अधिकारलाई खुला अर्थतन्त्रकै दार्शनिक आवरणभित्र कुण्ठित पारिएको छ। बजारमा देखिने हालीमुहाली (मार्केट पावर) के हो र नेपाली उपभोक्तामाथि यसले कस्तो प्रभाव पारिरहेको छ भन्ने सन्दर्भमा यस लेखमा चर्चा गरिएको छ।

अर्थशास्त्रको भाषामा एकाधिकार, कार्टेल तथा सिन्डिकेट जस्ता क्रियाकलापलाई मार्केट पावर भन्ने गरिन्छ। पूर्ण प्रतिस्पर्धाको विपरीत मानिने यी क्रियाकलापले माग र आपूर्तिबीचको अन्तरक्रियाद्वारा 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। तर यसविपरीत मार्केट पावर देखाउने उत्पादक, वितरक र विक्रेताहरूले बजारमा आफूखुसी मूल्य निर्धारण गर्ने अर्थात् प्राइसमेकरको भूमिका खेल्छन्। समाजवादी वा केन्द्रीकृत अर्थव्यवस्थामा एकाधिकार पाएका सरकारी संस्थाहरूले मूल्य निर्धारण गर्नुलाई अस्वाभाविक मानिँदैन तर उदारवादी वा मिश्रित अर्थव्यवस्थामा खुलारूपले प्रतिस्पर्धामा उत्रिएका कम्पनीहरूले सिन्डिकेट गरी मूल्य र गुणस्तर नियन्त्रण गर्नुचाहिँ अस्वाभाविक हो।

२०४७ सालको परिवर्तनपछि उदार र निजी क्षेत्र मैत्री आर्थिक नीति अपनाएको नेपालमा सरकारले मूल्य तोक्न छोडेको छ। बजारमा प्रतिस्पर्धाको माध्यमबाट माग र आपूर्तिको अन्तरक्रियाबाट मूल्य निर्धारण हुनुपर्ने सैद्धान्तिक आधारमा सरकारले बजार संयन्त्रबाट नै बजार मूल्य, गुणस्तर आदिको नियन्त्रण होस् भन्ने चाहेर यसो गरेको हो। तर व्यवहारमा जताततै राजनीति हाबी भएकाले बजार संयन्त्रले पटककै काम गर्न सकेको छैन। यसको अलावा निजी क्षेत्र असफल देखिएकाले सरकारले अनुगमन गरी यसलाई सुधारनुपर्ने हो तर यसो हुन पनि सकेको छैन।

राजनीतिक आडमा यातायात क्षेत्रमा सिन्डिकेट देखिएको छ, जसलाई तोड्न प्रहरी, प्रशासन र सरकारी संयन्त्र असफल देखिएको छ। फलस्वरूप उपभोक्ताको जीउ र धनमाथि सुरक्षा हुन नसकेको स्थिति छ। सिन्डिकेट गरी एउटै सवारी साधनमा क्षमताभन्दा अत्यधिक बढी यात्रुहरू कोचाले सवारी दुर्घटनाका समाचार दैनिकजसो सुन्नुपरेको छ। घरबाट हिँडेको मान्छे फर्केर आउने हो कि हैन निश्चित छैन। यसैगरी ट्याक्सीले बढी भाडा लिन पाउनुपर्छ भनी व्यवसायीले आन्दोलन गरेका छन्। यो सबै उपभोक्तामाथिको शोषण र अत्याचारका कारण भएको हो। तोकिएको भाडा तिरेपछि सहजताका साथ सिटमा बसेर सुरक्षाका साथ गन्तव्यमा पुग्ने उपभोक्ताको नैसर्गिक अधिकार हो, तर यहाँ त्यसो नभई उपभोक्ता लुटिइरहेका छन्।

उदार आर्थिक नीतिका कारण स्वास्थ्य क्षेत्रमा धेरै निजी संस्थाहरू खुले। बढीभन्दा बढी अस्पताल र स्वास्थ्य संस्थाहरू खुलेमा प्रतिस्पर्धी वातावरण बन्न गई नेपाली जनताले सर्वसुलभ उपचार पाउन सक्ने आकलन गरिए पनि समयक्रममा स्वास्थ्य क्षेत्रमा पनि सिन्डिकेटको प्रभाव देखियो। बिरामीलाई अनावश्यक परीक्षण गराउने, औषधी व्यवसायीहरूसँग मिली कमसल खालका औषधी प्रयोग गर्ने, विपन्नका लागि असम्भव प्रायः भएका निजी क्षेत्रका अस्पतालहरूले ठूलो पैसाको चलखेल गरी चिकित्साशास्त्र



सरकारले यातायात, स्वास्थ्य, शिक्षा तथा उपभोक्ताको हित संरक्षणसम्बन्धी कानूनहरूमा कडाइका साथ संशोधन तथा कार्यान्वयन गरी सरकार कमजोर नभएको देखाउनु पनि आवश्यक छ।

शिक्षणका नाममा गुणस्तरहीन पढाइ गरी व्यापारीकरण गर्ने जस्ता समस्या देखा परे।

शिक्षा क्षेत्रको हालत पनि उस्तै रह्यो। धेरै संख्यामा खुलेका निजी विद्यालयहरूले प्याब्सन, एनव्याब्सन जस्ता संस्थाहरूको आडमा सामूहिक निर्णय गरी शुल्क निरन्तर बढाउने तर सोअनुसारको गुणस्तर कायम गर्न नसक्ने र निजी विद्यालयमा शिक्षण गर्ने शिक्षकहरूलाई सरकारी स्केलसरहको तलब भत्ता पनि नदिई शोषण गर्ने कार्य भयो। पाठ्यपुस्तक र शैक्षिक सामग्री तथा विद्यालय पोसाकसमेत अनिवार्य रूपमा विद्यालयबाटै लिनुपर्ने नियम बनाई नाफामुखी भए। सामाजिक सेवाको भावना हराएर गयो। सरकारको नियमन नपुग्दा बर्सेन अभिभावकमाथि बोझ थपिएको थपिएको भयो। दैनिक उपभोग्य वस्तुहरूमा दिनानुदिन मूल्यवृद्धि गरिने परिपाटी बसालियो। ग्याँसको अभाव, इन्धनको अभाव, खाद्यान्नको समेत कृत्रिम अभाव सिर्जना गरी लागतका आधारमा मूल्य लिनुपर्नेमा बजारमा देखिने संकटका आधारमा फाइदा लिन थालियो। हुँदाहुँदा नाकाबन्दीमा बढाइएको मूल्य पनि नेपालीले भोग्नुपर्थ्यो।

अखाद्य वस्तुहरू मिसिएका खाद्यवस्तुहरू, म्याद नाघेका वस्तुहरू तथा म्याद नाघेका औषधीहरूसमेत बजारमा बेचिने गरेका छन्। उपभोक्ता सचेत नहुने हो भने नेपालको बजारले उपभोक्ताको स्वास्थ्यको कुनै विचार नगरी पैसालाई मात्र प्राथमिकतामा राख्ने गरेको छ। नेपालको बजारसँग नैतिकता धर्म र इमान भनिने इथिकल कुरा हराएर गएका छन्।

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

सरकारी अनुगमन संयन्त्र फितलो भएको कारण बजार अनुगमन प्रभावकारी नभएको, अनुगमनमा जाने कर्मचारीको सुरक्षाको प्रबन्ध नभएको, अनुगमनमा कैफियत देखिएका कसमा पनि मुद्दा कमजोर बनाउने प्रवृत्तिका कारण वाणिज्य विभागले हानुपरेको आदि कारणले सरकारको बजारमा प्रभावकारी नियमन पुग्न सकेको देखिँदैन।

उपभोक्ता संरक्षण ऐन- २०५४ र नियमावली तथा

प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन तथा बजार संरक्षण ऐन- २०६३ उपभोक्ता हितको लागि विद्यमान कानून हुन्। तर पनि यी कानूनमा बजार अनुगमनमा गएको टोलीलाई कैफियत देखिएको बेला ट्रफिक प्रहरीको जस्तो तत्काल कारबाही गर्ने अधिकार छैन। बजार अनुगमनलाई प्रभावकारी बनाउन आवश्यक भई ऐनमा संशोधन गर्नुपर्ने आवश्यकता रहेकाले उपभोक्ता संरक्षण ऐन- २०५४ संशोधनको चरणमा रहेको छ। बजार अनुगमनका क्रममा कैफियत भेटिए तत्काल ट्रफिक प्रहरीले जस्तो कारबाही गर्न पाउने व्यवस्था संशोधनले गर्नुपर्छ।

केन्द्रीकृत वा नियन्त्रित अर्थव्यवस्थामा उत्पादन, वितरण र मूल्य निर्धारणको निर्णय सरकारले गर्छ र यसमा बजार संयन्त्रको कुनै भूमिका हुँदैन। तर उदारवादी अर्थतन्त्रमा बजार संयन्त्र शक्तिशाली हुन्छ। बजारले नै उत्पादन र वितरणसँग सम्बन्धित निर्णयहरू गर्छ। कति उत्पादन गर्ने, कसको लागि उत्पादन गर्ने, किन उत्पादन गर्ने, कस्तो गुणस्तरको उत्पादन गर्ने, कति मूल्य राख्ने, कसरी उपभोक्त्यासम्म पुर्याउने र कसरी उपभोक्तालाई सन्तुष्ट पारी गुडविल आर्जन गर्ने भन्ने आधारभूत कुरामा वस्तु तथा सेवा उत्पादक तथा वितरकको ध्यान हुन्छ। जसले गदा उत्पादक र उपभोक्ताबीच विश्वासको वातावरण कायम हुन्छ। बजारमा ती वस्तु तथा सेवाको माग रहिरहन्छ। जब उपभोक्ताले कुनै पनि वस्तु तथा सेवाबाट आफूले तिरेको मूल्यको आधारमा सन्तुष्टि प्राप्त गर्दैन तब उपभोक्ताको विश्वास नरहेकाले बजारमा माग घट्न जान्छ। यसमा उत्पादकले घोषणा गरेअनुरूपको गुणस्तर भएनभएको सम्बन्धमा सरकारले कडा निगरानी राखिरहेको हुन्छ।

हाल नेपालमा निजीकरण र आर्थिक उदारीकरणका नीतिहरूले सरकारको भूमिका कटौती गरी निजी क्षेत्रको भूमिकालाई प्रबल बनाएका छन्। सरकारले सजहकर्ताको भूमिका मात्र निर्वाह गर्ने गरी निजी क्षेत्रलाई वस्तु तथा सेवाको उत्पादन, वितरण र मूल्य निर्धारणमा स्वतन्त्रता प्रदान गरेको छ। तर निजी क्षेत्र पूर्ण प्रतिस्पर्धी हुनुको सट्टा एकाधिकारी वा सिन्डिकेट गर्नतर्फ लागेको छ। सरकार एकाधिकारी भएको केन्द्रीकृत व्यवस्थामा उपभोक्तामाथि शोषण हुने जति सम्भावना रहन्छ, निजी क्षेत्र वा बजार असफल भई सिन्डिकेट बढेको अवस्थामा उपभोक्तामाथि अत्याचार बढी हुन्छ।

निजी क्षेत्र र बजारको उद्देश्य नाफा कमाउनु हो। धर्म र नैतिकताविना कमाइने नाफाबाट उपभोक्ता सबैभन्दा पीडित हुन पुग्छन्। यसका अलावा सरकार जतिसुकै कमसल र निकम्मा भए पनि यसले नै जनताको अरुले भन्दा बढी हेरचाह गर्छ भन्ने मान्यता छ। यो किनभने सरकार जनताको मतबाट आएको वा जनताकै करबाट पालित संस्था हो। अतः बजार संयन्त्र असफल भएको अवस्थामा सरकारले कडा कानून ल्याई त्यसको कार्यान्वयनबाट बजारमा हस्तक्षेप गरी बजारलाई सही ठाउँमा ल्याउन सक्नुपर्छ। सरकार अस्थिर भएकाले उपभोक्तामाथिको अत्याचार भन्ने बढेको हो। तसर्थ, सरकारले यातायात, स्वास्थ्य, शिक्षा तथा उपभोक्ताको हित संरक्षणसम्बन्धी कानूनहरूमा कडाइका साथ संशोधन तथा कार्यान्वयन गरी सरकार कमजोर नभएको देखाउनु पनि आवश्यक छ। अनि सरकारले उपभोक्तालाई चनाखो राख्न सचेतता अभियान पनि सञ्चालन गर्नुपर्छ। अहिले नेपालमा बजार संयन्त्र असफल देखिएको अवस्थामा उपभोक्ताको हित संरक्षणको लागि यही नै एकमात्र विकल्प हो।