

अन्तर्वार्ता



आर्थिक समृद्धि भए पनि बजार विस्तार चुनौतीपूर्ण

- प्रबन्ध निर्देशक अमरनाथ सिंह

नेपाल टेलिकमको आठौं वार्षिकोत्सवका अवसरमा कम्पनीका प्रबन्ध निर्देशक श्री **अमरनाथ सिंह**सँग स्मारिका प्रकाशन समितिका सदस्य **लक्ष्मण अधिकारी**ले समसामयिक विषयमा लिएको अन्तर्वार्ताको सारसंक्षेप :

■ नेपाल टेलिकम ८ वर्ष पूरा गरी ९औं वर्षमा प्रवेश गर्दै छ । कम्पनीमा परिणत भएपछि यसको प्रगतिलाई कसरी मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ ?

मुलुकको दूरसञ्चार क्षेत्रमा ९ दशकभन्दा लामो व्यावसायिक सफलताको इतिहास बोकेको सरकारी दूरसञ्चार निकाय कम्पनीमा परिणत भएपछि आज ९औं वर्षमा प्रवेश गर्दै छ ।

कम्पनीमा परिणत हुनुअघि सरकारको पूर्ण स्वामित्वमा रहेको अवस्थामा संस्थाको उद्देश्य सरकारको नीति निर्देशनअनुरूप सुगमदेखि दुर्गम क्षेत्रसम्म दूरसञ्चारका आधारभूत सेवाहरु पुऱ्याउने रहेको थियो । सो अनुसार कम्पनीमा परिणत हुनुअघि कुल ग्राहक आधार

सेवाप्रदायकको दृष्टिकोणबाट हेर्दा करिब ५० प्रतिशत नेपाली जनता मोबाइल सेवाको पहुँचबाहिर रहनुपरेको हुनाले सेवा विस्तारका लागि प्रशस्त अवसर रहेको छ । यही अवसरलाई मनन गर्ने हो भने कम्पनीले खरिद गर्ने प्रक्रियामा रहेको १ करोड जीएसएम लाइनले हाल मोबाइल सेवाको पहुँचभन्दा बाहिर रहेका सर्वसाधारणलाई सहजरूपले मोबाइल सेवाको पहुँचभित्र ल्याउन सकिने देखिन्छ ।

५ लाखको हाराहारीमा मात्र थियो भने यस मंसिर महिनामा कम्पनीको ग्राहक आधार ७२ लाख ६९ हजार नाघिसकेको छ ।

हाल दूरसञ्चार क्षेत्रमा भित्र्याइएको उदारीकरणको नीति र प्रतिस्पर्धाको वातावरणमा कम्पनीले मुलुकका ३,९१५ वटै गाविसमा सेवाको पहुँच स्थापित गर्नुको अतिरिक्त उपभोक्ताहरुको नयाँ रुचिलाई सम्बोधन गर्न Value Aded Services हरू पनि उपलब्ध गराउँदै आएको छ ।



नेपाल टेलिकम नै मुलुकको एकमात्र दूरसञ्चार सेवाप्रदायक हो, जसले मुलुकका पत्तहत्तरै जिल्लाका कम्तीमा पनि सदरमुकाममा मोबाइल सेवाअन्तर्गत GSM र CDMA, स्थानीय सेवाअन्तर्गत PSTN र CDMA-fixed, तथा द्रुतगतिको Internet को लागि ADSL सेवा सञ्चालन गरिरहेको छ। यसै गरी कम्पनीले मुलुकका अति दुर्गम स्थानहरूमा Satellite backhaul मार्फत GSM र CDMA मोबाइल सेवा पनि उपलब्ध गराउँदै आएको छ। समग्रमा भन्ने हो भने कम्पनीमा परिणत भएपछि आर्थिक दृष्टिले पनि कम्पनी निकै सबल भएको छ।

■ संस्थालाई जुन उद्देश्यले कम्पनीमा परिवर्तन गरिएको हो, त्यो उद्देश्य प्राप्त भइरहेको महसुस गर्नुभएको छ कि छैन ?

आर्थिक उदारीकरण र प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा संस्थालाई सक्षम र सक्रिय बनाइराख्ने उद्देश्यले सरकारको पूर्ण स्वामित्व रहेको संस्थानलाई सरकारकै नीति र योजनाअनुसार कम्पनीमा परिणत गरिएको थियो।

कम्पनीमा परिवर्तन भएपछि विगतका वर्षहरू सेवा वितरण तथा आर्थिक समृद्धिको दृष्टिले सबल र सुदृढ भए पनि हालका दिनहरू निकै चुनौतीपूर्ण रहेका छन्। कम्पनीको रूपमा रहे तापनि हाल यस संस्थाको ९२ प्रतिशत स्वामित्व नेपाल सरकारकै रहेको हुनाले सरकारी नीति-नियमहरू निर्विकल्परूपमा कम्पनीले पनि अनुसरण गर्नुपर्ने बाध्यता रहेको छ। यिनै व्यावहारिक बाध्यताहरूले गर्दा एकातर्फ निजी सेवाप्रदायकहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्ने Level playing field बाट कम्पनी विमुख रहनुपरेको छ भने अर्कोतर्फ हालको कार्यशैलीले गर्दा कम्पनी स्थापनाको मूल उद्देश्य पूर्णरूपले प्राप्त गर्न कठिनाई हुनसक्छ।

■ स्वतन्त्र र स्वायत्त कम्पनीको रूपमा काम-कारबाही गर्न केही बाधा-अड्कनको महसुस गर्नुभएको छ कि ? यसका लागि सम्बन्धित निकायबाट कस्तो सहयोगको अपेक्षा गर्नुभएको छ ?

प्रतिस्पर्धात्मक बजारको अवस्थामा सरकारी नीति-नियमहरूको सीमा (limitation) भित्र रहेर कम्पनीले आफ्नो अस्तित्व बचाउन सम्भव नहुने हुनाले व्यावहारिक रूपमा स्वायत्तता हुनुपर्छ। यसका लागि प्रविधिमा आएको परिवर्तन अनुरूप ऐन-नियमहरूमा अविलम्ब परिमार्जन हुन आवश्यक छ। तर कम्पनीलाई कुन हदसम्म स्वायत्त बनाउने वा कम्पनीमा रणनीतिक साभेदारी भित्र्याउने भन्ने विषयहरूमा कम्पनीको ९२ प्रतिशत स्वामित्व रहेको नेपाल सरकारको निर्णय नै महत्वपूर्ण हुने वास्तविकता मनन गर्नु उपयुक्त हुन्छ।

तर कम्पनीलाई कुन हदसम्म स्वायत्त बनाउने वा कम्पनीमा रणनीतिक साभेदारी भित्र्याउने भन्ने विषयहरूमा कम्पनीको ९२ प्रतिशत स्वामित्व रहेको नेपाल सरकारको निर्णय नै महत्वपूर्ण हुने वास्तविकता मनन गर्नु उपयुक्त हुन्छ।

यससम्बन्धमा कम्पनीले मुलुकको विकासमा पुऱ्याइरहेको योगदान तथा सरकारलाई नियमानुसार नियमित रूपमा बुझाइरहेको राजस्वको परिमाणसमेत मनन गर्दै सम्बन्धित सरकारी निकायहरूले समयानुकूल उपयुक्त निर्णय लिनेमा म विश्वस्त छु।

■ दूरसञ्चार बजारमा भइरहेको कडा प्रतिस्पर्धाको सामना गर्न के-कस्तो तयारी गर्दै हुनुहुन्छ ? त्यसका लागि सरकारबाट कुनै सहयोगको अपेक्षा गर्नुभएको छ कि ?

मुलुकको दूरसञ्चार क्षेत्रमा सन् २००३ सेप्टेम्बरदेखि शुरु भएको प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा हाल कुल ६ वटा सेवाप्रदायकहरूले प्रतिस्पर्धा गरिरहेका छन्। कम्पनीले bureaucratic limitation भित्र रहेर प्रतिस्पर्धा गर्न नसक्ने भए तापनि प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरूले जस्तो entrepreneurial spirit मा व्यवसाय अगाडि बढाउन कोशिश गर्न आवश्यक छ। साथै, योजनाहरू छिटोछरितोसँग समयमै सम्पन्न गरी सेवा विस्तार तथा वितरण गर्नेतर्फ पनि कार्य अगाडि बढाउनु आवश्यक छ। प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा बाधक रहेका ऐन-नियमहरू समयसापेक्षरूपमा परिमार्जन गरी कम्पनीलाई थप प्रतिस्पर्धी बनाउन सम्बन्धित सरकारी निकायहरूले पहल गर्ने अपेक्षा गरेको छु।

■ अधिल्लो वर्षभन्दा यस वर्ष कम्पनीको बजार हिस्सामा केही कमी भएको देखिएको छ। सबैभन्दा ठूलो दूरसञ्चार सेवाप्रदायकको ताज जोगाइराख्न कस्तो रणनीति अपनाउने सोच राख्नुभएको छ ?

मुलुकको सबैभन्दा ठूलो दूरसञ्चार सेवाप्रदायकको ताज जोगाइराख्न कम्पनीले सर्वप्रथम विद्यमान ग्राहकवर्गलाई उच्चस्तरीय सेवा दिँदै ग्राहक गुनासाहरू समाधान गर्नु आवश्यक छ। विद्यमान ७२ लाखभन्दा बढी ग्राहक कम्पनीको सेवासँग सन्तुष्ट भएपछि तिनै ग्राहकवर्गको सकारात्मक प्रतिक्रियाले कम्पनीको ग्राहक आधार विस्तार गर्न सहयोग पुग्छ। यसै गरी ग्राहकवर्गले रुचाउने सेवा-सुविधाहरूको सहज उपलब्धता तथा Value added Services हरूले पनि ग्राहक आकर्षणमा अभिवृद्धि गर्ने हुनाले यस्ता कार्यहरूमा कम्पनी विगतमा भन्दा बढी प्रतिबद्ध रही अगाडि बढ्नेछ।



आयोजना कार्यान्वयनतर्फ २० लाख IP-CDMA आयोजनाअन्तर्गत जडानको कार्य सुचारु रहेको छ भने १ करोड GSM लाइनका लागि उपकरण आपूर्तिको कार्य पनि अगाडि बढिरहेको छ । यी आयोजनाहरुबाट कम्पनीको बजार अग्रणी स्थिति थप मजबुत हुनेछ । यसको अलावा कम्पनीको अर्को महत्वाकांक्षी आयोजना "Convergent Real Time Billing & Customer Support System" ले कम्पनीका सेवाहरुको एकीकृत बिल, Marketing तथा उच्चस्तरीय ग्राहक सेवा विस्तारका लागि उल्लेखनीय भूमिका खेल्नेछ । यी प्रयासहरुले उपभोक्ताको माग उपयुक्तरूपमा सम्बोधन गर्न तथा बजार अग्रणी स्थितिलाई निरन्तरता दिन कम्पनीलाई सक्षम बनाउनेछन् ।

■ कम्पनीले दूरसञ्चारबाहेक अन्य क्षेत्रमा गरेको लगानी हाल कुन अवस्थामा रहेको छ ?

कम्पनीको लगानी विविधीकरणको नीतिअनुरूप नेपाल विद्युत् प्राधिकरणसँग माथिल्लो तामाकोशी जलविद्युत् आयोजनामा रु. ६० करोड बराबरको शेयर पुँजी लगानी तथा रु. ६ अर्ब बराबरको ऋण लगानी गर्ने सम्झौता भएको थियो । हालसम्म रु. ५४ करोडको शेयर पुँजीमा लगानी गरिसकेको छ भने त्रिशूली ३-बी जलविद्युत् आयोजनामा समेत लगानी गर्ने सम्झौताअनुसार नयाँ कम्पनी स्थापना गर्ने कार्य पूरा भइसकेको छ ।

■ आगामी वर्ष कम्पनीका सेवाहरुलाई अझ गुणस्तरीय, भरपर्दो र सहुलियतपूर्ण बनाउनका लागि के-कस्तो योजना बनाउनुभएको छ ?

सेवा विस्तारको कार्यलाई निरन्तरता दिन व्यावहारिक कार्यनीति र सेवा आपूर्तिसम्बन्धी कार्य-तालिका तयार गरी प्रभावकारीरूपमा कार्यान्वयन गर्न आवश्यक छ । यसका लागि केन्द्रीयस्तरमा समितिहरु खडा गरी विकास निर्माणका आयोजनाहरुको Monitoring & Evaluation र सञ्चालनमा रहेका सेवाहरुको मर्मत-सम्भार र गुणस्तरसम्बन्धी विश्वसनीय प्रणाली स्थापना गर्ने कार्य आरम्भ भइसकेको छ ।

गुणस्तर सुधारको पहिलो प्रयास सेवा सञ्चालन गर्ने स्थानीय एकाइहरुबाट हुने भएकाले गर्दा प्रत्यक्षरूपमा उपभोक्ता तथा उपकरण प्रणालीसँग सम्बन्धित रहने एकाइ तथा कर्मचारीवर्गबाटै गुणस्तर सुधारको लागि आवश्यक पहल हुनुपर्ने देख्छु । यसका लागि कम्पनीका स्रोत-साधनहरु प्राथमिकताका साथ व्यवस्था गरी मुलुकका कुनाकाप्चासम्म विस्तार हुने क्रममा रहेका सेवाहरुलाई गुणस्तरीय, भरपर्दो र सहुलियतपूर्ण बनाउने कार्यलाई कम्पनीले निरन्तरता दिनेछ ।

गुणस्तर सुधारको पहिलो प्रयास सेवा सञ्चालन गर्ने स्थानीय एकाइहरुबाट हुने भएकाले गर्दा प्रत्यक्षरूपमा उपभोक्ता तथा उपकरण प्रणालीसँग सम्बन्धित रहने एकाइ तथा कर्मचारीवर्गबाटै गुणस्तर सुधारको लागि आवश्यक पहल हुनुपर्ने देख्छु ।

■ अन्तर्राष्ट्रिय ब्यारियर पार्टनरहरूसँग अन्तरआबद्धता गरेपछि उपभोक्ताहरुले के-कस्ता लाभ प्राप्त गरिरहेका छन् ? यसबाट कम्पनीलाई पनि थप लाभ भएको छ कि ?

धेरै नेपालीहरु बसोबास गर्ने विश्वका १० मुलुकहरुका सेवाप्रदायकहरूसँग प्रत्यक्ष अन्तरआबद्धता गरी कल आदानप्रदान गर्ने कम्पनीको योजनाअनुसार भारत, कतार, मलेसिया, युएई र बंगलादेशका दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरूसँग सम्झौता भइसकेको छ । यसै गरी सिंगापुरमा कम्पनीको Pop (Point of Presence) सञ्चालनमा ल्याइसकिएको छ भने कतारमा सञ्चालन हुने प्रक्रियामा रहेको छ ।

यी प्रयासहरुबाट एकातर्फ रोजगारी तथा अध्ययनको सिलसिलामा विदेशमा बसोबास गरिरहेका नेपालीहरुलाई आफ्नो पारिवारिक र सामाजिक सम्बन्ध सुदृढ गर्न सहयोग पुग्छ भने अर्कोतर्फ अन्तर्राष्ट्रिय सञ्जालको विस्तारबाट कम्पनीको व्यापार अभिवृद्धि गर्न टेवा मिल्नेछ ।

■ कम्पनीले १ करोड जीएसएम लाइन खरिद गर्नेजस्तो ठूलो आयोजना अघि सारेको छ । के दूरसञ्चार बजारमा अझै यति ठूलो माग छ र ?

हाल मुलुकमा दूरसञ्चार सेवाको कुल टेलिघनत्व करिब ५६ प्रतिशत पुगेको छ । मोबाइल सेवातर्फ मुलुकमा कुल ग्राहक संख्या १ करोड ३१ लाख नाघिसकेको छ । दूरसञ्चारको विकासको दृष्टिकोणबाट हेर्दा करिब ५० प्रतिशत नेपाली जनता मोबाइल सेवाको पहुँचभित्र आउनु ठूलो उपलब्धिको रूपमा लिन सकिन्छ । तर सेवाप्रदायकको दृष्टिकोणबाट हेर्दा करिब ५० प्रतिशत नेपाली जनता मोबाइल सेवाको पहुँचबाहिर रहनुपरेको हुनाले सेवा विस्तारका लागि प्रशस्त अवसर रहेको छ । यही अवसरलाई मनन गर्ने हो भने कम्पनीले खरिद गर्ने प्रक्रियामा रहेको १ करोड जीएसएम लाइनले हाल मोबाइल सेवाको पहुँचभन्दा बाहिर रहेका सर्वसाधारणलाई सहजरूपले मोबाइल सेवाको पहुँचभित्र ल्याउन सकिने देखिन्छ ।

यस अतिरिक्त नयाँ पुस्ताको आवश्यकता तथा चाहनाअनुरूपका उच्च गतिका डाटा तथा इन्टरनेट सेवा पनि 3G प्रविधिमाफत उपलब्ध हुने हुनाले यो आयोजना कार्यान्वयनबाट बजारको माग पूर्ति गर्न मद्दत मिल्ने देखिन्छ ।



■ दुर्गम क्षेत्रमा सेवा विस्तारका लागि कम्पनीले कस्तो प्राथमिकता दिएको छ ?

दुर्गम क्षेत्रमा सेवा विस्तार गर्ने कार्य विकासोन्मुख मुलुकहरूमा मात्र नभई विकसित मुलुकहरूमा पनि चुनौतीपूर्ण रहने गरेको छ । यस्ता चुनौतीहरूलाई कुनै एक प्रविधिको मात्र सम्बोधन गर्न नसकिने हुनाले कम्पनीले पनि विभिन्न प्रकारका प्रविधिमाफत दुर्गम स्थानहरूमा सेवा विस्तार गर्ने गरेको छ ।

प्राविधिक रूपले सम्भव हुने स्थानहरूमा अप्टिकल फाइबर र रेडियो लिंक स्थापना गरी स्थानीय सेवा, GSM, CDMA र Internet सेवा विस्तार गर्ने गरिएको छ भने मुलुकका अति दुर्गम स्थानहरूमा स्याटेलाइट ब्याकहलमाफत GSM र CDMA सेवा विस्तार गर्ने कार्य अगाडि बढाइएको छ । यसै गरी यस आवामा WIMAX प्रविधिको उपकरण आपूर्ति गरी मुलुकका सम्पूर्ण गाविसहरूमा उच्च गतिको इन्टरनेट सेवाको पहुँच पुऱ्याउने कार्यक्रमलाई प्राथमिकताका साथ अगाडि बढाइएको छ ।

■ कम्पनी आर्थिक रूपमा यो वर्ष कुन अवस्थामा रहेको छ ?

गतआव २०६६/६७ को कुल आम्दानी २७ अर्ब २२ करोड रहेकोमा यस आवामा ९.६५ प्रतिशतले वृद्धि भई कुल आम्दानी २९ अर्ब ८५ करोड पुगेको छ । यसमध्ये आयकरपूर्वको नाफामा गतवर्षभन्दा १३.४९ प्रतिशतले बढोत्तरी भई रु. १६ अर्ब ३९ करोड पुगेको छ भने करपछिको मुनाफामा १२.४८ प्रतिशत बढोत्तरी भई रु. १२ अर्ब १२ करोड पुगेको छ । यसरी आर्थिक स्वास्थ्यतर्फ कम्पनीले प्रतिवर्ष प्राप्त गरिरहेको प्रगतिलाई यस आवामा पनि निरन्तरता दिन सफल भएको छ ।

■ यस वर्ष पनि कम्पनीका शेयरहोल्डरहरूलाई लाभांश दिन सकिने अवस्था छ कि ?

कर्मचारीवर्गको मेहनत र कम्पनीका शुभेच्छुक उपभोक्तावर्गको सद्भाव तथा सुझावले यस आवामा पनि कम्पनीको आर्थिक स्वास्थ्य सबल रहन सकेको छ । कम्पनीले आफ्ना लगानीकर्तालाई सम्भव भएसम्म अधिकतम प्रतिफल दिने उद्देश्य लिएको हुनाले यस आवामा पनि उचित लाभांश प्रदान गर्न सकिने विश्वास लिएको छ ।

■ कम्पनीको कर्मचारी प्रशासन विनियमावली संशोधनको प्रक्रियामा रहेको लामो समय भइसकेको छ । कहिलेसम्ममा यसलाई टुंग्याउने सोच राख्नुभएको छ ?

कम्पनीको कर्मचारी प्रशासन विनियमावलीलाई हालसम्म आवश्यकतानुसार परिमार्जन गरिँदै आएको भए तापनि मुलुकमा विकसित प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा कम्पनीका कर्मचारीवर्गले आफ्नो जिम्मेवारी थप स्वच्छ तथा पारदर्शी ढंगले निर्वाह गर्न प्रोत्साहित गर्न सक्ने विनियमावलीको आवश्यकता रहेको छ । यस अर्थमा कम्पनीको व्यावसायिक रणनीति, कार्यसम्पादनको शैली, कर्मचारीवर्गको हित तथा कम्पनीको आर्थिक अवस्थामा प्रतिकूल असर नपर्ने गरी विनियमावली संशोधन गर्नुपर्ने हुनाले गहन छलफल र भिन्न-भिन्न दृष्टिकोणबाट समीक्षा गर्न थप समय लाग्न गएको हो । यस विषयमा थप केही छलफलपश्चात् अग्रगामी र सन्तुलित प्रकारको कर्मचारी विनियमावली निकट भविष्यमै लागू गर्न सकिने विश्वास लिएको छ ।

■ वर्तमान प्रतिस्पर्धात्मक अवस्थामा कम्पनीमा सम्बद्ध कर्मचारी युनियनहरूको भूमिका कस्तो हुनुपर्ने अपेक्षा गर्नुभएको छ ?

कम्पनीको प्रगतिमा कर्मचारी युनियनको निकै महत्वपूर्ण भूमिका रहेको छ । कम्पनीमा आफ्नो सम्पूर्ण सक्रिय जीवन सुम्पने समस्त कर्मचारीवर्गको हकहित, व्यावसायिक प्रगति र सामाजिक उन्नतिका लागि व्यवस्थापनलाई सुझाव दिन कर्मचारी युनियनहरूले महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्छन् । यसको अलावा कम्पनीका सम्पूर्ण कर्मचारीवर्गलाई ऐक्यबद्ध गरी कम्पनीको उद्देश्य र लक्ष्यप्रति समर्पित गराउन कर्मचारी युनियनहरूले योगदान दिन सक्ने विश्वास लिएको छ ।

■ वार्षिकोत्सवका अवसरमा समस्त उपभोक्तावर्ग, शेयरहोल्डरहरू, कर्मचारीवर्ग तथा अन्य शुभचिन्तकहरूलाई के भन्न चाहनुहुन्छ ?

मुलुकका अन्य सेवाप्रदायकहरूको रणनीतिक उपस्थितिको अवस्थामा पनि कम्पनीका सेवा-सुविधाहरूप्रति उपभोक्तावर्गको निरन्तर विश्वास तथा सद्भावले कम्पनीलाई थप ऊर्जा र उत्साह प्रदान गरेको छ ।

कम्पनीका सेवाहरूको गुणस्तरमा थप अभिवृद्धि तथा सेवाको पहुँचलाई अझ व्यापक गर्दै व्यावसायिक कारोबार वृद्धि गरेर शेयरधनी महानुभावहरूलाई उचित प्रतिफल प्रदान गर्न कम्पनी प्रतिबद्ध रहने विश्वास व्यक्त गर्न चाहन्छु । कम्पनीका योजना तथा कार्यक्रमहरू समयमै सफलतापूर्वक सम्पन्न गर्नका लागि कर्मचारीवर्गले विगतमा भदा थप कटिबद्ध भएर जिम्मेवारी बहन गर्नेमा विश्वस्त रहेको छु । साथै, कम्पनीको उत्तरोत्तर प्रगतिको कामना गर्नुहुने शुभचिन्तक महानुभावहरूमा यस आठौं वार्षिकोत्सवका अवसरमा आभार व्यक्त गर्दछु । ●



My second Term of Seven months as MD of Nepal Telecom

I worked almost seven months as Managing Director of Nepal Telecom (NT) during my second term (2067/12/03- 2068/06/27). During last Dashain Festival I thought I must review my achievement, failures and path forward for Nepal Telecom.

1. **Achievement:**

When I joined 2nd time as Managing Director of Nepal Telecom on 2067/12/03, I found NT was without much telephone lines (CDMA, GSM or PSTN) to sell. There was scarcity in all its products. Since NT is in business, a business without product can not exist, and then I put my thrust to expedite and conclude on going tenders and float new tenders for purchase of new technology/ services.

We were successful in concluding the following on-going projects.

- 2 Million Lines IP CDMA Project.
- 150K lines NGN Project.
- Convergent Real Time Billing & Customer Care System (CRTB- CS)Project.
- Billing system for postpaid customers' project.
- IP Backbone routers.
- Projects concluded later.
 - o International Gateway exchange.
 - o Wimax Project
- Project under evaluation.
 - o Customer Call Center
 - o 10 Million GSM Project

Project under Pipeline

- Network Operation Center
- Service Delivery platform for VAS.
- ADSS Project with NEA.
- GIS software project.
- Data Center.

Other job accomplished.

- 1498, 191 Outsourcing.
- Incentive + bonus distribution.



Vishwa Nath Goel

- Employee by-law (i.e. Karmachari Sewa Sarta Biniyamawali) modification.
- Connectivity to 10 top call making countries to NT.
- Establishment of "POP" at Singapore, Hong Kong & Qatar.
- Organizing ' International Carrier Partner Meet 2011" to develop Nepal as transit point.

2. **Failures :**

CDMA + GSM Bridging Project – The effort to buy 0.4 Million CDMA lines and 10.5 Million GSM line to meet growing demand of both services till the new projects are materialized could not be accomplished due to hindrances by in fight of vendors. This has been a setback to NT's development and continued presence in the market. Incidentally, these prices were cheaper or same as newly opened tender prices and return on investment was expected within six months.

3. **Path Forward :**

1. Please accomplish all projects with quality in least possible time frame.
2. Successfully conclude 10 Million GSM Project.
3. Outsource following :



- a. Present GSM network maintenance.
 - b. Maintenance of MSAN.
 - c. Establish Customer Care Center soon.
4. Unions in NT must understand the need of changing time. They have to rise to the demand of time and decide their priorities. Pressuring management for petty things will not help the organization in long term. They shall support the management so that it can meet the growing external challenges.
5. Changing political scenario :
One of the biggest challenges to the top management is to take the concerned ministry and the board of directors (BOD) into confidence. It is important for the success of Organization.
6. As the strategic Partner Concept as proposed by NT does not seem possible into near future, and as our real competition is in mobile sector, it is best to create "Mobile Service Directorate" as a separate company and sell 40- 49 % share to strategic investor. It will bring following advantage :
- a) Money realized by sale will remain in NT.
 - b) This can be accomplished fast as NT board can take decision.
 - c) NT will get more revenue than what it is getting now. It will also earn revenue from network uses it will provide to mobile company.
 - d) NT will get a partner to share NRs 20 Billion as the License fee.
 - e) At the present scenario this seems only possible solution.
7. Bring i-phone and blackberry and other value added services as soon as possible.
8. Share NT infrastructure like Tower, Power, and Optical fiber with other operators and earn revenue.

Other experiences:

- In the last 7 months, I went abroad 3 times, cancelled my 2 confirmed visits. In every visit I went abroad, I signed an agreement with international carriers that helped NT to raise its incoming traffic from 40 M minutes per month to 120 M minutes per month. NT's revenue of the fiscal year 2067-068 surpassed its set target only for this reason. "Let us think in a broader way."
- Although Nepal Telecom is government owned company, it is in the competition with other private companies. Nepal Telecom is the only public company that pays a largest tax amount to the government. It's revenue is also much higher than other public company. In this context, the managing director deserves some appropriate official facilities for the prestige of company. I had done somewhat towards this as follows.
 - o On my buying ' Skoda Laura ' car - I thought NT MD deserves it. It is also a prestige for NT.
 - o On my salary rise to 1 Lakh /month - NT MD should be paid modestly for its services.
- Death of my younger brother was a great shock for me. It let me down.
- On my retirement: I had 17 months to go as per my appointment letter, however, only 5 months as per my retirement age. What shall I do after 5 months - continue or retire. I thought I shall talk to my colleagues and unions. However somebody else decided for me. Thanks to the authority. I have nothing to regret. One should be judged by others and not by himself. I think I did my little bit in Nepal Telecom in its development. Sorry to many others whose expectations I was not able to meet.

At last " Together we stand, divided we fall."



सन्दर्भ आठौं वार्षिकोत्सव : नेपाल टेलिकमको अपेक्षा

अहिलेको समय सूचना प्रविधि र सञ्चारको युग हो । आज सूचना तथा सञ्चारको क्षेत्रमा भइरहेको परिवर्तन र विकास अभूतपूर्व, चामत्कारिक र गौरवयोग्य छ । सूचना प्रविधि र सञ्चारको आधारस्तम्भ नै दूरसञ्चार सेवा हो भन्दा अतिशयोक्ति नहोला । अहिले विश्वमा नै सूचना प्रविधि र दूरसञ्चारको व्यवसायबाट सबैभन्दा बढी सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक परिवर्तन सम्भव हुनुका साथै लगानीका हिसाबले पनि बढी प्रतिफलयुक्त क्षेत्र भएकोले यो क्षेत्रमा बढी आकर्षणका साथसाथै प्रतिस्पर्धा र चुनौती पनि थपिँदै गएको छ । नेपालको सूचना प्रविधि तथा सञ्चारको लागि सरकारी स्वामित्वमा स्थापित र लामो समयदेखि क्रियाशील नेपाल टेलिकमले पनि प्रविधिको प्रयोग र सेवाको विस्तारसम्बन्धमा यसबीचमा निकै फड्को मारेको त छँदै छ, प्रतिस्पर्धा र चुनौतीको पनि सामना गर्नुपरिरहेको छ ।

राज्यले लिएको आर्थिक उदारीकरणको नीतिसँगै दूरसञ्चार सेवा व्यवसायलाई प्रतिस्पर्धी बनाउने सोच आयो तर सरकारको स्वामित्वमा भएको र मुलुकको दूरसञ्चार सेवा र राजस्वको हिसाबले पनि अग्रणी संस्था नेपाल टेलिकमलाई प्रतिस्पर्धी बनाउन नीतिगत तहमा स्पष्टता आउन सकेको देखिँदैन । निजी क्षेत्रका साथै अन्तर्राष्ट्रिय, बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्ने कम्पनीको लागि सरकारी योजना कार्यान्वयन गर्न ल्याइएको सार्वजनिक खरिद ऐनको लगाम लगाएर प्रतिस्पर्धा गर्न पठाइएको छ । प्रतिस्पर्धात्मक अवस्थामा कम्पनीको लागि छुट्टै ऐन-नियमका साथै व्यावसायिक व्यवस्थापन (रणनीतिक साभेदार वा व्यवस्थापन करार) को आवश्यकता महसुस हुँदाहुँदै पनि आजपर्यन्त कुनै सरकारले ठोस निर्णय गर्न सकेको देखिएन । शायद यस्ता कुराहरू अहिलेको संक्रमणकालीन अवस्था र बाध्यताले सरकारको प्राथमिकतामा नपरेका पनि होलान् । सार्वजनिक प्रतिष्ठानहरू एकपछि अर्को गर्दै धराशायी हुँदै गइरहेको बेलामा नेपाल टेलिकमजस्तो महत्वपूर्ण कम्पनीप्रतिको राज्यको वा सरकारको दायित्व आफ्नो स्वामित्वमा सीमित राखेर मनलागी तरिकाबाट सञ्चालन गर्ने कि व्यावसायिक रूपमा सञ्चालन गर्ने भन्ने विषयमा गम्भीर ढंगबाट सोचिनुपर्ने विषय हो ।

अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा र विभिन्न चुनौतीको सामना गरिरहेको यस कम्पनीलाई सरकारले आफ्नो संस्था ठानेको छ, कि छैन, प्रश्न उठिरहेको छ । व्यावसायिक रूपमा घाटा नै भए पनि राज्यको दायित्व पूरा गर्न देशका विकट एवं सुदूर इलाका र ग्रामीण भेगमा टेलिफोन सेवा पुऱ्याउँदै आएको यस कम्पनीलाई संस्था मरोस् कि बाँचोस्, अरुले बदनियतपूर्ण तरिकाले कबोल गरेको नविकरण शुल्क तिराउन, भराउन सरकारी निकाय नै लागिपरेका छन् । त्यति मात्र होइन,



टंकलाल श्रेष्ठ

सञ्चालक (कर्मचारी प्रतिनिधि)

गुणस्तर भएन, मागअनुसार आपूर्ति हुन सकेन भन्ने गुनासोको समाधान गर्न प्रचलित नीति-नियमभित्रै रहेर अगाडि बढाइएका योजनाहरू राज्यकै निकायबाट पटक-पटक अवरोधग्रस्त हुन्छन् । कम्पनीको व्यवस्थापनलाई व्यावसायिक पनि नबनाउने, प्रतिस्पर्धाको लागि उपयुक्त ऐन-नियम पनि नल्याउने र सरकारी कम्पनीको हैसियतमा राज्यका निकायहरूबाट हुनुपर्ने न्यूनतम सहयोग पनि नहुने हो र मन्त्री फेरिएसँगसँगै व्यवस्थापन फेरिने स्थितिमा यो कम्पनीमा हुने अस्थिरता, जवाफदेहिताको अभाव र अव्यावसायिकतासँगै अधोगतिको लागि सरकार र राज्य मात्र जिम्मेवार ठानिनेछन् भन्ने विषयमा जिम्मेवार निकाय र पदाधिकारीहरू बेलैमा सजग हुनुपर्ने हो ।

अहिले दूरसञ्चार व्यवसायमा सबैभन्दा द्रुततररूपमा विकास र विस्तार भएको वायरलेस प्रविधिमा आधारित जी.एस.एम. मोबाइल र त्यसपछिको सी.डी.एम. मोबाइल सेवा हो । नेपाल टेलिकमले पनि विगत झन्डै एक दशकदेखि जी.एस.एम. मोबाइल र त्यसपछि सी.डी.एम. मोबाइल सेवा सञ्चालन गर्दै आएको छ । अन्य मुलुकमा जस्तै यहाँ पनि मोबाइल सेवामा निकै प्रतिस्पर्धाको शुरुआत भइसकेको छ, भने व्यापक मात्रामा सेवा विस्तार भई देशका ७५ वटै जिल्ला तथा सबै नगरपालिका तथा गा.वि.स.मा समेत सेवाको पहुँच पुग्दै छ । यो आफैमा मुलुकको सूचना प्रविधिको विकास र दूरसञ्चार सेवा विस्तारको लागि राज्यले अंगीकार गरेको उदारीकरणको नीति तथा प्रतिस्पर्धाले सिर्जना गरेको सकारात्मक परिणाम हो । हालसम्मको आँकडा हेर्ने हो भने नेपाल टेलिकम, एनसेल, युटीएल, स्मार्ट टेल, नेपाल स्याटेलाइटलगायतका ५ वटा सेवाप्रदायकहरू वायरलेस प्रविधिबाट मोबाइल सेवा सञ्चालन गर्दै छन्, जसमा नेपाल टेलिकम मात्र यस्तो संस्था हो जसले देशका सबै जिल्ला, नगरपालिका र गा.वि.स.मा आफ्नो सेवा पुऱ्याउन सक्षम छ । नेपालको दूरसञ्चार व्यवसायको हालसम्मको बजार हिस्सामा कम्पनी एकैले ५० प्रतिशतभन्दा बढी हिस्सा ओगटेको छ, भने मुलुकको ढुकुटीमा वार्षिक



सबैभन्दा बढी कर बुझाउने संस्थाको रूपमा वर्षौंदेखि अग्रस्थानमा रही आएको छ । कम्पनीको तर्फबाट नेपाल सरकारको कोषमा योगदान गरेको विगत ५ आ.व.को ०६७/६८ मा आँकडा निम्नअनुसार रहेको तथ्यले यसलाई अभि प्रस्ट गर्नेछ :

आफ्नै आन्तरिक व्यवस्थापन र व्यवस्थापकीय कमजोरी पनि कारक नभएका भने होइनन् । तर पनि यहाँनिर उठाउन खोजिएको विषय काम शुरु हुन नपाउँदै उजुरी पर्ने र उजुरी पर्नासाथ छानबिनको

(रु. हजारमा)

| आर्थिक वर्ष | मु.अ./दूरसञ्चार सेवा कर | आय कर | लाभांश | रोयल्टी | ग्रा.दू.कर | अन्य | जम्मा |
|-------------|-------------------------|---------|---------|---------|------------|--------|----------|
| २०६७/६८ | ४५५६८३२ | ४५४४९०८ | ५४८९५९८ | १००२३३२ | ५०११६६ | १००००० | १६१९४८३६ |
| २०६६/६७ | ५११६६०५ | ४२३२५२९ | ४८०३४५४ | ८१९२९९ | ४०९६४९ | - | १५३८१५३६ |
| २०६५/६६ | ३६२७०४२ | ३७३५३६६ | ३४३१०५३ | ६७१५३४ | ३३५७६७ | - | ११८००७६२ |
| २०६४/६५ | २८५८७११ | ३०५४६९८ | १४९९५०० | ५३५५९३ | ४६७७५६ | - | ८४१६२५८ |
| २०६३/६४ | २३६३७३७ | २४८०१३० | १४७४६६२ | ३९९९२० | १६३७६७ | १७३९२५ | ७०५६१४१ |

तर विडम्बना, मुलुकको सूचना प्रविधि तथा दूरसञ्चार सेवा विस्तारका साथसाथै राज्यकोषमा हरेक वर्ष यसरी १५-१६ अर्बको योगदान गर्ने कम्पनी नेपाल टेलिकमको भविष्यप्रति यो देशको नीति निर्मातादेखि त्यही राज्यकोषबाट सुविधा भोग्ने पदाधिकारीहरूको शून्य चासोले गर्दा यसको भविष्य जोखिमयुक्त बन्दै गएको छ । राज्यका विभिन्न निकायहरू, त्यसका पदाधिकारीहरू यसको विकास र विस्तारको लागि भन्दा पनि अवरोधको लागि सहयोगी त हुँदै छैनन् ? सर्वत्र चासो र आशंका भाङ्गिन थालेको छ । अन्यथा कम्पनीले आफ्नो सेवा विस्तार र जनताको आवश्यकता पूरा गर्न ल्याउन खोजिएका योजनाहरू विनाकुनै ठोस आधार रोकिने वा खारेजीमा पर्ने थिएनन् । गतवर्ष मात्र एनजीएन प्रोजेक्टमा न्यून मूल्यांकित बोलपत्रलाई स्वीकृत गर्दागर्दै पनि अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोगद्वारा टेन्डर तथा मूल्यांकित प्रक्रिया ठीक नभएको भनी रद्द गराइयो भने त्यसपछि सी.डी.एम.ए. तथा जी.एस.एम. मोबाइलमा क्षमता विस्तार तथा गुणस्तर सुधार गर्न ल्याउन खोजिएको ब्रिजिड प्रोजेक्टलाई सार्वजनिक लेखा समिति र अख्तियारद्वारा नै टेन्डर प्रक्रियाबाट मात्र गर्नुपर्ने सर्त तैर्याइएको थियो । सोही निर्देशनको आधारमा कम्पनीले द्रुत कार्यविधि अपनाई अगाडि बढाएको १ करोड लाइन संख्याको जी.एस.एम. मोबाइलको टेन्डर पनि हाल आएर महिनौं दिनसम्म अख्तियारको अनुसन्धानको क्रममा थन्किएर भर्खरै मात्र फुकुवा भएछ । यस्तो अनुसन्धान प्रक्रिया शुरु हुने र फाइल महिनौं दिन थन्किएर स्थिति कम्पनीमा नौलो रहने । मूलतः यी र यस्तै कारणले पनि कम्पनीका अधिकांश प्रोजेक्टको कार्यान्वयन अवधि लम्बिएको वा ढिलाइ हुने गरेको यथार्थलाई लुकाउन सकिँदैन । यद्यपि कम्पनीका

नाममा प्रोजेक्ट रोकिने र कम्पनीलाई बजारमा पछाडि धकेल्ने काम हुँदै आएको छ । यो लेखको आशय उजुरीउपर छानबिन, अनुसन्धान-तहकिकात गर्नुहुँदैन भन्ने किमार्थ होइन । तर उल्लिखित सन्दर्भलाई हालसम्म ध्यान दिन नसकेको कारणले कम्पनीका कतिपय महत्वपूर्ण योजनाहरू रद्द भएका छन्, पछाडि सरेका छन् र प्रतिस्पर्धी कम्पनीलाई फाइदा पुगेको छ । यो यथार्थ हो । त्यसैले नेपाली जनताको, नेपाल सरकारको कम्पनी जानाजान पछाडि पर्न नपरोस् भन्नेसम्मको ध्येय हो । कहीं कतै भ्रष्टाचार भएको छ, राष्ट्र, कम्पनीलाई घाटा पुऱ्याई विदेशी आपूर्तिकर्ता, ठेकेदार वा जिम्मेवार पदाधिकारी वा कोही व्यक्ति, कर्मचारीले अनुचित लाभ प्राप्त गरेका छन् वा पुऱ्याइएको छ भने तीनीहरूलाई जहिले पनि न्यायको कठघरामा उभ्याउन सकिन्छ, र उभ्याउनुपर्छ । कुनै पनि कार्यको कहीं कतैबाट अनुगमन निरीक्षण हुने, जवाफदेहिता खोजिने अवस्थालाई अन्यथा मान्न सकिँदैन तर प्रतिस्पर्धामा पछाडि पार्ने गरी हुने खेललाई बढावा दिइयो भने त्यो पनि आफैमा एउटा अपराध हो र अधिकारको दुरुपयोग ठहरिनेछ, भन्नेमा सम्बद्ध पक्ष भने सचेत हुनै पर्छ ।

खासगरी विगत केही वर्षयता नेपालको दूरसञ्चार व्यवसायमा देखा परेको प्रतिस्पर्धापश्चात् नेपाल टेलिकमको बजार हिस्सा विस्तारै घट्दै गइरहेको छ । तर जुन रूपमा कम्पनीका योजनाहरूलाई रोक्न, ढिलाइ गराउन विभिन्न बेनामे उजुरी अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोग, सार्वजनिक लेखा समिति, सार्वजनिक खरिद अनुगमन कार्यालय, राष्ट्रिय सतर्कता केन्द्र, सम्बन्धित मन्त्रालय आदि निकायमा नियमित दर्ता गर्ने/गराउने काम हुन्छ । तिनै बेनामे बेतुकका निवेदन र उजुरीका आधारमा विभिन्न अनुगमनकारी निकायबाट पनि छानबिन-



अनुसन्धानका नाममा फाइल भिकाउने, तारिख बोकाउने, लिखित वा अलिखित निर्देशनका आधारमा निर्णय नगर भन्ने र जान-अनजानमा वा मानवीय रूपमा हुने साना-मसिना प्राविधिक त्रुटिलाई पनि ठूलै अपराध गरेजस्तो व्याख्या गरिदिने र कम्पनीको व्यवस्थापकहरूको तेजोवध गरिदिने प्रवृत्ति पनि देखिएको छ । यस्तो प्रवृत्तिले गर्दा सामान्य जागिर खाने जो-कोही कर्मचारीले जोखिम मोल्ने स्थिति आउँदैन । यो सत्य हो, जसको परिणाम समयमा निर्णय हुन सक्दैन र संस्था प्रतिस्पर्धाको बजारमा पछि पर्नु स्वाभाविक परिणति हुन्छ ।

प्रतिस्पर्धात्मक बजारमा समय र आपूर्तिको अत्यन्त महत्व हुन्छ । यस कम्पनीका प्रतिस्पर्धी कम्पनीले आफ्नो आवश्यकतानुसारको सामान जति बेला जोसुकैबाट जतिसुकै मूल्य तिरेर भए पनि खरिद गरी आपूर्ति गर्न सक्ने र बजारमा आफ्नो तत्काल प्रभाव जमाउन सक्ने हुन्छ । तर नेपाल टेलिकम एउटा सरकारी स्वामित्वमा रहेको सार्वजनिक कम्पनी भएकोले यसले सार्वजनिक खरिद ऐन तथा सरकारको नीति-नियमभित्र रही पारदर्शी ढंगबाट खरिद, आपूर्ति तथा अन्य आवश्यक व्यवस्था गर्नुपर्ने हुन्छ र गर्दै आएको छ । यसो गर्दा कुनै पनि योजनाको खरिद प्रक्रियाको शुरुआती समय नै कम्तीमा पनि ३ देखि ६ महिना लाग्ने स्थितिमा प्रोजेक्ट कार्यान्वयन गर्न ढिला हुनु स्वाभाविक हुन आउँछ । जबकि प्रतिस्पर्धीहरूले यही काम गर्न १ महिना पनि लाग्दैन । यसरी कम्पनी प्रक्रियागत रूपमै ढिलो र पछाडि पर्नुपर्ने अवस्थामा छानबिन र अनुसन्धानको नाममा हुने ढिलाइले थप पछाडि पर्ने यथार्थलाई सम्बद्ध निकायहरूबाट बुझिदिनुपर्ने जरुरी छ ।

अहिले विभिन्न निकायमा परेका उजुरीका प्रकृति र प्रवृत्ति हेर्दा ती अधिकांशतः यथार्थभन्दा पर नीहित उद्देश्यबाट (कम्पनीको कामलाई पछाडि पार्ने र प्रतिस्पर्धीलाई बेरोकटोक अगाडि जान बाटो क्लियर गरिदिने) प्रेरित रहेका प्रतीत हुन्छन् । तसर्थ सम्बद्ध निकायहरूले पनि त्यस्ता उजुरी कुन प्रयोजनबाट दर्ता गरिँदै छ भन्ने कुरालाई ध्यान दिनु आवश्यक भइसकेको छ । खासगरी यस्ता उजुरीका आधारमा ३ किसिमबाट उजुरीको उद्देश्यलाई वर्गीकृत गर्न सकिन्छ । (१)

कम्पनीको कामलाई पछाडि पार्ने र प्रतिस्पर्धीलाई बेरोकटोक अगाडि जान बाटो क्लियर गरिदिने उद्देश्यबाट प्रेरित भएर । (२) बोलपत्रदाताले आफ्नो पक्षमा बोलपत्र पार्न नसकेपछि, त्यो प्रक्रियामा पुनः सामेल हुने अवसरको लागि वा आफ्नो प्रतिस्पर्धीलाई दुःख दिने नियतले पनि उजुरी पर्ने गरेको देखिन्छ । (३) कतिपय अवस्थामा वास्तविक रूपमै मर्का परेको आधारमा पनि केही उजुरी पर्न सक्ने देखिन्छ, तर त्यस्तो संख्या सारै नगण्य मात्र हुन सक्छ । तसर्थ त्यस्ता निहित आशयबाट प्रेरित, बेनामे, सरोकार नभएका उजुरीलाई मान्यता दिइनु हुँदैन ।

अन्त्यमा, नेपाल टेलिकम राज्यको संस्था हो, नेपाली जनताको संस्था हो । यसको आफ्नै बेग्लै इतिहास छ र राज्यलाई आवश्यकतानुसार आजपर्यन्त आर्थिक, सामाजिक, भौतिक योगदान पुऱ्याउँदै आएको छ । अहिलेसम्म भइरहेको प्रगति र योगदानलाई अक्षुण्ण राख्दै थप उत्थानको ढोका खोल्न राज्यका तर्फबाट नेपाल सरकार तथा यसका विभिन्न निकायका साथै राजनीतिक दलहरूको समेत विशेष ध्यानाकर्षण हुनु आवश्यक भइसकेको छ । कम्तीमा पनि तत्काल प्रतिस्पर्धात्मक अवस्थाका कम्पनीहरूको लागि उपयुक्त ऐनको व्यवस्था वा सार्वजनिक खरिद ऐनमा तत्काल आवश्यक संशोधन गर्न सकिने विषय एउटा हुन सक्छ । त्यस्तै व्यावसायिक एवं दक्ष व्यवस्थापनको लागि रणनीतिक साभेदार अर्को उपयुक्त विकल्प हो, जुन अन्तिम निर्णयको प्रक्रिया मात्र पूरा गर्ने पर्खाइमा नेपाल सरकारको कोर्टमै रहेको छ । दीर्घकालमा रणनीतिक साभेदारको कुनै विकल्प छैन भन्ने यथार्थलाई जतिसक्दो चाँडो बुझेर निर्णय गरेमा कम्पनीको साथसाथै सरकार तथा मुलुकको लागि पनि लाभदायकसिद्ध हुनेछ । त्यसै गरी दूरसञ्चार ऐन, नीति-नियममा समेत आवश्यक परिमार्जन गरी मुलुकको लागि के-कस्ता, कति सेवाप्रदायकलाई अनुमति दिने, फ्रिक्वेन्सी दस्तुर, लाइसेन्स वा नविकरण वा वार्षिक राजस्व के-कति हुने जस्ता विषयलाई राज्यले पाउनुपर्ने उचित राजस्व नगुम्ने गरी सेवाप्रदायकको विकास र निरन्तरतालाई (Growth & Sustainability) समेत सन्तुलन हुने गरी नीति निर्माण हुनु जरुरी छ ।

It's all right letting yourself go,
as long as you can get yourself back.

- Mick Jagger

जापानको यात्रा र नूनको सोभो चिताउने ज्ञान

बैङ्ककको भ्रमणपछि नै मेरो जापानमा १ बर्स टेलिकम्युनिकेसन सिस्टम प्लानिङ कोर्स पढ्न जाने छात्रवृत्तिको कन्फरमेसन प्राप्त भयो । म ज्यादै हर्षित भएँ । नेपालको प्रसंगमा जागिर खाएको ३ वर्षभित्रैमा १-१ वर्षसम्म विदेश जान पाउनु भाग्यको कुरा हो ।

म काममा निकै व्यस्त थिएँ । चौथो योजनाको दूरसञ्चार आयोजनाहरूको विस्तृत (फाराम भरेर तयार गर्नुपर्ने) विवरण एकीकृत रूपमा योजना आयोगमा मन्त्रालयमार्फत पठाउनुपर्थ्यो । काम सकिएको थिएन । जापान जाने भएकाले अब त कामबाट छुटकारा पाइने हो भन्ठानेको त भन्नु गाह्रो भयो । मलाई योजना आयोगका उपसचिव रेवतीरमण नन्द श्रेष्ठले फोन गरेर चाँडो विवरण पठाउनु भन्नुभएको थियो । मैले 'म त अब जापान जाने भएको छु' भनेको थिएँ । केही छिन्पछि, मलाई निर्माण, यातायात तथा सञ्चार मन्त्रालयका उपसचिव रविदेव शर्माको फोन आयो । उहाँले "पुडासैनीजी, तपाईं जापान जाँदै हुनुहुन्छ रे, योजना आयोगमा पठाउनुपर्ने विवरण नपठाई जान पाउनुहुँदैन, यदि विवरण पठाउनुभएन भने जापान जाने पनि रोकिन्छ, तसर्थ तुरुन्त विवरण पठाउनुहोस्" भन्नुभयो । म अन्यालमा परें । काम जोडतोडका साथ गर्न थालें । विवरण तयार गर्न निकै समय लाग्ने थियो । टाइप गराउन सम्भव थिएन । कार्वन राखेर २ प्रति तयार गरें । घरमा पनि कागजपत्र लगेर काम गर्न थालें । नभन्दै त त्यत्रो योजनाको डकुमेन्ट बनाउने काम ३ दिनमै सकियो । हाकिमको सही गराई मन्त्रालयमार्फत राष्ट्रिय योजना आयोगमा चौथो योजनाको विस्तृत योजना पठाए । जब म चौथो योजनाको किताबमा आफूले लेखेर पठाएको कुरा हुबहु छापिएको देख्छु, मलाई त्यो घटनाको याद आउँछ । यदि मैले आदेशको पलना नगरेको भए, सकारात्मक सोच लिएर अगाडि नबढेको भए मेरो अवस्था के हुन्थ्यो होला ? तसर्थ हामीले जहिले पनि सकारात्मक सोच लिएर मेहनत गर्न पछि पर्नुहुँदैन भन्ने बानी राख्नुपर्दछ, भन्ने कुराको हेक्का रह्यो ।

पासपोर्ट बैङ्कक जाँदा बनिसकेकोले अर्को बनाउनुपर्ने । भ्याक्सिनेसन लगाउनुपर्ने काम र नेपाल राष्ट्र बैकबाट डलर लिने काम मात्र बाँकी थियो । ती दुवै काम एकै दिनमा सकियो । जापानी राजदूतावासले जापान जाने टिकट उपलब्ध गराइदियो र म जापान जाने दिन पर्खेर बसी रहें । जापान जाने अधिल्लो दिन सबै साथीभाइ, हाकिमलाई भेटी विदा लिएर घर फर्कें ।

मेरो जापानको यात्रा सुरु भयो ।

११ मे १९७० का दिन म काठमाडौंको त्रिभुवन विमानस्थलबाट थाई एअरलायन्सको जेट विमानबाट जापानको लागि प्रस्थान गरें । बैङ्ककमा एक रात बिताउनुपर्ने, होटल जान र होटलबाट हवाई अड्डा आउन ट्याक्सीको व्यवस्था हवाई उडान कम्पनीले नै गरिदिने भएकाले बाटोमा पैसा खर्च हुने र कुनै अप्ठ्यारो अवस्था आइपर्ने कुरै थिएन । भोलि पल्ट जापान एयरलायन्सको प्लेनबाट टोकियो जानुपर्दथ्यो । बैङ्कक पुगेपछि इमिग्रेसन र सामान संकलनको काम सकेर बाहिर निस्कँदा होटल र



ड. सुरेश कुमार पुडासैनी
पूर्वमहाप्रबन्धक, नेपाल टेलिकम

ट्याक्सीको व्यवस्था मिलाइदिन सहयोग हुने रहेछ । कुनै गाह्रो भएन । होटल पुगेपछि डिनर खान कूपन र भोलि पल्ट बिहानको ब्रेकफास्टको लागि कूपनसमेत प्राप्त भयो । भोलि पल्ट बिहान सबै हवाई अड्डा जानुपर्ने भनी काउन्टरबाटै सबै कुराको जानकारी उपलब्ध भयो । डिनर लिएर सुत्ने र भोलि पल्ट बिहान सबै उठेर नुवाइ-धुवाइ सकी ब्रेकफास्ट लिन २४ सै घण्टा खुल्ने क्याफेतिर गएँ । ब्रेकफास्ट लिएर कोठाबाट सामान तल लबीमा ल्याएँ । केही छिन्पछि ट्याक्सी ड्राइभर आइपुग्यो र मलाई बोलायो । सामान ट्याक्सीमा राखी एयरपोर्टतिर लागें । भन्डै १ घण्टाको ट्याक्सीको सफरपछि टर्मिनल पुगियो र जापान एयलायन्सको काउन्टरतर्फ लागें । चेक इनपछि लाउन्जमा आराम गरें । केही बेरपछि बोर्डिङ सुरु भयो । जालको प्लेनभित्र छिर्दा अर्को संसारभित्र छिरेको जस्तो भान भयो । प्लेन हडकड-ताइपेई, ओसाका हुँदै टोकियोको हनेदा एयरपोर्टमा उत्रियो । एयरपोर्टबाट निस्कनेबित्तिकै ट्राभल एजेन्सीको मानिसले मलाई एस्कर्ट गरी ट्याक्सीबाट टोकियो इन्टरनेसनल सेन्टरमा पुऱ्यायो । बाटोमा गगनचुम्बी घरहरू देख्दा नेपाल हुँदा जापानमा सधैं भुइँचालो गइरहन्छ, कागजका घर हुन्छन् रे भनेको कुरा सपना पो रहेछ, कि भनेको जस्तो लाग्न थाल्यो । टी.आई.सी.मा नेपालका गोपाल काफ्लेलाई भेट भयो । उहाँले रेल स्टेसनमा लगेर सबै कुरा बताइदिनुभयो । १-२ दिन जापानी भाषाको तालिम बसेकै ठाउँमा हुने भएकाले बाहिर जानुपर्ने अवस्था नै आएन । मेरो तालिम त्यहाँ दूरसञ्चार संस्था एन.टी.टी.पी.सी. र (निप्पन टेलिफोन एन्ड टेलिग्राफ पब्लिक कर्पोरेसन) को केन्द्रीय कार्यालयमा हुने रहेछ । सो कार्यालयमा टोकियोको केन्द्रविन्दु र इम्पेरियल होटलको नजिकै रहेछ । मेरो पहिलो कोर्स क्यारियर टेलिफोनी इन्जिनियरिङ थियो र सो कोर्स ३ महिना अवधिको थियो । विभिन्न मुलुकका गरी जम्मा २५ जना प्रशिक्षार्थी थियौं । सबभन्दा कम उमेरको म नै थिएँ । त्यस बखत मेरो उमेर २६ वर्षको थियो । त्यस बखतको छात्रवृत्ति रकम खान र बस्न मात्र पुग्ने खालको हुन्थ्यो । खाना खान, लुगा किन्न, बजार घुम्न बजेटको निकै विचार गर्नुपर्दथ्यो । मेरो जापान भ्रमणको उद्देश्य एउटा मोटरसाइकल पनि किन्नु भएकाले प्रत्येक महिना एक सय डलरबराबरको



३६,००० येन छुट्ट्याएर पहिले नै राख्थे। क्यामेरा, श्री इन वानको रेडियो, नयाँ-नयाँ लुगा किन्ने सोच हुन्थ्यो तर पैसाको अवस्थाले निरास हुनुपर्थ्यो। तालिममा सिकाइने विषयहरु निकै चाखलाग्दा थिए। नयाँ कुरा सिक्न पाउँदा खुशी लाग्नु स्वाभाविकै हो। सैद्धान्तिक तालिमपछि प्राक्टिकल तालिम पनि हुन्थ्यो। मेरो ३ वटा ग्रुप ट्रेनिङ कोर्समा भाग लिनुपर्ने भएको र एउटा कोर्स आउटसाइड प्लान्ट र माइक्रो वेभ इन्जिनियरिङ कोर्स ओभरल्यापिङ भएकाले ३ वटै कोर्स प्रत्येक ३-३ महिनाको भए पनि मेरो कोर्स अवधि ९ महिनाभन्दा कमै थियो। तालिमको दौरानमा विभिन्न फ्याक्ट्रीहरुका भ्रमणको सिलसिलामा देखेका-भोगेका घटनाले ठूलो शिक्षा प्राप्त हुँदो रहेछ। निप्पन इलेक्ट्रिक कम्पनी जापानको एउटा प्रमुख औद्योगिक कम्पनी हो। सो कम्पनीले विश्वका विभिन्न मुलुकका दूरसञ्चार उपकरण निर्यात गर्ने गर्दछ। त्यो कम्पनीको भ्रमण गर्ने मैले ३ पटक अवसर पाएँ। पहिलो पटक क्यारियर टेलिफोन इन्जिनियरिङ तालिमको प्रशिक्षार्थीको नाताले, दोस्रो पटक आउटसाइड प्लान्ट नेटवर्क इन्जिनियरिङको प्रशिक्षार्थीको नाताले र तेस्रो पटक माइक्रो वेभ इन्जिनियरिङ प्रशिक्षार्थीको नाताले। निप्पन इलेक्ट्रिक कम्पनीमा पाएको स्वागत सत्कारको किसिम पनि फरक-फरक पाएँ। माइक्रो वेभ उपकरण धेरैजसो मुलुकमा निर्यात गर्ने भएकोले र माइक्रो वेभ इन्जिनियरिङ कोर्समा भाग लिने प्रशिक्षार्थीहरुले उनीहरुको उपकरणमा काम गर्ने भएकोले सो कोर्समा भाग लिने प्रशिक्षार्थीहरुलाई उपहार पनि राम्रो, खाना पनि ५ कोर्सको लन्चको व्यवस्था गरेको थियो भने क्यारियर टेलिफोन इन्जिनियरिङको प्रशिक्षार्थीहरुको लागि ३ कासको लन्च र आउटसाइड प्लान्टको प्रशिक्षार्थीहरुको लागि भने सान्डविच मात्र उपलब्ध भएको थियो। किनभने आउटसाइड प्लान्ट कोर्समा भाग लिने प्रशिक्षार्थीहरुले एन.ई.सी.को कम उपकरण मात्रै प्रयोग गर्थे। “नूनको सोभो चिताउने” र There is nothing like free lunch in this world भनेको कुराहरु यहाँ चरितार्थ भएको पाएँ।

नेपाली राजदूत प्रकाशचन्द्र ठाकुर हुनुहुन्थ्यो। निकै हँसिलो मिजासका राजदूत र राजदूतावासमा गएपछि दालभात खान पाइने भएकाले हामी कहिलेकाहीँ दूतावासमा जान्थ्यौं। राजदूतावासमा ३ जना कर्मचारी थिए। राजदूत, द्वितीय सचिव अमरराज भण्डारी र सहचारी मोहन अधिकारी। तीनै जना सहयोगी थिए। तीनै जनाको आ-आफ्नै गुनासो सुनिन्थ्यो। दूतावासमा जानु भनेको नेपाली खाना खानु र नेपालको बारेमा केही थाहा पाउनु हो। त्यही वर्ष जापानको ओसाकामा एक्सपो-७० को आयोजना भएको थियो। नेपालको स्टल पनि थियो। एक्सपो भ्रमण राजपरिवारका सदस्यबाट पनि भएको थियो। ओसाकामा एक्सपो सुरुवात भएको दिन हामी प्रशिक्षार्थीहरु सबैलाई लिएरको थियो। हाम्रो बस्ने ठाउँ एक्सपोनजिकै भएकोले २-३ दिन राम्ररी घुम्न पाइयो। तत्कालीन सहायक मन्त्री हरिश्चन्द्र महत र होटल व्यवसायी द्वारिकादास श्रेष्ठ, मत्स्य विभागका महानिर्देशक रोहितबहादुर थापासँग एक्सपोस्थलमा नै भेट भएको थियो।

जापानको ९ महिनाको बसाइमा मैले जे सिकें, जे जानें, त्यो मैले

नेपाल दूरसञ्चार समिति/संस्थानमा काम गर्दा निकै प्रयोग गर्ने। जापानको तालिम मेरो लागि पथ-प्रदर्शक साबित भयो। मैले तालिममा राम्रो गरेकोले जापान सरकारले दूरसञ्चारसम्बन्धी तालिमको छात्रवृत्ति दिने क्रम चालू राख्यो। जापानको दूरसञ्चार संस्थानमा तालिम लिने प्रथम नेपाली म नै थिएँ।

मैले जापान भ्रमण गर्ने अवसर ३ पटक पाएँ। ३ पटकको भिन्नाभिन्नै छ। पहिलो पटकको भ्रमण सिक्नको लागि थियो, त्यो सन् १९७० मा ९ महिना अवधिको थियो। दोस्रो पटकको भ्रमण सिकेको कुरा कसरी प्रयोग गरेको छ भनेर विचार आदानप्रदान गर्नका लागि थियो। नयाँ सीप सिक्ने उच्चस्तरको छोटो अवधिको तालिम-गोष्ठी २ हप्ता अवधिको थियो। त्यो सन् १९७७ मा जुन बेला म चिफ इन्जिनियर को-काउन्टर पार्ट थिएँ, त्यसै बेला भएको थियो।

तेस्रो पटक अन्तर्राष्ट्रियस्तरको एसिया प्यासिफिक टेलिकम्युनिटीले आयोजना गरेको ३ दिने गोष्ठीमा भाग लिँदा म नेपाल दूरसञ्चार संस्थाको महाप्रबन्धक थिएँ। तीनै पटकको अनुभव भिन्नाभिन्नै प्रकारको रह्यो। मेरो एउटै निचोड रह्यो- आफ्नो देशको विकास आफैले गर्नुपर्छ। अटोट भएपछि कुनै स्रोतको खाँचो हुने रहेनछ।

जापान बसाइको सिलसिलामा ओसाका, हिरोसिमा, कोबे, क्योटो, नाराजस्ता विभिन्न सहरहरुको भ्रमण गर्ने अवसर मिल्यो। “जता गयो उतै हेच्यो, सबै जस्तो एकै सहर” भन्ने विचार मनमा आउँथ्यो। भ्रमणको सिलसिलामा हामीलाई होटलमा बस्न र रेलमा सफर गर्न भनेर थप दैनिक भत्ता मिल्यो। रेलको भाडा र होटलको खर्च कटाएर मात्र बाँकी रकमले आफूलाई मन परेको सामान किन्न पाइन्थ्यो। जापानी संयोजकले हाम्रो कठिनाइ बुझेर सकेसम्म प्रशिक्षार्थीलाई कम आर्थिक भार पार्ने किसिमबाट भ्रमणको कार्यक्रम तय गरेको देख्दा आश्चर्य लाग्थ्यो। प्रशिक्षार्थीहरुको मानसिकता बुझेर नै संयोजकले नियमानुसार पाउने प्रथम श्रेणीको टिकटबाट भ्रमण नगराई बाँकी हुन जाने रकम प्रशिक्षार्थीहरुलाई बाड्ने गर्थे।

१९७० डिसेम्बर २३ को दिन म जापानबाट काठमाडौं फर्केँ। भोलि पल्टदेखि दूरसञ्चार समिति पुतली बगेँचा जाने क्रम चालू भयो। जापान जाँदा समितिका प्रमुख नवराज वैद्य हुनुहुन्थ्यो भने फर्कदा रामप्रसाद शर्मा। केन्द्रीय कार्यालयमा चहलपहल निकै थियो। विश्ववैकको प्रथम चरणको १७ लाखको ऋणको कार्यक्रम, ऋणको सर्तअनुसार नयाँ संगठन चार्टअनुसार दरबन्दी सृजना, दरबन्दी कटौती, नयाँ कार्यालय स्थापना, मालसामान मगाउन अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा बोलपत्र आह्वान गर्नुपर्ने भएकाले स्पेसिफिकेसन बनाउने कार्यजस्ता विभिन्न आयामका कार्य गर्नुपर्ने भएकाले र आई.टी.यू.बाट आउनुभएका विशेषज्ञ ए.एच.बाल्ड्रमलाई सघाउनुपर्ने पनि भएकाले निकै व्यस्त देखिन्थे। आई.टी.यू.का सल्लाहकारलाई सघाउने सिलसिलामा जापानमा सिकेका सीप र ज्ञान प्रयोग गर्न पाउँदा जापानी प्रविधिप्रतिको मेरो भुकाव वा साँचो अर्थमा “नूनको सोभो चिताउने काम” पुष्टि गर्न सफल भएँ।

नेपाल टेलिकमको समस्या दोषी को ? मालिक कि कर्मचारी ?

नेपाल टेलिकम करिब ३६ वर्षअघि 'समिति'बाट 'संस्थान'मा परिणत भई करिब आठ वर्षपहिले 'कम्पनी'मा परिणत भएको तथा गौरवमय इतिहास बोकेको एक सरकारी संस्था हो । छिटफुट आलोचनाबाहेक सरकारी संस्थाहरुमध्ये सधैं तारिफ पाइरहेको यो संस्था हाल आएर एउटा बहुराष्ट्रिय विदेशी कम्पनीले सञ्चालन गरेको एक 'प्रतिस्पर्धी' दूरसञ्चार सेवाप्रदायकले विकसित मुलुकमा हुने क्षमता र सामर्थ्य प्रदर्शन गरेर मुलुकको अधिकांश मध्यम तथा उच्च वर्गका मोबाइल उपभोक्ताहरुको मन जित्न सफल भए पनि बढी मात्रामा आलोचित भएको छ । यो अत्यन्त स्वाभाविक कुरा पनि हो । त्यसै गरी नेपाल टेलिकमको सम्बन्धमा आमसञ्चारमाध्यमबाट पनि व्यापकरूपमा आलोचना गरी प्रचार-प्रसार हुनु पनि अस्वाभाविक मान्न सकिन्न । नेपाल टेलिकमको प्रमुख मालिक नेपाल सरकार हो । जसलाई आफ्नो स्वामित्वको संस्था नेपाल टेलिकममा सुधार गर्न जुनसुकै पाइला चाल्न पनि सम्पूर्ण अधिकार छ । साथै सरकारले यही संस्थाबाट वार्षिक अबौं रुपियाँ 'कमाइरहेको' पनि छ । तर पनि यस संस्थाभित्र रहेका कमी-कमजोरीहरुको कारक तत्व पहिचान नगर्नु अथवा पहिचान भए पनि चुपचाप बसिराख्नु अत्यन्त अस्वाभाविक देखिन्छ । यस अस्वाभाविक तथ्यलाई नेपाल सरकारको पनि मालिक पौने ३ करोड जनताले अत्यन्त गम्भीररूपमा लिने पर्ने हुन्छ ।

केही वर्षअघिसम्म पनि एकाधिकारको स्थितिमा जनताबाट बाहवाह पाइरहेको नेपाल टेलिकमको एककासि युरोप, अमेरिका, जापानस्तरको एउटा विशाल फूर्तिलो र खबौं रुपियाँ आर्थिक हैसियत भएको बहुराष्ट्रिय कम्पनीसँग सीधा प्रतिस्पर्धा भइरहेको छ । यी दुई वटा कम्पनीबीच ग्राहक र सर्वसाधारणले तुलना गर्नु कुनै नौलो कुरा होइन । तुलनात्मकरूपमा शिथिल 'मेरो मोबाइल'को करिब-करिब शतप्रतिशत शेयर खरिद गरी 'एन सेल' मार्कामा परिणत भएको स्पाइस नेपाल प्राइभेट लिमिटेडले विनाहिचिकचाहट अबौंको थप लगानी गरी, रातारात मोबाइल नेटवर्क प्रणाली विस्तार गरी, व्यापारिक रणनीतिमा उच्च प्राथमिकता दिई, युद्धस्तरमा मार्केटिङ र प्रचार-प्रसार गरेर विकसित मुलुकमा हुने स्तरका व्यावसायिक कुशलता प्रदर्शन गरेको छ । यस कारणले नेपाली जनताले उक्त कम्पनीलाई तारिफ गरी 'परम्परागत' शैलीमा चलिरहेको नेपाल टेलिकमलाई आलोचना गर्नु अस्वाभाविक होइन ।

यो अवस्थामा नेपाल टेलिकमका सम्पूर्ण कर्मचारीहरु चिन्तित हुनु स्वाभाविक हो । यही चिन्तालाई आत्मसात् गरेर हरेक कर्मचारीले आ-आफ्नो कार्यशैली, बानी-व्यहोरा, उत्पादकत्व र इमानदारितामा



सुगतरण कंसाकार
पूर्वप्रबन्ध निर्देशक, नेपाल टेलिकम

सुधार ल्याउन सकेको खण्डमा 'ऐनसेल'को सफलताबाट अप्रत्यक्षरूपमा नेपाल टेलिकमले फाइदा लिएको निष्कर्ष निकाल्न सकिन्छ । तर कर्मचारीहरुको प्रयासले मात्र आक्रामक प्रतिस्पर्धाको सामना गरी बजारको मैदानमा नेपाल टेलिकमले युद्ध जित्न सम्भव छैन । व्यापारिक युद्धमा जित्न नेपाल टेलिकमको मालिक नेपाल सरकारको नै ठूलो भूमिका हुन्छ । मालिकले नै ऐन, कानून, नियम, विनयम बनाएर व्यापारिक युद्धको मैदानमा जित्न नभई नहुने हतियारहरु व्यवस्थापनलाई उपलब्ध गराउनुपर्छ । तर सरकारले त्यो भूमिका निर्वाह गरेकोजस्तो लाग्दैन, बरु ऐन-कानून पालना नगरेमा 'अख्तियार लगाइदिन्छु' भनी सतर्क गराएर व्यवस्थापनबाट गर्ने निर्णयहरुमा ढिलासुस्ती भइरहेको सबैको जानकारीमा आइरहेको तथ्य हो । प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरुले युद्धमा नेपाल टेलिकमको लागि घातक हुने ठूला-ठूला हतियार प्रयोग गर्दा 'अख्तियार' नलाग्ने तर नेपाल टेलिकमले चक्कुसरहको स-साना हतियार प्रयोग गर्न पनि 'अख्तियार'को डरले अलमल हुने भएपछि निजी कम्पनीको तारिफ गरी नेपाल टेलिकमको विचरा व्यवस्थापन र ६ हजार कर्मचारीलाई मात्र गाली गर्नु मूर्खता हुनसक्छ ।

सबैले बुझ्नुपर्ने अर्को एउटा महत्वपूर्ण पक्ष के हो भने नेपाल टेलिकमको मालिक अन्य ३६ वटा संस्थाहरुको पनि मालिक नै हो । ती ३६ वटा संस्थाहरुमध्ये सधैं चर्चामा आएर नेपाल टेलिकमलाई भन्दा बढी मात्रामा गाली खाइरहेका संस्थाहरुमा विद्युत् प्राधिकरण, आयल निगम र वायुसेवा निगम हुन् । विद्युत् प्राधिकरण र आयल निगममा मालिक आफैँले परल मूल्यभन्दा सस्तोमा सामान र सेवा बिक्री गर्न कानुनीरूपमा बाध्य पारेर भोलि पल्ट घाटा कसरी भयो भनी हास्यास्पद प्रश्न गर्ने चलन आजको मितिसम्म कायम नै छ । त्यसै गरी वायुसेवा निगममा व्यापारिक प्रतिस्पर्धामा जित्न



अनिवार्यरूपमा चाहिने विमान खरिद गर्न मालिकले गत २५ वर्षसम्म मद्दत नगरेको पनि वास्तविकता नै हो । ती तीन वटा संस्थामा गहकिलो, मुख्य र जटिल समस्या समाधान गर्नेतर्फ कुनै ठोस पाइला नचालीकन ठूला-ठूला संस्थाहरूमा विश्वव्यापीरूपमा आन्तरिक व्यवस्थापनमा हुने भीना-मसिना समस्याहरूलाई मात्र ध्यान दिएर मालिक आफ्नो जिम्मेवारीबाट पन्छिरहेको अवस्थालाई व्यवस्थापन विज्ञानको सिद्धान्तअनुसार बिल्कुलै गलत र अवैज्ञानिक मान्नुपर्छ ।

उरोक्त तीन वटा संस्थाहरूमा भइरहेको गतिविधिबाट नेपाल टेलिकमको व्यवस्थापनले पाठ सिक्नै पर्छ । नेपाल सरकारसँग तत्कालै गम्भीर छलफल गर्नु पर्छ, दबाव दिनै पर्छ र सत्यतथ्य कुरा मालिकसमक्ष राख्नै पर्छ । अन्यथा निजी क्षेत्रसँगको व्यापारिक प्रतिस्पर्धामा नेपाल टेलिकम हार्ने निश्चित छ । उदाहरणका लागि सम्पूर्ण सरकारी निकायहरूका साना-ठूला आयोजना, व्यापारिक कारोबार, सामान र सेवा खरिद आदि सम्बन्धमा अनिवार्यरूपमा पालना गर्नुपर्ने छाता ऐन सार्वजनिक खरिद ऐन २०६३ बाट भइरहेको बाधा-अड्चन र समस्यालाई के-कसरी समाधान गर्ने भन्नेबारे मालिकले नै पाइला नचालीकन नेपाल टेलिकम व्यवस्थापनले मात्र केही गर्न सक्दैन ।

नेपाली समाजको डरलाग्दो किसिमले विकसित भइरहेको नकारात्मक सोच र मानसिकता दोस्रो ठूलो समस्या हो । 'मुलुकका सम्पूर्ण विकास निर्माण कार्यहरू बन्द हुनु, किनकि विकास निर्माणको क्रियाकलापमा भ्रष्टाचार हुन्छ' भन्ने अचम्मको मानसिकता मुलुकमा खतरनाक किसिमले विकसित भइरहेको छ । नेपाली समाजको यही मानसिकतालाई आधार मानेर विकास निर्माण कार्यहरू जतिसुकै ढिलो भए पनि, १८ घण्टाको लोडसेडिङ भए पनि, पेट्रोल पम्पमा जतिसुकै लाइन लागे पनि, विदेशी एयरलायन्सले वर्षको ७० अर्ब रुपियाँ बाहिर लिएर गए पनि र निजी मोबाइल कम्पनी जतिसुकै आक्रामक भए पनि सम्पूर्ण सरकारी संस्थाहरूको मालिक नेपाल सरकार आफूले गर्नुपर्ने कामकुरालाई एकातिर पन्छ्याएर संस्थाहरूको व्यवस्थापन र कर्मचारीहरूको दोषलाई मात्र उताउलो तरिकाले प्रचार-प्रसार गरी 'कुम्लो बोकी ठिमीतिर' लागेको लाग्यै छ ।

नेपाल टेलिकमले सशक्तरूपमा आइरहेका निजी कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्दै दूरसञ्चार सेवाको बजारमा आउँदा दिनहरूमा पनि आधिपत्य जमाइरहन र एक नम्बरको कम्पनीका रूपमा आफूलाई कायम गरी अधि बढ्नका लागि निम्न चार वटा कदम तत्काल चाल्नुपर्ने देखिन्छ ।

क) मुलुकको सम्पूर्ण कुनाकापचामा समेत पहुँच पुग्ने गरी मोबाइल र इन्टरनेट सेवाको विस्तार कार्य युद्धस्तरमा गर्ने ।

ख) खासगरी मोबाइल सेवाको गुणस्तर सुधार गर्न जतिसुकै रकम लगानी गर्नुपरे पनि र जुनसुकै नीति लिनुपरे पनि अविलम्ब कदम चाल्ने ।

ग) सेवाहरूको बजार व्यवस्थापनमा कन्जुस्याइँ नगरीकन

अन्तर्राष्ट्रियस्तरको कुनै एउटा नेपाली वा विदेशी परामर्शदाता कम्पनीको सेवा लिएर व्यापकरूपमा प्रचार-प्रसार गरी एउटा ठोस Brand Image बनाउने ।

घ) सम्पूर्ण कर्मचारीको उत्पादकत्व बढाउन, कार्यशैली र बानी-व्यहोरामा सुधार ल्याउन र कम्पनीलाई एक व्यावसायिक, आधुनिक र 'निजी क्षेत्रस्तर'को संस्थामा रूपान्तरण गर्न व्यवस्थापनले तत्काल पहल गर्ने ।

विगतका दिनहरूमा सरकारी निकायहरू खासगरी ३६ वटा संस्थाहरूमा भइरहेको गतिविधिलाई आधार मान्दा उपरोक्त चार वटा कार्यहरूमध्ये पहिलो तीन वटा कार्यहरू सुचारुरूपले गराउनुपर्ने देखिन्छ । त्यसका लागि कम्पनीको सञ्चालक समिति र कम्पनी व्यवस्थापनले निर्भिक भएर समयमै निर्णयहरू गर्न सकेमा र ती निर्णयहरूलाई अन्य निकायहरूबाट हस्तक्षेप वा रोकावट नहुने भए मात्र यी कदम थाल्न सम्भव हुन्छ । यससम्बन्धमा राजनीतिज्ञहरू र नेपाल सरकारको उच्च पदाधिकारीहरूबाट 'ऐन कानून र नियम-विनियमअनुसार पारदर्शी ढंगले जतिसुकै रकमको जुनसुकै सामान र सेवा खरिद गरियो भने कुनै निकायबाट हस्तक्षेप गर्ने वा रोक लगाउने वा कारवाही गर्ने त कुरै आउँदैन नि' भनी 'औपचारिक र 'आधिकारिक' धारणा आउने निश्चित छ । तर विगतका वर्षहरूको अनुभवलाई दृष्टिगत गर्दा कम्पनीको सञ्चालक समिति र व्यवस्थापनले उक्त धारणालाई औपचारिक रूपमा स्वीकृति जनाए पनि अनौपचारिक रूपमा विश्वास नगर्ने प्रवृत्ति रहेको छ ।

तसर्थ मौजुदा ऐन-कानून, नियम-विनियमको प्रशासनिक चक्रव्यूहबाट बाहिर निस्कन नसकेसम्म नेपाल टेलिकमलगायत ३६ वटा सरकारी संस्थाहरूबाट कायापलट हुने खालका ठूला-ठूला विकास निर्माण कार्यहरू छिटोछरितो र युद्धस्तरमा नहुने निश्चित छ । यही चक्रव्यूहको कारणले निजी सेवाप्रदायकका प्रमुखले २ दिनमा गर्ने निर्णय नेपाल टेलिकम प्रमुखलाई महिनौं र कहिलेकाहीं त वर्षौं लाग्ने गरेका थुप्रै उदाहरण छन् । यस्तो वास्तविकतालाई पूर्णरूपमा बेवास्ता गरी निरन्तररूपमा नेपाल टेलिकमको व्यवस्थापन र कर्मचारीहरूको मात्र दोष देखाई उपरोक्त 'प्रशासनिक चक्रव्यूह'को विषयमा चर्चा नै नहुनुलाई नेपाली समाजकै कमजोरी मान्नुपर्ने हुन्छ ।

उक्त प्रशासनिक चक्रव्यूहको समस्या समाधान सञ्चालक समिति र व्यवस्थापनले गर्न सक्दैन, किनकि उहाँहरूको अधिकार क्षेत्रभन्दा बाहिरको कुरा हो । यो समस्याको समाधान मालिकले मात्र गर्न सक्छ । साथै यो समस्या समाधान नभएसम्म जतिसुकै सक्षम, भिजिनरी, क्षमतावान् र नेतृत्व क्षमता भएको प्रबन्ध निर्देशक भए पनि नेपाल टेलिकमले 'एन सेल' जस्तो युरोपेलीस्तरको कम्पनीलाई जितिरहन कठिन पर्छ । यो तीतो सत्य हो ।

राजस्व प्रत्याभूतिको आवश्यकता र दूरसञ्चार क्षेत्रमा विकसित जोखिमहरू

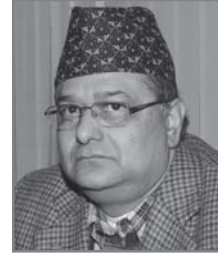
विश्वभरि नै दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले चाँडै-चाँडै रुपान्तरण हुने व्यापारिक Models को सामना गरिरहेका छन् । ग्राहकको रुचिमा आउने विविधता तथा नयाँ-नयाँ सेवाको प्रादुर्भावमा कडा प्रतिस्पर्धा र घट्दो Traffic महसुल र Network क्षमताको सीमितताले लगानीमा प्रतिफल दर घटिरहेछ । नियामक संस्थाको दबाव र लगानीकर्ताहरूको अपेक्षा पूरा गर्न खर्चमा मितव्ययिता अपनाउनुपर्ने बाध्यता छ ।

दूरसञ्चार बजारको स्वरूप नियन्त्रित बजारबाट खुल्ला प्रतिस्पर्धी बजारतर्फ रुपान्तरण भइरहेको छ । परिवर्तित अवस्थामा सरकार वा नियामक संस्थाले नाफाको भरोसा दिलाउन सक्दैन । बरु दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरू बजार-हिस्सा र राजस्वका लागि कडा प्रतिस्पर्धामा छन् र अन्तमा सफल तिनै हुन्छन् जसले समयानुरूप दूरसञ्चार सेवा प्रदान गर्नमा सक्षम भई दिगो नाफामूलक एवं परिणाममुखी Strategic Framework निर्माण गर्न सक्छन् ।

नेपालमा मोबाइल टेलिफोनको आगमनसँगै बढ्दै गइरहेको प्रतिस्पर्धात्मक पृष्ठभूमिमा टिकिरहन खर्चमा कटौती तथा नयाँ-नयाँ राजस्वको स्रोतको खोजी अपरिहार्य हुँदै गइरहेको छ । सरकारी एकाधिकार कम्पनीबाट प्रतिस्पर्धी कम्पनीमा रुपान्तरण भएपछि, नेपाल टेलिकमले अब पुराना एकल राष्ट्रिय सञ्जालबाट बहुल प्रतिस्पर्धी राष्ट्रिय सञ्जालभित्र कार्य गर्नुपर्ने हुन्छ । बाहिरबाट आउने कलबाट हुने आम्दानीमा समेत तीव्र प्रतिस्पर्धा तथा बहुल Gateways का कारण राजस्व आम्दानीमा हास आउने सम्भावना बढी नै रहेछ ।

टेलिफोनको आविष्कार भएयता नेपालको दूरसञ्चार युगलाई प्रमुख २ भागमा वर्गीकरण गर्न सकिन्छ :

१. सरकारी स्वामित्वमा सञ्चालन गर्ने युग (२०६० सालभन्दा अघि) : सरकारी एकाधिकारको रूपमा दूरसञ्चार सेवा प्रदान गर्दा कम्पनीले खासै Cost-effective र राजस्व वृद्धितर्फ आक्रामक रूप अपनाएको देखिँदैन ।
२. दूरसञ्चार क्षेत्रमा उदारीकरणको युग (२०६० सालपछि) : तर दूरसञ्चार क्षेत्रमा उदारीकरणको युगको सूत्रपात भएपछि, नेपाल टेलिकम प्रतिस्पर्धी भएर अघि बढ्नुपरिरहेछ । आधारभूत सेवाको रूपमा दूरसञ्चार क्षेत्रले विकासको औजारको रूपमा कार्य गरिरहेका विभिन्न विकास Model हरूबाट देख्न सकिन्छ । शदियौंसम्म सरकार, व्यापारिक वर्ग र दूरसञ्चार सेवाग्राहीले आधारभूत सेवाको रूपमा दूरसञ्चार सेवालाई आर्थिक तथा सामाजिक विकासको पाटोको रूपमा महत्त्व दिएका थिएनन् र राज्यहरूले पनि



सुधीरप्रसाद अर्याल
ना.प्र.नि. (आ.ले.प. तथा नि. विभाग)

आफ्नो पञ्चवर्षीय योजनाहरू तथा वार्षिक कार्यक्रमको माध्यमद्वारा सञ्चार सेवाको विकासलाई उल्लेख्य प्राथमिकता दिएको पाइँदैन ।

नेपालको सन्दर्भमा पनि राष्ट्रिय बजेटले दूरसञ्चार क्षेत्रको विकासमा खासै बजेटरी सहयोग उपलब्ध गराएको पाइँदैन ।

नेपाल टेलिकम पनि सरकारी एकाधिकार संस्कृतिबाट Corporate-Management संस्कृतितर्फ रुपान्तरण हुन अति आवश्यक भइसकेको छ । सीमित बजारका लागि बढ्दो घाँटी-काट्ने प्रतिस्पर्धाले नेपाल टेलिकमलाई पनि खर्च कटौतीका साथै नयाँ-नयाँ आम्दानीका स्रोत वृद्धि गर्ने बाध्यताले घेरिरहेको छ । अतः विश्वभरि नै मोबाइल टेलिफोन सञ्चालकहरूले राजस्व प्रत्याभूतिको कार्य थालनी गरी वार्षिक ५-७ प्रतिशतसम्म राजस्व वृद्धि गर्न सक्षम भएका छन् । विश्व परिवेशलाई हेर्दा हाम्रो कम्पनीले राजस्व प्रत्याभूतिको थालनी गर्न अबेर भइसकेको छ ।

राजस्व प्रत्याभूतिको काम-कारवाही अगाडि बढाउन सर्वप्रथम सो सम्बन्धी विभाग खडा गरी आवश्यक Software खरिद गरी त्यससम्बन्धमा अन्य काम-कार्यवाही अघि बढाउनु नितान्त आवश्यक छ । यस सन्दर्भमा सञ्चालक समितिसमेतले नीतिगत निर्णय गरी उच्च व्यवस्थापनलाई आवश्यक पहल गर्न निर्देशन दिनुपर्ने देखिन्छ ।

राजस्व प्रत्याभूति भनेको सांगठनिक ढाँचा, प्रक्रियाहरू, प्रविधि र सूचनाहरूको समिश्रण हो, जसले राजस्व प्रक्रियाहरूको अनुगमन गर्ने जिम्मेवारी पाएको हुन्छ । यसका क्रियाकलापहरू यस किसिमबाट ढालिएको हुन्छ, जसले व्यापारिक प्रक्रियाहरू र प्रणालीहरूले तोकेबमोजिम कार्य गरेको वा नगरेको बारेमा प्रत्याभूति प्रदान गर्दछ ।

- जोखिमहरूको पहिचान गरी तिनीहरूलाई सम्बोधन गरेर राजस्व चुहावटको जोखिम कम गर्ने ।



- प्रक्रियाहरू र प्रणालीको विश्लेषण गरेर कमी-कमजोरी तथा Design flaws को अध्ययन गरी खर्च घटाउनुका साथै सञ्चालन दक्षताको अभिवृद्धि गर्ने ।

- आवश्यक सूचनाको आधारमा गरिएको निर्णय र अनपेक्षित घटनाहरू न्यून गर्नका लागि व्यापारिक जोखिमहरूका सम्बन्धमा व्यवस्थापनलाई प्रभावकारी ढंगले सुसूचित गर्ने ।

दूरसञ्चार क्षेत्रमा विभिन्न प्रक्रियाहरू जस्तै- दूरसञ्चार सेवा तथा सुविधाको व्यवस्थापन, बजारीकरण, मेसिन जडान गर्ने औ प्रभावकारी सेवा प्रदान गर्ने, उधारो व्यापारको जोखिम कम गर्ने, पैसा असुली गर्ने कार्य, लागत र आम्दानीको विप्लेषण, साभेदारी व्यवस्थापन, ग्राहकहरूले कम्पनीको सेवा छाड्ने डर अनि ग्राहक व्यवस्थापन र सुरक्षाको सुनिश्चितता व्यवस्थापन आदि कार्यहरूको प्रत्याभूति दिलाउने ठूलै अवसरहरू उपलब्ध छन् । यी सबै प्रक्रियाहरू नाफा बढाउन आवश्यक छन् ।

राजस्व प्रत्याभूति कार्यलाई व्यापारको सर्वाङ्गिण प्रगति, रणनीतिको एक महत्वपूर्ण हिस्साको रूपमा लिनुपर्ने देखिन्छ । सञ्चालन ढाँचा, प्रक्रिया र प्रविधि मञ्चमा विद्यमान रहेका कमी-कमजोरीले गर्दा दुःख गरेर आर्जन गरेको राजस्वको हिस्सा चुहावट भइरहेछ । यसको न्यूनीकरण र नियन्त्रणविना मुनाफा बढाउन सम्भव नहुन सक्छ ।

आधारभूत टेलिफोनको जमानामा प्रभावकारी ठानिएको प्रणाली अहिलेको जटिल प्राविधिक समिश्रणमा अपर्याप्त हुँदै गइरहेछ । अतः राजस्व वृद्धि गर्नका साथै आर्जित राजस्वलाई समुचित लेखाङ्कन गर्न पनि संगठित र केन्द्रित तरिका अपनाई परिवर्तन व्यवस्थापनको चुनौतीका साथै प्रणाली, व्यापारिक प्रक्रिया, सीप र संठन सहक्रियाको पूरा फाइदा उठाउनु बाञ्छनीय हुन्छ ।

राजस्व प्रत्याभूति प्रक्रियाले निम्न कुराहरूमा विशेष ध्यान दिन्छ :

- (क) विभिन्न सेवाहरू र तिनको महसुल दर ।
- (ख) ग्राहकहरूको सेवा उपलब्धता, ग्राहकसम्बन्धी तथ्याङ्क, ग्राहकहरूको सन्तुष्टिको आधारमा प्रणाली तथा Network को सुधार र संवर्द्धन गर्ने ।
- (ग) राजस्व ठगीको पहिचान र रोकथाम : आन्तरिक तथा बाह्य ठगीलाई पहिचान गरी नियन्त्रण प्रक्रियाहरू तोक्ने ।
- (ङ) तथ्याङ्क संकलन र बिलिङ कार्य ।
- (ड) अन्तर-सम्बन्धता र Roaming सेवाको बिलको अनुगमन ।
- (च) ग्राहक सेवा ।
- (छ) नगद संकलन ।
- (ज) लेखाङ्कन तथा रिपोर्टिङ ।

प्रविधिको विकास, प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण, ग्राहकको रुचि र छनोटमा विविधता आदिका कारण वर्तमान परिवेशमा दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले एकातिर खर्च घटाउने अनि अर्कोतिर राजस्व आम्दानी बढाउने दोहोरो चुनौतीको सामना गर्नुपरिरहेछ । यस सन्दर्भमा विश्वभरि नै विशेषगरी मोबाइल सेवाप्रदायकहरूले राजस्व ठगी तथा चुहावटबाट ४०-५० अर्ब डलरभन्दा बढी राजस्व गुमाइरहेको अवस्था छ । यस परिदृश्यबाट नेपाल टेलिकम पनि

अछुतो रहने सम्भावना देखिँदैन । यसर्थ राजस्व प्रत्याभूतिको कार्यको थालनी अपरिहार्य भएको छ ।

राजस्व प्रत्याभूतिको लागि आवश्यक Tools (संयन्त्र) :-

१. Reconciliation Tools;
२. Fraud Monitoring Tools;
३. Test-Call-Generators;
४. Various Auditing Tools;

राजस्व प्रत्याभूतिले बृहत् अर्थमा धेरै कुरा समेटेको हुन्छ । विशेष गरी दूरसञ्चार सेवाभिन्न मोबाइल सेवाको प्रयोग व्यापक नै छ । राजस्व प्रत्याभूतिले व्यावहारिक रूपमा सञ्चालन प्रक्रियाको कमी-कमजोरी पत्ता लगाई विशेषगरी बिलिङ र राजस्व संकलनमा बढी जोड दिनुपर्ने हुन्छ । हालको अवस्थामा कम्पनीको कुल राजस्वको दुई तिहाइ हिस्सा मोबाइल सेवाले ओगटेको छ ।

राजस्व प्रत्याभूतिको काम प्रायः अर्थ विभाग, आन्तरिक लेखापरीक्षण विभाग, सूचना प्रविधि निर्देशनालयले सम्पादन गर्नुपर्ने हुन्छ । तर पनि राजस्व प्रत्याभूति कार्य व्यापार व्यवस्थापन विभागको अग्रसरतामा शुरुआत गर्न सजिलो हुने अनुमान गर्न सकिन्छ । राजस्व प्रत्याभूतिको कामको सम्पूर्ण जिम्मेवारी राजस्व प्रत्याभूति विभागको मात्र नभई व्यापार प्रवर्द्धनदेखि राजस्व Generate गर्ने र लेखाङ्कन गर्ने सबैको सहभागिता आवश्यक हुन्छ ।

राजस्व प्रत्याभूति कार्य वित्तीय नियन्त्रणका कारण अर्थसँग, लेखापरीक्षण र प्रतिवेदनको कारणले लेखापरीक्षणसँग तथा Network व्यवस्थापन र IT सँग सम्बन्धित भएकाले IT Directorate सँग अन्तरसम्बन्धित छ । व्यापार व्यवस्थापन विभागले आफ्नो सेवाको खर्च र नाफा दरको अन्तर बढाउन राजस्व प्रत्याभूतिमा बढी अग्रसरता प्रदान गर्दछ । ग्राहकहरूको टेलिफोन बिल तथा सेवा-ग्राह्यताबारे व्यापार व्यवस्थापन विभागले महत्वपूर्ण सूचना एवं जानकारी उपलब्ध गराउँछ ।

राजस्व प्रत्याभूतिको कार्यसम्पादन स्तरमा देखिने सम्भावित समस्याहरू :-

- (१) विभिन्न कार्यसँग अन्तरसम्बन्धित भएकाले - IT, अर्थ र बजार व्यवस्थापनसम्बन्धी सीप कौशलताको अभाव हुन सक्छ ।
 - (२) विभिन्न दूरसञ्चार सेवाहरू (जस्तै PSTN, CDMA, ADSL, GSM सँग सम्बन्धित बेगलाबेगलै Features भएकाले एकीकृतरूपमा राजस्व प्रत्याभूति लागू गर्न गाह्रो हुने ।
 - (३) राजस्व चुहावट र प्रत्याभूतिको जिम्मेवारी कसले लिने भन्ने सम्बन्धमा अन्तरविभागमा असामञ्जस्यता आउन सक्छ ।
 - (४) राजस्व प्रत्याभूतिबाट हुने थप योगदानबारे ठोस निरूपण गर्न गाह्रो हुन सक्छ ।
- उल्लिखित अवस्थालाई दृष्टिगत गर्दा राजस्व प्रत्याभूति कार्य विभिन्न विभागसँग अन्तरसम्बन्धित भएकाले कुनै एक विभागलाई (विशेषगरी आन्तरिक लेखापरीक्षण विभागसँग राजस्व प्रत्याभूति विभाग समायोजन गरी) मुख्य सञ्चालकको रूपमा तोक्नु बढी व्यावहारिक हुन्छ ।



राजस्व प्रत्याभूतिसँग सम्बन्धित सम्भावित क्षेत्रहरू :-

- (१) विभिन्न सेवाबाट हुने आम्दानीको CDR / Billing Process लाई Monitor गर्ने,
- (२) Inter connection र Wholesale contracts बाट हुने आम्दानीहरू,
- (३) विभिन्न सञ्जाल तथा सूचना प्रणालीमा गरिएको लगानीको प्रतिफल विश्लेषण ।
- (४) Roaming को आम्दानी Fraud सम्बन्धी ।
- (५) अन्य Operators सँग हुने Traffic आदानप्रदानमा Reconciliation र Assurance गर्ने सम्बन्धी ।

राजस्व प्रत्याभूतिबाट प्राप्त हुने लाभ :-

- (१) तीव्र परिवर्तनको क्रममा तथा सघन व्यावसायिक प्रतिस्पर्धामा हुने गल्ती-कमजोरीहरू कम गर्न सहयोग पुग्छ ।
- (२) विभिन्न प्रणाली तथा प्रक्रियाहरूको मिश्रित प्रभावको जटिलतालाई निर्धारण गरी सरलीकरण गर्न सहयोग पुग्छ ।
- (३) कम मूल्यको तर ठूलो परिमाणमा हुने लेनदेनको सानो गल्तीले पनि हुने ठूलो आर्थिक परिणामबारे बेलैमा निर्णय लिई जोखिम न्यून गर्न सहयोग पुग्छ ।
- (४) सेवा विस्तार क्षेत्रको क्षेत्र व्यापक गर्न सहयोग पुग्छ ।
- (५) विस्तृत मूल कारण विश्लेषण ।
- (६) तुरुन्तै विश्लेषण गर्ने सक्ने क्षमता ।
- (७) व्यापारिक प्रक्रिया-उन्मुख प्रवृत्ति भएको ।
- (८) कार्यप्रवाह व्यवस्थापन ।
- (९) एकद्वार केन्द्रित अवलोकन ।
- (१०) संक्षिप्त रूपमा सबै आवश्यक सूचना दिने, जानकारी गराउने र प्रगतिको विश्लेषण गर्ने ।
- (११) आफूलाई मिल्ने अनुकूलतामा ढाल्ने ।
- (१२) सही Billing र Charging गरेर ग्राहक सन्तुष्टि वृद्धि गर्नुका साथै आयको सही लेखाङ्कनमा गर्ने ।
- (१३) राजस्व प्रत्याभूतिबाट आर्जित थप आम्दानीले सीधै नाफा बढाउने ।
- (१४) छिटोछरितो Fraud पहिचान गरी सरल र लागतको बचत ।

दूरसञ्चार क्षेत्रमा भएका चुनौतीलाई निम्नानुसार वर्गीकरण गर्न सकिन्छ :-

- (१) रणनीतिक चुनौतीहरू (Strategic Threats):-
ग्राहक, प्रतिस्पर्धी र व्यापारको सञ्जालमा लगानीकर्तासँग सम्बन्धित ।
- (२) नियम अनुपालनका चुनौतीहरू (Compliance Threats):-
राजनीतिक, कानूनी, नियमन र संस्थागत सुशासनबाट उत्पन्न चुनौती ।
- (३) सञ्चालन चुनौतीहरू (Operational Threats):-
प्रक्रियाहरू, प्रणालीहरू, मानिस र मूल्य-मान्यतामा प्रभाव पार्नेहरू, आय संयन्त्रबाट सृजित चुनौतीहरू ।
- (४) आर्थिक चुनौतीहरू (Financial Threats):-
बजारको उत्तारचढाव र अर्थतन्त्रबाट उत्पन्न हुने चुनौतीहरू, विश्वव्यापीकरण, अन्तर्राष्ट्रिय आर्थिक गतिविधिबाट सृजित चुनौतीहरू ।

उल्लिखित चुनौतीबाट सृजना हुने जोखिमहरू निम्नानुसार प्रस्तुत गर्न सकिन्छ :-

जोखिम नं. (१) ग्राहकहरूको बजार-हिस्सामा हास हुने :

प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरूले प्रदान गर्ने नयाँ-नयाँ सेवाले बढी प्रतिस्पर्धा जन्माउनेछ । द्रुतगतिको Internet सेवाको माग वृद्धिले Fixed Broadband मा बढी data को प्रयोग बढिरहेछ र Mobile data Traffic मा ठूलो परिमाणमा वृद्धि भइरहेछ । परिणामस्वरूप Smart Phones र Mobile Internet सेवाको प्रयोग बढ्नु स्वाभाविक नै देखिन्छ । दिन-प्रतिदिन प्रविधि तथा Devices प्रदान गर्ने कम्पनीहरूले ग्राहकको रुचि र प्राथमिकतामा प्रभाव पारिरहेछन् । यस कारणले कम्पनीहरूले ग्राहक-हिस्सा गुमाउने सम्भावना बढी देखिन जान्छ । दूरसञ्चारप्रदायक कम्पनीहरूले विभिन्न विरोधी मुद्दाहरू सम्बोधन गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

(क) खर्चतर्फ नियन्त्रण :

बढ्दो Data Traffic ले गर्दा Network व्यवस्थापन खर्चमा वृद्धि भइरहेछ तर सोही अनुरूप Voice राजस्वमा भएको कमीलाई पूरा गर्न राजस्व बढ्न नसकेको । बढ्दो Network Band width का लागि पुँजीगत खर्चको व्यवस्था गर्न गाह्रो भइरहेको । Spectrum खरिदमा ठूलो लगानीको आवश्यकता ।

(ख) राजस्वतर्फ :

बढ्दो प्रतिस्पर्धाले Average Revenue Per user वृद्धि गर्न समस्या भइरहेको छ ।

जोखिम नं. (२) ग्राहक मूल्य अभिवृद्धि गर्न असफल हुनु ।

दूरसञ्चारप्रदायक कम्पनीहरूले नयाँ-नयाँ व्यापारिक Models अपनाएर ग्राहक मूल्य बढाउन सक्छन् । दूरसञ्चार सेवामा १० प्रतिशत सेवा कर अनि त्यसमाथि १३ प्रतिशत VAT ले गर्दा दूरसञ्चार सेवग्राहीले ठूलो भार खप्नुपरिरहेको छ ।

जोखिम नं. (३) नियामक संस्थाको बढ्दो दबाव :

Network Neutrality को सिद्धान्त प्रतिपादन हुन थालेकाले बढ्दो Data-Volume बाट आर्थिक रूपमा फाइदा लिन गाह्रो हुने देखिन्छ । दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले अर्को पुस्ताको 3G/ 4G / LTE/ Wi-MAX आदि प्रविधिमा ठूलो लगानी गर्नुपर्नेछ भने त्यसको प्रतिफलमा पर्याप्त राजस्व आम्दानीको सुनिश्चितता छैन । नवीन प्रविधिमा आधारित सेवाको अनुमति लिन लगायत अन्य विषयमा सेवाप्रदायकहरूमाथि नियामक संस्थाको दबाव बढी नै देखिन्छ । विभिन्न किसिमका Regulating संख्या बढिरहेको छ । Regulation driven risk को व्यवस्थापन प्रभावकारी ढंगले गर्नुपर्ने आवश्यकता छ ।

जोखिम नं. (४) पूर्वाधार क्षेत्रमा अप्रभावकारी लगानी :

नयाँ-नयाँ प्रविधिको विकासक्रमले ठूलो क्षमताको आधारशिलामा विशाल लगानी गर्नुपर्ने हुन्छ र नेटवर्क विकासमा समयमै उचित लगानी आवश्यक हुन्छ । तर राष्ट्रिय आधारशिला नीति अझै निर्माणकै क्रममा छ र माग र आपूर्तिको पक्षहरू पनि चाँडै-चाँडै परिवर्तन भइरहन्छन् । सञ्चार प्रविधि विकास चक्र पनि छिटो-छिटो सानो भइरहेछ र लगानीको मात्रा पनि बढिरहेछ ।



- मोबाइल सञ्चालक कम्पनीहरूले Roaming र Termination दरमा कमीका साथै Networking को समस्या भेलिरहेछन् ।
- Fixed Operators हरूले Fiber Regulation का साथै network bundling र duct access सम्भावना अझ बढ्दो छ ।
- TV सेवाप्रदायकहरूले Content exclusivity मा चुनौती महसुस गरिरहेछन् ।
पूर्वाधारमा ठूलो लगानी गर्नुपर्ने हुनाले दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूको अगाडि ठूलो जोखिमका साथै अवसरहरू पनि छन् ।

जोखिम नं. (५) खर्च घटाउने तथा खर्चमा नियन्त्रण गर्ने अक्षमता :

आर्थिक मन्दीको कारणले दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले आफ्नो खर्चमा कटौती गर्दै लगेका छन् तर खर्च कटौती गरे तापनि Share-holders लाई लाभांश त दिनै पर्ने हुन्छ । Legacy Services बाट Voice को आधारमा हुने आम्दानी घटिरहेको तथा नयाँ सेवाहरूले भविष्यमा दिने आम्दानीको निश्चितता अझै विश्वसनीय हुन सकेको छैन ।

दूरसञ्चार कम्पनीहरूले अझ बढी Systematic approach अपनाउनुपर्ने हुन्छ । उनीहरूले आफ्नो Core Business कम खर्चको आधारमै सञ्चालन गरेर नाफाको दर कायम राख्नुपर्ने बाध्यता छ ।

जोखिम नं. (६) प्रतिभा र नयाँ आविष्कारको कमी :

दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले Technology कम्पनीहरूको अनुशरण गर्न बाध्य भएका छन् । Device Manufactures र Online Applications Developers ले बजारमा आफ्नो प्राथमिक महत्व दर्शाएका छन् र दूरसञ्चार कम्पनीहरू दोस्रो दर्जाका Partners का रूपमा रहन विवश छन् ।

दूरसञ्चार कम्पनीहरू ग्राहक केन्द्रित हुन जरुरी छ । उनीहरूले Technology र Media बाट रणनीतिक दक्ष विज्ञहरू आफ्नो कम्पनीका काममा लगाउनुपर्नेछ । अनुसन्धान र विकास कार्यमा प्राथमिकता दिनुपर्नेछ । प्रविधि, सञ्चार र अन्य दूरसञ्चार कम्पनीहरूसँग साभेदारी गर्नुपर्नेछ ।

जोखिम नं. (७) लगानीकर्ताको अपेक्षाको व्यवस्थापन गर्न अक्षमता :

लगानीकर्ताहरूको अपेक्षा पूरा गर्न बढी प्रतिफल दिन सक्ने वातावरण तयार पार्नुपर्छ । लगानीकर्ताहरू आफ्नो लगानीको सुरक्षाभन्दा पनि नयाँ आविष्कारको पक्षमा छन् । लगानीकर्ताहरूको अपेक्षा पूरा गर्न दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले आफ्नो कार्यक्षेत्रमा भएको चुनौती र अवसरहरूको बारेमा राम्ररी जानकारी गराउनुपर्दछ । कम्पनीले मुख्य-मुख्य कार्यसम्पादनको सूचकाङ्क विकास गर्नुपर्ने हुन्छ । साथै दूरसञ्चार कम्पनीहरूले सरकारसँग र अन्य आपूर्तिकर्तासँगको सम्बन्ध पनि परिभाषित गर्नुपर्नेछ ।

जोखिम नं. (८) अनुपयुक्त प्रणालीहरू र प्रक्रियाहरू :

आर्थिक मन्दीको अवसरमा Legacy व्यापारलाई जारी राख्नु भन्नु जरुरी हुन्छ । मोबाइल Voice सेवाबाट आउने आम्दानीको अझै ठूलो हिस्सा छ । प्रतिस्पर्धी मोबाइल सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले

विस्तारै जरो गाडिरहेका छन् ।

- दूरसञ्चारप्रदायक कम्पनीहरूले आफ्नो Platform को समुचित मर्मत-सम्भार तथा अभिवृद्धि गर्नुपर्ने हुन्छ ।
- कुन प्रविधि तुरुन्त प्रयोग गर्ने, अनिश्चय छ ।
- HSPP+ अथवा LTE अथवा Wi-MAX अथवा IP- Based अन्य प्रविधि ?
- Legacy Technologies को Consolidation ले जोखिम बढाउँछ ।
- Migration paths धेरै जटिल छ ।

जोखिम नं. (९) एकीकृत उपक्रम तथा साभेदारीको कमजोर व्यवस्थापन :

अहिले दूरसञ्चार कम्पनीहरूमा अन्तर-बजार प्रतिस्पर्धा, खर्चको बढी व्ययभार र नयाँ पूर्वाधारमा ठूलो लगानीको आवश्यकताले एकीकृत उपक्रम अथवा रणनीतिक साभेदारीको आवश्यकता महसुस भइरहेछ । नयाँ प्रकारका साभेदारहरूसँग सहकार्य गर्नुपर्ने हुन्छ जस्तै-

IT सेवाहरू, IPTV, Mobile Internet तथा अन्यबीच साभेदारी आवश्यक छ ।

जोखिम नं. (१०) गोपनीयता, सुरक्षा र ठगी :

गोपनीयता, सुरक्षा र ठगी दूरसञ्चार क्षेत्रका लागि दीर्घकालीन चुनौतीहरू नै हुन् । बदलिँदो व्यापारिक ढाँचाले नयाँ-नयाँ चुनौतीहरू जस्तै- Web2.0, Virtualization र Digital rights सँग सम्बन्धित मुद्दाहरू सामाजिक-आर्थिक आयामसँग जोडिएर देखा पर्न थालेका छन् ।

Digital समाजको सुपरीवेक्षण गर्ने जिम्मेवारी

Digital समाजको द्रुत विकासले यस क्षेत्रलाई सुपरीवेक्षण गर्ने अनि नियमन गर्ने कार्य भन्-भन्नु जटिल बन्दै गइरहेको छ । मोबाइल सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले आफ्नो ग्राहकको Data-सूचना गलत प्रयोग हुनबाट रोक्ने दायित्व पनि बहन गर्नुपर्ने हुन्छ ।

मोबाइल सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले द्रुत सामाजिक, राजनीतिक, प्राविधिक र ग्राहक चाहनामा परिवर्तनलाई आफ्नो बढ्दो दायित्व सम्झी सम्बोधन गर्नुपर्दछ ।

राजस्व प्रत्याभूति सञ्चालन प्रक्रिया अनवरतरूपमा चलिरहने प्रक्रिया भएकाले यसमा समयको साथै सुधार पनि भई नै रहन्छ ।

अन्तमा, छोटकरीमा भन्नुपर्दा दूरसञ्चार क्षेत्र एकातिर विश्वभरि नै फैलिँदै गएको छ भने अर्कोतिर विभिन्न प्रविधिको समिश्रणले एकै विन्दुमा सबै प्रविधिहरू केन्द्रित पनि भइरहेछ । अतः बढ्दो आम्दानीका अवसरहरू पहिल्याउँदै तथा आर्जित आम्दानी सुरक्षित गर्दै जानुपर्ने आजको प्रमुख चुनौती हो । साथै दूरसञ्चार क्षेत्रमा विकसित भइरहेका विभिन्न खाले जोखिमहरू तथा प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरूको रणनीति तथा दाउपेचहरूलाई समेत ध्यानमा राखेर प्रभावकारी ढंगबाट अल्पकालीन तथा दीर्घकालीन Strategic Framework तयार गरी उक्त चुनौतीहरूलाई उच्च व्यवस्थापनले सम्बोधन गर्नुपर्ने देखिन्छ । अन्यथा दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरूको अवस्था पनि अनिश्चित हुने सम्भावना बढ्दै जानेछ ।

जीवनको नियम र नेपाल टेलिकमको जीवन्त यात्रा

१. जीवन यात्रा र असफलताका लक्षण

१.१ मानिसको यात्रा र संस्थाको यात्रामा समानान्तरता हुन्छ। मानिसको जीवन यात्रा निन्तान्त व्यक्तिगत हुन्छ भने संस्थाको यात्रा सामाजिक हुन्छ। यात्रा जीवन्त हुनुपर्छ। मानिसको यात्रा जीवन्त भएन भने ऊ बोझिलो जीवन बोकेर बाँचिरहेको हुन्छ। संस्थाको यात्रा जीवन्त भएन भने उद्देश्यविहीन यात्रामा ऊर्जा खपत भई मृत्युतर्फ उन्मुख भइरहेको हुन्छ। मानिसको यात्रा जीवन्त नभए पनि मनको सहारामा जीवन्त रहेको अभिनय वा बहनामा चल्न सक्छ। तर कम्पनीको यात्रा जीवन्त नहुँदा असफलताका लक्षणहरू देखाउन थाल्छ। जुन उद्देश्यबाट संस्था स्थापित भएको हो सो अनुरूप परिणामहरू देखाउन छोड्छ। फलस्वरूप संस्थाका सेवाग्राहीहरूले पनि पीडा खेप्नुपर्ने हुन्छ। तर लक्षणहरू स्वयं रोग होइनन्। प्रारम्भिक अवस्थामा देखाइएका यी लक्षणहरू अर्थपूर्ण हुन्छन्, जुन संस्थाले आफ्नो अस्तित्व जोगाउन दिइरहेका संकेतहरू हुन्।

१.२ हाम्रो मुलुकको परिवेशमा पनि नेपाल सरकारको स्वामित्वमा धेरै संस्थाहरू यात्रामा छन् तर जीवन्त यात्रामा छैनन्। कतिपय संस्थाहरूका यी लक्षणहरूले भित्री रोगको अवस्थालाई संकेत गरिरहेका हुन्छन्। बाह्यरूपले आर्थिक समुन्नतितर्फ उन्मुख भैरहेको देखिने तर आन्तरिक संरचना कमजोर भैरहेको छ भने त्यस्तो संस्था मृत संस्थामा रुपान्तरण हुने प्रबल सम्भावना रहन्छ। त्यस्तै गरी वातावरणमा आइरहेको परिवर्तनलाई संस्थाले आत्मसात् गर्न नसक्दा तथा परिवर्तनका जटिलतासँग आफूलाई परिवर्तन गर्ने क्षमतामा कमी छ भने त्यो पनि संस्था असफल हुने लक्षण हो। त्यस्तै गरी संस्थाभित्र काम-कारवाहीको व्यस्तता (Busy) भइरहेको देखिने, उक्त व्यस्ततामै रमाइरहने तर सोबाट कम्पनीको व्यावसायिक (Business) सफलतामा कुनै सकारात्मक प्रभाव परेको संकेत देखिएको छैन भने पनि कम्पनी असफलताको वाटोतिर उन्मुख भैरहेको लक्षण हो। साथै संस्था तथा संस्थाका कर्मचारीहरूको समग्र हितबीच सन्तुलन हुने गरी संस्थाको कार्य वातावरण विकसित भैरहेको छैन भने त्यो पनि कम्पनी दूरावस्थातिर उन्मुख भएको संकेत हो।

२. कम्पनीको पुनर्मूल्याङ्कन

२.१ नेपाल टेलिकमको इतिहास शताब्दी लामो छ तर मुलुकको दूरसञ्चार क्षेत्रको वास्तविक परिवर्तन एक दशकमा मात्र भएको छ। जब परिस्थितिमा परिवर्तन हुन्छ तब कम्पनीको कर्मचारीवर्गको मनस्थिति तथा कम्पनीको संस्कारमा परिवर्तनको ढोका ढकढक्याएको हुन्छ। मुलुकको दूरसञ्चार बजारमा देखिएको प्रतिस्पर्धालाई कम्पनीले आत्मसात् गर्न सकेन भने यसलाई दुर्भाग्यका दिनहरूको गन्ती प्रारम्भ भएको मान्नुपर्छ। मुलुकको सानो दूरसञ्चार बजारमा ६ वटा सेवाप्रदायकहरूको उपस्थिति रहनु, विश्वबजारमा राम्रो बजार उपस्थिति



सुरेन्द्र प्रसाद थिक्ते

ना.प्र.नि., व्यापार व्यवस्थापन विभाग

रहेको बहुराष्ट्रिय कम्पनीबाट आक्रामकरूपमा बजार विस्तार भइरहनु, दूरसञ्चार नीति तथा नियमन संयन्त्रको अस्पष्टताबाट कम्पनी अप्ठ्यारो अवस्थामा पर्न सक्ने खतरा देखिनु, सरकारी संयन्त्रअनुरूप सञ्चालन हुनुपर्दा जोखिम उठाएर कम्पनीको उद्देश्य हासिल गर्न साहसी निर्णय गर्न अप्ठ्यारो खडा हुनु, कम्पनीभित्र आन्तरिक संस्कारका तत्वहरू मूल्य, मान्यता र विश्वासको अवमूल्यन हुनुले कम्पनीको वर्तमान यात्रा सही दिशामा छ/छैन भनी पुनर्मूल्याङ्कन गर्ने संवेदनशील घडी आएको छ। गलत दिशामा गएर सही दिशातर्फ उन्मुख भैरहेको छ भन्ने सोच विकसित भएको छ भने असफलतालाई छिटो निम्त्याउनु हो। साथै गलत दिशामा उन्मुख छ भनेर पहिचान हुँदाहुँदै पनि कम्पनी जीवन्त यात्रामा बढ्न नसक्नु भनेको संघर्ष, संकल्प तथा समर्पणको अभाव हो। कम्पनी जुन उद्देश्यको लागि स्थापित छ, सोमा विचलन आएको छ भने कम्पनी असफल हुने संकेत हो। किनभने उद्देश्यविहीन यात्रा सार्थक हुन सक्तैन।

२.२ कम्पनी अहिले Crisis of identity को अवस्थाबाट गुज्रिरहेको छ। ९२ प्रतिशत शेयरको स्वामित्व सरकारको रहेकोले कम्पनीको काम-कारवाही सरकारी नीति-नियमबाट निर्देशित छ भने मुलुकको दूरसञ्चार बजार निकै प्रतिस्पर्धात्मक रहेकोले आफ्नो अस्तित्वको लागि कम्पनी व्यावसायिक मूल्य-मान्यताबाट सञ्चालन हुनुपर्ने अपरिहार्यता छ। तर सरकारी संस्था र व्यावसायिक संस्थाका चरित्र नितान्त पृथक हुन्छन्। कम्पनी यस्तो दुई फरक चरित्र भएको दुई घोडामा एक-एक खुट्टा राखी सवार भएर गन्तव्यमा पुग्दैन, दुर्घटना मात्र हुन्छ। यस्तो असामञ्जस्यताका कारण कम्पनीमा थकान तथा घाउहरू अहिले देखिन थालेका छन्। सरकारी तवरले कार्य गरिरहेको एकाधिकारको अवशेषका कारण कम्पनीका कार्यहरू चुस्त तरिकाले सम्पन्न गर्न कठिनाई भइरहेको छ। व्यावसायिक रूपमा अगाडि बढ्न सरकारी संयन्त्रको पूर्णरूपमा पालना गर्नुपर्दा विभिन्न अवरोधहरू सामना गर्नुपर्ने अवस्था सृजनाले कम्पनीको विकास कार्यक्रमहरू नराम्रो तरिकाले प्रभावित भई उपभोक्ताका



आवश्यकताहरू परिपूर्ति गर्न कम्पनी सबल भइरहेको छैन। यसबाट कम्पनीको प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता ह्रासोन्मुख दिशामा जाने खतरा निरन्तर वृद्धि भइरहेको छ। यो प्रमुख चिन्ताको विषय हो। तर अहिलेसम्म चिन्तामा नै समय बितेको छ। यो चिन्तालाई न्यून गर्ने चिन्तन गरी ठोस कार्यदिशासहित कम्पनीको विगतको गर्वलाई कलुषित नगर्न प्रभावकारी कदम चाल्नु अपरिहार्य भएको छ। यसको लागि कम्पनीको आन्तरिक मनस्थितिमा आमूल परिवर्तन जरूरी छ, भने बाह्य परिस्थितिलाई आफ्नो अनुकूल स्थापित गर्ने कूटनीतिको पनि खाँचो देखिएको छ।

३. सरकारको स्वाभित्त्व र उत्तरदायित्व :

३.१ मानिस पूर्ण स्वस्थ हुँदा आफ्नो स्वास्थ्यबारे ख्याल आउँदैन। टाउको नदुखेसम्म शरीरमा टाउको छ, भनेर याद आउँदैन। जब टाउकोमा केही चोट पुग्छ, र पीडा हुन्छ, त्यस बेला टाउकोको अस्तित्वबारे सम्झिन्छ। नेपाल टेलिकमको सम्बन्धमा यस्तै अवस्था अहिले नेपाल सरकारको रहेको देखिन्छ। कम्पनी हाल आर्थिक रूपमा सबल भएकोले कम्पनीको सञ्चालनमा अन्य सरकारी संस्थानहरूलाई जस्तो सरकारबाट आर्थिक अनुदान दिनुपर्ने अवस्था रहेको छैन। वर्तमान अवस्थामा हालसम्ममा कम्पनी मुनाफामा सञ्चालन भई राज्यकोषमा सबैभन्दा बढी कर तिर्ने कम्पनीको रूपमा स्थापित छ। विभिन्न शीर्षकका करहरू तथा लाभांशवापत वार्षिक रूपमा कम्पनीबाट सरकारले ठूलो रकम प्राप्त गरिरहेको छ। विगत ४ वर्षमा राज्यकोषमा कम्पनीबाट भएको आर्थिक योगदान निम्नानुसार रहेको छ।

| आ.व. | दूरसञ्चार सेवा शुल्क/ मू.अ.कर/ स्वाभित्त्व | आयकर | लाभांश | शुल्क रोयल्टी/ ग्रा.दू.वि.कोष | अन्य | जम्मा |
|---------|---|------|--------|----------------------------------|------|-------|
| २०६४/६५ | २.८५ | २.८४ | १.४९ | १.०१ | १.४८ | ९.६७ |
| २०६५/६६ | ३.६३ | ३.६५ | ३.४५ | १.०१ | ०.५२ | १२.२४ |
| २०६६/६७ | ५.२५ | ४.२३ | ४.८० | १.२३ | ०.२९ | १५.८० |
| २०६७/६८ | ४.५३ | ४.४८ | ५.४९ | १.५० | ०.२७ | १६.२७ |

यो आर्थिक योगदानबाहेक कम्पनीले सरकारी नीतिअनुरूप नाफाविहीन दुर्गम ग्रामीण क्षेत्रहरूमा ठूलो लगानी गरी न्यूनतम दूरसञ्चार सेवा स्थापित गरी आफ्नो सामाजिक दायित्व पनि निर्वाह गरिरहेको छ। सरकारको विभिन्न उद्देश्य हासिल गर्न कम्पनीको वर्तमान बलियो स्थिति अहिले एउटा वाहकको रूपमा रहेको छ। तर समयको दायराभित्र हुने कुनै पनि चीज परिवर्तनशील हुन्छ। परिवर्तन आफैले चुनौती र अवसर बोकेर आएको हुन्छ। मुलुकको दूरसञ्चार क्षेत्रमा भइरहेको परिवर्तनबाट कम्पनी अलग रहन सक्दैन। परिवर्तनलाई कम्पनीले आत्मसात् गर्न सकेन भने छिमेकी मुलुकको साबिक

सेवाप्रदायक (Incumbent Operator) भारत सञ्चार निगम लिमिटेडको जस्तो कठिन परिस्थिति आउँदैन भनेर ठोक्नु गर्न सकिँदैन। कुनै बेला "Crown Jewel" को रूपमा लिने सो कम्पनी आज आफ्नो अस्तित्वको लागि सरकारबाट संरक्षण खोजिरहेको छ। असल सेवक नभईकन असल मालिक बन्दैन। अझ सेवकमा भन्दा मालिकमा असल गुणहरू बढी आवश्यक हुन्छ। नेपाल सरकारको "हीरा" को रूपमा रहेको यो कम्पनीको अग्रगमनमा देखिएका वर्तमान सरकारी नीति-नियममा भएका सीमिततालाई कम्पनीको मालिकको हैसियतले प्रतिस्पर्धा अनुकूल हुने गरेर सरकारले उचित परिमार्जन गरी चौडा बाटो सृजना गरिदिनुपर्छ।

३.२ प्रत्येक मानिसको जीवन आफैमा "युनिक" हुन्छ। प्रत्येक मानिसको स्वभाव शैली भिन्न हुन्छ। यो "कन्ट्रास्ट" लाई बुझ्न नसक्नु वा नखोज्नुको परिणाम दुःख सृजना हुनु हो। त्यस्तै गरी सरकारका प्रत्येक अङ्ग तथा सरकारी स्वाभित्त्वमा रहेका संस्थाहरूका प्रकृति भिन्न प्रकारका हुन्छन्। यी विभिन्न प्रकृतिका संस्थाहरू एकनासको नीति-नियमले सञ्चालन हुँदा एउटै प्रकारको परिणाम आउन सक्दैन। परिवर्तन छैन भने नीति-नियमको जीवन्तता लामो समय रहन्छ, तर निरन्तर परिवर्तनले नीति-नियम सुधार गर्न पनि निरन्तररूपमा घचघच्याएको हुन्छ। सबै नीति-नियमको अपवाद हुन्छ र अपवादले नै नीति-नियमको उपस्थितिलाई झल्काउँछ। दूरसञ्चार क्षेत्रसँग सम्बन्धित संस्था र भौतिक निर्माण क्षेत्रसँग सम्बन्धित संस्थाको बाटो यसै पनि अलग हुन्छ। त्यसमा पनि दूरसञ्चार क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा

(रकम रु. अर्बमा)

रहेकोले बाटो "विशिष्ट" रूपमा नै अलग छ। तसर्थ प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा कम्पनीको जीवन्त यात्रालाई अनुकूल हुने गरी वर्तमान नीति-नियम परिमार्जन गर्न सरकार प्रतिबद्ध हुनुपर्छ, र कम्पनीले पनि सरकारसँग समन्वय गरी पहल गर्नु जरूरी छ। कम्पनी कमजोर हुनुभन्दा पहिलै नै यस्तो

स्रोत : कम्पनीको वार्षिक प्रतिवेदन

सुधारको बाटो पहिल्याउँदा सरकारको राजस्व संरक्षण हुन्छ र सरकारले ठूलो टाउको दुखाइ भोग्नु नपर्ने हुन्छ। अन्यथा घाटामा गएका संस्थानहरूको कारण दुखेको टाउकोमा मलहम पट्टीको अभावमा अझ पीडादायक हुन्छ।

३.३ जस्तो दृष्टि हुन्छ, सृष्टि त्यस्तै हुन्छ। व्यक्तिको दृष्टि "दुई दिनबीचको एक रात" पनि हुन सक्छ, अथवा "दुई रातबीचको एक दिन" पनि हुन सक्छ। यो फरक दृष्टिबाट व्यक्ति जीवनको सुख तथा दुःखको अपार भिन्नतामा उभिन्छ। राज्यले पनि यो कम्पनीलाई हेर्ने दृष्टि स्पष्ट पार्न जरूरी छ। छिमेकी मुलुकहरू भारत, पाकिस्तान र



बंगलादेशका साविक सेवाप्रदायकलाई राज्यको नीतिबाट नै प्रतिस्पर्धामा सक्षम बनाउन केही सुविधाहरू दिएका छन्। भारतमा भारत सञ्चार निगम लिमिटेडले अनुमतिपत्र दस्तुर राज्यबाट फिर्ता पाउँछ। पाकिस्तानमा नयाँ सेवाप्रदायकहरूलाई अनुमतिपत्र प्रदान गरेपछि सञ्चालनमा रहेका सेवाप्रदायकहरूको पनि सेवा सञ्चालनदेखि लागू हुने सर्तमा अनुमतिपत्र नविकरण भएका छन्। दूरसञ्चार क्षेत्र उदारीकरणपूर्व सरकारको पूर्ण स्वामित्वमा रहँदा नाफाविहीन ग्रामीण क्षेत्रमा नेटवर्क विस्तारको दायित्व, महसुल दरको संरचनामा ठूलो परिवर्तन ल्याउनुपर्ने अवस्था र एकाधिकारबाट प्रतिस्पर्धामा जाँदा सामना गर्नुपर्ने असहज परिस्थितिलाई दृष्टिगत गरी स्वस्थ प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण सृजना हुने गरी अन्य मुलुकहरूमा रहेको प्रचलनअनुरूप कम्पनीलाई सुविधा दिन राज्यले कञ्जुस्याईं गर्नुहुँदैन। साथै प्रविधि विकासको उपयुक्त फाइदा समयमै उठाउन र प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा कम्पनीको संरचना तथा संस्कारमा ठोस रुपान्तरण गरी व्यावसायिक सफलता दिगो राख्न हाल मौन स्थितिमा रहेको रणनीतिक साभेदार भित्र्याउने अवधारणालाई अगाडि बढाउन सरकारले पहल गर्न आवश्यक देखिएको छ। यो दशकमा नै अन्य क्षेत्रहरूभन्दा क्रान्तिकारीरूपमा प्रविधि एवं ग्राहक आधार विकास भएको दूरसञ्चार क्षेत्रमा विद्यमान ऐन, नियम, नीतिमा उपयुक्त परिमार्जन गरी स्वस्थ प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण सृजना गर्न राज्य संवेदनशील हुनु नितान्त आवश्यक भएको छ।

४. निकासको बाटो :

४.१ कम्पनी रुपान्तरणका दुई प्रमुख वाहकहरू छन्। बाह्य वातावरणमा भैरहने परिवर्तनको रफ्तार तथा यसबाट उत्पन्न जटिलताहरूले कम्पनीको सन्तुलनलाई नकारात्मक प्रभाव पारेको हुन्छ, भने कम्पनीमा कार्यरत जनशक्तिले कम्पनीमा उत्पन्न यस्ता तरङ्गहरूलाई न्यूनीकरण गरी पुनः सन्तुलन गर्ने प्रयास गरिरहेको हुन्छ। यी दुई विपरीत शक्तिहरूको संघर्षबाट मात्र कम्पनी सफल हुन सक्तैन। यी दुई संयन्त्रबाट सृजना हुने संगीतबाट कम्पनी आफ्नो उद्देश्यको यात्रामा अगाडि बढिरहनुपर्छ। यस दृष्टिले कम्पनीका कर्मचारीवर्ग कम्पनीको सफलताको प्रमुख वाहक हुन्। कम्पनी एउटा संस्थाको रूपमा समाज पनि हो। कम्पनीको लागि सभ्यता महत्वपूर्ण हुन्छ। कम्पनीलाई कर्मचारीको व्यक्तिगततासँग कुनै सरोकार हुँदैन, बरु उसको आचरण तथा व्यवहार मूल्यवान् हुन्छ। व्यक्तिगतरूपमा कर्मचारीको लागि उसको आचरण के प्रकट हुन्छ, त्यो महत्वपूर्ण छैन, बरु ती आचरणहरू के कारणले प्रकट भैरहेका छन्, त्यो महत्वपूर्ण हुन्छ। तसर्थ एक व्यक्ति तथा संस्थाको एक सदस्यको हैसियतले कर्मचारीको दुई महत्वपूर्ण जिम्मेवारी हुन्छ। ऊ कम्पनीको लागि सुशासित र सभ्य हुनुपर्छ भने स्वयं आफ्नो विकासको लागि सुसंस्कृत हुनुपर्छ। सुसंस्कृत भएपछि सभ्यता स्वाभाविक रूपमा प्रकट हुन्छ। प्रत्येक कर्मचारीको आत्मबोधबाट मनस्थिति परिवर्तन

हुन्छ र यसबाट नै संस्थागत सुसंस्कार विकसित भई कम्पनीको यात्रा जीवन्त बनाउन सहयोग पुऱ्याउँछ।

४.२ व्यक्तिगतरूपमा मानिस गरिब भएर पनि सम्राट हुन सक्छ। त्यस्तै सम्राट भएर पनि गरिब हुन सक्छ। यो मानिसको आत्मबोधमा निर्भर रहन्छ। तर कम्पनी सम्राट भएर गरिब हुनु हुँदैन। त्यस्तै गरिब भएर सम्राट बन्न सक्दैन। विगतको सुनौलो इतिहास, सबल आर्थिक स्थिति, बृहत् नेटवर्क पूर्वाधार, उपभोक्ताको सहयोग तथा सदृच्छका दृष्टिले कम्पनी वास्तविक सम्राट हो तर उपभोक्ताको मागअनुरूप विभिन्न सेवाहरूको सहज आपूर्ति गर्न नसक्दा कम्पनी गरिबीतर्फ उन्मुख भएको देखिन्छ, जुन कम्पनीको सबैभन्दा ठूलो पीडा हो। कम्पनीको बजार हिस्सा खस्किरहेको छ, भने एउटा महत्वपूर्ण सेवामा कम्पनीको आपूर्ति व्यवस्था कमजोर भएका कारण प्रतिस्पर्धी कम्पनीले बजार हिस्सा वृद्धि गर्ने अवसर पाएको छ। व्यावसायिक मोडमा यस्तो अवस्था आउने गर्छ। यसमा निराश हुनै पर्ने बाध्यता छैन। कम्पनीसँग सम्राट बन्ने आन्तरिक गुणहरू रहेर पनि सोको उजागर गर्न नसकी किर्कतव्यविमुह भएर कम्पनीको खस्किँदो अवस्था हेरिरहनुपर्ने बाध्यता छ, भने आशावादी भएर बस्नुको कुनै अर्थ छैन। यो अवस्था भनेको कुनै व्यक्ति धन र पदबाट सुसज्जित भएर पनि आफ्नो रोगलाई असहायरूपमा हेरिनुपर्ने अवस्थाजस्तै हो। तसर्थ यस्तो मौन स्थितिबाट बाहिर आउनुपर्छ तर यसको मतलब हल्ला गर्ने होइन। यी दुई मौन र हल्ला विषमरूपमा एउटै स्थिति हो। तसर्थ कम्पनीले आफ्नो सेवा वितरण आवश्यकताअनुसार गर्न नसक्नुको मूल जरोलाई सम्बोधन गर्नुपर्ने हुन्छ। उपकरण आपूर्तिको विभिन्न प्रक्रियालाई आन्तरिक रूपमा प्रभावकारीरूपले सम्बोधन गर्नुपर्ने हुन्छ, भन्ने बाध्य कारणले प्रक्रिया अवरुद्ध भैरहेको छ, भने शान्त हल्लाको कुटनीतिको आधारमा बाधा-अडचन फुकाउन कम्पनीको सरोकारवालाहरू प्रतिबद्ध हुनुपर्छ। तीव्र प्रतिस्पर्धाको मध्यभागमा भारत सञ्चार निगम लिमिटेडको सेवा आपूर्ति व्यवस्थामा विको लाग्दा उक्त कम्पनी आज दुरावस्थामा पुगेको तथ्य यहाँ स्मरणीय हुन आउँछ। तसर्थ कम्पनीको सेवा वितरणलाई चुस्त र प्रभावकारी बनाउने, कम्पनीका ठूला आयोजनाहरू विशेष गरी १ करोड GSM मोबाइल आयोजना, २० लाख IP CDMA आयोजना तथा अन्य सबै महत्वपूर्ण आयोजनाहरूको सफल कार्यान्वयनमा देखिने आन्तरिक एवं बाह्य अडचन फुकाउन कम्पनी सुदृढरूपमा लाग्नुपर्ने अवस्था छ।

४.३ मानिसको शरीर स्वस्थ राख्न ऊ स्वयं जिम्मेवार रहन्छ। स्वस्थ शरीरको लागि ठीक खाना, ठीक परिमाणमा श्रम तथा ठीक समयको गहिरो निद्राको सन्तुलन आवश्यक हुन्छ। जुन व्यवहारमा उतार्दा स्वयं व्यक्तिले अनुभूति गर्दछ। ग्राहक आधार संरक्षण गर्न तथा नयाँ ग्राहक आधार स्थापित गर्न सेवाको गुणस्तर महत्वपूर्ण एवं प्राथमिक पक्ष हो। गुणस्तरीय र विश्वसनीय सेवाले कम्पनीको स्वास्थ्यको अवस्थालाई इङ्गित गर्दछ। यो कम्पनीको नितान्त आन्तरिक व्यवस्थाबाट फलिभूत हुन्छ। कम्पनीबाट प्रदान गरिरहेको सेवाको



गुणस्तर अभिवृद्धि कार्य कम्पनीको प्रत्येक एकाइको आन्तरिक क्रियाकलापमा निर्भर रहन्छ। सेवाको गुणस्तर सुधार गर्न कम्पनीसँग रहेको विद्यमान स्रोत र साधनको अधिकतम परिचालन, कम्पनीमा कार्यरत प्रत्येक कर्मचारीवर्गको उचित श्रम एवं टिम-भावना तथा व्यवस्थापनको प्रतिबद्धताको खाँचो रहन्छ। कम्पनीको गुणस्तर सुधार गर्ने अभियानको थालनी सेवाभावबाट प्रादुर्भाव हुन्छ। सेवाग्राहीहरूबाट आउने गुनासो तथा सुझाव गुणस्तरको पहिलो मापदण्ड हो भने कम्पनीको आन्तरिक संयन्त्रबाट अनुगमन हुने गुणस्तरको मापन दोस्रो मापदण्ड हो। तेस्रो तथा सबैभन्दा महत्वपूर्ण मापदण्ड सम्बन्धित सेवासँग प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्षरूपमा संलग्न कम्पनीका कर्मचारीवर्गको आफ्नै अनुभूति हो। डाटालाई बंग्याउन सकिन्छ तर आफ्नै अनुभूति बाँझिदैन। तसर्थ कम्पनीको सेवाको गुणस्तर नियमितरूपमा मापन, अनुगमन तथा मूल्याङ्कन गर्ने प्रभावकारी प्रणालीको विकास गरी तथा सो प्रणालीको अभिन्न अंगको रूपमा रहेर प्रत्येक कर्मचारीले कम्पनीको छवि सुधार गर्न महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्नुपर्छ।

व्यवसायमा लेनदेन हुन्छ, अथवा “जीत-जीत” वातावरण सृजना गर्न खोजिन्छ। व्यक्तिगत जीवनमा खुशी बाँड्नु भनेको खुशी “लिनु-दिनु” होइन, खुशी “दिनु-दिनु” हो। कम्पनी र ग्राहकको सम्बन्ध व्यावसायिक सम्बन्ध मात्र होइन अन्तरव्यक्ति सम्बन्ध पनि हो। अन्तरव्यक्ति सम्बन्धमा “दिने” सूत्र मात्र हुन्छ। तसर्थ कम्पनीको

प्रत्येक कर्मचारीले ग्राहकहरूसँगको अन्तरसम्बन्ध सुदृढ गर्न सदा प्रयत्नरत हुनुपर्छ। ग्राहकलाई सेवा गरे ग्राहकबाट वरदान प्राप्त हुन्छ। यस दृष्टिले पनि कम्पनीका कर्मचारीहरू नै ग्राहकलाई सन्तुष्टि दिने सर्वोपरि माध्यम हो।

४.४ सेवाग्राहीहरू नै कम्पनीको भविष्य निर्माता भएकाले प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा कम्पनीको उज्ज्वल भविष्यका लागि कम्पनीका क्रियाकलापहरू उपभोक्ता केन्द्रित हुनु जरुरी छ। उपभोक्तावर्गसँग हार्दिक सम्बन्ध कायम गर्दै सुपथ तथा सहूलियतपूर्ण मूल्यमा गुणस्तरीय सेवाको मागअनुरूप आपूर्ति गरेर मात्र कम्पनीको व्यावसायिक सफलता निश्चित हुन्छ। जीवनमा सबै कुरा नियममा घटित हुँदैनन्। जीवनमा हरेक महत्वपूर्ण घटनाहरू नियमबाट बाहिर विनाकारण घटित हुन्छन् र अनपेक्षित रूपमा तिनीहरू ढोका ढकढक्याएर आएका हुन्छन्। कम्पनीको व्यावसायिक सफलता कम्पनीको लागि महत्वपूर्ण घटना हो। निरन्तर परिवर्तन भइरहने प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा कम्पनी नीति-नियमको साँघुरो बाटोमा निरन्तर हिँडेर परिवर्तनको गतिलाई पछ्याउन कठिन हुन्छ। अन्तमा वर्तमान कठिन मोडमा ग्राहकप्रतिको सेवाभाव तथा कम्पनीको उज्ज्वल भविष्यबाट अभिप्रेरित भएर कम्पनीले नीति-नियमको अपवादको रूपमा महत्वपूर्ण निर्णयहरू गर्ने समय आएको छ। यस्तै निर्णयबाट कम्पनीको अनन्त यात्रा जीवन्त हुन्छ।

Health - Important Tips.

Answer the phone by LEFT ear

Do not drink coffee TWICE a day

Do not take pills with COOL water

Do not have HUGE meals after 5pm

Reduce the amount of OILY food you consume

Drink more WATER in the morning, less at night

Keep your distance from hand phone CHARGERS

Do not use headphones/earphone for LONG period of time

Best sleeping time is from 10pm at night to 6am in the morning

Do not lie down immediately after taking medicine before sleeping



प्रतिस्पर्धाको बजारमा नेपाल टेलिकम

वि.सं १९७० देखि म्याग्नेटो प्रविधिबाट सुरु भएको टेलिफोन सेवा र मोहन शमशेरको पालामा २००५ सालमा सुरु भएको हाई फ्रिक्वेन्सीमा आधारित मोहन आकाशवाणी सेवा क्रमशः टेलिफोन हेड अफिस र आकाशवाणी हेड अफिसबाट छुट्टाछुट्टै सञ्चालन भैरहेकोमा नेपालको प्रथम पञ्चवर्षीय योजनाकाल (२०१२-२०१७) मा २०१६ सालमा दूरसञ्चार विभागको स्थापना भएपछि एकीकृत रूपमा सञ्चालन हुन थालेका थिए। २०२६ सालमा दूरसञ्चार विभाग दूरसञ्चार समितिमा परिणत भयो। सञ्चार संस्थान ऐन २०२८ को मर्मअनुरूप दूरसञ्चार सेवाको आधुनिकीकरण र विस्तार गर्ने उद्देश्यले नेपालको तेस्रो पञ्चवर्षीय योजनाकाल (२०२३-२०२८) मा दूरसञ्चार समिति सरकारी संस्थानको रूपमा २०३२ सालमा परिणत भयो। २९ वर्षसम्म सरकारी संस्थानको रूपमा सञ्चालित नेपाल दूरसञ्चार संस्थान कम्पनी ऐन २०५३ बमोजिम नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडको रूपमा नेपाल टेलिकमको नामबाट २०६१ वैशाख १ गतेदेखि सञ्चालन भैरहेको छ। नेपालभरिका कुनाकापचामा छरिएका आफ्ना ग्राहकहरूलाई स्तरीय सेवा प्रदान गर्ने उद्देश्यका साथ अघि बढिरहेको नेपाल टेलिकम नेपालका सबै सरकारी तथा अर्धसरकारी संस्थामध्ये आर्थिक रूपमा सबैभन्दा सबल रहेको छ। नेपाल सरकारको उदारीकरणको नीतिबमोजिम निजी कम्पनीहरूको प्रवेश हुन थालेपछि तत्कालीन दूरसञ्चार संस्थानलाई एकाधिकारको स्थितिबाट प्रतिस्पर्धात्मक वतावरणमा काम गर्न सक्ने किसिमको लिमिटेड कम्पनीमा परिणत गरिएको हो।

निजी कम्पनीहरूलाई दूरसञ्चार सञ्चालन गर्न दिने सरकारी नीतिबमोजिम पेजिड सेवा, भीस्याट सेवा र इन्टरनेट सेवा सञ्चालनको लागि स्वीकृत प्रदान गरिएका कतिपय संघसंस्था र व्यक्तिका अतिरिक्त नेपालमा हाल दूरसञ्चार सञ्चालन गर्न स्वीकृत प्राप्त कम्पनीहरूमा नेपाल टेलिकम, स्पाइस टेलिकम प्राइभेट लिमिटेड, युनाइटेड टेलिकम प्राइभेट लिमिटेड, एस.टी.एम. टेलिकम प्राइभेट लिमिटेड, नेपाल स्याटेलाइट टेलिकम र स्मार्ट टेलिकम लिमिटेड रहेका छन्। सीडीएमए प्रविधिको वायरलेस लोकल लूप प्रणालीबाट फोन सञ्चालन गर्नका लागि २०६० सालमा युनाइटेड टेलिकम लिमिटेडले स्वीकृत पाएको थियो भने जीएसएम प्रविधिको सेलुलर मोबाइल सेवाको सञ्चालनका लागि स्पाइस नेपाल प्राइभेट लिमिटेडले २०६२ सालमा अनुमति पाएको थियो। त्यसको करिब एक वर्षपछि, नेपाल टेलिकमको सेवा नपुगेका पूर्वाञ्चल क्षेत्रका गाउँ विकास समितिहरूमा टेलिफोन सेवा प्रदान गर्ने जिम्मा एसटीएम नामक निजी कम्पनीले लियो। नेपालको पश्चिम क्षेत्रका ग्रामीण जनतामा भीस्याटको माध्यमबाट टेलिफोन सेवा प्रदान गर्न अनुमतिप्राप्त नेपाल स्याटेलाइट टेलिकमले करिब दुई वर्षअघि सेवा सुरु गरेको छ भने पूर्वाञ्चलबाहेकका चार विकास क्षेत्रका दूरसञ्चार सेवाको पहुँच नभएका ३९८ वटा गा.वि.स.मा सेवा प्रदान गर्न स्वीकृत पाएको स्मार्ट टेलिकमले पनि त्यसको लगत्तैजसो सेवा सुरु गरेको देखिन्छ।

नेपाल टेलिकममा अर्धसम्म पनि नेपाल सरकारको ९२ प्रतिशत शेयर लगानी छ भने अरु दूरसञ्चार कम्पनीहरूमा सरकारको लगानी छैन। नेपाल टेलिकमबाहेकका अरु कम्पनीमध्ये युनाइटेड टेलिकम लिमिटेड सबैभन्दा पुरानो भए तापनि त्यति आक्रामकरूपमा प्रस्तुत हुन सकेको छैन। STM Sanchar पनि धेरै अगाडि बढेको देखिँदैन।



हिरण्य कुमार मट्टराई

पूर्व नायव प्रबन्ध निर्देशक
नेपाल टेलिकम

Nepal Satellite र Smart Telecom तुलनात्मकरूपले पछि आएका र ग्राहक आधार त्यति वृद्धि गरिनसकेका कम्पनी हुन्। त्यसपछि आएको स्पाइस टेलिकम लिमिटेड स्वीडेनको Telia AB र फिनल्यान्डको Sonera Corporation मिलेर बनेको (Merger) TeliaSonera को छातामुनि सञ्चालन भैरहेको छ। TeliaSonera युरोपका पाँच शक्तिशाली कम्पनीमध्येको एक हो। त्यस्तो ठूलो कम्पनीको अधिकांश शेयर रहेको र त्यसैको रेखदेखमा एनसेलको ब्रान्ड नेमबाट सञ्चालित स्पाइस नेपाल लिमिटेड अत्यन्त आक्रामकरूपमा प्रस्तुत भएको छ। नेपाल टेलिकमले PSTN, CDMA मा आधारित C फोन, Skyphone को नामले चिनिने मोबाइल, GSM मा आधारित मोबाइल आदि सञ्चालन गरिरहेको छ भने Ncell ले GSM मा आधारित मोबाइल सञ्चालन गरिरहेको छ। केही समयअगाडिदेखि नै Ncell ले नेपाल टेलिकमलाई GSM मोबाइलको संख्याको आधारमा उछिन्निसकेको छ। तर सामान्य फोनको तुलनामा कैयौं गुना बढी मोबाइल फोनको ग्राहक संख्या वृद्धि भैरहेको तथ्यलाई हेर्ने हो भने सम्पूर्ण ग्राहक संख्यामध्ये सामान्य टेलिफोन ग्राहकको संख्या अहिले नै नगण्यजस्तो रहेको छ भने अरु दुई-चार महिनामा त्यो प्रतिशत अझै घट्ने देखिन्छ। सम्पूर्ण ग्राहक संख्या अहिलेसम्म नेपाल टेलिकमकै बढी हुन सक्ला तर यो समीकरण कुनै पनि बेला उल्टन सक्ने देखिन्छ।

दूरसञ्चार सम्बन्धमा पत्रपत्रिका

विगत ६ महिनामा दूरसञ्चार र विशेष गरी नेपाल टेलिकम सम्बन्धमा पत्रपत्रिकाहरूमा छापिएका महत्वपूर्ण विषयहरूमा संस्थानहरूमध्ये नेपाल टेलिकम मात्र उल्लेख्य नाफामा रहेको, नेपाल टेलिकमको ७५ जिल्लामा सेवा पुगेको तर गुणस्तर सुधारमा ध्यान दिन नसकेको, दूरसञ्चार सञ्चालकहरूले एकापसमा सर्किट दिन कन्जुस्याई गरेको, सार्वजनिक खरिद ऐन नेपाल टेलिकमको प्रगतिमा बाधक भएको, नेपाल टेलिकमलाई सरकारले हातखुटा बाँधेर प्रतिस्पर्धा गर्न लगाएको, एकीकृत लाइसेन्सको नाममा साना कम्पनीलाई कौडीको मोलमा मोबाइल फ्रिक्वेन्सी बाँडिएको, अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोग, सार्वजनिक लेखा समिति र राष्ट्रिय सतर्कता केन्द्रको हस्तक्षेपले नेपाल टेलिकमको आई.पि.टि.भि.को प्रकृया अवरुद्ध भएको, नेपाल टेलिकमको एक करोड थप्ने योजना रोकिएको, नेपाल



टेलिकम दुई वर्षदेखि प्लान होलिडेमा रहेको, नेपाल टेलिकमले Teliasonera जस्तो ठूलो विदेशी रणनीतिक साझेदारको छातामुनि रहेको Ncell सँग प्रतिस्पर्धा गर्न विदेशी साझेदार भित्र्याउन ढिला भैसकेकोमा दुई दुईवटा कार्यदल प्रस्ताव पेश गरेता पनि नेपाल सरकार अर्थ मन्त्रालयमा फाइल रोकिएको भन्ने आशयका समाचार र अभिव्यक्तिहरू आएका देखिन्छन् ।

एकापसमा सर्किट दिंदा अर्को सञ्चालकले नाफा गर्छ, भनेर मात्र सोचिन्छ, भने त्यो गलत हुन्छ, किनकि त्यसबाट आफ्नो आर्जनमा पनि प्रतिकूल प्रभाव पर्ने हुन्छ । बरु Win-Win का लागि एकापसमा सर्किट दिन नै राम्रो देखिन्छ । गुणस्तर सुधारको सम्बन्धमा धेरै चर्चा पनि हुने गरेको, कम्पनीको प्रयास पनि भैरहेको र काठमाण्डुमा भखैरे संपन्न टेलिकमका विदेशी साझेदारको भेला पनि गुणस्तर र सस्तो सेवा उपलब्ध गराउन केन्द्रित भएकोबाट पनि भविष्यमा यसमा महत्वपूर्ण प्रगति हुने अपेक्षा गर्न सकिन्छ ।

नयाँ वर्षका लागि Ncell ले नेटवर्क विस्तार र गुणस्तरीय सेवामा जोड दिने बताएको देखिन्छ । नेटवर्क विस्तार नेपाल टेलिकमको पनि प्राथमिकतामा रही आएको हो । तर नेपाल टेलिकम र Ncell मा फरक त्यही हो जुन हातखुट्टा बाँधिएको र स्वतन्त्र रूपमा रहेको व्यक्ति विचको हुन्छ । स्वतन्त्र व्यक्तिसँग हातखुट्टा बाँधिएको व्यक्तिले दगुर्ने प्रतिस्पर्धा गर्न सक्दैन । त्यसैले त नेपाल टेलिकमले वास्तविक स्वायत्तताको सवाल बारम्बार उठान गर्ने गरेको छ । नेपाल टेलिकमका तत्कालिन प्र.नि. विश्वनाथ गोयलले सबैलाई समान नीति, लाइसेन्स शुल्क, नविकरण शुल्क लाग्ने हो भने सार्वजनिक खरिद ऐन अरु मोवाइल कम्पनीलाई समेत लागू गर्नु पर्छ भनी दिनु भएको जायजी अभिव्यक्ति त्यसैको चोतक हो ।

नेपाल टेलिकममा विदेशी लगानीको अपरिहार्यता सम्बन्धमा नेपाल सरकारमा लामो समयसम्म सेवा गर्नु भई अर्थ सचिवको पदबाट राजिनामा दिएर हाल प्रधान मन्त्रीको आर्थिक सल्लाहकारको रूपमा कार्यरत रामेश्वर प्रसाद खनालले Corporate साप्ताहिकमा १-७ अगस्त २०११ अंकमा लेख्नु भएको Foreign investment in Telecom सम्बन्धी लेखबाट उद्धृत निम्न वाक्यांश सान्दर्भिक हुने देखिन्छ :

"To be able to compete with Ncell which uses international telecom network of TeliaSonera Nepal Telecomm must enter into a strategic partnership with another foreign company having a similar network ; there is no alternative to such an arrangement."

अर्थात् TeliaSonera को अन्तर्राष्ट्रिय दूरसञ्चार सञ्जाल प्रयोग गरिरहेको Ncell सँग प्रतिस्पर्धा गर्न सक्षम हुन नेपाल टेलिकमले TeliaSonera को जस्तै सञ्जाल भएको अर्को विदेशी कम्पनीसँग रणनीतिक साझेदारी गर्नुपर्छ । यस्तो व्यवस्थाको (कुनै) विकल्प छैन ।

समस्या कस्ता छन् ?

नेपालजस्तो कम विकसित देशका कम्पनी र विकसित मुलुकका कम्पनीलाई कार्यक्षमताको आधारमा त्यसै पनि दाँज्न सकिदैन । त्यसमाथि नेपाल सरकारको स्वामित्व रहेका संस्थामा त भन्नु अन्य कतिपय बन्देज हुन्छन् । स्वतन्त्ररूपमा कार्य गर्ने वातावरण हुँदैन । सार्वजनिक संस्थाहरूमा परिकल्पना गरिएको स्वायत्तता कागजमा मात्र सीमित हुन्छ । सरकारी विभागबाट संस्थानमा परिणत हुँदा वा संस्थानबाट कम्पनीमा परिणत हुँदा काम गर्ने वातावरणमा तात्त्विक

सुधार हुँदैन । त्यसैले संस्थानबाट कम्पनीमा परिणत हुँदा स्वायत्तता प्राप्त हुन्छ, भन्ने भ्रम मात्र हो । उच्च सरकारी ओहदामा रहेका सञ्चालकहरूको बाहुल्य रहने सरकार नियन्त्रित कम्पनीको सञ्चालक समितिले स्वतन्त्ररूपमा कार्य गर्न नसक्ने हुन्छ, भने सबभन्दा ठूलो बाधक सार्वजनिक खरिद ऐन हुन्छ । सार्वजनिक खरिद ऐनसँग बाभिने गरी कम्पनीको सञ्चालक समितिले कुनै पनि नियमहरू बनाउन सक्दैन । कुनै पनि कम्पनीको निरन्तर प्रगतिको लागि चाहिएका सामानहरू सहजरूपमा द्रुतगतिमा खरिद गर्न सक्ने वातावरण अपरिहार्य हुन्छ । नेपाल टेलिकमका सम्बन्धमा सार्वजनिक खरिद ऐनअनुरूप सामान खरिद गर्दा अधिकांश खरिद टेन्डरबाट गर्नुपर्ने हुन्छ । टेन्डरको प्रक्रिया अत्यन्त भन्फटिलो र समय लाग्ने हुन्छ । जब सबै प्रक्रिया पुऱ्याएर सामान किन्ने स्थिति आउँछ, अनि बेनामी उजुरीका ताँती लाग्छन् । उजुरी टेन्डर नपर्ने टेन्डरदाताले गर्न सक्छन्, प्रतिस्पर्धीहरूको चालबाजीबाट उजुरी पर्न सक्छ, अन्य विविध कारणले उजुरी पर्न सक्छ । अनि कैयौं महिनाको प्रयास व्यर्थ हुन जान्छ । प्रक्रिया पुग्यो/पुगेन भनेर हेर्ने निकायले प्रक्रिया पुगेकै हो भनेर यकिन गर्न पनि फाइलहरू अध्ययन गर्नुपर्ने हुन्छ । अध्ययन गर्न समय लाग्ने हुन्छ, तर त्यतिन्जेलमा प्रक्रियामा व्यवधान व्यहोर्नु नपर्ने प्रतिद्वन्द्वीहरू धेरै अगाडि पुगिसकेका हुन्छन् ।

कुनै पनि सेवाप्रदायकले सेवाको व्यापक विस्तारबाट नै प्रतिस्पर्धा गर्न सक्षम भइन्छ, भन्ने बुझेर मात्र पुग्दैन । सेवा विस्तार गर्न आर्थिक स्रोत चाहिन्छ, सरसामान चाहिन्छ, अनि जनशक्ति चाहिन्छ । नेपाल टेलिकमको सम्बन्धमा सरसामान खरिद सबभन्दा ठूलो समस्याको रूपमा रहेको छ । आर्थिक र जनशक्तिको समस्या नेपाल टेलिकमलाई कमै परेको छ । सार्वजनिक खरिद ऐनको कारणले उपकरण उपलब्ध र त्यसको फलस्वरूप सेवाको विस्तारमा सबैभन्दा बढी असर पारेको देखिन्छ ।

अधिकांश लगानी सरकारको रहेको नेपाल टेलिकमले सरकारले बहन गर्नुपर्ने जनताप्रतिको सामाजिक दायित्वको रूपमा नाफा नहुने ग्रामीण क्षेत्रहरूको सेवा गर्नुपर्ने हुन्छ । त्यस्तो बाध्यता नपरेका अन्य दूरसञ्चार सञ्चालकहरूले नाफा हुने क्षेत्रमा मात्र आफ्ना सेवा विस्तार गर्नु स्वाभाविक देखिन्छ, भने सरकारको दायित्व बहन गरेबापत पाउनुपर्ने संरक्षणको अपेक्षा गर्नु पनि नेपाल टेलिकमको लागि त्यत्तिकै स्वाभाविक हुन्छ । नेपाल टेलिकमलाई र अन्य प्रतिस्पर्धीहरूलाई एउटै तहमा राखेर व्यवहार गर्ने र उस्तै नियम लगाउने गर्नाले नेपाल टेलिकमलाई अन्याय पर्ने हुन्छ ।

एकाधिकारको रूपमा लामो समयदेखि सञ्चालन भैरहेको नेपाल टेलिकमका कर्मचारीहरूमा निजी कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने बाध्यतासँगसँगै प्रतिस्पर्धात्मक मनोभावना आउनुपर्ने भन्ने आवश्यकताको परिकल्पना गर्न जति सहज छ, व्यवहारमा कर्मचारीहरूको मनोभावना परिवर्तन गर्न त्यत्तिकै गाह्रो छ । सरकारको नियन्त्रणमा रहेको संस्थामा राजनीतिक दबावले काम गरिरहेका हुन्छन्, चाहे ती कर्मचारी भर्नामा हुन् वा उपकरण खरिदमा वा अन्य कतिपय नीतिगत निर्णय गर्ने मामिलामा हुन् । त्यस्ता दबावका आधारमा भर्ना हुने कर्मचारीले कम्पनीको हितमा भन्दा दबाव सृजना गर्ने शक्तिको नूनको सोभो गर्नु नितान्त स्वाभाविक हुन्छ ।

दूरसञ्चार कम्पनीहरूलाई कौडीको मोलमा मोवाइल फ्रिक्वेन्सी बाँडिएको भन्ने बारेमा संसद्को सार्वजनिक लेखा समितिले छानविन गरिरहेको बेलामा प्राधिकरणले एनसेललाई दिएको अस्थायी फ्रिक्वेन्सी स्थायी गरिसकेको र नेपाल टेलिकमको फ्रिक्वेन्सी स्थायी हुन बाँकी



रहँदैको अवस्थामा छानविन समितिका संयोजकले आफ्नो प्रतिवेदन नआएसम्म नयाँ फ्रिक्वेन्सी नदिन र स्थायी नगर्न आदेश दिएको परिप्रेक्ष्यमा नेपाल टेलिकमको फ्रिक्वेन्सी स्थायी गर्ने सम्बन्धमा समस्या पर्न सक्ने देखिन्छ ।

नेपालमा दूरसञ्चार सञ्चालनसम्बन्धी नियमन गर्ने अधिकार पाएको नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणले बेसिक टेलिकम सेवाको अनुमतिप्राप्त कतिपय दूरसञ्चार सञ्चालकहरूलाई **Limited Mobility** को स्वीकृति र **Limited Mobility** को अनुमतिप्राप्त कतिपय सञ्चालकहरूलाई रोमिड सुविधा प्रदान गरेर वास्तविक मोबाइल सेवाको अनुमति प्रदान गरेको छ । ग्रामीण दूरसञ्चारका लागि अनुमति पाएको **STM** टेलिकमलाई अधिराज्यभरि सेवा सञ्चालन गर्ने अनुमति दिएको छ । यसरी सबै दूरसञ्चार सेवाप्रदायकलाई निष्पक्षरूपले शुल्क लगाई अनुमति प्रदान गर्ने र जुन प्रयोजनको लागि अनुमति दिएको हो त्यसैमा अडिग रहन लगाई निष्पक्ष नियामकको भूमिका निर्वाह गर्नुपर्नेमा सो नगरेको देखिन्छ । नियामकको भूमिका निष्पक्ष भएन भने स्वस्थ प्रतिस्पर्धाको कल्पना गर्न सकिन्न ।

नेपाल टेलिकमका युनियनहरूले संस्थाप्रति नियामक संस्था र सरकारबाट हुने गरेका पक्षपातपूर्ण व्यवहारका सन्दर्भमा एकता कायम गर्ने गरेको भए तापनि कर्मचारी सुरुवा-बहुवाजस्ता सामान्य कुराहरूमा मतैक्यता गर्ने गरेका छैनन् । यसबाट नेपाल टेलिकमको समष्टिगत प्रगतिमा भने नकारात्मक प्रभाव पर्ने गरेको पाइएको छ ।

विश्वव्यापीकरण तथा उदारीकरणको अवधारणाअनुरूप दूरसञ्चार क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा गराउने नेपाल सरकारको नीतिबमोजिम दूरसञ्चार ऐन २०५३ को व्यवस्था भएको हो । सोही ऐनमा दूरसञ्चार सेवालाई नियमित र व्यवस्थित गर्ने उद्देश्यले अविच्छिन्न उत्तराधिकारीवाला स्वशासित र संगठित संस्थाको रूपमा नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणको स्थापना भएको हो । दूरसञ्चार ऐन २०५३ कै अनुमतिपत्रसम्बन्धी व्यवस्थामा टोकिएबमोजिमको दस्तुर लिएर अथवा वार्ताबाट अथवा बोलकबोल प्रथाबाट अनुमतिपत्र दस्तुर, नवीकरण दस्तुर तथा रोयल्टीको निर्धारण गर्ने व्यवस्था छ । एकातिर अनुमतिपत्रवापत लाग्ने दस्तुरको ९० प्रतिशत महसुल नवीकरणवापत लाग्ने भन्ने व्यवस्था छ भने सोही ऐनमा अनुमति प्रदान गर्दा अनुमतिपत्र दस्तुर, नवीकरण दस्तुर तथा रोयल्टीको निर्धारण बढाबढको प्रक्रियाबाट हुने विरोधाभासपूर्ण प्रावधान रहेको छ । बढाबढको प्रक्रिया पारदर्शी र वैज्ञानिक भएन भने दीर्घकालीन समस्या पनि पर्न सक्छ । यसको ज्वलन्त उदाहरण मोबाइल सेवा सञ्चालनको लागि प्रथम अनुमतिपत्र दिँदा भएको बोलपत्र कार्यको नतिजालाई लिन सकिन्छ । **Spice Nepal Telecom Limited** ले जसरी भए पनि अनुमतिपत्र हात लगाउने उद्देश्यले अनुमतिपत्र दस्तुरको १०० गुना बढी नवीकरण दस्तुर र हचुवाको भरमा रोयल्टी सकारेर अनुमतिपत्र प्राप्त गर्‍यो । बोलकबोल प्रथालाई वैज्ञानिक बनाउन नसकेको कारणले उब्जेको त्यतिखेरको समस्या अहिलेसम्म ज्यूँका त्यूँ छ । न **Spice Nepal Telecom Limited** ले नवीकरणवापत कबोलेको २० अर्ब रुपियाँ तिरेको छ, न तिराउन सकिएको छ । पछि प्रवेश गर्ने कम्पनीले कबोलेअनुसार रकम बुझाउने भनेर नेपाल टेलिकमले सकारेको भनेर **Spice Nepal Telecom Limited** ले हचुवाका भरमा अन्धाधुन्ध बोलेर बल्झिएको समस्या नेपाल टेलिकमका लागि समेत सल्किएको छ । त्यति मात्र नभई पछिल्लो समयमा एकीकृत लाइसेन्सको नाममा अरु कम्पनीहरूमा पनि यही समस्या सार्न खोजिएको देखिन्छ । साढे

२९ करोड रुपियाँ अनुमतिपत्रवापत तिरेर ५ वर्षमा २० अर्ब कुभाउने कबोल गरे जुनसुकै कम्पनीलाई सम्पूर्ण दूरसञ्चार सेवाहरू सञ्चालन गर्ने एकीकृत लाइसेन्स दिन सकिने गरी गरिएको प्रस्तावले जटिलतामाथि जटिलता थप्ने देखिन्छ । मोबाइल लाइसेन्सकै नवीकरणवापत तिर्नुपर्ने भनिएको २० अर्ब रकम नेपाल टेलिकमले तिर्न सक्दैन भनेर विभागीय मन्त्रीले भनी पनि रहनुभएको छ तर समस्याको निकास हुने कुनै पतो छैन । एकीकृत अनुमतिपत्रको अवधारणाले समस्यालाई जटिल बनाउनुका साथै नेपाल टेलिकम र एनसेलजस्ता धेरै लगानी गरेका ठूला कम्पनीहरूको तहमा राखेर भर्खरै प्रवेश गरेका र ज्यादै कम लगानी गरेका कम्पनीहरूलाई हेर्न खोजिएको देखिन्छ । तत्कालीन **Spice Nepal Telecom Limited** ले कडा प्रतिस्पर्धामा कतिपय प्रतिस्पर्धीहरूलाई परास्त गरेर पाएको मोबाइल सञ्चालनको अनुमतिपत्र अब आएर विनाप्रतिस्पर्धा सानोतिनो रकम तिरेर अनुमति पाएका सञ्चालकहरूलाई दिनु प्राकृतिक न्यायको विपरीत हुने देखिन्छ । सबै सञ्चालकहरूलाई निष्पक्षरूपमा व्यवहार गर्नुपर्ने सरकार र नियामक निकायले यस्तो भेदभावपूर्ण व्यवस्था गर्न सुहाउने कुरा होइन ।

अर्थ मन्त्रालयले प्रकाशित गरेको सार्वजनिक संस्थानको समीक्षा पुस्तक २०६८ मा प्रतिस्पर्धात्मक क्षमतामा वृद्धि, नयाँ प्रविधिको प्रयोग, कारोबारमा वृद्धि, अद्यावधिक लेखा परीक्षण, पारदर्शी वित्तीय अवस्थाजस्ता कारणले संस्थानमध्ये नेपाल टेलिकम सबैभन्दा सफल संस्था भएको कुरा उल्लेख गरिएको छ । ७५ जिल्लामा सेवा पुगेको तर गुणस्तर सुधारमा ध्यान पुग्न नसकेको भनी उक्त समीक्षा पुस्तकमा औल्याइएको तथ्य नेपाल टेलिकमका लागि मननयोग्य देखिन्छ । माथि उल्लेख गरिएका विविध व्यवधानका बाबजुद कम्पनीमा रूपान्तरण भएपछिका ८ वर्षसम्म पनि नेपाल टेलिकम मजबुतरूपमा सञ्चालन भइरहेकोमा कम्पनीले गर्व गर्ने ठाउँ प्रशस्त छ । तर पनि नेपाल टेलिकमको भविष्य त्यति सहज देखिन्न । सरकार र नियामक निकायले निम्न कुराको व्यवस्था गरी सरकारी नियन्त्रणमा रहेको नेपाल टेलिकमलाई निजी कम्पनीहरूसँग स्वस्थ प्रतिस्पर्धा गर्न सक्ने वातावरणको प्रत्याभूति दिने हो भने नेपाल टेलिकमले आफ्नो अग्रणी भूमिका कायम राख्न सक्ने देखिन्छ :

(१) सरकारको जनताप्रतिको सामाजिक दायित्वको अभिभारा या त सम्पूर्ण दूरसञ्चार सञ्चालकहरूलाई दिने या त नेपाल टेलिकमले नै गर्दै जाने हो भने नेपाल टेलिकमलाई विशेष सहूलियत प्रदान दिने ।

(२) दूरसञ्चार सञ्चालकहरू सबैलाई समान नीति, लाइसेन्स शुल्क, नवीकरण शुल्क लाग्ने हो भने सार्वजनिक ऐन सबै सञ्चालक कम्पनीहरूलाई समानरूपले लागू गर्ने ।

(३) नेपाल टेलिकमका कर्मचारीहरू कम्पनीका शेयरदार हुँदा कम्पनीको हितहेतु कार्य गर्न प्रोत्साहित हुने हुँदा शेयर नपाएका कर्मचारीलाई सहूलियत दरमा निश्चित संख्यामा शेयर प्रदान गर्ने र कम्पनीमा कार्यरत रहन्जेल शेयर बिक्री गर्न नपाउने व्यवस्था गर्ने ।

(४) मोबाइल सञ्चालन लाइसेन्सको नवीकरणवापत एनसेल र नेपाल टेलिकमले तिर्नुपर्ने भनिएको २० अर्ब रुपियाँका सम्बन्धमा कम्पनीको अस्तित्व नै धरापमा पार्ने हिसाबले नभई उपयुक्त किसिमले निरुपण गरी अहिले कायम रहेको अन्त्योल समाप्त गर्ने ।

(५) भविष्यमा रकम प्राप्त हुन्छ भनेर कबोल गरको भरमा अहिले कौडीको भरमा एकीकृत लाइसेन्स दिने प्रस्तावलाई पुनरवलोकन गरेर वस्तुपरक (**Realistic**) बनाएर मात्र कारवाही अगाडि बढाउने ।

Turning Point in Nepal Telecom

Nepal Telecom is the principal and the biggest telecom company in Nepal. Though it was a government organization initially, it was transformed into Public Limited Company in the year 2004. Nepal Telecom was the basic telephonic service provider to the country. The company now provides total telecom services including internet facilities, mobile phone services and all other telecommunication facilities to the customers. Nepal Telecom as a client spirited and purchaser receptive body is dedicated to provide countrywide unswerving telecommunication service to serve as a momentum to the social, political and economic development of the country. The process of privatization has enabled NT to efficiently deliver goods and services. The further expansion and success depends on the entrepreneurs operating this company.

Role of executives is quintessential:

Studies show that private markets can more competently deliver many commodities or service than governments due to free market fight. This tends to lead to lower prices, improved quality, more choices, less corruption, less red tape, and/or quicker delivery. Industries which are ready for action are with well-informed consumers, privatization constantly improves effectiveness. The more competitive the industry, the greater the improvement in yield, abundance, and efficiency. A very interesting sentence was quoted in a study which goes as "The great threat to freedom is the concentration of power in the hands of government. Economic freedom protects individual freedom by limiting the extent of political power."

Privatization can lessen any political pressures by taking an activity out of the hands of those with



Shiv Bhushan Lal
Director, IT Directorate

individual wellbeing. Bureaucrats are replaced by private sector entrepreneurs, and recipients of Government goods and services have transformed into patrons. The former persons had an interest in greater spending, the latter want low-cost services.

The people controlling the powerhouse as such need to increase awareness on the requirements and benefits of privatization process among the subordinates specially. Enhancing the knowledge, participation and experience of privatization among the juniors would promote output. The supervisor has to motivate the junior colleagues and subordinates about the increasing competition in the market- the success of which would provide them as well as the company of performance-based incentives, merit-based pay and bonuses, performance-based budgeting — to encourage departments and work teams to identify opportunities to increase efficiency. This would act as an indicator of the administrative capacity of the supervisors. The executives should provide better inducement to colleagues to produce more services for the sake of reaching the customer foundation and thus escalating profits.

Managers of privately owned companies are answerable to their owners/shareholders and to the consumer and can only exist and thrive where expectations are met. Private companies make a



profit by enticing clients to buy their products in preference to their competitors' either by increasing demand for their products or by reducing costs. The executives can thus ensure ongoing cash flow or performance of the company. These corporations typically profit more if they serve the needs of their customers well. Possession of and profits from flourishing enterprises tend to be discrete and diversified.

Why should we come away from government monopoly?

As we know, the endeavor of privatization is to contemplate on government failure by sorting out service stipulation from service delivery. This potentially gives the consumer more alternatives. As the economy becomes more proficient, more profits are obtained and no government subsidies and fewer taxes are required, there will be more private money available for savings and expenditure and more lucrative and well paid jobs will be created.

State-owned industries are usually the targets of meddling by politicians for reasons that might be

political or populist. State-run industries tend to be routine and technical. An opinionated government improves its purpose when its performance is poor and it becomes a sensitive issue politically. This step up is thus reversible on accounts of the situation of the government. The government may postpone upgrading and expansion due to political sensitivity and individual interests. The government domination is easily manipulated by gains of personal or political nature rather than fiscal ones. This kind of corruption shows its affects on the company's performance and assets. Administrators of publicly owned companies are answerable to the public and to political advisories. State owned industry tends to run for political goals. State managed companies may also apply harsh rules against protestors to their policies.

The private companies pursue one vital aim: to trail profits; all other goals are secondary. It faces strong incentives to embark on activities that uphold this indispensable goal. This can demonstrate to the government that the private firm work out more resourceful and competent means of production and develop new products and services. ●

Internet users in 2011

Younger people tend to be more online than older people, in both developed and developing countries. In developing countries, 30% of those under the age of 25 use the Internet, compared to 23% of those 25 years and older. At the same time, 70% of the under 25-year olds — a total of 1.9 billion — are not online yet: a huge potential if developing countries can connect schools and increase school enrolment rates.

Of 1.8 billion households worldwide, one third have Internet access, compared to only one fifth five years ago. In developing countries, 25% of homes have a computer and 20% have Internet access, compared to 20% and 13%, respectively, 3 years ago.

Source : ITU

अन्तरसंस्थान खेलकुदमा नेपाल टेलिकमको सफलता

नेपाल सरकारको स्वामित्वमा सञ्चालनमा रहेका सार्वजनिक संस्थान (Public Enterprises) हरूमा काम गर्ने कर्मचारीहरुमाभन्दा विभिन्न खेलकुद प्रतियोगिताहरु सञ्चालन गर्ने उद्देश्यले सार्वजनिक संस्थान खेलकुद विकास संघ नेपालको गठन गरिएको हो र यो संघ राष्ट्रिय खेलकुद परिषद्मा ४७ औं संघका रुपमा विधिवत् दर्ता भएको छ ।

संघले उद्देश्यअनुरूप आफ्ना गतिविधिहरुलाई अघि बढाउँदै आएको छ । यसै क्रममा संघले खेलकुदसम्बन्धी गोष्ठीहरु, कार्यशाला, अन्तरक्रिया कार्यक्रमहरु आयोजना गरी कर्मचारीहरुमाभन्दा पारस्परिक एकता, सद्भाव बढाउनुका साथै आपसी भाइचारा सम्बन्ध अभिवृद्धि गर्न मद्दत पुऱ्याएको छ । सार्वजनिक संस्थानहरुमा कार्यरत कर्मचारीहरुमाभन्दा खेलकुद गतिविधिहरु सञ्चालन गर्नु यस संघको मुख्य उद्देश्य भएको हुँदा भलिबल महिला र पुरुष, बुद्धिचाल, दौड महिला र पुरुष, हाजिरीजवाफ प्रतियोगिता र टेबुल टेनिस तथा ब्याडमिन्टनका विभिन्न इभेन्टसहरु समावेश गरी खेलकुद प्रतियोगिताहरु आयोजना गर्दै आएको छ । खेलकुद प्रतियोगितामा आयोजकले अपेक्षा गरेअनुरूपको खेलाडी सहभागी हुने नगरेको भए पनि खेल मनोरञ्जक र कडा प्रतिस्पर्धात्मक हुने गरेको छ । स्थापनाकालदेखि नै संघले विभिन्न खेलकुद प्रतियोगिताहरु आयोजना गर्दै आएको छ र अन्य खेलकुद संघहरुले आयोजना गर्ने प्रतियोगिताहरुमा संघको तर्फबाट टिम पठाई खेलाडी सहभागी गर्ने कार्य पनि गरेको छ । यस लेखमा संघले २०६७ मा आयोजना गरेको सार्वजनिक संस्थान खेलकुद प्रतियोगिताका बारेमा प्रकाश पारिएको छ ।

संघले २०६७ श्रावण १२ देखि १५ सम्म काठमाडौंको त्रिपुरेश्वरस्थित राष्ट्रिय खेलकुद परिषद्को कभर्ड हलमा भव्य उद्घाटन र समापन समारोह गरी अन्तरसंस्थानस्तरीय ब्याडमिन्टन प्रतियोगिता सम्पन्न गरेको थियो । प्रतियोगितामा नेपाल टेलिकम, नेपाल विद्युत् प्राधिकरण, दुग्ध विकास संस्थान, नेपाल राष्ट्र बैंक, कृषि विकास बैंक, रेडियो नेपाल, उदयपुर सिमेन्ट कारखाना, कर्मचारी सञ्चयकोष, प्राविधिक शिक्षा तथा व्यावसायिक तालिम परिषद्, औद्योगिक क्षेत्र व्यवस्थापन लिमिटेड, जनक शिक्षा सामग्री केन्द्र, राष्ट्रिय वाणिज्य बैंक र टिम्बर कर्पोरेसनमा कार्यरत खेलाडी कर्मचारीहरुले भाग लिएका थिए ।



कुल बहादुर आचार्य
अध्यक्ष

सार्वजनिक संस्थान खेलकुद विकास संघ

नेपाल टेलिकमले प्रतियोगितामा समावेश गरिएका सबै इभेन्टसहरु मेन्स सिङ्गल, मेन्स डबल्स, लेडिज सिङ्गल, लेडिज डबल्स, भेट्रान्स डबल्स, एक्जुकेटिभ सिङ्गल र टिम इभेन्टसमा भाग लिएको थियो । टेलिकमको तर्फबाट टिम व्यवस्थापकको भूमिकामा ह्यान्डबलका राष्ट्रिय खेलाडी सन्देश रेग्मीलाई पठाइएको थियो भने खेलाडीहरु गुड्डी कार्की, श्रद्धा मानन्धर, सबिना प्रधान, सबिता महर्जन, सुजित आनन्द मल्ल, हरिकृष्ण शर्मा, दिलीपसिं चौधरी, सीताराम श्रेष्ठ, राजीवसिं सिंजापति, हिरण्यकुमार भट्टराई, नरहरिदास जोशीले भाग लिएका थिए ।

प्रतियोगितामा नेपाल विद्युत् प्राधिकरणले ४ वटा स्वर्णपदक ल्याई प्रथम, नेपाल टेलिभिजनले २ वटा स्वर्णपदक ल्याई द्वितीय र नेपाल टेलिकमले एउटा स्वर्णपदक ल्याई तृतीय भएका थिए । नेपाल टेलिकमका गुड्डी कार्कीले लेडिज सिङ्गलमा स्वर्णपदक ल्याएकी थिइन् भने टेलिकमले अन्य इभेन्टसमा रजत र कांस्यपदक प्राप्त गरेको थियो ।

२०६७ कै चैत्र १२ देखि १६ सम्म काठमाडौंमा विभिन्न खेलकुद समावेश गरी संघले अन्तरसंस्थान खेलकुद प्रतियोगिता सम्पन्न गरेको थियो । संविधानसभाका अध्यक्ष सम्माननीय सुवास नेम्वाङको प्रमुख आतिथ्यतामा भव्य उद्घाटन समारोह र तत्कालीन युवा तथा खेलकुदमन्त्री वर्षमान पुनको प्रमुख आतिथ्यतामा समापन कार्यक्रम गरिएको थियो ।

मिनी ओलम्पिकको रुपमा धेरै खेलाडीहरु समावेश गरी एकै समयमा सञ्चालन गरिएको प्रतियोगितामा भलिबल महिला र पुरुष, दौड महिला ३ कि.मि., पुरुष ५ कि.मि., टेबलटेनिसका विभिन्न



इभेन्टसहरु, बुद्धिचाल र हाजिरीजवाफ प्रतियोगिता सामेल गरिएको थियो । जम्मा १८ वटा सार्वजनिक संस्थानहरुले भाग लिएको प्रतियोगिताका खेलहरु भलिबल त्रिपुरेश्वरस्थित राखेपको कभर्डहलमा, हाजिरीजवाफ नेपाल विद्युत् प्राधिकरणमा, बुद्धिचाल नेपाल टेलिकमको केन्द्रीय कार्यालयस्थित हलमा र दौड दशरथ रङ्गशालामा गरिएको थियो ।

नेपाल टेलिकमले भलिबलबाहेक सबै खेलहरुमा भाग लिएको थियो । ३ कि.मि. महिला दौडमा नेपाल टेलिकमकी फिरिया चौधरी प्रथम र नेपाल टेलिकमकै पशुपति गिरी द्वितीय भएका थिए भने नेपाल विद्युत् प्राधिकरणकी चन्दा मिश्र तृतीय भएकी थिइन् । त्यसै गरी ५ कि.मि. पुरुष दौडमा नेपाल टेलिकमका दलबहादुर दमाई प्रथम, नेपाल टेलिकमकै केशवबहादुर श्रेष्ठ द्वितीय र नेपाल वायु सेवा निगमका विक्रम महर्जन तृतीय भएका थिए ।

हाजिरीजवाफमा कर्मचारी सञ्चयकोष प्रथम, राष्ट्रिय वाणिज्य बैंक द्वितीय र नेपाल टेलिकमले तृतीय स्थान हासिल गरेका थिए । नेपाल टेलिकमका तर्फबाट सीताराम खतिवडा, श्यामकृष्ण भण्डारी र जीवदग्नी पोखरेलले भाग लिएका थिए । त्यसै गरी बुद्धिचालमा नेपाल बैंक लि.का मदनवीर सिंह डंगोल प्रथम, नेपाल विद्युत् प्राधिकरणका विकास लामा द्वितीय र नेपाल टेलिकमका गोविन्दबहादुर खड्का तृतीय भएका थिए ।

नेपाल टेलिकमले टेबलटेनिसका विभिन्न इभेन्टसहरुमा पनि भाग लिएको थियो । टेबल टेनिसको एक्जुकेटिभ सिङ्गल (१० तह र सो भन्दा माथिका कर्मचारी सहभागी हुने) मा नेपाल टेलिकमका प्रबन्धक बाबुकाजी शाक्य प्रथम, नेपाल टेलिकमकै नायब प्रबन्ध निर्देशक जीवनरत्न शाक्य द्वितीय र कृषि विकास बैंक कम्पनी लि.का नरेशमान प्रधान तृतीय भएका थिए । त्यसै गरी भेट्रान्स डबल्समा नेपाल टेलिकमका सानुभक्त श्रेष्ठ र प्रदीपकुमार उपाध्यायको जोडी प्रथम भएको थियो । मेन्स सिङ्गलमा नेपाल टेलिकमका सानुभक्त श्रेष्ठ र प्रदीपकुमार उपाध्याय तृतीय भएका थिए । त्यसै गरी मेन्स डबल्समा नेपाल टेलिकमका रविकुमार पौडेल र प्रदीपकुमार उपाध्याय तृतीय भएका थिए भने मिक्स डबल्समा सानुभक्त श्रेष्ठ र सविना प्रधानको जोडीले द्वितीय स्थान हासिल गरेको थियो ।

दोस्रो सार्वजनिक संस्थान खेलकुद प्रतियोगिताको पुरुष भलिबलमा जनक शिक्षा सामग्री केन्द्र प्रथम, नेपाल विद्युत् प्राधिकरण द्वितीय र उदयपुर सिमेन्ट तृतीय भएका थिए । त्यसै गरी महिला भलिबलमा राष्ट्रिय खेलकुद परिषद् प्रथम, सांस्कृतिक संस्थान द्वितीय र नेपाल विद्युत् प्राधिकरण तृतीय भएका थिए । नेपाल टेलिकमले दुवै खेलमा भाग लिएको थिएन ।

हजारौं खेलप्रेमीहरुको उपस्थितिमा ३५० भन्दा बढी सहभागी खेलाडीमाभ सम्पन्न दोस्रो सार्वजनिक संस्थान खेलकुद प्रतियोगिताको

उद्घाटन र समापन कार्यक्रममा नेपाल टेलिकमका तत्कालीन प्रबन्ध निर्देशक विश्वनाथ गोयल र टेलिकमका उच्चपदस्थ कर्मचारीको पनि रुचिपूर्वक उपस्थिति थियो । यसले नेपाल टेलिकमका तर्फबाट प्रतियोगितामा भाग लिएका खेलाडीहरुमा थप उत्साह थपेको थियो । फलस्वरूप नेपाल टेलिकमले विभिन्न खेलमा पाँच स्वर्ण, दश रजत र दश कास्यपदक प्राप्त गरी दोस्रो स्थान हासिल गर्न सफल भएको थियो । त्यसै गरी सात स्वर्ण, दश रजत र आठ कास्यपदक प्राप्त गरी नेपाल विद्युत् प्राधिकरणले प्रथम स्थान हासिल गर्‍यो भने नेपाल टेलिभिजनले दुई स्वर्ण, एक कास्यपदक प्राप्त गरी तृतीय भएको थियो । नेपाल टेलिकमले प्राप्त गरेको द्वितीय स्थानको सिल्ड प्रतियोगिता समापन समारोहका प्रमुख अतिथि तथा तत्कालीन युवा तथा खेलकुदमन्त्री वर्षमान पुनबाट नेपाल टेलिकमका तत्कालीन प्रबन्ध निर्देशक विश्वनाथ गोयलले ग्रहण गर्नुभएको थियो ।

नेपाल टेलिकममा खेलकुद र अन्य अतिरिक्त क्रियाकलाप सञ्चालन तथा संयोजन गर्न दूरसञ्चार तालिम केन्द्रका निर्देशक पदेन अध्यक्ष रहने गरी केन्द्रीय सामान्य प्रशासनका अधिकृत सदस्य सचिव, दर्तावाल युनियनका प्रतिनिधि एक जना, खेलाडीहरुमध्येबाट मनोनीत दुई जना प्रतिनिधि र सार्वजनिक संस्थान खेलकुद विकास संघ नेपालमा कम्पनीका तर्फबाट प्रतिनिधित्व गर्ने प्रतिनिधि एक जना गरी जम्मा ९ सदस्यीय अतिरिक्त क्रियाकलाप समिति रहेको छ । यसले कम्पनीको वार्षिकोत्सवमा विभिन्न अतिरिक्त क्रियाकलाप सञ्चालन गर्ने गरेको छ । कम्पनीमा नियमित खेलकुद सञ्चालन र अभ्यास गर्न पूर्वाधारको अभावमा कठिनाइ हुने गरेको छ । खेलकुदका सामग्रीमा दूरसञ्चार तालिम केन्द्र बबरमहलमा जिमखानाबाहेक अरु केही छैन । न्यूनतमरूपमा पनि काठमाडौं उपत्यकामा र अन्य क्षेत्रीय निर्देशनालयहरुमा भलिबल कोर्ट, व्याडमिन्टन कोर्ट र टेबलटेनिस बोर्ड तथा हलको व्यवस्था हुनु अति आवश्यक छ ।

सार्वजनिक संस्थान खेलकुद विकास संघ नेपाल स्थायीरूपमा खेलकुद गतिविधि सञ्चालन गर्ने संघ भएको हुँदा नियमितरूपमा खेलकुद प्रतियोगिता सञ्चालन गर्दै आएको छ । यस संघले खेलकुदको माध्यमबाट कर्मचारीहरुलाई एउटै सूत्रमा बाँध्ने काम गरेको छ । यसले कर्मचारीहरुमा पारस्परिक एकता र आपसी भाइचारासम्बन्ध अभिवृद्धि गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेलेको छ । संघले प्रतियोगिताहरु सञ्चालन गर्दा मानिसहरुको भारी जमघट हुने र त्यस अवसरमा सार्वजनिक संस्थानहरुका उत्पादित वस्तु तथा प्रदान गरिने सेवाहरुको प्रचारप्रसार हुने गरेबाट संस्थानहरुको व्यवसाय प्रवर्द्धनमा पनि सघाउ पुग्ने गरेको छ ।

राष्ट्रिय खेलकुद परिषदको सबैका लागि खेलकुद (Game For All) भन्ने नारालाई सार्थक तुल्याउन संघले कर्मचारीहरुको क्षेत्रमा खेलकुद गतिविधि निरन्तर अधि बढाइरहनेछ । ●

जनशक्ति परिचालन : आउट सोर्सिङ र टर्न की Human Resource Mobilization: Outsourcing and Turn Key

‘नेपालगञ्जको अति दुर्गम ठाउँमा १० वर्षसम्म राम्रो काम गरेको सहायक युनियनको दबावमा सरुवा भएर कार्यालय ठप्प भयो, विराटनगर क्षेत्रमा पनि त्यस्तै छ। भैरहवा, धनगढीको कुरो कति दोहो-न्याइरहने। वीरगञ्ज त थाहा छँदै छ। दुर्गममा लामो समयदेखि अफिस थेगिरहेका एक-दुई जना भएका कर्मचारी पनि सुगममा सारिदियो भने त दुर्गमका अफिस ताला लगाइदिए हुन्छ। नयाँ नियुक्ति भएका कर्मचारीलाई दुर्गममा पठाउने भनेको त एमडी साहेबलाई काठमाडौंमै नियुक्ति दिन दबाव आएको छ रे। काठमाडौंमा न टेबल-कुर्सी राख्ने ठाउँ छ, न त कामै दिन सकिएको छ।’

‘प्रबन्ध निर्देशक, प्रबन्धक, उपप्रबन्धकको रिजल्ट त पेन्डिङ छैन। युनियनको पनि त्यति दबाव आउँदैन। धेरैजसो उम्मेदवार बराबरको सिट भएर पनि हो। सिट कम भयो भने उहाँहरूले डेलिगेसन आएर थापाइहाल्नुहुन्छ। तर सहायक स्तरका धेरै रिजल्टको काम गर्न भ्याइएको छैन। एक-दुई सिटमा सयौं उम्मेदवार छन्। दुर्गम ठाउँबाट मूल्यांकन फारम नै आएको छैन। युनियनको दबाव पनि थामिसक्नु छैन।’

उपरोक्त भनाइहरू कर्मचारीका सरुवा, बढुवा, रिजल्टको कममा अनौपचारिक भेटघाटमा जनशक्ति विभागका कर्मचारीबाट सुनिने गरेका केही अंश मात्र हुन्। यसले कम्पनीको कर्मचारी व्यवस्थापनको वर्तमान स्थितिलाई झल्काएको छ। विनियमावलीमा व्यवस्था भएका सरुवा-बढुवासम्बन्धी प्रावधान निष्क्रिय रहेका छन्। सरुवा-बढुवालाई थप व्यवस्थित गर्न पटक-पटक कम्पनीमा क्रियाशील ५ वटै युनियनको सहमतिमा बनेका नीतिहरू पनि कार्यान्वयन हुन सकेका छैनन्। व्यवस्थापनले यसमा हिम्मत देखाउन सकेको छैन। सोभासाभा पहुँच नभएका कर्मचारीलाई दुर्गम पठाउने, १० औं वर्षसम्म त्यहीं सडाइराख्ने र टाठाबाठा पहुँच भएका कर्मचारीलाई सकेसम्म दुर्गममा पदस्थापन नै नगर्ने र गरिहाले पनि छ महिना नहुँदै दुर्गमका अफिस खाली गरी पायकमा सरुवा गर्ने चलन हाबी भएको छ। व्यवस्थापनको यो शैलीको कारण सहायकस्तरका कर्मचारीको सरुवा तथा प्रमोसनमा युनियनको दबाव पनि बढी नै रहेको छ। व्यवस्थापनको काखा र पाखाको व्यवहारमाथि औंला उठाउनु युनियनको धर्म पनि हो।

एकातिर सुगमका कार्यालयमा कर्मचारीको भीडले कोठा, टेबल, कुर्सीसमेत नभएर बस्ने ठाउँ पनि छैन। दुर्गमका अफिस कर्मचारीविहीन



वक्त्रपाणि आचार्य
महासचिव TEAN

छन्। भएका एक-दुई कर्मचारीले भ्याइ-नभ्याइ काम गरिरहेका छन्। तिनीहरूको न क्षेत्र, न केन्द्रका हाकिम साहेबसँग पहुँच हुन्छ। युनियनसँग सधैं आएर गनगन गर्न पनि सम्भव छैन। न प्रमोसन, न तालिम, न पायक सरुवा, न काज वा ओभर टाइम नै पाउँछन्। यसरी दुर्गममा काम गर्ने कर्मचारी कम्पनीभित्रै दोस्रो दर्जाको कर्मचारीको हैसियतमा काम गर्न बाध्य छन्। यसमा कम्पनीको उच्च व्यवस्थापन आँखा चिम्लेर बसेको छ।

जनशक्ति परिचालनको यो हालत छ। यसको आकार पनि दिन-प्रतिदिन बढ्दै गएको छ, सँगसँगै Outsourcing को आकार पनि बढ्दै छ। शुरुका दिनमा सरसफाइ तथा सुरक्षा प्रयोजनका लागि Outsourcing गरिँदै आएकोमा पछि आएर १९७, १४९८ आदि सेवा पनि आउट सोर्सिङ गरिएको छ। हालैका दिनमा त सेवालालाई Outsourcing गर्नुभन्दा जहाँ जसलाई मन लाग्यो उसैले आफ्ना मान्छेलाई कुनै कम्पनीको नामबाट भर्ना गर्ने चलन अत्यधिक बढेको छ। Outsourcing को मुख्य भाग मानवीय पक्ष भएकोले आकारमा वृद्धि र समय लम्बिँदै जादा यो शक्ति स्वाभाविकरूपमा संगठित हुने र त्यो स्थितिमा पर्न सक्ने असरको बारेमा पनि ध्यान दिन जरुरी छ। आजको दिनमा कामदार वा मेनपावर कम्पनीबाट करारमा कम लागतमा सम्भौता गर्ने र काममा संलग्न व्यक्तिको सामाजिक सुरक्षालगायत अन्य कुनै फ्रन्ट लिन नपर्ने स्थिति भोलिसम्म कायम नरहन सक्छ। यसरी भविष्यमा आउन सक्ने विभिन्न समस्याको सूक्ष्म विश्लेषण नगरी अहिलेकै पारामा Outsourcing गर्दै जाने हो भने स्थिति भयावह हुने देखिन्छ।

त्यस्तै ठूला आयोजनाहरूलाई Turn Key आयोजनाको रूपमा अघि बढाउँदै छ। Turn Key को अर्थ Vendor आफैले उपकरण



जडान तथा नेटवर्क निर्माण गरी सेवा वितरणयोग्य बनाई कम्पनीलाई हस्तान्तरण गर्नु हो । कम्पनीले चाबी खोली सीधै ग्राहकलाई सेवा वितरण गर्ने हो । कम्पनी यतिमा मात्र सीमित नभएर लामो समयसम्म मर्मतको समेत जिम्मा दिने गरी आयोजना अघि बढाइरहेको छ । सँगसँगै इन्जिनियरको दरबन्दी पनि बढाइएको छ । तालिमको व्यवस्था पनि गरिएको छ । टेलिकममा लामो समयदेखि काम गरेका तालिमप्राप्त दक्ष प्राविधिकहरु Vendor को तर्फबाट नवसिकारुहरुले जानी नजानी काम गरिरहेको टुलुटुलु हेर्न विवश बनाइएको छ । इन्जिनियरलगायत दक्ष प्राविधिक केवल कति तलब सुविधा पाइन्छ भन्ने मनोभावना मात्र राख्दैनन् । उनीहरु System, Independency, Opportunity, Recognition चाहन्छन् । आफ्नो दक्षता विकास गर्न चाहन्छन् । आफ्नो क्षमता देखाउने अवसर चाहन्छन् । स्वाभिमानका साथ काम गर्न चाहन्छन् । यही अवसर पाइन्छ भनेर स्वदेश-विदेशका कतिपय अवसरको बाबजुद नेपाल टेलिकमलाई रोजेका हुन् । कम्पनीले समेत ठूलो लगानी गरेको यस्तो महत्वपूर्ण जनशक्ति निष्क्रिय र निरास हुँदा कम्पनीलाई कति घाटा हुन्छ, यसबारेमा कम्पनी व्यवस्थापन सचेत हुनुपर्दछ । आफ्नो जनशक्ति नै नभएको कम्पनीको Turn Key Model को सिको गर्नुभन्दा थप गृहकार्यका साथ कम्पनीको विद्यमान जनशक्तिको अधिकतम उपयोग र दक्षता वृद्धि हुने आफ्नै आवश्यकताअनुसार

Turn Key Model बनाइनुपर्दछ । Turn Key को समयावधि सकिएपछि Operation & Maintenance निर्धाररूपमा अघि बढाउन सक्ने गरी प्रविधि हस्तान्तरणसहितको Model मा जानु हाम्रो कम्पनीको लागि फाइदाजनक हुन्छ । यसले योजनाको लागत घटाई प्राविधिकको दक्षता वृद्धि गर्दछ ।

आजको मुख्य चुनौती जनशक्ति परिचालन नै हो । विद्यमान जनशक्तिलाई परिचालन गर्न नसकेर Outsourcing र Turn Key लाई निकासको रूपमा लियौं भने यो कम्पनीको लागि दुर्भाग्य साबित हुनेछ । विनियमावलीमा व्यवस्था भएका सरुवा-बढुवासम्बन्धी प्रावधानलाई पूर्णरूपमा लागू गर्ने र उपत्यकाबाहिर तथा दुर्गमका कार्यालयहरुमा प्रमोसन, आर्थिक लाभका कारण अभिप्रेरित भई जाने वातावरण बनाउन जरुरी देखिएको छ । बदलिँदो प्रविधिलाई समेत ध्यानमा राखेर शिक्षित र युवा जनशक्तिको प्रवेशलाई सहज बनाउने र प्रविधिसँग तादम्य राख्न नसक्ने कर्मचारीलाई रचनात्मक प्रक्रियाबाट विदाइ गर्नु आजको आवश्यकता हो । विद्यमान जनशक्तिलाई अधिकतम परिचालन गर्दागर्दै सम्भव नहुने अवस्था र क्षेत्रमा मात्र Outsourcing गर्नुपर्दछ । यो नियन्त्रित हुनुपर्दछ । त्यस्तै कम्पनीको प्राविधिक जनशक्तिको पूरापूर उपयोग र दक्षता वृद्धि हुने गरी Turn Key को Model बनाइनुपर्दछ । निष्कर्षमा हरेक नयाँ गतिविधिले कम्पनी र कर्मचारीको जीतलाई सुनिश्चित गर्नुपर्दछ । ●

“The quality of a person life is in direct proportion to their commitment, to excellence regardless of their chosen field of Endeavour.”

“I” –Avoid it
 “We” -Use it
 “EGO” -keep it
 “Love” –value it
 “Smile” -Keep it
 “Rumor” -Ignore it
 “Success” -Achieve it
 “Jealousy” - Distance it
 “Knowledge” -Acquire it
 “Confidence” –Trust it

How to make yourself happy?

- Have targets and goals.
- Smile always.
- Share the happiness with others willing to help others.
- Keep a child like heart.
- Get on well with different kinds of people.
- Keeps the of the sense of humor .
- Forgive others.
- Have some really good friends.
- Always work in a team.
- Enjoy the family gathering the time.
- Be confident and product yourself.
- Respects the week.
- Indulge yourself sometimes.
- Work from him to him.
- Be brave and courageous.
- Finally, don't be money grubber.

हरिमोहनको चेतावनी र टेलिकम समृद्धिको प्रश्न

‘रूपान्तरणका कुरा के गछौं तिमीहरु, ...चर्को युनियनबाजी किन गराउँछौ तिमीहरु, आफ्नै टेलिकम खतम भैरहेको थाहा छैन...अझै...?’ रात्रिभोजको स्वादसँगै जिब्रो लठारिएका हरिमोहनले मलाई भुपारे ।

‘धत् ! तिमीहरु लाक्षी र नामर्द रहेछौ, त्यति ठूलो पूर्वाधार भएको र ६ हजार जनशक्ति भएको संस्था धराशायी हुँदै जाँदा पनि तिमीहरुको मन खाँदैन हँ ?, ...अब त तिमीहरुलाई पनि शंका गर्नुपर्ने भयो...’ -हरिमोहनले एकोहोरिँदै बाण हाने ।

‘तिमीहरु लोभी-पापी भैसकेका छौ भने कुरै नगरौं, होइन संस्था बचाउनु छ भने कर्मचारी, युनियन र व्यवस्थापन सबै सक्रिय हुनुपर्दैन ?’ -चेतावनीको भाषामा उनले सुभाए ।

५ मिनेटसम्म लगातार यस्तै-यस्तै कुरा भनेर बीचमा मलाई जिज्ञासासमेत राख्न नदिएका हरिमोहनले किन यस्तो भने ? मैले आफैँसँग प्रश्न गरें । आर्थिक क्षेत्रसँग जोडिएको व्यावसायिक समूहद्वारा दिइएको एउटा रात्रिभोजमा उनले यसो भन्दा मलाई लाग्यो- यो सबै भोजकै कमाल हो । उनलाई मैले चिन्ताको लागि धन्यवाद त दिएँ तर गम्भीरता प्रकट भने गरिनँ ।

कसैको लिफ्ट कुरेर बसेका कारण घर पुग्दा मेरो घडीले साढे ९ नघाएको थियो । काठमाडौँमा भोज भनेपछि पक्कै पनि ‘मोज’ नै गन्यो होला भन्ने अनुमान भएका कारण घरमा खानपिनको थप सोधपुछ नहुनु स्वाभाविकै रह्यो । तर धर्मसको तातो पानी लिएर लोडसेडिङको निष्पटतामा मैले टेलिफोन गर्दा हरिमोहनकी श्रीमतीले भनिन्- ‘अघिपछि भन्दा अलिक बढी हुनुभएको रहेछ । आज, आउनेबित्तिकै पल्टेको हो, बिहान भनिदिऊँ कि !’

मैले हरिमोहनसँग नभेटेकै ४ वर्ष नाघेछ । संस्थानबाट भर्खर कम्पनीमा जानासाथ रिटायर्ड भएका उनी टेलिकमप्रति निकै चिन्तित हुने सेवा निवृत्त कर्मचारी हुन् । जागिरे जीवनमा त उनले गरे-गरे, जागिर छोड्नुपरेपछि पनि उनले टेलिकमको चासो निकै राख्ने कुरा उनका पछिल्ला अभिव्यक्तिले पनि स्पष्ट पारेका थिए ।

लोडसेडिङको कारण न बत्ती, न इन्टरनेट । तातोपानी सुरुप-सुरुप पारेर सुत्ने तरखरमा के लागेको थिएँ, एक जना सभासद्को फोन आयो- ‘लौन हो मित्र, तपाईंहरुले व्यापार नगर्ने हो कि के हो ? दुई महिनाअघि मात्रै मोबाइल सेवामा आफैँ गएर भने, १५ दिनअगाडि त तपाईंलाई पनि सम्झाएको हो..., नमस्ते मोबाइल फ्याँक्नुस् भन्न खोजेको हो ...?’ सभासद् मित्र पार्टीभित्रको भ्रगडाले हो वा घरको



नीलकण्ठ तिवारी
केन्द्रीय कार्यालय

ठासठुसले हो बुझ्न सकिनँ, तर उनको यो फोन भने पेचिलो मिस्कट थियो ।

मैले जवाफ दिन खोजेको के थिएँ, श्रीमतीले ल्यान्डलाइन टेलिफोनको तारै फुस्काइदिइन् । ‘टेलिकमको कम्प्लेन सबै हेर्ने जिम्मा छ कि क्या हो ? उज्यालो भा छैन, टाइ-टुई ...?’ राति ११ बजेसम्म पनि सुत्न नपाउने, एक-दुई कल भए त सामान्य भन्नुपछि, कति थेग्ने हो र ? बाउको बपौतीभैँ चिन्ता लिने अनि ठेक्का पाएभैँ गर्छु, भन्ने...?’ -श्रीमतीले तीतो पोखिन् ।

‘भोलि मन्त्री बन्ने हैसियतको सभासद् हो के, कुरा गर्न देऊ न यार, फेरि साथीजस्तो छ, के भन्छ त्यसले...!’ श्रीमतीलाई सम्झाउँदै तार जोडें । ‘हुन्छ माननीयज्यू..., मेरो फुस्केछ क्या ... भोलि यो कुरा सिरियस्ली राख्छु ...’ -टालटुल पादैँ घोप्टो परें ।

बिहान पौने ७ बजे डायरी पल्टाएर हेर्दा ल्यान्डलाइन जडानको लागि भन्नुपर्ने ९ जनाको, एडीएसएल जडान ४ जनाको, दुई जनालाई च्वाइस नम्बरसहितको पोस्टपेड मोबाइल, टेलिफोन र एडीएसएलको ७ वटा कम्प्लेन, नागरिकता नभएर हराएको प्रिपेड प्रयोग गर्न नपाएका ३ जना साथीभाइलगायत सबै हेर्दा २४ जनाको काम टेलिकममा मात्रै भन्नै पर्ने र सक्नै पर्ने रहेछ । सामान्ती समाज न हो, भने छिटो हुन्छ कि, दुःख पाउनुपर्दैन कि ? भन्ने चलन छ अनि आफैँले गर्न सक्ने काम पनि अरुलाई गराउँदा आनन्द अनुभूति हुने संस्कृति छ यहाँ । घरी-घरी त मलाई उदेक पनि लाग्थ्यो अनि फेरि नियन्त्रित हुने पर्थ्यो । जागिर-टेलिकमको, अनि संस्कृति-जनसम्बन्धको । ‘दुःख पाइस मंगले, आफ्नै ढङ्गले’ यति भनेर चित्त पनि बुझाउनै पर्थ्यो ।

साढे ७ भित्रै पत्रपत्रिकामा आँखा पुऱ्याउनु नित्य कर्म थियो मेरो । यसो पत्रिका पल्टाउँदै के थिएँ ‘टेलिकमले २० अर्ब तिनै पर्ने उर्दी’

सम्बन्धित मन्त्रालयबाटै आएको देखें । विभिन्न पत्रपत्रिकामा टेलिकमसम्बन्धी विश्लेषण पढ्दै जाँदा त खत्तम भैसकेको हो कि भन्ने जस्तो भान भयो । पत्रिकामा एउटा विश्लेषकले भनेका रहेछन्- 'पन्ध्र दिनसम्म ढिलो गरेर पनि सम्बद्ध मन्त्रालय नै चाहनु र पाउनु, नियुक्त हुनुभन्दा ३ दिनअगाडि निजी क्षेत्रको ठूलो मोबाइल सेवाप्रदायकका मुख्य मान्छेसँग लामै कानुखुसी गरेको कुरा प्रकाशमा आउनु, अन्य विदेशी र स्वदेशी लगानी भनेर आएका भन्डै आधा दर्जन अरु कम्पनीमा समेत प्रत्यक्ष-अप्रत्यक्ष लगानी रहेका एउटै व्यक्तिको इशारामा नेपाल टेलिकमलाई २० अर्बको ऐलान गराउनु र निजी कम्पनीलाई एउटै छातामा ल्याई टेलिकमलाई घेराबन्दीमा पाउँ ठोकै गर्ने रणनीति अख्तियार गर्न लागेको आभाष मिल्नुले टेलिकमको भविष्यमाथि खतरा बजिरहेको प्रतीत हुन्छ।' यो विश्लेषणमा भनिएका कुरामा म आफैँ पनि घोट्लिएँ । राष्ट्र नै चलाउने जिम्मा लिएका व्यक्तित्वहरुबाट टेलिकम डुबाउने खेल हुन सक्ला र ? भन्दै सम्बद्ध व्यक्ति र संस्थाहरुबाट सकारात्मक हेराइको जरुरी ठानें ।

'सामान्यभन्दा पनि सामान्य काम रोकने गरी मन्त्रालयका सञ्चालक प्रतिनिधिले ढिलाइ गर्न सहयोग पुऱ्याउनु, अख्तियारका नाममा विकास आयोजनाहरु पूर्णतः निष्क्रिय बनाउन खोजिनु, प्रतिस्पर्धी र माफिया केन्द्रहरुको इच्छा र आग्रहबमोजिम कसैको अस्थायी फ्रिक्वेन्सीलाई स्थायी गराइदिने अनि टेलिकमको फ्रिक्वेन्सी फिर्ता गराउने सीधा पक्षपाती व्यवहार देखाइनु अनि राष्ट्र निर्माणमा टेलिकमले पुऱ्याएको योगदानको पूरै उपेक्षा गर्नुले टेलिकमकर्मी र यसको शेयरहोल्डर मात्र होइन आमनेपालीहरुमा आक्रोश बढ्न थालेको पाइन्छ...' यस्तै-यस्तै विश्लेषणले मेरो रगतमा अलिकति चाप बढायो, अघिल्लो साँझको हरिमोहन दाइको चेतावनी र सुभाब मेरो मानसपटलमा घुमिरह्यो । 'नामर्द, लाक्षी, केको चुरीफुरी ?, केको युनियनबाजी ...?' उनले भनेका धेरै शब्दले पोल्दै गयो अनि घेराबन्दीका विश्लेषणले उकुसमुकुस बनायो । रुपान्तरणकारी विचार, संस्थाको समृद्धि र राष्ट्रनिर्माणको जिम्मेवारी पूरा गर्न एउटा युनियनको सल्लाहकार भैटोपलेको म आफैँलाई भूमिका पुनरवलोकनमा घच्चच्यायो । धेरै जनसम्बन्ध भएको अनुभूति गर्ने आफ्नै आदतमाथि प्रश्नले घेऱ्यो- खोई त त्यसको उपादेयता...? संस्थाको हित र समृद्धिको खातिर । हरिमोहनका चेतावनी मिश्रित सुभाब, संस्थासम्बन्धी हुने गरेका विश्लेषण, संस्थामाथिको चौतर्फी आक्रमण र व्यक्तिगत तथा संस्थागत जिम्मेवारीमा देखिएका उदासीनताले मलाई आफ्नै भूमिकामा समीक्षा गर्न जरुरी लागेको छ । यहाँहरुलाई के छ कुन्नि ?

nilkantha@gmail.com

सञ्चार सेवा



सञ्चार सेवा संसारभर नै व्याप्त भई फैलियो ।
अनेक प्रविधि प्रज्ञानसँगै भूगोल नै ग्राम भो ॥
पुरातन विधि विलोप भई अब बेतार-सञ्चार भो ।
व्यक्ति-व्यक्ति अनि बस्तीहरुमा सञ्जाल नै फैलियो ॥

यही सञ्चार नै आज देशको आधारशिला बन्यो ।
श्रमिक हामी समर्पित हुने लक्ष्य उद्देश्य बन्यो ॥
परिश्रम गरी सञ्चार धनले भविष्य उज्ज्वल बन्यो ।
नेपाल राष्ट्र विकास हेतु यो रक्तसञ्चार भो ॥

यही कम्पनीका श्रमिक हामी सगर्व भन्न सक्छौं ।
यही संस्थामै जीवन यात्रामा सहयात्री बन्न सक्छौं ॥
उर्वर उमेरका कैयन वसन्त सेवा गरी बस्दछौं ।
यसकै सुखद स्मृतिमा निवृत्त भै जीवन बिताउछौं ॥

सहकर्मी हामी यै कम्पनीका सरल, मित्रवत् छौं ।
एकजुट भई सहकार्य गर्दै लक्ष्य पनि चुम्नेछौं ॥
भिन्न-भिन्न भै विभाजित नभै अभिन्न हुन सक्छौं ।
जन्मभूमिका ऋणी हौं हामी स्वाभिमानसाथ बढ्छौं ॥

व.प्र.अ. श्यामप्रसाद खनाल

नेपाल टेलिकम, के.का.

नेपाल टेलिकम नेपाली जनताको धरोहर, हाम्रो सरोकार

नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेड आजको अवस्थामा आइपुग्दा नेपाल सरकारको विभाग, विकास समिति, संस्थान हुँदै विभिन्न किसिमका आरोह-अवरोह पार गरी विज्ञान जगतले विकास गरेको दूरसञ्चार प्रविधि अवलम्बन गर्दै आएको छ । भौतिक पूर्वाधार र संरचनाको विकास र विस्तार गरी रोजगारीका अवसर सृजना गराई आर्थिक एवं सामाजिक विकासमा योगदान पुऱ्याउने उद्देश्यबाट स्थापित संस्थानमध्ये नेपाल टेलिकम पनि एक हो । सरकारी लगानीबाट स्थापित यस कम्पनीले मुलुकको अर्थतन्त्रमा सकारात्मक योगदान पुऱ्याउने अपेक्षा राखिए तापनि मूल लक्ष्य नेपाली जनतालाई सहज, सरल र सर्वसुलभरूपमा दूरसञ्चार सेवा पुऱ्याउनु नै हो । स्थापनाकालदेखि आफ्नो लक्ष्यमा दृढतापूर्वक विकसित मुलुकले उत्पादन गरेका टेलिफोनको प्रविधि खरिद गरी जडान गरेर सेवा विस्तार र वितरण गर्दै आइरहेको र उक्त सेवा जनतालाई प्रदान गरेबापत सेवा शुल्क लिई राज्यलाई तिर्नुपर्ने नियमित शुल्कहरु बुझाई बाँकी आम्दानीबाट आफ्नो सेवा तथा भौतिक संरचना एवं सम्पत्ति स्थापित गर्दै गइरहेको हो र शुरुका दिनमा आकाशवाणीबाट सञ्चालन गरेको सेवा आज डिजिटल प्रविधि हुँदै NGN, 2G, IP हुँदै 3G, 4G तथा LTE प्रविधिमा जान Planning गर्दै छ । यो हाम्रो गौरव र नेपाली जनताको साखको विषय हो ।

कम्पनीको वर्तमान अवस्था र चुनौती :

वर्तमान सन्दर्भमा कुरा गर्नुपर्दा कम्पनी जुन गतिमा अगाडि बढ्नुपर्ने हो, नेपाली जनताको आशा र भरोसा छ, त्यो पूरा गर्न कम्पनीलाई कठिन भएको यथार्थ नै हो । त्यसको कारण खोजिनुपर्दछ तर त्यो कारण नखोजी अफवाह फैलाउने जुन नेपाली जनमानस र समाजमा जालोको रूपमा विकास भएको छ त्यो नै हाम्रो लागि दुःखद समाचार बन्न गएको छ । प्रतिस्पर्धात्मक अवस्थालाई २०५३ देखि नै स्वीकार गरी २०६१ मा कम्पनी भई २०६८ सम्म आइपुग्दा भेल्लुपरेका कठिनाइ राज्यका तत्-तत् निकायहरुमा पटक-पटक लिखित, मौखिक एवं अन्य तौरतरिकाबाट अनुनय, विनय गर्दागर्दै पनि ती र त्यस्ता किसिमका कानून र ऐनहरु समयसापेक्ष परिवर्तन गर्न नसक्नु वास्तवमै पौने तीन करोड नेपाली जनताको माया र स्नेहको रूपमा रहेको टेलिकम कतै एकादेशको कथा त हुने होइन ? त्यो चिन्ता निराकरण आजकै दिनबाट कसले शुरु गर्ने ? कर्मचारीहरुले, नेपाली जनताले, राज्यका नीति-नियामक निकायले, व्यवस्थापनले, कर्मचारी ट्रेड युनियनले कि जसले कम्पनीको स्थापना गर्नु त्यसले ? यो नै प्रमुख विषय बन्नुपर्नेमा नबनिनु दुःखद स्थिति बन्न पुगेको छ ।

कम्पनीको ९२% राज्यको, ५% कर्मचारीको र ३% सर्वसाधारणको हिस्सेदारी भएको वर्तमान अवस्थामा यसका अनगिन्ती कानुनी व्यवधान देखा परेका छन् । सरकारी नियमको पालना गर्नुपर्दा त्यससँग सम्बन्धित निकायहरुको अनुमति लिनुपर्ने सार्वजनिक खरिद ऐन, आर्थिक विनियम, अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोग, राष्ट्रिय



कृष्णप्रसाद अर्याल

महासचिव, नेपाल टेलिकम वर्कर्स युनियन (NTCWU)

सतर्कता केन्द्र, सार्वजनिक लेखा समिति, अर्थ समिति हुँदै कार्यान्वयनको अन्तिम चरणमा जानुपर्ने बाध्यतासँग नयाँ स्थापित निजी कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने परिस्थिति रहेको हुँदा बजारमा एकातिर Price war कायम गर्ने अर्कोतिर Project हरूको यो र त्यो बहानामा ढिलो गराउन तानाबाना बुनाउने र कम्पनीको भौतिक संरचनामाथि आक्रमण हुने, केबुल चोरी गर्ने, अप्टिकल फाइबरलाई ब्रेक गराउने जस्ता क्रियाकलापले के देखाउँछ भने चौतर्फी आक्रमण गरी कम्पनीलाई छिन्नभिन्न गर्ने कार्य वर्तमान अवस्थाको यथार्थ हो ।

कम्पनीको स्थापनादेखि नै ग्राहक सुविधामा स्पष्ट र खरो ढंगबाट अगाडि बढिरहेको यस कम्पनीले आगामी दिनमा नेपाली जनतालाई चाहेको बखत खोजेको स्थानमा सर्वसुलभरूपमा गुणस्तरीय र जुनसुकै सेवा पुऱ्याउने प्रतिबद्धताका साथ आफ्ना योजनाहरु अगाडि सारेको छ भने भइरहेको सेवाको समेत गुणस्तरको स्तरोन्नतिका लागि हरसम्भव प्रयास शुरुआत गरेको छ । तर दुर्भाग्य, दूरसञ्चारजस्तो संवेदनशील सेवाका लागि राज्यबाट प्रदान गर्नुपर्ने सुविधा कम्पनीले कति प्राप्त गरेको छ, खोजीको विषय हो कि होइन ? जब देशमा १८ घण्टासम्म लोडसेडिङ हुन्छ अनि गुणस्तरको खोजी सबैतिरबाट हुन्छ, यो बहसको सवाल हो कि होइन ?

सन् १९९० पछि खुल्ला विश्व अर्थतन्त्रले आर्थिक गतिविधिलाई उत्कर्षमा पुऱ्याउँदै छ । एक देशको उत्पादन अर्को देशमा सहजै बजार प्रवेश गरेको छ, त्यस्तो प्रवेशले प्रतिस्पर्धालाई तीव्र बनाएको छ । ग्राहकको रुचि र इच्छासँग मेल खाने सामान र सेवाको उत्पादन बजार प्रवेश अवश्य नै सहज र सरल छैन । यसका लागि Human Resources निकै कठिन कार्य हो, चुनौती र समस्यासँग जुध्नका लागि Human Resource ले नयाँ चुनौती हल गर्न सक्ने खूबी र क्षमतावान् कर्मचारी तयार गरी कम्पनीको भविष्यलाई सही गन्तव्यमा पुऱ्याउन कुशल व्यवस्थापन कम्पनीका लागि आजको चुनौती बन्न गएको छ भने कम्पनीको आर्थिक स्रोतहरुको वैकल्पिक खोजिसमेत गर्नुपर्ने देखिन्छ । आफ्नो भैरहेका भौतिक संरचनाहरुलाई प्रतिस्पर्धात्मक अवस्था बढीभन्दा बढी प्रयोगमा ल्याई आफूले मात्र नभई अन्य कम्पनीलाई समेत प्रयोग गर्न दिई आर्थिक स्रोतलाई दरिलो बनाउँदै लैजानु आजको प्रतिस्पर्धात्मक अवस्थामा अति आवश्यक भैसकेको



छ। वर्तमान अवस्थामा कम्पनीमा देखिएका प्रमुख आन्तरिक र बाह्य चुनौतीहरू यस प्रकार छन्।

आन्तरिक चुनौती :

मानव संसाधन व्यवस्थापन कम्पनीभित्र व्यवस्थित हुन नसकिरहेको अवस्था विद्यमान छ। व्यवस्थापन नियुक्तिसँगसँगै तीव्र ध्रुवीकरण हुने र सहयोग-असहयोग वातावरण देखिन जाने, समयसापेक्ष कम्पनीले कर्मचारीहरूसँग सम्बन्धित विषयलाई विनियमावली संशोधन गरी सम्बोधन नगरिने, सरुवा, बढुवा, का.मु. र तालिममा स्पष्ट नीति र नियमका आधारमा गर्नुपर्ने कार्यलाई व्यवस्थित गर्न नसक्नु, कर्मचारी व्यवस्थापन नयाँ भर्ना गर्दै जानु, Out Sourcing, Bench Marking, VRS जस्ता विषयलाई व्यवस्थापन गर्न नसक्नु र Project हरूको Specification निर्माणमा अन्तर्राष्ट्रिय विज्ञावाट सञ्चालन र अनुगमनमा विशेष ध्यान नपुन्याउनुजस्ता विषय छन्।

बाह्य चुनौती :

लाइसेन्स नवीकरणको २० अर्ब, समग्र सञ्चार नीति, फ्रिक्वेन्सी फिर्ता, MD नियुक्ति, Third Party Evaluation, Strategic Partner प्रतिस्पर्धी अवस्थामा सार्वजनिक खरिद ऐन, अख्तियार, राज्यका ऐन-कानून आदिजस्ता विषयहरू।

सबल र सक्षम कम्पनीका लागि ट्रेड युनियन अपरिहार्य विषय हो। नेपाल टेलिकम विगतदेखि व्यवस्थापन र ट्रेड युनियनबीच कम्पनीको विकास र कर्मचारी हितका विषयमा सहकार्य हुँदै पनि आइरहेको हो। कम्पनीले ४ वटा CBA निर्वाचन सम्पन्नसमेत गरी कम्पनीको सञ्चालक समितिमा प्रतिनिधित्व गराउँदै कम्पनी र कर्मचारी हकहितका विषयमा NTCWU ले कार्य गरेको यथेष्ट प्रमाणहरू छन्। तर २०६५ भाद्र ३० देखि कम्पनीले CBA निर्वाचन गर्न नपाउनु नै कम्पनी र कर्मचारीले क्षति व्यहोरिरहेको वर्तमान अवस्था छ। उक्त निर्वाचन गराउन कम्पनीमा ५ वटै क्रियाशील युनियन र व्यवस्थापन सहमत त देखिन्छन् तर कार्यान्वयन हुन नसक्नु दुर्भाग्य नै बन्न पुगेको छ। समय बलवान् छ र समयले कसैलाई पखँदैन। कम्पनीले अनगिन्ती समस्याहरू भेल्लुपरेको अवस्थामा एकैले यी समस्या समाधान हुने स्थिति देखिएको छैन। तसर्थ साभ्ना सवाललाई साभ्ना मुद्दा बनाउनुपर्दछ र साभ्ना समाधान खोजिनुपर्दछ। हामीले दुई दशक लामो ट्रेड युनियन गतिविधि पूरा गरिसकेका छौं र कतिपय मान्यता स्थापित पनि भएका छन्। 'एकता नै बल हो।' यो यथार्थ पनि हो। आज त्यो पूरा गर्नुपर्ने हामी सबैको दायित्व भएको छ। तसर्थ ढिलो नगरी अगाडि बढ्न, कम्पनी र कर्मचारीको भविष्यमा सुनिश्चितताको लागि कम्मर कस्न सबैमा हार्दिक अनुरोध एवं आह्वान गर्दै दायित्व सबैले बहन गर्नुपर्ने सान्दर्भिकता हो।

सरोकारवाला निकायको भूमिका :

खुल्ला बजार नीतिलाई सर्वोपरिरूपमा आत्मसात् गर्दै प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणको सृजना गर्ने/गराउने, स्वस्थ प्रतिस्पर्धाको माध्यमबाट सेवाग्राहीलाई सहज, सरल र सुलभरूपमा गुणस्तरीय सेवा उपभोग गर्न पाउने अवसर सृजना गर्ने, कानूनबमोजिम स्थापना भएका निकाय एवं संस्थाहरूको निष्पक्षरूपमा व्यवहार गर्न सकिरहेका छन् कि छैनन् ? निजी क्षेत्रको सहभागिता र प्रवेशपश्चात् नेपाल टेलिकम पनि आक्रामकरूपमा बजारमा प्रस्तुत भइरहेको छ। नयाँ

सेवाप्रदायकको प्रवेशलाई Threat र Opportunity को रूपमा लिई प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता अभिवृद्धि गर्न लागि रहेको छ। एकातिर सरकारी ऐन-नियमप्रतिको जवाफदेहिता र उत्तरदायित्व, अर्कातिर मुनाफा आर्जन, लगानीकर्ताको प्रतिफल अनि नियामक निकायको अंकुश। के यही हो त स्वच्छ प्रतिस्पर्धा ? सरकारले व्यापार व्यवसाय गर्ने होइन, निजी क्षेत्रको क्षमता र लगानी परिपक्व हुने वातावरणमा सरकारले या त कम्पनीलाई पूर्णतः व्यापार गर्ने छुट दिनुपर्दछ होइन भने संरक्षणको आवश्यकता पर्दछ। मूल्य निर्धारणमा बन्देज, लाइसेन्स (अनुमतिपत्र) मा अनेक भ्रन्धट, अनुमति दस्तुरको रूपमा कुल पुँजीभन्दा बढी रकम निर्धारण, Frequency मा सीमितता यस्तो पिँजडामा राखेको सुगाको अवस्थाबाट कम्पनीले कहिलेसम्म मुनाफा आर्जन गर्ने ? रोजगारीको अवसर सृजना गर्न कसरी सहयोग पुग्ने ? राष्ट्रिय अर्थतन्त्रमा सहयोग कसरी गर्ने ?

माथिका प्रश्नलाई समाधान गर्न सरकारले नीतिगत रूपमा स्पष्ट हुनुपर्दछ। या त नेपाल टेलिकमलाई एकाधिकारको केही हिस्सा दिनुपर्दछ, या त पूर्णरूपमा स्वतन्त्र बनाई स्वच्छ प्रतिस्पर्धामा चल्न दिनुपर्दछ। बजारको माग र ग्राहकको रुचिलाई सम्बोधन गर्न बजारमा विकसित प्रविधि सरलरूपमा खरिद गर्ने, जडान गर्ने र सेवा वितरण गर्ने स्वतन्त्रता हुनुपर्दछ। नियामक निकायको अनुगमन क्षमता वृद्धि गरी गुणस्तरको नियमन र नियन्त्रण गर्न सक्नुपर्दछ। सार्वजनिक जवाफदेहिताको पदमा बसेको व्यक्ति वा व्यवस्थापक वा अधिकारप्राप्त व्यक्तिले पदीय अधिकारको दुरुपयोग गरी कम्पनीलाई हानि नोक्सानी पुऱ्याएमा त्यस्ता व्यक्तिलाई संरक्षण गर्नुहुँदैन, प्रचलित कानूनबमोजिम दण्डित गर्नुपर्दछ नकि कम्पनीको योजना अवरुद्ध हुने गरी खरिद प्रक्रियालाई अवरुद्ध गर्नेतर्फ तल्लीन हुने।

हाम्रो सरोकार

सर्वसाधारण नेपाली जनताको लगानीको हिस्सा भएको र मध्यम र न्यूनस्तरका व्यक्तिहरूको रोजगारको आश्रयस्थल भएको संस्थाको उन्नति, प्रगति, स्थायित्वमा मात्र हाम्रो भविष्य पनि सुनिश्चित हुन सक्छ। कम्पनीको अस्थिरतामा आम ७ हजार कर्मचारीको रोजगारीको गुजारा सम्भव छैन। तसर्थ कार्यक्षेत्रको संरक्षण हाम्रो मूल लक्ष्य हो। कार्यक्षेत्रको संरक्षणविना हाम्रा आकांक्षा, उद्देश्य एवं हाम्रा सन्ततीको सुनिश्चितता प्रभावित हुन्छन्। उपयुक्त समय र उपयुक्त किसिमको निर्णय गरी कम्पनीको दीर्घायु, दिगो विकासको लागि व्यवस्थापन सक्षम हुनुपर्दछ, जसको लागि उद्देश्य, योजना परिकल्पना र Timebound Action Plan सहित कार्यसम्पादनमा आधारित करार गरी व्यवस्थापनलाई अधिकार प्रदान गरिनुपर्दछ। जसको लागि हामी कम्पनीका क्रियाशील ५ वटै युनियनले छत्रि चौडा पारी Strategic Partner ल्याउन सम्बन्धित निकायमा छलफल एवं सहमतिसमेत गरिसकेका छौं। साथै माथि उल्लिखित आन्तरिक एवं बाह्य विषयलाई छिटोभन्दा छिटो समाधान गर्न अगाडि बढ्नुपर्ने हुन्छ। परिणाममुखी कार्यसम्पादन, जवाफदेही पूर्ण जिम्मेवारीको बाँडफाँड, अवसरको उपयोगमा समानता एवं सबैले उपयोग गर्न सक्ने कम्पनीको परिकल्पना नै हाम्रो सरोकार हो। नेपाली जनताको धरोहर ऐतिहासिक क्षणमा गुञ्जिनु नपरोस्, सानका साथ तपाईं-हाम्रा साथ सेवाप्रवाह गरिराखोस्। यसमा नै सरकार, जनता र कार्यरत कर्मचारीको कल्याण सुनिश्चित देखिन्छ। ●

विनियमावली संशोधनमित्रको अन्तर्वस्तु र सीप परीक्षण

गतवर्ष नेपाल टेलिकमले प्रकाशन गरेको स्मारिकामा यसै शीर्षकसँग सम्बन्धित विषय 'कर्मचारी विनियमावली संशोधन' मा मैले नेपाल राष्ट्रिय कर्मचारी संगठन नेपाल टेलिकमको प्रतिनिधिको रूपमा विनियमावली संशोधनको अन्तर्वस्तुका सम्बन्धमा लेख प्रकाशित गरेको कुरा पुनः स्मरण गराउन चाहन्छु। उक्त लेखमा लेखिएको थियो- यो स्तम्भ प्रकाशित हुँदासम्म हाम्रो विनियमावलीको २७औं संशोधन भैसकेछ, भन्ने आशयका वाक्यांशहरु प्रयोग गरिएको थियो। तर संयोग भनौं या परिस्थितिको उपज, आज त्यसको ठीक १ वर्ष वितिसक्दा पनि संशोधित विनियमावलीले ठोस आकार ग्रहण गर्न सकिरहेको पाइँदैन। त्यसैको निरन्तरतास्वरूप पुनः सोही विषयमा मैले आफ्नो कलम चलाउने र सम्बन्धित सबै पक्षसामु संशोधनमित्रको अन्तर्वस्तु केलाउने प्रयास गरेको छु।

०६७ साल असार १८ गते नायब प्रबन्ध निर्देशक सुधीर प्रसाद अर्यालको संयोजकत्वमा विनियमावली संशोधन कमिटी गठन गरी एक वर्षभित्रको पटक-पटकको बैठकले एउटा सानो खेसामा सहमति जनाई प्रबन्ध निर्देशकमार्फत सञ्चालक समितिमा पेस गरिएकोमा सो प्रस्तावउपर विस्तृत छलफलको आवश्यकता महसुस गरी सञ्चालक समितिका सदस्यहरुसहितको एक उपकमिटी गठन गरियो। उक्त कमिटीले आफ्नो अनुकूलमा उक्त दस्तावेजमाथि समयसीमाविहीन तरिकाले धारावाहिक छलफल गरिरहेको छ। आशा गरौं, कुनै न कुनै दिन यसले पूर्णता पाउनेछ। यसले पूर्णता पाउन या त कर्मचारीहरुले ठूलै दबाव सिर्जना गर्नुपर्नेछ, या त उक्त कमिटीका पदाधिकारीहरु पदीय जिम्मेवारीबाट पदमुक्त हुनुपर्नेछ। हामीले अहिल्यै विनियमावली आएन भनेर हतार गर्नु त्यति उचित नहोला कि ? बुझ्नुपर्ने कुरा यही नै हो। यदि हामीले यो वास्तविकतालाई बुझेनौं भने फगत हामी दुःखी हुनुसिवाय अरु केही छैन। समयभन्दा पहिले र भाग्यमा लेखेको भन्दा धेरै कसैले पाउन पनि त सक्दैन !

परिवर्तन भनेको त्यति सहज विषय पनि होइन। फेरि परिवर्तन कसको लागि किन गर्ने ? हामीलाई के कुराको अभाव छ र फेरि भन्ने पनि त हुन सक्छ। फेरि परिवर्तनले सबै समस्याको समाधान पनि त दिँदैन। यदि समाधान दिने नै भए २६औं पटक संशोधन हुँदा नहुने अनि २७औंले चाहिँ समाधान दिन्छ भन्ने नै के ग्यारेन्टी छ र ? फेरि निजामतीमा ६० बर्से आउने हल्ला चलिरहँदा हामी मात्र किन हतार गर्ने ? यी यावत् वातावरणले गर्दा हाम्रो परिवर्तनको चाहना दिन-प्रतिदिन खिया लाग्दै गएको छ। हुन त अधिकांश परिवर्तन बल प्रयोगविना हुँदैनन्। प्रश्न उठ्न सक्छ- त्यो बल कसले प्रयोग गर्ने ? जवाफ हुन सक्छ- ५-५ वटा कर्मचारी संगठनहरुको भूमिका र



नवीन तिवारी

कोषाध्यक्ष, नेपाल राष्ट्रिय कर्मचारी संगठन (NEON)

दायित्व के हो भन्ने। यहाँनेर बुझ्नुपर्ने कुरा यो छ कि तिर्खा लागेको व्यक्ति खोला धाउने हो, तिर्खा नै नलागेको व्यक्तिलाई खोला गएर पानी ल्याइदेऊ भन्दा कति सम्भव होला ? अर्कोतर्फ, आफूलाई तिर्खा लाग्दा जुस नै व्यवस्था हुन्छ भने भजनमण्डलीका लागि केको खोला धाई-धाई पानी ल्याइदिने भन्ने पनि त विचार नपलाउला भन्न सकिँदैन। कसको मनभित्र के छ, को पस्न सक्छ र कसले बुझ्न सक्छ ? यसै गरी अर्को महत्वपूर्ण पाटो के छ भने, ती संगठनहरुको पनि के रोकिएको छ र ? बल प्रयोगबाट भन्दा स्वर मिलानबाट धेरै लाभदायक हुन्छ भने। नहोस् पनि किन र ? अब त कम्पनी व्यवस्थापनलाई नै फट्का दिने गरी वर्षमा १५-२० जनाभन्दा बढी कर्मचारी संगठनका प्रतिनिधिहरु विभिन्न बहानामा विदेश सयर गर्न कुन संशोधन पर्खनुपरेको छ र ? साथै, उहाँहरुको भत्ता तथा अन्य सुविधाहरु परिवर्तन गर्न कुनै विनियम परिवर्तन कमिटीमा सहमतिको आवश्यकता परेको पनि त छैन नि ! 'काले-काले मिलेर भाले खान कसले रोकेको छ र यहाँ ?' अझ मोफसलमा चलेको हल्लाको अंश मात्र यहाँ सम्झना गर्ने हो भने त माथिका सबै विषयवस्तु सुन्दा एउटा ट्रेड युनियनिस्टको नाताले अत्यन्त असजिलो महसुस हुन्छ। जब-जब ट्रेड युनियनहरु आफ्नो मूल्य-मान्यता तथा कर्तव्य र दायित्वबाट विमुख भएको आभाष कार्यकर्तामाझ तरङ्गित हुन्छ, तब गलत प्रवृत्ति हावी भई संगठन एउटा शंकाको भूमरीमा फस्छ। जुन अवस्था अत्यन्त भयावह हुन्छ। जसको परिणाम मोफलसमा हल्लाको खेती गर्नेहरुको आवाज तेजिलो हुन्छ। यसकारण हामी सबैले यस कठिन समयमा आफूलाई धैर्यवान्, संयमित बनाउनुको कुनै विकल्प छैन। किनकि हावा नचली पात हल्लिँदैन भन्ने हाम्रो पुरानो भनाइलाई पूरै नकार्न पनि त सक्दैनौं नि, होइन ? भनौं यसमाथि हिजो सानो तहमा छुँदा युनियनको शक्तिशाली पदमा विराजमान हुनेहरु नै हाल व्यवस्थापनको कमिटीमा बसेर कम्पनी जोगाउने भए यसो गर्नुस् नत्रभने कम्पनीको भविष्य कहाँ पुग्छ कहाँ



भनेर उपदेशात्मक गर्जन गर्जदाको पीडा यति धेरै असह्य हुँदो रहेछ कि त्यसको वर्णन शब्दमा गर्न सकिँदो रहेनछ । संगठनको मूल्य, मान्यता, सभ्यता र संस्कृतिलाई कुठाराघात गर्ने बुर्जुवा पथमा आफूलाई विलय गर्ने प्रवृत्तिप्रति अहिल्यै सजग नहुने हो भने ट्रेड युनियन आन्दोलन पलायनको मार्गमा जाने सम्भावना प्रबल हुन्छ । एकातर्फ महिनौं लगाएर व्यवस्थापन र संगठनहरुबीच सहमति गर्ने अनि सञ्चालक समितिमा पेस गर्दा सहमतिको भावनामा द्विअर्थी भाव जनाउने शब्द प्रयोग गरी निर्णय गराउने र सहमतिको मूल मर्मलाई नै बंग्याउने व्यवस्थापनको चातुर्यता र त्यही विषयलाई सच्याउन पुनः विभिन्न कमिटी बनाई संगठनहरुलाई महिनौंको जागिर दिने अनि त्यही जागिरमा फेरि महिनौं भुल्ने संगठनहरुको विशेषतालाई हामिले मान्ने पर्छ । यही विशेषता रहेको छ हाम्रो विनियम संशोधनको ।

सीप परीक्षण (Skill Test)

विनियमावली संशोधनका क्रममा दुई वटा विषयवस्तुले मेरो मानसपटलमा फरक ठाउँ लिएको छ, त्यो हो तह १ को Skill Test र तह ६ बाट ७ मा जान माथिल्लो योग्यता (Engineer Qualification) को सम्बन्धमा । यहाँनेर बुझ्नुपर्ने यो छ कि तह २ देखि तह ९ सम्मका माथिल्लो तहका शैक्षिक योग्यता भएका र आठ वर्ष नियमित स्थायी सेवा गरेको जुनसुकै कर्मचारी माथिल्लो तहमा पदोन्नति (Upgrade) हुन सक्छ र यदि योग्यता नभए १० वर्षपछि माथिल्लो तहमा पदोन्नति हुन सक्छ । कुनै थप योग्यता तथा सीप परीक्षण तथा अन्य परीक्षाको आवश्यकता पर्दैन, तर तह १ मा लगातार १० वर्ष प्राविधिक हेल्पर पदमा रहेर फिल्डमा काम गरेको हेल्पर तह २ मा जान थप योग्यता वा CTEVT बाट सीप परीक्षण (Skill Test) गर्नुपर्ने भनेर सञ्चालक समितिले निर्णय गर्‍यो । ठीक यहाँनेर ध्यान दिएर बुझ्नुपर्ने विषय यो छ कि कर्मचारी संगठन र व्यवस्थापनको बीचमा छलफल हुँदा 'जुन-जुन कर्मचारीहरु तह १ को हेल्पर पदमा रहे तापनि प्राविधिक रुपमा फिल्डको काम नगरी कार्यालयभित्र कार्यालय सहयोगी, चौकिदार, बगैँचे वा मेहत्तरजस्ता पदमा काम गरेका छन् भने तिनीहरु साविकको क, ख, ग, घ र ङ तहको बढुवा प्रणाली छोडेर प्राविधिक हेल्पर भएर

तह २, ३, ४ को पदमा क्रमशः बढुवा हुन चाहन्छन् भने दूरसञ्चार तालिम केन्द्रबाट सामान्य सीप परीक्षण (Skill Test) दिएर सेवा परिवर्तन गर्न सक्दछन्' भन्ने भद्र सहमतिको आडमा सम्पूर्ण तह १ का हेल्परहरुले १० बर्से पदोन्नति (Upgrade) लिन CTEVT बाट सीप परीक्षण (Skill Test) अनिवार्य गर्नुपर्ने भनेर निर्णय गरियो । जुन कुरालाई सहमतीय मर्यादा विपरीतको कदम हो भनेर मैले भन्दा अत्युक्ति हुँदैन भन्ने मैले बुझेको छु ।

यस प्रसङ्गमा मेरो बुझाइ के हो भने कि तह १ देखि माथिका सबै पदमा पदोन्नति (Upgrade) का लागि सीप परीक्षण (Skill Test) को व्यवस्था गरौं । नभए तह १ लाई मात्र त्यसको औचित्यताको पुष्टि हुन सक्दैन भन्ने नै हो । तर यो मान्न व्यवस्थापन तयार देखिँदैन । (आज ०६८ पौष २५ सम्म) कारण बढुवाको लागि एउटा आधार लाइन (Buttom line) के राख्ने ? सीप परीक्षण (Skill Test) लाई Buttom line बनाऔं भन्ने व्यवस्थापकीय धारणा छ भने लगातार १० वर्ष प्राविधिक हेल्पर भएर काम गरेको अनुभव नै तह २ को अपग्रेडको लागि Buttom line हो भन्ने हाम्रो धारणा हो । सँगसँगै अर्कोतर्फ अरु सबै तहमा आन्तरिक फाइल बढुवा तथा आन्तरिक प्रतियोगिताबाट बढुवाको लागि योग्य हुनु र साविक पदभन्दा माथिल्लो पदको लागि योग्य हुनु र साविक पदमा ४ वर्ष स्थायी सेवा पूरा गरेको हुनुपर्नेछ तर तह ६ को लागि प्राविधिकले चाहिँ तह ७ मा आ.प्र.बाट बढुवाको लागि योग्य हुन माथिल्लो तहको इन्जिनियरिङ अध्ययन भए पनि साविक पदमा ६ वर्ष काम गरेको हुनुपर्नेछ । यो विभेदकारी भयो, यसलाई पनि अरुसरह ४ वर्ष गर्नुपर्दछ भन्दा व्यवस्थापनको जवाफ योग्य भएर मात्र नहुने रहेको छ । यहाँनेर बुझ्नुपर्ने विषय के छ भने १ तहको हेल्परबाट तह २ मा जान योग्यता चाहियो तर तह ६ (प्राविधिक) बाट तह ७ मा बढुवा हुन इन्जिनियर डिग्रीको योग्यताले हुँदैन । ६ वर्ष ६ तहमै काम गरेको अनुभव भए इन्जिनियर डिग्री नै नचाहिने तर तह १ बाट तह २ मा जान १० वर्षको अनुभव भएर पनि नपुग्ने ? यो कस्तो किसिमको जनशक्ति तयार गर्न खोज्दै छौं हामी ? सबैले छातीमा हात राखेर सोच्ने बेला आएको छ ।

nabin. tiwari@ntc. net. np

"Your children are not your children.
They are the sons and daughters of Life's longing for itself.
They come through you but not from you,
And though they are with you yet they belong not to you".
... On Children by Kahlil Gibran.....

असल नेतृत्वको विकास

वर्तमान युग प्रतिस्पर्धाको युग भएकोले हरेक संघसंस्था, निकाय वा देशकै निश्चित उद्देश्य र लक्ष्य प्राप्तिको लागि असल, साहसी र आफूलाई बदलिसकेको नेतृत्वको जरुरत पर्दछ। असल नेतृत्व भए मात्र कुनै पनि संगठनहरु अरुभन्दा अगाडि बढ्न सक्छन्। समग्र व्यक्तिहरुको सोच र लक्ष्यहरुको प्रतिनिधित्व गरी समग्र संगठनको लक्ष्य प्राप्तिको लागि अगाडि बढ्न सक्ने व्यक्ति नै नेतृत्वमा रहन योग्य हुन्छ। त्यसैले अगाडि लाग्ने व्यक्ति (नेता) साह्रै नै असल, इमानदार, मेहनती, सिर्जनशील र साहसी हुनुपर्दछ भन्ने आममान्यता हो। नेतृत्वले अरुको व्यवहारलाई प्रभाव पार्न सक्नुपर्दछ। कुनै पनि नेताले Vision, mission and commitment सहित कुनै संगठन, समूह, समाज, राष्ट्र वा संसारकै नेतृत्व गर्नुपर्दछ। यसो हुन नसके संगठन राम्रोसँग अगाडि बढ्न सक्दैन। कुनै खास उद्देश्य र दिशातिर उन्मुख गराउनको लागि अरुको व्यवहारमा प्रभाव पार्ने क्षमतालाई नेतृत्व भनिन्छ। अर्थात् नेतृत्व कुनै व्यक्तिको त्यस्तो योग्यता वा क्षमता हो, जसले कुनै निश्चित उद्देश्य प्राप्तिका लागि काम गर्न आफ्नो मातहतका सदस्य साथीहरुलाई क्रियाशील र प्रेरित गर्दछ। संगठनका कार्यक्रमहरुलाई प्रभावकारीरूपमा सञ्चालन गर्न आफ्नो संगठनका सदस्यहरुलाई हाँकेने र योजनाहरुको प्रभावकारी कार्यान्वयनको लागि नेतृत्व एउटा महत्वपूर्ण तत्व हो। तर वर्तमान हाम्रो देशको परिस्थितिमा असल नेतृत्वको जताततै खडेरी नै परेको सबैले महसुस गर्न थालेका छन्।

वास्तवमा नेतृत्व भनेको कार्य हो, पद वा कुर्सी होइन। नेतृत्व व्यवस्थापनको महत्वपूर्ण कार्य हो। यो व्यवस्थापकीय साँचो पनि हो। सांगठनिक सफलता नेतृत्वको गुणस्तरमा भर पर्दछ। नेता जस्तो हुन्छ, अरु सदस्यहरु पनि सबै उस्तै हुने सम्भावना बढी हुन्छ। नेतृत्वले संगठनको लक्ष्य र उद्देश्य प्राप्त गर्न अरु सदस्यहरुलाई प्रभावित पार्ने र मार्गदर्शन गर्ने काम गर्दछ। यो परिस्थितिमूलक र कार्यमूलक (Situational and Action-oriented) हुन्छ।

नेतृत्वसम्बन्धमा विद्वान् स्टेफेन रोबिन्स (Stephen Robbins) का अनुसार- लक्ष्य प्राप्त गर्नका लागि समूहलाई प्रभावित पार्ने क्षमता नै नेतृत्व हो। (Leadership is the ability to influence a group towards achievement of goals.)

कुन्ज र विहरिच (Koonz and Werich) का अनुसार- नेतृत्व भनेको मानिसहरुमा स्वेच्छा र उत्साहपूर्वक सामूहिक लक्ष्य प्राप्तिका लागि प्रभावित गर्ने प्रक्रिया हो। (Leadership is the process of influencing people so that they will strive willingly and enthusiastically towards the achievement of goals.) यसरी नेतृत्व भनेको निर्विष्ट लक्ष्य प्राप्तिका लागि कुनै समूहलाई प्रभावित पार्न सक्ने क्षमता भन्ने बुझिन्छ। नेतृत्वका लागि तीन कुराको



सुन्दर श्रेष्ठ
के.का.

आवश्यकता पर्दछ- नेता (Leader), अनुयायीहरु (followers) र परिस्थिति (Situation)। यसले निश्चितरूपले अनुयायीहरुलाई प्रभावित र मार्गदर्शन गरिरहन्छ। अर्थात् नेता जस्तो हुन्छ, कार्यकर्ताहरुलाई उस्तै बनाउन खोज्छ। नेतृत्वले लक्ष्य निर्धारण गर्दछ, लक्ष्यले अनुयायीहरुको व्यवहारमा प्रभाव पर्दछ।

नेतृत्वले लक्ष्य प्राप्तिका लागि आफ्ना समूहका सदस्य तथा अनुयायीहरुलाई मार्गदर्शन र व्यवहारमा प्रभावित गर्ने कार्यहरु गर्दछ। नेतृत्वले संगठनको लागि दूरदृष्टि (Vision), बृहत् लक्ष्य (Mission) र लक्ष्यहरु (Goals) निर्धारण गर्ने काम गर्दछ। यस कार्यले संगठनलाई दीर्घकालीन दिशाबोध र कार्यक्षेत्र प्राप्त गर्दछ। लक्ष्य प्राप्तिका लागि नीति र कार्यक्रम तय गर्छ। नेताले सांगठनिक र व्यक्तिगत लक्ष्यहरुबीच तालमेल मिलाउने काम गर्दछ। नेतृत्वले पथप्रदर्शनको भूमिका निर्वाह गर्दछ। नेतृत्वले लक्ष्यअनुसारको योजना बनाउने, संगठन गर्ने, मानव संसाधनको व्यवस्थापन गर्ने, नेतृत्व दिने र नियन्त्रण र मूल्यांकन गर्ने कामहरु गर्दछ। यसका अलावा संगठनमा उपलब्ध मानवीय र भौतिक साधनको अधिकतम उपयोग गरी संगठनको उत्पादकत्व बढाउने काम पनि नेतृत्वकै हो। यसले संगठनको संरचनाको निर्माण गर्दछ। समूह र व्यक्तिहरुलाई कार्यहरु निश्चित गर्दछ। कार्य प्रोत्साहनका उपायहरुको खोजी गर्दछ। नेतृत्वले समन्वय गर्ने, उत्प्रेरणा जगाउने र सूचनाको प्रभाव गर्ने काम पनि गर्दछ।

नेतृत्व विकासको सन्दर्भमा नेतामा हुनुपर्ने गुणहरु मात्र नभै नेताले निभाउनुपर्ने भूमिका वा उसको कार्यक्षमतासम्बन्धी गुणहरु पनि पर्दछन्। नेतामा हुनुपर्ने गुणहरुलाई व्यक्तिगत अन्तरनिहित गुणहरु र कार्यक्षमता वा नेताको भूमिकासँग सम्बन्धित क्षमताको गरी दुई भागमा विभाजन गर्न सकिन्छ- पहिलो गुणहरुमा चरित्रवान्, मेहनती, साहसी, इमानदार, धैर्यवान्, कर्तव्यनिष्ठ, असल छत्री भएको, निःस्वार्थी, अनुकरणीय र अरुलाई प्रभावित पार्न सक्ने हुनुपर्दछ। व्यक्तिगत गुणहरुबाट नै एक असल नेता बनाउन सहयोग पुऱ्याउँछ।



यसको अलावा दोस्रो प्रकारका गुणहरूमा- सबैलाई चित्त बुझाएर काम लिन सक्ने, अरुको विचार बुझ्न सक्ने, समस्याहरूको पहिचान गरी समाधान निकाल्न सक्ने, कामको मूल्यांकन गर्न सक्ने, काममा सबैलाई उत्प्रेरित गर्न र गराउन सक्नेजस्ता गुणहरू नेतृत्वका लागि आवश्यक हुन्छन्। असल नेतृत्व असल नेताले मात्र दिन सक्ने हुँदा एउटा असल नेतामा धेरै असल गुणहरूले भरिपूर्ण भएको हुनुपर्दछ।

स्वस्थता (Healthy) :- सबभन्दा पहिला असल नेता हुनलाई शारीरिक र मानसिक स्वस्थता अति आवश्यक पर्दछ। Health is wealth भन्ने नारालाई हृदयंगम गर्न सक्नुपर्दछ। हरेक दृष्टिकोणबाट स्वास्थ्य राम्रो हुनुपर्दछ। असल स्वास्थ्य बनाउन आहार, विहार र विचारमा खूबै ख्याल गर्ने गर्नुपर्दछ। स्वस्थ रहने कलाहरू सिक्नुपर्दछ। किनभने मानिस जन्मेर नमरुन्जेल उसको सबैभन्दा पहिलो र ठूलो सम्पत्ति भनेको उसको आफ्नै स्वास्थ्य हो। शरीर र मन स्वस्थ रहे मात्र मेहनत गर्ने इच्छाशक्ति, उत्साह, उमंग र जाँगर बढ्ने हुन्छ। जसले गर्दा नेतामा साहस र मेहनतका साथ आफ्नो काम गर्ने शक्ति र क्षमतामा (Energy to act) ताजकीपन रहिरहन्छ।

नैतिक इमानदारिता (Moral Integrity) :- नेताको चरित्र राम्रो हुनुपर्दछ। चरित्र अनुकरणीय हुनुपर्दछ। नैतिक इमानदारिता, बानी-व्यवहार सबैले अनुकरण गर्न लायकको हुनुपर्दछ। किनकि बानी-व्यवहार मानिसको सबैभन्दा उत्तम सेवक हुन्छ, या त खत्तम मालिक हुन्छ। मनमा जे छ, बाहिर पनि प्रस्तरुपमा त्यस्तै कुरा राख्ने खालको हुनुपर्दछ। शक्ति र अधिकार आफूसँग छ भनेर आफ्नो मात्र स्वार्थ पूरा गर्ने गर्नुहुन्छ। आर्थिक मामलामा चोखो र पारदर्शी हुनुपर्दछ। समूह, समाज, देश र विश्वलाई जस्तो बनाउन खजेको हो, त्यस्ता गुणहरू सबैभन्दा पहिला नेतृत्वले आफूमा इमानदारीपूर्वक लागू गर्नुपर्दछ। असल नेतामा हुनुपर्ने गुणहरूमध्ये यो महत्वपूर्ण र अनिवार्य गुण हो।

आत्मविश्वास (Self Confidence) :- नेतामा आफूले सफल नेतृत्व गर्न सक्छु भन्ने आत्मविश्वास हुनुपर्दछ। आफ्नो सबल र कमजोर पक्षबारे ज्ञान हुनुपर्दछ। आशावादी दृष्टिकोण हुनुपर्दछ। शक्ति प्रयोग गर्ने क्षमता हुनुपर्दछ। नेता आफैँ स्वअनुशासनमा बसेर मात्र अरुलाई अनुशासनमा राख्न सकिन्छ।

दूरदृष्टि (Vision) :- नेतृत्वले राम्रो Vision बोकेको अर्थात् दीर्घकालीन दूरदृष्टि राख्ने हुनुपर्दछ। संगठन र अफना अनुयायीहरूलाई कस्तो बनाउने, कहाँ पुऱ्याउने र कसरी सकारात्मक परिवर्तन गराउने आदि कुराहरू नेताको दिमागमा रहेको हुनुपर्दछ।

सिर्जनशीलता (Creativity) :- नेता सिर्जनात्मकरूपमा सोचन सक्ने हुनुपर्दछ। जोखिम बहन गर्ने साहस गर्नुपर्दछ। परिवर्तन र द्वन्द्वको व्यवस्थापन गर्नुपर्दछ। वातावरणले पार्ने अवसर र चुनौतीहरूको पहिचान र सामना गर्न सक्नुपर्दछ। हरेक नयाँ विषयहरूको बारेमा जान्न र सिक्न उत्सुक हुनुपर्दछ। हरेक समस्याहरूलाई सिर्जनात्मक तरिकाले समाधान गर्न खोज्नुपर्दछ।

प्राविधिक दक्षता (Technical competence) :- नेतामा आफ्ना कामहरूसम्बन्धी प्राविधिक ज्ञान हुनुपर्दछ। नयाँ-नयाँ प्राविधिक ज्ञानहरूबाट आफ्ना अन्य सदस्यहरूलाई मार्गदर्शन गराउनुपर्दछ। नेतामा प्राविधिक क्षमता भएमा आफ्ना अनुयायीहरूमा विश्वासको वातावरण सिर्जना हुन्छ।

व्यवस्थापकीय गुणहरू (Managerial Qualities) :- नेतृत्व एउटा व्यवस्थापक पनि बन्नपर्ने भएकोले उसमा व्यवस्थापकीय ज्ञान हुन अनिवार्य हुन्छ। योजना, संगठन, मानव संसाधनको उचित व्यवस्थापन र नियन्त्रण कार्यहरू गर्ने गुणहरू हुनुपर्दछ। समयको प्रभावकारी व्यवस्थापन गर्न सक्नुपर्दछ। संगठनमा आइपर्ने अप्ठ्याराहरूको उचित ढंगले व्यवस्थापन गर्न सक्नुपर्दछ।

मनोवैज्ञानिक गुणहरू Psychological Qualities) :- नेतृत्वले हरेक मानवीय स्वभावको बारेमा जानकारी राख्नुपर्दछ। संगठनका सदस्यहरूसँगको सम्बन्धमा न्यानोपन हुनुपर्दछ। तिनको भावना र दृष्टिकोणप्रति संवेदनशील हुनुपर्दछ। बानी र व्यवहारमा परिपक्वता हुनुपर्दछ। राम्रो काम गर्नेलाई पुरस्कार र बिगार्नेलाई दण्ड दिनुपर्दछ। यसका अलावा नेतृत्वमा समय र परिस्थितिअनुसार चलन सक्ने हुनुपर्दछ। नेताले बदलिँदो परिस्थितिसँग अनुकूलता कायम गर्नुपर्दछ। नयाँ सूचनाहरू प्राप्त गर्न नेताले सक्ने काम गर्नुपर्दछ। थोरै र गहकिला कुराहरू मात्र बोल्ने र धेरै सुन्ने बानी हुनुपर्छ। सुन्ने शक्तिले नेताको प्रभावकारिता बढाउँछ।

असल नेतृत्वले समग्र व्यक्तिहरूलाई एकीकृत पार्न सक्नुपर्दछ। व्यक्तिहरूलाई आफ्ना विचारहरू, कार्यहरू संस्थागतरूपमा अगाडि बढाउनका लागि नेताको आवश्यकता पर्दछ। असल र प्रभावशाली नेताले कार्यकर्ताको मानसिक सोचाइमा परिवर्तन गरेर सकारात्मक उपलब्धि हासिल गर्नका लागि सबैलाई कामप्रति आफ्नोपनको जिम्मेवारीबोध गराएर समूह तथा संस्थामा रहेका सबै व्यक्तिहरूको परिचयको विकास गरेर अरुको लागि सहयोग गर्ने तत्परता देखाएर आन्तरिक नियन्त्रण कायम गराउनुपर्दछ। संस्थागत परिवर्तन ल्याउन नेताले पुराना कुरीतिहरूलाई हटाई नयाँ प्रणालीको निर्माण गर्न र संस्थाको सदस्यहरूलाई सकारात्मक भावनाको विकास गर्ने परिपाटीको सिर्जना गर्नुपर्दछ। यसले गर्दा संगठनमा नयाँ तरिकाले काम गर्ने प्रणालीको विकास हुन्छ। असल नेता समय र परिस्थितिअनुसार आफ्नो सिर्जनशीलता प्रयोग गर्न सक्षम हुनुपर्दछ। जसका लागि उसले आफ्ना सदस्यहरूलाई परिवर्तनको आवश्यकताको बोध गराउने, साभ्ना सहमति गराउन सहयोग गर्ने र परिवर्तनका बाधकहरूलाई हटाउन प्रयत्न गर्नेजस्ता नीति अवलम्बन गर्नुपर्दछ। नेताले दूरदृष्टिको सोच बनाई स्वयं सचेत, दृढ र सन्तुलित हुनुपर्दछ। बौद्धिक उत्प्रेरणा र प्रभावकारी सञ्चार प्रणालीबाट सकारात्मक परिवर्तनका वातावरणलाई प्राथमिकता दिनुपर्दछ।

समुदाय तहमा नेतृत्वको विकास गर्नका लागि सर्वप्रथम समूहभित्रका क्रियाकलापहरूबारे राम्रो जानकारी र आवश्यकताहरूको



पहिचान गर्न सक्नुपर्दछ। पहिचान भएका समस्या र आवश्यकताहरूको परिपूर्तिका लागि इमानदारीपूर्वक प्रयास गर्दै समूहका सदस्यहरूलाई दिशाबोध र अनुशासित बनाउन उचित नीति तथा नियमको व्यवस्था र सो को प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्नुपर्दछ। यसका लागि उपलब्ध साधन र स्रोतको अधिकतम सदुपयोग गर्नुका साथै सबै निर्णय प्रक्रियामा समूहका सदस्यहरूको सक्रिय सहभागिता गराउन आवश्यक हुन्छ। समूहको क्रियाकलापमा सदस्यहरूबाट सक्दो सिर्जनशील योगदान र जिम्मेवारी बहन गर्न र गराउनमा प्रेरित गराउनुपर्दछ। सबै सदस्यहरूको व्यक्तिगत र सामूहिक सबल र दुर्बल पक्षहरूको राम्रो जानकारी तथा उनीहरूको हित र आवश्यकतामा सधैं संवेदनशील हुनुपर्दछ। समूहका क्रियाकलापहरूको लागि बढीभन्दा बढी सदस्यहरू सहभागिताको लागि कुनै पनि कार्य गर्न के गर्ने? किन गर्ने? कसरी गर्ने? र कहाँ गर्ने? आदिबारे राम्रो छलफल गरी कार्य गराउने व्यक्ति नै उपयुक्त नेतृत्व मानिन्छ। सबै नेताहरूमा उत्ति नै क्षमता हुन्छ भन्न सकिन्न। समाजशास्त्रको अध्ययनअनुसार २ किसिमका नेतृत्वहरू हुन्छन्- जन्मजात अर्थात् जन्मिदा नै लिएर आउने गुण भएका नेताहरू : जस्तै- मार्टिन लुथर की, अब्राहम लिंकन। जन्मिदाखेरिको परिवार वातावरणको आधारमा बन्ने नेताहरू : जस्तै- राजा-रजौटाहरू। यसबाहेक कुनै सिद्धान्तअनुसारको तालिम र शिक्षा दिएर नेतृत्वको दायित्व सुम्पिने चलन पनि छ। त्यसकारण हरेक व्यक्तिमा अन्तरनिहित भएका गुण र प्रतिभाहरूलाई सशक्तीकरण गर्न सकेमा जोसुकै पनि प्रतिभाशाली, सबल र असल नेताको रूपमा विकास गराउन सकिन्छ भन्ने धारणाको विकास भएको छ।

गाउँ, शहर, जिल्ला र देशकै मुहार फेर्न धेरै मान्छेहरूको आवश्यकता पर्दैन। दूरदृष्टिका साथ निःस्वार्थ र इमानदारीपूर्वक मेहनत गर्ने एउटै असल नेताले नै देशको मुहार फेर्न सक्छ। त्यसका लागि व्यक्तिगतभन्दा साहसका साथ सामूहिक स्वार्थलाई ध्यान दिनुपर्ने हुन्छ। हालसालैको उदाहरण हाम्रो छिमेकी देश भारतको विहार प्रान्तका नेता नितेशकुमारको काम गर्ने शैलीलाई लिन सकिन्छ। उनलाई र उनको समाज परिवर्तन गर्ने अभियानलाई कुनै वाद र System ले छेक्न सकेन। थोरै समयमा नै विहार राज्यको मुहारमा सकारात्मक परिवर्तन ल्याउन उनी सफल देखिएका छन्। हाम्रो देश नेपाल र याहाँभित्र रहेका सबै संघ-संस्थान र समुदायका नेतृत्व पंक्ति तथा देशकै प्रमुख नेताहरूले पनि उनीबाट केही सकारात्मक कुराहरू सिक्न जरुरी देखिन्छ। जसले गर्दा हाम्रो आफ्नै देशमा प्राकृतिक रूपमा प्राप्त अपार जलशक्ति (८४ हजार मेगावाट क्षमता), जनशक्ति, जमिन र जडीबुटीको सदुपयोग गरेर विशाल देश चीन र भारतमा निर्यात गरी नेपाललाई समृद्ध बनाउन सकिन्छ।

नेपाल टेलिकमको नेतृत्वले कम्पनीका लागि तयार भएका रिपोर्टहरूको कार्यान्वयन गर्न सक्नुपर्छ। जस्तो- Telecom Company Restructuring को लागि Pentascope र Staff college को reports लाई लिन सकिन्छ। यसको लागि लाखौंको रकम खर्च

भएको हुनुपर्छ। हालसालैको कर्मचारी विनियमावली संशोधन कमिटीकै कुरा गर्नुपर्दा कमिटी गठनको समय धेरै नै भइसकेको सन्दर्भमा समयमा कर्मचारीका मुद्दा समाधान नहुँदा त्यसको असर पुनः अर्को ठाउँमा पर्न सक्छ। कम्पनीमा क्रियाशील सबै युनियनहरूसँग सहमति भैसकेको छ तर विनियमावली संशोधन गर्न आलटाल भएको महसुस भएको छ।

हाम्रा प्रतिस्पर्धी निजी कम्पनीहरूको छरितो र चुस्त व्यवस्थापकीय नेतृत्वको अगाडि हाम्रो कम्पनी र माथिको मुख ताक्नुपर्ने बाध्यताले सुस्त बनेको छ। वर्तमान अवस्थामा हाम्रो कम्पनीसँग अन्तर्राष्ट्रिय बजारबाट नयाँ प्रविधि खरिद गर्न पुँजीको अभाव छैन। तालिमप्राप्त प्राविधिक र अरु कर्मचारीहरू पनि चाहिनेभन्दा बढी नै छन्। हाम्रो सेवा प्रयोग गर्ने ग्राहकहरू वर्षौंदेखि प्रतीक्षामा बसिराखेको कुरा हामी सबैलाई थाहा छ। हाल पनि हाम्रा ग्राहकहरूको माग पूर्णरूपमा हामीले पूरा गर्न सकेका छैनौं। ग्राहकहरूले खोजेजस्तो नयाँ प्रविधि र गुणस्तरीय सेवा हामीले पुन्याउन सकेका छैनौं। अन्य कम्पनीहरूले ग्राहक नपाएर वस्तु र सेवा बेचन पाएका छैनन् भने हाम्रो सेवा माग गरिरहेका ग्राहकहरूलाई सेवा दिन सकेका छैनौं। यसरी हामीसँग एउटा व्यावसायिक कम्पनीको लागि आवश्यक पुँजी (Money), जनशक्ति (Man), आवश्यक भौतिक सामग्रीहरू (Material) र व्यवस्थापन (Management) अर्थात् व्यवस्थापनको 4M प्रशस्त भएर पनि एउटा नेतृत्वको आफ्नो क्षमता, सीप र अनुभवको उपयोग हुन नसक्दा हाम्रो कम्पनी बाहिर राम्रो देखिए तापनि भित्र खोक्रो हुने हो कि भन्ने त्रासले सबैलाई चिन्तित बनाएको छ। टेलिकम कम्पनीको व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित सबै ९२.५% शेयर भएको नेपाल सरकार, सञ्चार मन्त्रालय, सञ्चालक समिति, व्यवस्थापन, क्रियाशील सबै युनियनहरू, कार्यरत सबै तहका कर्मचारीहरू र सर्वसाधारण शेयरहोल्डरहरूको अर्जुनदृष्टि एउटै हुनुपर्दछ, त्यो हो- दूरसञ्चारको बजारमा टेलिकम कम्पनीलाई जहिले पनि हरेक दृष्टिकोणबाट एक नम्बरमा राखिराख्ने। यसको लागि पहिलो कदम बितेको समयको अनुभवबाट पाठ सिकेर सार्वजनिक संस्थान वा कम्पनीहरूको व्यवस्थापकीय नेतृत्व चयन गर्दा विभागीय मन्त्रीको एकल स्वविवेकमा नभै केही समयअगाडि नेपाल सरकारले गरेको निर्णयअनुसार नै खुल्ला प्रतिस्पर्धाबाट सक्षम व्यवस्थापकीय नेतृत्वको नियुक्ति गर्ने वा कम्पनीभित्र करार व्यवस्थापन भित्र्याउने विधि अपनाउन कम्पनीभित्र क्रियाशील सबै युनियनहरू, व्यवस्थापन, सञ्चालक समिति र नेपाल सरकार सबैले सकारात्मक भूमिका निर्वाह गर्न सक्नुपर्दछ। करार व्यवस्थापनको अवधारणा लागू गरेर परिणाम राम्रो भएका उदाहरण हामीसँग राष्ट्रिय वाणिज्य बैंक, नेपाल बैंक आदि छन्।

अन्त्यमा, एक असल नेतृत्व सफल र कुशल संगठक, योजनाकार, व्यवस्थापक र नियन्त्रक पनि हुन सक्छ। ऊ सिर्जनशील, मेहनती, इमानदार, साहसी, त्यागी र अरुलाई बदल्न आफैबाट शुरु गर्ने हुनुपर्दछ। नेतृत्व सबैका लागि अनुकरणीय, प्रेरणाको स्रोत र सबैको आस्थाको केन्द्र बन्न सक्नुपर्दछ। ●

यो सुझाव हो सुधन ! कुनै विरोधपत्र होइन

नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लि. हनुपूर्व दूरसञ्चार समिति, दूरसञ्चार संस्थान हुँदै नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लि.मा परिणत भएको यो संस्थाको इतिहास हो। यसले अनेकौं आरोह-अवरोह पार गर्दै आज यो स्थितिमा आफूलाई उभ्याइरहेको अवस्था छ। आजको दिनसम्म नेपाल टेलिकम नेपालमा क्रियाशील सार्वजनिक संस्थानहरूमध्ये धेरै मुनाफा आर्जन गर्ने र नेपाल सरकारलाई अत्यधिक राजस्व बुझाउने संस्थाको रूपमा समेत स्थापित भएको छ। नेपाल टेलिकम कम्पनीमा परिणत भएलगत्तै यसले स्थापित गरेको आफ्नो उद्देश्य 'राष्ट्र निर्माण हाम्रो लक्ष्य'लाई आजको दिनसम्म पनि निरन्तरता दिइरहेछ। भविष्यमा पनि त्यसलाई निरन्तरता दिइरहने दृढ प्रतिबद्धता समय-समयमा जाहेर गरिरहेको यो संस्था आजको दिनसम्म ३६ वटा सार्वजनिक संस्थाहरूमध्ये हरेक दृष्टिकोणमा नेपालमा क्रियाशील सार्वजनिक संस्थाहरूमध्ये नं. १ कायमै छ। र, यस्तै भैरहनुपर्दछ, भन्ने मान्यताका साथ यो 'राष्ट्रको सञ्चार' हुनुपर्दछ, जसको लागि हामी ६ हजार कर्मचारीको एउटै भाषा र मान्यतामा फरक हुनुहुँदैन। हामीलाई कुनै पनि आँधी-बेहरीले हल्लाउन सक्दैन।

कम्पनीको उद्देश्य पूरा गर्न त्यहाँ गठित सञ्चालक समितिको अहम् भूमिका हुन्छ। कुनै पनि संस्थाको विनियमावली भनेको त्यस संस्थाको 'धर्मग्रन्थ' हुनुपर्दछ। टेलिकमको हकमा कम्पनी ऐन २०६३ को अधीनमा रही नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लि.को प्रबन्धपत्रको दफा ४ को खण्ड (५) को उपदफा (२५) ले दिएको अधिकार प्रयोग गरी नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लि. को सञ्चालक समितिले नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लि. कर्मचारी विनियमावली बनाएको छ। कम्पनीको विनियमावली २०६१ को अनुसूची ११ को खण्ड (ग) को द्रष्टव्य: (१) मा स्पष्ट भाषामा लेखिएको छ- नेपाल सरकार सूचना तथा सञ्चारमन्त्री, राज्यमन्त्री, सहायकमन्त्री एवं लेखापरीक्षण समितिका सदस्यहरूलाई सञ्चालक समितिका सदस्यहरूसरह सुविधा उपलब्ध गराउने। यो विनियमावली बनाउने निकायले यो 'धर्मग्रन्थ' लाई मान्न पर्छ कि पर्दैन ? यो टेलिकमको लोकप्रियतासँग गाँसिएको विषय हो।

संसारका अति विकसित धेरै देशहरूको उदाहरण दिइरहनु इन्द्रको अगाडि स्वर्गको बयानजस्तै मात्र हुन्छ। त्यसैले हाम्रा छिमेकी मुलुक भारत र चीन हेरौं, ती मुलुक कसरी चलिरहेका होलान् ? त्यहाँका मानिस पनि हामी जस्ता नै हुन्, मात्र त्यहाँ नीति, नियम र नैतिकताको भरमा मात्र चलिरहेछ। यहाँ माथिका तीनै आधार निकम्मा बनाइँदै छ, दिनानुदिन। यहाँको जस्तो २-३ महिनामा मन्त्री फेरिरहने अनि मन्त्री फेरेपिच्छे MD फेरिने र MD पिच्छेको योजना र विभागीय प्रमुख फेरिने हो भने कम्पनी अगाडि बढ्न सक्तैन। कम्पनी सञ्चालक समितिमा जिम्मेवार र कम्पनीप्रति जवाफदेहिता वहन गर्न सक्ने सक्षम व्यक्तिहरूको समूह मात्र आवश्यक छ। वास्तवमै कम्पनीको



राजाराम शर्मा

अध्यक्ष नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी कर्मचारी परिषद्

सञ्चालक समिति हो भने कम्पनीको प्रबन्धपत्रमा उल्लिखित उद्देश्य हासिल गर्न कम्पनीभित्र मौजुदा साधन, स्रोत र जनशक्तिलाई सही स्थानमा सदुपयोग गर्न योग्य र हाल मौजुदा वेधिति र दण्डहीनताको स्थितिमा सुधार ल्याउन पहिले सञ्चालक समितिबाट सुधार आजको खाँचो छ। हैन भने आएसम्म तुतु र नआए चिची भनेभैँ कतिन्जेल जनगुनासो सुनिरहनुपर्ने हो, थाहा छैन। यस्तै खाले जवाफदेहीहीन र जिम्मेवारी वहन गर्न नसक्नेहरूको भीडको परिणाम हो दर्जनौं सुनका फुल पारिरहने कुखुराहरूजस्तो सार्वजनिक संस्थानहरू आज मृत्युशय्यामा पुगिसकेछन्।

अर्कोतर्फ नेपाल टेलिकमले राखेको वार्षिक लक्ष्यअनुरूप राजस्व हासिल गरे पनि यहाँको शिथिल व्यवस्थापनको कारण सही ढंगले योजनाको तर्जुमा हुन सकिरहेको अवस्था छैन। सही व्यक्ति, सही स्थान र सही समयको अवधारणा पालना गर्न नसक्नु, प्रशासन यन्त्र भनेको अराएको काम गर्ने निकायजस्तो महसुस हुनु, लेखापरीक्षणको प्रतिवेदन कहिल्यै लागू नहुनु, दिनगन्ती मानसिकताले गति लिँदै जानु, कर्मचारीहरूमा अनुशासनहीनता, विदेश तालिममा सधैं विवाद हुनु, दण्ड-सजाय, सरुवा-बढुवामा समुचित मूल्याङ्कनविना निर्णय गर्ने प्रवृत्ति, प्रस्तरूपमा भन्नुपर्दा कमाइ हुने स्थानमा आफ्नो वा आफ्नो भजनकीर्तन गर्नेहरूलाई मात्र घुमाई-फिराई मौका दिइरहने, चाकरीदार र राजनीतिक प्रभावले मात्र प्रभाव जमाइरहेकोले इमानदार, क्षमतावान् दक्ष तथा कर्तव्यनिष्ठ कर्मचारीहरूको गिर्दो मनोबलका कारण धेरै अनुशासित कर्मचारीहरूमा नैराश्यता बढ्दै जानु अस्वाभाविक मानिँदैन। तर यस्ता प्रभावशाली कर्मचारीहरूको निरन्तर पलायनले भविष्यमा कम्पनीले ठूलो नोक्सानी व्यहोर्न बाध्य हुने निश्चितै छ। राजस्वको हिसाबमा फरक पक्कै नपर्ला, किनभने उपकरण खरिद गर्ने हो अनि विदेशीले नै जडान गरिदिहाल्छ अनि स्वचालित छ, डर मान्नै पर्दैन, कसैको टाउको दुखाइको विषय नै भएन। त्यसैले होला कुर्सीको लागि न्वारनदेखिको बल प्रयोग हुने गरेको। प्रतिस्पर्धीहरूको कुटिल रणनीतिलाई व्यवस्थापनले आजसम्म आत्मसात् गरेको आमकर्मचारीहरूले महसुस गर्न पाएका छैनन्।



मितव्ययिता नेपाल टेलिकमको शब्दकोषमा सायद छैन होला, त्यसैले एउटै नियम-कानूनअनुसार सञ्चालित नेपाल टेलिकमको तालिम केन्द्रमा अतिरिक्त २५ प्रतिशत भत्ताका कारण त्यहाँ विनाकाममा कर्मचारीहरु थुप्रने र राजनीति प्रभाव देखाएर तालिम केन्द्रमा सरुवा हुने लहरो नै लागेको छ। तर समग्र नेपाल टेलिकमको नीति, योजना निर्माण गरी कार्यान्वयन गराउने Corporate office र टेलिकमको राजस्व बढाउन दिनरात तल्लीन BU मा कार्यरत कर्मचारीहरुले त्यस्ता २५ प्रतिशत अतिरिक्त भत्ता नपाउँदा कतिन्जेल यसलाई पचाई बस्न सक्लान् ? त्यस्तै ओभरटाइम भत्ता काम गर्नेले मात्र नभई नगर्नेहरुले पनि ल्याप्चे हानेको भरमा लिइरहेका छन्। Outsourcing बाट कम्पनीलाई कति फाइदा पुगिरहन्छ, त्यसको आँकडा कसैसँग छ, जस्तो लाग्दैन। कहिले Overstaffing को नाउँमा change management विभाग खडा गरेर दूध दुहिरहेछौं, कहिले VRS लागू गर्ने प्रपञ्च मिलाई विभिन्न स्तरको कमिटी बनाएर भत्ताको खोलो बगाउन तयार छौं। अझ यस्ता उदाहरण टेलिकमसामु धेरै छन् तर खान पाए ठीक नपाए बेठिक प्रवृत्तिले टेलिकम चलिरहेको छ। साँच्चै भन्नुपर्दा सत्य बोल्ने व्यक्ति नै अब टुकी बाली खोज्नुपर्ने अवस्था आइसकेको छ।

करिब २ वर्ष हुन लाग्यो विनियमावली संशोधनको लागि उच्च स्तरको कमिटी बनाएको, विचार गरौं खर्च कति भयो होला ? अनि फेरि जारी गर्न किन सक्दैनौं ? कमिटीहरुको Report को कागजहरु मात्र जम्मा गर्ने हो भने दशौं टुक होला। विदेश तालिम हेरौं भनेर साध्य छैन तर Output ZTE र HUWAI ले हात फिक्ने हो भने करिब-करिब नेपाल टेलिकम थला पर्ने स्थितिमा छ। यसको जवाफदेही को ? के हामीले १०-५ काम नै गर्न नपर्ने ? केवल परिणामविनाको कमिटी बैठकमा अल्फेर भत्ता मात्र बुझी पेन्सन पकाउने ? साँच्चै भन्नुपर्दा परिणामको कसैलाई मतलब नै छैन जस्तो लाग्छ। त्यसैले अहिलेको यो टेलिकमको लथालिङ्ग अवस्थालाई नजरअन्दाज गर्ने हो भने हामीलाई धनी बाउको विप्रेको छोरा भनेमा फरक पर्ला ?

अहिले टेलिकममा ६ हजार कर्मचारीहरु छन्। उनीहरुलाई कार्यरत छन् भन्ने बुझाउन सक्नुपर्दछ, त्यसको लागि सम्पूर्ण वरिष्ठ व्यवस्थापकहरु एक हुनुको विकल्प नै छैन र एउटै उद्देश्यबाट स्वचालित हुनुपर्ने ताकि हामीहरु सबै कम्पनी हितमा द्रुतगतिमा अघि बढिरहेछौं भन्ने सबै तहका कर्मचारीहरुले अभाष गरेको हुनुपर्दछ। नेतृत्व बहन गर्नेले कम्पनीको भविष्य सुनिश्चित छ, त्यो मेरो जिम्मामा छ भन्ने जस्ता उदारहणहरु आमकर्मचारीहरुमाभ आइरहन जरुरी छ। मात्र ३३-३४ वर्षको कार्य अनुभवको भाषण गरेर पुग्दैन, व्यावसायिक व्यवस्थापनको ज्वलन्त उदाहरण दिन सक्नुपर्दछ। साथै नेतृत्व तहमा बस्नेहरुले मानव संशाधनलाई समय अनुकूल विकसित गर्दै प्रतिस्पर्धीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्न योग्य र ताजा बनाइराख्न त्यत्तिकै जरुरी पनि छ। हामी गर्व गर्छौं ६ हजार कर्मचारीको, तर नेपाल टेलिकमलाई नं. १ दूरसञ्चार सेवाप्रदायकको रूपमा नै कायम राख्नु हामीमा त्यत्तिकै चुनौती पनि छ। यसलाई विसन हुँदैन।

यदि टेलिकमको भविष्य सुरक्षित राख्ने हो भने,

- (१) हाम्रो सेवा भरपर्दोरूपमा सञ्चालन भैरहेको आभाष ग्राहकहरुलाई २४ सै घण्टा भइराख्नुपर्छ।
- (२) प्राविधिक गडबडी निराकरणको लागि सक्षम टोली २४ सै घण्टा Standby हुनुपर्छ।
- (३) निर्णय प्रक्रिया पारदर्शी हुनुपर्छ।
- (४) सबैलाई जवाफदेही बनाउनुपर्छ।
- (५) व्यवस्थापन र कर्मचारीहरुबीचको सम्बन्ध सुमधुर र ताजा हुनुपर्छ।
- (६) कर्मचारीहरुको मर्का समयमा नै सम्बोधन गर्न सक्ने वातावरण हुनुपर्छ।
- (७) व्यवस्थापनहरु सबैको कम्पनीप्रति एउटै धारणा हुनुपर्छ।
- (८) एउटा कर्मचारीको अभावमा सेवामा बाधा पुग्ने वातावरण हुनुहुँदैन।
- (९) कम्पनीसम्बन्धी सूचना सही समयमा सबैले पाउने वातावरण हुनुपर्छ।
- (१०) विनियमावली उल्लंघन गर्नेमाथि कडा, अनुदार बन्न हिचकिचाउनु हुँदैन।
- (११) पुरस्कार र दण्डको सिद्धान्त तत्काल कार्यान्वयन गर्नुपर्छ।

अन्त्यमा 'राष्ट्र निर्माण हाम्रो लक्ष्य'को मर्मलाई वास्तवमै परिणाममा परिणत गर्ने हामी सबैको भित्री मनसाय हो भने ६ हजार कर्मचारीको एउटै लक्ष्य हुनु आवश्यक छ। त्यसको लागि नेतृत्व पङ्क्तिमा आसीन उपल्लो दर्जाकाहरुले अथक परिश्रम गर्न अत्यावश्यक छ, अन्यथा VRS लिई नयाँ तथा सक्षम जाँगर भएकाहरुलाई मार्ग प्रशस्त गर्न अबचाहिँ ढिलो भैसक्यो। आजको यस जटिल परिस्थितिमा ग्राहकलाई स्तरीय सेवा सुलभ तरिकाले वितरण गर्न व्यवस्थापन र युनियन पक्षले हातेमालो गर्नुको पनि विकल्प छैन। युनियन तहबाट यदाकदा गल्ली नगरेका होइनन् तर समग्रमा कम्पनी हितमा सधैं एक कदम अगाडि नै छ, जसको ज्वलन्त उदाहरण सञ्चालक समितिको स्वयत्ततामाथि ठाडो हस्तक्षेप गरिरहेका अख्तियार, लेखा समिति, सतर्कता केन्द्रलगायतका निकायलाई युनियनले सर्वोच्च अदालतबाट मुद्दा जितेर सञ्चालक समितिको स्वयत्तता कायम गरिदिएको छ। त्यसलाई कतिन्जेल कायम गर्न सक्छन् सञ्चालक समितिका सदस्यहरुले ? त्यो चाहिँ हेर्न बाँकी छ। तर अधिकांश व्यवस्थापन पक्षले युनियनहरुलाई समयानुरूप आफू शक्तिकेन्द्रमा पुग्ने र हालीमुहाली गर्ने भन्दाको रूपमा प्रयोग गर्दै आएको छ, र अझ भन्नुपर्दछ। तसर्थ व्यवस्थापनले यो बुझ्न जरुरी छ, युनियनका पनि कर्मचारी हुन्, यहाँ सबै तलब खाने कर्मचारी हुन् र हामी सबैको उद्देश्य एउटै हो। आफूलाई मालिक हुँ भन्ने अहंता छ भने त्यो नै टेलिकमको प्रगतिको बाधक हो। तसर्थ बेलैमा सुधार गरौं, अन्यथा 'कस्तुरी मृगले बास्ना कहाँबाट आइरहेको छ भनेर कुदिरहेजस्तो हुनेछ।

Critical Issues in Telecom Sector Regulation: Why are we delaying in addressing them?

Introductory Background:

The importance of telecommunications to economic and social development is well established both for developed and developing countries. Telecommunications/ICT is not only a catalyst for the overall development of the country but also an industry in itself. A monopoly market is invariably regulated by the government. Under such circumstances, the government is a policy maker, the regulator and the operator. In the context of Nepal, before the liberalization and introduction of the private sector players, the telecom sector could not really make significant progress. Rural telecom could not take off despite the fact that the government made some kind of policy level commitments through its successive five-year development plans and annual policies and plans. It has been an international best practice that the governments interested in promoting a vibrant telecoms sector would seek to build a strong and independent regulator to ensure that national development goals are also met. Through the promulgation of telecommunication Act 1997 and telecommunication regulation 1997, the legal and institutional framework for telecom regulation was established. Pursuant to the provision made in the Telecom Act, Nepal Telecommunications Authority was established in March 1998. The constitution of the Authority shows that it is an autonomous body. Many people even presume it to be independent. It looks like independent for the reasons that the Chairman and the members of the authority are appointed by the government –there is no government representation in the authority. All are independently selected. They require to possess certain qualifications-academic as well as experience - as prescribed by the Act itself. They are not fired before they complete their 5 years tenure unless under special circumstances. They can create appropriate organizational structure as needed. The terms and conditions and qualifications of the employees are fixed by the Authority-no approval is necessary from the Government. They are independent in formulating their own annual plans and programs and approve the budget-however it should be based on the government's plan and policies- but it has never in its history of more than 13 years of existence ever been questioned by the



Ananda Raj Khanal
Director, Nepal Telecommunications Authority

government regarding its plan and program and budget vis-à-vis the government's five year plan and annual programs. It can appoint advisors and formulate different committees to carry out its special and even regular tasks. Many people who have some information and little knowledge about the telecom sector feel that Nepal Telecommunications Authority has got some kind of indemnity from its responsibility and accountability even for the sector regulation. During the last 13 years, NTA has grown in its size-organization structure has dramatically changed. During this time many decisions have been made with long term impacts and consequences so far as sector growth as well as organization is concerned. However the media has shown its interest in the activities of the authority recently after the sub-committee of the Public Accounts Committee started its study on spectrum, licensing and VoIP issues.

Functions, Duties and Powers of NTA

As prescribed in the Act, NTA broadly has the following jurisdiction in terms of its functions, duties and power:

- Government advisor on telecom sector
- QoS benchmarking and regulation
- Licensing
- Competition regulation
- Tariff regulation
- Spectrum management and new technology management
- Human Resource Development in telecommunication sector
- Consumer interest protection



- Universal service obligation (RTDF Management)
- Dispute settlement
- Law enforcement

If an entity does not carry out any work or function, it will hardly make any mistakes. If it works and that too in a technologically fluid and rapidly transforming sector, it is likely to make mistakes due to a number of factors- due to proper lack of information on the subject in which it is making decision, due to lack of the ability to analyze and synthesize the information to arrive at the right decision, lack of its ability to see the future and more dangerous of all when it makes decision to cater to the whims and fancies and vested interest of one player in the sector-sometimes by mere political or other pressure, sometimes due to personal interest of the decision makers.

Critical issues in the telecom sector

Since the main objective of this article is to bring out some of the pressing, urgent and very controversial issues of importance in the telecom sector regulation, the author feels that the following issues need special attention.

- Issuance of the Mobile License through competitive bidding
- Issuance of Limited Mobility License for basic service licensee
- Authorization of Roaming between Limited Mobility Licensees
- Cellular Spectrum Assignment for basic and rural telecom service providers
- Jurisdictional expansion of rural service providers either by the amendment of the license or by the award of limited mobility license
- Development of scientific basis for Spectrum allocation, assignment and pricing
- Liberalization of VoIP/IP telephony and control of growing grey market through call bypass
- Development of proper policies and programs for RTDF disbursement and management
- Enforcement of QoS standards -particularly in mobile service
- Enforcement of proper interconnection regime
- Maintaining level playing field

The list continues but the discussion is limited to some of the critical issues that will pose difficulty even when there is a unanimous desire and commitment among the stakeholders to go forward-they will be elaborated one by one.

Issuance of the first Mobile License through competitive bidding

If we look into the historical evidence of the chronology of the entire licensing process-we come to know that the first notice of international tender was published in 7 April 2000. The last date of submission of the Application was 5 June 2000. Out of 21 companies who purchased the Request for Proposal Document , 8 of them submitted the Application. Six of them were technically qualified for financial bidding. Financial bidding was conducted on 1st November 2000. Letter of Intent was given to the Khetan Group Pvt. Ltd. to operate GSM900 MHZ based mobile service on 3rd November 2000. The basis for awarding the LOI was the total amount it quoted to get the license-that included the sum of license fees plus the renewal fees to be paid after 10 years for renewing the license and the royalty for 10 consecutive years. The license fees quoted was 210 million, the renewal fees as 20 Billion and the total royalty in 10 years was 3 Billion 900 million and 700 Thousand. After this date, a number of activities and changes occurred. Khetan Group Pvt. Ltd. entered into joint venture agreement with Spice Cell Pvt. Ltd. India and thus Spice Nepal Pvt. Ltd was registered in 21 June 2001. And finally Spice Nepal Pvt. Ltd got the license to operate mobile service on 1st September, 2004. It seems that NTA overlooked certain conditions in the tender document and also during subsequent process- for example, renewal of any license is normally optional but in this process, as the renewal fees is the determining factor in getting the license, license renewal is mandatory for Spice Nepal Pvt. Ltd. Normally Letter of Intent could not be issued on an open ended basis-that is without giving a deadline to award the license. This lapse has been adequately misused by Khetan Group Pvt. Ltd. It took almost 4 years to award the license after LoI was issued. The negative impact of this delay in the development of mobile telecom is tremendous. More serious issue that this license has created is 20 Billion Rs renewal fees. The issue is not limited to the renewal of now Ncell but that of the government owned incumbent Nepal Doorsanchar Company Ltd. Nepal Telecom was awarded a conditional mobile license on 12 May 1999. It agreed to accept all the terms and conditions regarding the license fees, royalty and the renewal fees that would be quoted by the company through a global tender for the award of the mobile license . Nepal Telecom paid the license fees as quoted and paid by Spice Nepal Pvt. Ltd. However royalty was



not paid as quoted and the major issues arose during the payment of the renewal fees. It asked the intervention of the government for a review of the license fees, royalty and renewal fees showing its inability to pay due to its financial health and revenue status. Nepal Telecommunications Authority, in an interesting way, "provisionally" renewed its license by just taking 90% of the license fees as an advance upon the further condition that Nepal Telecom has to pay the remaining dues within 3 months time after the payment of the renewal fees by Ncell. This ad-hoc decision of NTA addressed the demand of the NT employees unions but has raised a number of questions on the regulation and enforcement of license conditions. Another very important thing to be noted in this context is that Nepal Telecom has to renew its mobile license for the second time before the first renewal of the Ncell mobile license. The important questions here from the perspective of effective and efficient regulations are:

- Are the government, regulator and the operator (Ncell) aware that Ncell's mobile license renewal is not optional but it is mandatory because that was the only condition which qualified Khetan Group Pvt. Ltd among the applicants to receive the LoI and hence the license to Spice Nepal Pvt. Ltd. This is in general not in agreement with the existing laws. In general, renewal of any license is optional. The obvious question would be-what will happen if Ncell opts not to renew its mobile license?
- Was this 20 Billion Rs as the renewal fees a reasonable amount quoted at the time of financial bidding? Did NTA ever think about the viability of this proposal and still issued the license?
- Is that same 20 Billion Rs is applicable for the subsequent renewal which happens to be every five years after the first renewal or it is just the 90% of the license fees for the subsequent renewals?
- Why not the government and the regulator did entered into discussion and study about Nepal Telecom's request for review of the royalty and the renewal fees? And still provisionally renewed the mobile license without paying the full renewal fees?

Issuance of Limited Mobility License for basic service licensee

United Telecom Ltd was awarded the license to operate Basic Telephone Service based on WLL Technology in September 2002. Upon the recommendation of NTA the government opened Limited Mobility as a new telecommunication service in the gazette on 26 January 2004. A writ petition was filed at the Supreme Court against this gazette notification. Hearing the writ petition, the Supreme Court initially issued an interim order and finally gave its verdict in the favor of the writ petitioner and the gazette notification to open the limited mobility service was quashed. However, upon further recommendation of NTA with more elaborate study and details the government again issued a gazette notification to open the limited mobility service on 6 March 2006 and UTL got the Limited Mobility license for Kathmandu valley on 24 March 2006. Finally UTL was allowed to provide roaming facility among its limited mobility service areas on 24 August 2007. Limited mobility and roaming between the limited mobility service areas made UTL a *de facto* mobile operator. One important thing to be noted here is that the additional legal facilities given to UTL however did not involve the allocation of additional scarce resources such as spectrum. The major issue that has drawn attention from the perspective of the sector regulation and completion is -

- Level playing field between the mobile operators such as Nepal Telecom and Ncell and the limited mobility operator with roaming facility such as UTL.

Issuance of Rural Telecommunication Service License

NTA has so far issued two rural telecommunication service licenses –the first one to STM Telecom Sanchar Pvt. Ltd in 2002 and the second one to Smart Telecom Pvt. Ltd. in 2008. They were both given the license to operate basic telecom service in the targeted VDCs of the given geographical areas. In the similar fashion, Nepal Satellite Telecom Pvt. Ltd. was given a nationwide license to provide telecom service in the targeted rural areas and all over the country in a phase wise manner. Unlike UTL and Ncell (the then Spice Nepal Pvt. Ltd.) the licenses to these three operators were issued pursuant to section 23 sub section 2 of the Telecom Act. STM Telecom and Smart Telecom were given license based on the least subsidy amount they quoted from among the qualified applicants whereas Nepal Satellite Telecom was awarded license based on the beauty



contest selection criterion. The original geographical jurisdiction of STM Telecom Sanchar was increased by the amendment of its license to cover the rural areas of Central, Western, Mid Western and Far Western development regions. STM Telecom Sanchar and Smart Telecom are also allowed to operate Limited Mobility Service which is naturally not confined to the geographical boundaries of their respective original licenses whereas the Basic Telecommunications service license of Nepal Satellite includes limited mobility service as a built in facility not requiring separate limited mobility service licenses for every district as other operators need. Obviously for operating any kind of limited mobility services, operators need cellular spectrum. Unlike UTL who operates limited mobility service on the same spectrum assigned to it for basic service, rest of the three have been granted cellular spectrum to operate limited mobility service. The issues raised from the perspective of the regulation and competition are-

- Level playing field between the mobile operators such as Nepal Telecom and Ncell and the limited mobility operators
- Same Spectrum assignment criterion for all operators irrespective of whether they are operating mobile service or rural telecom service with limited mobility as separate service or basic telecom service with limited mobility as a built in service

Spectrum Assignment for operating telecom services

Enforced by NTA and later endorsed and approved by the Radio Frequency Policy Determination Committee, the spectrum assignment criteria for telecom service providers treats all the six voice operators as equal. Same subscriber base and/or revenue criteria for getting spectrum are being enforced by NTA.

The obvious issue here is –

- Do all the operators stand on the same footing, despite the fact that they are all different licenses having different terms and conditions and brought

in the telecom sector with different objectives and priorities?

Conclusion and the Way Forward

Compared to other infrastructure and service sectors, significant progress has been made in the telecom sector in Nepal after Jan Andolan II. Overall teledensity including mobile has crossed 50%. The access to Internet-both fixed and mobile- has increased, the overall data penetration is more than 13%. Investment has increased and telecom service providers ranked first among the tax payers for many consecutive years. The policy, legal and regulatory as well as institutional frameworks are in place.

These frameworks seem to have been unable to cope up because of the tremendous changes in the technologies and the convergence towards which technology and services have already moved to, and due to very specific development need of the country like ours challenged not only by geography but also by the overall socio-economic indicators. The successive governments tried to address these challenges through certain policy, legal and regulatory interventions. Such interventions produced certain tangible results as well so far as availability and access to services, reduced tariff due to competition etc. and their applications for socio-economic sectors such as education and health, agriculture and government service delivery are concerned. However, along with these seemingly positive consequences such interventions have been proved to be critical challenges in ensuring level playing field among the service providers, enforce effective competition in the sector and moreover ensure a transparent, objective, professional, efficient and independent sector regulation. We cannot afford to delay in addressing these critical issues unless we are heading towards a disastrous future in telecom sector.

Disclaimer: This article is written by the author in his personal capacity. The opinions expressed in this article are the author's own and do not reflect the view of the Nepal Telecommunications Authority. ●

"Hatred injures the hater as well as the hated.
Love blesses the lover as well as the loved.
This is hard economics as well as good common sense".

– **Kenneth Boulding**



Inside/Outside of Box: Think

At present, there are more than six competitors in communication business knocking NT's doors from every nooks & corners. If we analyze and compare the market share of our Competitors & our company from 2010 till 2012 January, it seems we are at the verge of losing dominant position especially in Mobile Market. Hence, it is high time for NT (Nepal Telecom) to formulate strategies to face the challenges prevailing in the market and thereby improve its market share. If we continue moving in traditional way, I doubt whether we would ever be able to remain the targeted no.1 position in mobile market.

In brief, the challenges / Issues that our company is facing at present are as follows:

1. **Customer Relation Management:** Real threat that we are facing from our competitors is in customer care issues. Most of the employees hold the bureaucratic attitude "I don't care, let it be". We have ignored the fact that at times of dissatisfaction, customers today have options to go for other telecom services as well and in fact, subscriber's churning is increasing day by day.
2. **Human Resource Management:** Transfer, Promotion, Training abroad and Opportunity are the key elements of frustration & de-motivating factors among employees. We make policies regarding the same but the implementation is very poor.
3. **Political Interference /MD's appointment:** Frequent change of CEO / MD has vital impact on any organization. In public organization like NT, it has left a negative impact leading to success of competitor and we are left as mere spectators.
4. **Major problem from external environment:** Mostly purchase orders (Global tender) have to pass through CIAA (Commission for the Investigation of Abuse of Authority) and if someone complains then it has to justify the PPA (Public Procurement Act) rules. If Public Account Committee (PAC) raises its concern on any tender, we have to take permission from them as well whereas if we talk for private companies, they decide themselves and implement on their own. Though as per Nepal Telecom's Financial Rule,



Rabindra Jha
Manager, PSTND

purchase procedure has been well defined and can be decided by NT's board but being a government owned company (92 % share owned by government), we have to follow PPA rule, directives of CIAA & PAC. The problem is in PPA rule which hasn't been well explained in context of a company like NT that runs in competitive environment.

Let us discuss about solution which can be used to face challenges mentioned above.

If we analyze the Issues no. 1 (related with Customer) & 2 (related with Human Resource), it is clear that these issues are related with NT's management. Our management should clearly differentiate between what they can and what cannot be controlled by them, and focus on the areas that will make the most difference. In my opinion, these issues can be solved with cooperation of Unions.

Similarly, Issues no. 3 (Political) & 4 (Government Entity) are related with external environment and is the most difficult task. Our management has to develop good relationship with government agencies, political leaders then only these issues can be solved. But if we can establish the autonomy of NT (NT should govern by NT's board only) then, mostly such issues shall be overcome or solve by NT's management.

At present situation, we know how to move ahead. We do have capital, infrastructure, technically sound manpower etc but still we have to face problems right from tendering process till the



completion of projects. So how should we move now onwards?

Let us discuss:

There are Administrative & Financial BINIYAMAWALIs (Rules & regulation) which governs day-to-day work of company and used to approve by NT's board which are virtually approved by government. We as an employee of company have to follow those BINIYAMAWALIs. If we want to take any decision, it is must that BINIYAMAWALIs should justify it otherwise those decisions will be invalid. It shows that if you want to do favor or benefit to NT but its against the BINIYAMAWALI, you shouldn't or can't do it.

Here, thinking as per BINIYAMAWALI is nothing but just like thinking **inside a box**. We are doing this job from beginning of our appointment till retirement. But, in competitive environment, either the BINIYAMAWALI should be modified to cope with competitive environment as well as market trend or if not, then there should be sufficient authority to management side so that they can take decision in a minute of time. We have many examples in which our competitors make moves in a day itself and we on the other hand take more than three months of time, and being honest, sometimes not decided as well.

Most managers and professionals are quite capable of thinking effectively **inside a box**. They live with constraints all the time and automatically explore alternatives, way out to solve the non-technical problems. If it is required due to market trend that we should create new type of boxes that are useful, but different, from the boxes we people currently thinking is so complex phenomenon in our context. Why not, we should talk about **Thinking outside of Box**.

For thinking outside of box, let us know about a puzzle of 9-dots: A specific box - in the form of a two-dimensional square mentioned in Sam Loyd's *Cyclopedia of 5000 Puzzles, Tricks, and Conundrums (With Answers)*, 1914, known as the 'Nine Dots Puzzle', which was posed like this:



The picture is about a set of 9 dots and it is required to make a continuous four straight lines in a single-go touching all the 9 dots without lifting the pen from the paper. Many people try it and then give up thinking its absurd, impossible and no worth putting efforts to solve it. A dot is always left over. It is at this point where creative thinking comes into play: "What would happen if I extend one or more of the four lines beyond the box?" That hunch turns out, in fact, to be the relevant insight. He put an effort on something which everyone left as impossible stuff, he thought different, in an unconventional way and by virtue of that thought we have arrived to a solution.

Let me define it theoretically: **Thinking Outside of Box** is the Idea generation or problem solving that is not constrained by self-imposed limits or conventional barriers. Being free or breakthrough thinking, it creates new paradigms and explores non-logical and uncommon ways and solutions.

From different websites, it is known that 'Think outside of box' is originated in the USA in the late 1960s/early 1970s. It has become something of a cliché, especially in the business world, where 'thinking outside the box' has become so complex.

For the same, according to Stephen Shapiro, author of *Best Practices Are Stupid: 40 Ways to Out-Innovate the Competition* mentioned:

Creative ideas are the lifeblood of any business, so how do we get more of them out of our team? One frequent answer to this question is encouraging an adventurous, risk tolerant and playful environment in which employees feel safe to select any left-field ideas that occur to them. Allowing teams to "think outside of box" in this way sounds great (and not punishing failure is still a good idea), but sadly this approach has one drawback, namely, it doesn't work.

Does one need to fully understand the parameters of the box they're in? "Thinking outside of box" merely implies to think differently, challenge conventional wisdom, or approach an issue from a new perspective. Really, this could apply to just about anything in life. No doubt it helps to know what your challenging (box), but I don't believe it is always necessary. In fact, in my experience people with no experience in the box tend to be the most objective, and can offer the whole team a unique insight. So,



Keep Thinking Outside of Box. The exhortation to think outside of box has become ubiquitous in business.

Thinking outside of box without understanding the box is a petulant exercise in resistance - every idea that comes from the process has the box written all over it. It's a reaction to the box. It's fighting the box. It's a child of the box.

We don't want employees who will always play it safe, or act as yes men. Reward employees who take risks and attempt to think outside of box, even if they fail, since this is a hallmark of a true leader.

Such ideas and thoughts are required in present day corporate sector like in Nepal Telecom (NT) to achieve new goals and to make leaps in the competitive market.

Now, if you have non-performing employees, even after encouragement, it may be time to part ways. We should think again for VRS (Voluntary Retirement Scheme). Clearly warn and let go of those employees for non-performance. There's no point in subtlety here if we want to maximize our employees' overall performance. These ideas should get better in tune with maximizing employee potential, and as a result, make us a better manager.

A good leader is one who sets an example and inculcates a sense of responsibility in his teammates by inspiring them through his personal demeanor. It is unfeasible today to lead without having some expertise, some domain understanding. You should have good understanding of all the drivers of business. It is vital for board members and senior management to lead by example.

Are leadership and success two sides of the same coin? Perhaps yes, because a leader should have desire to succeed. A burning desire can be translated into ambition, execution and persistence i.e. it covers everything.

"We must step back and see if the solutions to our problems lie outside of box." Organizations benefit more from leaders who take responsibility for what they don't know than from leaders who pretend to know it all.

You cannot possibly think outside the box unless you understand the nature of the box that bounds your current thinking. You must come to know that nature deeply. You must have real insight into it. You must accept it, and embrace it at some level, before it will ever release you.

In management, we should look beyond pre-conceived ideas. NT should focus on customers, employees, vendors, regulators, shareholders (Government as well as minority shareholders).

NT should make an environment to attract, motivate and retain talents by creating secure and prosperous operating environment and improving operational performance i.e. enhancing company's reputation.

In fact, many of us operate on the belief that we must appear as though we know everything all the time or else people will question our abilities, diminishing our effectiveness as leaders. If you're honest with yourself, you'll admit that really the opposite is true. Because whether you acknowledge your weaknesses or not, everyone still sees them. So rather than conceal them, the person who tries to hide weaknesses actually highlights them, creating the perception of a lack of integrity and self-awareness.

Conclusion:

- The low performance of NT is attributable to number of factors such as undefined strategy, poor decision making procedure, political interference, union rivalry and inadequate encouragement to professional manpower. Mostly hurdles we face in technical areas are poor decision making which affects the technological development, up-gradation of system, expansion, efficient operation & maintenance for new services.
- We have to transform NT in to a competitive, clean & customer driven company providing world-class services. We should understand the organizational capabilities, customer's expectation, stakeholders' expectation and environmental dynamics of our company to plan proper strategies.
- Our senior managers have to develop cordial relation with political leaders, ministry (MOIC), CIAA, PPA and NTA (Nepal Telecommunication Authority) to facilitate speedy decisions. Our senior management should make change their priority.
- Many managers fail to generate a stream of solid ideas because they employ two common techniques: They encourage their people to go wild and think outside the box or they assign them the task of slicing and dicing the old boxes.

दूरसञ्चारमा प्रतिस्पर्धा र स्वायत्तता

आजभन्दा करिब ९८ वर्षअगाडि सरकारी तवरबाट शुरु गरिएको टेलिफोन ओपन बायर (काठमाडौं-वीरगन्ज/रक्सौल) हुँदै वि.सं. १९९२ मा २५ लाइनको एक्सचेन्ज काठमाडौं (दरवार)बाट शुरु भई वि.सं. २००५ मा मोहन आकाशवाणी, वि.सं. २०१६ सालमा सरकारीस्तरमा दूरसञ्चार विभागको स्थापना भएको हो। देशको चौतर्फी विकासको आकांक्षाअनुरूप भइरहेको दूरसञ्चार सेवालाई आधुनिकीकरण गर्न विश्वबैंकको सहयोगले निकै ठूलो सहयोग पुग्यो। दूरसञ्चार सेवाको तीव्र गतिमा विकास गर्न दूरसञ्चार विभागलाई दूरसञ्चार समितिमा परिवर्तित गरियो। अझ यसमा फड्को मार्ने काम २०२८ सालमा आएको सञ्चार संस्थान ऐनले गर्‍यो। जनताको समेत सहभागिता व्यापक गराउन वि.सं. २०३२ आषाढ १ गते दूरसञ्चार समितिलाई संस्थानमा रूपान्तरण गरियो। दूरसञ्चार क्षेत्रमा आएको आधुनिकीकरण तथा विश्ववजारमा आएको आर्थिक उदारीकरण तथा वि.सं. २०४६ सालमा भएको जनआन्दोलनपछि सरकारले सञ्चालन गर्दै आएको दूरसञ्चार सेवामा पनि प्रतिस्पर्धा गराउने सोच अगाडि आयो। यसै अनुरूप वि.सं. २०४९ मा यस क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा गराउने नीतिको फलस्वरूप सो नीतिलाई साकार रूप दिन दूरसञ्चार ऐन २०५३ ल्याइएको र दूरसञ्चार क्षेत्रमा स्वदेशी तथा विदेशीलाई लगानी गर्न खुला गरिदिएको छ। यसरी पूर्ण सरकारी संस्थाका रूपमा रहेको नेपाल दूरसञ्चार संस्थानलाई वि.सं. २०६१ वैशाख १ गतेदेखि कम्पनीको रूपमा परिणत गरियो। कम्पनी ऐनअन्तर्गत नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडको रूपमा स्थापना भएको यो कम्पनी २०६८ माघ २२ गते आठौं वर्ष पूरा गरी नवौं वर्षमा प्रवेश गरेको छ।

प्रतिस्पर्धी वातावरण

'आर्थिक, सामाजिक र राजनीतिक क्षेत्रलगायत राष्ट्रिय जीवनका सबै क्षेत्रमा न्यायपूर्ण व्यवस्था कायम गरी खुला समाजमा आधारित लोक कल्याणकारी व्यवस्थाको अभिवृद्धि गर्ने, देशको उपलब्ध आर्थिक स्रोत र साधनलाई सीमित व्यक्तिहरूमा केन्द्रित हुन नदिई सामाजिक न्यायको आधारमा देशको समुन्नतिको लागि स्वदेशी लागानीको प्रवर्द्धन गर्दै वैदेशिक पुँजी र प्रविधिलाई आकर्षित गर्ने तथा विज्ञान र प्रविधिको विकासलाई प्राथमिकता दिने' नीति नेपाल अधिराज्यको संविधान २०४७ ले निर्दिष्ट गरेअनुसार सरकाले पहिलो सञ्चार नीति २०४९ ल्याएको पाइन्छ। सञ्चार नीति २०४९ ले 'दूरसञ्चारलाई राष्ट्रिय विकासको पूर्वाधारको रूपमा तथा अत्यावश्यक सेवाको रूपमा विकसित र विस्तार गर्दै जाने, यस क्षेत्रको विस्तार र विकासमा निजी क्षेत्रलाई संलग्नता गराउनेलगायत आमजनतालाई उपयोगी दक्ष, भरपर्दो र निर्बाध सञ्चार सेवा उपलब्ध गराउन अत्याधुनिक सञ्चार प्रविधिको प्रयोग गर्दै जाने' उद्देश्य राख्नुका साथै नेपाल



अरुण कुमार मल्लिक

उपप्रबन्धक, कम्पनी सचिवालय

दूरसञ्चार संस्थानले प्रदान गर्दै आएको विद्यमान तथा नयाँ सञ्चालन हुने सेवाहरूमा क्रमिकरूपमा उदार नीति अपनाउँदै जाने, निजी क्षेत्रलाई पनि प्रतिस्पर्धात्मक तरिकाबाट मुलुकका विभिन्न स्थानमा सार्वजनिक टेलिफोन कार्यालय खोली सेवा सञ्चालन गर्न दिने' रणनीति अवलम्बन गरेकोले वास्तवमा यही नीतिअन्तर्गत दूरसञ्चारमा निजी सेवाप्रदायकहरूलाई पनि समावेश गराउने सोच लिएको पाइन्छ। सो नीतिलाई नै कार्यरूप दिन दूरसञ्चार ऐन २०५३ र दूरसञ्चार नियमावली २०५४ ल्याइएको देखिन्छ।

प्रतिस्पर्धाको शुरुआत

दूरसञ्चार ऐन २०५३ ले 'दूरसञ्चार सेवालाई भरपर्दो र सर्वसुलभ बनाउन, दूरसञ्चार सेवामा निजी क्षेत्रलाई समेत संलग्न गराउन तथा त्यस्तो सेवालाई नियमित र व्यवस्थित गर्ने उद्देश्य राखी २०५४ सालमा दूरसञ्चार ऐन २०५३ अनुसार दूरसञ्चार प्राधिकरणको स्थापना भएको हो। यसपछि ऐनको उद्देश्यअनुसार नै निजी क्षेत्रलाई पनि सहभागी गराउने उद्देश्यअनुरूप प्राधिकरणले प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण बनाउन शुरु गरेको हो। यसै अवधितर विश्वमा दूरसञ्चार सेवाको व्यापक प्रविधिको प्रगतिले नेपालमा पनि विकसित दूरसञ्चारका प्रविधिहरू भित्र्याउन र निजी क्षेत्रको समेत सहभागिता गराउन दूरसञ्चार नीति २०५६ ल्याइएको हो।

दूरसञ्चार क्षेत्रमा निजी क्षेत्रको सहभागिता प्रवर्द्धन गर्न यस नीतिले केही मात्रामा अनुकूल वातावरण सृजना गरेको छ र सोही नीतिमार्फत वि.सं. २०६० देखि दूरसञ्चार क्षेत्रलाई खुला गरी पूर्ण प्रतिस्पर्धा कायम गर्ने सरकारी प्रतिबद्धता पनि व्यक्त भएको छ। दूरसञ्चार क्षेत्रमा हासिल भएका उपलब्धिहरूको अधिकतम सदुपयोग गरी भविष्यमा दूरसञ्चार क्षेत्रमा देखा पर्ने थप सम्भावना र अवसरहरूलाई नेपाली जनताको समुन्नति र हितमा उपयोग गर्न सामाजिक एवं गतिशिल नीतिको आवश्यकता महसुस भई दूरसञ्चार नीति २०५६ लाई प्रतिस्थापन गर्न दूरसञ्चार नीति २०६० तर्जुमा गरिएको छ। यसको मुख्य उद्देश्य देशको सामाजिक, आर्थिक तथा



राजनीतिक विकासमा सघाउ पुऱ्याउन निजी क्षेत्रसमेतको सहभागितामा मुलुकभरि उचित मूल्यमा भरपर्दो दूरसञ्चार सेवा सर्वसुलभ गराउन अनुकूल वातावरणको सृजना गर्नु रहेको छ । यसका साथै नेपालको अन्तरिम संविधान २०६३ ले सरकारी, सहकारिता र निजी क्षेत्रको माध्यमबाट मुलुकमा अर्थतन्त्रको विकास गर्ने नीति लिएपछि भन् प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण तयार भएको छ ।

दूरसञ्चारमा प्रतिस्पर्धाको हालको स्थिति

(क) आधारभूत टेलिफोन सेवा :- सरकारी कम्पनीको रूपमा नेपाल टेलिकमले आधारभूत टेलिफोन सेवा इ.सं. १९५५ देखि सर्वसाधारणको लागि टेलिफोन वितरण गरी सञ्चालन गर्दै आएकोमा नेपालभरि ७५ जिल्लाका २५० स्थानहरूको २८४ ठाउँमा टेलिफोन एक्सचेन्ज स्थापना गरी ७,६४,६९४ ग्राहकहरूलाई सेवा पुऱ्याउँदै आइरहेकोमा युनाइटेड टेलिकमले (युटीएल) वि.सं. २०५९ मा अनुमति प्राप्त गरी वि.सं. २०६० बाट सेवा दिन शुरु गरेपछि प्रतिस्पर्धाको शुरुआत भएको हो । शुरुमा युटीएलले काठमाडौं उपत्यकामा मात्र सेवा सञ्चालन गर्दै आएकोमा हाल आएर उपत्यकाबाहिरसमेत सेवा दिइरहेको छ । युटीएलबाहेक फिक्स्ड लाइनको रूपमा सेवा सञ्चालन गर्न अरु तीन कम्पनीहरू STM, Smart, र NCell समेतले आफ्नो उपस्थित जनाइसकेका छन् ।

यसरी फिक्स्ड लाइनमा ५ वटा सेवाप्रदायकले सेवा दिन थालेकोले ग्राहकले सेवा छनोट गर्ने अवसर पाउनुका साथै टेलिफोन लिन कुर्नुपर्ने अवस्थाबाट मुक्ति पाउनुका साथै महसुल दर पनि निकै सहूलियतपूर्ण भएको छ । यस सेवाको राष्ट्रिय घनत्व ३.१६% रहेको छ तथा कुल ग्राहक संख्या ८,४३,८४७ रहेका छन् । हेर्नुहोस् टेबल १, २ र ग्राफ १ ।

(ख) मोबाइल टेलिफोन सेवा :- नेपाल टेलिकमले २०५६ वैशाखबाट मोबाइल सेवा शुरु गरेको हो । वि.सं.२०६१ भाद्रबाट स्पाइस नेपालले पनि मेरो मोबाइलको नामबाट मोबाइल सेवा शुरु गरेपछि यसमा प्रतिस्पर्धा शुरु भएको हो । शुरुमा यो सेवा महँगो भएकोले आर्थिक रूपमा उच्च वर्गले मात्र प्रयोग गरेका थिए । अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा आएको प्रतिस्पर्धा र उपकरणको मूल्यमा भएको गिरावटले गर्दा यो सर्वसाधारणको पहुँचमा पुगेको छ । प्रारम्भमा आवागमन कलमा पनि शुल्क तिर्नुपर्नेमा प्रतिस्पर्धाले गर्दा हाल आवागमन कलमा लाग्ने महसुल खारेज गरिएको छ । मोबाइल सेवाको स्थापनाको शुरुमा राष्ट्रिय स्तरमा दूरीअनुसार रकम तिर्नुपर्नेमा हाल आएर सेवाप्रदायहरूले नेपालभरि एउटै दर अर्थात् लोकल

कलसरह मूल्य कायम गरेका छन् । सबैभन्दा बढी प्रतिस्पर्धा मोबाइल टेलिफोन सेवामा भएकोले यसको पहुँच सर्वसाधारण जनतामा पुगेको छ । आक्रामक बजार रणनीतिले गर्दा नेपाल टेलिकमको मोबाइल ग्राहक संख्या ६२,८१,५२२ र एनसेलको ग्राहक संख्या ६३,३४,०११ रहेको छ । मोबाइल सेवाको राष्ट्रिय घनत्व ४७.३८% रहेको छ । यस सेवाको कुल ग्राहक संख्या १,२६,१५,५३३ रहेको छ । हेर्नुहोस् टेबल नं. १, २ र ग्राफ १ र २ ।

(ग) अतिरिक्त सेवाहरू :- gmpcs, इन्टरनेट, इमेल, फ्याक्स मेल VSAT, pco सेवामध्ये सबभन्दा बढी सेवा सञ्चालन गर्ने इन्टरनेट हो । यसमा तीन ठूला कम्पनीहरू नेपाल टेलिकम, एनसेल, युटीएलबाहेक ग्रामीण क्षेत्रको समेत गरी ५६ वटा ISP हरूले सेवा सञ्चालन गरिरहेका छन् । यसको कुल ग्राहक आधार ३५,९१,५२७ रहेको छ तथा यसको राष्ट्रिय घनत्व १३.४९% रहेको छ । प्रतिस्पर्धाको कारणले अन्य क्षेत्रको तुलनामा इन्टरनेट सेवाको मूल्य निकै घटेको छ । अन्य सेवाहरूमा नेपाल टेलिकमको नै बाहुल्यता कायम रहेको छ ।

यसप्रकार प्रतिस्पर्धा छ कि छैन र सो प्रतिस्पर्धाको सिद्धान्तअनुसार नै स्वच्छ छ कि छैन भन्नको लागि सेवाहरूको बजार प्रवेशको स्थिति, बजारमा प्रवेश गर्दा लगाइएको सर्त बन्देजहरू, बजार प्रवेश गर्दा एकरूपता भए/नभएको अर्थात् कसैलाई अनुमति लिँदा निकै रकम लिने तर कसैलाई थोरै रकम लिई पछि बढी रकम तिरेर लिएको अनुमतिपत्र वाहकसरह उभ्याउने तथा बजारमा सेवाप्रदायकहरूको बजारमा रहेको पकडले नवप्रवेशीहरूलाई सहज उपस्थित हुनबाट हटाउने चाल आदिले गर्दा प्रतिस्पर्धा भए/नभएको यकिन गर्न सकिन्छ । यसका अतिरिक्त ग्राहकले अनुभूत गर्नेमा सेवा छनोटको अवसर छ/छैन र सो सेवाहरूको मूल्यमा प्रतिस्पर्धा भए/नभएको यकिन गर्न सकिए मात्र सेवाहरूमा प्रतिस्पर्धा कायम छ भन्न सकिन्छ ।

table no. 1 Voice Telephony Services *

| Service | Fixed | | Mobile | | Others | Total |
|----------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|-----------------|
| | PSTN | WLL | GSM | CDMA | | |
| Providers | | | | | LMS | GMPCS |
| NDCL | 608871 | 155823 | 5422869 | 858653 | - | - |
| UTL | - | 70957 | - | - | 514213 | - |
| NCELL | - | - | 6334011 | - | - | - |
| STM | 5108 | - | - | - | 155 | - |
| NSTPL | - | 2490 | - | - | 94790 | - |
| Smart | 598 | - | - | - | 178538 | - |
| others (GMPCS) | - | - | - | - | - | 1742 |
| TOTAL | 614577 | 229270 | 11756880 | 858653 | 787696 | 1742 |
| | 843847 | | 12615533 | | 789438 | 14248818 |



table no.2 Penetration Rate*

| Services | Penetration Rate % |
|------------------|--------------------|
| Fixed | 3.16 |
| Mobile | 47.38 |
| Others(LM,GMPCS) | 2.96 |
| TOTAL | 53.50 |

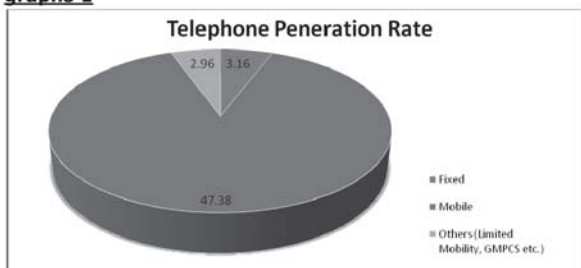
स्वायत्तता

प्रत्येक देशमा धेरै संघसंस्थाहरु राज्यको प्रत्यक्ष वा बढी लगानीमा सञ्चालित भइरहेका हुन्छन्। त्यस्ता संघसंस्था कम्पनीहरुमा राज्यको तर्फबाट लगानी भएबापत नीति निर्माण तहमा नियन्त्रण कायम गरेको हुन्छ। विश्वको आर्थिक उदारीकरणको लहरले राज्यले सबै कार्य आफै नगरी देशी-विदेशी निजी क्षेत्रहरुलाई सहभागी गराउँदै आफ्नो हात भिक्दै गइरहेको हुन्छ। यसले गर्दा राज्यले लगानी गरेका संघसंस्था कम्पनीहरुलाई नयाँ उदय भएका देशी-विदेशी संघसंस्था कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धामा उत्रनुपर्ने हुन आउँछ। सरकारी लागानी भएबापत राज्यका कम्पनीहरुलाई राज्यका विभिन्न

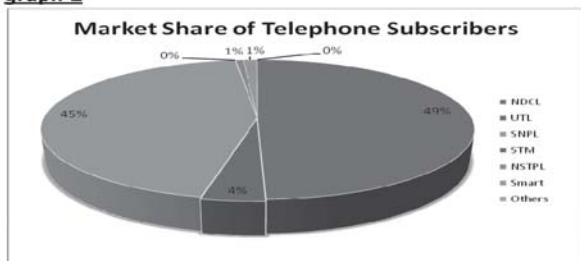
नीति, नियम, कानून तथा ऐनले बाँधिएको हुनुका साथै जनताप्रति समेत उतरदायित्व भएको हुन्छ। जबकि त्यही प्रकृतिका निजी संघसंस्थाहरु यी सबै कुराहरुबाट स्वतन्त्र हुन्छन्। के यस्तामा यी दुवै प्रकारका संघसंस्थाहरु एकै नासले काम गर्न

| Services | Subscribers | | | | Total |
|---------------------------------------|-------------|-------|---------|-------|---------|
| | NDCL | UTL | NCELL | ISPs | |
| Dialup (PSTN +ISDN) | 5403 | - | - | 14207 | 19610 |
| Wireless Modem,Optical Fibre Ethernet | - | - | - | 28687 | 28687 |
| Cable Modem, Cable etc. | - | - | - | 15987 | 15987 |
| ADSL | 77884 | - | - | - | 77884 |
| GPRS | 1166953 | - | 2114906 | - | 3281859 |
| CDMA 1X | 108191 | 59309 | - | - | 167500 |
| TOTAL | 1358431 | 59309 | 2114906 | 58881 | 3591527 |
| Internet Penetration Rate% | | | | | 13.49 |

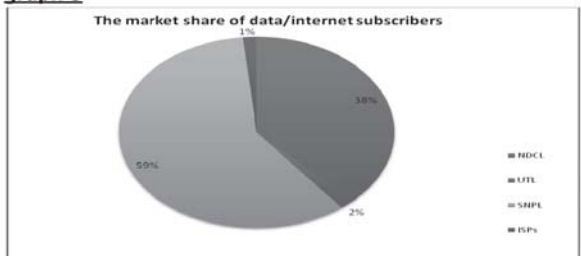
graphs 1



graph 2



graph 3



* NTA, MIS Ashwin, 2068

सकन्छन् त ? यो ठूलो विचारणीय प्रश्न रहेको छ।

एउटै प्रकृतिको काममा सँगै हिँड्न र बाँच्न एउटै किसिमको अनुशासनमा नबाँधिई अस्तित्व बचाउन कठिन हुने भएकाले राज्यले आफ्नो लगानी गरेको क्षेत्रमा समेत प्रतिस्पर्धीहरुले पाएको कार्य वातावरण उपलब्ध नगराएसम्म सरकारी संस्थाहरु प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरु आउँदै जाँदा विस्तारै धराशायी बन्न जानु कुनै नौलो कुरा होइन। यो समयले देखाएको वास्तविकता हो।

नेपालमा दूरसञ्चार क्षेत्रमा एकाधिकार पाएको नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडले कम्पनी ऐनअन्तर्गत परिवर्तन (गठन) भएपछि यस सेवामा प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण शुरु भएको हो। पूर्णरूपमा राज्यद्वारा सञ्चालित एवं पोषित यस कम्पनीले आफ्ना केही शोयरहरु कर्मचारी तथा जनतालाई बिक्री गरी निजीकरणको दिशामा अग्रसर भएको हो। हालसम्म पनि नेपाल सरकारको लगभग ९२% शोयर रहेको हुनाले सरकारी सबै नियम कानून एवं सरकारी नियन्त्रण पूर्णरूपमै कायम रहेको नै छ। यस्तोमा दूरसञ्चार क्षेत्रमा प्रवेश गरेको नयाँ देशी तथा विदेशी कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण कायम भई आफ्नो अस्तित्व बचाई सरकारलाई लगानीबापत करौडौं रुपियाँ लाभांश र कर तिर्नुपर्ने हुन आउँछ। सरकारले यसको काम-कारवाहीमा अनावश्यक राजनीतिक एवं प्रशासनिक हस्तक्षेप छोडी स्वतन्त्रापूर्वक अन्य निजी सेवाप्रदायकसरह काम गर्ने वातावरण तयार गरिदिनेमा मात्र सबैभन्दा बढी कर तिर्ने काम निरन्तररूपमा कायम रहिरहन सकछ।



दूरसञ्चार क्षेत्रमा नेपाल टेलिकमबाहेक अन्य पाँच सेवाप्रदायकहरु कार्य गरिरहेको तथा निकट भविष्यमा समेत एक नयाँ कम्पनी आउने भएको अपुष्ट खबरले यस क्षेत्रमा बसेनि कराडौँ-अर्बौँको मुनाफा भइरहेको स्वतः पुष्टि हुन आउँछ। अन्य प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरुजस्तै स्वतन्त्रतापूर्वक दैनिक कामकाजको वातावरण सिर्जना नगरिएमा प्रतिस्पर्धामा खरो उत्रन कठिन मात्र नभई अन्य सरकारी संघसंस्थाहरुजस्तै निजी कम्पनीहरु आउँदै गर्दा क्रमशः सरकारी संघसंस्थाहरु लोप हुन जाने क्रम जारी नहोला भन्न सकिने अवस्था देखिँदैन। नेपाल टेलिकमका विभिन्न किसिमका कामहरु खासगरी मालसामान खरिद प्रक्रियामा जाँदा नै बढी

विवादास्पद हुनु तथा विभिन्न सरकारी नियन्त्रक कार्यालयहरुबाट उक्त कार्य गर्न क्लिन चिट लिन महिनौं तथा वर्षौं लाग्नाले बजारका सम्भावित अवसरहरुबाट वञ्चित हुन जाने भई कम्पनीको दीर्घकालीन स्वास्थ्यमा नै गम्भीर असर पर्न जाने देखिन्छ। अर्थात् एकै किसिमको व्यापार व्यवसायमा कार्य गरिरहेका मध्ये कसैलाई छेकवार गर्नु र कसैलाई खुला छोडिदिनु र प्रतिस्पर्धा गर्न भन्नु अभिल्लो व्यवहार हुन आउँछ। एउटालाई हात बाँधेर अरु प्रतिस्पर्धीसँग दौडन र प्रथम आउनु भन्नुसरह नै हो। यसको के नतिजा हुन्छ, सबैलाई थाहै भएको कुरा हो। यसमा सबै पक्षले समय रहँदै विचार गर्नु वाञ्छनीय देखिन्छ।

मुलुकभर बैंकमार्फत रकम बुझाउने सकिने

ग्राहकहरुको सुविधालाई ध्यानमा राखी नेपाल टेलिकमले PSTN टेलिफोन (Land Line Phone), GSM मोबाइल तथा ADSL सेवाको शुल्क देशव्यापी रुपमा विभिन्न बैंकहरुबाट भुक्तानी गर्न सकिने व्यवस्था मिलाएको छ। हालसम्म मुलुकभर रहेका २७ वटा बैंकहरुमा कम्पनीका सेवाका शुल्क बुझाउन सकिने व्यवस्था भइसकेको छ भने अन्य २ वटा बैंकमार्फत सो सेवाको भुक्तानी गर्न सकिने व्यवस्था हुन लागेको छ। निम्नलिखित बैंकका मुलुकभरका जुनसुकै शाखामा कम्पनीबाट उपलब्ध सेवाको शुल्क भुक्तानी गर्न सकिन्छ।

सि.नं. बैंकहरुको नाम

- १ एस (Ace) डेभलपमेन्ट बैंक लि.
- २ बैंक अफ एसिया लि.
- ३ बैंक अफ काठमाण्डौं
- ४ क्लिन इनर्जी डेभलपमेन्ट बैंक लि.
- ५ सिटिजन इन्टरनेशनल बैंक लि.
- ६ नेपाल एभरेष्ट बैंक लि.
- ७ ग्लोबल बैंक लि.
- ८ हिमालयन बैंक लि.
- ९ कुमारी बैंक लि.
- १० किस्ट बैंक लि.
- ११ लक्ष्मी बैंक लि.
- १२ लुम्बिनी बैंक लि.
- १३ माछापुच्छ्रे बैंक लि.
- १४ नविल बैंक लि.
- १५ नेपाल बंगलादेश बैंक लि.
- १६ नेपाल बैंक लि.
- १७ नेपाल क्रेडिट एण्ड कमर्स बैंक लि.
- १८ नेपाल इन्भेस्टमेन्ट बैंक लि.
- १९ नेपाल इन्डस्ट्रियल एण्ड कमर्शियल बैंक लि.
- २० एनएमबी बैंक लि.
- २१ नेपाल एसबीआई बैंक लि.
- २२ सिद्धार्थ बैंक लि.
- २३ सिद्धार्थ डेभलपमेन्ट बैंक लि.
- २४ सनराइज बैंक लि.
- २५ टुरिज्म बैंक लि.
- २६ स्ट्याण्डर्ड चार्टर्ड बैंक लि.
- २७ राष्ट्रिय वाणिज्य बैंक
- २८ कमर्स एण्ड ट्रेड बैंक नेपाल लि.
- २९ सानिमा विकास बैंक लि.

प्राप्त अनलाइन सुविधाहरु

- पिएसटिएन, जिएसएम
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम
पिएसटिएन
पिएसटिएन, जिएसएम
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, जिएसएम, एडिएसएल
पिएसटिएन, एडिएसएल
जिएसएम
जिएसएम
(जिएसएम पिएसटिएन र एडिएसएलको लागि शीघ्र सम्झौता हुँदै)
(पिएसटिएन, एडिएसएलको शुल्कका लागि सम्झौता हुँदै)

यसैगरी ग्राहकलाई आफूले प्रयोग गरेको सेवाको तिर्नुपर्ने रकमको जानकारी प्रदान गर्न निम्न बमोजिमको व्यवस्था पनि मिलाइएको छ। नेपाल टेलिकमको Website मा मोबा.ल नम्बर रजिष्ट्रेसन गरी Bill Amount को साथै Outstanding Amount समेत हेर्न सकिने छ। आफ्नो Land Line Telephone बाट १६०६ मा डायल गरी Outstanding Amount बुझ्न सकिन्छ।



The importance of Publishing notice with mention of Audio Notice Board Service No :

Navin Lal Shrestha

- It is said 'thousand words may not be enough to describe a picture ', similarly thousand pictures may not be enough to convey meaning of some word.

- All public notices of government or public organizations need to publish mentioning an Audio notice no , so that people can dial and listen from any of 75 districts of Nepal. Good examples set up by Kaski districts CDO for MRP e.g. **1618061462476**, similarly e.g. Audio notice no 1618068520158 Baglung Malpot Office are commendable. Information available by Audio notice no address illiteracy problem to an extent.

- An Audio Notice board no in the following

Graffiti may appear as advertisement at a glance. However this graffiti is meant to convey how one or one' organization can convey to public about

- its products,
- services or
- news
- Office hours during normal days,
- Office hours during weekends or holidays

-to people in mass even when there is load shedding and listener happens to be illiterate also. More information available on web-site <http://www.ntc.net.np>

गरन

कुनाई विशेष
ना सुमिन्
घटना भएको
वदरने एक
श्र दानासलने
ने सरकारने
आई निष्कर्षमा
त्यसका लागि
माओवादोलाई
ई गरे ।

BREAKING NEWS
तपाईंको टेलिफोनमा
डायाल गर्नुहोस् १६९८-०७०७-७७७७७
र पाउनुहोस् जुनसुकै बेला ताजा समाचार
nlinekhabar.com

डिस्पले

काँसोबार ePAPER

Sunday, 30 Jan 2011

p. 2-3



NEPAL ACADEMY OF SCIENCE & TECHNOLOGY
Science & Technology for National Development

Contact us:

GPO Box:3323, Khumaltar, Lalitpur, Nepal

Tel: +977-1-5547715

5547717 / 5547720 / 5547721

Fax: +977-1-5547713

info@nast.org.np

NAST Audio Notice Board No. ☎ : 1618015547717

Audio Notice Board for
Loadshedding Schedule

1618070701011 (Group 1)

1618070701012 (Group 2)

1618070701013 (Group 3)

1618070701014 (Group 4)

1618070701015 (Group 5)

1618070701016 (Group 6)

1618070701017 (Group 7)

फोनले भन्छ फिल्मि कुरा

काठमाडौं, फागुन १४ (नागरिक)- अब फोन डायल गरेर फिल्मसम्बन्धी समाचार सुन्न पाइने भएको छ। नेपाल टेलिकमका प्रिपेड, पोस्टपेड, ल्यान्ड लाइन र स्काइवाट १६१८०७०७२२२२ मा डायल गरेमा २४ घन्टा फिल्मि खबर सुन्न सकिनेछ।

रणनीतिक साभेदारको आवश्यकता

'Don't Judge each day by the harvest you reap, but by the seeds you plant' - Robert Louis Stevenson

परिवर्तित पृष्ठभूमि :

समय सधैं एकनास रहँदैन। मानिसका आवश्यकता, रुचि एवम् चाहना समयको गतिशीलतासँगै परिवर्तन भइरहन्छन्। हिजो असम्भवजस्तो लाग्ने विषय आज विज्ञान र प्रविधिको विकास, मानवीय आवश्यकतामा आएको परिवर्तनलगायतका कारणले व्यावहारिक प्रयोगमा रूपान्तरित भएका छन्। भोजन, लत्ताकपडा र आवासलाई आधारभूत आवश्यकतामा गणना गर्ने परम्परागत सोच, क्रियाकलापमा आएको परिवर्तनले दूरसञ्चार सेवा नेपाली समाजमा अत्यावश्यककरीय मानवीय आवश्यकतामा रूपान्तरित भएको छ। दैनिक गतिविधि सञ्चालन गर्न सहज बनाउन तथा समय र लागतको हिसाबले मितव्ययी बनाउन दूरसञ्चार सेवा अपरिहार्य आवश्यकताको रूपमा स्थापित हुने क्रम तीव्र बनेको छ। मानवीय आवश्यकतामा आएको परिवर्तनसँगै दूरसञ्चार सेवाको क्षेत्र पनि फराकिलो बन्दै गइरहेको छ।

बजार विस्तारको सम्भावना :

आजभन्दा एक दशकअघिसम्म पनि विलासिताको कोटिमा पर्ने दूरसञ्चार सेवा आजभोलि अत्यावश्यककरीय आवश्यकताको रूपमा स्थापित हुने क्रम बढेको छ। नेपालमा करिब ५४ प्रतिशत जनताको मात्र दूरसञ्चार सेवामा पहुँच हुनुले बाँकी जनताले यो सेवा प्राप्त गर्न अझै केही समय कुर्नुपर्ने अवस्था विद्यमान छ। यसले एकातिर दूरसञ्चार सेवाको बजार विस्तारको प्रचुर सम्भावनालाई सङ्केत गरेको छ भने अर्कोतिर सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले सुलभ दरमा गुणस्तरीय सेवा प्रदान गर्नुपर्ने दायित्व पनि बढेको छ। नेपालको दूरसञ्चार क्षेत्रमा क्रियाशील ६ वटा सेवाप्रदायक कम्पनीहरूमध्ये नेपाल टेलिकम एकमात्र सरकारी स्वामित्वको कम्पनी रहेको छ। देशको सबैभन्दा ठूलो, पुरानो र सरकारी स्वामित्वको कम्पनी हुनुको नाताले अन्य निजी कम्पनीहरूको तुलनामा यसको भूमिका एवं दायित्व पनि फरक हुनु स्वाभाविक छ। नाफा आर्जनको अलावा दुर्गम र पिछडिएको क्षेत्रमा सामाजिक सेवाभावले सेवा विस्तारलाई निरन्तरता प्रदान गर्नु पनि कम्पनीको दायित्व रहेको छ। यथास्थिति प्रगतिको सूचक होइन। सरकारी स्वामित्व, सामाजिक दायित्व र प्रतिस्पर्धी वातावरणबीच सन्तुलन कायम गरी सम्भाव्य बजार क्षेत्रमा आफ्नो वर्चस्व कायम राख्ने चुनौती नेपाल टेलिकमसामु पहाड बनेर उभिएको छ।

अलपत्र आयोजना :

दुई वर्षअघिसम्म पनि समग्र दूरसञ्चार सेवा क्षेत्रको दुई तिहाइ बजार हिस्सा ओगटेको नेपाल टेलिकम आजसम्म आइपुग्दा यसको बजार हिस्सा ५० प्रतिशतको हाराहारीमा भरेको छ। बजार हिस्सामा आफ्नो पकड गुम्दै जानुका अन्तर्निहित कारणहरू पत्ता लगाएर यथासमयमै तिनको निराकरण गर्न जरुरी छ। अन्यथा यो क्रम अझ



चक्रपाणि शर्मा

तीव्ररूपमा नबढ्ला भन्न सकिँदैन। मूलरूपमा भन्नुपर्दा बढ्दो प्रतिस्पर्धा, समयमा नयाँ योजना नआउनु, सेवाको गुणस्तर अपेक्षित नहुनु, कम्पनीमाथिको सरकारी हस्तक्षेप बढ्दै जानु, शेयरधनीले अपेक्षित प्रतिफल नपाउनु, कर्मचारीहरूको कार्यक्षमता प्रभावकारी नहुनु, बढ्दो युनियनबाजी बजार हिस्सा गुम्नुमा जिम्मेवार देखिन्छन्।

विगत केही वर्षयता कुनै पनि नयाँ आयोजना समयबद्धरूपमा कार्यान्वयनमा ल्याउन नसक्नु व्यवस्थापनको ठूलो कमजोरी देखिन्छ। प्रतिस्पर्धीको रणनीतिबाट बेखबरजस्तै देखिएको सञ्चालक समिति पनि जागिरे मानसिकताबाट माथि उठ्न सकेको देखिँदैन। समयबद्धरूपमा नयाँ प्रविधिको अवलम्बन र सेवा विस्तारको लागि आवश्यक पूर्वाधार विकास गर्न नसक्दा एकातिर बजार हिस्सा गुम्दै गइरहेको छ भने अर्कोतिर त्यसको असर कम्पनीको आर्थिक अवस्थामा पनि पर्न गएको छ। वार्षिक रूपमा बढ्दो खर्चको अनुपातले नाफाको आयतन घट्न गएको छ र त्यसको असर कम्पनीको शेयर मूल्यमा पर्न गएको छ। परिणामस्वरूप ४-५ वर्षयता शेयरको बजार मूल्य लगभग स्थिर जस्तै देखिएको छ। यो अवस्थाले कम्पनीका मौजुदा र भावी ग्राहकहरू प्रतिस्पर्धी कम्पनीतिर आकर्षित हुने सम्भावना बढेर गएको छ।

नयाँ आयोजनाको अभावमा त्यसबाट आउने प्रतिफलको कल्पना गरेर बस्ने अवस्थामा टेलिकम रहेको छ। चाहे त्यो NGN को सन्दर्भमा होस् वा १० मिलियन GSM आयोजनाको सन्दर्भमा होस्। यस्ता आयोजनाहरू ल्याउन नसक्नु भनेको प्रतिस्पर्धी बजारका प्रतिस्पर्धीलाई एकलौटी मैदान खाली गरिदिनु हो। वीड नै नछरेर सामन्त-जमिनदारहरूले बाली भित्र्याउने अपेक्षा गरेजस्तो अवस्थामा अहिले टेलिकम देखिएको छ। यस सन्दर्भमा प्रसिद्ध साम्यवादी विचारक Karl Marx को भनाइ उद्धृत गर्नु सान्दर्भिक हुनेछ- "Landlords like other men, love to reap where they never sowed."

नयाँ आयोजना ल्याउन खोज्दा बाधा-व्यवधान उत्पन्न गर्ने सम्पूर्ण प्रवृत्ति विरुद्ध कम्पनी व्यवस्थापन र सञ्चालक समितिले ठोस कदम चाल्न सकेन भने दूरसञ्चार क्षेत्रको नेतृत्वदायी भूमिकाबाट बाहिरिन अब कम्पनीले धेरै समय कुर्नुपर्नेछैन।



प्रतिस्पर्धा पेचिलो बन्दै गइरहेको अवस्थामा विगतको एकाधिकारप्राप्त मानसिकताबाट कम्पनी बाहिर निस्कन जरुरी छ। सरकारी स्वामित्वसँगै सरकारी मानसिकता बोकेर प्रतिस्पर्धा गर्न सकिँदैन। खास अर्थमा भन्नुपर्दा कम्पनीका आयोजना पछाडि पर्नुमा निम्न तत्वहरु प्रमुखरूपमा जिम्मेवार रहेको देखिन्छ :

- क) सरकार, ख) सार्वजनिक लेखा समिति
- ग) अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोग, घ) Vendor
- ङ) प्रतिस्पर्धी कम्पनी

सरकार कम्पनीमाथिको आफ्नो नियन्त्रण गुमाउन चाहँदैन। यदि सरकार कम्पनीलाई सुदृढ र पूर्ण व्यावसायिक बनाउन चाहन्छ भने आफ्नो स्वामित्वमा रहेको शेयर साभेदार कम्पनी र सर्वसाधारणमा विक्रीको लागि खुल्ला गरिदिनुपर्छ।

अन्यथा सरकारी नीति-नियमको परिधिभित्र रहेर कम्पनीले निजी व्यवसायीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्न सक्दैन। सार्वजनिक लेखा समिति र अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोगले बेनामी उजुरीको आधारमा समेत छानबिनको बहानामा महिनौं र कतिपय अवस्थामा वर्षैसम्म पनि आयोजनाको काम रोक्ने गरेको छ। त्यो प्रक्रिया अब दोहोरिन दिनुहुँदैन। यथेष्ट आधार र प्रमाणबेगार आशङ्काको भरमा काम रोक्नु सम्बन्धित निकायको कमजोरी देखिन्छ। त्यसरी नै आफूले प्रतिस्पर्धा गरेको काम पाउन नसक्ने अवस्था देखिए शक्ति केन्द्र, अख्तियार र लेखा समिति धाउने Vendor हरूको मानसिकतामा पनि परिवर्तन आउन जरुरी छ। प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरुले पनि स्वच्छ प्रतिस्पर्धाको मान्यतालाई आत्मसात् गर्न सक्नुपर्दछ।

नयाँ सोचको खाँचो :

सन् २०११ मा अमेरिकाको New York शहरमा occupy wall street movement ले जबरजस्त धक्का पैदा गरेको थियो र त्यसको प्रभाव संसारका ९ सयभन्दा बढी शहरहरुमा फैलिएको थियो। यो आन्दोलन विश्व पुँजीवादले सिर्जना गरेको असमान सामाजिक न्याय र आम्दानीको असमान वितरणविरुद्ध केन्द्रित थियो। अमेरिकाको मात्र कुरा गर्दा त्यहाँस्थित ४ सय वटा धनाढ्य कम्पनीहरूसँग भएको सम्पत्ति बाँकी सम्पूर्ण अमेरिकी जनतासँग भएको कुल सम्पत्तिभन्दा बढी रहेको छ। आम्दानीको असमान वितरणले पैदा गरेको यो अवस्था आउनुमा सरकार र धनाढ्य कम्पनीहरुबीचको साँठगाँठ जिम्मेवार रहेको छ। त्यहाँको सरकारले त्यहाँका धनाढ्य कम्पनीहरुलाई कर छुट, अनुदान, विशेष लाइसेन्स सुविधा, नीतिगत पक्षपोषणको माध्यमबाट थप धन थुपार्न मद्दत गरिरहेको विरोधमा त्यहाँका जनता आन्दोलित भएका हुन् र त्यो अद्यापि जारी नै छ। Wall street movement सिर्जना हुनुको कारणबारे प्रख्यात नोबेल पुरस्कार विजेता अर्थशास्त्री Paul Krugman ले व्यक्त गरेको विचार सान्दर्भिक भएको हुँदा यहाँ उल्लेख गर्नु उपयुक्त हुनेछ। उहाँका अनुसार "Privatizing the profit, socialising the losses."

हागो सन्दर्भमा पनि सरकार र सरकार नियन्त्रित कम्पनीको मानसिकता Paul Krugman ले अभिव्यक्त गरेको विचारसँग सामीप्यता राख्ने गरेको विश्लेषकहरुको ठहर छ। कम्पनीले आफूले प्रदान गरेको

सेवामा थप सेवा शुल्क र मूल्य अभिवृद्धि कर जोडेर उपभोक्ताबाट रकम असुल्ने गरेको छ। यसमा नियमन निकाय दूरसञ्चार प्राधिकरण र सरकारको मौन समर्थन देखिन्छ। प्राधिकरण र सरकारले पनि रोयल्टी, आयकर र मूल्य अभिवृद्धिकरको नाममा कम्पनीबाट रकम असुल्ने गरेको छ। यसरी कम्पनी र सरकारबीच आमउपभोक्ताबाट रकम असुलेर आफ्नु थैली भर्ने कुरामा एकमत देखिन्छ। कम्पनी र सरकारलाई रकम तिर्ने उपभोक्तालाई थप सहूलियत र सुविधा दिने बारेमा दुवै पक्ष संवेदनशील देखिँदैनन्। यो प्रकरणमा नेपाल र अमेरिकी नीतिमा समानता देखिएको छ। आमउपभोक्ताबाट असुल्ने गरेको रकम उनीहरुको हितमा न्यायोचित ढंगले वितरण गर्ने सोच सम्बद्ध नीति निर्माताहरुमा पलाउनु जरुरी छ। अन्यथा नाफा जति सरकार र कम्पनीको हुने, नोक्सान जति आमउपभोक्ताको भागमा पर्ने नीति कायमै रहने हो भने त्यसले Wall street Movement को नेपाली संस्करण जन्मन सक्छ, भन्ने हेक्का राख्न जरुरी छ।

बढ्दो प्रतिस्पर्धा, दूरसञ्चार सेवामा घट्दो सेवा शुल्कलगायतका कारणले कम्पनीका आगामी दिनहरु थप चुनौतीपूर्ण हुने निश्चित प्रायः छ। सम्भावित चुनौतीहरुको सामना गर्न र बजार हिस्सामा आफ्नो बर्चश्व कायम राख्न कम्पनीले नयाँ सोचका साथ कार्ययोजना निर्माण गरेर अघि बढ्नुको विकल्प छैन।

गन्तव्य :

'If you are not sure where you are going, any road will take you there'

कम्पनीसँग उपलब्ध सेवा सञ्जाल, जनशक्ति र पुँजीको आधारमा यसको मापन गर्दा गन्तव्य कठिन छैन। पछिल्लो तथ्यांकअनुसार भन्दा ३७ अर्ब रुपियाँ बैङ्क सञ्चित रहेको अवस्था विद्यमान छ। एकातिर नयाँ योजनाको अभाव देखिएको छ भने अर्कोतिर पुँजी निष्क्रिय बसेको छ। निष्क्रिय पुँजीलाई नयाँ प्रविधि भित्र्याउन र विभिन्न व्यावसायिक परियोजनाहरुमा लगानी गर्न सकिन्छ। दूरसञ्चार सेवा अत्यावश्यकिय सेवाको रूपमा स्थापित हुँदै जानु भन्दा ४६ प्रतिशत जनता सञ्चार सेवाबाट वञ्चित रहनुपरेको अवस्थाले गर्दा दूरसञ्चार सेवाको बजार विस्तारको प्रचुर सम्भावना रहेको छ। यो अवस्थालाई मध्यनजर गर्दै बढ्दो प्रतिस्पर्धसँग जुध्न रणनीतिक साभेदारको माध्यमबाट अघि बढ्ने नीति शीघ्रतिशीघ्र व्यवहारमा रुपान्तरित गर्न सक्नुपर्छ। दक्षिण एसियाली देशहरु बङ्गलादेश, पाकिस्तान र श्रीलंकाका सरकारी स्वामित्व भएका टेलिकम कम्पनीहरुले यस्ता साभेदारहरु भित्र्याइसकेका छन्। रणनीतिक साभेदारसँग भएको पुँजी, प्रविधि र व्यवस्थापकीय क्षमता कम्पनीमा भित्र्याएर अहिलेको अकर्मन्यताको स्थितिबाट बाहिर निस्कनुपर्दछ। सरकारी स्वामित्वमा रहेको शेयर रणनीतिक साभेदारबाहेक देशभित्रका सर्वसाधारण र राष्ट्रिय पुँजीपति वर्गमा वितरण गरेर कम्पनीलाई थप सुदृढ र पूर्ण व्यावसायिक बनाउनु त्यत्तिकै आवश्यक देखिन्छ। उल्लिखित समस्या र सुभावहरुको जति छिटो समाधान र कार्यान्वयन हुन्छ, त्यति नै छिटो अहिलेको तदर्थवादी अवस्थाबाट कम्पनी बाहिर निस्कन सक्ने अपेक्षा गर्न सकिन्छ।

chakrapani.sharma@gmail.com



An Introduction to IP-CDMA System and its Facilities

What is an IP-CDMA system?

- IP-CDMA is the Internet Protocol based Code Division Multiple Access Technology. This is a Third generation (3G) telephony services which allows simultaneous operation of voice and data.

IP-CDMA versus GSM and CDMA 1x System

- GSM and CDMA 1x is a 2G system whereas IP-CDMA is 3G system
- CDMA 2000 1x is evolved from CDMA one (IS-95) with increased voice capacity, and only support low rate data services (up to 153.6 kbps).
- IP-CDMA network support both 1x and EVDO, EVDO (Evolution-Data Optimized) is a telecommunications standard for the wireless transmission of data through radio signals, typically for broadband Internet access, which can provide mobile broadband service, the downlink can reach 3.1Mbps and uplink 1.8Mbps.
- Voice quality is better in IP-CDMA due to use of 4GV (EVRC-B) vocoder.
- IP-CDMA Provides Higher voice quantity and capacity compared with GSM.
- IP-CDMA Provides mobile broadband EVDO data service with less frequency compared with WCDMA (3G GSM) system.
- BTS power consumption is comparatively low.
- IP-CDMA can complement countrywide mobile broadband EVDO data service over GSM network, this is the most important value for IP-CDMA network

Objectives of IP-CDMA Project:

- Ø Carpet coverage with CDMA technology based telephony services
- Ø Technology advancement
- Ø Furnish enriched data service
- Ø Environment friendly Technology
- Ø Affordable services with best quality
- Ø Grab market and sustain in highly competitive telecom market



Surendra Karmacharya
Deputy Manager

IP-CDMA Co-ordination Unit, Nepal Telecom, Pokhara

History of CDMA System in NT

Nepal Telecom has signed contract with ZTE Corporation China in October 04, 2004 (B.S. 2061-07-02) for Supply and Delivery of One Million Capacity of CDMA 2000 1x system. This project was launched commercially from February 05, 2006 (B.S. 2062-10-23). Within very short period, it became very much popular in rural sector. The vision and hard work of the responsible team (technical as well as non-technical) yielded an unprecedented achievement of covering the entire 75 districts within the short period of 2 years.

NT has been providing Voice, PDSN Data, SMS, VMS, Fax and EVDO (Rev. 0) data from the existing CDMA system. To meet the ever increasing demand of CDMA service up to certain extent in rural area, NT has signed for additional capacity of 260K in 25th August, 2009.

Current Status of Existing running CDMA Project

Existing system is running for almost 7 years. Total number of existing BTS till Kartik, 268 is 584 and total CDMA subscriber is 1,020,515.

Introduction to IP-CDMA Project

To sustain the popularity of the CDMA system and facilitate the existing subscriber with new features and facility, a new CDMA system was felt necessary for which a specification committee was formed in 2009 to come up with the detailed specification based



on the market analysis, advancement in CDMA technology and vision of NT. This team submitted the final specification and the requirement BOQ. The submitted document was reviewed and floated in 2010 for acquisition of additional 3.5M IP-CDMA system.

Due to some administrative and legal issues the floated RFP (request for proposal) was called off. After making the required changes in the previously floated document and reducing the line capacity to 2 million lines the RFP was floated for the second time in January 2011.

For the realization of the 2 million line capacity the project was divided into 2 parts namely East and West. Both East and West Network consist of One Million Capacity each. West Network includes 7 Zones (Gandaki, Dhaulagiri, Bheri, Rapti, Karnali, Seti and Mahakali) whereas East Network consists of 5 zones (Bagmati, Janakpur, Sagarmatha, Koshi and Mechi). Narayani and Lumbini zones are not included in this project. These two zones are separated from this contract expecting 400K project from ZTE. As this project could not take place, they need to be planned again. Delivery of BTS and BSC under old CDMA project from ZTE has been delayed and can be used for Lumbini zone.

After final evaluation of all the proposals received, the contract for EAST as well as WEST IP-CDMA was signed with M/S Huawei Technologies, China on August 5th of 2011.

This is a fully turnkey project which helps to accomplish the project on time in cost effective method. NT has to play the role of Supervisor in each and every step of project execution to keep the project execution in the manner as depicted in the contract document in time and with optimum uses of resources.

This project has introduced some new methodologies for project execution, which is sought to change the traditional way of working and provides result as per the requirement more efficiently within optimum time period. Some of the main points in this regard are as follows:

1. Main time consuming works like site survey, Land acquisition, infrastructure development (Shelter/Building construction or hiring, Pole or Tower Construction with all necessary civil work such as soil test, fencing etc...), and Electric connection from NEA are all defined to be the contractors responsibility. All these jobs shall be completed by the contractor in close co-

ordination and with necessary approval from concerned NT office.

2. Contractor needs to provision necessary bandwidth for BTS-BSC interconnection (Abis interface), if existing interface is not sufficient.
3. New BTS sites shall be deployed by the contractor based on the RF planning for coverage and capacity issue. RF coverage overlapping shall be minimized so as to reduce the PN pollution and wastage of RF resource.
4. KPI (Key Parameter Index) is fixed and contractor is obliged to maintain the KPI. Inconsistency with the KPI is compensated from the contractor in monetary terms.

Architecture of IP-CDMA System

Architecture of IP-CDMA System under West region is as shown in the Figure 1, as follows;

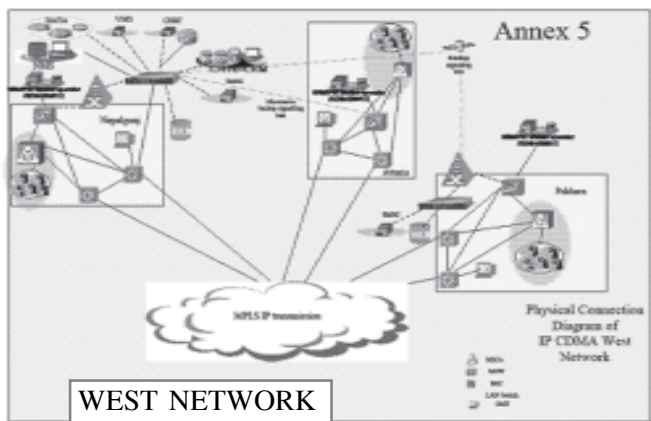


Figure 1: Physical Connection Diagram of IP-CDMA West Network

Similarly, Architecture of IP-CDMA System under East region is as shown in the Figure 2, as shown below;

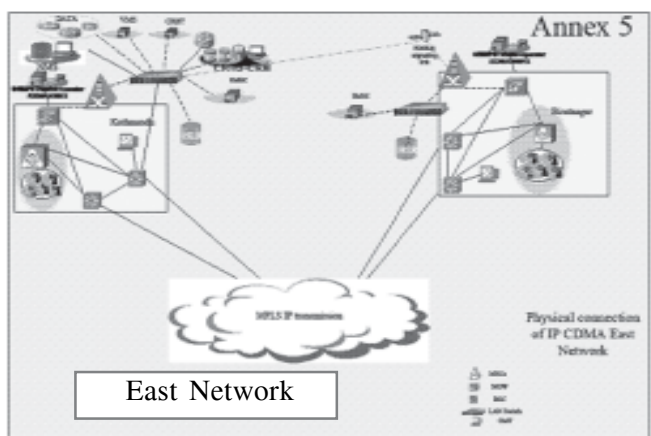


Figure 2: Physical Connection Diagram of IP-CDMA East Network



Features of IP-CDMA System

IP-CDMA has lots of new features compare to the existing CDMA 2000 1x system, which are described below;

1. East and West both Networks have Core locations at 2 different sites. In east Network, core equipment (MSCe, HLRe, SMSC, MGWe, BSCe etc.) will be installed at Kathmandu and Biratnagar. Similarly, in West Network, core equipment shall be installed in Pokhara and Nepalgunj. Furthermore, BSCe and MGWe for Seti and Mahakali shall be installed in Dhangadhi. By increasing the core locations we can reduce the total BW requirement from one core location to other core significantly.
2. Call processing time will be quick as voice can be switched from MGW and only the signaling part is processed by MSCe. If allowed, intra call facility can be provided within a MGWe even if link between MSCe and MGWe is broken.
3. All the BTS are of split type which helps to increase the coverage with same RF power compared to the existing ones by reducing the loss in feeder cable significantly.
4. Installation time and cost is also reduced due to split type of BTS, as it uses feeder cable of few meters to connect Outdoor RF unit to the Antenna.
5. Power consumption of BTS is quite low compared to the similar type of existing BTS. It helps to increase the backup time of existing battery. Even if new battery is required, capacity of battery requirement shall be quite less.
6. New BTS type supports 240 voice subscribers/E1, which is quite high in compare to the existing BTS supporting around 180 voice channels/E1 only.
7. MSCe supports the pool functionality between MSCe installed in two different locations. BSCe can be connected to MSCe pool which allows working even if its parent MSCe fails (A-flex technology).
8. It can interconnect to IP carriers through Session Border Controller (SBC).
9. VSAT link is provided, as a backup Interconnection between MSCes in same network. Signaling gateway (SGW) work with signaling links over satellite.
10. To save the privacy of voice user over the air interface, it provides latest encryption technology on voice known as CAVE (Cellular Authentication Voice Encryption) algorithm.
11. It is based on ATCA (Advanced Telecom Computing Architecture) and supports smooth evolution to IMS.
12. MSCe supports Mini A-Flex feature. With this feature, one BSCe can be connected to multiple MGW of one MSCe at the same time, and multiple MGWs can manage services in the load sharing mode.
13. It also supports OTAF (Over The Air Function) services, which can be adopted to allow the operator to download or update data for user handset without the participation of the user. It helps users set necessary parameters for access to related services and meanwhile helps OMC (operation and Maintenance Centre) to modify parameters such as PRL (preferred roaming list), SID (System ID), NID (Network ID), MIN (Mobile Identification Number), AKEY (Authentication Key) and other user related parameters.
14. All the BTS are of split type which will extremely reduce the heat dissipation inside the room. The contractor has guaranteed operation of all indoor unit of these BTS without use of either air condition (AC) or free cooling unit (FCU).
15. 4GV vocoder (EVRC-B) is introduced to enhance voice quality at 9.6Kbps or even less.
16. It provides high efficiency IP transmission solutions with Enhanced CRTP (Compressed Real Time Transport Protocol) and RTP multiplexing in the IP over Ethernet networking.
17. With the help of IWF (Inter Working Function) service, it supports G3 fax service.
18. It provides MMS (Multimedia Messaging Service) of 250 Kbytes data per MMS, which helps user to send multimedia data such as short audio, video clips and photographs along in addition to SMS (Short Message Service) as in 2000 1x system.
19. It provides PTT (push to talk) service too. Nepal Telecom intends to test the PTT network on pilot basis.
20. It provides the NMS (Network Maintenance System) in Kathmandu. It helps to monitor, control and issue even commands to the Core equipment at all 5 locations. It helps a lot when difficult problems arise in the remote core locations and experts are not available on time.
21. When the system is idle and the load on a sector is light, the system automatically shuts down some carriers on the sector to reduce power consumption. On each sector, at least one carrier is never shut down. If a carrier to be shutdown is serving any subscriber, the system does not shut it down until all calls on it are complete. Once the system decides to shut down a carrier, requests for accessing the network through this



carrier are all rejected. When the load on a carrier becomes heavy, carriers that have been automatically shut down are automatically powered on to avoid congestion.

Facilities included in IP-CDMA System

1. It supports Value Added Services such as CRBT (Caller Ring Back Tone) which was not there in the existing system.
2. It supports lawful interception functionality.
3. Currently, only two carriers for voice and one carrier for EVDO are in use, whereas this system utilizes three carriers for voice and two carriers for EVDO. The optimum use of carriers will increase the voice and data capacity per BTS.
4. EVDO data service is being provided in Kathmandu and Pokhara with 14 and 1 BTS respectively. Whereas, this project is designed to provide EVDO BTS in all district headquarters, main high way sites and touristic areas so as to provide best data service to the customers in every nook and corner.
5. PDSN data rate decreases with increase in voice user because voice and PDSN user share same carrier and voice got higher priority. EVDO data service has separate carrier so it is purely independent to the voice users.
6. Some of the sites are proposed with 1x BTS only; EVDO data users can use PDSN data service in such area automatically. The Bandwidth of PDSN is low compared to EVDO.

Challenges and Opportunities in IP-CDMA System

1. Total subscriber of CDMA is decreasing from last few months. It is due to various reason which are listed below:
 - a. Most of the Fixed Wireless Terminal (FWT) users have faced lots of problem due to unavailability of the spare parts. Latest contract with Vuppalamritha Magenetic Component Ltd., an Indian Company which has supplied Chinese company (Linktop Technology Co. Ltd.) made FWT. It provided some option and helped to revive all the faulty old FWT Sets. Even these Sets are not up to the expectations of the Subscribers. If possible we should also tie-up with some re-known vendors of FWT manufacturer so as to provide best possible service to our customers.
 - b. CRBT (Caller Ring Back Tone) became one of the attractive services to the mobile

users which is not available in the existing system. New IP-CDMA system supports the CRBT, which may attract the subscribers again back to CDMA service.

- c. CDMA service was not an option for the people who wanted to transfer balance so as to control the mobile expenditure especially to the students by their parents. Such customers also can choose this IP-CDMA service if we do so through the new billing system with USSD Like feature.
 2. PDSN data service has average throughput of 38.4 Kbps. AT the beginning it was widely accepted and highly demanded service throughout the country. When users started demanding more speed (i.e. more bandwidth) in PDSN, it couldn't satisfy the bandwidth hungriness of users. Now, with high data rate EVDO (Rev. A) having average throughput of 128Kbps with maximum download of 3.1Mbps can definitely attract lots of new and existing users. We can attract many users in this data service with economic and attractive schemes.
 3. Almost all GSM projects are turn-key but their performance is not up to the expectations because of quite low NT employee involvement in each step of project execution. To make this project free from those problems being faced by GSM projects, we must involve our well experienced technical manpower in the project execution when and where they are needed.
 4. Training in NT is becoming one of the main sources of motivation. Sometimes it also worked in other way, when trained personals are not allowed to work in the field of his training or the personnel working in the system are not selected for the training. To avoid these types of issues, most of the personnel should be transferred to the core and local office locations with defined job and same personnel should be selected for the training.
- Finally, with introduction of CDMA 2000 1x system in 2005, NT has changed the way of peoples thinking about mobile communications system. Most of the people in remote areas used to say "*if you get FM radio signal anywhere around you, you definitely have the CDMA signal there*". This system has made different success stories in the economic activity in rural areas. The upcoming IP-CDMA system will definitely add a new paradigm in the field of mobile communication of Nepal. ●

मानव संसाधन अपरिहार्य तर एक जटिल विषय

कुनै पनि संगठनको उद्देश्य प्राप्त गर्न, संगठनलाई सक्षम र सबल बनाउन, संगठनभित्रका सम्पूर्ण साधनहरूको परिचालन तथा प्रबन्ध गर्न र अन्ततोगोत्वा संगठनलाई समुचितरूपमा सञ्चालन गर्न संगठनभित्रकै मानव संसाधनको महत्वपूर्ण भूमिका रहने हुन्छ। संगठनको सर्वतोमुखी विकासमा मानव संसाधनलाई नै आधार बनाउनुपर्ने र मानव संसाधनको परिचालन गर्न संस्थागत नीति एवं कार्यक्रमहरूको आवश्यकता पर्ने हुनाले संगठन र मानव संसाधनबीचमा गहिरो अन्तरसम्बन्ध रहेको हुन्छ। उत्पादनका साधनहरू जमिन, श्रम, मेसिन र पुँजीमध्ये श्रम अत्यन्त महत्वपूर्ण र मानव संसाधनबाट मात्र प्राप्त हुने साधन हो। मानव चेतनशील, विवेकशील, उच्च दक्षता र उच्च कार्यक्षमता भएको प्राणी भएकोले मानवलाई उपयुक्त ढंगले सञ्चालन गर्ने कार्य अति नै कठिन र जटिल पनि छ। यसैले प्रत्येक संगठनको सफलता मानव संसाधन व्यवस्थापनमा नै आधारित हुन्छ। मानव संसाधनमा अन्तरनिहित सीप, कौशलता, रुचि, व्यवहार, संवेदनशीलता र सम्भावनाहरूलाई कसरी उपयोग गर्ने, कसरी संरक्षण र संवर्द्धन गर्ने भन्ने प्रश्न स्वयंमा अहम् हुन्छ। यस्तै संस्थालाई आवश्यक पर्ने जनशक्ति समयमा नै छनोट गरी नियुक्ति दिने, रुचि, कार्यदक्षता र योग्यताको आधारमा पदस्थापना गर्ने, कार्य विवरण र कार्य विशिष्टीकरणको आधारमा परिचालन गराउने, तालिम दिने, उत्प्रेरित गराउने, कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन गर्ने/गराउने र सोही आधारमा पुरस्कार र दण्डको व्यवस्था गर्ने कार्यहरू नै मानव संसाधन व्यवस्थापनका आधारभूत क्षेत्रहरू हुन्। यी क्षेत्रहरूमा दक्षता हासिल गरी सफलता प्राप्त गर्नको लागि मानव संसाधन व्यवस्थापनका मुख्य कार्यहरू रोजगारी, पारिश्रमिक, वृत्ति विकास, कल्याणकारी कार्य इत्यादिमा विशेष ध्यान दिनु जरुरी हुन्छ।

मानव संसाधन व्यवस्थापनलाई सही रूपमा लागू गर्ने हो भने अन्य पक्षको अतिरिक्त मानव संसाधन योजना र पालना एउटा आधारभूत सर्त हो। मानव संसाधनसम्बन्धी योजना बनाउने र त्यसलाई लागू गर्ने कार्य त्यति सहज र सरल भने हुँदैन। किनकि मानवमा सोच्ने र विश्लेषण गर्ने क्षमता विद्यमान रहने हुनाले अन्य उत्पादनका साधनलाई गरिने व्यवहारभन्दा यस पक्षको व्यवहार पृथक र संवेदनशील हुने गर्दछ। अन्य साधनमा गरिने योजना र लगानीभन्दा यस्तो साधनमा गरिने लगानीको प्रतिफल नदेखिन पनि सक्छ। साथै दीर्घकालमा पनि यसमा गरिने लगानीबाट यति नै प्रतिफल प्राप्त हुन्छ, भन्ने कुराको कुनै निश्चितता हुँदैन। यसलाई चीनका एक प्रख्यात व्यवस्थापनविद्को यस भनाइले पनि पुष्टि गर्दछ। 'if you plan for a year, grow seeds, if you plan for



राजुबाबु अर्याल
उप-प्रबन्धक

decade, plant trees, if you plan for 100 years plan men" (एक वर्षको योजना बनाउने भए अन्नबाली लगाऊ, दश वर्षको भए विरुवा लगाऊ र १०० वर्षको बनाउने भए मानिसकै योजना बनाऊ।) यसर्थ दीर्घकालीन योजना तर्जुमा गर्न मानव संसाधनसम्बन्धी सोचाइको आवश्यकता पर्दछ। संगठनभित्र कसरी नियन्त्रण र समन्वय गर्ने, संगठनको उद्देश्य कसरी प्राप्त गर्ने र मानव संसाधनको भण्डारको उचित प्रबन्ध कसरी गर्ने जस्ता मुख्य प्रश्नहरूको समाधान पत्ता लगाई कार्यान्वयन गर्न मानव संसाधन योजनाको जरुरत पर्दछ। संगठनलाई आवश्यक पर्ने जनशक्ति चाहिएको समयमा उचित किसिमको र चाहिएको परिमाणमा उपलब्ध गराउनको लागि मानव संसाधन योजना गर्दा रोजगार योजना (Employment Planning), जनशक्ति योजना (Manpower Planning) र उत्तराधिकार योजना (Succession Planning) लाई पनि ध्यान दिनु जरुरी हुन्छ।

भविष्यमा आवश्यक पर्ने जनशक्तिबारेमा सही अनुमान गर्न, समय-समयमा आउने परिवर्तनलाई समेट्न, प्रतिभाशाली कर्मचारीलाई संवर्द्धन गर्न र राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय रणनीति तय गरी लागू गर्नसमेत मानव संसाधन योजनाको आवश्यकता पर्दछ। समयको परिवर्तनसँगै नयाँ-नयाँ प्रविधिहरूको विकास हुँदै जान्छ। फलस्वरूप काम गर्ने तरिका र प्रक्रियामा परिवर्तन आउँछ। उपभोक्ताको रुचि, फेसन, आम्दानी, व्यवहारमा देखिने परिवर्तन, कामदार तथा कर्मचारीहरूको व्यवहारमा आउने परिवर्तन, व्यवस्थापनमा आउने परिवर्तन आदि कारणले गर्दा उपभोक्ता बजार परिवर्तन हुन्छ र संगठनात्मक उद्देश्य प्राप्तमा अनेकौं चुनौतीहरूको सृजना हुन्छ। यिनै चुनौतीहरूको सामना गर्न मानव संसाधन योजनाको आवश्यकता पर्दछ। मानव संसाधन योजनाले जनशक्तिमा विद्यमान रहने क्षमता र दक्षतालाई समन्वयात्मक एवं सामञ्जस्यपूर्ण तरिकाले अधिकतम



प्रयोग गरी संस्थागत उद्देश्य प्राप्तमा सघाउ पुऱ्याउँछ । अन्य साधनको मितव्ययी प्रयोग गर्न, जनशक्तिको आवश्यकता पहिल्याउन, भर्ना र छनोटसम्बन्धी कार्य गर्न, संबर्द्धन गर्न र अनावश्यक कर्मचारीलाई समयमै अवकाश दिन तथा सारांशमा जनशक्तिसम्बन्धी अनिश्चितताहरु समयमै रोक्न वा निराकरण गर्न मानव संसाधन योजनाको जरुरत पर्दछ । पेन्टास्कोप Pentascope र Bell Canada जस्ता Management Consultant हरुले समय-समयमा हाम्रो संगठनको अध्ययन गरी दिएको सुझावमुताबिक हामीले पनि समय-समयमा मानव संसाधन योजना गर्ने गरेका त छौं तर प्रतिवेदनअनुसार गरिने कागजी योजना एकातर्फ हुने गरेको छ भने व्यावहारिक रूपमा हामीले योजनालाई हुबहुरूपमा लागू गर्न सकेका छैनौं । यसले गर्दा कामको आधारमा पद सृजना नगरी बहुवा खाने उम्मेदवारको संख्याको आधारमा पद सृजना गर्ने परिपाटीको विकास खासगरी अधिकृतस्तरका पदमा हुने गरेका छन् । फलस्वरूप कामको लागि कर्मचारीको पूर्ति नभई कर्मचारीको पदोन्नतिको लागि पद सृजना गर्ने विकृत संस्कारलाई हामी केही वर्षदेखि अवलम्बन गर्दै आइरहेका छौं ।

मानव संसाधन हाम्रा लागि विगत केही वर्षदेखि एक जटिल विषय बन्दै आएको छ, जसले गर्दा यसमा प्रशस्त सुधारको आवश्यकता देखिएको छ । सरसर्तीरूपमा हेर्ने हो भने मानव संसाधन व्यवस्थापनलाई सेवाको लागि तयार भएका योग्य, दक्ष र सम्भावित जमात परिचालनको लागि गरिने उच्चतम अभ्यासको रूपमा बुझ्न सकिन्छ । तर हाम्रो सांगठनिक सन्दर्भमा यस पक्षलाई धेरै हदसम्म समस्या, दिग्दारी र गुनासाहरुद्वारा घेरिएको शक्तिहीन इकाइको रूपमा चित्रित गर्न सकिन्छ । सैद्धान्तिक रूपमा भन्ने हो भने प्राचीन व्यवस्थापन (Management in Antiquity) देखि व्यवस्थापनको सांयोगिक सिद्धान्त (Management Contingency Theory) लाई पनि माथ गर्ने तहसम्म हामी पुगिसकेका छौं । तर व्यावहारिक रूपमा भने हामी १०० वर्षपूर्व स्थापित भएको Taylor को वैज्ञानिक व्यवस्थापनको सिद्धान्तको एक छेउसम्म पनि पुग्न सकेका छैनौं । मानव संसाधन व्यवस्थापकको क्षमताको मापन उसको योगदानमा हुन सकेको पनि छैन र योगदानकै कारण निजको नियुक्ति मानव संसाधन व्यवस्थापनमा भएको पनि छैन । जसले गर्दा केही वर्षअघिदेखि हालसम्म मानव संसाधन व्यवस्थापन तदर्थवादमा नै सञ्चालन हुँदै आएको पाइन्छ । दुर्गन्धित प्रशासनिक वातावरणमा कुनै व्यवस्थापकले आफूलाई समायोजन गर्न सक्थो भने निजलाई कुशल एवम् दक्ष प्रशासकको बिल्ला तुरुन्त लगाइदिने गरिन्छ । यसैले हामी मान्यतामा आधुनिक र संस्कारमा अपठित तथा पुरातनवादी बन्दै गैरहेका छौं । एउटा विनियम लागू नहुँदै अर्को विनियम जारी हुने, व्यक्ति विशेषको लागि विनियम परिवर्तन गर्ने वा व्यक्तिलाई अपवादको रूपमा व्याख्या गर्ने, विनियमभन्दा परिपत्र र परिपत्रभन्दा मौखिक आदेश बलियो बन्दै जाने गाईजात्रे परम्पराहरु स्थापित हुने खतरा बढ्दै छ । वर्गीय एवं

संस्थागत हितको लागि स्थापित कर्मचारी संगठनहरु दलहितमा केन्द्रित हुँदै जान लागेका छन् र तिनका लागि कर्मचारी आचारसंहिता कागजको खोस्टो साबित हुँदै जान लागेको छ । दुर्गन्धित वातावरणमा छिटो समायोजन हुन सक्ने कर्मचारीहरु बढी योग्य र सक्षमरूपमा दरिन थालेका छन् ।

नेपाल दूरसञ्चार संस्थान स्थापना भएको केही वर्षसम्म पनि योग्यता प्रणाली (Merit System) मा न्यून संख्यामा र भनसुन तथा तोक आदेशको भरमा धेरै कर्मचारीहरु अस्थायी तथा ज्यालादारीमा नियुक्त गरेर पछि यिनै कर्मचारीहरुलाई नाम मात्रको प्रतिस्पर्धाबाट स्थायी गर्ने गरिएको थियो । उच्च प्राविधिक (इन्जिनियर) हरु योग्यताको प्रमाणपत्र पेस गरेको भरमा नोकरी प्रवेश गर्ने गर्थे भने प्रशासन, लेखा तथा मध्यमस्तरका प्राविधिक कर्मचारीहरु सामान्य छनोट तथा मन्त्री एवं उच्च प्रशासकहरुको तोकको आधारमा सेवा प्रवेश गर्ने गरेका थिए । यो अभ्यास ५० को दशकसम्ममा पनि कुनै न कुनै रूपमा जीवितै थियो । भनसुन, चाकरी र तोकको आधारमा सेवा प्रवेश गर्नेहरुको जमातले संगठनको कार्यसम्पादन र यसको उत्पादकत्वमा प्रतिकूल असर परेको त छुँदै छ । तर त्यो भन्दा पनि यसले एकैचोटि योग्यता प्रणाली र तोक आदेश तथा निवेदनको भरमा नियुक्त भएका सबै कर्मचारीहरुको बीचमा गहिरो मनोवैज्ञानिक छाप परेको छ । शक्तिकेन्द्रहरुमा भनसुन चाकरी र चुक्लीमा रमाउने एउटा समूह कार्यसम्पादनमा कमजोर मात्र हैन अनुशासनहीन र गैर जिम्मेवार पनि हुँदै गएका छन् । यस्ता कर्मचारीहरुबाट आउने व्यक्तिगत, समूहगत मागलाई लाचार र नाजवाफ हुँदै व्यवस्थापनले सम्बोधन गर्दै गएबाट आमकर्मचारीहरुमा त्यस्ता कर्मचारीहरु शक्तिशाली हुन्छन् भन्ने सन्देश फैलँदै गैरहेको छ । अझ यो भन्दा पनि ठूलो विडम्बना चाकरी, चाप्लुसी र तोकको आधारमा नियुक्त कर्मचारीहरुको नजरमा सबै कर्मचारीहरु कमजोर र अयोग्य हुने र उनीहरुले सबैलाई न्यून मूल्यांकन गर्ने परिपाटीको विकास हुँदै गैरहेको छ ।

मानव संसाधनको व्यवस्थापनमा देखिएको सबैभन्दा ठूलो कमजोरी व्यक्तिको अपरिहार्यतालाई जानी-नजानी अत्यन्तै तीव्र स्तरमा उचाल्ने गरिएको छ । व्यक्ति हेरी जिम्मेवारी सुम्पने परम्पराको विकास हुँदै गैरहेको छ । फलस्वरूप एउटा व्यक्तिलाई एकभन्दा बढी विभाग तथा शाखाको जिम्मेवारी सुम्पेर बाँकी सबै योग्य कर्मचारीलाई निकम्मा साबित गर्ने प्रयास भैरहेको छ । संगठनको सेवामा व्यक्ति विशेषको अपरिहार्यता महसुस गर्नु आफैमा अप्राकृतिक सोच र अभ्यासको प्रतिफल हो । व्यक्तिको अपरिहार्यतालाई काखी च्याप्दा कसैले आवश्यकताभन्दा बढ्ता महत्त्व पाउने र कोही योग्य भएर पनि पहिचान लिन नसकेका हुन्छन् । यसका लागि कुनै पनि कर्मचारीलाई सेवाको अवसर दिएर मात्र मूल्याङ्कन गर्ने, आवधिक सरुवा प्रणालीलाई कडाइका साथ कार्यान्वयन गर्ने र सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण कुरा त मानव संसाधन व्यवस्थापनले व्यक्ति निरपेक्षता (Personnel Neutrality)



सिद्धान्त अवलम्बन गर्नुपर्दछ। विकृत अभ्यासको कमजोरीको फाइदा उठाई आफूलाई अपरिहार्य ठान्ने समूहहरूले आफ्नो साख गुम्ने डरले जिम्मेवारी लिने नयाँ कर्मचारीलाई असफल बनाउने कोशिश गर्ने सम्भावना प्रबल रहने हुनाले प्रशासनिक वातावरणको सूक्ष्म अध्ययन गरी सोही मुताबिक कर्मचारीहरूको मूल्याङ्कन गर्नुपर्ने हुन्छ। यसका साथै आवधिक सरुवा प्रणालीमा एउटा कार्य समूहमा रहेका कर्मचारीहरूलाई एकै पटक सरुवा नगरी क्रमशः केही समयको अन्तरालमा सरुवा गर्नुपर्दछ। पछिल्लो पुस्ता ज्ञान र प्रविधिको दृष्टिले अधिल्लो पुस्ताभन्दा योग्य हुने भएकोले पछिल्लो पुस्ताको ज्ञान, तीनको क्षमता र चातुर्यतालाई हामी प्रशंसा गर्ने गर्दछौं। पुरानो पुस्ताको अनुभव र स्थानीय सन्दर्भमा काम गर्ने शैली तथा नयाँ पुस्ताका ज्ञानको मिश्रणबाट संगठनले अधिकभन्दा अधिक लाभ लिन सक्ने विश्वास गरिन्छ। तर अभ्यासमा हामी पुराना परम्पराको अन्धभक्त छौं। अधिकांश निर्णयहरू पहिला कसरी गरिएका थिए, गतवर्ष के भएको थियो भन्नेमा निर्भर रहन्छ र योग्य र सृजनशील कर्मचारीहरूले पनि परम्परालाई टेकेर निर्णय गर्दा सुरक्षित महसुस गर्ने गरेको देखिन्छ। यदि हामी विशुद्ध परम्परावादी नै बन्नु छ भने संगठनमा योग्य मानिस भित्र्याउनुको कुनै अर्थ छैन। किनकि परम्परागत अभ्यासलाई टेकेर त्यसैबाट निर्धारित सीमा र सिद्धान्तका आधारमा काम गर्न प्रतिस्पर्धाबाट छानिएर आएको कुनै जुभारु कर्मचारीको आवश्यकता नै पर्दैन। भनसुन, चाकरी र तोकको आधारमा सेवा प्रवेश गर्ने वा सोही बराबर योग्य अन्य कर्मचारीबाट जेनतेन सेवा लिन सकिन्छ।

नेपाल टेलिकममा उत्पन्न भएका समस्याहरू प्रायः सबै मानव संसाधनको उपयुक्त व्यवस्थापनको अभावले नै भएको पाइन्छ। एकातिर काम नगरी तलब, भत्ता, सुविधा मात्र थाप्ने कर्मचारीहरूको जमात दिनदिनै बढ्दै गएको देखिन्छ भने अर्कोतर्फ स्वीकृत दरबन्दी सबै पूर्ति हुन नसक्दा Field मा काम गर्ने जनशक्तिको कमी पनि महसुस भैरहेको छ। भएका कर्मचारीहरूलाई काम लगाउन नसकिएको कारणले रिक्त दरबन्दी पूर्ति गर्नुभन्दा outsourcing गर्नु उपयुक्त हुने ठानी outsourcing लाई हाम्रो व्यवस्थापनले मूलमन्त्र नै बनाएको छ। तर outsourcing सम्बन्धमा ठोस नीति तथा योजना बन्न नसक्दा कर्मचारीहरूको अभावको समस्या यथावत् रहन गई लक्ष्यअनुसार सेवाको विस्तार र गुणस्तर सुधारको काममा हामी धेरै पछि परिसकेका छौं।

मानव संसाधन व्यवस्थापनमा अत्यन्त विवेकशील र उदार भई निष्पक्ष ढंगले कार्यसम्पादनलाई मुख्य कडीको रूपमा लिई अगाडि बढ्न सकेमा ७० प्रतिशत जति समस्याहरू सजिलै निराकरण गर्न सकिन्छ। प्रत्येक कामलाई संख्यात्मकरूपमा यकिन गरी त्यसलाई सम्पादित कामको वीचमा सहजै तुलना गर्ने प्रणालीको प्रारम्भ गरेर तोकिएभन्दा बढी काम गर्ने जनशक्तिलाई अतिरिक्त आर्थिक सुविधा उपलब्ध गराउने प्रणालीको व्यवस्था गर्नुपर्दछ।

उत्पादकत्व वृद्धिको लागि मानव संसाधनको अहम् भूमिका हुने र मानव संसाधनलाई उत्प्रेरित गराइराख्न सही मूल्याङ्कन प्रणाली लागू गर्नुपर्ने हुन्छ। स्वायत्त संस्थाले आफ्नै किसिमको मूल्याङ्कन प्रणाली लागू गर्न सकिने हुँदाहुँदै हाम्रो मूल्याङ्कन प्रणाली मूलतः निजामति कर्मचारीको मूल्याङ्कन प्रणालीबाट निर्देशितजस्तो देखिन्छ। तर यसको अर्थ निजामति कर्मचारीको मूल्याङ्कन प्रणालीबाट हाम्रो विनियमावली र त्यसभित्रको मूल्याङ्कन प्रणाली प्रभावित भएकै कारण नराम्रो हुने पनि होइन। मूल विषय त्यसको प्रभावी कार्यान्वयन हो। हालको हाम्रो मूल्याङ्कन प्रणालीलाई वैज्ञानिक बनाउन आवश्यक छ। कार्यसम्पादन मूल्याङ्कनको सञ्चालन र व्यवस्थापनको लागि कार्यसम्पादनकै आधारमा मात्र रोजगारी, पारिश्रमिक, वृत्ति विकास, कल्याण र व्यावसायिक सम्बन्ध विकास गर्ने गरिएमा कार्यसम्पादनमा दक्षता र प्रभावकारिता आउने देखिन्छ। यसैले मानव संसाधन व्यवस्थापनमा सुधारको लागि मूल्याङ्कनलाई कार्यसम्पादनसँग आबद्ध गर्नु/गराउनु जरुरी छ। कार्यसम्पादन मूल्याङ्कनको अर्को समस्या हो, तालुक अधिकृत र मातहतका कर्मचारीबीचको विचार र धारणामा असमानता। कुनै कर्मचारी र तालुक अधिकृतको विचार, धारणा र आममान्यताहरू समान हुन वा नहुन सक्छन्। तर यसै आधारमा कुनै पनि कर्मचारीको मूल्याङ्कन प्रभावित हुन्छ वा कर्मचारीको कार्यसम्पादन र अनुशासनभन्दा बाहेक अन्य विषयमा मूल्याङ्कनकर्ता पूर्णतः निरपेक्ष रहन सक्दैन भने कार्यसम्पादनभन्दा सम्पर्कले सुरक्षित भइन्छ भन्ने धारणा आमरूपमा विस्तारित हुन पुग्छ र योग्य कर्मचारीले पनि आफ्नो अस्तित्व र पहिचान एवम् सुरक्षाको लागि शक्तिकेन्द्र धाउनुपर्ने वातावरण बन्दै जान्छ। यसले गर्दा संगठनको उत्पादकत्वमा तीव्र गतिले प्रहार भइरहेको छ।

मानव संसाधन बुझाइमा जति सामर्थ्यवान् छ, यो उत्तिकै चुनौतीपूर्ण पनि छ। व्यवस्थापनका प्रणालीमा कर्मचारीहरूलाई भौतिक रूपमा मात्र उपस्थित गराएर पुग्दैन, भावनात्मकरूपमा समेत उपस्थित बनाउने र तीनको माध्यमबाट संगठनको उद्देश्य प्राप्त गर्ने अन्यन्तै कठिनतम अभ्यासबाट मानवीय संसाधन व्यवस्थापन गुञ्जन सक्नुपर्दछ। बदलिँदो परिवेशको उच्चतम आदेशलाई प्रणालीभित्र भित्र्याउनुका साथै कतिपय स्थापित मान्यता र सिद्धान्तहरूको पनि संरक्षण गर्नुपर्दछ। आजकल संस्थागत हित र कर्मचारीको स्वार्थ बाझिएर थुप्रै गुनासा र उजुरीहरू व्यवस्थापनसमक्ष आउने गर्दछन्। यस्ता गुनासा र उजुरीलाई उचित तरिकाले सम्बोधन गर्नुका साथै धम्की, दबाव र शक्तिकेन्द्रका अवाञ्छित निर्देशनलाई चिदै इमानदार र मेहनती कर्मचारीहरूको पक्षपोषण गरी कर्मचारी संयन्त्रलाई चुस्त र उच्च मनोबलयुक्त बनाउने जिम्मेवारी नेपाल टेलिकम व्यवस्थापनको काँधमा छ।

टेलिकमलाई दौडिनै दिऊँ

संस्था र व्यक्तिको नाम नलिऊँ । एक निजी दूरसञ्चार कम्पनीमा काम गर्ने एक जना कर्मचारीको काम नै नेपाल टेलिकमले गर्न खोजेका प्रोजेक्टमा भाँजो हाल्दै हिँड्ने देखिएको छ । टेलिकमले कुनै नयाँ काम गर्न खोज्यो भने उनी सबैभन्दा पहिले अख्तियारमा उजुरी गर्छन् । उजुरी पर्छ- 'देशभक्त नेपाली', 'टेलिकमको भलो चाहने उपभोक्ता', 'एक सचेत नागरिक' आदि आदि यस्ता नामबाट । त्यहाँ मात्र होइन, अनुसन्धान गर्न सक्ने भनी जिम्मेवारी पाएका जति सबै निकायमा टेलिकमले किन्तु लागेको उपकरणमा अबैँ घोटेला भयो भन्दै उजुरी पर्छन् । कहिलेकाहीं ठेक्का नपाउने ठेकेदार र तिनका नेपाली एजेन्टले हाल्नेभन्दा बाहेक अधिकांश उजुरी तिनै एक कम्पनीका कर्मचारीले दर्ता गराएका छन् तर अमुक नाममा । संसद्को सार्वजनिक लेखा समिति, सार्वजनिक खरिद अनुगमन कार्यालय, राष्ट्रिय सतर्कता केन्द्रलगायतमा पर्ने उजुरी त गनी साध्य नै छैन ।

मैले अनुभव गरेको तथ्य के हो भने, विगत दुई वर्षयता नेपाल टेलिकमका उच्च अधिकारीहरूको दिनचर्या नै यी माथि उल्लेख गरिएका निकायहरूमा बयानका लागि जाने, पुष्टि गर्ने आधार पेस गर्नेमै व्यतीत भएको छ । नयाँ योजना र सोचाइमा ध्यान दिने समय नै टेलिकमका अधिकारीहरूले पाएका छैनन् । मानौं कि टेलिकमका अधिकारीहरू भनेका अपराधी नै हुन् भन्ने जस्ता व्यवहार भैरहेका छन् । चाहे लेखा समिति होस् या अख्तियार, टेलिकमका अधिकारीहरू त्यहाँ पेस हुँदा अपराधीको जस्तो व्यवहार भैरहेको छ ।

अर्को सन्दर्भ । संसद्को सार्वजनिक लेखा समिति, विकास समिति, अर्थ समितिसँग नेपाल टेलिकमको कतिपय विषयमा प्रत्यक्ष सम्बन्ध देखिन्छ । दूरसञ्चारसँग सम्बन्धित कुनै बैठकमा सभासदहरूले चर्को कुरा गरे भने बुझिन्छ कि केही व्यक्तिगत स्वार्थ लुकेको छ । बैठकमा चर्का कुरा गर्ने र बाहिर निस्केर व्यक्तिगत काम मार्ने प्रवृत्तिसमेत सभासदहरूमा देखिएको छ ।

केही महिनाअघि संसद्को लेखा समितिकै एक सभासदले टेलिकमका तत्कालीन प्रबन्ध निर्देशक विश्वनाथ गोयललाई अपशब्द नै बोले, त्यो पनि बैठक भैरहेको समयमा । पछि चर्चा चल्थो- अपशब्द बोले सभासद् र टेलिकम उच्च अधिकारीको एक घण्टा भेटघाटपछि उनी आफैँ लाइनमा आए ।

केही दिनअघिको मात्र सन्दर्भ हो, संसद्को विकास समितिकी



रामचन्द्र भट्ट

एक सदस्य भन्दै थिइन्- 'टेलिकमले गरेको विज्ञापनमा मेरो छोराले पनि दिएको थियो तर जाँचै लिएन ।' उनको संकेत जाँच नलिएको भन्ने भन्दा पनि आफ्नो छोराले आवेदन गरेको र जागिर दिनुपर्छ भन्ने देखिन्थ्यो । बैठक सकिएपछि उनले त्यहाँ उपस्थित नायब प्रबन्ध निर्देशक जीवनरत्न शाक्यलाई आफ्नो छोराले नाम र नम्बरसमेत जबरजस्ती टिपाइन् ।

टेलिकमजस्तो सुनको अण्डा दिने संस्था डुबे डुबोस् तर आफू भने बन्नुपर्छ, कमाउनुपर्छ भन्ने धारणा यतिखेर मन्त्रीदेखि लिएर सांसद अनि अनुसन्धान गर्ने निकायका अधिकारीहरूमा व्याप्त छ । संस्थालाई व्यवस्थापकीय, प्राविधिक रूपमा सक्षम बनाउने भन्दा पनि आफ्नो लागि कमाइ खाने भाँडोको रूपमा लिइएको छ । बहालवालादेखि लिएर भूतपूर्व सञ्चारमन्त्रीका लागि त टेलिकम दुहुनो गाई नै भैहाल्यो ।

किन यस्तो हुँदै छ ?

यो आलेख लेखिरहेको २०६८ पुस २६ गते नेपाल टेलिकमको शेयर मूल्य स्टक एक्सचेन्जमा तीन रुपियाँले बढ्यो । टेलिकमले आफ्नो नाफाबाट ४५ प्रतिशत नगद लाभांश दिने प्रस्ताव अधिल्लो दिन मात्र अर्थ मन्त्रालयमा पठाएको छ । १० प्रतिशत लाभांश दिने घोषणा गर्ने कम्पनीहरूका शेयर मूल्य ४०/५० रुपियाँले बढेका छन् तर ४५ प्रतिशत लाभांश दिने प्रस्ताव गर्ने कम्पनीको शेयर मूल्य तीन रुपियाँले मात्र बढ्नुको संकेत पक्कै राम्रो मान्न सकिन्छ ।

कारण खोतल्दै जाँदा अन्तिममा ठोकिने माथि उल्लेख गरिएकै निकायहरू हुन् । सर्वसाधारण लगानीकर्तालाई अब विश्वास छैन कि टेलिकमले नयाँ प्रोजेक्टहरू ल्याउन सक्छ, र बढी भन्दा बढी नाफा शेयरधनीलाई दिन सक्ला भनेर । अख्तियारले टेलिकमले 'डिम' भनेर घोषणा गरेका प्रोजेक्टहरू ठेक्का निर्णय हुन नपाई रोक्छ, लेखा



समितिले सिमकार्ड नभए नहोस् तर 'ब्रिजिड प्रोजेक्ट' नल्याऊ भनेर निर्देशन दिन्छ, सञ्चालक समितिले एउटा निर्णय गर्न महिनौ लगाइदिन्छ। अख्तियारमा धाउनुपर्ला भनेर सञ्चालकहरुबीच नै भागाभाग हुन्छ भने यो संस्थाले कसरी अरु प्रगति गर्ने आधार बन्छ ?

४५ प्रतिशत लाभांश दिने सञ्चालक समितिको निर्णयपछि मैले आफू कार्यरत नागरिक दैनिकमा समाचार बनाउने क्रममा पूर्वअर्थमन्त्री तथा सभासद् डा. प्रकाशचन्द्र लोहनीसँग जिज्ञासा राखेको थिएँ। उहाँले यसलाई अकल्पनीय लाभांशको रूपमा व्याख्या गर्नुभएको थियो, तर बजारले यसलाई पत्याएन। कारण सरकारी हस्तक्षेप बढ्ता छ, टेलिकमले गर्न लागेका नयाँ प्रोजेक्टहरुमा धेरै निकायले भाँजो हाल्छन् र अधि बढ्न दिदैनन् भन्ने धेरैको बुझाइ छ। यथार्थता पनि यही हो।

वार्षिक १२ अर्ब नाफा कमाउनु भनेको चानचुने कुरा हुँदै होइन। अनि त्यसबाट भन्डै सात अर्ब नाफा त शेयरधनीलाई बाँड्ने निर्णय भएको छ। कुनै कम्पनीले नाफाको ठूलो अंश शेयरधनीलाई बाँडेको पाइँदैन। हो, भन्डै ९२ प्रतिशत शेयर सरकारको भएको हुँदा अधिकांश लाभांश सरकारी खातामै जान्छ। यसलाई टेलिकमले सुधार्न सक्ने विषय पनि होइन। सरकारी शेयर बढी भएको कारणले स्वाभाविक रूपमा बढी लाभांश उतै जान्छ। तर पनि ४५ प्रतिशत दिने निर्णयले सर्वसाधारणले कम्तीमा ६०१ रुपियाँ राखेर किनेको शेयरको भाउ त्यो विन्दुसम्म पनि नपुग्नुले टेलिकमभित्र र बाहिर अनेक समस्या छन् भन्ने कुरालाई संकेत भने गरेको छ।

समस्या यी हुन् :

- नेक्स्ट जेनेरेसन नेटवर्क (एनजीएन) किन्ने अन्तिम तयारी गरिरहँदा गतवर्ष कात्तिकमा अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोगले ठेक्कै रद्द गर्न निर्देशन दियो। यसले टेलिकमले तारवाला टेलिफोनबाट दिन खोजेको उच्च गतिको इन्टरनेटसहितको नयाँ प्रविधि नै रोकिन पुग्यो।

- संसद्को सार्वजनिक लेखा समितिले पहिलेकै मोलमा नयाँ मोबाइल लाइन (ब्रिजिड प्रोजेक्ट) नकिन्न निर्देशन दियो। यो निर्देशनपछि टेलिकमले देशभर सीडीएमए स्काई फोनको माग भए पनि बेच्न सकेन।

- दुई महिनाअघि मात्र टेलिकमले खोलेको एक करोड मोबाइलको टेन्डर पनि यति खेर अख्तियारमा पुगिसकेको छ। यो विषयमा टेलिकमका अधिकारीहरु हरेक दिनजसो अख्तियारमा पुगेर बयान दिँदै फर्किने गरेका छन्।

यस्ता दर्जनौं उदाहरण छन्। जसले टेलिकमलाई देशका अरु

टाट पल्लेका र पल्टिन लागेका संस्थानसरह बनाउने बाटोमा जबरजस्ती घँचेडिरहेको छ। टेलिकमका अधिकारीहरु यसलाई नम्बर १ सेवाप्रदायककै रूपमा राख्न प्रयासरत छन्। तर सरकारी निकायले गर्ने अवरोध, हस्तक्षेपले गर्दा बजारमा हिस्सा गुम्दो क्रममा छ।

टेलिकमका अधिकारीहरुले संस्थालाई माथि उठाउने, विश्वमा आएका नयाँ प्रविधि र सेवा नेपाली उपभोक्तालाई दिने योजना र सोचाइ बनाए पनि धेरै निकायले गर्ने अवरोधले यो संस्थालाई धराशायी हुन बल पुग्दै छ। आक्रामक योजनासहित निजी क्षेत्रका कम्पनी बजारमा आइरहेका बेला सरकारी स्वामित्वको नेपाल टेलिकमको बजार विस्तार योजनामा एकपछि एक अवरोध भएका छन्।

सरकारलाई सबैभन्दा बढी राजस्व तिर्ने टेलिकमले अगाडि सारेका नयाँ प्रविधिका अधिकांश प्रोजेक्टहरु सरकारी निकायबाटै रोकिँदै आएका छन्। नयाँ प्रविधि शुरू गर्न नसक्ने र पुराना सेवा पनि मागअनुसार दिन नसक्ने भएपछि टेलिकमको सेवाको स्तर त गिर्दो छ, नै, भोलि यो कम्पनी जनकपुर चुरोटजस्तै नबन्ला भन्न सकिने अवस्था छैन।

टेलिकमका योजनामाथि लगातार अवरोध भएपछि लगानीकर्ताको विश्वास बढाउन र अन्तर्राष्ट्रिय दूरसञ्चार कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्न सार्वजनिक लेखा समितिले हालै मात्र रणनीतिक साभेदार ल्याउन प्रधानमन्त्री कार्यालयलाई निर्देशन दिइसकेको छ। टेलिकमको चिन्ताजनक अवस्था देखिएपछि पुस अन्तिम साता बसेको लेखा समितिको बैठकले हस्तक्षेप कम गर्न र रणनीतिक साभेदार ल्याउन प्रधानमन्त्री कार्यालय, सञ्चार मन्त्रालयलाई निर्देशनसमेत दिएको छ। तर पूर्वअर्थमन्त्री लोहनीकै भाषामा 'कुत खान पल्लेको' सरकारले टेलिकममा रणनीतिक साभेदार ल्याइहाल्ला भनेर पत्याउने आधार भने छैन।

दुई वर्षअघि नै २५ देखि ३० प्रतिशत शेयर दिएर साभेदार ल्याउन सञ्चार मन्त्रालयले अर्थ मन्त्रालयलाई सिफारिस गरेको हो। अहिले टेलिकमले दिइरहेको नाफा देखेर हुनुपर्छ, किन नाफा खान विदेशीलाई ल्याउने भन्ने सोचाइ बनाएको देखिन्छ। यो विषय अहिलेसम्म अधि नबढ्नुको कारण एउटै हो कि नाफा भैरहेको संस्थामा किन विदेशी ल्याउने भन्ने, किन ख्वाउने भन्ने ? तर प्रविधि, व्यवस्थापन, सेवाको गुणस्तर राख्न विश्वमा यही क्षेत्रमा कार्यरत संस्थाहरुलाई नल्याउने हो भने टेलिकमको अवस्था अबको ५ वर्षपछि भन्न सकिँदैन। सक्षम टिम र प्रविधि ल्याउने हो भने टेलिकम निश्चितरूपमा यो भन्दा अधि बढ्नेछ भने रणनीतिक साभेदार नहुने हो भने अबको ५ वर्षपछि जनकपुर चुरोट कारखानाको हविगत



यसले भोगनुपर्ने निश्चितै छ ।

प्रविधिमा काम गर्ने भएको हुँदा टेलिकमको लागि छुट्टै खरिद ऐन हुनुपर्ने जरुरी देखिन्छ । विद्यमान खरिद ऐनले ग्लोबल टेन्डर, त्यसको खोल्ने प्रक्रिया, मूल्यांकनजस्ता काममै लामो समय खाने गरेको छ । एक वर्षअघि अख्तियारको निर्देशनले एनजीएन टेन्डरको डकुमेन्ट तयार गरेर रद्द प्रक्रियासम्म आइपुग्दा तीन वर्ष जति लागेको थियो । तीन वर्षको मेहनत खेर जाने अवस्था आउन नदिन कतिपय निर्णयहरु विनाटेन्डर अथवा बढीमा दुई साताभित्रै खोल्न पाउने गरी गर्ने हो भने नयाँ प्रविधिहरु छिटोछरितो माध्यमबाट आउनेछन् । छिटो-छिटो परिवर्तन हुने प्रविधि भएकोले एक पटक टेन्डर रद्द हुँदा पछिल्लो पटक त्यो प्रविधि फेज आउट भैसकेको हुन सक्छ । त्यसतर्फ विचार गर्दा टेलिकमलाई साँच्चै एक नम्बरकै सेवाप्रदायक बनाएर टिकाउने हो भने अहिलेको जस्तो हस्तक्षेप र निर्णयमा जवाफदेहिताको अन्त्य हुन जरुरी छ ।

ठेक्कापट्टामा अनियमितता भयो भन्ने बेनामी उजुरीकै भरमा अख्तियारजस्ता निकायले अनुसन्धानका लागि भनेर महिनौंसम्म निर्णय नगरिदिँदा टेलिकमको अवस्था निकै नाजुक बनाएको छ । यसले टेलिकम कर्मचारीको मात्र होइन, शेयरधनीको मनोबलसमेत खस्केको छ ।

नेक्स्ट जेनेरेसन नेटवर्क (एनजीएन) को टेन्डर रद्द गरेपछि त्यसपछिका टेलिकमका अधिकांश नयाँ प्रोजेक्टहरु रद्द हुँदै गएका छन् । २० लाख लाइनको आईपी सीडीएमए, एक करोड लाइन जीएसएम मोबाइलका कागजपत्र सबै अख्तियारले अनुसन्धान गर्न टेलिकमबाट लगेको छ । यस्तै आईपी ब्याकबोनको टेन्डरसमेत अख्तियारले रोकेपछि त्यसको मारमा टेलिकम त छँदै छ, उपभोक्तासमेत परेका छन् ।

अख्तियारले फाइल लगेपछि निर्णय गर्न सञ्चालक समितिका अधिकांश सदस्यहरु एक कदम अघि नबढ्ने पुरानै रोग हो टेलिकमको लागि । सरकारी कर्मचारीको बाहुन्यता रहेको सञ्चालक समितिका कोही पनि सदस्य टेलिकमको पक्षमा निर्णय गर्ने आँट गर्दैनन् । पाएसम्म टेलिकमबाट सेवा-सुविधा लिने तर यसको हितमा भने सिन्कोसमेत नभाँचे प्रवृत्ति सरकारी अधिकारीहरुको देखिएको छ । समयमा निर्णय नभएर टेलिकम डुबे डुबोस् तर भविष्यमा अख्तियारको मुद्दा खेप्ने, बहुवाबाट वञ्चित नहुने नीति सञ्चालकमा स्पष्ट महसुस गर्न सकिन्छ ।

सत्य कुरा के हो भने, निजी क्षेत्रका टेलिफोन कम्पनीहरु एउटा बैठकको भरमा अबौं रुपियाँका सामान र नयाँ प्रविधि किन्न सक्षम

भाए पनि टेलिकमले भने जतिसुकै प्रतिस्पर्धा गराएर किने पनि सरकारी प्रक्रियाले गर्दा ढिला हुने गरेको छ । निर्णय हुन नपाउँदै भ्रष्टाचार भयो भन्दै अख्तियारले दुई वर्षयता टेलिकमका महत्वाकांक्षी र महत्वपूर्ण प्रोजेक्टहरुमा अंकुश लगाएको छ । प्रमाणको आधारमा होइन, शंकाको भरमा भ्रष्टाचार हुँदै छ भनेर टेलिकमका नयाँ सेवा, प्रविधिहरु एकपछि अर्को रोकिँदै छन् । भ्रष्टाचार भएको छ भने निर्णय गर्नेलाई जेलमा हाल्नुपर्छ, तर अनुसन्धानकै लागि महिनौं झुलाइदिने र पछि टेन्डर रद्द गर्न निर्देशन दिने परम्पराले नेपाल टेलिकमलाई हातखुट्टा बाँधेर म्याराथन दौडमा भाग लिन पठाएको जस्तो देखाएको छ ।

अख्तियारले टेलिकमले किनेको मोबाइलगायत उपकरणमा भ्रष्टाचार भएको भनेर कसैलाई पनि जेलमा हालेको र क्षतिपूर्ति तिराएको छैन । उजुरीकै भरमा धमाधम टेन्डर रद्द गरिदिँदा निजी कम्पनीको सेवा विस्तारमा अख्तियारलगायत निकायले सहयोग गरेर टेलिकमको हात बाँध्ने काम भइरहेको भन्दै संसदीय समितिमा समेत छलफल भएको छ ।

टेलिकमले नाफा कमायो भने देशभित्रै त्यो नाफा बस्छ, भन्नेमा केही सभासदहरु ढुक्क छन् । जसलाई सरकारले चाह्यो भने विकासका अन्य पूर्वाधारमा लगानी गर्न सक्छ । सबैले देखेकै विषय हो, टेलिकमले ४५६ मेगावाटको माथिल्लो तामाकोशीमा ६ अर्ब रुपियाँ ऋण र ६० करोड रुपियाँ शेयरबापत लगानी गरेको छ । माथिल्लो त्रिशूली ३ वि मा टेलिकमले विद्युत प्राधिकरणसहर लगानी गर्ने प्रतिबद्धता जनाइसकेको छ ।

छिटो-छिटो फेरिने प्रविधिमा काम गर्ने टेलिकम संस्था निकायलाई अघि बढ्न दिनको लागि अख्तियारलगायतका निकायले परेका उजुरी चाँडो टुंगो लगाइदिनुपर्छ । पटक उजुरीका आधारमा पनि आफैँ कन्भिन्स हुन नसकेको विषयमा सप्लायर्स र तिनका एजेन्टबाट पर्ने उजुरीकै भरमा टेलिकमलाई अघि बढ्न नदिने चलखेलमा लाग्ने प्रवृत्ति अनुसन्धानकर्तामा देखिएको छ । राष्ट्रिय लगानी रहेको टेलिकमलाई अघि बढ्न नदिने समयमा निर्णय नदिने र च्याँखे मात्र थापिरहने हो भने निर्णयकर्तालाई भविष्यले कदापि माफी दिनेछैन । अरु त अरु, तिनकै सन्तानले पनि नयाँ प्रविधि प्रयोग गर्न रोकेकोमा धिक्कार्नेछन् । भ्रष्टाचार, अनियमितता भएको छ भने निर्णय गर्नेलाई जेलमा कोचौं, क्षतिपूर्ति भराऊँ, तर कम्पनीलाई बन्धक बनाएर अघि बढ्न नदिने नीति कसैले पनि नलिँदा मुलुक र आमजनतालाई नै यो संस्थाले सेवा-सुविधा दिन सक्नेछ ।

(नागरिक दैनिकमा कार्यरत भट्ट सूचना प्रविधिमा रिपोर्टिङ गर्छन् ।)

टेलिकममा प्रशासनिक सुधार अबको आवश्यकता

नेपाल टेलिकमले वि.स. १९७० मा राजधानीमा म्याग्नेटो प्रणालीबाट दूरसञ्चार सेवा शुरु नगरेको भए आज हाम्रो खल्तीमा मोबाइल पक्कै पनि हुने थिएन । समयसँगै प्रविधिको विकासलाई आत्मसात् गर्दै अगाडि जानुपर्ने चुनौती अब नेपाल टेलिकममाथि आएको छ । प्रतिस्पर्धाले चरम रूप लिएको बेला टेलिकम कहिले के कहिले के समस्यामा अल्झिरहेको छ । कतिपय समस्या टेलिकमको आफ्नै कमी-कमजोरीले आइपर्ने गरेका छन् भने कतिपय टेलिकम डुबाउने षड्यन्त्र बुन्नेहरूले गर्दै आएका छन् । यो विषयमा टेलिकमले चासो नदेखाउने हो भने आजभन्दा केही वर्षअगाडि जसरी जनकपुर चुरोट कारखाना धाराशयी भयो टेलिकमको त्यही हविगत नहोला भन्ने कसरी ?

नेपाल टेलिकम देशको अग्रणी मोबाइल सेवाप्रदायक कम्पनी मात्र नभएर करिब ७० लाख सर्वसाधारणको चासोको केन्द्र हो । एकातिर नेपाल टेलिकम दूरसञ्चार क्षेत्रको सबैभन्दा धेरै ग्राहक आधारका हिसाबले ठूलो कम्पनी हो भने अर्कातिर सरकारलाई राजस्व बुझाउने नम्बर एक पनि हो । गतवर्ष टेलिकमले ठूला करदातामध्ये सबैभन्दा धेरै कर सरकारलाई बुझाएको छ । यसरी नै कम्पनीलाई नम्बर एकमा राख्न अबको आवश्यकता व्यवस्थापकीय सुधार नै हो ।

टेलिकम सरकारको बहुमत शेयर लगानी भएको कम्पनी भएकोले सरकारको आँखा पनि यसतर्फ सकारात्मक हुनु जरुरी छ । राजस्व धेरै बुझाउने कम्पनीमा सरकारले समस्या र बाधा-व्यवधानलाई कम गराउने नयाँ कार्ययोजना ल्याएर भए पनि प्रतिस्पर्धाबीच टेलिकमलाई अगाडि बढाउनुपर्छ । पछिल्लो ५-६ वर्षयता कम्पनीको व्यवस्थापनमा देखिएको कमी-कमजोरीले गर्दा टेलिकमले ठूलो रकम घाटा बेहोरिसकेको छ । पुनः यस्ता समस्या नदोहोर्नाउन व्यवस्थापनतर्फ ध्यान दिने हो भने समयसापेक्ष अगाडि जान सजिलो हुन्छ । देखदा राम्रो र ठूलो देखिए पनि भित्र धमिराले गोलो लगाउन धेरै समय लाग्दैन । त्यसैले कम्पनीको व्यवस्थापन शैली हालको जस्तो भएर भविष्यमा अगाडि जान नसक्ने निश्चित छ । टेलिकम सञ्चालक समिति र उच्च निकायका अधिकारीहरूले समयमै सोच्नुपर्ने बेला आएको छ । के यही व्यवस्थापनमा कम्पनी अगाडि बढ्न सक्ला ? प्रतिस्पर्धी कम्पनीको व्यवस्थापन कस्तो छ भनेर एक पटक सोच्ने, बुझ्ने र जान्ने समय आएको छ ।

‘आगो ताप्लु मुढाको कुरा सुन्नु बूढाको’ भन्ने उखानजस्तै दूरसञ्चार क्षेत्रमा टेलिकम भने बूढोजस्तै हो । टेलिकमले अन्य कम्पनीका तुलनामा धेरै संघर्ष र मेहनत गरेर आज यो ठाउँसम्म आएको हो । अरुले देखाएको बाटोमा हिँड्नभन्दा आफैले बाटो पत्ता



सरस्वती ढकाल

कारोबार राष्ट्रिय आर्थिक दैनिक

लगाएर अगाडि जान निकै कठिन हुन्छ । नेपाल टेलिकम आफै बाटो खोजेर आएको हो भने अन्य सेवाप्रदायक कम्पनी टेलिकमले बाटो देखाएपछि आएका हुन् । यसमा कुनै शंका नै छैन । मार्गदर्शक कम्पनीलाई बचाइराख्नु सरकारको पनि दायित्व हुन आउँछ । टेलिकमलाई बचाउँदा सबैभन्दा धेरै नाफा सरकारलाई हुन्छ । किनकि टेलिकममा बहुमत शेयर सरकारको छ । एकातिर सरकारको राजस्वका लागि टेलिकम बचाइराख्नुपर्छ भने अर्कातिर बजारमा एकाधिकार हटाउन पनि टेलिकम सधैं मार्गदर्शक बन्नुपर्छ । यदि टेलिकमले घुँडा टेक्यो भने यसमा ७० लाखभन्दा बढी उपभोक्ता त मारमा पर्नेछन् नै, ६ हजारको कर्मचारीको रोजीरोटीसमेत गुम्नेछ । यति मात्र नभएर टेलिकमसँग अथाह सम्भावनाहरू छन् । असल व्यवस्थापनको अभावमा टेलिकम प्लान होलिडेमा छ । कमजोर व्यवस्थापनले गर्दा अहिले टेलिकमले जे-जति नयाँ परियोजना ल्याउने तयारी गर्छ, व्यवहारमा आउन नपाउँदै फाइल अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोगमा पुग्छ । यो के कारणले भएको, कसले खेल खेलेको छ, किन रोकिन्छ फाइल त्यसरी महिनौंसम्म, एक दिन मात्रै फाइल निष्क्रिय भएर रहँदा टेलिकमले लाखभन्दा धेरै घाटा बेहोर्नुपर्छ । यसबारेमा टेलिकम प्रशासनले कहिले तिखो दिमाग लगाएर सोच्ने ? किन कानुनी दायरा पूरा नगरी काम गर्ने प्रक्रिया अगाडि बढाइन्छ ? यसमा पनि टेलिकम प्रशासनको ध्यान जानुपर्छ ।

सरकारको आधिपत्य भएको संस्थामध्ये नेपाल टेलिकम मात्रै हो नाफामा गएको, अरु सबै घाटा र जेनतेन खर्च धान्न सक्ने अवस्थामा रहेको सर्वविदितै छ । सरकारी कम्पनीमा कर्मचारीको काम गर्ने प्रवृत्ति नै ठीक नभएकोले नाफामा जान नसकेका हुन् । ३६ वटा संस्थानमध्ये नाफा र कारोबारका हिसाबले टेलिकम नै अगाडि छ । नेपाली बजार, यहाँको जनसङ्ख्या र खर्च गर्ने क्षमतालाई हेर्दा टेलिकमको कारोबार अपेक्षाकृत धेरै हो । टेलिकमले आर्थिक वर्ष ०६७/६८ मा १२ अर्ब १२ करोड रुपियाँ नाफा गरेको छ । अधिल्लो



आर्थिक वर्ष ०६६/७७ मा १० अर्ब ७८ करोड रुपियाँ नाफा कमाएको कम्पनीमा ०६७/६८ आउँदा १ अर्ब ३४ करोड रुपियाँ वृद्धि भएको छ ।

यसरी नाफा वृद्धि भएको कम्पनीमा व्यवस्थापकीय सुधार भएमा अझ माथि जान सजिलो हुने निश्चित छ । गतवर्षमा कम्पनीको कुल आम्दानी २९ अर्ब ८४ करोड रुपियाँमध्ये सरकारलाई कर तथा गैरकर गरी १६ अर्ब २७ करोड रुपियाँ कुभ्राएको छ । कम्पनीले टेलिकम सेवा शुल्क, आम्दानी कर, मूल्य अभिवृद्धि कर, ग्रामीण दूरसञ्चार कोष शुल्कलगायतमा सरकारलाई कर तिर्नुपर्छ । कम्पनीले गतआवामा ३० अर्ब रुपियाँ आम्दानी गर्ने लक्ष्य लिएको थियो । व्यवस्थापन राम्रो भएको भए सजिलै लक्ष्य प्राप्त गर्न सक्ने थियो टेलिकमले तर थोरै चुकेको छ । ०६५/६६ मा कम्पनीको कुल आम्दानी २२ अर्ब २५ करोड रुपियाँ रहेकोमा ०६६/६७ मा आउँदा २७ अर्ब २२ करोड रुपियाँ भएको थियो । एक वर्षको समयवधिमा फन्डै ५ अर्बले वृद्धि भएको थियो । अघिल्लो वर्षको तुलनामा कुल आम्दानीतर्फ २२.३० प्रतिशतले वृद्धि भएको हो भने खुद मुनाफा ५.८९ प्रतिशतले वृद्धि भएको हो । आम्दानी र नाफाको हिसाबले टेलिकमको अवस्था सन्तोषजनक छ । अब व्यवस्थापकले कसरी भविष्यमा यसरी नै सन्तोषजनकरूपमा अगाडि जाने भनेर आजैदेखि योजना बनाउनु जरुरी छ ।

कम्पनीले ०६५/६६ मा कर तथा गैरकरपछिको नाफा १० अर्ब १८ करोड रुपियाँ गरेको छ । कम्पनीले ०६० भदौ १ मा प्रिपेड मोबाइल विस्तार गरेपछि आम्दानी बढेको हो । अहिले कम्पनीका कुल ७० लाख ग्राहकमध्ये ५४ लाख जीएसएम मोबाइल प्रयोगकर्ता छन् । कम्पनीको मुख्य आम्दानीको स्रोत नै जीएसएम मोबाइल हो । चालू आर्थिक वर्ष ०६८/६९ मा कम्पनीले कुल ३१ अर्ब रुपियाँ आम्दानी गर्ने लक्ष्य लिएको छ । यो लक्ष्य प्राप्तिका लागि कम्पनीले आफ्नो व्यवस्थापन र निर्णायक तह परिमार्जन वा सुधार गर्नु आवश्यक छ । कर्मचारीको काम गर्ने प्रवृत्ति परिवर्तन गराउनु अर्को चुनौती हो ।

चालू आवको प्रथम तीन महिनामा कम्पनीले ८ अर्ब २५ करोड आम्दानी भैसकेकोले लक्ष्यअनुरूप प्रगति हुन सक्ने धेरै आधारहरू छन् । तर कम्पनीले आफ्ना कदमहरूमा धेरै परिवर्तन ल्याउनु जरुरी छ । यही चालमा भने मुस्किल हुने देखिन्छ । चालू आवको कार्यक्रममा कम्पनीले १ करोड लाइन जीएसएम मोबाइल विस्तार गर्ने योजना छ । यति बेला उक्त फाइल अख्तियारले लिँदा सेवा विस्तारको काम कम्पनीले अगाडि बढाउन सकेको छैन । आम्दानीको स्रोत बढाउन कम्पनीले अन्तरआबद्धताको कार्यलाई तीव्रता दिएको छ । कार्तिकमा कम्पनीले खाडी मुलुकलाई लक्षित गर्दै कतारको दोहामा मल्टिसर्भिस प्वाइन्ट अफ प्रिजेन्स (पीओपी) स्थापना गर्ने सम्झौता भएको छ ।

यसले नेपाली उपभोक्ताले कम शुल्कमा खाडी मुलुकमा कल गर्न पाउनेछन् । यस्ता केन्द्रहरू अन्य ठाउँमा पनि स्थापना गर्न टेलिकमले पहल गर्नुपर्छ, जसले गर्दा उपभोक्ताको विश्वास कहिल्यै नगिरोस् ।

कम्पनीमा सरकारको ९२ प्रतिशत, टेलिकम कर्मचारीको ५ प्रतिशत र सर्वसाधारणको ३ प्रतिशत शेयर लगानी भएकोले कम्पनीको कार्य नाफामुखीभन्दा सेवामुखी भएर अगाडि बढ्नुपर्छ । दूरसञ्चार सेवामा निजी कम्पनीहरूको एकाधिकार हुन नदिन सरकारी स्वामित्व भएको यस कम्पनीलाई जोगाइराख्न सम्बद्ध निकायले लिनुपर्ने पहललाई बढाउनुपर्ने अवस्था आएको छ । यसरी नै नाफामुखी र सरकारलाई कर तिर्ने एक नम्बरको कम्पनी बनाइराख्न र कम्पनीमा स्थायित्व ल्याउन रणनीतिक साभेदार आवश्यक भइसकेको छ । रणनीतिक साभेदार ल्याइसकेपछि कम्पनीमा सामान तथा उपकरण किन्दा पूरा गर्नुपर्ने सार्वजनिक खरिद ऐनको प्रक्रिया र कर्मचारीको मनोवृत्तिमा सुधार आउनुपर्छ । यसो भएमा कम्पनी भविष्यमा पनि यसरी नै एक नम्बरमै रहन सक्छ । साथै कम्पनीमा कुनै पनि किसिमको राजनीतिक हस्तक्षेप पनि हुनुहुँदैन ।

सरकारी संस्थान रहँदा जसरी टेलिकमका कर्मचारीले काम गर्ने परम्परा थियो त्यो आजसम्म पनि परिवर्तन हुन सकेको छैन । यसमा कर्मचारी मात्र दोषी छैनन् । जबसम्म घरको मालिक राम्रो र स्थायी हुँदैन तबसम्म त्यो घर दृढरूपमा अगाडि बढ्न सक्दैन भन्ने बूढापाकाको उखानको याद आउँदा म टेलिकम सम्भन्धु- तीन/तीन महिनामा परिवर्तन हुने सरकारका मन्त्री र तिनले रोजेका प्रबन्ध निर्देशक । मन्त्रीसँगै परिवर्तन हुन्छन् टेलिकमका प्रबन्ध निर्देशक । टेलिकम अब कम्पनीमा परिणत भएको पनि आधा दर्जन वर्ष पार भएको छ । अब प्रतिस्पर्धाबाट प्रबन्ध निर्देशक छनोट प्रक्रिया अगाडि बढाउनुपर्छ । यस्तो नाफामुखी कम्पनीमा मन्त्रीले प्रबन्ध निर्देशक रोज्ने परम्पराको अन्त्य हुनु अहिलेको आवश्यकता हो । एक प्रबन्ध निर्देशकले ल्याएका कार्यक्रम अर्काले कार्यान्वयन नगर्ने परम्परा छ । राम्रा कामलाई पनि आत्मसात् गर्न नसक्ने विचार हावी भएपछि कसरी अगाडि जान सक्ला टेलिकम ?

प्रविधिको विकासले विश्वमा दूरसञ्चार सेवाको विकास र विस्तारलाई जति सजिलो बनाएको छ त्यति नै सेवा सञ्चालकहरूलाई चुनौती पनि थपिएको छ । यस क्षेत्रमा भएको उदारीकरणले गर्दा विश्वभरिका एकाधिकार टेलिकम सेवाप्रदायकहरूका लागि प्रस्तिपर्धामा आउन बाध्यता भइसकेको छ । यही प्रतिस्पर्धाले गर्दा नै आज दूरसञ्चार सेवाको विस्तार आक्रामकरूपमा भएको छ । नेपाल टेलिकम अब प्रतिस्पर्धाविना अगाडि बढ्न नसक्ने अवस्थामा पुगेको छ । प्रतिस्पर्धाको माहोलमा कम्पनीका लागि आवश्यक पर्ने नियम, विनियम, नीति र रणनीति आजको खाँचो हो ।



सञ्चालक समितिले सही निर्णय सही समयमा गरेर त्यसको पालना समयावधि तोकेर लगाउन सक्थो भने टेलिकमका लागि ठूलो लाभ हुनेछ । आवश्यकताको पहिचान सही समयमा हुन नसक्दा कम्पनीले ठूलो घाटा मात्र बेहोर्नुपर्दैन, विश्वास जितिसकेको उपभोक्ता पनि भड्किने निश्चित छ । त्यसैले सही निर्णय सही समयमा हुनु आजको आवश्यकता हो । प्रविधि दैनिक परिवर्तन हुन्छ, टेलिकममा एउटा निर्णयको लागि महिनौं बिच्छु भने कार्यान्वयनमा आउन वर्ष पनि लाग्न सक्छ । आजको दिनमा टेलिकम सञ्चालक समितिले आफूलाई एउटा सरकारी कम्पनीको सञ्चालक मात्र नठानी प्रतिस्पर्धामा रहेको कम्पनीको सञ्चालकको रूपमा रहनु जरुरी छ ।

दूरसञ्चारको व्यापार कमोडिटीभन्दा विल्कुलै फरक हो । यो व्यापारमा समयको महत्व अत्यन्त धेरै हुन्छ । समयसापेक्ष निर्णय नहुँदा टेलिकमको हातमा पर्ने व्यापार अरुले लिइसक्छन् । त्यसबाट कम्पनीले ठूलो घाटा बेहोर्नुपर्छ । कम्पनीको सामान र सेवाको खरिद गर्दा नियमितता र अनियमितताका कुरा धेरै उठ्छन् । खरिद प्रक्रियामा टेलिकम सधैंजसो अख्तियारको जालोमा नपरी अगाडि जान सकेको छैन । सतर्कता अपनाएर जाने हो भने टेलिकमसँग पर्याप्त नगद मौज्दात छ, सेवा विस्तार र नयाँ क्षेत्रमा लगानी गरी आम्दानी दोब्बर बनाउन सक्छ । टेलिकममा सम्भावना अथाह छन्, कुन कति महत्वपूर्ण हो भनी जानकारी लिएर अगाडि बढ्नुपर्छ । समस्या टेलिकमलाई मात्र होइन सबैजसो कम्पनीलाई पर्ने गर्छन् । आफूलाई परेका समस्यालाई कडारूपमा प्रस्तुत भई कानुनी दायरामा रहनु निर्णायक तहको जिम्मेवारी हुन आउँछ ।

कम्पनीको निर्णय प्रक्रियाले गर्दा कम्पनीलाई हुने नाफा र घाटाको विषयमा पनि लेखाजोखा हुनु जरुरी छ । सञ्चालक समितिदेखि नै अधिकारप्राप्त अधिकारीले गर्ने निर्णयहरूमा ढिलाइ र त्रुटिलाई विषेश सावधानी अपनाउनुपर्छ ।

टेलिकममा पर्याप्त जनशक्तिहरू छन् । कतिले आफ्नो अधिकार र कर्तव्य के हो भन्नेसम्म पनि बुझ्न सकेका छैनन् । तिनलाई अन्य निजी कम्पनीमा जस्तै पूर्ण परिचालन गराउन सके हालकै अवस्थामा पनि ठूलो फाइदा कम्पनीले लिन सक्नेछ । कम्पनीमा रूपान्तरण भएपछि पनि सरकारी काम गर्ने परम्परा हट्न नसक्नु दुःखको कुरा हो । बेलुका चार बजेपछि घर फर्कन हतार गर्ने वा काम नपाएर टेबुलमा भोक्रिएर बस्ने प्रवृत्तिले कम्पनीलाई प्रतिस्पर्धात्मक बनाउन

सकिदैन भन्ने विषयमा टेलिकमकर्मी (व्यवस्थापन र कर्मचारी) सबैलाई ज्ञान हुनु पर्दछ । कम्पनीलाई बनाउने वा विगाने भन्ने सम्बन्धमा कार्यरत कर्मचारी र त्यहाँ गरिने निर्णयले महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ । संस्थाको छवि उठाउन तल्लो तहका कर्मचारीदेखि माथिल्लो तहका सबै एकजुट भएर लाग्नुपर्छ तर टेलिकममा त्यो हुन सकेन, बरु खुट्टा तान्ने र आफू कसरी माथि जाने भन्ने भाव देख्न सकिन्छ । टेलिकमले धेरै व्यक्तिलाई नोकरबाट मालिक बनाएको तीतो सत्य हो । धेरैलाई टेलिकमले रोजीरोटी दिएको छ । भविष्य उज्यालो बनाइदिएको छ । त्यसैले कर्मचारीले कम्पनीलाई धेरै माया गरी काममा खट्नुपर्छ । सरकारी भन्ने शब्दले आज धेरै संस्था बिग्रेको यथार्थ छ । टेलिकममा यस्तो कदापि नहोस् ।

टेलिकमलाई प्रतिस्पर्धीरूपमा जान अब प्रशासनिक सुधारको विपल्क छैन । कमजोर प्रशासनले गर्दा गतवर्ष टेलिकमले धेरै घाटा बेहोरिसकेको छ । टेलिकमका अधिकांश कामहरू अख्तियारमा परेकोले यही बेला टेलिकम प्लान होलिडेमा छ । यति धेरै कर्मचारी र पुँजी भएको कम्पनीलाई प्लान होलिडेमा राखिनु कतिसम्म जायज होला ? यति बेला टेलिकमसँग उल्लेख्य कुनै पनि योजना छैनन् । टेलिकमको हालसम्मकै परियोजनामध्ये ठूलो १ करोड लाइन वितरण गर्ने योजना पनि लामो समयसम्म अख्तियारकै दराजमा बस्यो । यसमा भएको ढिलाइले टेलिकमले भविष्यमा ठूलो घाटा मात्र होइन, विश्वास नै उपभोक्ताबाट गुमाउनुपर्नेछ । एक पटक गुमिसकेको विश्वास फिर्ता लिन कति मुस्किल पर्छ भन्ने विषयमा टेलिकमले लेखाजोखा गर्नु जरुरी छ । आर्थिक लेखाजोखाविना अगाडि बढ्ने परिपाटीले पनि टेलिकमलाई प्रगति गर्न कठिन भएको अवस्था हो । अब टेलिकमले जस्तोसुकै जोखिम उठाएर भए पनि व्यवस्थापनलाई सुधार गरेर अगाडि जानु नै भविष्यको उज्ज्वल बाटो हुनेछ ।

कम्पनीको आम्दानी

| आ.व. | कुल आम्दानी | नाफा |
|--------|-----------------|-----------------|
| ०६७/६८ | २९ अर्ब ८४ करोड | १२ अर्ब १२ करोड |
| ०६६/६७ | २७ अर्ब २२ करोड | १० अर्ब ७८ करोड |
| ०६५/६६ | २२ अर्ब २५ करोड | १० अर्ब १८ करोड |

यो तथ्याङ्क हेर्दा कम्पनीको अवस्था सन्तोषजनक देखिन्छ । तर यतिमै टेलिकमले सन्तोष लिएर बस्न मिल्ने अवस्था भने छैन ।

At his best man is the noblest of all animals; seperated from law and justice he is the worst.

— Aristotle.

‘नम्बर वान’ हुन कार्यस्थल पनि ‘नम्बर वान’ हुनपर्छ

नेपाल टेलिकमलाई मुलुकको नम्बर वान संस्थाका रूपमा व्याख्या गर्ने गरिएको छ। तर केमा नम्बर वान ? प्रश्नले एकछिन् भ्रस्काउन सक्छ। कुनै पनि संस्था नम्बर वान हुनका लागि कुन-कुन मापदण्ड पूरा गर्नुपर्छ ? यसतर्फ नेपाल टेलिकमकर्मिहरूले केही क्षण चिन्तन गर्न आवश्यक छ।

नेपाल टेलिकमले हाल भनिरहेको नं. वान विशेषगरी ग्राहक आधारलाई लिएर भनिरहेको जस्तो लाग्छ। ग्राहक आधार, पुँजी, सरकारलाई बुझाउने राजस्व, सेवामा विविधता, भौगोलिक विस्तार आदिका दृष्टिले नेपाल टेलिकम नं. वान नै हो। कर्मचारीले पाउने सुविधाका दृष्टिले पनि नेपाल टेलिकम राम्रा संस्थाहरूमध्येमै पर्छ। तर वास्तवमा नं. वान हुनका लागि यतिले मात्र पर्याप्त हुँदैन। सेवाको गुणस्तर र प्रविधिमा अग्रता, ग्राहक, कर्मचारी र शेयर होल्डरहरूको सन्तुष्टि, व्यवस्थापकीय चुस्तता, सुरक्षित र स्वस्थ कार्यस्थल, स्वस्थ कर्मचारी र विभेदरहित कानुनी अवस्था पनि हुनुपर्छ। यी सम्पूर्ण कुराको समष्टिगत रूप नै नं. वानको परिचायक हो।

स्वस्थ र सुरक्षित कार्यस्थल अहिले विश्वभरका कार्यालयहरूमा प्रयोग हुने महत्वपूर्ण शब्दावली हो। कुनै पनि कार्यालय वा कम्पनीले आर्थिक रूपमा जतिसुकै समृद्धि हासिल गरे पनि त्यस कम्पनीका कामदारहरूको शारीरिक तथा मानसिक स्वास्थ्य राम्रो छैन भने त्यस कम्पनीलाई असल वा उत्कृष्ट कम्पनी मान्न सकिँदैन। यसै अवधारणाअनुरूप अहिले कारखाना तथा कार्यालयमा कार्यरत कर्मचारीहरूको स्वास्थ्यलाई महत्व दिन थालिएको छ। र, स्वस्थ तथा सुरक्षित कार्यस्थल, कर्मचारी-मैत्री कार्यस्थलका सम्बन्धमा बहस हुन थालेको छ। यस विषयलाई हाल कर्मचारी युनियनहरूले पनि महत्वका साथ मुद्दाका रूपमा उठाउन थालेका छन्।

नेपाल टेलिकमले पनि कम्पनीको कार्यक्षेत्रमा हुने व्यवसायजन्य दुर्घटना तथा त्यसबाट उत्पन्न हुने मानवीय क्षतिको जोखिमलाई उचित व्यवस्थापन गर्न ‘व्यवसायजन्य स्वास्थ्य र सुरक्षा समिति’ गठन गरेको छ।

कम्पनीले दूरसञ्चार तालिम केन्द्रका निर्देशकको संयोजकत्वमा समिति गठन गरी तालिम केन्द्रमा ‘व्यवसायजन्य स्वास्थ्य र सुरक्षा इकाई’ (Occupational Health & Safety Cell) पनि सञ्चालनमा ल्याइएको छ। यसले आगामी दिनमा Job Safety



लक्ष्मण अधिकारी

laxman.adhikari@ntc.net.np

Analysis गर्ने, Occupational Health & Safety सम्बन्धी तालिमहरू सञ्चालन गर्ने, Working Guidelines निर्माण गर्ने तथा Accidental Case Reporting System निर्माण गर्ने लगायतका कार्यहरू गर्ने लक्ष्य लिएको छ।

कार्यालयमा कार्यरत कर्मचारीहरू अस्वस्थ भएमा कार्यालयको उत्पादकत्व घट्न जाने अनुसन्धानहरूबाट पाइएकोले पनि हाल कर्मचारीहरूको स्वास्थ्यको विषयले महत्व पाइरहेको हो।

विश्व स्वास्थ्य संघको एक अध्ययनअनुसार कार्यस्थलमा हुने स्वास्थ्य जोखिम मानिसको मृत्यु तथा रोगका प्रमुख १० कारणमध्ये एउटा प्रमुख कारण हो। विश्व स्वास्थ्य संघ दक्षिण-पूर्वी एसियाली क्षेत्रीय कार्यालयले गरेको एक अनुसन्धानअनुसार कार्यस्थलको कामसँग सम्बन्धित मृत्यु, रोग र चोटपटकका कारण अनपेक्षित रूपमा आर्थिक नोक्सानी भएको पाइएको छ। यसका कारण जीडीपीमा ४ देखि ५ प्रतिशतसम्म नोक्सानी हुने गरेको प्रतिवेदनमा उल्लेख छ।

स्वस्थ कार्यस्थल भनेको के हो ?

स्वास्थ्य भनेको रोग र चोटपटक लागेको नहुनु मात्र नभई शारीरिक, मानसिक र सामाजिक रूपमा पनि स्वस्थ हुनु हो। स्वस्थ कार्यस्थल भनेको कार्यस्थलमा स्वास्थ्यलाई हानि पुऱ्याउने वातावरण नहुनु मात्र होइन, स्वास्थ्य प्रवर्द्धन गर्ने किसिमको वातावरण हुनु पनि हो। कार्यस्थल स्वास्थ्यमा हानि पुग्ने किसिमको नहुनु त आधारभूत कुरा नै हो तर राम्रो कार्यस्थलमा कर्मचारीहरूको स्वास्थ्य राम्रो बनाउने अवस्थाहरू पनि हुनुपर्छ। जहाँ स्वास्थ्य र स्वास्थ्य प्रवर्द्धन गर्ने कुरा प्राथमिकतामा हुन्छन्, त्यसलाई राम्रो कार्यस्थल मान्न सकिन्छ।

सन् १९५० मा विश्व स्वास्थ्य संघ र आईएलओले पेसागत स्वास्थ्यको परिभाषा संयुक्तरूपमा तयार गरेका थिए र यसलाई सन् १९९५ मा परिमार्जन गरिएको थियो।



यसअनुसार व्यवसायजन्य स्वास्थ्य वा पेसागत स्वास्थ्यको परिभाषा यसरी गरिएको छ :

("Occupational health should aim at: the promotion and maintenance of the highest degree of physical, mental and social well-being of workers in all occupations; the prevention amongst workers of departures from health caused by their working conditions; the protection of workers in their employment from risks resulting from factors adverse to health; the placing and maintenance of the worker in an occupational environment adapted to his physiological and psychological capabilities; and, to summarize, the adaptation of work to man and of each man to his job.

The main focus in occupational health is on three different objectives: (i) the maintenance and promotion of workers' health and working capacity; (ii) the improvement of working environment and work to become conducive to safety and health and (iii) development of work organizations and working cultures in a direction which supports health and safety at work and in doing so also promotes a positive social climate and smooth operation and may enhance productivity of the undertakings. The concept of working culture is intended in this context to mean a reflection of the essential value systems adopted by the undertaking concerned. Such a culture is reflected in practice in the managerial systems, personnel policy, principles for participation, training policies and quality management of the undertaking.")

व्यवसायजन्य स्वास्थ्यको उद्देश्य जुनसुकै व्यवसायमा कार्यरत कर्मचारी/मजदुर उच्चस्तरको शारीरिक, मानसिक तथा सामाजिक स्वास्थ्यको प्रवर्द्धन तथा संवर्द्धन गर्ने हुनुपर्छ। मजदुरहरूले काम गर्ने थलो छोडेर जाँदा काम गर्ने थलोको कारण स्वास्थ्यमा पर्ने असरको रोकथाम हुनुपर्छ। कामको दौरान कर्मचारीहरूको स्वास्थ्यमा पुग्न सक्ने नकारात्मक असरबाट बचाव गर्नुपर्छ। व्यवसाय सुहाउँदो वातावरणमा भिज्न सक्ने गरी कर्मचारीको शारीरिक तथा मानसिक क्षमताअनुसार तिनीहरूको दरबन्दी एवं स्थानान्तरण गरिदिनुपर्दछ।

सारांशमा भन्नुपर्दा मानव सुहाउँदो काम वा कामको प्रवृत्तिअनुसारको कर्मचारी छनोट हुनुपर्छ। व्यवसायजन्य स्वास्थ्यमा ध्यान दिनुपर्नाको मुख्य तीन वटा उद्देश्यहरू छन् :

१. कर्मचारीको स्वास्थ्य र कार्यक्षमताको प्रवर्द्धन गर्ने,
२. कर्मचारीको स्वास्थ्य एवं सुरक्षा पुग्ने खालको काम वा काम गर्ने वातावरण तयार गर्ने र
३. काम गर्दा स्वास्थ्य र सुरक्षामा टेवा पुग्ने हिसाबले काम गर्ने संस्था वा संस्कार हुनुपर्छ।

यसले गर्दा सकारात्मक सामाजिक वातावरणको प्रवर्द्धन हुन गई संस्था निर्विघ्न सञ्चालन हुन सक्छ र व्यवस्थापनको उत्पादनशीलता पनि बढ्न जान्छ। यहाँ काम गर्ने संस्कार भन्नाले व्यावसायी वा मालिकले कर्मचारीको अति आवश्यक मूल्य-मान्यतालाई प्रतिविम्बित हुने वा कदर हुने हिसाबले काम गर्ने वातावरण निर्माण गरिएको अवस्था हो। व्यावहारिक रूपमा उक्त कुरा व्यवस्थापकीय तौरतरिका व्यक्तिगत नीति, सहभागिता, सिद्धान्तहरू, तालिम नीति, व्यवसायको गुणस्तरीय व्यवस्थापनमा प्रतिविम्बित हुन्छ।

सन् १९७८ को अल्मआटा घोषणापत्रले सबैको लागि स्वास्थ्य भन्ने घोषणा गरेपछि सो घोषणापत्रमा (४) संगठनहरूले पेसागत स्वास्थ्य सेवा र सुरक्षा उपलब्ध गराउनुपर्ने कुरा उल्लेख गरेको थियो।

नेपाल टेलिकममा व्यवसायजन्य स्वास्थ्य

कार्यालय वा कारखानामा काम गर्नेहरूमा विभिन्न कारणले शारीरिक र मानसिक स्वास्थ्य समस्या रहेका हुन्छन्।

मानसिक स्वास्थ्य

जागिरको असुरक्षा, कम तलब, वृत्ति विकासको अभाव, आवश्यकताअनुरूपको भौगोलिक क्षेत्रमा काम गर्न नपाउनु, भेदभावको सामना गर्नु, दबावमा काम गर्नुपर्ने बाध्यता आदि कामदारहरूमा देखिने तनावका प्रमुख कारण हुन्। तर जागिरको राम्रो सुरक्षा र राम्रो ज्याला पाएका कामदारहरू पनि अरु विभिन्न कारणले गर्दा तनावमा परेका हुन्छन्।

नेपाल टेलिकममा पनि व्यवसायजन्य विभिन्न शारीरिक र मानसिक स्वास्थ्य जोखिमहरू नरहेका होइनन्। बढी तलब प्राप्त गर्ने सार्वजनिक संस्थाका कर्मचारीहरूमा नेपाल टेलिकम पनि पर्छ र पेसागत असुरक्षाका कारणले पनि कुनै तनाव लिनुपर्ने स्थिति छैन। तर कार्य विभाजन, कार्य संयोजन, कार्य मूल्यांकनजस्ता कुरामा सन्तुलन हुन नसकेका कारण कर्मचारीहरू तनावमा परेको देखिन्छ। कसैलाई कार्यबोझ बढी भएर तनावमा परेको देखिन्छ भने कसैमा कार्यबोझ न्यून देखिन्छ। कसैमा कुनै कार्यबोझ नै नभए तापनि मूल्यांकन समानताका आधारमा भएका कारण पनि कार्यबोझ बढी हुनेहरू तनावमा पर्ने गर्छन्। व्यवस्थापकीय तहमा हेर्ने हो भने विभिन्न शक्तिकेन्द्रहरूबाट हुने हस्तक्षेप र दबाव तनावको मुख्य कारण भएको देखिन्छ। परम्परागत व्यवस्थापकीय शैली, मनोपोली प्रवृत्तिको कार्यशैली, कानुनी अड्चन, अस्वस्थ प्रतिस्पर्धालगायतका कारण लक्षित उपलब्धि हासिल हुन नसक्नुजस्ता कारणले उनीहरू



तनावमा परेका देखिन्छन्। यस किसिमको तनाव सामान्यतया तल्लो तहसम्म पुगेको हुन्छ।

यस किसिमको वातावरणमा सुधार गर्दा तनावको अवस्था धेरै हदसम्म नियन्त्रण गर्न सकिन्छ। देशको राजनीतिक अस्थिरताको प्रभाव नेपाल टेलिकमजस्ता सार्वजनिक संस्थाहरूमा पनि स्वभावतः परेकाले देशको संक्रमणकालको समाप्ति, दण्डहीनताको अन्त्यले स्थिरतामा सुधार हुन सक्छ। यसका साथै दण्ड-पुरस्कारको उचित व्यवस्था, व्यक्तिको क्षमता र कामको आधारमा ज्याला तथा वृत्ति विकासका अवसर, गुण-दोषको मूल्यांकन आदि कुराले पनि तनाव व्यवस्थापन गर्न सकिन्छ। यसका अतिरिक्त योग, ध्यान आदिबाट पनि तनाव व्यवस्थापन गर्न सकिन्छ। यसका लागि नेपाल टेलिकमको तालिम केन्द्रमा यस किसिमको कार्यक्रम कहिलेकाहीं सञ्चालन गर्ने गरेको भए पनि यो पर्याप्त छैन। यस किसिमका कार्यक्रममा पनि समानताको सिद्धान्त अपनाउन नसकेमा अवसर नपाउनेहरूमा थप तनाव सिर्जना हुन सक्छ।

शारीरिक स्वास्थ्य

नेपाल टेलिकमको सन्दर्भमा शारीरिक स्वास्थ्यको जोखिमको कुरा गर्ने हो भने फिल्डमा काम गर्ने कर्मचारीहरू बढी जोखिममा रहेका हुन्छन्। दुर्गम तथा हिमाली क्षेत्रहरूमा उपकरणहरू जडान गर्दा वा मर्मत गर्न जाँदा दुर्घटनाका जोखिमहरू सधैं रहेका हुन्छन्। लेक लाग्ने, हिउँले खानेलगायत सडक दुर्घटनाहरू पनि रहेका हुन्छन्। कुनै पनि क्षेत्रमा उपकरण जडान तथा मर्मतका क्रममा अग्लो स्थानबाट खस्ने, करेन्ट लाग्ने, सवारी दुर्घटनामा पर्नेजस्ता गम्भीर किसिमका दुर्घटनाका खतराहरू सधैं रहेका हुन्छन्। यदाकदा हुने यी ठूला किसिमका दुर्घटनाहरू हुन्। यस किसिमका दुर्घटनाले शरीर अंगभंग हुनेदेखि लिएर मानिसको मृत्युसमेत हुने हुन्छ। यस किसिमका दुर्घटनाहरूलाई न्यूनीकरण गर्न विभिन्न सुरक्षाका उपायहरू अपनाउन सकिन्छ।

यसका अलवा दैनिक काम गर्दा पनि स्वास्थ्यसम्बन्धी अनेकौं जोखिमहरू रहेका हुन्छन्। उपकरणका नजिक बसेर काम गर्नेहरूमा इलेक्ट्रोम्याग्नेटिक (Electromagnetic) प्रभाव, अप्टिकल फाइबर (Optical fiber) बाट पर्न सक्ने असर, लामो समय कम्प्युटरको प्रयोग गर्दा हुन सक्ने अनेकौं असरहरू छन्। यसका साथै कार्यस्थलको जीवनशैली र खानपानले पनि कामदारहरूको स्वास्थ्यमा गम्भीर असर पारिरहेको हुन्छ।

दुर्घटनाहरूबाट पर्न सक्ने असर अपर्कट र गम्भीर खालको हुने भए तापनि संख्यात्मक हिसाबले यो निकै कम हुन्छ। यस्ता ठूला दुर्घटनामा पर्दा कम्पनीबाट बिमामार्फत व्यवस्थापन पनि गर्ने गरिएको हुन्छ। आमकर्मचारीहरूमा देखिने मुख्य समस्या भनेको स्वस्थ

जीवनशैली र शरीर अनुकूलको स्वस्थ कार्यस्थलको अभाव हुनु नै हो। जसले गर्दा कर्मचारी सेवामा रहँदा पनि उसको उत्पादकत्वमा ठूलो असर पारिरहेको हुन्छ भने सेवाबाट अवकाश हुँदा पनि स्वस्थ र उत्साही हुनेभन्दा बढी रोगी र जीर्ण हुने सम्भावना बढी हुन्छ।

कम्पनीमा कम्प्युटरको प्रयोग हरेक वर्ष वृद्धि भइरहेको छ। कम्प्युटरमा नयाँ-नयाँ सफ्टवेयरको प्रयोगबारेमा कर्मचारीहरू अद्यावधिक हुँदै गए पनि स्वास्थ्य-मैत्री प्रयोगका बारेमा भने जानकारी भएको पाइँदैन। यसले गर्दा धेरै कर्मचारीहरूमा आँखा, ढाड, कम्मर दुख्ने घाँटीको हाड खिइने समस्या भएको देखिन्छ। व्यक्तिको उचाइअनुसार टेबलको उचाइ हुनु स्वास्थ्य-मैत्री हुने भए तापनि ३० इन्चको टेबललाई स्टान्ड मानेर समानरूपमा प्रयोग गर्ने गरिएको छ। यसले शारीरिक स्वास्थ्यमा गम्भीर असर पारिरहेको हुन्छ। त्यस्तै कम्पनीका निश्चित कोठाहरू मात्र बातानुकूलित हुने हुँदा बातानुकूल भएका र नभएका कोठाहरूमा ओहोरदोहोर गरिरहनुपर्ने कर्मचारीहरूले पनि कुनै न कुनै किसिमको स्वास्थ्य समस्याको सामना गर्नुपारिरहेको हुन्छ। यसका लागि कम्पनीमा केन्द्रीय तथा क्षेत्रीय स्तरका कार्यालयहरूका सम्पूर्ण कोठाहरू केन्द्रीय हिटिङ तथा कुलिङ सिस्टममा आवद्ध गर्न आवश्यक छ। यसले स्वास्थ्य मात्र राम्रो राख्ने होइन, कर्मचारीको उत्पादकत्व र कार्यालयको स्तरीयता पनि वृद्धि गर्छ।

कम्पनीका अधिकांश क्यान्टिनमा तयार गरिने खाजाहरू स्वास्थ्य-मैत्रीभन्दा जिब्रो-मैत्री भएको देखिन्छ। सरसफाइका दृष्टिले भन्ने हो भने क्यान्टिनको भान्सा र त्यहाँ काम गर्ने कर्मचारीहरूको सरसफाइ दयनीय देखिन्छ। कम्पनीको तालिम केन्द्रबाहेक अन्यत्रका क्यान्टिन भएका स्थान तथा कोठाहरू प्रायः अन्य काममा प्रयोग गर्न नमिल्ने किसिमका मात्र छन्, जुन स्वास्थ्यका दृष्टिले राम्रो होइन। कम्पनीमा सात घण्टासम्म काम गर्ने कर्मचारीको कार्यक्षमता बढाउने किसिमको दिवाभोजनको व्यवस्थापन र छनोटको अभाव देखिन्छ। मानिसलाई दैनिक रूपमा कार्बोहाइड्रेट, प्रोटीन, चिल्लो, खनिज, भिटामिनको आवश्यकता पर्ने भए तापनि कार्बोहाइड्रेट, चिल्लो, प्रोटीन र नूनको मात्रा बढी भएका खाद्यवस्तुहरू बढी र भिटामिन-खनिज भएका फलफूल एवम् हरिया तरकारीको मात्रा अन्त्यन्तै न्यून भएको देखिन्छ। आवश्यकताभन्दा बढी कार्बोहाइड्रेट, चिल्लो, प्रोटीन र नूनको प्रयोगले कम्पनीका कर्मचारीहरूमा मोटोपन, रक्तचाप, डायबिटीज, कोलेस्ट्रॉल बढ्ने, युरिक एसिड बढ्ने, मुटु र नसासम्बन्धी रोग हुने खतरा वृद्धि गर्दै लगेको छ भने भिटामिन र मिनेरल बढी हुने फलफूल र हरिया तरकारीको न्यून उपभोगले रोग-प्रतिरोधात्मक क्षमता भने कमजोर हुने जोखिम बढिरहेको हुन्छ। धेरै कर्मचारीहरूले चाउचाउ र चियाले दिन गुजारेका देखिन्छन्। यस्ता खाद्यवस्तुले केही क्षण शक्ति दिएको अनुभव गराए पनि दीर्घकालमा कुपोषण



हुने, अजिनोमोटोले मन्द बुद्धि गर्ने र चिनीको बढी मात्राले डायबिटीजको खतरा बढाउने हुन्छ। कम्पनीमा अधिकांशरूपमा भिनरल वाटरको प्रयोगले धेरैले स्वस्थ पानी पिएको महसुस गर्छन् तर पानी राखिने जारहरु सफा र स्वस्थ रहेका छन् भन्ने स्थिति रहेको छैन। नेपाल टेलिकमका कर्मचारीहरु दैनिक रुपमा सन्तुलित खाजामा खर्च गर्न नसक्ने छैनन्। तर कम्पनीले खाजाका लागि दिने दैनिक भत्ता पनि सन्तुलित खाजाका लागि खर्च गर्न सकिरहेका छैनन्। यो आर्थिक भन्दा पनि व्यवस्थापकीय र चेतनाको समस्या हो। जीवनमा काम गरेर कमाउने त हो, तर केका लागि? नम्बर वान आर्थिक समृद्धिले मात्र हुँदैन, शारीरिक र मानसिक स्वस्थता र समृद्धिको पनि आवश्यकता पर्छ। यसका लागि कम्पनीले नै सबै कुरा गर्नुपर्छ भनेर मात्र पनि हुँदैन। व्यक्ति आफै पनि सचेत र जागरुक हुन जरुरी हुन्छ। कम्पनीका हरेक क्यान्टिन स्वास्थ्य-मैत्री हुन जरुरी छ। मानिसको शरीरलाई दैनिक आवश्यक पर्ने कार्बोहाइड्रेड, प्रोटीन, चिल्लो, खनिज, भिटामिनजस्ता तत्वहरु सन्तुलित रुपमा प्राप्त हुने खाद्यवस्तुहरु क्यान्टिनमा उपलब्ध हुनुपर्छ। क्यान्टिनको छनोट गर्दा मूल्यसूची मात्र हेर्ने गरिन्छ तर सन्तुलित भोजन र सरसफाइलाई पनि ध्यान दिन आवश्यक छ।

कर्मचारीहरुले स्वस्थताका लागि कम्पनीले उपलब्ध गराएको सुविधाको सदुपयोग पनि गर्न सक्नुपर्छ। कम्पनीले कर्मचारीहरुलाई औषधि उपचारका लागि केही रकम सञ्चित गर्न नागरिक लगानी कोषमा जम्मा गरिदिन्छ भने केही रकम नगदै भुक्तानी दिन्छ। साथै विरामी भई अस्पताल भर्ना भएमा तीन हजारमाथिको रकममा विमा दावी गरी शोधभर्ना लिन सकिन्छ। तर अधिकांश कर्मचारीहले विरामी भएपछि उपचारका लागि मात्र खर्च गर्ने गरेको पाइन्छ। रोग नलागीकन स्वास्थ्य परीक्षण गर्नमा प्रायः खर्च गरिँदैन। रोगबाट बच्ने किसिमको खानपान तथा जीवनशैली अपनाउने र वर्षको कम्तीमा एक पटक स्वास्थ्य परीक्षण गराउने हो भने भविष्यमा अनपेक्षित गम्भीर किसिमका रोग लाग्ने र उपचारका लागि ठूलो रकम खर्च गर्नुपर्ने अवस्थाबाट बच्न सकिन्छ।

हरेक वर्ष सरकारी स्वास्थ्य संस्थामा स्वास्थ्य परीक्षण गराएको प्रमाणका आधारमा मात्र निश्चित औषधि उपचार रकम भुक्तानी गर्ने परिपाटीले कर्मचारीहरु अनपेक्षित दीर्घरोगबाट ग्रसित हुने समस्या कम हुन सक्छ। यसले कर्मचारी स्वस्थ हुने मात्र होइन, कम्पनीको उत्पादकत्वमा पनि सकारात्मक प्रभाव पर्न सक्छ। उपचार गर्दा पनि अस्पताल भर्ना भई खर्च भएको तीन हजारमाथिको रकम मात्र भुक्तानी दिने परम्पराले कर्मचारीलाई साधारण अवस्थामा नै उपचार गर्ने प्रवृत्तिलाई प्रोत्साहन गर्दैन। यसले दीर्घरोगमा उपचार गर्ने वा कित्ते कागज बनाउनलाई प्रोत्साहन गर्छ। विमा भनेको कर्मचारी तथा कम्पनीले जम्मा गरेको रकम नै आवश्यक पर्दा शोधभर्ना पाउने रकम हो। त्यसकारण न्यूनतम रकमको उपचारमा पनि विमाबाट भुक्तानी हुने व्यवस्था आवश्यक छ। स्वास्थ्यसम्बन्धी भुक्तानीहरु कम्पनीका कर्मचारीहरुको स्वास्थ्य उपचारलाई प्रोत्साहन गर्ने किसिमको नै हुनुपर्छ।

यी त स्वास्थ्य अवस्था सामान्य राख्ने कुरा हुन्। स्वस्थ कार्यस्थलमा कर्मचारीहरुको स्वास्थ्य प्रबर्द्धन गर्ने अवस्थाहरु पनि हुन जरुरी छ। जसले गर्दा कर्मचारीहरुमा सधैं काम गर्ने जाँगर, उत्साह र प्रेरणा आइरहोस्। यसका लागि कम्पनी, कर्मचारी युनियनहरु र मुख्यतः स्वयं कर्मचारीहरुले नै भूमिका निर्वाह गर्नुपर्ने हुन्छ। नेपाल टेलिकममा 'व्यवसायजन्य स्वास्थ्य र सुरक्षा इकाइ' स्थापना भइसकेको र सार्वजनिक स्थानमा धूमपान गर्न कानूनतः निषेध गरिसकेको अवस्थामा नेपाल टेलिकममा धूमपान निषेधित क्षेत्रको बोर्ड भन्डिइसक्नुपर्नेमा त्यो भइसकेको देखिँदैन। यसका साथै कम्पनीको विद्यमान साधन-स्रोतबाट नै स्वस्थ र सुरक्षित कार्यस्थल निर्माणका लागि अरु थुप्रै कार्यहरु गर्न सकिन्छ र शुरुआत सानोबाटै हुन सक्छ।

बलियो ग्राहक आधार, सुदृढ आर्थिक अवस्था, ग्राहक सन्तुष्टि आदिसँगै स्वस्थ र स्तरीय कार्यस्थल, स्वस्थ र जाँगरिला कर्मचारीजस्ता कुराहरु पनि नम्बर वान कम्पनीका परिचायक बन्न सक्नुपर्छ।



"When you don't get what you want ,you suffer.If you get it,you suffer too since you can't hold on it forever."
Peaceful Warrior,on the fallacy of attachment

Point to Ponder: Competition and Fear-of-Predation

Background

In the last decade, when I was a student of Data Mining¹, I had spent much of my time on a software "workbench" developed by the Machine Learning Group of the University of Waikato, New Zealand. This software was named "Waikato Environment for Knowledge Analysis" or in short - WEKA². In Data Mining, analyzing huge volumes of data (usually, operational data) from different perspectives and attempting to find some useful information may sometimes yield no useful results, and as such Data Mining requires huge patience and inquisitiveness.

Very interestingly, there is a species of an endangered flightless bird that is said to be inquisitive³ in nature and has the name "Weka". Like a professional Data Miner, the bird is said to be attracted to shiny objects and take the objects to the nearest cover to investigate them!

The inkling for the topic of this article comes from the above mentioned details about the inquisitiveness of the bird Weka and its evolution to flightlessness! And, by attempting to introduce the fauna of New Zealand, this article is a mere attempt to positively sensitize the readers to the "Beauty of Competition" and "Impact of No-Fear-of-Predation" as an analogy of the natural environment to business environment. Conversely, the article is expected to encourage the readers to visualize importance of "Fear-of-Predation" in the competitive environment.

Beauty of Competition: Survival of the Fittest

Competition is found in every human activity, such as sports, education, business, and politics. Every moment and for every activity, people compete against each other to achieve their desired goals, fame, knowledge, wealth, superiority, etc.

In the case of individuals, competitive nature strengthens their bodily structures and intellect thereby making them more fit for survival. That is, in the process of competition, individuals interact between the



Rajesh Joshi
Deputy Manager
NEPAL TELECOM

competitors leading to increase of their fitness for survival.

As mentioned in [5], the British philosopher Herbert Spencer based his concept of social evolution⁴ on individual competition, and believed that competition was "the law of life" and resulted in the "survival of the fittest⁵."

Impact of No-Fear-of-Predation: Fauna of New Zealand

As mentioned in [1], New Zealand drifted away from the massive supercontinent of Gondwanaland into the South Pacific some 80-100 million years ago, and since then, a unique flora and fauna has evolved, with a large number of beautiful native birds and plants, as well as direct descendants of prehistoric wildlife, including giant snail. More interestingly, as mentioned in [2], the animals of New Zealand have a particularly interesting history before the arrival of humans (i.e. less than 900 years ago) as the country was completely free of mammals, except those that could swim there (seals, sea lions, and, off-shore whales) or fly there (bats).

In the absence of natural predators in New Zealand, the birds had no innate requirement to fly away to save their lives, and as such they lost their skill to fly and ultimately several of New Zealand's native birds became flightless! Like the national bird of New Zealand - "Kiwi"

1 Data Mining: The analysis usually results into categorization and finding patterns among dozens of fields in large relational databases. The outcomes are then used to automatically make predictions or to help people make decisions faster and more accurately.

2 WEKA: <http://www.cs.waikato.ac.nz/ml/>

3 Inquisitive: excessively curious

4 Social Evolution: popularly known as "Social Darwinism"

5 Survival of the Fittest: As mentioned in Reference[5], British philosopher Herbert Spencer coined the phrase "survival of the fittest" in 1852, that is seven years before Charles Darwin published "Origin of Species".



- the bird "Weka" is flightless. And, strange to relate, the bats that fly at night and hang upside down on tall trees throughout the day in rest of the world spend most of their time on the ground – in New Zealand!!

Consequences of introducing competitors:

Predators in New Zealand

As mentioned in [1, 2 & 3], the Maori people first arrived New Zealand via the Pacific islands, bringing with them the Polynesian Rat and the domesticated dog. Europeans later brought pigs, ferrets⁶, stoats⁷, mice, rats, cats, sheep, cattle, and many other mammals. Both the Maori and Europeans hunted birds; and the predators they brought with them had all seriously impacted the original fauna, driving many species to extinction. Possums⁸ were introduced from Australia for a fur industry and deer from Europe as game animals.

The introduction of foreign animals had introduced competition for space and food of the original fauna that had lost their skill and capability to protect themselves from the predators for tens of thousands of years. A number of birds that are flightless became extinct; and many of the remaining birds have become endangered.

As mentioned in [4], predation by ferrets, cats and dogs are a threat to adult Weka; stoats and ferrets are a threat to chicks; stoats and rats are a threat to eggs. Moreover, the "Weka" had to compete with other mammals like sheep, cattle, deer, pigs for native fruits and invertebrates that Weka feeds on.

Correctional Steps: Attempts to protect native fauna in New Zealand

The un-natural introduction of predators in the native land of the flightless, land-dwelling unique bird species had resulted into extinction and endangering of the fauna that the evolutionary process had so well preserved in isolated islands of New Zealand.

As mentioned in [4], in recent years, successful efforts have been made to remove possums, rats, ferrets, and other mammals from many offshore islands in an effort to return these places to something more closely resembling their original state.

Analogy to Business World: Competition versus Predation

From the business perspective, businesses compete with each other to win customers, and in doing so they

endeavor to produce higher quality products, provide better services, and all these at a lower price than that of the other competitors. Competition is central to the operation of markets; and competition fosters innovation, productivity and growth, all of which create wealth and reduce poverty. At par with how competition strengthens individuals, competition also strengthens internal structures and processes in businesses making them more fit for survival.

As mentioned in [6], predation is intended to drive rivals from the market, and that predatory tactics include low prices, expanded output, aggressive advertising, rapid technological innovation, redesigns of existing products to make them incompatible with rivals' products, or monopolizing access to essential resources.

When competition goes intense, a firm that cuts its prices or substantially reduces its profit margin may advocate that it is competing fairly. But, this may look like a predatory pricing behavior. So, the difficulty, of course, is distinguishing highly competitive pricing from predatory pricing. Indeed, there is a difficulty to distinguish such practices from predatory behavior as consumers generally benefit from the low prices at least for short term. However, as mentioned in article [6], the firms may use predation to expand market shares while lowering expected rates of profit to other incumbents or potential rivals; and after rivals exit, the predator firm presumably will raise prices to levels consistent with its market power.

Analogy to Business World: Significance of Level Playing Field

In the process of encouraging or facilitating competition, the businesses may indirectly act to meet their vested interests by taking benefit of weak regulatory mechanisms and inappropriate policies; and, they may even block necessary reform initiatives. There may be intentions of seemingly supporting rules and regulations in such a way that one competitor falls in the trap designed by the other competitor's predatory moves.

As mentioned in [7], perfect competition (in economic theory), describes markets such that no participants are large enough to have the market power to set the price of a homogeneous product; and as such a perfectly competitive market exists when there are infinite consumers with the willingness and ability to buy the product at a certain price, and infinite producers that have the willingness and ability to supply the product at a certain price.

6 Ferret : tamed cat used to catch rabbits or rats, etc.

7 Stoat : small mammal of weasel family, with brown fur that turns white in winter

8 Possum :small animal like a Kangaroo



In such a theoretical situation of perfect competition, markets work fairly well much of the time. But, actual business environment is not always an ideal situation, and so effective competition requires appropriate government policies and legislation, effective competition and anti-competitive laws, alertness against predatory behavior, and above all a level-playing-field! Correctional steps, as and when required, must be initiated immediately at the highest priority!!

Finally

No-Competition is an interesting situation. On one hand, we can convince ourselves that life would be "much livable" if there were no-competition; nobody would be going to neither take stress nor expend energy to compete. I am sure life without competition would be *sooooooo relaxing!* On the other hand, when there is competition among individuals having comparable interest and capability, then as seen in the bodily structures of the native birds of Australia/New Zealand – including emu, ostrich, weka, they develop longer legs that are suitable for running and grasping their foods. And, as such, competition strengthens the more fit individual, and as such is interesting too!

Similarly, Fear-of-Predation is equally important for maintaining ones identity. As found in the bodily structures of the native birds of New Zealand, absence of "Fear-of-Predation" shreds ones feathers and even

wings to the extent that one loses skill to fly and even loses ones distinguishing characteristics! If I were a bird, and I could not fly like my flock, life would be *tooooooo boring!!*

Competition is attractive, but may bring with it the possibility of predatory behavior when regulatory mechanism is weak. However, Competition and the Fear-of-Predation are both equally important to sharpen ones skill, polish ones talents, maintain ones distinguishing characteristics, and preserve ones identity!

Let's ponder where our organization would be - if there were "No-Competition" and "No-Fear-of-Predation"! Happy Pondering!!

References:

- [1] <http://www.acrossnz.com/nzInfo/fauna.php>
- [2] http://en.wikipedia.org/wiki/Fauna_of_New_Zealand
- [3] <http://www.doc.govt.nz/conservation/native-animals/birds/land-birds/weka/threats/>
- [4] <http://en.wikipedia.org/wiki/Weka>
- [5] <http://www.twyman-whitney.com/~SocialDarwinismandAmericanLaissez-FaireCapitalism.pdf>
- [6] http://www.unc.edu/depts/econ/byrns_web/Economicae/strategicbehavior.html
- [7] http://en.wikipedia.org/wiki/Perfect_competition

Time Management Guidelines

1. Set Objectives:
Make sure your objectives are: Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-based
2. Prioritize:
Decide which of your tasks you should: Do, Delegate, Delay, Delete
Eliminate the urgent: Address the tasks that have short-term consequences, Attach deadlines to tasks that have more long-term implications.
3. Organize:
Use a planner, software program, or PDA to keep track of your tasks and appointments.
4. Learn when to say "NO":
Realize that you can't do everything. Avoid agreeing to do things you do not have time to complete.
Make sure your commitments are consistent with your goals and objectives.
5. Use your waiting time:
Accomplish small tasks like reading correspondence or writing letters while you wait.
Look at time you spend waiting as a "gift of time" rather than a "waste of time."
6. Concentrate on one thing at a time:
Put your energy into the task at hand. Tune out interruptions. Set aside time when you will not answer the phone or schedule visitors. Don't waste time thinking about all of the other things that need to be done.



Change Management: Importance and Challenge

A student of class 11 asked to the teacher about the change in fashion, taste and preferences of customers, what should do by the business enterprises in this situation? And the teacher answered, business enterprises should change their roles on production as according to customer's tastes and preferences and have to implement different marketing strategies targeting to the desired customers. Needs, desires and taste of any product do not remain same as yesterday and today, it gradually change day by day. So change is a continuous process.

Obviously, we also agree change is continuous process and people should adopt the changes as according to time and context .Whenever change happens on an individual and deeply personal level and in such a case, resistance is the normal human reaction to change. The size and scope of the change itself impacts how it will be received. We can accept it as a universal truth. Large and complexly structured organization feels the necessity of change in their organizational structure and have had establishment of management as per requirement and also deploy the staffs for the effective function of change management. Change management takes care of the people side of change. So it helps to create new organization, design to new work processes or helps to implement new technologies if necessary by leaving the people behind.

Change management - a ubiquitous term that has been taken on many meanings, depending on where it is used. Prosci's (Change Management Learning Center) define change management as, "Change Management is the process, tools and techniques to manage the people -side of change to achieve the required business outcomes." It is the systematic management of employee engagement of an organization and adoption also when the organization changes how work will be done. Ultimately, change management focuses on how to help employees to embrace, adopt and utilize a



Ishwor chandra Rimal
Senior Business Officer

change in their day -to-day work. Stephen Covey, author of Seven Habits of Highly Effective People tells us, "People cannot live with change if there is not a changeless core inside them. The key to the ability to change is a changeless sense of who you are, what you are about and what you value". As we ponder our challenge, consider if we need a new mindset, a new skill or toolset, we may need to adjust our view by changing or viewing new way to acquire some new skills or tools to tackle the problems. It shows, we may need to find a new model to drive success .This can be an exciting proposition because we will most likely find new growth and development in the process and achieving the positive results as we desire. In this context, Barbara Sher adds as, "Change is not only likely, it's inevitable." Hence, change management is a structured approach to transitioning individuals, teams and organizations from a current state to a desired future state. Change management includes both individuals and organizational change management models and processes, which together are used to manage the people side of change.

Organizational change management includes process and tools for managing the people side of change at an organizational level. Changes in an organization takes place for many reasons, it is sometime made in order to find new ways of executing and organizing work. It is also made to change the processes in which people are utilized. Changes in organization also occur, as the organization evolves in the course of its life cycles,



for example, Nepal Telecom after conversion from corporation into government company, Ministry of communication appointed Pentascope International(PSI) as consultant and it submitted a report in 2005 and as recommended by this report, Change Management Department came into existence and is working in different sectors as per the change management principles.

As we know, change management is a modern concept which helps in monitoring, executing and managing the changes that takes place in an organization. Over viewing with human aspects in an organization, Hughes (2006) define change management, " The leadership and direction of the process of organizational transformation-especially with regard to human aspects and overcoming resistance to change". Hughes focused on people and their behavior in response to change to achieve success. Thus, change management is a systematic approach to dealing with change, both from the prospective of an organization and on the individual level. For an organization, change management means defining and implementing change procedures and/or technologies in the competitive business environment to gain success or to earn profit from changing opportunities.

Change management is not just communication or training. It is not just managing hardware or software versions. It is not just managing resistance, but it leads to an individual and organization up to thrive if we adopt the change more successfully. But Change is generally resisted by both individual & organization. However, the way of people feel about change; it determines their response. Response to change can be of; Defiance (change is opposed), Compliance (change is accepted) and Alliance (change is supported).

While visiting to more Telecom offices of Nepal Telecom by the team of Change management and had put the main issue and relevance of change management in our organization to those concerning people, the people of managerial level showed defiance response and rest were in compliance and alliance response. It shows change is inevitable in

our organization. A quote of Terry Paulson (the author of Paulson on Change) will assist on above defiance response. Terry says, "It's easiest to ride a horse in the direction it is going." In other words, don't struggle against change: learn to use it to your advantage.

Implementing changes in a corporation with thousands of people in a controlled manner is not easy. The difficult task often falls to the Chief of an Organization, whose skills and ability to introduce the changes in a controlled manner decides the regulated work of flow between departments. He can analyze, foresight and can do comparative study of competitor's business strategy. In addition to this he can also analyze the global market changes and foresee future changes in the market, thereby introducing changes in itself that helps to sustain the change management and its potentiality. He can diagnose the change needed, set its objectives, apply the strategy, measure the results and then re-adjust the consequences. To apply into practice, it is needed to take into account the scope of the organization, political and societal culture of the country, that of the organization, technical environment, overall competition, the state of mind of employees, etc. All these factors make it more or less difficult for him to apply change. Therefore, when we diagnose the change needed, we must choose carefully every future in order to be successful. For it, we need to choose revolutionary or evolutionary change by analyzing the change needed.

References :

- Articles and Research -Change Management Learning Center-Prosci
- Covey Dr.Stephen R-The 7 Habits of Highly Effective People
- Pentascope International(PSI) report (2005),Telecommunications Sector Reform Project "Nepal Telecom Commercialization and Restructuring ".
- Term paper, "A comprehensive review of change management", Hughes (2006)
- Paulson Dr Terry, author of the popular books Paulson on Change. ●

दूरसञ्चारको विकासमा पूर्वाधार-साभेदारी

दूरसञ्चार देशको समग्र विकासको लागि एक महत्वपूर्ण पूर्वाधारको रूपमा रहेको छ। आधुनिक र विश्वसभ्यता सञ्चारविना प्रायः असम्भव बन्न पुगेको छ। जीवनमा नभई नहुने साधनको रूपमा दूरसञ्चारले महत्वपूर्ण स्थान ओगटेको छ भने दूरसञ्चार सेवा प्रदान गर्ने निकायहरू राज्य सञ्चालनको अभिन्न अंगका रूपमा विकसित भइरहेको पाइनु स्वयं सञ्चार क्षेत्रको सारभूत विशेषता पनि हो। दूरसञ्चार आज सबैका लागि भरपर्दो सूचना र सञ्चारको माध्यम भएकोमा कुनै शंका छैन। दूरसञ्चारको उन्नति र विकासलाई राज्य/सरकारले उचित एवं महत्वपूर्ण प्राथमिकतामा राख्ने गरिएको तथ्य सबैका सामु छर्लङ्ग छ। नेपालको परिवेशमा पनि यी नै कुराले स्थान ओगटेको छ र योजनाबद्ध ढंगले सञ्चार क्षेत्रमा नीतिगत व्यवस्थासमेत गरी सक्रिय रूपमा दूरसञ्चार विकास कार्यक्रमहरू निर्वाधरूपमा अधि बढिरहेको पाइनु सन्तोषको विषय हो।

दूरसञ्चार नीति २०६० मा दूरसञ्चारको विकास र निर्माणलाई उच्च प्राथमिकता दिई सोही अनुरूप देशको सामाजिक तथा आर्थिक विकासमा सघाउ पुऱ्याउन निजी क्षेत्रसमेतको सहभागितामा नेपालभरि उचित मूल्यमा भरपर्दो दूरसञ्चार सेवा सर्वसुलभ गराउन अनुकूल वातावरणको सृजना गर्नु मुख्य उद्देश्य निर्धारण गरिएको छ। ग्रामीण तथा शहरी क्षेत्रका सर्वसाधारणको पहुँच दूरसञ्चार सेवामा पुऱ्याउन बसोबास भएका क्षेत्रमा बोलाउँदा सुनिने दूरीमा दूरसञ्चार सेवा उपलब्ध गराउने उद्देश्यसमेत निर्धारण गरिएको छ।

यसरी दूरसञ्चार नीतिले गरेको व्यवस्थाबमोजिम मुलुकमा सञ्चालित दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले कार्य गर्दै आइरहेका छन् र प्रतिस्पर्धात्मकरूपमा अधि बढिरहेका छन्। यसबाट सर्वसाधारणले प्रतिस्पर्धी वातावरणबाट प्राप्त हुने प्रतिफलहरूको रसास्वादन गरिरहेका छन्।

दूरसञ्चार सेवाको सञ्चालनमा विभिन्न पूर्वाधारहरूको आवश्यकता पर्दछ। यस क्रममा सेवाका लागि आवश्यक ट्रान्समिसन प्रणाली, पोल वा खम्बा, तार, केबुल, पावर, रेडियो यन्त्र, टावर, एक्सचेन्ज, रिपिटरलगायतका विभिन्न खाले उपकरण र संरचनाजस्ता पूर्वाधार हुन अति आवश्यक हुन्छ। यस्ता पूर्वाधारमा सेवाप्रदायक कम्पनीले ठूलो धनराशी खर्चिनुपर्ने हुन्छ तर प्रतिफल भने धेरै वर्षपछि हासिल हुन सक्ने हुन्छ। हालको अवस्थामा बजारमा विभिन्न सेवाप्रदायकहरूसँग आ-आफ्नै किसिमका स्रोत र संरचनाहरू रहेका छन्। तिनको सामूहिक उपयुक्त प्रयोगमा जोड दिनु नै पूर्वाधार-साभेदारीको मूल ध्येय र उद्देश्य हो।

दूरसञ्चार ऐन, २०५३ ले सेवाप्रदायकहरू आफैँले विकास गरेका पूर्वाधारहरू निश्चित आधार र दरमा अन्य प्रतिस्पर्धी



रामकुमार के.सी.

वरिष्ठ प्रशासकीय अधिकृत (कानून)
कानून शाखा, के.का.

सेवाप्रदायकहरूलाई पहुँच गराउनुपर्ने प्रावधान गरेको छ। सोही ऐनको दफा ३१ अनुसार अनुमतिपत्र प्राप्त व्यक्ति अर्थात् सेवाप्रदायकले आफूले विकास गरेको दूरसञ्चार प्रणाली अर्को सेवाप्रदायकले विकास गरेको दूरसञ्चार प्रणालीमा परस्पर जोड्न र प्रयोग गर्न पाउनेछ भन्ने स्पष्ट कानुनी व्यवस्था गरेको छ भने यसका लागि सेवाप्रदायकहरूबीच आपसमा मञ्जुरी भए मनासिब सर्त बन्देजको आधारमा र त्यसरी मञ्जुरी हुन नसकेको अवस्थामा नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणले निर्धारण गरेको सर्त बन्देजको आधारमा जोड्न तथा प्रयोग गर्न दिनुपर्ने स्पष्ट व्यवस्था गरेको छ।

दूरसञ्चार सेवाप्रदायक निकाय वा कम्पनीहरूबीच पूर्वाधार साभेदारीबाट सेवाप्रदायकका साथै सर्वसाधारण वर्गमा मनगो लाभहरू प्राप्त हुने देखिन्छ। पूर्वाधार साभेदारीका लागि सबै सेवाप्रदायकहरूलाई निर्णायकरूपमा अधि बढ्न उत्प्रेरणा दिई प्राधिकरणलाई सक्रिय तुल्याउनु अझ उपयुक्त हुने देखिन्छ।

सेवाप्रदायकहरूबीच लामो छलफल र पटक-पटकको बैठकद्वारा साभेदारी बुँदा र कार्यक्रमहरू समन्वय ढंगमा चालू राख्नुपर्ने देखिन्छ। पूर्वाधार साभेदारीबाट कम्पनी सेवाप्रदायकलाई ठूलो आर्थिक बचत, समय र स्रोतको बचत तथा लगानी, सञ्चालन र मर्मतमा समेत प्रत्यक्ष लाभहरू हासिल हुने देखिन्छ। Cost Effective पद्धतिबाट Infrastructure Sharing गरिने हुँदा यो पूर्वाधार साभेदारी सेवाप्रदायकहरूका लागि एक महत्वपूर्ण औजार साबित हुनेछ। उदाहरणका लागि कुनै एउटा कम्पनीले टावर बनाउने र त्यस्तो टावरमा दर्ता अनुमतिपत्र प्राप्त सबै सेवाप्रदायकहरूले हिस्सेदारी जनाई प्रयोग गर्न पाउने व्यवस्था हुन्छ। यदि प्रत्येक एउटा टावर अलग निर्माण गर्नुपर्ने भएमा धेरै खर्चिलो हुन जाने तर सेवा र गुणस्तरमा Compromise नगरी त्यस्तो टावर साभेदारी गर्न पाउने भई सम्बन्धित दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरू लाभान्वित हुन जाने निश्चित छ। यसका साथै सेवाप्रदायकहरूबाट हुने प्रशासकीय कार्य



चाप, विलिङ्ग, सुरक्षा सेवा खर्च घटाउने, जग्गा भवन खरिद वा भाडामा लिने जस्ता प्रत्यक्ष खर्चहरूसमेत न्यून गरी अधिकतम लाभ हासिल गर्न कुनै बाधा पर्दैन ।

कुनै पनि सेवाप्रदायक कम्पनीले यस्तो साभेदारी अपनाउनका लागि सर्वेक्षण एवं सरोकारवालाहरुबाट उचित राय-परामर्शसमेत लिनुपर्ने हुन्छ । हाम्रो कम्पनीले विगत वर्षहरूदेखि नै यसबाट विभिन्न बहस चलाई गोष्ठी र कार्यक्रमका माध्यमले यस्तो साभेदारी प्रयासलाई प्रस्टरूपमा राख्दै आएको तथ्यलाई सबैबाट मनन गरिनुपर्दछ ।

पूर्वाधार साभेदारी स्वयंमा एक जटिल विषय हो तर यसलाई सेवाप्रदायक कम्पनीहरूबीच अन्तरक्रिया र छलफल तीव्र पारिनुपर्दछ ताकि यस विषयलाई सबैले सरलरूपमा बुझेर स्वीकार गर्ने खालको हुनु त्यति नै आवश्यक छ । दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरूमध्ये भौतिक एवं पुँजीगत पूर्वाधार निर्माणमा नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेड अगाडि रहेको छ । कम्पनीमा पूर्णरूपमा प्रयोगमा ल्याई नसकेका प्रशस्त जग्गा-जमिन छ, जसलाई साभेदारीका रूपमा समायोचित प्रयोगमा ल्याउँदा अर्थोपार्जन गर्न टेवा पुग्छ । तर पूर्वाधार साभेदारीका माध्यमले कम्पनीले खेर गइरहेका पूर्वाधारहरू जस्तै- Space, Tower, Power, Shelter आदिलाई भाडामा लगाई तथा अन्य प्रतिस्पर्धी सेवाप्रदायक कम्पनीमा प्रयागमा नआएका पूर्वाधारहरू कम्पनीले भाडामा लिएर भन्नुटिलो र ठूला प्रकारका खरिदबाट विश्राम वा राहत लिँदै सेवा विस्तार गर्न कम्पनी सफल हुन्छ । यो नै समयको माग पनि हो ।

दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरूबीचको विद्यमान पूर्वाधार साभेदारीमा लगाउने र नयाँ-नयाँ संस्था वा कम्पनीबाट दूरसञ्चार पूर्वाधार निर्माण र विकास गर्न कुनै अलग स्वामित्व भएको नयाँ निकाय वा कम्पनी नै गठन गरी सक्रियता बढाउन सके मुलुकको दूरसञ्चार सेवा विस्तारमा नौलो आयाम थपिने र पूर्वाधार निर्माण भई पूर्वाधार साभेदारी थप उचाइमा पुग्ने कुरामा विश्वस्त हुन सकिन्छ । पूर्वाधार साभेदारीलाई हृदयंगम गरी अघि बढेमा दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूमा ज्यादा लाभ हुनेछ । यस कम्पनीले नीतिगत सोच बनाई पूर्वाधार साभेदारी गर्न सकेमा तत्काल घरभाडा र जग्गाभाडाजस्ता समस्याहरू न्यूनीकरण हुने देखिन्छ भने टावर निर्माण खर्च घटाई टावर भाडामा जाँदा बर्सेनि ठूलो धनराशी बचाउन सकिन्छ । यसै गरी व्यापार बजारीकरण र विज्ञापनसम्बन्धी कार्य पूर्वाधार सेयरिङ गर्ने कम्पनीहरूमार्फत गराउँदा सहूलियत दरमा कार्य गराउन सकिन्छ ।

पूर्वाधार साभेदारीका सबै गुणहरू मात्र हुँदैनन् । केही बेफाइदाहरू पनि हुन सक्छन् । जस्तो- RF Interference Problem, Network को Elements मा कम्पनीले सीधै Control गर्न नसकिने भनेको बेलामा Sharing को सुविधा नपाई लामो समय प्रतीक्षा गर्नुपर्ने जस्ता कुराहरूमा सचेतना र संवेदनशील भई लाग्नुपर्ने

देखिएको छ, तर पनि फाइदाहरू नै प्रशस्त भएकाले कम्पनीले सोच बनाई अघि बढ्नु आजको आवश्यकता बन्न पुगेको महसुस गरिन्छ ।

विश्वमा यस्तो साभेदारीले सेवाप्रदायकहरूको ठूलो खर्च लागत घटाई पूर्वाधारहरूको संयुक्त साभेदारी प्रयोग गर्न सक्ने कुरा प्रस्ट छ । यसै कुरालाई अन्तर्राष्ट्रिय दूरसञ्चार युनियन (ITU) ले विभिन्न उपायहरूका साथै दूरसञ्चारको पूर्वाधारमा साभेदारीलाई प्रश्रय दिइरहेको अत्यन्त सकारात्मक कदम रहेको छ । आई.टी.यु.का दूरसञ्चार विकास ब्यूरो संस्थाको वेबसाइटको न्युज सेन्टरमा टेलिकम अपरेटरहरूले कम खर्चमा नेटवर्क बनाई सञ्चालनमा ल्याउन सकेको जानकारी रहेको पाइन्छ भने यस्तो पूर्वाधार साभेदारीमा नेटवर्क लगायत र Support खर्च घटाउन सकिने र बचत पुँजी अर्को पूर्वाधार विकासमा खर्च गर्नु उपयोगी सिद्ध हुनेछ । अझै भन्ने हो भने यस्तो Sharing ले सम्भव भएसम्म सबै पाटोलाई छोएको छ, जसमा Pole, Ducts, Conduits आदिको प्रयोग गर्न/गराउन दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरूलाई उत्प्रेरित गरेको छ ।

नेपालमा रहेका यस कम्पनीलगायत अन्य प्रतिस्पर्धी कम्पनी Ncell Nepal Salettite , NSTPL, UTL, Smart बीच अन्तर्राष्ट्रिय स्तरको Technology and Infrastructure Sharing Independent Neutral Public Company खडा भएमा त्यसको नेपाल Branch वा नभए सो अनुसार केही वा सबै कारोबार गर्ने कम्पनीसँग कारोबार गर्न सकिने प्रशस्त सम्भावनाहरू बढेको महसुस गर्न सकिन्छ । यस प्रकारका Sharing कम्पनी नयाँ खोल्ने वा सूक्ष्मरूपमा विभिन्न खालका दूरसञ्चार पूर्वाधारहरू परिचालन गरी आएका भए सो समेत पहिचान गरी वा Telecom Infrastructure Sharing गर्ने/गराउने नयाँ कम्पनीलाई कम्पनी ऐन २०६३ बमोजिम स्थापना गरी अघि बढ्न सम्बन्धित दूरसञ्चार सेवाप्रदायकहरूलाई सकारात्मकरूपमा अघि बढ्नुपर्ने समयको माग रहेको छ ।

विश्वमा एसिया, युरोपलगायत विभिन्न महादेशका साथै बेलायत, अमेरिका, अफ्रिका, यु.ए.ई., भारत, भुटानसहित अधिकांश मुलुकहरूमा पूर्वाधार साभेदारीका माध्यमले दूरसञ्चार क्षेत्रका विभिन्न कम्पनीहरू लाभान्वित भइरहेको पाइन्छ ।

नेपालमा अझैसम्म यो विषय विभिन्न बहस र छलफलका रूपमा आइरहेको सन्दर्भमा नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणले गत जेठदेखि नेपाल सरकारबाट पूर्वाधार साभेदारी Modality तय गरी तराई र पहाडका ३ वा पाइलट प्रोजेक्ट सञ्चालन गर्नेजस्ता कार्यहरू अघि बढाउन सक्रिय भूमिका खेलेको समसामयिक छ । यसका लागि सबै दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूबाट उचितकै सहभागिता र सहयोग हुनु आवश्यक छ ।

पूर्वाधार साभेदारीका लागि दूरसञ्चार ऐन, २०५३, कम्पनी ऐन २०६३, करार ऐन २०५६, प्रचलित ऐन र आर्थिक ऐन तथा आयकर ऐनमा समेत आवश्यक संशोधन गरी यस्तो सुविधा प्राप्तसाहन



र नियमन गर्नुपर्ने देखिन्छ भने दूरसञ्चार पूर्वाधार साभेदारी ऐनसमेतको परिकल्पना अघि बढाई नेपालमा पूर्वाधार साभेदारी प्रयास सफल तुल्याउन कानुनी पक्षमा समेत मजबुत आधारहरू निर्माण गरी अघि बढेमा सफल हुने विश्वास गर्न सकिन्छ ।

नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडले पूर्वाधार साभेदारीमा जान विभिन्न खालका चुनौतीहरूको सामना गर्दै अघि बढ्न सक्नेमा दूरसञ्चारकर्मीहरू विश्वस्त हुन सक्नेछन् । तथापि, हाम्रो आन्तरिक दूरसञ्चार पूर्वाधारहरूको संयोजक र बहु उपयोग गरी एउटै टावरमा GSM, CDMA सुविधाका लागि प्रयोग गर्ने लगायतका अन्य

Network विस्तारमा समेत तत्काल उपलब्ध Infrastructure को भरपुर उपयोगलाई अभि जोड दिनु श्रेयष्कर हुने देखिन्छ ।

समग्रमा, दूरसञ्चार पूर्वाधार साभेदारी (Sharing) ले यस कम्पनीमा सकारात्मक प्रभाव पार्ने, संरचना निर्माणमा लगानी पुँजी बनाई सञ्चालन लागत (Operating Costs) समेत न्यून गरेर कम्पनीको सेवा र आर्थिक स्थिति सुदृढ तुल्याइराख्न सम्भव हुने हुँदा सम्बद्ध सरोकारवाला सबै विभाग, निर्देशनालय, कार्यालयलगायत दूरसञ्चारकर्मीहरूको उल्लेखनीय भूमिकाको अपेक्षा राख्न सकिन्छ ।



शुभ-कामना

१. शुभ-कामना मेरो
शुभ-कामना
आठौं वर्ष जन्मदिनको
शुभ-कामना ।

२. प्रगति र उन्नतिमा
सधैं लम्की रहोस्
जनताको माया पाई
सधैं चम्की रहोस् ।

३. धेरै थिए संघसंस्था
कस्तो रुपको भए
हेर्दाहेर्दै पलायन भै
आज कता गए ?

४. कहिल्यै पनि टुट्नुहुन्न
इमानदारी हाम्रो
टेलिकमको छत्रछाया
बनिरहोस् राम्रो ।

५. टेलिकमको मित्रतामा
सधैं माला गाँसौं
आज मात्र हाँस्ने होइन
भोलि पनि हाँसौं ।

६. नोकरी त छाड्नै पर्छ
चिन्ता लिनुहुन्न
बेगलै रुप धारण गरी
अघि सर्नुहुन्न ।



तिश्वनाथ दुंगेल

काठमाडौं क्षेत्रीय निर्देशनालय

७. निगरानी र भिखारीमा
दिन जान्छ जसको
हृदयमा कहिल्यै पनि
राम्रो हुन्न उस्को ।
८. कतै हामी बैरभाव
राखी हिँड्दै छौं कि
भविष्यको बाटो छेकी (छेक्न)
दौड्दै पो छौं कि ।
९. पूर्वदेखि पश्चिमसम्म
बेगलै हाम्रो हिम्मत
कर्मचारी मित्रतामा
कहिल्यै नहोस् दुईमत ।
१०. टेलिकमको मायाप्रति
सबै युनियनले
ढिला हुन लागिस्क्यो
बुझ्न ती मन-मनले ।
११. युगौयुगसम्म पनि
तिमी बाँची रहनू
जनताको विश्वास जिती
सधैं हाँसी बस्नु ।

व्यावसायिक संगठनको नेतृत्व मूल्यांकन र दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडमा यसको प्रयोग

(Leadership evaluation of Business organization & its use in NT)

१. व्यावसायिक संगठन (Business Organization) :-

संगठनलाई तोकिएका उद्देश्य प्राप्त गर्नका लागि सुदृढ, सबल, भरपर्दो एवं विश्वासिलो संगठनको आवश्यकता पर्दछ। संगठनभित्रका विभागहरू/शाखाहरू/कार्यालयहरू सुसंगठित नभएमा वाञ्छित लक्ष्य हासिल गर्न सकिदैन। संगठनको अर्थ साधन, तरिका र प्रणालीसँग जोडिएको हुन्छ। यिनै साधन, तरिका र प्रणालीले संस्थाका विभिन्न अङ्ग, शाखा र अन्तर्गत कार्यालयहरूलाई एकसूत्रमा आबद्ध गर्दै आपसी सामञ्जस्य स्थापित गर्दछन्।

संगठनका अनेकन प्रकारहरूमध्ये व्यावसायिक संगठनको चर्चा सर्वत्र देखिएको छ। यस प्रकारका संगठनहरू आर्थिक लाभ प्राप्त गर्ने उद्देश्यले खोलिएका हुन्छन्। यी सबैको उद्देश्य नाफा कमाउनु र व्यवसायको संयन्त्र विस्तार गर्नु हो। यस्ता संस्थाबाट लाभ प्राप्त गर्ने व्यक्तिहरूमा शेयर होल्डर र लगानीकर्ताहरू हुन्छन्। जस्तो- बैंकहरू, एयरवेज कम्पनी, दूरसञ्चार कम्पनी, सिमेन्ट उद्योगहरू, होटल, ट्राभल एजेन्सी, यातायात सेवा, डिपार्टमेन्टल स्टोरसमेत उद्योग व्यवसाय गर्ने संस्था वा संगठनहरू व्यावसायिक संगठनको दायरा (Business Organization) भित्र पर्ने देखिन्छ।

मुलुकको राजस्व अभिवृद्धि गरी रोजगारी सिर्जना गर्नमा यस्ता संगठनको महत्वपूर्ण भूमिका रहेको हुन्छ। व्यावसायिक संस्थाको सफलताविना मुलुकले आर्थिक समृद्धि हासिल गर्न सक्दैन। आर्थिक क्रियाकलापलाई चलायमान बनाउन यस्ता प्रकृतिका संगठनको सञ्चालन र व्यवस्थापनमा सरकारले सहजकर्ताको (Facilitator) भूमिका निर्वाह गर्नुपर्दछ। राज्यको नीति-नियमलाई पालना गरेर मुलुकलाई समृद्धितर्फ उन्मुख गराउने मूल ध्येय व्यावसायिक संगठनको हुनुपर्दछ।

२. व्यावसायिक संगठनको नेतृत्व (Leadership of Business Organization) :-

व्यावसायिक संस्थाको नेतृत्व जटिल र संवेदनशील विषय हो। संगठनलाई नागरिकको हितमुखी कार्यतर्फ उन्मुख गरी बढी नाफा



एकनारायण अर्याल

सह-सचिव
नेपाल सरकार

आर्जन गर्नु यसको उद्देश्य हुन्छ। यस्ता प्रकृतिका संगठनको नेतृत्वमा मूलतः देहायका क्षमताहरू हुनु अनिवार्य हुन्छ।

- They take an interest in employees.
- They keep moral high.
- They awaken enthusiasm.
- They use commands sparingly.
- They request not demand.
- They show respect to associates.
- They show faith in their workers.
- They encourage workers to speak up.
- They handle grievances fairly.
- They act fairly.
- They express approval.

३. नेतृत्व मूल्यांकनका आधारहरू (Basis of leadership evaluation) :-

संगठनको कामको प्रकृति, उद्देश्य र लक्ष्यप्राप्तिका लागि नेतृत्व मूल्यांकनका आधारहरू तय गरी लागू गरेमा व्यवस्थापनलाई मूल्यांकन गर्न सजिलो पर्दछ। मूलतः संगठनको नेतृत्व मूल्यांकनका व्यावहारिक आधारहरू देहायबमोजिम हुन सक्छन्।

- नेतृत्व गरेको संस्थाको वार्षिक कार्यक्रमको प्रगति
- नीति विश्लेषण क्षमता



- कार्यसम्पादन गर्दा नेतृत्व लिन सक्ने क्षमता
 - निर्णय गर्ने क्षमता
 - सेवाग्राही वर्गको सन्तुष्टि
 - बेरुजु फछ्योटको प्रगति
 - सामूहिक कार्य प्रणाली
 - पेसागत संवेदनशीलता
 - अन्तवैयक्तिक सम्बन्ध
 - कार्यरत निकायमा गरेको रचनात्मक वा सिर्जनात्मक सुधार
 - आर्थिक सूचकांकमा देखिएको सुधार नेतृत्व मूल्याङ्कनसम्बन्धमा सम्बद्ध संगठनको कर्मचारी प्रशासन नियमावलीमा समावेश गर्नुपर्ने व्यवस्थाहरु निम्नबमोजिम हुन सक्छन् ।
- (क) नेतृत्व मूल्याङ्कन गर्दा सम्बन्धित कर्मचारी कार्यरत निकायका कर्मचारीबाट गोप्यरूपमा कामप्रतिको व्यवहार र आचरणसम्बन्धी सूचना संकलन गर्न सक्ने ।
- (ख) मूल्याङ्कनका आधारअनुसार मूल्याङ्कन गर्दा सम्बन्धित कर्मचारीको स्तर स्पष्ट उल्लेख गर्ने ।
- (ग) नेतृत्व मूल्याङ्कनका अन्य आधार तथा कार्यविधि तोकिएको समितिले तय गरी निर्धारण गर्ने ।
- (घ) संस्थाले त्यस्ता कर्मचारीको पदस्थापना, सरुवा र बढुवा गर्दा नेतृत्व मूल्याङ्कनलाई आधार मान्नुपर्ने हुन सक्छ ।
- ४. नेतृत्व मूल्याङ्कनका आधार तिनको मापनयोग्य प्रयोग :-**
- व्यावसायिक संस्था होस् वा नेपाल सरकारको कुनै कार्यालय, कुशल नेतृत्वविना सफलतापूर्वक सञ्चालन हुन सक्दैन । नेतृत्व गर्न सक्ने क्षमता वा गुण सबैमा हुने विषय पनि होइन, आजभोलि संस्थाको व्यावहारिक पक्षलाई ख्याल गरी आन्तरिक र बाह्य वातावरण बुझेर काम गर्न सक्ने प्रकृतिको विवेकपूर्ण नेतृत्व (Rational leadership) आवश्यक छ । हाम्रो सन्दर्भमा यिनै कुराहरुलाई देहायबमोजिम छोटो विश्लेषण गर्न खोजिएको छ ।
- ४.१. कर्मचारीले नेतृत्व गरेको संस्थाको वार्षिक कार्यक्रमको प्रगति :-**
- यो आधारलाई भौतिक र वित्तीय गरी दुई भागमा विभाजन गर्न सकिन्छ । सम्बन्धित निकायको वित्तीय प्रगति यकिन गर्न सहज भए पनि एक वा सो भन्दा बढी कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने निकायको भौतिक प्रगति किटान गर्न कठिन हुन सक्छ । त्यसो त धेरै कार्यक्रम

सञ्चालन गर्ने संस्थाको औसत भौतिक प्रगति लिन नसकिने पनि होइन, तर यसो गर्दा साना र सहज खाले कार्यक्रमको शतप्रतिशत वा धेरै प्रतिशत प्रगतिले समग्र औसतलाई नै प्रभावित बनाउने हुन्छ । अर्को विकल्पको रूपमा Weighted Average लाई आधार मान्न सकिन्छ । फेरि कार्यक्रमको Weightage वार्षिक बजेटकै आधारमा निकालिने हुँदा यसलाई आधार मान्ने हो भने वित्तीय प्रगतिलाई आधार नलिँदा पनि हुन्छ, खाली weighted average को class interval तोकी सोही अनुरूप अङ्क प्रदान गर्न उपयुक्त हुन्छ । यसलाई ७० प्रतिशत प्रगतिलाई न्यूनतम मानी ८० र ९० वा सो भन्दा बढी वार्षिक प्रगतिलाई अलग-अलग अङ्क दिन ठीक हुन्छ । अङ्क प्रदान गर्दा अधिल्लो आर्थिक वर्षको प्रगतिलाई आधार मान्ने र कुनै कर्मचारी चालू वर्षदेखि मात्र हालको संस्थामा कार्यरत रहेको भए चालू वर्षको मूल्याङ्कन हुने अवधिसम्मको प्रगतिलाई आधार लिन सकिन्छ ।

४.२. नीति विश्लेषण क्षमता :-

नीति विश्लेषणसम्बन्धी क्षमता धेरै विषयगत कुरा भएकोले दैनिक रूपमा सम्पादन हुने कामबाट यसको मूल्याङ्कन असहज हुन सक्छ । सरोकारवाला संस्थाको कुनै पनि नीति तर्जुमा र विश्लेषणमा सम्बन्धित कर्मचारी कति हदसम्म संलग्न रह्यो वा रहेन, यकिन गर्न पनि सजिलो छैन । त्यसैले यस्तो क्षमता पहिचान गर्न मूल्याङ्कन केन्द्र (Assessment Centre) को सहारा लिन मनासिब हुन्छ । यस्तो मूल्याङ्कन केन्द्र (Assessment Centre) सार्वजनिक संस्थान बोर्ड, लोक सेवा आयोग, नेपाल प्रशासनिक प्रशिक्षण प्रतिष्ठान वा तोकिएको मूल्याङ्कन समिति नै पनि हुन सक्छ । तर थप विश्वसनीयताका लागि लोक सेवा आयोगलाई प्राथमिकता दिन सान्दर्भिक हुन्छ ।

यसमा सम्बन्धित कर्मचारीले तोकिएको नीतिगत समस्यामा समाधान खोजी गरी त्यसको प्रस्तुतीकरण गर्नेछन् । लिखित समाधान र प्रस्तुतीकरणका लागि अलग्गै अङ्क भार राखिनेछ । नीतिगत समस्यालाई सैद्धान्तिक, नेपाली परिवेश, समाधान र कार्यान्वयन कार्ययोजनाका रूपमा वर्गीकरण गर्न सकिन्छ ।

४.३. कार्यसम्पादन गर्दा नेतृत्व लिन सक्ने क्षमता :-

संस्थामा आफूलाई तोकिएको कार्यसम्पादन गर्दा आत्मविश्वासका साथ सहयोगीहरुलाई परिचालन गरी निर्धारित लक्ष्य हासिल गर्न सक्ने क्षमता कर्मचारीमा हुनुपर्ने गुणमा पर्दछ । विभाग/शाखामा तोकिएको कार्यलाई मितव्ययी पूर्ण ढंगबाट सम्पादन गरी छोटो समयमा नतिजा हासिल गर्न सक्ने क्षमतालाई नेतृत्व मूल्याङ्कनको आधारमा लिन सकिन्छ ।



४.४. निर्णय गर्ने क्षमता :-

संस्थाको आन्तरिक र बाह्य वातावरणको सही विश्लेषण गरी विवेकपूर्ण निर्णय गर्न सक्ने क्षमतालाई आधार लिन सकिन्छ। आफ्नो जिम्मेवारी बहन गर्ने सिलसिलामा तोकिएको मापदण्ड र परिधिमा रही बहुसंख्यकलाई हित हुने संस्थाको तोकिएको लक्ष्य हासिल गर्नेतर्फ उन्मुख निर्णय लिन सक्ने क्षमतालाई आधार लिन सकिन्छ।

४.५. सामूहिक कार्य प्रणाली :-

संस्थाको उद्देश्यलाई परिणामयोग्य बनाउन Team Work अत्यावश्यक ठानिन्छ। सामूहिक कार्यविना लक्ष्य प्राप्त गर्न सकिदैन। संस्थामा कार्यरत कर्मचारीमा आ-आफ्नै क्षमता (Potentiality) हुन सक्छ, ती क्षमताको सामूहिक प्रयोग गरी उच्चतम नतिजा हासिल गर्न सक्ने क्षमतालाई नेतृत्व मापनको आधार मान्न सकिन्छ। सामूहिक कार्य प्रणालीविना कुनै पनि संस्थाले तोकिएको समयमा लक्ष्य प्राप्त गर्न सक्दैन।

४.६. अन्तर्वैयक्तिक सम्बन्ध :-

कुनै पनि कर्मचारीमा अन्तर्निहित माथि उल्लिखित विषयसम्बन्धी क्षमताको आँकलन धेरै हदसम्म उसका अनुयायीहरू (Followers) लाई बोध हुन सक्ने भएकोले यससम्बन्धी मूल्याङ्कन हुने कर्मचारीको मातहतका व्यक्तिबाट यस्तो क्षमताको जाँच हुन व्यावहारिक हुन्छ। यसअन्तर्गत चार जना मातहत कर्मचारीबाट गोप्यरूपमा अङ्क दिन लगाई औसत अङ्कका आधारमा स्तर कायम गर्ने र सो आधारमा उच्च तहका लागि संस्था प्रमुखले अङ्क दिने प्रावधान राख्दा व्यावहारिक हुन सक्छ।

४.७. सेवाग्राही वर्गको सन्तुष्टि :-

मौजुदा कार्य पद्धतिका आधारमा सेवाग्राहीको सन्तुष्टिको मापन गरी कर्मचारीको मूल्याङ्कन गर्ने विषय निकै कठिन छ। बरु कर्मचारी कार्यरत संस्थाप्रति सेवाग्राहीको सन्तुष्टि मूल्याङ्कन गरी सोही आधारमा सम्बन्धित व्यक्तिको स्तर यकिन गर्न सकिने हुन सक्छ। यसमा पनि धेरै सेवाग्राहीमध्ये कसलाई छान्ने भन्ने कुरा जटिल छ। यसको प्रयोगको लागि चार-पाँच वटासम्म सरल र संक्षिप्त प्रश्नावलीमार्फत Randomly सेवाग्राही यकिन गरी संस्थाप्रतिको धारणा बुझ्न सकिन्छ।

४.८. बेरुजु फछ्योर्टको प्रगति :-

तुलनात्मकरूपमा यो आधार वस्तुगत छ। संस्थाबाट वार्षिक रूपमा तोकेको न्यूनतम प्रतिशतलाई तल्लो आधार मानी सबभन्दा बढी अङ्कको बेरुजु फछ्योर्टसम्मलाई तीन वर्गमा विभाजन गरी

मूल्याङ्कन गर्न सान्दर्भिक हुन्छ। उच्च तह वा आफू प्रमुख भएको प्रथम श्रेणीको कर्मचारीको मूल्याङ्कन गर्दा संस्थाको प्रगति र विभागीय प्रमुखहरूको हकमा उनीहरूले हेर्ने कार्यक्रम सम्बन्धित फछ्योर्टको प्रगतिलाई आधार मान्न व्यावहारिक हुन्छ। कुनै व्यक्ति कार्यरत निकाय वा कार्यक्रममा बेरुजु छैन वा बेरुजु फछ्योर्टमा यसको सहयोग र संलग्नता रहँदैन भने निजको हकमा यो आधार लागू नहुने र यसका लागि प्रदान गरिने भार हटाई कुल प्राप्ताङ्कलाई अनुपातमा गणना गर्नु उपयुक्त हुन्छ।

४.९. पेसागत संवेदनशीलता :-

पेसागत संवेदनशीलताले कर्मचारीका मूल्य-मान्यता र आचरणसँग सरोकार राख्छ। त्यसो भएकोले यसलाई आचरण पालना गरे/नगरेको विषयसँग आबद्ध गर्न मिल्ने देखिन्छ। यसअन्तर्गत नेतृत्व मूल्याङ्कन अवधिमा आचरणको उल्लंघन र त्यसको पुनरावृत्तिलाई अङ्क प्रदानको आधार मान्न सकिन्छ। तर आचरणको उल्लंघनको लिखित अभिलेख राख्ने अभ्यास नभएकोले यसलाई यथार्थपरक बनाउन थप अभ्यास आवश्यक छ।

४.१०. कार्यरत निकायमा गरेको रचनात्मक वा सिर्जनात्मक सुधार :-

सम्बन्धित कर्मचारीले कार्यरत निकायमा गरेको रचनात्मक वा सिर्जनात्मक सुधार, त्यसबाट भएको उपलब्धि र सम्भावित प्रतिफलसमेतको खाका मूल्याङ्कन समितिमा पेस गर्न लगाई जम्मा भारमध्ये प्रत्येक रचनात्मक वा सिर्जनात्मक सुधारका लागि अधिकतम तीन वटा कार्यका लागि अङ्क प्रदान गर्ने, यस्तो मूल्याङ्कन सम्बन्धित समितिले नै गर्ने व्यवस्था राख्न सकिन्छ।

४.११. आर्थिक सूचकांकमा देखिएको सुधार :-

संगठनले परिलक्षित गरेको लक्ष्य प्राप्तिसँगै आमदानी र खर्चको सन्तुलन कायम राख्न जरुरी छ। संगठनलाई नाफामूलक बनाउन गरेका पहल र त्यसबाट भएको सुधार यस प्रकृतिको मापनको आधार हुन सक्छ। मितव्ययीपूर्ण साधन-स्रोतको उपयोग, संगठनले आर्थिक क्षेत्रमा हासिल गरेको उपलब्धिलाई निश्चित समय तालिकामा विश्लेषण गर्दै जानुपर्दछ। विगतको तुलनामा देखिएको प्रगति सूचकलाई मूल्यांकनको आधार मान्न सकिन्छ।

५. मूल्याङ्कनका आधार र अङ्क विभाजन :-

५.१. उच्चतह :-



| क्र.सं. | मूल्याङ्कनका आधार | जम्मा अङ्क भार |
|---------|---|----------------|
| १ | वार्षिक प्रगति (समग्र संस्थाको) | |
| २ | नीति विश्लेषण र प्रस्तुतीकरण क्षमता (Assessment Centre मार्फत) | |
| ३ | कार्यसम्पादन गर्दा नेतृत्व लिन सक्ने क्षमता (मातहतबाट औसतमा) | |
| ४ | निर्णय गर्ने क्षमता (मातहतबाट औसतमा) | |
| ५ | सामूहिक कार्य प्रणाली (मातहतबाट औसतमा) | |
| ६ | अन्तर्वैयक्तिक सम्बन्ध (मातहतबाट औसतमा) | |
| ७ | सेवाग्राही वर्गको सन्तुष्टि (तत्काल कार्यान्वयनमा जान असजिलो) | |
| ८ | बेरुजु फछ्योर्टको प्रगति (समग्र संस्थाको) | |
| ९ | वार्षिक प्रतिवेदनमा देखिएको बेरुजु (सम्बन्धित प्रमुखको कार्यकालसँग सम्बन्धित) | |
| १० | पेसागत संवेदनशीलता (आचारसंहिताको पालना र पुनरावृत्ति) | |
| ११ | रचनात्मक वा सिर्जनात्मक सुधार | |
| १२ | आर्थिक सूचकांकमा देखिएको सुधार | |

५.२. विभागीय प्रमुख/कार्यालय प्रमुख :-

| क्र.सं. | मूल्याङ्कनका आधार | जम्मा अङ्क भार |
|---------|---|----------------|
| १ | वार्षिक प्रगति (समग्र संस्थाको) | |
| २ | नीति विश्लेषण र प्रस्तुतीकरण क्षमता (Assessment Centre मार्फत) | |
| ३ | कार्यसम्पादन गर्दा नेतृत्व लिन सक्ने क्षमता (मातहतबाट औसतमा) | |
| ४ | निर्णय गर्ने क्षमता (मातहतबाट औसतमा) | |
| ५ | सामूहिक कार्य प्रणाली (मातहतबाट औसतमा) | |
| ६ | अन्तर्वैयक्तिक सम्बन्ध (मातहतबाट औसतमा) | |
| ७ | सेवाग्राही वर्गको सन्तुष्टि (तत्काल कार्यान्वयनमा जान असजिलो) | |
| ८ | बेरुजु फछ्योर्टको प्रगति (समग्र संस्थाको) | |
| ९ | वार्षिक प्रतिवेदनमा देखिएको बेरुजु (सम्बन्धित प्रमुखको कार्यकालसँग सम्बन्धित) | |
| १० | पेसागत संवेदनशीलता (आचारसंहिताको पालना र पुनरावृत्ति) | |
| ११ | रचनात्मक वा सिर्जनात्मक सुधार | |

१२ आर्थिक सूचकांकमा देखिएको सुधार

६. नेपाल दूरसञ्चार कम्पनीमा नेतृत्व मूल्याङ्कनको प्रयोग :-

व्यावसायिक संगठनको नेतृत्व मूल्याङ्कनको चर्चा गर्दा दूरसञ्चार कम्पनी पनि त्यसबाट अछुतो रहन सक्दैन। यो संस्था सेवामूलक मात्र नभई व्यावसायिक संगठन हो। जसले लाभ-हानिको उच्चतम विश्लेषण गर्दछ। नेपाल राज्यभर यसको संयन्त्र विस्तार भएको छ भने करिब ६५ लाख यसको सेवाग्राही रहेको कम्पनीको तथ्यांकबाट बुझ्न सकिन्छ। प्राइभेट कम्पनीसँग प्रतिस्पर्धा गर्न सक्ने नयाँ प्रविधि र ज्ञानको उच्चतम प्रयोग गरी आफ्ना सेवाग्राहीलाई सन्तुष्टि प्रदान गरी नाफा आर्जन गर्न सक्नु यसको मूल ध्येय हो। यस परिप्रेक्ष्यमा यस संस्थाको नेतृत्वमा उल्लिखित गुणहरु हुन जरुरी छ। Good leaders inspire people to do their best भनेजस्तै यस संस्थामा नेतृत्व मूल्याङ्कनको प्रयोगबाट निर्धारित लक्ष्य हासिल गर्न सजिलो हुन सक्छ। राजनीतिक फेरबदलसँगै संस्थामा हुने परिवर्तन र त्यसले संगठनको कार्य वातावरणमा पार्ने प्रभावले दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडलगायत देशका अन्य सार्वजनिक संस्थाले मार बेहोरेको यथार्थ छ। कम्पनीको छविलाई उच्च पारी सर्वसाधारणको विश्वास आर्जन गर्न व्यवस्थापकीय सुधारका नयाँ आयामको थालनी गर्नु जरुरी देखिन्छ। राजनीतिक हस्तक्षेपका कारण शिथिल भएका हाम्रा सार्वजनिक संस्थानहरुमा नेतृत्व मूल्याङ्कनका आधार तय गरी संस्थाको कर्मचारीभित्रैबाट उच्च नेतृत्व तय भएमा व्यावसायिकतामा अभिवृद्धि नहोला भन्न सकिन्न। जनताको व्यापक विश्वास र मुलुकको आर्थिक समृद्धिमा उच्चतम भूमिका खेल्न सफल दूरसञ्चार कम्पनीको नेतृत्व विकासका प्रत्येक तह र चरणमा यी मूल्याङ्कनका आधारहरु लिपिबद्धरूपमा कार्यान्वयन गर्न सके नेपाल टेलिकमले अझ बढी सफलता प्राप्त गर्न सक्छ भन्ने कुरामा शंका छैन। नेपाल टेलिकमको कर्मचारी सेवा सर्तसम्बन्धी नियमावलीमा यी आधारहरुको प्रत्याभूति हुने खालको व्यवस्था गर्न जरुरी देखिन्छ।

सन्दर्भ सामग्री :-

- Leadership - Anthony D' SOUZA 1989 Haggal institute
- नेपाल सरकारका राजपत्रांकित विशिष्ट र प्रथम श्रेणीका अधिकृतहरुको नेतृत्व मूल्याङ्कनसम्बन्धी व्यवस्था, २०६५ (सामान्य प्रशासन मन्त्रालय)

स्वायत्तताको कसीमा नेपाल टेलिकम

आर्थिक उदारीकरण र बजार अर्थतन्त्रको लहर आउनुपूर्व सर्वसाधारणलाई आधारभूत आवश्यकताका वस्तु तथा सेवाको उत्पादन तथा वितरण गर्ने अभिप्रायले नेपालमा सन् ६० को दशकदेखि सरकारी स्वामित्वमा संस्थानहरूको स्थापना हुन थालेको हो। नेपाली अर्थतन्त्रमा वैदेशिक पूँजी र प्रविधि भित्र्याउनुको साथै रोजगारीको अवसर वृद्धि गर्नमा समेत सार्वजनिक संस्थानहरूको महत्वपूर्ण भूमिका रहेको छ। विश्व अर्थतन्त्रमा देखा परेको वित्तीय संकट र आर्थिक मन्दीको प्रभाव उर्लिएको बेलासमेत नेपालमा सार्वजनिक संस्थानहरूको महत्व घटेको अवस्था छैन।

वि.सं. २०४६ को प्रथम जनआन्दोलनपश्चात् मुलुकमा आएको राजनीतिक परिवर्तनसँगै सरकारले आर्थिक उदारीकरण र निजीकरणको नीतिलाई प्रमुखताका साथ अवलम्बन गर्‍यो। यसै नीतिको फलस्वरूप सरकारी संस्थानहरूको दक्षता वृद्धि गरी उत्पादकत्व बढाउन, सरकारलाई परेको प्रशासनिक तथा वित्तीय भार कम गर्न र निजी क्षेत्रको सहभागिता वृद्धि गर्नुका साथै प्रवाह गरिने सेवालाई प्रभावकारी बनाउने समेत उद्देश्य राखी वि.सं. २०५० देखि सरकारी स्वामित्वमा रहेका संस्थानहरूको निजीकरण, खारेजी र विघटन प्रक्रिया अधि बढाइएको हो। यसै क्रममा सन् २००८ मा साविकको नेपाल दूरसञ्चार संस्थानलाई सरकारको प्रत्यक्ष नियन्त्रण र सञ्चालनबाट मुक्त गर्ने उद्देश्यका साथ कम्पनी कानूनअन्तर्गत कम्पनीको रूपमा स्थापना गरी निजीकरण गरिएको हो। हाल नेपाल टेलिकमले ८.५३ प्रतिशत शेयर मात्र विक्री गरी बाँकी शेयर सरकारको स्वामित्वमा रहेको अवस्था छ।

नेपाल सरकारको पूर्ण स्वामित्व र नियन्त्रणमा रहेको नेपाल दूरसञ्चार संस्थानलाई स्वायत्तता प्रदान गरी व्यावसायिक सिद्धान्तको आधारमा सञ्चालन गर्ने उद्देश्यले कम्पनी कानूनअन्तर्गत यसलाई स्वायत्त संस्थाको रूपमा स्थापना गरिएको हो। कम्पनी कानूनअन्तर्गत स्थापना गरिए तापनि यसको सम्पूर्ण शेयर जनसाधारणमा जान नसकी अहिले पनि यसको ठूलो शेयरको हिस्सा नेपाल सरकारको पकडमा रहेको छ। यसको नीति निर्माण तह साधारणसभा तथा सञ्चालक समितिमा नेपाल सरकारको बाहुल्यता रहेको छ। कम्पनीको खरिद प्रक्रिया अवलम्बन गर्दा सार्वजनिक खरिद ऐन, २०६३ ले निर्धारित गरेका विधि प्रक्रियाहरू पूरा गरेर मात्र खरिद गर्नुपर्ने अवस्था छ। कम्पनीले गरेका हरेक खालका व्यावसायिक योजनासम्बन्धी महत्वपूर्ण काम-कारवाहीहरूमा अनावश्यक टिका-टिप्पणी भई विभिन्न निकायहरूमा उजुरी एवं गुनासाहरू आउने गरेका र जसको कारणबाट कम्पनीले राम्रा कामसमेत सहजरूपमा अगाडि बढाउन सक्ने वातावरणसमेत नभएको अवस्था छ।

कम्पनीमा परिणत भएको संस्थाले कम्पनी कानूनअन्तर्गत पूर्णरूपमा स्वायत्तता प्राप्त गरी तदनुरूप क्रियाकलाप सञ्चालन गर्न नसक्दा नेपाल टेलिकमले हाल अन्य निजी क्षेत्रमा स्थापित भई सञ्चालनमा रहेका दूरसञ्चार सेवाप्रदायक संस्थासँग प्रतिस्पर्धा गर्न



राजेन्द्र नेपाल

उपसचिव (कानून)

भौतिक योजना तथा निर्माण मन्त्रालय

अप्टेरो परिरहेको अवस्था छ। अन्य निजी दूरसञ्चारसम्बन्धी संस्थाहरू निजीस्तरमा कम्पनी कानूनअन्तर्गत स्थापित भएको हुँदा तिनीहरू कार्यमा पूर्ण स्वायत्त छन्। त्यस्ता संस्थाहरूले छिन्भरमा नै कुनै पनि विषयमा तत्काल निर्णय लिन सक्छन्। खरिद प्रक्रियामा कुनै जटिलता छैन। कुनै काम गरे वा नगरेबापत कुनै निकायमा उपस्थित भई स्पष्टीकरण एवं बयान दिनुपर्ने अवस्था रहँदैन। नेपाल टेलिकमले जस्तो राज्यप्रति सोभो बफादरको रूपमा उभिएर जिम्मेवारी एवं उत्तरदायित्व बहन गर्नुपर्दैन। सञ्चालक एवं कर्मचारीहरू पूर्णरूपमा व्यावसायिक मूल्य-मान्यताको आधारमा परिचालित हुन्छन्। सरकारको तर्फबाट कुनै हस्तक्षेप हुँदैन। कर्मचारीहरूको हकमा दण्ड र पुरस्कारको नीतिलाई कडाइका साथ अवलम्बन गरिन्छ। राजनीतिक हस्तक्षेप शून्यप्रायः हुन्छ र अन्ततोगत्वा आफ्ना व्यावसायिक योजना, नीति, रणनीति एवं कार्यनीतिहरूलाई योजनाबद्ध ढंगबाट अगाडि बढाउन सहजै सक्ने अवस्था देखिन्छ। तर त्यसको विपरीत नेपाल टेलिकमले तदनुरूप आफ्ना क्रियाकलाप सञ्चालन गर्न सक्ने अवस्था छैन। यसलाई सरकारले कम्पनीकरण गरे पनि आफूबाट पूर्णतया अलग गर्न सकेन। यो संस्था न त सरकारी बन्न सक्थ्यो, न त कम्पनीअन्तर्गत पूर्ण स्वायत्तता नै पाउन सक्थ्यो। यसले दोहोरो चरित्र बोक्थ्यो। यो सरकार र निजी क्षेत्र दुवैको साभ्ना बन्न पुग्यो। यो दुवैको हुँदा कसैको पनि बन्न सकेन। अन्ततोगत्वा यो संस्था सरकारी आँगनबाट प्रस्थान त गर्‍यो तर गन्तव्यमा पुग्न सकेन, जसको कारण यसको सञ्चालन, नियन्त्रण र स्वामित्व अहिले पनि सरकारकै मातहतमा रहेको छ। नेपाल सरकारका पदाधिकारीले सञ्चालक समितिको अध्यक्षता गर्ने, सञ्चालक समितिमा सरकारका अन्य निकायका प्रतिनिधिहरूको बाहुल्यता रहने र कम्पनीको प्रबन्ध सञ्चालकको नियुक्ति नेपाल सरकारले गर्ने व्यवस्था रहेसम्म यसको स्वायत्तताको कुनै अर्थ रहँदैन। राजनीतिक नेतृत्व परिवर्तन हुनासाथ प्रबन्ध सञ्चालकहरूको पनि फेरबदल भइरहने गरेको विगतको अनुभवबाट पनि यसको स्वायत्ततामा सरकारको कामकारवाहीबाट कति असर पर्न गएको छ भन्ने सम्बन्धमा सानो उदाहरणको रूपमा लिन सकिन्छ।



नेपाल टेलिकम निजीकरण भए पनि यसभित्र निजी क्षेत्रको व्यवस्थापकीय व्यवहार भित्रिन सकेन। यसले सरकारी जडसूत्रवादलाई चिर्न सकेन। यो लालफिताशाहीमा अडिइरह्यो। यसले सरकारी हैसियतमा रहँदाको अनुहारलाई फेर्न सकेन। जनतामा पुऱ्याउनुपर्ने सेवा-सुविधालाई थप सहज, प्रभावकारी, गतिशील एवं समयसापेक्ष बनाउन सकेको छैन। कार्यगत स्वायत्तताको अभावमा यसले प्रतिस्पर्धीहरूसँग क्रमशः हार्ने अवस्था छ। यसलाई जीवन्त एवं गतिशील संस्थाको रूपमा जनताको घर-घरमा एवं मन-मनमा पुऱ्याउन सर्वप्रथम यसलाई आफ्नो कानुनी हैसियतअनुरूप स्वायत्तरूपमा चल्ने वातावरण सृजना गरिनु टुङ्कारो आवश्यकता छ।

माथि अभिव्यक्त विषयहरू कम्पनीको यथार्थ धरातलमा उभिएर हेर्दा प्रतिविम्बित हुने विषय हुन्। कम्पनीकरण भइसकेपश्चात् पनि यसले कतिपय क्षेत्रमा राम्रा उपलब्धिहरू हासिल गरेको छ। थोरै नै भए पनि जनसाधारणमा शेयर बिक्री भई जनताहरूले कम्पनीको नीति निर्माण तहमा सहभागी हुने मौका पाएका छन्। निजी क्षेत्रसँग प्रतिस्पर्धा गर्ने सीप-कौशलमा क्रमशः वृद्धि हुँदै गएको छ। प्रतिस्पर्धाको भावनाले प्रस्फुटन हुने मौका पाएको छ। अहिले पनि उल्लेख्यरूपमा नाफामा चलिरहेको अवस्था छ। पाएसम्म जनताको पहिलो रोजाइ नै यसले प्रदान गर्ने सेवा रहेको छ।

तसर्थ नेपाल टेलिकमको स्वायत्ततालाई कानुनी दस्तावेजमा मात्र सीमित नराखी व्यावहारिक रूपमै यसलाई स्वायत्तता प्रदान गरिनु आवश्यक छ। यसका लागि निम्न उपायहरू अवलम्बन गरिनु उचित देखिन्छ।

१. पूर्णरूपमा कम्पनीकरण गर्ने : नेपाल टेलिकम कम्पनी कानुनअन्तर्गत स्थापना भएको हुँदा यसका सञ्चालनका आधारहरू कम्पनी ऐन, २०६३ तथा कम्पनीका प्रबन्धपत्र तथा नियमावली हुनुपर्दछ। कम्पनीले आफ्ना काम-कारवाही सञ्चालन गर्दा तिनै कानुनी दस्तावेजलाई अनुसरण गर्नुपर्दछ। सरकारका नीति-निर्देशनहरूबाट कम्पनीको काम प्रभावित हुनुहुँदैन।

२. शेयर बिक्री खुल्ला गर्ने : कम्पनीले जबसम्म सबै शेयरहरू बिक्री वितरण गर्दैन तबसम्म सरकारकै नियन्त्रण रहिरहने अवस्था हुन आउँछ। तसर्थ यसलाई सरकारी प्रभावबाट मुक्त गराउन सरकारको नाउँमा रहेको शेयरलाई खुल्ला बजारमा बिक्री वितरण गर्ने व्यवस्था मिलाउनुपर्दछ। यसले कम्पनीको स्वायत्ततालाई व्यवस्थित गराउन सहयोग पुऱ्याउँछ।

३. खरिद प्रक्रियामा स्वायत्तता प्रदान गर्ने : नेपाल टेलिकम कम्पनीमा परिणत भए पनि आफ्ना आन्तरिक काम-कारवाहीको लागि छुट्टै कार्यविधि एवं विनियमावलीहरू बनाउन स्वायत्तता प्राप्त गरेको छैन। सार्वजनिक खरिद ऐन, २०६३ को व्यवस्थाले सार्वजनिक संस्थानहरूलाई आफ्नो खरिद प्रक्रियामा उक्त ऐनले निर्धारण गरेको प्रक्रिया अवलम्बन गर्नुपर्ने बाध्यात्मक व्यवस्था गरेको छ, जसबाट नेपाल टेलिकमले अन्य निजी क्षेत्रको संस्थाले जस्तै सीधै खरिद गर्न सक्ने हैसियत राख्दैन। तसर्थ कम्पनीकरण भइसकेको अवस्थामा

सरकारले आफ्ना लागि लागू गरेको कानुनी व्यवस्था नेपाल टेलिकमको आन्तरिक खरिद प्रक्रियामा लागू गर्न खोज्नु स्वायत्तताको दृष्टिबाट उचित देखिँदैन। अतः खरिद प्रक्रियाको लागि पारदर्शीरूपमा कार्यविधि तयार गरी सार्वजनिक उत्तरदायित्व एवं जिम्मेवारीका आधारमा नेपाल टेलिकमले नै उपयुक्त खरिद विनियमावली तयार गरी बनाउन सक्ने व्यवस्था गर्न आवश्यक छ। यसको लागि सरकारले प्रचलित सार्वजनिक खरिद ऐनमा नै संशोधन गर्नुपर्ने हुन्छ।

४. प्रबन्ध सञ्चालकको नियुक्ति प्रतिस्पर्धाबाट गर्नुपर्ने : हाल सरकारले सबै सार्वजनिक संस्थानहरूमा कार्यकारी प्रमुख नियुक्ति गर्न खुल्ला प्रतिस्पर्धाको आधारमा नियुक्ति गर्ने नीति अवलम्बन गरेको अवस्था विद्यमान रहेको हुँदा नेपाल टेलिकमको प्रबन्ध सञ्चालकमा नेपाल सरकारले सीधै नियुक्ति गर्ने व्यवस्थालाई अन्त्य गरी निश्चित योग्यता र अनुभव हासिल गरेका व्यक्तिहरूमध्येबाट प्रतिस्पर्धाको आधारमा छनोट गरी सञ्चालक समितिले नै नियुक्ति गर्ने व्यवस्था गर्नुपर्दछ। यसबाट व्यवस्थापकीय स्वायत्ततामा थप मद्दत पुग्न जाने हुन्छ।

५. राजनीतिक एवं प्रशासनिक हस्तक्षेप बन्द गर्ने : नेपाल टेलिकममा अहिले पनि राजनीतिक एवं प्रशासनिक हस्तक्षेप व्याप्त छ। विभागीय मन्त्री एवं सचिवहरूको सोभो सम्बन्ध रहने हुँदा कुनै न कुनै रूपमा धेरथोर हस्तक्षेप हुने अवस्था छ। कर्मचारीसम्बद्ध ट्रेड युनियनहरूले पनि आफ्नो क्षमताको आधारमा कम्पनीको काम-कारवाहीलाई प्रभावित पार्ने अवस्था विद्यमान रहेको हुँदा यी सबै निकाय, संस्था वा पदाधिकारीहरूबाट अनुचित दबाव नदिई कम्पनीको स्वस्थ विकासमा सहयोग पुऱ्याउनु अनिवार्य भएको छ।

अतः नेपाल टेलिकमको स्वायत्तताको पक्ष कानुनीरूपमा बलियो छ। यसका काम, कर्तव्य, अधिकार र दायित्वलाई कानुनले नै सीमाबद्ध गरेको छ। यसका क्रियाकलापहरू स्वविवेकमा चल्दैनन्। यसले सर्वसाधारणप्रति जवाफदेही र उत्तरदायी भई कार्य बहन गर्नुपर्ने हुन्छ। तथापि अहिले पनि यसको अधिकांश शेयरको स्वामित्व नेपाल सरकारको नाउँमा नै रहेको अवस्था विद्यमान भएको हुँदा जबसम्म त्यसलाई जनसाधारणमा लगिँदैन तबसम्म सरकारको उपस्थिति र पकड कायम नै रहने हुँदा जति सक्दो छिटो यसलाई कम्पनीको सिद्धान्तबमोजिम चल्ने वातावरण सृजना गरी यसको स्वायत्तताको पक्षलाई व्यावहारिक रूपमा कार्यान्वयनमा ल्याउनु अनिवार्य भएको छ। यसको लागि नेपाल सरकारको पूर्ण सहयोग आवश्यक छ। जबसम्म सरकारले यसमा चासो देखाएर तदारुकताका साथ कार्य गर्दैन तबसम्म यसको स्वायत्तताको पक्ष कानुनीरूपमा बलियो तर व्यावहारिक रूपमा लङ्गडो भएर बसिरहनेछ। तसर्थ सरकारले यसको स्वायत्तताको पक्षलाई व्यावहारिक रूपमा कार्यान्वयनमा ल्याउन एक निश्चित कार्ययोजना बनाई अगाडि बढ्न आवश्यक एकातिर देखिन्छ भने अर्कोतिर स्वयं कम्पनीमा कार्यरत सम्बद्ध पदाधिकारी एवं कर्मचारीले समेत यसमा विशेष चासो दिई आफ्ना क्रियाकलापहरूलाई स्वायत्तता केन्द्रित बनाउनु जरुरी छ।

सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश, २०६८ : कार्यान्वयनमा सम्भावित जटिलता

पृष्ठभूमि

एउटा कुनै पनि मुलुकको अर्थतन्त्र विश्व अर्थतन्त्रभन्दा निरपेक्ष हुन सक्दैन। विश्वव्यापी लहरसँगै नेपालमा पनि सार्वजनिक संस्थानहरू स्थापना भए र आवधिक योजनासँगै पुँजी निर्माणलाई बढी महत्व दिई धेरै क्षेत्रमा सार्वजनिक संस्थानहरूको स्थापना गरिएको पाइन्छ। आर्थिक विकासका पूर्वाधारहरूको निर्माणका साथै उद्योग, उत्पादन, सामाजिक सेवा तथा अन्य क्षेत्रगतरूपमा संस्थान स्थापना भई क्रियाशील रहे तापनि आफ्ना उद्देश्यहरू हासिल गर्न सफल हुन सकेनन्। नेपाली अर्थतन्त्रमा निजी क्षेत्रको क्षमता पूर्णरूपमा विकास नभएको अवस्था र कतिपय क्षेत्रमा सरकारको उपस्थितिको आवश्यकता हुँदाहुँदै पनि विश्वव्यापीरूपमा चलेको आर्थिक उदारीकरण र निजीकरणको प्रभावलाई नेपालले पनि अवलम्बन गर्नुपर्ने अवस्था मौलिक आवश्यकताभन्दा पनि दाता-समूहको दबावको उपज हो भन्दा अन्यथा हुँदैन। दाताहरूको दबावबाट भन्दा मुलुकको आवश्यकता अनुरूप सार्वजनिक संस्थानहरूको प्रतिस्पर्धा तथा व्यावसायिकताको विकासबाट सार्वजनिक संस्थानहरूको उचित व्यवस्थापन हुन सक्ने पक्षलाई आत्मसाथ गरिएन।

सार्वजनिक संस्थानहरूको वर्तमान अवस्था

सार्वजनिक संस्थानहरूले सामाजिक सेवाप्रवाहको साथै आर्थिक गतिविधिमा योगदान पुऱ्याउँदै आए तापनि प्रविधिको विकास, चेतनाको अभिवृद्धि, खुल्ला एवं उदार अर्थनीति, व्यावसायिकताको अभिवृद्धिसँगै सार्वजनिक संस्थानहरूको उद्देश्य र सार्वजनिक संस्थान केका लागि र किन सञ्चालन गर्ने भन्ने विषयमा स्पष्ट नीतिको अभावमा सार्वजनिक संस्थानहरू अपेक्षित रूपमा सफल हुन सकेनन्। संस्थानहरूले उद्देश्य हासिल गर्न असफल हुनु, नोक्सानीको हिस्सा क्रमिक रूपमा बढ्दै जानु, राज्यको ढुकुटीबाट अनुदान दिई सञ्चालन गर्नुपर्दा सेतो हात्तीका रूपमा रूपान्तरण हुनु, निजी क्षेत्रसँग प्रतिस्पर्धा गर्न नसक्नु जस्ता विश्लेषणका आधारमा सार्वजनिक संस्थान निजीकरण गर्नुपर्ने तर्कलाई स्थापित गराउन सहयोग पुग्यो भने सरकारको आकार र कार्यक्षेत्र घटाउनुपर्दछ, सरकारले व्यापार गर्ने होइन, व्यापार-व्यवसाय, मुनाफा-प्रतिफल निजी क्षेत्रको लगानीको विषय भएकाले निजी क्षेत्रलाई सक्रिय बनाउनुपर्दछ भन्ने विश्वव्यापी अवधारणाले निजीकरणलाई पश्रय दियो। फलतः २०४६ को राजनीतिक परिवर्तनपछिको सरकारले उदारीकरण र निजीकरणको नीति अवलम्बन



दिनेश कुमार रेग्मी
केन्द्रीय कार्यालय

गरी हालसम्म ३० वटा सार्वजनिक संस्थानलाई विभिन्न प्रक्रियाअनुरूप निजीकरण गरियो। हालको अवस्थामा पनि अन्य ३६ वटा सार्वजनिक संस्थानहरू अस्तित्वमा रहेको पाइन्छ।

आ.व.०६६/६७ सम्म यी संस्थानहरूमा नेपाल सरकारको रु.८३ अर्ब शेयर र करिब ८५ अर्ब ऋण लगानी रहेको छ। सबै सार्वजनिक संस्थानहरूको कुल शेयरधनी कोष ७९ अर्ब ९२ करोड रहेको छ भने कुल शेयर रकमको ३.६ ले घटी नै देखिन्छ। सरकारले शेयर लागानीमा ५.८० प्रतिशत लाभांश प्राप्त गरेको छ। जुन दर प्रचलित ब्याजदरको आधाभन्दा कम देखिन्छ। आ.व.०६६/६७ मा रु.४ अर्ब ८२ करोड लाभांश प्राप्त भएकोमा नेपाल टेलिकमको मुनाफा प्रतिफल मात्र ४ अर्ब ८० करोड रहेको थियो। सोही आ.व.मा सार्वजनिक संस्थानहरूको खुद मुनाफा १० अर्ब ५६ करोड रहेकोमा नेपाल टेलिकमको खुद मुनाफा रु. १० अर्ब ७७ करोड रहेको छ भने आ.व.०६७/६८ को खुद मुनाफा करिब १२ अर्ब रहेको छ।

बजार विस्तारको सम्भावना र उचित प्रतिफलको विश्वसनीय आधार भएको संस्थाको रूपमा नेपाल टेलिकम रहेको भए तापनि सरकारको सार्वजनिक जवाफदेहिताअनुरूप सेवाप्रवाह सरल-सुलभ गराउनुपर्ने, निजी क्षेत्रसँग प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने र प्रचलित सरकारी ऐन-नियम-कानूनको परिधिभित्र रही सरकारी पदाधिकारीहरू सम्मिलित सञ्चालक समिति गठन हुने अवस्थाले कम्पनीको व्यावसायिकता र भविष्यप्रति नै आशंका व्यक्त हुन थालेका छन्।

समग्रमा अध्ययन गर्दा सार्वजनिक संस्थानहरूको अवस्थालाई निम्नानुसार प्रस्तुत गर्न सकिन्छ।

- स्रोत र साधनको सही रूपमा उपयोग हुन नसक्नु



- सार्वजनिक संस्थानका प्रमुखहरुको परिवर्तन कार्यसम्पादनका आधारमा नभई सरकार परिवर्तनसँगसँगै हुने
- व्यवस्थापकीय पक्ष व्यवसायमुखी र परिमाणमुखी नभई राजनीतिक नेतृत्वप्रति उत्तरदायी हुनुपर्ने दबाव
- संस्थानभित्रको व्यवस्थापकीय उत्तरदायित्व र जवाफदेहिता शून्य हुनु
- कार्यकारी प्रमुखको नियुक्ति, सञ्चालक समितिको गठन व्यावसायिक दक्षता र कार्ययोजनामा आधारित नभई राजनीतिक निष्ठाको आधारमा हुने
- प्रतिस्पर्धात्मक क्षमताको अभाव
- कर्मचारीमा कार्यकुशलता र कार्यदक्षताको अभाव
- व्यवस्थापकीय स्वायत्तताको अभाव
- वस्तु तथा सेवाप्रवाह एवम् वस्तुको आपूर्ति नियमित र गुणस्तरीय हुन नसक्नु
- कर्मचारीमा उत्प्रेरणाको अभाव
- परम्परागत कार्य-संस्कृति र निर्णय प्रणाली
- सार्वजनिक संस्थानहरुको आवश्यकता र औचित्यता प्रमाणित हुन नसक्नु ।
- सरकारी अर्थतन्त्रको बोझको रूपमा रहनु ।

सरकारले निजीकरण नीति अवलम्बन गरी केही सार्वजनिक संस्थानहरु निजीकरण गरे तापनि निजीकरणको प्रक्रियामा भएका त्रुटिहरुको कारण निजीकरण प्रक्रिया नै असफल देखियो र सो प्रक्रिया अवरुद्धजस्तै छ । निजीकरण प्रक्रिया असफल हुनुमा निम्न पक्ष प्रमुख रहेका छन् :

- निजीकरणको लागि संस्थानहरुको छनोट त्रुटिपूर्ण
- अत्यन्त लामो र जटिल प्रक्रिया
- निजीकरणको क्रम त्रुटिपूर्ण
- निजीकरण नीतिसम्बन्धमा राष्ट्रिय सहमति हुन नसक्नु
- संस्थानहरुको विस्तृत र गहिरो अध्ययनविना नै निजीकरणमा लैजाने निर्णय
- धेरै प्रकारका Modality प्रयोगमा ल्याइनु

सार्वजनिक संस्थानहरु सुधारका लागि भएका प्रयासहरु :

सार्वजनिक संस्थानहरुको सुधारका सन्दर्भमा सरकारले विभिन्न समयमा निम्नानुसारका आयोग, कार्यदल तथा सुझाव समितिको माध्यमबाट अध्ययन, विश्लेषण गराई तिनीहरुबाट प्राप्त अध्ययन प्रतिवेदन तथा सुझावहरुअनुरूप कार्यान्वयनको प्रयाससमेत भएको पाइन्छ ।

- क) प्रशासन सुधार आयोग २०४८
- ख) डा. शंकर शर्माको सुझाव आयोग २०५७
- ग) डा. भोला चालिसेको उच्चस्तरीय संस्थान सुधार सुझाव आयोग
- घ) माननीय नारायण दाहालको सरकारी बजेट व्यवस्थापन तथा खर्च पुनरवलोकन आयोग, २०६६
- ङ) सार्वजनिक लेखा समितिको प्रतिवेदन

उल्लिखित आयोगहरुका सुझावहरुको पृष्ठभूमिमा वर्तमान सरकारले सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश, २०६८ जारी गरेको छ ।

सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश, २०६८ :

सार्वजनिक संस्थानहरुको प्रतिस्पर्धा तथा व्यावसायिकता अभिवृद्धि गर्दै समन्वयात्मक ढंगबाट सञ्चालन गर्ने उद्देश्य अनुरूप निर्देशन बोर्डको आदेश जारी भएको छ ।

सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्डको काम, कर्तव्य, अधिकार, कार्यकारी प्रमुखको नियुक्ति सिफारिससम्बन्धी समिति र सञ्चालकहरुको नियुक्ति सिफारिससम्बन्धमा निम्नानुसार व्यवस्था भएका छन् :

१. सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश, २०६८ बमोजिम बोर्डको काम, कर्तव्य र अधिकार :
 - क) सार्वजनिक संस्थानको नीति योजना तथा लगानीसम्बन्धी
 - ख) सार्वजनिक संस्थानको पुनर्संरचना, विनिवेश, खारेजी तथा क्षमता विकाससम्बन्धी
 - ग) सार्वजनिक संस्थानको कार्यकारी प्रमुख तथा सञ्चालकको सिफारिससम्बन्धी
 - घ) सार्वजनिक संस्थानको गठन तथा जनशक्ति विकाससम्बन्धी
 - ङ) सार्वजनिक संस्थानका कर्मचारीको सेवा सर्त र सुविधासम्बन्धी
 - च) सार्वजनिक संस्थानको अनुगमन मूल्याङ्कन तथा सूचना प्रणालीसम्बन्धी
२. सार्वजनिक संस्थानको गठन, सञ्चालन तथा व्यवस्थापनसम्बन्धी प्रचलित कानूननमा अन्यथा व्यवस्था भएकोमा बाहेक सार्वजनिक संस्थानका कार्यकारी प्रमुखको नियुक्तिसम्बन्धी सिफारिस गर्न देहायको सिफारिस समितिको व्यवस्था भएको छ ।
 - क) लोक सेवा आयोगको अध्यक्ष वा निजले तोकेको लोक सेवा आयोगको सदस्य अध्यक्ष
 - ख) लोक सेवा आयोगले तोकेको लोक सेवा आयोगको सदस्य सदस्य
 - ग) बोर्डको अध्यक्ष सदस्य
 - घ) सम्बन्धित मन्त्रालयको सचिव सदस्य
 - ङ) महालेखा नियन्त्रक सदस्य
 - च) लोक सेवा आयोगको अध्यक्षले तोकेको विज्ञ सदस्य
३. समितिले सार्वजनिक संस्थानको कार्यकारी प्रमुख पदमा नियुक्तिको लागि उम्मेदवारको शैक्षिक योग्यता, अनुभव, संस्थान सञ्चालन र व्यवस्थापनसम्बन्धी व्यावसायिक तथा वित्तीय योजना अन्तर्वाता र प्रस्तुतीकरणको आधारमा मूल्याङ्कन गरी बढी अंक प्राप्त गर्ने उपयुक्त तीन जना उम्मेदवारको छनोट गरी नेपाल सरकारसमक्ष सिफारिस गर्ने व्यवस्था तोकिएको छ ।



- क) व्यक्तिगत योग्यता तथा अनुभववापत – २० अंक
 ख) व्यावसायिक तथा वित्तीय कार्ययोजनावापत – ५० अंक
 ग) अन्तर्वातावापत – १५ अंक
 घ) नेतृत्व क्षमता – १५ अंक

४. नेपाल सरकारले प्रचलित कानुनबमोजिम सार्वजनिक संस्थानका सञ्चालक नियुक्त गर्दा सम्बन्धित ऐनमा तोकिएको हकमा सोही बमोजिमको प्रक्रियाअनुरूप र ऐनमा नतोकिएको हकमा यस निर्देशनका प्रक्रिया अवलम्बन गरी निम्नानुसारको सिफारिस समितिले सिफारिस गर्नेछ।

- क) बोर्डको अध्यक्ष अध्यक्ष
 ख) नेपाल सरकार प्रधानमन्त्री तथा मन्त्रपरिषद्को कार्यालयको सहसचिव (सम्बन्धित मन्त्रालय हेर्ने) सदस्य
 ग) सम्बन्धित मन्त्रालयको सहसचिव (सम्बन्धित क्षेत्र हेर्ने) सदस्य
 घ) बोर्डले छनोट गरेको एक जना विशेषज्ञ सदस्य
 ङ) बोर्डको सदस्य सदस्य सचिव

सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश २०६८ को अनुसूची १ बमोजिम सार्वजनिक संस्थानहरूको नामावलीमा विशेष ऐनअन्तर्गत स्थापित प्रतिष्ठान, कर्मचारी सञ्चय कोषलगायत अन्य गरी जम्मा ३९ वटा सार्वजनिक अस्तित्वमा रहेको पाइन्छ। जसमध्ये एउटा नेपाल टेलिकम पनि रहेको छ।

निजीकरण नीतिअनुरूप नै नेपाल दूरसञ्चार संस्थानलाई विघटन गरी सोको स्वामित्वमा रहेका चल-अचल सम्पत्ति एवं सम्पूर्ण दायित्व साविकको कम्पनी ऐन २०५३ अन्तर्गत स्थापित नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडलाई हस्तान्तरण गर्ने नेपाल सरकारको निर्णयअनुरूप हाल कम्पनी ऐन २०६३ बमोजिम ९२ प्रतिशत सरकारी स्वामित्वमा सञ्चालनमा रहेको छ। प्रचलित कम्पनी ऐनमा भएको व्यवस्थाअनुरूप कम्पनीको नियमावली बनाई सोही बमोजिम कम्पनीको सञ्चालक समितिको गठन हुँदै आएको छ। प्रबन्ध निर्देशकको नियुक्तिको सम्बन्धमा कम्पनी ऐन, नियमावली एवं प्रबन्धपत्र कहीं पनि स्पष्ट कानुनी व्यवस्था भएको छैन। प्रबन्ध निर्देशकको नियुक्तिका सम्बन्धमा सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले कुनै पनि समयमा नियुक्त गर्ने र विनाकारण हटाउने प्रचलनले कम्पनीलाई कमजोर बनाउने प्रबल सम्भावना छ। साथै नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडका सम्बन्धमा उल्लिखित कार्यदल एवं अध्ययन कमिटीको प्रतिक्रिया निम्नानुसार रहेको पाइन्छ।

शंकर शर्मा (२०५७)

- निरन्तर नाफा आर्जन गर्ने संस्था
- स्रोत-साधनको अधिकतम उपयोग भएको
- प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा सञ्चालन भएको
- आसामीहरूबाट उठाउनुपर्ने रकम असुल गर्नुपर्ने

भोला चालिसे (२०६३)

- राम्रो रूपमा वर्गीकरण गरिएको
- कारोबारमा निरन्तर वृद्धि भैरहेको

माननीय नारायण दाहाल (२०६६)

- PPP मा सञ्चालन गर्नुपर्ने
- शेयर व्यापकरूपमा जनसाधारणमा विस्तार गर्नुपर्ने

संस्थानले औल्याएको कमजोरी

- प्रतिस्पर्धात्मक बजार
- विश्वव्यापीरूपमा आधुनिक प्रविधिको बजार
- अन्तर्राष्ट्रिय आगमन कलमा भैरहेको गैरकानुनी कारोबार
- ग्राहकको रुचि र चाहनामा आएको परिवर्तन
- कर्मचारीको परम्परागत कार्यशैली
- सेवाको विस्तार र गुणस्तरमा वृद्धि

समाधानका सुझाव

- सार्वजनिक संस्थानप्रति सरकारको नीतिमा परिवर्तन गर्नुपर्ने
- प्रतिस्पर्धात्मक व्यापारिक सिद्धान्तबमोजिम सञ्चालन हुनुपर्ने
- स्वायत्त संस्थाको रूपमा काम गर्ने वातावरण सृजना हुनुपर्ने
- सार्वजनिक खरिद ऐनलगायत सरकारी नियन्त्रणबाहिर राख्नुपर्ने
- विदेशी लगानीकर्तालाई रणनीतिक पार्टनरमा राख्नुपर्ने
- Professional Management team लाई व्यवस्थापन Handover (हस्तान्तरण) हुनुपर्ने

संसदीय उपसमितिको सुझाव

- PPP Model मा सञ्चालन गर्ने
- समयमै रणनीतिक साभेदार ल्याएर निजी क्षेत्रसँग प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने
- प्रभावकारी र गुणस्तरीय सेवा सञ्चालन गर्नुपर्ने

दूरसञ्चार सेवा मूलतः प्रविधिमा आधारित छ। प्रविधिमा आउने परिवर्तनले सेवाग्राहीका चाहना र आवश्यकतामा विविधता आउँछ, भने दूरसञ्चार क्षेत्रमा विकास विस्तारको सम्भावना प्रशस्त हुनुको साथै लगानीको प्रतिफल पनि सुनिश्चित हुने देखिएको सन्दर्भमा निजी एवं वैदेशिक लगानीको आकर्षण पनि बढ्दो छ। फलतः आन्तरिक बजारमा हाल ६ वटा सेवाप्रदायकहरूको उपस्थितिले प्रतिस्पर्धा बढ्दै जाने सम्भावना देखिन्छ। यस्तो प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा सार्वजनिक संस्थानको रूपमा कम्पनीलाई व्यावसायिक क्षमता विकासको वातावरण आवश्यक हुन्छ कि हुँदैन, यसमा गम्भीरतापूर्वक सोच्नुपर्ने हुन्छ। कम्पनी ऐनअनुरूप स्थापना भएको कम्पनीको सञ्चालन



व्यवस्थापन कम्पनी ऐन २०६३ अनुरूप हुने वा संस्थान ऐनकै प्रावधानअन्तर्गतका अभ्यासअनुरूप हुने, यो विषयले पनि उत्तिकै महत्व राख्छ । आशावादी बनौं, मन्त्रालयको कार्य विभाजन एवं नेतृत्व परिवर्तन हुनासाथ सार्वजनिक संस्थानको पनि नेतृत्व परिवर्तन हुने अभ्यासलाई सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश, २०६८ ले निरुत्साहित गर्नेछ ।

सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश, २०६८ कार्यान्वयनमा सम्भावित जटिलता :

प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा मुनाफा र सेवा दुवै एकैसाथ प्रभावकारीरूपमा बढाउने विषय जटिल हुन सक्छ । कम्पनीको कानुनी स्वायत्तता, व्यवस्थापकीय स्वायत्तता विनाप्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा कम्पनीले अग्रता हासिल गर्ने सम्भावना क्षीण हुँदै जान्छ । तसर्थ नेपाल दूरसञ्चार कम्पनीलगायत अन्य सार्वजनिक संस्थानहरूको उद्देश्य स्पष्ट हुनु आवश्यक छ । सरकारले व्यवसाय गर्ने कि सेवा गर्ने ? सरकारले सार्वजनिक सेवाप्रवाह गर्नको लागि घाटा सहेर पनि सार्वजनिक संस्थानहरूलाई निरन्तरता दिने वा Break Even मा सञ्चालन गर्ने वा नाफा मात्र कमाउने ? स्पष्ट हुन आवश्यक छ ।

बजारको अवस्था, व्यावसायिक प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा सरकारी उपस्थितिको औचित्य, संस्थानको आर्थिक अवस्था, रोजगारी अवस्था, वस्तु तथा सेवाको आपूर्तिमा सरकारको थप लगानी बढाउने/नबढाउने जस्ता आधारहरूमा वस्तुगत मूल्याङ्कन गरी संस्थान सञ्चालनका आधारहरू तयार गरेमा मात्र सार्वजनिक संस्थान सुधार प्रक्रियाले सही मार्ग अवलम्बन गर्नेछ । तरल राजनीतिक अवस्था, स्थिर सरकारको अनिश्चितता र Political Integrity को अभावमा नीतिगत रूपमा सहमतिको सम्भावना त न्यून देखिन्छ, नै, तथापि वर्तमान सरकारको सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (गठन तथा कार्यसञ्चालन) आदेश ल्याई सार्वजनिक संस्थानहरूमा सुधार गर्ने प्रयास प्रशंसनीय छ । तथापि यसको कार्यान्वयनमा आउन सक्ने जटिलतामा ध्यान पुऱ्याउनु जरुरी हुन्छ ।

नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडको पुँजी संरचनाअनुसार ९२ प्रतिशत सरकारी र ८ प्रतिशत सर्वसाधारण एवं कार्यरत कर्मचारीहरूको शेयर रहेको छ । सर्वसाधारणले शेयरमा लगानी गरिसकेपछि स्वाभाविक रूपमा प्रतिफलको अपेक्षा गर्दछ । तसर्थ लगानीकर्ताको हित अभिवृद्धि एवं प्रतिफल सुनिश्चित गर्न कम्पनीको स्वायत्तता आवश्यक हुन्छ । कम्पनीलाई सो अनुरूपको स्वायत्तता सार्वजनिक संस्थानको अवधारणाअनुरूप सम्भव हुन्छ वा हुँदैन ?

दूरसञ्चार प्रविधिमा आएको द्रुत परिवर्तन र बजारको सम्भावनाका कारण तीव्र प्रतिस्पर्धा छ । तीव्र प्रतिस्पर्धामा ग्राहकको चाहना र छनोटअनुरूपको सेवा-सुविधा उपलब्ध गराउन नसकेमा कम्पनीको प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता वृद्धि हुन सक्दैन र हालको अवस्थामा रहिरहने सम्भावना पनि हुँदैन । तसर्थ निजी क्षेत्रका कम्पनीले सरह नेपाल

दूरसञ्चार कम्पनीको व्यवस्थापनलाई वा कार्यकारी प्रमुख सञ्चालक समितिलाई उपयुक्त समयमा बजार रणनीतिअनुरूप प्रविधि र उपकरण भित्र्याउन सक्ने वातावरण दिन सकिन्छ, वा सकिँदैन ?

कार्यकारी प्रमुखको नियुक्ति गठन आदेशले तोकेको मापदण्डअनुरूप शैक्षिक योग्यता, अनुभव, कार्ययोजनाहरूको आधारमा प्रतिस्पर्धात्मक प्रणालीअन्तर्गत गरिन्छ । तर त्यसरी आउने कार्यकारी प्रमुखलाई आफ्नो कार्यसम्पादन करार (Performance Contract) अनुरूप लक्ष्य हासिल गर्न नेपाल सरकारका प्रचलित ऐन र नियम बाधक बन्छन् कि बन्दैनन् ? अर्थात् प्रचलित सार्वजनिक खरिद ऐनप्रतिको जवाफदेहिता र उत्तरदायी भई कार्य गर्दा अन्य निजी क्षेत्रका कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गर्न सम्भव हुन्छ कि हुँदैन ?

प्रतिस्पर्धात्मक क्षमताको अभिवृद्धि गराई उत्पादकत्व वृद्धि गराउन कार्यरत जनशक्तिलाई उपयोग गर्नुपर्ने अपरिहार्यताअनुरूप कम्पनीको व्यवस्थापनले कर्मचारीलाई काँटछाँट गर्न, आवश्यकताअनुरूप उचित किसिमको मानवस्रोत व्यवस्थापन प्रक्रिया अवलम्बन गर्न, Hire & fire गर्न साथै Reward & Punishment गर्न कम्पनीको सञ्चालक समिति, कार्यकारी प्रमुख वा व्यवस्थापनलाई बोर्ड निर्देशन आदेशले अधिकार सुनिश्चित गर्छ वा गर्दैन ? प्रचलित श्रम ऐन, ट्रेडयुनियन ऐन बाधक हुन्छन् वा हुँदैनन् ?

संस्थानको कुनै पनि तहको नेतृत्वमा मन्त्री नबस्ने र मन्त्रीको हस्तक्षेपबाट मुक्त गराउन राजनीतिक दलसँग आबद्ध व्यक्तिलाई नियुक्तिको प्रतिस्पर्धामा भाग लिन नपाउने वा हुकुम प्रमाणीको अवस्थाको निराकरण गर्न र सार्वजनिक संस्थानको कार्यकारी प्रमुख बन्न Briefcase Culture विकृतिको रूपमा विकसित भएको भन्ने सर्वसाधारणलगायत छापाहरूबाट अभिव्यक्त सन्दर्भहरूलाई निवारण गर्न सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्डले सुधार ल्याउने अपेक्षा गर्न सकिन्छ । तथापि कार्यकारी प्रमुख वा कम्पनी व्यवस्थापनलाई प्रचलित नियम-कानूनको परिधिअन्तर्गत रही मूल्य निर्धारणको अधिकारको सुनिश्चितता हुन्छ वा हुँदैन ? कार्य संस्कृति र संस्थानमा कार्यरत कर्मचारीको सोचमा परिवर्तन आजको सन्दर्भमा सार्वजनिक संस्थानको चुनौतीका रूपमा रहेका छन् । उदाहरणको रूपमा नेपाल विद्युत् प्राधिकरणको सञ्चालक समितिको अध्यक्ष ऊर्जामन्त्री रहने परम्परालाई निरुत्साहित गर्दै तत्कालीन ऊर्जामन्त्रीले सञ्चालक समितिमा सहभागी नहुने निर्णय गरे । खुल्ला प्रतिस्पर्धा र योग्यता, अनुभव, कार्ययोजनाको आधारमा प्रबन्ध निर्देशकको नियुक्ति गर्ने सुझावलाई मूर्त रूप दिए । संस्थान सुधारको अभियानमा यो प्रयासलाई प्रशंसनीय मान्नुपर्दछ । तर मन्त्रीको हेरफेरसँगै राजनीतिक दबाव, कर्मचारी संगठनको अनावश्यक दबाव र उच्च तहका अधिकृतका असहयोगका कारण कार्यकारी निर्देशकले राजीनामा दिने बाध्यता सृजना हुनु, कार्यकारी निर्देशकको राजीनामापश्चात् अनियमित तवरबाट सरुवाको बाढी आउनु र सोको लागि अख्तियारबाट हस्तक्षेप भएका जस्ता समाचार छापामा आउनुले हाम्रो संस्कार र शैलीमा परिवर्तनको अनिवार्यतालाई



संकेत गर्दछ। हाम्रा सोच र व्यवहार परिवर्तनमुखी हुन नसकेको पक्षलाई उल्लिखित उदाहरणले चित्रण गर्दछ। तसर्थ यस्तो विषय परिस्थितिसँग निर्देशन बोर्ड आदेशको तादात्म्यता हुन सक्छ वा सक्दैन ?

नेपाल टेलिकमको सञ्चालक समितिको संरचना कम्पनी ऐनको परिधिभित्र बनेको नियमावली र प्रबन्धपत्रअनुरूप सर्वसाधारण शेयरधनीको तर्फबाट एक जना र शेयरधनी कर्मचारीहरूको तर्फबाट एक जना रहने विद्यमान व्यवस्था भएकोमा निर्देशन बोर्डअनुरूप सञ्चालक सदस्यको सिफारिस र नियुक्तिसम्बन्धी व्यवस्थाले विरोधाभासपूर्ण अवस्था सृजना गर्छ वा गर्दैन ?

नेपाल दूरसञ्चार कम्पनीलाई संस्थान ऐनको प्रावधानअनुरूप नभई कम्पनी ऐनको प्रावधानअनुरूप सञ्चालनको प्रत्याभूति हुन सक्छ वा सक्दैन ?

उल्लिखित अवस्थालाई हेर्दा नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडलगायत अन्य सार्वजनिक संस्थानमा निर्देशन बोर्ड आदेशको कार्यान्वयनमा केही जटिलताको सम्भावना छ। साथै व्यवस्थापकीय स्वतन्त्रताविना प्रभावकारी र औचित्यतासमेत पुष्टि हुन नसक्ने देखिन्छ। तसर्थ नेपाल सरकारले सार्वजनिक कम्पनीकै रूपमा सञ्चालन गर्ने हो भने केही क्षेत्रमा एकाधिकार दिई सेवाप्रवाह गराउनुपर्ने हुन्छ। उदाहरणको रूपमा संसारकै उत्कृष्ट रहेको बेलायतको ब्रिटिस रेलवे सेवालाई निजीकरण गरिएकोमा हाल आएर पुनः राष्ट्रियकरण गर्ने प्रक्रियामा लगिदै छ। सार्वजनिक संस्थानको सञ्चालन मुलुकको आर्थिक व्यवस्था र निजी क्षेत्रको सहभागिताको आधारमा गरिनु आवश्यक हुन्छ। युरोपमा पानी पर्दा नेपालमा ओढिने छाताको कुनै महत्व रहँदैन भन्ने कुरामा नीति निर्माताहरूको ध्यान पुगेको अवस्थामा सरकारले अवलम्बन गरिने नीतिको प्रभाव सकारात्मक रहनेमा आशावादी हुन सकिन्छ।

सरकारलाई लाभांश पनि चाहिने, कर पनि असुल गर्नुपर्ने, व्यवसाय पनि गर्ने, लाइसेन्स शुल्क लिने, इजाजत नविकरणको लागि २० अर्ब पनि तिर्न बाध्य पार्ने र NCELL जस्तो वैदेशिक लगानी, अन्तर्राष्ट्रिय अनुभवले सज्जित साथै शीघ्र निर्णय लिन सक्ने कम्पनीसँग प्रतिस्पर्धा गराउने जस्ता नीति अवलम्बन गर्ने हो भने सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्डबाट नेपाल दूरसञ्चार कम्पनीको उपचार सम्भव देखिँदैन।

बजारको प्रतिस्पर्धा, सेवाग्राहीको चाहना र माग, प्रविधिको विकासअनुरूपको दूरसञ्चार प्रणाली आयात गरी सेवाको विकास र वितरण गर्न सक्ने अधिकार र मूल्य निर्धारणसहितको स्वायत्तता

कम्पनीको आवश्यकता हो। सूचना र सञ्चार क्षेत्रको विकास र विस्तारको माध्यमबाट नेपाल टेलिकमले मुलुकको सामाजिक आर्थिक अवसरको विस्तार एवम् राष्ट्रनिर्माण पुऱ्याएको योदगानको उच्च मूल्यांकन गर्दै कम्पनीलाई नेपाल दूरसञ्चार बजारमा अग्रणी निर्वाह गर्न सम्बद्ध सबै पक्षको सहयोग आवश्यक छ। सार्वजनिक संस्थान, कम्पनीहरूका कार्यकारी प्रमुख वा सञ्चालक समितिलाई सेवाको प्रकृतिअनुरूपको सार्वजनिक खरिद ऐनमा सुधार वा अलग्गै खरिद प्रणालीको आवश्यकतालाई ध्यान नदिएमा खरिदको प्रारम्भ वा मूल्याङ्कनको क्रममा छानविन गर्ने, अनियमितताको आशंकाका अनुसन्धान अभियोजन वा अनियमितता हुने सम्भावनालाई नियन्त्रण गर्न निरोधात्मक कार्यहरू भइने रहन्छन्। यसरी अनुसन्धानको प्रक्रिया अगाडि बढिसकेपछि सोको निरूपण नभएसम्म खरिद प्रक्रियासमेत प्रभावित हुन्छ। अन्ततः समयमा कुनै पनि योजना सम्पादन हुन नसकी कम्पनीले बजारको अवसरलाई गुमाउनुपर्दछ। ग्रामीण समुदाय र शहरी क्षेत्रबीचको Digital Divide लाई कम गरी सुलभ र प्रभावकारी सेवाप्रवाह गर्न नेपाल टेलिकमलाई असुविधा महसुस हुन सक्छ। यी प्रसंगहरू त केवल नेपाल टेलिकमको सन्दर्भमा प्रस्तुत गरिएको छ। अन्य सार्वजनिक संस्थानहरूमा पनि यस्तै किसिमका जटिलता सृजना हुन सक्ने सम्भावनाहरूलाई निर्देशन बोर्डले कार्यान्वयनमा ध्यान दिनुपर्ने देखिन्छ।

सन्दर्भ सामग्रीहरू :

सार्वजनिक संस्थान निर्देशन बोर्ड (सञ्चालन तथा गठन) आदेश, २०६८
प्रशासन सुधार आयोग, २०४८

डा. शंकर शर्माको सुझाव आयोग, २०५७

डा. भोला चालिसेको उच्चस्तरीय संस्थान सुधार सुझाव आयोग
माननीय नारायण दाहालको सरकारी बजेट व्यवस्थापन तथा खर्च
पुनरवलोकन आयोग, २०६६

सार्वजनिक लेखा समितिद्वारा गठित उपसमितिको प्रतिवेदन
आर्थिक सर्वेक्षण, २०६७

नेपालका सार्वजनिक संस्थानको समीक्षा, २०६८ अर्थ मन्त्रालय
नेपाल टेलिकम वार्षिक प्रतिवेदन, २०६७

सार्वजनिक संस्थानको व्यवस्थापन, प्रा. श्याम जोशी

नेपाल टेलिकममा रणनीतिक साभेदारको आवश्यकता र सम्भावनाको
लागि गठित कार्यदलको प्रतिवेदन

कान्तिपुर दैनिकमा विभिन्न मितिमा प्रकाशित समाचारहरू
नागरिक दैनिकका विभिन्न मितिमा प्रकाशित समाचारहरू

"All knowledge that is divorced from justice must
be called cunning rather than wisdom".

P.J.Saher on Zen-Yoga.

NGN कार्यान्वयनमा देखिएका समस्याहरू

नेपाल टेलिकमले हालसम्म उपलब्ध गराएका सेवाहरूमा सकारात्मक पक्षका साथै नकारात्मक पक्षहरू पनि रहेका छन् । सेवाग्राहीको चाहनाअनुरूप विद्यमान कमजोर पक्षहरूलाई चिर्दै दूरसञ्चार सेवामा आएको Globalization लाई स्वीकार गरी Triple Play (Voice, Data & Video) सेवा दिन सक्ने NGN प्रविधि भित्र्याई सेवा सञ्चालन गर्नुपर्ने आवश्यकता छ । सरसर्ती हेर्दा Telephone, Internet र Dish TV का लागि ३ वटा तार पोलबाट घरसम्म लाँदा तारहरूको गुजुल्ता बढी भई तारको व्यवस्थापन गर्न कठिन हुने समस्यालाई NGN प्रविधिमा फर्त न्यूनीकरण गर्न सहयोग पुग्छ । तथापि नेपाल टेलिकमसामु निम्नानुसारका प्राविधिक तथा व्यवस्थापकीय समस्याहरू देखिएका छन् ।



नारायण प्रसाद काफ्ले
ANPD, नेपाल टेलिकम

प्राविधिक समस्याहरू

१. TDM Migration : आगामी १० वर्षसम्म सञ्चालनमा आउने TDM Switch को Spare Parts हरू सम्बन्धित Vendor Company हरूबाट सन् २०१४ पश्चात् उपलब्ध गराउन नसकिने भन्ने जानकारीले गर्दा करिब ६ लाख TDM टेलिफोन लाइनहरूलाई सकेसम्म छिटो IP (NGN) मा Migration गर्नुपर्ने बाध्यता रहेको छ । हालको अवस्थामा करिब ४३ हजार लाइन मात्र (जुनमा Chronic समस्याहरू देखिएका छन्) लाई IP मा Migrate गर्ने योजना रहेको हुँदा खरिद गरिएको ३३८ MSAN (Multi service Access Node) मध्ये करिब ७५ थान MSAN छुट्याउनुपर्ने देखिन्छ । यसरी क्रमशः हरेक वर्ष ५० हजार लाइनका दरले Migrate गर्न सके पनि घटीमा १० वर्ष लाग्ने देखिन्छ । १० वर्ष समय भनेको आजको परिवर्तित युगमा छोटो होइन । विश्व सञ्चार जगत्मा प्रविधिको विकास यति छिटो भइरहेको छ कि ५ वर्षपछि TDM का Spare उपकरण उपलब्ध हुन दुर्लभ नै देखिन्छ । त्यसकारणले गर्दा नेपाल टेलिकमका TDM Network हरूलाई सकेसम्म चाँडो IP मा migrate गर्नु बाञ्छनीय हुन्छ ।
२. Access Network Management : हालको TDM Network मा CAT-1 Copper Cable मात्र Use भएको र Exchange देखि DP सम्मको Network 6.3 KM रहेको छ । त्यसकारणले Voice मात्र चल्न सक्ने अवस्थाको Plan गरिएको हुँदा सो Network मा ADSL चल्न नसक्ने भएकाले उक्त TDM को Access network बाट Triple play सञ्चालन गर्न सम्भव छैन । त्यसकारणले TDM को Access network लाई IP मा Migrate

गर्नका लागि निम्नानुसार Access Network Management गर्न आवश्यक हुन्छ ।

- a) Area हेरी Underground वा Aerial Optical Fiber Access Network व्यापक बनाउनुपर्छ ।
- b) IP Technology बाट Triple Play सञ्चालन गर्नको लागि हालको Copper Network लाई क्रमशः निम्नानुसारको ANPD को Norms अनुरूप बनाउनुपर्छ ।
 - MSAN बाट Last DP सम्मको Copper Network बढीमा 1.5 KM मात्र बनाउनुपर्छ, जसलाई Magic Distance पनि भनिन्छ । Network Distance कम भएपछि dB Loss पनि कम हुने हुँदा ग्राहकले Bandwidth बढी पाउने हुन्छ ।
 - Site को जनघनत्व र Demand लाई मध्यनजर गरी 100, 500 र 1000 Ports को MSAN Plan गर्नुपर्छ, जसले गर्दा प्राविधिक दृष्टिकोणबाट उक्त स्थानको Network तथा Equipment को Operation & Maintenance गर्न सम्भव हुन्छ ।

Magic Distance को Concept लाई ध्यानमा राखी Network Implementation गर्दा Copper Network लाई re-arrange गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

३. संख्यात्मकरूपमा NGN Equipment खरिद गर्नुपर्ने तथा सोको Access Network Implementation गर्नुपर्ने :

हालको Mobile Communication को जमानामा पक्कै पनि Land Line मा धेरै लगानी गर्नु उचित देखिन्छ । किनकि एउटा MSAN को Planning देखि Access Network तयार गर्न कम्तीमा डेढ महिना लाग्छ । त्यसपछिको Billing तथा अन्य Provisioning गर्न थप



समय लाग्छ । Rate of Return र Break Even Point हेर्ने हो भने Mobile भन्दा तुलनात्मक रूपमा राम्रो हुन सक्ने देखिँदैन । तथापि Land Line प्रविधिद्वारा दूरसञ्चार सेवा प्रदान गर्ने सरकारी कम्पनी भएको नाताले आवश्यक स्थानमा Land Line सेवा पुऱ्याउनु पर्ने हुन्छ । तर माग १०० लाइनको अनुमान गरी Equipment र Network Design तथा Implement गर्दा जम्मा १५-२० लाइन मात्र वितरण हुने अवस्था आएमा पक्कै पनि कम्पनीलाई फाइदा हुँदैन । यसले गर्दा हाल ५०-१०० लाइन जाने स्थान धेरै छन्, जहाँबाट Revenue न्यून हुने र अहिलेको अवस्थामा Cable चोरीको समस्या व्यापक भएकोले NGN Network विस्तार गर्न व्यवस्थापनले पक्कै सोच्नुपर्ने देखिन्छ । हालको अवस्थामा विभिन्न क्षेत्र तथा सरकारी निकायबाट माग भएअनुरूप १ हजारभन्दा बढी स्थानमा MSAN राख्नुपर्ने देखिन्छ ।

Magic Distance को Concept तथा Land Line फोनको मागलाई ध्यानमा राखी Network Implementation गर्दा धेरै संख्यामा MSAN खरिद गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

योजना कार्यान्वयनमा समस्या

- (क) माथि उल्लेख भएबमोजिम TDM Network लाई IP मा Migrate गर्नुपर्ने र अन्य नयाँ माग भएका स्थानहरूमा पनि MSAN राख्नुपर्ने अवस्था हुन्छ । साथै Access Network को Norms लाई ध्यान दिनुपर्ने अवस्थामा करिब २ हजारभन्दा बढी MSAN को आवश्यकता पर्ने देखिन्छ । सोही कारणले गर्दा विभिन्न MSAN हरूको Location फरक-फरक स्थानमा हुने हुँदा हरेक MSAN को लागि घर भाडामा लिनुपर्ने हुन्छ । हरेक स्थानमा नेपाल टेलिकमको BTS तथा Exchange नहुँदा घर भाडा लिनुपर्ने भएकोले विकास खर्चभन्दा साधारण खर्च बढी हुन जाने सम्भावना हुन्छ ।

- (ख) Load-shedding को अवस्था हेर्दा हालको MSAN मा २४ घण्टा Back-up Time भनिए तापनि समयअनुरूप Battery को Quality घट्दै जाने भएकाले वैकल्पिक ऊर्जाको व्यवस्था हरेक MSAN लाई गर्नुपर्ने हुन्छ ।
- (ग) हालको Man Power को संख्यात्मक अवस्था हेर्दा अवश्य पनि भविष्यको २ हजारभन्दा बढी संख्याको MSAN को Network Implement देखि लिएर Operation & Maintenance गर्न Man Power को कमी हुन्छ । त्यसकारण एउटा निश्चित ठोस नियम बनाएर Tender गरी Network Implementation देखि लिएर Operation & Maintenance सम्मको काम गर्न Out-source गर्नुपर्ने देखिन्छ । जसले गर्दा TDM Network हरूलाई IP मा Migrate गर्न छोटो समयमा नै सम्भव हुन्छ । र MSAN तथा Network को Operation & Maintenance Quality पनि राम्रो रहन्छ ।

यसरी हरेक MSAN राख्न घर भाडामा लिनुपर्ने भएकोले विकास खर्चभन्दा साधारण खर्च बढी हुन जाने सम्भावना हुन्छ । त्यस्तै Load-shedding को अवस्था हेर्दा वैकल्पिक ऊर्जाको व्यवस्था हरेक MSAN लाई गर्नुपर्ने हुन्छ । Man Power को कमी हुने हुँदा एउटा निश्चित ठोस नियम बनाएर Tender गरी MSAN को Network Implementation देखि लिएर Operation & Maintenance सम्मको काम गर्न Out-source गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

माथि उल्लेख भएका प्राविधिक तथा व्यवस्थापकीय समस्याहरूलाई सकारात्मक चुनौतीका रूपमा लिई नेपाल टेलिकम अघि बढ्न सकेमा Land Line Telephone सेवामा एकाधिकार राख्न सकिन्छ । यसो गर्न नसकेमा Mobile communication जस्तै अन्य सेवामा पनि प्रतिस्पर्धात्मक कम्पनी आउन सक्ने अवस्था रहने कुरामा दुईमत नहोला ।

Everybody is a Genius.

**But if you judge a fish by its ability to climb a tree,
it will live its whole life believing that it is stupid.**

Albert Einstein

सेवाकालीन तालिम एक सन्दर्भ

तालिमले योजनाबद्ध संगठित क्रियाकलापबाट प्रत्येक कर्मचारीहरूको कार्यक्षमतामा वृद्धि गराउनुको साथै संस्थाको लक्षित उद्देश्य तोकिएको समय-सीमाभित्र सम्पन्न गरी वाञ्छित लाभ हासिल गर्न महत्वपूर्ण योगदान पुर्याएको हुन्छ। कुनै पनि संस्थाको गठन विभिन्न विभाग तथा तिनीहरूको छुट्टाछुट्टै उद्देश्य तथा कार्यविभाजन तोकिएको गरिएको हुन्छ। सबै विभागहरूको आ-आफ्नै महत्वपूर्ण भूमिका रहेको हुन्छ। त्यसमध्ये जनशक्ति व्यवस्थापन विभागलाई एक महत्वपूर्ण निकायको रूपमा लिन सकिन्छ। संस्थाको समग्र विकास एवं स्थायित्वको लागि गुणस्तरयुक्त मानव संसाधनको आवश्यक पर्दछ। गुणस्तरयुक्त मानव संसाधनको विकास गर्न तालिमको अत्यन्तै जरुरत पर्दछ। विभिन्न शैक्षिक ज्ञान हासिल गरी एक निश्चित उद्देश्य पूरा गर्ने उद्देश्यले स्थापित संस्थामा सेवा प्रवेश गरेका विभिन्न कर्मचारीहरूलाई तोकिएको समय सीमाभित्र लक्षित कार्यहरू पूरा गर्न आवश्यक पर्ने प्राविधिक, व्यावसायिक, व्यवस्थापकीय एवं प्रतिस्पर्धी वातावरणको सीपहरूको बारेमा प्रशिक्षित गराउने योजनाबद्ध एवं सांगठनिक क्रियाकलाप नै तालिम हो। भर्खर सेवा प्रवेश गरेका कर्मचारीहरूलाई संस्थाको कार्यशैली एवं प्रक्रियाको बारेमा जानकारी गराउने र कार्यरत कर्मचारीहरूको ज्ञान, सीप एवं मनोबलमा अभिवृद्धि गर्न तालिमलाई उपयोगी औजारको रूपमा लिन सकिन्छ। आजको युगमा जनशक्तिलाई जति सबल र सक्षम बनाइन्छ त्यति नै संस्थाको आर्थिक, प्रविधिक एवं प्रतिस्पर्धी व्यावसायिकता पनि मजबुत हुँदै जाने कुरामा दुईमत छैन।

सेवाकालीन तालिमको उद्देश्य

नेपाल टेलिकम दूरसञ्चार क्षेत्रमा अत्यन्तै फड्को मारेर समग्र देशवासीहरूले विकासको अनुभूति गर्न पाएको एक जीवन्त संस्था हो। बढ्दो प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा कार्यगत जटिलता र सेवाग्राहीहरूको बढ्दो आकांक्षालाई पूरा गर्न कर्मचारीहरूले आफ्नो जिम्मेवारीतर्फ केन्द्रित भई काम गर्नुको पछाडि सेवाकालीन तालिमको पनि योगदान रहेको बुझिन्छ। सेवाकालीन तालिमका आधारभूत उद्देश्यहरू निम्नानुसार उल्लेख गर्न सकिन्छ।

१. कर्मचारीहरूमा भैरहेको ज्ञान र सीपलाई अभिवृद्धि गर्दै बढ्दो प्रतिस्पर्धामा सफलता हासिल गर्न सक्ने गरी कार्यक्षमता र उत्पादकत्वलाई बढाउने।
२. दूरसञ्चार क्षेत्रमा आफ्ना सेवाग्राहीहरूलाई गुणस्तरयुक्त सेवा, सुविधा प्रदान गरी सन्तुष्टि दिलाउने।
३. बदलिँदो वातावरणसँगै कार्यगत व्यवहारमा परिवर्तन गरी आपसी सहयोग र समन्वय बढाउने, साथै सेवाग्राहीहरूको चाहना अनुकूल हुने गरी छिटोछरितो सेवाहरू उपलब्ध गराउने।



राजेन्द्र कुमार दाहाल

लेखा अधिकृत

के.का. अर्थ विभाग

४. योजनाबद्ध कार्यनीतिहरू अपनाई सम्पूर्ण कर्मचारीहरूले तालिमको अनुभूति हुने गरी कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्ने। विशेष गरेर Non Managerial तथा No voice employees लाई लक्षित गरी तालिम कार्यक्रम तर्जुमा गर्ने।
५. सेवाकालीन तालिम विशेष गरेर संगठनको उद्देश्य तथा लक्ष्य हासिल गर्नेतर्फ केन्द्रित रही सञ्चालन गर्नुपर्ने हुँदा समयसापेक्ष प्रविधि र दक्षतालाई ध्यान केन्द्रित गरी तालिम सञ्चालन गर्ने।

सेवाकालीन तालिमको प्रकार

सेवाकालीन तालिमलाई वर्गीकरण गर्दा योजनाबद्ध र गैरयोजनाबद्ध गरी दुई रूपमा हेर्न सकिन्छ। गैरयोजनाबद्ध तालिमले संगठनभित्र रहेका High profile युक्त कर्मचारीहरू जसले चाकडी-चप्लुसीलाई पहिलो प्राथमिकता दिन्छन् र राजनीतिक पहुँचलाई आफ्नो प्रतिष्ठा ठान्छन्, तिनीहरूलाई मात्र फाइदा दिलाउँछ र खर्च तथा उपलब्धिलाई ध्यान दिँदैनन्, साथै उनीहरूले तालिमलाई केवल आफ्नो व्यक्तिगत प्रतिष्ठासँग जोड्छन्। तर योजनाबद्ध सेवाकालीन तालिमले संस्थाको Non managerial तथा No voice employees लाई समेटेर इमानदारिता र पेसागत अनुभवलाई संस्थाको मूल उद्देश्य हासिल गराउन केन्द्रित गराउँछ। यसर्थ गैरयोजनाबद्ध तालिमभन्दा योजनाबद्ध तालिम सञ्चालन हुनु संस्थाको लागि लाभदायिक हुने कुरामा दुईमत छैन।

सेवाकालीन तालिमको विश्व इतिहास हेर्ने हो भने, सर्वप्रथम पहिलो विश्वयुद्धपछि जहाज बनाउने उद्योगमा Charles Skipper R. Allen भन्ने व्यक्तिले देहायका चार चरण लगाएर योजनाबद्ध सेवाकालीन तालिम सञ्चालन गरेका थिए।

पहिलो चरण : कामदारहरूले आफ्नो कामको लागि के चाहन्छन्, सोको तयारी गर्ने।



दोस्रो चरण : कामदारहरूले चाहेको कुरा किन चाहन्छन्, सोको प्रस्तुतीकरण गर्ने ।

तेस्रो चरण : कामदारहरूको चाहनाअनुरूपको काम र सुविधा उपलब्ध गराई कार्यसम्पादन गर्न लगाउने ।

चौथो चरण : अन्तमा कामदारलाई ठीक-बेठिक लागेको विषयमा प्रतिक्रिया लिने ।

Mr. Allen ले सेवाकालीन तालिमलाई दोस्रो विश्वयुद्धपछि उपरोक्त ४ चरणलाई सुधार गरी ७ चरणमा सञ्चालन गर्ने गरी विकास गरेका थिए । ७ चरणीय सेवाकालीन तालिम यस प्रकार छन् ।

चरण कार्यविधि

१. कार्यसम्पादन कसरी गर्न सकिन्छ, सोको वर्गीकरण गर्ने ।
२. तोकिएको कार्यसम्पादन गर्न आवश्यक साधन-स्रोतको पहिचान गर्ने ।
३. उपलब्ध साधन-स्रोतले कसरी कार्यसम्पादन गर्ने भन्ने सम्बन्धमा विश्लेषण गर्ने ।
४. कामदारको दक्षता र जिम्मेवारीबीच तुलना गर्ने ।
५. कामदारहरूबीच अन्तरसम्बन्ध र सहयोगको भावना छ/छैन, अध्ययन गर्ने ।
६. कामदारहरूलाई दक्षताअनुरूपको जिम्मेवारी दिने र सोको अनुगमन गर्ने ।
७. सबै कामदारहरूलाई स्वतःस्फूर्तरूपमा काम गर्न दिई कार्यसम्पादन गराउने ।

उपरोक्तबमोजिमको ७ चरणीय सेवाकालीन तालिमले संस्थाको उत्पादकत्वमा वृद्धि भएको महसुस गरिएको थियो । यसमा High profile का कर्मचारी र No voice तथा Non managerial employees सबैलाई समेटेर तालिम सञ्चालन गरिएको थियो । सेवाकालीन तालिम सञ्चालनपश्चात् सम्पन्न भएका कार्यसम्पादन र तालिमविनाको कार्यसम्पादनबीच धेरै अन्तर देखिएको कुरा विभिन्न अनुसन्धानलमा समेत देखिएकोले यस्ता सेवाकालीन तालिमहरूको सञ्चालन गर्न वैधानिक आधारहरूसमेत हुनुपर्ने आवश्यकता भयो । जसअनुसार सर्वप्रथम विश्वमा सन् १९७३ मा बनेको "comprehensive employment and training act" अनुसार सञ्चालित तालिमले सरकारी सेवामा रहेका कर्मचारीहरूको दैनिक कार्यसम्पादनमा निकै उत्साह मिलेको थियो । साथै पुरानो अनुभवको आवश्यकतासमेत हट्दै गएको थियो । नेपालमा समेत सेवाकालीन तालिमको आवश्यकता महसुस गरी विभिन्न समयमा विभिन्न तालिमप्रदायक संस्थाहरूको विकास भएको पाइन्छ । वि.सं. २०२७ मा Center for Economic Development and Administration (CEDA) को स्थापना भई नेपाल सरकारका राजपत्रांकित द्वितीय श्रेणीका अधिकृत कर्मचारीहरूलाई तीनमहिने सेवाकालीन तालिम दिने व्यवस्था गरिन्थ्यो । त्यसै गरी वि.सं. २०३७ मा राजस्व प्रशासन तालिम केन्द्र, वि.सं. २०३८ मा न्याय सेवा तालिम केन्द्र, वि.सं. २०३९ मा नेपाल प्रशासनिक प्रशिक्षण प्रतिष्ठान, वि.सं. २०४९ मा

स्थानीय विकास प्रशिक्षण प्रतिष्ठान, वि.सं. २०६१ मा शैक्षिक विकास तालिम केन्द्र स्थापना भई नेपाल सरकारका विभिन्न सेवा समूहसँग आबद्ध कर्मचारीहरूलाई सेवाकालीन तालिम दिइँदै आएको छ ।

यसै गरी देशभर सस्तो, सुलभ, विश्वसनीय र भरपर्दो दूरसञ्चार सेवा उपलब्ध गराउने उद्देश्यले स्थापित नेपाल टेलिकमले आफ्ना करिब ६ हजार कर्मचारीहरूको मनोबल उच्च राख्न र उत्पादकत्वमा वृद्धि गराउनका लागि दूरसञ्चार तालिम केन्द्र स्थापना गरी विभिन्न विषयमा सेवाकालीन तालिमहरू सञ्चालन गर्दै आएको छ । कम्पनीको कर्मचारी सेवा सर्त विनियमावली २०६१ को दफा ७८ र ७९ मा तालिमसम्बन्धी व्यवस्था गरेको छ । जसअनुसार स्वदेशमा तालिम गर्न प्रबन्ध निर्देशकको स्वीकृतिमा र विदेशमा तालिम लिनको लागि तालिम सिफारिस समितिको सिफारिसमा हुने प्रावधान छ । सो समितिमा प्रबन्ध निर्देशकले तोकेको नायब प्रबन्ध निर्देशकको संयोजकत्वमा तालिम विषयसँग सम्बन्धित नायब प्रबन्ध निर्देशक १ जना र जनशक्ति व्यवस्थापन विभागका नायब प्रबन्ध निर्देशक १ जना गरी तीन सदस्यीय समिति रहने प्रावधान छ ।

नेपाल टेलिकममा दूरसञ्चार तालिमसम्बन्धी एक स्पष्ट नीतिको तर्जुमा नभए पनि प्रत्येक वर्षको बजेट पुस्तिकामा भने केही न केही व्यवस्थाहरू उल्लेख गरेको देखिन्छ । पछिल्लो ३ वर्षको बजेटलाई हेर्दा तालिमको लागि देहाएको व्यवस्था गरेको देखिन्छ ।

आ. व. २०६६/६७ को बजेटले गरेको तालिमसम्बन्धी व्यवस्था

- कर्मचारीलाई कम्पनीको प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा काम गर्न सक्ने गरी customer focus मा केन्द्रित बनाउन counselling र training को व्यवस्था गर्ने ।
- क्षे.नि. नेपालगन्ज र धनगढीमा मर्मत सुधार तथा सञ्चालनसम्बन्धी तालिम गराउने ।
- कम्पनीको सेवामा प्रवेश गर्ने कर्मचारीहरूमध्ये योग्यताक्रमको आधारमा उत्कृष्ट कर्मचारीहरूलाई आवश्यकताबमोजिम नयाँ प्रविधिको तालिम दिने व्यवस्था मिलाउने भनी व्यवस्थापनबाट निर्देशन पनि दिएको देखिन्छ ।

आ.व. २०६७/६८ को बजेटले गरेको तालिमसम्बन्धी व्यवस्था

- कर्मचारीलाई कम्पनीको प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा काम गर्न सक्ने गरी customer focus मा केन्द्रित बनाउन counseling and training को व्यवस्था गर्ने ।
- Training का साथै विभिन्न अवसरहरूमा क्षेत्रहरूलाई समेत समावेश गर्नुपर्ने ।

आ.व. २०६८/६९ को बजेटले गरेको तालिमसम्बन्धी व्यवस्था

कर्मचारीहरूलाई प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा काम गर्न सक्ने गरी customer focus मा केन्द्रित बनाउन थप counselling र training को व्यवस्था गर्ने । वर्तमान प्रतिस्पर्धी वातावरणमा प्रभावकारीरूपमा अधि बढ्न कम्पनीको व्यवस्थापकीय पदमा कार्यरत कर्मचारीहरूको क्षमता अभिवृद्धि हुने गरी तालिम, गोष्ठी, सेमिनार



आदि सञ्चालन गर्ने क्षेत्रीयस्तरमा समेत विभिन्न तालिमहरु सञ्चालन गर्न आवश्यक भौतिक संरचना विस्तार गर्ने ।

यस प्रकार माथि उल्लेख भएअनुसार लगातार तीन आर्थिक वर्षमा तालिमको लागि करिब-करिब एकै प्रकारको नीति तथा कार्यक्रमहरु सञ्चालन गर्न स्वदेश तालिमको लागि आ.व. ०६६/६७ मा ३ करोड, आ.व. ०६७/६८ मा २.५ करोड र आ.व. ०६८/६९ मा ३ करोडको बजेट व्यवस्था भएको देखिन्छ भने विदेश तालिमको लागि पनि क्रमशः ३ करोड, ४ करोड र ४.५ करोड बजेट व्यवस्था गरेको देखिन्छ । यसबाट के देखिन्छ भने, बजेट र कार्यक्रमलाई हेर्दा विगत तीन वर्षदेखि एकै प्रकारको कार्यशैलीमा सेवाकालीन तालिमहरु सञ्चालन हुँदै आएको तथा प्रतिस्पर्धी वातावरणमा व्यावसायिक सीप विकासमा सहयोग पुग्ने नयाँ प्रविधियुक्त तालिम सञ्चालन हुन नसकेको आभाष हुन्छ ।

नेपाल टेलिकममा सेवाकालीन तालिमसम्बन्धी समस्याहरु

नेपाल टेलिकममा कार्यरत कर्मचारीहरुलाई सक्षम, दक्ष र व्यावसायिक बनाई दूरसञ्चार क्षेत्रका आफ्ना सेवाग्राहीहरुलाई विश्वसनीय एवं भरपर्दो सेवा सञ्चालन गर्न व्यवस्था भएको तालिम व्यवस्थापनले सम्पूर्ण कर्मचारीहरुमाभक्त विश्वस्त, परिणाममुखी र आलोचनारहित भएर काम गर्न सकेको देखिँदैन । यसका पछाडि विभिन्न समस्याहरु रहेका छन्, जसलाई निम्नानुसार उल्लेख गर्न सकिन्छ ।

- १) नेपाल टेलिकमले आफ्नो दीर्घकालीन दूरसञ्चार तालिम नीति तर्जुमा गर्न सकेको छैन । फलस्वरूप बहुसंख्यक कर्मचारीहरुले तालिमप्रति असन्तुष्टि र अविश्वास व्यक्त गर्दै आएको देखिन्छ ।
- २) दूरसञ्चार तालिम केन्द्रमा सञ्चालित विभिन्न सेवाका विविध तालिमहरुमा तालिम कार्यक्रमहरुको पाठ्यक्रम, प्रविधिजस्ता विषयहरुलाई स्तरीयकरण गर्न विशेषज्ञहरुको संयन्त्र स्थापना हुन सकेको छैन ।
- ३) टेलिकमभित्र मानवस्रोत विकास योजना र वृत्ति विकास योजनालाई एकै रथका दुई पाङ्गाको रुपमा अंगिकार गर्न सकिएको छैन । फलस्वरूप टेलिकमको दीर्घकालीन सेवा विस्तार सञ्चालन हुने तालिम कार्यक्रमबीच समन्वय र मूल्याङ्कन हुन सकेको देखिँदैन ।
- ४) स्वदेशभित्र तालिम सञ्चालन गर्दा कुन-कुन सेवा समूहका कर्मचारीहरुलाई के-कस्ता तालिम उपयुक्त हुने हो, सो अनुसार योजनाबद्ध (structural palnned) तालिम सञ्चालन हुनुपर्नेमा तालिमप्रदायक संस्थाको approach को आधारमा high profile मा रहेका कर्मचारीहरु मात्र छनोट भई तालिम हुने गरेको देखिन्छ । यसबाट उत्पादकत्वमा वृद्धि नहुने, केवल खर्च मात्रै बढाउने समस्या दिनप्रतिदिन देखिरहेको छ ।
- ५) दूरसञ्चार तालिम केन्द्रलगायत स्वदेशभित्र सञ्चालित अन्य तालिमहरुमा योग्य प्रशिक्षकहरुको अभाव हुनुको साथै प्रशिक्षकको लागि निश्चित योग्यता र स्तर निर्धारण हुन सकेको छैन ।

- ६) कामअनुसारको तालिम र तालिमअनुसारको जिम्मेवारी दिन सकेको छैन । तालिमलाई केवल refreshment को आभाष दिन खोजेको देखिन्छ ।
- ७) प्रत्येक सेवा समूह, श्रेणी र तहका लागि कार्य विवरण र सो अनुकूलका तालिम कार्यक्रमहरु तर्जुमा हुन सकेको छैन ।
- ८) स्वदेश वा विदेशमा तालिमका लागि मनोनयन भई भाग लिएर कार्यालयमा हाजिर भएपछि १५ दिनभित्र आफ्नो तालिमको प्रतिक्रियासम्बन्धी प्रतिवेदन पेस गर्नुपर्ने प्रावधान कर्मचारी सेवा सर्त विनियमावलीमा रहेको छ । तर सो अनुसारको कार्यान्वयन हुन नसक्नुले पनि तालिमलाई refreshment मात्र हो भन्ने महसुस भएको छ ।
- ९) वैदेशिक तालिममा सहभागी गराउँदा कार्यबोझ, ज्येष्ठता र जिम्मेवारीलाई बेवास्ता गरी युनियन, व्यवस्थापन र राजनीतिक शक्तिबीच भागवण्डा गर्ने गरिएको देखिन्छ । यसबाट योग्य, इमानदार र उत्तरदायी कर्मचारीहरुमा नैराश्यता एवं पलायन हुने अवस्थाको सृजना भएको छ ।
- १०) बढ्दो प्रतिस्पर्धा र प्रविधि अनुकूलका तालिमहरु सञ्चालन गर्न पर्याप्त बजेटको समेत अभाव देखिन्छ । लेखा, प्रशासन तथा प्राविधिक कर्मचारीहरुको तालिम मनोनयनमा समानताको सिद्धान्त लागू भएको देखिँदैन ।
- ११) तालिम कक्षा तथा सो कक्षामा रहेका भौतिक साधनले पनि प्रशिक्षार्थीहरुमा स्वतः अनुशासित र प्रशिक्षित बन्न सहयोग हुने हुँदा दूरसञ्चार तालिम केन्द्रलाई व्यवस्थित र आधुनिक प्रविधिसहितको स्रोत-साधन सम्पन्न बनाउन सकिएको छैन ।
- १२) तालिम सञ्चालन गर्दा सम्बन्धित विषयको विशेषज्ञतालाई ध्यान नदिई पदीयतालाई नै प्राथमिकता दिने प्रचलन रहेको छ । जसले गर्दा तालिमप्रतिको आकर्षण कम हुँदै गएको छ ।
- १३) दूरसञ्चार तालिम केन्द्रमा तालिम सञ्चालन गर्न विगत तीन वर्षदेखि एकै प्रकारको कार्यक्रम र बजेट व्यवस्था भएको देखिन्छ । यसले पनि तालिम सञ्चालनमा अत्याधुनिक प्रविधि अनुकूलका तालिम तथा प्रशिक्षण हुने गरेको छैन भन्ने सन्देश दिएको छ ।

नेपाल टेलिकममा सेवाकालीन तालिमको लागि सुधार गर्नुपर्ने क्षेत्रहरु

विश्वव्यापी आर्थिक उदारीकरण र दूरसञ्चार क्षेत्रमा आएको तीव्र प्रतिस्पर्धाको कारणले नेपालको दूरसञ्चार नीति २०६० मा उल्लेख भएअनुसार सन् २०१२ सम्म प्रति १०० जनामा १५ वटा टेलिफोन उपलब्ध गराउने दीर्घकालीन नीति लिएकोमा सन् २०१० मा नै उक्त लक्ष्य हासिल भैसकेको छ । सञ्चार क्षेत्रले विश्वमा लिएको गति र उन्नतिले गर्दा यस क्षेत्रमा दिनप्रतिदिन नयाँ-नयाँ प्रविधिहरुको विकास भैरहेको छ । सोही अनुरूप सेवाग्राहीको चाहना



पनि विकसित हुँदै गएको छ। छिटोछरितो सेवा, भरपर्दो र विश्वसनीय सञ्चारमाध्यम आजको अपरिहार्यता भैसकेको छ। यसै दृष्टिकोणलाई मध्यनजर राखी प्रत्येक कर्मचारीले परम्परागत कार्यशैलीमा परिवर्तन गरी सक्षम, सबल, दक्ष र व्यावसायिक हुनुपर्ने टङ्कारो महसुस गरिएको छ। जसको लागि सेवाकालीन तालिमद्वारा मात्र आमूल परिवर्तन ल्याउन सक्ने हुँदा यसतर्फ निम्नानुसारका सुधार हुनुपर्ने अपेक्षा गरिएको छ।

- १) सेवाकालीन तालिमको दीर्घकालीन तालिम नीति तर्जुमा गरी समयसापेक्ष र अत्याधुनिक प्रविधि अनुकूल हुने गरी अल्पकालीन र मध्यकालीन तालिम कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्नुपर्दछ।
- २) कम्पनीमा प्रशासन, लेखा, इन्जिनियरिङ, कानून, व्यापारजस्ता विभिन्न सेवा समूहअन्तर्गत कुल ६ हजारभन्दा बढी कर्मचारीहरू कार्यरत छन्। त्यस्ता प्रत्येक समूहअन्तर्गतका तह र श्रेणीअनुसार कार्य विवरण तर्जुमा गरी सोही बमोजिम अत्याधुनिक प्रविधियुक्त व्यावसायिक तालिमहरू सञ्चालन हुन जरुरी देखिन्छ।
- ३) विभिन्न सेवा समूहमा रहेका कर्मचारीहरूको विवरण लिई तिनीहरूको जिम्मेवारी र कार्यबोझलाई ध्यान दिएर स्वदेश एवं विदेशमा तालिम सञ्चालन गरिनुपर्दछ। तालिम schedule र कर्मचारीको सहभागिता सूचीसमेत पारदर्शी बनाइनुपर्दछ।
- ४) प्रत्येक तालिम कार्यक्रमपश्चात् प्रशिक्षार्थीहरूले आफ्नो कार्यक्षमता र कार्यशैलीमा आएको परिवर्तनको बारेमा अनिवार्यरूपले प्रतिवेदन पेस गर्न लगाउनुपर्दछ। जसलाई कार्यसम्पादन मूल्याङ्कनसँग पनि जोडिनु उपयुक्त हुन्छ।
- ५) तालिम सञ्चालन गर्नुभन्दा अगाडि प्रशिक्षकको योग्यता, अनुभव र स्तर निर्धारण गरी विषय विज्ञ विशेषज्ञबाट तालिम प्रदान गर्नुपर्दछ।
- ६) तालिम केन्द्रलाई सुदृढीकरण गरी संस्थागत क्षमताको अभिवृद्धि गराउनुपर्दछ। साथै स्रोत र साधनबाट समुन्नत बनाई आकर्षक बनाइनुपर्दछ।
- ७) सेवाकालीन तालिमलाई कर्मचारीहरूले विभिन्न चरण पार गर्दासमेत निरन्तर सञ्चालित हुनु जरुरी छ। जस्तै- कर्मचारीले

सेवा प्रवेश गर्दा, बढुवा हुँदा, एक स्थानबाट अर्को स्थानमा सरुवा हुँदा, प्रतिस्पर्धी वातावरणको तीव्र विकास हुँदै गर्दाका अवस्थामा कर्मचारीलाई समयानुकूल दक्ष एवं व्यावसायिक बनाउन सेवाकालीन तालिमको जरुरी हुन्छ। यसको लागि जनशक्ति व्यवस्थापन विभागसँग समन्वय र सहकार्य भने गरिरहनु जरुरी छ।

- ८) तालिम मनोनयनमा स्वविवेकीय छनोट तथा राजनीतिक हस्तक्षेपलाई दुरुत्साहित गरी पारदर्शी Criteria तर्जुमा गर्नुपर्दछ।
 - ९) सेवाकालीन तालिममा परीक्षाको समेत व्यवस्था गरी सोको नतिजालाई बढुवा प्रयोजनको लागि समेत मूल्याङ्कन हुनुपर्दछ। बढुवाको लागि कम्तीमा ३० दिनको (पटक-पटक गरेर भए पनि) सेवाकालीन तालिम लिएको हुनुपर्ने योग्यता निर्धारण हुनुपर्दछ।
 - १०) कर्मचारीको दक्षता, ज्ञान, सीप र व्यावसायिकता अभिवृद्धि गर्नका लागि सेवाकालीन तालिम अपरिहार्य हो। त्यसको साथै कर्मचारीको स्वास्थ्यप्रतिको चेतना बढाउने, खानपान, रहनसहन, सफासुगन्ध, सेवासुविधा, अवकाशपश्चात्को जीवनशैली आदिको बारेमा पनि सेवाकाल अवधिमा तालिम सञ्चालन हुनु जरुरी छ। जसले कर्मचारीहरूमा नयाँ तरङ्ग पैदा गर्दछ।
- अन्तमा नेपाल टेलिकमलाई देश निर्माणको मेरुदण्डको रूपमा राख्न, यसको सेवा विस्तार एवं गुणस्तर सुधार गर्न आफ्ना सेवाग्राहीप्रति छिटोछरितो, विश्वसनीय सेवा उपलब्ध गराई सक्षम, सुदृढ तथा व्यावसायिक बन्नको लागि तालिम अपरिहार्य तत्व हो भन्ने कुरामा दुईमत छैन। तालिमविना कर्मचारीमा थप ऊर्जा र प्रभावकारिता ल्याउन प्रायः असम्भव भएकोले तालिम सञ्चालनमा स्थायी संयन्त्रको विकास हुनु जरुरी देखिन्छ। विगत अवधिमा भए/गरेका तालिम गतिविधिलाई मूल्याङ्कन गरी आउँदा दिनमा व्यवस्थित एवम् वैज्ञानिक structural Planned बाट तालिम सञ्चालन गर्नाले टेलिकमभित्रका जनशक्तिबाट अपेक्षित लाभ लिन सक्ने दृढ विश्वास गर्न सकिन्छ। ●

Where is the Life we have lost in living? Where is the wisdom we have lost in knowledge? Where is the knowledge we have lost in information?

— T. S. Eliot

नेपाल टेलिकमको सन्दर्भमा कार्यविवरण

दूरसञ्चार सेवाप्रदायक संस्थाहरूमध्ये सबैभन्दा ठूलो संस्थाको रूपमा रहेको नेपाल टेलिकमले आफ्नो सेवाको विविधीकरण गर्दै राज्यको कृना-कृनासम्म सेवाको विस्तार गर्न सफल भएको छ । राज्यले पनि सार्वजनिक संस्थाहरूमध्ये जनउपयोगी संस्थाको रूपमा नेपाल टेलिकमलाई लिएको हुँदा जनतासँग प्रत्यक्षरूपमा सरोकार राखी सेवाप्रवाह गर्ने संस्थाको रूपमा यसलाई लिन सकिन्छ । दूरसञ्चार सेवामा निजी क्षेत्रको प्रवेशसँगै यस कम्पनीलाई पनि प्रतिस्पर्धी वातावरणमा उत्रिनुपर्ने अवस्था सृजना भएकोले सेवाको गुणस्तरलाई अझै प्रभावकारी बनाउनुपर्ने आवश्यकता देखिएको छ । यस्तो अवस्थामा सेवाको गुणस्तर राम्रो बनाउनु त जरुरी छँदै छ, त्यसमाथि पनि सेवाप्रवाह (Service Delivery) लाई समेत प्रभावकारी बनाउन सकेमा सेवाको गुणस्तरलाई उच्च राख्न सकिने हुन्छ । गुणस्तरीय सेवाको लागि प्रविधिको सही उपयोग, सुमधुर जनसम्पर्क, सही बजार व्यवस्थापन, आर्थिक अनुशासन, उपकरणहरूको रेखदेख र नियमित मर्मत-सम्भार तथा संस्थाभित्र राम्रो आन्तरिक समन्वयको आवश्यकता पर्दछ । यसका लागि संस्थामा दक्ष जनशक्तिको आवश्यकता पर्नुको साथै उक्त जनशक्तिको महत्तम परिचालन गर्नुपर्ने हुन्छ । यसका लागि संस्थाको आवश्यकताअनुसारका जनशक्तिलाई आकर्षित गर्ने, छनोट गर्ने र प्राप्त जनशक्तिलाई संस्थाको उद्देश्यअनुसार अधिकतम परिचालन गर्ने महत्वपूर्ण माध्यमको रूपमा कार्यविवरणलाई लिन सकिन्छ ।

कार्यविवरण कुनै संगठनमा कुनै पदमा रहेको कर्मचारीले गर्नुपर्ने कार्यहरूको विस्तृत विवरण हो । विशेषतः यसले व्यक्तिका सम्बन्धमा भन्दा व्यक्तिले गर्ने कामको सम्बन्धमा सरोकार राख्छ । संगठनमा गरिने कार्य विश्लेषणपश्चात् मात्र कार्यविवरणको बारेमा जानकारी हासिल गर्न सकिन्छ । कार्य विश्लेषण गर्दा संस्थामा गरिने सम्पूर्ण कामका सम्बन्धमा जानकारी हासिल गरिनुका साथै त्यस्ता कार्य गर्न आवश्यक पर्ने जनशक्तिको Quality & Quantity को पक्षमा समेत विश्लेषण गरिन्छ । कुनै पनि संस्थामा HR Forecast को लागि गरिने Bench Marking लाई Job Analysis को उदाहरणको रूपमा लिन सकिन्छ । संस्थामा गरिने व्यवस्थापन परीक्षण (Management Audit) पनि एक प्रकारको कार्य विश्लेषण नै हो । तर कर्मचारीलाई तोकिएर प्रदान गरिने काम, कर्तव्य र अधिकारसहितको अधिकार प्रत्यायोजनलाई भने कार्यविवरण (Job Description) को रूपमा लिन सकिन्छ । समान पदमा कार्यरत कर्मचारीहरू भए पनि उनीहरूको पदस्थापन भएको स्थानअनुसार कार्यविवरण फरक-फरक हुन सक्छ ।

कार्यविवरण एउटा लिखित विवरण हो, जसमा कुनै काम किन गरिन्छ ? कसरी गरिन्छ ? कस्तो वातावरणमा गरिन्छ ? के-कस्ता



सुरेन्द्रप्रसाद खनाल

दू.सं.का., चाबहिल

उपकरणहरू प्रयोग गर्नुपर्दछ ? काम गर्दा अपनाउनुपर्ने सावधानी के-के हुन् ? र, कामदारका जिम्मेवारी तथा उत्तरदायित्व के-के हुन् ? भन्ने कुरा उल्लेख गरिएको हुन्छ । कार्यविवरणको माध्यमबाट कर्मचारीले आफ्नो कामका सम्बन्धमा पूर्वजानकारी प्राप्त गर्ने हुँदा उसले सोही अनुसार आफूमा सजगता र सक्षमताको विकास गर्ने अवसर प्राप्त गर्दछ । यसले कर्मचारीलाई Self Regulate, Self Motivate र Self evaluate गर्न मद्दत गर्दछ । कार्यविवरणले संस्थामा कस्ता खालका जनशक्तिको आवश्यकता पर्दछ भन्ने कुरा अवगत गराउनुको साथै उक्त जनशक्ति प्राप्त गर्न कस्तो खालको छनोट पद्धती तथा परीक्षा पाठ्यक्रम निर्धारण गर्ने भन्ने विषयमा निर्णय लिन सहयोग गर्दछ ।

सामान्यतया कार्यविवरणमा देहायका विवरणहरू समावेश हुनु आवश्यक हुन्छ ।

- कार्यको पहिचान :
 - पदको नाम :
 - पदको संकेत :
 - काम गर्नुपर्ने शाखा, इकाई :
- पदले गर्नुपर्ने कामको संक्षिप्त परिचय :
- कार्यसँग सम्बन्धित जिम्मेवारी, कर्तव्य, जवाफदेहिता र औपचारिक सम्बन्ध :
 - कसको मातहतमा रही काम गर्नुपर्ने र कसलाई सुपरिवेक्षण गर्नुपर्ने :
 - कोप्रति जवाफदेही हुनुपर्ने :
 - कार्यसम्पादनको लागि खेल्नुपर्ने भूमिका :
- अधिकार :
- कार्यसम्पादनको स्तर :
- कार्यको वातावरण :
- काम गर्दा प्रयोग हुने मेसिन, उपकरण र त्यसबाट हुन सक्ने सम्भावित खतरा :
- अन्य पदसँगको सम्बन्ध :



नेपाल टेलिकममा कार्यविवरणको आवश्यकता :

१. कर्मचारीलाई जिम्मेवार र उत्तरदायी बनाउन ।
२. कर्मचारीले निर्वाह गर्नुपर्ने भूमिकालाई प्रस्ट पारी “यो मेरो काम होइन” भन्ने प्रवृत्तिलाई हटाउन ।
३. कार्यसम्पादन मूल्यांकनलाई सहज बनाउन ।
४. काममा आउन सक्ने दोहोरोपना हटाउन ।
४. कर्मचारीको कमी-कमजोरी सुधारका लागि पृष्ठपोषण प्रदान गर्न ।
५. कर्मचारी सुरुवा, बहुवा, पुरस्कार र सजायसम्बन्धी निर्णय लिन ।
६. जनशक्ति योजनासम्बन्धी कार्य गर्न ।
७. Over Staffing And Under Staffing सम्बन्धी समस्या समाधान गर्न ।
८. कार्यसम्पादनका आधारमा प्रोत्साहन भत्ता (Incentives) आदि सिफारिस गर्न ।
९. Right Man Right Place को सिद्धान्त अवलम्बन गर्न ।
१०. तालिम आवश्यकताको पहिचान गर्न ।
११. सम्भावित दुर्घटनाहरु कम गर्न ।
१२. व्यावसायिक स्वास्थ्य र सुरक्षा (OHS) को अवधारणालाई साकार पार्नका लागि व्यवसायसम्बन्धी सूचनाहरुको विवरण प्रदान गर्न ।

कर्मचारीहरु संस्थाका अमूल्य सम्पत्ति हुन् । स्वस्थ कर्मचारीहरुको माध्यमबाट मात्र संस्थाको उत्पादकत्व वृद्धि गर्न सम्भव छ । त्यसैले व्यवसायलाई कसरी स्वस्थ र सुरक्षित बनाउने भन्ने विषय अहिलेको व्यवस्थापकीय चासोको विषय हुन पुगेको छ । नेपाल टेलिकममा पनि यसको लागि छुट्टै OHS Cells को गठन गरी यसलाई कार्यान्वयन गर्ने जमर्को गरेको देखिन्छ । त्यसैले OHS लाई कार्यान्वयन गर्नुभन्दा अगाडि संस्थामा कार्यरत कर्मचारीहरु कस्तो वातावरणमा काम गरिरहेका छन्, उनीहरु कुन-कुन कुराबाट असुरक्षित छन्, के-कस्ता असावधानीका कारण कर्मचारीहरुको स्वास्थ्य र संस्थाको उत्पादकत्वमा असर पारिरहेको छ भन्ने कुराको विवरण संकलन हुनु जरुरी छ । त्यसका लागि आवश्यक सूचनाहरु दिने माध्यम भनेको कार्य विवरण नै हो । त्यसैले OHS को लागि Job Description पूर्व आवश्यकता हो ।

नेपाल टेलिकममा कार्यविवरणसम्बन्धी व्यवस्था :

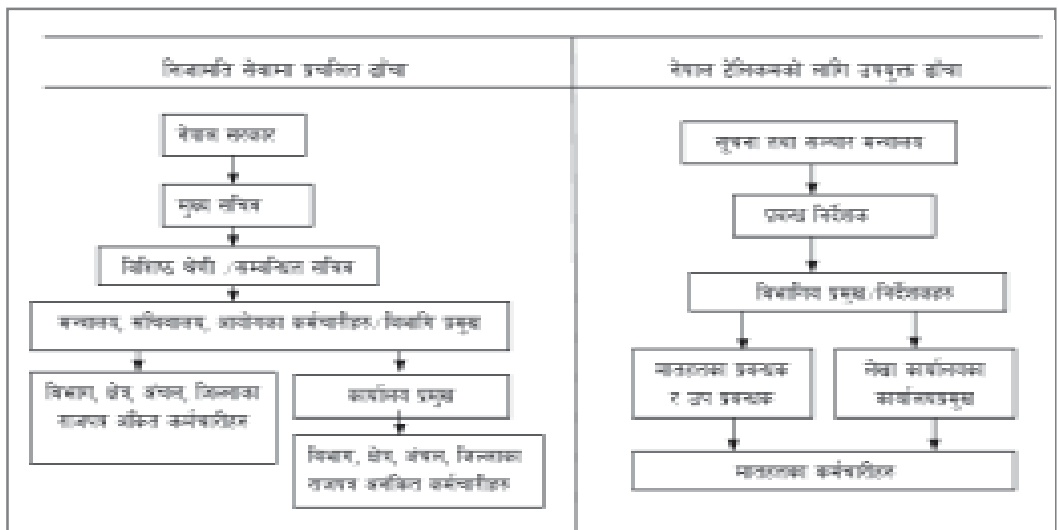
वर्तमान अवस्थामा विभिन्न सरकारी संघसंस्था

र राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्थाहरुमा कार्यविवरणको प्रयोग भइसकेको छ । कतिपय संस्थाहरुले त विज्ञापन गर्दाकै समयमा कार्यविवरण र कार्य विशिष्ट विवरण (शिक्षा, अनुभव, उमेर, व्यक्तित्व आदि) समेत खुलाई विज्ञापन गरेको पाइन्छ । नेपालको निजामती सेवामा समेत कार्यविवरण लागू भइसकेको अवस्था छ । नेपाल टेलिकममा यसलाई पूर्णरूपमा लागू नगरिएको भए तापनि केही हदसम्म प्रयोग गरेको पाइन्छ, जुन निम्नानुसार रहेको छ ।

१. माथिल्लो तहका कर्मचारीहरुले आफूलाई प्राप्त अधिकारबाट केही अधिकार तल्लो तहलाई प्रत्यायोजन गरी काम, कर्तव्य र अधिकार तोकिदिने व्यवस्था छ ।
२. अधिकार प्रत्यायोजनलाई अनिवार्य गर्न नसकिएको र कुनै कार्यालयमा यसलाई लागू गरिएको छ भने कुनै कार्यालयमा लागू नगरिएको अवस्था छ ।
३. कार्यविवरणसम्बन्धी व्यवस्थालाई विनियममा समावेश गर्न सकिएको छैन ।
४. कार्यविवरण तयार पार्ने सम्बन्धमा हालसम्म पनि कुनै पहल हुन नसकेको अवस्था छ ।

निजामती सेवासँग तुलनात्मक अध्ययन र नेपाल टेलिकमको लागि उपयुक्त ढाँचा :

नेपाल टेलिकम अझै पनि नेपाल सरकारको स्वामित्वमा रहेको कम्पनी रहेको र सार्वजनिक संस्थाहरुमध्ये धेरै कर्मचारीहरु कार्यरत रहेको संस्था भएको हुँदा निजामती सेवामा लागू भएको कार्यविवरणसम्बन्धी व्यवस्थाको अध्ययन गरी यस संस्थाको लागि उपयुक्त हुने ढाँचाको विकास गर्नु जरुरी देखिन्छ । निजामती सेवाको अभ्यासलाई हेर्ने हो भने पदसोपानको शृङ्खलामा रहने माथिल्लो पदबाट तल्लो पदको लागि कार्यविवरण तयार गरेको देखिन्छ । जसअनुसार निजामती सेवाको ढाँचा र नेपाल टेलिकममा उपयुक्त हुने ढाँचालाई तलका अनुसार देखाइएको छ ।





नेपाल टेलिकमको सन्दर्भमा सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले कम्पनीको प्रबन्ध निर्देशकको, प्रबन्ध निर्देशकले विभागीय प्रमुख तथा क्षेत्रीय निर्देशकहरूको, विभागीय प्रमुख तथा क्षेत्रीय निर्देशकहरूले मातहतका प्रबन्धक, उपप्रबन्धक र लेखा कार्यालयका कार्यालय प्रमुखहरूको, प्रबन्धक, उपप्रबन्धक र कार्यालय प्रमुखहरूले मातहतका सम्पूर्ण कर्मचारीहरूको कार्यविवरण तयार पार्ने व्यवस्था भएमा सहज ढंगबाटै यसलाई कार्यान्वयनमा ल्याउन सम्भव देखिन्छ।

कार्यविवरणको सीमा :

प्रविधिको विकास तथा व्यवस्थापनका शैलीमा आएका नयाँ-नयाँ सोचअनुसार कर्मचारीको काम गर्ने दायरा असीमित हुन पुगेको छ। आजको व्यवस्थापकले कुनै निर्धारित कार्य गर्नुभन्दा पनि दैनिक रूपमा विभिन्न खालका समस्याहरूको सामना गर्नुपर्ने हुन्छ। कार्यविवरणले कामको दायरालाई सीमित गर्दछ। यसले गर्दा उनीहरूलाई Innovative र Creative भई कार्य गर्नबाट समेत वञ्चित पार्न सक्छ। त्यसैले कार्यविवरण तयार गर्दा यसको लचकतालाई पनि मध्यनजर गर्नुपर्दछ। कार्यविवरणका सीमाहरूलाई देहायबमोजिम लिन सकिन्छ।

१. Changing Environment मा कार्यलाई सीमित गर्न खोज्दा व्यक्तिको र संस्था दुवैको उत्पादकत्वमा कमी आउन सक्ने हुन्छ।
२. कार्य वा निर्णयमा लचकता आउन नसक्ने, प्रक्रियालाई प्राथमिकता दिइने हुँदा काम कारवाहीमा ढिलासुस्ती आउन सक्ने।

३. प्रतिस्पर्धी वातावरणमा व्यक्तिको भूमिकामा छिटो-छिटो परिवर्तन आउन सक्ने हुँदा कार्यविवरणलाई निरन्तर Update गर्नुपर्ने भएकोले यसलाई लागू गर्न कठिन पनि छ।

उपसंहार

कुनै पनि संगठनको निश्चत उद्देश्य हुन्छ। त्यो प्राप्तिका लागि सक्षम जनशक्तिको आवश्यकता पर्दछ। साथै भइरहेको जनशक्तिको महत्तम परिचालन आवश्यक पर्दछ। कार्यविवरणले कर्मचारीको भूमिकालाई स्पष्ट निर्धारण गर्दछ। कर्मचारीले आफूलाई दिइएको जिम्मेवारीअनुसार काम गरेको छु वा छैन स्वमूल्यांकन गर्न सक्छ साथै सुपरिवेक्षकलाई पनि कर्मचारीको मूल्यांकन गर्ने आधार प्रदान गर्दछ।

कार्यविवरणले कामदारलाई उत्तरदायी बनाउने हुँदा सेवाग्राहीले पनि सहज ढंगबाट सेवा प्राप्त गर्ने अवसर प्राप्त गर्दछ। यसका साथै पदसोपानको शृङ्खलामा रहेका विभिन्न तहहरूबीच र शाखा-शाखाहरूबीच राम्रो समन्वय स्थापना गरी संगठनलाई चुस्त राख्न मद्दत गर्दछ। कर्मचारी सरुवा, बहुवा, प्रोत्साहन आदिका सम्बन्धमा सही सूचना प्रदान गर्ने कार्यसमेत यसले गर्दछ। तसर्थ नेपाल टेलिकमजस्तो प्रत्यक्षरूपमा जनतासँग सरोकार राख्ने संस्थाको लागि वर्तमान प्रतिस्पर्धी वातावरणमा सेवाग्राहीसँग सुमधुर सम्बन्ध राख्दै सेवाप्रवाहको गुणस्तरलाई उच्च राख्न कार्यविवरण अपरिहार्य भइसकेको छ। व्यावसायिक स्वास्थ्य र सुरक्षाको अवधारणालाई साकार पार्न पनि कार्यविवरण लागू गर्न अत्यावश्यक देखिन्छ। राज्य सरकारको मुटु मानिने निजामती सेवामा समेत यसको कार्यान्वयन भइसकेको हुँदा नेपाल टेलिकममा पनि यसलाई लागू गर्न अपरिहार्य भइसकेको छ।

"Your children are not your children. They are the sons and daughters of Life's longing for itself. They come through you but not from you, And though they are with you yet they belong not to you".

.. . On Children by Kahlil Gibran.....

नेपाल टेलिकमको विकासमा तालिम केन्द्र

जनशक्ति विकासमा तालिम

मानवीय संसाधन व्यवस्थापनमा जनशक्ति विकास एउटा महत्वपूर्ण कार्य हो। संगठनले बाह्य तथा आन्तरिक वातावरणको परिधिमा रहेर आफ्ना काम-कारबाही गर्नुपर्ने भएकाले परिवर्तित वातावरणमा उपयुक्त जनशक्ति व्यवस्था गर्नुपर्ने हुन्छ। मानवीय जनशक्तिको मौलिक चरित्रका कारणले गर्दा वातावरणअनुरूप जनशक्ति राख्न-भित्र गर्न अवस्था रहँदैन। यस्तो अवस्थामा परिवर्तनशील वातावरणअनुरूप संगठनमा उपयुक्त जनशक्ति लगाताररूपमा दिइरहनुपर्ने भएकाले मौजूदा जनशक्तिलाई आवश्यक ज्ञान, सीप आचरण सिकाई कार्यसम्पादनमा प्रभावकारिता ल्याउनुपर्ने हुन्छ। जसको औजार भनेको तालिम र व्यवस्थापन विकास नै हो। सामाजिक परिवर्तनका वाहक (Social Change का Actor) हरू प्रविधि निर्भरता, आधुनिकीकरण, पश्चिमीकरण र देखासिकी प्रभावका कारणले उपभोगवादमा आएको परिवर्तले मागमा हुने परिवर्तनसँगै तालिमको महत्व भन्ने बढेर गएको छ।

नेपाल टेलिकममा तालिम केन्द्र

दूरसञ्चार तालिम केन्द्र नेपाल टेलिकमलाई आवश्यक पर्ने जनशक्ति तयार गर्ने उद्देश्यलाई पूरा गर्न तत्कालीन नेपाल दूरसञ्चार संस्थानको विभागको रूपमा २०३३ सालमा स्थापना भएको हो। सुरुमा यसको स्थापना मध्यमस्तरीय जनशक्ति उत्पादन गर्नमा केन्द्रित गरिएको थियो। उक्त कार्यमा यसले उल्लेखनीय सफलता हासिल गरेको इतिहास साक्षी छ। हालको परिवर्तित सन्दर्भमा यसले व्यवस्थापनसम्बन्धी तालिम पनि दिँदै आएको छ। मध्यमस्तरको जनशक्ति उत्पादन गर्ने अन्य संस्थाहरु बजारमा आइसकेको परिप्रेक्ष्यमा यसमा लगाइएको स्रोत अन्य क्षेत्रमा उपभोग गर्नुपर्ने आवाज पनि उठ्ने गरेका छन्। जसको उदाहरणका रूपमा पेन्टास्कोपको तालिमलाई Out sourcing गर्ने रिपोर्टलाई लिन सकिन्छ। तथापि दूरसञ्चार तालिम केन्द्र निम्न goal र mission लिएर अघि बढिरहेको छ।

Goals

Development and conduct training course to meet the requirement of human resource for smooth operation and maintenance a telecom network and service of Nepal Telecom.

Develop the training centre as continuous learning centre through enhancement of its resources and facilities.



किशोर उप्रेती

दूरसञ्चार तालिम केन्द्र

Create conducive atmosphere to enhance skills and expertise of the telecom staff in general.

Conduct research and studies to improve the quality of telecom service in the country.

Mission

The mission of the training centre is develop highly competent human resource necessary for smooth operation, maintenance and expansion of telecommunication service networks.

(स्रोत: NTC.website)

तालिम केन्द्रका वर्तमान कार्यक्रमहरु

दूरसञ्चार तालिम केन्द्रले आ.व. २०६८/६९ मा जम्मा ४,९३१ Manweek को लक्ष्य राखेर आफ्नो तालिम कार्यक्रम बनाएकोमा २०६८ मंसिर मसान्तसम्ममा जम्मा १,८२३ Manweek अर्थात् वार्षिक लक्ष्यको ३६.९७% प्रगति हासिल गरेको छ। लक्ष्यको प्रगति ५ महिनामा वार्षिक लक्ष्यको हाराहारीमै रहे पनि केही कार्यक्रमहरुमा फेरबदल भएको पनि छ। जम्मा ५ महिनामा सञ्चालन भएका ७८ तालिममध्ये १५ वटा तालिम Regional रूपमा सञ्चालन भएका छन्। जुन कुल तालिम प्रतिशतको १९ प्रतिशत हो। Regional Training भनेको Door to Door Training भएको र यसबाट विहान-बेलुका अतिरिक्त समयमा समेत चलाउन सकिने भएकोले कार्यालयको अतिरिक्त समयमा समेत सञ्चालन गर्न सकिन्छ। यसबाट कार्यालयको काममा कुनै अवरोध नहुने र प्रशिक्षकहरु तालिम कार्यमै केन्द्रित हुने हुनाले लाभदायक देखिन्छ। Regional Training मा भौतिक पूर्वाधारहरुको कार्यले समस्या तथा तालिम केन्द्रमै तालिमको खर्च लेखिने हुनाले कार्यालयहरुबाट भुक्तानी गर्दा देखिने समस्याहरुलाई निराकरण गर्न सम्बन्धित क्षेत्रमा भौतिक पूर्वाधारसहितको ट्रेनिङ हल र तालिम बजेट विनियोजन गर्ने कार्य भएमा Regional Training मा प्रभावकारिता आउने देखिन्छ।



तालिममा सतर्कता

प्रतिस्पर्धाको बजारमा ग्राहकहरु लगभग ७० प्रतिशतसम्म ग्राहक सेवाका कारणले बाहिरिन्छन् भन्ने मान्यता रहेको पाइन्छ। प्रतिस्पर्धी दूरसञ्चारको बजारमा दूरसञ्चार तालिम केन्द्र नेपाल टेलिकमको यस्तो एउटा औजार हो, जुन हालसम्म अन्य प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरूसँग छैन। विविध कानुनी कारणले उपयुक्त दक्ष जनशक्ति लिन चाहिएको बेला नसकिने परिप्रेक्ष्यमा मौजूदा जनशक्तिलाई तालिमको माध्यमबाट समयानुकूल बनाउन नेपाल टेलिकमको तालिम केन्द्र नै राम्रो विकल्प हो। यसर्थ तालिम केन्द्रबाट दिने तालिमहरुमा सुधार ल्याउन निम्न विषय भए/नभएको प्रति चनाखो रहनु आवश्यक देखिन्छ।

- ❖ तालिम केन्द्रबाट दिने तालिमको विषयवस्तु समयानुकूल।
- ❖ तालिम दिने प्रशिक्षकको प्रशिक्षण दक्षता आवश्यकताअनुरूप।
- ❖ तालिमको लक्ष्य र प्राप्ति टेलिकमको आवश्यकताअनुसार।
- ❖ उपयुक्त Resource person को छनोट।
- ❖ तालिम Code of Conduct अनुसार सञ्चालन।

- ❖ उपयुक्त प्रशिक्षार्थीको छनोट।
- ❖ Feedback मा आएका गुनासाहरुको उपयुक्त समाधान।
- ❖ शीर्षक Repeated भएर तालिम सञ्चालन।
- ❖ तालिमको वातावरण शान्त र तालिम-मैत्री।
- ❖ तालिममा गरिएको खर्चको उपयोगिता।
- ❖ तालिम दिनको लागि राखिएका पूर्वाधारहरु तथा उपकरणहरु।
- ❖ तालिमको आन्तरिक अनुशासनको अवस्था

तालिमको मूल्यांकन

- ❖ तालिमलाई प्रभावकारी बनाउन तालिमको मूल्यांकन प्रभावकारी हुनुपर्दछ। तालिमको मूल्यांकनको लागि KIRKPATRICK'S FOUR LEVELS OF TRAINING EVALUATION अनुसार निम्नबमोजिम हुने उल्लेख छ। This grid illustrates the basic Kirkpatrick structure at a glance.

| Level | Evaluation type (What is measured) | Evaluation description and characteristics | Examples of evaluation tools and methods | Relevance and practicability |
|-------|------------------------------------|---|--|--|
| 1 | Reaction | Reaction evaluation is how the delegates felt about the training or learning experience | 'Happy sheets' feedback forms, Verbal reaction, post-training surveys or questionnaires. | Quick and very easy to obtain. Not expensive to gather or to analyze. |
| 2 | Learning | Learning evaluation is the measurement of the increase in knowledge before and after | Typically assessments or tests before and after the training interview or observation can also be used. | Relatively simple to set up; clear cut for quantifiable skills. Less easy for complex learning |
| 3 | Behavior | Behavior evaluation is the extent of applied learning back on the job implementation | Observation and interview overtime are required to assess change, and sustainability of change. | Measurement of behavior change typically requires co-operation and skill of line-managers. |
| 4 | Result | Results evaluation is the effect on the business or environment by the trainee | Measures are already in the place via normal management systems and reporting the challenge is to relate to the trainee. | Individually not difficult, unlike whole organization. Process must attribute clear accountabilitys. |

(स्रोत: इन्टरनेट)



दूरसञ्चार तालिम केन्द्रमा यस्तो प्रकारको मूल्यांकन गरेर तालिम सञ्चालन गर्दा फाइदाजनक हुने भएकोले यसतर्फ सोच्ने बेला भएको छ ।

सूचना तथा प्रविधिको क्रान्ति र तालिममा नयाँ प्रवृत्ति

सूचना र प्रविधिको क्रान्तिले विभिन्न क्षेत्रमा विभिन्न किसिमको नयाँ प्रवृत्तिहरूलाई (Recent Trend) स्थापित गरेको छ । आज Virtual Organization तथा Virtual Learning जस्ता कुराहरूको विकास भइरहेको छ । आज तालिममा पनि E-learning ले प्रभाव पारेको अवस्थामा Class room training का अतिरिक्त यसको पनि त्यत्तिकै महत्व छ । E-learning नकार्नु भनेको परिवर्तित वातावरणलाई बुझ्न नसकेको ठहरिन्छ । तुलनात्मकरूपमा Class room training र E-learning लाई निम्नबमोजिम भन्न सकिन्छ ।

Concept of E-Learning

| Classroom Training | E-Learning |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Course/Content are centrally developed. ▪ Learning starts and stops at designated times. ▪ There is a designated trainer and designated learners. ▪ Learners collaborate with others in the class ▪ The focus is on gaining and keeping the learner's attention. ▪ Content is updated and revised on regular interval. ▪ Delivery via classroom. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Courses/content are created and published by anyone. ▪ Learning is continuous, multi stream. ▪ Everyone is a trainer and a learner. ▪ Learners collaborate with a wide and diverse network. ▪ The focus is on motivating engagement. ▪ Content is updated and revised continuously. ▪ Delivery via PC, cell phones, just in time at point of need. |

दूरसञ्चार तालिम केन्द्रले आफ्नो Library लाई मजबुत पार्नुको अतिरिक्त E-Library लाई पनि व्यवस्थित गरेर तालिम सञ्चालन गरेमा तालिम प्रभावकारी हुने देखिन्छ । सूचना प्रविधिको भरपूर उपयोग गर्दै Video conference, Tele Learning को माध्यमबाट तालिम कार्यलाई प्रभावकारी बनाउन सकेमा आफ्नो लक्ष्य पूरा गर्न तालिम केन्द्र सक्षम हुन्छ ।

आजको सन्दर्भमा तालिम केन्द्रको दायित्व

- टेलिकमलाई सर्वमान्य साझा दृष्टिकोण भएको संगठनको रूपमा विकास हुने गरी तालिम सञ्चालन गर्नु ।

- आलोचना र सजायको भयबाट मुक्त भई एक-अर्काको बीचमा खुल्ला सञ्चार हुने संगठनको रूपमा नेपाल टेलिकमलाई विकास गर्ने गरी तालिम प्रशिक्षण गर्नु ।
- Performance corporate Culture भएको संगठनको रूपमा टेलिकमलाई विकास गर्न सहयोग पुग्ने किसिमका तालिम सञ्चालन गर्नु ।
- टेलिकमका प्रबन्धकको कार्यलाई Control others रूपबाट हटाएर Enable others को रूपमा परिवर्तन गर्न Workshop हरू सञ्चालन गर्नु ।
- प्रतिस्पर्धी बजारमा प्रतिस्पर्धाको लाभ लिन CRM (Customer Relation Management) सम्बन्धी तालिममा केन्द्रित हुनु ।
- सबै कर्मचारीहरूमा Competency development गरेर अगाडि बढ्ने किसिमका तालिम सञ्चालन गर्नुपर्ने ।

- गरेर सिकौं, छलफल गरेर लाभ लिऔं, बढीभन्दा बढी अन्तरक्रिया गरौं भन्ने संस्कृतिको विकास गर्नेतर्फ उत्प्रेरित हुने गरी तालिम सञ्चालन गर्नु ।
- Telecom लाई Share vision र Collaboration leadership भएको संगठन बन्नको लागि सहयोग पुऱ्याउनेतर्फ कर्मचारीलाई अभिप्रेरित गर्नु ।
- यदि तिम्री समय र वातावरण अनुकूलरूपमा परिवर्तन हुन सक्दैनौ भने लामो समय रहन सक्दैनौ भन्ने भावनाको विकास कर्मचारीमा गराउनु । ●

"Love is like quicksilver in the hand. Leave the fingers open and it stays. Clutch it and it darts away"

– DOROTHY PARKER

नेपाल टेलिकममा SWOT ANALYSIS को आवश्यकता

नेपालमा टेलिफोनको इतिहासको पृष्ठभूमिलाई हेर्दा वि.सं.१९७० मा पहिलो पटक टेलिफोन लाइनको स्थापना भएको हो। त्यसै गरी वि.सं. १९७१ मा काठमाडौंबाट रक्सौलसम्म ओपन वायर ट्रंक लाइनको स्थापना भयो। त्यस्तै वि.सं. १९९२ मा राजदरवारमा २५ लाइनको स्वचालित एक्सचेन्जको स्थापना भयो। यसै गरी क्रमिकरूपमा वि.सं. २००६ मा राणाहरुले आपसी सञ्चार आदानप्रदान गर्नका लागि मोहन आकाशवाणीको स्थापना गरे। वि.सं. २०१२ मा सर्वसाधारण जनतालाई पहिलो पटक टेलिफोन लाइन वितरण गरियो। वि.सं.२०१९ मा काठमाडौंमा पहिलो पटक सर्वसाधारण जनतालाई टेलिफोन वितरण गर्न ३०० लाइन क्षमताको क्रसवार एक्सचेन्जको स्थापना भयो। शुरुका दिनहरुमा टेलिफोनको महत्व थाहा नपाउँदा र जनघनत्वको कमीका कारणले गर्दा २०१६ सालमा मन्त्रालय मातहत सानो विभागको रूपमा रही सेवा पुन्याउँदै आएको संस्था हाल कम्पनीको रूपमा आइपुगनको लागि धेरै छलाड मारेको कुरा कसैसामु लुकेको छैन। सरकारको विभागबाट पृथक् गराई वि.सं. २०२६ मा यसलाई समितिमा परिणत गरियो। त्यसै गरी वि.सं. २०३२ मा संस्थानमा परिणत भई आफ्ना सेवाहरु सुचारु गर्दै आएको संस्था समयको माग र बदलिँदो आर्थिक उदारीकरणसँगै वि.सं. २०६१ मा कम्पनीमा परिणत भएको हो।

प्रारम्भमा सञ्चार जगत्मा एकाधिकार कायम गरी ग्राहकको आंशिक माग पूरा गर्दै आएको संस्था विश्वव्यापीकरण र बहुराष्ट्रिय कम्पनीको प्रवेशसँगै हाल आएर ६ वटा संचार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूसँग प्रतिस्पर्धा गरिरहेको छ। हाल संस्थामा स्वभाविकै रूपमा चुनौतीहरु थपिएका छन्। यसको साथसाथै आफ्नो धरातल पहिचान गर्न, संस्थालाई अब्बल दर्जामा सदा कायम राखी आफ्नो STRENGTH (शक्ति) प्रदर्शन र OPPORTUNITY (अवसर)को खोजी गरी THREAT (चुनौती)हरुलाई पार लगाउनसमेत आजको बदलिँदो परिवेशले पाठ सिकाएको छ।

राष्ट्रव्यापी सञ्जाल फैलिएको, बलियो भौतिक पूर्वाधार बोकेको र आर्थिक रूपले सबल मानिएको संस्थामा SWOT ANALYSIS को जरुरत किन पन्यो त ? भन्ने सवाल उठ्नु स्वाभाविकै लाग्न सक्छ तर आज समयले कोल्टे फेरिसकेको छ। नेपाल टेलिकम मात्र सञ्चार सेवा प्रदान गर्ने संस्था भएको भए त्यति धेरै फरक पर्ने थिएन, तर आज नेपालमा सञ्चार सेवाको जगत्मा प्रतिस्पर्धा तीव्ररूपमा बढिरहेको छ। प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरुले नयाँ-नयाँ योजनाका साथ ग्राहकहरुलाई आकर्षित गरिरहेका छन्। त्यसै हुनाले नेपाल टेलिकममा SWOT ANALYSIS को आवश्यकता टड्कारोरूपमा रहेको महसुस भइरहेको छ।



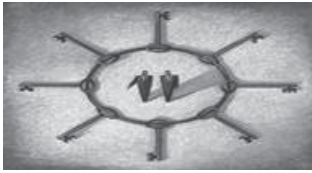
ले.अ. नेत्रबहादुर मुजेल
अर्थ विभाग, केन्द्रीय कार्यालय

SWOT analysis को बारेमा स्पष्ट जानकारी पाउन तलका चित्रहरु सहायकसिद्ध हुन्छन्।

चित्रमा देखाइएको १ नम्बरको तस्वीरले संस्थाको STRENGTH को संकेत गर्छ। कुशल व्यवस्थापकले संस्थाको समग्र विश्लेषण गर्ने क्रममा संस्थामा के-कति शक्ति छ ? संस्थाका सबल पक्ष के-के हुन् ? भन्ने बारेमा सर्वप्रथम अध्ययन गरी जानकारी राख्नु जरुरी छ। २ नम्बरको तस्वीरले संस्थाको WEAKNESS को संकेत गर्दछ। संस्थाको शक्तिको बारेमा जानकारी राखिसकेपछि संस्थाका कमजोरी के-के छन् भनी नियाल्नु अति जरुरी हुन्छ। संस्थाका कमजोरीहरु पत्ता लगाई त्यसैमुताबिक पाइला चाली संस्थाको बृहत् हित गर्न के-कस्ता रणनीति तय गर्नुपर्दछ भनी योजना बनाउन यसले ठूलो योगदान पुन्याउँछ।

त्यसै गरी ३ नम्बरको तस्वीरले संस्थाको OPPORTUNITY को संकेत गर्दछ। संस्थाको शक्ति र कमजोरीको विश्लेषण गरिसकेपछि संस्थामा भावी अवसरहरु के-के विद्यमान छन् भनी पत्ता लगाउनु जरुरी हुन्छ। संस्थाको शक्ति र कमजोरीको बीचबाट अवसरको पहिचान गरी फाइदा उठाउन सक्नु नै कुशल व्यवस्थापकको कौशलता मानिन्छ। त्यसै गरी ४ नम्बरको तस्वीरले THREAT वा खतराको संकेत गराउँछ। संस्थामा प्रशस्त अवसरहरु हुँदाहुँदै पनि ती अवसरहरुलाई समयमा नै छोप्न नसक्दा वा अवसरहरु छोप्ने क्रममा विभिन्न व्यवधानहरु आइपर्छन्। ती व्यवधानहरुलाई व्यवस्थित गर्दै सुरक्षित गन्तव्यतिर संस्थालाई डोच्याउनु संस्थाप्रमुख वा उच्च व्यवस्थापनको दायित्व हो।





कम्पनीले 'नेपाल टेलिकम राष्ट्रको सञ्चार र राष्ट्रनिर्माण हाम्रो लक्ष्य' मात्र भनेर बस्ने अवस्थाको अन्त्य भइसकेको छ । एकातिर प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरूले हाम्रो बजार आफ्नो हातमा लिइसकेका छन् भने अर्कोतिर महसुल दर घटाएर विभिन्न उपहारसहित सेवा प्रदान गरिरहेका छन् । त्यसको अलावा नेपाल टेलिकम भने ग्राहकको माग हुँदाहुँदै, सेवा लिन चाहँदाचाहँदै पनि सेवा प्रदान गर्न नसकेको अवस्थामा गुञ्जिरहेको छ । यी कारणहरूले गर्दा नेपाल टेलिकममा SWOT ANALYSIS को महत्व महसुस भइरहेको छ ।

अब प्रश्न उठ्छ- SWOT भनेको के हो त ? व्यवस्थापनको क्षेत्रमा अत्यधिक चर्चामा रहेको SWOT को विस्तारित रूप STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY & THREAT हो भन्ने कुरा माथि विभिन्न विद्वानहरूले दिएको परिभाषाबाट स्पष्ट नै भइसकेको छ । संस्थालाई सधैं अबल दर्जामा राखी प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरूका सामु नयाँ-नयाँ योजनाहरू पस्किएर सेवाग्राहीलाई सन्तुष्ट, चुस्त सेवा र किफायत महसुल दर कायम गर्न उच्च व्यवस्थापनलाई SWOT ले ठूलो सहयोग पुऱ्याएको हुन्छ ।

"SWOT is a technique to analyze the environment where a company, an organization, a department, or an individual operates or plans to operate; furthermore the technique analyzes internal strengths and weaknesses."

"SWOT a tool that identifies the strengths, weakness, opportunities and threats of an organization"-Investopedia

"An analytical assessment and strategic planning tool comparing business internal capabilities with external possibilities."

"Studying a firm's performance trends, resources and capabilities to assess a firm's strengths and weaknesses, explicitly stating firm's mission and

objectives and scanning the external environment to identify opportunities and threats"

यसरी विभिन्न विद्वानहरूले विभिन्न किसिमबाट SWOT को परिभाषा दिएको पाइन्छ । आखिर ज-जसले यसको बारेमा परिभाषा दिए तापनि संस्थाभित्रको समग्र कार्यसम्पादन, स्रोत र साधनको समुचित परिचालन संस्थाको सबल र दुर्बल पक्ष तथा अवसर र चुनौतीको बारेमा पहिचान गरी संस्थाको भावी रणनीति तय गर्नुलाई नै SWOT analysis भनेर मान्नुपर्दछ ।

नेपाल टेलिकमको SWOT analysis भित्र के-के पर्दछन् भन्ने कुरा यसरी उल्लेख गर्न सकिन्छ :

S=STRENGTH (शक्ति) : नेपाल टेलिकमको STRENGTH लाई बुँदागतरूपमा यसरी उल्लेख गर्न सकिन्छ ।

- धेरै ठूलो भौतिक पूर्वाधार भएको संस्था ।
- ७५ वटै जिल्लामा सञ्चार सेवाको सञ्जाल पुऱ्याएको संस्था ।
- आर्थिक रूपमा सबल रहेको संस्था ।
- सरकारको स्वामित्व भएको संस्था ।
- सञ्चार सेवामा विविधीकरण भएको संस्था ।
- दक्ष कर्मचारीहरू भएको संस्था ।
- नागरिकमाझ सुपरिचित संस्था ।
- ठूलो लगानी गर्न सक्ने संस्था ।
- सार्वजनिक क्षेत्रमा सञ्चालित संस्थामध्ये सबैभन्दा बढी राज्यलाई राजस्वमा योगदान पुऱ्याउने संस्था ।
- सूचना प्रविधिको उच्चतम उपयोग गरी नागरिकलाई सेवा पुऱ्याउने संस्था ।

W=WEAKNESS (कमजोरी) : नेपाल टेलिकमभित्र रहेका कमजोरीहरू निम्नवमोजिम उल्लेख गर्न सकिन्छ ।

- नागरिकको मागवमोजिमको सेवा उपलब्ध गराउन नसक्नु ।
- समयमा आफ्ना पूर्वाधार र संरचनाको मर्मत कार्य गर्न नसक्नु ।
- सेवाग्राहीसँगको व्यवहार स्वीकार्यरूपमा नहुनु ।
- सञ्चार नेटवर्कले राम्रो काम नगर्नु ।
- लगानीमा विविधीकरण गर्न नसक्नु ।
- पुँजीको समुचित परिचालन गर्न नसक्नु ।
- Right Man for Right place मा पदस्थापन नहुनु ।
- ग्राहकसामु नौलो सौगात प्रस्तुत गर्न नसक्नु ।

O=OPPORTUNITY (अवसर) : नेपाल टेलिकमका सामु निम्न अवसरहरू विद्यमान छन् ।

- लगानीमा विविधीकरणको अवसर ।
- नेटवर्क सुधार गरी ग्राहक संख्या बढाउने अवसर ।
- सेवाको विविधीकरण गरी राजस्व बढाउने अवसर ।
- सेवाग्राहीसँगको सम्बन्ध सुमधुर बनाउने अवसर ।
- बजारमा आफ्नो वर्चस्व कायम गर्ने अवसर ।
- अत्याधुनिक सञ्चार सुविधा प्रदान गर्ने अवसर ।
- नवीन प्रविधि अवलम्बन गरी बजारीकरण गर्ने अवसर ।



T=THREAT (चुनौती) : नेपाल टेलिकमको अगाडि निम्नबमोजिमका चुनौतीहरू विद्यमान रहेका छन् ।

- सेवाग्राहीलाई संरक्षण गरिराख्ने चुनौती ।
- गुणस्तरीय सेवा प्रदान गर्ने चुनौती ।
- सरकारी नीति तथा सार्वजनिक खरिद ऐनको पालना गर्नुपर्ने बाध्यता ।
- प्रतिस्पर्धामा उत्रनुपर्ने चुनौती ।
- सरकारी दबाबबाट मुक्त हुने चुनौती ।
- कर्मचारी संगठनहरूको दबाब ।

सारांशमा माथि उल्लेख भएबमोजिम नेपाल टेलिकमको STRENGTH (शक्ति), WEAKNESS (कमजोरी), OPPORTUNITY (अवसर), THREAT (चुनौती)को सूक्ष्म विश्लेषण गरी नवीनतम सेवा प्रदान गर्न सेवाग्राहीको चाहनाबमोजिम

नयाँ-नयाँ सेवा पस्किएर अगाडि बढ्नु अति आवश्यक भइसकेकाले नेपाल टेलिकममा कार्यरत उच्च व्यवस्थापनको यसतर्फ गम्भीर ध्यानाकर्षण हुनु अति जरुरी देखिन्छ ।

कार्यक्षेत्रमा रहेका चुनौतीहरूलाई गम्भीरतापूर्वक लिएर ती चुनौतीहरूसँग जुद्ध र आत्मसात् गर्दै कमजोरी हटाउन स्रोत र साधनको भरपूर प्रयोग गरी सेवाग्राहीलाई बढीभन्दा बढी सञ्चार सेवा र नवीन प्रविधिका साथ सेवा विस्तार तथा तीव्र प्रतिस्पर्धामा भइरहेको अवसरको सदुपयोग आजको टङ्कारो आवश्यकता भएकोले अबका दिनहरूमा परम्परागतरूपमा चलिआएका व्यवस्थापकीय शैलीलाई परिमार्जन गरी दक्ष जनशक्तिको समुचित परिचालन, अत्याधुनिक सञ्चार सुविधा प्रदान गर्दै सेवाग्राहीको सन्तुष्टिलाई मूलमन्त्र ठानी अगाडि बढ्नुपर्ने देखिन्छ ।

दीर्घायुको शुभ-कामना
सुस्वास्थ्यको शुभ-कामना
गति-प्रगतिको शुभ-कामना
राष्ट्र निर्माणको शुभ-कामना
टेलिकम मेरो यस्तो छ चाहना
लाख-लाख शुभ-कामना ।

एक्लो हुँदा जस्तो छैन
अब त्यस्तो कहिले हुँदैन
त्यस्तो थियो र पो उहिले
हराभरा भयो अहिले
टेलिकम मेरो यस्तो छ चाहना
लाख-लाख शुभ-कामना

एक्लो छैनस् बुझिरहेस्
साथी छन् भनी सम्झिरहेस्
माया सबैको पाइरहेस्
विश्वव्यापी सधैं भइरहेस्
टेलिकम मेरो यस्तो छ चाहना
लाख-लाख शुभ-कामना ।

सुखमा हाँस्ने कहिले नगरेस्
दुःखमा रुने पनि नगरेस्
सानो छैनस् ठूलो भैसकिस
सबै कुरा बुझ्ने भैसकिस
टेलिकम मेरो यस्तो छ चाहना
लाख-लाख शुभ-कामना ।

शुभ-कामना



रामचन्द्र पुडासैनी
नेपाल टेलिकम

धन-जनको कमजोर छैनस्
श्रम-सीपमा कमी छैनस्
लक्ष्य के हो पूरा गरेस्
सधैं-सधैं पहिलो भइरहेस्
टेलिकम मेरो यस्तो छ चाहना
लाख-लाख शुभ-कामना ।

छिर्के दाउ खोजिरहेछन्
लडेपछि उठ्न नसक्लास्
होस गर्दै हिँड्ने गरेस्
सोची-सोची काम गरेस्
सेवा-सुविधा नयाँ-नयाँ दिएस्
सबैलाई खुशी पारेस्
टेलिकम मेरो यस्तो छ चाहना
लाख-लाख शुभ-कामना ।

NT @ IT

"IT in NT" was my first article published in 2006. The role of IT in NT was presented in the article. The area of IT in NT was limited at that time. IT was in its childhood in the name of Computer Department at that time. This is my second article after six years. Time has changed. Everything got changed in this IT world. IT has grown up within organization in this six year of time. And my topic has got changed as well from "IT in NT" to "NT @IT". Because, Goal of NT is totally depended on IT and Roadmap of the goal cannot be drawn without IT.

Information technology is all about information management. Knowledge is information with meaning. Wisdom is knowledge with experience and insight. Information is the key to succeed in business. As information gets crucial for timely and effective decisions, we will realize the importance of IT. Excellent decision support systems can be established only through IT. The ability to look forward is greatly enhanced by IT. There is no boundary at all in case of IT. Geography became history. IT crossed the barrier of geography. There is no discrimination of sex in the world of IT as such. So, It opens up a new world altogether. Our future lies in IT and IT is the future of NT. I would say that there is no field where IT has not made an impact within the organization.

So, whether we are a technical person or not, whether we are computer savvy or computer phobic it's high time that we learn all about computers and the



*By: Dy. Manager Saroj Shakya
Nepalgunj Office*

benefits of IT. Some people think that implementing IT means replacing people. It's wrong interpretation. IT is here to improve the quality of life, services and help to make things better than before. It all depends on how best we take advantage that IT's digital tools have got to offer and utilize it for better management of resources. We all know that time is money. Only IT can help to complete huge volume of tasks in short period of time. So, our dream may come true. IT is just ready to help you.

Communication got changed from circuit switched to packet switch technology. Circuit switch can only carry voice data and serves once at a time but in packet switch voice, data and video can transmit in the same time. If we remove voice from circuit switch network then only copper cable will remain as a dead body where as packet switch has ability to carry different source of data. In circuit-switch, the path is decided upon before the data transmission starts. And in packet-switch each packet finds its own route to the destination. There is no predetermined path. PSTN is an example of circuit switch and ADSL is an example of packet



switch technology. People are lying with the different name of technology, but technology cannot be changed as the name changes.

We must do the business analysis as time demands. Decision must be taken based on old data. Decision cannot be taken with our personal view. Decision making system helps to do such analysis. If we do in depth analysis then we'll know that It is time to replace PSTN voice service with ADSL voice, data and video service. Voice is no more embedded on copper. It is an application, which facilitate for voice communication and totally independent of legacy Telco organization. SIP (Session Initiation Protocol) technology is a good example of voice application. Voice is no more property of PSTN. It works on IP network. It not only saves money but also brings opportunities to serve variety of services called "Unified Communication", which may help to make money in the organization. There are few key things in business we all must know '**Spenders are more valued than earners**'. As a business organization we must focus on write technology, quality of service, competitive price and maintenance of service. Without this there is no meaning of BUSINESS. It makes possible only through IT.

Wireless technology is replacing old wired technology and growing tremendously through out the globe. It eliminates the problem of copper and also keeps the city clean. Most of the new Telco companies are adopting wireless technology for communication and entertainment. Widely adapted wireless technologies for communication are GSM, CDMA, WCDMA, WiMax

etc. NT needs to further push GSM technology in future for communication and entertainment. Expansion of copper technology in this 21st century isn't a wise decision especially in the country like Nepal. Basically there are nine following parameters, which may help us to choose right computer technology.

1. **Utility** – Ability to computerize all the business processes and must be user-friendly.
2. **Compatibility** – Smooth integration with existing hardware/software.
3. **Flexibility** – Capable of upgrading, customization to suit that business needs.
4. **Platform** – Latest, not out-dated technology.
5. **Performance** – Fast, error-free and maintenance-free.
6. **Price** – Competitive priced, not expensive.
7. **Personnel** – Availability of technical personnel to maintain and coordinate the system.
8. **Support** – Strong & reliable vendor support to set things right and for AMCs.
9. **Security** – Protecting info from external attacks

IT makes people crazy with it's beauty and capability. Once we get started there is no looking back! It's only going to get better in the years to come. IT makes our day-to-day life easier. IT guides for better way of living. Only IT can fulfill your everyday demands of quality of service. Be a part of the ongoing IT revolution and don't be left behind. Everybody is part of IT revolution. Don't be confused that Competition is not in technology but in IT services, as customers are demanding today. We cannot imagine future of NT without IT. Hence, it is better to say NT @ IT.



Positive Corporate Culture

Every organization has some kind of culture. Schools and religious organizations have fairly positive and stimulating cultures. Even destructive gangs have cultures that, while positive to their members, are generally considered as negative by the rest of society. Similarly, Nepal Telecom has also a kind of culture. However, we need to analyze that it is positively or negatively flowing towards the organization, employees, customers and society. Only adding the heaps of abstract lecturing and inaugurating of numerous plans can assume no significance until and unless all concerned acknowledge any strong system of positive attitude, corrupt less activities and diligence at working performance.

Corporate culture is not simple thing that we can easily define. It is intangible: a state of mind, a feeling, a collective consciousness that is infused in a business and its employees. If we ask 10 CEOs to define their corporate cultures, we will get 10 different responses. However, knowing the various aspects of the organization's culture, it can clearly guide the organization and employees to a better understanding of organizational goals, visions, and approaches to increased productivity, perhaps with the use of valuable technology. Culture influences the way we think, what we do, how we work, and what is acceptable in the organizational environment. There are some of the many factors involved in building, assessing, and understanding culture. There are majorly three groups of attributes of a corporate culture stand out:

1. Beliefs, stories, and experiences: When a new employee enters, what are the stories he/she is told about the organization? About the people? About past events? Who are the company heroes and what have they accomplished that garnered them such a



Mahesh Bhattarai
Telecom Office 'Thimi'

positive reputation that it deserves to be respected. More importantly, can others emulate these behaviors? Regardless of the size of the company, management needs employees who are committed to the same vision, beliefs, and experiences and there must be a corporate culture that is in tune with the humanware.

2. Goals, norms, and history: "If you don't know where you are going, you will probably end up somewhere else!" Sure, the goal of Nepal Telecom is to provide cost effective telecommunication services to every nook and corner of the country. But to what degree of quality? And what about customer service? Where in the company environmental equation does that fit? Surprisingly, these questions occasionally seem unanswered. To help the employee better understand the culture, the company and the employees all need to understand specifically where the organization is going, how it will get there, by when, and with what degree of quality and success. It helps employees distinguish between what has been tried and success and those things that were attempted but failed.

3. Symbols, values, rituals: Symbols are crucial icons or signs that tell the observer, visitor, and even



the employees something about the organization. Symbols can be as concrete as a name and as abstract as cleanliness, high tech, modernity, or quality. They reveal to all a measure of the company story. Many people chose to work in an organization is because of its values: honesty, pride, concern for others, independence, positive reinforcement for a job well done or well begun. These values may be unwritten, however, are still potent qualities that exist to inform employees about the company, especially when a clash of values occurs. Rituals are traditions or ceremonies that occur on a regular basis. Quite often, organizations miss opportunities to use rituals to improve morale. Simple events such as honoring anniversaries, important successes, or positive announcements all serve as occasions for the company to say, "We value you and we want to honor or acknowledge you and your accomplishments."

By reviewing these attributes of corporate culture, an empowering management can better assess the status of an organization with an eye to modifying or eliminating the parts that are dysfunctional or impractical, then replacing them with qualities that will improve working

environment, productivity, and employee satisfaction. Then the culture will be positive too.

The important thing is not which adjectives you choose to describe your culture; it is taking the steps to cultivate it. Your employees are your greatest assets, and when your business experiences a growth surge, you need a united front of employees that supports your company's efforts in mind, body and spirit. Too many businesses lose sight of the importance of a coherent company culture, or they have limited knowledge about how to develop it. These companies concentrate on the business disciplines that are directly connected to their profit margins and neglect the emotional health of their team when, in fact, the two are closely related.

If you neglect your culture, you may begin to notice some of these warning signs in your employees' behavior. You may hear less laughter in the office or notice that people seem unfocused. Employees may begin working shorter days, taking longer lunches or even asking for more compensation. When employees request additional compensation, it usually means that they are reevaluating their contributions to your company's goals or mission. ●

Where is the Life we have lost in living? Where is the wisdom we have lost in knowledge? Where is the knowledge we have lost in information?

T. S. Eliot

"We shall not cease from exploration and the end of all our exploring will be to arrive where we started... and know the place for the first time."

T.S. Eliot

कर्पोरेट डाटा बिजिनेस

टेलिकमका लागि अवसर र चुनौतीहरू

कर्पोरेट डाटा बिजिनेस के हो ?

नेपाल टेलिकम र यसका व्यावसायिक सेवाहरूको परिप्रेक्ष्यमा कर्पोरेट डाटा बिजिनेस भन्नाले इन्टरनेट, इन्ट्रानेट, डार्क फाइबर/कपरलगायतका सेवाहरू पर्न आउँछन्। यी सेवाहरू प्रायःजसो व्यावसायिक प्रयोजनको लागि संस्थाहरूले लिने भएकोले यिनीहरूलाई कर्पोरेटको साथसाथै कर्पोरेट सेवा पनि भन्न सकिन्छ। कर्पोरेट सेवाहरूमा मोबाइल सेवाअन्तर्गतका सेवाहरू पनि पर्ने भए पनि मोबाइल कर्पोरेट सेवाहरूसम्बन्धमा छुट्टैरूपमा विश्लेषण आवश्यक पर्ने भएकोले यो लेखमा समावेश गरिएको छैन। इन्टरनेट, इन्ट्रानेटलगायतका कर्पोरेट (वा लिज) डाटासम्बन्धी सेवाका मूलभूत विशेषताहरू निम्नानुसार सूचीबद्ध गर्न सकिन्छ।

१. इन्टरनेटको लागि ग्राहकको कार्यालय वा परिसरसम्म टेलिकमको नजिकको सेवा वितरण नोड (POP) बाट Dedicated लिज वा फाइबरको लिंक हुन्छ।
२. उक्त लिज वा फाइबरको लिंकमा टेलिकमले ग्राहकलाई दिने इन्टरनेट सेवाको क्षमता (Bandwidth) सुनिश्चित गरिन्छ।
३. ग्राहकको भित्री नेटवर्कको लागि टेलिकमले आफ्नो IP Pool बाट Dedicated IP Address प्रदान गरिन्छ। यसरी दिइने Dedicated IP Address हरूको परिमाण उक्त भित्री नेटवर्कको आवश्यकता, ग्राहकले लिएको सेवाको क्षमता र टेलिकमको प्राविधिक विश्लेषण आदि मापदण्डअनुरूप निर्धारण हुन्छ।
४. इन्ट्रानेट सेवाको हकमा सोबाट सेवाग्राही संस्थाको दुई वा सो भन्दा बढी कार्यालयहरूलाई एक-आपसमा जोड्नुपर्ने भएकोले कमसे कम दुई स्थानमा सेवा प्रदान गरिन्छ।
५. इन्टरनेट सेवामा लिंकको क्षमता जोडिने स्थानहरूबीचको डाटा आदानप्रदानको आवश्यकता र परिमाणमा भर पर्दछ।
६. धेरै स्थानमा शाखा-प्रशाखा भएको सेवाग्राही संस्थाको लागि कुनै एक स्थान (प्रायः केन्द्रीय कार्यालय)लाई प्रमुख नोड बनाई अन्य सबै कार्यालयलाई सो नोडसँग जोड्ने गरी पनि Point-to-multipoint इन्ट्रानेट लिंक प्रदान गर्न सकिन्छ।
७. इन्ट्रानेट लिंकको हकमा IP Address प्रदान गर्नुपर्ने भए Private IP Address प्रदान गरिन्छ। तर हालका दिनहरूमा Layer-2 लिज पनि प्रदान गर्न सकिने भएकाले उक्त Layer-



व.ड. कृष्णप्रसाद भण्डारी
सु.प्र.नि.

- २ लिज लिने ग्राहकलाई टेलिकमले IP Address प्रदान गरिरहनुपर्दैन।
५. फाइबर वा कपर लिज दुवैमा माथिका सबै पक्षहरू समान हुन्छन्। कपरको हकमा टेलिकमको Primary/Secondary/MDF लगातको कपर नेटवर्कमार्फत सेवा दिइन्छ भने फाइबरको हकमा टेलिकमले वा (प्रायः) ग्राहक आफैले टेलिकमको POP देखि फाइबरको व्यवस्था गर्ने गर्दछन्।
९. ADSL सेवाको व्यापक विस्तारसँगसँगै हाल ADSL नेटवर्कबाट पनि अधिकतमरूपमा लिज सेवा प्रदान गर्ने गरिएको छ। यसअन्तर्गत ग्राहकले ADSL Modem मार्फत नै लिज सेवा लिन सक्छन् र थप उपकरण आवश्यक पर्दैन।

कर्पोरेट डाटा सेवाले प्रदान गर्ने अवसरहरू

नेपाल टेलिकमको यस सेवाको सन्दर्भमा सर्वाधिक सबल पक्ष कम्पनीको देशभर फैलिएको नेटवर्क हो। अन्य सेवाप्रदायकहरूले वर्षौंको लगानी र मेहनतपश्चात् पनि यस्तो व्यापक नेटवर्क विस्तार गर्न सकेका छैनन्। यद्यपि अन्य विविध कारणले गर्दा उनीहरूले आफ्नो कर्पोरेट सेवालार्थ टेलिकमको भन्दा आकर्षकरूपमा प्रस्तुत गरी ग्राहक बटुलिरहेका छन्। टेलिकमको अर्को अवसरको रूपमा ग्राहकहरूबीच विद्यमान कम्पनीको छविलाई पनि लिन सकिन्छ। मर्मत-सम्भार अलि फितलो भए पनि पाएसम्म अभै पनि खासगरी ठूला संघसंस्थाहरू टेलिकमबाटै सेवा लिन तयार हुन्छन्। सरकारी कार्यालयहरू त आर्थिक लेनदेनसम्बन्धी पारदर्शिताको कारण पहिलो प्राथमिकता टेलिकमलाई नै दिन्छन्। यसको अलावा पुरानो, अनुभवी, ठूलो र सरकारी स्वामित्वको संस्था भएकोले बजारमा



टेलिकमको अर्कै खालको माग र छवि त छँदै छ । प्रतिस्पर्धी बजारमा यस्तो अवसर भनेको बहुमूल्य हो र केही निश्चित पक्षमा सुधार गर्न सके टेलिकमले यसबाट उल्लेख्य व्यावसायिक लाभ लिन सक्छ ।

कॉरिटे डाटा सेवाका चुनौतीहरू

धेरै अवसर र सम्भावना भए तापनि कॉरिटे डाटा सेवालाई बढी प्रभावकारी, ग्राहकमुखी र प्रतिस्पर्धी बनाउनको लागि विभिन्न समस्या र चुनौतीहरू रहेका छन् । यी मध्ये धेरैजसो स्रोत-साधनको अभाव वा प्राविधिक दक्षताको कमीभन्दा बढी नेपाल टेलिकमको वर्तमान कार्यशैली र मर्मत-सम्भारप्रतिको उदासीनतासँग सम्बन्धित रहेका छन् । यसर्थ भविष्यमा अति बलियो सम्भावना बोकेको यस सेवालाई विकास र विस्तार गर्न निम्नानुसारका चुनौतीहरूलाई अवसरमा परिणत गर्दै लैजानुपर्ने आवश्यकता छ ।

१. नेटवर्क उपलब्धताको पक्ष : नेपाल टेलिकमको राष्ट्रव्यापी नेटवर्क भएको कारणले धेरै संघसंस्थाहरू लिज सेवा लिन उत्सुक हुन्छन् तर सो सेवा उक्त संस्थाहरूको नियमित व्यावसायिक क्रियाकलाप सञ्चालनको लागि Lifeline को रूपमा रहने भएकोले उनीहरू सो लिंकको लागि Failover Link को पनि प्रावधान खोज्छन् । यसबाट प्रमुख फाइबर वा ट्रान्समिसन लिंक टुटेमा पनि उनीहरूको सेवा अवरुद्ध हुँदैन । धेरै स्थानमा फाइबरको साथसाथै माइक्रोवेभबाट पनि लिंक उपलब्ध रहेका छन् । यसरी उपलब्ध पूर्वाधारको व्यवस्थापन सुधार गरी लिज सेवाको लागि Backup Link पनि उपलब्ध गराउन सकेमा सम्भावित ग्राहकमाझ यो सेवा अझ बढी आकर्षक हुन सक्छ ।

२. जडानपछिको मर्मत-सम्भारको पक्ष : माथि भनिएजस्तै लिज सेवा प्रयोग गर्ने ग्राहकको लागि सो लिंक अति महत्त्वपूर्ण रहने भएकोले उक्त लिज सेवाको लिंक र अन्य कुनै पनि पक्षमा समस्या भएमा ग्राहकले सम्पर्क गर्ने स्थान, सम्पर्क व्यक्ति तथा ग्राहकको गुनासोअनुरूप तत्काल समस्या समाधान गरी पुनः सञ्चालनमा ल्याउनको लागि उच्च प्राथमिकता दिनु जरुरी छ । यसरी तत्काल मर्मत-सम्भारको लागि निम्नानुसार व्यवस्था हुनु आवश्यक छ ।

क. हाल टेलिफोन सेवाको मर्मत-सम्भार गर्ने टिमलाई डाटा सेवाको लागि पनि योग्य बनाउन आवश्यक तालिम र उपकरणको

व्यवस्था गर्ने । यसो गरेमा हाल भएकै र ग्राहकको घरसम्म गई टेलिफोन मर्मत गर्ने टिमले नै लिज डाटा सेवाको पनि धेरै हदसम्म समस्या समाधान गर्न सक्ने ।

ख. कपर लिजको हकमा Outside Network मा आउने समस्या टेलिफोनमा आउनेजस्तै हुने भएकोले नियमित मर्मत-सम्भारको टिमलाई लिजमा समस्या भए साधारण टेलिफोनभन्दा लिजलाई बढी प्राथमिकता दिनको लागि निर्देशित गर्ने ।

ग. Outside Network बाहेक Router, Switch, Transmission Link आदिको समस्याको जानकारी प्रवाह तथा निराकरणको लागि क्षेत्रीय र केन्द्रीय तहमा विदाका दिनहरूमा पनि सम्पर्क नम्बर, सम्पर्क व्यक्ति तथा मर्मत-सम्भार टिमको व्यवस्था गर्ने । हाल केन्द्रीय NOC सञ्चालनमा आइसके पनि सो लाई विदाका दिनहरूमा र कार्यालय समयबाहेकका समयमा सञ्चालन गर्न बाँकी रहेको ।

३. सेवाको व्यावसायिक प्रवर्द्धन र प्रचारको पक्ष : माथि उल्लेख गरिएअनुरूप मर्मत-सम्भार र नेटवर्क उपलब्धताको पक्षमा सुधारसँगसँगै कम्पनीको लिज डाटा सेवाको बारेमा यसका विशेषता, आकर्षण र उपयोगितासम्बन्धमा सम्भावित कॉरिटे ग्राहकहरूसँग अन्तरक्रिया तथा विज्ञापन आदि माध्यमबाट यस सेवाको बारेमा व्यापक जानकारी प्रवाह गर्नुपर्दछ । तर यो भन्दा पहिले माथि उल्लिखित नेटवर्क उपलब्धता र मर्मत-सम्भारसम्बन्धी ठोस कार्य पद्धति र पूर्वाधार तयार हुनु जरुरी छ ।

अन्त्यमा

नेपाल टेलिकमको साधारण टेलिफोन र अन्य सेवाभन्दा निकै बढी ARPU रहेको कॉरिटे डाटा वा लिज सेवा हाल जसोतसो चलिरहेको र ग्राहक सेवा एवं मर्मत-सम्भारका पक्षहरूमा निकै सुधार आवश्यक रहेको अवस्थामा सुधार गर्नुपर्ने, यी केही पक्षमा ठोस सुधार गर्न सके निकट भविष्यमै यो सेवा नेपाल टेलिकमको एक अति लोकप्रिय र प्रभावकारी सेवाको रूपमा विकास हुन सक्छ । बढ्दो प्रतिस्पर्धाको वातावरणमा राम्रो सम्भाव्यता बोकेको यस सेवालाई गम्भीरतापूर्वक सुधार तथा प्रवर्द्धन गर्नु अत्यन्त वाञ्छनीय छ ।

The only way to deal with an unfree world is to become so absolutely free that your very existence is an act of rebellion.

– Albert Camus.

राष्ट्रको ठूलो करदाताको पुँजी परिचालनको अवस्था र आवश्यकता

नेपालमा वि.सं. १९९४ मा वित्तीय कम्पनी एवं उद्योगको रूपमा नेपाल बैंक र जुद्ध म्याच फैक्ट्री स्थापना भई सञ्चालनमा रहेको भए तापनि दोस्रो विश्वयुद्धपछि मात्र योजनाबद्ध विकासको आरम्भ भएको देखिन्छ। दोस्रो विश्वयुद्धपछि संसारभर पुनर्निर्माण र विकासको लहर नै आयो। यसै क्रममा नेपालमा पनि देशको चौतर्फी विकासका लागि विभिन्न कदमहरु चालिएको पाइन्छ। १० देखि ३० को दशकसम्म आइपुग्दा नेपालमा धेरै सार्वजनिक संस्थानहरुको जन्म भएको पाइन्छ। वि.सं. २०१२ मा योजनाबद्ध विकासका लागि राष्ट्रिय योजना आयोगको स्थापना गरियो भने देशको वित्तीय व्यवस्थापनका लागि वि.सं. २०१४ मा नेपाल राष्ट्र बैंकको स्थापना गरियो। यसै अवधिमा द्रुतरूपमा सार्वजनिक संस्थानहरुको उदय भयो। राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सहयोगमा १०० भन्दा बढी सार्वजनिक संस्थानहरुको स्थापना भएको देखिन्छ। शुरुका दिनहरुमा ती सार्वजनिक संस्थानहरुबाट लोककल्याणकारी कार्य र देश विकासमा राम्रै काम भए तापनि कालान्तरमा अधिकांश संस्थानहरु सरकारको उदासीनता र मौलाउंदो भ्रष्टाचारका कारण धर्मराउन पुगे भने विश्वव्यापीरूपमा आएको उदारीकरण र खुला बजार नीतिका कारणले राज्यले खुल्ला बजार अर्थ नीतिलाई अवलम्बन गर्नुपर्ने अवस्था सिर्जना भयो। यसबाट बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरु र निजी क्षेत्रसमेतको प्रवेशका लागि बाटो खुल्यो। जसले गर्दा एकाधिकार र सरकारी संरक्षणमा रहेका सार्वजनिक संस्थानहरु बाध्यतावश प्रतिस्पर्धामा उत्रनुपर्ने परिस्थिति उत्पन्न भयो। सरकारी हस्तक्षेप, असक्षम व्यवस्थापन तथा निजी क्षेत्रको अस्वस्थ प्रतिस्पर्धाका कारण हाल आएर अधिकांश संस्थानहरु लोप भइसकेका छन् भने कतिपय संस्थानहरु रुग्ण अवस्थामा रहेका तथ्यहरु सार्वजनिक भएका छन्।

यसै पृष्ठभूमिमा दूरसञ्चार क्षेत्रमा समिति, विभाग र संस्थान हुँदै हाल कम्पनीको रूपमा नेपाल टेलिकम क्रियाशील रहेको छ। वर्तमान अवस्थामा यस कम्पनीका चुनौतीहरु धेरै नै देखिएका छन्। हुन त नेपालका अधिकांश संस्थानहरु सरकारी उदासीनता, आर्थिक अनियमितता र उचित व्यवस्थापकीय क्षमता, सीप र कौशलको अभावमा धराशायी भएको कुरा विभिन्न अध्ययनहरुले देखाएका छन्। तर नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी भने अहिले पनि आर्थिक स्वास्थ्यका दृष्टिले स्वस्थ र सबल नै देखिन्छ। कम्पनीको गत ३ आर्थिक वर्षको आयको विवरण निम्नानुसार रहेको छ।



मोहन घिमिरे

नेपाल टेलिकम, के.का.राजस्व विभाग

| सि.नं. | आय शीर्षक | ०६७/०६८ | ०६६/०६७ | ०६५/०६६ |
|--------|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| १ | सेवा विक्रीबाट | २६,४०९,४९९,९९९ | २३,०४८,३०३,८९० | २०,६४६,६२८,८८६ |
| २ | व्याज आय | ३,२०६,६९४,४६७ | २,०१४,४४८,८३६ | १,३०४,४३६,००० |
| ३ | सामान विक्री (नाफा /नोकसान) | (२३,०४८,२४४) | | |
| ३ | विविध | २३४,४००,२२० | १४८,२०३,३०६ | २३३,३४९,४२२ |
| | जम्मा | २६,८४९,९६९,०६२ | २५,२१५,०६६,०३२ | २२,२९४,४१४,३०८ |

स्रोत : नेपाल टेलिकम, वार्षिक आयव्यय विवरण (आ.व.)

०६८/०६९ प्रस्तावित)

उल्लिखित तथ्यहरुबाट के देखिन्छ भने कम्पनीको आयमा निरन्तर वृद्धि भएको छ। कम्पनीमा रहेको पुँजीको उचित र व्यवस्थित रूपमा परिचालन हुन सकेमा कम्पनीले मात्र होइन, राष्ट्रले नै ठूलो उपलब्धि लिन सक्ने देखिन्छ। वि.सं.२०३२ मा संस्थानको रूपमा स्थापना भएको यस कम्पनीमा स्थिर र तरल पुँजी गरी भन्दा १.५ खर्बभन्दा बढी रहेको अनुमान छ। तर उक्त पुँजीको समुचित प्रयोग हुन सकेको छैन। यस कम्पनीको विगत केही वर्षको व्यय हेर्दा अधिकांश खर्च प्रशासनिक क्षेत्रमा भएको छ भने विकास खर्चमा उल्लेख्य लगानी हुन सकेको छैन। यसो हुनुमा अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोग, सार्वजनिक लेखा समिति, सार्वजनिक खरिद कार्यालयजस्ता सरकारी निकायहरुबाट नेपाल टेलिकमले अगाडि बढाउन खोजेका Mega Project हरू कार्यान्वयनमा नआउँदै बन्देज लगाउने गरी आदेशहरु आउनाले यस क्षेत्रमा लगानी हुन नसकेको हो। नेपाल टेलिकमको आफ्नो Core Business बाट प्राप्त प्रतिफल (Rate of Return) प्रतिशत उच्च रहे तापनि लगानीको अवस्था सन्तोषजनक देखिँदैन। कम्पनीको विगत ३ आर्थिक वर्षको व्ययको विवरण यस प्रकार रहेको छ।



| क्र.सं. | विवरण | ०६७/०६८ | आ.व.०६९/०६८ | ०६९/०७० |
|---------|------------------------|----------------|----------------|---------------|
| १ | कर्माचारी खर्च | १,६०३,२६३,२१४ | १,६०३,१९९,१९९ | १,६०३,२६३,२०९ |
| २ | समेल तथा सम्बन्धान | २,१९१,४३३,०१० | २,०००,६६०,६३१ | १,६०३,४६०,२४४ |
| ३ | प्रशासकीय खर्च | १,४२८,०९०,२८४ | १,००४,४४३,६८२ | ८०३,४६०,४८६ |
| ४ | रोकथाम | १,०२९,३८०,१२४ | १,००२,३३२,१२९ | ८९९,२९९,२८२ |
| ५ | सामाजिक विकास कोष | २,२८,१९०,०६२ | २,०९,१९६,००८ | ४०९,६४९,६४३ |
| ६ | प्रशासक शरीरटीका ब्याज | ४०,९११,८२९ | ४८,९१४,४०४ | ४८,०६४,९०९ |
| ७ | प्रशासना ब्याज | | | |
| ८ | डास कट | ३,२८३,४९१,८२९ | ४,४४३,४६४,४९९ | १,६०३,२९३,४०० |
| ९ | सटलिटाट मोबासागी | १४१,९८६,२८० | १४३,१९३,१४९ | (४९६,२९३,०८३) |
| १० | साइबेस शुरुक | २९,८०३,००३ | २४,९३०,४८४ | ४९,००९,११२ |
| ११ | धिमोपक वला शुरुक | | २०,००० | ११,३००,००० |
| १२ | पेन्शन उपादान खर्च | | ०४,४६६,०१२ | १,१९६,४००,११२ |
| १३ | कर्माचारी बोनस बिलरुप | ३४२,३८८,५६३ | ३४२,५०३,९०४ | ३०९,९९२,९९३ |
| १४ | इनसेप्टीभ | ४८९,४३२,९३० | ४८४,०९१,४९९ | ४३८,९६६,३३६ |
| | जम्मा | १३,४३९,४३९,९९८ | १३,०४९,९०६,८२० | ८,६२९,०२९,४०६ |

स्रोत : नेपाल टेलिकम, वार्षिक आयव्यय विवरण (आ.व. ०६८/०६९ प्रस्तावितसमेत)

टेलिकम क्षेत्र प्रतिफलका दृष्टिले उच्च प्रतिफलयुक्त क्षेत्र मानिन्छ । त्यसैले यस क्षेत्रमा लगानी गर्न थुप्रै स्वदेशी तथा विदेशी कम्पनीहरूले लाइसेन्स लिइसकेका छन् । टेलिकमसँग लगानीका लागि पर्याप्त पूँजी रहेको छ । देशको कुनाकापचामा रहेका सिमान्त उपभोक्तासम्म टेलिकमले आफ्ना सेवाहरू प्रयाप्त मात्रामा पुऱ्याउनु आवश्यक छ भने यसको सेवाको गुणस्तर र उपलब्ध सुविधाका विषयलाई लिएर विभिन्न सञ्चारमाध्यमहरूमा टिकाटिप्पणीहरू आइरहेका छन् । यस्तो अवस्थामा ग्राहकको सन्तुष्टिलाई ध्यानमा राखेर कम्पनीले उच्च गुणस्तरयुक्त प्रविधिबाट स्तरीय सेवा प्रदान गरी ग्राहकको गुनासाको सम्बोधन गर्नु जरुरी छ भने यसो गर्नु सरकारी कम्पनीको दायित्व पनि हो । त्यसैले टेलिकमले आफ्नो Core Business मा उल्लेख्य लगानी गर्न आवश्यक छ । त्यस्तै यो क्षेत्रमा अझै पनि ठूलै बजारको सम्भावनालाई नकार्न सकिँदैन । कतिपय विकसित देशहरूमा Penetration Rate % १५० सम्म रहेको देखिन्छ तर नेपालमा Teledensity करिब ५५ प्रतिशतको हाराहारीमा रहेको छ । यसको मतलब अझ पनि टेलिकम Sector मा गर्नुपर्ने काम धेरै नै गर्न बाँकी रहेको देखिन्छ । नेपालको Teledensity को अवस्था हाल यस प्रकार छ ।

Available Voice Telephony Services

| Services Operators | Fixed | | Mobile | | Others | | Total |
|--------------------|---------|--------|----------|--------|---------|--------|----------|
| | PSN | WLL | GSM | CDMA | LMS | GMPCS* | |
| NDCL | ११०,८०४ | ११,५०० | ३,०३,६९९ | ८२,०९८ | | | ३,९६,०९९ |
| ETL | | ० | | | ४१,००० | | ४१,००० |
| NCELL | | | १,६८,८०६ | | | | १,६८,८०६ |
| STM* | २,६०८ | | | | १४ | | २,६२२ |
| NSTPL | ३,३०४ | | | | १६,८०८ | | १९,११२ |
| Smart | ३९८ | | | | १९२,९६६ | | १९३,३६४ |
| Others (GMPCS) | | | | | | १,४८२ | १,४८२ |
| Total | ११६,८१० | ११,५०० | ३,०३,६९९ | ८२,०९८ | ४१,०१४ | १,४८२ | ३,९६,०९९ |

स्रोत : www.nta.gov.np ,Published on Poush, 2068 (December, 2011)

Tele-Density

| Services | Penetration Rate % |
|--------------------|--------------------|
| Fixed | ३.९७ |
| Mobile | ४९.२९ |
| Others (LM, GMPCS) | ३.०३ |
| Total | ५६.४९ |

स्रोत : www.nta.gov.np ,Published on Poush, 2068 (December, 2011)

हुन त देश अहिले माओवादी द्वन्द्वपछिको संक्रमणकालबाट गुज्रिरहेको छ । यस्तो अवस्थामा समग्र देशकै लगानीको वातावरण अवश्य पनि अनुकूल मान्न सकिँदैन तथापि टेलिकम Sector मै निजी क्षेत्रबाट विदेशी कम्पनीहरू प्रतिस्पर्धाका लागि आइरहेका छन् । यस्तो अवस्थामा नेपाल टेलिकमले आफूलाई आन्तरिक तथा बाह्य प्रतिस्पर्धाका सामेल गराउदै उच्च सफलता हासिल गर्न र सञ्चार क्षेत्रमा एक नम्बरको संस्थाको रूपमा स्थापित रहिरहन तथा सरकारलाई राजस्व बुझाउने संस्थाहरूमध्ये पनि अग्रणी संस्थाको रूपमा कायम रहन आफूसँग मौज्जात रहेको पूँजीको उचित र अधिकतम उपयोग गर्नुपर्ने आवश्यकता र अनिवार्यता छ ।

कम्पनीको विगत ३ आर्थिक वर्षमा गरेको लगानी यस प्रकार रहेको छ ।

| क्र.सं. | विवरण | ०६७/०६८ | आ.व.०६९/०६८ | ०६९/०७० |
|---------|-----------------------------|----------------|----------------|---------------|
| १ | नगरीक लगानी कोषमा | ८३९,६३२,९०३ | ८३०,०००,६९० | ८४९,३८२,६३२ |
| २ | साखारी बचत बचत | ३,२२४,९४२,६३० | १,८८३,३२३,००० | १,०६०,४४०,००० |
| ३ | कम्पनीहरूको डिभेन्चर र बण्ड | २३२,९०८,००० | २८३,२८३,१४३ | २३२,९०८,००० |
| ४ | Upper नामकोशीमा सेपर लगानी | ३४०,०००,००० | | |
| ५ | बैंकमा रहेको Fix Deposit | २०,००९,६३०,००९ | १०,०००,३२०,००९ | ८,९७६,६३०,००० |
| | जम्मा | २४,६९१,९०३,६३६ | १३,००६,९२६,८४६ | १,८८३,३२३,००० |

स्रोत : नेपाल टेलिकम, वार्षिक आयव्यय विवरण (आ.व. ०६८/०६९ प्रस्तावितसमेत)

देशको कुल राजस्वको भन्डै ८ प्रतिशत हिस्सा नेपाल टेलिकमले राज्यलाई उपलब्ध गराउदै आएको देखिन्छ । एउटै प्रतिष्ठानबाट यति ठूलो मात्रामा राजस्व उपलब्ध हुनु राज्यको लागि महत्वपूर्ण कुरा हो । तर नेपाल सरकारको भन्डै ९२ प्रतिशत शेयर रहेको कम्पनी र देशकै ठूलो करदाताले राज्यका तर्फबाट प्राप्त गर्नुपर्ने अभिभावकत्व प्राप्त गर्न नसकेको भान हुन्छ । राज्यको महत्वपूर्ण राजस्वको स्रोतको रूपमा रहेको यस कम्पनी व्यावसायिक र प्रतिस्पर्धी क्षमतायुक्त हुनु अपरिहार्य छ । यसका लागि भविष्यलाई मध्यनजर गरी Mega Project हरू कार्यान्वयनमा ल्याउनु अनिवार्य छ । अन्यथा विगत लामो समयदेखि देशको सबैभन्दा ठूलो कारदाता संस्थाको रूपमा



रहिआएको यो संस्था ओरालो लाग्ने देखिन्छ । कम्पनीले विगत ३ वर्षमा सरकारलाई उपलब्ध गराएको कर तथा राजस्वको अवस्था यस प्रकार छ ।

तापनि Time Value of Money मा आउने हिसाबले गर्दा भोलिका दिनमा कम्पनीले ठूलो नोकसानी बेहोर्नुपर्ने निश्चित छ । यसबाट एकातिर विश्वबजारमा दिनानुदिन उत्पादित र विकसित नयाँ-नयाँ

| क्र.सं. | विवरण | ०९/०१/०९ | ३१/०३/१० | ०९/०१/११ |
|---------|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| १ | अधिस आचरण | ४,४७७,४९९,४९९ | ४,२९९,४०४,२०० | ३,९४७,४९९,४९९ |
| २ | मूल्य अभिवृद्धि कर | २,९२७,४०९,९४९ | २,९२७,४०९,९४९ | २,९२७,४०९,९४९ |
| ३ | दूरसंचार सेवा शुल्क | १,९७३,४९९,४९९ | २,००९,४९९,४९९ | १,९७३,४९९,४९९ |
| ४ | स्वामित्व दस्तुर | ४९९,४९९,४९९ | ४९९,४९९,४९९ | ४९९,४९९,४९९ |
| ५ | भन्सार शुल्क | २९९,४९९,४९९ | २९९,४९९,४९९ | २९९,४९९,४९९ |
| ६ | रोजगारी तथा शैक्षणिक विकास योजना | १,९०९,४९९,४९९ | १,९०९,४९९,४९९ | १,९०९,४९९,४९९ |
| ७ | विकसनीय शुल्क | १००,०००,००० | | |
| ८ | आवृत्ति | ३,४०९,४९९,४९९ | ३,४०९,४९९,४९९ | ३,४०९,४९९,४९९ |
| ९ | सम्पत्ति तथा सवारी साधन कर | ४९९,४९९,४९९ | ४९९,४९९,४९९ | ४९९,४९९,४९९ |
| | | १९,९७३,४९९,४९९ | १९,९७३,४९९,४९९ | १९,९७३,४९९,४९९ |

अन्त्यमा, प्रशस्त लगानीयोग्य पुँजी रहेको यस कम्पनीको पुँजीलाई समुचित प्रयोग गर्दै बजारको सम्भावना प्रशस्तै भएको टेलिकम Sector को Core Business मा अधिकतम लगानी गर्नु कम्पनीको दीर्घकालीन हितमा हुनेछ । अन्यथा जति धेरै पुँजी रहे

प्रविधिहरु देशमा भित्रिन सक्दैनन् भने अर्कातर्फ नयाँ पुस्ताको प्रविधि उपभोग गर्नबाट नेपाली जनता वञ्चित हुनेछन् । अतः यसतर्फ सरोकारवाला सबै पक्षको गम्भीर ध्यान जानु जरुरी छ । अन्यथा अरुलाई दोष दिएर मात्र केही हुनेछैन । समयले कसैलाई पर्खनेछैन । ●

"When you don't get what you want ,you suffer.If you get it,you suffer too since you can't hold on it forever."
Peaceful Warrior,on the fallacy of attachment



IP eXchange - IPX:

“A quality based solution for IP interconnect”

Introduction:

IPX is an alternative solution for the existing TDM and VOIP interconnection and commercial services of international voice and data business. It can provide many services like voice, video, data, MMS, GRX etc. and functionalities like managed QOS, cascading payments, connectivity and security within a single platform of the technology. It is a new technology based upon the GSMA standard. The IPX is an interconnect service that is offered by a variety of operators like Mobile, Fixed, ISP and MVNO on a competitive basis but with common agreed technical specifications and using consistent commercial models. It provides a range of technical and commercial features that enable a new business model to be implemented to ensure a sustainable IP service business.

In general, IPX can be taken as next generations interconnect solution that follows the GSMA's four key principles vital for a successful IP interworking solution: Openness, Quality, Cascading payments and efficient connectivity.

How GSMA defines the IPX?

“The IPX is an interconnect service that is offered by a variety of carriers on a competitive basis but with common agreed technical specifications and using consistent commercial models. The managed network environment is traffic engineers to support specific IP services at specific quality levels. The IPX solution is a premium quality solution that promises error free delivery of traffic whilst offering the flexibility to apply an appropriate level of quality as demanded by each different class of service.”

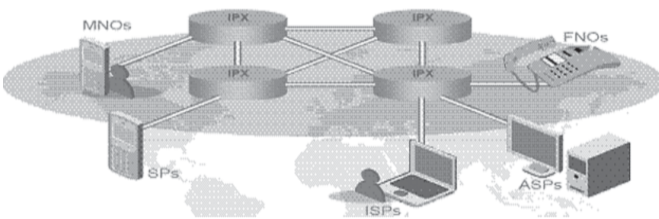


Figure 1: Simple block diagram of IPX based interconnection



Written by: **Kamal Lamichhane**
(Sr. Engineer, Business Management Department,
International Carrier Business)

Concept of the IPX:

IPX can be defined in two different aspects: Technical and Commercial. In technical aspects, traffic is conveyed through the IPX so that each service is transported according to a specified quality of service (QOS) profile. This brings many benefits in terms of efficiency, capacity and investment. Whereas in commercial aspects, the payments- set according to the business model (Bilateral and Multilateral) for each traffic (Voice and Data) type are identified by the IPX and the necessary data is collected and exchanged in order for settlements to be made between entities. The IPX offers operators a great deal of flexibility in terms of the interconnect modes (Incoming, Outgoing, transit etc) they choose. They can choose between a bilateral or multilateral approach depending upon the operator's strategy.

In any commercial and technical solution of managed IP traffic via IPX, following four GSMA key principles are followed:

- Openness**- Any potential operator in the delivery of IP services- MVNOs, FNOs, Carrier and ISPs has the freedom of choice to be involved.
- Quality**- Reliable and secure delivery of services in conformance to agreed QOS levels ensures benefits for all players and end users.
- Cascading Payments**- Parties who meet their mutual obligations in the value chain will receive a fair commercial return. and
- Efficient connectivity**- the IPX is the gateway to a managed IP network- managing data flow and commercial information and providing the benefits of multilateral connectivity to the players.

Features of the IPX:

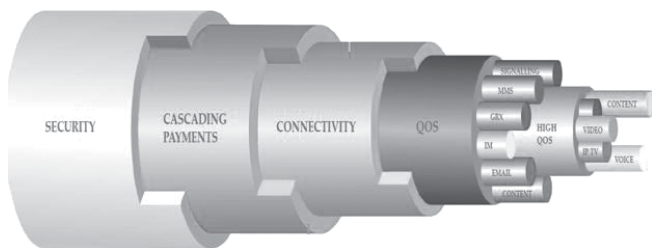


Figure2: Demonstrating features of the IPX.

There are mainly four features of IPX and each of them is briefly described here:

a) Security:

- a. Commercial agreements give protection to all players - those connected to the IPX agree to sign up to a security code of conduct and a trusted community is created
- b. The IPX is not addressable from the Internet – which makes attacks much more difficult
- c. Individual operator traffic is segregated – thus localizing any security breaches
- d. End user terminals have no visibility of the IPX – so they are unable to probe the core networks
- e. involved in the management and delivery of the IP services

b) Cascading Payments:

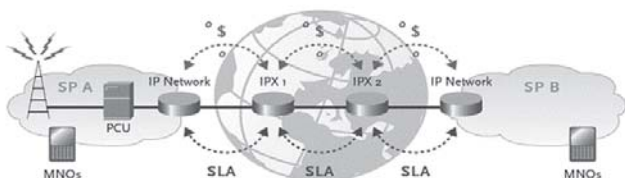


Figure3: IPX providing cascading payments

In any IP service exchange, each service will be exchanged against a set of principles described in a mutually understood and agreed business model. The most well known model today is the voice model – whereby each party is remunerated for the work they do to deliver a call. This is known as the transit fee model for Carriers and the termination rate model for Service Providers. Hence,

- a. It ensures the healthy competition among carriers.
- b. There is also an obligation to deliver a certain quality

- c. Such benefits are available first time in IP service.

c) Connectivity:

The IPX offers three standard modes of interconnect: bilateral, bilateral service hub and multilateral. These all have different benefits when considering QoS levels, Cascade Billing and Efficiency.

- a. Bilateral – the Service Provider is buying a QoS enabled bit pipe, most probably for private proprietary interworking services.
- b. Bilateral service hub – extends the QoS bit pipe approach by adding the facility for cascade billing
- c. Multilateral – with one contract with many connections, a Service Provider can reach a multitude of different destinations around the world. It is also the driving reason for the GSMA’s development of the IPX.

d) QoS

- a. The IPX focuses on end to end quality through the concept of cascading responsibility. i.e. each party voluntarily agrees to be responsible for the performance of next party in the transit chain.
- b. All parties will be subjected to an Service Level Agreement (SLA) that details the performance required for each services. For example, Voice call requires uninterrupted data transmission service whereas, MMS may not required that much of stringent levels of service.
- c. For any kind of services, SLA is always guaranteed.

Advantages of Voice over IPX:

a) To Mobile and Fixed service providers:

- a. Improved service quality.
- b. Ensures SLA commitments for end to end quality.
- c. Continuity of existing interconnection agreements.
- d. commercially sustainable interconnection arrangements
- e. support new commercial interconnect charging models for new services (for



example, revenue share, called party pays, usage based, and so on)

- f. ease the technical, commercial and administrative burden placed on mobile service providers to establish and manage multiple bilateral connections
 - g. Multiple services can be inter-connected over a single connection
 - h. Can find opportunities in international value added service like MMS, data roaming and soon.
- b) To IPX providers:**
- a. Gives the considerable economy of scale and justification to evolve their networks from TDM to IP
 - b. Opens up new opportunities to provide conversion for service providers between TDM and IP
 - c. Provides opportunities for value added services such as trans-coding, providing interoperability, routing and number portability.
 - d. Multiple services can be inter-connected over a single connection.
- c) To Customers:**
- a. Minimizes end to end latency, helping to maintain QOS.
 - b. Expand the interoperable communities with different services globally with cheaper prices.
 - c. Customer can understand the charges of services what they offer and only pays for what is valuable to him/her.
 - d. Improved security and spam protection.

Conclusion:

The introduction of all-IP core networks by both fixed and mobile service providers will result in varying call quality unless carefully managed. Traffic should be routed as far as possible as IP and should only be converted to TDM at the far end if it is to be passed to a TDM network. Moving towards an IP end-to-end interconnect (avoiding TDM interconnect except where required at the far end) will result in considerably less delay, less trans coding and less other bearer manipulation. The overall quality of the call will improve as a result. Voice based services and multilateral connectivity are the key driver for the IPX.

Thus, newly growing IPX technology is the additional opportunity to us in international voice business area. Similarly NT can be benefited from data roaming services, international signaling services and many more with a single platform of interconnection. Not only the technological aspects but also the commercial aspects of the IPX help to promote NT's promises of better quality of service with increase revenue as well. Out of that NT can take the benefit of reaching across the globe via IPX connectivity with IPX service provider and hence it can explore the more business opportunities in its international business.

References:

1. www.gsmworld.com/ipi
2. <http://www.telekom-icss.com/dtag/cms/content/ICSS/en/330944>
3. IPX White Paper, Version 1.2, 22 March 2007
4. <http://www.ibasis.com/mobile-operators/ipx.aspx>
5. http://gsm.org/documents/packet_voice_interwork_wp.pdf

"You see things; and you say, 'Why?' But I dream things that never were; and I say, 'Why not?'"

Back to Methuselah by George Bernard Shaw

सञ्चार नीति कार्यान्वयनमा नेपाल टेलिकमको योगदान

१. पृष्ठभूमि

एक स्थानबाट अर्को स्थानमा, एक व्यक्तिबाट अर्को व्यक्तिमा वा कुनै निश्चित स्रोतबाट दुनियाँभरि जानकारी वा सूचना आदानप्रदान गर्ने माध्यम नै सञ्चार हो। भाषा, संकेत, रंग, हाउभाउ आदि माध्यमबाट सञ्चार क्रियाकलापहरू हुने गर्दछ। सञ्चारले तथ्य, विचार तथा दृष्टिकोणको विनिमय गर्दछ। वर्तमान समयमा विज्ञान र प्रविधिको विकासको फलस्वरूप सूचना प्रविधिको दृष्टिले विश्व एउटै छानामुनि आबद्ध भएको छ। सबै राष्ट्रहरूले सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रलाई विकासको एक अपरिहार्य पूर्वाधारको रूपमा विशिष्ट महत्त्व दिने गरेको पाइन्छ। आज प्रशासनमा सञ्चारलाई Blood stream वा Heart of management को रूपमा लिइन्छ। हाम्रो जस्तो भौगोलिक दृष्टिले विकट तथा आर्थिक एवं शैक्षिक दृष्टिले पिछडिएको मुलुकमा प्रत्येक नागरिकलाई चेतनशील एवं जागरुक बनाई राष्ट्र निर्माणमा सरिक गराउनमा सूचना र सञ्चार क्षेत्रको विकास, विस्तार एवं समुचित परिचालनले नै सशक्त भूमिका निर्वाह गर्न सक्दछ।

वर्तमान समयमा सञ्चार मानिसको जीवन पद्धति बनेको छ। सञ्चार सभ्यता मानव सभ्यता जति नै पुरानो छ। मानिसको प्रथम पदचपसँगै सञ्चार शैलीले पनि टुकुटुकु हिँडेको हुनुपर्छ र मान्छेले आफ्नै इसारामा प्रक्रिया, प्रस्तुति र प्रविधिका माध्यमबाट यसलाई ताते-ताते गरेको छ। प्रत्येक जागरुक व्यक्तिले प्रायः आफ्नो दिनचर्या सञ्चारमाध्यमबाट सूचना र जानकारी लिएर शुरु गर्दछ र चौबीसै घण्टाका घटनाबलीसँग ऊ अपडेट रहने कोशिश गर्दछ। पृथ्वीको भूगोल मात्र कहाँ हो र, चन्द्र, मङ्गल र सौर्य परिधिभन्दा लाखौं प्रकाश वर्ष टाढासम्मका घटना सञ्चारको पकडमा आउन थालेका छन्। जुनसुकै घटना, दृश्य, स्थिति केही बेरमै विश्वव्यापी हुने गरेको छ। भाषाविहीन मानव र समाज असम्भव भएजस्तै सञ्चारविहीन समय, समाज र सभ्यताको कल्पना पनि सम्भव छैन। बरु यो भन्दा उन्नत सञ्चारको अपेक्षा गर्न सकिन्छ।

एकैदिसौं शताब्दीमा दूरसञ्चार सेवाको विकासले आर्थिक क्रियाकलापलाई सीमाहीन (Boarderless) बनाइदिएको छ। e-commerce, e-business, e-trade, e-banking, e-education, यसका ज्वलन्त उदाहरण हुन्। व्यापार सहजीकरणमा यसले पुऱ्याएको योगदानको कारण आजकल दूरसञ्चार सेवालाई अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारको मुख्य logistic सेवा भनिन्छ। सूचना प्रविधिमाफत व्यापारीले आफ्ना कारोबार विश्वबजारमा फैलाइरहेका छन्। विद्यार्थी, अनुसन्धानकर्ता तथा बुद्धिजीवीहरूले सहज, सरल र सस्तोमा



डिल्लीराम बाँस्तोला

शाखा अधिकृत

सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय

आफूले खोजेका विषयमा अमूल्य ज्ञान प्राप्त गरिरहेका छन्। कलाकार, संगीतकार, पत्रकार, कविले आफ्ना सृजना क्षणभरमा विश्वव्यापी गराउँदै छन्। किसानले उत्पादनको सही मूल्य प्राप्त गर्न, मजदुरले योग्यतानुसार काम र दाम पाउन, विरामीले दुर्गम स्थानमा बसी राजधानीको डक्टरसँग जँचाउन सकिने भएको छ। मोबाइल फोनको उपादेयताबारे चर्चा गरिराख्न आवश्यक छैन। यसरी सूचना प्रविधिले संसार साँघुरो भएको छ, अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता, सूचनाको हक र प्रेस स्वतन्त्रतालाई बलियो बनाएको छ। सारमा भन्नुपर्दा मानव जीवन र समाजलाई नयाँ ढाँचामा ढाल्दै छ। आज कोही पनि यसबाट अछुतो रहन सकेको छैन।

२. राष्ट्रिय सञ्चार नीति

संगठनात्मक उद्देश्य हासिल गर्नका लागि विभिन्न कार्ययोजना निश्चित गर्नुपर्दछ, जसलाई नीति भनिन्छ। सरकारले गर्ने र नगर्ने (के गर्ने वा के नगर्ने) भनी गरेको छनोट नै सार्वजनिक नीति हो। राष्ट्रले अंगीकार गरेका अवधारणा, राष्ट्रिय कानूनहरू, सरकारको घोषणापत्र, सरकारी दस्तावेजहरू, महत्त्वपूर्ण निर्णयहरू, राष्ट्रिय योजनाहरू नै राष्ट्रिय नीति हो। कुनै पनि देशको संविधान, कानून, परम्परा प्रथा, मूल्य-मान्यता, न्यायिक निर्णय, आदेशहरू, राजनीतिक पार्टीका घोषणापत्रहरू, अन्तर्राष्ट्रिय सन्धि-सम्झौता, समझदारी, जनदबावहरू नै राष्ट्रिय नीतिका आधारहरू हुन्। राज्यले सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रको समग्र विकास, विस्तार, परिचालन तथा नियमनका लागि अवलम्बन गरेको नीति नै राष्ट्रिय सञ्चार नीति हो।

राष्ट्रिय सञ्चार नीतिको मुख्य कार्यक्षेत्रहरूमा हुलाक सेवा, दूरसञ्चार सेवा, प्रसारण, प्रेस तथा सूचना, सूचना प्रविधि, सुरक्षण मुद्रण र चलचित्रको विकास नै प्रमुख रहेका छन्। अपितु सूचना तथा सञ्चार प्रविधि सम्बद्ध नीतिको कार्यान्वयनका सम्बन्धमा विज्ञान



तथा प्रविधि मन्त्रालय र सूचना तथा मन्त्रालयबीच एकरूपता कायम हुन नसकेको अवस्था विद्यमान छ ।

नेपाल सरकार (कार्य विभाजन) नियमावली २०६४ ले सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयलाई सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रका विषयहरु हेर्ने जिम्मेवारी सुम्पिएको छ । नेपालको अन्तरिम संविधान २०६३ बमोजिम प्रत्याभूत गरिएको जनताको अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता र सुसुचित हुन पाउने मौलिक हकको संरक्षण र संवर्द्धन गर्ने गहन जिम्मेवारी सो मन्त्रालयको काँधमा रहेको छ । साथै सूचना तथा सञ्चार प्रविधिको बढ्दो महत्व र आवश्यकताका साथै यस क्षेत्रमा भैरेहेका विश्वव्यापी विकास प्रयासहरु एवं उपलब्धअनुरूप नेपाली जनतालाई सेवा-सुविधा पुऱ्याउँदै विश्व सूचना समाजमा प्रवेश गर्न सघाउनु सो मन्त्रालयको प्रमुख भूमिका रहेको छ ।

नेपालले सूचना तथा सञ्चारका क्षेत्रमा हासिल गरेको उपलब्धि निश्चय नै गर्व गर्नलायक छ, जुन विगत र वर्तमानमा राज्यले अवलम्बन गरी कार्यान्वयनमा ल्याइएका दूरदर्शी नीतिको परिणति हो भन्दा अत्युक्ति हुँदैन । राष्ट्रिय सञ्चार नीतिहरुलाई संक्षेपमा यसप्रकार उल्लेख गर्न सकिन्छ ।

क) नेपालको अन्तरिम संविधान, २०६३

नेपालको अन्तरिम संविधान, २०६३ मा सूचनाको हकलाई नागरिकको मौलिक हकको रूपमा व्यवस्थित गर्नुका साथै सोही संविधानको मौलिक हकअन्तर्गत प्रकाशन, प्रसारण तथा छापाखानासम्बन्धी हकको व्यवस्था गरी सम्पूर्ण प्रेस जगत्लाई अधिकारको सुनिश्चितता गरेको छ । जस अन्तर्गत :

- १) विद्युतीय प्रकाशन, प्रसारण तथा छापालगायत अन्य जुनसुकै माध्यमबाट कुनै समाचार, सम्पादकीय, लेख, रचना वा अन्य कुनै पाठ्य, श्रव्यदृश्य सामग्रीको प्रकाशन तथा प्रसारण गर्न वा छाप्न पूर्वप्रतिबन्ध लगाइनेछैन ।
- २) कुनै श्रव्यदृश्य वा विद्युतीय उपकरणको माध्यमबाट कुनै सामग्रीको प्रकाशन तथा प्रसारण गरे वा छापेबापत त्यस्तो सामग्रीको प्रकाशन तथा प्रसारण गर्ने वा छाप्ने रेडियो, टेलिभिजन, अनलाइन वा अन्य कुनै किसिमको डिजिटल वा विद्युतीय छापा वा अन्य सञ्चारमाध्यमलाई बन्द, जफत वा दर्ता खारेज गरिनेछैन ।
- ३) कुनै समाचार, लेख, सम्पादकीय, रचना वा अन्य कुनै पाठ्यसामग्री मुद्रण वा प्रकाशन गरेबापत कुनै समाचारपत्र, पत्रिका वा छापाखाना बन्द, जफत वा दर्ता खारेज गरिनेछैन ।
- ४) कानूनबमोजिम बाहेक कुनै छापा, विद्युतीय प्रसारण तथा टेलिफोनलगायतका सञ्चार साधनलाई अवरुद्ध गर्न सकिनेछैन ।

ख) राष्ट्रिय सञ्चार नीति, २०४९

नेपाल अधिराज्यको संविधान २०४७ ले प्रत्याभूति गरेका विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता तथा प्रत्येक नागरिकलाई सार्वजनिक महत्वको कुनै पनि विषयको सूचना माग्ने र पाउने हकको मूल

मर्मलाई हृदयङ्गम गरी सूचना र सञ्चारका सम्पूर्ण माध्यमहरुलाई विश्वसनीय, प्रभावकारी एवं सुदृढ बनाउने तथा सूचना र सञ्चारका क्षेत्रमा उपलब्ध नवीनतम प्रविधि र प्रक्रियाको प्रयोग गरी आवश्यक र उपयुक्त माध्यमहरुका निमित्त निजी क्षेत्रको समेत सहभागिता बढाउँदै जाने अभिप्रायले तर्जुमा गरिएको राष्ट्रिय सञ्चार नीति २०४९ सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रसँग सम्बद्ध दूरसञ्चारसम्बन्धी नीति, पत्रपत्रिकासम्बन्धी नीति, सूचनासम्बन्धी नीति, प्रसारणसम्बन्धी नीति, हुलाकसम्बन्धी नीति, सरकारी सञ्चारमाध्यमको समाचारसम्बन्धी नीति, चलचित्रसम्बन्धी नीति गरी ७ वटा नीतिहरुको बारेमा उल्लेख गरिएको छ ।

राष्ट्रिय सञ्चार नीति २०४९ ले दूरसञ्चारसम्बन्धमा निम्नानुसार रणनीति अवलम्बन गरेको थियो ।

- १) राष्ट्रिय विकासको पूर्वाधारको रूपमा दूरसञ्चार सेवाको विकास गर्न यस सेवालाई अत्यावश्यक सेवाको रूपमा विकसित एवं विस्तार गर्दै जाने ।
- २) दूरसञ्चार क्षेत्रको विकास र सञ्चालनमा निजी क्षेत्रलाई पनि प्रोत्साहित तथा संलग्न गराउँदै जाने ।
- ३) दूरसञ्चार सेवाको प्रयोजनको लागि नेपाललाई अति दुर्गम, दुर्गम र सुगम गरी तीन क्षेत्रमा विभाजित गरी अति दुर्गम र दुर्गम क्षेत्रमा सरदर ६ घण्टाभन्दा बढी पैदल यात्रा गर्नु नपर्ने दूरीमा उपयुक्त दूरसञ्चार प्रणालीको स्थापना गर्ने ।
- ४) आमजनतालाई उपयोगी, दक्ष, भरपर्दो र निर्बाध सञ्चार सेवा उपलब्ध गराउन उपयुक्त अत्याधुनिक सञ्चार प्रविधिको प्रयोग गर्दै जाने ।
- ५) अत्याधुनिक सञ्चार उपकरणहरुको उत्पादन तथा जडान स्वदेशमै गर्न निजी क्षेत्रलाई प्रोत्साहन दिने ।
- ६) नेपाल दूरसञ्चार संस्थानको व्यवस्थापनलाई स्वायत्तता प्रदान गर्ने र निजी क्षेत्रको समेत सहभागितामा यसको विस्तार गर्ने ।

ग) सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रको दीर्घकालीन नीति, २०५९

सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रको दीर्घकालीन नीति, २०५९ मा हुलाक क्षेत्र, दूरसञ्चार क्षेत्र, प्रसारण क्षेत्र, सूचना प्रवाह तथा पत्रकारिता क्षेत्र, मुद्रण क्षेत्र, चलचित्र क्षेत्र र विज्ञापन क्षेत्रसम्बन्धमा दीर्घकालीन क्षेत्रगत नीतिहरुको व्यवस्था गरिएको छ ।

अ) उद्देश्य

१. क्षेत्रीय सन्तुलन कायम गर्ने गरी दूरसञ्चारका माध्यमहरुको विकास तथा विस्तार प्रतिस्पर्धात्मकरूपमा गराउने ।
२. आर्थिक विकासमा समेत सघाउ पुऱ्याउने किसिमबाट राज्यका महत्वपूर्ण स्थानहरुमा स्थानीय दूरसञ्चार सेवा तथा भरपर्दो टूड्क सेवाको विस्तार गर्ने तथा बाह्रौं योजनाको अन्त्यसम्ममा



प्रतिसय व्यक्ति १५ लाइन टेलिफोनको लक्ष्य लिई दूरसञ्चार सेबालाई ग्रामीणस्तरसम्म पुऱ्याउने ।

३. सूचना सञ्चार प्रविधिको अनुसन्धान, प्रयोग र विस्तारमा जोड दिई समग्र सामाजिक तथा आर्थिक विकासको पूर्वाधारका रूपमा यस क्षेत्रलाई विकास गर्ने ।

आ) दूरसञ्चार क्षेत्रसम्बन्धी दीर्घकालीन नीति

- १ विद्यमान सेवाहरूको विस्तार, नयाँ सेवाहरूको थालनी र सेवाको गुणस्तरमा वृद्धि गरी प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा दूरसञ्चार क्षेत्रको विकास गर्ने तथा ग्रामीण क्षेत्रमा पनि दूरसञ्चार सेवाको विस्तार गर्न निजी क्षेत्रलाई सहभागी गराउने ।
- २ फ्रिक्वेन्सी व्यवस्थापनलाई प्रभावकारी बनाउने ।
- ३ दूरसञ्चार क्षेत्रको विकासका लागि आवश्यक पुँजी आकर्षित गर्न उपयुक्त रणनीतिको अनुसरण गर्ने ।
- ४ दूरसञ्चार सेवाको प्रतिस्पर्धात्मक विकासमा निजी क्षेत्रको लगानीलाई अभिवृद्धि गर्न नियामक निकायलाई समसामयिक र सुदृढ बनाउँदै लैजाने ।
- ५ बाह्रौं योजनाको अन्त्यसम्ममा प्रतिसय व्यक्ति १५ लाइन टेलिफोन पुऱ्याउने किसिमले दूरसञ्चार सेवाको विस्तार गर्ने ।
- ६ दूरसञ्चार सेवाको विविधीकरण र स्तरमा वृद्धि गर्न आधुनिक प्रविधिको प्रयोगलाई प्रोत्साहित गरी देशभित्रै पनि क्रमशः आवश्यक साधन, स्रोतलगायत आयात घटाउन र सेवाको विश्वसनीयता बढाउन अनुसन्धान तथा विकास (Research and Development) को कार्य गर्ने/गराउने ।
- ७ राष्ट्रिय सूचना पूर्वाधार (National Information Infrastructure) तयार गरी देशको सामाजिक तथा आर्थिक क्षेत्रमा विभिन्न सञ्चारमाध्यमबाट हुन सक्ने द्रुततर सूचना प्रवाहको सम्भाव्यतालाई ध्यानमा राखेर कृषि, पर्यटन, स्वास्थ्य, शिक्षा, उद्योग, वाणिज्य, हुलाक सेवा, सूचना प्रविधि आदि क्षेत्रको विकासको लागि सहयोग पुऱ्याउने ।
- ८ दक्ष जनशक्तिको उत्पादन तथा विकास गर्ने ।
- ९ नेपाल विश्व व्यापार संगठन (WTO) को सदस्य भएको अवस्थामा दूरसञ्चारका क्षेत्रमा आउने प्रतिस्पर्धालाई विचार गरी सोही अनुरूपको व्यवस्थापन मिलाउने ।
- ११ मुलुकको भौगोलिक विकटतालाई दृष्टिगत गरी उपयुक्त दूरसञ्चार प्रविधिको प्रयोग गर्ने ।

(घ) दूरसञ्चार नीति, २०६०

देशको सामाजिक तथा आर्थिक विकासमा सघाउ पुऱ्याउन निजी क्षेत्रसमेतको सहभागितामा देशभर उचित मूल्यमा भरपर्दो दूरसञ्चार सेवा सर्वसुलभ गराउन अनुकूल वातावरण सृजना गर्ने

मुख्य उद्देश्यले तर्जुमा गरिएको दूरसञ्चार नीति २०६० का उद्देश्यहरू यस प्रकार रहेका छन् ।

उद्देश्य

- १ देशका ग्रामीण तथा शहरी क्षेत्रका सर्वसाधारणको पहुँच दूरसञ्चार सेवामा पुऱ्याउन बसोबास भएका क्षेत्रमा बोलाउँदा सुनिने (Shouting distance) दूरीमा दूरसञ्चार सेवा उपलब्ध हुने व्यवस्था मिलाउने ।
- २ शहरी क्षेत्रका उपभोक्तालाई विभिन्न सेवाप्रदायकबाट सेवा चयन गर्न पाउने अवसर प्रदान गरिनेछ । ग्रामीण क्षेत्रमा पनि सोही अनुरूप सेवा चयन गर्न पाउने व्यवस्था क्रमशः विस्तार गर्दै लगिनेछ ।
- ३ शहरी क्षेत्रमा मागअनुसार दूरसञ्चार सेवा उपलब्ध गराइने । व्यापारिक क्षेत्रलाई व्यावसायिक (Corporate) दूरसञ्चार सेवा उपलब्ध गराइने व्यवस्था मिलाइनेछ ।
- ४ ग्रामीण क्षेत्रको विकास तथा गरिवी निवारणको लागि उपयुक्त सूचना तथा सञ्चार प्रविधिको प्रयोग गर्न पाउने व्यवस्था मिलाइनेछ ।

रणनीतिहरू

- १ दूरसञ्चार सेवामा सबैको पहुँच (Universal Access) सुगम हुने गरी सेवा विस्तार गरिने ।
- २ दूरसञ्चार सेवाप्रदायकले शहरी क्षेत्रका जुनसुकै उपभोक्ताले माग गर्नासाथ सेवा प्रदान गर्नुपर्ने (Universal service obligation) ।
- ३ सरकारी तथा निजी क्षेत्रलाई एकभन्दा बढी सेवाप्रदायकबाट लिज्ड लाइन, डाटा तथा अन्य व्यावसायिक सेवा उपलब्ध गराउने (Corporate service) ।
- ४ सेवाप्रदायकहरूको लागि दूरसञ्चार क्षेत्र खुला गर्ने, दूरसञ्चार क्षेत्रको उदारीकरण गर्ने ।
- ५ स्वस्थ प्रतिस्पर्धाको आधारमा पारदर्शी प्रक्रिया अपनाई खुला अनुमतिपत्र प्रणाली लागू गर्ने ।
- ६ दूरसञ्चार क्षेत्रमा निजी क्षेत्रको सहभागितालाई प्रोत्साहन गरिने वैदेशिक लगानी आकर्षण गरिने ।
- ७ दूरसञ्चार सेवा विस्तार र Cyber law जस्ता आवश्यक पूर्वाधारको व्यवस्था गरी नेपाललाई प्रभावकारीरूपमा सूचना समाजमा प्रवेश गराइने ।
- ८ ग्रामीण क्षेत्रका उपभोक्ताहरूको क्षमता र आवश्यकतानुरूप उपयुक्त सूचना तथा सञ्चार प्रविधि उपलब्ध गराइने ।
- ९ ग्रामीण विकास तथा पूर्वाधार निर्माणजस्ता विकास कार्यमा प्रभावकारिता ल्याउन ग्रामीणस्तरसम्म इन्टरनेटजस्ता सूचना तथा सञ्चार प्रविधिको भरपूर प्रयोग गर्न लगाइने ।



- १०) नेपाल दूरसञ्चार संस्थानको व्यवसायीकरण गर्ने सिलसिलामा कम्पनीमा परिणत गर्ने ।
- ११) सूचना तथा सञ्चार प्रविधिसम्बन्धी नीति तथा कानून तर्जुमा तथा कार्यान्वयन गर्न सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय र विज्ञान प्रविधि मन्त्रालयको भूमिका स्पष्ट गरिने ।
- १२) दूरसञ्चार सेवाप्रदायकबीच स्वस्थ प्रतिस्पर्धा हुने वातावरण सृजना गरी दूरसञ्चार क्षेत्रको आर्थिक सक्षमता अभिवृद्धि गर्न जोड दिइने ।

(ड) त्रिवर्षीय योजनाको आधारपत्र २०६७/६८-६९/७०

१. प्राथमिकता क्षेत्र

मानवीय जीवनयापनको निमित्त अत्यावश्यक सेवा (खानेपानी, ऊर्जा विद्युत्, सडक, सञ्चार, खाद्य सुरक्षा, औषधोपचार, शिक्षा) को उपलब्धता र निरन्तरतालाई सुनिश्चित गर्न यी क्षेत्रहरूमा आवश्यक लगानी अभिवृद्धि गरिने उल्लेख ।

२. प्रमुख परिमाणात्मक लक्ष्य

टेलिफोन मोबाइलसमेत (प्रतिसय जनघनत्वमा २०६६/६७ को २१ वाट त्रिवर्षीय योजनाको अन्त्यसम्म ५५ पुऱ्याउने, इन्टरनेटतर्फको पहुँच प्रतिसय जनघनत्वमा २५ पुऱ्याउने, सबै जिल्लामा अष्टिकल फाइबर सञ्जाल पुऱ्याउने, वैकल्पिक सूचना महामार्ग विकास तथा विस्तार भएको हुने ।

३. त्रिवर्षीय योजनाको उद्देश्य

सूचना तथा सञ्चारमा सबैको पहुँच पुऱ्याई सामाजिक तथा आर्थिक अवसरहरू विस्तार गर्ने र समष्टिगत राष्ट्रिय विकास एवं एकीकरणमा योगदान पुऱ्याउने ।

४. रणनीति

- १) दूरसञ्चार सेवाको विस्तार, विविधीकरण र गुणात्मक सुधार गर्ने ।
- २) सञ्चार क्षेत्रको विकासमा निजी तथा सार्वजनिक क्षेत्रको साभेदारी र सहकार्य अधि बढाउने ।
- ३) सञ्चार क्षेत्रमा निर्मित संरचनाहरूको बहुपक्षीय उपयोग गर्ने ।
- ४) सञ्चारसम्बन्धी ऐन-नियमहरूको पुनरवलोकन गर्ने र सञ्चारमाध्यमहरूको विश्वसनीयता, गुणस्तरीयता र सामाजिक दायित्व अभिवृद्धि गर्ने ।
- ५) हुलाक सेवाको विविधीकरण, आधुनिकीकरण र व्यवसायीकरण गर्ने ।
- ६) देशभित्रै सुरक्षण मुद्रणको कार्य प्रारम्भ गर्ने ।

५. कार्यनीति

- १) दूरसञ्चार सेवा नपुगेका देशका दुर्गम ग्रामीण क्षेत्रहरूमा टेलिभिजनमा इन्टरनेट सेवा पुऱ्याउन निजी क्षेत्रका सेवाप्रदायकहरूलाई प्रोत्साहित गरिने ।
- २) टेलिफोन सेवामा गुणस्तर वृद्धि गर्न कार्यक्रमहरू सञ्चालन गरिनेछ ।

- ३) दूरसञ्चार सेवालाई आधुनिक प्रविधिको विकाससँग आवद्ध गरी सेवाको विविधीकरण गर्दै लगिने ।
- ४) अष्टिकल फाइबरको पहुँच नभएका वा कठिन हुने स्थानहरूमा wimax जस्ता प्रविधिको प्रयोग गरी सर्वसुलभरूपमा सार्वजनिक निजी साभेदारी (PPP) मार्फत सेवा उपलब्ध गराउने ।
- ५) अष्टिकल फाइबर उपयोग गरी सूचना महामार्गको विकास र विस्तार गर्ने कार्यलाई प्रभावकारी बनाउने ।
- ६) वायरलेस सर्भिस ब्रोडब्यान्ड सर्भिस खुला गर्ने ।
- ७) सञ्चार क्षेत्रमा भएका पूर्वाधारहरूको सामूहिक प्रयोगका लागि नीतिगत तथा कानुनी व्यवस्था गरी लागू गरिने ।

३. नेपालको सञ्चार क्षेत्रका उपलब्धिहरू

विगतमा राज्यले अंगिकार गरेका नीति, निर्णय, संस्थागत संयन्त्र तथा कार्यान्वयन गरिएका योजना तथा कार्यक्रमहरूको फलस्वरूप खासगरी २०४६ सालको राजनीतिक परिवर्तनपश्चात् राज्यले अवलम्बन गरेको खुला, उदार एवं प्रतिस्पर्धात्मक प्रजातान्त्रिक वातावरणमा देशले सूचना तथा सञ्चारको क्षेत्रमा महत्वपूर्ण उपलब्धि हासिल गरेको छ । जसलाई निम्न तथ्य-तथ्यांकले पुष्टि गर्दछ ।

(क) सञ्चारमाध्यमहरूको २०६८ आषाढ मसान्तसम्मको उपलब्धि । तथ्यांक

| विवरण | संख्या | कैफियत |
|--------------------------------------|--------|--|
| टेलिभिजन इजाजत जारी संस्था | ३२ | |
| टेलिभिजन प्रसारण संस्था | ५५ | सूचकको ५० प्रतिशत भूभाग र ७२ प्रतिशत जनतामा टेलिभिजन प्रसारण पहुँच |
| एफ एम रेडियो इजाजत जारी संस्था | ३९० | |
| एफ एम रेडियो प्रसारण संस्था | ३३० | |
| केबल टेलिभिजन इजाजत जारी संस्था | ७१४ | |
| डिजिटल प्रसारण इजाजत जारी संस्था | ९ | |
| देशभर दर्ता पत्रपत्रिकाको कुल संख्या | ५९९९ | |

सात : सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय, समाक्षा प्रातवदन, २०६८

(ख) नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणबाट अनुमतिपत्र प्राप्त दूरसञ्चार सेवाप्रदायक संस्थाहरू

| सेवाको विवरण | संख्या | कैफियत |
|--|--------|----------------------|
| Internet (with email) | ४८ | २०५८ आषाढ मसान्तसम्म |
| Network service provider | ९ | .. |
| Rural telecom operator | २ | .. |
| Basic Telecommunication service provider | ३ | .. |
| Cellular mobile service provider | २ | .. |
| Rural Internet service provider | ६ | .. |
| Limited mobility | १०८ | .. |
| VSAT User | १०० | .. |
| GMPCS | ३ | .. |
| International trunk telephone | ३ | .. |
| Rural VSAT User | ९ | .. |
| Total | २९३ | |

स्रोत : नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण, MIS report. July, 2011
(ग) २०६८ आषाढ मसान्तसम्मको दूरसञ्चार क्षेत्रको प्रगति विवरण



१) उपलब्ध भ्वाइस टेलिफोन सेवाको विवरण

| उपलब्ध भ्वाइस टेलिफोन सेवाको विवरण | सर्वै सेवा प्रदायकहरूबाट वितरित जम्मा संख्या | नेपाल टेलिकमबाट मात्र वितरित संख्या | National Tele density Penetration Rate % |
|--|--|-------------------------------------|--|
| सर्वै प्रकारका भ्वाइस टेलिफोनी सेवा वितरण जम्मा अवस्था | १,३१,६३,६४९ | ६७,४३,९७६ | ४६.०२ |
| क) फिक्सड (पिएसडिएन र डब्लु एन एनसमेत) | ८,३९,३१७ | ७,६०,३८६ | २.९३ |
| ख) मोबाइल (जिएसएम र सीडीएमए) | १,३६,०२,८१४ | ५९,८३,५९० | ४०.३९ |
| ग) अन्य सेवा (लिमिटेड मॉबिलिटी र जिएमएफिएससमेत) | ७,२९,२९८ | - | २.५२ |

सन् २०११ को अनुमानित जनसंख्या : २,८५,८४,९७५ (केन्द्रीय तथ्यांक विभाग)
 स्रोत : नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण, MIS report. July, 2011

२. डाटा तथा इन्टरनेट सेवा

| सेवाको प्रकार | सर्वै सेवा प्रदायकहरूबाट वितरित संख्या | नेपाल टेलिकमबाट मात्र वितरित संख्या |
|---------------------------------------|--|-------------------------------------|
| डायलअप (पिएसडिएन र आइएसडिएन) | २०,३५५ | ५,७४५ |
| वायरलेस मोडेम, अप्टिकल फाइबर इन्टरनेट | २२,२८८ | - |
| केबल मोडेम, केबल आदि | १५,६२९ | - |
| एडिएएसएल | - | ६८,३४३ |
| जिपिआरएस | २८,३०,६९५ | ९,५६,६१७ |
| सिडिएएमए आईएक्स | १,५४,५४८ | १,०३,१७१ |
| जम्मा | ३९,९९,८५८ | ११,३३,८७६ |
| इन्टरनेट पेनेट्रेशन रेट % | १०.८९ | |

स्रोत : नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण, MIS report. July, 2011

४. दूरसञ्चार क्षेत्रमा नेपाल टेलिकमको योगदान

नेपालमा दूरसञ्चार सेवाको शुरुआत आजभन्दा ९६ वर्षअघि वि.सं. १९७० मा भएको हो तर औपचारिकरूपमा दूरसञ्चार सेवा वि.सं. २००५ मा मोहन आकाशवाणीको स्थापना भएपश्चात् उपलब्ध भएको पाइन्छ। प्रथम पञ्चवर्षीय योजना (२०१२-२०१७) को तर्जुमा भएअनुरूप वि.सं. २०१६ मा टेलिकम्युनिकेसन विभाग गठन भएको थियो। नेपालमा दूरसञ्चार सेवालाई आधुनिकीकरण र विस्तार गर्न तेस्रो योजना अवधि (२०२३-२०२८) मा वि.सं. २०२६ मा टेलिकम्युनिकेसन विभाग नेपाल दूरसञ्चार समितिमा परिवर्तन भयो। सञ्चार संस्थान ऐन २०२८ लागू भएपछि नेपालमा नेपालीहरूलाई दूरसञ्चार सेवा उपलब्ध गराउने उद्देश्यले २०३२ सालमा नेपाल दूरसञ्चार संस्थानको स्थापना

भएको हो। संस्थान वि.सं. २०६१ वैशाख १ देखि कम्पनी ऐन २०५३ बमोजिम नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी (नेपाल टेलिकम) मा परिवर्तन भएको हो। नेपाल सरकारको हिस्सा ९३.५ प्रतिशत र सर्वसाधारणको हिस्सा ७.५ प्रतिशत रहेको यो कम्पनी नेपालको दूरसञ्चार क्षेत्रको अग्रणी संस्थाको रूपमा रहेको छ। साथै नेपाल टेलिकम सूचना तथा सञ्चारका क्षेत्रमा सबैको पहुँच पुऱ्याई सामाजिक तथा आर्थिक अवसरहरू विस्तार गर्ने र समष्टिगत राष्ट्रिय विकास एवम् राष्ट्रिय एकीकरणमा योगदान पुऱ्याउने उद्देश्य साकार पार्न महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्षम रहेको छ।

नेपाल टेलिकमबाट टेलिफोन सेवा, जीएसएम मोबाइल सेवा, सीडीएमए, इन्टलिजेन्स नेट वर्क सेवा, इन्टरनेट, इमेलका क्षेत्रमा उपलब्ध नवीनतम प्रविधि र उपभोक्ताको चाहनावमोजिम विभिन्न सेवा-सुविधाहरू प्रदान गर्दै आइरहेको छ। समयसापेक्षरूपमा ती सेवा तथा नयाँ सेवाहरूसमेत प्रदान गर्न प्रतिबद्ध देखिन्छ।

नवौं योजना (२०५४/५५ - २०५८/५९) को अन्त्यसम्म नेपाल टेलिकमको एकल प्रयासमा देशमा जम्मा ३,२७,६७३ लाइन टेलिफोन तथा २२ हजार लाइन मोबाइल सेवा वितरण गरी प्रतिसय व्यक्ति १.५ टेलिफोन घनत्व पुगेको थियो। साथै सो अवधिसम्म देशका १७६१ गा.वि.स.हरूमा मात्र टेलिफोन सेवा पुगेको थियो। माग र आपूर्तिबीच ठूलो खाडल थियो। दशौं योजनाले बाह्रौं योजनाको अन्त्यसम्म प्रतिहजार जनानामा १५० लाइन टेलिफोन सुविधा उपलब्ध गराउने दीर्घकालीन लक्ष्य उल्लेख गरेको थियो। हाल देशका सबै गा.वि.स.मा यसको सेवा विस्तार रहेको साथै दशौं योजनाको सो लक्ष्यभन्दा कैयौं गुणा बढी अर्थात् ४६.०५ प्रतिशतभन्दा बढी जनतामा यसको पहुँच रहेको तथा Internet penetration rate १०.८९ प्रतिशत रहेको तथ्य उल्लिखित तथ्यांकहरूबाट पुष्टि भैसकेको छ।

२०६८ आषाढसम्मको तथ्यांक हेर्दा नेपाल टेलिकमसँग भ्वाइस टेलिफोनतर्फ ६७,४३,९७६ भन्दा बढी ग्राहक आधार स्थापित गरी ५१ प्रतिशतभन्दा बढी बजार ओगट्न सफल भएको छ। त्यसै गरी डाटा तथा इन्टरनेट सेवातर्फ नेपाल टेलिकमले ११,३३,८७६ ग्राहक आधार कायम गरी ३६ प्रतिशतभन्दा बढी बजार कब्जा गर्न सफल रहेको छ। २०६१ मा कम्पनीकरण हुनुअघि ४,२२,१८३ मात्र ग्राहक संख्या रहेको नेपाल टेलिकमको आजको प्रगति हेर्दा कम्पनीकरणपछि यस कम्पनीले तीव्र गतिमा फड्को मार्न सफल नै पाइन्छ। यसो हुनुको पछाडि विगत केही वर्षयता ग्रामीण तथा शहरी क्षेत्रमा टेलिकम पूर्वाधार निर्माण



आयोजनामा गरिएको प्राथमिकतापूर्ण लगानी नै मुख्य कारक हुन सक्छ ।

धेरै प्रकारका टेलिकम सेवाहरूको पहुँच शहरी तथा ग्रामीण एवं दुर्गम क्षेत्रमा शीघ्र पुग्न सम्भव भएकोले देशको आर्थिक विकासमा पनि महत्वपूर्ण योगदान पुऱ्याउने निश्चित छ । यस कम्पनीले ब्रोडब्यान्ड इन्टरनेट सेवा र Value added सेवाहरू समयोचित र ग्राहक चाहनाअनुरूप गुणस्तरीयरूपमा प्रदान गर्ने लक्ष्य लिई दूरसञ्चारको बजारमा Incumbent Operator को भूमिका निर्वाह गर्दै आएको छ । यिनै प्रयासहरूको फलस्वरूप आ.व. ०६७१६८ को अन्तसम्म नेपाल टेलिकमले ३४ अर्ब ३५ करोड १७ लाख रकम संकलन गरेको र TSC, VAT, Ownership Tax, AdvanceIncomeTax, Divident, Royalty र अन्य शीर्षक गरी राजस्वमा कुल १५ अर्ब ३२ करोड ६७ लाख ७१ हजार योगदान पुरयाउनुका साथै स्थापनाकालदेखि लगातार नाफामा रहेको छ ।

सेवाको विविधीकरण मात्र हैन, प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा ग्राहकहरूले न्यूनतम मूल्यमा गुणस्तरीय सेवा छनोटको अवसर पाएका छन् । कतिपय सेवाहरूको मूल्य निरन्तर घटने क्रममा रहेको छ । आज विदेशबाट आफन्तले मिसकल गरेर यहाँबाटै फोन गर्ने अवस्थामेत सृजना भएको छ । युरोपको कुनै दुर्गम क्षेत्रमा भन्दा पनि राम्रो दूरसञ्चार सेवा नेपालको दुर्गम क्षेत्रमा रहेको भन्ने विदेशी पर्यटकहरूको टिप्पणी रहेको छ । यसरी देशका दुर्गम क्षेत्रहरूमा समेत सञ्चारको क्षेत्रमा क्रान्तिकारी परिवर्तनको अनुभूति गरिएको छ ।

नेपाल टेलिकमले ग्राहक आकर्षित गर्न विभिन्न योजना ल्याएको छ । कर्पोरेट सेवाअन्तर्गत कार्यालय तथा समूहमा आबद्ध भएर काम गर्ने सर्वसाधारणको विशेष सहूलियतपूर्ण कार्यक्रम ल्याएको छ । टेलिकमका एक दर्जन सेवामध्ये जीएसएम प्रिपेड र पोस्टपेड बढी प्रचलित छ । सीडीएमए प्रविधिमा आधारित मोबाइल हाम्रो जस्तो भौगोलिक अवस्थामा दुर्गम क्षेत्रमा बढी उपयोगी देखिएको छ भने सेटलाइट फोन दुर्गम पर्यटकीय स्थानमा बढी लोकप्रिय छ । ७५ वटै जिल्लामा मोबाइल सेवाले व्यापारको ५० प्रतिशतभन्दा बढी ओगटेको र यसै सेवामा सबैभन्दा बढी

प्रतिस्पर्धा गर्नुपरेको छ । देशका ७५ वटै जिल्लामा द्रुतगतिको एडीएसएल इन्टरनेट सेवाको लोकप्रियता बढ्दै गैरहेको छ । वास्तवमा हात-हातमा मोबाइल र घर-घरमा इन्टरनेट सेवा भन्ने नारा सार्थक बनाउन नेपाल टेलिकमले नेतृत्वदायी भूमिका निर्वाह गर्दै आइरहेको छ । कम्पनीको अथक प्रयासबाट मुलुकमा शहरी र ग्रामीण क्षेत्रका बीचको खाडल (डिजिटल डिभाइड) न्यूनीकरण गर्नसमेत योगदान पुऱ्याएको छ ।

५. उपसंहार

नेपाल टेलिकमले दूरसञ्चार क्षेत्रको माध्यमबाट राष्ट्रको आर्थिक, सामाजिक विकासमा अतुलनीय योगदान पुऱ्याएको छ । साथै देशमा सञ्चालित सार्वजनिक संस्थानहरूमध्ये सर्वाधिक मुनाफा आर्जन गरी सरकारलाई उच्च कर तथा लाभांश बुझाउने नम्बर एक कम्पनीमा दर्जिएको छ । यसका सामु लाखौं उपभोक्ताको अगाध माया, देशव्यापी पूर्वाधार, सरकारको संरक्षण, दक्ष जनशक्ति, सुदृढ आर्थिक अवस्था एकातिर छ भने प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण, सेवाको गुणस्तरसम्बन्धमा उपभोक्ताको गुनासो, नयाँ प्रविधि र नयाँ क्षेत्रमा उपभोक्ताको चाहनाअनुरूप सेवाको विविधीकरण एवं स्तरीकरण, प्रतिस्पर्धात्मक मूल्य, VOIP मार्फत Call bypass गरी हुने राजस्व चुहावट नियन्त्रण, बजारमा कम्पनीको शेयर मूल्यमा हास, सरकारी नीति-नियम एवं Bureacratie limitation भित्र रहेर सामाजिक दायित्वलाई पनि महत्व दिँदै Entrepreneurial spirit मा व्यवसाय गरिरहेका कम्पनीसँग प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने अवस्थाजस्ता आन्तरिक र बाह्य चुनौतीहरू विद्यमान छन् । यस परिवेशमा गुणस्तर सुधारलाई मूल मन्त्र ठानी ग्राहक चाहना तथा प्रविधिमा हुने विकाससँग तादात्म्यता राख्दै सेवा विकास तथा विस्तार गर्न टालटुले सुधारले मात्र सम्भव देखिँदैन । जसको लागि पुनः एक पटक दूरदर्शी सोचका साथ सबैको सहमतिमा समय छँदै Policy shift गरी रणनीतिक साभेदार भित्र्याउने आँट र साहस गर्नु एक उपयुक्त उपाय हुन सक्छ ।

"We shall not cease from exploration and the end of all our exploring will be to arrive where we started... and know the place for the first time."

– T.S. Eliot

उन्नतिका लागि अवसरमा समान पहुँच

‘जहाँ शोषण हुन्छ त्यहाँ संघर्ष हुन्छ, जहाँ दमन हुन्छ त्यहाँ विद्रोह हुन्छ, जहाँ असमानता हुन्छ त्यहाँ अन्याय हुन्छ।’ न्यायको सर्वमान्य सिद्धान्तअनुसार जबसम्म मानिसले समान अवसरहरू प्राप्त गर्दैन, तबसम्म न्याय स्थापित हुन सक्दैन। त्यसैले न्यायको अर्को मान्यता समानताको धारणा पनि हो।

अवसरमा समान पहुँचको अर्थ राज्यका सबै संरचना, विकास प्रक्रिया र आर्थिक गतिविधिहरूमा सबै नागरिकहरूलाई सम्बोधन हुने किसिमबाट राज्यका नीतिहरू निर्देशित हुनु र राज्यका सम्पूर्ण स्रोत र साधनहरूमा सबै नागरिकहरूको समान पहुँच हुनु हो। यसै अवधारणाको आधारमा समवेशीकरण, सशक्तीकरण, समान सहभागिता र मूलप्रवाहीकरणजस्ता समसामयिक विषयहरूलाई राज्यले स्थापित गर्दै आएको छ।

नेपालको अन्तरिम संविधान २०६३ को धारा १३ मा समानताको हकको सम्बन्धमा उल्लेख गरिएको छ- ‘सबै नागरिक कानूनका दृष्टिमा समान हुनेछन्। कसैलाई पनि कानूनको समान संरक्षणबाट वञ्चित गरिनेछैन। राज्यले नागरिकहरूका बीच धर्म, वर्ण, लिंग, जात, जाति, उत्पत्ति, भाषा वा वैचारिक आस्था वा ती मध्ये कुनै कुराको आधारमा भेदभाव गरिने छैन। तर महिला, दलित, आदिवासी, जनजाति, मधेसी वा किसान, मजदुर वा अर्थिक, सामाजिक वा सांस्कृतिक दृष्टिले पिछ्छिएको वर्ग वा बालक, बृद्ध तथा अपांग वा शारीरिक वा मानसिक रूपले अशक्त व्यक्तिको संरक्षण, सशक्तीकरण वा विकासको लागि कानूनद्वारा विशेष व्यवस्था गर्न रोक लगाएको मानिनेछैन।’

महिला र पुरुषको सह-अस्तित्वबाट नै समाजको निर्माण हुन्छ र समाजको विकासबाट नै राष्ट्रको निर्माण हुन्छ। विशेषगरी विश्वको कुल जनसंख्याको आधा हिस्सा ओगटेका महिलाहरू आज एक्काइसौं शताब्दीमा आइपुग्दासम्म पनि पुरुषको दाँजोमा हरेक क्षेत्रमा पछाडि परिरहेका छन्। महिला र पुरुष एक रथका दुई पाङ्गा हुन् भनिन्छ तर पनि व्याप्त पितृसत्तात्मक विभेदको कारण संसारभरका महिलाहरूले महिला अधिकार र समान अवसरको लागि सयौं वर्षदेखि लडाइँ लडिरहनुपरेको छ, निरन्तररूपमा लड्दै जानुपर्ने पनि निश्चित छ।

महिलाअधिकारको कुरा गर्दा सन् १९१८ अघि महिलालाई मताधिकार थिएन। बेलायतजस्तो संसारकै ‘महान् प्रजातन्त्रवादी’ देशमा पनि महिलाले अधिकार पाउन विश्वयुद्धमा रगत-पसिना बगाउनुपरेको थियो। प्रथम विश्वयुद्धमा महिलाले खेलेको भूमिकाको



राधा सिम्खडा

व.प्र.अ., किताब शाखा

कदरस्वरूप नै सन् १९१८ मा सर्वप्रथम बेलायतले महिलालाई मताधिकार दियो, तर उमेरको हदबन्दी तोकेर मात्र। बेलायतमा ३० वर्ष उमेर पुगेपछि मात्र महिलाले मत दिन पाउने भए। उमेरको यो हदबन्दी सन् १९२८ मा मात्र समाप्त भई महिलाहरूले पनि पुरुषसह समानरूपमा मताधिकार प्राप्त गरे। जर्ज वासिङ्टनले अमेरिकाबाट बेलायती उपनिवेशको अन्त्य गरे, तर आफ्नै देशका महिलाहरूलाई अधिकार दिएनन्। अमेरिकी महिलाले सन् १९१९ अर्थात् करिब १ सय ३० वर्षपछि मात्र भोट दिने अधिकार पाए। एउटा लिंगमाथि गरिएको यो आन्तरिक उपनिवेश थियो। अमेरिकामा पनि महिलाले अधिकार पाउन अमेरिकी संविधानको १९ औं संशोधन पखनुपरेको थियो। सन् १९४८ को गृहयुद्धपछि स्वीटजरल्यान्ड संघीय संरचनामा गयो तर त्यहाँ महिलाले मताधिकार पाउन १२३ वर्ष कुनुपर्ने भयो। सन् १९७१ मा मात्र स्वीटजरल्यान्डका महिलाले मताधिकार प्राप्त गरे। स्वीटजरल्यान्डको अझ आश्चर्य र विडम्बनायुक्त तथ्य के छ भने त्यहाँका २५ वटा राज्यमा १३ वटा राज्यले मात्र महिलालाई मताधिकार दिनुपर्छ भन्ने निर्णय गरे र १२ वटा राज्यले महिलालाई मताधिकार दिनुहुन्न भन्ने निर्णय गरेकोले आजका मितिसम्म ती १२ वटा राज्यमा पुरुषले मात्र भोट हाल्छन्। नेपालमा सन् १९५९ अर्थात् २०१५ सालदेखि मात्र महिलालाई मत हाल्ने अधिकार प्राप्त भयो। जुन बेला द्वारिकादेवी ठकुरानी नेपालको पहिलो महिलामन्त्री थिइन्। चीनको संविधानमा भने त्यस बेला पनि महिलालाई पुरुषसह हरेक क्षेत्रमा समान अधिकारको व्यवस्था गरिएको थियो। चिनियाँ महिलालाई राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक र पारिवारिक अधिकारसमेत समान हुनेछ भनेर संविधानमा उल्लेख गरिएको थियो। तर संसारका अधिकांश मुलुकको संविधानमा महिलालाई राजनीतिक अधिकारको साथसाथै अन्य विभिन्न क्षेत्रहरूमा समान अधिकार दिएको पाइन्न।



अभ्र कतिपय मुलुकहरूमा आजसम्म पनि महिलाले पढ्न गएको निहुँमा दुवै हातका औला काटिएको र गाडी चलाएको निहुँमा कोरा खानुपरेका समाचारहरू पत्रपत्रिकाहरूमा बराबर पढ्न पाइन्छ, जुन महिलामाथिको जघन्य हिंसा हो । नेपालमा २०६२/६३ को जनआन्दोलनमा समानता र स्वतन्त्रताका लागि सयौं महिलाहरूले त्याग गरे । तत्पश्चात् नेपाली महिलाहरूलाई लोकतन्त्रले ३३ प्रतिशत राजनीतिक अधिकार आरक्षण गरेको छ, जुन आरक्षण राज्यका प्रत्येक तह र क्षेत्रमा लागू गरी 'जहाँ पुरुष त्यहाँ महिला' को अनिवार्यतालाई संविधानमार्फत व्यवस्था गरी कार्यान्वयन गर्न सकियो भने मात्र शहीदको रगतको सही मूल्यांकन हुन्छ ।

आजको विश्वव्यापीकरण, शिक्षा र सञ्चारको विकासले महिलाहरू पनि धेरै शिक्षित भैसकेका छन् । आज विश्वमा महिलाहरू पनि पुरुषसह हरेक क्षेत्रमा अग्रसर छन् र सफल पनि भएका छन् । यसबाट के देखिन्छ भने महिलाहरू पनि पुरुषको दाँजोमा कमजोर छैनन्, अवसर र जिम्मेवारी पाएमा उनीहरू पनि पुरुषसह नै देश विकासमा सहभागी बन्न सक्छन् भन्ने तथ्यगत पुष्टि भैसकेको छ, जुन कुरा आज संसारभरका महिलाहरूले प्रमाणित गरेर देखाइसकेका छन् । महिलाहरूले समान अवसर पाएमा राज्य सञ्चालनका हरेक क्षेत्रमा सृजनात्मक र रचनात्मकरूपमा क्रियाशील हुन सक्छन् । घरायसी काममा १८ घण्टासम्म खट्न सक्ने महिला अवसर र जिम्मेवारी पाएमा देश विकासमा पनि त्यत्तिकै सक्रिय भएर लाग्न सक्छन्, केवल राज्यले महिलाहरूको इच्छाशक्ति, परिश्रम र लगनशीलतालाई ध्यानमा राखेर राष्ट्रनिर्माणमा महिलाहरूलाई पनि अनिवार्यरूपले सहभागी गराउन सक्नुपर्छ । यो नै आजको आवश्यकता हो । तसर्थ समाजमा महिलाको योगदान अतुलनीय छ तर कदर हुन मात्र बाँकी छ । भविष्यको आशाको सुनिश्चितताको लागि आजका युवा महिलाहरूलाई उचित शिक्षा, सीप र समान पहुँचको अवसर दिनुपर्दछ । संविधान र कानूनले महिलालाई लिंगको आधारमा विभेद गरिनेछैन भने पनि अभै पनि शिक्षा र स्वास्थ्यमा महिलाको सहज पहुँच बनेको छैन । जसको कारण महिलाहरू शारीरिक र मानसिक रूपमा कमजोर हुन पुग्छन् । बच्चा जन्माउनु, हुर्काउनु र घर व्यवहार पनि महिलाले नै सम्हाल्नुपर्ने भएकोले घरभित्र र बाहिरको दोहोरो जिम्मेवारी बहन गर्नुपर्ने भएको कारणले महिलाहरू पुरुषको दाँजोमा रोजगारीका अवसरहरू प्राप्त गर्न पनि पछ्याडि परिरहेका छन् । यसबाट महिला मात्र होइन सिंगो समाज नै प्रभावित भएको छ । एक जना पुरुष शिक्षित बन्यो भने ऊ एक जना मात्र शिक्षित बन्छ तर एक जना महिला शिक्षित बनिन् भने एउटा सिंगो परिवार नै शिक्षित बन्छ । जुन परिवारमा महिला र पुरुष दुवै रोजगार छन् भने त्यो

परिवारको पारिवारिक माहोल नै फरक हुन्छ । सामाजिक, आर्थिक र पारिवारिक रूपमा पनि धेरै सबल र सक्षम हुन्छ ।

नेपालको सन्दर्भमा भन्नुपर्दा सम्पन्न परिवार होस् वा विपन्न परिवारमा होस्, महिलाहरूले यी नै सामाजिक असमानताका कारण पुरुषसह जीवन जिउन पाइरहेका छैनन् । आफ्नै परिवारका सदस्यहरूबाट अपहेलित भएर नारकीय जीवन बिताउन र अकालमा मृत्युवरण गर्न महिलाहरू विवश छन् । अंश, वंश र अधिकारमा छोरीलाई छोरासह मान्यता दिन हाम्रो समाज अभै पनि तत्पर छैन । धार्मिक अन्धविश्वास, कुसंस्कार, शिक्षाको कमी, पैंत्रिक सम्पत्तिमा छोरासहको पहुँचमा कमी, महिलाअधिकारसम्बन्धी नीति-नियमहरू कागजमा मात्र सीमित रहनु र व्यवहारमा कार्यान्वयन हुन नसक्नु आदिजस्ता कारणले महिलाहरूमाथि अभै पनि हिंसा भैरहेको छ । शिक्षित र सम्भ्रान्त परिवारमा पनि वंश धान्नको लागि र मृत्युपछिको संस्कार गर्न छोरा नै चाहिन्छ भन्ने धार्मिक अन्धविश्वास र कुसंस्कारले गर्दा छोराको चाहनामा बालिका शिशुको गर्भमा नै भ्रूणहत्या गरिन्छ । जन्मपछि पनि कतिपय परिवारमा छोरीहरूलाई अभै पनि शिशु र बाल्यावस्थादेखि नै आहार र शिक्षादीक्षामा विभेद गरिन्छ । छोरीलाई सानै उमेरमा विहे गरेर पठाइदिने, छोरी अरुको धरमा जाने जात भएकोले छोरीलाई छोरासह शिक्षा हासिल गर्ने अवसर दिन हिचक्याउने, विदेशमा अध्ययन गर्न जानबाट बञ्चित गर्ने चलन अहिले पनि विशेष गरी ग्रामीण क्षेत्रमा व्याप्त छ, जुन मानसिक हिंसाको अर्को रूप हो । विवाहपश्चात् पनि महिलाहरूले अर्काको घरमा अनेक किसिमका शारीरिक र मानसिक पीडा सहनुपर्ने, दाइजो नल्याएको र छोरा जन्माउन नसकेको निहुँमा बर्सेनि कैयौं महिलाले आफ्नै पति, सासू, ससुरा, नन्द, देवरको हातबाट मृत्युवरण गर्नुपरेका घटनाहरू हाम्रो समाजमा प्रशस्त घटिरहेको पाइन्छ । कतिपय बाबु र दाजुबाटै पनि महिलाहरू बेचिएका छन् भने कतिपयलाई यौनशोषण र देहव्यापारमा लगाइएका घटनाहरू पनि छन् । त्यस्तै एउटा विधुरले आफूले चाहेमा जुनसुकै बेला पनि अर्को विहे गर्न सक्छ, चाहे ऊ ८० वर्षको नै किन नहोस्, विवाह नगरी बस्दा उसको स्याहार-सम्भार पुग्दैन भनेर सकेसम्म अर्को विहे गर्न समाजले नै प्रोत्साहन गर्छ । तर एउटी महिला जो २०-२२ वर्षको कलिलो उमेरमा विधवा भइन् भने पनि समाजले उनलाई आजीवन विधवाको रूपमा एकलो जीवन बिताएको हेर्न चाहन्छ, र विधवालाई कुनै पनि पुरुषले सहजै विहे गर्न पनि चाहँदैन । यो सामाजिक विभेद र कुसंस्कार महिला र पुरुषबीचको असमानताको जड हो । अहिले पनि हाम्रो समाजमा अधिकांश महिलाहरू पुरुषहरूकै सेवामा समर्पित भैरहेका हुन्छन्, चाहे पत्नीको



रुपमा होस्, चाहे आमाको रुपमा होस्, चाहे छोरीको रुपमा किन नहोस्, उनीहरु जहिले पनि पुरुषहरुबाटै संरक्षित हुन्छन्। त्यसैले महिलाहरु स्वतन्त्ररुपमा कहिल्यै पनि बाँचेका हुँदैनन्, आफ्नो लागि भन्दा अरुको लागि बाँच्न विवश हुन्छन्। महिलालाई मानवको स्तरमा भन्दा वस्तुको स्तरमा हेरिन्छ, यसलाई जसरी उपभोग गरे पनि हुन्छ भन्ने मानसिकताले पुरुषहरु अझ पनि ग्रसित रहेको पाइन्छ। यसरी महिलालाई हेर्ने सोचमा अझै पनि परिवर्तन गर्न सकिएन भने जसरी पक्षघातले ग्रसित मानिसका शरीरका अंगहरुले राम्रो काम गर्न सक्दैनन्, त्यसै गरी पारिवारिक जीवनमा आधा अंग मानिएका महिलाहरुमाथि बराबर हिंसा हुने हो भने र महिलालाई समान अधिकार र अवसर नदिने हो भने हाम्रो समाज पनि पक्षघातको विरामीजस्तै अस्वस्थ हुन्छ। अझै सयौं वर्ष विकासको गतिमा पछाडि धकेलिन्छ।

संसारमा गरिवहरुमध्ये अधिकांश महिला नै छन्। दैनिक रुपमा ६६ प्रतिशत काम महिलाहरुले नै गरिराखेका हुन्छन्। अधिकांश महिलाहरुले दैनिक १८ घण्टा काम गर्छन् तर उनीहरुको कामको आर्थिक रुपमा मूल्यांकन गरिदैन, किनकि उनीहरुको कामबाट प्रत्यक्षरुपमा अर्थोपार्जन भएको देखिदैन। कृषि पेसामा ८० प्रतिशत महिलाहरु संलग्न भएका हुन्छन् तर पनि आमदानीको ५ प्रतिशत प्रतिफल पनि महिलाहरुले पाउन सकिरहेका हुँदैनन्। १ प्रतिशत मात्र सम्पत्तिमा महिलाहरुको पहुँच रहेको हुन्छ। जसले गर्दा आज जीवनको अन्तिम अवस्थामा पुगेका वृद्ध महिलाहरु आफ्नै सन्तानबाट बाटोमा ल्याएर फालिएका समाचारहरु बराबर सुनिन्छ। शिक्षाको विश्वव्यापी विकास भए पनि विद्यालय नजाने बालबालिकाहरुमा दुई तिहाइ बालिकाहरु नै पर्छन् र प्राथमिक तहमा विद्यालय परित्याग गर्ने पनि बालिकाहरुकै संख्या बढी छ। त्यस्तै निरक्षर प्रौढमध्ये ७५ प्रतिशत महिला नै पर्छन्। महिला तथा बालबालिकाहरु नै उचित स्वास्थ्य र शिक्षाबाट वञ्चित हुन्छन्। विश्वको आधा जनसंख्या ओगटे पनि महिलाहरुले राज्यसत्तामा १ प्रतिशत पनि स्थान पाउन सकिरहेका छैनन्। द्वन्द्व निरुपणको बेला वार्ताको टेबुलमा महिलाहरुलाई समावेश गराइँदैन, जबकि दिगो शान्तिको लागि उनीहरुको अनुभव र सक्रियता ज्यादै अपरिहार्य हुन्छ। महिलाको प्रतिभा, सीप, ऊर्जा र लगनशीलताको पूर्ण सदुपयोग गर्न नसक्नु मानवीय क्षमताको अवमूल्यन गर्नु हो। विभिन्न राष्ट्रको तथ्यांकले देखाएअनुसार महिलामा गरिने लगानी विकासको लागि भरपर्दो आधार हुन्छ। किनकि यस्तो लगानीको लाभ सम्पूर्ण परिवार र समुदायले समेत प्राप्त गर्न सक्छन्। विभिन्न वित्तीय संस्थाहरुको तथ्यांकबाट पनि के देखिन्छ भने, महिलाहरुले लिएका ऋण समयमा चुक्ता गर्छन्। किनकि उनीहरुमा इमानदारिता, नैतिकता, लगनशीलता र जवाफदेहिता बढी हुन्छ।

आधा आकाश ढाक्ने महिलालाई आधारस्तम्भको रुपमा लिनुपर्नेमा ज्यादै कम महत्व दिइन्छ। महिलालाई पारिवारिक दायित्वबाहेक सामाजिक विकासमा कुनै महत्वपूर्ण दायित्व निर्वाह गर्न दिनुपर्दा या त महिलाले जिम्मेवारी बहन गर्न सक्दैनन्, महिलाले काम गर्न सक्दैनन् भनेर हतोत्साहित गरिन्छ या निषेध नै गरिन्छ। यो एउटा यथार्थ हो कि आफ्ना आधा नागरिकलाई विकासको क्रममा पछाडि छाडेर कुनै पनि राष्ट्र विकासको गतिमा अगाडि बढ्न खोज्नु भनेको दिवास्वप्नजस्तै हुन्छ। यद्यपि संसारभर अधिकांश राष्ट्रहरुमा यही नै वास्तविकता पाइन्छ।

अमेरिकी विदेशमन्त्री हिलारी क्लिन्टनले भन्नुभएको छ- 'विश्वमै महिलाहरु उपयोग गर्न नसकिएका शक्ति हुन्। उनीहरुमा लगानी गर्न सके अन्तर्राष्ट्रिय विकासका लागि अत्यन्तै सशक्त साधन हामीले पाउनेछौं। लैंगिक समानताको प्रवर्द्धन गर्न सक्नु उचित मात्र होइन, बढ्याइपूर्ण कदम पनि हो।'

समय निकै परिवर्तन भइसकेको छ। यस्ता किसिमका सामाजिक असमानताहरुलाई हटाएर महिलालाई पनि पुरुषसरह विकासको मूलधारमा समाहित गरी राष्ट्रनिर्माणको महान् अभियानमा लाग्नको लागि राज्यले निम्न कार्यहरु गर्नुपर्ने हुन्छ।

- १) शिक्षाको विकासमा जोड दिनु।
- २) महिला छात्रवृत्ति र निःशुल्क शिक्षामा जोड दिनु।
- ३) महिलाको स्वास्थ्य र सुरक्षामा राज्यले विशेष ध्यान दिनु।
- ४) सञ्चारमा महिलाको समान पहुँच बनाउनु।
- ५) महिलाको श्रमको आर्थिक रुपमा मूल्यांकन गर्नु र महिलालाई रोजगारीको अवसरमा वृद्धि गर्नु। सकेसम्म 'एक परिवार एक महिला रोजगार' को नीतिलाई राज्यले अवलम्बन गर्नु।
- ६) राज्यका तीनै अंग व्यवस्थापिका, कार्यपालिका र न्यायपालिकाका साथै राज्यका विभिन्न निकायहरु र संघसंस्थाहरुमा पनि महिलाको समान सहभागिता र समान पहुँच बनाउनु।
- ७) राज्यको साधन र स्रोतमा महिलाको समान अधिकार हुनुपर्छ र वितरण प्रणालीमा पनि महिलालाई अनिवार्यरुपमा सहभागी गराइनु।
- ८) सम्पत्तिमा महिलाको समान अधिकार हुनु।
- ९) राजनीतिक नेतृत्व र नीति निर्माणको तहमा महिलाको समान पहुँच हुने व्यवस्था गर्नु।
- १०) महिलाहरु पछाडि परेकाले उनीहरुलाई अगाडि ल्याउनको लागि जुनसुकै क्षेत्रमा पनि महिलालाई पहिलो प्राथमिकता (Ladies First) दिने नीति अवलम्बन गराउनु।
- ११) महिलालाई तालिम, सेमिनार, गोष्ठीमा बढी भन्दा बढी सरिक गराई उनीहरुको नेतृत्व विकासमा जोड दिनु।



नेपाल टेलिकमले पनि कम्पनीको सेवालार्ई समावेशी बनाउन खुल्ला प्रतियोगिताद्वारा पूर्ति हुने पदमध्ये ४५ प्रतिशत पद छुट्याई सो प्रतिशतलाई शतप्रतिशत मानी देहायबमोजिम प्रतिशत निर्धारण गरी विज्ञापनबाट पदपूर्ति गर्ने गरेको छ ।

- क) महिला ३३ %, ख) आदिवासी/जनजाती २७ %, ग) मधेसी २२ %, घ) दलित ९ %, ङ) अपांग ५ %, च) पिछडिएको क्षेत्र ४ % ।

नेपाल टेलिकममा हाल करिब १२ % महिलाहरु मात्र कार्यरत छन्, जुन पुरुषहरुको दाँजोमा ज्यादै न्यून छ । कम्पनीमा बढीभन्दा बढी योग्य महिला कर्मचारीहरु भर्ना गरी उनीहरुको काम गर्ने इच्छाशक्ति, ज्ञान, सीप र लगनशीलतालाई कम्पनीले उपयोग गर्न सकेको खण्डमा अवश्य पनि देशमा रोजगारीको अवसरमा वृद्धि हुनुका साथै देशको आर्थिक उन्नतिमा समेत वृद्धि हुन्छ । आज महिलाहरु पनि पुरुषहरुजस्तै उच्च शिक्षा हासिल गरी योग्य भैसकेका छन् । केही वर्षयताको तथ्यांकलाई हेर्ने हो भने विभिन्न विधामा उच्च शिक्षा हासिल गर्ने महिलाहरुको संख्यामा उल्लेख्यरूपमा वृद्धि भएको पाइन्छ ।

नेपाल टेलिकमलाई सधैं नं. १ संस्थाको रूपमा बचाइराख्न वा आजको भन्दा राम्रो अवस्थामा लैजान र राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय क्षेत्रमा गुणस्तरीय सेवा उपलब्ध गराउनको लागि गर्नुपर्ने धेरै कार्यहरुमध्ये बजार व्यवस्थापन पनि एउटा प्रमुख कार्य हुन आउँछ । कम्पनीको कर्मचारी विनियमावली २०६१ मा कुनै खास तहको पदमा महिलाले मात्र भाग लिन पाउने गरी रिक्त पदको २० प्रतिशतसम्म छुट्याउन सकिने व्यवस्था भएकोले सो अनुसार कम्पनीको लागि आवश्यक पदहरुको विज्ञापन गरी विशेष गरी बजारशास्त्रमा स्नातक वा स्नातकोत्तर डिग्री हासिल गरेका योग्य महिलाहरुबीच खुल्ला प्रतिस्पर्दा गराएर उत्कृष्ट ठहरिएका महिलाहरुलाई कम्पनीको सेवामा प्रवेश गराई Marketing गराउन सकिएको खण्डमा अवश्य पनि कम्पनीले आफ्ना सेवाहरुको बजार व्यवस्थापन, बजार विस्तार, बजार सुदृढीकरण, बजार अनुगमन तथा वितरित वा विस्तारित सेवाहरुको गुणस्तरमा आवश्यक सुधार ल्याई जनताको मन जित्न सक्नेछ ।

नेपाल टेलिकमले महिला कर्मचारीहरुको हितलाई ध्यानमा राखी कर्मचारी विनियमावली २०६१ मा केही विशेष व्यवस्था गरेको छ । जुन यस प्रकार छ ।

- १) महिला कर्मचारीलाई ६ महिना परीक्षणकाल भए पुग्ने ।
- २) महिलालाई कार्यसम्पादन मूल्यांकनमा एक तहमाथिको भौगोलिक क्षेत्रको अंक दिने ।
- ३) महिला कर्मचारीले एक वर्षपहिले बढुवाको लागि सम्भाव्य उम्मेदवार हुन पाउने ।
- ४) कुनै खास तहको पदमा महिलाले मात्र भाग लिन पाउने गरी रिक्त पदको २० प्रतिशतसम्म छुट्याउन सकिने व्यवस्था भएको (तर हालसम्म कार्यान्वयनमा आएको छैन) ।
- ५) प्रसूति विदा लिएका महिला कर्मचारीहरुले चाहेमा कुनै पनि विदाबाट कट्टा नहुने गरी बढीमा थप ६ महिनासम्म बेतलबी प्रसूति विदा लिन सक्नेछन् । सो अवधि नोकरी अवधिमा जोडिनेछ ।
- ६) प्रसूति विदा पाउने महिला कर्मचारीलाई शिशु स्याहारबापत बढीमा २ सन्तानसम्मको लागि प्रतिसन्तान रु. ५,००० का दरले शिशु स्याहार खर्च उपलब्ध गराउने । पुरुष कर्मचारीहरुले पनि श्रीमती सुत्केरी हुँदा स्याहारसुसारको लागि एक पटकमा १५ दिन र तमाम नोकरी अवधि भर २ पटकसम्म सुत्केरी स्याहार विदा पाउने व्यवस्था छ ।
- ७) विवाहित वा अविवाहित महिला कर्मचारीले बाबु, आमा तथा सासू-ससुरा परलोक भएमा १५ दिन क्रिया विदा पाउनेछन् । अन्ततः महिला र पुरुष एकै सिक्काका दुई पाटा भएकाले समाजको विकासको लागि महिला र पुरुष दुवै पक्षको समानरूपले विकास हुनु अत्यन्त जरुरी छ । राज्यले महिला र पुरुष दुवैलाई समान अधिकार, समान अवसर र जिम्मेवारी दिई पुरुषसहर नै महिलाको ज्ञान, श्रम, सीप, इमानदारिता, लगनशीलता, कर्तव्यनिष्ठता र सहनशीलताको कदर र उचित मूल्यांकन गरी राज्यका नीति, निर्देशन, संविधान, नियम, कानूनमा समेत व्यवस्था गरी राज्यका हरेक क्षेत्र र तहमा नारी र पुरुषलाई समानरूपमा सहभागी गराउने नीति तर्जुमा गरी सक्रिय रूपमा कार्यान्वयनमा ल्याउन सके मात्र देशको उन्नति हुन सक्छ, अन्यथा एक खुट्टाको दौडजस्तै विलम्ब हुन्छ भन्नुमा कुनै अत्युक्ति हुँदैन । ●

You have not lived today until you have done something for someone who can never repay you.

— John Bunyan.

Radio Frequency Spectrum: A Limited Natural Resource

A radio wave is an electromagnetic wave propagated by an antenna. Radio waves have different frequencies, and by tuning a radio receiver to a specific frequency you can pick up a specific signal.

When you listen to a radio station and the announcer says, "You are listening to 96.1 FM" what the announcer means is that you are listening to a radio station broadcasting an FM radio signal at a frequency of 96.1 MHz. MHz means "millions of cycles per second," so "96.1 MHz" means that the transmitter at the radio station is oscillating at a frequency of 96,100,000 cycles per second. Your FM (frequency modulated) radio can tune in to that specific frequency and give you clear reception of that station. All FM radio stations transmit in a band of frequencies between 88 MHz and 108 MHz. This band of the radio spectrum is used for no other purpose but FM radio broadcasts.

In the same way, AM radio is confined to a band from 535 kilohertz to 1,700 kilohertz (kilo meaning "thousands," so 535,000 to 1,700,000 cycles per second).

Common radio frequency bands include the following:

- 535 kHz - 1.6 MHz: AM Radio stations.
- 54 MHz - 72 MHz: Television (channels 2-4).
- 76 MHz - 88 MHz: Television (channels 5-6).
- 88 MHz - 108 MHz: FM radio.
- 174 MHz - 216 MHz: Television (channels 7-13).
- 470 MHz - 806 MHz: Television (channels 14-69).

What is funny is that every wireless technology you can imagine has its own little band. There are hundreds of them! For example:

- Garage door openers, alarm systems, etc. - Around 40 MHz
- Standard cordless phones: Bands from 40 to 50 MHz
- Radio controlled airplanes: Around 72 MHz, which is different from...
- Radio controlled cars: Around 75 MHz
- Air traffic control radar: 960 to 1,215 MHz
- Global Positioning System: 1,227 and 1,575 MHz



By: Jagdish Lekhak

BE (NIT,Rourkela), ME (Pulchowk Campus)
Telecom Engineer, NT Chabahil

The system of frequency allocation is fairly archaic, and tradition dictates much of its design. The lower frequencies are allocated to the oldest services, such as maritime communication and navigation, aeronautical communication and navigation, and AM radio. Many regions of the spectrum, such as those devoted to radio navigation, have been technologically supplanted (in this case by GPS, the global positioning system, a satellite-based global navigation system). Huge portions of the spectrum are wasted on television broadcasts, and even more have been recently allocated to allow for simultaneous digital and analog transmission during a transition phase to an all digital television system. But it is difficult to reclaim these regions of the spectrum because residual uses remain. Partly as a consequence, it has become extremely difficult to find unused radio spectrum for new services. Cellular telephony, for example, has undoubtedly had its growth constrained by the shortage of available bandwidth. Hence radio frequency spectrum is a limited resource.

Cellular mobile communication is one of the major branches of wireless communication which gives mobility and service to the user. The main technologies that are currently being used are GSM (Global System for Mobile) and CDMA (Code Division Multiple Access). GSM technology works in the frequency bands of 900MHz and 1800MHz while CDMA technology works in 800MHz. In Nepal, NTC and Ncell have adopted GSM system, while Sky phone use CDMA technology.



Although both GSM and CDMA divide their available frequency band into channels, the main difference between these two technologies is GSM uses certain number of frequency channels in a cell and each user get their own frequency channel, while CDMA uses only one frequency channel in a cell with proper allocation of PN (pseudo-random) code to each user. PN code is a special set of numbers which is mixed with the modulated signal during transmission and transmitted message can be decoded only with the same PN code.

Spectrum can neither be created nor be destroyed. It is the use of spectrum, which can be regulated so as to maximize its usage, given its capabilities and constraints. Thus, the process of spectrum management or radio regulation is different from other regulations in general parlance. An evaluation of the interference potential to and from a new station is an integral part of radio regulatory mechanism requiring an in-depth analysis of technical characteristics of the station and its environment.

In fact, factors that affect the management of spectrum include number of wireless stations and types of services and applications. With an increase in the number of wireless stations, the pollution of electromagnetic environment increases. Similarly, the need to regulate and avoid conflicts in coexistence increases with increasing wireless applications and technologies.

So, at the end of it, spectrum management is the combination of technical and administrative procedures, necessary to ensure orderly and efficient operations in country without causing interference between the spectrum usages of different services. And assigning different radio frequencies for various applications is the basic function of spectrum management. In other words, spectrum management is the process of regulating the use of radio frequencies to promote efficient use and gain a net social benefit.[1] The term radio spectrum typically refers to the full frequency range from 3 kHz to 300 GHz that may be used for wireless communication. Increasing demand for services such as mobile telephones and many others has required changes in the philosophy of spectrum management. Demand for wireless broadband has soared due to technological innovation, such as 3G and 4G mobile services, and the rapid expansion of wireless internet

services. Since the 1930s, spectrum was assigned through administrative licensing. Limited by technology, signal interference was once considered as a major problem of spectrum use. Therefore, exclusive licensing was established to protect licensees' signals. This former practice of discrete bands licensed to groups of similar services is giving way, in many countries, to a "spectrum auction" model that is intended to speed technological innovation and improve the efficiency of spectrum use. During the experimental process of spectrum assignment, other approaches have also been carried out, namely, lotteries, unlicensed access and privatization of spectrum.

The electromagnetic spectrum is in demand, not only for traditional uses but also for traditional uses such as broadcasting but also, increasingly, for new forms of mobile communications. How should governments decide who has right to use the spectrum? Four methods have been used:

- Administrative process
- Lottery
- First come first served
- Auction

Out of four methods auction works better than the other spectrum –allocation methods. Auctions

- Are transparent and fair
- Generate revenue for the government
- Assigns licenses to firms quickly and economically

However, as for Nepal, above methods of spectrum allocation might not be suitable for all the operators operating wireless communications. Hence some variable spectrum pricing/mixed spectrum pricing would be better to be employed rather employing a fixed pricing. It could be a matter of debate and NTA (Nepal Telecommunication Authority) should look upon this matter.

As spectrum is a scarce resource, its equitable allotment for systems using different technologies seems to be the solution. The government while formulating its spectrum policy should try to create a flexible and technology neutral regime to allow new technologies equal access to spectrum. Also try to bring about transparency and openness in the spectrum allotment process so that this scarce natural resource (radio frequency) is put to its optimal use in a more efficient manner.

आवश्यकता हाम्रो एकताको



टोपाराम पोखेल

नेपाल टेलिकम, कीर्तिपुर

रोग लाग्यो, असाध्यै तिमीलाई टेलिकम
घट्नु साटो बढिरहेछ, ज्वरो भन-भन ।
तिम्रो गुण गाउनेहरु आज गाली गर्दछन्
हिजो भर्खर जन्मेकाको विज्ञापनमा पर्दछन् ।

उन्को दोष नै नदेखिने बल्ल बालकजस्ता छन्
सिर्फ तिमीलाई दोषी चशमा लगाएर हेर्दछन् ।
२० प्रतिशत जम्मा गर्दछौ राज्यकोषमा तिमी
तर पनि राज्यबाट उपेक्षित छौ टेलिकम ।

सुनको अण्डा दिने तिमीलाई सिध्याउनै खोज्दै छन्
अण्डा मात्र कहाँ हो र, मान्न नै खोज्दै छन् ।
अरुहरु राजनीतिको संरक्षणमा जाँदै छन्
कति ठाउँ त कर्मचारी दलदलमा फस्दै छन् ।

कस्ले गर्ने यसको रक्षा मुख अरुको ताक्दै छौ
कर्मचारी पाँच चिरा आफ्-आफै लड्दै छौ ।
देशमा जे-जे कचिङ्गल छ यहाँ पनि त्यही छ
राजनीति घरैभित्र आगो बलिराख्या छ ।

बचाउने भए श्वास चल्दै बचाऊ
लास भई सकेपछि के गरेर बचाऊ ।
हामी बाहेक अरु को पो उठी बस्छ र
हाम्रो घरको चुल्हो बाल्न हामीलाई पो कर छ ।

बिचरा ती गाउँका मान्छे भोकभोकै मर्दै छन्
रुई फुई नभई लुगलुग काँपिरहेछन् ।
जिन्दगीमा मोबाइल समाएकै छैनन्
इन्टरनेट के हो भन्ने बुझेका नै छैनन् ।

एक अवसरले भयौं हामी कर्मचारी
त्यही अवसर नपाएर ऊ छ बेरोजगारी ।
मौका फाइदा उठाएर नगरुं है मनपरी
दुरुपयोग अब त कुर्सीको नगरौं हे हरी ।

नेपाल टेलिकमको कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन प्रणालीमा सुधार : आवश्यकता र प्रक्रिया

Performance evaluation is the systematic, periodic evaluation of individuals with respect to their performance on the job and their potential for development.'

- Dale S. Beach

कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन गर्नुको मूल उद्देश्य कर्मचारीहरूमा उत्प्रेरणा जगाई संस्थाप्रतिको उत्तरदायित्व स्थापना गर्नु हो । कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन गर्दा कर्मचारीको कार्यप्रगतिको यकिन गर्ने, मापदण्ड र सम्पादित कार्यबीचको दूरी वा कमी-कमजोरी (Performance Gap) पत्ता लगाई सोको सम्बन्धमा पृष्ठपोषण लिने-दिने गरिन्छ । जसबाट Performance based Reward-System, तालिम तथा विकाससम्बन्धी निर्णय, सरुवा, बढुवा, कर्मचारी छनोट, उत्तराधिकारी योजना जस्ता व्यवस्थापकीय अभ्यासहरू अपनाउन मद्दत मिल्छ । यसर्थ कुनै पनि संस्थाको प्रभावकारी व्यवस्थापनमा का.स.मू.को भूमिका महत्वपूर्ण हुन्छ ।

हालको प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा करिब ७,००० कर्मचारीहरूको कार्यसम्पादनको उचित एवं प्रभावकारी मूल्याङ्कन हुनु नितान्त आवश्यक भैसकेको छ । यसको लागि विद्यमान अवस्थामा प्रयोग गरिएको का.स.मू. प्रक्रियामा रहेका कमी-कमजोरीहरू पहिचान गर्नु सान्दर्भिक हुन्छ । प्रथमतः कर्मचारीहरूको पदानुरूप गरिनुपर्ने कार्यको मापदण्ड निर्धारण नभएको कारणले सम्पादित कार्यको मूल्याङ्कन गर्ने आधार निर्धारण गर्न कठिनाई रहेको छ । कतिपय कर्मचारीहरूमा मूल्याङ्कन फारम भर्ने तरिकाबारे राम्रो ज्ञान भएकोले कार्य गरेको विवरण उल्लेख गर्नुपर्ने कोलममा पदसँग मिल्दोजुल्दो आफूखुशी तरिकाले कार्य भर्ने गरेको तथा मूल्याङ्कनकर्ताले समेत उक्त कार्यहरू गरेको हो/होइन, यकिन गरी हेर्ने गरेको छ भन्ने आधारसमेत छैन । जसले गर्दा कर्मचारीहरूको नजरमा विद्यमान व्यवस्था कार्यक्षमताको आधारमा नभई मूल्याङ्कनकर्ताको स्वविवेकमा हुने गरेको भन्ने गुनासो रहेको पाइन्छ । आ.व.को अन्तिममा मूल्याङ्कन गरिने हुँदा कथंकदाचित का.प्र. परिवर्तन भएमा नयाँ कार्यालय प्रमुख (मूल्याङ्कनकर्ता) बाट मूल्याङ्कन गरिनुले उचित मूल्याङ्कन हुन नसक्ने सम्भावना रहने हुन्छ । मूल्याङ्कनकर्ताले राम्रा-नराम्रा सबैलाई समानरूपमा उच्च मूल्याङ्कन गर्नु र यदाकदा उत्कृष्ट कर्मचारीहरूको समेत उच्च मूल्याङ्कन हुन सकेको छैन । कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन पूर्णतया गोप्य



माधव प्रसाद कुईकेल

स.व्या.अ.

चेन्ज मेनेजमेन्ट विभाग

राखिएको तथा मूल्याङ्कनको पृष्ठपोषण नदिइनाले कर्मचारीले आफ्नो कमी-कमजोरी तथा सुधार गर्नुपर्ने पक्षबारे जानकारी हासिल गर्न सक्दैनन् ।

उपरोक्त अवस्थाले गर्दा कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन आधार परम्परागतरूपमा मात्र प्रयोग हुने भई संस्थाको साथै कर्मचारीको उत्पादकत्व वृद्धिमा यसले असर पार्न सक्छ । यस्ता समस्याहरूको कारण केलाउने हो भने मुख्यरूपले निम्न कुराहरू जिम्मेवार छन् :-

- सम्पादन गर्नुपर्ने कार्यको मापदण्ड नहुनु, लक्ष्य निर्धारण गर्दा आवश्यक मात्रामा कर्मचारीहरूसँग छलफल नगरिनु ।
- प्रशासनिक, तथा कतिपय प्राविधिक सेवामा कार्यरत कर्मचारीहरूको कामको प्रकृतिअनुसार परिमाण, लागत र समय यकिन नहुने हुँदा वर्तमान का.स.मू. फारम आफैमा त्रुटिपूर्ण रहेको ।
- मूल्याङ्कन फारमविना अध्ययन भरिने गरेको र उपलब्धि र लक्ष्यको उचित मापन हुने नगरेको अवस्था रहेको ।
- विभिन्न तहको कार्यप्रकृति फरक-फरक भए तापनि का.स.मू. फारम एउटै भएकोले उचित मूल्याङ्कनका सूचक नसमेटिएको ।
- मूल्याङ्कनकर्ताले कर्मचारीको मूल्याङ्कन गर्दा खासै जवाफदेहिता राख्नु नपर्ने ।
- पूर्णतया गोप्य राखिनु ।
- पारदर्शी नहुनु एवं प्रतिक्रियात्मक नहुनु (No Feedback) ।
- वर्षमा एक पटक मात्र मूल्याङ्कन गरिनु ।
- मूल्याङ्कनकर्ता दैनिक कामको सुपरीवेक्षक (Immediate Supervisor) नभई, कार्यालय प्रमुख, विभागीय प्रमुख वा निर्देशक हुने गरेको ।



- कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन पदोन्नतिको लागि मात्र सीमित रहनु ।

कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन गर्दा सर्वप्रथम कार्यसम्पादनको मापदण्ड तोकिएको उपयुक्त हुन्छ । यसको लागि कर्मचारीलाई कार्य-विवरण (Job Description) प्रदान गरी सम्बन्धित पदको काम, कर्तव्य र अधिकार तोकिएको साथै मूल्याङ्कनका वस्तुगत आधारहरू समेत वस्तुगतरूपमा कर्मचारीलाई जानकारी गराइनुपर्छ । मूल्याङ्कनका आधारहरू तय गर्दा समसामयिक, भरपर्दो, व्यावहारिक एवं व्यावसायिक पक्षलाई ध्यान दिनुपर्दछ । मूल्याङ्कनपश्चात् सम्बन्धित कर्मचारीलाई उसको कामको स्तर, राम्रो-नराम्रो पक्ष तथा अपेक्षित परिणामबारे पृष्ठपोषण (Feedback) दिइएमा उसको भावी कार्यसम्पादनमा सुधारको अपेक्षा गर्न सकिन्छ । कार्यसम्पादन मूल्याङ्कनको लागि कार्य-मापदण्ड, तुलनात्मक वा संस्थागत उद्देश्य लक्षित विभिन्न पद्धति अपनाउन सकिन्छ । विधि संस्थागत आवश्यकता एवं कर्मचारीहरूका विचार एवं सुझावलाई समेत समेट्ने प्रकारको हुनु युक्तिसंगत हुन्छ । यथासम्भव कर्मचारीहरूको धारणाअनुसार का.स. मूल्याङ्कनले कर्मचारीहरूलाई निम्नानुसार जानकार एवं सूचित गराएमा संस्थागत उद्देश्य प्राप्तिसमा सामञ्जस्यता कायम हुन सक्छ :

- संस्थाले कामदारबाट के चाहेको छ ?
- उसको कार्य के-कति र कसरी सम्पन्न भएको छ ? जसले गर्दा कार्यसम्पादनमा सुधार गर्न सहयोग हुन्छ ।
- र, राम्रो कार्यलाई पुरस्कृत गर्ने प्रथाको शुरुआत हुनुपर्ने ।

तसर्थ, वर्तमान कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन प्रक्रियामा सकारात्मक परिवर्तन आवश्यक छ । यसै सन्दर्भमा परिवर्तित कार्य सम्पादन मूल्याङ्कनमा समाहित गर्नुपर्ने विषयहरू तथा प्रक्रियाको सम्बन्धमा नेपाल टेलिकममा भएका विभिन्न अध्ययन प्रतिवेदनहरूमा समावेशसमेत भएको पाइन्छ ।

- तह १ देखि ३ सम्म वार्षिक तथा तह ४-११ सम्म अर्धवार्षिक रूपमा कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन फारम भरिनु उपयुक्त हुने ।
- अर्धवार्षिक रूपमा गरिने कार्य सम्पादन मूल्याङ्कनको हकमा पहिलो ६ महिनाको मूल्याङ्कन पारदर्शीरूपमा तोकिएको ढाँचामा २ प्रति फारम भरी सम्बन्धित कर्मचारीहरूले आफूले गर्नुपर्ने निर्धारित तथा सम्पादित कार्यहरू, कुनै कार्यहरू सम्पन्न हुन नसकेको भए कारणसहित उल्लेख गरी सुपरिवेक्षकसमक्ष पेस गर्ने । त्यसरी पेस भएको फारम सम्बन्धित सुपरिवेक्षकले मूल्याङ्कनको स्तर, पृष्ठपोषण (Feedback) वा धारणा १ प्रति सम्बन्धित कर्मचारीलाई फिर्ता दिने । कर्मचारीले सुपरिवेक्षकको मूल्याङ्कन, पृष्ठपोषक

वा धारणाप्रति केही भनाइ वा प्रतिक्रिया भए निश्चित अवधिभित्र सुपरिवेक्षकसमक्ष पेस गर्नेछ । तत्पश्चात् सुपरिवेक्षकले पुनरवलोकनकर्तासमक्ष उक्त फारम पेस गर्ने ।

- वार्षिक रूपमा भरिने कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन फारममा सम्बन्धित कर्मचारीको प्रतिक्रिया लिनु नपर्ने हुँदा पृष्ठपोषणसमेत दिनु नपर्ने । वार्षिक कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन अङ्कको हकमा उक्त वार्षिक र अर्धवार्षिक कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन फारममा सुपरिवेक्षकले दिएको कुल अङ्कलाई जोडी औसत अङ्कलाई सुपरिवेक्षकले दिएको वार्षिक अङ्क मानिने ।
- अर्धवार्षिक तथा वार्षिक कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन फारम निर्दिष्ट समयमा नभर्ने कर्मचारी र अर्धवार्षिक कार्य सम्पादन मूल्याङ्कनको हकमा समयमा नै जाँच गरी पृष्ठपोषक नदिने सुपरिवेक्षकलाई विभागीय कारवाही गर्न सकिने ।
- मूल्याङ्कन पद्धति अङ्कमा गर्ने । बटुवा सिफारिसको कुल १०० अङ्कमध्ये कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन बापत ५० अङ्क, भौगोलिक बापत २० अङ्क, शैक्षिक योग्यताबापत १२ अङ्क, ज्येष्ठताबापत १६ अङ्क (प्रतिवर्ष २ अङ्कको दरले) तथा कार्यालय प्रमुखबापत २ अङ्क रहने ।
- कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन बापत ५० अङ्कमध्ये समकक्षी/मातहतका कर्मचारीले ५ अङ्क, सुपरिवेक्षकले २५ अङ्क, पुनरवलोकनकर्ताले १२ अङ्क र पुनरवलोकन समितिले ८ अङ्कसम्म दिन सक्नेछन् ।
- सुपरिवेक्षकको मूल्याङ्कनमध्ये न्यूनतम अङ्क २.५ देखि अधिकतम ५ अङ्कसम्म मातहत तथा समकक्षीले समेत दिनुपर्ने । सुपरिवेक्षकको मूल्याङ्कन मातहत तथा समकक्षीबाट समेत गर्नाले कर्मचारी तथा सुपरिवेक्षकबीच विभागीय समन्वय कायम गर्न मद्दत मिल्छ ।
- समकक्षी तथा मातहतका कर्मचारीबाट फारम भराउँदा आवश्यकताअनुसार फारम तयार गरी समकक्षी र मातहतका गरी कम्तीमा २ जना र बढीमा सुपरिवेक्षकले तोकेबमोजिम १५ जनासम्म कर्मचारीले मूल्याङ्कन गरिदिएको फारम एकत्रित कुल अङ्कको औसत अङ्कलाई उम्मेदवारले प्राप्त गरेको अङ्क कायम गरिनेछ । साथै, सम्बन्धित कर्मचारीहरूबाट श्रावण १५ गतेभित्र आफ्नो मूल्याङ्कन गराई उक्त फारम सुपरिवेक्षकले आफ्नो पुनरवलोकनकर्तासमक्ष पेस गर्नुपर्नेछ ।
- कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन गर्नुपूर्व Benchmarking को आधारमा प्रत्येक पदको कार्यविवरण (Job Description)



- तथा सोसँग सम्बन्धित कार्यसम्पादन परिमाण (Performance Standards) तयार गरिनुपर्ने ।
- मूल्याङ्कनको निश्चित अङ्क र आधार तोकिँदा स्वेच्छाचारी मूल्याङ्कन हुन पाउँदैन । त्यसैले मूल्याङ्कन गर्दा सामान्य, सन्तोषजनक, उत्तम र अत्युत्तम महलमा निम्नानुसार अङ्क प्रदान गरिनुपर्ने ।
 - अत्युत्तम (कार्य मापदण्डभन्दा बढी काम गरेको— १००% भन्दा बढी) बापत २.५ अङ्क ।
 - उत्तम (कार्य मापदण्डअनुरूप काम गरेको ८०-१००%) बापत २ अङ्क ।
 - सन्तोषजनक (कार्यको मापदण्डको ५०-८०% सम्म कार्य गरेको) बापत १.५ अङ्क ।
 - सामान्य (कार्य मापदण्डको ५०% भन्दा कम काम गरेको) बापत १ अङ्क ।
 - विभिन्न फरक तहका कर्मचारी समूहको छुट्टाछुट्टै चार किसिमको कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन फारम (तह १-३, ४-५, ६-९ र १०-११ को) बनाइनुपर्ने ।
 - तह १ का कर्मचारीको तह ३ सम्म कार्य सम्पादन मूल्याङ्कन बढुवा व्यवस्था गरिनुपर्ने ।
 - कर्मचारीको कार्य सम्पादन मूल्याङ्कनको मूल्याङ्कनका लागि सुपरिवेक्षक, पुनरवलोकनकर्ता र पुनरवलोकन समिति कम्पनीको कर्मचारी विनियमावली २०६१ को अनुसूची ६ मा उल्लेख भएवमोजिमको हुने ।
 - सामान्यतया, सुपरिवेक्षकको रूपमा सम्बन्धित शाखाप्रमुख रहने । राजस्व कार्यालयको हकमा कार्यालय प्रमुखले सुपरिवेक्षकको भूमिका निर्वाह गर्ने । कार्यसम्पादन मूल्याङ्कन गरिने कर्मचारी तथा शाखाप्रमुख दुवै समान तहमा कार्यरत रही दुवै जना सोही बढुवाको लागि उम्मेदवार रहने अवस्थामा शाखाप्रमुखको जिम्मेवारी निर्वाह गरिरहेको कर्मचारीले सो अवस्था विद्यमान रहेको कारण खुलाई कार्यालय प्रमुखसमक्ष निवेदन दिनुपर्नेछ, र सो अवस्थामा कार्यालय प्रमुखले सुपरिवेक्षक तथा क्षेत्रीय निर्देशकले पुनरवलोकनकर्ताको भूमिका निर्वाह गर्नेछन् । सुपरिवेक्षक हुन कम्तीमा पनि कम्पनीको अधिकृत स्तरको कर्मचारी हुनुपर्ने ।
- माथि उल्लेखित व्यवस्थालाई कम्पनीले अवलम्बन गर्न सकेको खण्डमा कार्यसम्पादन मूल्याङ्कनलाई वस्तुगत गराई कर्मचारीहरूलाई आफ्नो कार्यप्रति जवाफदेही गराउन सकिने सम्भावना देखिन्छ । यसतर्फ व्यवस्थापन, कर्मचारी युनियन र सरोकार पक्षको समयमा ध्यान पुगोस् भन्ने कामना गर्दछु । ●

Albert Einstein- "Strange is our situation here on earth. Each of us comes for a short visit, not knowing why, yet sometimes seeming to divine a purpose. From the stand point of daily life, however, there is one thing we do know: that man is here for the sake of other man - above all for those upon whose smiles and well-being our own happiness depends"

"Love is like quicksilver in the hand. Leave the fingers open and it stays. Clutch it and it darts away"

Dorothy Parker

At his best man is the noblest of all animals; seperated from law and justice he is the worst.

Aristotle.

कर्मचारी Retention तथा नेपाल टेलिकममा यसको अभ्यास

संगठनमा कार्यरत कर्मचारीलाई लामो समयसम्म टिकाइराख्नु अथवा टिकाइराख्ने वातावरण बनाउने प्रक्रिया नै कर्मचारी Retention हो । कुनै पनि संगठनले आफ्नो उद्देश्य हासिल गर्न आवश्यक पर्ने विभिन्न साधनहरू जस्तै- जनशक्ति (Manpower), सामग्री (Material), आर्थिक स्रोत (Money), कार्यविधि (Method) र सूचना (Information) अर्थात् 4M+I मध्ये मानवस्रोतलाई सबैभन्दा महत्वपूर्ण साधनको रूपमा लिइन्छ । यसको सहयोगविना अन्य साधनको परिचालन गर्न सकिँदैन । त्यसैले संगठनको उद्देश्यअनुरूपको अधिकतम प्रतिफल प्राप्त गर्न मानव संसाधनलाई प्रभावकारी तरिकाले परिचालन गर्नमा संगठनले जोड दिने गरेको पाइन्छ ।

संगठनले उपयुक्त जनशक्ति उपयुक्त समयमा प्राप्त गर्ने, तिनलाई तालिम, शिक्षा, अनुसन्धान आदिको तरिकाबाट ज्ञान र सीपको वृद्धि, धारणामा सकारात्मक परिवर्तन र वृत्ति विकास, तालिम आदिको माध्यमबाट जनशक्तिको विकास गर्ने र उपयुक्त व्यक्तिलाई उपयुक्त स्थानमा पदस्थापन वा सरुवा गर्ने, उसमा भएको विशेष खुबी वा सीपको समुचित प्रयोग गर्ने र योग्य व्यक्तिलाई संगठनबाट बाहिर जानबाट रोक्ने व्यवस्था गरी जनशक्तिको सदुपयोग गर्दछ । त्यसै गरी अवकाशपछिको जीवनलाई सहजयुक्त बनाउन संगठनले प्रदान गर्ने सेवा, सुविधा तथा खुबीको आधारमा पुनः नियुक्ति गर्नेजस्ता माध्यमद्वारा जनशक्तिको सामाजिकीकरण गरिन्छ । संगठनभित्रको यो समग्र प्रक्रियालाई जनशक्ति व्यवस्थापन भनिन्छ ।

कर्मचारीलाई संगठनमा रोकेर राख्ने (Retention of Employee)

संगठनमा योग्य, सक्षम जनशक्ति भित्र्याएर तथा तिनीहरूलाई शिक्षा, तालिम, अध्ययन, अनुसन्धान आदिको माध्यमबाट विकास गरेर मात्र पुग्दैन । त्यस्तो जनशक्तिको समुचित प्रयोग आवश्यक मानिन्छ । संगठनको उद्देश्य र कार्य प्रकृतिअनुसार कर्मचारीको पदस्थापन गरिसकेपछि त्यस्तो कर्मचारीलाई उसको योग्यता, ज्ञान, सीप, क्षमता, सुभावसमेतका आधारमा उसबाट अधिकतमरूपमा योगदान पुग्ने गरी संगठनले प्रयोग गर्नुपर्दछ । त्यसै गरी सेवामा प्रवेश गरेका योग्य, सक्षम र मेधावी प्रतिभाहरूलाई संगठनबाट बाहिर जानबाट रोक्ने किसिमको व्यवस्था गरी जनशक्तिको सदुपयोग (Utilization) गर्नुपर्दछ । सेवामा प्रवेश गरेका मेधावी प्रतिभाहरूलाई रोक्ने (Retain) गरी राख्ने काम भने चुनौतीपूर्ण बन्दै गइरहेको छ । मानिसको स्वभाव नै परिवर्तनशील छ । क्षमता उपयोग, सुविधा चाहना तथा परिवर्तनको लागि पानीजस्तै बग्ने (Brain Drain) स्वभाव ऊभित्र हुन्छ । “मौका नपर्नुजेल अड्कने र मौका पर्नेबित्तिकै फड्कने” स्वभावको जनशक्तिलाई संगठनमा राखिराख्नु एक्काइसौं शताब्दीको व्यवस्थापकको प्रमुख चुनौती भएको छ ।



दीपकराज मट्टाराई
नेपाल टेलिकम

संगठनको लागि योग्य तथा सक्षम व्यक्ति छनोट गर्न जति गाह्रो छ, त्यो भन्दा बढी गाह्रो उसलाई संगठनमा टिकाइराख्नलाई छ । सक्षम व्यक्तिको लागि अवसरको कुनै समस्या हुक दैन र सबै संगठनले त्यस्तै सक्षम व्यक्तिको खोजी गरिरहेका हुन्छन् भने अर्कोतर्फ कर्मचारीहरू पनि कार्यरत संगठनबाट आफ्नो उद्देश्य तथा चाहना पूरा नहुने देख्नेबित्तिकै अर्को सक्षम संगठनमा जान खोजिहाल्छन् । त्यसैले आजको वातावरणमा योग्य व्यक्तिलाई संगठनबाट बाहिर जानबाट रोक्नुपर्ने आवश्यकता टड्कारोरूपमा देखिएको छ ।

कर्मचारीले संगठन छोड्न चाहने कारण

यदि संगठनको उद्देश्य र कर्मचारीको उद्देश्यबीच मेल भएन भने कर्मचारी संगठनमा रहन चाहँदैनन् र संगठनबाट पलायन हुन चाहन्छन् । त्यो बाहेक पनि कर्मचारीले संगठन छोड्ने दुई वटा प्रमुख कारण छन्- पहिलो **व्यक्तिगत** र दोस्रो **व्यावसायिक** । व्यक्तिगत कारण व्यक्तिअनुसार फरक-फरक हुन्छ भने व्यावसायिक कारणभित्र थोरै तलब सुविधा, संगठनको आन्तरिक वातावरण, संगठनभित्र वृत्ति विकासको अवसर, सुपरिवेक्षक तथा सहकर्मीसँगको सम्बन्ध एवं सहयोगपन हो ।

क) **तलब तथा सुविधाहरू**- बजारमा उपलब्ध अन्य संगठनको तुलनामा कार्यरत संगठनको तलब तथा सुविधा थोरै भएमा कर्मचारीले संगठन छोड्न चाहन्छन् । तलब भत्ताजस्ता मौद्रिक तत्वबाहेक अन्य गैरमौद्रिक तत्वहरूले पनि संगठनमा कर्मचारीको निरन्तरतालाई प्रभाव पार्दछन् ।

ख) **संगठनको आन्तरिक वातावरण**- यदि संगठनले कर्मचारीलाई राम्ररी व्यवस्थापन गर्छ भने Retention को आवश्यकता नै पर्दैन भन्ने भनाइ छ । संगठनको कार्य वातावरण जस्तो- कामप्रतिको दृष्टिकोण, संगठनको ख्याती, संगठनको कार्य-संस्कार, संगठनमा कार्यरत अन्य कर्मचारीको क्षमता (गुणस्तर) लाई आधार मानेर पनि कर्मचारीले संगठनबाट पलायन हुने वा नहुने निर्णय गर्दछन् ।

ग) **संगठनभित्र वृत्ति विकासको अवसर**- यदि कर्मचारीले संगठनमा आफ्नो वृत्ति विकास (भविष्य) देखेन भने पनि ऊ जति



सक्दो चाँडो संगठन छोड्न चाहन्छ । अपारदर्शी सरुवा, बढुवा, तालिमजस्ता कार्यले संगठनप्रतिको मोह कम हुँदै जान्छ र अन्ततः कर्मचारी संगठन छोड्न चाहन्छ ।

घ) **सुपरिवेक्षक तथा सहकर्मीसक गको सम्बन्ध-** संगठनमा कार्यरत सहकर्मी, सुपरिवेक्षक तथा अन्य कर्मचारीबीच सुमधुर सम्बन्ध भएन भने पनि कर्मचारीले संगठन छोड्न चाहन्छ ।

ङ) **सहयोगपन-** संगठनमा कार्यरत कर्मचारीले आवश्यकता महसुस गरेको समयमा आर्थिक (तलब सापटी, पेशकी इत्यादि) तथा गैरआर्थिक (विदा, कार्यालय समयको लचकता इत्यादि) सहयोग प्राप्त भएन भने पनि कर्मचारी संगठनप्रति प्रतिबद्ध हुँदैन र संगठनबाट पलायन हुन चाहन्छ । यी बाहेक पनि कर्मचारीले जहिल्यै संगठनबाट सुरक्षा चाहिरहेको हुन्छ र उसले आफूलाई संगठनबाट असुरक्षित महसुस गर्नेबित्तिकै संगठन छोड्न चाहन्छ । त्यसैले कुनै पनि सक्षम संगठनले माथिका कुरालाई मनन गरी आवश्यकताअनुसार समाधान गरेमा सक्षम कर्मचारीको पलायन हुनबाट जोगाउन सकिन्छ ।

नेपाल टेलिकमबाट कर्मचारीको पलायन

हालका दिनमा नेपाल कम्पनीबाट सेवा छोडेर जाने प्रवृत्ति बढ्दो छ । विगत ५ वर्षको तथ्यांक हेर्दा १३० जना (आ.व. ०६४/०६५ देखि ०६८/०६९ को मसिर मसान्तसम्म राजीनामा स्वीकृत भएका कर्मचारीहरू मात्र हुन्, राजीनामा स्वीकृत नभएका अझ बढी हुन सक्छन्) कर्मचारीहरूले राजीनामा दिएर अथवा विभिन्न किसिमका विदा लिएर जाने तर नफर्कने गरेको तथ्यांक पाइन्छ । यसरी काम छोड्ने कर्मचारीहरूमा तह १ मा कार्यरत कर्मचारीदेखि तह १० मा कार्यरत प्रबन्धकसम्म रहेको पाइन्छ । त्यसै गरी यस अवधिमा अधिकृतस्तरका ५१ जना कर्मचारी र सहायकस्तरका ७९ जना कर्मचारीले संस्थाबाट सेवा छोडेका छन् ।

| तह-साल (आ.व.) | १० | ९ | ८ | ७ | ६ | ५ | ४ | ३ | २ | १ | जम्मा |
|------------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|------------|-------|
| ०६४/०६५ | | | | २ | | ३ | ६ | | | | ११ |
| ०६५/०६६ | १ | | २ | ११ | २ | ५ | ४ | १ | | २ | २८ |
| ०६६/०६७ | | १ | १ | ४ | ७ | १३ | १० | | | १ | ३७ |
| ०६७/०६८ | | १ | १ | ४ | ३ | ८ | ११ | | | | २८ |
| ०६८/०६९ | | | १ | ७ | ३ | ११ | २ | १ | | १ | २६ |
| जम्मा | १ | २ | ५ | २८ | १५ | ४० | ३३ | २ | ४ | १३० | |

(आ.व. ०६४/०६५ देखि ०६८/०६९ मसिर सम्म राजीनामा स्वीकृत भएका तथा विदा लिएर नफर्कने कर्मचारीको संख्यात्मक विवरण । स्रोत : नेपाल टेलिकम, जनशक्ति व्यवस्थापन विभाग)

पछिल्लो समयमा नेपालभित्रै अन्य दूरसञ्चार सेवाप्रदायकको आगमनका कारण देखिएको प्रतिस्पर्धा, पश्चिमा मुलुकले खुल्लारूपमा प्रदान गर्ने स्थायी बसोबासको व्यवस्था (जस्तो अमेरिकन डीभी चिट्ठा, अस्ट्रेलियन तथा क्यानडियन Permanent Residence-PR आदि), नेपालभित्रकै विभिन्न वित्तीय संस्था तथा नेपाल सरकारका

निकायप्रतिको रोजगारी आकर्षण, टेलिकमभित्रको आन्तरिक कार्य संस्कार (सरुवा, बढुवा तथा तालिममा राम्रा मान्छेभन्दा पनि हाम्रा मान्छे खोज्ने संस्कार, Right man in Right Place को अभाव, स्वतः बढुवाको कारण योग्य तथा सक्षम कर्मचारीको समयमै बढुवा नहुने अवस्था, कम्पनीमा कार्यरत महिला तथा पुरुष कर्मचारीबीच सरुवा-बढुवामा हुने भेदभाव, कम्पनीभित्र कामको उचित मूल्यांकन नहुने प्रवृत्तिको विकास, काम गर्ने र नगर्नेबीच कुनै भेदभाव नहुने संस्कृति, कम्पनीमा कार्यरत कर्मचारीलाई कुनै पुरस्कार र दण्डको व्यवस्था नहुनु, कम्पनीभित्र समयमै निर्णय गर्न नसक्ने अवस्था, सरकारी तथा अन्य निकायबाट संस्थाप्रति हुने गरेको प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष हस्तक्षेप तथा दूरसञ्चारको बजारमा देखिएको बढ्दो प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणमा संस्थाको उपस्थिति कमजोर देखिनुजस्ता कारणले कर्मचारीको पलायन प्रवृत्ति बढ्दो छ । यदि यी विषयमा समयमै सम्बोधन नहुने हो भने भोलिका दिनमा यो क्रम अझ बढ्ने अवस्था आउन सक्छ । हुन त “काले गए गोरे आउक छ”, “एउटा गए अर्को आउक छ” भन्न पनि सकिन्छ तर एउटा प्रतियोगीलाई कर्मचारी बनाउन संगठनले धेरै समय, स्रोत तथा साधनको खर्च गर्नुपर्ने हुनाले फेरि त्यस्तै कर्मचारी पाउन त्यो भन्दा बढी समय, स्रोत र साधनको खर्च गर्नुपर्ने हुन्छ । त्यसैले सक्षम कर्मचारीलाई Retain गर्न सक्ने वातावरण बनाउनु आजको आवश्यकता हो ।

नेपाल टेलिकममा कर्मचारी टिकाइराख्न (Retain) भएका प्रयासहरू :

आजको प्रतिस्पर्धात्मक तथा Global Village को अवधारणा भएको जमानामा कर्मचारीलाई सधैं एउटै संगठनमा टिकाइराख्न सकिन्छ, भन्नु चन्द्रमालाई हातले छेक्न सकिन्छ, भन्नुजस्तै हो । नेपाल टेलिकमले पनि कर्मचारीलाई टिकाइराख्न नै भनेर कुनै त्यस्तो रणनीति नै त बनाएको पाइँदैन तर पनि कर्मचारी विनियमावलीमार्फत कर्मचारीको आर्थिक (तलब भत्ता, सापटी तथा अन्य आर्थिक सुविधाहरू) समस्यालाई सम्बोधन गरेको छ । कर्मचारीलाई विभिन्न किसिमका विदाको व्यवस्था गरेको तथा संगठनभित्रै वृत्ति विकासको पर्याप्त अवसरहरू प्रदान गरिएको छ त्यसै गरी कर्मचारीको व्यावहारिक समस्याको समाधान गर्नको लागि भरसक महिला तथा पुरुष कर्मचारीलाई एउटै स्थान अथवा जिल्लामा पदस्थापन गर्ने (कागजमा व्यवस्था भएको व्यवहारमा फरक हुन सक्छ), कर्मचारीले कुनै स्थानमा निश्चित समय सेवा गरिसकेपछि उसले चाहेको कार्यालयमा (सम्भव भएसम्म) सरुवा गर्ने व्यवस्था गरेको तथा संस्थाप्रति अपनत्व होस् भनेर केही समयअगाडि कर्मचारीलाई सहूलियत मूल्यमा सेयरको समेत व्यवस्था गरेको छ । यसरी कम्पनीले कर्मचारीलाई केही हदसम्म भए पनि संस्थामै राखिराख्ने प्रयास गरेको छ भनेर भन्न सकिन्छ ।

सन्दर्भ सामग्री

- शारदाप्रसाद त्रिताल, मानव संसाधन व्यवस्थापन, अवधारणा प्रयोग र सुधारका क्षेत्रहरू, कामाद, वैशाख २०६१
- गोपीनाथ मैनाली, राज्य सञ्चालनका आधारहरू, सोपान मासिक प्रकाशन, २०६६
- <http://retention.naukrihub.com/retention.html>

नेपाल टेलिकममा रणनीति साभेदार

नेपाल टेलिकममा रणनीतिक साभेदारको कुरा गर्दा समयबारे सम्पूर्ण ज्ञान राख्नु र बुझ्नु उपयुक्त हुन्छ। अतीतको वस्तुगत लेखाजोखा र भावी परिस्थितिको ठोस विश्लेषण गरी समग्र कालखण्डको संश्लेषण गर्न सक्नुपर्छ। यस कम्पनीमाथि सार्वजनिक हक र हितको लागि सरल तथा सहजरूपमा गुणस्तरयुक्त सेवा सुचारु गर्नुपर्ने उत्तरदायित्व छ। व्यावसायिक मुकाबलामा टिकिराख्न गुणस्तरयुक्त सेवासँगै नयाँ प्रविधिको छनोट, प्रभावारी जडान, नियमित मर्मत तथा जाँच, नियन्त्रण र निगरानी अपरिहार्य छ। यस कम्पनीको ९२ प्रतिशत स्वामित्व नेपाल सरकारसँग र बाँकीमा कम्पनीका कर्मचारी तथा सर्वसाधारण नागरिक लगानीकर्तासँग रहेको छ। यस कम्पनीका सबै शुभचिन्तकहरू कम्पनीका सञ्चालक समितिमा प्रतिनिधित्व गर्दछन्। कम्पनीका मुख्य घटक र अवयवहरूमा नेपाल सरकार, सञ्चालक समिति, प्रबन्धकहरू, कर्मचारीहरू, श्रमिक संघ-संगठनहरू र हिस्सेदारहरू पर्दछन्। सरकारी प्रतिनिधि एवं प्रशासक, स्थानीय समुदाय, मिडिया, सामाजिक कार्यकर्ता समूह, प्रतिस्पर्धी दूरसञ्चार सञ्चालक, आपूर्तिकर्ता, ग्राहक र युनियनहरू यस कम्पनीसँग अन्योन्याश्रित सम्बन्ध राख्छन्। संस्थाभित्रका अवयवहरूका कार्यशैली, सामाजिक संस्कृति र प्रवृत्तिगत संस्कारको विस्तृत अध्ययन गर्दा धनात्मक र ऋणात्मक वस्तु र विम्बहरूको तस्वीर सामुन्ने प्रकट हुन्छ। यसले सिंगो संस्थाको धरातल, छवि र समृद्धिको सूचना प्रवाह गर्दछ। साथै बाह्य अवयवहरू पनि संस्थाको लागि मजबुती, कमजोरी, अवसर र धम्कीपूर्ण हुन्छन्।

नेपाल टेलिकमका व्यवस्थापन र सञ्चालक समितिले अहिलेसम्म रणनीतिक साभेदारीका हल्ला फिँजाएर यस कम्पनीका शुभचिन्तकहरूलाई कम्पनीको गतिशीलता र समग्र रणनीतिबारे कहिल्यै पूर्ण जानकारी गराएको देखिँदैन। किनभने आजसम्म कम्पनीको पुनः संरचना र त्यसको आशयमा विकेन्द्रीकरणको नीति अवलम्बन नगर्दै परोक्षरूपमा पुनः संरचनाका विभिन्न चरणहरू पार गरेको विदित नै छ। आधारभूत साभेदा संरचना निर्माण गरी पुँजी निवेश घटाएमा कम्पनीको आर्थिक स्वास्थ्य मजबुत हुन गई दूरसञ्चार सेवाप्रदायकबीच पनि मैत्रीपूर्ण प्रतिस्पर्धा हुँदा नागरिकले सर्वसुलभ र मितव्ययी सेवा-सुविधा पाउने अवस्था रहेकोमा त्यसो हुन सकिरहेको छैन। नीति र कार्यक्रमलाई सफल तुल्याउने रणनीति अंगीकार गर्नु सबैका लागि हितकर हुनेछ।

नेपाल सरकारको नीति

नेपाल सरकारले नेपाल टेलिकम अर्थात् नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेडका लागि विदेशी रणनीतिक साभेदार के, कति, कसरी र कुन प्रक्रियाबाट ल्याउने भनेर सुझाव दिन अर्थ मन्त्रालयका सहसचिवको संयोजकत्वमा कार्यदल गठन गरेको थियो। अर्थ मन्त्रालयअन्तर्गतको निजीकरण अध्ययन तथा परामर्श उपसमितिले सरकारी स्वामित्वको संस्थानमा रणनीतिक साभेदारमार्फत निजीकरण गर्दा मुख्य राजनीतिक दलसँग छलफल गरेर मात्रै टुंगोमा पुगनुपर्ने निर्णय गरेको हो। नेपाल सरकारका संस्थानमध्ये टेलिकम सबैभन्दा



ड. शिवजी साह

shiv.shah@ntc.net.np

बढी नाफा कमाएको संस्था हो, त्यस्तो संस्था निजीकरण गर्ने/नगर्ने विषयमा दलीय सहमति हुनुपर्छ। रणनीतिक साभेदार स्वदेशी तथा विदेशी कुन हुने, आधार र ढाँचा कस्तो हुनेलगायतका विषयमा सहमति कायम गरिनुपर्छ। नेपाल टेलिकमलाई प्रतिस्पर्धी र सेवामा गुणस्तरीय बनाउन २६ देखि ३० प्रतिशतसम्म शेयर दिएर विदेशी कम्पनीलाई रणनीतिक साभेदार भित्र्याउने प्रस्ताव गरिएको हो।

सबैभन्दा बढी नाफामा रहेको र सरकारलाई धेरै कर बुझाउने भनिएको संस्थाका लागि विदेशी रणनीतिक साभेदार ल्याउन किन पन्थो त? भन्ने प्रश्न सामान्य नागरिक र खासगरी यसका शेयर लगानीकर्ताले गर्नु स्वाभाविकै हो। टेलिकमलाई प्रतिस्पर्धी र सेवा गुणस्तरीय बनाउन विदेशी साभेदार आवश्यक भएको भन्ने तर्क र भारतमा पनि सरकारी स्वामित्वमा रहेको भारत सञ्चार निगम लिमिटेड घाटामा जान थालेपछि, त्यहाँको सरकार रणनीतिक साभेदार भित्र्याउने तयारीमा रहेकोले नेपालले पनि विदेशी रणनीतिक साभेदार भित्र्याउनुपर्छ भन्ने दलिल कतिको उपयुक्त होला? सरकारले विदेशी साभेदार भित्र्याउँदा व्यवस्थापकीय जिम्मेवारी पनि दिने आसय राखेको देखिन्छ। अति राजनीतीकरणले ग्रस्त नेपाल टेलिकमको व्यवस्थापकीय क्षमतामा विदेशी साभेदारले अपेक्षाकृत सुधार ल्याउन सक्छ भन्नु दिल्ली दौडिनुजस्तै हो।

उच्च व्यवस्थापनको सोच र संघ-संगठनहरूको व्यवहार

नेपालमा टेलिकमको एधकाधिकार समाप्त भइसके पनि कर्मचारीको मानसिकता नफेरिएकोले विदेशी साभेदार ल्याउन आवश्यक भएको बुझिन्छ। नेपाल टेलिकमको खुद मुनाफा वार्षिक २२ देखि २५ प्रतिशतले बढे पनि गुणस्तरमा सन्तोष गर्ने ठाउँ नरहेको व्यवस्थापन पक्षकै स्वीकारोक्ति छ। नयाँ प्रविधि र संस्थागत परिवर्तनका लागि समग्र कम्पनीभन्दा पनि प्राविधिक र व्यवस्थापन पक्षमा दक्ष कम्पनी ल्याउनुपर्ने आवश्यकता औँल्याउनेहरू पनि छन्। नेपाल टेलिकमका जिम्मेवार पदाधिकारी नै अनौपचारिक भेटघाटमा टेलिकमका एक चौथाइ इमानदार र लगनशील कर्मचारीको मेहनत र पसिनाले प्रतिस्पर्धामा टिक्न सफल भएको हो भन्ने स्वीकार्छन्। एक चौथाइ कर्मचारी त विभिन्न युनियनमा लाग्ने व्यक्ति, तिनका



आसेपासे तथा विभिन्न राजनीतिक शक्तिसँग सम्बन्ध गाँसी रसिलो पदको रसास्वादन गर्न माहिरमा पर्छन् । बाँकी कर्मचारी चौतर्फी पहुँचबाट अपदस्थ छन्, निरीह छन् र अवसरविहीन छन् ।

नेपाल टेलिकममा अहिले ५ वटा कर्मचारी युनियन सक्रिय छन् । ती सबै विभिन्न दलका भ्रातृ संगठनका रूपमा क्रियाशील छन् । सार्वजनिक समारोहमा संस्था र कर्मचारीवर्गको हितको लागि काम गरेको डिंग पनि हाँक्छन् तर तिनको दिनचर्या आफ्नो संगठन सदस्यलाई राम्रो ठाउँमा सरुवा तथा पदस्थापना गराउन र नराम्रो ठाउँमा सरुवा भए थमौती गराउनमै बित्छ । सबै युनियनका पदाधिकारीलाई व्यवस्थापनले अधिकतम सुविधा उपलब्ध गराउनेबाहेक जिम्मेवारी दिने हिम्मत गर्दैन । बाहुबलमा विश्वास गर्ने यस्ता कर्मचारीलाई विदेशी साभेदारले तह लगाउन सक्छ भनी आशा राख्नु हत्केलाले सूर्यलाई छेक्न सकिन्छ भनेजस्तै हो । नेपाल टेलिकमका कर्मचारीले आफूलाई ग्राहकका सेवक होइन, मालिक ठान्छन् । यस्तो अवस्थामा विदेशी साभेदारको सहभागिताबाट हाल कार्यरत कर्मचारीकै भरमा नेपाल टेलिकमको सेवालालाई गुणस्तरीय र सेवामुखी तुल्याउन कसरी सकिएला ? राम्रो काम गर्नेले पुरस्कार र नराम्रो गर्नेले दण्ड पाउने वातावरण सिर्जना नभएसम्म आफ्नो अक्षमतालाई अर्कोले सक्षमतामा बदलिदिन्छ भनी आशा गर्नु कतिको उपयुक्त हुन्छ ?

सार्वजनिक संस्थानबाट कम्पनीमा रुपान्तरण भइसकदा पनि प्रतिस्पर्धामा खरो उत्रिन नसकिरहेको यथार्थताबाट नेपाल टेलिकम गुञ्जिरहेको छ । विगत २०६५ भदौ ३० गतेबाट NTCWU को आधिकारिक समयावधि समाप्तपछि लामो अवधिसम्म यस संस्थामा कर्मचारीका मागहरू एवं कम्पनीको सेवा विस्तार, वितरण एवं गुणस्तरका विषयहरूलाई ओभरेलमा पार्ने कार्यगरी CBA निर्वाचन नगराइएको अवस्था छ । समानुपातिक र समावेशी CBA प्रणालीको तर्जुमा गर्नु वर्तमान समयको माग हो ।

आमकर्मचारीको जानकारी

आर्थिक वर्ष २०६५/०६६ मा १० अर्ब १८ करोड रुपियाँ र २०६६/०६७ मा १० अर्ब ७७ करोड रुपियाँ खुद मुनाफा आर्जन गरेको थियो । सरकारले कम्पनी नाफामा रहेको बेला साभेदारीका लागि आह्वान गरेमा सक्षम साभेदार आउने सम्भावना रहेको तर घाटामा गएको बेला त राम्रो साभेदार आउँदैन । नाफामा भएको बेला किन अरुलाई शेयर दिने भन्ने प्रश्न पनि गर्ने गरिएको छ । दूरसञ्चारको एकाधिकार बजारबाट प्रतिस्पर्धात्मक बजारमा होमिइसकेको नेपाल टेलिकम आज अत्यन्त संवेदनशील परिस्थितिबाट गुञ्जिरहेको छ । यस्तो महत्वपूर्ण घडीमा समयानुकूल मागअनुसार सेवाको विस्तार र वितरण हुन नसक्नु वितरित सेवाहरूको गुणस्तर सुधार नहुनु, सेवा विस्तार, वितरण र गुणस्तरमा बाधा-व्यवधान, अड्चन थुपार्ने कार्यहरू बढिरहँदा पनि व्यवस्थापन मुकदर्शक भइरहेको देखिन्छ । कम्पनीको स्वायत्ततामाथि ठाडो हस्तक्षेप, NTA को पूर्वाग्रही व्यवहार, सञ्चार माफियाहरूको अस्वस्थ चलखेल, सार्वजनिक खरिद ऐन आदिजस्ता बाह्य प्रभावहरू र व्यवस्थापकीय निर्णय क्षमताको

कमजोरी, नीतिगत निर्णयको अस्पष्टता, योजनाहरूको प्रभावकारी मूल्यांकन तथा अनुगमनको अभाव, रणनीतिक साभेदार भित्र्याउने कार्यमा ढिलाइ, सेवाग्राहीप्रतिको उदासीनता, कर्मचारीको मनोबल घटाउने कार्यहरूमा वृद्धिजस्ता आन्तरिक प्रभावहरूको समेत बेलेमा समाधान खोज्न ढिलो भइसकेको छ ।

बाह्य शक्तिका खेल र कम्पनीभित्रका अवयवहरूका स्वार्थ

घाटामा गएको बेला राम्रो साभेदार आउँदैन । त्यसैले मुनाफा भइरहेको बेला रणनीतिक साभेदार सहभागी गराएर कम्पनीलाई अझ बलियो पार्नुपर्छ । यस क्रममा नेपाल टेलिकमको उच्च व्यवस्थापनले सेवा-सुविधामा टेलिकमलाई खरोरूपमा प्रतिस्पर्धामा उतार्न रणनीतिक साभेदार भित्र्याउनुपर्ने बताउँदै आएको छ । कानुनी तथा प्रक्रियागत भ्रमेलाका कारण सोचेअनुरूप सेवाको गुणस्तर र प्रविधि विस्तारमा बाधा पुगेको भन्दै यही अवस्था रहिरहे टेलिकम प्रतिस्पर्धामा चलन नसक्ने स्पष्ट पारेको विसर्गिएको छैन । कुन कानुनी प्रक्रियाले गुणस्तर सेवालालाई निषेध गर्दछ ? बुझिनसक्नु भएको छ ।

कम्पनीको सञ्चालक समितिबाट निर्णय भइसकेका विषयहरूप्रति अर्थ मन्त्रालयबाट अवाञ्छित रूपमा अंकुश लगाइनु, विनियम कार्यान्वयन हुन नसक्नु, कर्मचारीहरूका सुविधा कटौती हुनु, कानूनसम्मत कर्मचारीले प्राप्त गर्नुपर्ने प्रोत्साहन पुरस्कार वितरण गर्न नसक्नु, कम्पनीलाई दीर्घकालीनरूपमा असर पार्ने अबौं रुपियाँको निविदा विनिर्देशन (Tender specification) र निविदा मूल्यांकन (Tender evaluation) प्रक्रियामा कम्पनी व्यवस्थापनको गम्भीर त्रुटि रहेको प्रस्ट भइसकदा पनि सो त्रुटि सच्याउन कम्पनी व्यवस्थापन अग्रसर नहुनुले व्यवस्थापन अझै यथास्थितिबाट माथि उठ्न नसकेको प्रस्ट हुन्छ ।

रणनीतिक साभेदारको अवधारणा

विश्वभर नै टेलिकम क्षेत्रमा रणनीतिक साभेदार राख्ने प्रचलन देखिएको छ । समयको मागअनुसार विकास गर्न हामीले पनि त्यसै गर्नुपर्छ । ५/७ प्रतिशत मात्र शेयर दिएर साभेदार ल्याउँदा त्यो कम्पनीको अपनत्व हुँदैन, सानो समस्या पर्नासाथ बीचमा छोडेर जान सक्छ । २५ प्रतिशत शेयर भयो भने जिम्मेवारी ढंगले काम गर्छ । सार्क क्षेत्रका धेरै दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूका अध्यक्षन गर्दा शेयर दिएर व्यवस्थापन दिँदा बढी सफल भएको देखिन्छ । बंगलादेश, पाकिस्तान र श्रीलंकामा शुरुमा सरकारले चलाएका दूरसञ्चार कम्पनीमा विदेशी साभेदार ल्याएपछि थप सफल भएका थिए । भारतमा पनि सरकारी स्वामित्वको भारत सञ्चार निगम लिमिटेड (बीएसएनएल) घाटामा जान थालेपछि सरकार रणनीतिक साभेदार भित्र्याउने तयारीमा छ । चार वर्षअघिसम्म सेवाको हिसाबले पहिलो नम्बरमा रहेको बीएसएनएल अहिले पाँचौंमा पुगेको छ । सार्क क्षेत्रमा श्रीलंकाले सन् १९९७ मा पहिलो पटक रणनीतिक साभेदार ल्याएको थियो । श्रीलंका टेलिकमलाई जापानको निप्पन टेलिफोन



एन्ड टेलिग्राफले शेयरसहित लिएको थियो । पाकिस्तानको पाक टेलिकमलाई पनि सन् २००५ मा युएईका डिसालाले लिएको छ ।

सार्विक रणनीतिको आधार

नेपाल विद्युत् प्राधिकरण सार्वजनिक संस्थानमध्ये सबैभन्दा बढी कर्मचारी भएको संस्था हो । नेपाल टेलिकम नेपाल सरकारलाई सबैभन्दा बढी राजस्व बुझाउने कम्पनीको नाताले देशकै सबैभन्दा उत्कृष्ट कम्पनी हो । टेलिकममा कर्मचारी र सर्वसाधारणको करिब ७ प्रतिशत शेयर छ । टेलिकमको शेयर मूल्य लगातार घटिरहेको हुँदा लगानीकर्तालाई उत्साहित बनाउन पनि रणनीतिक साभेदार आवश्यक देखिएको छ । टेलिकमलाई वर्तमान अवस्थामै अगाडि बढ्न दिएमा निकट भविष्यमा नै निजी कम्पनीको सेवाले उछिन्ने देखिएपछि टेलिकमले साभेदार भित्र्याउने विषयमा जोड दिँदै आएको छ ।

नेपाल दूरसञ्चार सम्बन्धी रेडियो, टेलिभिजन, अखबार, पत्रपत्रिका र उल्लेखनीय व्यक्तिहरुले प्रकट गरेका केही उजागरहरु :

- नेपाल दूरसञ्चारमा २००८/०९ को मुनाफमा ३१ प्रतिशतले वृद्धि ।
- नेपाल दूरसञ्चारमाको दैनिक कमाइ ७० लाख रुपियाँ पुग्यो ।
- नेपाल दूरसञ्चारको रिम कार्डको दुरुपयोगको लागि कर्मचारी निलम्बित ।
- केही दूरसञ्चार सञ्चालकको सेवा-सुविधामा गुणवत्ताको ह्रास : नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण ।
- सरकारी कार्यदलको सल्लाहअनुसार नेपाल दूरसञ्चारलाई रणनीतिक साभेदारको तलास ।
- नेपाल दूरसञ्चारअनुसार २३ फरवरी, २०१० मंगलवारमा रणनीतिक साभेदारलाई आमन्त्रित ।
- नेपाली दूरसञ्चार बजारको आँकडालाई सिंहावलोकन गर्दा र पूर्वानुमान प्रतिवेदनले थाहा हुन्छ कि कसरी नेपाल उदारीकृत दूरसञ्चार बजारको लागि लाभदायी छ ?
- हाम्रो दृष्टि नम्बर एक दूरसञ्चार सञ्चालक हुनु हो- एन सेल ।
- टेलिकम चलाउन रणनीतिक साभेदार आवश्यक ।

रणनीतिक साभेदार किन ?

सार्विक साभेदार सफलताको आधार हो । यो एक साभेदारी हो, जसले कम्पनीलाई लगातार सुधार गर्न सक्षम बनाउँछ । अरुसँग साभेदा परिियोजना गरेर आफ्नो संसाधन र क्षमतालाई महत्वपूर्ण ढंगले प्रत्यक्षरूपमा प्रयोग र नेतृत्व गर्न सक्छौं । ८०/२० को व्यवस्थापकीय सिद्धान्तअनुसार अनुमान छ कि ८० प्रतिशतको परिणाम २० प्रतिशतको प्रयासले प्राप्त हुन्छ । यस प्रकार, कम प्रयासले बढी प्राप्त गर्नका लागि सम्पूर्णमा होइन कि तपाईं चयनात्मक र विकल्प रोज्ने अवस्थामा हुनुपर्छ । यो सबै क्षेत्रमा नभएर प्रमुख क्षेत्रहरुमा उत्कृष्टता प्राप्त गर्ने प्रयास हो ।

साभेदारलाई के लाभ हुन्छ ?

- एक व्यापक पूर्वाधारको विकास हुन्छ ।
- वित्तीय र मानव संसाधनको अतिरिक्त निवेश हुन्छ ।
- विशेषज्ञताको एक ठूलो क्षेत्रमा पहुँच बढ्छ ।

- आफ्नो लक्ष्य अनुकूलको बजार विशिष्ट सञ्चार समूहबारे जानकारी प्राप्त हुन्छ ।
- कर्पोरेट छवि र प्रतिष्ठा बढाउँछ ।
- बजारीकरणको शक्ति स्थिति असल (राम्रो भएर जान्छ) हुन्छ ।

सही साभेदारको चयन र मूल्यांकन

- जागरुकता बढाउन, परिवर्तनको दृष्टिकोण बुझ्न र संगठनको लक्ष्यको पहिचान सम्मानका साथ गर्न सक्ने व्यवहार र मद्दतको कार्य अवस्था प्राप्त गर्नुपर्दछ ।
- तपाईंको कम्पनीले केही वर्षमा प्राप्त गरेको प्रतिष्ठा, उत्पादन र सेवाको सन्देश वा प्रभावलाई खण्डन गर्न सक्ने कम्पनीसँग साभेदारी गर्नुबाट बचनुपर्दछ ।
- साभेदारीको विकासलाई गहिरिएर निष्पादन (क्रियान्वयन)को माध्यमले निगरानी गर्नुपर्दछ ।
- सफलताको महत्वपूर्ण संकेत- वितरण, पहुँच, रकम जुटाउनु र प्रतिक्रिया (औपचारिक र अनौपचारिक) ।
- अनुबन्ध व्यवस्थाले विकसित कर्पोरेट उद्देश्य र जवाफदेही सुनिश्चित हुन सक्नुपर्दछ ।

विषयवस्तुको निकास

यसरी साभेदारी एक स्वेच्छिक अनुबन्ध व्यवस्था हो । यस व्यवस्थाले कार्यमा सहयोगी भूमिका निर्वाह गर्दछ । साभेदा र संगत (अनुकूल) उद्देश्य पूर्ति गरिन्छ । परियोजना प्रवर्द्धनका लागि साभेदा प्राधिकारी, जिम्मेवारी र भागीदारी हुन्छ । समय, काम, धन, सामग्री, विशेषज्ञता र जानकारीजस्ता संसाधन (स्रोत र साधन)को संयुक्त निवेश हुन्छ । अनुबन्धपत्रको व्यवस्थाले साभेदा दायित्व र जोखिम व्यहोर्नुपर्दछ । पारस्परिक लाभ जीत-जीतको स्थितिमा हुन्छ ।

यथास्थिति रणनीतिबाहेक नेपाल टेलिकमले दीर्घकालीन र अग्रगामी हुने कुनै पनि रणनीति अख्तियार गरेको देखिँदैन । कम्पनीको पुनः संरचना होस् वा पूर्वाधार साभेदारीको प्रारूप, दूरसञ्चार सञ्चालकसँगको स्वस्थ प्रतिस्पर्धा होस् वा रणनीतिक साभेदारीको सवाल, यी सबै विषयवस्तुमा कम्पनीले निर्णय लिन सक्ने क्षमता देखाउन नसक्नु सिंगो कम्पनीको सञ्चालक समिति, व्यवस्थापन र श्रमिक संघ-संगठनको विफलता हो भनी स्वीकार गरौं । सफल साभेदारीको पाठको लागि प्रयोजन (Purpose), प्रक्रिया (Process) र प्रगति (Progress) को नियमित तथा सुव्यवस्थित जाँच (Check), नियन्त्रण (Control) र निगरानी (Monitor) हुनुपर्दछ । नेपाल टेलिकमले यस पाठलाई आत्मसात् गर्नुपर्दछ । अन्यथा दूरसञ्चार स्मारिका २०६६ (छैटौं वार्षिक स्मारिका २०१०) मा इ. विश्वनाथ गोयलले भनेभै जाने-बुझेर नेपाल टेलिकम 'जीवित रहने वा नाश हुने : हामीमाथि निर्भर गर्दछ ।'

सन्दर्भ सामग्री

१. नागरिक दैनिक, २. कान्तिपुर दैनिक, ३. नयाँ पत्रिका, ४. NTCWU को विज्ञप्तिहरु, ५. कम्पनीको स्मारिकाहरु, ६. The Himalayan Times, ७. अन्य सान्दर्भिक पत्रपत्रिकाहरु ।

तनाव व्यवस्थापन : सन्दर्भ नेपाल टेलिकम

तनाव (Stress) भनेको व्यक्तिले नयाँ परिस्थितिमा आफूलाई अभियोजन गर्ने क्रममा उसमा देखिने शारीरिक वा मानसिक परिवर्तन हो। यो व्यक्तिको ग्रहणशीलताको सीमाले धान्न नसक्ने गरी आएको वातावरणीय परिवर्तनका कारण अनुभूति हुने मानसिक दबाव र बेचैनको अवस्था हो। Webster's Dictionary का अनुसार "Stress is a set of physiological and psychological changes in an individual reacting to certain changes in the environment." तनाव जीवन पद्धतिमा वा बाट वस्तु, शक्ति तथा सूचनाको निर्गत वा आगतको अधिक बोझ वा न्यून बोझको अवस्था हो। यसको प्रभाव विशिष्ट प्रकारको हुन्छ र यसले सबैलाई एकै किसिमले असर गर्दैन। तनाव शुरुमा रचनात्मक हुन्छ, तर अधिक भएमा प्रत्युत्पादक हुन्छ। धेरै समयम्म पनि व्यवस्थापन भएन भने यसले व्यक्तिमा नशा वा तलको रूप लिन्छ, र अन्त्यमा गएर यो मानसिक तथा शारीरिक रोगको रूपमा देखा पर्छ। जे भए पनि तनावलाई व्यवस्थापन गर्न सकिन्छ र गर्नु पनि पर्छ। जीवनशैली र व्यवहारमा वातावरण अनुकूल परिवर्तन नै एक सर्वेक्षणअनुसार विश्वका ७५% प्रोफेसनलहरू अति तनावग्रस्त अवस्थामा कार्यरत रहन्छन्। तनावपीडितहरूले प्रत्येक वर्ष ४.५ अर्ब डलरको औषधि खाइरहेका छन्। अत्यधिक तनावले सिर्जित समस्याबाट व्यावसायिक संसारलाई ३५० अर्ब डलर प्रत्येक वर्ष घाटा भइरहेको छ। प्रत्येक वर्ष तनाव व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित २५०० पुस्तक छापिन्छन् र लगभग १.५ अर्ब डलरबराबरको बिक्री हुन्छ। यसबाट के प्रस्ट हुन्छ भने तनाव व्यवस्थापन एक प्रमुख व्यवस्थापकीय चुनौती हो। तसर्थ तनावको व्यक्तिगत र सांठानिक स्तरमा अध्ययन र विश्लेषण गरिनुपर्ने कुरामा हाल निकै जोड दिएको पाइन्छ।

तनावको प्रकृति :

तनावलाई सामान्यतया सकारात्मक र नकारात्मक गरी दुई भागमा बाँडेर अध्ययन गर्न सकिन्छ।

सकारात्मक तनाव : वातावरणले सृजना गरेको त्यस्तो परिवर्तन जुन परिवर्तनले तनावग्रस्त व्यक्तिको सक्षमतामा अभिवृद्धि गर्दछ भने त्यस्तो तनावलाई सकारात्मक तनाव भनिन्छ। उत्प्रेरणा जगाउन सहायक हुने यस्तो तनावले व्यक्तिको सुभ्रवुद्धिमा परिपक्वता ल्याउँछ। कार्यक्षेत्रमा देखा पर्ने चुनौतीहरूको सामना गर्दै सक्षमताका साथ कसरी अगाडि बढ्न सकिन्छ भन्ने ज्ञान यस प्रकारको सकारात्मक तनावग्रस्त कर्मचारीमा सृजना हुन्छ।

नकारात्मक तनाव : वातावरण परिवर्तनका कारण व्यक्तिगत एवं सांठानिक सीप, दक्षता, कार्यकुशलता तथा सक्रियतामा ह्रास आउनुको अतिरिक्त शारीरिक हानिसमेत हुने प्रकृतिको तनावलाई नकारात्मक तनाव भनिन्छ। यस्तो प्रकृतिको तनावले उत्प्रेरणा अभिवृद्धि गराउनुको साटो नकारात्मक सोच र मानसिकता अभिवृद्धि गराउने



कपिल प्रसाद पन्त

के.का., व्यापार व्यवस्थापन विभाग

हुनाले व्यक्ति समाज तथा संगठनको लागि कति पनि हितकारी हुँदैन। अतः व्यक्तित्व विकासको लागि बाधकको रूपमा विश्लेषण गरिने यस प्रकारको तनावलाई सामयिक रूपमा नियन्त्रण जरुरी हुन्छ।

तनावका कारणहरू :

तनाव खास गरेर कार्य वातावरण र व्यक्तिगत तथा सामाजिक परिवेशमा आउने अनपेक्षित परिवर्तनको परिणति हो। यसका कारणहरू विभिन्न हुन्छन्। तनाव सृजित हुने कारणहरूलाई मुख्यतया व्यक्तिगत, सामाजिक, संगठनात्मकरूपमा वर्गीकरण गर्न सकिन्छ।

व्यक्तिगत कारण : आर्थिक विपन्नता, पारिवारिक कलह, शारीरिक बिरामी, नकारात्मक मनोवृत्ति, समयको अभाव, प्रियजनको मृत्यु, गलत आहारविहार, विषम दृश्य अवलोकन, अत्यधिक वासनावृत्ति आदि।

सामाजिक कारण : सामाजिक मूल्य-मान्यताप्रतिको नकारात्मक धारणा, छिमेकीसँगको नकारात्मक सम्बन्ध, प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण, सामाजिक असुरक्षा, सामाजिक कोलाहल, ध्वनि प्रदूषण, होहल्ला आदि।

संगठनात्मक कारण : अस्पष्ट कार्यविवरण, अधिकार प्रत्यायोजनमा कमी, नियन्त्रणात्मक नेतृत्व, पदोन्नति नहुनु, नियमित सरुवा नहुनु, भीडभाडयुक्त कार्यस्थल, कामको उचित मूल्याङ्कन नहुनु, सुपरीवेक्षक तथा सहायकसँग सुमधुर सम्बन्ध नहुनु आदि।

तनावका लक्षणहरू :

अवाञ्छित स्तरको तनाव हानिकारक र संगठनका दृष्टिकोणले प्रत्युत्पादक हुन्छ। यसलाई समयमै व्यवस्थापन गर्न नसकिएमा निम्न किसिमका लक्षणहरू देखिने गर्दछन्।

शारीरिक : शुरु-शुरुमा हातखुट्टा काँप्ने, उच्च रक्तचाप, टाउको दुख्ने, मुख सुक्ने, चिट्चिट पसिना आउने, बेहोस हुने, पेटमा गडबडी हुने, हातखुट्टा चलाइरहने, शरीर ताल्ने, आलस्य हुने आदि।

क्रोनिक रूप लिएपछि दम, क्यान्सर, मधुमेह, हृदयघात, हाइपरटेन्सन, माइग्रेन, अल्सर, बाथ, कपाल झर्ने, यौन दुर्बलता, रुघाखोकी लागिरहने, दुब्लाउने आदि।



मानसिक : डर, चिन्ता, आवेग, डरलाग्दो सपना देख्ने, हीनताबोध, डर, अधिकतम निराशा, आत्तिने (Nervousness), डिप्रेसन, रिसाउने, अनिद्रा, अनुपस्थिति, असन्तुष्टि आदि ।

सामाजिक : छिमेकी र समूह सदस्यहरूसँग कमजोर सामाजिक सम्बन्ध राख्नु, सामाजिक क्रियाकलाप एवं जमघटमा पातलो उपस्थिति हुनु, एकाङ्गी र एकान्तप्रेमी बन्दै जानु, माया, प्रेम, सम्बन्ध, सामाजिक मूल्य-मान्यता, संस्कृतिप्रति वितृष्णा पैदा हुनु आदि ।

संगठनात्मक : न्यून उत्पादकत्व, न्यून कार्यसम्पादनस्तर, काम तथा कर्मचारीप्रतिको नकारात्मक सोच, अन्य व्यक्तिहरूप्रति अत्यन्त आक्रामक स्वभाव, न्यून आत्मसम्मान, अवास्तविक लक्ष्य तथा माग, कामप्रति उदासीन हुनु, सेवाको अप्रभावकारिता, गुणस्तरमा ह्रास, उच्च जागिर छोड्ने दर आदि ।

नकारात्मक तनावग्रस्त व्यक्ति विभिन्न किसिमका दीर्घरोगहरूबाट ग्रसित हुनुका साथै मादक पदार्थ सेवन, धूमपान र लागूऔषधको सेवनजस्ता कुलतमा फस्न सक्छ। ऊ एकातिर समाजबाट एकिलन्छ, भने अर्कोतिर संगठनको लागि पनि बोझ बन्न पुग्छ। यसरी तनावले गर्दा समग्र संगठनको इज्जत, प्रतिष्ठा र विश्वसनीयतामा समेत आँच आउन सक्छ।

तनाव व्यवस्थापनका उपाय :

तनाव उत्पन्न हुने कारणहरूसँग परिचित भई त्यसलाई कम/निराकरण गर्न सकिएमा तनावको उचित व्यवस्थापन भएको मानिन्छ। समग्रमा व्यक्तिस्तरमा र संगठनस्तरमा तनाव व्यवस्थापनलाई छुट्ट्याई व्यवस्थापनका उपायहरू अपनाउनु उपयुक्त हुने देखिन्छ।

व्यक्तिगतस्तरमा : आहार सुधार, योगासन, प्राणायाम, ध्यान, व्यायाम, परामर्श, जीवनको लक्ष्यप्रति सजग र सचेत हुने, समयको उचित व्यवस्थापन र उपयोग गर्ने, वर्तमानलाई बढी महत्व दिने, जीवनप्रति सकारात्मक मनोवृत्तिको निर्माण गर्ने, उचित प्रकारबाट यौनसन्तुष्टि लिने/दिने, नयाँ-नयाँ ठाउँ घुमफिर तथा भ्रमण गर्ने, सबैसँग माया, प्रेम, स्नेह आदानप्रदान गर्ने, संगीत सुन्ने आदि ।

संगठनस्तरमा : अधिकार र उत्तरदायित्वको स्पष्ट बाँडफाँड, अधिकार प्रत्यायोजन र आवश्यक साधन-स्रोतहरूको हस्तान्तरण, पर्याप्त वृत्ति विकासको व्यवस्था, गुनासो तथा द्वन्द्व व्यवस्थापनको प्रभावकारी व्यवस्था, सहभागितामूलक निर्णय प्रणाली, व्यावसायिक स्वास्थ्य र सेवा सुरक्षाको सुनिश्चतता, खेलकुद र मनोरञ्जनका यथेष्ट उपायहरूको अवलम्बन, पर्याप्त तलब भत्ता तथा अन्य सुविधा दिने, नयाँ प्रविधिलाई ग्रहण गर्ने क्षमता विकासको लागि तालिम दिने, तनावसम्बन्धी चेतना अभिवृद्धि गर्ने, तनावका कारणहरू पत्ता लगाउने, त्यसलाई उचित रूपले समाधान गर्ने, संगठनले कार्यरत कर्मचारीहरूको मूल्य, मनोवृत्ति, धारणा र अपेक्षाअनुसार व्यवहार गर्ने आदि ।

नेपाल टेलिकममा तनाव व्यवस्थापन :

नेपाल टेलिकममा तनाव व्यवस्थापनको लागि उचित ध्यान पुग्न नसकेको अवस्था छ। नेतृत्व वा उपल्लो व्यवस्थापन तहमा

वस्ने पदाधिकारीहरू तनाव व्यवस्थापनको सम्बन्धमा सचेत र सीपयुक्त देखिदैनन्। उनीहरूले आफ्नो कार्यसूचीमा यसलाई प्राथमिकता दिने गरेको पाइँदैन।

नेपाल टेलिकमले तनाव व्यवस्थापनको लागि वैज्ञानिक र वस्तुनिष्ठ विधिहरू अवलम्बन गरेको नदेखिए पनि तनाव व्यवस्थापनको सन्दर्भमा मौन रहेको भने छैन। आर्थिक विनियमावली र कर्मचारी सेवा सर्त विनियमावलीमा भएका मौद्रिक एवं गैरमौद्रिक प्रावधानहरूले कर्मचारीहरूलाई केही हदसम्म तनावमुक्त गर्न सफल भएका छन्। विभिन्न समयमा दिइने वैदेशिक तालिम तथा कार्यक्षेत्रसँग सम्बन्धित तालिमहरू दिन तालिम केन्द्रको स्थापना गरी स्वदेशमै सबै तह र तप्काका कर्मचारीहरूलाई तालिम दिने व्यवस्था गरिएको छ। दूरसञ्चार तालिम केन्द्रले कार्यक्षेत्रसँग सम्बन्धित तालिमको अलावा विभिन्न समयमा Art of Living, seven Habbits आदिजस्ता Refresher तालिमहरू सञ्चालन गरी कर्मचारीहरूको तनाव व्यवस्थापन गर्ने प्रयासहरू गरेको देखिन्छ। त्यसै गरी विभिन्न तालिमहरूको समापनसँगै तालिमका सहभागीहरूलाई पर्यटकीय स्थल, धार्मिक स्थल, योग तथा ध्यानकेन्द्रहरूमा लगी मनोरञ्जन, योग र ध्यानको माध्यमद्वारा कसरी तनाव कम गर्न सकिन्छ, भन्ने बारेमा समेत जानकारी गराउने गरेको देखिन्छ।

नेपाल टेलिकमले वर्तमान प्रतिस्पर्धालाई सामना गर्दै मुलुकको एक नम्बर दूरसञ्चार सेवाप्रदायकको रूपमा स्थापित भैरहन आधुनिक र भरपर्दो प्रविधि भित्र्याई प्रभावकारी र गुणस्तरीय सेवा प्रदान गर्दै सेवाहरूको उचित विधि र पद्धतिमार्फत बजारीकरण गर्नुपर्दछ। यी सबै क्रियाकलाप, पद्धति तथा साधनहरूलाई नियन्त्रित एवं व्यवस्थित गर्ने जीवन्त शक्ति कर्मचारी हो। यस कार्यमा कर्मचारीमा रहेका खूबी, दक्षता, जागरुकता, रुचि, सिर्जनशीलता, क्रियाशीलता, अनुभव, उत्प्रेरणा, मनोबल, इमानदारिताजस्ता तत्वहरूको ठूलो महत्व रहन्छ। कर्मचारीमा रहेका यी तत्वहरूलाई नष्ट गर्ने Virus तनाव (Stress) भएकोले यसको उचित व्यवस्थापन हुनुपर्दछ। कम्पनीले तनाव व्यवस्थापन गर्नको लागि विभिन्न किसिमका तनाव व्यवस्थापनसम्बन्धी तालिमहरू सञ्चालन गर्ने, ध्यान र योग शिविरहरू सञ्चालन गरी बढीभन्दा बढी कर्मचारीहरूलाई सहभागी गराउने, कर्मचारीहरूलाई पर्यटन विदाको व्यवस्था गर्ने, असल श्रम सम्बन्ध र द्वन्द्व एवं गुनासोको उचित व्यवस्थापन गरी कर्मचारीहरूका व्यक्तिगत एवम् संगठनात्मक समस्या समाधान गर्ने, कर्मचारीहरूको कार्य र वृत्ति विकाससँग सम्बन्धित सम्पूर्ण गतिविधिहरू वस्तुनिष्ठ, वैज्ञानिक, निष्पक्ष, पारदर्शी बनाउनेजस्ता कार्यहरू गर्नुपर्ने देखिन्छ। यसरी तनावको प्रभावकारी ढङ्गबाट व्यवस्थापन गर्न सकिएमा कामप्रति प्रतिबद्धता, परिणामप्रति व्यग्रता, परिवर्तनप्रति अभिरुचि, सेवाग्राहीप्रति आत्मीयता, सहकर्मीप्रति सहिष्णुता भएका कम्पनीलाई नयाँ उचाइ दिन सक्ने जनशक्ति निर्माण गर्न सकिन्छ, भन्दा दुई मत नहोला। ●

नेपाल टेलिकममा नैतिक शिक्षाको आवश्यकता

नैतिकता मानवीय आचरणको आधारभूत स्रोत हो। मानिसमा ज्ञान, सीप, क्षमता, दक्षता, शिक्षाको जति महत्त्व छ त्यति नै नैतिक शिक्षाको पनि महत्त्व रहन्छ। नैतिकताविना मानिसले गरेका कार्य अधुरा रहन्छन्। जतिसुकै कार्यकुशलताको कुरा गरे तापनि इमानदारिता तथा प्रतिबद्धताविना कुनै पनि संस्थाको विकास अघि बढ्न सक्दैन। नैतिकता एउटा मानवीय गहना हो। यसले हरेक मानिसको कार्यदिशा तथा आचरण, अनुशासन, सदाचारिता, सद्भाव आदिमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्छ।

नैतिक शिक्षाले टेलिकमभित्र विसंगति र विकृतिलाई हटाउन मद्दत पुऱ्याउँछ भने निश्चितरूपमा नेपाल टेलिकमको विकासमा ऊर्जासमेत थप्न मद्दत गर्दछ। त्यसैले जहाँ भ्रष्ट र अनुत्तरदायी कर्मचारी रहँदैन त्यहाँको विकासले सिंगो मुलुकलाई समेत टेवा पुऱ्याउँछ। नैतिक बल र सकारात्मक सोचले कर्मचारीमा उत्प्रेरणा जगाउन मद्दत गर्दछ, जसबाट राम्रो Output (उत्पादकत्व) निस्कन्छ। यसको साथसाथै यसले कुशल, उत्तरदायी, दूरदर्शी, गतिशील, लगनशील, निष्ठावान, इमानदार र विवेकी कर्मचारी बन्न मद्दत गर्दछ। त्यस्तै कर्मचारीहरूलाई बढी ग्राहकमुखी बनाउन र योजनाहरू कार्यान्वयन गराउन पनि उनीहरूको मनोबल र नैतिकताको प्रमुख भूमिका रहेको हुन्छ। यदि खराब आचरण, अनुशासनहीन र सद्भाव नभएका कर्मचारीहरू छन् भने त्यस्ताले केही न केही संस्थालाई हानि-नोक्सानी पुऱ्याइरहेका हुन्छन् भने कतिपय त्यस्ता कर्मचारीहरू सजायका भागिदारसमेत बन्छन्। त्यसैले नैतिक धरातलभित्र सबैले कार्य गर्नु कुनै पनि संस्थाको भविष्य उज्ज्वल पार्नु हुन्छ।

विचार, भावना, बानी र व्यवहारले हामी निर्देशित हुने भएकाले हरेक व्यक्तिहरूका बेग्लै पहिचान बन्ने हुन्छ। त्यसैले हरेक कर्मचारीहरूलाई कार्यदक्ष, लगनशील, इमानदार र कर्तव्यनिष्ठ बनाउन नैतिक शिक्षाको पनि भूमिका रहन्छ। यसबाट नेपाल टेलिकमको प्रगतिको खाका कोर्न सहयोग पुग्दछ।

नेपाल टेलिकममा स्थापनाकालदेखि आजसम्म त्यहाँको व्यवस्थापन पक्ष, कर्मचारी पक्ष र युनियन पक्षको योगदान रहिआएको छ। आजको परिवर्तित समयमा नेपाल टेलिकमका कर्मचारीहरूमा समयअनुसार आफू पनि परिवर्तन हुन चाहनु स्वागतयोग्य कुरा हो। तर आज देशको राजनीतिक क्षेत्रमा आएको परिवर्तनले केही प्रतिशत कर्मचारीहरूमा घमण्ड, अहंकार, असन्तुष्ट, भाग्ने तथा कामचोर प्रवृत्ति रहेको छ। केही प्रतिशत कर्मचारीहरू राजनीतिक सुरक्षा तथा छत्रछायाँमा हुर्किन थालेका छन्। अनुशासन एवं मर्यादाको उल्लंघन गर्न थालेका छन् र नैतिकतामा कमी देखिँदै आइरहेको छ। यो प्रवृत्ति नेपाल टेलिकमको लागि हानिकारक हुन्छ।



धर्मलाल महर्जन
टेलिकम कार्यालय, पाटन

नैतिक शिक्षा नभएमा कुनै पनि क्षेत्रमा विज्ञ भए तापनि त्यस्ता कर्मचारीमा सकारात्मक सोच, सद्भावना, अभिव्यक्तिमा सुमधुरता आदिको कमी हुन सक्छ। हाम्रो जस्तो ग्राहकमुखी संस्थामा त यसको आवश्यकता महत्त्वपूर्ण रहन्छ। यसबाट ग्राहकको सन्तुष्टिलाई निराकरण गर्न सकिन्छ र हरेक ग्राहकको मनमस्तिष्कमा आत्मसन्तुष्टिको अनुभूति दिन सकिन्छ र सधैं-सधैं सेवाग्राहीको माया, ममता, शुभेच्छा र सम्बन्धलाई अटल बनाई कम्पनीको प्रगतिको बाटोमा पुऱ्याउन थप टेवा दिन सकिन्छ।

हामी हरेक कर्मचारीहरूले टेलिकमको लागि केही त गरौं, अहिले नगरे कहिले गर्ने, अहिले नसोचे कहिले सोच्ने, मैले नगरे कसले गर्ने भन्ने भावनामा ओतप्रोत भई एक सद्भावयुक्त टेलिकम कर्मचारीहरूको विकास गरी आफ्नो सीप क्षमतालाई नेपाल टेलिकमको विकासमा सघाउ पुऱ्याउन हातमा हात मिलाउन जरुरी देखिन्छ। यसका लागि हरेक कर्मचारीहरूमा सकारात्मक सोच र दृष्टिकोणमा उदारता हुनु जरुरी छ। यसबाट समस्याको समाधान गर्नसमेत सहयोग पुग्छ। र, हामीले कपडा मात्र हैन, संस्थाको विकासका लागि विचार पनि फेरनुपर्दछ। खराब विचारलाई हटाउनुपर्दछ र कर्मको मूल थलो नेपाल टेलिकमलाई नै बनाउनुपर्दछ भन्ने भावना सबै टेलिकम कर्मचारीहरूमा हुनुपर्दछ। आमकर्मचारीहरूको नकारात्मक सोचको मानसिकतालाई हटाई कामप्रति दायित्वपूर्ण बनाउन र जिम्मेवार बन्न प्रेरणा दिनको लागि नैतिक शिक्षाले थप बल प्रदान गर्न सक्दछ।

एकले अर्कालाई दोष दिने, अर्को कर्मचारीले के गर्नु के गरेन भनेर हेर्नुभन्दा आफ्नो कमजोरी र आफूले के गरे, के गरिनँ भनी हेर्नु नै बेस हुन्छ। त्यस्तै नेपाल टेलिकमले केही गरौं भन्ने चाहना, इच्छा-आंकाशा राख्ने हो भने संस्थाको लागि आफूले के गरे भन्ने कुरा पनि सोच्नुपर्छ। कुनै कर्मचारीको पद ठूलो हुँदाको कोही ठूलो हुँदैन, ठूलो त्यो हुन्छ जसको मन ठूलो हुन्छ भन्ने एलनको भनाइलाई हामीले शिक्षामा उतार्नुपर्दछ। यसबाट मात्र हामीले टेलिकमभित्रका चुनौतीहरूलाई सामना गर्न सक्छौं।



नेपाल टेलिकममा सबै कर्मचारी शतप्रतिशत योग्य र क्षमतावान् नहुन सक्छन् । हरेक कर्मचारीहरूको आ-आफ्नै योग्यता, क्षमता हुन सक्छ, जुन योग्यता र क्षमतालाई टेलिकमको विकास, उन्नति र प्रगतिमा लगाउन तत्परता हुनुको साथै उक्त क्षमतालाई संस्थाले लिनको लागि आवश्यक वातावरण तयार गर्नुपर्छ ।

यस संस्थाले एकाधिकारबाट बजार प्रतिस्पर्धामा अघि बढ्नुपरेको छ । प्रतिस्पर्धाबाट आफ्नो काम अगाडि राख्न धेरै चुनौतीहरू आइपरेका छन् । चुनौतीहरूलाई समाधान गर्न अवश्य पनि हामीमा नैतिक शिक्षाको आवश्यक रहन्छ । कर्मचारी क्षेत्र, प्रशासनिक क्षेत्र, लेखा, कानुनी आदि क्षेत्रमा देखिएका विकृति, अनावश्यक खर्च आदिमा देखिएका खाल्डोलाई नपुर्ने हो भने भोलिका दिनमा नेपाल टेलिकमको दुर्दशा हुन सक्छ । त्यसैले नेपाल टेलिकमका सामुन्ने आएका धेरै चुनौतीहरूसँग लड्न व्यवस्थापकीय पक्ष र कर्मचारी पक्षको भूमिका आवश्यक छ । यदि टेलिकमभित्र दक्ष व्यवस्थापन, सीपयुक्त, लगनशील

र इमानदार कर्मचारीहरू तथा सुदृढ तथा सक्षम युनियन एउटै संगमस्थलमा नउभिएँ एकआपसमा विवादितरूपमा रहने हो भने राष्ट्र निर्माण हाम्रो लक्ष्य भन्ने नेपाल टेलिकमको नारा सार्थक नहुन सक्छ ।

नेपाल टेलिकमले तत्कालै कार्ययोजना प्रस्तुत नगर्ने र कर्मचारीहरूमा देखिएका उदासीनता, अल्छीपनालाई नहटाउने हो भने आजसम्म कायम राख्दै आएको लोकप्रियता धूलोमा नमिसिएला भन्न सकिन्न । जुन टेलिकमका कर्मचारीहरूका लागि निकै कष्टकर र पीडादायी हुन सक्छ । त्यसैले टेलिकमका सबै पक्षहरू वास्तविक नैतिक धरातलभित्र रही कार्यदिशातिर लाग्न जरुरी हुन्छ । यसको लागि राष्ट्र निर्माण नै हाम्रो लक्ष्य भनेजस्तै ग्राहक सन्तुष्टि नै हाम्रो लक्ष्य र उपभोक्ताको सद्भाव नै टेलिकमको सफलता भन्ने नाराका साथ अघि बढ्न आवश्यक छ ।

"People do what you inspect, not what you expect."

Louis V. Gerstner, Jr., the chairman and CEO of IBM from April 1993 until March 2002. in his book : Who Says Elephants Can't Dance?

"Science may set limits to knowledge, but should not set limits to imagination." ~ Bertrand Russell.

"Hatred injures the hater as well as the hated. Love blesses the lover as well as the loved. This is hard economics as well as good common sense". Kenneth Boulding

The only way to deal with an unfree world is to become so absolutely free that your very existence is an act of rebellion.
Albert Camus.



Quality: A Fundamental DNA of Survival

The race for the future will be won by those who deliver a unique customer experience at the lowest cost. -C.K. Prahalad

Dr. C.K. Prahalad (1941-2010) is renowned management guru, one of the top management thinkers of twenty first century and professor of corporate strategy at Michigan University. His words simply depict the relationship between quality offerings to the customers and the survival of the organization. Certainly, quality has become the apex attribute that stimulates customers' demand and their willingness to pay.

In today's market characterized of full competition and rivalry, the total quality has become a fundamental DNA of survival; it has become the basic unit of survival in the marketplace like the DNA is there in all known forms of life. As DNA is vital molecule to give life, the quality reserves the same value for any organization whether manufacturing products or delivering service.

The 3Ps of organization namely people, process and product needs to be associated with 'quality' to ensure total quality that emphasizes the customer satisfaction and customer delight. The main objective of this article is to discuss on quality in business organization, the way to achieving, improving and managing quality.

Evolution of Quality Management

Quality is not an act. It is a habit. -Aristotle

Systems for improving and managing quality have evolved rapidly in recent years. During the last two decades or so simple inspection activities have been replaced or supplemented by quality control, quality assurance has been developed and refined, and now many companies, using a process of continuous and company-wide improvement, are working towards TQM. In this progression, four fairly discrete stages can be identified: inspection, quality control, quality assurance and total quality management (Dale, 2003). Let us take a quick look on contribution by quality leaders in this field:

Walter Andrew Shewhart (1891-1967) - Shewhart - known as *the father of statistical quality control* - contributed to understanding of process variability and developed concept of statistical control charts.

William Edwards Deming (1900-1993) - Deming is often referred to as *the father of quality control* - was a statistics professor at New York University in the 1940s. He stressed management's responsibility for



Bhuwan Raj Chataut
Babarmahal Exchange

quality and developed fourteen points to guide companies in quality improvement.

Joseph Moses Juran (1904-2008) - Juran defined quality as fitness for use and developed concept of cost of quality.

Armand V. Feigenbaum (born 1922) - Armand V. Feigenbaum, PhD, argues that total quality control is necessary to achieve productivity, market penetration, and competitive advantage. In 1951, he authored *Total Quality Control*.

Philip B. Crosby (1926-2001) wrote a book titled *Quality Is Free* and stressed the role of management in the quality improvement effort and the use of statistical control tools in measuring and monitoring quality.

Kaoru Ishikawa (1915-1989) is best known for the development of quality tools called cause-and-effect diagrams and implementation of *quality circles*.

Genichi Taguchi (born 1924) has focused on product design quality with a concept of robust design and developed Taguchi loss function.

Quality Matters

The bitterness of poor quality remains long after low price is forgotten. -Anonymous

In this globalised market, customer requirements are becoming more and their expectations of the product and/or service in terms of conformance, reliability, dependability, durability, interchangeability, performance, features, appearance, serviceability, user-friendliness, safety and environmental friendliness is also increasing. As per increment in customers' expectations, the organization must fulfill their expectations by addressing their requirements. And, the offering unique experience to customer would be possible only ensuring quality in all aspects of organization not only as a program but as a process – a continual process. That's why, quality



matters. The four main reasons why quality is perceived to be important are (McKinsey and Company, 1989):

- Primary buying argument for the ultimate customer
- Major means of reducing costs
- Major means for improving flexibility/ responsiveness
- Major means for reducing throughput time.

Quality matters as it is all-pervasive, it increases productivity and leads to better performance in the marketplace, it means improved business performance and it is a way of organizational life. It is the way to achieve business excellence.

Few facts relating quality service *compiled by Mattson & Associates from service sector companies in the USA* (Source: CMC Partnership Ltd., 1991) -

- Satisfied customers will tell an average of 5 people about their positive experience.
- If 20 customers are dissatisfied with your service, 19 won't tell you. 14 of the 20 will take their business elsewhere.
- Satisfied customers will tell an average of 5 people about their positive experience.
- Up to 90 per cent of dissatisfied customers will not buy from you again, and they won't tell you why.
- Customers are willing to pay more to receive better service.
- 95 per cent of dissatisfied customers will become loyal customers again if their complaints are handled well and quickly.

Defining Quality and Its Dimensions

Quality in a product or service is not what the supplier puts in. It is what the customer gets out and is willing to pay for. -Peter Ferdinand Drucker

'Quality' is now an over-used word. However, it has a variety of interpretations and uses, and there are many definitions. It is a term we use to describe and assess an array of characteristics of a diverse range of physical goods and intangible services.

According to Garvin (1988), there are five common approaches to define quality:

- i. Transcendent - quality can't be precisely defined, but we know it when we see it, or are aware of its absence when it is missing. This is not a particularly useful approach to quality if we hope to make an objective assessment of quality.
- ii. Product-based - differences in quality relate to differences in the quantity of some attributes.

- iii. Manufacturing- (or process) based - quality is measured by the degree to which a product or service conforms to its intended design or specification; quality arises from the process/es used.
- iv. Value - based - quality is defined by price. A quality product or service is one that provides desired performance at an acceptable cost.
- v. User- (or customer) based - quality is the capacity to satisfy needs, wants and desires of the user/s. A product or service that doesn't fulfill user needs is unlikely to find any users. This is a context dependent, contingent approach to quality.

Following are the eight basic dimensions that determine the quality of a particular product or service (Garvin, 1987: pp 101-110):

- i. Performance- relates to a product's primary physical characteristics
- ii. Features- a secondary aspect of performance
- iii. Reliability- reflects the probability of product malfunctioning or failing within a specified time period
- iv. Conformance- the degree to which a product's design and operating characteristics meet established standards.
- v. Durability - a measure of a product life.
- vi. Serviceability- the speed, courtesy, competence and ease of repair
- vii. Aesthetics- how a product, looks, feels, sounds, tastes or smells
- viii. Perceived Quality- inferences of the customer, based on tangible and intangible aspects of the product, related to reputation of firm

Parasuraman et al. (1985, 1988) suggested the set of service quality determinant comprises ten dimensions as:

- i. Tangibles- physical evidence
- ii. Reliability- getting it right first time, honoring promises
- iii. Responsiveness- willingness, readiness to provide service
- iv. Communication- keeping customers informed in a language they can understand
- v. Credibility- honesty, trustworthiness
- vi. Security- physical and financial; confidentiality
- vii. Competence- possession of required skills and knowledge of all employees



- viii. Courtesy- politeness, respect, friendliness
- ix. Understanding- knowing the customer, his needs and requirements

Managing Quality

Quality is never an accident; it is always the result of intelligent effort. -John Ruskin

Improving, achieving and managing quality is challenging job as it is endless, ongoing process characterized by identifying root causes of quality problems and correcting them at the source, as opposed to inspecting the product after it has been made. It needs to bring the transformation on the people, process and product of the organization. The total quality management has evolved by successive contributions of quality leaders. Let us discuss some key concepts of total quality management-

Customer Focus- The apex feature of TQM is the company's focus on its customers -identifying and then meeting customer needs. It realizes that *Customer is the King or Customer is the Guest or Customer is the Boss.*

Continuous Improvement- Continuous improvement - called *Kaizen* by the Japanese, requires that the company continually strive to be better through learning and problem solving. Its key elements are - adaptability of both people and equipment, use of existing technology to optimize capacity, creative involvement of all employees and '*Make it a little better each day*' attitude. The two approaches that can help companies with continuous improvement: PDCA cycle (plan-do-check-act - *PDCA cycle* - often termed as Shewhart or Deming cycle) and benchmarking (studying business practices of the best considered companies).

Employee Empowerment and Involvement- TQM underscores on empowering all employees to ensure quality. To further stress the role of employees in quality, it differentiates between *external* and *internal customers*. It encompasses the team approach like *quality circle* – one of the most popular types of teams - a team of volunteer production employees and their supervisors whose purpose is to solve quality problems.

Use of Quality Tools- TQM places a great deal of responsibility on all members. If employees are to identify and correct quality problems, they need proper training for understanding how to assess quality by using a variety of quality control tools, how to interpret findings, and how to correct problems. They may use tools like cause-and-effect diagram, flowchart, checklist, control charts, scatter diagrams, pareto analysis and histogram.

Product Design- Products need to be designed to meet customer expectations. Quality function deployment (QFD) is a tool used to translate the

preferences of the customer into specific technical requirements. It is useful in enhancing communication between different functions, such as marketing, operations, and engineering. It begins by identifying important customer requirements, which typically come from the marketing department.

Process Management- TQM believes that a quality product comes from a quality process. Quality at the source is the principle that it is far better to uncover the source of quality problems and correct it than to discard defective items after production.

Managing Supplier Quality- This concept of TQM extends the concept of quality to a company's suppliers and ensures that they engage in the same quality.

The Cost of Quality

The "cost of quality" isn't the price of creating a quality product or service. It's the cost of NOT creating a quality product or service. -American Society of Quality

It is a term that is widely used and widely misunderstood. Every time work is redone, the cost of quality increases. The total quality costs can be segregated into four parts as presented below:

Prevention Costs-The costs of all activities specifically designed to prevent poor quality in products or services. Examples are the costs of: new product review, quality planning, supplier capability surveys, process capability evaluations, quality improvement team meetings, quality improvement projects, quality education and training etc.

Appraisal Costs-The costs associated with measuring, evaluating or auditing products or services to assure conformance to quality standards and performance requirements. These include the costs of: incoming and source inspection/test of purchased material, in-process and final inspection/test, product, process or service audits, calibration of measuring and test equipment, associated supplies and materials etc.

Internal Failure Costs- Failure costs occurring prior to delivery or shipment of the product or the furnishing of a service to the customer is called internal failure costs. Examples are the costs of: scrap, rework, re-inspection, re-testing, material review, downgrading etc.

External Failure Costs- Failure costs occurring after delivery or shipment of the product and during/or after furnishing of a service to the customer. Examples are the costs of: processing customer complaints, customer returns, warranty claims and product recalls etc. (Excerpted from ASQ Quality Costs Committee, *Principles of Quality Costs: Principles, Implementation, and Use, Third Edition*, ed. Jack Campanella, ASQ Quality Press, 1999, pp 3-5.)



Barriers to Total Quality Management

Quality begins with me. -Stephen R. Covey

In TQM implementation, all the members of an organization must be involved in bringing out the change in improving processes, products, services and the culture in which they work. Following are some barriers to TQM:

- Lack of strategic commitment from management
- Insufficient empowerment of workers
- Lack of cross-functional, cross-disciplinary efforts
- Misdirected focus
- Emphasis on internal processes to the neglect of external customer-focused results
- Lack of focus in training
- Lack of cost of quality measurement, performance reporting, and recognition systems
- Emphasis on quick fixes and low-level reforms, short-term performance at the expense of long-term improvements

TQM in Nepali Perspective

The prevailing style of management must undergo transformation. - W. Edwards Deming

TQM is widely heard; however it is one of the least practiced in the Nepali corporate milieu. Few private banks and other organizations have started attaining their goals as per TQM. Nevertheless, public enterprises have been suffering from fatal diseases and one of the prime causes is ignorance of quality aspects. They are acquainted with poor practices. To be able to become a total quality organization, such practices must be recognized and corrected. These may include:

- Leaders not giving clear direction
- Not understanding, or ignoring competitive positioning
- Each department working only for itself
- Trying to control people through systems
- Confusing quality with rating
- Accepting that a level of defects or errors is inevitable
- Firefighting, reactive behavior
- The "It's not my problem" attitude

Last but not the Least

Quality means doing it right when no one is looking. -Henry Ford

In the global economy, the sustainability of any business organization depends upon the delivery of products to its customers as per their requirements. They have to accept and ensure the quality throughout the

organization for customer creation and customer retention. The power of quality can attract existing non-customers and convert into the loyal customers.

TQM is *the* way of managing for the future, and is far wider in its application than just assuring product or service quality – it is a way of managing people and business processes to ensure complete customer satisfaction at every stage, internally and externally. It must be powered by *strategic commitment* to quality, *communication* of the quality message, and recognition of the need to change the *culture* of the organization to create total quality.

Needless to say, the organizations are facing lots of challenges in this changing environment. At the same time, quality management plays significant role. However, public and private organizations in Nepali business environment are practically unaware of managing quality and its implications; if they do not transform entirely, they will suffer heavy loss, lose market share significantly and even they disappear.

(Author is involved in Research and Teaching for HR Management)

References

- Crosby, Philip B. (1979). *Quality Is Free*. New York: New American Library.
- Deming, W. E. (1986). *Out of Crisis*. Cambridge: MIT Center for Advanced Engineering Study.
- Dale, B. G. (1999). *Managing Quality*. 4th ed. Oxford: Blackwell Publishing.
- Imai, M. (1986). *Kaizen: the Key to Japan's Competitive Success*. New York: Random House.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, Nov-Dec, 101-10
- Garvin, David A. (1988). *Managing Quality*. New York: Free Press.
- Juran, Joseph M. (1988). *Quality Control Handbook*. 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- Juran, Joseph M. (1988). *Juran on Planning for Quality*. New York: Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future research. *Journal of Marketing*, No.49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- <http://asq.org/index.aspx>
- http://mof.gov.np/publication/budget/2011/pdf/english_full.pdf
- <http://www.npc.gov.np/>

नेपाल टेलिकमको भविष्य र हाम्रो जिम्मेवारी

नेपाल टेलिकम सम्पूर्ण नेपालीहरूको आस्था, विश्वास र सहयोगबाट यो अवस्थासम्म आएको नेपालको अग्रणी संस्था हो। सरकारको ९३ प्रतिशत स्वमित्व रहेको यो कम्पनीमा नेपालीहरू उपभोक्ताका रूपमा मात्र नभै कम्पनीको अशियारका रूपमा समेत सहभागी भैसकेका छन्। यो संस्था नेपाललाई पहिलो पटक सञ्चार जगत्सँग परिचित गराउँदै विश्वलाई नजिक बनाइदिने पुरानो एकमात्र सञ्चार संस्था हो। यति मात्र नभै आमनेपालीहरूबाट शुरुका दिनदेखि नै अत्यन्तै माया गरी संस्थाको प्रगतिमा सधैं सहयोगी रहँदै आएको इतिहास साक्षी छ। यसै गरी टेलिकमले पनि सम्पूर्ण नेपालीहरूको आर्थिक, शैक्षिक, भौतिक, सामाजिक आदि क्षेत्रको विकासका लागि आमजनताको आर्थिक अवस्था सुहाउँदो सस्तो, सुलभ सेवाहरू भित्र्याउँदै आएको छ। यस कम्पनीले विश्वमा उपलब्ध आधुनिक सञ्चार प्रविधिहरूलाई नेपालमा परिचित गराउने प्रयास निरन्तर गर्दै आइरहेको छ। नेपालमा सञ्चार सेवा प्रवेश भएको भन्दा एक शताब्दीको अवधिसम्म आइपुग्दा यो संस्था आफ्नो आर्थिक अवस्था मजबुत बनाउँदै नेपालीको समग्र विकासमा भरपर्दो सहयोगी बन्दै आइरहेको छ। यसैगरी राष्ट्र निर्माणमा अधिकतम राजस्व उपलब्ध गराउँदै देशकै सफल संस्थाको रूपमा विगत वर्षदेखि नै आफ्नो परिचय बनाउँदै आएको छ।

विशुद्ध नेपालीद्वारा नेपालीहरूका लागि स्थापित यो संस्थाको भविष्य पनि प्रत्यक्षरूपमा राष्ट्रको विकाससँग जोडिएको हुनाले कुन दिसामा गइरहेको छ, चनाखो भई सकारात्मकरूपमा जानकारी खोज्नु उचित हुन्छ। यसै गरी संस्थाको आवश्यकतामा सम्बन्धित क्षेत्रबाट सक्रिय सहभागी भई सहयोग जुटाउनु कर्तव्य पनि हो। त्यसैले यो आफ्नो संस्थालाई सधैं १ नम्बरमा राखिरहन सम्बन्धित सबै पक्षहरूको धर्म हुन आउँछ। संस्थाको वर्तमान यात्रा प्रतिस्पर्धी र संघर्षमय बन्दै गएको छ। यस कम्पनीलाई अनेक समस्याहरूको बन्धनमा बाँध्न सके प्रतिस्पर्धीको दौडमा अघि लाग्न सकिन्छ, भन्नेहरूका बीच पनि कागसलाई गर्छ, पिना सुक्दै गर्छ भन्ने उखानभैँ नेपाल टेलिकम आफ्नो लक्ष्यमा अघि बढी नै रहेको छ। नेपाल टेलिकमको यो अभियानमा निम्न क्षेत्रबाट आगामी दिनमा अझ बढी जिम्मेवारीपूर्ण सहयोग हुनुपर्ने देखिन्छ।

कर्मचारी

नेपाल टेलिकममा कार्यरत कर्मचारीहरू संस्थाको कर्मचारी मात्र नभई यस मालिकसमेत भैसकेको अवस्थामा संस्थालाई सधैं अग्रस्थानमा स्थापित गराउँदै आइरहेका छन्। वर्तमान प्रतिस्पर्धी दिनहरूमा अझ बढी जिम्मेवार हुनुपर्ने समय आएको छ। सञ्चार जगत्मा भैरहेको तीव्र परिवर्तन र प्रतिस्पर्धालाई आत्मसात् गर्दै नयाँ प्रविधिको ज्ञान, कार्यशैलीमा समयानुकूल परिवर्तन, ग्राहकहरूसँगको



मौलानाथ दाहाल
के.का., भद्रकाली

व्यवहारमा मलिनता, समयभित्रै कार्य सम्पन्न गर्छु भन्ने भावनाको विकास, लगनशील, अनुशासित, इमानदारीता, सहकर्मीप्रतिको सम्मानजस्ता कुरामा अझ बढी ध्यान दिनुपर्ने समय आएको छ। पहिले संस्थाको प्रगति, त्यसपछि कर्मचारीको सम्मानजनक सुविधाको वास्तविकतालाई सबै पक्षले आत्मसात् गर्नुपर्दछ। प्रत्येक कर्मचारीले आफूले आफैँलाई महसुस गर्नुपर्दछ कि मैले संस्थालाई कति योगदान गर्ने र मलाई संस्थाले कति सुविधा दियो? कतै मबाट संस्थाप्रति विश्वासघात हुँदै त छैन भन्ने आत्ममूल्याङ्कन गरिरहनुपर्दछ।

नेपाल टेलिकम एउटा घर र यहाँका कर्मचारी परिवार भएको अवस्थामा आफ्नो घरलाई कसरी मेलमिलाप, सफल, उदाहरणीय बनाउने भनी सबै कर्मचारीले जिम्मेवारीका साथ मनन गर्नुपर्दछ। अबका दिनमा यो मेरो घरलाई अझ बढी राम्रो बनाउन मेरो जिम्मेवारी बढेको छ भन्ने महसुस गर्नुपर्दछ। यसै गरी यसलाई नेपालको सफल संस्था बनाउन मेरो पनि धेरै योगदान रहँदै आएको र आगामी दिनमा संस्थालाई प्रथम रहिरहन अझ बढी सक्रिय रहनेछु भन्ने उच्च मनोबलबाट कार्य गर्नुपर्दछ।

जहाँ पनि संस्थाको उन्नतिका लागि भन्दा आफ्नो निहित स्वार्थपूर्तिमा लागिरहने केही कर्मचारी हुन सक्छन्। तर यसको संख्या भने अत्यन्तै न्यून रहेको हुन्छ। नेपाल टेलिकममा पनि संस्थाका लागि भन्दा आफ्नो लागि दुनो सोभ्याउने नहोला भन्न सकिन्न। यस्ता प्रवृत्तिका कर्मचारी सानो तहदेखि उच्च ओहोदामा रहेका जोसुकै पनि हुन सक्छन्। जुनसुकै तहका कर्मचारीबाट आफ्नो सुविधाका लागि मात्र ध्यान दिएको महसुस गरेमा आन्तरिक नियन्त्रणलाई प्रभावकारी न्यूनीकरण गराउनुपर्दछ। संस्थागत हितभन्दा व्यक्तिगत हितलाई महत्व दिने प्रवृत्तिबाट संस्थाको प्रगतिमा नकारात्मक प्रभाव पर्नुका साथै अन्य कर्मचारीको कार्यशैलीमा समेत दुष्प्रभावित हुने सम्भावना हुन सक्छ। यस्तो प्रवृत्तिको पहिचान र निराकरण गर्न आवाज उठाउनु कर्मचारीको दायित्व हो।



कर्मचारी युनियन

कर्मचारी युनियनहरू नेपाल टेलिकम र कर्मचारीको हक-हितप्रति सक्रिय र सजग रहँदै राम्रा कार्य गरेको पृष्ठभूमिमा केही समयदेखि कर्मचारी युनियनप्रति कर्मचारीले जति आशा र विश्वास गरेका छन् त्यो अनुपातमा उपलब्धि भने हासिल गर्न सकेको देखिँदैन। हुन त कर्मचारी युनियनको CBA निर्वाचन नभई सबै युनियनलाई समान हैसियतबाट व्यवस्थापनले व्यवहार गर्नु पनि एउटा कारण हुन सक्छ। तर पनि आमकर्मचारीमा संस्था अब उन्नतिभन्दा अधोगतितिर जान्छ कि भन्ने डरलाई व्यवस्थापन र कर्मचारीबीचको पुलको भूमिका निर्वाह गरेर आमकर्मचारीलाई हाम्रो संस्था सक्षम छ भन्ने आधारसहित समयमा नै सुसूचित गर्ने दायित्व कर्मचारी संगठनहरूको हो। टेलिकमको यात्रा अत्यन्तै प्रतिस्पर्धी र आन्तरिक तथा बाह्य क्षेत्रको आक्रमणको अवस्थाबाट गुञ्जिरहेको विदितै छ। यस अवस्थामा युनियनले अत्यन्तै सकारात्मक र सामूहिकताको अवधारणाबाट कार्य गर्नुपर्ने देखिन्छ। यो समयमा युनियनहरूले आ-आफ्नै मात्र डम्फु बजाउनुभन्दा सबै मिलेर संस्थालाई कहाँबाट आक्रमण हुँदै छ, कसरी प्रतिकार गर्ने भन्नेमा सामूहिक रणनीति बनाएर अधि बढ्न सक्छन् भन्नेमा आमकर्मचारीहरूको बाँकी नै छ। **संस्था नरहे युनियनको अस्तित्व रहँदैन** भन्ने यथार्थलाई मनन गरी आफ्नो संस्थाको आर्थिक उन्नति बढाउँदै कर्मचारीको सम्मानजनक सुविधा उपलब्ध गराउन कर्मचारी युनियनहरूको एकीकृत अभियान हुनुपर्दछ।

युनियनको आडमा काममा कम महत्व दिन्छन् भन्ने कर्मचारीहरूको गुनासा बढ्दै गएको पाइन्छ। यसबाट संस्था र युनियनप्रतिको विश्वासमा नकारात्मक प्रभाव पर्न जानेतर्फ नकार्न सकिँदैन। कर्मचारीहरूको प्रतिनिधिको रूपमा नेतृत्व सम्हाल्ने व्यक्तिहरूका लागि यस्ता विषय आजका सन्दर्भमा चुनौती बन्नुपर्ने हो, यतातर्फ ध्यान पुऱ्याउनु जरुरी छ। युनियनहरूले संस्था र कर्मचारीका लागि के गरिरहेका छन् भन्ने नियमितरूपमा कर्मचारीलाई जानकारी गराउनु उचित हुन्छ। अझ संस्था र कर्मचारीका लागि मैले के गर्दै छु भन्ने आत्मबोध नेतृत्वका प्रत्येक व्यक्तिले गर्नुपर्दछ। संस्थामा उदाहरणीय कार्य गरेर युनियनप्रतिको विश्वास जगाउनुपर्दछ। प्रतिस्पर्धात्मक बजारको सन्दर्भमा संस्थाका आन्तरिक रणनीति, योजनाका साथै अन्य कुराको गोपनीयताप्रति पनि सजग रहनु उचित हुन्छ। संस्थाभित्र धेरै युनियन हुनुभन्दा एउटै युनियनको एकात्मक आधारबाट जाँदा आगामी दिनमा संस्थाको सुदृढीकरण र कर्मचारीको हित हुने अपेक्षा रहेको छ।

उच्च व्यवस्थापन

संस्थाको चालकका रूपमा रहेका उच्च व्यवस्थापकको कार्यशैली, इमानदारिता, समयानुकूल रणनीति, गोपनीयता, आपसी मेलमिलाप, माग र आपूर्तिको सन्तुलित कार्ययोजनाजस्ता व्यवस्थापकका आधारभूत नैतिकता हुन्छन्। यी कुराले संस्थाको भविष्यको मार्ग प्रशस्त गर्दछन्। नेपाल टेलिकमका उच्च व्यवस्थापकहरूको संस्थालाई यो अवस्थासम्म ल्याउन ठूलो योगदान रहेको सबैले महसुस गरेका छन्। वर्तमान सन्दर्भमा उच्च व्यवस्थापक अझ बढी इमानदारीका

साथ संस्थाको हितमा लाग्नेछन् भनी आमकर्मचारीहरूले हेरिरहेका छन्। यति मात्र नभई सबैमा मेलमिलाप र सहकार्यबाट आफूहरू एकजुट हुँदै आन्तरिक र बाह्य चुनौती चिदै संस्थालाई अरु प्रतिस्पर्धीभन्दा सधैं अगाडि हाँक्नुहुनेछ भन्ने विश्वास लिएका छन्। संस्थारूपी रथका सारथीका रूपमा रहेका हाम्रा व्यवस्थापकहरूले औद्योगिक युद्धमा हारको मानसिकता नलिई जीतका लागि रणनीति तयार गरी सबै कर्मचारीलाई फौजीभै एकजुट गराई अगाडि बढ्ने बेला आएको छ। यो महत्वपूर्ण अभियानमा आ-आफ्नो स्वार्थमा अल्मिएर युद्धलाई कमजोर बनाउने सारथीलाई इतिहासले माफ गर्नेछैन।

पानी सफा हुन मुहान सफा हुनुपर्दछ भन्ने उखान हाम्रो संस्थामा पनि लागू हुन्छ। घरको मुख्य व्यक्तिको व्यवहारको प्रभाव अन्य परिवारका सदस्यहरूमा पर्ने सत्यताअनुरूप संस्थालाई कुन गतिमा लाने भन्ने मुख्य भूमिका उच्च व्यवस्थापकमा रहेको बुझेर नै सबै पक्षबाट वर्तमान उच्च व्यवस्थापकबाट बढी आशा र भरोसा गरेका छन्। एकातिर आफ्ना प्रतिस्पर्धी कुन रणनीतिमा चल्दैछन्, आफ्ना ठूला योजनामा अवरोध कहाँ-कहाँबाट हुने सम्भावना छ, आफ्ना योजनाका बारेमा कुन निकायलाई आश्वस्त गराउनु जरुरी छ, वैधानिक परिधिभित्र रहँदै गुणस्तर सेवा भित्र्याउन पूर्वतयारीको रणनीति कस्तो बनाउने आदि कुरामा राम्रो अध्ययन र विश्लेषणसहित कार्ययोजनाका प्रस्ताव बोर्डबाट स्वीकृति र जुनसुकै हालतमा कार्यान्वयन गराएरै छाड्ने दृढ अटोटजस्ता महत्वपूर्ण कार्यको आवश्यकता अझ बढी महसुस गरिएको छ। अर्कोतर्फ आमकर्मचारीहरूलाई एकजुट गराई स्वीकृत योजनाहरू समयमा नै सम्पन्न गराउने, नयाँ प्रविधि भित्रिनुअघि कर्मचारीहरूलाई प्रशिक्षित गराउने, कर्मचारीको मनोबल उच्च राखिराख्न मातहतका कर्मचारीसँग मैत्रीपूर्ण सम्बन्ध स्थापना गर्ने, आन्तरिक समस्यालाई तत्काल समाधान गर्नेजस्ता कार्यका लागि व्यवस्थापकीय उदारता आश्यक छ।

कर्मचारीको क्षमताअनुसार कार्य विभाजन गर्नु, **हाजिरी छड्केभन्दा जिम्मेवारी छड्केको** अवधारणा शुरु गर्नु, हाम्रा भन्दा राम्रा कर्मचारीको कार्यशैलीमा थप हौसला बढाउने, सरुवा, बहुबालगायतका सुविधामा नयाँ प्रविधिको प्रयोग गरी निस्पक्षता कायम गर्दै कर्मचारीको विश्वास जित्नेजस्ता कार्यलाई स्थायित्व दिनु सराहनीय हुनेछ।

सरकार र सम्बन्धित निकाय

नेपाल टेलिकमको उन्नति र अधोगतिको सबैभन्दा बढी जिम्मेवारी सरकारले लिनुपर्दछ। सरकार यो संस्थाको सबैभन्दा ठूलो अंशियार भएको नाताले आफ्नो संस्थाको अग्रणी विकासमा इमानदारीता र विश्वास जित्ने खालका कार्य गर्नुपर्दछ। नेपाल टेलिकमबाट आफ्ना लागि कति फाइदा हुन्छ भन्दा पनि संस्थालाई सबैभन्दा सक्षम, सेवामुखी बनाउनुपर्दछ। नेपालीहरूको आर्थिक विश्वास एवं आवश्यकतालाई मध्यनजर गरी अत्याधुनिक प्रविधिका सेवाहरू ल्याउन छिटो पहल गरी समयमा कार्य सम्पन्न गराउनुपर्दछ। आर्थिकरूपमा सुदृढ बनाउँदै धेरै राजस्व र मुनाफा आर्जन गरी जनतालाई बढी



सुविधा र सस्तो सेवा उपलब्ध गराउनुका साथै संस्थामा अझ बढी लगानीको लागि प्रोत्साहित गर्नुपर्दछ ।

अन्य सेवाप्रदायकहरूसँगको प्रतिस्पर्धाका लागि समान निर्णायक अधिकारको वातावरण बनाइदिनुपर्दछ । आर्थिक नियम, ऐन, कानूनका लामो र बहुपरिभाषित परिधिबाट मुक्त बनाई स्पष्ट अधिकार र सकारात्मक नियन्त्रणको अवधारणाअनुसार सञ्चालकहरूप्रति निरनन्तर निगरानी हुनुपर्दछ । संस्थामा अनियमितता भएको भए समयमा नै सुधार र आगामी दिनका लागि गल्ती नदोहोरिने वातावरणमा ध्यान दिने र कुनै निकायमा छनबिनका नाममा योजनाहरू रोकिनेजस्ता समस्याहरूको निराकरणमा सरकारको महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरी कार्य सम्पन्न गर्न सहयोग गरिदिनुपर्दछ । संस्थाका धेरै नयाँ र ठूला योजनाहरू पटक-पटक नियम र कानूनका नाममा रोकिएका छन् । यसबाट जनता एवं उपभोक्तामा नकारात्मक प्रभाव पर्न नदिन ती योजना के कारणबाट अल्झिएका हुन्, पहिचान गरी यथाशीघ्र सञ्चालनमा ल्याउन पहल गर्नु सरकारको दायित्व हुन्छ । आफ्नो मातहतका संस्थाले भेल्लनुपरेका समस्याप्रति सरकारले जिम्मेवारी महसुस गरी निराकरणका लागि नयाँ ढंगबाट पहल थाल्ने बेला भैसकेको छ । संस्थाका स्रोत-साधन र आर्थिक क्षेत्रमा आमजनताको प्रत्यक्ष लगानी भएको अवस्थामा सरकारबाट यसको दुरुपयोग रोकि सही सदुपयोगमा लाग्नु नै जनताको सही प्रतिनिधित्व र जनताप्रति जवाफदेहिताको अनुभूति गर्न सकिन्छ ।

हालका दिनमा नेपाल टेलिकमका नयाँ र ठूला योजनाहरू समयमा स्वीकृति नहुनु र आमजनतामा सस्तो र सुलभ सेवा पुग्न नसक्नुले कतै संस्थामा गलत षड्यन्त्र हुन लागेको हो कि भन्ने आशंका हुनु स्वाभाविकै हो । संस्थाले गर्दै आएको उन्नति अबका दिनमा घट्न गएमा लगानीको प्रतिफलका साथै आमउपभोक्ताहरूको सुविधा एवं सस्तो र गुणस्तर सेवा उपभोग गर्ने अधिकार हनन भएको मानिनेछ । यसबाट सरकारले ल्याएको घर-घरमा इन्टरनेट र हात-हातमा मोबाइलको अवधारणा हास्यास्पद साबित नहोला भन्न सकिन्न । सरकारले विकट क्षेत्रमा समेत सञ्चार सेवा पुऱ्याउँदै सस्तो र गुणस्तरीय सेवा जनतालाई उपलब्ध गराउन नेपाल टेलिकमका माध्यमबाट ठूला र महत्वाकांक्षी योजनालाई तत्काल कार्यान्वयनको वातावरण बनाएर सर्वसाधारण र सरोकारवालाको सेवाप्रतिको अधिकार सुनिश्चित गर्नुपर्दछ ।

सञ्चार क्षेत्र

सही र यथार्थपरक समाचार जनतामा पुऱ्याउनु सञ्चारको धर्म हो । सस्तो लोकप्रियताका लागि प्रकाशित समाचारले समाजमा भ्रम सृजना गर्नुका साथै समाचार प्रकाशित गर्ने संस्थाको विश्वसनीयताप्रति नकारात्मक प्रभाव पर्दछ । कहिलेकाहीं आधिकारिकताविनाका समाचारबाट सम्बन्धित पक्षले पीडाबोध गरेको हुन्छ । र, वास्तविक समाचारले सम्बन्धित पक्षलाई सचेत र सही मार्गनिर्देशसमेत गर्दछ । यसलाई सबैले शिरोधार्य गर्नुपर्छ । यस्ता समाचारले आगामी दिनमा सकारात्मक कार्य गर्न प्रोत्साहित गर्दछ । नेपाल टेलिकमका सन्दर्भमा पनि सञ्चार जगत् अत्यन्तै निकट भई समाचार प्रकाशन हुँदै

आएको छ । अहिलेसम्मका अधिकांश समाचार सकारात्मक देखिन्छन् । कहिलेकाहीं आधिकारिक पुष्टि नगरी प्रकाशन भएका समाचारहरूको अनुभवसमेत गर्नुपरेको छ, जसले कर्मचारी एवं सरोकारवालाको मनोबलमा नकारात्मक प्रभाव पर्न सक्छ ।

संस्थाका सकारात्मक कार्यलाई जनतामा पुऱ्याउने र गलत कार्यप्रति खबरदारी गराउने खालका समाचारलाई संस्थाले पनि सकारात्मकरूपमा लिँदै आएको विगतका दिनमा सञ्चार र संस्थाबीचको सुमधुर सम्बन्धले पुष्टि गर्दछ । आगामी दिनमा पनि सञ्चार संस्थाहरूले नेपाल टेलिकमका समाचार सम्प्रेषण हुनुअघि समाचारको आधिकारिकताप्रति अझ बढी संवेदनशील हुनुपर्ने हुन्छ । प्रकाशन हुन लागेको समाचारले कस्तो असर पर्ने हो, बुझिदिएर सही समाचारबाट जनताले सुसूचित हुने अधिकारको रक्षा गर्नु सबै समाचारकर्मीको कर्तव्यको रूपमा ग्रहण गरिनुपर्दछ भन्ने हाम्रो धारणा हो ।

शेयर सदस्य/उपभोक्ता

शेयर सदस्य एवं टेलिकमका सम्पूर्ण उपभोक्ता र नेपाल टेलिकमबीचको सम्बन्ध अत्यन्तै जिम्मेवारी र पारिवारिकरूपमा रहनुपर्दछ । संस्थामा लगानी गरिसकेपछि संस्था मेरो हो, म संस्थालाई सफल बनाउँछु भन्ने जिम्मेवारी महसुस भएमा लगानीको प्रतिफलप्रति सुनिश्चित हुने वातावरण बन्न सक्छ । बजारमा आएका नकारात्मक कुरामा वास्तविकताको पहिचान गरेर मात्र सम्बन्धित निकायसँग जिज्ञासा राख्नु उपयुक्त हुन्छ । आफ्नो जिम्मेवारीलाई महसुस गरी आफ्नो संस्थाका सेवाको प्रवर्द्धनमा योगदान गर्नुपर्दछ । संस्थाले के दियो भन्दा पनि संस्थालाई मैले के सहयोग गरें भन्ने कर्तव्यबोध गर्नु उचित होला । शेयर खरिद र सेवा उपभोग गरेर मात्र दायित्व पूरा नहुने महसुस गर्ने असल उपभोक्ताको थालनी गर्ने बेला आएको छ । संस्थाको विकासका लागि उचित सल्लाह-सुझाव दिनु, सही कार्यको प्रशंसा र गलत कार्य हुन नदिन सजग गराउनु पनि उपभोक्ताको कर्तव्य हुन्छ । नेपाल टेलिकम नेपालीहरूको हो र यसलाई हामी सबैले सहयोग गर्नुपर्दछ भन्ने जनचेतना नागरिकमा फैलाउने महत्व सम्पूर्ण जिम्मेवारी उपभोक्ता एवं शेयर सदस्यहरूको हो ।

अन्त्यमा

माथि उल्लिखित निकायहरूबाट इमानदारीका साथ आ-आफ्नो क्षेत्राधिकार र जिम्मेवारीको भरपूर प्रयोग गरी आफ्ना निजी स्वार्थभन्दा माथि उठेर संस्थाका लागि मेरो योगदानको खाँचो छ, म इमानदारी र जिम्मेवार भई काम गर्नेछु भन्ने आत्मबोध गर्ने बेला भएको छ । एक निकायको काम अर्को निकायसँग अन्तरसम्बन्धित रहने हुँदा कुन निकायले के गरिरहेको छ भनी मूल्याङ्कनको विषयसमेत हुने हुँदा संस्थाको विकासका लागि जुनसुकै निकायले राम्रो काम गर्न लागेको छ भने सहयोग र गलत कार्य गर्नेलाई खबरदारी गर्नुपर्दछ ।

आफूले राम्रो काम गरे आफ्नो आत्मसन्तुष्टि हुने र आफ्नो जीवनको अन्तिम अवस्थासम्म पनि संस्थाको उन्नतिमा आफ्नो योगदानको गौरव महसुस हुने कार्यका लागि आजैबाट नयाँ सोचका साथ कार्यशैलीको शुरुआत गरौं । अस्तु ! ●

नेपाल टेलिकमका सेवाहरू

नेपाल टेलिकमद्वारा उपलब्ध गराइएका विभिन्न दूरसञ्चार सेवाहरू निम्नबमोजिम रहेका छन् ।

१. Basic Telephone Services
२. Mobile Service
३. Internet Service
४. Other Services

१. Basic Telephone Services :- आधारभूत टेलिफोनका रूपमा दुई प्रकारका सेवाहरू कम्पनीले प्रदान गरिरहेको छ ।

- क. PSTN टेलिफोन सेवा
- ख. CDMA टेलिफोन सेवा
- क. PSTN टेलिफोन सेवामा निम्नबमोजिमका सुविधाहरू उपलब्ध रहेका छन् ।

आधारभूत (PSTN) टेलिफोनतर्फका सेवा तथा सुविधाहरू

I. Basic PSTN Telephone Service

- Local Call
- Local Leased Lines
- National Trunk Calls
- International Trunk Calls
- Internet Services
- ISDN Services
- Pay Phone Service

II. Supplementary Services

- Call Restriction
- Abbreviated Dialing
- Immediate Call Transfer
- Call Transfer On No Answer
- Wake Up Call Service
- Locking Code Facility
- Conference Call Facility
- Home Metering Service
- Caller ID Facility
- Hunting Line Facility

III. PSTN Value Added Services:

- Easy Call Prepaid Calling Card (PCC) Service
- AFS (Toll-Free) Service
- Home Country Direct (HCD) Service
- PSTN Credit Limit Service
- Voice Mail Service
- Notice Board Service

IV. IVR Service :

- 188 Illegal VOIP Call Complain



उमेश दहाल

- 198 PSTN/ADSL fault Booking Service
- 1600 SLC Result Enquiry Service
- 1601 10+2 Result
- 1606 PSTN Bill Enquiry Service
- 1607 GSM/CDMA PUK Enquiry Service

V. ADSL Service

VI. Emergency Service Numbers :

| | |
|---------------------------------|--------|
| 100 Police Inquiry | (Free) |
| 101 fire Bridge | .. |
| 102 Ambulance Service | .. |
| 103 Traffic Update | .. |
| 104 Street Children Information | .. |

केही सेवाका संक्षिप्त परिचय :-

१. ISDN Service :- Digital प्रविधिमा आधारित यो सेवामा सबै प्रकारका सञ्चार सुविधाहरू Voice, Mail तथा Data सुविधाहरू प्रयोग गर्न सकिन्छ । एउटै Copper Pair बाट ८ वटा सञ्चार उपकरणहरू ISDN Set, Fax, Analog Phone Set, Computer, Router आदी ISDN उपकरण Network Terminator मार्फत जोड्न सकिन्छ । यी आठमध्ये एक पटकमा २ वटा सेवाहरू एकसाथ प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

२. Voicemail Service :- PSTN टेलिफोनमा आफू नभएको बेलामा पनि फोन गर्नेहरूका सन्देश रेकर्ड गरी सुन्नका लागि र फोन गर्नेलाई आफ्नो सन्देश छाड्न यो सेवा प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

३. Pay Phone :- सार्वजनिक महत्वका स्थलहरू तथा मानवीय दृष्टिले संवेदनशील स्थलहरूमा सर्वसाधारण उपभोक्ताले सहजै प्रयोग गर्न सक्ने गरी कम्पनीद्वारा Pay Phone को व्यवस्था गरिएको हो । अस्पताल, विमानस्थल, ठूला बजारहरू तथा धार्मिक स्थलहरूमा जडान गरिएका यी टेलिफोनबाट उपभोक्ताहरूले सिक्का छिराएर कुरा गर्न सक्नुहुनेछ । यो सेवा २४सै घण्टा प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

४. Notice Board Service :- एउटै सूचना वा सन्देश धेरै मानिससमक्ष पुऱ्याउनका लागि यो सेवा अत्यन्त उपयोगी हुन्छ । यो सेवामा भ्वाइस मेल बक्सलाई सूचना पाटीका रूपमा प्रयोग गर्न



सकिन्छ । यो सेवा प्रयोग गरी प्रसारित गर्नुपर्ने सूचनालाई सूचना बोर्डमा रेकर्ड गराउन सकिन्छ र सम्बन्धित मानिसहरूले टेलिफोन गरी जानकारी प्राप्त गर्न सक्छन् । यो सेवा हाल शैक्षिक संस्थाहरू, बैकलगायतका कार्यालयहरूले विदा वा आफ्ना अन्य सेवाका बारेमा जानकारी दिनका लागि प्रयोग गरिरहेका छन् ।

५. Toll free Phone (Advanced Free Phone Service (AFS)) :- कुनै कम्पनी, संस्था वा कार्यालयले आफ्नो बारेमा निःशुल्क जानकारी प्रदान गर्नका लागि यो सेवाको प्रयोग गर्न सक्छन् । १६६० बाट शुरु हुने यस प्रकारको नम्बरमा उपभोक्ता, सेवा प्रयोगकर्ता वा सूचना चाहने व्यक्तिले फोन गरी जानकारी प्राप्त गर्दा फोन गर्नेले निःशुल्क कुरा गर्न पाउने हुन्छ र शुल्क सम्बन्धित कार्यालयले नै व्यहोरेको हुन्छ ।

ख. CDMA C-Phone :- यस सेवाअन्तर्गत निम्न सेवाहरू प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

१. Voice

२. PDSN Data :- यो CDMA टेलिफोनमा उपलब्ध इन्टरनेट सेवा हो । दोस्रो पुस्ताको (2.5G) फोनमा प्रदत्त यो सेवाको गति तेस्रो पुस्ता (3G) को अनुपातमा कम रहेको छ ।

३. Short Message Service :- निवास वा कार्यालयमा फिक्स्ड टेलिफोनका रूपमा प्रयोग गरिने यो सेवाबाट संक्षिप्त सन्देश पनि आदानप्रदान गर्न सकिन्छ ।

२. Mobile Service :- यसमा पनि GSM र CDMA गरी दुई प्रकारका सेवाहरू उपलब्ध रहेका छन् ।

क. GSM Mobile Service :- यो सेवाअन्तर्गत प्रशस्त अतिरिक्त सेवाहरू उपलब्ध रहेका छन् । GSM मोबाइलमा विद्यमान अतिरिक्त सेवाहरू निम्नबमोजिम छन् ।

१. Postpaid Mobile

२. Prepaid Mobile

३. GPRS Service :- यो सेवामार्फत कुनै पनि समयमा आफ्नो मोबाइल सेटबाट नै Internet, Email चलाउन तथा Multimedia Message आदानप्रदान गर्न सकिन्छ । Unlimited GPRS सुविधाबाट कम्पनीले तोकेको मासिक शुल्कमा Unlimited Data प्रयोग गर्न सकिन्छ भने Volume Based GPRS सेवामा आफूले प्रयोग गरेको डाटा Volume बमोजिम शुल्क भुक्तानी गर्नुपर्दछ । यो सेवा सञ्चालन गर्दा शुल्क लाग्दैन ।

४. 3G Service :- यो सेवाबाट Video Call, MMS, TV Streaming तथा High Speed Internet लगायतका सुविधा प्रयोग गर्न सकिन्छ । यसका लागि 3G सिमकार्ड र यसलाई सपोर्ट गर्ने मोबाइल सेट आवश्यक पर्दछ । यो सेवा पोस्टपेड र प्रिपेड दुवै मोबाइलमा उपलब्ध छ । 2G पोस्टपेड सेवा लिनुभएका ग्राहकले ग्राहक सेवा केन्द्रमा सम्पर्क राखी 3G मा रूपान्तरण गर्न सक्नुहुनेछ । साथै 2G बाट 3G मा रूपान्तरण SMS मार्फत पनि गरिन्छ ।

५. F n F Service :- पोस्टपेड मोबाइलमा उपलब्ध यो सेवामा कम्पनीका कुनै ३ वटा बढी कल हुने नम्बरहरू दर्ता गराई ती नम्बरमा प्रतिमिनेट ९० पैसा (कर बाहेक)मा कुरा गर्न सकिन्छ । यसको दर्ता निःशुल्क गर्न सकिन्छ । यो सेवा FnF_9851XXXXXX 9841 XXXXXX 014444444 राखी १४०० मा SMS गरी Active गर्न सकिन्छ ।

६. International Roaming :- आफूले प्रयोग गरिरहेको Network को Coverage क्षेत्रभन्दा बाहिर विदेशमा गएर पनि सोही मोबाइल प्रयोग गर्नुपर्दा Roaming सेवाको उपयोग गर्न सकिन्छ । यो सेवाको प्रयोगमार्फत एउटै नम्बरबाट एउटै बिल आउने गरी विश्वका GSM नेटवर्कहरूमा सहजै सम्पर्क गर्न सकिन्छ । हाल यो सेवा लिएर विश्वका २ सय १० मोबाइल अपरेटरहरूसँग सम्पर्क स्थापित गर्न सकिन्छ । एउटै मोबाइल नम्बरबाट विश्वभर जहाँ रहे पनि सम्पर्क स्थापित गर्न सकिने GSM Roaming मोबाइलको माध्यमबाट विश्वलाई एउटै मञ्चमा ल्याउने प्लेटफर्म बनेको छ । यो सेवामा विदेशी Operator का मोबाइल पनि नेपालमा चलाउन सकिन्छ ।

७. Caller Ring back Tones :- मोबाइलमा फोन डायल गर्नेले सुन्न सकिने गरी संगीत राखिने प्रक्रिया CRBT हो । यो सेवा GSM पोस्टपेड र प्रिपेड दुवै मोबाइलमा उपलब्ध छ । यो सेवा नेपाल टेलिकमको वेबसाइट www.crbt.ntc.net.np मा गएर र १६०९ डायल गरी दुई तरिकाबाट लिन सकिन्छ ।

८. GSM Mobile Bill :- यसमा पोस्टपेड मोबाइलका ग्राहकले आफूले तिर्नुपर्ने मोबाइलको शुल्क कति पुगेको छ भनी आफ्नै मोबाइल SMS बाट थाहा पाउन सकिन्छ । यसका लागि CB वा VB लेखी १४०० मा सन्देश पठाउनुपर्दछ । निश्चित महिनाको मात्र शुल्क थाहा पाउन र हालसम्मको जम्मा शुल्क पनि मोबाइलबाटै थाहा पाउन सकिन्छ । उदाहरणका लागि सन्देशमा VB १२६५ लेखी १४०० मा पठाउँदा ०६५ सालको चैत महिनाको मोबाइलको शुल्क थाहा पाउन सकिन्छ । सन्देशमा CB लेखी १४०० मा पठाउँदा हालसम्मको जम्मा शुल्क कति भएको छ भनी मोबाइलमै सन्देश आउँछ । साथै कम्पनीको website login गरी बिल पनि लिन सकिन्छ ।

९. Web Message :- यस सेवाबाट कम्पनीका पोस्टपेड वा प्रिपेड मोबाइलका ग्राहकलाई नेपाल टेलिकमको Web Site मार्फत दैनिक १० वटा निःशुल्क Web SMS इच्छाएको मोबाइलमा पठाउन सकिने सुविधा प्राप्त छ । टेलिकमको Web Site मा गई आफ्नो एकाउन्ट दर्ता गरेपछि दैनिक १६० अक्षरसम्मको सन्देश निःशुल्क पठाउन सकिन्छ ।

१०. Call Waiting :- यो सुविधा एक पटक लिएपछि मोबाइलमा कुरा गरिरहेको समयमा अर्को फोन आएमा तपाईंलाई जानकारी दिइन्छ । त्यो फोन ग्रहण गर्ने वा नगर्ने तपाईंमा भर पर्दछ ।

११. Conditional Call Forwarding :- यसमा तपाईंको मोबाइलमा आउने फोनहरूलाई त्यही मोबाइलमै नउठाएर आफूले चाहेको नम्बरमा जाने व्यवस्था गर्न सकिन्छ र अर्को फोन अथवा मोबाइलमा उठाएर कुरा गर्न सकिन्छ । यो सेवा ४ प्रकारले प्रयोग गर्न सकिन्छ । सधैंको लागि Call Forward गर्ने, मोबाइल व्यस्त भएर ग्रहण गर्न नसक्ने समयमा वा Network भन्दा बाहिर रहेको समयमा आएका फोनहरूलाई पनि निश्चित नम्बरमा पठाएर बोक्न



कम गर्न सकिनुका साथै फोन नलाग्ने स्थानमा आफू रहेको क्षणमा आएका कलहरूलाई पनि डाइभर्ट गरी ग्रहण गर्न सक्ने सुविधा टेलिकमले उपलब्ध गराएको छ । यसको लागि थप शुल्क लाग्दैन ।

१२. Call Hold :- Call Waiting को सुविधा लिने क्रममै यो सुविधा पनि प्राप्त हुन्छ । फोनमा व्यस्त भइरहेकै समयमा अर्को फोन आएमा पहिले कुरा गरिरहेको फोन Hold मा राखी अर्को फोन ग्रहण गर्न सकिन्छ । अथवा पालैपालो एउटा फोन Hold मा राखी अर्कोमा वार्ता जारी राख्न सकिन्छ ।

१३. Voice Mail Services :- यो सेवाका प्रयोगकर्ताहरू सधैं नै एक-अर्काको सम्पर्कमा रहिरहन सक्छन् । मोबाइल स्वीचअफ भएमा वा नेटवर्कका कारण सम्बन्ध स्थापित हुन नसक्ने स्थानमा पनि र मोबाइल व्यस्त भएको अवस्थामा पनि यो सेवाका कारण इच्छित व्यक्तिले आफूले चाहेको सन्देश छाड्न सक्छ, र सम्पर्कविहीन हुनुपर्दैन । यो सेवा निःशुल्क प्राप्त गर्न सकिन्छ ।

१४. Multiparty Conference :- यो सेवामार्फत एकै पटकमा ३ जनाका बीचमा कुरा गर्न सकिन्छ । सेवा प्राप्त गर्नका लागि एक पटक मात्र फाराम भरी जावलाखेल तथा त्रिपुरेश्वरको मोबाइल काउन्टरमा रु. १ हजार शुल्क बुझाए पुग्छ । एकै पटकमा ३ जनाले कुरा गर्दा पनि अतिरिक्त शुल्क लाग्दैन । केही समयअघिसम्म मोबाइलमा दुई व्यक्तिहरूबीच मात्र कुराकानी गर्न सकिनेमा यो सेवाको शुरुआतपश्चात् ३ जना मानिसहरूले एकै समयमा तीनै जनाले सुन्न र पालैपालो बोल्न सकिने यो सेवाका कारण मोबाइल प्रविधिमा नयाँ आयाम थपिएको महसुस गरिएको छ ।

१५. Credit Limit Managements :- यो सेवाअन्तर्गत टेलिकमद्वारा पोस्टपेड मोबाइलका ग्राहकहरूको धरौटीको ७५ प्रतिशत रकम समाप्त भएपछि पहिलो चरणमा तपाईंको रकम सकिन लागेको छ भनी सन्देशमार्फत जानकारी दिइन्छ । त्यसपछि दोस्रो चरणमा ९० प्रतिशत रकम सकिएपछि मोबाइलबाट फोन गर्न नसकिने जानकारी दिई फोन गर्न नसकिने बन्दछ । जब धरौटीको पूरै रकम सकिन्छ तब मोबाइलको सबै सेवा बन्द हुन्छ । यसको अग्रिम जानकारी पनि ग्राहकलाई सन्देशमार्फत दिइन्छ ।

१६. Emergency Dial :- यो सेवा नेपाल टेलिकमले आकस्मिक र आपत्कालीन अवस्थामा ग्राहकहरूले निःशुल्क प्रयोग गर्ने गरी उपलब्ध गराएको हो । यसअन्तर्गत प्रहरी तथा वारुण यन्त्रका लागि कल गर्न सकिन्छ । प्रहरीको सहयोग लिनुपर्दा १०० र वारुण यन्त्र बोलाउनुपर्दा १०१ मा फोन गर्न सकिन्छ ।

१७. Balance Transfer :- प्रिपेड मोबाइलमा उपलब्ध यो सुविधाबाट अर्को प्रिपेड मोबाइलमा चाहेको रकम पठाएर सहयोग गर्न सकिन्छ ।

१८. Discount on Call :- नेपाल टेलिकमले रात्रिकालीन कलमा राति १० बजेदेखि बिहान ६ बजेसम्म प्रतिकल ५५ पैसा कायम गरेको छ ।

१९. Miss Call Alert :- यस सेवामार्फत मोबाइल स्वीचअफ भएको, नेटवर्कबाहिर रहेको तथा व्यस्त भएका बेला सम्पर्क गर्न खोज्ने कलहरूको विवरण सन्देशमार्फत प्राप्त हुन्छ ।

२०. Corporate Connection Offer Service :- यस व्यवस्थामा न्यूनतम १० वटा वा सोभन्दा बढी GSM पोस्टपेड मोबाइल प्रयोगकर्ता हुने संस्थागत ग्राहक वा संगठित संस्था तथा व्यापारिक एवम् औद्योगिक प्रतिष्ठानमा कार्यरत कर्मचारीहरूलाई कलमा छुट प्रदान गरिन्छ ।

ख. CDMA Mobile Service

१. Postpaid Mobile

२. Prepaid Mobile

३. Sky Data Wireless Internet

४. Broadband Wireless EVDO

५. CDMA Voice Mail Service

३. Internet Service

१. Dialup Internet :- यस सेवामा Fixed टेलिफोनको प्रयोग गरी इन्टरनेट चलाउन सकिन्छ ।

२. ISDN Broadband Dialup :- तारवाला टेलिफोनमा उपलब्ध यो सेवामार्फत उच्च गतिको Internet सेवा प्रयोग गर्न सकिन्छ । यस सेवा साधारण टेलिफोन (64 Kbps) मा भन्दा दोब्बर बढी क्षमता (128 Kbps) को Dial up इन्टरनेट सेवा पनि उपलब्ध रहेको छ ।

३. Lease Connectivity:-

४. ADSL Broadband Service :- तारवाला टेलिफोनमार्फत प्रयोग गर्न सकिने उच्च गतिमा अधिक तथ्यांक आदानप्रदान गर्न यो सेवा उपयोगी छ । यसमा एकै पटक Data र Voice प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

५. GSM Mobile Internet :- यस सेवामा GSM पोस्टपेड तथा प्रिपेड मोबाइलमा इन्टरनेट सुविधा प्रयोग गर्न सकिन्छ । यसमा Video Call, Live TV, High Speed Internet, On Demand Video तथा Video Chat लगायत विविध सुविधा भएको श्रीजी सेवा पनि उपलब्ध छ ।

६. CDMA Wireless Internet :- यसमा हामीले CDMA प्रविधिको Ruim Card मार्फत कम्प्युटरमा Internet सेवा प्रयोग गर्न सक्छौं ।

७. Email :-

८. Web SMS :-

९. Services :-

४. Other Services :-

१. Rural Telephone

२. Intelligent Network :- यस Network अन्तर्गत देहायबमोजिका सेवाहरू उपलब्ध छन् ।

१. PCC Easy Call Service

२. PSTN Credit Limit (PCL)

३. Advanced Free Phone Service

४. Home Country Direct (HCD) ●

सञ्चार सेवावाट प्राप्त हुने राजस्व र NTA मा सुधारको आवश्यकता

नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण (NTA) नेपालमा दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूको अनुगमन गर्ने संस्था हो । यसले सबै सञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूलाई सहजीकरण गर्दै प्रभावकारी अनुगमन गर्न सामर्थ्य हासिल गर्न सक्नुपर्दथ्यो तर आमसेवाग्राहीले सो महसुस गर्न सकिरहेका छैनन् । उच्च र वैज्ञानिक प्रविधिको प्रयोग गरी सेवाप्रदायक कम्पनीहरूको अनुगमन गर्न नसक्दा सेवा विस्तार वितरणमा अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा हुनुका साथै राज्यले प्राप्त गर्ने राजस्वमा समेत कमी आउने निश्चित छ । अन्तर्राष्ट्रिय गेटवेबाट आउने अन्तर्राष्ट्रिय कल CDR (Call Detail Record) Delete गरी निजी कम्पनीहरूले निकै कम कल देखाएर राजस्व ठगी गरिरहेका छन् । यसको अनुगमन गर्ने क्षमता प्राधिकरणले राख्न सकिरहेको छैन । नेपालबाट विदेश जाने निर्गमन (Outgoing) कलबाट पनि निकै राजस्व नोक्सानी भएको छ । जस्तै- नेपाल टेलिकमले भारतमा हुने कल प्रतिमिनेट २ रुपियाँ ९० पैसा गरेपछि १० मिलियनबाट १८ मिलियन मिनेट कल बढेको देखियो । यसबाट के पुष्टि हुन्छ भने साइबरबाट हुने अवैध निर्गमन (Outgoing) कल ठूलो मात्रामा रहेको छ । यसलाई रोक्न DPI (Deep Packet Inspection) प्रविधिमाफत नेपालमा आउने सबै इन्टरनेट ब्यान्डविथलाई परीक्षण गरी डाटा र भ्वाइसको प्याकेट छुट्याउन सकिन्छ र अवैधरूपमा भैरहेको अन्तर्राष्ट्रिय निर्गमन (Outgoing) कल रोक्न सकिन्छ । यो प्रक्रिया नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणले सबै सेवाप्रदायकहरूमा लागू गर्नु आवश्यक हो तर भैरहेको छैन । नेपाल टेलिकमको हकमा अन्तर्राष्ट्रिय आगमन (Incoming) कलमा भैरहेको राजस्व चुहावट हटाउन तत्काल Sim Box Detector Equipment जडान गरी VOIP माफत हुने चुहावट रोक्न सकिन्छ । यसका लागि कम्पनी आफैले पहल गर्नुपर्दछ र नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणले पनि निर्देशित गर्नु जरुरी छ । निजी सेवाप्रदायक कम्पनीहरूको स्वदेश र विदेश दुवै ठाउँका बैंकमा डलर एकाउन्ट हुने हुँदा अन्तर्राष्ट्रिय आगमन कलबाट प्राप्त हुने रकम विदेशी बैंकमा नै जम्मा गर्न सक्ने र स्वदेशी बैंक खातामा आउने डलर कम पठाउन सक्ने भएकोले नेपाल सरकारको



रामचन्द्र तिवारी
दू.सं.का., भण्डारा

राजस्व चुहावट हुन सक्ने सम्भावना प्रबल रहेको छ । नेपाली बैंकको डलर एकाउन्टमा जम्मा भएको विदेशी मुद्रा (डलर) पनि उपकरण र प्रविधि खरिद गर्ने नाममा विदेश नै पठाइने गरेको हुँदा विदेशी मुद्रा अपचलन व्यापक मात्रामा भैरहेको देखिन्छ । तर अनुगमन गर्ने एकमात्र संस्था नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण यस विषयमा मौन देखिन्छ । यसतर्फ तत्काल कदम चाल्नु जरुरी देखिन्छ । नेपाल टेलिकमको Point of Interconnection (POI) प्रविधिबाट अध्ययन गर्दा विगत केही महिनादेखि NCell ले नेपाल टेलिकमबाट एनसेलको नेटवर्कमा जाने अन्तर्राष्ट्रिय र घरेलु (Interneational & Domestic) दुवै कल निषेध (Block) गर्ने र आफ्नो सेवा विस्तार गर्ने नियत राखेको देखिन्छ । यो अन्तरआबद्धताको दृष्टिकोणले अन्तर्राष्ट्रिय ऐन-कानुन र नियम विपरीत हो । तर नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण आँखामा पट्टी बाँधेर बसेको देखिन्छ । स्वच्छ तथा स्वस्थ प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणको लागि नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणबाट नियमन वा हस्तक्षेप हुनु आवश्यक छ कि छैन ?

सेवा वितरण र विस्तार गरेबापत राज्यलाई प्राप्त हुने आम्दानीको कुरा गर्ने हो भने, नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण र नेपाल सरकारले सञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूबाट निम्न शीर्षकमा राजस्व उठाइने गरेको छ ।

क) अनुमतिपत्र दस्तुर : मोबाइल सेवा सञ्चालन गरेबापत नेपाल टेलिकम र निजी सेवाप्रदायक एनसेलले १० वर्षका लागि



अनुमतिपत्र दस्तुर रु. २१ करोड नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणलाई बुझाएका छन् ।

ख) सेवा सञ्चालन नवीकरण दस्तुर : मोबाइल सेवा सञ्चालन गरेको १० वर्षपछि अनुमतिपत्र नवीकरण गर्नुपर्ने व्यवस्था रहेको छ । सो बापत नवीकरण दस्तुर रु. २० अर्ब भुक्तानी गरी ५ वर्षको अनुमतिपत्र नवीकरण गर्नुपर्ने व्यवस्था रहेको छ । २०६१ साल भाद्रबाट जीएसएम मोबाइल सेवा सञ्चालन गर्दै आएको निजी कम्पनी NCell ले सेवा सञ्चालन गरेको मिति २०६१ भाद्रदेखि दश वर्षपछि २०७१ भाद्रमा पहिलो पटक नवीकरण दस्तुर रु. २० अर्ब बुझाउने बोल-कबुल गरेपछि २०५६ बाट जीएसएम मोबाइल सेवा सञ्चालन गरेको नेपाल टेलिकमलाई पनि २०६६ मा नवीकरण दस्तुर रु. २० अर्ब तिर्न नियमन संस्था नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणले निर्देशन दिएको थियो । हाल रु. १८ करोड तिरेर निजी कम्पनीले तिरेको तीन महिनापछि बाँकी रकम बुझाउने गरी प्राधिकरणले अनुमतिपत्र नवीकरण गरेको छ ।

ग) रोयल्टी : दूरसञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले प्रत्येक वर्ष सेवा सञ्चालनबाट भएको आम्दानीको ४ प्रतिशत राज्यलाई बुझाउने गरेका छन् । एनसेलले जीएसएम सेवा सञ्चालनको लागि प्रतिस्पर्धाको प्रक्रियामा रोयल्टीबापत छुट्टै रकम कबोल गरेको थियो । जसअनुसार ऐनमा व्यवस्था भएअनुसार ४ प्रतिशत वा कबोल गरेको रकममध्ये बढी हुने रकम तिर्नुपर्ने थियो, तर हाल चार प्रतिशत मात्रै कायम गरिपाऊँ भनी एनसेलले मुद्दा लडिरहेको छ ।

घ) ग्रामीण विकास कोष दस्तुर : सञ्चार सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले प्रत्येक वर्ष आफ्नो आम्दानीको दुई प्रतिशत ग्रामीण विकास कोषका नाममा नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणलाई बुझाउने गरेका छन् ।

ड) फ्रिक्वेन्सी दस्तुर : मोबाइल सेवामा फ्रिक्वेन्सी प्रयोग गरेबापत सेवाप्रदायक कम्पनीहरूले नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणलाई फ्रिक्वेन्सी दस्तुर बुझाउने गर्दछन् । नेपाल टेलिकमले यसका लागि अग्रिम पेशकीस्वरुप रु. १० करोड बुझाएको छ तर प्राधिकरणबाट फ्रिक्वेन्सी दस्तुर निर्धारण हुन भने बाँकी नै रहेको छ ।

हाल नेपाल टेलिकमले जीएसएम १०० मेगाहर्ज ब्यान्डमा ९.६ मेगाहर्ज, १८०० मेगाहर्ज ब्यान्डमा १५ मेगाहर्ज र सीडीएमए सेवाको ८०० मेगाहर्ज ब्यान्डमा ८ मेगाहर्ज गरी जम्मा ३२.६ मेगाहर्ज फ्रिक्वेन्सी प्रयोग गरिरहेको छ । यसै गरी एनसेलले जीएसएम सेवामा १०० मेगाहर्ज ब्यान्डमा ८ मेगाहर्ज र १८०० मेगाहर्ज ब्यान्डमा ११ मेगाहर्ज गरी जम्मा १९ मेगाहर्ज फ्रिक्वेन्सी प्रयोग गरिरहेको छ । नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणले ०६६।०१।२७ मा १२ लाख ग्राहकका लागि १५ मेगाहर्ज फ्रिक्वेन्सी आवश्यक पर्ने गरी परिपत्र गरेको र त्यसको ठीक १ महिनापछि ०६७।०२।३१ मा निजी सेवाप्रदायक कम्पनीहरूको प्रभावमा परी ४५ लाख ग्राहकका लागि १५ मेगाहर्ज फ्रिक्वेन्सीका हिसाबले दस्तुर निर्धारण गर्ने व्यवस्था गरेको छ । यो व्यवस्थामा पनि सरासर अवैज्ञानिक रहेको छ । यस व्यवस्थाले Frequency Holding गरेबापत नेपाल टेलिकमले २० करोड र एनसेलले १० करोड थप दस्तुर बुझाउनुपर्ने देखिन्छ । यसो गर्दा नेपाल टेलिकम र एनसेल दुवैलाई फाइदा भए पनि राज्यलाई घाटा हुने प्रस्टै देखिन्छ । प्रत्येक महिना वा वर्षमा नीति परिवर्तन गर्दै विभिन्न शीर्षकमा दस्तुर लिने परिपाटी अव्यावहारिक र अवैज्ञानिक भएको तथा पारदर्शिताको समेत अभाव भएको हुँदा सार्क राष्ट्रहरूले अवलम्बन गरेका सरह मुलुक सुहाउँदो प्रक्रिया नै अपनाउनु राम्रो हुनेछ भन्ने यससम्बन्धी विज्ञहरूको सुझाव रहेको छ । जस्तै- भारतमा सेवाप्रदायकको आयलाई आधार मानी ३ देखि ८ प्रतिशतसम्म शुल्क लिने व्यवस्था रहेको छ । ●

"A man's feet should be planted in his country, but his eyes should survey the world."

– GEORGE SANTAYANA

नेपाल टेलिकमको बजारशास्त्र !

(१) के हो टेलिकम, बजारशास्त्र ?

दूरसञ्चार सेवा अर्थात् PSTN, GSM, CDMA, Internet & Value added Services प्रयोगकर्ता पहिल्याउने कार्य हो । उपभोक्ता हौस्याई टेलिकम Goods, Services, Experiences, Events, Information & Ideas प्रयोग गर्न उत्प्रेरित गराउने कला हो । गुणस्तरीय सेवा पस्की ग्राहक सन्तुष्टि Delight तुल्याउने प्रतिबद्धता हो । Customer Retention को आलोकमा Long Term Loyalty जीवन्त बनाउने विधि हो, टेलिकम बजारशास्त्र ।

(२) को हुन्, कस्ता छन्, कम्पनीका ग्राहक ?

टेलिकमको पोल्टा रहेका ठानिएका लगभग ७० लाख ग्राहक स्थायी होइनन् । गुणस्तरको कुलोमा जहाँ पनि बग्न सक्छन् । देउता, प्राणेश्वर जे भन्दा पनि हुन्छ, कम्पनीका लागि ! आमग्राहक दुरुस्तै हुँदैनन् तर उस्तै हुन्छन्- मुखै फोरर सिकायत नगरिहाल्ने तर मनले नखाए सेवा नै त्यागिदिने, ग्राहक भडकाइदिने र मनले खाए विज्ञापन नै गरिदिने, उपभोक्ता दैलोमै ल्याइदिने, अपितु कुनै कमिसन नखोज्ने । अर्थात् केही विवेकी, केही गुनी, केही बैगुनी ! ग्राहक विशेष व्यक्तित्व हुन् । जो टेलिकम सेवाको अभावसँगै कहिल्यै सती जान सक्दैनन् । टेलिकमजस्तै अर्को प्रतिस्पर्धीबाट अनुग्रहित । सन्तुष्ट पार्न निकै कठिन । अत्यधिक माग राख्ने । अति मान खोज्ने । कम क्षमाशील । अधिक मूल्य संवेदनशील । हामी माथि बिलकुलै निर्भर भएका नठान्ने । हाम्रो व्यापार चौपट पार्न सक्ने । हामीलाई जुनसुकै बेला त्याग गर्न सक्ने । साँच्चिकै संवेदनशील, चुनौतीपूर्ण र ज्यादो प्रवृत्तिका अन्नदाता हुन् कम्पनीका ग्राहक !

(३) के खोज्छन् ग्राहक ?

ग्राहकको इच्छा, आकांक्षा, प्रवृत्ति, मान्यता, चाहना सर्वसर्वा तत्व हुन् । ग्राहक नीति, क्रयक्षमता, पृष्ठभूमि, सोचाइ, व्यवहारलाई पुजन नसक्ने व्यवसायी पूरा आयु बाँचन सक्दैनन् । जनसम्पर्क, छनोट सुविधा, विक्रीपश्चात् सेवा, सेवाको गुणस्तर ग्राहक सन्तुष्टिका आधारहरु हुन् । यी आयामप्रतिको विश्वसनीयता र इमानदारीपन व्यवहारमा खोज्छन् ग्राहक । व्यवसायको प्राणपखेरु ग्राहकको इच्छामा हुन्छ । ग्राहकको इच्छातृप्ती गुणस्तरले गर्छ । Voice, Data, Video कति गुणस्तरीय, नियमित, भरपर्दो सेवामुखी, पारदर्शी र सर्वसुलभ बनाउन सकियो ? Latest technology, Cost Leadership,



दुन बहादुर बुढाथोकी 'सङ्घर्ष'

Quality service, cheap service, office service, business oriented service कति पस्कन सकियो ? PSTN/CDMA Fixed टेलिफोन जडान, नामसारी, ठाउँसारी, सिकायत, बिल भुक्तानी, कल डिटियल लिँदा सास्ती खेप्नु पन्थो/परेन ? मोबाइल लगाउनासाथ लाग्यो/लागेन ? आवाज कति स्पष्ट सुनियो ? बीचमै सम्पर्क विच्छेद भयो/भएन ? नेटवर्क विजीको टन्टा बेहोर्नु पन्थो/परेन ? ती सब थोकका फैसलाकार र दण्डविधाताको एकलौटी हकदार ठान्छन् ग्राहक । त्यसैले सिकायत निरुपणको विकल्प नै छैन । ग्राहक सन्तुष्टि परीक्षण गर्न Complain & Suggestion System, Customer Satisfaction Survey, Ghost Shopping, Lost Customer analysis उपयोग र विश्लेषण गर्नुपर्ने हुन्छ । त्यही विश्लेषणको आधारमा सिकायतरहित गुणस्तरीय सेवा खोज्छन् ग्राहक ।

(४) के-कस्ता छन् कम्पनीका सबल पक्षहरु ?

नेपाल टेलिकम मुलुकको नं. १ कम्पनी हुनुका नाताले सम्भावनाका पाटाहरु अनगिन्ती छन् । सुन्दरता पोल्टा र सफ्फोमा अटाई नसक्ने छन् । टेक्नोलोजी साउन्ड छ । पर्याप्त पुँजी छ । दक्ष जनशक्ति छन् । बलियो पूर्वाधार छ । पर्याप्त तरलता छ । थुपै भर्जिन एरियाहरु छन् । पर्याप्त जनविश्वास छ । सेवा विविधीकरणको प्रचुरता छ । मौलाउँदो दूरसञ्चार प्रविधि छ । दूरसञ्चार सेवा आधारभूत आवश्यकताको रुपमा स्थापित छ । तीव्र प्रतिस्पर्धाका बाबजुद कुल आय, खुद आय र ग्राहक ग्राफ उक्लँदो छ ।

(५) के-कस्ता छन् कम्पनीका दुर्बल पक्षहरु ?

मुलुककै नं. १ कम्पनी भईकन पनि कम्पनीको पोल्टामा कमी-कमाजोरीहरु पनि छन् । लगानी अवसर र तरलता पर्याप्त हुँदाहुँदै



पनि परिचालन क्षमता कमजोर छ । मोबाइल र इन्टरनेट सेवाको गुणस्तरमा उपभोक्ता सन्तुष्ट देखिँदैन । मानव पूँजी परिचालन कमजोर छ । युनियनबाजी अधिक छ । कस्टमर केयर ख्याउटे छ । बजार पवर्द्धन लुरे छ । कर्मचारीमा सेवाग्राहीप्रतिको जवाफदेहिता ठस्किलो छ । एकलौटी सेवाको (PSTN) राजस्व घट्दो छ । मूल्य प्रतिस्पर्धाको डसाइ कडा छ । प्रतिस्पर्धीको वर्गीकरण, बजार हिस्साको प्रतिरक्षा, प्रतिस्पर्धीमाथि हमला, नयाँ-नयाँ प्रविधि अवलम्बन, बजार विविधीकरणका पाटाहरु कमजोर छन् । बजार माग अनुमान गर्ने क्षमता कमजोर छ । दूरसञ्चार प्रदत्त सेवाहरु जानकारी दिने, प्रयोग गर्न सिकाउने, विश्वास दिलाउने, सम्झाउने, ठूला-ठूला विज्ञापनको अभाव छ । चोक-चोकका होडिड बोर्ड, पसलहरुमा राखिएका टेलिकम बोर्ड, फ्लेक्स, पोस्टर प्रतिस्पर्धीभन्दा दुबला, पातला, ख्याउटे र छोटो कदका छन् । प्रत्येक सेल्स काउन्टरमा हाम्रा सेवाहरु मूल्य विशेषता, प्रयोग विधि जानकारी दिने ब्रोसर, क्याटलग, फोटोग्राफी, अडियो भिजुअल, बुलेटिन टन्च छैनन् । भएको पनि उच्चतम सदुपयोग भएको देखिँदैन ।

६) कसरी गर्ने बजार विश्लेषण ?

बजार विश्लेषणविना टेलिकम बजारशास्त्र सफल हुन सक्दैन । बजार विश्लेषणका लागि संगठनलाई प्राभाव पार्ने आन्तरिक र बाह्य वातावरणीय तत्वहरुको पहिचान हुनुपर्छ । आन्तरिक तत्व भन्नाले कम्पनीको लक्ष्य, उद्देश्य, कर्मचारी, कर्मचारी युनियन, कर्मचारीको व्यवहार, सेवा, सेवाको स्तर, प्रविधि, स्रोत-साधन, तरलता मुख्य तत्वहरु हुन् । बाह्य तत्व भन्नाले अर्थराजनीति, मौद्रिक नीति, वित्तीय नीति, जीवनस्तर, आर्थिक विकास, सञ्चारमाध्यम, कम्पनी ऐन, दूरसञ्चार ऐन, दूरसञ्चार नीति, विश्व व्यापार संगठनमा गरिएका प्रतिबद्धता, प्रतिस्पर्धीको अवस्था, ग्राहक संख्या, स्थान, अवस्था, रुचि, सोचाइ, चेतनास्तर, क्रयशक्ति, सेवाको माग परिमाण, मूल्यस्तर आदि मुख्य तत्वहरु हुन् ।

बजार विश्लेषणार्थ सम्भाव्य बजार, उपलब्ध बजार, लक्षित बजार, प्रवेश गरिएको बजारलाई आधार बनाई बजार आकार विश्लेषण गर्नुपर्ने हुन्छ । प्रतिस्पर्धीको किसिम, संख्या, क्षमता, रणनीति, अवलम्बन गरेको हतियार, प्रवृत्तिलाई आधार बनाई प्रतिस्पर्धीको स्तर विश्लेषण गर्नुपर्ने हुन्छ । सारमा- कम्पनीको उद्देश्य, स्रोत-साधन, अवलम्बन गरिएको प्रविधिसँग वस्तु रणनीति, वितरण रणनीति,

मूल्य नीति, प्रवर्द्धन नीति, बजार कार्यक्रमबीच तादात्म्यता मिलाई गर्नुपर्ने हुन्छ, बजार विश्लेषण ।

(७) कसरी गर्ने बजार निर्णय ?

टेलिकम व्यवसायका हरकार्य प्रतिस्पर्धी बनाउन निर्णयको महत्व अपरिहार्य हुन्छ । नयाँ सेवा पस्कँदा, भइरहेको सेवा विस्तार गर्दा, नयाँ प्रविधि भित्र्याउँदा, नयाँ महसुलदर निर्धारण गर्दा, बजार विविधीकरण गर्दा, नयाँ परियोजना चयन गर्दा ठोस निर्णयको खाँचो हुन्छ । टेलिकमले नयाँ सेवा पस्कँदा कस्तो डिजानइको सेवा पस्कने ? कुन गुणस्तरको हुने ? के-कस्तो सेवा दिने भन्ने कुरा Product Mix का क्रममा गर्नुपर्ने Decision हो । कति मूल्य राख्ने ? के-कस्ता छुट सुविधाहरु दिने ? कस्तो मूल्य नीति लिने ? भन्ने कुरा Price Mix का क्रममा गर्नुपर्ने Decision हो । कुन वितरण माध्यम छनोट गर्ने ? कुन-कुन भूगोलसम्मको पहुँच बनाउने ? भन्ने कुरा Place Mix का क्रममा गर्नुपर्ने निर्णय हो । कस्तो विज्ञापन गर्ने ? कुन किसिमको बिक्री प्रवर्द्धन गर्ने ? कसरी जनसम्पर्क गर्ने ? कस्तो प्रचारप्रसार गर्ने ? के-कस्ता बिक्रीपश्चात्का सेवा पस्कने Promotion Mix का क्रममा गर्नुपर्ने Decision हो । शीघ्र, सही, समयसापेक्ष निर्णय लिनु आफैँमा अत्यन्त कठिन कार्य हुँदै हो । निर्णय हचुवा पारामा वा अनुमानका भरमा गर्नु खतरनाक हुन्छ । टेलिकम बजार व्यवस्थापनका क्रममा निर्णयलाई तथ्यपरक र वैज्ञानिक बनाउन व्यवस्थापनले ग्राहक आकांक्षा, युनियनहरुको परामर्श, विगत अनुभव, प्रतिस्पर्धीको रणनीति, विज्ञ समूहको परामर्शलाई समेत आधार मानी गर्नु उपयुक्त हुन्छ । Multiple Regression, Discriminal Analysis, Factor analysis, Cluster Analysis, Conjoint Analysis, Multidimensional Scaling तथ्यपरक बजार निर्णय लिन उपयोगी औजारहरु हुन् । यी औजारलाई समेत आधार बनाई गर्नु उपयुक्त हुन्छ, बजार निर्णय ।

(८) कस्तो छ बजार प्रतिस्पर्धा ?

आजको युग प्रतिस्पर्धाको युग हुँदै हो । प्रतिस्पर्धा व्यवसाय विस्तारको प्रमुख कडी र व्यावसायिक जीवन्तताको मजबुत आधार पनि हो । दूरसञ्चार क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धा सरकारी र निजी कम्पनीहरुबीच, फर्महरुबीच, सेवा वा ब्रान्डको बीच (आधारभूत, मोबाइल, ग्रामीण दूरसञ्चार, लिमिटेड मोबिलिटी, डाटा सर्भिस) मात्र छैन बरु मूल्य,



गुणस्तर, सेवा विस्तार, बजार प्रवर्द्धन, सेवाको विविधीकरण आदि सबै तह-तप्कामा छ ।

प्रतिस्पर्धाका सन्दर्भमा प्रतिस्पर्धीको पहिचान पहिलो कार्य हो । त्यो घामजस्तै छर्लङ्गौ छ । युटीएल, स्मार्ट वा नेपाल स्याटलाइटभन्दा ऐनसेल जहडी देखिएको छ । नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरणको ०६८ मसिरसम्मको आँकडालाई आधार मान्दा कुल बजारको ४५% बजार हिस्सासहित, मोबाइल सेवामा ९,११,१४२ र डाटा सेवामा ७,५६,४७५ ग्राहक टेलिकमभन्दा अधिक बटुलिसकेको छ ।

टेलिकमको बजार हिस्सा हत्याउनु, बजार नेतृत्व लिनु, ख्याति विस्तार गर्नु प्रतिस्पर्धीको खाँटी उद्देश्य छ । न्यून मूल्यको सेवा, ग्राह्य सेवा, व्यापक वितरण, गुणस्तरीय सेवा, विशाल लगानी, व्यापक प्रवर्द्धन, व्यावसायिक व्यवस्थापन, नवप्रवर्तनीय प्रतिस्पर्धीका प्रतिस्पर्धात्मक रणनीति देखिएको छ ।

प्रतिस्पर्धीको उद्देश्य, रणनीति, रणनीतिक औजारलाई चुनौतीको रुपमा ग्रहण गरी प्रतिस्पर्धामा उत्रनुको विकल्प छैन । प्रतिस्पर्धामा उत्रन मानव पुँजी पूर्ण परिचालित पहिलो कडी हुँदै हो । प्रतिस्पर्धीको हाँकका आधारमा बजार व्यवस्थापन विभागले Corporate, Division, Business, Product level को Strategic Business Plan लाई अझै धारिलो बनाउनुपर्ने देखिन्छ ।

(९) अब के गर्नुपर्छ ?

अब टेलिकमविजनेस हिजोको पाराले पार लाग्न सक्दैन । त्यसैले कम्पनीको Customer and market कुन हो ? Customer needs के हो ? टेलिकम सेवाको positioning कस्तो हुने ? Market segmentation/Integration कसरी गर्ने? service diversification कहाँ-कहाँ गर्ने ? advertisement and sales promotion कस्तो हुने ? Market R. and D. कसरी गर्ने ? Customer retain कसरी गर्ने ? Strategic market policy

निर्माण कसरी निर्माण गर्ने ? Long term customer loyalty winning प्राप्त कसरी गर्ने ? Service leader, Quality Leader, Style leader, Technology Leader कसरी बन्ने ? विषयमा बजार व्यवस्थापन विभागले कठोर साधना गरी स्पष्ट योजना वा दृष्टिकोण निर्माण गरेको हुनुपर्छ ।

खासगरी जनसम्पर्क, कस्टमर केयर, ३६५ दिन सेवा, १९७, १९८, १४९८, सन्ध्याकालीन काउन्टर, ऐनी काउन्टर पे, बैंक पेमेन्ट, पेमेन्ट बाई प्रिपेड कार्डसजस्ता विद्यमान सेवाहरूलाई अझै चुस्त गर्दै लैजानुपर्छ । फिक्स टेलिफोन मर्मत, सिकायत जडान, नामसारी ठाउँसारी, बिल भुक्तानीलाई अझ ग्राहकमुखी बनाउनुपर्छ । जीएसएम सेवाको गुणस्तर प्रत्याभूत गर्दै, न्यून आयस्तर भएका ग्राहकलाई उपयुक्त हुने रु. २०/५० दरका रिचार्ज कार्ड अटुट पार्नुपर्छ । रिम/सिम, कल डिटियल अन डिमान्ड वा विनाटन्टा उपलब्ध गराउनुपर्छ । प्रतिस्पर्धीले भैं प्रत्येक स-साना सिटीहरूमा टेलिकम सेवा सेन्टर स्थापना गरी सिम/रिम लाइसेन्स, पासपोर्टबाट वा यस्तै प्रमाणपत्रका आधारमा सहजै ग्राह्य गराउनुपर्छ । कम्पनीले पस्किएका सेवाहरूको (424/1445, 3G, F&F, GPRS, CBRT, Notice Board Service, Pay Less Talk More, Corporate Connection Plan, Roaming, VAS, VMS, SMS, MMS, Call India, Call USA Pineless Recharge) महसुलदर जानकारी दिने, विशेषता व्याख्या गर्ने, सूचना दिने, प्रयोग गर्न सिकाउने ब्रोसर, बुलेटिन, फ्लेक्स हर सेल्स काउन्टरमा टन्न राख्नुपर्छ । प्रतिस्पर्धी समान वा सो भन्दा ठूला प्रचार सामग्रीहरू चोक-चोकमा, घरका छतहरूमा र अन्य भर्जिन एरियाहरू (चक्रपथ, हाई-वे, भन्ज्याड) मा राख्नुपर्छ । सनसनीपूर्ण प्रवर्द्धन रणनीति अंगिकार गरी नबुझेका ग्राहकलाई बुझाउनुपर्छ । छोडेका ग्राहकलाई तान्नुपर्छ । तानिएका ग्राहकलाई स्थायी पार्नुपर्छ । ●

"All knowledge that is divorced from justice must be called cunning rather than wisdom".

– P.J.Saher on Zen-Yoga.

कर्मचारी उत्प्रेरणाका सैद्धान्तिक पक्षहरू : सन्दर्भ नेपाल टेलिकम

अहिलेको युग भनेको व्यवस्थापकीय कुशलताको युग हो, कम्पनीका निर्दिष्ट उद्देश्य प्राप्त गर्न चाहिने साधनहरू Manpower, money, material, machine, method र information (5m + I) मध्ये कम्पनीमा क्रियाशील जनशक्ति नै अनिवार्य र सबैभन्दा महत्वपूर्ण पक्ष हो। यस्तो जनशक्तिबाट अधिकतम प्रतिफल (output) लिनका लागि कर्मचारीलाई बढी सन्तुष्टि, उत्प्रेरित एवं कामप्रति लगनशील बनाउने वातावरणको निर्माणकर्ता नेतृत्व तहका व्यक्तिहरू, निर्णयकर्ताहरू तथा व्यवस्थापन नै हो। कम्पनीका कर्मचारीको सुरक्षा, उच्च मनोबल, वृत्ति विकास, निर्णयमा कर्मचारीको सहभागिता तथा कामप्रतिको मानवीय व्यवहारले कर्मचारीहरूलाई कम्पनीको उद्देश्य एवं लक्ष्य प्राप्तप्रति उन्मुख गराउँछ। उत्प्रेरणाको स्तर जति बढि उच्च भयो उत्पादकत्व र कार्यसन्तुष्टि पनि त्यति नै बढ्ने गर्दछ। यसको विपरीत उत्प्रेरणाको स्तर न्यून भयो भने उत्पादकत्व र मनोबल पनि न्यून हुन्छ। उच्च उत्प्रेरणा र कार्य सन्तुष्टिले कर्मचारी अनुपस्थिति, कामको बेवास्ता तथा कर्मचारीहरूको असन्तुष्टिहरूलाई निराकरण गर्दछ। तसर्थ, कर्मचारीहरूलाई उत्प्रेरित गर्नु वा कार्यसम्पादनतर्फ इच्छुक तथा तयार बनाउनु व्यवस्थापनको एक महत्वपूर्ण कार्य हो।

२१ औं शताब्दीको व्यवस्थापनको प्रमुख जोड भनेकै उत्पादकत्व अभिवृद्धि हो। उत्पादकत्व अभिवृद्धि गर्न प्रभावकारी कार्यसम्पादन गरिनु जरुरी हुन्छ भने प्रभावकारी कार्यसम्पादनका लागि कर्मचारीहरूमा motivation चाहिन्छ। कर्मचारीलाई कामप्रति जाँगर, उत्साह, इच्छा वा जागरुकता पैदा गराउन उसलाई कामप्रति उत्प्रेरित गराउनु आवश्यक हुन्छ। motivation प्रभावकारी कार्यसम्पादनको पूर्वसर्त हो। यो एउटा व्यक्तिको यस्तो आन्तरिक साहस हो, जसले उक्त व्यक्तिलाई आफ्नो कामप्रति सक्रिय तुल्याइदिन्छ। यो यस्तो औषधि हो जसले अल्छीपना, निराशा, निष्क्रियताजस्ता रोगहरूको निदान गरिदिन्छ। यस सन्दर्भमा ड्युग ह्यामरको कथन सान्दर्भिक देखिन्छ- "The main problem is not money, the core problem is man with performance." अर्थात् जनशक्तिले उत्प्रेरित भई काम गर्छ भने थोरै साधनबाट पनि धेरै returns दिन सक्ने हुँदा व्यवस्थापनको मूल समस्या भनेकै पैसा होइन मानिस हो भन्ने कुरा प्रस्ट हुन्छ।

उत्प्रेरणाको परिभाषा :

Motivation is an individual's willingness to exert effort to achieve the organization's goals,



दीपेन्द्र सिंह सुनार

नेपाल दूरसञ्चार तालिम केन्द्र

conditioned by this effort's ability to satisfy individual needs.

कुनै व्यक्तिको मानसिक वा शारीरिक आवश्यकता वा अभाव पूरा गर्नका लागि गरिने क्रियाकलाप आचरण वा व्यवहारलाई उत्प्रेरणा भनिन्छ। उत्प्रेरणा भनेको कुनै कर्मचारी, उसले गर्ने काम र परिस्थितिबीचको अन्तरक्रिया हो। यस्ता भावनाले कर्मचारीलाई थप कार्य गर्न मनोबल (moral) प्रदान गर्दछ।

कर्मचारी उत्प्रेरणाको प्रक्रिया :

सामान्यतया कर्मचारी उत्प्रेरणाको निम्न प्रक्रिया हुने गर्दछ :

goal accomplishment needs/motive satisfy

Feedback

action to satisfy needs motives

tension physical physiological sociological

unsatisfied needs motives

प्रत्येक कर्मचारीका केही असन्तुष्टि, आवश्यकता वा उत्कण्ठा हुन्छन्, जसले उसलाई तनाव दिइरहेको हुन्छ। यस्तो तनाव भौतिक, मानसिक वा सामाजिक हुन सक्छ। यस्तो कुनै पनि आवश्यकतालाई पूरा गर्न कुनै न कुनै लक्ष्योन्मुख क्रियाकलाप गर्नुपर्दछ। यस्तो क्रियाकलापले सो कर्मचारीमा रहेको कुण्ठा/आवश्यकतालाई पूरा गर्नुपर्दछ। सो आवश्यकता पूरा भएमा कर्मचारी motivated हुन्छ र पुनः नयाँ आवश्यकता सिर्जना हुन्छ, र पुनः सोही प्रक्रिया चलिरहन्छ। कुनै कर्मचारी उत्प्रेरित हुने वा नहुने कुरा मुख्यरूपमा व्यक्तिगत विशेषताहरू (लक्ष्य, उद्देश्य, रुचि, दृष्टिकोण, मूल्य-मान्यता, ज्ञानको तह, बुद्धि र शारीरिक अवस्था आदि), कार्य विशेषताहरू (कार्यठाँचा, निर्णय, स्वायत्तता आदि), परिस्थितिजन्य विशेषताहरू (पारस्परिक हित, विश्वासको वातावरण, जोखिम, नेतृत्व, पुरस्कार प्रणाली आदि) गरी प्रमुख ३ पक्षहरूमा भर पर्दछ।



उत्प्रेरणाका किसिमहरू :

सामान्यतया कर्मचारी उत्प्रेरणा निम्न हुन्छन् :

Theories of Motivation

!= Positive & Negative Motivation

Process-based theories

- Equity theory of motivation
- Expectancy theory
- Reinforcement theory

Need based/content theories

- Maslow's Hierarchy of needs
- Herzberg's motivation-Hygiene
- ERG theory
- McClelland's theory of needs
- MC Gregor's theory X and Y

पुरस्कार, प्रशंसा, सुविधा, अधिकार, सहभागिता, मुनाफा, उपयुक्त कार्य वातावरण आदिमार्फत कर्मचारीहरूमा सन्तुष्टि जगाई काम गर्ने हौसला, जोस र जाँगर अभिवृद्धि गर्नु सकारात्मक उत्प्रेरणा हो भने तलब रोक्का, दण्ड-सजाय, घटुवा, सरुवा आदिमार्फत डर, त्रास र भय आदि सिर्जना गरी उत्प्रेरित गर्नु नकारात्मक उत्प्रेरणा हो ।

२. Monetary & Non-monetary Motivation

आकर्षक तलब, बोनस, शेयरको व्यवस्था, विमा, विदा, उपदान, निवृत्तिभरण आदिजस्ता मौद्रिक लाभद्वारा प्रोत्साहित गर्नु मौद्रिक उत्प्रेरणा हो । निर्णयमा सहभागिता, स्वविवेकको प्रयोग गर्ने अवसर, प्रशंसा, मान्यता, अधिकार, वृत्ति विकासका अवसर, थप चुनौती र जिम्मेवारी आदिजस्ता कुराहरूमार्फत उत्प्रेरित गर्नु गैरमौद्रिक उत्प्रेरणा हो ।

३. Individual & Group Motivation

कर्मचारीलाई उत्प्रेरित गर्न व्यक्तिगतरूपमा दिइने प्रशंसापत्र, प्रमाणपत्र, सम्मान आदिलाई व्यक्तिगत उत्प्रेरणा भनिन्छ । काममा सहभागिता, विभागीय पुरस्कार, समितिहरूको गठन आदिका माध्यमबाट जगाइने समूहसँग सम्बन्धित उत्प्रेरणालाई सामूहिक उत्प्रेरणा भनिन्छ ।

४. Intrinsic & Extrinsic Motivation

आन्तरिक उत्प्रेरणा भनेको कार्यसम्पादनको क्रममा प्राप्त हुने सन्तुष्टि हो । केही कर्मचारी कुनै निश्चित काममा व्यस्त हुने क्रममा सन्तुष्टि प्राप्त गर्दछन् भने त्यो नै Internal Motivation हो । External Motivation मा भने कार्य समाप्त गरेपछि मात्र व्यक्तिले सन्तुष्टि प्राप्त गर्दछ । जीवन विमा, विदा, अतिरिक्त पारिश्रमिक, प्रशंसा आदि यसका उदाहरणहरू हुन् ।

नेपाल टेलिकमको व्यावहारिक पक्ष

नेपाल टेलिकमको सवालमा भन्नुपर्दा व्यवस्थापनले कर्मचारीहरूको ज्ञान, कौशलता, दक्षता र क्षमताको उचित सदुपयोग गर्न सकेको पाइँदैन तथा कर्मचारी वृत्ति विकाससम्बन्धी स्पष्ट पूर्वानुमान योग्य नीतिको अभाव रहेको छ । फलस्वरूप, कर्मचारीहरूमा नैराश्यता बढ्ने तथा हरेक वर्ष कर्मचारीहरू निजामती सेवा तथा अन्य सेवाहरूमा कडा प्रतिस्पर्धामा सफल भई जाने क्रम निरन्तर बढेर गएको छ भने अध्ययनको वहानामा विदेशिने क्रम पनि बढिरहेको देख्न सकिन्छ, जुन कम्पनीको जनशक्तिमाथि भएको लगानीका हिसाबले निकै गम्भीर विषय हो । अर्कोतर्फ हेर्ने हो भने कम्पनीमा केही विकृतिहरू पनि मौलाउँदै गइरहेको पाइएको छ । जस्तै- अधिक राजनीतिक प्रभाव, कार्य-विवरणको अभाव, कार्य-पुष्टीकरणको न्यून अवसर, दण्डहीनता बढ्दै जानु, अधिकार प्रत्यायोजनमा कञ्जुस्याईँ, क्षमता भएर पनि तल्लो तहमा उत्तरदायित्व प्रदान गर्न हिचकिचाउनु तथा कार्यसम्पादनमा आधारित नभई हाजिरमुखी तलब प्रणालीजस्ता परम्परागत कार्य-संस्कृतिहरू हावी भएको कारणले कम्पनीमा क्रियाशील दक्ष जनशक्तिहरूको समूहमा असन्तुष्टि बढिरहेको छ । जुन कम्पनीका लागि चुनौतीको विषय पनि हो । त्यसैले यस खालका प्रवृत्ति तथा कार्य-संस्कृतिलाई कम्पनी व्यवस्थापनले बेलैमा विभिन्न सुधारका उपायहरू जस्तै- संस्थागत वृत्तिविकास योजना, क्षमताका आधारमा जिम्मेवारीको बाँडफाँड, नियम-विनियमको अक्षरशः पालना, घुम्ती सरुवा प्रणाली, वैदेशिक तालिम, कार्यसम्पादनको उचित मूल्यांकन, बढुवा प्रणालीमा सुधार तथा निष्पक्षताको अवलम्बनजस्ता पक्षहरूलाई अपनाई आवश्यक सम्बोधन गरिनु कम्पनी तथा कर्मचारीहरूको लागि नितान्त आवश्यक भैसकेको छ ।

देशकै एक नम्बर संस्थाको रूपमा परिचित रहेको नेपाल टेलिकम (नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेड) राज्यको ९२.५ प्रतिशत शेयर रहेको संस्था हो । त्यसैले राज्यले पनि कम्पनीमा कार्यरत कर्मचारीहरूको उत्प्रेरणाको सवालमा ध्यान दिनुपर्ने हुन्छ । तर यसको विपरीत उपल्लोस्तरबाट अनावश्यक हस्तक्षेप, योजना कार्यान्वयनमा बाधा, सहभागितामूलक व्यवस्थापनको अभाव, पदस्थापन तथा सरुवामा नीतिगत व्यवस्था गर्नुको सट्टा नातावाद, कृपावादका आधारमा दबाव सिर्जना गरिनुले थप समस्या उत्पन्न भएको अनुभूति भएको छ ।

नेपाल टेलिकममा कार्यरत सम्पूर्ण टेलिकमकर्मी र व्यवस्थापनको सहकार्यमा कम्पनीमा रहेका सबल पक्षहरूलाई ध्यान दिई दुवै पक्षहरूप्रति समयमै सचेत र प्रतिस्पर्धी हुनु जरुरी छ । हालको प्रतिस्पर्धात्मक बजार, सेवाग्राहीवीच रहेको सेवा छनोटको अवसर, नियमित रूपमा रहेको घट्दो महसुल तथा अस्वाभाविक मूल्य वृद्धिदरका कारणले अर्थतन्त्रमा परेको असरका बावजूद पनि कम्पनी आर्थिक रूपमा सुदृढ र सबल रहेको छ । आगामी दिनमा पनि सफल रहिरहन कम्पनीले नवीन प्रविधिको अवलम्बन, सेवा विस्तारको लागि आवश्यक पूर्वाधारको विकास तथा सकारात्मक वित्तीय आधारजस्ता पक्षहरूलाई अवलम्बन



गर्नुपर्ने देखिन्छ। यसो गरेमा कम्पनी निरन्तररूपमा सफलताका थप शृङ्खला आरोहण गर्न सक्षम हुने देखिन्छ। त्यसैले कम्पनीको वर्तमान अवस्थामा रहेको सबल आर्थिक स्थिति र भविष्यमा हुने सफल सकारात्मक स्थितिप्रति सम्पूर्ण टेलिकमकर्मी र व्यवस्थापन जागरुक हुनुपर्दछ। कुल जनसंख्याको ३७.९५ प्रतिशतमा मात्र सञ्चार सेवाको पहुँच रहेकोले दूरसञ्चार सेवाको बजार विस्तारको सम्भावना प्रचुर रहेको छ। यही परिप्रेक्ष्यका आधारमा नेपाल टेलिकमलाई अगाडि बढाउन कम्पनीमा कार्यरत कर्मचारी व्यवस्थापनले सहकार्य गरी योजना कार्यान्वयन गरेमा कम्पनीको भविष्य सुनिश्चित हुने निश्चित छ। तर यस कार्यको लागि कर्मचारीहरू उत्प्रेरित हुनु आवश्यक देखिन्छ। त्यसैले कर्मचारीहरूलाई उत्प्रेरित बनाई बढीभन्दा बढी उपलब्धि लिन व्यवस्थापन पक्षले निरन्तर अध्ययन-अनुसन्धान गर्नु जरुरी छ। किनकि 'वास्तवमा उत्प्रेरणा सामाजिक व्यवस्थापन विज्ञानको त्यस्तो एउटा गतिशील शाखा हो, जुन व्यवस्थापकीय वातावरण, कामदारको अवस्था, कम्पनीको क्षमता, उत्पादन तथा पुरस्कार वा अन्य सह-प्रणाली (Sub-System) सँगको अन्तरसम्बन्धबाट निर्देशित हुन्छ।' अवस्था, परिस्थिति र चाहनाअनुसार उत्प्रेरणाका साधनहरू फरक-फरक हुन्छन्। त्यसैले भनिन्छ- एउटा व्यक्तिको खाना अर्को व्यक्तिको लागि विष पनि हुन सक्छ (One Man's Food may be poison for another) यी सबै पक्षहरूलाई मध्यनजर गरी उत्प्रेरणाका साधनहरूको अवलम्बन गरी व्यवस्थापन सक्षम हुन सक्नुपर्दछ। उच्च मनोबल र उत्प्रेरित कर्मचारीवर्गले मात्र कम्पनीका लक्ष्यलाई सफल पार्न र गुणस्तर तथा उत्पादकत्व वृद्धिमा सघाउ पुऱ्याउन सक्ने हुँदा कम्पनीलाई अझ बढी सक्षम, सुदृढ, सेवामूलक तथा गुणस्तरयुक्त सेवाप्रदायक बनाउन उत्प्रेरणाको सिद्धान्त (Principle of Motivation) लाई प्रभावकारीरूपमा आत्मसात् गर्नुपर्ने देखिन्छ।

नेपाल टेलिकमको सन्दर्भमा उत्प्रेरणाका सिद्धान्तको सान्दर्भिकता

नेपालका सरकारी, गैरसरकारी, निजी क्षेत्रका कर्मचारीको उत्प्रेरणाको स्थितिबारेमा छुट्टै विशेष अध्ययन भएको भरपर्दो तथ्यांक कहीं कतै पाइएको छैन तर सामान्य अवलोकन र अनुभवको आधारमा हेर्दा नेपालको सन्दर्भमा समेत कुन सिद्धान्तको प्रयोगबाट कर्मचारी उत्प्रेरणा सहज हुन सक्छ, भन्ने तथ्य पत्ता लगाउन फरक-फरक कम्पनी, उद्योग, क्षेत्र र अवस्थाअनुसार फरक-फरक सिद्धान्तलाई अध्ययन गरी हेर्नु जरुरी छ। Moslow's को आवश्यकतासम्बन्धी उत्प्रेरणाको सिद्धान्तको स्थिति हेर्दा Nepal Telecom का कर्मचारीको Job Security सम्बन्धी आवश्यकताभन्दा माथिल्लो तहका आवश्यकता पूरा हुँदा मात्र उत्प्रेरित हुने अवस्था छ। प्रतिस्पर्धी सेवाप्रदायक कम्पनी र नेपाल टेलिकमबीचको तुलना गर्दा कर्मचारीको

पहिलो तहको आवश्यकता सन्तुष्ट गर्न Basic Need नै पूरा गर्नुपर्ने अवस्था छ। कम्पनीका उच्च तहका कर्मचारीहरूले पाउने तलब भत्ता र सुविधा पर्याप्तभन्दा बढी भएकाले Status, recognition, prestige, advancement जस्ता तत्व प्राप्त भएमा मात्र उच्च तहका कर्मचारी उत्प्रेरित हुने अवस्था देखिन्छ भने तल्लो र मध्यम तहका कर्मचारी Basic Needs पूरा भएमा नै उत्प्रेरित हुने अवस्था छ। मानिसको स्वभाव नै बढी सेवा-सुविधा प्राप्त गर्न खोज्ने भएकोले नेपालमा मात्र नभई संसारभर नै कर्मचारीहरू बढी सेवा-सुविधा प्राप्त गर्न खोज्ने र प्राप्त भएमा निश्चित समयसम्म उत्प्रेरित हुने तत्पश्चात् पुनः थप सुविधा माग्ने गर्दछन्। सोही अनुसारको प्रक्रिया दोहोरिरहने गर्दछ।

Process Based Theories सन्दर्भमा समेत स्पष्ट एकैनासको प्रक्रियाबाट कर्मचारीहरू उत्प्रेरित हुने कुरै भएन। Equity theory ले अपेक्षा गरेजस्तो Refrent सबै कर्मचारीले मनमनै हेरेको वा तुलना गरेका हुन्छन् तर माथिल्लो तहका व्यवस्थापकले तल्लो तहका कर्मचारीहरूको सो प्रकारको तुलनात्मक भावना बुझे पनि त्यसलाई समाधान गरिदिन सक्ने पूर्ण हैसियत सरकारी स्वामित्वमा रहेको कम्पनीमा सम्भव देखिँदैन भने निजी क्षेत्रमा प्रतिस्पर्धाको कारण समानताको पक्ष प्रायः गौण रहने गरेको छ।

व्यवस्थापनका कुनै पनि सिद्धान्त, औजार, तौरतरिकाको प्रायोगिक सत्यता परिस्थितिजन्य हुने गर्दछ। एउटै देश/कम्पनी/संस्था/उद्योगमा उपयुक्त भएको सिद्धान्त, औजार, तौरतरिका अर्को देश/कम्पनी/संस्था/उद्योगमा उपयुक्त हुन्छ नै भन्ने छैन। यसका लागि संस्थाको आकार, व्यवसायको प्रवृत्ति, नेतृत्वको मनोविज्ञान तथा प्रकार, तल्लो तथा मध्यम तहका कर्मचारीको क्षमता, सहभागिता आदिमा भर पर्दछ। त्यसै गरी कर्मचारीको आवश्यकताको स्तर र सोचाइ पनि एउटै हुँदैन। एकै तहका कर्मचारीमा पनि कसैको Basic Need बढी महत्वपूर्ण हुन्छ भने कसैको Secondary Need बढी महत्वपूर्ण हुन्छ। तसर्थ व्यवस्थापकीय भूमिकामा रहने पदाधिकारी तथा कम्पनीको उद्देश्य पूरा हुने गरी कर्मचारी उत्प्रेरित गर्नुपर्दछ। कर्मचारी उत्प्रेरित भइरहने अवस्था भएमा कर्मचारीले कम्पनी छान्ने अनुपात घट्ने, गयल हुने वा ढिलो आउने, चाँडो जाने प्रवृत्ति कम हुँदै जाने र समग्रमा लक्ष्य प्राप्तिसम्म असर पर्ने हुँदा उच्च तहका व्यवस्थापकलाई यसबारेमा ज्ञान हुनु जरुरी छ। अन्त्यमा- तल्लो र माथिल्लो तहका कर्मचारीबीच सौहार्दपूर्ण अन्तरव्यक्ति सम्बन्ध रहने, दुवैतर्फ सञ्चार हुने, नेतृत्व प्रजातान्त्रिक हुने, अनौपचारिक संगठनलाई पनि प्राथमिकतामा राखी व्यवहार गर्ने भएमा जुनसुकै कर्मचारीलाई पनि उत्प्रेरित गर्न सकिन्छ।

dipendra.sunar@ntc.net.np
नेपाल राष्ट्रिय कर्मचारी संगठन (NEON),
नेपाल टेलिकम, केन्द्रीय समितिका सदस्य

नेपाल टेलिकमका चुनौतीहरू : एक चर्चा

विश्वमा निजीकरण तथा उदारीकरणको लहर चलेको बखत नेपालका केही सार्वजनिक संस्थानहरू पनि निजीकरण हुन पुगे। यसरी निजीकरण भएका सार्वजनिक संस्थानहरूमध्ये केहीको मृत्यु भइसकेको छ भने केही मृत्युवरणको नजिक पुगेर पनि उपचार गराइरहेका छन् र औलामा गन्न सकिने केही मात्र सार्वजनिक संस्थानहरू निजीकरणपछि पनि हालसम्म स्वस्थ छन्। ती मध्येको एउटा नेपाल टेलिकम पनि हो। यस कम्पनीले निजीकरणअघि जसरी सरकारी ढुकुटीमा सबैभन्दा बढी राजस्व बुझाउने गर्दथ्यो। आजका मितिमा पनि त्यसको निरन्तरता कायम राख्न सफल छ। यस कम्पनीले सरकारी ढुकुटीमा ठूलो धनराशी बुझाए तापनि कम्पनी भएको वर्षौं बितिसक्दा पनि कडा प्रतिस्पर्धामा रहेको यस कम्पनीको लागि सार्वजनिक खरिद ऐन ठूलो बाधकको रूपमा देखा परेको छ। सरकारी आयोजनाहरूको लागि तयार गरिएको सार्वजनिक खरिद ऐनलाई कडा प्रतिस्पर्धाबाट गुञ्जेको नेपाल टेलिकममाथि लाइन खोजिएको छ। कम्पनी ऐनअन्तर्गत सञ्चालित यस कम्पनीले जसरी नेपाल सरकारको ढुकुटीमा ठूलो धनराशी बुझाइरहेको छ, त्यसरी नै नेपाल सरकारले पनि यसको विकास र विस्तारका लागि सहजकर्ताको भूमिका खेल्नुपर्दछ। सरोकारवाला मन्त्रालयहरूले यस कम्पनी मैत्री ऐन-नियम बनाई यसलाई प्रतिस्पर्धायोग्य बनाउनु नितान्त जरुरी छ।

नेपाल टेलिकमको सञ्चालक समितिमा नेपाल सरकारका उच्च पदाधिकारीहरूको उपस्थिति छ। कम्पनीको आजको आवश्यकता र कम्पनीले सामना गरेका चुनौतीहरूको बारेमा यी सञ्चालकज्यूहरूभन्दा बढी ज्ञान कसलाई छ र ? कम्पनीका अध्यक्षलगायतका बहुमत सञ्चालकहरू नेपाल सरकारका माथिल्ला ओहोदाका पदाधिकारी भएर पनि यस कम्पनीको लागि मैत्री ऐन कानून बन्न नसक्नुको कारण के हो ? के यससम्बन्धमा सरोकारवाला पदाधिकारी तथा मन्त्रालयहरूले इमानदार प्रयास गरेकै हुन् त ?

यस कम्पनीले नेपाल सरकारको सार्वजनिक खरिद ऐन, नियम र कम्पनीको आर्थिक विनियमावलीमा भएको व्यवस्थाको आधारमा आयोजनाहरू सञ्चालनको लागि खरिद प्रक्रिया अगाडि बढाउने क्रममा पटक-पटक सार्वजनिक खरिद इकाइ, अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोग र सार्वजनिक लेखा समितिको अध्ययन-अनुसन्धानको मार्गबाट गुञ्जनुपरिरहेको छ। यसरी लामो समयसम्म अध्ययन-अनुसन्धानको क्रममा रहेर अगाडि बढ्ने आयोजनाहरूको लागत बढ्ने, प्रतिफलमा ढिलाइ हुने र प्रतिस्पर्धी क्षमतामा व्यापक ह्रास आउने गर्दछ। विद्वान् जनप्रतिनिधिहरूले भरिएको सार्वजनिक लेखा समिति तथा विद्वान् पदाधिकारीहरू भएको अख्तियार दुरुपयोग अनुसन्धान आयोगसमेतले नेपाल सरकारलाई कम्पनीहरूको लागि छुट्टै ऐन-नियम बनाउन निर्देशन दिएको देखिँदैन। के देश र देशवासीको विकासको लागि इमानदारीपूर्वक लागिपरेको यस कम्पनीप्रति नेपाल



सनाउल्लाह खान

उप-प्रबन्धक

एक्सेस नेटवर्क प्लानिङ विभाग, छाउनी

सरकार व्यवस्थापिका संसद् र सरोकारवाला निकायहरूको कुनै जिम्मेवारी बन्दैन ?

कम्पनीको सञ्चालक समितिले व्यवस्थापनको सिफारिसमा तय गरेको नीति तथा कार्यक्रमअनुसारको लक्ष्य हासिल गर्न उच्च व्यवस्थापनमा बस्ने कम्पनीका पदाधिकारीहरूले तय गर्ने रणनीतिको ठूलो महत्व रहन्छ। के लक्ष्य हासिल गर्नका लागि हामीले अपनाएका रणनीतिहरू ठीक छन् त ? के रणनीतिअनुसार हामीले लक्ष्य हासिल गर्न सकेका छौं त ? सफल तथा असफल रणनीतिको पहिचान गरी अगाडि बढ्नु जरुरी छ। आजको आवश्यकता हो तोकिएको समयवधिभित्र लक्ष्य हासिल गर्नका लागि Aggressive रणनीतिको। सही रणनीतिको तर्जुमाको साथसाथै कर्मचारीहरूलाई लक्ष्य तथा प्राथमिकताको ज्ञान गराउनु, उनीहरूलाई त्यसमा सहभागी बनाउनु र तिनलाई त्यसको लागि आवश्यक तालिमहरू दिनु र व्यक्तिहरूलाई उनीहरूले स्वीकार गरेका जिम्मेवारीप्रति उत्तरदायी बनाउनु जरुरी छ। हाम्रा आजका आयोजनाहरू विभिन्न कारणले समयभित्र सम्पन्न हुन सकेका छैनन्। त्यसमा पनि बाह्य कारणहरू हाम्रो नियन्त्रणमा छैनन् र आन्तरिक कारणहरूको पहिचान आवश्यक छ। आयोजनाहरूको समयसापेक्ष लक्ष्य हासिल गर्न के हामीसँग पर्याप्त संसाधन छन् त ? के यी संसाधनहरू कम्पनीले नै राख्नु जरुरी छ त ? कम्पनीसँग भएको संसाधनले गर्न भ्याउने काम कम्पनी आफैले गर्न प्रयास गर्नुपर्छ भने कम्पनीको संसाधनले नभ्याउने कार्य Out-Sourcing विधिबाट गराएर कम्पनीको लक्ष्य हासिल गर्नुपर्छ। संसाधनको कमी देखाउँदै लक्ष्यमा नै सम्भौता गर्नु ठीक मान्न सकिन्न। उदाहरणको लागि नेटवर्क आयोजनाका कार्यहरूलाई लिन सकिन्छ। यसरी सही रणनीति बनाई आयोजनाहरूको अवधि घटाउन सकेमा लागतसमेत घट्न गई राजस्व वृद्धि हुने कुरामा दुईमत हुन सक्दैन।

कम्पनीको अर्को तर उल्लेख्य समस्या समयसापेक्ष पुनःसंरचना हुन नसक्नु हो। कम्पनीका पुराना विभागहरू जस्ताको त्यस्तै कायम रहेर केही नयाँ निर्देशनालयहरू खोलिए। यसबाट कार्यको बाँडफाँडमा



समस्या देखिनुका साथै कतिपय कार्यहरू धेरैतिरबाट हुन खोज्दा Resource को Duplication भई कम्पनीले अनावश्यक आर्थिक भार बहन गर्नुपर्ने अवस्था छ, भने कम्पनीका कतिपय कार्यको स्पष्ट जिम्मेवारी कसैलाई छैन। Monopoly अवस्थाको संरचनालाई प्रतिस्पर्धाको अवस्थामा लैजानका लागि विभिन्न अध्ययन Report हरु तयार अवस्थामा छन् तर ती लागू हुन नसक्नुको कारण आजसम्म सार्वजनिक भएको छैन। Restructuring model हरुले कम्पनीको Corporate Office तथा Business Unit हरुका अगुवाहरूको भूमिकालाई स्पष्ट परिभाषित गर्ने प्रयास गरेका छन्। साथै कम्पनीको जिम्मेवार पदाधिकारीहरूसँग Service Level Aggrement गर्नको लागि समेत मार्ग प्रशस्त गरेका छन्। पुनः संरचनाकै अभावले होला कम्पनीका कतिपय जनशक्तिलाई कामको Overload छ, भने कति कामविहीन छन्। कम्पनीको लक्ष्य प्राप्तमा देखिएको समस्याले पनि स्पष्ट इङ्गित गर्दछ, कि कम्पनीको स्वरूप, संरचना र प्रक्रिया यसको लक्ष्यमुताबिक छैन। साथै विभागहरू र तिनका काम गर्ने टिमहरूले एउटै साभ्ना लक्ष्य प्राप्तिका लागि काम गरेको पाइँदैन।

नेपाल टेलिकम केबुल नेटवर्कको क्षेत्रमा आजको मितिमा पनि करिब एकलो सेवाप्रदायक छ। यस कम्पनीले काठमाडौंमा Optical Fiber Link नबन्नेको दशकको मध्यमा नै स्थापना गरिसकेको थियो भने आजको मितिमा देशका विभिन्न ठाउँमा यसको राम्रै सञ्जाल छ। यस्तो सञ्जाल भएको काठमाडौं उपत्यकालगायतका स्थानरुमा समेत NT का BTS हरु Optical Fiber मा पूर्णरूपले आबद्ध भई नसकेको अवस्था छ। जबकि NT को प्रतिस्पर्धी कम्पनी Ncell को इतिहास हाम्रो आँखासामुन्ने छ, र यसका सम्पूर्ण BTS हरु (अति विकटमा रहेकाबाहेक) Optical Fiber सञ्जालमा आबद्ध छन्। एरियल केबुलको सञ्जाल बनाउने काममा NT को NTA सँगको सहकार्यको इतिहास छ। NTA ले सुगम र शहरी क्षेत्रमा नेपाल टेलिकमलाई आफ्नो संरचना प्रयोगबाट वञ्चित गराएको कुनै उदाहरण छैन। आजको मितिमा NTA संरचना पुगेको लगभग सबै स्थानहरूमा NT बाहेकका कम्पनीहरू विशेष गरेर Ncell ले विद्युत् प्राधिकरणको संरचनामा राखिएको Optical Cable बाट आफ्नो BTS चलाएका छन्। वर्षौंको सहयात्री नेपाल टेलिकम जो आजको विद्युत् विकास कार्यमा समेत NTA सँग सहकार्य गर्दै छ। यस्तो पृष्ठभूमि हुँदाहुँदै यस कम्पनीबाट प्राधिकरणकै पदाधिकारीहरूसँगको छलफलबाट तय गरिएको 11KV र 33 KV लाइनमा विस्तार गरिने ADSS योजनाको स्वीकृतिमा NTA बाट विलम्ब भएको देखिँदछ। यहाँनेर प्रश्न के उठ्छ, भने कुनै सम्झौता नगरी Fiber तान्नेहरूलाई पनि NTA ले रोकेको छैन र NT को नेटवर्क विस्तारको क्रममा समेत विगतमा NTA बाट बाधा-अड्चन भएको छैन भने आज स्वीकृति दिन कतै उसको व्यवस्थापनलाई असहज त महसुस भएको होइन ? विनाकुनै स्वीकृति नेटवर्क प्रयोग गर्न दिने NTA ले नेटवर्कको महसुल र Fiber मा समेत हिस्सा पाउँदा पाउँदै किन यस कार्यमा रुचि नदेखाएको होला त ? ADSS सञ्जाल मुलुकको विकट स्थानहरूमा

पुग्दा त्यस्ता ठाउँहरू तथा रुटमा पर्ने स्थानहरूसमेत अप्टिकल फाइबर सञ्जालमा आई सेवा विस्तारमा सहज हुनुको साथै सेवाको गुणस्तरमा समेत वृद्धि हुने भई आयसमेत बढ्ने देखिन्छ। यस कार्यमा NT ले उचित रणनीति अपनाउनु जरुरी छ।

कम्पनीको नीति तथा रणनीतिको कुरा गर्दा NT को व्यापार नीति र रणनीतिमा पनि उचित तालमेल देखिँदैन। आजको मितिमा आएर पनि हामीले ग्राहकको मागअनुसार सेवा दिन सकिरहेका छैनौं। हाम्रो सेवाको निरन्तरता हुन सकेको छैन, जबकि हाम्रा प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरू Aggressive ढंगले आफ्नो सेवा बेचन तल्लीन छन्। उनीहरूको सेवा सर्वसुलभ तथा निरन्तर छ। यी कम्पनीहरूको Marketing भनेको विज्ञापन मात्र पनि होइन। यिनले आफ्नो Marketing Strategy मा पनि धेरै कुरा मिलाएर अगाडि बढेका छन्, जुन सबैलाई जानकारी भएकै हो। उनीहरू National तथा International Business मा समेत व्यवस्थित ढंगले अगाडि बढेका छन्। Market Research को कार्य निरन्तर भई सेवाको विस्तार तथा व्यापार हुनुपर्ने NT बाट त्यतातिर पनि पर्याप्त कार्य भएको पाइँदैन। शायद यस्तो हुनुमा सेवाको निरन्तरता नभएर नै होला। सेवाको बजारमा निरन्तरताको लागि व्यापार व्यवस्थापनबाट हुनुपर्ने पर्याप्त माग र दिशानिर्देश नभएको देखिन्छ।

कडा प्रतिस्पर्धाबाट गुञ्जिरहेको यस कम्पनीले राज्यबाट पाउनुपर्ने सहयोग र समर्थन पाउन नसकेको अवस्थामा एउटा अर्को आशाको किरण भने Strategic Partner को आगमन हो। Strategic Partner को सम्बन्धमा नेपाल टेलिकमको व्यवस्थापन तथा सञ्चालक समितिबाट निर्णयसमेत भई सञ्चार मन्त्रालयमार्फत अर्थ मन्त्रालयमा पठाइएको लामो अवधि वितिसक्दा पनि कुनै निर्णय भएको छैन। यससम्बन्धमा संसद्को लेखा समितिले समेत निर्देशन दिएको पाइन्छ। कम्पनीको स्वास्थ्य राम्रो भएको बखत मात्र Strategic Partner को आकर्षण हुने भएकोले यससम्बन्धमा हुनुपर्ने निर्णय अविलम्ब हुनु जरुरी छ।

नेपाल सरकारलाई वर्षौंदेखि सबभन्दा बढी राजस्व बुझाउने अगुवा कम्पनी नेपाल टेलिकमको सहयोगी हुने ऐन-नियम बनाउन नेपाल सरकारले तत्परता देखाउनु जरुरी छ। कम्पनीको विकास आयोजनाहरूलाई सरकारी निकायबाट हुने बाधा-अड्चन घटाउन र प्रतिस्पर्धी वातावरणमा कम्पनीको विस्तार र विकासको समेत नेपाल सरकारले नै आवश्यक वातावरण बनाउन जरुरी छ। विद्युत् प्राधिकरणजस्ता निकायहरूसँग समन्वय तथा सहकार्य गर्नका लागि माथिल्ला तहको पदाधिकारीको नेतृत्वमा एउटा सक्रिय तथा स्थायी प्रकृतिको समिति हुनुसमेत जरुरी छ। कम्पनीले आजको प्रतिस्पर्धी वातावरणअनुरूप आफ्नो Restructuring गर्दै लक्ष्य प्राप्तिको लागि नीति तथा रणनीति तयार गरी त्यसअनुरूप आफूसँग भएको Resources लाई परिचालन गर्न सक्नुपर्दछ। कम्पनीको व्यापार नीतिले विस्तार नीतिलाई डोच्याउने हिसाबले रणनीति तयार गरी लक्ष्य प्राप्त गर्नु आजको आवश्यकता हो। ●

निःशुल्क ज्ञान बाँड्दै विकिपीडिया

तपाईंले इन्टरनेटमा कुनै विषयमा गुगल वा अन्य सर्च चलाउनुभयो भने त्यस विषयका विभिन्न लेखहरू देखा पर्छन्, जसमध्ये एउटा न एउटा लिङ्क विकिपिडियाको पाउनुहुन्छ। किनकि विकिपिडिया यस्तो वेबसाइट हो जसमा सम्भवतः विश्वका सबै विषयका सन्देश वा लेखहरू राखिएका छन्। ती पनि विश्वका प्रायजसो सबै भाषामा।

तपाईंलाई विश्वास नलाग्न सक्छ, त्यसमा नेपालका भन्डै ४ हजार गाविस र सय वटा नगरपालिकाको बारेका केही न केही सूचनाहरू छन्। त्यति मात्र होइन, तपाईं यसमा नेपालका सयौं स-साना गाउँवस्तीका बारेमा पनि लेखहरू पढ्न सक्नुहुन्छ।

तपाईंले यी लेखहरू अंग्रेजी भाषामा होलान् भन्ठान्नु भएको हो भने त्यो आंशिक मात्र सही हुन्छ। अंग्रेजीमा त छन् नै, साँगसँगै नेपालमा बोलिने नेपाली, नेवारी र भोजपुरी भाषामा पनि यस्ता जानकारी पेजहरू पढ्न सकिन्छ। अब अनुमान गर्नुहोस्, विश्वभरका के-कति विषयमा र के-कति भाषामा यसले जानकारी दिँदो हो?

सन् २००१ को जनवरी १५ मा पहिलो पटक विकिपिडियाको पेजमा Hello World! लेख्दा जिम्मी वेल्सले शायद सोचेका थिएनन् होला कि एक दिन यो नै विश्वको सबैभन्दा लोकप्रिय वेबसाइट हुनेछ। साँच्चिकै अहिले विश्वमा सबैभन्दा धेरै खोलिने ५ इन्टरनेट वेबसाइटमध्ये विकिपिडिया एक बन्न पुगेको छ।

यस वर्ष जनवरी १५ मा नेपाली विकिपिडिया कम्युनिटीले विकीको ११औं जन्मोत्सव नेपालमा पनि एक कार्यक्रमको आयोजना गरी मनायो।

त्यस दिन नेपाली भाषा, साहित्य, पत्रकारिता र प्रविधि क्षेत्रका गन्यमान्य व्यक्तिहरूले नेपाली विकिपिडियामा लेखहरू लेख्ने र सम्पादन गर्नेसमेत कार्य गरे। नेपाल प्रज्ञाप्रतिष्ठानका प्राज्ञ, टेलिकमका सूचना प्रविधि निर्देशकदेखि लिएर नयाँ पुस्ताका कलमशिल्पी पत्रकार र भाषाकर्मीहरू भेला भएर नेपाली भाषाको विकिपिडियाको विकास गर्ने कुरा गरे।

प्राध्यापक माधव पोखरेलगायतका भाषाकर्मीले आफूहरू इन्टरनेटगायतका नवीनतम प्रविधिमा कमजोर भएको स्वीकारेनन् मात्र, युवाहरूले नेपाली भाषाको सामग्रीको विकास गर्ने जिम्मा लिएकोमा खुशी पनि व्यक्त गरे। तर भाषा पढ्दै नपढेका ठटनाहरूको ढंग नपुग्दा धोती खुस्कने गरेको तीतो यथार्थ पनि उनले औँल्याए।

गतवर्षको विकी-११ देखि नै विकिपिडियाले नेपाली सन्दर्भ सामग्री निःशुल्क पस्कने गरेको बुझ्नेका प्राध्यापक तुलसी दिवस र प्राज्ञ सुलोचना मानन्धर एक वर्षमा ११ हजार विषयका थप लेख थप्न सकेको थाहा पाउँदा हर्षित देखिन्थे। विकी-११ देखियताको एक वर्षमा नेपाली विकिपिडियाले उल्लेखनीय विकास गरेको छ।



गणेश पौडेल

सूचना प्रविधि निर्देशनालय

के हो विकिपिडिया ?

विकिपिडिया बहुभाषी वेबमा आधारित स्वतन्त्र र खुला ज्ञानकोश हो। विकिपिडिया शब्द ल्याटिन अमेरिकी भाषाको विकी-विकी भन्ने शब्दबाट आएको हो, जसको अर्थ हुन्छ छिटो-छिटो। तर अहिले यसको अर्थ धेरै जनताले सहकार्यमा वेबसाइट तयार गर्ने प्रविधि भन्ने लाग्छ। विकी र इन्साइक्लोपिडिया जोडिएर विकिपिडिया बनेको हो। विकिपिडियामा स्वयंसेवकहरूबाट लेखहरू लेखिन्छ। यसका धेरैजसो लेखहरू इन्टरनेटमा पहुँच भएका जो-कोहीले पनि परिवर्तन गर्न सक्छन्।

विकिपिडियामा लेख-रचनाहरू योगदान दिने सबै व्यक्तिहरू स्वयंसेवी (Volunteer) हुन्। विकिपिडियामा विनाकुनै पारिश्रमिक लेख-रचना लेख्ने स्वयंसेवीको संख्या अहिले दशौं लाख पुगेको छ।

जसले पनि सम्पादन गर्न सक्ने भएकोले यसमा भएका जानकारी विवरणहरू भरपर्दा हुँदैनन् भन्ने आलोचना विकिपिडियाले खेप्दै आइरहेको छ।

पत्रकार वसन्त बस्नेत गाली गर्नेहरूले पनि विकिपिडिया नचलाई बस्न नसक्ने बताउँछन्। पत्रकारहरूका लागि विकी सबैभन्दा बढी प्रयोग गरिने सन्दर्भ सामग्री भएको उनको अनुभव छ। चिनियाँ प्रधानमन्त्रीको भ्रमणको बेला उनको बारेमा जानकारी लिन सबैले विकिपिडिया गुहारेको दाबी उनको छ।

आमसञ्चार र पत्रकारिताका प्राध्यापक रामकृष्ण रेग्मी विकिपिडियाले विश्वभरका भाषामा सामग्री दिएकोले धेरैले यसलाई पछ्याउने गरेको तर सन्दर्भ सामग्रीको रूपमा उद्भूत नगर्ने गरेको बताउँछन्। अनुसन्धान पक्ष कमजोर देखिएकाले यसो भएको उनको बुझाइ छ। तर नेपाली भाषाका प्राध्यापक डा. माधवप्रसाद पोखरेल अरू कुनै सन्दर्भ सामग्री नभेट्टाइएको अवस्थामा विकिपिडियालाई सन्दर्भ सामग्रीको रूपमा उद्भूत गर्न सकिने बताउँछन्।

शुरूमा यसको सर्भर अमेरिकाको फ्लोरिडा राज्यमा जोडिएको थियो। पछि एम्स्टर्डम र कोरियाको सोलमा पनि थप सर्भरहरू



जोडिएका छन् । नेपालमा पनि यसको क्यास सभर राख्नका लागि विकिमिडिया र नेपाल टेलिकमबीच वार्ता भैरहेको छ ।

विकिपिडियाका प्रायजसो सबै पृष्ठहरूलाई इन्टरनेटको पहुँच भएका जसले पनि परिवर्तन गर्न सक्छ । सन् २००१ मा जिम्मी वेल्स र लारी स्यान्गरले शुरुआत गरेको यो इन्टरनेट साइट विश्वको सबैभन्दा ठूलो र प्रख्यात सन्दर्भ समग्री हो । नेपालमा पनि विकिपिडियाको स्थापनाकालदेखि नै प्रयोग हुँदै आएको छ । खासगरी कुनै पनि विषयको जानकारी पाउने र आफूलाई थाहा भएको विषयमा जोसुकैले पनि लेख लेख्न वा सम्पादन गर्न सक्ने भएकाले विकिपिडियाको लोकप्रियता बढेको हो । जोसुकैले सम्पादन गर्न सक्ने भए तापनि आफ्नो भाषाको विकीमा कसले के नयाँ परिवर्तन गर्नुको भनेर प्रबन्धकहरूले हेरिरहेका हुन्छन् । गलत सामग्री राखिएमा तुरुन्तै उनीहरूले त्यसलाई सच्याउँछन् ।

विकिपिडियाले अहिलेसम्म आफ्नो पेजमा कुनै पनि कमर्सियल विज्ञापन राखेको छैन । विनाविज्ञापनका सामग्री निःशुल्करूपमा पढ्न पाउनु अहिलेको युगमा आश्चर्यकै विषय हुन पुगेको छ ।

नेपालमा विकिपिडिया (ne.wikipedia.org)

नेपालका केही उत्साही युवाहरूले सन् २००४ मा विकिपिडियाको नेपाली संस्करण शुरु गरेका थिए । हाल नेपाली भाषामा १८,७५० भन्दा बढी साना-ठूला लेखहरू छन् । यसमा भएका जम्मा नेपाली पेजहरूको संख्या भने ४३ हजारभन्दा बढी छन् । यो तथ्याङ्कको आधारमा विश्वका २८३ भाषाहरूमध्ये नेपाली ८५औँ स्थानमा पर्दछ । नेपाली विकीमा हालसम्ममा ८ हजार ४ सय ५६ जना प्रयोगकर्ता (Users) दर्ता भएका छन्, जसमध्ये सरदर ६० जना सक्रिय रहन्छन् । अहिले नेपाली विकिपिडियामा ७ जना विकिपिडिया-प्रबन्धकहरू (५ जना भारतमा र २ जना नेपालमा) छन् । उनीहरूले नेपाली विकिपिडियाका सामग्रीहरू सम्पादन तथा व्यवस्थित गर्ने कार्य गर्दछन् । त्यसै गरी ३ जना प्रशासक (Bureaucrats) ले विभिन्न तहका प्रयोगकर्ताहरूको अधिकार व्यवस्थापन गर्दछन् । विकिपिडियामा नेपालीबाहेक नेपालभित्र बोलिने अरू भाषामा पनि पेजहरू उपलब्ध छन् । जस्तै- नेपाल भाषा, भोजपुरी भाषा, पाली भाषा । नेवारी (नेपाल भाषा)मा ६९,८१५ पृष्ठहरू छन्, जुन विश्वसन्दर्भमा ४७औँ स्थान हो । त्यसै गरी मैथिली भाषा र तामाङ भाषामा पनि विकिपिडियाका पेजहरू बन्ने प्रक्रिया अघि बढिसकेको छ ।

भारतीय भाषामा हिन्दी, मराठी, विष्णुपुरिया मनिपुरी, बंगाली, मलायलम, गुजराती, पश्चिमी पञ्जाबी आदि भाषाहरू नेपालीभन्दा पनि अग्रस्थानमा छन् । त्यसपछि कन्नड, संस्कृत, संस्कृत, पञ्जाबी, पाली, उडिया, आसामिज, काश्मिरी, सिन्ध, रोमानी आदि आउँछन् ।

विकिपिडियाको कुनै पनि भाषाको पृष्ठमा गएर जोसुकैले लेख लेख्न र सम्पादन गर्न सक्छन् । यसमा USER बने पनि हुन्छ, नबने पनि हुन्छ । USER नबनी सम्पादन गरेको लेखमा IP Address

बाट सम्पादन गरेको लग रहन्छ । एक जनाले शुरु गरेको लेख पूरा गर्न अरू हजारौं जनाले सहयोग गर्न सक्छन् । यसको रमाइलो पक्ष पनि यही नै हो, जसका कारण विकीमा लाखौंको संख्यामा लेखहरू उपलब्ध हुन सम्भव भयो ।

विकिपिडियाका शाखाहरू

विकिपिडियामा विभिन्न शाखाहरू छन् । जस्तो कि विकी डिक्सनरी (विकिसनरी), खुला पुस्तक (विकी पुस्तक), विकी विश्वविद्यालय (विकीभर्सिटी), खुला समाचार (विकी समाचार), विकी प्रजाति, कमन्स (कमन मिडियाको भण्डार), कथन (उक्ति संग्रह) आदि । नेपालीमा हाल विकिसनरी र विकी पुस्तक मात्र सञ्चालनमा छन् । यद्यपि बाँकी विषयमा पनि योगदान गर्न सकिने अवस्था छ ।

विकिमिडिया नेपाल

लेखहरू व्यवस्थित गर्न र त्यसमा कुनै विवाद आइपरेमा समाधान गर्न र अन्य स्रोत सामग्रीहरूको व्यवस्था गर्नका लागि विकिमिडिया फाउन्डेसन नामको संस्था कार्यरत रहेको छ । विश्वभरमा विभिन्न देशमा विकिमिडियाका च्याप्टरहरू छन् । विकिमिडिया नेपाल च्याप्टर हालसालै स्थापना भएको छ । यसले विकिपिडियाका विभिन्न भाषामा लेखिने नेपालसम्बन्धी जानकारीको अनुगमन गर्ने तथा कुनै विवाद भएमा त्यसको निरूपण गर्ने गर्दछ ।

विकिमेनिया

विकिमेनिया सबै भाषाका विकी कम्युनिटीहरूको वार्षिक भेला हुने महामेला हो । गतवर्ष इजरायलको हाइफामा विकिमेनिया ११ भएको थियो भने २०१२ मा अमेरिकाको वासिङ्टनमा हुँदै छ । विकिमेनियामा नेपालले सधैं सक्रिय सहभागिता जनाउँदै आइरहेको छ ।

सन् २००९ को विकिमेनिया नेपालमा गर्नका लागि प्रस्ताव भएको भए तापनि नेपालमा कुनै विकी च्याप्टर नभएको हुँदा त्यो टरेको थियो । भविष्यमा काठमाडौंमा पनि यो कार्यक्रम हुने सम्भावना प्रबल रहेको छ ।

नेपाली विकिपिडियाका योगदानकर्ताहरू

विकिपिडियामा प्रशासकले प्रयोगकर्ताको अधिकार व्यवस्थापन गर्छन् भने प्रबन्धकहरूले लेखहरूसम्बन्धी व्यवस्थापन गर्दछन् । सामान्य प्रयोगकर्ता निश्चित योगदान र तोकिएको मापदण्ड पूरा गरेपछि प्रबन्धक बक का लागि योग्य हुन्छन् । योग्य प्रयोगकर्ताले विकिमिडियामा सबैले देखने गरी खुला निवेदन दिन्छन्, निश्चित समयसम्म त्यसमा कम्युनिटीभित्रै भोट हुन्छ । आवश्यक संख्यामा समर्थन प्राप्त गरेपछि प्रशासकले माग भएबमोजिमको अधिकार दिएर प्रबन्धक बनाउँछन् । यो अधिकार केही समयको लागि अस्थायी वा लामो समयको लागि स्थायी रूपमा पनि दिइन्छ । नेपाली भाषामा पनि यही प्रक्रियाद्वारा सबै कार्य गरिन्छ ।

नेपाली भाषाका लागि अहिले भैरहेका प्राविधिक प्रगति



नेपालीबाहेक विश्वका अधिकांश भाषामा गुगल अनुवाद (Google translation) उपलब्ध छ । नेपाली भाषामा गुगल अनुवादको विकास हुन लागेको छ ।

माघको पहिलो हप्ता गुगलले नेपालको पहिलो व्यापारिक भ्रमण गर्‍यो । गुगलका नयाँ व्यापारिक आयाम हेर्ने प्रबन्धक डिभोन ल्यानले ४ दिनको नेपाल बसाइमा यहाँका विश्वविद्यालयहरू, इन्टरनेट सोसाइटी, नेपाल टेलिकम, नेपाली विकिपिडिया, फोस नेपाल कम्प्युनिटी, साभा सिकाइ पाटी, मदन पुरस्कार पुस्तकालय आदि विभिन्न भाषा र प्रविधिसँग सम्बन्धित संस्थाहरूसँग भेट गरे ।

डिभोनले गुगलमा नेपाली क्यालेन्डर निर्माण गर्ने तथा गुगलको नेपाली अनुवादक निर्माण गर्ने कार्यका लागि सहकार्य गर्न नेपाली भाषामा काम गरिरहेका संस्थाहरूलाई अनुरोध गरेका छन् । यस कार्यको समन्वय नेपाली विकिपिडियाका एक जना प्रबन्धक सरोज ढकालले गर्दै छन् । नेपाली विकिपिडियासँगको सहकार्यमा यसै वैशाख १ देखि गुगलमा नेपाली क्यालेन्डर आउने भएको छ ।

गुगल नेपाली अनुवादको विकास हुनु विश्वभरका नेपाली भाषी समुदायका लागि निकै ठूलो उपलब्धि हुनेछ । यसले कुनै पनि भाषामा भएका सामग्रीलाई कम्प्युटरले सीधै नेपालीमा अनुवाद गरिदिनेछ, जसबाट मानिसहरूले प्रत्यक्ष लाभ लिन सक्नेछन् । अर्कातिर इन्टरनेट वेबसाइट चलाउँदा पनि जुनसुकै भाषाको सामग्री आफ्नो भाषामा तुरुन्त पढ्न सक्नेछन् । नेपाली भाषामा पाठ्यसामग्रीको विकास गर्नका लागि त यो वरदान नै साबित हुनेछ ।

अब के गर्न सकिन्छ ?

सूचना प्रविधिको विकाससँगै ज्ञानका स्रोतहरू पनि असीमित हुँदै गैरहेका छन् । पुस्तक, पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन, सिनेमा र गीत-संगीतलाई आमसञ्चार मानिन्थ्यो । इन्टरनेटको आविष्कार र व्यापकतासँगै यो पुरानो अवधारणामा परिवर्तन आइसकेको छ । अब यी सबै माध्यमको काम इन्टरनेटमार्फत हुन थालेको छ ।

इन्टरनेटमा नै रेडियो-टिभी छ, सिनेमा छ, गीत-संगीत छ । त्यसैमा पत्रपत्रिका र पुस्तक पढ्न पाइन्छ । विश्वमा पुस्तक पढ्ने प्रचलन विस्तारै हराउँदै जान थाल्यो । इन्टरनेट र हाते कम्प्युटिड उपकरणले तिनको स्थान लिन थाल्यो ।

तर नेपालीलगायतका अन्य अ विकसित देशमा बोलिने र लेखिने सबै भाषामा विद्युतीय पाठ्यसामग्री उपलब्ध छन् त ? छैनन् । अंग्रेजीको जुनसुकै पुस्तक तपाईं सजिलै मोबाइलमा डाउनलोड गर्न र पढ्न उपलब्ध हुन्छ तर नेपालीमा हुँदैन । विकिपिडियाजस्ता साइटहरूको उपयोगबाट धेरैभन्दा धेरै सामग्री नेपाली र अन्य स्थानीय भाषामा पस्किन सकिन्छ ।

प्रविधिको विकाससँगसँगै नेपालमा पनि धेरै वटा इ-लाइब्रेरी खुलिसकेका छन् । अब पुस्तकालयमा जानुभयो भने पनि तपाईं पुस्तक पाउनुहुक इ-पुस्तक पढ्नुपर्छ । यद्यपि ती लाइब्रेरीमा पाइने पाठ्यसामग्रीमा बाहुल्य विदेशी भाषाकै सामग्रीको छ, नेपालीको होइन । यसलाई विदेशी शक्तिले आफ्नो प्रभाव फैलाउन खोज्यो भनेर हामी आलोचना पनि गर्छौं । आफू आफ्नो भाषाको सामग्री बनाउन नसक्ने, अरूले आफ्नो भाषामा भएको सामग्री दिँदा प्रभाव फैलाउन खोज्यो भन्नु आफैमा मूर्खता होइन र ?

सर्वसाधारणले पनि नेपाली भाषाको सन्दर्भ सामग्री विकास गर्न योगदान गर्न सक्छन् ।

समाजमा कोही धेरै पढेको विद्वान् हुन्छन् त कोही थोरै पढेका, अझ कोही निरक्षर पनि हुन सक्छन् । हरेक व्यक्तिसँग केही न केही विषयमा धेरथोर ज्ञान अवश्य हुन्छ । बागमती नदीको वारेमा काठमाडौंवासी जोसुकैले पनि राम्रो व्याख्या गर्न सक्छ । तर न त तिनीहरू सबैले पुस्तक लेख्न सक्छन्, न पत्रिकामा लेख्न सक्छन् । यस्ता विषयहरू जो-कोहीले पनि विकिपिडियामा लेख्न सक्छ । जोसुकैलाई आफूले जानेको विषयमा नयाँ लेख लेख्न मात्र होइन, त्यहाँ प्रकाशित भैसकेका लेखहरू सच्याउन वा परिवर्तन गर्न अधिकार हुन्छ । जोसुकैले आफ्नो नाम दिएर अथवा नाम लुकाएर पनि लेख लेख्न र सम्पादन गर्न सक्छन् । अर्थात् विकिपिडियामा सबै जना लेखक हुन सम्भव छ । केवल नेपाली भाषामा लेख्न जाने पुग्छ ।

त्यसैले भविष्यमा हामीलाई हाम्रो भाषामा विद्युतीय अध्ययन सामग्री चाहिन्छ भने विकिपिडिया जस्ता सन्दर्भ सामग्रीहरूलाई सबै पक्षबाट प्रोत्साहित गर्न जरुरी छ ।

You have not lived today until you have done something for someone who can never repay you.

John Bunyan.



नेपाल दूरसञ्चार कम्पनी लिमिटेड

२०६८ साल माघ २२ गतेसम्म २५ वर्ष स्थायी सेवा अवधि पुगेका कर्मचारीहरूको नामावली वितरण

| सि.नं. | क.द.नं. | दर्जा | तह | कर्मचारीको नामथर | कार्यरत कार्यालय | स्थायी नियुक्ति मिति |
|--------|---------|------------------|----|-------------------------------|----------------------|----------------------|
| १ | १६२ | निर्देशक | ११ | श्री देव नारायण यादव | क्षे.नि. बिराटनगर | २०४३१०३१०८ |
| २ | १४७ | प्रबन्धक | १० | श्री विभाष कुमार गुप्त | केन्द्रीय कार्यालय | २०४३१०३१०८ |
| ३ | १५० | प्रबन्धक | १० | श्री सिद्ध प्रताप भारती | केन्द्रीय कार्यालय | २०४३१०३१०८ |
| ४ | १७३ | प्रबन्धक | १० | श्री मदन शर्मा | केन्द्रीय कार्यालय | २०४३१०३१०४ |
| ५ | १२९ | प्रबन्धक | १० | श्री वीरेन्द्र बहादुर शाक्य | ट्रान्समिसन विभाग | २०४३१०३१०८ |
| ६ | ११७ | प्रबन्धक | १० | श्री कामिनी कुमारी राजभण्डारी | मो.से.निर्देशनालय | २०४३१०३१०८ |
| ७ | ६८६ | उपप्रबन्धक | ९ | श्री सुरज सिंह थापा | मो.से.निर्देशनालय | २०४३१०३११५ |
| ८ | ३०९ | सिभिल इ. | ७ | श्री मातृका प्रसाद सिवाकोटी | का.क्षे.निर्देशनालय | २०४३१०३१२४ |
| ९ | ६७८ | लेखा अधिकृत | ७ | श्री जनक राज सिंह | केन्द्रीय कार्यालय | २०४३१०३११५ |
| १० | ६७९ | व्यापार अधिकृत | ७ | श्री भूमराज सेठई | केन्द्रीय कार्यालय | २०४३१०३११५ |
| ११ | ३३६८ | प्रशासकीय अधिकृत | ७ | श्री जगत बहादुर कटुवाल | केन्द्रीय कार्यालय | २०४३१०२१२२ |
| १२ | ३१० | सिभिल इ. | ७ | श्री विद्या नेम्कुल | ने.आ.का.विभाग | २०४३१०३१२७ |
| १३ | ३१५ | सिभिल इ. | ७ | श्री महेन्द्र राज दली | ने.आ.का.विभाग | २०४३१०३१३० |
| १४ | ६५७ | स.ले.अधिकृत | ६ | श्री नारायण दाहाल | दू.सं.का. इन्द्रायणी | २०४३१०३११५ |
| १५ | ६८० | स.सं.अधिकृत | ६ | श्री तिलक बहादुर लामा | दू.सं.का. छाउनी | २०४३१०३११५ |
| १६ | ६७५ | स.ले.अधिकृत | ६ | श्री चन्द्र कुमारी शाक्य | ए.ने.प्ला.विभाग | २०४३१०३११५ |
| १७ | ६८५ | स.प्र.अधिकृत | ६ | श्री रेखा महर्जन | मो.से.निर्देशनालय | २०४३१०३११५ |
| १८ | ९०५ | स.इन्जिनियर | ६ | श्री आशाकाजी महर्जन | मो.से.निर्देशनालय | २०४०१०३१३१ |
| १९ | ३७६ | स.इन्जिनियर | ६ | श्री ऋषि प्रसाद प्रधान | ट्रान्समिसन विभाग | २०४०१०७१२५ |
| २० | १३६४ | स.व्या.अधिकृत | ६ | श्री उर्मिला थापा | दू.सं.का. इटहरी | २०४३१०३१३१ |
| २१ | ९६३ | स.इन्जिनियर | ६ | श्री धनेश्वर साह | दू.सं.का. लाहान | २०४०१०३१३१ |
| २२ | १३५० | वरिष्ठ सहायक | ५ | श्री निरु प्रसाद गोर्खाली | स्वि.मे.विभाग | २०३९१०५११ |



नेपाल टेलिकमको अतिरिक्त क्रियाकलाप समितिको नामावली

| | | |
|------------|---|-------------------------|
| अध्यक्ष | : | श्री विश्वनाथ गोयल |
| सदस्य | : | श्री कुल बहादुर आचार्य |
| सदस्य | : | श्री राजीव सिंह सिजापती |
| सदस्य | : | श्री बाबुजी पण्डित |
| सदस्य | : | श्री राज बहादुर सिंह |
| सदस्य | : | श्री राजाराम शर्मा |
| सदस्य | : | श्री पशुपति गिरी |
| सदस्य | : | श्री सन्देश रेग्मी |
| सदस्य | : | श्री सविना प्रधान |
| सदस्य सचिव | : | श्री राजन कुमार अधिकारी |

सातौं वार्षिकोत्सवको अवसरमा समावेश गरिएका खेल र संयोजक

| | | |
|--------------|---|--------------------------|
| व्याडमिन्टन | : | श्री राजिव सिंह सिजापती |
| रक्तदान | : | श्री पशुपति गिरी |
| हाजिरी जवाफ | : | श्री सुदिप आचार्य |
| टेबुलटेनिस | : | श्री रवि पौडेल |
| दौड | : | श्री बाबुराजा महर्जन |
| मेमोरी टेस्ट | : | श्री कौशल्यादेवी श्रेष्ठ |