

नेपाल टेलिकम : राजस्व वृद्धि तथा चुनौती



केशव राज देवकोटा
स.ले.अ. राजस्व विभाग, के.का.

मोहन आकाशवाणी सेवाबाट शुरु गरी म्यानुअल सी.बी.एक्सचेन्ज, क्रसवार एक्सचेन्ज, स्वचालित एक्सचेन्ज हुँदै अत्याधुनिक ताररहित टेलिफोन सेवाहरु जी.एस.एम. तथा सीडीएमए सेवा उपलब्ध गराइरहेको नेपाल टेलिकमले छिट्टै नै एनजीएन सेवा उपलब्ध गराउने भएको छ। नेपाल टेलिकमले स्थापनाकालदेखि नै आफ्ना ग्राहकहरु तथा सरोकारवालाहरुलाई विभिन्न किसिमका स्तरीय तथा आधुनिक सेवाहरु प्रदान गर्दै आएको छ।

नेपाल दूरसञ्चार संस्थानबाट २०६१ वैशाख १ गतेदेखि कम्पनीमा रुपान्तरण भएपश्चात् नेपाल टेलिकम “ग्राहक सेवामा समर्पित” तथा “राष्ट्र निर्माण हाम्रो लक्ष्य” भन्ने मूल नारालाई आत्मसात् गर्दै आघि बढिरहेको छ। सोहीअनुरूप सेवा विस्तार र स्तरीय सेवा प्रदान गर्दै २०६४ कार्तिक मसान्तसम्म यसका ग्राहक संख्या २० लाख पुगिसकेका छन्। कम्पनीले देशको सबै जिल्लामा टेलिफोन सेवा-सुविधा उपलब्ध गराएको छ भने देशको २,९४८ गा.वि.स. हरूमा दूरसञ्चार सेवा पुऱ्याएको छ।

नेपाल टेलिकम नेपाल दूरसञ्चार संस्थानको रुपमा रहँदा सेवा विस्तार, सुविधा र निर्णय प्रक्रियामा तत्कालीन सरकारको कम प्राथमिकता, बढी हस्तक्षेपकारी भूमिका रहने गरेको थियो। यसको ज्वलन्त उदाहरण संस्थान हुँदा टेलिकम लाइन ५,८८,१८४ थियो भने कम्पनी भएकै १ वर्षभित्रमै विश्वकै नयाँ एवम् उच्चस्तरीय, अत्याधुनिक सेवा सीडीएमए भित्र्याएपश्चात् करिब ११,६०,४८४ लाइन क्षमताको विकास गऱ्यो। त्यसपछिको ३ वर्षभित्रमा मोबाइलको संख्या ११ लाख ६५ हजार, सीडीएमए २ लाख ८० हजार र पीएसटीएन ५ लाख १९ हजार गरी २० लाख ग्राहकहरुसम्म सेवा पुगिसकेको छ। आ. व. २०६६/६७ सम्म सबै खालका सेवाहरु गरी

करिब ७० लाख ग्राहकहरुलाई दूरसञ्चार सेवा पुऱ्याउने महत्वाकांक्षी योजना टेलिकमले अघि बढाएको छ।

राजस्व भन्नाले साधारण बोलिचालीको भाषामा सरकारलाई तिर्ने रकम भन्ने बुझिन्छ। नेपाल टेलिकम पनि नेपाल सरकारको स्वामित्वमा भएको कारण यसले प्रदान गर्ने सेवाहरुवापत तिर्नुपर्ने महसुललाई पनि राजस्व भनी बुझ्नुपर्छ। भ्रष्टाचार निवारण ऐन, २०५९ अनुसार राजस्व भन्नाले प्रचलित कानूनबमोजिम नेपाल सरकार वा सार्वजनिक संस्थालाई तिर्नु वा बुझाउनुपर्ने कुनै पनि प्रकारको कर, महसुल, दस्तुर, शुल्क, रोयल्टी, जरिवाना तथा यस्तै प्रकारको अन्य रकम सम्भन्नुपर्छ र सो शब्दले त्यस्तो कर, महसुल, दस्तुर, शुल्क, रोयल्टी तथा यस्तै प्रकारको अन्य रकममा लाग्ने ब्याज वा जरिवानासमेतलाई जनाउँछ।

यो कम्पनीले आफ्ना ग्राहक, सरोकारवालाहरु तथा प्रतिस्पर्धी कम्पनीका लागि विभिन्न समयमा आफ्नो महसुलमा परिमार्जन गर्दै सस्तो, सर्वसुलभ सेवा प्रदान गरिरहेको छ। २०४८ मंसिर १, २०५२ साल, २०५९ असार १ तथा २०६२ वैशाख २० गते महसुल परिमार्जन भैसकेको छ। प्रतिस्पर्धी कम्पनीहरु स्पाइस नेपाल, युटीएल र एसटीएमले नेपालमा सेवा प्रदान गर्न आएपश्चात् पटक-पटक नेपाल टेलिकमले महसुलमा परिमार्जन गर्दै आएको छ। पछिल्लो पटक २०६४ पौष २२ गते मोबाइल सेवालालाई सस्तो, सर्वसुलभ तथा सबैको पहुँचमा पुऱ्याउन मोबाइल सेवाको महसुलमा परिमार्जन गरेको छ। यसरी आफ्नो सेवाको महसुल दरहरुमा परिवर्तन गर्दै जाँदा कम्पनीको कुल आमदानीमा असर परिरहेको छ तर सेवा विस्तारका कारणले विगत पाँच वर्षको आमदानीको स्थिति हेर्दा सन्तोषजनक मान्न सकिने पनि उत्साहप्रद देखिँदैन।



आ. व.	कुल राजस्व (रु. हजारमा)	वृद्धि (%)	लाइन संख्या	प्रतिलाइन वार्षिक राजस्व
२०५८/५९	६५५५९९२		३५२५९२	१८५९८
२०५९/६०	७६६९२८४	१६.९८	४२५९८४	१८०३८
२०६०/६१	८८५२७२७	१५.४३	५८८९८४	१५०५१
२०६१/६२	९९९४२९७	३.८६*	७०९६७९	१३९०३
२०६२/६३	११०५८९१५	२०.२८	११६०४८४	९५३०
२०६३/६४	१३७५६६६०	२४.३९	१५८०५११	८७०४
Unaudited				

* देशको तत्कालीन राजनीतिक अवस्थामा शाही सरकारद्वारा सेवा अवरुद्ध गरिएको तथा द्वन्द्वका कारण राजस्व वृद्धि न्यून देखिएको ।

राजस्व वृद्धिका चुनौतीहरू

कम्पनीका लागि राजस्व वृद्धि हुनुका लागि कम्पनीको गुणस्तरीय सेवा विस्तार हुनुका साथै सेवाहरू सर्वसुलभ तथा सबैको पहुँचमा पुगनुपर्छ । यसका लागि राजस्व वृद्धि हुन नसक्नुका कारणहरू पहिल्याउँदै ती चुनौतीहरूको सामना गर्न कम्पनी तम्तयार भएर रहनुपर्ने आवश्यकता देखिन्छ । राजस्व वृद्धिमा देखिएका चुनौतीहरूलाई निम्नानुसार प्रस्तुत गर्न सकिन्छ ।

- अवैधरूपमा VOIP सञ्चालन हुनु ।
- प्रतिस्पर्धी कम्पनीले अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा गर्नु ।
- समयमा सेवाको विस्तार र गुणस्तरीय सेवा प्रभावकारी बनाउन नसक्नु ।
- कम्पनीका Value Added Services का बारेमा सेवाग्राहीहरूलाई पर्याप्त जानकारी गराउन नसक्नु ।
- नयाँ प्रविधिहरूबाट सञ्चालित GSM तथा CDMA Mobile लक्षित समूहहरूका लागि प्रदान गर्न प्रतिस्पर्धी कम्पनीभन्दा पछि पर्नु ।
- शहरी क्षेत्रमा सेवाहरूको माग हुँदाहुँदै पनि ग्रामीण क्षेत्रमा सेवा विस्तार गर्नुपर्ने बाध्यता ।
- कम्पनीको सांगठनिक संरचनामा केन्द्रीयस्तरमा बजार व्यवस्थापन विभाग एउटा मात्र इकाइ भएको कारण समग्र बजारको विश्लेषण गर्न नसक्ने अवस्था सिर्जना हुनु ।
- Interconnection Usage Charge निर्धारणमा व्यवधान तथा असहमतिहरू देखा पर्नु ।
- व्यवसायस्तर (Business Strategy) को तथा सञ्चालनस्तर (Functional Strategy) को रणनीति निर्माण तथा कार्यान्वयनको अभाव ।
- सेवा बारम्बार अवरुद्ध भइरहनु ।

कम्पनीका निम्ति विभिन्न अवसर तथा चुनौतीहरू हुँदाहुँदै पनि कम्पनी व्यवस्थापन, यसमा कार्यरत युनियनहरू, कर्मचारीहरू, ग्राहकहरू तथा सरोकारवालाहरूको सहयोग, सद्भाव र सुझावबाट नै देशको कुना-कन्दरामा नयाँ नेपालको निर्माणसँगै नयाँ-नयाँ आधुनिक र उच्च प्रविधियुक्त सेवा सर्वसुलभ र सस्तो दरमा उपलब्ध गराउन कम्पनी अघि बढिरहेको छ । यसका लागि सबै क्षेत्रले सहयोग गर्नु आवश्यक देखिन्छ ।

Peace is not the absence of war but the presence of justice.

- Harrison Ford

A day, an hour of virtuous liberty is worth a whole eternity in bondage.

- Joseph Addison

The love of liberty is the love of others: the love of power is the love of ourselves.

- Williams Hazlitt.