

नेपाल टेलिभिजन



**व्यापार निर्देशिका २०६१
सातौं संशोधन २०७५**

नेपाल टेलिभिजन संस्थान
सिंहदरवार
नेपाल टेलिभिजन संस्थान व्यापार निर्देशिका २०६९ (सातौं संशोधन २०७५)

नेपाल टेलिभिजन आर्थिक प्रशासन सम्बन्धी विनियमावली, २०६६ को परिच्छेद १० को विनियम १२३ ले व्यवस्था गरे बमोजिम संस्थानको व्यापार व्यवस्थापन र कारोबार सम्पादन गर्न देहाय बमोजिमको निर्देशिका बनाईएको छ ।

१. संक्षिप्त नाम र प्रारम्भ

(क) यो निर्देशिकाको नाम नेपाल टेलिभिजन व्यापार निर्देशिका (सातौं संशोधन २०७५) रहेको छ ।

(ख) यो निर्देशिका नेपाल टेलिभिजनका सबै च्यानलहरुमा विज्ञापन प्रसारण, कार्यक्रम निर्माण, प्रायोजन र प्रसारण समय विक्री, प्राविधिक सेवा विक्री जस्ता आदि व्यापारिक कारोबार गर्दा सो सेवा खरिद गर्ने फर्म, कम्पनी, संघ, संस्था, विज्ञापन एजेन्सी, व्यक्तिहरूसँग सम्बन्धित कार्यक्रम तथा काम कारवाहीमा लागू हुनेछ ।

(ग) यो निर्देशिका नेपाल टेलिभिजन सञ्चालक समितिबाट स्वीकृत भएपछि तुरुन्त प्रारम्भ हुनेछ ।

२. परिभाषा

विषय वा प्रसंगले अर्को अर्थ नलागेमा यस निर्देशिकामा:-

(क) 'संस्थान' भन्नाले नेपाल टेलिभिजन संस्थानलाई सम्झनुपर्नेछ ।

(ख) 'समिति' भन्नाले संस्थानको संचालक समितिलाई जनाउनेछ ।

(ग) 'व्यवस्थापन' भन्नाले नेपाल टेलिभिजनमा विभागीय वा महाशाखा प्रमुख, नायव महाप्रबन्धक र महाप्रबन्धकको संरचनालाई बुझाउनेछ ।

(घ) 'विज्ञापन एजेन्सी' भन्नाले नेपाल सरकारको सम्बन्धित निकायमा दर्ता भई विधिवतरूपमा नेपाल टेलिभिजनमा व्यापारिक कारोबार गर्न दर्ता भएको एजेन्सीलाई सम्झनुपर्नेछ ।

(ङ) 'विज्ञापनदाता' भन्नाले विज्ञापन एजेन्सी लगायत नेपाल टेलिभिजनसँग व्यापारिक कारोबार गर्ने संघ, संस्था, फर्म, कम्पनी, व्यक्ति समेतलाई जनाउनेछ ।

च) बैंक ग्यारेण्टी भन्नाले नेपाल राष्ट्रबैंकबाट (क) बर्गको ईजाजत प्राप्त वाणिज्य बैंकले जारी गरेको जमानत पत्रलाई सम्झनु पर्दछ ।

(छ) 'धरौटी' भन्नाले सम्बन्धीत कामको टुङ्गो नलागेसम्म राखेको सुरक्षण (बैंक ग्यारेन्टी वा नगद), विज्ञापन एजेन्सी दर्ता गर्दा बुझाईएको रकम, समय भाडा, विज्ञापन विक्री र कार्यक्रम प्रायोजनका निमित्त गरेको सम्झौता अनुसार राखेको सुरक्षण समेतलाई जनाउनेछ ।

(ज) 'निःशुल्क विज्ञापन समय' भन्नाले प्रसारण समय विक्री, विज्ञापन प्याकेज, प्रत्यक्ष प्रसारण र कार्यक्रम प्रायोजनका निमित्त गरेको सम्झौता अनुसार तोकिएको शुल्क तिरेवापत प्राप्त हुने विज्ञापन समयलाई जनाउनेछ । जसलाई अंग्रेजीमा **Free Commercial Time** अथवा **FCT** पनि भनिनेछ ।

(झ) 'प्रायोजन' भन्नाले विज्ञापन दाताबाट संस्थानको स्वामित्वको कार्यक्रम प्रसारणमा व्यापारिक उद्देश्यले विज्ञापनदाताको नाम, लोगो, विज्ञापन आदी समेत समावेश गरी तोकिएको शुल्क तिरी कार्यक्रम प्रसारण गर्ने भन्ने जनाउँदछ ।

- (ज) 'समय विक्री' भन्नाले संस्थानले अन्य फर्म, व्यक्ति, कम्पनी, वा संस्थाबाट शुल्क लिई कार्यक्रम प्रसारण गर्नका लागि उपलब्ध गराउने संस्थानको प्रसारण समयलाई जनाउनेछ ।
- (ट) 'बोलपत्र' भन्नाले संस्थानको सूचना अनुसार कुनै कार्यक्रम प्रसारणको समय विक्री, कार्यक्रम प्रायोजन वा विज्ञापन प्रसारणको समय विक्री गराउने सम्बन्धमा सूचना मार्फत आह्वान गरेको प्रस्ताव अनुसार ईच्छुक फर्म, कम्पनी वा संस्थाले खामबन्दी गरी लाहाछाप लगाई पेश गरेको दररेट सहितको विवरणलाई सम्झनुपर्छ ।
- (ठ) 'PROMO' भन्नाले संस्थानबाट प्रसारण हुने कार्यक्रमवारे जानकारी दिने उद्देश्यले प्रायोजकको नाम, लोगो, ब्राण्ड समेत उल्लेख गरी प्रसारण गरिने कार्यक्रमको भूलक सम्झनुपर्नेछ ।
- (ड) 'विज्ञापन अर्डर' भन्नाले विज्ञापन एजेन्सी तथा विज्ञापनदाताहरूबाट प्राप्त हुन आएका विज्ञापन, कार्यक्रम प्रसारण अनुरोधपत्रलाई सम्झनुपर्नेछ ।
- (ढ) 'विज्ञापन सेड्यूल' भन्नाले विज्ञापन अर्डर अनुसार प्राप्त हुन आएका विज्ञापनहरू र प्रायोजक तथा समय विक्री गरी प्रसारण गरिने विज्ञापनदाताहरूको विज्ञापन प्रसारण समय तालिकालाई जनाउनेछ ।
- (ण) 'टेक्निकल चार्ट' भन्नाले संस्थानबाट दैनिक रूपमा विज्ञापन प्रसारण गर्नका लागि विज्ञापनको विषय, समयावधि र प्रसारण गरिने समय खुलाई तयार पारिएको विज्ञापन तालिकालाई जनाउनेछ ।
- (त) 'दैनिक विज्ञापन रेकर्ड' भन्नाले संस्थानबाट दैनिक रूपमा विज्ञापन प्रसारण गर्नका लागि विज्ञापनको विषय, समयावधि, दररेट, रकम सहितको विवरण सम्झनुपर्छ ।
- (थ) 'प्याकेज डिलिङ्ग' भन्नाले आम्दानी वृद्धि गर्ने/गराउने उद्देश्यले विज्ञापनदाताहरूलाई आकर्षित गर्न अपनाईने कार्यनितिलाई सम्झनुपर्नेछ ।
- (द) 'विक्री' भन्नाले सम्झौताद्वारा कार्यक्रम प्रायोजन/प्रसारण, समय विक्री र विज्ञापन समय विक्री गर्ने कार्यलाई जनाउनेछ ।
- (ध) 'सम्झौता' भन्नाले नेपाल टेलिभिजन र विज्ञापन एजेन्सी वा सरकारी निकाय वा राष्ट्रिय वा अन्तराष्ट्रिय गैर सरकारी संस्था वा नियोग वा कम्पनी बीच फुटकर विज्ञापन प्रसारण वाहेकको कार्यक्रम निर्माण, कार्यक्रम प्रायोजन, समय विक्री, विभिन्न समाचार प्रायोजन तथा समाचारमा विज्ञापन प्याकेज विक्री सम्बन्धमा दुई वा सो भन्दा बढि पक्ष बीच भएको सम्झौता सम्झनु पर्नेछ ।
- (न) कार्यालय प्रमुख" भन्नाले केन्द्रीय कार्यालय तथा प्रादेशिक च्यानलका कार्यालय प्रमुखहरूलाई समेत जनाउनेछ ।
- (प) विशेष परिस्थिति" भन्नाले बन्द, हडताल, प्राकृतिक विपत्ति वा अन्य संकटपूर्ण अवस्थालाई जनाउनेछ ।

३. विज्ञापन निर्माण सम्बन्धी नीति

- (१) सबै विज्ञापनहरू तथ्यपरक र उद्देश्यपूर्ण हुनेछन् ।
- (२) विज्ञापन सामग्री स्तरीय, स्वच्छ, सन्तुलित, स्वस्थ मनोरञ्जनात्मक र सूचनामूलक हुनेछन् ।
- (३) विज्ञापन सामग्री प्राविधिक दृष्टिकोणले समेत उपयुक्त हुनुपर्नेछ ।
- (४) विज्ञापनको भाषा नेपाली, अंग्रेजी र नेपालका राष्ट्रिय भाषाहरूमा मात्र हुनुपर्नेछ ।

- (५) धुम्रपान, मद्यपान र लागुपदार्थ सेवन गरिरहेका दृष्यहरु र त्यसलाई उत्प्रेरित गर्ने सामग्री विज्ञापन निर्माणका निमित्त बर्जित गरिनेछ ।
- (६) विज्ञापनदाताले संस्थानले तोकको फर्म्याटमा विज्ञापन उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।
- (७) राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ को प्रतिकूल हुनेगरी विज्ञापन निर्माण हुने छैनन् ।

४. विज्ञापन प्रसारण कार्यविधि

- (१) सबै विज्ञापनहरु प्रसारण हुन भन्दा वा कार्यालय समय समाप्त हुनु भन्दा कम्तीमा ३ घण्टा अगावै कार्यालय समयभित्र प्राप्त भईसक्नुपर्नेछ ।
- (२) समान मुल्यको विज्ञापन प्रसारणको लागि कम निर्धारण (Placement) गर्दा पहिलो अर्डरमा प्राप्त गरेको विज्ञापनलाई प्राथमिकता दिईनेछ ।
- (३) एकै प्रकृति र उद्देश्यका विज्ञापनहरु सकभर सँगसँगै प्रसारण गरिने छैनन् ।
- (४) प्राप्त विज्ञापन अर्डरहरु प्राविधिक कारणबश निर्धारित मिति तथा समयमा प्रसारण हुन नसकेमा विज्ञापनदाताको स्वीकृति लिई अर्को दिन प्रसारण गरिनेछ । तर पुनः प्रसारण गर्दा निरर्थक हुने भएमा विलको भुक्तानी फिर्ता दिईनेछ ।
- (५) कार्यक्रम प्रसारण, प्रायोजन, समय विक्री, विज्ञापन समय विक्री आदिमा सम्झौताका आधारमा उपलब्ध गराईने निःशुल्क विज्ञापनको समयावधि बढीमा ४० प्रतिशत र कार्यक्रमको समयावधि ६० प्रतिशतको अनुपातमा हुनु पर्नेछ । तर ४० प्रतिशत भन्दा बढी विज्ञापन प्रसारण गर्नु पर्ने अवस्था आएमा सम्बन्धित च्यानल प्रमुख र ब्यापार महाशाखा प्रमुखको संयुक्त सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको स्वीकृति लिई थप गर्न सकिनेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा कार्यक्रम र ब्यापार शाखा/ईकाईको संयुक्त सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको स्वीकृति लिई थप गर्न सकिनेछ ।
- (६) सम्झौताका आधारमा उपलब्ध गराईने निःशुल्क विज्ञापन समय सामान्यतया सम्झौता अवधि भित्र प्रयोग गरिसक्नुपर्नेछ ।
- (७) सम्झौताका शर्तहरु र निःशुल्क विज्ञापन समयसँग सम्बन्धित बुँदाहरुका सम्बन्धमा संशोधन गर्नु परेमा समितिको स्वीकृती प्राप्त गर्नुपर्नेछ ।
- (८) प्रसारणका लागि सम्झौता भईसकेका कार्यक्रम र विज्ञापन कावु बाहिरको विशेष परिस्थिति सृजना भई प्रसारण हुन नसकेमा सोको एकिन गरी ब्यापार महाशाखा, समाचार महाशाखा, आर्थिक प्रशासन महाशाखा, कार्यक्रम महाशाखाको सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखले समितिमा पेश गर्नु पर्नेछ र समितिले आवश्यक निर्णय गर्नेछ ।
- (९) संस्थानको कारणले विज्ञापन/कार्यक्रम प्रसारण गर्न नसक्ने अवस्थामा केन्द्रीय कार्यालयमा सम्बन्धित च्यानलको कार्यक्रम महाशाखा र समाचार च्यानलको हकमा समाचार च्यानल प्रमुखले प्रसारण नहुनुको स्पष्ट कारण सहित आयलेखा शाखामा मूल्य समायोजनको लागि पठाउनुपर्नेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा कार्यक्रम शाखा प्रमुखले प्रादेशिक च्यानल प्रमुखको स्वीकृतिमा समायोजनका लागि सम्बन्धित शाखामा जानकारी गराउनुपर्नेछ । साथै सो सम्बन्धी जानकारी सम्बन्धित महाशाखा प्रमुखले माथिल्लो निकायलाई पनि गराउनुपर्नेछ ।
- (१०) संस्थानको च्यानल प्रवर्द्धन गर्ने खालका कार्यक्रमहरु वा फ्रेन्चाइज/मेघा इभेन्ट वा संस्थानका लागि अत्यावश्यक भएका कार्यक्रमहरुको निर्माण लागत कार्यक्रम निर्माण गर्न तोकिएको मापदण्ड भन्दा बढी देखिएको अवस्थामा कार्यक्रम हेर्ने नायब महाप्रबन्धक र ब्यापार हेर्ने नायब महाप्रबन्धकको सिफारिसमा

सम्भौता वमोजिम प्राप्त हुने निःशुल्क विज्ञापन समयको २० प्रतिशत निःशुल्क विज्ञापन समय संस्थान प्रमुखको स्वीकृतिमा थप गर्न सकिनेछ र सो भन्दा बढी थप गर्न परेमा समितिको स्वीकृति लिनु पर्नेछ ।

- (११) पटके रुपमा प्रसारण हुने कार्यक्रम तथा वृत्तचित्रको प्रसारणमा निःशुल्क विज्ञापन समय उपलब्ध गराईने छैन । तर विज्ञापन प्रसारण नगरी नहुने अवस्थामा सम्बन्धित च्यानल प्रमुख र व्यापार महाशाखा प्रमुखको संयुक्त सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको स्वीकृति लिई विज्ञापन प्रसारण गर्न सकिनेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा कार्यक्रम र व्यापार शाखा/ईकाईको सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको स्वीकृति लिई विज्ञापन प्रसारण गर्न सकिनेछ । यसरी विज्ञापन प्रसारण गर्दा उक्त स्लटको लागि तोकिएको निःशुल्क विज्ञापन समय भन्दा बढी विज्ञापन प्रसारण गर्न पाईनेछैन ।
- (१२) प्रसारणका लागि प्राप्त विज्ञापन स्वीकृत भईसकेपछि सामान्यतया रोक्का वा हेरफेर गरिने छैन तर प्राविधिक त्रुटि वा रोक्नुपर्ने विशेष कारण भएमा विज्ञापनको प्रसारण रोक्न वा हेरफेर गर्न सकिनेछ । त्यसरी विज्ञापन प्रसारण रोकिएको वा हेरफेर भएको अवस्थामा विज्ञापन एजेन्सी तथा विज्ञापनदातालाई सार्वजनिक विदाको दिन बाहेक ३ दिन भित्र जानकारी गराईनेछ ।
- (१३) व्यापार महाशाखा प्रमुखको स्वीकृतीमा मानिसहरु हराएमा वा वेपत्ता भएमा, हराएर फेला परेमा, बेवारिस फेला परेमा उद्धार, संरक्षण र पारिवारिक पुर्नस्थापनाको लागि प्रहरी कार्यालयको सिफारिसमा दुई पटक सम्म निःशुल्क सूचना प्रसारण गरिनेछ । सो पश्चात रु. ५००/- (पाँच सय) शुल्क लिई प्रसारण गरिनेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा कार्यालय प्रमुखको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ । सूचना प्रसारण नभएको अवस्थामा कर बाहेकको रकम मात्र फिर्ता हुनेछ ।
- (१४) कुनैपनि विज्ञापन प्रसारण गर्ने वा नगर्ने सम्पूर्ण अधिकार संस्थानमा निहित रहनेछ ।

४(क) देहाय अनुसारका बिज्ञापन प्रसारण गरिने छैन ।

- (१) धुमपान, मद्यपान, र लागू औषधसँग सम्बन्धित वस्तुहरुको विज्ञापन ।
- (२) आफ्नो मात्र वस्तु राम्रो, अरुको वस्तु नराम्रो भन्ने दर्शाईएको विज्ञापन ।
- (३) निर्वाचन आयोगको आचारसंहिता अन्तर्गत बाहेकका राजनैतिक दलगत प्रचार प्रसार प्रसंग उल्लेख भएको विज्ञापन ।
- (४) भुट्टा, भ्रामक, सर्वसाधारणको हित प्रतिकूल भएको वा हुन सक्ने विषय उल्लेख भएको विज्ञापन ।
- (५) व्यक्ति विशेषमा वादविवाद उठ्न सक्ने तथा लाञ्छनायुक्त विषयवस्तु उल्लेख भएका विज्ञापन ।
- (६) ज्योतिष सम्बन्धी साधारण सूचना तथा जानकारी बाहेकका अन्य विज्ञापन ।
- (७) समाजमा नराम्रो असर पार्ने, अन्धविश्वासलाई टेवा दिने र जादू चटक आदिबाट जनमानसमा नकरात्मक असर पार्ने खालका विज्ञापन ।
- (८) धर्म संस्कृति, विविध जनजाति, वर्ग, समुदाय, संस्कृति र सभ्यतामाथि अपमान, अवमुल्यन हुने, आंच पुऱ्याउने अथवा घृणा फैलाउने सम्भावना व्यक्त हुनसक्ने खालका विज्ञापन ।
- (९) व्यक्ति विशेषलाई खराब आचरणमा सम्लग्न रहन उत्साहित गर्ने खालका विज्ञापन ।

- (१०) आधिकारिक निकायको स्वीकृति विना उत्पादित औषधी सम्बन्धी विज्ञापन तथा यो औषधीले ठीक हुन्छ र यसले हुदैन भन्ने जस्ता कुराको ठोकुवा गरी सर्वसाधारणमा प्रभावपारी बिक्री-वितरण गर्न प्रेरित गर्ने विज्ञापन ।
- (११) अर्डर फाराममा विज्ञापनदाताको नाम र ठेगाना प्रष्ट नभएका विज्ञापन ।
- (१२) राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ को प्रतिकूल हुने विज्ञापन ।

५. विज्ञापन प्रसारणका लागि पेश गर्नुपर्ने कागजातहरू

- (१) श्रद्धाञ्जली सम्बन्धी विषयको सूचना तथा जानकारीको आधिकारिक प्रमाण ।
- (२) गर्भपतन सम्बन्धी विज्ञापन प्रसारणका लागि आधिकारिक निकायबाट स्वीकृति प्राप्त गरेको प्रमाण-पत्र ।
- (३) कुनै संघ, संस्था, फर्म वा कम्पनीबाट वर्गविशेषको आवश्यकता वारेका विज्ञापन प्रसारणका लागि आएमा सम्बन्धित निकायको स्विकृतीपत्र ।
- (४) चिठ्ठा उपहारका लागि सम्बन्धित निकायमा दर्ता भएका संस्थाबाट सो सम्बन्धि विज्ञापन प्रसारण गर्नुपर्दा नेपाल सरकारको निकाय वा सम्बन्धित कम्पनीको उपहार सम्बन्धि आधिकारीक पत्र ।
- (५) एनिमेशन वा अभिनयका रूपमा निर्माण गरिएका विज्ञापन वा उपहारको घोषणा गरिएका विज्ञापन प्रसारणका लागि सम्बन्धित निकायबाट प्रदान गरिएको स्वीकृति पत्र ।
- (६) वैदेशिक रोजगार सम्बन्धी सूचनाहरू प्रसारण गर्न नेपाल सरकारको सम्बन्धित निकायको आधिकारिक कागजात पेश गर्नु पर्नेछ ।

६. संस्थानको विज्ञापन समय वर्गीकरण, दर तथा थप शुल्क र शर्त निम्नानुसार हुनेछन् ।

(क) विज्ञापन समय र प्रसारण समय को बर्गिकरण

- (१) नेपाल टेलिभिजनका सबै च्यानल एवं प्रादेशिक च्यानलको विज्ञापन र प्रसारण समयको वर्गिकरण देहाय बमोजिमको हुनेछ ।

(अ) विज्ञापन समय बर्गिकरण:

- १. सुपर प्राइम टाइम २. स्पेशल प्राइम टाइम ३. प्राइम टाइम ४. फिक्स टाइम ५. अर्डिनरी टाइम ६. रेगुलर टाइम

(आ) प्रसारण समय बर्गिकरण:

- १. प्राईम टाइम २. फिक्स टाइम ३. अर्लि मर्निङ टाइम ४. मर्निङ टाइम ५. डे टाइम ६. ईभनिङ टाइम ७. नाईट टाइम ।

उल्लेखित विज्ञापन समय र प्रसारण समयको वर्गीकरण तथा दररेट, **बोलपत्र सेवाशर्त (TOR) तथा दररेट निर्धारण समिति (व्यापार)** को सिफारिशमा समितिबाट स्विकृत भए बमोजिम हुनेछ । समय वर्गीकरण तथा दररेट थपघट गर्नुपरेमा समितिको स्वीकृति लिई गर्न सकिनेछ ।

(ख) दररेट तथा थप शुल्क

- (१) संस्थानको दररेट प्रचलित रेटकार्ड वा स्वीकृत वार्षिक कार्यक्रमको दररेट वा सम्झौता अनुसार निर्धारण भएको शुल्क अनुसार कायम हुनेछ । रेटकार्ड आवश्यकता अनुसार बोलपत्र सेवाशर्त (TOR) तथा दररेट निर्धारण समितिको सिफारिसमा समितिको स्वीकृति लिई परिमार्जन गर्न सकिनेछ ।

- (२) सम्झौतामा तोकिए भन्दा बढी विज्ञापन प्रसारण गर्न आवश्यक भएमा सम्झौता अनुसारको रकमलाई दामासाही (PRORATA) ले हिसाव गर्दा हुने रकम कायम गरिनेछ ।

(ग) सेवा, शुल्क, शर्त र छुट

- (१) विज्ञापनदाताहरूबाट एकैवस्तुको घटीमा १० स्पट विज्ञापन लुज स्पटका रूपमा एउटै स्थानमा प्रसारण गर्नेगरी अर्डर प्राप्त भई विज्ञापन प्रसारण भएमा १५ प्रतिशत छुट दिईनेछ । यस्तो सुविधा सम्झौताका आधारमा प्रसारण गरिने विज्ञापनको हकमा लागू हुनेछैन ।
- (२) सोभै एउटै कम्पनी वा सरकारी वा गैर सरकारी संस्थाको विज्ञापन वढीमा १ वर्षभित्र प्रसारण हुनेगरी एन.टि.भि च्यानलको हकमा घटीमा रु.१५ लाख देखि १ करोड सम्मको र अन्य च्यानलको हकमा घटीमा रु.१ लाख देखि रु.१० लाख सम्मको प्रचलित रेटकार्ड अनुसार एकमुष्ट अर्डर प्राप्तहुन आएमा संस्थान प्रमुखबाट स्वीकृत गराई २० प्रतिशत रकम बराबरको बोनस स्पट थप गरिनेछ । एन.टि.भि च्यानलमा रु.१ करोड भन्दा माथि र अन्य च्यानलमा रु.१० लाख भन्दा माथिको एक मुष्ट अर्डर प्राप्त हुन आएमा समितिको स्वीकृतिमा बोनस स्पट थप गर्न सकिनेछ । यस्तो सुविधा वार्षिक स्वीकृत TOR अनुसारको सम्झौताको आधारमा प्रसारण गरिने विज्ञापनको हकमा लागू हुने छैन ।
- (३) राष्ट्रिय प्रसारणको हकमा एक वर्षमा २५ लाखभन्दा बढी रकम र अन्य च्यानलको हकमा १ वर्षमा २ लाख भन्दा बढी रकमको सम्झौता गरी सोभै कारोवार गर्ने व्यापारिक फर्म, उद्योग, संघ संस्थाहरूलाई १० प्रतिशत संस्थागत (corporate discount) छुट दिईनेछ । तर विज्ञापन एजेन्सीको हकमा यो सुविधा लागू हुनेछैन ।
- (४) संस्थानको व्यापार प्रवर्द्धन गर्न विज्ञापनहरू सवै च्यानलबाट प्रसारण गर्नका लागि निश्चित शर्त एवं आधारहरू (TOR) निर्धारण गरी आकर्षक प्रवर्द्धनात्मक कार्यक्रमहरू (Package Dealing) लागू गर्न सकिनेछ । शर्त तथा आधारहरू समितिको निर्णयानुसार निर्धारण गरिनेछ ।
- (५) व्यवसायमूलक विज्ञापन गर्ने उद्देश्यबाट प्रेरित नभई जनचेतना जगाउने खालका सामाजिक एवं सन्देशमूलक वढीमा २ (दुई) मिनेटसम्मका टेलिस्पटको हकमा सम्बन्धित च्यानल/कार्यक्रम प्रमुखको सिफारिशमा कार्यालय प्रमुखबाट प्रचलित दररेटमा वढीमा ४० प्रतिशतले हुने रकम बराबरको सोही स्थानमा प्रसारण हुने गरी थप सुविधा दिन सकिनेछ । तर विज्ञापन एजेन्सीको हकमा यो सुविधा लागू हुनेछैन ।
- (६) संस्थानसंग समय खरिद /कार्यक्रम प्रायोजन/ विज्ञापन समय खरिद सम्झौता गरेको विज्ञापन एजेन्सी/संघ/संस्थाले आफ्नो काम र नेपाल टेलिभिजनको प्रवर्द्धन गर्ने गरी संस्थानको पूर्व स्वीकृतिमा रेडियो/पत्रपत्रिका/होर्डिङ्ग बोर्डमा विज्ञापन राख्न चाहेमा सोको लागत मुल्य हेरी सोही कार्यक्रममा प्रसारण हुने गरी खुद रकमको वढीमा ५ प्रतिशत बराबरको थप विज्ञापन प्रसारण सुविधा उपलब्ध गराउन सकिनेछ ।
- (७) संस्थानका विभिन्न पटके कार्यक्रमहरू प्रायोजन गर्नुपर्दा ३ वा सो भन्दा बढि एजेन्सीहरू तथा आवश्यकता अनुसार अन्य संघ संस्था, कम्पनी आदिलाई कार्यक्रमको नाम, प्रसारण हुने मिति र समय उल्लेख गरी प्रायोजनका लागि पत्र द्वारा प्रस्ताव माग गर्न सकिनेछ ।
- (८) संस्थान सँग समय खरिद गरी लामो समय सम्म प्रसारण भएका कार्यक्रमहरू, कार्यक्रम निर्माता, सम्बन्धित एजेन्सीलाई सम्मान गर्न एवम् कार्यक्रमका विभिन्न विधाको प्रवर्द्धनमा विशेष कार्यक्रम आयोजना गरी संस्थानका च्यानलहरूको प्रवर्द्धन गर्न सकिनेछ ।
- (९) कार्यक्रमहरूको प्रवर्द्धनका लागि आवश्यक प्रोमो प्रसारण र प्रकाशन गर्ने कार्यको व्यवस्थापन व्यापार महाशाखाले गर्नेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा सम्बन्धीत शाखा/ईकाई प्रमुखले गर्नेछ ।
- (१०) संस्थानको स्वीकृत रेटकार्ड बमोजिमको दररेटमा कार्यक्रमको औचित्य, आवश्यकता र महत्वलाई दृष्टिगत गरी संस्थान प्रमुखले वढीमा १०% सम्म छुट दिन सक्नेछ । सो भन्दा माथि छुट दिनुपरेमा सो को आवश्यकता, औचित्य र स्पष्ट कारणसहित सञ्चालक समितिले निर्णय गरे बमोजिम हुनेछ ।

- (११) नेपाल टेलिभिजनसंग मात्र आवद्ध भएर नियमित ५ वर्ष वा सो भन्दा अघि देखि निरन्तर प्रत्यक्ष प्रसारण भइरहेका कार्यक्रमहरूलाई संस्थान प्रमुखको स्वीकृतिमा बढीमा १५% सम्म छुट दिन सकिनेछ । तर एजेन्सी छुट पाएकालाई यो छुट दिइनेछैन ।
- (१२) स्वामित्व हस्तान्तरण:-कार्यक्रम प्रसारणका लागि सम्झौता भइसकेको कुनै विज्ञापनदाता / संघ/संस्थाहरूले कारणवश कुनै अर्को संस्थामा सम्पूर्ण कारोबार सहित स्वामित्व हस्तान्तरण गर्न चाहेमा संस्थानको आम्दानी सुनिश्चित राख्ने गरी दुवै पक्षको मन्जुरीमा मुल सम्झौताको शर्तहरू यथावत नै रहनेगरी सम्झौताको लागि राखिएको धरौटी रकम जफत नहुने गरी समितिको स्वीकृतिमा स्वामित्व हस्तान्तरण गर्न सकिनेछ । यसरी स्वामित्व हस्तान्तरण भएको अवस्थामा मुल सम्झौता बमोजिम खपत हुन बाँकी विज्ञापन समय सारिने छैन । साथै स्वामित्व हस्तान्तरण गर्नु पूर्व दुवैपक्षको भुक्तानी चुक्ता वा उधारो सुविधा भित्र रहेको हुनुपर्नेछ ।
- (१३) नेपाल टेलिभिजनको प्रवर्द्धन गर्ने विषयमा नेपाल टेलिभिजनले विज्ञापन प्रसारण गर्ने गरी विभिन्न मिडिया र एजेन्सीसँग सहकार्य गर्न सक्नेछ । यस्तो सहकार्यमा रु.५ लाख सम्म संस्थान प्रमुखले र सो भन्दा माथि समितिको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ । यसरी विज्ञापन प्रसारणको सहकार्य गर्दा नेपाल टेलिभिजनले पनि प्रसारण भएको विज्ञापनको विलिङ्ग गर्नेछ र सम्बन्धित मिडिया/एजेन्सीले पनि प्रवर्द्धन वापतको सेवाको विलिङ्ग गर्नुपर्नेछ ।
- (१४) नेपाल टेलिभिजनको प्रवर्द्धन गर्ने विषयमा कुनै पनि संघ/संस्थाले आयोजना गर्ने राष्ट्रिय तथा अन्तरराष्ट्रिय कार्यक्रमको Media Parter बन्न चाहेमा वा अनुरोध भई आएमा संस्थानले आर्थिक दायित्व व्यहोर्न नपर्ने गरी प्राथमिकताका साथ नेपाल टेलिभिजनको कुनै पनि च्यानलको लोगो, Brand प्रायोग गर्ने गरी मिडिया पार्टनरको लागि अनुमति दिन सक्नेछ ।
- (१५) सरकारी निकायसँग कार्यक्रम तथा विज्ञापन उत्पादन/ प्रसारण सम्झौता गर्दा कार्यक्रमको प्रभावकारितालाई अभिवृद्धि गर्न र प्रभावकारी सम्झौता कार्यान्वयनका लागि दुवै पक्षबाट प्रतिनिधित्व हुनेगरी कार्यक्रम अनुगमन तथा मुल्यांकन समिति (Joint Steering committee) को व्यवस्था गर्न सकिनेछ ।
- (१६) फ्रेन्चाइज कार्यक्रम वा अन्य कार्यक्रमहरू प्रसारण गर्ने सम्बन्धमा नेपाल टेलिभिजनसँग समय खरिद गर्ने सम्बन्धित संस्थाले नै प्रतिलिपि अधिकारको जिम्मेवारी लिनुपर्नेछ । साथै समय खरिद गरी बाहिरबाट निर्माण भई प्रसारण भइरहेको कार्यक्रमहरूको प्रतिलिपि अधिकार कुनै विवाद श्रृंजना भएमा सम्बन्धित संस्था/एजेन्सी नै जिम्मेवार हुनेछ ।
- (१७) यस निर्देशिकामा अन्यत्र जुनसुकै कुरा लेखिएको भए तापनि नेपाल टेलिभिजनले आवश्यक ठानेका राष्ट्रिय गौरव, राष्ट्रिय हितको सम्बर्द्धन हुने एवं महत्वपूर्ण नीतिगत विषय समावेश भएको र विशिष्ट व्यक्तित्वहरू सहभागी हुने आन्तरिक, वाह्य तथा अन्य सरकारी तथा गैरसरकारी संस्थासँगको साभेदारीमा कार्यक्रम निर्माण/उत्पादन तथा प्रसारण संस्थान प्रमुखको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ । उक्त कार्यक्रम १० प्रतिशत भन्दा बढी छुटसहित निर्माण/उत्पादन तथा प्रसारण गर्नुपरेमा समितिको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ ।
- (१८) वार्षिक सम्झौतामा उल्लेख भएको FCT को कम्तिमा ३० प्रतिशत सोही कार्यक्रममा खपत गर्नुपर्नेछ । यो प्रावधान आर्थिक वर्ष २०७६/०७७ देखि मात्र लागु हुनेछ ।

७. विज्ञापन एजेन्सी दर्ता तथा नविकरण सम्बन्धी कार्यविधि

संस्थानमा विज्ञापन सम्बन्धी कार्य गर्न ईच्छुक विज्ञापन एजेन्सीहरूले संस्थानको नीति निर्देशन अन्तर्गत रही कार्य गर्नुपर्नेछ । निम्नलिखित शर्तहरू पूरा गरी संस्थानमा निवदेन दिएको विज्ञापन एजेन्सीलाई मान्यता दिई दर्ता गरिनेछ । विज्ञापन एजेन्सी दर्ताको अभिलेख ब्यापार महाशाखा अर्न्तगत र प्रादेशिक च्यानलको हकमा सम्बन्धीत शाखा/ईकाईमा राख्नु पर्नेछ ।

(क) नेपाल सरकारको प्रचलित नियम अनुसार विज्ञापन व्यवसाय सञ्चालन गर्न फर्म/साभेदार/कम्पनीको रूपमा सम्बन्धित निकायमा दर्ता भई प्रमाणपत्र प्राप्त गरी नेपाल टेलिभिजनमा विज्ञापन एजेन्सी दर्ता गर्न रु.२,०००/- (दुई हजार) दर्ता शुल्क लाग्नेछ ।

(ख) विज्ञापन एजेन्सीले मूल्य अभिवृद्धिकर/Permanent Account Number (PAN) को प्रमाणपत्र प्राप्त गरेको र नियमानुसारको Tax Clearance गरेको प्रमाणपत्र वा सम्बन्धीत कर कार्यालयमा आय विवरण बुझाएको कागजात पेश गर्नु पर्नेछ ।

(ग) नयाँ विज्ञापन एजेन्सीलाई संस्थानमा दर्ता गर्नुभन्दा अगाडी संस्थानको अभिलेखमा नयाँ एजेन्सीको कुनै प्रोप्राईटर, साभेदार,सञ्चालक वा शेयरधनी रहेका व्यक्ति सम्मिलन रही नेपाल टेलिभिजनमा दर्ता भएका विज्ञापन एजेन्सीको नाममा बाँकी बक्यौता रहेको अवस्थामा सो रकम चुक्ता नगरेसम्म नयाँ विज्ञापन एजेन्सी दर्ता गरिनेछैन । बाँकी बक्यौता नरहेको व्यहोराको स्वयम् घोषणाको पत्र एजेन्सी दर्ता गर्न आउने नयाँ विज्ञापन एजेन्सीले पेश गर्नुपर्ने छ ।

(घ) संस्थानले आवश्यक ठानेमा समय समयमा कुनै पनि विज्ञापन एजेन्सीको कार्यालय अनुगमन/निरिक्षण गर्न सक्नेछ ।

(ङ) विज्ञापन एजेन्सीले विज्ञापन व्यवसायीहरूको प्रतिनिधिमूलक संस्थाको सदस्यता प्राप्त गरेको हुनुपर्नेछ । तर सो सदस्यता प्राप्त नगरेको कारणले मात्र विज्ञापन एजेन्सीको मान्यता पाउन अयोग्य हुनेछैन ।

(च) विज्ञापन एजेन्सीहरूले चालु आर्थिक वर्षको लागि पौष मसान्त भित्र संस्थानमा एजेन्सी नविकरण गर्नु पर्नेछ र सो अवधि भित्र नविकरण गर्दा नविकरण शुल्क लाग्ने छैन । पौष मसान्त भित्र नविकरण नभएमा असार मसान्त सम्ममा नविकरण गर्दा रु. ५,०००/- (पाँच हजार) जरिवाना लिई एजेन्सी नविकरण गर्न सकिनेछ ।

(छ) संस्थानमा एजेन्सीको रूपमा कार्य गर्न दर्ता भएका विज्ञापन एजेन्सीहरूलाई एजेन्सी दर्ताको प्रमाणपत्र ब्यापार महाशाखाले उपलब्ध गराउनेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा सम्बन्धीत शाखा/ईकाईले उपलब्ध गराउनेछ ।

(ज) संस्थानमा दर्ता भएका एजेन्सीको नाम, ठेगाना, संचालक, प्रोपराईटरसिप, साभेदारी, शेयरधनी आदी विवरण परिवर्तन भएमा सात दिन भित्रमा विज्ञापन एजेन्सीले नेपाल टेलिभिजनमा जानकारी दिनुपर्नेछ ।

(झ) मान्यता प्राप्त विज्ञापन एजेन्सी दर्ता, विवरण परिवर्तन र नविकरणका लागि ब्यापार महाशाखा वा सम्बन्धीत कार्यालयमा निवेदन दिनु पर्नेछ । संस्थानको मान्यताप्राप्त विज्ञापन एजेन्सीको दर्ता, नविकरण तथा खारेजीको निर्णय कार्यालय प्रमुख वा निजले तोकेको अधिकारीबाट हुनेछ ।

८. विज्ञापन एजेन्सी धरौटी

(क) संस्थानबाट विज्ञापन एजेन्सी मान्यताका लागि धरौटी स्वरूप रु १,००,०००/- (एक लाख) नगद राख्नुपर्नेछ ।

(ख) मान्यताप्राप्त विज्ञापन एजेन्सी बाहेक अन्य विज्ञापन दाताहरूले भुक्तानी प्रयोजनको लागि अग्रिम भुक्तानी बापत रु ५० हजार आयलेखा शाखामा रकम जम्मा गर्नु पर्नेछ ।

(ग) कुनै कारणवश यस्ता विज्ञापन एजेन्सीले स्वेच्छाले कारोवार गर्न छाडेमा वा संस्थानले खारेज गरेमा कारोवारमा रहेको बाँकी रकम कटाई धरौटी रकम फिर्ता दिइनेछ ।

९. व्यापारिक छुट

संस्थानबाट मान्यता प्राप्त विज्ञापन एजेन्सीहरूलाई संस्थानसँगको व्यापारिक कारोवारमा १५ (पन्ध्र) प्रतिशत व्यापारिक छुट दिइनेछ । तर यस निर्देशिका वमोजिम नविकरण नभएका विज्ञापन एजेन्सीहरूलाई व्यापारिक छुट उपलब्ध गरिने छैन ।

१०. निम्न अवस्थामा विज्ञापन एजेन्सीको मान्यता समाप्त हुनेछ

- (१) विज्ञापन एजेन्सीले संस्थानबाट प्राप्त विज्ञापन एजेन्सीको मान्यताबाट हट्न ईच्छा गरी लिखित सूचना दिएमा ।
- (२) विज्ञापन एजेन्सीको प्रोप्राईटर, फर्म वा कम्पनि टाट पल्टेमा वा फर्म कम्पनी विघटन भएमा ।
- (३) नेपाल सरकारको सम्बन्धित निकायबाट सस्था दर्ता खारेज भएमा ।
- (४) विज्ञापन एजेन्सीले संस्थानको नीति, नियम तथा निर्देशिका अन्तर्गत रही कार्य नगरेमा ।
- (५) लगातार ३ आ.व. सम्म नेपाल टेलिभिजन सँग कुनै कारोवार नगरेमा ।
- (६) संस्थानको हित विपरीत हुने कुनै कार्य गरेमा ।

११. भुक्तानी प्रक्रिया, उधारो र छुट सम्बन्धी व्यवस्था

(क) भुक्तानी प्रक्रिया

- (१) छैठौँ संशोधन २०७४ बाट हटाईएको ।
- (२) नेपाल सरकार, मित्रराष्ट्र, विदेशी कूटनीतिक नियोग, राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सरकारी तथा गैह सरकारी संघ संस्था तथा नेपाल सरकारको स्वामित्व भएको संघ, संस्था वा कम्पनीहरुबाट सिधा प्राप्त भएको उधारो अर्डर स्वीकार गर्न सकिनेछ ।
- (३) विज्ञापनदाताबाट संस्थानले भुक्तानी लिँदा नेपाल राष्ट्र बैंकबाट मान्यता प्राप्त क र ख वर्गका बैंकको Good for Payment चेक, नगद वा बैंक दाखिला गरेको भौचर बाट भुक्तानी लिईनेछ । तर नेपाल सरकार, मित्रराष्ट्र, विदेशी कूटनीतिक नियोग, राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सरकारी तथा गैह सरकारी संघ संस्था तथा नेपाल सरकारको स्वामित्व भएको संघ, संस्था वा कम्पनीहरुबाट प्राप्त हुन आएको Ac Payee चेक बाट पनि भुक्तानी लिन सकिनेछ ।
- (४) बैंक ग्यारेण्टी वापतको भुक्तानी लिदां नेपाल राष्ट्र बैंकबाट मान्यता प्राप्त क वर्गका बैंक बाट खिचिएका Good for Payment भएको चेक वा नगद मार्फत भुक्तानी लिईनेछ ।
- (५) संस्थानले भुक्तानी लिदा मान्यता प्राप्त क वर्गका बैंकहरुबाट जारी भएको बैंक ग्यारेण्टी वाट समेत भुक्तानी लिन सकिनेछ ।

११ (ख) उधारो व्यवस्था सम्बन्धमा

- १.(अ) लगातार विगत ३ आ.व. देखि एन.टि.भि च्यानलको हकमा रु.६०,००,०००/- (साठी लाख) र अन्य च्यानलको हकमा रु. १५,००,०००/- (पन्ध्र लाख) भन्दा वढीको वार्षिक कारोवार गर्ने विज्ञापनदातालाई चालु आ.व.को सम्भौता रकमको १५ प्रतिशत ।
- (आ) लगातार विगत २ आ.व. देखि राष्ट्रिय प्रसारणको हकमा रु.६०,००,०००/- (साठी लाख) र अन्य च्यानलको हकमा रु.१५,००,०००/- (पन्ध्र लाख) भन्दा वढीको वार्षिक कारोवार गर्ने विज्ञापनदातालाई चालु आ.व.को सम्भौता रकमको १२ प्रतिशत ।
- (इ) गत आ.व.मा राष्ट्रिय प्रसारणको हकमा रु.६०,००,०००/- (साठी लाख) र अन्य च्यानलको हकमा रु.१५,००,०००/- (पन्ध्र लाख) भन्दा वढीको वार्षिक कारोवार गर्ने विज्ञापनदातालाई चालु आ.व.को सम्भौता रकमको १० प्रतिशत ।

- (२) माथि उल्लेखित बुँदा नं.१ को सुविधा भन्दा बढि उधारो कारोवार हुँदा ६ महिना सम्म अवधि भएको बैंक ग्यारेण्टी पेश गरी कारोवार गर्नु पर्नेछ ।
- (३) उधारो सुविधा र बैंक ग्यारेण्टीले खामेको रकम भन्दा बढी रकम उधारो रहने अवस्था सिर्जना भएमा आर्थिक प्रशासन महाशाखाबाट ७ दिनको म्याद दिई विज्ञापनदाताहरूलाई भुक्तानी गर्न वा बैंक ग्यारेण्टी पेश गर्न सूचना दिईनेछ । यसरी सूचना दिँदा पनि भुक्तानी वा थप बैंक ग्यारेण्टी प्राप्त हुन नआएको अवस्थामा कार्यक्रम वा विज्ञापन वा दुवै रोक्काको लागि आर्थिक प्रशासन महाशाखाबाट प्रकृत्या अगाडी बढाई कार्यालय प्रमुखको स्वीकृतिमा प्रसारण भैरहेको विज्ञापन/कार्यक्रम रोक्का गरिनेछ । कार्यक्रम र विज्ञापन रोक्का गरी सूचना दिँदा पनि रोक्का भएको मितिले ३० दिनको समय सम्ममा भुक्तानी वा बैंक ग्यारेण्टी प्राप्त हुन नआएको अवस्थामा विज्ञापनदातासंग भएको सम्झौता स्वतः भंग हुनेछ र बाँकी रकम असूल उपरका लागि प्रचलित कानून बमोजिम कारवाही अगाडि बढाईनेछ ।
- (४) कार्यक्रम र विज्ञापन रोक्का भएको अवधिको समेत विलिङ्ग गरी भुक्तानी लिईनेछ ।
- (५) बैंक ग्यारेण्टीको म्याद सकिनु भन्दा कम्तिमा ७ दिन अगावै विज्ञापनदाताबाट ग्यारेण्टी नविकरणका लागि अनुरोध भई आएमा म्याद सकिन लागेको बैंक ग्यारेण्टीको कम्तिमा ५० प्रतिशत सम्मको रकम भुक्तानी लिई बाँकी रकम वा सतप्रतिसत रकम सम्मको बढीमा ६ महिनाको बैंक ग्यारेण्टी दोस्रो पटक सम्म सम्बन्धीत शाखा, महाशाखा र ना.म.प्रबन्धकको सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखबाट नविकरण गरिनेछ । सो पश्चात समितिको स्वीकृति लिई बैंक ग्यारेण्टी नविकरण गर्न सकिनेछ ।
यसरी नविकरण गर्दा देहाय बमोजिम हर्जना लाग्नेछ ।
- (क) बैंक ग्यारेण्टी वापतको रकमको ५० प्रतिशत रकम भुक्तानी गरी बाँकी ५० प्रतिशत रकमको बैंक ग्यारेण्टी पहिलो पटक नविकरण गर्दा बाँकी रकमको वार्षिक ६ प्रतिशतका दरले
- (ख) बैंक ग्यारेण्टी वापतको रकमको ५० प्रतिशत रकम भुक्तानी गरी बाँकी ५० प्रतिशत रकमको बैंक ग्यारेण्टी दोस्रो पटक देखि नविकरण गर्दा बाँकी रकमको प्रत्येक पटक वार्षिक ४ प्रतिशतका दरले थप गरी
- (६) उधारो सुविधाको लागि पेश भएको बैंक ग्यारेण्टीको म्याद भित्र रकम भुक्तानी प्राप्त नभएमा वा नविकरण नभएको अवस्थामा संस्थानले बैंक समक्ष भुक्तानीका लागि दावी गरिसकेपछि विज्ञापनदाताले भुक्तानी गर्नुपर्ने रकम दावी गरेको मितिले १५ दिन भित्र संस्थानमा रकम दाखिला गरी सकेपछि बैंक ग्यारेण्टी नविकरण गर्न अनुरोध गरेमा यस निर्देशिकाको बुँदा नं.११(ख)५ अनुसार नविकरण गर्न सकिनेछ । यस निर्देशिका बमोजिम बैंक ग्यारेण्टी नविकरण वापतको हर्जना आकर्षित हुने दर अनुसार ढिलाई भएको दिन गणना गरी सो को हर्जना समेत लिइनेछ ।
- (७) कारोवारमा नरहेका विज्ञापनदाताहरूको बैंक ग्यारेण्टी नविकरण गरिने छैन ।
- (८) कुनै बैंक ग्यारेण्टीहरू म्याद समाप्त हुनु अगावै ग्यारेण्टी वापतको लिनुपर्ने रकम सम्बन्धित विज्ञापनदाताले संस्थानमा दाखिला गर्न आएमा सो रकम स्वीकार गरी उक्त बैंक ग्यारेण्टी नविकरण वा फुकुवा गर्न सकिनेछ ।
- (९) वार्षिक सम्झौता नविकरण वा नयाँ सम्झौता गर्नुभन्दा अगाडी पुरानो बाँकी बक्यौता चुक्ता गरिसकेको वा उधारो सुविधा भित्र रहेको हुनुपर्नेछ । उधारो **Clearance** भए वा नभएको सम्बन्धमा आयलेखा शाखाबाट प्रबर्द्धन शाखाले जानकारी लिई व्यापार महाशाखामा पेश गर्नुपर्नेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा सम्बन्धीत शाखा/ईकाइले जानकारी लिई कार्यालय प्रमुख समक्ष पेश गर्नुपर्नेछ ।
- (१०) विज्ञापन दाताले प्रत्येक आर्थिक वर्षको अन्त्यमा बाँकी बक्यौता चुक्ता गर्दा नगद वा चेक वा good for payment चेक वा बैंक दाखिला गरेको भौचर वा बैंक ग्यारेण्टी राखी गर्नुपर्नेछ ।

(११) नयाँ एजेन्सीले संस्थानसँग कारोबार गर्नुभन्दा अगाडी एजेन्सीको कुनै प्रोप्राईटर, साभेदार वा शेयर होल्डर रहेका व्यक्ति सम्लग्न रही यसभन्दा अगाडी संस्थानमा दर्ता भएका एजेन्सीको बाँकी बक्यौता चुक्ता भएको हुनुपर्नेछ ।

(१२) विज्ञापन एजेन्सी एवं संघ संस्थाहरुको संस्थान सँग व्यापारिक सम्लग्नता, विश्वसनियता आदि कुराहरुलाई मूल्याङ्कन गरी सञ्चालक समितिको स्वीकृति लिई उधारो नीति समय सापेक्ष बनाउन सकिनेछ ।

(ग) नगद छुट सम्बन्धमा

विज्ञापनदाताहरुलाई निम्नानुसार नगद छुट दिन सकिनेछ ।

(१) विज्ञापनदातालाई विज्ञापन प्रसारण, प्रायोजन र समय विक्री, प्रत्यक्ष प्रसारण, उपकरण भाडा, वृत्तचित्र प्रसारण वापत अग्रिम नगद वा Good for Payment को चेकद्वारा भुक्तानी गरेमा १५ (पन्ध्र) प्रतिशत विशेष छुट दिइनेछ । गत आर्थिक वर्षको कारोबार रकमको बैंक ग्यारेण्टी राखेका विज्ञापन दाताहरुलाई पनि यो छुट दिइनेछ । यस निर्देशिका अनुसार उपलब्ध गराईने व्यापारिक छुट घटाई बाँकी रहेको रकममा विशेष छुट दिई संस्थानले प्राप्त गर्ने खुद रकममा मुल्य अभिवृद्धीकरणको हिसाब गरिनेछ ।

(२) यस निर्देशिकाको ११(ख)१ अनुसारको उधारो सुविधाको सिमाभित्र रही त्यस पछी गरेको कारोबारको बैंक दाखिला भौचर वा नगद वा चेकबाट अग्रिम भुक्तानी गरेमा भुक्तानी रकमको १० प्रतिशत विशेष छुट दिइनेछ ।

१२. प्रवर्द्धन प्रोत्साहन (Promotional Incentive) सम्बन्धि व्यवस्था

(१) एक आर्थिक वर्षमा संस्थानसँग व्यापारिक कारोबार गरेवापत विज्ञापन एजेन्सीहरुलाई निम्न बमोजिम प्रवर्द्धन प्रोत्साहन(Promotional Incentive) को व्यवस्था गरिनेछ ।

(क) रु. २५ लाख १ देखि ५० लाख सम्मको खुद् कारोबारमा ४ प्रतिशत ।

(ख) रु. ५० लाख १ देखि १ करोडसम्मको खुद् कारोबारमा ४.५ प्रतिशत

(ग) रु. १ करोड १ देखि २ करोडसम्मको खुद् कारोबारमा ५ प्रतिशत ।

(घ) रु. २ करोड १ देखि ३ करोडसम्मको खुद् कारोबारमा ५.५ प्रतिशत

(ङ) रु. ३ करोड १ देखि ४ करोडसम्मको खुद् कारोबारमा ६ प्रतिशत ।

(च) रु. ४ करोड १ देखि ५ करोडसम्मको खुद् कारोबारमा ६.५ प्रतिशत ।

(छ) रु. ५ करोड १ देखि ६ करोडसम्मको खुद् कारोबारमा ७ प्रतिशत ।

(ज) रु. ६ करोड १ देखि ७ करोडसम्मको खुद् कारोबारमा ७.५ प्रतिशत ।

(झ) रु. ७ करोड १ देखि ८ करोड सम्मको खुद कारोबारमा ८.५ प्रतिशत

(ञ) रु. ८ करोड १ देखि ९ करोड सम्मको खुद कारोबारमा ९ प्रतिशत

(ट) रु. ९ करोड १ देखि १० करोड सम्मको खुद कारोबारमा ९.५ प्रतिशत

(ठ) रु. १० करोड १ देखि १२ करोड सम्मको खुद कारोबारमा १० प्रतिशत

(ड) रु. १२ करोड १ देखि १५ करोड सम्मको खुद कारोबारमा १२ प्रतिशत

(ढ) रु. १५ करोड भन्दा माथिको खुद कारोबारमा १५ प्रतिशत

- (२) प्रवर्द्धन प्रोत्साहनको हिसाव गर्दा मुल्य अभिवृद्धि कर, व्यापारिक छुट र विशेष छुट घटाई बाँकी हुने खुद रकम मात्र गणना गरिनेछ । यसरी गणना गर्दा एक आर्थिक वर्षमा रु २५,००,०००/- (पच्चिस लाख) भन्दा माथिको कारोबार गर्ने विज्ञापन एजेन्सीलाई शुरुको रकमदेखि नै प्रवर्द्धन प्रोत्साहनको व्यवस्था गरिनेछ । तर एक आर्थिक वर्षभरी रु २५,००,०००/- (पच्चिस लाख) वा सो भन्दा कम कारोबार गर्ने कुनै पनि विज्ञापन एजेन्सीलाई प्रवर्द्धन प्रोत्साहन दिइने छैन । २५ लाख भन्दा बढि कारोबार गरेमा रु. १ देखि ५० लाखसम्मको खुद कारोबारमा ४ प्रतिशत प्रोत्साहनको व्यवस्था गरिनेछ ।
- (३) प्रवर्द्धन प्रोत्साहन पाउनका लागि अधिल्लो वर्षको सम्पूर्ण बाँकी बक्यौता रकम गत आर्थिक वर्षको असार मसान्त भित्र चुक्ता भैसकेको हुनुपर्नेछ ।
- (४) प्रवर्द्धन प्रोत्साहन रकमको भुक्तानी आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ३ महिनाभित्र गरिनेछ ।
- (५) गत आर्थिक वर्ष को कारोबारमा पाउने प्रवर्द्धन प्रोत्साहन वापतको रकम चालु आ.व. मा संस्थानलाई भुक्तानी गर्न बाँकी रकममा कट्टा गरी हिसाव मिलान गर्नसकिनेछ ।
- (६) संस्थानका कर्मचारीलाई प्रोत्साहित गरी संस्थानको आम्दानी वृद्धि गर्न संस्थानको गत आ.व. को वार्षिक आम्दानी भन्दा चालु आ. व. मा बढी आम्दानी भएमा त्यसरी बढी हुन गएको आम्दानीको १५ प्रतिशतले हुने रकम सो अवधिमा कार्यरत कर्मचारीहरूलाई प्रवर्द्धन प्रोत्साहन स्वरुप उपलब्ध गराईनेछ । तर यस्तो रकम कर्मचारीहरूको खाईपाई आएको १ महिनाको तलव भन्दा बढी हुनेछैन ।

१३. वार्षिक कार्यक्रमको प्रकृति /वर्गीकरण र प्रसारण शुल्क

प्रसारण समय खरिद गरी बाहिरबाट निर्माण गरी संस्थान मार्फत प्रसारणका लागि विज्ञापन दाताहरूबाट प्राप्त हुन आएका प्रस्तावहरूको प्रसारण शुल्कको दररेट, प्रायोजन गराउने कार्यक्रमको न्यूनतम रकम, निःशुल्क विज्ञापन समयको सम्बन्धमा कार्यक्रमको प्रकृति, गुणस्तर र समय वर्गीकरण बमोजिम हुनेछ । वार्षिक बोलपत्रबाट बिक्रि नभई खाली रहेको समयमा स्वीकृत कार्यक्रम भन्दा फरक कार्यक्रमलाई समय उपलब्ध गराउनु पर्दा वा प्रसारण भै रहेको कार्यक्रमको Format र नाम परिवर्तन गर्नुपरेमा ब्यापार महाशाखा र सम्बन्धीत च्यानल प्रमुखहरूको सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा सम्बन्धीत शाखा/ईकाइ प्रमुखको सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ ।

१४. कार्यक्रम ब्रान्डिङ्ग सम्बन्धमा

- (१) संस्थानले आवश्यक ठानेमा प्रायोजक, कम्पनी वा वस्तुको नाम (Branding) बाट कार्यक्रम सञ्चालन गर्नसक्नेछ ।
- (२) उपरोक्त बुँदा नं.१ अनुसार Branding कार्यक्रम संचालन गर्न चाहेमा प्रायोजित/ प्रशारण शुल्कको १० प्रतिशत थप शुल्क लिईनेछ ।
- (३) Branding बाट सञ्चालित हुने कार्यक्रमहरूमा सो ब्रान्डको मौलिक रङ, अक्षरले कार्यक्रमको सेट डिजाईन आदिमा प्रतिकूल असर पार्न पाईने छैन ।

१५. बोलपत्र सम्बन्धी कार्यविधि

१५-१ बिक्री योजना(Sales Plan) आगामी एक आर्थिक वर्ष वा सो भन्दा बढी अवधिको लागि कार्यक्रम प्रायोजन/प्रसारण समय/विज्ञापन समय बिक्री गर्न वार्षिक योजना अन्तर्गत कार्यक्रम स्वीकृत गराई सोको न्यूनतम प्रसारण शुल्क र निःशुल्क विज्ञापन समय उल्लेख गरी चालु आर्थिक वर्षको वैशाख मसान्त भित्र सूचना प्रकाशित हुने गरी कार्यालय प्रमुखले बोलपत्र प्रकृया आरम्भ गराउनु पर्नेछ ।

१५-२ कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्रीको न्यूनतम मूल्य कायम संस्थानले कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्रीको दरभाउ अनुमान र निःशुल्क विज्ञापन समय तयार गर्दा देहायका कुरालाई आधार लिनु पर्नेछ ।

- (क) संस्थानबाट चालु वा अघिल्ला वर्षहरूमा सोही च्यानलको सोहि प्रकृतिको बोलपत्र गर्दाको न्यूनतम रकम, सम्भौता रकम र निःशुल्क विज्ञापन समय ।
- (ख) प्रसारण हुने कार्यक्रमको प्रकृति र प्रसारण गर्ने समय ।
- (ग) सम्भव भएसम्म अन्य नेपाली टेलिभिजन च्यानलको प्रचलित दरभाउ ।
- (घ) गत वर्षमा बिक्री भए वा नभएको अवस्था ।
- (ङ) कार्यक्रम प्रसारणको निरन्तरता नभएको अवस्था अनुरूप मूल्य समायोजन ।

१५-३. न्यूनतम मूल्य र बोलपत्रको आधारपत्र (TOR)

- (१) न्यूनतम मूल्य, निःशुल्क विज्ञापन समय र बोलपत्रको आधारपत्र (TOR) को निर्धारण बोलपत्र सेवाशर्त तथा दररेट निर्धारण समिति (ब्यापार) ले तयार गर्नेछ ।
 - (२) उपरोक्त १५(३)(१) बमोजिम तयार भएको न्यूनतम मूल्य र बोलपत्रको आधारपत्र (TOR) देहायको अधिकारीबाट स्वीकृत हुनुपर्नेछ ।
- (क) एक करोड रुपैया सम्म केन्द्रीय कार्यालय प्रमुखबाट र प्रादेशिक च्यानलको हकमा पच्चिस लाख रुपैया सम्म प्रादेशिक कार्यालय प्रमुखबाट ।
 - (ख) एक करोड रुपैया भन्दा माथि संस्थानको सञ्चालक समितिबाट ।

१५-४ बिक्री विधि छनौट गर्नुपर्ने

संस्थानले कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्री गर्दा तोकिए बमोजिमको अवस्था र बिक्री मूल्यको आधारमा देहायको कुनै एक विधि अपनाई बिक्री गर्नु पर्नेछ :

- (१) राष्ट्रिय स्तरमा खुल्ला बोलपत्र आह्वान गरी,
- (२) सिलवन्दी दरभाउपत्र आह्वान गरी,
- (३) अन्य व्यवस्थाबाट बिक्री गरी,

१५-५ बोलपत्रका प्रक्रिया र चरण

- (१) संस्थानले वार्षिक कार्यक्रम अर्न्तगत कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्री बोलपत्रको माध्यमद्वारा बिक्री गर्नुपर्दा देहाय बमोजिमको प्रक्रिया अपनाई बोलपत्र आह्वान गर्न सक्नेछ :-
 - (क) पूर्वयोग्यता निर्धारण गरी खुल्ला रुपमा बोलपत्र आह्वान गर्ने,
 - (ख) पूर्वयोग्यता निर्धारण नगरी खुल्ला रुपमा बोलपत्र आह्वान गर्ने,
- (२) खुल्ला रुपमा आह्वान गरिने बोलपत्र एक वा दुई चरणमा आह्वान गर्न सकिनेछ ।
- (३) देहायको अवस्थामा दुई चरणमा बोलपत्र आह्वान गर्न सकिनेछ :
 - (क) कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्री, बोलपत्र आह्वान गर्दाका बखत पूर्णरुपमा एकिन गर्न सम्भव नभएमा वा

- (ख) कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्री को प्रकृति जटिल भई संस्थानले सोका विभिन्न प्राविधिक पक्ष वा बिक्री सम्झौता सम्बन्धी समस्या के कसरी समाधान गर्न सकिन्छ भन्ने विषयमा र त्यस्ता प्राविधिक पक्ष र सम्झौताको शर्त तथा त्यसबाट हुने फाइदाका सम्बन्धमा बोलपत्रदातासंग छलफल गर्नुपरेमा
- (३.१) यस बुँदा बमोजिम प्रथम चरणको बोलपत्र आह्वान गर्दा बोलपत्रसम्बन्धी कागजातमा बिक्रीको उद्देश्य, अपेक्षित कार्यसम्पादन, मोटामोटी स्पेसिफिकेसन, अन्य मोटामोटी विशेषता, बोलपत्रदाताको योग्यता उल्लेख गर्नु पर्नेछ, र बोलपत्रदाताले बोलपत्रमा मूल्य खोल्नु नपर्ने, प्राविधिक प्रस्ताव र प्रस्तावित बिक्री सम्झौताका शर्तहरूका सम्बन्धमा टिप्पणीमात्र पेश गर्नुपर्ने कुरा उल्लेख गर्नु पर्नेछ ।
- (३.२) संस्थानले उपबुँदा नं. (३.१) बमोजिम गरेको बोलपत्र आह्वान बमोजिम बोलपत्रका सम्बन्धमा कुनै वा सबै बोलपत्रदातासंग छलफल गर्न सकिनेछ ।
- (३.३) उपबुँदा (३.२) बमोजिम भएको छलफल समेतलाई विचार गरी संस्थानले देहाय बमोजिम गर्न सक्नेछ : -
- (क) कार्यक्रम प्रायोजन/ समय बिक्री/ विज्ञापन समय बिक्री सम्बन्धमा पुरागर्नु पर्ने आधारभूत शर्तहरू (बेसिक रिक्वायरमेण्ट) पुरा गर्न वा न्यूनतम कार्यसम्पादन गर्न निर्धारित अवधिभित्र कार्यसम्पन्न गर्न नसक्ने वा त्यस्ता शर्तहरू पुरा गर्न वा कार्यसम्पन्न गर्न वा निर्धारित अवधिभित्र कार्यसम्पन्न गर्नका लागि संशोधन गर्न नसक्ने वा अन्य कुनै कमजोरी भई प्रभावग्राही हुन नसक्ने देखिएमा सम्बन्धी प्रस्ताव रद्द गर्ने ।
- (ख) प्रतिस्पर्धा अभिवृद्धि गर्न प्राविधिक स्पेसिफिकेसन, मूल्याङ्कनको आधार र बिक्री सम्झौताको शर्तमा हेरफेर वा सुधार गर्न,
- (ग) बोलपत्रदाताबाट पेश भएका विभिन्न विकल्पहरूको उपयुक्तता निर्धारण गर्न मूल्यांकन पद्धति निर्धारण गर्ने ।
- (३.४) उपबुँदा नं (३.३) बमोजिमको कार्य समाप्त भएपछि संस्थानले दोस्रो चरणमा बोलपत्र आह्वान गर्नु पर्नेछ । त्यस्तो बोलपत्र आह्वान गर्दा सोही बुँदा बमोजिम बोलपत्र रद्द नभएका बोलपत्रदातालाई परिमार्जित बोलपत्रसम्बन्धी कागजात अनुरूप मूल्य सहितको बोलपत्र पेश गर्न आह्वान गर्नु पर्नेछ ।
- (३.५) यस बुँदामा लेखिए बाहेक उपबुँदा नं. (३.४) बमोजिम गरिने दोस्रो चरणको बोलपत्र सम्बन्धी कारवाही यसै बोलपत्र कार्यविधिमा उल्लेखित व्यवस्था अनुरूप गर्नु पर्नेछ ।

१५-६ बोलपत्र सम्बन्धी कागजात तयार गर्नुपर्ने

- (१) संस्थानले बोलपत्र आह्वान गर्नु अघि बोलपत्र सम्बन्धी कागजात तयार गर्नुपर्ने छ ।
- (२) उपबुँदा नं.(१) बमोजिमको बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा देहायका कुराहरू उल्लेख गर्नुपर्नेछ ।
- (क) कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्रीको प्रकृति/विज्ञापन समय बिक्रीको प्रकृति, निः शुल्क विज्ञापन समय र बिक्री गर्न लाग्ने समयावधी तथा सोको प्राविधिक स्पेसिफिकेसन ।
- (ख) बोलपत्र पेश गर्ने स्थान, बोलपत्र पेश गर्ने अन्तिम मिति र समय तथा बोलपत्र खोल्ने मिति समय र स्थान ।
- (ग) बोलपत्र मूल्याङ्कन र बोलपत्रदाताको छनौट गर्ने आधार र तरिका ।
- (घ) कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्रीको छुट्टा छुट्टै समुह र प्याकेज बनाई बिक्री गर्नुपर्ने भएमा त्यस्तो समुह र प्याकेज तथा सोको मूल्याङ्कन गर्ने तरिका,

- (ड) प्राविधिक स्पेसिफिकेसनको विकल्पको प्रस्ताव समेत माग गरिएको अवस्थामा त्यस्तो विकल्प मूल्याङ्कन गर्ने तरिका ।
- (च) कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्रीको कुनै अंशको लागि मात्र पनि पेश गर्न पाइने भए त्यस्तो अंश वा अंशहरूको विवरण ।
- (छ) बोलपत्र मान्य हुने अवधि ।
- (ज) बोलपत्र, कार्यसम्पादन वा अन्य आवश्यक कुराको लागि दिनुपर्ने जमानतको रकम, किसिम, मान्य ढाँचा र मान्य अवधि (भेलिडिडि पिपरियड),
- (झ) बोलपत्र जमानत माग भएकोमा सो जमानतको अवधि बोलपत्र मान्य हुने अवधि भन्दा तीस दिन बढी अवधिको हुनुपर्ने बेहोरा,
- (ञ) कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्री, सम्झौताका शर्तहरू र सम्झौता लागु हुने तरिका,
- (ट) स्वार्थ बाझिने (कन्फ्लेक्टस् अफ इन्ट्रेष्ट) भएमा बोलपत्र उपर कारवाही नहुने वा जालसाजी वा भ्रष्टाचार गरेमा हुने कानूनी कारवाही सम्बन्धी जानकारी ।
- (ठ) बोलपत्र सम्बन्धी कारवाही गर्दा गरेको त्रुटी वा निर्णय विरुद्ध पुनरावलोकनका लागि बोलपत्रदाताले निवेदन दिन सक्ने व्यवस्था,
- (ड) समय खरिद गरी कार्यक्रम प्रसारण गर्न चाहने विज्ञापनदाताले प्रस्तावित कार्यक्रमको डमी पेश गर्नु पर्नेछ । संस्थानसँग सह-निर्माण (Joint Production) गरी कार्यक्रम संचालन गर्न चाहने विज्ञापन दाताको हकमा प्रसारण गरिने कार्यक्रमको रूपरेखा पेश गर्नु पर्नेछ ।
- (ढ) प्राविधिक तथा आर्थिक प्रस्ताव (बोल कबोल अंक) एउटै खाममा पेश गर्नु पर्ने छ ।
- (ण) बोलपत्र आह्वानको सूचना बमोजिम बोलपत्र सम्बन्धी कागजात माग गर्ने व्यक्ति, फर्म, कम्पनीलाई र कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्री कारवाहीमा भाग लिन पूर्व योग्यता आवश्यक पर्ने भएमा पूर्व योग्यता हासिल गरी त्यस्तो कागजात माग गर्ने व्यक्ति, फर्म, संस्था वा कम्पनीलाई तोकिए बमोजिमको दस्तुर लिई बोलपत्र सम्बन्धी कागजात उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।

१५-७ बोलपत्र आह्वान

- (१) बोलपत्र वा पूर्व योग्यता निर्धारणको प्रस्ताव आह्वानको सूचना राष्ट्रिय स्तरको दैनिक समाचारपत्रमा प्रकाशन गर्नुपर्ने छ साथै सो सूचना संस्थानको प्रसारण र वेभ साईटमा समेत राख्न सकिनेछ ।
- (२) बोलपत्र वा पूर्व योग्यताको प्रस्ताव आह्वानको सूचनामा देहायका कुराहरू खुलाउनु पर्नेछ ।
- (क) कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्रीको प्रकृति र समय सीमा ।
- (ख) बोलपत्र जमानत आवश्यक पर्ने भए सो रकम
- (ग) बोलपत्र जमानत आवश्यक पर्ने भए बोलपत्रको मान्य अवधि,
- (घ) बोलपत्र सम्बन्धी कागजात वा पूर्व योग्यता सम्बन्धी कागजात पाईने स्थान, प्राप्त गर्ने तरिका, बोलपत्र बापत लाग्ने दस्तुर,
- (ङ) बोलपत्र वा पूर्व योग्यता सम्बन्धी प्रस्ताव पेश गर्ने वा पठाउने स्थान, तरिका, अन्तिम मिति र समय,

- (च) बोलपत्र वा पूर्व योग्यता सम्बन्धी प्रस्ताव खोल्ने मिति, समय, स्थान र बोलपत्र खोल्ने समयमा बोलपत्रदाता वा निजको अधिकार प्राप्त प्रतिनिधिलाई आमन्त्रण गर्ने कुरा र,
- (छ) तोकिए बमोजिमका अन्य कुरा ।
- (३) सूचनाको अवधि : राष्ट्रियस्तरको बोलपत्र वा पूर्व योग्यता निर्धारणको प्रस्ताव आह्वानको सूचनाको हकमा कम्तीमा तीस (३०) दिन र अन्तर्राष्ट्रियस्तरको बोलपत्र वा पूर्व योग्यताको निर्धारणको प्रस्ताव आह्वानको सूचनाको हकमा कम्तीमा पैतालीस (४५) दिनको अवधि दिनु पर्नेछ ।
- (क) बुँदा नं ३ अनुसार बोलपत्र आव्हान गर्दा कुनै पनि बोलपत्र नपरेमा त्यस्ता बोलपत्रका लागि सात (७) दिनको सूचना दिई पुनः बोलपत्र आव्हान गर्न सकिनेछ ।

(४) **विशेष परिस्थितिमा बोलपत्रको म्याद घटाउन व्यवस्था**

बुँदा नं. १५ को उपबुँदा नं. ७ (३) मा तोकिए बमोजिमको म्याद दिई कार्यक्रम प्रायोजन, समय विक्री र विज्ञापन समय विक्री गर्न बोलपत्र आव्हान गरी विक्री गर्न नभ्याउने र तत्कालै विक्री नगर्दा संस्थानको आमदानीमा प्रतिकूल असर पर्न सक्ने विशेष परिस्थिति पर्न आएमा सो कुराको स्पष्ट कारण खुलाई समिति समक्ष पेश गरी समितिको स्वीकृति लिई बोलपत्रको म्याद औचित्य हेरी घटाउन सकिनेछ । यसरी म्याद घटाउदा कम्तीमा ७ दिनको म्याद दिईनु पर्नेछ । तर प्रकाशित भईसकेको बोलपत्रको म्याद घटाउन पाइने छैन ।

- (५) बोलपत्रको भाषा : पूर्व योग्यता सम्बन्धी कागजात, बोलपत्र सम्बन्धी कागजात, प्रस्ताव आह्वान सम्बन्धी कागजात पूर्व योग्यता, बोलपत्र वा प्रस्ताव आह्वानको सूचना र विक्री सम्भौता सम्भव भए सम्म नेपाली भाषामा र सम्भव नभए अंग्रेजी भाषामा तयार गर्नु पर्नेछ ।
- (६) कार्यक्रम प्रायोजनका लागि कार्यक्रमको डमी बोलपत्रदाता आफैँ वा निजको प्रतिनिधि वा विज्ञापनदातालाई अवलोकन गर्न /गराउन सकिने छ ।
- (७) बोलपत्र आह्वान गर्दा न्युनतम रकम खुलाउनु पर्नेछ ।
- (८) बोलपत्र आह्वान गर्दा कबोल रकमको २.५ (दुई दशमलव पाँच) प्रतिशत धरौटी रकम तोक्नु पर्नेछ ।

१५-८ बोलपत्र सम्बन्धी कागजात स्वीकृत गर्नुपर्ने

बोलपत्र सम्बन्धी कागजात, प्रस्ताव आह्वान सम्बन्धी कागजात र न्युनतम मूल्य सम्बन्धी कागजात तयार भएपछि त्यस्तो कागजात प्रादेशिक च्यानलको हकमा पचिसलाख सम्म प्रादेशिक कार्यालय प्रमुखले तथा एक करोड सम्म केन्द्रीय कार्यालय प्रमुखले र सो भन्दा बढी रकमको समितिले स्वीकृत गर्नेछ ।

१५-९ बोलपत्र सम्बन्धी दस्तुर

बोलपत्र सम्बन्धी कागजात खरिद गर्न चाहने ईच्छुक व्यक्ति, फर्म, संस्था वा कम्पनीले महाप्रबन्धक वा नीजले तोकेको कर्मचारीको दस्तखत र कार्यालयको छाप लागेको बोलपत्र सम्बन्धी कागजात देहाय बमोजिमको दस्तुर तिरी लिनु पर्नेछ :

- (क) वार्षिक साठीलाख रुपैयां सम्मको लागि रु.१,०००।- (एकहजार रुपैया)
- (ख) साठीलाख रुपैयां भन्दा माथि छ करोड रुपैया सम्म को लागि रु.३,०००।- (तीनहजार रुपैया)
- (ग) छ करोड रुपैयां भन्दा माथि दश करोड रुपैयां सम्म को लागि रु.५,०००।- (पाँचहजार रुपैया)
- (घ) दशकरोड रुपैयां भन्दा माथि पचिस करोड रुपैयां सम्म को लागि रु.६,०००।- (छ हजार रुपैया)

(ड) पच्चिस करोड रुपैयां भन्दा माथि जतिसुकै रुपैया सम्म को लागि रु.१०,०००।- (दशहजार रुपैया ।

१५-१० बोलपत्र जमानत

- (१) बोलपत्रदाताले बोलपत्रका साथ आफूले बोलपत्रमा कबोल गरेको रकमको कम्तीमा दुइ दशमलव पाँच (२.५) प्रतिशतले हुन आउने रकममा नघटाई संस्थानको धरौटी खातामा रकम जम्मा गरेको सक्कलै भौचर वा बोलपत्रको मान्य अवधि भन्दा कम्तीमा तीस (३०) दिन बढी अवधिको बाणिज्य बैंकले जारी गरेको सो रकम बराबरको बोलपत्र जमानत पेश गर्नुपर्ने छ ।
- (२) विदेशी बैंकले जारी गरेको बोलपत्र जमानत नेपाल भित्रको बाणिज्य बैंकले प्रति-प्रत्याभूती (काउन्टर ग्यारेन्टी) गरेको हुनुपर्नेछ ।
- (३) कुनैबोलपत्रदाताको बोलपत्र जमानत जफत भएको अवस्थामा निजले राखेको जमानत रकम संस्थानले आफूलाई भुक्तानी गर्न त्यस्तो जमानत जारी गर्ने बैंक समक्ष जमानत मान्य रहने अवधि भित्र दावी गर्नु पर्नेछ ।

१५-११ बोलपत्र मान्य हुने अवधि

बोलपत्र सम्बन्धी कागजात वा प्रस्ताव आह्वान सम्बन्धी कागजातमा बोलपत्र प्रस्तावको मान्य हुने अवधि बढीमा नब्बे (९०) दिन सम्म रहनेछ ।

१५-१२ दर्ता किताव राख्नु पर्ने र भरपाई दिनुपर्ने

संस्थानले पूर्व योग्यता सम्बन्धी कागजात, बोलपत्र सम्बन्धी कागजात प्रस्तावको विक्री र दर्ता अभिलेख छुट्टा छुट्टै राख्नु पर्नेछ । बोलपत्र दाताले तोकीएको म्याद भित्र प्रस्ताव पेश गर्न ल्याएमा संस्थानले बुझि लिई निजलाई मिति र समय खोलेको भरपाई दिनु पर्नेछ ।

१५-१३ बोलपत्र फिर्ता वा संशोधन

- (१) बोलपत्रदाता वा प्रस्तावदाताले आफूले पेश गरेको बोलपत्र प्रस्ताव फिर्ता लिन वा संशोधन गर्न चाहेमा एक पटकका लागि सो सम्बन्धी छुट्टै खाममा सिलवन्दी गरी त्यस्तो खामको बाहिरी भागमा देहायको कुरा उल्लेख गरी बोलपत्र पेश गर्ने अन्तिम समय भित्रै पेश गर्नुपर्नेछ ।
 - (क) बोलपत्र प्रस्तावको विषय,
 - (ख) संस्थानको नाम र ठेगाना,
 - (ग) बोलपत्र प्रस्ताव संशोधन गरिएको वा फिर्ता माग गरिएको विषय र
 - (घ) बोलपत्र प्रस्ताव खोल्ने दिन र समयमा मात्र खोल्नुपर्ने बेहोरा ।
- (२) उपबुँदा नं. (१) बमोजिमको सिलवन्दी खाम प्राप्त हुन आएमा सुरक्षित राखी बोलपत्र खोल्ने दिन मात्र खोल्नुपर्नेछ ।

१५-१४ बोलपत्र खरिद गर्ने, पेश गर्ने र खोल्ने अवधि

- (१) (क) बोलपत्र आह्वानको लागि १५-७(३) मा उल्लेख गरे बमोजिम म्याद भित्र कार्यालय समय सम्ममा बोलपत्र फारम खरिद गर्न सकिनेछ । बोलपत्र फारम खरिद गर्ने अन्तिम दिन सार्वजनिक विदा परेमा त्यसपछि कार्यालय खुलेको पहिलो दिनको कार्यालय समयसम्म खरिद गर्न सकिनेछ ।

- (ख) बोलपत्र खरिद गर्न पाउने अन्तिम दिनको भोलिपल्ट बोलपत्र आह्वानको लागि प्रकाशित सूचनामा उल्लेखित समय सम्म र स्थानमा बोलपत्र दर्ता गरिसक्नु पर्नेछ । सिलबन्दी गोप्य प्रस्ताव दर्ता गर्ने अन्तिम दिन सार्वजनिक विदा परेमा त्यसपछि कार्यालय खुलेको पहिलो दिन तोकिएको समयसम्ममा प्रस्ताव दर्ता तथा बोलपत्र खोल्ने काम गरिनेछ ।
- (ग) तोकिएको म्याद भित्र एक मात्र बोलपत्र प्रस्ताव प्राप्त भएको अवस्थामा उक्त बोलपत्र प्रस्ताव खोल्न सकिनेछ ।
- (२) बोलपत्र दर्ता गरिसक्नु पर्ने अन्तिम दिन र समयको लगत्तै बोलपत्रदाता वा निजको प्रतिनिधिको रोहवरमा बोलपत्र खोल्नुपर्ने छ तर बोलपत्रदाता वा निजको प्रतिनिधि उपस्थित नभएको कारणले मात्र बोलपत्र खोल्न बाधा पर्नेछैन ।
- (३) बोलपत्र खोल्नु अघि म्याद नाघी प्राप्त हुन आएको बोलपत्रको खाम, बोलपत्र फिर्ता वा संशोधन गर्नको लागि दिइएको खाम र रीत पूर्वक दर्ता भएका बोलपत्रको खामलाई छुट्टयाई म्याद नाघी प्राप्त हुन आएका बोलपत्र नखोली सम्बन्धित बोलपत्रदातालाई फिर्ता गर्नु पर्नेछ । यसरी फिर्ता गर्दा सोको व्यहोरा, मिति र समय समेत खुलाई बिक्री कारवाहीको प्रतिवेदन तयार गर्नु पर्नेछ ।
- (४) बोलपत्र फिर्ता गरेपछि बोलपत्रदाताले फिर्ता गर्न मागेको बोलपत्रको खाम खोली त्यस्तो बोलपत्रदाताको नाम पढेर सुनाउनु पर्नेछ र त्यस पछि बोलपत्र संशोधन गर्नको लागि दिइएका सबै खाम खोली त्यस्ता खामभित्र रहेको बेहोरा पढेर सुनाउनु पर्नेछ ।
- (५) उपबुँदा नं.(४) बमोजिमको बेहोरा पढिसकेपछि दाखिला भएका बोलपत्र क्रमैसंग खोली त्यस्तो बोलपत्रको देहायको कुरा पढेर सुनाई सो को मुचुल्का तयार गर्नु पर्नेछ र त्यस्तो मुचुल्कामा उपस्थित बोलपत्रदाता वा निजको प्रतिनिधिको दस्तखत गराउनु पर्नेछ : -
- (क) बोलपत्रदाताको नाम र ठेगाना,
- (ख) बोलपत्रको कबोल अंक र प्रत्येक एकाइ दर रेट,
- (ग) बोलपत्रमा कुनै रकम थप दिन प्रस्ताव गरिएको भए सो को बेहोरा,
- (घ) प्रसारण गरिने कार्यक्रमको डमी वा कार्यक्रमको रुपरेखा सिलबन्दी खाम भित्र पेश भए वा नभएको व्यहोरा र प्राविधिक स्पेसिफिकेसनको विकल्प प्रस्ताव गरिएको भए सोको कबोलअंक,
- (ङ) बोलपत्रमा बोलपत्र जमानत भए वा नभएको,
- (च) अंक र अक्षरका बीच भिन्नता भए सो भिन्नताको विवरण,
- (छ) बोलपत्र फारममा बोलपत्रदाता वा निजको प्रतिनिधिको हस्ताक्षर भए वा नभएको,
- (ज) बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा सच्याईएको वा केरमेट गरेकोमा केरमेट गरी उल्लेख गरेको रकममा दस्तखत गरे वा नगरेको,
- (झ) बोलपत्र फारममा बोलपत्रदाताले कुनै कैफियत उल्लेख गरेको भए सोको व्यहोरा र दररेट विवरण माग गरेको भए सोको विवरण र ,
- (ञ) उपयुक्त ठानेको अन्य आवश्यक कुरा ।

(६) यस बोलपत्र कार्यविधि अनुसार बोलपत्र खोल्दाको समयमा बोलपत्र स्वीकृत वा अस्वीकृत गर्ने निर्णय गर्न सकिने छैन ।

१५-१५ बोलपत्र परीक्षण

- (१) बुँदा नं १५-१४ बमोजिम खोलेको बोलपत्र, बोलपत्र मूल्याङ्कन समितिमा पेश गर्नु पर्नेछ ।
- (२) बुँदा नं.१५-१४(१) बमोजिम पेश भएको बोलपत्र मूल्याङ्कन गर्नु अघि सो समितिले देहायका कुराहरु निक्कौल गर्न बोलपत्रको परीक्षण गर्नु पर्नेछ : -
- (क) बोलपत्रदाता बोलपत्र पेश गर्न कानून बमोजिम योग्य भएको पुष्ट्याई गर्ने कागजातहरु पेश भएको वा नभएको,
- (ख) बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा बोलपत्रदातालाई दिईएको निर्देशन अनुरूप बोलपत्र पूर्ण भएको वा नभएको वा निजको अधिकार प्राप्त प्रतिनिधिको सहिछाप भए वा नभएको,
- (ग) बोलपत्र साथ जमानत पेश गर्नु पर्ने भए बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेख भए बमोजिमको किसिम, अवधि र रकमको जमानत सम्लग्न भए वा नभएको ।
- (घ) बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेखित प्राविधिक स्पेसिफिकेसन र सोही कागजातमा सम्लग्न बिक्री सम्झौताका शर्त अनुरूप बोलपत्र सारभूत रुपमा प्रभावग्राही भए वा नभएको ।
- (ङ) बोलपत्रदाता व्यक्तिगत रुपमा वा संयुक्त उपक्रमको (ज्वाइन्ट भेन्चर) साभेदारको रुपमा एक भन्दा बढी बोलपत्रमा सम्लग्न भए वा नभएको,
- (च) बोलपत्रदाता कालोसूचीमा रहेको वा नरहेको,
- (छ) संस्थानबाट विक्री भएको बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा बोलपत्र पेश भएको वा नभएको,
- (ज) सम्बन्धीत व्यक्ति, फर्म, संस्था वा कम्पनी आफैले खरिद गरेको बोलपत्र सम्बन्धी कागजात पेश गरे वा नगरेको,
- (झ) बोलपत्र परीक्षण गर्दा कुनै अंकगणितीय त्रुटि पाइएमा त्यस्तो त्रुटी सच्याउन सक्नेछ र त्यस्तो त्रुटी सच्याउँदा एकाई दर र कुल रकममा भिन्नता भएमा एकाइ दर मान्य हुनेछ र सोही दर बमोजिम कुल रकम सच्याउनु पर्नेछ ।
- (ञ) बोलपत्रदाताले बोलपत्रमा उल्लेख गरेको रकम अंक र अक्षरमा फरक परेमा अक्षरमा लेखेको रकम मान्य हुनेछ, ।
- (ट) खण्ड (झ) र (ञ) बमोजिम त्रुटी सच्याइएकोमा त्यसरी त्रुटी सच्याइएको जानकारी सम्बन्धित बोलपत्रदातालाई दिनु पर्नेछ ।
- (३) उपबुँदा नं. (२) को खण्ड (ख) बमोजिम बोलपत्रको पूर्णताको परीक्षण गर्दा देहायको कुराहरुको परीक्षण गर्नु पर्नेछ : -
- (क) बोलपत्रदाताको अधिकार प्राप्त प्रतिनिधि वा स्थानीय एजेन्टलाई दिएको अख्तियारनामाको कागजात पेश भए वा नभएको,
- (ख) संयुक्त उपक्रम (ज्वाइन्ट भेन्चर) सम्बन्धी सम्झौता आवश्यक भए सो पेश भएको वा नभएको,

- (ग) बोलपत्रदाताले उल्लेख गरेको कार्यक्रमको डमी पेश भए वा नभएको,
- (घ) बोलपत्रदाताको योग्यता सम्बन्धी आवश्यक कागजात पेश भए वा नभएको,
- (ङ) बोलपत्र कागजात बमोजिम दर विश्लेषण पेश गर्नुपर्ने भए त्यस्तो दर विश्लेषण पेश भए वा नभएको,
- (४) संस्थानले यस बोलपत्र कार्यविधि बमोजिम बोलपत्रको परीक्षण गर्ने शिलसिलामा बोलपत्रदातासंग आवश्यक जानकारी माग गर्न सक्नेछ र त्यसरी जानकारी दिँदा बोलपत्रको मूल्य वा अन्य सारभूत कुरा परिवर्तन वा हेरफेर गर्न सकिने छैन ।
- (५) पूर्वयोग्यता निर्धारण भई आह्वान भएको बोलपत्र परीक्षण गर्दा बोलपत्रदाताको योग्यता पूर्वयोग्यता बमोजिम छ वा छैन सो परीक्षण गर्नु पर्नेछ । योग्यता परीक्षण गर्दा पूर्व योग्यता अनुरूपको योग्यता घटी भएको पाइएमा त्यस्तो बोलपत्रदाताको बोलपत्र रद्द गर्नु पर्नेछ ।

१५-१६ बोलपत्र उपर कारवाही नहुने:

देहायको रीत नपुगेको बोलपत्र उपर कारवाही गरिने छैन: -

- (क) शिलवन्दी भई नआएको,
- (ख) म्याद भित्र पेश हुन नआएको,
- (ग) बुँदा नं.१५-१३ बमोजिम फिर्ता लिएको बोलपत्र,
- (घ) बोलपत्र दिनेको सही छाप भइ नआएको वा केरमेट भएको ठाँउमा प्रमाणित भई नआएको,
- (ङ) यस बोलपत्र कार्यविधिमा अन्यत्र जुनसुकै कुरा लेखिएको भएतापनि कुनै बोलपत्रदाताले आपसमा मिलेमतो गरी बोलपत्र दाखिला गरेको पाइएमा,
- (च) योग्यता परीक्षण गर्दा पूर्व योग्यता अनुरूपको योग्यता सारभूत रुपमा घटि भएको पाइएमा ।
- (छ) बुँदा नं १५-१५ बमोजिम नभएको ।

१५-१७ बोलपत्र सेवाशर्त (TOR) तथा दररेट निर्धारण समिति

(१) पूर्व योग्यताको प्रस्ताव, बोलपत्र प्रस्ताव वा शिलवन्दी दरभाउपत्रको आधारपत्र तयार र न्युनतम मुल्य सिफारिस गर्न निम्नानुसार बोलपत्र सेवा शर्त (TOR) तथा दररेट निर्धारण समिति रहने छ ।

- (क) व्यापार हेर्ने नायव महाप्रबन्धक - संयोजक
 - (ख) व्यापार महाशाखा प्रमुख - सदस्य
 - (ग) कानून अधिकृत/कानूनी सल्लाहकार - सदस्य
 - (घ) आयलेखा शाखा प्रमुख - सदस्य
 - (ङ) प्रतिनिधि, आधिकारीक कर्मचारी संघ, नेपाल टेलिभिजन - सदस्य
 - (च) विषयसँग सम्बन्धित च्यानल/महाशाखा प्रमुख - आमन्त्रीत सदस्य
 - (छ) प्रबर्द्धन शाखा प्रमुख - सदस्य सचिव
- प्रादेशिक च्यानलको हकमा निम्नानुसार बोलपत्र सेवा शर्त (TOR) तथा दररेट निर्धारण समिति रहने छ
- (क) प्रादेशिक कार्यालय प्रमुख वा निजले तोकेको वरिष्ठतम अधिकृत - संयोजक
 - (ख) लेखा शाखा प्रमुख - सदस्य
 - (ग) विषयसँग सम्बन्धित कार्यक्रम/समाचार प्रमुख - आमन्त्रीत सदस्य
 - (घ) कानूनसँग सम्बन्धीत विशेषज्ञ - सदस्य

- (ड) ब्यापार शाखा/इकाई प्रमुख - सदस्य सचिव
- (२) आवश्यकता अनुसार समयानुकूल रेटकार्डमा परिमार्जन गर्नु परेमा यस समितिले सिफारिस गर्नेछ ।
- (३) यस समितिले सम्बन्धित क्षेत्रको विषयसँग सम्बन्धित विशेषज्ञलाई आफ्नो बैठकमा आमन्त्रण गर्न सक्नेछ ।
- (४) यस समितिले आफ्नो कार्यविधि आफै निर्धारण गर्नेछ ।
- (५) यस समितिले यस निर्देशिकामा उल्लेख भए बमोजिम महाप्रबन्धक समक्ष प्रतिवेदन पेश गर्नुपर्नेछ ।
- (६) यस समितिको बैठक भत्ता संचालक समितिले तोके बमोजिम हुनेछ ।

१५-१८ बोलपत्र मूल्यांकन

१५- १८(क) बोलपत्र मूल्यांकन समिति:

(१) प्राप्त हुन आएका पूर्व योग्यताको प्रस्ताव, बोलपत्र प्रस्ताव वा शिलवन्दी दरभाउपत्रको मूल्यांकन गरी सारभूत रूपमा प्रभावग्राही बोलपत्रदातालाई छनौटका लागि सिफारिस गर्न निम्नानुसार बोलपत्र मूल्यांकन समिति गठन गर्नुपर्ने छ ।

- (क) कार्यालय प्रमुख वा निजले तोकेको वरिष्ठ अधिकृत - संयोजक
- (ख) आर्थिक प्रशासन महाशाखा प्रमुख - सदस्य
- (ग) ब्यापार महाशाखा प्रमुख - सदस्य
- (घ) कानून अधिकृत/कानूनी सल्लाहकार - सदस्य
- (ङ) विषयसंग सम्बन्धीत च्यानल/ महाशाखा प्रमुख - आमन्त्रीत सदस्य
- (च) प्रबर्द्धन शाखा प्रमुख - सदस्य सचिव

प्रादेशिक च्यानलको हकमा निम्नानुसार बोलपत्र मूल्यांकन समिति गठन गर्नुपर्ने छ ।

- क) प्रादेशिक कार्यालय प्रमुख वा निजले तोकेको वरिष्ठतम अधिकृत - संयोजक
 - (ख) लेखा शाखा प्रमुख - सदस्य
 - (ग) विषयसँग सम्बन्धित कार्यक्रम/समाचार प्रमुख - आमन्त्रीत सदस्य
 - (घ) कानूनसंग सम्बन्धीत विशेषज्ञ - सदस्य
 - (ङ) ब्यापार शाखा/इकाई प्रमुख - सदस्य सचिव
- यस समितिको बैठक भत्ता संचालक समितिले तोके बमोजिम हुनेछ ।

- (२) यस समितिले महाप्रबन्धकको स्वीकृति लिई सम्बन्धित क्षेत्रको विषयसंग सम्बन्धित विशेषज्ञलाई आफ्नो बैठकमा आमन्त्रण गर्न सक्नेछ ।
 - (३) यस समितिले दरभाउ पत्र, बोलपत्र वा प्रस्ताव मूल्यांकन गर्ने काममा आफुलाई सहयोग गर्न उपसमिति गठन गर्न सक्नेछ ।
 - (४) यस समितिले यस निर्देशिकामा उल्लेख भए बमोजिम स्वीकृतिका लागि अधिकार प्राप्त अधिकारी समक्ष मूल्यांकन प्रतिवेदन पेश गर्नु पर्नेछ ।
१. (क) बुँदा नं.१५-१६ बमोजिम कारवाही नहुने भनी छुट्टयाइएका बोलपत्र बाहेक दाखिला भएका अन्य बोलपत्र मूल्यांकनको लागि समावेश गर्नु पर्नेछ ।
- (ख) बोलपत्र अस्वीकार गर्नु नपर्ने गरी प्राविधिक स्पेसिफिकेसन, विवरण, विशेषता आदी जस्ता कुराहरुमा साना तिना फरक पाइएमा सम्भव भएसम्म सोको मूल्य निकाली बोलपत्र मूल्यांकन गर्दा समावेश गर्नु पर्नेछ ।

स्पष्टीकरण : यस निर्देशिकाको लागि प्रयोजनका लागि “सानातिना फरक” भन्नाले बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेखित प्राविधिक स्पेसिफिकेसन, विवरण आदी जस्ता कुरासँग तात्वीक रुपमा भिन्न नहुने फरक सम्भक्तु पर्छ ।

- (ग) पूर्व योग्यता निर्धारण गरी बोलपत्र आह्वान गरिएको अवस्थामा पूर्व योग्य भएका बोलपत्रदाता बाहेक अन्य बोलपत्रदाताबाट प्राप्त बोलपत्रलाई खण्ड (क) बमोजिम हुने मूल्याङ्कनमा समावेश गरिने छैन ।
- (घ) बोलपत्रको मूल्याङ्कन बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेख भएको आधार र तरिका अनुसार गर्नु पर्नेछ र त्यसरी मूल्याङ्कन गर्दा प्रत्येक बोलपत्रको मूल्याङ्कित रकम अर्को बोलपत्रको मूल्याङ्कित रकमसंग तुलना गरी अधिकतम बोल अंक कबोल गर्ने बोलपत्र निर्धारण गर्नु पर्नेछ ।
- (ङ) खण्ड (ग) बमोजिम अधिकतम बोल अंक कबोल गर्ने बोलपत्रको बोलपत्रदाताको योग्यता बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेखित योग्यता मूल्याङ्कनका आधार अनुरूप भए नभएको जाँच गर्नु पर्नेछ ।
- (च) खण्ड (ग) बमोजिम अधिकतम बोल अंक कबोल गर्ने बोलपत्रको योग्यता खण्ड (घ) बमोजिम जाँच गर्दा बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेखित योग्यता मूल्याङ्कनका आधार अनुरूप भएको पाइएमा त्यस्तो बोलपत्र अधिकतम मूल्याङ्कित सारभूत रुपमा प्रभावग्राही बोलपत्र मानिनेछ । यसरी जाँच गर्दा त्यस्तो बोलपत्रदाताको योग्यता बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेखित मूल्याङ्कनका आधार अनुरूप भएको नपाइएमा निजको बोलपत्र मूल्याङ्कनबाट हटाइ क्रमशः अर्को अधिकतम बोल अंक कबोल गर्ने बोलपत्रदाताको योग्यता जाँची सोही आधारमा गर्नु पर्नेछ ।
- (ज) मूल्याङ्कन समितिले खण्ड (ङ) बमोजिम अधिकतम मूल्याङ्कित सारभूत रुपमा प्रभावग्राही बोलपत्रको मूल्याङ्कनको आधार र तरिका समेत खुल्ने गरी मूल्याङ्कन प्रतिवेदन तयार गरी महाप्रबन्धक समक्ष पेश गर्नुपर्नेछ ।

(२) बोलपत्रको प्राविधिक पक्षको मूल्याङ्कन

बोलपत्र मूल्याङ्कन समितिले बोलपत्रको प्राविधिक पक्षको मूल्याङ्कन गर्दा देहायको कुराको मूल्याङ्कन गर्नुपर्नेछ :-

- (क) कार्यक्रम निर्माणको प्राविधिक क्षमता, अनुभव, विश्वस्नीयता, कार्यक्रमको डमी,
- (ख) तोकीएको कार्यक्रमको प्रकृति, गुणस्तर र कार्यसञ्चालन तथा कार्यसम्पादन (अपरेटिङ एण्ड पर्फरमेन्स) विशेषताहरु,
- (ग) खण्ड (क), र (ख) बमोजिम मूल्याङ्कन गर्दा बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेखित कुरा र बोलपत्रदाताले बोलपत्रमा उल्लेख गरेको कुरामा कुनै भिन्नता पाइएमा मूल्याङ्कन समितिले सो भिन्नता समेत उल्लेख गर्नु पर्नेछ ।
- (घ) खण्ड (ग) बमोजिम भिन्नताको मूल्य बोलपत्र सम्बन्धि कागजातमा उल्लेख भए बमोजिमको आधार र तरिका बमोजिम गणना गरी कायम गर्नु पर्नेछ ।

(३) बोलपत्रको आर्थिक तथा व्यापारिक पक्षको मूल्याङ्कन :

उपवृद्धा (२) बमोजिम बोलपत्रको प्राविधिक पक्षको मूल्याङ्कन भएपछि मूल्याङ्कन समितिले त्यस्तो बोलपत्रको आर्थिक तथा व्यापारिक पक्षको मूल्याङ्कन गर्दा देहाय बमोजिमको कुरा मूल्याङ्कन गर्नुपर्नेछ:-

- (क) बोलपत्र शर्त, शशुल्क तोकिएको अवधि, कार्यक्रम प्रायोजन, समय बिक्री, विज्ञापन समय बिक्री वा अन्य सेवा सम्पन्न गर्ने अवधि,
- (ख) प्रत्याभुती सम्बन्धी बोलपत्रदाताको दायित्व,
- (ग) बोलपत्रदाताले पुरा गर्नुपर्ने दायित्व,
- (घ) बोलपत्रदाताले प्रस्तावित प्रायोजन /समय बिक्री/ विज्ञापन समय बिक्री सम्झौतामा अन्य कुनै शर्त थप गरेको भए त्यस्तो शर्त ,
- (ङ) उपबुँदा (३) को खण्ड (क), (ख), (ग), (घ), बमोजिम मूल्याङ्कन गर्दा बोलपत्र सम्बन्धी कागजातमा उल्लेखित कुरा र बोलपत्रदाताले बोलपत्रमा उल्लेख गरेको कुरा जाँच गरी कुनै भिन्नता पाइएमा मूल्याङ्कन समितिले सो भिन्नता समेत उल्लेख गर्नु पर्नेछ । भिन्नताको मूल्य कायम गर्दा बोलपत्र सम्बन्धि कागजातमा उल्लेख भए बमोजिमको आधार र तरिका बमोजिम गणना गरी कायम गर्नुपर्नेछ ।

१५-१९ प्रतिवेदन पेश गर्नु पर्ने

बोलपत्र मूल्याङ्कन समितिले बुँदा नं. १५-१८ बमोजिम गरेको परीक्षण तथा मूल्याङ्कनको विस्तृत विश्लेषण र देहायका कुरा खुलाई सो को प्रतिवेदन तयार गर्नु पर्नेछ र सो प्रतिवेदन मूल्याङ्कन कार्य सुरु गरेको मितिले पन्ध्र दिन भित्रमा पेश गर्नु पर्नेछ ।

- (क) बोलपत्रदाताको नाम र ठेगाना,
- (ख) बोलपत्रदाताको कुल कबोल रकम र मुद्रा,
- (ग) बुँदा नं.१५-१५ उपबुँदा (२) को खण्ड (भ) र (ज) बमोजिम त्रुटी सच्याईको भए त्यस्तो त्रुटी सच्चाइ भएको कुल रकम र मुद्रा,
- (घ) बोलपत्र दाताले कुनै थप रकम दिन प्रस्ताव गरेको कुरा आर्थिक प्रस्ताव खोलेको मुचुल्कामा उल्लेख भएको भए मूल्याङ्कन समितिले त्यसरी थप दिन प्रस्ताव गरेको रकम समायोजन गरेको कुरा,
- (ङ) बुँदा नं. १५-१५ को उपबुँदा नं. २, ३,४,५ बमोजिम परीक्षण गर्दा पाइएका आधारहरु,
- (च) अधिकतम मूल्याङ्कित सारभूत रुपमा प्रभावग्राही बोलपत्रको मूल्याङ्कनको आधार र तरिका,

१५-२० बोलपत्र अस्वीकृत गर्ने वा बिक्री कारवाही रद्द गर्ने

- (१) देहायको अवस्थामा सम्पूर्ण बोलपत्र अस्वीकृत गर्न वा बिक्री कारवाही रद्द गर्न सकिनेछ ।
- (क) निर्देशन नं. १५-१५ बमोजिम सारभूत रुपमा प्रभावग्राही नभएमा,
- (ख) अधिकतम मूल्याङ्कित सारभूतरुपमा प्रभावग्राही बोलपत्रको बोल अंक बोलपत्रमा कायम न्यूनतम रकम भन्दा सारभूत रुपमा कम भएमा,
- (ग) कार्यक्रमको तोकिएको प्रकृति र ढाँचा अनुसार नभएमा वा सेवा आवश्यक नभएमा ।
- (२) उपबुँदा नं. (१) मा जुनसुकै कुरा लेखिएको भएतापनि केही बोलपत्रहरु वा एउटा मात्र बोलपत्र सारभूत रुपमा प्रभावग्राही भएको कारणले मात्र बोलपत्र अस्वीकृत गर्न वा पुनः बोलपत्र आह्वान गर्न सकिने छैन ।

- (३) उपबुँदा नं. (१) बमोजिम बोलपत्र अस्वीकृत भएको वा विक्री कारवाही रद्द भएको कारण सहितको सूचना सबै बोलपत्रदातालाई दिनु पर्नेछ ।
- (४) उपबुँदा नं. (३) बमोजिम सूचना दिएको तीस (३०) दिन भित्र कुनै बोलपत्रदाताले सबै बोलपत्र अस्वीकृत भएको वा विक्री कारवाही रद्द भएको कारणको जानकारी माग गरेमा निजलाई त्यस्तो जानकारी दिनु पर्नेछ ।
- (५) बोलपत्र आह्वान गर्दा कुनै बोलपत्र नपरी वा उपबुँदा नं. (१) बमोजिम सम्पूर्ण बोलपत्र अस्वीकृत वा विक्री कारवाही रद्द भई पुन बोलपत्र आह्वान गर्दा त्यसरी बोलपत्र अस्वीकृत वा विक्री कारवाही रद्द हुनाको कारणको समिक्षा गरी आवश्यकता अनुसार बोलपत्र सम्बन्धी कागजात, प्राविधिक स्पेसिफिकेसन, बोलपत्रको न्युनतम रकम तथा विक्री सम्झौताका शर्तहरूमा हेरफेर समेत गर्नु पर्नेछ ।
- (६) यस बोलपत्र कार्यविधिमा जुनसुकै कुरा लेखिएको भएतापनि कुनै बोलपत्रदाताले आपसमा मिलोमतो गरी बोलपत्र दाखिला गरेको प्रमाणित भएमा त्यस्ता बोलपत्रहरू रद्द हुनेछन् ।

१५-२१ बोलपत्र स्वीकृति र विक्री सम्झौता

- (१) संस्थानले बुँदा नं. १५-१८ बमोजिम अधिकतम मूल्याङ्कित सारभूतरूपमा प्रभावग्राही बोलपत्र मात्र स्वीकृतिको लागि छनौट गर्नुपर्नेछ ।
- (२) उपबुँदा नं. (१) बमोजिम बोलपत्र छनौट भएको सात (७) दिन भित्र सम्बन्धित बोलपत्रदातालाई निजको बोलपत्र स्वीकृत गर्ने आशयको सूचना दिनुपर्नेछ । यसरी छनौट भएको बोलपत्रको बोलपत्रदाताको नाम, ठेगाना र रकमको जानकारी संस्थानको सूचना पाटीमा टाँस गरिनेछ ।
- (३) देहायको रकमको बोलपत्र स्वीकृत गर्ने अधिकार देहायका अधिकारीलाई हुनेछ ।
- (क) प्रादेशिक च्यानलको हकमा पच्चिस लाख रुपैया सम्म प्रादेशिक कार्यालय प्रमुखबाट र एक करोड रुपैया सम्म केन्द्रीय कार्यालय प्रमुखबाट ।
- (ख) एक करोड रुपैया भन्दा माथि संस्थानको सञ्चालक समितिबाट ।
- (४) उपबुँदा नं.(२) बमोजिम सूचना दिइएको सात (७) दिनको अवधिभित्र कुनै बोलपत्रदाताले निर्णयको पुनरावलोकनको लागि निवेदन नगरेमा उपबुँदा नं.(१) बमोजिम छनौट भएको बोलपत्रदाताको बोलपत्र स्वीकृत गरी निजलाई सात दिन भित्र विक्री सम्झौता गर्नको लागि कार्यसम्पादन जमानत दाखिला गर्न सूचना दिनुपर्नेछ ।
- (५) उपबुँदा नं. (४) को अवधि भित्र सम्बन्धित बोलपत्रदाताले कार्य सम्पादन जमानत वा धरौटी दाखिला गरी विक्री सम्झौता गर्नुपर्नेछ ।
- (६) उपबुँदा नं. (४) को अवधिभित्र कार्यसम्पादन जमानत दाखिला गरी बोलपत्रदाता सम्झौता गर्न नआएमा निजको बोलपत्रको जमानत रकम जफत गरी सो भन्दा लगत्तै पछिल्लो अर्को अधिकतम मूल्याङ्कित सारभूतरूपमा प्रभावग्राही बोलपत्रदाताको बोलपत्र स्वीकृत गरी सम्झौता गर्नुपर्नेछ ।
- (७) उपबुँदा नं. (६) बमोजिमको बोलपत्रदाता पनि कार्यसम्पादन जमानत दाखिलागरी विक्री सम्झौता गर्न नआएमा त्यसपछिको अधिकतम मूल्याङ्कित सारभूतरूपमा प्रभावग्राही बोलपत्रदाताको बोलपत्र क्रमशः स्वीकृत गरी निजलाई यस निर्देशिका बमोजिम विक्री सम्झौता गर्न सूचना दिनुपर्नेछ ।

- (८) उपबुँदा नं. (२) बमोजिमको सूचना दिएको तीस (३०) दिनभित्र बोलपत्र अस्वीकृत भएको कुनै बोलपत्रदाताले निजको बोलपत्र अस्वीकृत भएको कारणको जानकारी माग गरेमा निजलाई त्यस्तो जानकारी दिनुपर्नेछ ।
- (९) यस निर्देशिका बमोजिम फुटकर बिक्री बाहेक अन्य बिक्री गर्दा बिक्री सम्झौता गर्नुपर्नेछ ।
- (१०) उपबुँदा नं. (९) बमोजिमको बिक्री सम्झौतामा बोलपत्र सम्बन्धी कागजात, प्रस्ताव सम्बन्धी कागजात वा सिलबन्दी दरभाउ सम्बन्धी फारममा उल्लेखित शर्तहरू समावेश गर्नुपर्नेछ, र त्यस्ता शर्तहरू सम्झौताको प्रकृतिअनुसार देहाय बमोजिम हुनसक्नेछन् ।
- (क) सम्झौताका पक्षहरूको नाम र ठेगाना, फोन नं., फ्याक्स नं. र सम्झौता कार्यान्वयनका लागि सम्पर्क राख्ने व्यक्ति
- (ख) बिक्री सम्झौताको कार्यक्षेत्र,
- (ग) बिक्री सम्झौतामा रहेका लिखतहरूको विवरण र प्राथमिकताको क्रम,
- (घ) सम्झौताको म्याद थप गर्न सकिने/नसकिने व्यवस्था,
- (ङ) बिक्री सम्झौताको रकम वा सो निर्धारण गर्ने तरिका,
- (च) काबु बाहिरको परिस्थिति (फोर्श मेजर),
- (छ) मूल्य समायोजन गर्न सकिने भए सोको व्यवस्था,
- (ज) बिक्री सम्झौता संशोधन र भेरिएशन जारी गर्न सकिने भए सो को व्यवस्था,
- (झ) आवश्यक पर्ने जमानत,
- (ञ) बिक्री सम्झौता रद्द गर्न सक्ने व्यवस्था,
- (ट) सव् कन्ट्र्याक्ट गर्न सकिने वा नसकिने व्यवस्था,
- (ठ) विवाद समाधानको संयन्त्र,
- (ड) लागु हुने कानून,
- (ढ) आवश्यक अन्य कुराहरू ।
- (११) कार्यक्रमको आधारभूत प्रकृति वा प्रसारण समय र बार परिवर्तनका लागि दुवै पक्षको लिखित सहमतिमा व्यवस्थापनको सिफारिसमा समितिको स्वीकृति लिई बिक्री सम्झौतामा संशोधन गर्न सकिने छ ।
- (१२) बिक्री कारवाही वा निर्णय गर्दा कुनै त्रुटी गरेको वा पालना गर्नुपर्ने कर्तव्य पालना नगरेकोले आफूलाई क्षति पुग्ने वा पुग्न सक्ने कारण खुलाई कुनै बोलपत्रदाता वा प्रस्तावदाताले बिक्री सम्झौता हुनुभन्दा अघिको कारवाहीका सम्बन्धमा थाहा पाएको मितिले सात (७) दिनभित्र यस निर्देशिका अन्तर्गत कुन प्रावधान विपरीत छ सो समेत खुलाई त्यस्तो त्रुटिपूर्ण निर्णयको पुनरावलोकनको लागि सस्थान प्रमुख समक्ष निवेदन दिनसक्नेछ । अवधि नाघी प्राप्त भएको पुनरावलोकनको निवेदन उपर कुनै कारवाही हुने छैन ।

१३. यस व्यापार निर्देशिका बमोजिम संस्थानको तर्फबाट गरिने व्यापारिक कारोवारका सम्झौता व्यापार महाशाखा प्रमुखबाट हुनेछ। प्रादेशिक च्यानलको हकमा कार्यालय प्रमुखले गर्नेछ।

१५-२२ कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/बिज्ञापन समय बिक्री कार्यमा सम्लग्न पदाधिकारीकोआचरण

संस्थानको बिक्री योजना तर्जुमा गर्ने, बिक्री गर्ने, बिक्री कारवाही सञ्चालन गर्ने बिक्री सम्झौता कार्यान्वयन गर्ने वा बिक्रीसम्बन्धी तोकिए बमोजिमको अन्य काम गर्ने कार्यमा सम्लग्न पदाधिकारीले देहाय बमोजिमको आचरण पालना गर्नु पर्नेछ।

- (क) बिक्री कारवाहीमा बोलपत्रदाताको स्वच्छ प्रतिस्पर्धा हुने गरी आफ्नो कर्तव्य निष्पक्ष ढंगले पालना गर्ने,
- (ख) बिक्री कारवाहीको सञ्चालन संस्थानको सर्वोपरी हित हुनेगरी गर्ने,
- (ग) बिक्रीसम्बन्धी कारवाही सम्बन्धमा आफ्नो काम वा आचरण वा व्यवहारबाट स्वार्थ बाझिने कार्य नगर्ने,
- (घ) बिक्री कारवाहीको सिलसिलामा आफूले थाहा पाएको बोलपत्रदाताको सम्पत्ति लगायत अन्य सबै जानकारी गोप्य राख्ने ,
- (ङ) आफू पदमा बहाल रहँदाका बखत बिक्री कारोवार गरेका व्यक्ति, फर्म, संस्था, कम्पनी र यस्तै प्रकृतिका अन्य कुनै निजि सँस्थामा आफू पदबाट अवकाश भएको दुइ वर्ष सम्म काम नगर्ने।
- (च) आफू सम्लग्न भएको बिक्री कारवाहीमा आफ्ना नजिकका नातेदारहरुले बोलपत्रदाता वा प्रस्तावदाताको रुपमा भाग लिएको जानकारी हुन आएमा आफू भन्दा एक तह माथिको अधिकारीलाई तुरुन्त जानकारी दिई त्यस्तो बिक्री कारवाहीबाट आफू अलग हुनुपर्ने।

स्पष्टिकरण: यस खण्डको प्रयोजनका लागि नजिकका नातेदार भन्नाले एकासगोलका पति, पत्नी, बाबु, आमा, छोरा, छोरी, धर्मपुत्र, धर्मपुत्री, सासु, ससुरा, दाजु, भाई, दिदी, बहिनी, ज्वाईं, साला, साली, वा भिनाजु सम्भन्नुपर्छ।

- (छ) बिक्री सम्बन्धि कामकारवाही गर्दा प्रचलित कानून विपरीत हुने काम नगर्ने,
- (ज) भ्रष्टाचारजन्य वा जालसाजीपूर्ण कार्य गर्न वा त्यस्तो कार्यमा सम्लग्न हुन नहुने,
- (झ) प्रतिस्पर्धाको लाभबाट बञ्चित गर्ने गराउने उद्देश्यले बोलपत्र वा प्रस्ताव पेश गर्नुभन्दा अघि वा पछि मिलेमतो गर्न वा गुटबन्दीमा संलग्न हुन नहुने।

१५-२३ कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/बिज्ञापन समय बिक्री कार्यमा सम्लग्न बोलपत्रदाता वा प्रस्तावदाताको आचरण

बोलपत्रदाता वा प्रस्ताव दाताले यस निर्देशिका, बिक्री सम्झौता तथा बिक्री सम्बन्धी अन्य लिखतमा उल्लेख भए अनुरूपको दायित्व पालना गर्नु पर्नेछ। बिक्री प्रक्रिया वा बिक्री सम्झौताको कार्यान्वयनमा प्रभाव पार्ने मनसायले देहायका कार्य गर्नु वा गराउनु हुँदैन : -

- (क) प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रुपमा अनुचित प्रलोभन दिन वा सो को प्रस्ताव गर्न,
- (ख) तथ्य बढ्याई वा भुक्त्याइ पेश गर्न,
- (ग) भ्रष्टाचारजन्य वा जालसाजी पूर्ण कार्य गर्न वा त्यस्तो कार्यमा सम्लग्न हुन,

- (घ) बोलपत्र वा प्रस्ताव सम्बन्धी कामकारवाहीमा कुनै किसिमले सम्लग्न हुने अन्य प्रतिस्पर्धी बोलपत्रदाता वा प्रस्तावदाताको सहभागितामा हस्तक्षेप गर्न,
- (ङ) बिक्री कारवाहीमा सम्लग्न कुनै व्यक्तिको जिउ, ज्यान वा सम्पत्ति नोक्सान गर्ने प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष धम्की दिने कार्य वा करकाप जन्य कार्य गर्न,
- (च) बोलपत्रदाताहरु वा प्रस्तावदाताहरुबीच बिक्री सम्बन्धी काम बाँडफाँड गर्ने वा बोलपत्र वा प्रस्तावको मूल्य कृत्रिम वा अप्रतिस्पर्धी तरिकाले कायम गर्ने वा अन्य कुनै तरिकाले संस्थानलाई खुल्ला वा स्वतन्त्र प्रतिस्पर्धाको लाभबाट वञ्चित गर्ने उद्देश्यले बोलपत्र वा प्रस्ताव पेशगर्नुभन्दा अघि वा पछि मिलेमतो गर्न वा गुटबन्दीमा सम्लग्न हुन,
- (छ) बोलपत्र वा प्रस्ताव खोलेको समय देखि बोलपत्र वा प्रस्ताव स्वीकृतिको सूचना नदिँदा सम्मको अवधिमा बोलपत्र वा प्रस्तावका सम्बन्धमा प्रभाव पार्ने उद्देश्यले संस्थानसँग सम्पर्क गर्न वा बोलपत्रको परीक्षण र मूल्याङ्कन वा प्रस्तावको मूल्याङ्कनमा कुनै किसिमले प्रभाव पार्ने कार्य गर्न,
- (ज) कुनै बिक्री कार्यको बोलपत्र सम्बन्धी कागजात वा स्पेसिफिकेसन तयार गर्ने वा बिक्री कार्यान्वयनको अनुगमन गर्ने जिम्मेवारी पाएको बोलपत्रदाता वा निजसँग आवद्ध रहेको कुनै व्यक्ति, फर्म वा संस्था वा कम्पनी वा त्यस्तो फर्म वा संस्था वा कम्पनीमा कार्यरत कर्मचारीले त्यस्तो बिक्रीको बोलपत्र सम्बन्धी कारवाहीमा भाग लिन सक्ने छैन तर टर्न कि बिक्री सम्भौता वा डिजाइन तथा निर्माण दुवै कार्य गर्ने गरी भएको सम्भौताको हकमा यो व्यवस्था लागु हुनेछैन ।

१५-२४ कालोसूचीमा राख्ने र फुकुवा गर्ने

- (१) बोलपत्रदाता, प्रस्तावदाता, परामर्शदाता, सेवाप्रदायक, आपूर्तिकर्ता, अन्य व्यक्ति, फर्म, संस्था, कम्पनी वा विज्ञापन एजेन्सीलाई बुँदा नं १५-२३ अनुसारको व्यवस्था पालना नगरेमा, बिक्री सम्भौतामा भाग लिन अयोग्य ठहरिने कुनै फौजदारी कसुरमा अदालतबाट दोषी ठहरिएमा, योग्यता ढाँटी वा भुक्यानमा पारी बिक्री सम्भौता गरेको कुरा प्रमाणित भएमा, बिक्री सम्भौता कार्यान्वयन गर्दा सारभूत त्रुटी गरेको वा सम्भौता अनुरूपको दायित्व सारभूत रुपमा पालना नगरेको वा बिक्री सम्भौता बमोजिमको कार्य नभएको, सम्भौता बमोजिम कार्यक्रमको गुणस्तर नभएको कुरा पछि प्रमाणित भएमा निजको कार्यको गाम्भीर्यताको आधारमा संस्थानले एक वर्ष देखि तीनवर्ष सम्म कालोसूचीमा राख्न सक्नेछ ।
- (२) कालो सूचीमा रहेका बोलपत्रदाता, प्रस्तावदाता, परामर्शदाता, सेवाप्रदायक, अन्य व्यक्ति, फर्म, संस्था, कम्पनी वा विज्ञापन एजेन्सीलाई कालो सूचीबाट फुकुवा गर्ने सम्बन्धमा संस्थानले तयार गरेको मापदण्ड अनुसार कालो सूचीबाट फुकुवा गरिनेछ ।

१६. कार्यक्रम प्रायोजन/समय बिक्री/विज्ञापन समय बिक्री तथा प्रत्यक्ष प्रसारण सम्बन्धि अन्य व्यवस्था

- (१) वार्षिक बोलपत्रको अन्तिम सूचनाबाट प्राप्त बोलपत्रहरु खोले पछि बाँकी रहन गएका कार्यक्रम प्रायोजन, समय बिक्री र विज्ञापन प्याकेजमा कुनै पनि बोलपत्र पर्न नआएको जानकारी ३ दिनभित्र सूचना पाटीमा टाँस गरी संस्थानको आफ्नै माध्यमबाट सूचना प्रसारण गरिनेछ ।
- (२) बुँदा नं १६(१) अनुसार सूचना प्रसारण भैसकेपछि प्रस्ताव हेरी देहाय अनुसार वार्ताद्वारा कार्यक्रम प्रायोजन, समय बिक्री र विज्ञापन प्याकेज बिक्री गरिनेछ ।
- (क) वार्ताद्वारा बिक्री गर्नुपर्दा बोलपत्र सेवाशर्त तथा न्युनतम मूल्य मै प्रस्ताव प्राप्त भएमा १ करोडसम्म संस्थान प्रमुखको स्वीकृतिमा बिक्री गर्न सकिनेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा रु.२५ लाख सम्म प्रादेशिक

कार्यालय प्रमुखवाट सो भन्दा माथिको हकमा संस्थान प्रमुखको स्वीकृतिका लागि पेश गर्नुपर्नेछ । रु.१ करोडभन्दा माथिको हकमा समितिको स्वीकृतिमा विक्री गरिनेछ ।

- (ख) वार्ताद्वारा विक्री गनुपर्दा वोलपत्र सेवाशर्त तथा न्यूनतम मूल्य भन्दा १० प्रतिशत सम्म कम मूल्यमा प्रस्ताव प्राप्त भएमा सञ्चालक समितिको स्वीकृति लिई कार्यालय प्रमुखले विक्री गर्न सक्नेछ ।
- (३) वार्षिक सम्झौतापछि कसैले प्रायोजन/समय स्लट/विज्ञापन प्याकेज अपभर्भट छाडेमा वार्ताद्वारा विक्री गर्दा बुँदा नं १६(२-क,ख) अनुसार विक्री गर्न सकिनेछ ।
- (४) संस्थानको उद्देश्य पूर्ति र च्यानल प्रवर्द्धन गर्न मद्दत पुऱ्याउने हेतुले कार्यक्रमहरुको उत्कृष्टताको आधारमा मूल्याङ्कन गरी संस्थानको प्रत्येक च्यानलका लागि संस्थानले निर्माण गरेका कार्यक्रम प्रायोजनको हकमा ३ वटासम्म कार्यक्रम र वाह्य निर्माण भई समय बिक्री अर्न्तगतका ३ वटा कार्यक्रम गरी कुल ६ वटा कार्यक्रमलाई नयाँ आर्थिक वर्षमा पनि निरन्तरता दिन सकिनेछ । यसरी निरन्तरता दिने कार्यक्रमहरुको हकमा ब्यापार महाशाखा, कार्यक्रम महाशाखा /सम्बन्धीत च्यानल, आर्थिक प्रसाशन महाशाखा र नायव महाप्रबन्धक (कार्यक्रम) को संयुक्त राय सिफारिसमा समितिको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ । सो समयका लागि अन्य बारहरुमा प्रसारण हुने सोही प्रकृतिका कार्यक्रमहरुका लागि निर्धारित न्यूनतम शुल्कभन्दा नघट्ने गरी प्रसारणका लागि समय उपलब्ध गराई कार्यक्रमलाई निरन्तरता दिईनेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा ब्यापार हेर्ने शाखा/ईकाई प्रमुख, कार्यक्रम प्रमुख, लेखा शाखा प्रमुख र कार्यालय प्रमुखको संयुक्त राय सिफारिसमा समितिको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ ।
- (५) एक वर्षभन्दा लामो अवधिसम्मको लागि वा लामो श्रृंखलाको कार्यक्रम प्रायोजन तथा प्रसारणको लागि कार्यक्रमको प्रकृति हेरी संस्थानको व्यापार प्रवर्द्धन, एवम् आम्दानी बृद्धी/सुनिश्चिततालाई दृष्टीगत गरी सञ्चालक समितिले आवश्यक निर्णय गर्न सक्नेछ ।
- (६) वार्षिक कार्यतालिका बाहेकका विशेष समारोह जस्ता अति आवश्यक कार्यक्रमहरु, अति महत्वपूर्ण र उत्कृष्ट कार्यक्रम प्रायोजन एवम् प्रसारण गर्नुपर्ने भएमा कार्यालय प्रमुखवाट तत्काल निर्णय लिई गर्न सकिनेछ । यसको अनुमोदन समितिवाट गराउनु पर्नेछ ।
- (७) संस्थानसँग प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष वार्षिक १ करोड भन्दा बढी कारोवार गरिरहेका व्यवसायिक प्रतिष्ठानले विशेष कार्यक्रमका लागि समय माग गरेमा अन्य दिनहरुमा प्रसारण हुने सोही प्रकृतिका कार्यक्रमहरुका लागि चालु आ.व.को निर्धारित न्यूनतम मूल्य भन्दा नघट्ने गरी संचालक समितिको स्वीकृतिमा प्रसारणका लागि समय उपलब्ध गराउन सकिनेछ ।
- (८) राष्ट्रिय दायित्वभिन्न पर्ने राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय घटना, सूचना र कुटनैतिक नियोग, मित्रराष्ट्र आदिवाट प्राप्त हुनआएका कार्यक्रमहरु निःशुल्क प्रसारण गर्न सकिनेछ । तर, यसरी प्रसारण गरिने कार्यक्रमको सम्बन्धमा व्यापार हेर्ने नायव महाप्रबन्धक तथा कार्यक्रम हेर्ने नायव महाप्रबन्धकको सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको पुर्व स्वीकृति हुनुपर्नेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा ब्यापार हेर्ने शाखा/इकाई प्रमुख, कार्यक्रम प्रमुखको सिफारिसमा कार्यालय प्रमुखको पुर्व स्वीकृति हुनुपर्नेछ ।
- (९) विशेष परिस्थितिमा कार्यक्रम प्रसारण गर्ने सम्बन्धी व्यवस्था
 - (९.१) यस निर्देशिकामा अन्यत्र जुनसुकै कुरा लेखिएको भएता पनि नेपाल सरकारका निकायका अति महत्वपूर्ण कार्यक्रमहरु र संस्थानको विशेष कार्यक्रम प्रसारण, प्रायोजन गर्न परेमा कार्यालय प्रमुखको सोभै स्वीकृतिमा प्रसारण गर्न सकिनेछ ।
 - (९.२) उपबुँदा नं.(१) बमोजिम प्रसारण गरिएको भएमा देहायका कुरा खुल्ने कागजात सम्लग्न हुनुपर्नेछः

- (क) विशेष परिस्थिति सम्बन्धी विवरण,
- (ख) तत्काल कार्यक्रम प्रसारण नगर्दा आउने समस्याहरु ,
- (ग) विक्रीको अन्य विधि अपनाउन नसकिने कारण र आधार ।
- (१०) नेपाल सरकारका निकायहरु (मन्त्रालय, विभाग र कार्यालयहरु) नेपाल सरकारको स्वामित्व रहेका कुनै संगठित संघ/संस्था, सार्वजनिक संस्थान आदि सँग सम्झौता गरी सोभै कारोबार गर्न सकिनेछ ।
- (११) वुँदा नं १६(१०) अनुसारका निकायहरुबाट सोभै संस्थानलाई भुक्तानी दिने गरी कुनै तेस्रो पक्षलाई कार्यक्रम उत्पादन गर्न दिन आग्रह गरेमा वा संस्थानबाट पूर्ण रुपमा निर्मित वा संस्थान र नीजि क्षेत्रबाट संयुक्त रुपमा निर्मित कार्यक्रममा विज्ञापन प्रसारण गर्न अनुरोध गरेमा संस्थानको आम्दानी नघट्ने गरी सोभै बिल गरी नीजले चाहेको व्यक्ति, संघ, संस्थालाई कार्यक्रमको निर्माण गर्न वा प्रसारण गर्न दिन सकिनेछ । यसरी कार्यक्रम निर्माण गर्न वा प्रसारण गर्न दिँदा निःशुल्क विज्ञापन समय र प्रसारण शुल्कमा कट्टा गरी समायोजन गरिनेछ ।
- (१२) एक पटकमा पाँच लाख रुपैया सम्मको कार्यक्रम प्रायोजन, समय विक्री कार्य निर्धारित मूल्यमा सोभै गर्न सकिनेछ । स्विकृत रेटकार्डमा तोकिएको दररेट अनुसार विज्ञापन, डकुमेन्ट्री, प्रत्यक्ष प्रसारण ईन्जिनियरिङ्ग सेवा विक्री कार्य सोभै गर्न बाधा पुग्ने छैन ।

१७. कार्यक्रम खरिद/बिक्री/प्रसारण सर्वाधिकार सम्बन्धमा

- (१) संस्थानको सर्वाधिकार रहेका कार्यक्रमहरु अन्य माध्यमबाट प्रसारण वा वितरण गराउने उद्देश्यले बिक्री गर्नु पर्दा आवश्यक शुल्क: तथा शर्तहरु कायम गरि समितिको स्वीकृतिमा बिक्री गर्न सकिनेछ । तर रेटकार्डमा उल्लेखित दरमा बिक्री गर्नु पर्दा समितिको स्वीकृति लिनु पर्ने छैन ।
- (२) वार्षिक रुपमा नियमित प्रसारण हुने विशेष महत्वका कार्यक्रमहरु, पर्व/उत्सवहरु, खेलहरु आदिको दीर्घकालीन प्रसारण एकाधिकार लिन द्विपक्षिय सम्झौता गर्न सकिनेछ । यसरी प्रसारण एकाधिकार प्राप्त कार्यक्रमको वजार व्यवस्थापन सामान्यतया वोलपत्रको माध्यमबाट गर्नुपर्नेछ, तर आयोजक संस्थाबाट संयुक्त वजार व्यवस्थापन गर्न अनुरोध गरेको अवस्थामा प्राप्त प्रस्ताव संस्थानलाई उपयुक्त लागेमा कार्यक्रम आयोजक (Event Sponsor) सँग वा निजले तोकेको विज्ञापनदातासँग टेलिभिजन प्रसारणको प्रायोजन समेत आपसी सहमतिमा संयुक्त रुपमा गर्न सकिनेछ ।

१८. प्राबिधिक सेवा सम्बन्धमा

- (१) स्याटलाईट फिड, भिज्युअल ट्रान्सफर र अन्य ईन्जिनियरिङ्ग सेवा सुविधाको लागि रेटकार्डमा उल्लेखित मूल्य व्यापार महाशाखा मार्फत अग्रिम भुक्तानी गरी बुकिङ्ग गरेको आधारमा मात्र सेवा उपलब्ध गराइनेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा व्यापार हेर्ने शाखा/इकाइ मार्फत अग्रिम भुक्तानी गरी बुकिङ्ग गरेको आधारमा मात्र सेवा उपलब्ध गराइनेछ ।
- (२) तत्कालै कुनै सूचना सामग्री र सेवा उपलब्ध नगराउंदा सो को उपादेयतामा कमि हुन जाने अवस्थामा सो को कारण जनाई सम्बन्धित शाखा/महाशाखा प्रमुखको लिखित आदेशको आधारमा व्यापार महाशाखामा अग्रिम बुकिङ्ग नगरिएको अवस्थामा पनि सो सेवा उपलब्ध गराउन सकिनेछ । तर यसरी उपलब्ध गराईएको सेवाको विवरण सहित भुक्तानी प्राप्त रकम वा भुक्तानीको ग्यारेण्टी पत्र सम्बन्धित शाखा/महाशाखाले यथासम्भव छिटो व्यापार महाशाखा पठाईसक्नु पर्नेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा व्यापार हेर्ने शाखा/इकाईमा पठाईसक्नु पर्नेछ ।

- (३) समितिबाट निर्धारित मुल्यमा संस्थानका भौतिक संरचनाहरु कार्यालय प्रमुखको स्वीकृतिमा प्रयोग गर्न दिन सकिनेछ ।

१९. आन्तरिक नियन्त्रण व्यवस्था

- (१) प्राप्तहुन आएका विज्ञापन अर्डर, प्रायोजित कार्यक्रम तथा प्रसारण समय विक्री गरी प्रसारण हुने कार्यक्रमहरुको विचमा प्रसारण गरिने विज्ञापनका कार्यतालिका (सेड्यूल) को अभिलेख व्यापार महाशाखा अर्न्तगत राखिने छ । विज्ञापन शाखाबाट तयार भएको विज्ञापन कार्यतालिका (सेड्यूल) बमोजिम आयलेखा शाखाले विलिड गरी प्रसारण स्टुडियोबाट प्रसारण रुजु सहित प्रसारण तालिका प्रमाणित व्यापार महाशाखाले गर्ने तथा व्यापार हेर्ने नायव महाप्रबन्धकले सो को अनुगमन गरी कार्यालय प्रमुखलाई जानकारी दिने । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा विज्ञापन शाखा/ईकाइबाट तयार भएको विज्ञापन कार्यतालिका (सेड्यूल) बमोजिम लेखा शाखा/ईकाइले विलिड गरी प्रसारण स्टुडियोबाट प्रसारण रुजु सहित प्रसारण तालिका प्रमाणित व्यापार हेर्ने शाखा/ईकाइले गर्ने तथा सो को अनुगमन कार्यालय प्रमुखले गर्ने ।
- (२) विज्ञापनदाताहरुले सम्झौता अनुसार प्रसारण हुने कार्यक्रमहरु साथ टेक्निकल चार्ट कार्यक्रम प्रसारण हुन भन्दा वा कार्यालय समय समाप्त हुनु भन्दा कम्तिमा ३ घण्टा अगाडी कार्यक्रम महाशाखा/सम्बन्धित च्यानल मा बुझाउनुपर्नेछ ।
- (३) दैनिक प्रसारण गरिने विज्ञापन, विशेष कार्यक्रम र प्रत्यक्ष प्रसारण कार्यक्रममा प्रसारण गरिने विज्ञापनहरु स्टुडियो वा प्रसारण स्थलमा पठाउनु अगावै विज्ञापन शाखाबाट टेक्निकल चार्ट सहित विज्ञापन सामाग्री तयार (Compile) गरेपछि आयलेखा शाखाबाट सो को विलिङ्ग तथा जाँच गरी दैनिक विज्ञापन रेकर्ड सहित पठाउनु पर्नेछ ।
- (४) विज्ञापन शाखाबाट विज्ञापन सामाग्री सहित टेक्निकल चार्ट तयार गरी पठाउँदा विज्ञापन प्रसारण अर्डर, निर्णय, स्वीकृति वा सम्झौता बाहेकका विज्ञापनहरु समावेश गरिनु हुदैन ।
- (५) संस्थानको निर्णय अनुसार प्रसारण हुन वाँकी विज्ञापन समय, थप विज्ञापन समय, अन्तर कार्यक्रम विज्ञापन समय समायोजन गरी प्रसारण गर्नु पर्दाको अवस्थामा विज्ञापन शाखा र आयलेखा शाखाले जाँच गरी अध्यावधिक अभिलेख राख्नुपर्नेछ ।
- (६) निःशुल्क प्रसारण गरिने विज्ञापन र पुनः प्रसारण समायोजन गरी प्रसारण गरिएका विज्ञापनहरुका सम्बन्धमा समेत टेक्निकल चार्ट तथा दैनिक विज्ञापन रेकर्डमा स्पष्ट उल्लेख गर्नुपर्नेछ ।
- (७) उल्लेखित टेक्निकल चार्ट तथा दैनिक विज्ञापन रेकर्ड दैनिक रुपमा सोही दिनमा व्यापार महाशाखा प्रमुखबाट वा नीजले तोकेको अधिकारीबाट स्वीकृत गर्नुपर्दछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा विज्ञापन शाखा प्रमुखबाट वा नीजले तोकेको अधिकारीबाट स्वीकृत गर्नुपर्दछ ।
- (८) संस्थानबाट प्रसारित विज्ञापनहरुको चार्ट तथा दैनिक विज्ञापन रेकर्डमा प्रसारण स्टुडियो शाखाका सम्बन्धित अधिकारीले प्रसारित विज्ञापन र समयावधि प्रमाणित गरिदिनुपर्नेछ । संस्थानबाट नियमित रुपमा प्रसारण भएका विज्ञापनहरुको अभिलेख विज्ञापन शाखामा राख्नु पर्नेछ ।
- (९) संस्थानबाट प्रसारित कार्यक्रम र विज्ञापनको रेकर्ड सम्बन्धित महाशाखा/च्यानलले राख्नु पर्नेछ । सोको अनुगमन (Monitoring) व्यवस्था सम्बन्धीत नायव महाप्रबन्धकले गर्नुपर्नेछ । यसको जानकारी कार्यालय प्रमुख समक्ष दिनुपर्नेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा प्रसारित कार्यक्रम र विज्ञापनको रेकर्ड सम्बन्धित शाखा/कार्यक्रमले राख्नु पर्नेछ । सोको अनुगमन (Monitoring) व्यवस्था सो शाखा/कार्यक्रम प्रमुखले गर्नुपर्नेछ । यसको जानकारी कार्यालय प्रमुख समक्ष दिनुपर्नेछ ।

- (१०) विज्ञापन, प्रायोजित कार्यक्रम प्रसारण आदीको सम्बन्धमा विषयवस्तु फरक पर्न गएको अवस्थामा कुनै खराबी र स्तर सम्बन्धि उजुरी गर्नुपर्ने भएमा सम्बन्धित विज्ञापनदाता वा कार्यक्रम प्रस्तोताले लिखितरूपमा पन्ध्र (१५) दिन भित्र व्यापार महाशाखा/सम्बन्धित च्यानलमा दावी गरिसक्नुपर्नेछ । उल्लेखित प्रकृया अनुसार समायोजनका लागि दावी भै आएमा सम्बन्धित शाखा/महाशाखा/च्यानलको राय सिफारिसको आधारमा विज्ञापन पुनः प्रसारण वा भुक्तानी समायोजनका लागि नायव महाप्रबन्धक (व्यापार) निर्णय लिन सक्नेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा कार्यालय प्रमुखले निर्णय लिन सक्नेछ ।
- (११) संस्थानबाट नियमितरूपमा प्रसारण भएका प्रायोजित कार्यक्रम/सयुक्त रूपमा निर्माण हुने कार्यक्रम/समय विक्री गरी प्रसारण गरिएका कार्यक्रमहरूको अभिलेख सम्बन्धित महाशाखा/च्यानलले दुरुस्त राख्नु पर्नेछ । विज्ञापन दाताले प्रसारित कार्यक्रमको प्रमाणपत्र माग गरेमा कार्यक्रम महाशाखाबाट अभिलेख लिई व्यापार महाशाखाबाट उपलब्ध गराईनेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा व्यापार हेर्ने शाखा/ईकाइ/कार्यक्रम हेर्ने शाखा/ईकाइले दुरुस्त राख्नु पर्नेछ । विज्ञापन दाताले प्रसारित कार्यक्रमको प्रमाणपत्र माग गरेमा कार्यक्रम हेर्ने शाखा/ईकाइबाट अभिलेख लिई व्यापार हेर्ने शाखा/ईकाइबाट उपलब्ध गराईनेछ ।
- (१२) सम्बन्धित विज्ञापनदाताहरूलाई विज्ञापन शाखा तथा आयलेखा शाखाको सिफारिसमा व्यापार महाशाखाका प्रमुख वा निजले तोकेको अधिकारीबाट विज्ञापन प्रसारण प्रमाणपत्र सात (७) दिनभित्र दिईनेछ ।
- (१३) विज्ञापन शाखाले संस्थानमा दर्ता भएका र नविकरण गरिएका विज्ञापन एजेन्सीहरूको अभिलेख अद्यावधिक राख्नुपर्नेछ ।
- (१४) संस्थानसंग व्यापारिक सम्झौता गरी कार्य सम्पन्न गर्ने व्यक्ति, विज्ञापन एजेन्सी वा संस्थाको नाम कार्यक्रमको प्रकृती, सेवा शुल्क, काम भएको र सम्पन्न गरिएको मिति समेत देखिने गरी प्रवर्द्धन शाखामा लगत राख्नुपर्नेछ ।
- (१५) समय खरिद गरी प्रसारण हुने कार्यक्रमको हकमा आयलेखा शाखाबाट Clearance दिएको क्यु सिटका आधारमा सम्बन्धित महाशाखा/च्यानलले प्रसारण व्यवस्था मिलाउनु पर्नेछ । आर्थिक प्रशासन महाशाखाले उधारो, बाँकी बक्यौता रहेका विज्ञापन दाताहरूको कार्यक्रम प्रायोजन/ कार्यक्रम प्रसारण रोक्का गर्नको लागि जानकारी गराएमा सो को अविलम्ब कार्यन्वयन गर्ने जिम्मेवारी कार्यक्रम महाशाखा/च्यानल प्रमुखको हुनेछ ।
- (१६) प्रस्तावित विषयवस्तु, गुणस्तरहिन र सम्पादकीय आवद्धता र नीति विपरीतका कार्यक्रम र विज्ञापन प्रसारण गर्न संस्थान वाध्य हुने छैन ।
- (१७) यस निर्देशिका बमोजिम सम्झौता भई निर्माण तथा प्रसारण हुने कार्यक्रमहरूको गुणस्तरियता र प्रसारण नियमितताका सम्बन्धमा अनुगमन गरी प्रत्येक महिना कार्यक्रम महाशाखा / सम्बन्धित च्यानल प्रमुखले नायव महाप्रबन्धक (कार्यक्रम) समक्ष विवरण पेश गर्नुपर्नेछ ।

२० विक्री कार्यको अनुगमन

विक्री कार्यको अनुगमन व्यापार हेर्ने नायव महाप्रबन्धकले गर्नु पर्नेछ सो को जानकारी कार्यालय प्रमुख समक्ष गराउनु पर्नेछ । व्यापार हेर्ने नायव महाप्रबन्धक कार्यक्रम प्रायोजन, कार्यक्रम तथा विज्ञापन प्रसारण समय विक्री, विज्ञापन प्रसारणको अवस्था, आम्दानी, उधारो तथा भुक्तानी बाँकी बक्यौता, बैंक जमानत र असूलीको अवस्थाको बारेमा अनुगमन गरी कार्यालय प्रमुख समक्ष मासिक रूपमा प्रतिवेदन पेश गर्नु पर्नेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा कार्यक्रम प्रायोजन, कार्यक्रम तथा विज्ञापन प्रसारण समय विक्री, विज्ञापन प्रसारणको अवस्था, आम्दानी, उधारो तथा भुक्तानी बाँकी बक्यौता, बैंक जमानत र असूलीको अवस्थाको बारेमा कार्यालय प्रमुखले अनुगमन गरी संस्थान प्रमुख समक्ष मासिक रूपमा प्रतिवेदन पेश गर्नु पर्नेछ ।

२१ विविध

(क) व्यापारिक क्रियाकलापका अनुगमन

१. संस्थानको व्यापारिक क्रियाकलापका सम्बन्धमा व्यापार महाशाखा प्रमुखले कार्यक्रम प्रायोजन, कार्यक्रम तथा विज्ञापन प्रसारण समय विक्री र विक्री नभएका कार्यक्रम तथा विज्ञापन स्लट, विज्ञापन प्रसारणको अवस्था खुलाई प्रत्येक महिना व्यापार र आर्थिक हेर्ने नायव महाप्रबन्धक समक्ष विवरण पेश गर्नुपर्नेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा प्रादेशिक च्यानल प्रमुखले केन्द्रीय कार्यालय प्रमुख समक्ष विवरण पेश गर्नु पर्नेछ ।

२. संस्थानको व्यापारिक कारोवारको सम्बन्धमा आर्थिक प्रशासन महाशाखा प्रमुखले आम्दानी, भुक्तानी प्राप्ती, बैंक जमानत, उधारो, भुक्तानी लिन बाँकी बक्यौता रकम तथा अशुलीको अवस्था खुलाई प्रत्येक महिना व्यापार र आर्थिक हेर्ने नायव महाप्रबन्धक समक्ष विवरण पेश गर्नु पर्नेछ । साथै प्रादेशिक च्यानलको हकमा व्यापारिक कारोवारको सम्बन्धमा लेखा शाखा प्रमुखले आम्दानी, भुक्तानी प्राप्ती, बैंक जमानत, उधारो, भुक्तानी लिन बाँकी बक्यौता रकम तथा अशुलीको अवस्था खुलाई प्रत्येक महिना कार्यालय प्रमुख समक्ष विवरण पेश गर्नु पर्नेछ ।

(ख) संस्थानको उधारो नियन्त्रण सम्बन्धमा

(१) व्यापारिक कारोवारको विलिड गर्ने, भुक्तानी ताकेता गर्ने, भुक्तानी लिने, अभिलेख राख्ने र उधारो नियन्त्रण गर्ने कर्तव्य आयलेखा शाखाको हुनेछ ।

(२) संस्थानको पुरानो बाँकी बक्यौताको विवरण तयार गर्ने, भुक्तानीको लागि ताकेता गर्ने र अशुलीको लागि प्रकृया अघि बढाउने कर्तव्य आयलेखा शाखा प्रमुख र मातहतका तोकिएका कर्मचारीहरुको हुनेछ । बाँकी बक्यौता रकमको सुपरिवेक्षण एवं अनुगमन गर्ने र अशुलिको प्रकृत्यामा लैजाने कर्तव्य आर्थिक प्रशासन महाशाखा प्रमुखको हुनेछ ।

(३) आयलेखा शाखाले उधारो, बाँकी बक्यौता रहेका विज्ञापन दाताहरुको कार्यक्रम प्रायोजन, विज्ञापन एवं कार्यक्रम प्रसारण रोक्का गर्नको लागि जानकारी गराएमा सो को अविलम्ब कार्यन्वयन गर्ने जिम्मेवारी व्यापार महाशाखा/कार्यक्रम महाशाखा/प्रादेशिक च्यानलको हकमा व्यापार हेर्ने शाखा/इकाई प्रमुखको हुनेछ ।

(४) व्यापारिक कारोवारको सम्भौता गर्दाको समयमा धरौटी स्वरुप प्राप्त हुने सक्कल बैंक भौचर तथा बैंक जमानतपत्रहरु आर्थिक प्रशासन महाशाखा अर्न्तगत आयलेखा शाखामा रहनेछ । उक्त जमानतपत्रहरुको आधिकारिकता जाँचगर्ने, सुरक्षण गर्ने, नविकरण गर्ने र फुकुवा गर्ने र फुकुवा गर्नका लागि व्यापार प्रवर्द्धन शाखासंग समन्वय गरी गर्ने जिम्मेवारी आयलेखा शाखा प्रमुखको हुनेछ । सो को अनुगमन र सुपरिवेक्षण गर्ने जिम्मेवारी व्यापार महाशाखा र आर्थिक प्रशासन प्रमुखको हुनेछ । व्यापारिक सम्भौता गर्दाको वखत आयलेखा शाखावाट ५ वा आवश्यक प्रतिसत धरौटी वापतको रकम जम्मा रहेको पत्र व्यापार महाशाखामा पेश गर्नु पर्नेछ ।

(५) उपरोक्त बुँदा नं.४ बाहेक संस्थानको व्यापारिक कारोवारका क्रममा प्राप्त हुने सबै प्रकारका बैंक जमानतको आधिकारिकता एवम् प्रयाप्तता जाँच गर्ने, सुरक्षण गर्ने, दावि, नविकरण एवं फुकुवा गर्ने जिम्मेवारी आयलेखा शाखा प्रमुख र मातहतका तोकिएका कर्मचारीहरु समेतको हुनेछ । सो को अनुगमन र सुपरिवेक्षण गर्ने जिम्मेवारी आर्थिक प्रशासन महाशाखा प्रमुखको हुनेछ ।

(ग) शंकास्पद आसामी, खराव ऋण र कालो सूची सम्बन्धमा

उधारो बाँकी राख्ने विज्ञापनदाताहरुलाई निरत्साहीत गरिनेछ । ३ आर्थिक वर्षदेखि असुल उपर हुन नसकी जिम्मेवारी सादै आईरहेको बाँकी बक्यौता रकमको सम्बन्धमा शंकास्पद आसामी, खराव ऋण तथा विज्ञापनदाताहरुको कालो सूची निर्धारण गर्नुपर्ने भएमा आर्थिक प्रशासन महाशाखा प्रमुखले बक्यौता रकमको मूल्याङ्कन गरी कार्यालय प्रमुख समक्ष प्रतिवेदन पेश गर्नुपर्नेछ । यस प्रकारको प्रतिवेदन कार्यालय प्रमुखले

सञ्चालक समिति समक्ष पेश गर्नेछन र समितिले आवश्यक निर्णय लिनु पर्नेछ । प्रादेशिक च्यानलको हकमा लेखा प्रमुख र कार्यालय प्रमुखले संयुक्त रूपमा केन्द्रीय कार्यालय प्रमुख समक्ष पेश गर्नु पर्नेछ ।

- (घ) **अनुसूची तथा फारमको व्यवस्था** बजार व्यवस्थापन सम्बन्धी काम कारवाही व्यवस्थितरूपमा संचालन गर्न केन्द्रीय कार्यालय प्रमुखले आवश्यकतानुसार अनुसूचिमा हेरफेर तथा थपघट गर्न, फारमहरुको व्यवस्था गर्न र कम्प्युटर प्रोग्रामिङको व्यवस्था गर्न सक्नेछ ।

२२ अन्य व्यवस्था

- (१) वार्षिक बोलपत्रका माध्यमबाट सम्झौता गर्दाको अवस्था र सम्झौता लागू भैसकेपछि कुनैप्रतिकूल अवस्था सृजना भई कावु बाहिरको परिस्थिति उत्पन्न हुने पुष्ट्याई भएको खण्डमा त्यसस्तो अवस्थामा संस्थानको व्यापारलाई संरक्षण गर्न समितिले उपयुक्त निर्णय गर्न सक्नेछ ।
- (२) यस निर्देशिकामा लेखिए बाहेकका विषय समितिबाट निर्णय भए बमोजिम हुनेछ ।
- (३) यस निर्देशिकालाई सञ्चालक समितिले समयानुकुल परिमार्जन/ संशोधन गर्नसक्नेछ ।
- (४) यस निर्देशिकामा उल्लेख भएका विषयमा कुनै द्विविधा हुन आएमा सो को अन्तिम निर्णयकर्ता समिति हुनेछ ।
- (५) संस्थानको स्थानीय सम्वादाता मार्फत समेत विज्ञापन संकलन गर्न सकिनेछ । यस सम्बन्धि अन्य व्यवस्था समितिले तोके बमोजिम हुनेछ ।

२३ खारेजी र वचाऊ

- (क) यो निर्देशिका संचालक समितिबाट स्वीकृत भए पश्चात लागू हुनेछ ।
- (ख) यो निर्देशिका प्रारम्भ हुनु अगाडि नेपाल टेलिभिजन व्यापार निर्देशिका २०६१ (सातौँ संशोधन २०७५) बमोजिम भएका काम कारवाहीहरु यसै निर्देशिका बमोजिम भए गरेको मानिनेछ ।
- (ग) यो निर्देशिका प्रारम्भ हुनासाथ २०६१ (छौठौँ संशोधन-०७४) खारेज गरिएको छ ।

नेपाल टेलिभिजनको कार्यक्रम प्रसारण समय विक्री/संयुक्त रुपमा निर्माण गरिने कार्यक्रम/प्रायोजित
कार्यक्रमहरुको विवरणपत्र
(सस्थानले बोलपत्र साथ उपलब्ध गराउने)

१. प्रसारण हुने च्यानल
२. प्रसारण हुने कार्यक्रम.....
३. प्रसारण हुने कार्यक्रमको अवधि विज्ञापन समय सहित.....
४. प्रसारण समय र दिन (वार)
५. प्रसारण हुने आर्थिक वर्ष.....
६. उपलब्ध हुने निःशुल्क विज्ञापन समय(प्रति भाग/प्रति स्लट)
७. विज्ञापन समय प्रसारण गरिने ब्रेकहरु.....
८. सस्थानको विज्ञापन समय रहने वा नरहने.....
९. न्युनतम मूल्य प्रति भाग.....
१०. प्रसारण समय खरिद गरी प्रसारण गरिने कार्यक्रमको डमी उपलब्ध हुनु पर्नेछ ।
११. सस्थानसंग सह-निर्माण (Joint Production) गरी प्रसारण गरिने कार्यक्रमको लागि प्रसारण गरिने /निर्माण गरिने कार्यक्रमको रुपरेखा उपलब्ध हुनु पर्नेछ ।
१२. कार्यक्रमको डमी मुल्याङ्कन गर्दा देहायका कुरालाई आधार मानिनेछ ।
क. विषय वस्तु ख. प्रस्तुती र शैली ग. श्रव्य घ. दृष्य ङ. ब्यवसायिक कौसल
१३. कार्यक्रमको रुपरेखा मुल्याङ्कन गर्दा देहायका कुराहरुलाई आधार मानिनेछ ।
क. विषयवस्तु ख. प्रस्तुतिकरण ग. ब्यवसायिक कौसल भल्कनु पर्ने ।

अनुसूची २

बोलपत्रदाताले भर्नुपर्ने आर्थिक विवरण

न्यूनतम रकम भन्दा कम कबोल गरेको बोलपत्र मान्य हुने छैन ।

(अनुसूची १ मा उल्लेखित विवरणको आधारमा प्रस्ताव पेश गर्नुहोला)

१. प्रसारण हुने च्यानल
२. प्रसारण गर्ने कार्यक्रम
३. प्रसारण समय र दिन (वार).....
३. प्रति दिन/प्रति स्लट बोलकबोल मूल्य भ्याट वाहेक रु
अक्षरेपी
४. प्रसारण गर्ने वार्षिक कूल स्लटको कूल रकम भ्याट वाहेक रु.....
अक्षरेपी
३. वार्षिक बोलकबोल रकमको २.५ प्रतिशत जमानत (बैंक भौचर वा बैंक ग्यारेण्टी) :
(क) बैंक भौचर
रु.
मिति.....
(ख) बैंक जमानत(BID Bond)
रकम
जारी गर्ने बैंकमो नाम:
अक्षरेपी.....

४. यस बोलपत्र फारममा उल्लेख गरेका शर्तहरूको पालना गर्न मेरो/हाम्रो मञ्जुरी छ ।

बोलपत्रदाताको

दस्तखत:

नाम:

ठेगाना:

ईमेल:

फ्याक्स:

मिति:

कार्यालयको नाम:

कार्यालयको छाप:

नोट :- पत्राचारका लागि बिधुतिय माध्यमको ठेगानाहरु संभव भएमा (ईमेल,फ्याक्स) अनिवार्य भर्नु पर्नेछ ।

अनुसूची -३

प्रस्तावदाताले भर्नुपर्ने प्राविधिक प्रस्ताव

- १ सस्थानसंग सह-निर्माण (Joint Production) गरी प्रसारण गरिने कार्यक्रमको हकमा कार्यक्रमको रुपरेखा र प्रसारण समय खरिद गरी प्रसारण गरिने कार्यक्रमहरूको हकमा एक भाग कार्यक्रमको डमी उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।
- २ सस्थानको प्राविधिक सेवा उपलब्ध गराउने उल्लेख गरिएको अवस्थामा बाहेक अन्य अवस्थामा आवश्यक पर्ने/नपर्ने खुलाउनुहोस । आवश्यक पर्ने भएमा सस्थानको नियमानुसार थप शुल्क लाग्नेछ ।
- ३ सस्थानले प्रस्तावकको कार्यालय आवश्यक परेमा निरक्षण गर्न सक्नेछ ।
- ४ प्रस्तावकले आफ्नो प्राविधिक क्षमता, भौतिक साधन श्रोत, जनशक्ति तथा आर्थिक क्षमता तल उल्लेखित विवरण उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।

क्र .सं	विवरण	अनुभव/उपलब्ध साधन / जनशक्ति
१.	कार्यक्रम संचालन अनुभव वर्ष	
२.	क्यामेरा , एक्सोसरिज	
३.	सम्पादन उपकरण	
४.	स्टुडियो	
५.	लाईट्स	
६.	क्यामेरा म्यान	
७.	दृश्य सम्पादक	
८.	निर्माता	
९.	रिपोर्टर	
१०.	उद्घोषक	
११.	कार्यालय भवन	
१२.	सवारी साधन	

बोलपत्रदाताको

दस्तखत

नाम

ठेगाना

मिति

कार्यालयको नाम:

कार्यालयको छाप

अनुसुचि-१ क

निर्देशिकाको बुँदा न. ७ संग सम्बन्धित

नयाँ विज्ञापन एजेन्सी दर्ताका लागि दिइने निवेदन एवं संलग्न गर्नु पर्ने कागजातहरू
नयाँ एजेन्सी दर्ताको निवेदन नमुना

मिति : / /

श्रीज्यू
नेपाल टेलिभिजन,

विषय : विज्ञापन एजेन्सी दर्ता गरि पाउँ भन्ने बारे

उपरोक्त सम्बन्धमा यस श्रीएजेन्सीले नेपाल टेलिभिजनमा विज्ञापन सम्बन्धी कारोवार गर्नका लागि संस्थानको नियमानुसार बैंक अफ काठमाण्डौ लिमिटेडको चल्ली खाता नं. ०१५९००१००६९५५२४ मा जम्मा गरेको धरौटी रकम रु. एक लाख को सक्कल भौचर रसिद तथा आवश्यक कागजातहरू यसै पत्र साथ संलग्न गरी विज्ञापन एजेन्सी दर्ताको लागि यो निवेदन पेश गरेको छु । छौं ।

साथै यस एजेन्सीको कुनै प्रोपाईटर, साभेदार, म्यानेजिङ्ग डाईरेक्टर, सञ्चालक वा शेयरधनी रहेका व्यक्ति संलग्न रही नेपाल टेलिभिजनमा दर्ता भएका एजेन्सीको नाममा बाँकी बक्यौता रकम नरहेको व्यहोरा सोधोपण गर्दछु । माथि लेखिएको व्यहोरा ठीक साँचो छ , भुटा ठहरे कानुन बमोजिम सहुंला वुभाउला ।

निवेदक

सही :

नाम :

पद :

मोबाइल नम्बर :

इमेल ठेगाना:

द्रष्टव्य : निवेदक साथ देहायको कागजातहरू संलग्न गर्नु पर्ने

१. नेपाल टेलिभिजनको नाममा रहेको बैंक अफ काठमाण्डौ लिमिटेडको चल्ली खाता नं. ०१५९००१००६९५५२४ मा रु.१,००००० (एक लाख) रकम जम्मा गरेको सक्कल बैंक भौचर ।

२. नयाँ विज्ञापन एजेन्सीको कुनै प्रोपाईटर, साभेदार, म्यानेजिङ्ग डाईरेक्टर, सञ्चालक वा शेयरधनी रहेका व्यक्ति संलग्न रही नेपाल टेलिभिजनमा दर्ता भएका एजेन्सीको नाममा बाँकी बक्यौता रकम रहेको अवस्थामा सो रकम चुक्ता नगरे सम्म नयाँ विज्ञापन एजेन्सी दर्ता गरिनेछैन । बाँकी बक्यौता नरहेको स्वयम् घोषणाको पत्र एजेन्सी दर्ता गर्न आउने नयाँ विज्ञापन एजेन्सीले पेश गर्नुपर्ने छ ।

३. कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालयको कम्पनी दर्ता प्रमाणपत्र बा घरेलु तथा साना उद्योग कार्यालयको प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि १ थान

४. कम्पनीको प्रवन्धपत्र र नियमावलीको प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि १/१ थान

५. मु.अ.कर सहित वा स्थायी लेखा नम्बर (PAN) दर्ता प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि १ थान

६. कर चुक्ताको प्रमाणपत्र वा सम्बन्धित कार्यालयमा आय विवरण बुझाएको कागजातको प्रतिलिपि १ थान ।

७. नयाँ विज्ञापन एजेन्सीका प्रोपाईटर, साभेदार, म्यानेजिङ्ग डाईरेक्टर, सञ्चालक वा शेयरधनीहरूको नागरिकताको प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि १/१ थान

८. प्रमाणपत्रको प्रतिलिपिहरू नोटरी पब्लिकबाट प्रमाणित गरी पेश गर्नु पर्ने छ ।

९. निवेदन दस्तुर रु. २००० दुई हजार बुझाएको रसिद

१०. छैठौं संशोधन २०७४ वाट हटाईएको ।

११. संस्थानले समय समयमा तोके दिएको अन्य कागजात

अनुसुचि-१ ख
निर्देशिकाको बुँदा न. ७ संग सम्बन्धित
विज्ञापन एजेन्सी दर्ता नविकरणका लागि दिइने निवेदन एवं संलग्न गर्नु पर्ने कागजातहरु
एजेन्सी दर्ता नविकरणको निवेदन नमुना

मिति : / /

श्रीज्यू
नेपाल टेलिभिजन

विषय : विज्ञापन एजेन्सी नविकरण बारे

उपरोक्त सम्बन्धमा यस श्री एजेन्सीले नेपाल टेलिभिजनमा विज्ञापन एजेन्सीको रूपमा दर्ता भई कार्य/कारोवार गर्दै आएको र आ.व. को लागि पनि एजेन्सी नविकरणको लागि आवश्यक कागजातहरु यसै पत्र साथ संलग्न गरी यो निवेदन पेश गरेको छु । छौं । साथै यस एजेन्सीको नाम, ठेगाना, संचालक, प्रोपाईटरसिप, साभेदारी, शेयरधनी आदी विवरण परिवर्तन भएको/नभएको जानकारी गराउँदछु । माथि लेखिएको व्यहोरा ठीक साँचो छ , भुटा ठहरे कानून वमोजिम सहूला बुझाउला ।

निवेदक

सही :

नाम :

पद :

मोवाइल नम्बर :

इमेल ठेगाना:

द्रष्टव्य : निवेदक साथ देहायको कागजातहरु संलग्न गर्नु पर्ने

१. कर चुक्ताको प्रमाणपत्र वा सम्बन्धित कार्यालयमा आय विवरण बुझाएको कागजात पेश गर्नु पर्ने छ ।
२. विज्ञापन एजेन्सीको नाम, ठेगाना, संचालक, प्रोपाइटरसिप, साभेदारी, शेयरधनी आदी विवरण परिवर्तन भएमा सोको जानकारी गराई आवश्यक कागजात पेश गर्नुपर्ने छ ।
३. प्रमाणपत्रको प्रतिलिपिहरु नोटरी पब्लिकबाट प्रमाणित गरी पेश गर्नु पर्ने छ ।
४. छैठौं संशोधन २०७४ वाट हटाईएको ।
५. छैठौं संशोधन २०७४ वाट हटाईएको ।