

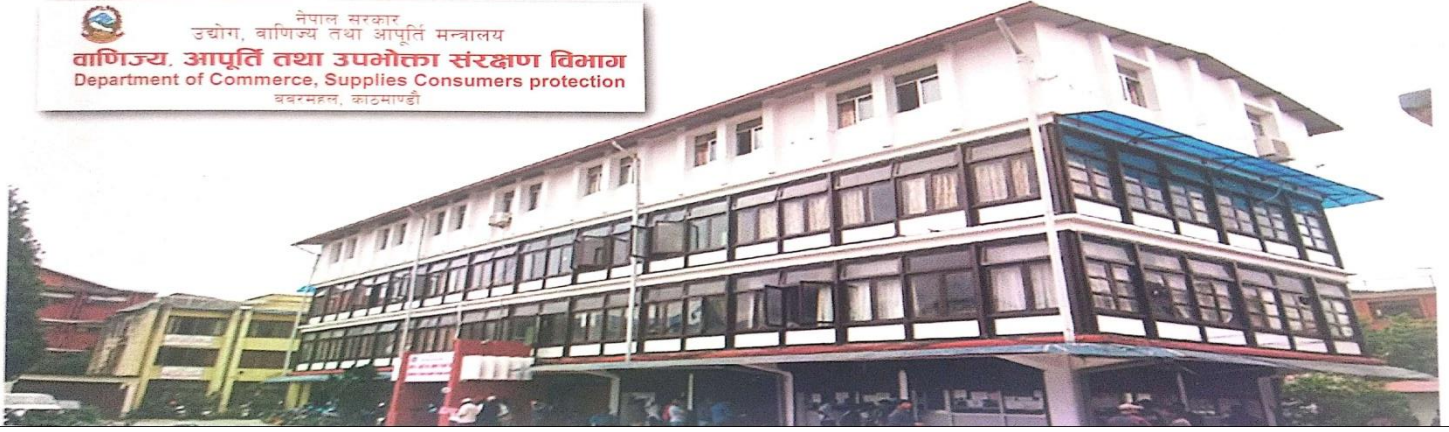


बुलेटिन

वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग
बबरमहल, काठमाडौं



नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग
Department of Commerce, Supplies and Consumer Protection
बबरमहल, काठमाडौं



विद्युतीय सुशासनको मार्गमा वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग

सिद्धान्तका कुरा गर्न सजिलो छ भने अभ्यासमा उतारी दिगो रूप दिन सरल छैन। सुशासन, विद्युतीय सुशासनको चर्चा हुन लागेको दुई दशक वितिसकेको छ। प्रयोगको हिसावले भने कुनैपनि कार्यालयको काममा पूर्णरूपमा विद्युतीय सुशासन लागू भैसकेको छैन। विद्युतीय हस्ताक्षरलाई मान्यता नदिएसम्म अनलाइन सेवाले पूर्णता पाउँदैन खासगरी कार्यालयसम्बद्ध कामको सम्बन्धमा। यो पनि छिट्टै संभव होस्। खासगरी कोभिड १९ को असर नेपालको सार्वजनिक जीवनमा समेत पर्न थालेपछि विभागले



नेत्र सुवेदी (प्रयास)
महानिर्देशक
वाणिज्य, आपूर्ति तथा
उपभोक्ता संरक्षण विभाग

केही अनुकरणीय काम गरेको छ। जसको छोटकरी चर्चा गर्नु प्राशांगिक होला। लकडाउन प्रारम्भ हुनासाथ अत्यावश्यक खाद्यान्न, इन्धन तथा स्वास्थ्य सामाग्रीको आपूर्ति प्रभावित हुने अनुमान गरिएको थियो भने लकडाउनको पहिलो हप्ताभित्रै सोसल मेडिया र अनलाइन विधिबाट पनि गुनासो गर्न सकिने र हटलाइनबाट पनि गुनासो लिने कार्यलाई थप व्यवस्थित गर्ने तथा गुनासोको सम्बोधनको जानकारी पनि Consumer Rights Management Information System (CRMIS) बाटै गुनासोकर्तालाई गराउने खालको एककिसिमको कल सेन्टर अहिले पनि सञ्चालनमा छ। यो पद्धतिबाट १५०० भन्दा बढी उजुरी विभागले प्राप्त गरी सम्बोधनको प्रकृत्यामा लगेको छ। त्यसैगरी प्राइभेट फर्म प्रशासन (दर्ता, नवीकरण, संशोधन, खारेजी लगायत) का कामहरू पनि अनलाइन विधिबाट आवेदन लिई सकेसम्म कम कागजी काम गरेर सम्पन्न गर्ने गरी सफ्टवेयरमा सुधारको काम र सो अनुसार सेवा प्रवाहको सुरुवात दुवै भैसकेको छ। अर्कोतर्फ हालसम्म सफ्टवेयरको प्रयोग हुन नसकेको आयातनिर्यात अनुमति सम्बन्धी काममा समेत नयाँ सफ्टवेयर Import export Management System (IEMS) तयार

गरी पूर्ण प्रयोगमा आइसकेको छ। यो वाहेक महालेखा नियन्त्रक कार्यालयले विकसित गरी लागू गरेको एकल खाता कोष प्रणाली, Computerized Government Accounting System (CGAS), Public Asset Management System, Revenue Management Information System (RMIS) को समेत अवलम्बन विभागको आर्थिक प्रशासन शाखाले गरिरहेको छ।

विभागले प्रयोगमा ल्याएका विद्युतीय प्रणालीहरू

- Firm Management Information System (FMIS)
- Consumer Rights Management Information System (CRMIS)
- Import Export Management System (IEMS)

विभागले तयारी गरिरहेका अन्य प्रणालीहरू

- Office Automation System
- Supply Management Information System
- Exim Code Management System

माथि उल्लेख गरिएदेखि वाहेक सामान्य कार्यालय व्यवस्थापन र निर्णय निर्माणमा पनि सफ्टवेयरको प्रयोग गर्ने तयारी भैरहेको छ भने पूराना अभिलेखहरूलाई डिजिटाइज गर्ने कामको शुरुवात गत वर्ष नै भएको हो यस वर्ष निरन्तरता दिइनेछ। ढड्डाहरूमा व्यवस्थित हुँदै आएका अभिलेखहरू अब आइन्दा सिधै सफ्टवेयरमा राखी व्याकअपको प्रवन्ध गरिनेछ भने नभै नहुने कागजात भने दैनिक र मासिकरूपमा प्रिन्ट गरी राख्नेगरी मिलाइएको छ। आपूर्ति व्यवस्थापन सूचना प्रणाली तयार गर्न मन्त्रालयले अगुवाइ गरेको हुँदा विभागको तर्फबाट यसको तयारीलाई सफ्टवेयरमा आधारित बनाउने र कार्यालयको कामसँग प्रत्यक्ष जोडिएका कम्पनी रजिष्ट्रार र उद्योग विभागसँग डाटा सेयरिङ गर्ने कार्यलाई समेत अघि वढाइएको छ। यी कामहरूले कार्यरूप पाउँदा वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागको कामकारवाहीमा विद्युतीय शासनको प्रयोगले नवीनतम फड्को मार्नेमा कुनै शंका छैन।

"उत्पादनमा गुणस्तरीयता; उपभोगमा विवेकशीलता"

स्वच्छ बजार निर्माणमा स्थलगत अनुगमनको भूमिका

सागर मिश्र, निर्देशक

१) स्वच्छ बजार को परिभाषा तथा अवधारणा

बजार भन्नाले कुनै पनि वस्तु, सेवा, भौतिक पूर्वाधार, प्राकृतिक स्रोत साधनको मुख्य लिई वा नलिई खरीद तथा बिक्रीलाई गर्ने स्थान विशेष वा कार्यलाई बुझिन्छ साथै यस भित्र उत्पादकबाट कुनै पनि वस्तु वा सेवाको गुणस्तरिय उत्पादन मार्फत उपभोक्ता समक्ष वा अन्य व्यवसायमा वस्तुको विज्ञापन द्वारा बिक्री, बजारीकरण, सामाजिकीकरण, अनलाईन डेलिभरी, पहुच गरिने अवस्थालाई समेत जनाउछ । कुनै व्यक्ति वा समुहहरूले चाहेको वा माग गरेका वस्तु वा सेवा शुल्क तिरेर विनिमयको माध्यमद्वारा प्राप्त गर्दछन् ।

२) स्वच्छ बजार व्यवस्थापनका लागि स्थलगत रूपमा बजार अनुगमन गर्दा अपनाइने विधिहरूलाई यस प्रकार व्याख्या गर्न सकिन्छ ।

क) वार्षिक कार्यक्रम तथा लक्ष्य यस वर्ष नेपाल सरकारले नियमित बजार अनुगमनको लागि वार्षिक कार्यक्रम तथा लक्ष्य स्विकृत गर्दा १८०० वटा व्यवसायीक फर्म तथा कम्पनीको अनुगमन तथा निरीक्षण गर्नुपर्ने तोकिएको छ । यस लक्ष्यलाई आधार मानी नियमित बजार अनुगमन तर्फ यस विभागले सात वटै प्रदेश (उपभोक्ता हित) हेर्ने निर्देशनालय, ७७ वटा जिल्ला प्रशासन कार्यालय र ६ वटा महानगरपालिकामा निरीक्षण अधिकृत तोकिएको नियमित बजार अनुगमनको कार्य संचालन गरीरहेको छ । यस विभागबाट प्रत्येक दिन ४ वटा अनुगमन टोली खटाईएको साथै विभाग अन्तर्गतका बिराटनगर, बिरगंज, भैरहवा, नेपालगंज र कैलाली कार्यालयहरूले पनि दैनिकजसो अनुगमनको कार्य अगाडि बढीरहेको छ ।

ख) गुनासोको संकलन बजार अनुगमन गर्दा प्राप्त गुनासा हरूलाई तपशिल बमोजिमको प्राथमिकता तोकिएको विषयगत क्षेत्र र स्थानको छनौट गर्ने गरिएको छ । उपभोक्ता आफै विभागमा उपस्थित भै गरेको उजुरीको आधारमा, विभिन्न समयमा संचार माध्यममा उठाईएका समसामयिक विषयहरू र यस विभागको उपभोक्ता अधिकार व्यवस्थापन सुचना प्रणाली मा सम्बन्धित उपभोक्ता मार्फत अनलाईन गुनासाहरू, धजबतकगउ, फेसबुक, टिक्टर, इमेल, भाईबर, हेलो सरकार, टोल फ्री नं ११३७, अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोग, राष्ट्रिय सतर्कता केन्द्र लगायतका निकायबाट हस्तान्तरण भै आएका प्राप्त गुनासा र विषयवस्तुलाई प्राथमिकिकरण गरी उजुरी र गुनासोको सम्बोधन गर्ने गरिएको छ ।

ग) उजुरी तथा गुनासोको प्राथमिकिकरण साधारण, मध्यम र उच्च गरी तिन बर्गमा गरिन्छ । उच्च प्राथमिकतामा परेका गुनासोहरूलाई तुरुन्त अनुगमनको सुचीमा राखिन्छ । मध्यम र साधारण गुनासोहरूलाई क्रमश अनुगमनको तालिकामा समावेश गरिन्छ । नियमित अनुगमनलाई यस प्रकार कार्य सुची तयार गरी अगाडी बढाईन्छ पहिलो हप्ता दुध र पानी, दोश्रो हप्ता खाद्यान्न, तेस्रो हप्ता तरकारी फलफुल, चौथो हप्ता औषधि तथा सर्जिकल्स साथै पाचौ हप्तामा माछा मासु लगायतका अन्य विविध विषयहरूलाई समेटिने गरिएको छ ।

घ) विशेष वा आकस्मिक अनुगमन विभिन्न समयमा बजारमा देखिएको समस्याहरूलाई सम्बोधन गर्नको लागि विशेष टोली तयार गरिन्छ, जस्तै लकडाउनको समयमा ग्यास, तेल पेटोलियम पदार्थ, खाद्यान्न लगायतका वस्तु तथा सेवाको आपूर्तिको लागि नेपाल आयल निगम, साल्ट ट्रेडिग कर्पोरेशन लिमिटेड र नेपाल खाद्य तथा व्यापार कम्पनी लिमिटेडलाई विशेष रूपमा परिचालन गरिएको थियो । दशै तिहार लगायतका चाडपर्वहरूमा बजारलाई व्यवस्थित गर्नको लागि विशेष र संयुक्त अनुगमन टिम तयार गरिन्छ । कोभिड

महामारीको लागि विशेष रूपमा स्वास्थ्य सामाग्रीको मुख्यवृद्धि रोकनको लागि आकस्मिक अनुगमन टोली तयार गरी परिचालन गरिएको थियो । कहिलेकाही समसामयिक विषयमा पनि आकस्मिक अनुगमन टोली तयार गरी अगाडि बढाईन्छ जस्तै प्याजको मुख्य वृद्धि, तरकारी तथा तेल, दलहनको मुख्य अध्ययन सम्बन्धी, उखु किसानको समस्या समाधान सम्बन्धमा, कुखुराको चल्ला तथा अण्डाको आपूर्ति सम्बन्धमा, निर्माण सामाग्रीको मुख्य संकलन लगायतका तत्काल बजारमा देखिएका समस्याहरूलाई समाधान गर्नको लागि माथिल्लो निकायबाट तोकिएको आएमा सोही बमोजिम तयार गरिन्छ । र जिल्ला स्तरमा पनि स्थानीय संचार माध्यम लगायत विभिन्न उपभोक्ताको हितको लागि उठान भएका समस्याहरूलाई समाधान गर्नको लागि तयार गरिन्छ, जस्तै ढुंगा गिट्टी बाल्वाको नियन्त्रण सम्बन्धमा, खाद्यान्नको आपूर्ति सम्बन्धमा आदि ।

ड) पुर्वतयारी बजार अनुगमनमा जानुअघि तपसिल बमोजिमको चेकलिष्ट तथा परिक्षण सुची तयार गर्नुपर्दछ । उपभोक्ता संरक्षण नियमावली २०७६ र बजार अनुगमन कार्यविधि २०७७ मा समावेश भएका अनुसुची १ फाराम परीक्षण सुची तथा अनुसुची १० फाराम जरिवानाको आदेश र अन्य विभिन्न मुचुल्का फारामहरू संलग्न गरी पुर्व तयारी गर्नु पर्दछ । साथै क्लिप बोर्ड, लाहा, मैनबत्ती, कार्बन, लाहाछाप गर्ने तथा म्याद नाघेका सामाग्री नष्ट गर्ने सामानहरू सहितको झोला तयार गरी राख्नु पर्दछ ।

च) विषयवस्तुको चेकजांच बजार अनुगमनमा खटिदा र व्यवसाय परिक्षण गर्दा उपभोक्ता संरक्षण ऐन २०७५ नियमावली २०७६ अनुसार विशेष गरेर तपसिल बमोजिमका विषयवस्तुहरूको चेक जांच गरिन्छ ।

(१) व्यवसाय दर्ता, नविकरण, तथा अन्य ईजाजतहरू (२) मुख्य सुची (३) खरीद बिल, (४) बिक्री बिल (५) प्याकेजिंग गरिएको सामानमा लेबलिंग भए नभएको (६) उपभोग्य म्याद भए नभएको चेकजांच गर्ने सो सामाग्रीहरू पाइएमा नष्ट गर्ने (७) व्यवसायी तत्काल सुधार गर्नुपर्ने भए निर्देशन दिने ।

छ) जरिवाना तथा निर्देशन उपभोक्ता संरक्षण ऐन र नियमावली २०७६ बमोजिम निर्देशन तथा जरिवाना सम्बन्धी व्यवस्था यसप्रकार रहेको छ । स्थलगत अनुगमनको क्रममा केही त्रुटि देखिएमा सुधारको लागि निर्देशन दिने व्यवस्था गरिएको छ साथै तत्काल स्थलगत जरिवाना तोक्ने व्यवस्था छ, गुणस्तरहीन सामाग्री पाइएमा नमुना संकलन गरी सम्बन्धित निकायबाट गुणस्तर परिक्षण गराई आवश्यक कारवाही गर्न सकिने व्यवस्था रहेको, कारोबार रोक्काको व्यवस्था गरिएको, मानव स्वास्थ्यमा गम्भीर असर पर्ने खालका वस्तु भएमा जफत गर्ने र नष्ट गर्ने समेत व्यवस्था रहेको छ । व्यवसाय दर्ता, नविकरण नभएमा र अन्य इजाजत पत्रहरू उपलब्ध नभएमा पचार हजार (रु. ५००००।) देखी (रु १०००००) एक लाख सम्म जरिवाना तोक्ने व्यवस्था रहेको छ । मुख्य सुची उपलब्ध नभएमा पचास हजार (रु ५००००।) देखी (रु १०००००) एक लाख सम्म जरिवाना तोक्ने, खरीद बिल उपलब्ध नभएमा रु २०००० । बिस हजार सम्म जरिवाना, बिक्री बिल जारी नगरेको वा खरीद र बिक्री बिल तुलना गर्दा २० प्रतिशत भन्दा बढी नाफा लिएको पाइएमा रु २ देखी रु ३ लाख सम्म जरिवाना तोक्ने व्यवस्था रहेको र अनुगमनको क्रममा टोलीलाई असहयोग गरेमा रु २००००। बिस हजार सम्म जरिवाना तोक्ने व्यवस्था गरिएको छ ।

ज) पुनरावलोकन निरीक्षण अधिकृतले उपभोक्ता संरक्षण ऐन २०७५ को दफा ३८ को कसुर अनुसार दफा ३९ बमोजिमको स्थलगत जरिवानाको आदेश दिन सक्ने व्यवस्था रहेको छ । निरीक्षण अधिकृतले दिएको जरिवाना आदेशमा चित्त नबुझेमा विभागको महानिर्देशक समक्ष पुनरावलोकनको लागि सात दिनभित्र निवेदन दिन सक्ने व्यवस्था रहेको छ ।

झ) प्रतिवेदन तयारी स्थलगत अनुगमन गरिसकेपछि उपभोक्ता संरक्षण नियमावली २०७६ को अनुसूची १ को ढाँचामा अनुगमनको प्रतिवेदन तयार गरी एक प्रति आफुसंग र एकप्रति सम्बन्धित व्यवसायीलाई उपलब्ध गराउनुपर्छ साथै अन्तिम प्रतिवेदन आफुभन्दा माथिल्लो निकायमा पेश गर्दा बजार अनुगमन कार्यविधि २०७७ को दफा १५ बमोजिमको ढाँचामा निरीक्षण तथा जाँचबुझ, जरिवाना, दण्ड सजायको अभिलेख तयार गरी पेश गर्नु पर्दछ ।

ञ) अभियोजन निरीक्षण अधिकृतले मुद्दाको अन्तिम तयारी तथा अभियोजन दायर गर्नको लागि उपभोक्ता संरक्षण ऐन २०७५ को दफा ३८ को (क) (ग) (मम) (ञ) र (ठ) बमोजिमको कसुरमा विभागका महानिर्देशकबाट निर्णय भै दफा ४० को उपदफा (१), (३) र (४) को बमोजिमको सजाय हुने विषयमा अनुसन्धान तथा तहकिकात शुरुवात गर्दा सर्वप्रथम आवश्यक कागजात सहित सम्बन्धित व्यवसायीलाई निरीक्षण अधिकृतको कार्यालयमा बोलाउने, व्यवसायीसंग लिखित बयान लिने, आवश्यकता अनुसार तारिखमा राखे र निरीक्षण अधिकृतले सम्पूर्ण अनुसन्धानको काम पुरा भएपछि मुद्दा चलाउने वा नचलाउने निर्णयको लागि सम्बन्धित सरकारी वकिल समक्ष स्विकृतिको पठाउनुपर्नेछ र सरकारी वकिल बाट मुद्दा चल्ने निर्णय भएमा निरीक्षण अधिकृतले मुद्दा दायर गर्नुपर्नेछ । साथै उपभोक्ता संरक्षण ऐन २०७५ को दफा ४० को उपदफा (१) बमोजिम सजाय हुने कसुरमा वाणिज्य आपुर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागका महानिर्देशक समक्ष मुद्दा दायर हुनेछ र दफा ४० को उपदफा (३) बमोजिम सजाय हुने कसुर सम्बन्धी मुद्दाको हकमा उपभोक्ता अदालत गठन भएमा सो अदालत समक्ष र सो अदालत गठन नभएकोमा सम्बन्धित जिल्लाको जिल्ला अदालत समक्ष मुद्दा दायर गरिनेछ ।

ट) अन्य निकाय मा लेखी पठाउने : बजार अनुगमनको क्रममा अनुसन्धान तथा तहकिकात गर्दा उपभोक्ता संरक्षण ऐन बाहेक अन्य ऐन नियम आकर्षित हुने भएमा ति निकायमा लेखी पठाउनुपर्नेछ । जस्तै खाद्य पदार्थ, पानी, दुध जस्ता वस्तुको गुणस्तर मापन गर्नुपर्ने विषय भएमा खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण विभागमा लेखी पठाउनुपर्ने, औषधि जन्य वस्तुहरूको गुणस्तर सम्बन्धमा औषधि व्यवस्था विभाग, पेय पदार्थ (वियर, अन्य अल्कोहोलिक पदार्थ) सिमेन्ट, रड, पेट्रोलियम पदार्थको गुणस्तर सम्बन्धमा नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग, साथै मासु तथा मासुजन्य पदार्थको गुणस्तर सम्बन्धमा पशु सेवा विभाग र विषादि तथा दानाको गुणस्तर सम्बन्धमा राष्ट्रिय विषादि प्रयोग शाला र कृषि विभाग, अन्य

विविध विषयमा गिज र पाउडरको गुणस्तर सम्बन्धमा आवश्यक कारवाहीको लागि लेखी पठाउनु पर्दछ ।

वर्तमान परिप्रेक्ष्यमा बजारको अवधारणामा केही परिवर्तन आएको छ । जसलाई यस प्रकार वर्णन गर्न सकिन्छ । यसले निम्न क्षेत्रलाई समेटेको पाइन्छ ।

क) अनलाइन व्यापार वर्तमान परिप्रेक्षमा विश्व उदारीकरणको माध्यमबाट एउटा सानो मोबाइल भित्र विश्व अर्थव्यवस्थाभित्रका सम्पूर्ण आर्थिक कार्यहरू अटाएको छ तुरुन्तै विश्वको कुनै पनि कुनामा सम्पर्क गर्न सकिन्छ साथै व्यापार पनि अमेरिकामा बसेर एक क्लिक गर्दा नेपालमा एक घण्टामा सामान आपुर्ति हुने अवस्था आईपुगेको जसको कारण अनलाईन व्यापार नै हो । घरमा बसेर आफुलाई चाहिने वस्तु वा सेवा तत्कालै उपलब्ध हुने अवस्थामा छ । त्यसैले अहिलेको महत्वपूर्ण व्यापारको माध्यम नै अनलाईन व्यापार भएको छ । यस किसिमको व्यवसायलाई पनि यस विभागले आफ्नो अनुगमनको कार्यसूची बनाई नियमन गर्ने गरेको छ ।

(३) निष्कर्ष

स्वच्छ बजार प्रवर्द्धनको लागि पुर्वीय संस्कृति अनुसार आजभन्दा इसा पुर्व ४०० वर्ष अगाडि नै चाणक्य निति अनुसार राज्यकै एक आर्थिक संयन्त्र भित्र परेको व्यवसायिक क्षेत्र पनि एक अभिन्न अंग हो भन्ने कर्तव्यबोध गरी राज्य, समाज र उपभोक्ता प्रति नैतिक दायित्व निभाउदै आफ्नो व्यापार व्यवसायलाई मर्यादित र सम्मान योग्य बनाउन सकेमा उपभोक्ता अधिकार सुनिश्चित त हुन्छ नै र सामाजिक जिवनमा व्यवसायिक क्षेत्र पनि स्वच्छ भै आदरयोग्य हुन पाउछ भन्ने कुराको बोध व्यवसायीमा पनि हुनु जरुरी छ । नेपालको सन्दर्भमा भन्नुपर्दा नियमनकारी निकायहरू पर्याप्त मात्रामा कानूनी व्यवस्था गरिएको भएता पनि सबै निकायहरू सक्रिय रूपमा आफ्नो काम कर्तव्य बहन नगरिदिदा स्वच्छ बजारको प्रभावकारितामा प्रश्न उठेको पाईन्छ । त्यसैले राज्यका चारवटा निकायहरू सरकारी निकाय, व्यवसायी, संचारकर्मी, आम उपभोक्ता सबैले आ आफ्नो ठाउबाट निगरानी र कर्तव्यबोध गराउनु जरुरी छ । सरकारबाट सबै निकाय विच पर्याप्त समन्वय र सहजीकरण हुन सकेमा मात्र स्वच्छ बजारको परिकल्पना गर्न सकिन्छ । नेपालमा स्वच्छ बजार निर्माण गर्नको लागि संघीय सरकार, प्रदेश सरकार र स्थानीय तह हरूले पनि आफ्नो क्षेत्रमा बजार अनुगमन, वहस पैरवी साथै उपभोक्ता हित र व्यवसायिक बातावरण निर्माण गर्नमा अल्पकालीन र दिर्घकालीन रणनीति तयार गरी अगाडि बढन जरुरी छ । बजार अनुगमनमा रहने निरीक्षण अधिकृतहरूको क्षमता अभिवृद्धि, व्यवसायीहरूलाई पर्याप्त मात्रामा सचेतना कार्यक्रमहरू संचालन गरी व्यवसायी मैत्री कानून, उपभोक्ता मैत्री बातावरण सिर्जना गर्न सकेमा स्वच्छ बजार निर्माण गर्न टेवा पुग्दछ । मैले माथि औल्याईएका कुराहरूलाई मनन गरी अगाडि बढन सकेमा स्वच्छ बजार निर्माण टेवा पुग्ने अपेक्षा गर्दछु ।

नेपालमा वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री सम्बन्धी व्यवस्था

पृष्ठभूमि

वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री प्रणालीको अवधारणा पुरानै व्यापारिक अभ्यास हो । अन्तराष्ट्रिय स्तरमा वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री गर्ने उद्देश्यले सन् १८८३ मा जर्मनीमा VORWERK र सन् १८८६ मा संयुक्त राज्य अमेरिकामा AVON नामका व्यापारिक कम्पनी स्थापना भएको पाइन्छ । ती कम्पनीहरू अहिलेसम्म पनि संचालित छन् । सन् १९३०को विश्व आर्थिक मन्दी पछि यस्तो व्यवसाय

शिवराज सेढाई, निर्देशक

अझै फष्टाएको देखिन्छ । आर्थिक मन्दी पछिको बेरोजगारी समस्या र ठप्प अर्थतन्त्रलाई प्रत्यक्ष रूपमा सघाएकै कारण यस किसिमको व्यवसायले फष्टाउने र मौलाउने मौका पाएको सहज अनुमान गर्न सकिन्छ । विश्व व्यापारमा यस प्रणालीको व्यापारले २०० बिलियन अमेरिकी डलर बराबरको कारोबार ओगटेको पछिल्लो तथ्याङ्कले यसको व्यापकता पुष्टी गर्दछ ।

परिचय

उद्योगबाट उत्पादित वस्तु उपभोक्ता/क्रेता सम्म पुर्याउने विभिन्न तारिकाहरू प्रचलनमा छन् । वस्तु उत्पादकबाट उपभोक्तासम्म पुग्ने तह घट्दा लागत घट्ने र मुल्य कम हुनगर्दा उपभोक्तालाई लाभ प्राप्त हुन्छ । उत्पादक उद्योग वा कम्पनीबाट उत्पादित वस्तु कम भन्दा कम तह अबलम्बन गरी उपभोक्तासम्म पुर्याउनु नै वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री प्रणालीको मर्म हो । वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री भनेको बिक्रेता, उपभोक्ता वा क्रेतासम्म पुगी वस्तुको बारेमा जानकारी गराई उक्त वस्तु बिक्री गर्ने व्यापार प्रणाली हो । नेपालमा वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री (व्यवस्थापन तथा नियमन गर्ने) ऐन, २०७४ले उत्पादक वा वितरकबाट उपलब्ध वस्तु इजाजतपत्रवाला कम्पनीका आधिकारिक बिक्रेता/वितरकका माध्यमबाट उपभोक्ता/क्रेतालाई बिक्री/वितरण गर्ने कार्य भनी परिभाषित गरेको छ । यसको नामबाट पनि प्रष्ट हुन्छ की आधिकारिक बिक्रेता/वितरक उपभोक्ता भएकै स्थानमा पुगी वस्तु बिक्री गर्ने प्रणाली वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री हो। उपभोक्ताहरूलाई घनिभुत प्रत्यक्ष पैरवीको आवश्यकता पर्ने, विशिष्ट गुण भएका उच्च मूल्यका (Specific goods along with high value) वस्तुहरू यस प्रणालीको व्यापारका लागि ग्राह्य मानिए तापनि दैनिक उपभोग्य वस्तुहरू पनि यस तरिकाबाट बिक्री वितरण हुन सक्छन् । तरकारी, भाँडाकुँडा, लत्ताकपडा लगायतका वस्तुहरूको बिक्रीबिक्रेताहरू उपभोक्ताको घरदैलोमा पुगी प्रत्यक्ष बिक्री प्रणालीको मोडालिटी अनुसार भइरहेको हामीले देखिरहेका छौं ।

मोडल

अन्तराष्ट्रिय स्तरमा प्रत्यक्ष बिक्री सम्बन्धमा आधारभूत रूपमा एकल तह मार्केटिङ (SLM= Single level Marketing) र बहुल तह मार्केटिङ (MLM= Multi level Marketing) गरि दुई वटा मोडल प्रचलनमा छन् । तोकिएको एकजना आधिकारिक बिक्रेता वा वितरकले सिधै उपभोक्ता वा क्रेतालाई भेट गरी वस्तुको बारेमा जानकारी गराई क्रेतालाई सहमत (convince) गराएर त्यस्तो वस्तु बिक्री गरे वापत पाउने कमिसन वा सुविधा निज बिक्रेता एकलैले पाउने नेपालले अबलम्बन गरेको एकल तह मोडल हो । उपभोक्ता/क्रेता सम्म पुग्न एक भन्दा बढी तह पार गर्नुपर्ने नेटवर्किङ शैलिमा आधारित मोडल बहुल तह मार्केटिङ हो । यस मोडललाई नेपालमा भने गैरकानूनी मानिएको छ ।

मौजुदा व्यवस्था

वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री सम्बन्धी अवधारणा नेपालको सन्दर्भमा नयाँ अभ्यास भएको हुनाले यसको बुझाई र व्याख्यामा सरोकारवालाहरू विच फरक फरक धारणा व्यक्त भइरहेका छन् । यसो हुनु स्वभाविक पनि हो। “ओगुल्टाले कुटिएको कुकुर विजुली देखी तर्सन्छ” भन्ने नेपाली उखान जस्तै साविकमा MLM मा आधारित नेटवर्किङ व्यवसायीबाट ठुलो संख्यामा नेपाली नागरिक ठगिएको हुनाले पनि मौजुदा SLM मोडलबाट पनि तेस्तै ठगी होला भनेर सजग र सचेत हुनु राम्रो कुरो हो । साविकमा कानून बिना संचालित MLM पद्धतिलाई सम्मानित सर्वोच्च अदालतबाट २०६८/१२/१५ मा भएको उत्प्रेषणयुक्त परमादेशको निर्देशनात्मक आदेशले गैरकानूनी ठहर गरेको थियो

। नेपालको भौगोलिकस्थिति, अशिक्षा, गरीबि, बेरोजगारीको अवस्था, बहुसंख्यक जनता ग्रामीण क्षेत्रमा रहने तथा आफ्नो हक अधिकार र वस्तु व्यापार सम्बन्धी नियमित प्रक्रियाका बारेमा पर्याप्त जानकारीको अभाव भएको कारणले अरुले भनेको कुरालाई सहज रूपमा लिने र विश्वास गर्ने मानसिकता भएका सोझा सादा जनसाधारणको बाहुल्य भएको र यस्ता व्यक्तिहरू सहज रूपमा झुक्किन र ठगिने सम्भावना समेतलाई विचार गरीनु पर्ने कुरा आदेशमा उल्लेख छ । सोही आधारमा उपरोक्त प्रावधानहरू समेटेर वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री (व्यवस्थापन तथा नियमन गर्ने) ऐन, २०७४ र नियमावली, २०७६ जारी भएका हुन । जसले बहुल तह मोडलको व्यापारिक ढाँचालाई अस्विकार गरेको छ । कानूनको प्रभावकारी कार्यान्वयन तथा गैरव्यवसायिक हर्कत नियन्त्रण गर्दै जानु अहिलेको आवश्यकता हो । नेपालमा वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री गर्ने उद्देश्य भएका कम्पनीहरूले तत् सम्बन्धी व्यापार/व्यवसाय गर्न वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागबाट इजाजत लिनुपर्ने कानूनी व्यवस्था रहेको छ । इजाजत नलिई यस्तो व्यवसाय गरेमा वा इजाजत लिएर पनि तोकिएका शर्त एवं कानून विपरित हुने कार्य गरेमा जरिवाना, कैद, इजाजत रद्द सम्मका सर्जायको प्रावधान रहेको छ । वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री सम्बन्धी व्यवसायको इजाजत, नविकरण लगायतका नियमन एवं व्यवस्थापकीय कार्यहरू छुट्टै ऐन तथा नियमावली अनुसार अन्य व्यापारिक/व्यवसायिक फर्मको दर्ता, नविकरण लगायतका नियमन एवं व्यवस्थापकीय कार्य भन्दा पृथक ढंगबाट हुने कानूनी व्यवस्थाले यस किसिमको व्यवसायको विशिष्ट पहिचान पुष्टी हुन्छ । यो व्यापारलाई व्यवस्थित ढंगबाट संचालन गराउन र उपभोक्ताको हित संरक्षण गर्न ऐनले उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयका सचिवको संयोजकत्वको निर्देशक समिति; वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग; जिल्ला स्तरमा प्रमुख जिल्ला अधिकारी वा सहायक प्रमुख जिल्ला अधिकारीको संयोजकत्वको अनुगमन समिति, निरीक्षण अधिकृत लगायतका सरकारी संयन्त्रहरूको व्यवस्था गरेको छ । औपचारिक संयन्त्रका अतिरिक्त सचेत उपभोक्ता, नागरिक समाज र मिडियाको खबरदारीले अवान्छित व्यवसायिक हर्कत नियन्त्रण गर्न मद्दत पुग्नेछ ।

महत्व

नेपालको सन्दर्भमा वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री सम्बन्धी व्यापार प्रणालीको निम्न फाइदाहरू:-

- दुई तहमा हुने व्यापारले कमिसनजन्य लागत घटाई बिक्री मुल्य नियन्त्रणमा सहयोग पुग्छ;
- कमिसनजन्य श्रृंखला र विचौलियाहरूको अनपेक्षित हर्कत नियन्त्रण हुन्छ;
- पहिचान एवं उपयोग हुन नसकेका जडिबुटीजन्य कच्चा पदार्थको उपयोग हुन संभव हुने;
- लगानी, औद्योगिकीकरण, उत्पादन र बजारीकरणको वातावरण निर्माण हुन्छ;
- राजस्व वृद्धीमा योगदान पुग्छ;

- अन्तराष्ट्रिय व्यापारमा आयातको परिमाण घटाउन र निर्यात बढाउन मद्दत पुग्छ;
- रोजगारीका माध्यमबाट आत्मनिर्भर अर्थतन्त्र निर्माण गर्न सघाउँछ ।

विभागीय प्रयास

नेपालमा वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री नयाँ अभ्यास भएको तथा साविकमा MLM Model मा आधारित नेटवर्किङ्ग व्यवसायका कारण केही नेपाली नागरिकहरू ठगिएका कारण त्यसको प्रभाव मौजुदा कानून बमोजिमको वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री गर्ने व्यवसायमा नपरोस् भन्ने तर्फ वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग पुर्ण रूपमा सजग, सक्षम र सकृय छ । यस क्रममा उपभोक्ता एवं बिक्रेता/वितरकले पाउने छुट, कमिशन, बोनस, सुविधा केन्द्रित भई इजाजत जारी गर्नुपूर्व कम्पनीको व्यवसायिक योजनाको प्रस्तुती एवं अन्तरकृया गर्ने अभ्यास गरिएको छ । FAQ, सचेतनामुलक सन्देश, सूचनाहरू, अनुशिक्षण वा अभिमुखीकरणका माध्यमबाट इजाजत प्राप्त कम्पनीमा आवद्ध व्यक्तिहरू र बिक्रेता/वितरकहरूलाई सुसुचित गर्ने गरिएको छ। जनप्रतिनिधीहरूसँग पनि छलफल एवं अन्तरकृया भएको छ ।

अन्तराष्ट्रिय व्यापारमा सूचना प्रविधिको प्रायोग

रघुनाथ महत, निर्देशक

अन्तराष्ट्रिय व्यापारलाई सहजीकरण गर्न र भन्सार प्रकृयालाई सरलीकरण गर्न सम्बन्धित निकायको अनुमति, इजाजत, सिफारिस, परीक्षण प्रतिवेदन, गुणस्तर प्रमाणिकरण, कोटा निर्धारण एवं कागजात तथा निर्णयहरू विधुतीय प्रणालीको प्रयोग गरी एकै स्थलबाट उपलब्ध गराउने कागजमुक्त स्वचालित सूचना आदानप्रदान प्रणालीको रूपमा नेपालको भन्सार प्रशासनमा पनि राष्ट्रिय एकद्वार प्रणाली (National Single Window) कार्यान्वयनमा ल्याउन प्रकृया शुरु गरिएको छ । यसमा सम्मिलित ४० भन्दा बढि सरकारी तथा निजी निकायहरूमध्ये एउटा प्रमुख पक्ष हुनाले वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागले गर्ने वाणिज्य प्रशासन सम्बन्धि (अन्तराष्ट्रिय व्यापार गर्ने फर्म तथा कम्पनीहरूको दर्ता, अनुमति, निकासी पैठारीको इजाजत तथा स्वीकृति) कार्यलाई सहज, सरल, पारदर्शी र लागत न्यूनिकरण गर्न विधुतीय माध्यममा आधारित बनाउने प्रयत्न गरिएको छ ।

यस क्रममा चालु आर्थिक वर्षबाटै वाणिज्य प्रशासनतर्फ प्राइभेट फर्मको दर्ता, नविकरण, संशोधन, खारेजीको लागि अनलाइन आवेदन लिई सम्बोधन गर्ने प्रयास गरिएको छ भने निकासी पैठारीतर्फ प्रतितपत्र बाहेक अन्य भुक्तानी प्रणाली मार्फत् तेश्रो मुलुकबाट भारतीय बन्दरगाह हुँदै पैठारी हुने मालवस्तुको इजाजत वा स्वीकृति दिने कार्यलाई विधुतीय प्रणाली मार्फत् सञ्चालन गर्न निकासी पैठारी अनलाइन सेवा (Import Export Management Information System-IEMIS) कार्यान्वयनमा ल्याइएको छ ।

"समृद्ध नेपालको लागि जिम्मेवार आपूर्ति र दिगो उपभोक्ता"

"Our goal- The Healthy Market, Sustainable"

निष्कर्ष

इजाजत प्राप्त तथा इजाजतको प्रतिक्षामा बसेका कम्पनीहरूका कामकार्यवाहीका बारेमा सबै सरोकारवालाहरूको चासो देखिएको छ । नियमन, निरीक्षण, अनुगमन र निगरानी गर्ने निकायहरू पनि सजग र सकृय भएको अवस्थामा आफ्ना कामकार्यवाही र गतिविधिलाई कानून सम्मत, प्रभावकारी एवं उपभोक्तामैत्री ढंगबाट संचालन गर्नु सम्बद्ध व्यवसायीको परम् कर्तव्य हो । यसमा सम्बद्ध व्यवसायिक कम्पनीहरू चुक्ने छैनन् । व्यापार, व्यवसाय क्षेत्र विश्वव्यापीकरणको मुख्य सरोकारको विषय पनि हो ।

अन्तराष्ट्रिय जगतमा अध्ययन, अनुसन्धान र विकास भएका व्यापारिक/व्यवसायिक सिद्धान्त र अभ्यासलाई आत्मसाथ गर्न हामी जति वाध्य छौं त्यति नै आतुर पनि छौं। विश्व व्यापार संगठनसंगको आवद्धता एवं विश्वव्यापीकरणसंगको अखण्ड प्रवाहिकरणका कारण वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री सम्बन्धी सिद्धान्त र अभ्यास लगायतका नयाँ व्यवसायिक अवधारणा आत्मसात गर्नुको विकल्प हामीसँग छैन ।

वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्रीको मर्म, यसको महत्व, यसको अवधारणा, सिद्धान्त र अन्तराष्ट्रिय प्रचलन तथा नेपालको मौजुदा कानूनी व्यवस्थाका बारेमा सबै सरोकारवाला प्रष्ट हुन आवश्यक छ। वस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री व्यवसाय बीच आन्तरिक र अन्य व्यवसायसँग अन्तर व्यवसाय विचमा पनि स्वच्छ प्रतिस्पर्धा कायम हुनु पर्दछ। सुधार र विकास अन्त्यहिन प्रकृया भएको हुँदा मौजुदा कानूनी प्रावधानलाई कार्यान्वयन गर्दा आइपर्ने समस्या, अड्चनलाई समाधान गर्दै सुधारात्मक दिशा अवलम्बन गर्नु अहिलेको उपयुक्त मार्गदर्शन हो।

अन्तराष्ट्रिय व्यापारमा विभागको भूमिका:

नेपालले अन्तराष्ट्रिय व्यापारमा आर्थिक वर्ष २०४८।०४९ देखि खुल्ला इजाजत प्रणाली अवलम्बन गरेकोले विभागले प्रचलित निकासी पैठारी सम्बन्धि कानून अनुसार तोकिएका वस्तुको मात्र निकासी पैठारीको इजाजत तथा सहजीकरण सम्बन्धि कार्य गर्दै आइरहेको छ । यस अन्तरगत सञ्चार उपकरण, व्यक्तिगत हातहतियार तथा विष्फोटक पदार्थ र सो को रसायन, लागू पदार्थ एवं मनोद्विपक पदार्थ र सो को रसायन, सूति, फर्नेस आयल, पोस्ता दाना, रेफ्रिजेरेन्ट ग्याँस (HCFC-22) आदिको पैठारी इजाजत वा स्वीकृति दिने र विना प्रतितपत्र अन्य बैकिङ्ग भुक्तानी प्रणालीको माध्यमबाट तेश्रो मुलुकबाट भारतीय बन्दरगाह हुँदै पैठारी हुने मालवस्तुको स्वीकृति प्रदान गर्ने कार्य गर्दै आइरहेको छ । यसैगरी विना भुक्तानी पैठारी हुने वस्तु, व्यक्तिगत प्रयोजनका वस्तु, बण्डेड सुविधामा पैठारी हुने वस्तु, ट्रान्जिट सुविधामा पैठारी हुने वस्तुको स्वीकृति, निकासीको कोटा स्वीकृति, तेश्रो मुलुकमा नेपाली वस्तु निकासी गर्ने विदेशी नागरिकलाई व्यावसायिक भिसा सिफारिस र निकासी सहजीकरण जस्ता कार्यहरू गर्दै आएको छ । यी सबै कार्यलाई विधुतीय प्रणालीमा आवद्ध गर्ने गरी (Import Export Management Information System-IEMIS) सफ्टवेयर निर्माण गरी सञ्चालनमा ल्याउने प्रयास स्वरूप पहिलो चरणमा तेश्रो मुलुकबाट हुने पैठारीको स्वीकृति (No Objection Letter/Certificate-NoC) दिने कार्यलाई मिति २०७७ साल कार्तिक १७ देखि विधुतीय प्रणालीमार्फत् कार्य सम्पादन गर्न शुरुवात गरिएको छ ।

IEMIS मार्फत् अनलाइन आवेदन गर्ने तरीका:

सम्बन्धित पैठारीकर्ता वा निजको अख्तियारवाला व्यक्तिले सर्वप्रथम विभागको वेबसाइट www.doc.gov.np मा गई दाय्यातर्फको निकासी पैठारी अनलाइन सेवामा click गरी आफ्नो User ID बनाउन पर्छ । यसको लागि पहिलो रंगको

New User बटन थिचि आफ्नो इमेल, पुरा नाम, मोबाइल नम्बर उल्लेख गरी पासवर्ड राखी sign up गरेपछि सफ्टवेयरले नै आवेदकको मोबाइल वा इमेलमा पठाएको verification code प्रयोग गरी आधा घण्टाभित्र आफ्नो User ID verify गरेमा पैठारीकर्ताको User ID बन्छ । अनलाइन आवेदन गर्न आवेदकले सफ्टवेयरको बायाँतर्फको हरियो रंगको NoC Request लिंकमा गएर consignment पिच्छे display मा देखिने अनलाइन फाराम भरी तोकिएका कागजातहरु समेत स्क्यान गरी अपलोड गरेपछि सरसर्ती रुजु गरी submit गर्नुपर्दछ । यस्ता कागजातहरुमा आवेदन (अख्तियारी दिएको भए सो समेत), व्यवसाय दर्ता तथा अनुमति सम्बन्धि कागजात, प्यान दर्ता र कर चुक्ता प्रमाणपत्र, ढुवानी सम्बन्धि कागजात, बैकिङ्ग कागजात, उत्पत्तिको प्रमाणपत्र, मालवस्तुको बीजक, प्याकिङ लिष्ट, वीमा सम्बन्धि कागजातहरु पर्दछ । यसपछि विभागबाट सबै विवरण र कागजात रुजु गरी व्यहोरा मनासिब देखिई आवेदन स्वीकृत भएमा तिर्नुपर्ने इजाजत दस्तुर सहितको र कुनै कैफियत देखिई अस्वीकृत भएमा कारण सहितको जानकारी तत्काल प्रणालीले नै आवेदकलाई पठाउँछ । आवेदकले यस बमोजिमको राजस्व बुझाएको बैक भौचर नम्बर उपलब्ध गराएमा विभागबाट भौचर नम्बर प्रणालीमा प्रविष्टि गरेपछि स्वतः NoC पत्र तयार हुन्छ, यसलाई अधिकृतले प्रमाणित गरी आवेदकलाई बुझाइन्छ । अस्वीकृत आवेदनको हकमा नपुग प्रमाण कागजात राखी पुनःपेश गर्न सकिन्छ, यसरी पुनःपेशगरेकोमा पनि शुरु आवेदन मितिकै रोलक्रम अनुसार प्रणालीले काम गर्ने हुँदा सेवाग्राहीलाई छिटो सेवा प्रदान गर्नमा विभाग हरतरहले प्रयासरत रहेको छ । आवेदकले घर वा कार्यालयमै बसीबसी आवेदन गर्न, आवेदन कुन तहमा पुगेर के कारवाही हुँदैछ भन्ने कुरा हेर्न सक्ने र आवेदन स्वीकृत वा अस्वीकृत भएको विषय समेत आफ्नो मोबाइलबाटै जानकारी पाउन सक्ने हुँदा यो प्रणाली सेवाग्राहीमैत्री रहेको स्वयं सेवाग्राहीहरूले नै सुनाउने गरेका छन् ।

ITEMS को आवश्यकता, महत्व र चुनौती:

विद्युतीय प्रणालीबाट NoC जारी गर्ने कार्यबाट एकातिर भौतिक रुपमा कार्यालयमा उपस्थित भई विभिन्न कागजातहरु पेश गर्नुपर्ने झन्झटबाट सेवाग्राहीहरु मुक्त भएका छन्, भने अर्कातिर कोभिड —१९ संक्रमणको जोखिमलाई केही मात्रामा भएपनि न्यून गर्नमा सहयोग पुग्ने अपेक्षा गर्न सकिन्छ । यसबाट विभागको कामकारवाहीमा समेत चुस्तता आई आवश्यकता अनुसारका प्रतिवेदन र अभिलेख प्रणाली व्यवस्थित भएको छ, सूचना र

तथ्यांकको विश्लेषण गर्ने आधार प्रदान गरेको छ । यसमा विभागले सम्पादन गरेका कार्यको जानकारी इमेल मार्फत् सम्बन्धित निकायमा पठाउन सकिने व्यवस्था समेत गरिएकोले यसबाट ती निकायलाई विभागबाट जारी भएको सिफारिस वा स्वीकृति पत्रको आधिकारिकता एकिन गर्न सहज हुनेछ । साथै भन्सार प्रशासनमा कार्यान्वयनमा ल्याउन खोजिएको राष्ट्रिय एकद्वार प्रणाली (National Single Window) संग सूचना आदानप्रदान गर्न सकिने आधार सृजना गरेको छ । निकासी पैठारी सम्बन्धि बाँकी कृयाकलापलाई समेत आवश्यक श्रोत साधन उपलब्ध भएमा क्रमशः विद्युतीय प्रणालीमा आवद्ध गर्दै लैजाने विभागको योजना रहेको छ । हाल लागू गरिएको प्रणालीबाट विभागको कामकारवाहीमा प्रभावकारिता आएको त छ, तर अझै Harmonic Code अनुसारको कारोवार अभिलेख गर्न सके विभागको आपूर्ति र उपभोक्ता हित संरक्षण सम्बन्धि कार्यका लागि समेत केही मात्रामा सूचना उपलब्ध गराउन सहज भई समग्र विभागको कार्यसम्पादनमा सघाउ पुग्ने थियो । तर ५३०० भन्दा बढि Harmonic Code समेट्ने गरी सफ्टवेयर विकास गर्न श्रोत साधनकै कारण हाल सम्भव नभएकोले जे जति सुधार भएको छ, यो पनि एक कदम अघि बढेकै मान्नु पर्ने हुन्छ । आशा गरौं, राजश्वमा समेत योगदान गर्ने विभागलाई आगामी दिनमा श्रोत साधन सम्पन्न बनाई विभागीय कार्य जिम्मेवारीलाई थप प्रभावकारी बनाउनमा सम्बन्धित निकायको ध्यान जाने नै छ ।

"दिगो उत्पादन र विवेकपूर्ण उपयोग, उपभोक्ता हकको प्रत्यभूतिमा सहयोग"

"गुणस्तरीय वस्तु र सेवामा उपभोक्तको अधिकार हामी सबैको सरोकार"

"उपभोक्ताहक, हित र अधिकार: संघ, प्रदेश र स्थानीय तहको सरोकार"

व्यवसाय नियमन तथा व्यवस्थापनमा विद्युतीय प्राणाली, अवसर र चुनौती

वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग र अन्तरगतका ५ वटा वाणिज्य कार्यालयहरूबाट वाणिज्य व्यवसाय नियमन तथा व्यवस्थापन सम्बन्धी सेवाहरू (प्राइभेट फर्म, साझेदारी फर्म र एजेन्सी दर्ता, नवीकरण, संशोधन र खारेजी एवं कम्पनी (प्राइभेट लिमिटेड) को आयात निर्यात इजाजतवस्तुको प्रत्यक्ष बिक्री सम्बन्धी व्यवसायको इजाजत लगायतका कार्यहरू संचालन हुने गर्दछन् । व्यवसाय दर्ता तथा नियमनको लागि विद्युतीय प्रणालीको प्रयोग गर्दा सहज रूपले गुणस्तरीय सेवा प्रदान गर्न सकिने भएपनि यसको शुरुवातको केही आधार मात्र निर्माण भएको थियो । सेवा लिनको लागि सम्बन्धित व्यवसायी वा व्यवसायीको प्रतिनिधि नै विभाग वा कार्यालयमा नै आउनु पर्ने अवस्था रहि आएको थियो । तर कोभिड १९ को विश्व महामारी, यससँगै भएको लकडाउनले उल्लिखित सेवाहरू केही समय पूर्ण रूपमा प्रभावित भयो भने लकडाउन खुलेपछि पनि अपनाउनु पर्ने स्वास्थ्य सतर्कताले गर्दा यी सेवाहरू विद्युतीय प्रणालीबाट तुरुन्त

लागू गर्नुपर्ने बाध्यतात्मक परिस्थिति सिर्जना भयो । अतः लकडाउनकै समयबाट विभागले अनलाइन माध्यम (Firm Management and Information System-FMIS)बाट यी सेवाहरू प्रवाह गर्न सुरुवात गरेको छ । यद्यपी यसलाई पूर्णरूपले संचालन गर्न अझै केही कार्यहरू बाँकी नै छन् ।

अवसर

यस विभागबाट प्रदान गरिने सेवाहरू मध्य व्यवसाय दर्ता तथा नियमनको सेवाको लागि मात्र सरदरमा दैनिक तीनसय सेवाग्राहीले कार्यालयमा सम्पर्क गर्ने गर्दछन् । विद्यमान कानूनका अधिनमा रही सेवा दिदा लामो प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्ने बाध्यता कर्मचारीमा छ भने धेरै सेवाग्राही त्यसमा पनि लामो प्रक्रियाले गर्दा सेवाग्राही विभागको यी सेवाहरू प्रवाह गर्ने शैली प्रति त्यति सन्तुष्ट रहेको पाइदैन । विद्युतीय माध्यमबाट सहज र गुणस्तरीय सेवा प्रवाह गरी विभागको विगतको

छवी सुधार गर्ने एक सुनौलो अवसर हो । त्यसै विद्युतीय प्रणालीबाट सेवा प्रदान गर्दा विद्युतीय अभिलेखन गर्न, संविधान बमोजिम कानून

निर्माण भई स्थानीय तह र प्रदेशबाट व्यवसायहरू नियमन तथा व्यवस्थापन हुने भएमा व्यवसायहरूको अभिलेख प्रदेश र स्थानीय तहसम्म हस्तान्तरण गर्न तथा विभिन्न निकायबीच अभिलेख सेयरिङ र Verificationमा सहजता समेत हुन्छ ।

चुनौती:

1. अनलाइन प्रणाली संचालन सम्बन्धी निर्देशिका तयार गरी अनलाइन प्रणालीबाट हुने निर्णयहरूको बैधता कायम गर्नु,
2. अन्तरगतका कार्यालयहरूबाट समेत अनलाइन प्रणालीबाट सेवा संचालनको व्यवस्थापन गर्नु,
3. इन्टरनेट र सर्भरकोभरपढो व्यवस्थापन गर्दै विद्युतीय सेवालार्ई निरन्तरता दिनु,
4. डाटालार्ई भरपढो र सुरक्षित तवरले व्यवस्थापन गर्नु,
5. विद्युतीय प्रणालीमा कर्मचारी र सेवाग्राहीलार्ई अभ्यस्थ बनाई सेवा सुचारू गर्नु ।

चुनौतीको सामना कसरी गर्ने ?

1. कर्मचारीलार्ई तालिम,
2. अनलाइन एप्लार्ई गर्न सेवाग्राहीको लागि हेल्प डेक्सको व्यवस्था,
3. भरपढो इन्टरनेट, कम्प्युटरर कम्प्युटर पेरिफेरलको व्यवस्था गर्ने,
4. अन्तरगतका कार्यालयहरूबाट समेत अनलाइन प्रणाली लागू गर्नको लागि भौतिक साधन, जनशक्ति लगायतको व्यवस्थापन गर्नु,
5. अनलाइन प्रणालीबाट हुने निर्णयको वैधानिकताको लागि निर्देशिका तयार गरी लागू गराउनु पर्ने ।

निष्कर्ष:

आगामी नेतृत्वको समेत ownership हुँदा मात्र सेवाले निरन्तर सुधार सहितको निरन्तरता पाउछ

"सहज आपूर्तिको मूल आधार, जागरुक उपभोक्ता र प्रतिस्पर्धी बजार"

बजार अनुगमन कार्यविधि र आचारसंहितामा भएका मुख्य मुख्य व्यवस्था

नेपालको संविधानको धारा ४४ ले प्रत्येक उपभोक्तालार्ई गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवा प्राप्त गर्ने तथा गुणस्तरहीन वस्तु तथा सेवाबाट क्षति पुगेको व्यक्तिलार्ई कानून बमोजिम क्षतिपूर्ति पाउने उपभोक्ताको हक मौलिक हकको रूपमा स्थापित गरेको र सोही मौलिक हकको कार्यान्वयनको लागि उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०७५ जारी भई कार्यान्वयनको क्रममा रहेको छ । यस ऐनले गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवा प्राप्त गर्ने उपभोक्ताको संवैधानिक अधिकारको संरक्षण तथा सम्बर्द्धन गर्ने, उपभोक्तालार्ई प्राप्त हकको प्रचलनका लागि न्यायिक उपचार प्रदान गर्ने र उपभोक्तालार्ई हुन सक्ने हानि, नोक्सानी बापत क्षतिपूर्ति उपलब्ध गराउने उद्देश्य लिएको छ । यस ऐनको कार्यान्वयनको लागि उपभोक्ता संरक्षण नियमावली, २०७६ समेत जारी भईसकेको छ भने कार्यान्वयन प्रक्रियालार्ई सरल, सहज, व्यवस्थित एवम् प्रभावकारी बनाउन बजार अनुगमन कार्यविधि, २०७७ र बजार अनुगमन टोलीको आचारसंहिता, २०७७ समेत मिति २०७७।०७।०४ मा माननीय मन्त्रीस्तरबाट स्वीकृत भई लागू भईसकेका छन् ।

बजार अनुगमन, निरीक्षण र अनुसन्धानको सिलसिलामा अपनाउनु पर्ने विधि, प्रक्रिया, कारवाही, आदेश एवं प्रशासकीय पुनरावलोकन तथा अभियोजन प्रक्रियालार्ई व्यवस्थित र प्रभावकारी बनाउने उद्देश्यले बजार अनुगमन कार्यविधि, २०७७ जारी भएको हो । यस कार्यविधिमा रहेका मुख्य मुख्य व्यवस्थाहरू देहाय बमोजिम रहेका छन्:-

- (१) सरोकारवाला निकायसँग आवश्यकता अनुसार सम्पर्क वा समन्वय गर्नु पर्ने ।

रञ्जु गौतम, उपसचिव कानून

- (२) निरीक्षण अधिकृतले कुनै उद्योग वा व्यावसायिक स्थलको निरीक्षण, जाँचबुझ वा खानतलासी गर्दा नियमावलीले व्यवस्था गरेको प्रकृत्यालार्ई अझ एवम् व्यवहारिक बनाएको ।
- (३) ऐन नियमावलीले व्यवस्था गरेको रोक्का राखे प्रक्रियालार्ई अझ प्रभावकारी बनाउन थप प्रक्रियाहरू परिभाषित गरेको ।
- (४) ऐन नियमावलीले व्यवस्था गरेको वस्तुको नमूना लिने प्रक्रियालार्ई सरल एवम् प्रभावकारी बनाएको ।
- (५) ऐन नियमावलीले व्यवस्था गरेको सिलबन्द गर्ने प्रक्रियालार्ई सरल, व्यवस्थित एवम् प्रभावकारी बनाउन विविध व्यवस्था गरेको ।
- (६) नमूना परीक्षणको लागि प्रयोगशालामा पठाउने व्यवस्थालार्ई स्पष्ट पारेको ।
- (७) नमूनाको पुनः परीक्षण गर्न सकिने व्यवस्था गरेको ।
- (८) रोक्का वा नियन्त्रणमा लिइएको वस्तु वा स्थल फुकुवा गर्ने प्रक्रियालार्ई स्पष्ट पारिएको ।
- (९) महानिर्देशकसमक्ष प्रतिवेदन पेश गर्नुपर्ने व्यवस्थालार्ई अनिवार्यता प्रदान गरी प्रतिवेदन कार्यान्वयनमा जोड दिएको ।
- (१०) तत्काल जरिवानागर्दा अपनाउनुपर्ने कार्यविधिलार्ई अझ स्पष्ट एवम् सबैले बुझने गरी सरलिकृत गरेको ।

"स्वच्छ बजार, जिम्मेवार सरकार"

बजार अनुगमनको कार्यलाई व्यवस्थित, मर्यादित, निष्पक्ष र पारदर्शी बनाउने उद्देश्यले बजार अनुगमन टोलीको आचारसंहिता, २०७७ जारी भएको हो । यस आचारसंहितामा रहेका मुख्य मुख्य व्यवस्थाहरू देहाय बमोजिम रहेका छन्:-

(१) पदीय तथा अन्य सामान्य आचरण:

- (क) बजार अनुगमनकर्ता आफ्नो हितयुक्त सम्बन्ध (Conflict of Interest) रहेका मानिस संलग्न रहेको कुनैव्यवसायको अनुगमनगर्न वा जरिबाना, अनुसन्धान र सजाय लगायतका अन्य निर्णय प्रक्रियामा संलग्न हुनु नहुने ।
- (ख) बजार अनुगमन टोलीमा प्रतिनिधित्व गर्ने सदस्यले आफ्नो संस्थालाई बजार अनुगमन सम्बन्धी समग्र विषयमा जानकारी गराई संस्थाको तर्फबाट उत्तरदायित्व बहन गर्नुपर्ने ।
- (ग) बजार अनुगमनकर्ताले अनुगमनसँग सम्बद्ध व्यक्ति वा पक्षसँग कार्यालय वा सार्वजनिक स्थलमा बाहेक अन्य स्थानमा भेटघाट गर्नुहुने ।
- (घ) बजार अनुगमनकर्ताले अनुगमन गर्ने स्थान र अनुगमन गरिने वस्तु वा सेवाको बारेमा पूर्णगोपनियता कायम गर्नु पर्ने ।
- (ङ) बजार अनुगमनकर्ताले अनुगमन तथा निरीक्षणको सिलसिलामा वा आफ्नो कर्तव्य पालन गर्ने सिलसिलामा निजलाई ज्ञात हुन आएको कुनै सूचनाको गोपनियता प्रचलित कानूनले बाध्य गरेको अवस्थामा बाहेक अन्य अवस्थामा भङ्ग गर्नु नहुने ।
- (च) बजारमा भइरहेको अनुचित व्यापारिक तथा व्यवसायजन्य क्रियाकलाप सम्बन्धमा कुनैपनि माध्यमबाट प्राप्त सूचना आफूभन्दा माथिको जिम्मेवार र सम्बन्धित कर्मचारीलाई यथाशीघ्र उपलब्ध गराउनुपर्ने ।
- (छ) सूचनाको हक सम्बन्धी ऐनले गोप्य राख्नुपर्ने भनी उल्लेख गरेका विषय बाहेकका अनुगमन सम्बन्धी सूचना सम्प्रेषण गर्नुपर्दा विभागको सञ्चार रणनीतिअनुसार महानिर्देशक वा सूचना अधिकारीमार्फत् मात्र सूचना प्रवाह गर्नुपर्ने ।
- (ज) बजार अनुगमन सम्बन्धी कुनै विवरण आफ्नो वा अन्य कसैको फाइदाको लागि वा कसैलाई नोक्सान पार्ने नियतले प्रयोग गर्नु नहुने ।
- (झ) बजार अनुगमनको सिलसिलामा अनुगमन टोलीका सदस्यले गंभिररूपमा अनुचित कार्य गरेको वा नाजायज फाइदा लिएको जानकारी पाएमा निरीक्षण अधिकृत, टोली प्रमुख वा महानिर्देशकलाई छिटोसाधनद्वारा जानकारी गराउनुपर्ने ।
- (ञ) बजार अनुगमनको क्रममा बदनियतपूर्वक दुःख दिने नियतले कुनै पनि कार्य गर्नु गराउनुहुने, व्यवसायीलाई सम्मानजनक व्यवहार गर्नुपर्ने । अशिष्ट, अभद्र र अशोभनीय व्यवहार प्रदर्शन गर्नु नहुने ।

- (ट) बजार अनुगमनकर्ताले विभागका सहकर्मी, उपल्लो अधिकारी तथा टोलीका सदस्यसँग अनावश्यक वादविवाद गर्नु वा धम्कीपूर्ण शब्द प्रयोग गर्नुहुने ।
- (ठ) सहकर्मीलाई विभेद गर्ने मनसायले साम्प्रदायिक, लैङ्गिक, जातिगत, प्रादेशिक र धर्मसापेक्ष भाषा प्रयोग गर्न नहुने ।

(ड)

(२) अनुगमनको चरणअनुसार पालना गर्नुपर्ने आचरण:

- (क) अनुगमन वा निरीक्षणमा खटिनुअघि कार्यालयमा रहेको निरीक्षण अभिलेख पुस्तिकामा टोलीका सबै सदस्यले नाम लेखेर हस्ताक्षर गरी प्रस्थान गर्नुपर्ने । त्यस्तो निरीक्षण अभिलेख पुस्तिका आदेश दिने अधिकारीको कार्यक्षमा निजको नियन्त्रणमा गोप्यरूपमा राख्नुपर्ने ।
- (ख) अनुगमन वा निरीक्षण गर्न जाने निरीक्षण अधिकृतले तोकिए बमोजिमको परिचयपत्र र टोली सदस्यले आफू कार्यरत संस्थाबाट जारी भएको परिचयपत्र देखिनेगरी लगाएको हुनुपर्ने ।
- (ग) टोलीका सदस्य कार्यालयबाट खटिएपछि संयुक्तरूपमा निरीक्षणमा जानुपर्ने ।
- (ग) स्थलगतरूपमा निरीक्षण लगायतका काम सम्पन्न गरी कार्यालय फर्केपछि कुन आधारमा के कारवाही भएको हो वा के निर्देशन दिइएको हो सो समेत खुलाई प्रतिवेदन पेश गर्नुपर्ने ।
- (घ) बजार अनुगमनका सम्पूर्ण टोली सदस्यले निरीक्षण अधिकृतको प्रत्यक्ष नियन्त्रण र निर्देशनमा रही कामकाज गर्नुपर्ने ।
- (ङ) व्यापारिक फर्म वा सेवा प्रदायक संस्थामा पुगेपछि सबभन्दा पहिले आफ्नो परिचयपत्र देखाई आफू कुन विषयमा निरीक्षण वा अनुगमन गर्न आएको हो सोको जानकारी गराउनुपर्ने ।
- (च) अनुगमन वा निरीक्षणका क्रममा उपभोक्ता संरक्षण ऐन तथा नियमावलीअनुसार के कस्तो विषयवस्तुको अवलोकन गर्ने र सोधपूछ गर्ने भन्ने जानकारी टोलीका सदस्यलाई दिई उपभोक्ता संरक्षण नियमावली, २०७६ बमोजिम तयार गरिएको निरीक्षण वा जाँचबुझ गरिने विषयको परीक्षण सूची साथमा लिएर जानुपर्ने ।
- (छ) व्यवसायीलाई विभागको तर्फबाट पत्राचार गर्दा निरीक्षण अधिकृतले आदरपूर्वक सम्बोधन गरी शिष्ट भाषामा र यथासंभव संक्षिप्तरूपमा लेख्नुपर्ने ।
- (ज) निरीक्षण अधिकृतले रोक्दा राख्दा वा सिलबन्द गर्दा रीत पुऱ्याउनु पर्ने विषय र मालवस्तु कब्जा गर्दा विवरण खुलाउनुपर्ने विषयसमेत लिखितरूपमा उल्लेख गरी प्रयोग गरिएको कानूनको प्रावधान समेत खुलाई सम्बन्धित व्यवसायीलाई जानकारी गराउनुपर्ने ।
- (झ) निरीक्षण अधिकृतले कुनै मालवस्तु वा कागजपत्र कब्जा गर्नुपर्दा नियमानुसार विवरण खुलाई सोको निस्सा दिनुपर्ने । त्यस्तो कब्जा गरेको मालवस्तु वा कागजपत्र

"नाफामात्र होइन, सामाजिक जिम्मेवारी पनि बहन गरौं"

"स्वच्छ बजार, जिम्मेवार सरकार"

राख्नुपर्ने। यसरी मालवस्तु लिँदा आवश्यकताअनुसार मात्र लिनुपर्ने। जाँचबुझको कार्य समाप्त भइसकेपछि नियमानुसार फिर्ता दिनुपर्ने प्रकृतिको भए फिर्ता समेत गर्नु पर्ने।

- (ट) जरिवाना गर्ने क्रममा कानूनअनुसार कसूर गर्ने व्यवसायी, आरोपित व्यक्तिले बाहेकअन्य व्यक्तिले जरिवाना, शुल्क आदि बुझाउन आएमा बुझि लिन नहुने साथै, कानून बमोजिम बाहेक थप कुनै पनि रकम लिनु नहुने ।
- (ठ) जरिवाना गर्ने, जफत गर्ने, पक्राउ गर्ने वा अभियोजन गर्दा कानूनसम्मत विधि अपनाउनुपर्ने ।

(३) अन्य आचरणहरू:

- (क) कर्तव्यपालनको सिलसिलामा आइपरेका वा संभावित समस्याको समाधान हुन नसकेमा तुरुन्त आफ्ना सुपरिवेक्षकलाई जानकारी दिनुपर्ने ।
- (ख) कुनै पनि प्रकारको लाभ प्राप्ति गर्न र आतिथ्यता स्वीकार गर्न नहुने ।
- (ग) बजार अनुगमनको क्रममा वा कुनै सञ्चारमाध्यमबाट व्यवसायीलाई सम्पर्क गर्दा शिष्ट, सभ्य र नम्र रूपमा प्रस्तुत हुनुपर्ने ।
- (घ) सम्बन्धित ऐन, नियम, आदेश, निर्देशन, निर्देशिका, कार्यविधि र परिपत्रको सारभूत रूपमा (अक्षर र भावना अनुरूप) पालना गर्नुपर्ने ।
- (ङ) अनुगमनमा टोलीका सदस्यले उपभोक्ता संरक्षण ऐन तथा नियमावलीका अतिरिक्त आफ्नो संस्थागत संलग्नताअनुसार प्रचलित कानून (जस्तो कि निजामती सेवा ऐन,नेपाल प्रहरी ऐन लगायतका विषयगत ऐन तथा आचारसंहिता समेतको) समेत पालना गर्नुपर्ने ।
- (च) बजार अनुगमनको कार्यमा संलग्न भै बजारलाई मर्यादित राख्न सहयोग गर्ने अन्य व्यक्तिहरूले समेत आ-आफ्नो कार्यालय वा संस्थाबाट जारी गरिएको आचारसंहिताका अतिरिक्त यस आचारसंहिताको समेत पालना गर्नुपर्ने ।

अन्त्यमा, मौलिक हकको रूपमा स्थापित उपभोक्ताको हकलाई कार्यान्वयन गर्न आवश्यक संरचना, विधि, प्रक्रिया र मापदण्ड निर्धारण गरी प्रभावकारी रूपले कार्यान्वयन गर्न उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०७५ सोको नियमावली, २०७६ जारी भएका हुन। ऐन नियमले गरेका व्यवस्थालाई व्यवहारमा उतारी उपभोक्ताको हक प्रत्याभूत भएको अनुभूति दिलाउन बजार अनुगमन, निरीक्षण र अनुसन्धानको सिलसिलामा अपनाउनु पर्ने विधि, प्रक्रिया, कारवाही, आदेश एवं प्रशासकीय पुनरावलोकन तथा अभियोजन प्रक्रियालाई व्यवस्थित र प्रभावकारी बनाउन बजार अनुगमन कार्यविधि, २०७७ एवम् बजार अनुगमनको कार्यलाई व्यवस्थित, मर्यादित, निष्पक्ष र पारदर्शी बनाउने प्रक्रियालाई सरल एवम् पारदर्शी बनाउने र बजार अनुगमन टोलीको आचारसंहिता, २०७७ लाई स्वच्छ बजार प्रणाली कायम गर्ने साधनको रूपमा लिइएको छ । व्यवसाय र बजारको व्यवस्थापनमा सुधारको लागि जरिवाना वा अन्य दण्ड सजाय गर्नु परेको परिप्रेक्ष्यमा स्वच्छ बजार प्रणाली कायम गर्ने कार्यमा व्यवसायी एवम् उपभोक्ता समेतको संलग्नता, सजगता र सचेतता आवश्यक देखिएको छ ।

"उपभोक्ता हित संरक्षणमा लगाऔं ध्यान, सुरक्षित गरौं सम्पति जीउज्यान ।"

"कालोबजारी नगरौं, अनूचित नाफा लिन बन्द गरौं ।"

"बिक्री कक्षमा मूल्य सूची राखौं, लेबल नभएका सामान नबेचौं ।"

"जिम्मेवार व्यवसायी बनौं, उपभोक्ता प्रतिको दायित्व निर्वाह गरौं ।"

आर्थिक वर्ष २०७७।०७८ को प्रथम चौमासिक प्रगति विवरण

१. वाणिज्य व्यवसाय व्यवस्थापन तथा नियमन तर्फ

वाणिज्य विभागको विवरण

विवरण	प्राइभेट फर्म	साझेदारी फर्म	एजेन्सी	कम्पनी
दर्ता	२०३१	७४	४९	३३३
नवीकरण	३६०२	२१५		
संसोधन	१००४	२३		
प्रतिलिपि	३९३	२०		
खारेजी	३६३	१६		
कुल				

विभाग अन्तर्गतका कार्यलयहरूको विवरण

विवरण	प्राइभेट फर्म					
	मोरङ	पर्सा	रुपन्देही	नेपालगंज	कैलाली	जम्मा
दर्ता	४८९	६४२	११३६	८३१	१००८	४१०६
नवीकरण	८४७	६४८	१५९७	९३७	१४४६	५४७५
संसोधन	३३०	३२४	७७७	५४८	६३१	२६१०
खारेजी	२९	७३	१२२	१५९	१९४	५७७

विभाग अन्तर्गतका कार्यलयहरूको विवरण

विवरण	साझेदारी फर्म					
	मोरङ	पर्सा	रुपन्देही	नेपालगंज	कैलाली	जम्मा
दर्ता	१६	७	३८	६	१७	८४
नवीकरण	६७	३१	७१	२३	४६	२३८
संसोधन	१०	४	१९	५	११	४९
खारेजी	१	०	३	१	१	६

२. निकासी, पैठारी इजाजत तथा सहजीकरण शाखा

आयात इजाजत

विवरण	परिमाण
डि ए पी/ डी ए ए स्वीकृत	१३४०
टि टि स्वीकृत	१५४८
संचारउपकरण इजाजत	१४
फर्नेस आयल इजाजत	४१
विना भुक्तानी पैठारी, तयारी पोशाक	६३
कुल	३००६

निकासी इजाजत

विवरण	परिमाण
एक्रेलिकयार्न कोटा स्वीकृत	५ वटा
कपरप्रोडक्ट	०
ट्रान्जीट सुविधा	०

३. आपूर्ति, अनुगमन तथा उपभोक्ता संरक्षण शाखा

अनुगमन गरिएको विवरण

विवरण	उपत्यका भित्र	उपत्यका बाहिर
जरिवाना संख्या	१७७	१०१
स्पष्टिकरण माग गरिएको	१२	२७
अन्य निर्देशन	६६४	१८९
व्यक्ति तथा साधन नियन्त्रणमा लिइएको	१३	०
कारोबार रोक्का गरिएको	६	१५
कुल अनुगमन संख्या	८७२	३३२
जरिवाना रकम	१,१८,१९,०००	



४. कानून शाखा

अभियोजन,	फैसला	पुनरावलोकन गरिएको फर्म संख्या
२	२	९

५. आर्थिक प्रशासन शाखा

चालु तर्फ

बजेट	खर्च	प्रतिशत
५,३२,००,०००	१,२०,७,०९३.७०	२२.५%

पूँजिगत तर्फ

बजेट	खर्च	प्रतिशत
२,४५,००,०००	३,४८,१९६	१.४२%

अन्य गतिविधि

जुम अनुशिक्षण- प्रदेश नं १, २ र बागमती प्रदेश समेत ३ वटा प्रदेशमा प्रस्तुतिकरण- प्रत्येक प्रदेशमा ३ दिनको जुम अनुशिक्षण ६ वटाको दरले १८ वटा प्रस्तुतिकरण गरेको ।

अधिकार प्रत्यायोजन

उपभोक्ता संरक्षण ऐन २०७५ र सोको निययावली २०७६ अनुसार ७७ जिल्लाका सहायक प्रमुख जिल्ला अधिकारी र प्रशासकीय अधिकृतलाई निरीक्षण अधिकृत तोकिएकोमा प्रदेश सरकार अन्तर्गत उद्योग वाणिज्य तथा उपभोक्ता हित संरक्षण निर्देशनालय ७ र महानगरपालिका ६ का पदाधिकारीलाई निरीक्षण अधिकृत तोकिएको ।

ऐन, कार्यविधि, निर्देशिकाको मस्यौदा निर्माण

बजार अनुगमन कार्यविधि २०७७ र बजार अनुगमन टोलिको आचार संहिता २०७७ स्वीकृत भई कार्यान्वयनमा आएको । वस्तुको प्रत्यक्ष विक्री सम्बन्धी निर्देशिका २०७७ तयार भई अन्तम चरणमा रहेको



अत्यावश्यक वस्तुको मूल्य विश्लेषण

आ.व.: २०७७/०७८

स्थान: काठमाडौँ
उपत्यका

क्र.सं.	वस्तुको नाम	ईकाइ	साउनको मूल्य (रु.)	भाद्रको मूल्य (रु.)	कार्तिकको मूल्य (रु.)	मंसिरको मूल्य (रु.)	परिवर्तन (रु.)	परिवर्तन प्रतिशत	
1	चामल	जनरल सोना मन्सुली	के.जी.	50	50	50	48	-2	-4.00
2		स्टीम जिरा मसिनो	के.जी.	65	65	66	63	-2	-3.08
3		बास्मती	के.जी.	122	122	122	109	-13	-10.66
4	पिठो	आटा	के.जी.	59	59	59	59	0	0.00
5		मैदा	के.जी.	57	57	57	57	0	0.00
6		सूजी	के.जी.	82	82	82	82	0	0.00
7	चिउरा	ताईचिन	के.जी.	115	118	120	120	5	4.35
8		पातलो	के.जी.	70	71	74	70	0	0.00
9	दाल	मसुरो (मसिनो)	के.जी.	124	144	140	144	20	16.13
10		मसुरो (ठूलो)	के.जी.	116	121	119	119	3	2.59
11		मास	के.जी.	141	147	156	156	15	10.64
12		रहर ननपोलिस	के.जी.	149	154	158	161	12	8.05
13		मुंगी खोस्टा	के.जी.	156	159	159	160	4	2.56
14		मुंगी खोस्टा नभएको	के.जी.	172	172	177	178	6	3.49
15	गेडा गुडी	चना ठुलो	के.जी.	100	107	118	118	18	18.00
16		सेतो केराउ	के.जी.	65	78	78	78	13	20.00
17		बोडी	के.जी.	120	126	132	142	22	18.33
18		राज्मा/सिमी	के.जी.	150	163	163	163	13	8.67
19		कावुली चना	के.जी.	125	136	136	136	11	8.80
20		सानो केराउ	के.जी.	125	136	136	136	11	8.80
21		हरियो केराउ	के.जी.	100	106	106	110	10	10.00
22	भटमास	के.जी.	100	109	110	110	10	10.00	
23	चिनी		के.जी.	82	85	85	85	3	3.66
24	खानेतेल	तोरी	लिटर	172	177	180	190	18	10.47
25		भटमास	लिटर	148	152	160	173	25	16.89