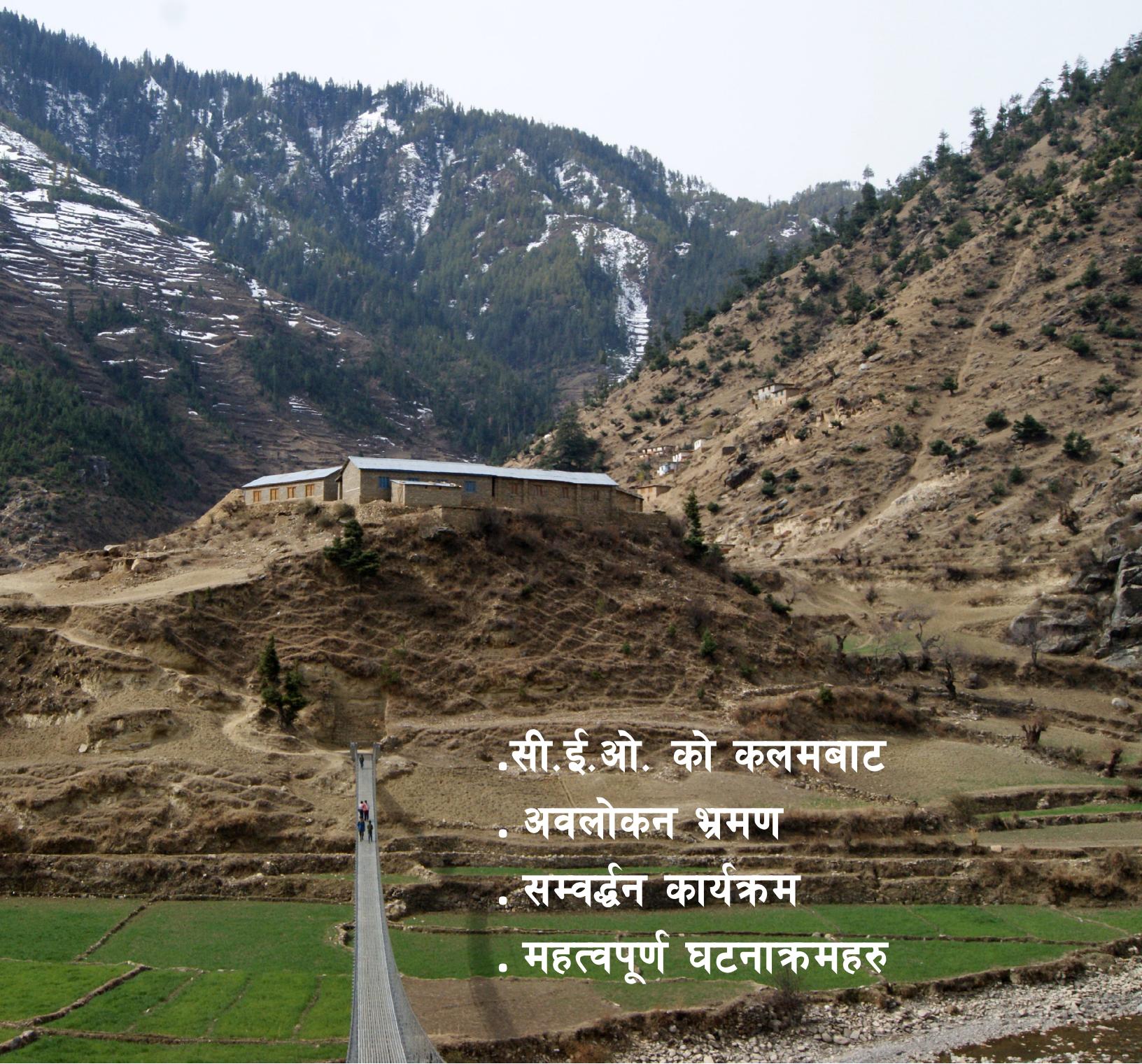




NEPAL
SOCIAL BUSINESS
Newsletter

फेरिँदै जुम्लाको मुहार



- .सी.ई.ओ. को कलमबाट
- . अवलोकन भ्रमण
- . सम्वर्द्धन कार्यक्रम
- . महत्वपूर्ण घटनाक्रमहरू

सी.ई.ओ. को कलमबाट

"हामी हाम्रो समाजप्रति समर्पित छौं"



मदर टेरेसाले भनेकी छन्, "अवसरबाट बज्चतहरुका लागि व्यक्तिगत समय र ऊर्जाको योगदान गर . अरुलाई पनि यस्तै गर्न प्रोत्साहन गर . फरक सांस्कृतिक र सामाजिक पृष्ठभूमिका सदस्यहरुप्रति संवेदनशील हो ऊ ." मदर टेरेसाको यस सन्देश जस्तै चौधरी गुप सामाजिक उत्तरदायित्वमार्फत अवसरबाट बज्चतहरुको आर्थिक जीवनमा सुधार ल्याउन प्रतिबद्ध छ . त्यसैले सिजीले नेपालमा सोसियल बिजनेस सूरु गरेका हो .

एउटा राष्ट्र र विश्व समुदायबीच अहिले हामी रोचक कालखण्डमा उभिएका छौं . यस्तो लाग्छ, हामी अझै पनि विश्वका विभिन्न समस्या सम्बोधन गर्न निष्प्रभावी बन्दैछौं . महत्वपूर्ण योगदानका बाबजुद परम्परागत सामाजिक संस्थाहरुले आशातित रूपमा समस्या समाधान गर्न सकेका छैनन् . विश्वको एक अल्प विकसित मुलक नेपालमा चौधरी गुपले सोसियल बिजनेसको अवधारणा कार्यान्वयन गर्न पहल गर्नुको वास्तविक कारण यही हो .

"टचिड लाइफ एभ्रिडे" चौधरी गुपको मूल मन्त्र हो र हामी यो उत्तरदायित्व वास्तविक जीवनमा लागू गर्न चाहन्छौं . संस्थागत नागरिकका रूपमा हामी हाम्रो समाजप्रति समर्पित छौं . प्रोफेसर युनुसका सोसियल बिजनेसका सात सिद्धान्तबाट प्राप्त प्रेरणा हाम्रो यस प्रयत्नको मार्गदर्शन हो . सन् २०१४ मा हाम्रो प्रयासमा समर्थन जनाएर तथा नेपालमा सामाजिक उद्यमशीलताको विकासमा आफूलाई समर्पित गरेर लायन्स क्लब इन्टरनेशनल फाउण्डेशनका तर्फबाट हामीलाई महत्वपूर्ण सहयोग मिलेको छ . अहिलेसम्म हामीले नेपालको अति दुर्गम जिल्ला जुम्लाका चार समुदायलाई सम्बद्धित गर्नुका साथै मेन्टरिड र प्रशिक्षित पनि गरेका छौं .

नेपालका विभिन्न ठाउँमा स्थानीय लायन्सको सहयोगमा स्थानीयहरुलाई उद्यमशीलताबारे तालिम दिएर सोसियल बिजनेसको संख्या वृद्धि गर्ने लक्ष्य अनुसार नेपाल सोसियल बिजनेसका गतिविधिले सन् २०१५ मा फड्को मार्नेछन् भन्ने हाम्रो अपेक्षा छ . सोसियल बिजनेसले राष्ट्रको मुहार फेर्ने सक्छ, भन्ने हामीसँग विश्वसनीय आधार छन् . बिजनेसका अन्य मोडेलबाट भन्दा सोसियल बिजनेसबाट पक्कै पनि धेरै सामाजिक प्रतिफल प्राप्त गर्न सम्भव हुन्छ . त्यसैले हामी यो अभियान तथा नयाँ आर्थिक प्रतिमानको विकासमा समर्पित भएर लागेका छौं, जुन र आष्ट्रको विद्यमान आर्थिक व्यवस्थामा सहयोगीसिद्ध हुनेछ . सो सियल बिजनेसले सामाजिक विकासमा सकारात्मक प्रभाव पार्दछ, भन्नेमा विश्वास राख्ने संघसंस्थाहरु राष्ट्रको मुहार फेर्ने हाम्रो यस अभियानमा हातेमालो गर्न आउनेछन् भन्ने हामीले अपेक्षा गरेका छौं .

निर्वाण चौधरी

फेरिंदै जुम्लाको मुहार



हामी जुम्लाको मुहार फेर्न चाहन्छौं”, कर्णाली मितेरी उद्योगका वृषनाथ योगी सोसियल बिजनेसमार्फत जुम्लाको अर्थात् अवस्थामा प्रभावकारी सुधार ल्याउन सकिन्छ भन्नेमा विश्वस्त छन्। योगी आफ्नो समूहसँगै जुम्लामा विद्यमान कुपोषणको समस्या समाधानका लागि सामाजिक व्यापार गर्ने उद्देश्यका साथ कर्णाली मितेरी उद्योगको प्रवर्धनमा क्रियाशील छन्। यस उद्योगसहित कुल चार ओटा समूहहरु नेपाल सोसियल बिजनेसको सहायतामा सामाजिक व्यापार सञ्चालन गर्ने प्रक्रियामा छन्। नेपाल सोसियल बिजनेस, सीजी नेपाल सोसियल

बिजनेस र लायन्स क्लब इन्टरनेशनल फाउण्डेशनको संयुक्त अभियान हो। “हामी कामका लागि भारत नजानुको कारण छ, अरु जसरी हामी पनि त जान सक्छ्यौं”, योगीको भनाइमा अरु समुहका सदस्यहरूले पनि सहमति जनाए। “केही मानिस हामीलाई परनिर्भर भनेर कुरा काट्दछन्, तर हामी आफै काम गरेर परिवर्तन ल्याउन सकिन्छ भन्ने देखाउन चाहन्छौं”, उनले भने। कर्णाली मितेरी उद्योग जस्तै सञ्चालनमा आउन लागे का अरु व्यवसायका पनि उस्तै लक्ष्य छन्, आफ्नो क्षेत्रको कम्तीमा एउटा सामाजिक समस्या समाधान गर्ने। मितेरी शान्ति वाटिकाका केशव धिताल आवश्यकताले

आफूलाई व्यवसाय गर्नेबारे सोच्च बाध्य बनाएको अनुभव सुनाउछन्। शान्ति वाटिकाले पुस्तकालय, अतिथि गृह तथा संग्रहालयमार्फत् सामुदायिक केन्द्रका रूपमा काम गर्ने लक्ष्य लिएको छ। “शान्त स्थानमा बसेर केही नयाँ कुरा सिक्कका लागि जुम्लामा कुनै ठाउँ छैन, त्यसैले हामी शान्ति वाटिका निर्माणमा जुटेका छौं”, सोसियल बिजनेसमा आफु सहभागी बन्नुको कारणबारे धितालले प्रष्टयाए। यस्तै, अर्गानिक फलफूल तथा खाद्य प्रशोधन प्रा.लि. का नारायण भट्टराई पनि आफूले गर्न लागेको सामाजिक व्यापार प्रति उत्साहित छन्। “हाम्रो समूहमा झण्डै

२० जना छौं तर यो क्षेत्रमा डेढ सय भन्दा बढी घरपरिवारको बसोबास छ। खेर जाने स्याउलाई बजारसम्म पुऱ्याउने हाम्रो यो जना छ, जसबाट स्थानीय कृषकहरूले वित्तिय फाईदा प्राप्त गर्नेछन्”, भट्टराईले भने।

तातोपानी इको टुरिजम ग्रुप पनि नेपाल सोसियल बिजनेसको जुम्लास्थित पाइलट परियोजनामध्ये छनोट भएको समूह हो। “तातोपानी क्षेत्रमा भक्तपुरदेखिका मानिसहरु आउँछन्, हामीले उनीहरुलाई होम स्टे सुविधा प्रदान गर्नुका साथै स्थानीय रुपमा उत्पादित हस्तकलाका सामग्रीको पनि व्यवस्था गर्दैछौं, जसलाई पर्यटकले फर्केर जाँदा चिनोका रुपमा लैजान सकून्”, तातोपानी इको टुरिजमका नरेन्द्र बुढाले भने। सामाजिक व्यवसाय कसरी सञ्चालन गर्ने भन्नेवारे ज्ञान अभिवृद्धिका लागि हालै काठमाडौंमा आयो



गर्दै अघि बढ्ने अभिभारा छ। नेपाल सोसियल बिजनेसमार्फत यी व्यवसायहरुको अनुगमन गरिने छ र उनीहरुलाई व्यवसाय सञ्चालनका लागि बिनाधितो प्रदान गरिने पुँजी बिना व्याज फिर्ता लिइने छ।

जुम्लाका मानिसहरुलाई भत्ताका लागि मात्र तालिम लिने गरेको तथा हातमुख जोर्नका लागि पनि अरुको भर पर्दै आएको आरोप यदाकदा लाग्ने गरेको छ। तर अब उनीहरु यस आरोपलाई व्यवहारबाटै चुनौती दिने तयारीमा छन्।

बितेका केही महिनायता उनीहरुले एक खाले प्रतिबद्धता जनाएका छन्, जुन जुम्ला जस्तो विकट ठाउँमा विरलै हुने गर्दछ।

तालिममा सहभागी हुन कहिलै आनाकानी नगर्ने, आउने जाने खर्चको बन्दोबस्त आफै ले गर्ने र जहिले पनि नयाँ कुरा सुन्न तयार हुने जस्ता गुणहरुले उनीहरुलाई फरक रुपमा उभ्याइदिएको छ। “हामी आफै केही गर्न चाहान्न्यौं, तर कसरी गर्ने भन्ने थाहा थिएन। तर, नेपाल सोसियल बिजनेसबाट गहन तालिम प्राप्त भएपछि हामीलाई सामाजिक व्यापार कसरी गर्ने भन्ने ज्ञान हासिल भएको छ”, नरेन्द्र बुढाले भने, “यसका लागि नेपाल सोसियल बिजनेसलाई धन्यवाद दिनैपछ्छ।”

सन् २०१४ को मे देखि डिसेम्बर अन्तिमसम्म चार ओटै समूहले चार

चरणमा गरी २२ मोड्युलका तालिम लिइसकेका छन् र यि समुहका सामाजिक व्यवसाय सामाजिक प्रभाव मूल्यांकन समितिमा प्रस्तुत भइसकेका छन्। अहिले उनीहरु लगानी समितिबाट लगानीका लागि निर्णय हुने र आफ्नो व्यवसायलाई पूर्ण व्यापारका रूपमा अगाडि बढाउन पाईने ‘ग्रिन सिंगल’ को पर्खाइमा छन्। बिना व्याज र बिना धितो लगानी गर्ने कुराबाट मात्र नभएर सम्बर्द्धनको चरणबाट पनि उनीहरु हौसिएका हुन्। “लगानी गरिनु निश्चय नै व्यवसाय सञ्चालनका लागि ज्यादै ठूलो कुरा हो, यसमा तालिमको अवसरले व्यापारको दिगोपनाको सुनिश्चितता गर्दछ”, उनीहरुले भने। “नेपाल सोसियल बिजनेसका प्रतिनिधिहरूले



विरुवाको नसरी तयार गर्दा जस्तै गरी हामीलाई पनि सामाजिक व्यवसाय हुक्काउन आवस्यक सहयोग गरिरहनुहुनेछ। हामी नसरीमा हुक्काईका विरुवालाई ठूला रुखमा परिणत गर्न चाहान्न्यौं। तालिमले हामीमा यहि आत्मविश्वास भरेको छ। अर्गानिक फलफूल तथा खाद्य प्रशोधन प्रालिका नारायण भट्टराईले भने। जुम्लामा छनोट भएका नेपाल सोसियल बिजनेसका चार ओटै पाइलट परियोजनाका सदस्यहरु सबैमा यस्तै भावना भक्तिकाएको छ।



जित अवलोकन भ्रमणमा नेपाल सोसियल बिजनेसद्वारा जुम्लामा प्रवर्धन गरिएका चार वटै पाइलट प्रोजेक्टमा आवद्ध सामाजिक उद्यमीहरु सहभागी थिए। नेपाल सोसियल बिजनेससँग परियोजनाको छनोट, मेन्टरिङ (सम्बन्धित जिल्लाका लायन्स सदस्यमार्फत्) र व्यवसाय सुरु गर्नुपूर्व लगानी प्राप्त गर्नुअघि उद्यमीहरु सँगसँगै हातेमालो

अवलोकन भ्रमण

नेपाल सोसियल बिजनेसका जुम्लामा सञ्चालन हुन लागेका चार ओटा पाइलट परियोजनाका सदस्यहरूलाई मिति २०७१ पौष ६ देखि ११ गते तदनुसार सन् २०१४ डिसेम्बर २१ देखि २६ सम्म अवलोकन भ्रमणको आयोजना गरियो । जसअन्तर्गत कर्णाली मितेरी उच्चोग, मितेरी शान्ति वाटिका, अर्गानिक फलफूल तथा खाद्य प्रशोधन प्रा.लि. र तातोपानी इको टुरिजम गुपबाट गरी कुल १५ जना उच्चमीहरूले सहभागिता जनाएका थिए । भ्रमणको उद्देश्य उच्चमीहरूलाई सामाजिक उद्देश्यसहितको व्यापारको व्यवहारिक अनुभव गर उन्ने थियो । यो भ्रमणबाट उनीहरूले कक्षाकोठामा लिएको तालिमबाट सिकेको कुरालाई व्यवहारिक जीवनमा कसरी कार्यान्वयन गर्ने भनेमा ज्ञान हासिल गर्नेछन् भन्ने हाम्रो अपे क्षा छ । यो सँगै उनीहरूले व्यापारलाई उपयुक्त ढंगले कसरी सञ्चालन गर्ने भन्ने बारे पनि अनुभव गर्नेछन् भन्ने विश्वास लिइएको छ । यो भ्रमणले उच्चमीहरूलाई अन्य परियोजना सदस्यहरूसँग पनि घुम्ने र घुलमिल हुने अवसर पनि प्रदान गरेको हामीले अनुभव गर्न पायौं । भ्रमणमा सहभागी अधिकांस उच्चमीहरूको राजधानी काठमाडौंको भ्रमण पहिलो थियो । भ्रमणका क्रममा उनीहरूले लगानी समितिको वैठकमा पनि सहभागिता जनाउन पाउन् भन्ने हाम्रो ध्येय थियो । लगानी समितिको वैठक सकिएपछि भ्रमण समूले ललितपुरको च्यासलमा रहेको ज्यापु समाज सामुदायिक भवनको अवलोकन गरेका थियो, जहाँ उनीहरूले संग्रहालय, तालिम हल र पुस्तकालयसहितको सामुदायिक भवन कसरी सञ्चालन भएको छ भन्ने कुरा जान्ने र बुझ्ने मौका पाए । त्यसपछि भ्रमण समूह कार्ब्रेस्थित पात्लेखेत हो

मस्टे पुर्यो । विशेषगरी तातोपानी इको टुरिजम ग्रुपका सदस्यहरूले त्यहाँ होमस्टे सञ्चालन तथा व्यवस्थापकीय प्रक्रियाबारे वृहत ज्ञान हासिल गर्ने मौका प्राप्त गरे । जुम्लादेखि आएका अतिथिलाई आफ्नो घरमा आतिथ्य सत्कार गर्न पाएकोमा पात्लेखेतबासी पनि कम खुसी थिएनन् । भ्रमणका क्रममा हामीले होमस्टे एशोसियसन नेपालका संस्थापकसमेत रहेका पात्लेखेत होमस्टेका अध्यक्ष केशव बडाललाई पनि भेट्याँ । उहाँले होमस्टे सञ्चालनबाबेरे विस्तृत जानकारी दिनुका साथै सामाजिक



“आफूले गर्न लागेको काममा आत्मविश्वास र सामाजिक विकासमा प्रतिबद्धता हुने हो भने साना व्यापारबाट पनि विकासका कार्यमा ठूलो प्रभाव पार्न सकिने महसुस भयो ।”

विकासमा यसको भूमिकाबारे स्पष्ट पार्नुभयो । फर्किने बेलामा हामीले पात्लेखेतस्थित “Everything Organic Nursery” अर्थात् सबै अर्गानिक नसरीको भ्रमण गरियो, जहाँ अर्गानिक विउ, बाली र अन्य चिजहरूको अनुसन्धान गरिँदो रहेछ । अर्गानिक समूहका सदस्यहरूले त्यहाँ अर्गानिक मल उत्पादन प्रक्रियाबारे सिक्ने मौका पाए । त्यसपछि हामीले उनीहरूलाई भक्तपुरस्थित दिव्याज बेकरीमा लग्यौं, जहाँ कर्णाली मितेरी उच्चोगका समूह सदस्यले साना बेकरी उच्चोग सञ्चालन प्रक्रिया र आवश्यक उपकरणबाबेरे सिक्ने मौका पाए । भी.एच.एस. भक्तपुर पुगेपछि उच्चमीहरूले सेवामुखी सोसियल बिजनेसबाबेरे जानकारी हासिल गरे । त्यहाँ किसमस भोजन ग्रहण गरिसक्के

पछि भ्रमण समूले भक्तपुरको होटल हेरिटेज (बुटिक होटल) मा पुगेर होटलहरूले कसरी आतिथ्य सत्कारमा गुणस्तरीय सेवा प्रदान गर्दैन् भन्नेबाबेरे जानकारी लियो । त्यसपछि भ्रमण समूह एम.टी.ई.ई.सी.

ले ठमेलस्थित सारंगी रेष्टुरेण्टमा आयोजना गरेको क्रिसमस र त्रिभोजमा सहभागी भयो । सारंगी रेष्टुरेण्ट पनि गन्धर्व समुदायको सहयोगका लागि सञ्चालित सोसियल बिजनेस नै हो । भ्रमणको अन्तिम दिन हामीले उनीहरूलाई सामाजिक व्यवसाय

देखाउनका लागि ललितपुरको भक्तिमन्दिरस्थित कर्मा क्याफे लग्यौं ।

त्यसपछि उनीहरूलाई पुनः चौधरी हाउसमा ल्याएर अधिवक्ता कल्याण पन्तसँग सोसियल बिजनेसको दर्ता प्रक्रियाका कानुनी पक्षबाबेरे अन्तरक्रिया गराइयो । भ्रमणको अन्त्यपछि कर्णाली मितेरी उच्चोगका एक सदस्यले आफूले गर्न लागेको काममा आत्मविश्वास र सामाजिक विकासमा प्रतिबद्धता हुने हो भने साना व्यापारबाट पनि विकासका कार्यमा ठूलो प्रभाव पार्न सकिने महसुस भएको बताए । उनीहरूको यस्तो सिकाइ र आत्मविश्वासमा आएको परिवर्तनबाबाट हामी यो भ्रमण उपलब्धिमुलक भएको निश्कर्षमा पुगेका छौं ।

सम्वर्द्धन कार्यक्रम

सम्वर्द्धन अर्थात उद्यमीहरूलाई संरक्षण गर्ने र हुक्काउने प्रक्रिया नेपालमा वृहत् सोसियल बिजनेस समुदाय निर्माणका लागि अर्को महत्वपूर्ण पाइला हो । सम्वर्द्धन अवधिमा हामी गैर व्यापारिक पृष्ठभूमिका व्यक्ति तथा समूहलाई सोसियल बिजनेस विज्ञका रूपमा विकास गराउँछौं । हामीले उनीहरूलाई विभिन्न व्यापार सीपवारे प्रशिक्षण दिनुका साथै उनीहरूको व्यापार मोडेलमा व्यवस्थित रूपले सामाजिक सवाललाई जोड्ने प्रयास गर्दछौं । वास्तवमा सम्वर्द्धन भनेको तालिम, मेन्टरिङ र विज्ञ परामर्शको एकीकृत प्याकेज हो । हामीले जुम्लाका चार पाइलट परियोजनाका सदस्यलाई सम्वर्द्धन तालिम दिइसकेका छौं । यसका लागि चार चरणका तालिमहरू सञ्चालन गरिएको थियो ।

तालिम

पहिलो चरण

पहिलो चरणको तालिममा सम्वर्द्धन प्रवन्धक मेरिना रञ्जितले प्रशिक्षण दिनुभएको थियो । यो चरणमा निम्न मोड्युलहरू समावेश गरि एको थियो ।

१. मोड्युल १ : उद्यमशीलतावारे आधारभूत ज्ञान

२. मोड्युल २ : सोसियल बिजनेस र साना व्यापार

३. मोड्युल ३ : सामाजिक विकासमा सिर्जनशीलता र नवीनता

४. मोड्युल ४ : व्यापार र वातावरण

विकासको अभिन्न अंग कसरी बन्न सक्छ र विश्वका अन्य स्थानमा यसले के राम्रा काम गरेको छ भन्नेवारे पनि प्रशिक्षार्थीलाई जानकारी गराइयो । यस मोड्युलको अन्त्यमा प्रशिक्षार्थीहरु साना सोसियल बिजनेसमार्फत



समाजमा कसरी ठूला परिवर्तन ल्याउन सकिन्छ भन्ने कुरा पहिल्याउन सफल भएका थिए ।

हाम्रो अर्थतन्त्र र सामाजिक संरचनाले सिर्जनशीलता र नवीनतालाई कम स्थान



दिएको छ । त्यसैले एउटा मोड्युलमा

आफ्नो सोचाइबाट माथि उठेर कसरी सामाजिक समस्याको समाधान र सामाजिक विकासका लागि काम गर्न सकिन्छ भन्नेवारे उद्यमीहरूलाई ज्ञान हासिल गराउने प्रयास भएको थियो । त्यस क्रममा विभिन्न खेल खेलाइनुका साथै नवीनतासम्बन्धी विभिन्न घटना अध्ययनहरू पनि सुनाइएको थियो । प्राकृतिक स्रोतहरू हरेक व्यापारका लागि पुँजी हुन् । तसर्थ वातावरणीय सुरक्षा, संरक्षण र व्यवस्थापनबारे सचेत गराउने हो भने वातावरणलाई कम हानि हुने गरी व्यापार को विकास गर्नेवारे उद्यमीहरू संवेदनशील हुनुपर्नेबारे सचेत गराइयो । व्यवसायिक योजना विकासका क्रममा उद्यमीहरूले यो कुरा महसुस गर्न सक्न् भन्ने उद्देश्यले जीवन चक्र मूल्यांकन जस्ता सामग्रीहरू देखाउनुका साथै यसबारे व्याख्या पनि गरिएको थियो ।

दोस्रो चरण

दोस्रो चरणको तालिम सन् २०१४ अगस्ट १८ देखि २३ सम्म सञ्चालन गरिएको थियो । यो अर्को गहन तालिम थियो जसमा औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठानबाट बाह्य प्रशिक्षकका रूपमा मुकुन्द ज्वाली र राज चौधरीले प्रशिक्षण दिनुभएको थियो । उहाँहरूलाई बजारीकरण, वित्तीय योजना निर्माण र व्यवसायिक योजना विकास विज्ञका रूपमा फिकाइएको थियो । तालिमको

सहजीकरण सम्बद्धन प्रवन्धक मेरिना रञ्जितले गर्नुभएको थियो । यो चरणमा निम्न मोड्युलहरूलाई समेट्ने प्रयास गरिएको थियो ।

१. मोड्युल ४ : बजारीकरण

२. मोड्युल ५ : प्रवर्द्धन

३. मोड्युल ६ : मूल्य निर्धारण

४. मोड्युल ७ : नगद र मुनाफा

५. मोड्युल ९ : वित्तीय विवरण

६. मोड्युल १० : ऋण र स्वलगानी



७. मोड्युल ११ : ग्राहक व्यवस्थापन

८. मोड्युल १२ : व्यवसायिक योजनाको विकास

यो चरणमा उद्यमीहरूलाई व्यवसायिक योजना कसरी विकास गर्ने भन्नेबारे तालिम दिइयो । उनीहरूलाई बजार अनुसन्धान तथा बजारीकरणका रणनीतिहरूको योजना निर्माण तथा विकासबारे पनि जानकारी दिनुका साथै बजारीकरण सञ्चालनका पक्ष र यसलाई व्यवसायिक योजनाको अंसका रूपमा कसरी लिन सकिन्छ भन्नेबारे प्रशिक्षण दिइएको थियो । प्रवर्द्धन मोड्युलको अंसका रूपमा थोरै बजेटमा सिर्जनशील विज्ञापन गरी व्यापारको प्रवर्द्धन गर्ने सीपबारे पनि उद्यमीहरूलाई जानकारी दिइएको थियो ।

मूल्य निर्धारण रणनीति र सीपबारे पनि उनीहरूलाई जानकारी गराइएको थियो । अधिकांस व्यापारले व्यापारमा नगद प्रवाहको

महत्वलाई थोरै मात्र पहिचान गरेकाले तालिमको एउटा सेसन उद्यमीहरूलाई नगद बजेट, नगद प्रवाह र यसको चक्रका बारेमा सचेत बनाउन केन्द्रित थियो । उनीहरूलाई नगद र मुनाफाबीचको फरकबारे पनि सिकाइयो । नगद र मुनाफाबारे बुझाउन उनीहरू स्वयंका व्यवसायिक अवधारणा प्रयोग गरी व्यवहारिक अभ्यास गराइएको थियो । आधारभूत वित्तीय विवरण तयार गर्ने 'बारे तथा यसको महत्वबारे पनि उद्यमीहरूलाई तालिम दिइयो । हासकटटीको हिसाब गर्न तथा अन्य वित्तीय विवरण अनुपात विश्लेषण र पारविन्दु विश्लेषण तथा लगानी फिर्ता अवधिको हिसाब गर्ने सीपबारे पनि उनीहरूलाई प्रशिक्षण दिइयो । उद्यमीहरूलाई स्वलगानी र ऋण पुँजी, स्वलगानी स्वलगानीको स्रोत र वित्तीय ऋणबारे पनि तालिम प्रदान गरिएको थियो । ग्राहक व्यवस्थापन मोड्युल अन्तर्गत ग्राहकलाई कसरी सन्तुष्ट पार्ने र उनीहरूको व्यवस्थापन कसरी गर्ने भन्नेबारे विस्तृत जानकारी गराइयो ।

बजारीकरण र वित्तीय पक्षहरूका बारे मा जानकारी गराइसकेपछि उनीहरूलाई व्यवसायिक योजना विकासबारे प्रशिक्षण दिइयो । तालिमको अन्त्यसम्ममा उनीहरूले सम्बन्धित परियोजनाको व्यवसायिक योजना विकास गरिसकेका थिए ।

तेस्रो चरण

तेस्रो चरणको तालिम सन् २०१४



सेप्टेम्बर १ र २ मा सञ्चालन गरिएको थियो । प्रशिक्षणमा प्रमुख सञ्चालन अधिकृत इडगे प्याचले प्रशिक्षण दिनुभएको थियो भने प्रोसे सिड प्रवन्धक आरती कलवारले सहजीकरण गर्नुभएको थियो । यो चरणको तालिममा

निम्न मोड्युलहरू समावेश भएका थिए :

१. मोड्युल १७ : परियोजना व्यवस्थापन

२. मोड्युल १८ : प्रस्तुतीकरण सीप

यो चरणमा सहभागीले अस्थायी

परियोजना र उनीहरूले पछि लागू गर्ने व्यापार रणनीतिबारे सिक्ने मौका पाए ।

विभिन्न चरणहरू र ती चरण पार गर्न आवश्यक कामको प्याकेज पहिचान गरेर प्रत्येक परियोजनाले कार्यान्वयन चरणका लागि लक्ष्य निर्धारण गरेका थिए । सँगसँगै परियोजनाको सुरुदेखि व्यवसाय पूर्ण रूपले सञ्चालन होउन्जेलसम्मका लागि कामको प्याकेज र त्यसका लागि समयको वास्तविक अनुमान गरी रयान्ट चार्ट (Gant Chart) कोरियो ।

प्रस्तुतीकरण सीप मोड्युल अन्तर्गत उद्यमीहरूले जटिल शीर्षकहरूलाई

संरचनागत तरिकाले कसरी सामान्यकृत

गर्ने, बोल्ने क्रममा कस्तो देखिने तथा शारीरिक हाउभाउ कस्तो देखाउने र आवाजको प्रयोग तथा दर्शकको प्रश्नको प्रतिक्रिया कसरी दिने र कसरी अन्तरक्रिया गर्ने भन्नेबारे पनि सिकाइयो ।

चौथो चरण

अन्तिम चरणका रूपमा रहेको यो चरणमा सम्बद्धन प्रवन्धक मेरिना रञ्जितले तालिम दिनुभएको थियो । अधिल्लो चरणका

मोड्युलको पुनरावलोकन तथा अहिलेसम्मको सिकाइ र सवालसहित सुरुआत गरिएको यो चरणको तालिममा निम्न मोड्युलहरू समावेश भएका थिए :

१. मोड्युल १८ : नेपालमा सोसियल बिजनेसको दर्ताका लागि सम्बन्धित कार्यालयका लागि आवश्यक पर्ने मापदण्ड

२. मोड्युल १९ : नेपालमा सोसियल बिजनेसका लागि वित्तीय प्रतिवेदनलाई आवश्यक मापदण्ड

३. मोड्युल २० : स्थान र संरचना

४. मोड्युल २१ : व्यवसायिक स्वास्थ्य र सुरक्षा एवं मानव संशोधन व्यवस्थापन

५. मोड्युल २२ : व्यापारको स्वामित्व र

फ्रेञ्चाइज

६. मोड्युल २० : समूह निर्माण र नेतृत्व विकास

७. मोड्युल २१ : रणनीतिक व्यवस्थापन

. सामाजिक प्रभाव मूल्यांकन

यो चरणमा व्यापार दर्ताका लागि आवश्यक प्रक्रियाबारे छलफल भएको थियो । प्राइभेट



लिमिटेड, कपोरेसन, गैर सरकारी संस्था र घरेलु तथा साना उद्योगका रूपमा दर्ता हुँदा लेखा नियन्त्रकलाई आवश्यक पर्ने मापदण्डबारे उद्यमीहरूलाई प्रशिक्षित गरिएको थियो ।

आम्दानी वृद्धि, कार्यदक्षता र लागत कम गराउनका लागि खुद्रा तथा उत्पादनको ले आउट र डिजाइन गर्दा ध्यान दिनुपर्ने विभिन्न क्राहरूबारे पनि तालिम दिइएको थियो । उत्पादकले पूरा गर्नुपर्ने व्यवसायिक स्वास्थ्य र सुरक्षाका मापदण्डबारे तथा मानव संशाधन व्यवस्थापनबारे पनि उद्यमीहरूलाई बताइएको थियो ।

समूह निर्माण र नेतृत्वबारे बुझाउन उद्यमीहरूलाई विभिन्न अभ्यास तथा गतिविधिमा संलग्न गराइएको थियो । समूह निर्माण गतिविधिका लागि उनीहरूलाई तातो पानी क्षेत्रको भ्रमणका लागि पनि लगाइएको थियो ।

पूर्व निर्धारित मोड्युलबाहेक उद्यमीहरूलाई नेपाल सोसियल बिजनेसका लागि विकास गरिएको सामाजिक प्रभाव मूल्यांकनका मापदण्ड बारेमा पनि प्रशिक्षण दिइएको थियो । उनीहरूलाई आठ ओटा सूचक र अंक प्रदान गर्ने विधिबारे पनि विवेचना गरिएको थियो ।

मेन्टरिङ

मेन्टरिङलाई सम्वर्द्धनको महत्वपूर्ण अंसका रूपमा मानिन्छ । यसलाई व्यवसायीलाई सफल बनाउने मुख्य राजका रूपमा पनि लिइन्छ । मेन्टोरसिपले कक्षाकोठामा लिएको तालिममार्फत प्राप्त ज्ञानबाट व्यापार निर्माणमा सहयोग पुऱ्याउँछ ।

मेन्टरको सहयोगबाट उद्यमीहरूले व्यापार विकासका क्रममा आउने चुनौती तथा बाधा व्यवधान सामना गर्न तयार हुँछन् ।

सुरुदेखि नै सीजी नेपाल सोसियल बिजनेसको टीमले नै सबै परियोजनामा मेन्टरका रूपमा काम गर्दै आएको छ । तालिमपछि टाढैबाट



भएपनि फोनबाटै मेन्टरिङ गरियो । नोभेम्बर को अन्त्यबाट भने मेन्टरका रूपमा नियुक्त स्थानीय लायन्स सदस्यले नै बेलाबेलामा मेन्टरिङ सेसन सञ्चालन गर्नेछन् । हाम्रो आवश्यकता अनुसार मेन्टरले प्रत्येक परियोजनाका लागि साप्ताहिक रूपमा चार घण्टा छुट्याउनुपर्ने हुँच ।

विज्ञ परामर्श

विज्ञ परामर्श पनि सम्वर्द्धन चरणको अंस नै हो जसअन्तर्गत हामी उद्यमीहरूलाई व्यवसायिक अवधारणाको विकास र मार्गनिर्देश गर्नका लागि विज्ञको व्यवस्था



गढ्छौं । यस सम्बन्धमा, पोषण अनुसन्धानकर्ता कमला केसीमार्फत कुँडारी गाउँ विकास समितिमा सन् २०१४ नोभेम्बर ११ देखि २३ सम्म पोषण मूल्यांकन गरिएको थियो । अनुसन्धानको मुख्य उद्देश्य ६ देखि ५९ महिनाका बालबालिका र गर्भवती महिलाका लागि आवश्यक पोषणको मात्राबारे जान्नु थियो । अध्ययनका क्रममा कुल १०५ घरखुरीको सर्वेक्षण गरिएको थियो । एक सय जना बालबालिकाको सर्वेक्षण गरिएकोमा १६ जना सघन रूपले कुपोषित, ३५ जना कुपोषित र ४९ जना सामान्य भएको पाइयो । प्रारम्भिक विश्लेषणबाट त्यहाँका मानिसहरूको आहार आचरणमा प्रोटीन तथा चिल्लो पदार्थ र अन्य सूक्ष्म पोषक तत्वको कमी भएको पत्ता लागेको छ । यसको विस्तृत विवरण भने फेब्रुअरीमा हुने दोस्रो चरणको परीक्षणपछि मात्र आउनेछ ।

पोषण परीक्षणको प्रारम्भिक निष्कर्षका आधारमा सीजी फुड्स टीमले कर्णाली मित्रेरी उद्योगका लागि नमुना उत्पादन विकास गरेको छ । नमुना उत्पादनमा चिल्लो पदार्थको आवश्यकतालाई पूरा गर्न वनस्पती घिउबाट अतिरिक्त चिल्लो पदार्थ मिसाउनुपर्ने सीजी फुड्स टीमको सुझाव छ । कुकिजको नमुना उत्पादन चौधरी उद्योग ग्रामको प्रयोगशालामा तयार गरिएको थियो ।

शीघ्र सञ्चालन हुन लागेका गतिविधिहरू

- मध्यपश्चिम तथा सुदूर पश्चिम क्षेत्रका पाँच ओटै अञ्चलबाट आवेदन फाराम संकलन, ६ जनवरी २०१५ देखि
- सम्वर्द्धन समितिको बैठक तथा छनोट हने आवेदकलाई सम्वर्द्धनका लागि घोषणा, १५ जनवरी २०१५ सम्म
- दोस्रो व्याचको सम्वर्द्धन सुरु, फेब्रुअरी २०१५ देखि

महत्वपूर्ण घटनाक्रमहरु



२०१२
२१ डिसेम्बर

आइ.एस.एस.एम.ई फोरम



२०१४
८ मार्च

सम्बद्धन समितिको पहिलो बैठक



२०१४
७ जुलाई

सोसियल बिजनेसबारे लायन्सका लागि
अभिमुखीकरण



२०१४
सेप्टेम्बर

युनुस सेन्टरसँग समझदारीपत्रमा हस्ताक्षर,



२०१३
८ डिसेम्बर

सोसियल बिजनेसबारे जुम्लामा अभिमुखीकरण,



लायन्स क्लब इन्टरनेशनल फाउण्डेशनसँग
समझदारीपत्रमा हस्ताक्षर



२०१४
जुलाई

काठमाडौंमा पत्रकार सम्मेलन





"सोसियल बिजनेस भनेको गैर सरकारी संस्था र बिजनेसको संयोजन हो, जसमा गैर सरकारी संस्थाको जस्तो उद्देश्य र व्यापारमा जस्तो आर्थिक दिगोपना हुन्छ।"

सामाजिक सवालहरु यति
जटिल र कठिन बन्दै
गइरहेका छन् कि सरकार
वा परम्परागत सामाजिक संघसंस्था एकलै
ले सम्बोधन गर्न सक्ने अवस्था छैन।
यसका लागि सोसियल बिजनेसको नयाँ
अवधारणा आएको छ जसले आर्थिक दिगो
पनासहित व्यवसायिक सिद्धान्त लागू गरेर
सामाजिक सवालहरुको सम्बोधन गर्दछ।
सोसियल बिजनेसका प्रणेता प्रोफेसर
युनुसका अनुसार सोसियल बिजनेस भनेको
मूलतः आर्थिक दिगोपनासहितको संस्थाले
सामाजिक समस्याको समाधान
गर्नु हो। जहाँ मूल लगानी फिर्ता गरिन्छ
र सबै सम्भावित मुनाफालाई संस्थाको
सामाजिक प्रभाव बढाउनका लागि पुनः
लगानी गरिन्छ।
सोसियल बिजनेस भनेको गैर सरकारी
संस्था र बिजनेसको संयोजन हो, जसमा
गैर सरकारी संस्थाको जस्तो
उद्देश्य र व्यापारमा जस्तो आर्थिक दिगो

पना हुन्छ। विकास कार्यका लागि दाताको
लगानीमा अत्याधिक भर पर्ने नेपाल जस्तो
देशमा सोसियल बिजनेस अबको बाटो
बन्न सक्दछ। तसर्थ, सामाजिक प्रभाव
र दिगोपनालाई केन्द्रित गर्दै सोसियल
बिजनेसका माध्यमबाट हामीले नेपालको
विकासलाई गति दिन सक्छौं र सामाजिक
समस्याहरुको सम्बोधन गर्न सक्छौं भन्नेमा
सोसियल बिजनेस विश्वास गर्दछ।
नेपाल सोसियल बिजनेसले युनुस
सेन्टरसँग मिलेर काम गरिरहेको छ।
नोबेल पुरस्कार विजेता मुहम्मद युनुसले
परिभाषित गरेका सोसियल बिजनेसका
सात सिद्धान्तहरु निम्न छन्।
१. सोसियल बिजनेसको उद्देश्य गरिबी वा
मानव तथा समाजमा नकारात्मक प्रभाव
पार्ने शिक्षा, स्वास्थ्य, प्रविधिमा पहुँच तथा
वातावरणसँग सम्बन्धित समस्यासँग लड्नु
हो। सोसियल बिजनेसको प्राथमिक उद्देश्य
अत्याधिक मुनाफा वृद्धि गर्नु होइन।
२. सोसियल बिजनेस सधै अनुदानमा भर

पर्ने नभई दीर्घकालीन रूपमा आर्थिक रूपमा समृद्ध हुनुपर्दछ ।

३. लगानीकर्ताले आफूले लगानी गरेको र कम मात्र फिर्ता पाउँछन् । लगानी गरिएको प्राथमिक पैँजीबाहेक उनीहरुलाई नाफा वा व्याज भाग लगाउनु पर्दैन ।

४. लगानी फिर्ता भएपछि उक्त सोसियल बिजनेसले सम्पूर्ण मुनाफा कम्पनीको विस्तार तथा सामाजिक पक्षहरुको सुधार का लागि लगानी गर्दछ ।

५. सबै सोसियल बिजनेसहरु वातावारणीय रूपमा सचेत हुनुपर्दछ ।

६. सोसियल बिजनेसमा आबद्ध जनशक्तिले राम्रो काम गर्ने वातावरणसहित बजार सुहाउँदो पारिश्रमिक पाउँछन् ।

७. सोसियल बिजनेस मानिसहरुको जीवन सुधारका लागि खुसीका साथ सञ्चालन गरिन्छ ।

प्रमुख सवाल कसैले सोसियल बिजनेसका सात सिद्धान्तलाई अवलम्बन गर्दै कि गर्दैन भन्ने होइन, तर सामाजिक प्रभाव

खाली नाम मात्रको शब्दावली नहोस् र समस्याको जरोमा नपुगी समस्या वरिपरि क्षणिक अवधिका लागि काम गर्ने मात्र नहोस् भन्नेमा सुनिश्चित हुनु हो । जटिल विश्वमा सामान्य र सरल समाधानबाट नतिजा निकालन सकिन्दैन, यसका लागि समष्टिगत दृष्टिकोण चाहिन्छ । (कोस्टा, २०१२)

अर्थतन्त्रको यस नयाँ क्षेत्रमा धेरै दृष्टिकोण र धेरै नाम छन्, जस्तै: सोसियल बिजनेस, इम्प्याक्ट इन्भेष्टमेन्ट (Impact Investment), ट्रिपल बटम लाइन अप्रोच (Triple Bottom Line Approach), पोष्ट ग्रथ इकोनोमी (Post Growth Economy).....यी सबैमा एउटै साफा चिज छ : यी सबैले सूक्ष्म तथा वृहत आर्थिक तहमा आर्थिक मोडलको नयाँ रूपको खोजी गर्दछन् र उच्च सम्भाव्य लगानी प्रतिफल दर (आई.आर.आर.) भन्दा अर्थतन्त्रमा केही न केही गर्नुछ,

भन्ने कुरालाई स्वीकार गर्दैन् । जुनसुकै मेट्रिक्समार्फत व्यवसायको कामलाई सामाजिक र वित्तीय रूपमा बराबर हिसावले मापन गर्नु पनि सोसियल बिजनेसका सात सिद्धान्तलाई अवलम्बन गर्नुसरह हो । तसर्थ, हामी कमन गुड मेट्रिक्सलाई अवलम्बन गर्न सल्लाह दिन्छौं हुन त सोसियल बिजनेसका सात सिद्धान्त भन्दा यो मेट्रिक्स बढी स्पष्ट र उपयुक्त निर्देशिका होइन तर यसले व्यवसायलाई सामाजिक प्रभावमूलक आचरणका लागि आवश्यक वातावरणसहितको सोचलाई कार्यान्वयन गर्न प्रोत्साहन दिन्छ ।

यो विभिन्न सरोकारवालाहरु (वितरक, कर्मचारी, व्यापारी, ग्राहक र वातावरण) लाई ध्यानमा राखेर बनाइएको व्यवस्थित दृष्टिकोण हो र यसले मानवीय आत्म सम्मान, एकता, पर्यावरणीय दिगोपना, सामाजिक न्याय वा प्रजातन्त्र र पारदर्शिताजस्ता विभिन्न महत्वपूर्ण मूल्य मान्यतालाई प्रतिविम्बित गर्दछ । सुरुमा हेर्दा यो केही जटिल जस्तै देखिएपनि अन्त्यतिर हाम्रा उद्यमीहरु सचेत हुनुपर्ने कुनै वित्तीय मोडेल वा प्राविधिक प्रक्रियाभन्दा सजिलो हुन्छ । यसका अधिकांस तत्वहरु सामान्य सोचाइ वा समावेशिता, समानता र वातावरणमै त्री व्यवहार वा बालश्रमको बचाउ लगायतबारे हाल अस्तित्वमा रहेका नियमबाट प्रत्यक्ष रूपमा र बालश्रम मुक्त सप्लाई चेनबाट आएका हुन् । वित्तीय मोडेलले लगानी, नगद प्रवाह, आम्दानी प्रवाह, सञ्चालन खर्च र हासकटटी जस्ता विविध वित्तीय पक्षहरुलाई एकैठाउँमा मिलाएजस्तै कमन गुड मेट्रिक्सले पनि पारदर्शी तरिकाले यस्तै काम गर्दै । युरोपमा प्रचलित हालको कमन गुड मेट्रिक्सले सबै १७ ओटा सूचकहरुलाई समेटदछ ।

COMMON GOOD MATRIX 4.1

This version is valid for Common Good Balance Sheets generated in 2013



STAKEHOLDER	VALUE	Human dignity	Cooperation and Solidarity	Ecological Sustainability	Social Justice	Democratic Co-determination and Transparency
A) Suppliers	A1: Ethical Supply Management	Active examination of the risks of purchased goods and services; consideration of the social and ecological aspects of suppliers and service partners				
B) Investors	B1: Ethical Financial Management	Consideration of social and ecological aspects when choosing financial services; common good-oriented investments and financing				
C) Employees, including business owners	C1: Workplace quality and affirmative action	C2: Just distribution of labor	C3: Promotion of environmentally friendly behavior of employees	C4: Just income distribution	C5: Corporate democracy and transparency	
	Employee-oriented organizational culture and structure, fair employment and payment policies, workplace health and safety, work-life balance, flexible work hours, equal opportunity and diversity	Reduction of overtime, eliminating unpaid overtime, reduction of total work hours, contribution to the reduction of unemployment	Promotion of environmental lifestyles of employees (mobility, nutrition, training and awareness-raising activities, sustainable organizational culture)	Low income disparity within a company, compliance with minimum and maximum wages	Comprehensive transparency within the company, election of managers by employees, democratic decision-making on fundamental strategic issues, transfer of property to employees	90
D) Customers / Products / Services / Business Partners	D1: Ethical customer relations	D2: Cooperation with businesses in same field	D3: Ecological design of products and services	D4: Socially oriented design of products and services	D5: Raising social and ecological standards	
	Ethical business relations with customers, customer orientation and co-determination, joint product development, high quality of service, high product transparency	Transfer of know-how, personnel, contracts and interest-free loans to other businesses in the same field, participation in cooperative marketing activities and crisis management	Offering of ecologically superior products/services; awareness raising programmes, consideration of ecological aspects when choosing customer target groups	Socially oriented design of products and services for disadvantaged groups, support for value-oriented market structures	Exemplary business behavior, development of higher standards with businesses in the same field, lobbying	30
E) Social Environment: Region, electorate, future generations, civil society, fellow human beings, animals and plants	E1: Value and social impact of products and services	E2: Contribution to the local community	E3: Reduction of environmental impact	E4: Investing profits for the Common Good	E5: Social transparency and co-determination, Common good and sustainability reports, participation in decision-making by local stakeholders and NGOs	
	Products and services fulfill basic human needs or serve humanity, society or the environment	Mutual support and cooperation through financial resources, services, products, logistics, time, know-how, knowledge, contacts, influence	Reduction of environmental effects towards a sustainable level, resources, energy, climate, emissions, waste etc.	Reducing or eliminating dividend payments to extm, payouts to employees, increasing equity, social-ecological investments	Exemplary business behavior, development of higher standards with businesses in the same field, lobbying	90
Negative Criteria	Violation of ILO norms (international labor standards) / human rights -200	Hostile takeover -200	Massive environmental pollution -200	Unequal pay for women and men -200	Non-disclosure of subsidies -100	
	Products detrimental to human dignity and human rights (e.g. landmines, nuclear power, GMONs) -200	Blocking patents -100	Gross violation of environmental standards -200	Job cuts or making jobs overseas despite having made a profit -150	Prohibition of a works council -150	
	Outsourcing or cooperation with companies which violate human dignity -150	Dumping Prices -200	Planned obsolescence (short lifespan of products) -100	Subsidiaries in tax havens -200	Non-disclosure of payments to lobbyists -200	
				Equity yield rate > 10% -200	Excessive income inequality within a business -150	