उद्यमी फलैँचा हातेपुस्तिका

INNOVATE NEXT IMPACT PVT. LTD.

Hathway Complex, 4th Floor, Lainchaur

इनोभेट नेक्स्ट इम्प्याक्ट को परिचय

इनोभेट नेक्स्ट इम्प्याक्ट प्रा.लि. (Innovate next impact Pvt. Ltd.) एउटा व्यवसाय विकास सेवा प्रदायक संस्था हो, जुन साना तथा मझौला उद्यम (SMEs) हरूको क्षमता अभिवृद्धि, वित्तीय पहुँच र बजार जडानमा सक्रिय छ। यो संस्था नेपालको उद्यमशीलता वातावरणलाई सुदृढ पार्न उद्यमी र सम्बन्धित पक्षहरूसँग सहकार्य गर्दै दिगो, औपचारिक र लगानीयोग्य उद्यमहरूको विकासमा योगदान दिँदै आएको छ।

यो पुस्तिका दमक नगरपालिका भित्रका स्थानीय साना तथा मझौला उद्यमहरू, दमक नगरपालिका कार्यालय, र उद्योग वाणिज्य संघ लगायतका सरोकारवाला निकायहरूसँगको विस्तृत परामर्श तथा सहकार्यमा तयार पारिएको हो। यो पुस्तिकाले उद्यम विकास र प्रवर्धन प्रक्रियामा संलग्न उद्यमी र साझेदारहरूलाई मार्गदर्शन गर्न प्रयोगात्मक र उपयोगी स्रोत सामग्रीको रूपमा सेवा गर्ने अपेक्षा गरिएको छ।

लेखन, सङ्कलन र सम्पादन :

पूनम रेग्मी, इसीका अग्रवाल, सौजन्य तिमिल्सिना, आर्यन ढुङ्गाना, शिरीष खत्री, आभा धिताल

उद्यमी फलैंचा हातेपुस्तिकाको उद्देश्य र प्रयोग

व्यवसाय सुरु गर्ने र सञ्चालन गर्ने तपाईंको पहल केवल व्यक्तिगत आर्थिक विकासका लागि मात्र नभई, समग्र देशको आर्थिक प्रगतिका लागि पनि एक महत्वपूर्ण कदम हो। तर यससँगै प्रष्ट जानकारी र मार्गदर्शनको आवश्यकता पनि हुन्छ। यही स्पष्टता र मार्गदर्शनका लागि उद्यमी फलैंचा हातेपुस्तिका तपाईंको व्यवसायिक यात्राका सबै चरणहर; व्यवसाय अवधारणा विकासदेखि दर्ता, दैनिक सञ्चालन, विस्तार, र आवश्यक परेमा व्यवस्थित बन्दसम्म उपयोग हुनेगरी तयार गरिएको हो। पुस्तिकामा तपाईँले व्यावहारिक निर्देशन, सरल उपकरणहरू र स्थानीय सन्दर्भअनुकूल उदाहरणहरू पाउनुहुनेछ जसले व्यवसाय सम्बन्धी निर्णय प्रक्रियालाई स्पष्ट बनाउँछ र व्यवसायिक काम अगाडि बढाउन सहयोग गर्छ।

तर, यो हातेपुस्तिका तपाईंको व्यवसायिक समस्याको तुरुन्त समाधान होइन। यद्यपि, यसले तपाईंलाई आफ्ना व्यवसायिक विचारहरू र अभ्यासहरूलाई पुनः हेर्न, मूल्याङ्कन गर्न, रणनीति बनाउन र व्यवसायलाई अझ व्यवस्थित ढङ्गले सोच्न प्रेरित गर्छ। यही पुस्तिकाको सहयोगमा, र तपाईंको आफ्नै अनुभव तथा बुझाइको आधारमा, तपाईं आफ्नो व्यवसायलाई अझ प्रभावकारी, व्यवस्थित र जानकार शैलीमा सञ्चालन गर्न सक्नुहुन्छ। हाम्रो उद्देश्य नेपालभरिका उद्यमी र व्यवसायहरूलाई अझ सक्षम, व्यवस्थित र दीगो बनाउने यात्रामा सहयोग पुऱ्याउनु हो। र हामी आशावादी छौं — यो हातेपुस्तिकाले तपाईंलाई त्यही दिशामा अघि बढ्न मद्दत गर्नेछ।

यो हातेपुस्तिका कसले र कसरी प्रयोग गर्न सक्छ?

यो पुस्तिका निम्न व्यक्तिहरूका लागि उपयोगी हुनेछ:

- व्यवसाय सुरु गर्ने तयारीमा हुनुहुन्छ,
- पहिले नै व्यवसाय सञ्चालन गर्दै हुनुहुन्छ, तर अझ व्यवस्थित र प्रभावकारी बनाउने चाहना राख्नुहुन्छ,
- व्यवसाय विस्तार, रूपान्तरण वा व्यवस्थित खारेजी बारे सोच्दै हुनुहुन्छ।

"उद्यमी फलैंचा" तपाईंको नगरपालिका स्तरमा स्थापना गरिएको एकीकृत जानकारी र व्यवसाय विकास केन्द्र हो। यदि तपाईंलाई यो पुस्तिका पढ्दा थप जानकारी वा सहयोग आवश्यक पऱ्यो भने, तपाईं नजिकको उद्यमी फलैंचाकेन्द्रमा सम्पर्क गर्न सक्नुहुन्छ। साथसाथै, यो हातेपुस्तिका उद्यमी फलैंचाकार्यान्वयन समिति र संयोजकका लागि पनि निर्देशनात्मक सन्दर्भ सामग्रीको रूपमा पनि तयार गरिएको हो।

अस्वीकरण (Disclaimer): यो हातेपुस्तिका एकैचोटि पढ्नैपर्छ भन्ने छैन। तपाईंको आवश्यकता अनुसार, तपाईंलाई लागु हुने खण्डमा जान सक्नुहुन्छ।

विषयसूची

तलको तालिकाले तपाईंको व्यवसाय कुन चरणमा छ भन्ने आधारमा उपयुक्त खण्डको सन्दर्भ दिन्छ:

व्यवसायको अवस्था	सम्बन्धित खण्ड	समेटिएको सामग्री	पृ. सं.
व्यवसाय सुरु गर्ने सोचमा हुनुहुन्छ	१. व्यवसाय प्रारम्भ	तयारी मूल्याङ्कन, व्यवसायिक विचार परीक्षण, बजार अनुसन्धान, Lean Model Canvas	५ - २३
व्यवसाय दर्ता गर्न चाहनुहुन्छ	२. कानुनी प्रक्रिया	स्वामित्वका प्रकार, दर्ता प्रक्रिया, PAN/VAT, अनुमतिपत्र/सर्टिफिकेटहरू, दर्ता नवीकरण, कर सम्बन्धी दायित्व, कानुन पालना नगर्दाको जोखिम र दर्ताको फाइदा	२४ - ४०
व्यवसाय सञ्चालन गर्दै हुनुहुन्छ	३. सञ्चालन	व्यवसाय योजना रणनीति, लेखाजोखा, वित्तीय व्यवस्थापन, ग्राहक डेटा व्यवस्थापन, इनभेन्टरी/स्टक/भण्डारण डेटा व्यवस्थापन, ग्राहक प्रतिक्रिया संकलन, ब्रान्डिङ तथा मार्केटिङ, श्रम/मानव संसाधन पालना	४१ - ७७
व्यवसाय विस्तार गर्ने सोचमा हुनुहुन्छ	४. वृद्धि तथा पहुँच	व्यवसाय वृद्धि योजना रणनीति, लगानीकर्तासामु व्यवसाय प्रस्ताव राख्ने प्रक्रिया, लगानीकर्ता खोज्ने तरिका, सञ्जाल पहुँच, मार्गदर्शन सेवा र विज्ञको सहयोग	७८ - ८७
व्यवसाय बन्द वा रूपान्तरण गर्न चाहनुहुन्छ	५. खारेजी/हस्तान्तरण	कानुनी खारेजी प्रक्रिया, कर समापन प्रक्रिया	८८ - १०२

उपरोक्त खण्डहरूमा तपाईंले आवश्यक जानकारीका साथै, प्रयोग गर्न मिल्ने विभिन्न उपकरणहरू पनि पाउनुहुनेछ — जस्तैः

- चेकलिस्टहरू — निर्णय वा तयारी मूल्याङ्कन गर्न
- टेम्प्लेटहरू — भरिसक्ने वा अनुकूल बनाउन मिल्ने उपयोगी नमूना तथा उपकरणहरू
- निर्देशनहरू — दर्ता, कर फाइलिङ, फर्म/कम्पनी व्यवस्थापन प्रक्रिया आदि चरणबद्ध रूपमा बुझाउने सामग्री
- सन्दर्भहरू — सरकारी सहायता, नीतिगत परिवर्तन, बजेट घोषणाजस्ता विषयमा अपडेट कहाँ हेर्ने भन्ने जानकारी
- सुझावहरू — कानुनी जोखिम कम गर्न, सामान्य गल्तीबाट बच्न, र सूचित निर्णय गर्न सहयोग पुऱ्याउने सुझाव

तपाईंले कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय, आन्तरिक राजस्व विभाग लगायतका सरकारी वेबसाइटहरूको लिङ्क पनि पाउनुहुनेछ, जहाँ आवश्यक फारमहरू तथा अद्यावधिक प्रक्रिया जानकारी पाइन्छ।यदि थप स्पष्टता वा सहजीकरण आवश्यक परेमा, तपाईं नजिकको उद्यमी फलैंचाकेन्द्रमा सम्पर्क गर्न सक्नुहुन्छ। साथै, आवश्यक परेमा उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श प्राप्त गर्न पनि सक्नुहुन्छ।

खण्ड १: व्यवसाय प्रारम्भको चरण

(Business Ideation Phase)

१. व्यवसाय प्रारम्भको चरण (Business Ideation Phase)

व्यवसायिक असफलता प्रायः विचारको कमजोरीले होइन, तयारीको कमीले हुन्छ। तपाईंको योजना सफल बनाउनुअघि, के तपाईं आफैं तयार हुनुहुन्छ भन्ने कुराको मूल्याङ्कन गर्नु अत्यावश्यक हुन्छ। यस खण्डमा व्यवसाय सुरु गर्न आवश्यक आधारभूत तयारीका पक्षहरू समावेश छन् जस्तै व्यवसाय प्रारम्भ चेकलिस्ट, व्यवसायिक विचारको सम्भाव्यता मूल्याङ्कन **(Feasibility Study)**, र बजार अध्ययन **(Market Study)**। यी अभ्यासहरूले तपाईंलाई आफ्नो विचारलाई व्यवहारिक, दिगो, र बजारका दृष्टिले सम्भव व्यवसायमा रूपान्तरण गर्न सहयोग पुर्‍याउँछन्।

१.१ प्रारम्भिक मूल्यांकन चेकलिस्ट – के म व्यवसाय सुरु गर्न तयार छु? (Business Initiation Checklist (Am I Ready to Start a Business?)

यो खण्डले तपाईंलाई निम्न कुरामा सोच्न र निर्णय गर्न सहयोग गर्छ:

- किन व्यवसाय सुरु गर्न चाहनुहुन्छ?
- कति तयारी भएको छ?
- कुन पक्षहरूमा अझ सुदृढीकरण आवश्यक छ?

यो मूल्याङ्कन कसरी गर्ने**?**

तलको चेकलिस्ट प्रयोग गरेर आफ्नो वर्तमान अवस्था बुझ्नुस्। हरेक खण्डमा तपाईंले "छ" वा "छैन" भनी उत्तर दिनुहोस्। प्रत्येक खण्डपछि, यदि धेरैजसो उत्तर "छैन" भएमा, सम्बन्धित अन्य खण्डमा जान सुझाव दिइएको छ।

क. उद्देश्य र प्रतिबद्धता

प्रश्न	छ	छैन
के तपाईंलाई व्यवसाय किन सुरु गर्न लागेको हो भन्ने स्पष्ट छ?	☐	☐
के तपाईं व्यवसायमा आवश्यक समय, जोश र लगानी दिन तयार हुनुहुन्छ?	☐	☐
के तपाईं यो व्यवसाय बजारमा देखिएको वास्तविक आवश्यकता वा सम्भावनाका आधारमा सुरु गर्दै हुनुहुन्छ?	☐	☐

यदि धेरै "छैन" उत्तर छन्:

→ खण्ड १.२: व्यवसायिक विचार मूल्याङ्कन हेर्नुहोस्।

→ उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

ख. बजार र ग्राहक बुझाइ

प्रश्न	छ	छैन
के तपाईंले सुरु गर्न लागेको वा गरिरहनुभएको उत्पादन/सेवाको सन्दर्भमा बजारमा माग र वर्तमान प्रवृत्तिहरू (current trends) बुझ्नुभएको छ?	☐	☐
के तपाईंले तपाईंको उत्पादन वा सेवासँग मिल्दोजुल्दो व्यवसायहरूबारे जानकारी संकलन गर्नुभएको छ?	☐	☐
के तपाईंले सम्भावित ग्राहकहरूसँग कुरा गरेर उनीहरूको आवश्यकता वा प्राथमिकता बुझ्नुभएको छ?	☐	☐
के तपाईंलाई प्रतिस्पर्धीहरूको मूल्य निर्धारण, सेवा स्तर वा उत्पादन गुणस्तरबारे जानकारी छ?	☐	☐

यदि धेरै “छैन” उत्तर छन्:

→ खण्ड १.४: बजार अनुसन्धान उपकरणहरू प्रयोग गर्नुहोस्।

ग. वित्तीय तयारी

प्रश्न	छ	छैन
के तपाईंले व्यवसाय सञ्चालन गर्दा लाग्ने लागत र सम्भावित आम्दानीको प्रारम्भिक अनुमान तयार गर्नुभएको छ?	☐	☐
के तपाईंलाई प्रारम्भिक लागत चलाउन पर्याप्त रकम वा पहुँच छ?	☐	☐
के तपाईंले गोदाम, उपकरण वा अन्य साधन जुटाउने योजना बनाउनुभएको छ?	☐	☐
के तपाईंले लुकेका लागतहरू (जस्तैः विद्युत, इजाजतपत्र, प्याकेजिङ) विचार गर्नुभएको छ?	☐	☐
प्रारम्भिक महिनाहरूमा आम्दानी नआउँदा तपाईंको वैकल्पिक योजना छ?	☐	☐

यदि धेरै “होइन” उत्तर छन्:

→ खण्ड ३.३ (६): वित्तीय व्यवस्थापन उपकरणहरू प्रयोग गरि ३ बर्षको अनुमानित खर्च र लागत निकाल्नुहोस्।

घ . सीप र सहयोग

प्रश्न	छ	छैन
के तपाईंसँग (वा तपाईंको सह-संस्थापक/साझेदार/कर्मचारीहरू सँग) आफ्नो व्यवसायको क्षेत्रसँग सम्बन्धित सीप (Skills) वा अनुभव (Experience) छ?	☐	☐
के तपाईंले तालिम, परामर्श वा सहजीकरणको स्रोतबारे जानकारी लिनुभएको छ?	☐	☐
के तपाईंले व्यवसाय सुरु गर्ने कसैलाई सल्लाहको लागि सम्पर्क गर्नुभएको छ?	☐	☐

यदि धेरै "होइन" उत्तर छन्:

→ खण्ड ४.५ : मार्गदर्शन तथा विशेषज्ञ पहुँच हेर्नुहोस्।

E. प्रणाली र कानुनी समझदारी

प्रश्न	छ	छैन
के तपाईं व्यवसाय दर्ता, PAN/VAT लगायतको प्रक्रिया बुझ्नुहुन्छ?	☐	☐
के तपाईंलाई अनलाइन वा मोबाइलबाट फारम भर्न (जस्तै दर्ता वा नवीकरणका लागि) सहज हुन्छ?	☐	☐
के तपाईंलाई आफ्नो व्यवसायमा विशेष इजाजत (Special License) आवश्यक छ वा छैन थाहा छ? (उदाहरणका लागि: पर्यटन, बैंक तथा वित्तीय संस्था, शैक्षिक परामर्श वा स्वास्थ्य सेवा जस्ता क्षेत्रहरूमा)	☐	☐
के तपाईं पहिले अनौपचारिक रूपमा व्यवसाय गर्दै हुनुहुन्थ्यो र अब दर्ता गर्न चाहनुहुन्छ?	☐	☐

यदि धेरै "होइन" उत्तर छन्:

→ खण्ड २ : व्यवसाय दर्ता र कानुनी प्रक्रिया हेर्नुहोस्।

→ उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

मूल्याङ्कन परिणाम कसरी बुझ्ने**?**

(अब १८ वटा प्रश्न छन्, त्यसअनुसार परिणाम यसरी मिलाइएको छ:)

कुल "हो" उत्तर	अर्थ	सुझाव
०–८	तपाईँको यात्रा अझै प्रारम्भिक चरणमा छ	आवश्यक खण्डहरूमा फर्केर तयारी गर्नुहोस्
९–१४	तपाई तयारीको बाटोमा हुनुहुन्छ	कमजोर पक्षमा काम गर्दै अघि बढ्न सक्नुहुन्छ
१५–१८	तपाई व्यवसाय सुरु गर्न तयार देखिनुहुन्छ	खण्ड १ . २ : विचार मूल्याङ्कन मा जानुहोस्

१.२. व्यवसायिक विचारको मूल्यांकन – के यो व्यवसाय सम्भव र उपयुक्त देखिन्छ? (Assessment of Business Idea (Is it feasible?)

सबै व्यावसायिक विचारहरू तुरुन्तै सुरु गर्ने अवस्थामा हुँदैनन्। केही विचारहरूलाई सुधार, परीक्षण वा थप सहयोग (Support) आवश्यक पर्न सक्छ। तपाईंले नयाँ व्यवसायको योजना बनाउँदै हुनुहुन्छ वा पारिवारिक व्यवसायलाई अगाडि बढाउँदै हुनुहुन्छ भने पनि, यो खण्डले तपाईंको विचारलाई सरल र चरणबद्ध तरिकाले मूल्याङ्कन गर्न मद्दत गर्नेछ।

यो मूल्याङ्कन कसरी प्रयोग गर्ने?

- प्रत्येक भाग ध्यान दिएर पढ्नुहोस् र आफूलाई लागू हुने ठाउँमा चिन्ह (टिक) लगाउनुहोस्।
- दोस्रो भागमा दिइएको रङको सङ्केत हेरेर आफ्नो तयारीको स्तर मूल्याङ्कन (Evaluate) गर्नुहोस्।
- यदि कुनै पक्ष सुधार गर्नुपर्ने छ भने, सम्बन्धित खण्डमा फेरि फर्केर काम गर्न सक्नुहुन्छ।

सुझाव : तपाईंलाई थप सहयोग चाहिएमा उद्यमी फलैंचाका संयोजक सँग सल्लाह लिन सक्नुहुन्छ।

भाग १: विचारको स्पष्टता — तपाईंको विचारले के समाधान गर्छ?

निर्देशन: सही उत्तरमा चिन्ह (टिक) लगाउनुहोस् वा खाली स्थानमा भर्नुहोस्।

१. तपाईंको व्यवसायको अवधारणा **(business idea/concept)** के हो?

→ ________________________________

२. तपाईंको विचारले कुन आवश्यकता वा समस्या समाधान गर्छ?

(यदि निश्चित हुनुहुन्न भने तपाईंलाई मिल्ने विकल्प रोज्नुहोस्)

☐ दैनिक जीवनको समस्या (जस्तैः वरिपरि राम्रो दर्जी नभएको)

☐ सामुदायिक आवश्यकता (जस्तैः होम डेलिभरी सेवा नहुनु)

☐ व्यक्तिगत अनुभवबाट आएको समस्या (जस्तैः बारम्बार मोबाइल बिग्रिने तर नजिकमा विश्वसनीय मोबाइल मर्मत केन्द्र नपाइनु)

☐ बजारमा खाली रहेको स्थान (जस्तैः गाउँमा फेसियल वा स्किनकेयरका गुणस्तरीय प्राकृतिक उत्पादन नपाइनु।)

☐ पारिवारिक व्यवसायको निरन्तरता (आमाबुबाले चलाउनुभएको किराना पसललाई आधुनिक अनलाइन अर्डर प्रणालीसहित अगाडि बढाउने सोच।)

३. तपाईंको सम्भावित ग्राहक समूह को–को हुन्? *(सबै लागु हुनेमा टिक गर्नुहोस्)*

☐ व्यक्तिगत ग्राहकहरू (घरपरिवार, विद्यार्थी, पेशाकर्मीहरू)

☐ व्यापारिक ग्राहकहरू (दोकान, अफिस, सहकारी)

☐ सामुदायिक संस्था वा समूहहरू (विद्यालय, क्लिनिक, वडा कार्यालय)

☐ घुमन्ते ग्राहकहरू (पर्यटक, चालक, क्षेत्रीय कामदारहरू)

☐ अन्य: ____________

सुझाव (Tip): तपाईंको सेवा वा उत्पादनलाई सबैभन्दा नियमित रूपमा र धेरै किन्ने ग्राहक को होलान् वा कसले प्रयोग गर्छ/गर्नेछ, सोच्नुहोस्।

विशेष ग्राहक वर्गहरूको पहिचान र बुझाइलाई अझ सशक्त बनाउन, तपाईंले खण्ड १.४ (खण्ड १.४) मा समावेश गरिएको ग्राहक प्राथमिकता सर्वेक्षण **(Customer Preference Survey)** प्रयोग गरी अझ गहिरो जानकारी थप गर्न सक्नुहुन्छ। यसले तपाईंलाई लक्षित ग्राहक समूहका आवश्यकता, रुचि र व्यवहारबारे स्पष्ट बुझाइ प्रदान गर्छ।

४. तपाईंको विचार कुन माध्यमबाट कार्यान्वयन हुनेछ?

☐ उत्पादन ☐ सेवा ☐ दुवै

५. तपाईंको विचार अरू व्यवसाय भन्दा किन फरक वा उपयोगी छ?

☐ सस्तो ☐ छिटो ☐ स्थानीय रूपमा बनेको

☐ वातावरणमैत्री ☐ ग्राहकका लागि सुविधाजनक

☐ अन्य: ____________

सुझाव (Tip) : ब्रान्डिङ वा बजार लक्ष्यीकरणमा सहयोग चाहियो भने खण्ड ३.७ हेर्नुहोस्।

भाग २: विचारको व्यवहारिक मूल्याङ्कन **(Feasibility Assessment)**

यस चरणमा तपाईंले आफ्नो विचार व्यवहारिक, सम्भव र टिकाउ छ कि छैन भन्ने मूल्याङ्कन गर्नुहुन्छ।

निर्देशन:

प्रत्येक प्रश्नमा आफ्नो विचारको व्यवहारिक स्थिति अनुसार टिक लगाउनुहोस्। अन्त्यमा स्कोर जोड्नुहोस्।

🔵 संकेत:

🟢 छ/हो = कम जोखिम / अगाडि बढ्न तयार

🟡 अलि छैन/अलि हो = मध्यम जोखिम / सुधार आवश्यक

🔴 छैन/होइन = उच्च जोखिम / तत्काल सुरु गर्न उपयोग नभएको

क. बजार माग **(Market Demand)**

प्रश्न	🟢 छ/हो	🟡अलि छैन/अलि हो	🔴 छैन/होइन
१. के तपाईंले विचार वा उत्पादन वास्तविक प्रयोगकर्ता (ग्राहक)सँग परीक्षण गर्नुभएको छ?	☐	☐	☐
२. के तपाईंले सम्भावित प्रयोगकर्ता/ग्राहकबाट प्रतिक्रिया संकलन गर्नुभएको छ?	☐	☐	☐
३. के ग्राहकहरूले तपाईंको उत्पादनको लागि रकम तिर्ने सम्भावना देखिन्छ?	☐	☐	☐
४. के तपाईंको सेवा/उत्पादन अरूको भन्दा फरक वा राम्रो छ भनी स्पष्ट भन्न सक्नुहुन्छ?	☐	☐	☐

५. के तपाईंलाई तपाईंको प्रतिस्पर्धीहरू को हुन् थाहा छ?	☐	☐	☐
६. के तपाईंको व्यावसायिक अवधारणा सजिलै अरूले नक्कल गर्न सक्दैनन्?	☐	☐	☐
७. के यो सेवा/उत्पादन ग्राहकले बारम्बार प्रयोग गर्ने खालको हो?	☐	☐	☐

यदि धेरै "छैन/होइन" उत्तर छन् अथवा उत्तर थाहा नभएमा :

- खण्ड १.३: बजार अनुसन्धान फारम प्रयोग गर्नुहोस्।
- उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

ख. वित्तीय सम्भाव्यता **(Financial Viability)**

प्रश्न	🟢 छ/हो	🟡अलि छैन/अलि हो	🔴 छैन/होइन
८. के तपाईंले आम्दानीको स्रोत पहिचान गर्नुभएको छ?	☐	☐	☐
९. के यो व्यवसाय ३–६ महिनामा आम्दानी दिन सक्ने सम्भावना छ?	☐	☐	☐
१०. के तपाईंले मासिक वा वार्षिक आम्दानीको अनुमान बनाउनु भएको छ?	☐	☐	☐
११. के तपाईंले सुरुवाती लागतहरू (जस्तै: भाडा, उपकरण) अनुमान गर्नुभएको छ?	☐	☐	☐
१२. के तपाईंले व्यवसाय सुरु गर्न आवश्यक रकम जुटाउन सक्नुहुन्छ?	☐	☐	☐
१३. के तपाईंले अनुमानित आय–व्ययको हिसाब कागजमा वा कम्प्युटरमा राख्नुभएको छ?	☐	☐	☐

यदि धेरै "छैन/होइन" उत्तर छन् अथवा उत्तर थाहा नभएमा :

- खण्ड ३.३ (६): वित्तीय व्यवस्थापन उपकरणहरू प्रयोग गरि ३ बर्षको अनुमानित खर्च र लागत निकाल्नुहोस्।
- उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

ग. सञ्चालन क्षमता **(Operational Capacity)**

प्रश्न	🟢 छ/हो	🟡अलि छैन/अलि हो	🔴 छैन/होइन
१४.के तपाईंसँग (वा तपाईंको सह-संस्थापक/साझेदार/कर्मचारीहरू सँग) आफ्नो व्यवसायको क्षेत्रसँग सम्बन्धित सीप (Skills) वा अनुभव (Experience) छ?	☐	☐	☐
१५. तपाईंसँग भएको स्थानीय स्रोत (सामग्री, जनशक्ति) ले सेवा वा उत्पादन दिन सम्भव छ?	☐	☐	☐
१६. यदि स्थानीय रूपमा आवश्यक कच्चा पदार्थ वा स्रोतहरू उपलब्ध छैनन् भने, तपाईंलाई कहाँबाट ल्याउने र त्यो स्रोतले उत्पादनलाई निरन्तरता दिन सक्छ भन्नेबारे थाहा छ?	☐	☐	☐
१७. के तपाईं आपूर्तिकर्ता वा साझेदारहरूको पहुँचमा हुनुहुन्छ?	☐	☐	☐
१८. के तपाईंको व्यवसाय ठूलो खर्च नगरी विस्तार गर्न सक्छ?	☐	☐	☐
१९. के तपाईंलाई सल्लाह दिन सक्ने कोही विशेषज्ञ वा मार्गदर्शक व्यक्ति छन्?	☐	☐	☐

यदि धेरै "छैन/होइन" उत्तर छन् अथवा उत्तर थाहा नभएमा :

- सल्लाह वा विशेषज्ञको सहयोगका लागि खण्ड ४.५ हेर्नुहोस्।
- उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

घ. कानुनी जानकारी **(Legal Awareness)**

प्रश्न	🟢 छ/हो	🟡अलि छैन/अलि हो	🔴छैन/होइन
२०. के तपाईंलाई आवश्यक इजाजतपत्र वा दर्ता प्रक्रिया थाहा छ?	☐	☐	☐

यदि धेरै "छैन/होइन" उत्तर छन् अथवा उत्तर थाहा नभएमा :

- खण्ड २.४ : क्षेत्रअनुसार अनुमति/प्रमाणपत्र हेर्नुहोस्।
- उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

ङ.. प्रविधिको प्रयोग **(Technology Use)**

प्रश्न	🟢 छ/हो	🟡अलि छैन/अलि हो	🔴 छैन/होइन
२१. के तपाईंको व्यवसायले मोबाइल, सामाजिक सञ्जाल वा अनलाइन माध्यम प्रयोग गर्नेछ?	☐	☐	☐

यदि धेरै "छैन/होइन" उत्तर छन् अथवा उत्तर थाहा नभएमा :

- खण्ड ३.७ : डिजिटल मार्केटिङ र अनलाइन पहुँच हेर्नुहोस्।
- उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

च. स्थानीय सहयोग र पहुँच **(Ecosystem & Support)**

प्रश्न	🟢 हो	🟡 अलि हो	🔴 होइन
२२. के तपाईंको क्षेत्रमा तालिम, अनुदान वा मार्गदर्शन कार्यक्रमहरू छन्?	☐	☐	☐

यदि धेरै "छैन/होइन" उत्तर छन् अथवा उत्तर थाहा नभएमा :

- उद्यमी फलैंचाबाट परामर्श लिनुहोस्।

तपाईंको मूल्याङ्कनले के देखाउँछ?

हो उत्तरको संख्या	अर्थ	सिफारिस
१५ वा बढी	तपाईंको विचार बलियो छ र योजना बनाउने चरणमा पुग्न सक्नुहुन्छ।	खण्ड ३: व्यवसाय सञ्चालन मा जानुहोस्।

९–१४	विचारमा सम्भावना छ, तर अझै सुधार आवश्यक छ।	माथिका सम्बन्धित खण्डहरू हेर्नुहोस्। संयोजकसँग सल्लाह लिन सक्नुहुन्छ।
८ वा कम	विचारलाई सुरु गर्नु अघि पुनः समीक्षा आवश्यक छ।	बजार अनुसन्धान प्रयोग गर्नुहोस्। संयोजकसँग छलफल गर्नुहोस्।

१.३ आफ्नो बजार बुझ्नुहोस्: उद्यमीहरूका लागि ३ सरल अनुसन्धानका साधनहरू

बजार अनुसन्धान किन महत्त्वपूर्ण छ?

एउटा सफल व्यवसाय सधैं उत्पादन (Product) बाट होइन, ग्राहकहरूबाट सुरु हुन्छ। व्यवसाय सुरु गर्दा वा विस्तार गर्ने क्रममा, ग्राहकहरूको वर्तमान रुचि **(Current Preferences)** के छन्, बजारमा हाल के अभाव छ, र उनीहरू कुन कुरामा मूल्य देख्छन् वा पैसा तिर्न इच्छुक छन् भन्ने कुरा बुझ्नु अत्यावश्यक हुन्छ।

आफ्नो व्यवसाय दर्ता गर्नु वा लगानी गर्नुअघि, आधारभूत बजार अनुसन्धान (Market Research) गर्न समय निकाल्न सुझाव दिइन्छ। यी तीनवटा साधनहरू (Tools) ले तपाईंलाई निम्न कुरा बुझ्न मद्दत गर्छन्:

- मानिसहरू के मन पराउँछन् र उनीहरूको व्यवहार कस्तो छ (साधन A - ग्राहकको रुचि - Customer Preferences)
- कुन उत्पादन वा सेवाहरू बजारमा उपलब्ध छैनन् (साधन B - बजारको रिक्तता/अभाव - Market Gap)
- तपाईंका प्रतिस्पर्धीहरू को हुन् र तपाईं कसरी फरक (Unique) देखिन सक्नुहुन्छ (साधन C – प्रतिस्पर्धी विश्लेषण - Competitor Analysis)

यी तीनवटै कुराहरू बुझ्नका लागि तपाईंलाई अनुसन्धानको अनुभव आवश्यक पर्दैन। हरेक साधन (Tool) को प्रयोग छिटोछरितो रूपमा गर्न सकिन्छ; तपाईंले आफ्नो टोल, वडा वा बजार मा ५ देखि १० जना मानिसहरूसँग कुरा गरेर यसलाई सजिलै भर्न सक्नुहुन्छ।

अस्वीकरण (Disclaimer): यी तीनवटा साधनहरू (Tools) ले तपाईं पूर्ण रूपमा तयार हुनुहुन्छ भन्ने सुनिश्चितता (Assurance) दिँदैनन्। यो मूल्याङ्कन विशेषगरी नयाँ व्यवसाय सुरु गर्न चाहनेहरूका लागि (जसलाई कुनै पूर्व अनुभव छैन वा जसले आफ्नै बजार अनुसन्धान गरेका छैनन्) तयार पारिएको हो। उत्पादन वा सेवाको विषयमा

अझ गहन बजार अनुसन्धान गर्नका लागि, हामी तपाईंलाई व्यवसाय सल्लाहकार (Business Mentor) खोज्न वा अनुसन्धान परामर्श कम्पनी (Research Consulting Firms) सँग सहकार्य गर्न सुझाव दिन्छौं।

यी साधनहरू कसरी प्रयोग गर्ने

- ५-१० जना स्थानीय मानिसहरू (घरधुरी, पसले, ग्राहक) छान्नुहोस्।
- तलका फारमहरू प्रयोग गरेर प्रश्नहरू सोध्नुहोस्।
- अन्तमा, सामान्य जवाफ वा ढाँचाहरूको सारांश निकाल्नुहोस्।
- ती जानकारीहरूलाई आफ्नो व्यवसायको सम्भाव्यता (१.२) र लिन क्यानभास (१.४) सुधार गर्न प्रयोग गर्नुहोस्।

साधन क: ग्राहक प्राथमिकता सर्वेक्षण

उद्देश्य: ग्राहाकहरू के किनिरहेका छन्, किन, र उनीहरूको निर्णयमा के कुराले प्रभाव पार्छ भन्ने बुझ्नुहोस्।

अन्तर्वार्ता लिनेको नाम: ____________ मिति: ____________ स्थान: ____________

नं.	प्रश्न	विकल्पहरू
१	तपाईंको घरको आम्दानीको मुख्य स्रोत के हो?	☐ कृषि ☐ पसल/व्यवसाय ☐ सेवामूलक काम ☐ ज्याला मजदुरी ☐ अन्य
२	मासिक रूपमा तपाईंले सबैभन्दा धेरै पैसा खर्च गर्ने ३ वटा कुराहरू के-के हुन्?	☐ खाना ☐ मोबाइल/इन्टरनेट ☐ यातायात ☐ स्वास्थ्य ☐ शिक्षा ☐ लुगाफाटा ☐ अन्य: _______
३	(तपाईंको उत्पादन/सेवा) किनमेल गर्ने ठाउँ छनौट गर्दा तपाईंलाई सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण के लाग्छ?	☐ मूल्य ☐ गुणस्तर ☐ नजिकको स्थान ☐ राम्रो सेवा ☐ ब्रान्डमा विश्वास
४	तपाईं (तपाईंको उत्पादन/सेवा) किन्न सामान्यतया कहाँ किनमेल गर्नुहुन्छ?	☐ स्थानीय पसलहरू ☐ नजिकैको शहर ☐ अनलाइन (जस्तै: दराज) ☐ घुम्ती पसल

५	(तपाईंको उत्पादन/सेवा) सामान वा सेवा लिन तपाईं सामान्यतया कति टाढा यात्रा गर्नुहुन्छ?	☐ ०–२ किमी ☐ २–५ किमी ☐ ५–१० किमी ☐ १० किमी भन्दा बढी
६	किनमेल गर्दा वा सेवा प्रयोग गर्दा तपाईंलाई सबैभन्दा बढी के कुराले सताउँछ?	☐ महँगो मूल्य ☐ खराब गुणस्तर ☐ विविधता नहुनु ☐ यात्राको दूरी ☐ सामान उपलब्ध नहुनु ☐ खराब सेवा

यो सर्वेक्षणले स्थानीय बजार (Local Market) वा लक्षित बजार (Target Market) मा मानिसहरूलाई कुन कुरा सबैभन्दा बढी मूल्यवान् लाग्छ भनेर जान्न मद्दत गर्छ: सस्तो मूल्य (Price), सुविधा (Convenience) वा उत्पादनको गुणस्तर (Quality)। यसका निष्कर्षहरूलाई तपाईंले आफ्नो लिन क्यानभास (Lean Canvas) (खण्ड 1.4) को "ग्राहक खण्ड (Customer Segment)" र "वितरण माध्यम (Channels)" अन्तर्गत प्रयोग गर्नुहोस्

साधन ख: बजारको अभाव पहिचान

उद्देश्य: मानिसहरू के चाहन्छन् तर आफ्नो क्षेत्रमा हाल प्राप्त गर्न सक्दैनन् भन्ने पत्ता लगाउनुहोस्।

नं.	प्रश्न	नमूना जवाफहरू
१	के तपाईंलाई नियमित रूपमा नजिकै पाउन गाह्रो हुने कुनै चीज चाहिन्छ?	जस्तै: ताजा तरकारी, वाईफाई(WiFi) भएको क्याफे क्याफे, आधारभूत औषधिजन्य सामान
२	तपाईं कस्तो नयाँ पसल, सेवा वा उत्पादन उपलब्ध भएको चाहनुहुन्छ?	जस्तै: तयारी खाना, मोबाइल मर्मत, टेलरिङ पिकअप सेवा
३	के तपाईंले स्थानीय रूपमा कुनै चीज नभएको बारे मानिसहरूले गुनासो गरेको सुन्नुभएको छ? त्यो के थियो? कसले गुनासो गर्यो? किन?	

४	यदि कसैले नजिकै नयाँ व्यवसाय खोल्यो भने, तपाईंलाई त्यसको उत्पादन वा सेवा प्रयोग गर्न प्रयास गर्न (वा किन्न) कुन कुराले प्रेरित गर्छ?	☐ कम मूल्य ☐ घरमै डेलिभरी ☐ छुटको प्रस्ताव ☐ छिटो सेवा ☐ अनौठो उत्पादन

यो साधनले तपाईंलाई बजारको अभाव वा पूरा नभएको माग पत्ता लगाउन मद्दत गर्छ। यसलाई लिन क्यानभासमा (खण्ड १.४) आफ्नो "समस्या" (Problem) र "समाधान" (Solution) परिभाषित गर्न प्रयोग गर्नुहोस्।

साधन ग: स्थानीय प्रतिस्पर्धीको जानकारी

उद्देश्य: समान व्यवसायहरू के-के छन् र तपाईंको व्यवसाय कसरी फरक हुन सक्छ भन्ने बुझ्नुहोस्।

व्यवसायको नाम / प्रकार	तिनीहरूले के प्रस्ताव गर्छन्?	तिनीहरू केमा राम्रा छन्?	ग्राहकहरूले केबारे गुनासो गर्छन् / के कुराको कमी छ?
उदाहरण: राम एग्रो पसल	बीउ, कीटनाशक	परिचित पसल, उचित मूल्य	बजारबाट टाढा, चाँडै बन्द हुन्छ

आफैलाई सोध्नुहोस्:

- धेरैजसो प्रतिस्पर्धीहरू टाढा छन् कि नजिकै?
- मैले के प्रस्ताव गर्न सक्छु जुन अरूमा छैन? (लामो समय खुल्ने? डेलिभरी? सफा पसल?)
- तिनीहरूले कुन मूल्य दायरा प्रयोग गरिरहेका छन्?

यसलाई आफ्नो लिन क्यानभासमा (खण्ड:१.४) "अद्वितीय मूल्य प्रस्ताव" (Unique Value Proposition) र "अनुचित लाभ" (Unfair Advantage) बनाउन प्रयोग गर्नुहोस्।

सारांश पाना: नतिजा विश्लेषण गर्नुहोस्

विषयवस्तु	तपाईंले के पत्ता लगाउनुभयो?
मुख्य आवश्यकता र खर्चको प्राथमिकताहरू	____________________ ____________________ ____________________

धेरै देखिएका ग्राहकका समस्याहरू (Common Problems)	______________________________ ______________________________ ______________________________
सबैभन्दा बढी माग भएका नयाँ सेवाहरू	______________________________ ______________________________ ______________________________
प्रतिस्पर्धीहरूमा देखिएका कमी-कमजोरीहरू	______________________________ ______________________________ ______________________________
तपाईंको सर्वेक्षणको मुख्य निष्कर्ष (Key Findings)	______________________________ ______________________________ ______________________________

अब के गर्ने**?**

- यदि खण्ड १.२: सम्भाव्यता मूल्याङ्कन (Feasibility Assessment) को 'भाग १: विचारको स्पष्टता' र 'भाग २, A. बजार माग' मा तपाईंको जवाफ 'धेरै छैन' वा 'छैन' आएको थियो भने, माथिको सर्वेक्षणको नतिजाबाट आएका निष्कर्षहरू प्रयोग गरेर त्यही खण्डमा फर्केर त्यसलाई सुधार गर्नुहोस्।

- तपाईंले नयाँ पत्ता लगाएका कुराहरू को आधारमा अब आउने खण्ड १.४: लिन क्यानभास मा भर्नुहोस यसो गर्दा, तपाईंको व्यवसायको अवधारणा **(Idea)** अझ स्पष्ट हुनेछ।

- यदि सबै कुरा सकारात्मक र ठीक देखिएमा, तपाईं आफ्नो व्यवसाय दर्ता प्रक्रिया तिर जान सक्नुहुन्छ। (थप जानकारीका लागि खण्ड २: व्यवसाय दर्ता र कानुनी प्रक्रियाहरू हेर्नुहोस्)

१.४ आफ्नो व्यवसायलाई एकपटक समग्र रूपमा सोचौँ: **Lean Model Canvas**

किन यो खण्ड आवश्यक छ**?**

व्यवसाय सुरु गर्नु वा विस्तार गर्ने सोच बनाउनुअघि, हामीमध्ये धेरैजसोले सोच्छौँ:

'मैले सोचिरहेको व्यवसायले वास्तवमा कसरी काम गर्छ होला**?**'

लिन मोडल क्यानभास (Lean Model Canvas) एउटा एक पानाको सरल तर उपयोगी योजना बनाउने साधन (Tool) हो। यसले तपाईंलाई तपाईंको व्यवसायका सबै पक्षहरू — ग्राहक, प्रस्ताव, आयस्रोत, लागत, मुख्य गतिविधि र साझेदारहरू — लाई एउटै ठाउँमा व्यवस्थित गर्न सहयोग गर्छ।

यो खण्डले तपाईंलाई केमा सहयोग गर्छ**?**

- तपाईंको व्यवसायिक विचारलाई दृष्टिगत **(visualise)** गर्न
- सोचिएको कुरा एक पाना योजनामा सारांश गर्न
- व्यवसाय सुरु गर्नु अघि वा रूपान्तरण गर्दा स्पष्टता पाउन
- अन्य व्यक्तिहरू (जस्तै लगानीकर्ता, सल्लाहकार, साझेदार, संयोजक) लाई आफ्नो व्यवसाय प्रस्तुत **(Pitch)** गर्न।

यदि तपाईं व्यवसाय सुरु गर्ने सोचमा हुनुहुन्छ, वा पहिले नै सञ्चालनमा रहेको व्यवसायलाई रूपान्तरण**,** सुधार वा विस्तार गर्ने योजना बनाइरहनुभएको छ भने — यो अभ्यास तपाईंका लागि अत्यन्त उपयोगी हुनेछ।

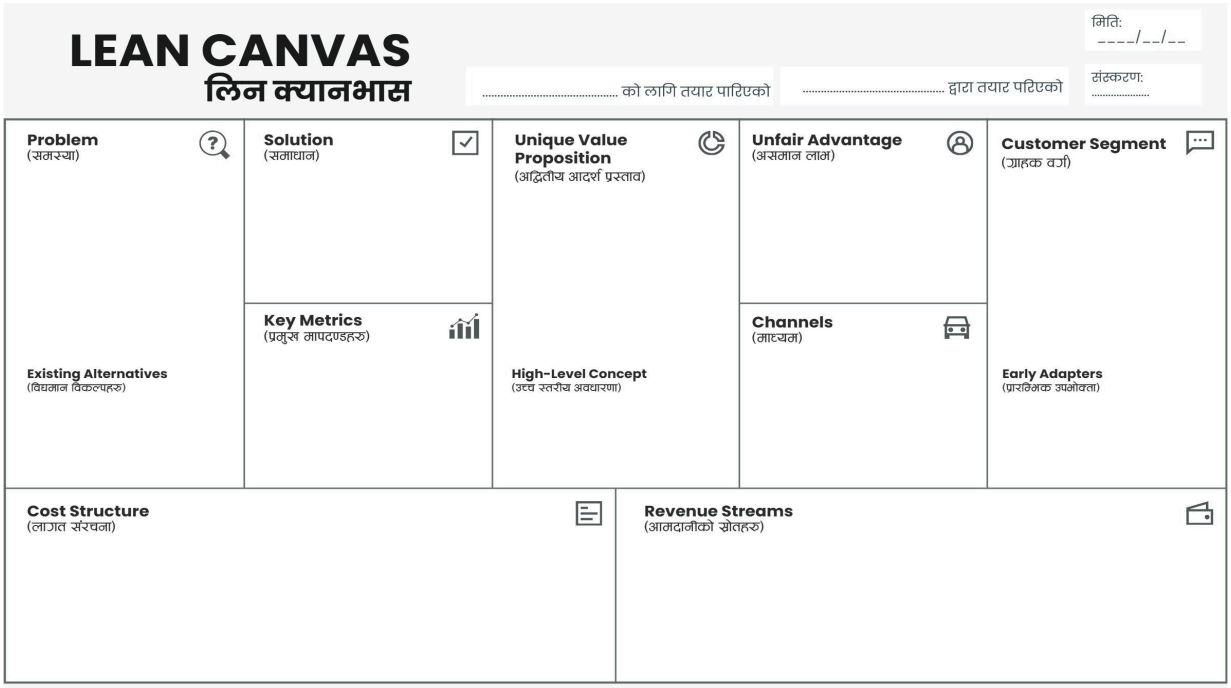
Lean Model Canvas प्रयोग गर्नु अघि**:**

- खण्ड १.१: तयारी मूल्याङ्कन (Assessment)
- खण्ड १.२: विचारको व्यवहारिक मूल्याङ्कन (Feasibility Assessment)

यदि तपाईंले यी खण्डहरू पूरा गरिसक्नुभएको छ भने, अब तपाईं आफ्नो विचारलाई कागजमा उतार्न (लेख्न) तयार हुनुहुन्छ।"

Lean Model Canvas: के भरिने?

तलको प्रत्येक बक्समा तपाईंको व्यवसायको एक पक्ष वर्णन गर्नुहोस्:



क्षेत्र	प्रश्नहरू
समस्या (Problem)	तपाईंका ग्राहकले भोगिरहेको (अनुभव गरिरहेको) कुन मुख्य समस्या/चुनौती लाई तपाईंको व्यवसायले समाधान गर्न खोज्दैछ? ग्राहकहरूका लागि समाधान गर्नुपर्ने शीर्ष ३ समस्याहरूको वर्णन गर्नुहोस् उदाहरणका लागि : यदि तपाईं 'खाना डेलिभरी सेवा' व्यवसाय खोल्न चाहनुहुन्छ भने, तपाईंको ग्राहकको मुख्य समस्याहरू प्रायः गुणस्तरहीन/अस्वस्थ बाहिरी खानाको उपलब्धता, खाना पकाउने समयको अभाव, र सन्तुलित पोषणको चिन्ता हुन सक्छन्।

विद्‌यमान विकल्पहरू **(Existing Alternatives)**	विद्‌यमान विकल्पहरूको सूची बनाउनुहोस् । तपाईंले भर्खरै उल्लेख गर्नुभएको समस्याहरू (गुणस्तरहीन खाना, समयको अभाव, पोषणको चिन्ता) समाधान गर्न अहिले बजारमा अन्य व्यवसायहरूले के गरिरहेका छन्?
ग्राहक वर्ग **(Customer Segments)**	तपाईंका लक्षित ग्राहकहरू (Target Customers) को हुन्? तपाईंको उत्पादन/सेवा कसले किन्छ वा प्रयोग गर्छ? सकेसम्म स्पष्ट (Specific) भएर उदाहरण दिनुहोस्। तपाईंको उत्पादनका लागि कुन ग्राहकले पैसा तिर्छन्? भूगोल, उमेर, लिङ्ग, आय, व्यवसायको प्रकार जस्ता समूहहरूमध्ये, तपाईंको ग्राहकहरूको सबैभन्दा ठूलो समूह (Majority) कुन हो जस्तो लाग्छ? (उदाहरणका लागि): खाना डेलिभरी सेवाको ग्राहक वर्ग :व्यस्त कामकाजी युवाहरू/दम्पतीहरू, स्वास्थ्यप्रति सचेत व्यक्तिहरू इत्यादि।
प्रारम्भिक उपभोक्ता **(Early Adopters)**	तपाईंको उत्पादन/सेवा प्रयोग गर्न सबैभन्दा पहिले तयार हुने 'खास' ग्राहक को हुन्? उनीहरूको समस्या वा विशेषताहरू वर्णन गर्नुहोस्।
अद्‌वितीय प्रस्ताव **(Unique Value Proposition)**	तपाईंको व्यवसायले के नयाँ, विशेष वा उपयोगी कुरा दिन्छ? ग्राहकले तपाईंलाई किन रोज्ने? तपाईं ग्राहकलाई के प्रदान गर्दै हुनुहुन्छ? (उदाहरणका लागि): तपाईंको समाधानको एउटा विशेषता "हरेक दिन तातो, स्वस्थ र सन्तुलित घरकै स्वादको खाना समयमै डेलिभरी" हुन सक्छ। तपाईंको ग्राहकको लागि मुख्य फाइदा के हो? (उदाहरणका लागि): "रेस्टुरेन्टको खाना खाएर स्वास्थ्य बिग्रने ठूलो डरबाट मुक्ति र खाना पकाउन लाग्ने १ घण्टा समयको बचत।
समाधान **(Solution)**	तपाईंको सेवा वा उत्पादनले ग्राहकको समस्यालाई कसरी समाधान गर्छ?

	तपाईंका प्रत्येक ३ समस्याहरूको लागि, समाधान परिभाषित गर्नुहोस्। (उदाहरणका लागि): शुद्ध र ताजा सामग्रीको ग्यारेन्टी, निश्चित समयमा डेलिभरी, र पोषण गणना गरिएको सन्तुलित खानेकुराको विवरण उपलब्ध गराउने।
माध्यमहरू **(Channels)**	तपाईं ग्राहकसम्म कसरी पुग्नुहुन्छ? तपाईंको वितरण वा बिक्री माध्यम के–के हुन्? (उदाहरणका लागि): सामाजिक सञ्जाल, डेलिभरी प्लेटफर्महरूसँग सहकार्य (जस्तै: Pathao, Foodmandu आदि), स्थानीय फिटनेस सेन्टर/जिम(gym) आदि।
आम्दानीको स्रोत **(Revenue Streams)**	तपाईंको व्यवसायले आम्दानी कहाँबाट कमाउँछ? ग्राहकले केको लागि तिर्छन्? (उदाहरणका लागि): एकल अर्डर वा प्रति-डेलिभरी शुल्क, साप्ताहिक/मासिक सदस्यता शुल्क, पोषणविद् परामर्श तथा विशेष खाना सूचीको शुल्क, र ठूला कार्यालय वा जिम केन्द्रहरूसँगको सम्झौताबाट प्राप्त हुने थोक आम्दानी
लागत संरचना **(Cost Structure)**	तपाईंको मुख्य खर्च के–के छन्? तपाईंका सबैभन्दा ठूला खर्चहरू सूचीबद्ध गर्नुहोस्। (उदाहरणका लागि): कच्चा पदार्थ र खाना सामग्रीको लागत, जनशक्ति र कर्मचारीको तलब, सञ्चालन र भाडा खर्च, मार्केटिङ र विज्ञापन खर्च, वितरण खर्च
मुख्य मापदण्डहरू **(Key metrics)**	तपाईंले सफलता मापन गर्न कुन सूचक प्रयोग गर्नुहुन्छ? (उदाहरणका लागि): नयाँ ग्राहक सङ्ख्या, ग्राहक सन्तुष्टि दर, प्रति ग्राहक औसत आम्दानी, सफल डेलिभरी सङ्ख्या
विशेष फाइदा **(Unfair Advantage)**	तपाईंको त्यो कुरा के हो जुन अरूले सजिलै नक्कल गर्न सक्दैनन्?

	(उदाहरणका लागि): सम्बन्ध, अनुभव, स्थान, स्रोत)

प्रयोग विधि:

- तपाईंले यो फाराम एकपटक भरिसकेपछि बारम्बार परिमार्जन गर्न सक्नुहुन्छ।
- यो पूर्ण व्यवसाय योजना होइन, तर व्यवसाय सोच्न सुरु गर्नको लागि पहिलो संगठित कदम हो।

यो उपकरण तपाईंले आफैं प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ वाउद्यमी फलैंचासंयोजकको सहयोगमा भर्न सक्नुहुन्छ। यदि सम्भव छ भने, यो फाराम प्रिन्ट गरेर हातले लेख्ने वा डिजिटल रूपमा भर्न सक्नुहुन्छ।

अब के गर्ने?

तपाईंले **Lean Model Canvas** भरेपछि —
→ खण्ड २: व्यवसाय दर्ता र कानुनी प्रक्रिया मा जानुहोस्।

यदि केही पक्ष अझै स्पष्ट छैनन् —
→ खण्ड १.३: बजार अनुसन्धान फाराम
→ खण्ड ४.५: मार्गदर्शन र विशेषज्ञ पहुँच

खण्ड २: व्यवसाय दर्ता र कानुनी प्रक्रिया

(Business Registration & Legal Compliance)

तपाईंका लागि उपयुक्त स्वामित्व प्रकार कुन?

तल प्रस्तुत गरिएका प्रमुख स्वामित्व विकल्पहरूको विशेषता, कानुनी दर्ता प्रक्रिया, र उपयोग उपयुक्तता हेर्नुहोस्:

१) एकल स्वामित्व (Sole Proprietorship)

के हो?
एक व्यक्तिले सञ्चालित र व्यवस्थापन गर्ने व्यवसाय, जसले सम्पूर्ण उत्तरदायित्व र नाफा वहन गर्दछ।

उपयुक्त कहिले?:

- सानो लगानीमा सानो व्यवसाय सुरु गर्न खोज्दा
- आफ्नै नाम वा ब्रान्डमा सेवा/उत्पादन दिन चाहँदा
- दर्ता प्रक्रिया सजिलो र कम खर्चिलो चाहिँदा

उदाहरण: खुद्रा पसल, साना फास्टफूड, सिपाधारित सेवा (जस्तै: सिलाइ, मेकअप, लेखा सेवा)

दर्ता कहाँ?
→नगरपालिका वा वडास्तरमा व्यवसाय दर्ता (खण्ड २.२.१ हेर्नुहोस्)

२) साझेदारी फर्म (Partnership Firm)

के हो?
दुई वा बढी व्यक्तिहरूबीच लिखित सम्झौतामा आधारित व्यवसाय, नाफा/नोक्शन साझा गर्दछ।

उपयुक्त कहिले?

- साथी, भाइ वा परिवारबीच संयुक्त लगानीमा व्यवसाय गर्न चहँदा
- पूँजी, सीप, र सम्पत्ति लगानी गरेर व्यवसाय सञ्चालन गर्न चहँदा

दर्ता कहाँ?:
→घरेलु तथा साना उद्योग कार्यालयमा (खण्ड २.२.२ हेर्नुहोस्)

३) निजी कम्पनी (Private Limited / Pvt. Ltd.)

के हो?

कानुनी रूपमा छुट्टै पहिचान भएको कम्पनी, जसमा शेयरधनीहरू हुन्छन्।

उपयुक्त कहिले?:

- व्यवसायको विस्तार योजना छ
- लगानीकर्ता ल्याउने सम्भावना छ
- भविष्यमा कर्मचारीहरू राख्न र कानुनी पारदर्शिता कायम राख्न चाहिँदा

दर्ता कहाँ?:

→कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय (OCR) (खण्ड २.२.३ हेर्नुहोस्)

४) सहकारी संस्था (Cooperative)

के हो?

सदस्यहरूको साझा हितका लागि सामूहिक रूपमा सञ्चालित संस्था।

उपयुक्त कहिले?:

- कृषक, महिला समूह, श्रमिक वा लघुवित्तमा आधारित सामूहिक व्यवसाय गर्न चाहिँदा
- नाफा भन्दा बढी सामाजिक उद्देश्यमा आधारित व्यवसायहरूमा

दर्ता कहाँ?:

→जिल्ला सहकारी कार्यालय (खण्ड २.२.४ हेर्नुहोस्)

अन्य सम्भावित विकल्पहरू:

प्रकार	विवरण
गैर-नाफामूलक संस्था (NGO/Association)	सामाजिक उद्देश्यका लागि, सेवा आधारित गैरव्यावसायिक संस्था

कुन प्रकार रोज्ने?

तपाईं कुन स्वामित्व प्रकार रोज्ने निर्णय गर्नु अघि,

- व्यवसायको उद्देश्य

- लगानीको आकार
- जिम्मेवारीको सीमा
- दर्ता प्रक्रिया र कर प्रणाली — यी सबै कुराको तुलना गर्नुहोस्।

निर्णय गर्न गाह्रो भएको खण्डमा, खण्ड २.५: दर्ता प्रक्रियाको तुलना तालिका हेर्न सक्नुहुन्छ वा उद्यमी फलैंचासंयोजकसँग परामर्श लिन सक्नुहुन्छ।

२.२ दर्ता प्रक्रिया र निकायहरू (Registration Pathways)

किन यो खण्ड आवश्यक छ?
व्यवसाय कानुनी रूपमा सञ्चालन गर्न, तपाईंले व्यवसायको प्रकार अनुसार उचित सरकारी निकायमा दर्ता गर्नुपर्ने हुन्छ। दर्ता प्रक्रिया व्यवसायको स्वरूप, लगानीको साइज, सह–स्वामित्वको अवस्था, र भविष्यका योजना अनुसार फरक–फरक हुन सक्छ।
दर्ता नगरी सञ्चालन गरिने व्यवसायले कर, इजाजतपत्र, र वित्तीय पहुँचमा समस्या ल्याउन सक्छ — त्यसैले, व्यवसाय सुरु गर्नु अघि दर्ता प्रक्रिया बुझ्नु अत्यावश्यक छ।

२.२.१ नगरपालिका/वडास्तरमा दर्ता (Municipality/Ward Level Registration)

एकल स्वामित्व व्यवसायहरूका लागि सामान्यतया सबैभन्दा छिटो र सुलभ प्रक्रिया।

कुन व्यवसायका लागि?

- खुद्रा पसल, होटेल, क्याफे, मोबाइल पसल
- सेवा व्यवसाय (जस्तै: सिलाइकटाइ, ब्युटी पार्लर, कम्प्युटर ट्रेनिङ सेन्टर)
- दैनिक उपभोग्य वस्तु वा खाद्यान्न बेच्ने व्यवसाय

दर्ता प्रक्रिया:

1. नगरपालिका वा वडा कार्यालयमा निवेदन दिने
2. आवश्यक फाराम भर्ने (व्यवसायको नाम, प्रकार, ठेगाना आदि)
3. नागरिकताको प्रतिलिपि
4. घर बहाल सम्झौता वा स्वामित्व प्रमाण

5. व्यवसाय सञ्चालनको दरखास्त/विवरण

शुल्क:

- वडा अनुसार र व्यवसाय अनुसार फरक पर्न सक्छ (सामान्यतः खुद्रा पसल, होटेल, क्याफे, मोबाइल पसल - रु ५००–२,००० सम्म)

दर्ता प्रमाणपत्र:

- नगरपालिका वा वडा कार्यालयबाट व्यवसाय प्रमाणपत्र प्रदान गरिन्छ|
- स्थायी लेखा नम्बर **(PAN)** दर्ता गर्न सहज बनाउँछ**|**

Note: खण्ड २.३ मा *PAN/VAT* दर्ताको विवरण हेर्नुहोस्|

२.२.२ घरेलु तथा साना उद्योग कार्यालय **(Gharelu Tatha Sana Udhyog Office)**

साझेदारी फर्म, सेवा वा साना निर्माण व्यवसायका लागि उपयुक्त निकाय|

कुन व्यवसायका लागि**?**

- साना उत्पादन इकाइ (जस्तै: फर्निचर, टन्नल कृषि, मसला प्रशोधन)
- साझेदारीमा सञ्चालित सेवा व्यवसाय
- तालिम केन्द्र, साना उद्योग, उद्यमशील एकाइहरू

दर्ता प्रक्रिया:

1. स्थानीय घरेलु तथा साना उद्योग कार्यालयमा निवेदन दिने
2. पूर्वनिर्धारित ढाँचाको फाराम भर्ने
3. साझेदारी सम्झौता (यदि लागु भएमा)
4. नागरिकताको प्रतिलिपि
5. स्वामित्व प्रमाण वा बहाल सम्झौता
6. व्यवसाय सम्बन्धी संक्षिप्त योजना वा उद्देश्य वर्णन

शुल्क:

- व्यवसायको साइज अनुसार (सामान्यतः रु ५००–१५,०००)

दर्ता प्रमाणपत्र:

- औद्योगिक दर्ता प्रमाणपत्र प्रदान गरिन्छ ।
- यसले व्यवसायलाई सहुलियत ऋण, तालिम, अनुदान, तथा सहकारी पहुँचमा सहयोग गर्छ ।

साझेदारी व्यवसायमा कर र जिम्मेवारी बराबर बाडफाँडका लागि स्पष्ट सम्झौता अनिवार्य हुन्छ।

२.२.३ कम्पनी रजिष्टारको कार्यालय (Office of Company Registrar - OCR)

कुन व्यवसायका लागि?

- निजी कम्पनी (Pvt. Ltd.), सरकारी , NGO, INGO, जस्ता व्यवसाय
- उच्च पूँजी, लगानीकर्ता वा संस्थागत स्वरूपको व्यवसाय
- भविष्यमा विस्तार, ब्रान्ड दर्ता, शेयर संरचना बनाउने सोच भएका उद्यमीहरू

दर्ता प्रक्रिया:

1. www.ocr.gov.np मा गई अनलाइन आवेदन दर्ता
2. प्रस्तावित कम्पनी नामको उपलब्धता जाँच र नाम स्वीकृति online आबेदन भर्नु पर्ने
3. सम्बन्धित कागजातहरू अपलोड (प्रबन्धपत्र, नियमावली, शेयर विवरण, सञ्चालकको विवरण)
4. शुल्क भुक्तानी (पूँजीअनुसार)
5. दस्तावेज प्रमाणीकरणपछि कम्पनी दर्ता प्रमाणपत्र प्राप्त

आवश्यक कागजातहरू:

- संस्थापकहरूको नागरिकता
- प्रबन्धपत्र (Memorandum of Association)
- नियमावली (Articles of Association)
- Shareholder Agreement (यदि लागु भएमा)

  (कानुनी सल्लाहकार द्वारा प्रमाणित गर्नुपर्ने)

शुल्क:

- पूँजीको आधारमा निर्धारण (प्रारम्भिक रु **१,००० देखि माथि**)

खण्ड २.४ मा कम्पनी दर्तापछि आवश्यक *PAN/VAT,* इजाजतपत्र र बैंक खाता प्रक्रिया हेर्न सक्नुहुन्छ।

२.३ PAN र VAT दर्ता (चरणबद्ध विवरण र आवश्यक कागजात)

किन यो खण्ड आवश्यक छ? व्यवसाय सञ्चालन गर्दा कानुनी रूपमा कर प्रणालीमा दर्ता हुनु अनिवार्य छ। नेपालमा सबै प्रकारका व्यवसायले अनिवार्य रूपमा स्थायी लेखा नम्बर **(PAN)** लिनुपर्छ, र मूल्य अभिवृद्धि कर **(VAT)** भने केही व्यवसाय र कारोबार सीमा पुगेपछि मात्र अनिवार्य हुन्छ। PAN र VAT दुवै आन्तरिक राजस्व विभाग (IRD) मार्फत दर्ता हुन्छन्।

१) PAN (स्थायी लेखा नम्बर) के हो?

PAN भनेको सरकारले हरेक व्यक्ति वा संस्थालाई कर तिर्न, आम्दानी देखाउन र ठूला आर्थिक कारोबारहरूको पहिचान गर्नका लागि दिने एउटा विशेष (unique) नम्बर हो, जसको प्रयोग कर विवरण, आय लेखाजोखा, बिलिङ (Billing), र सरकारी रेकर्डमा हुन्छ।
PAN बिना व्यवसाय सञ्चालन गरेमा**,** गैरकानुनी मानिन्छ।

PAN दर्ता प्रक्रिया (व्यक्तिगत/फर्म/कम्पनीका लागि):

चरण	विवरण
१	नजिकको आन्तरिक राजस्व कार्यालय **(IRD Office)** जानुहोस्।
२	PAN दर्ता फाराम माग्नुहोस् वा https://ird.gov.np मा गएर अनलाइन आवेदन गर्नुहोस्।
३	आवश्यक कागजात संलग्न गर्नुहोस्।
४	कर अधिकृतबाट फाराम प्रमाणीकरण गराउनुहोस्।
५	केही दिनमा **PAN** प्रमाणपत्र प्राप्त हुन्छ।

PAN दर्ताका लागि आवश्यक कागजातहरू:

व्यवसायको प्रकार	आवश्यक कागजात
एकल स्वामित्व	- व्यवसाय दर्ता प्रमाणपत्र (नगरपालिका/वडा) - नागरिकता प्रतिलिपि - पासपोर्ट साइज फोटो - घर बहाल सम्झौता वा स्वामित्व प्रमाण
साझेदारी फर्म	- साझेदारी दर्ता प्रमाणपत्र - साझेदारी सम्झौता - साझेदारहरूको नागरिकता - कार्यालयको ठेगाना प्रमाण
प्रा.लि. कम्पनी	- कम्पनी दर्ता प्रमाणपत्र (OCR) - प्रबन्धपत्र (Memorandum of Association) र नियमावली (Article of Association) - सञ्चालकहरूको नागरिकता - कार्यालय ठेगाना प्रमाणपत्र - कर प्रयोजनको लागि सञ्चालक मनोनयन पत्र

PAN दर्ता भएपछि, हरेक बिलमा *PAN* नम्बर राख्नुपर्ने हुन्छ।

२) **VAT (**मूल्य अभिवृद्धि कर**)** के हो**?**

VAT एक अप्रत्यक्ष कर हो, जुन ग्राहकबाट संकलन गरिन्छ र सरकारले तोकेको दर (हाल १३%) अनुसार राज्यलाई बुझाउनुपर्ने हुन्छ। निर्यात बिक्रीमा भने ०% को दरमा VAT लाग्नेछ।

VAT दर्ता गरिसकेपछि, तपाईंले **VAT** बिल प्रयोग गर्नुपर्ने, र मासिक रूपमा कर विवरण बुझाउनुपर्ने हुन्छ।

को कस्का लागि **VAT** दर्ता अनिवार्य छ**?**

अवस्था	विवरण
पछिलो १२ महिनाको कारोबार रु ३० लाख वा सोभन्दा बढी	(सेवा व्यवसायका लागि) र सेवा र बिक्रीको मिश्रित व्यवसाय
पछिलो १२ महिनाको कारोबार रु ५० लाख वा सोभन्दा बढी	(उत्पादन/बिक्री व्यवसायका लागि)

→ यदि तपाईं स्वेच्छिक रूपमा VAT दर्ता गर्न चाहनुहुन्छ भने पनि गर्न सकिन्छ।

VAT दर्ता प्रक्रिया:

चरण	विवरण
१	PAN प्राप्त गरेपछि, **IRD** कार्यालयमा VAT दर्ता फाराम बुझाउनुहोस्।
२	आवश्यक कागजात संलग्न गर्नुहोस् (PAN प्रमाण, कारोबार अनुमान आदि)।
३	VAT दर्ता प्रमाणपत्र प्राप्त गर्नुहोस्।
४	अबदेखि तपाईंको बिलमा **VAT** नम्बर अनिवार्य हुन्छ।

VAT दर्ताका लागि आवश्यक कागजातहरू:

- PAN प्रमाणपत्र
- व्यवसाय/कम्पनी दर्ता प्रमाणपत्र
- संचालन ठेगानाको प्रमाण
- कारोबार अनुमान विवरण
- मुख्य कार्यकारीको नागरिकता
- कम्पनीको बैंक खाता प्रमाण (कहिलेकाहीं)

सुझाव:
• VAT दर्ता गरिसकेपछि, मासिक रूपमा कर विवरण अनलाइन मार्फत बुझाउनु अनिवार्य हुन्छ।

- समयमै विवरण नबुझाएमा जरिवाना लाग्न सक्छ।

सहयोग चाहिंएमा?

→ खण्ड २.५: दर्ता सम्बन्धी तुलना तालिका हेर्नुहोस् ।
→ उद्यमी फलैंचासंयोजकसँग सल्लाह लिन सक्नुहुन्छ ।
→ वा https://ird.gov.np मा जानकारी हेर्न सक्नुहुन्छ।

२.४ व्यवसाय सञ्चालनका लागि अनुमतिपत्र/सर्टिफिकेटहरू (Industry-specific Permits/Certificates to Start Operations)

किन यो खण्ड आवश्यक छ?

केही व्यवसायहरू—जस्तै: खाद्य प्रशोधन, पर्यटन, निर्माण, औषधि उत्पादन, आदि—सञ्चालन शुरू गर्नुअघि विशेष इजाजत वा प्रमाणपत्र **(permit/certificate)** अनिवार्य हुन्छ। यी क्षेत्र अनुसारका अनुमति पाउनाले तपाईंको व्यवसाय कानुनी, सुरक्षित र सञ्चालनयोग्य हुन्छ।

कस्तो प्रमाणपत्र कस्तो व्यवसायका लागि?

व्यवसाय प्रकार	अनिवार्य अनुमति/प्रमाणपत्र
खाद्य उत्पादन,खाद्य प्रशोधन, वा खाद्य बिक्री	खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण विभाग (Department of Food Technology and Quality Control) (DFTQC)
औषधि उत्पादन	औषधि व्यवस्था विभाग - Department of Drug Administration (DDA) License
कृषि / पशुपालन	पशु सेवा विभाग, कृषि तथा पशुपन्छी विकास मन्त्रालय अन्तर्गत
तालिम/शिक्षा	संस्था दर्ता, पाठ्यक्रम स्वीकृति भन्ने प्रमाण

यातायात / पर्यटन	सवारी अनुमति, पर्यटन व्यवसाय इजाजत

व्यवसायको प्रकृति	आवश्यक प्रमाणपत्र / अनुमतिपत्र	प्रमाणपत्र दिने निकाय
खाद्य वस्तु प्रशोधन तथा बिक्री	खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण (DFTQC) certificate	खाद्य प्रविधि तथा गुणस्तर नियन्त्रण विभाग
खाद्य वस्तु आयात र निर्यात	खाद्य आयात निर्यात गुण प्रमाणीकरण	अर्थ मन्त्रालय-भन्सार विभाग
औषधि उत्पादन वा आयात	औषधि आयात/उत्पादनको स्वीकृति	औषधि व्यवस्था विभाग
होटल, रेष्टुरेन्ट, ट्राभल एजेन्सी, ट्रेकिङ	पर्यटन व्यवसाय सञ्चालन अनुमति	पर्यटन विभाग
हवाई सेवासम्बन्धी व्यवसाय	हवाईजहाज दर्ता, भाडामा दिने स्वीकृति, उडान सञ्चालन अनुमति	नागरिक उड्डयन प्राधिकरण (CAAN)
खानी/खनिज उत्खनन वा अन्वेषण	खानी तथा खनिज उत्खनन अनुमति	खानी विभाग
टेलिभिजन, रेडियो, डिजिटल मिडिया, टेलिफोन	सञ्चार, प्रसारण वा डिजिटल प्लेटफर्म सञ्चालन अनुमति	सूचना तथा प्रसारण विभाग
बैंक, माइक्रोफाइनान्स, वित्तीय संस्था	वित्तीय कारोबारको स्वीकृति र NRB को निर्देशन पालन	नेपाल राष्ट्र बैंक (NRB)

- पहिले आफूले गर्दै गरेको क्षेत्र पहिचान गर्ने (जस्तै निर्माण, खाद्य, स्वास्थ्य आदि)।
- स्थानिय मन्त्रालय वा विभागसँग संवाद गरेर नवीनतम प्रक्रिया र शुल्क थाहा पाउनु।
- व्यवसाय दर्तापछि अनिवार्य रूपमा इजाजतपत्र नविकरण गर्नुहोस् ।
- उद्यमी फलैंचासंयोजकसँग वा स्थानीय कार्यालयसँग मद्दत लिन सक्नुहुन्छ।

२.५ दर्तापछि पालना गर्नुपर्ने प्रक्रिया (पोस्ट–रजिस्ट्रेशन कम्प्लायन्स रिक्वायरमेन्ट्स)

दर्ता गरेर मात्र कानुनी जिम्मेवारी पूरा हुँदैन — त्यसपछि पनि तपाईंको व्यवसायलाई सुचारु राख्न, जरिवाना वा बन्द हुने जोखिमबाट जोगाउन, र सरकारी र बजार दुवैमा विश्वासिलो छवि बनाउन नियमित पालना **(Compliance)** अनिवार्य हुन्छ।

२.५.१ व्यवसाय दर्ता नवीकरण (Renewals)

दर्ताको प्रकार	नवीकरण आवधिकता	नवीकरण गर्ने निकाय	नोट्स
नगरपालिका/ वडा दर्ता	प्रायः हरेक आर्थिक वर्षको अन्त्यतिर (असार मसान्त) वा तोकिएको मितिमा	सम्बन्धित वडा कार्यालय/नगरपालिका	नवीकरण नगरे जरिवाना लाग्छ, व्यावसायिक कर बुझाउनुपर्ने हुन सक्छ
घरेलु तथा साना उद्योग दर्ता	तोकिएको म्याद (१–५ वर्ष) अनुसार	घरेलु तथा साना उद्योग कार्यालय	म्याद सकिनु अघि नवीकरण नगरेमा दर्ता रद्द हुन सक्छ
कम्पनी दर्ता **(OCR)**	हरेक आर्थिक वर्षमा वार्षिक विवरण (Annual Return) पेश गर्दै नवीकरण	कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय (OCR)	शेयरधनी विवरण, वार्षिक प्रतिवेदन, अडिट रिपोर्ट पेश गर्नुपर्ने

२.५.२ कर सम्बन्धी दायित्व (Tax Filings)

A) स्थायी लेखा नम्बर (PAN)

- **PAN अनिवार्य कसका लागि?**
  - व्यवसाय दर्ता भएपछि सबै प्रकारका उद्यमहरूले स्थायी लेखा नम्बर **(PAN)** लिनै पर्छ।
  - बैंक खाता खोल्दा, सरकारी टेन्डरमा सहभागी हुन, वा ठूला कम्पनीसँग काम गर्दा PAN आवश्यक पर्छ।
- **PAN Threshold**: कुनै पनि व्यावसायिक वा पेशागत आम्दानी हुने व्यक्तिले लिनुपर्छ, न्यूनतम कारोबारको सीमा छैन।
- **PAN बिना के गर्न मिल्दैन?**
  - कर विवरण, VAT वा TDS रिटर्न पेश गर्न
  - आपूर्तिकर्ताबाट भुक्तानी लिन (PAN नभए उच्च TDS लाग्छ)

B) मूल्य अभिवृद्धि कर (VAT)

- **VAT दर्ता कहिले अनिवार्य?**
  - वस्तु व्यवसाय: वार्षिक कारोबार रु. ५० लाखभन्दा बढी
  - सेवा व्यवसाय: वार्षिक कारोबार रु. **३० लाखभन्दा बढी**
  - मिश्रित (वस्तु+सेवा): रु. **३० लाखभन्दा बढी**
- **VAT Return Filing**:
  - IRD मा मासिक वा त्रैमासिक VAT Return पेश गर्नुपर्छ
  - संकलित VAT २५ दिनभित्र जम्मा गर्नुपर्छ
- **VAT दर्ता नगरी VAT Return लिन मिल्दैन, दर्ता नगरी संकलन गरे जरिवाना हुन्छ।**

C) आय विवरण पेश गर्ने प्रक्रिया (Self-Tax Assessment)

फारम	प्रयोग गर्ने करदाता	**Filing Deadline**	विवरण
D-01	साना करदाता (वार्षिक कारोबार ≤ रु. ३० लाख र करयोग्य आम्दानी ≤ रु. ३ लाख)	आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ३ महिनाभित्र (असोज मसान्ततिर)	अनुमानित कारोबारको आधारमा कर बुझाउने र विवरण पेश गर्ने
D-02	कारोबार रु. ३० लाख – रु. १ करोड र करयोग्य आम्दानी ≤ रु. १० लाख भएका (VAT नदर्ता)	आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ३ महिनाभित्र	वास्तविक आम्दानी–खर्च आधारमा कर बुझाउने, पेशागत व्यवसाय (डाक्टर, इन्जिनियर, वकिल, आदि) बाहेक
D-03	साझेदारी, प्रा.लि., पब्लिक लि., VAT दर्ता वा D-०१/०२ सीमा नाघेका सबै	आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ३ महिनाभित्र	पूर्ण वित्तीय विवरण, खरिद–बिक्री विवरणसहित
D-04	उच्च आय भएका (वार्षिक रोजगारी आम्दानी ≥ रु. ४० लाख) वा मिश्रित आय स्रोत भएका व्यक्ति	आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ३ महिनाभित्र	रोजगार, लगानी, व्यवसाय आय, TDS क्रेडिट विवरणसहित

नोट: D-०१/०२/०३/०४ सबै Income Tax Return हुन्; तिनीहरूको त्रैमासिक उल्लेख प्रायः अग्रिम कर किस्ता बुझाउने समय हो, Return Filing भने वार्षिक हुन्छ।

D) स्रोतमा कर कट्टी **(TDS)**

स्रोतमा कर कट्टी भन्नाले आय प्राप्त गर्ने वा भुक्तानी गर्ने बेलामै कर असुली गर्नु हो, वर्षको अन्त्यमा मात्र होइन। व्यवसाय सञ्चालन गर्दा तपाईंलाई अन्य व्यक्तिहरूलाई भुक्तानी गर्नु अघि TDS कटाउनुपर्ने हुन सक्छ, वा तपाईंले पाउने भुक्तानीबाट TDS काटिन सक्छ।

TDS कहिले कटाउने? **(**सामान्य अवस्थामा**)**

तपाईंले तलका अवस्थामा भुक्तानी गर्नु अघि अनिवार्य रूपमा TDS कटाउनुपर्छः

१. तलब **(Salary to Employees)**

- करमुक्त सीमा भन्दा बढी तलब हुने सबै कर्मचारीबाट मासिक TDS कटाउनुहोस्।
- कर slab नेपाल आम्दानी कर ऐनअनुसार प्रयोग गर्नुहोस्:
  - प्रति वर्ष रू ५,००,००० सम्म, वा कपल दाखिला गरेमा ६,००,००० सम्म कुल आम्दानीमा १%सामाजिक सुरक्षा कर (सामाजिक सुरक्षा कर) अनिवार्य।
  - त्यसपछि थप २,००,०००, ३,००,०००, १०,००,०००, ३०,००,०००, वा सो भन्दा बढीमा प्रगतिशील slab १०%, २०%, ३०%, ३६%, ३९% आम्दानी स्तर अनुसार लागू *(COUPLE दाखिला नगरेको बेला)* ।
- जीवन बीमा (वार्षिक रु. ४०,००० सम्म), स्वस्थ बीमा (बार्षिक रु. २०,०००) सम्म अवकाश कोष, सामाजिक सुरक्षा कोष (SSF) योगदान जस्ता कटौती योग्य खर्चहरू विचार गर्नुहोस्।
- कटाइएको TDS महिनाको अन्त्यपश्चात २५ दिन भित्र IRD मा जम्मा गर्नुहोस् र मासिक TDS विवरण (return) पेश गर्नुहोस्।

२. व्यावसायिक वा प्राविधिक सेवा **(Professional or Technical Services - Consulting)**

- सल्लाहकार, वकिल, अडिटर, IT सेवा प्रदायक, इन्जिनियर, डिजाइनर, प्रशिक्षक आदि।
- सामान्य सेवा शुल्कमा १५% TDS कट्टी गरिन्छ । तर सेवा प्रदायक VAT दर्ता भएको वा VAT छुट प्राप्त भएको भए १.५% मात्र TDS कट्टी गरिन्छ ।

३. भाडा **(Rent Payments)**

- भवन, जग्गा, प्लान्ट वा मेसिनरीको भाडा।
- IRD द्वारा तोकिएको सीमा भन्दा बढी भए १०**% TDS** कटौती।

४. ठेक्का वा सामान/सेवा आपूर्ति **(Contract or Supply of Goods/Services)**

- यदि ठेक्काको कुल रकम ५०,००० भन्दा बढी भएमा - VAT दर्ता भएको आपूर्तिकर्ता भए १.५**% tds** काटिने।

५. व्याज भुक्तानी **(Interest Payments)**

- ५ % , ६ % र १५% सम्म, व्याजको प्रकार र प्राप्तकर्ता अनुसार।

६. अविवासीलाई भुक्तानी **(Payments to Non-Residents)**

- आयको प्रकार (Royalty, Consultancy, प्राविधिक सेवाआदि) अनुसार विशेष दरहरू लागू हुन्छन्।

TDS पालना गर्दा ध्यान दिनुपर्ने कुरा:

- **Threshold** बुझ्नुहोस् — सबै भुक्तानीमा TDS लागू हुँदैन, IRD को सीमा हेर्नुहोस्।
- भुक्तानीको समयमा नै कटौती गर्नुहोस् — ढिलाइमा जरिवाना लाग्छ।
- **IRD** मा समयमै जम्मा गर्नुहोस् — सामान्यतया TDS कटाएको महिनाको अन्त्यपछि २५ दिन भित्र।
- मासिक **TDS** विवरण पेश गर्नुहोस् — उक्त महिनामा TDS कटाइएको छैन भने पनि NIL return पेश गर्नुपर्छ।
- **TDS** प्रमाणपत्र **(Certificate)** सेवा प्रदायकलाई दिनुहोस् ताकि उनीहरूले आफ्नो कर विवरणमा क्रेडिट लिन सकून्।

TDS किन महत्त्वपूर्ण छ**?**

- कानुनी दायित्व — पालना नगरेमा जरिवाना, ब्याज, र कर कटौती नपाउने (expense disallowance) हुन सक्छ।
- नगद प्रवाह योजना **(Cash Flow Planning)** — TDS तपाईंको अतिरिक्त कर होइन, तर समयमै ट्र्याक (Track) नगर्दा नगद अभाव उत्पन्न हुन सक्छ।
- विश्वसनीयता **(Credibility)** — समयमै TDS कटौती र जम्मा गर्ने व्यवसायलाई आपूर्तिकर्ता, ग्राहक र बैंकहरूले विश्वास गर्छन्।

२.५.३ अभिलेख व्यवस्थापन (Record Keeping)

- बिक्री, खरिद, भुक्तानी, आम्दानी र खर्चका प्रमाण (रसीद/भौचर) राख्ने
- IRD वा अडिटमा मागे अनुसार प्रस्तुत गर्ने
- कम्तीमा ६ वर्षसम्म सुरक्षित राख्ने

२.५.४ अन्य पालना (Other Compliance)

- श्रमिक दर्ता, बीमा, सामाजिक सुरक्षा कोष (SSF) योगदान
- उद्योग/क्षेत्र विशेषका लाइसेन्स समयमै नवीकरण
- Environmental Impact Assessment (EIA) - वातावरणीय प्रभाव मूल्याङ्कन वा Initial Environmental Examination (IEE) - प्रारम्भिक वातावरणीय परीक्षण पालना (यदि लागू)

२.६ कानुन पालना नगर्दाको जोखिम र दर्ताको फाइदा

१) पालनाकानुनी नगर्दा लाग्ने जोखिमहरू

नेपालमा आयकर ऐन (२०५८) अन्तर्गत कर दर्ता र विवरण समयमै पेश नगर्नु, वा गलत विवरण पेश गर्नु भनेको गैर–पालना हो, जसले निम्न जोखिमहरू निम्त्याउन सक्छ:

अवस्था	संक्षिप्त विवरण
कर विवरण ढिलो पेश	सानो व्यवसायको हकमा: प्रति दाखिला (वा पेश्की) १,२०० रुपैयाँ र प्रति महिना १०० रुपैयाँ (यदि कारोबारको समय एक वर्षभन्दा कम छ भने)। अन्य करदाताहरूको हकमा: प्रति दाखिला (वा पेश्की) बढीमा १,२०० रुपैयाँ र प्रति महिना १०० रुपैयाँ (यदि कारोबारको समय एक वर्षभन्दा कम छ भने)।नत्र (यदि एक वर्ष वा सोभन्दा बढीको समयावधि छ भने): कर रकमको ०.१ प्रतिशत (०.१%) (यी दुईमध्ये जुन बढी हुन्छ, त्यही लागू हुनेछ)।
दर्ता नगर्ने / गलत विवरण	वार्षिक अनुमानित प्रतिफल (Annual Estimated Return) दर्ता नगरेमा रु. ५,००० वा करयोग्य आम्दानीको ०.०१% (हरेकको बढी) जरिवाना।

प्रयाप्त कागजात नहुँदा	दस्तावेज/खाता नबनाउँदा रु. १,००० या करयोग्य आम्दानीको ०.१%, जुन जाहाँ बढी हुन्छ, जरिवाना।
TDS विवरण पेश नगरेको खण्ड	स्रोतमा कर कट्टी गरेको विवरण नदिएमा करयोग्य रकमको २.५% प्रति वर्ष जरिवाना ।
अग्रिम कर समयमै नतिरेको अवस्थामा	बक्यौता रकममा १५% प्रतिवर्ष ब्याज (Interest) थपिन्छ।
कर समयमै नतिरेमा	बाँकी रकममा १५% प्रतिवर्ष ब्याज लाग्छ ।
गलत विवरण वा ठगीपूर्ण अभिव्यक्ति	कर घाटा भएको रकमको ५०% (गल्ती) वा १००% (जानकारी नदिइ) जरिवाना लाग्नेछ ।

यस्तै कानुनी अनुपालनमा ढिलाइ गर्दा आयकर अडिट, अनुसन्धान वा कारबाहीको जोखिम पनि बढ्छ।

२) कानुनी पालना गर्दा प्राप्त हुने फाइदाहरू

समयमै दर्ता र विवरण पेश गर्नु मात्र दायित्व होइन, यसले निम्न रूपमा व्यवसाय र करदातालाई दीर्घकालीन लाभ दिन्छ:

- कानुनी सुरक्षा — अडिट वा अनुसन्धानको अवस्थालाई सुधार्न सकिने प्रमाण उपलब्धता।
- वित्तीय पहुँच र अवसर — बैंक, लगानी, अनुदान, सरकारी ठेक्का, वा क्रेडिट सुविधाहरू प्राप्त गर्न सजिलो।
- कर छुट र प्रोत्साहन — समयमै विवरण पेश गरेमा कर छूट, प्रोत्साहन, वा सुविधा प्राप्त गर्न सकिन्छ।
- व्यवसायिक प्रतिष्ठा — पारदर्शी र कानुनी रूपमा दर्ता भएको व्यवसायमा ग्राहक र साझेदारहरूको विश्वास बढ्छ।
- आन्तरिक अनुशासन — नियमित विवरण र आय-व्यय व्यवस्थाले व्यवस्थापन सुधार गर्छ।

खण्ड ३: व्यवसाय सञ्चालन चरण (Business Operation Phase)

३. व्यवसाय सञ्चालन चरण (Business Operation Phase)

३.१ उद्यमको आवश्यकता/समस्या मूल्यांकन फारम (SME Assessment Form)

यो फारम तपाईंको व्यवसायको अवस्था, बलियो पक्ष, कमजोरी, र तत्काल सुधार आवश्यक क्षेत्रहरू पत्ता लगाउन प्रयोग हुन्छ। तपाईं उद्यमी फलैंचासंयोजकसँग मिलेर वा आफैं भरेर, कुन क्षेत्रमा सुधार गर्नुपर्छ भनेर स्पष्ट बुझ्न सक्नुहुन्छ। यस फारमको जवाफका आधारमा तपाईं अन्य खण्डहरू (जस्तै वित्तीय व्यवस्थापन, कर पालना, बजार रणनीति आदि) हेरेर आफ्नो व्यवसायलाई अझ सुदृढ बनाउन सक्नुहुन्छ।

प्रयोग गर्ने तरिका

1. प्रत्येक प्रश्नमा "हो/छ" वा "होइन/छैन" मध्ये टिक लगाउनुहोस्।
2. जवाफ ईमानदारीपूर्वक दिनुहोस् — यो तपाईंको आफ्नै सुधारको लागि हो।
3. जहाँ "होइन/छैन" भन्ने जवाफ आउँछ, त्यहाँ सुधार गर्नका लागि हातेपुस्तिकामा उल्लेखित सम्बन्धित खण्डमा जानुहोस्।
4. आवश्यकता अनुसार उद्यमी फलैंचासंयोजकसँग सल्लाह लिनुहोस्।

१) मुख्य व्यवसाय पक्षहरू **(Core Business Aspects)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	उत्पादन/सेवा सजिलै बुझिने र बेच्न सकिने?	☐	☐
२	यो ग्राहकका लागि आवश्यक हो?	☐	☐
३	तपाईंको व्यवसाय बन्द भए ग्राहकलाई विकल्प पाउन गाह्रो पर्छ?	☐	☐
४	तपाईंको व्यवसाय मोडेल सजिलै नक्कल हुन्छ?	☐	☐

५	प्रवेश अवरोध (barriers) छन्?	☐	☐
६	मूल्य बढाउँदा पनि ग्राहक रहन्छन्?	☐	☐
७	नयाँ प्रवृत्ति/ट्रेंडबारे सजग हुनुहुन्छ?	☐	☐
८	बाह्य प्रतिस्पर्धा (जस्तै आयात) ले असर गर्छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय १.३: बजार अनुसन्धान फारम प्रयोग गरी माग, ग्राहक र प्रतिस्पर्धाबारे स्पष्टता ल्याउनुहोस्। सम्भावित ग्राहकसँग प्रत्यक्ष कुराकानी/प्रारम्भिक बिक्री गरेर आफ्ना बलियो पक्षहरू स्पष्ट गर्नुहोस्।

२) कानुनी पालना **(Legal Compliance)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	दर्ताबाहेक अन्य अनुमति/लाइसेन्स चाहिन्छ?	☐	☐
२	आवश्यक सबै अनुमति प्राप्त भइसकेको छ?	☐	☐
३	गुणस्तर प्रमाणीकरण (जस्तै नेपाल स्ट्यान्डर्ड) आवश्यक छ?	☐	☐
४	सो प्रमाणीकरणको आवेदन/प्राप्ति भएको छ?	☐	☐
५	व्यवसाय सञ्चालन भएको जग्गा/घर भाडामा भए, लिखित रूपमा भाडाको सम्झौता गरिएको छ?	☐	☐
६	ग्राहक/साझेदारसँग लिखित सम्झौता/MoU राख्नुहुन्छ?	☐	☐
७	बौद्धिक सम्पत्ति (IP) सुरक्षित गरिएको छ?	☐	☐
८	IP विवाद छ?	☐	☐
९	अन्य कानुनी विवाद चलिरहेका छन्?	☐	☐
१०	वार्षिक अडिट हुन्छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय २: व्यवसाय दर्ता र कानुनी पालना हेरेर कागजात, अनुमति र प्रक्रिया पूरा गर्नुहोस्। कानुनी जोखिम घटाउन सबै सम्झौता लिखितमा गर्नुहोस् र अभिलेख व्यवस्थित राख्नुहोस्।

३) कर पालना (**Tax Compliance**)

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	PAN/VAT दर्ता भएको छ?	☐	☐
२	VAT दर्ता भए नियमित VAT रिटर्न बुझाउनुहुन्छ?	☐	☐
३	TDS नियम र सीमा (थ्रेसहोल्ड) बारे जानकारी छ?	☐	☐
४	TDS काटी २५ दिनभित्र IRD मा बुझाउनुहुन्छ?	☐	☐
५	कर छुट/प्रोत्साहन दाबी गर्नुभएको छ?	☐	☐
६	कर क्लियरेन्स प्रमाणपत्र अद्यावधिक छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय २.६: दर्तापछि पालना प्रक्रिया (**PAN, VAT, TDS, Return**) हेर्नुहोस्। समयमै रिटर्न/भुक्तानी गर्न मासिक–त्रैमासिक क्यालेन्डर बनाउनुहोस्।

४) मानव संसाधन (**Human Resources**)

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	मानव संसाधन (Human Resource) जिम्मेवारीका लागि व्यक्ति तोकिएको छ?	☐	☐
२	नयाँ कर्मचारीलाई अभिमुखीकरण (orientation) दिनुहुन्छ?	☐	☐
३	सबै पदका काम–जिम्मेवारी स्पष्ट छन्?	☐	☐

४	सीपयुक्त कामदार पाउन गाह्रो पर्छ?	☐	☐
५	विगतमा स्टाफ कमीको समस्या आएको छ?	☐	☐
६	संगठन संरचना (Organisation Chart) तयार छ?	☐	☐
७	सबैसँग लिखित कार्यसम्झौता (Contract) छन्?	☐	☐
८	कर्मचारी अभिलेख (CV/प्रमाणपत्र) राखिएको छ?	☐	☐
९	बेलाबेलामा कर्मचारीहरुलाई तालिम कार्यक्रमहरु पनि प्रधान गर्नु हुन्छ?	☐	☐
१०	गुनासो समाधान प्रणाली (Grievance) छ?	☐	☐
११	कार्यस्थल सुरक्षा जोखिम छ?	☐	☐
१२	कर्मचारीहरुलाई स्वास्थ्य/सुरक्षा योजना (OSH) छ?	☐	☐
१३	कर्मचारीसँग कानुनी विवाद छ?	☐	☐

के गर्ने**?**

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय ३.५: श्रम ऐन तथा नियमावली हेरेर नियुक्ति–सम्झौता, तालिम र सुरक्षा प्रणाली लागू गर्नुहोस्। SSF/बीमा, टाइम–रोजगारी अभिलेख र SOP लाई व्यवस्थित बनाउनुहोस्।

५) वित्तीय व्यवस्थापन **(Financial Management)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	बुककिपिङ/लेखा प्रणाली अपनाइएको छ?	☐	☐
२	लेखा सफ्टवेयर (वा उपयुक्त रजिस्टर) प्रयोग हुन्छ?	☐	☐
३	आम्दानी–खर्च नियमित ट्र्याक/विश्लेषण हुन्छ?	☐	☐
४	१२–महिने क्यास–फ्लो योजना छ?	☐	☐

५	वार्षिक बजेट बनाइन्छ?	☐	☐
६	दैनिक/मासिक क्यास–फ्लोमा चुनौती छ?	☐	☐
७	सम्पत्ति/भण्डारणको बीमा छ?	☐	☐
८	वित्तीय विवादले सञ्चालन असर गर्छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय ३.३: वित्तीय अभिलेख/क्यास–फ्लो हेरेर बजेट र क्यास–म्यानेजमेन्ट लागू गर्नुहोस्। बैंक र व्यक्तिगत कारोबार अलग राख्ने र मासिक समीक्षा गर्ने बानी बसाल्नुहोस्।

६) प्रतिस्पर्धी **(Competitors)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	प्रतिस्पर्धी विश्लेषण गर्नुभएको छ?	☐	☐
२	मुख्य प्रतिस्पर्धीहरू पहिचान गरेको छ?	☐	☐
३	प्रतिस्पर्धीका बलिया/कमजोर पक्षहरू थाहा छ?	☐	☐
४	प्रतिस्पर्धीको कमजोरी उपयोग गर्ने योजना छ?	☐	☐
५	कम–मूल्य प्रतिस्पर्धीसँग प्रतिस्पर्धा गर्ने रणनीति छ?	☐	☐
६	राम्रो वितरण भएको प्रतिस्पर्धीसँग प्रतिस्पर्धा गर्ने योजना छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय १.३: बजार अनुसन्धान मा फर्केर प्रतिस्पर्धी म्यापिङ गर्नुहोस्। वितरण, मूल्य र फरकपन (Unique Selling Point) मा सुधार योजना बनाउनुहोस्।

७) विपणन व्यवस्थापन **(Marketing Management)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	बजार अध्ययन (समस्या/अवसर) गरिएको छ?	☐	☐
२	विपणन योजना तयार छ?	☐	☐
३	अनलाइन/ई–कमर्स उपस्थिति छ?	☐	☐
४	सामाजिक सञ्जाल प्रयोग गरी प्रवर्द्धन हुन्छ?	☐	☐
५	बिक्री प्रक्रियाको स्पष्ट चरणहरू छन्?	☐	☐
६	विपणन मुख्य मापदण्ड (Key Performance Indicator) राखेर मापन हुन्छ?	☐	☐

के गर्ने**?**

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय ३.७: ब्रान्डिङ/डिजिटल मार्केटिङ हेरेर योजना/बजेट बनाउनुहोस्। ग्राहक–सेग्मेन्ट, सन्देश (USP) र च्यानल मिलाएर क्याम्पेन चलाउनुहोस्।

८) बिक्री व्यवस्थापन **(Sales Management)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	छुट्टै बिक्री टोली/जिम्मेवार व्यक्ति छ?	☐	☐
२	बिक्री रणनीति नियमित समीक्षा गर्नुहुन्छ?	☐	☐
३	बिक्री अवरोध हटाउने प्रणाली/रणनीति छ?	☐	☐
४	मासिक बिक्री टिपोट (record, track) गर्नुहुन्छ?	☐	☐
५	उधारोमा गरिएको बिक्रीको पैसा उठ्यो/उठेन भनेर रेकर्ड राख्नुहुन्छ?	☐	☐
६	ग्राहकको सिफारिस/रिफरल(referral) पाइन्छ?	☐	☐

७	व्यापार मेलामा सहभागिता जनाउनुहुन्छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय ३.६: बिक्री योजना/ग्राहक व्यवस्थापन हेरेर पाइपलाइन र ट्र्याकिङ सुधार गर्नुहोस्। क्रेडिट नीति कडाइका साथ लागू गर्नुहोस् र मासिक समिक्षा गर्नुहोस्।

९) आपूर्ति शृङ्खला **(Supply Chain)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	मुख्य सामग्रीका लागि एउटै आपूर्तिकर्तामा निर्भर हुनुहुन्छ?	☐	☐
२	आपूर्तिमा कमी/ढिलाइको जोखिम छ?	☐	☐
३	वैकल्पिक सामग्री/स्रोत प्रयोग गर्न मिल्छ?	☐	☐
४	आपतकालीन आपूर्ति योजना (contingency) छ?	☐	☐
५	दीर्घकालीन आपूर्ति सम्झौता छ?	☐	☐
६	ढिलोगतिका/अतिरिक्त स्टकको समस्या छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → बैकअप (Backup) सप्लायर/सम्झौता तयार गर्नुहोस्। स्टक–नीति (reorder point/ABC) लागू गरेर अतिरिक्त स्टक घटाउनुहोस्।

१०) ग्राहक सम्बन्ध **(Customer Relationships)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	गुनासो समाधानका लागि जिम्मेवार व्यक्ति छ?	☐	☐

२	ग्राहक प्रतिक्रिया (feedback) संकलन गर्नुहुन्छ?	☐	☐
३	पुराना ग्राहक कायम राख्ने योजना छ?	☐	☐
४	नयाँ ग्राहक प्राप्त गर्ने योजना छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → अध्याय ३.६: ग्राहक व्यवस्थापन हेरेर CRM/फिडब्याक/लयल्टी कार्यक्रम सुरू गर्नुहोस्। सन्तुष्टि सर्वे र प्रतिकृया–आधारित सुधार चलाउनुहोस्।

११) आन्तरिक नियन्त्रण **(Internal Controls)**

क्र.सं.	प्रश्न	हो/छ	होइन/छैन
१	कार्य सञ्चालन विधि (Standard Operating Procedure (SOP)) तयार गरिएको छ?	☐	☐
२	वित्तीय कारोबार स्वीकृत र रेकर्ड हुन्छ?	☐	☐
३	अर्डर/डेलिभरी कागजातमा टिपोट हुन्छ?	☐	☐
४	आपूर्तिकर्ता भुक्तानी स्वीकृतिपछि मात्र हुन्छ?	☐	☐
५	सबै कागजात व्यवस्थित फाइलिङ/आर्काइभ हुन्छ?	☐	☐
६	गुणस्तर नियन्त्रण (Quality Control) प्रणाली छ?	☐	☐
७	सम्पत्ति/स्टकको वार्षिक भौतिक परीक्षण हुन्छ?	☐	☐

के गर्ने?

धेरै "होइन/छैन" भए अथवा थाहा नभए → कार्य सञ्चालन प्रक्रिया कडाइका साथ लागू गर्नुहोस्। फाइलिङ–आडिट ट्रेल बनाइ राख्नुहोस् र वार्षिक प्रमाणीकरण गर्नुहोस्।

Interpretation (व्याख्या)

खण्ड (नेपाली)	धेरै “होइन/छैन”ले के संकेत गर्छ	धेरै “हो/छ”ले के संकेत गर्छ
मूल व्यवसाय पक्ष	ग्राहक आकर्षण कमजोर; कडा प्रतिस्पर्धा; भिन्नता अभाव	उच्च माग; स्पष्ट भिन्नता (Unique Selling Point); नक्कल गर्न गाह्रो
कानुनी पालना	कागजात/अनुमति छुटेको; जरिवाना/जोखिम	कानुनअनुसार सञ्चालन; कागजात सुव्यवस्थित
कर पालना	कर नियम नमानिएको; जरिवाना/ब्याजको जोखिम	कर समयमै; कर निकायसँग सुशासन/पालना
मानव संसाधन	भर्ती/व्यवस्थापन/सुरक्षा कमजोर	HR प्रक्रिया स्पष्ट; कर्मचारी सन्तुष्टि/सुरक्षा
वित्तीय व्यवस्थापन	लेखा/योजना कमजोर; क्यास–फ्लो जोखिम	अभिलेख राम्रो; बजेट/क्यास–फ्लो तयार
प्रतिस्पर्धी	प्रतिस्पर्धीबारे ज्ञान कम; बजार स्थिति कमजोर	प्रतिस्पर्धीको स्पष्ट बुझाइ; अगाडि बढ्ने योजना
विपणन व्यवस्थापन	ग्राहकमा पहुँच कम; प्रवर्द्धन कमजोर	सक्रिय प्रवर्द्धन; अनलाइन/डिजिटल जडान
बिक्री व्यवस्थापन	बिक्री प्रक्रिया कमजोर; अवसर छुट्ने	स्पष्ट बिक्री योजना; ग्राहक संलग्नता राम्रो
आपूर्ति शृङ्खला	एउटै आपूर्तिकर्तामा निर्भर; कमी/ढिलाइ जोखिम	स्थिर आपूर्ति; वैकल्पिक स्रोत/सम्झौता
ग्राहक सम्बन्ध	कम संलग्नता; निष्ठा घट्ने जोखिम	सन्तुष्टि/प्रतिक्रिया प्रणाली; उच्च निष्ठा
आन्तरिक नियन्त्रण	SOP/अभिलेख अव्यवस्थित; त्रुटि/हानि जोखिम	SOP स्पष्ट; गुणस्तर/सम्पत्ति सुरक्षा

३.२ व्यवसाय योजना निर्माण विधिहरू (*Business Planning Tools (eg: Lean Model Canvas, Business Plan Templates (Banks, Investors) etc.)*

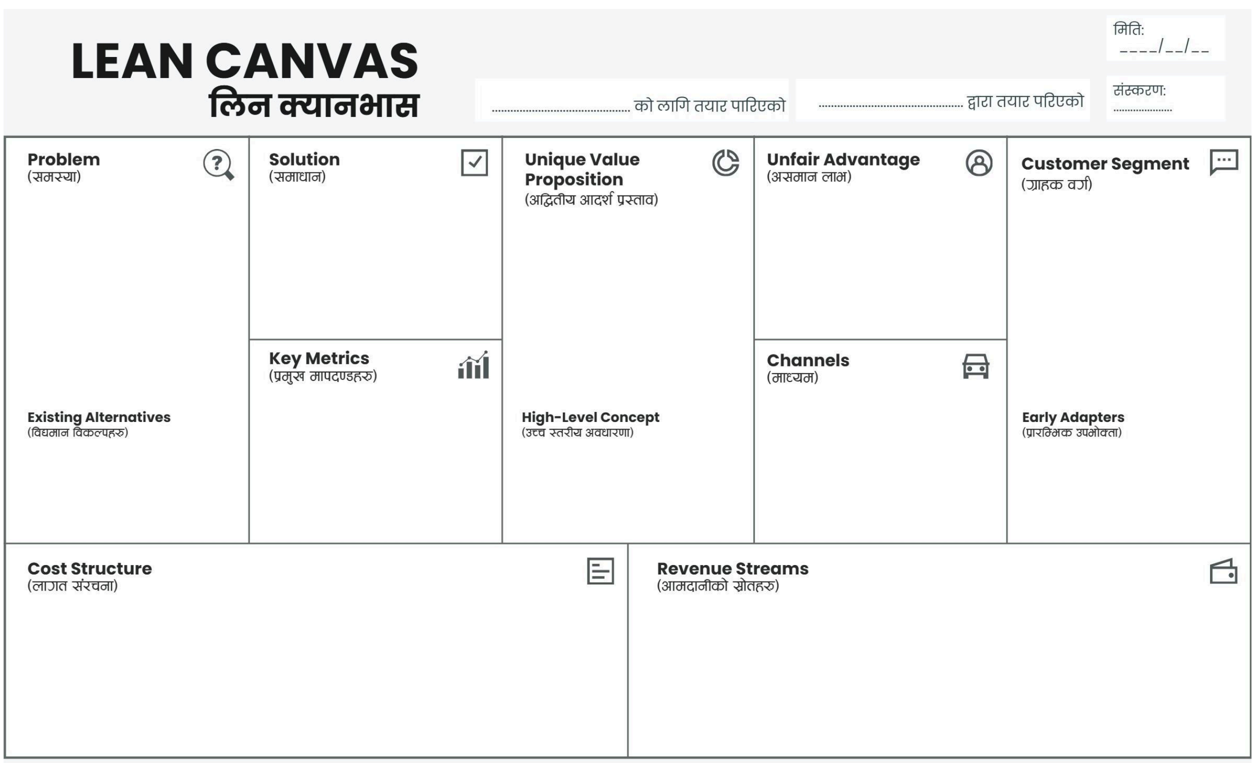
३.२.१ *Lean Model Canvas (पुनरावलोकन/ब्रेनस्टर्मिङका लागि)*

किन?

- यो क्यानभास सुरुवाती योजना बनाउँदा मात्र नभएर, व्यवसाय सञ्चालन भइसकेपछि त्रैमासिक पुनरावलोकन (Quarterly Review), शाखा विस्तार वा नयाँ उत्पादन (Product) बारे सोच्दा वा रणनीति परिमार्जन गर्न समेत उपयोगी हुन्छ।
- तपाईंले ३० देखि ४५ मिनेटको समय लिएर आफ्नो व्यवसायका सह-सञ्चालकहरू (Co-Owners), कर्मचारीहरू वा उद्यमी फलैंचा का सहजकर्ताहरूसँग बस्नुभई आफ्नो व्यवसायमा स्पष्टता, प्राथमिकता र ध्यान केन्द्रित गर्न सक्नुहुन्छ।

कसरी प्रयोग गर्ने?

- यसको विस्तृत व्याख्या र भराइको चरण पहिले नै अध्याय १.४ *(Lean Model Canvas)* मा दिइएको छ।



के गर्ने?

- हरेक ९० दिन *(३* **महिना** *)* मा १ पल्ट क्यानभास अपडेट भर्नुहोस्।

- यो क्यानभासले तपाईंलाई व्यावसायिक योजना *(Business Plan)* वा लगानीकर्ताहरूको लागि प्रस्तुति *(Pitch Deck)* तयार गर्दा धेरै मद्दत गर्छ।

बैंकको लागि व्यावसायिक योजनाको ढाँचा

कुनै पनि बैंक वा वित्तीय संस्थाबाट ऋण लिनको लागि, तपाईंको व्यवसायका बारेमा सुसंगत, विस्तृत र यथार्थ विवरण भएको व्यवसाय योजनाआवश्यक पर्छ। बैंकहरू तपाईंको योजनाबाट तपाईंको व्यवसायको व्यवहार्यता, प्रतिफल क्षमता, जोखिम र पुनर्भुक्ति (**reimbursement)** क्षमतालाई मूल्यांकन गर्छन्। त्यसैले व्यवसाय योजना केवल कागजी औपचारिकता होइन, तपाईंको भविष्यको वित्तीय विश्वसनीयताको आधार हो।

किन आवश्यक छ?

- बैंकहरूले ऋण दिनु अघि तपाईंको व्यवसायको लाभदायकता, जोखिम र पुनर्भुक्ति योजना बुझ्न चाहन्छन्।
- व्यवस्थित योजना भएपछि, ऋण पाउने सम्भावना बढ्छ।
- यसले तपाईँलाई पनि आफ्नो लागत, आम्दानी र सम्भाव्य नाफा प्रष्ट बुझ्न सहयोग गर्छ।

बैंकले सामान्यतया हेर्ने कुराहरू

- क्यास–फ्लोबाट ऋण सेवा गर्न सक्ने क्षमता*; DSCR, Interest Coverage* जस्ता संकेतक*)*
- अघिल्लो कारोबार, अभिलेख, कर/पालना
- ***Collateral/Security*** *(*आवश्यक भएमा*)*
- आपूर्ति, बजार, मूल्य–जोखिम
- *PAN/VAT, Tax Clearance,* इजाजतपत्र/प्रमाणपत्र

कच्चा माल तथा कच्चापदार्थमा लाग्ने खर्च : जस्तै मल, बीउ, विषादी आदि ।

क्र.स.	कच्चा मालको नाम	परिमाण	प्रति इकाइ मुल्य	जम्मा मुल्य

	जम्मा			

१. परिचयः

- व्यवसायिको नाम :
- समुह, सहकारी वा कम्पनिको नाम :
- ठेगाना :
- व्यापारको पृष्ठभुमि(व्यवसायको किसिम, उद्‌देश्य, व्यवस्थापकिय संरचना, व्यवसाय सुरुगर्नुको कारण, व्यवसायबाट गरेको अपेक्षा) :

कामदारको लागि लाग्ने खर्च : बाली रोप्ने, काट्ने, मेशिन चलाउने, बाख्रा पाल्ने र भैंसी पाल्नेआदी । (बार्षिक)				
क्र.स.	कामदारको किसिम	संख्या	ज्याला मूल्य	जम्मा खर्च
जम्मा				

नियमति खर्च : उत्पादन नभए पनि भैरहने स्थिर खर्चहरु

क्र.स.	खर्चको किसिम	जम्मा खर्च्

स्थीर पुँजीको लागि लाग्ने खर्च: जग्गा, मेशिन, औजार, फर्निचर, कम्प्युटर, आदि । यि वस्तुहरुको सामन्यतया आयु १ बर्ष भन्दा बढी रहन्च त्यसैले ह्रासकट्टी गरिन्छ ।						
क्र.स.	सम्पत्तिको विवरण	परिमाण	इकाइ मुल्य	जम्मा मुल्य	ह्रासकट्टी प्रतिशत	ह्रासकट्टी मुल्य
जम्मा						

जम्मा लाग्ने खर्च	=	कच्चापदार्थको खर्च	+	कामदार खर्च	+	नियमित खर्च
जम्मा लागत खर्च						
उत्पादन परिमाण						
प्रति इकाइ लागत मुल्य	=	जम्मा लाग्ने खर्च	/	उत्पादन परिमाण लि.		प्रति लिटर दुधको लागत

उत्पादीत बस्तुको बिक्रीबाट हुने आम्दानी

क्र.स.	बस्तुको नाम	इकाइ	परिमाण	दर	जम्मा मुल्य
जम्मा					

नाफा नोक्सान :

३.३ वित्तीय अभिलेख व्यवस्थापन विधिहरू (*Financial Tracking eg : Bookkeeping, Cash Flow, Profit & Loss)*

१. ब्रेक-इभन बिन्दु: तपाईंको व्यवसायले लागत कहिले पूर्ति गर्छ भन्ने थाहा पाउनुहोस्

ब्रेक-इभन बिन्दुले तपाईंले सबै लागतहरू (नाफा पनि नभएको, नोक्सान पनि नभएको अवस्था) कभर गर्न कति बेच्नुपर्छ भनी बताउँछ। यसले बिक्री र मूल्य निर्धारणको योजना बनाउन मद्दत गर्छ।

कसरी ब्रेक-इभन बिन्दु गणना गर्ने:

१. स्थिर लागत **(Fixed Costs)** सूची बनाउनुहोस्: यी तपाईंले जतिसुकै बेचे पनि तिर्नुपर्ने खर्चहरू हुन् (जस्तै: भाडा, तलब, बिजुली)

२. प्रति वस्तुको परिवर्तनशील लागत **(Variable Costs)** सूची बनाउनुहोस्: यी बिक्रीसँगै परिवर्तन हुने लागतहरू हुन् (जस्तै: कच्चा पदार्थ, प्याकेजिङ)।

३. प्रति वस्तुको बिक्री मूल्य **(Selling Price)** निर्धारण गर्नुहोस्: तपाईंले प्रत्येक उत्पादनको लागि कति मूल्य लिनुहुन्छ ।

सूत्र प्रयोग गर्नुहोस्:

- ब्रेक-इभन बिन्दु (इकाइमा) = स्थिर लागत ÷ (प्रति वस्तु बिक्री मूल्य - प्रति वस्तु परिवर्तनशील लागत)
- उदाहरण **(**तपाइको एउटा पाउरोटी पसल छ**) :**
  - एक महिनामा तपाईंलाई रु. २०,००० (भाडा, बिजुली, कामदारको ज्याला) स्थिर लागत लाग्छ ।
  - प्रत्येक केकको लागि परिवर्तनशील लागत रु. १०० (पीठो, चिनी, प्याकेजिङ) छ ।
  - प्रत्येक केकको बिक्री मूल्य रु. ३०० छ ।
  - गणना: रु. २०० प्रति केक नाफा (रु. ३०० बिक्री मूल्य - रु. १०० परिवर्तनशील लागत) ।
  - ब्रेक-इभन बिन्दु: २०,००० ÷ २०० = १०० केक ।
- नतिजा: लागत पूर्ति गर्न तपाईंले एक महिनामा १०० वटा केक बेच्नुपर्छ ।

प्रत्येक महिना आफ्नो स्थिर (fixed) र परिवर्तनशील (variable) लागतहरू लेख्नुहोस् । यदि बिक्री ब्रेक-इभन बिन्दुभन्दा कम छ भने, तपाईंलाई नोक्सान भइरहेको छ; यदि बढी छ भने, तपाईंलाई नाफा भइरहेको छ|

२. सिंगल-एन्ट्री लेखापालन **(Single Entry Bookkeeping):** सरल वित्तीय अभिलेख राख्ने तरिका

सिंगल-एन्ट्री लेखापालन भनेको तपाईंको व्यवसायमा भित्रिने र बाहिरिने पैसाको अभिलेख राख्ने एउटा सरल तरिका हो । यो डबल-एन्ट्री भन्दा सजिलो छ र सामान्य कारोबार भएका साना व्यवसायका लागि उपयुक्त हुन्छ ।

कसरी रेकर्ड राख्ने:

१. कापी वा रजिस्टर, वा कम्प्युटरमा भए एक्सेल **(excel)** प्रयोग गर्नुहोस्: यसलाई मिति, विवरण, आम्दानी, खर्च र मौज्दात (ब्यालेन्स) को शीर्षकहरूमा विभाजन गर्नुहोस् ।

२. प्रत्येक कारोबार रेकर्ड गर्नुहोस्:

- व्यवसायमा पैसा भित्रिएको **(Money In):** बिक्री, ऋण वा अन्य आम्दानी ।
- व्यवसायमा पैसा बाहिरिएको **(Money Out):** भाडा, कच्चा पदार्थ, ज्याला आदि ।
- मौज्दात **(Balance):** प्रत्येक कारोबारपछि बाँकी रहेको पैसा (अघिल्लो मौज्दात (ब्यालान्स) + व्यवसायमा पैसा भित्रिएको – व्यवसायमा पैसा बाहिरिएको ।

३. दैनिक वा साप्ताहिक रूपमा अपडेट गर्नुहोस्: कारोबार हुनासाथ लेख्नुहोस् ताकि नभुलियोस् ।

उदाहरण तालिका

मिति	विवरण	भित्रिएको पैसा (रु)	बाहिरिएको पैसा (रु)	मौज्दात (रु)
२०८२/०१/०१	सुरुको नगद (Starting Cash)	१०,०००	0	१०,०००
२०८२/०१/०२	१० वटा केक बिक्री गरियो	३,०००	0	१३,०००
२०८२/०१/०३	मैदा खरिद गरियो	0	१,०००	१,०००
२०८२/०१/०४	भाडा तिरियो	0	५,०००	७,०००
२०८२/०१/०५	१५ वटा केक बिक्री गरियो	४,५००	0	११,५००

सुझाव:

- सबै कारोबारका रसिद/नोट राख्नुहोस्।
- हप्तामा एकचोटि ब्यालान्स जाँचेर नगद (Cash) पर्याप्त छ कि छैन हेर्नुहोस्।

३. नगद प्रवाह (Cash Flow) : आम्दानी र खर्चको ट्र्याक राख्नुहोस्

नगद प्रवाहले तपाईंको व्यवसाय चलाउन कति पैसा छ भन्ने देखाउँछ । यसले तपाईंलाई नगद अभाव हुनबाट बचाउँछ।

नगद प्रवाह कसरी आकलन गर्ने:

१. सुरुको नगद **(Opening Cash)** बाट सुरु गर्नुहोस्: महिनाको सुरुमा तपाईंसँग कति पैसा छ ।

२. भित्रिएको पैसा **(Money In)** जोड्नुहोस्: महिनाभरि बिक्री वा अन्य स्रोतबाट आएको सबै नगद ।

३. बाहिरिएको पैसा **(Money Out)** घटाउनुहोस्: महिनाभरि भुक्तानी गरिएका सबै खर्चहरू (जस्तै: भाडा, सामान)।

४. अन्तिम नगद **(Closing Cash)** गणना गर्नुहोस्: सुरुको नगद + आम्दानी - खर्च ।

५. अन्तिम नगद सकारात्मक **(positive)** छ कि छैन जाँच गर्नुहोस्: यदि यो नकारात्मक(negative) छ भने, तपाईंसँग खर्च धान्न पर्याप्त पैसा छैन ।

४. नाफा र नोक्सान: तपाईंले पैसा कमाउँदै हुनुहुन्छ कि छैन, थाहा पाउनुहोस्

नाफा र नोक्सानले तपाईंको व्यवसायले एक निश्चित अवधिमा (जस्तै: एक महिना वा एक वर्ष) खर्चभन्दा बढी कमाउँछ कि कमाउँदैन भनी देखाउँछ ।

नाफा र नोक्सान कसरी गणना गर्ने:

१. सबै आम्दानी जोड्नुहोस्: बिक्री वा अन्य स्रोतबाट आएको पैसा ।

२. सबै खर्च जोड्नुहोस्: कच्चा पदार्थ, भाडा, ज्याला, यातायात जस्ता लागतहरू ।

३. नाफा वा नोक्सान गणना गर्नुहोस्: आम्दानी - खर्च ।

- यदि नतिजा सकारात्मक छ भने, तपाईंले नाफा कमाउनुभयो ।
- यदि नकारात्मक छ भने, तपाईंलाई नोक्सान भयो ।

उदाहरण:

- व्यवसाय: विराटनगरको टेलरिंग (Tailoring) पसल
- आम्दानी **(बैशाख)**: रु ३०,००० (सिलाइ)
- खर्च **(बैशाख)**: कपडा १०,००० ; भाडा ५ ,००० ; धागो/बटन २,००० ⇒ जम्मा १७,०००
- नाफा/घाटा: ३०,००० − १७,००० = रु १३,००० **(नाफा)**

सुझाव:
• सिङ्गल–इन्ट्री कपीबाटै आम्दानी–खर्च टिपोट गर्नुहोस्। • महिनैपिच्छे नाफा र नोक्सान निकालेर ट्रेन्ड हेर्नुहोस्। • घाटा देखिएमा खर्च कटौती वा मूल्य समायोजनबारे सोच्नुहोस्।

५. कार्यशील पुँजी व्यवस्थापन **(Cash Flow Management)** : तपाईंको व्यवसायलाई सहज रूपमा चलाउनुहोस्

कार्यशील पुँजी भनेको आपूर्तिकर्ता, कर्मचारी र भाडा तिर्नका लागि आवश्यक दैनिक सञ्चालन खर्च हो। यसलाई राम्रोसँग व्यवस्थापन गर्दा नगद अभाव हुँदैन।

कार्यशील पुँजी व्यवस्थापन गर्ने तरिकाहरू:

१. आफ्नो आवश्यकता जान्नुहोस्: दैनिक खर्चको सूची बनाउनुहोस् (जस्तै: कच्चा पदार्थ, ज्याला, उपयोगिताहरू) र व्यवसाय चलाउन प्रत्येक महिना कति पैसा चाहिन्छ, अनुमान गर्नुहोस्।

२. आम्दानी र खर्चको ट्र्याक राख्नुहोस्: ग्राहकले कहिले भुक्तानी गर्छन् र तपाईंले आपूर्तिकर्तालाई वा बिल कहिले तिर्नुपर्छ, नोट गर्नुहोस्।

३. भुक्तानीको समय छोटो बनाउनुहोस्: ग्राहकलाई समयमै तिर्न लगाउनुहोस् (जस्तै: चाँडै भुक्तानी गरेमा छुट दिनुहोस्) र आपूर्तिकर्ताहरूसँग लामो भुक्तानी अवधि (जस्तै: १५ दिनको साटो ३० दिन)को लागि कुरा गर्नुहोस्।

४ . कार्यशील पुँजी गणना गर्नुहोस्:

- सूत्र: हालको सम्पत्ति (नगद, स्टक, ग्राहकबाट आउन बाँकी पैसा) - हालको दायित्व (बिल, चाँडै तिर्नुपर्ने ऋण)।
- उदाहरण:
  - सम्पत्ति: नगद (रु. २०,०००) + स्टक (रु. ३०,०००) + ग्राहकबाट आउन बाँकी पैसा (रु. १०,०००) = रु. ६०,०००।
  - दायित्व: आपूर्तिकर्ताको बिल (रु. २५,०००) + ऋण भुक्तानी (रु. ५,०००) = रु. ३०,०००।
  - कार्यशील पुँजी: रु. ६०,००० - रु. ३०,००० = रु. ३०,०००।

५. महिनैपिच्छे निगरानी: १०,००० भन्दा कम भयो भने खर्च घटाउने वा ग्राहकबाट आउन बाँकी पैसा समयमै तिर्न लगाउनुहोस्।

कार्यशील पूँजी आवश्यकता तालिका

वस्तु	रकम (रु)
सम्पत्ति **(Assets)**	
नगद	२०,०००
स्टक (Inventory)	३०,०००

ग्राहकबाट आउन बाँकी पैसा (Customer Payments Owed)	१०,०००
सम्पत्ति जम्मा	६०,०००
दायित्व **(Liabilities)**	
आपूर्तिकर्ता बिल	२५,०००
कर्जा किस्ता	५,०००
दायित्व जम्मा	३०,०००
कार्यशील पूँजी आवश्यक	३०,०००

सुझाव:

- आकस्मिक खर्चका लागि रु ५,००० –१०,००० जति अतिरिक्त नगद राख्नुहोस्।
- आउन बाँकी पैसा र तिर्ने बिलहरू कापीमा/कम्प्युटरमा लेख्नुहोस्।
- थोकमा किन्दा छुटबारे आपूर्तिकर्तासँग कुरा गर्नुहोस्।

किन महत्त्वपूर्ण?

- नगद अभाव रोक्छ, बिल समयमै तिर्न सहयोग गर्छ।
- सुस्त महिनाहरू (मन्दी वा व्यापार कम हुने बेला) मा महँगो ऋण लिनबाट जोगिन मद्दत गर्दछ।

६. बजेटिङ: आफ्नो खर्चको योजना बनाउनुहोस्

बजेट भनेको तपाईंले प्रत्येक महिना वा वर्षमा कति कमाउनुहुन्छ र खर्च गर्नुहुन्छ भन्ने योजना हो। यसले तपाईंलाई लागत नियन्त्रण गर्न र वृद्धि वा आपतकालिन अवस्थाका लागि पैसा बचाउन मद्दत गर्छ।

बजेट कसरी बनाउने:

१. आम्दानी अनुमान गर्नुहोस्: अपेक्षित बिक्री लेख्नुहोस्। उदाहरण: १०० प्लेट मोमो × रु १०० = रु १०,०००

२. खर्चको सूची बनाउनुहोस्: स्थिर खर्च ((जस्तै: भाडा ५००० ; ज्याला ३०००) र परिवर्तनशील खर्च (जस्तै: मैदा २००० ; इन्धन ५००) को सूची बनाउनुहोस् ।

३. खर्चको सीमा तोक्नुहोस्: हरेक शिर्षकमा कति खर्च गर्न पाइन्छ निर्धारण गर्नुहोस् (उदाहरण: भाडा ५०००)

४. आम्दानी र खर्च तुलना गर्नुहोस्:

सूत्र: आमदानी - खर्च = बचत (यदि सकारात्मक भए) वा घाटा (यदि नकारात्मक भए)।

उदाहरण: आमदानी (रु. १०,०००) - खर्च (रु. १०,५००) = -५०० (तपाईंले रु. ५०० खर्च घटाउनुपर्छ)।

५. मासिक समीक्षा गर्नुहोस्: यदि बिक्री अपेक्षाभन्दा बढी वा कम छ भने बजेटलाई समायोजन गर्नुहोस् ।

सरल बजेट तालिका

शिर्षक	रकम (रु)
आम्दानी	
बिक्री (१०० मोमो)	१०,०००
आम्दानी जम्मा	१०,०००
खर्च	
भाडा	५,०००
ज्याला	३,०००
सामग्री(मैदा)	२,०००
यातायात	५००
खर्च जम्मा	१०,०००
बचत वा घाटा (आम्दानी - खर्च)	–५००

सुझाव:

- आगामी महिनाको बजेट अनुमान गर्न अघिल्लो महिनाको बिक्री र खर्चबाट सुरु गर्नुहोस्।
- मन्दीको महिना वा आपतकालीन अवस्थाका लागि कुनै पनि बचत (surplus) गर्नुहोस्।
- खर्चको सजिलो ट्र्याकिङका लागि मोबाइल एप प्रयोग गर्नुहोस्।

यो किन महत्त्वपूर्ण छ**? (Why It Matters?)**

- यसले तपाईंलाई आम्दानीभन्दा बढी खर्च गर्नबाट रोक्छ।
- यसले नयाँ उपकरणजस्ता ठूला खर्चहरूका लागि योजना बनाउन मद्दत गर्दछ।

3.4 ग्राहक डेटा व्यवस्थापन **(*Customer Data Tracking)***

उद्देश्य:

- नियमित ग्राहक, थोक खरिदकर्ता, वा सेवा लिने व्यक्तिहरूको जानकारी व्यवस्थित राख्ने।
- फेरि सम्पर्क गर्न सकिने आधार तयार पार्ने (follow-up, upsell, feedback आदि)।
- छूट, उधारो/सापटी वा सदस्यता योजनाहरू व्यवस्थापन गर्न सहयोग गर्ने।
- जानकारी विश्लेषणमार्फत ग्राहक व्यवहार बुझ्न सहयोग।

कसरी ट्र्याक गर्ने**? (**चरणहरू**)**

१. कापीमा/कम्प्युटरमा लेख्नुहोस् — ग्राहक विवरण राख्न एउटा फाराम बनाउनुहोस्।

२. शिर्षकहरू राख्नुहोस्:

- ग्राहकको नाम
- सम्पर्क नम्बर
- ठेगाना/क्षेत्र (रुट बनाउने, डेलिभरीको लागि)
- सेवाको प्रकार / किनेको वस्तु
- भुक्तानी स्थिति
- पहिलो सम्पर्क मिति / पछिल्लो खरिद मिति
- टिप्पणी / नोट (जस्तै: प्रतिक्रिया, रुचि)

३. हप्तामा एकपटक अपडेट गर्नुहोस् — नयाँ ग्राहक थप्ने, फोन नम्बर सुधार गर्ने आदि।

४. ग्राहक प्रकार/प्रवृत्तिको विश्लेषण गर्नुहोस्: उदाहरणका लागि, "पछिल्लो ३० दिनमा नकिने ग्राहक" हेर्ने।

ग्राहक विवरण ट्र्याक गर्ने नमूना तालिका:

ग्राहक आईडी	नाम	सम्पर्क नम्बर	ठेगाना	वस्तु/सेवा	खरिद मिति	भुक्तानी स्थिति	नोट/टिप्पणी
C001	रमेश शर्मा	९८४१XXXXXX	धरान	सिलाइ सेवा	२०८२/०१/०१	तिरेको	बारम्बार ग्राहक
C002	सिता थापा	९८०८XXXXXX	दमक	तिन सेट लुगा	२०८२/०१/०५	बाँकी रु १,०००	पैसा आउँदैछ
C003	मनोज श्रेष्ठ	९८१२XXXXXX	विर्तामोड	कम्प्युटर रिपेयर	२०८२/०१/१०	तिरेको	सम्भावित रेफरल
C004	पूजा सिंह	९८६०XXXXXX	इटहरी	फेसियल सेवा	२०८२/०१/१२	तिरेको	जन्मदिन चैत १० गते

सुझाव:

- ग्राहकलाई नामले सम्बोधन गर्नुहोस् — विश्वसनीयता बढ्छ।
- पछिल्लो खरिद मिति अनुसार **follow-up** SMS वा call गर्न सकिन्छ।
- नियमित ग्राहक वा थोक खरिदकर्ता को छुट छुट्टै ट्र्याक राख्नुहोस्।

३.५ ग्राहक प्रतिक्रिया संकलन उपकरण (*Customer Feedback Tool)*

उद्देश्य:

- ग्राहकको सन्तुष्टि स्तर, गुनासो वा सुझाव थाहा पाउने।

- सेवाको गुणस्तर, मूल्य, व्यवहार आदि सुधार गर्न ठोस प्रमाण आधारित निर्णय गर्न सहयोग।
- बारम्बार आउने ग्राहक बनाउने रणनीति बनाउन मद्दत।

किन महत्त्वपूर्ण?

लाभ	उदाहरण
ग्राहक अनुभव बुझिन्छ	"केक मिठो थियो तर प्याकेजिङ सुधार गर्नुपर्छ"
गुनासो समयमै थाहा हुन्छ	"पहिले खबर गर्दा ढिलो उत्तर आएको थियो"
प्रस्ताव/नयाँ सेवा सुरुवातका लागि सूचना मिल्छ	"यदि तपाईं घरमै डेलिभरी गर्नुहुन्छ भने राम्रो हुन्छ"
पुनः किनमेल (Repeat Business) बढ्छ	सन्तुष्ट ग्राहकहरू आफैं फिर्ता आउँछन्

कसरी गर्ने? (चरणहरू)

१. प्रतिक्रिया संकलनको समय र माध्यम निर्धारण

- सेवा पछि तुरुन्त (SMS, कागजी फाराम, QR code)
- हप्ता/महिना को अन्त्यमा फोन/SMS मार्फत

२. ३–५ वटा छोटो प्रश्न तयार गर्नुहोस् (उदाहरण तल)

३. प्रतिक्रिया टिपोट गर्नुहोस्

४. महिनामा एकपटक समिक्षा गरी सुधारका निर्णय लिनुहोस्

५. सकारात्मक प्रतिक्रियालाई **"Testimonial"** मा प्रयोग गर्न अनुमति लिनुहोस्। प्रतिक्रियालाई तपाईंको मार्केटिङको समयमा प्रयोग गर्न सकिन्छ। (नयाँ ग्राहकहरूलाई आकर्षित गर्न पुरानो ग्राहकको अनुभवले प्रेरित गर्न सक्छ)।

प्रतिक्रिया संकलन फाराम/तालिका ढाँचा **(Customer Feedback Log Template)**

मिति	ग्राहकको नाम	सम्पर्क नम्बर	सेवा/उत्पादन	समग्र सन्तुष्टि (१–५)	सुझाव/गुनासो	प्रतिक्रिया संकलन विधि	ग्राहक सेवा सुधार रणनीति
२०८२/०१/०५	गोमा राई	९८०८XXXXXX	फेसियल सेवा	५	धेरै राम्रो थियो	QR code Form	धन्यवाद पठाइयो
२०८२/०१/०६	सुरज लिम्बु	९८१२XXXXXX	मोबाइल मर्मत	३	उत्तर दिन ढिला भयो	फोन	सुधारको सूचना टेक्नीशियनलाई पठाइयो
२०८२/०१/०८	अन्जु मगर	९८४१XXXXXX	पसलमा किनमेल	४	मूल्य अलिक बढी लाग्यो	कागजी फाराम	भोलिको अफर पठाइयो

ग्राहक प्रतिक्रिया प्रश्नावली (सोध्न मिल्ने प्रश्नहरू)

श्रेणी	सम्भावित प्रश्नहरू
सेवा गुणस्तर	तपाईंलाई सेवा कस्तो लाग्यो? (१–५ मा मूल्याङ्कन गर्नुहोस्)
व्यवहार	कर्मचारीको व्यवहार कस्तो लाग्यो?
मूल्य	मूल्य उपयुक्त लाग्यो कि महँगो/सस्तो?
सुधार सुझाव	के सुधार गर्न सकिन्छ?

पुनः आगमन	तपाईं फेरि सेवा/उत्पादन प्रयोग गर्न चाहनुहुन्छ? (हो/होइन)

३.६ इनभेन्टरी/स्टक/भण्डारण डेटा व्यवस्थापन (*Simple Inventory/Stock Logbook)*

इन्भेन्ट्री व्यवस्थापनले तपाईंको स्टकमा भएको सामान (जस्तै: कच्चा पदार्थ, तयार उत्पादन) को ट्र्याक राख्छ । यसले धेरै स्टक जम्मा हुने वा सामान सकिने अवस्थालाई रोक्छ ।

इन्भेन्ट्री कसरी व्यवस्थापन गर्ने:

१ आफ्नो स्टक गन्नुहोस्: हरेक हप्ता तपाईंको पसल वा गोदाममा भएका सामानहरू गन्नुहोस् । (जस्तै: चामल ५० के.जि., सर्ट २० वटा)।

२.बिक्री र खरिद अभिलेख गर्नुहोस्: तपाईंले बेचेको र पुन: स्टक गर्नका लागि किनेको सामान लेख्नुहोस् (जस्तै: १० के.जि. चामल बेचियो, २० के.जि. थप किनियो)।

३. न्यूनतम स्टक स्तर निर्णय गर्नुहोस्: तपाईंलाई आवश्यक पर्ने न्यूनतम मात्रा निर्णय गर्नुहोस् (जस्तै: सधैँ २० किलो चामल राख्नुहोस्) । सो भन्दा तल जाँदा पुनः अर्डर गर्नुहोस् ।

४. ढिलो बिक्ने वस्तुहरू जाँच गर्नुहोस्: नबिकेका सामानहरू (जस्तै: पुराना सर्टहरू) पहिचान गर्नुहोस् र छुटमा बेच्नुहोस् ।

५. सरल इन्भेन्ट्री टिपोट गर्नुहोस्: मिति, वस्तु, सुरुको स्टक, बिक्री भएको, खरिद गरिएको, र बाँकी स्टक लेख्नको लागि नोटबुक वा फोन प्रयोग गर्नुहोस् ।

उदाहरण (लक्ष्मी किराना पसल, काठमाडौं)

चरण १: स्टक गणना — हरेक सोमबार बिहान: चामल १०० के.जि., दाल ५० के.जि., तेल २० लिटर
चरण २: बिक्री–किनमेल दर्ता —

- सोम: चामल १० के.जि बेचियो, दाल ५ के.जि, तेल २ के.जि;
- मंगल: चामल १५ , दाल ३, तेल ३ बेचियो; चामल २० किनेको

- बुध: चामल ५ , दाल २ , तेल १ बेचियो;
  चरण ३ : न्यूनतम स्तर सेट — चामल ३० के.जि., दाल १५ के.जि., तेल ५ लि.; सोभन्दा तल झर्‍यो भने फेरि खरिद गर्नु पर्ने
  चरण ४: ढिलो बेचिने वस्तु — २ हप्तादेखि नबिकेको महँगो तेल 10 लि. छ; "१ लि. किन्दा १०% छुट" अफर राख्न सकिन्छ|

- चरण ५ सरल तालिका

मिति	वस्तु	सुरुआती स्टक	बेचेको	किनेको	अन्त्य स्टक
२०२५/०५/०३	चामल (के.जि.)	१००	१०	0	९०
२०२५/०५/०३	दाल (के.जि.)	५०	५	0	४५
२०२५/०५/०३	तेल (लि)	२०	२	0	१८
२०२५/०५/०४	चामल (के.जि.)	९०	१५	२०	९५
२०२५/०५/०४	दाल (के.जि.)	४५	३	0	४२
२०२५/०५/०४	तेल (लि)	१८	३	0	१५
२०२५/०५/०५	चामल (के.जि.)	९५	५	0	९०
२०२५/०५/०५	दाल (के.जि.)	४२	२	0	४०
२०२५/०५/०५	तेल (लि)	१५	१	0	१४

चरण ६ : हप्ताको अन्त्य समीक्षा र कार्य —

- चामल ९० के.जि.: न्यूनतम ३० भन्दा धेरै; फेरि खरिद गर्नु पर्ने आवश्यक छैन।
- दाल ४० के.जि.: १५ भन्दा धेरै; सुरक्षित।
- तेल १४ लि.: तेलमा बढ्ता छुट दिने योजना।

सुझाव:

- हरेक हप्ता स्टक जाँच्नुहोस्।
- सामान सुरक्षित रूपमा राख्नुहोस् (उदाहरण: चामल सुक्खा राख्ने)।
- कुन चिज छिटो बिक्छ—ग्राहकसँग कुरा गरेर थाहा पाउनुहोस्।

किन महत्त्वपूर्ण?

- लोकप्रिय सामान सकिँदा ग्राहक गुम्ने जोखिम घट्छ।
- नबिकेको स्टक धेरै खरिद गर्दा, पैसा रोकिने (फस्ने/थुनिने) समस्या घट्छ।

३.७ ब्रान्डिङ तथा मार्केटिङका प्रभावकारी विधिहरू (*Choosing Branding & Marketing Channels)*

उद्देश्य

- व्यवसायको पहिचान स्पष्ट गर्ने (**Brand Clarity**)
- ग्राहकहरूसँगको भावनात्मक र सञ्जालिक सम्बन्ध बनाउने
- साना व्यवसायका लागि कम लागतमा प्रभाव पार्ने मार्केटिङ च्यानलहरू चुन्ने
- बजार प्रतिस्पर्धामा फरक देखिन सहयोग गर्ने

क. ब्रान्डिङ

१. "ब्रान्ड" भन्नाले के बुझिन्छ?

ब्रान्ड भनेको तपाईंको व्यवसायलाई ग्राहकले नाम, काम र प्रभावको आधारमा कसरी चिन्ने, सम्झिने र बुझ्ने भन्ने कुरा हो।

"कसैले तपाईंलाई नचिनेरै तपाईंको स्टिकर देखेर भन्न सकून्—'ओहो, यिनीहरूको हो!' — यही हो ब्रान्ड।"

ब्रान्डका ३ आधारभूत तत्वहरू:

- नाम – याद गर्न सजिलो, स्पष्ट र स्थानीय सन्दर्भयुक्त
- काम – तपाईंले दिने सेवा वा समाधान के हो
- पहिचान – रङ, लोगो, फन्ट र प्याकेजिङ

ख. मार्केटिङ

१. "मार्केटिङ" भन्नाले के बुझिन्छ?

मार्केटिङ भनेको तपाईंले निर्माण गरेको वस्तु वा सेवा उपभोक्तासम्म पुर्‍याउने र त्यसको बारेमा जानकारी दिने कार्यमा मात्र सीमित छैन—यो त "ग्राहकले किन खरिद गर्छन्?" भन्ने प्रश्नको जवाफ खोज्ने एउटा प्रक्रिया पनि हो।

> "तपाईंको सेवा/उत्पादन जतिसुकै राम्रो भए पनि यदि ग्राहकलाई त्यसको बारेमा थाहा छैन भने, त्यो सेवा बजारमै छैन जस्तो हुन्छ।"

त्यसैले, मार्केटिङ भनेको ग्राहकको ध्यान खिच्ने, विश्वास जगाउने, र उनीहरूलाई खरिद गर्न उत्प्रेरित गर्ने उपायहरूको समष्टि हो।

२. मार्केटिङका ३ आधारभूत तत्वहरू:

तत्व	विवरण
१. सन्देश (Message)	तपाईंको व्यवसायले कुन ग्राहक वर्गको समस्या समाधान गर्छ? तपाईंको सेवा/उत्पादन अरूभन्दा किन फरक वा उपयुक्त छ? → छोटो, स्पष्ट, र भावनात्मक रूपले जोडिने भाषा प्रयोग गर्नुहोस्।
२. माध्यम (Channel)	तपाईंको सन्देश कहाँ र कसरी पुर्‍याइन्छ? → फेसबुक, टिकटक, ब्यानर, मेसेन्जर, बजार भ्रमण, ग्राहक सिफारिस (Word-of-Mouth) आदि।
३. सम्पर्क र संलग्नता (Engagement)	ग्राहकहरूसँग दुईतर्फी सम्पर्क को वातावरण बनाउनुहोस्। → प्रतिक्रिया लिनुहोस्, सन्तुष्ट ग्राहकबाट सिफारिस गराउनुहोस्, आकर्षक अफर वा स्किमहरू ल्याउनुहोस्।

३. मार्केटिङ का लागि 'छोटो परिचय' (वा **Elevator Pitch'**) बनाउने तरिका (३० सेकेन्डमा बुझाउने)

"नमस्ते, म [तपाईंको नाम]। म [स्थान] मा आधारित [सेवा/उत्पादन] चलाउँछु, जहाँ हामी [समस्या] समाधान गर्न [मुख्य सुविधा] दिन्छौँ।"

उदाहरण: "म लमजुङको 'Titaura Nepal' बाट अर्ग्यानिक तीतौरा उत्पादन गर्छु, जुन विदेश जाने नेपालीले सँगै लैजान मन पराउँछन्।"

४. तपाईंको ब्रान्ड स्टोरी लेख्नुहोस्

- तपाईंको व्यवसाय कसरी सुरु भयो?
- तपाईं कसको जीवन सजिलो बनाउन चाहनुहुन्छ?
- तपाईंले कुन चुनौती पार गर्नुभयो?

अभ्यास कार्य:

- "मेरो व्यवसाय सुरु हुनुको कारण: ____________"
- "हामीको मूल उद्देश्य: ________________"
- "हाम्रो व्यवसाय कथाले के सिकाउँछ: _____________”

लक्षित ग्राहक पहिचान **(Target Audience & User Persona)**

ग्राहक पहिचान गर्ने ५ प्रश्न

- मेरो ग्राहक को हो?
- ग्राहक कहाँ बस्छन् र के काम गर्छन्?
- ग्राहकले के समस्या भोगिरहेका छन्?
- ग्राहक कुन माध्यम (फेसबुक, TikTok) मा समय बिताउँछन्?
- ग्राहकले किन मलाई रोज्ने?

ग. लक्षित ग्राहक (उदाहरण)

विवरण	उत्तर
ग्राहकको नाम (उदाहरण)	सुजता थापा

उमेर	२५ वर्ष
स्थान	धनकुटा
पेशा	शिक्षक
समस्या	छालामा एलर्जी, प्राकृतिक सौन्दर्य सामग्री खोज्दै
रुचि	अर्ग्यानिक ब्यूटी प्रोडक्ट, सजिलो अर्डर
उपयोग गरिने प्लेटफर्म	फेसबुक, मेसेन्जर

घ. बजार रणनीति: मार्केटिङ च्यानल छनोट

प्रयोग गर्न सकिने च्यानलहरूको सूची

च्यानल	लक्ष्य समूह	लागत	विवरण
सामाजिक सञ्जाल बजारीकरण	१८–४५ वर्ष	कम	फेसबुक, टिकटक, इन्स्टाग्राम पोस्ट, रील
सिफारिस बजारीकरण	सबै	छुट/गिफ्ट	“२ जना ल्याउनुहोस्, छुट पाउनुहोस्” योजना
सामुदायिक संलग्नता	महिला समूह, किसान	मध्यम	सन्देश दिने कार्यक्रममा भाग लिने
दृश्य प्रचार	बजार, पसल	एकपटक लगानी	फोटो/भिडियो पोस्टर, प्याकेजिङ
अनलाइन विज्ञापन	अनलाइन ग्राहक	रु ५००–५०००	Facebook Boost, TikTok Boost
वेबसाइट / गुगल उपस्थिति	शहरी ग्राहक	उच्च	व्यावसायिक विवरण प्रचार

ङ. . ग्राहक यात्रा बुझ्ने **(Customer Journey)**

ग्राहकले तपाईंको व्यवसायको बारेमा पहिलो पटक कसरी थाहा पाउँछन्, कसरी खरिद गर्ने निर्णय गर्छन्, र किन दोहोर्याएर फिर्ता आउँछन्— यी सबै चरणहरूलाई बुझ्नु आवश्यक छ।

अभ्यास:

चरण	प्रश्न	तपाईंको उत्तर
चेतना	पहिलोपटक तपाईंको बारेमा कसरी थाहा पायो?	
रुचि	के कुराले चासो जाग्यो?	
निर्णय	किन तपाईंलाई रोज्यो?	
बिक्रीपछिको	सेवा पछि तपाईंले के गर्नुभयो?	

च . प्रतिस्पर्धी विश्लेषण **(Competitor Mapping)**

- कुन–कुन विकल्पहरू बजारमा छन्?
- उनीहरूले के राम्रो गरिरहेका छन्?
- तपाईंको सेवा/उत्पादन के मा फरक छ? (**Unique Selling Point**)

अभ्यास फारम:

- प्रतिस्पर्धी १: __________
- उनीहरूको बलियो पक्ष: __________
- मैले दिने थप मूल्य: __________

- प्रतिस्पर्धी 2: __________
- उनीहरूको बलियो पक्ष: __________
- मैले दिने थप मूल्य: __________

छ. मार्केटिङ लक्ष्य र बजेट **(Marketing Goals & Budget)**

श्रेणी	लक्ष्य	समय	बजेट (रु)

Facebook Post	हप्तामा ३ पटक	१ महिना	
Boost Post	२ पोस्ट	१ महिना	१०००
Referral Scheme	१० ग्राहक	१ महिना	५% छुट
Local Engagement	१ समुदाय कार्यक्रम	२ महिना	२०००

ब्रान्डिङ मार्केटिङ चेकलिस्ट: के–के तयारी भएको छ?

- मैले "Elevator Pitch" तयार गरेको छु।
- मेरो ब्रान्ड नाम, लोगो र कथा स्पष्ट छ।
- लक्षित ग्राहकको प्रोफाइल लेखेको छु।
- प्रयोग गर्न लाग्ने मार्केटिङ च्यानलहरू सूचीबद्ध छन्।
- कम्तीमा २ च्यानलमा साप्ताहिक रूपमा सक्रिय छु।
- मेरो सेवा/उत्पादनको फोटो/भिडियो छ।
- समुदाय वा साझेदारहरूसँगको कार्यक्रम सोचिएको छ।
- रेफरल अफर/छुट योजना बनाइएको छ।

३.८ श्रम तथा मानव स्रोत सम्बन्धी कानुनी पालना र त्यसको अवपालना गरेमा हुन सक्ने सम्भावित कानुनी असरहरू **(Labour and HR Compliance (Wage, Contract, Safety) and the Legal Consequences of Non-Compliance)**

श्रम तथा मानव संसाधन अनुपालन

श्रमिकहरूको कानुनी, नैतिक र निष्पक्ष व्यवहार सुनिश्चित गर्न, सबै उद्यमहरूले नेपालको श्रम ऐन र सम्बन्धित नियमहरूमा उल्लेख गरिएका निम्न श्रम अनुपालन मापदण्डहरूको पालना गर्नुपर्छ:

१. गैरकानूनी श्रम अभ्यासको निषेध

- कुनै पनि व्यक्तिले प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा कसैलाई पनि जबरजस्ती श्रममा लगाउन वा काममा राख्न पाउने छैन।
- राष्ट्रिय बाल श्रम कानुनको उल्लङ्घन हुने गरी कुनै पनि काममा बालबालिकालाई काममा लगाउन पूर्ण रूपमा निषेध गरिएको छ।

- धर्म, जाति, रङ्ग, लिङ्ग, वर्ण, जनजाति, भाषा, उत्पत्ति वा विचारधाराको आधारमा कुनै पनि प्रकारको रोजगारीमा भेदभाव गर्न पाइँदैन।

२. रोजगारी करार र काम गर्ने अवस्था

- सबै श्रमिकलाई लिखित रोजगारी करारमार्फत औपचारिक रूपमा काममा लगाउनुपर्छ।
- काम गर्ने समय प्रतिदिन ८ घण्टा र प्रति हप्ता ४८ घण्टाभन्दा बढी हुनु हुँदैन।
- श्रमिकहरूले निरन्तर ५ घण्टा काम गरेपछि न्यूनतम ३० मिनेटको आरामको समय पाउनुपर्छ।
- अतिरिक्त समयको काम प्रतिदिन ४ घण्टा र प्रति हप्ता २४ घण्टाभन्दा बढी हुनु हुँदैन र त्यसको क्षतिपूर्ति नियमित प्रतिघण्टा ज्यालाको १.५ गुणाले गर्नुपर्छ।

३. समान ज्याला र पारिश्रमिक

- लिङ्गको भेदभाव नगरी समान मूल्यको कामको लागि समान पारिश्रमिक प्रदान गर्नुपर्छ।
- प्रत्येक श्रमिकले आफ्नो धार्मिक वा सांस्कृतिक पर्वअनुसार एक महिनाको आधारभूत पारिश्रमिक बराबरको चाडपर्व भत्ता पाउनुपर्छ।

४. बिदाको सुविधा

- साप्ताहिक बिदा: प्रत्येक हप्ता एक दिन सशुल्क बिदा।
- सार्वजनिक बिदा: वार्षिक १३ दिन सशुल्क सार्वजनिक बिदा (अन्तर्राष्ट्रिय महिला श्रमिक दिवससहित महिला श्रमिकका लागि १४ दिन)।
- सट्टा बिदा: यदि कुनै श्रमिकले साप्ताहिक वा सार्वजनिक बिदामा काम गर्नुपरेमा, २१ दिनभित्र सो बराबरको बिदा दिनुपर्छ।
- घर बिदा: प्रत्येक २० दिन काम गरेपछि एक दिन सशुल्क बिदा।

५. बिमा र सुरक्षा दायित्व

- चिकित्सा बिमा: प्रति श्रमिक वार्षिक कम्तिमा रु. १,००,००० को बिमा।
- दुर्घटना बिमा: सबै प्रकारका दुर्घटनाका लागि प्रति श्रमिक कम्तिमा रु. ७,००,००० को बिमा।
- कार्यस्थल सुरक्षा: रोजगारदाताले सबै कर्मचारी र सम्बन्धित व्यक्तिहरूलाई समेट्ने गरी कार्यस्थल सुरक्षा र स्वास्थ्य नीति विकास, कार्यान्वयन र नियमित रूपमा अद्यावधिक गर्नुपर्छ।

६. सामान्य कार्यस्थल सुरक्षा दायित्व

सबै श्रमिकको भलाइ सुनिश्चित गर्न र सुरक्षित, उत्पादनशील काम गर्ने वातावरण सिर्जना गर्न, सबै रोजगारदाताले निम्न मापदण्डहरूको पालना गर्नुपर्छ:

- उचित सुरक्षा र स्वास्थ्यको व्यवस्था गरी सुरक्षित र स्वस्थ काम गर्ने वातावरण सुनिश्चित गर्ने।
- श्रमिकलाई हानि हुनबाट बचाउन सबै रासायनिक, भौतिक र जैविक पदार्थ वा उपकरणहरूलाई सावधानीपूर्वक भण्डारण, सञ्चालन र ढुवानी प्रोटोकलहरूसहित ह्यान्डल गर्ने व्यवस्था मिलाउने।
- विशेष गरी उपकरण र सामग्री प्रयोगका लागि उपयुक्त भाषामा सुरक्षा-सम्बन्धी जानकारी, सूचना र प्रशिक्षण प्रदान गर्ने।
- कार्यस्थलमा सुरक्षित र पहुँचयोग्य प्रवेश र निकास मार्गहरू सुनिश्चित गर्ने।
- आवश्यकताअनुसार व्यक्तिगत सुरक्षाका साधनहरू उपलब्ध गराउने।

२. क्षेत्र-विशेष श्रम व्यवस्था

क. चिया बगानका श्रमिकहरू

चिया उद्योगका रोजगारदाताहरूले निम्न कुराहरू गर्नुपर्छ:

- श्रमिक र उनीहरूका आश्रित परिवारका सदस्यहरूलाई स्थानीय आवासको अभाव भएमा बगानभित्रै पर्याप्त आवास उपलब्ध गराउने।
- श्रमिक र उनीहरूका आश्रितहरूलाई सामान्य चोटपटकका लागि निःशुल्क प्राथमिक उपचार र प्रशिक्षित स्वास्थ्यकर्मी उपलब्ध गराउने।
- नजिकै कुनै बजार नभएमा दैनिक उपभोग्य वस्तुहरूको उपलब्धता सुनिश्चित गर्ने।
- खेलकुद र मनोरञ्जनका सुविधाहरूको व्यवस्था गरी श्रमिक र उनीहरूका आश्रित परिवारका सदस्यहरूको भलाइलाई बढावा दिने।

ख. निर्माण क्षेत्रका श्रमिकहरू

निर्माण रोजगारदाताहरूले निम्न कुराहरू गर्नुपर्छ:

- कामको लागि पर्याप्त औजार, सामग्री र उपकरण उपलब्ध गराउने।
- यदि श्रमिकहरू निर्माण क्षेत्रबाहिरका भएमा अस्थायी आवास, स्वच्छ पिउने पानी र खाद्यान्नको व्यवस्था गर्ने।
- निर्माणस्थलमा उचित सुरक्षा संयन्त्रहरू सुनिश्चित गर्ने।
- ठेकेदार वा संस्थालाई औपचारिक रोजगारदाताको रूपमा मान्यता दिने।
- ज्याला र लाभहरू निर्धारण गर्दा ट्रेड युनियन र रोजगारदाता संघहरूलाई संलग्न गराउने।

ग. यातायात क्षेत्रका श्रमिकहरू

यातायात क्षेत्रका रोजगारदाताहरूले निम्न कुराहरू गर्नुपर्छ:

- लामो-दूरीको यात्राका लागि चक्रीय ड्राइभिङको लागि कम्तिमा दुई चालकहरूलाई काममा लगाउने।
- अन्तिम गन्तव्यमा पुग्नुअघि लामो-दूरीका चालकहरूको लागि आराम गर्ने ठाउँको व्यवस्था गर्ने।
- ८ घण्टाभन्दा बढी कामको लागि १.५ गुणा अतिरिक्त समयको ज्याला दिने वा यात्रा भत्ता, खाना भत्ता वा अतिरिक्त समयमध्ये एक छनोट गर्न दिने।
- गाडी बिग्रिएमा, खाली समयको लागि ५०% भत्ता दिने।
- सबै लामो-दूरीका गाडीहरूमा प्राथमिक उपचार किट उपलब्ध रहेको सुनिश्चित गर्ने।
- चालकहरूलाई ड्युटी सुरु हुनुभन्दा १२ घण्टा अगाडिदेखि यात्रा समाप्त नभएसम्म मदिरा सेवन गर्न निषेध गर्ने।
- सवारी साधनको स्वामित्व परिवर्तनका कारण रोजगारी समाप्त भएमा अवकाश लाभहरू प्रदान गर्ने।

घ. पर्यटन क्षेत्रका श्रमिकहरू

पर्यटन क्षेत्रका रोजगारदाताहरूले निम्न कुराहरू गर्नुपर्छ:

- कार्यस्थलमा प्राथमिक उपचार किट र चिकित्सा सामग्री उपलब्ध गराउने।
- श्रमिकको दुर्घटना वा स्वास्थ्य आपतकालिन अवस्थामा तुरुन्त उद्धार र उपचार सुनिश्चित गर्ने।
- फिल्ड भत्ता, खाना भत्ता वा १.५ गुणा अतिरिक्त समय पारिश्रमिकमध्ये एक छनोटको सुविधा दिने।
- सङ्कलित सेवा शुल्क/शुल्क (जस्तैः होटल वा जङ्गल सफारीमा) सामूहिक सम्झौताअनुसार बाँड्ने।

३. श्रम अधिकारको संरक्षण र कार्यान्वयन

निषेध र दण्ड

- यौन दुर्व्यवहार: यसलाई कडा रूपमा निषेध गरिएको छ; कार्यस्थल वा कामको समयमा हुने कुनै पनि दुर्व्यवहार कानुनी कारबाहीको विषय बन्नेछ।
- न्यूनतम ज्याला: कुनै पनि श्रमिकलाई न्यूनतम मासिक ज्यालाभन्दा कम (हाल रु. १७,३००) भुक्तानी गर्न पाइने छैन।

उजुरी र सम्बोधन

- प्रभावित व्यक्ति वा ट्रेड युनियनले आफ्नो सहमतिमा घटना भएको ६ महिनाभित्र उल्लङ्घन विरुद्ध उजुरी दिन सक्छन्।

- उजुरीहरू रोजगारी करारको उल्लङ्घन, भेदभाव, अनुचित श्रम अभ्यास वा प्रक्रियागत त्रुटिहरूसँग सम्बन्धित हुन सक्छन्।

४. जरिवाना र कानुनी प्रतिबन्ध

रोजगारदाता-विशेष दण्ड

अपराध	दण्ड
इजाजतपत्र बिना श्रमिकहरू आपूर्ति गर्ने वा त्यस्ता आपूर्तिकर्ता मार्फत कर्मचारीहरू काममा लगाउने	रु. २,००,००० सम्म जरिवाना
रोजगारीमा भेदभाव	रु. १,००,००० सम्म जरिवाना
नियुक्ति पत्र वा करार नदिएको	प्रति श्रमिक रु. १०,००० (रु. ५,००,००० सम्म)
न्यूनतम ज्यालाभन्दा कम पारिश्रमिक वा कानुन विपरीत गैरकानुनी कटौती	कटौती गरिएको रकम फिर्ता + क्षतिपूर्तिको रूपमा २ गुणासम्म रकम
झुटा बयान दिने, सरकारी अधिकारीहरूलाई अवरोध गर्ने	रु. २०,००० सम्म जरिवाना
प्रशिक्षार्थी/तालीमार्थीको हैसियतको दुरुपयोग	प्रति प्रशिक्षार्थी रु. १०,००० + नियमित रोजगार र सोहीअनुसारको पारिश्रमिक तथा सुविधा तिर्नुपर्ने
उपदान/निवृत्तिभरण/सामाजिक सुरक्षा कोषमा रकम जम्मा नगरेमा र चिकित्सा खर्च वा बिमाको लागि क्षतिपूर्ति नगरेमा	दण्डस्वरूप २ गुणासम्म क्षतिपूर्ति
अनुचित रूपमा कामबाट हटाउने वा सेवा अन्त्य गर्ने	यस्तो कार्यबाट अलग रहन र सुधार्न निर्देशन
श्रम अदालतको आदेश पालना नगरेमा वा ढिला गरेमा	रु. १,००,००० सम्म जरिवाना वा १ वर्षसम्म कैद

खण्ड ४: व्यवसाय विस्तार र वृद्धिको चरण (Business Growth & Expansion Phase)

४. व्यवसाय विस्तार र वृद्धिको चरण (Business Growth & Expansion Phase)

४.१ व्यवसाय विस्तार रणनीतिहरू (Scaling Strategies (Product/Service Based))

व्यवसाय विस्तार गर्नु भनेको सीधै नयाँ उत्पादन थप्ने वा ठूलो लगानी गर्ने मात्र होइन। यो त आफ्नो जग बलियो बनाएर, अनि ग्राहक र बजारमा भएको मागलाई राम्रोसँग बुझेर बिस्तारै अघि बढ्ने प्रक्रिया हो। विस्तारमा जानुअघि निम्न कुराहरूमा ध्यान दिनुहोस्:

सबै व्यवसायका लागि महत्त्वपूर्ण ७ कुरा:

१. सुरु गरेको काम राम्रोसँग चलिरहेको छ भनेर पक्का गर्नुहोस्। नयाँ काम थाल्नुअघि, तपाईंको अहिलेको व्यवसाय स्थिर चलेको छ कि छैन भनेर हेर्नुहोस्।

- गुणस्तर राम्रो छ?
- ग्राहक सन्तुष्ट छन्?
- आम्दानी–खर्चको हिसाब-किताब (रेकर्ड) मिलेको छ? यी आधारहरू बलियो छन् भने मात्रै विस्तारबारे सोच्नुहोस्।

२. नाफा–घाटा र ग्राहक बुझ्न सुरु गर्नुहोस्। कुन सामान वा सेवा बढी मन पराइन्छ? तपाईंको खर्च र आम्दानीको हिसाब कति छ? एउटा नोटबुकमा वा Excel मा लेख्ने बानी राख्नुहोस् — यसले तपाईंलाई कुन वस्तु लाभदायी छ र कहाँ सुधार गर्न सकिन्छ भनेर देखाउँछ।

३. विस्तार सानो बाटोबाट सुरु गर्नुहोस्। एकैपटक धेरै ठाउँमा फैलिनु जोखिमपूर्ण हुन सक्छ। बरु, नजिकको गाउँ/बजारमा सामान पठाउने, उत्पादन थोरै मात्र बढाउने वा एउटा नयाँ सेवा सुरु गर्ने बाटो रोज्नुहोस्। सुरुमा परीक्षण गर्नुहोस्, माग छ/छैन बुझ्नुहोस् अनि मात्र विस्तार गर्नुहोस्।

४. सबै काम आफैंले नगरी सहयोगी बनाउनुहोस्। व्यवसाय बढ्दै गएपछि तपाईं एक्लैले सबै काम गर्न सक्नुहुन्न। भरोसा लाग्ने एक–दुई जनालाई तालिम दिएर काममा लगाउनुहोस्, वा आंशिक समय (Part-time) का लागि कामदार राख्नुहोस्। स्थानीय उद्यमी फलैंचा, सहकारी वा अन्य व्यावसायिक संस्थासँग सम्पर्क राख्नुहोस् — यिनीहरूले सल्लाह, बजार वा ऋणको पहुँच दिलाउन सक्छन्।

५. आफ्नो व्यवसायको नाम, प्याकेजिङ र पहिचान सुधार गर्नुहोस्। साफ–सुथ्रो नाम, राम्रो प्याकेजिङ, सामानको जानकारी भएको लेबल — यिनले ग्राहकमा विश्वास जगाउँछ। महँगो ब्रान्डिङ होइन, सामान्य तर स्पष्ट प्रस्तुति नै बढी काम लाग्छ।

६. मासिक हिसाबकिताब हेर्ने बानी बसाल्नुहोस्। हरेक महिनाको अन्त्यमा समय छुट्याएर हेर्नुहोस्:

- कति बेच्यौं?
- के समस्या आयो?
- के राम्ररी चल्यो? यसरी नियमित समीक्षा गर्नाले समस्या आएपछि मात्रै होइन, समयमै सही निर्णय लिन सक्नुहुन्छ।

७. आवश्यकता पर्दा सहयोग माग्न नहिचकिचाउनुहोस्। पैसा, कच्चा पदार्थ वा सल्लाह — विस्तारका लागि धेरै कुरा चाहिन्छ। सहकारी, नगरपालिका, वा अन्य सरकारी/गैरसरकारी कार्यक्रमहरूमा पुग्नुहोस्। आफ्नो व्यावसायिक योजना र खर्च/आम्दानीको विवरण तयार राख्नुहोस् — यसले सहयोग पाउन सजिलो बनाउँछ।

सेवामा आधारित व्यवसायका लागि विशेष सुझावहरू:

सेवा व्यवसाय भनेको तपाईंको सीप, समय र प्रस्तुतिलाई बेच्ने कुरा हो। ग्राहकको विश्वास, राम्रो अनुभव र उनीहरू पुनः सेवा लिन आउनु नै सेवा व्यवसायको मुख्य आधार हो। विस्तार गर्नका लागि तलका कुरामा ध्यान दिनुहोस्:

१. सेवाहरूलाई प्याकेज बनाएर बेच्नुहोस् र मूल्य प्रस्ट राख्नुहोस्। एक/दुई सेवा छुट्टाछुट्टै दिनुभन्दा साना प्याकेज (समूह) बनाएर बेच्दा ग्राहकलाई आकर्षित गर्न सजिलो हुन्छ।

जस्तै:

- ब्युटी पार्लरले "दशैं स्पेशल फेसिअल (facial) प्याकेज" बनाउन सक्छ।
- ट्युसन सेन्टरले "मासिक गणित + विज्ञान कम्बो प्याकेज" बनाउन सक्छ।

यसरी प्याकेज बनाएर बेच्दा ग्राहकलाई के–के सेवा पाइन्छ भनेर बुझ्न सजिलो हुन्छ, र तपाईंको आम्दानी पनि स्थिर हुन्छ।

२. आफ्नो समयको सही व्यवस्थापन गर्नुहोस्। सेवा व्यवसायमा तपाईंको समय नै मुख्य सम्पत्ति हो। त्यसैले:

- ग्राहकको अपोइन्टमेन्ट अगाडि नै बुक गर्नुहोस्।
- हप्ताको तालिका बनाउनुहोस् र एकैपटक धेरै ग्राहकलाई नबोलाउनुहोस्।
- कागज वा डिजिटल क्यालेन्डर (पात्रो) प्रयोग गर्नुहोस्।

यसले तपाईंलाई व्यस्त र व्यावसायिक देखाउँछ, र ग्राहकको अनुभव पनि राम्रो हुन्छ।

३. सधैं नयाँ सीप र प्रविधि सिकिरहनुहोस्। सेवा व्यवसायमा तपाईंको सीप नै तपाईंको ब्रान्ड हो।

- आफ्नो सेवालाई अझ छिटो, राम्रो वा फरक बनाउन के–के नयाँ उपकरण वा तरिका आएका छन्, हेर्नुहोस्।

जस्तै:

- मोटरसाइकल मर्मत गर्नेले इलेक्ट्रिक स्कुटरको तालिम लिन सक्छन्।
- मोबाइल मर्मत गर्नेले नयाँ मोडलहरूको अनलाइन तालिम लिन सक्छन्।

सीप अद्यावधिक राखेपछि तपाईं प्रतिस्पर्धामा अगाडि रहनुहुन्छ।

४. जहाँ सम्भव छ, घरमै सेवा दिने व्यवस्था गर्नुहोस्। गाउँ वा टाढाका ठाउँमा जहाँ ग्राहक आफैं आउन सक्दैनन्, त्यहाँ 'घरमै सेवा' **(Doorstep Service)** दिने उपाय अपनाउनुहोस्।

जस्तै:

- घरमै ट्युसन पढाउने।
- सिउनको सामान घरबाट उठाउने र पुर्‍याउने।
- मर्मत सेवाको लागि फोनमा बोलाएपछि सेवा दिन जाने।

सुरुमा हप्तामा एक दिनका लागि मात्र यस्तो सेवा सुरु गर्नुहोस्। ग्राहकको प्रतिक्रिया हेरेर बिस्तारै विस्तार गर्नुहोस्।

४.२ व्यवसाय पिच गर्ने तरिका ***Business Pitching (pitching for grants, subsidy loans, investors, schemes)***

व्यवसाय पिच गर्नु भनेको तपाईंले आफ्नो व्यवसायको उद्देश्य, योजना र त्यसको सम्भावना अरूलाई स्पष्ट रूपमा बुझाउने प्रक्रिया हो — विशेषगरी जब तपाईं अनुदान, सहुलियत कर्जा वा लगानीको खोजीमा हुनुहुन्छ।"

पिचिङ भनेको केवल 'मलाई पैसा दिनुहोस्' भन्नु होइन, बरु 'मेरो योजना यति स्पष्ट, सम्भावनायुक्त र प्रभावकारी छ कि तपाईं पनि यसमा सहभागी हुन चाहनुहुन्छ' भन्ने विश्वास दिलाउने सशक्त प्रक्रिया हो।

कहिले आफ्नो योजना प्रस्तुत (पिच) गर्ने?

- व्यवसाय सुरु गर्न सहुलियत कर्जा खोज्दा।
- अनुदान वा स्टार्टअप प्रतिस्पर्धामा आवेदन दिने बेलामा।
- लगानीकर्ता वा business partner खोज्ने बेलामा।
- सरकारी योजनामा सहभागी हुने वा सहकार्यको प्रस्ताव गर्दा।

योजना तयार गर्दा ध्यान दिनुपर्ने ७ महत्त्वपूर्ण कुराहरू

S.No.	तत्व	के समावेश गर्ने?
१	समस्या	तपाईंको व्यवसायले कुन समस्या समाधान गर्छ? ग्राहकलाई के कठिनाइ छ?
२	समाधान	तपाईंको उत्पादन वा सेवा कसरी उपयोगी छ? किन यो नै उपयुक्त समाधान हो?
३	बजार/ग्राहक	तपाईंका मुख्य ग्राहक को–को हुन्? बजारको आकार कति छ? तपाईं कहाँ बेच्न चाहनुहुन्छ?
४	आम्दानी मोडेल	तपाईंले आम्दानी कसरी गर्नुहुन्छ? मूल्य निर्धारण कस्तो छ? मासिक वा वार्षिक अनुमानित आम्दानी कति हुन्छ?
५	प्रतिस्पर्धा र विशिष्टता	अरूले के गर्दैछन्? तपाईंको कुरा अरूभन्दा किन फरक वा राम्रो छ?
६	टिम र क्षमता	तपाईंको टिममा को-को छन्? तपाईंहरू किन सक्षम हुनुहुन्छ? सीप, अनुभव, स्थानीय ज्ञान आदि के छन्?
७	वित्तीय आवश्यकता र प्रयोग योजना	तपाईंलाई कति रकम चाहिएको हो? त्यो रकम कुन-कुन काममा खर्च हुने हो? (जस्तै: मेसिन, सामग्री, कर्मचारी, मार्केटिङ आदि)

प्रस्तुति (पिच) को ढाँचा कस्तो हुन सक्छ?

पिच डेक (चित्रसहितको) वा लिखित प्रस्तावपत्र (Concept Note/Proposal) मा यी कुराहरू समेट्नुपर्छ:

- व्यवसायको नाम, ठेगाना, इजाजत विवरण
- संक्षिप्त परिचय (१ अनुच्छेदमा)
- मुख्य उद्देश्य र समाधान गर्न खोजेको समस्या
- उत्पादन/सेवाको स्पष्ट विवरण
- ग्राहक र बजारको अवस्था
- आम्दानी–खर्चको सारांश तालिका (एक वर्षको अनुमान)
- व्यवसायको लक्ष्य (**Growth Target**)
- तपाईंलाई आवश्यक सहयोगको प्रकार कस्तो हो? (रकम, सामग्री, तालिम आदि)
- रकम/सहयोग प्राप्त भएपछि के गर्ने योजना छ? (कार्य योजना/**Action Plan**)
- लगानीकर्तालाई हुने फाइदा के हो? (यदि लगानी खोजिएको हो भने)

पिच गर्नुअघि के गर्ने?

- अभ्यास गर्नुहोस्: २ मिनेट, ५ मिनेट र १० मिनेटमा बोल्ने गरी तयारी गर्नुहोस्।
- संक्षिप्त र तथ्यमा आधारित कुरा मात्रै बोल्नुहोस्।
- आवश्यक कागजातहरू तयार राख्नुहोस्: व्यवसाय योजना, लागत तालिका, अनुमति कागजात, ID, PAN, वित्तीय अनुमान आदि।
- आफ्नो कमजोरी (चुनौती) पनि इमानदारीपूर्वक भन्नुहोस्, तर त्यसको समाधानको बाटो पनि देखाउनुहोस्।

पिच गर्दा के कुरामा जोड दिने?

- समस्या स्पष्ट हुनु जरुरी छ। (**Problem first** सिद्धान्त लागू गर्नुहोस्)।
- पिच सुनाउने व्यक्तिले आफैं आत्मविश्वासका साथ बोल्नुपर्छ।
- तपाईंको योजना कति व्यवहारिक छ, र त्यसको सकारात्मक प्रभाव कस्तो हुन्छ भन्नुहोस्।
- लक्ष्य अनुसार आफ्नो प्रस्ताव र भाषा मिलाउनुहोस्:
    - लगानीकर्तालाई लाभ (नाफा)/फाइदा को कुरामा जोड दिनुहोस्।
    - सरकारी निकाय वा बैंकलाई पारदर्शिता, रोजगारी सिर्जना, वा समाजीक प्रभावको कुरा गर्नुहोस्।

यदि पिच सफल भएन भने?

- प्रतिक्रिया (**Feedback**) माग्नुहोस्: "म कुन कुरामा सुधार गर्न सक्छु?" भनेर सोध्नुहोस्।

- पिचलाई अद्यावधिक गर्नुहोस् र फेरि प्रयास गर्नुहोस्।

Pitch Deck Template : link

४.३ लगानीकर्ता खोज्ने तरिका (How to Find and Approach Investors)

व्यवसाय बढाउन लगानी आवश्यक पर्दा, तपाईंले सबैभन्दा पहिले सोच्नुपर्ने कुरा के हो भने — "मलाई लगानी किन चाहिएको हो?"

त्यसपछि मात्र — "म कसरी र कहाँबाट लगानी पाउन सक्छु?"

लगानीको आवश्यकता कहिले पर्छ?

- उत्पादन वा सेवा विस्तार गर्न।
- नयाँ उपकरण वा प्रविधिमा लगानी गर्न।
- थप कर्मचारी वा शाखा सञ्चालन गर्न।
- वर्किङ क्यापिटल (दैनिक कार्य सञ्चालन खर्च, जस्तैः सामग्री किन्ने, अग्रिम भुक्तानी गर्ने आदि) का लागि।

लगानीकर्ताले के कुरामा ध्यान दिन्छन्?

हेर्ने कुरा	के सोध्छन् वा हेर्छन्?
व्यवसायको सम्भाव्यता	बजार छ कि छैन? ग्राहकहरू आकर्षित हुन्छन् कि हुँदैनन्?
रकमको प्रयोग	तपाईंले मागेको रकम कहाँ र कसरी खर्च हुन्छ?
टिम र सीप	तपाईंको टिममा काम गर्न सक्ने, बुझ्ने र जिम्मेवारी लिने व्यक्तिहरू छन् कि छैनन्?
जोखिम र प्रतिफल (Return)	उनीहरूले लगानी गरेपछि के फाइदा हुन्छ? यसमा जोखिम कति छ?
वित्तीय पारदर्शिता	तपाईंको आम्दानी-खर्च, नाफा-नोक्सान, कर रेकर्ड कस्तो छ?
उद्योग–क्षेत्रको प्रवृत्ति	तपाईंको व्यवसायको क्षेत्र अहिलेको आवश्यकता अनुसार अपडेट छ कि छैन?

लगानीकर्ता कहाँ भेटिन्छन्?

प्रकार	कहाँ खोज्ने?
व्यक्तिगत लगानीकर्ता (Angel Investor)	स्थानीय सफल व्यवसायी, प्रवासी (विदेशमा रहेका) समुदाय, परिचित सञ्जाल(नेटवर्क) मार्फत।
संस्थागत लगानीकर्ता (Venture Capital / Private Equity)	स्टार्टअप कार्यक्रम, उद्यमी प्रतियोगिता, लगानी सम्मेलनहरूमा।
सहकारी वा बैंकको लगानी साझेदारी	यदि व्यवसायले सामाजिक प्रभाव पार्छ भने सहकारीसँग साझेदारी सम्भव हुन्छ।
सरकारी वा विकास साझेदारको कोष (Matching Fund / Startup Fund)	प्रदेश/नगर सरकार, **Innovation Lab**, **Youth Enterprise** (युवा उद्यम) कार्यक्रमहरूमा।
उद्यमी फलैंचासञ्जाल	तपाईंको नगरपालिकाभित्र अन्य व्यवसायहरूसँग सहकार्य, सिफारिस वा भेटघाट गरेर।

लगानीकर्तासँग कसरी सम्पर्क गर्ने?

१. पहिला राम्रोसँग रिसर्च गर्नुहोस्:

- त्यो लगानीकर्ता कुन क्षेत्र रुचाउँछन्?
- अघिल्ला लगानी केमा गरेका छन्?

२. व्यवसाय योजना र प्रस्ताव तयार पार्नुहोस्:

- संक्षिप्त र स्पष्ट प्रस्ताव **(Proposal)**/पिच डेक तयार पार्नुहोस्।
- आफ्ना वित्तीय अनुमानहरू पारदर्शी बनाउनुहोस्।

३. सम्पर्क गर्दा ध्यान दिने कुरा:

- "हामीले तपाईंको लगानीबाट यति ठूलो परिणाम निकाल्नेछौं" भन्ने आत्मविश्वासपूर्ण तरिकाले कुरा गर्नुहोस्।
- इमानदारीका साथ आफ्ना चुनौतीहरू पनि भन्नुहोस्, तर त्यसको समाधानको योजना पनि देखाउनुहोस्।
- प्रारम्भिक इमेल/पिच छोटो र प्रभावशाली बनाउनुहोस्।

४. भेटको तयारी गर्नुहोस्:

- लगानीकर्ताले सोध्न सक्ने प्रश्नहरूको उत्तर अभ्यास गर्नुहोस्।
- यदि वित्तीय हिसाबमा कुनै कमजोरी छ भने स्पष्ट रूपमा भन्नुहोस् र त्यसलाई सुधार गर्ने योजना राख्नुहोस्।

५. पिचपछि पनि सम्बन्ध कायम राख्नुहोस्:

- फिर्ता गरे पनि फीडब्याक (प्रतिक्रिया) माग्नुहोस्।
- नियमित अपडेट पठाइरहनुहोस्: "हामीले यो सुधार गर्यौं, अब हामी यो चरणमा छौं" भनेर जानकारी दिनुहोस्।

महत्त्वपूर्ण सुझावहरू:

- पहिले आफ्नो व्यवसायलाई लगानी–योग्य बनाउन काम गर्नुहोस्।
- लगानीकर्ताले खोज्ने ३ मुख्य कुरा: १. पारदर्शिता २. सम्भाव्यता (व्यवसाय बढ्ने क्षमता) ३. भरोसा (टिमप्रतिको विश्वास)

४.४ मार्गदर्शन सेवा र विज्ञको सहयोग (Mentorship: When and How + Access to Mentors)

व्यवसाय गर्दा सबै कुरा एक्लैले जान्न र गर्न सम्भव हुँदैन। धेरै पटक समस्या के हो भनेर चिन्न सकिन्छ, तर समाधान कहाँ छ भन्ने थाहा हुँदैन। यस्तो अवस्थामा अनुभवी व्यक्ति **(Mentor)** वा विज्ञ **(Expert)** को सल्लाहले तपाईंको व्यवसायमा ठूला परिवर्तन ल्याउन सक्छ।

मार्गदर्शन कहिले चाहिन्छ?

अवस्था	मार्गदर्शन किन आवश्यक?
व्यवसाय सुरु गर्न लाग्दा	प्रक्रिया, अनुमतिपत्र, बजारको अनुमान बुझ्न।
विस्तार गर्न लाग्दा	लगानी व्यवस्थापन, स्रोत व्यवस्थापन, जोखिम मूल्याङ्कन गर्न।
चुनौती वा समस्या आइपर्दा	समाधान खोज्न, वैकल्पिक उपाय र नयाँ तरिकाहरू जान्न।
सरकारी वा लगानीकारी प्रस्ताव बुझ्न	फारम भर्न, कर बुझाउन, लगानीका लागि आफ्नो योजना प्रस्तुत गर्न (पिच गर्न)।
नयाँ प्रविधि वा प्रवृत्ति अपनाउन	मार्केटिङ, अनलाइन बिक्री, उपकरण चयन आदिमा जानकारी लिन।

मार्गदर्शक भनेको को हो?

- मार्गदर्शक **(Mentor):** यस्तो अनुभवी व्यक्ति हो जसले तपाईंको व्यवसायलाई नजिकबाट अवलोकन गर्छ, सुझाव दिन्छ र कहिलेकाहीँ सम्बन्ध र सञ्जाल **(Network)** पनि जोडिदिन्छ।
- विज्ञ **(Expert):** कुनै एउटा विषय (जस्तैः वित्तीय योजना, कर, डिजिटल मार्केटिङ) मा गहिरो ज्ञान भएका व्यक्ति हुन्।

मार्गदर्शन लिनुअघि तपाईं आफैंले गर्नुपर्ने तयारी:

मार्गदर्शक वा विज्ञसँग भेट्नुअघि निम्न कुराहरू स्पष्ट रूपमा लेखेर लैजानुहोस्:

- तपाईंलाई के समस्या आइरहेको छ? (स्पष्ट रूपमा लेख्नुहोस्)
- तपाईंको व्यवसायको हालको स्थिति के हो? (जस्तैः आम्दानी, ग्राहक संख्या, स्थान)
- तपाईंले अहिलेसम्म के-के प्रयास गर्नुभयो?
- तपाईंको उद्देश्य/लक्ष्य के हो?

यी तयारीले मार्गदर्शकलाई तपाईंको अवस्थाबारे बुझ्न सजिलो हुन्छ र उहाँले सही सल्लाह दिन सक्नुहुन्छ।

मार्गदर्शक वा विज्ञ कहाँ पाउने?

स्रोत	पाउने तरिका
उद्यमी फलैंचा	संयोजकसँग कुरा गर्नुहोस्, उहाँहरूसँग मार्गदर्शनका लागि सूची वा सञ्जाल हुन सक्छ।
स्थानीय सहकारी, चेम्बर, उद्योग वाणिज्य संघ	उनीहरू मार्फत अनुभवी व्यवसायीहरूसँग भेट्ने अवसर पाउन सकिन्छ।
इन्क्युबेटर वा स्टार्टअप सहयोग कार्यक्रमहरू	यस्ता कार्यक्रमहरूमा सहभागी भएर विशेषज्ञ भेटिन्छ।
सोसल मिडिया वा प्राविधिक प्लेटफर्म	फेसबुक/लिंक्डइनमा "**Business Mentor Nepal**" वा उद्यम समूहहरू खोज्नुहोस्।

बैंक वा फाइनान्स कम्पनीका परामर्श शाखा	उनीहरूले कहिलेकाहीँ प्राविधिक सल्लाह दिने सेवा पनि उपलब्ध गराउँछन्।

कसरी राम्रो मार्गदर्शन प्राप्त गर्ने?

- खुला रूपमा कुरा गर्नुहोस्: तपाईं के जान्न चाहनुहुन्छ, स्पष्ट भन्नुहोस्।
- मार्गदर्शकको समयको कदर गर्नुहोस्: सल्लाह लिएपछि धन्यवाद दिनुहोस्।
- सल्लाहलाई एकैचोटि लागू गर्न हतार नगर्नुहोस्, प्राथमिकता अनुसार कार्य गर्नुहोस्।
- सल्लाह अनुसार सुधार गरेपछि आएको नतिजा (प्रतिफल) बारे पुनः जानकारी दिनुहोस् — यसले सम्बन्ध बलियो बनाउँछ।

सुझाव: तपाईंले पहिले तयार पारेको व्यवसाय योजना वा उद्यमी मूल्याङ्कन फारम लैजानुहोस् — यसले मार्गदर्शकलाई तुरुन्त सहयोग गर्न सजिलो हुन्छ। मार्गदर्शक वा विज्ञ खोज्न हिचकिचाउनु हुँदैन — "एक राम्रो सल्लाहले वर्षौंको गल्तीबाट बचाउँछ।"

खण्ड ५. व्यवसाय दर्ता खारेजी प्रक्रिया (*Process of Business Dissolution)*

५ . व्यवसाय दर्ता खारेजी प्रक्रिया (*Process of Business Dissolution)*

५.१ व्यवसाय दर्ता खारेजी प्रक्रिया

कम्पनी भनेको एउटा छुट्टै अस्तित्व हो| कम्पनी ऐन, २०६३ **(Companies Act 2006)** अनुसार, कम्पनी भनेको एउटा छुट्टै कानुनी व्यक्ति **(separate legal entity)** हो। तपाईंले कम्पनी चलाउन छोडे पनि, त्यसलाई औपचारिक रूपमा (formally) खारेज नगरेसम्म कानुनी रूपमा त्यो 'जीवित' नै रहन्छ। तपाईंले पसलको सटर लगाएर हिँडे जस्तो मात्र गरेर हुँदैन।

१. औपचारिक बन्द प्रक्रिया अनिवार्य छ

- कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय **(OCR)** ले कम्पनीको दर्ता औपचारिक रूपमा रद्द **(formally cancel)** नगरुन्जेलसम्म तपाईँको कम्पनी कागजी रूपमा 'बाँचेकै' हुन्छ।
- **OCR** बाट कम्पनी खारेज गराउन तीन तरिका छन्:
    1. स्वैच्छिक खारेजी **(Voluntary Liquidation):** सञ्चालकहरू आफैँले निर्णय गरेर बन्द गर्ने।
    2. अनिवार्य खारेजी **(Compulsory Liquidation):** ऋणदाता वा अरू कसैको उजुरीले अदालतले बन्द गर्न लगाउने।
    3. प्रशासनिक खारेजी **(Administrative Strike-off):** कम्पनी ऐन पालना नगरेकोले OCR आफैँले खारेज गरिदिने।

२. नखारेज गरे के हुन्छ? **(Penalty and Liabilities)**

- तपाईंको व्यापार रोकिए पनि, जबसम्म कम्पनी औपचारिक रूपमा खारेज हुँदैन, तबसम्म तपाईंले प्रत्येक वर्ष गर्नुपर्ने वार्षिक प्रतिवेदन बुझाउन **(annual returns)** र कर तिर्ने **(pay taxes)** कानुनी दायित्व **(legal obligation)** बाँकी नै रहन्छ।
- राम्रोसँग खारेज नगरेमा, वर्षौंसम्म जरिवाना **(penalties),** दण्ड **(fines),** र करको दायित्व **(tax liabilities)** जम्मा भइरहन्छन्।
- सहि तरिकाले खारेजी **(liquidation)** गर्नाले तपाईंलाई कानुनी सुरक्षा मिल्छ। नत्र पछि कुनै ऋणदाता **(creditor)** वा कर कार्यालय **(tax office)** ले दाबी (claims) गर्न सक्छन्।

३. साना र ठूला कम्पनीका लागि बन्द प्रक्रिया

- नेपालमा कम्पनीहरू 'अनौपचारिक रूपमा' (informally) बन्द गर्न मिल्दैन। चाहे ठूलो होस् वा सानो, **OCR** मा दर्ता भएका सबै कम्पनीले कानुनी प्रक्रिया पुरा गर्नुपर्छ।
- खारेजी **(Liquidation)** नै कम्पनीलाई कानुनी रूपमा बन्द गर्ने र दर्ता रद्द गर्ने मान्यता प्राप्त प्रक्रिया हो।

क. **OCR** मा दर्ता भएका कम्पनीका लागि (ठूलो/सानो सबै)**:**

- सानो कम्पनीले पनि यो प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्छ:
    - विशेष प्रस्ताव पारित गर्ने **(Pass a special resolution)**।
    - कर चुक्ता प्रमाणपत्र लिने **(Obtain a tax clearance certificate)**।
    - लिक्विडेटर नियुक्त गर्ने **(Appoint a liquidator)**।
    - खारेजी प्रतिवेदन बुझाउने **(Submit liquidation reports)**।
    - अन्तिममा, कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय **(OCR)** बाट औपचारिक दर्ता रद्द गराउने।

ख. स्थानीय निकाय वा घरेलुमा दर्ता भएका साना व्यवसायका लागि **(Cottage/Small Industries):**

- वडा कार्यालय वा घरेलु तथा साना उद्योग विभाग **(Department of Cottage and Small Industries)** मा दर्ता भएका साना व्यवसायलाई माथिको जस्तो जटिल **(formal)** खारेजी प्रक्रिया चाहिँदैन।
- उनीहरूले आफ्नो स्थानीय सरकारको कर/शुल्क तिरेर, सम्बन्धित नगरपालिका वा वडा कार्यालय बाट कर चुक्ता प्रमाणपत्र लिन्छन्।
- त्यसपछि वडा कार्यालय वा घरेलु विभाग लाई औपचारिक सूचना **(formally notifying)** दिएर दर्ता रद्द गराउन सक्छन्।
- यो प्रक्रिया कम कानुनी झन्झट **(fewer legal procedures)** र कम खर्चिलो हुन्छ र OCR को तुलनामा छिटो गर्न सकिन्छ।

५.२ **OCR** मा जानुअघि गर्नुपर्ने तयारी **(Pre-Closure Checklist)**

कम्पनी खारेज गर्नुअघि तपाईंले यी ६ मुख्य कामहरू अनिवार्य रूपमा पूरा गर्नुपर्छ:

१. औपचारिक निर्णय गर्नुस् **(Formal Decision)**

- कम्पनी बन्द गर्ने कुराको औपचारिक निर्णय **(Formal Decision)** गर्नुपर्छ।
- यसका लागि सञ्चालक समिति **(Board of Directors)** र शेयरधनीहरूको **(Shareholders)** बैठक बोलाउनुपर्छ।
- उक्त बैठकबाट कम्पनी बन्द गर्ने विशेष प्रस्ताव **(Special Resolution)** पारित गराउनुपर्छ।

२. सबै बक्यौता चुक्ता गर्नुस् **(Clear All Dues)**

- कम्पनीको नाममा रहेका सबै ऋण र तिर्न बाँकी रकम तिरेर हिसाब क्लियर गर्नुपर्छ।

- जस्तै: बैंक ऋण, साहुलाई तिर्नुपर्ने रकम **(Vendor payments)**, कर्मचारीको तलब **(Employee salaries)**, र सरकारी दस्तुर/शुल्क **(Government dues)।**
- करसम्बन्धी सम्पूर्ण दायित्व **(Tax obligations)** अनिवार्य रूपमा चुक्ता गर्नुपर्छ।

३. कर चुक्ता प्रमाणपत्र लिनुस् **(Get a Tax Clearance Certificate)**

- कम्पनी बन्द गर्नुअघि आन्तरिक राजस्व विभाग **(IRD)** मा गएर कर चुक्ता प्रमाणपत्र **(Tax Clearance Certificate)** लिनै पर्छ।
- यसले अब कम्पनीको कुनै पनि कर तिर्न बाँकी छैन भन्ने कुराको प्रमाण दिन्छ। यो प्रमाणपत्र **OCR** मा बुझाउन जरुरी छ।

४. लिक्विडेटर नियुक्त गर्नुस् **(Appoint a Liquidator)**

- कम्पनी बन्द गर्ने सम्पूर्ण प्रक्रिया व्यवस्थापन गर्ने एक जना लिक्विडेटर **(Liquidator)** (प्रायः दर्तावाला व्यक्ति) नियुक्त गर्नुपर्छ।
- लिक्विडेटरले:
  - कम्पनीको सम्पत्तिहरू बेच्ने **(sell assets)** (यदि छन् भने)।
  - बाँकी ऋण तिर्ने।
  - कम्पनी बन्द सम्बन्धी आवश्यक प्रतिवेदन **(reports)** तयार गर्ने।

५. **OCR** मा निवेदन दिनुस् **(Apply to the OCR)**

- माथिका सबै काम सकिएपछि, कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय **(OCR)** मा औपचारिक निवेदन **(Official application)** दिनुपर्छ।
- निवेदनसँगै सबै आवश्यक कागजातहरू (जस्तै: विशेष प्रस्ताव, कर चुक्ता प्रमाणपत्र, लिक्विडेटरको प्रतिवेदन, वित्तीय विवरणहरू) अनिवार्य रूपमा बुझाउनुपर्छ।
- OCR ले सार्वजनिक सूचना **(public notice)** प्रकाशित गरी कसैलाई (खासगरी ऋणदाताहरूलाई) कम्पनी बन्द गर्ने विषयमा आपत्ति **(objections)** छ कि भनेर सोध्छ।

६. अन्तिम खारेजी र दर्ता रद्द **(Final Closure and Cancellation)**

- यदि तोकिएको समयभित्र कसैको आपत्ति आएन र सबै कागजात पूरा भयो भने, **OCR** ले तपाईंको कम्पनीको दर्ता औपचारिक रूपमा रद्दगरिदिन्छ।
- यो सूचना जारी भएपछि मात्र तपाईंको कम्पनी कानुनी रूपमा पूर्ण बन्द हुन्छ र भविष्यमा तपाईंको कानुनी दायित्व **(legal obligations)**बाँकी रहँदैन।

५.३ OCR मा बुझाउनुपर्ने मुख्य कागजातहरू

- सञ्चालक र शेयरधनीको विशेष प्रस्तावको प्रमाणित प्रतिलिपि।
- लिक्विडेटर नियुक्ति पत्र।
- वित्तीय विवरण र सम्पत्ति/दायित्वको प्रतिवेदन।
- कर चुक्ता प्रमाणपत्र।
- लिक्विडेटरको प्रारम्भिक र अन्तिम प्रतिवेदन।
- कम्पनी रद्दको लागि निवेदन फारम र सरकारी दस्तुर **(Fees)**।

सबै कुरा रुजु (verify) भएपछि, OCR ले ऋणदाताहरूलाई आपत्ति जनाउन ३५ दिनको समय दिँदै सार्वजनिक सूचना निकाल्छ। त्यसपछि मात्र अन्तिम खारेजी सूचना **(Official Cancellation Notice)** जारी हुन्छ।

कम्पनी बन्द गर्दा यी चरणहरू पालना गर्दा सबै हिसाबकिताब क्लियर हुन्छ र तपाईं भविष्यको कानुनी झन्झटबाट मुक्त हुनुहुन्छ।

५.४ कम्पनी खारेजीका कानुनी आधारहरू

कम्पनी बन्द गर्ने प्रक्रिया कम्पनीको आर्थिक अवस्था (ऋण तिर्न सक्ने/नसक्ने) र कानुनी प्रकार (कम्पनी वा साझेदारी) मा निर्भर गर्दछ:

- कम्पनी ऐन, २०६३: ऋण तिर्न सक्ने सबल **(Solvent)** कम्पनीलाई स्वैच्छिक रूपमा खारेज **(Voluntary Liquidation)** गर्ने प्रक्रिया यो ऐनले तोकेको छ।
- दामासाही ऐन, २०६३: ऋण तिर्न नसक्ने **(Insolvent)** कम्पनीको हकमा अनिवार्य खारेजी **(Compulsory Liquidation)** वा दिवालियापनको प्रक्रिया यो ऐनले हेर्छ, जुन अदालतको नेतृत्वमा हुन्छ।
- साझेदारी ऐन, २०२० **(The Partnership Act, 1964):** साझेदारी (Partnership) फर्म बन्द गर्नको लागि यसको प्रयोग हुन्छ। आपसी समझदारी, सूचना, अवधि सकिएर वा विवादको अवस्थामा अदालतको आदेशले साझेदारी फर्म बारे यो ऐनले व्यवस्था गर्छ।

१. कम्पनी ऐन, २०६३ **(Voluntary Liquidation)**

कम्पनी ऐनको परिच्छेद १० ले ऋण तिर्न सक्ने कम्पनीलाई स्वैच्छिक खारेजी मा जाने बाटो देखाउँछ।

क. स्वैच्छिक खारेजीको सुरुवात (दफा १२६):

- ऋण तिर्न सक्ने कम्पनी **(Solvent company)** मात्र यो बाटोमा जान सक्छ।
- सर्तहरू:

    - कम्पनीविरुद्ध दिवालियापनसम्बन्धी कुनै मुद्दा विचाराधीन नभएको हुनुपर्ने।
    - सञ्चालकहरूले एक वर्षभित्र सबै ऋण चुक्ता गर्न सकिने भनी लिखित घोषणा **(written declaration)** गर्नुपर्ने।
    - यो घोषणा साधारण सभामा प्रस्तुत गर्नुपर्ने।
    - साधारण सभा बाट कम्पनी खारेज गर्ने विशेष प्रस्ताव पारित गराउनुपर्ने।
- विशेष प्रस्ताव र सञ्चालकको घोषणा ७ दिनभित्र कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय **(OCR)** मा बुझाउनुपर्छ।

ख. लिक्विडेटरको नियुक्ति र जिम्मेवारी (दफा १२७):

- स्वैच्छिक खारेजीको निर्णय भएपछि लाइसेन्स प्राप्त लिक्विडेटर र लेखा परीक्षक **(Auditor)** नियुक्त गर्नुपर्छ।
- नियुक्त भएपछि:
    - लिक्विडेटरले कम्पनीको पूर्ण नियन्त्रण लिन्छन्, सञ्चालकहरूको काम स्वतः समाप्त हुन्छ।
    - कर्मचारीको सेवा स्वतः अन्त्य हुन्छ (तर लिक्विडेटरले आवश्यक परे पुनः काममा लगाउन सक्छन्)।
    - लिक्विडेटर नियुक्त भएको ७ दिनभित्र **OCR** मा जानकारी गराउनुपर्छ।
    - खारेजीको काम तोकिएको समयभित्र सक्नुपर्छ, आवश्यक परे समय थप्न मिल्छ।

ग. ऋणदाताका हकमा दिवालियापन ऐन लागू हुने (दफा १२८):

- स्वैच्छिक खारेजीकै बेला पनि यदि कसैले 'म ऋणदाता हुँ' भनी दाबी गर्यो भने, त्यो दाबी कम्पनी ऐनले होइन, दिवालियापन ऐन, २०६३ ले तोकेअनुसार निरूपण **(decided)** हुन्छ।
- यसको अर्थ ऋणदाताका हक, दाबीको प्रमाण, सम्पत्ति वितरणको प्राथमिकता जस्ता विषयमा दिवालियापन ऐनका दफा २, ३५, ३६-३८, ५६-६० आदि नियमहरू लागू हुन्छन्।

घ. अवस्था परिवर्तन भएमा (दफा १२९):

- यदि स्वैच्छिक खारेजी सुरु भएपछि लिक्विडेटरले कम्पनीले सबै ऋण तिर्न सक्दैन भन्ने पत्ता लगाएमा:
    - स्वैच्छिक खारेजीको प्रक्रिया रोकिन्छ।
    - लिक्विडेटरले तुरुन्तै ऐन अनुसार अदालतमा दामासाहीको कारबाही **(Insolvency proceedings)** सुरु गर्न निवेदन दिनुपर्छ।

ङ. लिक्विडेटरको नियन्त्रण र कर्तव्यहरू (दफा १३०/१३१):

- लिक्विडेटरको कम्पनीको सम्पत्ति, खाता र रेकर्ड माथि पूर्ण नियन्त्रण रहन्छ।

- लिक्विडेटरको मुख्य कामहरू:
    - कम्पनीलाई आउनुपर्ने रकम र सम्पत्ति उठाउने **(recovering assets)।**
    - सबै ऋणदाताको ऋण चुक्ता गर्ने।
    - प्रत्येक ६ महिनामा आम्दानी/खर्चको विवरण **OCR** र शेयरधनीहरू लाई बुझाउने।
    - सबै दायित्व तिरेपछि बाँकी रहेको सम्पत्ति शेयरधनीहरूलाई वितरण **(distribution)** गर्ने। यसका लागि ७५% शेयरधनीको सहमति चाहिन्छ।
    - काम सकिएपछि अन्तिम प्रतिवेदन लेखा परीक्षकको प्रतिवेदनसहित **OCR** मा बुझाउने।

च**.** दर्ता रद्द गर्ने प्रक्रिया **(**दफा १३२**):**

- OCR ले लिक्विडेटरको अन्तिम प्रतिवेदन प्राप्त गरेपछि औपचारिक रूपमा कम्पनीको दर्ता रद्द गर्छ र कम्पनीको नाम रजिष्टरबाट हटाउँछ **(striking its name off)।**
- त्यसपछि राष्ट्रिय दैनिक पत्रिका मा कम्पनी खारेज भएको सार्वजनिक सूचना प्रकाशित हुन्छ।
- यदि **दामासाही** ऐन अनुसार खारेजी भएको भए पनि लिक्विडेटरले OCR मा अनिवार्य जानकारी गराउनुपर्छ।

छ**.** नेपाल सरकारको विशेष मताधिकार **(**दफा ३०**(**७**)(**ख**)):**

- यदि कम्पनी नेपाल सरकारबाट पूर्ण वा आंशिक रूपमा निजीकरण **(privatized)** भएको हो भने, कम्पनीको प्रबन्धपत्र **(articles of association)** अनुसार स्वैच्छिक खारेजी गर्ने निर्णयमा नेपाल सरकारको विशेष मताधिकार सुरक्षित रहन्छ।
- यसको अर्थ सरकारको लगानी रहेसम्म सरकारको सहमतिबिना कम्पनी स्वैच्छिक रूपमा बन्द गर्न पाइँदैन।

२**. दामासाही** ऐन**,** २०६३ **(**अनिवार्य खारेजी**)**

दामासाही ऐन, २०६३ ले कम्पनी सञ्चालन गर्न नसकिने **(Insolvent)** अवस्थामा पुगेपछि त्यसलाई कसरी अनिवार्य रूपमा खारेज **(Compulsory Liquidation)** गर्ने भन्नेबारे कानुनी बाटो देखाउँछ। यो प्रक्रिया अदालत **(Court)** को नेतृत्वमा सुरु हुन्छ।

क**. दामासाही**को निवेदन दिन सक्नेहरू **(**दफा ४**):**

कम्पनी दिवालिया **(insolvent)** भयो भन्ने लागेमा यी व्यक्ति वा संस्थाले अदालतमा निवेदन दिन सक्छन्:

- कम्पनी आफैंले (सञ्चालकहरूले)।
- कम्पनीको कुल ऋण **(total debt)** को कम्तीमा १०% हिस्सा बोकेका ऋणदाताहरू **(Creditors)।**

- कम्पनीको कुल शेयर को कम्तीमा ५% शेयर भएका शेयरधनीहरू **(Shareholders)**।
- कम्पनीको कुल डिबेन्चर **(Debentures)** को कम्तीमा ५% हिस्सा भएका डिबेन्चरवालाहरू।
- कम्पनीको लिक्विडेटर (जसले स्वैच्छिक खारेजीमा काम गरिरहेको थियो, तर कम्पनी ऋणमा डुबेको पाए)।
- केही विशेष व्यवसायका हकमा नियामक निकाय **(Regulatory body)**।

निवेदन गर्नुअघि ध्यान दिनुपर्ने: कम्पनीलाई ऋण तिर्न औपचारिक माग **(formally demanding)** गरेको ३५ दिनको सूचना अवधि सकिएको हुनुपर्छ। निवेदनमा दिवालिया हुनुको कारण, वित्तीय जानकारी, र प्रमाण (लेखापरीक्षण प्रतिवेदन, ऋण विवरण आदि) अनिवार्य रूपमा समावेश गर्नुपर्छ।

ख. अदालतको छानबिन आदेश र अधिकारी नियुक्ति **(**दफा १० र १३**):**

- निवेदन परेपछि अदालत ले दिवालियापन कारबाही **(insolvency proceedings)** सुरु गर्न आदेश दिन सक्छ (दफा १०)।
- त्यसपछि, कम्पनीको वित्तीय अवस्था स्वतन्त्र रूपमा मूल्याङ्कन गर्न छानबिन अधिकारी **(Inquiry Officer)** नियुक्त गरिन्छ (दफा १३)।
- छानबिन अधिकारीको मुख्य काम:
    - कम्पनीको अवस्था सुधार गर्न नसकिने भएर सिधै खारेज गर्नुपर्ने हो कि?
    - थप छानबिनका लागि समय दिनुपर्ने हो कि?
    - खारेज गर्नुको सट्टा कम्पनीलाई पुनर्संरचना **(restructured)** गर्न सकिन्छ कि?
    - कम्पनी दिवालिया भैसकेको छ वा हुने सम्भावना छ।
- छानबिन अधिकारीले तोकिएको समयभित्र आफ्नो प्रतिवेदन अदालतमा बुझाउनुपर्छ, जसमा ऋणदाताहरूको राय र आफ्नो सिफारिस समेत समावेश हुनुपर्छ।

ग. लिक्विडेटर नियुक्ति र खारेजी सुरु **(**दफा ३७ र ३८**):**

- अदालतले कम्पनीलाई खारेज गर्ने आदेश दिएपछि लिक्विडेटर नियुक्त हुन्छ र खारेजी कारबाही औपचारिक रूपमा सुरु हुन्छ (दफा ३७)।
- खारेजी सुरु भएपछि (दफा ३८):
    - कम्पनीका सञ्चालकहरूको अधिकार स्वतः समाप्त हुन्छ।
    - कम्पनीको सम्पत्तिमाथि पूर्ण नियन्त्रण अब लिक्विडेटर मा जान्छ।

घ. लिक्विडेटरको काम**,** कर्तव्य र अधिकार **(**दफा ४०**):**

- दिवालियापन प्रक्रियाको बेला लिक्विडेटर ले कम्पनीको सम्पत्ति व्यवस्थापन गर्ने, ऋणदातालाई ऋण तिर्ने, र कानुनी प्रक्रिया पुरा गर्ने लगायतका सबै काम**,** कर्तव्य र अधिकारहरू पाउँछन्।

यी प्रक्रियाहरूले ऋण तिर्न नसक्ने कम्पनीलाई कानुनी र पारदर्शी ढंगले बन्द गरी ऋणदाताहरूको हक सुरक्षित गर्ने काम गर्छ।

५.४ साझेदारी फर्म खारेजीका कानुनी आधारहरू

कम्पनीहरूजस्तो लामो लिक्विडेशन **(Liquidation)** प्रक्रिया साझेदारी फर्मलाई चाहिँदैन। साझेदारी फर्महरू साझेदारी ऐन, २०२० अनुसार यी तरिकाले खारेज (बन्द) हुन्छन्:

१. आपसी सहमतिमा बन्द **(दफा २९)**

- फर्मका सबै साझेदारहरू (Partners) एकमत **(Mutual agreement)** भएर फर्म बन्द गर्ने निर्णय गरेमा खारेज गर्न सकिन्छ। यो नै सबैभन्दा सजिलो बाटो हो।

२. लिखित सूचना दिएर बन्द **(दफा ३०)**

- यदि साझेदारी फर्म 'इच्छाधीन साझेदारी **(Partnership at will)**' (जुन कुनै निश्चित समयका लागि खोलिएको हुँदैन) हो भने, कुनै पनि साझेदारले अरू साझेदारलाई लिखित सूचना **(Written notice)** दिएर फर्म खारेज गर्न सक्छ।

३. विशेष कारणले बन्द **(दफा ३१)**

- साझेदारी ऐनले तोकेका विशेष परिस्थितिहरू मा फर्म खारेज हुन सक्छ।
- जस्तै: कुनै साझेदारले दुराचार **(misconduct)** वा सम्झौताको उल्लंघन **(breach of agreement)** गरेमा।

४. समय सकिएर वा काम सकिएर बारे **(दफा ३२)**

- साझेदारी फर्म निश्चित अवधिका लागि खोलिएको थियो भने, उक्त अवधि सकिएपछि फर्म स्वतः खारेज हुन्छ।
- कुनै खास काम **(specific undertaking)** सम्पन्न गर्नका लागि मात्र खोलिएको थियो भने, त्यो काम सकिएपछि फर्म खारेज हुन्छ।

५. तत्काल बन्द हुने अवस्था **(दफा ३३)**

- साझेदारी फर्मको सञ्चालनमा असर पर्ने ठूला घटनाहरू भएमा फर्म तत्काल खारेज हुन सक्छ।
- जस्तै: कुनै साझेदारको मृत्यु **(death)** वा दिवालियापन **(insolvency)** भएमा।

६. सरकारी निकायको आदेशले बन्द (दफा ३७)

- सम्बन्धित सरकारी निकाय (जस्तै घरेलु तथा साना उद्योग विभाग वा अन्य तोकिएको निकाय) लाई फर्मले कानुनी नियमहरू उल्लंघन गरेको वा अन्य तोकिएको कारण देखिएमा आदेश दिएर फर्म खारेज गर्न सक्ने अधिकार रहन्छ।

५.५ कर तथा कानुनी हिसाबकिताब चुक्ता

जब एक जना लिक्विडेटर **(Liquidator)** औपचारिक रूपमा नियुक्त हुन्छन्, उहाँ कम्पनी खारेजीसम्बन्धी सबै प्रक्रिया को जिम्मा लिने व्यक्ति बन्नुहुन्छ। लिक्विडेटरको मुख्य जिम्मेवारीहरू:

- ऋण तथा दायित्वहरू चुक्ता गर्ने **(Settling debts and liabilities)**।
- उठ्नुपर्ने रकमहरू उठाउने **(Recovering dues)**।
- सरकारी करहरू क्लियर गर्ने **(Clearing government taxes)**।
- आन्तरिक राजस्व विभाग **(IRD)** बाट कर चुक्ता प्रमाणपत्र **(Tax Clearance Certificate)** प्राप्त गर्ने।
- कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय **(OCR)** मा सबै अन्तिम प्रतिवेदनहरू बुझाउने।

लिक्विडेटर नियुक्त हुनुअघि भने कम्पनीका सञ्चालक समिति र शेयरधनीहरू को जिम्मेवारी हुन्छ कि सबै करसम्बन्धी रेकर्डहरू सफा राख्ने र लुकेका कुनै दायित्व **(hidden liabilities)** बाँकी छैनन् भन्ने सुनिश्चित गर्ने।

५.६ कम्पनी बन्द गर्न कसरी तयारी गर्ने?

कम्पनी बन्द गर्ने निर्णय गरेपछि झन्झटमुक्त **(Hassle-free)** खारेजीका लागि यी कामहरू सकेसम्म अगाडि नै तयारी गर्नु बुद्धिमानी हुन्छ:

१. बाँकी करहरू छिट्टै चुक्ता गर्ने **(Clear Outstanding Taxes Early)** * आन्तरिक राजस्व विभाग **(IRD)** मा तिर्न बाँकी आयकर, भ्याट **(VAT)**, टीडीएस **(TDS)** लगायत सबै रकम तिर्नुहोस्। * सबै कर विवरणहरू **(Tax Returns)** (शून्य कारोबार (NIL returns) भए पनि) समयमै फाइल गर्नुहोस्, जसले गर्दा पछि जरिवाना लाग्दैन। * सकेसम्म कर चुक्ता प्रमाणपत्र को प्रक्रिया सुरु गर्नुहोस्।

२. भ्याट/प्यान दर्ता खारेज गर्ने **(Close VAT or PAN Registrations)** * यदि कम्पनी भ्याटमा दर्ता छ भने, सबै फाइल क्लियर गरेपछि भ्याट खारेज गर्न आवेदन दिनुहोस्। * प्यान **(PAN)** को हकमा, व्यवसाय बन्द गर्न लागेको जानकारी **IRD** लाई दिनुहोस् (यसलाई लिक्विडेशनसँगै समन्वय गर्न सकिन्छ)।

३. सामाजिक सुरक्षा कोष **(SSF)** को हिसाब मिलान गर्ने * यदि कर्मचारीहरू सामाजिक सुरक्षा कोष मा आबद्ध थिए भने, बाँकी योगदान रकमचुक्ता गर्नुहोस्। * लिक्विडेशनको बेला भुक्तानी गर्नका लागि नो ड्युज सर्टिफिकेट **(No Dues Certificate)** वा हिसाब क्लियर गर्ने तयारी गर्नुहोस्।

४. कर्मचारीको सबै दायित्व तिर्ने **(Settle Employee Obligations)** * कर्मचारीलाई तिर्न बाँकी तलब, उपदान **(gratuities)** वा अन्य सुविधा भुक्तानी गर्नुहोस्। * सकेसम्म कर्मचारीबाट अन्तिम भुक्तानीको भरपाई **(final settlement receipts)** लिनुहोस्, जसले पछि कानुनी जोखिम कम गर्छ।

५. कारोबार पूर्ण रूपमा बन्द गर्ने **(Close Active Business Operations)** * अब नयाँ बिल, बिक्री वा नयाँ सम्झौता गर्न तुरुन्तै रोक्नुहोस्। * आफ्ना मुख्य सप्लायर्स **(Vendors)**, ग्राहकहरू र सरोकारवालाहरू **(stakeholders)** लाई व्यवसाय बन्द गर्न लागेको अग्रिम जानकारी दिनुहोस्।

६. वित्तीय रेकर्ड र कागजातहरू तयार गर्ने **(Prepare Financial Records)** * पछिल्लो ब्यालेन्स सिट, लेखापरीक्षण प्रतिवेदन, बैंक स्टेटमेन्टहरू, कर फाइलहरू र पुरानो कानुनी कागजातहरू जम्मा गरेर तयारी अवस्थामा राख्नुहोस्। * यी कागजातहरू तयार राख्दा लिक्विडेटरको काम निकै छिटो हुन्छ।

७. आवश्यक परे विशेष लाइसेन्स रद्द गर्ने **(Cancel Sector Licenses)** * यदि तपाईंको कम्पनीसँग विशेष लाइसेन्सहरू (जस्तै: शिक्षा, बिमा, ट्राभल एजेन्सी, सहकारी) छन् भने, सम्बन्धित नियामक निकायको लाइसेन्स खारेज प्रक्रिया बुझ्नुहोस्। * यसलाई पहिले नै मिलाउँदा खारेजीको समयमा महिनाहरू जोगिन सक्छ।

८. अदालतका मुद्दाहरू मिलाउने **(Resolve Any Court Cases)** * यदि कम्पनी कुनै अदालती विवाद मा फसेको छ भने, सकेसम्म त्यसलाई मिलापत्र गरी बन्द गर्ने प्रयास गर्नुहोस्। * विचाराधीन मुद्दाहरू ले लिक्विडेशनको समय तालिकालाई जटिल बनाउन सक्छन्।

५.७ लिक्विडेटर कसरी नियुक्त गर्ने?

१. लिक्विडेटर को हुन सक्छन्?

- लाइसेन्स प्राप्त दिवालियापन व्यवसायी **(Licensed insolvency practitioner)** (सरकारबाट स्वीकृत)।
- लेखापरीक्षण **(Liquidation)** को अनुभव भएका चार्टर्ड एकाउन्टेन्ट **(CA)**।
- सानो कम्पनीको हकमा, कुनै सञ्चालक वा शेयरधनी लाई पनि लिक्विडेटर नियुक्त गर्न सकिन्छ (यदि स्वार्थको द्वन्द्व छैन भने), तर यसलाई औपचारिक रूपमा कागजातमा दर्ता गर्नुपर्छ।

२. लिक्विडेटर कहाँ खोज्ने?

- दर्तावाला चार्टर्ड एकाउन्टेन्ट **(CA firms)** फर्महरू लाई सम्पर्क गर्ने।

- व्यवसाय सल्लाहकार फर्महरू **(business advisory firms)** मा बुझ्ने।
- व्यवसाय बन्द गर्ने काम गर्ने कानुन फर्महरू **(law firms)** बाट सिफारिस (referrals) माग्ने।
- कम्पनी रजिष्ट्रारको कार्यालय **(OCR)** मा पनि लाइसेन्स प्राप्त दिवालियापन व्यवसायीहरूको सूची हुन्छ।

३. नियुक्त गर्नुअघि के जाँच गर्ने**?**

- सम्बन्धित व्यक्तिसँग वैध दिवालियापन व्यवसायीको लाइसेन्स वा कानुनले अनुमति दिएको योग्यता छ कि छैन?
- खारेजीका केसहरू **(**विशेष गरी साना तथा मझौला उद्यम**)** ह्यान्डल गरेको अनुभव पुष्टि गर्ने।
- उहाँको सेवा शुल्क **(Service charges)** र अपेक्षित समय तालिका बारे लिखित रूपमा स्पष्ट छलफल गर्ने।

४. लिक्विडेटरलाई कति खर्च लाग्छ**?**

लिक्विडेटरको शुल्क मुख्यतया निम्न कुराहरूमा निर्भर गर्दछ:

- कम्पनीको आकार र जटिलता **(size and complexity)**।
- कम्पनीको ऋण**,** सम्पत्ति वा कुनै कानुनी झमेला **(legal complications)** छ/छैन।
- कर र सामाजिक सुरक्षा कोषको दायित्व पहिले नै क्लियर गरिएको छ वा लिक्विडेशनको बेला अतिरिक्त काम गर्नुपर्ने छ।

लिक्विडेटरको खर्चमा सरकारी दस्तुर**,** अन्तिम लेखापरीक्षण शुल्क**,** अनिवार्य सार्वजनिक सूचना प्रकाशन खर्च र अन्य कानुनी प्रक्रिया पूरा गर्न लाग्ने खर्चहरू पनि जोडिएका हुन्छन्।

तपाईंको व्यवसायको अवस्था अनुसार सटीक अनुमान **(quotation)** लिनका लागि दर्तावाला चार्टर्ड एकाउन्टेन्ट**,** दिवालियापन व्यवसायी**,** वा कानुनी सल्लाहकार फर्महरूलाई सिधै सम्पर्क गर्नु उचित हुन्छ।

५.८ **OCR** बाहेकका **(**माइक्रो**,** घरेलु र साना उद्योग**)** व्यवसाय बन्द गर्ने प्रक्रिया

OCR मा दर्ता नभएका, तर स्थानीय निकाय वा घरेलु उद्योग विभागमा दर्ता भएका साना व्यवसायहरूलाई कम्पनीको जस्तो लामो 'लिक्विडेशन'प्रक्रिया चाहिँदैन। तर पनि, यसलाई औपचारिक रूपमा बन्द गर्नुपर्छ।

यहाँ पालना गर्नुपर्ने मुख्य ३ चरणहरू दिइएका छन्:

१. सबै बाँकी रकम र बक्यौता चुक्ता गर्नुहोस् **(Clear Outstanding Dues)**

बन्दको लागि निवेदन दिनुअघि व्यवसायले सबै आर्थिक दायित्वहरू पूरा गर्नुपर्छ:

- स्थानीय कर तथा शुल्क: स्थानीय सरकार (नगरपालिका वा वडा कार्यालय) लाई तिर्न बाँकी सबै कर वा शुल्कहरू तिर्नुहोस्।
- ऋण तथा अनुदान: यदि व्यवसायले घरेलु तथा साना उद्योग विभाग वा अन्य नियामक निकायबाट ऋण, अनुदान (**grants**) वा सहयोग लिएको छ भने, त्यसको हिसाब मिलान गर्नुहोस्।
- कर्मचारीको दायित्व: यदि कर्मचारीहरू दर्ता छन् भने, उनीहरूको सुविधा वा बिमासम्बन्धी बाँकी योगदान चुक्ता गर्नुहोस्।

याद राख्नुहोस्: यी दायित्वहरू समयमै चुक्ता गर्नाले दर्ता रद्द गर्ने प्रक्रियामा ढिलाइ वा जटिलता आउँदैन।

२. आन्तरिक राजस्व विभागबाट कर चुक्ता प्रमाणपत्र लिनुहोस् **(Obtain Tax Clearance)**

यदि व्यवसायले करका लागि दर्ता (प्यान-**PAN** वा भ्याट-**VAT**) गरेको छ भने, कर चुक्ता प्रमाणपत्र **(Tax Clearance Certificate)** अनिवार्य छ:

- अन्तिम कर विवरणहरू फाइल गर्ने: आयकर, भ्याट, वा टीडीएस (**TDS**) लगायत सबै अन्तिम कर विवरणहरू फाइल गर्नुहोस्।
- बाँकी कर तिर्ने: बाँकी रहेको कर, जरिवाना वा ब्याजहरू सबै चुक्ता गर्नुहोस्।
- प्रमाणपत्रको लागि आवेदन: आन्तरिक राजस्व विभाग (**IRD**) वा सम्बन्धित करदाता सेवा कार्यालय मा कर चुक्ता प्रमाणपत्र को लागि निवेदन दिनुहोस्।

किन आवश्यक छ? कर चुक्ता प्रमाणपत्रबिना दर्ता गर्ने निकायले व्यवसाय खारेज गर्ने निवेदन स्वीकृत गर्दैन।

३. दर्ता गर्ने कार्यालयमा खारेजीको निवेदन दिनुहोस् **(Submit the Closure Application)**

जब सबै कर र बक्यौता क्लियर हुन्छ, व्यवसायलाई सुरुमा दर्ता गरेको कार्यालय (जस्तै जिल्ला घरेलु तथा साना उद्योग कार्यालय वा स्थानीय नगरपालिका कार्यालय) मा औपचारिक रूपमा आवेदन दिनुपर्छ:

- लिखित अनुरोध पत्र तयार गर्नुहोस्।
- निवेदनसँगै यी कागजातहरू संलग्न गर्नुहोस्:
  - व्यवसाय दर्ता प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि।
  - कर चुक्ता प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि।
  - अन्य बक्यौता चुक्ता गरेको प्रमाण (यदि आवश्यक छ भने)।

सम्बन्धित कार्यालयले सबै कागजात र कानुन पालना भएको जाँच **(verify)** गर्छ। सबै कुरा ठीक भएपछि, व्यवसायको दर्ता रद्द गरेर औपचारिक खारेजी सूचना **(formal deregistration notice)** जारी गरिन्छ।

यो सरल प्रक्रिया पूरा गर्दा साना उद्यमीहरू कानुनी झन्झटबाट मुक्त भई औपचारिक रूपमा व्यवसाय बन्द गर्न सक्छन्।

५.९ प्यान (PAN) र भ्याट (VAT) दर्ता रद्द गर्ने प्रक्रिया

नेपालमा कुनै पनि व्यवसाय औपचारिक रूपमा बन्द गर्नका लागि आन्तरिक राजस्व विभाग **(IRD)** मा दर्ता भएका **PAN** र **VAT** (लागू भएमा)खाताहरू रद्द गर्न अत्यन्त जरुरी हुन्छ। यी कर खाताहरू बन्द नगरेसम्म तपाईं IRD को प्रणालीमा 'सक्रिय' नै रहनुहुन्छ र भविष्यमा पनि विवरण **(Returns)** बुझाउनुपर्ने तथा जरिवानाको जोखिम रहने सम्भावना हुन्छ।

१. कर कार्यालयमा गएर वा अनलाइनबाट निवेदन दिने

- व्यवसायका सञ्चालक वा लिक्विडेटर ले आफ्नो क्षेत्रको सम्बन्धित कर कार्यालय (आन्तरिक राजस्व कार्यालय वा करदाता सेवा कार्यालय) मा गएर दर्ता रद्द गर्न निवेदन दिनुपर्छ।
- अनलाइन विकल्प: व्यवसायहरूले **IRD** को वेबसाइट (**https://ird.gov.np**) मा रहेको 'करदाता पोर्टल **(Taxpayer Portal)**' प्रयोग गरेर **VAT** दर्ता खारेजी को प्रक्रिया सुरु गर्न सक्छन्। पोर्टलमा **'VAT Close of Business Entry'** अप्सनमा गएर इलेक्ट्रोनिक रूपमा निवेदन दिन सकिन्छ।

२. प्यान दर्ता रद्द **(Cancellation of PAN)**

- कहिले रद्द हुन्छ**?**
  - संगठित संस्था (कम्पनी) औपचारिक रूपमा खारेज भएमा।
  - एकल स्वामित्व **(Sole Proprietor)** को मालिकको मृत्यु भएमा।
  - साझेदारी फर्म (Partnership) विघटन भएमा।
- प्रक्रिया**:**
  - व्यवसाय बन्द/खारेज भएको प्रमाणसहित सम्बन्धित कर कार्यालयमा दर्ता रद्दको लागि निवेदन दिनुपर्छ।
  - निवेदन दिनुअघि बाँकी सबै आयकर विवरणहरू फाइल गर्ने र कर तिर्न बाँकी रकमहरू क्लियर गर्नुपर्छ।
- विशेष अवस्था**:** मालिकको मृत्यु भएमा PAN स्वतः खारेज हुन्छ; अन्यथा, PAN निष्क्रिय (Inactive) हुन्छ र पछि आवश्यक परे पुनः सक्रिय गर्न सकिन्छ।

३. भ्याट दर्ता रद्द **(Cancellation of VAT Registration)**

- कहिले रद्द गर्न मिल्छ?
  1. व्यवसायले कर लाग्ने कारोबार गर्न छोडेमा।
  2. लगातार १२ महिनासम्म निष्क्रिय रहेमा वा शून्य विवरण मात्र फाइल गरेमा।
  3. कारोबार **VAT** को थ्रेसहोल्ड **(Threshold)** भन्दा तल झरेमा।
  4. गल्तीले दर्ता भएको वा कुनै अस्थायी काम (जस्तै प्रदर्शनी) सकिएमा।
  5. संयुक्त उपक्रम **(Joint Ventures)** को हकमा ठेक्काको अवधि सकिएपछि।
- भ्याट रद्द गर्ने प्रक्रिया **(VAT Cancellation Process):**
  1. निवेदन र विवरण बुझाउने: व्यवसाय बन्द गर्ने विवरण **(Schedule 11)** सँगै रद्द गर्ने निवेदन कर कार्यालयमा बुझाउनुपर्छ।
  2. कागजातहरू बुझाउने: निवेदन दिएको १५ दिनभित्र अडिटका लागि आवश्यक कागजातहरू कर कार्यालयमा बुझाउनुपर्छ।
  3. कर कार्यालयबाट अडिट: कर कार्यालयले तपाईंको व्यवसायको लेखापरीक्षण **(Audit)** गरी कुनै दायित्व बाँकी छ/छैन भनेर जाँचगर्छ।
  4. दर्ता रद्द: सबै कर बक्यौता मिलान भएपछि कर कार्यालयले **VAT** दर्ता रद्द गरिदिन्छ।
  5. समय सीमा: कर कार्यालयले तीन महिनाभित्र खारेजीको प्रक्रिया पूरा गरी करदातालाई जानकारी दिनुपर्ने नियम छ।