छुर्पी 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, काठमाडौं

विषय सूची

कार्यकारी सारांश १

नेपालको प्रमुख निर्यातयोग्य वस्तुमा कुकुरका लागि खाद्य पदार्थ (Dog Chew) का रूपमा छुर्पीको विकास २

नेपालमा छुर्पी उत्पादनको वर्तमान अवस्था ३

छुर्पी निर्यातको अवस्था ४

नेपालको कुकुर तथा बिरालोका खाद्य पदार्थको रूपमा छुर्पीको वार्षिक निर्यात संरचनाको विश्लेषण ४

नेपालमा छुर्पी व्यवसायको सबल पक्ष, दुर्बल पक्ष, अवसर तथा चुनौतीहरू ६

सोच र रणनीतिक उद्देश्यहरू ९

कार्यान्वयन कार्ययोजना १३

कार्यान्वयन व्यवस्थापन ढाँचा २६

अनुगमन तथा मूल्याङ्कन २७

संक्षिप्त रूप

बिटुबि (B2B)	विजिनेस टु विजिनेस
एनसीएसआई (NCSI)	नेपाल घरेलु तथा साना उद्योग महासंघ
एफडब्लूइएन (FWEAN)	महिला उद्यमी महासंघ नेपाल
आईटीसी (ITC)	अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार केन्द्र
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
एनएलएमईपी (NLSP)	नेपाल लाइभस्टक इनोभेसन आयोजना
एनटीआईएम (NTIS)	नेपाल व्यापार एकीकरण रणनीति
पीओ (POA)	कार्ययोजना
एमईएम (SES)	क्षेत्र 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

कार्यकारी सारांश

नेपालमा कुकुर तथा बिरालोका लागि विशेष खाद्य पदार्थको रूपमा छुर्पीको उत्पादन तथा निर्यात विस्तार हुँदै गएको छ। याक वा गाईको दूधबाट तयार हुने यो परम्परागत खाद्यवस्तु नेपालीहरूको दैनिक आहारको महत्वपूर्ण हिस्सा भए पनि पछिल्ला वर्षहरूमा विशेष गरी कुकुरका लागि प्राकृतिक चपाउने खाद्य (Dog Chew) का रूपमा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा लोकप्रिय बन्दै गएको छ। छुर्पी उत्पादन नेपालको कृषि तथा पशुपालनमा आधारित अर्थतन्त्रसँग घनिष्ठ रूपमा सम्बन्धित छ, जहाँ निर्वाहमुखी खेतीसँगै हिमाली क्षेत्रमा व्यावसायिक पशुपालन पनि विकसित हुँदै आएको छ । पशु आहारका रूपमा छुर्पीको निर्यात नेपालले कृषि वस्तुको निर्यात विस्तार गरी उच्च आयातका कारण बढ्दो व्यापार घाटा न्यूनीकरण गर्ने रणनीतिको एक महत्वपूर्ण अंगका रूपमा विकसित भइरहेको छ।

परम्परागत सुकाइएको चीज छुर्पी उत्पादन गर्ने प्रक्रियामा विशेष गरी याक/गाइ को दूधबाट चिल्लो पदार्थ छुट्टयाई उपयुक्त पदार्थ प्रयोग गरी फटाउने कार्यबाट सुरु हुन्छ। त्यसपछि दहीजस्तो जमेको भाग *छेना* बाट मठ्ठा छुट्याइन्छ र बाँकी ठोस भागलाई निश्चित आकारमा ढालेर सुकाइन्छ। कडा छुर्पी उत्पादनका लागि यसलाई घाममा सुकाउने वा न्यून तापक्रम भएको ओभनमा सुकाउने विधि अपनाइन्छ। उचित रूपमा भण्डारण गरिएको अवस्थामा छुर्पीको भण्डारण अवधि अत्यन्त लामो हुन्छ र यसलाई २० वर्षसम्म सुरक्षित रूपमा राख्न सकिन्छ।

प्रोटिन, क्याल्सियम तथा अन्य आवश्यक पोषक तत्वले भरिपूर्ण भएकाले छुर्पीलाई अत्यन्त पोषिलो खाद्य पदार्थ मानिन्छ। नेपालमा यो लोकप्रिय भएको र पछिल्ला वर्षहरूमा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा पशु आहारको रूपमा यसको माग उल्लेखनीय रूपमा बढेको छ। विशेष गरी विकसित देशहरूमा कडा छुर्पीलाई कुकुरका लागि पौष्टिक तथा चपाउने खाद्यका रूपमा व्यापक रूपमा प्रयोग गरिन्छ।

नेपालको प्रमुख निर्यातयोग्य वस्तुमा कुकुरका लागि खाद्य पदार्थ (Dog Chew) का रूपमा छुर्पीको विकास

हालका वर्षहरूमा कुकुरका लागि चपाउने खाद्य पदार्थ (Dog Chew) को निर्यात पश्चिमी मुलुकहरूमा बढ्दो मागका कारण उल्लेखनीय रूपमा विस्तार भएको छ। सन् २००० को प्रारम्भिक दशकमा संयुक्त राज्य अमेरिकामा हिमाली क्षेत्रमा उत्पादन हुने परम्परागत कडा चीज छुर्पी कुकुरले छुर्पी चपाइरहेको देखे पछि कुकुरले छुर्पी अत्यन्त रुचिपूर्वक खाएको दृश्यले यसलाई सम्भावित व्यावसायिक उत्पादनका रूपमा विकास गर्न सकिने सम्भावना बीच वर्तमान छुर्पी निकासी शुरु भएको देखिन्छ ।सन् २००७ मा मनराम हिमालयन ह्यान्डिक्राफ्ट नेपाल र हिमालयन पेट सप्लायर्स, USA को संयुक्त पहलमा हिमाली याकको छुर्पीलाई जैविक कुकुरको चपाउने खाद्यका रूपमा व्यावसायिक उत्पादन गर्ने अग्रणी कम्पनीको रूपमा कार्य प्रारम्भ भयो। समयसँगै उनीहरूले उत्पादन प्रक्रियामा सुधार गर्दै छुर्पीबाट गुलियोको मात्रा (Lactose) हटाउने तथा यसको बनावटलाई कुकुरका लागि सुरक्षित र सहज रूपमा चपाउन मिल्ने गरी परिमार्जन गरे। उनीहरूको सबैभन्दा ठूलो उपलब्धि भनेको कडा छुर्पीलाई रबरबाट निर्मित कृत्रिम डग च्युको प्राकृतिक विकल्पका रूपमा सफलतापूर्वक स्थापित गर्नु थियो।

सेप्टेम्बर २००७ मा अमेरिकाको वासिङ्टन सियाटल राज्यस्थीत बेलिङ्गममा आयोजित एक अन्तर्राष्ट्रिय पेट मेलामा उनीहरूले "हिमालयन डग च्यु (Himalayan Dog Chew)" नामबाट उत्पादन सार्वजनिक गरे, जहाँ उक्त उत्पादन अत्यन्त लोकप्रिय भई केही समयमै सबै बिक्री भयो। यही घटनाले नेपालको परम्परागत छुर्पीलाई विश्वव्यापी पाल्तु जनावर उद्योगमा प्रवेश गराउने ऐतिहासिक अवसर प्रदान गऱ्यो।

वर्तमान सन्दर्भमा कुकुरका लागि छुर्पीबाट निर्मित चपाउने खाद्य नेपालका सबैभन्दा तीव्र गतिमा विस्तार भइरहेको निर्यातजन्य वस्तुमध्ये एक बनेको छ। विशेषगरी युरोपेली तथा अमेरिकी बजारमा यसको माग उल्लेखनीय रूपमा बढेको छ, जहाँ यसलाई रबरबाट निर्मित कृत्रिम डग च्युको सुरक्षित, प्राकृतिक तथा स्वास्थ्यवर्द्धक विकल्पका रूपमा स्वीकार गरिएको छ। हाल यो नेपालको शीर्ष १० प्रमुख निर्यात वस्तुमध्ये एकको

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

रूपमा स्थापित भइसकेको छ । आर्थिक वर्ष २०२४/२५ मा नेपालले करिब रु. ४.५१ अर्ब बराबरको डग च्यु निर्यात गरेको थियो, जुन पछिल्ला पाँच वर्षको अवधिमा औषत वार्षिक वृद्धिदर करिब १९.०७ प्रतिशत रहेको छ ।

नेपालमा छुर्पी उत्पादनको वर्तमान अवस्था

नेपाल छुर्पी व्यवसायी संघका अनुसार नेपालका पहाडी र हिमाली जिल्लाहरूका ४ सयभन्दा बढी छुर्पी उद्योगबाट वार्षिक २० लाख किलोभन्दा बढी छुर्पी उत्पादन हुँदै आएको छ । नेपालमा उत्पादन हुने छुर्पीमध्ये ८० प्रतिशत कोशी प्रदेशमा मात्रै उत्पादन हुन्छ। नेपालमा उत्पादन हुने अधिकांश छुर्पी युरोप र अमेरिकामा निर्यात गरिन्छ, जहाँ यसलाई कुकुर र बिरालोलाई खुवाइन्छ। विश्व बजारमा नेपाली छुर्पीको माग उल्लेख्य भएतापनि नेपालमा छुर्पी उत्पादन क्षेत्रले हाल विभिन्न संरचनात्मक तथा प्राकृतिक चुनौतीहरूको सामना गरिरहेको छ, जसले यसको समग्र उत्पादन क्षमतामा गिरावट ल्याएको छ। मुख्य समस्यामध्ये व्यवसायीक पशुपालन घट्दै जानु एक प्रमुख कारण हो, किनभने युवा पुस्ता वैकल्पिक रोजगारीतर्फ आकर्षित भइरहेका छन्, जसका कारण परम्परागत पशुपालन प्रणाली कमजोर हुँदै गएको छ। यससँगै, हिमाली क्षेत्रमा उपलब्ध चरन क्षेत्र पनि क्रमशः घट्दै जाँदा पशुपालनका लागि आवश्यक प्राकृतिक स्रोतको अभाव बढ्दै गएको छ। जलवायु परिवर्तनले पनि हिमाली वातावरणमा प्रत्यक्ष असरका कारण तापक्रम परिवर्तन, अनियमित हिमपात र चरन योग्य भूमिको गुणस्तरमा ह्रास ल्याएको छ।

त्यस्तै, दुर्गम हिमाली क्षेत्रबाट उत्पादन गरिने छुर्पीलाई बजारसम्म पुऱ्याउने क्रममा ढुवानी तथा पहुँचको समस्या ठूलो चुनौतीका रूपमा रहेको छ, जसले लागत बढाउने र आपूर्ति शृङ्खला कमजोर बनाउने काम गरेको छ। उद्योग संरचनाको दृष्टिले पनि अधिकांश उत्पादन साना तथा पुराना प्रशोधन इकाइहरूमा सीमित भएकाले आधुनिक प्रविधि, गुणस्तर नियन्त्रण र ठूलो परिमाणमा उत्पादन गर्ने क्षमता कमजोर छ। साथै, सरकारी लगानी र नीति समर्थन अपेक्षित रूपमा पर्याप्त नहुँदा यस क्षेत्रको आधुनिकीकरण, विस्तार र प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता विकासमा बाधा पुगेको छ।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

छुर्पी निर्यातको अवस्था

छुर्पीका लागि कुकुर वा बिरालोको आहार (dog or cat food) अन्तर्गत छुट्टै HS कोड नतोकिने भएकाले यसको अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारलाई सटीक रूपमा पहिचान गर्न कठिनाइ रहेको छ। प्रायः यसलाई कुकुर वा बिरालोको खाना सम्बन्धी व्यापक वर्गीकरणभित्र समावेश गरिन्छ, जसमा विभिन्न प्रकारका पशु आहारहरू पर्ने गर्छन्। उदाहरणका लागि, संयुक्त राज्य अमेरिकाले छुर्पीलाई HS Code 2309100090 अन्तर्गत "dog and cat food, put up for retail sale, NESOI" भनी वर्गीकरण गरेको छ। तर यस कोडअन्तर्गत हुने सम्पूर्ण कारोबार छुर्पी मात्रसँग सम्बन्धित हुँदैन, किनभने यसमा कुकुर र बिरालोका अन्य विविध खाद्य उत्पादनहरू पनि समावेश हुन्छन्।

नेपालको कुकुर तथा बिरालोका खाद्य पदार्थको रूपमा छुर्पीको वार्षिक निर्यात संरचनाको विश्लेषण

आर्थिक वर्ष २०७१/७२ मा कुकुर तथा बिरालोका खाद्य पदार्थको रूपमा छुर्पीको निर्यात परिमाण २७६ मेट्रिक टन रहेकोमा आर्थिक वर्ष २०८१/८२ मा २,६१० मेट्रिक टन पुगेको छ। त्यसैगरी, कुकुर तथा बिरालोका खाद्य पदार्थको रूपमा छुर्पीको निर्यात मूल्य आर्थिक वर्ष २०७१/७२ मा रु. ०.२८ अर्ब रहेकोमा आर्थिक वर्ष आर्थिक वर्ष २०८१/८२ मा रु. ४.५१ अर्ब पुगेको छ।

आर्थिक वर्ष	परिमाण (मे.ट.)	मूल्य (रू. अर्ब)	प्रतिटनको मूल्य (रू.)
२०७१/७२	२७६	०.२८	१,०२८,४८१
२०७२/७३	३१७	०.४३	१,३४८,६१५
२०७३/७४	३७७	०.५५	१,४५३,५६७
२०७४/७५	५७६	०.८६	१,४८८,७९३

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

२०७५/७६	६३६	१.०५	१,६५४,५८०
२०७६/७७	७१७	१.२३	१,७१२,५५५
२०७७/७८	१,२६३	१.९७	१,५५५,८५८
२०७८/७९	१,७४४	२.९१	१,६६९,२५८
२०७९/८०	१,७८६	३.४१	१,९०८,६५६
२०८०/८१	१,६४७	३.१८	१,९३३,५४३
२०८१/८२	२,६१०	४.५१	१७२९४९४

स्रोतः व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र

यसैगरी, कुकुर तथा बिरालोका खाद्य पदार्थको रूपमा छुर्पीको औसत निर्यात मूल्य आर्थिक वर्ष २०१४/१५ मा प्रति मेट्रिक टन रु. १०,२८,४८१ रहेकोमा आर्थिक वर्ष २०२४/२५) मा बढेर प्रति मेट्रिक टन रु. १७,२९,४९४ पुगेको छ। अध्ययन अवधिमा सबैभन्दा उच्च औसत निर्यात मूल्य प्रति मेट्रिक टन रु. १९,३३,५४३ आर्थिक वर्ष २०८०/८१ (२०२३/२४) मा रहेको छ भने सबैभन्दा न्यून औसत निर्यात मूल्य प्रति मेट्रिक टन रु. १०,२८,४८१ आर्थिक वर्ष २०७१/७२ (२०१४/१५) मा रहेको छ।

तालिकाः आर्थिक वर्ष २०२४/२५ मा नेपालको छुर्पी निर्यातको तथ्याङ्क

देश	परिमाण (के.जी.)	मूल्य (रु हजारमा)
संयुक्त राज्य अमेरिका	२,१३६,५६०	३,९२७,०१२
क्यानडा	१७२,८६७	३६७,८९३
संयुक्त अधिराज्य	२४,३०९	६७,६०१
जापान	१९१,९१८	६७,०९२
दक्षिण कोरिया	१०,३३२	१९,६५२
मलेसिया	३,८७८	९,७१८
हङकङ	२६,६३०	९,६३९

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

सिंगापुर	३,५०३	८,२५०
नेदरल्याण्ड्स	२,६७४	५,०६६
संयुक्त अरब इमिरेट्स	८,२८३	४,९६६
ताइवान, चीन	२,१०९	४,७९८
ग्रीस	१,३८०	४,१६०
युक्रेन	१,३००	३,५१२
न्यूजील्याण्ड	१,१९६	३,१७९
ब्राजिल	१,६८१	२,६३८
थाइल्याण्ड	१,४३३	२,५०८
फिलिपिन्स	७००	१,८१५
फ्रान्स	१,३१०	८३९
चीन	६,०६०	६८७
अष्ट्रेलिया	७,६०७	६७४
भियतनाम	३७१	५४९
स्लोभाकिया	२८५	५४५
लेबनान	२००	४७४
स्पेन	३,२६२	३५८
कतार	१००	२२४
चेक गणराज्य	८०	१३२
मेक्सिको	४०	११५
कुल	२,६१०,०६७	४,५१४,०९७

स्रोतः व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र

नेपालमा छुर्पी व्यवसायको सबल पक्ष, दुर्बल पक्ष, अवसर तथा चुनौतीहरू

नेपालको छुर्पी क्षेत्रको विकास तथा निर्यात प्रवर्द्धनका लागि मूल्य शृङ्खलाका विभिन्न अवयवहरूमा रणनीतिक रूपमा केन्द्रित हुन आवश्यक छ। गुणस्तरीय दूध उत्पादन र

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाण्डौं

आपूर्ति शृङ्खलाको सुदृढीकरण, उत्पादनको गुणस्तर र खाद्य सुरक्षाको सुनिश्चितता, मूल्य अभिवृद्धि र उत्पादन विविधीकरणमार्फत परम्परागत छुर्पीसँगै पेट फुड-ग्रेड तथा ब्रान्डेड उत्पादनको विकास एवं निर्यात प्रवर्द्धनका लागि प्रमुख अन्तर्राष्ट्रिय बजार लक्षित रणनीति, व्यापार मेलामा सहभागिता, ई-कमर्स प्रयोग र निर्यात सहजीकरण आवश्यक छ।

नेपालको छुर्पी उद्योगको विश्लेषण अनुसार यसको प्रमुख सकरात्मक पक्षमा हिमाली क्षेत्रको प्राकृतिक र जैविक दूधमा आधारित उत्पादन प्रणाली, परम्परागत ज्ञान तथा कम लागतमा उत्पादन गर्न सकिने क्षमता पर्दछन्। साथै, अन्तर्राष्ट्रिय जनावरको खाद्य बजारमा बढ्दो मागले यस उद्योगलाई थप सम्भावना प्रदान गरेको छ। गुणस्तर र मानकीकरणको अभाव, आधुनिक प्रशोधन तथा चिस्यान पूर्वाधारको कमजोरी, सीमित ब्रान्डिङ र अन्तर्राष्ट्रिय पहिचान, साथै HS Code अस्पष्टताले निर्यात तथ्याङ्क संकलनमा समस्या देखिन्छ।

विश्वव्यापी जनावरको खाद्य बजारको तीव्र विस्तार, जैविक तथा प्राकृतिक उत्पादनप्रति बढ्दो माग, ई-कमर्समार्फत प्रत्यक्ष निर्यात सम्भावना, र "Nepal Chhurpi" ब्रान्ड तथा GI tag विकास महत्वपूर्ण छन्। यता, चुनौतीहरूमा भारत र चीनजस्ता देशसँगको तीव्र अन्तर्राष्ट्रिय प्रतिस्पर्धा, कडा खाद्य सुरक्षा मापदण्ड, कच्चा दूध आपूर्तिमा अस्थिरता, मूल्य उतार-चढाव, तथा निर्यात नीतिगत जटिलताहरू प्रमुख छन्। समग्रमा, उचित नीति र लगानीमार्फत यी चुनौतीलाई सम्बोधन गर्न सके छुर्पी उद्योगले ठूलो निर्यात सम्भावना हासिल गर्न सक्छ।

सबल पक्षः

- लामो समयदेखि उत्पादन हुँदै आएको मौलिक वस्तु
- स्वदेशी कच्चा पदार्थमा आधारित
- चिसो हावापानीका पशुको दूधबाट बन्ने भएकोले उच्च गुणस्तर
- लामो समयसम्म भण्डारण गर्न सकिने
- दुर्गम तथा पहाडी क्षेत्रमा स्थानीय समुदायको आय वृद्धि र रोजगारी सिर्जनामा सहयोग

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

दुर्बल पक्षः

- व्यवसायीक पशुपालनमा कमि
- अपर्याप्त संरक्षण र प्रोत्साहन
- परम्परागत र असंगठित उत्पादन प्रक्रिया एवं उत्पादकहरू बीच गुणस्तर तथा आकारमा भिन्नता
- मौसमी उत्पादनका कारण दूधको उपलब्धतामा उतारचढाव
- आधुनिक उपकरण तथा प्रविधिको अभाव

अवसरहरूः

- अमेरिका, क्यानडा, युरोपेली मुलुक लगायतमा उच्च माग
- निरन्तर उच्च तहको निर्यात वृद्धि
- अन्य वस्तुको तुलनामा कम प्रतिस्पर्धा
- नेपाली ब्रान्डको रूपमा मुलुक चिनाउने उच्च सम्भावना

चुनौतीहरूः

- खोरेत मुक्त अवस्था कायम गर्ने
- नेपाली विशेष पहिचान स्थापना गर्ने
- बजारको माग अनुसार आपूर्ति व्यवस्थापन
- गुणस्तर कायम राख्दै आयातकर्ता मुलुकको मापदण्ड परिपालना

सोच र रणनीतिक उद्देश्यहरू

नेपालको परम्परागत दुग्धजन्य उत्पादन छुर्पी पछिल्ला वर्षहरूमा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा विशेष गरी कुकुर तथा बिरालोका लागि प्राकृतिक चपाउने खाद्य पदार्थ का रूपमा लोकप्रिय बन्दै गएको छ। विशेषतः अमेरिका, युरोप तथा अन्य विकसित मुलुकहरूमा यसको माग बढ्दै जाँदा नेपालका लागि छुर्पी निर्यात विदेशी मुद्रा आर्जन, ग्रामीण रोजगारी सिर्जना तथा दुग्ध क्षेत्रको व्यावसायीकरणको महत्वपूर्ण माध्यम बन्न सक्ने सम्भावना देखिएको छ। तर उत्पादन, गुणस्तर, तथ्याङ्क व्यवस्थापन, बजार पहुँच तथा नीतिगत व्यवस्थापनका केही चुनौतीहरूका कारण यस क्षेत्रको पूर्ण सम्भावना उपयोग हुन सकेको छैन। त्यसैले नेपालको छुर्पी उत्पादन तथा निर्यातलाई सुदृढ बनाउन स्पष्ट सोच, दीर्घकालीन रणनीति तथा प्रभावकारी कार्ययोजना आवश्यक छ।

सबैभन्दा पहिले, छुर्पी उत्पादनको आधारभूत स्रोत दूध भएकाले दुग्ध उत्पादन तथा संकलन प्रणालीलाई सुदृढ बनाउनुपर्छ। किसानहरूलाई उन्नत पशुपालन प्रविधि, पशु स्वास्थ्य सेवा तथा उत्पादनमुखी कार्यक्रममार्फत दूध उत्पादन बढाउन प्रोत्साहित गर्नुपर्छ। यससँगै उत्पादन प्रक्रियामा आधुनिक प्रविधि, सरसफाइ तथा गुणस्तर व्यवस्थापन प्रणाली अपनाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारले अपेक्षा गर्ने गुणस्तर सुनिश्चित गर्न आवश्यक छ। HACCP, GMP, ISO, हलालजस्ता अन्तर्राष्ट्रिय प्रमाणपत्र प्राप्त गर्न उद्योगहरूलाई प्राविधिक तथा वित्तीय सहयोग उपलब्ध गराइनुपर्छ।

छुर्पी निर्यात विस्तारका लागि बजार विविधीकरण पनि उत्तिकै महत्वपूर्ण छ। हाल यसको मुख्य निर्यात बजार अमेरिका र युरोप भए पनि जापान, दक्षिण कोरिया, अष्ट्रेलिया तथा मध्यपूर्वका मुलुकहरूमा समेत सम्भावित बजारको खोजी गर्नुपर्छ। व्यापार प्रवर्द्धन कार्यक्रम, अन्तर्राष्ट्रिय प्रदर्शनी तथा व्यवसायिक भेटघाटमार्फत नेपाली छुर्पीको प्रचारप्रसार गर्न सकिन्छ। साथै, "Nepal Chhurpi" लाई विशिष्ट नेपाली उत्पादनका रूपमा ब्रान्डिङ गरी अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा यसको पहिचान स्थापित गर्नुपर्छ। हिमाली क्षेत्रको प्राकृतिक वातावरण, स्थानीय उत्पादन प्रणाली तथा परम्परागत ज्ञानलाई बजार प्रवर्द्धनको आधार बनाउन सकिन्छ।

नेपाल सरकार ... वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय ... बार, काठमाडौं

छुर्पी निर्यातसँग सम्बन्धित अर्को महत्वपूर्ण विषय यसको व्यापार तथ्याङ्क व्यवस्थापन हो। हाल छुर्पीलाई कुकुर वा बिरालोको खाना अन्तर्गतका सामान्य HS कोडमा वर्गीकरण गरिएकाले यसको वास्तविक अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार परिमाण र मूल्यको यथार्थ विवरण प्राप्त गर्न कठिनाइ छ। त्यसैले नेपालले अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा छुर्पीका लागि छुट्टै HS कोड प्राप्त गर्ने पहल गर्नुपर्छ। यसबाट उत्पादन, निर्यात, मूल्य तथा बजारको स्पष्ट तथ्याङ्क उपलब्ध भई नीति निर्माण तथा व्यापार प्रवर्द्धनमा सहयोग पुग्नेछ।

मूल्य शृङ्खलाको सुदृढीकरण पनि आवश्यक छ। किसान, दूध संकलनकर्ता, प्रशोधन उद्योग तथा निर्यातकर्ताबीच समन्वय बढाई उत्पादनदेखि बजारसम्मको सम्पूर्ण प्रक्रियालाई व्यवस्थित गर्नुपर्छ। दुर्गम पहाडी तथा हिमाली क्षेत्रमा सडक, भण्डारण तथा ढुवानी पूर्वाधारको विकासले उत्पादन लागत घटाउन र प्रतिस्पर्धात्मकता बढाउन मद्दत पुऱ्याउनेछ। यसका साथै सहुलियतपूर्ण ऋण, बीमा तथा लगानी प्रोत्साहन कार्यक्रममार्फत निजी क्षेत्रको सहभागिता बढाउनुपर्छ।

अन्ततः, अनुसन्धान, नवप्रवर्तन तथा व्यापार सहजीकरणलाई पनि प्राथमिकता दिनुपर्छ। नयाँ उत्पादन विकास, मूल्य अभिवृद्धि तथा मानव उपभोगका लागि उपयुक्त छुर्पीजन्य उत्पादनहरूको अनुसन्धान गर्न आवश्यक छ। निर्यात प्रक्रियालाई सरल, छरितो तथा डिजिटल बनाउँदै आयातकर्ता मुलुकहरूले तोकेका स्वच्छता तथा गुणस्तर मापदण्ड पूरा गर्न प्राविधिक सहयोग प्रदान गर्नुपर्छ। यी सबै रणनीतिहरूको प्रभावकारी कार्यान्वयनबाट नेपाली छुर्पीलाई विश्व बजारमा विशिष्ट पहिचान दिलाउन, निर्यात वृद्धि गर्न, ग्रामीण अर्थतन्त्रलाई सुदृढ बनाउन तथा विदेशी मुद्रा आर्जनमा महत्वपूर्ण योगदान पुऱ्याउन सकिनेछ।

सोचः नेपाललाई गुणस्तरीय छुर्पी उत्पादन तथा निर्यात केन्द्रका रूपमा स्थापित गर्दै आर्थिक समृद्धिमा योगदान गर्ने ।

रणनीतिक उद्देश्यहरूः

१. दूध उत्पादन र संकलन प्रणालीलाई सुदृढ बनाउने ।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

२. छुर्पी उत्पादकको उत्पादन क्षमता र गुणस्तर अभिवृद्धि गर्ने ।

३. छूर्पीको निर्यातमा वृद्धि गर्ने ।

४. छुर्पी उत्पादन तथा निर्यात प्रवर्द्धन गर्न नीतिगत तथा संस्थागत सुदृढिकरण गर्ने।

कार्यनीतिहरूः

(रणनीतिक उद्देश्यः१ सँग सम्बन्धीत)

१.१ गुणस्तरीय दुध उत्पादनमा वृद्धि गर्ने ।

१.२ पशुपालक किसानको क्षमता अभिवृद्धि गर्ने।

१.३ पशु आहार, नश्ल सुधार तथा पशु स्वास्थ्यमा सुधार गर्ने।

१.४ सहकारी तथा उत्पादक समूहलाई परिचालन गर्ने।

(रणनीतिक उद्देश्यः२ सँग सम्बन्धीत)

२.१ उत्पादन प्रविधिको आधुनिकीकरण गर्ने।

२.२ गुणस्तर तथा प्रमाणीकरण प्रणाली सुदृढ गर्ने।

२.३ ब्रान्डिङ तथा प्याकेजिङ सुधार गर्ने।

२.४ उत्पादक किसान तथा संस्थाहरूको क्षमता विकास गर्ने।

(रणनीतिक उद्देश्यः३ सँग सम्बन्धीत)

३.१ अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तार तथा विविधीकरण गर्ने।

३.२ व्यापार प्रवर्द्धन र व्यापार कुटनीतिलाई सशक्तिकरण गर्ने।

३.३ गुणस्तर तथा प्रमाणीकरण प्रणाली सुदृढ गर्ने।

(रणनीतिक उद्देश्यः४ सँग सम्बन्धीत)

४.१ कानुनी तथा नियामकीय सुधार गर्ने।

४.२ छुर्पी उत्पादक र उद्योगहरूको संस्थागत क्षमता विकास गर्ने।

४.३ तथ्याङ्क तथा सूचना व्यवस्थापन प्रणाली विकास गर्ने।

४.४ पूर्वाधार, लगानी तथा वित्तीय पहुँच प्रवर्द्धन गर्ने।

कार्यान्वयन कार्ययोजना

कार्यनीतिहरू	क्रियाकलापहरु	जिम्मेवार निकाय	सहयोगी निकाय	समय सीमा	अपेक्षित नतिजा
रणनीतिक उद्देश्य १: दूध उत्पादन र संकलन प्रणालीलाई सुदृढ बनाउने ।					
१.१ गुणस्तरीय दुध उत्पादनमा वृद्धि गर्ने ।	१.१.१ उन्नत जातका गाई, भैंसी, चौंरी तथा याक पालनमा प्रोत्साहन गर्ने ।	पशु सेवा विभाग	राष्ट्रिय पशु प्रजनन कार्यालयहरू, प्रदेश सरकार, स्थानीय तह, सहकारी तथा निजी क्षेत्र	मध्यम अवधि (२-५ वर्ष)	उन्नत जातका पशुको संख्या वृद्धि भई दूध उत्पादन तथा उत्पादकत्वमा वृद्धि हुने।
	१.१.२ पशु बिमा, खोप तथा रोग नियन्त्रण कार्यक्रम लागू गर्ने ।	पशु सेवा विभाग	प्रदेश पशु सेवा निर्देशनालय, स्थानीय तह,	निरन्तर	पशु रोगको प्रकोप तथा मृत्युदरमा कमी आई स्वस्थ पशुधन विकास हुने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाण्डौं

			पशु स्वास्थ्य केन्द्र, निजी क्षेत्र		
	१.१.३ पशु स्वास्थ्य शिविर सञ्चालन गर्ने ।	स्थानीय तह तथा पशु सेवा विभाग	पशु चिकित्सक संघ, प्रदेश सरकार, सहकारी संस्था, विकास साझेदार	वार्षिक/ निरन्तर	दुर्गम क्षेत्रका पशुपालक किसानले पशु स्वास्थ्य सेवा प्राप्त गरी पशु स्वास्थ्य तथा उत्पादकत्वमा सुधार हुने।
१.२ पशुपालक किसानको क्षमता अभिवृद्धि गर्ने ।	१.२.१ आधुनिक पशुपालन, पोषण व्यवस्थापन तथा दुग्ध उत्पादनसम्बन्धी तालिम सञ्चालन गर्ने ।	प्रदेश सरकार	कृषि ज्ञान केन्द्र, भेटेरिनरी अस्पताल तथा पशु सेवा विज्ञ केन्द्र, स्थानीय तह, सहकारी	निरन्तर	पशुपालक किसानको ज्ञान, सीप र क्षमता अभिवृद्धि भई आधुनिक पशुपालन अभ्यासको विस्तार हुने तथा दूध उत्पादन र गुणस्तरमा सुधार आउने।

नेपाल सरकार
... वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

			संस्था, विकास साझेदार		
	१.२.२ प्राविधिक परामर्श सेवा उपलब्ध गराउने।	पशु सेवा विभाग	स्थानीय तह, भेटेरीनरी अस्पताल तथा पशु सेवा विज्ञ केन्द्र, कृषि ज्ञान केन्द्र, सहकारी संस्थाहरू	निरन्तर	किसानले समयमै प्राविधिक सेवा तथा परामर्श प्राप्त गरी पशुपालन व्यवस्थापन, पशु स्वास्थ्य र उत्पादकत्वमा सुधार हुने।
१.३ पशु आहार, नश्ल सुधार तथा पशु स्वास्थ्यमा सुधार गर्ने ।	१.३.१ उन्नत घाँस तथा चारा विकास कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने ।	पशु सेवा विभाग	नेपाल कृषि अनुसन्धा परिषद्, भेटेरीनरी अस्पताल तथा पशु सेवा विज्ञ	२-५ वर्ष	उन्नत घाँस तथा चाराको उत्पादन र उपलब्धतामा वृद्धि

			केन्द्र, स्थानीय तह, सहकारी		
	१.३.२ सामुदायिक चरन क्षेत्र व्यवस्थापन गर्ने ।	स्थानीय तह	पशु सेवा विभाग, सामुदायिक वन उपभोक्ता समूह	२-५ वर्ष	चरन क्षेत्रको दिगो व्यवस्थापन तथा आहार उपलब्धतामा सुधार
	१.३.३ सन्तुलित पशु आहारको प्रयोग प्रवर्द्धन गर्ने।	पशु सेवा विभाग	पशु दाना उद्योग, प्रदेश सरकार, स्थानीय तह	निरन्तर	सन्तुलित पशु आहारको प्रयोग वृद्धि भई दूध उत्पादन र गुणस्तरमा सुधार
	१.३.४ कृत्रिम गर्भाधान सेवा विस्तार गर्ने ।	पशु सेवा विभाग	राष्ट्रिय पशु प्रजनन कार्यालय, स्थानीय तह, निजी	निरन्तर	कृत्रिम गर्भाधान सेवामा किसानको पहुँच वृद्धि भई उन्नत नश्लका पशुको संख्या बढ्ने।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

			प्राविधिक सेवा प्रदायक		
१.४ सहकारी तथा उत्पादक समूहलाई परिचालन गर्ने ।	१.४.१ पशुपालक कृषकहरूलाई सहकारी संस्थामा आबद्ध गराउने ।	सहकारी विभाग, स्थानीय तह	पशु सेवा विभाग, राष्ट्रिय सहकारी महासंघ, प्रदेश सरकार	१-३ वर्ष	सहकारी संस्थाहरूमा पशुपालक कृषकहरूको आबद्धतामा वृद्धि भएको हुने ।
	१.४.२ संकलन तथा बजार व्यवस्थापनमा सहकारीहरूको भूमिका बढाउने ।	स्थानीय तह	दुग्ध विकास संस्थान, राष्ट्रिय दुग्ध विकास बोर्ड, दुग्ध सहकारीहरू	२-५ वर्ष	दूध संकलन, भण्डारण तथा बजारीकरण प्रणाली सुदृढ भई किसानले उत्पादनको उचित मूल्य प्राप्त गर्ने।
रणनीतिक उद्देश्य २: छुर्पी उत्पादकको उत्पादन क्षमता र गुणस्तर अभिवृद्धि गर्ने ।					
२.१ उत्पादन प्रविधिको आधुनिकीकरण गर्ने ।	२.१.४ आधुनिक प्रशोधन उपकरण, सुकाउने प्रविधि तथा	छुर्पी व्यावसायी संघ	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, खाद्य प्रविधि	१-३ वर्ष	आधुनिक प्रशोधन तथा प्याकेजिङ प्रविधिको प्रयोग बढाई उत्पादन दक्षता, गुणस्तर र

नेपाल सरकार
... तथा आपूर्ति मन्त्रालय
...र, काठमाण्डौ

	प्याकेजिङ सामग्रीको प्रयोग बढाउने ।		तथा गुण नियन्त्रण विभाग, प्रदेश सरकार, निजी क्षेत्र		उत्पादन क्षमता अभिवृद्धि हुने।
	२.१.२ उत्पादन प्रक्रियामा यान्त्रिकीकरण बढाउन प्रोत्साहन गर्ने ।	उद्योग विभाग	लघु, घरेलु तथा साना उद्योग प्रवर्द्धन केन्द्र, निजी क्षेत्र, विकास साझेदार	२-५ वर्ष	उत्पादन प्रक्रियामा यान्त्रिकीकरण वृद्धि भई उत्पादन लागत घट्ने, उत्पादकत्व बढ्ने र गुणस्तरमा एकरूपता कायम हुने।
२.२ गुणस्तर तथा प्रमाणीकरण प्रणाली सुदृढ गर्ने ।	२.२.१ GMP, HACCP, ISO, BRCGS, हलाल लगायतका गुणस्तर प्रमाण पत्र प्राप्त गर्न सहजिकरण गर्ने ।	कृषि तथा पर्यावरण मन्त्रालय, खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण विभाग	परराष्ट्र मन्त्रालय, नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग	१-३ वर्ष	छुर्पी उद्योगहरूले अन्तर्राष्ट्रिय गुणस्तर व्यवस्थापन प्रणाली अवलम्बन गरी उत्पादनको गुणस्तर

					तथा विश्वसनीयता अभिवृद्धि हुने।
	२.२.२ गुणस्तर परीक्षणका लागि अन्तराष्ट्रिय मान्यता प्राप्त प्रयोगशाला सुविधा विस्तार गर्ने ।	खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण विभाग	नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग, प्रदेश सरकार, विकास साझेदारहरू	२-५ वर्ष	गुणस्तर परीक्षण सेवाको पहुँच विस्तार भई परीक्षण प्रक्रिया प्रभावकारी र विश्वसनीय बन्ने।
	२.२.४ नियमित गुणस्तर परीक्षण तथा अनुगमन गर्ने ।	खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण विभाग	स्थानीय तह, प्रदेश सरकार	निरन्तर	उत्पादनको गुणस्तर तथा खाद्य सुरक्षा मापदण्डको नियमित अनुपालन सुनिश्चित हुने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

२.३ ब्रान्डिङ, प्याकेजिङ तथा ल्याबेलिङमा सुधार गर्ने ।	२.३.१ नेपाली छुर्पी (डग च्यू) को Collective Trademark दर्ता, ब्रान्डिङ, प्याकेजिङ तथा ल्याबेलिङ प्रवर्द्धन गर्न अभिमुखीकरण गर्ने ।	उद्योग विभाग, छुर्पी उत्पादक संघ	निजी क्षेत्र, विदेशस्थीत नेपाली नियोगहरू	२-५ वर्ष	"नेपाली छुर्पी" को राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय ब्रान्ड पहिचान स्थापित भई बजार माग र निर्यातमा वृद्धि हुने।
२.४ छुर्पी उत्पादक तथा व्यवसायीहरूको क्षमता विकास गर्ने ।	२.४.१ उद्योगहरूको व्यवस्थापकीय तथा व्यवसायिक क्षमता अभिवृद्धि गर्ने ।	औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठान, प्रदेश सरकार	उद्योग विभाग, स्थानीय तह, विकास साझेदारहरू	१-५ वर्ष	उत्पादक समूह, सहकारी तथा उद्योगहरूको व्यवस्थापन, वित्तीय योजना, उत्पादन तथा व्यवसाय सञ्चालन क्षमता अभिवृद्धि भई

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाडौं

					प्रतिस्पर्धात्मकता बढ्ने।
	२.४.२ बजार सूचना तथा व्यापार व्यवस्थापन सम्बन्धी तालिम प्रदान गर्ने ।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, नेपाल उद्योग वाणिज्य महासंघ, विकास साझेदारहरू	निरन्तर	उत्पादक तथा उद्योगहरूले बजार सूचना, निर्यात प्रक्रिया, व्यापार व्यवस्थापन तथा बजार अवसरहरू बारे ज्ञान हासिल गरी व्यवसाय विस्तार गर्न सक्षम हुने।
रणनीतिक उद्देश्य ३: छुर्पीको निर्यातमा वृद्धि गर्ने ।					
३.१ अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तार तथा विविधीकरण गर्ने ।	३.१.१ अमेरिका र युरोपका विद्यमान बजारहरू सुदृढ गर्ने तथा जापान, दक्षिण कोरिया, अष्ट्रेलिया, क्यानडा र मध्यपूर्वका	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, विदेशस्थीत	२-५ वर्ष	विद्यमान बजारमा निर्यात वृद्धि हुनुका साथै नयाँ अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली छुर्पीको पहुँच विस्तार हुने।

नेपाल सरकार
उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय
सिंहदरबार, काठमाण्डौ

	सम्भावित नयाँ बजारहरूको अध्ययन तथा प्रवर्द्धन गर्ने ।		नेपाली नियोगहरू, छुर्पी व्यवसायी संघ		
३.२ व्यापार प्रवर्द्धन र व्यापार कुटनीतिलाई सशक्तिकरण गर्ने ।	३.२.१ अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार मेला, प्रदर्शनी, व्यापारिक सम्मेलन तथा B2B र G2G कार्यक्रममा सहभागिता बढाउने ।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, परराष्ट्र मन्त्रालय, विदेशस्थीत नेपाली नियोगहरू, निजी क्षेत्र	निरन्तर	अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली छुर्पीको प्रवर्द्धन भई नयाँ व्यापारिक साझेदारी तथा निर्यात अवसरहरू विस्तार हुने।
	३.२.२ विदेशी खरिदकर्ता तथा वितरकहरूसँग	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	विदेशस्थीत नेपाली नियोगहरू,	१-५ वर्ष	विदेशी खरिदकर्ता तथा वितरकसँग प्रत्यक्ष व्यापारिक सम्बन्ध

	सम्पर्क विस्तार गर्ने ।		नेपाल उद्योग वाणिज्य महासंघ, नेपाल निर्यात व्यवसायी महासंघ, छुर्पी उत्पादक तथा निर्यातकर्ताहरू		स्थापित भई निर्यात सम्झौता र बजार पहुँच वृद्धि हुने।
	३.२.३ छुर्पीको अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारलाई स्पष्ट रूपमा अभिलेखीकरण गर्न छुट्टै HS कोड प्राप्त गर्ने पहल गर्ने ।	भन्सार विभाग, उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	भन्सार विभाग, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, राष्ट्रिय तथ्याङ्क कार्यालय, भन्सार	१-३ वर्ष	छुर्पीको व्यापार तथ्याङ्क छुट्टै अभिलेखीकरण हुने, निर्यातको यथार्थ अवस्था मापन गर्न सकिने तथा प्रमाणमा आधारित नीति निर्माणमा सहयोग पुग्ने।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाडौं

			विभाग, निजी क्षेत्र		
रणनीतिक उद्देश्य ४: छुर्पी उत्पादनको प्रवर्द्धन गर्न संस्थागत सुदृढीकरण गर्ने ।					
४.१ गुणस्तर, खाद्य सुरक्षा, प्रमाणीकरण सम्बन्धी व्यवस्थालाई समयानुकूल बनाउने।	४.१.१ गुणस्तर, खाद्य सुरक्षा, प्रमाणीकरण तथा निर्यात सम्बन्धी व्यवस्था परिमार्जन गरी अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्डसँग सामञ्जस्य कायम गर्ने ।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	कृषि तथा पर्यावरण मन्त्रालय, खाद्य प्रविधि तथा गुण नियन्त्रण विभाग, नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभाग, भन्सार विभाग, व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	१-३ वर्ष	छुर्पी उत्पादन तथा निर्यातसम्बन्धी व्यवस्था अन्तर्राष्ट्रिय SPS तथा WTO मापदण्डसँग सामञ्जस्य भई सुरक्षित, गुणस्तरीय र प्रतिस्पर्धी निर्यात प्रणाली स्थापना हुने।

४.२ छुर्पी उत्पादक र उद्योगहरूको संस्थागत क्षमता विकास गर्ने ।					
	४.२.२ छुर्पी उद्योगमा लगानी आकर्षित गर्ने ।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	अर्थ मन्त्रालय, नेपाल राष्ट्र बैंक, लगानी बोर्ड नेपाल, निजी क्षेत्र	२-५ वर्ष	छुर्पी उद्योगमा निजी तथा वैदेशिक लगानी वृद्धि भई उत्पादन क्षमता विस्तार, रोजगारी सिर्जना र निर्यात वृद्धि हुने।
	४.२.३ उत्पादनमा आधारित प्रोत्साहन कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने ।	उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय	अर्थ मन्त्रालय, प्रदेश सरकार, स्थानीय तह	निरन्तर	छुर्पीको उत्पादनमा वृद्धि भएको हुने ।
४.३ औद्योगिक तथा व्यापारजन्य पूर्वाधार विकास र विस्तार गर्ने गर्ने ।	४.३.१ संकलन केन्द्र, गोदाम घर तथा साझा सुविधा केन्द्र को निर्माण गर्ने ।	व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र	कृषि तथा पर्यावरण मन्त्रालय, प्रदेश सरकार स्थानीय तह	२-३ वर्ष	छुर्पी उत्पादन, संकलन र भण्डारणका लागि पूर्वाधारहरूको उपलब्धता भएको हुने ।

नेपाल सरकार उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय सिंहदरबार, काठमाण्डौं

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 छुर्पी 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 ।