बजारीकरण कार्यविधि, २०८१

(सञ्चालक समितिको मिति २०८१।११।१२ गते बसेको ३४ औं बैठकबाट स्विकृत)

कम्पनीले आफ्नो ग्राहकको आधार फराकिलो बनाउँदै व्यवसाय प्रवर्द्धन र विस्तारको लागि बजारीकरणका कार्यक्रमलाई नियमित, व्यवस्थित, गुणस्तरीय र पारदर्शी बनाउन नेपाल बीमा प्राधिकरणबाट जारी भएको बीमकको संस्थागत सुशासन निर्देशिका, २०८० को दफा ८(१) बमोजिम बजारीकरण कार्यविधि, २०८१ तयार गरिएको छ ।

परिच्छेद – १

प्रारम्भिक

१. संक्षिप्त नाम र प्रारम्भ : (१) यस कार्यविधिको नाम बजारीकरण कार्यविधि, २०८१ रहेको छ।

(२) यो कार्यविधि राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेडको सञ्चालक समितिले स्वीकृत गरेको मिति देखि प्रारम्भ हुनेछ।

२. परिभाषा : विषय वा प्रसँगले अर्को अर्थ नलागेमा यस कार्यविधिमा,

(क) "प्राधिकरण " भन्नाले नेपाल बीमा प्राधिकरणलाई सम्झनु पर्दछ ।

(ख) "प्रमुख कार्यकारी अधिकृत" भन्नाले कार्यकारी अधिकार प्राप्त कम्पनीको प्रमुखलाई सम्झनु पर्दछ।

(ग) "कम्पनी" भन्नाले राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेडलाई सम्झनु पर्दछ ।

(घ) "समिति" भन्नाले कम्पनीको सञ्चालक समितिलाई सम्झनु पर्दछ ।

(ङ) "व्यवसाय" भन्नाले राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेडले संचालन गर्ने जीवन बीमा योजनाहरुको बीमालेखको बिक्रि वितरणलाई सम्झनु पर्दछ।

(च) "जीवन बीमा" भन्नाले कुनै व्यक्तिको जिवन सम्बन्धमा निजको उमेरको आधारमा एकमुष्ठ वा किस्तावन्दीमा कुनै खास रकम बुझाएमा निज वा निजले अख्तियारी दिएको व्यक्तिले वा निजको मृत्यु भएको अवस्थामा बीमालेखमा उल्लेख भए बमोजिम निजले अख्तियारी दिएको व्यक्ति वा निजले इच्छाएको व्यक्ति वा निजको हकवालाले कुनै रकम पाउने गरी कम्पनीले बीमितसँग गरेको करार सम्झनु पर्दछ।

(छ) "अभिकर्ता कमिसन" भन्नाले बीमालेखको अवधि र बीमा योजनाको किसिमका आधारमा बीमाशुल्कको तोकिए बमोजिमको प्रतिशतको हिसाबले भुक्तान गरिने रकम सम्झनु पर्दछ ।

(ज) "अभिकर्ता इन्सेन्टिभ" भन्नाले अभिकर्ता कमिसन बाहेक कम्पनीको यस कार्यविधि बमोजिम अभिकर्ताको इन्सेन्टिभ रकम तथा अन्य सुविधालाई सम्झनु पर्दछ।

(झ) "बीमा योजना" भन्नाले कम्पनीले संचालन गर्ने जीवन बीमा व्यवसायका योजनाहरु: सावधिक जीवन बीमा योजना, आजीवन जीवन बीमा योजना, म्यादी जीवन बीमा योजना र पुरक करार समेतलाई जनाउनेछ।

(ञ) "बीमा करार" भन्नाले बीमितले निश्चित बीमाशुल्क भुक्तानी गरी कम्पनी र बीमितबीच संम्झौता बमोजिम जोखिम बहन गर्ने शर्तमा गरिने लिखित सम्झौता सम्झनु पर्दछ।

(ट) "विज्ञापन" भन्नाले कम्पनीको बीमा योजना तथा सेवा ग्राहक तथा बीमितसम्म पुग्ने माध्यमहरु मार्फत गरिने प्रचारप्रसारलाई सम्झनु पर्दछ। विज्ञापन माध्यमहरु जस्तै अनलाईन न्युज मिडिया, सामाजिक सञ्जाल , पत्रपत्रिका तथा स्मारिका टेलिभिजन, रेडियो तथा एफएम, मेला महोत्सव आदि माध्यमलाई उपयोग गर्न सक्नेछ ।

(ठ) "बीमालेख" भन्नाले कम्पनीले कुनै पनि जोखिम स्वीकार गरी बीमितलाई जारी गरेको बीमाको लिखत सम्झनु पर्दछ ।

(ड) "बीमाशुल्क" भन्नाले बीमा गर्दा प्रतिफलको रुपमा बीमितबाट एकमुष्ट वा किस्ताबन्दी रुपमा कम्पनीले लिने रकम सम्झनु पर्दछ ।

(ढ) "बीमा अभिकर्ता" भन्नाले कम्पनीको कर्मचारी बाहेक कम्पनीको तर्फबाट कमिसनको आधारमा काम गर्ने नेपाल बीमा प्राधिकरणबाट ईजाजतपत्र प्राप्त बीमा मध्यस्थकर्ता व्यक्ति वा संस्था सम्झनु पर्दछ।

(ण) "बोनस" भन्नाले मुनाफामा सरिक हुने जीवन बीमा अन्तर्गत बीमा रकमको आधारमा बीमितलाई प्रदान गरिने मुनाफाको हिस्सा वा रकमलाई सम्झनु पर्दछ ।

(त) "प्रशिक्षार्थी" भन्नाले तालिम कार्यक्रममा सहभागी हुने प्रशिक्षार्थी तथा अभिकर्ता सम्झनु पर्दछ।

(थ) "संयोजक" भन्नाले बीमा अभिकर्ता आधारभुत तालिम कार्यक्रमका संयोजक सम्झनु पर्दछ।

(द) "तालिम" भन्नाले कम्पनीले संचालन गर्ने अभिकर्ता तालिम सम्झनु पर्छ। यस शब्दले विभिन्न तहका अभिकर्ताहरुसँग सम्बन्धित पुनर्ताजगी तालिम तथा अन्तरक्रिया समेतलाई जनाउनेछ।

(ध) "बजार" भन्नाले बीमा उपकरण/सेवाहरू खरिद बिक्री हुने बजारलाई सम्झनु पर्दछ।

(न) "बीमित" भन्नाले कम्पनीमा बीमा गर्ने व्यक्तिलाई सम्झनु पर्दछ ।

(प) "ब्राण्ड एम्बेसडर" भन्नाले कम्पनीको व्यवसाय तथा ब्राण्ड प्रवर्द्धन गर्ने उद्धेश्यले नियुक्त व्यक्तिलाई सम्झनु पर्दछ ।

(फ) "आर्थिक वर्ष " भन्नाले प्रत्येक वर्षको श्रावण महिनाको १ गतेदेखि अर्को वर्षको आषाढ मसान्तसम्मको अवधिलाई सम्झनु पर्दछ ।

(ब) "कार्यदिशा" भन्नाले कम्पनीको तर्फबाट विज्ञापन प्रकाशनको लागि प्रदान गरिएको अनुमतीपत्रलाई सम्झनु पर्दछ ।

परिच्छेद–२

बीमा व्यवसाय संचालन

३. बीमालेख खरिद गर्न सक्ने: (१) कम्पनीबाट बीमा सेवा लिन चाहने योग्य व्यक्तिहरुले आफूले चाहेको बीमालेख योजना खरिद गर्न सक्नेछन् ।सो बीमालेख अभिकर्ता मार्फत वा प्रत्यक्ष रुपमा खरिद गर्न सकिनेछ।

(२) ग्राहकहरूलाई कुनै जाति,धर्म, बर्ण, लिङ्ग, पेशा आदिको आधारमा कुनै भेदभाव गरिने छैन।

४. योजनाहरुको वर्गिकरण : (१) प्रचलित बीमा योजनाहरुको साथै बजारको आवश्यकता अनुसारका विभिन्न वर्गलाई समेट्ने गरी कम्पनीले नयाँ नयाँ बीमा योजनाहरु ल्याउन सक्नेछ। कम्पनीले देहाय बमोजिमका बीमा योजनाहरू तयार गरी लागू गर्नेछः

(क) सावधिक जीवन बीमा

(ख) म्यादी जीवन बीमा

(ग) आजीवन जीवन बीमा

(घ) लघु जीवन बीमा

(ङ) पुरक जीवन बीमा करार

५. बजार बिस्तार गरिने:(१) कम्पनीले नेपाल भर बिक्री गर्ने गरी बीमा योजनाको बजार बिस्तार गर्नेछ ।

(२)उपदफा (१) बमोजिम नेपाल भर बीमा बजार विस्तार गर्नका लागि शाखा कार्यालयहरू मार्फत बजारीकरणका विभिन्न माध्यमहरू परिचालन गरिनेछ ।

(३)बीमा बजारीकरणको लागि कम्पनीले समय समयमा बजार अनुसन्धान गरी बजारका आवश्यकता अनुरुप बीमा योजनाहरु जारी गर्न पहल गर्नेछ ।

(४) प्रतिष्पर्धी बीमा बजारमा कम्पनीलाई बलियो बनाउन र बीमा बजारको आवश्यकता पहिचान गरी सोही बमोजिम योजनाहरु जारी गर्न कम्पनीले बजार अनुसन्धान तथा बिकास उपसमिति गठन गर्न सक्नेछ। उक्त उपसमितिको गठन तथा कार्य प्रमुख कार्यकारी अधिकृतले तोके बमोजिम हुनेछ।

६. बीमा जागरण तथा सचेतना सम्बन्धी व्यवस्था : (१) बीमाको पहुँच बृद्धि गर्दै व्यवसायिक लक्ष्य पुर्ति गर्न प्रतिष्पर्धी बीमा बजारको हिस्सालाई अभिवृद्धि र विस्तार गर्न बीमा जागरण तथा सचेतना सम्बन्धी कार्यक्रम सञ्चालन गरिनेछ।

(२) बीमा जागरण तथा सचेतना सम्बन्धी कार्यक्रम बार्षिक कार्यतालिका तथा प्राधिकरणको निर्देशन बमोजिम आवश्यकता अनुसार संचालन गरिनेछ ।

परिच्छेद—३
अभिकर्ता सम्बन्धी व्यवस्था

७. बीमा अभिकर्ता बन्न इजाजतपत्र लिनु पर्ने: (१) बीमा अभिकर्ता बन्नको लागि बीमा ऐन २०७९ को दफा ९१ बमोजिम यस कम्पनीको सिफारिस सहित नेपाल बीमा प्राधिकरणबाट बीमा अभिकर्ताको इजाजत पत्र लिनु पर्नेछ।

(२) कम्पनीद्वारा संचालित तालिममा सहभागी भई प्रमाणपत्र प्राप्त गरेका व्यक्तिहरुलाई बीमा अभिकर्ताको इजाजतपत्र दिनका प्राधिकरणको बीमा अभिकर्ता परिक्षा सहभागी हुन सिफारिस गर्नेछ।

(३) बीमा अभिकर्ताको आधारभूत तालिममा सहभागी हुन इच्छुक व्यक्तिले प्राधिकरणले तोके बमोजिम कागजात संलग्न राखी तालिम सञ्चालन हुनु अगावै कम्पनीमा निवेदन दिनु पर्नेछ ।

(४) कम्पनीको सिफारिस बमोजिम बीमा अभिकर्ताको इजाजत पत्र प्राप्त गरेका व्यक्तिले अभिकर्ताका रुपमा कार्य गर्न सक्ने छन् ।

८. संगठित संस्था अभिकर्ता बन्न सक्ने: बीमा ऐन २०७९ को दफा ९२ बमोजिमको योग्यता र कागजात पुरा गरेका संगठित संस्थाहरुलाई समेत अभिकर्ताको लागि सिफारिस गर्नेछ ।

परिच्छेद ४
अभिकर्ता तालिम सम्बन्धमा

९. अभिकर्ता तालिम कार्ययोजना :(१) कम्पनीले आगामी आर्थिक बर्षमा सञ्चालन गर्ने तालिमको बिस्तृत योजना र तालिका सहितको वार्षिक तालिम कार्ययोजना सञ्चालक समितिबाट स्वीकृत गरी असार मसान्त भित्र प्राधिकरण समक्ष पेश गर्नेछ ।यस्तो तालिम कार्ययोजना वार्षिक बजेटसँगै पेश गरी पारित गर्न सकिनेछ।

(२) सञ्चालक समितिले पारित गरेको वार्षिक तालिम कार्ययोजनामा परेका तालिम कार्यक्रमको संख्या तथा प्रकार सम्बन्धमा कुनै संशोधन गर्नु परेमा सञ्चालक समितिबाट अनुमोदन गर्ने गरी कम्पनीको प्रमुख कार्यकारी अधिकृतले संशोधन गर्न सक्नेछ ।

(३) वार्षिक तालिम कार्ययोजनामा समावेश गरिने विषयहरु: वार्षिक तालिम कार्ययोजनामा निम्न विषयहरु समावेश गरिनेछ ।

(क) तालिमको संख्या

(ख) तालिम गर्ने स्थान

(ग) प्रशिक्षार्थीको अनुमानित संख्या

(घ) तालिम प्रशिक्षकको सूची

(ङ) तालिम दिने विषय

(च) तालिमको समय

(छ) अन्य आवश्यक विवरण

(४) तालिम कार्यक्रम सञ्चालन खर्चको मापदण्ड सञ्चालक समितिबाट स्वीकृत गरे बमोजिम हुनेछ ।

१०. तालिमको सूचनाः जीवन बीमा अभिकर्ता तालिमको बारेमा सर्वसाधारणको जानकारीका लागि कुनै एक राष्ट्रिय दैनिक पत्रिका र कम्पनीको वेवसाइटमा तालिमको विस्तृत जानकारी प्रकाशित गरी प्राधिकरणमा जानकारी गराउनु पर्नेछ।

११. प्रशिक्षार्थी सम्वन्धी व्यवस्था : कम्पनीबाट सञ्चालन हुने तालिममा प्रचलित बीमा ऐन तथा बीमा नियमावली बमोजिम योग्यता भएका व्यक्तिहरुले प्रशिक्षार्थीको रुपमा भाग लिन सक्नेछन् ।

१२. तालिममा सहभागी हुन निवेदन दिनु पर्ने :(१) जीवन बीमा अभिकर्ताको आधारभूत तालिममा सहभागी हुन इच्छुक व्यक्तिले देहायमा उल्लेख भए बमोजिमका कागजात संलग्न राखी तालिम सञ्चालन हुनु अगावै कम्पनीमा आवश्यक देहायका कागजात सहित निवेदन दिनु पर्नेछ ।

(क) नागरिकताको प्रमाणपत्रको प्रमाणित प्रतिलिपि

(ख) कम्तीमा १०+२ वा सो सरह परीक्षा उत्तीर्ण गरेको शैक्षिक प्रमाणपत्रहरुको प्रमाणित प्रतिलिपि

(ग) हालसालै खिचिएको दुई प्रति पासपोर्ट साइजको फोटो

(घ) स्थायी लेखा नम्बर (PAN) प्रमाणपत्रको प्रमाणित प्रतिलिपि

(ङ) निवेदकको ग्राहक पहिचान फाराम (KYC)

(च) कम्पनीले तोके बमोजिम तालिम शुल्क

(२) उपदफा (१) मा उल्लेख भए बमोजिमको कागजात पेश गर्न नसकेमा निजलाई तालिममा सहभागी गराइने छैन ।

१३. तालिम अवधिभर उपस्थित हुनु पर्ने : (१) प्रशिक्षार्थीले तालिमको अवधिभर उपस्थिति जनाउनु पर्नेछ । तालिम कार्यक्रममा संलग्न सहयोगी कर्मचारीले प्रत्येक कक्षा (सेसन) को उपस्थितिको अभिलेख राखुपर्नेछ ।

राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेड

(२) तालिम अवधिको ७५ प्रतिशत भन्दा कम उपस्थित हुने कुनै पनि प्रशिक्षार्थीलाई सहभागिताको प्रमाणपत्र प्रदान गरिने छैन ।

१४. प्रशिक्षक सम्बन्धी व्यवस्थाः (१) तालिम कार्यक्रममा सक्षम, पेशागत रुपमा दक्ष र योग्य प्रशिक्षकद्वारा तालिम प्रदान गर्ने व्यवस्था मिलाउनु पर्नेछ ।

(२) कम्पनीबाट हुने तालिम कार्यक्रममा कम्तिमा स्नातक उपाधी प्राप्त गरी तालिम प्रदान गर्नुपर्ने विषयमा दक्षता हासिल गरेका व्यक्तिले प्रशिक्षकको रुपमा कार्य गर्न सक्नेछ । कुनै संस्था मार्फत आएका वा विदेशी प्रशिक्षकको हकमा भने तालिम प्रदान गर्नुपर्ने विषयको दक्षता हेरी प्रमुख कार्यकारी अधिकृतको निर्णय अनुसार निजलाई प्रशिक्षकको रुपमा नियुक्त गर्न सकिनेछ ।

(३) जीवन बीमा अभिकर्ता तालिमको लागि प्रत्येक आर्थिक वर्षमा एक पटक प्रशिक्षकहरुको सूची तयार गर्नु पर्नेछ । यसरी तयार पारेको सूचीबाट विभिन्न तालिमको लागि प्रशिक्षकको छनौट गरिने र बार्षिक तालिम कार्यक्रममा समेत समावेश गर्नु पर्नेछ । यस्तो सूची कम्पनीको वेवसाइटमा प्रकाशन गरीनेछ ।

१५. प्रशिक्षकको पारिश्रमिक : (१) तालिम कार्यक्रमका प्रशिक्षकहरुलाई तालिममा प्रशिक्षण प्रदान गरे बापत पारिश्रमिक प्रदान गरिने छ ।

१६. तालिम समितिको व्यवस्था: (१) अभिकर्ता तालिम सञ्चालन गर्नका लागि कम्पनीका अधिकृत स्तर तथा शाखा प्रमुख कर्मचारीहरु मध्येबाट एक जनालाई प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट संयोजक तोकिने छ ।

(२) तालिम कार्यक्रममा सहभागी संख्या हेरी आवश्यकता अनुसार समितिमा कर्मचारी तथा कार्यालय सहयोगी तोक्न सकिने छ ।

(३) तालिम संयोजनमा सहभागी र प्रशिक्षक एकै व्यक्ति भएमा पारिश्रमिक उपलब्ध नगराई प्रशिक्षकले प्राप्त गर्ने पारिश्रमिक उपलब्ध गराइनेछ ।

१७. तालिमको पाठ्यक्रम :(१) कम्पनीबाट सञ्चालन गरिने जीवन बीमा अभिकर्ता तालिमको पाठ्यक्रम प्राधिकरणको तालिम निर्देशिका बमोजिम तयार गर्नेछ ।

(२) यस कार्यविधि बमोजिम स्वीकृत पाठ्यक्रम अनुरुप तालिम कार्यक्रमहरु सञ्चालन गर्नुपर्ने छ । कम्पनीले तयार गरेको पाठ्यक्रम प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट आवश्यकता अनुसार संशोधन गरी लागू गर्न सकिनेछ।

(३) अभिकर्ता तालिम कार्यक्रमको पाठ्यक्रम तथा अभिकर्ता तालिमको अवधी र तालिमको सञ्चालन विधि प्राधिकरणको निर्देशन अनुसार परिमार्जन गर्न सकिनेछ ।

१८. तालिम प्रमाणपत्र र प्रतिवेदन : (१) तालिम कार्यक्रममा सहभागी हुने सबै प्रशिक्षार्थीलाई तालिममा सहभागिताको प्रमाणपत्र प्रदान गर्नु पर्नेछ ।

(२) प्रशिक्षार्थीलाई यस कार्यविधि बमोजिम प्रदान गरिएको प्रमाणपत्रको एक प्रति कम्पनीको अभिलेखमा सुरक्षित राख्नु पर्नेछ ।

(३) तालिम सम्पन्न भए पश्चात संयोजकले तालिम प्रतिवेदन तयार गरी प्रमुख कार्यकारी अधिकृत समक्ष पेश गर्नु पर्नेछ ।

१९. तालिम स्थलको व्यवस्था: (१) तालिम सञ्चालन गर्नको लागि बजार व्यवस्थापन विभागको समन्वयमा तालिम संयोजकले उपयुक्त तालिम स्थलको व्यवस्था गर्नेछ । तालिम स्थलमा तालिम सञ्चालन गर्न नसकिने स्थिति भएमा प्राधिकरणलाई जानकारी गराई इलेक्ट्रोनिक माध्यमबाट समेत अभिकर्ता तालिम सञ्चालन गर्न सकिनेछ।
(२) आभिकर्ता तालिमलाई सरल, सहज तथा सुलभ तरिकाले सञ्चालन गरी सेवा बीमा अभिकर्ताको आधारभुत तालिमलाई प्रविधिमैत्री बनाउन सकिनेछ ।
(३) उपदफा (२) बमोजिम गर्न बीमा अभिकर्ताको आधारभुत तालिम विद्युतीय प्रणाली (डिजिटल) बाट सञ्चालन गर्ने तथा ई–प्रमाणपत्र समेत दिन सकिनेछ । यसरी सञ्चालन गर्ने बीमा अभिकर्ता तालिमको जानकारी प्राधिकरणलाई दिनुपर्नेछ ।

२०. तालिम स्थगन गर्न सकिने :(१) वार्षिक कार्यक्रम बमोजिमको कुनै तालिम निर्धारित मितिमा सम्पन्न गर्न नसकेमा मनासिव कारण खुलाई प्राधिकरणमा जानकारी गराउनु पर्नेछ ।
(२) उपदफा (१) बमोजिम तालिम स्थगन गरिएको जानकारी संयोजकले यथासम्भव छिटो सबै प्रशिक्षार्थीलाई दिनु पर्नेछ ।
(३) उपदफा (१) बमोजिम तालिम स्थगन गरिएको जानकारी कम्पनीको वेबसाइटमा प्रकाशित गर्नुपर्नेछ ।

२१. तालिम सामग्री उपलब्ध गराउनु पर्ने : तालिममा सहभागी हुने सबै प्रशिक्षार्थीहरुलाई तालिम सामग्री प्रदान गरिनेछ । साथै तालिम समितिमा रहेका कर्मचारी तथा सहभागीहरुलाई खाजाको व्यवस्था गरिनेछ।

परिच्छेद–५
वरिष्ठ अभिकर्ता सम्बन्धी व्यवस्था

२२. तहगत प्रणाली (चेन सिस्टम) मा समावेश हुने : (१) कम्पनीमा कार्यरत अभिकर्ताहरुलाई ईन्सेन्टिभ प्रदान गर्न एक तहको तहगत अभिकर्ता चेन सिस्टमको व्यवस्था गरिनेछ।
(२) एक तहको चेन सिस्टममा अभिकर्ताको प्रथम बीमाशुल्कको आधारमा निजलाई र निजभन्दा माथिको अभिकर्ता गरी दुवै तहमा ईन्सेन्टिभ उपलब्ध गराइनेछ।
(३) चेन सिस्टममा कम्पनीका अभिकर्ताहरुलाई अभिकर्ता र वरिष्ठ अभिकर्ताहरुको रुपमा वर्गीकरण गरिनेछ र प्रथम बीमाशुल्क व्यवसायको आधारमा ईन्सेन्टिभ प्रदान गरिनेछ ।

२३. बरिष्ठ अभिकर्ता :(१) कम्पनीमा भएको अभिकर्ताहरुको तहगत व्यवस्था संचालन नगर्ने र उक्त व्यवस्था अन्तर्गत कुनै बरिष्ठ अभिकर्ताको मातहत तहगत व्यवस्थामा समावेश नहुने घोषणा गरी एक आ.व.मा कम्तिमा रु.५० लाख प्रथम बीमाशुल्क उपलब्ध गराउने अभिकर्ताहरुलाई पनि बरिष्ठ अभिकर्ता मानिनेछ ।

(२) काठमाण्डौ उपत्यकामा कार्यरत अभिकर्ताहरुले एक आ.व.मा कम्तिमा रु.५ लाख प्रथम बीमाशुल्क आफ्नो कोडमा हाली आफू मातहत १० जना अभिकर्ता सिफारिस गरी नियुक्त गर्ने अभिकर्तालाई बरिष्ठ अभिकर्तामा नियुक्त गरिनेछ।

(३) काठमाण्डौ उपत्यका बाहिर कार्यरत अभिकर्ताहरुले एक आ.व.मा कम्तिमा रु.३ लाख प्रथम बीमाशुल्क आफ्नो कोडमा हाली आफू मातहत १० जना अभिकर्ता सिफारिस गरी नियुक्त गर्ने अभिकर्तालाई बरिष्ठ अभिकर्तामा नियुक्त गरिनेछ।

(४) बरिष्ठ अभिकर्ता नियुक्ति हुनको लागि आफु र आफु मातहतका सिफारिस गर्ने अभिकर्ताहरुको जनहि कम्तिमा रु १ लाखको बीमा अनिवार्य गरेको हुनुपर्नेछ ।

२४. मातहतका अभिकर्ता सक्रिय हुनुपर्ने : (१) बरिष्ठ अभिकर्ता भई इन्सेन्टिभ प्राप्त गर्न आफू मातहत रहेका १० जना मध्ये कम्तिमा ५ जना अभिकर्ताहरु सक्रिय रहेको हुनुपर्नेछ ।

(२) एक आ.व. मा कम्तिमा ३० हजार रुपैया बराबरको प्रथम बीमाशुल्क उपलब्ध गराउने अभिकर्तालाई सक्रिय अभिकर्ता मानिनेछ।

२५. मञ्जुरीनामा पेश गर्नुपर्ने :(१) आफू मातहत तहगत व्यवस्थामा अभिकर्ता सिफारिस गर्दा बीमा अभिकर्ता इजाजतपत्र लिनु अगावै सिफारिस गरी मन्जुरीनामा पेश गरिसक्नु पर्नेछ ।

(२) नियमानुसार मन्जुरीनामा दिई शर्त पुरा गर्ने अभिकर्ताहरु आगामी महिनाबाट चेन सिस्टममा समावेस हुन सक्नेछन् ।

(३) बरिष्ठ अभिकर्ताको नियुक्ती प्रक्रिया र अन्य शर्तहरु कम्पनीको व्यवस्थापनले गरेको निर्णय अनुसार हुनेछ।

परिच्छेद—६
अभिकर्ता ईन्सेन्टिभ सम्वन्धी व्यवस्था

२६. एकमुष्ट (फ्ल्याट) ईन्सेन्टिभ सम्वन्धमा : कम्पनीमा एक आ.व.मा कम्तिमा रु.३ लाख प्रथम बीमाशुल्क उपलब्ध गराउने सम्पूर्ण अभिकर्ताहरुलाई आफ्नो कोडमा राखेको प्रथम बीमाशुल्कको ४ प्रतिशत एकमुष्ट (फ्ल्याट) ईन्सेन्टिभ प्रदान गरिनेछ।

२७. मातहतका अभिकर्ताहरुको ईन्सेन्टिभ सम्वन्धमा : तहगत व्यवस्था संचालन गर्ने वरिष्ठ अभिकर्तालाई निज मातहतका अभिकर्ताहरुले उपलब्ध गराएको प्रथम बीमाशुल्कको थप ४ प्रतिशत वरिष्ठ अभिकर्तालाई ईन्सेन्टिभ बापत प्रदान गरिनेछ।

२८. बरिष्ठ अभिकर्ता ईन्सेन्टिभ सम्वन्धमा : तहगत व्यवस्था संचालन नगर्ने र उक्त व्यवस्था अन्तर्गत कुनै बरिष्ठ अभिकर्ताको मातहत तहगत व्यवस्थामा समावेश नहुने घोषणा गरी एक आ.ब.मा कम्तिमा रु. ५० लाख प्रथम बीमाशुल्क उपलब्ध गराउने वरिष्ठ अभिकर्ताहरुलाई उपलब्ध गराएको प्रथम बीमाशुल्कको थप ४ प्रतिशत बरिष्ठ अभिकर्ता ईन्सेन्टिभ बापत प्रदान गरिनेछ।

२९. व्यावसायिक लक्ष्य वापतको ईन्सेन्टिभ सम्वन्धमा :(१) बरिष्ठ अभिकर्ता र अभिकर्ताहरुलाई निजको व्यवसाय बृद्धि गर्न व्यवसायको सीमा लक्ष्य दिईनेछ ।

(२) अभिकर्ताहरुलाई तल उल्लेखित प्रथम बीमाशुल्कको आधारमा निम्न बमोजिम थप व्यावसायिक लक्ष्य प्राप्ति बापतको ईन्सेन्टिभ प्रदान गरिनेछ ।

क.स.	प्रथम बीमाशुल्क (रु.)	ईन्सेन्टिभ (प्रतिशत)
१.	२५,००,००१ देखि ५०,००,००० सम्म	०.५
२.	५०,००,००१ देखि १,००,००,००० सम्म	१
३.	१,००,००,००१ देखि २,००,००,००० सम्म	२
४.	२,००,००,००१ देखि ३,००,००,००० सम्म	३
५.	३,००,००,००१ देखि ५,००,००,००० सम्म	४
६.	५,००,००,००१ देखि ७,००,००,००० सम्म	५
७.	७,००,००,००१ देखि माथि	६

परिच्छेद–७
अभिकर्ता सम्मान सम्बन्धी व्यवस्था

३०. अभिकर्ता सम्मान गिरिने : (१) निश्चित आ.व.मा प्राप्त भएको प्रथम बीमाशुल्कको आधारमा केन्द्रीय स्तरमा उत्कृष्ट हुने प्रथम, द्धितीय र तृतीय स्थान हासिल गर्ने वरिष्ठ अभिकर्ताहरुलाई क्रमश: एक तोला (११.६६३८ ग्राम),आधा तोला (५.८३१९ ग्राम) र चार आना (२.९१५९ ग्राम)को स्वर्ण पदक र प्रशंसापत्रद्धारा सम्मानित गरिनेछ।

(२) चौथो देखि दशौं स्थान हासिल गर्ने प्रत्येक अभिकर्ताहरुलाई २ तोलाको चाँदीको पदक तथा प्रशंसा-पत्रद्धारा सम्मानित गरिनेछ।

(३) प्रदेशगत रुपमा प्रथम हुने १/१ जना अभिकर्तालाई ३ तोलाको चाँदीको पदक र प्रशंसा-पत्रद्वारा सम्मानित गरिनेछ।

(४) निश्चित आ.व.मा प्रथम बीमाशुल्क र बीमालेख संख्याको आधारमा प्रथम हुने १/१ जना अभिकर्तालाई विशेष प्रशंसा-पत्रद्वारा सम्मानित गरिनेछ।

३१. अभिकर्ता सम्मानका आधार : (१) केन्द्रीय स्तरबाट उत्कृष्ट दश जना र प्रदेश स्तरबाट प्रथम हुने एक/एक जना सम्मानित हुने अभिकर्ताहरुको सम्मानका आधारहरु देहाय बमोजिम हुनेछन्

(क) निश्चित आ.व. मा प्रथम बीमाशुल्क रु. ५०,००,०००/- भन्दा बढि उपलब्ध गराउने अभिकर्ताहरु मध्येबाट केन्द्रीय स्तरमा सम्मानित गरिनेछ।

(ख) केन्द्रीय स्तरमा उत्कृष्ट अभिकर्ताहरु छनौटको लागि प्रथम बीमाशुल्क, बीमालेख संख्या, व्यवसाय बृद्धि, समर्पण तथा मृत्यू दावी अनुपात सहित पाँचवटा इन्डिकेटरलाई छुट्टा छुट्टै अंकभार उपलब्ध गराइनेछ र सोको आधारमा उत्कृष्ट १० अभिकर्ताको छनौट गरिनेछ।

(ग) काठमाण्डौ उपत्यका बाहिर निश्चित आ.व. मा कम्तिमा १० लाख प्रथम बीमाशुल्क आर्जन गरी प्रदेशगत रुपमा प्रथम हुने अभिकर्ताहरुलाई समेत सम्मान गरिनेछ।

(घ) प्रदेशका अभिकर्ताहरुले माथि उल्लेखित शर्त पुरा गरेमा केन्द्रीय स्तरमा सम्मानको लागि सहभागी हुन पाउने र निजहरुलाई सम्मानको आधारहरु सोहि बमोजिम लागू हुनेछन्। तर केन्द्रीय स्तरमा सम्मानित हुने अभिकर्तालाई प्रदेशगत स्तरको सम्मानमा सहभागी गराईने छैन।

(२) प्रदेशगत अभिकर्ताको व्यवसाय भन्नाले निजले सम्वन्धित प्रदेशमा रहेको कार्यालयबाट कम्पनीमा उपलब्ध गराएको व्यवसायलाई मात्र जनाउँदछ।

३२. उत्कृष्ट अभिकर्ता मुल्याङ्कनको अंकभार : (१) केन्द्रीय स्तरमा उत्कृष्ट हुने अभिकर्ताहरुको सम्मानको लागि जम्मा पूर्णाङ्क १०० लाई निम्नानुसार बिभाजित गरी मुल्याङ्कन गरिनेछ।

(क) प्रथम बीमाशुल्क — अंक: ७०

निश्चित आ.व. मा प्रथम बीमाशुल्क रु. ५ करोड वा बढि प्राप्त भएमा कुल ७० अंक प्रदान गरिनेछ र सोही अंकलाई समानुपातिक रुपमा सम्मानको लागि योग्य हुने हरेक अभिकर्ताको सो आ.व.को नयाँ व्यवसायको बीमाशुल्कको आधारमा अंक प्रदान गरिनेछ।

(ख) बीमालेख संख्या — अंक: १०

निश्चित आ.व. मा नयाँ बीमालेखको संख्या ४०० वा सो भन्दा बढी भएमा जम्मा १० अंक प्रदान गरिनेछ र सोही अंकलाई समानुपातिक रुपमा सम्मानको लागि योग्य हुने हरेक अभिकर्ताको सो आ.व.को नयाँ बीमालेखको संख्याको आधारमा अंक प्रदान गरिनेछ।

(ग) समर्पण अनुपात— अंक: १०

(१) सरेन्डर रेसियो शुन्य प्रतिशत भएमा जम्मा १० अंक प्रदान गरिनेछ।

(२) ५ प्रतिशत भन्दा बढि सरेन्डर रेसियो भएमा मुल्याङ्कन गर्दा शुन्य अंक दिने गरी देहाय बमोजिम अंकहरु प्रदान गरिनेछ।

क्र.स.	समर्पण अनुपात	अंक
१.	५ प्रतिशत सम्म वा बढी	०
२.	४ प्रतिशत सम्म	१
३.	३ प्रतिशत सम्म	२
४.	२ प्रतिशत सम्म	४
५.	१ प्रतिशत सम्म	६
६.	० प्रतिशत	१०

(३) समर्पण अनुपात निर्धारण गर्दा बढिमा १० बर्ष सम्मको निजको जम्मा बीमालेख संख्याले निश्चित आ. ब.मा समर्पण भएको जम्मा बीमालेख संख्यालाई भाग गरी प्रतिशतमा निकालिनेछ ।

(४) अभिकर्ता नियुक्ति भएको १० वर्ष नपुगेमा प्रत्येक वर्षको समानुपातिक हिसावले अंक विभाजन गरी निश्चित आ.ब. को सरेन्डर भएको जम्मा बीमालेख संख्यालाई भाग गरी प्रतिशतमा निकालिनेछ। तर अभिकर्ता नियुक्ति भई बीमालेख जारी भएको ३ वर्षपछि मात्र सरेन्डर रेसियोको अंक प्रदान गरिनेछ ।

(घ) मृत्यू दावी अनुपात — अंक: ५

(१) मृत्यू दावी अनुपात शुन्य प्रतिशत भएमा जम्मा ५ अंक प्रदान गरिनेछ ।

(२) ५ प्रतिशत भन्दा बढि मृत्यू दावी अनुपात हुने अभिकर्तालाई मुल्याङ्कन गर्दा शुन्य अंक दिने गरी देहाय बमोजिम अंक प्रदान गरिनेछ।

क्र.स.	डेथ रेसियो	अंक
१.	५ प्रतिशत सम्म वा बढी	०
२.	४ प्रतिशत सम्म	१
३.	३ प्रतिशत सम्म	२
४.	२ प्रतिशत सम्म	३
५.	१ प्रतिशत सम्म	४
६.	० प्रतिशत	५

(३) डेथ रेसियो निर्धारण गर्दा बढिमा १० वर्ष सम्मको निजको जम्मा बीमालेख संख्याले निश्चित आ. व.मा डेथ भएको जम्मा बीमालेख संख्यालाई भाग गरी प्रतिशतमा निकालिनेछ ।

(४) अभिकर्ता नियुक्ति भएको १० वर्ष नपुगेमा प्रत्येक वर्षको समानुपातिक हिसावले अंक विभाजन गरी निश्चित आ.व. मा निजको जम्मा बीमालेख संख्याले निश्चित आ. व. मा डेथ भएको जम्मा बीमालेख संख्यालाई भाग गरी प्रतिशतमा निकालिनेछ।

(ङ) व्यवसाय बृद्धिदर — अंक: ५

व्यवसाय बृद्धिदरका आधारमा अभिकर्तालाई देहाय बमोजिमको अंक प्रदान गरिनेछ ।

क्र.स.	व्यवसाय बृद्धिदर	अंक
१.	२० देखि ४० प्रतिशत सम्म	१
२.	४० देखि ६० प्रतिशत सम्म	२
३.	६० देखि ८० प्रतिशत सम्म	३
४.	८० देखि १०० प्रतिशत सम्म	४
५.	१०० प्रतिशत भन्दा माथी	५

३३. अभिकर्ता सुविधा सम्बन्धी अन्य व्यवस्था : (१) कम्पनीलाई जीवन बीमा उपलब्ध गराए बापत निम्न बमोजिम प्रथम बीमाशुल्क उपलब्ध गराउने अभिकर्तालाई कम्पनीले निम्नानुसार व्यक्तिगत दुर्घटना बीमा गराईनेछ।

क.स.	एक आ.ब मा बुझाउनु पर्ने बीमाशुल्क	व्यक्तिगत दुर्घटना बीमाको रकम
१.	रु. २ करोड भन्दा माथि	रु.२० लाख
२.	रु. १.५ करोड देखि २ करोड सम्म	रु.१६ लाख
३.	रु. १ करोड देखि १.५ करोड सम्म	रु.१२ लाख
४.	रु. ५० लाख देखि १ करोड सम्म	रु.८ लाख
५.	रु. २० लाख देखि ५० लाख सम्म	रु.४ लाख
६.	रु. १० लाख देखि २० लाख सम्म	रु.२ लाख
७.	रु. ५ लाख देखि १० लाख सम्म	रु.१ लाख ५० हजार

(२) निश्चित आ.ब. मा न्युनतम ५ वटा बिमालेख वा रु.१० लाख बराबरको बीमाङ्क उपलब्ध गराउने अभिकर्तालाई कम्पनीको नाम र लोगो अंकित १/१ थान ब्याग र डायरी साथै कम्तिमा एउटा बीमालेख उपलब्ध गराउने सम्पूर्ण अभिकर्ताहरुलाई १ थान डायरी बर्षको एक पटक मात्र प्रदान गराइनेछ।

(३) कम्पनीमा प्रत्यक्ष बीमा गर्ने बीमितलाई कम्तीमा रु.२ लाख बीमाङकको बीमा गर्दा कम्पनीको नाम र लोगो अंकित एक थान डायरी तथा कम्तीमा रु.५ लाख बीमाङकको बीमा गर्दा कम्पनीको नाम र लोगो अंकित एक थान ब्याग र डायरी प्रदान गरिनेछ ।साथै प्रत्यक्ष बीमा गर्ने बीमितहरुलाई प्राधिकरणले तोके बमोजिमको सीमाभित्र रहि छुटको व्यवस्था मिलाउन सकिनेछ ।

(४) कम्पनीले आफ्ना अभिकर्ताहरुलाई दिएको अभिकर्ता कर्जा तथा सापटि प्राधिकरणको निति नियम बमोजिम असुल उपर गर्न सकिनेछ ।

३४. अभिकर्ता तालिम, पुनर्ताजगी तथा अन्तरक्रिया सम्वन्धमा : (१) जीवन बीमा व्यवसाय मुलत अभिकर्ताहरुमा निर्भर हुने भएकोले अभिकर्ताहरुको कार्यकुशलतामा बृद्दि गर्दै व्यवसाय प्रबर्द्धनको लागि अभिकर्ताहरुलाई तालिम, अभिकर्ता सम्मान, पुनर्ताजगी तथा अन्तरक्रिया कार्यक्रम सञ्चालन गरिनेछ।

३५. योजनामा समावेश हुन नपाउने : (१) उपरोक्त बमोजिमको सुविधामा तहगत ईन्सेन्टिभ र व्यवसाय लक्ष्य प्राप्ति ईन्सेन्टिभको लागि प्रथम बीमाशुल्क बाहेक अन्य बीमाशुल्क समावेश

गरिनेछैन। साथै एकल बीमाशुल्क बीमालेख र म्यादी जीवन बीमालेखबाट प्राप्त बीमाशुल्क यसमा समावेश गरिने छैन ।

(२) संस्थागत अभिकर्ता तथा एउटा संस्था विशेषको व्यवसाय गर्ने उद्देश्यले व्यक्तिको नाममा ईजाजतपत्र लिएको अभिकर्तालाई यस योजनामा समावेश गरिने छैन।

परिच्छेद—८
विज्ञापन तथा प्रचारप्रसार सम्बन्धी

३६. विज्ञापन तथा प्रचारप्रसार: (१) कम्पनीले लिएको व्यवसायिक लक्ष्य तथा लक्षित वर्गलाई समेत दृष्टिगत गरी बजार प्रर्वद्धनको लागि विनियोजन गरिएको वार्षिक बजेटको सीमा भित्र रही विज्ञापन तथा प्रचार प्रसार सम्बन्धी कार्य गरिनेछ ।

(२) बजार प्रर्वद्धनको लागि विज्ञापन तथा प्रचार प्रसार सम्बन्धी कार्य गर्दा कम्पनीको खरिद सम्बन्धी नियमावली र सार्वजनिक खरिद नियमावलीको प्रावधान बमोजिम गरिनेछ ।

(३) कम्पनीले विज्ञापन सम्बन्धी कार्य गर्दा व्यवसाय र ब्राण्ड प्रर्वद्धनलाई उच्च प्राथमिकता दिई कम्पनीले प्रकाशन तथा प्रसारण गर्ने विज्ञापन सामाग्रीहरुमा एकरुपता कायम गरिनेछ । विज्ञापनका विभिन्न माध्यमहरुको प्रभावकारिता विश्लेषण गरी उपयुक्त माध्यमको छनौट गरी प्रसारणको व्यवस्था मिलाइनु पर्नेछ ।

(४) विज्ञापनको माध्यमलाई मध्यनजर गरी प्रधान कार्यालय तथा शाखा कार्यालयको लागि सीमा तथा अख्तियारी निर्धारण गरिनेछ ।

(५) विज्ञापन प्रसारणको लागि तोकिएका आवश्यक कागजात रुजु गरी कार्यादेश दिने व्यवस्था गरिनेछ ।

३७. विज्ञापन माध्यमको बर्गिकरण : (१) कम्पनीले विज्ञापन गर्ने क्षेत्रहरुको समुह बर्गिकरण गरी सोही परिधिभित्र विज्ञापन प्रकाशन तथा प्रसारण गराउनु पर्नेछ।

(२) विज्ञापन गर्ने माध्यमहरुको बर्गिकरण तथा छनौट निम्नानुसार गर्न सकिनेछ ।

(क) पत्र पत्रिका तथा स्मारिका
(ख) अनलाइन मिडिया
(ग) सामाजिक सञ्जाल
(घ) टेलिभिजन
(ङ) रेडियो र एफ.एम.
(च) डिजिटल माध्यम

(छ) मेलामहोत्सब, खेलकुद, सेमिनार तथा इभेन्ट्स आदि

(ज) सञ्चार माध्यम बाहिर हुने विज्ञापन

(झ) सार्वजनिक व्यक्तित्वलाई व्यवसायिक दूतको रुपमा नियुक्त गर्ने

(ञ) अन्य विज्ञापन माध्मय

३८. विज्ञापनको माध्यमको छनौटका आधार : कम्पनीले विज्ञापन गर्ने क्षेत्रहरुको समुह निम्न अनुसार वर्गिकरण गरी ती माध्यमहरुमा विज्ञापन गर्दा निम्न अनुसारको परिधि भित्र रहेर विज्ञापन प्रकाशन तथा प्रसारण गराउनु पर्नेछ ।

(१) पत्र पत्रिका , स्मारिका, मुखपत्र आदि : वार्षिक, अर्धवार्षिक, त्रैमासिक , मासिक, पाक्षिक, साप्ताहिक, दैनिक पत्रपत्रिका, म्यागजिन र विभिन्न संघ संस्थाहरुले प्रकाशन गर्ने स्मारिकाहरु, मुखपत्रहरु आदि मार्फत विज्ञापन गर्दा देहाय बमोजिम रकमको सीमा भित्र रही मात्र गर्नु पर्नेछ।

सि.न.	पत्रिकाको किसिम	प्रकाशनको विवरण विज्ञापन दिने सीमा	रकमको सीमा
१.	दैनिक पत्रपत्रिका (विज्ञापन माग भइ आएकाको हकमा मात्र)	"क" र "ख" श्रेणीको प्रकाशन (एक आर्थिक वर्षमा बढीमा २ पटक)	एक पटकमा "क" श्रेणीको प्रकाशन भए रु.७,०००र "ख" श्रेणी भए रु.६,००० मा नबढ्ने गरी
२.	साप्ताहिक प्रकाशन	"क" श्रेणीको प्रकाशन (एक आर्थिक वर्षमा बढीमा २ पटक)	एक पटकमा रु.५,०००।००मा नबढ्ने गरी ।
		अन्य श्रेणीको प्रकाशन (एक आर्थिक वर्षमा बढीमा २ पटक)	एक पटकमा रु.४,०००।०० मा नबढ्ने गरी ।
३.	पाक्षिक, मासिक, द्वैमासिक र त्रैमासिक प्रकाशन	"क" श्रेणीको प्रकाशन (एक आर्थिक वर्षमा बढीमा २ पटक)	एक पटकमा रु.७,०००।०० मा नबढ्ने गरी ।
		अन्य श्रेणीको प्रकाशन (एक आर्थिक वर्षमा बढीमा २ पटक)	एक पटकमा रु.४,५००।०० मा नबढ्ने गरी ।

४.	सामाजिक, धार्मिक, शैक्षिक, गैर सरकारी तथा पेशागत संस्थाहरुका स्मारिका वा मुखपत्र जस्ता प्रकाशनहरु	एक आर्थिक वर्षमा १ पटक मात्र	औचित्य हेरी रु ८,०००।०० मा नबढ्ने गरी ।
५.	विद्यार्थी संगठन, ट्रेड युनियन तथा राजनैतिक पार्टीका भातृ संगठनहरुको वार्षिक प्रकाशन	एक आर्थिक वर्षमा १ पटक मात्र	औचित्य हेरी रु.८,०००।०० मा नबढ्ने गरी ।
६.	शुभकामना विज्ञापनहरु (नया वर्ष, बडा दशैं, दिपावली तथा अन्य)	एक आर्थिक वर्षमा २ पटक मात्र	एक पटकमा रु.५,०००।०० मा नबढ्ने गरी ।
७.	विभिन्न संघ संस्थाहरुबाट प्रकाशित हुने क्यालेण्डर, पात्रो	एक आर्थिक वर्षमा १ पटक मात्र	एक पटकमा रु.१२,०००।०० मा नबढ्ने गरी ।
८.	अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा जाने अंग्रेजी भाषामा प्रकाशित हुने प्रकाशन	एक आर्थिक वर्षमा १ पटक मात्र	एक पटकमा रु.१२,०००।०० मा नबढ्ने गरी ।
९.	कम्पनीभित्र मान्यता प्राप्त दर्तावाला ट्रेड युनियनहरुबाट प्रकाशन गरिने सामग्रीहरुमा	एक आर्थिक वर्षमा रु १७,०००।०० मा नबढ्ने गरी (क्यालेन्डरको लागि रु.१२,०००।००, स्मारिकाको लागि रु.१२,०००।०० र अन्य प्रकाशनका लागि रु.७,०००।००)	

यस्ता खालका प्रकाशनहरुमा वार्षिक रुपमा बिनियोजन गरिएको बजेटको परिधि भित्र रहेर मात्र विज्ञापन उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।

(२) राष्ट्रिय दैनिक पत्रिका : नेपालका मूलधारका राष्ट्रिय स्तरका दैनिक पत्रिकाहरु मार्फत विज्ञापन प्रसारण गर्दा निम्न अनुसारको प्रकृया अवलम्वन गर्नुपर्नेछ :

(क) प्रभावकारी विज्ञापनको लागि नेपालका राष्ट्रिय तथा मूलधारका दैनिक पत्रपत्रिकाहरुको छनौट गर्न आधिकारिक निकायले गरेको श्रेणीकरणको आधारमा राष्ट्रिय दैनिकहरुको वर्गिकरण गरी विज्ञापन दिन सूची तयार गर्नु पर्दछ । कम्पनीले विज्ञापन प्रसारण गर्दा "क" श्रेणीमा पर्ने राष्ट्रिय दैनिक पत्रिकाहरुलाई प्राथमिकता दिनेछ। गोरखापत्र दैनिकको हकमा भने यो प्रावधान लागू हुने छैन ।

(ख) कम्पनीले विज्ञापन गराउनु भन्दा अगाडि देहायका कागजातहरु माग गर्नु पर्नेछ।

- सुचना विभागबाट प्राप्त इजाजतपत्र,
- कम्पनी वा संस्था दर्ता प्रमाणपत्र,
- सुचना विभागबाट पछिल्लो पटक नविकरण भएको प्रमाण,
- करचुक्ता गरेको प्रमाणपत्र,
- प्यान वा भ्याटमा दर्ता भएको प्रमाणपत्र,
- विज्ञापन प्रकाशनको दर रेट सहितको प्रस्ताव

(ग) पत्रिकाहरुमा कम्पनीको विज्ञापन प्रकाशनको लागि आवश्यक स्थान खुलाई सम्वन्धित प्रकाशन गृहसंग सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ता गरी दररेट र छुट तय गरी सम्झौता गर्न सकिनेछ ।

(घ) कम्पनीको विज्ञापन प्रकाशनको लागि शिलबन्दी दरभाउपत्र माग गरी सार्वजनिक खरिदको प्रकृया अवलम्वन गर्न वा विज्ञापनदाता एजेन्सी मार्फत सम्झौता गरी कम्पनीलाई आवश्यक पर्ने विज्ञापन प्रकाशन गर्न सकिनेछ ।

(३) अनलाइन मिडिया :(क) कम्पनीले आफ्ना सेवाहरुको प्रवर्द्धन तथा सुचनाको सम्प्रेषणको लागि नेपालका अनलाइन न्यूज पोर्टलहरु छनौट गर्दा निम्न कागजातहरु अनिवार्य रुपमा माग गरी सोको रुजु गर्नु पर्नेछ।

- संस्था दर्ता प्रमाणपत्र,
- भ्याट / प्यानको दर्ता प्रमाणपत्र,
- कर चुक्ता गरेको प्रमाणपत्र,
- फर्म दर्ताको उद्देश्य शिर्षकमा अनलाइन मिडिया सञ्चालन गर्ने व्यहोरा स्पष्ट किटान भएको,
- प्रेस काउन्सिलमा सुचीकृत भएको प्रमाण,
- कम्तिमा ३ वर्षसम्म नियमित रूपले सञ्चालनमा रहेको,
- वेवसाइटको मोबाइल भर्सन र मोबाइल एप भएको प्रमाण,

- संस्थाको प्रकाशक, सम्पादक, सम्वाददाताहरुको स्पष्ट जानकारी झल्किने गरी वेवसाइटमा प्रकाशित गरिएको प्रमाण,
- न्युज पोर्टल हेर्नेहरुको संख्या
- प्रसारणको दररेट सहितको प्रस्ताव

(ख) नेपालका अनलाइन न्युज पोर्टलमा विज्ञापन उपलब्ध गराउनु पूर्व न्युज पोर्टल हेर्नेको संख्या अर्थात फलोअर्सको आधारमा अनलाइन न्युज पोर्टलको प्रभावकारिता र पहुँचको श्रेणी तयार गर्नु पर्नेछ।

(ग) अनलाइन न्युज पोर्टलसंग सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्वारा विज्ञापनको साईज, स्थान तथा दर तय गर्नु पर्नेछ ।

(घ) २००० भन्दा बढी भ्युअर्स भएका अनलाइन न्युज पोर्टलसंग सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्वारा विज्ञापनको साईज, स्थान तथा दर रेट तय गर्नु पर्नेछ ।

(ङ) २००० भन्दा कम भ्युअर्स भएकाहरुको हकमा दैनिक १,५०० सम्म भ्युअर्स भएकाहरुलाई वार्ताद्वारा बढीमा मासिक रु.१५,०००।०० (मु.अ.कर सहित), दैनिक १,००० सम्म भ्युअर्स भएकाहरुलाई बढीमा मासिक रु.१०,०००।०० (मु.अ. कर सहित), दैनिक ५०० सम्म भ्युअर्स भएकाहरुलाई मासिक रु.७,०००।०० (मु.अ.कर सहित) र दैनिक ५०० भन्दा कम भ्युअर्स भएकाहरुलाई मासिक रु. ५,०००।०० (मु.अ.कर सहित) मा नबढ्ने गरी मात्र विज्ञापन उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।

(च) यस्ता अनलाइन न्युज पोर्टलहरुको प्रभावकारिता विश्लेषणको लागि माथि उल्लेखित भ्युअर्सका आधारमा एक पटकमा कम्तीमा तीन महिना र बढीमा एक वर्ष सम्मको लागि पटक पटक गरी सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्वारा विज्ञापन प्रकाशन गर्ने व्यवस्था गर्नु पर्नेछ ।

माथि उल्लेखित छनौटका प्रावधान पूरा गर्दै कला, साहित्य, विज्ञान, संगित, शिक्षा, स्वास्थ्यको क्षेत्रका सूचना प्रवाह गर्ने अनलाइन पोर्टलहरूलाई पनि सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्वारा विज्ञापन उपलब्ध गराउन सकिनेछ ।

(छ) अनलाइन पोर्टलमा सञ्चालन हुने समाचारमूलक अनलाइन टि.भि. तथा भिडियोहरूमा पनि अनलाइन न्युज पोर्टल सरहकै छनौट विधि अपनाईनेछ ।

(ज) नेपालका अनलाइन सञ्चार माध्यममा विज्ञापन प्रसारण गर्न कार्यादेश दिदा देहाय बमोजिमको प्रक्रिया र मापदण्ड अपनाउनु पर्नेछ ।

(१) अनलाइन सञ्चार माध्यममा उल्लेखित प्रावधान लागू गर्दा सूचना विभागबाट श्रेणी वर्गिकरण भएमा सो श्रेणी वर्गिकरणलाई समेत आधार मान्नु पर्नेछ ।

(२) विज्ञापन प्रसारण स्वीकृति वा सम्झौता अघि सुचना विभाग तथा प्रेश काउन्सिलमा सुचीकृत भएको, घरेलु वा कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालयमा दर्ता भएको, भ्याट वा प्यानमा दर्ता भएको, आयकर चुक्ता प्रमाण पत्र लिएको, सम्बन्धित संस्थामा नविकरण भएको जस्ता आवश्यक कागजात अनिवार्य रुपमा रुजु गर्नु पर्नेछ ।

(झ) विभिन्न विज्ञापनदाता एजेन्सीहरु मार्फत कम्पनीलाई आवश्यक पर्ने विज्ञापन अनलाइन मिडियामा समेत प्रसारण गराउन सकिनेछ ।

(४) सामाजिक सञ्जाल : सामाजिक सञ्जाल मार्फत विज्ञापन प्रसारण गर्दा देहाय बमोजिम गर्नु पर्नेछ :

(क) कम्पनीले आफ्ना सेवाहरुको प्रवर्द्धनका लागि सामाजिक सञ्जाल मार्फत भईरहेका तथा सम्भाव्य ग्राहकहरुमा सेवाहरुको जानकारी तथा सूचनाहरुको प्रवाह गर्न सकिनेछ ।

(ख) यसरी विज्ञापन प्रकाशन गर्दा विभिन्न सामाजिक सञ्जालहरुमा सेवाको प्रकृति र लक्षित समुह मिल्ने गरी विज्ञापन प्रकाशन गर्नुपर्दछ । हाल लोकप्रिय रहेका फेसबुक, इन्स्टाग्राम, युटुब, टिकटक जस्ता सामाजिक सञ्जालहरु फरक फरक उमेर समुहले फरक फरक उद्धेश्यले प्रयोग गर्ने भएकोले सोही अनुसारको लक्षित समुहको लागि सोही अनुसारको बीमा योजनाको विज्ञापन प्रकाशन गर्नु पर्नेछ ।

(ग) सामाजिक सञ्जालका नेपाल स्थित प्रतिनिधिहरुबाट नियमानुसार दरभाउ पत्र लिई वार्ताको माध्यमबाट दर, स्थान, समय र सामाग्रीको निर्धारण गर्नु पर्नेछ ।

(५) टेलिभिजनः टेलिभिजनको माध्यमबाट विज्ञापन प्रसारण गर्दा देहाय बमोजिम गर्नु पर्नेछः

(क) नेपाल टेलिभिजन लोकप्रिय च्यानल रहेकोले यस मार्फत आफ्ना सेवाहरुको प्रचार प्रसार गर्नु कम्पनीको लागि लाभदायक देखिन्छ। कम्पनी र नेपाल

टेलिभिजन बीच सोझै बार्ता गरी विज्ञापन समय तथा विज्ञापन प्रशारण बापतको रकमको सम्बन्धमा वार्षिक रुपमा सम्झौता गरी विज्ञापन प्रसारण गराउन सकिनेछ ।

(ख) नीजि टेलिभजन च्यानलहरुको उदय र लोकप्रियतासगै यस कम्पनीले पनि टेलिभिजन मार्फत हुने आफ्नो विज्ञापन तथा सुचना सम्प्रेषणलाई विस्तार गर्दै लैजानु पर्ने देखिएकोले सोका लागि नीजि टेलिभिजन च्यानल छनौट गर्दा देहायका बुँदाहरुका आधार छनौट गरी विज्ञापन उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।

(१) टेलिभिजन च्यानलको नेटवर्क कभरेज, भ्युअर्स, एचडि वा सामान्य च्यानल, स्याटेलाइट मार्फत प्रसारण हुने र नहुने तथा लोकप्रिय टेलिभिजन कार्यक्रमहरूलाई छनौटको आधार बनाउनु पर्नेछ ।

(२) केबुल टिभि, डिजिटल, एच डि टिभि र डि. टि. एच. माध्यमलाई छनौट गर्दा त्यस्ता सेवा प्रदायकहरुको ग्राहक र भौगोलिक क्षेत्रलाई आधार मान्नु पर्दछ ।

(३) टेलिभिजन च्यानलहरुको छनौट गर्दा निम्न मापदण्डहरू समेत अनिवार्य रुपमा पूरा गर्ने टेलिभिजन च्यानल छनौट गर्न सकिनेछ ।

- सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय बाट इजाजत प्राप्त गरेको,
- सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय बाट नविकरण भएको ,
- भ्याट वा प्यानमा दर्ता भएको,
- फर्म दर्ता प्रमाणपत्र भएको,
- करचुक्ता गरेको प्रमाणपत्र भएको

(ई) छनौट भएका टेलिभिजनहरुमा कम्पनीको विज्ञापन प्रसारण गर्दा प्रभावकारी कार्यक्रम र समयमा प्रसारण गर्ने व्यवस्था मिलाउनु पर्नेछ।

(उ) विज्ञापन गर्दा कम्पनीको सेवाहरुको लक्षित क्षेत्र, वर्ग, समुह अनुसार सो समुहमा कुन सेवाको विज्ञापन प्रशारण गर्न उपयुक्त हुन्छ सोही अनुसार लोकप्रिय टेलिभिजनहरुको पहिचान गरी विज्ञापन प्रसारण गर्ने व्यवस्था गर्नु पर्नेछ ।

(ग) कम्पनीलाई विज्ञापन प्रशारण गर्नु पर्ने समय तय गरी त्यस्ता प्रशारणको लागि सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा सम्बन्धित पक्षसंग सोझै वार्ताद्वारा वा बिभिन्न विज्ञापनदाता एजेन्सीहरुबाट विज्ञापन प्रशारणको लागि शिलबन्दी दरभाउपत्र माग गर्ने र सोही विज्ञापनदाता एजेन्सी मार्फत कम्पनीलाई आवश्यक पर्ने विज्ञापन प्रशारणको व्यवस्था मिलाउनु पर्नेछ ।

(६) रेडियो र एफ.एम : रेडियो तथा एफ.एम. को माध्यमबाट विज्ञापन प्रसारण गर्दा देहाय बमोजिम गर्नुपर्नेछ ।

(क) सरकारी रेडियो मार्फत विज्ञापन प्रसारणः कम्पनीले रेडियो नेपाल तथा अन्य सरकारी रेडियो मार्फत आफ्नो सेवाहरुको विज्ञापन प्रसारण गर्न सोझै वार्ता गरी विज्ञापन समय तथा विज्ञापन प्रसारण वापतको रकमको सम्बन्धमा सम्झौता गर्न सक्नेछ ।

(ख) नीजि क्षेत्रद्धारा सञ्चालित एफ. एम. मार्फत विज्ञापन प्रसारणः निजी एफ. एम. स्टेशनहरुको उदय र लोकप्रियतासंगै कम्पनीले एफ. एम. रेडियो मार्फत हुने आफ्नो विज्ञापन तथा सुचना सम्प्रेषणलाई बिस्तार गर्दै लैजानु पर्ने देखिएकोले एफ.एम.को भौगोलिक तथा जनसंख्याको पहुच पहिचान गरी नेपाली भाषाका अतिरिक्त सो क्षेत्रमा बोलिने स्थानीय भाषा भाषीहरुमा विज्ञापन प्रसारण गर्नु पर्नेछ ।

(ग) छनौटका आधारः नीजि एफ. एम. रेडियोहरु छनौट गर्दा निम्न मापदण्डहरू पूरा गरेको हुनुपर्नेछः

- नेपाल सरकारको सम्बन्धित निकायबाट इजाजत प्राप्त तथा नविकरण भएको,
- भ्याट/प्यानमा दर्ता भएको,
- फर्म दर्ता प्रमाणपत्र भएको,
- करचुक्ता गरेको प्रमाणपत्र भएको,
- ३ वर्षसम्म नियमित रुपमा प्रसारण भएको ,
- उपयुक्त प्रशारण क्षमता भएको,

(घ) प्रसारण गरिने विज्ञापनको समय खरिद गर्ने तरिकाः रेडियोबाट विज्ञापन प्रसारण गर्दा प्रसारण गर्नु पर्ने समय,प्रसारण गर्ने भौगोलिक क्षेत्र,अन्य रेडियो संगको आवद्धता, रेडियोको प्रसारण क्षमता,लक्षित वर्गसहितको बिवरण तय गरी त्यस्ता एफ. एम. मार्फत विज्ञापन प्रसारणको लागि क्षेत्र अनुसारको कुन कुन एफ. एम. मा दैनिक कति मिनेटको विज्ञापन समय खरिद गर्ने भन्ने यकीन गरी सोही अनुसार विज्ञापन प्रसारणको लागि एफ. एम. संग सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्धारा खरिद गर्न सकिनेछ ।

(ङ) विज्ञापन प्रसारणको लागि बिभिन्न विज्ञापनदाता एजेन्सीहरुबाट विज्ञापन प्रसारणको लागि नियमानुसार शिलबन्दी दरभाउपत्र माग गर्ने र सोही विज्ञापनदाता एजेन्सी मार्फत आवश्यक पर्ने विज्ञापन प्रसारण गर्न सकिनेछ ।

(७) मेला महोत्सव, खेलकुद, सेमिनार तथा इभेन्ट्स आदिः यस माध्यमबाट विज्ञापन प्रसारण गर्दा देहाय बमोजिमको विधि अवलम्बन गर्नुपर्नेछः

(क) देशका विभिन्न क्षेत्रहरुमा आयोजना भइरहने राष्ट्रिय तथा अन्तरराष्ट्रिय स्तरका बिभिन्न खेलकुद प्रतियोगिताहरु, उद्योग वाणिज्य महासंघ तथा क्लवहरु लगायत अन्य विभिन्न संघ संस्थाहरुले आयोजना गर्ने प्रर्दशनी, व्यापार मेला महोत्सवहरु मार्फत कम्पनीको सेवाको प्रचार प्रसार तथा विज्ञापन गर्नको लागि कम्पनीको आवश्यकता, प्रभावकारिता, बजेट आदिलाई विचार गरी व्यापार प्रवर्द्धनको कार्य गर्नु पर्नेछ ।

(ख) यस्ता कार्यक्रम सञ्चालन हुने स्थानहरुमा प्रधान कार्यालयबाट समेत अनुगमन तथा निरीक्षण गरी विज्ञापनको प्रभावकारिता विश्लेषण गर्ने व्यवस्था गर्नुपर्नेछ ।

(ग) उपरोक्त अनुसारको कार्यक्रममा कम्पनीको सहभागिताका लागि प्रस्ताव पेस गर्दा आयोजकले निम्न प्रमाणहरु संलग्न गर्नुपर्नेछ :

- सम्बन्धित सरकारी निकायबाट प्रदान गरिएको फर्म र संस्था दर्ता प्रमाणपत्र,
- भ्याट वा प्यानमा दर्ता भएको,
- करचुक्ता गरेको प्रमाणपत्र,
- प्रस्तावको किसिम (राष्ट्रिय, अन्तराष्ट्रिय, प्रदेश स्तरीय, जिल्लास्तीय) कुन स्तरको स्पष्ट खुलेको,
- कार्यक्रम सञ्चालन अवधि, स्थान, सहभागी हुने संस्था र जन सहभागिताहरुको अनुमानित संख्या स्पष्ट रुपमा खुलेको हुनु पर्नेछ।
- कार्यक्रम सञ्चालन गर्नको लागि कार्यक्रम संचालन हुने स्थलको स्वामित्व भएको सम्बन्धित निकायबाट स्वीकृति प्राप्त गरेको पत्र ।

(घ) विज्ञापन उपलब्ध गराउँदा निम्नानुसारको खर्च सीमा भित्र रहने गरी सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्वारा मूल्य तय गर्ने र यस्ता कार्यक्रमको लागि एउटै संस्थालाई वर्षमा १ पटक मात्र उपलब्ध गराउन सकिनेछ।

(१) उद्योग बाणिज्य संघ बाट सञ्चालन हुने औद्योगिक तथा कृषि मेला महोत्सवको लागि अधिकतम रू. ५०,०००।०० (पचास हजार) सम्म।

(२) स्कूल, कलेज तथा खेलकुद संघसंस्थाद्वारा सञ्चालित कार्यक्रमहरूमा अधिकतम रू.१५,०००।०० (पन्ध्र हजार) सम्म ।

(३) फुटबल तथा क्रिकेट खेलको सम्बन्धित राष्ट्रिय स्तरको खेलकुद संघद्वारा आयोजित राष्ट्रिय प्रतियोगिताहरूमा अधिकतम रु. १००,०००।०० (एक लाख) सम्म ।

(४) फुटबल तथा क्रिकेट बाहेकका अन्य सम्बन्धित खेलकुद संघद्वारा आयोजित राष्ट्रिय खेलकुद प्रतियोगिताहरूमा अधिकतम रू. ५०,०००।०० (पचास हजार) सम्म ।

(५) सूचना तथा सञ्चार प्रविधिसंग सम्बन्धित मेला, महोत्सव, प्रदर्शनी आदि कार्यक्रमहरूको लागि अधिकतम रू. ५०,०००।०० (पचास हजार) सम्म ।

(६) सांस्कृतिक, सांगितिक, कला, साहित्य, चलचित्र, फोटोग्राफि जस्ता सृजनात्मक विधासंग सम्बन्धित कार्यक्रमहरूमा अधिकतम रू.१००,०००।०० (एक लाख) सम्म ।

(७) सेमिनार, गोष्ठि आदि कार्यक्रमको लागि अधिकतम रू.२०,०००।०० (बीस हजार) सम्म ।

(८) अन्य स साना कार्यक्रमहरूमा (कवि सम्मेलन, कला प्रदर्शनी, हास्य व्यङ्ग कार्यक्रम आदि) औचित्यतता हेरी अधिकतम रू.१०,०००।०० (दस हजार) सम्म ।

(९) माथि उल्लेख गरिएका बाहेकका अन्य कार्यक्रमहरूको हकमा औचित्यता हेरी सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्वारा रकम तथा कार्यक्रम तोकी विज्ञापन दिन सकिनेछ ।

(८) सञ्चार माध्यम बाहिर हुने विज्ञापन : सार्वजनिक स्थानहरुमा, सपीङ्ग मल, सार्वजनिक यातायात , सरकारी तथा निजी क्षेत्रका संस्थाहरुको सहकार्यमा छोटो अवधिको लागि गरिने विज्ञापन राजमार्ग तथा प्रमुख सडकहरुमा राखिएका सौर्य बत्तीका पोलहरुमा,

सार्वजनिक यातायातको यात्रु प्रतिक्षालय, पार्किङ्ग स्थल, बिमानस्थल, बसपार्क, रेलमार्ग तथा स्टेशन, केवुलकार तथा केवुलकार स्टेशन, पार्क तथा रंगशालाहरु, जाती धर्महरुको आस्थाका केन्द्रहरुमा कम्पनीको साख अभिवृद्धि गर्नको लागि राखिने विज्ञापन, पर्यटकीय क्षेत्रहरु, पदयात्रा गर्ने पैदलमार्गहरुमा तथा सार्वजनिक स्थानहरुमा सामाजिक सचेतनाका लागि गरिने जानकारीमूलक सूचनाहरुमा कम्पनीको नाम र लोगो राखि गरिने विज्ञापनजन्य कार्य आदिको लागि सम्बन्धित निकायसंग सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ताद्वारा दररेट कायम गरी विज्ञापन गर्न सकिनेछ ।

(९) सार्वजनिक व्यक्तित्वलाई ब्राण्ड एम्बासडरको रुपमा नियुक्त गर्ने: ब्राण्ड प्रवर्द्धनका लागि सार्वजनिक व्यक्तित्वलाई ब्राण्ड एम्बासडरको रुपमा नियुक्ति गर्दा निम्नानुसार गर्नु पर्नेछ:

(क) बजारमा कम्पनीको साख कायम राख्ने र अभिवृद्धि गर्ने, ब्राण्ड तथा सेवालाई ग्राहकको आवश्यकता अनुसार जिवन्त बनाउने, बोलीको माध्यमबाट सेवाको प्रवर्द्धन गर्ने लगायतका कार्यहरु सहज रुपमा गर्नको लागि भरपर्दो तथा बिश्वसनीय व्यक्तिको रुपमा आममानिसमा परिचित राष्ट्रिय तथा अन्तराष्ट्रिय व्यक्तित्वलाई कम्पनीको ब्राण्ड एम्बासडरको रुपमा नियुक्त गरी कम्पनीको सेवा तथा ब्राण्ड प्रति थप भरोसा एवम् विश्वसनियता अभिवृद्धि गराउनको लागि प्रयोग गर्न सकिनेछ ।

(ख) यस्ता व्यक्तिहरुलाई कुनै एक मात्र सेवाको प्रवर्द्धन गर्न छोटो समयको लागि तथा कम्पनीको ब्राण्ड प्रवर्द्धनको लागि समेत बार्षिक रुपमा नियुक्त गर्न सकिनेछ ।

(ग) ब्राण्ड एम्बेसडरको नियुक्ति गर्दा त्यस्ता राष्ट्रिय तथा अन्तराष्ट्रिय व्यक्तित्वका प्रतिनिधि वा त्यस्ता व्यक्तित्वहरुसंग सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा वार्ता गरि दर रेट तथा निजहरुले गर्ने कार्यहरुको तय गर्नु पर्दछ ।

(घ) निजहरुले गर्ने कार्य र पारिश्रमिक निर्धारण पश्चात आवश्यक सम्झौता गरी कार्यान्वयन गर्नु पर्नेछ ।

(१०) प्रायोजनको माध्यमबाट विज्ञापन : प्रायोजनको माध्यमबाट विज्ञापन प्रसारण गर्दा निम्नानुसार गर्नु पर्नेछ ।

(क) खेलकुदको माध्यमबाट वस्तु तथा सेवाको प्रवर्द्धन अत्यन्त प्रभावकारी हुने तथा लामो समय सम्म ग्राहकको मन मस्तिष्कमा सेवा तथा ब्राण्डको बारेमा सम्झाउन सहज

हुने भएकोले कम्पनीको सेवा प्रवर्द्धनको लागि राष्ट्रिय खेलकुदका महत्वपूर्ण क्लब, खेलाडीहरुलाई प्रायोजन गरी सेवा तथा कम्पनीको प्रवर्द्धन गर्न सकिनेछ ।

(ख) आम ग्राहकप्रति लोकप्रिय रहेको सांगितिक समूहलाई समेत प्रायोजन गरी प्रवर्द्धन गर्न सकिनेछ। यसरी क्लब तथा समूह छनौट गर्दा सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा सिधै वार्ता गरेर वा निजहरुको प्रतिनिधि मार्फत दर रेट तथा निजहरुले कम्पनीको ब्राण्ड तथा सेवा प्रवर्द्धनका लागि गर्ने कार्यहरु समेत तय गर्नुपर्नेछ ।

(११) व्यवसाय प्रवर्द्धनका अप्रत्यक्ष माध्यमहरुको प्रयोगः अप्रत्यक्ष माध्यमबाट व्यवसाय प्रवर्द्धन गर्दा देहाय बमोजिम गर्नुपर्नेछः

(क) कम्पनीले अप्रत्यक्ष रुपमा विभिन्न माध्यमहरुको प्रयोग गरी सेवाको प्रवर्द्धन गर्न सक्नेछ।जस्तै सिनेमाको बिचमा दुई कलाकार बिचको सम्वादमा कम्पनीको ब्राण्ड तथा सेवाको बारेमा उल्लेख गराउने, विभिन्न टेलिभिजन कार्यक्रमहरुमा सम्वाद तथा देखाइने दृश्यमा कम्पनीको ब्राण्ड तथा सेवाको प्रचार प्रसार गर्न लगाउने कार्यहरु समेत गर्न सक्नेछ ।

(ख) यसरी गर्ने कार्यको दर रेट निज संस्था तथा कार्यक्रम संचालक संस्थाहरु मार्फत सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा प्रत्यक्ष वार्ताद्धारा तय गर्न सकिनेछ ।

(१२) विज्ञापन सामग्री निर्माण : विज्ञापन सामग्रीको निर्माण गर्दा तल उल्लेखित विधि अवलम्वन गर्नुपर्नेछ।

(क) कम्पनीले ब्राण्ड तथा सेवा प्रवर्द्धनको लागि विभिन्न सञ्चारका माध्यमहरुमा प्रकाशन प्रशारण गर्नको लागि विज्ञापन सामाग्री निर्माण गर्नेछ ।

(ख) विज्ञापन सामाग्री निर्माण गर्दा निर्माण गरिने भिडियो, टेलिभिजन, छापा, श्रव्य सामाग्रीहरुको निर्माणको लागि बार्षिक रुपमा कुनै एक वा दुई एजेन्सी नियुक्त गरी कार्य गराउन सकिनेछ।

(ग) प्रतिस्पर्धाको आधारमा छनौट गरिएको एजेन्सीले गर्ने कार्यहरुको विवरण र निर्माण गर्ने विज्ञापन र सामग्रीहरुको लागि लाग्ने दररेट सोझै खरिद गर्न सकिने रकम सम्मको हकमा आपसी वार्ताद्धारा तय गरी कार्यान्वयन गरिनेछ ।

(१३) विभिन्न सामाग्रीहरु मार्फत ब्राण्ड प्रवर्द्धन: (क) कम्पनीले विभिन्न व्यक्तित्वहरु र आम ग्राहकहरुलाई कम्पनीको लोगो तथा सेवा अंकित विभिन्न सामग्रीहरु उपलब्ध गराई सेवा र ब्राण्डको प्रवर्द्धन गर्ने कार्य गर्नेछ ।

(ख) प्रवर्द्धनको लागि वार्षिक रुपमा आवश्यक पर्ने सामग्रीहरुको विवरण तयार गरी नियमानुसार खरिद गर्नेछ भने वितरण कार्यको लागि प्रधान कार्यालय र शाखा कार्यालयहरु मार्फत औचित्यको आधारमा कम्पनीका ग्राहकले प्राप्त गर्ने गरी वितरण गर्नेछ ।

३९. विज्ञापनको भुक्तानी प्रक्रिया: विज्ञापनको भुक्तानी दिंदा देहाय बमोजिमको प्रक्रिया अपनाउनु पर्नेछः

(१) विज्ञापनको लागि छुट्याइएको बजेट, विज्ञापनको प्रभावकारिता, औचित्यता तथा आवश्यकतालाई आधार मानी विज्ञापन स्वीकृत गरिनेछ ।

(२) विज्ञापन स्वीकृति पश्चात सम्बन्धित विज्ञापन प्रसारक र प्रकाशक लाई कार्यादेश दिईनेछ।

(३) कार्यादेशमा उल्लेख गरिएको समय, क्षेत्र वा स्थान बाहेक अन्य समय, क्षेत्र वा स्थानमा प्रकाशित र प्रशारित गरेको वा कार्यादेश बिना प्रकाशित र प्रशारित गरेकोमा सोको भुक्तानी उपलब्ध गराइने छैन ।

(४) जुनसुकै प्रकाशनको एउटा अंकमा एउटा मात्र विज्ञापन प्रकाशन गर्नुपर्नेछ । एक भन्दा बढी विज्ञापन प्रकाशित भएमा एक मात्र विज्ञापन बापतको रकम भुक्तानी दिनु पर्नेछ ।

(५) सबै प्रकारको विज्ञापनको भुक्तानी दिंदा मु.अ.कर तथा अन्य कट्टी गर्नु पर्ने कर कट्टा गरेर मात्र भुक्तानी गर्नुपर्नेछ ।

(६) उपलब्ध गराइएको सामाग्री अनुसार सबै प्रकारको प्रकाशित वा प्रशारित विज्ञापनको लागि कार्यादेश तथा भुक्तानी बजार व्यवस्थापन विभागको सिफारिसमा प्रमुख कार्यकारी अधिकृतबाट स्वीकृत भए पश्चात् वित्त व्यवस्थापन विभागबाट हुनेछ ।

(७) विज्ञापनको भुक्तानी सम्बन्धी कार्य गर्दा प्रचलित सार्वजनिक खरिद नियमावली र कम्पनीको खरिद विनियमावली बमोजिम आवधिक रुपमा प्रकाशित हुने पत्र पत्रिका, स्मारिका, मुखपत्र आदि मार्फत हुने विज्ञापनको कार्यादेश तथा भुक्तानी सामान्य सेवा विभागको सिफारिस र प्रमुख कार्यकारी अधिकृतको स्वीकृतिमा गर्न सकिनेछ ।

परिच्छेद — ९

शाखा कार्यालय बजार व्यवस्था सम्बन्धमा

४०. अभिकर्ता तालिम सञ्चालन गर्ने: (१) कार्यालयले स्थानीय स्तरमा अभिकर्ताको लागि आधारभूत तालिम, पुनर्ताजगी तालिम र अन्तरक्रिया कार्यक्रमहरु आवश्यकता अनुसार सञ्चालन गर्नु पर्नेछ।

(२) उपदफा (१) मा उल्लेखित तालिम तथा अन्तरक्रिया कार्यक्रमहरु सञ्चालन गर्दा नियमितता, मितव्ययिता, प्रभावकारिता, कानुन तथा कम्पनीको प्रचलित कानुनी व्यवस्थामा उल्लेखित प्रावधानहरुलाई मध्यनजर गर्नु पर्नेछ।

(३) बीमा अभिकर्ताको आधारभूत तालिम र प्रशिक्षार्थी संख्याको बार्षिक कार्ययोजनामा उल्लेख भएको तालिम निर्धारित समयमा संचालन गर्न नसकेमा वा बढी तालिम सञ्चालन गर्नु परेमा प्रधान कार्यालयबाट पूर्व स्वीकृति लिनु पर्नेछ।

तर वार्षिक कार्ययोजना भित्र परेको तालिमको सम्बन्धमा तालिम सञ्चालन गर्नु पूर्व जानकारी गराई तालिम सम्पन्न गर्न लाग्ने अनुमानित बजेट प्रधान कार्यालयबाट स्वीकृत गराउनु पर्नेछ।

(४) तालिम सम्पन्न भए पश्चात तालिम प्रतिवेदन तयार गरी प्रधान कार्यालयमा बुझाउनु पर्नेछ। उक्त प्रतिवेदनमा तालिमको नाम, मिति, विषय, सहभागीहरुको उपस्थिति सहितको नामावली र तालिमको खर्च विवरण समावेश गर्नुपर्नेछ ।

४१. प्रमाणपत्र वितरण र अभिलेख व्यवस्थापन: (१) अभिकर्ता तालिम सम्पन्न भएपछि प्रशिक्षार्थीहरुलाई तोकिएको ढाँचामा तालिम सहभागीताको प्रमाणपत्रको एक प्रति कार्यालयमा राखी सक्कल प्रति प्रशिक्षार्थीहरुलाई उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।

(२) तालिमको प्रमाणपत्र प्रधान कार्यालयबाट उपलब्ध गराइनेछ। कार्यालयमा प्राप्त हुन आएका प्रमाणपत्रहरुको अभिलेख सुरक्षित तवरले राख्नु पर्नेछ। अभिकर्ता तालिम सम्पन्न भएपछि तालिमको प्रमाणपत्र वितरण गर्दा रजिष्टरमा प्रमाणपत्र नम्बर र प्राप्त गर्ने प्रशिक्षार्थीको नाम उल्लेख गरी प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि अभिलेखको लागि राख्नु पर्नेछ।

(३) प्रधान कार्यालयबाट कार्यालयको स्थलगत तथा गैह्र स्थलगत अनुगमन हुँदा तालिमसँग सम्बन्धित कागजात र प्रमाणपत्रको अभिलेख समेत प्रस्तुत गर्नु पर्नेछ।

४२. संस्थागत ग्राहकसँग सम्पर्क र सम्बन्ध स्थापित गर्ने: स्थानीय स्तरमा सञ्चालित विभिन्न संस्थागत

ग्राहकहरुको पहिचान गर्ने, अभिलेख राख्ने, बीमाको लागि प्रस्ताव गर्ने, व्यवसायिक सम्झौताको चरणमा प्रवेश गरेकोमा प्रधान कार्यालयमा समन्वय गरी प्रस्तावका शर्त तथा बन्देजहरु निर्धारण गर्ने, साथै आवश्यक स्वीकृति लिई कम्पनीको तर्फबाट सम्झौता पत्रमा हस्ताक्षर गर्ने सम्मको कार्य गर्नु पर्नेछ।

४३. जानकारी गराउनु पर्नेः शाखा कार्यालयले आफ्नो शाखा अन्तर्गत कार्यरत अभिकर्ताहरुको अवस्थाको बारेमा, सक्रिय अभिकर्ता तथा निश्क्रिय अभिकर्ताको स्थिति, निष्क्रिय भएका अभिकर्तालाई सक्रिय बनाउने उपाय, सम्भावित अभिकर्ता आदिको बारेमा प्रधान कार्यालयमा नियमित रुपमा जानकारी गराउनु पर्नेछ।

४४. व्यवसाय प्रवर्द्धन तथा बीमा जागरण सम्बन्धी क्रियाकलाप सञ्चालन गर्नेः शाखा कार्यालयले कम्पनीको तर्फबाट व्यवसाय प्रवर्द्धन र बीमा शिक्षा जागरण कार्यक्रम संचालनको लागि कार्ययोजना तयार गरी प्रधान कार्यालयमा पठाउनु पर्नेछ र कार्यक्रम सम्पन्न भए पश्चात प्रगति विवरण नियमित पठाउने व्यवस्था गर्नुपर्नेछ ।

४५. विवरण पठाउनु पर्नेः शाखा कार्यालयले सञ्चालन गरेको व्यावसायिक क्रियाकलापहरुको मासिक विवरणका साथै व्यावसायिक लक्ष्य तथा प्रगतिको विवरण त्रैमासिक रुपमा कम्पनीको प्रधान कार्यालयमा तोकिएको ढाँचामा त्रैमासिक अवधी समाप्त भएको ७ दिन भित्र पठाउनु पर्नेछ ।

४६. व्यावसायिक लक्ष्य निर्धारण गरिनेः (१) शाखा कार्यालयहरुको वार्षिक रुपमा प्रथम बीमाशुल्कको व्यावसायिक लक्ष्य निर्धारण गरिनेछ ।

(२) प्रथम बीमाशुल्कको व्यावसायिक लक्ष्य प्राप्ती र प्रगतिको आधारमा शाखा कार्यालयको मुल्याङ्कन गरिने छ। मुल्याङ्कनको सर्वोकृष्टताको आधारमा काठमाडौं उपत्यकाबाट सर्वोकृष्टत एक शाखालाई र उपत्यका बाहिरबाट उत्कृष्ट तीन वटा शाखा कार्यालयलाई प्रोत्साहन स्वरुप कम्पनीको निर्णय बमोजिम मौद्रिक पुरस्कार र प्रशंसापत्रको व्यवस्था गर्न सकिनेछ ।

परिच्छेद — १०

विविध

४७. अभिकर्ता सम्पर्क कार्यालय : कम्पनीमा सक्रिय रहेका बीमा अभिकर्ताले सम्पर्क कार्यालय सञ्चालन गर्न चाहेमा अभिकर्ता स्वयंको खर्चमा कम्पनीको आवश्यकता अनुसार स्विकृती दिन सकिनेछ ।

४८. अन्तिम अधिकार कम्पनीमा हुने: प्रस्तावित जीवन बीमा प्रस्ताव स्वीकृत गर्ने वा नगर्ने अधिकार कम्पनीमा निहित हुनेछ ।

४९. अधिकार प्रत्यायोजन: प्रधान कार्यालयले आवश्यकता अनुसार विभागीय प्रमुख वा शाखा कार्यालयका प्रमुखलाई अधिकार प्रत्यायोजन गर्न सक्नेछ ।

५०. संशोधन र व्याख्या: यस कार्यविधिको संशोधन र व्याख्या गर्ने अन्तिम अधिकार सञ्चालक समितिमा निहित हुनेछ । तर अनुसुचीमा संशोधन गर्ने अधिकार प्रमुख कार्यकारी अधिकृतमा निहित हुनेछ ।

५१. बाधा अड्काउ फुकाउने अधिकार: (क) यस कार्यविधिमा उल्लेख भए बाहेक अन्य विषयमा प्रचलित कानुनका अधिनमा रहि सञ्चालक समितिले निर्णय गरे बमोजिम हुनेछ ।

(ख) यस कार्यविधिमा भएको व्यवस्था कार्यान्वियन गर्न कुनै बाधा अड्चन आईपरेमा सञ्चालक समितिले निर्णय गरी बाधा अड्काउ फुकाउन सक्नेछ ।

५२. खारेजी र बचाऊ : (क) यो कार्यविधि लागु हुनु पुर्व गरिएका बजार व्यवस्थापन विभागसँग सम्वन्धित क्रियाकलापहरु यसै कार्यविधि बमोजिम भएको मानिने छ ।

(ख) यस अघि जारी भएका बजारीकरणसँग सम्वन्धीत कार्यविधि तथा निर्देशिकाहरु खारेज गरिएकोछ ।

(ग) नेपाल बीमा प्राधिपरणबाट जारी गरिएका नीति नियम , निर्देशन तथा परिपत्रको व्यवस्था यस कार्यविधिको अभिन्न अंग हुनेछ ।

समाप्त

अनुसूची – १

(अभिकर्ता तालिम सञ्चालन , पुनर्ताजगी तथा अन्तरक्रिया कार्यक्रमको खर्चको मापदण्ड)

क.स.	खर्च विवरण	कैफियत
१.	तालिममा प्रशिक्षण वापत कम्पनीका कर्मचारी र अभिकर्ताको हकमा रु.२,५००।– प्रति सत्र पारिश्रमिक प्रदान गरिनेछ । कम्पनीका कर्मचारी बाहेक अन्य बाह्य प्रशिक्षकबाट प्रशिक्षण सञ्चालन गर्नुपर्ने भए प्रति सत्र बढीमा रु. ४,०००।–र बाह्य प्रशिक्षकलाई रु. ५००।– यातायात खर्च प्रदान गरिने छ ।	दफा १५ सँग सम्बन्धित
२.	तालिम संयोजनमा सहभागी भएका व्यक्तिलाई दैनिक भ्रमण भत्ता उपभोग नगरेको अवस्थामा एक तालिम अवधि भरको लागि संयोजकलाई रु.२,०००।–, सहायक कर्मचारीहरुलाई प्रतिव्यक्ति रु. १,५००।– र कार्यालय सहयोगी कर्मचारीलाई रु.१,०००।– एकमुष्ट पारिश्रमिक उपलब्ध गराइनेछ ।	दफा १६ सँग सम्वन्धित
३.	तालिम समितिमा रहेका कर्मचारी तथा सहभागीहरुलाई प्रतिदिन प्रतिव्यक्ति बढीमा रु.७००।– सम्मको सीमाभित्र रहि खाजाको लागि खर्च गर्न सकिनेछ ।	दफा २१ सँग सम्वन्धित
४.	पुनर्ताजगी तथा अन्तरक्रिया कार्यक्रमहरुमा कम्पनीको विशेष निमन्त्रणामा काठमाण्डौं उपत्यका बाहिरबाट सहभागी हुने अभिकर्तालाई विभागीय सिफारिसमा तोके बमोजिमको दैनिक भ्रमण भत्ता र सार्वजनिक बसको यातायात खर्च प्रदान गरिनेछ।	दफा ३४ सँग सम्वन्धित

अनुसूची – २

(परिच्छेद ४, दफा ९ को उपदफा ३ संग सम्बन्धित)

जीवन बीमा अभिकर्ता आधारभुत तालिमको कार्यतालिका

क.सं.	तालिम गर्ने शाखा	स्थान	महिना	अनुमानित प्रशिक्षार्थी संख्या	तालिम प्रशिक्षकको नामावली	कैफियत	क.सं.

अनुसूची– ३

(परिच्छेद– ४ को दफा १२ उपदफा १ संग सम्वन्धित)

जीवन बीमा अभिकर्ताको तालिममा सहभागी हुन दिनुपर्ने निवेदनको ढाँचा

मिति:–

श्री राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेड

.... कार्यालय, ... ।

विषयः जीवन बीमा अभिकर्ताको आधारभूत तालिममा सहभागी हुने बारे ।

मलाई राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेडको जीवन बीमा अभिकर्ता भई काम गर्न इच्छुक भएकोले तपशिल बमोजिमका आवश्यक कागजातहरु सहित तालिममा सहभागी हुनका लागि यो निवेदन पेश गरेको छु ।

तपशिल:

(क) नागरिकताको प्रमाणपत्रको प्रमाणित प्रतिलिपि

(ख) शैक्षिक योग्यताको प्रमाणपत्रको प्रमाणित प्रतिलिपि

(ग) हालसालै खिचिएको दुई प्रति पासपोर्ट साइजको फोटो

(घ) स्थायी लेखा नम्बर(PAN) प्रमाणपत्रको प्रमाणित प्रतिलिपि

(ङ) स्पष्ट भरिएको ग्राहक पहिचान फाराम

(च) तोकिए बमोजिम तालिम शुल्क

निवेदक:

दस्तखत:–

नाम: –

ठेगाना:–

मोबाइल नं.–

कार्यालय प्रयोजनको लागि

निवेदन स्वीकृत गर्नेको दस्ताखत:–

अनुसूची – ४

(परिच्छेद ४, दफा १४ को उपदफा ३ संग सम्वन्धित)

जीवन बीमा अभिकर्ता आधारभुत तालिमको लागि प्रशिक्षकको सूची

क्र.सं.	तालिम प्रशिक्षकको नामावली	कैफियत

अनुसूची– ५

(परिच्छेद ४, दफा १७ को उपदफा १ संग सम्वन्धित)

जीवन बीमा अभिकर्ता आधारभूत तालिम तथा परिक्षाको पाठ्यक्रम

इकाई १– जोखिम र जोखिम व्यवस्थापन

जोखिमको अर्थ, जोखिमको बर्गीकरण, बीमायोग्य जोखिम, संकट, खतरा र नोक्सानी, जोखिम व्यवस्थापन, जोखिम व्यवस्थापनको तरिका

इकाई २– बीमाको परिचय

बीमा, जीवन र निर्जीवन बीमाको उद्देश्य, बीमाको प्रकार, बीमाको फाइदा, बीमाको कार्य प्रणाली, बीमा र संभाव्यता

इकाई ३– बीमा अभिकर्ता

बीमा अभिकर्ताको परिचय, बीमा अभिकर्ताको प्रकार, बीमा अभिकर्ताको बीमक प्रतिको दायित्व, बीमा अभिकर्ताको वीमित प्रतिको दायित्व, बीमकको बीमा अभिकर्ता प्रतिको दायित्व, बीमा अभिकर्ता बन्ने तरिका, बीमा अभिकर्ताको पेशागत महत्व, बीमा अभिकर्ताको खारेजी

इकाई ४– बीमाको सिद्धान्त

परम सद्धविश्वासको सिद्धान्त, बीमायोग्य हितको सिद्धान्त, क्षतिपूर्तिको सिद्धान्त, निकटतम कारणको सिद्धान्त, प्रत्यासनको सिद्धान्त, योगदानको सिद्धान्त, जीवन बीमामा आंशिक वा पूर्ण रुपमा लागू हुने बीमाको सिद्धान्त

इकाई ५– बीमालेख

परिचय, जीवन बीमालेखहरुको प्रकार, बीमालेखको शब्दावली, शर्त तथा सुवधि, व्यक्तिगत तथा सामूहिक बीमा, पूरक करार, नाफामा सहभागी हुने र नहुने प्रकारको बीमा, बीमाशुल्क गणना तालिका

इकाई ६– जीवन बीमा सम्बन्धी कागजात

प्रस्ताव फाराम, केवाइसी फाराम, बीमाशुल्क भुक्तानी रसिद, बीमालेखको मूल कागज, सम्पुष्टी, राइडर, बीमाशुल्क भुक्तानी गर्ने वा नवीकरण गर्ने सूचना, बीमालेख पुर्नजागरण गर्ने फाराम, अन्य कागजात

इकाई ७– बीमाशुल्क र बोनस

बीमाशुल्क र बीमाशुल्क गणना, बोनस र बोनस गणना, चुक्ता मूल्य र चुक्ता मुल्य गणना, समर्पण मूल्य र समर्पण मूल्य गणना, बीमालेखको धितोमा लिइने ऋण, बीमालेखको जफत, मृत्युदर तालिका

इकाई ८– जोखिमाङ्कन

परिचय, जोखिमाङ्कनको आधारमा जोखिमको बर्गीकरण, प्रारम्भिक जोखिमाङ्कन, वित्तीय र मेडिकल जोखिमाङ्कन, जोखिमाङ्कन प्रक्रिया, अभिकर्ताको गोप्य प्रतिवेदन, बीमित र अभिकर्ताको अनुगमन, आम्दानीको स्रोत, बीमितको पेशागत जोखिम, जोखिमाङ्कनमा प्रभाव पार्ने तत्वहरु, जोखिमाङ्कन निर्देशिका वा म्यननुअल, नोमिनेसन तथा एसाइन्मेन्ट

इकाई ९– दावी

परिचय, दावी गर्ने प्रक्रिया, दावी सम्बन्धी कागजात, दावी भूक्तानीको प्रक्रिया, बीमा दावी, भुक्तानीमा अभिकर्ताको भूमिका, दावी भुक्तानी निर्देशिका वा म्यानुअल, दावीको प्रकार, मृत्यु दावी, परिपक्व दावी, सर्भाइभल दावी, राइडर(पुरक करार) दावी

इकाई १०– जीवन बीमाको बजारीकरण

अभिकर्ताको पेशा, ग्राहक सेवा, बीमालेख बिक्री पछिको सेवा, बीमा पर्दाका बखतको सेवा, जीवन बीमाको बजारीकरण, उपभोक्ता व्यवहार, नैतिक बजारीकरण र यसको चुनौती, बीमालेखको गलत बिक्रि (मिससेलिङ) सर्व साधारणप्रति बीमा अभिकर्ताको दायित्व

इकाई ११– बीमा अभिकर्ता र कर

जीवन बीमामा कर छुटको दायरा, बीमा अभिकर्ताको पारिश्रमिक र उक्त पारिश्रमिकमा लाग्ने कर, बीमा अभिकर्ता र कर दर्ता प्रमाणपत्र

इकाई १२– बीमा सम्बन्धी कानूनी व्यवस्था

बीमा ऐन, २०७९, बीमा नियमावली, २०४९, बीमा अभिकर्ताको आचार संहिता, सम्पत्ति शुद्धिकरण सम्बन्धी ऐन, २०६४ का बीमा सम्बन्धी प्रावधान, नेपाल बीमा प्राधिकरणबाट जारी भएको सम्पत्ति शुद्धिकरण सम्वन्धी निर्देशिका, बीमा अभिकर्ता सम्वन्धी कानूनी व्यवस्था

इकाई १३– बीमा बजार

नेपाल बीमा प्राधिकरण, जीवन बीमा कम्पनी, निर्जीवन बीमा कम्पनी, बीमा अभिकर्ता, बीमा सर्भेयर, तेस्रो पक्ष सहजकर्ता, अन्य बीमा सेवा प्रदायक, बीमा सूचना केन्द्र, बीमित हित संरक्षण कोष, बीमा पुल, बीमा विकास कोष

अनुसूची– ६

(परिच्छेद ४, दफा १८ संग सम्बन्धित)

तालिमको प्रमाण– पत्र

" बीमाको क्षेत्रमा विश्वसनिय नाम "

राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेड

रामशाहपथ, काठमाण्डौ, नेपाल

तालिमको प्रमाण– पत्र

प्रमाण– पत्र नं. ....

श्री/श्रीमती/सुश्री ....।

ठेगाना ....।

यस कम्पनीबाट मिति .... गते देखि .... गते सम्म .... मा सञ्चालन गरिएको " जीवन बीमा अभिकर्ताको आधारभूत तालिम " कार्यक्रममा सहभागी हुनु भएकोमा तपाईं लाई सधन्यवाद यो प्रमाण– पत्र प्रदान गरिएको छ ।

....

तालिम सदस्य तालिम संयोजक

मितिः– ....

अनुसूची – ७

(परिच्छेद ९, दफा ४५ संग सम्बन्धित)

शाखा कार्यालय प्रगति विवरण

राष्ट्रिय जीवन बीमा कम्पनी लिमिटेड

कार्यालय, ………………

आर्थिक वर्ष ……………… महिना ……………को मासिक प्रगति विवरण

क्र.स	विवरण	…………… महिना	…………… महिना सम्म	…………… त्रैमासिक सम्म	गत आर्थिक वर्षको
१.	प्रथम बीमा शुल्क				
२.	नवीकरण बीमा शुल्क				
३.	कुल बीमा शुल्क (१+२)				
४.	कुल बीमालेख संख्या				
५	जम्मा अभिकर्ता संख्या				
६.	अभिकर्ता तालिम संख्या				
७.	तालिममा सहभागी प्रशिक्षार्थीको संख्या				
८.	बीमा सचेतना कार्यक्रम संख्या				
९.	बीमा सचेतना कार्यक्रममा सहभागी संख्या				
१०.	अन्य विवरण				