

ग्रामीण महिलाको जीविकोपार्जन सुधारका लागि

लघु-उद्यम स्थापना

सहयोगी पुस्तिका



act:onaid



ग्रामीण महिलाको जीविकोपार्जन सुधारका लागि

लघु उद्यम स्थापना

सहयोगी पुस्तिका



act:onaid

प्रकाशक:

एक्सनएड नेपाल

लाजिम्पाट, काठमाडौं

पोष्ट बक्स नं ६२५७

फोन: ०१-४००२७७

ईमेल: mail.nepal@actionaid.org

प्रकाशन: आश्विन २०७२

सामाग्री संकलन, संयोजन तथा सम्पादन
सुनिता गुरुङ्ग

लेखन

अस्मिता महिला प्रकाशन गृह

तस्विर: एक्सनएड नेपाल

डिजाइन र छपाई:

दि स्वरायर डिजाइन कम्प्युनिकेसन प्रा. लि.

ज्वागल, ललितपुर

www.thesquare.com.np

© सर्वाधिकार: एक्सनएड नेपाल

यस पुस्तकमा समावेश भएका सामाग्रीहरुको स्वामित्व र अधिकार एक्सनएड नेपालमा सुरक्षित रहनेछ तर सबैले गैरनाफामूलक तथा सकारात्मक सामाजिक रुपान्तरण सम्बन्धि काममा यसको प्रयोग वा सन्दर्भ उल्लेख गर्दा एक्सनएड नेपालको नाम उल्लेख गरी त्यस्ता कागजात वा जानकारीको एकप्रति एक्सनएड नेपाललाई उपलब्ध गराइदिनुहुन सम्बन्धित सबैलाई अनुरोध गरिन्छ ।

यस परियोजनाको समग्र उद्देश्य
आय तथा आम्दानीका स्रोतहरूमा महिलाको
पहुँच, नियन्त्रण तथा निर्णयलाई अभिवृद्धि
गर्दै महिलाहरू संलग्न रहने पारिश्रमिक बिनाको
सेवामूलक कार्यको पहिचान तथा महसुसीकरण
गर्नमा सहयोग तथा सहजीकरण गरी उनीहरूको
घरपरिवार, समाज र स्थानीयदेखि
राष्ट्रियस्तरका निर्णायक तहहरूमा प्रतिनिधित्व
वृद्धिका लागि सामाजिक तथा आर्थिक रूपमा
सशक्त गराउनु रहेको छ ।



राष्ट्रिय निर्देशकको भनाइ

एक्सनएड नेपाल गरिबी र अन्यायविरुद्धको विश्वव्यापी अभियानमा संलग्न मानव

अधिकारमुखी विकास र सामाजिक न्यायको अवधारणालाई अवलम्बन गर्दै एसिया, अफ्रिका, युरोप, अस्ट्रेलिया र अमेरिका महादेशका गरी ४५ भन्दा बढी देशहरूमा कार्यरत एक्सनएड अन्तर्राष्ट्रिय महासंघको अभिन्न अंग हो। एक्सनएड गरिब तथा सिमान्तकृत समुदायको स्रोत र साधनमाथि पहुँच, नियन्त्रण तथा अधिकार हुनुपर्छ र सबैले बिना भेदभाव सम्मानजनक जीवन बाँच्न पाउनु पर्दछ भन्ने कुरामा विश्वास राख्दछ र गरिबी तथा अन्यायको अन्त्य गर्दै न्यायपूर्ण समाज निर्माणका लागि सन् १९८२ देखि नेपालमा कार्यरत छ। गरिब तथा पछाडि पारिएका जनताका तत्कालीन समस्याहरू समाधान गर्न एक्सनएड नेपालले स्थलगत रूपमा स्थानीय गैरसरकारी निकाय तथा जनसंगठनहरूसँग साभेदारी गरी कार्य गर्दछ भने अधिकारवाला समुदायको पक्षमा नीति तथा व्यवहारहरूलाई प्रभाव पार्ने उद्देश्यले राष्ट्रियस्तरमा विभिन्न पैरवी तथा जनवकालतका कार्यक्रमहरू गर्दछ। नेपालमा विगत तिन दसकमा एक्सनएडले ३५ भन्दा बढी जिल्लामा विभिन्न ५० भन्दा बढी स्थानीय तथा राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्थाहरूसँग साभेदारी गर्दै काम गरेको छ।

आफ्नो कार्यक्रमका सुरुका दिनहरूदेखि नै गरिबी निवारण र जीविकोपार्जनका क्षेत्रमा काम गर्दै आइरहेको एक्सनएडले महिलाका सवालहरूलाई सधैं केन्द्रमा राखेर कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्दै आएको छ। यसअर्न्तगत महिलाको आर्थिक, सामाजिक र राजनीतिक सशक्तीकरण, लैङ्गिक समानता र दिगो जीविकोपार्जनका लागि विभिन्न परियोजना तथा कार्यक्रममार्फत एक्सनएडले काम गर्दै आइरहेको छ। त्यसमा पनि आर्थिक सशक्तीकरण र जीविकोपार्जन सुधारका लागि कृषि तथा गैरकृषिजन्य व्यवसायको प्रवर्द्धन र यस क्षेत्रमा महिलाहरूको उच्चमशीलता विकासलाई जोड दिँदै आएको छ। यसले महिलाहरूमा आत्मविश्वास जगाउनुका साथै आर्थिक क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्ने क्षमता विकास र घरपरिवार तथा सामाजिक तहमा हुने निर्णय प्रक्रियाहरूमा संलग्न हुने र निर्णय गर्न सक्ने क्षमता विकासमा मद्दत गरेको छ। यसका साथै परिवारको आर्थिक उन्नति र जीविकोपार्जन सुधारमा समेत सहयोग पुगी घर परिवार र समाजले उनिहरूलाई हेर्ने अवस्था र सामाजिक सम्मानमा समेत परिवर्तन हुन सहयोग पुगेको छ।

‘महिला समूह मजबुतिकरण परियोजना’ यिनै प्रयासहरु मध्ये एक हो । यो परियोजनाले ग्रामीण महिलाहरुको उद्यमशिलता विकास र आर्थिक स्रोत-साधनमा महिलाको पहुँचलाई केन्द्रमा राखेको छ । परम्परागतरूपमा महिलाले गर्दै आएका पारिश्रमिक बिनाको घरेलु हेरचाह र सेवा कार्यलाई पहिचान गर्दै सामाजिक तथा नीतिगत वहसमा ल्याउने महत्वपूर्ण पहल पनि यो परियोजनाले गरेको छ ।

यस परियोजनाद्वारा प्रकाशित “ग्रामीण महिलाको जीविकोपार्जन सुधारका लागि लघु उद्यम स्थापना सहयोगी पुस्तिकाको” उद्देश्य पनि ग्रामीण भेगमा रहेका महिलाहरूलाई यस पुस्तिकाको मार्फतबाट साना उद्यम स्थापना गर्न सहयोग गर्दै उनीहरूको आर्थिक सशक्तीकरण गर्नु रहेको छ ।

यस प्रकाशनलाई सफल तुल्याउने सहयोग पुऱ्याउने समुदायका अग्रणि महिला उद्यमीहरु, एक्सनएड नेपालका स्थानिय साभेदार संस्थाहरु देउराली सोसाइटी र दलित सचेतना समाज, लघु उद्यम विकास कार्यक्रम, नेपाल सरकार उद्योग मन्त्रालय र संयुक्त राष्ट्रसङ्घीय निकायप्रति एक्सनएड नेपाल हार्दिक आभार प्रकट गर्न चाहान्छ । यसैगरी पुस्तिकाको लेखन र भाषा सम्पादनमा सहयोग गरिदिनुहुने अस्मिता महिला प्रकाशन गृहलाई हार्दिक धन्यवाद ज्ञापन गर्न चाहान्छु । अन्त्यमा यस प्रकाशनको समग्र संयोजनको जिम्मेवारी लिनु भएकोमा परियोजना संयोजक सहकर्मी मित्र सुनिता गुरुङ्ग र सहयोगी मित्रहरु सन्तोष कार्की, सिता तिवारी र शिव नारायण चौधरीलाई विशेष धन्यवाद । आशा छ यो प्रकाशन सामुदायिक विकासमा संलग्न संस्था तथा व्यवस्थापकहरुका लागि उपयोगी हुनेछ ।



विमलकुमार फुँयाल

राष्ट्रिय निर्देशक

एक्सनएड नेपाल



परियोजना संयोजकको भनाइ

महिला समूह मजबुतीकरण परियोजना र महिलाको आर्थिक तथा सामाजिक सशक्तीकरणमा यसको भूमिका

एक्सनएड नेपालले विगत तिन वर्षदेखि महिला समूह मजबुतीकरण परियोजना संचालन गर्दै आएको छ। युरोपियन कमिसनको सहयोगमा नेपाल, भारत र बंगलादेशमा ग्रामीण महिलाहरूको सामाजिक तथा आर्थिक सशक्तीकरणका लागि थालिएको यो पहिल एक्सनएड अन्तर्राष्ट्रियद्वारा सञ्चालित बहुराष्ट्रिय परियोजना हो। नेपालमा यो परियोजना तेह्रथुम जिल्लाका १० वटा गा.वि.स. क्रमशः पञ्चकन्या, फाक्चामारा, हमरजुंग, ओखे, सुदाप, आम्बुड, मोराहाड, श्रीजुड, पौठाक र ओयाकजुडमा दुईवटा स्थानीय साभेदार संस्थाहरू दलित सचेतना समाज, देउराली सोसाइटी र एउटा राष्ट्रिय साभेदार संस्था महिला अधिकार मञ्च राष्ट्रिय सचिवालय प्रेरणासँगको साभेदारीमा सञ्चालित छ।

यस परियोजनाको समग्र उद्देश्य आय तथा आम्दानीका स्रोतहरूमा महिलाको पहुँच, नियन्त्रण तथा निर्णयलाई अभिवृद्धि गर्दै महिलाहरू संलग्न रहने पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक कार्यको पहिचान तथा महसुसीकरण गर्नमा सहयोग तथा सहजीकरण गरी उनीहरूको घरपरिवार, समाज र स्थानीयदेखि राष्ट्रियस्तरका निर्णायक तहहरूमा प्रतिनिधित्व वृद्धिका लागि सामाजिक तथा आर्थिक रूपमा सशक्त गराउनु रहेको छ। यसका लागि परियोजनाले स्थानीय, राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय गरी तीन तहमा रहेर मानवअधिकारमुखी पद्धतिमार्फत तेह्रथुम जिल्लाका ग्रामीण, जनजाति, दलित र गरिब महिलाहरूको सामाजिक र आर्थिक विकासका कार्यहरू गरिरहेको छ। स्थानीय तहमा परियोजनाले देउराली सोसाइटी र दलित सचेतना समाजसँगको साभेदारीमा कार्यक्षेत्र रहेका गा.वि.स.हरूमा असंगठित रूपमा रहेका महिलाहरूलाई समूहमा संगठित

गर्ने, संगठन र सञ्जालको महत्वका बारेमा अभिमुखीकरण गर्ने, महिला संलग्न रहने पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक काम र त्यसले महिलाको आत्मसम्मान, पहिचान, शिक्षा, स्वास्थ्य, सहभागिता आदि कुराहरूमा पारेको असरबारे सचेतीकरण गर्ने, यसको पहिचान, पुनःवितरण र न्यूनीकरणका लागि वकालत गर्न क्षमता विकास गर्ने, वकालतलाई अझ प्रभावकारी बनाउन महिला समूहसँग मिलेर महिला पुरुषमा विद्यमान रहेको असमान कामको असरबारे प्रमाणसहितको प्रतिवेदन तयार पार्न समय डायरी विधिमाफत पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक कामको अध्ययन गर्ने, महिलाहरूलाई आर्थिक गतिविधि तथा विकासका अन्य आयामहरूमा संलग्न हुन सहयोग गर्नका लागि महिला संलग्न रहने बालबालिका हेरचाह सम्बन्धी सेवामूलक कार्यलाई समुदाय तहमा बाँडफाँड गर्न सामुदायिक शिशु स्याहार केन्द्रको स्थापना गर्ने, महिला हिंसा न्यूनीकरण तथा समुदायमा महिला अधिकार स्थापनाका लागि विद्यमान कानुनी व्यवस्थाबारे महिलाहरूलाई सचेतीकरण र अभिमुखीकरण गर्ने, समूह तहमा पुँजी निर्माण गर्दै महिलाहरूको आर्थिक स्रोतमा पहुँच वृद्धि गराउनका लागि महिला समूहमा बचत संकलनका लागि सहजीकरण गर्ने, महिलाहरूको आर्थिक आत्मनिर्भरता र सशक्तीकरण गर्दै उनीहरूको घरपरिवार र समुदाय तहमा हुने निर्णयमा पहुँच र नियन्त्रणलाई अभिवृद्धि गर्न महिलाहरूको कृषि तथा गैरकृषिजन्य व्यवसायिक र उद्यमशीलता, क्षमता तथा प्राविधिक ज्ञान सीप विकास गर्ने, उत्पादन गरेका वस्तुहरूको गुणस्तर, विविधिकरण र बजारीकरणका लागि सीप क्षमता विकास गर्ने, प्रगतिशील र क्षमतावान महिला समूहहरू तथा महिला सदस्यहरूलाई व्यवसाय स्थापना गर्नका लागि साना पुँजी अनुदान सहयोग गर्ने, स्थानीय हाट बजारहरूलाई महिला-मैत्री बनाउन, बजारमा महिला क्रेता, विक्रेताहरूको संलग्नता र सहभागिता बढाउन, बजार व्यवस्थापन समितिमा महिलाको प्रतिनिधित्व बढाउन हाट बजार व्यवस्थापन समितिको पुनःगठन र पुनःसंरचनाका लागि सहजीकरण गर्ने तथा बजारको उचित व्यवस्थापनका लागि अत्यावश्यक भौतिक संरचनाहरू निर्माणका लागि सहयोग गर्ने कामहरू गर्दै आएको छ । यसका साथै जिल्ला तहमा पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक कामको सवाललाई स्थापित गर्दै यसको पहिचान, पुनःवितरण र न्यूनीकरणका लागि आवश्यक संयन्त्रहरू निर्माणका लागि जिल्लामा स्थित सरकारी निकायहरू जिल्ला विकास कार्यालय र महिला विकास कार्यालय तथा अन्य सरोकारवाला निकाय, सञ्चार माध्यम र राजनीतिक दलहरूसँग निरन्तर रूपमा पैरवी वकालत गर्दै आएको छ ।

राष्ट्रिय तहमा परियोजनाले ग्रामीण महिलाहरूको सञ्जाल महिला अधिकार मञ्चको राष्ट्रिय सचिवालय संस्था प्रेरणासँगको साभेदारीमा महिला अधिकारका विभिन्न

मुद्दालाई स्थानीयदेखि राष्ट्रिय तहसम्म जोड्न र नीतिगत पैरवी वकालत गर्नका लागि केन्द्रीय तहमा अभियानहरू सञ्चालन गर्दै आएको छ । विशेषगरी ग्रामीण महिला नीति निर्माणका लागि राष्ट्रिय महिला आयोग, अधिवक्ता समूह र अन्य सरोकारवाला संस्थाहरूसँग समन्वय गरी काम गरिरहेको छ । महिलाका मुद्दाहरूलाई समाजमा स्थापित गर्न र वकालतलाई बलियो बनाउन सञ्चार माध्यमहरूसँगको सहकार्य गरिरहेको छ । साथै महिला अधिकार मञ्चलाई सशक्त जनसंगठनको रूपमा अधि बढाउन संगठन र सदस्यहरूको क्षमता विकास गर्ने काम गरिरहेको छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय तहमा परियोजनाले महिला समूहमा काम गर्दै जाँदा भएका राम्रा अभ्यासहरू तथा सामना गरेका चुनौतीहरूलाई सिकाइको रूपमा विभिन्न दातृ निकायहरूसँग आदानप्रदान गर्दै आगामी दिनमा सफल अभ्यासहरूलाई संस्थागत गर्न र व्यापक बनाउँदै महिलाको आर्थिक र सामाजिक सशक्तीकरणका लागि विकासका थप योजनाहरू निर्माण तथा कार्यान्वयन गर्नका लागि पैरवी गर्ने काम गरिरहेको छ ।

प्रकाशित यस पुस्तकको उद्देश्य पनि ग्रामीण भेगमा रहेका महिलाहरूलाई यस पुस्तिकाको मार्फतबाट लघु उद्यम स्थापना गर्न सहयोग गर्दै उनीहरूको आर्थिक र सामाजिक सशक्तीकरण गर्नु रहेको छ ।

सुनिता गुरुङ्ग

परियोजना संयोजक

विषय सूची

खण्ड १ जीविकोपार्जन र महिलाको

आर्थिक सामाजिक सशक्तीकरणको परिवेश

१.१	जीविकोपार्जन र खाद्य सुरक्षा	४
१.१.१	जीविकोपार्जन भनेको के हो ?	४
१.१.२	नेपालमा ग्रामीण जीविकोपार्जनको वर्तमान परिवेश	५
१.१.३	जीविकोपार्जन सुधारका आवश्यकता र खाकाहरू	६
१.१.४	खाद्य सुरक्षा भनेको के हो ?	७
१.१.५	खाद्यसुरक्षा र जीविकोपार्जनको अन्तरसम्बन्ध	७
१.२	ग्रामीण महिला र जीविकोपार्जन	८
१.२.१	ग्रामीण महिला परिचय	८
१.२.२	ग्रामीण महिलाको सामाजिक, आर्थिक र राजनीतिक अवस्था	८
१.३	महिला र आर्थिक, सामाजिक सशक्तीकरण	१०

खण्ड २ लघु उद्यम र व्यवसाय

२.१	लघु उद्यम परिचय	१४
२.२	नेपालमा लघु उद्यम सञ्चालन र विकासको परिवेश	१५
२.३	व्यवसायको परिचय	१७
२.४	व्यवसाय चक्र तथा यसका पक्षहरू	१८
२.५	व्यवसायमा मूल्य श्रृंखलाको महत्त्व	२१
२.६	लघु उद्यम सफल वा असफल हुने कारणहरू	२२
२.६.१	लघु उद्यमको सफलता/असफलतालाई प्रभाव पार्ने बाह्य तथा आन्तरिक कारण	२३
२.६.२	लघु उद्यमीका प्रमुख चुनौती तथा अवरोधहरू	२५
२.७	लघु उद्यम प्रवर्द्धनका लागि भएका सरकारी नीति तथा कार्यक्रमहरू	२६

खण्ड ३ लघु-उद्यम र विकास

३.१	लघु उद्यमले ग्रामीण विकासमा खेल्ने भूमिका	३०
३.२	लघु उद्यमले महिला विकासमा खेल्ने भूमिका	३१
३.३	महिला उद्यमशीलता विकास र सहकारीको अन्तरसम्बन्ध	३२
३.४	सफलताका कथाहरू	३५

खण्ड ४ बजार, महिला र उद्यमशीलता

४.१	बजार परिचय	४७
४.१.१	बजारका प्रकार	४८

४.२	बजार व्यवस्थापन	४८
४.३	उत्पादन र बजारीकरण	५२
४.३.१	बजारीकरण योजना	५३
४.३.२	प्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी पहिचान	५४
४.३.४	अप्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी पहिचान	५४

खण्ड ५ लघु उद्यम/व्यवसाय स्थापना र व्यवस्थापन

५.१	लघु उद्यम व्यवस्थापनका पक्षहरू	५८
५.१.१	उद्यमी/व्यवसायीको आत्मविश्लेषण	५८
५.१.२	सफल उद्यमीका विशेषताहरू	६०
५.१.३	उद्योग र परिवारबीचको सम्बन्ध	६०
५.१.४	वित्तीय अभिलेख	६१
५.१.५	सामूहिक व्यवसाय र व्यक्तिगत व्यवसाय	६२
५.२	लघु उद्यमका प्रकार	६२
५.२.१	उत्पादनमूलक लघु उद्यम	६२
५.२.२	सेवामूलक लघु उद्यम	६२
५.२.३	लघु उद्यमबाट हुने फाइदाहरू	६३
५.३	व्यवसायिक योजना भनेको के हो ?	६३
५.३.१	व्यवसायिक योजना किन ?	६५
५.४	व्यवसाय छनोट गर्ने प्राविधिक तरिका	६६
५.५	व्यवसाय योजना निर्माण	६८
५.५.१	व्यवसायिक योजना कसरी बनाउने ?	६८
५.६	कृषि तथा गैरकृषिजन्य लघु उद्यम व्यवसाय योजनाको ढाँचा	७६
५.६.१	व्यवसायिक योजनाका केही उदाहरणहरू	७५
५.७	व्यवसायको विश्लेषण	८८

खण्ड ६ समूह मजबुतीकरण र सामूहिक

व्यवसायका आधारहरू

६.१	समूहको परिचय	१०६
६.१.१	आवश्यकता र महत्त्व	१०७
६.१.२	समूह निर्माण प्रक्रिया र चरणहरू	१०८
६.२	समूह मजबुतीकरण भनेको के हो ?	१०८
६.३	समूहका पदाधिकारीहरू र सदस्यहरूको काम कर्तव्य र अधिकार	११३
६.३.१	समूहका पदाधिकारी र सदस्यहरूको काम, कर्तव्य र अधिकारहरू देहायबमोजिम हुन्छन्:	११३
६.४	नेतृत्व विकास, विश्वास, सञ्चार	११५
६.५	सामूहिक व्यवसाय र सफलताका आधारहरू	११८



खण्ड



**जीविकोपार्जन र
महिलाको आर्थिक सामाजिक
सशक्तीकरणको परिवेश**



१.१ जीविकोपार्जन र खाद्य सुरक्षा

१.१.१ जीविकोपार्जन भनेको के हो ?

जीवन धान्न वा गुजारा गर्नका लागि गरिने आर्जन वा कमाइ नै जीविकोपार्जन हो । त्यसो त, संसारका सबै मानिसले कुनै न कुनै तरिकाले जीवन धानेकै हुन्छन् । तर जीवन धान्नु भनेको 'अहिले खाए भरे के खाऊँ' भन्ने हिसाबले बाँच्नु मात्र होइन । घर, खाना, लत्ताकपडा, शिक्षा, औषधि उपचार, मनोरञ्जनजस्ता मानिसलाई सम्मान र आरामपूर्वक बाँच्न चाहिने आधारभूत कुराहरूको व्यवस्थापन गर्नुलाई जीविकोपार्जन भनिन्छ ।

मानिसहरू अनेकौँ तरिका अपनाएर जीविकोपार्जन गर्दछन् । जीविकोपार्जनका लागि कोही व्यापार गर्दछन्, कसैले खेती किसानी, पशुपालन गर्दछन्, कोही रोजगारी अर्थात् नोकरी गर्दछन् भने कसैले उद्यम वा व्यवसाय गर्दछन् । उद्यम गर्नेले अरूलाई रोजगारी दिन्छ र आफ्नो जीविकोपार्जन पनि गर्दछ ।

१.१.२ नेपालमा ग्रामीण जीविकोपार्जनको वर्तमान परिवेश

हाम्रो देशलाई 'कृषि प्रधान देश' भनिन्छ। यसको अर्थ कृषि नै मुख्य पेसा र आम्दानीको मुख्य स्रोत भनिएको हो। तर नेपालको ग्रामीण भेगका धेरैजसो मानिसहरू अझ पनि निर्वाहमुखी खेतीपाती गरेर जीविकोपार्जन गर्दछन्। अहिले पनि ग्रामीण भेगमा बस्ने भण्डै दुई तिहाई मानिसहरू जीविकोपार्जनका लागि खेतीपाती गर्दछन्। मानिसहरूको धेरैजसो समय खेतबारीमै काम गरेर बिच्छ, तर पनि उनीहरूलाई आफ्नो खेतीबाट वर्षभरि खान पुग्दैन। हाम्रो देशमा कृषि मन्त्रालय छ, सिंचाई मन्त्रालय छ, कृषकलाई मल, बीउ उपलब्ध गराउन कृषि सामग्री कम्पनी लिमिटेड नामको कार्यालय पनि छ। तर किसानले कहिल्यै पनि भनेको बेलामा मल, बीउ पाउँदैनन्। सिंचाईको सुविधा ज्यादै कम ठाउँमा भएकाले धेरैजसो किसानहरू आकासे सिंचाईको भरमा खेती गर्न बाध्य छन्। मौसम बिग्रियो भने कसरी बालीनाली जेगाउने, कुन मौसममा कस्तो खेतीपाती गर्ने, खेतीपातीमा रोगव्याधि लाग्दा कस्तो उपचार गर्ने भन्ने ज्ञान र व्यवस्थाको अभाव छ। सरकारले खटाएका कृषि प्राविधिकहरूले किसानहरूलाई उचित सरसल्लाह दिने गरेको पाइँदैन।

आधुनिक तरिका अपनाएर खेतीपाती गर्ने हो भने एकातिर समयको बचत हुन्छ भने अर्कातिर उत्पादन पनि बढ्छ। बचेको समयमा अरू व्यवसाय अपनाएर राम्ररी जीविकोपार्जन गर्न सकिन्छ। तर ग्रामीण भेगका मानिसहरूलाई दिगो जीविकोपार्जन कसरी गर्ने भन्ने प्राविधिक ज्ञान र सीपको कमी छ। त्यस्तै, उनीहरूमा उद्यम सञ्चालन गर्न के कस्ता प्रक्रियाहरू चाल्नु पर्दछ भन्ने ज्ञानको अभाव छ। त्यसैले आफ्नै गाउँठाउँमा पनि गर्न सकिने कामहरू धेरै छन् र यसलाई उद्यमको रूपमा अघि बढाएर गर्न सकियो भने त्यसबाट धेरैभन्दा धेरै फाइदा लिन सकिन्छ भन्ने कुरा उनीहरूलाई बुझाउनु पर्दछ।

गाउँघरका मानिसहरू, खासगरी महिलाहरूले घरमै बसेर आफ्नै पहलमा विभिन्न उद्यम गर्दै आएका छन्। घरमा तान राखेर कपडा, राडीपाखी बुन्ने, धागो काल्ने काममा बढीजसो महिलाहरू नै सामेल हुने गर्दछन्। तर यस्ता कामहरू गर्नेले व्यवसायिक रूपमा नगरी निर्वाहमुखी रूपले मात्र हुनाले आफूले गरेको कामबाट उनीहरूले धेरै आम्दानी गर्न सकिरहेका छैनन्। उत्पादित वस्तु कहाँ लगेर बेच्ने भन्ने ज्ञानको अभावले गर्दा पनि उनीहरूले आफूले गरेको कामबाट मनग्य आम्दानी लिन सकिरहेका छैनन्। यसैले गाउँघरमा बस्ने मानिसहरूलाई जीविकोपार्जन सुधारका तरिकाहरू सिकाउनु पर्दछ।



१.१.३ जीविकोपार्जन सुधारका आवश्यकता र खाकाहरू

हाम्रो गाउँघरमा मानिसहरूले गर्दै आएका कतिपय कामहरूलाई आयआर्जन वृद्धि हुने किसिमले गर्न सकियो भने तिनीहरू घरेलु उद्यमको रूपमा विकास हुन सक्छन् । गाउँघरमै बसेर राम्रो आमदानी गर्न सकिने कामहरूमा नेपाली कागज बनाउने, विभिन्न डिजाइनका ढाकाका कपडाहरू उत्पादन गर्ने, चिया कफी प्रशोधन गर्ने, मौसमी तथा बेमौसमी तरकारी खेती गर्ने, फलफूल खेती गर्ने, दूधको खुवा, ललीपप, छुर्पी, पेडा बनाउने, अचार तथा केचअप बनाउने, काठ बाँसका सरसामान बनाउने, सिस्नोको धुलो तयार गर्ने, दुना टपरी र माला गाँस्ने, रेशमको कोया तयार गर्ने, सिलाई बुनाई गर्ने, कुखुरा पालन, बाखा पालन, बंगुर पालन गर्ने आदि हुन् । तर धेरैजसो यस्ता काम गुजारा गर्ने किसिमले मात्र गर्ने गरिन्छ । आफ्नो घरायसी आवश्यकताभन्दा बढी उत्पादन गरेर बजारसम्म पुऱ्याउने र त्यसबाट मुनाफा गरेर आफ्ना अरू आवश्यकता पूरा गर्ने काम सुरु गर्ने हो भने यसले गरिबी हटाउन मद्दत गर्दछ ।

यसका लागि उनीहरूलाई प्राविधिक ज्ञान, सीप र क्षमता विकास तालिमको आवश्यकता पर्दछ । लघु उद्यम सञ्चालन गर्ने जानकारी, नाफा नोक्सानको हिसाब किताब राख्ने, व्यवसायको योजना बनाउन पनि उनीहरूलाई तालिम नै दिनु पर्दछ ।

राज्यले साना उद्यमीहरूलाई तालिम, पुँजी र प्रविधि (काम गर्ने तौरतरिका) उपलब्ध गराउँछ । तर उद्यम सञ्चालन गर्न महिलाहरूलाई आँट र हौसलाको ज्यादै कमी छ । मुख्य कुरो त, अबै पनि धेरैजसो ग्रामीण क्षेत्रका बासिन्दाहरूलाई उद्यमी बन्न राज्यले विभिन्न प्रकारका सहयोग गर्दछ, भन्ने जानकारी नै छैन ।

मानिसहरूले एकैपटक धेरै मात्रामा सरसामान उत्पादन गर्न सक्दैनन् । उत्पादन गरेको वस्तु कहाँ बेच्ने हो भन्ने मेसो पनि पाउँदैनन् । यसैले राज्यले महिलाहरूलाई सहकारीमा समेटेर उनीहरूले उत्पादन गरेका सरसामानलाई बजारमा पुऱ्याउन र तिनलाई राम्रो मोलमा बेच्न सहयोग गर्ने तारतम्य मिलाएको हुन्छ । सहकारीमा समेटिएका महिलाहरूले उद्यम सञ्चालनका लागि सहज रूपमा पुँजी पनि पाउन सक्छन् ।

१.१.४ खाद्य सुरक्षा भनेको के हो ?

सामान्य बुझाइमा मानिसले बाँच्नका लागि चाहिने अन्नपात र खानेकुरा सजिलै पाउनु नै खाद्य सुरक्षा हो । धेरै मानिसहरूले भोकमरी नलाग्नुलाई खाद्य सुरक्षा भनेर बुझेका हुन्छन् । तर हामीले यसलाई अलि गहिरिएर बुझ्नुपर्ने हुन्छ । मानिसलाई चाहिने खानेकुराको मनग्य उत्पादन हुनु, दुर्गम ठाउँका मानिसले पनि दुःख कष्ट नगरी खाद्यन्न पाउनु, सहज पहुँच हुनु (चाहिएको बेलामा पाउन सक्ने), अनिकाल नलाग्नु र भविष्यमा पनि अनिकाल लाग्ने डर नहुनुलाई खाद्य सुरक्षा भनिन्छ ।

यसका साथै खाद्य सुरक्षाले पेट अघाउने गरी खाने मात्र नभई खानेकुरा सुरक्षित र पोसिलो हुनुपर्ने कुरालाई पनि जनाउँछ । एकै नासको खानेकुरा, सडेगलेको र पुरानो अन्न मात्र खान पाउने अवस्थालाई खाद्य सुरक्षा मानिँदैन । एक ठाउँमा चाहिनेभन्दा बढी अन्न उत्पादन हुनु तर अर्कातिर उब्जनी नै नहुनु पनि खाद्य सुरक्षा होइन । विश्वभरको स्थिति नियाल्ने हो भने आज युरोप, अमेरिका र चीनजस्ता देशमा मानिसहरूमा मोटोपनको समस्या विकराल भएर देखिन थालेको छ, तर भारतमा अझ पनि दिनहुँ तीन करोड मानिस भोकै सुत्छन् । त्यहाँका ४६ प्रतिशत बालबालिका कम तौलका छन् । त्यसैले खाद्यान्नको उचित वितरण पनि खाद्य सुरक्षाअन्तर्गत पर्दछ ।

१.१.५ खाद्यसुरक्षा र जीविकोपार्जनको अन्तरसम्बन्ध

पैंतीस वर्ष अघिसम्म हाम्रो देशले अन्नपात बाहिरी देशहरूलाई बेच्थ्यो । तर अहिले बसेंनौं अबौं रुपैयाँको अन्न बाहिरी देशबाट किन्नु परिरहेको छ । विश्वका १ सय ९० भन्दा बढी देशमध्ये हाम्रो देश भोकमारी भएका मुलुकहरूको सूचिमा छुट्टै स्थानमा रहेको छ । हाल जनसंख्या वृद्धिले गर्दा एकातिर अन्नको खपत दिनदिनै बढिरहेको छ, भने अर्कातिर खेती गर्ने जग्गा जमीन र वन जंगलजस्ता स्रोतहरू दिनदिनै मासिइरहेको छ । आउँदा दिनमा यो क्रम अरू बढ्नेछ र खाद्य सुरक्षा कायम राख्न ज्यादै कठिन पर्दै जानेछ ।

खाद्य सुरक्षाको कुरा आउँदा दिनमा अझै गहिरो समस्याका रूपमा देखापर्नेबारे हामीलाई थाहा भयो । त्यसैले हामीले स्वस्थ र निरोगी भएर बाँच्न आमदानी बढाउनुपर्ने हुन्छ । यसका लागि निर्वाहमुखी काम मात्र नभई आमदानी वृद्धि हुने व्यवसायिक जीविकोपार्जनका उपायहरू अपनाउनु पर्दछ । आफ्नो गाउँठाउँमा उपलब्ध स्रोत साधनको प्रयोग गर्दै कृषि तथा गैरकृषिमा आधारित उत्पादनलाई बढाउँदै व्यवसाय र लघु उद्यम सञ्चालन गर्ने र आफ्नो काममा दक्षता बढाउँदै लैजाने गरेको खण्डमा मात्र हामी खाद्य असुरक्षाको जोखिमबाट बच्न सक्छौं ।

१.२ ग्रामीण महिला र जीतिकोपार्जन

१.२.१ ग्रामीण महिला परिचय

ग्रामीण महिला भन्नाले सहरी परिवेशबाट भिन्न र भौतिक संरचनागत विकासबाट टाढा भौगोलिक दुर्गमताको अवस्थामा बसोबास गरिरहेका महिलालाई जनाउँदछ। ग्रामीण महिला निर्वाहमुखी कृषि र पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक काम गरी जीवनयापन गर्दछन्। उनीहरूले गरेको यस कृषि कार्य र पारिश्रमिकबिनाको सेवामूलक कार्यले परिवार तथा राज्यको आर्थिक उन्नति र अर्थ व्यवस्थालाई मजबुत बनाउन महत्वपूर्ण योगदान खेलेको छ। त्यसैले उनीहरूलाई ग्रामीण अर्थतन्त्रको मेरुदण्ड पनि भनिन्छ। यद्यपि विद्यमान पितृसत्तात्मक संरचना, लैङ्गिक विभेद र पुरातनवादी सोचले गर्दा उनीहरूको यस योगदानलाई घरपरिवार, समाज र राज्यले अनदेखा गरी उनीहरूलाई उत्पादनमूलक र सेवामूलक भूमिकामा मात्र सीमित गरेको छ जसले गर्दा शिक्षा, स्वास्थ्य, सुरक्षाजस्ता आधारभूत अधिकार, सेवा र विकासका अवसरहरूमा ग्रामीण महिलाको असमान र न्यून पहुँच रहनुका साथै उनीहरू यी अधिकार, अवसर र सेवाको उपभोगबाट वञ्चित भई गरिबी, विभेद र हिंसाको अवस्था तथा प्रकोप र द्वन्द्वको जोखिममा बाँच्न बाध्य छन्।

१.२.२ ग्रामीण महिलाको सामाजिक, आर्थिक र राजनीतिक अवस्था

ग्रामीण महिलाहरू हरेक कुरामा पछि परेका छन् भन्ने बारेमा हामीले चर्चा गरिसक्यौं। कानुनले महिला र पुरुषलाई समान मानेर उनीहरूको सामाजिक तथा आर्थिकस्तर



माथि उठाउने अनेक व्यवस्था गरेको छ। उदाहरणका लागि महिलाको नाममा जग्गा जमिन र घरजस्ता अचल सम्पत्ति दर्ता गराउँदा थोरै शुल्क लाग्ने व्यवस्था, महिलाहरूले गर्ने पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक काम तथा निर्वाहमुखी कृषिजन्य कामलाई पनि उत्पादनमूलक काम सरह गनिने व्यवस्था आदि। तर व्यवहारमा हेर्दा उनीहरूको अवस्था अझै पनि पहिलेजस्तै छ। आफूले लगाएको गहना, आफ्नो नामको अचल सम्पत्ति बेचबिखन गर्ने अधिकारसमेत महिलालाई हुँदैन, त्यो अधिकार पुरुषसँग नै हुन्छ।

महिलाहरू दिनको १८ घण्टासम्म काम गर्दछन्। तर उनीहरूले गरेको कामको गणना हुँदैन र भए पनि ज्यादै थोरै मात्र हुन्छ। तर पनि महिलाहरूले गरेको कामले नै गाउँको अर्थतन्त्र चलेको छ। त्यसैले उनीहरूलाई ग्रामीण अर्थतन्त्रको मेरुदण्ड पनि भनिन्छ। तर, यस्तो काम गर्ने महिलाहरूलाई हाम्रो समाजले काम गर्ने मेसिनका रूपमा मात्र हेर्ने गरेको छ।

अझ आजभोलि त मानिसहरू जीविकोपार्जनको नयाँ माध्यम अपनाउन विदेसिन थालेका छन्। यसरी बाहिरिनेहरूमा धेरै संख्या पुरुषहरूको भएकाले ग्रामीण समुदायका घर घरमा महिला, बालबालिका र वृद्धवृद्धा मात्र छन्। त्यसैले अहिले गाउँघरमा सबै कामको बोझ महिलाहरूको काँधमा थोपरिएको छ। उनीहरू पहिलेभन्दा बढी दुःख कष्ट भेल्ले बाध्य छन्।

उनीहरूलाई शिक्षा, स्वास्थ्य, सामाजिक सुरक्षाजस्ता मानिसका आधारभूत अधिकार, सेवा र विकासका अवसरहरू ज्यादै कम दिइएको छ। यसले गर्दा उनीहरूमा चेतनाको विकास हुन सकेको छैन। विभेद, वञ्चितीकरण, अशिक्षा, कमजोर स्वास्थ्यजस्ता विभिन्न असमान र अन्नयापूर्ण सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक र राजनीतिक संरचनाले गर्दा उनीहरू समाजका हरेका क्षेत्रमा पछि परेका छन्।

पहिले पहिले गाउँघरमा छोरीलाई पढाउने चलन नै हुँदैनथ्यो। आज त्यो अवस्था त छैन, तर छोरा र छोरीमाथि शिक्षा आर्जन गर्ने क्रममा गरिने भेदभाव पूर्णरूपमा हट्न सकेको छैन। छोरोलाई राम्रो शिक्षा दिने, छोरीलाई सामान्य लेखपढ गराए हुने, छोरीहरूलाई प्राविधिक विषयहरू नपढाउने मनस्थिति अझ पनि हाम्रो समाजमा व्याप्त छ। यसैबाट महिला र पुरुषबीचको असमानता सुरु हुन्छ।

गाउँघरका महिलाहरूले लेखपढ गर्न नपाएकाले उनीहरूले रोजगारी पाउने संभावना पनि धेरै कम हुन्छ। एक त गाउँघरमा रोजगारी दिने संस्था, उद्योग नै हुँदैनन्, भएकाले पनि महिलाहरूलाई अदक्ष कामदारका रूपमा लगाउँछन्। उनीहरूले तालिम लिएर सीप सिक्ने, दक्ष हुने अवसर पाउँदैनन्।

महिलाहरूले भेल्लुपरेको यस्तो समस्याको व्यवहारिक समाधानका लागि नीति नियम बनिने ठाउँमा आवाज उठ्नु पर्दछ। ती ठाउँ भनेका उच्च सरकारी पदहरू हुन्। अभिसम्म त्यस्ता ठाउँमा महिलाहरू उल्लेखनीय रूपमा पुग्न पाएका छैनन्। राजनीति र उच्च सरकारी ओहोदाहरूमा महिलाहरूको नाममात्रको उपस्थितिले गर्दा महिलाहरूका समस्याको सुनुवाइ हुन सकेको छैन।

ग्रामीण महिलाको यस विशेष परिवेश र फरक आवश्यकतालाई पहिचान र आत्मसात गरी उनीहरूको समग्र आर्थिक, सामाजिक र राजनीतिक विकासका लागि राज्यले आवश्यक सबै खाले भौतिक पूर्वाधारहरूको निर्माणका साथै गुणस्तरीय सेवा उपलब्ध गराउन सकेको छैन। जस्तै- सडक, यातायात, बिजुली, खानेपानी, अस्पताल, स्वास्थ्य चौकी, विद्यालय, सञ्चार, प्रविधि, वित्तीय संस्था, कृषिसेवा र प्रविधि, सिंचाई, बजार सुविधा, कुटानी पिसानी मिल, शिशु हेरचाह गृह, रोजगारी, स्वरोजगारी आदि। त्यसैले उनीहरूलाई लैङ्गिक विभेद, हिंसा, गरिबी र अन्यायको अवस्थाबाट निकाल्न तथा सम्मानजनक जीवनयापनमा सहयोग गर्न उनीहरूको शैक्षिक सशक्तीकरणका साथै विभिन्न जीवनउपयोगी प्राविधिक ज्ञान सीप क्षमता विकास गर्दै स्वरोजगार बनाई आर्थिक सशक्तीकरण गर्न र आत्मनिर्भर बनाउन आवश्यक छ।

१.३ महिला र आर्थिक, सामाजिक सशक्तीकरण

हाम्रो समाजमा महिलाहरू शोषित, पीडित र विकासका अवसरहरूबाट समेत वञ्चित छन्। धर्म, परम्परा, संस्कृति, आधुनिकीकरण आदिका नाममा महिलाहरू दबिएका छन्। विभिन्न समाज, संस्कृति, धर्म र परम्परामा महिलाहरूको स्थिति र महिलामाथि हुने दमन फरक-फरक छन्। छोटकरीमा भन्नु पर्दा, पुरुष भएकै कारणले प्रधान हुने र प्रमुख ठानिने, मातालाई दास र पितालाई शासकको स्थान दिने पितृसत्तात्मक चालचलन हाम्रो समाजमा अहिले पनि विद्यमान छ। अहिले पनि हाम्रो घर, परिवार, समाज र राज्य तहका महत्वपूर्ण पद र अधिकारमा पुरुषले आफ्नो अधिकार जमाएका छन्। छोरीलाई 'अर्काको घरमा जाने जात' भनेर अर्काकै सम्पत्ति सरहको व्यवहार गर्ने चलन अहिले नै पनि पूर्णरूपमा समाप्त भइसकेको छैन। त्यस्तै महिलालाई एकातिर 'आधा अकास ढाक्ने वर्ग' भनिन्छ भने अर्कोतिर धर्तीमा भने एक टुक्रा जमिन दिन पनि समाज तयार देखिंदैन जबकि महिलाहरूले घर, परिवारको गुजाराका लागि दिनरात मिहिनेत गर्दछन्। बालबच्चा हुर्काउने, घर भित्र-बाहिरका काम गर्नेलगायतका सबै काम गरेर पनि उनीहरूलाई सम्पत्ति किनबेच गर्ने, घर चलाउनका लागि गर्नुपर्ने



विभिन्न निर्णयहरू गर्ने अधिकार पुरुषलाई जति हुँदैन । युगौंदेखिको यस्तो व्यवहारले महिलाहरूलाई शिक्षा तथा अन्य विकासका अवसरहरूबाट वञ्चित गरेको छ जसले गर्दा उनीहरूमा चेतना र आत्मविश्वासको कमी छ र परनिर्भर हुन बाध्य छन् ।

त्यसैले उनीहरूलाई लैंगिक विभेद, हिंसा, गरिबी र अन्यायको अवस्थाबाट निकाल्न तथा सम्मानजनक जीवनयापनमा सहयोग गर्न उनीहरूको शैक्षिक सशक्तीकरणका साथै विभिन्न जीवनउपयोगी प्राविधिक ज्ञान सीप क्षमता विकास गर्दै स्वरोजगार बनाई आर्थिक सशक्तीकरण गर्न र आत्मनिर्भर बनाउन आवश्यक छ । साथै लैङ्गिक समानताका लागि महिलाहरूलाई नेतृत्व तहमा आउने वातावरणलाई बढावा दिनु पर्दछ । यसका लागि राज्यले गाउँ र नगरपालिका तहदेखि संघीय राज्य र केन्द्रमा समेत बढीभन्दा बढी महिलाहरूको प्रतिनिधित्व गराउने संवैधानिक र कानुनी व्यवस्था गर्नु पर्दछ । महिला र पुरुषले गर्ने काममा कुनै पनि प्रकारको भेदभाव हुनुहुँदैन । यो काम पुरुषले मात्र गर्ने वा महिलाले मात्र गर्ने भन्ने सोच हटाउनु पर्दछ र समान कामका लागि समान ज्याला दिनु पर्दछ । मानव अधिकार र महिला अधिकारलाई सम्मान र पालना गर्नु पर्दछ । यो काम सबैभन्दा पहिला घरपरिवारबाटै सुरु गर्नु पर्दछ ।



खण्ड



लघु उद्यम र व्यवसाय



२.१ लघु उद्यम परिचय

उद्यम भनेको इलम हो, जीवन गुजाराका लागि गरिने कार्य हो र मुनाफा कमाउने गरी उत्पादन गरिने कुनै वस्तु वा सेवा हो । अर्को अर्थमा भन्दा, एकलै वा संयुक्त रूपमा आफ्नो निजी सीप, श्रम, पुँजी र मिहिनेत लगानी गरी मुनाफा आर्जनका निमित्त गरिएको व्यवसाय उद्यम हो । लघु उद्यम भन्नाले आफ्नो प्रयोगका लागि मात्र नभई नाफा कमाउने उद्देश्यले स्थानीय स्रोत, साधन, परम्परागत सीप र प्रविधिमा आधारित रही थोरै पुँजी लगानीमा स्थापना गरिएको वा सुरु गरिएको उत्पादनमूलक कृषि तथा गैरकृषिजन्य व्यवसाय हो । 'लघु' भन्नाले 'सानो' र 'उद्यम' भन्नाले कुनै पनि काम वा व्यवसाय हो । जस्तै- बंगुर पालन, कुखुरा पालन, ढाका व्यवसाय, मटर खेती, अलैंची खेती, अकबरे खुर्सानी खेती, फुटपाथ पसल, काठको काम गर्ने, मेसिन तथा औजार मर्मत तथा सञ्चालन गर्ने, नेपाली कागज बनाउने, माटाका भाँडाकुँडा, गमलाजस्ता सरसामान बनाउने, टपरी बनाउने, गुडिया बनाउने, सानो टुकुटुके मिल राखेर कुटानी पिसानीको काम गर्ने लगायतका कार्यहरू । यसलाई लघु, कुटीर, घरेलु वा साना उद्योग पनि भन्न सकिन्छ ।

लघु उद्यमको धनी यसको प्रबन्धक र कामदार दुवै हुन्छ । यसको विशेषता के हो भने यसमा स्थानीय स्रोत, कच्चा पदार्थ, सीप र साधनको व्यवसायिक प्रयोग गरिन्छ । लघु उद्यमशीलता स्थान, उत्पादन हुने वस्तु, उपभोक्ताका आधारमा विभिन्न किसिम तथा विभिन्न आकारका हुन सक्छन् । मभौला र ठूला उद्योगहरूको दाँजोमा लघु उद्यमका लागि नगण्य लगानी भए पुग्दछ । लघु उद्यमको प्रकृति हेरी १५-२० हजार रुपियाँबाटै यो व्यवसाय सुरु गर्न सकिन्छ । यसका लागि आवश्यक कुरा भनेकै उत्सुकता, आँट, आत्मविश्वास र धैर्यतासाथ काम गर्न सक्ने खुबी र क्षमता हो ।

लघु उद्यमले घरपरिवार तहमै रोजगारी, आर्थिक विकास, सामाजिक स्थिरता तथा समानतामा विशेष सहयोग पुऱ्याउँछ। यो क्षेत्र यस्तो एउटा सशक्त माध्यम हो जसले व्यक्ति तथा परिवारलाई आर्थिक रूपमा सबल हुन र गरिबीबाट मुक्ति दिलाउन मद्दत गर्छ। यसले आयआर्जनका साथै सामाजिक विकासका माध्यमबाट व्यक्ति, परिवार, समुदायको जीवनस्तर उकास्न सहयोग गर्छ। विशेषगरी महिला सशक्तीकरण, आत्मनिर्भरता, उनीहरूको स्रोत, साधन र निर्णयमा पहुँच तथा नियन्त्रण अभिवृद्धिका लागि लघु उद्यमको महत्वपूर्ण भूमिका रहेको छ।

समग्रमा लघु उद्यमको विस्तारले परम्परागत सीप र प्रविधिको प्रवर्द्धन हुनुका साथै व्यवसायिक जनशक्ति उत्पादन तथा रोजगारीका अवसरहरूको सिर्जना भई देशको आर्थिक विकासमा योगदान पुग्दछ। यही कारण हो, विकासोन्मुख देशहरूमा लघु उद्यमहरूको विस्तार समग्र राष्ट्रिय विकासको एक माध्यम बनेको हुन्छ।

१.१ नेपालमा लघु उद्यम सञ्चालन र विकासको परिवेश

देशको समग्र विकासका लागि औद्योगिक क्षेत्रको विकास अनिवार्य हुन्छ। अर्थतन्त्रको मूलकडीका रूपमा रहेको यस क्षेत्रमा लघु, ग्रामीण, घरेलु तथा साना उद्योगहरूको भूमिका उत्तिकै महत्वपूर्ण हुन्छ। धेरैजसो पहाडी र हिमाली क्षेत्रले ढाकिएको अनि चरम भौगोलिक विकटताले भरिएको हाम्रो देश नेपालमा गरिबी, अभाव र विपन्नता अत्यन्त टड्कारो छ। पछिल्लो जनगणना (वि.सं. २०६८) अनुसार ५४,२३,२९७ घर परिवारमा २,६४,९४,५०४ जनसंख्या रहेको र त्यसमा महिलाको जम्मा संख्या १,३६,४५,४६३ (कुल ५२%) र पुरुषको १,२८,४९,०४१ (कुल ४८%) रहेको यो देशका बहुसंख्यक जनता चरम गरिबीको रेखामुनि जीवन बिताउन विवश छन्।

त्यसकारण गरिबी यस मुलुकको प्रमुख समस्यामध्ये एक हो भने गरिबी निवारण प्रमुख चुनौतीमध्ये एक हो। गरिबी न्यूनीकरण तथा दिगो विकासका लागि नेपालमा सरकारी तथा गैरसरकारी क्षेत्रबाट विगतदेखि नै प्रयासहरू हुँदै आएका छन्।

यसकारणले समेत नेपालजस्तो पहाडी र असम्पन्न मुलुकमा लघु तथा ग्रामीण उद्यमका लागि अत्यन्तै अनुकूल परिवेश रहेको स्पष्ट छ। ग्रामीण उद्यमका निम्ति धेरै पुँजी, धेरै कामदार, धेरै स्थान आदि केही आवश्यक नपर्ने र थोरै पुँजीबाटै आफूले

चाहेको सानो इलम धेरै तनाव नलिइकनै सुरु गर्न सकिने हुँदा लघु उद्यमको विकास र विस्तारको ठूलो सम्भावना रहेको छ । देशमा कृषिमा रहेको अत्यधिक निर्भरता घटाउन र तीव्र रूपमा बढ्दै गइरहेको युवा जनशक्तिलाई विदेसिनबाट रोक्न लघु उद्यमको भूमिका महत्वपूर्ण छ ।

लघु उद्यम खासगरी सहरिया वा नागरीय परिवेशभन्दा टाढा सुगम वा सुदूर ग्रामीण क्षेत्रमा बसोबास गर्ने महिला/पुरुषहरूबीच बढी लोकप्रिय भएको देखिन्छ । शिक्षामा कम पहुँच र कमजोर चेतनाका कारण उनीहरू आफैँ त्यस्तो लघु इलम सञ्चालन गर्न सक्दैनन् । त्यसका लागि उनीहरूलाई जीवनोपयोगी इलम, प्राविधिक ज्ञान र आवश्यक सीप सिकाउँदै अन्य आवश्यक सहयोग उपलब्ध गराइएमा मात्र उनीहरू लघुउद्यमी बनेर देखा पर्न सक्छन् । अनुभवहरूले के देखाउँछन् भने पुरुषको दाँजोमा ग्रामीण महिलाहरू लघु उद्यमका क्षेत्रमा बढी जागरुक र सफलसमेत देखिने गरेका छन्, त्यो चाहे सिलाई-बुनाई-कटाई वा घरेलु तान होस् अथवा पशुपालन वा तरकारी-फलफुल खेतीपाती नै ।

विकासमा पछि परेको नेपालजस्तो देशमा ठूला र मझौला उद्योगहरूको सम्भावना तुलनात्मक तवरले कम छ । कुल गार्हस्थ उत्पादनमा उद्योग क्षेत्रको योगदान सात प्रतिशत रहेको छ भने त्यसमध्ये ९०% योगदान लघु, घरेलु तथा साना उद्योगहरूको छ । यहाँ मात्र किन ? भारत, चीन र जापानसमेतका विकसित देशको अर्थतन्त्रमा पनि लघु, घरेलु तथा साना उद्योगहरूले महत्वपूर्ण भूमिका खेलेका हुन्छन् । नेपाल अहिले विश्व व्यापार संगठनको सदस्य भइसकेको छ । यसले गर्दा नेपालमा उत्पादित वस्तुहरूलाई बढी गुणस्तरीय बनाई प्रतिस्पर्धाको माध्यमबाट आयात घटाउन र निर्यात बढाउन जोड दिनका लागि यस्तै लघु, घरेलु तथा साना उद्यमहरूको माध्यमबाट सम्भव देखिने हुँदा यस क्षेत्रको विकासमा ध्यान दिनु आवश्यक छ ।

नेपालको औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४९ ले उत्पादनमूलक उद्योग, कृषि तथा वनजन्य उद्योग, घरेलु उद्योग, साना उद्योग, मझौला उद्योग र ठूला उद्योग गरी ६ भागमा वर्गीकरण गरेको छ । यो ऐनको मुख्य विशेषता भनेको अनुमति लिनुपर्ने र तयारी पोसाकबाहेकका अन्य सबै उद्योगहरूलाई घरेलु उद्योगका रूपमा परिभाषित गरेको छ । यसले गर्दा लघुउद्यमीहरूका लागि यो ऐन सहयोगी छ ।

२.३: व्यवसायको परिचय

व्यवसाय भन्नाले मुनाफा गर्ने उद्देश्यले उत्पादन गरिएको कुनै पनि वस्तु वा सेवा हो । व्यवसाय सम्पूर्ण त्यस्ता व्यापारिक तथा औद्योगिक क्रियाकलाप हुन् जसले ग्राहकको जीवनस्तरमा सुधार तथा निरन्तरता प्रदान गर्न आवश्यकता परिपूर्तिका लागि उपयुक्त अवसरको पहिचान गर्दछन् र स्रोत-साधनको अधिकतम प्रयोगद्वारा वस्तु वा सेवा ग्राहकलाई उपलब्ध गराउँदछन् । स्थान, उत्पादन हुने वस्तु र उपभोक्ताका आधारमा व्यवसायका प्रकारहरू फरक हुन सक्छन् ।

नेपालको सन्दर्भमा ग्रामीणस्तरमा पाइने चार किसिमका व्यवसाय यस प्रकार छन्-

क. उत्पादन

बिक्रीका लागि वस्तुहरूको उत्पादन, जस्तै- अकबरे खुर्सानी, अलैंची, अम्लिसो, अदुवा, फलफुल तथा तरकारी उत्पादन, ऊन प्रशोधन, ढाका कपडा उत्पादन, सिस्नो खेती र प्रशोधन ।

ख. प्रशोधन

कच्चा पदार्थहरू प्रशोधन गरी उपभोग्य वस्तुमा परिणत गर्ने, जस्तै- फलफुलहरू प्रशोधन गरी जाम बनाउने, जुस बनाउने, अकबरे खुर्सानी प्रशोधन गरी अचार बनाउने, ढाकाका विभिन्न तयारी पोसाक, ब्याग तथा खेलौना निर्माण गर्ने ।

ग. व्यापार

उत्पादित वस्तुहरूको खरिद तथा बिक्री, जस्तै- पसल तथा बजार, ढाकाको थोक तथा खुद्रा बिक्री ।

घ. सेवा

व्यापारको प्रमुख उद्देश्य भनेको नागरिकलाई सेवा दिनु हो, जस्तै- कपाल काट्ने ठाउँ, यातायातका साधन, होटेल ।

१.४: व्यवसाय चक्र तथा यसका पक्षहरू

व्यवसाय चक्र -जसलाई अंग्रेजी भाषामा 'बिजनेस साइकल' भनिन्छ- कुनै पनि उद्यमीका लागि महत्वपूर्ण आधार हो। आफ्नो उत्पादन वा सेवालाई बजारसम्म पुर्याउँदा उद्यमीले व्यवसायका विभिन्न चरणहरूलाई मध्यनजर गर्दै लगानी र काम गर्नुपर्ने हुन्छ, त्यही नै व्यवसाय चक्र हो। उद्यमीलाई कुनै पनि निर्णय लिने अवस्थामा यो चक्र एक सहायक औजार हो। पुँजी, श्रम, कच्चा पदार्थ, औजार वा उपकरण, उत्पादन-स्थल, स्याहार सुसार, बजार सेवा र समग्र व्यवस्थापन आदि कुराहरू व्यवसायिक चक्र विश्लेषणसित जोडिएका छन्। सुरुवाती चरणदेखि नाफा प्राप्त गर्ने तहसम्मको यो चक्रलाई कुन तरिकाले सञ्चालन गरिएको छ, भन्ने कुराले लागत र नाफालाई सोभै असर पुर्याउँछन्।

अभ्र भन्नु पर्दा, लघु उद्यमका मालिक र कामदार व्यवसायी आफै हुने हुनाले यदि व्यवसाय असफल भयो भने उनीहरूले आफ्ना स्रोतहरूभन्दा बढी गुमाउनुपर्ने हुन्छ। यसले उनीहरूको आत्मबल समेत घट्न जान्छ। साथै उनीहरू पहिलेभन्दा बढी अरूमा आश्रित हुनुपर्ने हुन्छ। तसर्थ व्यवसायलाई असफल हुन नदिनका लागि आवश्यक सुरक्षाका उपायहरू अपनाउनुपर्ने हुन्छ, जसमध्य व्यवसाय चक्रको विश्लेषण पनि महत्वपूर्ण पाटो हो। तर सबै व्यवसायले सबै चरण पार गर्नुपर्छ, भन्ने छैन र यदि पार गरेमा यसैका कारण सफल भएको हुन्छ, भन्ने पनि होइन।

व्यवसाय चक्रका चरण लघु उद्यमका सब्दर्ममा यसरी देखाउन सकिन्छ :

१. अवसरको खोजी र पहिचान

यस चरणमा लघु उद्यम गर्न चाहने मानिसले आफ्नो इच्छाअनुसारको व्यवसाय गर्नका लागि समय र अवसरको खोजी गर्नु पर्दछ। इच्छा, आत्मविश्वास, अठोट, दक्षता र जाँगर भएर पनि उद्यम सुरु गर्नका लागि सुहाउँदो अवसर नमिल्न सक्छ। तसर्थ चाहे अनुसारको उद्यम सुरु गर्न कहाँ के कस्तो सम्भावना हुन सक्छ, त्यस अवसरको खोजी, पहिचान र पाउँदा त्यसको सदुपयोग गर्न सक्नु पर्दछ।

२. व्यवसायिक योजना निर्माण

यस चरणमा उद्यमीले आफ्नो दक्षता र क्षमता अनुसारको सुहाउँदो व्यवसाय र अवसर पहिचान गरिसकेपछि, त्यसलाई अघि बढाउनका लागि व्यवसायिक योजना निर्माण गर्ने कार्य पर्दछ, जसअन्तर्गत उत्पादन, बजार, लगानी र संस्थागत पक्षहरू पर्दछन्। त्यसका लागि सबैभन्दा पहिले आफूले उत्पादन गर्न चाहेको वस्तुका लागि

चाहिने कच्चा पदार्थ र औजारदेखि लिएर अन्य आवश्यक सबै कुरा व्यवस्थापन गर्नु पर्दछ । आफूसँग पर्याप्त पुँजी नभएको अवस्थामा उद्यमका लागि चाहिने लगानी रकमको स्रोत के हुन सक्छ भन्ने पनि थाहा हुन जरुरी छ । त्यसपछि आफ्नो उत्पादनका लागि चाहिने बजारको खोजी हुनु पर्दछ । क्रेताहरू उत्पादनस्थलमै आइपुग्छन् अथवा अन्यत्र कतै बिक्री केन्द्रसम्म पुऱ्याउनुपर्ने हुन्छ, यससम्बन्धी आवश्यक जानकारी हुनुपर्दछ ।

अर्को अर्थमा भन्दा, कुनै पनि व्यवसाय स्थापना गरी सञ्चालन गर्नका लागि आवश्यक सम्पूर्ण पक्षहरू जस्तै बजार, उत्पादन, खर्च तथा वित्तसम्बन्धी सम्पूर्ण पक्षहरूका बारे गरिएको योजनालाई नै व्यवसायिक योजना भनिन्छ । व्यवसायिक योजना भने को व्यवसायको ऐना हो । व्यवसायिक योजना हेरेपछि प्रस्तावित व्यवसाय के कस्तो छ भन्ने छर्लङ्ग हुनुपर्दछ । त्यसैले व्यवसायिक योजनाले कुन वस्तु/सेवा उत्पादन गर्ने हो ? कस्तो गुणस्तरको वस्तु/सेवा उत्पादन गर्ने हो ? उत्पादनको बजार क्षेत्र कहाँ हो ? बजार माग कस्तो छ ? कति परिमाणमा उत्पादन गर्ने हो ? मेसिन उपकरण के कति चाहिन्छ ? के कस्ता कच्चा पदार्थ आवश्यक पर्छ ? के कस्ता दक्षताका कति कामदार चाहिन्छ ? अन्य खर्चहरू के कति लाग्ला ? कति पुँजी आवश्यक पर्छ ? कसरी पुँजी जुटाउने ? व्यवसायले कति मुनाफा देला ? लगानीको कति प्रतिफल पाउन सकिन्छ ? आदि व्यवसायसम्बन्धी उठ्ने प्रश्नहरूको जवाफ दिनसक्नु पर्दछ । लघु उद्यमको सफलता र असफलता दुवै यसै व्यवसाय योजनामा निर्भर रहन्छ । त्यसैले यसलाई महत्व दिई राम्रो व्यवसायिक योजना बनाउनु अति नै आवश्यक हुन्छ ।

३. व्यवसाय स्थापना र बजार प्रवेश

यस चरणमा उद्यमीले आफूले बनाएको व्यवसायिक योजना अनुसार पुँजी लगानी, कच्चा पदार्थको व्यवस्थापन, वस्तु वा सेवाको उत्पादन र त्यसलाई बजार पुऱ्याउने कार्य गर्दछन् । यो व्यवसाय सञ्चालनको प्रारम्भिक चरण हो जसमा निर्माण गरिएको व्यवसायिक योजनाको परीक्षण गरिन्छ । यस चरणमा व्यवसायले कमाउने मुनाफालाई हेरी उद्यमीले यसलाई यही गतिमा अगाडि लैजान वा थप लगानी गर्न सक्छन् ।

४. व्यवसायमा परिपक्वता र विस्तार

यस चरणमा आइपुग्दासम्म व्यवसायमा वृद्धि हुँदै परिपक्वता आइसकेको हुन्छ, र बजारमा राम्रो स्थान बनाइसकेको हुन्छ । साथै भइरहेको आम्दानी, नाफा नोक्सानलाई ध्यानमा राख्दै व्यवसायलाई विस्तार गर्ने कुरा रहन्छ । यसमा उत्पादन वृद्धिका लागि थप कर्मचारीहरू भर्ना गर्ने, मेसिनरी उपकरणहरू थप गर्ने, कार्यालयहरू विस्तार गर्ने, सीप दक्षतालाई बढाउने आदि पर्दछन् । यदि बजारमा स्थिरता रहेन भने पनि उत्पादन र व्यवस्थापनलाई परिमार्जन गर्दै व्यवसाय चल्न सक्ने हुन्छ ।

५. व्यवसायमा गिरावट

यस चरणमा राम्रैसँग चलिरहेका व्यवसायहरू पनि बदलिँदो परिवेश, बजारमा क्रेताहरूको माग, कच्चा पर्दाथको उपलब्धता, बढ्दो प्रतिस्पर्धा, राजनीतिक वातावरणसँगै नाफामा पनि गिरावट हुन्छ ।

७. मूल्यांकन

लघु उद्यममा वस्तु वा सेवाको उत्पादन सुरु गरेदेखि क्रेतासमक्ष पुग्दासम्मका सबै पक्षको मूल्यांकन गर्नु पर्दछ । यसो गर्दा उत्पादनका निम्ति परेको परिश्रम, पुँजी, कच्चा पदार्थ, ढुवानी, उत्पादित वस्तु वा सेवा, प्राप्त नाफा, बजारको माग आदि सबै पक्षबारे मूल्यांकन हुन्छ । लगानी बढाउने नबढाउने कुरा अथवा थप सीप र प्रविधिको खाँचो देखिन आएमा त्यो कसरी हासिल गर्ने भन्नेतिर लाग्नुपर्ने पाठ पनि मूल्यांकनबाट प्राप्त हुन्छ ।



अवसरको खोजीबाट मूल्यांकन चरणसम्म आइपुग्दा एकपटक उद्यमले आफ्नो व्यवसाय चक्र पूरा गर्छ। त्यस अवस्थामा उद्यमीसित तीनवटा विकल्प हुन्छन् -

- ❖ पहिलाकै व्यवसायलाई निरन्तरता दिने,
- ❖ पहिलाको व्यवसायलाई निरुत्साहित गर्ने
- ❖ नयाँ व्यवसाय सञ्चालन गर्ने ।

अवसर, जाँगर, पुँजी, बजार, नाफाघाटा आदि विभिन्न कुराले उद्यमीलाई यस सम्बन्धमा सोच्ने अवसर दिन्छ।

१.५: व्यवसायमा मूल्य श्रृंखलाको महत्व

व्यवसाय चक्रजस्तै अर्को एउटा पक्ष हुन्छ- मूल्य श्रृंखला, जसलाई अंग्रेजीमा 'भ्यालु चेन' भनिन्छ। यसमा वस्तु उत्पादनका हरेक चरणहरू जस्तै उत्पादनको सामग्री व्यवस्थापनदेखि अन्तिम उपभोक्ता समक्ष पुग्दासम्मका हरेक चरणहरूमा आर्थिक मूल्य जोडिएको हुन्छ र व्यवसायीले बिक्री गर्ने वस्तुको अन्तिम मूल्य पनि यसैमा आधारित हुन्छ। यसअर्न्तगत उत्पादन सामग्री व्यवस्थापन, उत्पादन, संकलन तथा भण्डारण, प्रशोधन, बिक्री वितरण कार्यहरू पर्दछन्। यसले वस्तु वा सेवा उत्पादनको कुन चरणमा के कुराहरू व्यवस्थित छन् र के आवश्यक छन् जसले उत्पादित वस्तुलाई बजारको मागअनुसार निर्माण हुन मद्दत गर्दछ, भन्ने बताउँदछ र त्यसको उचित मूल्य निर्धारण गरी नाफा कमाउनमा सहयोग गर्छ। मूल्य श्रृंखला पनि व्यवसायलाई सफल बनाउन र राम्रो आमदानी गर्न उद्यमीले अभ्यास गर्नुपर्ने कुरा हो। त्यसैले वस्तु उत्पादनका हरेक चरणहरू जस्तै उत्पादनको सामग्री व्यवस्थापनदेखि अन्तिम उपभोक्ता समक्ष पुग्दासम्मका हरेक चरणहरूमा आर्थिक मूल्य जोडिने कार्यलाई नै मूल्य श्रृंखला (Value Chain) भनेर भनिन्छ। उदाहरणका लागि अकवरे खुर्सानीको मूल्य श्रृंखला तल दिइएको छ।

अकबर्रे खुर्सानीको मूल्य श्रृंखला (Akbare Chili Value Chain)

मूल्य श्रृंखलामा प्रभाव पार्ने निकायहरू

सरकारी निकाय जिल्ला कृषि विकास कार्यालय, गा.वि.स. जि.वि.स आदि सरकारी नीति तथा काबुलहरू

अन्य गैरसरकारी संघसंस्था

भौतिक पूर्वाधारहरू जस्तै सडक तथा यातायात, सिंचाई, भण्डारण गृह, प्रशोधन सामग्री तथा औजारहरू आदी

नीजि कम्पनिहरू, ठूला व्यापारीहरू

श्रृंखलागत कार्यहरू

INPUT SUPPLY



बिउ संकलन, खुर्सानी नर्सरीको लागि जमिन खनजात, मल, पानी, विभिन्न सहयोग, आदि

कृषक तथा सपलायर्स

PRODUCTION



बिरखा सार्ने, मलजल, गोडमेल तथा स्याकार, रोगकीटा व्यवस्थापन, बाली भित्राउने

कृषक

COLLECTION & STORAGE



खुर्सानी संकलन तथा भण्डारण

कृषक, महिला समूह, कृषक समूह

PROCESSING / TRANSFORMATION



खुर्सानीलाई उम्पोगको लागि सुकाउने, अचार बनाउने, धूलो आदि बनाउने तथा लसलाई ग्रोइङ, सेबलीङ र प्याकेजिङ गर्ने

महिला समूह, कृषक समूह, व्यापारी

DISTRIBUTION



खुर्सानी संकलन तथा भण्डारण

महिला समूह, कृषक समूह, साना तथा ठूला व्यापारी

CONSUMPTION



खुर्सानी संकलन तथा भण्डारण

उपभोक्ता

गतिविधिहरू

श्रृंखलामा प्रत्यक्ष संलग्न पात्रहरू

१.६: लघु उद्यम सफल वा असफल हुने कारणहरू

साधारणतया, निम्नवर्गका व्यक्तिहरूले अनावश्यक जोखिम उठाउन चाहँदैनन् । उनीहरूसँग भएका स्रोत तथा अवस्थाका कारण उनीहरू घाटा ब्योहोर्नसमेत सक्दैनन् । उनीहरूको व्यवसाय असफल भयो भने उनीहरूले आफ्ना स्रोतहरू भन्दा बढी गुमाउनुपर्ने हुन्छ । यसले उनीहरूको कार्यक्षमतामा समेत प्रश्नचिन्ह उठ्नसक्छ । यसबाहेक बाह्य सहयोगप्रति पनि अविश्वास हुन सक्छ । बाह्य सहयोगमा सञ्चालित आयोजनाहरूमा असफल भएको खण्डमा पनि उनीहरूको आत्मबल घट्दै जान्छ । तसर्थ, कृषि उद्यम तथा महिला समूहका उद्यमहरू अन्तर्गत आवश्यक सुरक्षाका उपायहरू अपनाउनुपर्ने आवश्यकताप्रति सचेत रहनु पर्दछ ।

१.६.१: लघु उद्यमको सफलता/असफलतालाई प्रभाव पार्ने बाह्य तथा आन्तरिक कारण

क. आन्तरिक कारण त्यो हो जुन उद्यमीको बसमा हुन्छ । यसअन्तर्गत ज्ञान, सीप, दृष्टिकोण तथा उद्यमीका स्रोत पर्दछन् । यदि यी कारणहरूले व्यवसाय सफल हुन्छ भने त्यसलाई सबल पक्ष भनिन्छ । यदि यिनै कारणहरूबाट असफलता देखा पर्छ भने त्यसलाई दुर्बल पक्ष भनिन्छ ।

ख. बाह्य कारण त्यो हो जुन उद्यमीको बसमा हुँदैन । यसअन्तर्गत बजारको अवस्था, समुदायका आर्थिक स्थिति, मौसम आदि पर्दछन् । बाह्य कारणहरू - जसले व्यवसाय सफल गराउन मद्दत गर्छ, - त्यसलाई अवसर भनिन्छ भने विफल गराउन सहयोग गर्‍यो भने त्यसलाई अवरोध भनिन्छ ।

व्यवसायको सफलता र असफलताका कारणहरूको विश्लेषणले मार्गदर्शनको रूपमा निम्न कुराहरूको प्रतिनिधित्व गर्दछ -

कस्ता बाह्य कारणहरू
(अवरोध) लाई हटाउने
वा सच्याउदै लैजाने

कस्ता बाह्य कारणहरू
(अवसर) लाई बढावा
दिदै लैजाने

कस्ता आन्तरिक
कारणहरू (दुर्बल पक्ष)
लाई सुधार गर्दै लैजाने

कस्ता आन्तरिक
कारणहरू (सबल पक्ष)
मा लगानी गर्दै लैजाने

यसो गर्नाले उद्यमी वा उत्प्रेरकले कस्तो कदम चाल्नुपर्ने हो भन्ने पहिचान गर्न मद्दत पुग्दछ ।

२.६.२: लघु उद्यमीका प्रमुख चुनौती तथा अवरोधहरू

लघु उद्यमीका लागि सफलतासाथ उद्यम मार्गमा अगाडि बढ्न त्यति सजिलो हुँदैन किनभने उद्यम सुरु गरेर मात्र हुँदैन, त्यससित जोडिएका धेरै पक्षबारे सोचविचार गर्न सक्नु पर्दछ। कुखुरापालन व्यवसाय सुरु गर्ने किसानले आधुनिक खोर, चत्ला, दानापानी, ढुवानी, औषधि आदि सबै कुराको जुगाड गरेपछि त्यसका लागि उपयुक्त बजार र ग्राहकको खोजी पनि गरिसक्नु पर्दछ। कुनै एउटा पक्षमा कमी रह्यो वा सबै पक्षमा सन्तुलन मिल्न सकेन भने उद्यमीका लागि नयाँ चुनौतीहरू देखा पर्न थाल्छन्। त्यसैले लघु उद्यमीले व्यवसायलाई सफल बनाउन योजना निर्माण र कार्यान्वयन चरणमा विशेष ध्यान पुऱ्याउनु पर्दछ।

क. योजनाको चरण

अन्तर्गत बजार निरीक्षण तथा बजारको सूचना लिने या उपलब्ध गराउने, प्राविधिक सीप विकास तालिम लिन सम्बन्धित संघसंस्थासँग समन्वय तथा सहकार्य गर्ने, व्यवसायिक योजना राम्रो बनाउनका लागि तयारीका विभिन्न चरणहरू (उत्पादनदेखि बजारीकरण) मा तालिम तथा अन्य सहयोग लिने, बचत लगानी गर्न तथा विभिन्न कार्यक्रम, आयोजनाबाट ऋण उपलब्ध गराउन अनुरोध या प्रेरित गर्ने पक्षहरू पर्दछन्।

ख. कार्यान्वयन चरण

अन्तर्गत बजारसँग सम्बन्ध विस्तार गरी समय-समयमा सूचना संकलन गर्ने, प्राविधिक सहयोगका लागि सम्बन्धित निकायहरूसँग सम्बन्ध विस्तार गर्ने, लेखा र अभिलेख व्यवस्थापन गर्ने, आफ्ना दुर्बल पक्षहरू, बचत लगानीसँग सम्बन्धित क्षेत्रमा ज्ञान सीप अभिवृद्धि गर्ने, आवश्यक कामदारको खोजी र तालिम, उत्पादनलाई राम्रो बनाउन आवश्यक प्रविधि र सीपमूलक ज्ञान अभिवृद्धि गर्ने, कच्चा पदार्थ वा स्वयंबाट उत्पादित सामग्रीको गुणवत्ता वा स्तरीयता मापन, बजारीकरण, जनसम्पर्क र समग्र व्यवस्थापन गर्नेजस्ता पक्षहरू पर्दछन्।

लघुउद्यमीका प्रमुख चुनौती र अवरोधहरूलाई केलाउँदा बजारीकरण, उत्पादन, लगानी, संस्थागत तथा व्यवस्थापनसम्मका पाटाहरूलाई बुँदागत रूपमा यसरी राख्न सकिन्छ-

योजनाको चरण	आन्तरिक (कमजोरी)	बाह्य (बाधक)
बजारीकरण	सीप, क्षमता र सूचनाको अभावमा राम्रो बजार निरीक्षण नहुनु	लघुउद्यमीलाई सूचना सहज रूपमा उपलब्ध नहुनु
उत्पादन	प्राविधिक ज्ञान सीप क्षमतामा कमी	सरकारी सेवाको पहुँच निश्चित वर्ग (लघुउद्यमी) सम्म पुग्न नसक्नु
लगानी	लगानीको अभाव हुनु	सहज ऋण उपलब्ध नहुनु
संस्थागत तथा व्यवस्थापन	आय अनुमान क्षमतामा कमि, दुरगामी सोच नहुनु, व्यवसाय सञ्चालनमा ध्यान नदिनु	सूचनाको अभाव, शिक्षाको कमि

कार्यान्तयन चरण	आन्तरिक (कमजोरी)	बाह्य (बाधक)
बजारीकरण	<ul style="list-style-type: none"> ❖ बजारका बारेमा प्रस्ट जानकारी नहुनु ❖ बजारीकरणका लागि एजेन्ट, व्यापारीहरूसँग सम्भौता नहुनु वा नगर्नु तथा सहकार्य गर्ने क्षमता नहुनु ❖ बजार परिवर्तनसँगै अनुकूलन हुन नसक्नु 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ बजार परिवर्तनसँगै भएको मुद्रास्फितिमाथि नियन्त्रण गर्न नसक्नु ❖ निरन्तर नयाँ सूचनाहरू (अप-टु-डेट) उपलब्ध नहुनु
उत्पादन	<ul style="list-style-type: none"> ❖ गुणस्तरीय उत्पादनमा समस्या ❖ मागअनुसार उत्पादन गर्न नसक्नु 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ आवश्यक तालिम तथा सल्लाह सुझावको कमि
लगानी	<ul style="list-style-type: none"> ❖ अभिलेख व्यवस्थापन नहुनु ❖ आय व्यय विवरण नराख्नु ❖ लेखाको श्रेस्ता अन्य परियोजनाको श्रेस्ता सँगै मिसाएर राख्नु 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ घरपरिवारको लेखा प्रणाली तथा आयोजनाको लेखाप्रणाली सम्बन्धी तालिमको अभाव

गम्भीर उद्यमीले धैर्यपूर्वक यस्ता अवरोधहरूबारे जानकारहरूसित सरसल्लाह र सुझाव लिएर चुनौतीलाई आफू र आफ्नो उद्यम अगाडि बढाउने अवसरका रूपमा प्रयोग गर्न सक्छन् ।

२.७ लघु उद्यम प्रवर्द्धनका लागि भएका सरकारी नीति तथा कार्यक्रमहरू

लघु उद्यम विकासका लागि विभिन्न सरकारी तथा गैरसरकारी क्षेत्रबाट उल्लेखनीय मात्रामा कार्यक्रमहरू तर्जुमा हुँदै आएका छन् । विशेषगरी 'मेडेप'ले सरकारी निकायको निर्देशनमा देशका सबैजसो जिल्लामा लघु उद्यम विकाससम्बन्धी कार्यक्रमहरू सञ्चालन गरिरहेको छ । लघु उद्यमसम्बन्धी ठोस नीतिको कुरा गर्दा सरकारी तवरबाट उद्योग मन्त्रालय महत्वपूर्ण निकाय हो । नेपालको हकमा औद्योगिक नीति २०१० मा लघु उद्यमसम्बन्धी विषय उल्लेख भएको पाइन्छ ।

यस औद्योगिक नीतिले नेपालका उद्योगहरूलाई निम्न चार भागमा विभाजन गरेको छ ।

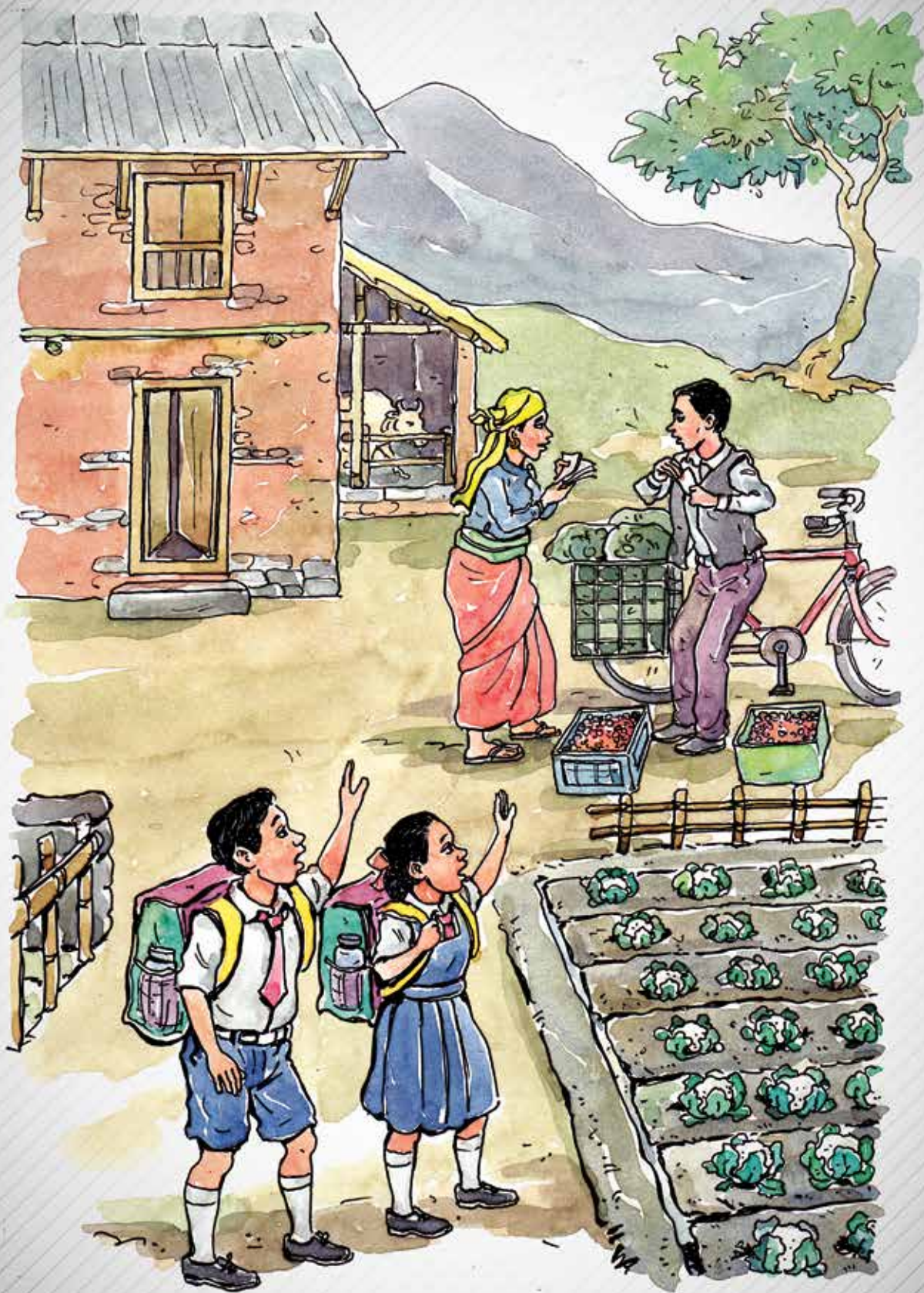
उद्योगका प्रकार	अचल सम्पति	टर्न ओभर	बिजुली खपत	कर्मचारीको संख्या
लघु उद्यम	२ लाख सम्म, जग्गा र घर बाहेक	२० लाख	१० किलो वाट	१० जनाभन्दा कम, आफै संलग्न हुने र आफैले व्यवस्थापन गर्ने
साना उद्योग	५० लाख भन्दा कम			
मझौला उद्योग	५० लाखभन्दा बढी १.५ करोडभन्दा कम			
ठूला उद्योग	१.५ करोडभन्दा ठूला			

लघु उद्यमसम्बन्धी मुख्य कार्यक्रमको वितरण

कार्यक्रम र संस्था	क्षेत्र समावेश	अवधि
घरेलु तथा साना उद्योग विभाग	७५ जिल्ला	सन् १९५७ देखि हालसम्म
लघु उद्यम विकास कार्यक्रम (MEDP)	३६ जिल्ला, करिब ४०००० भन्दा बढी लाभकर्ता	१९८७ देखि २००६ सम्म
गरिबी निवारण कोष, नेपाल सरकार	५९ वटा जिल्लामा	२००६ देखि हालसम्म
ग्रामीण विकास बैंक	५ वटै विकास क्षेत्रमा	१९९२ देखि हालसम्म
निजीस्तरमा सञ्चालित लघु वित्तीय संस्था, गैरसरकारी संस्था एवं सहकारीहरू	७५ वटै जिल्लामा	हालसम्म
गरिबी निवारणका लागि लघु उद्यम विकास कार्यक्रम	७५ वटै जिल्लामा	२०७०/७१ देखि २०७४/७५

घरेलु तथा साना उद्योग प्रवर्द्धन सम्बन्धी सरकारी नीति तथा कार्यक्रमहरूबारे थप जानकारी तल दिइएको वेबसाइटबाट पनि पाउन सकिन्छ ।

- ❖ घरेलु तथा साना उद्योग (<http://www.dcsi.gov.np>)
- ❖ नेपाल सरकार उद्योग मन्त्रालय (<http://www.moi.gov.np>)



खण्ड



लघु उद्यम र विकास

3.9: लघु उद्यमले ग्रामीण विकासमा खेल्ने भूमिका

व्यक्ति, परिवार, समुदाय र राज्यको आर्थिक समृद्धि र विकासमा साना उद्योग तथा व्यवसायको महत्वपूर्ण भूमिका रहन्छ। लघु उद्यममा कम पुँजी र कम कामदारबाटै सानो स्थानमा व्यक्तिले चाहेको सानो इलम धेरै तनाव नलिइकनै सुरु गर्न सकिने हुँदा जीविकोपार्जन सुधार र आर्थिक वृद्धिका लागि लघु उद्यम ग्रामीण क्षेत्रमा बसोबास गर्ने महिला/पुरुषहरूबीच बढी लोकप्रिय छ। स्थानीय तहमा उपलब्ध स्रोत साधनका माध्यमबाट आफ्नो दक्षता, क्षमता र इच्छाअनुसारको व्यवसाय सञ्चालन गरी आमदानी गर्ने हुँदा लघु उद्यमले गाउँठाउँमा पाइने कृषि तथा गैरकृषि सामग्रीको उत्पादन र बजारीकरणबाट गाउँ तहमा रोजगारीको सृजना गर्दछ। यसले जनशक्तिलाई गाउँमै राखी गाउँको विकासमा सहयोग पुर्याउँदछ भने गाउँले अर्थतन्त्रलाई पनि बलियो बनाउँदछ। हाम्रो जस्तो विकासमा पछि परको देश नेपालमा गरिबी न्यूनीकरण गर्नका लागि घरेलु तथा साना उद्यमको ठूलो योगदान रहँदै आएको छ। साथै महिला सशक्तीकरणमा पनि लघु उद्यमको महत्वपूर्ण भूमिका रहँदै आएको छ।

लघु उद्यमले विशेषगरी विकासका यी कुरामा योगदान पुर्याउँदछ-

- ❖ महिला तथा समुदायलाई संगठित बनाई समूह तहमा पुँजी निर्माण गर्छ
- ❖ स्थानीय कच्चा पदार्थ र सीपको प्रयोग हुन्छ
- ❖ रोजगारीको अवसर सिर्जना हुन्छ
- ❖ बेरोजगारी समस्या समाधान गर्न सहयोग हुन्छ
- ❖ परम्परागत सीप र प्रविधिको प्रवर्द्धन हुन्छ
- ❖ राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा वस्तु निर्यात गरी आय आर्जन हुन्छ
- ❖ विदेशी मुद्रा आर्जन हुन्छ
- ❖ राजस्व वृद्धिमा सहयोग पुग्छ
- ❖ सामाजिक आवश्यकता परिपूर्ति हुन्छ
- ❖ महिला र साधारण ग्रामीण जनताको समेत निर्णयमा पहुँच हुन्छ
- ❖ महिला हिंसा घट्न सहयोग पुग्छ
- ❖ देशको कुल गार्हस्थ उत्पादनमा योगदान पुग्छ

समूहमा लागेका उद्यमीहरूले लघु उद्यमशीलतालाई संस्थागत गरी समूहगत रूपमा आइपर्ने कठिनाइहरूलाई समेत समाधान गर्न सक्छन्। जस्तै- तालिम सञ्चालन गर्ने, नयाँ प्रविधिहरू खरिद गरी सञ्चालन गर्ने, बिक्रेताहरूसँग सहकार्य गर्ने, गाउँका बुजुर्कहरूसँग सहयोग जुटाउने, स्थानीय तहमा आवश्यक भौतिक पूर्वाधारहरू निर्माण गर्ने वा निर्माणका लागि पहल गर्ने आदि।

३.२: लघु उद्यमले महिला विकासमा खेल्ने भूमिका

ग्रामीण परिवेशमा हेर्दा महिलाको संलग्नता आर्थिक क्रियाकलापमा ज्यादै न्यून हुन्छ । त्यहाँ महिलालाई सामाजिक, आर्थिक रूपले सबैभन्दा पछाडि पारिएको अवस्था छ । पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक र उत्पादनमूलक कार्यहरू, जस्तै- घरायसी काम, बालबच्चा-बृद्धबृद्धा र बिरामीहरूको स्याहार, निर्वाहमुखी कृषि कार्य आदिमा मुख्य भूमिका खेले पनि आर्थिक कारोबारमा महिलाको संलग्नता न्यून हुन्छ । घरायसी काम र परिवारको गर्जो टार्ने जिम्मा पनि महिलाको काँधमा हुने हुनाले ग्रामीण क्षेत्रमा महिलाहरूको कार्यबोझ धेरै हुन्छ । तर लघु उद्यमहरू विशेषगरी घरपरिवारमा आधारित हुने हुँदा महिलाहरूले आफ्नो दैनिक कामकाजसँग मेल खाने किसिमका उद्यमहरू छनोट गर्न सक्छन् ।

अन्य उद्यममा काम गर्ने महिलाहरू कामदारको रूपमा मात्र हुने भएकाले उनीहरूको जीवनस्तरमा ठूलो परिवर्तन आउँदैन । प्राविधिक सीप तथा स्वआर्जनवाहेक महिलाहरूलाई व्यवसायिक सफलता हासिल गर्न तथा नौला र सिर्जनशील कार्य गर्ने अवसरबाट वञ्चित गराइन्छ । यसले गर्दा उनीहरू व्यक्तिगत परिवर्तनका अनुभवहरू बटुल्न असमर्थ हुन्छन् । यस विपरीत, लघु उद्यममा आफै मालिक भएर काम गर्न पाइने, स्वआर्जन हुने र आफूले आर्जन गरेको पुँजी आफैले चलाउन पाइने हुँदा पनि लघु उद्यम महिला र महिला विकासका लागि उपयोगी हुन्छ ।

आर्थिक परनिर्भरता महिला विकासको सबैभन्दा ठूलो तगारो हो । कुनै पनि लघु उद्यम सुरु गर्न सक्ने महिला, जसको हातमा आफ्नो इच्छानुसार खर्च गर्न सक्ने पुँजी हुन्छ, उसले उद्यमसँगै पुँजी पनि बढाउँदै लगेपछि परिवार, छिमेक र समाजमै उसको स्थान र महत्व नै फरक ढंगले बढ्न पुग्छ । आफ्ना आवश्यकता पूरा गर्न, पारिवारिक गर्जो टार्न, केटाकेटी पढाउन र अन्य आवश्यकता पूरा गर्न त्यही लघु उद्यमबाट आर्जेको पुँजी चलाउन पाएपछि ती महिला सफल र प्रेरक महिलाका रूपमा स्थापित हुन पुग्छन् । त्यसकारण, नेपालजस्तो ग्रामीण परिवेशले ढाकिएको देशमा लघु उद्यम महिला विकासको बाटोमा प्रभावशाली आधारस्तम्भ हुनसक्छ । आर्थिक निर्भरता हासिल गर्न सकेका महिलाहरूले नै लैङ्गिक समानता, महिला अधिकार र महिला सशक्तीकरण हासिल गर्ने अभियानमा बलियो टेवा दिन सक्छन् ।

३.३: महिला उद्यमशीलता विकास र सहकारीको अन्तरसम्बन्ध

सहकारी संस्था संयुक्त स्वामित्व र लोकतान्त्रिक नियन्त्रणमा रहने उद्यमको माध्यमबाट आफ्ना साझा आर्थिक, सामाजिक र सांस्कृतिक आवश्यकता एवं उद्देश्यहरूको प्राप्तिका लागि स्वेच्छाले एकताबद्ध मानिसहरूको स्वायत्त संगठन हो। यो स्वावलम्बन, स्व-उत्तरदायित्व, लोकतन्त्र, समानता, न्याय र एकतामा आधारित हुन्छ। सहकारीका सदस्यहरू इमानदारिताप्रतिको नैतिक अवधारणा, मूल्य, खुलापन, सामाजिक उत्तरदायित्व र अरूलाई सहयोग गर्ने आफ्ना अग्रजहरूको परम्परामा विश्वास राख्दछन्।

लघु उद्यम सञ्चालनका लागि महिला सहकारीको भूमिका ज्यादै महत्वपूर्ण छ। विशेषगरी महिलाहरूलाई उद्यमी बनाउनका लागि महिला सहकारीको भूमिका प्रमुख देखिन्छ। तेह्रथुम, इलाम, भापा, चितवन, गोरखा, धनुषासमेत विभिन्न जिल्लामा महिला सहकारीको स्थापना पश्चात् महिलाहरूको पुँजी तथा आर्थिक स्रोतहरूमा पहुँच वृद्धि भई लघु उद्यममा संलग्न भएर स्वरोजगार बन्न सफल भएका प्रेरणादायी कथाहरू देशका स्थानीय, क्षेत्रीय एवं राष्ट्रिय पत्रपत्रिकामा प्रकाशित हुने गरेका छन्।

उद्यममा आंशिक वा पूर्ण रूपमा सहभागी महिला नै महिला उद्यमी हुन्। उद्योग व्यवसाय सञ्चालन गरी बसेका महिलाहरूलाई नै महिला उद्यमी भनिएको हो। महिला उद्यमशीलताका लागि आवश्यक प्रमुख दुई कुरा हुन्-

- ❖ पेसेवारिता एवं उच्च गुणस्तरको सेवा
- ❖ अवसर चिन्ने क्षमता। यी दुई कुराका साथै पारिवारिक पृष्ठभूमि, अन्य ज्ञान- तालिम-शिक्षा, कार्यमा अनुशासन, समय व्यवस्थापन गर्न सक्ने क्षमताले ठूलो भूमिका खेल्छन्।

महिला उद्यमशीलतामा सफलताका लागि यी पक्ष निकै सहयोगी हुन्छन्-

- ❖ प्रारम्भ गर्न रुचाउने
- ❖ अवसर देख्न/पहिल्याउन र त्यसअनुरूप हिँड्न सक्ने
- ❖ धैर्यशाली
- ❖ सूचना खोजी गर्ने

- ❖ उच्च गुणस्तरमा ध्यान दिने
- ❖ ध्यानपूर्वक काम गर्ने
- ❖ समस्या समाधान गर्ने वा तत्काल खोजी गर्ने
- ❖ व्यवस्थित योजना बनाउने
- ❖ आत्मविश्वास
- ❖ दृढ निश्चयी
- ❖ प्रभावकारी आदि ।

महिला उद्यमीका अनेक विशेषता पनि छन् । महिला उद्यमीहरू अक्सर नयाँ वा सञ्चालित कुनै व्यवसायको नक्कल नगर्ने स्वभावका हुन्छन् । महिला उद्यमीहरू व्यवसाय र परिवारमा सन्तुलन कायम गर्ने स्वभावका हुन्छन् । उनीहरू परिवारिक र संस्थागत सहयोग प्राप्त गर्न सक्ने हुन्छन् । वित्त, साधन र समग्र कम्पनीको संगठन गर्न सक्षम हुन्छन् । जानकार वा विशेषज्ञबाट सुझाव लिई आफ्नो र अरूको प्रयासबाट काम गर्ने गराउने विशेषता महिला उद्यमीमा हुन्छ ।

माथि भनिएका पक्ष र विशेषता भएर मात्र पुग्दैन, महिला उद्यमीहरूले कुनै पनि उद्योग वा व्यवसाय सुरु गर्न उनीहरूलाई विभिन्न स्रोतसाधन र सुविधाहरूको आवश्यकता पर्दछ । ठूलाको दाँजोमा साना/ग्रामीण उद्योगका लागि थोरै मात्र स्रोतसाधनहरूको आवश्यकता पर्दछ । पुँजीबिनाको व्यवसाय कल्पना गर्न सकिँदैन । तर नेपालजस्तो देशमा व्यवसाय सुरु गर्न चाहिने यस्तो महत्वपूर्ण कुरा पुँजीमा महिलाको पहुँच कम छ । उनीहरू पुँजीको अभावमा उद्यम/व्यवसाय गर्न नपाउने हुन सक्छन् । आफ्नै निजी बचतबाट व्यवसाय चलाउनुपर्ने बाध्यता हुन सक्छ । बैंक तथा वित्तीय संस्थाहरूले पनि महिलालाई ऋण उपलब्ध गराउन कम मात्रै प्राथमिकता दिएको पाइन्छ । यस्तो अवस्थामा गाउँगाउँमा स्थापित सहकारी अथवा अन्य सामूहिक वा सामाजिक संस्थाहरू नै महिलाको सामाजिक एवं आर्थिक क्षमता बढाउन लाभदायी देखिन्छन् ।

ग्रामीण महिलाहरू कृषि कार्यमा रातोदिन खटिरहेका हुन्छन् र कृषि तथा जीविकाका लागि महत्वपूर्ण योगदान पुऱ्याइरहेका हुन्छन् । यसो भए तापनि उनीहरूलाई कृषि-उत्पादित स्रोतहरूको आफूखुसी परिचालन गर्न पाउने अधिकार हुँदैन । अझ विशेष अवस्था गर्भवती महिलाको हुन्छ, जसले दोजिया भएकै स्थितिमा समेत महत्वपूर्ण सदस्यका रूपमा कृषि कार्य गरिरहेका हुन्छन् तर उनीहरूको पनि कामको कुनै मूल्यांकन हुँदैन । गर्भवती भएको उनीहरूको अवस्था-विशेषप्रति पनि उचित ध्यान दिइँदैन । यसरी महिलाहरू जुनसुकै अवस्थामा भए पनि उनीहरूले पुऱ्याउने महत्वपूर्ण योगदान पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक कामकै रूपमा मात्र रहन्छ । यस्तोमा कृषि क्षेत्रमा पनि लैङ्गिक समानता र कृषिमा स्रोत परिचालनको महिला अधिकार अत्यावश्यक हुन आउँछन् । तसर्थ, उत्पादनका स्रोतहरूमा महिलाको पहुँच र नियन्त्रण बढाउनका लागि किसान महिलाहरूका बीचमा सामूहिक व्यवसायका फाइदा र सक्रियताको भावना बढाउनु उचित हुन्छ । सहकारीले सामूहिकताको भावना बढाउन ठूलो सहयोग पुऱ्याउँछ ।

सहकारीमा एक त महिलाले मासिक रूपमा सानोतिनो बचत गर्दै आफ्नो निश्चित पुँजी निर्माण गर्न सक्ने हुन्छन्, अर्कोतिर लघु उद्यम स्थापना गर्न चाहिने सानो ऋण पनि उनीहरूले बिना भन्कट सहकारीबाट सजिलै पाउन सक्छन् । सहकारीमा आबद्ध महिलाहरूमा एकअर्कालाई सहयोग गर्ने, आपसमा एकताबद्ध रहने र व्यवसायिक वा आर्थिक क्रियाकलापमा उत्पन्न बाधा-व्यवधान पन्छाउन एकआपसलाई सहयोग गर्ने भावना रहेको हुन्छ । महिला सहकारीमा लागेकाहरूले परिवार, समुदाय र राष्ट्रकै सामाजिक तथा भौतिक उन्नतिमा सकारात्मक परिवर्तन ल्याउन प्रभावशाली भूमिका निर्वाह गरिरहेका छन् । विगत कुनै समयका पर्र्म, मेला, गुठी आदि नै विकसित र परिवर्तित हुँदै गई अहिलेको समयका प्रभावशाली सहकारी संस्था हुन् । ग्रामीण महिला उद्यमीका लागि यस्ता सहकारी महत्वपूर्ण आधार हुन् ।

३.८ सफलताको कथा

ढाका व्यवसायले बदलियो सुभद्राको जीवन

सुभद्रा राजभण्डारी तेह्रथुम जिल्लाको सदरमुकाम म्याङलुङमा बस्छिन् । आजभन्दा १५ वर्षअघिसम्म उनी एकजना सामान्य गृहणी मात्र थिइन् । श्रीमान् र दुई बच्चासितको परिवार दुःखजिलो गरेर जीवन गुजारा गर्थे । तर धैर्य र वर्षौं लामो संघर्षपछि अचेल उनी एकजना सफल महिला उद्यमी भनेर चिनिन थालेकी छन् । उनलाई यो सफलता लघु उद्यम ढाका उद्योग बाट मिलेको हो ।

पूर्वी नेपालमा रहेको आफ्नो गृह जिल्लामा अहिले सुभद्रासित आफ्नै सोरुम पसल छ । यो पसलमा उनी आफ्नै घरेलु ढाका उद्योगबाट उत्पादित टोपी, स्कार्फ, साडी, पछ्यौरा, सल, नेकटाई, ब्लाउज, सर्ट आदि उत्पादन बिक्रीका लागि राख्ने गर्छिन् । यो बाहेक उनले विभिन्न किसिमका ढाका परिधान बुन्नका लागि चाहिने रंगीन धागाहरू पनि बेच्न राखेकी हुन्छिन् । पसलमा राखिएका सबै सामानको मूल्य हेर्ने हो भने चार लाख रुपियाँभन्दा बढी हुन्छ, जसको अहिले उनी मालिक हुन् ।

सुभद्राको यो लघु उद्यम विसं २०५८ सालमा सुरु भएको थियो । त्यो वर्ष संयुक्त राष्ट्र संघीय निकाय युएनडिपीले गरिवी निवारण योजना अन्तर्गत लघु उद्यम विकास कार्यक्रम (मेडेप) ल्याएको थियो । यसै कार्यक्रमको एक भागका रूपमा मेडेपले ढाका उत्पादन र बुनाई सम्बन्धमा सात दिन लामो तालिम दियो । यसका साथै त्यही संस्थाले सुभद्रालाई आफ्नो लघु व्यवसाय सुरु गर्न आवश्यक तान र अन्य उपकरण, २० हजार रुपियाँ ऋण र तयारी ढाका उत्पादन बेच्नका लागि पसल खोल्न समेत सहयोग गर्‍यो ।

ढाका उद्योग सुरु गरेको एक वर्षभित्रै उनको जीवनस्तर फेरिन थाल्यो । उनी अब आफ्नो जीविका कमाउन सक्ने भएकी थिइन् । परिवारको गर्जो राम्रैसित टर्न थालेको थियो । तर अर्को वर्ष २०५९ सालमा अचानक पसलमा आगलागी भयो र उनको सबै सामान नष्ट भयो ।

सुभद्राले हिम्मत हारिनन् । घरेलु ढाका उद्योगलाई अगाडि बढाइरहने अठोटका साथ लागिरहिन । आफ्नो लघु उद्यम फेरि राम्रो तुल्याउन उनलाई थप चार वर्ष लाग्यो ।

वि.सं. २०६२ सालदेखि उनले फेरि ढाका कपडा बुन्न सुरु गरिन् । उनले बिस्तारै आफ्नो उद्योग बढाउँदै लगिन् । अहिले त सुभद्राले निम्नतम आय हुने स्थानीय आठजना जनजाति महिलालाई आफ्नो उद्योगमा रोजगारी दिएकी छिन् । ती महिलाहरूले पनि प्रति महिना सरदर ५,०००/- रुपियाँ कमाउने गरेका छिन् ।

सुभद्राले आफ्नो उद्योगका लागि चाहिने आवश्यक कच्चा सामग्री म्याङलुङ नजिकका दुई ठूला बजार धरान र विराटनगरबाट किनेर ल्याउने गर्छिन् । घरबुना ढाका कपडा र अन्य उत्पादनको मुलुकभित्र ठूलो माग र बजार पनि छ । धेरैजसो घरेलु ढाका उत्पादकहरू सुभद्राजस्तै आफ्नै पसल चलाएर बसेका छिन् ।

सुभद्राको सफलता देखेर म्याङलुङमा अरू धेरै मानिस पनि घरेलु ढाका उद्योगमा तानिएका छिन् । स्थानीय स्तर र छरछिमेकी जिल्लाहरूमा ढाका उत्पादनको ठूलो माग देखेर उत्साहित भई म्याङलुङमा ढाका सामग्री उत्पादन गर्न ६ वटा कारखाना र ३०० भन्दा बढी साना उद्योग सञ्चालित छिन् ।

सुभद्रा र उनका श्रीमान् दुवैजना भई अन्य मानिसहरूलाई ढाका बुनाई-सिलाईको तालिम दिने गर्छन् जसबाट हरेक वर्ष सरदर ७५ हजार रुपियाँ उनीहरूलाई अतिरिक्त आमदानी हुन्छ । तर पछिल्लो समयमा आफ्ना उत्पादनहरूको बिक्री निकै बढेकाले सुभद्रा तालिमतिर समय दिन नभ्याउने भएकी छिन् । अचेल आएर ढाकाबाट बनेका पर्दा, भित्तामा भुण्ड्याउने गोजी भोला, कुसन खोल, मेच ढाकने कपडा, च्यादर, भोला र अन्य सामग्रीको बजार माग निकै बढेको छ । अनेक ठूला व्यापार मेला आयोजकहरूले यस्ता ढाकानिर्मित सामग्री समुद्रपार निर्यात गर्दै आएका छिन् ।

सुभद्रा स्थानीय, क्षेत्रीय र राष्ट्रिय व्यापार मेलाहरूमा सहभागी भइरहन्छिन् । समुदायमा पनि उनको महत्वपूर्ण स्थान छ । उनका दुई सन्तान प्राइभेट बोर्डिङ स्कूलमा पढ्छन् । दश वर्षपहिलेको तुलनामा उनीहरू अहिले बढी सुविधापूर्ण जीवन बिताइरहेका छिन् । सुभद्राले एउटा सानो जग्गा पनि किनिसकेकी छिन् जसको हाल बजार मूल्य पाँच लाख रुपियाँ हाराहारी छ । छरछिमेकमा रहेकाहरू उनलाई अलि ठूलो ऋण दिन जुनसुकै बेला तयार छिन् ।

स्रोत: मेडेप, यूएनडिपी

सहभागीबाट प्रशिक्षक बनेकी गोमा रुचाल

“दुई महिनाको ढाका बुनाई तालिमले मलाई ब्यवसायिक वन्न सहयोग गरेको छ। अहिले म मासिक रुपमा सरदर १५ /१६ हजार आम्दानी गर्छु र यसमा एक्सनएडको ठूलो देन छ।” यो भनाई तेहथुम जिल्ला हमरजुङ्ग गाविस वडा नं. ४ मा रहेको शुभसन्देश महिला समूहकी कोषाध्यक्ष गोमा रुचालको हो। गोमाको परिवारमा बुवा, आमा, भाई र उनी सहित ४ जना रहेका छन्। सामान्य खेती पाती गर्दै जिविका चलाइरहेकी उनी परिवारको कमजोर आर्थिक अवस्थाले गर्दा ढ कक्षा पढ्दा पढ्दै छोटेर भाई बहिनीलाई पढाउन र परिवारको समस्या समाधान गर्न मै ब्यस्त रहिन्। जसले गर्दा सिकाईका अन्य अवसरहरुबाट पनि बन्चित भईन। यसै क्रममा एक्सनएड नेपाल र दलित सचेतना समाज नेपालको साभेदारीमा गोमाको गाउँमा सन २०१३ मा शुभसन्देश सामुदायिक महिला समूह गठन भयो र विभिन्नखाले सचेतनामूलक तथा शिपमूलक गतिविधिहरु हुन थाले। सो समूहमा उनी पनि सहभागि भईन। समूहमा उनी पढेकी र बैठकको निर्णयहरु लेख्न सक्ने भएको कारण समूहले उनलाई कोषाध्यक्ष पदमा काम गर्ने जिम्मेवारी दियो। कुनै समूहमा आवद्ध नभएकी गोमाले समूहमा भएको मासिक वचत र संस्थाले दिएको अनुदान परिचालनको हिसाव किताव राख्ने काम संस्थाको सहयोगमा गर्न थालिन्। उनी



उद्यमशिलता विकास तालिममा पनि सहभागी भईन र ढाका बुनाई व्यवसाय छनौट गरिन् । त्यस भन्दा अगाडी आफ्नै तरिकाले ढाका बुनाइ गरीरहेकी गोमाले व्यवसाय छनोट पछि एक्सनएडको सहयोगमा २ महिने ढाका बुनाई सिपमूलक तालिम प्राप्त गरिन । यस तालिमले उनीमा भएको शिप र क्षमतालाई निखारी दियो र उनलाई दक्ष बनाई दियो । अहिले उनले हमरजुङ्गको शुक्रबारे बजारमा सानो ढाका उद्योग सञ्चालन गरेकी छिन । त्यतिमात्र नभएर उनी प्रशिक्षकको रूपमा पनि अन्य समूहलाई ढाका बुनाई तालिम प्रदान गर्दैछिन । हालसम्म उनले आफ्नै र अन्य समूहका ५० भन्दा बढी दिदी बहिनीहरूलाई ३ महिने तालिम प्रदान गरिसकेकी छिन ।

आजकाल उनी दिउसो तालिममा प्रशिक्षण दिन्छिन र विहान वेलुका आफ्नै उद्योगमा ढाका कपडा बुन्छिन । यसरी बुन्दा पनि मासिक रूपमा ३/४ हजार आम्दानी गर्छिन् भने प्रशिक्षण बाट हुने आम्दानी त छदैछ । परिवार को आम्दानीको स्रोत नै आफ्नो व्यवसाय बनेको उनी बताउँछिन् । गोमाले एक्सनएडको सहयोगमा उद्यमशिलता व्यवसाय प्रदर्शनीको लागि काठमाण्डौं जाने अवसर पनि पाइन् । त्यसले उनलाई बजारको ज्ञान संगै व्यवसाय गर्नको लागि थप हौसला थपेको छ । समूहका अन्य दिदी बहिनीहरूसंग मिलेर आफ्नो ढाका उद्योगलाई विस्तार र व्यवस्थित गर्ने उनको सोंच छ । यसका लागि उनले समूह र संघसंस्थासंग मिलेर पहल गरिरहेकी छिन । उनी भन्छिन “पहिला के गर्न सक्ला र ? भन्ने लाग्थ्यो । आजकाल सबैको साथ र सहयोग पाएर हौसला बढेको छ । अब त मैले ढाकाको जस्तोसुकै बुट्टा र डिजाइनका कपडा पनि बुन्न सक्छु । ” उनको यो लोभलाग्दो प्रगती देखेर गाँउले र साथीसंगी सबै दंग छन ।

रातो सुन अकबरे खुर्सानी



“यो वर्ष मात्रै मैले ३५० केजी खुर्सानी विक्री गरे ।

व्यापारीसंग राम्रो चिनजान छ त्यसैले गाउको हटियामा थोरै थोरै गरेर भन्दा पनि उनिहरुलाई नै ठोकमा बेच्छु । अर्कोवर्ष थप २ रोपनी जग्गामा खुर्सानी रोप्नका लागि ३/४ हजार विरुवाको नर्सरी पनि

राखी सकेकी छु । पहिले पहिले तरकारी खानको लागीमात्र करेसाबारीमा खुर्सानी लगाउथ्यौं । यो भनाई सुदाप गाविस वडा नं. १ निवासी भुमा खड्काको हो । उनले २०६९ सालदेखि अकबरे खुर्सानी उत्पादन व्यवसाय गर्दै आएकी छिन । कहिल्यै समूहमा नजाने भूमाकी छोरी एक्सनएडको महिला समूह मजबुतिकरण परियोजनाद्वारा संचालित समूहमा जानथालेपछि विभिन्नखाले शिप विकास र सचेतिकरण तालिमहरुमा सहभागी भइन । उनले घरमा आएर पनि व्यवसायीक हुनुपर्ने कुरामा छलफल गर्न थालिन । त्यसपछि भूमाको परिवारले २ रोपनी जग्गामा खुर्सानी लगाएर विक्री गर्न थाले । गतवर्षमात्र १ लाख बराबरको खुर्सानी विक्री भएपछि भूमा उत्साहीत बनिन र छोरी नहुँदा उनि आफै समूहमा जान थालिन । समूहमा बस्दा किरा व्यवस्थापन गर्ने, मल, माटो र पानी व्यवस्थापन गर्ने, जैविक विषादी बनाउने, खुर्सानीको नर्सरी राख्ने र बेर्ना सार्ने, बिउ भण्डारण गर्ने प्राविधिक ज्ञान शिप पनि पाइन । त्यसपछि परम्परागत रुपमा खेती गर्दै आएकी भूमाले व्यवसायीक योजना बनाई थप २ रोपनीमा खुर्सानी खेति गर्नका लागी ४ हजार सम्मको बेर्ना नसरी राखी काम गरीन । यसवर्ष पनि १ लाख भन्दा बढी आमदानी हुने उनले अनुमान गरेकी छिन । उनि भन्छिन –“मेरो लागी त अकबरे खुर्सानी रातो सुन भएको छ । व्यापारीहरु पनि मेरो खुर्सानी अर्गानिक छ, अहिले सम्म किरा लागेको छैन भनेर खोज्दै आउछन । त्यसैले अकबरे खुर्सानी घरमै बसी राम्रो आमदानी गर्ने गतिलो उपाय भएको छ ।”

नजाने पात जाने आम्दानीको पाठ

“पहिला ५ छोराछोरी पढाउन, चाडपर्व मनाउनका लागि साहुको चर्कोब्याजमा ऋण लिनु पर्थ्यो । छोरा छोरीलाई सरकारी स्कूलमा पढाउन पनि गाह्रो थियो मलाई । अहिले यो मेसिनको खर्च र लगानी कटाई मासिक शुद्ध नाफामा १० देखी १५ हजारसम्मको राम्रो आम्दानी गर्न सफल भएकी छु ।” यी कुरा भन्छिन् छतिवनटाडी(५ बागवाना की टुकुमाया कार्की ।

सिन्धुपालचोक जिल्लाबाट २०५४ साल ताका बसाई सराईगरी बागवाना गाविस छतिवनटाडीमा श्रीमान अनि १ छोरा र ४ छोरीकासाथ बस्दै आएका टुकुमाया कार्कीको जीवनमा धेरै नै ठूलो आर्थिक परिवर्तन आएको छ । आफ्नो खेतीपाती र पशुपालनमा आश्रित भई घरखर्च, औषधी उपचार, छोराछोरीलाई पढाउने, चाडपर्व मनाउने गर्दै आएका ती कार्की परिवारलाई कुनै गर्जो टार्नु पर्दा साहु कहाँबाट चर्को ब्याजमा ऋण लिनु पर्ने समस्या थियो । बढी मेहनत र श्रीमान श्रीमति बीचमा असल समझदारीका कारण हरेक घरव्यवहारमा एक आपसमा राय सल्लाह गरी व्यवहार चलाउँदै आएका थिए । टुकुमाया कार्कीले सिन्धुपालचोक जिल्लामा बस्दा नै एक्सनएड नेपालले चलाएको साक्षरता कार्यक्रममा प्रौढ शिक्षा पढेकी थिइन र उनलाई महिला अधिकारका बारेमा पनि महिला समूहमा बस्दा कार्यक्रममा सहभागी हुंदा जानकारी भएको बताउँछिन् । छतिवनमा पनि एक्सनएडकै सहयोगमा अरुणोदय युवा क्लवले समुदायको जीविकोपार्जनको सुधारको लागी संचालन गरेको कार्यक्रम सहभागी भईन् । सो कार्यक्रमले जंगल छेउमा बसोबास गर्ने छतिवन टाँडीको समुदाय जसले जंगलबाट पात ल्याई कच्चा टपरी तयार गरी जितपुर, बीरगंज बेचन लैजाने गर्दथ्यो, उनिहरुलाई आधुनिक तरिकाले टपरी उत्पादन गर्ने शिप सिकाई त्यसलाई व्यवस्थित व्यवसायको रूपमा अघि बढाउन एउटा टपरी मेशिन पनि हस्तान्तरण गर्‍यो । सो मेशिन समुदायले समिती बनाई चलाउन शुरु गरे । तर समितिले समय दिन नसकेपछि सोमेशिन चलाउनका लागि समुदायको निर्णय र टुकुमाया कार्कीको चाहना अनुरूप उनलाई नै जिम्मा दिइयो । उनको लगनशिलता, दृढ निश्चय र उचित व्यवसायीक योजनाले गर्दा टपरी व्यवसायबाट टुकुमायाले राम्रो आम्दानी लिन थालिन् ।



“मलाई यो मेशीन अरुणोदय युवा क्लब महुवन पर्सा द्वारा संचालित गरिबी निवारणको लागि सामाजिक सशक्तिकरण कार्यक्रम अन्तर्गत मिति २०६६।८।१३ गतेका दिन प्रदान गरेको हो । यसबाट मलाई मेरो जीवनस्तर उकास्न सजिलो भएको छ । उक्त टपरीबाट आएको आम्दानीले छोरा छोरी पढाउने तथा घर व्यवहार चलाउने र भविष्यको लागी महिला बचत समूहमा बचत गर्ने गरेकी छु । यसैमा

थप्दै उनि भन्छिन् पहिला श्रीमान विदेश गएर कमाएको भन्दा बढी आम्दानी त घर बसेर यहि पात र मेशिनबाट भएको छ । पुजापाठ र विहे भोजमा मात्र चलाइने टपरीले मलाई यस्तो आम्दानी देला भनेर सोचेको पनि थिइन । नजाने पात जाने पाठ पो रैछ । यसले मेरो आर्थिक अवस्था मात्र राम्रो नभई स्वतन्त्र तथा हिंसा मुक्त जीवन बिताउन पाएकी छु । यसरी मलाई आफनो खुट्टामा उभिन तथा अधिकारका बारेमा क्षमता विकास गरी सचेत महिला बनाएकोमा अरुणोदय युवा क्लब र एक्सनएडलाई धन्यवाद । पुरुष प्रधान समाजमा महिलालाई यसरी व्यवसायमूलक कामगरी आत्मनिर्भर हुन सहयोग र प्रोत्साहनको धेरै नै खाचो छ ।”

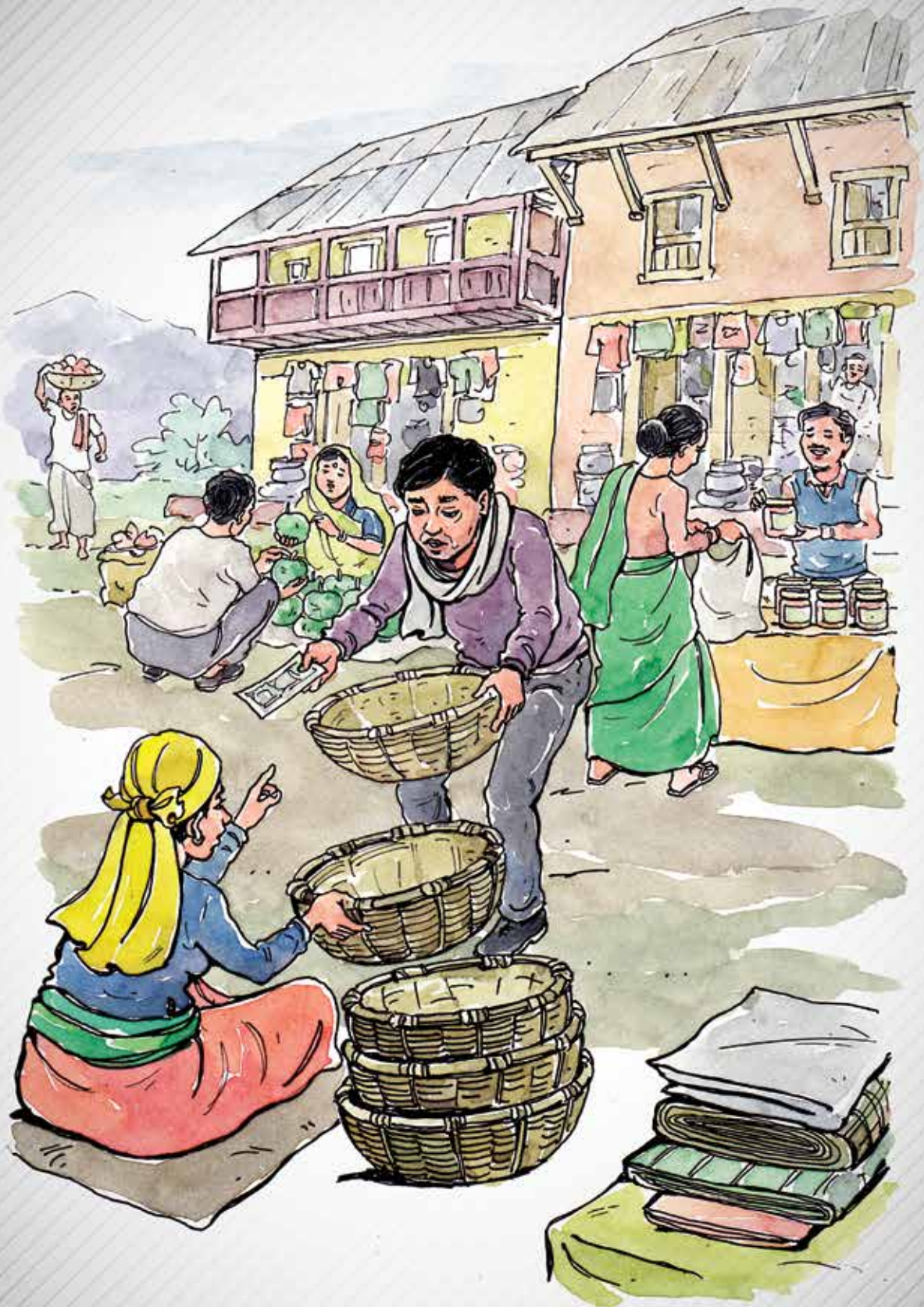
सामुहिक खेती आमदानीलाई बल

“आफु र अरुलाई समेत बिषादी रहित तरकारी खान र खुवाउन पाँउदा एकदमै खुशि छौं । अब हामी छिट्टै थप १ हेक्टर जग्गा भाडामा लिने तयारी गर्दै छौं । त्यसपछि हाम्रो आमदानी दोब्बर भई आत्मनिर्भर हुनेछौं”। यो भनाई कंकाली माई कृषि समूहकी सदस्या सविता साहको हो ।

बारा जिल्ला, उचिडिह गाविसको कंकाली माई कृषि समूहमा २५ जना किसान सदस्यहरु सक्रिय रुपमा प्राङ्गारिक तरकारी खेती गरिरहेका छन् । कंकाली बचत समूहका सदस्यहरुले विगत ५ वर्ष देखि प्रत्येक महिना मासिक १०० रुपैयाका दरले गर्दै आएका बचतको जम्मा रु. १५०,००० बाट उनीहरुले यो खेतीको सुरुवात गरेका हुन् । उनीहरुले १.५ बिगाहा (१ हेक्टर) जग्गा वार्षिक रु ४५,००० तिर्नेगरी भाडामा लिएर सामुहिक तरकारी खेती गरी लागत कटाई मासिक रु ५०,००० (पचास हजार) सम्म आर्जन गर्न सफल भएका छन् । समूहका अध्यक्ष श्री सविता पाण्डे भन्नु हुन्छ, “हामी समूहका सबैजना पालै पालो खेतमा काम गर्छौं ३ जनाको टिमले तरकारी बजारमा लगेर बेच्नेकाम गर्छ । प्रत्येक सदस्यहरुको भागमा प्रति महिना रु. २,००० का दरले पैसा लिने गरेका छौं ।” अर्को सदस्य श्री उर्मिला पाण्डे भन्नुहुन्छ, “ हामी बिहान बेलुका खेतमा काम गर्छौं दिउँसो अरु काम गर्छौं जसले गर्दा हाम्रो आमदानीमा बृद्धि भई छोरा छोरीहरुको पढाई र घरव्यवहारमा सहयोग मिलेको छ ।” “सामुहिक प्राङ्गारिक तरकारी खेतीबाट उत्पादित तरकारीहरु बिषादी रहित भएकोले बजारमा त्यसको माग अत्याधिक बढेको छ । बजारमा २ रुपैया महङ्गो तिरेर भए पनि ग्राहकहरु हामीले उत्पादन गरेको प्राङ्गारिक तरकारी नै खोज्छन्” समूहका कोषाध्यक्ष श्री नवल किशोर महतो भन्नुहुन्छ ।



समूहका सदस्यहरुले नै नमूनाको रूपमा एउटा खेतमा रासायनिक मलको प्रयोग र अर्को खेतमा प्राङ्गारिक खेती गर्दा उब्जनिमा खासै फरक देखिएन । यो देखेर स्थानीय स्तरमा जैविक तरकारी खेतीप्रति समुदायको आकर्षण बढ्दो छ । ग्रामिण विकास केन्द्र, बाराको सामुदायिक कार्यकर्ता सुचिता कर्ण भन्छिन् “ कंकाली माई कृषि समूहको सफल प्राङ्गारिक खेतीको फाईदा देखेपछि समुदायका अरु ३५ जना साना किसानहरु पनि त्यसप्रति आर्कषित भई व्यक्तिगत रूपमा प्राङ्गारिक खेती गर्न अग्रसर भएका छन् र तरकारीहरु सदरमुकामसम्म लगी बिक्री गर्न थालेका छन् । जसले गर्दा उनीहरुका लागि राम्रो आयआर्जनको माध्यम बनेको छ प्राङ्गारिक खेतै” ।



खण्ड



**बजार, महिला र
उद्यमशीलता**



सफल महिला उद्यमी बन्ने एउटा ठूलो मन्त्र के हो भने तपाईंलाई आफूले गर्न लागेको काम र उत्पादनमाथि पूर्ण विश्वास हुनुपर्दछ। एकाध पटकको प्रयासमा असफल पनि हुन सकिन्छ। अरूहरूले खिसिट्युरी पनि गर्न सक्छन्। यसो भए तापनि तपाईंले आफ्नै असफलताबाट पाठ सिक्दै आफूलाई अगाडि बढाउनु पर्दछ। केही जानकारी वा केही ज्ञान नभैकन सुरु गरिएको उद्यम त्यसरी असफल हुन पनि सक्दछ। त्यसो त तपाईंलाई थाहा हुनुपर्दछ, तपाईंले गर्न लागेको उत्पादन अरू मानिस (ग्राहक) हरूका लागि आवश्यक छ र यसबाट मनग्य नाफा कमाउन पनि सकिन्छ। कुनै पनि उद्योग वा व्यापार सञ्चालन गर्नुको मुख्य उद्देश्य मुनाफा आर्जन गर्नु र जीविकोपार्जन नै हो।

उद्यमशील अथवा सफल उद्यमी महिलाहरू सबैतिर प्रशस्त सम्भावना देख्छन्। यसका लागि उनीहरू अरू कुराहरूका साथै बजार पक्षलाई ठूलो महत्व दिन्छन्। उद्यम, उद्यमी, श्रम, लागत र उत्पादन सबैको मूल्यांकन बजारमा पुगेपछि मात्र हुन्छ। उद्यमीहरूले सामग्री उत्पादन गर्ने भनेकै बजारका लागि हो। अर्थात्, व्यवसायको मुख्य लक्ष्य नै ग्राहकलाई सन्तुष्टि प्रदान गरी व्यवसायको उद्देश्य हासिल गर्नु हो। मुनाफा सुनिश्चित गर्ने क्रममा विभिन्न पक्षले फरकफरक तहमा प्रभाव पारेका हुन्छन्। त्यसमध्ये बजार पक्ष एक प्रमुख आधार हो।

उद्यममा राम्रो लगानी, दक्ष जनशक्ति, उपयुक्त प्रविधि आदि सबै पक्षको राम्रो मिलाप रहे पनि यदि त्यसको बजार पक्ष राम्रो हुन सकेन भने मुनाफाको सम्भावना ज्यादै कम भएर जान्छ। अझ, उद्यम वा व्यवसाय नै असफल भई बन्द गर्नुपर्ने स्थिति उत्पन्न हुन सक्दछ। यसको अर्थ, व्यवसायको उद्देश्य मुनाफा आर्जन गर्नु हो भने मुनाफा आर्जनका लागि सुहाउँदो बजार आवश्यक हुन्छ।

8.9 बजार परिचय

बजारको काम वस्तु तथा सेवाको विनिमय निमित्त किन्ने र बेच्ने दुई पक्षलाई एकअर्काको सम्पर्कमा रहन दिनु हो । बजार भन्नाले साधारणतया हामी एउटा निश्चित क्षेत्रलाई बुझ्दछौं जहाँ मानिसहरू खरिद-बिक्रीका लागि आउने गर्दछन् । यसको अर्थ, बजार त्यस्तो क्षेत्र हो जहाँ बेच्ने अर्थात् विक्रेता र किन्ने अर्थात् क्रेता दुई पक्षका साथै वस्तु वा सेवा पनि हुनु अनिवार्य छ । क्रेता र विक्रेता सिक्काका दुई पाटाजस्ता हुन् । कुनै एक पक्षको अभावमा त्यो बजार हुन सक्दैन । वस्तु वा सेवाको अभावमा पनि बजार हुन सक्दैन ।

त्यसो त बजार भन्नाले कुनै तोकिएको स्थल हुनुपर्दछ भन्ने छैन । थोक, रिटेलर, घुम्ती, गल्ला व्यापारी वा खेतबारी कृषि फार्म अथवा उत्पादन-केन्द्रसम्मै पुग्ने क्रेता-विक्रेताहरू हुन्छन् । बजार आधुनिक विश्व-अर्थव्यवस्थाको आधारभूत कुरा हो । बजारमा आफूलाई स्थापित गर्न र एकाधिकार कायम गर्न विभिन्न कम्पनीहरू तँछाड-मछाड गरिरहेका हुन्छन् । त्यसमा पनि पछिल्ला वर्षहरूमा कम्प्युटर र विभिन्न ग्याजेट प्रविधिको क्षेत्रमा देखिएको आश्चर्यलाग्दो विकासले गर्दा हातको एउटा क्लिक (अनलाइन सपिड) को भर मा आफूले किन्न चाहेको वस्तु वा लिन चाहेको सेवा तत्काल घरमै आइपुग्छ । यस अर्थमा जहाँ क्रेता, विक्रेता र वस्तुको मिलन हुनसक्छ, त्यो बजार हो । अचेल प्रविधिको विकासले गर्दा सिंगो संसार हरेक उत्पादन वा सेवाका लागि विश्वव्यापी बजार बनिसकेको छ । चीनमा उत्पादित सामान नपाइने देश दुनियाँमा सायदै भेट्न सकिन्छ ।

तर ग्रामीण उत्पादनका लागि बजारको सन्दर्भ अलि बेग्लै हुन्छ । किनभने गाउँस्तरमा उत्पादित सामानको प्रथम क्रेता गाउँ समुदाय नै हो । त्यसपछि नजिकैका हाटबजार, सदरमुकामका बजार र जिल्लाबाहिरका व्यापारिक केन्द्र नै ग्रामीण उत्पादनका लागि बजार हुन् ।

आफूले उत्पादन गरेको वस्तुको ठाउँअनुसार उपभोक्ता को को हुन सक्छन्, पहिचान गर्नुपर्दछ । आफूले बिक्री वितरण गर्ने योजना गरेको बजार क्षेत्रमा सो वस्तु/सेवाको उपभोग कति गरिरहेका छन्, प्रतिस्पर्धी कति छन् ? ठूला साना कस्ता छन् ? उनीहरूको वस्तु र आफ्नो वस्तु उस्तै छ कि फरक छ ? आदि कुराहरूको मनन गरेर कति परिमाणमा वस्तु उत्पादन/बिक्री गर्ने भन्ने निर्धारण गर्नुपर्दछ ।

उद्यमीलाई आफूले उत्पादन गर्न लागेको वस्तुलाई बजारको प्रतिस्पर्धा र उपभोक्ताको माग अनुसार कस्तो कस्तो रूप र आकारप्रकारमा उत्पादन गर्ने हो भनेर बजारको माग बुझ्नु पर्दछ । जस्तै- ढाकाको उत्पादन गर्ने हो भने त्यसको के कस्तो प्रकारको साइज, रंग, आकार र डिजाइनको माग बजारमा छ, भन्ने पत्ता लगाउनु पर्दछ ।

उत्पादनको बजार मूल्यको सूचना संकलन गर्नु पर्दछ । उद्यमीलाई आफूले उत्पादन गरेको वस्तुको बजार मूल्य विभिन्न ठाँउमा कति छ भन्ने थाहा हुन आवश्यक छ । अनि मात्र आफ्नो वस्तु उचित मूल्यमा घाटा नखाई बिक्री गर्न सकिन्छ । त्यसका लागि बजार मूल्य कसरी थाहा पाउने भन्ने योजना बनाउनु पर्दछ ।

8.9.9 बजारका प्रकार

साधारणतया बजार दुई किसिमका हुन्छन्-

- ❖ पहिलो किसिमको बजार त्यो हो जसमा वस्तु आफैले उपभोग गर्न खरिद गरिन्छ ।
- ❖ दोस्रो किसिमको बजार त्यो हो जसमा वस्तु फेरि बिक्री गर्नका लागि खरिद गरिन्छ ।

पहिलो किसिमको बजार सम्बन्धित व्यवसायीका लागि महत्वपूर्ण बजार हो जसबाट उसले उत्पादनका लागि चाहिने आवश्यक कच्चा पदार्थ र अन्य वस्तुहरू खरिद गर्दछ । यसको अभावमा कुनै पनि व्यवसायीले व्यवसाय सुरु गर्ने कल्पना पनि गर्न सक्दैन । तर दोस्रो किसिमको बजार पनि उत्तिकै महत्वपूर्ण हुन्छ किनभने यसले व्यवसायीद्वारा उत्पादित वस्तु ग्राहकसम्म प्रभावशाली ढंगले पुऱ्याई बिक्री वितरणमा र व्यवसायको सफलतामा पनि महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्दछन् । यसप्रकारका बजार निम्न किसिमका हुन्छन्-

१. उत्पादक ▶ उपभोक्ता

२. उत्पादक ▶ खुद्रा व्यापारी

३. उत्पादक ▶ थोक व्यापारी > खुद्रा व्यापारी > उपभोक्ता

४. उत्पादक ▶ डिलर/एजेन्ट > थोक व्यापारी > खुद्रा व्यापारी > उपभोक्ता

५. उत्पादक ▶ कमिसन एजेन्ट > थोक व्यापारी > खुद्रा व्यापारी > उपभोक्ता

चित्रमा देखाइए जस्तो पहिलो र दोस्रो प्रकारको बजार गाउँ तहमा बढी हुन्छ। जस्तै:- हाटबजार, साना पसल आदि। यसमा उत्पादक आफै नै बिक्रेता हुन्छन् र उपभोक्तासँग प्रत्यक्ष सम्बन्ध हुन्छ। यहाँ वस्तुको बजार मूल्य निर्धारण उत्पादक आफैले गर्छन् जसले गर्दा नाफाको मार्जिन कम हुन्छ। यहाँ उत्पादित वस्तु वा सेवाको बजार साँगुरो हुन्छ। अन्य प्रकारको बजारमा उत्पादक वा उद्यमीको बजार र उपभोक्तासँग प्रत्यक्ष सम्बन्ध विरलै हुन्छ। यहाँ विभिन्न गल्ला व्यापारी र एजेन्टहरूले उत्पादकबाट कम मूल्यमा वस्तु/सेवा खरिद गर्छन् र बजारमा लगेर बढी मूल्यमा बिक्री गर्छन् जसले गर्दा उद्यमीलाई कम नाफा हुन्छ र उनीहरू हतोत्साहित हुन्छन्। आजकाल बढीजसो यस्तै बजार नै प्रचलनमा रहेको छ। त्यसैले उद्यमलाई सफल बनाउन बजारको सही पहिचान, पहुँच र सम्बन्ध विस्तार गर्न अत्यन्त आवश्यक हुन्छ।

8.2 बजार व्यवस्थापन

बजार व्यवस्थापन भन्नाले आफूले गरेको उत्पादनका लागि लागत, बजार, मूल्य र उपभोक्ता सबै पक्षको सूक्ष्म अध्ययन गर्दै उत्पादित वस्तु वा सेवाको बजारीकरण योजना निर्माण, कार्यान्वयन र मूल्यांकन गर्नु हो। बजार व्यवस्थापन अन्तर्गत, बजार भनेको त्यस्ता व्यक्ति, समुदाय वा संस्था हो जोसँग उद्यमीले उत्पादन गरेको वस्तु/सेवा खरिद गर्ने आवश्यकता, तत्परता र आर्थिक क्षमताका साथै उपभोग गर्नेपर्ने अवस्था हुन्छ। खरिद गर्ने आर्थिक क्षमता, खरिद गर्ने इच्छा र खरिद गर्ने तत्परता गरी यी तीन व्यवहारमध्ये एउटाको पनि अभाव भएको खण्डमा त्यस्ता मानिसहरू उक्त वस्तु/सेवाको सम्भाव्य बजार हुन सक्दैनन्। त्यसैले उद्यमीले व्यवसाय स्थापनाकै चरण आफूले उत्पादन गर्ने वस्तुको सम्भाव्य बजार कहाँ कहाँ छ, उपभोक्ताको माग कस्तो छ, र कसरी सो बजारसँग सम्बन्ध स्थापना गर्ने भन्ने कुरा अध्ययन गरी योजना बनाउनु पर्दछ। यद्यपि पुरातनवादी सोच भएको हाम्रो समाजमा महिला उद्यमीहरूका लागि बजारमा व्यापारी, एजेन्ट र उपभोक्ताहरूसँग सम्बन्ध स्थापना गर्न र स्थानीय बजार व्यवस्थापनमा समितिहरूमा प्रतिनिधित्व गर्न अहिले पनि निकै गाह्रो छ। त्यसैले उद्यमीहरूले उत्पादनसँग सम्बन्धित प्राविधिक ज्ञान र सीप मात्र होइन, बजारमा पहुँच वृद्धि गर्न बजार व्यवस्थापनसँग सम्बन्धित सीप र क्षमता पनि विकास गर्नु आवश्यक हुन्छ। लघु उद्यममा अहिलेको अवस्थामा हेर्ने हो भने धेरैजसो कि त उत्पादकले बजारमा आफ्ना वस्तु बिक्री गर्नका लागि विभिन्न एजेन्ट या व्यापारीहरूसँग हार गुहार गर्नुपर्छ कि त उत्पादन समयमा उद्यमीले वस्तु बजार पुऱ्याउन नपाउँदै व्यापारीहरूले घर- गाउँबाटै कम मूल्यमा किनेर लैजान्छन्। यसो हुन नदिन र महिला उद्यमीको बजारमा सहभागिता र पहुँच बढाउन निम्न कुराहरूमा ध्यान पुऱ्याउन सकेमा बजारमा पहुँच बढाउन निम्न कुरामा क्षमता विकास गर्नुपर्दछ, र ध्यान पुऱ्याउनु पर्दछ :

क. बजार अध्ययन र विश्लेषण

यसअर्न्तगत व्यवसायी वा उद्यमीले आफूले उत्पादन गर्ने वस्तु वा सेवाको बजार कहाँ छ, उपभोक्ताको माग कस्तो छ, बजार मूल्य कस्तो छ, र खरिद-बिक्रीलाई प्रभाव पार्ने मुख्य-मुख्य पात्रहरूको को को हुन्, नीति नियम कस्तो छ, र यो वातावरणमा आफ्नो उत्पादनलाई कसरी बजारीकरण गर्न सकिन्छ, भन्ने कुराको सूक्ष्म अध्ययन गर्नुपर्दछ। जस्तै- खुद्रा व्यापारी, थोक व्यापारी, विचौलिया, ठूला डिलर/एजेन्ट, प्रशोधनकर्ता र उपभोक्ता।

ख. बजारसँग सम्बन्ध

यसअर्न्तगत बजारमा प्रभाव पार्ने मुख्य पात्रहरूसँग उद्यमीले सम्बन्ध स्थापना गर्ने कार्य पर्दछ, जसले उनीहरूको व्यवसायलाई दिगो र सफल बनाउन सहयोग गर्दछ। त्यसका लागि व्यवसायीले प्रभावकारी पात्र पहिचान गरी भेटघाट अन्तरक्रिया र सम्भौता, सहमति गर्ने गर्नुपर्दछ। यसका लागि उद्यमीले धेरै चरणको भेटघाट छलफल गर्नुपर्ने पनि हुनसक्छ। यसरी भेटघाट वार्तामा जाँदा उद्यमीले पहिलो भेटमै आफ्नो उत्पादन बिक्री गर्ने तरिकाले भन्दा पनि उनीहरूसँग चिनजान गर्ने, आफ्नो उत्पादन सामग्री लिएर जाने र परिचय गराउने, केही सामग्रीहरू उनीहरूसँगै छोड्ने -जसले उनीहरूलाई सोच्ने र निर्णय गर्ने समय मिलास्- जस्ता कार्यहरू गर्नु पर्दछ। साथै जानुभन्दा अगाडि परिवारमा वा समूहमा सल्लाह गरी आफू एकलै भन्दा पनि साथी लिएर अथवा समूहमा जानु पर्दछ। यसले उद्यमीको बारगेनिङ (सम्भौता गर्ने) शक्ति बढ्दछ र घाटाको सम्भौता गर्नबाट बचिन्छ।

ग. मूल्य निर्धारण

साधारण अर्थमा मूल्य (वा, मोल) भन्नाले कुनै वस्तु, सेवा वा विचारका लागि तिरिने मुद्रा हो। कुनै पनि वस्तु वा सेवा किन्ने वा नकिन्ने भन्ने निर्णयमा त्यस वस्तुको गुणस्तरसँगै मूल्यले पनि बढी प्रभाव पार्दछ। मूल्य भन्ने कुरा व्यवसायको आयसित सम्बन्धित हुने हुँदा यसले बजारीकरणमा समेत महत्वपूर्ण भूमिका खेल्दछ।

उत्पादित सामग्रीको मूल्य धेरै बढी राखिएमा साधारण ग्राहकको किन्ने क्षमताभन्दा बाहिर हुन गई नराम्रो प्रभाव पर्ने सम्भावना हुन्छ। त्यसैगरी वस्तुको मूल्य कम राखिएमा मुनाफा आर्जन गर्ने क्षमतामा कमी आउनुका साथै वस्तुको गुणस्तरप्रति ग्राहकहरूमा नकारात्मक प्रभाव पर्न जाने हुनसक्छ। यसले गर्दा वस्तु वा सेवाको मूल्य त्यस्तो हुनुपर्दछ जुन मूल्य वस्तु वा सेवाको लक्षित ग्राहकलाई सजिलै मान्य र स्वीकार होस् र व्यवसायलाई पनि दिगो बनाउन मुनाफा प्रदान गरोस्। घाटामा सामान बेच्ने व्यवसाय लामो समयसम्म बजारमा टिक्न सक्दैन। बजारमा प्रतिस्पर्धा गर्न पनि मूल्यको बढी महत्व हुन्छ। अझ, निम्न कारणले गर्दा मूल्य बढी महत्वपूर्ण हुन्छ-

- ❖ मूल्यले बिक्रीलाई सिधै प्रभाव पार्दछ । यसले बिक्री बढाउन वा घटाउन सक्दछ ।
- ❖ व्यवसायको नाफामा यसले प्रत्यक्ष प्रभाव पार्दछ ।
- ❖ प्रतिस्पर्धालाई प्रभाव पार्दछ ।
- ❖ बजारमा वस्तु वा सेवाको छवि (ब्रान्ड/इमेज) बनाउन यसले मद्दत गर्दछ ।
- ❖ वस्तु र बजारको प्रवर्द्धनलाई मद्दत गर्दछ ।

त्यसैले उत्पादन वा सेवाको बिक्री मूल्य निर्धारण गर्नुअघि वस्तु वा सेवाको उत्पादन, संकलन, प्रशोधन र वितरणसम्म खर्च भएका कुल लागत, अपेक्षित आमदानी र त्यसबाट हुने नाफा नोक्सान निकाल्नु पर्दछ । यसरी वस्तुको मूल्य निर्धारण गर्दा तीन तरिकाले गर्न सकिन्छ-

१. लागतमा नाफा जोडेर

आफ्नो वस्तु वा सेवा उत्पादन गर्दा प्रति एकाई लागत जति लागेको छ, त्यसमा निश्चित मात्रामा नाफाको मात्रा जोडेर बिक्री मूल्य कायम गरिन्छ ।

$$\text{प्रति इकाई लागत} = \frac{\text{कुल लागत}}{\text{कुल उत्पादन}}$$

$$\text{मूल्य} = \text{प्रति इकाई लागत} + \text{चाहेको नाफा \%}$$

२. प्रतिस्पर्धीहरूको मूल्य हेरेर

यसअन्तर्गत प्रतिस्पर्धीहरूले आफ्नो जस्तै वस्तु वा सेवाको मूल्य के कति राखेका छन् भन्ने बुझेर त्यही अनुरूप आफ्नो वस्तु वा सेवाको मूल्य निर्धारण गरिन्छ ।

३. बजारको मागलाई बुझेर

यसमा बजारको माग र आपूर्तिको आधारमा मूल्य निर्धारण गरिन्छ । यदि आफूले उत्पादन गरेको सेवा वा वस्तुको माग बजारमा बढी छ तर आपूर्ति कम छ भने त्यस्तो बेलामा बिक्री मूल्य बढी राख्न सकिन्छ र यदि सोही वस्तुको माग बजारमा कम छ तर आपूर्ति धेरै छ भने बिक्री मूल्य कम राख्नुपर्ने हुन्छ ।

तर आफ्नो वस्तु वा सेवा बजारमा नयाँ छ र सर्वसाधारणलाई यसका बारेमा जानकारी छैन भने अथवा आफ्नो वस्तु/सेवाप्रति नयाँ ग्राहकहरूलाई आकर्षित गर्नु छ भने वस्तुको मूल्य कम राख्नु बेस हुन्छ । त्यसैगरी, ग्राहकले आफ्नो वस्तु/सेवा प्रतिस्पर्धीको भन्दा राम्रो र गुणस्तरीय छ भन्ने महसुस गरेमा अथवा आफ्नो वस्तु/सेवा खरिद गरे वापत ग्राहकलाई अतिरिक्त सेवा वा लाभ उपलब्ध भएमा वस्तुको मूल्य बढी राख्न मिल्ने अवस्था रहन्छ ।

यसरी मूल्य घटी वा बढी राख्दा विचार गर्नुपर्ने कुरा के हो भने मूल्यमा धेरै मात्रामा कमी वा वृद्धि गर्दा व्यवसायलाई नकारात्मक असर पनि पर्न सक्दछ भन्ने कुरामा चनाखो रहनु पर्दछ। व्यवसायबाट नाफा आर्जन गर्नका लागि आफ्नो वस्तुको मूल्य जहिले पनि लागतभन्दा बढी हुनुपर्दछ।

यसरी बजार र मूल्य निर्धारण भइसक्दा महिला उद्यमीको पहुँच त्यो बजारसम्म हुन सक्ने नसक्नेतर्फ विचार पुऱ्याउनु पर्दछ। यदि छैन भने त्यसका लागि उपयुक्त वातावरण र संयन्त्र निर्माणका लागि मिलेर काम गर्नुपर्छ। बजारमा महिला उद्यमीको पहुँच पुऱ्याउनका लागि महिला समूह वा महिला सहकारीजस्ता महिला समूहहरूको ठूलो भूमिका र योगदान हुन सक्दछ।

8.3 उत्पादन र बजारीकरण

बजार पहिचान र सम्बन्ध स्थापनापछि उत्पादनको बजारीकरण कसरी गर्ने भन्ने प्रश्न उठ्छ। बजारीकरण ग्राहकमुखी क्रियाकलाप हो। यो कुराले ग्राहकको आवश्यकता र चाहनालाई कसरी पूर्ति गर्न सकिन्छ भन्ने बाटो देखाउँछ, किनभने व्यवसायको सफलता वा असफलताको चुरो व्यवसायीले आफ्नो ग्राहकको आवश्यकता र चाहना कतिको गहिरिएर बुझ्न सकेको छ भन्ने कुरामा निर्भर गर्दछ। व्यवसाय जति ग्राहकमुखी हुँदै जानसक्छ त्यति नै वस्तु/सेवाको बजार विस्तार हुँदै जान्छ।

बजारीकरणका लागि उद्यम सञ्चालन तथा उत्पादन योजना बनाएर अगाडि बढ्न सकिन्छ। त्यसका लागि निम्न कुराहरूबारे हेक्का राख्नुपर्दछ-

- ❖ बजारमा उक्त वस्तु वा सेवाको अवस्था र प्रकार
- ❖ अन्य महत्वपूर्ण सूचनाहरूको संकलन
- ❖ भावी प्रमुख उपभोक्ताको सूची
- ❖ उत्पादन गर्ने तरिका, प्रविधि र गुणस्तर
- ❖ उत्पादन गर्ने सेवा वा वस्तुका लागि लाग्ने आवश्यक लागत (प्रति इकाई)
- ❖ उपकरण, भण्डारण र चिस्यान गर्न सक्ने सुविधा उपलब्ध भए नभएको
- ❖ उत्पादन गरिने वस्तु वा सेवामा प्रयोग गर्न सकिने कुनै ट्रेड मार्क (उदाहरणका लागि, ग्रामीण महिलाद्वारा उत्पादित ढाका कपडा)
- ❖ व्यवसाय गर्दा आउने जोखिमको पहिचान र जोखिम व्यवस्थापन, सुरक्षाको योजना आदि

8.3.9 बजारीकरण योजना

आजको व्यवसायिक युगमा प्रत्येक व्यवसायमा दिन परदिन प्रतिस्पर्धा बढ्दै गइरहेको छ । कुनै पनि व्यवसायीले यदि आफ्नो व्यवसायलाई निरन्तरता दिन चाहन्छ भने उसले प्रतिस्पर्धीहरूको विक्री नीति, मूल्य नीति, वितरण नीति, कच्चा पदार्थ संकलन नीति, उधारो नीति आदिबारे थाहा पाउन सक्नुपर्दछ । प्रतिस्पर्धीले भन्दा आफूले ग्राहकहरूलाई कसरी बढी प्रभावित पार्न सकिन्छ भन्ने कुरा सधैं विचार गर्नुपर्दछ र सोही अनुसार आफ्नो बजारीकरण योजनामा परिवर्तन गर्नु पर्दछ जसले गर्दा ग्राहकहरूलाई सन्तुष्टि प्रदान गर्न सकियोस् । यसका लागि निम्न कुराहरूमा विचार पुऱ्याउन सकिन्छ-

- ❖ उद्योगको पृष्ठभूमि
- ❖ सामाजिक एवं प्राविधिक परिवर्तन
- ❖ जनसंख्याको अवस्था
- ❖ भौगोलिक एवं वातावरणीय पृष्ठभूमि
- ❖ उद्योगका लागि चुनौती तथा अवरोधहरू
- ❖ उत्पादन गरिने वस्तु वा सेवाको प्रकार र माग
- ❖ उत्पादन गरिने वस्तुको फरक गुण -उदाहरणका लागि रसायनिक मल प्रयोग नगरिएको जैविक फलफुल, स्थानीय वस्तु प्रयोग गरेर निर्माण गरिएको ढाका आदि:
- ❖ उत्पादनको विविधिकरण । जस्तै- ढाका कपडा हो भने त्यसबाट पछ्यौरा, चोलो, टोपी, कुर्ता, सर्ट, भोला, आदि जसले ठूलो नोक्सानी हुने अवस्थामा जोखिम कम गर्न सहयोग गर्दछ
- ❖ मूल्य श्रृंखलामा पार्ने प्रभाव
- ❖ अरूले उत्पादन गर्नेभन्दा फरक गुण अथवा प्रक्रिया
- ❖ अन्य व्यवसायी तथा प्रतिस्पर्धी
- ❖ उत्पादन गर्न लागेको वस्तुको अवस्था बजारमा कस्तो छ
- ❖ उत्पादन गर्न लागेको वस्तु वा सेवा कसमा लक्षित
- ❖ लक्षित वर्ग (उमेर समूह, आय, लिङ्ग, व्यवसाय, स्थान, जीवनयापनको अवस्था)
- ❖ बजारको आकार (स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रिय, अन्तर्राष्ट्रिय आदि)
- ❖ सहायक बजार
- ❖ बजारमा उत्पादन गर्न लागेको वस्तु वा सेवा विस्तार हुने अवस्था (छोटो वा मध्यम अवधि)
- ❖ व्यक्तिगत उत्पादन सामूहिक बजारीकरण

8.3.2 प्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी पहिचान

व्यवसायमा प्रतिस्पर्धी भन्नाले उस्तै किसिमका वस्तुको उत्पादन गर्ने स्थानीय, स्वदेशी वा विदेशी उत्पादकहरू जसले एउटै बजारक्षेत्र वा ग्राहकलाई लक्षित गरी वस्तुको उत्पादन वा बिक्री वितरण गर्दछन्लाई जनाउँदछ। प्रतिस्पर्धीहरू दुई किसिमका हुन्छन्- प्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी र अप्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी। प्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी भन्नाले समान किसिमका वस्तुको उत्पादन तथा बिक्री गर्नेलाई बुझाउँछ। ढाका सामग्री उत्पादन गर्ने दुई व्यवसायी एकआपसमा प्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी हुन् भने चिया र कफी वा अन्य वैकल्पिक पेय पदार्थका बीचमा हुने प्रतिस्पर्धा अप्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धा हो।

बजारमा उपलब्ध वस्तु वा सेवा आफ्नो उत्पादनभन्दा राम्रो नराम्रो के छ ? कस्तो गुणस्तर को छ ? महँगो वा सस्तो भएकाले बिक्री गर्न असजिलो वा सजिलो के भइरहेको छ ? यस्ता कुराहरू प्रत्यक्ष देखिने वा महसुस गर्न सकिने पक्ष हुन्। यस्तोमा के कस्ता विशेषताहरूले आफ्नो उत्पादनलाई अन्य प्रतिस्पर्धीको वस्तु/सेवाभन्दा भिन्न बनाउने भन्नेबारे सोच्नुपर्दछ। त्यसका लागि निम्न कुराहरूबारे सोच्नु पर्दछ-

- ❖ उनी (प्रतिस्पर्धी)हरूका बलिया र कमजोर पक्ष
- ❖ उनीहरूले बिक्री गर्ने मूल्य
- ❖ उनीहरूको व्यवसायबाट हासिल गरेको ज्ञान

8.3.8 अप्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धी पहिचान

सोभ्रै देख्न नसकिने वा नदेखिने तर उत्पादित वस्तु/सेवाको बजारलाई प्रभाव पार्ने अन्य व्यवसायीले आफ्नो व्यवसाय बढाउन अँगालेका नीतिहरू अप्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धाका आधार हुन्। सकारात्मक प्रतिस्पर्धाले ग्राहकको सन्तुष्टि र वस्तु/सेवाको गुणस्तर बढाउन मद्दत गर्दछ, भने नकारात्मक प्रतिस्पर्धाले गुणस्तरलाई पनि नकारात्मक प्रभाव पुऱ्याउने अवस्था उत्पन्न हुन्छ। यसका लागि निम्न कुराहरूतर्फ विचार पुऱ्याउनुपर्ने हुन्छ-

- ❖ बजारीकरणको सूची
- ❖ प्रवर्द्धन गर्ने नीति
- ❖ प्रवर्द्धन गर्ने तरिका
- ❖ मूल्य निर्धारण गर्ने तरिका
- ❖ उत्पादन गर्ने वस्तुको र त्यसका गुणहरू
- ❖ विस्तार एवं वितरणको योजना

व्यवसाय सुरु गरेपछि बजारमा पुग्दासम्म सोच्नुपर्ने धेरै कुरा हुन्छन् । जस्तो- कुन वस्तु/सेवा उत्पादन गर्ने ? व्यवसाय स्थापना कहाँ गर्ने ? बिजुली, यातायात, टेलिफोन, पानी, कामदार आदिसमेतका पूर्वाधार उपलब्ध हुन सक्छ सक्दैन ? व्यवसायले कहाँको बजार ओगट्ने ? आफ्नो बजारक्षेत्रभित्रका ग्राहक को हुन् ? हाल बजारमा कति वस्तु बिक्री भइरहेको छ ? आफूले उत्पादन गरेको सामग्रीले बजारको कति भाग ओगट्न सक्छ ? कति उत्पादन गर्ने ? वस्तु बिक्री गर्नका लागि कस्ता किसिमका प्रवर्द्धनका उपाय अपनाउने ? आदि कुरासमेत ग्राहकहरूलाई सन्तुष्ट पार्नका लागि लक्षित ग्राहकलाई के कस्तो वस्तु वा सेवाको आवश्यकता छ भन्ने थाहा पाउनु पनि जरुरी हुन्छ ।

वस्तु वा सेवा उपलब्ध भइसकेपछि पनि त्यसप्रति ग्राहकहरूको के कस्तो प्रतिक्रिया छ भन्ने बुझी त्यसमा निरन्तर सुधार गर्न आवश्यक हुन्छ जसले गर्दा ग्राहकलाई अझ बढी सन्तुष्ट पार्न सकियोस् । व्यवसाय अथवा उत्पादनको लक्ष्य ग्राहकलाई सेवा प्रदान गरी मुनाफा आर्जन गर्ने हुँदा यसरी लक्षित ग्राहकलाई मध्यनजर गरेर गरिने सम्पूर्ण क्रियाकलापहरू बजारीकरण अन्तर्गत पर्दछन् । उत्पादित वस्तु/सेवाको लक्षित ग्राहक र बिक्री वितरणका हिसाबले बजारक्षेत्र स्थानीय बजार, जिल्लास्तरीय बजार, राष्ट्रिय बजार र अन्तर्राष्ट्रिय बजार गरी धेरै क्षेत्रसम्म भ्याडिगएको हुन्छ । यसकारण बजारीकरण भनेको ग्राहक सन्तुष्ट पार्न वस्तुको बिक्रीभन्दा धेरै जटिल र निरन्तर चलिरहने प्रक्रिया हो जसमा व्यवसायको सफलता/असफलता धेरै हदसम्म निर्भर गर्दछ ।



खण्ड



**लघु उद्यम/व्यवसाय
स्थापना र व्यवस्थापन**



लघुउद्यमीहरू व्यवसायमा लाग्नुको प्रमुख उद्देश्य भनेको नाफा कमाउनु हो। लघु उद्यम स्थापना गर्न एकैपटक धेरै ठूलो पुँजी चाहिँदैन। परिवारकै सदस्य मिलेर काम गर्न सकिने हुँदा लघु उद्यम सञ्चालन गर्ने र यसको कामदार पनि आफू नै भइन्छ र आफूले आफैलाई रोजगारी (काम) दिइन्छ। आफ्नै घर वा घर छेउमा टहरा बनाएर पनि यस्तो काम गर्न सकिन्छ। तर उद्यमीहरू सामान्यतया बजार परिवर्तनका कारण स्थापित हुन नसक्नु, उत्पादनमा समस्या तथा अभिलेख व्यवस्थापनका कमीजस्ता समस्याहरू भोगिरहेका हुन्छन्। त्यसैले उद्यमीले व्यवसाय स्थापना गर्नुका साथै व्यवस्थापन क्षमता पनि बढाउनु पर्छ। यसका निम्ति उद्यमीलाई व्यापारको सबै पक्षको जानकारी हुनु जरुरी हुन्छ। उत्पादन, बजारीकरण, संस्थागत क्षमता तथा लगानीका बारेमा जानकारी राख्नुपर्ने हुन्छ। आफ्नो व्यक्तिगत सीप दक्षता, उद्योग र परिवारबीचको सम्बन्ध, व्यक्तिगत या सामूहिक व्यवसाय यी सबै पक्षलाई केलाउनुपर्ने हुन्छ।

५.१ लघु उद्यम व्यवस्थापनका पक्षहरू

कुनै पनि कामलाई राम्ररी अधि बढाउन त्यसको व्यवस्थापन राम्रो हुनुपर्छ। कुनै काम वा गतिविधिको चाँजोपाँजो वा व्यवस्था मिलाउने कामलाई व्यवस्थापन भनिन्छ। सरल भाषामा भन्दा लघु उद्यमको व्यवस्थापन गर्दा तल लेखिएका कुराहरूमा ध्यान दिनुपर्छ-

- ❖ लघु उद्यम गर्दा एकैपटक ठूलो लगानी गर्नु राम्रो हुँदैन किनभने सुरुमै आफूलाई कामको अनुभव हुँदैन र घाटा खाने अवस्था आइपर्न पनि सक्छ। त्यसैले थोरै लगानी गरेर स-साना व्यवसायहरूबाट काम सुरु गर्नु पर्छ।
- ❖ कामको नाफा नोक्सानको हिसाब गर्नु पर्छ। केही गरी नोक्सान भइरहेको रहेछ भने के कारणले नोक्सान भएको हो, त्यसको लेखाजोखा गर्नु पर्दछ।
- ❖ आफूले उत्पादन गरेका सरसामानहरूलाई राम्रो दाममा बेच्ने गरियो भने मात्रै त्यसबाट फाइदा लिन सकिन्छ। तर बजारमा अरूले त्यस्तै सामान त्योभन्दा सस्तो मा पनि बेचिरहेका हुन सक्छन्। त्यसैले उचित दाम कायम गर्नु पर्छ।

- ❖ काम गर्दा सकेसम्म कम खर्च गरेर बढी नाफा लिन सक्नुपर्छ । नाफाको हिसाब नगरी बढी खर्च गरियो भने नाफा कम हुन्छ, जसले गर्दा पछि गएर व्यवसाय नै बन्द गर्नुपर्ने अवस्था पनि आउन सक्छ ।
- ❖ क देखि घ सम्म उल्लेख भएका सबै कुराहरूलाई व्यवस्थित तरिकाले आंकलन गरी काम गर्न व्यवसायको योजना बनाएर मात्र काम गर्नु पर्छ ।

यी पक्षहरूलाई विस्तृतमा यसरी राखीएको छ-

५.१.१ उद्यमी/त्यतसायीको आत्मविश्लेषण

कुनै पनि व्यक्तिले आत्मआलोचनाका आधारमा आफूमा भएका खुबी तथा कमजोरीहरू पत्ता लगाई त्यसको आधारमा अवसर तथा चुनौतीहरूको पहिचान गरी आफूनालागि के कस्तो लक्ष्य छनोट गरेको खण्डमा उपयुक्त हुन्छ, भनी केलाएर हेर्ने प्रक्रियालाई आत्मविश्लेषण भनिन्छ । व्यवसाय गर्नुपूर्व उद्यमीले पनि आफ्नो आत्मविश्लेषण गर्न जरुरी हुन्छ, जसकालागि एउटा ऐनाको उदाहरण लिन सकिन्छ । जस्तै- ऐनामा आफ्नो बाहिरी स्वरूप जसरी हेर्न सकिन्छ, त्यसरी नै भित्री रूपलाई पनि हेर्ने गर्नुपर्छ भन्ने उदाहरण व्यवसाय गर्दा पनि लागू हुन्छ । आत्मविश्लेषण गर्ने धेरैवटा विधि तथा प्रक्रियाहरू हुन्छन् । उदाहरणका लागि, आँखा चिम्लेर विभिन्न प्रश्नको उत्तर मनमनै दिन सकिन्छ । ती प्रश्नहरू निम्नानुसार रहेका छन्-

- ❖ तपाईंको जीवनका सबभन्दा ठूला सफलताहरू के के हुन् ? ती सफल हुनका कारणहरू के के हुन् ?
- ❖ तपाईंको जीवनका सबभन्दा ठूला असफलताहरू के के हुन् ? ती असफल हुनका कारण के के हुन् ।
- ❖ तपाईंको भएका कमी कमजोरीहरू के के हुन् ? त्यसले तपाईंको चिन्तित हुनुहुन्छ ?
- ❖ तपाईंको व्यक्तिगत क्षमता वा खुबीहरू के के हुन् ?
- ❖ तपाईंको भविष्यको लक्ष्य के हो ?

त्यसपछि यिनै कुराहरूलाई आधार मानी छोटो निबन्ध वा दैनिकी लेखेको खण्डमा व्यवसाय सुरु गर्ने व्यक्तिलाई धेरै हदसम्म लाभ हुन्छ । आत्मविकास नै व्यक्तिगत विकास हो । यसो भन्नाले कुनै व्यक्तिले आफ्नो व्यक्तिगत अवस्था थाहा पाउनु र आवश्यकताअनुसार त्यसलाई सुधार गरी आफ्नो विकास गर्दै लैजानु हो । अर्थात् व्यक्तिले आफूमा भएका राम्रा तथा नराम्रा कुराहरूलाई आत्मविश्लेषणका आधार मा थाहा पाइसकेपछि, राम्रा कुराहरूलाई बढाउनु र नराम्रा कुराहरूलाई हटाउनु र आफ्नो विगतका क्रियाकलापहरू अरूलाई बताई आवश्यक सल्लाह-सुभाषण लिई आवश्यकताअनुसार सुधारोन्मुख हुनु हो । यसका लागि जीवनका विभिन्न पाटाहरू केलाउनु पर्दछ । जस्तै- अन्धो भाग, अन्धकार भाग, खुला भाग र गोप्य भाग ।

- ❖ जुन कुरा आफूलाई थाहा छैन अरूलाई थाहा छ भने त्यो भाग अन्धो भाग हो ।
- ❖ जुन कुरालाई आफूलाई पनि थाहा छैन अरूलाई पनि थाहा छैन त्यो अन्धाकार भाग हो ।
- ❖ जुन कुरा आफूलाई थाहा छ अरूलाई थाहा छैन भने यो गोप्य भाग हो ।
- ❖ जुन कुरा अरूलाई पनि थाहा छ आफूलाई पनि थाहा छ भने त्यो खुला भाग हो ।

कुनै पनि व्यक्तिले आफूमा भएका यी कुराहरूलाई राम्रोसँग बुझ्नु र त्यसमा समय परिस्थितिअनुसार आफूसँग भएको ज्ञान, सीप, शिक्षा, अनुभव, आचरण, मान्यता आदिलाई सुधार गर्दै लैजानु नै आत्मविश्लेषण वा व्यक्तिगत विकास हो । यो उद्यमीका लागि अति महत्वपूर्ण पक्ष हो ।

५.१.२ सफल उद्यमीका विशेषताहरू

सफल उद्यमी बन्नका लागि उद्यम गर्ने व्यक्तिमा केही गुणहरूको आवश्यकता पर्दछ । त्यस्ता गुणहरू नभएको अवस्थामा उक्त व्यक्तिले आफ्नो व्यवसायमा सफलता हासिल गर्न सक्दैन । तीमध्ये केही महत्वपूर्ण गुणहरू निम्नप्रकार छन्-

- ❖ मिलनसार
- ❖ हंसिलो
- ❖ आफ्नो विषयवस्तुको बारेमा राम्रो ज्ञान भएको
- ❖ हिसाब-किताब राख्न सक्ने
- ❖ धैर्यवान
- ❖ योजना बनाउन सक्ने
- ❖ जोखिम उठाउन सक्ने
- ❖ समयअनुसार चलन सक्ने

५.१.३ उद्योग र परिवारबीचको सम्बन्ध

कुनै पनि व्यक्तिले कुनै उद्यम सुरु गर्नुअघि उद्योग र परिवारबीचको सम्बन्ध कस्तो र हनेछ भन्ने विषयमा पनि विश्लेषण गर्न आवश्यक हुन्छ, जसले उक्त उद्यमीलाई आफ्नो व्यवसाय सफल बनाउन सहयोग गर्दछ । उद्योग र परिवारबीचको सम्बन्ध नङ र मासुको जस्तो हुनुपर्छ । परिवारमा सरसल्लाहले काम गरेमा मात्र त्यो व्यवसाय फस्टाएर जान्छ । म र मेरो व्यवसाय फरक कुरा हो भन्ने सम्झनुपर्छ ।

५.१.४ वित्तीय अभिलेख

वित्तीय अभिलेख व्यवस्थापन सबै उद्यमीहरूका लागि महत्वपूर्ण हुन्छ। वित्तीय व्यवस्थापनले सम्भावित आम्दानी खर्चको अभिलेख राख्ने भएका कारण व्यापारको सफलता वा असफलताका बारेमा संकेत दिन्छ। अभिलेखको माध्यमबाट व्यवसायको स्थायित्व तथा उद्यमीको क्षमताका बारेमा प्रष्ट हुन्छ। यसले उनीहरूको आफ्नो व्यवस्थापन क्षमता सुधारमा समेत सहयोग पुऱ्याउँछ। सामान्य समस्या (जस्तै- वितर कबाट लिइने सुँगुरको चारो, भुक्तानीको समस्या, प्राविधिक सल्लाह सुभाबको अभाव) का बाबजुद उद्यमीहरू स्वयंले कारबाही चलाउन सक्छन्। वित्तीय अभिलेख व्यवस्थापनका प्रमुख दुई औजारहरू यस प्रकार छन्-

क) नगदको अभिलेख

उद्यमीले आफूसँग भएको नगदको निरन्तर नगदी किताबमा अभिलेख राख्नु पर्दछ। यसले खर्चको प्रवृत्तिलाई विश्लेषण गर्न, अनावश्यक खर्चलाई नियन्त्रण गर्न र सोहीअनुसार नगद व्यवस्थापन गर्न सहयोग गर्छ। जस्तै- सुँगुर पाल्ने कृषकले सुँगुर, चारो, त्यसलाई चाहिने औषधि आदिको मूल्य थाहा पाउनु पर्दछ, किनभने सुँगुर हुर्काउने क्रममा सबै भन्दा बढी खर्च कुन कुरामा लाग्छ र त्यसलाई कसरी व्यवस्थापन गर्ने भन्ने कुरा विश्लेषण गर्न सहयोग गर्छ। यसले उत्पादन वा बजारमा भएको परिवर्तनका बारेमा जानकारी प्राप्त गर्न र उद्यमीलाई नगदी संकट हुन नदिन पनि मद्दत गर्छ।

ख) खर्च आम्दानीको विवरण

निरन्तर खर्च आम्दानीको हिसाब राख्नाले उद्यमीहरूलाई बजारमा हुने गरेका परिवर्तनका प्रभावका बारेमा सचेत रहन मद्दत पुग्छ। यदि कुनै पनि उद्यमको खाता अर्को खातामा मिश्रित रूपमा राखिन्छ, भने त्यहाँबाट हुने आम्दानीको हिसाब राख्न कठिन हुन्छ। जस्तै- किराना पसलबाट घरायसी प्रयोजनका लागि प्रयोग गरिने सामान। प्रयोग गरिने सामानहरू घरायसी प्रयोजनका लागि बिक्री गरिएको भन्ने कुरा महत्वपूर्ण हुन्छ। हामीले व्यवसायलाई दैनिक जीवनयापनको सहारा बनायौं भने व्यवसायबाट हुने आम्दानी घटेको देखिन्छ। लेखपढ गर्न नजान्ने मानिसहरूले घरपरिवारका सदस्यहरूलाई सोधेर अभिलेख राख्न सक्छन् तर यसका पनि विकल्पहरू छन्। त्यसका लागि उनीहरूले रड वा संकेतहरूको प्रयोग गरी केही आम्दानी तथा खर्चहरूको विवरण राख्न सक्छन्। जस्तै- कच्चा पदार्थका लागि भिन्न रड तथा संकेतको प्रयोग, आयात गरिने सामग्री, अचल सम्पत्ति, मजदुरको ज्याला तथा अन्य खर्चहरू। यसले उद्यमीहरूलाई मूल्यमा भएको गिरावट, बजारको आवश्यकता तथा उत्पादनमा सहयोग पुऱ्याउँछ। उद्यमीलाई व्यापारप्रति जागरुक गराई त्यसबारे सुसूचित हुन सहयोग पुऱ्याउँछ।

५.१.५ सामूहिक व्यवसाय र व्यक्तिगत व्यवसाय

व्यवसाय भनेको काम हो । व्यवसाय एकलै अर्थात् एउटा परिवारका सदस्यहरू मिलेर वा समूहका सदस्यहरू मिलेर अर्थात् एकभन्दा बढी परिवारका सदस्यसँग मिलेर पनि गर्न सकिन्छ । एउटा परिवारले मात्र गरेको व्यवसायलाई व्यक्तिगत व्यवसाय भनिन्छ । त्यस्तै, कुनै समूह वा समूहबाहिरका अन्य मानिसहरूसँग मिलेर गरेको व्यवसायलाई सामूहिक व्यवसाय भनिन्छ । व्यवसायको प्रकार र आकार हेरेर कस्तो खालको व्यवसाय सञ्चालन गर्ने भन्ने कुराको निष्कर्ष निकाल्न सकिन्छ । अलि ठूलो लगानीमा धेरै कामदार चाहिने खालको लघु उद्यम सञ्चालन गर्नुपर्ने भएमा सामूहिक रूपमा गर्नु राम्रो हुन्छ । तर सबभन्दा प्रमुख भनेको कुनै पनि व्यवसाय सुरु गर्नुअघि उद्यमीले विस्तृत व्यवसायिक योजना बनाउनु पर्दछ ।

५.२ लघु उद्यमका प्रकार

उद्यमबाट उत्पादन हुने वस्तु, तिनलाई चाहिने कच्चा पदार्थको प्रकार आदिका आधारमा उद्यमलाई नेपालको कानूनले विभिन्न प्रकारमा बाँडेको पाइन्छ, जस्तै- उत्पादनमूलक उद्यम, उर्जामूलक उद्यम, खनिज तथा वनपैदावार उद्यम आदि । तर लघु उद्यमलाई भने हामी खासगरी दुई किसिममा बाँडेर हेर्न सक्छौं, ती हुन्-

५.२.१ उत्पादनमूलक लघु उद्यम

कुनै पनि वस्तु बनाउने वा उत्पादन गर्ने साना उद्यम वा व्यवसायलाई उत्पादनमूलक लघु उद्यम भनिन्छ । उदाहरणका लागि, कृषिले पाउरोटी उद्योग चलाएका छन्, ज्योतिले चियापत्ती प्रशोधन गर्छन् । मीनाले च्याउ खेती गर्छिन्, लालीगुराँस समूहले खुसानीको अचार बनाएर बेच्छन्, गोमाले ढाका कपडा उत्पादन गर्छिन्, गीताले अदुवाको जुस बनाउँछिन्, प्रदीपले बंगुर पालेका छन् । यिनीहरू सबैले गरेका काम भिन्नाभिन्नै भए पनि ती सबैले केही न केही नयाँ सामान उत्पादन गर्ने भएकाले तिनलाई उत्पादनमूलक लघु उद्यम भनिन्छ ।

५.२.२ सेवामूलक लघु उद्यम

आफ्ना ग्राहकलाई सेवा प्रदान गरी आमदानी गर्ने वा नाफा कमाउने उद्देश्यले गरिएको उद्यम वा व्यवसायलाई सेवामूलक लघु उद्यम भनिन्छ । उदाहरणका लागि हरि लुगा सिलाउँछन् । सरिता मोबाइल फोन मर्मत गर्छिन् । रमा चिया पसल चलाउँछिन् । उनीहरूले कुनै वस्तुको उत्पादन नगरे पनि उनीहरूले गरेको कामबाट मानिसहरूले सेवा पाउँछन् । त्यसैले उनीहरूले गरेको कामलाई सेवामूलक लघु उद्यम भनिएको हो ।

५.२.३ लघु उद्यमबाट हुने फाइदाहरू

- ❖ घरमै बसेर थोरै लगानीमा पनि व्यवसाय गर्न सकिन्छ ।
- ❖ आफ्नै देशमा राम्रो कमाई गर्न सकिन्छ, कमाउनका लागि विदेश धाउनु पर्दैन ।
- ❖ स्थानीय स्रोत-साधनको प्रयोग गरेर कम लगानीमा (सस्तोमा) उत्पादन गरेर बढी नाफा कमाउन सकिन्छ ।
- ❖ आफू मात्रै नभएर परिवारका सदस्यहरू र अन्य मानिसलाई रोजगारी दिलाउन सकिन्छ ।
- ❖ त्यसै खेर गइरहेको समयको सदुपयोग गरेर नाफा कमाउन सकिन्छ ।
- ❖ वरपरकै मानिसहरूले खपत गर्ने सरससामान उत्पादन गरिने हुँदा बिक्री गर्न टाढा जानु पर्दैन ।
- ❖ काम गर्न थाल्ने बित्तिकै जस्तो आम्दानी दिने भएकाले फाइदाजनक हुन्छ ।
- ❖ थोरै रकमले गर्न सकिने भएकाले ऋण लिन र तिर्न सजिलो हुन्छ ।
- ❖ अरू ठूला-ठूला काम गर्ने आत्मविश्वास जाग्दछ ।

५.३ व्यवसायिक योजना भनेको के हो ?

कुनै पनि उद्यम चाहे त्यो लघु होस् अथवा मझौला अथवा बृहत्, त्यसका लागि व्यवसायिक योजनाको आवश्यकता हुन्छ । बिना व्यवसायिक योजना कुनै पनि व्यवसाय सफल हुन सक्दैन । त्यसैले व्यवसाय स्थापना गरी सञ्चालन गर्नका लागि आवश्यक सम्पूर्ण पक्षहरू जस्तै- बजार, उत्पादन, खर्च तथा वित्तसम्बन्धी सम्पूर्ण पक्षहरूबारे गरिएको योजनालाई नै व्यवसायिक योजना भनिन्छ । व्यवसायिक योजना भनेको व्यवसायको ऐना हो । व्यवसायिक योजना हेरेपछि प्रस्तावित व्यवसाय के कस्तो छ भन्ने छर्लङ्ग हुनुपर्दछ । त्यसैले व्यवसायिक योजनाले कुन वस्तु/सेवा उत्पादन गर्ने हो ? कस्तो गुणस्तरको वस्तु/सेवा उत्पादन गर्ने हो ? उत्पादनको बजार क्षेत्र कहाँ हो ? बजार माग कस्तो छ ? कति परिमाणमा उत्पादन गर्ने हो ? मेसिन उपकरण के कति चाहिन्छ ? के कस्ता कच्चा पदार्थ आवश्यक पर्छ ? के कस्ता दक्षताका कति कामदार चाहिन्छ ? अन्य खर्चहरू के कति लाग्ला ? कति पुँजी आवश्यक पर्छ ? कसरी पुँजी जुटाउने ? व्यवसायले कति मुनाफा देला ? लगानीको कति प्रतिफल पाउन सकिन्छ ? आदि व्यवसायसम्बन्धी उठ्ने प्रश्नहरूको जवाफ दिनसक्नु पर्दछ । यो व्यवसाय सुरु गर्नुअघि गर्नुपर्ने ज्यादै महत्वपूर्ण काम हो । यसमा हामीले तल लेखिएका कुराहरूमा विशेष ध्यान दिनु पर्छ-

१. व्यवसायको छनोट गर्ने

सबैभन्दा पहिले आफ्नो गाउँघरमा गर्न सकिने व्यवसायमध्ये आफूसँग भएको सीप, ज्ञान र रुचिअनुसारको व्यवसाय छनोट गर्नु राम्रो हुन्छ। जस्तै- तरकारी खेती, ढाका कपडा बुन्ने, अदुवा उत्पादन, सिलाई कटाई, कपाल काट्ने, पेन्टिङ गर्ने, अचार बनाउने आदि।

२. माग पत्ता लगाउने

दोस्रो चरणमा आफूले उत्पादन गरेको वस्तु वा सेवा किन्ने वा प्रयोग गर्ने मानिसहरू बजारमा छन् कि छैनन् भन्ने बुझ्नु पर्छ। यसलाई माग पत्ता लगाउने भनिन्छ। जस्तै- अकबरे खुर्सानी खेतीको व्यवसाय गर्नुअघि उत्पादन गरेपछि खुर्सानी किन्ने मानिस कहाँ र कति छन् ? बिक्री हुन्छ वा हुँदैन ? मानिसहरू आउँछन् कि आउँदैनन् ? थाहा पाउनु पर्छ। आफूले जानेको र आफूलाई रुचि भएको काम भए पनि त्यसको माग त्यस ठाउँमा छैन भने त्यस्तो ठाउँमा व्यवसाय सञ्चालन गर्नु हुँदैन।

३. व्यवस्थापन सम्बन्धी कुराहरू

तेस्रो चरणमा व्यवस्थापनसम्बन्धी कुराहरू पर्छन्। यसमा वस्तु उत्पादन गर्नका लागि आवश्यक पर्ने सामग्री वा कच्चा पदार्थ स्थानीय स्तरमा पाइन्छ कि पाइँदैन ? कहाँ पाइन्छ ? कस्तो सीप चाहिन्छ ? सीप कहाँ सिक्न पाइन्छ ? कामदार पाइन्छ कि पाइँदैन ? सामान ल्याउने र लैजाने सुविधा छ वा छैन ? भौतिक पूर्वाधारहरू जस्तै बाटो, बिजुली, सिंचाई आदिको सुविधा पर्याप्त छ कि छैन ? कस्ता समस्याहरू आउन सक्छन् ? आदि कुराहरू जान्नु आवश्यक हुन्छ।

४. खर्च पत्ता लगाउने

व्यवसायका लागि कस्ता सामग्री चाहिन्छन् र त्यसका लागि कति खर्च लाग्छ, हिसाब निकाल्नु पर्छ। जस्तै- मोबाइल मर्मत गर्ने पसल खोल्नका लागि के के सामानहरू चाहिन्छ र कति खर्च लाग्छ ? त्यसको लागत निकाल्नु पर्छ।

५. आम्दानी र नाफा पत्ता लगाउने

व्यवसायमा लाग्ने खर्च मात्र निकालेर हुँदैन। व्यवसाय सुरु गरिसकेपछि कति आम्दानी र नाफा हुन्छ ? त्यसको हिसाब पनि निकाल्नु पर्छ।

६. व्यवसायबारे निर्णय

अन्त्यमा आफूले छनोट गरेको कामबाट नाफा हुने देखिएमा त्यो काम गर्नु पर्छ।

अन्यथा अर्को काम छान्नु पर्छ । त्यसैले छैटौं चरणमा आफूले छानेको काम गर्ने कि नगर्ने भनेर निर्णय गर्ने कुरा आउँछ ।

कुनै पनि व्यवसाय थोरै लगानीबाट राम्रो मुनाफा कमाउने सोचाई राखेर गरिन्छ । आफूले जान्दै नजानेको व्यवसायमा हात हालियो भने त्यसबाट नाफा हुनुको साटो घाटा हुन्छ । यसैले आफूले कति पुँजी लगानी गर्ने ? कति उत्पादन गर्ने ? उत्पादन गरेका सामानहरू त्यस ठाउँमा बिक्रिन् कि बिक्रिदैनन्, कति सामान उत्पादन गर्दा बेच्न सकिन्छ, बाँकी बेच्न कहाँ लैजानुपर्ने हो ? परिवारको कुन सदस्यले कुन कामको जिम्मेवारी लिने भन्ने कुरा पनि पहिले नै सोच्नु पर्छ । यस्ता कुराहरूमा विचार पुऱ्याएर नाफामूलक सोचाई राखेर तयार गरिएको योजनालाई व्यवसायिक योजना भनिन्छ । यस्तो योजना ठूला उद्योगहरूमा मात्र नभएर मझौला र लघु उद्यममा पनि उत्तिकै आवश्यक हुन्छ ।

५.३.१ व्यवसायिक योजना किन ?

१. व्यवसायलाई सफल र सहज बनाउन

योजनामा व्यवसाय गर्दा थाहा पाउनुपर्ने कार्य जस्तै:- गर्नुपर्ने काम कहाँ, कहिले, कसले, कसरी गर्ने भनेर पहिले नै तयार हुन्छ । यसले गर्दा के गर्ने, कसरी गर्ने भन्ने काममा द्विविधा हुँदैन । आफूलाई सो काम कसरी गर्ने भन्ने स्पष्ट थाहा हुने हुँदा व्यवसायलाई सफल र सहज बनाउन मद्दत पुग्छ ।

२. लागत मूल्य र बिक्री मूल्य थाहा पाउन

व्यवसायको खर्चको आधारमा वस्तु वा सेवाको मूल्य कति हुन्छ, त्यसमा आफ्नो नाफा कति राख्ने र बिक्री मूल्य कति तोक्ने भन्ने थाहा पाउन पनि योजना गर्नुपर्ने हुन्छ ।

३. आम्दानी खर्चको लेखाजोखा गर्न र व्यवसायको अवस्था थाहा पाउन

योजना बनाएर काम गर्दा व्यवसायका लागि लाग्ने खर्च र नाफाबारेमा लगभग पहिले नै थाहा पाएर कसरी फाइदा हुने गरी व्यवसाय सञ्चालन गर्ने भन्ने कुरामा मद्दत पुऱ्याउँछ ।

४. व्यवसायलाई सही दिशातर्फ अघि बढाउन

योजना बनाएर काम गर्दा पहिले नै निश्चित गरिएको काम मात्र गरिने हुन्छ । यसले गर्दा अनावश्यक कामहरू हुन पाउँदैनन् । यसबाट अनावश्यक खर्च हुन पाउँदैन र व्यवसायमा अनावश्यक घाटा हुनबाट जोगाउँछ ।

५. प्रतिस्पर्धी चिन्न

लघु उद्यमका प्रतिस्पर्धी भनेको एकै खालको उत्पादन गरेर एउटै बजारमा बेच्नेहरू हुन् । योजनामा प्रतिस्पर्धीका बारेमा जानकारी लिनुपर्ने हुन्छ । यसले प्रतिस्पर्धीबाट व्यवसायलाई पार्न सक्ने प्रभावका बारेमा पहिले नै जानकारी लिन सकिन्छ । उनीहरूका उत्पादन कस्ता छन्, कतिमा बिक्री गर्ने गरेका छन्, तिनको गुणस्तर कस्तो छ, भन्नेजस्ता कुराहरू थाहा पाएमा आफ्ना उत्पादनको उचित मोल कायम गर्न र गुणस्तर कायम राख्न मद्दत पुग्छ ।

६. ग्राहकको बारेमा थाहा पाउन

व्यवसाय गर्दा वस्तु वा सेवा के कति उत्पादन गर्ने भन्ने निर्णय गर्नुअघि ग्राहकको बारेमा थाहा पाउनुपर्छ । ग्राहक को हुन्, उनीहरूको रुचि, चाहना कस्तो छ, भन्ने बुझेर त्यहीअनुसार योजना बनाएर काम गर्दा व्यवसाय राम्रो हुन्छ ।

७. नाफाको मात्रा थाहा पाउन

योजना गर्दा व्यवसायको आम्दानी र खर्च हिसाब गर्नुपर्ने हुन्छ । यसरी हिसाब गर्दा व्यवसायबाट कति नाफा हुन्छ, भन्ने कुरा थाहा पाउन सकिन्छ । नाफा कति हुन्छ, भन्ने थाहा पाउन नपाई व्यवसाय गर्नु फाइदाजनक हुँदैन ।

५.४ व्यवसाय छनोट गर्ने प्राविधिक तरिका

उद्यमीले आफ्नो सीप, दक्षता, लगानी क्षमता, बजारमा वस्तु/सेवाको माग, कच्चा पदार्थ, मेसिनरी औजार, भौतिक पूर्वाधारको उपलब्धता, सरकारका नीति तथा कार्यक्रम आदिलाई ध्यानमा राखी रुचि भएका सम्भावित व्यवसायहरूलाई आफ्नो क्षमता र अनुकूलता अनुसार अंक दिदै जुन व्यवसायले बढी अंक प्राप्त गर्छ, त्यसलाई छनोट गर्न सक्छन् । उदाहरणका लागि, तेहथुमकी शान्ता लिम्बुले आफ्नो क्षमताअनुसार छनोट गरेको अकबरे खुर्सानी खेती व्यवसायलाई हेर्न सकिन्छ । यसमा उनले १ अंकलाई कमजोर क्षमता, ५ अंकलाई एकदम बलियो क्षमता र २, ३, ४ अंकलाई मध्यमा राखेकी छिन् । यसरी सबै सम्भावित व्यवसायलाई अंक दिने क्रममा जसको जम्मा अंक बढी हुन्छ, त्यसलाई नै छनोट गरेकी छिन् र कारणहरू पनि खुलाएकी छिन् ।

सम्भावित व्यवसाय	बजार	सामग्री/कच्चा पदार्थको उपलब्धता	उपलब्ध मेसिन, ओजार	दक्ष जनशक्ति	आवश्यक लगानी	उपलब्ध पुजी	सरकारी नीति र कार्यक्रम	उपलब्ध भौतिक पूर्वाधारहरू	जम्मा	सम्भावना
अकबरे खुर्सानी खेती	५	४	४	४	३	४	४	३	३१	एकदम
अदुवा खेती	४	३	२	२	३	४	४	३	२५	ठिकै
सुंगुरपालन	४	३	२	१	३	२	४	२	२१	अति कमजोर
बाखा पालन	५	३	३	३	३	२	४	३	२६	बलियो
ढाका कपडा उत्पादन	३	३	२	२	३	३	४	३	२३	कमजोर

यसरी प्राप्त अधिक अंकको आधारमा शान्ताले अकबरे खुर्सानी खेती व्यवसाय छनोट गरी सञ्चालन गरिरहेकी छिन् ।

५.५ त्यवसाय योजना निर्माण

उद्यम सञ्चालन गर्नुअघि गरिन लागेको उत्पादन वा सेवा के कस्तो खालको र कति हुनुपर्छ, त्यसको बजार कहाँ छ, र उद्यममा के कति खर्च लाग्छ, भन्नेजस्ता कुराहरूका बारेमा हामीले चर्चा गर्यौं। तर यस्ता कुरा मन मनमा सोचेर राख्ने नभई लिखित रूपमै बनाउनु राम्रो हुन्छ।

५.५.१ त्यवसायिक योजना कसरी बनाउने ?

सबैभन्दा पहिले आफूले हासिल गरेको अनुभवलाई आफूले गर्न लागेको व्यवसायमा प्रयोग गर्ने भन्ने कुरा छोटकरी रूपमा खुलाउनु पर्दछ। त्यसपछि तल लेखिएअनुसार आफ्ना कुरा प्रष्ट पार्दै जानु पर्छ।

१. उत्पादन गर्ने वस्तु वा सेवा

आफूले गर्न लागेको व्यवसायबाट के कस्ता वस्तु उत्पादन गर्ने वा के सेवा दिने भन्ने कुरा खुलाउनु पर्छ। सरसामान वा वस्तु उत्पादन गर्ने हो भने त्यसको गुणस्तर कस्तो हुने, त्यसको आकार, तौल, रङ, कति प्रकारका वस्तु उत्पादन गर्ने हो, त्यसको कच्चा पदार्थ कहाँ पाइन्छ, भन्ने कुरा खुलाउनु पर्दछ। उदाहरणका लागि, खुवा (कुराउनी) बनाउने उद्योग सुरु गरियो भने वरपर दूध उत्पादन कतिको हुने गरेको छ ? सबै मौसममा दूध पाइन्छ, कि पाइँदैन भन्ने जस्ता कुरामा पहिले नै विचार पुऱ्याउनु पर्दछ।

यस्तै, सेवामूलक लघु उद्यम सञ्चालन गर्ने हो भने के कस्तो खालको सेवाको किसिम, त्यो बजारमा भइरहेका अरू त्यस्तै खालका सेवाभन्दा के कुरामा राम्रो छ भन्ने कुरा खुलाउनु पर्छ। उदाहरणका लागि सेवाको गुणस्तर, मूल्य (सस्तो महँगो), सेवामा कुनै समयसम्म प्रत्याभूति (विश्रिष्टमा मर्मत सम्भार गरिदिने ग्यारेण्टी) दिइने हो कि ? आदि कुरा खुलाउनु पर्छ।

२. व्यवसाय स्थापना गर्ने ठाउँ

व्यवसाय स्थापना गर्ने ठाउँले पनि व्यवसायको लागत बढाउने वा घटाउने हुन्छ । खुद्रा व्यापार वा सिलाई कटाई वा सामान मर्मत सम्भारजस्तो सेवामूलक काम छ भने वरपर धेरै मानिसहरू भएको ठाउँ अर्थात् मुख्य बजार नजिकै राम्रो हुन्छ । कोठा भाडा सस्तो पाइयो भन्दैमा मानिस नै नपुग्ने ठाउँमा यस्ता व्यवसाय सञ्चालन गर्नु हुँदैन । त्यस्तै, उत्पादनमूलक व्यवसाय सञ्चालन गर्ने हो भने कच्चा पदार्थ नजिकै पाइने ठाउँ पानी, बिजुली, यातायात सुविधा भएको ठाउँ रोज्नु पर्दछ । राम्रो ठाउँ रोजियो भने व्यवसायको लागत धेरै घट्न गई बढी मुनाफा हुन्छ । उदाहरणका लागि सस्तो जग्गा जमिन, राम्रो हावापानी, सस्ता कामदार भएको ठाउँमा होटल व्यवसाय सुरु गरियो, तर त्यहाँ ग्राहक आइपुग्दैनन् भने त्यस व्यवसायबाट मुनाफा कमाउन सकिँदैन ।

३. बजार क्षेत्र

आफूले उत्पादन गर्ने वस्तु वा सेवाको किसिम, त्यसको सम्भावित बजार, यातायातको सुविधा तथा वितरणको सुविधा के कस्तो खालको छ, यस्तो उत्पादन वा सेवा अरूले पनि गरिरहेका छन् कि ? त्यसो हो भने आफ्नो उत्पादन वा सेवाको मूल्य घटाएर वा गुणस्तर बढाएर आफू बजारमा कसरी टिक्ने भन्ने कुरा सोचेर बजारमा आफ्नो वस्तु/सेवा बिक्री वितरण गर्ने योजना गर्नुपर्दछ । उदाहरणका लागि, अकबरे खुसानीको अचार उच्चम चलाउने हो भने नजिकैको बजारमा अचार बिक्रि कि बिक्रिदैन, टाढाको बजारमा अचार पुऱ्याउने उपाय छ कि छैन भन्ने कुरामा ध्यान दिनु पर्छ ।

कहिलेकाहीं आफ्नो उत्पादन क्षेत्रभन्दा टाढाका बजारमा पनि आफ्नो वस्तुको माग हुन सक्छ । उदाहरणका लागि, तेह्रथुमको अकबरे खुसानीको अचार र ढाका, उदयपुरको सिस्नुको धुलो, गुल्मीको कफी वा सल्यानको अदुवा क्याण्डीको माग काठमाडौंको बजारमा हुने गर्छ । यसका लागि काठमाडौंमा एकजना सम्पर्क व्यक्ति राखेर उसलाई नियमित रूपमा सामान पठाईदिने गर्न सकिन्छ । कहिलेकाहीं सञ्चालन हुने औद्योगिक मेलाहरूमा आफ्ना उत्पादनहरू राखेर पनि मानिसहरूको ध्यान तान्नुपर्ने हुन्छ । यस्ता कुरालाई पनि व्यवसायिक योजनामा उल्लेख गर्नु पर्दछ ।

४. उत्पादन र बिक्री लक्ष्य

आफूले कस्ता-कस्ता वस्तु कति संख्यामा उत्पादन गर्ने हो ? बिक्री वितरण गर्ने योजना गरेको बजार क्षेत्रका उपभोक्ताहरूले अन्य उद्यमीहरूले उत्पादन गरेका त्यस्तै किसिमका वस्तु/सेवाको के कति उपभोग गरिरहेका छन्, तिनीहरू ठूला साना कस्ता छन् ? उनीहरूको वस्तु वा सेवा र आफ्नो वस्तु र सेवा उस्तै छ कि फरक छ, फरक छ भने के कुरामा फरक छ भन्ने कुराको राम्रो हेक्का राख्नु पर्छ । यस्ता कुरामा राम्रो ज्ञान भयो भने समय-समयमा उत्पादन बढाउने, घटाउने, त्यसको गुणस्तर खस्कन नदिने, उचित भाउ कायम गर्ने कुरामा बेलैमा ध्यान दिन सकिन्छ । यस्तो ज्ञान भएन भने उत्पादन आफ्नो गोदाममा थुप्रिँदै जान्छ । यसबाट एकातिर उत्पादित वस्तु बिग्रने डर हुन्छ भने अर्कातिर पुँजी फस्छ र उत्पादन महँगो पर्न जान्छ ।

५. उत्पादन गर्ने तरिका वा विधि

वस्तु वा सेवाको उत्पादन कसरी गरिन्छ वा कुन विधि वा तरिकाबाट उत्पादन गर्ने भन्ने कुरालाई व्यवसायीले व्यवसायिक योजनामा खुलाउनु पर्दछ । यसबाट व्यवसायमा कतिजना दक्ष कामदार चाहिन्छ, कस्तो मेसिन औजार तथा भाँडाकुँडाको आवश्यकता पर्दछ र कति समयमा कति वस्तु उत्पादन हुन्छ भन्ने कुरा छर्लङ्ग हुन्छ ।

६. आवश्यक पर्ने स्थिर सम्पत्ति

व्यवसाय सञ्चालन गर्न के कति घर, टहरा, जग्गा, मेसिन औजार, फर्निचर, भाँडाकुँडा तथा सवारी साधन आवश्यक पर्दछ भन्ने कुराको बारेमा राम्रोसँग अनुमान गर्नुपर्दछ । एकपटक लगानी गरेपछि लामो समयसम्म टिक्ने भएकाले यिनलाई स्थिर सम्पत्ति भनिएको हो । यस्ता सामग्री चाहिनेभन्दा बढी अनुमान गरियो भने तिनमा बढी पुँजी लगानी पर्ने हुन्छ र अनावश्यक रूपमा बढी ब्याज तिरिराख्नुपर्ने हुन्छ । बढी ब्याज तिरेपछि व्यवसायको लागत बढ्न गई आफ्नो वस्तु वा सेवाको लागत बढ्न जान्छ । यस्तो भयो भने बजारको प्रतिस्पर्धामा आफू पछि परिन्छ । व्यवसायिक योजना बढी खर्चिलो देखिएमा बैंक, सहकारीजस्ता संस्थाले ऋण नदिन सक्छन् ।

व्यवसायका लागि प्रयोग हुने मेसिन, औजार, भाँडाकुँडा, फर्निचर, टहरा वा अन्य सरसामान सधैं टिक्दैनन् । सबै कुराको जस्तै तिनको पनि निश्चित आयु हुन्छ । प्रयोग गरेको निश्चित अवधिपछि ती पुराना हुन्छन्, बिग्रन्छन् । त्यसैले यस्ता सम्पत्तिको मूल्यलाई आयुले भाग गरेर कर कार्यालयले तोकेको दरअनुसार बर्सेनी यसको मूल्य घटाउनुपर्ने हुन्छ । यसलाई 'हास कट्टी' भनिन्छ ।

७. कच्चा पदार्थ आवश्यकता, उपलब्धता र त्यसको लागत

आफूले सोचे जति वस्तु/सेवा उत्पादन गर्न लाग्ने कच्चा पदार्थको लेखाजोखा गर्नु पर्दछ। एक इकाई अर्थात् एउटा उत्पादन गर्न एक दिनमा, एक महिनामा र वार्षिक रूपमा कति कच्चा पदार्थ चाहिन्छ, भन्ने लेखाजोखा गरेमा एक इकाईको मोल कति पर्छ र दैनिक, मासिक र वार्षिक रूपमा सालाखाला कति कच्चा पदार्थ चाहिन्छ, र त्यसको लागत कति पर्छ, भन्ने थाहा हुन्छ।

कच्चा पदार्थको भाउ कति छ, त्यसको ढुवानी गर्न कति खर्च लाग्छ, वर्षेभरि पाइन्छ कि पाइँदैन भन्ने कुरामा पनि धेरै ध्यान दिनुपर्ने हुन्छ। उदाहरणका लागि, नेपाली कागज बनाउने लोक्ता सधैंभरि पाइँदैन। लोक्ता एकपटक ल्याएर भण्डारण गर्नुपर्ने हुन्छ। अर्को कुरा, लोक्ता सामुदायिक वनको सिफारिसबिना ल्याउन पाइँदैन।

कुनैकुनै व्यवसाय त कच्चा पदार्थले गर्दा चाहेर पनि वर्षभरि उत्पादन गर्न सकिँदैन। उदाहरणका लागि, चिया प्रशोधनको काम वर्षभरि गर्न सकिँदैन। चियापत्ती उत्पादन नहुने हिउँदको समयमा उच्चमलाई आवश्यक पर्ने दाउरा, प्याक गर्ने बट्टा र प्लास्टिकहरूको जोहो गर्नु पर्दछ। यस्तो खालको व्यवसायमा मौसमी कामदार (काम भएका बेला मात्र रोजगारी पाउने कामदार) हरूको व्यवस्था गर्नुपर्ने हुन्छ।

यसैगरी कुनैकुनै व्यवसायका लागि चाहिने कच्चा पदार्थ कुनै मौसममा ज्यादै महँगो हुने भएकाले अलि सस्तो भएपछि मात्र खरिद गर्नुपर्ने हुन्छ। नत्र उत्पादन लागत बढ्न गई घाटा हुने सम्भावना हुन्छ। यस्ता कच्चा पदार्थलाई उत्पादन नहुञ्जेल सुरक्षित तरिकाले भण्डारण गरेर राख्नुपर्ने हुन्छ।

८. आवश्यक कामदार लागत

व्यवसायमा काम गर्ने कामदारहरूलाई कामको सम्बन्धका आधारमा दुई भागमा विभाजन गर्न सकिन्छ। ती हुन्-

- ❖ प्रत्यक्ष कामदार- वस्तु उत्पादन गर्ने काममा संलग्न हुने कामदारलाई प्रत्यक्ष कामदार भनिन्छ।
- ❖ अप्रत्यक्ष कामदार- वस्तु उत्पादनसँग सीधा सम्बन्ध नभएका तर उद्योगलाई चाहिने लेखापाल, बिक्रेता, चौकीदार, बजार प्रवर्धकहरूलाई अप्रत्यक्ष कामदार भनिन्छ।

यसैगरी, कामको सीप वा दक्षताका आधारमा कामदारहरूलाई तीन भागमा विभाजन गर्न सकिन्छ। ती हुन्-

- ❖ दक्ष कामदार- मेसिन चलाउन जान्ने, तालिम लिएका र सम्बन्धित कामको राम्रो अनुभव भएका कामदारहरूलाई दक्ष कामदार भनिन्छ। यिनको तलब/ज्याला अरूको भन्दा बढी हुन्छ।
- ❖ अर्धदक्ष कामदार- दक्ष कामदारले जस्तो सीप हासिल गरिनसकेका तर केही काम जानिसकेका कामदारहरूलाई अर्धदक्ष कामदार भनिन्छ। यिनको तलब/ज्याला दक्षको भन्दा कम र अदक्षको भन्दा बढी हुन्छ।
- ❖ अदक्ष कामदार- उद्यमका लागि कच्चा पदार्थ, इन्धन, पानी ओसार्ने, उत्पादित सामान भण्डारण गर्नेजस्ता कुनै पनि सीप नचाहिने, खालि बलको काम गर्ने कामदारहरूलाई अदक्ष कामदार भनिन्छ।

उद्योगको प्रकार अनुसार पनि कामदारहरूलाई विभाजन गर्न सकिन्छ। ती हुन्-

- ❖ पूर्णकालीन कामदार- उद्यमका लागि बाह्रै महिना आवश्यक पर्ने कामदारहरूलाई पूरा अवधिको अर्थात् पूर्णकालिक कामदार भनिन्छ। यस्ता कामदारहरू प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष, दक्ष, अर्धदक्ष वा अदक्ष, जो पनि हुन सक्छन्।
- ❖ मौसमी कामदार- विशेष मौसममा मात्र सञ्चालन हुने खालका उद्यमहरूमा कामको चाप बढी भएको बेलामा केही समयका लागि लिइने कामदारहरूलाई मौसमी कामदार भनिन्छ। यिनीहरूले तोकिएको काम सकिएपछि विदा पाउँछन्। यसका लागि उनीहरूसँग त्यस्तै खालको सम्झौता गर्नुपर्दछ।

व्यवसायिक योजनामा आफ्नो व्यवसायका लागि माथि उल्लेख गरिएका के, कस्ता, कतिजना कामदार चाहिन्छन् र उनीहरूलाई के कति ज्याला वा तलब दिनुपर्छ भन्ने कुरा उल्लेख गर्नुपर्छ। यसले व्यवसायको वास्तविक लागत पत्ता लगाउन सहयोग पुऱ्याउँछ।

९. अन्य शीर्षभार खर्च

वस्तु/सेवा उत्पादन गर्दा लाग्ने कच्चा पदार्थ र कामदार बाहेकका खर्चहरू जस्तै- घर भाडा, मर्मत-सम्भार, मसलन्द, यातायात, ढुवानी, पानी, बिजुली, टेलिफोन, चिया-खाजा तथा अन्य भैपरी आउने खर्चहरूलाई अन्य खर्च भनिन्छ। यस्ता खर्चहरूमा कुनै एक हदसम्म उत्पादनमा तल माथि हुँदा खर्चको रकममा खास तल माथि हुँदैन। त्यसैले यस्ता खर्चहरू घटाउन सकियो भने वस्तु/सेवा उत्पादन गर्न लाग्ने लागत कम गर्न सकिन्छ।

१०. प्रति इकाई लागत

कच्चा पदार्थ खर्च, कामदार खर्च र अन्य खर्च जोडेर लाग्ने रकमलाई उत्पादन गरिएको वस्तुको परिमाण वा संख्याले भाग गरेर वस्तु/सेवाको प्रति इकाई लागत निकाल्न सकिन्छ। खर्चहरूको हिसाब धेरैजसो महिनावारी रूपमा गरिन्छ। यसरी प्रति इकाई लागत निकाल्दा मासिक खर्च हिसाब गरिएको भए मासिक उत्पादन परिणामले र वार्षिक खर्च हिसाब गरिएको भए वार्षिक उत्पादन परिमाणले भाग गर्नुपर्दछ। यस अवस्थामा ह्यास कट्टी र ब्याजलाई जोडिँदैन किनभने यस अवस्थामा हाल कति ऋण चाहिन्छ, पत्ता लागेको छैन भने ह्यास कट्टी भनेको नगद खर्च होइन।

११. आवश्यक कुल पुँजी

कुल पुँजीको आवश्यकतालाई तीन भागमा विभाजन गर्न सकिन्छ- स्थिर पुँजी, उत्पादन अधिको खर्च र चालू पुँजी। अर्को शब्दमा, यी तीन किसिमको पुँजीको जोडलाई नै कुल पुँजी भनिन्छ।

- ❖ स्थिर पुँजी : घर, टहरा, कारखाना, मेसिन, औजार, फर्निचर, भाँडाकुँडाजस्ता धेरै समयसम्म टिक्ने सम्पत्ति खरिद गर्न चाहिने रकमलाई स्थिर पुँजी भनिन्छ।
- ❖ उत्पादन अधिको खर्च : उत्पादन सुरु गर्नुअघि लाग्ने खर्चहरू जस्तै- तालिम खर्च, बजार अनुसन्धान खर्च, दर्ता खर्च, नमुना उत्पादन खर्च, व्यवसाय योजना निर्माणमा गरिएको खर्च आदिलाई उत्पादन अधिको खर्च भनिन्छ।
- ❖ चालू पुँजी : व्यवसायलाई सुचारु रूपले सञ्चालन गर्न सधैं आवश्यक पर्ने नगद वा अन्य पुँजीलाई चालू पुँजी भनिन्छ। यस्तो पुँजीको अभावमा व्यवसाय सञ्चालन गर्न नसकिने भएकाले यसलाई सञ्चालन पुँजी पनि भनिन्छ। चालू पुँजीअन्तर्गत निम्न कुराहरू पर्दछन् :

» कच्चा पदार्थ जम्मा गर्ने (मौज्दात) : उत्पादन सुरु गरेपछि, रोकन मिल्दैन। रोकियो भने कामदारले काम पाउँदैनन् र बजारमा उत्पादित वस्तु पुऱ्याउन सकिँदैन। त्यसैले काम सुचारु राख्न व्यवसायलाई चाहिने कच्चा पदार्थ पर्याप्त मात्रामा राख्नुपर्छ। कुनै कुनै मौसममा कच्चा पदार्थ पाउन गाह्रो हुन्छ, कहिलेकाहीं यातायातको कठिनाई हुन्छ, र कहिलेकाहीं कारखानासम्म ल्याउन समय लाग्ने हुन्छ। यस्तो अवस्थामा पनि उत्पादन नरोकियोस् र साथसाथै धेरै ठूलो पुँजी पनि कच्चा पदार्थमा नफसोस् भन्नका लागि विचार गरेर कच्चा पदार्थ जम्मा गर्नु पर्दछ। कच्चा पदार्थको अवस्था हेरी साधारण अवस्थामा एक/दुई हप्तादेखि एक महिनासम्मका लागि कच्चा पदार्थ राख्न सकिन्छ। कागज बनाउन चाहिने लोक्ता लामो समयसम्म राख्न सकिन्छ, भने जुस, केचअप बनाउन चाहिने फलफूल, गोलभेंडा जस्ता तरुन्तै सड्ने, बिग्रने कच्चा पदार्थ भण्डारण गर्नु परेमा बजारमा पाइने प्रिजर्भेटिभ हाल्नुपर्ने हुन्छ।

- » तयारी वस्तुको मौज्जात : बिक्री गर्ने ठाउँसम्म नपुऱ्याइसकेको तयारी वस्तु राम्ररी राख्नुपर्छ । बिक्रीताले माग गरेबमोजिमको तयारी वस्तु दिन सकिएन भने अर्कोपटकदेखि उनीहरूले अन्तैबाट मगाउन थाल्छन् र आफ्नो व्यवसाय चौपट हुन्छ ।
- » अर्धतयारी वस्तुको मौज्जात : उत्पादन सुरु भएको तर तयारी भइनसकेको वस्तुमा लाग्ने लागतलाई यस कोटीमा राखिन्छ ।
- » उधारो बिक्री : ग्राहकलाई सामान बिक्री गरिसकिएको तर भुक्तानी प्राप्त नभएको सामानको लागतलाई उधारो बिक्री लागत भनिन्छ ।
- » नगद : कामदारलाई ज्याला/तलब दिन र उद्यमलाई चाहिने अन्य खर्च (अन्य शीर्षभार) का लागि छुट्याउनुपर्ने रकमलाई नगद भनिन्छ ।

१२. पुँजीको स्रोत

सबै कुराको हिसाब गरेर उद्यमका लागि कुल पुँजी कति आवश्यक पर्छ, भन्ने लगभग थाहा हुन्छ । उक्त पुँजी कहाँबाट ल्याउने भन्ने कुरा नै पुँजीको स्रोत हो । पुँजी आफैले मात्र लगानी गर्ने हो वा बैंक, सहकारी, साथीभाइ, नातेदार आदिबाट कति ऋण लिने हो भन्ने सुनिश्चित गर्नुपर्दछ । बैंक वा वित्तीय संस्थाबाट ऋण लिने भए धितो के राख्ने भन्ने पनि पहिले नै निश्चित गर्नुपर्दछ ।

१३. बिक्री मूल्य निर्धारण

बिक्री मूल्य निर्धारण भनेको आफूले उत्पादन गरेको वस्तु कति रुपैयाँमा बेच्ने भन्ने कुराको हरहिसाब गर्नु हो । यसका लागि वस्तु उत्पादन गर्नुअघि वस्तु सेवाको अन्तिम लागत निकाल्नु पर्दछ । प्रति इकाई उत्पादन लागतमा प्रति इकाई ब्याज र ह्यास जोडे पछि अन्तिम लागत निस्कन्छ । वार्षिक ब्याज र ह्यासलाई वार्षिक उत्पादन परिमाणले भाग गरेपछि प्रति इकाई ब्याज र ह्यास निस्कन्छ । अन्तिम लागत हिसाब गरिसकेपछि बिक्री मूल्य निकाल्ने साधारणतया निम्नअनुसारका तीन तरिका छन्-

- » लागतमा थप तरिका : वस्तु/सेवा उत्पादन गर्न लागेको अन्तिम वा कुल लागतमा केही प्रतिशत नाफा थप गरेर बिक्री मूल्य निर्धारण गरिन्छ ।

- » तुलनात्मक तरिका : आफूले उत्पादन गर्ने जस्तै किसिमको बजारमा पाइने वस्तु/सेवाको मूल्य गुणस्तरसँग आफ्नो वस्तुको तुलना गरी मूल्य निर्धारण गरिन्छ ।
- » ग्राहकको क्षमता अनुसार : यो तरिका प्रस्तावित वस्तु/सेवाको बजारमा हुने माग र आपूर्तिमा आधारित हुन्छ । बजारको मागअनुसार बजारले कति तिर्न सक्छ, सोही आधारमा मूल्य निर्धारण गरिन्छ ।

१४. पहिलो वर्षको नाफा नोक्सान हिसाब

सबभन्दा पहिले वस्तु/सेवाको बिक्रीबाट वार्षिक आम्दानी कति हुन्छ, हिसाब निकाल्नु पर्दछ । वार्षिक बिक्री लक्ष्यलाई प्रति इकाई बिक्री मूल्यले गुणन गरी बिक्रीबाट हुने वार्षिक आम्दानी निकाल्न सकिन्छ । यसरी निस्केको आम्दानीबाट सबै वार्षिक खर्चहरू - कच्चा पदार्थ, कामदार, अन्य खर्च, ब्याज र ह्यासकट्टी- घटाई के कति नाफा या नोक्सान भयो थाहा पाउन सकिन्छ । यदि नाफा आएको छ भने यस्तो नाफालाई कर तिर्नुअघिको खुद नाफा भनिन्छ ।

१५. लगानीमा प्रतिफल

प्रस्तावित उद्योग/व्यवसाय गर्नु ठीक छ, छैन भन्ने निर्णय लिनुअघि आफूले गरेको लगानीअनुसार फाइदा हुन्छ, हुँदैन वा कतिको फाइदा हुन्छ भनेर हेर्नु उचित हुन्छ । यदि लगानी (कुल पुँजी) को अनुपातमा नाफाको प्रतिशत धेरै कम छ भने त्यस्तो व्यवसायमा लगानी गर्नु त्यति फाइदाजनक हुँदैन । लगानीको प्रतिफल निकाल्दा निम्नअनुसार गर्न सकिन्छ :

$$\text{लगानीमा प्रतिफल} = \frac{\text{वार्षिक नाफा}}{\text{कुल पुँजी}} \times १०० \text{ हुन्छ}$$

उद्यमीको नाम :

व्यवसायको नाम :

ठेगाना :

**१: व्यवसायको उद्देश्य, उत्पादन गर्ने वस्तु / सेवाको पहिचान,
सीप क्षमता विश्लेषण, स्रोत पहिचान, समस्या र चुनौती विश्लेषण**

क) व्यवसाय गर्नुको व्यक्तिगत उद्देश्य:

.....
.....
.....
.....
.....

ख) लगानी गर्ने जम्मा पुँजी:

.....
.....

ग) उत्पादन गर्ने वस्तु / सेवा:

.....
.....

घ) व्यवसाय स्थापना गर्ने स्थान:

.....
.....
.....

ङ) स्रोत पहिचान र विश्लेषण:

.....
.....
.....
.....
.....

च) सीप पहिचान र विश्लेषण:

.....
.....
.....
.....
.....

छ) समूहको भूमिका र आवश्यकता:

.....
.....
.....
.....
.....

.....
ज) व्यवसायिक क्षमता र व्यवसायिक इतिहास:

.....
.....
.....
.....
.....

भ) समस्या तथा चुनौती :

.....
.....
.....
.....
.....

त्र) समस्या समाधानका उपायहरू :

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

२: बजार पहिचान र विश्लेषण - उत्पादनको बजार कहाँ छ ?

लक्षित गरेको बजारमा उपभोग गर्ने कति छन्,

प्रतिस्पर्धीको अवस्था कस्तो छ ?

प्रतिस्पर्धीले कस्ता वस्तु बिक्री गरिहेको छ ?

उपभोक्ताले कस्तो वस्तु मन पराउँछन् ?

क) लक्षित बजार क्षेत्र :

.....
.....
.....

ख) विशेष लक्षित समूह :

.....
.....
.....

ग) उत्पादन तथा बिक्री लक्ष्य :

.....
.....
.....

घ) उत्पादन प्रक्रिया र विधि :

.....
.....
.....

ड) उत्पादनको विविधिकरण:

.....

.....

.....

.....

च) उत्पादनको बजार मुल्यको सूचना संकलन :

.....

.....

.....

.....

३: जनशक्ति र समय व्यवस्थापन

क) आवश्यक जनशक्तिको पहिचान :

.....

.....

.....

.....

ख) समयमै उत्पादन गर्न तथा बिक्री गर्नका लागि रणनीति निर्माण :

.....

.....

.....

.....

ग) वस्तु उत्पादन तथा बिक्री गर्न आवश्यक आफ्नो समय तालिका बनाउने :

दिनमा कति घन्टा	
हप्तामा कति दिन	

घ) व्यवसायलाई चाहिने आवश्यक काम गर्नका लागि परिवार, बाहिरी कामदार तथा समूहको समय तालिकाको विश्लेषण

समय	परिवारको सदस्य	बाहिरी कामदार	समूह
दिनमा कति घन्टा			
हप्तामा कति दिन			
महिनामा कति दिन			

४ : उत्पादन कार्ययोजना

क) आवश्यक कच्चा पदार्थ पहिचान तथा व्यवस्थापन:

.....

.....

.....

.....

ख) बीउ विजन, मल व्यवस्थापन तथा रोप्ने जमिनको छनोट (कृषिजन्य उद्यमका लागि):

.....

.....

.....

.....

ग) सिंचाई तथा पानी व्यवस्थापन (कृषिजन्य उद्यमका लागि) :

.....

.....

.....

.....

घ) आवश्यक मेसिन तथा औजार व्यवस्थापन:

.....

.....

.....

ड) उत्पादनको मौसमी पात्रो:

महिना गतिविधिहरू	बैशाख	जेठ	असार	साउन	भदौ	असोज	कात्तिक	मंसिर	पौष	माघ	फाल्गुन	चैत्र

५: खर्च आम्दानी तथा वित्तीय विश्लेषण

क) आवश्यक जनशक्तिको पहिचान :

क्र.सं.	आवश्यक कच्चा पदार्थ, कामदार, मेशिन, औजार आदिको विवरण	इकाई/संख्या	प्रति इकाई लागत	जम्मा लागत	कैफियत
आवश्यक कुल पूँजी					

ख) कुल आम्दानी: = बिक्री गरिएको वस्तुको संख्या x बिक्री दर

ग) कुल नाफा/नोक्सानी = कुल आम्दानी - आवश्यक कुल पूँजी

घ) लगानीमा प्रतिफल: = $\frac{\text{वार्षिक नाफा}}{\text{कुल पूँजी}} \times 100$

ङ) पूँजीको स्रोत: अ) स्व-लगानी

आ) ऋण

निष्कर्ष: वस्तुको बजार, प्रविधि, कच्चा पदार्थ तथा कामदारको उपलब्धता, वित्तीय विश्लेषण आदिको आधारमा प्रस्तावित व्यवसाय गर्न सकिन्छ, कि सकिदैन, सो बारेमा निष्कर्ष निकाल्नु पर्दछ ।

५.६.१ व्यवसायिक योजनाका केही उदाहरणहरू

१) अकबरे खुर्सानीको अचार बनाउने व्यवसायिक योजना

आइती लिम्बुसँग अचार बनाउने सीप छ। उनले अचार बनाउने तालिम लिएर केही वर्ष घरकै उपयोगका लागि मात्र अचार बनाउने गरेकी थिइन्। अब उनलाई स्वादिलो अचार बनाउने धेरै तरिका थाहा भइसकेको छ। त्यसैले उनले यसलाई उद्योगकै रूपमा अधि बढाउने विचार गरिन्।

यसका लागि उनले श्रीमानसँग मिलेर व्यवसायिक योजना बनाइन्। यस व्यवसायका लागि उनले ३० हजार रुपैयाँ छुट्याएकी छिन्।

आइती लिम्बुको व्यवसायिक योजना यस्तो छ :

नाम: आइती लिम्बु

व्यवसायको नाम: अकबरे खुर्सानी अचार उद्योग

ठेगाना: ओखे, तेह्रथुम

१: व्यवसायको उद्देश्य, उत्पादन गर्ने वस्तु/सेवाको पहिचान, सीप क्षमता विश्लेषण, स्रोत पहिचान, समस्या र चुनौती विश्लेषण

क) व्यवसाय गर्नुको व्यक्तिगत उद्देश्य: अकबरे खुर्सानी अचार व्यवसायको माध्यमबाट आयआर्जन गर्दै आर्थिक रूपमा आत्मनिर्भर बन्ने जसले गर्दा आफ्नो आर्थिक अवस्था मात्र नभएर अरूले घर परिवारलगायत समुदायले आफूलाई गर्ने व्यवहारमा परिवर्तन आओस्। साथै समुदायमा सफल उद्यमीको रूपमा आफूलाई चिनाउने।

ख) आफूसँग लगानी गर्न भएको जम्मा पुँजी: रु ३०,०००।-

ग) उत्पादन गर्ने वस्तु: अकबरे खुर्सानीको मसाला अचार

घ) व्यवसाय स्थापना गर्ने स्थान: आफ्नै घर छेउमा टहरा निर्माण

ङ) स्रोत पहिचान र विश्लेषण: अचार बनाउनका लागि गाउँमा पर्याप्त अकबरे खुर्सानी उत्पादन हुन्छ, चाहिने मरमसला र बट्टाहरू नजिकैको बजारमा किन्न पाइन्छ, भाँडा कुडाँहरू घरमै छन्, जोख्ने ढक तराजु र बट्टा बन्द गर्ने मेशिन पनि नजिकैको बजारमा किन्न पाइन्छ, कामदारहरू पनि गाउँमै पाइन्छन् र थप पुँजी आवश्यक भएमा गाउँमै भएको महिला समूहबाट पनि लिन सकिन्छ ।

च) सीप पहिचान र विश्लेषण: परम्परागत सीपसँगै नयाँ विधि तरिकाअनुसार अचार बनाउने तालिम पनि लिएकी छु । अब खर्च आम्दानीको विवरण राख्ने ज्ञान सीप लिन आवश्यक छ ।

छ) समूहको भूमिका र आवश्यकता: समूहले आवश्यक पुँजी र समय-समयमा सल्लाह सुझाव प्रदान गर्ने हुनाले मेरो व्यवसायमा सुचारु रूपमा चलन समूहको पनि महत्वपूर्ण भूमिका रहन्छ ।

ज) व्यवसायिक क्षमता र व्यवसायिक इतिहास: यसभन्दा अघि व्यवसायिक तरिकाले कुनै पनि आयआर्जनका कामहरू गरेको छैन र परिवारका अन्य सदस्यले पनि गरेका छैनन् । तर परिवारसँगको सरसल्लाह र साथ, बजारको विश्लेषण, आवश्यक तालिम, समूहको साथले गर्दा मैले यो व्यवसाय राम्रोसँग सञ्चालन गर्न सक्छु भन्ने विश्वास छ ।

झ) समस्या तथा चुनौती: बजारमा ताजा अकबरे खुर्सानीको मूल्य नै बढी भएकोले यसले अचारको बिक्री मूल्यलाई पनि बढी बनाउँदछ जसले गर्दा उपभोक्ताले त्यति मूल्य खर्च गरेर अचार खान नचाहने सक्छन् ।

ञ) समस्या समाधानका उपायहरू: अचारको गुणस्तरलाई कायम राखी उपभोक्ताले खरिद गर्न सक्ने क्षमतालाई ध्यानमा राख्दै विभिन्न तौल र परिमाणका अचारका प्याकहरू बनाउने र मूल्य निर्धारण गर्ने, माग बढी भएको बजारलाई केन्द्रित गर्ने र बिक्री वितरणका लागि बजार प्रतिनिधि त्यहाँ राख्ने ।

२: बजार पहिचान र विश्लेषण - उत्पादनको बजार कहाँ छ ? लक्षित गरेको बजारमा उपभोग गर्ने कति छन् ? प्रतिस्पर्धीको अवस्था कस्तो छ? प्रतिस्पर्धीले कस्ता वस्तु बिक्री गरिरहेको छ ? उपभोक्ताले कस्तो वस्तु मन पराउँछन् ?

क) लक्षित बजार क्षेत्र : नजिकैको शुक्रवारे बजार, म्याङलुङ बजार, धरान र काठमाडौं

ख) विशेष लक्षित समूह: बजार क्षेत्रमा बस्ने सबै व्यक्ति र समुदाय जो अकबरे खुर्सानीको स्वादका पारखी छन् ।

ग) उत्पादन तथा बिक्री लक्ष्य: सुरुका वर्षमा ३० किलो खुर्सानीको अचार निम्नअनुसार प्याकेजिङ गरी बिक्री गर्ने योजना रहेको छ ।

» २०० ग्राम तौलका २५० बट्टा रु २००/- को दरले बिक्री गर्ने

घ) उत्पादन प्रक्रिया र विधि : ताजा खुर्सानीलाई पखालेर सुकाउने ।

» अचारका लागि आवश्यक तेल मसालाहरू तयार गर्ने । अचार बनाउने बेलामा मसाला तयार गर्दा धेरै मिहिनेत र समय लाग्छ । त्यसैले कामदार पनि धेरै लाग्छ ।

» अचारको बट्टामा टाँस्न लेबल स्टिकर र उद्योग चिन्ह छाप तयार पार्ने ।

» खुर्सानी र मसाला मोली सकेपछि त्यसलाई नापतौल गर्दै बट्टामा राख्ने र लेबल स्टिकर लगाई सिल गर्ने ।

ङ) उत्पादनको विविधिकरण: सुरुका वर्षमा मसाला अचार तयार गरी बिक्री गर्ने र त्यसबाट हुने मुनाफालाई हेर्दै लेदो अचार, नुन तथा भिनेगरमा डुवाएको अचार आदि तयार गर्ने

च) उत्पादनको बजार मूल्यको सूचना संकलन : यसका लागि निरन्तर रूपमा विभिन्न स्थानका बजारमा ताजा अकबरे खुर्सानीको मूल्य कति छ, अचारको कति छ, प्रतिस्पर्धीले कुन मूल्यमा बिक्री गरिरहेको छ भन्ने कुरा आफै वा बजारका एजेन्टहरूसँग जानकारी लिई राख्ने गरेकी छु ।

३: जनशक्ति र समय व्यवस्थापन

क) आवश्यक जनशक्तिको पहिचान: अचार बनाउने धेरैजसो कामहरू आफै र घरपरिवार मिलेर गर्न सकिन्छ। मसाला तयार पार्ने कामका लागि एकजना थप कामदार भए पुग्छ भने उत्पादित अचारलाई बजारसम्म पुऱ्याउनका लागि परिवारको सहयोग चाहिन्छ।

ख) समयमै उत्पादन गर्न तथा बिक्री गर्नका लागि रणनीति निर्माण: अकबरे खुर्सानी उत्पादन हुने सिजनमा अचारको माग एकदम कम हुन्छ र सिजन सकिएपछि धेरै हुन्छ। त्यसैले खुर्सानी टिप्ने सिजनमा खुर्सानीको जोहो गरी अचार बनाउने र ताजा खुर्सानीको सिजन सकिएपछि बजारमा पठाउने। गाउँघरमै पनि विदेशमा कोसेली पठाउनका लागि यसको माग बढ्दो छ। त्यसैले विस्तारै माग र बजार हेरेर उत्पादन बढाउने।

ग) वस्तु उत्पादन तथा बिक्री गर्न आवश्यक आफ्नो समय-तालिका बनाउने

दिनमा कति घन्टा	४
हप्तामा कति दिन	४

घ) व्यवसायलाई चाहिने आवश्यक काम गर्नका लागि परिवार, बाहिरी कामदार तथा समूहको समय- तालिकाको विश्लेषण

समय	परिवारको सदस्य	बाहिरी कामदार	समूह
दिनमा कति घन्टा	२	८	
हप्तामा कति दिन	१	२	
महिनामा कति दिन	७	२	

४: उत्पादन कार्ययोजना

क) आवश्यक कच्चा पदार्थ पहिचान तथा व्यवस्थापन: जीरा धनिया धुलो, तोरी वा रायोको धुलो, नुन, बेसार, एसिटिक एसिड, प्रिजर्वेटिभ, तेल, अदुवा, म्यास वा दाउरा

ख) आवश्यक मेसिन तथा औजार व्यवस्थापन: खुर्सानी राख्ने भाँडा, पखाल्ने बाँटा, पखालेर पानी तार्ने जाली टाँड, मसाला पिस्ने ग्राइन्डर, चक्कु, चपिड बोर्ड, मसाला भुट्ने कराही, पन्थु, अचार मोल्ने डेक्की, अचार हाल्ने बट्टा, जोख्ने ढक पल्ला, सिलप्याक, लेबल स्टिकर

ड) उत्पादनको मौसमी पात्रो

महिना गतिविधिहरू	बैशाख	जेठ	असार	साउन	भदौ	असोज	कात्तिक	मंसिर	पौष	माघ	फाल्गुन	चैत्र
आवश्यक भाँडाकुँडा, मेसिन औजार खरिद	✓	✓										
लेबल स्टिकर बनाउने		✓										
बजार अध्ययन	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
मसाला सामग्री जोहो		✓	✓	✓								
ताजा खुर्सानी जोहो			✓	✓								
अचार बनाउने			✓	✓								
अचार बिक्री गर्ने						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

५: खर्च आम्दानी तथा वित्तीय विश्लेषण

क) आवश्यक कुल पुँजी :

क्र.सं.	आवश्यक कच्चा पदार्थ, कामदार, गेसिन, औजार आदिको विवरण	इकाई/संख्या	प्रति इकाई लागत	जम्मा लागत	कैफियत
१	टहरा निर्माण	१ वटा		६०००१-	
२	अचार मोले डेक्की	२ वटा	१५००	३०००१-	
३	पन्थुँ	२ वटा	३५०	७००१-	
४	बाटा	२ वटा	७५०	१५००१-	
५	चक्कु	३ वटा	१५०	४५०१-	
६	अचार हाल्ने बट्टा	२५० वटा	२०	५,०००१-	
७	प्रिजभेंटिभ	१ पाकेट	१५०	१५०१-	
८	ग्राइन्डर	१ वटा	३५००	३५००१-	
९	कराही	१ वटा	४००	४००१-	
१०	चपिड बोर्ड (गाउँमै पाइने सल्लाको काठको बनाउने कम खर्चका लागि)	२ वटा	३०	६०१-	
११	ताजा खुर्सानी	३० किलो	३००	९०००१-	
१२	तेल	१० लिटर	१३५	१३५०१-	
१३	जीरा धनिया धुलो	२ किलो	२५०	५००१-	
१४	तोरी वा रायोको धुलो	४ किलो	१२५	५००१-	
१५	नुन	२ किलो	२०	४०१-	
१६	एसिटिक एसिड	१ लिटर	१६०	२४०१-	
१७	अदुवा	३० किलो	६०	१८००१-	
१८	दाउरा	१ भारी	२००	२००१-	
१९	सिल प्याक	२५० वटा	१	२५०१-	
२०	लेबल स्टिकर	२५० वटा	२	५००१-	
२१	बाहिरी कामदार १ जना	२ दिन	४००	८००१-	
२२	घरपरिवारको श्रम खर्च	७ दिन	४००	२८००१-	
२३	यातायात खर्च			२५००१-	
२४	१ किलोको ढक पल्ला	१ वटा	६००	६००१-	
आवश्यक कुल पुँजी				४९,८४०१-	

यसअनुसार मैले ३० किलो अकबरे खुर्सानी र ३० किलो अदुवाबाट बाट एकपटकमा ५० किलो अचार बनाउन सक्दछु । ३० किलो अदुवा पखालेर तास्दा २० किलो मात्र रहने र खुर्सानी र अदुवा दुवै पकाउँदा सुक्ने भएकाले तयारी माल ५० किलो मात्र हुने भयो ।

$$\begin{aligned}\text{ख) कुल आमदानी:} &= २५० \text{ बट्टा अचार} \times \text{प्रति बट्टा बिक्री दर रु } २०० \\ &= \text{रु } ५०,०००/-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{ग) कुल नाफा/नोक्सानी} &= \text{कुल आमदानी} - \text{कुल खर्च पुँजी} \\ &= \text{रु } ५०,००० - \text{रु } ४१,८४० \\ &= \text{रु } ८१६०/-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{घ) वार्षिक नाफा} &= \text{कुल नाफा} \times \text{वर्षमा } ५० \text{ किलो अचार बनाएर बिक्री गरेको पटक} \\ &= ८१६० \times १ \\ &= ८१६०/-\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{ङ) लगानीमा प्रतिफल} &= \frac{\text{वार्षिक नाफा}}{\text{कुल पुँजी}} \times १०० \\ &= ५०,००० \times ४१८४० \times १०० \\ &= ११९.५० \%\end{aligned}$$

च) पुँजीको स्रोत: अ) स्वलगानी : आफैसँग रु ३०,००० लगानी पुँजी उपलब्ध छ र बाँकी आवश्यक पुँजी ऋण लिनु पर्दछ ।
आ) ऋण : आवश्यक पुँजी रु ११,८४० समूहबाट ऋण लिनेछ ।

निष्कर्ष: ३० किलो अकबरे खुर्सानी र ३० किलो अदुवाबाट एकपटकमा ५० किलो अचार बन्दछ । त्यसमा पनि पहिलोपटक अचार बनाउन चाहिने भाँडाकुँडा, मेसिन र औजारको व्यवस्थापन र टहरा निर्माण गरिसक्ने र यी कुराहरूमा फेरि लगानी गर्न नपर्ने हुनाले दोस्रो पटकदेखि अचार बनाउँदा यी खर्चहरू काटिन्छ र आमदानी नाफा बढ्दै जान्छ । यसरी खुर्सानीको जोहो गर्दै वर्षमा पाँचपटकसम्म ५० किलो अचार बनाएर बिक्री गर्ने हो भने घरमै बसीबसी राम्रो आमदानी गर्न सकिन्छ । त्यसैले यो व्यवसाय मेरो लागि सजिलो र फाइदाजनक छ ।

यदि उच्चमी व्यवसाय गर्नमा पोख्त भइसकेको छ, आफ्नो व्यवसायलाई सुहाउँदो बजारको अध्ययन, कच्चा पदार्थको उपलब्धता, कामदारदेखि लिएर मेसिन औजारसम्मको जानकारी राख्दछ भने निम्न तरिकाले पनि व्यवसाय योजना तयार गर्न सकिन्छ । तर यसले आवश्यक लगानी, खर्च र आमदानीको पक्षलाई मात्र देखाउँछ । उदाहरणका लागि-

२. डोनट बनाउने व्यवसायिक योजना

लक्ष्मीसँग डोनट बनाउने सीप छ । उनी आफ्नो सीपलाई आम्दानी हुने काममा लगाउन चाहन्छिन् । लक्ष्मीलाई डोनट बनाउने र ग्राहक आकर्षित गरेर धेरै बिक्री गर्ने तरिका थाहा छ । गाउँमा डोनट बनाएर बेच्ने कोही नभएकाले उनले डोनट बनाउने निर्णय गरिन् । उनले परिवारका सदस्यहरूसँग यसबारेमा सल्लाह गरिन् । लक्ष्मी, उनका श्रीमान्, देवर र देउरानी मिलेर व्यवसायिक योजना बनाए । उनका श्रीमान्ले पनि डोनट पकाउन सिकने निधो गरे । उनीहरूले यो काम गर्न एउटा बाखा बेचेर चार हजार पाँच सय रुपैयाँ जम्मा पारेका छन् ।

लक्ष्मीको व्यवसायिक योजना यस्तो छ :

१) व्यवसाय गर्ने स्थान: गाउँको स्कूल अगाडिको ठाउँ

२) लगानी गर्ने जम्मा पुँजी: रु. ४,५००।-

३) सुरु गर्दाको खर्च:

(क) डोनट पकाउने कराही - रु. १,२००।-

(ख) डोनट बनाउने साँचो - रु. १५०।-

(ग) प्लेट १२ वटा - रु. ६००।-

(घ) किस्ती ३ वटा - रु. ३००।-

जम्मा खर्च - रु. २,२५०।-

४) सञ्चालन गर्दाको खर्च :

(क) मैदा २० किलो (प्रति किलो रु. ३० का दरले) जम्मा - रु. ६००।-

(ख) तेल ६ लिटर (प्रति लिटर रु. १३५ का दरले) जम्मा - रु. ८१०।-

(ग) चिनी २ किलो (प्रति किलो रु. ४० का दरले) - रु. ८०।-

(घ) डोनट फुलाउन चाहिने इस्ट २५ ग्राम - रु. ५८।-

(ङ) नुन १०० ग्राम - रु. २।-

(च) दाउरा आधा भारी - रु. १००।-

(छ) लक्ष्मीले डोनट बनाउँदाको ज्याला एक दिनका - रु. १५०।-

जम्मा खर्च - रु. १८००।-

लक्ष्मीले २० किलो मैदाबाट एक दिनमा ४ सय ५० वटा डोनट उत्पादन गर्न सकिने अनुमान गरिन् ।

५) प्रति डोनट उत्पादन लागत :

एक दिनमा ४ सय ५० वटा डोनट उत्पादन गर्दाको जम्मा खर्च १८ सय रुपैयाँलाई उत्पादन भएको ४ सय ५० वटा डोनटले भाग गर्दा आएको रकम हो-
 $१८००/४५० = ४$ रुपैयाँ ।

यसरी एउटा डोनटको उत्पादन लागत ४ रुपैयाँ पर्न आयो ।

६) बजारमा एउटा डोनटको बिक्री मूल्य: ५ रुपैयाँ

७) एउटा डोनटमा नाफा:

(एउटा डोनटको बिक्री मूल्यबाट एउटा डोनटको उत्पादन लागत घटाउने)

५ रुपैयाँ - ४ रुपैयाँ = १ रुपैयाँ

८) १०० वटा डोनटको नाफा:

१ रुपैयाँ: १०० वटा डोनट = १०० रुपैयाँ

९) ४५० वटा डोनटको नाफा: १ रुपैयाँ ४५० वटा डोनट = ४५० रुपैयाँ

१०) लक्ष्मीको मासिक नाफा: ४५० रुपैयाँ \times ३० दिन = $.१३,५००/-$ रुपैयाँ

लक्ष्मीले सुरुमा व्यवसाय सञ्चालनका लागि बनाएको टहरा र किनेको कराही, साँचो, प्लेट आदि सामानहरू उनको स्थिर पूँजीअन्तर्गत पर्छन् । यी सामानहरू सामान्यतया एक वर्षभन्दा बढी खप्ने र उत्पादनको परिमाण घटबढ गर्दा सोही अनुपातमा थपघट गर्नु पर्दैन । यस्ता स्थिर पूँजीअन्तर्गतका सामानहरूमा गरिने खर्चहरूलाई व्यवसाय सुरु गर्दाको खर्च पनि भन्न सकिन्छ ।

त्यस्तै, व्यवसाय सञ्चालन गर्नका लागि आवश्यक पर्ने कच्चा पदार्थ, मजदुर खर्च, दैनिक रूपमा चाहिने अन्य खर्चहरूलाई व्यवसाय सञ्चालन खर्च भनिन्छ। जस्तै- आइतीले खुर्सानी, अदुवा, मसाला, दाउरा, ज्याला अनि लक्ष्मीले मैदा, तेल, चिनी, नुन, दाउरा र ज्यालामा गरे का खर्चहरू व्यवसाय सञ्चालन खर्च हुन्। उत्पादनको परिमाण घटबढको आधारमा यो खर्च पनि घटबढ हुने गर्छ। उद्यमीहरूले बढी सामग्री उत्पादन गर्न खोजेमा बढी सामानहरू किन्नुपर्ने हुन्छ जसका लागि रकम पनि बढी नै खर्च हुन्छ।

कहिलेकाहीं व्यवसाय सुरु गर्ने समयमा व्यवसाय सुरु गर्दाको खर्च सञ्चालन खर्चभन्दा निकै बढी देखिन सक्छ। तर यस्तो अवस्था आउँदैमा व्यवसायी निराश हुनुहुँदैन किनभने सुरु गर्दाको खर्च एकपटक खर्च गरिसकेपछि पटकपटक गर्नु पर्दैन। यसलाई व्यवसाय सञ्चालन गरिसकेपछि आउने नाफासँग पनि जोडेर हेर्नपर्ने हुन्छ। यदि नाफा बढी आउने रहेछ भने सुरु गर्दाको खर्च बढी भए पनि कमाएको नाफाले त्यो लगानीलाई डुब्न दिँदैन।

वस्तुको मूल्य निर्धारण गर्ने बेलामा आफ्नो उत्पादनसँग प्रतिस्पर्धा गर्ने उत्पादनहरूको अवस्था कस्तो छ? त्यसको बजार मूल्य कति छ? यसतर्फ पनि विचार गर्नुपर्छ। यो कुरा विचार नगरी उत्पादनको मूल्य राख्दा आफ्नो मूल्य बढी हुन गई वस्तु बिक्री नहुन पनि सक्छ।

पीरो अकबरेको मीठो आमदानी

करफोक, इलामकी किरण शर्माले चार वर्षअघि घरेलु उद्योग विभागबाट अचार बनाउने तालिम लिएकी थिइन् । उनले केही वर्ष घरकै उपयोगका लागि मात्र अचार बनाइन् । तालिममा सिकेको कुरामा आफ्नो अनुभव जोडेर उनलाई थरीथरीका स्वादिला अचार बनाउने धेरै तरिका थाहा भयो । त्यसैले उनले यसलाई उद्योगकै रूपमा अघि बढाउने विचार गरिन् ।

बजारमा धेरै कम्पनीका थरीथरीका अचार पाइन्छन् । उनको मनमा आफूले कुन अचार बनाउँदा अरूभन्दा नौलो र स्वादिलो होला भन्ने कुरा खेल्न थाल्यो । इलामको अकबरे खुर्सानीको अचार राजधानी काठमाडौं लगायत देशका विभिन्न ठाउँमा लोकप्रिय बन्न थालेकाले उनले पनि अकबरे खुर्सानीको अचार बनाउने निधो गरिन् । स्थानीय हाटबजारमा सजिलै पाइने, गाउँघरमै गएर पनि किन्न सकिने भएकाले कच्चा पदार्थको कुनै समस्या नहुने उनलाई थाहा थियो ।

नजिकैको बजार फिक्कलमा नुन तथा भिनेगरमा डुबाएर राखिएको अकबरे खुर्सानी मनग्य पाइन्छ । इलाम ओहोरदोहोर गर्ने सवारी साधनका यात्रुहरू, काठमाडौंलगायत अन्य ठाउँमा जाने मानिसहरू र कन्याम घुम्न आउने आन्तरिक पर्यटकहरूले खुर्सानीको अचार खुब रुचाउँदा रहेछन् । किरणले आफ्ना श्रीमानसँगै बजारमा गएर बुझ्दा व्यापारीहरूले नै खुर्सानी किनेर त्यसलाई नुन र भिनेगरमा डुबाएर बेच्ने गरेको थाहा पाइन् । ग्राहकहरूले अकबरेको पकाएको अचारको धेरै माग गर्दा रहेछन्, तर अलि ठूलो लगानी तयारी गर्नुपर्ने भएकाले जोसुकैले पकाएको अचार बनाउँदा रहेनछन् । त्यसैले उनले अकबरे खुर्सानीको पकाएको अचारको उत्पादन गर्ने निधो गरिन् । बजारको अवस्था राम्ररी बुझेकाले उनलाई यस काममा हात हाल्ने आँट बढ्यो ।

किरणले यो काम उद्यमकै रूपमा अघि बढाउन 'बरपीपल फ्लेवर' नामको लघु उद्योग घरेलु उद्योग विभाग इलाममा दर्ता गरेकी छिन् । तालिम लिएका बेला उनले व्यवसायिक योजना बनाएर मात्र व्यवसाय सुरु गर्नुपर्छ भन्ने कुरा सिकेकी थिइन् । उनले श्रीमानसँग मिलेर व्यवसायिक योजना बनाइन् र सुरुदेखि नै प्रत्येक खर्चको राम्रो हरहिसाब राख्दै गइन् ।



किरणले ३० हजार रुपैयाँबाट यो काम सुरु गरिन् । अचार पकाउने र प्याक गर्ने कामका लागि टहरा बनाउने, अचार पकाउने डेक्की, पन्युं, अचार हाल्ने ड्रम, खुर्सानी पखाल्ने बाँटा, ग्राइन्डर (मसाला र अदुवा पिस्ने मेसिन) लगायतका सरसामान किन्दा १५ हजार ७ सय रुपैयाँ जति खर्च भयो । यी सामग्रीहरू एकपटक किन्दा धेरै समयका लागि पुग्ने खालका हुन् । यस्ता सामग्रीलाई स्थिर पुँजी भनिन्छ भन्ने कुरा पनि उनले तालिममै थाहा पाएकी थिइन् ।

अकबरे खुर्सानी धेरै महँगो छ । खासगरी जेठ मध्यदेखि साउन मध्यसम्म त यसको मूल्य प्रति किलोको ४५० रुपैयाँ पर्छ । यति महँगोमा खुर्सानी किनेर धेरै नाफा लिन नसकिने भएकाले किरणले खुर्सानीको भाउ अलि घटेपछि किन्ने गर्छिन् । साउनको मध्यदेखि कार्तिकसम्म भने प्रति किलो अकबरे खुर्सानीको ३०० रुपैयाँ र कहिलेकाहीं त २५० रुपैयाँसम्ममा पाइन्छ । अदुवा भने खासै महँगो छैन । अदुवा एकपटक किनेर भुसले छोपेर राख्यो भने लामो समयसम्म बिग्रिँदैन । तर खुर्सानीलाई जोगाएर राख्न अलि मिहिनेत गर्नुपर्ने हुन्छ ।

यसका लागि किरण खुर्सानी किनेर ल्याएर एक रात फिँजाएर राख्छिन् । भोलिपल्ट राम्रा राम्रा छानेर पखाल्छिन् र २० किलो खुर्सानीका लागि नुन पानीमा दुई चिया चम्चा 'केएमएस प्रिजर्भेटिभ' नामको रसायन हालेर अकबरे खुर्सानी डुब्ने गरी राख्छिन् ।

‘ताजा अकबरेको भन्दा प्रिजर्भेटिभ हालेर तीन महिना जति राखेपछि बनाएर राखेको अचार स्वादिलो हुन्छ, यसका लागि खुर्सानी राख्ने भाँडाहरू भने बढी चाहिन्छ,’ उनी भन्छिन् ।

अचारका लागि चाहिने अमिलोका लागि ‘एसिटिक एसिड’ नामको रसायन पाइन्छ । एसिटिक एसिड र प्रिजर्भेटिभजस्ता रसायनहरू खाद्य अनुसन्धानशालाले स्वास्थ्यका लागि अनुकूल भनेर सिफारिस गरेका रसायन हुन् । ‘यस्ता सामग्रीलगायत अचार हाल्ने प्लास्टिकको बट्टा, त्यसमा लगाउने लेबल (भिलभिल परेको कागज) र अन्य सरसामान पहिले पहिले काठमाडौंको सोल्टी मोडबाट ल्याउँथे तर यो त बिर्तामोड, विराटनगर, धरान, भारतको सिलिगुडीलगायतका सहर बजारतिर पनि पाइँदो रहेछ,’ उनले भनिन् ।

अकबरे खुर्सानीबाट अचार बनाउने काम बाह्रै महिना गर्न सकिँदैन । साउनदेखि कात्तिकसम्म खुर्सानी किनेर अचार बनाउँदै पछि बनाउनका लागि प्रिजर्भेटिभ हाल्ने काम हुन्छ र मंसिर पुसमा अचार बनाउने काम हुन्छ । बाँकी समयमा उनी अदुवाको मुरब्बा, तीतौरा, फलफूलको जाम, लप्सीको अचार पनि बनाउने गर्छिन् ।

अकबरे खुर्सानी र अदुवाको अचारको मात्र आम्दानीको हिसाब गर्दा वर्षमा १ लाख ७८ हजार जति नाफा भएको किरणले बताइन् । यसलाई मासिक हिसाब गर्ने हो भने पनि करिब १५ हजार नाफा बसेको पाइयो ।

कतिपय खर्च घटाउन पनि सकिँदो रहेछ । किरणले काठ मिस्त्रीलाई काठको दाबिलो र काठकै फलेकको चपिड बोर्ड बनाउन लगाइन् । अचारको बट्टा राम्ररी बन्द गर्ने काम (सिलप्याक) गर्ने मेसिनलाई ६ हजार रुपैयाँ पर्छ । हाल उनी लुगामा लगाउने इस्त्रीले सिलप्याकको काम गर्छिन् । ‘यस वर्षको आम्दानीले त्यस्तो मेसिन किन्ने योजना छ,’ उनी भन्छिन् ।

लेबल (अचार बनाएको मिति, कहिलेसम्म खान मिल्छ, अचारमा के के मिसाएको छ र आफ्नो उद्यमको नाम लेखिएको कागज) उनका श्रीमान्ले कम्प्युटरमा बनाए । यस्तो लेबल छापाखानामा एकपटकमा कम्तीमा एक हजार गोटा छाप्दो रहेछ र त्यसको ६ हजार अर्थात् एउटैको ६ रुपैयाँ पर्दो रहेछ । यसैले किरणले लेबलको फोटोकपी गरेर टाँस्छन् । यसमा भने एक रुपैयाँ पचास पैसा मात्र खर्च हुन्छ । 'लेबल लगाएको अचारको बढा हेर्दा पनि राम्रो देखिन्छ र ग्राहकहरू पनि यस्तो उत्पादन किन्दा ढुक्क देखिन्छन्,' उनी भन्छन् ।

५.७ व्यवसायको विश्लेषण

आफूले सञ्चालन गरेको व्यवसायको बलियो पक्ष, व्यवसायमा देखिएका कमी कमजोरीहरू, व्यवसायलाई अझै राम्रोसँग सञ्चालन गर्नका लागि देखिएका अवसरहरू र आफ्नो व्यवसायलाई असर पार्ने पक्षहरूलाई केलाएर हेर्ने कामलाई व्यवसाय विश्लेषण भनिन्छ । व्यवसाय सञ्चालन गरिसकेपछि व्यवसायलाई अझ राम्रो बनाउन व्यवसायीले बेलाबेलामा व्यवसायको विश्लेषण गर्नु पर्दछ । बीचबीचमा यस्तो काम गरिएन भने पछि गएर ठूलो घाटा ब्यहोर्नुपर्ने हुन सक्छ ।

व्यवसाय सञ्चालन गर्दा कति कुराहरू हामी आफैमा भर पर्छ । हामीले राम्रोसँग काम गर्छौं भने त्यो हाम्रो व्यवसायको बलियो वा सबल पक्ष हुन्छ । हाम्रो लगनशीलता वा व्यवस्थापन राम्रो भएन भने त्यो हाम्रो व्यवसायको सुधार गर्नुपर्ने पक्ष हुन्छ । व्यवसायको विश्लेषण गरेर पत्ता लगाएको बलियो पक्षलाई व्यवसायीले जहिले पनि अझ राम्रो बनाउँदै लैजानु पर्छ । तर सुधार गर्नुपर्ने पक्षलाई समयमा नै सुधार गर्नपर्छ । अन्यथा नोक्सान भई व्यवसाय नै बन्द गर्नुपर्ने अवस्था आउन सक्छ ।

यसैगरी व्यवसायको विश्लेषण गरेर व्यवसायबाट बढी नाफा कमाउनका लागि बाहिरी क्षेत्रमा कस्ता अवसरहरू छन् पत्ता लगाउनु पर्छ । यो सँगै आफू समयमा नै सतर्क हुन व्यवसायमा प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने तथा आउन सक्ने अन्य अवरोधहरू पत्ता लगाउनु पर्छ ।

यसरी व्यवसाय विश्लेषण गर्दा आफूले गरेको व्यवसायको चार पक्ष हेर्न जरूरी हुन्छ-

१. बलियो पक्ष

व्यवसायको राम्रो अथवा बलियो पक्षअन्तर्गत व्यवसाय सम्बन्धी अनुभव र सीप आफूमा भएको, परिवारको सहयोग, राम्रो हिसाब किताब राख्न सक्नु ।

२. कमजोर वा सुधार गर्नुपर्ने पक्ष

व्यवसायमा कमजोर पक्ष अथवा सुधार गर्नुपर्ने पक्ष अन्तर्गत व्यवसायमा के कस्तो समस्या छ, जस्तै- सामान बिग्रनु वा कम गुणस्तरका हुनु, सामग्री ग्राहकहरूको रुचि र आवश्यकता अनुसारका नहुनु, आफूसँग सीप पर्याप्त नहुनु ।

३. अवसर

व्यवसायका लागि के कस्ता अवसर छन् ? जस्तै- बजार सजिलै पाउनु, सीप सिक्नका लागि तालिमको व्यवस्था हुनु, यातायातको व्यवस्था हुनु ।

४. डर/त्रास

व्यवसायमा नोक्सान होला भनी डर लाग्ने पक्षहरू, जस्तै- बजारमा धेरै आफूजस्तै अरू व्यवसायी हुनु, सामान किन्ने ग्राहक नआउनु ।

व्यवसायका यी चारवटा पक्षलाई भित्री र बाहिरी गरी छुट्टाछुट्टै वर्गमा राखेर पनि हेर्न सकिन्छ ।

भित्री पक्ष: यसमा व्यवसायको बलियो पक्षको लेखाजोखा गरिन्छ । व्यवसाय गर्ने व्यक्तिहरूसँग सम्बन्धित राम्रो पक्ष र कमी कमजोरी हुनुको कारण अध्ययन गरिन्छ ।

बाहिरी पक्ष: बाहिरी पक्षअन्तर्गत व्यवसायका लागि आफ्नो तर्फबाट नभई बाहिरी तर्फबाट के कस्तो प्रभाव पर्छ भन्ने विश्लेषण गरिन्छ । यसअन्तर्गत व्यवसायको अवसर र डर/त्रास पर्छ । व्यवसायको वरिपरिको वातावरणबाट व्यवसायलाई सकारात्मक असर वा फाइदा हुने गरी राम्रो प्रभाव पर्ने भएमा त्यसलाई अवसरको रूपमा लिइन्छ । यसको ठीक विपरीत व्यवसायमा नराम्रो असर पर्ने सम्भावना रहेछ भने त्यसलाई व्यवसायमा डर र त्रासको रूपमा लिइन्छ ।

५.७.१ व्यवसायको विश्लेषण गर्दा निम्नलिखित फाइदा हुन्छन् :-

- ❖ आफूमा भएको बलियो पक्ष थाहा पाउँदा व्यवसाय अझै राम्रो बनाउनका लागि जान्नुपर्ने सीपहरू र क्षमता बढाउनका लागि आवश्यक जानकारी थाहा पाउनसकिन्छ ।
- ❖ कमजोरी पक्ष पत्ता लागेपछि व्यवसायमा के कस्तो सुधार गर्नु पर्ला भन्ने थाहा हुन्छ ।
- ❖ के कस्ता अवसरहरू छन् भन्ने थाहा पाउँदा ती अवसरबाट फाइदा लिन सकिन्छ ।
- ❖ आफ्नो व्यवसाय सञ्चालनका लागि केही डर र त्रास छन् कि छैनन् भन्ने पत्ता लागेमा बेलैमा सतर्कता अपनाई व्यवसाय सफलतापूर्वक चलाउन सकिन्छ ।

अरब त सिस्नोघारीमै रहेछ

गाउँघरमा जताततै उम्रिने, छोयो कि चस्स पोल्ने सिस्नोको बोटलाई सानो छँदा महेन्द्र सुनुवार शत्रु नै ठान्थे, देख्ने बित्तिकै घोचाले हान्थे । आमाले पकाएको सिस्नुको साग भने उनलाई मीठै लाग्थ्यो । ‘साग र सिस्नो खाएको बेस आनन्दी मनले’ भन्ने प्रसिद्ध भनाइ उनले नसुनेका होइनन्, तर उनी पनि अरू जस्तै सिस्नोलाई तल्लोस्तरकै वनस्पति सम्झन्थे ।

सिन्धुली जिल्लाको महादेवडाँडा गाविसका महेन्द्रले २०६७ सालमा कुनै पत्रिकामा सिस्नोको महत्वबारे लेखिएको लेख पढे । सिस्नो त मान्छेको शत्रु नभई शरीरलाई चाहिने विभिन्न किसिमका पोषक तत्व हुने, मधुमेह र उच्च रक्तचापका बिरामीहरूलाई अति उपयोगी हुने, धेरै प्रोटीन पाइने भएकाले शाकाहारीहरूका लागि अति उपयोगी वनस्पति पो रहेछ । यसको धुलो काठमाडौं र अरू सहरहरूमा राम्रो दाममा बिक्री पनि हुँदो रहेछ । गाउँघरमा फाँडेर साध्य नहुने सिस्नोघारी छँदै थियो । महादेवडाँडा यसै पनि सिस्नो प्रशस्त पाइने ठाउँ भएकाले उनले यसलाई आम्दानीको स्रोत बनाउने निश्चय गरे ।

सुरुमा आफैले सिस्नो ल्याएर धोई सुकाई त्यसको पाउडर बनाएर महेन्द्रले सिन्धुली बजारका केही पसलमा पुऱ्याए । त्यो त हाताहाती बिकिहाल्यो, उनी उत्साहित भए । यो कामले आफूलाई राम्रै गर्छ भन्ने सोचेर उसलाई उद्योगकै रूपमा अधि बढाउने उनले निधो गरे ।

महेन्द्रलाई घरेलु उद्योग विभागले लघु उद्यम गर्न चाहनेहरूलाई आवश्यक सहयोग र सरसल्लाह दिन्छ भन्ने थाहा थियो । उनले २०६९ सालमा ‘फिक्कल सिस्नो प्राङ्गारिक कृषि प्रशोधन उद्योग’ का नाममा आफ्नो लघु उद्यम दर्ता गरे । आफूना उत्पादनहरूको प्रचार-प्रसारका लागि पर्चा छपाए । स्थानीय सञ्चार माध्यमले पनि उनको सामग्रीको प्रचार-प्रसार गरि दिए । उत्पादित सामग्रीको बिक्री राम्रो भएकाले उनले उत्पादन बढाउँदै लगेका छन् । बेलाबखतमा देशका विभिन्न ठाउँमा आयोजना हुने कृषि प्रदर्शनी, घरेलु उद्योगका उत्पादनहरूको प्रदर्शनीमा उनी पनि सिस्नो पाउडर राख्ने गर्छन् ।

हालसम्ममा महेन्द्रले आफ्नो उद्योगमा चार लाख पचास हजार रुपैयाँ जति लगानी गरेका छन् । उनका अनुसार लगानी अब उठिसकेको छ ।

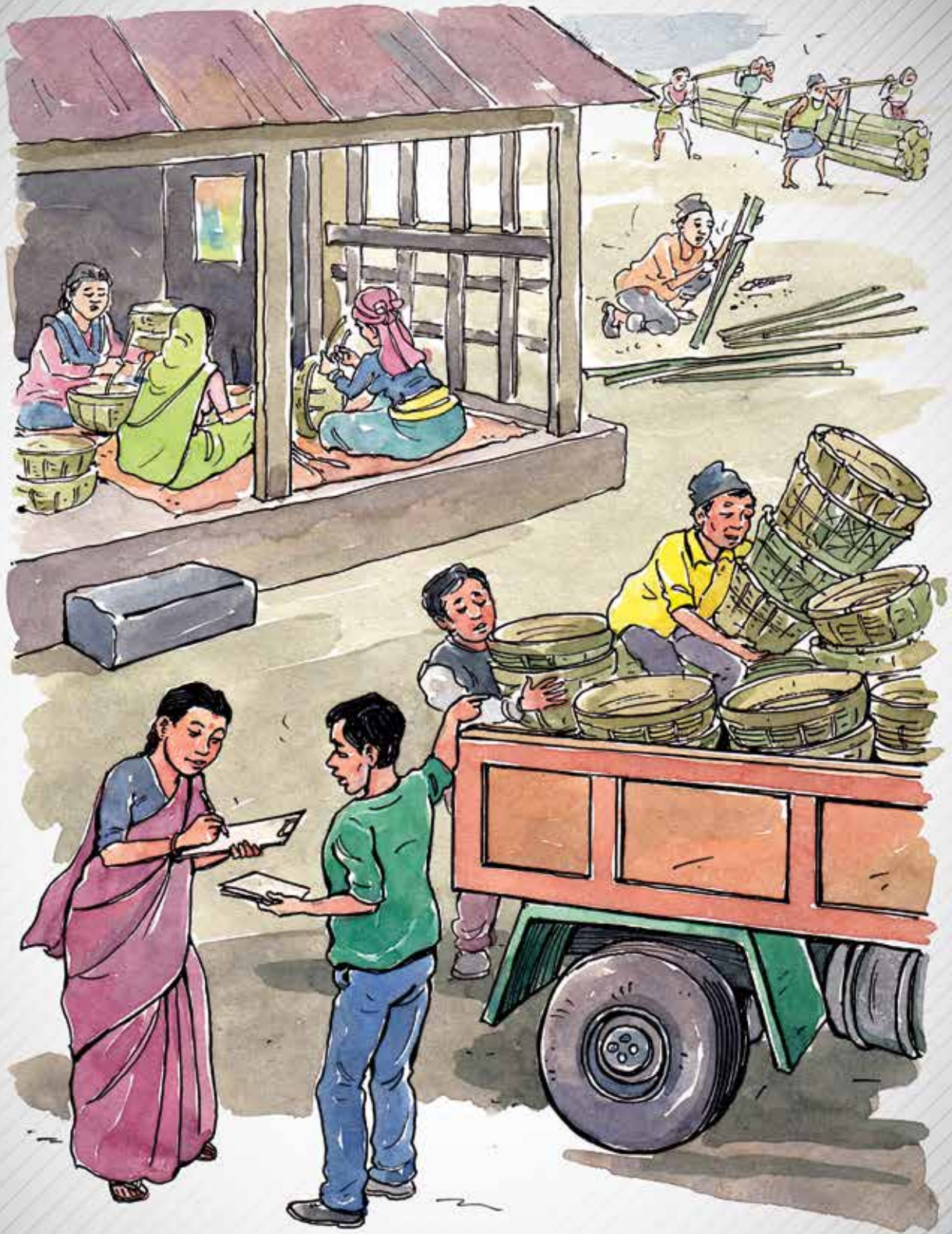
सिस्नो प्रशोधन उद्योगबाट महेन्द्रको परिवारको मात्र नभई गाउँका अरू धेरै मानिसको पनि आम्दानी बढेको छ । उनले सिस्नो प्रशोधन (केलाउने, धुने, सुकाउने, पाउडर बनाएर प्याक गर्ने) कामका लागि तीनजना कामदार राखेका छन् । आफूले उत्पादनको गुणस्तरमा धेरै ध्यान दिने गरेको बताउँदै उनी भन्छन्, 'सिस्नो संकलनको काम चैत्र वैशाखदेखि सुरु हुन्छ । मनसुनी वर्षा सुरु भएपछि, यसको गुणस्तर यति राम्रो नहुने भएकाले असोजपछि मसिरसम्म फेरि संकलनको काम हुन्छ ।' सिस्नो ज्यादै राम्ररी केलाएर, राम्ररी धोईपखाली गरेर मात्र सुकाउने गरेको र कच्चा पदार्थको समस्या नभएको उनको भनाइ छ, 'मानिसहरू भारीका भारी सिस्नो बेचन कारखानामै आइपुग्छन् । त्यत्तिकै खेर जाने सिस्नोबाट उनीहरूको पनि गुजारा राम्रै गरी चलेको छ ।'

सिस्नो पाउडरका साथै महेन्द्रले दालचिनी र ब्राम्हीको पाउडर पनि उत्पादन सुरु गरेका छन् । दालचिनी तरकारी, मिठाई, सेलको स्वाद बढाउन प्रयोग हुन्छ । 'स्वाद बढाउने मात्र नभई दालचिनी औषधि पनि हो । आजभोलि सेल फुलाउन प्रयोग गरिने सोडाको राम्रो विकल्पका रूपमा पनि ग्राहकहरूले यसको प्रयोग गर्न थालेका छन्,' उनी भन्छन् । यसैगरी गाउँघरमा घोटताप्रे भनिने ब्राम्हीको पाउडरको पनि बजारबाट माग आउन थालेकाले उनले ब्राम्ही पाउडरको उत्पादन र बिक्री थालेका छन् । ब्राम्हीलाई आयुर्वेदमा अति उपयोगी जडिबुटी मानिन्छ ।

यो वर्ष महेन्द्रले २२ क्विन्टल सिस्नो पाउडर बेचे । यसको सबैभन्दा ठूलो बजार काठमाडौं हो भने भ्वापा, विराटनगर, धरान, इटहरी र सर्लाहीमा पनि यसको माग राम्रो भएको उनी बताउँछन् ।

हाल दुई सय ग्रामको एउटा सिस्नोको प्याकेटको खुद्रा मूल्य एक सय पच्चीस रुपैयाँ पर्छ ।

आफ्नो व्यवसायबाट महेन्द्र ज्यादै सन्तुष्ट छन् । आगामी वर्ष उत्पादनलाई अझ बढाउँदै लैजाने उनको विचार छ । आँट र बुद्धि भए पैसा कमाउनका लागि विदेश धाउनुपर्ने रहेनछ भन्ने कुरा उनले प्रमाणित गरेका छन् । "पहिले पहिले बिनाकामको सम्झिइने सिस्नोघारीमा त पैसै पैसा रहेछ, जानेदेखि त अरब मलेसिया त यही सिस्नोघारीमै रहेछ,' उनी रमाइलो पारामा भन्छन् ।



खण्ड



समूह मज बुतीकरण र
सामुहिक व्यवसायका
आधारहरु



६.१ समूहको परिचय

एउटै उद्देश्य प्राप्तिका लागि दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिहरू एकजुट हुनुलाई समूह भनिन्छ । तर दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिहरू एक ठाउँमा भेला हुने वित्तिकै समूह भन्न मिल्दैन । उदाहरणका लागि कुनै जात्रा अथवा हाटबजार आदिमा एकभन्दा बढी मानिसहरू भेला हुनुलाई समूह भन्न मिल्दैन । त्यो भीड मात्रै हो किनभने त्यहाँ आउने व्यक्तिहरूका फरकफरक व्यक्तिगत इच्छा हुन्छन् । समूह बन्न समूहलाई औपचारिक रूपमा गठन गर्नु पर्दछ । व्यक्तिहरू त्यसका सदस्य बन्नु पर्दछ । सदस्य मात्र बनेर पनि भएन । समूहका लागि सबै सदस्यहरूले एउटै लक्ष्य वा उद्देश्यहरू तोकी त्यसको प्राप्तिका लागि काम गर्नु पर्दछ ।

कुनै कामका लागि दुई वा दुईभन्दा बढी समूह मिलेर पनि कुनै राम्रो काम गर्न सकिन्छ । गाउँघरमा कुनै पनि विकासका काम गर्नका लागि गठन भएको समितिमा बचत समूह, वन समूह, आमा समूह, सहकारी आदिका सदस्यहरू आ-आफ्नो समूहकै तर्फबाट सहभागी भएर गरेको काम यसको उदाहरण हो । कुनै कामका लागि समूह समूह मिलेर प्रक्रियालाई सञ्जाल भनिन्छ ।

एकै खालका समूहहरूको सम्बन्ध सञ्जाल हो । यसले समूहको भलाइका लागि काम गर्न सक्छ । उदाहरणका लागि, कुनै किसानले एकै गएर आफूले बेच्ने दूधको अलि

राम्रो मूल्य माग गर्‍यो भने दूध किन्ने कम्पनीले उसको भनाइ सुनेको नसुन्थै गरिदिन्छ। तर यदि यस्ता किसानहरू एकजुट भएर दूधको भाउ बढाउने माग गरे भने कम्पनी उनीहरूको कुरा सुन्न बाध्य हुन्छ। आफ्ना जायज मागहरू पूरा गर्नका लागि यसरी एकजुट हुने काम पनि एकप्रकारले सञ्जालमा आवद्ध हुनु हो। यसले कुनै पनि काममा शक्ति थपिदिन्छ।

सञ्जाल भनेको माकुराको जालोजस्तै एक अर्कासँग सम्बन्ध जोडिएको देखाउने एकप्रकारको व्यवस्था हो। सञ्जालमा आवद्ध भएका समूहहरूको आ-आफ्नो कामको दक्षता हुन्छ। परिआएका बेलामा सोही दक्षताअनुसारका काम गरेर कुनै राम्रो काम गर्न सकिन्छ। जस्तै- गाउँगाउँबाट निर्माण भएको ग्रामीण महिलाहरूको सञ्जाल, महिला अधिकार मञ्च।

६.१.१ आवश्यकता र महत्त्व

कतिपय काम यस्ता हुन्छन्, जुन एकलैले भन्दा समूहमा रहेर काम गर्दा छिटो र राम्रो गरी सम्पन्न गर्न सकिन्छ भन्ने कुराको थोरै चर्चा हामीले माथि पनि गरिसक्यौं। 'एकता नै बल हो' भन्ने त हामी सबैलाई थाहा भएकै कुरा हो। समूहको शक्ति थाहा पाउन हामीले मौरीको गोला हेरे पुग्छ। मौरीले कामको विभाजन गरेर मिहिनेतपूर्वक काम गर्दछन्। कुनैले गुँड (चाका) बनाउँछन् भने कुनैले बच्चाको स्याहार गर्दछन्, कुनैले घर सफा गर्दछन् भने कुनैले रानोको हेरचाह गर्दछन्, कुनैले टाढाटाढा गएर फूलको रस ल्याउँछन् र यसरी ल्याएको रसलाई पखेटाले हम्केर मह बनाउँछन्। यसरी समूहमा मिलेर गरेको कामको परिणाम महजस्तो गुलियो र उपयोगी हुन्छ। समूहले सदस्यहरूलाई बल र शक्ति दिन्छ। समूहका फाइदाहरू निम्न प्रकारका छन्-

- ❖ एकलै गर्न नसक्ने काम समूहले गर्न सक्छ।
- ❖ एकलै समाधान गर्न नसक्ने समस्या समूहको माध्यमबाट सजिलै समाधान हुन सक्छ।
- ❖ समस्या जति जटिल भए पनि सहजै समाधान गर्न सकिन्छ।
- ❖ समूहमा अधि बढ्दा मानिसहरू शक्तिशाली बन्दछन्।
- ❖ समूहमा काम गर्दा आत्मविश्वास, बल, जोश र जाँगर बढ्दछ।
- ❖ एकलैभन्दा समूहभित्र बस्दा र काम गर्दा सबै सदस्यले मान, सम्मान पाउँछन् र सुरक्षित हुन्छन्।

- ❖ समूहमा बसेपछि सामूहिकताको भावना जागदछ ।
सदस्यहरूबीच आपसी सम्बन्ध सुदृढ हुन्छ ।
- ❖ एक अर्कालाई सहयोग गर्ने बानीको विकास हुन्छ ।
- ❖ समूहमा गरेको काम छिटो र गुणस्तरीय हुन्छ ।
- ❖ समुदायको विकासका लागि अथवा कुनै परिवर्तन ल्याउन समूहबाट गरिएको प्रयास बढी प्रभावकारी हुन्छ ।
- ❖ कुनै पनि कार्यालयले एकलै व्यक्तिभन्दा सामूहिक रूपमा आएको प्रस्तावलाई बढी मान्यता दिन्छ । यसरी स्रोत र साधन जुटाउन सजिलो हुन्छ ।
- ❖ सामूहिक कार्ययोजना बनाएर सामूहिक रूपमा आर्थिक वा सामाजिक कार्यक्रम सञ्चालन गर्न सकिन्छ ।
- ❖ कतिपय संघसंस्थाहरूले महिला तथा पिछडिएका वर्गलाई समूह जमानीमा बिनाधितो ऋण दिने गर्दछन् ।
- ❖ बचत गर्ने समूहले सामुदायिक बैंक र सहकारी संस्था बनाउन सक्दछ । त्यसबाट ऋण लिएर आयआर्जनको काम गर्न सकिन्छ ।
- ❖ छरिएर रहेको रकम एकै ठाउँ जम्मा भई केही राम्रो काम गर्न सकिन्छ ।
- ❖ सदस्यहरूको आर्थिक तथा सामाजिक स्तरमा सुधार आउँछ ।
- ❖ आफ्नो परिवारको, गाउँको र देशकै विकास गर्न सजिलो हुन्छ ।

६.१.२ समूह निर्माण प्रक्रिया र चरणहरू

मानिसहरू एकै ठाउँमा भेला हुँदा तयो समूह हुँदैन, त्यो केवल भीड मात्रै हुन्छ भन्ने कुरा हामीले थाहा पाइसक्यौं । गठन गर्ने वित्तिकै समूहले काम गर्न थाल्दैन । विभिन्न रुचि भएका मानिसहरू एक ठाउँ भेला भएर समूहको उद्देश्य बुझ्न केही समय लाग्छ । समूहका सदस्यहरूको व्यवहारलाई हेरेर समूह निर्माणका प्रक्रिया चरणहरू अघि बढ्छन् जसको चर्चा यहाँ गरिएको छ :

१. गठन

मानिसहरूलाई पहिलोपटक कुनै समूहमा समेट्दा उनीहरूमा किन हामी यो समूहमा समेटिएका हौं, हामीले गर्नुपर्ने काम के हो, यसमा समेटिएर हामीले के पाउँछौं भन्ने जस्ता जिज्ञासाहरू हुन सक्छन् । त्यसैले उनीहरूले सहज अनुभव नगर्न सक्छन् । त्यसैले मानिसहरूलाई समूहमा समेटेर मात्र पुग्दैन । उनीहरूलाई समूह किन गठन गरिएको हो, यसले के कस्तो लक्ष्य लिएको छ र ती लक्ष्य पूरा गर्न समूहका सदस्यहरूले के कस्तो जिम्मेवारी पूरा गर्नु पर्दछ भन्ने कुरा बुझाउनु पर्दछ ।

कुनै समूहहरू सम्बन्धित निकायमा दर्ता गराउनुपर्ने खालका हुन्छन् । उदाहरणका लागि, लघु उद्यमलाई घरेलु उद्योग विभागमा दर्ता गराउनु पर्दछ । गैरसरकारी संस्था भए समाज कल्याण परिषद् वा सम्बन्धित जिल्लाको जिल्ला प्रशासन कार्यालयमा दर्ता गराउनु पर्दछ । कृषि समूह भए कृषि विकास कार्यालयमा दर्ता गराउनुपर्ने हुन्छ । समूह वा संस्था दर्ताको काम पनि यही चरणमा हुन्छ ।

यस चरणमा समूहका सदस्यहरूको जिम्मेवारी बाँडफाँड गर्ने काम हुन्छ । धेरैजसो सदस्यहरूको व्यवहार सकारात्मक हुने गर्दछ । कोही भने के गरौं कसो गरौं भन्ने अवस्थामा हुन्छन् । उनीहरूलाई समूहले के काम गर्न लागेको छ भन्ने पूरापूरा थाहा हुँदैन । कतिपयचाहिँ गर्नुपर्ने काम सोचेर उत्साहित भएका हुन सक्छन् । यस्तो अवस्थामा निर्देशकको भूमिका ठूलो हुन्छ ।

२. मन्थन

मानिसहरू समूहमा आबद्ध भइसकेपछि बारम्बार हुने छलफलबाट विस्तारै समूहका सदस्यहरूले समूह गठन किन भएको हो भन्ने कुरा बुझ्न थाल्छन् । मानिसका आआफ्नै खालका स्वभाव, रुचि र काम गर्ने तौरतरिका फरक हुने हुँदा कहिलेकाहीं समूहभित्र द्वन्द्व वा विवाद देखा पर्न सक्दछ । कुनै पनि काम गर्न सोचे जति सजिलो नहुन सक्छ । काम गर्दै जाँदा बाधा अड्चन आइ पर्न सक्छन् । यस्तो अवस्थामा को शक्तिशाली बन्ने भन्ने कुरामा विवाद हुन सक्छ । यस्ता विवादले समूहका सदस्यहरूमा निराशाको भावना आउन सक्छ । त्यसैले यस्तो अवस्थामा समूहका सदस्यहरू नडगमगाइकन अधि बढ्नुपर्ने हुन्छ ।

३. नीति निर्माण

समूहभित्र देखा परेका समस्याहरूको समाधानका लागि समूह सदस्यहरूबीच हुने मेलमिलापको अवस्थालाई यस चरणमा राखिन्छ । मतभेद समाधान गर्न सदस्यहरूले एक अर्काको क्षमताको प्रशंसा गर्ने, एकअर्कालाई मद्दत गर्ने, केही काम गर्दा छलफल गर्ने चलन बसेको अवस्थालाई यस चरणमा राखिएको छ । संस्थाको दैनिक कामकाज चलाउनका लागि नीति नियम बनाउने तथा जिम्मेवारी बाँडफाँड गर्ने, सदस्यहरूलाई कसरी अधि बढ्ने भनेर सहजीकरण गर्ने काम हुने चरणलाई नीति निर्माण चरण भनिन्छ ।

४. कार्यान्वयन

यो अवस्थामा समूह निकै नै परिपक्व भइसकेको हुन्छ। सदस्यहरूबीच भूमिका बाँडफाँड भइसकेको हुँदा कसले कुन काम राम्ररी गर्न सक्छ भन्ने कुरामा स्पष्टता आइसकेको हुन्छ। समूहका सबैजना लक्ष्य हासिल गर्ने काममा लागिपरेका हुन्छन्।

५. स्थगन

कतिपय समूहहरू केही समयका लागि मात्र स्थापना भएका हुन्छन्। तोकिएको जिम्मेवारी पूरा गरिसकेपछि त्यस्ता समूहहरू स्थगन वा विघटन गरिन्छन्। यसमा हासिल गरेको उपलब्धिको लेखाजोखा गर्ने, राम्रो काम गर्ने सदस्यहरूलाई पुरस्कृत गर्ने खालका कामहरू गरिन्छन्।

समूहमा माथि लेखिएका कुराहरू जस्ताको तस्तै लागू हुन्छन् भन्ने होइन। यी कुराहरू त समूह गठनदेखि विघटन हुँदासम्मको अवस्थामा देखिन सक्ने अवस्थाको चित्रण मात्र हुन्। यी कुरालाई चित्रको माध्यमबाट हेरौं :



६.२ समूह मजबूतीकरण भनेको के हो ?

समूहको कामलाई भरपर्दो बनाउन यसलाई बलियो बनाउनु पर्दछ । नत्र समूह नाममात्रको हुन्छ, र यसले भीडको रूप मात्र लिन्छ, जसबाट कुनै पनि काम गर्न सकिँदैन । त्यसैले समूहलाई प्रभावकारी बनाउन निम्नलिखित कुराहरूमा जोड दिनु पर्दछ :

राम्रो सञ्चार

समूहले के काम गर्दैछ, कतैबाट समूहले नगद वा जिन्सी पाएको छ भने त्यसबाट के कति काम भयो, कति खर्च भयो र कति बाँकी छ भन्नेजस्ता जानकारी समूहका सदस्यहरूलाई दिनु पर्दछ । यसका लागि नियमित बैठक बस्नुपर्ने हुन्छ । समूह सदस्यहरूबीच राम्रो सञ्चार भएमा समूहले लिएको लक्ष्य हासिल भए नभएको कुरा सदस्यहरूलाई थाहा हुन्छ । लक्ष्य हासिल नभए अब के काम कसरी गर्ने भन्ने छलफल गर्नु पर्दछ ।

प्रभावकारी नेतृत्व

समूहलाई अघि बढाउने मुख्य जिम्मेवारी पाएको समूहको नाइकेले समूहलाई कसरी अघि बढाउँछ भन्ने कुरामा समूहको सफलता भर पर्दछ । आफ्नो मात्र स्वार्थ हेर्ने, समूहका सदस्यहरूसँग कुनै छलफल नगर्ने खालको नाइके भयो भने समूह अघि बढ्न सक्दैन । त्यसैले नेतृत्व राम्रो, सबल र प्रभावकारी हुनु पर्दछ । (यस सम्बन्धी थप छलफल 'नेतृत्व विकास र सञ्चार शीर्षक' अन्तर्गत गर्नेछौं) ।

पारस्परिक निर्भरता

राम्रो कामका लागि एक अर्कामा भर पर्नुलाई पारस्परिक निर्भरता भनिन्छ । एकैले मात्र गर्न नसकिने वा राम्ररी गर्न नसकिने कामका लागि नै समूह गठन गरिन्छ । समूहको कुनै सदस्य कुनै काममा पोख्त हुन्छ भने अर्को सदस्य कुनै अर्को काममा पोख्त हुन्छ । उदाहरणका लागि, महेन्द्र सुनुवारको 'फिक्कल सिस्नो प्राङ्गारिक कृषि प्रशोधन उद्योग' का कुनै सदस्यहरू सिस्नोको धुलो बनाउन, त्यसको गुणस्तर कस्तो भयो भन्ने जाँचन र धुलो प्याक गर्न सिपालु छन् । उत्पादन गरेको सामग्री कहाँ कहाँ लगेर बेच्ने, त्यसको कसरी प्रचार-प्रसार गर्ने भन्ने काममा महेन्द्र सिपालु छन् । सबैजना मिलेर काम गरेकाले नै यो व्यवसाय राम्ररी चलेको छ । त्यसैले समूहका सदस्यहरूको खुबी चिनेर त्यही अनुसारको बाँडफाँड गर्ने गर्नु पर्दछ ।

समूहमा आबद्ध भएको व्यक्तिले कुनै पनि काम गर्दा मनभित्रैबाट 'म' भन्ने भावना हटाई 'हामी' भन्ने भावनाका साथ काम गर्नु पर्दछ। यसको अर्थ आफूले गरेका सबै प्रकारका कामबाट हुने लाभ र हानि मलाई मात्र होइन, हामी सबैलाई हुन्छ, भन्ने भावनाका साथ काम गरेको खण्डमा समूह मजबुत हुन्छ।

जिम्मेवारी बाँडफाँड

मानिस समूहमा बसे पनि समूहभित्र भएका कामप्रति ऊ व्यक्तिगत रूपमा पनि जिम्मेवार र जवाफदेही हुनु पर्दछ। कुनै असजिलो आइपुग्यो भने 'समूहले गरेको काम त हो नि, मलाई यसबारेमा थाहा छैन' भनेर कुनै पनि सदस्य उम्कन मिल्दैन। त्यसैले समूहलाई मजबुत बनाउनका लागि सबै सदस्यलाई यस्तो जिम्मेवारी बुझाउनु पर्दछ।

हौसला र उत्प्रेरणा

राम्रो काम गर्नेलाई प्रशंसा र पुरस्कारको व्यवस्थाले मानिसमा हौसला जागृ र अरू मानिसमा पनि त्यस्तै काम गर्ने जाँगर पलाउँछ, जसलाई उत्प्रेरणा भनिन्छ। समूहलाई मजबुत हुन यसका सदस्यहरू मिहिनेती र इमानदार हुनुपर्छ। त्यसैले समूहभित्र त्यस्ता गुण भएका व्यक्तिको कदर गर्ने परिपाटी बसाल्नु पर्दछ।

द्वन्द्व व्यवस्थापन

कहिलेकाहीं समूहभित्र नचाहँदानीचाहँदै पनि विवाद र द्वन्द्व आइपर्न सक्छन्। यस्तो अवस्था आइपुग्यो भने त्यसको समाधान समूहभित्रैबाट खोजिनु पर्दछ। सबैजना आफ्नो कामप्रति जिम्मेवार भएर एक अर्काको सम्मान गर्ने हो भने द्वन्द्वको अवस्था नै आउँदैन। समूहमा द्वन्द्व घटाई कसरी समझदारी बढाउने कुरा सजिलो गरी बुझ्नका लागि निम्नलिखित कुरामा ध्यान दिनु पर्दछ :

समूहमा द्वन्द्व घटाई समझदारी ल्याउने पाँच गणितीय सिद्धान्त

- ❖ विचार र सोचहरू + (जोडौं)
- ❖ विवाद र मनमुटाव - (घटाऔं)
- ❖ आपसी सहयोग × (गुणन गरौं)
- ❖ अधिकार र जिम्मेवारी ÷ (भाग लगाऔं)
- ❖ अवसर सुविधा = (बराबर बाँडौं)

६.३ समूहका पदाधिकारी र सदस्यहरूको काम कर्तव्य र अधिकार

समूह दिगो हुन सबै सदस्यहरूमा आपसी मेलमिलाप हुनुपर्दछ। नत्र समूह एक भएर रहिरहन सक्दैन, मेलमिलाप नभएको समूह नाम मात्रको हुन्छ र यसबाट कुनै पनि सकारात्मक काम हुँदैन। त्यसैले प्रत्येक सदस्य मिलनसार हुनुपर्दछ। भैरगडा नगर्ने खालको हुनुपर्दछ। एक अर्कालाई सहयोग गर्ने भावना भएको हुनुपर्दछ।

मेलमिलापका लागि सबैले जात-पात, उँच-नीच, धनी-गरिबको भेदभावलाई छोड्नुपर्दछ। अर्कालाई होच्याएर कुरा गर्नु हुँदैन। सबैले सबैको आदर गर्नुपर्दछ। अनि मात्र समूहको मेलमिलाप वा एकता दब्लो हुन्छ।

समूहका सबै सदस्यहरू इमानदार हुनु पर्दछ किनभने समूहमा बचत गर्ने, ऋण लिने जस्ता आर्थिक क्रियाकलापहरू गरिन्छ। सदस्यहरू इमानदार भएनन् भने आर्थिक हिनामिना हुने सम्भावना हुन्छ।

सदस्यहरू मिहिनेती पनि हुनुपर्दछ किनभने समूहमा आर्थिक र सामाजिक विकासका कार्यहरू गर्नु पर्दछ। मिहिनेतको अभावमा ती कामहरू सफल हुन सक्दैनन्।

६.३.१ समूहका पदाधिकारी र सदस्यहरूको काम, कर्तव्य र अधिकारहरू देहायबमोजिम हुन्छन् :

समूहलाई राम्ररी सञ्चालन गर्न एउटा समिति गठन गरिन्छ। त्यसमा समितिभित्रका महिला, पुरुष, विभिन्न जाति, क्षेत्र र आर्थिक हैसियत भएका मानिसहरू चुनिन्छन्। समूहभित्रको दैनिक कामकाज गर्ने, समूहलाई कामको जिम्मेवारी दिने, नियम बनाउने, लागू गर्ने भएकाले यस्तो समितिलाई कार्यसमिति भनिन्छ। यसमा अध्यक्ष, कोषाध्यक्ष, सचिव र सदस्यहरू हुन्छन्।

१. अध्यक्षको काम, कर्तव्य र अधिकार

- ❖ समूहको नेतृत्व गर्ने ।
- ❖ समूहको बैठकको अध्यक्षता गर्ने ।
- ❖ समूहका सदस्यहरूको आर्थिक तथा सामाजिक विकासका लागि अन्य संघसंस्था तथा निकायसँग सम्पर्क र समन्वय गर्ने ।
- ❖ समूहले गरेका क्रियाकलाप तथा प्रगतिको जानकारी सम्बन्धित निकायलाई गराउने ।
- ❖ समूहका सदस्यहरूमा मेलमिलापको वातावरण सिर्जना गराउने ।
- ❖ बैठकमा सबै सदस्यहरू सहभागी हुने वातावरण सिर्जना गराउने ।
- ❖ समूहको आवश्यकता पहिचान गरी सोही आधारमा सहभागितामूलक योजना तयार गर्ने ।
- ❖ समूहका सदस्यहरूको विचार सुन्ने र मान्यता दिने ।
- ❖ समूह बैठकको निर्णय कार्यान्वयन गराउने ।
- ❖ समूहका पदाधिकारीहरूले आफ्नो दायित्व पूरा गरेको नगरेको रेखदेख गर्ने ।
- ❖ बैठकका लागि विषयवस्तु छान्ने र कार्यसूची तयार गर्ने ।
- ❖ आफ्नो अनुपस्थितिमा आफ्नो कामको जिम्मेवारी हस्तान्तरण गर्ने ।
- ❖ समितिभिन्न कुनै कुराको निर्णय गर्दा दुई पक्षमा मत बराबर भयो भने निर्णायक मत दिने ।

२. सचिवको काम, कर्तव्य र अधिकार

- ❖ अध्यक्षसँग सल्लाह गरी कार्यकारी समितिको र अन्य बैठक बोलाउने ।
- ❖ बैठकको निर्णय पुस्तिकामा लेख्ने ।
- ❖ बाहिरबाट आएका पत्रहरू व्यवस्थित तरिकाले राख्ने ।
- ❖ समूहको सम्पत्तिको विवरण लेख्ने ।
- ❖ आवश्यक परेका बेलामा अन्य निकायहरूसँग पत्राचार गर्ने ।
- ❖ अध्यक्षको निर्देशनअनुसार अन्य कार्य गर्ने ।

३. कोषाध्यक्षको काम, कर्तव्य र अधिकार

- ❖ समूहको कोषको हिसाब-किताब राख्ने ।
- ❖ सम्पूर्ण सदस्यहरूलाई र कार्यकारी समितिका पदाधिकारीहरूलाई कोषको जानकारी गराउने ।

- ❖ अध्यक्षसँग संयुक्त रूपमा बैंक खाता सञ्चालन गर्ने ।
- ❖ समूह कोषको हिनामिना हुन नदिने ।
- ❖ अनुमानित बजेट तयार गर्ने ।
- ❖ समूहले स्वीकृत गरेको बजेटअनुसार खर्च भए नभएको लेखाजोखा गर्ने ।
- ❖ खर्च भएका बिल भौचरहरू सुरक्षित राख्ने ।
- ❖ समूहको बचत संकलन तथा अभिलेख राख्ने ।
- ❖ आर्थिक विवरण तयार गर्ने ।
- ❖ समूहको बैठकमा समूहको आय-व्यय प्रस्तुत गर्ने ।
- ❖ समूहले सदस्यलाई तोकेको आर्थिक दण्ड असुल गर्ने ।
- ❖ कोषको उपयोगको सम्बन्धमा आवश्यक सरसल्लाह दिने ।

४. कार्यकारी समितिका सदस्यहरूको काम, कर्तव्य र अधिकार

- ❖ समितिले तोकेका कामहरू गर्ने ।
- ❖ अध्यक्ष, सचिव र कोषाध्यक्षलाई सहयोग गर्ने ।
- ❖ संस्थाको उद्देश्य प्राप्तिका लागि आवश्यक सहयोग गर्ने ।
- ❖ समूहको बैठकमा नियमित उपस्थित भई छलफलमा भाग लिने ।

६.४ नेतृत्व विकास, विश्वास, सञ्चार

समूहले लिएको लक्ष्य पूरा गर्न सबै सदस्यहरूलाई एकजुट बनाई अघि बढाउने मुख्य जिम्मेवारी लिएको व्यक्ति समूहको नाइके वा नेता हो । नेताले गर्ने काम वा भूमिकालाई नेतृत्व भनिन्छ । नाइकेको पदमा सधैं एउटै व्यक्ति रहिरहँदैन । समय-समयमा नेतृत्व परिवर्तन भइरहन्छ । समूहलाई सदैव सक्रिय बनाइराख्न नेतृत्व परिवर्तन आवश्यक छ ।

यसैले समूहमा सबै सदस्यहरूमा नेतृत्व गर्ने क्षमताको विकास गर्नु पर्दछ । नत्र एउटा प्रभावकारी नाइकेले समूहको नेतृत्व गरिञ्जेल समूह राम्ररी सञ्चालन हुने र ऊ नेतृत्वबाट हट्ने वित्तिकै समूह नै लथालिङ्ग र छिन्नभिन्न हुन्छ । यस्ता धेरै उदाहरण हामीले देखेकै छौं ।

सशक्त महिला समूह, सञ्जाल, संगठनको उदाहरण :

महिला अधिकार मञ्च

महिला अधिकार मञ्च ग्रामीण महिलाहरूको सशक्त सञ्जाल हो । धेरै पहिलेदेखि नै गाउँ तहको महिला समूहमा महिला हिंसाबारे छलफल हुने अभियान चल्ने गरेको भए पनि संगठनको रूपमा ती समूहहरू औपचारिक तवरले सन २००८ मा स्थापना भएको हुन् । हाल महिला अधिकार मञ्चको सञ्जाल नेपालको २९ वटा जिल्लामा रहेको छ र यसको सदस्यता संख्या करिब ५० हजार छ । महिलामाथि हुने विभेद, हिंसा र अत्याचारविरुद्ध लड्नका लागि गाउँगाउँमा गठन भएको यो सञ्जाल गा.वि.स., जिल्ला तह हुँदै राष्ट्रिय तहमा एकवद्ध भई राष्ट्रिय महिला अधिकार मञ्चको रूपमा गाउँदेखि राष्ट्रिय तहसम्म महिलामाथि हुने सबैखाले हिंसाको विरुद्धमा र महिला अधिकार स्थापनाका लागि विभिन्न अभियान र वकालतका कामहरू गर्दै आइरहेको छ ।

ग्रामीण महिलाहरूको सञ्जाल भएको कारणले यदि नेतृत्व क्षमता विकास र सञ्जालका सदस्यहरूले एकआपसमा विश्वास, सहयोग नगरेको भए सायद आज महिला अधिकार मञ्च बिलाएर जाने थियो होला । त्यसमा पनि ३० वटा जिल्लामा रहेका जिल्ला, गा.वि.स. र गाउँ तहका सदस्यहरूलाई सूचना आदानप्रदान गर्ने संयन्त्र निर्माण बेलैमा नगरेको भए पनि संगठनलाई अघि बढाउन समस्या हुने थियो । त्यसैले संगठनले सहयोगी संस्थाको सहयोग लिँदै केन्द्रीय र जिल्ला सचिवालयहरू गरी सूचनाहरू आदानप्रदान गर्ने व्यवस्था गर्‍यो, सांगठनिक नियमावली र रणनीतिहरू बनायो र नेतृत्वको दायरालाई पनि फराकिलो पार्दै गयो । यसले गर्दा अहिले यस मञ्चमा नेतृत्वको कुनै कमी छैन । हाल यस मञ्चले राष्ट्रिय तहमा महिलाको पक्षमा नीति निर्माण गर्नका लागि अभियानहरू गर्दै आएको छ र जिल्लामा भएका अभियानलाई अझ सशक्त बनाउन केन्द्रीय तहमा जोड्दै आएको छ । जस्तै- बोक्सी आरोपविरुद्धको कानून निर्माण गर्न, दाइजो र बालविवाहविरुद्ध कानून निर्माण गर्न संयुक्त लालपुर्जा नीति, ग्रामीण महिला नीति निर्माण गर्न, एकल महिलालाई सामाजिक सुरक्षा प्रदानमा उमेरको हदबन्दी नराख्न, महिलामाथि हुने घरेलु हिंसा, सुरक्षित सहर अभियान, पारिश्रमिक बिनाको सेवामूलक कार्यको पहिचान, पुनःवितरण र न्यूनीकरण अभियान, महिलाको विभिन्न समितिहरूमा अर्थपूर्ण प्रतिनिधित्व आदि । यसले महिला अधिकार मञ्चलाई गाउँदेखि राष्ट्रिय तहसम्म महिला अधिकारको पक्षमा वकालत गर्ने सशक्त संगठनका रूपमा स्थापित गराएको छ र राष्ट्रिय महिला आयोग सदस्यको रूपमा पनि मनोनीत हुन सफल भएको छ ।

कमैया महिला जागरण समाज

कमैया महिला जागरण समाज मुक्त कमैया महिलाहरूको जनसंगठन हो । यसको केन्द्रीय कार्यालय बर्दियामा छ । कमैया मुक्तिपछि २०६४ सालमा अनौपचारिक रूपमा कमैया महिलाको हक हितका लागि गठन भएको यो जनसंगठन २०६७ सालमा औपचारिक रूपमा गैरसरकारी संस्थाको रूपमा बर्दियामा दर्ता भएको हो । यो संगठनको सञ्जाल दाङदेखि कञ्चनपुर जिल्लाका गाउँ गाउँसम्म रहेको छ र यसमा हाल २,९२४ जना मुक्त कमैया महिलाहरू सदस्य छन् । सुरुका दिनहरूमा मुक्त कमैयाको उचित पुनःस्थापना, जमिनमा महिला-पुरुषको संयुक्त स्वामित्व र महिला हिंसाका मुद्दालाई लिएर गाउँदेखि राष्ट्रिय तहसम्म विभिन्न अभियान र वकालत सञ्चालन गर्दै आएको कमैया जागरण समाजले आफ्नो संगठनभिन्नका सदस्यहरूको पनि नेतृत्व विकास गर्दै गयो । यसले गर्दा संगठनमा हाल कुशल नेतृत्व क्षमता भएका धेरै अगुवाहरू छन् । त्यसको एउटा उदाहरणको रूपमा बर्दिया राजापुरकी कृष्णी थारुलाई हेर्न सकिन्छ । उनी अहिले कमैया महिला जागरण समाजको केन्द्रीय अध्यक्ष पदमा कार्यरत छिन् । उनले जीवनको आधा उमेर कमैयाका रूपमा बिताइन् तर कमैया मुक्तिपछि अनौपचारिक साक्षरता केन्द्रमार्फत लेखपढ गर्न जान्ने भएर संगठनको कुशल नेतृत्व गर्दै संगठन र कमैया महिलाको सवाललाई नयाँ उँचाइमा पुऱ्याइन् ।

हाल कमैया महिला जागरण समाजले सञ्जाल भएका पाँचवटै जिल्लामा संयुक्त लालपुर्जा, पुनःस्थापना, महिला हिंसा र प्रतिनिधित्वको सवाललाई उठाउँदै आएको छ । साथै बर्दिया जिल्लाका सातवटा गा.वि.स.हरू जसमा मुक्त कमैयाहरूको अधिक जनसंख्या छ त्यहाँ जीविकोपार्जन, शिक्षा, सुशासन, महिला अधिकारका कार्यक्रमहरू एक्सनएडसँगको साभेदारीमा विगत तीन वर्षदेखि सञ्चालन गर्दै आएका छन् । यसले के देखाउँछ भने सामूहिक शक्ति, कुशल नेतृत्व र आपसी विश्वास भयो भने जस्तोसुकै काम पनि गर्न सकिन्छ ।

६.५ सामूहिक व्यवसाय र सफलताका आधारहरू

परिवारका सदस्यबाहेक निश्चित व्याक्तिहरूको समूहले सञ्चालन गर्ने व्यवसायलाई सामूहिक व्यवसाय भनिन्छ। व्यक्तिगत व्यवसाय भन्नाले व्यक्ति स्वयंले सञ्चालन गरेको जसमा परिवारको सहयोग अथवा बिनासहयोग सञ्चालन गरिने व्यवसाय पर्दछन्। व्यवसायको प्रकार र उद्देश्य हेरेर ग्रामीण भेगमा दुवै खाले सामूहिक तथा व्यक्तिगत व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिन्छ। बजार टाढा रहेको अवस्था, उत्पादन गर्ने वस्तुलाई प्रशोधन गर्नुपर्ने अवस्था र उत्पादनको परिमाण हरेर सामूहिक व्यवसायहरू सञ्चालन गर्न सकिन्छ। कतिपय परिवेशमा सामूहिक व्यवसाय सञ्चालन गर्न गाह्रो हुन सक्छ भने कतिपय अवस्थामा व्यक्तिगत। त्यसकारण समय र स्थान सापेक्ष दुवै खाले लघु उद्यम सञ्चालन गर्न मनासिब हुन्छ।

सामूहिक उद्देश्य, सामूहिक नेतृत्व, सामूहिक व्यवसायिक योजना, आपसी विश्वास, उपयुक्त कार्यविभाजन र समझदारीपूर्ण मुनाफा वितरण एवं सामूहिक द्वन्द्व व्यवस्थापन रणनीति आदि केही प्रमुख पक्षहरू हुन् जसले सामूहिक व्यवसायलाई सफलताका आधार प्रदान गर्दछन्। विस्तृतमा तल दिइएको छ।



सामूहिक उद्देश्य

सामूहिकता आफैमा एउटा प्रणाली र एउटा व्यवस्था हो जसमा समूहका सदस्यहरूबीच अन्तरक्रिया र अन्तरसंवादको आयोजना निरन्तर भइरहेको हुन्छ । समूहको उद्देश्यलाई लिएर त्यस अनुकूल हुने व्यक्ति-व्यक्तिले समूहका लागि गर्नुपर्ने कामबारे छलफल भइरहन्छ । समूहका सदस्यहरूलाई जोड्ने गरी भावनात्मक एवं निजात्मकसम्बन्धी अन्तरसंवाद भइरहन्छन् । समूहका अन्य सदस्यको अनुभव अर्कोलाई लाभदायी भइरहेको हुन्छ ।

नेतृत्व

समूहमा निश्चित पदमा बसेकाहरूले कहाँ के कस्तो व्यवहार प्रदर्शन गर्न हुन्छ र हुँदैन भन्ने एक किसिमको मापदण्ड अलिखित तवरमा निर्धारित भएको हुन्छ । साझा परिणाम हासिल गर्न सामूहिक नेतृत्व सधैं प्रयासरत रहेको हुन्छ । यो नेतृत्वले लक्ष्य निर्धारण गर्दछ, त्यो हासिल गर्न छलफल एवं संवाद गर्दछ, र निष्कर्षलाई कार्यान्वयनमा लैजान्छ ।

व्यवसायिक योजना

सामूहिक व्यवसायमा व्यवसायिक योजना पनि सामूहिक रूपमै बनाइन्छन् । धेरै सदस्य रहने हुँदा उनीहरूका विचार र सोच पनि धेरै थरी हुन्छन् । यसले गर्दा समूहले सञ्चालन गर्ने उद्यमका लागि योजनाहरू पनि प्रभावशाली हुने सम्भावना नै धेरै हुन्छ । समूहका रूपमा काम गर्दा लक्ष्य निर्धारण र उत्पादकत्व बढाउन उत्प्रेरणा मिल्दछ ।

विश्वास

एकल उद्यमीको दाँजोमा सामूहिक व्यवसाय प्रभावशाली हुन्छ । समूहहरूले समाज बनाउँछन् । यही विश्वासले गर्दा समूहका सदस्यहरूको व्यक्तित्व निर्माण, समूह व्यवहार, देखिएका समस्याहरूको समाधान तत्काल खोज्ने, अन्य मानिसका सुझावहरू सुन्ने आदि प्रवृत्ति हुन्छ ।

कार्य विभाजन

निजी उद्यममा व्यक्ति एकलैले सारा कामको जिम्मेवारी उठाउनपर्ने हुन्छ तर सामूहिक उद्यम अगाडि बढाउँदा सबै सदस्यको सल्लाह र मन्जुरीपछि नै कार्यविभाजन हुन्छ । यसले गर्दा काममा सफलताका आधार बढ्न पुग्छन् ।

मुनाफा वितरण र द्वन्द्व व्यवस्थापन रणनीति

सामूहिक व्यवसाय सञ्चालन गर्दा कुनै पनि कुराको उपचारका लागि सामूहिक दृष्टिकोण अपनाइएको हुन्छ। सामूहिक परामर्शबाटै मुनाफा वितरण र समूहभित्र उठ्न सक्ने द्वन्द्वलाई कसरी व्यवस्थित गर्ने भन्ने रणनीति तयार पारिएको हुन्छ। व्यवसायमा द्वन्द्व भनेको खास उत्पादन वा नीतिप्रति विचार नमिल्न सक्ने सम्भावना र सदस्यहरूले गरे देखाएको काम सम्बन्धमा मतभिन्नताहरू उत्पन्न हुनसक्ने अवस्था हुन्। मुनाफा वितरण र द्वन्द्व व्यवस्थापन सबै सदस्यलाई चित्त बुझ्ने गरी हुन नसकेमा सामूहिक व्यवसाय अगाडि बढ्न सक्दैन। सहभागितामूलक छलफल, साभेदारीअनुसार मुनाफा वितरण र सौहार्द्रपूर्ण द्वन्द्व व्यवस्थापन सामूहिक व्यवसायको सफलताका महत्वपूर्ण आधार हुन्।

सन्दर्भ-सामग्री

१. बजारीकरण व्यवस्थापन, प्रशिक्षकका लागि निर्देशिका, औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठान, २०६३
२. महिला उद्यमीहरूका लागि जानकारी पुस्तिका, महिला उद्यमी महासंघ, नेपाल, २०७१
३. एक भ्रमक : २०७१, घरेलु तथा साना उद्योग कार्यालय, काठमाडौं ।
४. औद्योगिक प्रवर्द्धन तथ्यांक (घरेलु तथा साना उद्योग विभाग), २०७१, नेपाल सरकार, उद्योग मन्त्रालय, घरेलु तथा साना उद्योग विभाग, त्रिपुरेश्वर, काठमाडौं ।
५. उद्योगी (चौमासिक बुलेटिन), वर्ष २० आ.व.०७१/०७२ अंक १, घरेलु तथा साना उद्योग विभाग, त्रिपुरेश्वर, काठमाडौं ।
६. वार्षिक प्रगति प्रतिवेदन २०७०/७१, कृषि विभाग, हरिहरभवन, ललितपुर
७. महिला उद्यमशीलता प्रवर्द्धनमा राज्यको प्रतिबद्धता, यामकुमारी खतिवडा, सहसचिव, उद्योग मन्त्रालय, काठमाडौं
८. महिला शक्ति र यसको उपयोगिता
९. Oxford Learners Dictionary, London
१०. Marketing Management Manuals
११. Micro Enterprise Creating Manuals
१२. Some reference materials published by MEDEP/UNDP & MOI, 2010
१३. Entrepreneurship Development Training Manual For Small And Micro Entrepreneurs, Centre for Rural Technology, Nepal, Lalitpur, 2014
१४. Wikipedia & various websites regarding women entrepreneurship, micro enterprise, marketing management, leadership and collectivism.
१५. Gender sensitive access to market and value chain training report, Strengthening Women's Collectives Project, ActionAid



एक्सनएड अन्तर्राष्ट्रिय नेपाल

एक्सनएड अन्तर्राष्ट्रिय नेपाल सन् १९८२ मा स्थापना भएको गरिवी विरुद्ध क्रियाशील मानवअधिकारमुखी संस्था हो। एक्सनएड नेपाल, एक्सनएड अन्तर्राष्ट्रिय फेडरेसनमा सम्बद्ध सदस्य हो र यो अहिले उक्त फेडरेसनको पूर्ण सदस्य बन्नेतर्फ उन्मुख रहेको छ। एक्सनएड अन्तर्राष्ट्रियको सचिवालय दक्षिण अफ्रिकाको जोहनेसबर्गमा छ। यो एशिया, अफ्रिका, अमेरिका र युरोप गरी विश्वका ४५ भन्दा बढी देशहरुमा सक्रिय छ। एक्सनएड नेपालले गरिवी विरुद्धको संघर्ष र न्यायका लागि नेपालका ४२ जिल्लामा २५० भन्दा बढी नागरिक समाज संस्था, जनसंगठनसँग सामाजिक न्यायको आन्दोलनमा सहकार्य गर्दै आएको छ।

actionaid

राष्ट्रिय कार्यालय

अप्सरा मार्ग, लाजिम्पाट, वार्ड नं. ३
पो.व.नं.: ६२५७, काठमाडौं, नेपाल
फोन: +९७७ १ ४००२१७७
फ्याक्स: +९७७ १ ४००२११८
इमेल: mail.nepal@actionaid.org
वेब: www.actionaid.org/nepal

पवाञ्चल स्रोत केन्द्र

पाञ्चाली, वार्ड नं.: १६
फोन: +९७७ ०२१ ४७०५७५, ४७१६३७
फ्याक्स: +९७७ ०२१ ४७२६३५
इमेल: infoerc.nepal@actionaid.org

पश्चिमाञ्चल स्रोत केन्द्र

वेलासपर, सञ्जयकोष मार्ग
वार्ड नं. १६, नेपालगञ्ज, बाँके
पो.व.नं.: ६२५७, काठमाडौं, नेपाल
फोन: +९७७ ०८१ ५२६२९८, ५२४२४५
फ्याक्स: +९७७ ०८१ ५२२५३६
इमेल: infowrc.nepal@actionaid.org