

उद्यमशीलता विकास तालिम पाठ्य सामग्री

Entrepreneurship Development - Reading Materials



OPPORTUNITY VILLAGE NEPAL
शुभ अवसर ग्राम नेपाल



GOOD SHEPHERD
INTERNATIONAL
FOUNDATION
NEPAL

सुभाव तथा विशेष योगदान

श्री तस्किला निकोलस, अन्थोनिया सुसै, गोविन्द भट्टराई र विकास दुङ्गना

लेखन/सम्पादन

श्री निर्मल सिंगदेल

प्रकाशक:

शुभ अवसर ग्राम नेपाल

केन्द्रिय कार्यालय: सिनामंगल काठमाडौँ,

सम्पर्क नं: ०१-४५९८४९९

शाखा कार्यालयहरु: पोखरा कास्की,

सम्पर्क नं: ०६१-४०३००७, ९८०९८५७२९६

भैरहवा, रुपन्देही

सम्पर्क नं: ०७१-५७३९७९, ५७४२७९

सर्वोधिकार @ प्रकाशकमा

मुद्रण प्रति: १०० प्रति

प्रकाशन मिति: डिसेम्बर, २०२२

आर्थिक तथा प्राविधिक सहयोग

प्रस्तुत तालिम स्रोत पुस्तिका शुभ अवसर ग्राम नेपालको सहयोगमा तयार गरिएको हो । यस तालिम पुस्तिका तयार गर्न Good Shepherd International Foundation Nepal को आर्थिक सहयोग रहेको छ ।

Foreword



I would like to congratulate Opportunity Village Nepal for developing the handbook on "Start and Improve Your Business" training. The handbook is based on the training manual developed by International Labour Organization. Good Shepherd International Foundation has been supporting the projects on the prevention of human trafficking in the adult entertainment sectors of Kathmandu and Kaski since 2016. Amongst many interventions in the projects, the identification of appropriate skills to be learnt by youth either for job placement or running a micro-enterprise has been always challenging. Besides this, the selection of appropriate areas for skill development based on the situation, background and interests of the project participants is very crucial for sustainability. In such context, the need for a handbook to train project participants that enables them in selecting the most suitable areas of skills development followed by guidance in setting up the business was highly felt. Considering such necessity and the continuous drive of the projects to ensure the sustainability of the interventions, this handbook has been brought into existence. The handbook enables participants to understand the essence of enterprise as it is often preceived wrongly as income generation activities and activities for livelihood. Interactive modules enable the participants to understand the basic business cycle and demand & supply. The handbook conscientize the participants regarding the essence of enterprises. The process of selecting a business at the macro and micro level and the development of a business plan are incorporated in the handbook. The handbook will guide the project participants in deeper analysis of their contexts, abilities, strengths and weaknesses thus enabling them to identify the appropriate skill to be learnt and the micro-enterprise that suits them the most. I am grateful to all the staff including the management team as well as the consultant for investing time and knowledge in shaping this manual thus adapting the current reality of the project participants and the local context. Once again, I thank the whole team and expect that this manual will be circulated to various like-minded organizations to strengthen the knowledge and skills of youth in the selection of the most appropriate enterprises.

With Blessings and Peace,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nicholas".

Sr. Taskila Nicholas
Country Representative
Good Shepherd International Foundation Nepal

Foreward



In 2021 I have attended the Start and improve your business (SIYB) training organized by opportunity village Nepal. After attending the training a thought clicked that it will be good to develop the handbook which will help many, particularly the project staff to train programme participants. As all our project focus on the economic sustainability of the vulnerable where there is a great necessity for reading material and a handbook to guide us to start something new that's how the SYIB handbook came into the picture.

During 10 days of training, I had very good discussions with my facilitator Mr. Nirmal Sigdel who liked my idea and supported the organization in developing a handbook I am grateful to him and I strongly believe that it will be of great support to encourage project participants and jobless youth to provide a view of business and open their eyes to various alternative business possibilities.

¹“Start and Improve Your Business (SIYB) is currently the largest global business management training programme with a focus on starting and improving businesses as a strategy for creating more and better employment for women and men. It supports the sustainable development goals by promoting business development policies that support decent jobs”

The idea of developing a booklet is to reach the unreached to promote economic empowerment, eradicate poverty by providing a decent and sustainable livelihood which supports family income to become self-sufficient and gradually increase the scalability of the business and offer job opportunities for many. I wish may this book be an inspiration to start a business in a creative way and support increasing the income level of the poor and ensure a dignified harmonious happy life. This booklet provides clear ideas about studying one's skill and ability, collecting resources and establishing a business by doing a market study, customers demand and setting a business in an appropriate location, and how to set targets and fixing prices for the products based on the business plan etc.

I thank the booklet developer, the project manager, staff for their valuable input. I am grateful to our Donor agency Good Shepherd International Foundation Nepal for their interest and constant support towards OVN.

Anthonia Soosaiappan
Executive Director
Opportunity Village Nepal

“An ACTION done with love is better than 100 noble THOUGHTS

¹<https://siybnepal.iedi.org.np/>

विषय सूची

विषय	पेज
१ पहिलो दिन	२
१.१ प्रथम सत्रः परिचय, उद्देश्य, नियम, आशा अपेक्षा र जिम्मेवारी बाँडफाँड (६० मिनेट)	२
१.२ दोस्रो सत्रः व्यवसायको अवधारणा, महत्व र उद्यमशीलता (९० मिनेट)	४
१.३ तेस्रो/चौथो सत्रः खेल मोड्युल १ (आधारभूत व्यवसाय चक्र) (१८० मिनेट)	१०
२ दोस्रो दिन	१२
२.१ प्रथम सत्रः सफल उद्यमीका विशेषता, व्यवसाय र परिवार बीचको सम्बन्ध (६० मिनेट)	१२
२.२ दोस्रो सत्रः व्यवसायिक अवसरको पहिचान (९० मिनेट)	१५
२.३ तेस्रो र चौथो सत्रः व्यवसाय छनोट प्रक्रिया (१८० मिनेट)	१८
३ तेस्रो दिन	२२
३.१ प्रथम सत्रः पुनरावलोकन र लक्षित ग्राहक पहिचान (६० मिनेट)	२२
३.२ दोस्रो सत्रः बजार र बजारीकरण / ७ Ps (९० मिनेट)	२३
३.३ तेस्रो र चौथो सत्रः खेल मोड्युल २ (माग र आपूर्ती) (१८० मिनेट)	२९
४ चौथो दिन	३४
४.१ प्रथम सत्रः पुनरावलोकन र व्यवसायिक योजनाको परिचय (६० मिनेट)	३४
४.२ दोस्रो सत्रः बजार, उत्पादन, खर्च र वित्तीय योजना (९० मिनेट)	३८
४.३ तेस्रो र चौथो सत्रः व्यवसायिक योजना तयारी अभ्यास (१८० मिनेट)	४२
५ पाँचौं दिन	४३
५.१ प्रथम र दोस्रो सत्रः पुनरावलोकन र व्यवसायिक योजना तयारी (१५० मिनेट)	४३
५.२ तेस्रो सत्रः लेखापालन र यसका ढाँचाहरु (९० मिनेट)	४३
५.३ चौथो सत्रः तालिम मूल्यांकन तथा समापन (९० मिनेट)	४७

अनुसूचीहरू:

अनुसूची १: तालिम पूर्व तथा तालिम पश्चात मूल्यांकन प्रश्नावली

अनुसूची २: व्यवसायिक योजना बनाउने ढाँचा

अनुसूची ३: तालिमका विषय वस्तु तथा समय तालिका

अनुसूची ४: तालिमको अन्तिम मूल्यांकन प्रश्नावली

अनुसूची ५: तालिमको लागि आवश्यक सामग्रीहरु र तालिम अन्तिम मूल्यांकन प्रश्नावली

अनुसूची ६: व्यवसायिक योजनाको नमूना

सन्दर्भ सामग्रीहरु

परिचय

कुनै पनि विषयको तालिम सञ्चालन गर्नु पूर्व तालिम दिने विषय, तालिमको उद्देश्य, अवधि, सहभागि संख्या, तालिम विधि, तालिमको गुणस्तर, आवश्यक तालिम सामग्री, तालिम पूर्व तथा पश्चातको मूल्यांकन, तालिमको अन्तिम मूल्यांकन तथा सिकाई परीक्षण आदिको वारेमा निश्चित मापदण्ड साथै आवश्यक तयारी गर्नु पर्ने हुन्छ । तालिमको माध्यम द्वारा सहभागीलाई आवश्यक ज्ञान सीप प्रदान गरी उनिहरुको व्यवहारमा सकारात्मक प्रभाव पार्ने कार्य गरिन्छ । यो सामग्री सहभागीहरुको उद्यमशीलता क्षमता विकास गर्ने उद्देश्य सहित अन्तराष्ट्रिय श्रम संगठनले तयार तथा सुरुवात गरेको “आफ्नो व्यवसाय शुरु तथा सुधार गर्नुहोस्” तालिम प्याकेजमा आधारित रहेर खेल विधि तथा अन्य विषयवस्तुहरु साभार गरि समुदाय स्तरमा उद्यमशीलता विकास तथा व्यवसाय व्यवस्थापन तालिमका लागि आवश्यक विषयवस्तु, व्यवसायिक खेल, प्रशिक्षण विधि आदि पक्षहरु समावेश गरी यो तालिम सामग्री तयार गरिएको हो । यस तालिम सामग्रीले उद्यमशीलता विकास तथा व्यवसाय व्यवस्थापन तालिम सहजिकरण गर्न सहजकर्तालाई थप मद्दत हुनेछ ।

तालिम सामग्रीको औचित्य

तालिम संचालनको दैरानमा विषयवस्तु, सहजिकरण विधि, समय, सहभागी, आवश्यक सामग्री, तालिम मूल्यांकन आदि जस्ता आधारभूत पक्षहरुका वारेमा सरल जानकारी गराउनु यस पाठ्य सामग्रीको मुख्य उद्देश्य रहेको छ । यो पाठ्य सामग्रीको प्रयोगले लक्षित सहभागीहरुको उद्यमशीलता सीप विकासका लागि प्रभावकारी रूपमा तालिम संचालन गर्न साथै गुणस्तर कायम गर्न समेत मद्दत पुरनेछ । यसका अतिरिक्त देहाय बमोजिम उद्देश्यहरु रहेका छन् ।

- क) उद्यमशीलता सीप विकास तालिमको मुख्य विषयवस्तुहरुको वारेमा जानकारी गराउने ।
- ख) तालिमका लागि आवश्यक सामग्री तथा विधिको वारेमा जानकारी गराउने ।
- ग) तालिम सहजकर्तालाई कसरी तालिम संचालन गर्ने तथा सहभागीहरुलाई कुन दिन कुन विषय के कसरी सिकाई हुन्छ भन्ने सवालमा सहज जानकारी गराउने ।

तालिम अवधि तथा विषयवस्तु

उद्यमशीलता विकास तालिमको समय अवधि पाँच दिनको तय गरिएको छ, भने तालिम दैनिक ६ घण्टा संचालन गरिनेछ । उक्त तालिमको विषयवस्तुहरु अनुसूची १ मा उल्लेख गरिएको छ ।

सहभागी छनौट

तालिम आवश्यकता पहिचान गरिसकेपछि तालिमका सहभागीहरुको छनौट सहि ढंगबाट गर्नुपर्दछ । सहभागी छनौट गर्दा व्यवसाय सुरु गर्न चाहने सम्भाव्य महिला तथा पुरुष साथै व्यवसाय सञ्चालन गरिरहेका महिला तथा पुरुष र उद्यम व्यवसायमा रुचि भएका, उत्प्रेरित र केही गरूँ भन्ने भावना भएका, उमेर, शिक्षा आदिको आधारमा सहभागीहरुको छनौट गर्नुपर्दछ ।

तालिम प्रशिक्षण विधि

तालिम सैद्धान्तिक तथा प्रयोगात्मक दुवै विधिद्वारा सञ्चालन गरिनेछ । सैद्धान्तिक कक्षामा दैनिक सत्र अनुसार तयार गरिएको विषयवस्तुहरुको प्रस्तुतिकरण, व्याख्यान, चित्र प्रदर्शन, मस्तिस्क मन्थन, भूमिका निर्वाह, खेल अभ्यास, प्रश्न उत्तर, प्रयोगात्मक अभ्यास आदि विधि द्वारा पश्चिक्षण गर्नु पर्नेछ ।

तालिम मुल्यांकन तथा सिकाई परिक्षण

मूल्यांकन	क्रियाकलाप
तालिम पूर्व	अनुसूचीमा उल्लेख भए अनुसार प्रश्नावलीको आधारमा प्रत्येक सहभागीको मूल्यांकन गर्ने।
तालिमको दौरान	आन्तरिक मुल्यांकन: मुख्य विषयवस्तु तथा क्रियाकलापको प्रशिक्षकले सहभागीहरुको मूल्यांकन गर्ने र व्यवसायिक योजनाको अभ्यासको दौरानमा गर्न सकिने साथै आन्तरिक मूल्यांकन गर्ने विधिको निर्णय प्रशिक्षकले गर्ने।
तालिम पश्चात	तालिम पश्चातप्रश्नावलीको आधारमा प्रत्येक सहभागीको मूल्यांकन गर्ने अर्थात् तालिम सम्पन्न भएपछिको सिकाईको तह हेर्ने। (अनुसूचीमा भएको प्रश्नावली अनुसार)।
अन्तिम	तालिमको अन्तमा अनुसूचीमा भएको प्रश्नावली अनुसार अन्तिम मूल्यांकन गर्ने।

१. पहिलो दिन

१.१ प्रथम सत्रः परिचय, उद्देश्य, नियम, आशा अपेक्षा र जिम्मेवारी बाँडफाँड (६० मिनेट)

शिर्षक: परिचयात्मक कार्यक्रम साथै नाम दर्ता (हाजिर)

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- सहभागी, प्रशिक्षक, आयोजक तथा अन्य सहयोगीसँग परिचय गर्ने, गराउने।
- परिचय गराउँदा सहभागीको स्तर हेरेर तालिम अवधी, समय जस्ता कुराहरुलाई ध्यान दिएर मात्र गराउने।
- परिचय गर्दा विभिन्न खेलको माध्यमद्वारा/चित्रको जोडा मिलाई पनि गराउन सकिन्छ।
- परिचय पश्चात निश्चित फारममा सहभागिहरुको हाजिर गर्ने।

शिर्षक: तालिमको उद्देश्य

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- सबभन्दा पहिला तालिमहरु के का लागि दिईन्छन भन्ने माथिको भनाइलाई प्रष्ट पारिसकेपछि मात्र अन्य उद्देश्यहरु बताउँदा राम्रो हुन्छ।
- पहिला तय गरिएको तालिमको उद्देश्य एउटा फिल्प चार्टमा तयार पारी उक्त चार्ट अनुसार उल्लेखित उद्देश्यको लागि बचत तथा ऋण व्यवस्थापन तालिम हुने बारेमा बताउने।
- चार्टमा उल्लेखित ती उद्देश्यहरु प्राप्तीको लागि विभिन्न विषयहरु राखिएका छन् जो तालिमका सत्रहरुबाट जानकारी हुने नै छ भनेर बताउने।
- यो तालिम सहभागीतात्मक पद्धतिबाट हुनेछ। यहाँहरुको सहयोगबाट नै यो प्रशिक्षण सफलहुनेछ। सकारात्मक सोचाई राखि आफुले जानेका, सिकेका, बुझेका र अनुभवका कुराहरु राखी सहयोग गर्नु हुन्छ भन्ने विश्वास राखेका छौं भनेर अनुरोध पनि गर्ने।

शिर्षक: तालिम संचालनका नियम तयार

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- तालिम अवधिभरको लागि आचार संहिताको सूची तयार गर्ने, गराउने।
- तालिम अवधिभर आचारसंहिता पनि चाहिन्छ भनेर जानकारी दिने।

- आचार संहिता समर्थन गरी सो को पालना गर्ने गराउने ।
- के-के आचार संहितामा राख्न सकिन्छ भनेर छलफल गराउने जस्तै: समयको पालना गर्ने, कानेखुसि नगर्ने, पालैपालो बोल्ने, पहिले देखि चिनेको व्यक्तिसँग बस्नु भन्दा पनि नयाँ व्यक्ति / साथीसँग बस्ने, व्यक्तिगत आक्षेप नलगाउने, ट्रावाइलेट वा पानी पिउन जान परे व्यवस्थापक वा प्रशिक्षकलाई सोधी पालै पालो जाने, तालिम संचालन भइरहेको समयमा मोबाइल प्रयोग गर्न नपाइने, तालिम शुरु तथा समापन समय सुनिश्चित गर्ने आदि ।
- तालिमका नियम तथा आचारसंहिता ब्राउन पेपरमा लेखेर तालिम अवधिभर सबैले देखिने स्थानमा टाँसेर राख्ने ।
- आवश्यक परेमा तालिम अवधिमा यी आचार संहितामा थपघट गर्न सकिने छ भनेर जानकारी गराउने ।
- थप कुरा नआएपछि एकपटक पढेर सुनाउने । आचार संहिता पालना गराउन एकपटक ताली बजाएर समर्थन गर्न लगाउने ।
- केवल सहजीकरण मात्र गर्ने आफ्नो विचार नलादने ।

शिर्षक: आशा अपेक्षा संकलन

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- आशा, अपेक्षा संकलनका लागि सहभागीहरूलाई विभिन्न रङ्गका १/१ वटा मेटा कार्ड प्रत्येक सहभागीलाई बाढ्ने र आशा, अपेक्षा र सिक्न चाहेको कुराहरु लेख्न लगाउने ।
- आशा, अपेक्षामा के के कुरा पर्दछन् भनेर बुझाउन परेमा छोटकरीमा बुझाउने ।
- एउटा मेटा कार्डमा एउटा मात्र विचार लेख्न लगाउने ।
- जुन सहभागीले लेखेको हो उसैले बोलेर टाँसिएको फिल्प चार्ट माथि मेटा कार्ड टाँस्न लगाउने । तर आफ्नो विचार अधिल्लो सहभागीबाट आइसकेको भए प्रस्तुत गर्न नलगाउने ।
- सबैले प्रस्तुत गरिसकेपछि प्रशिक्षक/सहजकर्ताले एकपटक सबै पढेर सुनाउने र विषय भन्दा बाहिरको अपेक्षा रहेछ भने सो को जानकारी गराई प्रष्ट पारिदिने ।

शिर्षक: जिम्मेवारीको बाँडफाँड

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- छोटो अवधिको भएपनि तालिम प्रभावकारी रूपमा संचालन गर्न दैनिक प्रतिवेदन, मूल्यांकन, व्यवस्थापन र मनोरन्जनको जिम्मेवारी बाँडफाँड गर्नुपर्ने कुरावारे जानकारी दिने ।
- यस पछि दैनिक प्रतिवेदन वा मुल्याङ्कन, व्यवस्थापन र मनोरन्जनको जिम्मेवारी को को ले लिने हो नाम सहित ब्राउन पेपरमा दिन अनुसार लेखेर सबैले देखिनेगरी टाँस्ने ।
- दैनिक प्रतिवेदनमा तालिम कार्यक्रमका मुख्य सिकाई के-के भए, सिकाई कस्तो रह्यो र मुल्यांकन गर्दा दैनिक तालिमका सकारात्मक तथा सुधार गर्नु पर्ने पक्षको वारेमा तयार गर्ने जिम्मेवारी दिने ।
- दैनिक प्रतिवेदन, मूल्यांकन प्रत्येक तालिमको भोलिपल्ट प्रस्तुतिकरण गर्न लगाउने, प्रतिवेदन वा मुल्यांकनको लागि कपी दिने ।
- यसै गरी व्यवस्थापन तथा मनोरन्जन अन्तर्गत बहन गर्नु पर्ने जिम्मेवारी को वारेमा जानकारी दिने र यसमा सहभागीहरूको राय सल्लाह लिने ।
- समूहमा विभाजन भए अनुसार सबैले आ आफ्नो जिम्मेवारीको पालना गर्ने वारेमा बुझाउने ।

१.२ दोस्रो सत्रः व्यवसायको अवधारणा, महत्व र उद्यमशीलता (९० मिनेट)

पाठ शिर्षकः व्यवसायको अवधारणा

व्यवसायको अवधारणा सम्बन्धमा बुझनु पूर्व आम्दानी, आयमूलक काम, स्वरोजगारको वारेमा बुझन आवश्यकता हुन्छ । जसलाई निम्नानुसार उल्लेख गरिएको छ ।

आयमूलक कामः आफूमा भएको सीप, स्रोत, साधन, समय, क्षमता आदिको प्रयोग गरेर मुख्य पेशादेखि बाहेका अरू सानातिना अतिरिक्त कामबाट, थप आम्दानी गरिन्छ भने त्यस्तो कामलाई आयमूलक काम भनिन्छ । जस्तैः खेतीपाति गर्ने किसानले आफ्नो फुर्सदको समयमा बाबियोको डोरी बाटेर बिक्रि गर्ने, अग्निसो कुचो बनाएर विक्री गर्ने, माछा मार्ने जाल बुनी बिक्रि गर्नु वा त्यस्तै अरू काम गरी आम्दानी गर्नु । कुनै गृहीणीले घरको कामदेखि बाहेक २/४ वटा बाखा वा कुखुरा पालेर बिक्री गरी आम्दानी गर्नु, फुर्सदको समयमा उनका कपडा बुन्ने आदि आदि । यसलाई अतिरिक्त कार्य वा part time job को रूपमा समेत हेर्न सकिन्छ । जस्तै कुनै शिक्षकको मुख्य पेशा विद्यालयमा पढाउने छ तर विहान साफ ट्रयुशन पढाउने कार्य गरी आम्दानी गर्नु साथै कुनै डाक्टरले अस्पताल बाहेक अतिरिक्त समयमा किलिनिकमा दिने सेवा बाट प्राप्त हुने आम्दानी आदि । यस्ता कामहरु फुर्सतको समयमा गरिने क्रियाकलाप हो तर निरन्तर भने नहुन सक्दछन् ।

स्व-रोजगारः आफूमा भएको सीप वा क्षमताको आधारमा स्वतन्त्ररूपले काम गरी आफु एकजनालाई व्यस्त राख्ने र त्यसको आधारका आफ्नो खर्च टार्ने कार्यलाई स्व-रोजगार भनिन्छ । एक जनालाई मात्र रोजगार हुने आधारमा आफु मात्र व्यस्त हुने कार्य हो, जहाँ व्यवसायमा जस्तो निरन्तरता नहुन सक्दछ । उदारणको लागि एक जनाले संचालन गरेको शैलुन, व्युटि पार्लर, सिलाई कटाई पसल आदि ।

उद्यम/व्यवसायः सरल भाषामा व्यवसाय भन्नाले नाफा आर्जन गर्न वा पैसा कमाउने उद्देश्यले वस्तु वा सेवा उत्पादन गरी उपलब्ध गराउने क्रियाकलापलाई बुझिन्छ । तर आजकल व्यवसायलाई छुटै किसिमले परिभाषित गर्ने गरिएको पाईन्छ । व्यवसाय भनेको नाफा मात्र कमाउने उद्देश्यले स्थापित पेशा वा संस्था होइन । आजको प्रतिस्पर्धालाई विचार गर्दा नाफाको साथै ग्राहकहरुको आवश्यकता तथा चाहनालाई ध्यान दिन जरुरी हुन्छ । अतः कुनै पनि व्यवसायको प्रमुख उद्देश्य ग्राहकको आवश्यकता परिपूर्ति गर्ने किसिमको वस्तु वा सेवा उपलब्ध गराउने हुनुपर्छ । यस्तो भएमा मात्र नाफा आर्जनमा निरन्तरता हुन सक्दछ ।

पुरानो अवधारणा अनुसार नाफा कमाउने उद्देश्यले वस्तु वा सेवा उत्पादन गरी ग्राहकलाई उपलब्ध गराउने क्रियाकलापलाई व्यवसाय भनिन्छ । अर्को शब्दमा भन्ने हो भने कुनै पनि मानिस अथवा समूहले नाफा कमाउने विचारले पेशाको रूपमा गर्ने कामलाई व्यवसाय भनिन्छ ।

नयाँ अवधारणा अनुसार ग्राहकलाई सन्तुष्टी प्रदान गरी नाफा कमाउने उद्देश्यले गरीने सम्पूर्ण व्यवसायिक तथा औद्योगिक क्रियाकलाप लाई व्यवसाय भनिन्छ । व्यवसाय स्वरोजगारमा भन्दा बढी लगानी, जोखिम बहन गरेर एक भन्दा बढि व्यक्तिद्वारा संचालन हुने र निरन्तरत रूपमा गरिने कार्य हो ।

कतिपय अवस्थामा उद्यमशीलता, आय आर्जन र स्व-रोजगारलाई पर्यायवाची शब्दको रूपमा हेर्ने गरेको पाइन्छ । तर यी धारणाहरुमा धेरै समानता रहेपनि असमानताहरु पनि बहनु आवश्यक हुन्छ । आय आर्जन (Income Generation) भनेको त्यस्तो क्रियाकलाप हो, जुन प्रायः आशिंक समयको हुन्छ र यो थप आय आर्जन गर्नको लागि फुर्सदको समयमा गरिन्छ । जबकी स्व-रोजगार (Self Employment) भन्नाले व्यक्ति आफ्नो पेशामा पूरै रूपमा समावेश भएको हुन्छ । त्यस व्यक्तिले उत्पादनलाई संगठित गर्ने तथा स्रोत जुटाउने, वस्तु वा सेवा बजारसम्म पुऱ्याउने आदि काममा जोखिम लिन पनि सक्छन र नलिन पनि सक्छ । तसर्थ सबै व्यावसायीहरु लाई आय आर्जन गर्ने र स्व-रोजगार भन्न सकिन्छ तर सबै आय आर्जन गर्ने र स्व-रोजगारहरु उद्यम वा व्यवसाय होइन् । त्यस्तै किसिमले सबै स्व-रोजगार आय आर्जन हुन् । तर सबै आय आर्जनस्वरोजगार होइनन् । यसलाई निम्नानुसार स्पष्ट गर्न सकिन्छ ।

लघु उद्यम/व्यवसाय: ग्राहकलाई सन्तुष्टि प्रदान गरी नाफा आर्जन गर्ने उद्देश्य, बढी लगानी बढी जोखिम, एकभन्दा बढी कामदार हुने, उत्पादनलाई संगठित गर्ने ।

स्वरोजगार: व्यक्ति आफ्नो पेशामा पूरै रूपमा समावेश भएको वा दिनभरी काममा खटिन्छ । कम लगानी र कम जोखिम ।

आय आर्जन: मुख्य पेशा बाहेक फुर्सदको समयमा थप आय आर्जन गर्ने गरिने क्रियाकलाप, पार्टटाइम रोजगार, लगानी नभए पनि वा कम भए पनि हुने ।

जिविकोपार्जन: जिवन धान्नको लागी मात्र गरिने क्रियापलाप ।

त्यसैगरी सबै स्व-रोजगार व्यक्तिहरु आय आर्जन गर्ने व्यक्ति हुन् । तर सबै आय आर्जन गर्ने व्यक्ति स्वरोजगार व्यक्ति होइनन् । यसलाई निम्न तालिकाबाट स्पष्ट गर्न सकिन्छ ।

आय आर्जन	स्व रोजगार	व्यवसाय
<ul style="list-style-type: none"> थप आय आर्जन गर्ने उद्देश्य आंशिक रोजगार अर्थात् पार्टटाइम रोजगार व्यक्तिगत वा समुहगत रूपमा गर्न सकिने सीप तालिम पश्चात् कार्यक्रम समाप्त गरिने । अव्यवस्थित रूपमा हुने 	<ul style="list-style-type: none"> आय आर्जन साथै स्वरोजगार हुने उद्देश्य पूरै समय रोजगार प्रायः व्यक्तिगत रूपमा गरिने अर्थात् सामूहिक नहुने एक जना मात्र रोजगार हुने विकासमुखी नभएको कम लगानी र कम जोखिम खासै व्यवस्थित नभएको हुने 	<ul style="list-style-type: none"> नाफा आर्जन गर्ने उद्देश्य पूरै समय रोजगार व्यक्तिगत, साभेदारी वा कम्पनीको रूपमा गर्न सकिने उद्यमी/साभेदारबाट नियन्त्रित एकभन्दा बढी कामदार हुने धेरै प्रकारका सीपको आवश्यकता योजनाबद्ध क्रियाकलाप लक्षित् समूहमा केन्द्रित रहने असामान्य विकास क्रियाकलाप वस्तु/सेवाको मूल्य अभिवृद्धि हुने बढी लगानी र बढी जोखिम स्वरोजगार भन्दाबाढि हुने वृद्धि उन्मुख र व्यवस्थित रूपमा हुने सृजनशीलताको आधारमा नौलोपन दिने

पाठ शिर्षक: व्यवसायको वर्गीकरण

सामान्यतया प्रकृति र लगानीका आधारमा व्यवसायलाई विभिन्न किसिममा बाँडिएको भए तापनि लक्षित समूहलाई ध्यानमा राखेर प्रकृतिको आधारमा बुझाउनु राम्रो हुन्छ । व्यवसायका किसिम निम्न अनुसार वर्गीकरण गरिएको छ ।

(क) कुनै कच्चामालको रूप परिवर्तन गरेर तयारी बस्तु उत्पादन वा तयार गरिन्छ भने त्यस प्रकारलाई उत्पादनमूलक व्यवसाय भनिन्छ ।

(ख) आफ्नो सीप र उपकरणको प्रयोग गरेर कुनै मानिसले अरूलाई सन्तुष्टि दिन्छ वा खाँचो पुरा गर्दत भने त्यसलाई सेवा व्यवसाय भनिन्छ ।

(ग) यदि कुनै मानिसले उत्पादक वा विक्रेताबाट सामान किनेर उपभोक्तासम्म पुऱ्याउँछ भने त्यसलाई व्यापार भनिन्छ । व्यापार दुई प्रकारका हुन्छन्, जस्तै: थोक व्यापार र खुद्रा व्यापार ।

यसैगरी फरक फरक मुलुकहरुमा व्यवसायलाई फरक फरक किसिमले वर्गीकरण गरिएको पाईन्छ । नेपालमा उद्योग व्यवसायलाई औद्योगिक नीती २०६७ अनुसार निम्नानुसार वर्गीकरण गरिएको छ ।

क) उत्पादन प्रकृति तथा सेवाको आधारमा वर्गीकरण ।

१. कृषि तथा वन पैदावरमा आधारित उद्योग (Agriculture and Forest Based Industries): कृषि वा वन पैदावरमा आधारित कच्चा पदार्थबाट उत्पादत वा प्रशोधित जस्तै: फलफूल खेती, खाद्य प्रशोधन, पशुपालन, दुध उद्योग, कुखुरा, मत्स्य पालन, तरकारी तथा पुष्प खेती आदि, ऐद्योगिक नीती २०६७को अनुसूची १मा उल्लेख गरिएका उद्योगहरु ।

२. उत्पादमूलक उद्योग (Manufacturing Industries): तोकिएवमोजिम मूल्य अभिवृद्धि गरी कच्चा पदार्थ वा अर्ध प्रशोधित कच्चा पदार्थ प्रयोग गरी वा प्रशोधन गरी मालसामान उत्पादन गर्ने उद्योगहरु जस्तै: चितुरीको साबुन, वावियोको डोरी, बाँस बाट धुप, खेर गाएको पलाष्टिक बाट पाइप आदि ।

३. निकासी प्रवर्द्धन उद्योग (Export Oriented Industries): आफ्नो कुल उत्पादनको ५१ प्रतिशत वा सो भन्दा बढी उत्पादन विदेशमा निर्यात गर्ने उद्योगहरु ।

४. उर्जामूलक उद्योग (Energy Based Industries): जलश्रोत, वायु, सौर्यशक्ति, कोइला, प्राकृतिक तेल तथा ग्रास, वायोग्रास, न्यूक्लिकयर, इनर्जी तथा अन्य श्रोतबाट उर्जा पैदा गर्ने उद्योगहरु ।

५. खानीजन्य उद्योग (Mining and Mineral Processing Industries): धातु तथा अधातु खनिज (Metallic and Non-Metallic Minerals) उत्खनन् तथा प्रशोधन गर्ने उद्योगहरु ।

६. पर्यटन उद्योग (Tourism Industries): पर्यटकहरूलाई सेवा पुऱ्याउने जस्तै: होटेल, रिजोर्ट, रेष्टराँ, ट्राम्भेल एजेन्सी, ट्रु अप्रेटर, मनोरञ्जन पार्क निर्माण तथा सञ्चालन, Mountain Flight सञ्चालन आदि ऐद्योगिक नीती २०६७ को अनुसूची २ मा उल्लेख गरिएका व्यवसायहरु ।

७. निर्माण उद्योग (Construction Industries): भौतिक पूर्वाधार निर्माण गरी संचालन गर्ने जस्तै: सडक, पुल, रोपवे, केवुल कार, हवाइ धावन मार्ग, खानेपानी, ढल निकास, सिंचाई पूर्वाधार आदि ऐद्योगिक नीती २०६७ को अनुसूची ३ मा उल्लेख गरिएका व्यवसायहरु ।

८. सूचना तथा संचार प्रविधि उद्योग (Information and Communication Technology Industries): सूचना संकलन, प्रशोधन र प्रसारणको लागि प्रविधि प्रयोग गरी सूचना, ज्ञान तथा संचार सेवा पुऱ्याउने जस्तै: कम्प्यूटर तथा सम्बन्धित सेवाहरु, तथ्याङ्क प्रशोधन, साइबर क्याफे, टेलिफोन तथा सेलुलर टेलिफोन सेवाहरु, मोबाइल टेलिफोन सेवा, टेलिभिजन प्रसारण, एफ.एम. रेडियो प्रसारण सेवा, प्रिन्ट मिडिया उद्योग आदि ऐद्योगिक नीती २०६७ को अनुसूची ४ मा उल्लेख गरिएका व्यवसायहरु ।

९. **सेवा उद्योग (Service Industries):** औद्योगिक नीति २०६७ को अनुसूची ५ मा उल्लेख गरिएका व्यवसायहरु जस्तै: छापाखाना तथा छपाई सम्बन्धी सेवा, चलचित्र निर्माण व्यवसाय, सार्वजनिक परिवहन व्यवसाय, फोटोग्राफी, अस्पताल, हवाई सेवा, खेलकुद सेवा, पशु चिकित्सा सेवा आदि ।

ख) लगानी र प्रकृतीको आधारमा वर्गीकरण

१. **लघु उद्यम (Micro Enterprises):** औद्योगिक नीति २०६७ अनुसार यस नीतिको प्रयोजनको लागी लघु उद्यम भन्नाले देहायका शर्त पूरा गरेको व्यवसाय सम्भन्नु पर्छ :

- घर जग्गा वाहेक बढीमा दुई लाख रुपैयासम्म स्थिर पूँजी लगानी हुने,
- उद्यमी स्वयं व्यवस्थापनमा संलग्न रहेको,
- उद्यमी समेत ९ जनासम्म कामदार रहेको,
- वार्षिक आर्थिक कारोबार २० लाख रुपैया भन्दा कम रहेको, र
- इन्जिन उपकरण प्रयोग हुने भएमा त्यस्तो इन्जिन वा उपकरणको विद्युत मोटर वा अन्य तेल इन्जिन शक्ति क्षमता १० किलोवाट भन्दा कम भएको स्पष्टीकरणः माथि उल्लेखित शर्तहरु पूरा गरेतापनि अनुमती लिनुपर्ने उद्योग व्यवसाय, मदिरा, वियर, चुरोट विडी वा अन्य सूर्तिजन्य वस्तु उत्पादन वा प्रयोग हुने व्यवसायलाई लघु उद्यम मानिने छैन ।

२. **परम्परागत तथा अन्य घरेलु उद्योग (Traditional Cottage Industries):** परम्परागत शिप र प्रविधि प्रयोग गर्ने, स्थानीय कच्चा पदार्थ एवम् साधन उपयोग गर्ने देशको कला र सँस्कृतिसँग सम्बद्ध र १० किलोवाट भन्दा कम विद्युत शक्ति प्रयोग गर्ने अनुसूची ६ मा उल्लेख गरिएका उद्योग व्यवसायहरु हुन ।

३. **साना उद्योग (Small Scale Industries):** लघु उद्यम र परम्परागत घरेलु उद्योग वाहेक ५ करोड रुपैयासम्म स्थिर जेथा भएका औद्योगिक व्यवसायहरु,

४. **मध्यैला उद्योग (Medium Scale Industries):** ५ करोड भन्दा बढी १५ करोड रुपैयासम्म स्थिर जेथा भएका औद्योगिक व्यवसायहरु,

५. **ठूला उद्योग (Large Scale Industries):** १५ करोड रुपैया भन्दा बढी स्थिर जेथा भएका औद्योगिक व्यवसाय माथि उल्लेखित उद्योगहरुको स्थीर जेथा भन्नाले देहायका चल वा अचल सम्पत्तिहरु पर्नेछन् ।

(क) जमीन र जमीन सुधार (जस्तै जमीन सम्याउने, पुर्ने, पर्खाल लगाउने जस्ता कार्यहरु),

(ख) स्थलीय भौतिक पूर्वाधारहरु (जस्तै ढल निकास, आन्तरिक सडक),

(ग) कार्यालय, कारखाना भवन, गोदाम घर, विद्युत वितरण, पानी वितरण व्यवस्था तथा आवास भवनहरु,

(घ) यन्त्र, उपकरण तथा औजारहरु,

(ङ) परिवहनका साधनहरु,

(च) विद्युत, उपकरण तथा कार्यालय उपकरणहरु, र

(छ) फर्निचर, फिक्स्चर तथा फर्निसिङ्ग, संचार व्यवस्था तथा उपकरणहरु ।

पाठ शिर्षक: व्यवसायको महत्व तथा फाईदा

व्यक्तिको आर्थिक तथा सामाजिक पक्षमा सुधार ल्याउनमा व्यवसायको महत्वपूर्ण भूमिका रहेको हुन्छ । नेपालको परिप्रेक्षमा हेर्दा वेरोजगारी एउटा भयावह समस्याको रूपमा खडा भएको छ । अर्को पक्षलाई हेर्दा देशको आर्थिक अवस्थामा सुधार ल्याउन र विदेशी मुद्रा आर्जन गर्न एक मात्र विकल्पको रूपमा स्थानीय स्रोत तथा साधनको प्रयोगबाट व्यवसाय संचालन गर्नु पर्ने देखिन्छ । व्यवसायले यस्ता धेरै पक्षमा सुधार ल्याउन सहयोग पुऱ्याउँछ । त्यसैले व्यवसायका निम्न महत्वहरु छन् ।

- १. स्वरोजगार हुनः व्यवसाय गर्नाले आफु स्वरोजगार भै आत्म निर्भर हुने र समाजमा आफन्तका बीचमा सम्बन्ध राख्ने प्रतिष्ठा समेत बढ़दछ ।**
- २. सामाजिक आवश्यकता परिपूर्ति गर्नः विभिन्न वस्तु उत्पादन गरी बजारमा उपलब्ध गराउने र ती वस्तु तथा सेवा समाजमा रहेका मानिसहरूले खरिद गरी उपयोग गर्ने हुँदा समाजको आवश्यकता परिपूर्ति हुन्छ ।**
- ३. बेरोजगारी समस्याको समाधान गर्नः व्यवसाय गर्नाले रोजगारी खोज्दै जान पढैन आफु रोजगार भै आत्म निर्भर हुनुका साथै अरुलाई समेत रोजगारी दिन सकिन्छ । उद्योग व्यवसायले मानिसहरूलाई निरन्तर रूपमा रोजगारी दिई उनीहरूको जीवीकोपार्जनमा सहयोग गरेको पाईन्छ ।**
- ४. स्थानीय कच्चा पदार्थ तथा सीप प्रयोगमा ल्याउने: व्यवसायीहरूले नयाँ नयाँ विचार ल्याएर स्थानीय कच्चा पदार्थ र साधन स्रोतको उपयोग गर्ने हुँदा ती साधन स्रोतले बजार पाउने, खेर नजाने हुँदा समग्र समुदायको विकासमा सहयोग पुगदछ ।**
- ५. राजस्व बृद्धिमा सहयोग पुर्याउने: व्यवसाय गर्ने प्रक्रियामा व्यवसायीले विभिन्न किसिमका दस्तुर जस्तै विक्रि कर, मूल्य अभिबृद्धिकर, अन्तःशुल्क, मनोरञ्जनकर, ठेककाकर, सवारीकर, आयकर, अग्रिम आयकर जस्ता राजस्व सरकारलाई बुझाउने हुँदा सरकारी राजस्वमा बृद्धि गर्न योगदान पुर्याउँछ ।**
- ६. विदेशी मुद्रा आर्जन गर्ने: कुनै व्यवसायले उत्पादन गरेका वस्तु स्थानीय स्तरमा विक्री वितरण हुने गर्दछन् भने कुनै विदेशमा समेत निर्यात हुने गर्दछन् । ती विदेश निर्यात गर्दा वैदेशिक मुद्रा जस्तै डलर, भारतीय रूपैयाँमा मूल्य राखी सोही मुद्रा नै भुक्तानी लिईने हुदा देशमा वैदेशिक मुद्रा आर्जन गर्नमा सहयोग हुन्छ । यसबाट अन्तरराष्ट्रिय वैदेशिक सम्बन्धको स्थापना समेत हुन जान्छ र समग्र राष्ट्रको विकासमा समेत मद्दत हुन जान्छ । यसका अतिरिक्त आफ्नो मालिक आफै हुने, स्वतन्त्र रूपमा काम गर्न पाइने, आय आर्जन गर्ने, स्व-रोजगारीको अवसर सृजना गर्ने, आफ्नो क्षमता अनुसार काम गर्न पाइने, अरुलाई काम दिन सकिने, राम्रो काम गर्न सके नाफा, इज्जत दुवै पाईने र परिवारका अन्य सदस्यले पनि व्यवसायमा संलग्न हुन सक्ने आदि व्यवासयको फाईदा तथा महत्व रहेका छन् ।**

पाठ शिर्षक: उद्यमशीलता

उद्यमशीलताको अवधारणा बुझन लेखक शिव खेराको भनाई उपयुक्त हुन्छ । उनले भनेका छन् “सफल मान्छेहरूले नयाँ काम गरेका होइन, नयाँ तारिकाले काम गरेका हुन” अर्थात कुनै पनि व्यवसायिक कार्यलाई नयाँ सोचको आधारमा जोखिम वहन गरी पुरस्कार स्वरूप नाफा आर्जन गर्नु नै उद्यमशीलता हो । अर्को अर्थमा उद्यमशीलता भनेको उद्यमीहरूले गर्ने कार्यलाई बुझिन्छ अर्थात उद्यमशीलता उद्यमीको नयाँ सोच, नवप्रवर्तन, कार्यसम्पादनसँग सम्बन्धित हुन्छ । उद्यमशीलता अन्तर्गत उद्यम स्थापना र संचालनका लागि गरिने विभिन्न क्रियाकलापहरू पर्दछन् जस्तै: उत्पादन गर्ने, अवसर हेने, संगठन गर्ने, पूँजीको स्रोत जुटाउने, कच्चा पदार्थको व्यवस्था गर्ने, श्रम जुटाउने, स्थान जुटाउने र नयाँ कार्य प्रारम्भ गर्ने, उत्पादन प्रक्रिया शुरू गर्ने जस्ता कार्यहरू पर्दछन् । तसर्थ उद्यमशीलता भनेको व्यवसाय संचालन गर्नकालागि अपनाउने प्रक्रिया पनि हो ।

उद्यमीले गर्ने कार्य नै उद्यमशीलता भएकोले यी दुईलाई एक अर्काका पुरक हुन भन्न सकिन्छ । अर्थात एउटै सिक्काका दुई पाटोको रूपमा हेर्न सकिन्छ, जुन निम्नानुसार छन् । उद्यमशीलता कुनै उद्यमशील कार्यलाई सम्पन्न गर्ने वा समायोजन गर्ने भन्ने बुझिन्छ भने उद्यमी त्यो उद्यमशील कार्यलाई सम्पन्न गराउने व्यक्ति हो ।

उद्यमी	उद्यमशीलता
व्यक्ति	प्रक्रिया
संगठनकर्ता	संगठन
नवप्रवर्तनकर्ता	नवप्रवर्तन
जोखीम वहनकर्ता	जोखिम वहन
उत्प्रेरक	उत्प्रेरणा
सिर्जक	सिर्जना
नेता	नेतृत्व
कर्ता	कार्य
नक्कलकर्ता	नक्कल
निर्णयकर्ता	निर्णय कार्य

उद्यमशीलतालाई निम्न अनुसार पनि हेर्न सकिन्छ ।



१.३ तेस्रो/चौथो सत्र: खेल मोड्युल १ (आधारभूत व्यवसाय चक्र) (१८० मिनेट)

पाठ शिर्षक: खेल मोड्युल १ (आधारभूत व्यवसाय तक्र)

आफ्नो व्यवसाय शुरु तथा सुधार गर्नुहोस् (एस.आई.वाई.बी) तालिम प्याकेज अन्तर्गत गरिने व्यवसायिक खेल अभ्यास आधारभूत व्यवसाय चक्र अर्थात् खेल मोड्युल १ हो । यो खेल सम्भाव्य उच्चमीहरुका लागि व्यवसाय सृजना तालिममा अभ्यास गराईन्छ । उक्त खेल विधिलाई एस.आई.वाई.बी मा आधारित रहेर विस्तृत रूपमा तल उल्लेख गरिएको छ ।

तालिका १: आधारभूत व्यवसाय चक्र खेलको भलक

वस्तु: साधारण टोपि

मुख्य सिकाईहरु:

- आधारभूत व्यवसाय चक्र (रूप र मूल्यमा परिवर्तन गरी नाफा आर्जन)
- वित्तीय योजनाको निर्णय (व्यवसाय र परिवार बीच विरोधाभास)
- नगद प्रवाहको व्यवस्थापन (अप्रत्यासित खर्चको चाँजोपाँजो)
- आधारभूत लेखा (हिसाबकिताव)
- जोखिम व्यवस्थापन (के हुन्छ ? भन्ने डर)

- लाग्ने समय: ३ घण्टा
- अभ्यासको उद्देश्य : ५ मिनट
- मोड्युल १ को उद्देश्य: ५ मिनट
- प्रयोग हुने आवश्यक वस्तु र चरित्रहरु: २० मिनट
- कसरी लागु गर्ने/हुन्छ: २० मिनट
- परिक्षण अभ्यास: १५ मिनट
- योजना: २० मिनट
- अभ्यासक्रम: ७५ मिनट
- छलफल: ३० मिनट

खेल मोड्युल १ (आधारभूत व्यवसाय चक्र) का उद्देश्यहरू

- आधारभूत व्यावसायिक चक्र (नगद भित्र र नगद बाहिर जाने प्रक्रिया)
- पैसाको सही सदुपयोगका निम्नित योजना बनाउने जसले असहमत निर्णयहरूलाई सहमतिमा त्याउन सहयोग गर्दछ ।
- व्यवसाय विचार सृजना
- सकारात्मक नगद - प्रवाहको महत्व
- व्यावसायिक हर - हिसाबको महत्व

खेल अभ्यासको तयारी

अभ्यासको नियम तथा आवश्यक पर्ने खेल सामग्रीहरुको वारेमा विस्तृत जानकारी तथा व्याख्या गर्ने । सहभागीहरुले नबुझेको कुराहरुलाई अभ्यास गर्नु अगाडी नै स्पष्ट पारिदिनु पर्दछ ।

खेल अभ्यासका नियमहरू

सहभागीहरुको सदृश्या हेरी तीनदेखि चार समूहमा विभाजन गर्ने: रातो, नीलो, पहेंलो र हरियो रंगको आधारमा चिट वा कार्ड छान्न लगाउने । प्रत्येक समूहलाई साधारण टोपी उत्पादन गर्न लगाउने । साधारण टोपी कसरी उत्पादन गर्ने भन्नेवारे सीप सिकाउने अर्थात् सहभागीहरुलाई अभ्यास गराउने र अभ्यासको क्रममा उत्पादन भएका टोपीहरूलाई प्रत्येक समूहबाट सङ्कलन गर्ने र छुट्टै राख्ने । खेल अभ्यासको विधि तथा नियमलाई बुँदागत रूपमा निम्नानुसार उल्लेख गरिएको छ ।

- सहभागीहरुलाई ४ वटा समूहमा विभाजन गर्ने ।
- ४ वटा समूहको क्रमशः रातो, नीलो, पहेंलो र हरियो नाम दिने ।
- ४ वटै समूहले साधारण टोपी उत्पादन गर्नुपर्ने वारेमा बताउने ।
- प्रत्येक व्यक्तिले रु. ५००- बैंकवाट ऋण प्राप्त गर्ने र व्याज २०% लाग्ने वारेमा बुझाउने । यदि समूहमा ४ जना भएमा रु. २०००- पाउनेछन् वारेमा जानकारी गराउने ।

- २७ गते सबै समूहले घर बहाल वापत रु. १००।- तिर्नुपर्ने हुन्छ ।
 - २९ गते साँवा र व्याज सहित बैंकलाई बुझाउनुपर्ने हुन्छ ।
 - श्रेष्ठ हालेलसेलवाट रु. ४०।- का दरले कच्चापदार्थ खरिद गर्ने ।
 - उत्पादित साधारण टोपी रु. द०।- प्रति गोटाका दरले आलेले खरिद गर्ने ।
 - आलेले गुणस्तरीय टोपीमात्र खरिद गर्ने वारेमा जानकारी गराउने ।
 - प्रत्येक शनिबार आवश्यक सामान खरिद गर्नका लागि सगरमाथा स्टोर खुला हुने वारेमा बताउने ।
- सबै समूहहरूले गर्नु पर्ने क्रियाकलापहरू देहाय बमोजिम हुने कुरा स्पष्ट बुझाउने ।
- **सोमबार** : श्रेष्ठ होलसेल पसलबाट प्रतिएकाई ४०।- का दरले सबै समूहहरूले आवश्यकता अनुसार कच्चा पदार्थ खरिद गर्ने,
 - **मंगलबार** : समूहहरूले साधारण टोपी उत्पादन गर्ने दिन । तेस्रो हप्तादेखि अप्रत्याशित कार्डको प्रयोग गर्ने र कुनै समूहले कार्डमुताबिक रकम सापट दिएमा त्यसका निम्नित कहिले रकम प्राप्त होला भनी हेर्ने, सुई घुमाउने वा डाइस फाली हेर्ने,
 - **बुधबार** : समूहहरूले आफ्नो उत्पादन प्रतिएकाई द०।- का दरले आलेको पसलमा विक्री गर्ने दिन । आलेले गुणस्तरीय वस्तुमात्र खरिद गर्ने वारेमा बुझाउने ।
 - **बिहीबार** : समूहहरूले आफ्नो नगद सङ्गलन गर्ने दिन (यदि कोहीसँग लिन बाँकी छ भने) ।
 - **शुक्रबार** : समूहहरूले योजना तयार गर्ने दिन,
 - **शनिबार** : समूहहरूका लागि व्यक्तिगत सामानहरू सगरमाथा स्टोरबाट खरिद गर्ने दिन,
 - **आइतबार** : सबै समूहले आराम गर्ने दिन ।

अभ्यास क्रम: यस अभ्यासलाई दुई चरणमा गर्नुपर्छ ।

पहिलो चरण: अभ्यासको पहिलो हप्ता (८ गते विहीबारसम्मका लागि) उच्चमीप्रसाद, उच्चमशीलकुमारी, वचतकुमारी, खर्चिलोबहादुरको व्यवहार/ चरित्रले व्यवसायको दीर्घकालीन सम्भाव्यतामा पर्न जाने असर र नतिजाबारे छलफल गर्ने ।

दोस्रो: पुरै महिनाका लागि सबै समूहले मेहनती बिरुको जस्तो व्यवहार/ चरित्र अनुसार अभ्यास गर्ने ।

महिनाको १३, २० र २७ गते अप्रत्याशित खर्चको कार्ड तान्न लगाउने र सोहीबमोजिम कार्य गर्ने । उक्त कार्य, उत्पादन गर्नुआगाडि नै गर्ने ।

अभ्यास सञ्चालनका लागि “आज” लेखिएको स्टिकर क्रमिक रूपले सादै जाने तथा दैनिक समय नियन्त्रणका निम्नि पानीघडि वा मोबाईलमा भएको डिजिटल घडिको प्रयोग गर्ने ।

महिनाको अन्त्यमा प्रत्येक समूहलाई अभ्यासबाट केकति नाफा/घाटा भयो, नतिजा निकाल लगाई र कसरी अभ्याससंचालन भएको थियो भन्नेबारे छलफल गर्ने ।

खेल मोडल: १ (आधारभूत व्यवसाय चक्र) को मुख्य सीकाई: आधारभूत व्यवसाय चक्र खेलको सिकाई निम्नानुसार छन् । जसलाई खेल अभ्यास पश्चात सहभागीहरूलाई छलफलका आधारमा स्पष्ट पार्ने ।

- कम उत्पादन हुनु भनेको कम विक्री हुनु हो र कम विक्री माने कम नाफा हुनु हो ।
- तपाईंको व्यक्तिगत तथा पारिवारिक खर्च तपाईंले आफ्नो ज्यालावाट व्यहोर्नुपर्छ न कि व्यवसायको पैसाबाट । तपाईंको व्यवसाय र तपाईं भनेको फरकफरक चीज हुन् ।
- व्यवसायको नतिजाको विश्लेषण गर्नका निम्नि हरहिसाबले सहयोग पुऱ्याउँछ । यसलाई केलाएमा सही बाटामा हिँडन सकिन्छ र योजना गर्नका निम्नि यो आवश्यक पर्दछ ।
- यदि तपाईंसँग वचत छैन भने अनिश्चित खर्च व्यहोर्नपरेमा चाहिनेभन्दा बढी खर्च हुन्छ । यसका लागि एकआपसमा समझदारी, सापटीमा सीमानिर्धारण गर्ने, नगदलाई बैङ्गबचत गर्नेजस्ता कुरामा ध्यान पुऱ्याउनु पर्दछ ।

२. दोस्रो दिन

२.१ प्रथम सत्रः सफल उद्यमीका विशेषता, व्यवसाय र परिवार बीचको सम्बन्ध (६० मिनेट)

शिर्षकः पहिलो दिनका विषयवस्तुहरूको पुनरावलोकन

उद्देश्यः सहभागिहरूलाई अधिल्लो दिनका विषयहरूको पुनरावलोकन गरि आजको दिनको लागि सिक्ने सिकाउने वातावरण तयार गर्ने ।

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- प्रतिवेदन तयारीको जिम्मेवारी लिएको सहभागिवाट पहिलो दिनको सम्पूर्ण क्रियाकलापहरू प्रस्तुतिकरण गर्न लगाउने साथै अधिल्लो दिनको सिकाई र अन्य कृयाकलापहरू पूनरावलोकन गर्न लगाउने ।
- अधिल्लो दिनको वारेमा सकारात्मक तथा सुधार गर्नु पर्ने पक्षहरूको वारेमा मुल्यांकनको जिम्मेवारी लिएको सहभागिलाई प्रस्तुतिकरण गर्न लगाउने ।
- सहभागीहरूबाट प्रतिवेदन तथा मुल्यांकन प्रस्तुत गरिसकेपछि छुटेका केही प्रसंगहरू सहजकर्ताले राख्न सकिन्छ ।
- त्यस्तै मुल्याङ्कन समितिको तर्फबाट मुल्याङ्कन प्रतिवेदन र व्यावस्थापन समितिको तर्फबाट प्रतिवेदन प्रस्तुत पश्चात पद र जिम्मेवारी नयाँ समितिलाई हस्तान्तरण गर्नु पर्दछ ।

पाठ शिर्षकः सफल उद्यमीका विशेषता

एउटा उद्यमी वा व्यवसायिले आफ्नो व्यवसायलाई सफलतापूर्वक संचालन गर्नका लागि विभिन्न क्रियाकलाप गर्नुपर्ने हुन्छ । सफल उद्यमीले आफ्नो व्यवहार वा क्रियाकलापद्वारा आफ्ना केही विशेषताहरू प्रदर्शित गरेका हुन्छन् । त्यस्ता विशेषताहरूलाई प्रशिक्षण र अभ्यासबाट पनि विकास गर्न सकिन्छ । यही कारणले उद्यमी बन्न चाहने कुनै पनि व्यक्तिले यस्ता विशेषताहरूबारे जान्नु आवश्यक हुन्छ, त्यस क्षमतालाई ग्रहण समेत गर्नु अति नै महत्वपूर्ण हुन्छ । सफल उद्यमीका प्रमुख विशेषता देहाय बमोजिम रहेका छन् ।

१) आत्म विश्वास (Confident)

उद्यमीहरू आफ्नो खुबी र क्षमता प्रति बढी विश्वास गर्दछन् र सकारात्मक भावना लिएर अगाडि बढ़दछन् । उद्यमीहरू अरुसँग प्रतिष्पर्धा गर्न डराउदैनन् र काम असफल भएछ भने, त्यस्तो हुनाको कारण पत्तालगाई त्यही अनुरूप सुधार गर्ने कार्य गर्दछन् । आत्मविश्वास बढनुमा विभिन्न कुराले प्रभाव पारको हुन्छ । जस्तै पहिलको सफलता, आफ्नो क्षमतामा आफैलाई विश्वास हुनु, विषयवस्तुमा जानकारी, वाट्य वातावरणबाट सहयोग, सामाजिक परिपाटी आदि । हाम्रो समाजको कुरा गर्ने हो भने महिलामा आत्मविश्वासको कमी हुनाको प्रमुख कारण समाजले महिलालाई हौसला नदिने र उसको क्षमतामा शंका गर्ने हुनाले भएको देखिन्छ । जसको परिणाम उनीहरू आफैले आफ्नो क्षमतामा विश्वास गर्दैनन् । त्यसकारण आफ्नो क्षमतामा विश्वास गर्नु नै आत्म विश्वास बढाउने पहिलो द्वार वा खुडकिला हो भनिन्छ ।

२) स्पष्ट लक्ष्य निर्धारण (Goal Clarity)

उद्देश्य स्पष्ट नगरी काम गर्दा आफ्नो समय र मेहनत खेर जाने हुन्छ । तसर्थ कुनै पनि उद्यमीले आफ्नो लक्ष्यमा स्पष्ट हुन जरुरी हुन्छ । सफल रूपमा अधि बढेका उद्यमीहरूले आफ्नो कार्यहरूलाई पहिचान गरी क्रमबद्ध रूपमा उल्लेख गरेका हुन्छन् । आफूले के काम कहिले गर्ने भन्ने सम्बन्धमा स्पष्ट लक्ष्य निर्धारण गरी त्यही अनुरूपको कार्य योजना बनाउने र त्यो काम भयो, भएन मूल्यांकन गर्ने गर्दछ । यसरी एउटा उद्यमीले हाल आफू कुन अवस्थामा छु र भविष्यमा कुन स्थान वा अवस्थामा पुग्न चाहेको छु भन्ने कुरा निक्यौल गरिसकेपछि उक्त लक्ष्य प्राप्त गर्न गर्नुपर्ने क्रियाकलापलाई निश्चित समय तोकेर सोही अनुसार

अगाडि बढनुपर्छ, आफूले गरेको क्रियाकलापलाई समय समयमा मूल्यांकन पनि गर्दै भावी कार्यक्रमलाई अभ सशक्त बनाउदै जानुपर्छ ।

३) मध्यम खालको जोखिम लिने (Calculative Risk Taking)

कुनैपनि उद्यम व्यवसायमा जोखिम रहेको हुन्छ । तर यो फरक फरक मात्रामा हुने गर्दछ । अर्थात् कुनैमा बढी, कुनैमा मध्यम र कुनैमा निम्न जोखिम हुन्छ । अर्को कुरा व्यक्ति व्यक्ति अनुसार पनि जोखिम लिने क्षमतामा फरक पर्न सक्छ । कुनै व्यक्तिको लागि त्यही उद्यम / व्यवसाय बढी जोखिम भएको हुनसक्छ, भने अर्को व्यक्तिको लागि मध्यम वा निम्न हुनसक्छ । यो मानिसको पारिवारिक अवस्था, खुबी, अनुभव, हिम्मत, पैंजी आदिले निर्धारण गरेको हुन्छ । तर आफ्नो खुबी, क्षमता र सीप अनुसारको लेखाजोखा गरिएको जोखिम वा मध्यम खालको जोखिम बहन गर्नु सफल उद्यमीको एउटा महत्वपूर्ण विशेषता हो । यस्तो किसिमको मध्यमखालको जोखिम बहन गर्दा उनीहरु आफ्नो प्रयासले सफलतालाई प्रभाव पार्ने कुरामा विस्वस्त पनि हुन्छन् । प्रायः गरेर यस्ता उद्यमीहरुले व्यवसायको लागि समयको योजना (**Time planning**) बनाएका हुन्छन् । यसरी बनाएको योजनाले नै उद्यमीहरुको लेखाजोखा गरिएको जोखिम लिने व्यवहारलाई निर्दिष्ट गर्दछ । जसले उनीहरुलाई भविष्यमा पर्नसक्ने सम्भावित अफेरो वा खतरा बाट जोगाउँछ ।

४) धैर्यता (Patience)

उद्यमी त्यो व्यक्ति हो, जसले आफूले लिएको चुनौतीपूर्ण कार्य वा अवरोधहरुबाट पार पाउन निरन्तर प्रयासरत हुन्छ । उद्यमीहरु कार्यप्रति उन्मूख भएका हुन्छन् । आफ्नो लक्ष्यमा प्रष्ट हुनेहुँदै उनीहरुले त्यसलाई कार्यरूप दिएर अगाडि बढ्छन् । जसले उनीहरुलाई सफलतातिर ढोन्याउँछ ।

५) सूचनाको खोज (Information Seeking)

व्यवसायिक जगतमा परिवर्तन भनेको निरन्तर चल्ने प्रक्रिया हो, त्यसकारण उद्यमीले उद्योग व्यवसायसँग सम्बन्धित सूचनाहरु वारे चासो राख्नु अति आवश्यक हुन आउँछ । आफ्नो लक्ष्य प्राप्त गर्न वा समस्या समाधान गर्ने कार्यमा आफूलाई आवश्यक सूचनाहरु संकलन गर्न सफल उद्यमीहरु आफै संलग्न रहन्छन् । उनीहरु सूचना प्राप्त गर्ने क्रममा अनुसन्धान गर्ने, विज्ञको सरसल्लाह लिने, सूचनाहरु, जस्तै : ग्राहक तथा उनीहरुको रुची, प्रतिष्पर्धीहरु र उनीहरुको वस्तु, सरकारी नीति नियमको प्रभाव आदि बारेमा खोज गर्ने र सूचना प्राप्त हुने विविध स्रोतहरुसँग सम्बन्ध स्थापित गर्ने जस्ता कार्यहरु गर्दछन् । यसरी संकलन गरिएका सूचनाले नयाँ नयाँ व्यवसायको अवसर र भैरहेको व्यवसायलाई अरु प्रभावकारी बनाउन निकैनै सहयोग पुर्याउँछ ।

६) अरुबाट काम लिन र सम्बन्ध राख्न सक्ने (Persuasive)

सफल उद्यमी सधै आफ्नो उद्देश्यप्रति चिन्तित रहन्छ । काम पूर्ण गर्न वा समस्या समाधान गर्न वैकल्पिक उपायहरुको सोच तथा खोजमा निरन्तर लागी पर्छ । व्यवसायमा विभिन्न क्षेत्र तथा व्यक्ति जस्तै : उपभोक्ता, व्यापारी, सम्बन्धित सरकारी कार्यालय आदिसँग रामो सम्बन्ध स्थापित गर्नु अतिनै जरुरी पर्ने हुन्छ । त्यसकारण त्यस्ता उद्यमीहरु फरक फरक वातावरणमा भिज्न सक्ने, नम्र व्यवहार भएका, विश्वासिला र फाइदा हुने व्यक्तिसँग तुरन्त सम्पर्क स्थापित राखेर प्रभाव पार्ने किसिमको रणनीति अपनाई आफ्नो आवश्यकता परिपूर्ति गर्दछन् । वास्तवमा भन्नुपर्दा ऊ असफलताबाट हरेस नखाई यी कार्यमा ढृढताका साथ लागिपर्छ ।

७) मौकाको खोज (Opportunity Seeking)

एउटा उद्यमीले सधै बाह्य वातावरण, जस्तै : सरकारी नीति, कार्यक्रम, बजार, प्रविधि, आदिबारेको अध्ययन गरी अवसरको पहिचान गर्ने र त्यसबाट फाइदा लिन सक्छ । उदाहरणका लागि यस्ता उद्यमीहरुले आफ्नो उत्पादनको बिक्री बढाउन बजार बढ़ि गर्ने, अवसरहरु आफूले लिने, वस्तु विकास गर्ने आदि कार्यहरु

गर्नेगर्द्ध । त्यस्ता उद्यमीहरु सधै जाँगरिलो र जोशिलो रहेर नयाँ नयाँ विचार, नयाँ कामको पद्धति सधै खोजी रहन्छ ।

८) कार्यप्रति लगन (Dedication to Work)

कामप्रति दृढ़ रहने भावना उद्यमीलाई सफल बनाउने महत्वपूर्ण तत्वहरु मध्ये एक हो । एउटा कुरा के भने उद्यमीले उद्योग वा व्यवसाय शुरु गर्दा आफ्नो नाम र इज्जतलाई बाजी थापेको हुन्छ । जब उद्यमी साँच्चैको उद्यमी बन्छ तब ऊसँग अन्तरक्रिया गर्ने व्यक्तिहरुले ऊ आफ्नो कुरामा कत्तिको अडिङ रहन्छ वा प्रतिबद्ध छ भन्ने कुराको ख्याल राखिरहेका हुन्छन् । यो कुनै साधारण कुराहरु जस्तै सम्झौता अनुसारको सामान उपलब्ध गराए/नगराएको, आपूर्तिकर्तालाई समयमा पैसा चुक्ता गरे/नगरेको, आदिबाट पनि थाहा पाउन सकिन्छ । यदि उद्यमी आफ्नो कार्यमा दृढ़ छ भन्ने यसले उसको इज्जत र विश्वसनीयता मात्र हैन उसको उद्योग/व्यवसाय र वस्तु प्रति नै विश्वसनीयता सृजना गर्न मद्दत गर्दछ । जसले अन्त्यमा व्यवसायको ख्याति प्राप्त गर्न सहयोग पुऱ्याउछ । जुन व्यावसायी र व्यवसाय दुवैको सबभन्दा ठूलो सम्पत्ति हो ।

९) क्रमबद्ध योजना र मूल्यांकन (Systematic Planning)

एउटा सफल उद्यमीले शुरुमा नै सोच विचार गरेर कुन उद्यम व्यवसाय गर्ने भन्ने निर्णय गर्द्ध । उद्यम स्थापना तथा संचालनको लागि पनि विभिन्न क्रियाकलाप गर्नुपर्ने हुन्छ । ती कार्यहरुको क्रमबद्ध तरिकाले योजना तयार गरी सोही अनुसार कार्यान्वयन पक्षमा अगाडि बढ्छ । यसको साथै उसले व्यवसायको वित्तीय अभिलेख दुरुस्त राख्दछ । जसले उसलाई निर्णय लिन सजिलो हुन्छ । व्यवसायीले योजना अनुसार गरिएका क्रियाकलापहरु सही तरिकाले भयो, भएन, भयो भन्ने कति भयो, र अब कति गर्न वाँकी छ भन्ने कुराको मूल्यांकन गर्दछ, र सोही अनुसार अगाडि गरिने कामहरुमा निरन्तरता दिन्छ ।

१०) दक्ष र गुणात्मक कामको चाहना (Eager to be Skill-full)

उद्यमीले सधै अहिलेको भन्दा राम्रो, छिटो र कम मूल्यमा कसरी वस्तु उत्पादन गर्ने भन्ने बारेमा नयाँ नयाँ उपायहरुको खोज गरिरहेको हुन्छ । अर्थात् अरुको तुलनामा राम्रो वस्तु उत्पादन गर्ने, वस्तुमा देखिएका अवगुणहरु हटाउने र कम समयमा, कम लागतमा, राम्रो वस्तु उत्पादन गरी उपभोक्तालाई सन्तुष्टि प्रदान गर्ने तरफ लागेका हुन्छन् । अतः उद्यमी पहिलेको क्रियाकलापमा सुधार ल्याउन निरन्तर प्रयासरत रहन्छ ।

पाठ शिर्षक: व्यवसाय र परिवार बीचको सम्बन्ध

व्यवसाय र परिवार बीचको सम्बन्धको बारेमा सहज तरिकाले बुझाउन सम्पूर्ण सहभागिहरुलाई तालि बजाउने अभ्यास गर्न लगाउने र सिकाई के रह्यो भनेर प्रश्न सहित छलफल गराउने । तालि अभ्यासमा निम्न प्रक्रिया अनुसार गर्ने ।

- पहिला एक औलाले तालि बजाउन लगाउने
- क्रमशः दोस्रो, तेस्रो, चौथो औलाको प्रयोग गर्दै तालि बजाउन लगाउने
- तालिको आवज क्रमशः बढौ जान्छ र उक्त बढौ गएको आवजमा आफ्नो हातको सम्पूर्ण औलाको सहयोग वा प्रयोग भएको बारेमा बुझाउने, जुन परिवारका सदस्यको सहयोग र व्यवसायको वृद्धिका बारेमा जानकारी गराउने ।

यसरी कुनै पनि व्यवसाय सफल हुनको लागि परिवारको सहयोग ज्यादैनै महत्वपूर्ण हुन्छ भन्ने व्यवसाय र परिवार फरक हो भन्ने बारेमा समेत बुझन आवश्यक हुन्छ । तसर्थ सफल व्यवसायिले आफ्नो व्यवसाय र परिवार फरक हो भन्ने आधारमा परिवार र व्यवसायको सम्बन्ध बुझेर व्यवसाय संचालन गरेका हुन्छन् । सहभागिहरुलाई व्यवसाय र परिवार बीचको सम्बन्ध बुझाउन परिवारका प्रत्येक सदस्यहरुको महत्व, परिवारको सहयोग, समस्या आदिको बारेमा जानकारी गराउनु पर्दछ । परिवारको प्रगती तथा उन्नती, सबै सदस्यहरुको योगदानमा निर्भर रहन्छ । काम गर्न सक्ने परिवारका प्रत्येक सदस्यहरुले आ आफ्नो तर्फबाट

व्यवसायमा संलग्न भइ सहयोग गरेको खण्डमा व्यवसाय सहित परिवारकै आर्थिक अवस्थामा सुधार हुन सक्दछ ।

हाम्रो देशमा पुरुष भन्दा महिलाको जनसंख्या अधिक भएता पनि महिलाहरु को उद्यम व्यवसायमा संलग्नता कमि देखिन्छ । जसको कारण हो-, परिवारको सहयोग अर्थात उद्यम व्यवसायमा संलग्न भएका साथै चाहना राख्ने महिलाहरुलाई परिवारको बलियो सहयोग साथै समर्थन भएको पाइँदैन । समुदाय स्तरमा साना उद्यम स्थापना गर्न चाहने महिलाको हकमा श्रीमान लगायत घर परिवारका अन्य सदस्यहरुको सहयोग अत्यन्तै जरुरी हुन्छ भन्ने वारेमा तालि बजाउने अभ्यास गर्न लगाउने । यसैगरी व्यवसाय र परिवारको सम्बन्धको वारेमा ३६ र ६३ को आधारमा स्पष्ट जानकारी गराउने ।

नोट: तालि बजाउने अभ्यास:- सबै सहभागिहरुलाई उठन लगाई दाहिने हातको चोरी औलाले मात्र तालि बजाउन लगाउने र क्रमशः माभिक, साहिली र कान्धि औलाले तालि बजाउन लगाउने र अन्तमा दुबै हत्केलाले ठुलो आवाज आउने गरी तालि बजाउन भन्ने । यसरी तालि बजाउँदा क्रमशः आवाज बढ्दै जान्छ अर्थात एक औलाले मात्र तालि बजाउँदा सानो आवज आउने र क्रमशः अरु औलाहरुको प्रयोग गर्दै जाँदा आवाज पनि बढ्दै जाने सन्दर्भमा कुनै पनि व्यवसाय गर्दा परिवारको सहयोग नभएको अवस्थमा एक औलाले तालि बजाएर आएको आवाज संग तुलना गर्ने र अरु औलाले तालि बजाउँदा आउने आवजलाई परिवारका अन्य सदस्यको सहयोग भएको अवस्थामा व्यवसाय संचालनमा सहज हुने दिगो रूपमा संचालन गर्न सकिने वारेमा सिकाइ सहित जानकारी गराउने । तल चित्रमा देखाए अनुसार गर्न सकिन्छ ।

एक वटा औला	दुई वटा औला	तीन वटा औला	चार वटा औला	पाँच वटा औला
				

२.२ दोस्रो सत्र: व्यवसायिक अवसरको पहिचान(९० मिनेट)

पाठ शिर्षक: व्यवसायिक अवसरको पहिचान

कुनै पनि उद्यम /व्यवसाय शुरू गर्नुभन्दा, अगाडि संभावित उद्यमीले आफैसँग “मेरो लागि कुन व्यवसाय उपयुक्त छ र किन ?” भन्ने प्रश्न गर्न आवश्यक हुन्छ । तर यो प्रश्नको उत्तर दिन त्यति सजिलो छैन । किनकि संसारका सफल तथा असफल सबै उद्यमीले स्वीकार गरेका छन् कि, यो प्रश्नमा नै उद्योग सफल वा असफल हुने कुरामा निर्भरु हुन्छ ।

कुनै पनि संभावित उद्यमीले “यो उद्योग गर्दै” अथवा “मेरो लागि यस्तो उद्योग उपयुक्त हुनसक्छ” ? भनेर मात्र पुर्गैन । त्यसको कारण पनि स्पष्ट तथा तर्कपूर्ण रूपमा दिनुपर्दछ । यसको लागि जसरी एउटा दक्ष शिकारीले जंगलमा शिकार खेल जानु अगाडि जंगलमा कस्ता कस्ता शिकारहरु छन् ?, तिनीहरु पाइने क्षेत्र कहाँ - कहाँ छ ? कस्ता - कस्ता हिस्कं जनावार छन् ? तिनीहरु कहाँ बस्दछन् ? आदि बारे पहिला नै अध्ययन गर्दै, अनिमात्र जंगलमा शिकारको लागि पस्दछ । त्यसरी नै संभावित उद्यमीले पनि “मेरो लागि यही नै उद्योग गर्न उपयुक्त छ वा यही नै उद्योग गर्दै” । भन्नुभन्दा पहिले आफ्नो वरपरको वातावरणको गहिराएर अध्ययन गर्नुपर्दछ र अवसरहरु पत्ता लगाउदै जानुपर्दछ । कुनै पनि व्यवसायिले व्यवसायिक अवसरको पहिचान गर्न निम्न पक्षहरुमा जानकारी दिन आवश्यक हुन्छ ।

१. व्यवसायिक वातावरण

जसले जुन वातावरणमा व्यवसाय संचालन गर्न गईरहेछ, सर्वप्रथम उसले उक्त वातावरणलाई राम्री बुझन सक्नुपर्दछ । यसरी व्यवसायिक वातावरण बुझ्दा आफूले उद्यम व्यवसाय गर्न रोजेको स्थानमा कस्ता

आर्थिक स्थिति भएका मानिसहरु बस्छन्; भौगोलिक अवस्था तथा हावापानी कस्तो छ; जनसंख्या कति छ, जसमध्ये कुन उमेर, लिङ्गका छन्, जस्तैः पुरुष, बाल बालिका, जवान, बुढाबुढी कति कति छन्, उद्योग व्यवसायलाई नभई नहुने पूर्वाधारहरु जस्तैः विजुली, पानी, सडक यातायातको विकास कतिको भएको छ, र ती कतिका भर पर्दा छन्, लगानीको लागि बैंकिङ सुविधाहरु छन् कि छैनन, औद्योगिक क्षेत्रको विकास भएको छ कि छैन, छ भने कस्तो कस्तो सुविधा प्राप्त गर्न सकिन्छ, व्यवस्थित बजारको सुविधा छ कि छैन, बजारमा मागको स्थिति कस्तो छ, आपूर्ति कतिको हुन्छ, मानिसहरुको रुचि तथा चाहना कस्तो छ, धर्म संस्कृति कस्तो छ, शैक्षिक, जनस्वास्थ्य तथा पशुस्वास्थ्य सुविधाहरु कतिका छन् आदि कुराहरुको राम्ररी अध्ययन गरेर व्यवसायिक अवसरहरु प्राप्त गर्न सकिन्छ।

२. स्थानीय कच्चा पदार्थको खोजी

आफ्नो क्षेत्र वरपर के के कच्चा पदार्थ पाईन्छन्? तिनीहरु कति परिमाणमा पाईन्छ? वर्षैभरि प्राप्त गर्न सकिन्छ कि सकिदैन? मूल्य कस्तो छ? गुणस्तर कस्तो छ? तिनीहरुबाट के कस्ता वस्तुहरु उत्पादन गर्न सकिन्छ? विदेशबाट वा अन्य क्षेत्रबाट कच्चा वस्तुहरु ल्याएर उत्पादन गर्ने हो कि स्थानीय कच्चा पदार्थमा नै आधारित उद्योग व्यवसाय संचालन गर्ने हो? विदेशबाट आयात गरिएका कच्चा पदार्थ हुन् भने ति कसरी, कहाँ, कहिले प्राप्त गर्न सकिन्छ? अथवा स्थानीय क्षेत्रमै सजिलैसंग प्राप्त गर्न सकिन्छ? इत्यादि कुराहरु बुझेर त्यसमध्येबाट आफूले गर्न सक्ने खालको अवसर खोज्नुपर्दछ।

३. उपलब्ध सीपको अध्ययन

आफूले संचालन गर्ने व्यवसाय वरपर के कस्ता किसिमका सीप तथा कला कौशल भएका कामदारहरु पाईन्छन्, आफूसंग के सीप छ? सीप र कौशलको स्तर कस्तो छ, त्यसको सूची तयार पार्ने र तिनीहरुलाई प्रयोग गरेर केही गर्न सकिन्छ, कि विचार गर्ने? जस्तै ढाका बुन्ने व्यक्तिहरु, छालाको काम जानेकाहरु, माटो तथा धातुका भाँडाकुँडा बनाउन सीप भएका, वैद्य तथा औषधी बनाउनेहरु आदि। त्यसैगरी उक्त क्षेत्रमा श्रम आपूर्तिको स्थिति कस्तो छ, आफ्नो व्यवसायमा उपलब्ध श्रम तथा सीपको प्रयोग हुन सक्छ, वा सकिन्दैन, यदि सकिन्दैन भने आवश्यक श्रम तथा सीप कहाँबाट कसरी प्राप्त गर्ने, आदि कुराहरुको शुक्रम रूपमा विश्लेषण गर्नुपर्दछ।

४. प्रविधिको प्रयोग

प्रविधि भन्नाले आफूले संचालन गरिने उद्योग व्यवसायमा वस्तु वा सेवाको उत्पादन गर्दा प्रयोग गरिने मैशिन औजार साथै विधि हो। आफूले साचेको उद्यम व्यवसाय गर्न रोजेको स्थानको साथसाथै देशमा के कस्ता किसिमका प्रविधिहरु प्रयोग भईराखेका छन्, नयाँ प्रविधिको विकास भएको छ कि, त्यस क्षेत्रलाई सुहाउँदो प्रविधि बाहिरबाट ल्याउन संभवन छ, कि छैन, के कस्ता मैशिनहरु आवश्यक पर्दछ, ती कहाँबाट प्राप्त गर्न सकिन्छ, आदि कुराहरुको अध्ययन गर्नुपर्दछ। प्रविधिको उपलब्धता र प्रकृतिलाई विशेष ध्यान दिइ जटिल भन्दा सरल एवम् उपयुक्त प्रविधिलाई छनोट गर्नु उचित हुन्छ।

५. आयात तथा निर्यातको अध्ययन

बाहिरी देश र हाम्रै देशका अन्य भागबाट यहाँ के के सामानहरु आयात गरिन्छ? सूची बनाउने र त्यसमध्ये आफूले गर्न वा बनाउन सकिने केही छ कि? हेर्ने। आफ्नो जिल्लामा अरु जिल्ला वा अरु देशबाट के कस्ता सामान आयात गरिन्छ? त्यसमध्ये केही गर्न सकिन्छ कि हेर्ने। त्यसैगरी आफ्नो ठाउँबाट देशको अन्य भागहरुमा के कस्ता सामानहरु निर्यात गरिन्छ र त्यस्तै हाम्रो देशबाट विदेशमा के के निर्यात गरिन्छ, त्यसको सूची तयार पारी, त्यसमध्ये आफूले केही गर्न सकिन्छ कि हेर्ने। जस्तैः हाम्रो देशबाट रारा, वाइवाइ, चिया, हस्तकलाका सामानहरु, गार्मेण्ट, गलैचा हातले बुनेको स्वीटर इत्यादि निर्यात भैराखेको छन् भने अरु के के निर्यात गर्न सकिएला विचार गर्ने। आयातकर्ताहरु, भन्सार कार्यालय, उद्योग वाणिज्य संघ, व्यापार प्रबढ्दन केन्द्र आदि ठाउँबाट माथि उल्लेखित कुराहरुको सुचना तथा जानकारी पाउन सकिन्छ।

६. संचालित उद्योगहरुको अध्ययन

कस्ता किसिमका उद्योगहरु संचालन भैराखेका छन्, तिनीहरु नाफामा छन् या घाटामा, तिनीहरुले बजारको मागलाई पुरा गर्न सकेका छन्, छैनन्, अथवा तिनीहरुको सामान बजारमा कत्तिको बिक्री भएको छ ? आदि पक्षहरुको आधारमा त्यसको माग बढी छ भने वा त्यसले उपभोक्ताको चाहना पूरा गरेको छ छैन ? छैन भने त्यसमा केही हेरफेर गरेर वा त्यसको कमजोरी हटाएर सुधार गर्न सकिन्छ कि हेर्ने ।

७. पुराना (बन्द भैसकेका) उद्योगहरुको अध्ययन

पुराना तथा विभिन्न कारणले बन्द भएका उद्योगहरुको अध्ययन गर्ने र तिनीहरु किन बन्द भएका रहेछन् ? ग्राहकको रुची अनुसारको गुणस्तर मूल्य, साइज, तौलको नभाएर हो कि ? बन्द भएका उद्योगहरुले के कस्ता समस्याहरु भोग्नु पन्यो ? ती उद्योगहरु पुनः संचालन गर्न सकिन्छ कि सकिदैन ? आदि कुराहरुको विश्लेषण गर्नुपर्दछ । जस्तै: तामाका ढलोटका भाडाहरु ग्राहककको रुचीमा परिवर्तन र पर्यटकको कारणले चल्न थालेका छन् ।

८. उद्योगहरु बीचको सम्बन्ध

आफ्नो क्षेत्रमा कस्ता किसिमका उद्योग व्यवसायहरु संचालित छन्, तिनीहरुलाई तपाईं केही दिन सक्नु हुन्छ कि ?, तिनीहरुबाट लिएर केही गर्न सक्नु हुन्छ कि ? आदि कुराहरुको विश्लेषण गर्ने । उदाहरणको लागि विस्कुट उद्योग छ भने त्यसलाई तपाईं मैदा, चिनी, विस्कुट, पोको पार्ने कागज, कार्टुन वक्स, त्यसका पोका पार्ने कागजहरुमा अक्षर छाप्ने इत्यादि मध्ये केही गर्न सक्नु हुन्छ कि ? जस्तै त्यहि विस्कुटको डिलर बन्न सकिन्छ कि ? त्यसलाई ठाउँ ठाउँमा ढुवानी गर्ने काम गर्न सकिन्छ कि ? त्यस्तै कुखुरापालन व्यवसाय छ, भने दाना, औषधी आपूर्ति गर्न वा अण्डा, मासु बिक्री गर्न सकिन्छ कि ? आदि ।

९. विकास योजनाको मूल्यांकन

सरकारले त्यस ठाउँमा के के विकास कार्य गर्ने योजना गरेको छ ? वा कस्ता विकास योजनाहरु संचालन भइरहेको छ ? त्यसलाई हेरेर के के गर्न सकिन्छ, सूची तयार पोर्न । उदाहरणको लागि बाटो खन्दैछ, भने पसल, चिया पसल, होटल र पसलहरुलाई (खाद्यान्न, तरकारीहरु) सामान आपूर्ति गर्ने, निर्माण सामग्रीको आपूर्ति गर्न सकिन्छ । ठूला हस्पिटल बनाउदैछ, भने विरामी कुरुवाहरुको खाने बस्ने होटल, अस्पतालका औजारहरु, औषधीहरु आपूर्ति गर्ने, अन्य सामानहरु जस्तै तन्ना, पर्दा, रुमालहरु आपूर्ति गर्ने धुलाई सफाई गर्ने आदि व्यवसायहरु गर्न सकिन्छ ।

१०. सरकारी प्राथमिकता

सरकारी नीति कस्तो छ, कुन कुन उद्यम व्यवसाय खोल्न कस्ता कस्ता सजिलापना वा वाधा अड्चनहरु छन्, कस्ता कस्ता उद्यम व्यवसायलाई के के सुविधाहरु तथा सहुलियतहरु दिइएका छन्, आदि कुराहरुको अध्ययनबाट पनि व्यावसायिक अवसरहरुको पहिचान गर्न सकिन्छ ।

११. अरुको अनुभवबाट सिक्ने

हाम्रो जस्तै आर्थिक स्थिति भएका अरु ठाउँका मानिसहरुले के के गरिरहेका छन् ? त्यसलाई हेरेर पनि हामीले केही गर्न सक्दछौं कि विचार गर्न सकिन्छ । त्यस्तै आफ्नो ठाउँबाट बाहिर जादा देखिएका सुनेका कुराहरु मध्येबाट पनि केही अवसरहरु पत्ता लगाउन सकिन्छ । जस्तै: पाकिस्तान, भारतमा महिलाहरुले कपडामा रफु गर्ने सिसाहरु जडेर भर्ने, सितारा भर्ने जस्तो कामहरु गरेर पनि निर्यात गरिरहेका छन् । लिजत पापड- घर घरमा १२ किलो पिठो लगेर बनाउन सुरु गरेको आदि । त्यस्तै आफूले देखेको थाहा पाएको सफल उद्यमीहरुलाई हेरेर उनीहरुसंग आवश्यक सल्लाह सुझाव लिएर वा छलफल गरेर पनि हामीले व्यवसायिक अवसरहरु पत्ता लगाउन सक्दछौं ।

१२. व्यवसायिक पत्रिकाको अध्ययन

विभिन्न व्यवसायिक पत्र पत्रिकाहरु वा अन्य पत्रिकामा लेखिने व्यवसाय सम्बन्धी रचनाहरु हेरेर पनि व्यवसायिक अवसर पत्ता लगाउन सकिन्छ । जस्तै: नेपाल उद्योग वाणिज्य संघले प्रकाशित गर्ने पत्रपत्रिकाहरु, कन्तिपुरको व्यवसाय सम्बन्धी कोलम, च्याम्वर अफ कमर्शहरुको च्याम्वर पत्रिका, घरेलु तथा साना उद्योग संघको पत्रिका सामाजिक संजाल आदि ।

१३. उद्योगको संभाव्यता अध्ययन

नेपालका विभिन्न संस्थाहरुले उद्योगहरुको संभाव्यता अध्ययन गरेका छन् । ती संभाव्यता अध्ययनबाट पनि कृन स्थानमा के कस्ता उद्योग व्यवसायहरु गर्न सकिन्छ थाहा पाउन सकिन्छ । उदाहरणको लागि नेपाल औद्योगिक विकास निगम, घरेलु तथा साना उद्योग विभाग (उद्योग मन्त्रालय), राष्ट्रिय उत्पादकत्व तथा आर्थिक विकास केन्द्र, औद्योगिक व्यवसाय विकास केन्द्र आदि ।

२.३ तेस्रो र चौथो सत्र: व्यवसाय छनोट प्रक्रिया (१८० मिनेट)

पाठ शिर्षक: व्यवसायको प्रारम्भकर अन्तिम छनोट

उपयुक्त तथा संभाव्य व्यवसायको छनोट गर्नु एउटा जटिल प्रक्रिया हो । हेरेक व्यक्तिको चालचलन, इच्छा, क्षमता, उद्देश्य तथा भविष्यको लक्ष्य फरक फरक हुन्छ । त्यस्तै भिन्दाभिन्दै व्यवसायको लागि भिन्दाभिन्दै किसिमको सक्षमता आवश्यक पर्ने हुन्छ । जसले गर्दा एउटा व्यक्तिको लागि उपयुक्त व्यवसाय अर्को व्यक्तिको लागि अनुपयुक्त हुनसक्छ । मानिसहरुको मूल्य तथा मान्यताहरु पनि व्यक्ति व्यक्तिको फरक हुन्छ । फलस्वरूप मानिसहरुको व्यवसाय गर्नुको उद्देश्य पनि फरक हुन्छ । कुनै व्यक्ति आफ्नो सामाजिक प्रतिष्ठा बढाउने उद्देश्यले व्यवसाय गरेको हुनसक्छ भने कसैले आफ्ना परिवारका सदस्यहरुलाई रोजगारी दिन त कसैले आफ्नो पुर्खाको परम्परा कायम राख्न । त्यसैले व्यक्ति र उसको व्यवसायमा तालमेल गर्न व्यवसाय छनोट गर्दा उसले आफ्नो क्षमताको साथसाथै व्यवसायबाट आफूले राखेको आशा अपेक्षालाई ध्यान दिनुपर्दछ । तसर्थ हेरेक व्यक्तिले आफू र आफ्नो व्यवसायमा तालमेलः वतअजब्लन० गर्नु अघि आफ्नो भविष्यको लक्ष्यलाई ध्यानमा राख्नु पर्दछ ।

व्यवसायको छनोट प्रक्रिया अन्तर्गत सर्व प्रथम मस्तिष्क मन्थन, अवलोकन, छलफल अरूको सल्लाह अनुसार जानकारी भएका व्यवसायहरुको धेरै भन्दा धेरै सूची तयार गर्ने । तयार पारिएको सूचीको आधारमा बढि भन्दा बढि सम्भावना भएका १० वटा व्यवसाय छनोट गर्ने । उक्त छनोट भएका १० वटा सम्भावित व्यवसायहरुको प्रारम्भक छनोटको आधार (ज्ञान, सीप र अनुभव, परिवारको सहयोग, सामाजिक प्रतिष्ठा र सम्पत्ति आर्जन वा सोचे अनुसारको आमदानी) मा विश्लेषण गरी ५ वटा व्यवसायको छनोट गर्ने । उक्त ५ वटा व्यवसायहरुको अन्तिम छनोटको आधार (बजार, कच्चा पदार्थ, प्रविधि, दक्ष जनशक्ती, लगानी, सरकारी नीति, पूर्वाधार र जोखिम) मा विश्लेषण गरी प्रारम्भक छनोटमा परेका ५ वटा मध्ये बाट बढी २ वटा व्यवसायको छनोट गर्ने । उक्त प्रक्रियाको विस्तृत वर्णन निम्नानुसार गरिएको छ ।

व्यवसायको प्रारम्भिक छनोट प्रक्रिया

सहभागिहरुको संख्या अनुसार तीन वा चार वटा समुह बनाएर अभ्यास गराउने । त्यसपछि प्रत्येक सहभागि संलग्न हुने गरी सहभागीहरुलाई उनीहरुले सोचेका धेरै भन्दा धेरै नयाँ विचार सृजना वा व्यवसायको नामको सुचिकृत गर्न दिमागि हलचलको अभ्यास गराउने । दिमागि हलचल बाट आएको मध्येमा अधिक सम्भावना भएको १० वटा व्यवसायहरुको नाम सुचिकृत गर्न लगाउने । व्यवसायहरु उनीहरुले शुरुदेखि सोचेको पनि हुन्सक्छ, साथै दिमागी हलचल/मस्तिष्क मन्थनको अभ्यासबाट प्राप्त सूची तथा अन्य स्रोतबाट समेत लिन सक्नेछन् । त्यसपछि प्रत्येक सहभागीहरुलाई उनीहरुले लक्ष्य निर्धारण गर्दा आफुलाई भविष्यमा कुन आर्थिकस्तरमा पुऱ्याउन चाहेका छन्, कस्तो किसिमको सामाजिक प्रतिष्ठाको अपेक्षा राखेका छन् र

परिवारिक सम्बन्ध कस्तो राख्न चाहेका छन् भन्ने कुराहरुलाई आधार मानी ती व्यवसायले आफ्ओ विभिन्न चाहनामा के कस्तो सहयोग पुऱ्याउँछ त्यसको आधारमा अंक दिन लगाई प्रत्येक व्यवसायको कुल अंक जम्मा गर्न लगाउने । अभ्यासको अन्त्यमा सहभागीहरुले सबभन्दा बढी अंक प्राप्त गरेको ५ वटा व्यवसायको छनोट गर्नेछन् । प्रारम्भिक छनोट प्रक्रियाको आधार तथा अभ्यास गर्ने ढाँचा देहाय बमोजिक रहेको छ ।

- १. ज्ञान, सीप र अनुभव:** कुनै पनि क्रियाकलापमा आफ्नो इच्छाले महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेको हुन्छ । व्यवसायको छनोट गर्दा पहिलो प्राथमिकता आफ्नो व्यक्तिगत इच्छालाई दिनु अति आवश्यक छ । अर्थात आफ्नो सीप र दक्षताले गर्न सकिने ।
- २. परिवारको सहयोग:**आफूले संचालन गर्न खाजेको व्यवसायमा परिवारका सदस्यहरूको नैतिक र आर्थिक समर्थन हुन्छ वा हुँदैन । यदि परिवारको सोचे अनुसारको सहयोग प्राप्त भयो भने कुनै पनि व्यवसाय निरन्तर गर्न सहज हुन्छ अन्यथा असहज अवस्था सृजना हुन्छ । त्यसकारण परिवारको सहयोगलाई आधार मानेर व्यवसाय छनोट गर्नुपर्दछ ।
- ३. साथिभाईको सहयोग:**परिवारको सहयोग संग संगे आफ्नो साथिभाईहरुले पनि तपाईंले सोचेको व्यवसायमा सहयोग गर्ने सम्भावना भएको अवस्थामा उक्त व्यवसाय बलियो हुन सक्दछ वा निरन्तर संचालन गर्न सकिने अवस्था हुन सक्दछ ।
- ४. सामाजिक प्रतिष्ठा:** आफूले रोजेको व्यवसायले त्यस्ता व्यक्तिहरूसंग रहन कर्तिको सहयोग गर्दै ? समाजबाट आफूले आशा गरिए अनुरूपको व्यवहार प्राप्त गर्न उक्त व्यवसाय गर्दा सम्भव छ कि छैन ? भन्ने कुरालाई ध्यानमा राखेर उद्योग छनोट गर्नुपर्दै ।
- ५. सोचे अनुसारको आम्दानी:** आफूले गर्न चाहेको व्यवसायले भविष्यमा के कति आम्दानी दिन्छ वा उक्त व्यवसायबाट सोचे अनुसारको आम्दानी हुन्छ वा हुँदैन भन्ने आधारमा समेत व्यवसायको छनोट गर्नु पर्दछ । आफूले तय गरेको लक्ष्य अनुसारको आम्दानी दिनसङ्क्षेपमा व्यवसाय छनोट गर्दा राम्रो हुन्छ ।

व्यवसायको प्रारम्भिक छनोटको समुहगत अभ्यास गर्ने ढाँचा:

छनोटका आधारहरू	सम्भावित व्यवसायको नाम									
	ढाका सल	डल्लो साबुन	मटका चिया	भक्का	मःम	कफि सप	पुस्टकारी	मखमल जुता	खाजा पसल	मोवाईल मर्मत
ज्ञान, सीप र अनुभव	२	५								
परिवारको सहयोग	४	४								
साथिभाईको सहयोग	३	४								
सामाजिक प्रतिष्ठा	४	३								
सोचे अनुसारको आम्दानी	४	४								
जम्मा अंक	१७	२०								

१: अति कमजोर, २: कमजोर, ३: संतोषजनक, ४: राम्रो, ५: अतिराम्रो

व्यवसायको प्रारम्भीक छनौट अन्नार्तत छनोटका आधारहरुलाई अति कमजोर, कमजोर, संन्तोषजनक, राम्रो र अति राम्रो को आधारमा क्रमशः १,२,३,४ र ५ अंक भार अनुसार कर्ति अंक आउन सक्छ सो अनुसार अंक दिने । दिएको अंकको आधारमा कुन कुन व्यवसायमा कर्ति अंक आउछ, कुल जम्मा निकाल्ने । यसरी जुन व्यवसायमा बढि अंक आउछ, क्रमशः ५ प्रकारका व्यवसायको प्रारम्भीक छनौट गर्ने । प्रारम्भीक छनौटको लागि माथि उल्लेखित तालिका प्रयोग गर्ने ।

अन्तिम छनौट प्रक्रिया

यस प्रक्रिया अन्तर्गत निम्न आधार अनुसार सहभागीहरुले प्रारम्भिक छनोट प्रक्रिया अनुसार छनोट गरेका ५ वटा मध्ये सबभन्दा बढी अंक प्राप्त भएको दुईवटा व्यवसायहरुको छनोट गर्ने छन् । अन्तिम छनौट प्रक्रियाको आधार तथा अभ्यास गर्ने ढाँचा देहाय बमोजिक रहेको छ ।

१. बजार	<ul style="list-style-type: none"> ● तपाईं उद्योग व्यवसाय कहाँ स्थापना गर्नुहुन्छ ? ● त्यस उद्योग व्यवसायले के वस्तु/सेवा प्रदान गर्दछ ? ● उत्पादित वस्तु/सेवा कहाँ बिक्री गर्नुहुन्छ ? ● प्रतिष्पर्धी कर्ति छन् र तिनिहरुको बिक्री कस्तो छ ? ● तपाईं कसरी प्रतिष्पर्धा गर्नु हुन्छ ? के तपाईं वस्तु/सेवा बिक्री गर्न सक्नु हुन्छ ?
२. कच्चा पदार्थ	<ul style="list-style-type: none"> ● कच्चापदार्थ के के आवश्यक छ ? कच्चापदार्थको स्रोत कहाँ छ ? ● के ती कच्चापदार्थ प्राप्त गर्न सकिन्छ ? ● तपाईं ती कच्चापदार्थहरुको व्यवस्था मिलाउन सक्नुहुन्छ ?
३. प्रविधि	<ul style="list-style-type: none"> ● के कर्ति साधन, कारखाना, घर, मेशिन औजारहरुको आवश्यकता पर्ला ? ● ती कहाँ पाइन्छन् ? ती साधन मेशिन आदि कहिले पाइन्छन् ? तपाईं कसरी प्राप्त गर्नु हुन्छ ? ● जुन वस्तु उत्पादन गर्ने हो त्यसको प्रविधि थाहा छ ? त्यसको व्यवस्था गर्न सक्नु हुन्छ ? ● तपाईं ती सबै कुराको व्यवस्था गर्नुसक्नु हुन्छ ?
४. जनशक्ति	<ul style="list-style-type: none"> ● उद्योग व्यवसायमा मुख्य कामदार को हुन् ? कुन तहको वा दक्षता आवश्यकता छ ? ● ती कहाँ पाइन्छन् ? तपाईं कसरी त्याउनु हुन्छ ? ● के तपाईं यी सबै व्यवस्था गर्न सक्नु हुन्छ ?
५. लगानी	<ul style="list-style-type: none"> ● लगानी कर्ति चाहिन्छ ? ● के यो व्यवसाय फाइदाजनक हुनसक्ला ? ● पूँजीको व्यवस्था कसरी गर्नु हुन्छ ? के तपाईं पूँजीको व्यवस्था गर्न सक्षम हुनु हुन्छ ?

६. सरकारी नीति	<ul style="list-style-type: none"> • तपाईंको उद्योग व्यवसायको लागि सरकारी नीति अनुकूल छ छैन ? • के तपाईं ती बाधा अड्चनलाई सामना गर्नसक्नु हुन्छ ? • उद्योग व्यवसाय स्थापना तथा संचालन गर्न नीतिगत बाधा वा भमेलाहरु छन् ?
७. पूर्वाधार	<ul style="list-style-type: none"> • तपाईंको उद्योग व्यवसायको लागि कस्ता पूर्वाधार (पानी, विजुली, संचार, यातायात) आवश्यक छन् ? • ती उपलब्ध छन्/छैनन् ? कसरी उपलब्ध गराउनु हुन्छ ? के तपाईं व्यवस्था गर्न सक्नु हुन्छ ?
८. जोखिम	<ul style="list-style-type: none"> • कस्तो प्रकारको जोखिम बहन गर्ने हो भन्ने वारेमा जानकारी छ ? • तपाईंले छनोट गर्ने व्यवसायमा के कस्ता जोखिम छन थाहा छ वा छैन ? • छनोट गरेको व्यवसायमा के कस्ता जोखिम आउन सक्दछन् भन्ने वारेमा थाहा छ ? • थाहा भएको साथै आउन सक्ने जोखिमको व्यवस्थापन गर्न सक्नु हुन्छ ?

व्यवसायको अन्तिम छनोटको समुहगत अभ्यास गर्ने ढाँचा:

क्र. सं.	व्यवसायको नाम	व्यवसाय छनोटका आधारहरु								जम्मा अंक
		बजार	कच्चा पदार्थ	प्रविधि	जनशक्ति	लगानी	सरकारी नीति	पुर्वाधार	जोखिम	
१.	डल्लो साबुन	४	३	३	४	४	२	३	३	२६
२.	मट्का चिया	५	४	४	४	३	२	३	४	२९
३.	भक्का									
४.	मःम									
५.	पुस्टकारी									

१: अति कमजोर, २: कमजोर, ३: संतोषजनक, ४: राम्रो, ५: अतिराम्रो

व्यवसायको अन्तिम छनोट गर्न माथि उल्लेखित प्रारम्भीक छनोट तालिका अनुसार छनोट भएका व्यवसायहरुको बजार, कच्चा पदार्थ, प्रविधि, दक्ष जनशक्तिको उपलब्धता साथै लगानी, सरकारी नीति, पुर्वाधार र जोखिमको आधारमा माथि उल्लेखित अन्तिम छनोट तालिका अनुसार व्यवसायहरुलाई अति कमजोर, कमजोर, संतोषजनक, राम्रो र अति राम्रो को आधारमा क्रमशः १,२,३,४ र ५ अंक भार अनुसार अंक दिने । दिएको अंकको आधारमा प्रत्येक व्यवसायको जम्मा अंक निकाल्ने । यसरी कुन व्यवसायमा बढी अंक आउछ, सो व्यवसाय छनोट गर्ने । व्यवसायको अन्तीम छनोटको लागि माथि उल्लेखित तालिका प्रयोग गर्ने ।

३. तेस्रो दिन

३.१ प्रथम सत्रः पुनरावलोकन र लक्षित ग्राहक पहिचान(६० मिनेट)

शिर्षकः दोस्रो दिनका विषयवस्तुहरूको पुनरावलोकन

उद्देश्यः सहभागीहरूलाई अधिल्लो दिनका विषयहरूको पुनरावलोकन गरि आजको दिनको लागि सिक्ने सिकाउने वातावरण तयार गर्ने ।

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- प्रतिवेदन तथा मूल्याङ्कन कर्ता वा समीतिवाट प्रभावकारी माध्यम प्रयोग गरी अधिल्लो दिनको सिकाईहरूलाई पुनरावलोकन गर्न लगाउने ।
- सहभागीहरूवाट समिक्षा/पुनरावलोकन गरिसकेपछि मात्र छुटेको कुराहरूलाई सहभागीहरूलाई सोधै समावेश गरि पुनरावलोकनलाई अभ बढि प्रभावकारी बनाउने ।
- त्यस्तै मुल्याङ्कन कर्ता वा समितिको तर्फबाट मूल्याङ्कन प्रस्तुत र व्यावस्थापकको जिम्मेवारी हस्तान्तरण गरी नयाँ जिम्मेवारी सहित पद हस्तान्तरण गर्नुपर्दछ ।

पाठ शिर्षकः लक्षित ग्राहक तथा बजार पहिचान

कुनै पनि व्यवसायको लागि लक्षित ग्राहक तथा बजार पहिचान महत्वपूर्ण कार्य हुन्छ । किनभने ग्राहकले उत्पादित वस्तु वा सेवा खरिद गर्दछ । वस्तु वा सेवाको नियमित विक्री भएको अवस्थामा मात्र व्यवसाय नियमित संचालन हुन्छ । व्यवसाय नियमित संचालन भएमा मात्र आम्दानी भई नाफा आर्जन हुन्छ । नाफा आर्जन भएको अवस्थामा मात्र व्यवसाय दिगो रूपमा संचालन गर्न सकिन्छ । त्यसकारण ग्राहकको चाहना अनुसारको वस्तु वा सेवा उत्पादन तथा उपलब्ध नगराएमा, तिर्नसक्ने मूल्य नराखेमा र ग्राहक संग राम्रो व्यवहार नगरेमा, ग्राहकहरूले अन्य उत्पादकको वस्तु वा सेवा खरिद गर्दछन् । तसर्थ ग्राहकविना विक्रि संभव हुँदैन र विक्रिविना कुनै पनि व्यवसाय संचालन गर्न सकिन्दैन ।

ग्राहकलाई दुई किसिमले हेर्न सकिन्छ, एक खरिदकर्ता जसले हाम्रो वस्तु वा सामान खरिद गर्दछ, भने दोस्रो उपभोक्ता, जसले हाम्रो वस्तु उपभोग गर्दछ । खरिदकर्ता नै उपभोक्ता हुन्छ भने छैन । उदाहरणको लागि, एकजना आमाले आफ्नो छोराको लागि जुता किन्निन् भने उक्त आमा खरिदकर्ता भईन, तर छोराचाहाहिं उपभोक्ता हो । अर्को उदाहरण, कुनै एउटा घरको मालिकले आफ्नो घरको भयालमा लगाउन सिसा खरिद गर्दछ र आफ्नो घरमा राख्छ भने खरिदकर्ता र उपभोक्ता दुवै ऊ एकैजना हो ।

ग्राहक सन्तुष्ट भएमा पछि सम्म पनि सामान खरिद गर्न आईरहन्छ र नियमित हाम्रो वस्तुनै प्रयोग गर्दछन् । भने उसले आफ्ना सम्पर्कमा भएका व्यक्तिहरूलाई समेत हाम्रो वस्तु र व्यवसायको बारेमा भन्दछन् । यसबाट ग्राहकको संख्या बढ्दछ र विक्रि अभिवृद्धि हुन्छ । विक्रि बढ्नु भनेको, व्यवसायमा आम्दानी वृद्धि भई नाफा बढ्दछ । तर सोचे अनुसार विक्रि नभईरहेको हुन्छ । किन सोचे अनुसार विक्रि नभएको हो भने बारेमा बुझनका लागि व्यवसायिले ग्राहकहरूका बारेमा जानकारी लिन जरुरी हुन्छ । अतः ग्राहकको चाहना पुरा गर्न सहज हुन सक्छ । त्यसैले आफ्नो वस्तुको ग्राहक को हुन सक्छन् पहिचान गर्नु आवश्यक हुन्छ ।

ग्राहकको पहिचान

हरेक ग्राहकको आ-आफ्नो किसिमको चाहना, आवश्यकता, आर्थिक क्षमता, सामाजिक परिवेश अदिमा विविधता हुने भएकोले कुनै एक वस्तुबाट सबै किसिमका ग्राहकहरूलाई सन्तुष्ट गर्न सकिन्दैन । त्यसकारण कुनै पनि वस्तु वा सेवा उत्पादन वा विक्रि गर्ने को लागि ग्राहक को हो ? सतर्कतापूर्वक पहिचान गर्नुपर्दछ । ती ग्राहकको आवश्यकता के छन् ? आदि कुरा जानकारी पाउनु पर्दछ । आफूले उत्पादन गरेको वस्तु वा सेवाको लागि लक्षित ग्राहक को हो, वा को हुनसक्छ ? भन्ने कुरा निम्न आधारमा पहिचान गर्न सकिन्छ ।

भौगोलिक: हिमाली भेगमा वस्ने मानिसको लागि न्यानो लुगा आवश्यक हुन्छ भने, तराइमा वस्ने मानिसकालागि पातलो साथै हलुका लुगा आवश्यक हुन्छ। साथै उनीहरूको खाना पनि ठाउँअनुसार फरक हुन्छन्। यसरी तपाईंको वस्तुलाई पनि भूगोलले फरक पार्छ कि? उत्पादन अगाडी भौगोलिक अवस्थाको वारेमा सोच्नु पर्दछ।

उमेर: बाल बालिका, किशोर, वयस्क र प्रौढ (बृद्ध बृद्धा) उमेरका मानिसहरूका चाहना फरक-फरक हुन्छन्। जस्तै, बाल बालिकालाई, स्वादमा गुलियो र अमिलो र रडगमा रडगीन भिलमिल मनपर्छ। तर वयस्क वा प्रौढलाई अन्य स्वाद र रडग मन पर्छ। तपाईंको वस्तु पनि कुनै खास उमेरका व्यक्तिहरूलाई लक्षित छ कि?

लिङ्ग: पुरुष र महिलाले प्रयोग गर्ने कपडा, जुता, श्रृङ्गारका सामानमा हामी फरक पाउँछौं। तपाईंको वस्तु महिला वा पुरुष कसको लागि लक्षित गर्नुभएको छ?

आम्दानी: कुनै पनि ग्राहकहरू आफ्नो आम्दानीअनुसार सस्ता वा महङ्गा सामग्री प्रयोग गर्न्छन्। उदाहरणका लागि, निम्न आय हुने व्यक्तिले नुहाउनको लागि सामान्य साबुन प्रयोग गर्न्छन् भने धेरै आम्दानी हुने मानिसले बढि मूल्य पर्ने साबुन वा सेम्पु प्रयोग गर्न्छन्। तपाईंको वस्तु कस्तो आयस्तर भएका व्यक्तिको लागि लक्षित छ?

सामाजिक अवस्था र जीवन पद्धति: ग्राहकहरूका आ-आफ्नो परम्परा र रीतिरिवाजअनुसार आवश्यकतामा फरक पर्दछ। उदाहरणको लागि, कुनै कुनै जातिका मानिसहरूले कुखुराको मासु र अण्डा खाँदैनन्। कार्यलय जाने महिलाको लागि तयारी वा अर्धतयारी खानेकुरा आवश्यक पर्छ भने, घरायसी महिलाका लागि त्यस्ता तयारी वा अर्धतयारी खाद्य पदार्थ आवश्यक नपर्न सक्छ।

पेसा: सिकर्मीलाई काम गर्ने करोती चाहिन्छ भने, लुगा सिलाउने सूचीकारलाई सिलाइ गर्ने मैसिन चाहिन्छ। त्यस्तै कार्यलयमा काम गर्ने व्यक्तिलाई विभिन्न वस्तुको आवश्यकता पर्दछ। तपाईंको वस्तु पनि कुनै निश्चित पेसा अपनाएका व्यक्तिहरूलाई लक्षित छ कि?

समग्रमा सम्भावित ग्राहक पहिचानका लागि वस्तु उत्पादन गर्नु अगाडी तपाईंको वस्तु कसले किन्छ?, तपाईंको वस्तु किन किन्छ?, ग्राहकले त्यो वस्तु कसरी किन्छ?, ग्राहकले त्यो वस्तु कहिले किन्छ?, ग्राहकको आयस्तर के छ र वस्तु कस्तो बनाउनुपर्छ?, वस्तुको गुणस्तर र मूल्य कति राखेमा ग्राहक सन्तुष्ट हुन्छ? आदि प्रश्नहरूको जवाफ खोज्नु पर्दछ।

३.२ दोस्रो सत्र: बजार र बजारीकरण / 7Ps (९० मिनेट)

पाठ शिर्षक: बजारको अवधारणा

बजार भन्नाले सामान्यतया एक निश्चित क्षेत्रलाई बुझिन्छ। जहाँ क्रेता र विक्रीताको सहभागिता हुन्छ र दुवै पक्षविच वस्तु तथा सेवाको विनिमय (Exchange) कारोबार हुन्छ। अर्को अर्थमा ग्रहकको आवश्यकता पुरा गरी सन्तुष्टि प्रदान गर्ने वस्तु वा सेवा उपलब्ध हुने स्थान वा क्षेत्रलाई बजार भनिन्छ। बजार हुनका लागि क्रेता र विक्रीता दुवै हुन आवश्यक हुन्छ। अतः ग्राहकको दृष्टिमा बजार भनेको आफुलाई आवश्यक परेको वस्तु सेवा खरिद गर्न पाइने ठाउँ हो भने विक्रीताको दृष्टिमा बजार आफ्नो वस्तु खरिद गर्ने ग्राहक पाइने ठाउँ बजार हो।

कुनै पनि व्यवसायि वा उत्पादनको लागि बजार ज्यादै नै महत्व हुन्छ। व्यवसायि वा उत्पादकको मुख्य उद्देश्य भनेको उत्पादित वस्तु वा सेवा बिक्री गर्नु हो। कुनै पनि व्यवसायमा उपयुक्त लगानी, दक्ष वा सीप युक्त जनशक्ति, उपयुक्त प्रविधि आदि पक्षहरू विद्यमान रहेंदै रहेंदै यदि त्यसको बजार पक्ष राम्रो छैन भने, मुनाफाको सम्भावना न्यून हुने गर्दछ। जसको कारण व्यवसाय नै असफल भई बन्द गर्नुपर्ने स्थिति सृजना हुन सक्छ। तसर्थ व्यवसायको उद्देश्य मुनाफा आर्जन गर्नु हो भने, मुनाफा आर्जन गर्नका लागि बजारको

अधिक आवश्यकता पर्दछ । वस्तु वा सेवा बिक्री गर्नको लागि बजार अपरिहार्य हुन्छ । तसर्थ, बजारको महत्व निम्नानुसार छन् ।

- वस्तु तथा सेवा खरिद तथा बिक्री गर्न,
- ग्राहकको माग अनुसार वस्तु वा सेवा नियमित एवम् सहज प्राप्तीका लागि,
- दिगो रूपमा व्यवसाय संचालन गरी मुनाफा आर्जन गर्न,
- समुदायको आवश्यकता पुरा गर्न, र
- उत्पादित वस्तुको नियमित बिक्री साथै मागको अवस्था जानकारी प्राप्त गर्न ।

पाठ शिर्षक: बजारीकरणको अवधारणा

सामान्य अर्थमा ग्राहकको आवश्यकता एवम् चाहाना अनुसार वस्तु वा सेवा उत्पादन तथा वितरण गरी ग्राहकलाई सन्तुष्ट पारी व्यवसायले योजना गरे अनुसारको मुनाफा आर्जन गर्नु बजारिकरण हो । अर्को अर्थमा भन्ने हो भने, बजारीकरण एउटा व्यवसायिक कार्य हो जसमा व्यवसायले आफ्नो उद्देश्य प्राप्तीको लागि बजारको माग अनुसार वस्तु वा सेवा उत्पादन, मूल्य निर्धारण, वितरण प्रणालीको चयन र प्रबद्धनका क्रियाकलाप गर्दछ ।

यसैगरी बजारीकरणलाई विस्तृत रूपमा भन्नु पर्दा, सर्वप्रथम ग्राहकको चाहना तथा आवश्यकता पहिचान गरी, सो अनुसार वस्तु वा सेवा उत्पादन गर्ने, मूल्य निर्धारण गर्ने, वस्तु वा सेवा ग्राहक समक्ष पुर्याउनका लागि उपयुक्त स्थन तथा वितरणका माध्यम छनौट गरी अन्तिम उपभोक्ता समक्ष पुर्याउने कार्यहरु नै बजारीकरण हो । जस अन्तर्गत वस्तु वा सेवा ग्राहकले उपभोग गरेपछि के कस्तो प्रतिक्रिया रह्यो भन्ने वारेमा समेत सूचना तथा जानकारी संकलन गरी आवश्यक सुधार गर्ने कार्य समेत गरिन्छ ।

बजारीकरणलाई निम्नानुसार समेत बुझन सकिन्छ ।

- ग्राहकको चाहनामा जोड दिन्छ ।
- ग्राहकको चाहना बुझेर त्यहि अनुसारको वस्तु वा सेवा उत्पादन गरी सन्तुष्टि दिने कोसिस गरीन्छ ।
- व्यवसाय नाफा तर्फ केन्द्रित हुन्छ ।
- योजनाको तह दुरगामी हुन्छ ।
- ग्राहकको सन्तुष्टि पुरा गर्नमा जोड दिन्छ ।

समग्रमा कुनै पनि वस्तु उत्पादन गर्नु भन्दा अगाडी गरिने क्रियाकलाप देखि वस्तु उत्पादन गरि अन्तिम ग्राहक वा उपभोक्ता समक्ष वस्तु तथा सेवा पुर्याउने अवधि सम्म गरिने सम्पूर्ण क्रियाकलापहरु (वस्तु वा सेवा उत्पादन के गर्ने, मूल्य निर्धारण, वितरणका माध्यम, स्थान, प्रबद्धनका माध्यम आदि) नै बजारीकरण हो ।

बजारीकरणको महत्व

बजारीकरण अन्तर्गत कुनै पनि व्यवसायले ग्राहकको चाहना वा आवश्यकता अनुसारको वस्तु वा सेवा उपलब्ध गराउन साथै उपभोक्ता वा प्रयोगकर्तालाई सन्तुष्टि प्रदान गर्ने भएकोले उपभोक्ता वा प्रयोगकर्ता माथि बजारीकरणको महत्व स्पष्ट हुन्छ । यसका अतिरिक्त बजारीकरणको महत्व निम्न रहेका छन् ।

- ग्राहक वा उपभोक्ताले चाहना गरे अनुसारका वस्तु वा सेवा उत्पादन गरी उपलब्ध गराउने हुँदा ग्राहकलाई वस्तु सहित सन्तुष्टि समेत प्रदान गर्न ।
- आफ्नो चाहना वा आवश्यकता अनुसारका वस्तु वा सेवा खरिद गर्न पाउने अवस्थाको सृजना हुन्छ, जसको कारण वस्तु तथा सेवा छनौट गर्ने अवसर प्राप्त गर्न ।
- ग्राहकको चाहना बुझेर सोहि अनुसार वस्तु वा सेवा उपलब्ध हुने भएकोले आवश्यकता पुरा गरी सन्तुष्टि प्राप्त गर्न सकिने खालका वस्तु वा सेवा मात्र प्रयोग गर्न ।

पाठ शिर्षक: बजारीकरण मिश्रण / 7Ps

बजारमा ग्राहकको आवश्यकता पहिचान गरी ग्राहकलाई अधिकतम सन्तुष्टि प्रदान प्रदान गर्नका लागि गरिने सम्पूर्ण बजारिकरणका क्रियाकलापलाई बजारीकरण मिश्रण भनिन्छ । ग्राहकको आवश्यकता पुरा गर्न वस्तु वा सेवा प्रति पूर्ण सन्तुष्टि प्रदान गरि मुनाफा प्राप्त गर्नु आधुनिक बजारीकरण मिश्रणको उद्देश्य हो । बजारीकरण मिश्रणले क्रियाकलाप मिलाउने रणनीतिहरूलाई बुझाउँदछ, जुन व्यवसायले आफ्नो ब्राण्ड, वस्तु वा सेवालाई बजारमा प्रवर्द्धन गर्न प्रयोग गर्दछ । बजारीकरण रणनीति अन्तर्गत वस्तु (Product), मूल्य (Price), स्थान (Place) र प्रवर्धन (Promotion) (4ps- Product, Price, Place & Promotion) को सम्मिश्रणद्वारा ग्राहकको आवश्यकता तथा चाहना पुरा गर्दछ । यि चारैवटा तत्व मिलेर बजारशास्त्र वा बजारीकरण मिश्रण हुन्छ । जसलाई 4ps भनेर पनि बुझन सकिन्छ । हाल बजारीकरण मिश्रणमा 4ps का अतिरिक्त अन्य P जस्तै: People, Process, Physical Evidence जस्ता तत्वहरू समेत समावेश गरी 7ps - Product, Price, Place, Promotion, People, Process & Physical Evidence को आधारमा बजार मिश्रणलाई हेरिन्छ । माथि उल्लेखित बजारीकरण/बजारशास्त्र मिश्रणका तत्वहरूलाई बेगला बेगलै निम्नानुसार वर्णन गर्न सकिन्छ ।

१. वस्तु/सेवा (Product/Service): ग्राहकको आवश्यकतालाई पूरा गर्ने जुनसुकै सामान वा सेवालाई वस्तु भनिन्छ । वस्तु/सेवाको प्रकृति अनुसार रड, गुणस्तर, स्वाद, आकार प्रकार प्याकेजिङ, लेबलिङ फरक फरक हुन्छन् । जसको प्रयोग विभिन्न प्रयोजनमा गरिन्छ । मानिसका असिमित आवश्यकताहरू हुन्छन्, ती आवश्यकताहरू पूरा गरी सन्तुष्टि प्रदान गर्ने कुनै पनि चिजलाई वस्तु भन्न सकिन्छ । यस अन्तर्गत मालसामान, सेवा/विचार, अनुभव र स्थान आदि पर्दछन् । वस्तु तथा सेवा ग्राहकको आवश्यकता र चाहना अनुसारको हुनु पर्दछ ।

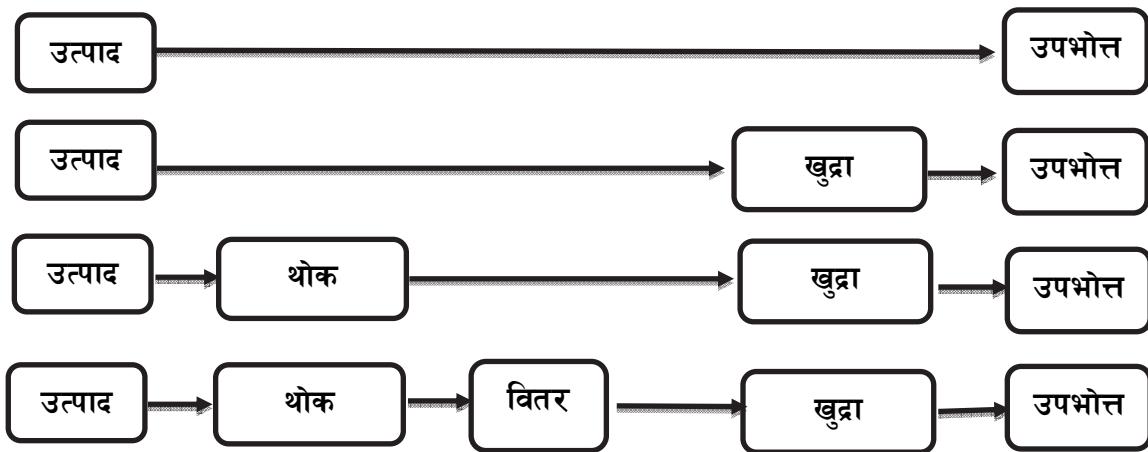
वस्तु: वस्तु सम्मिश्रण अन्तर्गत आँखाले देख्न सकिने, निश्चित आकार प्रकार भएको, ओसार पसार गर्ने सकिने मौज्दात राख्न सकिने कुनै पनि ठोस पर्दाथलाई वस्तु भनिन्छ । जस्तै: दाल, चामल, चिनी, नुन र तेल आदि ।

सेवा: स्पर्श गर्न नसकिने तथा अदृश्य रूपमा उत्पादन र उपभोग एकै पटक हुने क्रियाकलापलाई सेवा भनिन्छ । जस्तै: डाक्टरको सेवा, परामर्शको सेवा, यातायात, शिक्षा, पर्यटन आदि ।

२. मूल्य (Price): साधारण अर्थमा मूल्य भनेको कुनैपनि वस्तु/सेवा उपभोग गरे बापत भुक्तानी गरिने रकम हो । उत्पादकले उत्पादन गरेको वस्तु वा सेवामा प्रति उत्पादन/एकाइका दरले मूल्य निर्धारण गरिसकेपछि मात्र बजारमा विक्रीवितरण गरिन्छ । त्यसैले क्रेता र विक्रीता विच कारोबार गर्नका लागि वस्तु वा सेवाको एक निश्चित रकम निर्धारण गर्नुपर्ने उक्त वस्तुको मूल्य हो । यस अन्तर्गत छुट, कमिसन, उधारो सुविधा आदि तत्वहरू पर्दछन् । वस्तुको मूल्य ग्राहकले तिर्न चाहेको हुनु पर्दछ ।

३. स्थान (Place): स्थान भन्नाले उद्योग व्यवसाय सञ्चालन हुने स्थान तथा वस्तु/सेवाको वितरणको माध्यम भन्ने बुझिन्छ । वितरण माध्यम भन्नाले तयारी वस्तुलाई उत्पादकबाट अन्तिम उपभोक्ता सम्म पुर्याउने माध्यमलाई बुझिन्छ । स्थान अन्तर्गत वितरणका निम्न माध्यमहरू पर्दछन् ।

(क) वितरण माध्यम: यस अन्तर्गत वस्तुहरू उत्पादकदेखि अन्तिम उपभोक्तासम्म पुर्याउनका लागि अपनाइने माध्यमहरू पर्दछन् । जस्तै:



यसरी वस्तु/सेवा वितरण प्रणालीलाई उत्पादन परिमाण, वितरण खर्च, उपभोक्ता सम्म पुग्ने समय, वस्तुको प्रकृति र वजारको प्रकृतिले प्रभाव पार्दछ । जस्तैः

- नाशवान वस्तु जस्तै तरकारी, फलफुल, माछा मासु जस्तो वस्तुको वितरण माध्याम छोटो हुनुपर्छ ।
- गल्मी र धैरे आयतन भएको र टुटफुट हुने वस्तुहरूको माध्याम छोटो हुनु पर्छ जस्ले दर्गा ढुवानी खर्च र नोक्सानी कम हुन सकोस ।
- जडान गरीदिनु पर्ने जस्ता वस्तुहरूको वितरण (मेशीनहरू) भरसक सिधा र छोटो प्रणालीवाट हुन्छ ।

(ख) भौतिक वितरण माध्यमः यस अन्तर्गत वस्तुहरू उत्पादक देखि लक्षित बजार सम्म पुर्याउनका लागि अपनाइने माध्यमहरू पर्दछन् । जस्तै गोदाम व्यवस्थापन, यातायात व्यवस्थापन, मौज्दात नियन्त्रण, खरिद, आदेश आदि पर्दछन् । ग्राहकलाई सहज तथा सुविधा हुने स्थान छनोट गर्नु पर्दछ ।

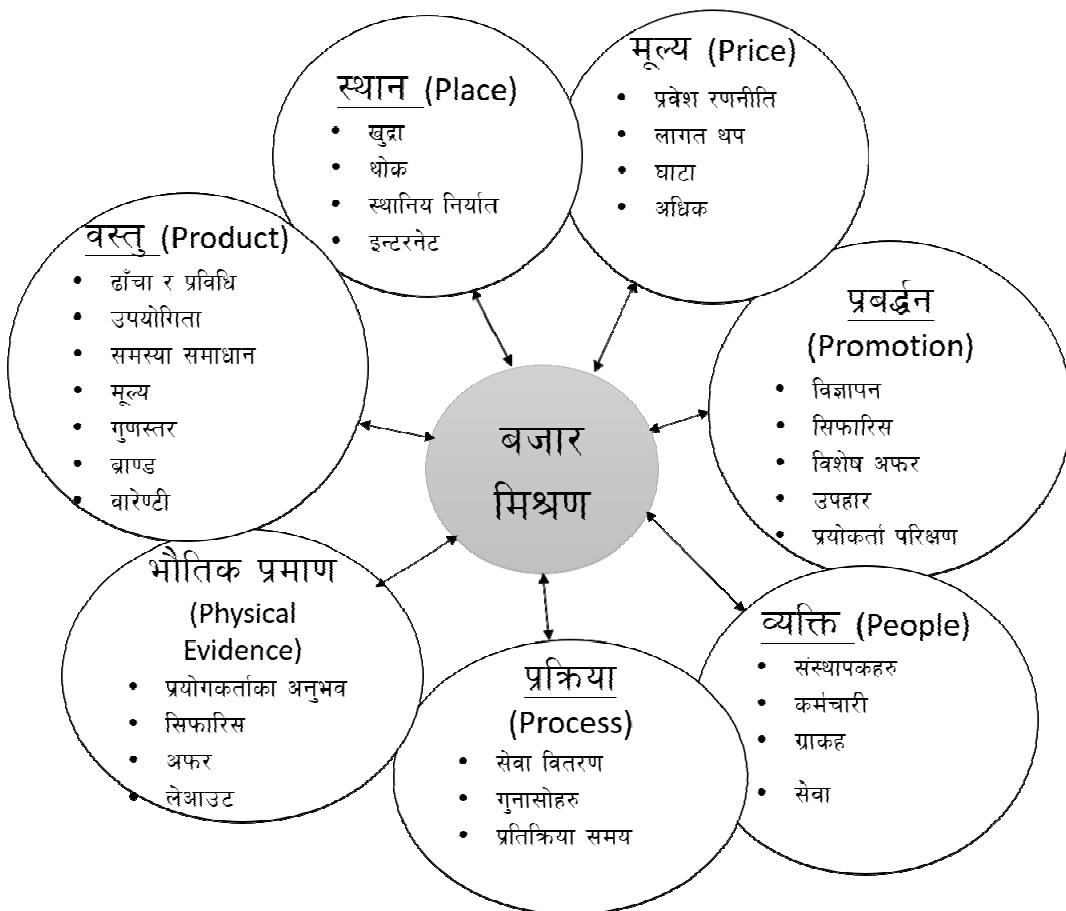
४. **प्रवर्द्धन (Promotion):** वस्तु वा सेवाको बारेमा लक्षित बजार तथा अन्तिम उपभोक्ता समक्ष बढी भन्दा बढी जानकारी गराई वस्तुको पहिचान गरी विक्री अभिवृद्धि गर्ने विभिन्न प्रवर्द्धनात्मक तथा प्रचार प्रसारका क्रियाकलापहरूलाई नै प्रवर्द्धन भनिन्छ । प्रवर्द्धनले ग्राहकलाई वस्तुको बारेमा जानकारी गराई वस्तुतर्फ आर्कषीत गरी वस्तु खरिद गर्न उत्प्रेरित गर्दछ, जसले गर्दा उत्पादकको उत्पादनमा बढ्दि भई मुनाफामा पनि बढ्दि हुन्छ । प्रवर्द्धनले उत्पादक र अन्तिम उपभोक्ता विच समन्वयको कार्य गर्दछ । यस अन्तर्गत विज्ञापन, प्रचार प्रसार व्यक्तिगत विक्री, विक्री प्रवर्द्धन, प्रदर्शन आदि माध्यमहरू पर्दछन् । ग्राहक सम्म सहज तरिकाले पुग्न सक्ने संचार माध्यमको प्रयोग गर्नु पर्दछ ।
५. **व्यक्ति (People):** व्यक्ती जसले उत्पादन देखि अन्तिम उपभोक्ता सम्म पुर्याउनका लागि सम्पर्क गर्दछ । व्यक्ती अन्तर्गत व्यवसायमा संलग्न संस्थापक, कर्मचारी, ग्राहक तथा सेवा आदि पर्दछन् ।
६. **प्रक्रिया (Process):** प्रक्रिया भन्नाले ग्राहकलाई वस्तु तथा सेवा उपलब्ध गराउने कार्य पर्दछ । जसमा सहज प्रणाली र प्रक्रियाले ग्राहकलाई वस्तु तथा सेवा दिन सहज बनाउँदछ । प्रक्रिया अन्तर्गत वस्तु तथा सेवा वितरण, व्यवसायमा आएका गुनासोहरूको समाधानका लागि गरिएका प्रयाश अर्थात वस्तु तथा सेवाको बारेमा आएका गुनासाहरूलाई कति समयमा समाधानका गर्ने प्रयास गरियो आदि पर्दछन् ।

७. भौतिक प्रमाण (Physical Evidence): भौतिक प्रमाणले वस्तु तथा सेवा प्रयोगकर्ता वा उपयोग गर्नेहरुको अनुभव, वस्तुको सिफारीश आदि कुराहरुलाई बुझाउदछ । जस अन्तर्गत लेआउट र आफ्नो वरपरको डिजाइन आदि रहेको हुन्छ ।

माथि उल्लेखित सात वटा तत्वहरुलाई नजिकबाट संग संगै कार्य गरेको खण्डमा प्रभावकारी बजारीकरण गर्न सकिन्छ बजारीकरण मिश्रणको आपसी सम्बन्ध निम्न अनुसार रहेको हुन्छ:

4Ps = 4Cs सिद्धान्तः

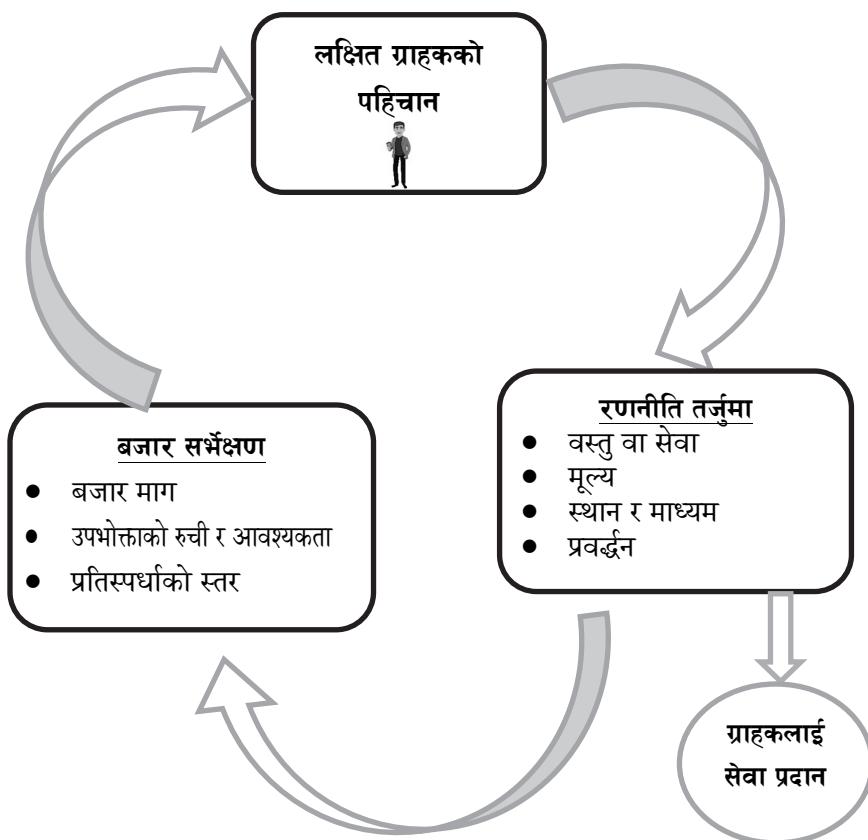
- वस्तु . ग्राहकको आवश्यकता र चाहना अनुसार हुनु पर्दछ
- मूल्य . ग्राहकले तिर्न चाहेको मूल्य हुनु पर्दछ
- स्थान . ग्राहकलाई सुविधा हुने स्थान हुनु पर्दछ प्रबर्द्धन ग्राहक सम्म पुग्ने संचार माध्यम हुनु पर्दछ



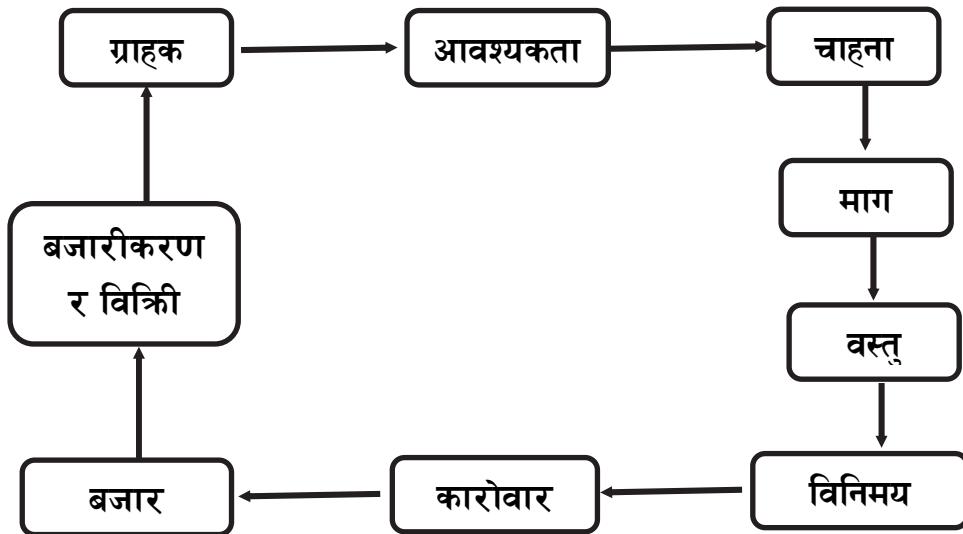
बिक्री र बजारकरण बीच भिन्नता:

बिक्री	बजारीकरण
<ul style="list-style-type: none"> वस्तु, सेवामा जोड दिइन्छ । वस्तु, सेवा पहिलेदेखि नै हुन्छ र ग्राहकलाई प्रभाव पारेर बिक्री गर्ने कोशिस हुन्छ । व्यवस्थापन बिक्री परिमाणतर्फ केन्द्रित हुन्छ । योजनाको तह छोटो हुन्छ । बिक्रेतो आफ्नो सन्तुष्टि पुरा गर्नमा जोड हुन्छ । 	<ul style="list-style-type: none"> ग्राहकको चाहनामा जोड दिन्छ । ग्राहकको चाहना बझेर त्यही अनुसारको वस्तु, सेवातया गरी सन्तुष्टि दिने कोशिस हुन्छ । व्यवस्थापन नाफातर्फ केन्द्रित हुन्छ । योजनाको तह दुरगामी हुन्छ । ग्राहकको सन्तुष्टि पुरा गर्नमा जोड हुन्छ ।

बजारीकरण प्रक्रिया



बजारीकरणका तत्वहरू:



३.३ तेस्रो र चौथी सत्रः खेल मोड्युल २ (माग र आपूर्ती) (१८० मिनेट)

पाठ शिरकः खेल मोड्युल २ (माग र आपूर्ती)

आफ्नो व्यवसाय शुरु तथा सुधार गर्नुहोस् (एस.आई.वाई.वी) तालिम प्याकेज अन्तर्गत गरिने व्यवसायिक खेल माग र आपूर्ती अर्थात खेल मोड्युल २ हो। सामान्यतया माग तथा आपुर्ति खेल अभ्यास अर्थात खेल मोड्युल २ को प्रयोग खेल मोड्युल १ अभ्यास गरिसकेपछि गर्नु उचित हुन्छ। माग आपूर्ती खेल (खेल मोड्युल २) विधिलाई विस्तृत रूपमा देहाय बमोजिम उल्लेख गरिएको छ।

तालिका २: माग आपूर्ती खेलको झलक

वस्तुः साधारण टोपि

मुख्य सिकाईहरूः

- बजारमा माग र आपूर्तीको सम्बन्ध
- नाफा आर्जन गर्न कसरी उत्पादित वस्तुको मूल्य निर्धारण गर्ने
- व्यवसायिक लेखा प्रणाली
- विक्रयकला र सम्झौता गर्ने सीप
- प्रतिस्पर्धाका लागि गुणस्तर

- लाग्ने समयः ३ घण्टा
- मोड्युल १ बाट सिकेका कुराहरुको पुनरावलोकनः १० मिनट
- मोड्युल २ को उद्देश्यः ५ मिनट
- प्रयोग हुने सामग्री, चरित्रहरूः २०मिनट
- कसरी लागु गर्ने/हुन्छः २० मिनट
- योजना: २० मिनट
- अभ्यासक्रमः ७५ मिनट
- छलफलः ३० मिनट

मोड्युल २ (माग र आपूर्ती) को उद्देश्यः यस खेल अभ्यासको मुख्य उद्देश्य निम्न रहेकाछन्।

- बजारीकरण (माग र आपूर्तिको अनुमान)
- मौज्दात नियन्त्रण (ठीक परिमाणमा मौज्दात राख्ने योजना)
- खरिद (परिमाण, मूल्य र खरिद सम्झौताको योजना)
- लागत (प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष खर्चको निर्धारण जसले गर्दा मूल्य निर्धारणमा सहयोग)
- हरहिसाब (लेखा)
- व्यावसायिक योजना

तालिम अभ्यासको तथारी: यस खेल (खेल २: माग तथा आपूर्ति) संचालन गर्दा निम्न विधि अनुसार गरीन्छ ।

सहजकर्तालाई निर्देशन

मोड्युल १ बाट सिकिएको पाठलाई बुँदागत रूपमा व्याख्या गर्ने । यस मोड्युलका उद्देश्यबारे स्पष्ट गर्ने र यस खण्डमा सगरमाथा स्टोर तथा “अप्रत्याशित खर्च” लागू नहुने कुरा जानकारी गराउने ।

सहभागीहरूलाई सझ्या हेरी तीन वा चार समूहमा विभाजन गर्ने; रातो समूहलाई खुद्रा विक्रेताको भूमिका दिने र बाँकी नीलो, पहेलो र हरियो समूहले मात्र साधारण टोपीको उत्पादन गर्न उत्पादकको भूमिका निर्वाह गर्ने ।

अब, टोपीको उत्पादन तथा विक्रि मागको आधारमा निर्भर गर्ने वारेमा माग तथा आपूर्तिको पोस्टरले कसरी काम गर्दछ भन्ने कुरा प्रदर्शन गरेर देखाउने । यदि मूल्य बढी भए माग कम हुन्छ र यदि मूल्य कम भए माग बढ्ने वारेमा जानकारी गराउने । खुद्रा व्यापारीलाई माग र आपूर्तिको पोस्टर चलाउन दिने जसले गर्दा उनीहरूलाई प्रयोग गर्न सजिलो हुनाका साथसाथै बढी से बढी बजारीकरणको धारणाबारे स्पष्ट हुन सक्छन् ।

अभ्यासका नियमहरू तथा आवश्यक पर्ने सामग्रीहरू तथा त्यसको सञ्चालनको बारेमा व्याख्या गर्ने । कुनै अप्ट्यारो वा नवुभेको कुरालाई अभ्यास गर्नुभन्दा पहिले नै स्पष्ट पार्ने ।

टोपीको मागमा उतारचढाव हुने गर्दछ । टोपी खरिद गर्ने ग्राहकहरू (सर्वसाधारण)ले महिनाको १७ गतेको दिनमा ज्याला/तलब पाउँछन् जसको मतलब बजारमा चौथो हप्तामा बढी पैसा हुन्छ र केही कम पैसा पाँचौं हप्तामा रहन्छ । ज्याला/तलब भुक्तानी हुने हप्ताको अधिल्लो हप्तामा ग्राहकहरूसँग पैसा हुँदैन वा ज्यादै कम हुन्छ । यसको मतलब टोपीको माग तेस्रो हप्तामा कम हुन्छ ।

उत्पादक समूहहरूले आफ्नो वस्तु आलेको पसल, खुद्रा विक्रेता (रातो समूह) वा अनिश्चित बजारमा (उधारो) विक्री गर्दछन् । यी तीन वटा बजारको भिन्दाभिन्दै सिद्धान्त रहेको छ; आलेको पसलले एउटा उत्पादक समूहबाट गुणस्तरीय ३ वटा टोपी मात्र खरिद गर्नेछ र आलेले प्रतिटोपीको रु. ८०/- दिन्छ ।

उत्पादकहरूले रातो समूह (खुद्रा विक्रेता) लाई पनि विक्री गर्न पाउँछन् तर उत्पादकहरूले खुद्रा विक्रेतासँग पहिले नै गुणस्तर, संख्या र मूल्यमा सम्झौता गरेको हनुपर्दछ । त्यस्तै गरी उत्पादकहरूले अनिश्चित बजार (उधारो) मा पनि विक्रि गर्न पाउँछन् र यस बजारमा ९०/- को दरमा जितिसुकै परिमाणमा पनि टोपी विक्रि हुन्छ । तर नगद किति र किहिले प्राप्त हुन्छ वा पैसा किहिले फर्कन्छ भन्ने वारेमा सुई घुमाएपछि वा डाइसको नम्बर अनुसारको नतिजाले देखाउँछ । खुद्रा व्यापारीले उत्पादकहरूसँग सम्झौता छलफल गर्नुपर्व नै बजारको मूल्यनिर्धारण गर्नु आवश्यक छ ।

बजारले माग गरेको सामानको परिमाण यदि खुद्रा व्यापारीले पुऱ्याउन नसकेमा १०% (बजार मूल्यको दरले) हर्जाना लाग्नेछ ।

प्रत्येक समूहलाई ऋणबापत बैडले समूहको सझ्याअनुसार प्रतिव्यक्ति १००/- का दरले ऋण दिइनेछ । जस्तै, समूहमा ४ जना भए ४००/-, ५ जना भए ५००/- र ऋणको व्याज महिनाको अन्त्यमा २०% ले लगाइ सावाँ र व्याज उठाइनेछ, जसमध्ये कुल ऋणमा १००/- लाई बचत/स्वलगानी मानिनेछ । प्रत्येक समूहले अभ्यासको निम्न ओगटेको स्थान वापत रु. १००/- महिनाको अन्तिम हप्ता (२७ गते) मा बुझाउनुपर्नेछ ।

सबै समूहहरूको दैनिक क्रियाकलापहरू तल दिइएको अनुसारले हुनेछ:

- **सोमबार :** श्रेष्ठ होलसेल पसलबाट प्रतिएकाइ ४०/- का दरले कच्चा पदार्थ खरिद गर्ने दिन, उधारो चल्दैन ।

- **मंगलबार** : उत्पादकहरूले टोपी उत्पादन गर्ने दिन,
- **बुधबार** : उत्पादकहरूले खुद्रा व्यापारीलाई बिक्री गर्ने दिन साथै आलेलाई बिक्री गर्ने दिन,
- **बिहीबार** : खुद्रा व्यापारीले बजारमा बिक्री गर्ने दिन, तथा उत्पादकहरूले खुद्राव्यापारीकहाँबाट पैसा उठाउने दिन।
- **शुक्रबार** : सबै समूहहरूको योजना गर्ने दिन। खुद्रा व्यापारीले आगामी हप्ताका लागि माग र आपूर्ति चार्टको माध्यमबाट बजार निर्धारण गर्ने दिन।
- **शनिबार** : सबै समूहहरूले प्रतिहप्ता व्यवसायको खर्चहरू (तलब/ज्याता/अन्य) भुक्तानी गर्ने दिन। यसमा पहिलो र अन्तिम हप्ताको शनिबार पनि समावेश हुन्छ। प्रत्येक समूहबाट यस दिन व्यवसायको खर्च बापत प्रतिव्यक्ति ५००- का दरले उठाइनेछ। जस्तै, ४ जना भए प्रति हप्ता २०००- लाग्छ।
- **आइतबार** : सबै समूहहरूको आराम गर्ने दिन।

तपाईंले प्रत्येक दिनको सुरुवात तथा अन्त्य पानीघडीका माध्यमबाट नियन्त्रण गर्नुपर्छ। “आज” लेखिएको स्टिकरलाई दैनिक रूपमा क्रमिक ढङ्गबाट साँझै लिगानेछ। अभ्यासको अन्तिम दिनमा प्रत्येक समूहले आफ्नो आफ्नो नाफा/नोक्सानको हिसाब गर्नुपर्नेछ र समूहले पहिला आफ्नो बचत (स्व-लगानी) १०००-लाई घटाएर हिसाब गर्नुपर्छ।

छलफलका लागि सोधिने प्रश्नहरू:

(क) बिक्री

1. योजना गरेको परिमाण तथा मूल्यअनुसार वास्तविक रूपमा बिक्री भयो वा भएन ? भएन भने किन ?
2. योजना र वास्तविकतामा कतिको फरक पद्दो रहेछ ? कसरी ?
(मुख्य पाठ : माग र आपूर्तिको सम्बन्ध बुझ्नु अति आवश्यक छ। बिक्री त्यतिखेरमात्र सम्भव छ जतिखेर वस्तुको माग हुन्छ, तसर्थ योजना भनेको बजार अवस्थाको सही सूचनामा आधारित हुनुपर्दछ।)

(ख) उत्पादक समूहहरू

1. बजारमा कस्ता अवसरहरू थिए ? कर्ति हदसम्म तिनको उपयोग गरियो ?
2. खुद्राव्यापारीहरूसँग कस्तो किसिमको सम्झौता भएको थियो ? सम्झौताअनुसार कार्य भयो वा भएन ?
3. उत्पादकहरूको आपसी समझदारी कस्तो रहयो ? समझदारी भएको भए त्यसले केकस्तो प्रभाव पार्न्यो ?
4. केले व्यवसायलाई बढी प्रभावित पारेको बुझियो ? (उधारो बिक्री, लिखित सम्झौता आदि)
5. कसरी एउटा उत्पादकले अर्को उत्पादकभन्दा बढी नाफा वा नोक्सान कमायो ?
(मूल पाठ : व्यवसायीहरूबीच राम्रो सम्बन्ध राख्न सकेमा व्यवसायको उन्नति हुन्छ। सम्बन्धित सबै व्यवसायीहरूबीच प्रभावकारी सञ्चार हुनु सबै व्यवसायको लागि महत्वपूर्ण हुन्छ। सम्झौताले प्रक्रिया अघि बढाउन सजिलो पार्दछ। साथै समस्या सिर्जना भएमा त्यसको समाधान हुने सहयोग पनि प्राप्त हुन सक्छ।)

(ग) खुद्रा व्यापारी

1. खुद्रा व्यापारीले मागको उत्तरचढाउमा कसरी आफ्नो बजारीकरणको रणनीति बनाए ?
2. उनीहरूले रणनीति बनाउनुभन्दा पहिले उत्पादकहरूले केकति उत्पादन गर्न सक्छन् भन्ने कुनै वास्तविक आधार पत्ता लगाएका थिए ?
3. उत्पादकहरूसँग कसरी सम्झौता गरियो ? सम्झौताअनुसार कार्य भयो वा भएन ?

४. उत्पादकहरूसँग गरिएको कुराकानी र समझदारी कितिको लाभदायक रह्यो ?
 ५. खुद्राव्यापारीले प्रत्येक हप्ता उच्च मूल्य प्राप्त गर्न सफल भए ? वा भएनन् ? चौथो हप्ताको जुन बढी सम्भाव्यता थियो, त्यसको फाइदा उठाउन सके वा सकेनन् ? यसको लागि मौज्दातको व्यवस्था गरिएको थियो वा थिएन ?
 ६. खुद्राव्यापारीले के गरेको भए अभ्य बढी फाइदा कमाउन सक्ये ।
(मुख्य पाठ : सम्भौता तथा करारनामा एउटा प्रमुख माध्यम हो जसले विचार नगरिएको बजारको उतारचढाउलाई कही नियन्त्रण गर्न सहयोग गर्दछ । प्रभावकारी सम्भौता व्यवसायका निम्नि ज्यादै महत्वपूर्ण हुन्छ जसले व्यवसायलाई राम्रो नतिजा प्राप्त गर्न सहयोग पुऱ्याउँछ ।)
- (घ) अन्य प्रश्नहरू**
१. कसले जोखिम बढी व्यहोरेको थियो ? उसको व्यावसायिक नतिजामा यसले केकस्तो प्रभाव पाएयो ?
 २. समूहहरूले मिल्दो हरहिसाब (लेखा) राखेका थिए ? त्यसले के कस्तो सहयोग पुऱ्यायो ।
 ३. वस्तुको मूल्यनिर्धारण गर्न लागतको हिसाब गरिएको थियो ?
 ४. समूहमा कार्यविभाजन तथा सामूहिक जोशले व्यवसायको नतिजामा केही फरक पाएयो ? कसरी ?
 ५. (कुनचाहिँ समूहलाई) अर्को महिनाको लागि बैड्ले ऋण दिनका निम्नि उपयुक्त ठान्छ ? किन ?
(मुख्य पाठ/प्रश्न गर्नुको उद्देश्य : हिसाबकिताब गरी लिइएको मध्यम खालको जोखिमले व्यवसायलाई बढ्न सहयोग पुऱ्याउँछ, तर कुनै पनि निर्णयका लागि आवश्यक सूचनाको आवश्यकता पर्छ । ठीक हिसाबकिताब (लेखा) राख्नाले व्यवसायका वारेमा जानकारी पाइराखिन्छ जसले गर्दा भविष्यमा उपयुक्त निर्णय गर्न सकिन्छ, जुन व्यवसायको हितमा रहन्छ ।)

खेल अभ्यास गराउदा प्रशिक्षकले ध्यान दिनुपर्ने कुराहरू

अभ्यास गराउनु अगाडि गर्नुपर्ने कुराहरू:

- अधिल्लो अभ्यासको सिकाई र बुझाईको वारेमा छलफल तथा जानकारी दिने,
- सहभागीहरूलाई सझाव्या हेरेर ३ देखि ४ समूहमा विभाजन गर्ने,
- प्रत्येक समूहलाई व्यावसायिक चक्रतालिकाको फोटोकापी बाँड्ने,
- अभ्यासको परिचय तथा उद्देश्य र नियमहरूबाटे जानकारी गराउने - सकेसम्म अभ्यासलाई वास्तविक बनाउन प्रयास गर्ने,
- उत्पादकलाई कसरी टोपी बनाउनुपर्छ भनेर सिकाएर देखाउने र उनीहरूलाई परीक्षण उत्पादन गर्न लगाउने,
- प्रत्येक समूहलाई आफ्नो-आफ्नो भूमिकाबाटे बताइदिने,
- प्रत्येक समूहको बैड्ले, ऋण तथा बचत (नगद वितरण गरेर) वारे जानकारी गराउने तथा ऋणको सावाँ र व्याज महिनाको अन्त्यमा असुली गरिन्छ भन्ने कुराको सम्झना गराउने,
- प्रत्येक समूहलाई एक आपसमा प्रतिस्पर्धा नगरी व्यवसाय गर्नको निम्नि बढी जोड दिने / व्यवसाय सञ्चालन हुँदा के कस्ता निर्णय गर्नुपर्दछ, कसरी त्यस्ता निर्णय हुन्छन् र ती निर्णयले व्यवसायमा के कस्तो असर गर्दछ ? भन्ने कुरा बढी महत्वपूर्ण हुने हुँदा समूहमा एकआपसमा सर-सल्लाह गर्न उत्साहित गर्ने,
- व्यावसायिक योजनालाई जोड दिनका निम्नि समूहहरूले किति उत्पादन तथा बिक्रीको लक्ष्य राखेका छन् त्यसको जानकारी अगाडि नै प्राप्त गरेर ब्राउन पेपरमा लेखेर राख्ने,

अभ्यासको क्रममा गर्नुपर्ने कुराहरू:

- प्रत्येक दिन सञ्चालन लागि “आज” लेखिएको स्टिकर व्यवसायिक चक्र तालिकामा सार्दै लाने,
- छलफल तथा वादविवाद गर्नका निम्ति पूर्णतया छुट दिने जसले गर्दा सिकाउन खोजिएको कुरा आओस्।
- अभ्यासको क्रममा सिकाउन बिलकुलै नखोज्ने र सकेसम्म समूहहरूलाई गल्ती गर्न लगाई अभ्यासको अन्त्यमा मात्र छलफल गरी सिक्नुपर्ने कुरा महसुस गराउने,
- अभ्यासलाई सकेसम्म खेलमा सीमित नराखी वास्तविकतातर्फ उन्मुख गराउने। त्यसका लागि बचत तथा ऋणसमूह (बैड़) अप्रत्यासित खर्च, सगरमाथा स्टोर तथा अन्य अभ्यासमा प्रयोग हुने आवश्यक वस्तुलाई प्रयोग गर्ने,
- आफ्नो भूमिका (बैड़ मेनेजर, आलेको पसल, श्रेष्ठ होलसेल पसल वा नातेदार) अनुरूप कार्य गर्ने। यदि समूहबाट सम्बन्धित भूमिका गर्नेलाई प्रश्न आएमा सो भूमिका गर्नेले जवाफ दिने।

अभ्यासको अन्त्यमा गर्नुपर्ने कुराहरू:

- समूहहरूलाई यदि बैड़मा पैसा राखिएको भए उठाउन लगाउने,
- प्रत्येक समूहको ज्याला प्रत्येक हप्ताको शनिबार उठाउने,
- प्रत्येक समूहको हातमा जम्मा कर्ति नगद रहेको छ, गन्न लगाउने र यदि सुरुको नगद मौज्दात छ भने घटाउन लगाउने,
- प्रत्येक समूहलाई जम्मा बिक्रीसङ्ख्या, परिमाण र बिक्री रकमको हिसाब (नतिजा) निकाल्न लगाउने,
- प्रत्येक समूहलाई नतिजामाथि छलफल गराउने,
- छलफललाई अधि बढाउन समूहहरूलाई प्रश्न सोध्ने, समूहको अनुभव सुन्ने, छुटाछुटै किसिमको नतिजा आउने कारण सोध्दै थप छलफल गर्ने,
- छलफल निष्कर्षमा पुग्दै अभ्यासको उद्देश्य तथा महसुस गराउन खोजिएको सिकाइको बुँदामा छलफल गराउने,

माग र आपूर्तिको पोस्टर कसरी प्रयोग गर्ने ?

यो पोष्टर खुद्रा बिक्रेताका लागि साधारण टोपी बिक्री गर्दा प्राप्त हुने मूल्य निर्धारण गर्नका निम्ति प्रयोग गरिन्छ । पोस्टरमा अङ्गहरूले टोपीको सङ्ख्या देखाउँछन्, जुन खुद्रा बिक्रेताले बिक्री गर्ने योजना बनाए अनुरूप हुन्छ । तल्लो अङ्गहरूले टोपी बिक्री पश्चात पाउनुपर्ने रकमलाई अङ्गहरूले गर्दछ ।

अभ्यासका निम्ति आवश्यक पर्ने सामग्रीहरूबाट लाम्चो (तेस्रो) मूल्य सूचीलाई पोष्टरमा राखेर प्रयोग गर्नुपर्दछ, तर पोस्टरभन्दा बाहिर गएर प्रयोग गर्न पाइँदैन । मूल्यसूचीमा अङ्गहरूलाई हप्ताअनुसार रातो तीनकुने(त्रिकोणआकार भएको) स्टिकरलाई सम्बन्धित हप्ताअनुसार क्रमशः हप्तैपिच्छे सार्नुपर्दछ ।

अभ्यासको क्रमअनुसार व्यावसायिक चक्रतालिका जुन हप्तामा अभ्यास भइरहेको हुन्छ, सो हप्तामा नै रातो तीनकुने (त्रिकोणआकार भएको) स्टिकर हुनु आवश्यक छ । जस्तो, दोस्रो हप्तामा भए दोस्रोमा रातो स्टिकर, तेस्रो हप्तामा भए तेस्रोमा । प्रत्येक हप्ताको शुक्रबार अर्थात् योजना गर्ने दिनमा नै खुद्रा बिक्रेताले यस स्टिकरलाई आउँदो हप्ताका निम्ति अङ्गहरूले गरेर सार्नुपर्दछ । जब खुद्रा बिक्रेताको रातो (त्रिकोण) स्टिकरमार्फत सर्वसाधारण ग्राहकलाई बिक्री गर्ने वस्तुको परिमाण माथिल्लो अङ्गहरूले देखापर्दछ, तब तल्लो अङ्गहरूले प्रति टोपीले बजारबाट पाउनुपर्ने वास्तविक रकम देखाउँछ जुन खुद्रा व्यापारीले प्राप्त गर्दछ ।

वस्तुको परिमाण र मूल्यको सम्बन्ध हेर्नका निम्ति मूल्य स्टिकरलाई पोष्टरभित्र रही यताउता सारेर हेर्न सकिन्छ । टोपीको मूल्य जति बढी हुन्छ, ग्राहकबाट त्यति नै कम मात्रामा ग्राहकहरूबाट माग हुन्छ ।

माग र आपूर्तीको धारणा: माग र आपूर्ती भन्नाले कुनै पनि उत्पादकले आफ्नु वस्तु विभिन्न मूल्यमा विक्री गर्न चाहेको संख्या र उपभोक्ताहरूले खरिद गर्न चाहेको संख्या वा परिमाण वीचको सम्बन्धलाई जनाउदछ । कुनै पनि वस्तुको मूल्य बजारमा आपूर्ती र मागको अवस्थाको आधारमा निर्धारण हुन्छ । कुनै पनि वस्तुको विक्रीको सम्भावना त्यस समयमा हुन्छ, जुन समयमा वस्तुको माग हुन्छ, तसर्थ वस्तु उत्पादन तथा बजार योजना हालको बजारको अवस्था, सूचनामा आधारित रहेर तयार गर्नु पर्छ । जसको कारण आफ्नो वस्तुको विक्री सुनिश्चित हुन पर्दछ, अर्थात बजारको आकार, बजारको क्र्यशक्ति, प्रतिस्पर्धाको प्रकृतिसम्बन्धी सूचनाहरूले व्यवसायमा सफल हुन थप मद्दत गर्दछ ।

खेल मोडल २ (माग तथा आपूर्ती) को मुख्य सीकाइँ: यस खेल पश्चात निम्नानुसार सिकाईलाई सहभागीहरूमाझ छलफलका आधारमा स्पष्ट पार्नु पर्दछ ।

- माग र आपूर्तिको सम्बन्ध बुझ्नु अति आवश्यक छ । विक्री त्यातिखेर मात्र सम्भव छ, जुनवेला वस्तुको माग हुन्छ; तसर्थ योजना भनेको बजार अवस्थाको सही सूचनामा आधारित हुनुपर्दछ ।
- व्यवसायीहरूवीच राम्रो सम्बन्ध राख्नसकेमा व्यवसायको उन्नति हुन्छ । सबै सम्बन्धित व्यवसायीहरू वीच प्रभावकारी सञ्चार हुनु सबै व्यवसायको लागि महत्वपूर्ण हुन्छ । सम्झौताले प्रक्रिया अघि बढाउन सजिलो पार्छ । साथै समस्या सिर्जना भएमा त्यसको समाधान हुने सहयोग पनि प्राप्त हुनसक्छ ।
- सम्झौता तथा करारनामा एउटा प्रमुख माध्यम हो जसले विचार नगरिएको बजारको उतारचढावलाई केही नियन्त्रण गर्न सहयोग गर्दछ । प्रभावकारी सम्झौता व्यवसायको निम्नि ज्यादै महत्वपूर्ण हुन्छ । जसले व्यवसायलाई राम्रो नतिजा प्राप्त गर्न सहयोग पुऱ्याउँछ ।
- हिसाबकिताब गरी लिइएको मध्यम खालको जोखिमले व्यवसायलाई बढन सहयोग पुऱ्याउँछ तर कुनै पनि निर्णयको लागि आवश्यक सूचनाको आवश्यकता पर्छ । ठिक हिसाबकिताब (लेखा) राख्नाले व्यवसायको बारेमा जानकारी पाइ राखिन्छ, जसले गर्दा भविष्यमा उपयुक्त निर्णय गर्न सकिन्छ, जुन व्यवसायको हितमा रहन्छ ।

व्यवसायमा सफलता हासिल गर्नको निम्नि आफ्नो बजारको विश्लेषण तथा ज्ञान हनु अति आवश्यक छ । बजारको आकार, बजारको क्र्यशक्ति, प्रतिस्पर्धाको प्रकृतिसम्बन्धी सूचनाहरूले तपाईँलाई व्यवसायमा सफल हुन सहयोग गर्दछ ।

४. चौथो दिन

४.१ प्रथम सत्र: पुनरावलोकन र व्यवसायिक योजनाको परिचय (६० मिनेट)

शिर्षक: तेजो दिनका विषयवस्तुहरूको पुनरावलोकन

उद्देश्य: सहभागीहरूलाई अधिल्लो दिनका विषयहरूको पुनरावलोकन गरि आजको दिनको लागि सिक्ने सिकाउने वातावरण तयार गर्ने ।

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- प्रतिवेदन तथा मूल्याङ्कन कर्ता वा समीतिबाट प्रभावकारी माध्यम प्रयोग गरी अधिल्लो दिनको सिकाईहरूलाई पूऱ्यावलोकन गर्न लगाउने ।
- सहभागीहरूबाट समिक्षा/पुनरावलोकन गरिसकेपछि छुटेको कुराहरूलाई सहभागीहरूलाई सोधै समावेश गरि पुनरावलोकनलाई अभ बढि प्रभावकारी बनाउने ।
- त्यस्तै मूल्याङ्कन कर्ता वा समीतिको तर्फबाट मूल्याङ्कन प्रस्तुत र व्यावस्थापकको जिम्मेवारी हस्तान्तरण गरी नयाँ जिम्मेवारीको लागि हस्तान्तरण गर्ने ।

पाठ शिर्षक: व्यवसायिक योजनाको परिचय

व्यवसायिक उद्देश्य (नाफा) को लागि उपलब्ध स्रोत साधनको आधारमा के कस्ता व्यवसायिक गतिविधिहरू कहिले, कसरी संचालन गर्ने भनेर निर्णय गर्ने वा खाँका कोर्ने कार्यलाई नै व्यवसायिक योजना भनिन्छ। अर्थमा भन्ने हो भने कुनै पनि वस्तु वा सेवा सम्बन्धी व्यवसायिक विचारको छनौट गरिसकेपछि त्यो व्यवसाय स्थापना गरी सञ्चालन गर्नको लागि आवश्यक पक्षहरू जस्तै: बजार, उत्पादन, प्राविधि, तथा वित्तीय दृष्टिकोणबाट कत्तिको सम्भाव्य छ, वा छैन भनेर परिक्षण गर्नका लागि तयार गरीने विश्लेषणात्मक विवरणलाई व्यवसायिक योजना भनिन्छ। व्यवसायिक योजनालाई व्यवसायको ऐना पनि भनिन्छ, जसले व्यवसायिलाई योजना हेरेपछि कुल प्रस्तावित व्यवसाय के कस्तो छ भन्ने छलझ हुन्छ।

उदाहरणको लागि यदि उत्पादन सम्बन्धी व्यवसाय हो भनेः, के उत्पादन गर्ने, कति र कस्तो गुण स्तरको वस्तु तथा सोब उत्पादन गर्ने, मेशिन उपकरण के कति चाहिन्छ, के कस्ता दक्षताका कति कामदार आवश्यक हुन्छ, कहिले उत्पादन गर्ने, कहाँ उत्पादन गर्ने, कसरी उत्पादन गर्ने, कसले उत्पादन गर्ने, कच्चा पदार्थ के के चाहिन्छ, र कहाँबाट, कसरी ल्याउने, जम्मा कति लागत लाग्छ, आवश्यक पूँजि कसरी जुटाउने, कहाँ लगेर विक्री गर्ने, कति नाफा हुन्छ, लगानीको प्रतिफल कति आउन सक्दछ आदि पक्षहरूको वारेमा विस्तृत रूपमा खाका तयार गर्ने कार्य नै व्यवसायिक योजना हो।

योजना किन बनाउने हो सो को अगाडि नै निश्चित गर्नुपर्दछ। जस्तै: उत्पादन सम्बन्धी वा बजार सम्बन्धी वा कर्मचारी संबन्धी आदि। व्यवसाय स्वाभावैले नाफामुखी हुने भएकोले कति अवधिमा कति नाफा कमाउने र त्यसको लागि के कति कसरी व्यवसायिक गतिविधि संचालन गर्ने भनेर योजना तयार गरिन्छ।

व्यवसायिक योजनाको महत्व

व्यवसायिक योजनाबाट हुने मुख्य-मुख्य फाइदाहरू निम्नानुसार छन्।

- उद्देश्यमा जोड:** हरेक व्यवसायिक योजना व्यवसायको र संस्थाको उद्देश्य हासिल गर्नमा मद्दत गर्दछ।
- अनिश्चितता घटाउने:** योजनाले व्यवसायमा आइपर्ने अनिश्चिततालाई कम गर्नमा मद्दत गर्दछ किनकी यसमा भावी सम्भावनाहरूको पूर्वानुमान गरिन्छ।
- नियन्त्रणमा सुलभ:** योजनाले व्यवसायिक उद्देश्य र कार्यको मापदण्ड निश्चित गर्दछ। यसको आवश्यक नियन्त्रण कार्य सम्पादन गर्नमा अत्यावश्यक हुन्छ।
- राशो समन्वय:** योजनाले व्यवसायिक संस्थाका क्रियाकलापहरूमा समन्वय ल्याउनुको साथै मितव्यिता प्राप्त पनि गराउछ।
- नवप्रवर्तन तथा सिर्जनशीलता:** व्यवसायिक योजनाको तर्जुमा विभिन्न विकल्पहरू मध्येवाट छनौट गरिने हुनाले व्यवसायीमा नयाँ नयाँ चिन्तन र विचारहरू आउछन्।
- प्रतिस्रधात्मक क्षमतामा सुधार गर्न:** व्यवसायिक योजनाले संस्थाको क्षमता विस्तार कार्य पद्धतिमा परिवर्तन, उत्पादनको गुणस्तरमा सुधार, बजार व्यवस्थापन र विस्तारमा टेवा, ग्राहकको रुचि र फेशनको पूर्वानुमान, प्राविधिक फेरबदल, व्यवसायिक प्रतिष्ठा बढाने र अन्ततः व्यवसायले नाफा कमाउने कार्य गर्दछ।

यसका अतिरिक्त व्यवसायिक योजनाको निम्न महत्व छन्।

- योजनामा रहेको व्यवसाय आर्थिक र प्राविधिक रूपले सम्भाव्य छ वा छैन निचोडमा पुग्न सहयोग गर्दछ।
- बजारका सम्पुर्ण पक्षमा सजग गराउँदछ।
- उत्पादनको लागि आवश्यक पर्ने जग्गा, भवन, मेशिन औजार, फर्निचर र सवारी साधनको व्यवस्थापनमा सहयोग पुऱ्याउछ।

- के कति खर्चको आवश्यकता पर्छ त्यसको बारेमा जानकारी दिन्छ ।
- उत्पादन लागतको बारेमा थाहा हुन्छ ।
- व्यवसाय गर्नको लागि कति रकमको आवश्यकता पर्छ त्यसको व्यवस्था कसरी गर्ने जस्ता प्रश्नको उत्तर दिने काम गर्दछ ।
- विक्री मुल्य कसरी निर्धारण गर्ने भन्ने बारेमा जानकारी दिन्छ ।
- वर्ष भरी काम गरेपछि के कति आर्जन हुन्छ त्यसको जानकारी हुन्छ ।
- व्यवसायका जोखिम पक्षहरूलाई न्यूनीकरण गर्ने उपायहरूको खोजी गर्न सहयोग गर्दछ ।
- व्यवसायमा अनावश्यक खर्च कटौती गर्न सहयोग गर्दछ ।
- व्यवसायमा लगानी गर्नका लागि परिवारका सदस्यहरूलाई विश्वासमा लिन राम्रो संग तयार गरिएको व्यवसायिक योजनाले सहयोग गर्दछ ।
- ऋणका लागि वित्तीय संस्थामा पेश गर्ने र कानुनी मान्यता प्राप्त गर्नका लागि सरकारी कार्यालय तथा स्थानिय निकायमा पेश गर्नका लागि व्यवसायिक योजना आवश्यक पर्दछ ।

व्यवसायिक योजनाको तत्वहरू

व्यवसायिक योजनालाई बजार योजना, उत्पादन योजना, खर्च तथा व्यवस्थापन योजना र वित्तिय योजना गरि चार वटा तत्वमा विभाजन गरिएको छ, जसलाई निम्नानुसार उल्लेख गरिन्छ ।

१. बजार योजना (Market Plan): यस अन्तर्गत प्रस्तावित व्यवसायवाट उत्पादन हुने वस्तु/सेवा को बजार कति छ? ग्राहकको हुन? कतिसम्म विक्री हुन सक्ला? बजारको क्षेत्र कुन हुन्छ? जस्ता महत्वपूर्ण सूचनाहरूको संकलन र विश्लेषण गरीन्छ जसवाट उद्यमीले आफ्नो उत्पादनको स्तर निर्धारण गर्दछ ।

२. उत्पादन योजना (Production Plan): यस अन्तर्गत बजार योजना/विश्लेषणबाट आएको तथ्यको आधारमा वस्तु उत्पादन गर्ने कस्तो, कति क्षमताको मेशीन, औजार जडान गर्नु पर्ला? अझ स्थीर सम्पति कति चाहिन्छ? उत्पादनको प्रक्रिया के कस्तो हुने हो? जस्ता प्रश्नहरूको उत्तर खोजीन्छ ।

३. खर्च तथा व्यवस्थापन योजना (Expenses & Management Plan): यस अन्तर्गत लक्षित परिमाणमा वस्तु उत्पादन गर्ने के कस्तो कच्चा पदार्थ आवश्यक हुन्छ र कहाँ पाइन्छ? कस्ता र कति कामदार आवश्यक हुन्छ? वस्तु उत्पादन गर्ने कति खर्च लाग्छ? व्यवसायको व्यवस्थापन कसरी गर्ने? प्रश्नहरूको उत्तर खोजीन्छ ।

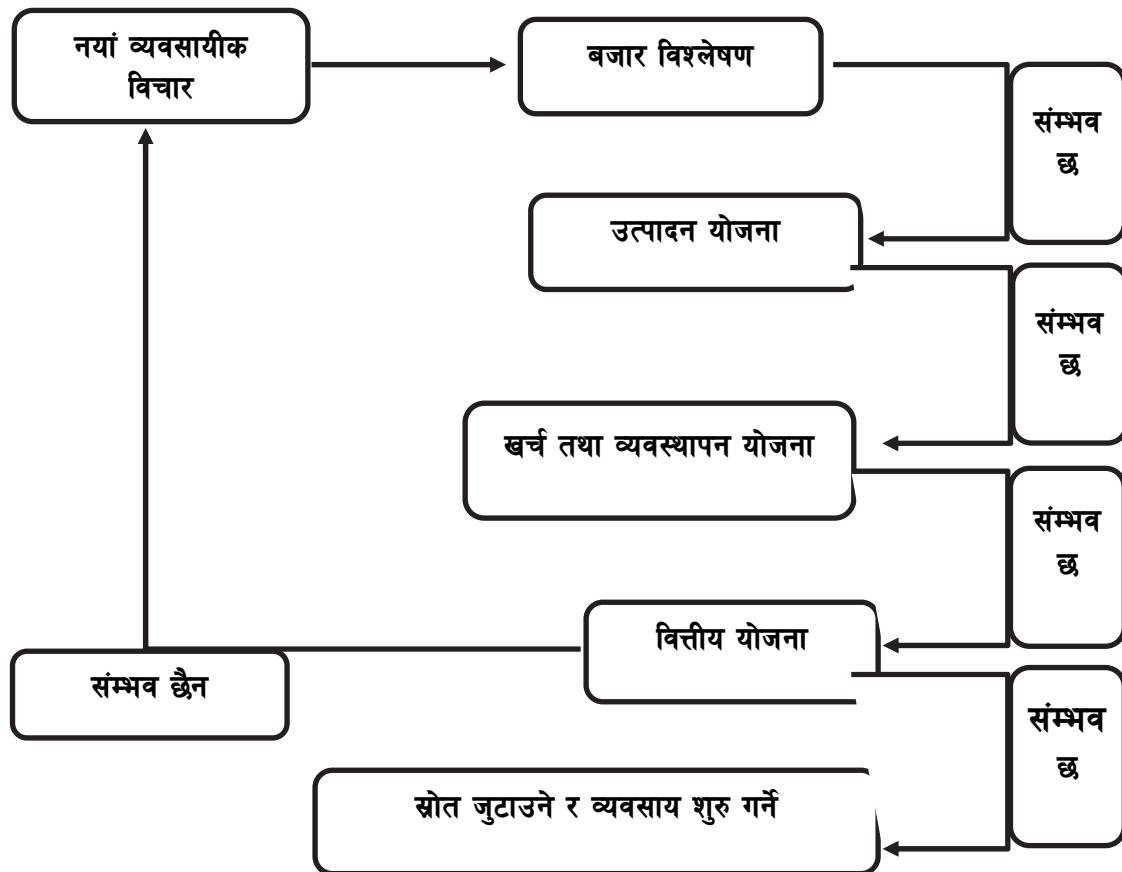
४. वित्तिय योजना (Financial Plan): यस अन्तर्गत व्यवसायलाई जम्मा कति लगानी लाग्दछ? त्यो कसरी कुन श्रोतवाट जुटाउने? लक्षित उत्पादन गरेर बिक्रि गर्दा कति नाफा होला र लगानीको अनुपातमा त्यती नाफा हुनु उपयुक्त छ? छैन? जस्ता प्रश्नहरूको उत्तर खोजीन्छ ।

व्यवसायिक योजना तयारीको प्रक्रिया

व्यवसायिक योजना तयार गरिएको छ भने सम्बद्ध संस्था (बैंक, सरकारी कार्यालय, साभेदार व्यक्ति आदि) लाई आफ्नो बारेमा बुझाउन सहज हुन्छ । व्यवसायिक योजनालाई बजार योजना, उत्पादन योजना, खर्च तथा व्यवस्थापन योजना र वित्तिय योजना गरि चार भागमा तयार गरिन्छ । व्यवसायिक योजना बनाउँदा कृषि, उत्पादनमुलक, सेवा र व्यापार व्यवसायको हिसाब गर्ने तरिकामा एक रूपता नभए पनि प्रक्रिया भने एकै किसिमको हुन्छ ।

व्यवसायिक योजनाले व्यवसायको सम्भाव्यता देख्ने हो । व्यवसायिक योजना बनाउने कार्यमा क्रमिक रूपले बजार, उत्पादन, खर्च र लगानी गरी चार तहले विश्लेषण गरीन्छ । यसरी विभिन्न तहमा संकलीत सूचनाको विश्लेषण गर्दा यदी प्रस्तावित वस्तु/सेवाको बजार छैन भने त्यस भन्दा अगाडीका तहको योजना बनाउनु पर्दैन । अर्थात सर्वप्रथम बजार योजनाको विश्लेषण गरिन्छ, बजार विश्लेषणको आधारमा सम्भव भएमा मात्र उत्पादन योजना गरीन्छ । यदि उत्पादन योजना सम्भव भएमा मात्र खर्च तथा व्यवस्थापन

विश्लेषण गरिन्छ । यसरी खर्च तथा व्यवस्थापन योजना सम्भव भएमा मात्र वित्तीय विश्लेषण गरिन्छ । यदि चार तह मध्ये क्रमशः विश्लेषण गर्दै जाँदा कुनै तहमा सम्भव हुन सकेन भने, उक्त तह भन्दा अगाडी बढ्न आवश्यक हुदैन । व्यवसायिक योजनाको प्रक्रियालाई तलको चित्रद्वारा प्रष्ट पारिएको छ ।



उपरोक्त उल्लेख गरीएका चारै तह वाट व्यवसाय सम्भव छ, र त्यसवाट हुने आम्दानीले व्यवसायीलाई सन्तुष्टि दिन सकला भन्ने लागेमा मात्र व्यवसायिक योजनालाई अन्तीमरूप दिने काम गर्नु पर्दछ । अन्तिम रूप दिने भनेको व्यवसायिक योजनाका प्रत्येक वुँदाले मागे अनुसारको सूचनालाई सम्बन्धित ठाँउमा राखेर अनुसूचीमा दिइएको ढाँचा अनुसार तयार गरिनु पर्दछ ।

व्यवसायिक योजनाको तयारीका लागि आवश्यक जानकारी

व्यवसायिक योजना तयार गर्दा तथ्यमा आधारीत सूचनाको संकलन गरी त्यसैको आधारमा गरीनु पर्दछ । हचुवाको भरमा जथाभावी गरेको योजना ले उद्यम व्यवसाय सफल हुदैन । एउटा व्यवसायिक योजना तयार गर्दा निम्न अनुसारका सूचनाहरूको आवश्यकता पर्दछ ।

- उत्पादन गर्ने वस्तु के हो ?, व्यवसाय स्थापन गर्ने स्थान कहाँ हो ?
- वस्तुको बजारक्षेत्र कहाँ हो?
- लक्षित ग्राहक को हुन् ? कति छन् ? कति सङ्ख्यामा विक्रि (लक्ष्य)/उत्पादन हुन सक्छ ?
- उत्पादन प्रक्रिया विधि के कस्तो हो ?

- बजारक्षेत्रमा उत्पादन गर्न खोजेको जस्तै वस्तु कति विक्रि भैरहेको छ ? त्यो वस्तु उपभोग गर्ने जनसङ्ख्या कति छ ?
- व्यवसाय सुरु गर्न आवश्यक घर, जग्गा, मेसिन / औजार (स्थिर सम्पत्ती) के चाहिन्छ र कति मूल्य पर्दछ ?
- कुन कुन कच्चापदार्थ आवश्यक हुन्छ ? कति आवश्यक पर्छ ? र त्यसको कति मूल्य पर्छ ?
- कति जना कामदार आवश्यक पर्छ ? उनीहरूको सीप दक्षता, योग्यता कति चाहिन्छ ? कति तलब वा ज्याला दिनुपर्छ ?
- अन्य शिर्षभार खर्च (ओभरहेड) कति हुन्छ ?
- ऋण लिनेभएमा व्याजदर कति छ ?
- व्यवसाय दर्ताखर्च कति लाग्छ ?
- व्यवसाय संचालन पूर्वको खर्च के कति छन् ?

४.२ दोस्रो सत्र: बजार, उत्पादन, खर्च र वित्तीय योजना (९० मिनेट)

परिचय

व्यवसायिक योजनाको पहिलो बुँदा अन्तर्गत आफ्नो व्यवसायको नाम सहित प्रभावकारी कभर पेज, उद्यमीको नाम, ठेगाना तथा सदृक्षिप्त परिचय उल्लेख गर्ने र कुन व्यवसाय गर्ने हो, त्यो किन गर्न लागेको हो ?, व्यवसाय छान्नुको मुख्य कारण आदि सहितको संक्षिप्त विवरण लेख्नु पर्दछ।

१. बजार योजना

क). **उत्पादन गरिने वस्तु वा सेवाको विवरण:** कुनै पनि व्यवसायिक योजना तयार गर्नु अगाडी उत्पादन गर्ने वस्तु वा सेवाको विवरण, प्रतिस्पर्धीको तुलनामा आफ्नो वस्तु वा सेवाको गुणस्तर र मूल्य, व्यवसाय स्थापना गर्ने स्थान, लक्षित बजार क्षेत्र, लक्षित ग्राहक र उपभोक्ता, बजार मागको अनुमान, आफ्नो व्यवसायले ओगट्ने बजार हिस्सा, उत्पादन विक्री लक्ष्य, विक्री तरिका र प्रबन्धनका उपायहरु आदिका वारेमा विस्तृत विवरण तथा सूचना संकलन एवम् विश्लेषण गर्नु नै बजार योजना हो । यस अन्तर्गत उद्यमीले उत्पादन गर्न चाहेको वस्तुको विवरण उल्लेख गर्नुपर्दछ । मानौं कुनै उद्यमीले च्याउ उत्पादन गर्ने निर्णय गरेको छ भने त्यसको जात, आकार, प्रकार, तौल, एक लट, मासिक उत्पादन, वार्षिक उत्पादनपरिमाण कति हुन्छ, उत्पादन गर्न चाहेको वस्तु (च्याउ) को विक्री मूल्य, गुणस्तरमा के फरक हुन्छ भनेर वर्णन गर्नुपर्ने हुन्छ ।

ख). **व्यवसाय रहने स्थान:** व्यवसायको स्थापना गर्ने स्थानको वारेमा उल्लेख गर्ने । स्थानको छनोट गर्दा विभिन्न पक्षमा ध्यान दिनुपर्दछ जस्तै: सेवामूलक वा व्यवसाय हो भने बजारको नजिक हुनुपर्छ । यदि वस्तु उत्पादन गरी बजारमा विक्री गर्ने हो भने कच्चा पदार्थ पाइने स्थानको नजिक हुनु राम्रो हुन्छ । त्यसैले स्थानको छनोट गर्दा भौगोलिकता (हावापानी, चिसो, तातो/समथर, पहाड), कच्चा पदार्थको सहज उपलब्धता, यातायातको सुविधा, लक्षित ग्राहकलाई सुविधा बजार तथा विक्री वितरणमा सुविधा, घरपायक पारिवारिक सुविधा आदि पक्षलाई ध्यान दिनु पर्दछ ।

ग). **लक्षित बजार क्षेत्र वा ग्राहक:** वस्तुको आकृति, प्रकृति, बजारको माग र वितरण सुविधा, आदि पक्षलाई हेरेर बजार क्षेत्रको निर्धारण गर्नुपर्दछ ? त्यसैले, आफुले उत्पादन गरेको वस्तु कुन ठाउँमा विक्री गर्ने हो र कसरी विक्री गर्ने अर्थात कुन वितरणको माध्यम प्रयोग गर्ने भन्ने वारेमा वर्णन गर्नुपर्दछ । यसैगरी आफुले उत्पादन गर्न चाहेको वस्तुको बजार क्षेत्रको निर्धारण गरिसके पछि त्यस क्षेत्रमा रहेका कसले वा कुन वर्गले त्यो वस्तु खरिद गर्न्न वा खास ग्राहक को हुन् ? त्यसको निक्यौल गर्नुपर्दछ, जस्तै: च्याउ उपादन गर्ने हो

भने त्यसको मूल्य, गुणस्तर र उपभोक्ताको आयस्तर अनुसार उपभोगमा फरक पर्दछ । त्यसैले आफ्ना वस्तुका खास ग्राहक को हुन् ती कति छन् र कति संख्यामा विक्री हुन्छ ? सोको अनुमान गर्नुपर्दछ । साथै निश्चित बजारको नाम समेत उल्लेख गर्नु पर्दछ ।

घ). वस्तुको उत्पादन विक्री लक्ष्य अनुमान (दैनिक, मासिक, वार्षिक, लट साथै सिजन अनुसार): त्यस क्षेत्रमा उक्त वस्तु, कति विक्री भैरहेको छ ? सोको जानकारी लिने र उत्पादन लक्ष्य निर्धारण गर्ने । उत्पादन लक्ष्य निर्धारण गर्दा विगतका वर्षहरूको आधारमा आफ्नो उत्पादन परिमाणलाई ध्यान दिएर निश्चित परिमाण तय गर्ने । यदि वस्तु नयाँ उत्पादन गर्ने हो भने, त्यो वस्तु उपभोग गर्ने जनसङ्ख्या कति छ ? सरदर कति खपत हुन्छ ? त्यसको आधारमा कुलमाग निकाली उत्पादन विक्री लक्ष्य निर्धारण गर्न सकिन्छ ।

२. उत्पादन योजना

क) वस्तु वा सेवाको उत्पादन प्रक्रिया वा प्रविधि: आफ्नो वस्तु उत्पादन तथा उपलब्ध गराउने सेवाको प्रक्रिया तथा आवश्यक प्रविधिको वारेमा उल्लेख गर्नुपर्दछ ।

ख) आवश्यक मेशिन/औजार वा स्थिर सम्पत्तीको विवरण: एक पटक खरिद गरे पछि पटक पटक खरिद गर्नु नपर्ने सामान, मेशिन औजार आदिको विवरण उल्लेख गर्ने । व्यवसायको प्रकृति हेरी विभिन्न प्रकारका मेसिन/औजार भण्डारका लागि घरको आवश्यकता पर्नसक्दछ । आवश्यकता भन्दा बढी मेशिन/औजार खरिद गरेमा व्यवसायको लागत बढ्दू जान्छ र त्यो व्यवसाय लाभदायक नदेखिन सक्छ । त्यसैले आवश्यकता अनुसारको मेशिन औजारको मात्र लागत उल्लेख गरिनु पर्दछ । व्यवसाय सुरु गर्न आवश्यक पर्ने घर, जग्गा, मेशिन/औजार के चाहिन्छ, र कति मूल्य पर्दछ, आदि उल्लेख गर्ने ।

व्यवसायमा आवश्यक स्थिर सम्पत्ती (मेसिन/औजार आदि) खरिद भएको लागतको हासकट्टी हिसाब वार्षिक रूपमा हुने हुनाले त्यसको हासकट्टी पनि हिसाब गर्नुपर्ने हुन्छ । हासकट्टी गरि आएको रकम प्रति एकाई हास हिसाब गरी उक्त रकमलाई विक्री मूल्यमा जोड्नु पर्दछ ।

३. खर्च योजना

क) आवश्यक कच्चापदार्थ खर्च: वस्तु उत्पादन संग संगै रूप परिवर्तन हुने वस्तु कच्चा पदार्थ हो । उदाहरणको लागि कपडा ल्याएर सर्ट सिलाउनु, पिठो ल्याएर चाउमिन तयार गर्ने आदि । लक्ष्य अनुसार वस्तु तथा सेवा उत्पादनको लागि आवश्यक कच्चा पदार्थको विवरण उल्लेख गर्ने । आफूले छनोट गरेको वस्तुको उत्पादन गर्न कुनकुन कच्चापदार्थ के कति आवश्यक हुन्छ, मासिक वा वार्षिक कति कच्चा पदार्थ आवश्यक पर्दछ र त्यसको कति मूल्य पर्दछ परिमाण, दर र जम्मा मूल्य उल्लेख गर्नुपर्दछ । कच्चा पदार्थको हिसाब गर्दा, उत्पादन लक्ष्य सँग मेल खाने गरी गर्नुपर्दछ ।

ख) आवश्यक कामदार र ज्याला वा जनशक्ति खर्च: कामदार २ प्रकारका हुन्छन्- उत्पादनमा प्रत्यक्ष संलग्न हुने प्रत्यक्ष कामदार र अप्रत्यक्ष कामदार । प्रस्तावित व्यवसाय सञ्चालन गर्न कति जना कामदार आवश्यक पर्दछ ? कस्तो सीप र दक्षताका कामदार चाहिन्छ ? कति तलब वा ज्याला दिनुपर्दछ ? त्यसका आधारमा कामदार तथा ज्याला खर्चको अनुमान गर्नुपर्दछ । लक्ष्य अनुसार वस्तु तथा सेवा उत्पादनको लागि आवश्यक जनशक्ति, ज्यालाको विवरण उल्लेख गर्ने ।

ग) अन्य शिर्षभार खर्च: स्थिर सम्पत्ती, कच्चापदार्थ, कर्मचारीको तलब बाहेक व्यवसायमा आउने अन्य सानातिना खर्चहरू जस्तै: मसलन्द (स्टेशनरी), चियापानी, यातायात, मर्मत सम्भार, कोठा भाडा, संचार, विजुली पानी, अतिथि सत्कार आदि खर्चहरू हुन सक्छन् । यी सबैलाई अन्य खर्च अर्त्तगत राखी मासिक कति खर्च हुन्छ ? त्यसको लागत राख्नु पर्दछ ।

माथि उल्लेखित खर्चहरूको लागत प्रस्तावित लक्ष्य अनुसार बजार मूल्यको आधारमा सम्भव भए सम्म वास्तविक मूल्य राख्दा व्यवसायिक योजना वास्तविकताको नजिक हुन सक्छ ।

घ) प्रतिएकाई लागतमूल्यः प्रति एकाई लागत निकालन कच्चापदार्थ खर्च, कर्मचारी वा कामदारको तलब/ज्याला खर्च र अन्य खर्चलाई जोडेर आउने रकमलाई उत्पादन लक्ष्य परिमाण संख्याले भाग गरेर निकाल्नु पर्दछ । खर्चहरुको हिसाब किताब साधारणतया सहज होस भनेर मासिकरूपमा गरिन्छ । मासिक खर्च हिसाब गरिएको अवस्थामा मासिक उत्पादन लक्ष्य परिमाणले र वार्षिक खर्च हिसाब गरिएको अवस्थामा वार्षिक उत्पादन लक्ष्य परिमाणले भाग गर्नु पर्दछ । प्रति एकाई लागत निकाल्ने अवस्थामा हास कट्टि र व्याज खर्चलाई जोडन मिल्दैन ।

एक भन्दा बढि बस्तुको उत्पादन छ भने, माथि उल्लेख गरिए अनुसार लागत निकाल सकिदैन्, त्यसको लागि आमदानीको आधारमा प्रतिशत वा उत्पादन कार्यमा लाग्ने समयको आधारमा के उत्पादन गर्न कर्ति घण्टा लागदछ हिसाब गर्नु पर्ने हुन्छ ।

$$\text{प्रति इकाई लागत} = \frac{\text{कच्चा पदार्थको मूल्य} + \text{कामदार ज्याला} + \text{अन्य खर्च}}{\text{उत्पादन लक्ष्य}}$$

४. वित्तिय योजना

क). आवश्यक कुल पूँजी

व्यवसाय सञ्चालन गर्नु पूर्व प्रस्तावित व्यवसायमा लगभग कति लगानी गर्नुपर्छ ? सोको आधारमा कुल पूँजीको हिसाब गरिन्छ । कुल पूँजीअर्थात कति लगानी आवश्यक हुन्छ भन्ने सन्दर्भमा हिसाब गर्दा घर, जग्गा, मेसिन, औजार कति चाहिन्छन् र त्यसको मूल्य कति पर्छ ?, सामान उत्पादन पश्चात बिक्रीबाट आमदानी नहुँदासम्म व्यवसाय सञ्चालन वा उत्पादन कार्य निरन्तर गर्न आवश्यक हुने कच्चा पदार्थ खर्च, कामदार, कर्मचारी तथा अन्य खर्च शिर्षभार खर्च कति लाग्छ ? र व्यवसाय सुरु गर्दा सुरुको अवस्थामा, जस्तै:व्यवसाय दर्ता, बजारअध्ययन, व्यवसायिक योजना तयारी खर्च आदि खर्चहरु जोडेर आवश्यक कुल पूँजी हिसाब गर्नुपर्दछ । अर्को अर्थमा भन्ने हो भने स्थिर पूँजी, चालु पूँजी (कच्चा पदार्थ, कामदार, अन्य खर्च, मौजदात, उदारो विक्रि, अर्ध तयारी वस्तु आदि) र उत्पादन अधिको खर्चको जोडलाई नै आवश्यक कुल पूँजी भनिन्छ ।

ख). पूँजीको स्रोत

आवश्यक पूँजी कुन कुन स्रोतहरु बाट जुटाउने भन्ने वारेमा हिसाब गर्नु नै पूँजीको स्रोत हो । अर्को अर्थमा भन्ने हो भने व्यवसायको लागि आवश्यक कुल पूँजी कति लाग्छ, भनेर हिसाब गरिसकेपछि उक्त पूँजी कहाँबाट जुटाउने?, त्यसको स्रोत के केहुन सक्दछन् ? आफूले कति लगानी गर्ने ?, बैंक, सहकारी वा साथिभाई बाट ऋण कति लिने ? ऋण लिने भए धितो के राख्ने, कति व्याज दिनुपर्छ, सोको हिसाब गर्नुपर्दछ । यदि ऋण लिने हो भने व्याज कति लागदछ हिसाब गर्नु पर्दछ । वार्षिक व्याजको आधारमा प्रति एकाई व्याज हिसाब गरी उक्त रकमलाई बिक्री मूल्यमा जोडनु पर्दछ ।

ग). बिक्रीमूल्य-निर्धारण

उत्पादित वस्तु कतिमूल्यमा बिक्री गर्ने भन्ने निर्णय गर्नु अघि उत्पादन गरेको वस्तुको लागत मूल्य निकाल्नु पर्दछ । वस्तुको लागत खर्च योजनामा निकालिएको हुन्छ । बिक्री मूल्य निर्धारण गर्नु अघि वस्तु वा सेवाको अन्तिम लागत हिसाब गर्नु पर्दछ । अन्तिम लागत हिसाब गर्दा प्रति एकाई उत्पादन लागतमा प्रति एकाई व्याज र हास जोडेपछि अन्तिम लागत निकालिन्छ । वार्षिक व्याज र हास रकमलाई वार्षिक उत्पादन परिमाणले भाग गरेपछि प्रति एकाई व्याज र हास निस्कन्छ, जसलाई माथि उल्लेख गरिएको छ । यसरी अन्तिम लागत हिसाब गरिसकेपछि बिक्री मूल्य निकाल्नु पर्दछ । बिक्री मूल्य निकाल्ने वा निर्धारण निम्न तीन वटा तरिका बाट गर्न सकिन्छ ।

- लागतमा थप तरिका:** यस तरिका अनुसार वस्तु उत्पादन गर्दा लागेको अन्तिम वा कुल लागतमा केहि प्रतिशत नाफा थप गरेर विक्री मूल्य निर्धारण गरिन्छ । यस्तो तरिकालाई लागतमा थप तरिका भनिन्छ ।
- तुलनात्मक तरिका:** आफुले उत्पादन गरेको वस्तु जस्तै बजारमा उपलब्ध वस्तु वा सेवाको मूल्यसँग तुलना गरी मूल्य निर्धारण गरिने तरिका तुलनात्मक मूल्य निर्धारण तरिका हो । यस तरिकामा अरूको वस्तुको गुणस्तर, मूल्य र आफ्नो वस्तुको गुणस्तरलाई हेरी विक्री मूल्य-निर्धारण गरिन्छ ।
- बजारले निर्धारण गर्ने तरिका:** यस तरिकाअनुसार मूल्य निर्धारण गर्दा वस्तुको बजारमा हुने माग र आपुर्तिमा आधारित गरिन्छ । बजारको माग अनुसार बजारले कति मूल्य तिर्न सक्दछ सोही आधारमा मूल्य निर्धारण गर्ने तरिकालाई बजारले निर्धारण गर्ने तरिका भनिन्छ । मागको सिद्धान्त अनुसार बजारमा मागभन्दा आपुर्ति बढी भएमा वस्तुको मूल्य घट्न सक्छ र वस्तुको आपुर्ति कम भएमा मूल्य बढी हुन सक्छ ।

घ). नाफा/नोक्सान हिसाब (Profit and Loss)

नाफा/नोक्सानको हिसाब निकाल्दा एक वर्षमा भएका खर्चहरू जस्तै: कच्चापदार्थ, कामदार वा ज्याला, ऋण लिएको भए व्याज, हासकट्टी तथा अन्य खर्चहरू हिसाब गरी वार्षिक विक्रीबाट भएको आम्दानीमा घटाई नाफा/नोक्सान निकालिन्छ । अर्को शब्दमा भन्ने हो भने, व्यवसायले उत्पादन गर्ने वस्तु वा सेवाको विक्रीबाट हुने आम्दानी कति हुन्छ हिसाब गर्नु पर्दछ । विक्रीबाट आम्दानी हिसाब गर्न वार्षिक विक्री लक्ष्यलाई प्रति एकाइ विक्री मूल्यले गुणन गर्नु पर्दछ । यसरी हिसाब गरी आएको आम्दानीबाट सबै खर्चहरू वार्षिक रूपमा (कच्चा पदार्थ, कामदार वा ज्याला, अन्य खर्च व्याज र हास खर्च) घटाई नाफा/नोक्सान हिसाब गर्न सकिन्छ ।

ड). लगानीको प्रतिफल (Return on Investment- ROI)

प्रस्तावित व्यवसाय गर्ने वा नगर्ने ?वा ठिक छ छैन भन्ने निर्णय लिनु पूर्व आफुले गरेको लगानी अनुसार फाइदा हुन्छ हुँदैन वा प्रतिफल कस्तो हुन्छ हेर्नु आवश्यक हुन्छ । लगानीको प्रतिफल भन्नाले आफुले जम्मा कति लगानी गर्नुपर्दछ र सोबापत कति प्रतिशतका हिसाबले प्रतिफल आउँछ, त्यसको हिसाब हो । यो हिसाब निकाल्न प्रमुख दुई कुरा आवश्यक पर्दछन् जस्तै: वार्षिक खुद नाफा (नाफा-नोक्सानको हिसाब बाट लिन सकिन्छ) र कुल पूँजी लगानी (कुल पूँजीको हिसाब बाट लिन सकिन्छ) । यसको हिसाब निम्न अनुसार गर्न सकिन्छ ।

लगानीको प्रतिफल	<u>वार्षिक खुद नाफा X १००</u> कुल पूँजी लगानी	प्रतिशत
-----------------	--	---------

माथि उल्लेख हिसाब अनुसार, यदि व्यवसायबाट राम्रो प्रतिफल आउने सक्ने देखिन्छ भने त्यसमा लगानी गर्न उपयुक्त हुन्छ । तर यसमा आफुले पाएको रोजगारी, सो बापतको तलब बाट हुने फाइदालाई भने विरुद्ध हुँदैन । यदि लगानी (कूल पूँजी) को अनुपातमा नाफाको प्रतिशत धेरै कम छ भने त्यस्तो व्यवसायमा लगानी गर्नु त्यति फाइदाजनक हुँदैन । लगानीको प्रतिफलको हिसाब नाफा नोक्सान टेवलबाट गर्नुपर्दछ ।

च). पारविन्दु (Break Even Point- BEP)

पारविन्दु भनेको व्यवसायिक कारोबारको त्यस्तो अवस्था हो जहाँ न नाफा न घाटाको स्थिती हुन्छ । कुनै पनि व्यवसायले आफुले उत्पादन गरेको वस्तु तथा सेवाको विक्रिवाट अम्दानी गर्दछ भने उत्पादनका लागि खर्च भएको हुन्छ । उक्त खर्च असुल गर्न निश्चित परिमाण/ एकाई वरावर वा निश्चित रूपैया वरावरको विक्रिवाट आम्दानी हुनु पर्दछ । यसरी विक्रिवाट कुल आम्दानी वरावर कुल उत्पादन खर्चको अवस्थालाई पारविन्दु भनिन्छ । यदि व्यवसायले यसभन्दा बढि उत्पादन गर्यो भने नाफा हुन्छ भने, यसभन्दा कम उत्पादन गरेको खण्डमा घाटा हुन्छ । पारविन्दुको हिसाब नाफा नोक्सान टेवलबाट गर्नुपर्दछ । पारविन्दु निकालको लागि निम्न अनुसार हिसाब गर्नु पर्दछ ।

पारविन्दु	$\frac{\text{स्थिर खर्च } \times 100}{\text{विक्रीबाट आम्दानी - चल खर्च}}$	<u>प्रतिशत</u>
-----------	--	----------------

छ). लगानी उठने समय (Pay Back Period)

व्यवसायमा लागेको कुल पूँजीलाई वार्षिक खुद नाफाले भाग गरेर लगानी उठने समयको हिसाब गर्नु पर्दछ । यसको हिसाब गर्न निम्न अनुसार गरिन्छ ।

लगानी उठने समय	$\frac{\text{कुल पूँजी}}{\text{खुद नाफा}}$
----------------	--

निष्कर्ष

वस्तु वा सेवाको बजार, प्रविधि, आवश्यक कच्चा पदार्थ तथा कामदारको उपलब्धता, वित्तिय विश्लेषण आदिको आधारमा प्रस्तावित व्यवसाय गर्नु उचित छ वा छैन भनेर निर्णय सहित समग्र व्यवसायिक योजना ढाँटो निष्कर्ष लेख्नु पर्दछ ।

४.३ तेस्रो र चौथो सत्र: व्यवसायिक योजना तयारी अभ्यास (१८० मिनेट)

व्यवसायिक योजना तयारीको लागि अनुसूचीमा उल्लेख भए अनुसारको ढाँचामा छनोट भएका व्यवसायहरुको व्यवसायिक योजना तयार गर्न सहजिकरण गर्ने । अभ्यास गराउँदा माथि उल्लेखित बजार, उत्पादन, खर्च र वित्तीय योजनामा उल्लेख भए अनुसार हिसाब गर्ने । व्यवसायिक योजना तयार गर्न प्रत्येक सहभागीहरुलाई अनुसूचीमा उल्लेखित ढाँचा उपलब्ध गराई अभ्यास गराउने ।

५. पाँचौ दिन

५.१ प्रथम र दोस्रो सत्रः पुनरावलोकन र व्यवसायिक योजना तयारी (१५० मिनेट)

शिर्षकः चौथो दिनका विषयवस्तुहरूको पुनरावलोकन

उद्देश्यः सहभागीहरूलाई अधिल्लो दिनका विषयहरूको पुनरावलोकन गरि आजको दिनको लागि सिक्ने सिकाउने वातावरण तयार गर्ने ।

प्रक्रिया/क्रियाकलाप

- प्रतिवेदन तथा मूल्याङ्कन कर्ता वा समीतिबाट प्रभावकारी माध्यम प्रयोग गरी अधिल्लो दिनको सिकाईहरूलाई पूनरावलोकन गर्न लगाउने ।
- सहभागीहरूबाट समिक्षा/पुनरावलोकन गरिसकेपछि छुटेको कुराहरूलाई सहभागीहरूलाई सोधै समावेश गरि पुनरावलोकनलाई अभ बढि प्रभावकारी बनाउने ।
- त्यस्तै मूल्याङ्कन कर्ता वा समितिको तर्फबाट मूल्याङ्कन प्रस्तुत र व्यावस्थापकको जिम्मेवारी हस्तान्तरण गरी नयाँ जिम्मेवारीको लागि हस्तान्तरण गर्ने ।

चौथो दिनको पुनरावलोकन पश्चात सहभागीहरूलाई व्यवसायिक योजना तयारीको लागि अनुसूचीमा उल्लेख भए अनुसारको ढाँचामा छानोट भएका व्यवसायहरूको व्यवसायिक योजना तयार गर्न सहजिकरण गरी अन्तिम चरणमा पुगेको व्यवसायिक योजनाको भलक तयार गर्न सहजिकरण गर्ने र प्रस्तुतीकरण गर्न लगाउने । व्यवसायिक योजनाको भलक अनुसूचीमा उल्लेख गरिएको छ ।

५.२ तेस्रो सत्रः लेखापालन र यसका ढाँचाहरू (९० मिनेट)

लेखापालन

दुई वा दुईभन्दा बढी पक्षबीचको आपसी लेनदेनलाई व्यवसायको भाषामा कारोबार भनिन्छ । व्यवसायिक कारोबारको नियमित र विधिवत रूपमा अभिलेख राख्ने कार्यलाई लेखापालन भनिन्छ ।

व्यवसायमा भएका विभिन्न कारोबारहरूलाई विश्लेषण गरी व्यवसायको आमदानी, खर्च, सम्पत्ति, दायित्व, पूँजी आदिमा पर्ने असर पत्ता लगाउनको लागि प्रत्येक कारोबारहरूको क्रमबद्ध र व्यवस्थित तरीकाले अभिलेख राखिन्छ । यही उद्देश्य परिपूर्तिको लागि वित्तिय कारोबारहरूको नियमित र व्यवस्थित तरीकाले खातामा अभिलेख राख्ने कार्यलाई नै लेखापालन भनिन्छ । अर्को अर्थमा भन्ने हो भन्ने मौद्रिक मूल्यमा व्यक्त गर्न सकिने सम्पूर्ण व्यवसायिक कारोबारहरूको अखिलेख राख्ने कार्यसंग सम्बन्धित विषयलाई लेखापालन भनिन्छ ।

यसैगरी व्यवसायमा हुने आर्थिक क्रियाकलापको व्यवस्थित र सरल तरिकाले लेखा राखेको खण्डमा व्यवसायको नाफा नोक्सान थाहा पाउन सकिन्छ । कसलाई कति दिनुपर्नेछ? कसबाट कति लिनु पर्दछ? यस्ता आर्थिक व्यवसायिक सूचनाहरू लिन सकिन्छ । लेखापालन व्यवसायको मौद्रिक कार्यहरूको अभिलेख राख्ने कार्य हो ।

लेखा पालनको महत्वः व्यवसायमा लेखा पालनको महत्व तथा अवाश्यकता निम्न रहेको छ ।

- व्यवसाय नाफा वा नोक्सानमा चलिरहेको छ? पत्ता लगाउन,
- खर्च नियन्त्रण गर्न,
- लागत मूल्य थाहा पाउन तथा विक्री मूल्य निर्धारण गर्न,
- लिनुपर्ने, दिनुपर्ने हिसाब थाहा पाउन,
- कुन समयमा कति विक्री हुन्छ र कुन समयमा सामान जगेडा (मौज्दात) राख्नु पर्दछ? थाहा पाउन,
- लगानीको प्रतिफल पत्ता लगाउन,
- व्यवसायको यथार्थ आर्थिक स्थिति पत्ता लगाउन ।

दैनिक खाता (Day Book)

हरेक दिन हुने कारोबारहरूको अभिलेख राख्ने खातालाई दैनिक खाता भनिन्छ । अर्को अर्थमा भन्ने हो भने व्यवसायमा भएको कारोबारहरूलाई दैनिक रूपमा गरिने टिपोटलाई दैनिक खाता भनिन्छ । दैनिक खातामा सामान्यतया व्यवसायको दिनभरी भएको कारोबारको लेखा राखिन्छ । तसर्थ दैनिक खातालाई व्यवसायको त्यो दिनभरीको सारांश प्रस्तुका पनि भनिन्छ । यसमा उधारो, नगद, कसैलाई भुक्तानी दिएको, भुतानी प्राप्त, खरिद विक्रि आदीको अभिलेख राख्न सकिन्छ ।

दैनिक खाताको आवश्यकता र महत्व

- व्यवसायको आम्दानी, खर्च, नगद, तथा उधारोको विवरण तयार गर्न,
- व्यवसायको दिनभरीको क्रियाकलापको अवस्थाको वारेमा जानकारी लिन,
- दैनिक खाता प्रत्येक दिन अलग अलग तयार गरिने हुनाले व्यवसायको दैनिक हिसाब किताव विश्लेषण गर्ने आधार तयार गर्न, र
- प्रत्येक दिन दिनको अन्तिम अवस्थाको जानकारी प्राप्त गर्न ।

दैनिक खाता तयार गर्ने तरिका

दैनिक खाता तयार गर्नको लागि नगद तथा उधारो कारोबार र आम्दानी तथा खर्च कारोबारको छुट्टै अभिलेख राख्नु पर्दछ । दैनिक खाताको एकापटि आम्दानी र अर्को पटि खर्च महल तयार गरी आम्दानी भएका कारोबारहरू आम्दानी तर्फ र खर्च भएका कारोबारहरू खर्च महल तर्फ प्रविष्टि गरिन्छन् । कुनै व्यवसायको दिनभरी भएको कारोबारको नगद र उधारो रकमहरू पनि छुट्टै छुट्टै महलमा प्रविष्टि गरी दैनिक कारोबारको अभिलेख राखिन्छ । यसरी तयार गरिएको नगद, उधारो, तथा आम्दानी खर्च महलको दिनभरी भएको कारोबारको दैनिक योगफल निकालिन्छ र उक्त योगफलको आधारमा दैनिक खाता बन्द गरि उक्त खाताको रकम नगद खाता उधारो खाता आम्दानी खाता वा खर्च खातामा प्रविष्टि गरिन्छ । दैनिक खाताको नमुना निम्नानुसार उल्लेख गरिएको छ ।

दैनिक खाताको नमुना

मिति:			
विवरण	आम्दानी (रु.)	विवरण	खर्च (रु.)

नगदी खाता (Cash Book)

नगद भित्र आएको र बाहिर गएको भुक्तानी भएको कारोबारहरूको अभिलेखलाई नगदी खाता भनिन्छ । नगदी खातामा नगद कारोबारलाई मात्र प्रविष्टि गरिन्छ । व्यवसायमा नगद भित्रिने आम्दानीका स्रोतहरू जस्तै: नगद विक्रि, उधारो भुक्तानी, व्यवसायबाट लगानी, बैंकबाट ऋण प्राप्त, लगानीबाट व्याज प्राप्त आदि । यसैगरी व्यवसायबाट नगद बाहिर जाने/खर्चका स्रोतहरू अन्तर्गत कच्चापदार्थ खरिद, ज्याला तलब, विजुली पानी टेलिफोन खर्च, ढुवानी खर्च, मसलन्द खर्च, व्याज, चिया खर्च, मेशिन औजार, फर्निचर खरिद, विविध खर्च आदि पर्दछन् ।

नगदी खाताको नमूना

मिति	विवरण	नगद (रु.)		बाँकी (रु.)
		भित्र आएको	बाहिर गएको	
जम्मा				

बिक्री खाता (Sales Book)

बिक्रि गरिएको कारोबारहरूको अभिलेख राख्ने खातालाई बिक्रि पुस्तिका भनिन्छ । बिक्रि पुस्तिकामा व्यापारीक मालसामानहरूको कारोबार मात्र अभिलेख राख्ने गरिन्छ तसर्थ कार्यालय थथा घरायसी प्रयोजनका मालसामानहरूको बिक्रि यस्ता पुस्तिकामा राखिन्दैन । विक्री खाता मार्फत बिक्रि कहिले, कति भएको थियो भन्ने कुराको सूचना लिन बिक्रि खाता राखिन्छ । यसमा नगद बिक्रि, उधारो बिक्रि र बिक्रि फिर्ता समेतको अभिलेख राखिन्छ । व्यवसायमा कहिले कति रकमको बिक्री भएको थियो भन्ने कुरा पता लगाउन बिक्री खाता उपयुक्त हुन्छ ।

बिक्री खाताको नमूना

मिति	बिल नं.	विवरण	नगद बिक्री	उधारो बिक्री	जम्मा बिक्री	बिक्री फिर्ता	खुद बिक्री
जम्मा							

खरिद तथा खर्च खाता (Purchase and Expenses Book)

कुनै पनि उद्योग वा व्यवसाय संचालन गर्ने क्रममा विभिन्न किसिमका कच्चा सामाग्रीहरू, अन्य विभिन्न शीर्षकहरूमा हुने खर्चको अभिलेख खरिद तथा खर्च खातामा खारिन्छ । जस अनुसार कुन शीर्षकमा कति खर्च भएको छ ? प्रष्ट थाहा पाउन सकिन्छ ।

खरिद तथा खर्च खाताको नमूना

मिति	विवरण	कच्चा पदार्थ	कामदार ज्याला	अन्य खर्च					जम्मा
				यातायात	बिजुली	भाडा	टेलिफोन	स्टेशनरी	
जम्मा									

साहू खाता (Debtor Book)

कुनै उद्यमी वा व्यवसायीले कसैवाट सामान उधारोमा प्राप्त गर्दछ भने उधारो दिने व्यक्तिलाई साहु भनिन्छ । अर्थात् कुनै व्यक्ति/व्यवसायलाई भविष्यमा नगद तिर्न बाँकी छ, भन्ने बुझिन्छ । प्रत्येक साहुको छुट्टाछुट्टै खाता राख्नुपर्दछ र नाम र ठेगाना प्रस्तुसँग राख्नुपर्दछ । उधारो लिएको मिति, विवरण रकम प्रस्तुसँग राख्नुपर्दछ । साहु खाताको माध्यमद्वारा कुन साहूलाई कति तिर्नुपर्दछ ? कहिले तिर्नु पर्दछ र किन तिर्नुपर्दछ ? भन्ने तथांक थाहा हुन्छ ।

साहु खाताको नमुना

साहूको नाम:		उधारो सिमा:			
ठेगाना:		भुक्तानी म्याद:			
मिति	विवरण	खा पा. नं	नगद भुक्तानी	उधारो खरिद	दिन बाँकी रकम

असामी खाता (Account Receivables Book)

कुनै पनि व्यवसायीले उधारो बिक्री गर्ने इच्छा नहुँदा नहुँदै पनि नाफा कमाउन बिक्री बढाउनु पर्ने हुँदा बाध्य भएर उधारो बिक्री गर्नुपर्ने हुन्छ । उधारो पाउने व्यक्ति वा संस्थालाई आसामी भनिन्छ । उधारो बिक्री गरिएको अभिलेख राख्ने किताब (खाता) लाई आसामी खाता भनिन्छ ।

आसामी खाताको नमुना

आसामीको नाम:		उधारो सिमा:		
ठेगाना:		भुक्तानी म्याद:		
मिति	विवरण	उधारो बिक्री	नगद प्राप्त	बाँकी लिनु पर्ने रकम

मौज्दात खाता (Stock Book)

व्यवसायीले आफूसँग के कति परिमाणमा सामान मौज्दात वा स्टक छ ?, सामान खरिद गर्दा कुन कुन सामान के कति परिमाणमा खरिद गर्नुपर्द ? भनेर सामानको वारेमा अभिलेख राख्ने खाता मौज्दात खाता हो । व्यवसायमा मौज्दाता खाता राख्नाले वस्तु/सामान चोरी चृहावट हुनबाट रोकथामको लागि सहयोग पुगदछ । यसैगरी कुनै निश्चित् अवधिको नाफा/नोक्सान विवरण निकालका लागि मौज्दात रकम आवश्यक पर्ने हुँदा यस्तो खाताको आवश्यकता पर्दछ ।

मौज्दात खाताको नमुना

मिति	विवरण	खरिद मूल्य	मौज्दात			जम्मा मूल्य	कैफियत
			भित्र	बाहिर	बाँकी		

५.३ चौथो सत्रः तालिम मूल्यांकन तथा समापन (१० मिनेट)

शिर्षक: पुनरावलोकन

- तालिमको अन्तिम दिन भएकाले यस दिनको प्रतिवेदन अन्तिम सत्रमा प्रस्तुत गर्नुपर्दछ, भनि प्रतिवेदनको जिम्मेवारी लिने समुहका व्यक्तिलाई प्रतिवेदन प्रस्तुत गर्न लगाउने र मूल्यांकन पनि सोहिं दिनमा गर्न लगाउनु पर्दछ ।

शिर्षक: तालिम मूल्यांकन

पाँचौं दिनको प्रतिवेदन र मूल्यांकनको कार्य समाप्त भए पश्चात तालिमको अन्तिम मूल्यांकन गर्ने । उक्त मूल्यांकनका प्रश्नावलीहरु अनुसूचीमा उल्लेख गरिएको छ । मूल्यांकन पश्चात सम्पूर्ण सहभागी तथा आयोजकलाई धन्यवाद दिने ।

शिर्षक: तालिम समापन

सहभागीहरुको सिकाई सहितको मनतव्य, प्रमाण पत्र वितरण र समापन कार्यक्रम संचालन सहित तालिमको अन्त गर्ने । अर्थात समापन कार्यक्रमका लागि तालिमका सहभागीहरु मध्येबाट पुरुष/महिलालाई मन्तव्य राख्नका लागि समय दिने र सहभागीको मन्तव्य पश्चात सहजकर्ताले तालिमका सहभागीहरुलाई एवं अन्य सहयोग पुर्याउनेहरुलाई धन्यवाद दिनुपर्दछ र प्रमुख अतिथिलाई बोलाएको भए बोल्ने मौका दिई तालिमको औपचारिक रूपमा अन्त्यको घोषणा गर्नु पर्दछ ।

अनुसूचीहरु

अनुसूची १: तालिम पुर्व तथा तालिम पश्चात मूल्यांकन प्रश्नावली

तलका विषयहरूमा ठीक भएमा (✓) चिह्न र बेठिक भएमा (✗) चिह्न लगाउनुहोस् । प्रश्नको उत्तर दिनुहोस् ।

१. एउटा उद्यमीलाई व्यवसायबाट के कस्तो फाइदा हुन्छ ?
(क) पेन्सन उपदान पाउने (ख) स्वतन्त्रता (ग) लगानी गर्नु नपर्ने
२. व्यवसाय गर्दा कस्तो खालको जोखिम लिनुपर्दछ ?
(क) कम जोखिम (ख) मध्यम खालको (गणना गरी लिने) जोखिम (ग) बढी जोखिम
३. कस्तो व्यक्ति व्यवसायमा सफल हन सक्छ ?
(क) बढी बचत गर्ने (ख) बढी खर्च (फजुल) गर्ने (ग) हिसाब गरी लगानी गर्ने
४. सफल उद्यमीमा हुनुपर्ने गुण कुन हो ?
(क) धैर्यता (ख) लगानी (ग) समय सीमा
५. बजारीकरणको तत्व कुन हो ?
(क) मूल्य (ख) सीप (ग) औजार
६. आफूले गर्न चाहेको काम जसरी भए पनि सम्पन्न गर्नुपर्छ, यसको लागि योजना तयार गर्नु आवश्यक पर्दैन । (____)
७. व्यवसायको हिसाबकिताब राख्ना बढी खर्च मात्र लाग्छ । यसबाट व्यवसायलाई कुनै खास फाइदा हुँदैन । (____)
८. आफूले उत्पादन वा प्रदान गर्ने वस्तु तथा सेवाको लागत मूल्य निकाल्न तलका मध्ये कुन खर्चहरू हेर्नुपर्दछ ?
(क) स्थिर सम्पत्ति खर्च (ख) अन्य खर्च (ग) व्याज खर्च
९. तल दिइएका मध्ये कुन स्थिर खर्च हुन् ?
(क) कच्चामाल खर्च (ख) स्थिर सम्पत्तीको खर्च (ग) व्याज खर्च
१०. तल दिइएको कुन चल खर्च हो ?
(क) कच्चामालमा हुने खर्च (ख) ढुवानी खर्च (ग) विद्युत/पानी खर्च

अनुसूची २: व्यावसायिक योजना बनाउने ढाँचा

.....व्यावसायको व्यावसायिक योजना

परिचय

व्यावसायको नाम :

उद्यमीको नाम :

स्थायी ठेगाना :

व्यावसाय छान्तुको कारण: मैलेव्यावसाय छान्तुको कारणहरु निम्न अनुसार रहेका छु।

- मेरो इच्छा तथा रुचि यो व्यावसायमा धेरै भएकोले ।
- प्रतिस्पर्धी कम रकेका छन् ।
- भौतिक पुर्वाधारको सुविधा रहेकोछु ।
- पारिवारिक सहयोग पनि धेरै पाउने भएको कारण ।
- थोरै पूँजीबाट सुरु गर्न सकिने भएको कारण ।
- राम्रो आम्दानी गर्न सकिन्दछ ।

१. बजार योजना :

क) वस्तु वा सेवाको विवरण : गुणस्तर, आकार, प्रकार, तौल, रङ्ग, के सेवा दिने आदि उल्लेख गर्ने ।

ख) व्यावसाय रहने स्थान :

ग) लक्षीत बजार क्षेत्र : कहाँकहाँ विक्री गर्ने बजारको नाम उल्लेख गर्ने

घ) उत्पादन/विक्रि लक्ष्य (टेबल नं. १): वस्तु तथा सेवा के कति उत्पादन गर्ने उल्लेख गर्ने जस्तै: मासिक, लट, वार्षिक आदि ।

विवरण	वस्तुको नाम			
मासिक (लक्ष्य)				
वार्षिक (लक्ष्य)				
.... लट (लक्ष्य)				

२. उत्पादन योजना :

क) वस्तु वा सेवाको उत्पादन प्रक्रिया/प्रविधि : (वस्तु उत्पादन तथा उपलब्ध गराउने सेवाको प्रक्रिया तथा आवश्यक प्रविधिको वारेमा लेख्ने)

ख) स्थिर सम्पत्ति विवरण (टेबल नं. २): (लक्ष्य अनुसार वस्तु तथा सेवा उत्पादनको लागि आवश्यक स्थिर सम्पत्तीको वारेमा उल्लेख गर्ने)

क्र.स.	विवरण	परिणाम	दर (रु.)	जम्मा (रु.)
१.				
२.				
३.				
४.				

ग) स्थिर सम्पत्ति हासकट्टी :

जम्मा स्थिर सम्पत्ति (टेबल नं. २ अनुसारको जम्मा रकम राख्ने)		
वार्षिक हासकट्टी रकम (१० वा १५%)		
प्रति एकाई हास रकम (प्रति एकाई हास रकम . वार्षिक हास रकम / वार्षिक उत्पादन लक्ष्य)		

३. खर्च योजना

क) कच्चा पदार्थ खर्च विवरण (टेबल नं. ३): (लक्ष्य अनुसार वस्तु तथा सेवा उत्पादनको लागि आवश्यक कच्चा पदार्थको विवरण उल्लेख गर्ने)

क्र.स.	विवरण	परिमाण	दर	वस्तुको नाम			
१.							
२.							
३.							
४.							
५.							
जम्मा							

ख) जनशक्ति, ज्याला तथा कामदार खर्च विवरण (टेबल नं. ४): (लक्ष्य अनुसार वस्तु तथा सेवा उत्पादनको लागि आवश्यक जनशक्ति, ज्यालाको विवरण उल्लेख गर्ने)

क्र.सं.	कामदारको विवरण	आवश्यक सम्या	दर (रु.)	तलब मासिक (रु.)	तलब वार्षिक (रु.)
१.					
२.					
	जम्मा				

ग) अन्य खर्च विवरण (टेबल नं. ५): (लक्ष्य अनुसार वस्तु तथा सेवा उत्पादनको लागि आवश्यक अन्य खर्चको वारेमा उल्लेख गर्ने)

क्र.सं.	विवरण	मासिक (रु.)	वार्षिक (रु.)
१.			
२.			
३.			
४.			
जम्मा			

घ) प्रतिएकाई लागत (टेबल नं. ६):

क्र.सं	विवरण	वस्तुको नाम				जम्मा
१.	विक्री लक्ष्य (टेबल नं. १ अनुसार)					
२.	अनुमाति विक्री मूल्य (गत वर्षको आधारमा)					
३.	अनुमानित आम्दानी (१x २): (गत वर्षको आधारमा)					
	खर्च प्रतिशत					
४.	कच्चा पदार्थ खर्च (टेबल नं. ३ अनुसार)					
५.	जनशक्ति खर्च (टेबल नं. ४ अनुसार)					
६.	अन्य खर्च (टेबल नं. ५ अनुसार)					
	जम्मा उत्पादन लागत (४+५+६)					
७.	प्रति एकाई लागत (जम्मा लागत / विक्री लक्ष्य)					

४. वित्तिय योजना

क) आवश्यक कुल पुँजी (टेबल नं. ७):

क्र.सं.	विवरण	रकम	कैफियत
१.	चालु पुँजी खर्च = (कच्चा पदार्थ + जनशक्ति खर्च + अन्य खर्च वरावर नगद + कच्चामाल मौज्दात+तयारीमाल मौज्दात+उधारो विक्री)		टेबल नं. ३, ४, र ५ अनुसार

२.	स्थिर सम्पत्ति खर्च		टेबल नं. १ अनुसार
३.	व्यावसाय सञ्चालन पूर्व खर्च (बजार अध्ययन, दर्ता, व्यवसायीक योजना तयारी, अवलोक यातायात आदि)		
	आवश्यक कुल पूँजी रु. ख) पूँजीको स्रोत (टेबल नं. ८): आवश्यक कुल पूँजीको रकमलाई निम्न अनुसार छुट्टाउने।		

ख) पूँजीको स्रोत (टेबल नं. ८): आवश्यक कुल पूँजीको रकमलाई निम्न अनुसार छुट्टाउने।

क्र.सं.	विवरण	रकम	कैफियत
१.	स्वलगानी		प्रति एकाई व्याज निकाले र विक्री मूल्यमा जोड्ने
२.	बाह्य ऋण		
३.	अन्य सहयोग		
जम्मा रु.			(प्रति एकाई व्याज रकम = कुल व्याज रकम /उत्पादन लक्ष्य)

ग) विक्री मूल्य निर्धारण (टेबल नं. ९):

क्र.सं	विवरण	वस्तुको नाम				कैफियत
१.	प्रति एकाई लागत					टेबल नं. ६ अनुसार
२.	प्रति एकाई हास रकम					टेबल नं. २ अनुसार
३.	प्रति एकाई व्याज रकम					टेबल नं. ८ अनुसार
४.	प्रति एकाई अन्तिम लागत ($१+२+३$)					
५.	प्रति एकाई विक्री मूल्य (हालको बजार मूल्य)					हालको बजार मूल्य राख्ने
६.	अनुमानित नाफा (५ - ४)					
७.	विक्रीबाट आम्दानी (प्रति एकाई विक्री मूल्य \times उत्पादन लक्ष)					

घ) नाफा/ नोक्सान (बार्षिक) (टेबल नं. १०):

क्र.सं.	विवरण	खर्च	आमदानी	कैफियत
क.	विक्रीबाट आमदानी			टेबल नं. ९ अनुसार
ख.	खर्चहरू			
	१. चल खर्च			
	कच्चा पदार्थ खर्च (क)			टेबल नं. ३ अनुसार बार्षिक रकम
	जनशक्ति खर्च (ख)			टेबल नं. ४ अनुसार बार्षिक रकम
	जम्मा चल खर्च (क+ख)			
	२. स्थीर खर्च			
	अन्य खर्च (ग)			टेबल नं. ५ अनुसार बार्षिक रकम
	ह्लास (घ)			टेबल नं. १ अनुसार बार्षिक रकम
	ब्याज (ड)			टेबल नं. ८ अनुसार बार्षिक रकम
	जम्मा स्थीर खर्च (ग+घ+ड)			
	जम्मा खर्च (जम्मा चल खर्च + जम्मा स्थीर खर्च)			

वार्षिक खुद नाफा रु.	
मासिक खुद नाफा रु.	

उ.) लगानी प्रतिफल = $\frac{\text{खुद नाफा} \times 100}{\text{कुल पूँजी लगानी}}$ (टेबल नं. १० र टेबल नं. ७ अनुसार हिसाब गर्ने)

$$= \\ = \%$$

च) पारविन्दु (प्रतिशत) = $\frac{\text{स्थिर खर्च} \times 100}{\text{विक्रीबाट आमदानी} - \text{चल खर्च}}$ (टेबल नं. १० अनुसार हिसाब गर्ने)

$$= \\ = \%$$

पारविन्दु (रु.)

= विक्रीबाट आम्दानी × पारविन्दु प्रतिशत

= रु.

छ) लगानी उठने समय

= कुल पूँजी
खुद नाफा

(टेबल नं. ७ र टेबल नं. १० अनुसार हिसाब गर्ने)

= × १२ = बर्ष

निकर्ष:

उपरोक्त सुचना तथा तथ्यांकहरूको विश्लेषण गर्दा र मसंग भएको क्षमताको मूल्यांकन गर्दा प्रस्तावित तरकारी व्यवसाय मेरा लागि उपयुक्त हुने देखेको छु। मैले लक्ष गरे अनुसार वस्तु उपलब्ध गराउन र विक्री गर्न म सक्षम हुनेछु। बजार र आसपासका क्षेत्रका सम्भावित बजार क्षेत्रसंग मेरो व्यक्तिगत चिनजान र परिवारको पनि सहयोग हुने हुनाले मैले लक्ष गरेको विक्री गर्न सक्षम हुनेछु। व्यवसायका लागि लाग्ने पूँजी व्यवस्था आन्तरिक र बाह्य ऋणवाट गर्ने सोचाइमा छु। व्यवसायको नाफाबाट बैंक ऋणको व्याज र किस्ता समयमा तिर्न सक्ने देखिन्छ। यस व्यवसायले वातावरणलाई पनि नकारात्मक असर नपार्ने हुनाले वातावरणीय दृष्टिले पनि उपयुक्त देखिन्छ। यस व्यवसायको प्रस्तावित योजना अनुसार लगानीको प्रतिफल% र पारविन्दु% छ जुन निकै राम्रो देखिएको छ। तसर्थ यो व्यवसाय सञ्चालन गर्ने निचोडमा पुरोकोच्छु।

अनुसूची ३: तालिमका विषय तथा समय तालिका

दिन	पहिलो शेसन समय: १०-११ बजे	दोस्रो शेसन समय: ११-१२:३० बजे	तेस्रो शेसन समय: ०१:३०-३:०० बजे	चौथो शेसन समय: ०३-०४:३० बजे
पहिलो	सहभागिहरूको परिचय आशा अपेक्षा संकलन नियम तयार, कार्यक्रमको उद्देश्य सहित शुरुवात	<ul style="list-style-type: none"> व्यवसायको अवधारणा र महत्व उद्यमशीलता विकास 		व्यवसाय खेल (आधारभूत व्यवसाय चक्र)
दोस्रो	पहिलो दिनको पुनरावलोकन <ul style="list-style-type: none"> सफल उद्यमीका विशेषता व्यवसाय र परिवार बीचको सम्बन्ध 	<ul style="list-style-type: none"> व्यवसायिक वातावरणको पहिचान 		व्यवसायको छनौट (प्रारम्भिक तथा अन्तिम छनौट) (समुहगत अभ्यास)

तेस्रो	दोस्रो दिनको पुनरावलोकन लक्षित ग्राहक तथा बजार पहिचान	बजार र बजारीकरणको अवधारणा (7Ps)	व्यवसाय खेत (माग र आपूर्ति)
चौथो	तेस्रो दिनको पुनरावलोकन <ul style="list-style-type: none">व्यवसायिक योजनाको परिचय	बजार, उत्पादन, खर्च र वित्तीय योजना	व्यवसायिक योजना तयारी (समुहगत अभ्यास)
पाँचौ	चौथो दिनको पुनरावलोकन व्यवसायिक योजना तयारी- अभ्यास	<ul style="list-style-type: none">व्यवसायिक योजनाको प्रस्तुतिकरणलेखापालन र यसका ढाँचा	तालिम मूल्यांकन तालिम समापन

अनसची ४: तालिम अन्तिम मल्यांकन प्रश्नावली

कृपया आफलाई उपयुक्त लाग्ने विकल्पमा √ लगाउनुहोस् ।

- १) समग्रमा तालीम कैत्तिको प्रभावकारी लाग्यो ?
 क) धेरै राम्रो ख) राम्रो ग) ठिकै

२) तालिम अवधि
 क) लामो ख) ठिकै ग) छोटो

३) प्रशिक्षकहरुको प्रस्तुतीकरण
 क) धेरै राम्रो ख) राम्रो ग) नराम्रो

४) तालिममा उपलब्ध अन्य सुविधा
 क) धेरै राम्रो ख) राम्रो ग) नराम्रो

५) तालिममा समावेश गरिएका विषयवस्तुहरु
 क) धेरै उपयोगी ख) उपयोगी ग) कम उपयोगी

६) तालिममा समावेश गरिएका विषयहरुमा सबै भन्दा उपयोगी विषयवस्तु कुन कुन लाग्यो र किन ?

७) तालिममा समावेश गरिएका विषयहरुमा सबै भन्दा कम उपयोगी विषयवस्तु कुन कुन लाग्यो र किन ?

८) तालिम सम्बन्धि अन्य कनै सल्लाह सभाव

अनुसूची ५: तालिमको लागि आवश्यक सामग्री

क्र. सं.	विवरण	परिमाण
१	डायरी	सहभागि अनुसार
२	पेन	सहभागि अनुसार
३	ब्राउन पेपर	३५ सिट
४	मार्कर पेन: परमानेन्ट	६ वटा

५	मार्कर पेन: बोर्ड	६ वटा
६	मासिक्ल टेप	१ वटा
७	डबल टेप	१ वटा
८	ग्लु स्टिक	१ वटा
९	मेटा कार्ड	२ पाकेट
१०	फोटोकपि पेपर	आधा रिम
११	स्केल	४ वटा
१२	क्यालकुलेटर	४ वटा
१३	व्यवसायिक योजनाको फरम्याट	सहभागि अनुसार
१४	ILO म्यानुल	खेल मोड्युल १ र २ को लागि
१५	मल्टिमीडिया प्रोजेक्टर	१
१७	एक्टेशन कर्ड	
१८	बेलुन	

अनुसुची ६: व्यावसायिक योजनाको नमुना

तरकारी खेती व्यवसायको व्यावसायिक योजना

परिचय:

प्रस्तावित व्यावसायको नाम: **जय दुर्गा तरकारी व्यवसाय**

उद्यमीको नाम: दुर्गा थापा

स्थायी ठेगाना: कोहलपुर, दशगाजा

व्यावसाय छान्नुको कारण: मैले तरकारी व्यवसाय छान्नुको कारणहरु निम्न अनुसार रहेका छं।

- मेरो इच्छा तथा रुचि यो व्यवसायमा धेरै भएकोले ।
- पारिवारिक सहयोग पनि धेरै पाउने भएको कारण ।
- थोरै पूँजीबाट सुरु गर्न सकिने भएको कारण ।
- भौतिक पुर्वाधारको सुविधा रहेकोछ ।
- राम्रो आम्दानी गर्न सकिन्छ ।

१. बजार योजना:

क). उत्पादन गर्ने वस्तु तथा सेवाको विवरण:

मैले यो स्थानीय स्तरमा राम्रो बजार भएको र आफुमा भएको सीप प्रयोग गरी स्थानीय स्तरमा उपभोग गर्न सकिने मौसमी तथा बेमौसमी तरकारी (काउली, मुला, बन्दा र साग) उत्पादन गर्ने ।

ख). व्यवसाय रहने स्थान:

यस व्यवसाय दशगाजा, कोहलपुरमा मेरो आफै घरमा गर्नेछु किन भने बजार नजिक हुने, पुर्वाधारको व्यवस्था सहज रहेको छ ।

ग). लक्षित बजार क्षेत्र:

यस व्यवसायबाट उत्पादन भएका तरकारीहरु (काउली, मुला, बन्दा र साग) कोहलपुर र नेपालगञ्जमा भएका होटल, क्याटरिड र स्थानिय समुदायमा बिक्री हुनेछ । यसको साथै केही मात्रामा तरकारी फर्मबाट नै खुद्रामा बिक्री हुनेछ ।

घ). उत्पादन वा बिक्री लक्ष्य:

विवरण	व्यवसाय				कैफियत
	काउली	मुला	बन्दा	साग	
इकाई	(के. जी.)	(के. जी.)	(के. जी.)	मुठ	
१ लटको उत्पादन तथा बिक्री लक्ष्य	८००	१०००	८००	१०००	एक लट ४ महिनाको आधारमा
४ लटको उत्पादन तथा बिक्री लक्ष्य (वार्षिक)	२४००	३०००	२४००	३०००	

२. उत्पादन योजना:

क). उत्पादन प्रक्रिया:

यस व्यवसायबाट उत्पादन हुने तरकारीको उत्पादन प्रक्रिया यस प्रकार छः

- जग्गा छानोट गर्ने ।
- जग्गा खन जोत मिलाउने मल राख्ने ।
- उन्नत जातको वित छर्ने तथा रोप्ने ।
- आवश्यकता अनुसार पानी र मलको व्यवस्था मिलाउने ।
- उचित समयमा औषधीको व्यवस्थापन गर्ने ।
- ३ महिना भित्र तरकारी बिक्री योग्य बनाउने ।

ख). स्थिर सम्पत्तीको विवरण:

यस व्यवसायक संचालन गर्न तपसिल बमोजिमको स्थिर सम्पत्ती लाग्ने अनुमान गरिएको छ ।

क्र.स	विवरण	परिणाम	एकाई	दर (रु.)	जम्मा (रु.)	हासकटी
१	कुटो	४	वटा	३५०	१,४००	१४०
२	कोदालो	४	वटा	१,२००	४,८००	४८०
३	चाँदौ	३	वटा	१,६००	४,८००	४८०
४	स्प्रे टंकी	३	वटा	४,५००	१३,५००	१,३५०
५	हजारी	५	वटा	१,०००	५,०००	५००
६	पानी जडान				२०,०००	२,०००
	जम्मा				४९,५००	४,९५०

ग). स्थिर सम्पत्तीको हासकट्टी:

कुल स्थिर सम्पत्ती जम्मा रु. ४९,५००/- मा १०% ले वार्षिक हासकट्टी गर्दा वार्षिक हासकट्टी रकम रु. ४,९५०/- र, १ महिनाको ४९२५० हुन्छ, जस अनुसार १ लटको हासकट्टी रकम रु. १६५०/- हुन्छ।

नोट: प्रति एकाई हास रकम निकाले र विक्री मूल्यमा जोड्ने: प्रतिशले हिसाब गर्नु पर्ने।
(१ लटको हास रकमको आधारमा प्रतिशत अनुसार हिसाब गर्ने) १६५० को ३४ प्रतिशत निकालेर काउलीको लक्ष्य ८०० ले भाग गर्ने।

३. खर्च योजना:

क). आवश्यक कच्चा पदार्थको विवरण प्रति लट

क्र.स.	विवरण	व्यवसाय				जम्मा
		काउली	मुला	बन्दा	साग	
१	विउ	२०००	२०००	७००	५००	
२	मल	३०००	२५००	२५००	१०००	
३	रसायनिक मल (DPA, युरिया पोषण, पोटास)	३०००	१५००	२०००	१०००	
४	औषधि	२०००	१२००	१०००	८००	
जम्मा		१००००	७२००	६२००	३३००	२६७००

नोट: ३ लटको कच्चा पदार्थ खर्च रु. ८०,१००

ख. आवश्यक कामदारको विवरण प्रति लट

क्र.स.	विवरण	संख्या	इकाइ	मासिक	१ लटको
१	उद्यमी स्वयम	१	जना	१००००	४००००
२	सहयोगी	१	जना	१००००	४००००
	जम्मा				८००००

नोट: ३ लटको कामदार खर्च कुल रकम रु. २,४०,०००

ग). आवश्यक अन्य खर्च प्रति लट

क्र.स.	विवरण	जम्मा
१	स्टेशनरी	१००
२	संचार	५००
३	जग्गा भाडा	८०००
४	यातायात	१०००
५	प्राविधिक सेवा	१५००
६	अतिथि सत्कार	३००
	जम्मा	११४००

नोट: ३ लटको अन्य खर्च कुल रकम रु. ३४,२००

घ). प्रति इकाई लागतः (प्रति लटको आधारमा)

क्र.सं.	विवरण	वस्तुको नाम				जम्मा
		काउली	मुला	बन्दा	साग	
१.	विक्री लक्ष्य	८००	१०००	८००	१००	
२.	अनुमाति विक्री मूल्य (गत बर्षको आधारमा)	७०	५०	४५	२५	
३.	अनुमानित आमदानी	५६०००	५००००	३६०००	२५०००	१६७०००
	खर्च प्रतिशत	३४%	३०%	२९%	१५%	
४.	कच्चापदार्थ खर्च	१००००	७२००	६२००	३३००	
५.	जनशक्ति खर्च	२७२००	२४०००	१६८००	१२०००	
६.	अन्य खर्च	३८७६	३४२०	२३९४	१७१०	
	जम्मा उत्पादन लागत	४१०७६	३४६२०	२५३९४	१७०१०	
७.	प्रति एकाई लागत	५१	३५	३२	१७	

४. वित्तिय योजना

क). आवश्यक कुल पुँजी: (प्रति लटको आधारमा)

क्र.सं.	विवरण	रकम	कैफियत
१.	चालु पुँजी खर्च = (कच्चा पदार्थ + जनशक्ति खर्च + अन्य खर्च बरावर नगद + कच्चामाल मौज्दात + तयारीमाल मौज्दात + उधारो विक्री)	११८८००	
२.	स्थिर सम्पत्ति खर्च	४९५००	
३.	व्यावसाय सञ्चालन पूर्व खर्च (बजार अध्ययन, दर्ता, व्यवसायीक योजना तयारी, अवलोक, यातायात आदि)	५०००	
आवश्यक कुल पुँजी रु.			१७२६००

ख). पुँजीको स्रोतः यस व्यवसायलाई आवश्यक पर्ने कुल पुँजीको व्यवस्था निम्न बमोजिम गरिनेछ ।

क्र.सं.	विवरण	रकम
१.	स्वलगानी	७२६००
२.	बाह्य ऋण	१०००००
३.	अन्य सहयोग	०
जम्मा रु.		१७२६००

व्याज रकम निर्धारण

कुल ऋण रकम रु. १,००,०००/- को १५% वार्षिक व्याज हिसाब गर्दा वार्षिक व्याज रकम रु. १५,०००/- हुन्छ । मासिक व्याज... १२५०, १ लटको रु.५००० ।

नोटः प्रति एकाई व्याज रकम निकाले र विक्री मूल्यमा जोड्ने..... प्रतिशतको आधारमा प्रति एकाई व्याज निकाले (प्रति एकाई व्याज रकम . व्याज रकम / उत्पादन लक्ष्य) ।

(१ लटको व्याज रकमको आधारमा प्रतिशत अनुसार हिसाब गर्ने) ५००० को ३४ प्रतिशत निकालेर काउलीको लक्ष्य ८०० ले भाग गर्ने ।

ग). विक्री मूल्य निर्धारणः

क्र.सं.	विवरण	वस्तुको नाम			
		काउली	मुला	बन्दा	साग
१.	प्रति एकाई लागत	५१	३५	३२	१७
२.	प्रति एकाई ह्लास रकम	०=६९	०=४९	०=४४	०=३५
३.	प्रति एकाई व्याज रकम	२=१०	१=५०	१=३५	०=७५
४.	प्रति एकाई अन्तिम लागत	५४	३६	३४	१८
५.	प्रति एकाई विक्री मूल्य (हालको बजार मूल्य)	७०	५०	४५	२५
६.	अनुमानित नाफा	१६	१४	११	७
७.	विक्रीबाट आमदानी	५६०००	५००००	३६०००	२५०००

नोटः ३ लटको विक्रीबाट आमदानी रु. ५०१०००

घ) नाफा/ नोक्सान (वार्षिक)

क्र.सं.	विवरण	खर्च	आमदानी
क.	विक्रीबाट आमदानी		५०९०००
ख.	<u>खर्चहरू</u>		
	१. चल खर्च		
	कच्चा पदार्थ खर्च (क)	८०९००	
	जनशक्ति खर्च (ख)	२४००००	
	जम्मा चल खर्च (क+ख)	३२०९००	
	२. स्थीर खर्च		
	अन्य खर्च (ग)	३४२००	
	झास (घ)	४९५०	
	ब्याज (ड)	१५०००	
	जम्मा स्थीर खर्च (ग+घ+ड)	५४१५०	
	जम्मा खर्च (जम्मा चल खर्च + जम्मा स्थीर खर्च)	३७४२५०	५०९०००

वार्षिक खुद नाफा रु.	१२६७५०
मासिक खुद नाफा रु.	१०५६३

ड). लगानीको प्रतिफल (Return on Investment- ROI):

$$\begin{aligned}
 \text{लगानीको प्रतिफल} &= \frac{\text{खुद नाफा} \times १००}{\text{कुल पुँजी}} \\
 &= \frac{१,२६,७५० \times १००}{१,७२,६००} \\
 &= ७३\%
 \end{aligned}$$

च. पारबिन्दु -Break Even Point- BEP)

$$\text{पारबिन्दु} = \frac{\text{वार्षिक स्थिर खर्च } \times 100}{\text{वार्षिक विक्रीवाट आमदानी-वार्षिक चल खर्च}}$$

$$\frac{54,950 \times 100}{5,09,000 - 3,20,900}$$

$$\frac{54,950 \times 100}{1,80,900}$$

$$= 30\%$$

छ. लगानी उठने समय (Pay Back Period)

$$\text{लगानी उठने समय} = \frac{\text{कुल पूँजी लगानी}}{\text{वार्षिक खुद नाफा}}$$

$$= \frac{1,72,600}{1,26,750}$$

$$= 1.36 \text{ (करिब १ वर्ष ४ महिना)}$$

निष्कर्ष

उपरोक्त तथ्यांकहरूको विश्लेषण गर्दा र मसंग भएको क्षमताको मूल्यांकन गर्दा प्रस्तावित तरकारी व्यवसाय मेरा लागि उपयुक्त हुने देखेको छु। मैले लक्ष गरे अनुसार वस्तु उपलब्ध गराउन र विक्री गर्न म सक्षम हुनेछु। कोहलपुर बजार र आसपासका क्षेत्रका सम्भावित बजार क्षेत्रसंग मेरो व्यक्तिगत चिनजान र परिवारको पनि सहयोग हुने हुनाले मैले लक्ष गरेको विक्री गर्न सक्षम हुनेछु। व्यवसायका लागि लाग्ने पूँजी व्यवस्था आन्तरिक र बाह्य ऋणवाट गर्ने सोचाइमा छु। व्यवसायको नाफावाट बैंक ऋणको व्याज र किस्ता समयमा तिर्न सक्ने देखिन्छ। यस व्यवसायले वातावरणलाई पनि नकारात्मक असर नपार्ने हुनाले वातावरणीय दृष्टिले पनि उपयुक्त देखिन्छ। यस व्यवसायको प्रस्तावित योजना अनुसार लगानीको प्रतिफल ७३% र पारबिन्दु ३०% छ जुन निकै राम्रो देखिएको छ। तसर्थ यो व्यवसाय सञ्चालन गर्ने निचोडमा पुगेकोछु।

डल्लो साबुन यवसायको व्यवसायिक योजना

परिचय:

म रुपन्देही निवासी, मलाई आफ्नै महिला समुहका सदस्यहरुको परिचालन गरी आम्दानी गर्न सकिने र आफ्नो ईच्छा साथै परिवारको सहयोग भएको ले यो व्यवसाय रोजेको छु । बजार नजिक र अन्य क्षेत्रबाट आउने साबुन लाई प्रतिस्थापन गर्न सकिने भएको र महिलाहरुलाई रोजगारी उपलब्ध गराउन सकिने भएको कारण यो व्यवसायको योजना बनाउन लागेको छु ।

क). बजार योजना

१. **उत्पादन गर्ने वस्तु:** यस डल्लो साबुन साबुन विशेष गरी महिलाहरुलाई लक्षित गरी उचित तौलमा १ किलोमा ३ वटा हुनेछ । साबुन व्यवसायको आकर्षित छाप वा लोगो सहितको १ के.जी को प्याकेट बनाई २० के.जी को बोरामा राखी बजारमा विक्रीको लागि लगिने छ ।

२. **व्यवसाय स्थापना गर्ने स्थान:**रुपन्देही स्थापना गरिने छ ।

३. **लक्षित बजार क्षेत्र:** उत्पादित डल्लो साबुन स्थानिय बजारका साथै बुटवल, भैरहवा, कपिलवस्तु, पाल्या, नवलपरासी तथा अन्य नजिकका जिल्लाहरु समेत विक्री वितरण गरिने छ ।

४. उत्पादन विक्री लक्ष्य:

विवरण	परिमाण	इकाइ
दैनिक	२४०	के.जी
मासिक	६०००	के.जी
वार्षिक	७२०००	के.जी

क्रमशः बजारको माग अनुसार उत्पादन लक्ष्य अभिवृद्धि गरिने छ ।

ख). उत्पादन योजना

१. उत्पादन प्रक्रया/विधि:

- आवश्यक कच्चा पदार्थहरु तौलिने ।
- ग्रास बालेर कराईमा कमश तोलिएको कच्चा पदार्थहरु पाम आयल र एसिड आयल हालेर उमाल्ने ।
- पाम आयल र एसिड आयल अलिकति उम्लेपछि चक पाउडर हालेर घोल्ने ।
- माथी उल्लेखित कच्चा पदार्थ उम्ले पछि कास्टीकको झोल राख्ने र विस्तारै पन्यूले चलाउने र सिल्केट र स्लरी राख्नेर फिटेर लेदो बनाउने ।
- तयारी लेदोलाई सफा ठाउँमा राख्नेर मनतातो गरी चिसाउने ।
- चिस्याएको लेदोलाई हातले मुछ्येर १ के.जी को ३ वटा डल्लो बनाउने ।
- तयारी डल्ला साबुनलाई १ के.जी को प्लास्टिकमा प्याक गर्ने र २० के.जी प्याकेटलाई बोरामा राख्नेर सिलाउने ।

२. आवश्यक स्थिर सम्पत्ति

विवरण	परिमाण	इकाई	दर (रकम)	जम्मा
ढक तराजु	१	वटा	७०००	७०००
ठुलो कराई	१	वटा	२५०००	२५०००
ठुलो बाल्तीन	६	वटा	४००	२४००
काठको पन्चू	२	वटा	५००	१०००
जग	२	वटा	६०	१२०
फलामको ताप्के	१	वटा	४००	४००
ज्याबल	२	वटा	२५०	५००
साबेल	२	वटा	५००	१०००
प्लाष्टिकको पिर्का	४	वटा	२५०	१०००
पन्जा	३०	जोर	१५०	४५००
मास्क	१	बाकस	१५०	१५०
चक्कु	३	वटा	५००	१५००
ग्यास चुलो	१	वटा	२५००	२५००
ग्यास सिलिण्डर	२	वटा	३०००	६०००
एप्रोन	६	वटा	२००	१२००
टेबुल	१	वटा	५०००	५०००
मेच	१	वटा	३०००	३०००
दराज	१	वटा	१५०००	१५०००
जम्मा				७७२७०

३. स्थिर सम्पत्तिमा हासकट्टी : स्थिर सम्पत्ती रु. ७७,२७० को वार्षिक १० प्रतिशत हास अनुसार वार्षिक हास रकम रु. ७७२७ हुन्छ भने प्रति इकाई हास $7727/6000 = 1.28$ हुन्छ ।

ग). खर्च योजना

१. कच्चापदार्थ खर्च

कच्चा पदार्थको विवरण	इकाई	दर	आवश्यक	जम्मा लागत
पाम आयल	के. जी.	११२	१३००	१४५६००
एसिड आयल	के. जी.	६४	१३००	८३२००
चक पाउडर	के. जी.	१६	१३००	२०८००
कास्टिक	के. जी.	१०४	४००	४१६००
सिल्केट	के. जी.	३३	५००	१६५००
स्लरी	के. जी.	२००	५०	१००००
ग्यास	वटा	१५००	६	९०००
प्लाष्टिक प्याकिंग	वटा	२	६०००	१२०००
जम्मा				३३८७००

२. कामदार खर्च

कामदारको विवरण	संख्या	मासिक तलब	जम्मा
उद्यमी स्वयः	१	८०००	८०००
दक्ष कामदार	४	७०००	२८,०००
जम्मा			३६,०००

३. अन्य खर्च

खर्चको विवरण	मासिक खर्च
घरभाडा	७०००
संचार	५००
यातायात	१००००
मैनवती	२००
पानी	२००
स्टेशनरी	५००
बती	५००
अतिथि सत्कार	१०००
बोरा	३०००
लेखापरिक्षक	५०००
नविकरण	५०००
विविध	२०००
जम्मा	३४,९००

४. प्रति एकाइ लागत

$$\text{प्रति इकाई लागत} = \frac{\text{कच्चा पदार्थ} + \text{कामदार} + \text{अन्य खर्चहरु}}{\text{मासिक उत्पादन लक्ष्य}}$$

$$= \frac{३२८७०० + ३६००० + ३४९००}{६०००}$$

$$= \text{रु. } ६८$$

घ). वित्तीय योजना

१. आवश्यक कुल पूँजी

विवरण	रकम
स्थिर पूँजी	७७२७०
चाल पूँजी (२ महिना खर्चको आधारमा) कच्चा पदार्थ कामदार अन्य खर्च	८१९२००
व्यवसाय संचालन पूँजीको खर्च	१२०००
कुल पूँजी	९०८४७०

२. पूँजीको श्रोत

विवरण	रकम
स्वलगानी	७८३४७०
क्रृण	१२५,०००
अन्य सहयोग	०
कुल जम्मा	९०८४७०

नोट: १२५,००० ऋणको बार्षिक १२ प्रतिशत व्याजको दरले बार्षिक व्याज १५००० हुन्छ, जस अनुसार मासिक व्याज १२५० हुन आउछ, जस अनुसार प्रति केजि मासिक व्याज ०.२ हुन्छ, जसलाई विक्री मुल्यमा जोड्ने।

३. विक्री मुल्य निर्धारण

प्रति इकाई विक्री मुल्य = प्रति इकाई उत्पादन लागत + प्रति इकाई हास + प्रति इकाई व्याज

$$= ६८ + १.२८ + ०.२$$

$$\text{प्रति अन्तिम लागत} = ६९.४८$$

अनुमानित नाफा = बजार मुल्य - प्रति अन्तिम लागत

$$= ८० - ६९ = ११$$

४. नाफा / नोक्सान

विवरण	खर्च	आमदानी
विक्रीबाट आमदानी		५७,६०,०००
खर्चहरू		
कच्चा पदार्थ खर्च	४०,६४,०००	
कामदार खर्च	४,३२,०००	
जम्मा चल खर्च	४४,९६,०००	
अन्य खर्च	४,१८,८००	
द्वास	७७२७	
ब्याज	१५०००	
जम्मा स्थीर खर्च	४,४१,५२७	
जम्मा	४९,३७,५२७	५७,६०,०००

वार्षिक नाफा: रु. ८,२२,४७३

मासिक नाफा: रु. ६८,५३९

५. लगानीको प्रतिफल:

$$\begin{aligned}
 \text{लगानीको प्रतिफल} &= \frac{\text{वार्षिक खुद नाफा}}{\text{कुल पूँजी लगानी}} \times 100 \\
 &= \frac{८,२२,४७३}{९,०८,४७०} \times 100 \\
 &= ९० \text{ प्रतिशत}
 \end{aligned}$$

६. पारविन्दु:

$$\text{पारविन्दु} = \frac{\text{वार्षिक स्थिर खर्च} \times 100}{\text{विक्रीबाट आमदानी} - \text{चल खर्च}}$$

$$= \frac{४,४१,५२७ \times 100}{५७,६०,००० - ४४,९६,०००}$$

$$= \frac{४,४१,५२,७००}{१२,६४,०००} = ३५ \text{ प्रतिशत}$$

निष्कर्ष :

प्रस्तावित डल्लो साबुन व्यवसाय व्यवसायमा ५ जना लाई पुरा समय रोजगार दिने आधारमा लगानी गरेर पहिलो वर्षको नाफा नोक्सान हिसब गर्दा बार्षिक नाफा रु. ८,२२,४७३ र मासिक नाफा ६८,५३९ आउने देखिन्छ, जसमा मासिक रूपमा तलब तथा ज्याला सबै खर्च गरेर पनि पनि नाफा देखिएको छ। यस व्यवसायमा लगानीको प्रतिफल १० प्रतिशत रहेको छ, भने पारविन्दु ३५ प्रतिशत देखिएको कारण यो व्यवसाय संचालन गर्न उपयुक्त देखिन्छ।

सन्दर्भ सामग्रीहरू:

- उद्यमशीलता विकास तालिम मोड्यल, लघु उद्यम विकास कार्यक्रम, काठमाण्डौ।
- आयआर्जन सीप तालिम कार्यक्रम निर्देशिका, युनेस्को, काठमाण्डौ।
- आफ्नो व्यवसाय शुरु तथा सुधार गर्नुहोस तालिम म्यानुल, औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठान।
- उद्यमशीलता विकास तालिम निर्देशिका, लघु उद्यम विकास कार्यक्रम, काठमाण्डौ।
- उद्यमशीलताको परिचय, केपिन, बुटवल



GOOD SHEPHERD
INTERNATIONAL
FOUNDATION
NEPAL



OPPORTUNITY VILLAGE NEPAL
शुभ अवसर ग्राम नेपाल

बालबालिकाको सुरक्षा हाम्रो संकल्प



बालबालिकालाई अपमानजनक राखदूषतले जारी गर्दै ।



बालबालिकालाई अलावरचक रुपमा तिरचाउँदै ।



बालबालिकालाई अरलील वित्र बाकार्च देसाउँदै ।



बालबालिकालाई उल्लिकको हट्टा विपरीत सुन्ने ।



बालबालिकालाई विभिन्न अंगला ढुन कर लागाउँदै ।



आपलो विरामावल हाताजलो लालो बालबालिकालाई कुट्टै योट पुऱ्याउँदै ।



बालबालिकाको आत्मविश्वासमा ठेस पुऱ्याउँदै ।



बालबालिकालाई प्रोलेक्टर देसार आपलो स्थार्थ पूरा गर्दै ।



बालबालिकाको आत्मविश्वासमा ठेस पुऱ्याउँदै ।



बालबालिकालाई विडियोप्राइजी अवलाइजमा प्राप्त छैख्ने ।



बालबालिकालाई लोकरको उपया प्रयोग गर्दै ।



बालबालिकाको क्लार्ग लम्बाउँ ।



बालबालिकाको आवाजामक अवरक्षकतासङ्गको योगा गर्दै ।



विघ्नात्रामा बालबालिकालाई कुट्टै योट बढ़ाउत गर्दै ।



बालबालिकाको उपचारमा बेवारता गर्दै ।



बालबालिकाको शोक आवरक्षकताको उपयोग गर्दै ।



बालबालिकालाई दुख्वजसनमा वा चुनातासनमा लगाउँदै ।

बालबालिकाहरूप्रति हाम्रो प्रतिबद्धता

सबै बालबालिका समान हुन् ।
बाल दुर्व्यवहार तथा जाति, रंग, धर्म र
लैंगिकताको आधारमा हुने भेदभावप्रति
शून्य सहनशीलता ।

यदि कसैले तपाईंलाई असमान व्यवहार
गरेमा हामीलाई भन्नुहोस् ।

यदि कसैले कुनै पनि
बालबालिकालाई घरस्तो व्यवहार
गरेको थाहा पाउनु मर्यो भन्ने

तत्काल
सबर गर्नुहोस् ।

- ➡ कसैले तपाईंलाई **चोट** पुऱ्याउन पाउँदैन ।
- ➡ कसैले पालि तपाईंलाई **अपेक्षा** गर्न पाउँदैन ।
- ➡ कसैले तपाईंलाई **धर्मव्याउन** पाउँदैन ।
- ➡ कसैले पालि तपाईंलाई **अपमानजनक शब्द**को प्रयोग गर्न पाउँदैन ।
- ➡ कसैले पालि तपाईंको **बाल अग्रमा** सलेज गराउन पाउँदैन ।
- ➡ कसैले पालि तपाईंको विभग अधिकारहरूबाट **विचित** गर्न पाउँदैन: शिक्षा प्राप्त
गर्ने, सचक्ष गतावरण, सुरक्षित पाली र सागा, मारा र स्थान, अविस्तृति,
सेल तथा स्वतन्त्रा सहितको विधिकास ।

संघर्षक व्यक्ति: _____
लोकाइल: _____