

# बजारका गुणहरू

पाकेट बुक संग्रह





# बजारका गुणहरू

पाकेट बुक संग्रह

२०११

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन  
काठमाण्डौ, नेपाल

## प्रकाशक

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

४१६, भिमशेनगोला मार्ग, मीनभवन, खरिबोट

पोष्ट बक्स नम्बर : ८९७३, एन. पी. सी. ६७८

काठमाडौं, नेपाल

फोन नं. : (९७७)-१-४४६-४६१६, ४४८-४०१६

फ्याक्स : (९७७)-१-४४८-५३९१

ईमेल : [info@samriddhi.org](mailto:info@samriddhi.org)

वेबसाइट : [www.samriddhi.org](http://www.samriddhi.org)

## डिजाइन र लेआउट

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

प्रथम संस्करण : मे, २०११

यस पाकेट बुक सेन्टर फर इन्टरनेशनल प्राइभेट इन्टरप्राइज  
(CIPE) को सहयोग बिना सफल हुँदैन थियो ।

मूल्य : रु. ५०/-

## विषयसूची

बजारको परिचय	७
अर्थतन्त्रका प्रकार र बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र	९
क) विनियम र विशिष्टिकरण	१५
ख) बजार मूल्य	१६
बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले ल्याउने परिणामहरू	१९
क) उच्च व्यक्तिगत स्वतन्त्रता	२१
ख) उद्यमशीलता र नवीन पद्धतिको विकास	२३
ग) उपभोक्तामुखी समाज	२६
बजारसम्बन्धी केही भ्रमहरू	३१
१. नैतिक आलोचनाहरू	३२
२. आर्थिक आलोचनाहरू	३७
स्वतन्त्र व्यापार र गरिबी	६३
बजार व्यवस्थाको एक महत्वपूर्ण पूर्वावस्था - विधिको शासन	६७
सन्दर्भसामग्री	६९
नोट	७०
समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन	७२



## बजारको परिचय

नेपालका अनेक ग्रामीण भेगहरूमा धेरै अधिदेखि परम्परागत साप्ताहिक हाटबजार लाग्ने चलन अद्यापि चल्दै आएको छ । हाटबजार लाग्ने दिन त्यो गाउँ र वरिपरिका अन्य गाउँका मानिसहरूले समेत आफूले उत्पादन गरेका वस्तुहरू त्यहाँ ल्याएर बिक्री गर्दछन् भने त्यस बजारबाट आफूलाई चाहिएका सरसामग्रीहरू किन्दछन् । साथै समाजका केही सदस्यहरू आफूले वस्तुको उत्पादन नगरे तापनि आवश्यक वस्तुको खरिद गर्नका लागि हाटबजारको प्रतिक्षामा हुन्छन् । हाट बजारको यस उदाहरणले हामीलाई बजार भनेको के हो ? भन्ने कुरा बुझ्न मद्दत गर्दछ । माथिको सानो उदाहरणजस्तै अन्य अवस्थामा पनि समाजभित्र हुने यस्ता अनगिन्ती लेनदेनलाई साधारणतया बजार भनेर बुझ्ने गरिन्छ, जहाँ मानिसहरू आफूसँग भएका र आफूलाई चाहिएका कुराहरू एक अर्कासँग विनिमय गर्दछन् । समाज विकासको पूर्वाद्धमा पैसा भन्ने कुरा प्रचलनमा नआउँदा यस्तो लेनदेन वस्तुहरूको साटासाटमा मात्र सीमित रहन्थ्यो, जस्तै : धानको बदला नून, तेलको बदला बेसार, घट्टमा मकै पिनेर पिठो बनाएबापत केही पाथी मकै आदि । वर्तमान समयसम्म पनि यस्तो आदानप्रदानको अभ्यास भइँदै रहेको छ तर समाजको विकासक्रम अधि बढ्दै जाँदा पैसाको

## ● बजारका गुणहरू

आविष्कार र प्रयोगले मानिसहरूको बजारमा सहभागिता तथा वस्तुहरूको प्रकार र परिणाम छनौट गर्न पाउने अवसरलाई असीमित रूपमा विस्तार गरेको छ । अहिले मानिसहरू आफूसँग भएका सेवा वा वस्तुहरूको विनिमय पैसामा गर्दछन् र त्यसबाट आफूलाई चाहिएका र मन परेका अनगिन्ती वस्तु तथा सेवाहरू किन्दछन् । अहिले मानिसलाई धानलाई नूनसँग नै साट्नुपर्ने बाध्यता छैन । धान बेचेर आएको पैसाले मानिसहरू अब घर खर्च चलाउन वा आफूले चाहेको कुनै पनि कुरा गर्न वा किन्न पनि सक्छन् ।

दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्ति वा समूहहरूबीच हुने यस्तो लेनदेन वा विनिमय स्वेच्छामा आधारित हुन्छ र यसमा भाग लिने दुवै पक्षका व्यक्तिहरू आफ्नो आवश्यकता वा इच्छा अनुसारको वस्तु वा सेवा प्राप्त गर्ने अपेक्षाले उक्त विनिमय कार्यमा सहभागी हुन्छन् । कसैको दबाबविना आफ्नो ईच्छा र आवश्यकता पूरा हुने अवस्था देखेका खण्डमा नै दुवै पक्षतर्फका व्यक्तिहरू त्यस्तो विनिमय कार्यमा सहभागी हुन्छन् । त्यसैले त जब हामी कुनै पसलमा सामान किन्न जान्छौं, हामी पनि धन्यवाद भन्छौं भने पसलेले पनि धन्यवाद नै फर्काएको पाउँछौं । यसमा हामीले आफूले इच्छाएको वा आवश्यक परेको वस्तु पाउँछौं भने पसलेले हामीलाई सेवा प्रदान गरेअनुसार लाभ प्राप्त गर्दछ । यस्तो लाभको अंशलाई

पसलेले आफ्नो जीवनका अन्य आवश्यकता र ईच्छाहरू पूर्ति गर्न प्रयोग गर्न सक्छ। बजारका धेरै गुणहरूमध्ये यी केही प्रमुख हुन्।

बजारको यस विनिमय कार्यमा सहभागी हुने दुई पक्षलाई साधारणतया दुईवटा नामले चिनिन्छ :

व्यापारी (वस्तु तथा सेवा प्रदायक) र ग्राहक (वस्तु तथा सेवाको मूल्य तिरेर ग्रहण गर्ने)। बजारमा हुने यस लेनदेनको स्थितिलाई व्यापार भनिन्छ। प्रख्यात फ्रान्सेली दार्शनिक भोल्तेयरले व्यापारबारे लेखेको एक पत्रमा लेखेका छन्, “व्यापार, जसले बेलायतको नागरिक वर्गमा धन ल्याएको छ, यसले उनीहरूलाई स्वतन्त्र हुन मद्दत गरेको छ, र फेरि पनि स्वतन्त्रताले बजारको विकास गरेको छ।” यस भनाइलाई ध्यानमा राख्ने हो भने समाजको विकासक्रम र मानव सभ्यताको क्रमिक उदयसँगै मानिसहरू सम्मान जनक, सुविधापूर्ण र स्वतन्त्र जीवनयापन गर्न सफल हुनुमा बजार र व्यापारको भूमिका महत्वपूर्ण रहेको छ। यस पाकेट पुस्तिकामा बजारका यस्तै विविध गुणहरूका बारेमा संक्षेपमा चर्चा गरिनेछ।



## अर्थतन्त्रका प्रकार र बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र

कुनै पनि आर्थिक व्यवस्थामा वस्तु तथा सेवाहरूको उत्पादन, उपभोग र वितरणको निर्णय गर्ने निश्चित प्रक्रियाहरू हुन्छन् । एकातिर अर्थतन्त्रका बाहेकका रूपमा रहने उत्पादक र उपभोक्ताका दुई वर्गले उत्पादन, वितरण र उपभोगको निर्णय स्वतस्फूर्त तरिकाले गरेको अवस्था हुनसक्छ भने अर्कोतिर यस्ता निर्णयहरू उत्पादक वा उपभोक्ताहरूको नाममा कुनै नियामक निकायले गर्ने गरेको पनि पाइन्छ । यदि बजारमा वस्तु वा सेवाको के वा कति मात्रामा कसरी उत्पादन गर्ने र उत्पादन गरेको वस्तु वा सेवा कसले कसरी उपभोग गर्ने ? आदि कुराहरूको निर्णय एउटा केन्द्रीय संस्थाले गर्छ भने त्यस्तो अर्थतन्त्रलाई निर्देशित अर्थतन्त्र भनिन्छ । प्रायः निर्देशित अर्थतन्त्र भएका ठाउँहरूमा निर्णय गर्ने केन्द्रीय संस्था सरकार हुने गर्दछ । यस्तो निर्देशित अर्थतन्त्रको चरम अवस्था भनेको साम्यवादी वा कम्युनिष्ट चरित्रको अर्थतन्त्र हो । त्यसको ठीक विपरीत त्यस्तो व्यवस्था पनि छ, जसमा निश्चित सीमाभित्रका मात्र नभई सीमा पारिका वाणिज्य तथा लगानी निर्णयहरू राज्यको हस्तक्षेपबिना पनि स्वतन्त्र आर्थिक बाहकहरूले नै लिन सक्छन् । बजारको यस्तो अवस्था बजारनिर्देशित

## ● बजारका गुणहरू

अर्थतन्त्रको आर्दश अवस्था हो । व्यवहारिक रूपमा भने संसारमा धेरै देशहरूले अपनाउने अर्थतन्त्रमा बजारनिर्देशित र सरकार निर्देशित दुवै स्वरूपको मिश्रित अर्थतन्त्र पाइन्छ, जहाँ भिन्नभिन्न देशहरूको भुकाव कि निर्देशित अर्थतन्त्रतर्फ कि बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रतर्फ अलि बढी भएको हुन्छ । विकसित र समृद्ध देशहरूतर्फ हेर्ने हो भने त्यहाँको अर्थतन्त्र प्रायः बजार निर्देशित नै रहेको देखिन्छ ।

हामीले सधैँ सामानहरू खरीदबिक्री गर्ने बजारले मात्र बजारको वास्तविक अर्थलाई सम्बाहन गर्न सक्दैन । बजारलाई विस्तृत रूपमा बुझ्न बजार व्यवस्थित गर्न आवश्यक संस्थागत संरचनाहरूका बारेमा पनि बुझ्नु आवश्यक हुन्छ । यी संस्थागत संरचनाहरूले नै कुन अर्थतन्त्र कस्तो प्रकारको हो भन्ने प्रस्ट पार्दछन् ।

बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा सरकारको खासै कुनै हस्तक्षेप हुँदैन । यस प्रकारको बजारमा व्यक्तिगत उत्पादकहरू र उपभोक्ताहरूले स्वतन्त्र रूपमा गर्ने निर्णयमा साधन एवम् स्रोतहरू कसरी परिचालन गर्ने भन्ने कुरा निर्भर रहन्छ । सरकारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा जस्तो सम्पूर्ण निर्णयहरू केन्द्रीकृत नभएर बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा त्यस्ता निर्णयहरू विकेन्द्रीकृत हुन्छन् । यस्तो अर्थतन्त्रमा सरकारले केवल नियमकानूनको कार्यान्वयन गर्ने तथा

## अर्थतन्त्रका प्रकार र बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र

सुरक्षाको प्रत्याभूति दिनेबाहेक अन्य आर्थिक विषयहरूमा खासै हस्तक्षेप गर्दैन । समग्र रूपमा हेर्दा बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रका चार प्रमुख स्तम्भहरू बजार प्रतिस्पर्धा, उद्यमशीलता, मूल्यव्यवस्था र निजी सम्पत्तिको व्यवस्था हुन् ।

यस प्रकारको अर्थतन्त्रमा सबै व्यक्तिहरू आफ्नै लागि काम गर्दछन् तर सबैले गर्ने कामको उद्देश्य भनेको अन्य व्यक्तिहरूको आवश्यकता र इच्छालाई बुझेर सोहीअनुसार वस्तु तथा सेवाहरू उत्पादन गरी आफ्नो लाभ हुने अवस्था सिर्जना गर्नु हो । यसो हुँदा सबैले आफ्नो उद्देश्य परिपूर्ति गर्ने क्रममा अन्य मानिसहरूको आवश्यकता पनि परिपूर्ति गरिरहेका हुन्छन् र स्वतन्त्र बजारमा सबैले आफ्नो इच्छाअनुसार वस्तु तथा सेवाको खरिदबिक्री गर्ने हुँदा प्रतिस्पर्धाको वातावरण पनि बनिरहेको हुन्छ । यस्तो अवस्थाको सिर्जना उद्यमीहरूको उद्यमशीलताले गर्दछ, यही प्रतिस्पर्धाका कारणले उद्यमीहरूले नाफा आर्जन गर्नका लागि आफ्ना उत्पादनहरू उपभोक्ताका इच्छा र आवश्यकताअनुसार कमभन्दा कम लागतमा र उत्कृष्ट गुणस्तरमा उपलब्ध गराउन निरन्तर प्रयासरत हुन्छन् ।

त्यसैगरी बजार व्यवस्थामा बजारव्यवस्थाद्वारा निर्देशित आर्थिक व्यवस्थाको अर्को प्रमुख आधारशिला भनेको

## बजारका गुणहरू

मूल्य व्यवस्था हो । यसमा मूल्यको प्रमुख भूमिका यस कारण हुन्छ, कि मूल्यले नै स्वतन्त्र बजारमा हुने यी सम्पूर्ण गतिविधिहरूको सूचनाको संकेतको प्रतिनिधित्व गर्छ ।

अन्त्यमा, निजी सम्पत्तिको अधिकार हुनु अत्यन्त आवश्यक पनि छ, किनकि आफ्नो परिश्रमको फल निर्धक्क भएर आफैसँग राख्न पाउने सुनिश्चितता नभएमा दुःख र परिश्रम गरी, जोखिम उठाएर वस्तु तथा सेवाको उत्पादन गर्ने उत्प्रेरणा उद्यमीहरूमा रहँदैन भने उत्पादनका साधनमाथिको निजी स्वामित्व नभएको अवस्थामा उद्यमीहरूले काम गर्न पनि सक्दैनन् । उदाहरणका लागि, हाम्रो आफ्नो स्वामित्व भएको साधारण वस्तुहरू जस्तै रेडियो, साइकल आदि जस्ता कुराहरू नै लिऔं । रेडियो, साइकल आदिजस्ता वस्तुहरू कसरी, केका लागि प्रयोग गर्ने ? बेच्ने कि भाडामा दिने ? अथवा यत्तिकै राख्ने भन्ने कुराको निर्णय गर्ने अधिकार आफू स्वयम्मा नै निहीत भएमा मात्रै हामी यसको उपयोग र सम्भार गर्छौं । ती वस्तुहरूको उपभोग गरेर फाइदा भएमा त्यो फाइदा आफैले राख्न पाउने अधिकार, त्यसको मर्मतसम्भार गर्ने र बिग्रिएमा त्यसको नोक्सान व्यहोर्ने जिम्मेवारी पनि हामीमै निहीत रहने हुनाले हामीलाई ती वस्तुहरूलाई स्रोतका रूपमा सावधानीपूर्वक प्रयोग गर्ने कुरामा पनि चासो रहन्छ ।

## अर्थतन्त्रका प्रकार र बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र

बजारलाई अझ स्पष्ट रूपमा बुझ्नका लागि बजार निर्देशित अर्थतन्त्रका केही प्रमुख विशेषताहरूबारे थाहा पाउनु उपयुक्त हुन्छ । बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रका केही प्रमुख विशेषता निम्नलिखित प्रकारका छन् :

### क) विनिमय र विशिष्टिकरण (Exchange and Specialization)

बजारको सबैभन्दा महत्वपूर्ण पक्ष भनेको वस्तु वा सेवाको विनिमय (Exchange) नै हो । मुद्राको प्रयोग हुनुभन्दा पहिला बजारमा मानिसहरू एउटा वस्तु वा सेवाको सट्टा अर्को वस्तु वा सेवाको आदानप्रदान गरी विनिमय कार्य गर्दथे । यस अवस्थामा वस्तुको लेनदेनमा दुवै पक्षको आवश्यकता एकआपसमा मेल खानु अनिवार्य रहन्थ्यो । यदि वस्तुविनिमयमा संलग्न हुने दुई पक्षमध्ये एकको आवश्यकतासँग अर्को पक्षको आवश्यकता मेल नखाएको अवस्थामा विनिमयको कुनै सम्भावना रहँदैनथ्यो । तर विश्वमा मुद्राको विकास भएपछि भने संसारका हरेक देशमा मुद्रालाई विनिमयको प्रमुख माध्यम मानिएको छ ।

बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रको एउटा प्रमुख गुण भनेको उत्पादकहरूबीच रहने प्रतिस्पर्धा पनि हो । यस्तो प्रतिस्पर्धा विशेष गरी एकै प्रकारका वा उही प्रयोजनका

## ● बजारका गुणहरू

लागि प्रयोगमा आउने वस्तु तथा सेवाको उत्पादनमा भएको पाइन्छ। उदाहरणका लागि दाँत माभ्ने मञ्जन नै लिऔं। दाँत माभ्ने मञ्जनका सयौं प्रकारका उत्पादनहरू बजारमा पाइन्छन्। ती उत्पादनमध्ये कुनै हर्बल छन् त कुनैमा विशेष स्वाद हुन्छ, कुनै गुलियो हुन्छ त कुनै नूनिलो पनि हुन्छ। यसरी उत्पादक संस्थाहरूबीच प्रतिस्पर्धा हुनाले फर्महरूले उत्पादनमा विशिष्टिकरण (Specialization) हासिल गर्नुपर्ने हुन्छ, किनकि प्रत्येक फर्मले बजारमा आफ्नो उत्पादन कायम राख्न नाफा आर्जन गर्नु जरुरी हुन्छ। नाफा आर्जन गर्नका लागि उत्पादकले उपभोक्ताहरूलाई सन्तुष्ट राखी आफ्नो उत्पादनतर्फ कसरी आकर्षित गर्ने भन्ने सन्दर्भमा अन्य उत्पादकको भन्दा भिन्न र थप विशेषताहरू थप्ने क्रममा उत्पादनमा विशिष्टिकरण आउँदछ। जो उत्पादक जुन वस्तु वा सेवाको उत्पादनमा पोख्त छ, ऊ त्यसैमा संलग्न भई त्यसबाट लाभ उठाउँदा विशिष्टिकरण प्राप्त हुन्छ। यस्तै विशिष्टिकरणका माध्यमबाट उत्पादित वस्तुहरूको स्वतन्त्र रूपमा विनिमय हुनु बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रको प्रमुख विशेषता हो।

## ख) बजार मूल्य

बजार एउटा ठाउँ वा वस्तु होइन। बजार वास्तवमा एउटा प्रक्रिया हो, जसमा धेरै व्यक्तिहरूबीच

## अर्थतन्त्रका प्रकार र बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र

श्रमको विभाजन हुन्छ, भने मानिसहरू एक अर्कासँग लेनदेन र सहकार्य गरिरहेका हुन्छन् । बजारको प्रवाह निर्धारण गर्ने तत्वहरू भनेका यसमा सहभागी हुने व्यक्तिहरूको मूल्य, मान्यता र समझदारीअनुसार गरिने निर्णयहरू र ती निर्णयअनुसारका क्रियाकलापहरू हुन् । सङ्केत जुनसुकै बेला पनि यस्ता निर्णयहरू र बजारका सबै सूचनाहरू दिने कुरा वस्तु तथा सेवाको बिक्री गर्न चाहने र खरिद गर्न चाहनेबीचको अन्तर्क्रियाको समग्रतालाई प्रतिबिम्बित गर्ने मूल्य संरचना हो । बजार मूल्यले नै उत्पादकहरूलाई वस्तु तथा सेवाको के, कसरी र कति मात्रामा उत्पादन गर्ने ? भन्ने कुरा निर्धारण गर्ने बाटो देखाउँदछ ।

व्यक्तिगत उपभोक्ताहरू र उत्पादकहरूका विभिन्न निर्णयहरूको परिणामस्वरूप नै कुनै पनि वस्तुको बजार मूल्य निर्धारण हुन्छ । बजारमूल्य कुनै पनि वस्तुको बजारको माग र आपूर्तिको अन्तर्क्रियाबाट निर्धारित हुने मूल्य हुनाले यसको बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा निकै ठूलो भूमिका हुन्छ । माग र आपूर्तिको स्थितिको जानकारी दिने सूचक नै मूल्य हुनाले स्रोत तथा साधनको बाँडफाँडमा यसको ज्यादै महत्वपूर्ण भूमिका हुन्छ ।



## बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले ल्याउने परिणामहरू

सामान्यतया बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले उच्च व्यक्तिगत स्वतन्त्रतामा आधारित भएर नवीन पद्धतिहरू विकास गर्ने, विधिको शासनमा चल्ने उद्यमशील तथा उपभोक्तामुखी समाजको निर्माणमा सहयोग पुऱ्याउँदछ । बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र भएमा समाजमा के कस्ता असरहरू देखिन्छन् भन्ने कुराको छलफल गर्दै बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रका धेरै सकारात्मक परिणामहरूमध्ये केहीको चर्चा तल गरिएको छ ।

### क) उच्च व्यक्तिगत स्वतन्त्रता

विश्वमा अभ्यास हुने तीन प्रमुख अर्थतन्त्रहरू निर्देशित अर्थतन्त्र, बजारनिर्देशित खुला अर्थतन्त्र र मिश्रित अर्थतन्त्रमा मानिसहरूले अनुभव गर्न पाउने व्यक्तिगत स्वतन्त्रताको स्तर भिन्नभिन्न हुन्छ । अर्थतन्त्रको दृष्टिकोणले हेर्दा व्यक्तिगत स्वतन्त्रताको सिद्धान्त आर्थिक स्वतन्त्रतासँग पनि जोडिन सक्छ । फ्रिडमन (१९६२) का अनुसार आर्थिक व्यवस्थाहरूले स्वतन्त्र समाज निर्माणमा दोहोरो भूमिका खेलेका हुन्छन् । एकातिर, आर्थिक

## ● बजारका गुणहरू

व्यवस्थाहरूमा हुनुपर्ने स्वतन्त्रता आफैमा व्यापक अर्थमा बुझिने स्वतन्त्रताको एक अङ्ग हुनाले आर्थिक स्वतन्त्रता आफैमा गन्तव्य हो भने अर्कातर्फ राजनीतिक स्वतन्त्रता प्राप्त गर्नका लागि पनि आर्थिक स्वतन्त्रता अपरिहार्य तत्वका रूपमा रहन्छ ।

केन्द्रीय योजनाद्वारा अर्थव्यवस्था निर्देशित हुने अथवा केन्द्र र बजार दुवै पक्षबाट निर्देशित हुने खालको मिश्रित अर्थव्यवस्थामा व्यक्तिहरूले कम व्यक्तिगत स्वतन्त्रता अनुभव गर्छन् । जस्तै, नेपालमा विदेशबाट आयात गरिने कुराहरूमा अत्याधिक कर लाग्दछ, विपेशगरी सवारीसाधनजस्ता महँगो साधनहरूमा । यसले गर्दा ती वस्तुहरूको मूल्य असाध्यै महँगो पर्न जान्छ । यस प्रावधानले एक तहमा उपभोक्ताहरूलाई त्यस्ता साधन प्रयोग गर्न गाह्रो बनाई व्यक्तिगत रूपमा आफूले इच्छाएको साधन उपभोग गर्न पाउने स्वतन्त्रतामा बाधा पुऱ्याएको छ भन्न सकिन्छ । त्यस्तै व्यक्तिगत स्वतन्त्रतामा बजारमा उद्यमीहरू प्रवेश गर्न कतिको सरल र खुला छ भन्ने कुरादेखि लिएर उपभोक्ताहरूलाई सेवा तथा वस्तुको खरिदमा छनौटको अवसर कस्तो छ भन्ने कुरा पनि हेर्न सकिन्छ । उदाहरणका लागि, निर्देशित अर्थतन्त्रमा केन्द्रीय रूपमा बनाइएको आर्थिक योजनालाई मानेर मानिसहरूले आफ्नो उद्यमहरू सञ्चालन गर्नुपर्छ । यस्तो अवस्थामा केन्द्रीय

## बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले ल्याउने परिणामहरू

योजनाकर्ताहरूले स्रोत तथा सुविधा प्रयोग तथा वितरणमा एकाधिकार जमाउने, प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा कुनै एक संस्थाको एकाधिकार संरक्षण गर्ने, कतिपय क्षेत्रहरूमा उद्यमीहरूलाई प्रवेश गर्न नदिने वा प्रवेशको सर्तलाई गाह्रो बनाइदिने जस्ता कार्यका उदाहरणहरू थुप्रै देखिन्छ । नेपालकै सन्दर्भमा लिने हो भने पनि पेट्रोलियम पदार्थको आयातमा सरकारी संस्था नेपाल आयल निगमको एकाधिकार छ । यसले गर्दा नेपालमा पेट्रोलियम पदार्थको अभाव र समस्या अत्यन्त गहिरो छ । जसले गर्दा उपभोक्ताहरू पेट्रोल प्रयोग गरेर गर्नुपर्ने कार्यबाट बञ्चित त भए नै त्यसका साथै उद्यमीहरूको दैनिक उपभोग्य सामग्री पेट्रोलियम पदार्थको आयात गर्ने व्यवसाय सञ्चालन गर्न पाउने व्यक्तिगत स्वतन्त्रता पनि हनन भयो ।

यसका विपरीत बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा व्यक्तिगत स्वतन्त्रताको रक्षा र प्रत्याभूति उच्च हुन्छ । यस व्यवस्थामा यस कुराको निर्धारण उत्पादन, खरिदबिक्री र जीविकोपार्जनको स्वतन्त्रतालगायत सम्पत्तिको अधिकारले गर्दछ । कुनै पनि व्यक्तिले बजारमा आफूले चाहेको कुनै पनि उत्पादन खरिद वा बिक्री गर्न पाउने स्वतन्त्रता भएको व्यवस्थालाई नै बजार व्यवस्था भनिएपछि बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र स्वतः मानिसहरूको स्वेच्छामा आधारित हुने अवस्था रहन्छ । कुनै पनि

## ● बजारका गुणहरू

उपभोक्ताले वस्तु तथा सेवाको कुनै पनि उत्पादकबाट खरिद गर्न पाउने स्वतन्त्रता तथा उत्पादकलाई पनि बिक्री गर्ने कुरामा सोही स्वतन्त्रता हुने यस अर्थव्यवस्थामा कसले, कति पैसामा, कसलाई, कसरी, के र किन बेच्नेजस्ता निर्णय लिन दुवै पक्ष स्वतन्त्र हुन्छन् । यसमा दुवै पक्षले कुनै पनि किसिमको बल प्रयोग नगरी एक अर्कासँग सहमतिमा आएपछि मात्र लेनदेन हुने हुँदा बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले लोकतन्त्रमा मानिसहरूले पाउनुपर्ने विभिन्न स्वतन्त्रताका पक्षहरूलाई आफूमा समेट्दछ ।

यसका अतिरिक्त बजारनिर्देशित अर्थव्यवस्थामा मानिसहरूसँग आफ्नो सीप, दक्षता र इच्छाअनुसार आफूले चाहेको ठाँउमा काम गर्न पाउने स्वतन्त्रता हुन्छ । मानिसहरू आफ्ना लागि सबैभन्दा उत्तम र फाइदाजनक निर्णयहरू लिन स्वयम् सक्षम छन् भन्ने मान्यतामा आधारित भएकाले बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रका वाहकहरू (उत्पादक तथा उपभोक्ताहरू) को निर्णयलाई प्रभावित गर्नका लागि कुनै पनि प्रकारको बल प्रयोग पटकै स्वीकार्य हुँदैन ।

बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रको संस्थागत आधार र केन्द्रनिर्देशित अर्थतन्त्रको संस्थागत आधार छुट्टिने ठाउँ भनेको स्रोतहरूको बाँडफाँड हो । बजारनिर्देशित

## बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले ल्याउने परिणामहरू

अर्थतन्त्रमा स्रोतहरूको वितरण बजारमूल्यमा आधारित हुन्छ भने केन्द्रनिर्देशित अर्थतन्त्रमा प्रशासनिक निर्णयका आधारमा मूल्य निर्धारण तथा स्रोतहरूको वितरण गरिन्छ । यस कारणले पनि कारोबार गर्ने कुरामा उच्च व्यक्तिगत स्वतन्त्रता बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा हुन्छ । तसर्थ, व्यक्तिगत स्वतन्त्रतालाई सम्मान गरी त्यसलाई प्राथमिकतामा राख्ने वातावरणको सिर्जना बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले गर्दछ ।

## ख) उद्यमशीलता र नवीन पद्धतिको विकास

बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रको आधारशिला उद्यमशीलता नै हो, अर्थात् बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रका प्रमुख संवाहक उद्यमीहरू हुन् जसले अरू मानिसहरूका इच्छा र आवश्यकताहरूलाई बुझेर सोहीअनुसार स्रोतहरू जुटाइ ती स्रोतहरूलाई मिलाएर उपयोग गर्ने नवीन पद्धतिहरूको विकास गरी बजारमा माग भएअनुसारका वस्तु तथा सेवाको उत्पादन गर्छन् । जब यी विभिन्न स्रोतहरूको उपयोग गरेर निकालिएको अन्तिम उत्पादनको मूल्य ती स्रोतहरूको मूल्यभन्दा बढी हुन्छ, तबमात्र उद्यमीहरूले नाफा गर्न सक्छन् । यस्तो नभएका खण्डमा उनीहरूले घाटा सहनुपर्ने हुन्छ । त्यसो हुँदा स्रोतलाई प्रभावकारी रूपमा वितरण र प्रयोग गर्ने कुरामा उद्यमीहरू सिपालु हुनुपर्छ र त्यसो

## बजारका गुणहरू

नभएका खण्डमा उद्यमीले घाटा व्यहोर्नुपर्ने स्थिति हुन्छ ।

उद्यमशीलता नै वास्तवमा त्यो शक्ति हो जसले बजारमा नवीन पद्धतिहरूको विकास हुने वातावरण सिर्जना गर्छ । उदाहरणका लागि, पहिलापहिला कम्प्युटरहरू असाध्यै ठूलाठूला, राख्नका लागि एउटा ठूलो कोठा नै चाहिने आकारका हुन्थे । तर समयको विकाससँगै जब यस उपकरणको प्रयोग बढ्दै गई मानिसहरूले यसको उपयोगिता महसुस गर्दै गए, यसको बजार बढ्ने क्रममा आविष्कारहरूका साथसाथै उद्यमीहरूले द्रुत गतिमा यस उपकरणलाई बजारसम्म पुऱ्याउने नवीन पद्धतिहरू विकास गर्दै गए । फलस्वरूप हामीले आजकल भोलाभै बोकेर हिँड्न मिल्ने, हल्का, बहुआयामिक र अत्यन्तै उपयोगी डेस्कटप र ल्यापटप कम्प्युटरहरूको प्रयोग गर्न पाइरहेका छौं । बजारमा यस्ता नवीन पद्धतिहरूको विकास भएर धेरै मानिसहरूको जीवन सरल, सजिलो र सुविधायुक्त हुँदै गई जीवनस्तरमा सुधार हुनुमा उद्यमीहरूको ठूलो देन छ ।

उद्यमशीलताको विकास सामाजिक विकासका लागि अपरिहार्य पक्षका रूपमा रहने गर्दछ । बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले नै यसका लागि सबैभन्दा

## बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले ल्याउने परिणामहरू

उपयुक्त वातावरण सिर्जना गर्दछ । उद्यमशीलताको विकासका केही महत्वपूर्ण कारणहरू छन् । पहिलो, बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा उद्यमीहरू उत्पादनको नवीन पद्धति विकास गर्न स्वतन्त्र हुन्छन् । दोस्रो, खुला बजारमा उद्यमीहरूबीच प्रतिस्पर्धा हुने हुनाले त्यस्तो प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा नवीन पद्धतिहरू विकास भएका कयौं उदाहरणहरू छन् । त्यसैगरी बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा सम्पत्ति अधिकारको सुनिश्चितता पनि महत्वपूर्ण पक्षका रूपमा रहने हुँदा उद्यमीहरूलाई काम गरी धन आर्जन गर्ने सुरक्षित र प्रेरणादायी वातावरण पनि हुन्छ । तसर्थ, बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा नै सबैभन्दा धेरै उद्यमशीलता र नवीन पद्धतिको विकास हुन्छ ।

नेपालकै सन्दर्भमा दूरसञ्चार जगतमा भएको द्रुत विकासलाई नै हेरौं । करिब एक दशक अगाडि मात्रै नेपालमा दूरसञ्चार सुविधा प्रदान गर्ने एकाधिकार सरकारी दूरसञ्चार संस्था नेपाल दूरसञ्चार संस्थानसँग मात्रै थियो । त्यस समयमा कसैको घरको लागि एउटा टेलिफोन लाइन लिन मात्रै लगभग आधा दशक लाग्थ्यो, मोबाइल फोन प्रयोग गर्ने कुरा त आम जनताका लागि कल्पनाभन्दा परकै कुरा थियो । तर बजार व्यवस्था खुला हुँदै गई अरू कम्पनीहरूले पनि सञ्चार सुविधा प्रदान गर्न पाउने भएपछि प्रतिस्पर्धा बढ्यो र अत्यन्त नवीनतम प्रविधिहरू भित्र्याई वस्तु

## बजारका गुणहरू

तथा सेवा बढीभन्दा बढी सर्वसुलभ बनाउने प्रयासहरू देखिए । प्रतिस्पर्धा यति बढ्यो कि नेपाल दूरसञ्चार संस्थान आफैले निजिकरणको बाटो अपनाउनुपयो । फलस्वरूप सञ्चार सुविधाहरू सर्वसुलभ र सस्तो हुँदै गएर एक दशकअगाडि कसैले कल्पना पनि नगरेको कुराका रूपमा एउटा साधारण नेपालीले पनि सजिलै मोबाइल फोन बोकेर हिँड्न सक्ने अवस्था आएको छ । यसरी सञ्चार क्षेत्रमा नौलो आयाम आएपछि विकासका अन्य पक्षहरूमा ठूलो टेवा पुगेको छ भन्न सकिन्छ । यसरी नेपालको यस क्षेत्रमा गरिएको बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रको अभ्यासले पक्कै पनि बजार व्यवस्थाका गुणहरू प्रतिबिम्बित गर्दछ ।

## ग) उपभोक्तामुखी समाज

मानवीय आवश्यकता र इच्छाहरू असीमित हुन्छन् । हामीहरू स्वास्थ्य, शिक्षा, सूचना, दूरसञ्चारका प्रविधिलगायतका कुराहरूमा बढ्दो गुणस्तर र घट्दो मूल्य चाहन्छौं । हाम्रा यिनै असीमित चाहना र आवश्यकताहरूले बजारमा नवीन पद्धतिहरूको विकास गराएर गुणस्तरीय सेवा तथा सुविधाहरू कम मूल्यमा र सर्वसुलभ रूपमा उपलब्ध गराउन मद्दत गर्दछ । खुला बजार भनेकै लाखौं करोडौं व्यक्तिहरूले आफ्नो स्वेच्छामा वस्तु तथा सेवाहरू उत्पादन गर्ने र त्यसका

## बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले ल्याउने परिणामहरू

लागि नयाँ प्रविधिहरू विकास गरी थप विषेताहरू थपेर उपभोक्ताहरूको चाहनाबमोजिम बजारमा निरन्तर उपलब्ध गराउने अवस्थाको विकास हो । यसो गर्नुमा उद्यमीले पक्कै पनि आफ्नो हित सोचेको हुन्छ । बजारको यस पक्षलाई नियाल्दा उक्त कुरामा उद्यमीको हित हुने भएकाले नै ऊ धेरै मेहनत गरी उत्कृष्ट सेवा दिनका लागि सधैं अभिप्रेरित हुन्छ । तसर्थ, बजार व्यवस्थामा विद्यमान हुने यही अभिप्रेरणाले गर्दा नै बजारबाट राम्रो सुविधा पाइने अपेक्षा गर्न सकिन्छ ।

खुला बजारका दुई प्रमुख गुणहरू, स्वेच्छिक लेनदेन (विनियम) र प्रतिस्पर्धाले गर्दा उपभोक्तामुखी समाज निर्माण गर्नमा यसको ठूलो भूमिका रहन्छ । उत्पादकहरूले बजारमा कुनै पनि उत्पादन लिएर आउँदा उपभोक्ताहरूलाई उक्त उत्पादन मन परेमा वा चित्त बुझेमा मात्र उपभोग गर्दछन् । यस कुरामा पनि खुला बजारमा उस्तै खाले उत्पादनहरू उपभोक्तामाझ ल्याउने उत्पादकहरू अनेक हुन्छन् । तसर्थ, ती सबै प्रतिस्पर्धीहरूका तुलनामा वस्तु तथा सेवा सस्तो र गुणस्तरयुक्त उपलब्ध गराउन सकेमा मात्र उद्यमीहरू सफल हुन्छन् । यस अवस्थामा उपभोक्ताहरूले सुपथ मूल्यमा गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवाहरू पाउन सक्दछन् । यसैगरी उत्पादन र उपभोगका विषयमा धेरै विकल्पहरू उपलब्ध

## ● बजारका गुणहरू

गराउने व्यवस्था पनि यही बजारव्यवस्था नै हो । यस व्यवस्थामा उद्यमीहरू स्वतन्त्र रूपमा बजारभित्र प्रवेश गर्न पाउँछन्, जसले गर्दा प्रतिस्पर्धाको स्थिति सिर्जना हुन्छ । बजारको यस्तो प्रतिस्पर्धाको अवस्थामा उपभोक्ताहरूले छनौटका धेरै विकल्पहरू प्राप्त गर्दछन् अर्थात् उपभोक्ताहरूले वस्तु तथा सेवाका उत्पादनहरू छनौट गर्ने मौका पाउँछन् र यसै क्रममा उत्पादनमा विशिष्टकरण (Specialization) पनि हुन्छ ।

उपभोक्तावादलाई नराम्रो दृष्टिकोणले हेर्ने व्यक्तिहरूले यसले मानिसहरूको जीवनस्तरमा ल्याएको सुधारलाई ध्यान दिन नसकेको भन्न सकिन्छ । उदाहरणका लागि एक दशकअगाडि नेपालमा टि.भि, मोबाइल फोन आदि जस्ता वस्तुहरू असाध्यै महँगा थिए । केही सीमित धनि वर्गका व्यक्तिहरूमात्रै यी वस्तुको उपभोग गर्न सक्षम थिए । तर विश्वका कयौँ देशहरूका उद्यमीहरूले समयक्रमसँगै यस्ता वस्तुको महत्व बढेको कुरा महसुस गरी त्यसैअनुसार उत्पादन गर्दै त्यहीअनुसार उपलब्ध गराउँदै जाँदा नै आज कुनै समयमा महँगो मानिएका यी वस्तुहरू सर्वसुलभ भएका छन् । अहिले मोबाइल, टि.भि वा रेडियोविनाको समाज कल्पना गर्न गाह्रो हुने अवस्था आइसक्यो भन्दा अत्युक्ति नहोला ।

## बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रले ल्याउने परिणामहरू

बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रलाई राम्ररी नबुझ्दा धेरै व्यक्तिहरूले यसमा “एउटाको फाइदा अर्कोको नोक्सान हो” भनेर बुझेको पाइन्छ । तर यो कुरा सत्य भने होइन । उपभोक्ताले बजारमा कुनै सामान किन्नुको मतलब उक्त व्यक्तिले त्यस सामानका लागि तिर्ने पैसाभन्दा उक्त सामान बढी उपयोगी, मूल्यवान् वा सन्तोषजनक पाउँदछ । उदाहरणका लागि कसैले एउटा टेलिभिजन किन्दा त्यसका लागि तिरेको मूल्यभन्दा उक्त टेलिभिजनबाट लामो समयसँग पाइराख्ने सूचना, मनोरञ्ज वा आनन्दलाई बढी महत्व दिने हुनाले नै स्वेच्छाले टेलिभिजन किन्ने निर्णय गर्ने हो । यसमा टेलिभिजन किन्नेले पनि आफ्नो लागि महत्वपूर्ण टि.भि पाएको हुन्छ भने बिक्रेताले पनि आफ्नो जीवनका अन्य कयौं प्रयोजनहरूमा काम लाग्ने केही फाइदा पैसाका रूपमा कमाउँदछ । दुवै पक्षले कुनै प्रकारको जबरजस्तीको सामाना गर्नु नपरिकन नै आफूले चाहेको कुरा पाउँदछन् । त्यसैले बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र दुईतर्फीफाइदाका आधारमा नै अगाडि बढ्दछ । यस व्यवस्थामा कुनै एक पक्षलाई मात्र फाइदा र अर्को पक्षलाई घाटा नै हुनु जरुरी रहँदैन ।



## बजारसम्बन्धी केही भ्रमहरू<sup>1</sup>

बजारको संरचनाद्वारा सामाजिक समन्वयका समस्याहरू समाधान गर्ने कुराको गुण तथा त्यसमा आउने चुनौतीहरूबारे चिन्तन गर्ने क्रममा यहाँ बजारका सम्बन्धमा व्याप्त केही सामान्य भ्रमहरूलाई प्रष्ट पार्नु उपयुक्त हुन्छ। भ्रम भन्नाले मेरो आशय त्यस्ता भनाइहरूतर्फ हो, जसलाई कुनै तर्क वा प्रमाणका आधारमा प्रमाणित गर्ने आवश्यकता नै महसुस नगरी सत्य मानिन्छ। यी त्यस्ता कुराहरू हुन् जो रेडियो, साथीहरू, राजनीतिज्ञहरू वा सामान्य रूपमा हाम्रो वरिपरिको वातावरणमा सुनिराखिएको हुन्छ। एकप्रकारको गहिरो ज्ञानगुणको कुराभै यिनीहरूलाई दोहोरयाइ राखिएको पनि हुन्छ। यस कुरामा खतरा के छ भने यी मिथ्याहरू यति सर्वव्यापी छन् कि यसलाई आलोचनात्मक रूपमा परीक्षण नै गरिदैन। यहाँ टम पालमरको अवधारणालाई लिएर गर्न लागेको कार्य भनेको नै त्यस्ता मिथ्या अवधारणाहरूलाई आलोचनात्मक रूपमा परीक्षण गर्नु हो।

सबैले नभए तापनि यस्ता भ्रमहरू धेरैजसो स्वतन्त्र बजारको विरोध गर्नेहरूले नै फैलाउँछन्। केही भने सानो समूहमा त्यस्ता व्यक्तिहरूद्वारा फैलाइन्छ, जो स्वतन्त्र बजारबारे कम जानकार भए तापनि यस

## ● बजारका गुणहरू

कुराप्रति अलि बढी नै उत्सुक हुन्छन् । यहाँ त्यस्ता भ्रमहरूलाई चार वर्गमा विभाजित गरेर प्रस्तुत गरिएको छ :

१. नैतिक आलोचना
२. आर्थिक आलोचना
३. नैतिक र आर्थिक दुवै मिश्रित आलोचना, र
४. उग्र प्रतिरोधहरू

## १. नैतिक आलोचनाहरू

### १.१ बजारहरू नैतिकताविहीन हुन्छन् ।

शुद्ध र सरल रूपमा भन्नुपर्दा बजारले मानिसहरूलाई फाइदाको गणनाबारेमा मात्र सोचन सिकाउँदछ । लेनदेनको कार्यमा बजारमा कुनै नैतिकता हुँदैन । मानव भएका नाताले हामी कसरी अलग छौं भन्ने कुरा देखाउनेतर्फ बजारको कुनै प्रतिबद्धता पनि हुँदैन, बजारमा आफूलाई के फाइदा छ भन्नेबाहेक कुन सही हो र कुन गलत हो, कुन नैतिक हो र कुन अनैतिक हो भनेर सोचिदैन ।

बजारसम्बन्धी योभन्दा असत्य दाबीको कल्पना गर्न पनि गाह्रो हुन्छ । बजारमा विनिमय वा आदानप्रदान

हुनका लागि न्यायको सम्मान हुनु अत्यावश्यक हुन्छ। जो मानिसहरू बजारमा विनिमयको कार्य गर्दछन् तिनीहरू केवल लिने काममात्र गर्ने मान्छेहरूभन्दा फरक हुन्छन्। बजारको विनिमयमा संलग्न हुने मानिसहरू अन्य मानिसहरूका जायज दाबीप्रति सम्मान देखाउँछन्। वास्तवमा, मानिसहरू विनिमय कार्यमा सहभागी हुनुको कारण नै के हो भने उनीहरू अरूसँग भएका वस्तुहरू त चाहन्छन् तर नैतिकता र नियममा नबाधिअरै त्यो कुरा त्यतिकै लिँदैनन्। विनिमयको अर्थ भनेकै स्रोतहरूलाई एक ठाउँबाट अर्कोमा लगाउनु हो। तसर्थ कुनै पनि विनिमय एउटा आधार रेखामा मापन गरिन्छ र यसमा यदि लेनदेन नहुने हो भने दुवै पक्षले आफूसँग भएका कुराहरू आफूसँग राख्छन्। त्यसैले यस्तो आदानप्रदानको संरचनामा न्यायको दरिलो आधार हुनु आवश्यक हुन्छ। यस्तो नैतिक तथा वैधानिक आधारबिना कुनै पनि विनिमयको कार्य नै सम्पन्न हुन सक्दैन।

यद्यपि, बजारको स्थापना केवल न्यायको सम्मानमा मात्र आधारित भएर गरिएको हुँदैन। मानिसहरूले आफ्नो मात्र नभई अन्य व्यक्तिहरूको इच्छालाई पनि ध्यानमा राख्न सक्ने, आफूलाई उनीहरूको स्थानमा राख्न सक्ने क्षमतामा पनि बजार आधारित हुन्छ। उदाहरणका लागि एउटा रेष्टुरेन्टको मालिकले आफ्ना

## बजारका गुणहरू

ग्राहकहरूको रुचि कस्तो छ ? भन्ने कुराको वास्ता गर्दैन भने ऊ त्यो व्यापारमा लामो समयसम्म टिक्न सक्दैन । यदि त्यहाँको खानाले ग्राहकहरूलाई खुसी पार्न सकिएन भने उनीहरू अर्कोपटक आउँदैनन् । फलस्वरूप ऊ व्यापारबाट बाहिरिन बाध्य हुन्छ । बजारले यसका सहभागीहरूलाई आफूलाई अन्य सहभागीका स्थानमा राखेर हेर्न, उनीहरूको चाहना मनन गरी ध्यानमा राख्न, उनीहरूले जसरी कुराहरू देख्छन्, त्यसरी नै हेर्ने प्रयास गर्ने उत्प्रेरणा दिन्छ । बजार हिंसाको विकल्प पनि हो । बजारले हामीलाई सामाजिक बनाउँदछ । बजारले हामीलाई अन्य मानिसहरू पनि महत्वपूर्ण हुन्छन् भन्ने कुरा सम्झन बाध्य बनाइरहेको हुन्छ ।

### १.२. बजारले लोभ र स्वार्थलाई बढावा दिन्छ ।

बजारमा मानिसहरू केवल सबैभन्दा कम मूल्यमा वस्तु तथा सेवा पाउन वा सबभन्दा बढी फाइदा कमाउन मात्र खोजिरहेका हुन्छन् । यस्तोमा उनीहरू अन्य व्यक्तिहरूको सरोकारबाट भन्दा पनि आफ्नो लोभ र स्वार्थपूर्तिबाट मात्रै उत्प्रेरित हुन्छन् ।

बजारले लोभ वा स्वार्थलाई न बढावा दिन्छ, न निरुत्साहित नै गर्छ । यसले सबैभन्दा परोपकारी कार्यका साथसाथै सबैभन्दा स्वार्थी व्यक्तिलाई पनि आनन्दपूर्वक

आफ्नो उद्देश्यमा चलन सम्भव बनाउँदछ । अरूको सेवामा आफ्नो जीवन समर्पण गर्नेहरूभन्दा आफ्नो सम्पतिको भण्डार बढाउने उद्देश्य भएका मानिसहरूले बजारको उपयोग कम गर्दछन् भन्ने पनि होइन । धेरै सम्पत्ति कमाउने उद्देश्य भएका व्यक्तिहरूमा पनि कतिपय मानिसहरू अरूलाई सेवा गर्न सक्ने क्षमता बढाउनका लागि पनि सम्पत्ति सङ्कलन गर्ने गर्दछन् । यसको केही उदाहरण जर्ज सोरोस र विल गेट्स हुन् । उनीहरूले असीमित पैसा आर्जन गर्नुको उद्देश्यको एउटा सकारात्मक पक्ष भनेको ठूला दान दातव्यमूलक क्रियाकलापका लागि आफ्नो क्षमतालाई बढाउन पनि हो ।

यदि मदर टेरेसाजस्तो कसैले आफूसँग भएको सम्पत्तिले धेरैभन्दा धेरै मानिसहरूलाई खाना खुवाउन, लत्ताकपडा दिन र उपकार गर्नका लागि खर्च गर्न चाहन्छन् भने बजारले त्यस्ता कार्यका लागि चाहिने कम्बलहरू, खाना र औषधीहरू सबैभन्दा सस्तो मूल्यमा पाउन सम्भव गराइदिन्छ । बजारले सम्पत्ति सिर्जना गर्ने अवसर पनि जन्माउँछ, र त्यो सम्पत्ति दुर्भाग्यमा फसेका र उपकारको आवश्यकता परेकालाई मद्दत गर्दै उनीहरूलाई पनि अरूको मद्दत गर्न समर्थ बनाउन प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

## ● बजारका गुणहरू

मानिसहरूले कुनै पनि काम किन गर्छन् ? भन्ने प्रश्नको उत्तरको पहिचानमा प्रायः एउटा गल्ती गरिन्छ । त्यो हो, मानिसहरूले आफ्नो वैयक्तिक हितका लागि गरेको काम (Self Interest) लाई स्वार्थ (Selfishness) सँग अलमल गरेर बुझ्नु हो, बजारमा भाग लिने व्यक्तिहरू आफ्नो हितलाई केन्द्रमा राखेर काम गर्छन् तर यस्तो हुँदाहुँदै पनि मानिसहरू अन्यको चाहना र हितबारेमा सचेत हुन्छन् । बजारमा अरूहरूको आवश्यकतालाई नै ध्यानमा राखी वस्तु तथा सेवाहरूको विनिमय हुन्छ । यसमा बिल्कुलै अपरिचित व्यक्तिहरू आ-आफ्नो हितलाई केन्द्रमा राखेर काम गर्दागर्दै पनि एक अर्काबाट आफ्ना आवश्यकताहरू पूरा गर्दै सहकार्य गर्दछन् ।

प्रायः देखाइएजस्तो, मानव समाजको सबैभन्दा गहिरो आधार माया होइन न त मित्रता नै हो । सानो वा ठूलो समूहमा भए तापनि माया र मित्रता भनेको समन्वय र सहयोगद्वारा हुने द्विपक्षीय हितको फल हो । यस्तो द्विपक्षीय हितविना समाज असम्भव हुन्छ । दुवै पक्षको हितको सम्भावनाविना उनीहरू कहिल्यै पनि साभेदार, सहपाठी या मित्र हुनै सक्दैनन् । बजारले यस्तो अवस्थाको नभएर दुवै पक्षको हित हुने सहयोग र समन्वयको वातावरणलाई बृहत् रूपमा उजागर गर्दछ । बजारले एउटै भाषा नबोल्ने, एउटै धर्म

नमान्ने वा एकआपसमा कहिल्यै नभेटेका अपरिचित व्यक्तिहरूबीच पनि सहयोग सम्भव बनाउने काम गर्दछ । व्यापार तथा व्यापार सहज पार्ने राम्ररी परिभाषित स्पष्ट र कानूनी रूपमा सुरक्षित सम्पत्तिको अधिकारबाट स्थापित हुन सक्ने लाभले अपरिचितहरूबीच पनि सहयोग, माया र मित्रता सम्भव बनाउँदछ ।

## २. आर्थिक आलोचनाहरू

### २.१ बजारप्रतिको निर्भरताले एकाधिकार निम्त्याउँदछ ।

सरकारको हस्तक्षेपबिना स्वतन्त्र बजारमा निर्भर रहँदा सबै कुराहरू केही सीमित तर ठूला व्यवसायिक संस्थाहरूले मात्र बेच्ने अवस्था निर्माण हुन्छ । बजारले प्राकृतिक रूपमा एकाधिकार सिर्जना गर्दछ । जसका कारण नाफाखोर व्यवसायिक संस्थाहरूबाट च्यापिएर साना उत्पादकहरू बजारबाट धपाइन्छन्, जबकि सरकार जनताको हित हेर्न अभिप्रेरित हुन्छ र एकाधिकार रोक्ने काम तथा कार्यवाही गर्दछ ।

सरकारले इच्छाएको व्यक्ति वा समूहलाई एकाधिकार दिन सक्दछ, र प्रायः दिएको पनि हुन्छ । अर्थात् सरकारले

## ● बजारका गुणहरू

अन्य उद्यमीहरूलाई बजारमा छिर्न र ग्राहकहरूको सेवाकार्यमा प्रतिस्पर्धा हुनबाट रोक्ने काम गरिरहेको हुन्छ। एउटा सरकारी निकाय आफैँमा पनि एकाधिकारी हुनसक्छ। जस्तै: धेरै देशहरूमा हुलाक सेवामा सरकारको एकाधिकार छ, वा सरकारले इच्छाएको कम्पनी, परिवार वा व्यक्तिलाई पनि यो सेवा सञ्चालनको एकाधिकार दिइएको हुनसक्छ।

के स्वतन्त्र बजारले एकाधिकार स्थापनालाई प्रवर्द्धन गर्छ ? यसमा गर्छ, भनेर सोच्नका लागि त्यति तर्कसङ्गत कुराहरू छैनन् तर गर्दैनन् भनेर सोच्नुका पछाडि अनेक कारणहरू छन्। स्वतन्त्र बजार व्यक्तिको बजारमा प्रवेश गर्ने, बजारबाट निस्कने र चाहनाअनुसार वस्तु तथा सेवा किन्न र बेच्न पाउने स्वतन्त्रतामा आधारित हुन्छ। स्वतन्त्ररूपमा बजारमा प्रवेश गर्ने स्वतन्त्रताका साथ आएका कम्पनीहरूले औसतभन्दा बढी नाफा कमाए भने उक्त नाफाको औसतले अन्य प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरूलाई पनि त्यो बजारतर्फ आकर्षित गर्दछ। केही अर्थशास्त्रका पुस्तकहरूमा बजारमा उत्पन्न हुनसक्ने त्यस्तो काल्पनिक परिस्थितिको व्याख्या पाइन्छ, जहाँ आफूले लगाएको “अवसर लागत” (Opportunity Cost)<sup>ii</sup> भन्दा अत्याधिक कमाई हुन्छ। यसलाई त्यो स्रोतको “लगान” (Rent) पनि भनिन्छ। यहाँ अवसर लागतलाई त्यही स्रोत

अन्यत्र लगाउँदा कमाइने सम्भावित आयका रूपमा परिभाषित गर्न सकिन्छ। तर यस्ता उदाहरणहरू वास्तविक बजारमा बिरलै पाइन्छ । यस्तो परिस्थिति केही अनुपम स्रोतहरूमा पाउन सकिन्छ । जस्तै रेम्ब्रान्टका<sup>iii</sup> चित्रकलाहरू । तर यस्तो परिस्थिति उत्पन्न हुने अवस्था धेरैको जीवनमा असान्दर्भिक हुन सक्छ । यसको ठीक विपरीत इतिहासमा सरकारले आफ्ना समर्थकहरूलाई स्रोतमा लगान उत्पन्न हुनेगरी दिएको विशिष्ट अधिकारका उदाहरणहरू प्रशस्त पाउन सकिन्छ । तर बजारमा भित्रिन पाउने स्वतन्त्रता र छनौटको स्वतन्त्रताले यस्ता विशिष्ट सामाग्रीहरूबाट लगान कमाउन सक्ने सम्भावनालाई न्यून गरी उपभोक्ताको हितलाई प्रवर्धन गर्दछ ।

त्यसको ठीक विपरीत, कसले कस्ता सेवा तथा वस्तुहरू बेच्न पाउने वा नपाउने भन्ने कुराको निर्णय गर्ने शक्ति सरकारलाई दिँदा एकाधिकार सिर्जना हुन्छ । यसको उदाहरण इतिहासमा वास्तविक रूपमा देखिएको नै छ, र यी एकाधिकारमूलक व्यवसायहरू उपभोक्ताका लागि हानिकारक हुन्छन् र मानवहरूको विकास नै निर्भर हुने मानवजातिको उत्पादकत्वलाई कुण्ठित गर्दछन् । यदि बजारले आफैं नियमित रूपमा एकाधिकार ल्याउने भए हामीले यति धेरै मानिसहरू सरकारसँग आफ्ना लागि

## बजारका गुणहरू

एकाधिकार माग्न गएको देख्ने थिएनौं होला । बजारले एकाधिकार ल्याउने भए यी व्यक्तिहरू वरु बजारबाटै एकाधिकार लिन प्रयासरत हुन्थेहोला ।

सरकार आफैले सधैं एकाधिकारको अभ्यास गर्न खोजिरहेको हुन्छ, भन्ने कुरा महत्वपूर्ण छ । सरकारको एउटा पारिभाषिक विशेषता नै के हो भने यसले एउटा निश्चित भौगोलिक क्षेत्रभित्र बल प्रयोग गर्ने कुरामा एकाधिकारको अभ्यास गरिरहेको हुन्छ । प्रतिस्पर्धा गर्न पाउने स्वतन्त्रता भनेरै परिभाषित गरिने बजारभन्दा, एकाधिकार प्रतिस्पर्धासँग बढी मित्रवत् हुन्छ, भन्ने कुरा हामी कसरी अपेक्षा गर्न सक्छौं ?

## २.२ बजारहरू पूर्ण सूचना (Perfect Information) मा निर्भर हुन्छन् ।

यसका लागि सरकारी व्यवस्थाबाटै जानकारी उपलब्ध गराउनु जरुरी हुन्छ ।

बजार प्रभावकारी हुनका लागि बजारमा सहभागी सबैले आफ्ना कामहरूको लागत वा मूल्यबारेमा पूर्णरूपले जानकार हुनुपर्दछ । सहभागीमध्ये कसैसँग अन्यभन्दा बढी जानकारी भएमा यस्तो असमानताले कम प्रभावकारी र अन्यायपूर्ण परिणामहरू निम्त्याउँदछ ।

सरकारले प्रभावकारी र न्यायोचित प्रतिफलका लागि बजारसँग नभएका जानकारीहरू उपलब्ध गराउन हस्तक्षेप गर्नुपर्दछ ।

अन्य सबै कुराहरूजस्तै जानकारी वा सूचना पनि सधैं महँगो हुन्छ, अर्थात् हामीले जानकारी वा सूचना पाउनका लागि केही कुरा गुमाउनु पनि जरुरी हुन्छ । जानकारी वा सूचना पनि त्यस्तो उत्पादन हो, जुन बजारमा किनबेच गरिन्छ । जस्तै : हामीहरू धेरै जानकारी समेटिएका किताबहरू किन्छौं किनकि हामीले त्यस किताबका लागि तिर्नुपर्ने मूल्यभन्दा बढी किताबमा भएको जानकारी वा ज्ञानलाई महत्व दिन्छौं । लोकतन्त्रजस्तो व्यवस्था पनि अपूर्ण जानकारीहरूमा नै चलिरहेको हुन्छ भने बजार सञ्चालन पनि त्यस्तै प्रक्रिया हो । यसका लागि “पूर्ण जानकारीहरू” (Perfect Information) को आवश्यकता नै पर्दैन । यी सूचनाहरू बजारको लागि महँगो हुन्छ । यस अर्थमा राजनीतिक सहभागिताका सन्दर्भमा यो कुरा निःशुल्क हुन्छ भन्ने मान्यता अव्यवहारिक हुन्छ । लोकतन्त्रको अभ्यासमा न राजनीतिज्ञहरूसँग वा न त मतदाताहरूसँग नै पूर्ण जानकारी रहन्छ । वास्तवमा राजनीतिज्ञहरू र मतदाताहरूसँग बजारका सहभागीहरूलाई जस्तो आवश्यक जानकारी खोज्ने त्यति चासो पनि रहँदैन किनकि त्यहाँ उनीहरूले आफ्नो खल्लीबाट पैसा खर्च गरेका हुँदैनन् । आफ्नो

## ● बजारका गुणहरू

खल्तीको पैसा खर्च नभई जनताको ढुकुटीबाट खर्च गर्ने हुँदा राजनीतिज्ञहरूलाई आवश्यक पर्ने जानकारीहरू सर्तकताका साथ लिने कुरामा मतलब नै हुँदैन ।

सरकारको हस्तक्षेपका लागि आउने एउटा साभ्ना तर्क उपभोक्ता र विशेष सेवा प्रदान गर्नेहरूबीच सूचनाको असमानता हो । उदाहरणका लागि स्वास्थ्यसम्बन्धी कुरामा डाक्टर विरामीभन्दा सधैंजसो बढी जानकार हुन्छन् । त्यसैले हामी आफैँले आफ्नो उपचार नगरी डाक्टरकोमा नै जान्छौं । यसो हुनाले उपभोक्ताहरूलाई कुन डाक्टरहरू धेरै विज्ञ छन्, राम्रो उपचार पाइरहेको छ, कि छैन वा चाहिनेभन्दा धेरै पैसा पो तिरिइरहेको छ, कि ? भन्ने जस्ता कुराहरू थाहा पाउने कुनै उपाय नै हुँदैन भन्ने जस्ता आरोपहरू आउँछन् । त्यसो हुँदा सरकारबाट अनुमति दिई लाइसेन्स दिने कुरालाई यस समस्याको सम्भावित समाधानका रूपमा प्रस्तावित गरिन्छ, र अनुमति लिएका वा लाइसेन्स प्राप्त डाक्टरहरू विज्ञ, क्षमतावान् र आफ्नो काममा निपूर्ण छन् भन्ने कुरामा मानिसहरू विश्वस्त हुन सक्छन् भन्ने मानिन्छ । तर स्वास्थ्य तथा अन्य व्यवसायमा लाइसेन्सबारेमा गरिएको अध्ययनको प्रमाणले भने यसको विपरीत नतिजा देखाउँदछ । बजारमा कुन सुविधा कस्तो हो ? भन्ने कुरामा श्रेणीहरू देखिन्छ, भने लाइसेन्स दिने

व्यवस्थामा केवल दुई पक्ष मात्र हुन्छ, या त कसैले लाइसेन्स पाएको छ, वा कसैले पाएको छैन । त्यसमाथि पनि लाइसेन्स<sup>iv</sup> आवश्यक पर्ने व्यवसायहरूमा यदि “गैरव्यवसायिक व्यवहार” देखाएमा इजाजत नै रद्द गरिने प्रथा त भन्नु सर्वव्यापी छ, जसमा प्रायः विज्ञापन पनि गर्नुपर्दछ । तर प्रचार गर्नु भनेको वस्तु र सेवाको उपलब्धता, तिनीहरूको तुलनात्मक गुणस्तर र मूल्यसम्बन्धी सूचना दिनका लागि बजारले विकास गरेको माध्यम पनि हो । बजारमा सूचनाको असमानताबाट उत्पन्न हुने समस्याको समाधान इजाजत प्रदान गर्ने व्यवस्था अथवा लाइसेन्स नभएर यो त त्यसको कारक मात्र हो ।

**२.३ बजारले त्यतिबेला मात्र काम गर्दछ जब पूर्ण सूचना (Perfect Information) भएका अनगिन्ती मानिसहरू एकै प्रकृतिका उस्तै उपभोग्य सामग्रीहरू (Undifferentiated Commodities) को व्यापार गर्दछन् ।**

बजारको प्रभावकारिता अर्थात् उत्पादन अधिकतम बनाउँदै र नाफालाई घटाउँदै लानका लागि मूल्यनिर्धारण गर्न कसैको आवश्यकता पर्दैन । अर्थात्, कुनै क्रेता वा विक्रेता बजारमा प्रवेश गर्दा वा

## ● बजारका गुणहरू

बजारबाट बाहिर निस्कँदा मूल्यमा प्रभाव पर्दैन । पूर्णरूपमा प्रतिस्पर्धी (Perfectly Competitive) बजारमा कुनै पनि क्रेता वा विक्रेताले मूल्यमा कुनै असर पार्न सक्दैन । यस्तो बजारमा उपलब्ध सबै उत्पादनहरू समान प्रकृतिका हुन्छन् र तिनीहरूमा केही पनि भिन्नता हुँदैन भने वस्तु तथा सेवाको मूल्यसम्बन्धी जानकारी पनि निःशुल्क उपलब्ध हुन्छ । तर यथार्थमा बजारहरू पूर्णरूपमा प्रतिस्पर्धी नहुने हुनाले नै त्यस्ता कुरालाई सच्याउन सरकारको हस्तक्षेप चाहिन्छ ।

आर्थिक अन्तर्क्रियाको यस्तो काल्पनिक नमूनाहरू उपयोगी होलान् तर निर्देशित रूपमा ओजपूर्ण शब्दहरू जस्तै “पूर्ण” (Perfect) लाई सैद्धान्तिक विचारहरूमा थप्दा त्यसले ठूलो क्षति गर्न सक्छ । यदि बजारको कुनै स्थितिलाई “पूर्ण” प्रतिस्पर्धा भनेर परिभाषित गरिएको छ भने, त्योभन्दा फरक अरू सबै स्थितिहरू त्रुटिपूर्ण रहेको भन्ने अर्थ लाग्दछ । यस अवस्थामा त्यस्तो स्थितिमा बजारबाहिरका कुनै निकायद्वारा सुधार ल्याउनुपर्ने हुन्छ भन्ने मानिन्छ । वास्तवमा “पूर्ण प्रतिस्पर्धा” (Perfect Competition) एउटा काल्पनिक अवधारणा हो, जसबाट हामीले केही रोचक तथ्यहरू मात्र निकाल्न सक्छौं । जस्तै स्रोतसाधनलाई निर्देशित गर्न नाफाको महत्व जब नाफा औसतभन्दा बढी हुन्छ, उक्त नाफा हुने क्षेत्र वा वस्तुहरूमा

उत्पादकहरू वा भनौं प्रतिस्पर्धीहरूले बढी उत्पादन र आपूर्ति गर्न आफ्ना स्रोतहरू लगाउँछन् जसले वस्तु तथा सेवाको मूल्य घटाउँदछ र नाफा पनि त्यही अनुपातमा घट्दछ । त्यस्तै लगानीकर्ताले आफूसाग कति नगद राख्ने भन्ने कुराको निर्णयमा अनिश्चितताको भूमिका पनि यसबाट निकाल्न मिल्ने अर्को रोचक तथ्य हो । पूर्ण प्रतिस्पर्धामा भनिएजस्तै सूचनाहरू निःशुल्क हुने हो भने प्रत्येक लगानीकर्ताले आफ्नो सबै नगद लगानी गर्दथे भने नगद केवल खरिद गर्नुपर्ने समयमा मात्र निकाल्ने गरी व्यवस्था मिलाउँदथे । तर वास्तविकतामा हामी त्यस्तो गर्दैनौं र भैपरिआउने कुराका लागि भनेर नगद राखिरहन्छौं । तथापि, नगद वा भनौं पैसाको यस्तो आवश्यकता हुनु भनेकै बजारमा पूर्ण सूचनाको अभाव हुन्छ भन्ने कुराको लक्षण र प्रमाण हो । “पूर्ण” प्रतिस्पर्धा भनेको बजारलाई कसरी सुधार्ने भन्ने कुराको निर्देशिका होइन् यो यथार्थमा हुने प्रतिस्पर्धालाई नै चित्रण गरी बजारको परिपाटीको वर्णनका लागि छनौट गरिएको काल्पनिक स्वरूपको एउटा संज्ञा मात्रै हो । बजारलाई त्यस्तो “पूर्णता” (Perfection) तिर धकेल्ने निकाय राज्य बन्नका लागि, राज्य पनि “पूर्ण” (Perfect) लोकतान्त्रिक नीतिअन्तर्गत रहनु पर्दछ । यसका लागि अनगिन्ती मतदाताहरू तथा उम्मेदवारले व्यक्तिगत तवरमा नीतिहरूमा कुनै प्रभाव पार्न नसक्ने अवस्था, सबै नीतिहरू एकै प्रकृति र समान खालका हुने र

## ● बजारका गुणहरू

नीतिहरूको लागत र फाइदाको जानकारी निःशुल्क हुने अपेक्षा गर्न सकिने हुनु पर्दछ । वास्तवमा यस्तोखालको लोकतान्त्रिक अवस्था कहिल्यै पनि अस्तित्वमा हुँदैन ।

नीतिगत विकल्पहरू छनौटको विधि वैज्ञानिक हुनका लागि उपलब्ध यथार्थ विकल्पमध्येबाट छनौट हुनु जरुरी छ । राजनीतिक र बजार दुवै पक्षका रोजाइहरू माथि उल्लेख गरिएका सबै तरिकाबाट “अपूर्ण” (Imperfect) हुन्छन् । त्यसैले बजार र राजनैतिक प्रक्रियाको छनौट पूर्णताका आधारमा नभएर यथार्थको धरातलमा गरिनुपर्दछ ।

वास्तविक बजारले सहभागीहरूबीच सूचना तथा जानकारीहरू एकअर्कालाई प्रदान गर्ने र सबै पक्षलाई फाइदा हुने प्रचुर समन्वयात्मक उपायहरू प्रदान गर्दछ । बजारले मानिसहरूलाई समन्वयका विभिन्न प्रकारहरूसहितको जानकारी पत्ता लगाउने संरचना प्रदान गर्दछ । विज्ञापन, निक्षेप विभागहरू, प्रतिष्ठा, उपभोग्य वस्तुहरूको लेनदेन, शेयर बजार, प्रमाणीकरण प्रतिष्ठानजस्ता कुराहरू र अन्य थुप्रै संस्थाहरू दुवै पक्षलाई फाइदा हुने समन्वयलाई बढाउने उद्देश्यका साथ बजारमा स्थापना भएका हुन् । हामीले बजारहरू पूर्ण छैनन् भनेर यसलाई निषेध गर्नुभन्दा बजारको प्रयोगबाट मानव कल्याणमा आउने सम्भाव्य

अपूर्णतालाई सुधार गर्नका लागि थप उपायहरूको खोजी गर्नु आवश्यक छ ।

जब उद्यमीहरू बजारमा प्रवेश गरेर अन्य उत्पादकहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्न स्वतन्त्र हुन्छन्, साथै उपभोक्ताहरू पनि वस्तु तथा सेवाका उत्पादकहरू छान्न स्वतन्त्र हुन्छन्, त्यसपछि मात्र उत्पादकबीचको प्रतिस्पर्धाले उपभोक्ताहरूलाई राम्रो हुने व्यवहारको सिर्जना गर्दछ ।

## २.४ बजारले सार्वजनिक (सामूहिक) उपभोगका वस्तुहरू उत्पादन गर्न सक्दैन ।

यदि मैले भएको एउटा मात्र स्याउ खाएँ भने तपाईंले त्यो स्याउ खान पाउनुहुन्न । त्यसैले एउटा स्याउको उपभोग पूर्णरूपमा प्रतिद्वन्द्व<sup>v</sup> छ । यदि मैले कुनै चलचित्र देखाउँछु र यसलाई अन्य मानिसहरूले नहेरुन् भन्ने चाहन्छु भने पैसा नतिर्ने दर्शकलाई चलचित्र हेर्नबाट रोक्नका लागि पर्खाल बनाउनलाई पैसा खर्च गर्नुपर्दछ । उपभोगमा प्रतिद्वन्द्व नभएका र निषेधको कार्य महङ्गो पर्ने वस्तुहरूलाई बजारमा उत्पादन गर्न सकिन्न, किनकि यस्ता वस्तुका लागि सबैले अर्को उत्पादकले त्यो वस्तु वा सेवा उत्पादन नगरिन्जेल पर्खंदा नै फाइदा हुन्छ । यदि तपाईंले

## ● बजारका गुणहरू

उत्पादन गर्नुभयो भने मैले एक एकाई मात्र खपत गर्न सक्दछु, त्यसैले मलाई त्यसको उत्पादनबाट कुनै प्रतिफल हुँदैन । त्यही कुरा तपाईंमा पनि लागू हुन्छ । त्यस्ता वस्तुहरूको सार्वजनिकताका लागि राज्यले प्रबन्ध गर्नुपर्छ, यो नै उक्त वस्तुहरू उपलब्ध गराउने एकमात्र उपाय हो । त्यस्ता वस्तुहरूअन्तर्गत राष्ट्रिय सुरक्षा र कानूनी व्यवस्थाको प्रबन्ध मात्र नभएर शिक्षा, स्वास्थ्य उपचार, यातायात र अन्य धेरै वस्तु तथा सेवाहरू पर्दछन् । त्यस्ता वस्तुहरूको उत्पादनका लागि बजारमाथि कहिल्यै पनि निर्भर हुन सकिदैन किनभने ती वस्तु तथा सेवाको उपयोग पैसा तिर्नेहरूले जस्तै पैसा नतिर्नेहरूले पनि गर्ने हुँदा सबैले सित्तैमा प्रयोग गर्न चाहन्छन् र अन्त्यमा कसैले पनि पैसा तिर्दैनन् । तसर्थ सरकारले मात्र त्यस्ता वस्तु तथा सेवाहरूको उत्पादन गर्न सक्दछ ।

अर्थशास्त्रमा सबैभन्दा धेरै दुरूपयोग गरिएको तर्क राज्यले सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगका वस्तुहरू उत्पादन गर्नुपर्दछ भन्ने तर्क हो । उपभोगका आधारमा वस्तुहरू प्रतिद्वन्दी छन् कि छैनन् भन्ने कुरा उक्त वस्तुको स्वभाविक गुण नभएर उपभोक्ता समूहको आकारको स्वभाविक गुण हो । एउटा पौडी पोखरी दुई व्यक्तिको उपभोगका लागि प्रतिद्वन्दको

विषय नहुन सक्छ तर त्यो पोखरी दुई सय जनाका लागि भने प्रतिद्वन्दको विषय हुन सक्दछ । यस्तो निषेधको मूल्य निजी र सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगका दुवै वस्तुहरूमा लागू हुन्छ । यदि मैले तपाईंलाई मेरो स्याउ खानबाट बञ्चित गर्न चाहन्छु भने मैले त्यसलाई बचाउनका लागि पनि केही गर्नुपर्दछ, जस्तै, पर्खाल निर्माण गरेर । उद्यमीहरूद्वारा पैसा नतिर्नेहरूलाई वस्तु तथा सेवाहरू उपभोग गर्नबाट बञ्चित गर्न सकियोस् भनेर नै उपभोगका हिसाबले प्रतिद्वन्दी नभएका धेरै वस्तुहरू (जस्तै व्यवसायिक फुटबल खेलहरू जो एकजनाले हेर्दैमा अर्को व्यक्तिले हेर्न मिल्दैन भन्ने होइन ) प्रायोजन गरिन्छ ।

धेरै वस्तु तथा सेवाहरूको कथित सार्वजनिकता स्वभाविक गुण नभए तापनि राजनैतिक निर्णयको गुण भने पक्कै हुन् । यदि राज्यले निःशुल्क यातायात सेवा प्रदान गर्छ भने निजी क्षेत्रले पनि त्यससँगै प्रतिस्पर्धा गर्दै निःशुल्क यातायात सेवा प्रदान गर्न सकेको देख्न पाउनु गाह्रो नै हुन्छ । तर स्मरण गर्नुपर्ने कुरा के हो भने निःशुल्क भनिएको सार्वजनिक यातायातको सुविधा वास्तवमै निःशुल्क भने होइन, किनकि यसको खर्च करबाट व्यहोरिएको हुन्छ र त्यो कर सर्वसाधारणले नतिरेका खण्डमा जेलसम्मको कडा सजाय हुन्छ ।

बजारबाट प्रदान गर्न असम्भव भनेर दावी गरिने धेरै

## ● बजारका गुणहरू

वस्तुहरू विगत र वर्तमानमा बजारसंयन्त्रद्वारा वितरण गरिएको पाइन्छ, जस्तै: जहाजलाई बाटो देखाउन बनाइएका प्रकाश घर, शिक्षा तथा प्रहरीदेखि यातायातसम्म । यसले के इङ्गित गर्छ भने, व्यापक रूपमा वकालत गर्दै आइएको कथित सार्वजनिकताको कुरा तर्कसङ्गत छैन अथवा यस कुरालाई अनावश्यक रूपमा बढाइचढाइ गरेर भन्ने गरिएको छ ।

कथित रूपमा सरकारद्वारा मात्रै उत्पादन गर्न सकिने भनिएका निश्चित वस्तुहरूको उत्पादनमा साधारणतया आउने तर्क भनेको त्यहाँ मूल्य निर्धारण प्रक्रियामा नसमेटिएका “बाह्य अवस्थाहरू” (Externalities)<sup>vi</sup> हुन्छन् भन्ने हो । अर्थात् दुई व्यक्तिहरूबीच लेनदेन हुँदा अरूलाई त्यसबाट पर्ने असरको मूल्य त्यस्तो वस्तु तथा सेवामा समाविष्ट हुँदैन । यसै तर्कबमोजिम सबैजना शिक्षित भएमा यसको फाइदा शिक्षित व्यक्तिहरूबाहेक अन्य सार्वजनिक हितका कुरामा पनि पर्दछ। यसै आधारमा रहेर शिक्षाको व्यवस्था राज्यले गर्ने र करद्वारा खर्च जुटाउने कुरालाई उचित ठहर्‍याउने कोशिश गरिन्छ । यस सन्दर्भमा शिक्षाको फाइदा आफूबाहेक अरूलाई भएपनि (जुन थोरै वा धेरै हुनसक्छ), शिक्षित मानिसमा उक्त शिक्षाको फाइदा उनीहरू आफैँका लागि यति धेरै हुन्छ कि उनीहरूले आफ्नो शिक्षामा

आफै पर्याप्त लगानी गर्न प्रेरित हुन्छन् । वास्तवमा आजकालका थुप्रै खोज-अनुसन्धानहरूले देखाएजस्तै, जब राज्यले शिक्षालाई एकाधिकारमा लिएको अवस्थामा राज्य अति गरीब नागरिकसम्म शिक्षाको पहुँच पुर्याउने काममा चुक्दछ । तैपनि अभिभावकहरूले शिक्षाका फाइदाहरू बुझेर आफ्नो न्यून आयको ठूलो अंश आफ्ना बालबच्चाको शिक्षामा लगानी गर्दछन् । उनीहरूलाई बच्चाहरूको शिक्षाले जे सुकै बाह्य असरहरू उत्पन्न गराए तापनि त्यस असरका कारण नै उनीहरूलाई आफ्नो बच्चाहरूको शिक्षाको सुनिश्चितताका लागि आफ्नै खल्तीबाट पैसा तिर्नबाट रोक्दैन ।

अन्ततः के स्मरण गर्नु जरुरी छ भने, सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगका वस्तुहरूको प्रभावकारी उत्पादन बजारद्वारा गर्न असम्भव छ भनेर आरोप लगाउनका लागि गरिने सबै तर्कहरू (कम्तीमा एकै खालको स्तरमा वा त्योभन्दा अझ आक्रामक स्तरमा) राज्यले नै सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगका वस्तुहरू उत्पादन गर्छ भन्नेतर्फ गएको हुन्छ । न्यायमूलक र कानूनी राज्यको अस्तित्व र सञ्चालन आफैमा सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगको वस्तु हो । अर्थात् यसको लाभका लागि कम से कम नागरिक समाजका व्यक्तिहरूबीच एक अर्कामा प्रतिद्वन्दात्मक अवस्था रहँदैन । यसमा योगदान

## बजारका गुणहरू

नभएकाहरूलाई यसको सम्भार र लाभ ग्रहण गर्नबाट रोक्न महङ्गो पर्दछ । उद्यमीहरू र उपभोक्ताहरूलाई बजारमा सहकार्यद्वारा सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगका वस्तुहरू उत्पादन गर्न जुन अभिप्रेरणा हुन्छ, त्यसको तुलनामा राजनीतिज्ञ र मतदाताहरूलाई न्यायमूलक र कानूनी राज्यको निर्माण गर्ने अभिप्रेरणा त्यति ठूलो हुँदैन । तर यसको अर्थ सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगका वस्तुमा राज्यको कुनै भूमिका नै हुनु हुँदैन भन्ने पनि होइन । तर विचार गरी हेर्दा वास्तवमा राज्यलाई जति धेरै जिम्मेवारीहरू दिइन्छ, त्यति नै राज्य सार्वजनिक (सामूहिक) उपयोगका वस्तुहरूको उत्पादन गर्ने कार्यमा असफल हुन्छ । सेवा तथा सुविधा पनि उपलब्ध गराउनुपर्ने जस्ता जिम्मेवारी लिँदा आफ्ना नागरिकहरूमाथि हुने कुनै पनि प्रकारको हिंसा वा आक्रमणबाट उनीहरूलाई सुरक्षित राख्ने जस्तो विशेष महत्वपूर्ण कुरामा राज्यले ध्यान दिने समय नपाउन सक्दछ ।

**२.५ सामाजिक स्थिति जति जटिल हुन्छ, बजारमा त्यति नै कम निर्भर हुन सकिन्छ र त्यति नै धेरै सरकारको निर्देशनको खाँचो पर्छ ।**

बजारमाथिको विश्वस्तपनले त्यस समयमा मात्र राम्रोसँग काम गर्थ्यो जतिबेला सामाजिक व्यवस्थाहरू

सरल संरचनाका थिए, तर आर्थिक र सामाजिक सम्बन्धहरूको विकास जटिल स्वरूपमा वृद्धि हुँदैजाँदा, अनगिन्ती नागरिकका क्रियाकलापहरूलाई निर्देशन र समन्वय गर्न सरकारको आवश्यकता पर्दछ ।

सत्य यसको ठीक विपरीत हुन्छ । एउटा साधारण सामाजिक व्यवस्थालाई नेतृत्व गर्ने एक व्यक्तिको अनुशासन कायम गराउन सक्ने शक्तिद्वारा समन्वय गर्न सकिन्छ । तर जब सामाजिक सम्बन्धहरू बढी जटिल हुँदै जान्छन्, बजारको स्वेच्छिक विनिमयमा सामाजिक सम्बन्धहरूको निर्भरता घट्नुभन्दा पनि बढ्दछ । एउटा जटिल सामाजिक व्यवस्थामा एउटा व्यक्तिको दिमाग वा दिमागहरूको समूहले नियन्त्रणमा ल्याउन सक्ने भन्दा बढी जानकारीहरूको समन्वय गर्न सक्ने विज्ञताको आवश्यकता पर्दछ । बजारले तुलनात्मक रूपमा कम लागतमा सूचना प्रवाह गर्ने संयन्त्रहरूको विकास गरेको हुन्छ । बजारले फरक-फरक वस्तुहरू र सेवाहरूसँग तुलनायोग्य माग र आपूर्तिसम्बन्धी सूचनालाई त्यस्तो एकाईका रूपमा राम्ररी समेटेको हुन्छ । यो कार्य सरकारको विशाल कर्मचारीतन्त्रका वृहत् प्रतिवेदनले पनि गर्न सक्दैनन् । त्यसमाथि पनि, मूल्य विभिन्न भाषाहरूमा समेत अनुवादित हुन्छ, सामाजिक अस्तित्व र नैतिकता तथा धार्मिक विभाजनहरूभन्दा पर पनि मूल्यको कुरा बुझिन्छ, र यसले कहिल्यै कुनै किसिमको सम्बन्ध नहुने हजारौं माइल टाढाका अपरिचित

## बजारका गुणहरू

मानिसहरूसँग भएको ज्ञानको फाइदा लिएर अवसरको सिर्जना पनि गर्छ। अर्थतन्त्र र समाज जति विशिष्ट र जटिल हुन्छ, बजारको संरचनामा त्यति नै निर्भर हुनु आवश्यक बन्दै जान्छ।

### २.६ बजारले विकासशील देशहरूमा काम गर्दैन।

बजारले विकसित भइसकेका देशहरूमा मात्र राम्रोसँग काम गर्दछ, तर विकासशील देशहरूमा रहेको भौतिक संरचना र कानूनी संयन्त्रहरूको अनुपस्थितिले स्रोतहरूलाई बजारको हातमा दिने सामर्थ्य राख्न सक्दैनन्। यस्तो अवस्थामा कम से कम बजारलाई काम गर्ने स्थान दिन सक्ने भौतिक संरचनाहरू र कानूनी संयन्त्रको राम्रोसँग विकास नभइन्जेलसम्म सरकारको निर्देशन आवश्यक हुन्छ।

सामान्यतः भौतिक संरचनाहरूको विकास भनेको बजारद्वारा गरिएको सम्पत्ति सङ्कलनको लक्षण हो, बजार रहनका लागि चाहिने अवस्था र कानूनी संयन्त्रको असफलता नै बजार अल्पविकसित हुनुको कारण हो। यो असफलता कानूनी संयन्त्रको सुधारका लागि बलियो कारण हो ताकि यसले बजार विकासका लागि आधार दिन सकोस्, न कि कानूनी सुधार र बजार विकासलाई पछाडि धकेल्न। विकसित देशहरूभै धन

आर्जन गर्ने एउटा मात्र बाटो भनेको बजारका लागि कानूनी र संस्थागत आधारहरूको सिर्जना गर्नु हो । जसले गर्दा उद्यमीहरू, उपभोक्ताहरू, लगानीकर्ताहरू र कामदारहरू सबैले सम्पत्ति सिर्जनाका लागि स्वतन्त्ररूपमा सहकार्य गर्न सकून् ।

अहिलेका सबै समृद्ध देशहरू कुनै समयमा साह्रै गरीब थिए । यहाँ ती देशहरूको गरिबीको बयान गर्न जरुरी छैन किनकि यो त मानव जातिको प्राकृतिक स्वरूप हो । यहाँ बयान त सम्पत्तिको गर्नु जरुरी छ । सम्पत्ति सिर्जना गर्नुपर्छ र त्यो सुनिश्चित गर्ने उत्कृष्ट तरिका भनेको मानिसलाई त्यो कार्य गर्नका लागि सम्भाव्य लाभहरू देखाउन सक्नु हो । राम्रोसँग परिभाषित तथा वैधानिक रूपले सुरक्षित निजी सम्पत्तिको अधिकार र कानूनी व्यवस्थाहरूमा आधारित भएर विनिमयको कार्यलाई सहज गराउने खुला बजारभन्दा सम्पत्ति सिर्जना गर्न अभिप्रेरित गर्ने कुनै पनि व्यवस्थाको आविष्कार गरिएको छैन । गरिबीबाट बाहिर आउने एउटै बाटो भनेको खुला बजारका माध्यमबाट सम्पत्ति सिर्जना गर्नु हो ।

“विकासशील राष्ट्र” भन्ने शब्द बारम्बार गलत अर्थमा प्रयोग गरिएको पाइन्छ । वास्तवमा सरकारको केन्द्रीय योजना, राष्ट्रको स्वामित्व,

## ● बजारका गुणहरू

वाणिज्यवाद (Mercantilism)<sup>vii</sup>, संरक्षणवाद (Protectionism)<sup>viii</sup> र विशेष सुविधाको हितका लागि बजारलाई अस्वीकार गरेका राष्ट्रहरूका हकमा यो शब्द प्रयोग गरिन्छ। वास्तवमा त्यस्ता राष्ट्रहरू विकासशील नै होइनन्। तुलनात्मक रूपमा धनि वा दरिद्रताबाट सुरुवात गरेका ती राष्ट्रहरू विकासशील हुन जसले सम्पत्ति र करारका कानूनी व्यवस्थाहरू, खुला बजार र न्यून सरकारी शक्ति, बजेट र पहुँचको हस्तक्षेपलाई न्यून गरेका छन्।

## २.७ बजारले महामन्दी जस्तो विनाशकारी आर्थिक परिस्थितिहरूतर्फ अर्थतन्त्रलाई डोऱ्याउँदछ।

बजारमा भर पर्दा आर्थिक वृद्धि र मन्दीको चक्रहरू उत्पन्न हुन्छ। वृद्धिका समयमा लगानीकर्ताहरू उत्तेजित भएर बढी खतरा उठाउँछन् जसको फलस्वरूप अनुत्पादक क्षेत्रमा लगानी अत्याधिक बढेर उत्पादनमा ह्रास आउनुका साथै बेरोजगारी पनि बढ्छ, र यसले समग्र आर्थिक अवस्थामा ह्रास ल्याएर अर्थतन्त्रलाई मन्दीतर्फ लग्दछ।

यसरी अर्थतन्त्रमा कहिलेकाहीं आउने वृद्धि र मन्दीको चक्र बजारमाथि रहेको निर्भरताले ल्याएको भन्ने आरोप लगाइन्छ। तर यथार्थमा रहेको प्रमाणलाई

नियाले हो भने अधिक उत्पादन बजारको चरित्र नै हैन भन्ने तथ्य हामीले पत्ता लगाउन सक्दछौं । जब वस्तु तथा सेवाको उत्पादन बढ्छ, तब मूल्य समायोजन भएर समाजमा मन्दी नभएर समृद्धि छाउँदछ । यदि कुनै उद्योगले बजारले धान्न सक्ने भन्दा बढी उत्पादन गरेमा बजारमा अन्तरनिहित संशोधन प्रक्रियाको थालनी हुन्छ र मुनाफा घट्न थाले पछि त्यो स्रोत अन्यत्र परिचालन गर्नुपर्ने महत्वपूर्ण सङ्केत लगानीकर्ताहरूले पाउँछन् । यस्तो संशोधनको प्रक्रिया सम्पूर्ण अर्थतन्त्रमा लागू हुनुपर्ने कुनै कारण नै रहँदैन । सबै उद्योगहरूको मुनाफा घट्दा स्रोत अन्यत्र मोडिन्छ भन्नु आफैमा विरोधाभासपूर्ण हुन्छ । किनकि यदि स्रोतहरू सबै उद्योगबाट सरेर त्यहीं अर्थतन्त्रको अन्य उद्योगमा गइरहेका छन् भने कुल स्रोतमा कमी आउनै सक्दैन ।

यद्यपि, मौद्रिक व्यवस्थालाई सुखतापूर्ण तवरले परिचालन गर्न खोज्दा सरकारले मुद्रा प्रणालीलाई तोडमरोड गर्दै दीर्घकालिन बेरोजगारीको अवस्था सिर्जना गर्नसक्छ । यस्तो नीतिगत त्रुटी धेरैजसो बन्द हुनुपर्ने उद्योगका लागि सहूलियत दिने, ज्याला तथा मुद्रा नियन्त्रण गर्नेजस्ता नीतिहरूका साथ आउँदछन् । यसले गर्दा बजारमा निहित रहेको संशोधन प्रणालीले काम गर्न पाउँदैन र यसले बेरोजगारीको अवस्थालाई

## ● बजारका गुणहरू

लम्ब्याउँदछ । सन् १९२९ देखि दोश्रो विश्व युद्धसम्म लम्बिएको आर्थिक महामन्दीको कारण पनि यस्तै थियो । नोबेल पुरस्कार विजेता अर्थशास्त्री मिल्टन फ्रिडम्यानलगायतका धेरै अर्थशास्त्रीहरूले सन् १९२९ को विश्व आर्थिक मन्दी संयुक्त राज्य अमेरिकाको फेडेरल रिजर्भ प्रणालीले मुद्रा आपूर्तिमा गरेको विशाल सङ्कुचनले निम्त्याएको थियो भन्ने कुरा प्रमाणित गरिसकेका छन् । फेडेरल रिजर्भ तात्कालिक समयमा राजनीतिक रूपमा निर्धारित उद्देश्य प्राप्तितर्फ उन्मुख थियो । यसरी छाएको मन्दीलाई संरक्षणवादजस्ता नीतिहरूले थप उर्जा प्रदान गर्नाले संसारभरि नै यसको असर फैलियो । यसरी मन्दीको कष्टलाई संसारभरि फैलाउनमा त्यतिबेलाका “नेशनल रिकभरी एक्ट”(National Recovery Act)<sup>ix</sup>, कृषिजन्य उत्पादनको मूल्य उच्च राख्न ल्याइएका कार्यक्रमहरू (धेरै कृषि उत्पादनलाई नस्ट गरेर आपूर्तिलाई सीमित गर्ने) र “न्यू डिल” (New Deal)<sup>x</sup> जस्ता कार्यक्रमहरू पनि सहयोगी हुन पुगे । यस्ता कार्यक्रमको उद्देश्य नै सरकारले गरेको नीतिगत त्रुटीको भयानक असरलाई सुधारने बजारको व्यवस्थालाई रोक्नु थियो ।

हालसालै भएका आर्थिक मन्दीहरू जस्तै सन् १९९७ को एशियाली वित्तसङ्कट पनि लगानीकर्तालाई

गलत सूचनाको सङ्केत गर्ने मौद्रिक तथा विनिमय दरको नीतिमा भएको त्रुटिले निम्त्याएको थियो । सरकारको असफलतालाई बजार व्यवस्थाले बिस्तारै संशोधन गर्‍यो तर यो प्रक्रिया सहज भने थिएन । के त्यो सङ्कटको प्रमुख कारण त्यही सङ्कटलाई हल गर्ने औषधिका रूपमा रहेको बजार व्यवस्था हुन सक्छ ? त्यो सङ्कटको प्रमुख कारण सरकारले गरेको नीतिगत त्रुटिहरू हुन् ।

यसरी अर्थतन्त्रमा आउने चक्रहरू सरकारी मौद्रिक निकायहरूले दूरदर्शी मौद्रिक नीतिलाई अपनाउन थाले पछि हल हुन थालेका हुन् । दूरदर्शी मौद्रिक नीतिलाई बजारमा निहित संशोधन प्रणालीसँग संयुक्त रूपमा अघि बढाउँदा आर्थिक चक्रहरूको चाप र विध्वंस पनि घट्दै गएको हामी पाउँदछौं । यसका साथै व्यापारमा स्वतन्त्रता, वित्त व्यवस्थापनमा दूरदर्शीता र विधिको शासन अपनाउने देशहरूमा हामी दीर्घकालिन र दिगो विकास देख्न सक्छौं ।

**२.८ बजारमा धेरै निर्भर हुनु मूर्खता हो साथै समाजवादमा मात्र निर्भर हुनु पनि मूर्खता हो : सबै भन्दा राम्रो मिश्रित अर्थतन्त्र हो ।**

धेरै मानिसहरू आफूसँग भएका सबै अण्डाहरू एउटै

## ● बजारका गुणहरू

भाँडोमा राख्नु बुद्धिमानि कुरा होइन भन्ने ठान्दछन् । सतर्क लगानीकर्ताहरू आफूले लगानी गर्ने क्षेत्रहरूमा विविधता कायम राखी लगानीको क्षेत्र फराकिलो पार्दछन् र त्यस्तै गरी नीतिका क्षेत्रमा पनि विविधता समेट्ने उपायहरू अपनाउनु तर्कसङ्गत हुन्छ । यसको सोभो अर्थ समाजवाद र बजार दुवै मिश्रित व्यवस्था हो ।

सतर्क लगानीकर्ताहरूले पक्कै पनि आन्तरिक जानकारी नहुँदा जोखिम कम गर्नका लागि लगानी गर्ने क्षेत्रहरूमा विविधता अँगाल्छन् । यदि एउटा स्टक तल गयो भने अर्को माथि जान सक्छ र एकातिरबाट भएको घाटा अर्कोतिरबाट पूर्ति हुन सक्दछ । दीर्घकालिन रूपमा राम्ररी विविधिकरण गरिए “पोर्टफोलियो” (Portfolio) वृद्धि हुन सक्छ । तर लगानी गरेको फर्महरूमा लगानी असफल वा सफल हुन्छ भन्ने कुराको निश्चिन्तता भएको खण्डमा विविधिकरण गरेर लगानी गर्नुको कुनै अर्थ रहँदैन किनकि विविधिकरण गर्ने कारण नै कुन फर्मबाट फाइदा हुन्छ र कुनबाट फाइदा हुँदैन भन्ने कुरा थाहा पाउने कुनै माध्यम वा उपाय नभएर हो । तर नीतिहरू त्यस्ता हुँदैनन् । नीतिहरू या त असफल हुन्छन् या सफल ।

वार्षिक रूपमा आर्थिक तथ्याङ्क प्रकाशन गर्ने क्यानडाको फ्रेजर इन्सटिच्युट र अन्य संस्थाहरूको

अध्ययनले बजार व्यवस्थामा आधारित हुँदा प्रतिव्यक्ति आय उच्च हुने, द्रुत आर्थिक वृद्धि हुने, बेरोजगारी न्यून हुने, औसत आयु बढ्ने, बाल मृत्युदर घट्ने, बालश्रमको दर घट्ने, सफा पानीमा मानिसहरूको बढी पहुँच हुने, स्वास्थ्य सेवा र आधुनिक जीवनका सुविधाहरूमा वृद्धि हुनेदेखि लिएर सफा वातावरण, सुधारिएको शासन, कम भ्रष्टाचार र जवाफदेहितामा आधारित लोकतान्त्रिक सुधारमा समेत प्रभाव पार्ने कुराहरू निरन्तर रूपमा देखाइरहेको छ । यसर्थ, स्वतन्त्र बजारले राम्रा नतिजाहरू निकाल्छ ।

यद्यपि, बजार व्यवस्था र यसको विपरीत अवस्थाबीच “राम्रो र सन्तुलित” कुनै बीचको बाटो छैन । बजारमा राज्यको हस्तक्षेपले अस्तव्यस्तता र सङ्कट निम्त्याउँदछ र यही अस्तव्यस्तता र सङ्कटलाई नै थप हस्तक्षेप गर्ने बाहानाका रूपमा प्रयोग गरिन्छ । यसले नीतिलाई एउटा दिशाबाट अर्कोतिर लग्दछ । राजनीतिज्ञहरू आफ्नो खराब नीतिलाई भन्दा पनि अर्थतन्त्र र “अराष्ट्रवादी तत्व”हरूलाई दोष दिएर उक्त अवस्थामा आफ्नो प्रतिक्रिया व्यक्त गर्छन् भन्ने कुरालाई इतिहासले पटकपटक देखाएको छ । यसको फलस्वरूप राज्यले मूल्य नियन्त्रण गर्न थाल्दछ । यसरी आपूर्ति र मागअनुसार मूल्यलाई सन्तुलित हुने मौका नदिएर मनोमानी ढङ्गले मूल्य तोकिदिँदा वस्तु तथा सेवाहरूको

## ● बजारका गुणहरू

अभाव हुन्छ । प्रायः मूल्य नियन्त्रण गर्दा उत्पादकहरूले बेच्न सक्ने मूल्य वा भन्नुं बजारभाउभन्दा कम मूल्यमा वस्तु तथा सेवाहरूको आपूर्ति गर्नुपर्ने बाध्यत्मक स्थिति राखिएको हुन्छ र यसो हुँदा उत्पादकहरूले उत्पादन नै गर्न छोड्दछन् । जस्तै उदाहरणका लागि राम नामक चिनी उत्पादन गर्ने उद्यमीले कच्चा पदार्थ, श्रम, समय, ढुवानीजस्ता यावत कुराहरूको लगानी ध्यानमा राखी आफूले बेच्ने चिनीको मूल्य (मानौं) रु.१०० प्रति के.जी तोक्दछ । तर यदि सरकारले चिनी सर्वसुलभ गराउने किसिमको नीति ल्याइदिएर चिनीको मूल्य निर्धारण गरी रु.६० प्रति के.जीभन्दा बढीमा चिनी बेच्न नपाउने नियम लगाइदिएका खण्डमा राम र रामजस्ता उद्यमीहरू उत्पादन गर्न नसक्ने हुन्छन् र बजारमा चिनीको अभाव हुन्छ । त्यसमाथि, स्वतन्त्र बजारको अभावमा मानिसहरू कालो बजारतर्फ उन्मुख हुनथाल्दछन्, भ्रष्टाचारमा संलग्न हुन्छन् र विधिको शासनबाट क्रमशः बाहिरिन थाल्दछन् । अभाव र भ्रष्टाचारको यस्तो मिश्रणले एकाधिकारवादी सत्तातर्फ उन्मुख गराउन पनि सक्दछ । यसरी प्रमाणित रूपमा नराम्रा नीतिहरू ल्याउने व्यवस्थाहरूको मिश्रण गर्न खोज्नु भनेको अर्थतन्त्रलाई अवमूल्यन गर्नु हो, भ्रष्टाचार सिर्जना गर्नु हो र संवैधानिक लोकतन्त्रलाई अवमूल्यन गर्नु हो ।

## स्वतन्त्र व्यापार र गरिबी

शहस्राब्दी विकास लक्ष्यका रूपमा रहेको गरिबी निवारण, २१ औं शताब्दीकै प्रमुख विकास लक्ष्य हो । विगतको ५० वर्षमा धेरै प्रगति भए तापनि, अझै विश्वका १.२ अर्ब मानिस प्रतिदिन एक अमेरिकी डलर भन्दा कममा गुजारा गर्दछन् । विगत धेरै वर्षदेखि समाजशास्त्र, अर्थशास्त्र, राजनीति, विश्व मामिला र अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्धजस्ता विभिन्न क्षेत्रका विज्ञहरूले संसारका गरिबहरूलाई कसरी गरिबीको घेराबाट माथि उठाउने भन्ने कुरामा बहस गर्दै आएका छन् ।

हाल यस प्रकारको बहस दुई मुख्य धारमा आएर सीमित भएको छ : विदेशी अनुदान पठाउने अथवा बजारलाई खुला गरेर स्वतन्त्र व्यापार तथा उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन दिने । यस बहसको पहिलो धार सरकारलाई प्रयोग गरेर आम्दानीको स्तर बढाउनेतर्फ केन्द्रित छ भने बहसको दोस्रो धार व्यक्तिहरूलाई आफैँ आफ्नो आम्दानी वृद्धि गर्ने मौका सिर्जना गरेर गरिबीबाट उत्थान गर्नेतर्फ केन्द्रित छ । विकास अर्थशास्त्रमा भएका अनुसन्धानहरूमध्ये बहुसङ्ख्यकले गरिबीको दीर्घकालीन निवारणका लागि स्वतन्त्र व्यापार र उद्यमशीलता प्रवर्द्धन नै एकमात्र विकल्प रहेको निष्कर्ष निकालेका छन् ।

## बजारका गुणहरू

विदेशी अनुदानको इतिहासलाई केलाउने हो भने, विगत ४० वर्षदेखि धनी देशहरूले गरिब देशहरूलाई दिइराखेको अनुदानले गरिबहरूको उत्थान गर्ने कार्यमा केही पनि सहयोग गरेको छैन । अनुदान प्राप्त गर्ने प्रायः देशहरूको प्रतिव्यक्ति आय, अनुदान पाउनुभन्दा अघिकै अवस्थामा स्थिर रहेको छ, अझ केही देशहरूको त हालको प्रतिव्यक्ति आय पहिलेको भन्दा पनि कम भएको छ । जबकि, चिली, अष्ट्रेलिया, पूर्वी एशियाका मुलुकहरूको इतिहास हेर्ने हो भने उनीहरूले बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र, स्वतन्त्र व्यापार र उद्यमशीलतालाई प्रवर्द्धन गरेर गरिबीको चक्रबाट मुक्त भएको देखिन्छ ।

विश्वका आधाभन्दा बढी गरिबहरू बसोवास गर्ने देशहरू भारत र चीनले आफ्नो अर्थतन्त्र खुला गरेपछि मात्र उल्लेख्य मात्रामा गरिबी घटाउन सफलता पाएका छन् । सन् १९७८ बाट शुरु भएको उदारीकरणले चीन केवल ३ दशकमा नै अत्यन्त गरिब, भोकमरीले ग्रस्त मुलुकबाट विश्वकै दोस्रो ठूलो अर्थतन्त्र बन्न सफल भएको छ । त्यसैगरि सन् १९९० बाट आर्थिक सुधार सुरु गरेको भारत पनि हालसम्म वार्षिक औसत ८ प्रतिशतका दरले आफ्नो अर्थतन्त्र र प्रतिव्यक्ति आय वृद्धि गरिरहेको छ । सन् १९७८ को उदारीकरणले नै ८० करोड चिनियाँ किसानहरूलाई केवल ६ वर्षमा नै आफ्नो आय दुईगुणाले बढाउन सहयोग गरेको थियो ।

स्वतन्त्र व्यापारमा सामान, पूँजी र श्रम विभिन्न देशहरूबीच स्वतन्त्र रूपमा कुनै रोकटोकबिना आवतजावत गर्न पाउँदछन् । स्वतन्त्र व्यापारले गर्दा उत्पादकहरूबीच प्रतिस्पर्धा बढ्न जान्छ । यसले गर्दा वस्तु तथा सेवाको गुणस्तर वृद्धि हुनुका साथै मूल्यमा पनि कमी आउँदछ । स्वतन्त्र व्यापारले गर्दा उपभोक्ताहरू गुणस्तर वा मूल्य राम्रो नभए पनि स्वदेशी उत्पादन नै किन्नुपर्ने बाध्यताबाट मुक्त हुन्छन् । यसले गर्दा स्वदेशी उत्पादकहरू पनि गुणस्तर सुधार्न र मूल्य घटाउन बाध्य हुन्छन् । यसबाहेक स्वतन्त्र व्यापारले उत्पादकहरूलाई नवीनतम खोजहरू गर्न पनि प्रोत्साहन दिन्छ । स्वतन्त्र व्यापार र खुला बजारसँगै आउने विदेशी लगानीले गरिब मुलुकहरूमा नयाँ रोजगारी सिर्जना गर्न र जीवनस्तर सुधार्न ठूलो मदत गर्छ ।



## बजार व्यवस्थाको एक महत्वपूर्ण पूर्वावस्था - विधिको शासन

बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रको प्रमुख आधारशिला भनेको विधिको शासन हो । बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र कानूनी रूपमा सुदृढ र बलियो न्याय व्यवस्था भएको र तुलनात्मक रूपमा स्थिर समाजलाई आवश्यक पूर्वशर्त मानेर चल्ने हुँदा यस प्रकारको अर्थतन्त्रमा विधिको शासनको सम्मान हुनु आवश्यक रहन्छ । तर विधिको शासन भन्नाले हामीले लोकतन्त्रको विस्तृत परिभाषाभन्दा पनि बढी बुझनुपर्ने हुन्छ । बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रमा विधिको शासनले सुनिश्चित गर्नुपर्ने कुराहरू भनेको आर्थिक क्रियाकलापहरूमा सरकारी हस्तक्षेप नियन्त्रण गर्ने, उद्यम गर्नका लागि नीतिगत वातावरण स्थिर राख्ने, स्वच्छ प्रतिस्पर्धा सुनिश्चित गर्ने, सम्पत्तिको अधिकार राम्ररी परिभाषित र सुरक्षित गर्ने र करारको पालना हुने विश्वासिला आधारहरू निर्माण गर्ने आदि हुन् ।

विधिको शासनका यी पूर्वावस्थाहरू पूरा नगरेका खण्डमा त्यो वास्तविक रूपमा बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र नै हुँदैन र कतिपय अवस्थामा बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र भनिएको तर विधिको शासनका पूर्वावस्थाहरू पूरा

## बजारका गुणहरू

नभएको अवस्थामा कैयौं विकृतिहरू देखा पर्दछन् । उदाहरणका लागि, नेपालमा देखिएको व्यापक मिलेमतो र कार्टेलिङको अवस्थालाई हेर्न सकिन्छ । विधिको शासन सुनिश्चित नभएको खण्डमा बजारमा सेवा तथा सुविधा उपलब्ध गराउने निजी क्षेत्रका व्यक्तिहरूद्वारा नै प्रतिस्पर्धामा रोक लगाउन मिलेमतो र कार्टेलिङ<sup>xi</sup> गरिन्छ । नेपालमा व्यापक मिलेमतो र कार्टेलिङको अभ्यास भएका कयौं क्षेत्रहरूमध्ये सार्वजनिक यातायातको क्षेत्र प्रमुख हो । यातायात व्यवसायीहरूको हितका लागि खोलिएका विभिन्न यातायात व्यवसायी सङ्घहरूले यातायात व्यवसायीहरूको हितका नाममा यातायात क्षेत्रमा आउन खोज्ने नयाँ उद्यमीहरूलाई बजार प्रवेश गर्न बाधा पुऱ्याउने गरी भारी शुल्क तिराउने, बाटोको रुटहरूमा एकाधिकार तोक्ने र यात्रुहरूलाई एउटै गन्तव्यमा जान दुई तीनवटा सवारी साधन फेरुपर्ने बाध्यात्मक स्थिति निर्माण गर्नेजस्ता क्रियाकलापहरू विधिको शासन नहुँदा बजार व्यवस्थामा आउन सक्ने नराम्रा विकृतिका उदाहरणहरू हुन् ।

तसर्थ, बजारनिर्देशित अर्थतन्त्र अँगाल्ने हो र यसका सम्भावित लाभबाट समृद्धिको बाटोतर्फ लम्कने हो भने विधिको शासन स्थापना गर्नु अपरिहार्य हुन्छ । यसरी बजारनिर्देशित अर्थतन्त्रलाई राम्ररी कार्यान्वयन गराउने कार्यतर्फ लाग्दा समाज विधिको शासनतर्फ उन्मुख हुन्छ ।

## सन्दर्भसामग्री

Friedman, M . (1962) . Capitalism and Freedom . Chicago: University of Chicago Press . Chapter 1, "The Relation Between Economic Freedom and Political Freedom," pp . 7-17 . Extracted from <http://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/ipe/friedman.htm>

Junior Achievement Inc . (2000) . Junior Achievement Economics . Colorado Springs, Co: One Education Way .

Palmer, T .G . (2009) . Realizing freedom : libertarian theory, history and practice .Washington, D .C : Cato Institute .

Samuelson, P . & Nordhaus, W . (2005) . Economics . New York : Tata McGraw-Hill Edition

अर्याल, जी. प्र. (२००२). सुक्ष्म अर्थशास्त्र, काठमाडौं : न्यू हिरा बुक्स इन्टरप्राइजेज ।

## नोट

i बजारसम्बन्धी केही भ्रमहरूवारेको जानकारी टम पालमरको लेख “बजारसम्बन्धी वीस भ्रमहरू”बाट लिइएको हो । अङ्ग्रेजीमा लेखिएको यस लेखमा प्रस्तुत गरिएका वीस भ्रमहरूमध्ये यहाँ दशवटा भ्रमहरू छानेर नेपालीमा रूपान्तरण गरी राखिएको छ ।

ii अवसर लागत (Opportunity Cost) भन्नाले कुनै पनि काम गर्दा उक्त काम नगरेको भए त्यसको विकल्पमा गरिने कामबाट कति फाइदा हुन्थ्यो वा त्यसमा कति खर्च लाग्थ्यो भन्ने कुराको गणना हो ।

iii रेम्ब्रान्ट सोह्रौं शताब्दीका महान् चित्रकार हुन् । युरोपियन कला र नेदरल्यान्डको समग्र इतिहासमै उनलाई एक महान् हस्तीका रूपमा लिइन्छ ।

iv कुनै काम गर्न वा पेशाको अभ्यास गर्न सरकारबाट लिनुपर्ने स्वीकृति ।

v यस सन्दर्भमा प्रतिद्वन्द्व भन्नाले कुनै एक व्यक्तिले कुनै वस्तु तथा सेवाको उपभोग गर्दा अर्को व्यक्तिका लागि त्यसको उपयोग गर्न पाउने मौका घट्नु हो ।

vi बाह्य अवस्थाहरू (Externalities) भन्नाले कुनै आर्थिक क्रियाकलापको उक्त क्रियाकलापसँग सम्बन्ध नभएका बाह्य व्यक्तिहरूमा पर्न जाने असर हो । यो सकारात्मक र नकारात्मक दुवै हुन सक्दछ ।

**vii** वाणिज्यवाद (Mercantilism) भन्नाले आयात नियन्त्रण गरी निर्यात वृद्धि गरियो भने अर्थतन्त्र सुदृढ हुन्छ भन्ने मान्यतामा आधारित आर्थिक व्यवस्था हो ।

**viii** संरक्षणवाद (Protectionism) भनेको सरकारद्वारा देशमा वैदेशिक व्यापारमा नियन्त्रण राखी घरेलु उद्योग र व्यापारलाई प्रतिस्पर्धाबाट संरक्षण दिने आर्थिक नीति हो ।

**ix** सन् १९३३ को नेशनल रिकभरी एक्ट (National Recovery Act) ले अमेरिकाका तत्कालिन राष्ट्रपतिलाई आर्थिक बहालका लागि उद्योग नियन्त्रण गरी मिलेमतो र एकाधिकार लगाउने अनुमति दिएको थियो ।

**x** न्यू डिल (New Deal) भन्नाले १९२९ मा सुरु भएको आर्थिक महामन्दीको प्रतिक्रियास्वरूप १९३३ देखि १९३६ सम्म सञ्चालन गरिएका विभिन्न आर्थिक कार्यक्रमहरू भन्ने बुझिन्छ ।

**xi** सिन्डिकेट र कार्टेलिङको अभ्यास भन्नाले कुनै क्षेत्रका उद्यमीहरूले आफू-आफूमा एउटा गुट बनाई उक्त उद्यमको क्षेत्रलाई गैरकानूनी रूपमा नियन्त्रण गर्ने कार्यलाई बुझाउँदछ । यस्तो नियन्त्रणमा सबै मिलेर मूल्य निर्धारण गर्नेदेखि लिएर नयाँ उद्यमीलाई त्यस उद्यममा आउनबाट रोक्ने वा अन्य तरिकाबाट नियन्त्रण गर्नेजस्ता क्रियाकलापहरू पर्दछन् ।

## समृद्धि : द प्रोस्पेरिटी फाउन्डेशन एक परिचय

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउन्डेशन आफैमा स्वतन्त्र, गैरराजनीतिक, गैरनाफामूलक शैक्षिक तथा अनुसन्धान संस्था हो । यस संस्थाले नेपालको राजधानी काठमाडौंलाई केन्द्र बनाएर सार्वजनिक नीति अध्ययन गर्ने संस्थाका रूपमा आफूलाई सक्रिय गराएको छ ।

नेपालमा राजनैतिक स्वतन्त्रता र लोकतन्त्र पुनर्स्थापना गर्नका लागि भएको जनआन्दोलन (२०६३/०६४) संगै यस संस्थाको स्थापना भएको हो । यस संस्थाको परिकल्पना एक समृद्ध नेपाल हो, जहाँ सबै नेपालीहरू समुन्नत र प्रजातान्त्रिक मुलुकमा कानूनी शासनको सम्मान गर्दै अवसरका समान पहुँचसहित समुन्नत र सम्मानपूर्ण जीवनयापन गर्न सक्षम हुन्छन् ।

यस संस्थाले आफ्नो अवधारणा प्राप्त गर्नका लागि स्वतन्त्र अनुसन्धानबाट सार्वजनिक, राजनैतिक र आर्थिक स्वतन्त्रताको विचारलाई बढावा दिदै आएको छ । यस कार्यका लागि यस संस्थाले शैक्षिक कार्यक्रम र सार्वजनिक सहभागितामा जोड दिन्छ । यस संस्थाले आर्थिक विकासको महत्वपूर्ण पक्षका रूपमा निजी उद्यमलाई लिन्छ । यसकारण यस संस्थाले लोकतन्त्रको सुदृढिकरण र आर्थिक विकासका लागि अनुकूल वातावरण निर्माणको कार्यमा आफूलाई निरन्तर सक्रिय र केन्द्रित गराउँदै आएको छ ।

## वर्तमान समयमा समृद्धि संस्थाले सञ्चालन गरिरहेका केही कार्यक्रमहरू

### शैक्षिक तथा तालिम कार्यक्रम

समृद्धिको शैक्षिक तथा तालिम कार्यक्रम, यस संस्थाले राष्ट्रका युवाहरूभित्र रहेको उद्यमशीलतालाई कार्यरूपमा ल्याउनका लागि व्यापक रूपमा युवाहरूसँगको कार्यगत एकतामा जोड दिदै आएको छ । यस संस्थाले हालसम्म +२ देखि स्नातक तहसम्मका विद्यार्थीहरूमाभक्त आफ्नो शैक्षिक तथा तालिम कार्यक्रमहरूलाई केन्द्रित गरेको छ । यस्ता कार्यक्रमअन्तर्गत एकदिने कार्यशालाको आयोजना, आवासीय कार्यक्रम, छलफल कार्यक्रम, उद्यमशीलतासँग सम्बन्धित वृत्तचित्र प्रदर्शनी र बजार तथा अर्थतन्त्रलाई प्रभाव पार्ने नीतिगत व्यवस्थाहरूमाथिको छलफल आदि पर्दछन् । यस संस्थाले नियमित रूपमा सञ्चालन गर्ने केही कार्यक्रमहरू निम्नलिखित छन् :

- (क) अर्थालय : अर्थतन्त्र तथा उद्यमशीलता विद्यालय
- (ख) नीतिशाला : सार्वजनिक नीति छलफल
- (ग) डकु संवाद : उद्यमशीलता र जीवनयापनसँग सम्बन्धित वृत्तचित्र प्रदर्शनी र छलफल कार्यक्रम
- (घ) युवाहरूका लागि प्रशिक्षण (Intrenship) को अवसर

### अनुसन्धान तथा प्रकाशन

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउन्डेशनले सार्वजनिक नीतिसँग सम्बन्धित अनेक मुद्दाहरूबारे अनुसन्धान गर्दै र गराउँदै आएको छ । यस संस्थाले आर्थिक तथा राजनैतिक अर्थशास्त्रलाई आफ्नो अनुसन्धानको केन्द्रमा राखेको छ । त्यस्तै यस संस्थाले नीतिगत व्यवस्थाले जनसाधारणको जीविकोपार्जनसँग

## बजारका गुणहरू

सम्बन्धित पक्षहरूमाथि पार्ने प्रभावको अध्ययनलाई पनि आफ्नो केन्द्रमा राखेको छ ।

त्यस्तै यस फाउन्डेसनले आफूले गरेका अनुसन्धानको प्रकाशन र प्रसारणमा लागि छापामाध्यमका साथै इन्टरनेट सञ्जालको पनि उपयोग गरेको छ। यसका अतिरिक्त संस्थाको वार्षिक प्रकाशन “Towards Enterprise Building in Nepal” पनि अनुसन्धान प्रकाशनको एउटा माध्यम बनेको छ । हाल आएर यस संस्थाले नेपालमा नियन्त्रित र केन्द्रकृत आर्थिक प्रणालीभन्दा आर्थिक उदारीकरणको बाटो र मुद्दालाई अघि बढाउन सहयोग गर्नसक्ने सम्भावना भएका अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा ख्यातिप्राप्त पुस्तकहरूको नेपाली भाषामा अनुवाद र प्रकाशन गर्ने कार्यमा पनि आफूलाई सक्रिय गराएको छ ।

### **सर्वसाधारणसँगको अन्तरक्रिया कार्यक्रम**

सर्वसाधारणसँगको अन्तरक्रिया कार्यक्रमअन्तर्गत यस संस्थाले तत्कालिक मुद्दाहरूबारेमा सम्बन्धित रहेर छलफल कार्यक्रम आयोजना गर्ने, वैकल्पिक नीति निर्माणका लागि नीति निर्माताहरूको ध्यान आकर्षित गराउन अन्तरक्रिया कार्यक्रम आयोजना गर्ने, उद्यमीहरूलाई आफ्नो अनुभव बाँड्नका लागि बोल्ने मञ्च प्रदान गर्ने र संवाद कार्यक्रमका माध्यमबाट राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सञ्जाल निर्माण गर्ने जस्ता कार्यक्रमहरू पर्दछन् । यसका अतिरिक्त यस संस्थाले राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सञ्जालमार्फत् विभिन्न क्षेत्रसँग सम्बन्धित र भिन्नभिन्न अनुभव बोकेका व्यक्तिहरूलाई विश्वव्यवस्थासँग सम्बन्धित अनेक नीतिगत मुद्दाहरूमाथिको छलफलका लागि एक ठाउँमा उभ्याउने कार्य पनि गर्दै आएको छ ।

सर्वसाधारणमात्र सम्पन्न भएका केही कार्यक्रमहरू

क. नीतिगत छलफल

ख. उद्यमीहरूसँग नियमित अन्तर्क्रिया कार्यक्रम

ग. समसामयिक वादविवाद (छलफल)

घ. विभिन्न अभियानहरू (जस्तै: “लोकतन्त्र भनेको...” अभियान)

माथि उल्लेख गरिएका कार्यक्रमहरूबाहेक, यस संस्था गरी खान पाउने नेपाल निर्माणका लागि सञ्चालित राष्ट्रिय अभियान “गरी खान देऊ !” ([www.livablenepal.org](http://www.livablenepal.org)) मा आबद्ध हुन पाउँदा गौरवान्वित छ । यस अभियानले कानूनको शासन, जीवन र सम्पत्तिको सुरक्षा र स्वतन्त्रतालाई गरी खान पाउने नेपाल निर्माणका लागि पूर्वशर्तका रूपमा लिदै अत्यन्त दयनीय रहेको कानूनविहीन अवस्था र दोषीले कानूनी दण्ड पाउनुपर्ने कुरालाई जोड दिएको छ । यसका अतिरिक्त पनि यस संस्थाले राजनैतिक अर्थशास्त्रको क्षेत्रमा अनुसन्धान र अध्ययनका लागि प्रोत्साहन र छात्रवृत्ति प्रदान गर्नका लागि “Political Economic Resource Center, (PERC)” को पनि स्थापना गरेको छ ।

## बजारका गुणहरू

थप जानकारीका लागि

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउन्डेशन  
४१६, भीमसेनगोला मार्ग, मीनभवन, खरिबोट  
पोस्ट बक्स नं. : ८९७३, एन. पि. सी. ६७८  
काठमाडौं, नेपाल

फोन : (+९७७ १) ४४६ ४६१६/४४८ ४०१६

फ्याक्स : (+९७७ १) ४४८ ५३९१

इमेल : [info@samriddhi.org](mailto:info@samriddhi.org)

वेबसाइट : [www.samriddhi.org](http://www.samriddhi.org)

## अन्य प्रकाशनहरू

1. Towards Enterprise Building in Nepal
2. Towards Enterprise Building in Nepal (Vol.II)
3. आर्थिक स्वतन्त्रता
4. उद्यमशीलता विकासमा बजारको भूमिका
5. Role of Rule of Law in Enterprise Building

उल्लेखित प्रकाशनहरू समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशनमा उपलब्ध छन् ।



## समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

४१६, भिमशेनगोला मार्ग, मीनभवन खरिबोट, काठमाडौं, नेपाल  
पोष्ट बक्स नम्बर : ८९७३, एन. पी. सी. ६७८

फोन नं. : ९७७-१-४४६-४६१६, ४४८-४०१६ फ्याक्स : ९७७-१९-४४८-४३९९

ईमेल : [info@samriddhi.org](mailto:info@samriddhi.org) वेबसाइट : [www.samriddhi.org](http://www.samriddhi.org)