



श्रम दर्ता नं ३३८७

नेबियु सन्देश

NeBEU SANDESH

ISSN 2990-7853
(Online)

ISSN 2990-7845
(Print)

HALF-YEARLY SERIES

वर्ष - १० । अङ्क - १ । पूर्णाङ्क - १६ । २०८२ वैशाख । मूल्य रु. १००

nebeu.org.np

नेपाल बैंक लिमिटेडको आकर्षक कर्जा सुविधाहरू

सरल प्रक्रिया तथा सुलभ ब्याजदरमा उपलब्ध छन्...



कल सेन्टर: ०१-५९७१३३३



नेपाल बैंक लिमिटेड
NEPAL BANK LIMITED

प्रधान कार्यालय: धर्मपथ, काठमाडौं
कल सेन्टर: ०१-५९७१३३३
टोल फ्री नं.: १६६००९३०३०३

नेपालको पहिलो बैंक
www.nepalbank.com.np

सहकार्य र एकता : आजको आवश्यकता

व्यवस्थापन निकट र उनका चापलूसीबाजहरूलाई काखी च्यापेर अन्य कर्मचारीहरू माथि हुने गरेको ज्यादती, अव्यवसायिक र असमान व्यवहारको न्यूनिकरण र उपचारात्मक भूमिकासँगै बैंकको समृद्धि तथा कर्मचारी हकहित र वृत्ति विकासको सम्बर्द्धन र संरक्षण गर्दै व्यवस्थापन र संचालक समितिलाई रचनात्मक सुझाव तथा वैकभित्र हुने नियम विपरीतका गलत निर्णय वा क्रियाकलापको Watchdog र Whistleblowing को प्रभावकारी कार्य गर्ने परिकल्पना अनुरूप ट्रेड युनियन ऐन, २०४९ द्वारा प्रदत्त अधिकार बमोजिम व्यावसायिक तथा पेशागत हकहितको संरक्षण र सम्बर्द्धन गर्न सक्रिय र प्रभावकारी भूमिकाको आवश्यकताको महशुस गर्दै नेपाल बैंक कर्मचारी युनियनको स्थापना गरिएको सर्व विदितै छ । कर्मचारी माथि हुने गरेको असमानता, विभेदीकरण तथा नोकरसाही प्रवृत्तिको जरेदेखि निर्मुल पार्न क्रियाशिल ट्रेड युनियनहरूले बुल्न्द आवाज उठाइरहेको आजको परिप्रेक्ष्यमा केवल कर्मचारीको हित गर्नु नै युनियनको उद्देश्य रहेको भन्ने गलत भाष्यलाई मात्र नबुझी बैंकको वृहत्तर आर्थिक तथा उत्पादकत्व अभिवृद्धिसँगै कर्मचारीको सर्वाङ्गीण पक्षको समृद्धि र वृत्ति विकासको लागि सदैव लागि रहने दायित्व सम्पूर्ण युनियनहरूको हो र यसको लागि जस्तोसुकै कदम अगाडी बढाउन पनि पछि नहट्ने हाम्रा पछिल्ला गतिविधिहरूले प्रतिविम्बित गरिसकेका छन् ।

पछिल्लो समय कैरमा संस्थागत सुशासनको कमजोर अवस्था, व्यवस्थापनका पदाधिकारीहरू बीचको चरम गुटबन्दी अव्यवसायिक चरित्र र उत्तर दायित्व पन्छाउने प्रवृत्ति तथा आचरण विपरीतको बढ्दो गतिविधिसँगै सञ्चालक समितिको नियम विपरीतका निर्णयहरू एवं व्यवस्थापनको कार्य क्षेत्र माथिको हस्तक्षेपजन्य क्रियाकलाप, भ्रष्टाचार, वैथित्य, कर्मचारीमाथि हुने असमान र भेदभावपूर्ण व्यवहारले प्रत्यक्ष-अप्रत्यक्ष रूपमा समग्र बैंक तथा कर्मचारीको हित र उत्पादकत्वमा अवाञ्छित प्रभाव परेकोले सञ्चालक समिति र व्यवस्थापनबाट हुने त्यस्ता निर्णय र क्रियाकलापको विरुद्ध सशक्त आवाज उठाउनु हरेक कर्मचारी तथा क्रियाशिल ट्रेड युनियनहरूको धर्म र कर्तव्य हो । यसबाट कुनै पनि कर्मचारी तथा ट्रेड युनियनहरू कर्तव्य विमुख नभएको पछिल्ला गतिविधिहरूले पनि उजागर गरेको छ, भने संस्था भित्रको अराजक र वैथित्य विरुद्ध दृढ संकल्प सहित एकजुट भई विश्वास र समन्वयकारी वातावरण आजको अपरिहार्य आवश्यकता हो भन्ने हाम्रो बुझाई रहेको छ ।

यसै सन्दर्भमा हिजोका दिनमा कर्मचारी युनियनले बैंकभित्र देखिएका वैथित्य र कमजोर सुशासनको सवाल र कर्मचारीहरूको हकहितका आवाज उठाउँदै गर्दा व्यवस्थापनको युनियन भन्ने मित्या र लाञ्छना केहि बैंक विरोधी र स्वार्थ केन्द्रित समुहबाट लगाई युनियनहरू बीचमा फाटो ल्याउने गरी वेमेलका वातावरण सिर्जना गर्ने प्रयासहरू नभएका भन्ने पक्कै होइनन् । युनियनका गतिविधिहरू बैंक र कर्मचारीको पक्षमा भए नभएको तथा सही वा गलत छुट्याउने नसक्ने विवेक शून्य प्राणी पनि पक्कै होइनौं । हिजोका दिनमा युनियन फुटाउ अनि राज गर र आफु अनुकूल स्वार्थप्रेरित फोहोरी राजनितिक कार्य गर्ने मानसिकता व्यवस्थापनबाट हुने गरेको हामी सबै कर्मचारीवर्ग र युनियनहरूलाई जगजाहेर नै छ । यस्ता षडयन्त्रलाई चिरफार गर्दै बैंकको समृद्धि र कर्मचारीको हकहितको संरक्षण गर्ने कार्यलाई निरन्तर र दिगो तुल्याई कर्मचारीवर्ग तथा क्रियाशिल ट्रेड युनियन विच मेलमिलाप र एकताको भावनालाई आत्मसाथ गर्दै सौहार्दपूर्ण समन्वयकारी वातावरण बनाई सहकार्य बढाउन यस युनियन सदैव तयार रहेको छ । फुटेर होइन जुटेर बैंकको विकास र कर्मचारीको हितमा प्रभावकारिता ल्याउने गरि सम्पूर्ण क्रियाशिल ट्रेड युनियनहरू सक्रिय आजको आवश्यकता रहेको हामीले महशुस गरेका छौं ।

फरक फरक राजनीतिक विचार तथा आस्था रहेता पनि बैंक परिसरभित्र हामी सर्वप्रथम कर्मचारी नै हौं । कर्मचारीहरूको हकहित र वृत्ति विकासको पहरेदारीको काम गर्नु हाम्रो प्रमुख दायित्व र भूमिका हो । क्रियाशिल ट्रेड युनियनका सम्पूर्ण कर्मचारीवर्ग मिलेर हातेमालो गर्दै सहकार्यको पाइला अगाडी सार्दै व्यवस्थापनसँग सिर्जनात्मक सहकार्य गर्दा प्रत्यक्ष रूपमा बैंक तथा कर्मचारीवर्गलाई नै दिगो सफलता र फाइदा पुर्नुका साथै सुशासन कायम हुने निश्चित नै छ । एकता र सहकार्यले नै शक्ति प्राप्त भई बैंक तथा सम्पूर्ण कर्मचारीवर्गको हित र समृद्धि हुने कुरा हामीले कदापी विर्सनु हुँदैन । यसका लागि सकारात्मक वातावरणको निर्माण गर्ने कार्यमा सबै पक्ष प्रतिबद्ध हुनेमा आशा राख्छौं । कर्मचारीवर्ग तथा युनियनका साथीहरूबाट सिर्जनात्मक सल्लाह, सुझाव तथा Whistleblowingको लागि निरन्तर सहकार्य र एकिकृत खबरदारीको अपेक्षा सहित ट्रेड युनियनहरू बीच सहकार्य आजको निर्विकल्प आवश्यकता रहेको देखिन्छ ।

नेपाल बैंक कर्मचारी युनियनको गतिविधिहरू

वैङ्गिक कार्य प्रणाली विकास, समृद्धि तथा समग्र कर्मचारीहरूको गुनासो र सवालको विषयमा बैंकका संचालक समितिका अध्यक्ष एवम् अन्य संचालकहरू तथा प्रमुख कार्यकारी अधिकृत एवम् व्यवस्थापन समितिका पदाधिकारीसँग समय-समयमा छलफल गर्दै गुनासो समाधान, संस्थागत सुशासन र युनियनले राखेको मागहरूको प्रभावकारी कार्यान्वयनका लागि आवश्यक सूझावसँगै दवाव सिर्जना जारी राखेको छ ।

नेपाल बैंक कर्मचारी युनियनले नेपाल बैंक लिमिटेडका संचालक समिति अध्यक्षज्यूसमक्ष मिति : २०८१/०८/२३ मा प.सं. : २३/०८१/०८२ र मिति २०८१/०९/०८ प.सं. : २६/०८१/०८२ मार्फत संचालकको आचरण तथा संस्थागत सुशासन सम्बन्धि व्यवस्था विपरीतका गतिविधिप्रति ध्यानाकर्षण सहित लिखित जानकारी माग गरेको , मिति २०८१/१०/१३ प.सं. : ४८/०८१/०८२ मार्फत संचालकको आचरण तथा संस्थागत सुशासन सम्बन्धि व्यवस्था विपरीतका गतिविधिप्रति हार्दिक अपिल गर्दै विरोधका कार्यक्रमहरू प्रकट गर्दै सञ्चालक समिति कार्यक्षेत्र परिसरमा कालो ब्यानर राखेर बैंकमा संस्थागत सुशासन र व्यवसाय विस्तारका लागि पहल कार्यलाई निरन्तरता दिदै आएको छ । बैंकमा अत्यावश्यक रहेको Core Banking System खरिद प्रकृतिलाई प्रतिस्पर्धी बजार मुल्यमा खरिद गरी तत्काल लागु गर्ने प्रकृया यथाशिघ्र अगाडि बढाउन एवं बैंकको कार्यप्रणाली तथा सेवालाई डिजिटल माध्यमबाट प्रभावकारी रूपमा प्रवाह गर्न, प्राविधिक क्षमतामा स्तरोन्नति गर्न, र साईबर अपराधबाट बैङ्कलाई सुरक्षित राख्न तथा सञ्चालक समितिका अध्यक्ष समक्षमा बैंकको सर्वाङ्गीण पक्षको दिगो विकास र प्रभावकारीताको सवालमा ध्यानाकर्षण पेश गर्दै बैंकमा संस्थागत सुशासन कायम गर्नका लागि आवश्यक कदम चाल्नका लागि हार्दिक अपिल गरेको छ ।

शाखा भ्रमण तथा संगठन विस्तार

नेपाल बैंक कर्मचारी युनियनको सांगठनिक संरचना विस्तार एवम् कर्मचारी वर्गको गुनासो सुनुवाई, पुष्टपोषण ग्रहण तथा समस्या समाधान उन्मुख उपायको खोजी गर्दै कर्मचारीहरूको कामप्रतिको उत्प्रेरणा बढाउन मधेश प्रदेश तथा बागमति प्रदेश कार्यालय अन्तर्गतका शाखाहरूको भ्रमण कार्य युनियनका अध्यक्ष श्री अनिल योजन तामाङ्ग, केन्द्रिय सहकोषाध्यक्ष सन्तोष श्रेष्ठ, केन्द्रिय सदस्य श्री प्रविन खतिवडा, केन्द्रिय सदस्य श्री सुन्दर कुमार पाल, मधेश प्रदेश अध्यक्ष श्री नगेन्द्र महतो, तथा मधेश प्रदेश कोषाध्यक्ष श्री रञ्जित कुमार भा सहितको ६ सदस्यीय टोलीद्वारा मिति २०८२/०२/०७ देखि मिति २०८२/०२/१४ सम्म सु-सम्पन्न भएको छ ।



Rising NPA: Factors and Causes

DWAIPAYAN REGMI

Deputy Manager
Rastriya Banijya Bank Ltd

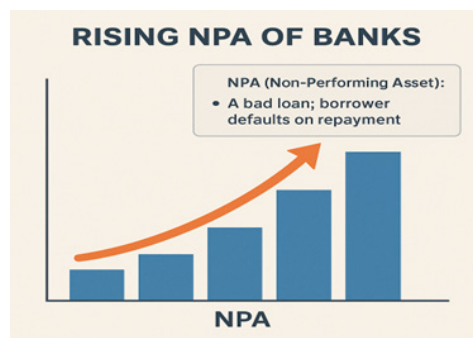


Background

In the third quarter report, Nepal's commercial banks showed a profit of a total of 41.25 in the area. While some banks made a profit of -91.91%, some made it to 2032.94% in comparison to the past year. Just in the third quarter, some banks made a total profit of 5.05 arba all alone too. Even the banks earning the lowest profit in the third quarter were reported to be 15.68 crores. This certainly is a huge sum while seeing the business industry of Nepal.

Falgun's loans and advances this year are 5,463,766 million, whereas those of last year at the same time were 5,440,702 million—which is just 0.41% less than at the same time last year (NRB Report, 2025). This clearly indicates that loans and advances have not gone higher in comparison to the past year, giving a clear hint that businesses have not gone higher.

On the contrary, there is the next issue that has been emerging lately i.e. Rising NPA. A rising NPA means that the number or the amount of Non-Performing Assets (NPA) in banks is increasing. Breaking it down, NPA refers to loans and advances that borrower holds but for which they are not repaying interests or principal for a certain period (Adesina and Muteba, 2021). It has also been understood as a bad loan. And, the rise of NPA means that an increasing number of borrowers are not paying back (defaulting) their loans.



In today's time large number of banks are found to be struggling to maintain asset quality and have been working to highlight the whole set of requirements for more strategic and sustainable efforts for controlling and minimizing NPAs in larger

ways. Management of NPAs turns out to be a critical concern for the banking industry and can erode a whole bank's profitability is necessary for sustainable economic growth - basically in developing economies like Nepal.

Factors leading to incremental NPA

Although banks and financial institutions don't want to increase NPA, they take place all around. This is because when NPAs increase, banks do face a direct hit upon their profitability as they have to set aside more provisions for covering up potential losses, reducing the amount that would be available for lending and investment. It weakens the whole bank's balance sheets and erodes shareholder's confidence as well resulting in lower market valuation. Hence, banks do want to lower their NPA rate (Kalaivani and Vaithyanathan, 2023). However, there are a different set of factors that leads to increasing NPA in reality which are explained as under:

- **Economic Slowdown:** At the time when the whole economy of the country slows down, it is for justified reason that companies earn less profit. In such cases, the consumer spends less, and different businesses shrink down or close down. So, if businesses are not earning enough, they fail to repay the loans. In such cases, individuals would also lose their jobs and would miss out on their EMIs. Like, for example during the COVID-19 pandemic time, global and Indian economies slowed down sharply and in that case, tourism, hotel, aviation, and retail businesses were all shut down. Loans granted to such businesses turned out to be a form of NPAs.

- **Sector-Specific Issues:** It has to be accepted that some sectors naturally hold a higher set of risks where problems like dropping of prices, overcapacity, or regulatory hurdles with commodity price crashes would cause or impact whole sectors for defaulting loans. Steel and infrastructures from 2010 to 2015 faced major problems when steel prices crashed down in the whole international market. There, infrastructure projects also happened to be delayed

because of their land acquisition seeking environmental clearances. During that time, Bhushan Steel had to default on huge loans that caused NPAs for different banks. As of now, academic institutions seem to be having higher risk because of a lack of students.

- **Global Events:** Different global events could directly hit the economy. Events like oil shocks, wars, financial crises, or pandemics would reduce demand, increase uncertainty, or disrupt supply chains in its way. This would weaken companies' financial position while they tend to be domestically strong. Russia-Ukraine war led to massive increment in oil, gas, and fertilizer prices and companies related to those sectors had to struggle with higher costs with worsening loan repayment capacity that created pressure upon banks' assets quality.

- **Natural Calamities:** Natural disasters, which are completely unpredictable like floods, droughts, and earthquakes that destroy assets - factories, houses crops, and other income sources lead to the situation when the loan customer won't be able to pay back their loan. Basically in agriculture-dependent geographies, such calamities completely wipe out the whole farmer's ability to repayment of loans. Like, in the Kerala floods of 2018, thousands of farmers lost their crops and capital and agriculture loans did affect farmers throughout Kerala leading to increased NPAs as they could not repay in time. The same happened during the 2072's earthquake in Nepal.

- **Policy-based changes:** When the government makes changes to its policies, business approvals might get delayed, and business plans may fail which would result in lowering the capacity for repayment of loans. In 2012-13's time, India's Supreme Court canceled 214 coal block allocations because of a coal scam. These power and steel companies who borrowed heavily to set up plants there had to lose access because of cheaper coal and this also resulted in massive defaults of loans.

- **Political Influences:** Political pressures that banks face act as the next reason to wave down the loan. This would reduce

the whole culture of repayment too. When the government of India announced INR 72,000 worth of loan waiver scheme, farmers at larger bunch expected that futures loans would be waived. Their repayment discipline broke down which resulted in incremental NPAs. Currently, some individuals are provoking mass with a consultation that banks should waive loans, creating expectations among mass - which could impact the whole NPA process too.

Causes of increasing NPAs

Causes are the outcomes of a bank or borrower's direct failure that would affect any particular loan directly. Banks keep on struggling to maintain their asset quality with major highlights of needs for seeing strategic and sustained efforts (Selvarajan, 2013). The following are the major causes of NPAs in the banking industry:

- **Poor Credit Appraisal:** If banks fail to make proper assessments for repaying before giving a loan, if they don't check the whole set of financial history, cash flows, project viability, or marketing condition - they might end up leading to risky borrowers. This will automatically increase the chances for NPA. During 2003-2008, when Indian banks aggressively gave infrastructure loans without full due diligence, many projects failed and loans turned to NPA.

- **Power Game:** Some borrowers decide not to repay their loans by making use of political influence, legal loopholes, or through fraudulent practices. For example, Vijay Mallya, though he had enough assets and international business defaulted on loans worth around 9000 crores, and Banks had to classify such loans as NPAs there.

- **Over Leveraging:** At different times, borrowers borrow more than they can actually repay, holding high level of confidence upon their growth in future. If business environment changes, their expected revenue might not turn out real and hence they become unable to pay the debt. Even when business underperform, companies will fail to repay back the loans resulting into NPAs.

- **Weak Monitoring:** If banks fail to monitor their loan clients about whether or not sales are happening, whether or not profits are there as per expectations, whether or not the cash flow is strong enough, whether or not the objective of the loan is met - problems might occur at any time and it might be too late to fix it. Failure to keep an eye on their loan client might result in such a situation.

- **Weak Recovery Practices:** When a borrower defaults, banks should be able to recover in more quick manner. Else, it will all worsen the whole losses. Through slow courts, long bankruptcy processes and weaker enforcement, banks would stay stuck with bad loans. From black listing to other aspects, the whole defaults can create impact.

Conclusion

It is no surprise that minimizing a bank's NPA would require a certain proactive and multi-pronged set of approaches. There, combining a strong credit-based appraisal system with continuous borrower monitoring and timely restructuring of stressed assets and robust recovery mechanisms has to be promoted. There should also be strong risk management practices which would ultimately enhance staff training that would leverage technology for early warning systems. With the feeling of fostering a disciplined credit culture, the implementation of strategies in a consistent manner can also be worked out. Banks can come together to maintain the whole asset's quality for protecting profitability and ensuring long-term financial stability as well.

Integration of technology, data analytics, and customer relationship management does have an important role to play in the process, and hence by consistently applying such strategies banks can work for the reduction of NPAs, and work to improve their financial resilience with a strong set of contribution to effectively manage their

whole economic growth as well (Zala and Heenaba, 2014).

In the context of Nepal, where real estate, hydropower, and small and medium enterprises have been dominating lending portfolios, banks should be vigilant enough. Strengthening borrower assessment, promoting financial literacy among clients, and improving coordination with regulatory bodies turn out to be something crucial. Here, for the growth of economic modernization, the reduction of NPAs will not just ensure stability but will contribute in a significant manner to the broader financial system's strength and their sustainable national development.

References

- Adesina, S., & Muteba Mwamba, J. W. (2021). Bank risk-taking behavior in Africa: The influence of net stable funding ratio. *The Journal of Developing Areas*, 55(1), 162-179. <https://doi.org/10.1353/jda.2021.0042>
- Kalaivani, B., & Vaithiyanathan, B. (2023). A study on NPA governing efficiency of public sector banks.
- Selvarajan, B. (2013). A study on management of non-performing assets in priority sector reference to Indian Bank and public sector banks (PSBs). *Global Journal of Management and Business Research: C Finance*, 13(1). https://globaljournals.org/GJMBR_Volume13/1-A-Study-on-Management-of-Non-Performing-Assets.pdf
- Zala, H., & Heenaba, Z. (2014). Comparative analysis of impact of NPAs on profitability of selected public and private bank centres in India [Doctoral dissertation, Saurashtra University]. Shodhganga. <http://hdl.handle.net/10603/31179>



Study in
Australia
Master Degree
Free Processing

50% in Bachelor Degree
IELTS 6/6 | PTE 50/50

- Digital Business Transformation
- Forensic Cyber Security
- Data Science
- Engineering Project Management

30 Days Paid Co-op
Up to 20% Scholarship

AVAILABLE FOR ILETS, TOEFL, JAPANESE & KOREAN LANGUAGES.

Om Educational Consultancy Pvt. Ltd.
Chuchhepati, Chabhil, Kathmandu
Ph. 01-5210524 Mobile: 986193394, 9702909499

Study in USA, Australia, UK, Korea, Japan, Europe ...



OM PRASAD BURLAKOTI
Proprietor



नेपालको सार्वजनिक संस्थानहरूमा ट्रेड युनियनको विद्यमान अवस्था र प्रयासहरू :

सुरेन्द्र श्रेष्ठ

सहायक प्रबन्धक, ट्रेजरी विभाग



पृष्ठभूमि:

सर्वप्रथम ट्रेड युनियनको प्रयोग युरोपेली महादेशमा औद्योगिकीकरणको सुरुवात संगै कल्याणकारीणी राज्यको अवधारणाको आवरणमा औद्योगिक क्रान्तिले ल्याएको औद्योगिक प्रजातन्त्रको पृष्ठभूमिमा पुजीवादी देशहरूमा भएको थियो। पेशागत रूपमा भने फ्रान्समा कर्मचारीहरू संगठित भई औपचारिक रूपमा ट्रेड युनियनको स्थापना गरेको पाइन्छ। तत् पश्चात बेलायत र अमेरिकामा पनि कर्मचारीहरू संगठित भई सौदाबाजी र सामूहिक आवाजलाई निर्वाचनबाट चुनिएका प्रतिनिधी मार्फत बलुन्द बनाउँदै हककितको सम्बन्धनमा क्रियाशिल हुँदै हालसम्म पनि निरन्तर कायम रहेको पाइन्छ। हाल विश्वका अधिकांश लोकतान्त्रिक मुलुकहरूमा सार्वजनिक तथा निजी क्षेत्रमा ट्रेड युनियन अधिकारको प्रयोगलाई वैधानिकता प्रदान गरेको छ। ट्रेड युनियन पेशाकर्मी कर्मचारीको एउटा सामाजिक र एकिकृत संगठन हो, जसले आफ्नो संस्थाको विकास र समृद्धि संगै सदस्यहरूको पेशागत हकहितको प्रवर्द्धन गर्ने, शारीरिक, मानसिक र पेशाको सुरक्षा गर्ने तथा अधिकारको संवर्द्धन गर्ने गर्दछ। सहभागितामुलक व्यवस्थापनको अवधारणाको विकाससंगै ट्रेड युनियन व्यवस्थापकिय निर्णय प्रकृत्यामा सहभागी बन्न थालेको छ।

नेपालको सन्दर्भमा भने औपचारिक रूपमा वि.सं. २००७ मा अखिल नेपाल न्युन वैतनिक कर्मचारी संघको स्थापना भई "मुलुकको प्रशासन शासकमुखी नभई जनमुखी हुनुपर्छ" भन्ने मुल नाराका साथ वि.सं. २००८ सालमा तलव सुविधा, सुरक्षा, निवृत्तभरणको व्यवस्था, घर विदा, विरामी विदा, कर्मचारीको मृत्यु पश्चात परिवार का आश्रित समूहलाई भत्ता तथा सन्ततीको निःशुल्क पठनपाठनहरू समेतका राखिएको मागलाई तत्कालिन सरकारले वेवास्ता गरेको भन्दै वि.सं. २००९ जेष्ठ १९ गते देखि काठमाण्डौ उपत्यका, पहाड तथा तराईका विभिन्न स्थानमा पहिलो पटक सार्वजनिक संस्थाका कर्मचारीहरूले आम हडताल गरेका थिए। परिणाम स्वरूप सरकारले कर्मचारीहरूको मागलाई सम्बोधन गर्दै तीन सय प्रतिशत भन्दा बढि तलव बृद्धि गरेको

मा केहि समय पश्चात सरकारले कर्मचारी संघलाई नै प्रतिबन्ध लगाएको थियो। यद्यपी सो समयमा नेपालमा प्रजातन्त्रको प्रारम्भ भईसकेको हुनाले अनौपचारिक रूपमा विभिन्न पेशागत संघ संस्थाहरू धमाधम खुल्न थालिसकेको थियो। सो क्रम वि.सं. २०४६ साल पछि द्रुत रूपमा ट्रेड युनियनका नाममा विभिन्न पेशागत संघ संस्थाहरू खुलेको पाइन्छ। नेपालको संविधानले पनि अन्तर्राष्ट्रिय कानुनका प्रावधानलाई आत्मसात गरी प्रत्येक श्रमिकलाई कानुनले प्रदत्त अधिकार अनुरूप ट्रेड युनियन खोल्ने, त्यसमा सहभागीता र सामूहिक सौदाबाजी गर्न पाउने संवैधानिक हक प्रदान गरेको छ। निजामती ऐन २०४९(हाल संसदमा निर्माण प्रकृत्यामा रहेको संघिय निजामती विधेयक २०८०), बैंक तथा वित्तिय संस्था सम्बन्धि ऐन २०७३, श्रम ऐन २०७४ समेतले पेशागत कर्मचारीहरूको हक हितका लागि ट्रेड युनियनको व्यवस्था गरेको साथै ट्रेड युनियन ऐन २०४९ ले ट्रेड युनियनको परिभाषा, काम, कर्तव्य र अधिकारको व्यवस्था गरेको छ।

अन्तर्राष्ट्रिय श्रम कानुनले पनि सार्वजनिक तथा निजी क्षेत्रमा ट्रेड युनियनको अधिकार स्थापना गरेको तथा ट्रेड युनियनमा सहभागिता हुन नहुने कर्मचारीहरूको वैकल्पिक अधिकार सुनिश्चित गर्ने व्यवस्था हुनुपर्ने विषयलाई सम्बोधन गरेको पाइन्छ। ट्रेड युनियन व्यवस्थापकिय निर्णय प्रकृत्यामा प्रत्यक्ष सहभागी बन्नुका साथै संस्था र कर्मचारीको सर्वाङ्गण विकासको संयन्त्रमा महत्वपूर्ण भूमिका तथा वाहकको रूपमा देखा पर्न थालेको छ।

पछिल्लो समय नेपालको अस्थिर राजनितिक वातावरणको फाईदा उठाउँदै ट्रेड युनियनको मुल मर्म र सिद्धान्तबाट विचलित भई संस्थामा कर्मचारीहरूको सरुवा, वदुवा तथा सुक्ष्म व्यवस्थापनमा आत्मकेन्द्रित हुनु, आर्थिक सवाल र अनुचित लाभमा जोडिनु, आफ्नो व्यक्तिगत स्वार्थमा मात्र तल्लीन रहनु, अत्याधिक राजनितिकीकरण गर्नु, माथिल्लो तहको आदेशको श्रृंखलामा अवरोध गर्नु र युनियनलाई सौदाबाजीको औजारको रूपमा प्रयोग गर्नु, कर्मचारी आंचार संहिताको उल्लङ्घन गर्नु लगायतका सवालहरूले ट्रेड युनियनको भूमिकालाई फितलोपन बनाउनुका साथै यसको औचित्य र परिभाषालाई खुम्चिआउने काम गर्नुका

साथै ट्रेड युनियन प्रतिको विश्वास र भरोसालाई कमजोर तुल्याउने काम भईरहेको पाईएको छ। तथापी समयमा नेपालको सार्वजनिक संस्थामा ट्रेड युनियनको भूमिका र व्यवस्थापनको क्षेत्रमा कर्मचारीहरूको हक हित, अधिकार तथा सुरक्षाको सुनिश्चितता कायम गर्न भने तुलनात्मक रूपमा सफल भएको छ।

ट्रेड युनियनको सवालमा भएका प्रयासहरू :

© ILO Convention – C 098 Right to Organize and Collective Bargaining Convention -1949 (No. 98).

© ILO Declaration on Fundamental Right at Work 1998.

© ILO ConventionM 150, 151 ले श्रम सम्बन्ध, सार्वजनिक प्रशासनमा संगठित हुन पाउने अधिकारको व्यवस्था।

© ब्राजिल, दक्षिण अफ्रिका, जापान,भारत र दक्षिण कोरिया समेतका विभिन्न मुलुकमा विधिवत रूपमा स्थापना भई कानुनी मान्यता पाएको र सौदाबाजी गर्ने अधिकार प्रदान गरेको।

ट्रेड युनियनको अधिकारको स्रोत

- नेपालको संविधान २०७२,धारा ३३ मा रोजगारीको हक तथा धारा ३४ मा श्रम सम्बन्धि हक।
- ट्रेड युनियन ऐन २०४९ को प्रस्तावनामा नै कामदार कर्मचारीहरूको व्यवसायिकता तथा पेशागत हकहित र संरक्षणका लागि ट्रेड युनियन दर्ता र सञ्चालन व्यवस्था।
- बैंक तथा वित्तिय संस्था सम्बन्धि ऐन २०७३,
- श्रम ऐन २०७४, नियमावली २०७५
- निजामती ऐन २०४९ मा ट्रेड युनियनको व्यवस्था
- संस्थानको विनियमावली।



प्रो. राजु /शोभा सुनार

मो.९८०५८३५०८८, ९८०५१७३७७१

पुर्णिमा सुनचाँदी पसल

पोखरा-३५, हेम्जा, मिलनचोक

फोन नं. ०६१-८००८५७








यहाँ विभिन्न प्रकारका परम्परागत तथा आधुनिक डिजाइनका गरगहनाहरू पाईनुका साथै सट्टीपट्टी खरिद-विक्री पनि गरिन्छ। विभिन्न राशी अनुसारका पत्थरहरूको लागि पनि हामीलाई सम्झनुहोस्।

ट्रेड युनियन प्रतिको सवाल

- ट्रेड युनियन राजनितिक चरित्रको हनुपर्ने भनि कुनै पनि कानुनी व्याख्या नहुनुले श्रमिक संगठन राजनितिक दलको भातृ संगठन कि कर्मचारीहरुको सहायत्री ?
- एकै निकायमा कति वटा ट्रेड युनियन आवश्यक वा CBA बाट सञ्चालन गर्ने ?
- ट्रेड युनियनको आर्थिक व्ययभार कसले व्यहोर्छ ?
- सरकारी संयन्त्र भएर को संग सामुहिक सौदाबाजी गर्ने हो ?
- सरकारी कर्मचारीले हडताल गर्न पाउने हो वा होईन ?
- सामुहिक सौदाबाजीका नाममा सरुवा बढुवाका लगायत व्यवस्थापकिय हस्तक्षेप गर्न राष्ट्रसेवक कर्मचारीले पाउँछ ?
- उच्चतहका प्रशासकहरु के सामुहिक सौदाबाजी मै त्रि छन् त ?
- ILO १५१ अभिसन्धी र यसको अनुमोदन ?

ट्रेड युनियनको सम्भावित संरचना तथा अवसरहरु

- Radical, Interactionist Perspective बाट मुल्याङ्कन गरिनु ।
- संघिय प्रणालीमा ट्रेडयुनियनको संरचना सम्बन्धी स्पष्ट मापदण्ड निर्धारण गर्ने गरि कानूनी व्यवस्था गरिनु ।
- समग्र राष्ट्र सेवक र पेशाकर्मिहरुको ट्रेड युनियनका सन्दर्भमा सबैलाई समेटिने गरि छाता ऐन ल्याई व्यवस्थित र प्रभावकारी कार्यान्वयनमा जोड ।
- ट्रेड युनियनको हाल सम्मको अभ्यासले सार्वजनिक संस्थामा परेको प्रभाव र भूमिकाको मूल्यांकन गरि विषयगत एवम् व्यावसायिक रुपमा पेशागत युनियन संचालनको चेष्टा ।
- विद्यमान ऐनमा व्यवस्था भए बमोजिम कर्मचारी सम्बन्धी समितिको भूमिका प्रभावकारी र व्यवस्थित बनाउने: Creative Dialogue Approach को प्रयोग ।
- ट्रेड युनियनको निर्वाचनमा दल रहित पेशा र हितका लागि अधिकारिक युनियनको निर्वाचित हुने व्यवस्था गर्नु ।
- सारभूत विषयहरु जस्तै प्रशासन सुधार, तलब पुनरवलोकन, सरुवा गुनासो व्यवस्थापन जस्ता समिति र ट्रेनिङ लगायत अमोदिक सुविधा बढाउने संयन्त्रहरुमा सार्थक प्रतिनिधित्वको व्यवस्था रहनु ।
- ट्रेड युनियनका पदाधिकारिहरुको आचार संहिता तयार गरि लागु गर्नु हुनु तथा राजनीतिक दल संगको आवद्धता भएता पनि त्यसको प्रत्यक्ष प्रभाव र हस्तक्षेपको न्युनिकरण ।
- अधिकृत कर्मचारीले ट्रेड युनियनमा आवद्ध हुनु भन्दा पनि तुलनात्मक रुपमा बढि पिडित देखिने सहायक स्तरका राजपत्र अनंकित कर्मचारीलाई मात्र ट्रेड युनियनमा संगठित हुने अधिकार दिनुपर्नेमा आवाज उठ्न थाल्नु ।
- राजनीतिक दलको कार्यकर्ताले कर्मचारीको आडमा र राजनीतिक दाउपेच गर्ने प्रणालीको अन्त्य ।
- ट्रेड युनियनलाई व्यवसायिकता तथा संस्थागत स्वार्थ

तर्फ उत्प्रेरित गर्ने साधनको रुपमा लिनु ।

- सरकार वा संस्थाको व्यवस्थापन पक्ष र कर्मचारी विचको सम्बन्ध विस्तार र गतिशिलता निर्माण गर्ने औजारको रुपमा रहनु ।

सकारात्मक पक्षहरु

- कर्मचारी ट्रेड युनियनले सरकार र सार्वजनिक/निजी संस्थाका कर्मचारीका विचमा सम्पर्क हेतुको भूमिका रहेको ।
- कर्मचारीहरुका गुनासाहरुलाई उजागर गरेका तथा कर्मचारीको सेवाको सुरक्षा र हकहितको संरक्षणमा सकारात्मक दबाव समुहको रुपमा काम गरेको ।
- कर्मचारी ट्रेड युनियनहरुले प्रशासन सुधारको सन्दर्भमा कर्मचारीको तर्फबाट प्रतिनिधित्व गर्ने ।
- कर्मचारी हकहितको संरक्षण र सम्बर्द्धनको सम्बन्धमा चेतना जागृत गराउन बेला बेलामा, गोष्ठी, सेमिनार, प्रशिक्षण आदिको आयोजना गर्ने गरेको ।
- मानवीय र सामाजिक सेवामा सहयोग पुर्याउने गरेको ।
- ट्रेड युनियनहरुले कार्य सम्पादन र अनुभवको मूल्यांकनद्वारा बढुवामा प्राथमिकता राखी उत्प्रेरकको काम गर्दै युनियनको पहलमा कर्मचारीका लागि औषधी उपचार, बीमाको व्यवस्था र अन्य सुरक्षाको सुनिश्चितता गराउनुमा अहम भूमिका रहेको ।
- कर्मचारीको तलब, भत्ता लगायतका सुविधाको समय अनुकूल वृद्धि गर्न आवाज उठाउने तलब compression ratio लाई न्यायोचित बनाउने भूमिका निर्वाह गरेको ।
- कर्मचारीको व्यक्तिगत सुरक्षाको लागि आवाज उठाउने ।
- कर्मचारी ट्रेड युनियनहरुको पहलमा परिवहनको व्यवस्था गर्ने गरेको ।
- उपल्ला तहका कर्मचारी समक्ष स्पष्ट रुपमा आफ्ना जायज र यथाथपरेक मागहरु तथा गुनासो राख्न सक्ने र कार्यालय प्रमुखलाई जिम्मेवार तुल्याउने ।
- राजपत्रांकित र राजपत्र अनंकित कर्मचारीहरुको विचको विभेद र खाडलको न्युनिकरण गर्न ।
- संस्थागत सुशासन कायम गराउन ।
- संस्था र कर्मचारी प्रतिको दायित्व, कर्तव्य र नीति विपरितका गतिविधिमा उद्दत हुने व्यवस्थापन पक्षलाई झक्झकाउने/Whistling गर्ने ।

नकारात्मक पक्षहरु

विद्यमान ट्रेड युनियनहरुबाट निर्धारित कार्यक्षेत्र अनुसारको जिम्मेवारी बहन गर्न नसकेको, सरुवामा अनुचित हस्तक्षेप गर्ने गरेको तथा उत्तरदायी हुनु नपर्ने, दलहरुको स्वार्थपूर्तिको भातृ संस्था मात्र बनेको आरोप लाग्दै आएको परिप्रेक्षमा निम्न अवान्छित पक्षहरु रहेका छन् :

- बढि नै उदार र अधिकारसम्पन्न ट्रेड युनियन अधिकारको प्रभावकारी उपयोग र जगेर्ना गर्न नसक्नु तर संस्थामा हडताल गर्ने अधिकार जस्ता विषयहरुमा जोड रहनु ।
- युनियनले मुलुकमा सुशासन कायम गर्नमा सहयोग

पुर्याउनु पर्नेमा यिनीहरु राजनीतिक विचारधाराको आधारमा विभक्त भई कमजोर बनेको आभाष दिनु ।

- संस्थालाई अवान्छित देखिएको सवाललाई पनि राजनितिक पार्टीको निर्णय र निर्देशनको नाममा विरोध तथा उच्छृङ्खल गतिविधिमा सहभागी हुनु ।
- कर्मचारी ट्रेड युनियनका पदाधिकारी माथि सरुवा र बढुवामा मात्र केन्द्रित रहनु ।
- आफ्नो कर्मचारीका कारण उच्च प्रशासन तथा सेवाग्राही प्रति अनुत्तरदायी शक्तिकेन्द्रको रुपमा सुधारका बाधक ठान्ने गरेको आरोप लाग्नु ।
- ट्रेड युनियनहरु कर्मचारीको फर्जी हस्ताक्षर, दर्ता: संघ/संगठनमा लाग्न पाउने कर्मचारीको ठुलो रहको देखाई सौदाबाजी गर्ने औजारको रुपमा चित्रित गर्ने गरि दर्ता गर्ने निकायको अन्योलता र ट्रेड युनियनको नियमनकारी संयन्त्र कमजोर रहनु तथा त्यसको फाईदा लिन मात्र युनियनहरु तल्लिन देखिनु ।
- युनियनका पदाधिकारीहरुले कार्यालयको काम नगर्ने गरि काज वा कुनै विभाग/युनिटमा बसि कर्मचारी र संस्थाको हितमा काम गर्ने व्यवस्थापनलाई सल्लाह दिने गरि संयन्त्रमा रहने भएता पनि सो अनुरूपको काम ती पदाधिकारीहरुले नगर्ने तथा आफु र अनुचित लाभको विषयमा मात्र सकृय रहने हुँदा सो व्यवस्थाले अन्य कर्मचारीमा वितृष्णा र अविश्वास सिर्जना भएको ।
- संगठनमा रचनात्मक सुधारका प्रयासहरु र संस्थागत पहलहरुमा न्यून चासो देखिनु ।
- अनिर्वाचित संरचनाका रुपमा संस्था रहनुले अधिकारिक ट्रेड युनियन संस्थागत हुन नसक्ने समयमा ट्रेड युनियन अधिकार र भूमिकामा उपरोक्त उपलब्धिहरु हासिल भएतापनि आंशिक रुपमा मात्र लक्ष्य उन्मुख रहेका, विकृतिहरु बढी भएका र ति विकृतिहरुको कारणले प्रतिरक्षात्मक स्थितिमा पुगेको देखिनु ।

यसर्थ नेपालको सार्वजनिक संस्थामा ट्रेड युनियनको भूमिका अति नै महत्वपूर्ण रहनुका साथै कर्मचारी र व्यवस्थापन वा सरकारी पक्ष विचको सेतुको काम गरेको र कर्मचारीको हक हित र अधिकारको लागि मुल औजारको रुपमा क्रियाशिल रहेको छ । यद्यपी ट्रेड युनियनहरु संस्था र कर्मचारीको हितमा भन्दा पनि संस्थामा कर्मचारीहरुको सरुवा, बढुवा तथा सुक्ष्म व्यवस्थापनमा केन्द्रित हुनु, नीतिगत भ्रष्टाचारमा जोडिनु, आफ्नो व्यक्तिगत स्वार्थमा मात्र तल्लीन रहनु, अत्याधिक राजनीतीकरण गर्नु र सौदाबाजीको गलत रुपमा प्रयोग गर्नु, नियम उल्लङ्घन गर्नु लगायतका सवालहरुले ट्रेड युनियनको भूमिकालाई कमजोर पार्ने प्रयत्न भएको र विद्यमान विकृतिहरुले नै गर्दा युनियनको अस्थित्वलाई नै प्रतिरक्षात्मक अवस्थामा पुर्याएको कारण त्यस्ता नकारात्मक र असान्दर्भिक कुराहरुलाई न्युनिकरण गर्दै सबल र प्रभावकारी ट्रेड युनियनको भूमिकालाई सशक्त रुपमा बढवा दिएर प्रभावकारी तुल्याई अधि बढ्न सकेमा संस्था र कर्मचारीको हित, वृत्तिविकास र उपलब्धी हुने मा दुईमत नहोला ।



Recent Trend in the Financial Indicators of Commercial Banks

Siddha Raj Bhatta
Deputy Director
Nepal Rastra Bank



Financial indicators of the banks and financial institutions have been impacted by the slowdown in economic activities in the post-COVID period, amid difficult global as well as domestic economic conditions. On the global scale, geopolitical tensions have impacted global economic and financial conditions while slowdown in economic activities in the domestic economy has resulted in constrained borrower capacity to repay, reduced demand for credit and higher default rate. As a consequence of this, non-performing loan of the banks has increased with a subsequent increase in Non-banking Assets (NBA) and decline in profitability. This article discusses the recent trend of major financial indicators of the commercial banks in the context of rising concerns about their financial soundness indicators.

1. Deposit, Lending and Interest Rate

While deposits have increased due to the inflow of remittances, credit growth has been slow during the last one and half year. Average credit growth during the last two years has been around 6 percent while monetary policy had projected a credit growth of around 12 percent. Sluggish economic activities and the resultant decline in credit demand has been the major cause for the moderation in credit growth. During the first nine months of the current fiscal year (FY 2081/82), deposits of the commercial banks increased by Rs. 366 billion (6.36 percent) while total loans and advances increased by Rs. 344 billion (7.53 percent). In terms of sectors, growth rate of loans disbursed to Agriculture, Forestry and Beverage, Power, Gas and water, and Finance, Insurance and real estate has been higher compared to other sectors. In terms of volume, consumption loan, loans disbursed to wholesale and retail trade and loans disbursed to power, gas and water sector has increased by more than Rs. 45 billion during this period.

Interest rate has been gradually declining from the last one and half year. Average lending rate of the commercial banks has declined from 13.03 percent in Falgun 2080 to 8.11 percent in Baishakh 2082. Base rate of the banks has also declined from 11 percent to 6.17 percent during the period.

2. Asset Quality

Non-performing loan (NPL) is gradually increasing, raising concerns for financial stability. Average NPL of the commercial banks reached 5.05 percent as of Chaitra 2081 from 3.89 percent a year ago. Such ratio was 3.76 percent in Asar 2081. Even though the level of NPL is not worrisome compared to many developing countries, its persistent increase is a concern for safeguarding financial stability.

One of the major reasons for the increasing NPL is the slowdown in economic activities during the post COVID period. Contraction in economic activities in the sectors including construction, wholesale and retail trade and other sectors have led to the deterioration of asset quality in those sectors.

Despite the increase in gross NPL, net NPL is below 2 percent (1.66 percent in Chaitra, 2081). This is due to the sufficient provisioning made by the banks against non-performing loans. The provisioning coverage ratio for NPL of the commercial banks, which is a metric of the ability to absorb financial losses, stood 67.02 percent in Chaitra 2081. A total of 15 commercial banks have a provision coverage ratio above 60 percent in Chaitra 2081.

Figure 1: Non-Performing Loan of Commercial Banks

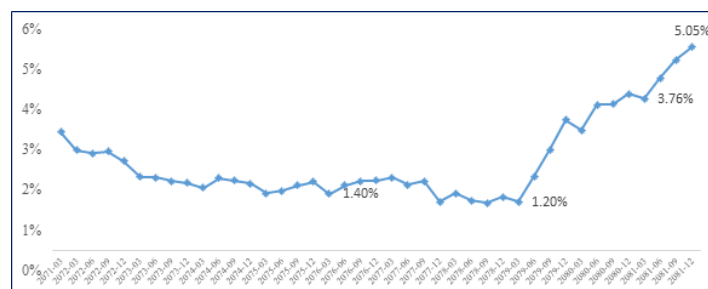
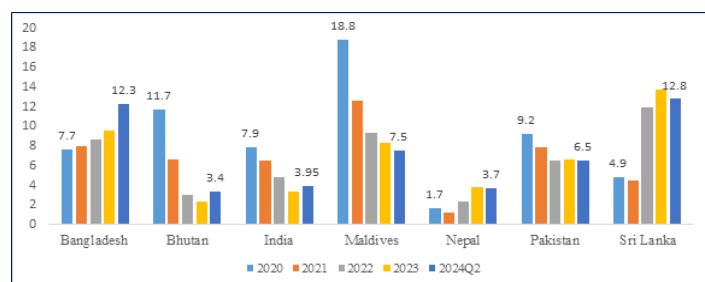


Figure 3: NPL Ratio in the SAARC Countries

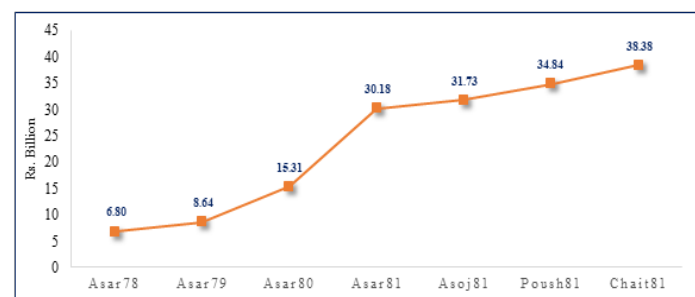


Source: IMF FSI Database

3. Non-Banking Assets

Non-banking assets of commercial banks is increasing significantly over the last three years raising a concern for the management of non-banking assets. NBA has become more than six-fold in Chaitra 2081 compared to Asar 2078. The ratio of NBA to total Assets reached 0.5 percent in Chaitra 2081.

Figure 4: Non-banking Asset



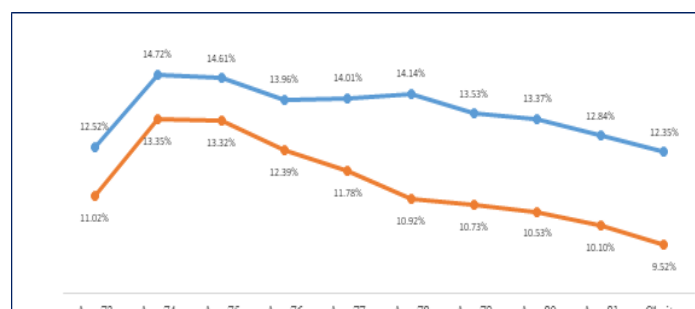
Source: Nepal Rastra Bank

Bank wise, NBA of 10 commercial banks has more than doubled during Asar 2080 to 2081 Chaitra while the NBA of six commercial banks has more than trebled during the period.

4. Capital Adequacy

The capital adequacy ratio (CAR) commercial banks has been under pressure. As of Chaitra 2081, the average CAR of commercial banks stood at 12.35 percent, declining gradually from Asar 2078.

Figure 5: CAR of Commercial Banks



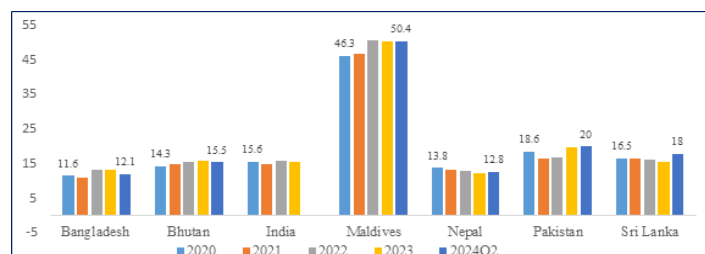
Source: Nepal Rastra Bank

Out of the 20 commercial banks, 19 commercial banks have maintained the CAR above the regulatory minimum of 11 percent. The number of commercial banks having a CAR of 12 percent and above is 13 and the number of commercial banks having CAR of 13 percent and above is 4 only. In

terms of core capital ratio, two out of the 20 banks are below 8.5 percent in Chaitra 2081.

In the regional context, all of the countries in the SAARC have regulatory capital ratio above 11 percent. However, position of Nepal and Bangladesh is relatively weak in the region.

Figure 6: Regulatory Capital Ratio of the SAARC Countries

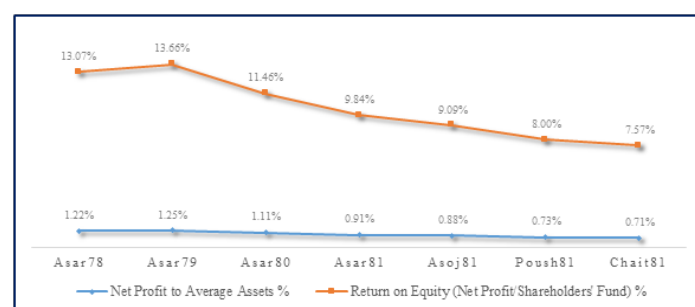


Source: IMF FSI Database

5. Earnings

Return on assets (ROA) and return on equity (ROE) of commercial banks have been gradually declining. Such ratios are declining continuously from Asar 2080. In Chaitra 2081, the ROE of commercial banks was 7.57 percent and ROA was 0.71 percent.

Figure 7: ROA and ROE of Commercial Banks



In terms of profitability and earnings in the SAARC Region, Pakistan, Maldives and India have a higher ROE compared to other countries. ROA is higher in Maldives and Pakistan.

Table 1: Profitability and Earnings Indicators of Banks in the SAARC Countries

Country	ROE				
	2020	2021	2022	2023	2024Q2
Bangladesh	5	5	14.2	9.7	6.1
Bhutan	0.5	8.1	9.8	25.5	8.3
India	7.3	9.9	12.7	14.5	
Maldives	7.5	19.8	15.9	15.4	15.3
Nepal	10.3	11.9	12.4	7.3	11.2
Pakistan	13.8	14	16.9	27.1	20.4
Sri Lanka	11.5	14.6	9.1	11.7	12.7
Grand Total	7.99	11.90	13.0	15.89	12.33

ROA					
Country	2020	2021	2022	2023	2024Q2
Bangladesh	0.8	0.7	1.4	1.7	1
Bhutan	0.1	1	1.2	3.3	1.1
India	0.8	1.1	1.5	1.7	
Maldives	2.5	5.8	4.7	5.1	4.9
Nepal	1.6	1.8	1.8	1.1	1.6
Pakistan	1.8	1.6	2.1	3.1	2.5
Sri Lanka	1.7	2	1.3	2	1.1
Grand Total	1.33	2.00	2.00	2.57	2.03

Source: IMF FSI Database

6. Conclusion

Financial sector has been facing challenges during the recent years due to the slowdown in global as well as domestic economic activities. NPL is increasing gradually creating challenge in maintaining asset quality of the commercial banks. Along with the NPL, non-banking assets of the banks

has increased significantly. While many countries in the South Asia have managed to reduce the NPL, it is increasing in Nepal and Bangladesh. Looking sector wise, NPL is higher in the sectors: fishery, agriculture, and construction, wholesale and retail trade reflecting the slowdown of economic in these sectors. In terms of the size of the loan, loans between Rs.1 crore to 5 crores have higher NPLs.

Banks capital adequacy is declining. It is likely to constrain further lending by the banks even though they have sufficient liquidity and lending capacity. Capital adequacy of Nepal is relatively weaker in the South Asian Region. In addition, bank earnings ratio is declining. ROE has declined by almost 5 percentage points in the last two years.

These trends have raised concerns for financial stability as such the central bank should be further proactive to safeguard financial stability. In particular, the Early Warning Systems and Credit Monitoring Framework should be further strengthened and new roadmaps should be designed to reduce the NPL. In this respect, measures like Prudential Framework for Resolution of Stressed Assets, establishment of Asset Management, Asset Quality Review of the Banks, and Guidelines for the Banks for managing their NPL could be some of the future steps.



Reg No.: 3-35-382-161173/2079/80

P.N.S COMPUTER

"A new perspective on care with Technology"

Nachhi Galli, New Road, Kathmandu, Ph.: 01-5914932, 9851316932, 9761663332, E-mail: pnscomputers23@gmail.com

We deal all kinds of Computer & Laptop peripherals.

Er. Nand Kishor Yadav
(Msc. Construction Management)
(Managing Director)

Consulting, Engineers, Valuations

PANOROMA ENGINEERING CONSULTANCY PVT. LTD

ASHWIN CONSTRUCTION PVT. LTD

Kathmandu Metropolitan-32, Anamnagar

Tel: 01-5201339, 9851178725/ 9841208725

E-mail: nky_977@yahoo.com

Our Services: Property Valuation of Nepal Bank, Rastriya Banijya Bank, Nepal SBI Bank, Agriculture Development Bank, Sunrise Bank, NIC Asia Bank, Siddhartha Bank, Jyoti Bikas Bank & Other Banks.

Building design, Cost estimate, supervision, survey works, tendering & construction of civil structure with management

The Changing Face of Bank Marketing

Arjun Bahadur Kandel
Chief Manager
Nepal Bank Limited



Bank Marketing Concept

The bank marketing is the practice of attracting and acquiring new customers through traditional media and digital media strategies. The use of these media strategies helps determine what kind of customer is attracted to a certain institution. This also includes different banking institutions purposefully using different strategies to attract the type of customer they want to do business with. Compared to other services, the banking products are distinguished by the fact that they are complex and abstract. Most of the customers do not easily understand what the financial services consist in, what benefit they bring and how they can be distinguished from one another. Digital banking is no longer a strange phenomenon in the developed world. Sticking to old strategies is setting a course to irrelevance. This means that a change is necessary for financial institutions. A change that integrates traditional marketing plans with digital strategies that produce measurable results.

Bank Marketing Strategy Framework

1. Identify the customer's financial needs:

Bank marketing begins with research to identify and understand needs that exists in the market. There are two common types of needs: Articulated needs and Latent needs. Articulated need can be clearly described by the customers but latent needs are hidden and unknown. Innovation is an important ingredient in successfully tapping into latent needs.

2. Develop a product or service:

Bank has to be good at developing new products. It must also manage them in the face of changing tastes, technologies, Interest rates, exchange rate and competitions. Every product seems to go through a life cycle. It must go through several phases, and eventually die as new products that better serve consumer needs came along. The product life cycle presents two major challenges, First, because all products eventually decline, the bank must find new products to replace the declining one. Secondly, the bank must understand how its product age adapts its marketing strategies as product pass through life cycle.

3. Market Segmentation:

Every bank has to identify segments comprised of groups of customers that share a common set of characteristics including similar needs. Market segmentation allows us to target banks content to the right people in the right way, rather than targeting banks entire audience with a generic message. This helps bank increase the chances of people engaging with its ad or content, resulting in more efficient campaigns and improved return on investment. There are many different kinds of market segments a bank can create for example demographic segmentation, geographic, behavioral segmentation and psychographic segmentation. The bank can create more niche segments within the given segments

4. Target a meaningful market:

Targeting strategy is a strategy for selection of potential customers the bank can sell its products/services to. Targeting is done to a specific target group as there are various segments in any market. Targeting is the processes of identifying the important target market and target audience which a company wants to sell its products to. Any banking product or service would not be of utility of every customer. And hence companies must be focused on whom the want to target. A good targeting strategy helps a company have focused sales growth, enhanced promotional strategy, build strong customer loyalty etc. Hence, targeting strategy is the backbone for any marketing firm.

5. Creating a differentiated /comparative advantage

A differentiation strategy is an approach business develop by providing customers with something unique, different and distinct from items their competitors may offer in the marketplace. The main objective of implementing a differentiation strategy is to increase competitive advantage. A differentiation strategy is an approach business develop by providing customers with something unique, different and distinct from items their competitors may offer in the marketplace. The main objective of implementing a differentiation strategy is to increase competitive advantage. A business will usually accomplish this by analyzing its strengths and weaknesses, the needs of its customers and the overall value it can provide.

6. Value Proposition:

Value Proposition is the reason why customers turn to a bank over another. It solves a bank's customer's problem or satisfies customer's need. Each Value Proposition consists of a selected bundle of products and/or services that caters to the requirements of a specific Customer Segment. In this sense, Value Proposition is an aggregation, or bundle, of benefits that a company offers customers. Some Value Propositions may be innovative and represent a new or disruptive offer. Others may be similar to existing market offers, but with added features and attributes. Value Proposition creates value for a Customer Segment through a distinct mix of elements catering to that segment's needs. Values may be quantitative (e.g. price, speed of service) or qualitative (e.g. design, customer experience).

7. Positioning:

Market Positioning refers to the ability to influence consumer perception regarding a brand or product relative to competitors. The objective of market positioning is to establish the image or identity of a brand or product so that consumers perceive it in a certain way. With the growth of marketing vehicles such as new media, the internet and mobile communications there are multiple

entry points through which to influence target customers but added complexity as well. Perceptions are not created overnight. They take a combination of direct customer experience with product, word of mouth, and years of market acceptance and use. Product positioning helps to define all seven elements in the Marketing Mix: Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, and Process

Why Bank Marketing Strategies Need to Change ?

As a discipline, marketing has evolved over the past few decades to become what it is today. Earlier, marketing strategies are primarily a means of spreading brand awareness. Today, marketing has been reinvented to fit a much bigger role. Creating both value and revenue to the institution. It is a big step up from its previous communication role, no doubt. One that was necessitated by the evolution of three factors: the consumer, the technology, and data analytics.

1. Change in Customer Preference

As consumer preferences change over time, companies must continue to evaluate the needs and wants of their target market and adjust accordingly in order to remain competitive.

- There is a rapid shift from traditional brick-and-mortar stores to modern shopping online, which has been driven by factors like convenience, cost, and the growing popularity of e-commerce platforms like Alibaba.com, Daraz etc.
- The increasing demand for natural, organic products, as consumers become more aware of the potentially harmful effects of chemical additives in food and other products.
- Changes in preferences related to preferred styles and designs of products.

2. Change in Advertising Pattern

Advertising is heading the way of the dinosaurs as consumers are beginning to trust objective web content and customer reviews more. The way they learn about financial products has changed. Therefore, so has the way they buy or subscribe to our financial services. Splurging on advertising is no longer reasonable nor a feasible strategy. Now, all eyes are now focused on digital content through social media platform.

3. Technological Advancement

In the aftermath of covid, there has been a major shift in how businesses approach their marketing strategies. This change is largely due to the rapid pace of technological advances, which have opened up new avenues for reaching potential customers and engaging with existing ones. For example, many businesses today invest heavily in social media marketing, as this allows them to target specific groups of consumers and build relationships with them in a highly customizable way.

Additionally, technological advancements have made it possible for businesses to collect data on consumers' digital habits, which can be used to develop more targeted promotional campaigns that appeal specifically to their target market.

4. Change in product life cycle

Every product that a company launches has some types of life cycle. In this cycle, products go through distinct stages as they are introduced to the marketplace and then grow, mature, and decline over time. Every stage of product requires a different marketing strategy.

5. Change in Consumer Spending

Changes in consumer spending can be caused by changes in their income, as well as shifts in market conditions and other external factors such as a economic crisis, natural disaster or pandemic. For example, consumers are likely to spend more on certain products or services when their income is higher, while they may also cut back significantly on spending when faced with economic uncertainty or a crisis.

One good example of how such changes can affect marketing strategies is the recent economic slowdown of Nepal. As the economic recession spreads throughout the country, people began to get laid off and lost their income, forcing many people to save more and to cut back on their spending. This means that bank has to take immediate action in order to adjust their marketing efforts and ensure that their products remained competitive in a drastically changed environment.

6. Data Analytics is a Game Changer

Today, all the information an institution needs about its prospects can be accessed using the right data stream. We have analytics to thank for this. It is no longer touch and go, but rather a refined science.

We can easily utilize analytics to find prospective customers ready to spend on whatever we're selling. The same way we can exploit it to identify the right digital media to deliver to our targeted audiences for maximum effect.

Strategies for the Enhancement of Bank Marketing

In the fierce competitive market, needs of customer keep changing. Hence, our marketing strategy must be dynamic and flexible to meet the changing scenario. Here are steps that form successful and effective marketing strategy for bank products.

1. Emphasis on Credit

In recent time, Nepalese banking has experienced a excess liquidity problem because of very low credit demand. So, emphasis should be given to enhance credit as they directly affect the profitability of bank.

2. Digital Delivery Channels

Digital delivery channels are very helpful in enhancing the marketing of various products and services. Thus, banks should sale the products and services through these channels. For this, adoption of complete digitalization is very important for the banking sector. By embracing digitalization, banks can provide enhanced customer services. This is the future of the bank. So, every bank, without any delay must invest on digital and innovative technologies to safeguard competitive capacity of the bank.

3. Form a Saleable Product Scheme

Bank should form a scheme that meets the needs of customers. A bunch of such schemes can also form a product. A bank product may include deposit scheme, an account offering more flexibilities, technically sound banking, tele/mobile/net banking, an innovative scheme targeted to special group of customers like children, females, old aged persons, businessman etc. In short, a bank product may consist of anything that you offer to customers.

4. Effective Branding

Man is a bundle of sentiments and emotions. This can effectively be helpful in branding our products. Considering the features of products and target group of customers, the product can be effectively branded so as to sound it catchy and appealing.

The branding should be done in such a way that the brand name must attract the attention of customers. It should be easy to remember. The target group and the silent feature of the product should resemble brand name. This will help a lot in making the brand successful. All employees and all our campaigns should refer the product by its brand name only so that to strike the same in the customer's mind.

5. Products for Women & Youth

Banks should introduce new banking products for women and youth like special deposit account for women and youth, credit schemes for women and something to improve their access to banking which they require.

6. Customer Awareness

There is a need to educate the customers on bank products. Efforts should be made to widen and deepen the process of information flow for the benefit and education of customers. Today, the customers do not have any idea as to how much time is required for any type of banking service. The rural customers are not aware for what purpose the loans are available and how they can be availed. Customers do not know the complete rules, regulations and procedures of the bank and bankers preserve them for themselves and do not take interest in educating the customers. It is a need to educate the customers from the grassroots of banking.

7. Advertisement

Advertisement is an eminent part of marketing of bank products. Advertisement should be such that appeals to people. It should not follow the orthodox pattern of narrating a product. For effective advertisement, bank should understand people's tastes and choices.

8. Selling Products in Rural Areas

For enhancing the marketing of their product, bank should sell their products in rural areas. For it, there is a need to open branches or extension counters in the rural areas.

9. Informing Customers About Products

The bank should embark upon aggressive marketing of its products, particularly at the time of launching a new product, which will inform the perspective customers regarding product and at the same time relieve staff at branch level from explaining the product to all customers.

10. Customer Convenience

In a service industry like banking where product differential is hard to maintain and quality of service depends upon the service

provider, from whom it cannot be separated. So the bank employees have to render services to the satisfaction of the customer, not as per their own conveniences or whims.

11. Re-orient Staff

Sincerity of efforts in implementation of the measures is lacking among the bank staff. It is a fact that its employees are not able to rise up to the expectations of its customers. They lack in their behavior, attitude and efficiency. The phenomenon is glaring at urban centers. Therefore, it calls for an immediate attention which is missing link in the entire process of marketing, and the bank should undertake all such steps to motivate and reorient its staff.

12. Marketing through social media

Social media has become a major tool for banks to experience meaningful customer experience. Social media such as facebook, tiktok, you tube etc. offers an ideal opportunity for them to boost those connections so that customers can interact with their banks much more flexibly, conveniently and frequently. This is the fastest method to outreach of banking products and services to various market segments.

Conclusion:

Customers' needs have been shifted. There is increased need for digital interaction, need for comprehensive offering beyond banking and demand for holistic advice and a long term partner. Consequently, operating model has also been changed. Bank cannot exist without the customers. Purpose of the bank is to create, win and keep to a customer. Customer is and should be the center of everything the banks can do. Organizational design should be oriented to the customer and the bank should ensure that the services are performed and delivered in the most effective way. Ultimate aim of a bank is to deliver total customer satisfaction. There is greater customer demand for digital, cross-channel solutions that enable banks to offer their clients holistic advice to suit individual needs. Bank marketing today heavily relies on digital marketing because that's where everyone is today. Bank marketing today, therefore, should be focused on targeting different demographics by adopting new and better technologies, pushing digital apps and financial services and thus focus on customer outreach. Hence, all the banks have to invest in fintech to improve their performance in the new era.

References:

<https://mediaboom.com/news/bank-marketing/>

<https://www.lookdigitalsignage.com/blog/bank-marketing-strategy/>

<https://www.livemint.com/brand-stories/digital-marketing-for-banks/>

<https://thefinancialbrand.com/news/bank-marketing/end-of-the-traditional-customer-banking-relationship-and-whats-replacing>



सार्वजनिक सेवा प्रवाहको अवस्था र बैकिङ्ग क्षेत्रको दायित्व



डा. दिवाकर वशिष्ठ
विज्ञ, बैक तथा वित्तिय

सार्वजनिक सेवा प्रवाहको परिचय

राज्य र सरकारले आफ्ना नागरिकहरूलाई निःशुल्क वा सशुल्क रूपमा उपलब्ध गराउने सेवा सुविधालाई सार्वजनिक सेवा भनिन्छ। सार्वजनिक सेवा दिनु राज्यको दायित्व हो भने सेवा लिनु नागरिकको अधिकारको कुरा हो। जनतालाई प्रभावकारी सेवा प्रवाह गर्नु नै सरकारको र सम्बद्ध निकायको कार्य हो। सार्वजनिक सेवा नागरिक र सरकार जोड्ने पुल हो। सार्वजनिक सेवा सरकार, सार्वजनिक निकाय वा पदाधिकारीद्वारा व्यक्ति तथा नागरिकको आधारभूत, आर्कस्मिक र विकासोन्मुख आवश्यकतालाई परिपूर्ति गर्ने, उत्पादन, प्रवाह र वितरण गर्ने कार्य हो। इतिहास हेर्दा सन् १९८० को दशकपूर्व सार्वजनिक सेवाको परम्परागत मान्यता प्रचलित थियो। सन् १९८० को दशक पश्चात् आधुनिक सार्वजनिक सेवाको मान्यता विकास भयो। सन् १९९१ मा बेलायतका प्रधानमन्त्री जोहन मेजर ले नागरिक बडापत्रको प्रारम्भ गरी नागरिकमुखी सेवाको मान्यता अगाडि बढाएको पाइन्छ। सार्वजनिक सेवा देशको सरकार एवम् जनता बिच सम्बन्ध स्थापित गर्ने माध्यम हो। जनतालाई खुसी पाउँदा सरकार प्रति जनविश्वास पैदा गर्ने संयन्त्र नै सार्वजनिक सेवा हो। यस सेवामा रहेका सकारात्मक पक्षलाई अझ बढाउदै नकारात्मक पक्षलाई सरकार, नागरिक समाज, जनता आदी सबै मिलेर हटाउन लाग्नुपर्ने देखिन्छ। राज्य र सो सम्बद्ध निकायले जनताको आधारभूत आवश्यकताको परिपूर्ति, शान्ति सु-व्यवस्था, संरक्षण, मुलुकको विकास तथा हित प्रवर्धनको लागि उपलब्ध गराउने वस्तु तथा सेवा वितरणको प्रक्रिया सार्वजनिक सेवा प्रवाह हो। सरकार वा सरकार मातहतका निकायबाट प्रदान गरिने वा उपलब्ध गराइने शिक्षा, स्वास्थ्य, विद्युत, खानेपानी, शान्ति सुरक्षा, सञ्चार, यातायात, रोजगारीहरू नै सार्वजनिक सेवा हुन्।

शासन र प्रशासनका लाभहरूको प्रभावकारी वितरण गर्दै, राज्य, सरकार, सार्वजनिक प्रशासन र जनताबीचको सम्बन्धमा स्थापित गर्नमा सार्वजनिक सेवा प्रवाहको भूमिका रहन्छ। नेपालमा हालसम्म पनि सार्वजनिक सेवा प्रति जनताको सकारात्मक धारणा बन्न सकेको छैन। राज्यबाट प्रवाहित सेवा नागरिकको रोजाइ, आवश्यकता, प्रार्थना कता र राज्यको सामाजिक र राजनैतिक परिवेशबाट निर्देशित हुन्छ। यस्तो सेवाको दायाँ व्यापक हुनुका साथै प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष प्रकारको हुन्छ। नागरिकले सुपथ, सुलभ र समय सापेक्ष यथेष्ट सेवा पाउनु नै सार्वजनिक सेवा प्रवाहको मुख्य उद्देश्य हुन्छ। सरकारले विभिन्न तवरले सार्वजनिक सेवाको व्यवस्थापन गर्न सक्दछ। देश संघीय शासन प्रणालीमा गईसकेको अवस्थामा सार्वजनिक सेवाका नकरात्मक धारणालाई सकारात्मक परिवर्तन गर्न र सार्वजनिक प्रशासनलाई चुस्त, गतिशील, समयसापेक्ष र व्यवसायी बनाउदै लैजान सकेमात्र जनतामा भन्दा सार्वजनिक प्रशासन र सार्वजनिक सेवा प्रवाह प्रति सकारात्मक धारणाको विकास गराउन सकिन्छ।

सार्वजनिक सेवाको महत्व र अवस्था

सार्वजनिक सेवाको महत्व दिन प्रतिदिन बढिरहेको छ। सार्वजनिक सेवा गुणात्मक, छिटो, छरितो र चुस्त हुनुपर्दछ। सेवाहरू तोकिएको समयमा प्राप्त हुनुपर्छ, जन अपेक्षित, सामाजिक न्यायमा आधारित, जनसहभागिता र ग्राहकोन्मुख हुनुपर्छ। सेवा उत्पादकमुखी र लक्षित वर्ग उन्मुख हुनुपर्छ भन्ने आवाज उठिरहेको छ। जनताका आधारभूत आवश्यकता परिपूर्ति गर्दै जनमुखी शासनको प्रवर्द्धन गर्ने, सरकार र जनताबीच सम्बन्ध स्थापित गर्ने, केन्द्र देखी स्थानीयस्तरसम्मका सम्पूर्ण जनताका आवश्यकता पूर्ति गर्न, लोकतान्त्रिक शासन प्रणालीलाई व्यवहारमा उतार्न, पूर्वाधारमा लगानी गरी नागरिकलाई सरकारको अनुभूति दिन, मानव विकास देखि लिएर सुशासन कायम गर्ने कार्यमा सार्वजनिक सेवाको महत्व रहेको छ। केहि सकारात्मक अवस्थाहरूमा सरकारी सयन्त्रहरूको पुनर्संरचनामा जोड दिएको छ र विकेन्द्रिकरणलाई प्राथमिकतामा राखेर कार्य गरेको देखिन्छ। परस्परगत पद्धतिलाई परिवर्तन गर्दै नवप्रवर्धनात्मक सेवाहरूमा सरकारको जोड रहेको देखिन्छ। नागरिक बडापत्र, घुम्ती सेवा, सेवाग्राही गुनासो सर्वेक्षण, उजुरी पेटीका आदिको प्रयोग पनि रहेको देखिन्छ। क्षतिपूर्ति सहितको नागरिक बडापत्रको व्यवस्था समेत गरिएको छ। लोकतान्त्रिक मूल्य मान्यता अनुरूपको शासन सञ्चालन गर्ने लक्ष लिएको देखिन्छ। सरकार र संबद्ध निकायहरूमा सेवा प्रवाह गर्ने गतिमा तिव्रता देखिएता पनि जनअपेक्षित सेवा प्रवाह हुन सकेको छैन। भ्रष्टाचार व्याप्त छ। दृढदृष्टि र लक्ष अनुरूप कार्य हुन सके

को छैन - विगतको गल्लिलाई सुधार गर्ने भन्दा दोहोराउने प्रवृत्ति हावी छ। नागरिक बडापत्रलाई व्यवहारमा उतारेको पाइँदैन। सेवाग्राही र सेवाप्रदायक बीच असल सम्बन्ध स्थापित हुन सकेको छैन। परिवर्तन लाई आत्म साथ नगर्ने प्रवृत्ति दिन प्रतिदिन हावी छ। नेपालमा सार्वजनिक सेवा प्रवाहका लागि निजी क्षेत्र तथा गैरसरकारी संस्थाहरू, स्थानीय निकायहरू, सरकारी संस्थाहरू, उपभोक्ता समूह, दबाव समूह, हित समूह, अन्य नागरिक समाजहरू तथा प्राज्ञिक प्रकृतिका संस्थाहरूले कुनै न कुनै रूपमा उपस्थित भई सार्वजनिक सेवा प्रणालीमा योगदान गरिरहेको पाइन्छ। नेपालको संविधान अनुसार व्यवस्था गरिएको सघीय, प्रदेश र स्थानीय सरकारको व्यवस्थाले जनतालाई सेवा प्रवाह प्रभावकारी, छिटो, छरितो र सरल, सहजतामा जोड गरेको छ।

सार्वजनिक सेवा प्रवाहमा सेवाग्राहीको भूमिका:-

सरकारको नीति तथा कार्यक्रमबारे सामान्य जानकारी राख्ने, मुलुकको संविधान तथा ऐन कानूनको अध्ययन गर्ने, आफूले लिने सेवाको बारेमा जानकारी राख्ने र सोका लागि आवश्यक कागजात, शुल्क तथा सेवाप्रदायकसँग उचित व्यवहार गर्ने तथा सेवा वितरणमा सहयोग गर्ने, असन्तुष्ट सेवाप्रति गुनासो गर्ने, असल काम र प्रभावको प्रचारप्रसार गर्ने, सेवाप्रदायक कर्मचारीप्रति वैयक्तिक रिस तथा आक्षेप नलगाउने, नियम, कानून र प्रक्रियाको पालना गर्ने, धैर्यताका साथ सेवा लिन पालोमा बस्ने, सार्वजनिक सुनुवाईमा सक्रिय तथा रचनात्मक भूमिका निर्वाह गर्ने, वस्तु तथा सेवाको छनोट र सदुपयोग गर्ने, सही सूचना सम्प्रेषण गर्ने, गुणस्तरीय तथा प्रभावकारी सेवाको लागि दबाव दिने लगायतको भूमिका निर्वाह गरिरहेको देखिन्छ।

नेपालको सार्वजनिक सेवा प्रभावकारितामा देखिएका समस्याहरू :

नेपालमा सार्वजनिक सेवा प्रवाहको लागि नीतिगत, कानूनी, संरचनागत र संस्थागत व्यवस्था गरिएको भएता पनि सार्वजनिक सेवा प्रवाह प्रभावकारी हुन नसकेको भनि व्यापक गुनासो सुन्न पाइन्छ। खास गरी सार्वजनिक सेवा प्रवाह नतिजामुखी हुनु नसकेको, जनमैत्री हुन नसकेको, पारदर्शिताको अभाव, जवाफदेही हुन नसकेको लगभग १५०० गुनासोहरू यत्रतत्र सर्वत्र सुन्न पाइन्छ। नेपालमा सार्वजनिक सेवा प्रवाहका समस्याहरूलाई निम्नानुसार प्रस्तुत गर्न सकिन्छ जसमा नेपालका भौगोलिक अवस्थाले गर्दा सार्वजनिक सेवाहरूलाई सबै ठाउँमा पुर्‍याउने काम अत्यन्त कठिन भएको छ। सेवा लक्षित वर्गसम्म पुग्न सकेको छैन, गुणस्तर सन्तोषजनक छैन, सस्तो र सर्वसुलभ प्रविधिको कमी छ, जनताको सानो समूहलाई मात्र लाभान्वित पुर्‍याएको छ, राज्यलाई समयमै कर तिर्ने, स्रोत र साधनको अभाव छ भने भएका स्रोत साधनहरूको महत्तम उपयोग हुन सकेको छैन, कर्मचारी र कामदारहरूको मनोबल गरिरहेको छ। स्वायत्तता र अधिकार प्रत्यायोजन सीमित छ, राजनीतिक प्रतिवद्धता र इच्छाशक्तिको अभाव, र राजनीतिक अस्थिरता, निकायहरूबीच समन्वयका अभाव छ, सुविधा, पदोन्नती र अन्य सुविधाहरूको अवस्था सीमित छ, सेवा प्रवाह गर्ने कार्यमा सेवाग्राही जनताको सहभागिताको अभाव, नागरिकहरूमा सचेतनाको कमी, सार्वजनिक सेवाका प्रकार, गुण तथा विवरणका नौ र तरिका सम्बन्धी सूचनाको अभाव, ग्राहकोन्मुखताको अभाव, अधिकारको केन्द्रीकरण रहनु, सेवा प्रवाह निर्देशिकाको कार्यान्वयन हुनु नसक्नु, नागरिक बडापत्रको न्युन उपयोगिता, सेवा प्रवाहमा सामाजिक समावेशीकरण हुनु नसक्नु। निजी क्षेत्रमा सामाजिक जिम्मेवारीपनाको अभाव, प्रभावकारी अनुगमनको अभाव लगायत छन।

सार्वजनिक सेवा सुधारका लागि गर्नुपर्ने कामहरू

जनतालाई सरकारी कार्यालय वा अन्य वित्तिय संस्था लगायत सार्वजनिक संस्थानको सेबा प्राप्तमा उत्प्रेरित गर्न बढी जनसम्पर्क हुने कार्यालयमा जो पहिले आउँछ, उसैलाई पहिलो सेवाको सिद्धान्त लागू गर्नुपर्छ। प्रत्येक सरकारी वा अर्धसरकारी कार्यालयमा सेवाग्राहीलाई डेस्क प्रणाली लागू गरी प्रतिक्षालयको व्यवस्था सहितको एकद्वार सेवा प्रवाह गर्नुपर्छ। सरकारी सेवालार्इ प्रभावकारी तुल्याउन सेवाको बजारीकरण गर्नुपर्छ। छरितो सेवाका लागि संस्थागत अभिलेख प्रणाली बलियो हुनुपर्छ। सेवाको चुस्तताका लागि कर्मचारीहरू सहयोगी भावनाको हुनु जरुरी छ। सार्वजनिक सेवालार्इ छिटो छरितो, सरल र सहज ढंगले प्रदान गरिने सेवाको गुणस्तर र मापदण्ड निर्धारण गर्ने।

समन्वय कायम गर्ने, सेवा प्रवाहमा पारदर्शिता, प्रतिस्पर्धा र जवाफदेहिता अपनाउने, सेवाग्राहीलाई सम्मान गर्ने, कार्यविधि, संगठनात्मक संरचना र बनावटलाई आवश्यकता अनुसार परिवर्तन गर्ने, दण्ड र पुरस्कार नीति लागु गर्ने, सेवा प्रदान गर्ने कार्यमा जिम्मेवारी बहन गर्ने, आवश्यक अधिकार प्रदान गर्ने, नयाँ प्रविधिअनुसार संगठनलाई चुस्त बनाउने, जनसहभागितामा जोड दिने, सार्वजनिक सुनुवाई, कामको पारदर्शिताको नीति लागू गर्ने, सबै कार्यालयमा नागरिकत बडापत्र लागू गर्ने, स्थानीय निकायमा र राजनीतिक प्रतिनिधित्व सुनिश्चितता गर्ने, सार्वजनिक निकायहरूलाई जनताप्रति पूर्ण जवाफदेही बनाउने, सार्वजनिक सेवालाई कसरी प्रभावकारी बनाउने लगायत छन ।

सार्वजनिक सेवा प्रवाहमा वैकिक क्षेत्रको दायित्व

सरकारी निकाय र अन्य सार्वजनिक र निजी संघ संस्थाले जस्तै वैकिक क्षेत्रले पनि आम नागरिकको हित, कल्याण एव विकासको लागि विना भेदभाव सेवा प्रवाह गर्नु पर्दछ । यस्ता कार्य आम नागरिकको घरदैलोमा पुराउन जरुरी छ । यस्तो सेवा जनताको आकांक्षा र इच्छा एव आवश्यकता अनुसार हुनु पर्दछ । यो दायित्व वैकिक क्षेत्रको हो । सेवा प्राप्त गर्ने अधिकार जनताको हो । तर नागरिकले अपेक्षा गरे अनुरूपको वैकिक सेवा प्राप्त हुन सकेको छैन । निजी क्षेत्र र सरकारको स्वामित्वमा रहेका वा नरहेका वैक तथा वित्तिय संस्था ले सरकारको विभाग, मन्त्रालय एवं अन्य कार्यालयहरूले भन्दा कुशल र गुणस्तरिय सेवामा सुधार गरिरहेको देखिन्छ । तर कतिपय वैकहरूको ढिलासुस्ती र नागरिक प्रतिको उपेक्षा कहाली लाग्दो देखिन्छ जसको कारण वैकिक क्षेत्रले निजी क्षेत्र संग समन्वयमा सेवाको माग र प्रवाह विचको तादम्यता मिलाउनु पर्दछ । हालको सार्वजनिक सेवा लक्षित समस्याहरूमा घरदैलो सेवाको अवधारणा अर्थात घुम्ति वैकिक सेवा को विकास हुन नसक्नु, सेवामा एकद्वार प्रणालीको अभाव, अपांग र वृद्ध एव अशक्त मैत्रि सेवाको अभाव, मुस्कान सहितको सेवाको अभाव, आवश्यक जनशक्ति र स्रोतको अभाव, सूचना प्रविधिको उपयोगलाई उपेक्षा, कर्मचारी उत्प्रेरणाको कमी लगायत छन । वैकिक क्षेत्रले सार्वजनिक सेवा प्रवाहलाई नागरिक मैत्रि बनाउन थप प्रयासको जरुरी छ जसमा सेवा प्रवाहको पहुँच वढाउने, स्रोत साधनको उचित व्यवस्थापन, जनशक्ति विकास, सूचना प्रविधिको विकास, अन्तराष्ट्रिय अनुभवको आधारमा असल अभ्यासको सुरुआत र मुस्कान सहितको सेवा लगायत छन । नागरिकको मनमा जहिले पत्ती जनस्तरमा वढिसेवा दिने वैकिक क्षेत्र ले कहिले नागरिकलाई भनेको समयमा छिटो छरितो सेवा देलान ? यिनिहरूले प्रदान गर्ने सेवा नागरिक मैत्रि कहिले होला ? यि निकायमा सकभर भौतिक रुपमा उपस्थित हुन नपरे हुने थियो भन्ने प्रश्न उब्जिरहेको देखिन्छ ।

सार्वजनिक सेवा विश्वसनिय र वैध हुन्छ भन्ने मान्यता सर्वत्र छ र वैध हुन जरुरी पनि छ तर सेवाको कार्यान्वयन पक्ष कमजोर भएको कारण आम जनमानसले सेवा प्राप्त गर्न दुख र कष्ट भैल्लु परेका प्रशस्त उदाहरण छन । तसर्थ वित्तिय संस्था जनता प्रति उत्तरदायि भए वा नभएको यकिन गर्ने मुख्य कडिको रुपमा सार्वजनिक सेवालाई लिइन्छ । नागरिक ले सर्वसुलभ र मितव्ययी रुपमा वैकिक सेवा पाए वा पाएनन, सेवा विभेदकारी छ वा छैन, सामाजिक न्याय भएको छ कि छैन, जनअपेक्षित सेवा प्रवाह भएको छ छैन, तोकिएको समयमा सेवा प्रवाह भयो भएन, सेवा प्रवाहमा पारदर्शिता छ कि छैन, सेवामा निरन्तरता र जनसहभागितामुलक छ कि छैन भन्ने तर्फ आम जनसमुदायले व्यापक प्रश्न गरेको अवस्था विद्यमान भएकोले संबन्धित निकायले यसतर्फ निरन्तर अनुगमन गर्नु पर्ने हुन्छ । जनअपेक्षित र गुणस्तरिय सेवा प्रवाह को अभावले नागरिक समाज एवं न्यायीक क्षेत्रले प्रश्न उठाईरहेका छन । गलत कार्य गर्ने निकाय वा व्यक्तिलाई कारवाहीको लागि सिफरिस भएको भएता पनि प्रयाप्त कानुन र कारवाही को अभावमा दण्डहिनता मौलाईरहेको छ । सार्वजनिक सेवाको प्रवाह कसरी गर्ने भन्ने सन्दर्भमा सर्वमान्य शिद्धान्त हेर्दा सेवा शुल्क वा निशुल्क रुपमा उपलब्ध गराउने, सेवा प्रवाहमा गुनासो सुनुवाई को प्रयाप्त व्यवस्था गर्ने, कम खर्चमा गुणस्तरिय सेवा उपलब्ध गराउने, शुसासनको पालना गर्ने, सेवा मा सहभागिता र पारदर्शिता अपनाउने, सबैको समान पहुँच र सेवाको मापदण्ड हुनु पर्ने लगायत रहेता पनि यस प्रति संबन्धित निकाय को यथोचित ध्यान पुग्न सकेको छैन । एक अनुसन्धानले भनाई र गराईलाई मापन गर्दा कार्यान्वय पक्ष ४० प्रतिशत मात्र रहेको देखाएको छ । हालको अवस्थामा वैकिक सेवाग्राहिको गुनासाहरूको संकलन गरेर हेर्दा जनअपेक्षित सेवा को अभाव, सेवा लक्षित वर्गमा पुग्न नसकेको, सेवाको गुणस्तर नभएको, भ्रष्टाचार वढेको, निर्णय प्रक्रिया जटिल रहेको, नीति र योजना बनाउदा सेवा ग्राहीको भावना समेट्न नसकेको, धेरै गोप्य राख्ने प्रवृत्ति मौलाएको, उपलब्धीमा भन्दा प्रक्रियामा समय खर्चिनु पर्ने अवस्था, जटिल डकुमेन्टेशन र अनिवार्य सिफरिसको माग को साथै आफन्त, टाठावाठाहरू जसले मौद्रिक प्रलोभनपनि दिन पछि पर्दैनन को कार्य सिध्र हुने गरेको गुनासो लगायत ले मुलुकको वैकिक क्षेत्र

त्रको सार्वजनिक सेवा प्रवाहको अवस्था उदांगो भएको छ भन्नेहरू पनि प्रयाप्त छन ।

मुख्य रुपमा दण्डसजायको व्यवस्था, क्षतिपुतिको व्यवस्था एवं वडापत्रको व्यवस्था र सेवा प्रवाहमा लाग्ने लागत, समय, प्रक्रिया र संपर्ग बिन्दु घटाउने, निजीक्षेत्रसंग सहकार्य गर्ने, गुनासो सुनुवाईको भरपर्दो व्यवस्था अपनाउने, विना भन्जट सेवा प्रवाह गर्ने, जनशक्ति एवं स्रोत र साधनको राम्रो व्यवस्थापन, कार्य विवरण र जिम्मेवारी किटानको व्यवस्था, कार्यसंपादनमा आधारित तलबभत्ताको व्यवस्था गर्न वैकिक क्षेत्रले ढिला गर्नु हुदैन । सेवा प्रवाहका नकारात्मक पक्षहरू समाजमा यत्रतत्र सुन्न पाईन्छ जसमा नागरिक मैत्रि व्यवहारको अभाव, नीतिगत अस्पष्टता र अस्थिरता, जनशक्ति र स्रोतसाधनको अप्रयाप्तता, जनअपेक्षा पुरा गर्ने सेवा नहुनु, सेवाको गुणस्तरमा शंका, जटिल प्रकृया मुखी व्यवहार, सिमान्त वर्गको पहुँचमा कमी, भौतिक पुर्वाधारको अभाव, जनशक्ति प्रोत्साहनको कमी, उत्तरदायि भावना मा ह्रास, कमजोर अनुगमन तथा मुल्यांकन पद्धती रहेको देखिन्छ ।

जनअपेक्षित वैकिक सेवा भनेको कस्तो हो त भन्ने प्रश्न उठ्न सक्छ । सेवा प्रवाहमा सेवा ग्राहीको इच्छा र आवश्यकतालाई ध्यान दिनु पर्दछ । सुशासनको प्रत्याभुति, नेतृत्वदायि भुमिका निर्वाह, सेवा प्रवाहलाई सहज र सरल बनाउने, सेवा प्रवाहमा निष्पक्षता र पारदर्शिता अपनाउने, नागरिक मैत्रि शासनव्यवस्थाको सुनिश्चिततामा ध्यान दिने, उत्तरदायि भावना बोकी सेवा दिने, सेवाको वजारीकरण गर्ने, शिष्ट र नम्र व्यवहार सहित हाँसेर सेवा दिने लगायत लाई मात्र जनअपेक्षित सेवा प्रवाहको रुपमा लिन सकिन्छ । गुणस्तरिय र छिटोछरितो सेवा को अपेक्षा गर्नु नागरिकको अधिकार समेत हो । त्यसो त सेवाग्राहीले पालना गर्नु पर्ने शर्तहरूमा नियमकानुनको पालना, समयमा राज्यका कर र शुल्कको भुक्तानी र राज्य संयन्त्रका सूचनाहरूको राम्रो अध्ययन हुनु जरुरी देखिन्छ । आफ्नो अधिकार र सिमा के हो सुशुचित हुनु, सेवा प्रदायकलाई अनावश्यक दबाव नदिनु लगायत छन । तसर्थ सार्वजनिक सेवाको गुणस्तर वढाउनको वैकिक क्षेत्रले वढि चासो दिनु पर्ने भएता पनि नागरिक समाज लगायत सर्वसाधारणले पनि राजनीतिक विचार भन्दा माथि उठेर संबन्धित निकायलाई सुझाव दिने, सहयोग गर्ने र बेला बेलामा खबरदारि गर्न सकेको खण्डमा मात्र जनअपेक्षित सेवाको कल्पना गर्न सकिन्छ । करिब ८२ प्रतिशत नेपाली नागरिक इन्टरनेट सेवाको पहुँचमा रहेका छन् । नेपाली जनतालाई सूचना प्रविधि सम्बन्धी विश्वव्यापी विकास एवम् उपलब्धी अनुरूपको सेवा पुर्‍याउँदै आर्थिक विकासका समग्र पक्षमा सूचना प्रविधिको प्रयोग वढाउन सूचना प्रविधि सम्बन्धी ज्ञान, सीप, क्षमता विकास गरी सुशासन कायम गर्नु र अर्थतन्त्रको महत्वपूर्ण हिस्साको रूपमा विकास गर्नु आजको आवश्यकता भएको छ । सूचना प्रविधिको विकासले पछिल्लो समय नेपालमा मोबाइल बैकिकले पनि प्रामाणिकता पाएको छ । नेपालका वैक तथा वित्तीय संस्थाले मोबाइल बैकिक ई बैकिक जस्ता सेवा आरम्भ गरिसकेका छन् । मोबाइल बैकिकको उत्कृष्ट उदाहरणका रूपमा ई सेवालाई लिन सकिन्छ । नागरिकले लिने विभिन्न सेवाहरू जस्तै पानी, बत्ती, टेलिफोन, इन्टरनेट सेवा, बालबालिकाको पठनपाठन शुल्क, सरकारलाई तिर्नुपर्ने कर वापतको रकम ई बैकिक मार्फत भुक्तान गर्न सकिने भएको छ । तसर्थ डिजिटल ईजेसनको क्षेत्रमा वैकिक क्षेत्रले पुरा गरेको दायित्वलाई नजरअन्दाज गर्न सकिदैन ।

हाल केहि समुह वा व्यक्तिले वैकिक क्षेत्रको अफवाह फैलाईरहेको अवस्थामा आफ्ना कर्मचारीलाई सार्वजनिक सेवामा कसरी सुसंस्कृत गराउने भन्ने बारेमा समग्र वैकिक क्षेत्र जुट्नु पर्ने बेला आएको छ । वैकिक क्षेत्र सार्वजनिक सेवा प्रवाहको प्रमुख थलो हो जसले सर्वसाधारणको निक्षेप संकलन देखी कर्जा लगानी र अन्य वैकिक सेवाहरू सर्वसाधारणलाई प्रवाह गर्दछ । तसर्थ सार्वजनिक सेवाको प्रभावकारिता वैकमा कार्यरत कर्मचारीको सोच, क्षमता, दक्षता, बुद्धि, विवेक र नैतिकता र संगठनात्मक कार्यसंस्कृतिमा भर पर्दछ । सार्वजनिक सेवा प्रवाहको स्तर, नतिजा, पारदर्शिता, जवाफदेहिता, इमान्दारीता जस्ता विषयहरू सेवाको असल कार्य संस्कृतिसंग जोडिएका हुन्छन । समग्र कर्मचारीहरूको मूल्य, मान्यता, व्यवहार, विश्वास, प्रवृत्ति, सोचका साथै वैकको नीति र सिद्धान्तको एकिकृत रुप नै कार्य संस्कृति हो । गराई, सोचाई र बोलाई वीचमा संगति हुनु पनि असल कार्य संस्कृति हो जुन सार्वजनिक सेवा प्रवाहमा अपरिहार्य छ । समग्र वैकिक कारोवारमा गुणात्मक र परिमाणमात्मक परिवर्तन ल्याउन वैकिक क्षेत्रका हरेक काममा आम नागरिक र संचार जगतको सहज र सरल पहुँच बनाई पारदर्शी रुपमा दैनिक कार्य संचालन गर्नलाई वैकिक क्षेत्रमा असल कार्य संस्कृतिको आवश्यकता पर्दछ । नागरिकमैत्री शासन बनाई आफुले गरेका काम कारवाहीका सम्बन्धमा स्पष्ट रुपमा माथिल्लो निकाय र कर तिर्ने जनतालाई सुसुचित गराउने र पारदर्शिता वृद्धि गरी समग्र सुशासनलाई बलियो बनाउने मूल खम्बाको रुपमा आफुलाई उभ्याउनु समग्र वैकिक क्षेत्रको अपरिहार्यता हो ।



बैंकमा सार्वजनिक खरिद



किरण दाहाल
सहायक प्रबन्धक

योजना तथा बजेट विभाग

पृष्ठभूमि

सार्वजनिक संस्थाहरूले गर्ने खरिदलाई व्यवस्थित गर्न एउटा निश्चित विधि र प्रक्रिया अपनाइएको हुन्छ। नेपालमा संघीय, प्रादेशिक र स्थानीय सरकारी कार्यालयहरूले सार्वजनिक खरिद ऐन, २०६३ र सार्वजनिक खरिद विनियमावली, २०६४ बमोजिम सार्वजनिक खरिद प्रक्रिया अघि बढाउने गरेका छन्। नेपाल बैंकले सार्वजनिक खरिद ऐन, २०६३ र सार्वजनिक खरिद विनियमावली, २०६४ सँग सामन्तज्य हुनेगरी आर्थिक प्रशासन तथा खरिद विनियमावली, २०७७ (दोस्रो संशोधन २०७८) तयार गरेको छ। नेपाल बैंकका हरेक खरिदहरू यही विनियमावलीमा टेकेर गरिने गरिएको छ।

सार्वजनिक खरिदका आधारभूत कुराहरू वास्तवमा सबै नागरिक र कर्मचारीले बुझ्नु पर्ने कुरा हो। सार्वजनिक संस्थाहरूको जीवनमा सार्वजनिक खरिदको ठूलो महत्व र हन्छ। चुस्तदुरुस्त आन्तरिक प्रणाली, प्रभावकारी सार्वजनिक सेवा प्रवाह र सुशासनमा सार्वजनिक खरिदको ठूलो महत्व रहन्छ।

सार्वजनिक खरिद सम्बन्धी सामान्य ज्ञान र जानकारी नहुँदा सार्वजनिक खरिदका सम्बन्धमा आम मानिसहरू र कर्मचारीहरू माझ धेरै भ्रमपूर्ण र गलत भाष्यहरू निर्माण भएका छन्। यो लेखको उद्देश्य नेपाल बैंकको खरिद प्रक्रियामाथि सामान्य प्रकाश पार्ने रहेको छ।

सार्वजनिक खरिदका प्रकार र विधिहरू

- सामान्यतया खरिद ४ प्रकारका हुन्छन्: निर्माण कार्य खरिद, मालसामान खरिद, परामर्श सेवा खरिद र अन्य खरिद। मालसामान, निर्माण कार्य वा अन्य सेवा खरिद गर्नु पर्दा विभिन्न विधिबाट गर्न सकिन्छ।
- नेपाल बैंकले (१) अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा खुला बोलपत्र आह्वान गरी, (२) राष्ट्रिय स्तरमा खुला बोलपत्र आह्वान गरी, (३) सिलबन्दी दरभाउपत्र आह्वान गरी, (४) सोभै खरिद विधिबाट खरिद गर्ने गरेको छ। त्यस्तै, (५) अमानत, (६) एकमुष्ट दर विधि, (७) उत्पादक वा अधिकृत विक्रेताद्वारा निर्धारित दरमा (क्याटलग सपिङ्ग) खरिद गर्ने विधि, (८) सीमित बोलपत्रदाताले भाग लिने (लिमिटेड टेण्डरिङ्ग) खरिद विधि र, (९) नयाँ लिने पुरानो दिने (वाई ब्याक मेथड) विधिबाट पनि बैंकले खरिद गर्न सक्छ।
- बैंकले बीस लाख रुपैयाँभन्दा बढी लागत अनुमान भएको निर्माण कार्य, मालसामान वा जुनसुकै सेवा खरिद गर्नुपर्दा खुला बोलपत्र(भदप्पमप्लन) को माध्यमद्वारा खरिद गर्नुपर्छ। बैंकले स्वीकृत कार्यक्रम र खरिद योजना अनुसार बीस लाख रुपैयाँसम्म लागत अनुमान भएको मालसामान, निर्माण कार्य वा जुनसुकै सेवा सिलबन्दी दरभाउपत्र आह्वान गरी खरिद गर्न सकिन्छ। र, पाँच लाखसम्मको निर्माण कार्य, मालसामान खरिद र परामर्श सेवा सोभै खरिदको माध्यमबाट खरिद गर्न सकिन्छ।
- त्यस्तै, परामर्श सेवा खरिद गर्नु पर्दा (१) प्रतिस्पर्धात्मक प्रस्ताव माग गरी, र (२) सोभै वार्ताबाट खरिद गर्न सकिन्छ। बैंकले बैंकमा उपलब्ध जनशक्तिबाट कुनै काम हुन नसक्ने भएमा कुनै व्यक्ति, फर्म, संस्था वा कम्पनीबाट परामर्श सेवा खरिद गर्न सक्छ।

खरिदसम्बन्धी आधारभूत व्यवस्थाहरू

- अधिकारप्राप्त अधिकारीको लिखित आदेश बिना कसैले कुनै खरिद गर्न गराउनु हुँदैन। खरिदसम्बन्धी कार्य गर्ने वा गराउने जिम्मेवारी कार्यालय प्रमुखको हुन्छ।
- मालसामान खरिदसम्बन्धी कारवाही शुरू गर्नुअघि बैंकको सम्बन्धित विभाग/कार्यालयबाट खरिद माग प्राप्त गरी सो माग अधिकारप्राप्त अधिकारीबाट स्वीकृत गराउनु पर्छ।
- बैंकको सम्बन्धित विभाग/कार्यालयले खरिदको लागि आवश्यक बजेट व्यवस्था नभई खरिद कारवाही शुरू गर्नु हुँदैन।
- बैंकले एक वर्षभन्दा बढी अवधिसम्म सञ्चालन हुने योजना वा आयोजनाको लागि खरिद गर्दा वा वार्षिक दश करोड रुपैयाँभन्दा बढी रकमको खरिद गर्दा खरिदको गुरुयोजना तयार गर्नुपर्छ।

- बैंकले वार्षिक दश लाख रुपैयाँभन्दा बढी रकमको खरिद गर्नुपर्ने भएमा आगामी आर्थिक वर्षको अनुमानित वार्षिक कार्यक्रम तथा बजेट तयार गर्दा आगामी आर्थिक वर्षमा गर्ने वार्षिक खरिद योजना तयार गर्नुपर्छ।
- बैंकले मालसामान, निर्माण कार्य वा सेवा खरिद गर्नुअघि त्यससम्बन्धी स्पेशिफिके शन, योजना, नक्शा, डिजाईन, विशेष आवश्यकता वा अन्य विवरणहरू तयार गर्नु वा गराउनु पर्छ।
- यस विनियमावली बमोजिम सोभै खरिद गर्ने, सिलबन्दी दरभाउपत्र र सिलबन्दी बोलपत्र माध्यमबाट गरिने खरिद कार्य बैंकको प्रधान कार्यालय सामान्य सेवा विभागले गर्दछ।
- सोभै गरिने खरिदको लागि प्रकृतिअनुसार आपूर्तिकर्ता, निर्माण व्यवसायी, परामर्शदाता वा सेवा प्रदायकको छुट्टाछुट्टै मौजुदा सूची (स्टान्डिङ्ग लिष्ट) तयार गर्नु पर्छ।
- कुनै खरिद गर्दा आन्तरिक राजश्व कार्यालयबाट स्थायी लेखा नम्बर र मूल्य अभिवृद्धि कर दर्ता प्रमाणपत्र प्राप्त गरेका व्यक्ति, फर्म, संस्था वा कम्पनीबाट मात्र खरिद गर्नुपर्छ।
- बैंकले कुनै खरिद कारवाहीको सम्बन्धमा खरिद विधि छनौट गरेपछि निर्माण, मालसामान, परामर्श सेवा वा अन्य सेवा खरिद गर्दा कुन प्रकारको सम्झौता गरी खरिद गरिने हो सो खरिद सम्झौता छनौट गर्नुपर्छ।
- बैंकले कुनैपनि निर्माण कार्य, मालसामान, परामर्श सेवा वा अन्य सेवा खरिद गर्दा न्यूनतम मूल्याङ्कित सारभूत रूपमा प्रभावग्राही बोलपत्रदाताको छनौट गर्नुपर्छ।

लागत अनुमानको स्वीकृति

- बैंकले कुनै पनि खरिदको लागि तोकिएबमोजिम लागत अनुमान तयार गर्नुपर्छ। तर निर्माण कार्यको हकमा बाहेक एक लाख रुपैयाँसम्मको खरिद गर्न लागत अनुमान गर्नुपर्दैन।
- बैंकले निर्माण कार्य, मालसामान र अन्य खरिद गर्दा (क) तीन लाख रुपैयाँसम्मको लागत अनुमान सामान्य सेवा विभागको मुख्य प्रबन्धकबाट, (ख) पाँच लाख रुपैयाँसम्मको लागत अनुमान सामान्य सेवा विभाग हेर्ने सहायक प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट, (ग) तीन करोड रुपैयाँसम्मको लागत अनुमान नायव प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट, (घ) दश करोड रुपैयाँभन्दा बढी रकमको लागत अनुमान प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट स्वीकृत गर्नु पर्छ।
- परामर्श सेवाको हकमा (क) पचास हजार रुपैयाँसम्मको लागत अनुमान सामान्य सेवा विभागको मुख्य प्रबन्धकबाट, (ख) दुई लाख रुपैयाँसम्मको लागत अनुमान सामान्य सेवा विभाग हेर्ने सहायक प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट, (ग) पाँच लाख रुपैयाँसम्मको लागत अनुमान नायव प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट, (घ) पाँच लाख रुपैयाँभन्दा बढी रकमको लागत अनुमान प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट स्वीकृत गर्नु पर्छ।

बोलपत्रसम्बन्धी व्यवस्था

- बोलपत्र, पूर्वयोग्यताको प्रस्ताव र परामर्श सेवाको प्रस्ताव आह्वान गर्दा बोलपत्रदाता वा प्रस्तावदाताको छनौट गर्न आवश्यक पर्ने योग्यताको आधार निर्धारण गरी त्यस्तो आधार बोलपत्रसम्बन्धी कागजात, पूर्वयोग्यतासम्बन्धी कागजात र प्रस्ताव मागसम्बन्धी कागजातमा खुलाउनु पर्छ।
- खरिदको प्रकृतिअनुसार सबै बोलपत्रदातालाई समानरूपले लागू हुने गरी स्वीकृत लागत अनुमान रकमको दुईदेखि तीन प्रतिशत रकमको सीमाभित्र रही निश्चित रकम तोक्यो बोलपत्र आह्वानको सूचनामा बोलपत्रदाताले बोलपत्रसाथ पेश गर्ने बोलपत्र जमानत रकम उल्लेख गर्नुपर्छ।
- बोलपत्र सम्बन्धी कागजात, प्रस्ताव आह्वानसम्बन्धी कागजात तयार भएपछि त्यस्तो कागजात बोलपत्र आह्वान अगावै अधिकारप्राप्त अधिकारीले स्वीकृत गर्नुपर्छ।
- बैंकले बोलपत्रको सूचनामा जनाएअनुसारको निर्दिष्ट स्थान, मिति र समयमा बोलपत्रवालाहरू वा निजहरूको प्रतिनिधिहरूको रोहवरमा खोल्नु पर्छ। तर बोलपत्रदाता वा निजको प्रतिनिधि उपस्थित नभएको कारणले मात्र बोलपत्र खोल्न बाधा पर्दैन।

- बैकले खोलेको बोलपत्र मूल्याङ्कन समितिमा पेश गर्नुपर्छ । मूल्याङ्कन समितिले बोलपत्रको प्राविधिक, व्यापारिक र आर्थिक पक्षको मूल्याङ्कन गर्नुपर्छ ।
- बोलपत्र स्वीकृत गर्ने अधिकार देहायका अधिकारीलाई हुन्छ : (क) तीन करोड रुपैयाँसम्मको नायव प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट, (ख) तीन करोड रुपैयाँभन्दा बढी रकमको प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट, (ग) प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट बोलपत्र स्वीकृत भई भए गरेका कार्यको जानकारी संचालक समितिमा गराउने ।
- मूल्याङ्कन समितिले प्रतिवेदन तयार गरी प्रस्ताव खोलेको मितिले बढीमा पन्ध्र दिनभित्रमा तोकिएको अधिकारी समक्ष पेश गर्नुपर्छ ।
- बोलपत्र मूल्याङ्कन समितिबाट पेश भएको प्रतिवेदनउपर आवश्यक जाँच गरी गराई न्यूनतम मूल्याङ्कित सारभूत रूपमा प्रभावग्राही बोलपत्रदाताको छनौट गर्नुपर्छ ।
- छनौट भएको बोलपत्रदातालाई निजको बोलपत्र स्वीकृत गर्ने आशयको सूचना दिन र त्यस्तो बोलपत्रदाताको नाम, ठेगाना र रकमको जानकारी अन्य बोलपत्रदातालाई समेत दिन अधिकार प्राप्त अधिकारिले निर्णय गर्नुपर्छ ।
- छनौट भएको बोलपत्रदाताको बोलपत्र अधिकारप्राप्त अधिकारिले स्वीकृत गरी निजलाई पन्ध्र दिनभित्र कबोल रकमको पाँच प्रतिशत कार्यसम्पादन जमानत दाखिला गरी खरिद सम्झौता गर्नको लागि सूचना दिनु पर्छ ।
- तोकिएको अवधिभित्र सम्बन्धित बोलपत्रदाताले तोकिएबमोजिमको कार्यसम्पादन जमानत दाखिला गरी सम्झौता गर्न आएमा खरिद सम्झौता गर्नु पर्छ ।
- तोकिएको अवधिभित्र कार्यसम्पादन जमानत दाखिला गरी बोलपत्रदाता सम्झौता गर्न नआएमा निजको बोलपत्रको जमानत रकम जफत गरी सोभन्दा लगत्तैपछिको अर्को न्यूनतम मूल्याङ्कित सारभूत रूपमा प्रभावग्राही बोलपत्रदाताको बोलपत्र स्वीकृत गरी खरिद सम्झौता गर्नु पर्छ ।

सोभै खरिद

- सामान्य अवस्थामा फुटकर खरिद गर्दा अधिकारप्राप्त अधिकारीको स्वीकृतीले पाँच लाख रुपैयाँसम्म लागत अनुमान भएको निर्माण कार्य, मालसामान वा परामर्श सेवा खरिद

गर्न सकिन्छ । तर एक लाख रुपैयाँ भन्दा बढी रकमको सोभै खरिद गर्दा मौजुदा सूचीमा रहेका कम्तीमा तीनवटा आपूर्तिकर्ता, निर्माण व्यवसायी वा सेवाप्रदायकबाट दर भाउपत्र वा प्रस्ताव लिई गर्नु पर्दछ । सूचीकृत फर्मबाट प्राप्त नहुने अवस्थामा एक तहमाथिको स्वीकृतिमा अन्य फर्मबाट दर भाउपत्र वा प्रस्ताव लिई खरिद गर्न सकिन्छ ।

- सोभै खरिद गर्दा (क) एक लाख पचास हजार रुपैयाँसम्म सामान्य सेवा विभागको मुख्य प्रबन्धकबाट, (ख) तीन लाख रुपैयाँसम्म सामान्य सेवा विभाग हेर्ने सहायक प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट, (ग) पाँच लाख रुपैयाँसम्म नायव प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट स्वीकृति लिई सोभै खरिद गर्न सकिन्छ ।

खरिद सम्झौता, गुप्तानी र अन्य व्यवस्थाहरू

- फुटकर खरिदवाहेक अन्य खरिद गर्दा यस विनियमबमोजिम खरिद सम्झौता गर्नुपर्छ ।
- कामको आधारभूत प्रकृति वा क्षेत्र परिवर्तन नहुने गरी दुवै पक्षको लिखित सहमतिबाट खरिद सम्झौतामा अन्यथा व्यवस्था भएकोमा बाहेक खरिद सम्झौतामा संशोधन गर्न सकिन्छ ।
- आपूर्तिकर्ता, निर्माण व्यवसायी वा सेवाप्रदायकलाई यस विनियमावलीको अधीनमा रही खरिद सम्झौतामा व्यवस्था भए बमोजिम पेशकी दिन सकिन्छ ।
- काबु बाहिरको परिस्थिति परी बैकले उपलब्ध गराउनु पर्ने कुरा उपलब्ध गराउन नसकेमा वा अन्य मनासिव कारण परी खरिद सम्झौताबमोजिमको काम त्यस्तो सम्झौताको अवधिभित्र पूरा गर्न नसकिने भएमा सम्बन्धित निर्माण व्यवसायी, आपूर्तिकर्ता, सेवाप्रदायक वा परामर्शदाताले कारण खुलाई खरिद सम्झौताको म्याद सकिनु कम्तीमा एक्काईस दिन अगावै बैकमा अवधि थपको लागि निवेदन दिनुपर्छ ।
- आपूर्तिकर्ता, परामर्शदाता, सेवाप्रदायक वा निर्माण व्यवसायीको ढिलाईको कारणले खरिद सम्झौताबमोजिमको काम सो सम्झौतामा तोकिएको म्यादमा सम्पन्न हुन नसकेमा निजले बैकलाई सम्झौता रकमको दश प्रतिशतमा नबढ्ने गरी साधारणतया प्रतिदिन सम्झौता रकमको ०.०५ प्रतिशतका दरले क्षतिपूर्ति दिनु पर्नेछ । तर निजको काबुबाहिरको परिस्थिति परी वा

कुनै गल्ती वा हेलचक्र्याई नभई कार्यसम्पादन वा आपूर्ति गर्न ढिला भएमा त्यस्तो क्षतिपूर्ति तिर्न नपर्ने गरी छुट दिन सकिन्छ ।

- खरिद सम्झौताबमोजिम सम्पन्न भएको कार्य बैकले स्वीकार गरे पछि आपूर्तिकर्ता, निर्माणव्यवसायी, सेवाप्रदायक वा परामर्शदातालाई सम्झौताको शर्तबमोजिम अन्तिम भुक्तानी दिनुपर्छ ।
- बैकलाई उपयोगी र आवश्यक पने तालिम, गोष्ठी र सेमिनार जस्ता विषयमा मात्र सेवा लिनु परेमा दुई लाख रुपैयाँ सम्मको परामर्श सेवामा सामान्य सेवा विभाग हेर्ने सहायक प्रमुख कार्यकारी अधिकृतले, तीन लाख रुपैयाँ सम्मको नायव प्रमुख कार्यकारी अधिकृत, पाँच लाख रुपैयाँ सम्मको प्रमुख कार्यकारी अधिकृत र बीस लाख रुपैयाँसम्मको हकमा समितिको स्वीकृति लिई सोभै वार्ताबाट खरिद गर्न सकिन्छ ।

निष्कर्ष

- निष्कर्षमा भन्नुपर्दा सार्वजनिक खरिदको उद्देश्य भनेको एउटा निश्चित विधि तथा प्रक्रियाको प्रयोग गरी पारदर्शी ढङ्गले संस्थालाई चाहिएको गुणस्तर तथा स्पेसिफिकेशन अनुसारको निर्माण कार्य, मालसामान, परामर्श सेवा वा अन्य खरिद समयमा नै गर्ने हो । यसरी खरिद गर्दा न्यूनतम मूल्याङ्कित सारभूत रूपमा प्रभावग्राही बोलपत्रदाताको छनौट गरी गर्नुपर्दछ ।

सन्दर्भ सूची:

- नेपाल बैक (२०७८). आर्थिक प्रशासन तथा खरिद विनियमावली, २०७७ (दोस्रो संशोधन २०७८). नेपाल बैक: काठमाण्डौ ।
- सार्वजनिक खरिद ऐन, २०६३ ।
- सार्वजनिक खरिद विनियमावली, २०६४ ।

Editorial Board

Anil Tamang Yonzon
Surendra Shrestha
Lokhnath Dhakal
Bhola Nath Paudel
Sanjeev Khatriwada
Hari Sundar Kusi

Contact:

Nepal Bank Employees' Union
Dharma Path, New Road
Email: nebeu@nepalbank.com.np
Phone: 01-5339888 Ext. 460

SCAN
TO
READ
MORE



Article Submission

Authors may submit conceptual and empirical articles related to banking, finance, economics, and management streams. You may read full Submission Guidelines for Authors in our website.

Donate Us



We Accept
fonepay
नेपाल राष्ट्र बैकबाट अनुमति प्राप्त



NEPAL BANK EMPLOYEES UNION
Terminal : 222380012481580
Bank Branch : KTM B.O

1 Open your Fonepay Member Mobile Banking App / Digital Wallet / UnionPay

2 Scan this code, confirm the payment details and make quick payment



Phone no : 4247999
ext 320/347
Email : payment@nbl.com.np