गलैंचा निर्यातः राष्ट्रिय रणनीतिक कार्ययोजना

२०८३-२०८८

नेपाल सरकार

उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय

उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयले मिति २०८२/१०/२१ मा अन्तर मन्त्रालय तथा अन्तर निकाय समन्वय गरी रणनीति तयार गर्न गठित कार्यदलले तयार गरेको प्रतिवेदन उपर निजी क्षेत्रका छाता संस्थाहरू तथा अन्तरमन्त्रालयबाट प्राप्त राय सुझाव समेतलाई समावेश गरी **मिति २०८३/०३/१७ को माननीय मन्त्रीस्तरको** निर्णय बमोजिम यो रणनीति स्वीकृत गरी कार्यान्वयनमा ल्याइएको छ।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाण्डौं

विषय सूची

कार्यकारी सारांश १

- नेपालमा गलैंचा उत्पादनको वर्तमान अवस्था २
- गलैंचा निर्यातको वर्तमान अवस्था ३
- गलैंचा उद्योगको सबल पक्ष, दुर्बल पक्ष, अवसरहरू र चुनौतीहरूको विश्लेषण ३

सोच र रणनीतिक उद्देश्यहरू ७

कार्यान्वयन कार्ययोजना ९

कार्यान्वयन व्यवस्थापन ढाँचा २८

- अनुगमन तथा मूल्याङ्कन २९

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

संक्षिप्त रूप

बिटुबि (B2B)	बिजिनेस टु बिजिनेस
इयु (EU)	युरोपियन युनियन
एनसीएसआई (NCSI)	नेपाल घरेलु तथा साना उद्योग महासंघ
एफडब्लूइएन (FWEAN)	महिला उद्यमी महासंघ नेपाल
आईटीसी (ITC)	अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार केन्द्र
एमओएएलडी (MOALD)	कृषि तथा पशुपन्छी विकास मन्त्रालय
एमओआईसीएस (MoICS)	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
नार्क (NARC)	नेपाल कृषि अनुसन्धान परिषद्
एनबीएसएम (NBSM)	नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग
फिन (FEEN)	निर्यात व्यवसायी महासंघ नेपाल
एनटीआईएम (NTIS)	नेपाल व्यापार एकीकरण रणनीति
एमईएम (SES)	क्षेत्रगत निर्यात रणनीति
एमएम (SME)	साना तथा मझौला उद्यम
टिईपीसी (TEPC)	व्यापार तथा निर्यात प्रवर्द्धन केन्द्र
टिआईपी (TIP)	व्यापार तथा लगानी कार्यक्रम
टिभिईटी (TVET)	प्राविधिक र व्यवसायिक शिक्षा तथा तालिम
सिटिईभिटि (CTEVT)	प्राविधिक शिक्षा तथा व्यावसायिक तालीम परिषद्
एफएनसिसिआई (FNCCI)	नेपाल उद्योग वाणिज्य महासंघ
सिएनआई (CNI)	नेपाल उद्योग परिसंघ
एचएस (HS)	हार्मोनाइज्ड सिस्टम
आरएण्डडि (R & D)	अनुसन्धान र विकास
आईसिटि (ICT)	सूचना तथा सञ्चार प्रविधि
एमएण्डई (M&E)	अनुगमन तथा मूल्याङ्कन
एनसिसि (NCC)	नेपाल चेम्बर अफ कमर्स

कार्यकारी सारांश

नेपालको आर्थिक रूपान्तरणमा उच्च मूल्यका कृषि तथा हस्तकलाका वस्तु विशेष गरी गलैंचा निर्यात प्रवर्द्धनमार्फत वैदेशिक मुद्रा आर्जन, रोजगारी सिर्जना तथा ग्रामीण आय वृद्धि गर्ने उद्देश्यले यो रणनीतिक योजना तर्जुमा गरिएको छ। अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली गलैंचाको प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता अभिवृद्धि गर्नु यस रणनीतिको मूल लक्ष्य हो।

नेपालमा बुनाई संस्कृतिको प्राचीन इतिहास रहेको छ । विभिन्न ऐतिहासिक प्रमाणहरूले परम्परागत धागो कात्ने र हाते लुमबाट बुन्ने काम करिब ३,००० ईसा पूर्वबाट सुरु भएको देखाउँछन्। नेपालमा बुनाईबाट गलैंचा उत्पादनको परम्परा चौधौं शताब्धितिरबाट सुरु भएको मानिएता पनि आधुनिक निर्यात उन्मुख गलैंचा उद्योगको व्यावसायिक उत्पादन सन् १९६० को दशकको सुरुवातीमा तिब्बती शरणार्थीहरूको आगमनसँगै भएको हो । चीन तिब्बत द्वन्द्वबाट भागेर तिब्बती शरणार्थीहरू नेपालमा आएर काठमाडौं उपत्यका र केही बाहिरका शिविरहरूमा बसोबास गर्न थालेसँगै शताब्दी पुरानो हातले बुन्ने कला र रैथाने प्रविधिहरू उनीहरुले आफूसँगै ल्याएको पाइन्छ। यी समुदायहरूले ललितपुरको जावलाखेल शिविरमा आफ्नो जिविकोपार्जनको लागि गलैंचा बुन्ने शिल्पलाई व्यावसायिक उद्योगमा रूपान्तरण गरेका थिए। विस्थापित समुदायहरूको आयआर्जनमा सहयोग गर्न गलैंचा उत्पादन प्रवर्द्धन कार्यक्रमहरू सञ्चालन भएका थिए ।अन्तर्राष्ट्रिय सहयोगी संस्थाहरु मुख्यतः अन्तर्राष्ट्रिय रेडक्रस सोसाइटी र स्विस एजेन्सी अफ टेक्निकल असिस्टेन्स (SATA) को संस्थागत सहयोगमा विभिन्न कार्यक्रमहरू मार्फत श्रम केन्द्रित हस्तकलामा आधारित आत्मनिर्भरता वृद्धि गर्ने विभिन्न पहलहरूमार्फत यो हस्तकलालाई संरक्षित गरिएको थियो । सन् १९६२ मा स्विस एजेन्सीको सहयोगमा पहिलो पटक नेपाली गलैंचा स्वीजरल्याण्ड निकासी गरिएकोमा सन् १९८० को दशकसम्ममा जर्मनी, संयुक्त राज्य अमेरिका र अस्ट्रियाका विलासी बजारहरूमा पुग्न सफल भएको थियो । सन् २०२४/२५ सम्म आइपुग्दा विश्वका ७३ देशहरूमा नेपाली गलैंचाको व्यवसायिक निर्यात भइरहेको देखिन्छ।

नेपालका चार ठूला निर्यातमा आधारित उद्योगहरू मध्ये गलैंचा उद्योगको स्थान बिगत लामो समयदेखि अग्रपङ्क्तिमा रहेको छ । झण्डै ३००,००० ब्यक्तिहरूलाई प्रत्यक्ष वा परोक्षरूपमा रोजगारी प्रदान गरेको यो उद्योगले दक्ष तथा अर्धदक्ष कामदारहरु विशेषगरी महिलाहरूका लागि अर्थपूर्ण र सुरक्षित रोजगारी सिर्जना गरेको छ। नेपालमा उत्पादित हातले बुनेको गलैंचा उद्योग केवल व्यापारिक वस्तु मात्र नभई एक जीवित सांस्कृतिक संस्था, रोजगारीको प्रमुख श्रोत र देशको सबैभन्दा रणनीतिक रूपमा महत्वपूर्ण निर्यात क्षेत्रहरू मध्ये एक हो। सन् १९८० को दशकको अन्त्यतिर र १९९० को दशकमा निर्यातको उच्चतम् विन्दुमा पुगेको यस उद्योगमा घट्दो श्रमशक्ति, महत्वपूर्ण उत्पादन प्रक्रियाहरूका लागि भारतीय प्रवासी श्रमिकहरूमा बढ्दो निर्भरता, गुणस्तर र सामाजिक वातावरणीय मानकको अनुपालन, ट्रेडमार्कको अभाव आदि संरचनात्मक समस्याहरू विद्यमान रहेका छन् ।

नेपालमा गलैंचा उत्पादनको वर्तमान अवस्था

व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्रको तथ्यांकअनुसार, सन् १९९९ मा २५ लाख वर्ग मिटर गलैंचा निर्यात गरेको यस उद्योगले हाल करिब ६ लाख वर्ग मिटर गलैंचा निर्यात गरिरहेको छ । साथै, निर्यात मूल्यका आधारमा यस उद्योगले सन् १९९९ मा १४२ मिलियन अमेरिकी डलरको गलैंचा निर्यात गरेको थियो भने हाल करिब ९० मिलियन अमेरिकी डलरको गलैंचा निर्यात गरिरहेको छ। त्यसैले विगत २५ वर्षमा परिमाणको आधारमा गलैंचाको निर्यातमा झण्डै ८१.८९ प्रतिशतले गिरावट आएको छ भने मूल्यको आधारमा २४.३३ प्रतिशतले कमी भएको देखिन्छ। यसले प्रति वर्गमिटर गलैंचाको मूल्यमा वृद्धि भएको देखाउँछ। प्रति इकाई गलैंचाको मूल्य दर सन् १९९९ देखि सन् २०10 को भन्दा पछिको समयावधिमा झन्डै ५ गुणाले वृद्धि भएको देखिन्छ। कच्चा पदार्थमा परनिर्भरता तथा बजार मूल्य वृद्धि, श्रमशक्तिको अभाव, प्राविधिक जनशक्तिलाई अन्य देशबाट झिकाई काम गर्नुपर्ने अवस्था जस्ता कारणले प्रति इकाई गलैंचाको लागत मूल्य वृद्धि भएको देखिन्छ। यसले गर्दा नेपालको हाते बुनाईको गलैंचा विश्व बजारमा उच्च मूल्यको वस्तु खरिद गर्ने बजारमा मात्र सीमित हुँदै गएको छ ।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

सन् २०२०/२१ देखि सन् २०२४/२५ सम्म गलैंचा निर्यातको मूल्यमा औषत वृद्धिदर वार्षिक ९.३६ प्रतिशत भएको देखिन्छ। आर्थिक वर्ष २०२४/२५ मा मात्र नेपालको गलैंचा निर्यातबाट प्राप्त आयमा ऊनी गलैंचाबाट १०.७८ अर्ब रुपैंया बराबरको योगदान रहेको छ। उक्त अवधिमा निर्यातको परिमाण ४,१४,२९२ वर्ग मिटरबाट ४,७२,०२३ वर्ग मिटरमा बढेर १३.९३% ले वृद्धि भएको छ (TEPC, २०२५)। गलैंचा निर्यातले कूल राष्ट्रिय निर्यातको ३.९ प्रतिशत हिस्सा ओगटेको छ। गलैंचा उद्योगमा संलग्न कूल श्रमशक्तिको ६५ प्रतिशत हिस्सा महिलाको रहेको छ । गलैंचा क्षेत्रको कूल मूल्य अभिवृद्धिको ८० प्रतिशत नेपालभित्रै हुने गरेको छ ।

गलैंचा निर्यातको वर्तमान अवस्था

नेपालबाट निर्यात हुने औद्योगिक वस्तुहरूमध्ये गलैंचा ऐतिहासिक रूपमा एक प्रमुख स्रोत रहँदै आएको छ। औद्योगिक निर्यातको हिस्सा सन् २००९ देखि २०१८ सम्म ८.६% देखि १२% को बीचमा रहेकोमा सन् २०१६ मा ११.९८% को उच्च विन्दुमा पुगेको थियो। सन् २०१८ पछि कूल औद्योगिक निर्यातमा गलैंचाको हिस्सा तीव्र रूपमा घट्न गई सन् २०२१ मा ४.४४% मा पुगेकोमा सन् २०२२ मा केही सुधार भई ७.४१% पुगेको देखिन्छ।

गलैंचा उद्योगको सबल पक्ष, दुर्बल पक्ष, अवसरहरू र चुनौतीहरूको विश्लेषण

नेपाली हातले बुनिएका ऊनी गलैंचा आफ्नो मौलिक बुनाई, उच्च गुणस्तर र 'ह्यान्ड-नटेड' (Hand-knotted) विशेषताका कारण गलैंचा उद्योगले एक स्थापित ब्रान्डको रूपमा रही अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपालको राम्रो छविसहित विश्वव्यापी प्रतिष्ठा प्राप्त गरेको छ। उच्च ढुवानी लागत र कर फिर्ता प्रक्रियामा हुने झन्झटले गलैंचा निर्यातलाई चुनौतीपूर्ण बनाएको छ। यस क्षेत्रको दिगो विकासका लागि उत्पादन क्षमताको पूर्ण उपयोग गर्ने, कच्चा पदार्थको आन्तरिक विकल्प खोज्ने र ढुवानी लागत घटाउन लजिस्टिक संरचनामा सुधार गर्नु आवश्यक छ। साथै, युवा जनशक्तिलाई आकर्षित गर्न र अनौपचारिक सीपलाई

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

प्रमाणीकरण गर्न सकेमा मात्र नेपाली कार्पेटको विश्वव्यापी प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता बढाई निर्यात प्रवर्द्धन गर्न सकिन्छ।

सबल पक्ष

- ग्रामीण क्षेत्रमा गलैंचा बुन्ने अनुभवी कामदारहरूको उपलब्धता रहेको छ । यसमा महिला कामदारको बाहुल्यता रहेकोले सकरात्मक आर्थिक सामाजिक प्रभाव रहेको।
- नेपालले मुख्यतया: १००-नट (Knot) का उच्च गुणस्तरका विशिष्ट कार्पेटहरू उत्पादन गर्दछ, यी डिजाइनको विश्वभर रुचि रहेको र यसले कूल उत्पादनको ६८.७% हिस्सा ओगटेको ।
- अन्य मुलुकमा १५० नटभन्दा माथिका गलैंचा प्रायः नबन्ने भएकाले नेपाली गलैंचाको गुणस्तर राम्रो मानिएको।
- मुलुकभित्रै गलैंचा डिजाइन गर्ने कम्प्युटर प्रविधिको उपलब्धता रहेको तथा अर्डरअनुसारको उत्पादनमा सहजता रहेको।

दुर्बल पक्ष

- कार्पेटका लागि आवश्यक मुख्य कच्चा पदार्थ (विशेष गरी तिब्बती ऊन) को लागि नेपाल पूर्ण रूपमा आयातित कच्चा पदार्थमा निर्भर रहेको।
- प्रविधिमा कम लगानी रहेका कारण परम्परागत शैलीमै सीमित रहेको।
- प्रतिस्पर्धी मुलुकको तुलनामा नेपाली गलैंचा महँगो परीक्षण र प्रमाणीकरण सुविधाको अभाव।
- प्रतिस्पर्धीको तुलनामा नेपालबाट आपूर्ति हुन बढी समय लाग्ने अवस्था।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

- बजार विविधीकरणको कमी आयातित कच्चा पदार्थको मूल्यमा उतारचढाव ।
- न्यून श्रम उत्पादकत्व ।

अवसरहरू

- परम्परागत हातले बुनिएका कार्पेटबाहेक विश्वमा माग बढिरहेका 'टफ्टेड' (Tufted) र 'वोभन' (Woven) गलैंचाहरूमा विविधीकरण गरी निर्यात बढाउन सकिने।
- सिधै अन्तर्राष्ट्रिय ग्राहकसम्म पुग्न डिजिटल प्लेटफर्म र अनलाइन बजारीकरणको प्रयोग गर्ने सम्भावना बढ्दो रहेको।
- युवा कामदारको बाहुल्यता रहेको यस क्षेत्रमा आधुनिक प्रविधि र व्यावसायिक तालिममार्फत युवाहरूलाई रोजगारी दिन सकिने।
- मध्यपूर्व र एसियाली मुलुकलाई नयाँ बजारको रूपमा विकास गर्ने सम्भावना।
- सामूहिक ट्रेडमार्क भएमा नेपाली ब्रान्डको दुरुपयोग रोक्न सकिने सम्भावना।
- श्रम उत्पादकत्व वृद्धि गर्ने सम्भावना।
- अल्लो, गाँजाको रेशा जस्ता कच्चा पदार्थ नेपालमा उपलब्ध हुने हुँदा विशिष्ट प्रकृतिका गलैंचा बनाउन सकिने सम्भावना।
- बजार पहुँचमा अतिकम विकसित राष्ट्रको रूपमा प्राप्त सुविधा।

चुनौती

- भारत र पाकिस्तानजस्ता ठूला उत्पादकहरूसँग मूल्य र परिमाणमा प्रतिस्पर्धा गर्नु।
- नेपालको भूपरिवेष्ठित अवस्था र महँगो हवाई ढुवानीले गर्दा बढेको निर्यात लागत मूल्यअनुरूप प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता बढाउनु ।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

- अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा गुणस्तर प्रमाणीकरण र वातावरणीय मापदण्डहरू जस्ता प्राविधिक अवरोधहरूको सामना गर्नु।
- सस्तो मूल्यका वैकल्पिक उत्पादन बढ्दै जानु।
- अन्य मुलुकका उत्पादकबाट हुने नेपाली ब्रान्डको दुरुपयोग रोक्नु।
- अतिकम विकसित मुलुकबाट स्तरोन्नति पश्चात् गुम्न जाने व्यापारजन्य सुविधाको निरन्तरताका लागि कुटनीतिक समाधान गर्नु।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाण्डौं

सोच र रणनीतिक उद्देश्यहरू

सोचः नेपाललाई गलैंचा उत्पादन र निर्यात केन्द्रका रूपमा स्थापित गर्दै आर्थिक समृद्धिमा योगदान गर्ने।

रणनीतिक उद्देश्यहरूः

१. गलैंचा उत्पादन, उत्पादकत्व र प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता अभिवृद्धि गर्ने ।

२. गुणस्तर, प्रमाणीकरण, ब्रान्डिङ तथा मूल्य अभिवृद्धि सुदृढ गर्ने ।

३. अन्तर्राष्ट्रिय बजार पहुँच सुदृढीकरण गर्ने।

४. संस्थागत सुदृढीकरण तथा अनुकूल व्यवसायिक वातावरण विकास गर्ने ।

कार्यनीतिहरूः

(रणनीतिक उद्देश्यः१ सँग सम्बन्धीत)

१.१ उत्पादन प्रक्रियामा आधुनिक प्रविधिको प्रयोग गर्ने ।

१.२ श्रमशक्तिको क्षमता विकास गर्ने ।

१.३ उत्पादन लागत न्यूनीकरण गर्दै उत्पादकत्व अभिवृद्धि गर्ने।

(रणनीतिक उद्देश्यः२ सँग सम्बन्धीत)

२.१ राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय ब्रान्ड पहिचान सुदृढ गर्ने।

२.२ अन्तर्राष्ट्रिय गुणस्तर, सामाजिक तथा वातावरणीय मापदण्डहरूको अनुपालन सुनिश्चित गर्ने।

२.३ नयाँ डिजाइन, नवप्रवर्तन तथा उच्च मूल्ययुक्त उत्पादन विकासलाई प्रोत्साहन गर्ने।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाण्डौ

(रणनीतिक उद्देश्य:३ सँग सम्बन्धीत)

३.१ अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तार तथा विविधीकरण गर्ने ।

३.२ निर्यात सहजीकरण तथा व्यापार लागत न्यूनीकरणका उपायहरू अवलम्बन गर्ने ।

३.३ डिजिटल मार्केटिङ, ई-कमर्स तथा अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार मेलाहरूमा सहभागिता अभिवृद्धि गर्ने।

(रणनीतिक उद्देश्य:४ सँग सम्बन्धीत)

४.१ श्रम अधिकार, सामाजिक सुरक्षा तथा सुरक्षित कार्य वातावरण सुनिश्चित गर्ने।

४.२ गलैंचा उत्पादक र उद्योगहरूको संस्थागत क्षमता विकास गर्ने ।

४.३ तथ्याङ्क तथा सूचना व्यवस्थापन प्रणाली विकास गर्ने ।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

कार्यान्वयन कार्ययोजना

कार्यनीतिहरू	क्रियाकलापहरु	जिम्मेवार निकाय	सहयोगी निकाय	समय सीमा	अपेक्षित नतिजा
रणनीतिक उद्देश्य १ः गलैंचा उत्पादन, उत्पादकत्व र प्रतिस्पर्धात्मकता अभिवृद्धि गर्ने ।					
१.१ उत्पादन प्रक्रियामा आधुनिक प्रविधिको प्रयोग गर्ने ।	१.१.१ गलैंचा उद्योगहरूमा प्रविधिगत आवश्यकताको अध्ययन गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, CTEVT, निजी क्षेत्र	छोटो अवधि (२०८३)	गलैंचा उद्योगको प्रविधिगत अवस्था, आवश्यकता र सुधारका क्षेत्रहरू पहिचान भई प्रविधि स्तरोन्नति मार्गचित्र तयार हुने।
	१.१.२ आधुनिक बुनाई, धुलाई, फिनिसिङ तथा गुणस्तर परीक्षण उपकरणको प्रयोग प्रवर्द्धन गर्ने।	उद्योग विभाग	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाल उद्योग परिसंघ, नेपाल उद्योग वाणिज्य	मध्यम अवधि (२०८३-२०८६)	आधुनिक उपकरणको प्रयोग बढ्ने, उत्पादन गुणस्तर सुधार हुने तथा उत्पादन समय र लागत घट्ने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

			महासंघ, विकास साझेदार		
	१.१.३ कम्प्युटर-आधारित डिजाइन (CAD) प्रणालीको प्रयोग विस्तार गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, प्राविधिक शिक्षालय, IT कम्पनीहरू	मध्यम अवधि (२०८३-२०८६)	आधुनिक तथा बजारमुखी डिजाइन विकास हुने, ग्राहकको मागअनुसार उत्पादन क्षमता बढ्ने।
	१.१.४ प्रविधि हस्तान्तरण कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, अन्तर्राष्ट्रिय विकास साझेदार	निरन्तर (२०८३-२०८८)	अन्तर्राष्ट्रिय स्तरका प्रविधि र अभ्यासहरूको हस्तान्तरण हुने, उद्योगको प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता अभिवृद्धि हुने।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

१.२ श्रमशक्तिको क्षमता विकास गर्ने ।	१.२.१ बुनाई, डिजाइन, रंगाई, फिनिसिङ तथा गुणस्तर व्यवस्थापनसम्बन्धी सीपमूलक तालिम सञ्चालन गर्ने।	नेपाल सीप विकास प्रतिष्ठान, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यात संघ, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, FNCCI, CNI, श्रम तथा रोजगार कार्यालय, विकास साझेदार संस्थाहरू	निरन्तर (२०८३-२०८८)	दक्ष तथा अर्धदक्ष जनशक्तिको संख्या वृद्धि हुने, उत्पादन गुणस्तर तथा श्रम उत्पादकत्वमा सुधार हुने, युवा तथा महिलाको रोजगारीमा वृद्धि हुने।
	१.२.२ सीप परीक्षण तथा प्रमाणीकरण कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।	राष्ट्रिय सीप परीक्षण समिति	CTEVT, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, श्रम तथा व्यावसायिक तालिम प्रदायक संस्थाहरू	मध्यम अवधि (२०८३-२०८६) तथा निरन्तर	गलैंचा क्षेत्रमा कार्यरत श्रमिकहरूको सीप प्रमाणीकरण हुने, श्रमिकको व्यावसायिक मान्यता तथा रोजगारी सुरक्षा अभिवृद्धि हुने, उद्योगलाई योग्य जनशक्ति उपलब्ध हुने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाण्डौं

१.३ उत्पादन लागत न्यूनीकरण गर्दै उत्पादकत्व अभिवृद्धि गर्ने।	१.३.१ उत्पादन लागत तथा मूल्य शृङ्खला विश्लेषण अध्ययन गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, FNCCI, CNI, अनुसन्धान संस्था	छोटो अवधि (२०८३-२०८४)	गलैंचा उत्पादनको लागत संरचना, मूल्य शृङ्खलाका अवरोध तथा सुधारका अवसरहरू पहिचान हुने र लागत न्यूनीकरणका लागि कार्ययोजना तयार हुने।
	१.३.२ ऊर्जा दक्ष तथा वातावरणमैत्री प्रविधिको प्रयोगलाई प्रोत्साहन गर्ने।	उद्योग विभाग	वैकल्पिक ऊर्जा प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, विकास साझेदार संस्थाहरू, निजी क्षेत्र	मध्यम अवधि (२०८४-२०८६)	ऊर्जा खपत तथा उत्पादन लागत घट्ने, वातावरणीय प्रभाव न्यूनीकरण हुने तथा हरित उत्पादन प्रवर्द्धन हुने।
	१.३.३ श्रम उत्पादकत्व मापन तथा सुधार कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।	श्रम तथा व्यवसायजन्य सुरक्षा विभाग	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, CTEVT, व्यापार तथा निकासी	निरन्तर (२०८३-२०८८)	श्रम उत्पादकत्व मापन प्रणाली विकास हुने, श्रमिकको कार्यदक्षता तथा उत्पादन क्षमता अभिवृद्धि हुने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

			प्रवर्द्धन केन्द्र, उद्योग प्रतिष्ठानहरू		
	१.३.४ उत्कृष्ट उत्पादकत्व हासिल गर्ने उद्योग तथा श्रमिकलाई प्रोत्साहन तथा पुरस्कार प्रदान गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, FNCCI, CNI, श्रम तथा रोजगार मन्त्रालय	वार्षिक (२०८४-२०८८)	उद्योग तथा श्रमिकहरूमा उत्पादकत्व वृद्धि र नवप्रवर्तनप्रति उत्प्रेरणा बढ्ने, उत्कृष्ट अभ्यासहरूको विस्तार हुने।
रणनीतिक उद्देश्य २: गुणस्तर, प्रमाणीकरण, ब्रान्डिङ तथा मूल्य अभिवृद्धि सुदृढ गर्ने ।					
२.१ राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय ब्रान्ड पहिचान सुदृढ गर्ने।	२.१.१ नेपाली गलैंचाको सामूहिक ब्रान्ड तथा ट्रेडमार्क विकास, दर्ता र प्रवर्द्धन गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, उद्योग विभाग, वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता हित संरक्षण विभाग, निजी क्षेत्र	छोटो तथा मध्यम अवधि (२०८३-२०८५)	नेपाली गलैंचाको एकीकृत राष्ट्रिय ब्राण्ड स्थापित हुने, ब्राण्ड दुरुपयोग न्यूनीकरण हुने तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली गलैंचाको पहिचान सुदृढ हुने।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

	२.१.२ अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार मेला, प्रदर्शनी तथा B2B कार्यक्रमहरूमा सहभागिता बढाउने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाली नियोगहरू, FNCCI, CNI, विकास साझेदारहरू	निरन्तर (२०८३-२०८८)	अन्तर्राष्ट्रिय खरिदकर्तासँग प्रत्यक्ष व्यापारिक सम्बन्ध विस्तार हुने, नयाँ बजार तथा ग्राहक पहिचान हुने र निर्यात अभिवृद्धि हुने।
	२.१.३ डिजिटल मार्केटिङ, वेबसाइट तथा सामाजिक सञ्जालमार्फत नेपाली गलैंचाको प्रवर्द्धन गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, IT कम्पनीहरू, निजी क्षेत्र, नेपाली नियोगहरू	निरन्तर (२०८३-२०८८)	नेपाली गलैंचाको डिजिटल उपस्थिति सुदृढ हुने, अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा पहुँच विस्तार हुने तथा अनलाइन व्यापारिक अवसर वृद्धि हुने।
२.२ अन्तर्राष्ट्रिय गुणस्तर, सामाजिक तथा वातावरणीय	२.२.१ अन्तर्राष्ट्रिय गुणस्तर, सामाजिक तथा वातावरणीय मापदण्डसम्बन्धी तालिम तथा	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग,	निरन्तर (२०८३-२०८८)	उद्योगी तथा श्रमिकहरूमा अन्तर्राष्ट्रिय गुणस्तर, सामाजिक तथा वातावरणीय

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाण्डौं

मापदण्डहरूको अनुपालन सुनिश्चित गर्ने।	अभिमुखीकरण कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।		श्रम तथा व्यवसायजन्य सुरक्षा विभाग, विकास साझेदार संस्थाहरू		मापदण्डबारे ज्ञान र क्षमता अभिवृद्धि हुने तथा अनुपालन दर वृद्धि हुने।
	२.२.२ गुणस्तर परीक्षण, प्रमाणीकरण तथा निरीक्षण सेवाहरूको पहुँच विस्तार गर्ने।	नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, उद्योग विभाग, मान्यता प्राप्त परीक्षण तथा प्रमाणीकरण निकायहरू	मध्यम अवधि (२०८३-२०८६)	गुणस्तर परीक्षण तथा प्रमाणीकरण सेवामा उद्योगहरूको पहुँच वृद्धि हुने, अन्तर्राष्ट्रिय बजारका प्राविधिक आवश्यकताहरू पूरा गर्न सहज हुने।
	२.२.३ श्रम, वातावरण तथा सामाजिक उत्तरदायित्वसम्बन्धी	श्रम तथा व्यवसायजन्य सुरक्षा विभाग	वन तथा वातावरण मन्त्रालय, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता	निरन्तर (२०८३-२०८८)	श्रम अधिकार, वातावरणीय संरक्षण तथा सामाजिक उत्तरदायित्वसम्बन्धी

	मापदण्डहरूको नियमित अनुगमन तथा मूल्याङ्कन गर्ने।		संघ, स्थानीय तह, विकास साझेदार संस्थाहरू		मापदण्डहरूको प्रभावकारी कार्यान्वयन सुनिश्चित हुने।
	२.२.४ उद्योगहरूमा गुणस्तर व्यवस्थापन प्रणाली तथा सामाजिक अनुपालन प्रणाली लागू गर्न सहजीकरण गर्ने।	उद्योग विभाग	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग, परामर्शदाता संस्था, विकास साझेदारहरू	मध्यम तथा दीर्घ अवधि (२०८४-२०८८)	उद्योगहरूमा गुणस्तर व्यवस्थापन प्रणाली (QMS) तथा सामाजिक अनुपालन प्रणाली संस्थागत हुने, अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा विश्वसनीयता र प्रतिस्पर्धात्मकता अभिवृद्धि हुने।
२.३ नयाँ डिजाइन, नवप्रवर्तन तथा उच्च मूल्ययुक्त उत्पादन विकासलाई	२.३.१ अल्लो, गाँजा, केरा, बाँस, प्राकृतिक रङ तथा अन्य स्थानीय कच्चा पदार्थमा आधारित उच्च मूल्ययुक्त गलैंचा विकास गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, वन तथा वातावरण मन्त्रालय, कृषि तथा पशुपन्छी विकास मन्त्रालय, नेपाल	मध्यम तथा दीर्घ अवधि (२०८३-२०८८)	स्थानीय कच्चा पदार्थमा आधारित नवीन तथा उच्च मूल्ययुक्त गलैंचा उत्पादन विकास हुने, आयातित कच्चा पदार्थमा निर्भरता आंशिक रूपमा घट्ने

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

प्रोत्साहन गर्ने।			कृषि अनुसन्धान परिषद्, निजी क्षेत्र		तथा नेपाली गलैंचाको विशिष्टता बढ्ने।
	२.३.२ बजार मागअनुसार नयाँ डिजाइन तथा उत्पादन विकासका लागि अनुसन्धान तथा विकास (R&D) कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, विश्वविद्यालयहरू, अनुसन्धान संस्थाहरू, निजी क्षेत्र	निरन्तर (२०८३-२०८८)	अन्तर्राष्ट्रिय बजारको मागअनुसार नयाँ डिजाइन तथा उत्पादन विकास हुने, उत्पादन विविधीकरण र मूल्य अभिवृद्धि बढ्ने।
	२.३.३ डिजाइनर, उद्योगी तथा प्राविधिकहरू बीच सहकार्य प्रवर्द्धन गरी नवप्रवर्तन कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, उद्योग विभाग, डिजाइन संस्था, विश्वविद्यालय, निजी क्षेत्र	निरन्तर (२०८३-२०८८)	डिजाइनर, उद्योग र प्राविधिकबीच सहकार्य सुदृढ हुने, नवप्रवर्तन तथा नयाँ उत्पादन विकासको वातावरण सिर्जना हुने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

	२.३.४ डिजाइन तथा नवप्रवर्तन प्रतियोगिता, प्रदर्शनी तथा उत्कृष्ट उत्पादन पुरस्कार कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, FNCCI, CNI, विश्वविद्यालय, विकास साझेदार संस्थाहरू	वार्षिक (२०८३-२०८८)	नवीन डिजाइन तथा उत्पादन विकासमा प्रतिस्पर्धा बढ्ने, उत्कृष्ट उत्पादनको पहिचान र प्रवर्द्धन हुने तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली गलैंचाको आकर्षण बढ्ने।
रणनीतिक उद्देश्य ३: अन्तर्राष्ट्रिय बजार पहुँच सुदृढीकरण गर्ने।					
३.१ अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तार तथा विविधीकरण गर्ने	३.१.१ सम्भावित नयाँ निर्यात बजारहरूको पहिचान तथा बजार अध्ययन गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाली नियोगहरू, नेपाल निर्यात व्यवसायी महासंघ	छोटो तथा मध्यम अवधि (२०८३-२०८५)	गलैंचाका लागि उच्च सम्भावना भएका नयाँ बजारहरूको पहिचान हुने, बजार प्रवेश रणनीति तयार हुने तथा निर्यात विविधीकरणका आधारहरू स्थापित हुने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

	३.२.२ लक्षित देशहरूमा व्यापार प्रवर्द्धन कार्यक्रम, व्यापारिक भ्रमण तथा क्रेता—विक्रेता भेटघाट (B2B) आयोजना गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाली नियोगहरू, FNCCI, CNI, विकास साझेदार संस्थाहरू	निरन्तर (२०८३-२०८८)	अन्तर्राष्ट्रिय खरिदकर्तासँग प्रत्यक्ष व्यापारिक सम्बन्ध विस्तार हुने, नयाँ व्यापारिक सम्झौता तथा निर्यात अवसरहरू सिर्जना हुने।
	३.२.३ परम्परागत बजार (अमेरिका, युरोप) बाहेक मध्यपूर्व, पूर्वी एसिया तथा अन्य उदीयमान बजारहरूमा बजार पहुँच विस्तार गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाली नियोगहरू, निजी क्षेत्र	मध्यम तथा दीर्घ अवधि (२०८४-२०८८)	निर्यात बजारको विविधीकरण हुने, सीमित बजारमा रहेको निर्भरता घट्ने तथा नयाँ गन्तव्य मुलुकहरूमा निर्यात वृद्धि हुने।
	३.२.४ विदेशस्थित नेपाली नियोग तथा व्यापार प्रवर्द्धन संस्थाहरूसँग समन्वय गरी बजार सूचना	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	परराष्ट्र मन्त्रालय, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाली नियोगहरू, नेपाल	निरन्तर (२०८३-२०८८)	बजार सूचना, व्यापार अवसर तथा खरिदकर्ता सम्बन्धी जानकारी उद्योगसम्म नियमित रूपमा पुग्ने,

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

	तथा व्यापार अवसरहरूको प्रवाह सुदृढ गर्ने।		गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ		निर्यातकर्ताको बजार पहुँच र व्यापारिक निर्णय क्षमता अभिवृद्धि हुने।
३.२ निर्यात सहजीकरण तथा व्यापार लागत न्यूनीकरणका उपायहरू अवलम्बन गर्ने	३.२.१ निर्यातसम्बन्धी प्रशासनिक, भन्सार तथा प्रमाणीकरण प्रक्रियाहरूको सरलीकरण र डिजिटलीकरण गर्ने।	भन्सार विभाग, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	भन्सार विभाग, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग	छोटो तथा मध्यम अवधि (२०८३-२०८५)	निर्यात प्रक्रिया छिटो, पारदर्शी र सहज हुने, कागजी प्रक्रिया तथा समय लागतमा कमी आउने।
	३.२.२ ढुवानी, गोदाम तथा लजिस्टिक्स सेवाको पहुँच र दक्षता अभिवृद्धि गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	नेपाल इन्टरमोडल यातायात विकास समिति, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, निजी लजिस्टिक्स सेवा प्रदायकहरू, नेपाल गलैंचा उत्पादक	मध्यम तथा दीर्घ अवधि (२०८४-२०८८)	ढुवानी समय र लागतमा कमी आउने, निर्यात आपूर्ति शृङ्खला थप प्रभावकारी र भरपर्दो बन्ने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

			तथा निर्यातकर्ता संघ		
	३.२.३ कूल निर्यात रकमको १% प्रतिशत रकम निर्यात प्रवर्द्धनका लागि खर्च गर्ने।	नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, नेपाल निर्यात व्यवसायी महासंघ	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, भन्सार विभाग, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	निरन्तर (२०८३-२०८६)	निर्यात प्रवर्द्धन तथा सहजीकरण भई निर्यातमा वृद्धि भएको हुने ।
	३.२.४ निर्यातकर्ताहरूलाई आवश्यक व्यापार सूचना, परामर्श तथा सहजीकरण सेवा उपलब्ध गराउने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, FNCCI, CNI, नेपाली नियोगहरू, नेपाल निर्यात व्यवसायी महासंघ,	निरन्तर (२०८३-२०८८)	निर्यातकर्ताहरूले बजार, नियम, मापदण्ड तथा व्यापार अवसरसम्बन्धी अद्यावधिक सूचना प्राप्त गर्ने, निर्यात क्षमता र बजार पहुँच अभिवृद्धि हुने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

			, नेपाल निर्यात व्यवसायी महासंघ		
३.३ डिजिटल मार्केटिङ, ई-कमर्स तथा अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार मेलाहरूमा सहभागिता अभिवृद्धि गर्ने ।	३.३.१ नेपाली गलैंचाको प्रवर्द्धनका लागि एकीकृत डिजिटल मार्केटिङ अभियान सञ्चालन गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	नेपाल पर्यटन बोर्ड, FNCCI, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, डिजिटल मार्केटिङ एजेन्सीहरू	(२०८३-२०८६)	अन्तर्राष्ट्रिय ब्राण्ड पहिचान वृद्धि, अनलाइन visibility वृद्धि, नयाँ विदेशी buyer आकर्षण, निर्यात वृद्धि
	३.३.२ उद्योगहरूलाई अन्तर्राष्ट्रिय ई—कमर्स तथा अनलाइन व्यापार प्लेटफर्महरूमा आबद्ध गराउने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, सूचना तथा सञ्चार प्रविधि मन्त्रालय, उद्योग विभाग	बैंक तथा वित्तीय संस्था, DHL/FedEx/नेपाल पोस्ट	(२०८३-२०८६)	ग्लोबल मार्केट पहुँच विस्तार, मध्यस्थ लागत घट्ने, निर्यात च्यानल विविधीकरण, SME डिजिटल व्यापार विस्तार

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाण्डौं

	३.३.४ डिजिटल व्यापार, ई—कमर्स, Collective Trademark तथा अनलाइन ब्राण्डिङसम्बन्धी क्षमता विकास तालिम सञ्चालन गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, उद्योग मन्त्रालय, CTEVT	ICT तालिम प्रदायक संस्था, FNCCI, विकास साझेदार, निजी डिजिटल एजेन्सीहरू	(२०८३-२०८८) (निरन्तर/दीर्घ कालीन)	डिजिटल दक्ष जनशक्ति विकास, SME export readiness वृद्धि, अनलाइन ब्राण्डिङ क्षमता सुधार, ई—कमर्स ecosystem सुदृढ
रणनीतिक उद्देश्य ४ःसंस्थागत सुदृढीकरण तथा अनुकूल व्यवसायिक वातावरण विकास गर्ने					
४.१ सामाजिक सुरक्षा तथा सुरक्षित कार्य वातावरण सुनिश्चित गर्ने।	४.१.१ गलैंचा उद्योगमा कार्यरत श्रमिकहरूको सामाजिक सुरक्षा योजनामा आबद्धता विस्तार गर्ने।	श्रम, रोजगार तथा सामाजिक सुरक्षा मन्त्रालय	सामाजिक सुरक्षा कोष, उद्योग मन्त्रालय, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ	(२०८३-२०८६)	श्रमिकहरूको सामाजिक सुरक्षा (पेन्सन, स्वास्थ्य, दुर्घटना बीमा) पहुँच वृद्धि, औपचारिक रोजगार वृद्धि

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

	४.१.२ श्रमिक तथा रोजगारदाताका लागि कार्यस्थल सुरक्षा र लैङ्गिक समानतासम्बन्धी अभिमुखीकरण तथा तालिम सञ्चालन गर्ने।	श्रम, रोजगार तथा सामाजिक सुरक्षा मन्त्रालय	CTEVT, FNCCI, स्थानीय तहहरू	निरन्तर (२०८३-२०८८)	सचेतना वृद्धि, सुरक्षित कार्य वातावरण, लैङ्गिक समानता प्रवर्द्धन
	४.१.३ सुरक्षित, स्वास्थ्यकर तथा श्रमिकमैत्री कार्यस्थल निर्माणका लागि न्यूनतम मापदण्ड लागू गर्ने।	श्रम मन्त्रालय, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय,	स्थानीय सरकार, उद्योग निरीक्षण निकाय, स्वास्थ्य मन्त्रालय, उद्योग संघ	(२०८३-२०८६)	सुरक्षित कार्यस्थल सुनिश्चित, occupational health सुधार, दुर्घटना जोखिम न्यूनीकरण
४.२ गलैंचा उत्पादक र उद्योगहरूको संस्थागत	४.२.१ गलैंचा उद्योग तथा उत्पादक संस्थाहरूको व्यवस्थापकीय तथा प्राविधिक क्षमता	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, व्यापार तथा	FNCCI, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, CTEVT, विकास	(२०८३-२०८६)	व्यवस्थापकीय दक्षता वृद्धि, उत्पादन गुणस्तर सुधार, प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता वृद्धि

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

क्षमता विकास गर्ने ।	विकास कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने।	निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	साझेदारहरू, निजी प्रशिक्षण संस्था		
	४.२.२ उद्योग तथा उत्पादकहरूको व्यवसाय योजना, वित्तीय व्यवस्थापन तथा उद्यम विकाससम्बन्धी तालिम सञ्चालन गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	बैंक तथा वित्तीय संस्था, नेपाल राष्ट्र बैंक, CTEVT, FNCCI, उद्यम विकास केन्द्रहरू	निरन्तर (२०८३-२०८८)	व्यवसाय योजना निर्माण क्षमता वृद्धि, वित्तीय व्यवस्थापन सुधार, लगानी दक्षता बढ्ने
	४.२.३ उत्पादक, उद्योग र व्यवसायिक संघसंस्थाबीच सहकार्य तथा सञ्जाल (Networking) विस्तार गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	FNCCI, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, NCC, अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारिक संस्था	(२०८३-२०८६)	उद्योग—उद्योग सहकार्य विस्तार, बजार पहुँच वृद्धि, B2B सम्बन्ध सुदृढ, निर्यात अवसर वृद्धि

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाण्डौं

४.३ तथ्याङ्क तथा सूचना व्यवस्थापन प्रणाली विकास गर्ने ।	४.३.१ गलैंचा क्षेत्रसम्बन्धी उत्पादन, रोजगारी, निर्यात तथा बजार सूचनाको एकीकृत डाटाबेस विकास गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	केन्द्रीय तथ्याङ्क विभाग, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय, नेपाल गलैंचा उत्पादक तथा निर्यातकर्ता संघ, निजी ICT कम्पनीहरू	(२०८३-२०८६)	विश्वसनीय र एकीकृत डेटा प्रणाली स्थापना, नीति निर्माणमा प्रमाण-आधारित निर्णय क्षमता वृद्धि, सूचना पारदर्शिता सुधार
	४.३.२ बजार सूचना, मूल्य, माग तथा व्यापार अवसरसम्बन्धी डिजिटल सूचना प्रणाली विकास गर्ने।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	FNCCI, IT कम्पनीहरू, ITC, निजी ई—कमर्स प्लेटफर्महरू	(२०८३-२०८६)	बजार सूचना पहुँच वृद्धि, मूल्य पारदर्शिता, निर्यात अवसर पहिचान सहज, व्यवसायिक निर्णय क्षमता सुधार

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

	४.३.३ रणनीतिक योजनाको अनुगमन तथा मूल्याङ्कनका लागि सूचकमा आधारित सूचना व्यवस्थापन प्रणाली सञ्चालन गर्ने।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	केन्द्रीय तथ्याङ्क विभाग, राष्ट्रिय योजना आयोग, ICT मन्त्रालय, विकास साझेदार	(२०८३-२०८८) (निरन्तर/दीर्घ कालीन)	प्रभावकारी M&E प्रणाली स्थापना, परिणाममा आधारित नीति कार्यान्वयन, रणनीतिक लक्ष्य प्राप्तिमा सुधार

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

कार्यान्वयन व्यवस्थापन ढाँचा

नेपाल व्यापार एकीकृत रणनीति (२०७९/८०-२०८४/८५) मा उल्लिखित कार्यहरू मध्ये नियमित बजेटबाट कार्यान्वयन हुन सक्ने प्रकृतिका क्रियाकलापहरूलाई तीनै तहले आ-आफ्नो कार्यविभाजन एवम् कार्यक्षेत्र अनुसार सम्बन्धित सबै निकायले आफ्नो वार्षिक कार्यक्रम तथा बजेटमा समावेश गरी कार्यान्वयन गर्ने व्यवस्था छ। सो बाहेकका अन्य क्रियाकलापका सम्बन्धमा गलैंचा निर्यात रणनीतिक कार्ययोजना कार्यान्वयनका लागि कार्ययोजनामा उल्लिखित जिम्मेवार निकाय तथा सहयोगी निकायका सम्बन्धमा निम्नबमोजिमको व्यवस्था रहनेछः-

- कार्ययोजनामा तोकिएका कार्यनीति कार्यान्वयनका लागि तोकिएका जिम्मेवार निकायले बजेट तथा कार्यक्रम तर्जुमा गर्दा कार्यान्वयनयोग्य क्रियाकलापहरू पहिचान गरी वार्षिक बजेटमा समावेश गरी कार्यान्वयन गर्नुपर्नेछ।
- प्रदेश सरकार र स्थानीय तहको कार्ययोजनामा तोकिएको जिम्मेवारी, भूमिका एवं सहयोगी भूमिकाका अतिरिक्त अग्र तथा पृष्ठ सम्बन्ध कायम गर्ने गरी कार्ययोजना कार्यान्वयनमा समन्वयकारी तथा सक्रिय भूमिका रहनेछ।
- रणनीति कार्यान्वयनको जिम्मेवारी सामान्यतया नेतृत्वदायी मन्त्रालय तथा निकायमा रहने गरी यो कार्ययोजनामा समेटिएकोमा सम्बन्धित निकाय मातहत रहेका विभाग, कार्यालय, परिषद्, बोर्ड, निकाय, केन्द्र लगायतका संस्थागत संरचनाको भूमिका पहिचान गरी कार्यान्वयन हुने अपेक्षा गरिएको छ।
- कार्ययोजनामा उल्लिखित जिम्मेवारी तोकिएको निजी क्षेत्रले सम्बन्धित क्षेत्रका उद्यमी तथा छाता संस्थाहरूमार्फत कार्यान्वयन हुने अपेक्षा गरिएको छ।
- सम्बन्धित मन्त्रालय, प्रदेश सरकार तथा स्थानीय तह र निजी क्षेत्रबाट रणनीति कार्यान्वयनको प्रगति प्रतिवेदन तथा आवश्यक सुझावहरू नियमित रूपमा प्राप्त हुने अपेक्षा गरिएको छ।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

- उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयले अन्तरसम्बन्धित मन्त्रालय, प्रदेश सरकार तथा स्थानीय तह साथै निजी क्षेत्रले रणनीतिको कार्यान्वयनमा आवश्यक सहयोग, समन्वय तथा बाधा व्यवधान भएमा हटाउन आवश्यक सहजीकरण गर्नेछ।

यस रणनीति र अन्य क्षेत्रगत रणनीतिको बीचमा सामञ्जस्यता कायम, समन्वय र सहजीकरण, रणनीति कार्यान्वयनमा सरकारी तथा निजी क्षेत्रसँग समन्वय, कार्यान्वयनको क्रममा आउने बाधा व्यवधानहरूको सम्बोधन गर्ने कार्य नेपाल व्यापार एकीकृत रणनीति, २०८० मा व्यवस्था भएको राष्ट्रिय कार्यक्रम कार्यान्वयन इकाईले गर्नेछ ।

अनुगमन तथा मूल्याङ्कन

विषयगत मन्त्रालय, विभाग तथा केन्द्रीय निकायले आआफ्नो क्षेत्राधिकार अन्तर्गत रही यस रणनीतिको कार्यान्वयनको नियमित अनुगमन गर्नेछन् । रणनीति कार्यान्वयनको समग्र अनुगमन तथा मूल्याङ्कन उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयले गर्नेछ। यसरी अनुगमन गर्दा यस रणनीति तथा सोसम्बन्धी कार्यक्रम अन्य रणनीति तथा कार्यक्रममा मूलप्रवाहीकरण भए नभएको सम्बन्धमा समेत अनुगमन तथा मूल्याङ्कन गरी सो को प्रतिवेदन नेपाल व्यापार एकीकृत रणनीति, २०८० मा व्यवस्था भएको राष्ट्रिय निर्देशक समितिको बैठकमा पेश हुनेछ। यस रणनीतिको मूल्याङ्कनका आधारमा आवश्यकतानुसार समायोजन एवं परिमार्जन गरिनेछ ।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं