व्यवसाय अध्ययन

कक्षा ११

नेपाल सरकार
शिक्षा, विज्ञान तथा प्रविधि मन्त्रालय
पाठ्यक्रम विकास केन्द्र
सानोठिमी, भक्तपुर

प्रकाशक : नेपाल सरकार
शिक्षा, विज्ञान तथा प्रविधि मन्त्रालय
पाठ्यक्रम विकास केन्द्र
सानोठिमी, भक्तपुर

© पाठ्यक्रम विकास केन्द्र

वि.सं. २०८२

मुद्रण :

पाठ्यक्रम विकास केन्द्रको लिखित स्वीकृतिबिना व्यापारिक प्रयोजनका लागि यसको पूरै वा आंशिक भाग हुबहु प्रकाशन गर्न, परिवर्तन गरेर प्रकाशन गर्न, कुनै विद्युतीय साधनमा उतार्न वा अन्य रेकर्ड गर्न र प्रतिलिपि निकाल्न पाइने छैन ।

हाम्रो भनाइ

शिक्षालाई उद्देश्यमूलक, व्यावहारिक, समसामयिक र रोजगारमूलक बनाउन विभिन्न समयमा पाठ्यक्रम, पाठ्यपुस्तक विकास तथा परिमार्जन कार्यलाई निरन्तरता दिइँदै आएको छ । विद्यार्थीमा ज्ञानको खोजी गरी सिकाइ र वास्तविक जीवनबिच सम्बन्ध स्थापित गर्ने, सिद्धान्त र व्यवहारको समन्वय गर्ने, स्वपरावर्तित हुँदै ज्ञान, सिप र क्षमतालाई अद्यावधिक गर्ने सक्षमताको विकास हुनु आवश्यक छ । विद्यार्थीमा अधिकार, स्वतन्त्रता र समानताको प्रवर्धन गर्ने, स्वस्थ जीवनको अभ्यास गर्ने, तार्किक विश्लेषण गरी निर्णय गर्ने, वैज्ञानिक विश्लेषणका आधारमा व्यक्ति, समाज र राष्ट्रको दिगो विकासमा सरिक हुने सक्षमताको विकास पनि शिक्षाले गर्नुपर्छ । विद्यार्थीमा नैतिक आचरण प्रदर्शन गर्ने, सामाजिक सद्भावप्रति संवेदनशील हुने, पर्यावरणीय सन्तुलनप्रति संवेदनशील हुने, द्वन्द्व व्यवस्थापन गर्दै दिगो शान्तिका लागि प्रतिबद्ध रहने सक्षमताको विकास पनि माध्यमिक तहको शिक्षाबाट अपेक्षित छन् । यस तहको शिक्षाबाट आधुनिक ज्ञान, सिप, सूचना तथा सञ्चार प्रविधिको प्रयोग गर्ने, स्वावलम्बी र व्यवसायमुखी सिपको अभ्यास गर्ने, राष्ट्र, राष्ट्रियता र राष्ट्रिय आदर्शको सम्मान गर्ने, समाज स्वीकार्य आचरण र कार्य संस्कृतिको अवलम्बन गर्ने, सहिष्णु भाव राख्ने सक्षमता भएको नागरिक तयार गर्ने अपेक्षा रहेको छ । त्यस्तै सिर्जनशील, कल्पनाशील, उद्यमशील एवम् उच्च सोच र आदर्शमा आधारित व्यवहार गर्ने, समसामयिक चुनौतीहरूको सफल व्यवस्थापन गर्नेलगायतका विशेषताले युक्त स्वावलम्बी, देशभक्त, परिवर्तनमुखी, चिन्तनशील एवम् समावेशी समाज निर्माणमा योगदान गर्न सक्ने सक्षमतासहितको नागरिक तयार गर्नु माध्यमिक शिक्षाको लक्ष्य रहेको छ । यही लक्ष्य पूर्तिका लागि विद्यालय शिक्षाको राष्ट्रिय पाठ्यक्रम प्रारूप, २०७६ को मार्गदर्शनअनुरूप विकास भएको माध्यमिक शिक्षा (कक्षा ११-१२) पाठ्यक्रमअनुसार कक्षा ११ को व्यवसाय अध्ययन विषयको यस पाठ्यपुस्तक तयार पारिएको हो ।

यस पाठ्यपुस्तकको लेखन तथा सम्पादन श्री शैलेशचन्द्र बराल, श्री तारा पौडेल, श्री सम्बेद तिमिल्सिना, श्री गुणराज न्यौपाने, श्री लेख राज खनाल सम्मिलित कार्यदलबाट भएको हो । पाठ्यपुस्तकलाई यस रूपमा ल्याउने कार्यमा केन्द्रका महानिर्देशक श्री युवराज पौडेल, विषय समितिका पदाधिकारीहरू प्रा.डा. देवराज अधिकारी, सह.प्रा.डा.

हरि अधिकारी, सह.प्रा. जीतबहादुर खड्का, श्री हिरादेवी श्रेष्ठ, श्री सरोज पाण्डे, श्री कृष्ण प्रसाद ओझा, श्री ईन्दिरा खड्का बुढाथोकीलगायत सरोकारवालाको विशेष योगदान रहेको छ । यसको भाषा सम्पादन श्री पुरुषोत्तम घिमिरेबाट भएको हो । यस पाठ्यपुस्तकको लेआउट डिजाइन श्री सन्तोषकुमार दाहाल र कुलदिप जङ्गबहादुर गुरुङबाट भएको हो । यस पुस्तकको विकास कार्यमा संलग्न सबैप्रति पाठ्यक्रम विकास केन्द्र धन्यवाद प्रकट गर्छ ।

पाठ्यपुस्तकलाई शिक्षण सिकाइको महत्वपूर्ण साधनका रूपमा लिइन्छ । यसबाट विद्यार्थीले पाठ्यक्रमद्वारा लक्षित सक्षमता हासिल गर्न मदत पुग्ने अपेक्षा गरिएको छ । यस पाठ्यपुस्तकलाई सकेसम्म क्रियाकलापमुखी, अनुभवकेन्द्रित, उद्देश्यमूलक र रुचिकर बनाउने प्रयत्न गरिएको छ । सिकाइ र विद्यार्थीको जीवन्त अनुभवबिच तादात्म्य कायम गर्दै यसको सहज प्रयोग गर्न शिक्षकले सहजकर्ता, उत्प्रेरक, प्रवर्धक र खोजकर्ताका रूपमा भूमिकाको अपेक्षा गरिएको छ । पाठ्यपुस्तकलाई अझै परिष्कृत पार्नका लागि शिक्षक, विद्यार्थी, अभिभावक, बुद्धिजीवी एवम् सम्पूर्ण पाठकहरूको समेत महत्वपूर्ण भूमिका रहने हुँदा सम्बद्ध सबैको रचनात्मक सुझावका लागि पाठ्यक्रम विकास केन्द्र हार्दिक अनुरोध गर्छ ।

वि.स. २०८२

नेपाल सरकार
शिक्षा, विज्ञान तथा प्रविधि मन्त्रालय

विषयवस्तु

क्र.स. विषयवस्तु	पृष्ठ सं.
एकाइ-१	१
व्यवसायको परिचय (Introduction to Business)	१
एकाइ-२	२९
व्यावसायिक विचार (Business Idea)	२९
एकाइ-३	३७
स्रोत परिचालन (Resource Mobilization)	३७
एकाइ-४	५०
व्यावसायिक सङ्गठनका स्वरूप (Forms of Business Ownership)	५०
एकलौटी व्यवसाय (Sole Trading Concern)	५१
साझेदारी फर्म (Partnership Firm)	६४
कम्पनी व्यवसाय (Company Business)	८४
सहकारी संस्था (Cooperative Organization)	११४
व्यावसायिक स्वामित्वका अन्य स्वरूपहरू (Other Forms of Business Ownership)	१२५
एकाइ-५	१३९
व्यावसायिक नैतिकता र सामाजिक उत्तरदायित्व (Business Ethics and Social Responsibility)	१३९
एकाइ-६	१४९
जोखिम तथा बिमा (Risk and Insurance)	१४९
एकाइ-७	१६९
कर प्रणाली (Tax System)	१६९
एकाइ-८	१८२
कार्यालय व्यवस्थापन (Office Management)	१८२

एकाइ
१

व्यवसायको परिचय
(Introduction to Business)

सुमन श्रेष्ठ भरतपुर, चितवनका बासिन्दा हुन् । उनले आफ्नो घरमा किराना पसल सञ्चालन गरेका छन् । उनको पसल प्राइभेट फर्मअन्तर्गत दर्ता गरेर 'सुमन किराना स्टोर' का नाममा विगत पाँच वर्षदेखि सञ्चालनमा छ । उनको पसल आवासीय क्षेत्रमा अवस्थित छ । उनी स्थानीय ग्राहकका दैनिक आवश्यकताका वस्तुहरू, जस्तै : चामल, दाल, पिठो, नुन, तेल, मसला, चाउचाउ, चिया, कफी, चिसो पेयपदार्थ, साबुन, स्याम्पु तथा टुथपेस्टलगायतका सामानहरू बिक्रीवितरण गर्छन् । उनले विभिन्न प्रकारका सेवाहरूसमेत प्रदान गर्दै आइरहेका छन्, जस्तै : ग्राहकको अनुरोधमा घरमै सामानहरू पुऱ्याइदिने, उधारोमा सामान प्रदान गर्ने, मोबाइलको रिचार्ज कार्ड उपलब्ध गराउने आदि ।

उनको परिवारको मुख्य आयस्रोत यही किराना पसलबाट प्राप्त हुने नाफा वा आम्दानी हो । उनको पसल बिहान ६ बजेबाट राति ९ बजेसम्म सञ्चालन हुन्छ । पसल सञ्चालनमा उनका परिवारका सदस्यहरूलेसमेत सहयोग गर्दै आइरहेका छन् ।

१.१ व्यवसायको अर्थ र परिभाषा (Meaning and Definition of Business)

हरेक मानिस आफ्ना आवश्यकता परिपूर्तिका लागि कुनै न कुनै कार्यमा व्यस्त रहन्छन् । उनीहरू आफ्नो जीविकोपार्जनका लागि समय र अवस्थाअनुसार अभ्यस्त रहेका हुन्छन् । शाब्दिक अर्थमा कुनै काममा 'व्यस्त रहने अवस्था' (A state of being busy) लाई व्यवसाय भनिन्छ । तर सबै प्रकारका व्यस्ततालाई व्यवसाय भन्न मिल्दैन । मानिसद्वारा गरिने त्यस्तो आर्थिक क्रियाकलाप जसको उद्देश्य मुनाफा वा आयआर्जनसाग सम्बन्धित हुन्छ त्यसलाई व्यवसाय भनिन्छ । अतः व्यवसाय त्यस्तो क्रियाकलाप हो जहाा मानिस मुनाफा आर्जन गर्ने उद्देश्यले नियमित रूपमा आर्थिक गतिविधिमा संलग्न हुन्छन् ।

व्यवसायको अर्थ तथा परिभाषालाई परम्परागत र आधुनिक अवधारणा गरी दुई भागमा विभाजन गरेर अध्ययन गर्ने गरिन्छ । परम्परागत अवधारणाले व्यवसायलाई मुनाफा आर्जनमा केन्द्रित गरी व्यवसायको उद्देश्य व्यावसायिक क्रियाकलाप सञ्चालन गरी बढीभन्दा बढी मुनाफा कमाउने पक्षलाई जोड दिएको छ । यस अवधारणाले उपभोक्ताको रुचि, इच्छा, चाहना र आवश्यकतालाई ध्यान दिादैन । व्यवसायको आधुनिक अवधारणाले नियमित उत्पादन, वितरण र विनिमयद्वारा उपभोक्तालाई सन्तुष्ट पार्दै व्यावसायिक लक्ष्य तथा उद्देश्य हासिल गर्ने तथ्यमा जोड दिन्छ । यो उपभोक्तामुखी अवधारणा हो । यस अवधारणाले उपभोक्ताबिना व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिादैन भन्ने पक्षलाई जोड दिएको छ । व्यवसायसाग सम्बन्धित केही परिभाषाहरू तल प्रस्तुत गरिएका छन् :

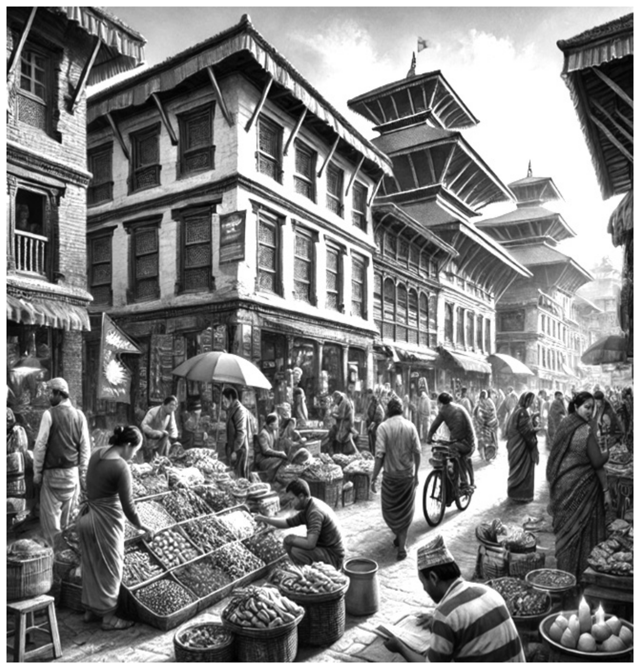
Keith Devis का अनुसार "Business may be defined as human activity directed towards producing or acquiring wealth through buying and selling goods." (वस्तुहरूको क्रयविक्रयद्वारा धनआर्जन गर्ने उद्देश्यले गरिने मानवीय क्रियाकलापहरूलाई व्यवसाय भनिन्छ ।)

Peterson र Plowman का अनुसार "Business may be defined as an activity in which different persons exchange something of value whether goods or services for mutual gain or profit." (व्यवसायलाई एक क्रियाकलापका रूपमा परिभाषित गर्न सकिन्छ यसमा विभिन्न व्यक्तिले आवश्यक वस्तु तथा सेवाहरू पारस्परिक लाभ तथा मुनाफाको उद्देश्यले विनिमय गर्छन् ।)

James Stephenson का अनुसार "Business is the regular production or purchase and sale of goos undertaken with an objective of earning profit and acquiring wealth through the satisfaction of human wants." (व्यवसाय नाफा कमाउने र मानवीय आवश्यकता परिपूर्ति गर्ने उद्देश्यले गरिने नियमित उत्पादन वा खरिदबिक्री हो।)

निष्कर्षमा व्यवसाय एक मानवीय आर्थिक क्रियाकलाप हो । यसले मुनाफा र जनकल्याणबिच सन्तुलन कायम गर्दै समाजमा रहेका उपभोक्ताहरूको रुचि, इच्छा तथा आवश्यकताको परिपूर्ति गर्न वस्तु तथा सेवा उपलब्ध गराउछ । व्यवसायअन्तर्गत ती सम्पूर्ण मानवीय आर्थिक क्रियाकलापहरू, जस्तै : उत्पादन, वितरण, विनिमय तथा सहयोगी कार्यहरू पर्छन्, यसले उपभोक्ताको इच्छा, चाहना तथा आवश्यकताहरूको परिपूर्ति गर्दै व्यवसायको आर्थिक उद्देश्य हासिल गर्न सहयोग गर्छ ।

१.२ व्यवसाय : एक महत्त्वपूर्ण मानवीय क्रियाकलाप (Business : An Important Human Activity)



मानवीय क्रियाकलापले मानिसले गर्ने शारीरिक, मानसिक तथा सामाजिक कार्यलाई जनाउछ । हरेक मानिस कुनै न कुनै रूपमा यस्ता कार्यमा संलग्न भएका हुन्छन् । कतिपय यस्ता क्रियाकलाप मानिसका आधारभूत आवश्यकता पूरा गर्न तथा जीवनस्तर सुधारका लागि गर्ने गरिन्छन् भने कतिपय सेवाभावले पनि गरिन्छ । आयआर्जन गर्ने तथा आवश्यकता पूरा गर्ने उद्देश्यले गरिने मानवीय क्रियाकलापलाई आर्थिक क्रियाकलाप भनिन्छ । आयआर्जनका लागि नभएर स्वयम्सेवा, दया, माया, परोपकार, सहयोग आदिका लागि गरिने क्रियाकलापलाई गैरआर्थिक क्रियाकलाप भनिन्छ ।

आर्थिक क्रियाकलापलाई व्यवसाय, पेसा र रोजगारीका क्रियाकलाप गरी तीन भागमा विभाजन गरिन्छ । व्यवसायअन्तर्गत नाफा आर्जन गर्नका लागि वस्तु तथा सेवाको उत्पादन, बिक्रीवितरणलगायतका गतिविधि पर्छन्, जस्तै : कलकारखाना सञ्चालन, रेस्टुरेन्ट सञ्चालन, किराना पसल सञ्चालन आदि । पेसाअन्तर्गत विशेषज्ञ ज्ञान तथा सिप आवश्यक पर्ने गतिविधि वा क्रियाकलापहरू, जस्तै : शिक्षक, डाक्टर, वकिल आदिको सेवा पर्छन् । त्यस्तै रोजगारीअन्तर्गत तलब वा ज्यालामा काम गर्ने कर्मचारी, सेना, प्रहरी, कलकारखानामा काम गर्ने मजदुरलगायत पर्छन् । यी सबै क्रियाकलाप मूलत:

आयआर्जन गरेर आआफ्ना आवश्यकता पूरा गर्ने तथा जीवनस्तर सुधार गर्ने पक्षमा केन्द्रित हुन्छन् । यसरी कुनै व्यवसाय वा पेसा वा रोजगारीमा संलग्न भई जीविकोपार्जनका लागि गरिने क्रियाकलाप आर्थिक क्रियाकलाप हो ।

व्यवसाय एक मानवीय आर्थिक क्रियाकलाप हो जुन उत्पादन, वितरण, विनिमयसाग सम्बन्धित हुन्छ । व्यवसायलाई मानवीय आर्थिक क्रियाकलाप वा गतिविधि मानिनुका कारणहरू निम्नानुसार छन् :

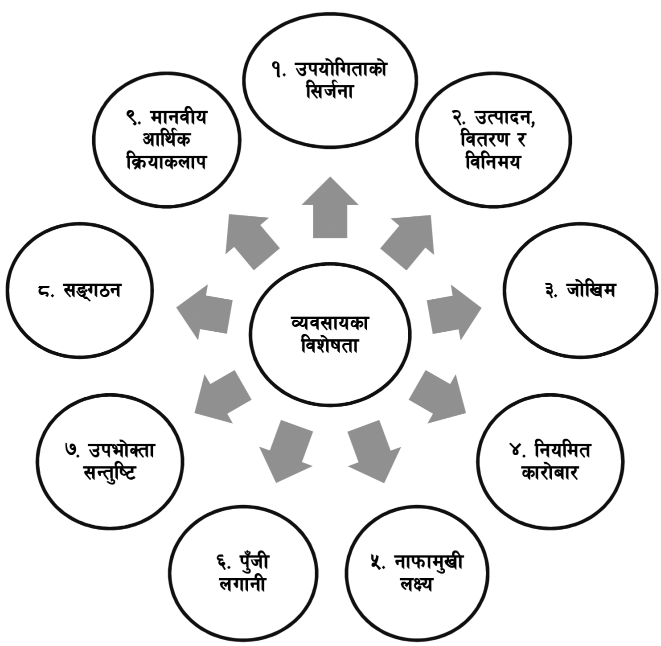
(क) व्यवसाय व्यक्ति वा समूहको आर्थिक लाभका लागि स्थापना, सञ्चालन र व्यवस्थापन गरिन्छ ।

(ख) व्यवसाय वस्तु तथा सेवाको उत्पादन, बिक्रीवितरणसाग सम्बन्धित हुन्छ । यसमा मानिसको संलग्नता रहन्छ ।

(ग) व्यवसाय स्थापना, सञ्चालन र व्यवस्थापन गर्न श्रम, पुाजीलगायतका उत्पादनका साधनको आवश्यकता पर्छ र यी साधनको परिचालन र प्रयोग मानिसबाटै हुन्छ ।

१.३ व्यवसायका विशेषता (Characteristics of Business)

व्यवसायको स्वरूप वा प्रकृतिअनुसार व्यवसायका आआफ्नै विशेषताहरू हुन्छन् । सामान्यतया हरेक व्यवसायका केही साझा विशेषताहरू हुने गर्छन्, जसलाई निम्नानुसार उल्लेख गरिएको छ :



(क) उपयोगिताको सिर्जना **(Creation of utilities) :** उपयोगिता भनेको कुनै वस्तु वा सेवाको मानवीय चाहना सन्तुष्ट पार्ने क्षमता हो । व्यवसायले मानवीय चाहना सन्तुष्ट गर्नका लागि उपयोगिताको सिर्जना गर्छ । यस्तो उपयोगिता विभिन्न प्रकारका हुन्छन्, जस्तै : स्वरूप उपयोगिता, स्थान उपयोगिता, समय उपयोगिता, स्वामित्व उपयोगिता आदि । व्यवसायले कच्चा पदार्थलाई तयारी वस्तुमा परिवर्तन वा रूपान्तरण गरेर स्वरूप उपयोगिता सिर्जना गर्छ । वस्तुलाई एक स्थानबाट अर्को स्थानमा पुऱ्याएर अर्थात् उत्पादन स्थलबाट उपभोक्ता भएको स्थानसम्म पुऱ्याएर स्थान उपयोगिता सिर्जना गर्छ । त्यस्तैगरी वस्तुको आवश्यकता नभएको बेलामा गोदाममा भण्डारण गर्ने र आवश्यक परेपछि ठिक समयमा ठिक स्थानमा पुऱ्याएर समय उपयोगिता सिर्जना गर्छ । अन्त्यमा व्यवसायले वस्तुको विनिमयद्वारा एक व्यक्तिबाट अर्को व्यक्तिमा वस्तुको स्वामित्व हस्तान्तरण गरेर स्वामित्व उपयोगिताको सिर्जना गर्छ ।

(ख) उत्पादन, वितरण र विनिमय **(Production, distribution and exchange) :** व्यवसायको महत्त्वपूर्ण क्रियाकलाप भनेकै नियमित रूपमा वस्तुको उत्पादन, वितरण र विनिमय गर्नु हो । उत्पादन भनेको वस्तुमा उपयोगिता सिर्जना गर्ने कार्य हो । उत्पादनका साधन, कच्चापदार्थ तथा प्रविधिको प्रयोग गरेर वस्तु उत्पादन गरिन्छ । वितरण भनेको वस्तु तथा सेवा उत्पादन भएको स्थलबाट उपभोक्ता भएको स्थानसम्म पुऱ्याउने कार्य हो । विनिमय भनेको निश्चित मूल्यमा वस्तु तथा सेवा खरिदबिक्री गर्ने प्रक्रिया हो । व्यवसाय मूलत: यी तीन कार्यहरूमा केन्द्रित हुन्छ । यदि कसैले आफ्नो व्यक्तिगत वा पारिवारिक उद्देश्य पूर्तिका लागि वस्तुको उत्पादन गर्छ भने त्यसलाई व्यवसाय भनिदैन किनभने यस्तो क्रियाकलापमा वितरण तथा विनिमय हुदैन ।

(ग) जोखिम **(Risk) :** हरेक व्यवसायमा जोखिमको सम्भावना रहेको हुन्छ । व्यवसाय मुनाफा आर्जन गर्ने उद्देश्यले सञ्चालित हुने भए तापनि भविष्यमा नोक्सानी हुने सम्भावना उत्तिकै हुन्छ । ग्राहकका रुचि, इच्छा, चाहनामा परिवर्तन हुनु, प्रविधिमा परिवर्तन हुनु, विभिन्न प्रकारका प्राकृतिक प्रकोप वा विपत्तिहरू आउनु, सरकारी नीति नियममा परिवर्तन हुनु आदि व्यवसायका सम्भावित जोखिम हुन् । व्यवसाय अनिश्चित तथा जोखिमयुक्त वातावरणमा सञ्चालन हुने भएकाले व्यवसायको आन्तरिक तथा बाह्य वातावरणीय तत्त्वहरूमा परिवर्तन आएसागै व्यवसायमा जोखिम निम्तिन्छ ।

(घ) नियमित कारोबार **(Regular transaction):** व्यवसाय हुनका लागि नियमित रूपमा वस्तु तथा सेवाको कारोबार वा खरिदबिक्री हुनुपर्छ । एकपटक मात्र गरिने कारोबारलाई व्यवसाय भन्न मिल्दैन । उदाहरणका लागि यदि कुनै व्यक्तिले एकपटक घरजग्गा खरिद गरेर बिक्री

गर्छ भने त्यसलाई व्यवसाय भन्न सकिँदैन । तर यदि उसले नियमित रूपमा घरजग्गा खरिद गरी बिक्री गर्छ भने त्यो व्यवसाय हो । कारोबारको निरन्तरता र नाफाको लक्ष्य भएमा मात्र त्यसलाई व्यवसाय भन्न मिल्छ ।

(ङ) नाफामुखी लक्ष्य **(Profit motive) :** हरेक व्यावसायिक सङ्गठनको प्रमुख उद्देश्य वस्तु तथा सेवाको बिक्री गरी मुनाफा आर्जन गर्नु हो । मुनाफाबिना व्यवसाय लामो समयसम्म अस्तित्वमा रहन सक्दैन । तसर्थ व्यवसायले आफ्नो स्रोत तथा संसाधनहरूको अधिकतम रूपमा प्रयोग गरी मुनाफा आर्जन गर्ने उद्देश्य लिएको हुन्छ ।

(च) पुजी लगानी **(Capital investment) :** व्यावसायिक क्रियाकलापहरू नियमित रूपमा सञ्चालन गर्नका लागि व्यवसायमा पुजी आवश्यक पर्छ । उत्पादनका साधनहरू, जस्तै : मेसिन, कच्चापदार्थ, मानव संसाधन प्राप्तिका लागि पुजी लगानी आवश्यक हुन्छ । पुजी लगानीबिना व्यावसायिक क्रियाकलापहरू असम्भव नै हुन्छ । त्यसैले व्यवसायको सफलता, असफलता र दीर्घकालीन स्थायित्व मुख्यतः पुजी लगानीको पर्याप्तता र व्यवस्थापनमा निर्भर हुन्छ ।

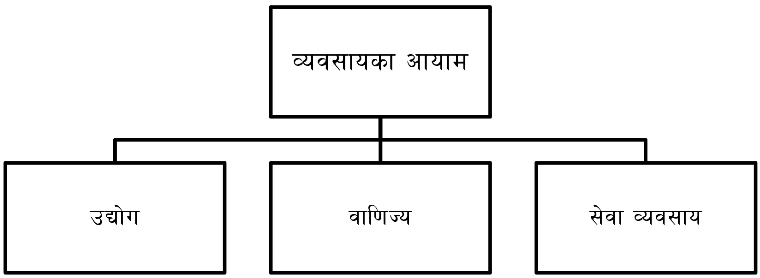
(छ) उपभोक्ता सन्तुष्टि **(Consumer satisfaction) :** व्यवसायले गुणस्तरीय वस्तु सुपथ मूल्यमा बिक्री वितरण गरी उपभोक्तालाई अधिकतम सन्तुष्टि प्रदान गर्नुपर्छ । व्यवसायको वृद्धि विकासका लागि सन्तुष्ट उपभोक्ता महत्त्वपूर्ण आधार हो । त्यसैले व्यवसायले सदैव उपभोक्ताको रुचि, इच्छा, चाहना र मागअनुसार वस्तु उत्पादन र वितरणसम्बद्ध पक्षमा ध्यान दिनुपर्छ । यसका अतिरिक्त विशेषताहरू थप गरेर वस्तुमा निरन्तर सुधार र परिवर्तन ल्याउदै पनि जानुपर्छ ।

(ज) सङ्गठन **(Organization) :** व्यवसाय एउटा सङ्गठन हो जसले दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिका बिचको काम, कर्तव्य र अधिकार तथा उत्तरदायित्वको निर्धारण गर्छ । सुदृढ सङ्गठनले उपयुक्त योजना तर्जुमा गरी त्यसलाई कार्यान्वयन गर्नका साथै कार्यसम्पादनको मूल्याङ्कन गर्न सहयोग गर्छ । उपयुक्त सङ्गठनबिनाको व्यावसायिक सङ्गठनले आफ्नो लक्ष्य तथा उद्देश्य हासिल गर्न सक्दैन ।

(झ) मानवीय आर्थिक क्रियाकलाप **(Human economic activities) :** व्यवसाय एक मानवीय आर्थिक क्रियाकलाप हो किनभने यसमा मुनाफा आर्जन गर्ने उद्देश्यले मानवद्वारा व्यावसायिक क्रियाकलापहरू सञ्चालित हुन्छन् । अन्य साधनस्रोतको परिचालन र प्रयोग मानवबाट नै हुन्छ ।

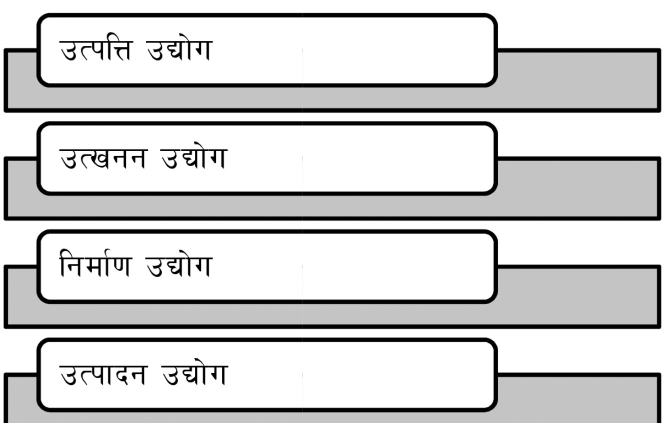
१.४ व्यवसायका आयाम (Dimensions of Business)

व्यवसायको क्षेत्र ज्यादै फराकिलो वा व्यापक छ । यसले मानवीय आवश्यकता परिपूर्तिका लागि विभिन्न क्रियाकलापहरू गर्छ । व्यवसायलाई मुख्यतया वाणिज्य, उद्योग र सेवा व्यवसाय गरी तीन प्रारूप (Model) मा मापन गरिने अभ्यास भएकाले यसलाई व्यवसायको आयाम भनिएको हो । व्यवसायका तीन आयामलाई निम्नानुसार प्रस्तुत गरी वर्णन गरिएको छ :



(क) उद्योग (Industry)

व्यवसायको पहिलो महत्त्वपूर्ण आयाम उद्योग हो । सामान्यतया उद्योगले कच्चापदार्थ प्रशोधन गरी तयारी वस्तुमा रूपान्तरण गर्ने कार्य गर्छ । यसले स्वरूप उपयोगिताको सिर्जना गर्छ । उद्योगअन्तर्गत उत्पत्ति, उत्खनन, निर्माण र उत्पादन उद्योग पर्छन् । उद्योगद्वारा उत्पादित वस्तुहरू उपभोक्ता वस्तु वा औद्योगिक वस्तु हुन्छन् । प्रत्यक्ष उपभोगका लागि उपलब्ध हुने वस्तुहरूलाई उपभोक्ता वस्तु भनिन्छ, जस्तै : खाद्यान्न, लत्ताकपडा, रेडियो, टि.भी आदि । औद्योगिक प्रयोजनका लागि प्रयोगमा आउने वस्तुलाई औद्योगिक वस्तु भनिन्छ, जस्तै : मेसिन, उपकरण, स्टिल, केमिकल आदि । उद्योगलाई पनि निम्नलिखित चार भागमा विभाजन गरेर अध्ययन गर्ने गरिन्छ :



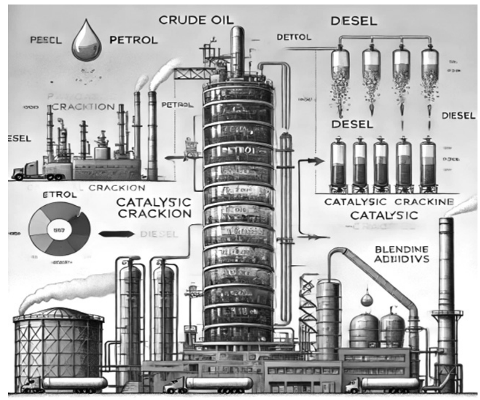
(अ) उत्पत्ति उद्योग **(Genetic industry) :** जीवित जीवजन्तु तथा वनस्पतिको उत्पादनसाग सम्बन्धित उद्योगलाई उत्पत्ति उद्योग भनिन्छ । कृषि, पशुपालन, मत्स्यपालन, फूल, बोटबिरुवा, जडीबुटीलगायतका वस्तुहरू उत्पादन गरी मुनाफा आर्जन गर्ने उद्देश्यले स्थापना र सञ्चालन गरिने उद्योग यसअन्तर्गत पर्छन् ।

(आ) उत्खनन उद्योग **(Extractive industry) :** प्राकृतिक स्रोतहरू, जस्तै : वनजङ्गल, खानी आदिबाट प्राप्त वस्तुलाई प्रशोधन गरी मानव उपयोगी वस्तु उत्पादन गर्ने उद्योगलाई उत्खनन उद्योग भनिन्छ । यस्ता उद्योगले प्रकृतिको गर्भमा रहेका खनिज पदार्थको उत्खनन गर्ने कार्य गर्छन् । साथै अन्य उद्योगहरूलाई कच्चा तथा खनिज पदार्थको आपूर्ति गरी वस्तु उत्पादनमा सहयोग गर्छ ।

(इ) निर्माण उद्योग **(Construction industry) :** भौतिक पूर्वाधारहरू, जस्तै : सडक, पुल, नहर आदिको निर्माणसाग सम्बन्धित उद्योगलाई निर्माण उद्योग भनिन्छ । यस उद्योगले उत्खनन र उत्पादन उद्योगहरूबाट उत्पादित वस्तुहरू, जस्तै : सिमेन्ट, डन्डी, बालुवा, ढुङ्गा आदि प्रयोग गरी निर्माणको काम गर्छ । यस उद्योगको प्रमुख विशेषता यसबाट निर्मित वस्तु बजारमा खरिदबिक्रीका लागि लगिादैन ।

(ई) उत्पादन उद्योग **(Manufacturing industry)** : उत्पादन उद्योग भनेको कच्चापदार्थ वा अर्धनिर्मित पदार्थलाई प्रशोधन गरी तयारी वस्तुमा परिवर्तन गर्ने उद्योग हो । यसले स्वरूप उपयोगिताको सिर्जना गर्छ, जस्तै : पिठोबाट बिस्कुट, काठबाट फर्निचर, उखुबाट चिनी आदि । यसअन्तर्गत निम्नलिखित चार प्रकारका उद्योगहरू पर्छन् :

i. विश्लेषणात्मक उद्योग **(Analytical industry) :** एउटै कच्चा पदार्थलाई प्रशोधन र विश्लेषण गरी विभिन्न प्रकारका वस्तुहरूको उत्पादन गर्ने उद्योगलाई विश्लेषणात्मक उद्योग भनिन्छ, जस्तै : कच्चा तेललाई प्रशोधन गरी पेट्रोल, डिजेल, हवाईइन्धन आदि उत्पादन गर्नु, त्यस्तैगरी दुधबाट दही, मोही, घिउ, मखन, चिज आदि उत्पादन गर्नु आदि ।



ii. प्रशोधन उद्योग **(Processing industry) :** कच्चा पदार्थलाई प्रशोधन गरी तयारी वस्तु उत्पादन गर्ने उद्योगलाई प्रशोधन उद्योग भनिन्छ । कच्चापदार्थलाई दुई वा दुईभन्दा बढी चरणमा प्रशोधन गरेर अन्तिम वस्तु उत्पादन गर्ने उद्योग यसअन्तर्गत पर्छन् । कपडा उत्पादन गर्नका लागि कच्चा उन, कपास र अन्य रेसालाई विभिन्न चरणमा जैविक, रासायनिक र मेकानिकल प्रक्रियाद्वारा कपडामा रूपान्तरण गर्ने कार्य प्रशोधन उद्योगले गर्छ ।

iii. संश्लेषणात्मक उद्योग **(Synthetic industry) :** दुई वा दुईभन्दा बढी कच्चा पदार्थहरूको रासायनिक मिश्रणबाट तयारी वस्तु उत्पादन गर्ने उद्योगलाई संश्लेषणात्मक उद्योग भनिन्छ, जस्तै : साबुन, पोलिथिन, रबर, सिमेन्ट, रङ आदिको उत्पादन ।

iv. एकत्रीकरण उद्योग **(Assembling industry) :** विभिन्न पार्टपूर्जाहरूको संयोजन गरेर नयाा वस्तुको उत्पादन गर्ने उद्योगलाई एकत्रीकरण उद्योग भनिन्छ । यस्ता उद्योगले अन्य उद्योगहरूले उत्पादन गरेका वस्तुहरूलाई जोडेर उपभोग्य वस्तु तयार पार्छन्, जस्तै : पार्टपूर्जाहरूको जडानबाट घडी, टि.भी, गाडी आदिको उत्पादन ।

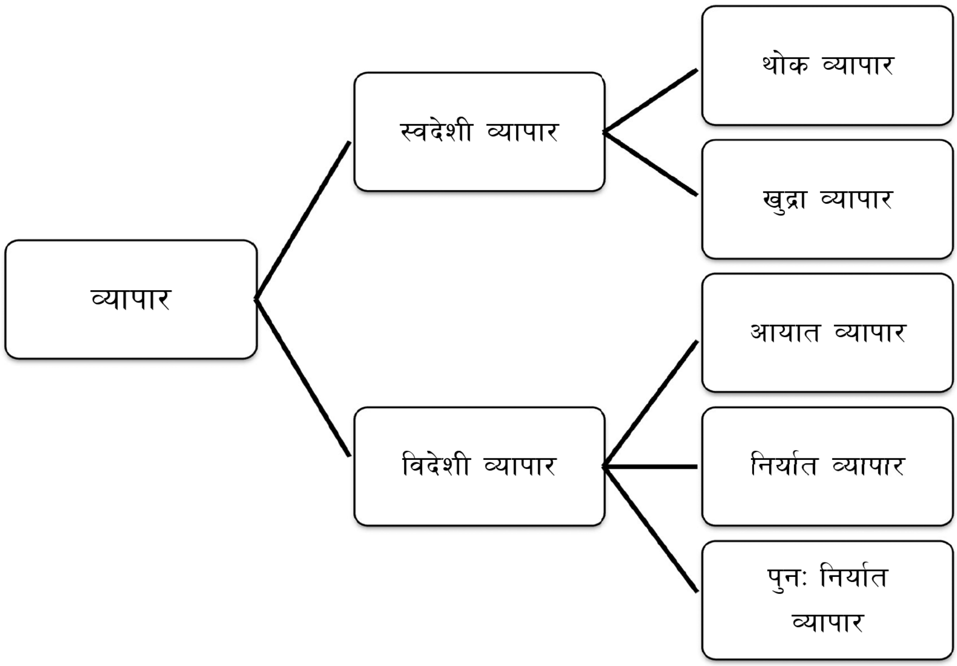
(ख) वाणिज्य **(Commerce)**

वाणिज्यअन्तर्गत ती सम्पूर्ण क्रियाकलापहरू पर्छन् जसले वस्तु तथा सेवालाई उत्पादन स्थलबाट उपभोक्तासमक्ष पुऱ्याई विनिमय गर्ने कार्यमा सहयोग गर्छ । अर्को शब्दमा बजारमा वस्तु तथा सेवाको खरिदबिक्री तथा विनिमय गर्ने कार्यलाई वाणिज्य भनिन्छ । यो पनि व्यवसायको अर्को महत्त्वपूर्ण आयाम हो । वाणिज्यसम्बन्धी क्रियाकलापले उद्योगको लक्ष्य तथा उद्देश्यहरू पूरा गर्न मदत गर्छ । यसले उत्पादक र उपभोक्ताका बिचमा व्यावसायिक पुलका रूपमा कार्य गर्छ । त्यसैले आजको प्रतिस्पर्धात्मक युगमा वाणिज्यले राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारिक क्षेत्रमा महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेको पाइन्छ । वाणिज्यलाई मुख्यतया दुई भागमा विभाजन गरी अध्ययन गर्न सकिन्छ :

(अ) व्यापार **(Trade)**

व्यापार भनेको वस्तु तथा सेवा खरिद र बिक्री गर्ने कार्य हो । यसले वस्तु तथा सेवाको विनिमयद्वारा बिक्रेताबाट क्रेतामा वस्तुको स्वामित्व हस्तान्तरण गर्नमा सहयोग गर्छ । व्यवसायीहरू व्यापारिक क्रियाकलापका लागि मध्यस्थकर्ताको सहयोगमा वस्तु तथा सेवा उपभोक्ता समक्ष पुऱ्याउन लागिपरेका हुन्छन् । व्यापारबिना बृहत् परिमाणमा वस्तुको उत्पादन र विनिमय गर्न सम्भव हादैन । तसर्थ

व्यापारले उत्पादित वस्तुको क्रयविक्रयमार्फत उत्पादक तथा उपभोक्ताका उद्देश्य पूरा गर्न सहयोग गर्छ । व्यापारलाई पनि स्वदेशी र विदेशी व्यापार गरेर दुई भागमा विभाजन गरी अध्ययन गरिन्छ ।



i. स्वदेशी व्यापार **(Home trade) :** देशभित्र मात्र वस्तु तथा सेवाको खरिदबिक्री हुन्छ भने त्यसलाई स्वदेशी व्यापार भनिन्छ । यसलाई आन्तरिक वा गृह व्यापार पनि भनिन्छ, जस्तै : नेपालमा उत्पादित वस्तु नेपालको भौगोलिक सिमानाभित्र व्यापार गर्नु स्वदेशी हो । यसलाई पनि थोक र खुद्रा व्यापार गरी दुई भागमा विभाजन गरिन्छ :

- थोक व्यापार **(Wholesale trade) :** उत्पादकबाट बृहत् परिमाणमा वस्तुको खरिद गरी खुद्रा व्यापारीहरूलाई सीमित परिमाणमा बिक्री गर्ने व्यापारलाई थोक व्यापार भनिन्छ । थोक व्यापारमा वस्तु तथा सेवा पुन: बिक्री गर्ने उद्देश्यले निश्चित वस्तुको मात्र बिक्री गरिन्छ । यसले उत्पादक र खुद्रा व्यापारबिच पुलका रूपमा कार्य गर्छ । थोक व्यापारमा कम मुनाफा लिएर सीमित परिमाणमा वस्तु तथा सेवाहरू खुद्रा बिक्रेतालाई बिक्री गरिन्छ ।

- खुद्रा व्यापार **(Retail trade) :** उत्पादक वा थोक व्यापारीबाट सीमित परिमाणमा वस्तुको खरिद गरी अन्तिम उपभोक्तालाई बिक्री गर्ने व्यापारलाई खुद्रा व्यापार भनिन्छ ।

खुद्रा व्यापारीको अन्तिम उपभोक्तासाग प्रत्यक्ष सम्बन्ध हुन्छ । त्यसैले उपभोक्ताले चाहेको समयमा चाहेको स्थानमा उचित मूल्यमा वस्तुको बिक्री गर्न र उनीहरूलाई सन्तुष्ट पार्न खुद्रा व्यापारले सहयोग गर्छ ।

ii. वैदेशिक व्यापार **(Foreign trade) :** दुई वा दुईभन्दा बढी देशहरूबिच वस्तुको खरिदबिक्रीलाई वैदेशिक व्यापार भनिन्छ । यसलाई बाह्य वा अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार पनि भनिन्छ, जस्तै : नेपालमा उत्पादित वस्तु अमेरिकामा बिक्री गर्नु, चीनमा तयारी भएका वस्तुहरू नेपालमा बिक्री गर्नु आदि । वैदेशिक व्यापारलाई तीन भागमा विभाजन गरेर अध्ययन गरिन्छ :

- आयात व्यापार **(Import trade) :** अर्को मुलुकबाट वस्तुको खरिद गरी स्वदेशमा बिक्री वितरण गर्ने कार्यलाई आयात व्यापार वा पैठारी भनिन्छ । वस्तु आयात गर्ने व्यापारी वा व्यवसायीलाई आयातकर्ता भनिन्छ। नेपालका व्यापारीले भारत, चीन, हङकङलगायतका देशबाट वस्तुको आयात गरी बिक्री वितरणका लागि थोक तथा खुद्रा व्यापारीमार्फत उपलब्ध गराउाछन् ।
- निर्यात व्यापार **(Export trade) :** स्वदेशमा उत्पादित वस्तु अन्य मुलुकमा बिक्रीका लागि पठाउनुलाई निर्यात व्यापार वा निकासी भनिन्छ । वस्तु निकासी गर्ने व्यापारी वा व्यवसायीलाई निर्यातकर्ता भनिन्छ । नेपालमा उत्पादित वस्तु चीन, भारत, अमेरिकालगायतका अन्य मुलुकमा पठाउनु निर्यात व्यापार हो ।
- पुन: निर्यात व्यापार **(Entry-port trade) :** कुनै अर्को देशमा निर्यात गर्ने उद्देश्यले अन्य देशहरूबाट वस्तु आयात गरिन्छ भने त्यसलाई पुन: निर्यात व्यापार भनिन्छ । उदाहरणका लागि भारतले रसिया, इराक, साउदी अरबलगायतका देशबाट पेट्रोलियम पदार्थ आयात गरी नेपालमा निर्यात गर्छ । यो भारतका लागि पुन: निर्यात व्यापार हो । पुन: निर्यात व्यापारमा आयात गर्ने देशले वस्तु थप प्रशोधन गरेर मूल्य अभिवृद्धि गरी अर्को देशमा निर्यात गर्न सक्छ भने कतिपय अवस्थामा नाफा मात्र लिएर पनि वस्तु बिक्री गर्न सक्छ ।

(आ) व्यापारका सहायक **(Auxiliaries to trade)**

व्यापारिक क्रियाकलापलाई सहज र प्रभावकारी बनाउन सहयोग पुऱ्याउने यातायात, सञ्चार, बैङ्क तथा वित्तलगायतका सेवाहरूलाई व्यापारका सहायक भनिन्छ । व्यापारका सहायकले व्यापार गर्दा आइपर्ने बाधाहरू हटाउन मदत गर्छ । यसअन्तर्गत मुख्यतया निम्नलिखित गतिविधि वा सेवाहरू पर्छन् :

व्यापारका सहायक

१. यातायात

२. सञ्चार

३. बैङ्क तथा वित्त

४. बिमा

५. गोदाम

६. विज्ञापन र प्रचार

i. यातायात **(Transportation) :** यातायातले उत्पादित वस्तुलाई विभिन्न मध्यस्थकर्तामार्फत एक स्थानबाट अर्को स्थानमा पुऱ्याउन सहयोग गर्छ । यसले उत्पादित वस्तुलाई उत्पादन भएको स्थान वा स्रोतबाट बिक्री वितरण गर्ने स्थानसम्म पुऱ्याएर स्थान उपयोगिता सिर्जना गर्छ । यातायातका साधनहरू, जस्तै : सडक यातायात, रेल यातायात, जल यातायात, हवाई यातायात आदिले वस्तुबाहेक मानव संसाधन, मेसिनरी तथा उपकरण, कच्चापदार्थ आदिलाई पनि उत्पादनसाग जोड्ने काम गर्छ । त्यसैले उद्योग तथा वाणिज्यको विकासमा यातायातको अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ ।

ii. सञ्चार **(Communication) :** आजको युगमा सञ्चारबिना व्यवसाय सम्भव छैन । उत्पादक र ग्राहकलाई एक आपसमा जोड्ने महत्त्वपूर्ण माध्यम सञ्चार हो । ग्राहकका रुचि, इच्छा, चाहना र फेसनअनुसारका वस्तु उत्पादन गरेर सोको सञ्चार गरी उपभोक्तालाई वस्तुका बारेमा जानकारी दिनुपर्छ । सञ्चारका आन्तरिक तथा बाह्य स्रोतमार्फत यस्ता जानकारी प्राप्त गर्न सकिन्छ । रेडियो, टेलिभिजन, इन्टरनेट, पत्रपत्रिका, इमेल आदिले सूचना तथा जानकारी सञ्चार गर्न मदत गर्छ । साथै वस्तुप्रतिको ग्राहकको

पृष्ठपोषणसमेत प्राप्त गर्न सञ्चार अपरिहार्य छ । सञ्चारको सहायताद्वारा कम समयमा र लागतमा महत्त्वपूर्ण सूचना उपलब्ध हुन्छ ।

iii. बैंङ्क तथा वित्त **(Bank and finance) :** व्यवसायको स्थापना र दैनिक क्रियाकलाप सञ्चालनका लागि पुाजीको आवश्यकता पर्छ । बैङ्क तथा वित्तीय क्षेत्रले व्यवसायमा आवश्यक पर्ने स्थिर तथा चालु पुाजी वा ऋृण उपलब्ध गराएर व्यावसायिक क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्न मदत गर्छ । यसबाहेक बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूले विभिन्न प्रकारका बैङ्किङ सेवाहरू, जस्तै : बैङ्क ओभरड्राफ्ट, प्रतीतपत्र, रेमिट्यान्सलगायतका सुविधा प्रदान गरेर व्यावसायिक कारोबारलाई व्यवस्थित र सुरक्षित बनाउन पनि सहयोग गर्छन् ।

iv. बिमा **(Insurance) :** व्यावसायिक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्दा विभिन्न किसिमका जोखिमको सामना गर्नुपर्छ । प्राकृतिक प्रकोप, आगलागी, चोरी, दुर्घटना, वस्तुहरू बिग्रने वा टुट्ने जस्ता सम्भावित जोखिमहरूले व्यवसायको सञ्चालन, नाफा र अस्तित्वमा नै सङ्कट उत्पन्न हुन सक्छ । यस्ता विविध प्रकारका जोखिमको न्यूनीकरण गरी व्यवसायलाई निरन्तर रूपमा सञ्चालन गर्नका लागि बिमा गर्नुपर्छ । भविष्यमा आउन सक्ने सम्भावित जोखिमहरूको विरुद्ध बिमा गरेर जोखिमलाई बिमा कम्पनीमा सारेर ढुक्कका साथ व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिन्छ ।

v. गोदाम **(Warehousing) :** सामान्यतया उत्पादन भएका वस्तुहरू सबै एक पटक बिक्रीका लागि उपलब्ध हाुदैनन् । गोदामले वस्तुहरूको माग नहुन्जेल सुरक्षित गर्ने र माग भएपछि बजारसम्म पुऱ्याएर समय उपयोगिता सिर्जना गर्न मदत गर्छ । यसले वस्तु सुरक्षित रूपमा भण्डार गरेर हानि तथा नोक्सानी हुनबाट जोगाउाछ । ग्राहकले खोजेको समयमा खोजेको स्थानमा वस्तु आपूर्ति गर्न साथै माग र आपूर्तिलाई सन्तुलित गर्न महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छ ।

vi. विज्ञापन र प्रचार **(Advertisement and promotion) :** उपभोक्ताहरूलाई वस्तुका बारेमा सूचना तथा जानकारी दिन, स्मरण गराउन, विश्वास दिलाउन र किनौा किनौा लाग्ने बनाउनका लागि विज्ञापन र प्रचार गर्नुपर्छ । विज्ञापन र प्रचारले सम्भाव्य ग्राहकहरूलाई वस्तुप्रति आकर्षित गर्छ । बजारको सिर्जना र व्यापार प्रवर्धनका लागि सहयोग गर्छ । रेडियो, टेलिभिजन, इन्टरनेट, सामाजिक सञ्जाल आदिका माध्यमबाट वस्तु तथा सेवाको प्रचारप्रसार गर्न सकिन्छ ।

(इ) सेवामूलक उद्यम **(Service enterprise)**

ग्राहकहरूलाई व्यावसायिक, व्यक्तिगत र विशेषज्ञता सेवा प्रदान गरी नाफा कमाउने उद्देश्यले स्थापना र सञ्चालन गरिएको व्यवसायलाई सेवा व्यवसाय भनिन्छ । यस्ता व्यवसायले अभौतिक वस्तुहरू, जस्तै : ज्ञान, सिप, अनुभव आदि प्रदान गरेर आयआर्जन गर्छन् । उद्योग, वाणिज्य र व्यापारका सहायकबाहेकका अन्य व्यावसायिक सेवालाई सेवा व्यवसाय भनिन्छ । यस्ता व्यवसायले ग्राहकहरूको आवश्यकतालाई ध्यानमा राखेर व्यावसायिक तथा व्यक्तिगत सेवा प्रदान गर्छन् र यस्ता सेवा प्रदान गरेबापत निश्चित मूल्य लिन्छन् । हिजो आज विज्ञान र प्रविधिको क्षेत्रमा भएको विकासले सेवा व्यवासायको विकास तथा विस्तारमा थप सहयोग पुगेको छ । सेवामूलक व्यवसायका केही क्षेत्र निम्नानुसार छन् :

i. शिक्षा **(Education) :** शैक्षिक संस्थाहरू, जस्तै : विद्यालय, क्याम्पस, विश्वविद्यालय, कोचिङ सेन्टर, तालिम केन्द्र आदिले विद्यार्थीहरूलाई विभिन्न विषयमा ज्ञान, सिप, क्षमता र अभिवृत्ति प्रदान गर्छन् । विद्यार्थीहरूले यस्ता शैक्षिक संस्थाहरूबाट प्राप्त गरेको शिक्षा र तालिमबाट विभिन्न क्षेत्रमा रोजगार प्राप्त गर्न वा स्वरोजगारमा संलग्न हुन सक्छन् ।

ii. स्वास्थ्य **(Health) :** मानिसलाई स्वस्थ्य र दीर्घजीवी बनाउन स्वास्थ्य क्षेत्रले विभिन्न सेवासुविधा प्रदान गर्छ । यस्तो सुविधा प्रदान गरेबापत निश्चित शुल्क पनि लिन्छन् । यसैबाट यस क्षेत्रमा संलग्न अस्पताल, क्लिनिक, नर्सिङहोम आदिले आयआर्जन गर्छन् । यिनीहरूले रोगको निदान, शल्यक्रिया, विशेष उपचार र अन्य स्वास्थ्य सेवा पनि प्रदान गर्छन् ।

iii. आतिथ्य तथा पर्यटन सेवा **(Hospitality and tourism Services) :** आतिथ्य र पर्यटन उद्योगले पर्यटक र अतिथिहरूलाई राम्रो सेवा प्रदान गर्ने उद्देश्य राख्छ । होटल, रेस्टुरेन्ट, रिसोर्ट र ट्राभल एजेन्सीहरूले खाना, आवास, मनोरञ्जन र पर्यटनसम्बन्धी सेवाहरू प्रदान गर्छन् । यी व्यवसायहरूले पर्यटनको विकासमा र आर्थिक वृद्धिमा महत्त्वपूर्ण योगदान पुऱ्याएका हुन्छन् ।

iv. प्रविधि तथा आईटी सेवा **(Technology and IT Service) :** प्रविधि र आईटी सेवा व्यवसायले कम्प्युटर, सफ्टवेयर, वेबसाइट, एप, नेटवर्क, सर्भर, मोबाइल एप विकास र मर्मत, साइबर सुरक्षा, डिजिटल मार्केटिङ जस्ता सेवाहरू प्रदान गर्छन् । यी सेवाले व्यक्तिहरू र संस्थाहरूलाई प्रविधिको विकास र सुधारमा मदत गर्छ । आजको डिजिटल युगमा यी सेवाहरू अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण छन् ।

v. सूचना, सञ्चार र मनोरञ्जन सेवा **(Information, communication and entertainment service) :** सूचना र सञ्चारसाग सम्बन्धित सेवा व्यवसायहरूले विभिन्न माध्यमहरूबाट जानकारी प्रदान गर्छन् । उदाहरणका रूपमा हुलाक, टेलिफोन, रेडियो, टेलिभिजन सेवाले मानिसलाई सूचना साथै मनोरञ्जन प्रदान गर्छन् । त्यस्तै सिनेमा, गीत तथा भिडियो रेकर्डिङ स्टुडियोहरूलगायतले दर्शक र स्रोताका लागि मनोरञ्जन प्रदान गर्छन् ।

vi. व्यक्तिगत र व्यावसायिक सेवा **(Personal and professional service) :** व्यक्तिगत र व्यावसायिक सेवाले उपभोक्ताको आवश्यकताअनुसारका सेवा प्रदान गर्छन् । मानिसका व्यक्तिगत आवश्यकताहरू पूरा गर्न ब्युटी पार्लर, सैलुन, स्पा, फिटनेस प्रशिक्षक, विवाह, पार्टी आयोजनामा सहायता प्रदान गर्नेलगायतका सेवा व्यक्तिगत सेवा व्यवसाय हुन् । त्यसैगरी व्यवसाय, कम्पनी, सरकारलगायतलाई वित्तीय, कानुनी, विशेषज्ञ सहायता र परामर्श दिने सेवा व्यवसाय व्यावसायिक सेवा व्यवसाय हुन् ।

vii. यातायात तथा ढुवानी सेवा **(Transportation and logistics services) :** यातायात र ढुवानी सेवाले मानिस तथा सामानहरूको ढुवानीको सुविधा प्रदान गर्छ । ट्याक्सी, बस, रेल, हवाईजहाजलगायतले मानिसहरूलाई तिनीहरूको गन्तव्यमा समयमै सुरक्षित र सुविधाजनक रूपमा पुऱ्याउन सहयोग गर्छ भने कुरियर र मालवाहक सेवाले वस्तु तथा सरसामानलाई सहज र सुलभ रूपमा पुऱ्याई व्यापार व्यवसायलाई थप विस्तार गर्न सहयोग पुऱ्याउछ ।

viii. मर्मत तथा मर्मतसम्भार सेवा **(Maintenance and repair services) :** मर्मत र मर्मतसम्भार सेवाले विभिन्न उपकरण र साधनहरूलाई राम्रो अवस्थामा राख्न मदत गर्छ । गाडी, मोटरसाइकल, घरेलु उपकरणहरू, जस्तै : फ्रिज, वासिङ मेसिन, प्लम्बिङ, बिजुली र भवन मर्मतसम्बन्धी कार्यहरू यसअन्तर्गत पर्छन् । यस्ता सेवाले उपकरण र संरचनाहरूलाई पुन: प्रयोगयोग्य राख्न मदत गर्छ र मानिसहरूको दैनिक जीवनलाई सहज बनाउछ ।

१.५ व्यवसायका उद्देश्यहरू (Objectives of Business)

व्यवसाय स्थापना र सञ्चालन गर्नुको मुख्य उद्देश्य नाफा कमाउनु हो । व्यवसायलाई दिगो रूपमा सञ्चालन गर्न ग्राहकलाई गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवा उपलब्ध गराउने, रोजगारी सिर्जना गर्ने, सामाजिक उत्तरदायित्व वहन गर्ने जस्ता उद्देश्य पनि व्यवसायले राखेको हुन्छ । व्यवसायको उद्देश्यलाई आर्थिक, सामाजिक र मानवीय गरी मुख्य तीन भागमा विभाजन गरी निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

(क) आर्थिक उद्देश्य **(Economic objective)**

व्यवसायको प्राथमिक तथा आधारभूत उद्देश्य मुनाफा आर्जन गर्नु हो किनभने आर्थिक लाभका लागि व्यवसायको स्थापना गरिएको हुन्छ । व्यवसायको स्थायित्व, वृद्धि तथा विकास र विविधताका लागि आर्थिक लाभ आवश्यक हुन्छ । व्यवसायको आर्थिक उद्देश्यअन्तर्गत निम्नलिखित उद्देश्यहरू पर्छन् :

(अ) मुनाफा आर्जन गर्नु **(Earning profit) :** व्यवसायको प्रमुख उद्देश्य वस्तु तथा सेवाको बिक्री गरेर अधिकतम मुनाफा आर्जन गर्नु हो किनभने मुनाफाबिना व्यवसायको वृद्धि, विकास र अस्तित्त्व रहादैन ।

(आ) ग्राहकको रुचि, चाहना र प्राथमिकताअनुसारका वस्तु तथा सेवाको उत्पादन गर्नु **(Production of goods and services as per customer interest, taste and preference) :** उपभोक्ताको रुचि, चाहना र प्राथमिकताअनुसारका वस्तु तथा सेवाको उत्पादन गरी सुपथ मूल्यमा उपलब्ध गराउन सके मात्र व्यवसायले मुनाफा आर्जन गर्न सक्छ ।

(इ) बजारको सिर्जना **(Creation of market) :** व्यवसायको अर्को उद्देश्य बजारको सिर्जना गर्नु हो, बजार सिर्जना गर्नु भनेको वस्तु तथा सेवा खरिद गर्ने ग्राहक सिर्जना गर्नु हो किनकि ग्राहकको अभावमा व्यवसायको अस्तित्व रहादैन । Peter F. Drucker का अनुसार "There is only one valid purpose of business is to create a customer." (Drucker ले व्यवसायको एक मात्रै वैध उद्देश्य नै बजारको सिर्जना गर्नु हो भनेका छन् ।) अत: ग्राहकको सिर्जना भन्नु नै बजारको सिर्जना हो ।

(ई) अनुसन्धान तथा विकास **(Research and development) :** व्यवसायको अर्को उद्देश्य ग्राहकको इच्छा, चाहना र आवश्यकताको पहिचान गरी सोहीअनुसारको वस्तुको विकास गर्नु हो । अनुसन्धानले नयाा वस्तुको विकास गर्दै समयअनुसार मागको परिपूर्तिका लागि सहयोग गर्छ ।

(ख) सामाजिक उद्देश्य **(Social objective)**

व्यवसाय र समाज एकअर्कोमा परिपूरक हुन् । समाजबिना व्यवसाय सञ्चालन हुन सक्दैन भने व्यवसायबिना समाजका मानिसले आफ्नो आवश्यकता पनि परिपूर्ति हुन सक्दैन । त्यसैले व्यवसायले आफ्नो उद्देश्य पूरा गर्न समाजका आवश्यकतामा पनि ध्यान पुऱ्याउनुपर्छ । व्यवसायको सामाजिक उद्देश्यअन्तर्गत निम्नलिखित उद्देश्यहरू पर्छन् :

(अ) गुणस्तरीय वस्तु उपलब्ध गराउनु **(Providing quality product) :** व्यवसायले समाजमा रहेका मानिसहरूलाई उचित मूल्यमा गुणस्तरीय वस्तु उपलब्ध गराउनुपर्छ । अनुचित व्यापारिक लाभ लिने ढङ्गले खराब अभ्यास गर्नु हुँदैन । ग्राहक सन्तुष्टिलाई ध्यानमा राखेर व्यवसायलाई दिगो रूपमा सञ्चालन गर्न व्यवसायले नियमित रूपमा गुणस्तरीय वस्तु उपलब्ध गराउनुपर्छ ।

(आ) रोजगारी सिर्जना गर्नु **(Creation of employment opportunities) :** व्यवसायले समाजमा रहेका मानिसहरूका लागि रोजगारीको अवसर सिर्जना गर्नुपर्छ । समाजमा विभिन्न वर्ग, समुदाय, संस्कृतिका मानिसको बसोबास रहेको गरेका हुन्छ । व्यवसायले समाजका सबै वर्ग, समूह, तह र तप्काका मानिसका लागि सिप, योग्यता र क्षमताअनुसार रोजगारी उपलब्ध गराउनुपर्छ ।

(इ) वातावरण संरक्षण **(Environment protection) :** व्यवसायले समाजमा रहेको साधनस्रोत प्रयोग गरेर नै वस्तुको उत्पादन तथा वितरण गर्ने हो । स्रोतसाधन प्रयोग गर्दा वातावरण मैत्री विधि अपनाएर, प्रदूषण घटाएर तथा प्राकृतिक स्रोतको दिगो उपयोग गरेर वातावरण संरक्षणमा योगदान गर्नुपर्छ ।

(ई) सामाजिक उत्तरदायित्व वहन गर्नु **(Social responsibility) :** व्यवसायले सामाजिक उत्तरदायित्व वहन गर्नुपर्छ । समाजको गरिबी निवारण, शिक्षा, स्वास्थ्य, मनोरञ्जन, संस्कृति र अन्य सामुदायिक विकासका कार्यक्रमका लागि सहयोग र सहकार्य गर्नुपर्छ ।

(ग) मानवीय उद्देश्य **(Human objective)**

व्यवसायले आफ्नो उद्देश्य पूरा गर्न व्यवसायमा संलग्न भएका मानव संसाधनको आवश्यकता र चाहनाको परिपूर्ति गर्नुपर्छ किनभने व्यवसायको क्रियाकलापहरू मानवद्वारा नै सम्पन्न गरिन्छ । मानवीय आकाङ्क्षालाई सन्तुष्ट पार्नु नै मानवीय उद्देश्य पूरा गर्नु हो । यसअन्तर्गत निम्नलिखित उद्देश्यहरू पर्छन् :

(अ) कर्मचारीको कल्याण **(Welfare of employees) :** कर्मचारीहरूलाई व्यवसायको आधारस्तम्भका रूपमा लिइन्छ । कर्मचारीहरू खुसी भएनन् भने व्यवसायको अस्तित्व लामो समयसम्म रहन सक्दैन । कर्मचारीहरूलाई उचित पारिश्रमिक प्रदान गर्ने, कार्य गर्ने राम्रो वातावरण सिर्जना गर्ने, पदोन्नतिको अवसर प्रदान गर्ने, जागिरको सुरक्षा र निवृत्तिभरणको व्यवस्था गर्ने, व्यवसायको नाफाबाट बोनस दिनेलगायतका कार्य गरी कर्मचारीहरूको प्रवर्धन गर्नुपर्छ ।

(आ) अंशियार वा लगानीकर्ताको सन्तुष्टि **(Satisfaction of shareholders/investers) :** व्यवसायको अर्को मानवीय उद्देश्य अंशियार वा लगानीकर्ताहरूलाई उचित प्रतिफल प्रदान गर्नु हो । लगानीकर्ताको पुजीबाट व्यवसाय सञ्चालन हुने भएकाले उनीहरूको लगानीमा प्रतिफल, लगानीको मूल्यमा वृद्धि, व्यावसायिक क्रियाकलापमा सहभागिता, निर्णयमा सहभागिता, लाभांशको व्यवस्था, सही सूचना तथा जानकारी प्रदान गर्नु आदि व्यवसायको उद्देश्य हो ।

(इ) ग्राहकको सन्तुष्टि **(Consumer satisfaction) :** ग्राहकको सन्तुष्टिबिना व्यवसायको अस्तित्त्व कायम हुन सक्दैन । त्यसैले ग्राहकका रुचि, इच्छा, चाहना र आवश्यकताअनुसारको गुणस्तरीय वस्तु सुपथ मूल्यमा प्रदान गर्नु पनि व्यवसायको एक प्रमुख उद्देश्य हो ।

१.६ व्यवसायका कार्य (Functions of Business)

व्यावसायिक सङ्गठनलाई प्रभावकारी रूपमा सञ्चालन गर्नका लागि र यसले आफ्नो लक्ष्य तथा उद्देश्य प्राप्त गर्नका लागि गर्ने सम्पूर्ण कार्यहरू व्यवसायका कार्य हुन् । व्यवसायका केही प्रमुख कार्यहरू निम्नानुसार उल्लेख गरी वर्णन गरिएको छ :

- उत्पादन कार्य
- वित्तीय कार्य
- बजार कार्य
- सङ्गठन कार्य
- रोजगारी प्रदान गर्ने कार्य
- अनुसन्धान तथा विकास कार्य

(क) उत्पादन कार्य **(Production function) :** वस्तुको उत्पादनबिना व्यावसायिक क्रियाकलापहरू असम्भव हुन्छ । व्यवसायको प्रमुख कार्य नै कच्चा पदार्थलाई तयारी वस्तुमा परिणत गरी उत्पादन केन्द्रबाट उपभोग स्थलसम्म पुऱ्याउनु हो । उत्पादनले कच्चा पदार्थलाई तयारी वस्तुमा रूपान्तरण गरेर स्वरूप उपयोगिताको सिर्जना गर्छ । अतः ग्राहकको चाहना तथा आवश्यकताअनुसारको वस्तुको उत्पादन गरी ग्राहकलाई सन्तुष्ट पार्नु व्यवसायको एक प्रमुख कार्य हो ।

(ख) वित्तीय कार्य **(Financing function) :** वित्तीय कार्य भनेको पुजी वा वित्तको परिचालन गरी त्यसको उपयोग गर्नु हो । व्यवसायमा आवश्यक पर्ने स्थिर सम्पत्ति र चालु सम्पत्तिको खरिदका लागि वित्त वा पुजीको आवश्यकता पर्छ । मेसिन तथा उपकरणदेखि लिएर कच्चा सामग्रीहरूको खरिद गर्नका लागि पनि वित्तको आवश्यकता पर्छ । वित्तीय कार्यअन्तर्गत व्यवसायका लागि आवश्यक पुजीको अनुमान गर्नु, बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूमार्फत प्राप्त गर्नु र प्राप्त पुजीको उचित तरिकाले परिचालन गर्नुपर्छ ।

(ग) बजारीकरण कार्य **(Marketing function) :** उत्पादित वस्तुलाई उत्पादन भएको स्थानबाट उपभोग स्थलसम्म पुऱ्याउन विभिन्न प्रकारका कार्यहरू, जस्तै : ढुवानी, गोदाम व्यवस्था, उत्पादित वस्तुको प्रवर्धन, जोखिम वहन, खरिदबिक्री गर्ने आदि पर्छन् । बजारमा वस्तुको प्रवर्द्धन गरी बिक्री बढाउनु व्यावसायिक सफलताको पहिचान हो । त्यसैले व्यवसायको प्रमुख कार्य वस्तुहरूलाई ठिक समयमा, ठिक स्थानमा र ठिक उपभोक्ताहरूका बिच पुऱ्याई उनीहरूलाई अधिकतम सन्तुष्टि प्रदान गर्नु हो ।

(घ) सङ्गठनात्मक कार्य **(Organizing function) :** व्यवसायको अर्को कार्य सङ्गठन र समन्वय हो । सङ्गठन भनेको उत्पादनका विभिन्न साधनहरूलाई एकीकृत गरी सहकार्य, समन्वय, निर्देशन र नियन्त्रणमार्फत उत्पादन तथा वितरणको कार्यमा लगाउनु हो । सङ्गठनात्मक कार्यले अधिकार र उत्तरदायित्वको संरचनाअन्तर्गत रही सम्पूर्ण स्रोत तथा संसाधनको उच्चतम प्रयोग गरी साङ्गठनिक लक्ष्य तथा उद्देश्य हासिल गर्न मदत गर्छ ।

(ङ) रोजगारी प्रदान गर्ने कार्य **(Employment function) :** विश्वमा सबैभन्दा बढी रोजगारी प्रदान गर्ने संस्था भनेकै व्यवसाय हो । यसले समाजमा छरिएर रहेका साक्षर, शिक्षित र निरक्षर सबैलाई योग्यताअनुसार रोजगारी प्रदान गर्ने कार्य गर्छ । राष्ट्रमा रहेको बेरोजगारी समस्या कम गर्दै दक्ष तथा अदक्ष दुबैलाई योग्यताअनुसारको रोजगारी प्रदान गर्ने कार्य व्यवसायले गर्छ ।

(च) अनुसन्धान तथा विकास कार्य **(Research and development function) :** व्यवसायको वृद्धि तथा विकासका लागि अनुसन्धान तथा विकासलाई अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण कार्यका रूपमा लिइन्छ । व्यावसायिक सफलताका लागि उपभोक्ताको रुचि तथा आवश्यकताको पहिचान गर्ने, बजारमा वस्तुको माग पत्ता लगाउने, वस्तु तथा सेवा उत्पादन र वितरणका लागि नयाा प्रविधिको खोज तथा अध्ययन गर्ने, प्रतिस्पर्धीहरूको रणनीतिको जानकारी राख्ने तथा ग्राहकको परिवर्तित आवश्यकता पहिचान गर्दै वस्तुको विकास गर्ने कार्य व्यवसायले गर्छ ।

१.७ व्यावसायिक वातावरण (Business Environment)

व्यावसायिक वातावरणअन्तर्गत ती विभिन्न तत्त्व पर्छन् जसले व्यवसायको जीवनमासमेत प्रभाव पारेका हुन्छन् । व्यावसायिक सङ्गठनको वृद्धि तथा विकास पनि वातावरणमै हुन्छ । वातावरणले व्यवसायको विकास, कार्यसम्पादन एवम् लक्ष्य प्राप्तिलाई प्रत्यक्ष वा परोक्ष तरिकाले प्रभाव पार्छ । त्यसैले व्यावसायिक क्रियाकलापलाई प्रभाव पार्ने सम्पूर्ण आन्तरिक र बाह्य वातावरणका तत्त्वहरूलाई व्यावसायिक वातावरण भनिन्छ । यी तत्त्वहरूले सकारात्मक वा नकारात्मक दुबै किसिमको प्रभाव पार्छन् ।

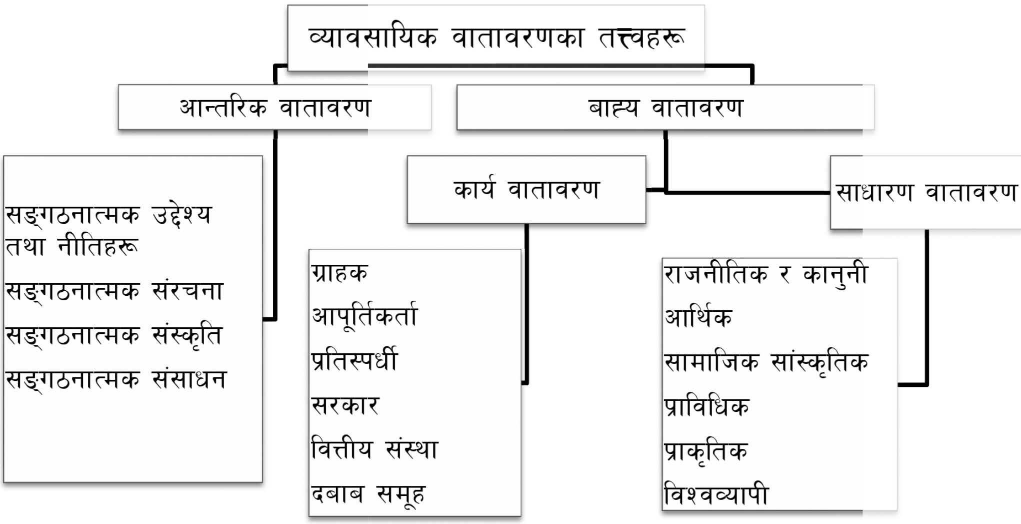
Keith Devis का अनुसार "Business environment is the aggregate of all conditions, events and influences that surround and affect it." (Devis ले व्यावसायिक वातावरणलाई प्रभाव पार्ने सबै अवस्था, घटनाहरू र प्रभावहरूको समग्र रूप हो भनी परिभाषित गरेका छन् ।)

त्यस्तैगरी S.P. Robbins र Hary Coutler का विचारमा "Environment refers to institutions and forces that affect the organizations performance." (सङ्गठनको कार्यसम्पादनमा प्रभाव पार्ने संस्थाहरू वा शक्तिहरूलाई नै वातावरण भनिन्छ ।)

सारांशमा व्यावसायिक वातावरण भन्नाले व्यावसायिक क्रियाकलापहरूलाई प्रभाव पार्ने ती सम्पूर्ण आन्तरिक र बाह्य तत्त्वहरूको समष्टिगत रूप हो । यसले व्यवसायमा अनिश्चितता ल्याउनुका साथै अवसरहरूको पनि सिर्जना गर्छ । साथै व्यावसायिक वातावरणमा आएको परिवर्तनले व्यवसायलाई दूरगामी प्रभाव पार्छ ।

(क) व्यावसायिक वातावरणका तत्त्वहरू **(Components of business environment)**

व्यावसायिक वातावरणका तत्त्वहरूलाई मुख्यतया दुई भागमा विभाजन गरी अध्ययन गर्न सकिन्छ :



(अ) आन्तरिक वातावरण **(Internal environment)**

व्यावसायिक सङ्गठनभित्र रहेका वातावरणीय तत्त्वहरूलाई आन्तरिक वातावरणका तत्त्व भनिन्छ । आन्तरिक वातावरणका तत्त्वलाई नियन्त्रणीय तत्त्वहरू पनि भनिन्छ किनकि यो व्यवसाय वा संस्थाको नियन्त्रणमा हुन्छ । यस्ता तत्त्वले व्यावसायिक सङ्गठनको कार्यदक्षतामा प्रभाव पार्छ । व्यवसायको सफलता र दुर्बलता आन्तरिक वातावरणका तत्त्वमा निर्भर हुन्छ । यसअन्तर्गत निम्नलिखित तत्त्वहरू पर्छन् :

i. सङ्गठनात्मक उद्देश्य तथा नीतिहरू **(Organizational objectives and policies) :** सङ्गठनात्मक उद्देश्य तथा नीतिहरू त्यस्ता मार्गदर्शन हुन्, जसलाई सङ्गठनको क्रियाकलाप सञ्चालनका लागि तर्जुमा गरिएको हुन्छ । सङ्गठनले आफ्ना व्यावसायिक क्रियाकलापहरू यिनै तोकिएका उद्देश्य तथा नीतिको संरचनाभित्र रहेर सञ्चालन गर्नुपर्छ । निर्धारण गरिएको उद्देश्यभन्दा अलग रहेर व्यावसायिक सङ्गठन सञ्चालन हुन सक्दैनन् । व्यवसायले विभिन्न उद्देश्यहरू पूरा गर्नका लागि विभिन्न किसिमका नीति निर्धारण गर्ने गर्छन् र यी नीतिहरूले व्यवस्थापकीय निर्णयका लागि सहयोग गर्छन् ।

ii. सङ्गठनात्मक संरचना **(Organizational structure) :** सङ्गठनात्मक संरचना भनेको सङ्गठनका क्रियाकलापहरू पहिचान गरी त्यसलाई समूहमा विभाजन गर्ने, विभाग बनाउने, अधिकार र उत्तरदायित्वको सम्बन्ध स्थापित गर्ने र सूचना तथा समन्वय स्थापित गर्नु हो । सङ्गठनात्मक संरचनाले कार्य संरचना, स्रोतहरूको बाँडफाँट र कर्मचारीलाई कामको संरचना प्रदान गर्ने भएकाले व्यावसायिक क्रियाकलापलाई सङ्गठनात्मक संरचनाले प्रभाव पार्छ ।

iii. सङ्गठनात्मक संस्कृति **(Organizational culture) :** सङ्गठनात्मक संस्कृतिअन्तर्गत सङ्गठनको मूल्य, मान्यता, परम्परा, विश्वास, काम गर्ने व्यवहार वा शैली आदि पर्छन् । हरेक व्यवसायमा आफ्नै किसिमको सङ्गठनात्मक संस्कृति हुन्छ । यसले सङ्गठनको अस्तित्व किन छ, कसरी कार्य गर्छ र के पक्षमा महत्त्व राख्छ भन्ने तथ्यलाई मार्गदर्शन गर्ने भएकाले यसको दायराभित्र रहेर व्यवसायले आफ्नो कार्य सम्पादन गर्नुपर्छ ।

iv. सङ्गठनात्मक संसाधन **(Organizational resources) :** सङ्गठनात्मक संसाधनअन्तर्गत मानव, सूचना, मेसिनरी औजार, यन्त्र उपकरण, वित्त, कच्चा पदार्थ आदि पर्छन् । सङ्गठनात्मक लक्ष्य तथा उद्देश्य हासिल गर्नका लागि यी संसाधनहरूले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छन् । यी संसाधनहरूले उत्पादनका क्रियाकलापहरूलाई सीमित पार्छ, यसको उपलब्धताले व्यावसायिक सङ्गठनका क्रियाकलापहरूलाई सकारात्मक वा नकारात्मक प्रभाव पार्छ ।

(आ) बाह्य वातावरण **(External environment)**

वातावरणका तत्त्वहरू जुन सङ्गठनभन्दा बाहिर हुन्छन् र जसलाई नियन्त्रण गर्न सकिदैन त्यसलाई बाह्य वातावरणीय तत्त्वहरू भनिन्छ । यसलाई अनियन्त्रणीय तत्त्व पनि भनिन्छ । यसले सङ्गठनमा अवसर तथा चुनौतीहरू प्रदान गर्छ । व्यावसायिक सङ्गठनहरूले यी तत्त्वहरूमा आउन सक्ने सम्भावनाको पूर्वानुमान गरी सोहीअनुसार कार्य गर्न सक्नुपर्छ । बाह्य वातावरणलाई पनि दुई भागमा विभाजन गरी अध्ययन गर्न सकिन्छ :

i. कार्य वातावरण **(Task environment) :** व्यावसायिक सङ्गठनको क्रियाकलापहरूमा प्रत्यक्ष रूपमा प्रभाव पार्ने तत्त्वहरूलाई कार्य वातावरण भनिन्छ । कार्य वातावरणलाई निश्चित (Specific) वातावरण पनि भनिन्छ । यसले व्यवस्थापनको निर्णयलाई प्रत्यक्ष रूपमा प्रभाव पार्ने हुनाले सङ्गठनात्मक उद्देश्यमा पनि प्रत्यक्ष रूपमा प्रभाव पार्छ । यसअन्तर्गत मुख्यतया निम्नलिखित तत्त्वहरू पर्छन् :

- ग्राहक **(Customer):** व्यक्तिगत वा सङ्गठनात्मक आवश्यकता परिपूर्तिका लागि जसले वस्तु तथा सेवाको खरिद गर्छ त्यसलाई ग्राहक भनिन्छ । उनीहरूले वस्तुको खरिद मात्र नगरी व्यवसायीलाई वस्तुको सम्बन्धमा ज्ञान, विचार तथा सूचना र वस्तुप्रतिको प्रतिक्रिया पनि व्यक्त गर्छन् । त्यसैले व्यवसायीले निरन्तर रूपमा उनीहरूबाट वस्तु तथा सेवाको सूचना तथा जानकारी प्राप्त गरी सोहीअनुसारको वस्तु उत्पादन गर्नुपर्छ ।

- आपूर्तिकर्ता **(Supplier) :** व्यावसायिक सङ्गठनलाई कच्चा पदार्थ, श्रमिक, मेसिन तथा उपकरण, इन्धन तथा अन्य साधनहरू उपलब्ध गराउने व्यक्ति वा संस्था नै आपूर्तिकर्ता हुन् । व्यवसायको उत्पादन तथा वितरण कार्यलाई प्रभावकारी बनाउनका लागि आपूर्तिकर्ताले नियमित रूपमा व्यवसायीलाई आवश्यक साधनहरू उपलब्ध गराउछन् । नियमित उत्पादन र व्यावसायिक प्रभावकारिताका लागि व्यवसायीले यिनीहरूसाग सुमधुर सम्बन्ध कायम गर्न आवश्यक हुन्छ ।

- प्रतिस्पर्धी **(Competitors) :** प्रतिस्पर्धी भनेका ती बिक्रेता वा संस्थाहरू हुन् जसले उस्तै प्रकारका वस्तुहरूको उत्पादन गर्छन् र जसका ग्राहकहरू एउटै हुन्छन् । त्यसैले व्यावसायिक सङ्गठनले प्रतिस्पर्धीहरूको पहिचान गरी उनीहरूको रणनीतिको विश्लेषण गरी ग्राहकहरूलाई आफ्ना वस्तु तथा सेवाप्रति आकर्षित गर्नका लागि आफ्ना रणनीतिहरूको तर्जुमा गर्नुपर्छ ।

- सरकार **(Government) :** व्यावसायिक प्रणालीलाई नियमन गर्न र उपभोक्ता तथा सर्वसाधारणहरूको हकहितको सुरक्षा गर्नका लागि सरकारले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छ । सरकारले तर्जुमा गरेका नीति नियमलाई व्यवसायले पालना गर्नैपर्छ । यसले व्यावसायिक कार्यमा चुनौती तथा अवसरहरूको पनि सिर्जना गर्न सक्छ ।

- वित्तीय संस्था **(Financial institution) :** व्यावसायिक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्नका लागि व्यवसायीलाई पुजीको आवश्यकता पर्छ । व्यावसायिक सङ्गठनलाई वित्त उपलब्ध गराउने कार्य वित्तीय संस्थाहरूले गर्छन् । वित्तीय संस्थाहरूले अपनाएका नीति नियमले व्यावसायिक सङ्गठनको पुजी सङ्कलनमा प्रभाव पार्न सक्छ । तसर्थ व्यावसायिक संस्थाहरूले वित्तीय कारोबार सहज रूपले गर्नका लागि वित्तीय संस्थासाग राम्रो सम्बन्ध स्थापित गर्न सक्नुपर्छ ।

- दबाब समूह **(Pressure groups) :** दबाब समूहअन्तर्गत उपभोक्ता समूह, मानव अधिकारकर्मी, पेसागत सङ्गठन, वातावरण समूह, महिला अधिकार समूह आदि

पर्छन् । यिनीहरू विशेष हित समूह भएकाले व्यावसायिक संस्थाले यिनीहरूले दिएका सुझाव तथा सल्लाहलाई सर्वोपरि मानी स्वागत गर्नुपर्छ ।

ii) साधारण वातावरण (General environment)

व्यावसायिक सङ्गठनभन्दा बाहिरका तत्त्व जसले सङ्गठनका सम्पूर्ण क्रियाकलापमा प्रभाव पार्छ त्यसलाई साधारण वातावरण भनिन्छ । यसलाई बृहत् वातावरण (Macro environment) पनि भनिन्छ । यी तत्त्वहरू सङ्गठनको नियन्त्रणभन्दा बाहिरको हुन्छ । यसअन्तर्गत निम्नलिखित तत्त्व पर्छन्:

- राजनीतिक र कानुनी वातावरण **(Political and legal environment) :** राजनीतिक वातावरणका तत्त्वअन्तर्गत राजनीतिक व्यवस्था, राजनीतिक दलहरू, राजनीतिक दर्शन आदि पर्छन् । त्यस्तैगरी कानुनी वातावरणीय तत्त्वअन्तर्गत कानुनहरू, अदालत, कानुनी प्रशासन आदि पर्छन् । राजनीतिक दलहरूको दर्शन वा विचारधाराले व्यावसायिक क्रियाकलापलाई अवसर तथा चुनौतीको सिर्जना गर्न सक्छ । सरकारी ऐन, नीति नियम तथा कानुनको परिधिभित्र रही व्यावसायिक क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्नुपर्छ । कानुनी वातावरणले पनि व्यावसायिक क्रियाकलापमा अवसर वा चुनौतीको सिर्जना गर्न सक्दछ ।
- आर्थिक वातावरण **(Economic environment) :** व्यावसायिक सङ्गठनको क्रियाकलापहरूलाई प्रभाव पार्ने अर्को तत्त्व आर्थिक तत्त्व हो । यसअन्तर्गत आर्थिक प्रणाली जस्तै : स्वतन्त्र बजार अर्थतन्त्र, योजनाबद्ध अर्थतन्त्र र मिश्रित अर्थतन्त्र पर्छन् । त्यस्तैगरी आर्थिक नीतिअन्तर्गत मौद्रिक नीति, वित्तीय नीति, औद्योगिक नीति आदि पर्छन् । त्यसैगरी आर्थिक अवस्थाअन्तर्गत आम्दानी, व्यापार चक्र र मुद्रास्फीति पर्छन् । व्यावसायिक सङ्गठनले आर्थिक तत्त्वहरूमा आएको परिवर्तनको पूर्वानुमान गरी स्रोत तथा संसाधनहरूको परिचालन गर्नुपर्छ । व्यवसायले आफूलाई आवश्यक पर्ने स्रोत तथा संसाधन आर्थिक वातावरणबाटै प्राप्त गर्छ र उत्पादित वस्तुलाई आर्थिक वातावरणमा नै वितरण गर्छ ।
- सामाजिक सांस्कृतिक वातावरण **(Social-cultural environment) :** सामाजिक सांस्कृतिक वातावरणअन्तर्गत पूर्वानुमान गर्न नसकिने, नियन्त्रण गर्न कठिन पर्ने तत्त्वहरू पर्छन् । यसले सम्पूर्ण सामाजिक सांस्कृतिक सेरोफेरोले व्यावसायिक सङ्गठन र मानिसको व्यवहारलाई प्रभाव पार्ने तत्त्वलाई जनाउछ । यसअन्तर्गत रीतिरिवाज, परम्परा, जीवनशैली, विश्वास, मान्यता, व्यवहार, भाषा, सामाजिक संस्थाहरू आदि पर्छन् । समाजमा परिवर्तन आएसागै आवश्यकतामा पनि परिवर्तन आउन थाल्छ । फलस्वरूप नयाा आवश्यकताहरू सिर्जना हुन्छन्, नयाा वस्तुहरू विकास हुन्छ र नयाा व्यवस्थापकीय चुनौतीहरू देखा पर्छन्, जसले व्यावसायिक क्रियाकलाप र निर्णयलाई प्रभाव पार्छ ।

- प्राविधिक वातावरण **(Technological environment) :** प्राविधिक वातावरणअन्तर्गत प्रविधिको स्तर, प्राविधिक परिवर्तन, प्रविधि हस्तान्तरण र अनुसन्धान तथा विकास पर्छ । प्रविधिको स्तर श्रममा आधारित वा पुजीमा आधारित हुन्छ । प्रविधिको हस्तान्तरणले व्यवसायमा नयाा वस्तुको उत्पादन गर्ने क्षमता वा दक्षता बढेर लागत घट्न सक्छ भने कतिपय अवस्थामा अनुसन्धान तथा विकासले व्यवसायको लागत पनि वृद्धि गर्न सक्छ । त्यसैले प्राविधिक वातावरणका तत्त्वहरूले व्यवसायमा कार्यदक्षता, उत्पादन पद्धति र वस्तु तथा सेवामा प्रभाव पार्छन् ।
- प्राकृतिक वातावरण **(Natural environment) :** प्राकृतिक वातावरणअन्तर्गत प्राकृतिक स्रोतहरू, जस्तै : बोटबिरुवा, जनावर, खनिज आदि, भौतिक पूर्वाधार जस्तै : बाटोघाटो, पुल, उद्योग आदि पर्छन् । त्यस्तैगरी वातावरणसम्बन्धी नीति नियम तथा कानुन र मौसमका अवस्थाहरू पर्छन् । यी तत्त्वहरूले व्यावसायिक क्रियाकलापहरूलाई प्रभाव पार्छन् । व्यावसायिक सङ्गठनले यी तत्त्वहरूले व्यावसायिक गतिविधिहरूमा कस्तो असर पारेको छ वा पार्न सक्छ भन्ने बुझेर व्यावसायिक निर्णय लिनुपर्ने हुन्छ ।
- विश्वव्यापी वातावरण **(Global environment) :** विश्वव्यापी वातावरणले संसारलाई एउटै विश्व बजारका रूपमा विकसित गरेको छ । जसले गर्दा कुनै प्रतिबन्धबिना विश्वव्यापी रूपमा वस्तु तथा सेवा स्वतन्त्र रूपमा प्रवाह हुन्छ । एकीकृत विश्व अर्थव्यवस्था, विश्वव्यापी उपभोक्तावाद, अन्तर्राष्ट्रिय राजनीतिक घटना, विश्वव्यापी कानुन, नियम आदि यसअन्तर्गत पर्ने तत्त्वहरू हुन् । यी तत्त्वहरूले व्यावसायिक सङ्गठनलाई अवसरको सिर्जना गर्छ । तर साना तथा घरेलु उद्योगलाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा प्रतिस्पर्धा गर्न कठिन हुने भएकाले चुनौती पनि सिर्जना गर्छ ।

क्रियाकलाप १ :

कक्षामा विद्यार्थीहरू दुईओटा समूहमा विभाजित भई आर्थिक तथा गैरआर्थिक क्रियाकलाबारे छलफल गर्नुहोस् र यसका उदाहरणहरू चार्टपेपरमा टिपोट गरेर कक्षामा प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

क्रियाकलाप २ :

आन्तरिक तथा बाहृय वातावरणका तत्त्वहरूले व्यवसायमा कस्तो प्रभाव पार्छ भनेर कक्षामा विद्यार्थीहरूले पालैपालो प्रस्तुतीकरण गर्नुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यवसाय भनेको के हो ?

(ख) आर्थिक र गैरआर्थिक क्रियाकलापका एक एकओटा उदाहरण दिनुहोस् ।

(ग) व्यवसायलाई मानवीय क्रियाकलाप मानिनुको कुनै एक कारण लेख्नुहोस् ।

(घ) उपयोगिता सिर्जना भनेको के हो ?

(ङ) व्यवसायका आयामहरू के के हुन् ?

(च) उत्पत्ति उद्योगको उदाहरण दिनुहोस् ।

(छ) प्राकृतिक स्रोतहरू प्रशोधन गरी वस्तु उत्पादन गर्ने उद्योगलाई के भनिन्छ ?

(ज) विश्लेषणात्मक उद्योगअन्तर्गत कस्ता उद्योगहरू पर्छन् ?

(झ) व्यापार भनेको के हो ?

(ञ) स्वदेशी व्यापारका प्रकारहरू लेख्नुहोस् ।

(ट) पुन: निर्यात व्यापारको उदाहरण दिनुहोस् ।

(ठ) व्यापारका कुनै चार सहायकहरूको नाम लेख्नुहोस् ।

(ड) व्यवसाय सञ्चालनमा बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाको कुनै एक भूमिका उल्लेख गर्नुहोस् ।

(ढ) समय उपयोगिताको सिर्जना भनेको के हो ?

(ण) सेवामूलक उद्यम वा व्यवसायका उदाहरणहरू लेख्नुहोस् ।

(त) व्यक्तिगत र व्यावसायिक सेवाको कुनै एक भिन्नता देखाउनुहोस् ।

(थ) व्यवसाय स्थापना गर्नुको प्रमुख उद्देश्य के हो ?

(द) व्यवसायका कुनै दुई सामाजिक उद्देश्य लेख्नुहोस् ।

(ध) व्यवसायको बजारीकरण कार्यअन्तर्गत कस्ता कार्यहरू पर्छन् ?

(न) व्यावसायिक वातावरणलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यवसायलाई किन आर्थिक क्रियाकलाप भनिन्छ, वर्णन गर्नुहोस् ।

(ख) व्यवसायका कुनै पाँच विशेषताहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ग) उत्पादन उद्योगअन्तर्गत के कस्ता उद्योग पर्छन्, वर्णन गर्नुहोस् ।

(घ) वाणिज्य भनेको के हो ? गृह व्यापार र वैदेशिक व्यापारबिच फरक छुट्याउनुहोस् ।

(ङ) के कस्ता व्यवसाय सेवामूलक व्यवसायअन्तर्गत पर्छन्, प्रस्ट पार्नुहोस् ।

(च) व्यवसायका कार्यहरू वर्णन गर्नुहोस् ।

(छ) व्यवसायका आर्थिक उद्देश्यअन्तर्गत के कस्ता उद्देश्यहरू पर्छन्, चर्चा गर्नुहोस् ।

(ज) सेवा व्यवसायले व्यावसायिक क्रियाकलापलाई प्रवर्धन गर्छ, यस भनाइलाई पुष्टि गर्नुहोस् ।

(झ) व्यवसायको आन्तरिक वातावरणका तत्त्वहरूको वर्णन गर्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यवसायको परिचय दिनुहोस् । व्यवसायलाई एक आर्थिक र मानवीय क्रियाकलापका रूपमा व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ख) उद्योगका प्रकार उदाहरणसहित वर्णन गर्नुहोस् ।

(ग) व्यावसायिक क्रियाकलापलाई सहज र प्रभावकारी बनाउन व्यापारका सहायकहरू महत्त्वपूर्ण हुन्छन्, विश्लेषण गर्नुहोस् ।

(घ) व्यवसायका आर्थिक, सामाजिक र मानवीय उद्देश्यहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ङ) व्यावसायिक वातावरणलाई परिभाषित गर्नुहोस् । यसका बाह्य तत्त्वहरूको वर्णन गर्नुहोस् ।

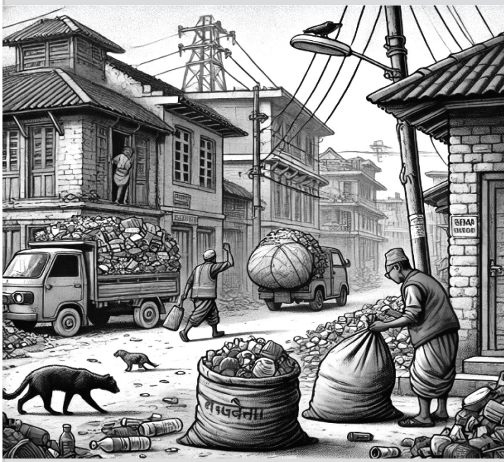
परियोजना कार्य (Project work)

आफूलाई पायक पर्ने कुनै एक व्यावसायिक संस्थामा गएर निम्नलिखित जानकारी सङ्कलन गर्नुहोस् सोका आधारमा एउटा सङ्क्षिप्त प्रतिवेदन तयार गर्नुहोस् ।

- व्यावसायिक सङ्गठनको नाम र ठेगाना
- व्यावसायिक सङ्गठनको प्रकृति तथा उद्देश्य
- व्यावसायिक क्रियाकलापहरू
- व्यावसायिक क्रियाकलापहरूलाई प्रभाव पार्ने वातावरणीय तत्त्वहरू ।

एकाइ
२

व्यावसायिक विचार
(Business Idea)



चित्र १ : परम्परागत तरिका

चित्र २ : आधुनिक तरिका

परम्परागत तरिका: पहिलो चित्रमा देखाइएको अवस्था हाम्रो समाजमा लामो समयदेखि चल्दै आएको परम्परागत फोहोर सङ्कलन प्रणालीको उदाहरण हो । यसमा मानिसहरू घर वा व्यवसायमा दैनिक रूपमा निस्कने कुहिने र नकुहिने फोहोरहरू निश्चित ठाउमा जम्मा गर्छन् र फोहोर सङ्कलन गर्न आउने निर्धारित दिनको प्रतीक्षा गर्छन् । कहिलेकाहीा फोहोर सङ्कलन समयमा नहुादा दुर्गन्ध फैलिने, हैजाको प्रकोप हुनेलगायतका समस्या देखा पर्छन् ।

आधुनिक तरिका : दोस्रो चित्रमा मोबाइल एपको प्रयोग गरेर व्यक्तिले आफूलाई आवश्यक परेको दिन वा समयमा मोबाइल एपबाट फोहोर सङ्कलन गर्ने सेवाका लागि अनुरोध गर्न सक्छ । फोहोर सङ्कलन गर्ने व्यक्ति वा संस्था त्यसैअनुरूप सेवा दिन आउाछ । यस तरिकाले समयको बचत हुन्छ, सेवा ग्राहकको चाहना र सुविधाअनुसार हुन्छ र वातावरणीय स्वच्छता पनि कायम हुन्छ ।

२.१ सिर्जनशीलता र अन्वेषण/नवप्रवर्तनको परिचय (Introduction to Creativity and Innovation)

सिर्जनाबिना व्यावसायिक विचार सीमित दायराभित्र मात्र रहन्छ, जसले गर्दा व्यवसायमा दीर्घकालीन सफलता हासिल गर्न कठिन हुन्छ । सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तनलाई व्यावसायिक सफलताको कडीका रूपमा मानिन्छ । ग्राहकको आवश्यकता तथा चाहना पत्ता लगाउने र नयाँ व्यावसायिक अवसरहरू प्राप्त गर्ने प्रमुख आधार नै सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तन हो । प्रतिस्पर्धीबिच अलग पहिचान कायम गर्न, प्रविधि र समयअनुसार पुनर्ताजगीकरण गर्न, नयाँ अवसरहरू हासिल गर्न र समयअनुसार उत्पन्न हुने असहज परिस्थितिको सामना गर्न सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तन अनिवार्य हुन्छ । यस एकाइमा विशेषगरी सिर्जनशीलता, अन्वेषण वा नवप्रवर्तको परिचय, सिर्जनशील व्यवहारमा समावेश हुने तत्त्वहरू र व्यावसायिक विचारका प्रमुख स्रोतहरूका बारेमा चर्चा गरिएको छ ।

(क) सिर्जनशीलता (Creativity)

सिर्जनशीलता एक मानसिक प्रक्रिया हो । नयाँ नयाँ विचारहरूको विकास गर्ने, नयाँ किसिमको सोच, विचार वा अवधारणा पत्ता लगाउने र त्यसलाई व्यावहारिक रूपमा प्रयोग गर्नु सिर्जनशीलता हो । सिर्जनशीलता नयाँ विचारको सिर्जना गर्न सक्ने क्षमता र सिप पनि हो । आजको आधुनिक परिवेशमा सिर्जनशील व्यवसायी त्यो हो जसले नयाँ विकल्पहरूको खोजी गरी व्यवसायमा आइपर्ने चुनौतीहरूको समाधान गर्छ । अत: सिर्जनशीलता भनेको व्यवसायीले आफ्नो कामसम्बन्धी समस्या र मुद्दाहरूको समाधानका लागि नयाँ तथा भिन्न दृष्टिकोणबाट हेर्न सक्षम हुनु हो ।

Mumford का अनुसार "Creativity involves the production of novel and useful products applicable to people." (सिर्जनशीलता अत्यन्तै नयाँ र मानव उपयोगी वस्तुहरूको उत्पादनभित्र पर्छ ।)

James Drever का अनुसार "Generating a new product is creativity." (सिर्जनशीलता नयाँ वस्तुको सिर्जना गर्नु हो ।)

सङ्क्षेपमा सिर्जनशीलता एक मानवीय क्षमता हो । यसले अरूको नयाँ विचार र आफ्नो विचारलाई अध्ययन गरेर विद्यमान समस्यालाई समाधान गर्न मदत गर्छ । यसले विचार, वस्तु तथा सेवाहरूमा नवीनतम सोच, विचार, क्षमता र सिपको व्यावहारिक प्रयोग गरी व्यवसायलाई प्रतिस्पर्धामा उतार्न मदत गर्छ । विभिन्न व्यावसायिक क्रियाकलापहरूमा देखापर्ने समस्याहरूको समाधान गर्नका लागि र नयाँ सम्भावनाहरूको पहिचान गर्नका लागि नयाँ विकल्पहरूको सिर्जना गर्नु आवश्यक हुन्छ । सिर्जनशीलताले नयाँ तथा उपयोगी विचार सिर्जना गर्न मदत गर्छ ।

(ख) अन्वेषण वा नवप्रवर्तन (Innovation)

नवप्रवर्तन भनेको नयाा वस्तु तथा सेवाको उत्पादन एवम् विकासका लागि ज्ञान, सिप, क्षमताका साथै सिर्जनशीलताको प्रयोग गरी नवीनतम वस्तुको उत्पादन गर्नु हो । यसले वस्तुको कार्यान्वयनमा जोड दिएको हुन्छ । विचार वा आविष्कारलाई वस्तु तथा सेवामा रूपान्तरण गर्नु नै नवप्रवर्तन हो । आजको परिवर्तनशील अवस्थामा बजारमा आफ्नो हिस्सामा वृद्धि गर्नका लागि उपभोक्ताको रुचि, इच्छा, चाहना र मागअनुसार वस्तु तथा सेवामा निरन्तर सुधार हुन आवश्यक हुन्छ । नवप्रवर्तनले वस्तु तथा सेवामा सुधार गरी सोको छुट्टै पहिचान बनाउन सहयोग गर्छ । यसका साथै प्रतिस्पर्धीका दााजोमा आफ्नो वस्तु अद्वितीय छ भनी पहिचान गराई प्रतिस्पर्धी क्षमता हासिल गर्न मदत गर्छ ।

Leanerd र Royport का अनुसार "Innovation refers to improving products, services and the existing process that create value to the customer." (ग्राहक मूल्यको सिर्जना गर्न विद्यमान वस्तु तथा सेवामा सुधार गर्दै जानु नवप्रवर्तन हो ।) त्यस्तैगरी David Burkus काअनुसार "Innovation is the application of ideas that are novel and useful." (नयाा र उपयोगी विचारहरूलाई उपयोगमा ल्याउनु नै नवप्रवर्तन हो ।)

सारांशमा, नवप्रवर्तन भनेको वस्तुमा सुधार गर्नु हो । सिर्जनशीलता विचारसाग सम्बन्धित छ भने नवप्रवर्तन नयाा आविष्कारसाग सम्बन्धित छ । नवप्रवर्तनले सिर्जनशीलतालाई उपयोगितामा रूपान्तरण गर्न मदत गर्छ । यसले नवीनतम सोच र प्रविधिको प्रयोग गरी व्यवसायको उत्पादकत्वमा वृद्धि गरी लागत घटाउनुका साथै ग्राहकहरूको रुचि, आवश्यकता तथा चाहनाका वस्तुहरू उपलब्ध गराई सन्तुष्ट पार्न सहयोग गर्छ ।

(ग) सिर्जनशीलता र अन्वेषण वा नवप्रवर्तनबिचको भिन्नता (Difference between creativity and innovation)

सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तन बिचका भिन्नतालाई तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ :

भिन्नताका आधार	सिर्जनशीलता	नवप्रवर्तन
१. परिभाषा	सिर्जनशीलता भनेको नयाा र मौलिक विचार उत्पन्न गर्ने क्षमता हो ।	नवप्रवर्तन भनेको सिर्जनशील विचारलाई व्यवहारमा प्रयोग गरी वस्तु तथा सेवा उत्पादन तथा वितरण गर्नु हो ।
२. केन्द्रविन्दु	यो कल्पना र सोचमा केन्द्रित हुन्छ ।	यो कार्यान्वयन र प्रयोगमा केन्द्रित हुन्छ ।

३. स्वरूप	सिर्जनशीलता सामान्यत: अमूर्त (Abstract) हुन्छ ।	नवप्रवर्तन मूर्त (Concrete) हुन्छ र मूल्य सिर्जना गर्छ ।
४. प्रक्रिया	यो विचार उत्पन्न गर्ने प्रारम्भिक चरण हो ।	यो विचारलाई व्यवहारमा उतार्ने कार्यान्वयन चरण हो ।
५. उदाहरण	मोबाइल कम्पनीले ग्राहकको इच्छा, चाहनाअनुसार फोल्ड गर्न मिल्ने मोबाइलको विचार गर्नु सिर्जनशीलता हो ।	विचारअनुसार फोल्ड गर्न मिल्ने मोबाइल तयार गरेर बजारमा ल्याउनु नवप्रवर्तन हो ।

२.२ सिर्जनशील व्यवहारका आधारभूत तत्त्वहरू (Basic Elements of Creative Behaviour)

सिर्जनशीलतालाई व्यवहारमा बदल्ने कार्यलाई सिर्जनशील व्यवहार भनिन्छ । यो सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तनको समष्टिगत रूप हो । यो त्यस्तो किसिमको व्यवहार हो जसले व्यक्तिलाई कल्पना गर्ने सिप, केही नयाा गर्ने उत्सुकता, समस्या समाधान गर्नका लागि सकारात्मक व्यवहार, खुला अभिव्यक्ति, समस्या समाधानका लागि अनुसन्धान तथा विकास आदिमा क्रियाशील गराउाछ । कुनै पनि व्यक्तिको सिर्जनशील व्यवहारमा मुख्यतया निम्नलिखित तत्त्वहरू समावेश भएका हुन्छन् :

(क) कल्पना एवम् मौलिकपन **(Imagination and originality) :** कुनै पनि व्यक्तिमा नयाा तरिकाको सोचको विकास हुनु नै कल्पना हो । यसले मौलिकपनका लागि सहयोग गर्छ । कल्पनाले नवीनतम विचारको सिर्जना गरेर नयाा दृष्टिकोण एवम् धारणाको निर्माण गर्न सहयोग गर्छ । कल्पना अन्तर्निहित भावना भएकाले व्यक्ति आफौ भित्रबाट प्रस्फुटित हुनुपर्छ, जुन वास्तविक ज्ञानको विकाससाग सम्बन्धित छ । कल्पनाशील र वास्तविकताको उपज नै सिर्जनशीलता हो ।

(ख) लचकता **(Flexibility) :** सिर्जनात्मक व्यवहारको अर्को आधारभूत मान्यता भनेको समय र परिस्थितिअनुसार आइपरेका समस्याहरूको पहिचान गर्दै उत्तम विकल्पको पहिचान गरी सोको कार्यान्वयन गर्नु हो । सिर्जनशील व्यक्तिले समस्या समाधानका लागि नयाा अनि फरक ढङ्गले काम गर्छ साथै आफ्नो तर्क, शैलीको प्रयोग र आफ्नो धारणा एवम् मान्यताप्रति लचकता प्रस्तुत गर्छ ।

(ग) जिज्ञासु **(Curiosity) :** सिर्जनशील व्यवहारको अर्को महत्त्वपूर्ण आधारभूत तत्त्व वा मान्यता जिज्ञासु हुनु पनि हो । जिज्ञासा त्यस्तो तत्त्व हो जसले केही नयाापन ल्याउनका लागि उत्सुकताको

सिर्जना गर्छ । जिज्ञासु व्यक्तिले फरक तरिकाले सोच र शैली अपनाएर नयाा विकल्पको सिर्जना गर्छ ।

(घ) सहकार्य **(Collaboration) :** कुनै पनि व्यक्तिले नवीनतम विचार सिर्जना गरी नयाा दृष्टिकोण प्रयोग गर्दै समस्या समाधानका लागि सहकार्य गर्न आवश्यक हुन्छ । व्यवसायमा एक्लो व्यक्तिलाई कुनै पनि सिर्जनात्मक कार्य गर्न कठिनाई हुन्छ । त्यसैले सिर्जनात्मक व्यवहारको महत्त्वपूर्ण आधार सहकार्य हो । यसले आफ्नो सिर्जनात्मकताको प्रयोग गर्दै नयाा ढङ्गले समस्या समाधानका लागि सहयोग गर्छ ।

(ङ) आत्म अभिव्यक्ति **(Self expression) :** सिर्जनात्मकता भनेकै व्यक्तिमा अन्तर्निहित विचार, क्षमता, ज्ञान आदिलाई अभिव्यक्त गर्दै नौलो तरिकाले प्रस्तुत गर्दै जानु हो । एक सिर्जनशील व्यक्तिले आफ्नो सिप तथा दक्षता आफूमा मात्र सीमित नराखी अरूलाई पनि सम्प्रेषण गर्छ । यसले व्यावसायिक सङ्गठनको साझा समस्या समाधान गर्दै लक्ष्य तथा उद्देश्यहरू हासिल गर्न मदत गर्छ ।

(च) अनुसन्धान तथा विकास **(Research and development) :** अनुसन्धान तथा विकासले ग्राहकका रुचि, आवश्यकता, चाहना तथा मागको पहिचान गर्न सहयोग गर्छ । अनुसन्धान तथा विकासको सहयोगबाट नयाा वस्तु तथा सेवा ग्राहकका चाहनाअनुरूप कसरी उत्पादन गर्ने साथै भइरहेको वस्तुको प्रवर्धन कसरी गर्ने भन्ने रणनीतिको निर्माण गर्न सकिन्छ । त्यसैले सिर्जनशील व्यक्तिले अनुसन्धान तथा विकासद्वारा समस्याहरू पत्ता लगाउादै विकल्पहरूको खोजी गर्दै उत्तम विकल्पको छनोट गरी आफूलाई समयअनुसार अद्यावधिक गर्दै जानुपर्छ ।

२.३ व्यावसायिक विचारका स्रोतहरू (Sources of Business Ideas)

व्यावसायिक विचारको स्रोत भनेको त्यस्तो सोच वा विचार हो जसले नयाा व्यवसाय सुरु गर्न वा पुरानो व्यवसायलाई सुधार्दै लैजान सहयोग गर्छ । नयाा वस्तुको सिर्जना गर्नका लागि उद्यमीहरूले नयाा व्यावसायिक विचारको सिर्जना गर्नुपर्छ । नवीनतम विचारहरू सिर्जना गर्नका लागि विभिन्न माध्यम तथा स्रोतहरूले व्यवसायलाई सहयोग पुऱ्याउाछन् । यस्तो सोचले उत्पादकत्वमा वृद्धि गरी सफलता हासिल गर्न सहयोग पुग्छ । प्रतिस्पर्धामा टिकिरहनका लागि नयाा विचार र नवप्रवर्तनले स्रोतको सिर्जना गरी ग्राहकको बदलादो रुचि, आवश्यकता तथा चाहनालाई परिपूर्ति गर्न मदत गर्छ । व्यावसायिक विचारका लागि व्यावसायिक सङ्गठनले विभिन्न स्रोतहरू प्रयोग गर्न सक्छन् जसलाई निम्नअनुसार वर्णन गरिएको छ :

(क) विद्यमान वस्तु **(Existing products) :** व्यावसायिक सङ्गठनहरूले उत्पादन गरी बिक्री वितरणका लागि राखेका वस्तु वा सेवाहरू विद्यमान वस्तु हुन् । यी वस्तुहरूलाई व्यावसायिक विचारका प्रमुख स्रोतहरू मान्न सकिन्छ किनभने यी वस्तुहरूको उत्पादन गरी बिक्री गर्दै जाँदा व्यावसायिक सङ्गठनले प्रतिस्पर्धीको दाँजोमा आफ्नो वस्तुको विश्लेषण गर्दै नयाँ सम्भावनाको खोजी गर्दै जान्छ । यसले विद्यमान वस्तुको सबल तथा दुर्बल पक्षहरूबाट नयाँ व्यावसायिक सोचको विकास गर्न सहयोग गर्छ ।

(ख) सरकारी नीतिहरू **(Government policies) :** व्यावसायिक विचारको अर्को महत्त्वपूर्ण स्रोत सरकारद्वारा तर्जुमा गरिएका नीति नियमहरू हुन् । यसले व्यावसायिक सङ्गठनलाई मार्गनिर्देशन गर्नुका साथै नियामकको भूमिका पनि निर्वाह गर्छ । सरकारी नीतिअन्तर्गत रहेर व्यावसायिक सङ्गठनले अवसर तथा चुनौतीको विश्लेषण गर्दै आफ्ना गतिविधिहरू सञ्चालन गर्दै जानुपर्छ ।

(ग) अनुसन्धान तथा विकास **(Research and development) :** नयाँ प्रविधि र उत्पादनको विकासका लागि अनुसन्धान तथा विकासलाई महत्त्वपूर्ण सूचनाका रूपमा लिन सकिन्छ । अनुसन्धानद्वारा ग्राहकका परिवर्तित रुचि, इच्छा, चाहना, प्रतिस्पर्धीको रणनीति, वस्तुका लागि नयाँ बजार, नयाँ प्रविधि तथा उपकरण आदिका बारेमा थाहा पाउन सकिन्छ । त्यसैले अनुसन्धान तथा विकासद्वारा व्यावसायिक विचारको सिर्जना गरी व्यवसायलाई विस्तार गर्न सकिन्छ ।

(घ) व्यावसायिक पात्रहरूको सञ्जाल **(Business actors network) :** व्यावसायिक पात्रहरूको सञ्जालअन्तर्गत मुख्यतया खरिदकर्ता, आपूर्तिकर्ता, माध्यम सदस्य र परामर्शदाता पर्छन् । यसले नयाँ विचारको सिर्जना गर्न सहयोग पुऱ्याउँछन् । यिनीहरूले आफ्नो विशेषज्ञता, सल्लाह, रायसुझाव, अनुभव आदि प्रदान गरेर उत्कृष्ट वस्तुको उत्पादन गर्दै ग्राहकको आवश्यकता पूरा गर्न सहयोग गर्छन् । यसअन्तर्गत मुख्यतया निम्नलिखित सञ्जालहरू पर्छन् :

(अ) खरिदकर्ता **(Buyers) :** खरिदकर्ता व्यावसायिक विचारका महत्त्वपूर्ण स्रोतहरू हुन् । खरिदकर्ता वा ग्राहक ती व्यक्ति वा संस्थाहरू हुन् जसले व्यावसायिक सङ्गठनले उत्पादन गरेका वस्तु तथा सेवाहरूको खरिद गर्छन् । समयअनुसार खरिदकर्ताको आवश्यकता, रुचि, चाहना, प्राथमिकता, फेसन आदिमा परिवर्तन भइरहन्छ । त्यसैले यिनीहरूको सल्लाह सुझाव तथा सिकायतलाई विचार गरेर नयाँ वस्तु तथा सेवाको उत्पादन गरी बिक्री गर्नुपर्छ ।

(आ) आपूर्तिकर्ता **(Suppliers) :** व्यावसायिक सङ्गठनलाई आवश्यक पर्ने कच्चापदार्थ, इन्धन, श्रम र मेसिन जस्ता सामग्रीहरू उपलब्ध गराउने व्यक्ति वा निकायलाई आपूर्तिकर्ता भनिन्छ । यिनीहरूले ग्राहकको समस्या समाधानका लागि नयाा सम्भावित वस्तु तथा सेवाहरू के के हुन सक्छन् भन्ने तथ्य नजिकबाट बुझेका हुन्छन् । त्यसैले व्यावसायिक संस्थाले उनीहरूबाट जानकारी हासिल गरी नयाा व्यावसायिक विचारको सिर्जना गर्न सक्छन् ।

(इ) माध्यम सदस्य **(Channel members) :** उत्पादन केन्द्रबाट अन्तिम उपभोक्तासम्म वस्तु तथा सेवा पुऱ्याउनका लागि प्रयोग गरिने माध्यमलाई माध्यम सदस्य भनिन्छ । यसअन्तर्गत थोक बिक्रेता, खुद्रा बिक्रेता, एजेन्ट आदि पर्छन् । माध्यम सदस्यमार्फत वस्तु तथा सेवाहरू उपभोक्ता समक्ष पुग्ने हुादा यिनीहरूलाई बजारका बारेमा धेरै ज्ञान हुन्छ । त्यसैले व्यवसायले सफलताका लागि प्रमुख स्रोतहरूका रूपमा माध्यम सदस्यलाई लिन सक्छ ।

(ई) परामर्शदाता **(Consultants) :** एक निश्चित क्षेत्रमा आफ्नो पेसागत सेवा तथा विशेषज्ञता प्रदान गर्ने व्यक्तिलाई परामर्शदाता भनिन्छ । यिनीहरूसाग भएको व्यावहारिक ज्ञानले नयाा व्यावसायिक विचारको सिर्जना गर्न व्यवसायीलाई सहयोग गर्छ । व्यावसायिक सङ्गठनको आवश्यकताअनुसार सूचना तथा जानकारी उपलब्ध गराउने, सोको प्रतिवेदन तयार गरी प्रस्तुतीकरण गर्ने र व्यावसायिक योजना तर्जुमा गर्नमा यिनीहरूले सहयोग गर्छन् ।

(ङ) मतिष्क मन्थन **(Brain stroming) :** व्यावसायिक विचार सिर्जनाका लागि मस्तिष्क मन्थन पनि एक महत्त्वपूर्ण स्रोत हो किनभने यसले विभिन्न विकल्पहरू प्रदान गरी उत्तम विकल्प छनोट गर्न मदत गर्छ । मस्तिष्क मन्थन कुनै पनि समस्याको समाधान खोज्नका लागि धेरै नयाा विचारहरूमध्ये उत्तम विचारको लेखाजोखा गर्ने कार्य हो । यो प्राय: सामूहिक रूपमा गरिन्छ । यसले मानिसहरूलाई स्वतन्त्र रूपमा आफ्ना विचारहरू राख्नका लागि मदत गर्छ ।

क्रियाकलाप १ :

कक्षामा भएका विद्यार्थी चार समूहमा विभाजित हुनुहोस् र प्रत्येक समूहले सिर्जनशीलता तथा नवप्रवर्तन झल्काउने कुनै एक व्यवसायको नाम, लोगो, नारा एवम् विज्ञापन सङ्कलन गरी कक्षामा छलफल गर्नुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सिर्जनशीलतालाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(ख) नवप्रवर्तनको अर्थ लेख्नुहोस् ।

(ग) व्यावसायिक सङ्गठनमा सिर्जनशीलता किन महत्त्वपूर्ण छ, कुनै एक कारण दिनुहोस् ।

(घ) सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तनबिचको कुनै दुई भिन्नता छुट्याउनुहोस् ।

(ङ) विद्यमान वस्तु भनेको के हो ?

(च) व्यावसायिक पात्रहरूको सञ्जालअन्तर्गत के के पर्छन् ?

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तनलाई छोटकरीमा वर्णन गर्नुहोस् ।

(ख) सिर्जनात्मक व्यवहारका लागि कल्पना र मौलिकता किन महत्त्वपूर्ण छ ?

(ग) सिर्जनात्मक व्यवहारका कुनै तीन आधारहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

(घ) विद्यमान वस्तु, सरकारी नीति र अनुसन्धान तथा विकास कसरी व्यावसायिक सोचका स्रोतहरू हुन्, वर्णन गर्नुहोस् ।

(ङ) सिर्जनात्मक व्यवहारका स्रोतअन्तर्गतका व्यावसायिक पात्रहरू को को हुन्, वर्णन गर्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यावसायिक विचारमा सिर्जनशीलता र नवप्रवर्तनलाई उपयुक्त उदाहरणसहित व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ख) सिर्जनशीलता भनेको के हो, सिर्जनशील व्यवहारका आधारहरू वर्णन गर्नुहोस् ।

(ख) व्यावसायिक सोचका स्रोतहरूको व्याख्या गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य (Project work)

कुनै एक नयाा व्यवसायको स्थापना गर्दा तपाईं कस्ता कस्ता विचार सिर्जनाका स्रोतहरूलाई प्राथमिकता दिनुहुन्छ, आफूले स्थापना गर्न खोजेको नयाा व्यवसायको सम्बन्धमा कम्तीमा ५०० शब्दमा परियोजना कार्य तयार पार्नुहोस् ।

एकाइ
३

स्रोत परिचालन
(Resource Mobilization)

तीन जना साथीहरू लाक्पा, माया र सलिम कलेज सकिएपछि केही नयाँ गर्ने सोचमा थिए । उनीहरू सबैलाई चिया र कफी मन पर्‍यो । गुणस्तरीय चिया र कफी बिक्री गरी नाफा कमाउने उद्देश्यले उनीहरू मिलेर सहरमा 'एभरेस्ट टी एन्ड कफी हाउस' नामको कफी पसल खोल्ने निर्णय गरे ।

व्यवसाय सुरु गर्न सुरुमा उनीहरूले आआफ्नो बचतबाट रु. १ लाख जम्मा गरे । त्यसपछि थप पुजीका लागि वित्तीय संस्थाबाट रु. ५ लाख ऋण लिए । यो पुजी कफी मेसिन, कुर्सी, मेच, कप र अन्य आवश्यक सामग्री खरिद गर्ने कार्यमा खर्च गरियो । उनीहरूले एक जना अनुभवी बारिस्ता नियुक्त गरे जसले गुणस्तरीय चिया र कफी बनाउन जान्दथे । साथै दुई जना सहयोगी कर्मचारी पनि राखियो र उनीहरूलाई ग्राहक सेवा तथा सरसफाइको जिम्मेवारी दिइयो । पसलको व्यवस्थापन उनीहरू आफैले गर्ने भए ।

पसल सञ्चालन गर्नुअगि उनीहरूले बजारमा सर्वेक्षण गरे । ग्राहकको प्राथमिकता बुझ्ने प्रयास गरे । प्रतिस्पर्धीहरूको मूल्यसूची अध्ययन गरी फेसबुक तथा इन्स्टाग्रामबाट आफ्नो व्यवसायको प्रचार गरे ।

माथिको सन्दर्भअनुसार :

(क) एभरेस्ट टी एन्ड कफी हाउसले कुन कुन स्रोत परिचालन गर्‍यो ?

(ख) यदि तपाईं उनीहरूको साथी हुनुहुन्थ्यो भने कुन कुन थप स्रोत परिचालन गर्नुहुन्थ्यो ?

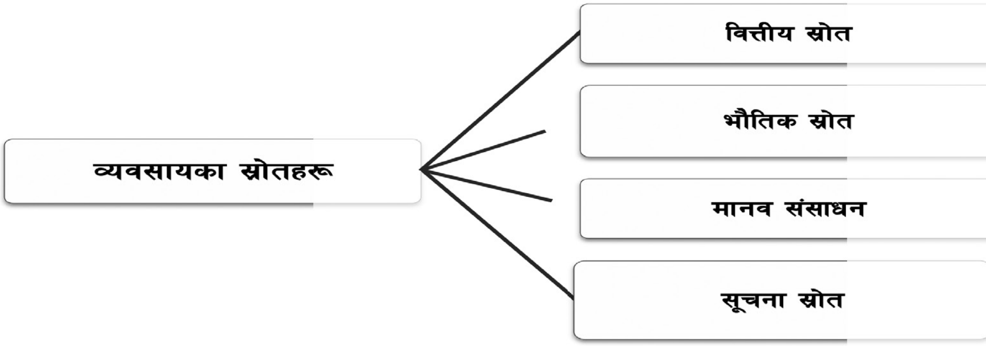
व्यावसायिक क्रियाकलापको प्रभावकारिता अभिवृद्धि गर्नका लागि नभई नहुने साधनहरूलाई व्यावसायिक स्रोत वा साधन भनिन्छ । अर्को शब्दमा व्यावसायिक उपयोगिता तथा मूल्य अभिवृद्धि गर्ने साधनहरूलाई व्यावसायिक स्रोत भनिन्छ । व्यवसायको सञ्चालनमा वित्तीय, भौतिक, मानव र सूचनाका स्रोतलाई व्यवसायको मेरुदण्डका रूपमा लिइन्छ । स्रोत परिचालन भनेको कुनै पनि व्यवसायले व्यावसायिक लक्ष्य हासिल गर्न व्यवसायका लागि आवश्यक पर्ने वित्तीय, भौतिक, मानवीय र सूचना स्रोतको परिचालन गर्ने प्रक्रिया हो ।

व्यवसाय सुरु गर्न सबैभन्दा पहिले मानव संसाधनको आवश्यकता पर्छ । यसमा व्यवसायको योजना बनाउने विशेषज्ञ, व्यवस्थापक, उत्पादन विज्ञ, कर्मचारी र कामदारहरू समावेश हुन्छन् । दक्ष मानव संसाधन व्यवसायको आधारशिला हो । दोस्रोमा व्यवसायका लागि आर्थिक स्रोत अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण हुन्छ । व्यवसायका लागि प्रारम्भिक लगानी, जग्गा, मेसिनरी, कच्चा पदार्थ, कर्मचारीको तलब, बजार प्रवर्धन तथा प्रचार प्रसार आदिमा आर्थिक स्रोतको आवश्यकता पर्छ । तेस्रोमा भौतिक स्रोत आवश्यक हुन्छन् । यसमा उपकरण, सवारी साधन, गोदाम, फर्निचरलगायतका भौतिक साधन पर्छन् । चौथोमा सूचना प्रविधिसाग सम्बन्धित स्रोतहरू, जस्तै : अनलाइन, सफ्टवेयर, इन्टरनेट आदि पर्छन् ।

व्यावसायिक सफलता हासिल गर्नका लागि वित्तीय स्रोतले आवश्यक पुाजीको लगानी, नगद प्रवाह, जोखिम व्यवस्थापन आदिलाई सहजता प्रदान गर्छ । त्यस्तै गरी भौतिक स्रोतले उत्पादन, सेवा प्रदान र आपूर्ति व्यवस्थालाई प्रभावकारी बनाउाछ । मानव स्रोतले व्यवसाय सञ्चालनमा समन्वय, सहकार्य, निर्देशन, नियन्त्रण र प्रोत्साहन गर्ने कार्य गर्छ । सूचना स्रोतले सूचनाको प्राप्ति र विश्लेषणमा सहयोग गर्छ । यस एकाइमा व्यावसायिक सफलताका लागि नभई नहुने यिनै स्रोत तथा साधनहरूका सम्बन्धमा चर्चा गरिएको छ ।

३.१ व्यवसायका मुख्य स्रोतहरू (Major Resources of Business)

व्यावसायिक क्रियाकलापहरू सम्पन्न गर्नका लागि विभिन्न प्रकारका स्रोत तथा साधनहरूको आवश्यकता पर्छ । व्यवसायलाई सुचारु रूपले सञ्चालन गर्न आवश्यक पर्ने स्रोत तथा संसाधनहरूको खोजी गर्ने, प्राप्ति गर्ने र उपलब्ध साधनको उचित तरिकाले परिचालन गर्नुलाई स्रोतको परिचालन भनिन्छ । व्यवसायको निश्चित लक्ष्य तथा उद्देश्य हासिल गर्नका लागि यी संसाधनहरूले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छन् । यी संसाधनहरूले व्यावसायिक संस्थाको गतिविधिमा निरन्तरता दिन, लागत न्यून गरी उत्पादनमा वृद्धि गर्न, प्रतिस्पर्धा गर्न र स्रोत तथा साधनको उच्चतम प्रयोग गर्न सहयोग गर्छ । व्यवसायको स्रोतहरूलाई निम्नानुसार वर्णन गरिएको छ :



(क) वित्तीय स्रोत **(Financial resource)**

व्यवसायको स्थापना तथा दैनिक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्नका लागि नभई नहुने मौद्रिक तत्त्वलाई वित्तीय स्रोत भनिन्छ । उत्पादनका लागि आवश्यक पर्ने विभिन्न साधनहरूको उपलब्धता वित्तीय स्रोतमा निर्भर हुन्छ । पर्याप्त मात्रामा वित्तको उपलब्धताले सम्पूर्ण व्यावसायिक क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्न, जस्तै : नयाा वस्तुको विकास गर्न, वस्तुमा सुविधाहरू थप गर्न र प्रवर्धन गर्न मदत पुग्छ । व्यवसायको सफलताका लागि व्यवसायको स्वरूपअनुसार पर्याप्त पुजी आवश्यक हुन्छ । यसअन्तर्गत अंश तथा ऋण पुजी, स्थिर तथा कार्यशील पुजी, उद्यम पुजी, सामूहिक लगानी कोष पर्छन् । वित्तीय स्रोतहरूलाई निम्नानुसार विभाजन गरी अध्ययन गरिन्छ :

(अ) अंश तथा ऋण पुजी **(Equity and debt capital)** : विभिन्न व्यावसायिक स्वरूप, जस्तै : एकलौटी, साझेदारी र कम्पनीमा अंश र ऋण पुजीको स्रोत र स्वरूप फरक फरक हुन्छन् । एकल स्वामित्वमा अंश पुजी स्वामीले आफ्नै निजी बचतबाट लगानी गर्छ र ऋण पुजी व्यक्तिगत ऋण, साथीभाइ वा बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाबाट जुटाइन्छ । साझेदारी फर्ममा

अंश पुजी सबै साझेदारहरूबाट साझेदारी सम्झौताका आधारमा सङ्कलन गरिन्छ भने ऋण पुजी साझेदारीको सामूहिक जिम्मेवारीमा बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाबाट जुटाइन्छ । सार्वजनिक कम्पनीहरूले सेयर बिक्री गरेर अंश पुजी जुटाउछन् । कम्पनीहरूले ऋण पुजी बैङ्क तथा वित्तीय संस्था, डिबेन्चर, बन्ड वा अन्य वित्तीय उपकरणमार्फत सङ्कलन गर्छन् ।

व्यावसायिक सङ्गठनको व्यवस्थापन तथा नियन्त्रण गर्नका लागि लगानीकर्ताहरूले अंश वा सेयर पुजीमा लगानी गर्छन् । व्यावसायिक संस्था नाफामा गएमा लगानीकर्ताले लगानीको प्रतिफल प्राप्त गर्छन् । सेयरको मूल्य वृद्धि हुदा उच्च प्रतिफल प्राप्त हुन्छ भन्ने हेतुले लगानीकर्ताहरूले सेयर पुजीमा लगानी गरेका हुन्छन् । कम्पनी व्यवसायमा ऋण पुजी ऋणपत्र वा वोन्ड जारी गरी व्यवस्थापन गरिन्छ । ऋण पुजीमा लगानी गर्ने ऋणदाताले व्यवसायको क्रियाकलापहरू, जस्तै : सञ्चालक समितिको छनोट वा व्यावसायिक निर्णय, मतदानसम्बन्धी अधिकार आदि कुनै कुरामा प्रभाव पार्दैनन् । ऋणदाताहरू कम्पनीका स्वामी होइनन् । कम्पनी बन्द भएको अवस्थामा ऋणदाताले लगानीकर्ताले भन्दा पहिले रकम फिर्ता पाउछन् । व्यावसायिक सङ्गठनले वित्तीय आवश्यकता परिपूर्तिका लागि बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूबाट पनि ऋण पुजी प्राप्त गर्छन् ।

(आ) स्थिर तथा कार्यशील पुजी (**Fixed and working capital**) : एक वर्षभन्दा बढी समय प्रयोग गर्न गरिएको लगानीलाई स्थिर पुजी भनिन्छ । व्यवसायको विकास तथा विस्तारका लागि आवश्यक पर्ने पुजी नै स्थिर पुजी हो । घर, जग्गा, मेसिन, उपकरण फर्निचर जस्ता स्थिर सम्पत्तिको खरिदमा स्थिर पुजी लगानी गरिएको हुन्छ । यस्तो पुजी सेयर खरिदका लागि आव्हान गरेर, ऋणपत्रको निष्कासन गरेर, बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाबाट ऋण लिएर र व्यवसायमा भएको नाफाको प्रतिशतबाट सङ्कलन गर्न सकिन्छ ।

स्थिर पुजीले व्यवसायमा उत्पादनको आधार तयार गर्न, व्यावसायिक संस्थाको विकास तथा विविधता ल्याउन यसले मदत गर्छ । त्यस्तै गरी नयाा प्रविधि अपनाएर गुणस्तरीय उत्पादन क्षमता बढाई प्रतिस्पर्धा गर्न सहयोग गर्छ । कामदारको कार्यक्षमता र उत्पादकत्वमा अभिवृद्धि गर्न पनि स्थिर पुजीले सहयोग गर्छ । स्थिर पुजीको व्यवस्थापनबिना दीर्घकालीन योजना, उत्पादन वा उत्पादकत्वमा वृद्धि गर्न सम्भव हुादैन ।

दैनिक कार्य सञ्चालनका लागि आवश्यक पर्ने पुजीलाई कार्यशील पुजी भनिन्छ । यसलाई अल्पकालीन पुजी वा कार्यगत पुजी पनि भनिन्छ । कर्मचारीको तलब भुक्तानी, भाडा, विद्युत महसुल, कच्चा पदार्थको खरिद, दैनिक मसलन्द सामग्रीहरू आदिको खरिद गर्नका लागि कार्यशील पुजीको आवश्यकता पर्छ । कार्यशील पुजीको पर्याप्तताले व्यावसायिक

क्रियाकलापहरू सुचारु रूपले सञ्चालन गर्न सजिलो हुन्छ । यसको अभावमा व्यवसायका दैनिक कार्यमा कठिनाइ उत्पन्न हुन्छ । त्यसैले अल्पकालीन समयका लागि नगद तथा अल्पकालीन वित्तको व्यवस्था गर्नुपर्छ ।

कुनै व्यावसायिक सङ्गठनमा कार्यशील पुजीले दैनिक कार्य सञ्चालन गर्न, नियमित रूपमा उत्पादन गर्न, आपूर्तिकर्ता, कामदार तथा कर्मचारी र अन्य पक्षलाई समयमै भुक्तानी गर्न सहयोग गर्छ । सङ्क्षेपमा कार्य सञ्चालनमा निरन्तरता, ग्राहकहरूलाई समयमै सेवा दिई सन्तुष्टिको सिर्जना, आपूर्तिकर्ता र कर्मचारीहरूसाग राम्रो सम्बन्ध स्थापित गर्न र मुनाफा वृद्धि गर्न कार्यशील पुजीको आवश्यकता पर्छ ।

(इ) उद्यम पुजी **(Venture capital)** : उद्यम पुजीलाई सुरुवाती पुजी भनिन्छ । यस्तो पुजी लगानीकर्ताहरूले सङ्गठनको स्थिरताका लागि दीर्घकालीन रूपमा गरेको लगानी हो । यस्तो लगानीमा लगानीकर्ताहरूले प्रतिफल प्राप्त गर्न केही समय प्रतीक्षा गर्नुपर्छ । यो निजी वा संस्थागत लगानी हो, जुन व्यवसाय सुरु गर्दा पुजीका रूपमा परिचालन गरिन्छ । उद्यम पुजीमा लगानीकर्ताहरूले साना व्यवसायीहरूलाई पुजी उपलब्ध गराउाछन् ।

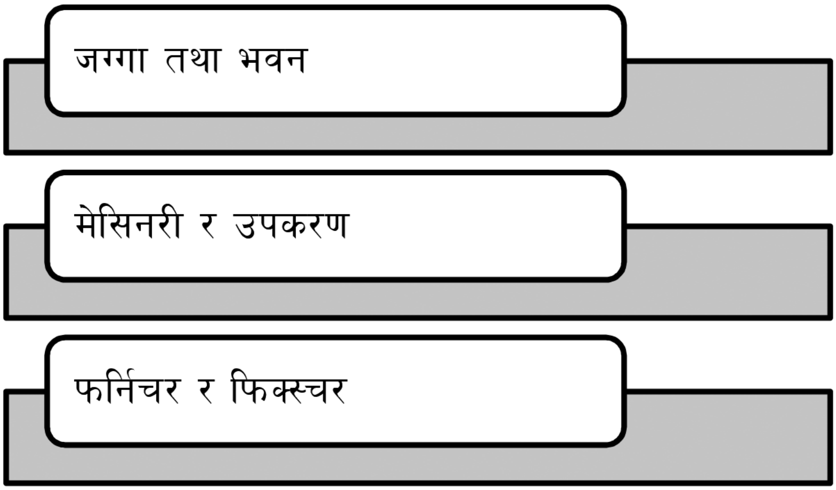
नयाा, नवीनतम र उच्च सम्भावना भएका व्यवसायमा यस्तो लगानी गरिने भएकाले यसलाई जोखिमपूर्ण पुजी पनि भनिन्छ । तर व्यावसायिक सङ्गठनले सफलता हासिल गरेमा बढी मुनाफा आर्जन गर्न यसले सहयोग गर्छ । उद्यम पुजीले नयाा सोच र प्रविधिका साथ व्यवसाय सुरु गर्न, रोजगारीका अवसर सिर्जना गरी देशको अर्थतन्त्र सुधार गर्न, उद्योगको विकास तथा विस्तार गर्न महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छ ।

(इ) सामूहिक कोष **(Mutual fund) :** सामूहिक लगानी कोष ससाना लगानीकर्ताहरूबाट सङ्कलित पुजीलाई पेसागत कोष व्यवस्थापकद्वारा विभिन्न वित्तीय उपकरणहरूमा लगानी गर्ने संयन्त्र हो । यसबाट व्यावसायिक संस्थाहरूले पुजी प्राप्त गर्छन् । यस्ता कोषले कम्पनीहरूको सेयर खरिद गरेर उनीहरूलाई पुजी प्रदान गर्छन् भने ऋणपत्र खरिद गरेर कर्जाका रूपमा पुजी उपलब्ध गराउाछन् । नयाा कम्पनीहरूले प्रारम्भिक सेयर निष्कासन गर्दा सामूहिक कोषले त्यसमा लगानी गरी व्यवसायका लागि आवश्यक पुजी जुटाउन सहयोग गर्छन् ।

(ख) भौतिक स्रोत **(Physical resources)**

व्यावसायिक क्रियाकलापहरू प्रभावकारी रूपले सञ्चालन गर्नका लागि आवश्यक पर्ने घर, जग्गा, मेसिन, फर्निचरलगायतलाई भौतिक स्रोत भनिन्छ । यिनीहरू भौतिक आकार भएका र देख्न र छुन सकिने हुन्छन् । व्यावसायिक विस्तार तथा विविधता, प्रशासनिक कार्य र व्यवस्थित कार्य सञ्चालनका

लागि यी साधनको महत्त्वपूर्ण योगदान रहेको हुन्छ । व्यावसायिक सङ्गठनमा नभई नहुने मुख्य भौतिक स्रोतहरूलाई निम्नअनुसार प्रस्तुत गरी वर्णन गरिएको छ :



(अ) जग्गा तथा भवन (**Land and building**) : व्यावसायिक संस्थाको स्थापना तथा सञ्चालनका लागि जग्गा तथा भवन नभई नहुने भौतिक साधन हुन् । यस्ता साधन व्यवसायको अस्तित्त्व रहुञ्जेलसम्म आवश्यक पर्छ । जग्गा प्राकृतिक स्वरूपमा रहेको भौतिक साधन हो जसलाई व्यवसायले उत्पादनशील कार्यमा प्रयोग गर्छन् । त्यसैगरी व्यावसायिक संस्थाले भवनलाई व्यापारिक कारोबार, उत्पादन र सेवामूलक कार्यका लागि उपयोग गर्छ । व्यावसायिक सङ्गठनले जग्गा तथा भवन खरिद गर्ने वा भाडामा लिने भन्ने कुरा व्यवसायको प्रकृति, बजेट, व्यवसाय स्थापना गर्ने स्थान आदिमा निर्भर हुन्छ ।

एक पटक व्यवसाय स्थापना गरिसकेपछि स्थान परिवर्तन गर्न ज्यादै कठिन हुन्छ । स्थान परिवर्तनले व्यवसायको खर्च बढाउनुका साथै जग्गा तथा भवन छाडेर अन्य स्थानमा स्थापना गर्दा व्यावसायिक ख्यातीमा पनि प्रतिकुल प्रभाव पार्न सक्छ । त्यसैले सञ्चार, यातायात, विद्युत्, बैङ्क आदि जस्ता सुविधा भएको स्थानलाई छनोट गरेर जग्गा खरिद वा भाडामा लिनुपर्छ ।

(आ) मेसिनरी र उपकरण (**Machinery and equipment**) : व्यावसायिक सङ्गठनका लागि आवश्यक पर्ने अर्को भौतिक स्रोत वा साधनका रूपमा मेसिनरी र उपकरण पर्छन् । मेसिनरी र उपकरण त्यस्ता यन्त्र हुन् जसले कार्यकुशलता, उत्पादकत्व, लाभदायकता र कार्यशुद्धता वृद्धि गर्न मदत गर्छन् । यसले व्यवसायको कार्यलाई सहजता प्रदान गर्छ । यी साधनहरू सामान्यतया

लामो समयसम्म टिक्ने हुन्छन् । कम मानवीय प्रयत्नबाट कम समयमा प्रभावकारी ढङ्गले कार्यसम्पादन गर्नका लागि मेसिनरी तथा उपकरणले सहयोग गर्छ ।

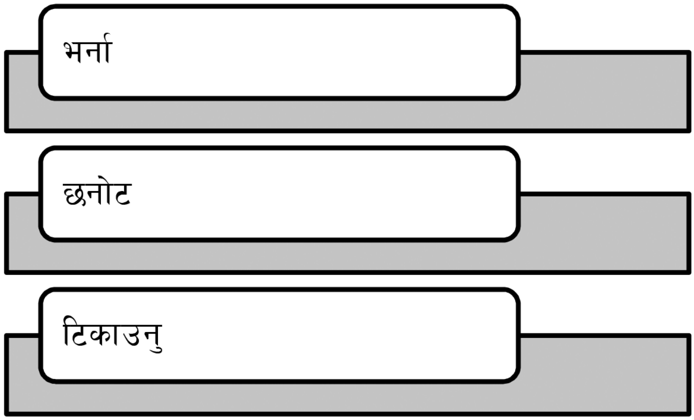
व्यावसायिक संस्थाले श्रम तथा समयको बचत हुने, कार्यदक्षता वृद्धि गर्ने खालको मेसिनरी तथा उपकरण खरिद र छनोटमा ध्यानु दिनुपर्छ । मेसिनरी तथा उपकरणले कार्य शुद्धता बढाई छलकपटको सम्भावना कम गर्न र कामको निरसता हटाउन मदत गर्छ । सङ्क्षेपमा व्यावसायिक सङ्गठनले व्यवसायमा उपलब्ध बजेटलाई ध्यान दिई गुणस्तरीय, कम सञ्चालन खर्च, टिकाउपूर्ण, प्रयोगमा लोचदार, बिक्रीपछिको सेवा आदिलाई विचार गरी यस्ता साधनको व्यवस्थापन गर्नुपर्छ ।

(इ) फर्निचर र फिक्स्चर **(Furniture and fixture)** : व्यावसायिक क्रियाकलाप सञ्चालनका लागि आवश्यक पर्ने अर्को भौतिक स्रोतअन्तर्गत फर्निचर र फिक्सर पर्छ । यसअन्तर्गत टेबल, मेच, सोफा, दराज, घर्रा आदि पर्छन् । यी साधनहरूले कार्यालयको वातावरणलाई आकर्षित मात्र गर्ने नभई कर्मचारीलाई कामप्रति उत्प्रेरित गर्ने कार्य गर्छ । यसले कार्यकुशलतामा अभिवृद्धि गर्ने, आगन्तुकलाई व्यवसायप्रति आकर्षित गर्ने र कार्यालयको ख्याति समेत वृद्धि गर्न सहयोग गर्छ ।

तसर्थ उपयुक्त फर्निचर र फिक्सचरले कर्मचारीहरूको कार्यदक्षता वृद्धि गर्न, असल कार्य वातावरणको सिर्जना गर्न सघाउ पुऱ्याउाछ । व्यवसायीले आफ्नो बजेटले भ्याउने आकर्षक तथा आधुनिक, लामो समयसम्म टिक्ने, बहुउपयोगी, स्तरीय तथा एकरूपता कायम गर्ने, आगलागीको जोखिमबाट मुक्त, स्थानको बचत गर्ने, आरामदायी आदि पक्षलाई विचार गरी सोको व्यवस्थापन गर्नुपर्छ ।

(ग) मानव संसाधन (**Human resource**)

व्यावसायिक सङ्गठनमा कार्यरत सम्पूर्ण कर्मचारी तथा कामदारलाई मानव संसाधन भनिन्छ । व्यवसायमा रहेको भौतिक, वित्तीय र सूचना स्रोतहरूलाई उचित रूपमा परिचालन गर्नका लागि मानव संसाधनको आवश्यकता पर्छ । मानव संसाधनबिना व्यवसायको कार्य शून्य नै हुन्छ । मानव संसाधनअन्तर्गत दक्ष, अर्धदक्ष र अदक्ष सबै प्रकारका कर्मचारी तथा कामदारहरू पर्छन् । यसलाई उनीहरूको योग्यता तथा क्षमताका आधारमा अधिकार र जिम्मेवारी दिइएको हुन्छ । माथिल्लो, मध्यम र तल्लो तहमा उनीहरूको योग्यताका आधारमा अख्तियारको प्रत्यायोजन गरिएको हुन्छ । मानव संसाधनअन्तर्गत मुख्यतया निम्नलिखित पक्षहरू पर्छन् :



(अ) भर्ना (**Recruitment**) : एक निश्चित उद्देश्य तथा लक्ष्य प्राप्तिका लागि सम्भावित कर्मचारीहरूको खोजी गरी उनीहरूलाई रोजगारका लागि आवेदन दिन उत्प्रेरित गर्ने प्रक्रियालाई भर्ना भनिन्छ । अर्को शब्दमा सङ्गठनको आवश्यकताअनुसार योग्य उम्मेदवारको खोजी गर्ने र आवेदन गर्न लगाउने प्रक्रियालाई भर्ना भनिन्छ । भर्ना प्रक्रियाको मुख्य उद्देश्य नै उम्मेदवारहरूको सङ्ख्या वृद्धि गर्नु हो । जसले गर्दा ठिक समयमा ठिक किसिमका कर्मचारीहरू ठिक स्थानका लागि छनोट गर्न सकियोस् । भर्ना आन्तरिक वा बाह्य दुई तरिकाबाट गर्न सकिन्छ । बढुवा, स्थानान्तरण, आन्तरिक विज्ञापन आदिद्वारा रिक्त पदका लागि कर्मचारीको भर्ना गर्न सकिन्छ । त्यसैगरी रिक्त पदका लागि बाह्य विज्ञापन, विश्वविद्यालय वा अन्य संस्था, रोजगार कार्यालय आदिबाट पनि भर्ना प्रक्रिया अगाडि बढाउन सकिन्छ ।

मानव स्रोत व्यवस्थापनमा भर्नालाई सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण चरणका रूपमा लिइन्छ । यसले योग्य एवम् सक्षम कर्मचारीको छनोट गर्न र कार्य उत्पादनशीलता तथा गुणस्तर बढाउन मदत गर्छ । त्यस्तै गरी रिक्त पदको पदपूर्ति गरेर संस्थाको कार्य अवरोधबिना सम्पन्न गर्न मदत गर्छ । भर्नाको सहायताद्वारा नयाा सिप र विचार भएका कर्मचारी भित्र्याउन सहयोग पुग्छ । तसर्थ योग्य उम्मेदवारको खोजी गरी चयन गर्न भर्नाले सहयोग पुऱ्याउाछ ।

(आ) छनोट (**Selection**) : छनोट भनेको आवेदकहरूमध्येबाट उत्कृष्ट उम्मेदवारको चयन गर्नु हो । छनोटले कुन आवेदक सङ्गठनका लागि उपयुक्त छ भन्ने कुराको पूर्वानुमान गर्छ । भर्नाले धेरै सङ्ख्यामा उम्मेदवारलाई आवेदन दिन उत्प्रेरित गर्छ भने छनोटले ती आवेदकहरू मध्येबाट योग्य व्यक्तिको छनोट गर्छ । छनोट प्रक्रियाअन्तर्गत प्रारम्भिक अन्तर्वार्ता, आवेदन

फर्म, छनोट जाँच, छनोट परीक्षा, गहन अन्तर्वार्ता, उम्मेदवारको पृष्ठभूमिको अध्ययन, स्वास्थ्य परीक्षण, पदस्थापन आदि पर्छन् ।

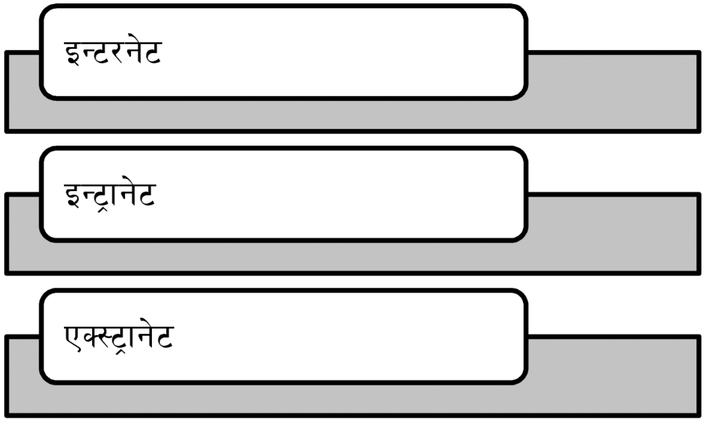
व्यावसायिक संस्थामा उपयुक्त व्यक्तिको छनोट प्रक्रिया सङ्गठनको प्रकृति तथा स्वरूपअनुसार फरक फरक हुन सक्छ । यसले निरन्तर रूपमा सङ्गठनलाई आवश्यक पर्ने योग्य व्यक्तिहरू उपलब्ध गराई कार्यदक्षतामा वृद्धि गरी सङ्गठनात्मक लक्ष्य तथा उद्देश्य हासिल गर्न सहयोग गर्छ ।

(इ) स्थायित्व/टिकाउनु **(Retention)** : उच्च कार्यसम्पादन भएका कर्मचारीहरूलाई सङ्गठनमा बसिरहने वातावरणको सिर्जना गर्नुलाई टिकाउनु वा स्थायित्व भनिन्छ । यसका लागि सङ्गठनले कर्मचारीहरूसाग सुमधुर सम्बन्ध कायम गर्ने, सुरक्षित कार्यवातावरणको सिर्जना गर्ने, समय समयमा प्रशिक्षण तथा तालिमको व्यवस्था गर्ने, पदोन्नति गर्ने, बोनसको वितरण गर्ने, दोहोरो सञ्चार प्रणालीको व्यवस्था गर्ने, उचित उत्प्रेरणा दिनेलगायतका कार्य गर्नुपर्छ । योग्य तथा इमानदार कर्मचारी संस्थाको सम्पत्ति भएकाले उनीहरूलाई लामो समयसम्म टिकाउनु आवश्यक हुन्छ ।

कुनै पनि व्यावसायिक सङ्गठनमा कामदारहरूको स्थायित्व वा लामो समयसम्म टिकाउनका लागि उपयुक्त कामदारहरूको छनोटपश्चात् उनीहरूमा सकारात्मक भावना जागृत गरी उत्प्रेरित गर्नुपर्छ । कर्मचारी तथा कामदारहरूलाई लामो समयसम्म टिकाउन सकेमा कर्मचारीको अनुभव र सिप संस्थामा प्रयोग गर्न सकिन्छ । त्यस्तै गरी मावन संसाधन व्यवस्थापन प्रक्रियाको खर्चमा पनि कमी ल्याउन सकिन्छ । कर्मचारीहरू लामो समयसम्म एउटै संस्थामा काम गर्दा आपसी समझदारी, भरोसा र सहकार्य बलियो हुन्छ । यसले गर्दा कार्य क्षमता र नतिजा दुबैमा सुधार आउाछ । त्यसैले कर्मचारीको स्थायित्व वा निरन्तरतालाई मानव संसाधनको अत्यन्तै आवश्यक तत्त्वका रूपमा लिइन्छ ।

(घ) सूचना स्रोत (Informational resource)

सङ्गठनको योजना तर्जुमा गर्न, कार्यान्वयन गर्न र मूल्याङ्कन गर्नका लागि सूचना तथा जानकारीको आवश्यकता पर्छ । सूचना इन्टरनेट, वेबसाइट, डाटा, extranet, बजार सूचना, उपभोक्ताको प्रतिक्रिया आदि स्रोतहरूबाट प्राप्त गर्न सकिन्छ । व्यावसायिक सङ्गठनले सूचनाहरूलाई आवश्यकताअनुसार फाइलिङ वा कम्प्युटर सफ्टवेयरको प्रयोग गरी सुरक्षित राखेका हुन्छन् । सङ्गठनमा निर्णयका लागि सूचनाले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छ । सूचनाका स्रोतहरूलाई मुख्यतया निम्नअनुसार प्रस्तुत गरी वर्णन गरिएको छ :



(अ) इन्टरनेट **(Internet) :** इन्टरनेट सूचनाको त्यस्तो सञ्जाल हो जुन विश्वव्यापी रूपमा प्रयोग हुन्छ । इन्टरनेटको माध्यमबाट संसारको कुनै पनि कुनामा रहेको व्यक्ति वा संस्थालाई सूचना तथा जानकारी सजिलै प्रदान गर्न सकिन्छ । तर यस्ता जानकारी हासिल गर्नका लागि कम्प्युटर प्रणाली इन्टरनेटमा जडान हुनु आवश्यक हुन्छ । Text, Voice, Video, Graphs आदि कम समय र खर्चमा इन्टरनेटमार्फत हासिल गर्न सकिन्छ । सामाजिक सञ्जालका माध्यम, जस्तै : Viber, Facebook, Whatsapp, Instagram, tiktok आदिमार्फत पनि सजिलैसाग सूचनाहरू सञ्चार गर्न सकिन्छ । आजको प्रतिस्पर्धात्मक युगमा इन्टरनेटलाई सूचना तथा जानकारी सम्प्रेषणका लागि महत्त्वपूर्ण स्रोतका रूपमा लिइन्छ ।

इन्टरनेटको माध्यमबाट व्यावसायिक संस्थाहरूले E-commerce, E-marketing, जस्ता क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्न सक्छन् । कम्प्युटरको सहायताबाट वस्तु तथा सेवाका बारेमा विस्तृतमा जानकारी दिनका लागि व्यवसायहरूले आफ्नो वेबसाइट बनाएका हुन्छन् । वेबसाइटमा व्यवसायको प्रकृति, किसिम, उद्देश्य, वस्तुको गुणस्तर, मूल्य, उपयोगिता आदि कुराहरू समावेश गरेर सूचना सम्प्रेषण गरिन्छ । इन्टरनेट सूचनाको महत्त्वपूर्ण स्रोत, सञ्चारको माध्यम र विज्ञापनको महत्त्वपूर्ण माध्यम भएकाले यसको लोकप्रियता बढ्दै गएको छ ।

(आ) इन्ट्रानेट (**Intranet**) : इन्ट्रानेट त्यस्तो सञ्जाल हो, जहाा सीमित व्यक्तिहरूको मात्र पहाुच हुन्छ । यो एक प्रकारको निजी सञ्जाल हो जुन आन्तरिक सञ्चारका लागि निर्माण गरिएको हुन्छ । कुनै पनि सङ्गठनमा राउटर (Router) तथा लेन कनेक्सन (LAN Connection) को माध्यमबाट सङ्गठन भित्रका सूचना तथा जानकारीहरू सम्प्रेषण गर्न, फाइल हस्तान्तरण गर्न र सङ्गठनका क्रियाकलापहरूलाई प्रभावकारी तरिकाले सञ्चालन गर्न यसको

प्रयोग गरिन्छ । इन्ट्रानेटको माध्यमबाट आन्तरिक रूपमा के भइरहेको छ, सोको जानकारी सङ्गठनभित्र मात्र सीमित हुन्छ । यसको प्रमुख उद्देश्य नै सुरक्षित रूपमा छोटो समयमा शीघ्र रूपले आन्तरिक सूचनाहरू कर्मचारी समक्ष पुऱ्याउनु हो ।

इन्ट्रानेट गोप्य तथा संवेदनशील तथ्याङ्कलाई सुरक्षित राख्न, सूचना तथा जानकारीहरू संस्थाका कर्मचारीहरूबिच आदानप्रदान गर्न, महत्त्वपूर्ण सूचनालाई केन्द्रीकरण गर्न र उत्पादनशीलतामा वृद्धि गर्न व्यावसायिक संस्थामा आवश्यक पर्छ । संक्षेपमा इमेल, सन्देश वा घोषणाको माध्यमबाट शीघ्र सञ्चार गर्न, सूचना तथा जानकारीलाई सुरक्षित रूपमा आन्तरिक प्रवाह गर्न र तथ्याङ्कको दुरुपयोग हुन नदिन इन्ट्रानेटलाई महत्त्वपूर्ण सूचनाको स्रोतका रूपमा प्रयोग गरिन्छ ।

(इ) एक्स्ट्रानेट (Extranet) : एक्स्ट्रानेट त्यस्तो आधिकारिक व्यक्ति वा संस्थाको सूचना सञ्जाल हो, जहाा सरोकारवालाहरू, जस्तै : साझेदार, आपूर्तिकर्ता, ग्राहक, व्यवसायी आदिबिच सूचना तथा जानकारी सुरक्षित रूपमा सम्प्रेषण गर्न प्रयोग गरिन्छ । यसको सहायताबाट सरोकारवालाहरूबिच सुमधुर सम्बन्ध स्थापना गर्न सकिन्छ । एक्स्ट्रानेट विशेष गरी E-commerce, E-business मा प्रयोग गरिएको हुन्छ ।

एक्ट्रानेटको सहायताबाट विभिन्न स्थानमा भएका सङ्गठनका शाखाहरू वा परियोजनाका सहयोगीहरूबिच सहकार्य र समन्वय गर्न मदत मिल्छ । भौतिक रूपमा टाढा भएका सरोकारवालाहरूलाई एकै प्रणालीमा जडान गरी दुरीको सीमालाई हटाउन मदत गर्छ । व्यावसायिक संस्थामा यसले विश्वसनीयता र सुरक्षित तथ्याङ्कको पहुाच सरोकारवालामा प्रदान गर्छ । त्यस्तै गरी सूचना तथा जानकारीलाई समयमै सम्प्रेषण गरी समय र खर्चको बचत गर्छ ।

क्रियाकलाप १:

विद्यार्थीहरू चार समूहमा विभाजित हुनुहोस् । समूह 'क' ले कुनै एक व्यापार जस्तै : होटल, क्याफे, खुद्रा पसल आदि सुरु गर्न कति पुाजी लगानी गर्ने, कसरी नाफा कमाउने भन्ने सम्बन्धमा संवाद गर्नुहोस् । समूह 'ख' ले भौतिक स्रोतहरूका सम्बन्धमा प्रस्तुतीकरण गर्नुहोस् । समूह 'ग' ले व्यवसायको विभिन्न पदमा रहेर अभिनय गर्नुहोस् । समूह 'घ' ले कुनै वस्तुको चयन गरी ग्राहकहरूको प्राथमिकता र प्रवृत्ति पत्ता लगाउने प्रश्नावली तयार गर्नुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) स्रोत परिचालन भनेको के हो ?

(ख) वित्तीय स्रोतअन्तर्गत पर्ने स्रोतहरूको नाम लेख्नुहोस् ।

(ग) अंश तथा ऋण पुाजीबिचको भिन्नता देखाउनुहोस् ।

(घ) स्थिर र कार्यशील पुाजी लगानीको एक एकओटा उदाहरण दिनुहोस् ।

(ङ) उद्यम पुाजीलाई जोखिमपूर्ण पुाजी मानिनुको एक कारण दिनुहोस् ।

(च) सामूहिक कोषले व्यवसायका लागि कसरी पुाजी उपलब्ध गराउाछन् ?

(छ) व्यवसायको भौतिक स्रोतहरू के के हुन् ?

(ज) व्यवसायका लागि जग्गा तथा भवन खरिद गर्दा कुन कुन पक्षमा ध्यान दिनुपर्छ ?

(झ) फर्निचर र फिक्सरका उदाहरणहरू दिनुहोस् ।

(ञ) मानव संसाधनका तीन पक्षहरू के के हुन् ?

(ट) भर्ना भनेको के हो ?

(ठ) व्यवसायमा उत्कृष्ट कर्मचारी चयन गर्ने कार्यलाई के भनिन्छ ?

(ड) व्यवसायमा मानव संसाधनलाई लामो समयसम्म टिकाइरहन कुन कुन पक्षमा ध्यान दिनुपर्छ ?

(ढ) इन्टरनेटलाई किन व्यवसायका लागि सूचनाको महत्त्वपूर्ण माध्यम मानिन्छ ?

(ण) इन्ट्रानेट र एक्स्ट्रानेटबिचको एक भिन्नता लेख्नुहोस् ।

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यवसायको वित्तीय स्रोत भनेको के हो ? अंश तथा ऋण पुाजीको अर्थ उदाहरणसहित प्रस्ट पार्नुहोस् ।

(ख) व्यवसायको दैनिक कार्य सञ्चालनका लागि के कस्ता वित्तीय स्रोतको आवश्यकता पर्छ ?

(ग) मेसिन र उपकरण व्यवसायको प्रभावकारिताका लागि अत्यन्तै उपयोगी हुन्छन्, व्याख्या गर्नुहोस् ।

(घ) व्यावसायिक सूचनाका स्रोतहरू वर्णन गर्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् ।

(क) स्रोत परिचालनको अर्थ लेख्नुहोस् । व्यवसायमा परिचालन गरिने वित्तीय स्रोतहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ख) व्यवसायको भौतिक स्रोतहरू उदाहरणसहित चर्चा गर्नुहोस् ।

(ग) मानव संसाधन भनेको के हो ? मानव संसाधनका मुख्य पक्षहरू के के हुन् ? व्यवसायका लागि मानव स्रोत किन महत्त्वपूर्ण हुन्छ ?

परियोजना कार्य (Project work)

आजको डिजिटल युगमा व्यवसाय प्रवर्धनका लागि सामाजिक सञ्जाल, जस्तै : फेसबुक, इन्स्टाग्राम, युट्युब आदि कति प्रभावकारी छन् भनेर जान्नका लागि तपाईंको नजिक रहेको कुनै व्यावसायिक संस्थाले सामाजिक सञ्जालमार्फत गरेको व्यवसाय प्रवर्धनको अध्ययन गरी निम्नलिखित पक्षहरू समावेश गरेर परियोजना कार्य तयार गर्नुहोस् :

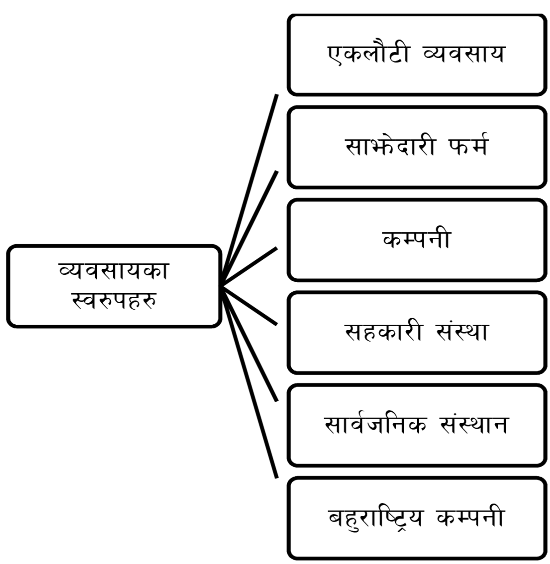
- स्थानीय व्यावसायिक संस्थाले प्रयोग गर्ने सामाजिक सञ्जालको नाम र प्रयोगको तरिका
- व्यवसायमा सामाजिक सञ्जालको प्रयोगका फाइदा र बेफाइदा
- वस्तु तथा सेवा बिक्रीमा सामाजिक सञ्जालको प्रभाव
- तपाईंको सुझाव (अझ प्रभावकारी बनाउन के गर्न सकिन्छ ?)

एकाइ
४

व्यावसायिक सङ्गठनका स्वरुप
(Forms of Business Ownership)

व्यावसायिक सङ्गठनको स्वरूपले स्वामित्व, व्यवस्थापन र व्यावसायिक सङ्गठनको संरचनालाई जनाउाछ । व्यवसायी स्वरूपका आधारमा नै व्यवसायको व्यवस्थापन र सञ्चालन हुन्छ । व्यवसायलाई यी आधारहरूमा विभिन्न प्रकारमा विभाजन गरिन्छ । एकलौटी व्यवसायमा एक व्यक्तिले पुजी लगानी, नाफा र जोखिम वहन गर्छ । यस्तो व्यवसाय सञ्चालनमा सरल भए पनि जोखिम उच्च हुन्छ । साझेदारी व्यवसायमा दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिहरूबिच सम्झौता गरी नाफा, घाटा तथा व्यवस्थापनको जिम्मेवारी बााडफााट गरिन्छ । कम्पनी भनेको कानुनी रूपमा अलग अस्तित्त्व भएको व्यवसाय हो । यसमा सेयरधनीहरूले स्वामित्व लिन्छन् तर कम्पनीको सम्पूर्ण व्यवस्थापन सञ्चालक समितिले गर्छ ।

सहकारी संस्था सदस्यहरूको साझा स्वामित्वमा आधारित हुन्छ । यसको मुख्य उद्देश्य सेवा प्रदान गर्नु हो । सरकारी उद्यम भने सरकारद्वारा सञ्चालित व्यवसाय हो। यसले सार्वजनिक सेवा दिने उद्देश्य राख्छ । तर यसले केही अवस्थामा नाफा पनि कमाउन सक्छ । कुन प्रकारको व्यवसाय सञ्चालन गर्ने भन्ने निर्णय उद्यमीको लक्ष्य, पुजी (पैसा), जोखिम सहन सक्ने क्षमता र कानुनी व्यवस्थामा आदिमा निर्भर हुन्छ ।



व्यावसायिक सङ्गठनका स्वरूपहरूलाई चार्टमा प्रस्तुत गरिएको छ :

पाठ १

एकलौटी व्यवसाय
(Sole Trading Concern)

बनेपा नगरपालिकाको वडा नं. ८ मा सीता तामाङको खाजा पसल छ । उनको श्रीमान् विदेश गएपछि, उनले आफ्ना दुई छोराछोरी र सासूआमाको हेरचाह गर्नुपऱ्यो । घरको खर्च चलाउन कठिन भएपछि उनले सानो व्यवसाय सञ्चालन गर्ने निर्णय गरिन् । सीतालाई सानो छादादेखि नै खाना पकाउन मन पर्थ्यो । उनी सेलरोटी, आलु तरकारी, चिउरा बनाएर छोराछोरीलाई खुवाउाथिन् । एकदिन छिमेकीले भने, "तपाईंको खाना साह्रै स्वादिष्ट हुन्छ । यसलाई व्यवसायका रूपमा विस्तार गरेर किन नबेच्ने ? यहाा नजिक खाजा पसलहरू पनि छैनन् ।"

त्यसपछि, उनले आफूले बचत गरेको रु. ३०,००० रुपियाा लगानी गरी स्थानीय बसपार्क नजिकै एउटा सानो पसल भाडामा लिइन् । उनले भान्सा सामान, ग्यास, भााडाकुडा र केही सामग्रीहरू किनेर खाजा पसल खोलिन् । सुरुमा उनीकहाा थोरै ग्राहकहरू मात्रै आए, जसमा धेरैजसो गाडी चालक र मजदुरहरू थिए । तर उनको खाना र खाजा ताजा, सफा र स्वादिलो भएकाले चााडै नै लोकप्रिय बन्न पुग्यो । उनले खाना, चिउरा, आलु तरकारी, सेलरोटी, चिया, मोमो, चाउमिन, आलु चप, पकौडा जस्ता परिकार बनाएर बेच्न थालिन् ।

उनी बिहान ५:३० बजे पसल खोल्थिन् र बेलुका अबेरसम्म काम गर्थिन् । उनका ग्राहकहरू बिस्तारै विद्यार्थी, कार्यालयका कर्मचारी र स्थानीय पसलेहरूसमेत हुन थाले । व्यवसायबाट कमाएको पैसाले उनले नयाा कुर्सी, राम्रो साइनबोर्ड र ठुलो स्टोभ किन्नमा लगानी गरिन् । पछि उनले साना क्याटरिङ अर्डरहरू पनि लिन थालिन् ।

१.१ एकलौटी व्यवसायको परिचय (Introduction to Sole Trading Concern)

एक व्यक्तिको स्वामित्व, व्यवस्थापन तथा नियन्त्रणमा सञ्चालित व्यवसायलाई एकलौटी व्यवसाय भनिन्छ । एकलौटी रूपमा आफ्नै पुजी लगानी गरी आफ्नै प्रबन्धमा नाफा आर्जन गर्ने उद्देश्यले यस्तो व्यवसाय सञ्चालन गरिएको हुन्छ । यस्तो व्यवसायलाई एकल स्वामित्व उद्यम (Sole proprietorship firm), व्यक्तिगत उद्यम पनि भनिन्छ । यस्तो व्यवसायको सम्पूर्ण दायित्व, भूमिका, जोखिम, नाफा र नोक्सान आफैले वहन गरी आफ्नै योजना, सिप, बल, बुद्धिमा एकलौटी रूपमा सञ्चालन गरिएको हुन्छ । सामान्यतया यस्तो व्यवसाय सानो आकारको हुन्छ, जसमा थोरै पुजी लगानी गरिएको हुन्छ । थोक बिक्रेता, खुद्रा बिक्रेता, घरेलु उद्योग, खाजा पसल आदि एकलौटी व्यवसायका उदाहरण हुन् । विभिन्न विद्वान्हरूले एकलौटी व्यवसायलाई विभिन्न ढङ्गले परिभाषित गरेका छन् जसमध्ये केही परिभाषा तल प्रस्तुत गरिएको छ :

Peterson र Plowman का अनुसार "A sole proprietorship is a business unit whose ownership and management are vested in one person. This individual assumes all risk of loss and failure of the enterprise and receives all profits from its successful operation." (Peterson र Plowman ले एकलौटी व्यवसायलाई एउटा व्यावसायिक एकाइका रूपमा परिभाषित गरेका छन् । जसको स्वामित्व र व्यवस्थापन एक व्यक्तिमा निहित हुन्छ । उक्त व्यक्तिले उद्यमको नोक्सान र असफलताको सबै जोखिम ग्रहण गर्छ र यसको सफल सञ्चालनबाट सबै नाफा प्राप्त गर्छ ।)

L. H. Haney का अनुसार "The sole individual proprietor is the form of business organization at the head of which stands an individual as one who is responsible, who directs its operation and who alone runs the risk of failure." (L. H. Haney को विचारअनुसार एकलौटी व्यावसायिक सङ्गठन त्यस्तो प्रकारको व्यावसायिक सङ्गठन हो, जसको प्रमुख एक जना व्यक्ति हुन्छ र जो सबै कार्यका लागि उत्तरदायी हुन्छ, व्यवसाय सञ्चालन गर्न निर्देशन दिन्छ र व्यवसाय असफल भएमा त्यसको जोखिम ऊ एक्लैले वहन गर्छ ।)

प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन ऐन, २०१४अनुसार निजी वा कथित नामबाट एक व्यक्तिले उद्योग व्यवसायको निकासी वा पैठारीको व्यापार गर्ने फर्म वा कम्पनी वा कोहीलाई प्राइभेट फर्म भनिन्छ ।

सारांशमा एकलौटी व्यवसाय यस्तो व्यावसायिक स्वरूप हो, जुन एक व्यक्तिको स्वामित्वमा रहेको हुन्छ । थोरै पुजी, न्यून व्यावसायिक ज्ञान, सिप र प्रविधि आवश्यक पर्ने साना खालका व्यवसायका लागि यस प्रकारको व्यवसाय उपयुक्त हुन्छ । यसले लगानीकर्तालाई पूर्ण नियन्त्रण र स्वतन्त्रता दिए तापनि जोखिम र नोक्सानको सामना एक्लैले गर्नुपर्ने हुन्छ । नेपालमा यस्तो व्यवसाय सुरु गर्नका

लागि सरकारको सम्बन्धित कार्यालय, जस्तै : साना तथा घरेलु उद्यम कार्यालय वा स्थानीय तहमा प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन ऐन, २०१४ अनुसार दर्ता गर्नुपर्छ । दर्ता भएपछि कानुनी रूपमा व्यवसायले मान्यता प्राप्त गर्छ ।

(क) एकलौटी व्यवसायका विशेषता **(Features of Sole Trading Concern)**

एकलौटी व्यवसायका केही मुख्य विशेषताहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) एकल स्वामित्व **(Sole ownership) :** एकलौटी व्यवसाय भनेको एक व्यक्तिद्वारा स्थापित र सञ्चालित व्यवसाय हो, जहाँ व्यवसायको सम्पूर्ण स्वामित्व, नियन्त्रण र निर्णय गर्ने अधिकार सोही व्यक्तिसँग रहन्छ । अन्य कसैलाई व्यवसायमा हस्तक्षेप गर्ने अधिकार हुँदैन ।

(आ) स्वतन्त्रता र लचिलोपना **(Freedom and flexibility) :** एकलौटी व्यवसाय एक व्यक्तिसँग मात्र सम्बन्धित भएकाले, व्यवसाय सञ्चालन र निर्णय लिन व्यक्ति वा मालिक पूर्ण रूपमा स्वतन्त्र हुन्छ । मालिकले आफ्नो अनुभव, क्षमता, ज्ञान र योग्यताका आधारमा निर्णय लिन सक्छ । आवश्यक परेमा अरूबाट सल्लाह पनि लिन सक्छ तर अन्तिम निर्णय गर्ने अधिकार उसकै हुन्छ । साथै कुनै बाहिरी दबाब वा हस्तक्षेपबिना व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिन्छ ।

(इ) नाफा र नोक्सानको एकल अधिकार **(Sole right on profit and loss) :** व्यवसायले आर्जन गरेका नाफामा एकल व्यक्तिको अधिकार हुन्छ । अन्य व्यक्तिसँग नाफा बाँडफाँट गर्नुपर्ने अवस्था रहँदैन । यसैगरी यदि एकलौटी व्यवसायले नोक्सान सामना गर्नुपरेमा त्यसको जिम्मेवारी पनि स्वयम् व्यक्तिकै हुन्छ । नोक्सान पनि अरू कसैसँग बाँडफाँट गर्न मिल्दैन ।

(ई) स्थापना गर्न सजिलो **(Easy to establish) :** न्यून पुँजी, न्यून सिप र एकल सहभागिता रहने भएकाले यस्तो व्यवसाय सरल र सहजरूपमा स्थापना गर्न सकिन्छ । अरू कोहीसँग परामर्श लिनु नपर्ने भएकाले र कानुनी प्रक्रिया न्यून भएकाले यस्ता व्यवसायको दर्ता तथा सञ्चालन सहज र सरल हुन्छ । व्यवसायमा कानुनी औपचारिकता अरू व्यवसायको तुलनामा न्यून रहेको हुन्छ ।

(उ) असीमित दायित्व **(Unlimited Liability) :** एकलौटी व्यवसायको दायित्व असीमित हुन्छ । व्यवसाय सञ्चालन गर्न लिएको ऋण तिर्ने जिम्मेवारी व्यवसायी स्वयम्को हुन्छ । व्यवसायले नाफा आर्जन गर्न नसकेमा वा घाटामा गएमा मालिकको आफ्नो व्यक्तिगत सम्पत्ति बेचबिखन गरेर भए पनि ऋण वा अन्य दायित्व भुक्तान गर्नुपर्ने हुन्छ ।

(ऊ) गोपनीयता **(Secrecy) :** व्यवसायको गतिविधि जस्तै : नाफा, नोक्सान, दायित्व, भावी योजना र अन्य सूचना सर्वसाधारणको जानकारीका लागि प्रकाशन वा प्रदर्शन गर्नुपर्दैन । व्यवसायको क्रियाकलाप र कारोबारका हरेक गतिविधि गोप्य रहन्छन् । गोपनीयता कायम गर्नु एकलौटी व्यवसायको अर्को विशेषता हो ।

(ऋ) ग्राहकसाग निकट सम्बन्ध **(Close relationship with the consumer) :** एकलौटी व्यवसाय सानो आकारको र थोरै लगानीद्वारा सञ्चालन गरिने भएकाले ग्राहकहरूसाग मालिक वा व्यवस्थापकको प्रत्यक्ष सम्पर्क हुन्छ । ग्राहकहरूको इच्छा, आवश्यकता तथा रुचि ग्राहक सम्पर्कबाट अवगत हुन्छ र ग्राहकलाई सन्तुष्टि दिन सकेमा ग्राहकसाग सुमधुर सम्बन्ध कायम गर्न सजिलो हुन्छ । ग्राहकहरूसाग प्रत्यक्ष सम्पर्कमा रहने हुनाले उनीहरूको प्राथमिकता र प्रतिक्रिया सहजै बुझ्न सकिन्छ, जसकारण व्यवसायले नाफा आर्जन गर्न सक्ने वातावरणको सिर्जना हुन्छ ।

(ए) सञ्चालनको सीमित क्षेत्र **(Limited scope of operation) :** एकलौटी व्यवसायमा पुाजी, स्रोत, जनशक्ति र व्यवस्थापकीय क्षमता सीमित हुन्छ त्यसैले व्यवसायको क्षेत्र बढाउन सकिादैन । यी विभिन्न अवरोधहरूका कारण व्यवसाय सञ्चालन निश्चित क्षेत्रमा मात्र सीमित रहन्छ ।

(ख) एकलौटी व्यवसायका फाइदा तथा बेफाइदाहरू (Advantages and disadvantages of Sole Trading Concern)

एकलौटी व्यवसायका फाइदा तथा बेफाइदाहरूलाई तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ :

क्र.स.	फाइदा	बेफाइदा
१.	एकलौटी व्यवसाय स्थापना र सञ्चालन गर्न सजिलो छ । न्यूनतम पुाजी र ज्ञान भएका जोकोहीले यस प्रकारको व्यवसाय सुरु गर्न सक्छन् ।	व्यवसायको पुाजी सीमित हुन्छ । सीमित पुाजीले गर्दा बृहत् परिमाणमा वस्तु तथा सेवा उत्पादन गर्न, व्यवसाय विस्तार गर्न सम्भव हुादैन ।
२.	आन्तरिक मामिलाहरूका बारेमा गोपनीयता कायम राख्नु यो व्यवसायको अर्को फाइदा हो । आन्तरिक मामिला जनताका लागि प्रकाशित गर्न कुनै पनि बाध्यता हुादैन ।	व्यवसायको क्षेत्र सानो हुने, वृत्ति विकास र जीवनस्तर सुधार गर्न न्यूनतम अवसर हुने भएकाले अनुभवी र दक्ष कर्मचारी यस्ता व्यवासयमा काम गर्न चाहादैनन् ।

३.	व्यवसायमा मालिकले सबै महत्त्वपूर्ण निर्णयहरू आफ्नै ज्ञान, बुद्धि र विवेकका आधारमा लिने भएकाले छिटो निर्णय लिन सकिन्छ ।	व्यवसायको मालिकको दायित्व असीमित हुन्छ, व्यवसाय घाटामा गएमा मालिकले आफ्नो निजी सम्पत्ति बिक्री गरेर भए पनि आफ्नो दायित्व भुक्तान गर्नुपर्छ ।
४.	यस प्रकारको व्यवसाय विघटन गर्न सजिलो छ । व्यवसाय घाटामा गएमा मालिकले आफ्नो दायीत्वहरू भुक्तान गरेर सम्बन्धित विभागमा व्यवसाय विघटनको निवेदन दिए मात्र पुग्छ ।	यस्तो व्यवसायले सेयर जारी गरेर पुजी जुटाउन सक्दैन, मालिकले आफ्नो लगानी र बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाबाट सीमित परिमाणमा उपलब्ध हुने ऋणबाट मात्र पुजीको प्रबन्ध गर्छ ।
५.	मालिकले पुजी, श्रम, सिप आदि लगानी गर्छ, सक्रिय रूपमा व्यवस्थापनमा भाग लिन्छ र व्यवसायमा अनिश्चितताको जोखिम लिन्छ । त्यसकारण फर्मको नाफामा उसको एकल स्वामित्व रहन्छ ।	साझेदारी, कम्पनी व्यवसायमा जस्तो सिप, अनुभव र ज्ञानको विविधता हादैन । व्यवसायको मालिकलाई व्यवसाय सञ्चालनका लागि आवश्यक पर्ने सम्पूर्ण सिप, ज्ञानको अभावले व्यवसाय सञ्चालन, व्यवस्थापनमा कठिनाइ उत्पन्न हुन सक्छ ।

(ग) एकलौटी व्यवसाय सञ्चालन गर्नुका कारण **(Reasons for starting sole trading concern)**

एकलौटी व्यवसाय न्यून पुजी, सिप र स्रोत भएका व्यवसायका लागि उपयुक्त मानिन्छ । एकल स्वामित्वमा व्यवसाय सुरु गर्न विभिन्न कारणहरूले प्रेरित गर्छ । यसमध्येका केही प्रेरकहरूलाई तल क्रमबद्ध रूपमा प्रस्तुत गरिएको छ :

(अ) सजिलो र न्यून स्थापना खर्च **(Easy and low installation cost) :** अन्य प्रकारका व्यवसायको तुलनामा एकलौटी व्यवसाय स्थापना र सञ्चालन गर्न सरल एवम् सुलभ छ । न्यून लगानी, न्यून ज्ञान र क्षमतामा समेत यस्ता व्यवसाय स्थापना गर्न सकिन्छ । कानुनी र कागजी प्रक्रिया साथै न्यून स्थापना खर्चमा व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिन्छ । यस्ता व्यवसाय सञ्चालन गर्न सरकारबाटसमेत सेवासुविधाहरू प्राप्त गरी व्यावसायिक उद्देश्य हासिल गर्न सकिन्छ ।

(आ) विघटन गर्न सजिलो **(Easy to desolve) :** मालिकले चाहेको समयमा यस्तो व्यवसाय विघटन गर्न सक्छ । व्यवसाय घाटामा गएमा वा भविष्यमा पनि सन्तोषजनक नाफा

प्राप्त हुने सम्भावना नरहेमा सम्बन्धित निकायमा निवेदन दिएर व्यवसाय विघटन गर्न सकिन्छ ।

(इ) रोजगारीको अवसर **(Empolyment opportunity)** : न्यून लगानीमै आफू र आफ्ना परिवारका सदस्यका लागि रोजगारी सिर्जना गर्न सकिन्छ । कतिपय अवस्थामा यस्ता व्यवसायले अन्यका लागि पनि कामका अवसरहरू सिर्जना गर्छन् ।

(ई) नाफाको एकलौटी भागीदार **(Sole ownership of profit)** : व्यवसायले आर्जन गरेको सम्पूर्ण नाफाको भागिदार मालिक आफौ हुन्छ । व्यवसायको मुनाफा शतप्रतिशत एकलौटी हुने भएकाले व्यवसायको उन्नति र नाफाका लागि मालिक सदैव व्यवसायप्रति लगनशील हुन्छ ।

(उ) स्वतन्त्र निर्णय **(Independent decision)** : सङ्गठनमा कुनै किसिमको निर्णय लिन अन्य कसैको राय, सल्लाह, सुझाव, स्वीकृति र अधिकारको जरुरत पर्दैन । व्यवसायमा आफूले चाहेअनुसारको निर्णय लिने र सोबमोजिम कार्य गर्ने अधिकार स्वयम्को हुने भएकाले व्यवसाय आफ्नै तरिकाले स्वतन्त्र रूपमा सञ्चालन गर्न सकिन्छ ।

(ऊ) सञ्चालनमा लचकता **(Flexibility in operation)** : बजारमा आइपर्ने कुनै पनि अवस्था र परिस्थितिलाई आत्मसाथ गर्दै सहज रूपमा समायोजन गर्न सक्ने क्षमतालाई सञ्चालनमा लचकता भनिन्छ । यस्तो व्यवसायमा मालिकको पूर्ण नियन्त्रण हुन्छ, त्यसैकारण बजारमा आएका अवसर र चुनौतीलाई सामना गर्दै स्वयम्ले आफ्नै तरिकाले व्यवसाय सञ्चालन गर्न सक्छ ।

१.२ नेपालमा एकलौटी फर्मको दर्ता र नवीकरणको प्रक्रिया (Procedure of Registration and Renewals of Sole Trading Concern in Nepal)

नेपालमा प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन ऐन, २०१४ अनुसार एकलौटी व्यावसायिक फर्म अनिवार्य रूपमा दर्ता तथा नवीकरण गर्नुपर्छ । यस ऐनको दफा ३ अनुसार 'यो ऐन लागु भएपश्चात् यो ऐनअनुसार दर्ता नगराई कसैले पनि निजी संस्था सञ्चालन गर्न सक्दैन' । दर्ता नगरी व्यवसाय सञ्चालन गर्नु गैरकानुनी हुने हुनाले दर्ताका लागि देहायबमोजिमका प्रक्रिया अपनाउनुपर्छ :

(क) एकलौटी व्यवसायको दर्ता प्रक्रिया **(Registration process of Sole Trading Concern)**

नेपालमा प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन ऐन, २०१४ बमोजिम एकलौटी व्यवसाय दर्ताका लागि देहायबमोजिमका प्रक्रियाहरू पूरा गर्नुपर्छ :

(अ) दर्ताका लागि दरखास्त दिने : वाणिज्यसम्बन्धी काम गर्ने फर्मले वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता हित संरक्षण विभाग र उद्योगसम्बन्धी काम गर्ने फर्मले उद्योग विभागमा फर्म दर्ता गरेर मात्र सञ्चालन गर्नुपर्ने कानुनी व्यवस्था छ । प्रदेश सरकारको अधिकार क्षेत्रभित्र पर्ने प्राइभेट फर्म दर्ता गर्न चाहने व्यक्तिले प्रदेश कानुनबमोजिम तोकिएको निकायमा दरखास्त दिनुपर्ने हुन्छ । यस्तो फर्म दर्ता गर्नका लागि सम्बन्धित व्यक्तिले दरखास्त दिदा नेपाली नागरिकताको प्रमाणपत्रको प्रमाणित प्रतिलिपि र सम्बन्धित विभागले तोकेका अन्य कागजातहरू पेस गर्नुपर्छ । दरखास्त दिदा देहायका विवरणहरू खुलाएको हुनुपर्छ :

i. फर्मको पूरा नाम (नेपालीमा)

ii. फर्मको पूरा नाम (अङ्ग्रेजी ठुलो अक्षरमा)

iii. फर्मको पूरा ठेगाना

iv. फर्मले लगाउने पुजी (अङ्क र अक्षर दुबैमा)

v. फर्मको उद्देश्य

vi. फर्मले कारोबार गर्ने मुख्य चीज वस्तुको विवरण

vii. प्रोपाइटरको पूरा नाम तथा ठेगाना

viii. प्रोपाइटरको तीन पुस्ते नाम तथा ठेगाना

फर्म रजिस्ट्रेसन गर्नका लागि देहायबमोजिमको दरखास्त फारम भर्नुपर्छ ।

प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन गर्ने दरखास्त फाराम

श्रीमान् महानिर्देशकज्यू

वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग

बबरमहल, काठमाडौा ।

विषय : प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन गर्नेबारे ।

महोदय,

तल लेखिएबमोजिमको व्यापार व्यवसाय गर्न निम्नलिखित नामको प्राइभेट फर्म मेरो नाममा रजिस्ट्रेसन गराउन इच्छुक भएकाले रजिस्ट्रेसनका लागि आवश्यक भएको कागजातहरू यसैसाथ संलग्न गरी रु. १०/- को टिकट टाासी यो निवेदन पेस गरेको छु । लेखिएको बेहोरामा कुनै कुरा झुट्ठा ठहरेमा कानुनबमोजिम सहुला, बुझाउला ।

१. फर्मको पूरा नाम (नेपालीमा) :-

२. फर्मको पूरा नाम (अङ्ग्रेजीको ठुलो अक्षरमा) :-

३. फर्मको पूरा ठेगाना : जिल्ला...........न.पा./गा.वि.स..........वडा न......

टोलको नाम......ब्लक नं..............फोन न......

४. फर्ममा लगाउने पाजी रु.....................(अक्षरेपी रु...................)

५. फर्मको उद्देश्य : १) स्थानीय व्यापार २) आयात/निर्यात ३) आयात ४) निर्यात

६. फर्मले कारोबार गर्ने मुख्य चिज वस्तुको विवरण :-...............................

७. प्रोपाइटरको पूरा नाम :...

स्थायी ठेगाना : जिल्ला....न.पा./गा.वि.स.....वडा न......टोलको नाम......(नागरिकता अनुसार)

ब्लक नं.....फोन नं.........नागरिकता नं...........

जिल्लाः..........ना.प्र. जारी मिति.............

हालको ठेगाना : जिल्ला....न.पा./गा.वि.स.....वडा न......

टोलको नामः......ब्लक नं.........फोन नं........

८. प्रोप्राइटरको तीनपुस्ते नाम, ठेगाना :-

(क) प्रोप्राइटरको बाजेको नाम, ठेगाना :-

(ख) प्रोप्राइटरको बुबाको नाम, ठेगाना :-

(ग) प्रोप्राइटरको विवाहित भए पति/पत्नीको नाम, ठेगाना :-

९. फर्ममा लगाउने पाजीको स्रोतः.........................

निवेदक

प्रोपाइटरको नामः-

सही :-

दायाा बााया

(आ) दर्ता दस्तुर बुझाउने : प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन गर्दा देहायबमोजिमको दस्तुर बुझाउनुपर्छ । यस्तो दस्तुर सरकारी निर्णयानुसार परिवर्तन हुन सक्छ ।

क्र.स.	पुाजी (रु.)	दर्ता शुल्क (रु.)
१.	दश लाखसम्म	१०००/-
२.	दश लाखभन्दा बढी पचास लाखसम्म	५०००/-
३.	पचास लाखभन्दा बढी एक करोडसम्म	१००००/-
४.	एक करोडभन्दा बढी दश करोडसम्म	५००००/-
५.	दश करोडभन्दा बढी जतिसुकै पुाजी भएका	७५०००/-

नोट : महिला, दलित, विपन्न वर्गका व्यक्तिका नाममा प्राइभेट फर्म दर्ता गर्दा ५० प्रतिशत छुट हुने ।

(इ) दरखास्त जााचबुझ गरी दर्ता प्रमाणपत्र दिनुपर्ने : दरखास्तमा संलग्न कागजातहरू जााचबुझ गरी ऐन र सोअन्तर्गत बनेको नियमावलीबमोजिमको प्रक्रिया पूरा भएको देखिएमा सम्बन्धित विभागले त्यस्तो दरखास्त परेको एक हप्ता भित्र एकलौटी फर्म दर्ता गरी दर्ता प्रमाणपत्र दिनुपर्छ ।

नमुना दर्ता प्रमाणपत्र

अनुसूची - २

(नियम ६ साग सम्बन्धित)

नेपाल सरकार

उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय

वाणिज्य विभाग

प्रा.फा.नं.

प्रमाणपत्र

निम्न लेखिएको विवरण भएको ....सम्वत् २०....साल ....गते ....रोज ...मा प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन ऐन, २०१४ बमोजिम रजिस्ट्रर गरी यो प्रमाणपत्र दिइएको छ ।

विवरण

धनी (प्रोप्राइटर) को नाम, थर र वतन :-

फर्मको ठेगाना :-

पुाजी रु.

महानिर्देशक

नेपाल सरकार

उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय

वाणिज्य विभागबाट

नवीकरण (रिन्युवल) गरिएको

मिति	नवीकरण गरिएको अवधि	दस्तुर बुझाएको रु. को भौचर नं. मिति	दस्तखत

दरखास्त र कागजातहरू जााचबुझ गर्दा देहायको कुनै अवस्था देखिएमा विभागले फर्म दर्ता गर्ने छैन :

- प्रस्तावित फर्मको नाम यसअगि दर्ता भई कायम रहेको कुनै फर्मको नामसाग मिल्ने भएमा वा भ्रम सिर्जना हुन सक्ने गरी मिल्दो जुल्दो हुने भएमा ।
- प्रस्तावित फर्मको नाम र उद्देश्य प्रचलित कानुन विपरीत भएमा वा सार्वजनिक हित, नैतिकता, सदाचार, शिष्टाचार आदि कुनै दृष्टिकोणले अनुपयुक्त वा अवान्छनीय देखिएमा वा फौजदारी कार्यको आशय झल्किने देखिएमा ।

(ई) अनुमतिको प्रमाणपत्र दिनुपर्ने : एकलौटी फर्म सञ्चालन अनुमतिका लागि परेको दरखास्त जााचबुझ गर्दा नियमानुसार सबै प्रक्रिया पूरा गरेको देखिएमा विभाग वा कार्यालय वा स्थानीय तहले तोकिएको समयावधिभित्र व्यवसाय सञ्चालनको अनुमति प्रमाणपत्र प्रदान गर्छ । यदि दरखास्त जााचबुझ गर्दा थप विवरण वा कागजात आवश्यक देखिएमा विभागले सम्बन्धित दरखास्तवालालाई थप विवरण वा कागजात पेस गर्न लगाउन सक्छ । अनुमति प्राप्त गरेको व्यवसायीले विभागले समय समयमा दिएको निर्देशन तथा अनुमतिको प्रमाणपत्रमा उल्लिखित सर्तहरूको पालना गर्नुपर्छ ।

(ख) एकलौटी व्यवसायको नवीकरण प्रक्रिया **(Renewal process of Sole Trading Concern)**

दर्ता भएको एकलौटी व्यवसायको अवधि पााच वर्षको हुन्छ र अवधि समाप्त भएपछि नवीकरण गर्दा पााच वर्षका लागि गरिन्छ । फर्म नवीकरण गर्न चाहने फर्म धनीले अवधि समाप्त हुने मितिको ३५

दिन अगावै फर्म नवीकरणका लागि देहायका कागजात संलग्न गरी सम्बन्धित कार्यालयमा दरखास्त दिनुपर्छ ।

(अ) आयकर (स्थायी लेखा नम्बर) दर्ता प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि,

(आ) अगिल्लो आर्थिक वर्षको कर तिरेको निस्सा,

(इ) पचास लाखभन्दा बढी पुाजी भएको प्राइभेट फर्मको हकमा लेखापरीक्षणसम्बन्धी प्रतिवेदन र सम्बन्धित प्राइभेट फर्मको प्रोपाइटरले प्रमाणित गरेको अनुसूची -२ ख बमोजिमको वार्षिक कारोबारको फााटवारी ।

फर्म नवीकरणका लागि दरखास्त प्राप्त भएमा सम्बन्धित कार्यालयले देहायबमोजिमको शुल्क वा दस्तुर लिई फर्म नवीकरण गरिदिनुपर्छ ।

क्र.स.	पुाजी (रु.)	नवीकरण शुल्क ३५ दिन भित्र (रु.)	नवीकरण शुल्क ३ महिनासम्म (रु.)	नवीकरण शुल्क १ वर्षसम्म (रु.)
१	दश लाखसम्म	१००/-	२००/-	३००/-
२	दश लाखभन्दा बढी पचास लाखसम्म	५००/-	१०००/-	१५००/-
३	पचास लाखभन्दा बढी एक करोडसम्म	१०००/-	२०००/-	३०००/-
४	एक करोडभन्दा बढी दश करोडसम्म	५०००/-	१००००/-	१५०००/-
५	दश करोडभन्दा बढी जतिसुकै पुाजी भएका	७५००/-	१५०००/-	२२५००/-

(ग) एकलौटी व्यवसाय नवीकरण नगर्दाको परिणाम **(Consequences of not renewing a Sole Trading Concern)**

एकलौटी व्यवसाय समयमै नवीकरण नगरेको अवस्थामा निम्नलिखित परिणामहरू आउन सक्छन् :

(अ) व्यवसाय नवीकरण नगरेमा कानुनी रूपमा अवैध (Illegal) मानिन्छ । यसले गर्दा सरकारी अभिलेखमा व्यवसाय अस्तित्वमै नरहेको देखिन्छ ।

(आ) सम्बन्धित निकाय, जस्तै : वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग, उद्योग विभाग, घरेलु तथा साना उद्योग, स्थानीय तहले नियमअनुसार जरिवाना लगाउन सक्छ । नवीकरण नगरी व्यवसायलाई निरन्तरता दिएमा थप सजाय पनि हुन सक्छ ।

(इ) नवीकरण नभएको व्यवसायले बैङ्क खाता सञ्चालन गर्न, ऋण लिन वा अन्य वित्तीय सेवा प्रयोग गर्न सक्दैन ।

(ई) आन्तरिक राजस्व कार्यालय, कर कार्यालयमा नवीकरण नभएको व्यवसाय कर तिर्नबाट जोगिएको देखिन्छ जसले गर्दा कर छली वा हिनामिनाको मुद्दा लाग्न सक्छ ।

(उ) लामो समयसम्म नवीकरण नगरिएको खण्डमा सरकारी निकायले व्यवसायलाई बन्द गर्न निर्देशन दिन सक्छ ।

(ऊ) नवीकरण नभएको व्यवसाय सरकारले व्यवसायका लागि प्रदान गर्ने विभिन्न सेवा सुविधा, अनुदान, तालिम तथा सहुलियत ऋण जस्ता योजनामा समावेश हुन सक्दैन ।

(ऋ) व्यवसाय नवीकरण नभएको देखिएमा आपूर्तिकर्ताहरूले सामान दिन वा सेवाहरू उपलब्ध गराउन अस्वीकार गर्न सक्छन् ।

क्रियाकलाप १

वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागको वेबसाइटबाट प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन गर्ने दरखास्त फाराम डाउनलोड गरी फाराम भर्ने अभ्यास गर्नुहोस् र विषय शिक्षकलाई देखाउनुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यवसाय भनेको के हो ?

(ख) एकलौटी व्यवसायलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(ग) एकलौटी व्यवसायका दायित्व किन असीमित हुन्छ ?

(घ) एकलौटी व्यवसायको कुनै एक सीमा लेख्नुहोस् ।

(ङ) एकलौटी व्यवसायका कुनै दुई विशेषताहरू उल्लेख गर्नुहोस् ।

(च) एकलौटी व्यवसायका दुई दुईओटा फाइदा तथा बेफाइदाहरू लेख्नुहोस् ।

(छ) नेपालमा एकलौटी व्यवसाय कुन ऐनअन्तर्गत रहेर दर्ता र नवीकरण गर्नुपर्छ ?

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) एकलौटी व्यवसायको परिचय दिनुहोस् ।

(ख) एकलौटी व्यवसायका कुनै पाँच विशेषताहरू वर्णन गर्नुहोस् ।

(ग) एकलौटी व्यवसाय सञ्चालन गर्न किन सहज हुन्छ, कारणहरू दिनुहोस् ।

(घ) नेपालमा एकलौटी व्यवसाय नवीकरणको प्रक्रिया उल्लेख गर्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) एकलौटी व्यवसाय भनेको के हो, यसका फाइदा बेफाइदाहरू उल्लेख गर्नुहोस् ।

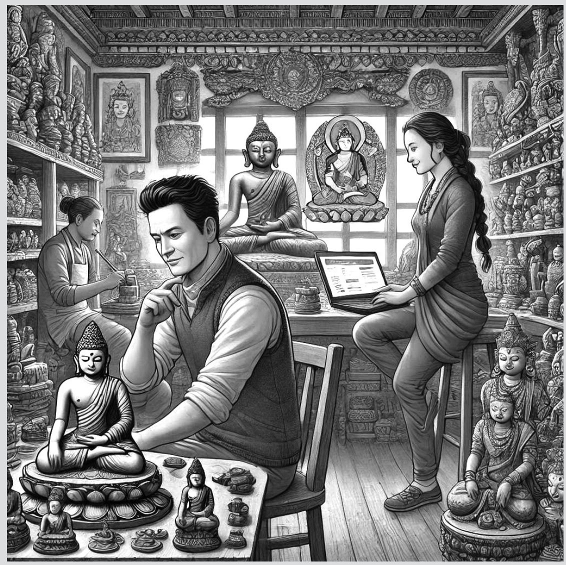
(ख) नेपालमा एकलौटी व्यवसायको दर्ता प्रक्रियाको व्याख्या गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य

तपाईंको बसोबास रहेको स्थाननजिक रहेको कुनै एक एकलौटी व्यवसायको अवलोकन भ्रमण गर्नुहोस् र देहायका विषयवस्तु समावेश गरी प्रतिवेदन तयार गर्नुहोस् र कक्षामा प्रस्तुत गर्नुहोस् :

- फर्मको पूरा नाम (नेपालीमा)
- फर्मको पूरा नाम (अङ्ग्रेजी ठुलो अक्षरमा)
- फर्मको पूरा ठेगाना
- फर्मले लगाएको पुँजी (अङ्क र अक्षर दुबैमा)
- फर्मको उद्देश्य
- फर्मले कारोबार गर्ने मुख्य वस्तुको विवरण
- प्रोपाइटरको पूरा नाम तथा ठेगाना
- प्रोपाइटरको तीन पुस्ते नाम तथा ठेगाना

पाठ २
साझेदारी फर्म
(Partnership Firm)



राम श्रेष्ठ र निमा शेर्पाले संयुक्त लगानीमा ललितपुर महानगरपालिका स्थित पाटन दरबार क्षेत्रमा हस्तकलाको सामग्री उत्पादन र बिक्री वितरण गर्ने व्यवसाय सञ्चालन गरेका छन् । उक्त फर्म वा व्यवसाय साझेदारी व्यवसायअन्तर्गत पशुपति हेन्डिक्राफ्ट्सको नाममा सञ्चालित छ । उनीहरूले नेपाली परम्परागत हस्तकलाका सामानहरू, जस्तै : काष्ठकला, धातुकला, थाङ्का उत्पादन गर्ने र स्थानीय बजार सागै युरोप, अमेरीका, जापान, चीनलगायतका देशमा निर्यात गर्ने गर्छन् । काठमाडौं उपत्यकाका अनुभवी कारीगरहरूद्वारा निर्मित यी सामानहरू वातावरण मैत्री कच्चा पदार्थ प्रयोग गरेर निर्माण गरिन्छ । रामले हस्तकलाका सामग्रीको उत्पादन व्यवस्थापन, गुणस्तर नियन्त्रण, आपूर्तिको व्यवस्थापन गर्छन् भने निमाले बजार प्रवर्धन, बिक्री, ग्राहक सम्बन्ध, अनलाइन व्यापारलगायतको व्यवस्थापन गर्छिन् ।

२.१ साझेदारी फर्मको परिचय (Introduction to Partnership Firm)

साझेदारी फर्म वा व्यवसाय भनेको दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिहरूबिच आपसी समझदारीमा स्थापना गरिएको कानुनी रूपमा मान्यता प्राप्त व्यावसायिक संरचना हो । यसमा प्रत्येक साझेदारले व्यवसाय सञ्चालन, निर्णय प्रक्रिया, नाफा नोक्सानको बाँडफाँट तथा दायित्वहरूको जिम्मेवारी लिएका हुन्छन् । साझेदारहरू व्यवसायको सफलताका लागि मिलेर काम गर्छन् र निर्णयहरू सामूहिक रूपमा लिन्छन् । जब दुई वा बढी व्यक्तिहरू संयुक्त रूपमा व्यवसाय सञ्चालन गर्न सहमत हुन्छन् उनीहरूबिचको यो सम्बन्धलाई साझेदारी भनिन्छ । यो व्यावसायिक संरचना लचिलो, पारदर्शी र परस्पर सहयोगमा आधारित हुन्छ । यसले व्यवसायको विकास र दिगोपन सुनिश्चित गर्न मदत गर्छ । नेपालमा साझेदारी फर्म साझेदारी ऐन, २०२० अन्तर्गत दर्ता गरेर सञ्चालन गर्नुपर्छ ।

L. H. Haney ले "The relation between persons competent to make contracts who have agreed to carry on a lawful business in common with a view to private gain." (Haney ले निजी लाभका लागि साझा रूपमा कानुनी व्यवसाय गर्न सहमत भएका सम्झौता गर्न सक्षम व्यक्तिहरू बिचको सम्बन्धका रूपमा साझेदारीलाई परिभाषित गरेका छन् ।)

साझेदारी ऐन, २०२० अनुसार कुनै व्यक्तिहरूले एउटै नाम राखी मुनाफा बन्डा लगाउने गरी सबै साझेदारले प्रत्येक साझेदारका लागि वा कुनै साझेदारले सबै साझेदारका लागि सबै कारोबारमा भाग लिन आपसमा कबुलियत गरी यस ऐनबमोजिम नेपाल सरकारको लगतमा दर्ता गराएको कुनै कारोबारलाई सम्झनुपर्छ भनी परिभाषित गरेको छ ।

निष्कर्षमा साझेदारी व्यवसाय दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिहरू मिलेर फर्मको स्वामित्व, जिम्मेवारी, नाफा, घाटा, साझेदारको भूमिका, योगदान र पुाजी लगानीलगायतका विषयमा आपसमा सहमति गरी सम्झौताबमोजिम सञ्चालित व्यवसाय हो ।

(क) साझेदारी फर्मका विशेषता **(Features of Partnership Firm)**

दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिहरू आपसमा कबुलियत गरी सामूहिक हितमा व्यक्तिगत मुनाफा आर्जन गर्ने उद्देश्यले सञ्चालन गरेको व्यवसायलाई साझेदारी व्यवसाय भनिन्छ । साझेदारी व्यवसायको विभिन्न परिभाषाहरूका आधारमा यसको विशेषतालाई निम्नानुसार उल्लेख गरिएको छ :

(अ) साझेदारको सङ्ख्या **(Number of partners) :** साझेदारी फर्ममा साझेदारको सङ्ख्या न्यूनतम दुई जना हुनुपर्छ । दुई वा सोभन्दा बढी व्यक्तिहरूको लगानीमा आपसी सम्झौता र समझदारीका आधारमा साझेदारी फर्म वा व्यवसाय स्थापना गरिन्छ ।

(आ) साझेदारहरू बिचको सम्झौता **(Agreement between partners) :** साझेदारी फर्म साझेदारहरू बिचको सम्झौता वा सहमतिका आधारमा गठन हुन्छ । साझेदार बिचमा भएको यस्तो सम्झौता वा सहमतिलाई साझेदारी कबुलियत (Partnership deed) भनिन्छ । व्यवसायका हरेक क्रियाकलापहरू साझेदारी कबुलियतका आधारमा सञ्चालन हुन्छन् ।

(इ) नाफा र नोक्सानको बााडफााट **(Distribution of profit and oLss) :** व्यवसायले आर्जन गरेको नाफा र बेहोरेको नोक्सान साझेदारहरूबिच कबुलियतका आधार मा बााडफााट हुन्छ । यसले साझेदारहरूबिच सुमधुर सम्बन्ध राख्न मदत गर्छ र सहयोगात्मक भावना उत्पन्न गराउाछ ।

(ई) असिमित दायित्व **(Unlimited liabilities) :** साझेदारले व्यवसायमा भएका सम्पूर्ण दायित्वको जिम्मेवारी लिनुपर्छ । साझेदारले व्यवसायमा लगानी गरेको पुाजीभन्दा दायित्व बढी भएमा साझेदारले व्यक्तिगत सम्पत्ति बिक्री गरेर भए पनि दायित्व वहन गर्नुपर्छ ।

(उ) साझा उद्देश्य **(Common objective) :** साझेदारी फर्ममा साझेदारले साझा उद्देश्य निर्माण गर्छन् जस्तै : व्यवसाय राम्रोसाग सञ्चालन गरी मुनाफा वृद्धि गर्ने, ग्राहक सन्तुष्टि कायम राखी बजारहिस्सा वृद्धि गर्ने आदि । साझेदारहरू आपसमा सहमत भएर साझा उद्देश्य प्राप्तिका लागि आफ्नो सिप, ज्ञान, क्षमता आदिका आधारमा काम गर्छन् ।

(ऊ) सेयरको हस्तान्तरण **(Transfer of share) :** कुनै पनि साझेदारले अन्य साझेदारको सहमतिबिना आफ्नो सेयर स्वतन्त्ररूपमा हस्तान्तरण गर्न सक्दैन । यदि साझेदारी कबुलियतमा निश्चित सर्तका आधारमा सेयर हस्तान्तरण गर्न सकिने उल्लेख छ भने मात्र सेयर हस्तान्तरण गर्न सकिन्छ ।

(ऋ) साझेदारी व्यवसायको विघटन **(Dissolution of partnership firm) :** साझेदारको आपसी सहमतिमा व्यवसाय स्वेच्छिक रूपमा विघटन हुन सक्छ । फर्म वा व्यवसाय निश्चित अवधि वा उद्देश्यका लागि खोलिएको भए र सो उद्देश्य पूरा भएमा पनि यस्तो व्यवसाय स्वत: बन्द हुन्छ । कुनै साझेदारको मृत्यु भएमा कुनै साझेदार टाट पल्टिएमा वा अयोग्य भएमा पनि व्यवसाय विघटन हुन सक्छ । तर बााकी साझेदार फर्म सञ्चालन गर्न चाहन्छन् भने नयाा सम्झौता भएर फर्मले निरन्तरता पाउन सक्छ ।

(ख) साझेदारी फर्म वा व्यवासयका फाइदा र बेफाइदाहरू (Advantages and disadvantages of Partnership Firm)

साझेदारी फर्म वा व्यवसायका फाइदा बेफाइदाहरूलाई तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ :

क्र.सं.	फाइदा	बेफाइदा
१.	साझेदारी व्यवसाय स्थापना र सञ्चालन गर्न सरल र कम खर्चिलो हुन्छ । कम्पनीको तुलनामा कम कानुनी प्रक्रियाहरू पूरा गरे पुग्छ ।	व्यवसायको दायित्व असीमित हुन्छ, साझेदारले लगानी गरेको पुाजीले दायित्व वहन गर्न नसकेमा व्यक्तिगत सम्पत्तिबाट पनि दायित्व भुक्तान गर्नुपर्छ ।

२.	आपसी समझदारीमा कानुनबमोजिम सबै साझेदार मिली एकआपसमा जिम्मेवारी र दायित्व बाँडफाँट गरी व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिन्छ ।	हरेक निर्णय साझेदाहरूको सहमतिमा गर्नुपर्ने हुँदा व्यवसायसाग सम्बन्धित निर्णयहरूमा ढिलाइ हुने सम्भावना हुन्छ ।
३.	व्यवसायका लागि आवश्यक पर्ने पुजी साझेदाहरूबाट सजिलै जुटाउन सकिन्छ ।	कुनै एक साझेदारको मृत्यु भएमा वा बाहिरिएमा व्यवसाय बन्द हुन सक्छ ।
४.	साझेदारको फरक फरक ज्ञान, सिप, योग्यता र अनुभवले व्यवसाय प्रभावकारी ढङ्गले सञ्चालन गर्न सकिन्छ ।	साझेदारबिचमा फरक फरक विचार, दृष्टिकोण भएमा द्वन्द्व र तनावको अवस्था उत्पन्न हुन सक्छ ।
५.	व्यवसायको जोखिम साझेदार बिचमा बाँडिने भएकाले जोखिमको भार कम हुन्छ ।	कम्पनीको तुलनामा साझेदार व्यवसायको पुजी सीमित हुने भएकाले ठुलो व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिदैन ।
६.	व्यवसायको हिसाबकिताब, वित्तीय विवरण र अन्य क्रियाकलाप प्रकाशन गर्नुपर्ने बाध्यता हुँदैन त्यसैले व्यावसायिक गोपनीयता कायम गर्न सकिन्छ ।	साझेदारले आफ्नो स्वाभित्व स्वतन्त्र रूपमा अरूलाई हस्तान्तरण गर्न सक्दैन ।

(ग) एकलौटी र साझेदारी व्यवसायबिचको भिन्नता **(Differences between Sole Trading Concern and Partnership Firm)**

एकलौटी व्यवसाय र साझेदारी व्यवसाय व्यावसायिक सङ्गठनका दुई फरक स्वरूप हुन् । स्वामित्व, दायित्व, नाफानोक्सान बाँडफाँटलगायत विविध पक्षमा यी बिचमा भिन्नता छन् । यी दुई व्यावसायिक स्वरूपका भिन्नतालाई निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

भिन्नताका आधार	एकलौटी व्यवसाय	साझेदारी व्यवसाय
१. मालिकको सङ्ख्या (Number of owners)	कुनै एक व्यक्तिले आफ्नै स्वामित्वमा व्यक्तिगत पुजी लगानी गरी सञ्चालन गरेको व्यवसाय एकलौटी व्यवसाय हो ।	दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिहरूको स्वामित्वमा संयुक्त लगानी गरी सञ्चालन गरेको व्यवसाय साझेदारी व्यवसाय हो ।

२. नाफा तथा नोक्सान वितरण (Profit and oLss distribution)	एकलौटी व्यवसायमा नाफा तथा नोक्सानको भागीदार व्यक्ति स्वयम् हुन्छ ।	साझेदारी व्यवसायमा साझेदारी सम्झौताअनुसार नाफा तथा नोक्सान साझेदारहरूबिच बाँडिन्छ ।
३. निर्णय गर्ने अधिकार (Decision making authority)	व्यवसायसाग सम्बन्धित सबै निर्णय व्यवसायी आफैले लिन्छ र व्यवसायममा पूर्ण नियन्त्रण मालिकको हुन्छ ।	साझेदारहरूबिच सहमतिका आधारमा निर्णय गरिन्छ र व्यवसाय साझेदारको नियन्त्रणमा हुन्छ ।
४. जोखिम र दायित्व (Risk and liability)	व्यवसायको सम्पूर्ण जोखिम मालिक आफैले बेहोर्नुपर्छ र उसको दायित्व पनि असीमित हुन्छ ।	साझेदारले जोखिम र दायित्व दुबै मिलेर बेहोर्छन् ।
५. व्यवसायको निरन्तरता(Continuity of business)	मालिकको मृत्यु भएमा वा टाट पल्टिएमा व्यवसाय विघटन हुन्छ ।	कुनै एक साझेदारको मृत्यु भएमा वा बाहिरिएमा नयाा सहमति भई व्यवसायले निरन्तरता पाउन सक्छ ।
६. पुजी (Capital)	मालिकको व्यक्तिगत पुजीमा व्यवसाय निर्भर हुन्छ र व्यवसायको आकार सामान्यतया सानो हुन्छ ।	साझेदारले संयुक्त रूपमा पुजी लगानी गर्ने भएकाले एकलौटी व्यवसायको तुलनामा व्यवसायको आकार वा क्षेत्र केही बृहत् हुन्छ ।
७. दर्ता (Rgistration)	नेपालको सर्न्दभमा एकलौटी व्यवसाय 'प्राइभेट फर्म रजिस्ट्रेसन ऐन, २०१४' बमोजिम सम्बन्धित विभागमा दर्ता गरेर सञ्चालन गर्नुपर्छ ।	नेपालको सर्न्दभमा साझेदारी फर्म 'साझेदारी ऐन, २०२०' बमोजिम साझेदारी गठन भएको ६ महिनाभित्र सम्बन्धित विभागमा दर्ता गर्नुपर्छ ।

(घ) साझेदारी व्यवसाय सञ्चालन गर्नुका कारण **(Reasons for starting Partnership Firm)**

साझेदारहरूबाट पुजी जुटाई न्यून लगानीमा व्यवसाय सुरु गर्न, जोखिम बााड्न, लचिलो ढङ्गले व्यवसाय सञ्चालन गर्न साझेदारी व्यवसाय उत्तम विकल्प हो । भविष्यमा व्यवसायमा समस्या उत्पन्न

हुन नदिन भने एक राम्रो साझेदारी सम्झौता तयार गरी सोहीबमोजिम कानुनी तवरले व्यवसाय सञ्चालन गर्नु जरुरी हुन्छ । साझेदारी फर्म सुरु गर्नुका कारणहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) सजिलो दर्ता प्रक्रिया **(Easy registration process) :** कम्पनी स्थापनाको तुलनामा साझेदारी फर्मका लागि पूरा गर्नुपर्ने कानुनी प्रावधानहरू सीमित हुन्छन् । नेपालमा साझेदारी गठन गरेर ६ महिनाभित्र सम्बन्धित विभागमा दर्ता गरेर व्यवसाय सञ्चालन गर्न सकिन्छ ।

(आ) काम तथा जिम्मेवारीको बाँडफाँट **(Division of work and responsibility) :** कुनै एक साझेदारले मात्र व्यवसाय वा फर्मको सबै काम र जिम्मेवारी वहन गर्नुपर्दैन । प्रत्येक साझेदारले आफ्नो ज्ञान, सिप र दक्षताअनुसार व्यवसायको सञ्चालन तथा व्यवस्थापनमा भूमिका निर्वाह गर्छन् ।

(इ) बढी पुजी उपलब्धता **(Availibility of more capital) :** साझेदार व्यवसायमा जति धेरै साझेदारहरू हुन्छन् त्यति नै धेरै व्यवसायमा पुजी जम्मा गर्न सकिन्छ । त्यस्तै बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूले साझेदारी फर्मलाई एकलौटी व्यवसायको तुलनामा बढी प्राथमिकता दिन्छन् किनभने जोखिम बाँडिएको हुन्छ ।

(उ) जोखिम बाँडफाँटको सुविधा **(Risk sharing facility) :** एकलौटी व्यवसायमा मालिकले व्यवसायको सबै घाटा एक्लैले बेहोर्नुपर्छ । तर साझेदारीमा साझेदारले घाटा बाँड्ने भएकाले व्यक्तिगत आर्थिक जोखिम कम हुन्छ । कुनै एक साझेदार आर्थिक समस्यामा परेमा अन्य साझेदारले सहयोग पनि गर्न सक्छन् । यसले गर्दा व्यवसायले निरन्तरता पाउँछ ।

(ऊ) सञ्चालनमा लचिलोपन **(Flexibility in operation) :** साझेदारले आपसी समझदारीमा छिटो निर्णय लिन सक्छन् । यदि कुनै साझेदारले व्यवसाय छोडेमा बाँकी साझेदारले व्यवसाय निरन्तरता दिन सक्छन् वा नयाँ साझेदार थप्न सक्छन् ।

(ङ) साझेदारी व्यवसायका चुनौती **(Challenges of Partnership Firm)**

साझेदारी व्यवसायमा एकभन्दा बढी व्यक्ति मिलेर काम गर्ने भएकाले व्यवसायमा केही चुनौतीहरू आउन सक्छन् । सबै साझेदारको सोच र निर्णय नमिल्न सक्छ जसले गर्दा निर्णय तथा काममा ढिलाइ हुन सक्छ । नाफा र घाटा कसरी बाँड्ने भन्नेमा असमझदारी हुन सक्छ । कहिलेकाहीँ विश्वासको कमीले मनमुटाव र असहयोगको स्थिति पनि बन्न सक्छ । साथै कुनै एक साझेदारको गल्तीले सम्पूर्ण व्यवसायमा असर पर्न सक्छ । साझेदारी व्यवसायका केही चुनौतीहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) वित्तीय असमानता **(Financial inequality)**

कुनै साझेदारले बढी पुजी लगानी गरेको छ तर उसलाई कम हिस्सा वा नाफा पाएको जस्तो लाग्यो भने अन्याय भएको महसुस हुन सक्छ । यस्तो स्थितिले साझेदारहरूबिच असमझदारी र झगडा हुन सक्छ । त्यसैले सबै साझेदारलाई न्यायोचित रूपमा व्यवहार गर्नु जरुरी हुन्छ, ताकि सबै जनाले आफूलाई बराबरीको साझेदार महसुस गर्न सकुन् ।

(आ) लगानी स्तर **(Level of investment)**

व्यवसायमा सबै साझेदारले बराबर पुजी लगानी गरेका छैनन् भने त्यसले समस्या निम्त्याउन सक्छ । व्यवसायमा कसले कति लगानी गर्ने भन्ने कुरा साझेदारको आर्थिक क्षमतामा भर पर्छ । आर्थिक क्षमताअनुसार कसैले बढी र कसैले कम लगानी गरेका हुन्छन् । यो असमानताले नाफा बाँडफाँट, जिम्मेवारी लिने वा निर्णय गर्ने अधिकारमा झगडाको कारण बन्न सक्छ । त्यसैले लगानीको स्तर मिलाउनु वा सबै साझेदारबिच स्पष्ट सहमति हुनु आवश्यक हुन्छ ।

(इ) शक्ति असन्तुलन **(Power imbalance)**

जब दुई वा बढी साझेदारले सँगै व्यवसाय चलाउछन् तब सबै साझेदारले आआफ्नो भूमिकामा सहज महसुस गर्नु जरुरी हुन्छ । यदि कुनै कर्मचारीले एक साझेदारलाई मात्र बढी आदर गर्छ, वा कुनै एक साझेदारले निर्णयहरूमा बढी नियन्त्रण राख्छ भने यसले अरू साझेदारलाई असहज बनाउने र आपसी झगडा वा असमझदारी ल्याउने सम्भावना हुन्छ । त्यसैले सबै साझेदारहरूबिच बराबरीको व्यवहार र सम्मान आवश्यक हुन्छ ।

(ई) सञ्चारको अभाव **(Lack of communication)**

साझेदारी बिग्रनुको सबैभन्दा सामान्य कारण भनेको राम्रो सञ्चार नहुनु हो । जब साझेदारले आफ्नो लक्ष्य र चाहनाहरू खुलेर र नियमित रूपमा कुरा गर्दैनन्, तब असहमति र झगडा हुने सम्भावना रहन्छ । त्यसैले साझेदारी सफल बनाउन सधैं खुलेर कुराकानी गर्नु जरुरी हुन्छ ।

स्वस्थ साझेदारीका लागि सुझावहरू (Suggestions for fair Partnership)

i. निर्णय गर्ने अधिकार भनेको अन्तिम निर्णय कसले लिने भनेर तय गर्नु हो । साझेदारहरूबिच झगडा तथा मनमुटाब नहुनका लागि हरेक साझेदारको भूमिका र जिम्मेवारीहरू स्पष्ट रूपमा तोकिनुपर्छ । साथै साझेदारहरूबिच सबैको एउटै लक्ष्य हुनु निर्णयका लागि महत्त्वपूर्ण हुन्छ ।

ii. प्रत्येक साझेदार अन्य साझेदारहरूसाग पारदर्शी र इमानदार हुनुपर्छ । एकआपसमा

राम्रो सञ्चार र खुलेर कुरा गरे मात्र विश्वास र आपसी सम्मान बन्न सक्छ । यही नै साझेदारी सफल हुने आधार हो ।

iii. साझेदारीमा विश्वास अत्यन्त जरुरी हुन्छ । त्यसका लागि साझेदारले खुलेर र इमानदारीपूर्वक कुरा गर्नुपर्ने हुन्छ । व्यवसाय कसरी अगि बढिरहेको छ, के के समस्या आउन सक्छ भनेर नियमित रूपमा एकअर्कासाग छलफल गर्नुपर्छ । यसले सबै साझेदार एउटै सोचमा छन् र एउटै लक्ष्यतर्फ अगि बढिरहेका छन् भन्ने कुरा सुनिश्चित गर्न मदत गर्छ ।

iv. साझेदारी सफल बनाउन सबै साझेदार सम्झौता गर्न तयार हुनुपर्छ । कसको गल्ती हो भनेर दोष लगाउनेभन्दा पनि समस्याको समाधान खोज्न ध्यान दिनु महत्त्वपूर्ण हुन्छ ।

(च) साझेदारी कबुलियत र यसको विषयवस्तुहरू (Partnership deed and its contents)

साझेदारी कबुलियत साझेदारी व्यवसाय गठनका लागि साझेदारहरूबिचको सहमतिको कागजात हो । यसलाई साझेदारी विलेख पनि भनिन्छ । साझेदारी कबुलियतले सबै साझेदारको अधिकार, जिम्मेवारी, नाफा नोक्सान बाँडफाँट, निर्णय प्रक्रिया जस्ता कुराहरू स्पष्ट पारेको हुन्छ । कबुलियत साझेदारहरूबिचको आपसी सहमति, समझदारीको प्रमाण भएकाले यसले व्यवसायमा अन्योलता हुन दिदैन । जब प्रत्येक साझेदारलाई आफ्नो भूमिका स्पष्ट हुन्छ, तब सबै जना मिलेर फर्मलाई राम्रोसाग सञ्चालन गर्न सक्छन् । यसरी स्पष्ट भूमिका र जिम्मेवारीले साझेदारीलाई सफल बनाउन सहयोग गर्छ । सामान्यतया साझेदारी कबुलियतमा निम्नलिखित विषयहरू समावेश हुन्छन् :

(अ) साझेदारी फर्मको नाम र ठेगाना **(Name and address of the firm)** : साझेदारी फर्मको नाम अन्य फर्महरूको नामसाग नमिल्ने गरी फरक वा विशेष किसिमको हुनुपर्छ । साथै फर्मले कारोबार गर्ने मुख्य ठेगाना उल्लेख गर्नुपर्छ ।

(आ) साझेदारको नाम र ठेगाना **(Name and address of partners)** : साझेदारी कबुलियतनामामा प्रत्येक साझेदारको विवरण राख्नुपर्छ । साझेदारको तीन पुस्ते विवरण (बाजे, बुबा, आमा र साझेदारको नाम) साथै नागरिकता प्रमाणपत्र नं. र स्थायी ठेगानासमेत उल्लेख भएको हुनुपर्छ ।

(इ) पुाजीको योगदान **(Capital contribution)** : फर्मको कुल पुाजी कति हो, प्रत्येक साझेदारले लगानी गरेको पुाजी कति हो, भविष्यमा पुाजी थपघट कुरालगायत निजहरूको दायित्वसमेत कबुलियतनामामा उल्लेख भएको हुनुपर्छ ।

(ई) नाफानोक्सानको बाँडफाँट **(Sharing of Profit and Loss)** : कबुलियतनामामा फर्मको नाफा नोक्सान साझेदारहरूबिच कसरी बाँडिने भनेर लेखिएको हुन्छ । नाफा नोक्सान सबैले बराबरी रूपमा बाँड्ने वा पुँजी लगानीको अनुपातमा बाँड्ने वा सहमतिका आधारमा बाँड्ने भनेर साझेदारी कागजातमा स्पष्ट उल्लेख भएको हुनुपर्छ ।

(उ) साझेदारको पारिश्रमिक **(Remuneration of partnres)** : साझेदारमध्ये फर्ममा पूरा समय दिई काम गर्ने र काम गरेबापत निजले के कति पारिश्रमिक पाउने हो सो खुलाउनुपर्छ । अर्थात् फर्ममा खेलेको भूमिकाका आधारमा कसलाई कति पारिश्रमिक दिने भनेर कबुलियतमा खुलाउनुपर्छ ।

(ऊ) साझेदारको काम, कर्तव्य र अधिकार **(Function, duties and rights of partners)** : साझेदारी व्यवसायमा साझेदारले आआफ्नो जिम्मेवारी वहन गर्नुपर्छ । कसले के काम गर्ने भन्ने कुरा स्पष्ट रूपमा तय गर्नुपर्छ । हरेक साझेदारको काम, कर्तव्य र अधिकार साझेदारी कागजातमा उल्लेख हुनुपर्छ ।

(ऋ) साझेदारी छोड्ने र विघटनसम्बन्धी व्यवस्था **(Provision for leaving partnership)** : कुनै साझेदारले उचित कारण देखाई आफूले साझेदारी छोडी अलग बस्न चाहेमा बाँकी साझेदारको मञ्जुरीमा सम्बन्धित विभागको स्वीकृति लिई साझेदारी छाड्न सक्ने र साझेदारी छाड्दा दायित्व वहन के कसरी हुने उल्लेख गर्नुपर्छ । त्यस्तै साझेदारहरूबिच भएको सहमतिका आधारमा साझेदारी विघटन हुने तथ्यसमेत उल्लेख गर्नुपर्छ ।

(ए) लेखा तथा लेखा परीक्षण **(Account and audit)** : साझेदारी व्यवसायको हिसाब किताब (आयव्यय, लगानी, नाफानोक्सान) प्रचलित कानुनअनुसार राखिने छ भनी उल्लेख गर्न आवश्यक हुन्छ । साथै फर्मको लेखापरीक्षण कहिले, कसरी र कोद्वारा गरिन्छ भन्ने प्रक्रिया पनि स्पष्ट हुनुपर्छ ।

(ऐ) अन्य व्यवस्था **(Other provision)** : साझेदारी ऐन र प्रचलित कानुनबमोजिम साझेदारले राख्न चाहेका अन्य पक्षहरू उल्लेख गर्नुपर्छ । त्यस्तै बैङ्क खाता सञ्चालन, साझेदारको ठेगाना, उद्देश्य वा कारोबार, फर्मको प्रतिनिधित्व गर्नेलगायतका व्यवस्थाहरू पनि आवश्यकताअनुसार साझेदारी कबुलियतनामामा उल्लेख भएको हुनुपर्छ ।

(छ) साझेदारका अधिकार र कर्तव्य (Right and duties of partners)

नेपालमा साझेदारी व्यवसाय एउटा लोकप्रिय र प्रचलित व्यावसायिक मोडेल हो, जुन दुई वा दुईभन्दा बढी व्यक्तिबिच आपसी समझदारीमा आधारित भएर सञ्चालन गरिन्छ । साझेदारीमा सबै साझेदारको भूमिका स्पष्ट रूपमा परिभाषित हुनुपर्छ जसले व्यवसायलाई सुचारु रूपले सञ्चालन गर्न मदत गर्छ । यसै सन्दर्भमा साझेदारलाई उनीहरूको अधिकार र कर्तव्यका बारेमा स्पष्ट जानकारी हुनुपर्छ । यसले आपसी विश्वास, पारदर्शिता र सहकार्यलाई अझ मजबुत बनाउछ । साझेदारका अधिकार र कर्तव्यलाई निम्नलिखित बुँदागत रूपमा निम्नानुसार वर्णन गरिएको छ :

(अ) साझेदारका अधिकार **(Right of partners)**

साझेदारी सम्झौतामा साझेदारका अधिकारहरू स्पष्ट रूपमा उल्लेख गर्नुपर्छ । अधिकारहरू स्पष्ट रूपमा उल्लेख गर्नाले व्यवसायमा पारदर्शिता, विश्वास र सहकार्य कायम राख्न सहयोग मिल्छ । साझेदारी सम्झौता वा कबुलियतनामामा साझेदारका निम्नलिखित अधिकारहरू उल्लेख भएका हुन्छन् :

i. नाफा बाँडफाँट गर्ने अधिकार **(Right to share profit) :** साझेदारी ऐनअनुसार साझेदारलाई सम्झौतामा तय गरिएअनुसार नाफा बाँडफाँट गर्ने अधिकार हुन्छ । यदि कुनै विशेष सम्झौता गरिएको छैन भने फर्मबाट भएको नाफा सबै साझेदारहरूबिच बराबरी रूपमा बाँडिन्छ । यसले सबै साझेदारलाई समान अवसर र न्यायपूर्ण हिस्सा सुनिश्चित गर्न सहयोग गर्छ ।

ii. विचार व्यक्त गर्ने अधिकार **(Right to express the opinion) :** साझेदारलाई आफ्नो विचार खुला रूपमा राख्ने स्वतन्त्रता हुन्छ । साझा व्यापारसँग सम्बन्धित कुनै मतभेद उत्पन्न भएमा साझेदारले बहुमतका आधारमा समस्या समाधान गर्न सक्छन् । यस्तो अवस्थामा, प्रत्येक साझेदारले आफ्ना विचार वा सुझाव खुलस्त रूपमा व्यक्त गरेर समाधानमा सहयोग पुऱ्याउन सक्छन् । यसरी विचार आदानप्रदानले आपसी समझदारी र सहकार्यलाई बढावा दिन्छ ।

iii. हिसाब खाताहरू जाँच गर्ने अधिकार **(Right to the access of book of account) :** प्रत्येक साझेदारलाई फर्मको लेखाका अभिलेखहरू जाँच गर्ने र ती अभिलेखहरूको प्रतिलिपि प्राप्त गर्ने अधिकार हुन्छ । यो अधिकार सबै साझेदारलाई समान रूपमा प्रदान गरिन्छ चाहे उनीहरू सक्रिय साझेदार हुन् वा निष्क्रिय साझेदार हुन् । यसले साझेदारलाई फर्मको आर्थिक स्थिति बुझ्न, पारदर्शिता कायम राख्न र

आवश्यक निर्णयमा सहभागी हुन सहयोग पुऱ्याउाछ । यस्ता अधिकारहरू साझेदारीमा विश्वास र उत्तरदायित्वको भावना बलियो बनाउन महत्त्वपूर्ण हुन्छन् ।

iv. व्यवसायमा भाग लिने अधिकार **(Right to participate in business) :** प्रत्येक साझेदारलाई व्यवसायको सञ्चालनमा भाग लिन समान अधिकार हुन्छ । यसले साझेदारलाई फर्मको व्यवस्थापन, निर्णय प्रक्रिया र दैनिक कार्यहरूमा सहभागी हुने अवसर प्रदान गर्छ । यस्तो अधिकारले सबै साझेदारलाई बराबरी रूपमा जिम्मेवारी लिन र व्यवसायको प्रगतिका लागि योगदान दिन सहयोग गर्छ ।

v. क्षतिपूर्ति पाउने अधिकार **(Right to be indemnified) :** साझेदारले फर्मको दैनिक सञ्चालन वा आपत्कालीन अवस्थाहरूमा आवश्यक निर्णय लिनुपर्ने हुन्छ । यस्तो निर्णय गर्दा कुनै साझेदारले व्यक्तिगत रूपमा खर्च गर्नुपर्ने, जिम्मेवारी लिनुपर्ने वा कानुनी जोखिम सामना गर्नुपर्ने अवस्था आउन सक्छ । यदि उक्त कार्य फर्मको हितमा गरिएको हो भने त्यस्ता साझेदारले फर्म वा अन्य साझेदारहरूबाट खर्च वा हानिको क्षतिपूर्ति माग्न सक्ने अधिकार राख्छन् ।

vi. सम्पत्ति प्रयोगको अधिकार **(Right to use property) :** हरेक साझेदारलाई फर्मको सम्पत्ति आफ्नो व्यवसायको फाइदा र समृद्धिका लागि प्रयोग गर्ने अधिकार हुन्छ । तर साझेदारले फर्मको सम्पत्ति व्यक्तिगत लाभका लागि प्रयोग गर्न सक्दैनन्, जुन साझेदारी सम्झौतासाग मेल खाादैन । यसले फर्मको सम्पत्ति केवल व्यापारिक उद्देश्यका लागि मात्र प्रयोग गर्न र कुनै साझेदारले आफ्नै स्वार्थमा त्यसको दुरुपयोग गर्न नपाउने तथ्य सुनिश्चित गर्छ ।

vii. अन्य अधिकार **(Other rights) :** प्रत्येक साझेदारलाई फर्ममा नयाा साझेदारको प्रवेश रोक्न सक्ने अधिकार हुन्छ । नयाा साझेदार फर्ममा सामेल हुनका लागि सबै साझेदारको सहमति आवश्यक पर्छ । त्यस्तै साझेदारलाई व्यवसायबाट अवकाश लिने अधिकार पनि हुन्छ । तर अवकाश लिने साझेदारले फर्मका सबै अन्य साझेदारलाई सूचना दिनुपर्छ ।

(आ) साझेदारका कर्तव्य **(Duties of partners)**

साझेदारी सम्झौता वा कबुलियतनामामा साझेदारका कर्तव्यहरू उल्लेख भएका हुन्छन् । साझेदारका केही कर्तव्यहरू निम्नानुसार छन् :

i. सामान्य कर्तव्यहरू **(General duties) :** प्रत्येक साझेदारका आफ्नो व्यवसायप्रति सामान्य कर्तव्यहरू हुन्छन् जस्तै : व्यापारलाई साझा भलाइमा रूपान्तरण गर्नु, एक

अर्काप्रति न्यायपूर्ण व्यवहार गर्नु, वफादार हुनु, पारदर्शी हिसाबकिताब प्रस्तुत गर्नु र फर्मलाई असर गर्ने सम्पूर्ण गतिविधिहरूको पूर्ण जानकारी प्रदान गर्नु आदि । साझेदारले वास्तविक हिसाबका बारेमा अन्य कुनै साझेदार वा उसको कानुनी प्रतिनिधिलाई जानकारी गराउनुपर्छ ।

ii. ठगीको क्षतिपूर्ति दिने कर्तव्य **(Duty to compensate or indemnify for fraud) :** साझेदारी व्यवसाय सञ्चालनमा साझेदारको ठगीको कारणले गर्दा फर्मलाई भएको कुनै पनि क्षतिका लागि क्षतिपूर्ति दिने दायित्व हुन्छ । साझेदारले आफ्नो लापरबाहीको कारणले भएको नोक्सानी वा ठगीको क्षतिपूर्ति दिनुपर्छ ।

iii. फर्मको सम्पत्तिको उचित प्रयोग गर्ने कर्तव्य **(Duty to use firm's property properly) :** सबै साझेदारको सामूहिक रूपमा फर्मको सम्पत्तिमा स्वामित्व रहने भएकाले साझेदारले फर्मको सम्पत्तिलाई कुनै व्यक्तिगत उद्देश्यका लागि नभएर केवल व्यवसायका लागि प्रयोग गर्नुपर्छ । साझेदारले फर्मको सम्पत्ति व्यक्तिगत वा पारिवारिक उद्देश्यका लागि प्रयोग गर्नुहुँदैन ।

iv. व्यक्तिगत लाभ वा प्रतिस्पर्धा नगर्ने कर्तव्य **(Duty not to earn personal profits or to compete) :** प्रत्येक साझेदारले साझेदारी फर्मको साझा लक्ष्यअनुसार काम गर्नुपर्छ । उनीहरूले कुनै पनि व्यक्तिगत नाफा कमाउनु हुँदैन र कुनै पनि प्रतिस्पर्धी व्यवसायमा संलग्न हुनुहुँदैन । उनीहरूले आफ्नो व्यक्तिगत नाफा आफ्नो फर्मलाई हस्तान्तरण गर्नुपर्छ । कुनै पनि साझेदार फर्मअन्तर्गत वा फर्मको सम्पत्तिको प्रयोगबाट वा फर्मको नाममा भएको कारोबारबाट नाफा प्राप्त गर्छ भने त्यो नाफा फर्मलाई नै हस्तान्तरण गर्ने साझेदारको कर्तव्य हुन्छ ।

v. घाटा बाँडफाँट गर्नु **(To share in Loss) :** फर्मले कहिलेकाहीँ घाटा बेहोर्नुपर्ने अवस्था सिर्जना हुन सक्छ । नाफा भएको अवस्थामा नाफा प्राप्त गर्ने अधिकार हुन्छ भने घाटा पनि बेहोर्नुपर्ने साझेदारको कर्तव्य हुन्छ । व्यवसायमा घाटा भएको अवस्थामा प्रत्येक साझेदारले फर्मको घाटा बराबर वा विगतमा उनीहरूले नाफा बाँडेको अनुपातमा बेहोर्नुपर्छ ।

vi. अन्य कर्तव्य **(Others duty) :** साझेदारी ऐनअनुसार साझेदारहरू आफ्नो कर्तव्य पालना गर्न कानुनी रूपमा बाध्य हुन्छन् । व्यवसाय सञ्चालनमा भाग लिएबापत साझेदारले पारिश्रमिक माग गर्नुहुँदैन तर सहमतिका आधारमा पारिश्रमिक प्राप्त गर्ने कुरा सम्झौतामा उल्लेख भएबमोजिम भने प्राप्त गर्न सक्छन् ।

२.२ नेपालमा साझेदारी फर्म दर्ता र नवीकरण गर्ने प्रक्रिया (Procedure of Registration and Renewal of Partnership Firm in Nepal)

नेपालमा साझेदारी ऐन, २०२० बमोजिम साझेदारी फर्म दर्ता गर्नुपर्छ । साझेदारी गठन भएको ६ महिनाभित्र साझेदारी ऐनबमोजिम सम्बन्धित विभागमा दर्ता गर्नुपर्छ । यस्तो फर्म दर्ताका लागि देहायबमोजिमका प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्छ :

(क) फर्म दर्ताका लागि दरखास्त दिने : वाणिज्यसाग सम्बन्धित काम गर्ने फर्म भए वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागमा, उद्योगसाग सम्बन्धित फर्म भए उद्योग विभागमा, प्रदेश सरकारको अधिकार क्षेत्रभित्र पर्ने भए प्रदेश कानुनबमोजिम तोकिएको निकायमा फर्म दर्ताका लागि दस्खास्त दिनुपर्छ । यसका लागि तोकिएको दस्तुर सामेल गरी साझेदारको आपसमा कबुलियत भएको भए त्यसको रीतपूर्वक नक्कल एकप्रति समेत राखी देहायको ढााचामा देहायका विषयसमेत खुलाई सम्बन्धित विभागमा दरखास्त दिनुपर्छ :

i. फर्मको पूरा नाम

ii. फर्मको कारोबार गर्ने मुख्य ठेगाना

iii. फर्मले काम गर्न चाहेको वस्तु वा गर्न खोजेको सेवाको छोटकरी बयानसहित फर्मको उद्देश्य

iv. साझेदारको पूरा नाम, थर र स्थायी ठेगाना

v. कुनै साझेदारको अधिकारउपर बन्देज लगाएको भए सो कुरा

vi. साझेदारको किसिम र प्रत्येक साझेदारले लगानी गरेको पुाजी

vii. फर्मको प्रतिनिधित्व गर्ने साझेदार वा साझेदारको नाम

viii. नाफा नोक्सान बन्डा लगाउने तरिका

ix. नाफा निश्चित गर्ने तरिका

x. सम्बन्धित विभागले खुलाउनुपर्ने भनी तोकिदिएको अरू कुनै विषयहरू ।

फर्म दर्ताका लागि दिने दरखास्तको ढााचा निम्नानुसार छ :

अनुसूची १ (क)

फर्म दर्ताका निमित्त दिने दरखास्तको ढाँचा

श्रीमान् महानिर्देशकज्यू,

उद्योग/वाणिज्य मन्त्रालय,

उद्योग/घरेलु तथा साना उद्योग/वाणिज्य विभाग

काठमाडौँ, नेपाल ।

महोदय,

हामीहरूले साझेदारी फर्म खोली तपसिलमा लेखिएबमोजिम व्यवसाय चलाउन मञ्जुर गरेकोले मञ्जुरीको कागतसमेत सामेल राखी निवेदन गर्न आएका छौँ । लाग्ने सरकारी दस्तुर लिई तल लेखिएको नामको फर्म हामीहरूका नाममा दर्ता गरी पाऊँ । लेखिएको बेहोरामा कुनै कुरा झुट्ठा ठहरे कानुनबमोजिम सहुँला बुझाउँला ।

तपसिल

१. हिस्साको अङ्क

२. साझेदारको तीन पुस्ता नाम, थर र वतन ।

साक्षी :

दरखास्तवालाको माथि लेखिएबमोजिमको

नाम, थर, वतन ठिक दुरुस्त छ भनी सनाखत गर्ने:

भवदीय,

दरखास्तवालाको सहीछाप

(ख) दर्ता शुल्क बुझाउने : फर्म दर्ता गर्दा पुाजीका आधारमा देहायबमोजिमको दस्तुर बुझाउनुपर्छ ।

क्र.स.	पुाजी (रु.)	दर्ता शुल्क (रु.)
१.	एक लाखसम्म	६००/-
२.	एक लाख एक रुपियाादेखि तीन लाखसम्म	२०००/-
३.	तीन लाख एकदेखि पााच लाखसम्म	४०००/-
४.	पााच लाख एकदेखि दश लाखसम्म	७५००/-
५.	दश लाख एकदेखि पचास लाखसम्म	१००००/-
६.	पचास लाख एकभन्दा बढी जतिसुकै पुाजी भएमा	१५०००/-

(ग) दरखास्त जााचबुझ गरी दर्ता प्रमाणपत्र दिने : साझेदारी फर्म दर्ताका लागि दरखास्तका साथ संलग्न भएका कागजातहरू र आवश्यक प्रक्रिया पूरा भएको देखिएमा सम्बन्धित विभागले दर्ता किताबमा सोको अभिलेख राखी दर्ताको प्रमाणपत्र दिनुपर्छ । फर्म दर्ताको प्रमाणपत्रको ढााचाको नमुना निम्नानुसार छ :

अनुसूची ३ (क)

फर्म दर्ताको प्रमाण पत्रको ढााचा

नेपाल सरकार

उद्योग/वाणिज्य मन्त्रालय

उद्योग/घरेलु तथा साना उद्योग/वाणिज्य विभाग

फर्म दर्ताको प्रमाणपत्र

....................फर्म यस विभागमा नं...........मा मिति....................मा साझेदारी ऐन, २०२० अनुसार दर्ता भएकाले यो प्रमाणपत्र दिइएको छ ।

साझेदारको नाम :

ठेगाना :

कुल पुाजी :

उद्देश्य :

फर्मको ठेगाना :

मिति :

....

महानिर्देशक

नोट : यो प्रमाणपत्र आर्थिक वर्ष भुक्तान भएको मितिले पैातिस दिनभित्रमा नवीकरण गराउनुपर्ने छ। उद्देश्यमा लेखिएबाहेक यो फर्मबाट अरू काम हुादैन । नवीकरण गराउादा यो प्रमाणपत्र साथमा लिएर आउनुपर्ने छ । यसको नवीकरण सम्बन्धित विभागबाट हुने छ ।

(घ) साझेदारी फर्म नवीकरणको प्रक्रिया **(Renewal procedure of Partnership Firm)**

दर्ता भएको फर्म प्रत्येक आर्थिक वर्ष समाप्त भएको मितिले ३५ दिनभित्र नवीकरण गर्नुपर्छ । कर चुक्ताको प्रमाणपत्र र अडिट रिपोर्टका साथ तोकिएको म्याद भित्र नवीकरणका लागि दरखास्त परेमा सम्बन्धित विभागले फर्मको दर्ता लगतमा र दर्ता प्रमाणपत्रमा नवीकरणको ब्यहोरा जनाइदिनुपर्छ । फर्मको नवीकरणका लागि दिने दरखास्त फारामको ढाँचा निम्नानुसार छ :

अनुसूची १ (ख)

फर्म नवीकरण गर्नको निमित्त दिने दरखास्त ढाँचा

मिति : ....

श्रीमान् महानिर्देशकज्यू,

उद्योग/वाणिज्य मन्त्रालय,

उद्योग/घरेलु तथा साना उद्योग/वाणिज्य विभाग

काठमाडौं, नेपाल ।

महोदय,

यस फर्मले ....व्यवसाय चलाउन त्यस विभागबाट ....मा दर्ता नं...............को प्रमाणपत्र पाएकाले त्यसको नवीकरणका निमित्त दरखास्त गरेका छौं । सो प्रमाणपत्र नवीवरण गरी दिन अनुरोध गर्छौं ।

भवदीय

साझेदारमा मुख्यको सहीछाप

(फर्मको नाम)

फर्म नवीकरणका लागि दरखास्त प्राप्त भएपछि देहाय बमोजिमको शुल्क वा दस्तुर लिएर फर्म नवीकरण गरिदिनु पर्छ ।

क्र.स.	पुाजी (रु.)	नवीकरण शुल्क (रु.)
१.	एक लाखसम्म	१००/-
२.	एक लाख एकदेखि तीन लाखसम्म	१२५/-
३.	तीन लाख एकदेखि पााच लाखसम्म	१५०/-
४.	पााच लाख एकदेखि दश लाखसम्म	२००/-
५.	दश लाख एकदेखि पचास लाखसम्म	२५०/-
६.	पचास लाख एकभन्दा बढी जतिसुकै पुाजी भएमा	३००/-

(ङ) साझेदारी फर्म नवीकरण नगर्दा हुने परिणाम **(Consequences of not renewing a Partnership Firm)**

साझेदारी फर्म नवीकरण नगर्दा निम्नानुसारका परिणामहरू निम्तिन सक्छन् :

i. साझेदारी फर्म नवीकरण नगरेमा यसले कानुनी मान्यता गुमाउाछ र फर्म अवैध ठहरिन सक्छ ।

ii. सम्बन्धित निकायले नवीकरण नगरेको फर्मलाई जरिवाना र कानुनी कारवाही गर्न सक्छ ।

iii. नवीकरण नभएको साझेदारी फर्मले बैङ्क खाता सञ्चालन गर्न ऋण लिन वा अन्य वित्तीय कारोबार गर्न पाउादैन ।

iv. नवीकरण नभएको फर्मले सरकारी वा निजी संस्थासाग सम्झौता/ठेक्कामा भाग लिन पाउादैन । पहिले भए गरेका सम्झौताहरू पनि अमान्य ठहरिन सक्छन् ।

v. नवीकरण नगरिएमा साझेदारहरूबिच विवाद हुने, व्यवसाय बन्द गर्नुपर्ने वा ग्राहक तथा आपूर्तिकर्ताको विश्वास गुम्ने अवस्था आउन सक्छ ।

vi. कानुनी वैधता नभएको फर्मसाग ठुलो कम्पनीहरूले कारोबार नगर्ने सम्भावना उच्च हुन्छ । यसले नियमित ग्राहक तथा आपूर्तिकर्ताको सम्बन्ध गुम्न सक्छ ।

vii. नवीकरण नगरिएको फर्मले कुनै कानुनी विवादमा आफूलाई जोगाउन सक्दैन । अदालत वा सरकारी निकायहरूले फर्मको पक्षमा निर्णय दिन सक्दैनन् ।

२.३ नेपालमा साझेदारी फर्मको विघटनका विधिहरू (Modes of Dissolution of Partnership Firm in Nepal)

नेपालमा साझेदारी फर्मको विघटनका विभिन्न विधिहरू छन् जसका माध्यमबाट साझेदारी फर्मलाई अन्त्य गर्न सकिन्छ । यी विधिहरू कानुनी प्रावधान र साझेदारी सम्झौतामा आधारित हुन्छन् ।

नेपालमा साझेदारी ऐन, २०२० को परिच्छेद ५ मा साझेदारीको विघटनसम्बन्धी व्यवस्था छ । ऐनअनुसार साझेदारी विघटनका विधिहरू निम्नानुसार छन् :

(क) साझेदारको सहमतिमा **(Dissolution by agreement) :** यदि सबै साझेदारहरूबिच आपसी सहमति वा सम्झौता भएको छ भने फर्मका सबै जिम्मेवारी र अधिकारहरू अन्त्य गरी फर्मलाई बन्द गर्न सकिन्छ । यदि साझेदारी सम्झौतामा कुनै निश्चित समयपछि फर्म बन्द हुन्छ भनेर उल्लेख गरिएको छ भने त्यो समय पुगेपछि फर्म आफै बन्द हुन्छ । तर सम्झौतामा यस्तो तथ्य उल्लेख गरिएको छैन भने साझेदारहरू आपसमा छलफल गरेर फर्मलाई बन्द गर्न सक्छन् ।

(ख) व्यापारको असफलता वा बन्द **(Business failure or clouser) :** फर्मको न्यून नाफाका कारण दैनिक खर्च टार्न नसक्ने अवस्था छ भने व्यवसाय असफल मानिन्छ । यदि फर्मले भविष्यमा पनि प्रशस्त नाफा कमाउने सम्भावना छैन वा व्यापारिक उद्देश्य पूरा नहुने देखिएमा साझेदारी फर्म बन्द गर्न सकिन्छ ।

(ग) साझेदारको मृत्यु **(Death of partner) :** यदि साझेदारी सम्झौतामा बााकी रहेका साझेदारले फर्म चलाउन सक्ने भनेर केही व्यवस्था गरिएको छैन भने कुनै एक साझेदारको मृत्यु भएपछि फर्म आफै बन्द हुन्छ । तर सम्झौतामा यस्तो व्यवस्था गरिएको छ भने बााकी साझेदारले फर्म जारी राख्न सक्छन् वा बन्द नहुन पनि सक्छ ।

(घ) सूचनाद्वारा विघटन **(Dissolution by notice) :** यदि कुनै साझेदारले फर्म बन्द गर्न चाहन्छ र उसले आफ्नो इच्छा अन्य साझेदारलाई लिखित रूपमा जानकारी दिन्छ भने त्यस आधारमा फर्म बन्द गर्न सकिन्छ । यो बन्द हुने मिति त्यही मितिबाट सुरु हुन्छ जुन सूचनामा लेखिएको हुन्छ । तर यदि सूचना दिने मितिबारे केही नीतिमा उल्लेख छैन भने सूचना प्राप्त भएको मितिबाट फर्म बन्द मानिन्छ । एकपटक यस्तो सूचना दिइएपछि अन्य साझेदारको सहमतिबिना त्यसलाई फिर्ता लिन सकिदैन ।

(ङ) अदालतको आदेशद्वारा विघटन **(Dissolution by court) :** अदालतले निम्नलिखित अवस्थामा फर्म विघटन गर्न आदेश दिन सक्छ :

(अ) जब कुनै साझेदारको मानसिक अवस्था ठिक हुादैन र उसले काम गर्न नसक्ने हुन्छ ।

(आ) जब साझेदार आफ्नो जिम्मेवारीहरू पूरा गर्न स्थायी रूपमा असमर्थ हुन्छ ।

(इ) जब साझेदारले खराब व्यवहार गर्छ, जस्तै : पैसाको दुरुपयोग, अनैतिक काम आदि, जसले फर्मको काममा नराम्रो असर गर्छ ।

(ई) जब साझेदारले जानाजानी र बारम्बार साझेदारी सम्झौताको उल्लङ्घन गर्छ ।

(च) समय र परियोजना समाप्त भएपछि विघटन **(Dissolution after expiry of time and project) :** यदि साझेदारले निश्चित समयका लागि साझेदारी गरेकामा सो समय समाप्त भए पछि फर्म बन्द हुन्छ । त्यस्तै यदि कुनै विशेष परियोजना वा उद्देश्य पूरा गर्न साझेदारी गरिएको हो भने, त्यो काम सकिएपछि फर्मको विघटन हुन्छ ।

क्रियाकलाप १ :

वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागको वेबसाइट www.doc.gov.np बाट साझेदारी फर्म रजिस्ट्रेसन गर्ने देहायबमोजिमको फाराम डाउनलोड गर्नुहोस् र आवश्यक विवरणहरू भर्नुहोस् ।

साझेदारी रजिष्ट्रेशन गर्ने दरखास्त फाराम

मितिः ....

श्रीमान् महानिर्देशकज्यू
वाणिज्य, आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभाग
काठमाडौं

विषयः साझेदारी फर्म रजिष्ट्रेशन दर्ता बारे ।

महोदय,
हामी साझेदारी फर्म खोली तपसिलमा लेखिए बमोजिमको व्यवसाय चलाउन गरेकोले मन्जुरीको कागज तथा अन्य आवश्यक कागजातहरु सहित यो निवेदन गर्न आएका छौं । लाग्ने सरकारी दस्तुर लिई तल लेखिए बमोजिमको फर्म हामीहरुका नाममा दर्ता गरी पाउँ । लेखिएको व्यहोरामा कुनै कुरा झुठ्ठा ठहरे कानून बमोजिम सहुँला बुझउँला ।

तपसिल

१) फर्मको पूरा नाम (नेपालीमा):-

२) फर्मको पूरा नाम (अंग्रेजी ठूलो अक्षरमा):-

३) फर्मको पूरा ठेगाना (ब्लक नं., वडा नं., टोल फोन नं. सहित):-

४) फर्मको उद्देश्यः .... मुनाफा आर्जन गर्ने)

५) कारोबार गर्ने मुख्य चीजवस्तुको विवरणः-

६) साझेदारहरुको पूरा नाम, ठेगाना तथा फर्ममा लगाइने पूँजीः

साझेदारको नाम	ठेगाना	पूँजी (रु.)	दाँ	बाँ	दस्तखत
(क)					
(ख)					
(ग)					
(घ)					

७) साझेदारहरुको तीन पुस्ते नाम ठेगानाः-

साझेदार	बाबुको नाम, ठेगाना	बाजेको नाम, ठेगाना
(क)		
(ख)		
(ग)		
(घ)		

८) कुनै साझेदारको अधिकार उपर बन्देज लगाएको भए सो कुराः-

९) फर्मको प्रतिनिधित्व गर्ने मुख्य साझेदार वा साझेदारहरुको नामः-

१०) नाफा निश्चित गर्ने तरिकाः-

११) नाफा नोक्सान बण्डा लगाउने तरिकाः-

अभ्यास

१. **तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :**

(क) साझेदारी फर्मको परिभाषा दिनुहोस् ।

(ख) साझेदारी व्यवसायमा अस्थिरताको सम्भावना किन रहन्छ ?

(ग) साझेदारी कबुलियत भनेको के हो ?

(घ) साझेदारी व्यवसायमा कस्तो अवस्थामा सेयर हस्तान्तरण गर्न सकिन्छ ?

(ङ) साझेदारी व्यवसायका कुनै दुई फाइदा लेख्नुहोस् ।

(च) साझेदारका कर्तव्यहरू उल्लेख गर्नुहोस् ।

(छ) साझेदारी व्यवसाय कति अवधिमा नवीकरण गर्नुपर्छ ?

(ज) साझेदारी व्यवसाय नवीकरण नगरेमा उत्पन्न हुन सक्ने कुनै दुई परिणामहरू लेख्नुहोस् ।

२. **तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :**

(क) साझेदारी फर्मको परिचय दिनुहोस् ।

(ख) साझेदारी फर्मका कुनै पाच विशेषताहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ग) साझेदारी फर्मका फाइदा बेफाइदाहरूको सूची बनाउनुहोस् ।

(घ) साझेदारी व्यवसाय सञ्चालन गर्दा देखापर्ने चुनौतीहरू के के हुन्, वर्णन गर्नुहोस् ।

(ङ) नेपालमा साझेदारी फर्म विघटनका विधिहरू लेख्नुहोस् ।

३. **तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :**

(क) साझेदारी फर्म वा व्यवसाय सञ्चालन गर्नुका कारणहरू लेख्नुहोस् । यो एकलौटी व्यवसायभन्दा किन भिन्न छ, प्रस्ट पार्नुहोस् ।

(ख) साझेदारी कबुलियत र यसका विषयवस्तु वर्णन गर्नुहोस् ।

(ग) साझेदारका अधिकार र कर्तव्यहरू संक्षेपमा चर्चा गर्नुहोस् ।

(घ) नेपालमा साझेदारी व्यवसाय दर्ता र नवीकरणको प्रक्रिया व्याख्या गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य

नेपालका साझेदारी फर्म वा व्यवसाय स्थापनाका लागि फर्म दर्ताको प्रमाणपत्र प्राप्त गर्नेसम्मका प्रक्रियाका लागि आवश्यक पर्ने कागजात र पूरा गर्नुपर्ने प्रक्रियाहरूको सूची तयार गरी एउटा प्रस्तुतीकरण तयार गर्नुहोस् ।

पाठ ३ कम्पनी व्यवसाय (Company Business)

कम्पनी शब्द ल्याटिन शब्द 'Companio' बाट आएको मानिन्छ । यसको अर्थ व्यक्तिहरूको समूह हो, जो साथै आफ्ना आवश्यकता पूरा गर्न भेला हुन्छन् । यस अर्थमा कम्पनी भनेको साझा सामाजिक वा आर्थिक लक्ष्य प्राप्त गर्न गठित व्यक्तिहरूको संयुक्त सङ्गठन हो । प्रज्ञा नेपाली बृहत् शब्दकोषले औद्योगिक वा व्यापारिक संस्था सञ्चालन गर्न कानुनी आधारमा सङ्गठित व्यक्तिहरूको समुदाय वा संस्थालाई कम्पनी भनेको छ । कम्पनी एउटा सङ्गठित व्यापारिक संस्था वा उद्यम हो । यसलाई व्यापार, उत्पादन सेवा वा कुनै आर्थिक गतिविधि सञ्चालन गर्नका लागि कानुनी रूपमा स्थापना गरिएको हुन्छ । कम्पनीमा विभिन्न व्यक्ति मिलेर पुजी लगानी गर्छन्, व्यापार सञ्चालन गर्छन् र त्यसबाट उत्पन्न हुने नाफा वा नोक्सान बाँडफाँट गर्छन् । कम्पनी स्थापना गर्न ठुलो पुजीको आवश्यक पर्छ, किनभने व्यापार वा व्यवसाय सञ्चालन गर्न पर्याप्त आर्थिक स्रोतहरू जुटाउनुपर्ने हुन्छ । कम्पनी कानुनी व्यावसायिक गतिविधिहरू सञ्चालन गरेर नाफा कमाउने उद्देश्यले स्थापना भएको एउटा स्वेच्छिक संस्था हो ।

L.H. Haney का अनुसार "A company is a voluntary association of individuals for profit, having its capital divided into transferable shares, the ownership of which is the condition of membership." (कम्पनी भनेको नाफाका लागि व्यक्तिहरूको स्वेच्छिक सङ्गठन हो, जसको पुजी हस्तान्तरणीय सेयरहरूमा विभाजित गरिएको हुन्छ र ती सेयरहरूको स्वामित्व सदस्यताको आधार हो ।)

नेपालको सन्र्दभमा कम्पनी ऐन, २०६३ बमोजिम कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा दर्ता भई सञ्चालनमा रहेको व्यवसायलाई बुझिन्छ । जुन व्यवसाय मुनाफा कमाउने उद्देश्यले छुट्टै कानुनी व्यक्तित्वका रूपमा स्थापना गरिएको हुन्छ ।

३.१ कम्पनी व्यवसायका विशेषता (Features of Company Business)

कम्पनी ऐनबमोजिम स्थापित एक अविच्छिन्न उत्तराधिकारवाला संस्था वा व्यवसाय हो । कम्पनी व्यवसायका केही विशेषताहरू निम्नानुसार छन् :

(क) कृत्रिम व्यक्ति **(Artifical person) :** कम्पनी कुनै जीवित मानिस होइन तर कानुनले उसलाई मानिसलाई जस्तै अधिकार दिएको हुन्छ । कम्पनी आफैमा एक कानुनी व्यक्ति हो । कम्पनीले आफ्नो नाममा सम्पत्ति किन्न, बिक्री गर्न, बैङ्कबाट ऋण लिन र मुद्दा मामिला गर्न

सक्छ । कम्पनीले गर्ने सबै काम कम्पनीको नाममा हुन्छ । कम्पनीको आफ्नै अलग अस्तित्व हुन्छ, त्यसैले यसलाई कृत्रिम व्यक्ति भनिन्छ ।

(ख) सीमित दायित्व **(Limited liability)** : कम्पनीको दायित्व साधारण सेयरधनीले खरिद गरेको वा खरिद गर्न कबुल गरेको सेयरको अधिकतम रकमसम्म मात्र सीमित रहन्छ । कम्पनीका मालिक वा सेयरधनीहरू व्यक्तिगत रूपमा कम्पनीको ऋण तिर्न बुझाउन बाध्य हुँदैनन् । अर्थात् उनीहरूले व्यक्तिगत सम्पत्तिबाट कम्पनीको दायित्व भुक्तान गर्नुपर्दैन । कम्पनी टाट पल्टिएमा गुमाउने भनेको सेयर लगानीको रकम मात्र हो ।

(ग) छुट्टै कानुनी अस्तित्व **(Separate legal entity)** : कम्पनी छुट्टै कानुनी अस्तित्व भएको सङ्गठित संस्था हो । कम्पनीको सम्पूर्ण कारोबार कम्पनीको नामबाट हुन्छ । यसले आफ्नो नामबाट चलअचल सम्पत्ति प्राप्त गर्न, राख्न र बेचबिखन गर्न सक्छ । यसले आफ्नो नामबाट नालिस उजुर गर्न र यस उपर पनि सोही नामबाट नालिस उजुर लाग्न सक्छ । यसले प्राकृतिक व्यक्तिसरह करार गर्न र करारबमोजिम अधिकार प्रयोग गर्न तथा दायित्व निर्वाह गर्न सक्छ ।

(घ) स्थायी अस्तित्व **(Permanent existance)** : कम्पनी कानुनी रूपमा दर्ता भएपछि यसको अस्तित्व निरन्तर रहिरहन्छ । कम्पनीको स्वामित्व तथा व्यवस्थापनमा परिवर्तन भएपनि यसको अस्तित्वमा कुनै फरक पर्दैन । कुनै सञ्चालक, सेयरधनीको मृत्यु भएमा वा राजीनामा दिएमा वा टाट पल्टिएमा पनि कम्पनी निरन्तर सञ्चालन हुन्छ । कम्पनी कानुनी रूपमा खारेज नभएसम्म यसको अस्तित्व रहिरहन्छ ।

(ङ) सेयरको हस्तान्तरण **(Transfer of share)** : निजी कम्पनीमा सेयरको हस्तान्तरणमा प्रतिबन्ध लगाइएको हुन्छ । यस्तो प्रतिबन्ध कम्पनीको नियमावलीमा उल्लेख गरेबमोजिम हुन्छ । सार्वजनिक कम्पनीमा कुनै व्यक्तिले आफ्नो सेयर अर्को व्यक्तिलाई बिक्री वितरण गर्न वा हस्तान्तरण गर्न सक्छ । सार्वजनिक कम्पनीको सेयर किनबेच गर्न पनि सजिलो हुन्छ ।

(च) स्वामित्व र व्यवस्थापन **(Ownership and management)** : निजी कम्पनीमा स्वामित्व र व्यवस्थापन एकै हुन सक्छ । संस्थापक वा मालिकहरू आफैले कम्पनीको व्यवस्थापन गर्न सक्छन् । कतिपय अवस्थामा कम्पनीको व्यवस्थापनका लागि विशेष दक्षता, ज्ञान र अनुभव भएका व्यक्तिहरू नियुक्त गर्न सकिन्छ । तर सार्वजनिक कम्पनीमा स्वामित्व र व्यवस्थापन अलग अलग हुन्छ । कम्पनीको स्वामित्व सेयरधनीहरूको हुन्छ भने यसको व्यवस्थापनका लागि सञ्चालक समितिको गठन गरिएको हुन्छ । सञ्चालक समितिले नीति नियमहरू बनाउँछ भने व्यावसायिक दक्षता भएका विज्ञहरूको समूहले व्यवस्थापन गर्ने गर्छ ।

(छ) पुजी सङ्कलन **(Capital accumulation)** : निजी कम्पनीमा संस्थापकहरूले व्यक्तिगत रूपमा व्यवसाय सञ्चालनका लागि आवश्यक पर्ने पुजीको सङ्कलन वा लगानी गर्छन् । यस्तो कम्पनीमा अधिकतम १०१ जना सेयरधनीहरूबाट मात्र पुजी सङ्कलन गर्न सकिन्छ । बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूबाट पनि ऋण लिएर पुजी सङ्कलन गरिन्छ । सार्वजनिक कम्पनीमा भने संस्थापकहरूले कम्पनी प्रारम्भ गर्ने समयमा लगानी गरेको सेयरका अतिरिक्त सर्वसाधारणलाई प्रारम्भिक सार्वजनिक निष्कासन, अतिरिक्त सार्वजनिक निस्कासन, ऋणपत्र जारी गरेर पुजी सङ्कलन गर्छन् । यसको अलावा वैदेशिक लगानी र बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूबाट पनि पुजी जुटाउन सकिन्छ ।

३.२ निजी र सार्वजनिक कम्पनीको परिचय (Introduction to Private and Public Company)

कम्पनी ऐन, २०६३ ले कम्पनीलाई निजी, सार्वजनिक, मुख्य, सहायक, विदेशी, सूचीकृत र मुनाफा वितरण नगर्ने गरी सात प्रकारमा वर्गीकरण गरेको छ । यहा निजी र सार्वजनिक कम्पनीका बारेमा मात्र चर्चा गरिएको छ ।

(क) निजी कम्पनी (Private Company)

एभरेस्ट टेक सोलुसन्स प्रा.लि. नेपालमा स्थापना गरिएको एउटा निजी कम्पनी हो । यस कम्पनीका संस्थापकहरू आरव श्रेष्ठ, मीरा खड्का, स्नेहा शाह, विकास लामा र महेश विश्वकर्मा हुन् । कम्पनीले सफ्टवेयर विकास र साइबर सुरक्षाका लागि आधुनिक सूचना प्रविधिसाग सम्बन्धित सेवाहरू प्रदान गर्छ । यसलाई कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालय (Office of Company Registrar) मा निजी कम्पनीका रूपमा दर्ता गरिएको छ । जसको सुरुआती लगानी ५ करोड रुपिया छ र पाच जना संस्थापकहरू आरव श्रेष्ठ, मीरा खड्का, स्नेहा शाह, विकास लामा र महेश विश्वकर्माले क्रमश: ३०, २०, २०, १५ र १५ प्रतिशत लगानी गरेका छन् । यो निजी कम्पनी भएकाले सेयरको स्वामित्व संस्थापक सदस्यहरूमा सीमित छ । सुरुआती वर्षमा कम्पनीले साना व्यवसायहरूका लागि वेबसाइट र मोबाइल एप्लिकेसन विकास गर्ने

कार्य गऱ्यो भने हाल आएर साइबर सुरक्षासाग सम्बन्धित कामहरू पनि गरिरहेको छ । स्थापना भएको तीन वर्षभित्र एभरेस्ट टेक सोलुसन्स नाफा कमाउन सफल भएको छ । कप्पनीले गत आ.व. मा कुल २० करोडको कारोबार गरी १ करोड नाफा कमाउन सफल भयो । हाल उक्त कम्पनीमा १० जना कर्मचारी कार्यरत छन् ।

निजी कम्पनी निजी स्वामित्वमा सञ्चालित एक व्यावसायिक संस्था हो । यस्तो कम्पनीमा सेयरधनीको सङ्ख्या न्यूनतम १ र बढीमा १०१ जना हुन्छ । कम्पनीले सेयर तथा डिबेन्चर सर्वसाधारणलाई बिक्री गर्न पाउादैन । साथै यस्तो कम्पनीको सेयर सेयरबजारमा पनि सूचीकृत हुादैन वा स्टक बजारमा कारोबार गर्नका लागि उपलब्ध हुादैन । निजी कम्पनीको नामको पछाडि प्राइभेट लिमिटेड - प्रा.लि. (Private Limited - Pvt.Ltd) लेखिएको हुन्छ । निजी कम्पनीले सरकारको सम्बन्धित विभागमा दर्ता गरी अनुमति प्रमाणपत्र प्राप्त गरेपछि व्यवसाय सञ्चालन गर्न सक्छ ।

कम्पनीको सञ्चालन तथा व्यवस्थापन सञ्चालक समिति (Board of directors) ले गर्छ । निजी कम्पनी वा व्यवसायमा सञ्चालकहरूको नियुक्ति र सङ्ख्या कम्पनीको नियामावलीमा व्यवस्था भएबमोजिम हुन्छ तर सञ्चालकहरूको सङ्ख्या ११ जनाभन्दा धेरै हुादैन । सञ्चालकहरूले आफूमध्येबाट छानेको कुनै एक व्यक्ति सञ्चालक समितिको अध्यक्ष हुन्छ । व्यवसायको दैनिक प्रशासन गर्ने काम प्रबन्धक निर्देशक वा प्रमुख कार्यकारी अधिकृतले गर्छ । कम्पनीले दोहोरो लेखा प्रणालीमा आधारित भएर कम्पनीको यथार्थ कारोबार देखिने गरी लेखा राख्नुपर्छ । निजी कम्पनीले आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ६ महिनाभित्र आर्थिक वर्षको अन्त्यको वासलात, नाफा नोक्सानको हिसाब, नगद प्रवाहको विवरण तयार गर्नुपर्छ ।

(ख) सार्वजनिक कम्पनी **(Public Company)**

कञ्चनजङ्घा हाइड्रोपावर लिमिटेड एक सार्वजनिक कम्पनी हो । सात जना प्रवर्धकहरू मिलेर रु. ५० करोड अधिकृत पुाजी राखेर कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा कम्पनी दर्ता भएको छ । जसमा प्रारम्भिक रु. १५ करोड प्रवर्धकहरू (Promoters) ले लगानी गरेका छन् । कम्पनी नेपाल स्टक एक्सचेन्जमा सूचीकृत भई रु. २० करोड बराबरको प्रारम्भिक सार्वजनिक निष्कासनमार्फत २० लाख कित्ता सेयर आम सर्वसाधारणलाई जारी गरेको छ । कम्पनीको मुख्य कार्यालय झापा जिल्लाको बिर्तामोडमा रहेको छ ।

KANCHANJUNGA HYDROPOWER LIMITED

सार्वजनिक कम्पनी सार्वजनिक स्वामित्वमा सञ्चालित एक व्यावसायिक संस्था हो । यस्तो कम्पनीमा सेरधनीको न्यूनतम सङ्ख्या ७ जना र बढीमा जति पनि हुन सक्छ । कम्पनी सेयर बजारमा सूचीकृत भएपछि सेयर तथा धितोपत्र सर्वसाधारणलाई बिक्री गर्न पाउाछ । सार्वजनिक कम्पनीको नामको पछाडि लिमिटेड (लि.) [Limited-Ltd.] लेखिएको हुन्छ । यस्ता कम्पनीले सरकारको सम्बन्धित विभागमा दर्ता भई अनुमतिको प्रमाणपत्र र व्यवसाय प्रारम्भको प्रमाणपत्र प्राप्त गरेपछि मात्र कारोबार गर्न पाउाछन् ।

नेपाल सरकारले राजपत्रमा सूचना प्रकाशन गरी कुनै खास कम्पनीका लागि चुक्ता पुाजी बढी हुनुपर्ने गरी व्यवस्था गरिएकोबाहेक सार्वजनिक कम्पनीको चुक्ता पुाजी रु. एक करोड रुपियाा हुनुपर्छ । नेपालका बैङ्किङ कारोबार, वित्तीय कारोबार, बिमासम्बन्धी व्यवसाय वा कारोबार, धितोपत्रसम्बन्धी व्यवसाय, निवृत्तभरण कोष वा सामूहिक बचत कोष सञ्चालन गर्ने कम्पनी सार्वजनिक कम्पनीका रूपमा मात्र संस्थापना गर्न सकिने व्यवस्था छ । सार्वजनिक कम्पनीले आफ्नो प्रबन्धपत्र र नियमावली कारोबार सुरु गर्ने इजाजत प्राप्त गरेको तीन महिनाभित्र र विवरणपत्र धितोपत्र सार्वजनिक निस्कासन गर्नुपूर्व प्रकाशन गर्नुपर्छ ।

निजी कम्पनी जस्तै सार्वजनिक कम्पनीको सञ्चालन र व्यवस्थापन सञ्चालक समितिले गर्छ । यस्तो कम्पनीमा सञ्चालकको सङ्ख्या कम्तीमा तीन जना र बढीमा ११ जनासम्म हुन्छ । सञ्चालकको नियुक्ति कम्पनीको साधारण सभाद्वारा गरिन्छ र आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ६ महिनाभित्र वार्षिक साधारण सभा सम्पन्न गर्नुपर्छ । साधारण सभाले नियुक्त गरेका सञ्चालकहरूको कार्यकाल कम्पनीको नियमावलीबमोजिम वा अधिकतम चार वर्ष हुन्छ । सञ्चालकहरूमध्येबाट प्रबन्ध निर्देशक वा प्रमुख कार्यकारी अधिकृत नियुक्त गरिन्छ । कम्पनीले प्रत्येक वर्ष वार्षिक साधारण सभा हुनुभन्दा कम्तीमा ३० दिन अगावै तोकिएको ढााचामा वासलात, नाफा नोक्सान हिसाब, नगद प्रवाह विवरण तयार गर्नुपर्छ र सार्वजनिक पनि गर्नुपर्छ ।

(ग) निजी कम्पनी र सार्वजनिक कम्पनीको भिन्नता **(Difference between private and public company)**

निजी कम्पनी र सार्वजनिक कम्पनीबिचको भिन्नता तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ :

भिन्नताका आधार	निजी कम्पनी	सार्वजनिक कम्पनी
१. सेयरधनीहरूको सङ्ख्या (Number of shareholders)	निजी कम्पनीमा सेयरधनीहरूको न्यूनतम सङ्ख्या एक र बढीमा १०१ जनासम्म हुन्छ ।	सार्वजनिक कम्पनीमा सेयरधनीहरूको न्यूनतम सङ्ख्या सात र बढीमा जतिसुकै जना पनि हुन्छ ।

२. कम्पनीको नाम (Name of Company)	निजी कम्पनीले आफ्नो नामको पछाडि प्राइभेट लिमिटेड (प्रा.लि.) लेख्नुपर्छ ।	सार्वजनिक कम्पनीले आफ्नो नामको पछाडि लिमिटेड (लि.) लेख्नुपर्छ ।
३. सेयरको हस्तान्तरण (Transfer of share)	निजी कम्पनीले सेयर तथा ऋणपत्र खुला रूपमा बिक्री गर्न पाउादैनन् ।	सार्वजनिक कम्पनीले धितोपत्रमा सूचीकृत भएपछि सर्वसाधारणलाई सेयर तथा ऋणपत्र बिक्री गर्न पाउाछन् ।
४. चुक्ता पुाजी (Paid up capital)	निजी कम्पनीका लागि न्यूनतम चुक्ता पुाजी रु. एक लाख तोकिएको छ ।	सार्वजनिक कम्पनीका लागि न्यूनतम चुक्ता पुाजी रु. एक करोड तोकिएको छ ।
५. कारोबारको प्रारम्भ (Commencement of business)	निजी कम्पनीले सम्बन्धित विभागमा दर्ता गरेर प्रमाणपत्र प्राप्त गरेपछि कारोबार सुरु गर्न पाउाछन् ।	सार्वजनिक कम्पनीले व्यवसाय दर्ता साथै व्यवसाय प्रारम्भको प्रमाणपत्र प्राप्त गरेपछि मात्र कारोबार सुरु गर्न पाउाछन् ।
६. गोपनियता (Secracy)	निजी कम्पनीहरूले आफ्ना वित्तीय प्रतिवेदनहरू सार्वजनिक गर्नुपर्दैन ।	सार्वजनिक कम्पनीहरूले वित्तीय प्रतिवेदनहरू अनिवार्य रूपमा सार्वजनिक गर्नुपर्छ ।

(घ) कम्पनी व्यवसाय सुरु गर्नुका कारण (Reasons for starting Company Business)

कम्पनी व्यवसायका धेरै अवसर र फाइदाहरू छन् । कम्पनीका सेयरधनीको सीमित दायित्व हुन्छ जसले गर्दा सेयरधनीको व्यक्तिगत सम्पत्ति सुरक्षित रहन्छ । सरकारबाट कर छुट, अनुदान र सहुलियत ऋण जस्ता प्रोत्साहनहरू पनि प्राप्त गर्न सकिन्छ । व्यक्तिगत व्यवसायमाभन्दा कम्पनी व्यवसायमा बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाबाट सहज रूपमा ऋण लिन सकिन्छ साथै वैदेशिक लगानीसमेत आकर्षित गर्न सकिन्छ । सेयर तथा ऋण पत्र जारी गरेर धेरै पुाजी जुटाउन सकिन्छ । कम्पनीको व्यवसाय दीर्घकालीन प्रकृतिको हुन्छ । कम्पनी व्यवसाय सुरु गर्नुका केही महत्त्वपूर्ण कारणहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) सीमित दायित्व **(Limited liability)** : साधारण सेयरधनीको दायित्व उसले लगानी गरेको रकमसम्म मात्र सीमित हुन्छ । कम्पनी घाटामा गएमा सेयरधनीको व्यक्तिगत सम्पत्ति जफत हुादैन । यदि कसैले कुनै कम्पनीमा ५ लाख रुपियाा लगानी गरेको छ

भने कम्पनी विघटन भएमा लगानीकर्ताको ५ लाख गुम्न सक्छ तर घर, घडेरी र अन्य सम्पत्ति जफत हुँदैन ।

(आ) स्थायी उत्तराधिकार **(Prepetual succession)** : कम्पनीको संस्थापक वा सञ्चालकको मृत्यु भएमा र पदत्याग गरेमा पनि कम्पनी सञ्चालनमा रहिरहन्छ । नयाँ संस्थापक वा सञ्चालकमा अधिकार स्थानान्तरण हुन्छ र कम्पनी सधैँ कायम रहन्छ ।

(इ) पुँजी जुटाउने सुविधा **(Capital raising facility)** : कम्पनीले संस्थापकहरूबाट जुटाएको लगानीबाहेक सेयर बिक्री गरेर, ऋणपत्र जारी गरेर वा अन्य साधनमार्फत ठुलो रकम सजिलै सङ्कलन गर्न सक्छ । यसले गर्दा कम्पनी व्यवसायका लागि आवश्यक पर्ने पुँजीको प्रबन्ध गर्न सहज हुन्छ ।

(ई) सेयर हस्तान्तरणमा सजिलो **(Easy in transfer of share)** : कम्पनीको सेयर स्वामित्व सजिलै अर्को व्यक्तिमा स्थानान्तरण गर्न सकिन्छ । उदाहरणका लागि तपाईंले खरिद गरेको नेपाल टेलिकमको सेयर कम्पनीको अनुमतिबिना नै धितोपत्र बजारमा बिक्री वितरण गर्न सक्नुहुन्छ ।

(उ) विश्वसनीयता र प्रतिष्ठा **(Credibility and reputation)** : कम्पनीप्रति बैङ्क, ग्राहक र आपूर्तिकर्ताले बढी विश्वास गर्छन् । यसले गर्दा व्यावसायिक लेनदेनमा सजिलो हुन्छ । कम्पनीलाई व्यक्तिगत व्यवसायभन्दा बढी र सहजै ऋण सुविधा प्राप्त हुन्छ ।

(ऊ) कर छुट र वित्तीय प्रोत्साहन **(Tax exemption and financial incentives)** : कम्पनीहरूले केही खर्चहरूमा कर कटौती पाउन सक्छन् । सरकारले विभिन्न कर छुट र प्रोत्साहन पनि दिन सक्छ । अनुसन्धान र विकासमा गरेको खर्च आफ्नो करयोग्य आम्दानीबाट घटाउन पाउने सुविधा हुन्छ ।

(ऋ) प्रजातान्त्रिक र प्रभावकारी व्यवस्थापन **(Democratic and effective managem**ent) : साधारण सभाले प्रजातान्त्रिक पद्धतिबाट चुनेका सञ्चालकहरूले कम्पनीको सञ्चालन र व्यवस्थापन गर्ने गर्छन् । यसका लागि सञ्चालक समितिले दक्ष कार्यकारी अधिकृत, प्रबन्धकहरू र अन्य कर्मचारी नियुक्ति गर्छन् । तसर्थ कम्पनीमा प्रभावकारी सञ्चालन र व्यवस्थापन हुने गर्छ ।

(ए) विस्तारको अवसर **(Expantion opportunity)** : पर्याप्त पुँजी, व्यवस्थापन र प्रतिष्ठाका कारण कम्पनीहरूले सजिलै नयाँ बजारमा प्रवेश गर्न र शाखा विस्तार गर्न सक्छन् । थप पुँजी सङ्कलन गरेर व्यवसायको आकार विस्तार गर्न सकिने सम्भावना सधैँ रहिरहन्छ ।

(ङ) कम्पनी व्यवसायका चुनौतीहरू **(Challenges of company business)**

कम्पनीलाई व्यवसाय सञ्चालन गर्दा धेरै प्रकारका चुनौतीहरू आउन सक्छन् । बजारमा नयाा प्रतिस्पर्धीहरू देखा पर्न सक्छन् । ग्राहकहरूको रुचि, स्वाद र चाहना परिवर्तन हुन सक्छ । प्रविधिको विकासले कम्पनीले उत्पादन गरेका वस्तु तथा सेवाहरू अप्रचलित हुन सक्छन् । आर्थिक सङ्कटले कम्पनीको आम्दानीमा असर गर्न सक्छ । नियम, कानुन परिवर्तन हुन सक्छ । कर्मचारीहरूलाई उत्प्रेरित गरेर कम्पनीमा टिकाइराख्न नसकिने हुन्छ । कम्पनीमा आन्तरिक असमझदारी र निर्णय ढिलाइले कम्पनीको अपेक्षित उपलब्धि हासिल नहुन सक्छ । यी सबै चुनौतीहरू सामना गर्न कम्पनीले लचिलो, चााडो निर्णय गर्ने र नवीन सोच अपनाउने रणनीति बनाउन आवश्यक हुन्छ । कम्पनी व्यवसायका केही मुख्य चुनौतीहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) स्थापना गर्न कठिन **(Difficult to establish) :** एकलौटी र साझेदारी व्यवसायभन्दा कम्पनी व्यवसाय स्थापना गर्न जटिल हुन्छ । यसको स्थापनाका लागि कम्पनी ऐनअन्तर्गत रहेर कानुनी प्रावधानहरू पूरा गर्नुपर्छ । यसको दर्ता प्रक्रिया लामो र झन्झटिलो रहेको छ । कम्पनी स्थापना गर्नु अगाडि प्रबन्धपत्र, नियमावलीलगायतका दस्तावेज तयार गर्नुपर्छ । त्यस्तै दर्ता पछि पनि कम्पनी सञ्चालन गर्न सञ्चालनको अनुमतिपत्र प्राप्त गर्नुपर्ने हुन्छ । कम्पनी व्यवसाय सञ्चालन गर्न लगानी र समय दुबै बढी लाग्छ ।

(आ) स्वामित्व र व्यवस्थापन अलग **(Different in ownership and management) :** कम्पनी व्यवसायमा कम्पनीका मालिक र व्यवस्थापकहरू अलगअलग हुन्छन् । कम्पनीको स्वामित्व सेयरधनीमा निहित हुन्छ । सेयरधनीहरूबाट चुनिएका व्यक्तिहरूमध्येबाट सञ्चालक समिति गठन हुन्छ र यी चुनिएका व्यक्तिहरूले कम्पनीको व्यवस्थापन गर्छन् । कम्पनीका सबै सेयरधनीहरू कम्पनीको व्यवस्थापकीय कार्यमा सामेल हुने अवसर नहुने भएकाले सञ्चालक समितिले सेयरधनीहरूको हितमा भन्दा पनि आफ्नै हितमा निर्णय गर्न सक्ने अवस्था हुन्छ । यस्तो कार्यले कम्पनीमा अविश्वास, पारदर्शितामा कमी तथा कार्यक्षमतामा ह्रास ल्याउने खतरा हुन्छ ।

(इ) गोपनीयता नहुनु **(Lack of privacy) :** कम्पनी व्यवसायमा गोपनीयताको अभाव हुन्छ । कम्पनीका वित्तीय विवरण, नाफानोक्सान, वार्षिक प्रतिवेदनहरू सार्वजनिक गर्नुपर्ने हुन्छ । यसले गर्दा अन्य प्रतिस्पर्धी संस्थाहरूले कम्पनीका बारेमा सूचना प्राप्त गरी सोहीबमोजिम नीति, कार्यक्रम तथा योजना बनाएर कम्पनीलाई प्रतिस्पर्धी बजारमा पछि पार्न सक्ने अवस्था हुन सक्छ ।

(ई) सेयरको सट्टाबाजी **(Speculation of shares) :** सर्वसाधारणको कम्पनीप्रतिको विश्वास बढोस् भनी कम्पनीहरूले सेयर बजारमा आ□नो कम्पनीको सेयर सूचीकृत गर्छन् । यसरी सूचीकृत भएको सेयर कम्पनीका सञ्चालक तथा सेयरधनीहरूले आफ्नो नीजि स्वार्थ पूर्तिका लागि अनुचित तरिकाले सट्टाबाजीलाई बढावा दिन वा कृत्रिम उतारचढाब गराउन सक्छन् । यस्तो कार्यले सर्वसाधारणको लगानी सुरक्षित नरहने र कम्पनीको ख्याति पनि गुम्ने सम्भावना रहन्छ ।

(उ) अधिकारको गुटबन्दी **(Groupism of authority) :** कम्पनी व्यवसायमा कम्पनी सञ्चालन गर्ने अधिकार सञ्चालक समितिमा केन्द्रित हुन्छ । कम्पनीको समग्र विकासमा उनीहरूको सोच, क्षमता, अनुभव र दूरदर्शितामा निर्भर हुन्छ । सञ्चालक समितिका सदस्यहरूबिच आपसी मनमुटाव र बेमेलको अवस्था भएमा कम्पनीमा गुटबन्दी हुन गई कम्पनी र सेयरधनी दुबैलाई हनिनोक्सानी पुग्न सक्छ ।

(ऊ) हितको टकराव **(Conflict of interest) :** कम्पनीको स्वामित्व, व्यवस्थापन र कर्मचारीबिच हितको टकराव हुन सक्छ । ठूला सेयरधनीले व्यक्तिगत स्वार्थका लागि साना सेयरधनीलाई बेवास्ता गर्न सक्छन् । सञ्चालक समितिले कम्पनीको सम्पत्ति र अवसरलाई आफ्नै हितमा प्रयोग गरी अनुचित लाभ लिन सक्छ । व्यवस्थापन तथा कर्मचारीले आपूर्तिकर्ता, ग्राहक एवम् अन्य सरोकारवालालगायतबाट अनुचित लाभ लिन सक्छन् । यस्तो कार्यले अविश्वास बढाइ कम्पनीको दिगोपनमा नकारात्मक असर पार्न सक्छ ।

(ऋ) सामाजिक अवगुण **(Social vices) :** कम्पनी व्यवसाय पर्याप्त पुजी, ठूलो आकार तथा आर्थिक रुपमा शक्तिशाली हुने भएकाले एकाधिकार समेत प्राप्त हुने सम्भावना हुन्छ । कम्पनीहरू अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा, अनैतिक क्रियाकलाप जस्तै : मिसावट, कर छलीमा संलग्न भई नाफा कमाउनमा मात्र केन्द्रित हुन सक्छन् । कम्पनीले वहन गर्नु पर्ने व्यावसायिक नैतिकता एवम् सामाजिक उत्तरदायित्व गौण हुन सक्छ ।

३.३ कम्पनीका लागि आवश्यक कागजातहरू (Documents Required for Company)

नेपालमा कम्पनी स्थापना र सञ्चालनका लागि स्पष्ट कानुनी व्यवस्था छ र सोहीअनुरूप प्रशासनिक संरचाहरूको पनि व्यवस्था गरिएको छ । यसले व्यवसायलाई कानुनी मान्यता दिने, लगानीकर्ताको सुरक्षा गर्ने, आर्थिक पारदर्शिता सुनिश्चित गर्ने जस्ता कार्यमा सहयोग पुऱ्याउछ । नेपालको सन्दर्भमा

कम्पनी व्यवसाय स्थापना गर्न चाहनेहरूले देहायका कागजात तथा विवरणहरू तयार गरी सम्बन्धित निकायमा पेस गर्नुपर्ने व्यवस्था छ :

(क) प्रबन्धपत्र **(Memorandum of Association) :** प्रबन्धपत्र कम्पनीको मुल कानुनी दस्तावेज हो । यसले कम्पनीको संरचना, उद्देश्य, कार्यक्षेत्र, अधिकार र कर्तव्यलगायतका विषय समेटेको हुन्छ । कम्पनीको प्रबन्धपत्र व्यक्तिको जन्म दर्ताको प्रमाणपत्र जस्तै हो । कम्पनी ऐन, २०६३ को परिच्छेद ३ (१८) (१) अनुसार कम्पनीको प्रबन्धपत्रमा देहायका विवरण उल्लेख भएको हुनुपर्छ :

- कम्पनीको नाम
- कम्पनीको रजिस्टर्ड कार्यालय रहने ठेगाना
- कम्पनीको उद्देश्य
- कम्पनीको उद्देश्य प्राप्त गर्न गरिने कामहरू
- कम्पनीको अधिकृत पुजीको अङ्क, कम्पनीले तत्काल जारी गर्ने सेयर पुजीको अङ्क र कम्पनीको संस्थापकले चुक्ता गर्न कबुल गरेको अङ्क
- कम्पनीको सेयरको किसिम, त्यस्ता सेयरमा निहित हक, अधिकार, प्रत्येक सेयरको मूल्य र विभिन्न प्रकारको सेयर सङ्ख्या
- सेयर खरिद वा हस्तान्तरण गर्न कुनै बन्देज रहेको भए सो कुरा
- संस्थापकहरूले तत्काल लिन कबुल गरेको सेयर सङ्ख्या
- सेयरको रकम भुक्तानीका सर्तहरू
- सेयरधनीहरूको दायित्व सीमित रहने कुरा
- प्राइभेट कम्पनीको हकमा सेयरधनीहरूको अधिकतम सङ्ख्या
- अन्य आवश्यक कुराहरू ।

पब्लिक कम्पनीको प्रबन्धपत्रको ढाचा निम्नानुसार छ :

अनुसूची ११

(दफा १८ को उपदफा (६) साग सम्बन्धित)

पब्लिक लिमिटेड कम्पनीको प्रबन्धपत्रको ढाचा

कम्पनी ऐन, २०६३ अन्तर्गत संस्थापित

................(कम्पनीको पूरा नाम लेख्ने) पब्लिक लिमिटेड कम्पनीको

प्रवन्धपत्र

१. कम्पनीको नाम : यस कम्पनीको नाम...हुने छ ।

२. कम्पनीको रजिस्टर्ड कार्यालय रहने ठेगाना : यस कम्पनीको रजिस्टर्ड कार्यालय .... जिल्ला......... .... नगरपालिका/गाउापालिकामा रहने छ ।

३. कम्पनीले गर्ने व्यवसाय वा कारोबारको प्रकृति : कम्पनीले गर्ने व्यवसाय वा कारोबार उत्पादनमूलक, व्यापारमूलक, सेवामूलक वा अन्य कुन प्रकृतिको हो, सो खुलाउने ।

४. कम्पनीको उद्देश्य : १. यस कम्पनीको उद्देश्य देहायबमोजिम हुने छ :-

(क)

(ख)

(ग)

(घ)

२. कम्पनीले उपदफा (१) बमोजिमको उद्देश्य कार्यान्वयन गर्न प्रचलित कानुनबमोजिम सम्बन्धित निकायबाट अनुमति वा इजाजत प्राप्त गर्नुपर्ने भएमा सो प्राप्त भएपछि मात्र कार्यान्वयन गरिने छ ।

३. उपदफा (१) मा उल्लिखित उद्देश्यका सम्बन्धमा अनुमति वा इजाजत प्राप्त गरेको पन्ध्र दिनभित्र त्यस्तो अनुमति वा इजाजतपत्रको प्रतिलिपि कार्यालयमा पेस गरिने छ ।

५. कम्पनीको उद्देश्य प्राप्त गर्न गरिने कामहरू : यस कम्पनीले दफा ४ बमोजिमका उद्देश्य प्राप्त गर्न देहायका कामहरू गर्न सक्ने छ :-

(क) कम्पनीलाई आवश्यक पर्ने जग्गा, भवन, सवारी साधन र आवश्यक उपकरण खरिद गर्ने वा भाडामा लिई प्रयोग गर्ने,

(ख) कम्पनीलाई आवश्यक पर्ने कर्मचारी नियुक्त गर्ने तथा तिनको सेवाका सर्तहरू निर्धारण गर्ने,

(ग) कम्पनीको नाममा बैङ्क तथा वित्तीय संस्थामा खाता खोल्ने र सञ्चालन गर्ने,

(घ) कम्पनीलाई आवश्यक पर्ने रकम बैंक वा कुनै वित्तीय संस्थाबाट कम्पनीले धितो राखी वा नराखी कर्जा लिने,

(ङ) कम्पनीको नामबाट सेयर तथा डिबेन्चर खरिद गर्ने तथा त्यसलाई बिक्री गर्ने ।

(अन्य आवश्यक कुराहरू भए खुलाउने)

६. कम्पनीको पुाजीको संरचना : कम्पनीको पुाजीको संरचना देहायबमोजिम हुने छ :-

(क) कम्पनीको अधिकृत पुाजी रु. …………… हुनेछ। सो पुाजीलाई प्रतिसेयर रु. …. दरका ………. थान साधारण सेयर र ………. थान अग्राधिकार सेयर (यदि अग्राधिकार सेयर जारी गरिने भए) मा विभाजन गरिएको छ ।

(ख) कम्पनीको तत्काल जारी गर्ने सेयर पुाजी रु ……………………………………….. …..हुनेछ । सो पुाजीलाई प्रतिसेयर रु. …. दरका ………. थान साधारण सेयर र ……….. थान अग्राधिकार सेयर (यदि अग्राधिकार सेयर जारी गरिने भए) मा विभाजन गरिएको छ ।

(ग) कम्पनीका संस्थापकहरूले तत्काल चुक्ता गर्न कबुल गरेको पुाजी रु………..हुने छ ।

(घ) कम्पनीले जारी पुाजीको ……प्रतिशत साधारण सेयर र ………… प्रतिशत अग्राधिकार सेयर सर्वसाधारणका लागि छुट्याएको छ ।

७. कम्पनीको सेयरको किसिम : (१) कम्पनीले साधारण सेयर मात्र जारी गर्ने हो वा साधारण र अग्राधिकार दुबै प्रकारका सेयर जारी गर्ने हो सो कुरा खुलाउने ।

(२) अग्राधिकार सेयर जारी गर्ने भए निम्न व्यहोरा खुलाउने :-

(क) अग्राधिकार सेयर सङ्ख्या …. र प्रति सेयरको मूल्य रु. …. ,

(ख) अग्राधिकार सेयरधनीको हक अधिकारसम्बन्धी व्यवस्था,

(ग) अग्राधिकार सेयर साधारण सेयरमा परिणत हुने वा नहुने सो कुरा ।

(३) अन्य कुनै प्रकारको सेयर जारी हुने भए सो कुराको विवरण खुलाउने ।

८. सेयर खरिद वा हस्तान्तरण गर्न कुनै बन्देज रहेको भए सो कुरा :

(क)

(ख)

(ग)

(आवश्यकतानुसार क्रम सङ्ख्या मिलाई खुलाउने)

९. सेयर बापतको रकमको भुक्तानी : (१) कम्पनीले आफ्नो आवश्यकतानुसार सञ्चालक

समितिको बैठकबाट निर्णय गरी सेयर बापतको रकम आंशिक वा पूर्ण रूपले भुक्तानी माग गर्न सक्ने छ ।

(२) सेयर बापत कम्पनीले माग गरेका रकमहरू निर्धारित समयमा सेयरधनीले बुझाउनुपर्ने छ।

(३) सेयर बापतको रकम माग गर्ने, माग गरेको रकम निर्धारित समयावधिभित्र बुझाउने, भुक्तानीको म्याद थप माग गर्ने तथा कम्पनीले म्याद दिने जस्ता कुराहरूको व्यवस्था नियमावलीमा उल्लेख भएबमोजिम हुने छ ।

१०. दायित्व सीमित हुने : यस कम्पनीको कारोबारको सम्बन्धमा सेयरधनीको दायित्व निजले खरिद गरेको वा खरिद गर्न कबुल गरेको सेयरको अंकित मूल्यसम्म मात्र सीमित रहने छ । तर कुनै सेयरधनी वा सञ्चालकले सो हैसियतमा तेस्रो पक्षसाग गरेको व्यक्तिगत जमानतसम्बन्धी सम्झौताबमोजिमको दायित्वको हकमा यो व्यवस्था लागु हुने छैन ।

११. अन्य आवश्यक कुराहरू : (१) कम्पनीको संस्थापना गर्दा लागेको खर्च कम्पनीले नै व्यहोर्नुपर्ने वा नपर्ने हो सो कुरा खुलाउने,

(२) संस्थापक वा अन्य कुनै व्यक्तिले नगदबाहेक अरू कुनै किसिमबाट सेयर खरिद गर्न वा सेयरमा हक पाउने वा नपाउने हो सो कुरा खुलाउने,

(३) कम्पनीले कारोबार सुरु गर्दाको बखतमा संस्थापक वा अन्य कुनै व्यक्तिबाट कुनै सम्पत्ति प्राप्त गर्ने भए सो कुरा खुलाउने,

(४) संस्थापक वा अन्य कुनै व्यक्तिले कम्पनीबाट कुनै विशेष सहुलियत वा अधिकार पाउने भए सो कुरा खुलाउने,

(५) कम्पनीको सेयर बिक्री वा हस्तान्तरणमा कुनै बन्देज रहेको भए सो कुरा खुलाउने ।

१२. कम्पनीको प्रकृति अनुरूप अन्य थप व्यवस्था गर्ने भए सो कुरा खुलाउने ।

१३. प्रबन्धपत्र संशोधन भएमा लागु हुने अवस्था : यस प्रबन्धपत्रमा कम्पनीले कुनै संशोधन गर्नुपर्ने भएमा साधारण सभाबाट विशेष प्रस्ताव पारित गरी सो निर्णय कार्यालयमा अभिलेख भएपछि मात्र प्रबन्धपत्र संशोधन भएको मानिने छ ।

१४. प्रवन्धपत्र बाझिएको हदसम्म अमान्य हुने : यस प्रवन्धपत्रमा लेखिएका कुरा कम्पनी ऐन,२०६३ वा अन्य प्रचलित कानुनसाग बाझिएमा बाझिएको हदसम्म स्वतः बदर हुने छ ।

१५. संस्थापकहरूले तत्काल लिन कबुल गरेको सेयर सङ्ख्या र उद्घोषण : हामी ....लि. का संस्थापकहरूले यो कम्पनी संस्थापना गरी प्रचलित कानुनबमोजिम सञ्चालन गर्न मञ्जुर गरेका छौं । यो प्रबन्धपत्रमा उल्लिखित हाम्रो नाम, ठेगाना, हस्ताक्षर, हामीले लिन कबुल गरेको सेयर र साक्षीसम्बन्धी व्यहोरा ठिक साचो हो । कुनै कारणले झुट्ठा ठहरिन गएमा कम्पनी दर्तापश्चात् सिर्जना हुने दायित्व बेहोर्न हामी तयार छौं । यो

प्रबन्धपत्रमा लेखिएका कुरा साँचो हो झुट्ठा ठहरे कानुनबमोजिम सहन बुझाउन मञ्जुर छौँ भनी सहीछाप गरेका छौँ ।

संथापकको नाम, ठेगाना र सहीछाप	बाबु/पतिको नाम	नागरिकताको प्रमाणपत्र नं. र नागरिकता प्राप्त गरेको जिल्ला/विदेशी भए राहदानी नं.	लिन कबुल गरेको सेयर सङ्ख्या	साक्षीको नाम, थर, ठेगाना र सहीछाप	साक्षीको नागरिकताको प्रमाणपत्र नं. र जिल्ला
द. नाम : ठेगाना........ जिल्ला .... नगरपालिका/ गाउपालिका., वडा नं. ... ब्लक नं. ...... फोन नं. : फ्याक्स : इमेल : पो.ब.नं. : दा. बा. (आवश्यकतानुसार थप गर्दै जाने)				द. नाम : ठेगाना.......... जिल्ला............ .... नगरपालिका/ गाउपालिका., वडा नं. .... ब्लक नं... दा. बा.	

इति संवत् २०.. ...... साल .... महिना .... गते रोज .... शुभम्––––

(ख) नियमावली **(Articles of Association) :** कम्पनीले आफ्नो काम कारवाही सञ्चालन गर्न ऐन र प्रबन्धपत्रको अधीनमा रहेर नियमावली तयार गरेको हुन्छ । नियमावलीमा सेयर तथा ऋण पुजी, साधारण सभा, सञ्चालक समितिको गठन, सङ्ख्या र कार्यकाल, हिसाबकिताब, लेखा तथा लेखापरीक्षणलगायतका विषयहरू समावेश हुन्छन् । नियमावलीमा देहायका कुराहरू उल्लेख भएको हुन्छ :

- कम्पनीको साधारण सभा बोलाउने तरिका, सभाका लागि दिनुपर्ने सूचनासम्बन्धी कुराहरू,
- साधारण सभाको कार्यविधि,

- सञ्चालकको सङ्ख्या, वैकल्पिक सञ्चालकको व्यवस्था भए सो कुरा र सञ्चालकको कार्यकाल,
- साधारण सभा तथा सञ्चालक समितिको निर्णयको अभिलेख र त्यसको प्रतिलिपि तथा निरीक्षणसम्बन्धी व्यवस्था,
- कुनै व्यक्तिले कम्पनीको सञ्चालक नियुक्त हुन सेयर लिनुपर्ने भए न्यूनतम सेयर सङ्ख्या,
- पब्लिक कम्पनी भए स्वतन्त्र सञ्चालकको योग्यता र सङ्ख्या,
- सेयरधनीबाहेक अन्य कुनै व्यावसायिक व्यक्तिलाई सञ्चालक नियुक्त गर्ने भए निजहरूको सङ्ख्या, कार्यकाल, योग्यता तथा नियुक्ति प्रक्रियासम्बन्धी व्यवस्था,
- सञ्चालक समिति र प्रबन्ध सञ्चालकको अधिकार र कर्तव्यहरू,
- सञ्चालकहरूको अख्तियारी तथा अख्तियारीको प्रत्यायोजन,
- सञ्चालक समितिको बैठकको गणपूरक सङ्ख्या, बैठकको सूचना तथा बैठक कार्यविधि,
- सेयरमा लियन रहने कुरा,
- विभिन्न वर्गका सेयरहरू र त्यस्ता सेयरमा निहित हक, अधिकार तथा बन्देजहरू,
- सेयरबापतको रकमको भुक्तानीको माग तथा सेयर जफतसम्बन्धी व्यवस्था,
- सेयर हस्तान्तरणसम्बन्धी व्यवस्था,
- सेयर पुाजी थपघट गर्ने कुरा,
- कम्पनीले आफ्नो सेयर आफौ खरिद गर्ने भए सो कुरा,
- कम्पनी सचिवको नियुक्ति,
- सञ्चालकको पारिश्रमिक, भत्ता र सुविधासम्बन्धी व्यवस्था,
- आफ्नो कारोबारमा छाप प्रयोग गर्ने भए कम्पनीको छापको प्रयोग,
- कम्पनीको लेखा, हिसाबकिताब तथा लेखापरीक्षण,
- ऋण वा डिबेञ्चर उठाउन सक्ने व्यवस्था,
- कम्पनी गाभिने कुरा,
- कुनै खास व्यवसाय गर्ने कम्पनीले नियमावलीमा खुलाउनुपर्ने भनी प्रचलित कानुनमा कुनै व्यवस्था गरिएको भए त्यस्तो कुरा,
- नियमावलीमा खुलाउनुपर्ने अन्य आवश्यक कुराहरू ।

(ग) विवरण पत्र **(Prospectus)** : सार्वजनिक कम्पनीले सेयर वा धितोपत्र सर्वसाधारणलाई बजारमा बिक्री गर्नुपूर्व प्रकाशित गर्ने दस्तावेजलाई विवरणपत्र भनिन्छ । निजी कम्पनीले सार्वजनिक रूपमा सेयर वा धितोपत्र बिक्री गर्न पाउादैन त्यसैले यस्ता कम्पनीले विवरणपत्र प्रकाशित गर्नुपर्ने कानुनी आवश्यकता हाुदैन । निजी कम्पनीको पुाजी सीमित सङ्ख्याका सेयरधनीहरूबाट सङ्कलन गरिन्छ र नयाा सेयरधनी भित्र्याउादा पनि आपसी सहमतिमा मात्र हुन्छ । त्यसैले निजी कम्पनीले लगानीकर्तालाई जानकारी दिन सार्वजनिक प्रकटीकरण गर्न आवश्यक हाुदैन । तर सार्वजनिक कम्पनीले कम्पनीको आर्थिक अवस्था, वित्तीय अवस्था, व्यवस्थापन, व्यवसायमा निहित जोखिमलगायतका विविध पक्षहरू समावेश गरेर अनिवार्य रूपमा विवरणपत्र प्रकाशन गर्नुपर्छ । सार्वजनिक कम्पनीमा सम्भावित लगानीकर्तालाई व्यवसायको अवस्था, सम्भावित जोखिमबारे जानकारी दिने उद्देश्यले विवरणपत्र तयार गरिन्छ ।

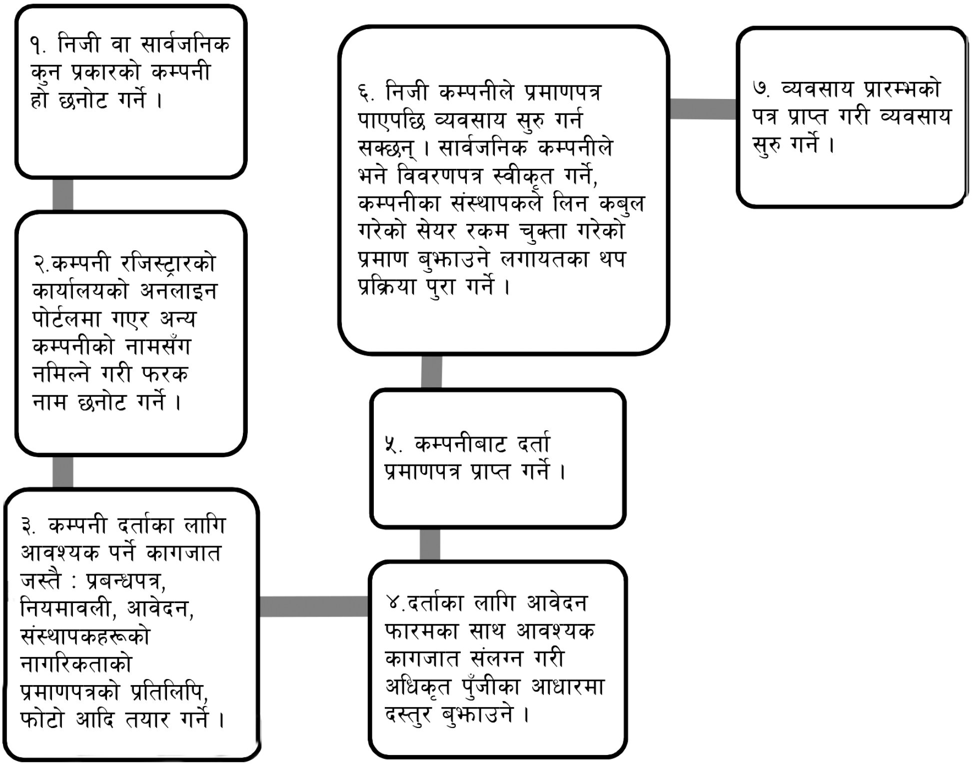
(घ) कम्पनी संस्थापनको प्रमाणपत्र **(Certificate of incorporation) :** कम्पनी संस्थापनाका लागि निवेदन प्राप्त भएपछि सम्बन्धित कार्यालयले जााचबुझ गरी निवेदन प्राप्त भएको मितिले सात दिनभित्र तोकिएको दस्तुर लिएर कम्पनी दर्ता गरिदिनुपर्छ र तोकिदिएको ढााचामा निवेदकलाई कम्पनी दर्ताको प्रमाणपत्र प्रदान गर्नुपर्छ ।

(ङ) व्यवसाय प्रारम्भको प्रमाणपत्र **(Certificate of commencement) :** निजी कम्पनीले व्यवसाय सञ्चालन गर्नका लागि छुट्टै रूपमा व्यवसाय प्रारम्भको प्रमाणपत्र लिनुपर्दैन । कम्पनी दर्ता प्रमाणपत्र प्राप्त गरेपछि आफ्नो व्यवसाय सुरु गर्न सक्छ । कम्पनी दर्ता भएपछि कानुनतः व्यापारिक गतिविधिहरू गर्न अनुमति पाउाछ । निजी कम्पनीका लागि व्यवसाय सुरु गर्न दर्ता प्रमाणपत्र नै पर्याप्त हुन्छ ।

सार्वजनिक कम्पनीले भने व्यवसाय सुरु गर्नुअगि व्यवसाय प्रारम्भको प्रमाणपत्र अनिवार्य रूपमा प्राप्त गर्नुपर्छ । कम्पनी दर्ता भएपछि तुरुन्तै व्यवसाय सञ्चालन गर्न मिल्दैन । यसका लागि निश्चित प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्छ । यसमा कम्पनीका संस्थापकले लिन कबुल गरेको सेयर रकम चुक्ता गरेको प्रमाण, विवरणपत्रलगायतका आवश्यक विवरणहरू बुझाई सम्बन्धित निकायमा निवेदन पेस गर्नुपर्छ । जब यी सबै प्रक्रिया पूरा हुन्छन्, तब मात्र कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयबाट व्यवसाय प्रारम्भको प्रमाणपत्र प्राप्त हुन्छ । सोपश्चात् कम्पनीले आधिकारिक रूपमा व्यवसाय सुरु गर्न सक्छ ।

३.४ नेपालमा कम्पनी दर्ता प्रक्रिया (Company Registration Process in Nepal)

कम्पनीको नाम चयनदेखि दर्ता हुादै व्यवसाय प्रारम्भ सम्मको प्रक्रियालाई तलको चार्टमा प्रस्तुत गरिएको छ :



(क) कम्पनी संस्थापनाका लागि निवेदन दिने **(Application for company incorporation)**: कम्पनी दर्ता गर्न उद्योग मन्त्रालयअन्तर्गतको कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा तोकिएबमोजिमका कागजातहरू संलग्न गरेर कम्पनी संस्थापनाका लागि निवेदन दिनुपर्छ । निवेदनका साथमा कम्पनीको प्रबन्धपत्र र नियमावली, संस्थापकहरूको नागरिकताको प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि, कम्पनी संस्थापन गर्नुअगि संस्थापकहरूबिच कुनै सम्झौता भएको भए सोको प्रतिलिपि, कुनै निकायको पूर्वस्वीकृति लिनुपर्ने भएमा सोको प्रतिलिपिलगायतका कागजात संलग्न गरेर अनुसूची १बमोजिम तोकिएको ढाचामा निवेदन दिनुपर्छ । निवेदन दिादा निजी कम्पनीको हकमा कम्तीमा १ जना र सार्वजनिक कम्पनीको हकमा कम्तीमा ७ जना सदस्यहरूको हस्ताक्षर अनिवार्य हुन्छ ।

अनुसूची १

(दफा ४ को उपदफा (१) साग सम्बन्धित)

<u>कम्पनी संस्थापना गर्नका लागि दिने निवेदनको ढाांचा</u>

श्रीमान् रजिस्ट्रारज्यू,

कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालय,

......................।   विषय : <u>कम्पनी संस्थापना गरी पाउँ</u>।

महोदय,

हामीलाई ....नामको प्राइभेट/पब्लिक लिमिटेड/मुनाफा वितरण नगर्ने कम्पनी संस्थापना गर्ने इच्छा भएको हुँदा कम्पनी ऐन, २०६३ को दफा ४ को उपदफा (१) बमोजिम कम्पनी संस्थापना गर्न तपसिलबमोजिमका कागजातहरू संलग्न राखी यो निवेदन पेस गरेका छौं। उक्त कम्पनी हाम्रो नाममा दर्ता गरी पाउँ।

<u>तपसिल</u>

१. प्रबन्धपत्र तथा नियमावली प्रत्येकको दुई/दुई प्रति,

२. संस्थापकहरू नेपाली नागरिक भएमा संस्थापकहरूको नागरिकताको प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि,

३. पब्लिक लिमिटेड कम्पनीको हकमा संस्थापनाअघि संस्थापकहरूबिच कुनै सम्झौता भएको भए सोको प्रतिलिपि,

४. प्राइभेट लिमिटेड कम्पनीको हकमा संस्थापकहरूबिच कुनै सर्वसम्मत सम्झौता भएको भए सोको प्रतिलिपि,

५. कम्पनी संस्थापना गर्नेबारे सम्बन्धित निकायको पूर्वस्वीकृति वा इजाजतपत्र (कुनै निकायको पूर्वस्वीकृति वा इजाजतपत्र चाहिने भएमा मात्र)

६. संस्थापक सङ्गठित संस्था भए,

(क) संस्था दर्ता प्रमाणपत्र,

(ख) कम्पनी संस्थापनाबारे सञ्चालक समितिको निर्णय,

(ग) संस्थापना वा दर्ताको प्रमाणपत्र तथा संस्थापनासम्बन्धी प्रमुख लिखतहरू,

(घ) संस्थापकका रूपमा सङ्गठित संस्थाको प्रतिनिधित्व गर्ने व्यक्तिको नियुक्तिसम्बन्धी लिखत।

७. विदेशी लगानी हुने भए,

(क) विदेशी लगानीबारे सम्बन्धित निकायको अनुमति पत्र,

(ख) संस्थापक विदेशी व्यक्ति भए निज कुन मुलुकको नागरिक हो सो खुल्ने प्रमाण वा राहदानीको प्रतिलिपि,

(ग) संस्थापक विदेशी सङ्गठित संस्था भए संस्थापनाको प्रमाणपत्रको प्रतिलिपि तथा संस्थापनासम्बन्धी प्रमुख लिखतहरू (जस्तै : प्रबन्धपत्र, नियमावली वा विधान)

८. म/हामीले सरकारी वा सार्वजनिक संस्थानहरूलाई बुझाउनुपर्ने बाकी बक्यौता छैन ।

९. उपर्युक्त बेहोरा ठीक साचो छ, झुट्ठा ठहरे कानुनबमोजिम सहुला बुझाउला ।

मिति : निवेदकहरू

दस्तखत

नाम, थर :

स्थायी ठेगाना :

हालको ठेगाना :

टेलिफोन :

मोबाइल :

फ्याक्स नं. :

पोस्टबक्स नम्बर :

इमेल :

(प्रत्येक संस्थापकको उपर्युक्त विवरण उल्लेख गर्ने)

(ख) दर्ता शुल्क बुझाउने **(Payment of registration fee)** : कम्पनी संस्थापनाका लागि आवश्यक प्रक्रिया पूरा गरेर सम्पूर्ण कागजात संलग्न गरी कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा निवेदन दिएपश्चात् देहायबमोजिमको दर्ता शुल्क वा दस्तुर बुझाउनुपर्छ ।

सि.नं.	अधिकृत पुजी	दस्तुर	अधिकृत पुजी	दस्तुर
	निजी कम्पनी		सार्वजनिक कम्पनी	
१	रु. १,००,०००/- सम्मको	रु. १,०००/-	रु.१,००,००,०००/- सम्मको	रु. १५,०००/-
२	रु. १,००,००१/- देखि रु. ५,००,०००/- सम्मको	रु. ४,५००/-	रु.१,००,००,००१/- देखि १०,००,००,०००/- सम्मको	रु. ४०,०००/-
३	रु. ५,००,००१/- देखि रु. २५,००,०००/- सम्मको	रु. ९,५००/-	रु.१०,००,००,००१/- देखि २०,००,००,०००/- सम्मको	रु. ७०,०००/-
४	रु. २५,००,०००/- देखि रु. १,००,००,०००/- सम्मको	रु.१६,०००/-	रु.२०,००,००,००१/- देखि ३०,००,००,०००/- सम्मको	रु. १००,०००/-
५	रु. १,००,००,००१/- देखि रु. २,००,००,०००/- सम्मको	रु.१९,०००/-	रु.३०,००,००,००१/- देखि ४०,००,००,०००/- सम्मको	रु. १३०,०००/-
६	रु. २,००,००,००१/- देखि रु. ३,००,००,०००/- सम्मको	रु.२२,०००/-	रु.४०,००,००,००१/- देखि ५०,००,००,०००/- सम्मको	रु. १६०,०००/-
७	रु. ३,००,००,००१/- देखि रु. ४,००,००,०००/- सम्मको	रु.२५,०००/-	५०,००,००,०००/-भन्दा माथिको	प्रति १ करोड रु. ३०००/- का दरले
८	रु. ४,००,००,००१/- देखि रु. ५,००,००,०००/- सम्मको	रु.२८,०००/-		
९	रु. ५,००,००,००१/- देखि रु. ६,००,००,०००/- सम्मको	रु.३१,०००/-		
१०	रु. ६,००,००,००१/- देखि रु. ७,००,००,०००/- सम्मको	रु.३४,०००/-		
११	रु. ७,००,००,००१/- देखि रु. ८,००,००,०००/- सम्मको	रु.३७,०००/-		
१२	रु. ८,००,००,००१/- देखि रु. ९,००,००,०००/- सम्मको	रु.४०,०००/-		
१३	रु. ९,००,००,००१/- देखि रु. १०,००,००,०००/- सम्मको	रु.४३,०००/-		
१४	१०,००,००,०००/-भन्दा माथि	प्रति १ लाखको रु. ३०/- का दर		

(ग) कम्पनी संस्थापनको प्रमाणपत्र लिने **(Obtaining company incorporation certificate) :** आवश्यक कागजात र दस्तुर बुझाएपछि कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयले सात दिनभित्र कम्पनी दर्ता वा संस्थापनको प्रमाणपत्र प्रदान गर्छ । कम्पनी दर्ता भएपछि कम्पनी संस्थापन भएको मानिन्छ । निजी कम्पनी संस्थापन वा दर्ता भएपश्चात् कम्पनीले कारोबार सुरु गर्न सक्छ ।

(घ) व्यवसाय प्रारम्भको प्रमाणपत्र **(Certificate of business commencement)** : सार्वजनिक कम्पनीले कम्पनी दर्ता भएपछि कम्पनीका संस्थापकले लिन कबुल गरेको सेयर बापतको रकम चुक्ता भएको प्रमाणपत्र पेस गरेपछि मात्र व्यवसाय प्रारम्भ गर्नुपर्छ । अर्थात कार्यालयले कम्पनीलाई कारोबार प्रारम्भ गर्न स्वीकृति प्रदान गरेपश्चात् कारोबार गर्नुपर्छ । यसका लागि संस्थापकहरूले लिन कबुल गरेको सेयरको रकम बैङ्क वा वित्तीय संस्थामा जम्मा गरेको प्रमाण वा सेयरको मूल्य बराबरको रकम कम्पनीलाई प्राप्त भएको भनी कम्पनीको कम्तीमा एक जना सञ्चालक र प्रचलित कानुनबमोजिम प्रमाणपत्र प्राप्त लेखापरीक्षकबाट प्रमाणित विवरण पेस गर्नुपर्छ ।

३.५ कम्पनी बैठक (Company Meeting)

कम्पनी बैठक भनेको कम्पनी व्यवसाय सञ्चालन गर्न, व्यवसायसाग सम्बन्धित निर्णय लिन व्यवसायको प्रगति समीक्षा गर्न, विवादहरू समाधान गर्नलगायतका सन्दर्भमा समय समयमा आयोजना गरिने औपचारिक भेला हो । कम्पनीको स्वरूपअनुसार बैठकको ढाचा, आवृत्ति र संरचना भिन्न भिन्न हुन सक्छ । कम्पनी बैठकलाई सेयरधनीहरूको बैठक (साधारण सभा) र सञ्चालक समितिको बैठक गरी मुख्य दुई प्रकारमा वर्गीकरण गरी निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

(क) सेयरधनीहरूको बैठक **(Shareholders meeting)**

सेयरधनी बैठक कम्पनीका सेयरधनीहरूको औपचारिक भेला हो । यस्तो भेलामा सेयरधनीहरूका बिचमा कम्पनीका महत्त्वपूर्ण विषयहरूमा छलफल गरिन्छ । सेयरधनीहरूको बैठकलाई वार्षिक साधारण सभा र विशेष साधारण सभा गरी दुई प्रकारमा विभाजन गरी अध्ययन गर्न सकिन्छ ।

(अ) वार्षिक साधारण सभा **(Annual General Meeting) :** कुनै पनि सार्वजनिक कम्पनीले कारोबार सुरु गर्न इजाजत पाएको एक वर्षभित्र वार्षिक साधारण सभा गर्नुपर्छ । त्यस्तै प्रत्येक वर्ष कम्पनीको आर्थिक वर्ष पूरा भएको ६ महिनाभित्र वार्षिक साधारण सभा सम्पन्न गर्नुपर्छ । वार्षिक साधारण सभाका लागि कम्तीमा २१ दिन अगि साधारण सभा हुने स्थान, मिति र छलफलका विषय खोलेर सेयरधनीहरूलाई

सोको सूचना दिनुपर्छ । विगतमा स्थगित भएको साधारण सभामा नयाँ विषयको छलफल नहुने भए कम्तीमा ७ दिनअगि सोको सूचना सेयरधनीहरूलाई दिनुपर्छ । यस्तो सूचना दिनका लागि राष्ट्रिय स्तरको दैनिक पत्रिकामा सूचना प्रकाशन गर्नुपर्छ । निजी कम्पनीको वार्षिक साधारण सभा भने नियमावलीमा व्यवस्था गरेबमोजिम वा सर्वसम्मत सम्झौतामा व्यवस्था गरिएबमोजिम हुन्छ ।

साधारण सभामा कम्पनीका सञ्चालक अनिवार्य उपस्थित हुनुपर्छ । त्यस्तै कुल सेयरधनीको ५० प्रतिशतभन्दा बढी प्रतिनिधित्व भएको हुनुपर्छ । साधारण सभाको अध्यक्षता सञ्चालक समितिको अध्यक्षले गर्छ र अध्यक्ष उपस्थित हुन नसकेमा सञ्चालकहरूले आफूमध्येबाट मनोनित गरेको व्यक्तिले सभाको अध्यक्षता गर्नुपर्छ । साधारण सभामा छलफलका लागि पेस गरिने विषयहरू प्रस्तावका रूपमा पेस गरिन्छ । कुनै प्रस्ताव उपर मतादानबाट निर्णय लिनुपर्ने भएमा बहुमत सेयरधनीको रायलाई सभाको निर्णय मानिन्छ । सभामा पक्ष र विपक्षका बराबर मत भएमा सभाको अध्यक्षता गर्ने व्यक्तिले निर्णायक मत दिन पाउँछ । साधारण सभामा भएको काम कारवाहीको विवरण (माइन्युट) राखी अध्यक्ष र कम्पनी सचिव वा साधारणसभाद्वारा बहुमतबाट नियुक्त सेयरधनीको एक जना प्रतिनिधिले दस्तखत गर्नुपर्छ ।

सार्वजनिक कम्पनीको वार्षिक साधारण सभामा सञ्चालकहरूले वार्षिक आर्थिक विवरण, लेखापरीक्षकको प्रतिवेदन र सञ्चालकको प्रतिवेदन पेस गर्नुपर्छ । यी प्रतिवेदनहरू कुनै सेयरधनीले माग गरेमा कम्पनीले मागकर्तालाई उपलब्ध गराउनुपर्छ । माथि उल्लेख गरिएका प्रतिवेदनहरूबाहेक सेयरधनीलाई बाँडिने मुनाफा, सञ्चालकको नियुक्ति तथा पारिश्रमिक, लेखापरीक्षकको नियुक्ति तथा पारिश्रमिक वा अन्य निर्णय गर्नुपर्ने भएका सभामा प्रस्तावका रूपमा पेस गर्न सकिन्छ । कम्पनीको वार्षिक साधारण सभामा छलफल र पारित हुने मुख्य विषयहरू निम्नानुसार छन् :

- कम्पनीको लेखापरीक्षण गरिएको वित्तीय विवरणको प्रस्तुति र अनुमोदन,
- सञ्चालक समितिको प्रतिवेदन प्रस्तुति र अनुमोदन,
- कम्पनीका सञ्चालकहरूको नियुक्ति, पुन: नियुक्ति,
- लेखापरीक्षकको नियुक्ति र पारिश्रमिक निर्धारण,
- कम्पनीको मुनाफा र वितरण प्रक्रिया निर्धारण,
- कम्पनीको प्रबन्धपत्र तथा नियमावली संशोधन,

- कम्पनीका आगामी योजना र रणनीतिहरू,
- कम्पनीको सेयर संरचना परिवर्तन, सेयर जारी गर्नेसम्बन्धी विषयहरू,
- एजेन्डामा उल्लेख नभएका तर प्रस्तावका रूपमा छलफलमा आएका विषयहरू आदि ।

(आ) विशेष साधारण सभा **(Special/Extra General Meeting) :** कम्पनीको वार्षिक साधारण सभा बस्नुपूर्व कुनै विषयका तत्काल निर्णय गर्नुपर्ने भएमा सञ्चालक वा सेयरधनी वा कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयले बोलाउन सक्ने सभालाई विशेष साधारण सभा भनिन्छ । यसलाई असाधारण वा आपत्कालीन सभा पनि भनिन्छ । यस्ता सभा नियमित रूपमा नभई आकस्मिक रूपमा बस्ने भएकाले विशेष साधारण सभा भनिएको हो । कुनै महत्त्वपूर्ण विषयमा निर्णय लिनुपर्ने भएमा, कुनै कार्य तुरुन्तै सम्पादन गर्नुपर्ने भएमा, महत्त्वपूर्ण कानुनी विषयहरूमा सरसल्लाह गर्नुपर्ने भएमा यस्तो सभाको आयोजना गरिन्छ ।

कम्पनीसाग सम्बन्धित कुनै विषयमा तत्काल निर्णय लिन आवश्यक भएमा सञ्चालक समितिले विशेष साधारण सभा बोलाउन सक्छ । कम्पनीको हिसाब जााचबुझ गर्ने क्रममा त्रुटि वा जालसाजी भएको भेटिएमा लेखापरीक्षकले यस्तो सभा बोलाउन सञ्चालकलाई अनुरोध गर्न सक्छ । कम्पनीको चुक्ता पुाजीको कम्तीमा १० प्रतिशत सेयर लिने सेयरधनीहरू वा सेरयधनीको जम्मा सङ्ख्याको कम्तीमा २५ प्रतिशत सेयरधनीले कारण खुलाई विशेष साधारण सभा बोलाउनका लागि निवेदन दिएमा पनि बढीमा ३० दिनभित्र विशेष साधारण सभा बोलाउनुपर्छ । त्यसैगरी कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयले पनि सेयरधनी र सर्वसाधारणको हितका लागि आवश्यक देखेमा यस्तो सभा बोलाउन निर्देशन दिन सक्छ ।

कम्पनीले विशेष साधारण सभा हुनुभन्दा कम्तीमा १५ दिन अगि सेयरधनीहरूलाई सभा हुने ठाउा, मिति र छलफलका विषय समावेश गरेर सूचना प्रकाशन गर्नुपर्छ । कम्पनीको विशेष साधारण सभामा देहायबमोजिमका प्रस्तावमाथि छलफल तथा निर्णय गरिन्छ :

- कम्पनीको अधिकृत पुाजी बढाउने विषय,
- कम्पनीको सेयर पुाजी घटाउने वा हेरफेर गर्ने विषय,
- कम्पनीको नाम वा मुख्य उद्देश्य परिवर्तन गर्ने विषय,

- एउटा कम्पनी अर्को कम्पनीमा गाभिने विषय,
- बोनस सेयर जारी गर्ने विषय,
- कम्पनीले आफ्नो सेयर आफै खरिद गर्ने विषय,
- डिस्काउण्टमा सेयर बिक्री गर्ने विषय,
- प्राइभेट कम्पनी पब्लिक कम्पनीमा र पब्लिक कम्पनी प्राइभेट कम्पनीमा परिणत हुने विषय,
- ऐन वा नियमावलीमा कम्पनीले विशेष प्रस्ताव पारित गर्नुपर्ने भनिएको अन्य विषय ।

(ख) सञ्चालक समितिको बैठक **(Meeting of Board of Directors)**

निजी कम्पनीमा सञ्चालक समितिको बैठक नियमावलीमा लेखिएबमोजिम हुन्छ भने सार्वजनिक कम्पनीमा सञ्चालक समितिको बैठक वर्षमा कम्तीमा ६ पटक बस्नुपर्छ । यसरी बैठक बस्दा दुई बैठक बिचको अन्तर तीन महिनाभन्दा बढी हुनुहुदैन र सामान्यतया बैठक बस्नु ७ दिनअगि सोको सूचना दिनुपर्छ । कम्पनीको सञ्चालक समितिको बैठकमा सञ्चालकहरू आफै उपस्थित हुनुपर्छ अर्थात् सञ्चालकले प्रतिनिधिमार्फत बैठकमा उपस्थिति जनाउन सक्दैन । सञ्चालक समितिको बैठक बस्दा कम्तीमा ५१ प्रतिशत सञ्चालक उपस्थित हुनुपर्छ अन्यथा समितिको बैठक बस्न सक्दैन । गणपूरक सङ्ख्या नपुगेर समितिको बैठक बस्न नसकेको अवस्थामा कम्तीमा तीन दिनको सूचना दिएर अर्को बैठक बोलाउन सकिन्छ । यो बैठकमा पनि तोकिएको सङ्ख्यामा सञ्चालकहरू उपस्थित हुन नसके उपस्थित सञ्चालकहरूले गरेको निर्णय मान्य हुन्छ ।

सञ्चालक समितिको बैठकमा कुनै सञ्चालकको सरोकार वा स्वार्थको विषयमा छलफल हुने भएमा सञ्चालकले त्यस्तो बैठकमा भाग लिन पाउदैन । कम्पनीको सञ्चालक समितिको बैठक कम्पनीको नियमावलीमा व्यवस्था गरिएबमोजिम वा सञ्चालक समितिको अध्यक्ष वा कम्पनीको कार्यकारी प्रमुखले बोलाउनुपर्छ । सञ्चालकको कुल सङ्ख्याको कम्तीमा २५ प्रतिशत सञ्चालकले बैठकमा छलफल गर्नुपर्ने विषय खोली लिखित रूपमा सञ्चालक समितिको बैठक बोलाउन माग गरेमा त्यस्तो माग भएको १५ दिनभित्र अध्यक्षले सञ्चालक समितिको बैठक बोलाउनुपर्छ । सञ्चालक समितिको बैठक र छलफलको विषयका बारेमा प्रत्येक सञ्चालकलाई जानकारी वा सूचना दिनुपर्छ ।

बैठकमा बहुमतका आधारमा प्रस्ताव पारित गरिन्छ । मत बराबर भएको अवस्थामा अध्यक्षले निर्णायक मत दिनुपर्छ । समितिको बैठकमा उपस्थित सञ्चालकहरूका बिचमा भएको छलफल र निर्णयको माइन्युटको अभिलेख राख्नुपर्छ साथै बैठकमा उपस्थित सञ्चालकहरूले सही गर्नुपर्छ । कुनै सदस्यले

छलफलका क्रममा बैठकको निर्णयभन्दा भिन्न विचार राखेमा सो कुरा पनि माइन्यूटमा अभिलेख गर्नुपर्छ । कम्पनीको सञ्चालक समितिको बैठकमा देहायबमोजिमका प्रस्तावमाथि छलफल तथा निर्णय गरिन्छ :

- कम्पनीको वित्तीय विवरणहरूको अनुमोदन,
- लाभांश दर सिफारिस,
- कम्पनीका विभिन्न योजना, रणनीतिहरूबारे छलफल,
- अधिकार प्रत्यायोजनसम्बन्धी निर्णय,
- सञ्चालक समितिको क्षेत्राधिकारभित्र पर्ने अन्य निर्णयहरू आदि ।

३.६ कम्पनी खारेजीको प्रक्रिया (Procedure of Winding-up of a Company)

कानुनी रूपमा कम्पनीको सम्पूर्ण कारोबार बन्द गरी सम्पत्ति, ऋणको व्यवस्थापन गर्ने कार्यलाई कम्पनीको खारेजी भनिन्छ । कम्पनी ऐन, २०६३ ले कम्पनीको खारेजी गर्दा अपनाउनुपर्ने प्रक्रियाहरू तोकिदिएको छ । त्यस्तै दामासाहीसम्बन्धी ऐन, २०६३ मा पनि कम्पनीको अनिवार्य खारेजीसम्बन्धी व्यवस्था छ । यसअनुसार निम्नलिखित दुई तरिकाबाट कम्पनीको खारेजी गरिन्छ :

(क) कम्पनी ऐन, २०६३ अनुसार **(As per company Act, 2063)**

कम्पनी ऐन, २०६३ अनुसार स्वेच्छिक खारेज र कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयबाट दर्ता खारेज गरी दुई प्रक्रियाअन्तर्गत रही कम्पनी खारेज गर्न सकिन्छ :

(अ) स्वेच्छिक खारेजी **(Voluntary winding-up)** : कम्पनीले आफ्ना सबै दायित्वहरू पूरा गर्न सक्ने अवस्थामा कम्पनीको साधारण सभाले विशेष प्रस्ताव पारित गरेर कम्पनी खारेजीमा जान सक्छ । यसका लागि कम्पनीले साधारण सभाबाट पारित गरेको विशेष प्रस्ताव र सञ्चालकहरूको लिखित उद्घोषणको एकप्रति विशेष प्रस्ताव पारित भएको मितिले ७ दिनभित्र कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालय समक्ष पेस गर्नुपर्छ ।

कम्पनी खारेजीको विशेष प्रस्ताव पारित गर्दा कम्पनीको खारेजीसम्बन्धी काम कारबाही सम्पन्न गर्न एक जना लिक्विडेटर नियुक्त गर्नुपर्छ । लिक्विडेटर नियुक्त गर्दा प्रचलित कानुनबमोजिम इजाजतपत्र प्राप्त व्यवसायीलाई गर्नुपर्छ । लिक्विडेटरको नियुक्ति भएपछि कम्पनीका सञ्चालक र अन्य पदाधिकारीहरू आफ्नो पदबाट मुक्त हुन्छन् । कम्पनीको सञ्चालन र व्यवस्थापन सम्बन्धी सम्पूर्ण अधिकार लिक्विडेटरले प्रयोग गर्छ । लिक्विडेटरले कम्पनीको सञ्चालन र व्यवस्थापनको कार्य प्रारम्भ गरेपश्चात् कम्पनीका कर्मचारीहरूको सेवा स्वत: समाप्त हुन्छ ।

लिक्विडेटरले तोकिएको समयसीमाभित्र कम्पनी खारेजीको सम्पूर्ण प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्छ । कुनै विशेष कारणवश तोकिएको समयमा काम सम्पन्न हुन नसकेमा मनासिव म्याद थप गर्न सकिन्छ । लिक्विडेटर नियुक्त गरेसागै एक जना लेखापरीक्षक पनि नियुक्त गर्नुपर्छ । लिक्विडेटरले आफ्नो कार्य प्रारम्भ गरेपछि कम्पनीको सम्पत्ति, लेखा, सम्पूर्ण अभिलेख तथा कागजातहरू आफ्नो नियन्त्रणमा लिनुपर्छ । प्रत्येक ६ महिनामा कम्पनी खारेज गर्ने सम्बन्धमा भएको आम्दानी तथा खर्चको हिसाब तथा लेखा तयार गरी लिक्विटडेटरले कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा पेस गर्नुपर्छ । त्यस्तै कम्पनीको खारेजको काम कारबाहीको प्रगति विवरण कम्पनीका सेयरधनीहरूलाईसमेत जानकारी गराउनुपर्छ । लिक्विडेटरले कम्पनीको तर्फबाट प्राप्त गर्नुपर्ने सम्पत्ति, असुल गर्नुपर्ने सबै रकम असुल गरी कम्पनीका साहूहरूको ऋण र अन्य दायित्व चुक्ता गर्नुपर्छ । यसरी असुल उपर गरेर बााकी रहेको सम्पत्ति वितरण गर्न साधारण सभा बोलाई सेयरधनीहरू समक्ष पेस गरी रकम भुक्तान गर्नुपर्छ । कम्पनी खारेजीसम्बन्धी सम्पूर्ण काम कारबाही सम्पन्न भएपछि कम्पनीका तर्फबाट असुल उपर भएको सम्पत्ति, साहूलाई गरिएको भुक्तानी र सेयरधनीहरूलाई गरिएको वितरणका सम्बन्धमा प्रतिवेदन तयार गरी लेखापरीक्षकको प्रतिवेदनसहित कम्पनी खारेजीको व्यहोरा प्रमाणित गरेर कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा पेस गर्नुपर्छ । उल्लिखित प्रक्रिया पूरा भएर कम्पनी खारेज भएको प्रतिवेदन प्राप्त भएपछि रजिस्ट्रारको कार्यालयले ऐनबमोजिम कम्पनीको नाम दर्ता किताबबाट हटाई कम्पनीको दर्ता खारेज भएको आदेश जारी गर्छ । कम्पनीको दर्ता खारेज भएको आदेश जारी गरेपछि कम्पनी विघटन भएको सूचना राष्ट्रिय स्तरको दैनिक पत्रिकामा प्रकाशन गर्नुपर्छ ।

कम्पनी खारेजीको प्रक्रियालाई बुदागत रूपमा निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

- कम्पनी खारेजीको विशेष प्रस्ताव साधारण सभाबाट पारित गर्ने ।
- विशेष प्रस्ताव पारित भएको मितिले ७ दिनभित्र उक्त प्रस्ताव र सञ्चालकहरूको लिखित उद्घोषणको एकप्रति कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा पेस गर्ने ।
- खारेजीको प्रस्ताव पारित गर्दा इजाजतपत्र प्राप्त व्यवसायीमध्येबाट एक जना लिक्विडेटर र लेखापरीक्षक नियुक्त गर्ने ।
- कम्पनी सञ्चालन तथा व्यवस्थापनसम्बन्धी सम्पूर्ण अधिकार लिक्विडेटरले प्रयोग गर्ने ।
- लिक्विडेटरले कम्पनीको सम्पत्ति, लेखा, सम्पूर्ण अभिलेख तथा कागजात आफ्नो नियन्त्रणमा लिने ।

- हरेक ६ महिनामा आम्दानी खर्चको हिसाब र लेखा तयार गरी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा पेस गर्ने ।
- लिक्विडेटरले सम्पूर्ण सम्पत्ति असुल उपर गरी साहुहरूको ऋण र अन्य दायित्व चुक्ता गरिदिने ।
- बाांकी रहेको सम्पत्ति साधारण सभा बोलाई सेयरधनीहरू माफ वितरण गर्ने ।
- असुल उपर भएको सम्पत्ति साहुलाई गरेको भुक्तानी र सेयरधनीहरूलाई गरेको वितरण सहितको विवरण लेखापरीक्षकको प्रतिवेदन सहित कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा पेस गर्ने ।
- सम्पूर्ण प्रक्रिया पूरा भएपछि रजिस्ट्रारले कम्पनीको नाम दर्ता किताबबाट हटाई खारेज भएको आदेश जारी गर्ने र कम्पनी खारेज भएको सूचना राष्ट्रिय स्तरको दैनिक पत्रिकामा प्रकाशन गर्ने ।

(आ) कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयबाट खारेजी **(Winding-up by Office of Company Register)** : कम्पनीका संस्थापकहरूले कम्पनीको कारोबार सुरु गर्न नसकेको कारण देखाई कम्पनीको दर्ता खारेजीका लागि निवेदन दिएमा कम्पनीको दर्ता खारेज हुन्छ । कम्पनीले लगातार तीन वर्षसम्म वार्षिक विवरण पेस नगरेमा वा विवरण पेस नगरेका कारण लगाइएको जरिवाना नतिरेमा पनि रजिस्ट्रारको कार्यालयले कम्पनीको दर्ता खारेज गर्न सक्छ । त्यस्तै कम्पनीले आफ्नो कारोबार सञ्चालन गरेको छैन वा कम्पनी सञ्चालनमा छैन भनी विश्वास हुन सक्ने मनासिव आधार भएमा पनि रजिस्ट्रारको कार्यालयले कम्पनीको दर्ता खारेज गर्न सक्छ । उल्लिखित कारणहरूबाट कम्पनीको दर्ता खारेज गर्नुपरेमा सोको कारण खुलाई कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयले कम्पनीलाई सूचना दिनुपर्छ । कम्पनी खारेजको सूचना पठाउदा कम्पनीको रजिस्टर्ड कार्यालय वा पदाधिकारीको ठेगाना वा संस्थापकको ठेगानामा सूचना पठाउनुपर्छ । यसरी पठाएको सूचना आवश्यकताअनुसार राष्ट्रिय स्तरको दैनिक पत्रिकामासमेत प्रकाशन गर्नुपर्छ ।

कम्पनीले सूचना प्राप्त गरेको मितिबाट दुई महिनाभित्र कम्पनीको दर्ता खारेज हुनु नपर्ने कारण खुलाई निवेदन नदिएमा वा दिएको भए पनि सो कारण मनासिव नभएमा कम्पनीको दर्ता खारेज हुन सक्छ । कम्पनीको दर्ता खारेज भएको जानकारी कम्पनीका सञ्चालकहरूलाई दिई राष्ट्रिय स्तरको दैनिक पत्रिकामासमेत प्रकाशन गर्नुपर्छ । यसरी दर्ता खारेज भएको कम्पनीको कुनै किसिमको दायित्व रहेको छ भने कम्पनीका पदाधिकारी वा सेयरधनीको दायित्व कायमै रहन्छ र दायित्व पूरा गराउन आवश्यक कानुनी कारबाही गर्न सकिन्छ । दर्ता खारेज भएको

कम्पनीले सोही नामबाट कुनै कारोबार गर्न सक्दैन । कम्पनी खारेज गर्दा लागेको खर्च कटाएर बााकी रहेको सम्पत्ति मात्र सेयरधनीलाई फिर्ता हुन्छ ।

(ख) दामासाहीसम्बन्धी ऐन, २०६३ अनुसार **(As per Damashahi Act, 2063)**

कम्पनीले आफ्नो दायित्व पूरा गर्न नसक्ने अवस्थामा अदातलको आदेशबमोजिम दामासाहीसम्बन्धी ऐन, २०६३ अन्तर्गत रहेर कम्पनी खारेज गरिन्छ । यसका लागि कम्पनी आफैले वा कम्पनीका साहुहरूमध्ये कम्तीमा १० प्रतिशत ऋण दिने साहुहरूले वा कम्पनीका कुल सेयरधनीहरूमध्ये कम्तीमा पााच प्रतिशत सेयर लिएका सेयरधनीहरूले वा कम्पनीको कुल डिबेञ्चरधनीमध्ये कम्पनीको पााच प्रतिशत डिबेञ्चर लिएका डिबेञ्चरधनीहरूले वा कम्पनी खारेज गर्न नियुक्त गरिएको लिक्विडेटरले वा कम्पनी व्यवसायको प्रशासन र नियमन गर्ने अधिकारप्राप्त निकायले उच्च अदातल समक्ष निवेदन दिनुपर्छ ।

ऐनअन्तर्गत रीतपूर्वक प्राप्त भएको निवेदन अदालतले दर्ता गरी १५ दिनभित्र सो उपर सुनुवाइ हुने गरी तारिख तोक्नुपर्छ । सुनुवाइ पूरा भएपछि अदालतले कारबाही पूरा गर्ने वा नगर्ने आदेश दिनुपर्छ । जााचबुझ गर्ने आदेश भएमा जााचबुझ अधिकारी नियुक्त गरी तोकेको समयभित्र जााचबुझ प्रतिवेदन अदालतमा पेस गर्नुपर्छ । तोकिएको अवधिमा जााचबुझ हुन नसक्ने मनासिव कारण भएमा जााचबुझ अधिकारीले अवधि बढाउन अदालत समक्ष निवेदन दिनुपर्छ र अदालतले मनासिव ठहराएमा अवधि बढाउन सकिन्छ । जााचबुझका क्रममा कम्पनीका सञ्चालकले कम्पनी ठिकसाग सञ्चालन नगरेको भन्ने प्रतिवेदन अदालतमा पेस गरेमा सञ्चालक समितिलाई हटाई जााचबुझ अधिकारीलाई नै कम्पनीको व्यवस्थापन तथा नियमित कारोबार सञ्चालन गर्ने आदेश अदालतले दिन सक्छ । जााचबुझ अधिकारीले कम्पनीको वित्तीय तथा व्यावसायिक स्थितिको जााचबुझ गरी सोको प्रतिवेदन तोकिएको अवधिभित्र अदालत समक्ष पेस गर्नुपर्छ । जााचबुझ अधिकारीले आफ्नो प्रतिवेदन अदालतमा पेस गर्नु अगि सोउपर छलफल गर्न साहुहरूको बैठक बोलाउनुपर्छ । यसका लागि कम्तीमा ७ दिनको समय दिई सभा हुने ठाउा, मिति, समय र छलफल हुने विषय खोली साहुका रूपमा देखिएका प्रत्येक व्यक्तिलाई सूचना दिनुपर्छ साथै राष्ट्रिय स्तरको दैनिक पत्रिकामा कम्तीमा दुई पटक सूचना प्रकाशनसमेत गर्नुपर्छ । उक्त सभाको अध्यक्षता जााचबुझ अधिकारीले गर्छ र सभाको निर्णय सामान्य बहुमतका आधारमा गरिन्छ ।

जााचबुझ अधिकारीले पेस गरेको प्रतिवेदन, साहुहरूको सभाले पारित गरेको प्रस्ताव वा कम्पनीले पेस गरेको पुनर्संरचनाको कार्यक्रम वा अन्य कुनै प्रस्ताव प्राप्त भएको ७ दिनभित्र अदालतले कम्पनी तत्काल खारेज गर्ने आदेश दिन सक्छ । कम्पनी खारेज हुने आदेश भएमा अदालतले एक जना लिक्विडेटर नियुक्त गर्छ । लिक्विडेटर नियुक्त भएको तीन महिनाभित्र कम्पनी खारेजी सम्बन्धमा भएको काम

कारबाहीको प्रगति प्रतिवेदन तयार गरेर अदालत र कम्पनी रजिस्ट्रारको कार्यालयमा पेस गर्नुपर्छ । लिक्विडेटरले खारेजीमा परेका कम्पनीका सबै साहुरूलाई तोकिएको ढाचामा आफ्नो ऋण दाबी पेस गर्न १५ दिनको म्याद सूचना दिनुपर्छ र सो सूचना राष्ट्रिय स्तरको दैनिक पत्रिकामा कम्तीमा दुई पटक प्रकाशन गर्नुपर्छ । साहुहरूको दाबी चुक्ता गरेपछि बाकी रहेको सम्पत्ति सेयरधनीमा बाडिन्छ । लिक्विडेटरको अन्तिम प्रतिवेदनअनुसार अदालतबाट कम्पनी विघटनको आदेश जारी हुन्छ ।

क्रियाकलाप १

कम्पनी ऐन, २०६३ बमोजिम कम्पनीको प्रबन्धपत्रमा समावेश हुनुपर्ने विवरणहरूको सूची तयार गर्नुहोस् । साथै कम्पनीको प्रबन्धपत्रको नमुना वेबसाइटबाट डाउनलोड गरी आवश्यक विवरण भरेर शिक्षकलाई देखाउनुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) कम्पनी भनेको के हो ?

(ख) निजी कम्पनीमा सेयरधनीको सङ्ख्या अधिकतम कतिसम्म हुन्छ ?

(ग) सार्वजनिक कम्पनीमा सञ्चालकको सङ्ख्या कति हुन्छ ?

(घ) नेपालमा कस्ता संस्थाहरू अनिवार्य रूपमा सार्वजनिक कम्पनीका रूपमा स्थापना हुनुपर्ने व्यवस्था छ ?

(ङ) कम्पनीमा सीमित दायित्वको अर्थ लेख्नुहोस् ।

(च) सेयरको हस्तान्तरण सम्बन्धमा निजी र सार्वजनिक कम्पनीमा के भिन्नता छ ?

(छ) कम्पनी व्यवसायका कुनै दुई चुनौतीहरू लेख्नुहोस् ।

(ज) कम्पनीको प्रबन्धपत्रलाई मुख्य कानुनी दस्तावेज मानिनुको कारण दिनुहोस् ।

(झ) कम्पनीको विवरणपत्रमा समेटिनुपर्ने पक्षहरू के के हुन् ?

(ञ) कम्पनी दर्ताका लागि कुन निकाय वा कार्यालयमा निवेदन दिनुपर्छ ?

(ट) कम्पनी बैठकका प्रकारहरू लेख्नुहोस् ।

(ठ) कम्पनीको विशेष साधारणसभा बस्नुपर्ने कुनै एक अवस्था उल्लेख गर्नुहोस् ।

(ड) कम्पनीको स्वेच्छिक खारेजी भनेको के हो ?

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) निजी र सार्वजनिक कम्पनीको परिचय दिनुहोस् ।

(ख) कम्पनी व्यवसायका कुनै पाँच विशेषता बुँदागत रूपमा व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ग) कम्पनी दर्ताका लागि आवश्यका पर्ने कागजातहरूको सूची तयार गर्नुहोस् ।

(घ) नेपालको सन्दर्भमा कम्पनीको दर्ता प्रक्रिया वर्णन गर्नुहोस् ।

(ङ) कस्तो अवस्थामा कम्पनी स्वेच्छिक खारेजी गर्न सकिन्छ, यसका प्रक्रियाहरू लेख्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सार्वजनिक कम्पनीलाई परिभाषित गर्नुहोस् । निजी र सार्वजनिक कम्पनीका भिन्नताहरू उल्लेख गर्नुहोस् ।

(ख) कम्पनी व्यवसाय सुरु गर्नुका कारणहरू लेख्नुहोस् । वर्तमान समयमा कम्पनी व्यवसाय सञ्चालनमा के कस्ता चुनौतीहरू देखा परिरहेका छन्, व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ग) कम्पनी बैठक भनेको के हो ? कम्पनी बैठकका प्रकारहरू उदाहरणसहित व्याख्या गर्नुहोस् ।

(घ) नेपालमा दामासाहीसम्बन्धी ऐन, २०६३ अनुसार कम्पनी खारेजी प्रक्रियाबारे चर्चा गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य (Project work)

नेपालको कुनै एक सार्वजनिक कम्पनीको वेबसाइटबाट कम्पनीको प्रबन्धपत्र, नियमावली, विवरणपत्र डाउनलोड गर्नुहोस् र देहायका विवरणहरू सङ्कलन गरी सङ्क्षिप्त प्रतिवेदन तयार गर्नुहोस् :

- कम्पनीको नाम
- कम्पनीको रजिस्टर्ड कार्यालयको ठेगाना
- कम्पनीको उद्देश्य र उद्देश्य प्राप्तिका लागि गर्ने कामहरू
- कम्पनीको अधिकृत पुँजी, जारी पुँजी र संस्थापकले चुक्ता गर्न कबुल गरेको पुँजी
- कम्पनीको सेयरको किसिम र सेयर सङ्ख्या

पाठ ४

सहकारी संस्था
(Cooperative Organization)

रामेछाप जिल्लाको एक दुर्गम गाउाकी ३८ वर्षीया लक्ष्मी तामाङ आफ्नो परिवार पाल्न सङ्घर्ष गरिरहेकी थिइन् । अलि अलि जमिन भए पनि आर्थिक अभाव र आधुनिक कृषिको ज्ञान नहुादा उत्पादन वृद्धि गर्न सकिरहेकी थिइनन् । उनका श्रीमान् ज्यालादारीमा मजदुरी गर्थे जसबाट आउने थोरै पैसाले उनको परिवारको जीविका चलिरहेको थियो । लक्ष्मीले आफ्नै गाउामा स्थापित ग्रामीण महिला कृषि सहकारीमा सदस्यता लिइन् । उक्त सहकारी महिलाहरूको आर्थिक सशक्तीकरण, सहुलियत ऋण, तालिम, तथा सामूहिक खेतीको प्रवर्धन गर्ने उद्देश्यले गठन गरिएको थियो ।

सहकारीको सदस्य बनेको केही महिनापछि उनले सहकारीबाट व्यावसायिक तरकारी खेती र पशुपन्क्षी पालनका लागि सस्तो व्याजदरमा रु. ५०,००० ऋण प्राप्त गरिन् । यसै बिचमा उनले सहकारीबाट जैविक खेती, सिचाइ, कुखुरापालनसम्बन्धी तालिम पनि लिइन् । सहकारीबाट प्राप्त गरेको ऋणबाट उनले प्लास्टिकको हरितगृह बनाएर टमाटर, काउली र काक्रो उत्पादन गर्न थालिन् । साथै उनले ५० ओटा चल्ला खरिद गरेर कुखुरापालन पनि सुरु गरिन् ।

उनको तरकारी र कुखुरापालन व्यवसाय राम्रोसाग फस्टायो । अहिले उनी मासिक रु. २५,००० कमाउन सफल भएकी छन् । उनले एक वर्षमा सहकारीको पूरै ऋण तिरिन् । व्यवसायलाई थप विस्तार गर्न उनले सहकारीबाट रु. १,००,००० थप ऋण प्राप्त गरेकी छन् । हिजोआज उनी आफ्नो व्यवसायसागै अन्य महिलाहरूलाई सहकारीमा आबद्ध भएर साना व्यवसाय गर्न प्रेरित गर्न सक्रिय छिन् । सहकारीमा आबद्ध भएपश्चात् उनको परिवारको जीवनस्तरमा उल्लेखनीय रूपमा सुधार आएको छ ।

४.१ सहकारी संस्थाको परिचय (Introduction to Cooperative Organization)

साझा हितका लागि एकआपसमा सहयोगी भावनाले स्थापना गरिएको सङ्गठनलाई सहकारी संस्था भनिन्छ । सहकारी 'सबैका लागि एक र एकका लागि सबै' भन्ने दर्शनका आधारमा स्थापना गरिएको हुन्छ । सहकारी शब्दको अर्थ पनि एकआपसमा मिलेर काम गर्नु र सहयोग गर्नु भन्ने हो । समुदायका मानिसका समान आवश्यकता परिपूर्तिका लागि सहकारी संस्था गठन गरिन्छ । सहकारीमा समान आवश्यकता र उद्देश्य भएका व्यक्तिहरू सदस्य हुन्छन् । यसको स्वामित्व, सञ्चालन र नियन्त्रण सदस्यद्वारा हुन्छ । सदस्यहरू सहकारीका मालिक हुन्छन् ।

सहकारी उद्यम वा व्यवसायको मुख्य उद्देश्य नाफा कमाउनु नभई सदस्यहरूको आर्थिक, सामाजिक र सांस्कृतिक हित गर्नु रहेको हुन्छ । सहकारी संस्थाको सञ्चालन तथा व्यवस्थापन सञ्चालक समितिले गर्छ । एक सदस्य एक भोटका आधारमा प्रजातान्त्रिक पद्धतिबाट सञ्चालक समितिको गठन हुन्छ । सहकारी त्यस्तो उद्यम वा व्यवसाय हो जहाा सेवा प्रदान गर्ने र सेवा उपभोग गर्ने व्यक्ति दुबै एकै हुन्छन् । सहकारी यसका अन्तर्राष्ट्रिय सिद्धान्त र मूल्यमान्यताका आधारमा सञ्चालित हुन्छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय सहकारी महासङ्घ (International Cooperative Alliance) का अनुसार "A cooperative is an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social and cultural need and aspirations through a jointly owned and democratically controlled enterprise." (सहकारी संयुक्त स्वामित्व तथा प्रजातान्त्रिक रूपमा नियन्त्रित उद्यममार्फत आफ्ना समान आर्थिक, सामाजिक र सांस्कृतिक आवश्यकता तथा आकाङ्क्षा पूरा गर्न स्वेच्छाले एकताबद्ध भएका व्यक्तिहरूको स्वायत्त संस्था हो ।)

सहकारी ऐन, २०७४ ले प्रस्तावनामा सहकारीलाई 'सहकारी मूल्यमान्यता र सिद्धान्तअनुरूप देशका कृषक, कालिगड, श्रमिक, न्यून आय समूह एवम् सीमान्तकृत समुदाय वा सर्वसाधारण उपभोक्ता माझ छरिएर रहेको, पुजी, प्रविधि तथा प्रतिभालाई स्वावलम्बन र पारस्परिकताका आधारमा एकीकृत गर्दै सदस्यको आर्थिक, सामाजिक तथा सांस्कृतिक उन्नयन गर्न, समुदायमा आधारित, सदस्य केन्द्रित लोकतान्त्रिक, स्वायत्त र स्वशासित सङ्गठन' का रूपमा व्याख्या गरेको छ ।

नेपालमा वि.सं. २०१० मा सहकारी विभागको स्थापना भएसागै औपचारिक रूपमा सहकारी अभियान सुरु भयो । वि.सं. २०१३ चैत २० गते चितवनमा दर्ता भएको बखान ऋण समिति नेपालकै पहिलो सहकारी संस्था मानिन्छ । प्रथम पञ्चवर्षीय योजनाको अवधिमा सहकारी संस्था ऐन, २०१६ जारी भई सहकारी नियमावली, २०१८ समेत लागु भयो । यसपछि कृषि उत्पादनलाई प्रवर्धन गर्न बिउ, मलखाद र कृषि औजार सुपथ मूल्यमा वितरण गर्ने विभिन्न सहकारी संस्था स्थापना भए ।

प्रजातन्त्रको पुन:स्थापनापछि सहकारी ऐन, २०४८ जारी भयो । उक्त ऐनले सहकारी संस्थालाई पूर्ण स्वायत्तता प्रदान गर्दै गाउा गाउामा सहकारी विस्तार गर्न मदत गऱ्यो । ऐन जारी भएपश्चात् राष्ट्रिय सहकारी सङ्घ र राष्ट्रिय सहकारी बैङ्क स्थापना भए । सहकारीहरूले गरिब तथा पिछडिएका समुदायको सशक्तीकरणमा भूमिका खेल्नुका साथै समाजिक एकता र आपसी सहयोगको भावना पनि विकसित गरे । वि.सं. २०७२ मा नयाा संविधान जारी भएपछि सहकारी ऐन, २०७४ लागु गरियो, जसले सहकारी क्षेत्रलाई संविधानअनुसार व्यवस्थित गऱ्यो । हाल नेपालमा सहकारी ऐन, २०७४ तथा नियमावली, २०७५ कार्यान्वयनमा छन् ।

(क) सहकारी संस्थाका विशेषता **(Features of cooperative organization)**

अन्य व्यावसायिक स्वरूपहरूभन्दा सहकारी भिन्न छ किनकि सहकारी संस्था सेवा केन्द्रित व्यवसाय हो । यस्ता संस्थाले कमाएको नाफालाई बचतका रूपमा व्यवसायको विस्तार, सदस्यहरूलाई लाभ वितरण र समुदायको विकासलगायतमा लगानी गरिन्छ । विशेष गरी ग्रामीण तथा सेवा सुविधा कम भएका समुदायमा सहकारीहरूले अत्यावश्यक सामान, सेवाहरू र वित्तीय सहायता प्रदान गर्छन् । यस अर्थमा सहकारी सामाजिक उद्यम वा व्यवसाय पनि हो । सहकारी संस्थाका केही विशेषताहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) स्वेच्छिक सङ्गठन **(Voluntary association) :** समान उद्देश्य भएका व्यक्तिहरू स्वेच्छाले सहकारी संस्थामा आबद्ध हुज्छन् । कसैको करकापले नभई आफ्नै इच्छाले सदस्यता लिन र त्यागन पाइन्छ । सदस्यले संस्था छाड्न चाहेमा आफ्नो पुजी फिर्ता लिन सक्छ तर अन्यलाई हस्तान्तरण गर्न भने सक्दैन ।

(आ) खुला सदस्यता **(Open membership) :** सहकारीको सदस्यता प्रदान गर्दा जात, लिङ्ग, वर्ण, राजनीति वा धर्मका आधारमा भेदभाव गरिदैन । सहकारीमा सदस्य सङ्ख्याको कुनै सीमा हुादैन, सधौ सबैलाई खुला रहन्छ । तर संस्थाको सेवा उपभोग नगर्ने वा समान उद्देश्य नभएका व्यक्तिलाई सदस्यता दिइादैन ।

(इ) प्रजातान्त्रिक व्यवस्थापन **(Democratic management) :** सहकारी संस्थाको सञ्चालन र व्यवस्थापन प्रजातान्त्रिक तवरले चुनेको सञ्चालक समितिले गर्छ । साधारण सभाबाट एक व्यक्ति एक मतका आधारमा संस्थाको सञ्चालक समितिको चयन हुन्छ । सेयर सङ्ख्या जति भए पनि सबै सदस्यलाई एक मत दिने अधिकार हुन्छ र सर्वसम्मत निर्णय हुन नसकेको अवस्थामा बहुमतका आधारमा निर्णय गरिन्छ । सदस्यहरू सक्रिय रूपमा नीति निर्माण, निर्णय प्रक्रियामा सहभागी हुन पाउाछन् ।

(ई) सीमित दायित्व **(Limited liablity) :** सहकारी सदस्यको दायित्व सीमित हुन्छ । सदस्यले योगदान वा लगानी गरेको पुजी हदसम्म मात्रा दायित्व वहन गर्नुपर्छ । यदि सहकारी घाटामा गएर बन्द गर्नुपर्ने अवस्था भयो भने सदस्यले गुमाउने भनेको उनीहरूले लगानी गरेको पुजी मात्र हो ।

(उ) नाफा वितरण **(Profit distribution) :** अन्य व्यवसायमा पुजी लगानीको अनुपातमा लगानीकर्ताहरूबिच नाफा वितरण गरिन्छ । तर सहकारीमा सदस्यले गरेको कारोबारका आधारमा नाफा वा बचतको वितरण गरिन्छ ।

(ऊ) सेवाग्राही **(Customer) :** अन्य व्यवसायमा सेवा प्रदान गर्ने र सेवा लिने व्यक्ति फरक फरक हुन्छन् । तर सहकारीमा सेवा दिने र लिने एकै हुन्छन् । अर्थात् सहकारीले सदस्यबाट पुजी सङ्कलन गरी सदस्यमै ऋण लगानी गर्ने, सदस्यको आर्थिक, सामाजिक विकासका लागि शिक्षा तथा तालिम दिने, सदस्यलाई अत्यावश्यक वस्तुहरू सुपथ मूल्यमा उपलब्ध गराउने जस्ता सदस्य केन्द्रित सेवा सुविधा प्रदान गर्छ ।

(ऋ) सामाजिक जिम्मेवारी **(Social responsibility) :** सहकारीले समुदायको समग्र विकासका लागि विभिन्न प्रकारका कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्छ । गरिब वा कमजोर वर्गको आर्थिक कल्याणका लागि शिक्षा र जनचेतना, उद्यमशीलता, स्वस्थ्य, वातावरण संरक्षण, महिला सशक्तीकरणलगायतका कार्यक्रम सञ्चालन गर्छ ।

(ए) छुट्टै कानुनी अस्तित्व **(Seperate legal status) :** सहकारी संस्था अविच्छिन्न उत्तराधिकारवाला एक स्वशासित र सङ्गठित संस्था हो । आफ्नो काम कारबाहीका लागि यसको छुट्टै छाप हुन्छ । यसले व्यक्तिसरह चलअचल सम्पत्ति प्राप्त, उपभोग तथा बिक्री गर्न सक्छ । यसले व्यक्ति सहर आफ्नो नामबाट नालिस उजुर गर्न र सोही नामबाट यस उपर नालिस उजुर लाग्न सक्छ ।

(ख) सहकारी संस्थाका सामान्य रूप (Common forms of Cooperative organization)

सहकारी संस्थाले उत्पादन, वितरण, वित्त, निर्माणलगायतका सबै क्षेत्र समटेको हुन्छ । सहकारी साना पसलदेखि लिएर ठुला ठुला उद्यमसम्मका हुन्छन् । देशको सामाजिक, भौगोलिक अवस्थाअनुसार फरक फरक प्रकृतिका सहकारी संस्था सञ्चालन भएका हुन्छन् । सहकारी नियमावली, २०७५ ले सहकारीलाई निम्नानुसार वर्गीकरण गरेको छ :

(अ) उत्पादक सहकारी **(Producer cooperative)** : उत्पादक सहकारी भनेको कृषि, दुध, चिया, कफी, उखु, तरकारी, फलफूल, जडीबुटी, पशुपालन, माछापालनलगायतका क्षेत्रमा उत्पादन, प्रशोधन र बजारीकरण गर्ने उद्देश्यले गठन गरिएको संस्था हो । यसले

आफ्ना सदस्यहरूलाई कच्चा पदार्थ, उपकरण, प्राविधिक तथा वित्तीय सहयोग उपलब्ध गराउछ । नेपालमा दुग्ध उत्पादक सहकारीहरू अग्रणी छन् जसले दुध सङ्कलन, वितरण र पशुपालनसम्बन्धी सेवाहरू प्रदान गर्छन् । यस्ता सहकारीहरूले अन्य कृषिजन्य उत्पादनहरूको प्रशोधन, उचित मूल्य व्यवस्था, बिमा सुविधा र स्वरोजगार सिर्जनामा पनि योगदान पु□ऱ्याएका छन् ।

(आ) उपभोक्ता सहकारी **(Consumer cooperative)** : आफ्ना सदस्यहरूलाई आवश्यक पर्ने दैनिक उपभोग्य वस्तुहरू सहुलियत मूल्यमा उपलब्ध गराउने उद्देश्यले स्थापित र सञ्चालित सहकारीलाई उपभोक्ता सहकारी भनिन्छ । यसले उत्पादक वा बिक्रेताबाट वस्तु खरिद गरी आफ्ना सदस्यहरूलाई सहुलियत मूल्यमा वस्तु उपलब्ध गराउछ । साथै यसले सदस्यद्वारा उत्पादित वस्तु पनि खरिद गरेर वितरण गर्छ ।

(इ) वित्तीय सहकारी **(Financial cooperative)** : बचत तथा ऋणको कारोबार गर्ने संस्थालाई वित्तीय सहकरी भनिन्छ । सदस्यलाई नियमित रूपमा बचत गर्ने बानी विकास गर्न र सदस्यलाई व्यापार, व्यवसाय वा उद्यम गर्न सहुलियत ब्याजदरमा ऋण प्रवाह गर्ने उद्देश्यले यस्ता सहकारी स्थापना भएका हुन्छन् । यस्ता सहकारीले बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाको पहाुच नपुगेका दूरदराजका सदस्यका वित्तीय आवश्यकता पूरा गर्नुका साथै सदस्यको आवश्यकता पहिचान गरी उत्पादन र आयमूलक क्षेत्रमा लगानी गरी आत्मनिर्भर बनाउन मदत गर्छन् ।

(ई) श्रमिक सहकारी **(Labour cooperative)** : अन्याय, पारिश्रमिक भेदभाव र थिचोमिचो हटाउन श्रमिकहरू सङ्गठित भई सहकारीमार्फत आर्थिक तथा सामाजिक उत्थान गर्ने उद्देश्यले यस्तो सहकारीको स्थापना गरिएको हुन्छ । निर्माण क्षेत्रमा काम गर्ने श्रमिक, यातायात क्षेत्रमा काम गर्ने श्रमिक, घरेलु तथा साना उद्योगमा काम गर्ने श्रमिकलगायतको हक, अधिकार, रोजगारीको सुरक्षा, ज्यालाको सुनिश्चितता गरी स्वावलम्बी, मर्यादित र सुरक्षित रोजगारी प्रवर्धन गर्न श्रमिकहरू स्वयम्ले स्थापना गरेको सहकारीलाई श्रमिक सहकारी भनिन्छ ।

(उ) बहुउद्देश्यीय सहकारी **(Multipurpose cooperative)** : दुई वा सोभन्दा बढी उद्देश्य राखेर स्थापना भएका सहकारीलाई बहुउद्देश्यीय सहकारी भनिन्छ । यस्ता सहकारीले बचत तथा ऋण, उपभोक्ता, उत्पादनलगायतका विभिन्न उद्देश्य राखेर सदस्यको आवश्यकतालाई ध्यानमा राखी व्यवसाय सञ्चालन गरेका हुन्छन् । यस्ता सहकारीले बचत सङ्कलन गर्ने, ऋणको कारोबार गर्ने, सदस्यको कृषि उत्पादनको

बजारीकरणमा सहयोग गर्ने, सदस्यलाई सुपथ मूल्यमा वस्तुहरू बिक्री वितरण गर्नेलगायतका कार्यहरू गर्छन् ।

सहकारीको अन्तर्राष्ट्रिय अभ्यास हेर्ने हो भने केही फरक प्रकृतिका सहकारीहरू पनि सञ्चालनका रहेका छन् । तीमध्ये केही सहकारीका प्रकार निम्नानुसार छन् :

(ऊ) बजारीकरण सहकारी **(Marketing cooperative)** : कृषि कार्यमा संलग्न भएका साना तथा मझौला कृषकहरू सङ्गठित भएर आफ्नो उत्पादनको बजारीकरण गरी प्रत्यक्ष लाभ लिन बजारीकरण सहकारीको स्थापना गरिएको हुन्छ । बजारमा बिचौलियाको उपस्थिति अन्त्य गरी आफ्नो मिहिनेतको फल आफै लिनका लागि उत्पादित वस्तुको ढुवानी, प्याकेजिङ, भण्डारण, वितरणलगायतका बजारीकरण कार्यमा आफै संलग्न भएर कृषि उपजको उचित मूल्य प्राप्त गर्न यसले सहयोग गर्छ ।

(ऋ) आवास सहकारी **(Housing cooperative)** : आवास सहकारीले घर नभएका सहकारी सदस्यहरूलाई उनीहरूको नियमित बचतका आधारमा घर किन्न वा भाडामा बस्ने प्रबन्ध गर्छ । यस्तो सहकारीले आफ्नो स्वामित्वमा घर खरिद गरेर सदस्यहरूलाई भाडामा दिन सक्छ वा सदस्यले घर खरिद गर्न पनि पाउाछन् । तर खरिदकर्ताले घर अन्यलाई बिक्री गर्न भने पाउादैनन् किनकि घरको स्वामित्व सहकारीको हुन्छ । सघन बस्ती विकास गरी सडक, बिजुली, खानेपानी, स्वास्थ्य, शिक्षा जस्ता पूर्वाधार उपलब्ध गराउादै सदस्यहरूको व्यवस्थित र सहज आवासको आवश्यकता पूरा गर्न आवास सहकारीले सहयोग गर्छ ।

(ए) यातायात सहकारी **(Transport cooperative)** : सर्वसाधारण जनतालाई नियमित, भरपर्दो र सुरक्षित यातायात सेवा प्रदान गर्न यातायात क्षेत्रमा संलग्न श्रमिक, लगानीकर्ता र उपभोक्ता मिलेर यस्तो सहकारी स्थापना गर्छन् । यातायातका साधनहरू, जस्तै : बस, ट्याक्सी वा अन्य साधनमार्फत सदस्य र गैरसदस्य दुबैलाई सेवा प्रदान गर्छन् । सार्वजनिक यातायातलाई व्यवस्थित गरी सुधार गर्न यातायात सहकारीको महत्त्वपूर्ण योगदान रहेको हुन्छ ।

४.२ नेपालको आर्थिक विकासमा सहकारीको भूमिका (Role of Cooperatives in Economic Deveolopment of Nepal)

सहकारीले व्यक्तिलाई शिक्षा, तालिम र सिप विकासमार्फत उद्यमी बन्न प्रेरित गरेर गरिबी न्यूनीकरण गर्न र रोजगारी सिर्जना गर्नमा सहयोग पुऱ्याउाछ । समुदायमा बचत तथा लगानीको बानी विकास

गराउँछ । व्यक्ति तथा समुदायलाई सशक्तीकरण गर्छ । नेपालको आर्थिक विकासमा सहकारीको भूमिकालाई निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

(क) गरिबी न्यूनीकरण **(Poverty reduction)** : गाउँघरमा रहेको गरिबी तथा आर्थिक विपन्नतालाई न्यूनीकरण गर्न सहकारीले सहयोग गर्छ । सहकारीमार्फत सङ्गठित भएर गरिब, विपन्न, न्यूनआय वर्ग, सीमान्तकृत समुदायले उनीहरूसँग रहेको श्रम, सिप र पुँजीलाई एकीकृत गरी व्यापार, व्यवसाय वा उद्यममा लगाउन सक्छन् । यसबाट रोजगार र स्वरोजगार सिर्जना भई आयआर्जन तथा जीवनस्तरमा सुधार हुन्छ र गरिबी न्यूनीकरणमा सहायता पुग्छ ।

(ख) कृषिको व्यावसायीकरण **(Commercialization of agriculture)** : उत्पादक तथा कृषि सहकारीले कृषिको आधुनिकीकरण र व्यावसायीकरण गर्न कृषकलाई सहयोग गर्छन् । खाद्यान्न, तरकारी खेती, पशुपालनका लागि आवश्यक पर्ने शिक्षा र तालिम प्रदान गर्छन् । कृषकलाई आधुनिक प्रविधिको प्रयोग गरेर खेती गर्न सिकाउँछन् । उन्नत बिउ, मलखाद, विषादी, औजार तथा उपकरण खरिदका लागि ऋण प्रदान गर्छन् । उत्पादित वस्तुको बिक्री वितरणको बन्दोबस्त मिलाउँछन् । यसरी सहकारीमा आबद्ध भएर कृषकहरूले परम्परागत कृषि प्रणालीमा सुधार गरी कृषि उत्पादन र उत्पादकत्व बढाउन सक्छन् ।

(ग) वित्तीय पहुँच **(Financial access)** : सहकारीले सदस्यलाई थोरै भए पनि नियमित रूपमा बचत गर्ने बानीको विकास गर्छ । त्यस्तै बचतका रूपमा सङ्कलित पैसालाई न्यून ब्याजदरमा सदस्यहरूकै आवश्यकताका आधारमा उत्पादनमूलक क्षेत्रमा ऋण प्रदान गर्छ । बैङ्क तथा वित्तीय संस्था नपुगेका दूर दराजका क्षेत्रमा बचत, ऋण, बिमा जस्ता सेवामार्फत वित्तीय पहुँच पुऱ्याउँछ ।

(घ) उद्यमशीलताको प्रवर्धन **(Promotion of enterpreneurship)** : सहकारीले समुदायमा आधारित साना तथा मझौला उद्योगहरू, जस्तै : सिलाइ, बुनाइ, हस्तकला, माटोका भाँडा बनाउनेलगायतका उद्यम व्यवसाय सञ्चालनका लागि तालिम, लगानी, बजारीकरण आदिमा सहयोग गर्छ । सरकारी तथा गैरसरकारी सङ्घसंस्थासँगको सहकार्यमा स्वरोजगारमूलक गतिविधि सञ्चालनका लागि सहायता प्रदान गर्छ । यसले स्थानीय स्तरमा भएको स्रोतसाधन परिचालन गरी समुदायका मानिसलाई उद्यमी बन्न प्रोत्साहन मिल्छ ।

(ङ) जनचेतना अभिवृद्धि **(Public awareness)** : सहकारीहरूले सदस्यलाई शिक्षा र तालिम प्रदान गरेर आर्थिक, सामाजिक र वातावरणीय समस्याबारे सचेत गराउँछन् । समुदायमा सहयोग र सहकार्यको भावना जगाउँछन् । कुरीति, अन्धविश्वास, अन्याय र विभेद विरुद्ध आवाज उठाउन सिकाउँछन् । सदस्यलाई उनीहरूको हक, अधिकार र कर्तव्यका बारेमा सचेत गराउँछन् ।

४.३ नेपालमा सहकारी संस्था दर्ता प्रक्रिया (Procedure of Registration of Cooperative in Nepal)

सहकारी ऐन, २०७४ मा कम्तीमा ३० जना नेपाली नागरिकहरू मिली विषयगत वा बहुउद्देश्यीय सहकारी संस्था गठन गर्न सक्ने व्यवस्था छ । श्रमिक, युवालगायतले आफ्नो श्रम वा सिपमा आधारित भई व्यवसाय गर्ने सहकारीको हकमा भने १५ जना नेपाली नागरिकहरू मिलेर संस्था गठन गर्न सक्ने व्यवस्था छ । महानगरपालिका र उपमहानगरपालिका क्षेत्रमा बचत तथा ऋणको कारोबार गर्ने संस्था गठन गर्दा भने कम्तीमा १०० जना नेपाली नागरिकहरूको सहभागिता हुनुपर्छ । सहकारी गठन गर्दा एक परिवार एक सदस्यका दरले उल्लिखित सङ्ख्या पुगेको हुनुपर्छ ।

(क) सहकारी संस्थाको दर्ता प्रक्रिया (Procedure of registration of Cooperative)

सहकारी संस्थाको गठन र दर्ता प्रक्रिया निम्नानुसार छ :

(अ) प्रारम्भिक भेला तथा निर्णय **(Preliminary meeting and decision)** : सहकारी संस्था गठन गर्नुपूर्व गठनको तयारीका लागि गरिने भेलालाई प्रारम्भिक भेला भनिन्छ । समान आवश्यकता र चाहना भएका निश्चित क्षेत्रमा बसोबास गर्ने व्यक्तिहरू जम्मा भएर प्रारम्भिक भेला गरिन्छ । यो भेला पनि दुई चरणमा हुन्छ : प्रथम प्रारम्भिक भेला र दोस्रो प्रारम्भिक भेला । प्रथम प्रारम्भिक भेला सहकारी व्यवसायका बारेमा प्रारम्भिक सरसल्लाह गर्न आयोजना गरिन्छ । यस भेलामा सदस्यको आवश्यकता पहिचान गर्ने, सहकारीसम्बन्धी अध्ययन गर्ने, सहकारीका मूल्य, मान्यता र सिद्धान्तबारे जानकारी राख्ने, सहकारी ऐन नियमको अध्ययन गर्ने, सहकारी व्यवसायको सम्भाव्यता अध्ययन गर्नेलगायतका सम्बन्धमा उपस्थित सदस्यहरूबिच विचारविमर्श हुन्छ । उपस्थित सदस्यहरूमध्ये सहमतिका आधारमा कुनै एक सदस्यले भेलाको अध्यक्षता गर्छ । भेलाको उपस्थिति र निर्णयहरू निर्णय पुस्तिकामा अभिलेख राख्नुपर्छ । यस भेलाले निम्नानुसारका निर्णयहरू गर्नुपर्छ :

- प्रस्तावित संस्थाको नाम, ठेगाना, कार्यक्षेत्र र प्रकृति
- संस्थाको उद्देश्य र कार्यहरू
- संस्थाको लोगो
- संस्थाको प्रतिसेयर रकम र प्रवेश शुल्क

- तदर्थ समिति र विनियम मसौदा समिति गठन
- व्यावसायिक सम्भाव्यता अध्ययन उपसमिति गठन
- दोस्रो प्रारम्भिक भेलाको मिति, स्थान र समय तोक्ने आदि ।

पहिलो प्रारम्भिक भेलामा दिइएको जिम्मेवारीअनुसार विभिन्न समिति, उपसमितिहरूले आआफ्नो काम सकेपछि दोस्रो प्रारम्भिक भेला डाक्नुपर्छ । संस्थाको किसिमअनुसार गठन गर्न चाहिने न्यूनतम सङ्ख्या पुगेको उपस्थितिमा देहायबमोजिमको कार्यसूचीमा छलफल गरी निर्णय गर्नुपर्छ :

- तयार पारेको विनियमको मसौदामा दफावार छलफल गरी पारित गर्ने
- व्यावसायिक सम्भाव्यता अध्ययन प्रतिवेदनको मसौदा उपर दफावार छलफल गरी पारित गर्ने
- कार्य योजनाको मसौदा उपर दफावार छलफल गरी पारित गर्ने
- संस्था दर्ता गर्न तदर्थ सञ्चाक समितिका अध्यक्ष र अन्य दुई जनासम्मलाई अधिकार प्रत्यायोजन गर्ने
- संस्था दर्तापश्चात् सेयर र सदस्य प्रवेश शुल्कबापत उठेको रकम बैङ्क खाता खोली जम्मा गर्ने
- खाता सञ्चालन गर्ने व्यक्तिहरू तोक्ने
- संस्था स्थापनाका सिलसिलामा आवश्यक अन्य विषयहरू तय गर्ने ।

(आ) दर्ताका लागि दरखास्त दिने **(Application for registrati**on) : उल्लिखित प्रक्रिया पूरा गरी तदर्थ सञ्चालक समितिका अध्यक्षको तर्फबाट रु. १०।- को टिकट टाँसी प्रस्तावित सहकारी संस्थाको दुईप्रति सक्कलै विनियमलगायत सम्पूर्ण कागजात संलग्न राखेर देहायको ढाँचामा संस्था दर्ताका लागि दर्ता गर्ने अधिकारी समक्ष दरखास्त दिनुपर्छ :

अनुसूची १

(नियम ६ को उपनियम (१) साग सम्बन्धित)

दर्ता दरखास्तको ढााचा

मिति : २०...।.....

श्री ....

.......................कार्यालय..................... ।

विषय : सहकरी संस्थाको दर्ता ।

महोदय,

हामी देहायका व्यक्तिहरू देहायका कुरा खोली देहायको संस्था दर्ता गरी पाउन निवेदन गर्छौं । उद्देश्यअनुरूप संस्थाले तत्काल गर्ने कार्यहरूको योजना र प्रस्तावित संस्थाको विनियम दुईप्रति यसै साथ संलग्न राखी पेस गरेको छु ।

संस्थासम्बन्धी विवरण

(क) प्रस्तावित संस्थाको नाम :

(ख) ठेगाना :-

(ग) उद्देश्य :-

(घ) मुख्य कार्य :-

(ङ) कार्यक्षेत्र :-

(च) दायित्व :-

(छ) सदस्य सङ्ख्या :-

(१) महिला....... जना (२) पुरुष.....जना

(ज) प्राप्त सेयर पुजीको रकम : रु. ....

(झ) प्राप्त प्रवेश शुल्कको रकम : रु. ...... ।

आवेदकहरूको तर्फबाट-

नाम :-

हस्ताक्षर :-

पद :- तदर्थ सञ्चालक समितिका अध्यक्ष

(प्रस्तावित .... सहकरी संस्था लि.)

(इ) संस्था दर्ता **(Registration)** : संस्था दर्ताका लागि दरखास्त प्राप्त भएपछि दर्ता गर्ने अधिकारीले दर्ताका लागि परेको दरखास्तमा छानबिन गराउनुपर्छ । दरखास्तका साथ पेस भएको विनियम सहकारी ऐन र नियमावलीबमोजिम रहेको, प्रस्तावित सहकारी संस्था सहकारी मूल्य, मान्यता र सिद्धान्तअनुरूप सञ्चालन हुन सक्ने आधार रहेको, संस्था समुदायमा आधारित एवम् सदस्यकेन्द्रित भई सञ्चालन र नियन्त्रण हुन सक्ने स्पष्ट आधार रहेको र तोकिएबमोजिमका अन्य आधारहरू पूरा भएको देखिएमा दर्ता गर्ने अधिकारीले दरखास्त परेको तिस दिनभित्र सहकारी संस्था दर्ता गरी तोकिएबमोजिमको ढाँचामा प्रमाणपत्र दिनुपर्ने छ ।

नोट : नेपालको सहकारी ऐनमा सहकारी नवीकरणसम्बन्धी कुनै व्यवस्था गरिएको छैन ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सहकारीको अर्थ लेख्नुहोस्

(ख) अन्य व्यावसायिक सङ्गठनभन्दा सहकारी व्यवसाय किन भिन्न छ ? कुनै कारण दिनुहोस् ।

(ग) सहकारी व्यवसायका कुनै दुई विशेषताहरू लेख्नुहोस् ।

(घ) सहकारी नियमावली, २०७५ बमोजिम सहकारीको वर्गीकरण गर्नुहोस् ।

(ङ) उत्पादक सहकारीले कस्ता व्यवसाय सञ्चालन गर्छन् ?

(च) बहुउद्देश्यीय सहकारी भनेको के हो ?

(छ) उद्यमशीलता प्रवर्धनमा सहकारीको कुनै एक भूमिका लेख्नुहोस् ।

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सहकारी संस्थाको परिचय दिनुहोस् ।

(ख) सहकारी संस्थाका विशेषताहरू बुँदागत रूपमा व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ग) सहकारी संस्थाहरूले नेपालको आर्थिक विकासमा कसरी सहयोग गर्न सक्छन्, प्रस्ट पार्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सहकारी संस्थाका रूप वा प्रकार व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ख) नेपालका सहकारी संस्था दर्ताको प्रक्रिया विस्तृतमा उल्लेख गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य

तपाईं बसोबास गरेको स्थान नजिक रहेको कुनै एक सहकारी संस्थाको अवलोकन गर्नुहोस् । उक्त सहकारी संस्थाको नाम, ठेगाना, उद्देश्य, संस्थाले गर्ने मुख्य कार्य, सदस्य सङ्ख्यालगायतका विवरण सङ्कलन गरेर कक्षामा प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

पाठ ५ व्यावसायिक स्वामित्वका अन्य स्वरूपहरू (Other Forms of Business Ownership)

५.१ सार्वजनिक संस्थान : अवधारणा, विशेषता र भूमिका (Public Enterprise : Concept, Features and Role)

नेपाल आयल निगम लिमिटेड (Nepal Oil Corporation Limited) को स्थापना वि.सं. २०२७ पौष २६ गते भएको थियो । यो नेपाल सरकारको पूर्ण स्वामित्व रहेको सार्वजनिक संस्थान हो । यसले नेपालमा पेट्रोलियम पदार्थ आयात, ढुवानी, भण्डारण र बिक्रीवितरण गर्ने कार्य गर्छ । निगमको मुख्य कार्यालय टेकु, काठमाडौमा रहेको छ भने सातओटै प्रदेशमा प्रादेशिक कार्यालयहरू रहेका छन् । निगमले भारतका विभिन्न डिपोहरूबाट पेट्रोलियम पदार्थ आयात गरेर नेपालका विभिन्न डिपोहरूमा भण्डारण गर्ने र निजी थोक बिक्रेतामार्फत उपभोक्ता समक्ष पुऱ्याउने गर्छ ।

निगमको सञ्चालक समितिमा उद्योग, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयका सचिव अध्यक्ष, सोही मन्त्रालयका सहसचिव, अर्थ मन्त्रालयका सहसचिव, नेपाल गुणस्तर तथा नापतौल विभागका महानिर्देशक, वाणिज्य आपूर्ति तथा उपभोक्ता संरक्षण विभागका महानिर्देशक सदस्य रहने व्यवस्था छ । त्यसैगरी एक जना विज्ञ सदस्य, निगमका कार्यकारी निर्देशक सदस्य सचिव र ट्रेड युनियनका प्रतिनिधि आमन्त्रित सदस्य रहने व्यवस्था छ । निगमको दीर्घकालीन र नीतिगत निर्णयहरू सञ्चालक समितिले गर्छ भने कार्यान्वयन तहको निर्णय कार्यकारी निर्देशकले गर्छ ।

(क) सार्वजनिक संस्थानको अवधारणा **(Concept of public enterprises)**

सरकारको आशिंक वा पूर्ण स्वामित्वमा स्थापना र सञ्चालन भएका संस्थालाई सार्वजनिक संस्थान भनिन्छ । सर्वसाधारण जनतालाई वस्तु तथा सेवा सुपथ र सर्वसुलभ रूपमा प्रदान गर्नका लागि सार्वजनिक संस्थानको स्थापना गरिएको हुन्छ । नाफामुखीभन्दा पनि सेवामुखी भावले यस्ता संस्था सञ्चालन गरिएका हुन्छन् । सार्वजनिक उपयोगिताका वस्तु तथा सेवाहरू, जस्तै : यातायात, खानेपानी, जलविद्युत्, बैङ्क तथा वित्तीय संस्था, बिमालगायतका क्षेत्रमा यस्ता संस्था स्थापना गर्ने विश्वव्यापी प्रचलन रहेको छ । यद्यपी उद्योग, पूर्वाधार निर्माणलगायतका क्षेत्रमा पनि सार्वजनिक संस्थानहरू अस्तित्वमा रहेका छन् ।

सार्वजनिक संस्थानलाई विभिन्न विद्वान्हरूले विभिन्न ढङ्गले परिभाषित गरेका छन् । यसमध्ये केही प्रमुख परिभाषाहरू निम्नानुसार छन् :

A. H. Hanson का अनुसार "Public enterprises mean state ownership and operation of industrial, agriculture and commercial undertaking." (राज्यको स्वामित्व भएको तथा राज्यद्वारा सञ्चालित औद्योगिक, कृषि, वित्तीय र व्यापारिक निकायहरू सार्वजनिक संस्थान हुन् ।)

M. N. Malay का अनुसार "Public enterprises are autonomous or semiautonomous corporations and companies establishd, owned and controled by the state and engaged in industrial and commercial activities." (राज्यको स्वामित्व तथा नियन्त्रणमा स्थापित औद्योगिक तथा व्यावसायिक क्रियाकलापमा संलग्न स्वायत्त तथा अर्धस्वायत्त संस्थान वा कम्पनीलाई सार्वजनिक संस्थान भनिन्छ ।)

E. N Gladden का अनुसार "A public enterprise is an undertaking owned and controlled by the government or any public authority to produce or supply goods and services." (सार्वजनिक संस्थान भनेको सरकार वा सार्वजनिक प्राधिकरणको स्वामित्व तथा नियन्त्रण भएको र वस्तु तथा सेवाहरू उत्पादन तथा आपूर्ति गर्नका लागि स्थापना गरिएको संस्था हो ।)

माथिका परिभाषाअनुसार सरकारको पूर्ण स्वामित्व भएका तथा निजी क्षेत्रसाग स्वामित्व साझेदारी गरी स्थापना भएका संस्थानहरू सार्वजनिक संस्थान हुन् । सार्वजनिक संस्थानले समग्र आर्थिक तथा सामाजिक विकासका निमित्त विभिन्न आर्थिक क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्ने, वस्तु तथा सेवा उत्पादन गरी सुपथ मूल्यमा उपलब्ध गराउने र समग्र देशको विकासमा टेवा पुऱ्याउने कार्य गर्छन् ।

(ख) सार्वजनिक संस्थानका विशेषता (Features of public enterprises)

सार्वजनिक संस्थानहरू अन्य व्यवसायहरू, जस्तै : वस्तु तथा सेवाको उत्पादन, वितरण तथा व्यावसायिक क्रियाकलापमा संलग्न हुन्छन् । यस्ता संस्थानको उद्देश्य नाफा मात्र कमाउनु नभई सर्वसाधारणलाई आवश्यक पर्ने उपयोगिताका वस्तु तथा सेवा सुलभ र सुपथ मूल्यमा उपलब्ध गराउनु पनि हो । यस्ता संस्थानले आयआर्जन, रोजगारी सिर्जना, स्रोतसाधनको परिचालन गरी राष्ट्रको समग्र विकासमा पनि उत्तिकै योगदान पुऱ्याउाछन् । सार्वजनिक संस्थानका विशेषताहरूलाई तलको चार्टमा प्रस्तुत गरी चर्चा गरिएको छ :

- सरकारी स्वामित्व र नियन्त्रण
- सेवामुखी
- छुट्टै कानुनी अस्तित्व
- सार्वजनिक उत्तरदायित्व
- वित्तीय स्वतन्त्रता
- स्वायत्त व्यवस्थापन
- आर्थिक तथा सामाजिक विकास

(अ) सरकारी नियन्त्रण तथा व्यवस्थापन **(Government control and management) :** सार्वजनिक संस्थानको नियन्त्रण र व्यवस्थापन सरकारद्वारा नियुक्त गरिएका पदाधिकारीले गर्छन् । संस्थानको सञ्चालन र व्यवस्थापनका लागि सञ्चालक समिति, कार्यकारी प्रमुखको नियुक्ति सरकारले गर्छ । यस्ता संस्थानको पूर्ण वा आंशिक स्वामित्व (सामान्यतया ५० प्रतिशतभन्दा बढी) सरकारको हुने हुनाले संस्थानको व्यवस्थापन र नियन्त्रणमा सरकारको अहम् भूमिका हुन्छ ।

(आ) सेवामुखी **(Service oriented) :** सार्वजनिक संस्थानहरूको मुख्य उद्देश्य नाफा कमाउनु नभई जनतालाई आवश्यक सेवाहरू पहाचयोग्य, विश्वसनीय र सरल रूपमा प्रदान गर्नु हो । यी संस्थाहरूले सामाजिक हितलाई प्राथमिकतामा राख्छन् र विशेष गरी त्यस्ता क्षेत्रहरूमा सेवा पुऱ्याउन ध्यानकेन्द्रित गर्छन् जहाा निजी क्षेत्रले पर्याप्त सेवा उपलब्ध गराउन सक्दैन । सार्वजनिक संस्थाहरूले सामाजिक न्याय, आर्थिक समावेशीकरण र जनताको जीवनस्तर सुधार्नमा भूमिका खेल्छन् । यस्ता संस्थानहरूले सबै वर्गका मानिसहरूलाई आधारभूत सुविधा र सेवा सुपथ मूल्यमा उपलब्ध गराउने प्रयास गर्छन् । यसले गर्दा आम जनताले आवश्यक वस्तु तथा सेवा सहज रूपमा प्राप्त गर्न सक्छन् । त्यसैले सार्वजनिक संस्थाहरूको उद्देश्य भनेको लाभभन्दा बढी जनताको सेवा, सामाजिक कल्याण र राष्ट्रिय विकासमा योगदान पुऱ्याउनु हो ।

(इ) छुट्टै कानुनी अस्तित्व **(Separate legal entity):** सार्वजनिक संस्थानहरू सरकारी स्वामित्वका हुने भए पनि यिनीहरूको छुट्टै कानुनी अस्तित्व हुन्छ । यस्ता संस्थाको स्थापना, सञ्चालन तथा नियन्त्रण छुट्टै कानुनद्वारा हुन्छ । संस्थानले आफ्नो नाममा सम्झौता गर्न, सम्पत्ति खरिद गर्न, मुद्दा हाल्न तथा सामना गर्न सक्छन् । यी संस्थाहरूले आफ्नै छाप र परिचयसहित काम गर्न पाउाछन् ।

(ई) सार्वजनिक उत्तरदायित्व **(Public accountability) :** सार्वजनिक संस्थान सरकार र जनताप्रति उत्तरदायी हुन्छन् । यस्ता संस्थाले आफ्नो वार्षिक प्रतिवेदन संसद वा सरकार समक्ष पेस गर्नुपर्छ । वित्तीय प्रतिवेदनहरू प्रकाशित गर्नुपर्छ, लेखापरीक्षण गराउनुपर्छ । यस्ता संस्थानहरूले पारदर्शिता, जवाफदेहिता र सुशासनको सिद्धान्तलाई अनुसरण गरेर कार्य गर्नुपर्छ । सर्वसाधारण जनतासाग प्रत्यक्ष सम्बन्ध रहने भएकाले संस्थाका गतिविधिहरू सार्वजनिक चासोको विषय हुन्छन् । नियामक निकायहरूले संस्थानको कार्यसम्पादन तथा मूल्याङ्कन हेरी आवश्यक निर्देशन दिने अधिकार राख्दछन् ।

(उ) वित्तीय स्वायत्तता **(Financial autonomy) :** सार्वजनिक संस्थानहरूले आफ्ना आर्थिक क्रियाकलापहरू स्वतन्त्र रूपले सञ्चालन गर्छन् । यस्ता संस्था विशेष ऐन, नियम र कानुनअनुसार स्थापना हुने भएकाले वित्तीय स्वतन्त्रता हुन्छ । जनताको हितलाई मध्यनजर राख्दै आर्थिक निर्णयहरू स्वतन्त्र ढङ्गले गर्न सक्छन् । सार्वजनिक संस्थानहरूले बजेट निर्माणदेखि खर्च व्यवस्थापनसम्मका सम्पूर्ण आर्थिक गतिविधिहरू आआफ्नो आन्तरिक नीतिमार्फत सञ्चालन गर्न पाउाछन् । यस्ता संस्थालाई सरकारी अनुदान वा लगानी प्राप्त भए तापनि दैनिक खर्च, आम्दानीखर्चको योजना, परियोजनाको छनोट तथा कार्यान्वयनका विषयमा आफै निर्णय गर्न सक्ने अधिकार दिइएको हुन्छ । यस प्रकारको आर्थिक स्वतन्त्रताले संस्थानहरूलाई आफ्नो

उद्देश्यअनुसार आवश्यक स्रोतसाधन परिचालन गर्न, दीर्घकालीन योजना बनाउन र जनमुखी सेवा प्रवाह गर्न सक्षम बनाउछ ।

(ऊ) स्वायत्त व्यवस्थापन **(Autonomous management) :** सार्वजनिक संस्थानहरूले आफ्नो दैनिक कार्य सञ्चानलमा स्वायत्तता पाएका हुन्छन् । सरकारका ऐन, नियम र कानुनबाट स्थापना भए तापनि कर्मचारी भर्ना गर्ने, मूल्य निर्धारण गर्ने तथा उत्पादन व्यवस्थापन गर्ने जस्ता व्यवस्थापकीय निर्णयहरू लिन स्वतन्त्र हुन्छन् । स्वायत्तताले समयमै निर्णय लिन र कार्य सम्पादनलाई प्रभावकारी बनाउन मदत गर्छ ।

(ए) आर्थिक र सामाजिक विकास **(Economic and social development) :** सार्वजनिक संस्थानहरूले रोजगारीको अवसर सिर्जना गरेर, स्थानीय स्रोतसाधनको परिचालन गरेर राष्ट्रको आर्थिक विकासका योगदान पुऱ्याउछ । विद्युत्, पानी, सार्वजनिक यातायात जस्ता आधारभूत सेवाहरू प्रदान गरेर सामाजिक कल्याण प्रवर्धनमा सहयोग गर्छ ।

(ग) सार्वजनिक संस्थानको भूमिका (Role of public enterprises)

उद्योग, व्यापार, व्यवसाय, वित्तलगायतका विविध क्षेत्रहरू समेटेर आफ्ना आर्थिक क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्ने हुनाले देशको समग्र विकासका सार्वजनिक संस्थानको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ । निजी क्षेत्रसाग प्रतिस्पर्धा गरेर वस्तु तथा सेवाको मूल्य नियन्त्रण गर्न, आर्थिक स्थायित्व कायम गर्न सार्वजनिक संस्थानले सहयोग गरको हुन्छ । सार्वजनिक संस्थानका केही भूमिकालाई बुदागत रूपमा निम्नानुसार चर्चा गरिएको छ :

- पूर्वाधार विकास
- सामाजिक कल्याण
- बजार नियमन
- आम्दानीको स्रोत
- रोजगारीको सिर्जना

(अ) पूर्वाधार विकास **(Infrastructure development) :** सार्वजनिक संस्थानहरूले विभिन्न प्रकारका पूर्वाधारहरू, जस्तै : सडक, रेलमार्ग, ऊर्जा, दूरसञ्चार जस्ता पूर्वाधारमा लगानी गरेर देशको आर्थिक विकास गर्ने महत्त्वपूर्ण योगदान पुऱ्याउाछन् । यी संस्थानहरूले औद्योगीकरणको आधारशिला तयार गरी निजी क्षेत्रलाईसमेत उद्योगधन्दा स्थापना गर्न प्रोत्साहन गर्छन् ।

(आ) सामाजिक कल्याण **(Social welfare) :** सार्वजनिक संस्थानहरूले खाद्यान्न, स्वास्थ्य, खानेपानी, यातायात, बैङ्किङ जस्ता अत्यावश्यक सेवाका क्षेत्रहरूमा आम जनताको पहुाच सुनिश्चित गर्न भूमिका खेलेका हुन्छन् । निजी क्षेत्रको उपस्थिति नभएका सामाजिक कल्याणका क्षेत्रहरूमा लगानी गरी समग्र सामाजिक कल्याणमा विशेष भूमिका निर्वाह गर्छन् ।

(इ) बजार नियमन **(Market regulation) :** सार्वजनिक संस्थानले वस्तु तथा सेवाको मूल्य नियन्त्रण गरी एकाधिकारलाई रोक्न मदत गर्छ । उदाहरणका लागि नेपालमा खाद्य संस्थानले दसौको समयमा खसी, बोका, च्याङ्ग्रा, भेडालगायतको आपूर्ति गरेर, चाडपर्वमा सुलभ मूल्यका पसल सञ्चालन गरेर, चामल, नुन, चिनीलगायतका वस्तुहरूको आपूर्ति व्यवस्था मिलाएर बजारमा वस्तुको मूल्य नियन्त्रण गर्न सहयोग गर्छ ।

(ई) आम्दानीको स्रोत **(Source of revenue) :** सार्वजनिक संस्थानले कमाएको नाफाबाट सरकारलाई लाभांश प्राप्त हुन्छ । वस्तु तथा सेवा उत्पादन गरेर वितरण गर्दा सरकारलाई करसमेत भुक्तान गर्छन् । प्राकृतिक स्रोतसाधन प्रयोग गरेर उत्पादन गर्ने संस्थानले सरकारलाई रोयल्टी पनि बुझाउाछन् । यसरी सरकारले विभिन्न स्वरूपमा यस्ता संस्थाबाट आम्दानी प्राप्त गर्छ ।

(उ) रोजगारी सिर्जना **(Creation of employment) :** सार्वजनिक संस्थानहरूले ऊर्जा, यातायात, स्वास्थ्य, कृषिलगायतका क्षेत्रमा मानिसलाई प्रत्यक्ष रोजगारीका अवसरहरू सिर्जना गर्छन् । नेपालका टेलिकम तथा विद्युत् प्राधिकरणले ठुलो सङ्ख्यामा मानिसलाई प्रत्यक्ष रोजगारी प्रदान गरेका छन् । त्यस्तै ढुवानी, निर्माण कार्य, कच्चा पदार्थ उत्पादनलगायतमा अप्रत्यक्ष रोजगारीसमेत सिर्जना गरेका हुन्छन् । कतिपय अवस्थामा यस्ता संस्थाले सिप विकासका लागि तालिमसमेत प्रदान गरेर मानिसलाई स्वरोजगार हुन मदत गर्छन् ।

५.२ बहुराष्ट्रिय कम्पनी : अवधारणा, विशेषता र भूमिका (Multinational Company : Concept, Features and Role)

नेचुरल ड्रिङ्क्स इन्टरनेशनल लि. (Natural Drinks International Ltd.) एक बहुराष्ट्रिय कम्पनी हो । जसको मुख्य कार्यालय जर्मनीमा छ । यो कम्पनीले अर्गानिक चिया र कफी उत्पादन गर्ने तथा विश्वका विभिन्न देशहरूमा निर्यात गर्ने काम गर्छ । सन् २०१८ मा यसले नेपालमा आफ्नो शाखा कार्यालय स्थापना गरेको हो । यस कम्पनीले नेपाली उत्पादनलाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा पुऱ्याउने लक्ष्य राखेको छ ।

कम्पनीले इलाम र सिन्धुपाल्चोक जिल्लामा स्थानीय किसानहरूसाग मिलेर अर्गानिक चिया र कफी खेती गरिरहेको छ । साथै इलाममा चिया र सिन्धुपाल्चोकमा कफी प्रशोधन केन्द्र स्थापना गरेको छ । उत्पादित चिया र कफी विश्वका २० भन्दा बढी देशहरूमा निर्यात गरिरहेको छ ।

यस कम्पनीले नेपालमा सयौा मानिसलाई रोजगारी दिएको छ । किसानहरूलाई नयाा कृषि प्रविधिबारे तालिम दिएर उत्पादनको गुणस्तर र आम्दानी दुबै बढाउन सहयोग गरेको छ । कम्पनीले स्थानीय विद्यालयमा भौतिक सामग्रीहरू उपलब्ध गराउने, खानेपानी आयोजनामा सहकार्य र हरियाली संरक्षणजस्ता सामाजिक कामहरूमा पनि योगदान पुऱ्याएको छ जसले नेपालको कृषि, रोजगारी र समग्र आर्थिक विकासमा सकारात्मक प्रभाव पारेको छ ।

(क) बहुराष्ट्रिय कम्पनीको अवधारणा (Concept of Multinational Company)

बहुराष्ट्रिय कम्पनी भनेको दुई वा सोभन्दा बढी देशहरूमा आफ्नो व्यवसाय सञ्चालन गर्ने कम्पनी हो । यस्ता कम्पनीहरूले एउटै ब्रान्ड वा नामबाट विभिन्न राष्ट्रहरूमा उत्पादन, सेवा वितरण र व्यापार सञ्चालन गर्छन् । यी कम्पनीहरूको मुख्यालय रहेको देशलाई गृह देश (Home country) भनिन्छ, जबकि शाखा वा उत्पादन एकाइ स्थापना गरिएका देशहरूलाई सहायक देश (Host country) भनिन्छ । बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले उत्पादन, अनुसन्धान, बिक्री, वितरण जस्ता गतिविधि सञ्चालन

गर्दै अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा आफ्नो उपस्थिति विस्तार गर्छन् । यसले व्यवसायलाई विश्वभर फैलिन, स्थानीय स्रोतसाधनको उपयोग गर्न र प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता अभिवृद्धि गर्न मदत गर्छ । साथै यस्ता कम्पनीहरूले आर्थिक वृद्धि, रोजगारी सिर्जना र प्रविधि हस्तान्तरणमा योगदान पुऱ्याउछन्, यदि कतिपय अवस्थामा स्थानीय उद्योगहरूमा असर पार्ने वा मुनाफामुखी मात्रै बन्ने चुनौतीहरू पनि देखिन्छन् ।

बहुराष्ट्रिय कम्पनीलाई विभिन्न विद्वान्हरूले विभिन्न ढङ्गले परिभाषित गरेका छन् । यसमध्ये केही प्रमुख परिभाषाहरू निम्नानुसार छन् :

A. H. Hanson का अनुसार "A multinational corporation is a corporation that controls production or delivers services in more than one country." (बहुराष्ट्रिय कम्पनी त्यस्तो कम्पनी हो जसले एकभन्दा बढी देशमा आफ्नो नियन्त्रण राखी वस्तु उत्पादन, वितरण वा सेवा प्रदान गर्छ ।)

Stephen Hymer का अनुसार "A multinational corporation is a firm that owns and controls operations in more than one country." (बहुराष्ट्रिय कम्पनी भनेको यस्तो संस्था हो जसले एकभन्दा बढी देशमा आफ्नो स्वामित्व र सञ्चालन नियन्त्रण गर्छ ।)

माथिका परिभाषाका आधारमा बहुराष्ट्रिष्य कम्पनी कुनै एक देशको मूल कम्पनी हो जसले विश्वका विभिन्न देशहरूमा सहायक वा शाखा कम्पनी खोलेर वस्तु तथा सेवा उत्पादन तथा वितरण गर्ने काम आफ्नै नियन्त्रणमा गर्छ । सहायक वा शाखा कम्पनी खोलिएको देशको नियम, कानुनअन्तर्गत यस्ता कम्पनीहरू सञ्चालन हुन्छन् ।

(ख) बहुराष्ट्रिय कम्पनीको विशेषता (Feature of Multinational Company)

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले विश्वभर शाखा स्थापना गरी आफ्नो उपस्थिति जनाउने, व्यापार नीति सञ्चालन गर्ने, ठुलो मात्रामा वस्तु तथा सेवा उत्पादन गरी वितरण गर्ने, आधुनिक प्रविधि र नवप्रवर्तनमा जोड दिने गर्छन् । बहुराष्ट्रिय कम्पनीका केही विशेषताहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) विश्वव्यापी उपस्थिति **(Global presence)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीले विश्वका विभिन्न देशमा शाखा कम्पनीहरूमार्फत आफ्नो व्यापारिक उपस्थिति जनाएका हुन्छन् । यस्तो उपस्थितिले विश्वबजारमा पहाुच कायम राख्न तथा ग्राहक सम्बन्ध स्थापना गर्न सक्षम बनाउछ । उदाहरणका लागि कोका कोला कम्पनीले विश्वका २०० भन्दा बढी देशहरूमा आफ्नो शाखा कार्यालय विस्तार गरी विश्वव्यापी रूपमा आफ्नो उपस्थिति देखाएको छ ।

(आ) केन्द्रीकृत नियन्त्रण र स्थानीय अनुसरण **(Centralized control and local adaption)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले व्यापार व्यवसायसाग सम्बन्धित नीति तथा रणनीति मुख्य कार्यालयबाट सञ्चालन गर्छन् र सहायक कम्पनीहरूलाई निर्देशित गर्छन् । तर यस्ता कम्पनीहरूले स्थानीय संस्कृति, कानुन र आर्थिक अवस्थाअनुसार व्यवसायका नीतिहरू परिमार्जन र अनुकूलन गरी व्यवसाय सञ्चालन गर्छन् । यस्तो सन्तुलनले ग्राहक र सरकारसाग सुमधुर सम्बन्ध स्थापना गर्न सहयोग पुग्छ ।

(इ) बृहत् सञ्चालन **(Large scale operation)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले वस्तु तथा सेवाहरू ठुलो मात्रामा उत्पादन र वितरण गर्छन् । बृहत् परिमाणमा वस्तु तथा सेवाको उत्पादनले उत्पादन लागत कम गर्न, मुनाफा वृद्धि गर्न, बजारको सहज पहाुच प्राप्त गर्न सहयोग पुग्छ । अर्थात् बृहत् उत्पादनले मितव्ययिताको फाइदा, श्रम विभाजन र विशिष्टीकरणको फाइदा प्राप्त हुन्छ ।

(ई) उच्चतम प्रविधि तथा नवप्रवर्तन **(Advance technology and innovation)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले उत्पादन, व्यवस्थापन र बजारशास्त्र क्रियाकलापमा आधुनिक प्रविधिको उपयोग गर्छन् । यस्ता कम्पनीहरूले अनुसन्धान र विकासमा पनि बढी खर्च गर्ने भएकाले नवप्रवर्तनमा जोड दिन्छन् । आधुनिक प्रविधि र नवप्रवर्तनले वस्तु तथा सेवाको गुणस्तरमा सुधार भई प्रतिस्प्रर्धात्मक क्षमता वृद्धि हुन्छ । साथै बजार मागअनुसार प्रतिस्पर्धी मूल्यमा वस्तु तथा सेवाहरू बिक्री वितरण गर्न सक्षम हुन्छन् ।

(उ) सहायक देशहरूमा बृहत् लगानी **(Significance investment in host countries)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले सहायक कम्पनीहरूका लागि पूर्वाधार सुविधा तथा जनशक्तिमा ठुलो मात्रामा लगानी गर्छन् । यस्तो लगानीले रोजगारी सिर्जना, प्रविधि हस्तान्तरण र आर्थिक विकासमा टेवा पुऱ्याउाछ । तर सहायक कम्पनी स्थापना भएको देशको कानुनी वातावरणलाई अनुसरण गरेर लगानी गर्नुपर्ने चुनौती भने हुन सक्छ ।

(ऊ) विविध उत्पादन र सञ्चालन **(Diversified products and operation)**

अधिकांश बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरू विभिन्न प्रकारका उद्योगहरूमा संलग्न भई वस्तु तथा सेवाहरू उत्पादन गर्छन् । उदाहरणका लागि युनिलिभर नेपालले स्याम्पु, टुथपेस्ट, भ्यासलिन, डिटरजेन्टलगायतका विविध वस्तुहरू उत्पादन गर्छ । यस्तो विविधीकरणका माध्यमबाट विभिन्न क्षेत्रमा लगानी गर्न र जोखिम न्यूनीकरण गर्न मदत पुग्छ । विविधीकरणले विश्वव्यापी रूपमा विभिन्न ग्राहकहरूको आवश्यकता पूरा गर्ने र बजारमा बलियो उपस्थिति जनाउन सहज हुन्छ ।

(ए) विश्वव्यापी ब्रान्ड पहिचान **(Global brand recognition)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीले उत्पादन गर्ने वस्तु तथा सेवाको ख्याती वा ब्रान्डले गर्दा विश्वव्यापी रूपमा यस्ता वस्तु पहिचान हुन्छन्, उदाहरणका लागि नाइक, पुमा, एप्पल, माइक्रोसफ्ट आदि । यस्ता कम्पनीले वस्तु तथा सेवाको ब्रान्ड र गुणस्तरमा निरन्तर सुधार गरी ग्राहकको विश्वसनीयता जित्न सफल हुन्छन् । ब्रान्डको कारणले बजारमा एकाधिकार कायम गरी लाभ प्राप्त गर्न सक्षम हुन्छन् । यही ब्रान्ड वा ख्यातिको कारण कुनै नयाा देशमा आफ्नो शाखा कार्यालय सहजै स्थापना गरेर थप बजार विस्तार गर्न सक्छन् ।

(ग) बहुराष्ट्रिय कम्पनीको भूमिका **(Role of Multinational Company)**

विश्वको अर्थतन्त्रको समग्र विकासमा बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ । यस्ता कम्पनीहरूले आर्थिक विकास, प्रविधि हस्तान्तरण र सांस्कृतिक आदानप्रदानमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेलेका हुन्छन् । बहुराष्ट्रिय कम्पनीको भूमिकालाई बुँदागत रूपमा निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

(अ) विश्वव्यापी व्यापार तथा आर्थिक एकीकरण **(Global trade and economic integration)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले विश्वको कुनै एक देशमा वस्तु तथा सेवा उत्पादन गरेर अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारमार्फत बिक्री वितरण गरी विश्वव्यापी व्यापारलाई सहयोग पुऱ्याउाछन् । विभिन्न देशको अर्थतन्त्रलाई जोडेर एकीकृत विश्वबजार निर्माण गर्न यस्ता कम्पनीहरूको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ । अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारमा देखिने बाधा अवरोधलाई हटाएर विश्व बजारलाई एकीकृत र अन्तर्निर्भर बनाउन सहयोग गर्छन् ।

(आ) रोजगारी सिर्जना तथा आर्थिक विकास **(Job creation and economic development)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले सहायक कम्पनी स्थापना भएका देशहरूमा रोजगारीका अवसर सिर्जना गर्छन् । सहायक वा शाखा कम्पनी रहेको देशमा कारखाना, उद्योग, वितरण केन्द्र, ढुवानीमार्फत प्रत्यक्ष रोजगारी सिर्जना गर्छन् । श्रमिकको सिप, कार्यदक्षतामा सुधारमा सहयोग गर्छन् । श्रमिकको परिवारको शिक्षा, स्वास्थ्य, जीवनस्तर सुधारमा अप्रत्यक्ष योगदान पुऱ्याउाछन् । रोजगारीको सिर्जनासागै स्थानीय पूर्वाधारहरूमा पनि लगानी गरी आर्थिक विकासमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्छन् ।

(इ) प्रविधि हस्तानान्तरण तथा नवप्रवर्तन **(Technology transfer and innovation)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले सहायक देशहरूमा अत्याधुनिक प्रविधिको प्रयोग गरेर वस्तु तथा सेवा उत्पादन गर्छन् । व्यवसायको व्यवस्थापनका नयाा तौरतरिका र अभ्यास प्रयोगमा ल्याउाछन् ।

यसले प्रविधि हस्तान्तरणमार्फत स्थानीय उद्योगधन्दालाई आधुनिकीकरण गरी उत्पादनशील क्षमता सुधार गर्न मदत पुऱ्याउाछ । प्रविधिको हस्ताान्तरणले नवप्रवर्तनलाई पनि बढावा दिन्छ ।

(ई) विश्व व्यापारमा पहुाच **(Access to global market)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले अन्तर्राष्ट्रिय सञ्जालमार्फत सहायक कम्पनी स्थापना भएका देशका स्थानीय स्रोत, साधन र कच्चा पदार्थलाई विश्वव्यापी पहुाच प्रदान गर्छन् । यी कम्पनीहरूले स्थानीय व्यवसायलाई विश्वबजारमा प्रवेश गर्ने वातावरण सिर्जना गर्छन् । साझेदारी तथा संयुक्त व्यावसायिक संरचना बनाएर विश्वबजारमा पहुाच पुऱ्याउन बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ ।

(उ) जीवनस्तरमा सुधार **(Increase in living standard)**

बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले सस्तो मूल्यमा गुणस्तरीय वस्तुहरू उपलब्ध गराएर जनताको जीवनस्तर सुधारमा सहायता गर्छन् । विविध र गुणस्तरीय वस्तुहरू उपलब्ध गराएर उपभोक्तालाई छनोटका अवसर प्रदान गर्छन् । अन्तर्राष्ट्रिय उत्पादन र सेवाहरू सहज ढङ्गले स्थानीय उपभोक्ताले उपयोग गर्न पाउादा जीवनस्तरमा पनि सुधार हुन्छ ।

बहुराष्ट्रिय कम्पनीका सकारात्मक र नकारात्मक प्रभाव **(Positive and negative impact of multinational company)**

सकारात्मक प्रभाव	नकारात्मक प्रभाव
१. रोजगारीको अवसर सिर्जना हुन्छ ।	१. श्रमिकको शोषण हुन सक्छ ।
२. प्रविधि र व्यवस्थापकीय सिप हस्तान्तरण हुन्छ ।	२. घरेलु तथा साना उद्योगहरू प्रतिस्पर्धी क्षमता कम भई बन्द हुने अवस्था हुन सक्छ ।
३. प्रत्यक्ष वैदेशिक लगानी (Foreign direct investment) भित्र्याउन सकिन्छ ।	३. विदेशी वस्तुको बाहुल्यताले स्थानीय उत्पादनको माग घट्न सक्छ ।
४. गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवाको उपलब्धता बढ्छ ।	४. सरकारी नीति र निर्णयहरूमा प्रभाव पारी राष्ट्रको सार्वभौमिकता कमजोर बनाउन सक्छ ।
५. पूर्वाधार र औद्योगिक विकासमा टेवा पुग्छ ।	५. वातावरणीय प्रदूषण र स्रोतको अत्यधिक दोहन हुन सक्छ ।

५.३ व्यावसायिक स्वरूपको छनोटमा प्रभाव पार्ने तत्त्वहरू (Factors Influencing the Choice of Business Form)

उपयुक्त व्यवसायको छनोटले व्यवसायी तथा उद्यमीको सफलता तथा असफलतालाई प्रत्यक्ष परोक्ष रूपमा प्रभाव पार्छ । व्यावसायिक स्वरूपको छनोट गर्दा विभिन्न तत्त्वहरूलाई आधार बनाएर छनोट गर्नुपर्छ । साधनस्रोतको उपलब्धता, जोखिमको मात्रा, कानुनी औपचारिकतालगायतका पक्षहरूमा ध्यान दिएर सोही व्यवसाय छनोट गरेमा व्यवसायबाट सफलता प्राप्त गर्न सकिन्छ । यहाा व्यावसायिक स्वरूपको छनोटलाई प्रभाव पार्ने तत्त्वहरूका बारेमा सङ्क्षेपमा चर्चा गरिएको छ :

(क) व्यवसायको प्रकृति (Nature of business)

व्यवसायले गर्ने क्रियाकलापका आधारमा व्यवसायको स्वरूप निर्धारण हुन्छ । कम पुाजी लगानी गरेर लघु तथा साना व्यावसायिक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्ने हो भने एकलौटी व्यवसाय उपयुक्त हुन्छ । त्यसैगरी बृहत् परिमाणमा उत्पादन गर्ने हो भने पुाजी र प्रविधिमा प्रशस्त लगानी गरेर साझेदारी व्यवसाय वा कम्पनी व्यवसाय सञ्चालन गर्न उपयुक्त हुन्छ ।

(ख) पुाजीको आवश्यकता (Capital requirements)

व्यवसाय सुरु तथा सञ्चालन गर्न आवश्यक पर्ने पुाजीका आधारमा व्यावसायिक स्वरूप निर्धारण गर्ने गरिन्छ । प्राय: जसो थोरै पुाजी लगानी गरेर एकलौटी व्यवसाय सञ्चालन गरिन्छ भने तुलनात्मक रूपमा धेरै पुाजी लगानी गरेर साझेदारी वा कम्पनी व्यवसाय सञ्चालन गरिन्छ ।

(ग) दायित्व एवम् जोखिम (Liability and risk)

जोखिम वहन गर्न सक्ने क्षमताले व्यावसायिक स्वरूपको चयनमा प्रभाव पार्छ । एकलौटी व्यवसाय र साधारण प्रकृतिको साझेदारी व्यवसायमा ऋणको जिम्मेवारी व्यवसायका स्वामीहरूको व्यक्तिगत सम्पत्तिमा पर्छ । तर सीमित दायित्व भएका संस्थाहरू, जस्तै : निगम, सार्वजनिक कम्पनीहरूमा व्यक्तिगत दायित्व हुादैन । जोखिम मुक्त व्यवसाय सञ्चालन गर्दा प्राय: जसो सीमित दायित्व वहन गरे पुग्ने प्रकारको व्यावसायिक स्वरूप छनोट गर्नुपर्छ ।

(घ) नियन्त्रण एवम् निर्णय निर्माण (Control and decision making)

व्यवसायमा नियन्त्रण राख्ने चाहनाले तथा निर्णय निर्माण प्रक्रियामा सहभागी हुने कुराले व्यावसायिक स्वरूपको निर्धारण गर्छ । एकलौटी व्यवसायमा नियन्त्रण तथा निर्णय निर्माणमा सम्पूर्ण अधिकार एकजना व्यक्तिमा निहित हुन्छ । त्यसैगरी साझेदार व्यवसायमा एकमात्र व्यक्तिले निर्णय नगरी अधिकार प्रदत्त साझेदारले नियन्त्रण तथा निर्णय निर्माण गर्ने गर्छन् ।

(ङ) कर नीति (Taxation policy)

करसम्बन्धी नीति नियम तथा त्यसको असरले व्यावसायिक स्वरूपको छनोट हुने गर्छ । एकलौटी र साझेदारी व्यवसायमा पास थ्रू कर प्रणाली (Pass-through taxation system) लागु गरिन्छ । यस प्रणालीमा व्यावसायिक संस्थाले कर तिर्ने नभएर व्यवसायका लगानीकर्ता, मालिक वा स्वामीले व्यवसायबाट कमाएको आम्दानीमा कर तिर्छन् । सार्वजनिक कम्पनी र संस्थानहरूले व्यवसायको नाफाबाट कर तिर्नुपर्छ र कतिपय अवस्थामा दोहोरो कर पनि लाग्न सक्छ ।

(च) कानुनी औपचारिकता (Legal formalities)

विभिन्न प्रकारका कानुनी जटिलताले पनि व्यवसायको संरचना चयनमा प्रभाव पार्छ । एकलौटी र साझेदारी व्यवसायमा तुलनात्मक रूपमा न्यून कानुनी औपचारिकता पालना गरे पुग्छ । सार्वजनिक कम्पनी र संस्थानमा सीमित दायित्व भए तापनि वार्षिक प्रतिवेदन पेस गर्ने, विस्तृत अभिलेख राख्नुपर्ने जस्ता थप कानुनी औपचारिकता पूरा गर्नुपर्ने हुन्छ ।

क्रियाकलाप १

नेपालमा हाल विभिन्न क्षेत्र जस्तै : बैङ्क तथा वित्तीय, बिमा, ऊर्जा, कृषिलगायतमा सञ्चालनमा रहेका सार्वजनिक संस्थानहरूको सूची तयार गर्नुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सार्वजनिक संस्थान भनेको के हो ?

(ख) नेपालका कुनै दुई सार्वजनिक संस्थानको नाम लेख्नुहोस् ।

(ग) सार्वजनिक संस्थान स्थापना गर्नुको मुख्य उद्देश्य के हो ?

(घ) सार्वजनिक सस्थानको नियन्त्रण र व्यवस्थापन कसले गर्छ ?

(ङ) सार्वजनिक संस्थानले किन सार्वजनिक उत्तरदायित्व वहन गर्नुपर्छ ?

(च) सार्वजनिक संस्थानले वस्तु तथा सेवाको मूल्य नियन्त्रणमा कसरी सहयोग गर्छन् ?

(छ) बहुराष्ट्रिय कम्पनीलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(ज) नेपालमा सञ्चालनमा रहेका कुनै दुई बहुराष्ट्रिय कम्पनीको नाम उल्लेख गर्नुहोस् ।

(झ) बहुराष्ट्रिय कम्पनीका दुई विशेषता उल्लेख गर्नुहोस् ।

(ञ) बहुराष्ट्रिय कम्पनीका दुई दुईओटा फाइदा तथा बेफाइदा लेख्नुहोस् ।

(ट) व्यवसायको स्वरूप चयनमा प्रभाव पार्ने तीन तत्त्वहरू सूचीबद्ध गर्नुहोस् ।

(ठ) पुाजीको उपलब्धताले व्यापारको स्वरूप चयनलाई कसरी प्रभाव पार्छ ?

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सार्वजनिक संस्थानको परिचय दिनुहोस् ।

(ख) बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूको कुनै तीन विशेषताहरू वर्णन गर्नुहोस् ।

(ग) सहायक देशका सन्दर्भमा बहुराष्ट्रिय कम्पनीको भूमिका सम्बन्धमा प्रकाश पार्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) सार्वजनिक संस्थानका विशेषताहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ख) बहुराष्ट्रिय कम्पनी भनेको के हो, यसका विशेषताहरू बुादागतरूपमा व्याख्या गर्नहोस् ।

(ग) व्यवसायको स्वरूप चयनमा प्रभाव पार्ने तत्त्वहरू उपयुक्त उदाहरणसहित व्याख्या गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य (Project work)

नेपालमा शाखा वा सहायक कम्पनीका रूपमा सञ्चालनमा रहेका बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूको सूची तयार गरी कुनै दुई कम्पनीको छोटो परिचय सहितको profile तयार गरी कक्षामा प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

एकाइ
५

व्यावसायिक नैतिकता र सामाजिक उत्तरदायित्व
(Business Ethics and Social Responsibility)

काठमाडौमा अवस्थित "हरित ऊर्जा नेपाल प्रा.लि." नामक कम्पनी ग्रामीण तथा सहरी क्षेत्रमा सौर्य ऊर्जाको प्रवर्धन गर्ने उद्देश्यले स्थापना गरिएको हो । कम्पनीले सुरुआतदेखि नै व्यावसायिक नैतिकतालाई मुख्य मूल्यका रूपमा लिएको छ । यसको व्यापार रणनीति नाफामुखी मात्र नभई सामाजिक उत्तरदायित्व र नैतिक मान्यतामा आधारित छ ।

कम्पनीले ग्राहकसाग पारदर्शी कारोबार गर्ने नीति लिएको छ । सौर्य प्यानल तथा उपकरणको मूल्य, क्षमता, मर्मत खर्च र वारेन्टीसम्बन्धी सम्पूर्ण जानकारी ग्राहकलाई स्पष्ट रूपमा दिइन्छ ।

कुनै किसिमको थप शुल्क लिने र भ्रामक विज्ञापन गरेर ग्राहक आकर्षित गर्ने गरिदैन । कम्पनीले आफ्ना कर्मचारीहरूलाई न्यूनतम तलबभन्दा बढी पारिश्रमिक दिई आर्थिक सुरक्षाको प्रत्याभूति दिएको छ । काम गर्ने स्थानमा सुरक्षा उपकरणहरू, जस्तै : हेल्मेट, बेल्ट, पञ्जा आदि उपलब्ध गराएको छ । यसले समुदायमा नियमित रूपमा सिप विकास तालिम पनि प्रदान गर्छ । कर्मचारीहरूको स्वास्थ्य बिमा, मातृत्व सुविधा र समयमै तलब भुक्तानी जस्ता असल अभ्यास सञ्चालन गरेर कर्मचारीको विश्वास जित्न सकेको छ ।

कम्पनीले ऊर्जासाग सम्बन्धित कुनै पनि आयोजना सुरु गर्नुअगि स्थानीय समुदायसाग संवाद र समन्वय गर्छ । वातावरणमा पार्ने असरको मूल्याङ्कन गर्छ, बोटबिरुवा, नदीनाला तथा समुदायको जीवनशैलीमा नकारात्मक असर नपार्ने गरी आफ्ना कार्यहरू सञ्चालन गर्छ । कुनै पनि सार्वजनिक सम्पत्तिको प्रयोग गर्नुपर्दा अनुमति लिने, व्यवसायको कर नियमित रूपमा तिर्ने र सरकारी अन्य मापदण्डहरू पालना गर्छ । यी नैतिक अभ्यासहरूका कारण "हरित ऊर्जा नेपाल प्रा.लि." ले छोटो समयमा नै ग्राहक, कर्मचारी, समुदाय र सरकारको विश्वास जित्न सफल भएको छ । यसले देखाउाछ कि व्यवसाय केवल मुनाफा कमाउने साधन नभई समाजप्रतिको उत्तरदायित्व र मूल्यमा आधारित यात्रा पनि हो ।

५.१ व्यावसायिक नैतिकताको परिचय (Introduction to Business Ethics)

कुनै पनि व्यवसाय सञ्चालन गर्ने, व्यवसायसाग सम्बन्धित निर्णय गर्ने र विभिन्न सरोकारवालाहरूसाग अन्तर्क्रिया गर्ने क्रममा अपनाइने सिद्धान्त, मापदण्ड वा पद्धति व्यावसायिक नैतिकता हो । व्यावसायिक नैतिकताले व्यवसायलाई कानुनी आवश्यकता, समाजका मान्यता र अपेक्षासाग मिलान हुने गरी सञ्चालन गर्न मार्गदर्शन गर्छ । व्यवसायमा सही र गलत बोध गराउने काम व्यावसायिक नैतिकताले गर्छ । व्यावसायिक नैतिकताले इमानदारिता, पारदर्शिता, निष्पक्षता, उत्तरदायित्व र सम्मान जस्ता आधारभूत मान्यतालाई प्राथमिकता दिन्छ । व्यावसायिक नैतिकताका सिद्धान्तहरूले कर्मचारी व्यवस्थापन, संस्थागत सुशासन, कार्यस्थल सुरक्षा, ग्राहक सेवा, आपूर्ति शृङ्खला सम्बन्ध र वातावरणीय दिगोपनका अभ्याससाग सम्बन्धित छ । व्यावसायिक नैतिकताले व्यवसायले मुनाफा आर्जन मात्र गर्नेभन्दा पनि समाज, वातावरण र अर्थतन्त्रमा सकारात्मक योगदान गर्नुपर्छ भन्ने मान्यता राख्दछ । व्यावसायिक नैतिकताले कर्मचारीहरूलाई समानता तथा समतामूलक अवसर प्रदान गर्ने, सुरक्षित कार्यस्थल निर्माण गर्ने, उचित पारिश्रमिक प्रदान गर्ने, उत्पादन तथा सेवाहरूलाई सुरक्षित र भरपर्दो बनाउने तथा सही विज्ञापन गर्ने जस्ता पक्षमा जोड दिन्छ । यसले व्यवसायका वित्तीय विवरण, नीतिगत पारदर्शिता र रणनीतिक निर्णयहरूवारे स्पष्ट र इमानदार भएर सञ्चार गर्न प्रेरित गर्छ ।

व्यावसायिक नैतिकता व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्व (Corporate Social Responsibility) साग प्रत्यक्ष जोडिएको हुन्छ । यसले व्यवसायलाई सामाजिक हितका लागि सक्रिय रूपमा योगदान गर्न सहयोग गर्छ । व्यावसायिक नैतिकताले वातावरणीय क्षतिलाई कम गर्न दिगो अभ्यासहरू अपनाउने, सामुदायिक विकास परियोजनामा सहकार्य गर्ने र आपूर्ति शृङ्खलामा नैतिक अभ्यास गर्ने जस्ता कदमहरू समेट्छ । व्यावसायिक नैतिकतालाई आधुनिक व्यावसायिक वातावरणको दीर्घकालीन सफलताको अपरिहार्य तत्त्व मानिन्छ । व्यावसायिक नैतिकताले सरोकारवालाको विश्वास, व्यवसायको प्रतिष्ठा सुधार गर्न र ग्राहक तथा कर्मचारीहरूसाग दीर्घकालीन सम्बन्ध स्थापना गर्न सहज बनाउाछ ।

व्यावसायिक नैतिकताका बारेमा विभिन्न विद्वान्हरूले दिएका परिभाषाहरू निम्नानुसार छन् :

Raymond C. Baumhart का अनुसार "Business ethics is the critical, structured examination of how people and situation institutions should behave in the world of commerce. It addresses ethical prolbems arising in a business environment." (व्यावसायिक नैतिकता भनेको व्यापारिक क्षेत्रमा व्यक्ति र संस्थाहरूले कसरी व्यवहार गर्नुपर्छ भन्ने कुराको आलोचनात्मक र संरचित अध्ययन हो । यसले व्यावसायिक वातावरणमा उत्पन्न हुने नैतिक समस्याहरूलाई सम्बोधन गर्छ ।)

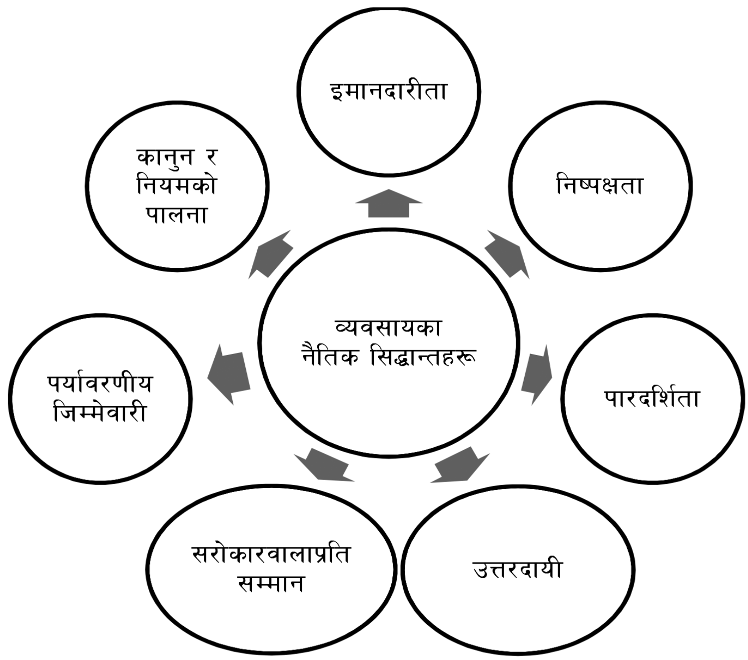
Peter F. Drucker का अनुसार "Business ethics is the application of general ethical ideas to business behavior. It is the integration of day to day moral conduct with the broader framework of societal values and expectations." (व्यावसायिक नैतिकता भनेको सामान्य दैनिक विचारहरूलाई व्यावसायिक व्यवहारमा लागु गर्नु हो । यो दैनिक नैतिक आचरणलाई समाजका मूल्यहरू र अपेक्षासाग एकीकृत गर्ने प्रक्रिया हो ।)

Philip Kotter का अनुसार "Business ethics is the practice of ensuring that the persuit of profit is aligned with ethical principles ensuring trust, fairness and responsibility to all stakeholders." Kotter का मतमा व्यावसायिक नैतिकता भनेको नाफाको खोजी नैतिक सिद्धान्तहरूसाग मेल खाने गरी गरिने अभ्यास हो । यसले सबै सरोकारवालाप्रति विश्वास, निष्पक्षता र उत्तरदायित्व सुनिश्चित गर्छ ।

माथिका परिभाषाहरूका आधारमा व्यावसायिक नैतिकता भनेको संस्थाभित्र नैतिक जिम्मेवारी र उत्तरदायित्वको संस्कृति विकास गर्नु हो । यसले व्यवसायहरूलाई आफ्नो लक्ष्य पूरा गर्ने साथै समाजलाई सकारात्मक योगदान दिन प्रेरित गर्छ । यसले दिगो विकास र सामाजिक प्रगतिका लागि व्यवसायहरूले महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्छन् भन्ने बोध गराउाछ ।

(क) व्यवसायका नैतिक सिद्धान्तहरू **(Ethical principles for business)**

व्यवसायका नैतिक सिद्धान्तहरू ती आधारभूत नैतिक दर्शन हुन् जसले व्यावसायिक क्रियाकलापहरू इमानदारी, निष्पक्ष, न्यायिक, पारदर्शी ढङ्गले सञ्चालन गर्न मदत गर्छ । व्यवसायका केही नैतिक सिद्धान्तहरू निम्नानुसार छन् :



(अ) इमानदारिता **(Integrity)**

इमानदारितालाई व्यावसायिक नैतिकताको आधारशिला मानिन्छ । इमानदारिताले व्यवसायले ग्राहक, कर्मचारी तथा अन्य सरोकारवालाहरूसाग सत्य र निष्ठापूर्वक व्यवहार गर्नुपर्छ भन्ने मान्यता राख्छ । व्यावसायिक इमानदारिताले विश्वासको वातावरण निर्माण गर्ने र व्यावसायिक क्षेत्रमा दिगो पहिचान बनाउन सहयोग पुऱ्याउछ । पारदर्शिता कायम गर्न तथा सुमधुर सम्बन्ध स्थापना गरी व्यावसायिक सफलता हासिल गर्न इमानदारिता अपरिहार्य हुन्छ ।

(आ) निष्पक्षता **(Fairness)**

सबै सरोकारवालाहरूप्रति समान र निष्पक्ष व्यवहार गर्नु बिनापूर्वाग्रह कार्य गर्ने वातावरण सिर्जना गर्नु व्यावसायिक निष्पक्षता हो । कर्मचारीहरूलाई समान अवसर प्रदान गर्ने सबै प्रकारका आपूर्तिकर्ता, ग्राहक तथा सरोकारवालासाग समान व्यवहार गर्नाले व्यावसायिक निष्पक्षता कायम गर्न सकिन्छ ।

सबै पक्षहरूलाई सम्मानित महसुस गराउन साथै व्यवसायप्रतिको विश्वासलाई दीर्घकालीन बनाउन निष्पक्ष व्यवहार गर्नुपर्छ ।

(इ) पारदर्शिता **(Transparency)**

व्यावसायिक नैतिकताले पारदर्शी वातावरण सिर्जना गर्न मदत गर्छ । पारदर्शिता भनेको कम्पनीको गतिविधि, उत्पादन र सेवाबारे कर्मचारी, ग्राहक, सरोकारवाला आदिलाई स्पष्ट, सत्य तथ्य र सजिलै बुझ्न सकिने गरी जानकारी उपलब्ध गराउनु हो । पारदर्शिताले ग्राहकलाई झुक्याउन नपाउने, कर्मचारीहरूलाई जानकार बनाउने र लगानीकर्ताहरूलाई सुरक्षित लगानीको वातावरण सिर्जना गर्न मदत गर्छ ।

(ई) उत्तरदायी **(Responsible)**

कुनै पनि व्यावसायिक संस्था आफ्ना कार्यप्रति उत्तरदायी हुनुपर्छ । विभिन्न व्यावसायिक निर्णय र कार्यहरू गर्दा उत्पन्न भएका परिणामको जिम्मा लिनुपर्ने र जवाफ दिनुपर्ने पक्षलाई यसले जोड दिन्छ । वस्तु तथा सेवा उत्पादन, वितरण गर्दा हुने गल्ती र कमजोरीहरू ढाकछोप नगरी स्वीकार गरेर सही समयमा सुधार गरी अगि बढ्नुपर्छ । यसले कम्पनीको सरोकारवालासागको विश्वसनीयता मजबुत बनाउन मदत गर्छ ।

(उ) सरोकारवालाप्रति सम्मान **(Respect towards stakeholders)**

व्यवसायहरूसाग सम्बन्धित सबै पक्षहरूका अधिकार, चासो, मर्यादालाई स्वीकार गर्नु सरोकारवालाप्रतिको सम्मान हो । कर्मचारीहरूसाग उचित व्यवहार गर्ने, ग्राहक सन्तुष्टि सुनिश्चित गर्ने, साझेदार, सेयरधनी, लगानीकर्ता, ऋणदाता र समुदायसाग सुदृढ सम्बन्ध कायम गर्ने कुरालाई यसले जोड दिन्छ । सरोकारवालाप्रतिको सम्मानले व्यवसायको दीर्घकालीन सफलता र सकारात्मक छविका बनाउन सहयोग पुग्छ ।

(ऊ) पर्यावरणीय जिम्मेवारी **(Environmental responsibility)**

पर्यावरणीय जिम्मेवारी भनेको पर्यावरण तथा वातावरणलाई कम क्षति पुऱ्याउने किसिमको दिगो व्यावसायिक अभ्यासलाई प्राथमिकता दिनु हो । उत्पादन, प्रशोधन, बिक्री वितरणका कार्यमा फोहोर न्यूनीकरण गर्ने, प्राकृतिक स्रोतहरूको संरक्षण गर्ने, पर्यावरणमैत्री प्रविधि प्रयोग गरेर पर्यावरणणीय सन्तुलन कायम गर्न सकिन्छ । धुलो, धुवाा, केमिकललगायतका उद्योग, कारखानाबाट निस्कने पदार्थलाई उचित स्थानमा विर्सजन गर्ने, समुदाय र समाजको पर्यावरण संरक्षणका लागि काम गर्नेलगायतका कार्यले व्यावसायिक नैतिकता प्रदर्शन गर्छ ।

(ए) कानुन र नियमको पालन **(Compliance with laws and regulations)**

व्यावसायिक नैतिकताको महत्त्वपूर्ण पक्षहरूमध्ये कानुन र नियमहरूको पालना पनि एक हो । यसले व्यवसायलाई कानुनी मापदण्डमा रही सञ्चालन हुन प्रेरित गर्छ । व्यावसायिक संस्थाले स्थानीय, राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय कानुनहरूको पालना गर्नुपर्छ । वस्तु तथा सेवा उत्पादन, वितरण गर्ने व्यवसायले सरकारले तोकेको मापदण्ड र प्रचलित कानुन अनुसरण गर्नुपर्छ । सामाजिक मूल्य, मान्यता, धर्म तथा संस्कृतिलाई संरक्षण गर्ने गरी वस्तु तथा सेवाको उत्पादन र वितरणमा ध्यान दिनुपर्छ । यसो हुन सकेमा मात्र व्यवसायले वैधता प्राप्त गर्छ ।

५.२ व्यवसायको सामाजिक उत्तरदायित्वको परिचय (Introduction to Social Reponsibility of Business)

व्यवसायलाई समाजमैत्री ढङ्गबाट सञ्चालन गर्ने मान्यतालाई व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्व भनिन्छ । व्यवसायले समाजमा सकारात्मक प्रभाव सिर्जना गर्ने उद्देश्यअनुरूप आफ्ना व्यावसायिक क्रियाकलापहरू सञ्चालन गर्नुपर्छ । व्यवसायसाग लगानीकर्ता, ग्राहक, आपूर्तिकर्ता, सरकार, कर्मचारी र समाजको प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष हित जोडिएको हुन्छ । अत: व्यवसायले सामाजिक मूल्यमान्यताहरूलाई संरक्षण गर्ने जिम्मेवारी वहन गर्नुपर्छ ।

व्यवसाय केवल नाफा कमाउने संस्था मात्र नभई ग्राहक र समुदायहरूको जीवनमा सकारात्मक प्रभाव पार्ने सामाजिक संस्था पनि हो । व्यावसायिक संस्थाहरूले आफ्ना व्यावसायिक उद्देश्यहरूलाई सामाजिक मूल्यमान्यताहरूसाग सही तालमेल गराउन सक्नुपर्छ । वातावरणीय क्षति न्यून गर्ने, नैतिक श्रम अभ्यास सुनिश्चित गर्ने र समुदायको समग्र विकासका लागि सहयोग गर्ने जस्ता जिम्मेवारी व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्वअन्तर्गत पर्छन् । व्यवसायले सामाजिक उत्तरदायित्वअन्तर्गत विभिन्न वातावरणीय चुनौतीहरूका समाधानमा पनि सक्रिय भूमिका निर्वाह गर्नुपर्छ । वातावरण प्रदूषण कम गर्ने विधिहरू प्रयोग गर्ने, पर्यावरणीय संरक्षणमा सहभागी हुने, शिक्षा, स्वास्थ्य, सरसफाइलगायतका सामुदायिक कल्याणका कामहरूमा सहभागिता जनाउनुपर्छ ।

कुनै पनि व्यवसायको मुख्य उद्देश्य नाफा आर्जन गर्नु भए तापनि समाजको हितलाई बेवास्ता गरेर नाफा कमाउनु दीर्घकालीन रूपमा हानिकारक हुन्छ । अत: व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्वलाई आत्मसाथ गर्नाले व्यवसायले ग्राहकको विश्वास, कर्मचारीको सन्तुष्टि र ब्रान्डको छवि वृद्धि गर्न सक्षम हुन्छ । निष्पक्ष व्यापार र वातावरणमैत्री उत्पादनलाई समर्थन गर्ने व्यवसायले मात्रै सचेत उपभोक्ताहरूलाई आकर्षित गर्न सक्छ ।

व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्वका बारेमा विद्वान्हरूले दिएका केही परिभाषाहरू निम्नानुसार छन् :

Keith Davis का अनुसार "Social responsibility is the olbigation of decision makers to take action which protect and improve the welfare of the Society and to make decisions that as a aoLng with their own interests." (सामाजिक उत्तरदायित्व भनेको निर्णयकर्ताहरूको दायित्व हो जसले समाजको समग्र कल्याणको रक्षा र सुधारका लागि क्रियाकलापहरू गर्नुपर्छ साथै आफ्ना स्वार्थहरू पनि ध्यानमा राख्नुपर्छ ।)

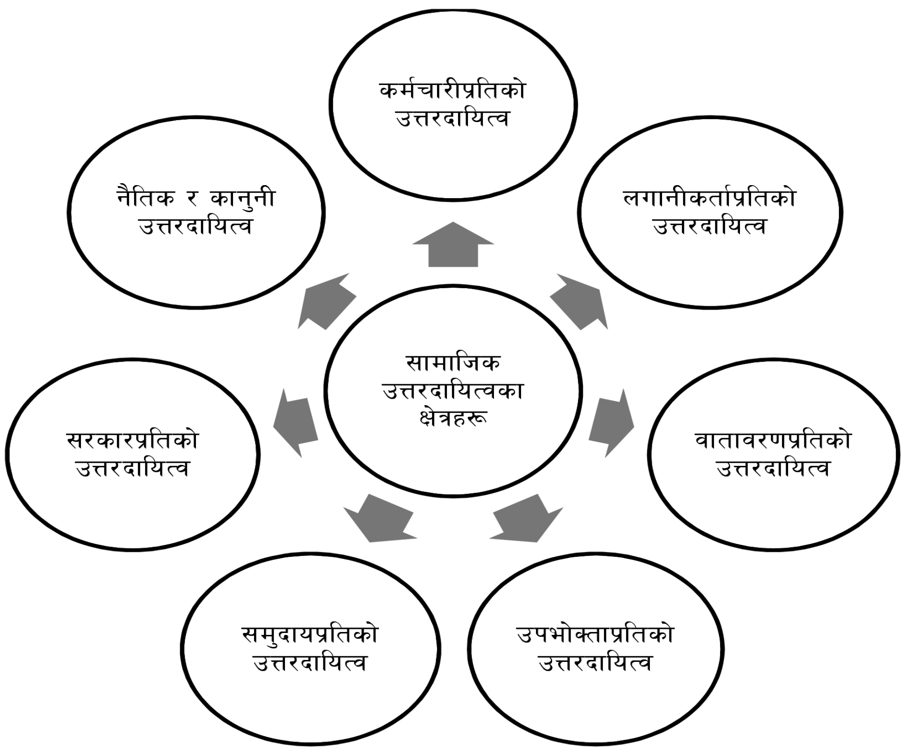
Federic D. का अनुसार "Social responsibility implies a public posture of willingness to consider the effects of business decisions on the broader social system." (सामाजिक उत्तरदायित्व भन्नाले व्यावसायिक निर्णयहरूको व्यापक सामाजिक प्रणालीमा पर्न सक्ने प्रभावलाई विचार गर्ने सार्वजनिक दृष्टिकोण अपनाउने इच्छालाई जनाउाछ ।)

Miton Friedman का अनुसार "The social responsibility of business is to increase it's profits while conforming to the basic rules of society, both those embodied in law and those in ethical custom." (व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्व भनेको आफ्नो नाफा बढाउनु सागसागै समाजका आधारभूत नियमहरू, कानुनी र नैतिक परम्पराहरूसाग पनि मिलेर व्यवसाय सञ्चालन गर्नु हो ।)

अत: कुनै पनि व्यवसायले मुनाफा आर्जन गर्ने क्रममा समाजमा सकारात्मक योगदान पु¥याउने नैतिक दायित्व नै व्यवसायको सामाजिक उत्तरदायित्व हो । यसमा वातावरणीय संरक्षण गर्ने, उचित श्रम अभ्यास सुनिश्चित गर्ने, सामुदायिक विकासमा योगदान पु¥याउने तथ्य समावेश हुन्छन् । सामाजिक उत्तरदायी व्यवसायले समग्र सामाजिक र पर्यावरणीय समस्या तथा चुनौतीहरूको समाधान गर्छन्, सार्वजनिक छवि सुधार्छन् र समग्र समुदायमा सकारात्मक प्रभाव पार्छन् । यसबाट व्यवसायले मुनाफा र जिम्मेवारीको सन्तुलन कायम गरेर दीर्घकालीन सफलता हासिल गर्न सक्छ ।

(क) सामाजिक उत्तरदायित्वका क्षेत्रहरू **(Areas of social responsibility)**

व्यवसायले समाजका विभिन्न क्षेत्रहरूप्रति फरक फरक प्रकारको उत्तरदायित्व वहन गर्नुपर्छ । व्यवसायमा संलग्न कर्मचारी, व्यवसायको वस्तु उपभोग गर्ने उपभोक्ता, व्यवसायका लगानीकर्ता, ऋणदाता, व्यवसाय स्थापना भएको समाज वा समुदाय, देशको ऐन, नियम, कानुनलगायतका विविध पक्षमा यसले उत्तरदायित्व वहन गर्नुपर्छ । व्यवसायले वहन गर्नुपर्ने सामाजिक उत्तरदायित्वका केही प्रमुख क्षेत्रहरू निम्नानुसार छन् :



(अ) कर्मचारीप्रतिको उत्तरदायित्व **(Responsibility towards employee)**

व्यवसायले आफ्ना सम्पूर्ण कर्मचारीहरूको समग्र हकहितको उत्तरदायित्व वहन गर्नुपर्छ । उचित पारिश्रमिक प्रदान गर्ने, सुरक्षित कार्य वातावरण तयार गर्ने, व्यक्तिगत तथा पेसागत वृत्ति विकासका लागि अवसर प्रदान गरेर श्रमिक र कर्मचारीप्रतिको उत्तरदायित्व निर्वाह गर्नुपर्छ । श्रमिक तथा कर्मचारीको स्वास्थ्य, शिक्षा, प्रोत्साहनलगायतका पक्षमा ध्यान दिई उनीहरूको कार्य सन्तुष्टिको स्तर वृद्धि गर्न जिम्मेवार बन्नुपर्छ ।

(आ) लगानीकर्ताप्रतिको उत्तरदायित्व **(Responsibility towards investors)**

लगानीकर्ताप्रतिको उत्तरदायित्व भनेको व्यवसाय वा संस्थाले आफ्ना सेयरधनी वा मालिकहरूले व्यवसायमा गरेको लगानीको सुरक्षा गर्ने, कम्पनीको आर्थिक स्थिति, जोखिम र भविष्यका योजना सम्बन्धमा स्पष्ट र समयानुकूल जानकारी दिने, लगानी गरिएको रकमलाई प्रभावकारी र पारदर्शी रूपमा प्रयोग गरी लगानीकर्तालाई राम्रो प्रतिफल दिनेलगायतका दायित्वहरू पर्छन् ।

(इ) वातावरणप्रतिको उत्तरदायित्व **(Responsibility towards environment)**

व्यवसायहरूले आफ्नो व्यावसायिक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्दा वातावरणप्रति उत्तरदायी भएर सञ्चालन गर्नुपर्छ । वातावरणलाई नकारात्मक असर पर्ने कुनै पनि क्रियाकलाप गर्नुहुादैन । प्रदूषण नियन्त्रण गर्ने, कच्चा पदार्थको विवेकपूर्ण प्रयोग गर्ने तथा दिगो उत्पादन विधि जस्ता उपायहरू अपनाउनुपर्छ ।

(ई) उपभोक्ताप्रतिको उत्तरदायित्व **(Responsibility towards consumers)**

व्यावसायिक संस्थाहरूले आफ्ना सम्पूर्ण ग्राहकहरूको सुरक्षा तथा सन्तुष्टि सुनिश्चित गर्ने उत्तरदायित्व वहन गर्नुपर्छ । यसअन्तर्गत गुणस्तरीय वस्तु तथा सेवा उपलब्ध गराउने, उचित मूल्य लिने, सही जानकारी प्रदान गर्ने, ग्राहकका गुनासोको सुनुवाई गर्ने र समस्या समाधान गर्ने दायित्वहरू पर्छन् । व्यवसायले उपभोक्तावादको प्रयोग र इमानदार बजारशास्त्रका अभ्यासहरू पालना गरेमा उपभोक्ताप्रतिको दायित्व पूरा हुन्छ ।

(उ) समुदायप्रतिको उत्तरदायित्व **(Responsibility towards the community)**

व्यावसायिक संस्थाहरूले स्थानीय, राष्ट्रिय तथा विश्वव्यापी समुदायको उत्तरदायित्व वहन गर्नुपर्छ । शिक्षा, स्वास्थ्य सेवा र सामाजिक हितको क्रियाकलाप गर्ने, सामुदायिक विकासका कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने, रोजगारीका अवसरहरू सिर्जना गर्नेलगायतका उत्तरदायित्व पूरा गर्नुपर्छ ।

(ऊ) सरकारप्रतिको उत्तरदायित्व **(Responsibility towards the government)**

सरकारलाई इमानदारीपूर्वक समयमा कर तिर्ने, सरकारी नीति नियमहरू पालना गर्ने, सरकारसागको साझेदारीमा सार्वजनिक सेवाहरू प्रवाह गर्ने, सरकारलाई आवश्यक सूचना वा जानकारी प्रदान गर्नेलगायतका दायित्व व्यवसायले पूरा गर्नुपर्छ । त्यस्तै व्यवसायहरू अर्थतन्त्रको दिगो विकासका लागि पनि उत्तरदायी हुनुपर्छ ।

(ए) नैतिक र कानुनी उत्तरदायित्व **(Ethical and legal responsibility)**

व्यावसायिक गतिविधिहरू कानुनी र नैतिक मापदण्डहरूको पूर्ण पालना गरी सञ्चालन गर्नुपर्छ । स्वच्छ प्रतिस्पर्धा गर्ने, भ्रष्टाचार, अनियमितता, कृत्रिम अभाव, मिसावटलगायतका गलत गतिविधि नगर्नेलगायतका नैतिक मापदण्डको पालना गर्नुपर्छ । प्रचलित ऐन, नियम, मापदण्डलगायतका कानुनहरूको पालना गरी व्यावसायिक गतिविधि सञ्चालन गर्नुपर्छ ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यावसायिक नैतिकता भनेको के हो ?

(ख) व्यावसायिक नैतिकताका कुनै चार सिद्धान्तहरू लेख्नुहोस् ।

(ग) व्यवसायको सन्दर्भमा निष्पक्ष र पारदर्शी व्यवहारको उदाहरण दिनुहोस् ।

(घ) व्यवसायले पर्यावरणीय जिम्मेवारी वहन गर्न कस्ता काम गर्नुपर्छ ?

(ङ) व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्वलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(च) व्यवसायको कर्मचारीप्रतिको उत्तरदायित्वमा के के पर्छन् ?

(छ) व्यवसायीहरू लगानीकर्ताप्रति किन उत्तरदायी हुनुपर्छ ?

(ज) व्यवसायले कस्ता नैतिक र कानुनी उत्तरदायित्व निर्वाह गर्नुपर्छ ?

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यावसायिक नैतिकताको परिचय दिनुहोस् ।

(ख) व्यवसायको सामाजिक उत्तरदायित्व भनेको के हो, उदाहरणसहित प्रस्ट पार्नुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यावसायिक नैतिकतालाई परिभाषित गर्नुहोस् । यदि तपाईं व्यवसायी हुनुहुन्थ्यो भने के कस्ता नैतिक सिद्धान्तहरूको पालना गर्नुहुन्थ्यो ?

(ख) व्यवसायको सामाजिक उत्तरदायित्वका क्षेत्रहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य (Project work)

कुनै एक व्यावसायिक कम्पनीले के कस्ता नैतिक र सामाजिक उत्तरदायित्वका कामहरू गरेको रहेछ, सोको खोजी गरी निम्नलिखित विषयवस्तु समावेश गरी प्रतिवेदन तयार गर्नुहोस् :

- व्यावसायिक नैतिकता र व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्वको परिभाषा
- चयन गरिएको कम्पनीको सङ्क्षिप्त पृष्ठभूमि
- कम्पनीले अपनाएका नैतिक र सामाजिक उत्तरदायित्वका अभ्यास र ती अभ्यासहरूले पारेको सकारात्मक प्रभाव
- व्यवसायको नाफा कमाउने उद्देश्य र नैतिक तथा सामाजिक जिम्मेवारीबिचको सन्तुलन

एकाइ
६

जोखिम तथा बिमा
(Risk and Insurance)

शुभलक्ष्मी कपडा उद्योग मोरङ जिल्लाको विराटनगर महानगरपालिकामा सञ्चालनमा आएको मध्यमस्तरको कपडा तथा तयारी पोसाक उत्पादन गर्ने उद्योग हो । यस उद्योगले सादा कपडा, तौलिया, कुर्तासलवारलगायतका कपडाजन्य वस्तु उत्पादन गर्दै आइरहेको थियो । उद्योगमा १५ जना कर्मचारी र कामदार कार्यरत थिए । कच्चा कपास खरिद गरेर उद्योगले तयारी कपडा बनाउाथ्यो । उद्योगको उत्पादन गर्ने ठाउा र गोदाम दुबै एउटा सानो भवनमा रहेको थियो । गत वर्ष चैत्र महिनामा एक रात अचानक विद्युत् सर्ट भएर उद्योगमा आगलागी भयो । उक्त समयमा गोदाममा ठुलो परिमाणमा कच्चा कपास, तयारी कपडाहरू राखिएका थिए । आगलागीले गोदाममा रहेको कपडा, तयारी पोसाक, मेसिन, फर्निचर, कम्प्युटरलगायतका सामग्रीहरू जलेर नष्ट भयो । यसले उद्योगको उत्पादन साथै दैनिक बिक्री वितरणको कार्य ठप्प भयो ।

उद्योगका मालिकले व्यवसाय सञ्चालनको सम्भावित जोखिमको विश्लेषण गरेर सम्पत्ति बिमा र व्यवसाय अवरोध विरुद्धको बिमा गरेका थिए । सम्पत्ति बिमाले गोदाममा भएका कच्चा माल, तयारी वस्तु, मेसिन, फर्निचरलगायतका भौतिक सम्पत्तिको रु. ५० लाख बराबरको क्षतिपूर्ति

दियो । व्यवसाय अवरोध बिमाले आगलागीका कारण ६ महिना उद्योग बन्द रहादाको अवधिको अनुमानित नाफा र कर्मचारी र कामदारलाई दिनुपर्ने तलबअन्तर्गत रु. २५ लाख क्षतिपूर्ति दियो । बिमाबाट प्राप्त क्षतिपूर्तिका कारण व्यवसाय ६ महिनापछि पुनः सुरु भयो । उद्योग पूर्णरूपमा बन्द गर्नुपर्ने अवस्था भएन साथै कर्मचारीहरूलाई पनि दैनिक जीवन धान्नका लागि समस्या भएन । यसरी बिमाले व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा अकस्मात आइपर्ने जोखिमलाई न्यूनीकरण गर्न सहयोग गर्‍यो । मालिक र कर्मचारीहरू दुबैलाई सुरक्षाको अनुभूति दिलाई व्यवसायलाई पुनः सञ्चालन गर्न मदत गर्‍यो ।

६.१ व्यावसायिक जोखिमको अवधारणा (Concept of Business Risk)

जोखिम भनेको भविष्यमा हुन सक्ने हानी नोक्सानी, विपत्ति, अनिश्चितताको सम्भावना हो । व्यवसायमा विभिन्न किसिमका जोखिम रहेका हुन्छन् । व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा नसोचिएका घटनाहरू घट्न सक्छन् । दुर्घटना, आगजनी, चोरी तथा डकैती, प्राकृतिक प्रकोपलगायतका विपत्ति कहिले, कसरी आउाछ भनेर अनुमान गर्न सकिदैन । त्यस्तै बजारमा हुने उतार चढाव, प्रतिस्पर्धा, उपभोक्ताको प्राथमिकतामा परिवर्तन, उत्पादन प्रविधिमा परिवर्तन, आर्थिक स्थितिमा परिवर्तन जस्ता अनुमान नगरिएका वा अनुमान गरेभन्दा फरक परिस्थिति उत्पन्न हुन सक्छ । यसरी आशा गरिएभन्दा फरक परिस्थिति सिर्जना भई व्यवसायले अपेक्षित नतिजा प्राप्त गर्न नसक्ने अवस्थालाई व्यावसायिक जोखिम भनिन्छ ।

व्यावसायिक जोखिमले व्यवसायको आम्दानी, नाफा, सञ्चालन र अस्तित्वमा प्रभाव पार्छ । व्यावसायिक जोखिमले कम्पनीको सञ्चालन, प्रतिष्ठा, वित्तीय अवस्था आदिमा नकारात्मक प्रभाव पार्न सक्छ । तर सधैा र सबै अवस्थामा जोखिम नकारात्मक मात्र हुन्छ भन्ने होइन । कतिपय अवस्थामा यसका सकारात्मक प्रभाव पनि हुन सक्छन् । उदाहरणका लागि सरकारको नीतिनियममा परिवर्तन हुादा यसले व्यवसायको विकास तथा विस्तारका सकारात्मक असर पार्न सक्छ । जोखिमलाई यसको सम्भावना र प्रभावका आधारमा हेर्ने गरिन्छ । अर्थात् कुनै पनि जोखिमपूर्ण घटना हुने सम्भावना र यसले पार्ने प्रभाव दुबैलाई हेर्नुपर्छ । उदाहरणका लागि प्राकृतिक प्रकोप जोखिमको सम्भावना हो भने यसले व्यवसायको उत्पादन, वितरण आदिमा पार्ने असर यसको प्रभाव हो ।

व्यवसायसाग सम्बद्ध जोखिमका आन्तरिक र बाह्य कारणहरू छन् : आन्तरिक कारणमा व्यवस्थापनमा कमीकमजोरी, कर्मचारीसाग सम्बन्धित समस्या, प्राविधिक गडबडी आदि पर्छन् भने बाह्य कारणमा आर्थिक क्रियाकलापमा हुने परिवर्तन, नियम कानुनमा हुने परिवर्तन, प्राकृतिक प्रकोप आदि पर्छन् । जोखिमलाई पहिचान गर्ने, सोको मूल्याङ्कन गर्ने, प्राथमिकता निर्धारण गर्ने र सोअनुरूप रणनीति बनाई यसलाई कम वा न्यूनीकरण गर्न सकिन्छ, जसलाई जोखिम व्यवस्थापन भनिन्छ । जोखिमको

अनुमान गरी सोबाट बच्नका लागि बिमा गर्नु जोखिम व्यवस्थापनको एक तरिका हो । व्यावसायिक जोखिमलाई विभिन्न विद्वान्हरूले विभिन्न ढङ्गले परिभाषित गरेका छन्, तीमध्ये केही परिभाषाहरू निम्नानुसार छन् :

B. O. Willer काअनुसार "Business risks are the chances of incurring losses due to unforeseen circumstances in the course of business operations." (व्यावसायिक जोखिम भनेको व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा अप्रत्याशित घटनाहरूका कारण घाटा हुने सम्भावनालाई जनाउाछ ।)

C.R. Fay का अनुसार "Business risk is the risk arising due to operating conditions such as production, marketing, finance or human resource management." (व्यावसायिक जोखिम भनेको उत्पादन, बजारीकरण, वित्त वा मानव संसाधन व्यवस्थापन जस्ता सञ्चालन अवस्थाका कारणले उत्पन्न हुन्छ ।)

J. L. Hanson का अनुसार "Business risk is the uncertainty associated with the firm's operating income, which arises due to changes in costs, prices, demand, and competition." (व्यावसायिक जोखिम भनेको फर्मको सञ्चालन आम्दानीसाग सम्बन्धित अनिश्चितता हो जुन लागत, मूल्य, माग र प्रतिस्पर्धामा परिवर्तनका कारणले उत्पन्न हुन्छ ।)

माथिका परिभाषाहरूका आधारमा व्यावसायिक जोखिम भनेको भविष्यमा घाटा वा अपेक्षित प्रतिफल प्राप्त नहुने सम्भावना हो । व्यावसायिक गतिविधिहरू सधैा अनिश्चित वातावरणमा सञ्चालन भएका हुन्छन् । वातावरणीय, आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिकलगायतका बाह्य कारण र संस्थाभित्रकै आन्तरिक कारणले जोखिम उत्पन्न हुन्छ । व्यावसायिक संस्थाले यस्ता अनिश्चितता वा जोखिमको व्यवस्थापन गर्नुपर्छ र जोखिम व्यवस्थापन उद्यमशीलताको एक महत्त्वपूर्ण पक्ष हो ।

६.२ बिमाको अवधारणा (Concept of Insurance)

व्यवसाय सञ्चालन गर्ने क्रममा विभिन्न प्रकारका अनिश्चितता वा जोखिमको सामना गर्नुपर्ने हुन्छ । यस्ता अनिश्चितता वा जोखिम प्रायः अनपेक्षित र अनियन्त्रित हुन्छन् । व्यक्ति र व्यवसाय दुबैले दुर्घटना, प्राकृतिक प्रकोप, चोरी, आगलागी, वित्तीय सङ्कटलगायतका जोखिम वहन गर्नुपर्छ । यस्ता जोखिमलाई पूर्ण रूपमा टार्न सकिदैन तर व्यवस्थापन र न्यून गर्नका लागि विभिन्न रणनीतिहरू र सुरक्षा उपायहरू अपनाउन सकिन्छ । त्यस्तो सुरक्षाको उपायमध्ये एक उत्तम उपाय बिमा हो ।

बिमा भनेको अप्रत्याशित घटनाका कारण उत्पन्न हुने विभिन्न प्रकारका जोखिमहरूलाई व्यवस्थापन र न्यूनीकरण गर्ने एक उपाय हो । यसका लागि बिमामा धारकले नियमित रूपमा प्रिमियम तिर्नुपर्छ

र बदलामा बिमा कम्पनीले निश्चित जोखिमका कारणबाट उत्पन्न हुने हानिको क्षतिपूर्ति दिन्छ ।

जीवन बिमासाग सम्बन्धित आधारभूत शब्दावलीहरू

- बिमित (Insured) : जसको जीवन बिमा गरिएको हुन्छ ।
- बिमालेख (Policy) : जीवन बिमाको कानुनी सम्झौता पत्र ।
- प्रिमियम (Premium) : जीवन बिमा कभरका लागि बिमितले बिमा कम्पनीलाई नियमित रूपमा तिर्ने रकम ।
- नागरिक लाभार्थी (Nominee) : बिमितको मृत्यु भएमा बिमा रकम पाउने व्यक्ति ।
- बिमा रकम (Sum assured) : मृत्यु वा अवधि पूरा भएपछि बिमालेखअनुसार दिइने निश्चित रकम ।
- कभर अवधि (Policy term) : जीवन बिमालेखको लागु हुने समय अवधि ।
- मृत्यु लाभ (Death benefit) : बिमितको मृत्यु भएपछि लाभार्थीलाई दिने रकम ।
- म्याच्युरिटी लाभ (Maturity benefit) : बिमा अवधि सकिएपछि बिमितलाई दिने रकम ।
- बचत योजना (Savings plan) : जीवन बिमाको यस्तो प्रकार जसले बचत र सुरक्षा दुबै प्रदान गर्छ ।
- पुनरावृत्ति प्रिमियम (Renewal premium) : बिमा अवधि थप गर्न तिर्ने प्रिमियम ।
- अस्पताल खर्च बिमा (Health rider) : जीवन बिमासाग जोडिएको अस्पताल खर्च बिमाको सुविधा ।
- अस्वीकृति अवधि (Waiting period) : बिमा रकम पाउन पर्खनुपर्ने अवधि ।

(क) व्यवसायमा बिमाको भूमिका **(Role of Insurance in business)**

बिमा व्यवसायको दीर्घकालीन सुरक्षा, वित्तीय स्थिरता तथा जोखिम व्यवस्थापनको महत्त्वपूर्ण साधन हो । यसले व्यवसायलाई कानुनको पालना गर्न, कर्मचारी तथा सम्पत्तिको सुरक्षा गर्न तथा लगानीकर्ताको विश्वास जित्न मदत गर्छ । बिमाले व्यवसायको निरन्तरता र दीर्घकालीन वृद्धि सुनिश्चित गर्छ । व्यवसायमा बिमाको भूमिकालाई निम्नअनुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

१. जोखिम व्यवस्थापन

२. व्यवसायको निरन्तरता

३. कानुनको पालना

४. आर्थिक स्थिरता

५. कर्मचारीको संरक्षण

६. प्रतिष्ठा र विश्वास बढाउने

७. लगानी र विस्तारमा सहायता

(अ) जोखिम व्यवस्थापन (**Risk management)**

व्यवसायले चोरी, आगलागी, प्राकृतिक प्रकोप, कानुनी मुद्दा तथा अन्य किसिमका जोखिमहरूको सामना गर्नुपर्ने हुन सक्छ । बिमाले यस्ता जोखिमहरूलाई न्यूनीकरण गर्न मदत गर्छ । बिमाले व्यवसायलाई आर्थिक नोक्सानीबाट जोगाई सञ्चालनमा स्थिरता ल्याउाछ ।

(आ) व्यवसायको निरन्तरता (**Business continuity**)

विभिन्न प्रकारका अप्रत्याशित घटनाहरू, जस्तै : आगलागी, बाढी पहिलो, भूकम्प, साइबर आक्रमणलगायतले व्यवसाय सञ्चालनमा ठुलो असर पार्न सक्छ । बिमाले यस्तो परिस्थितिमा पुन: स्थापना खर्च, कानुनी शुल्क र व्यवसाय बन्द भएको वेला गुमेको आम्दानी परिपूर्ति गर्छ । यसले व्यवसायलाई आर्थिक सङ्कटबाट जोगाएर पुन: सञ्चालन गर्न सहयोग पुऱ्याउाछ ।

(इ) कानुनको पालना (**Legal compliance**)

सरकार तथा नियामक निकायहरूले धेरै व्यवसायका लागि बिमालाई अनिवार्य बनाएका छन्, जस्तै : श्रमिक क्षतिपूर्ति बिमा, दायित्व बिमा, सवारी साधन बिमा आदि । व्यवसायले बिमा नगरेको खण्डमा कानुनी कारवाही, जरिवाना तथा व्यवसाय बन्द गर्नुपर्ने सम्मका समस्या भोग्न सक्छन् । बिमाले कानुनी आवश्यकता पूरा गर्न मात्र नभई व्यवसायलाई सुरक्षित र विश्वसनीय बनाउने भूमिका खेल्छ ।

(ई) आर्थिक स्थिरता (**Economic stability**)

व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा कुनै न कुनै रूपमा अप्रत्याशित खर्चहरू आइरहन्छन्, जस्तै : दुर्घटना, ग्राहकको कानुनी दाबी, सम्पत्तिको क्षति आदि । यदि व्यवसायले बिमा गरेको छ भने यस्तो नोक्सानीको भार बिमा कम्पनीले पनि ब्यहोर्छ । बिमाले व्यवसायलाई आर्थिक स्थिरता प्रदान गर्नमा मदत गर्छ । दीर्घकालीन रूपमा व्यावसायिक जगत्मा रहिरहन बिमा महत्त्वपूर्ण हुन्छ ।

(उ) कर्मचारी संरक्षण (**Employee protection)**

कुनै पनि व्यवसायमा कर्मचारीहरूलाई महत्त्वपूर्ण स्रोतका रूपमा मानिन्छ । उनीहरूको सुरक्षाको सुनिश्चतता गर्नु व्यवसायको दायित्व हो । स्वास्थ्य बिमा, दुर्घटना बिमा र जीवन बिमाले कर्मचारीलाई सुरक्षित राख्न मात्र नभई उनीहरूको मनोबल उच्च राख्न पनि मदत गर्छ । कर्मचारीहरूले सुरक्षित महसुस गरेको खण्डमा, उत्पादकत्वमा पनि वृद्धि हुन्छ र व्यवसायलाई दीर्घकालीन फाइदा हुन्छ ।

(ऊ) प्रतिष्ठा र विश्वास बढाउने (**Enhance credibility and trust**)

बिमा भएको व्यवसायमा ग्राहक, लगानीकर्ता र साझेदारको नजरमा सुरक्षित र भरपर्दो देखिन्छ । ग्राहकले बिमा भएको व्यवसायसाग कारोबार गर्दा आफ्नो हक सुरक्षित हुने महसुस गर्छन् । यसले विश्वसनीय वातावरणको सिर्जना गर्न, व्यवसायको ब्रान्ड मूल्य बढाउनका साथै दीर्घकालीन रूपमा सफल हुन सहयोगी भूमिका खेलेको हुन्छ ।

(ए) लगानी विस्तारमा सहायता (**Assist in business expansion**)

लगानीकर्ताहरू व्यवसायमा लगानी गर्नुभन्दा अगाडि जोखिमको मूल्याङ्कन गर्ने गर्छन् । बिमा भएको व्यवसायलाई कम जोखिमयुक्त मानिन्छ । बिमा भएकै कारणले बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूले पनि सजिलै ऋण दिन्छन् । जसले व्यवसाय विस्तार गर्न, नयाा बजारमा प्रवेश गर्न र नवीनता ल्याउन महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्नुका साथै व्यवसायको दीर्घकालीन वृद्धिमा योगदान पुऱ्याउाछ ।

(ख) बिमाका सामान्य सिद्धान्त **(General principles of insurance)**

बिमाको सिद्धान्तले यसका आधारभूत नियमलाई बुझाउाछ । यसले बिमित व्यक्ति तथा संस्था र बिमा कम्पनीबिचको सम्बन्धलाई स्पष्ट पार्छ । जोखिम व्यवस्थापन, पारदर्शिता, परस्पर सहयोग र न्यायसङ्गत क्षतिपूर्ति बिमाका सामान्य सिद्धान्त हुन् । बिमा गर्नुको मुख्य उद्देश्य भविष्यमा हुन सक्ने अनिश्चित वित्तीय क्षतिबाट सुरक्षा प्रदान गर्नु हो । बिमाका सामान्य सिद्धान्तहरू निम्नानुसार छन् :

१. परम सत्यनिष्ठाको सिद्धान्त

२. बिमायोग्य हितको सिद्धान्त

३. क्षतिपूर्तिको सिद्धान्त

४. योगदानको सिद्धान्त

५. कल्याण हस्तान्तरणको सिद्धान्त

६. निकटतम कारणको सिद्धान्त

७. नोक्सानी न्यूनीकरणको सिद्धान्त

(अ) परम सत्यनिष्ठाको सिद्धान्त **(Principle of utmost good faith)**

यस सिद्धान्तअनुसार बिमित (बिमा गर्ने व्यक्ति) र बिमाकर्ता (बिमा कम्पनी) दुबै पक्षले पूर्ण रूपमा सत्य बोल्नुपर्छ । बिमितले आफ्नो स्वास्थ्य, सम्पत्ति वा जोखिमसम्बन्धी सबै आवश्यक जानकारी सही रूपमा दिनुपर्छ । त्यस्तै बिमा कम्पनीले पनि नीति, नियम र कभरेज अपवाद (Exclusions) र सर्तहरू स्पष्ट रूपमा उल्लेख गर्नुपर्छ । कुनै पक्षले गलत जानकारी दियो वा महत्त्वपूर्ण कुरा लुकायो भने बिमा कम्पनीले दावी अस्वीकृत गर्न सक्छ । उदाहरणका लागि यदि तपाईले जीवन बिमा गर्दा आफ्नो स्वास्थ्य अवस्थाबारे सबै सही जानकारी दिनुहुन्छ भने मात्र बिमा कम्पनीले दाबी स्वीकार गर्छ ।

(आ) बिमायोग्य हितको सिद्धान्त **(Principle insurable interest)**

यस सिद्धान्तअनुसार बिमित व्यक्तिले बिमा गरेको वस्तु वा व्यक्तिसाग प्रत्यक्ष वित्तीय वा कानुनी सम्बन्ध हुनुपर्छ । कुनै व्यक्ति वा व्यवसायले त्यो वस्तुको मात्र बिमा गर्न सक्छ जसमा केही खरावी उत्पन्न हादा वा नष्ट हादा उसलाई आर्थिक नोक्सानी हुन्छ । बिमायोग्य हित नभएको अवस्थामा बिमा सम्झौता अमान्य मानिन्छ । उदाहरणका लागि तपाईले आफ्नो घरको मात्र बिमा गर्न सक्नुहुन्छ तर छिमेकीको घरको बिमा गर्न सक्नुहुन्न किनभने तपाईको उक्त घरप्रति कुनै कानुनी हैसियत वा सम्बन्ध हादैन । बिमाले अनावश्यक जोखिमबाट जोगाउाछ र अनैतिक लाभ लिने अभ्यास रोक्न मदत गर्छ ।

(इ) क्षतिपूर्तिको सिद्धान्त **(Principle of indemnity)**

यस सिद्धान्तअनुसार बिमितलाई भएको वास्तविक नोक्सानी बराबर मात्र बिमा रकम प्रदान गरिन्छ । कुनै पनि अतिरिक्त लाभ प्रदान गरिदैन । बिमाको उद्देश्य नोक्सानी भएका व्यक्तिलाई क्षतिपूर्ति प्रदान गर्ने हो अतिरिक्त लाभ प्रदान गर्ने होइन । उदाहरणका लागि यदि बिमित गाडीको मूल्य रु. २०,००,००० छ र उक्त गाडी चोरी भएको खण्डमा बिमा कम्पनीले अधिकतम रु. २०,००००० मात्र क्षतिपूर्ति दिन्छ । यस सिद्धान्तले गलत नियतअनुसार अप्राकृतिक तवरले क्षति गराएर बिमा रकम लिन खोज्ने प्रवृत्तिलाई रोक्छ ।

(ई) योगदानको सिद्धान्त (**Principle of contribution**)

यदि कुनै सम्पत्ति वा जोखिमलाई दुई वा बढी बिमा कम्पनीहरूले बिमा गरेका छन् भने बिमाको क्षतिपूर्ति सबै कम्पनीहरूले समानुपातिक रूपमा बाँडफाँट गरेर दिनुपर्छ । उदाहरणका लागि यदि एक उद्योगको आगलागी बिमा दुई कम्पनीसाग गरिएको छ भने उद्योगलाई नोक्सानी हुादा प्रत्येक कम्पनीले दामासाहीले तिर्नुपर्छ । यस सिद्धान्तले बिमितलाई दुई ठाउबाट दोहोरो फाइदा लिनबाट रोक्छ । उदाहरणका लागि यदि तपाईले एउटै कारका लागि दुई बिमा कम्पनीसाग बिमा गराउनुभयो भने दुर्घटना भएमा दुबै कम्पनीहरूले क्षतिपूर्तिको रकम साझा गरी दिनुपर्छ ।

(उ) स्थान ग्रहणको सिद्धान्त (**Principle of subrogation**)

बिमाले कुनै बिमित वस्तु वा व्यक्तिको क्षतिपूर्ति गरिसकेपछि बिमा कम्पनीले सो नोक्सानीका लागि जिम्मेवार तेस्रो पक्ष विरुद्ध कानुनी कारवाही गर्न सक्छ । उदाहरणका लागि यदि तपाईको कार अन्य व्यक्तिको गल्तीले दुर्घटना भई कारमा क्षति पुग्यो भने बिमा कम्पनीले तपाईलाई क्षतिपूर्ति दिन्छ । सोपश्चात् क्षतिपूर्तिको रकम अर्को व्यक्ति जसको गल्तीले दुर्घटना भएको हो सो व्यक्तिबाट भराउन सक्छ । यसले बिमितलाई दोहोरो क्षतिपूर्ति लिनवाट रोक्छ र वास्तविक दोषीलाई क्षतिका लागि जिम्मेदार बनाउछ ।

(ऊ) निकटतम कारणको सिद्धान्त (**Principle of proximate cause)**

यस सिद्धान्तअनुसार, बिमा कम्पनीले क्षतिपूर्ति दिने वा नदिने निर्णय गर्दा वास्तविक हानिको कारण के हो भनेर विश्लेषण गर्छ । यदि क्षतिको कारण बिमाको दायराभित्र पर्छ भने मात्र क्षतिपूर्ति दिइन्छ । उदाहरणका लागि यदि घर आगलागी बिमा छ तर आगलागी भूकम्पका कारण भयो भने (भूकम्प बिमा पोलिसीमा छैन भने) बिमा कम्पनीले भुक्तानी गर्न अस्वीकार गर्न सक्छ । यस सिद्धान्तले बिमाले वास्तविक रूपमा वहन गर्ने जोखिम मात्र समेट्छ ।

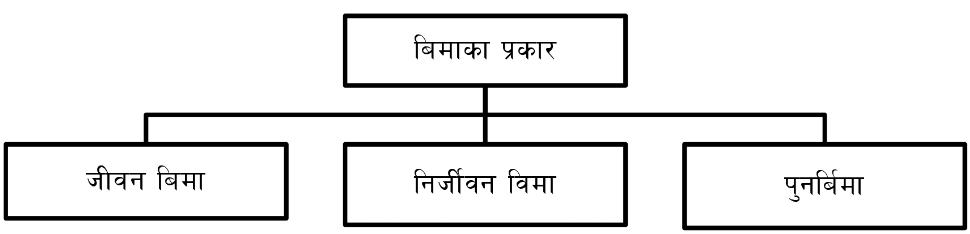
उदाहरणका लागि यदि घरमा आगो लागेर पानी लगाउादा थप क्षति भयो भने आगो नै नोक्सानीको मुख्य कारण मानिन्छ न कि पानी ।

(ऋ) नोक्सानी न्यूनीकरणको सिद्धान्त (**Principle of mitigation of loss**)

यस सिद्धान्तअनुसार बिमित व्यक्तिले बिमा भएको भए तापनि जोखिम वा क्षति न्यूनीकरण गर्ने हर सम्भव प्रयास गर्नुपर्छ । उदाहरणका लागि यदि आफ्नो घरमा आगो लाग्यो भने घर धनीले आगो निभाउने प्रयत्न गर्नुपर्छ । बिमाअनुसारको रकम प्राप्त गर्नका लागि बिना प्रयत्न यत्तिकै आगो फैलन दिनुहुादैन । यदि बिमितले जानीबुझी हानि न्यूनीकरण गर्ने प्रयत्न नगरेको पाइएमा बिमा कम्पनीले क्षतिपूर्ति घटाउन वा अस्वीकार गर्न सक्छ । यस सिद्धान्तले मानिसलाई जिम्मेवार बनाउाछ र बिमाको गलत प्रयोग रोक्छ । उदाहरणका लागि यदि घरमा चोरी भयो भने तुरुन्त प्रहरीलाई खबर गर्ने र थप नोक्सानी रोक्नका लागि आवश्यक कदम चाल्नुपर्छ ।

६.३ बिमाका प्रकार (Types of insurance)

बिमा जोखिम व्यवस्थापनको एक विधि हो, यसले सम्भावित अनपेक्षित जोखिम तथा क्षतिलाई न्यूनीकरण गर्छ । बिमा निश्चित नियम तथा सम्झौताबाट सञ्चालनमा भएको हुन्छ । जहाा बिमितले बिमाकर्तालाई निश्चित प्रिमियम शुल्क तिर्ने सहमति गरेको हुन्छ र उक्त सहमतिअनुसार बिमाकर्ताले निर्दिष्ट जोखिमहरू विरुद्ध सुरक्षा प्रदान गर्छ । बिमालाई सामान्यतया निम्नानुसार तीन भागमा विभाजन गरेर अध्ययन गरिन्छ :



(क) जीवन बिमा (Life insurance)

जीवन बिमा भनेको बिमित र बिमकबिचको त्यस्तो सम्झौता हो जसमा निश्चित रकम निश्चित समयसम्म प्रिमियमका रूपमा तिर्ने सहमति गरेको हुन्छ । त्यसको बदलामा बिमा कम्पनीले निश्चित समयपछि कुनै घटना घटेमा सम्झौताअनुसार आर्थिक भुक्तानी वा क्षतिपूर्ति प्रदान गर्छ । जीवन बिमाले बिमित व्यक्ति वा उत्तराधिकारीलाई निश्चित समयपछि आर्थिक सुरक्षा तथा क्षतिपूर्ति प्रदान गर्छ ।

जीवन बिमाले बिमितलाई वा आश्रित परिवारलाई आर्थिक भुक्तानी वा क्षतिपूर्ति दिई आर्थिक सुरक्षा प्रदान गर्छ । जीवन बिमालाई दीर्घकालीन आर्थिक योजनाका रूपमा पनि उपयोग गर्ने सकिन्छ ।

John Magee का अनुसार "Life insurance is a plan through which a person can make an arrangement to provide financial protection to his dependents in case of his death." (जीवन बिमा यस्तो योजना हो जसद्वारा कुनै व्यक्तिले आफ्नो मृत्युपछि आफ्ना आश्रितहरूलाई आर्थिक सुरक्षा प्रदान गर्छ ।)

Dr. M. N. Mishra का अनुसार "Life insurance is a contract in which the insurer, in consideration of a premium paid either in lump sum or in periodical instalments, undertakes to pay an annuity or a certain sum of money either on the death of the insured or on the expiry of a certain number of years." (जीवन बिमा यस्तो सम्झौता हो जसमा बिमा कम्पनीले एकमुष्ट वा किस्तामा तिर्ने बिमा शुल्कका आधारमा बिमित व्यक्तिको मृत्यु वा निश्चित समयपछि वार्षिक रकम वा निश्चित रकम तिर्ने प्रतिबद्धता जनाउाछ ।)

W. A. Dinsdale का अनुसार "Life insurance is a contract whereby the insurer, in consideration of a premium, undertakes to pay a certain sum of money either on the death of the insured or on the expiry of a specified period". (जीवन बिमा यस्तो सम्झौता हो जसअन्तर्गत बिमा शुल्कबापत बिमा कम्पनीले बिमित व्यक्तिको मृत्यु भएमा वा कुनै निश्चित अवधि पूरा भएपछि तोकिएको रकम तिर्ने प्रतिवद्धता जनाउाछ ।)

माथिका परिभाषाका आधारमा जीवन बिमा यस्तो सम्झौता हो जसमा बिमित व्यक्तिले बिमा कम्पनीलाई एकमुष्ट वा किस्ताबन्दीमा बिमा शुल्क वा प्रिमियम तिर्छ र त्यसको बदलामा बिमा कम्पनीले बिमितको मृत्यु भएमा वा निश्चित अवधि पूरा भएपछि तोकिएको रकम बिमितलाई वा उसका आश्रितहरूलाई प्रदान गर्छ।

(अ) जीवन बिमालेखका प्रकार (**Types of life insurance policies**)

जीवन बिमाका विभिन्न प्रकारका बिमालेख वा पोलिसीहरू हुन्छन् । जुन फरक फरक आवश्यकता र आर्थिक लक्ष्य पूरा गर्न तयार गरिएका हुन्छन् । प्रत्येक बिमालेखका आआफ्नै फाइदा तथा उपयोगिता छन् । जीवन बिमाका विभिन्न प्रकारका बिमालेखहरूलाई निम्नानुसार उल्लेख गरिएको छ :

i. आजीवन बिमालेख **(Whole life policy)**

आजीवन बिमालेखले बिमितको जीवनभरका लागि बिमा सुरक्षा प्रदान गर्छ । जबसम्म प्रिमियम तिर्ने सिलसिला निरन्तरता रहन्छ तबसम्म बिमा कम्पनीले सुरक्षा दिइरहन्छ । यस बिमालेखमा

बिमितले आफ्नो जीवनकालभर वा कुनै निश्चित समयसम्म बिमा शुल्क बुझाउने र मृत्युपछि मात्रै उसले इच्छाएको व्यक्तिलाई बिमा रकम भुक्तानी हुने करार गरेको हुन्छ अथवा कुनै निश्चित समयपश्चात् लाभांशसहित बिमित व्यक्तिलाई नै बिमा रकम फिर्ता गर्ने सर्त राखिएको हुन्छ । बिमा कम्पनीअनुसार आजीवन बिमालेख फरक फरक प्रकारको हुन सक्छ ।

आजीवन बिमालेखका प्रकार

आजीवन बिमालेखका प्रकार	विशेषता	लाभ
१. सामान्य आजीवन बिमालेख	बिमित व्यक्तिले जीवनभर प्रिमियम तिर्नुपर्छ, मृत्युपश्चात् बिमा रकम प्रदान गरिन्छ ।	दीर्घकालीन सुरक्षा र निश्चित लाभ ।
२. सीमित भुक्तानी आजीवन बिमालेख	बिमितले केवल निश्चित वर्षसम्म मात्र प्रिमियम तिर्नुपर्छ (जस्तै : २० वा ३० वर्ष) ।	जीवनभर सुरक्षा पाइन्छ तर प्रिमियम चाँडै सकिन्छ ।
३. परिवर्तनशील आजीवन बिमालेख	बिमालेखलाई भविष्यमा आवश्यकताअनुसार अन्य बिमामा रूपान्तरण गर्न सकिन्छ ।	लचिलो विकल्प, भविष्यमा योजना परिवर्तन गर्न सजिलो ।
४. एकल बिमा शुल्क आजीवन बिमालेख	बिमितले एक पटकमा सबै प्रिमियम तिर्छ र आजीवन बिमा सुविधा प्राप्त गर्छ ।	आजीवन बिमा सुविधा प्राप्त हुन्छ ।

ii. आवधिक बिमालेख (**Endowment policy**)

यस बिमालेखअनुसार एक निश्चित अवधिको अन्तर जस्तै : ५ वर्ष, १० वर्ष, १५ वर्ष, २० वर्षसम्म नियमित रूपमा बिमा शुल्क बुझाउनुपर्छ र उक्त समयावधि समाप्त भएपछि बिमितलाई नै बिमा रकम भुक्तानी गरिन्छ । यदि अवधि समाप्त हुनुभन्दा अगावै बिमितको मृत्यु भएमा बिमितले इच्छाएको व्यक्तिलाई सो रकम भुक्तानी दिइन्छ । यसमा बिमितको मृत्यु वा बिमा अवधिको समाप्तिमध्ये जुन पहिला हुन्छ त्यसै आधारमा बिमा रकम भुक्तानी दिइन्छ । बिमा कम्पनी र बिमितका बिचमा भएको सम्झौताका आधारमा आवधिक जीवन बिमालेख पनि विभिन्न प्रकारका हुन्छन् ।

आवधिक बिमालेखका प्रकार

आवधिक बिमालेखका प्रकार	विशेषता	लाभ
१. साधारण आवधिक जीवन बिमालेख	निश्चित अवधिमा बिमित जीवित भएमा वा मृत्यु भएमा पनि बिमा रकम भुक्तानी दिइन्छ ।	सुरक्षा र बचत दुबै सुविधा उपलब्ध हुन्छ ।
२. दोब्बर आवधिक जीवन बिमालेख	बिमित व्यक्ति बिमा अवधि सकिादा जीवित भएमा दोब्बर बिमा रकम दिइन्छ ।	अतिरिक्त लाभ प्राप्त हुन्छ, विशेष गरी असल स्वास्थ्य भएका व्यक्तिका लागि उपयुक्त हुन्छ ।
३. संयुक्त जीवन आवधिक बिमालेख	दुई व्यक्तिका लागि एकैपटक बिमा गरिन्छ (जस्तै : पति र पत्नी)।	एउटाको मृत्यु भएमा लाभ मिल्छ, बााकी व्यक्तिका लागि सुरक्षा जारी रहन्छ ।
४. अग्रिम भुक्तानी आवधिक जीवन बिमालेख	बिमा अवधिभर विभिन्न चरणमा आंशिक रकम फिर्ता हुन्छ, बााकी रकम अन्त्यमा वा मृत्युपश्चात् भुक्तानी दिइन्छ ।	निश्चित समयपछि पैसा फिर्ता हुने भएकाले नियमित खर्चका लागि उपयोगी हुन्छ ।
५. विलम्ब भुक्तानी आवधिक जीवन बिमालेख	बिमा सुरुआतपछि केही वर्षसम्म कुनै लाभ दिइादैन, त्यसपछि मात्र लाभ दिने कार्य सुरु हुन्छ ।	कम प्रिमियम तिर्ने सुविधा र दीर्घकालीन योजना बनाउन उपयुक्त हुन्छ ।
६. निवृत्तभरण आवधिक जीवन बिमालेख	सेवा निवृत्तपछि मासिक पेन्सन वा एकमुष्ट रकम प्रदान गरिन्छ ।	बुढेसकालमा नियमित आम्दानीको स्रोत र दीर्घकालीन सुरक्षा प्राप्त हुन्छ ।

iii. म्यादी बिमालेख **(Term policy)**

एक विशेष समयावधिका लागि वा छोटो समयावधिका लागि लिइने बिमालेखलाई म्यादी बिमालेख भनिन्छ । बिमा कम्पनीहरूले तीन महिनादेखि दश वर्षसम्मका लागि यो बिमालेखको प्रयोग गर्ने गरेको पाइन्छ । यस बिमालेखअनुसार बिमितको मृत्यु भएको खण्डमा मात्रै बिमा रकम भुक्तानी हुन्छ । अन्यथा बिमा कम्पनी बिमा रकम भुक्तानी गर्न बाध्य हाुदैन । यो

बिमालेख अस्थाई सुरक्षा आवश्यक पर्ने व्यक्तिहरूका लागि उपयुक्त हुन्छ । म्यादी बिमा पनि कम्पनीअनुसार भिन्न भिन्न हुन्छ ।

म्यादी बिमालेखका प्रकार

म्यादी बिमालेखका प्रकार	विशेषता	लाभ
१. अस्थायी म्यादी बिमालेख	यो बिमा अल्पकालीन अवधि जस्तै : १ देखि ५ वर्षका लागि गरिन्छ ।	सस्तो प्रिमियममा छोटो समयको सुरक्षा सुविधा मिल्छ ।
२. नवीकरणयोग्य म्यादी बिमालेख	बिमा अवधि सकिएपछि स्वास्थ्य परीक्षणबिना नै बिमा नवीकरण गर्न सकिन्छ ।	भविष्यमा बिमा निरन्तरता चाहने व्यक्तिहरूका लागि उपयोगी हुन्छ ।
३. परिवर्तनीय म्यादी बिमालेख	बिमा अवधिभित्रै यसलाई सम्पूर्ण जीवन बिमा वा अभिमुक्ति बिमामा रूपान्तरण गर्न सकिन्छ ।	स्थायी बिमामा जान चाहनेहरूका लागि उपयुक्त विकल्प हो ।
४. क्रमश: घट्दो म्यादी बिमालेख	बिमा रकम प्रत्येक वर्ष घट्दै जान्छ ।	ऋण वा घरजग्गा कर्जाजस्ता घट्दो दायित्वहरू वहन गर्न उपयोगी हुन्छ ।

(आ) जीवन बिमालेख जारी गर्ने प्रक्रिया **(Process of issuing insurance policy)**

जीवन बिमालेख जारी गर्दा विभिन्न चरणहरू पूरा गरेर जारी गर्नुपर्छ । जीवन बिमालेख जारी गर्ने प्रक्रिया निम्नानुसार छन् :

i. आवेदन फाराम **(Proposal from submission) :** बिमालेख जारी गर्ने यो सबैभन्दा प्रथम चरण हो । यस चरणमा बिमित व्यक्तिले बिमा कम्पनीलाई आवेदन फाराम भरेर बुझाउछन् । यसमा व्यक्तिगतलगायत अन्य आवश्यक विवरणहरू समावेश हुन्छन् ।

ii. चिकित्सा परीक्षण **(Medical examination) :** यस चरणमा बिमालेख र रकमका आधारमा बिमाकर्ताले बिमितलाई चिकित्सा परीक्षण गर्न आग्रह गर्छन् । यसले बिमितको स्वास्थ्य अवस्था र सम्भावित जोखिमको मूल्याङ्कन गर्न मदत पुऱ्याउछ ।

iii. अन्डरराइटिङ **(Underwriting) :** यस चरणमा माथिका प्रक्रियापछि बिमाकर्ताको टोलीले विभिन्न प्रतिवेदनहरूको समीक्षा गरेर जोखिम मूल्याङ्कन गर्छन् र बाकी प्रक्रिया अगाडि बढाउछन् ।

iv. पोलिसी जारी **(Issuance of policy) :** यस चरणमा आवेदन स्वीकृत भइसकेपछि बिमा कम्पनीले बिमालेख जारी गर्छ । बिमालेख जारी गर्नुभन्दा अगाडि विभिन्न नियम, विनियम, सर्त तथा उपसर्तहरू राखेर सम्झौता वा करार गरिन्छ ।

v. शुल्क भुक्तानी एवम् बिमालेख सक्रियता **(Premium payment and policy activation) :** यो बिमालेख जारी गर्ने प्रक्रियाको अन्तिम चरण हो । यस चरणमा बिमालेख जारी भएपछि बिमितले सहमतिअनुसार वा करारअनुसारको शुल्कको प्रथम किस्ता भुक्तानी गर्छ । प्रथम किस्ता भुक्तानीपश्चात् बिमालेख सक्रिय भएको मानिन्छ ।

(ख) निर्जीवन बिमा **(Nonlife insurance)**

निर्जीवन बिमा मानिसको जीवनसाग प्रत्यक्ष सम्बन्ध नराख्ने बिमा हो । यसले सम्पत्ति, स्वास्थ्य, व्यवसाय तथा दायित्व जस्ता पक्षबाट उत्पन्न हुने जोखिम न्यूनीकरण गर्न सहयोग गर्छ । यस्तो बिमा सामान्यतया छोटो अवधि (एक वर्ष) को हुन्छ र समय समयमा नवीकरण गर्नुपर्छ । बिमित व्यक्तिको बिमाले समेटेको जोखिम, जस्तै : दुर्घटना, आगलागी, बाढीलगायतका विपत्ति परेको खण्डमा बिमा कम्पनीले त्यसको क्षतिपूर्ति दिन्छ । उदाहरणका लागि सवारी दुर्घटनामा गाडी क्षति भएमा बिमा कम्पनीबाट मर्मत खर्च पाइन्छ, त्यस्तै घर आगलागी भएमा सम्पत्ति बिमाले क्षतिपूर्ति प्रदान गर्छ । निर्जीवन बिमा व्यक्ति र व्यवसायका लागि जोखिम न्यूनीकरण गर्ने भरपर्दो माध्यम हो । व्यवसायका लागि निर्जीवन बिमाले आर्थिक स्थायित्व, व्यापार व्यवसाय सञ्चालन गर्ने वातावरण, नवप्रवर्तनलगायतलाई प्रोत्साहन गर्छ किनकि जोखिम बाडिएको हुन्छ ।

Mehr र Cammack का अनुसार "Non-life insurance is a mechanism for reducing the adverse financial impact of fortuitous events by pooling resources." (निर्जीवन बिमा आकस्मिक घटनाबाट हुने प्रतिकुल आर्थिक प्रभावलाई घटाउन स्रोतहरू सङ्कलन गर्ने प्रणाली हो ।)

Vaughan र Vaughan का अनुसार "Insurance is a mechanism through which risk is transferred from an individual or business to an insurer, who pools similar risks to make oLsses more predictable and manageable." (बिमा भनेको जोखिमलाई व्यक्तिगत वा व्यावसायिक स्तरबाट बिमा कम्पनीमा स्थानान्तरण गर्ने प्रक्रिया हो यसले समान प्रकृतिका जोखिमहरूलाई सामूहिकीकरण गरेर क्षतिलाई पूर्वानुमानयोग्य र व्यवस्थापनयोग्य बनाउछ ।)

(अ) निर्जीवन बिमाका प्रकार **(Types of nonlife insurance)**

निर्जीवन बिमामा केही प्रकारहरू निम्नानुसार छन् :

i. सवारी साधन बिमा **(Motor insurance)** : सवारी साधन बिमाले मोटरसाइकल, कार, बस, ट्रकलगायतका सवारी साधन दुर्घटना, चोरी, आगलागी, हुलदङ्गालगायतका कारणले क्षति भएमा सोको क्षतिपूर्ति दिन्छ । यो पूर्ण दायित्व र तेस्रो पक्षको दायित्व गरी दुई प्रकारको हुन्छ । पूर्ण दायित्वले सवारी धनीको र तेस्रो पक्ष दुबैको क्षतिलाई समेट्छ भने तेस्रो पक्ष दायित्वले सवारी धनीको नभई तेस्रो पक्षको क्षतिलाई मात्र समेट्छ ।

ii. सम्पत्ति बिमा **(Property insurance) :** सम्पत्ति बिमाले घर, भवन, गोदाम, फर्निचर, मेसिनरी, मौज्दात आदि आगलागी, प्राकृतिक प्रकोप, चोरी, डकैती, विष्फोटलगायतबाट हुने आर्थिक क्षतिलाई समेट्छ । आगलागी बिमा सम्पत्ति बिमाको एक महत्त्वपूर्ण बिमालेख हो ।

iii. सामुद्रिक बिमा **(Marine insurance) :** सामुद्रिक बिमा समुद्रमा ढुवानी तथा यातायातसाग सम्बन्धित जोखिमहरूबाट सुरक्षा प्रदान गर्ने वित्तीय व्यवस्था हो । यसले जहाज, मालसामान (कार्गो) तथा अन्य सम्पत्तिहरू आगलागी, चोरी, डुङ्गा डुब्ने, समुद्री आाधी जस्ता विभिन्न प्राकृतिक तथा अप्राकृतिक कारणले हुने जोखिमको क्षतिपूर्ति गरी सुरक्षा दिन्छ । यसका लागि व्यापारी, ढुवानी कम्पनीहरूले बिमा शुल्क (प्रिमियम) तिरेर बिमा योजना खरिद गर्नुपर्छ ।

iv. स्वास्थ्य बिमा **(Health insurance) :** स्वास्थ्य बिमाले बिमित वा उसको परिवारको कुनै सदस्य बिरामी हुादा अस्पतालको खर्च, शल्यक्रिया, औषधोपचार, ल्याब परीक्षणलगायतका खर्चहरू बेहोरेर व्यक्ति वा परिवारको जीवनको सुरक्षा गर्छ । केही स्वास्थ्यसम्बन्धी बिमालेखहरूले वार्षिक स्वास्थ्य परीक्षणको सुविधा पनि दिएका हुन्छन् ।

v. बाली बिमा **(Crop insurance) :** बाली बिमाले किसानलाई असिनापानी, सुक्खा, बाढी, पहिरो, रोग किरा आदिको प्रकोपबाट बालीनालीको क्षति भएमा क्षतिको प्रतिशतका आधारमा क्षतिपूर्ति दिन्छ । यस्तो बिमाले किसानको लगानीलाई सुरक्षित गरी पुनः खेती गर्न सक्षम बनाउाछ ।

(ग) पुनर्बिमा **(Reinsurance)**

पुनर्बिमा भनेको बिमा कम्पनीले आफूले लिएको जोखिमलाई अर्को बिमा कम्पनीसाग बिमा गर्ने कार्य हो । यसलाई बिमाको बिमा पनि भनिन्छ । बिमा कम्पनीहरूले प्रायः ठुला वा अत्यधिक जोखिम भएका बिमा प्रस्तावहरू एक्लै बेहोर्न सक्दैनन् । त्यसैले उनीहरूले पुनर्बिमा कम्पनीसाग सम्झौता गर्छन् । कुनै ठुलो क्षति भयो भने उक्त क्षतिको केही वा सिङ्गो भाग पुनर्बिमा कम्पनीले बेहोर्छ ।

यसले बिमा कम्पनीलाई आर्थिक सुरक्षाका साथै अधिक बिमा सेवा दिने सामर्थ्य प्रदान गर्छ । हाल नेपालमा Nepal Reinsurance Company Limited र Himalayan Reinsurance company Limited गरी दुईओटा पुनर्बिमा सेवा दिने कम्पनी छन् । यी पुनर्बिमा कम्पनीहरूले नेपाली बिमा कम्पनीका जोखिमहरूलाई पुनर्बिमा सेवा प्रदान गरेर उनीहरूको कार्यदक्षता र सुरक्षामा सहयोग पुऱ्याएका छन् ।

पुनर्बिमाले बिमा बजारमा दीर्घकालीन स्थायित्व र विश्वास निर्माण गर्न महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्छ । यसले बिमा कम्पनीहरूलाई बढी जोखिम लिन उत्प्रेरित गर्छ । यसले गर्दा उनीहरूले नयाा सेवा तथा बिमाका क्षेत्रहरूमा विस्तार गर्न सक्छन् । साथै प्राकृतिक विपत्ति, ठुला दुर्घटना वा महामारी जस्ता आकस्मिक घटनामा पनि बिमा प्रणालीलाई सञ्चालनमा राख्न पुनर्बीमाले सहयोग पुऱ्याउाछन् ।

C.E. Williams का अनुसार "Reinsurance is an arrangement by which an insurance company transfers a portion of its risk to another insurer to reduce the likelihood of paying a large olbigation resulting from an insurance claim." (पुनर्बिमा भनेको बिमा कम्पनीले ठुलो दाबीको सम्भावनालाई घटाउनका लागि आफ्नो केही जोखिम अर्को बिमा कम्पनीमा सार्ने व्यवस्था हो ।)

Rejda र Mc.Namara का अनुसार "Reinsurance is the acceptance by one or more insurers, called reinsurers, of a portion of the risk underwritten by another insurer who has contracted for the entire coverage." (पुनर्बिमा भनेको एक बिमा कम्पनीले लिएको बिमाको केही जोखिम अर्को बिमा कम्पनी (पुनर्बिमाकर्ता) ले स्वीकृत गर्नु हो । यसमा मूल बिमाकर्ताले सम्पूर्ण बिमाको जिम्मेवारी लिएपछि त्यसको केही भाग पुनर्बिमा कर्तालाई सुम्पिन्छ ।)

६.४ बिमा करारका आवश्यक तत्त्व (Essentials of Insurance Conract)

बिमा करार एक कानुनी रूपमा बाध्यकारी सम्झौता हो । बिमा करारमा बिमाकर्ता (बिमा कम्पनी) र बिमित व्यक्ति (व्यक्ति वा व्यवसाय) बिच सम्झौता गरिन्छ । सम्झौतामा बिमाकर्ताले बिमित व्यक्तिलाई निश्चित जोखिमहरूबाट वित्तीय सुरक्षा प्रदान गर्ने प्रतिबद्धता जनाएको हुन्छ जसको बदलामा बिमित व्यक्तिले नियमित रूपमा प्रिमियम तिर्नुपर्छ । यस्तो सम्झौतामा बिमा दाबी, यसले समेट्ने क्षेत्र र सर्तहरूका बारेमा स्पष्ट गरिएको हुन्छ र कुनै अप्रत्याशित क्षति भएमा बिमित व्यक्तिलाई आर्थिक राहत प्रदान गर्छ ।

बिमा करार बिमाका आधारभूत सिद्धान्तहरू परम सत्यनिष्ठा, बिमायोग्य हित, क्षतिपूर्ति, निकटतम कारण (Proximate cause) आदिमा आधारित हुन्छ । बिमाकर्ता र बिमित दुबै पक्षले बिमासम्बन्धी

सही जानकारी एकअर्कालाई प्रदान गर्नुपर्छ । बिमित व्यक्तिले बिमित वस्तुमा वास्तविक वित्तीय हित राख्नुपर्ने हुन्छ, जसले अनैतिक दाबीहरू रोक्छ । साथै बिमा कम्पनीले वास्तविक क्षतिको मात्र क्षतिपूर्ति दिन्छ । बिमा करार वा सम्झौताले जीवन, स्वास्थ्य, सम्पत्ति, दायित्व, व्यापार जोखिम जस्ता विभिन्न क्षेत्रलाई समेट्ने भएकाले यो वित्तीय सुरक्षा र जोखिम व्यवस्थापनका लागि अत्यन्त आवश्यक छ । बिमा करारका आवश्यक तत्त्वहरू निम्नानुसार छन् :

- प्रस्ताव र स्वीकृति
- प्रतिफल
- परम सत्यनिष्ठा
- बिमायोग्य हित
- क्षतिपूर्तिको सिद्धान्त

(क) प्रस्ताव र स्वीकृति **(Offer and acceptance) :** बिमा सम्झौताका लागि बिमित व्यक्तिले बिमाका लागि आवेदन दिएको (प्रस्ताव गर्छ) र बिमा कम्पनीले सो प्रस्ताव स्वीकार गरेको हुनुपर्छ । बिमा कम्पनीले बिमाको प्रस्ताव मूल्याङ्कन गरेर जोखिमका आधारमा स्वीकृति दिन्छ वा अस्वीकार गर्न सक्छ । यदि प्रस्ताव स्वीकार भयो भने बिमा कम्पनीले निश्चित सर्त र नियमहरूसहित बिमा पोलिसी जारी गर्छ । यसरी दुबै पक्षबिच स्पष्ट सहमति भएपछि मात्रै बिमा करार कानुनी रूपमा आधिकारिक हुन्छ ।

(ख) प्रतिफल **(Return) :** बिमा करारमा दुबै पक्षबिच निश्चित प्रतिफलको आदानप्रदान हुनुपर्छ । यसका लागि बिमित व्यक्तिले बिमाका लागि प्रिमियम तिर्छ र यस कार्यले बिमा कम्पनीलाई जोखिम बेहोर्ने आधार प्रदान गर्छ । बदलामा बिमा कम्पनीले बिमित वस्तु वा व्यक्तिलाई निश्चित क्षति भएको अवस्थामा क्षतिपूर्ति दिने वाचा गर्छ । बिना प्रतिफलको कुनै पनि करार कानुनी रूपमा मान्य हुँदैन ।

(ग) परम सत्यनिष्ठा **(Autmost good faith) :** बिमा करार पारदर्शी र विश्वासमा आधारित हुनुपर्छ । दुबै पक्षले एकअर्कालाई सत्य र पूर्ण जानकारी दिनुपर्छ । बिमित वस्तु, स्वास्थ्य, जोखिम वा अन्य महत्त्वपूर्ण विवरणहरूका सम्बन्धमा बिमितले पूर्ण जानकारी दिएको हुनुपर्छ । कुनै पक्षले गलत सूचना दिएको वा महत्त्वपूर्ण जानकारी लुकाएको पाइएमा बिमा करार अमान्य वा रद्द हुन सक्छ ।

(घ) बिमायोग्य हित **(Insurable interest) :** बिमित व्यक्तिको बिमा गरिएको वस्तु वा व्यक्तिसाग प्रत्यक्ष वित्तीय वा कानुनी सम्बन्ध भएको हुनुपर्छ । यसको अर्थ यदि बिमित वस्तु वा व्यक्ति गुमेमा वा क्षति भएमा बिमित व्यक्तिलाई वास्तविक हानि हुनुपर्छ । उदाहरणका लागि, कसैले आफ्नो घर, गाडी वा आफ्नै जीवनको बिमा गर्न सक्छ, तर अरू कुनै अपरिचित व्यक्तिको सम्पत्ति वा जीवनको बिमा गर्न सक्दैन । यस सिद्धान्तले अनैतिक बिमा दाबीहरू रोक्न मदत गर्छ ।

(ङ) क्षतिपूर्ति सिद्धान्त **(Principle of indemnity) :** बिमा करारको मुख्य उद्देश्य बिमित व्यक्तिलाई वास्तविक क्षतिको पूर्ति गर्नु हो, नाफा कमाउन दिनु होइन । बिमा कम्पनीले बिमित व्यक्तिलाई भएको वास्तविक क्षतिको मात्र क्षतिपूर्ति दिन्छ, त्यसभन्दा बढी रकम दिदैन । उदाहरणका लागि यदि बिमित व्यक्तिको घर आगलागीका कारण नष्ट भई २० लाख क्षति भयो भने बिमा कम्पनीले अधिकतम २० लाख मात्र क्षतिपूर्ति दिन्छ सोभन्दा बढी दिदैन । यसले बिमा प्रणालीलाई न्यायोचित र पारदर्शी बनाउाछ ।

क्रियाकलाप १

तपाईंको परिवारका कुनै सदस्य वा छिमेकीले जीवन बिमालेख खरिद गर्नुभएको होला । उक्त जीवन बिमालेख कुन प्रकारको हो बिमालेखको फाइलमा उल्लेख भएको विवरणका आधारमा पहिचान गरी उक्त बिमालेखले के कस्ता जोखिमहरूको क्षतिपूर्ति दिने रहेछ अध्ययन गरी कक्षामा छलफल गर्नुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यावसायिक जोखिमलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(ख) व्यावसायिक जोखिमका आन्तरिक कारणहरू के के हुन् ?

(ग) बिमा भनेको के हो ?

(घ) व्यक्तिगत र व्यावसायिक जीवनमा वहन गर्नुपर्ने एक एक जोखिमका उदाहरण दिनुहोस् ।

(ङ) प्रिमियमको भनेको के हो ?

(च) व्यवसायको निरन्तरताका लागि बिमा किन महत्त्वपूर्ण छ ?

(छ) बिमाका कुनै चार सिद्धान्त लेख्नुहोस् ।

(ज) बिमायोग्य हितको सिद्धान्त भनेको के हो ?

(झ) बिमाको क्षतिपूर्ति सिद्धान्तको उदाहरण दिनुहोस् ।

(ञ) जीवन बिमाको अर्थ लेख्नुहोस् ।

(ट) आजीवन जीवन बिमालेखका प्रकारहरू उल्लेख गर्नुहोस् ।

(ठ) आवधिक बिमालेखमा समय समाप्त हुनुअगि बिमितको मृत्यु भएका बिमाको क्षतिपूर्ति कसले प्राप्त गर्छ ?

(ड) म्यादी जीवन बिमालेखको समयावधि कति हुन्छ ?

(ढ) निर्जीवन बिमाले व्यवसायका कस्ता जोखिमहरूलाई समेट्छ ?

(ण) निर्जीवन बिमाका कुनै चार प्रकार लेख्नुहोस् ।

(त) पुनर्बिमा भनेको के हो ?

(थ) बिमा करारका तत्त्वहरू लेख्नुहोस् ।

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) व्यावसायिक जोखिमको अवधारणा उदाहरणसहित प्रस्ट पार्नुहोस् ।

(ख) जीवन बिमालेख जारी गर्दा पूरा गर्नुपर्ने चरणहरू उल्लेख गर्नुहोस् ।

(ग) निर्जीवन बिमाका प्रकारहरू वर्णन गर्नुहोस् ।

(घ) पुनर्बिमा लाई परिभाषित गर्नुहोस् । बिमा कम्पनीको स्थायित्वका लागि पुनर्बिमा को कस्तो भूमिका हुन्छ ?

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) बिमा जोखिम व्यवस्थापनको एक उपाय हो, व्यवसायको सन्दर्भमा बिमाको भूमिकाका आधारमा व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ख) बिमाका सामान्य सिद्धान्त उदाहरणसहित व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ग) जीवन बिमालाई परिभाषित गरी यसका प्रमुख तीन प्रकार वर्णन गर्नुहोस् ।

(घ) बिमा करार भनेको के हो, यसका आवश्यक तत्त्वहरू उदाहरणसहित व्याख्या गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य (Project work)

नेपालमा रहेका कुनै पाँच जीवन बिमा वा निर्जीवन बिमा वा दुबैको परिचय र उद्देश्यसहितको विवरण तयार गर्नुहोस् । उक्त बिमा कम्पनीहरूले कस्ता कस्ता जीवन र निर्जीवन बिमाका प्रकारहरूको सुविधा दिएका रहेछन् कम्पनीको वेबसाइटबाट खोजी गरी कक्षामा प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

एकाइ
७

कर प्रणाली
(Tax System)

७.१ परिचय (Introduction)

कर भनेको व्यक्ति वा संस्थाले राज्यलाई अनिवार्य रूपमा बुझाउनुपर्ने रकम हो । राज्यले विभिन्न स्रोतहरू जस्तै : आय, व्यापार, सम्पत्ति, उपभोग आदिमा आधारित भएर कर लगाउाछ ।

आयकर, मूल्य अभिवृद्धि कर, भन्सार महसुललगायतका करका दर सरकारद्वारा तोकिएका हुन्छन् । राज्य वा सरकारले विभिन्न शीर्षकमा सङ्कलन गरेको करलाई कर राजस्व भनिन्छ, जुन सरकारी राजस्वको महत्त्वपूर्ण स्रोत हो । सरकारले यसरी सङ्कलन गरेको राजस्व राज्यको शान्ति सुरक्षा कायम गर्न, विकास निर्माणका कार्य सञ्चालन गर्न, सार्वजनिक सेवाहरू प्रवाह गर्न प्रयोग गर्छ । कुनै पनि देशका लागि कर राजस्वको सबैभन्दा भरपर्दो आन्तरिक स्रोत हो ।

कर प्रणाली भनेको कर सङ्कलन, कार्यान्वयन, व्यवस्थापन र अनुगमन गर्ने सम्पूर्ण नीति, नियम र संरचनाको समष्टि हो । कर प्रणालीअन्तर्गत करका प्रकार, दर, कर तिर्ने तरिका, छुट वा कर छली नियन्त्रण सम्बन्धमा गरिएका व्यवस्थाहरू पर्छ । कर र कर प्रणाली एक अर्कासाग घनिष्ठ रूपमा सम्बन्धित छन् । कर प्रणालीबिना कर सङ्कलन व्यवस्थित र पारदर्शी हुन सक्दैन । प्रभावकारी कर प्रणालीले नागरिकहरूमा करप्रति विश्वास बढाउाछ, कर छली घटाउाछ र राजस्व वृद्धि गर्न सहयोग पुऱ्याउाछ । त्यसैले समृद्ध राष्ट्र निर्माणका लागि सक्षम कर प्रणाली आवश्यक हुन्छ ।

(क) करको अर्थ (Meaning of Tax)

कर शब्द ल्याटिन भाषाको 'Taxare' शब्दबाट आएको हो । यसको अर्थ अनुमान गर्नु भन्ने हो । कर भनेको सरकारले व्यक्ति तथा संस्थाहरूलाई लगाउने अनिवार्य वित्तीय शुल्क वा महसुल हो । यो सरकारलाई व्यक्ति, परिवार र व्यापारिक निकायहरूले आफ्नो आर्थिक गतिविधिका आधारमा तिर्नुपर्ने अनिवार्य भुक्तानी हो । कर देशको कानुनअनुसार र सरकारले तोकेको दरमा तिर्नुपर्छ । नियमित र इमानदारीपूर्वक कर तिर्नु प्रत्येक नागरिक तथा व्यवसायको कर्तव्य हो ।

Taylor का अनुसार "Taxes are compulsory payments to government without expectations of direct return or benefit to the taxpayer." (कर सरकारलाई तिर्नुपर्ने अनिवार्य भुक्तानी हो, जसको सिधा लाभ वा फाइदाको अपेक्षा करदाताले गर्न सक्दैन ।)

Prof. Carl Copping Plehn का अनुसार "Taxes are in general, compulsory contribution of wealth levied upon persons, natural or corporate to defray the expenses incurred in conferring a common benefit upon the residences of the state." (राज्यका बासिन्दाको सामान्य हितका लागि व्यक्ति तथा सङ्घसंस्थाहरूले सरकारलाई बुझाउने आआफ्नो सम्पत्तिको सामान्य योगदान नै कर हो ।)

Professor Seligman काअनुसार "Tax is a compulsory contribution from a person to the government to defray the expenses incurred in the common interest of all without reference to special benefit conferred." (कर जनताद्वारा सरकारलाई जनहित कार्यमा खर्च गर्नका लागि प्रत्यक्ष लाभको आशा नगरी दिइएको अनिवार्य योगदान हो ।)

माथिका परिभाषाअनुसार कर भनेको सरकारलाई तिर्नुपर्ने अनिवार्य भुक्तानी हो । यसबाट करदाताले प्रत्यक्ष लाभको आशा गर्न सक्दैनन् । कर जनताको सम्पत्तिको एक अनिवार्य अंश हो । जुन जनहितमा खर्च गर्नका लागि प्रत्यक्ष लाभको अपेक्षा नगरी सरकारलाई दिइन्छ ।

(ख) करका विशेषता **(Features of tax)**

करका विशेषताहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) अनिवार्य भुक्तानी **(Compulsory payment) :** कर व्यक्ति वा संस्थाले सरकारलाई अनिवार्य रूपमा भुक्तान गर्नुपर्ने रकम हो । नेपालमा आयकर ऐन, २०५८ अनुसार सबै नागरिक र व्यावसायिक सङ्गठनले अनिवार्य रूपमा कर तिर्नुपर्छ । कानुनबमोजिम कर नतिरेको अवस्थामा कानुनी सजायको भागिदार हुनुपर्छ ।

(आ) अप्रत्यक्ष लाभ **(Indirect benefit) :** कर तिर्ने व्यक्ति वा संस्थाले कर तिरेबापत प्रत्यक्ष लाभ प्राप्त गर्दैनन् । अर्थात् बढी कर तिर्नेले सरकारबाट बढी लाभ र कम कर तिर्नेले कम लाभ प्राप्त गर्दैनन् । यसले शिक्षा, स्वास्थ्य, बाटोघाटो, पूर्वाधारलगायतका काम साथै र शान्ति, सुरक्षा तथा सुव्यवस्थामार्फत अप्रत्यक्ष रूपमा नागरिक र संस्थालाई लाभ दिन्छ ।

(इ) सरकारको आयको स्रोत **(Important source of government revenue) :** सरकारी आयका विभिन्न स्रोतहरू हुन्छन् । तीमध्ये कर सरकारको सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण आयको स्रोत हो । सरकारले आम्दानी, नाफा, सम्पत्ति, वस्तु तथा सेवा आदिमा फरक फरक दर र आधारमा कर लगाएर राजस्व सङ्कलन गर्छ ।

(ई) कानुनबमोजिम **(Legal based) :** सरकारले देशको ऐन, कानुन र नियमका आधारमा कर लगाउाछ । यसले नागरिकहरूबिचमा कुनै भेदभाव नगरी कर लगाउाछ । कर देशको कानुनी प्रक्रिया मिचेर स्वच्छाचारी ढङ्गले लगाइादैन ।

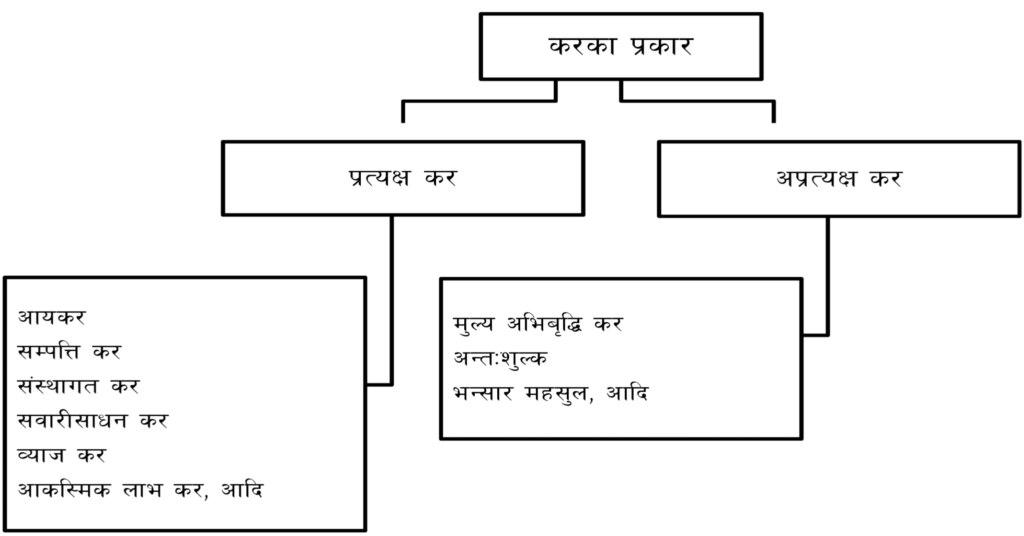
(उ) प्रगतिशील प्रकृति **(Progressive in nature) :** कर प्रगतिशील प्रकृतिको हुन्छ । कर तिर्ने क्षमताका आधारमा कर लगाइन्छ । अर्को शब्दमा आम्दानी, नाफा र सम्पत्ति धेरै हुनेले बढी दरमा र कम हुनेले कम दरमा कर तिर्नुपर्छ ।

(ऊ) सम्पत्तिको पुनर्वितरण **(Distribution of wealth) :** धनी र गरिबबिच समाजमा रहेको सम्पत्तिको असमान वितरण कम गरी समानता कायम गर्न पनि कर लगाइन्छ । त्यस्तै करको माध्यमबाट सङ्कलन भएको रकम वृद्धवृद्धा, असहाय, न्यून आय भएका वर्ग, सीमान्तकृत समुदायका लागि विभिन्न कार्यक्रमहरूमा खर्च गरेर पुनर्वितरण पनि गरिन्छ ।

(ए) विविधता **(Variety) :** करमा विविधता हुन्छ । वस्तु तथा सेवामा लाग्ने अप्रत्यक्ष कर तथा आय, सम्पत्ति र नाफामा लाग्ने प्रत्यक्ष करका दर फरक फरक हुन्छन् । वस्तुहरूमध्ये पनि आधारभूत आवश्यकताका वस्तुमा कम दरमा र विलासिताका वस्तुमा बढी दरमा कर लाग्छ । आम्दानीमा पनि आयको तहअनुसार फरक फरक दरमा कर लाग्छ ।

(ग) करका प्रकार **(Types of tax)**

करलाई देहायबमोजिम मुख्य दुई प्रकारमा विभाजन गरिन्छ :



(अ) प्रत्यक्ष कर **(Direct tax)**

प्रत्यक्ष कर भनेको त्यस्तो कर हो जुन करदाताले सिधै सरकारलाई तिर्छन् । यस्तो कर व्यक्ति वा संस्थाको आम्दानी वा सम्पत्तिमा लगाइन्छ र जसलाई कर लगाइन्छ उसैले करको रकम भुक्तानी गनुपर्छ । अर्थात् यस्तो कर कुनै व्यक्ति वा संस्थाले अर्कोलाई सार्न सक्दैन । आम्दानी, सम्पत्ति, नाफा आदिमा लाग्ने कर प्रत्यक्ष कर हो ।

Dalton का अनुसार "Direct tax is a type of tax that is paid direclty by the taxpayer to the government and cannot be shifted to another person. In the case of direct tax, the taxpayer bears the full burden of the tax. The amount of tax is determined based on the taxpayer's financial condition or ability to pay, which makes the tax system fair and just." (प्रत्यक्ष कर भनेको त्यस्तो कर हो जुन करदाताले सिधै सरकारलाई तिर्छ र जुन अर्को व्यक्तिमाथि सार्न सकिदैन । प्रत्यक्ष करमा करदाताले आफैले करको बोझ बोक्छन् । यसमा करदाताको आर्थिक स्थितिअनुसार वा क्षमताअनुसार कर निर्धारण गरिन्छ । यसले गर्दा करप्रणाली न्यायपूर्ण हुन्छ ।)

आयकर (Income tax), घर जग्गाकर (House and land tax), सम्पत्ति कर (Property tax), ब्याजकर (Interest tax), सवारी साधनकर (Vehicle tax), पुजीगत लाभकर (Capital gain tax), घर बहालकर (Rent tax) आदि प्रत्यक्ष करका उदाहरण हुन् । नेपालमा करका दर प्रत्येक आर्थिक वर्षको बजेटमार्फत निर्धारण गरिन्छ ।

प्रत्यक्ष करका विशेषता **(Features of direct tax)**

- प्रत्यक्ष कर व्यक्ति वा संस्थामा लगाइन्छ ।
- सरकारले जसलाई कर लगाउाछ करदाता स्वयम्ले कर बुझाउनुपर्छ ।
- आय, सम्पत्ति, नाफा, ब्याज, आकस्मिक लाभ आदिमा यस्तो कर लाग्छ ।
- कर तिर्ने क्षमताका आधारमा कर लाग्छ ।
- यसले सम्पत्तिको पुनर्वितरण गर्छ ।

(आ) प्रत्यक्ष करका प्रकार **(Types of direct tax)**

प्रत्यक्ष करका केही मुख्य प्रकार निम्नानुसार छन् :

i. आयकर **(Income tax) :** आयकर नेपालमा बसोबास गर्ने व्यक्तिले वर्षभरिमा आर्जन गरेको आम्दानीका आधारमा सरकारलाई तिर्ने दस्तुर कर हो । व्यक्तिले तलब, भत्ता,

ज्यालालगायतका स्रोतहरूबाट एक आर्थिक वर्षमा आर्जन गरेको जम्मा रकमलाई करयोग्य रकम मानी सोही रकममा निश्चित प्रतिशतमा कर लाग्छ । आयकर प्रगतिशील दर (Progressive rate) मा आधारित हुन्छ, जसको अर्थ जति धेरै आम्दानी हुन्छ त्यति नै करको दर उच्च हुन्छ । व्यक्तिको तलब, भत्ता भुक्तान गर्दा आयकर अग्रिमरूपमा कट्टी गरेर बााकी रकम मात्र भुक्तान गर्ने गरिन्छ ।

ii. सम्पत्ति कर **(Property/Wealth tax) :** सम्पत्तिको मूल्यका आधारमा लाग्ने कर सम्पत्ति कर हो । यो कर जग्गा, जमिन, घर वा व्यावसायिक सम्पत्ति (Commercial property) जस्ता अचल सम्पत्तिहरूको मूल्यमा आधारित भएर लगाइन्छ । सम्पत्ति कर सामान्यतया स्थानीय सरकार, जस्तै : नगरपालिका वा गाउापालिकाद्वारा लगाइन्छ र यस्तो कर नियमित (वार्षिक वा अर्धवार्षिक रूपमा) भुक्तान गर्नुपर्छ ।

iii. संस्थागत कर **(Corporate tax) :** संस्थागत करलाई कम्पनी कर भनिन्छ । यसअन्तर्गत व्यावसायिक संस्थाहरू, जस्तै : एकलौटी व्यवसाय, साझेदारी व्यवसाय, निजी कम्पनी, सार्वजनिक कम्पनीहरूले नाफामा तिर्ने कर हो । व्यवसायको प्रकृति हेरेर यस्ता कम्पनीहरूले नाफामा फरक फरक दरमा कर भुक्तान गर्नुपर्छ । नेपालमा सामान्य व्यवसायको नाफाको २५ प्रतिशत र बैङ्क तथा वित्तीय संस्थाहरूले ३० प्रतिशत कर तिर्नुपर्छ ।

iv. सवारीसाधन कर **(Vechile tax) :** सवारीसाधनहरू, जस्तै : मोटरसाइकल, कार, बस, ट्रक जस्ता साधनका मालिक वा स्वामीले सवारीको इन्जिन क्षमताअनुसार वार्षिक रूपमा तिर्नुपर्ने कर सवारी साधन कर हो । नेपालमा चार पाङ्ग्रे, दुई पाङ्ग्रे, विद्युतीय सवारी आदिमा इन्जिनको क्षमताअनुसार फरक फरक दरमा यस्तो कर लाग्दछ ।

v. व्याज कर **(Interest tax) :** बैङ्कमा बचत र मुद्दति खाता खोलेर रकम जम्मा गर्दा रकम जम्मा गरेबापत बैङ्कले ब्याज प्रदान गर्छ । ब्याजका रूपमा प्राप्त भएको आम्दानीमा लाग्ने कर व्याज कर हो । यस्तो कर बैङ्कले अग्रिम रूपमा बचतकर्ताको खाताबाट काटेर सरकारलाई बुझाउाछ । त्यस्तै ऋणपत्र, डिबेन्चर आदिमा प्राप्त हुने व्याज आम्दानीमा पनि कर लाग्छ । सामान्यतया नेपालमा यस्तो आयमा ५ प्रतिशत कर लाग्छ ।

vi. आकस्मिक लाभ कर **(Windfall gain tax) :** आकस्मिक लाभहरू, जस्तै : पुरस्कार, चिठ्ठा, उपहार, बक्सिस प्राप्त गर्ने व्यक्ति वा संस्थाले लाभ प्राप्त गरेको जम्मा रकमको २५ प्रतिशत आकस्मिक लाभ कर तिर्नुपर्छ । यस्तो रकम पुरस्कार वा

चिठ्ठा प्राप्त गर्दाकै वखत करबापतको रकम कटौती गरेर व्यक्ति वा संस्थालाई प्रदान गरिन्छ । यस्तो आकस्मिक रूपमा प्राप्त हुने लाभ व्यक्ति वा संस्थाको आयमा जोडेर थप कर लगाइदैन ।

(इ) अप्रत्यक्ष कर **(Indirect tax)**

अप्रत्यक्ष कर भनेको वस्तु तथा सेवामा लाग्ने कर हो । यस्तो कर वस्तु तथा सेवा उपभोग गर्दा उपभोक्ताले तिर्नुपर्छ । वस्तुको मूल्यमा नै कर पनि समावेश हुने भएकाले उपभोक्तालाई अप्रत्यक्ष कर तिरेको महसुस हादैन । यसमा कर तिर्ने व्यक्ति र करको भार वहन गर्ने व्यक्ति फरक हुन्छन् ।

Dalton का अनुसार "Indirect tax is a type of tax that is levied on one person, but the burden of which is borne by someone else. The amount of an indirect tax is collected from the consumer, but it is initially paid to the government by the businessperson or producer." (अप्रत्यक्ष कर भनेको यस्तो कर हो जुन कुनै एक व्यक्तिमाथि लाग्छ तर त्यसको बोझ अर्कैले बेहोर्छ । अप्रत्यक्ष करको रकम उपभोक्ताबाट असुल गरिन्छ तर यसलाई प्रारम्भमा व्यवसायी वा बिक्रेताले सरकारलाई बुझाउाछन् ।)

यस प्रकारको कर सामान्यतया वस्तु वा सेवा खरिद गर्दा वस्तुको मूल्यमा जोडिएको हुन्छ । यसले गर्दा यो कर उपभोगका क्रममा स्वत: तिर्ने खालको हुन्छ । मूल्य अभिवृद्धि कर (Value added tax-VAT), अन्त:शुल्क (Excise duty), भन्सार महसुल (Customs duty) अप्रत्यक्ष करका उदाहरणहरू हुन् । यस्तो कर सामान वा सेवाको मूल्यमा समावेश गरिन्छ र ग्राहकले थाहै नपाई कर तिरिरहेका हुन्छन् । यदि व्यापारी वा कम्पनीले बढी कर तिरेको छ भने पछि उनीहरूले सरकारसमक्ष कर फिर्ता (Tax return) माग गर्न सक्छ ।

अप्रत्यक्ष करको विशेषता **(Features of indirect tax)**

- यो कर उपभोक्ताले अन्तिम रूपमा तिर्छन् ।
- उत्पादक वा व्यापारीले प्रारम्भमा सरकारलाई कर भुक्तान गर्छन् र वस्तु तथा सेवाको मूल्यमा करको रकम उपभोक्ताबाट पछि असुल गर्छन् ।
- यो कर वस्तु वा सेवा प्रयोग वा उपभोग गर्दा मात्र लाग्छ ।
- वस्तुको प्रकृतिअनुसार विलासिता र पुाजीगत वस्तुहरूमा बढी र आधारभूत आवश्यकताका वस्तुहरूमा कम दरमा कर लगाइन्छ ।

(ई) अप्रत्यक्ष करका प्रकार **(Types of indirect tax)**

अप्रत्यक्ष करका केही मुख्य प्रकार निम्नानुसार छन् :

i. मूल्य अभिवृद्धि कर **(Value added tax) :** मूल्य अभिवृद्धि कर वस्तु वा सेवामा लाग्ने कर हो । यो कर वस्तु उत्पादनदेखि वितरणसम्मको हरेक चरणहरूमा मूल्य थप भएअनुसार थप मूल्यमा लाग्छ । अन्तिम उपभोक्ताले खरिद गरेको सामानको मूल्यमा पहिला नै VAT समावेश गरिएको हुन्छ । हाल नेपालमा VATको दर १३□ छ ।

ii. भन्सार महसुल **(Customs duty) :** कुनै एक देशमा उत्पादन भएका वस्तु अन्य देश निर्यात गर्दा र अन्य देशमा उत्पादन भएका वस्तुहरू स्वदेशमा आयात गर्दा भन्सारमा लाग्ने करलाई भन्सार महसुल भनिन्छ । भन्सार महसुल वस्तुको मूल्य, परिमाण वा दुबैमा मिश्रित रूपमा लगाइन्छ । भन्सार महसुल लागत, बिमा र ढुवानी खर्चको एकीकृत स्वरूपलाई CIF मूल्य (Cost + Insurance + Freight) भनिन्छ र यसैलाई आधार मानेर नेपालमा प्रतिशतका दरमा यो कर लगाइन्छ । भन्सारमा वस्तु निर्यात गर्दा सामान्यतया कम र आयात गर्दा बढी भन्सार महसुल लिइन्छ ।

iii. अन्तःशुल्क **(Excise duty) :** मानव स्वास्थ्यलाई हानी गर्ने, विलासिताका वस्तु साथै अन्य केही विशेष वस्तुमा लाग्ने करलाई अन्तःशुल्क भनिन्छ । चुरोट, सुर्ती, मदिरा, पेट्रोल, मोबाइललगायतका वस्तुहरूमा अन्तःशुल्क लाग्छ । स्वास्थ्यमा हानि पुऱ्याउने वस्तुको उपभोगलाई निरुत्साहित गर्न यस्तो कर लगाइन्छ । अन्य अप्रत्यक्ष कर जस्तै अन्तःशुल्क प्रारम्भमा आयातकर्ता वा उत्पादकले भुक्तान गर्छ भने अन्त्यमा उपभोक्ताले भुक्तान गर्नुपर्छ । अन्तःशुल्क पनि मूल्य वा परिमाण वा मिश्रित रूपमा लाग्ने गर्छ र वस्तुको प्रकृतिअनुसार यसको दर फरक फरक हुन्छ ।

(उ) प्रत्यक्ष र अप्रत्यक्ष करबिच भिन्नता **(Difference between direct and indirect tax)**

भिन्नताका आधार	प्रत्यक्ष कर	अप्रत्यक्ष कर
१. आधार	प्रत्यक्ष कर व्यक्ति तथा संस्थालाई लगाइने कर हो ।	अप्रत्यक्ष कर वस्तु तथा सेवामा लाग्ने कर हो ।
२. करको असर र प्रभाव	व्यक्ति वा संस्था जसलाई कर लगाइन्छ उसैले करको रकम भुक्तान गर्नुपर्छ । यसमा करको असर र भार एकै व्यक्ति वा संस्थालाई पर्छ ।	सुरुआतमा कर उत्पादक, बिक्रेता वा निर्यातकर्ताबाट लिइन्छ तर पछि उपभोक्ताबाट मूल्यमा जोडेर कर असुल गरिन्छ । अर्थात् करको असर र भार अलग अलग हुन्छ ।

३. हस्तान्तरण	यस्तो कर व्यक्ति वा संस्थाले अर्को पक्षलाई हस्तान्तरण गर्न सक्दैन ।	यस्तो कर सामान्यतया उत्पादक वा बिक्रेताले उपभोक्तालाई हस्तान्तरण गर्छन् ।
४. भार महसुस	कर तिरको महसुस हुन्छ, वार्षिक रूपमा कति कर तिरियो भनेर थाहा पाउन सकिन्छ ।	वस्तु वा सेवाको मूल्य तिर्दा नै करको रकम भुक्तानी गरिने हुनाले कर तिरको महसुस हुँदैन ।
५. करको दर	धेरै आय हुनेले धेरै र कम आय हुनेले कम दरमा कर भुक्तान गर्ने हुनाले कर क्षमताका आधारमा लाग्छ ।	धनी वा गरिब सबैले वस्तु वा सेवा खरिद गर्दा भुक्तान गर्ने भएकाले एकै दरमा कर लाग्छ ।
६. उदाहरण	आयकर, सम्पत्तिकर, ब्याजकर आदि प्रत्यक्ष करका उदाहरण हुन् ।	मूल्य अभिवृद्धि कर, भन्सार महसुल, अन्त:शुल्क आदि अप्रत्यक्ष करका उदाहरण हुन् ।

७.२ नेपालमा व्यवसाय वा संस्थागत कर (Business or Corporate Tax in Nepal)

व्यवसाय कर व्यवसायको नाफामा लाग्ने कर हो । नेपालमा व्यवसाय कर आयकर ऐन, २०५८ अन्तर्गत सङ्कलन गरिन्छ । नेपालमा यस्तो कर स्वमूल्याङ्कन (Self assessment) प्रणालीमा आधारित छ । करको रकम भुक्तान गर्नुपर्ने दायित्व भएका व्यवसायले करको हिसाब आफैले गरेर कर भुक्तानी गर्नुपर्छ ।

नेपालमा दर्ता भएका कम्पनी, साझेदारी व्यवसाय, एकलौटी व्यवसाय, सहकारी संस्था, बैङ्क तथा वित्तीय संस्थालगायतका सबै सङ्घसंस्थाले व्यवसाय कर तिर्नुपर्छ । नेपालमा सामान्य कम्पनीले २५ प्रतिशत, बैङ्क, बिमा, दूरसञ्चार कम्पनीले ३० प्रतिशत, सूचीबद्ध सार्वजनिक कम्पनीले २० प्रतिशत, उत्पादनमूलक कम्पनीले २० प्रतिशत संस्थागत कर तिर्नुपर्छ । सरकारले निर्यातजन्य वस्तु उत्पादन गर्ने, ऊर्जा उत्पादन गर्ने, अविकसित क्षेत्रमा स्थापना भएको उद्योगलगायतलाई निर्धारित करमा छुटको व्यवस्था पनि गरेको छ ।

व्यावसायिक संस्थाले व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा भएका खर्चहरू, मूल्यह्रास, अनुसन्धान खर्चलगायतलाई कर तिर्ने प्रयोजनका लागि कटौती गर्न मिल्छ । व्यवसायले तोकिएको समयमा निर्धारित करको रकम भुक्तानी नगरेमा ब्याज, जरिमाना र कैद सजायसमेत हुने व्यवस्था छ ।

७.३ स्थायी लेखा नम्बर (Permanent Account Number-PAN)

स्थायी लेखा नम्बर कर प्रयोजनका लागि प्रत्येक करदातालाई पहिचान दिन दिइने अद्वितीय (Unique) र स्थायी (Permanent) सङ्केत हो । यो नौ (९) अङ्कको हुन्छ । यो सङ्केत एक पटक लिई सकेपछि उही व्यक्तिले व्यवसाय गर्ने स्थल वा व्यवसायको प्रकृति वा अन्य विवरण परिवर्तन भए पनि सो करदाताका लागि सधैभरि सोही सङ्केत अङ्क कायम रहने भएकाले यसलाई स्थायी लेखा नम्बर भनिएको हो । यसलाई अङ्ग्रेजीमा Permanent Account Number र छोटकरीमा PAN भनिन्छ । व्यक्तिका लागि यो कर तिर्ने प्रयोजनका लागि प्रयोग गरिन्छ । यो व्यवसाय, रोजगारी एवम् लगानीको पहिचान जनाउने नम्बर पनि हो ।

यो नेपाल सरकारको आन्तरिक राजस्व विभाग (Inland Revenue Department-IRD) बाट जारी गरिन्छ । यसलाई प्लास्टिक लेमिनेटेड कार्डका रूपमा जारी गरिन्छ । PAN कुनै पनि व्यक्ति वा संस्थाका लागि विशेष हुन्छ र यो नेपालभर मान्य हुन्छ । PAN को माध्यमबाट आन्तरिक राजस्व विभागले व्यक्ति वा संस्थाको सबै आर्थिक कारोबारहरूलाई अनुगमन गर्न सक्छ । PAN नम्बर व्यक्तिगत वा व्यावसायिक दुबै प्रयोजनका लागि आवश्यक हुन्छ । कुनै पनि व्यक्ति, कम्पनी, संस्था वा फर्मले व्यापार व्यवसाय वा पेसा सञ्चालन गर्नुपूर्व अनिवार्य रूपमा PAN दर्ताको प्रमाणपत्र लिनुपर्छ ।

PAN दुई किसिमबाट जारी गरिन्छ । त्यसमध्ये कार्यालयमा दरखास्त बुझाएर वा विद्युतीय माध्यमबाट दरखास्त दिएर PAN लिन सकिन्छ । त्यसैगरी आन्तरिक राजस्व विभागको वेबसाइट www.ird.gov.np मा गई त्यहाा उपलब्ध फाराम (PAN पाउनका लागि गरिने दरखास्त फाराम) अनलाइनका माध्यमबाट भरी कार्यालयबाट Verify भएपछि आफैले प्रिन्ट गर्न सकिन्छ । आन्तरिक राजस्व विभाग मातहतका कार्यालयहरूमा दरखास्त फाराम भरी सोका साथमा आवश्यक पर्ने कागजातहरूसमेत संलग्न गरेर दरखास्त दिन सकिन्छ । यसरी दरखास्त प्राप्त भएपछि आन्तरिक राजस्व विभाग मातहतका कार्यालयहरूले जााचबुझ गरी विद्युतीय प्रणालीबाट PAN जारी गर्छन् । साथै नेपाल सरकारको नागरिक App बाट समेत Online application मार्फत PAN लिन सकिन्छ ।

उद्योग, व्यापार, पेसा, व्यवसाय, रोजगारी गर्ने व्यक्तिले आफूले गर्ने कारोबार, बैङ्किङ कारोबार, जारी गर्ने बिल बिजक, खाताबही, कागजात तथा आय विवरणलगायतका सम्पूर्ण विवरणमा PAN उल्लेख गर्नुपर्छ । साथै यो नम्बरले करदातालाई एउटा विशिष्ट पहिचान दिने हुादा आफ्नो व्यवसाय गर्न र सोसाग सम्बद्ध राजस्व दाखिला गर्न PAN लिएपछि सहज हुन्छ ।

(क) PAN दर्ता प्रक्रिया **(PAN registration process)**

नेपाल सरकारको आन्तरिक राजस्व विभागमा PAN दर्ताका लागि पूरा गर्नुपर्ने सामान्य प्रक्रियाहरू निम्नानुसार छन् :

(अ) आवेदन फाराम भर्नु **(Submission of application) :** आवेदन फाराम आन्तरिक राजस्व विभागको वा मातहतका कार्यालयको सहायता कक्ष उपलब्ध हुन्छ । आन्तरिक राजस्व विभागको वेबसाइटमा गएर अनलाइन माध्यमबाट फाराम डाउनलोड पनि गर्न सकिन्छ । फाराममा आवेदकको नाम, ठेगाना, जन्म मिति, नागरिकता नम्बरलगायतका अन्य जानकारीहरू भरेर आवेदन फारामसहित नागरिकताको प्रतिलिपि र अन्य आवश्यक कागजातहरू सम्बन्धित अधिकारीसमक्ष बुझाउनुपर्छ ।

(आ) कागजातको प्रमाणीकरण **(Verification of documents) :** आवेदन फाराम र आवश्यक कागजातहरू प्राप्त भएपछि आन्तरिक राजस्व विभागका सम्बन्धित अधिकारीहरूले पेस गरिएका विवरणहरूको विस्तृत रूपमा जाँच गर्छन् । यदि पेस गरिएका कागजातहरू वा जानकारीहरू अपूर्ण वा अधुरो भएमा आवेदकलाई आवश्यक कागजात तथा विवरणहरू थप पेस गर्न अनुरोध गरिन्छ । आवेदकले आवश्यक कागजातहरू र जानकारी निर्धारित समयमा बुझाउनुपर्ने हुन्छ ।

(इ) कम्प्युटर प्रणालीमा विवरण प्रविष्टि **(Entering information into computer system) :** कागजात र जानकारीहरूको प्रमाणीकरण पूरा भएपछि आवेदन कम्प्युटरमा प्रविष्टि गरिन्छ । विवरणहरू आन्तरिक राजस्व विभागद्वारा प्रदान गरिएको प्रणालीअनुसार कम्प्युटरमा प्रविष्टि हुन्छ ।

(ई) जानकारीको पुष्टि **(Verification of information) :** कर अधिकृतले कम्प्युटर प्रणालीमा प्रविष्टि गरिएका सम्पूर्ण विवरणहरूको पुष्टि र स्वीकृति गर्छन् । आवेदन फाराममा उल्लेख गरिएका विवरणहरू र कम्प्युटरमा प्रविष्टि गरिएका विवरणहरू बिचमा मिलान गरेर विस्तृत रूपमा जाँच गर्छन् । यदि विवरणहरूमा कुनै त्रुटि भेटिएमा सुधार गरिन्छ । सही विवरणहरू सुनिश्चित भएपछि प्रक्रिया PAN प्रमाणपत्र छपाइका लागि अगाडि बढाइन्छ ।

(उ) प्रमाणपत्र मुद्रण, दर्ता, छाप र वितरण **(Print, register, stamp and issue of the certificate) :** कर अधिकृतबाट विवरणको पुष्टि प्राप्त भएपछि सम्बन्धित अधिकारीले PAN प्रमाणपत्र मुद्रणको प्रक्रिया अगाडि बढाउँछन् । प्रमाणपत्रलाई नेपाल सरकारको आन्तरिक राजस्व विभागले तोकेको विशेष ढाँचामा (Specified format)

मुद्रण गरिन्छ । मुद्रणपश्चात् प्रमाणपत्रलाई प्लास्टिकले लेमिनेसन गरिन्छ । मुद्रण र लेमिनेसन सम्पन्न भएपछि PAN नम्बरलाई आन्तरिक राजस्व विभागको दर्ता किताबमा अभिलेख गरिन्छ । त्यसपछि प्रमाणपत्रमा आन्तरिक राजस्व विभागको छाप लगाइन्छ । सबै आवश्यक औपचारिक प्रक्रिया पूरा भएपछि PAN प्रमाणपत्र आवेदकलाई वितरण गरिन्छ ।

(ख) अनलाइनबाट व्यक्गित स्थायी लेखा नम्बर लिने तरिका **(Online procedure of obtaining PAN)**

अनलाइनबाट PAN लिनका लागि निम्नलिखित प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्छ :

i. नेपाली नागरिकको हकमा पासपोर्ट साइजको फोटो र नागरिकताको अगाडि तथा पछाडिको भाग Scan गरेर कम्प्युटरमा फाइल सुरक्षित राख्ने ।

ii. गैरनेपाली नागरिकको हकमा पासपोर्ट साइजको फोटो, निज कार्यरत रहेको कार्यालयको सिफारिस र विदेशी भनी प्रमाणित गराउने प्रमाणित कागजात संलग्न राखी Scan फाइल सुरक्षित राख्ने ।

iii. Mozilla Firefox वा Google Crome Browser खोल्ने ।

iv. Browser खोलेर www.ird.gov.np टाइप गरी Enter गर्ने ।

v. Taxpayer Portal मा गएर Click गर्ने ।

vi. Registration (PAN) को Application for Registration मा Click गर्ने ।

vii. Submission लिनका लागि निवेदकले Username, Password, Re-Password, Contact No, Email-Id Entry गर्ने ।

viii. Registration for को personal PAN बक्समा Click गर्ने ।

ix. Verify अफिस छान्नका लागि आन्तरिक राजस्व कार्यालयका लागि IRO मा Click र करदाता सेवा कार्यालय भएमा TSO मा Click गरी आफ्नो पायक पने कार्यालय छान्ने र Ok मा Click गर्ने ।

x. Continue मा click गर्ने, Submission No. आउाछ सो नम्बर टिप्ने ।

xi. नाम र थर नेपाली र अङ्ग्रेजीमा प्रविष्ट गर्ने ।

xii. वि.स. र इ.स. छानेर जन्ममिति प्रविष्टि गर्ने ।

xiii. लिङ्गमा पुरुष/महिला/लैङ्गिक/यौनिक अल्पसङ्ख्यकमध्ये एक छान्ने ।

xiv. Scan गरेर राखेको Photo दायातर्फको Browse मा Click गरी Photo को फाइल छानेर Upload गर्ने ।

xv. नागरिकताको दायाातर्फको Upload Document भनेको Up Arrow बक्समा Click गर्ने ।

xvi. नागरिकता नं., नागरिकता जारी गर्ने कार्यालय, स्थान, जारी मिति प्रविष्टि गर्ने ।

xvii. त्यसपछि Browse मा Click गरी Scan गरेको नागरिकताको फाइल Upload गर्ने ।

xviii. गैरनेपाली नागरिक भए Embassy-ID को प्रमाणपत्र नं., जारी गर्ने कार्यालय, स्थान, जारी मिति प्रविष्टि गरी सो प्रमाणपत्र Scan गरी फाइल Upload गर्ने र Ok मा Click गर्ने ।

xix. पेसागत License वा प्रमाणपत्र भए सो को नम्बर प्रविष्टि गर्ने ।

xx. रोजगारदाताको सिफारिस (च.नं./प्रमाणपत्र नं.) काम गरेको भए कामको प्रकार, पेसाको उपप्रकार छान्ने र कार्यालयको सिफारिससमेत पेस गर्ने ।

xxi. रोजगारदाताको सिफारिस नभएकाले Others छान्ने ।

xxii. पारिवारिक विवरण, स्थायी ठेगाना, अस्थायी ठेगाना भर्ने र Save/Submit गर्ने ।

xxiii. Submit पछि मोबाइल र इमेलमा OTP आउछ र OTP राख्ने ।

xxiv. Verify भएपछि मोबाइल र इमेलमा PAN आउने ।

xxv. Verify भएपछि विवरण भर्दाको Login बाट प्रिन्ट गर्ने ।

नेपाल सरकारको नागरिक App बाट समेत Online Application मार्फत PAN लिन सकिन्छ ।

क्रियाकलाप १

नेपालमा वार्षिक रु. १० लाख आय भएका नागरिकले वार्षिक कति कर तिर्नुपर्ने रहेछ विषय शिक्षकसाग सोधपुछ गरी करका रूपमा भुक्तानी गर्नुपर्ने रकम पत्ता लगाउनुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) कर भनेको के हो ?

(ख) करलाई किन अनिवार्य भुक्तानी भनिन्छ ?

(ग) करबाट के कस्ता अप्रत्यक्ष लाभ प्राप्त हुन्छन् ?

(घ) करको प्रगतिशील प्रकृति भन्नाले के बुझिन्छ ?

(ङ) प्रत्यक्ष करका कुनै चार उदाहरणहरू दिनुहोस् ।

(च) प्रत्यक्ष करका कुनै दुई विशेषताहरू उल्लेख गर्नुहोस् ।

(छ) आकस्मिक लाभमा कति प्रतिशत कर लाग्ने व्यवस्था छ ?

(ज) वस्तु तथा सेवामा लाग्ने करलाई के भनिन्छ ?

(झ) अप्रत्यक्ष करका उदाहरणहरू दिनुहोस् ।

(य) भन्सार महसुल भनेको के हो ?

(ट) PAN को पूरा रूप लेख्नुहोस् ।

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) कर प्रणाली भनेको के हो ?

(ख) करका कुनै पााच विशेषता बुादागत रूपमा लेख्नुहोस् ।

(ग) प्रत्यक्ष कर र अप्रत्यक्ष करका कुनै पााच भिन्नताहरू देखाउनुहोस् ।

(घ) प्रत्यक्षकर भन्नाले के बुझिन्छ, उदाहरणसहित व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ङ) अप्रत्यक्ष करको परिचय दिनुहोस् ।

(च) प्रत्यक्ष कर र अप्रत्यक्ष करबिचको भिन्नता लेख्नुहोस् ।

(छ) व्यवसाय करको परिचय दिनुहोस् ।

३. तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क) करको अर्थ लेख्नुहोस् । प्रत्यक्ष र अप्रत्यक्ष कर उदाहरणसहित वर्णन गर्नुहोस् ।

(ख) प्रत्यक्ष करका प्रकारहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ग) PAN भनेको के हो ? PAN दर्ता गर्न के कस्ता प्रक्रिया पूरा गर्नुपर्छ ?

परियोजना कार्य (Project work)

आन्तरिक राजस्व विभागको वेबसाइबाट व्यवसायका लागि स्थायी लेखा नम्बर प्राप्त गर्ने प्रक्रियाका बारेमा जानकारी सङ्कलन गरी प्रविष्टि गर्नुपर्ने आवश्यक विवरणहरूको सूची तयार गरी कक्षामा प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

एकाइ
८

कार्यालय व्यवस्थापन
(Office Management)

८.१ कार्यालय व्यवस्थापनको अवधारणा (Concept of Office Management)

(क) कार्यालयको अर्थ (Meaning of office)

सबै व्यापारिक संस्था कुनै न कुनै उद्देश्य लिएर स्थापना भएका हुन्छन् । व्यवसाय वा व्यापारिक संस्थाले आफ्नो उद्देश्य प्राप्तिका लागि वस्तु तथा सेवाको उत्पादन, मूल्य निर्धारण, वितरण र प्रवर्धन जस्ता विभिन्न कार्यहरू गर्नुपर्छ । यसका लागि व्यवसायले नियमित र सिर्जनात्मक कामहरू सञ्चालन गर्नुपर्छ । नियमित कार्यमा जानकारी सङ्कलन गर्ने, अभिलेखन राख्ने, अभिलेखको विश्लेषण, संरक्षण र वितरण गर्ने काम समावेश हुन्छन् भने सिर्जनात्मक कार्यमा योजना बनाउने, संरचना तयार गर्ने, जनशक्ति व्यवस्थापन गर्ने, निर्देशन दिने, नियन्त्रण गर्ने र नवप्रवर्तनका कामहरू गर्ने जस्ता गतिविधिहरू समावेश हुन्छन् । यी सबै कार्यहरू सञ्चालन गरिने स्थानलाई कार्यालय भनिन्छ ।

कार्यालयलाई परम्परागत र आधुनिक दृष्टिकोणबाट परिभाषित गर्ने गरिएको छ । तीमध्ये केही परिभाषा निम्नानुसार छन् :

(अ) परम्परागत दृष्टिकोण (Traditional prespective)

परम्परागत अर्थमा कार्यालय भनेको कुनै संस्थाको त्यस्तो निश्चित स्थान हो, जहाा नियमित र प्रशासनिक काम गरिन्छ । नियमित कामहरूमा सूचना लिनु, त्यसलाई अभिलेख गर्नु, विश्लेषण गर्नु, पत्राचार गर्नु, फाइलहरू व्यवस्थित गर्नु र आवश्यक परेमा उपलब्ध गराउने काम पर्छन् । प्रशासनिक कामहरूमा योजना बनाउनु, सङ्गठन गर्नु, निर्देशन दिनु, नियन्त्रण गर्नु साथै अन्य रचनात्मक कामहरू पर्छन् ।

J.C. Denyer का अनुसार "Office is a place where clerical operations are carried out." (कार्यालय त्यो स्थान हो जहाा प्रशासनसाग सम्बन्धित कामहरू सम्पन्न गरिन्छ ।)

George R.Terry का अनुसार "An office is the place where the control mechanisms for an enterprise are oLcated, where records are initiated for communication, control and efficient operation of the enterprises." (कार्यालय त्यो स्थान हो जहाा कुनै उद्यमका नियन्त्रण प्रणालीहरू रहेका हुन्छन्, जहाा सञ्चार, नियन्त्रण र उद्यमको प्रभावकारी सञ्चालनका लागि अभिलेखहरू तयार गरिन्छ ।)

कार्यालयसम्बन्धी माथिका परिभाषाअनुसार कार्यालय भनेको त्यस्तो स्थान हो जहाा संस्थाको विकास, हित र उद्देश्य प्राप्तिका लागि विभिन्न नियमित र प्रशासनिक कार्यहरू सञ्चालन गरिन्छ । यो संस्थाभित्रका सबै विभाग र कर्मचारीहरूबिच समन्वय र सञ्चारको मुख्य केन्द्र हो ।

(आ) आधुनिक दृष्टिकोण **(Modern prespective)**

कार्यालयको आधुनिक दृष्टिकोण परम्परागतभन्दा भिन्न छ । परम्परागत दृष्टिकोणमा कार्यालयलाई संस्थाको एक केन्द्रीय स्थानका रूपमा हेरिन्थ्यो तर आधुनिक दृष्टिकोणअनुसार कार्यालय केवल भवन वा निश्चित स्थान नभई संस्थाको जुनसुकै कार्यक्षेत्र हो । कारखाना, गोदाम, साइट, कार्यालय कक्ष वा अन्य जुनसुकै स्थान जहााबाट काम सञ्चालन हुन्छ, त्यही कार्यालय हो । आधुनिक दृष्टिकोणअनुसार कार्यालय केवल काम गर्ने भौतिक स्थान मात्र होइन यो सेवा, सूचना, प्रविधि र व्यवस्थापनको संयोजन हो । आजको युगमा कार्यालयलाई डिजिटल उपकरण, सूचना प्रवाह र कर्मचारीबिचको समन्वयको माध्यमका रूपमा लिइन्छ । आधुनिक दृष्टिकोणअनुसार कार्यालय व्यापार तथा व्यवसायको प्रशासनिक केन्द्र हो जहाा कार्यकारी (Executive) र प्रशासनिक (Clerical) दुबै प्रकारका कामहरू सम्पन्न गरिन्छन् ।

James Stephenson अनुसार "The office is that part of business enterprises which is devoted to the direction and co–ordination of its various activities . It is not only of the administrative activities which determines the policy of whole business, but also of the principal executive activities whereby that policy is carried into effect." (कार्यालय व्यापारिक उद्यमको त्यो भाग हो जुन यसको विभिन्न गतिविधिहरूको निर्देशन र समन्वयमा समर्पित हुन्छ । यो मात्र प्रशासनिक कार्यहरूको मात्र केन्द्र होइन जसले सम्पूर्ण व्यापारको नीति निर्धारण गर्छ, तर कार्यकारी गतिविधिहरूको पनि केन्द्र हो जसमार्फत ती नीतिहरू कार्यान्वयनमा ल्याइन्छन् ।)

माथिको परिभाषाका आधारमा कार्यालय भनेको संस्थाको पूर्वनिर्धारित उद्देश्य प्राप्त गर्न कार्यकारी र प्रशासनिक कार्यहरू सम्पन्न गरिने एक केन्द्र तथा विशेष प्रक्रिया हो । अत:

कार्यालय केवल एक निश्चित स्थान होइन, यो काम गर्ने प्रक्रिया हो । कार्यालयले संस्थाको योजना र नीतिहरू निर्माण मात्र गर्दैन, तिनीहरूको सफल कार्यान्वयनको जिम्मेवारी पनि लिन्छ । कार्यालयको आधुनिक दृष्टिकोण परम्परागतको तुलनामा यथार्थपरक, व्यावहारिक र उद्देश्य केन्द्रित छ ।

(ख) कार्यालयको कार्य **(Function of office)**

कार्यालयले व्यवसाय वा संस्थाको सफल सञ्चालन र व्यवस्थापनका लागि महत्त्वपूर्ण कार्यहरू गर्छ । यी कार्यहरूलाई मुख्य रूपमा निम्नलिखित दुई भागमा विभाजन गर्न सकिन्छ :

(अ) नियमित वा आधारभूत कार्य **(Regular or basic function)**

कार्यालयका दोहोरिरहने तथा अपेक्षित कामहरू नियमित कार्यअन्तर्गत पर्छन् । सूचना प्राप्ति, सङ्कलन, भण्डारण, वितरणलगायतका दैनिकजसो गरिने कामहरू कार्यालयका आधारभूत वा नियमित कार्य हुन् । कार्यालयका नियमित कामहरू निम्नानुसार छन् :

i. सूचना प्राप्ति र सङ्कलन **(Information acquisition and collection)**

विभिन्न स्रोतबाट आधिकारिक जानकारी प्राप्त गर्नु र सङ्कलन गर्नु कार्यालयको एक प्रमुख नियमति काम हो । यस्तो सूचना आन्तरिक र बाह्य स्रोतबाट प्राप्त हुन्छ । आन्तरिक स्रोत भनेको सङ्गठनभित्रका विभिन्न विभाग र शाखाबाट प्राप्त हुने जानकारी हो । उदाहरणका लागि वित्त विभागले वित्तसम्बन्धी सूचना दिन्छ, बजारीकरण विभागले बजारको अवस्था बताउाछ र उत्पादन विभागले उत्पादन प्रक्रियासम्बन्धी जानकारी उपलब्ध गराउाछ । बाह्य स्रोत भनेको ग्राहक, ऋणी, सरकारी निकाय र अन्य सरोकारवालाबाट प्राप्त सूचना हो । यी सूचना पत्र, प्रतिवेदन, बिल, परिपत्र, खरिद आदेश, फोन, इमेल आदि माध्यमबाट प्राप्त हुन्छ । कार्यालयको नियमित काम यी सबै सूचना औपचारिक तरिकाले प्राप्त गर्नु र सङ्कलन गर्नु हो ।

ii. सूचनाको अभिलेख **(Recording of information)**

विभिन्न स्रोतबाट प्राप्त भएका सूचना फरक प्रकृति र महत्त्वका हुन्छन् । सूचनाको प्रकृति र महत्त्वअनुसार तिनीहरूलाई व्यवस्थित तरिकाले अभिलेख गर्नुपर्छ । संस्था वा कार्यालयमा आउने सूचनालाई दर्ता किताब (Inward book) मा र संस्था वा कार्यालयबाट बाहिर जाने सूचनालाई चलानी किताब (Outward/dispach book) मा अभिलेख गरिन्छ । सूचना वा जानकारीको अभिलेख राख्दा छिटो उपलब्ध हुने किसिमले राख्नुपर्छ । केही सूचना तथा अभिलेखहरू दीर्घकालसम्म राख्नुपर्ने हुन्छ

जसलाई भविष्यमा कुनै विवाद वा समस्या परेका बखतमा प्रमाणका रूपमा उपयोग गर्न सकियोस् । यसरी विभिन्न स्रोतहरूबाट प्राप्त हुने सूचना व्यवस्थित गरेर राख्नु कार्यालयको नियमित कार्यअन्तर्गत पर्छ ।

iii. सूचना विश्लेषण **(Analysis of information)**

सङ्कलित सूचनाको विस्तृत अध्ययन गरी आवश्यक निर्णय र प्रतिक्रिया दिने कार्य सूचना विश्लेषण हो । कार्यालयमा प्राप्त हुने धेरैजसो सूचना अपूरा वा कच्चा हुन्छन् । त्यसैले ती सूचनालाई व्यवस्थित तरिकाले वर्गीकरण गर्नुपर्छ । सूचनाको वर्गीकरणले भविष्यमा योजना बनाउन तथा निर्णय लिन सजिलो हुन्छ । सूचनालाई कार्यालयको प्रकृतिअनुसार प्रतिवेदन, विवरण, बिल, भरपाईलगायतका विभिन्न आधारमा वर्गीकरण गर्ने कार्यले कामलाई व्यवस्थित र छिटो कार्य सम्पादन गर्नमा सहयोग पुग्छ ।

iv. सूचना भण्डारण **(Storage of information)**

सूचनालाई सुरक्षित र व्यवस्थित तरिकाले उपयुक्त फाइलमा राख्नुपर्छ । सूचनाको महत्त्वअनुसार त्यसको सुरक्षा व्यवस्था मिलाउनुपर्छ । आवश्यक परेको समयमा शीघ्र उपलब्ध हुने किसिमकले राम्रो फाइलिङ र इन्डेक्सिङ प्रणाली अपनाएर सूचनालाई सङ्ग्रह तथा भण्डार गर्नुपर्छ । यसरी व्यवस्थित तरिकाले सूचना भण्डारण गर्ने कार्य कार्यालयको नियमित काम हो ।

v. सूचना वितरण **(Distribution of information)**

कार्यालयले व्यवस्थापकलाई छिटो र सही समयमै आवश्यक सूचना उपलब्ध गराउनुपर्छ ताकि निर्णय लिने कार्यमा सहजता होस् । यस्ता सूचना दैनिक कामकाजका विवरणहरू, जस्तै : नगद र बैङ्क मौज्दात, ऋणी र ग्राहकको रकम, मौज्दातको मूल्य, खरिदबिक्री आदि हुन सक्छन् भने विशेष प्रकृतिका सूचनाहरू, जस्तै : वित्तीय विवरण, सम्झौता, नियमावली आदि हुन सक्छन् । कार्यालयले ग्राहक, ऋणी, सरकारी निकाय तथा अन्य सरोकारवालालाईसमेत माग गरेका वखत आवश्यक सूचना उपलब्ध गराउनुपर्छ जसका लागि सूचना वितरण प्रणाली चुस्त दुरुस्त हुनुपर्छ र यो कार्य पनि कार्यालयको नियमित काम हो ।

(आ) कार्यकारी कार्य **(Executive function)**

कार्यकारी कार्य प्रबन्धकीय कार्य वा जिम्मेवारी हो । कार्यालय प्रमुखले संस्थालाई व्यवस्थित र प्रभावकारी रूपमा सञ्चालन गर्न योजना बनाउने, सङ्गठन गर्ने, कर्मचारी नियुक्ति गर्ने,

निर्देशन दिने र नियन्त्रण गर्ने जस्ता कामहरू यसअन्तर्गत पर्छन् । यी प्रबन्धकीय कार्यहरूले कार्यालयका सबै आधारभूत कामहरूलाई दक्षतापूर्वक सञ्चालन गर्न पनि मदत पुऱ्याउाछ । कार्यालयका केही प्रबन्धकीय कार्यहरू निम्नानुसार छन् :

i. मानव संसाधन कार्य **(Human resource function)**

यस कार्य कार्यालयको मानव संसाधन विभागको मुख्य जिम्मेवारी हो जसले हरेक तहका कर्मचारीहरूको व्यवस्थापन गर्छ । कार्यालयको सफल सञ्चालनका लागि उपयुक्त व्यक्तिलाई उपयुक्त पदमा राख्नु आवश्यक हुन्छ । यसका लागि भर्ना, छनोट, नियुक्ति, सरुवा, बढुवालगायतका कर्मचारीका आर्थिक कल्याणसम्बन्धी सम्पूर्ण कामहरू पर्छन् ।

ii. खरिद र नियन्त्रण कार्य **(Purchase and control function)**

कार्यालयको दैनिक कामकाज सञ्चालनका लागि विभिन्न प्रकारका मेसिनरी, उपकरण, फर्निचरलगायतका अन्य सामग्रीहरू खरिद गर्नुपर्छ । यस्ता खरिद कार्य नियमित रूपमा नभएर आवधिक रूपमा हुने गर्छन् । कार्यालयको स्रोतसाधन र आवश्यकताका आधारमा प्रभावकारी खरिद र अनावश्यक खरिद नियन्त्रणका लागि कार्यालय प्रमुख वा माथिल्लो तहबाट यस्ता कार्य सम्पादन हुन्छन् ।

iii. सार्वजनिक सम्बन्ध कार्य **(Public relation function)**

कार्यालयको साख र विश्वास कायम राख्न सार्वजनिक सम्बन्ध आवश्यक हुन्छ । कार्यालयले ग्राहक, कर्मचारी, सरकारी निकाय र समाजसाग राम्रो सम्बन्ध कायम राख्नुपर्ने हुन्छ । कुनै पनि संस्था समाजबाट अलग रहन सक्दैन । त्यसैले सार्वजनिक सम्बन्ध विभागले ग्राहक र जनतासागको सम्बन्ध सुधार्ने काम गर्छ र व्यवस्थापनलाई जनताको धारणा तथा आवश्यकताबारे जानकारी दिन्छ ।

iv. सम्पत्ति संरक्षण कार्य **(Property protection function)**

कार्यालयले आफ्ना सम्पत्ति र स्रोतहरू सुरक्षित राख्नुपर्छ । कार्यालयले सामानहरूको व्यवस्थित र सुरक्षित अभिलेख राख्नु आवश्यक हुन्छ । चोरी, आगलागी वा अन्य प्रकोपबाट जोगाउन प्रभावकारी सुरक्षा प्रणालीको व्यवस्था गर्नुपर्छ । आवश्यकताअनुसार महत्त्वपूर्ण कागजात, उपकरण, मेसिनरीको सुरक्षित भण्डारण गर्नु र सोको बिमा गर्नुपनि आवश्यक हुन्छ । कार्यालयको सम्पत्तिको सुरक्षा र संरक्षण गर्ने मुख्य जिम्मेवारी कार्यकारी तहको हुने गर्छ ।

v. कार्यालय प्रणाली विकास **(Office system development)**

कार्यालयको सफलता यसको कार्य प्रणालीमा निर्भर हुन्छ । चुस्तदुरुस्त कामका लागि कार्यालयले आफ्नै कार्य प्रणाली विकास गर्न सक्छ । काम गर्ने उपयुक्त प्रणालीको विकास भएमा काम छिटो छरितो र प्रभावकारी रूपमा सम्पन्न गर्न सकिन्छ । कार्यालयले काम गर्नका लागि अपनाउनुपर्ने चरण वा प्रक्रियाहरू निर्धारण भएमा काममा एकरूपता कायम हुन्छ र नियमित कार्य सम्पादनमा सहयोग पुग्छ । कार्यालयको प्रकृति र स्वरूपअनुसार प्रणालीको विकास गर्ने मुख्य जिम्मेवारी कार्यालय प्रमुखको हुन्छ ।

(ग) कार्यालयको महत्त्व **(Importance of office)**

कार्यालय कुनै पनि सङ्गठनको केन्द्रीय अङ्ग हो र यसले सङ्गठनका सबै कामको समन्वय र व्यवस्थापन गर्छ । सङ्गठनको सफलता कार्यालयको क्षमता र दक्षतामा निर्भर हुन्छ । व्यावसायिक सङ्घसंस्थाका लागि कार्यालयको महत्त्वलाई देहायबमोजिम प्रस्तुत गरिएको छ :

(अ) सूचना केन्द्र **(Information centre)**

कार्यालय कुनै सङ्गठनको आधिकारिक सूचना प्राप्त गर्ने र सङ्कलन गर्ने मुख्य केन्द्र हो । यसले विगत र वर्तमानका महत्त्वपूर्ण अभिलेखहरूलाई भविष्यमा आवश्यक परेको बेला प्रयोग गर्ने गरी व्यवस्थित तरिकाले सुरक्षित राख्छ । यस्ता अभिलेखहरूमा चलान, प्रतिवेदन, खरिद विवरण, बिक्री विवरण, सम्झौता/करार, सरकारी कागजात आदि समावेश हुन्छन् । कार्यालयले आवश्यक पर्ने सूचना तथा अभिलेखहरू समयमा प्रदान गरी व्यवस्थापनलाई महत्त्वपूर्ण निर्णय लिन र आगामी योजना तथा नीतिहरू तयार पार्न सहयोग गर्छ ।

(आ) अस्तित्वको प्रमाण **(Evidence of existance)**

कार्यालय कुनै पनि संस्थाको प्रतिनिधित्व गर्ने स्थान हो । यसले संस्था अस्तित्व र सञ्चालनमा रहेको प्रमाणका रूपमा काम गर्छ । संस्थाको कार्यालयमा बाह्य व्यक्ति वा सङ्गठनले सम्पर्क गर्ने गर्छन् । सेवा प्रदायक संस्थाहरू, जस्तै : बैङ्क, बिमा आदिको कार्यालयले नै संस्थाको क्रियाशीलता देखाउने गर्छ ।

(इ) सञ्चारको माध्यम **(Medium of communication)**

कार्यालयले सूचना सञ्चारको मुख्य माध्यमका रूपमा कार्य गर्छ । यो आन्तरिक र बाह्य स्रोतहरूबाट विभिन्न प्रकारका सूचना सङ्कलन गरी सुरक्षित र व्यवस्थित तरिकाले संरक्षण गर्छ । त्यसपछि कार्यालयले उक्त सूचना प्रबन्धक, कर्मचारी तथा बाह्य सरोकारवालाहरूसम्म पुऱ्याउछ ।

(ई) योजना तथा नीति बनाउने केन्द्र **(Centre for planning and policy)**

संस्था निश्चित उद्देश्य हासिल गर्न स्थापना गरिन्छ । ती उद्देश्य पूरा गर्न योजना तथा नीतिहरू तयार गरी प्रभावकारी रूपमा कार्यान्वयन गर्नु आवश्यक हुन्छ । संस्थाको केन्द्रका रूपमा कार्यालयले योजना तथा नीति तयार पार्न र तिनको कार्यान्वयनमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्छ ।

(उ) कार्यको समन्वय **(Coordination of work)**

एउटा संस्थामा विभिन्न विभाग र एकाइहरू रहेका हुन्छन् । तीनले फरक फरक काम गर्छन् । ती विभागहरू र तिनका कार्यहरू आपसमा अन्तरनिर्भर हुन्छन् । यसरी विभिन्न विभागहरूले गर्ने कार्यहरूको समन्वय गर्ने काम कार्यालयले गर्छ । तसर्थ कार्यालय संस्थाको समन्वयको केन्द्र हो । कार्यालयले आवश्यक सूचना आदानप्रदान गरेर सबै विभागबिच समन्वय कायम गर्छ । प्रभावकारी समन्वयले संस्थाको विकास र उद्देश्य पूरा गर्न सहयोग पुऱ्याउाछ ।

(ऊ) निर्देशन तथा नियन्त्रण **(Direction and control)**

कार्यालयले संस्थाका क्रियाकलापहरूको निर्देशन र नियन्त्रणमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्छ । कार्यालयले योजना तयार पार्ने, कार्यको मापदण्ड तोक्ने र उद्देश्य प्राप्त गर्न निर्देशन दिने काम गर्छ । यसले कर्मचारीलाई योजना कार्यान्वयन गर्न निर्देशन दिन्छ साथै वास्तविक कार्यसम्पादनलाई पूर्वनिर्धारित मापदण्डसाग तुलना गर्छ । तुलना गर्दा कुनै भिन्नता देखिएमा समयमै सुधारात्मक कदम चाल्छ । यसरी निर्देशन र नियन्त्रणले संस्थाको उद्देश्य तोकिएको समय र मापदण्डभित्र पूरा गर्न सहयोग गर्छ ।

(ए) स्मृति केन्द्र **(Memory centre)**

कार्यालयलाई संस्थाको मस्तिष्कका रूपमा चिनिन्छ । यसले संस्थाका विगत र वर्तमान क्रियाकलापसाग सम्बन्धित सबै प्रकारका अभिलेखहरू तिनीहरूको महत्त्वका आधारमा फाइल वा कम्प्युटरमा भण्डारण गरेर भविष्यका लागि सुरक्षित राख्छ । यी अभिलेखहरूले वर्तमान कार्य सहज बनाउन र भविष्यका योजना तथा नीति बनाउन सहयोग गर्छ ।

(ऐ) सेवा केन्द्र **(Service centre)**

कार्यालयले संस्थाका सबै विभागहरूलाई आवश्यक सेवाहरू प्रदान गर्छ । यी सेवामा पत्राचार, फाइलिङ, अनुक्रमणिका, टाइपिङ, प्रिन्टिङ, प्रतिलिपि, स्टेसनरी आपूर्ति, सन्देश प्रवाह जस्ता सेवाहरू समावेश पर्छन् । यी सेवाहरूले उत्पादन, बजारीकरण, वित्त, मानव संसाधन जस्ता विभागहरूको सञ्चालनमा मदत गर्छ । कार्यालयले विभिन्न विभागहरूलाई दैनिक कार्यमा सहयोग पुऱ्याई कार्यसम्पादन समयमा सम्पन्न गर्न सहयोग गर्छ ।

निष्कर्षमा कार्यालयले संस्थाको समुचित सञ्चालन, सूचना व्यवस्थापन, निर्णय प्रक्रिया र समन्वयमा महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छ । यसले संस्थालाई आफ्नो लक्ष्य प्राप्त गर्न सहयोग मिल्छ ।

(घ) कार्यालय व्यवस्थापनको अर्थ (Meaning of office management)

कार्यालय व्यवस्थापन भनेको कार्यालयका सबै स्रोतसाधनहरू, जस्तै : जनशक्ति, सामग्री, उपकरण, सूचना, वित्त आदिलाई व्यवस्थित, नियन्त्रित र प्रभावकारी रूपमा सञ्चालन गर्ने प्रक्रिया हो । यसले कार्यालयको निर्धारित लक्ष्यहरू प्राप्त गर्न सहयोग पुऱ्याउछ । कार्यालयका दैनिक काम, कर्मचारीहरूको समन्वय, सूचना व्यवस्थापन, उपकरण खरिद, समय व्यवस्थापन र कार्यालयको समग्र व्यवस्थापन कार्यालय व्यवस्थापनमा समावेश हुन्छ । अर्को शब्दमा कार्यालय व्यवस्थापन भनेको कार्यालयलाई सुचारु रूपमा सञ्चालन गर्ने कला र विज्ञान हो, जसले कार्यालयका कामलाई दक्षतापूर्वक र प्रभावकारी रूपमा सम्पन्न गर्न मदत गर्छ । यसले कार्यालयका स्रोतसाधनहरूको सही व्यवस्थापन गरी काम गर्ने वातावरण तयार गर्छ ।

George R. Terry का अनुसार "Office management can be defined as the task of planning, coordination, motivating the efforts of others towards the specific objective in the office." (कार्यालय व्यवस्थापन भनेको कार्यालयका निर्दिष्ट उद्देश्यहरू प्राप्त गर्नका लागि योजना बनाउने, समन्वय गर्ने र अरूको प्रयासलाई उत्प्रेरित गर्ने कार्य हो ।)

J. C. Denyer का अनुसार "Office management is directing and controlling of an office in order to achieve its specific purpose in the most economical way." (कार्यालयको निर्दिष्ट उद्देश्य मितव्ययी रूपमा हासिल गर्न कार्यालयको नियन्त्रण र निर्देशन गर्ने कार्य कार्यालय व्यवस्थापन हो ।)

कार्यालय व्यवस्थापन भनेको सबै कार्यालयीय कामहरूलाई समन्वय र नियन्त्रण गर्ने कार्य हो । सङ्क्षेपमा कार्यालय व्यवस्थापनले निम्नलिखित विषयहरू समेट्छ :

i. कार्यालयका नियमित कामहरूलाई प्रभावकारी रूपमा सञ्चालन गर्ने ।

ii. कार्यालयमा भएका सबै दस्तावेज तथा अभिलेखहरूको व्यवस्थित गर्ने ।

iii. कार्यालयका सबै कर्मचारीहरूको कामको समन्वय गर्ने ।

iv. योजना, निर्देशन र प्रतिवेदनहरूकको तयारी तथा व्यवस्थापन गर्ने ।

v. कार्यालयका उपकरण, साधनहरू र सामग्रीहरूको बाँडफाँट तथा नियन्त्रण गर्ने ।

vi. कार्यालयका आर्थिक पक्ष र लेखा अभिलेखको व्यवस्थापन गर्ने ।

vii. विभिन्न विभागहरूबिचको सहकार्य र सञ्चार व्यवस्थापन गर्ने ।

(ङ) कार्यालय व्यवस्थापनको महत्त्व (Importance of office management)

कार्यालय व्यवस्थापन भनेको कार्यालयको सबै गतिविधिहरूलाई योजनाबद्ध, सङ्गठित र समन्वय नियन्त्रण गर्ने प्रक्रिया हो । यसले संस्था सञ्चालनमा अनुशासन कायम गरी कार्य प्रभावकारिता बढाउाछ । कार्यालय व्यवस्थापनले संस्थाको उद्देश्य प्राप्त गर्न रणनीति बनाउने र कार्यान्वयन गर्ने काम गर्छ । कार्यालय व्यवस्थापनको महत्त्वलाई बुँदागत रूपमा निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

i. कार्यालयका कामहरू समयमै र प्रभावकारी रूपमा सम्पन्न गर्न सहयोग गर्छ ।

ii. स्रोतहरूलाई उचित रूपमा व्यवस्थापन र अनुगमन गरी गुणस्तरीय सेवा सुनिश्चित गर्छ ।

iii. सूचना सङ्कलन, विश्लेषण र सञ्चार प्रणाली सुदृढ पार्छ ।

iv. दीर्घकालीन योजना र बजेट निर्माणमा सहयोग पुऱ्याउाछ ।

v. कार्यसम्पादनको निरन्तर अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्दै आवश्यक सुधार गर्छ ।

vi. नयाा प्रविधि र विचारको प्रयोगबाट कार्य पद्धतिमा सुधार ल्याउाछ ।

vii. अल्पकालीन र दीर्घकालीन लक्ष्य निर्धारण गरी तिनको कार्यान्वयन सुनिश्चित गर्छ ।

viii. मानव संसाधन, वित्त, भौतिक, सूचना प्रविधि र समय जस्ता स्रोतहरूको दक्ष उपयोगमार्फत उत्पादनशीलता बढाउाछ ।

८.२ अभिलेख व्यवस्थापनको अवधारणा (Concept of Record Management)

(क) अभिलेख व्यवस्थापनको अर्थ (Meaning of record management)

अभिलेख व्यवस्थापनले अभिलेखको जीवनचक्रलाई बुझाउाछ । यसअन्तर्गत अभिलेखको सिर्जनादेखि सुरक्षित राख्ने वा धुल्याउनेसम्मका कार्य पर्छन् । अभिलेख व्यवस्थापन भनेको कुनै संस्थामा सिर्जना भएका, प्राप्त गरिएका, प्रयोग गरिएका र अन्ततः नष्ट गरिएका कागजात तथा अभिलेखहरूको व्यवस्थित नियन्त्रण हो । यसको उद्देश्य महत्त्वपूर्ण सूचनाहरूलाई सही तरिकाले अभिलेख गर्ने, संरक्षण गर्ने र आवश्यक परेको बेलामा सजिलै प्राप्त गर्न मिल्ने बनाउनु हो । अभिलेख व्यवस्थापनले संस्थाको कामकाजलाई प्रभावकारी र कुशल बनाउन, कानुनी तथा आर्थिक हितहरूको सुरक्षा गर्न र विश्वसनीय ऐतिहासिक अभिलेख कायम राख्न मदत गर्छ ।

अभिलेखहरू भविष्यमा प्रयोग गर्न आवश्यक औपचारिक जानकारी हुन् । यी अभिलेखहरूमा संस्थाभित्र विभिन्न क्रियाकलापका क्रममा तयार पारिएका र प्राप्त भएका सबै प्रकारका सूचनाहरू समेटिएका हुन्छन् । अभिलेखमा पत्राचार, दर्ता किताब, भौचर, फाइलहरू साथै मानव संसाधन, लेखा, कानुनी र संस्थासाग सम्बन्धित सबै कागजातहरू यसमा पर्छन् । कार्यालयको मुख्य कार्यहरूमध्ये अभिलेखको सिर्जना, व्यवस्थापन, संरक्षण र धुल्याउने प्रक्रिया पनि एक हो ।

अभिलेख व्यवस्थापनले महत्त्वपूर्ण अभिलेखहरूलाई सुरक्षित राख्न मदत गर्छ, यसले गर्दा आवश्यक सूचना समयमा सजिलै प्राप्त गर्न सकिन्छ । व्यवस्थित अभिलेख व्यवस्थापनले व्यवस्थापकहरूलाई सूचना उपलब्ध गराई छिटो र त्रुटिरहित निर्णय लिन सहयोग पुऱ्याउाछ । कुनै पनि संस्थाको कार्यालय व्यवस्थापनको सफलता अभिलेख व्यवस्थापन प्रणालीमा निर्भर गर्छ ।

J. C. Denyer अनुसार "A modern records management involves much more than the methods of filing or the systems of classification, important though these are: indexing, central filing, records retention, follow up and microphotography, all these receive attention in the present day office." (आधुनिक अभिलेख व्यवस्थापन सामान्य फाइलिङ वा वर्गीकरण प्रणालीमा मात्र सीमित हुादैन यद्यपि ती पनि महत्त्वपूर्ण छन् । अनुक्रमणिका तयार गर्नु, केन्द्रीय फाइलिङ, अभिलेख सुरक्षा, अनुगमन र फोटोग्राफी जस्ता क्रियाकलापहरूमा पनि कार्यालयले ध्यान दिन्छ ।)

Perteson का अनुसार "Record management refers to the activities designed to control the life cycle of a record from its creation to its altimate disposition." (अभिलेख व्यवस्थापनले अभिलेखको उत्पत्तिदेखि अभिलेख धुल्याउने सम्मको जीवनचक्रका गतिविधिहरूको नियन्त्रणलाई बुझाउाछ ।)

यसरी माथिका परिभाषाका आधारमा अभिलेख व्यवस्थापनलाई निम्नलिखित बुादाहरूका प्रस्ट पार्न सकिन्छ :

i. अभिलेखको सिर्जना, प्राप्ति र सङ्कलन गर्ने ।

ii. अभिलेखको सजिलै खोज्न सकियोस् भनि वर्गीकरण र सूचीकरण गर्ने ।

iii. भविष्यमा उपयोग गर्न सकिने गरी अभिलेखहरूलाई सुरक्षित र राम्रो अवस्थामा संरक्षण गर्ने ।

iv. आवश्यक परेको व्यक्तिहरूलाई अभिलेखमा पहुाच दिने ।

v. आवश्यक नहुने अभिलेखहरू सुरक्षित तरिकाले नष्ट गर्ने ।

vi. दीर्घकालीन महत्त्व राख्ने अभिलेखहरू सङ्ग्रह गर्ने ।

(ख) अभिलेख व्यवस्थापनको महत्त्व **(Importance of record management)**

अभिलेख व्यवस्थापनले अभिलेखहरूको सिर्जना, प्राप्ति, संरक्षण र नष्ट गर्ने प्रक्रियालाई बुझाउँछ । यसको महत्त्वलाई निम्नलिखित बुँदाहरूमा प्रस्ट पारिएको छ :

(अ) कागजातको सुरक्षा **(Protection of documents) :** अभिलेख व्यवस्थापनले कागजातहरू हराउन, चोरी हुन, क्षति हुन, वा अनधिकृत पहुँचबाट बचाउन मदत गर्छ । यसका लागि उपयुक्त भण्डारण, सुरक्षा प्रणाली र पुनः प्राप्तिको व्यवस्था मिलाइएको हुन्छ ।

(आ) सहज सूचना प्राप्ति **(Eassy excess to information) :** अभिलेख व्यवस्थित रूपमा राख्नाले आवश्यक जानकारी छिटो र सजिलै प्राप्त गर्न सकिन्छ । आवश्यक परेको बेला सही कागजात तुरुन्तै फेला पार्न सकिएमा काममा ढिलाइ हुँदैन र समयको पनि बचत हुन्छ । यसले कार्यालयको कार्यक्षमता बढाउँछ र निर्णय प्रक्रिया द्रुत बनाउँछ ।

(इ) निर्णय लिन सहयोग **(Helps in decision making) :** संस्थामा विभिन्न प्रकारका निर्णयहरू लिनुपर्ने हुन्छ । उचित र प्रभावकारी निर्णय लिन विभिन्न सूचना आवश्यक पर्छ । यस्तो सूचना अभिलेख व्यवस्थापनबाट सजिलैसँग प्राप्त गर्न सकिन्छ । सूचनामा आधारित निर्णयले संस्थालाई सही दिशा दिई जोखिम कम गर्छ ।

(ई) कानुनी आवश्यकता पूरा **(Fulfilling legal compliance) :** कतिपय कागजात कानुनी प्रयोजनका लागि निश्चित समयसम्म सुरक्षित राख्नुपर्ने हुन्छ । अभिलेख व्यवस्थापनले यी कागजातहरू सही तरिकाले सुरक्षित राख्न मदत गर्छ । यसले गर्दा कानुनी कारबाही र जरिवाना हुनबाट बच्न सकिन्छ । यसले संस्थाको कानुनी विश्वासनीयता बढाउँछ ।

(उ) संस्थाको स्मरणशक्ति संरक्षण **(Preservation of institutional memory) :** अभिलेख व्यवस्थापनले संस्थाको इतिहास, विगतको निर्णय, सम्झौता, कानुनी कागजात, आर्थिक विवरणहरूलगायतका महत्त्वपूर्ण कागजपत्र सुरक्षित राख्न मदत गर्छ । यी अभिलेखहरूले भविष्यमा आइपर्ने प्रतिकूल परिस्थितिमा सही निर्णय लिन र समस्या समाधान गर्न मदत गर्छ ।

(ऊ) जवाफदेहिता र पारदर्शितामा सहयोग **(Helps in accountability and transparency) :** संस्था सञ्चालनसँग सम्बन्धित सबै क्रियाकलापहरूको व्यवस्थित अभिलेख राख्नाले संस्थाको जवाफदेहिता र पारदर्शिता वृद्धि हुन्छ । यस्ता अभिलेख बाह्य नियामक निकाय र सरोकारवालाहरूले पनि सजिलै अनुगमन गर्न सक्छन् ।

(ए) कार्य सञ्चालन र उत्पादकत्वमा सुधार **(Improvement in workflow and productivity) :** अभिलेखहरू सही र सुरक्षित तरिकाले व्यवस्थापन गर्दा कामहरू दोहोरिने

र गलत जानकारी प्रयोग हुने सम्भावना घट्छ । यसले कर्मचारीहरूलाई छिटो र सही काम गर्न सहयोग गरी संस्थाको समग्र उत्पादकत्व बढाउाछ ।

(ऐ) समन्वय र सञ्चारमा सहयोग **(Helps in coordination and communication) :** अभिलेखहरू व्यवस्थित हुादा विभिन्न विभाग र एकाइहरूबिचको समन्वय र सञ्चार सहज हुन्छ । आवश्यक जानकारी सबैलाई समयमै उपलब्ध हुने हुादा कार्यमा बाधा र दोहोरोपना आउादैन जसले विभागहरूको कार्यमा समन्वय र एकरूपता कायम गरी कार्यलाई प्रभावकारी बनाउाछ ।

अभिलेख व्यवस्थापन संस्थाको दिगो विकास र सफलताका लागि आधारशिला हो । यसले संस्थाको दक्षता, कानुनी सुरक्षा, पारदर्शिता र कर्मचारीहरूको काम गर्ने वातावरण सुधार्न सहयोग गर्छ । सही र समयमै अभिलेख व्यवस्थापनको अभ्यास नगरेमा सूचना गुम्ने, निर्णयमा गल्ती हुने र कानुनी झमेलामा पर्ने जोखिम बढ्छ । त्यसैले कुनै पनि संस्थाले यसको महत्त्वलाई बुझेर प्रभावकारी अभिलेख व्यवस्थापन प्रणाली अवलम्बन गर्नुपर्छ ।

(ग) अभिलेख व्यवस्थापनमा कम्प्युटर प्रणालीको भूमिका (Role of computer system in record management)

कम्प्युटर प्रणालीमा अभिलेखहरू कागजात, स्प्रेडसिट, डाटाबेस आदि स्वरूपमा डिजिटल रूपमा राखिन्छ । यसका लागि Microsoft Office, Google Drive, Record Management System-RMS लगायतका सफ्टवेयर प्रयोग गरिन्छ । उदाहरणका लागि कुनै विद्यालयले विद्यार्थीहरूको उपस्थिति, नतिजा र भर्नालगायतका विवरण कम्प्युटर प्रणालीमा सुरक्षित राख्न सक्छ । यसरी कम्प्युटर प्रणालीमा राखिएको अभिलेख खोज्न, अद्यावधिक गर्न र प्रतिलिपि तयार गर्न सजिलो हुन्छ ।

कम्प्युटर प्रणालीमा पासवर्ड सुरक्षा (Password protection), प्रयोगकर्ता अनुमति (User permission), ब्याकअप (Backup) जस्ता सुविधाको प्रयोग गरी अभिलेखहरूको सुरक्षित गर्न सकिन्छ । यसले अभिलेखमा अन्य व्यक्तिको अनधिकृत पहुाच रोक्छ साथै तथ्याङ्क वा सूचना हराउने सम्भावना पनि कम गर्छ । हिजोआज कार्यालयहरूमा अभिलेख व्यवस्थापनका लागि कम्प्युटर प्रणालीको प्रयोग सामान्य भइसकेको छ । यसै सन्दर्भमा अभिलेख व्यवस्थापनमा कम्प्युटर प्रणालीको भूमिकालाई निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

(अ) सूचनाको सुरक्षा (Protection of information)

कम्प्युटर प्रणालीमा ब्याकअप प्रणाली हुने हुादा सूचनालाई लामो समयसम्म सुरक्षित रूपमा सङ्ग्रह गर्न सकिन्छ । संवेदनशील अभिलेखहरूमा सीमित व्यक्तिको मात्र पहुाच दिन मिल्छ ।

कागजपत्रलाई डिजिटल स्वरूपमा राखेर बिग्रने, मक्किने, धमिरा तथा किराहरूबाट नष्ट हुनबाट जोगाउन सकिन्छ ।

(आ) समयको बचत **(Time saving)**

अभिलेखहरू दराज वा र्‍याकमा खोज्नुभन्दा कम्प्युटरमा खोज्न सजिलो हुन्छ । यसले कर्मचारीको समय बचत गर्छ । बचत भएको समय कार्यालयको अन्य काममा उपयोग गरी कार्यालय सञ्चालनलाई थप प्रभावकारी बनाउन सकिन्छ ।

(इ) खर्चको बचत **(Cost saving)**

परम्परागत फाइलिङमा कागजात प्राप्त गर्न, छान्न, सुरक्षित गर्न र खोज्ने धेरै श्रम लाग्छ र यसले कार्यालयको सञ्चालन खर्च बढाउछ । कम्प्युटर प्रणालीमा यस्तो काम गर्न थोरै कर्मचारी भए पुग्छ । सुरुमा कम्प्युटर प्रणाली स्थापना गर्न केही खर्चिलो हुने भए तापनि यसको उपयोग धेरै वर्षसम्म गर्न सकिने भएकाले अन्ततः सञ्चालन खर्च कटौती हुन्छ ।

८.३ सूचना व्यवस्थापनको अवधारणा (Concept of information management)

(क) सूचना व्यवस्थापनको अर्थ (Meaning of information management)

सूचना व्यवस्थापन भनेको कुनै संस्था, सङ्गठन वा व्यक्तिगत स्तरमा सूचना सङ्कलन, वर्गीकरण, भण्डारण, वितरण, सुरक्षा र उपयोगको व्यवस्थित र चरणबद्ध प्रक्रिया हो । यो सूचना जीवनचक्र (Information cycle) को प्रत्येक चरणलाई व्यवस्थित, सुरक्षित र प्रभावकारी बनाउने कार्य हो । यसको मुख्य उद्देश्य चाहिने बेला, चाहिने ठाउामा, चाहिने व्यक्तिलाई सही सूचना उपलब्ध गराउनु हो । व्यवसायले सूचना व्यवस्थापनमार्फत ग्राहक विवरण तयार गर्न, बिक्री अभिलेख राख्न, वित्तीय प्रतिवेदन तयार गर्न, बजार अनुसन्धानजस्ता कार्य व्यवस्थित गर्न सक्छन् । सूचना व्यवस्थापनमा निम्नलिखित पक्षहरू समेटिएको हुन्छ :

(अ) सूचनाको सङ्लन **(Collection of information) :** सूचना प्राथमिक र द्वितीय स्रोतबाट सङ्कलन गरिन्छ । व्यवसायले ग्राहक, आपूर्तिकता, कर्मचारी अन्य सरोकारवालाबाट अवलोकन, छलफल, सर्वेक्षण, प्रश्नावली आदिका माध्यमबाट प्राथमिक सूचना सङ्कलन गर्छ । त्यस्तै विभिन्न सरकारी वा व्यावसायिक प्रतिवेदन, विवरण, पत्रपत्रिकालगायतबाट द्वितीय सूचना सङ्कलन गर्छ । सूचना व्यवस्थापनको पहिलो कार्य सही, उपयोगी र पर्याप्त सूचना सङ्कलन गर्नु हो ।

(आ) सूचनाको वर्गीकरण **(Classification of information) :** विभिन्न स्रोतबाट सङ्कलन गरिएको सूचनालाई वर्गीकरण र सूचीकरण गरी व्यवस्थित गर्नुपर्छ । यसरी व्यवस्थापन

गर्दा सूचनालाई तीनको महत्त्व, प्रकृति, मिति, विषयअनुसार वा अन्य आधारमा वर्गीकरण र सूचीकरण गरिन्छ ।

(इ) सूचनाको भण्डारण **(Storage of information) :** सूचनालाई चोरी, नोक्सानी, क्षति, अनधिकृत प्रयोग आदिबाट जोगाउन सुरक्षित तरिकाले भण्डारण गर्नुपर्छ । यसका लागि परम्परागत वा कम्प्युटर प्रणालीको प्रयोग गर्न सकिन्छ । सही तरिकाको सूचना भण्डारणले आवश्यक पर्दा तुरुन्तै सूचना खोजी र प्राप्त गर्न सजिलो बनाउछ ।

(ई) सूचनाको वितरण **(Distribution of information) :** विभिन्न कर्मचारी र सरोकारवालालाई आवश्यक पर्ने सूचना समयमा नै उपलब्ध गराउनुपर्छ । पर्याप्त र आवश्यक सूचना सही समयमा सही व्यक्तिलाई उपलब्ध गराउदा निर्णय प्रक्रिया र कार्यसम्पादनमा सहयोग पुग्छ । वार्षिक विवरण, इमेल, चिठ्ठी वा अन्य माध्यमबाट सूचनाको वितरण गर्न सकिन्छ ।

(उ) सूचनाको सुरक्षा **(Protection of information) :** संस्थाका कतिपय सूचनाहरू संवेदनशील वा गोप्य हुन्छन् । त्यसैले त्यस्ता सूचनाहरू अनधिकृत व्यक्तिको पहुचबाट जोगाउन आवश्यक सुरक्षात्मक उपायहरू अपनाउनुपर्छ ।

(ख) सूचना व्यवस्थापनको महत्त्व **(Importance of information management)**

सूचना व्यवस्थापनले संस्थाको सम्पूर्ण पक्षलाई प्रतिबिम्बित गर्छ । सूचना व्यवस्थापनले छरितो निर्णय लिन, प्रतिस्पर्धात्मक फाइदा लिन, कार्य सम्पादन चुस्त बनाउन सहयोग पुग्छ । सूचना व्यवस्थापनको महत्त्वलाई निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

i. सूचना व्यवस्थापनले प्रबन्धक र कर्मचारीहरूलाई सही, सान्दर्भिक र समयमा जानकारी प्रदान गरी सही निर्णय लिन मदत गर्छ ।

ii. यसले आवश्यक जानकारी छिटो उपलब्ध गराई कार्यकुशलता र उत्पादकता बढाउछ ।

iii. सूचना व्यवस्थापनले विभिन्न विभाग र शाखाहरूबिच जानकारी उपलब्ध गराई सञ्चार र सहकार्यमा सुधार गर्छ ।

iv. यसले कानुनी र नियामक आवश्यकताअनुसार अभिलेख सुरक्षित राख्न सहयोग गरी नियम पालना सुनिश्चित गर्छ ।

v. गोप्य तथा संवेदनशील सूचनाको सुरक्षाका लागि आवश्यक उपाय अपनाएर संस्थाको विश्वासनीयता र जोखिम व्यवस्थापनमा मदत गर्छ ।

vi. व्यवस्थित सूचना उपलब्ध हुादा रणनीतिक योजना बनाउन, नवप्रवर्तन गर्न र नयाा अवसर पहिचान गर्न सजिलो हुन्छ ।

vii. यसले संस्थागत अनुभव र ज्ञानलाई सुरक्षित गर्छ ।

viii. दोहोरिने काम र अनावश्यक खर्च घटाउाछ ।

(ग) सूचना व्यवस्थापनका सिद्धान्तहरू **(Principles of information management)**

सूचना व्यवस्थापनले सूचना सङ्कलनदेखि व्यवस्थापन र सही समयमा उपयोग गर्ने सम्मका प्रक्रियालाई समेट्छ । सूचना व्यवस्थापनलाई व्यवस्थित र प्रभावकारी बनाउन यसका आधारभूत सिद्धान्तहरू अवलम्बन गर्नुपर्छ । सूचना व्यवस्थापनका सिद्धान्तहरू निम्नानुसार रहेका छन् :

(अ) शुद्धता **(Accuracy) :** सूचना सत्य, त्रुटिरहित र विश्वसनीय हुनुपर्छ । सूचना सही नहुादा निर्णय प्रक्रिया कमजोर हुन्छ र गल्तीको सम्भावना बढ्छ । त्यसैले सूचना सङ्लन, भण्डारण र वितरण गर्दा उच्च स्तरको शुद्धता कायम गर्नुपर्छ ।

(आ) सान्दर्भिकता **(Relevancy) :** संस्थाले सूचना सङ्कलन गर्दा सधौ आवश्यक, सम्बन्धित र सान्दर्भिक सूचना सङ्कलन गर्नुपर्छ । अनावश्यक, असम्बन्धित र असान्दर्भिक सूचनाले श्रम, समय र स्रोतको नाश गर्छ र भ्रम सिर्जना गर्छ ।

(इ) उपलब्धता **(Timeliness) :** सूचना समयमानै उपलब्ध हुनुपर्छ । ढिलो प्राप्त भएको सूचनाको महत्त्व कम हुन्छ र निर्णय प्रक्रियामा पनि असर पर्छ । सूचना व्यवस्थापन गर्दा सूचना छिटो र सही समयमा प्राप्त हुने कुरालाई सुनिश्चित गर्नुपर्छ ।

(ई) पूर्णता **(Completeness) :** सूचनामा आवश्यक सबै पक्ष वा तथ्यहरू समेटिएको हुनुपर्छ । सूचना अधुरो वा अपूर्ण भएमा यसको व्याख्या गलत भई गलत निर्णयको कारक बन्न सक्छ । त्यसैले सूचना व्यवस्थापन गर्दा सबै महत्त्वपूर्ण विवरणहरू सङ्कलन र संरक्षण गर्नुपर्छ ।

(उ) पहुाच **(Accessibility) :** सूचनामा प्रयोगकर्ताको सहज पहुाच हुनुपर्छ । प्रयोगकर्तालाई सूचना खोज्न, पाउन र प्रयोग गर्न कुनै बाधा नहोस् भन्नका लागि सूचनाको उचित सङ्ग्रह, वर्गीकरण र भण्डारण प्रणाली विकास गर्नुपर्छ ।

(ऊ) सुरक्षा **(Security) :** सूचनाको अवैध पहुाच, चोरी, नष्ट वा हानिबाट बचाउन सूचनालाई सुरक्षित राख्नुपर्छ । सुरक्षित भण्डारण सूचनाको संवेदनशीलता र गोपनीयताका लागि अत्यावश्यक हुन्छ ।

(ए) दक्षता **(Eifficiency) :** सूचना व्यवस्थापनमा गरिएको खर्च र समयले अपेक्षित लाभ दिनुपर्छ । सूचना व्यवस्थापन कार्यालयको समय बचत गर्ने र उत्पादकत्व बढाउने हुनुपर्छ ।

(ऐ) एकरूपता **(Uniformity) :** सूचना सबै विभाग, प्रणाली र स्रोतहरूमा एउटै तरिकाले व्यवस्थित राख्नुपर्छ । सूचनामा एकरूपता नहुादा भ्रम, द्वैधता उत्पन्न हुन गई निर्णय प्रक्रियालाई नकारात्मक असर गर्छ । सूचना व्यवस्थापनमा नियमबद्ध र एकरूप प्रक्रिया अपनाउनुपर्छ ।

(ओ) प्रयोगयोग्य **(Usable) :** सूचना प्रयोगकर्ताले सजिलै बुझ्न र कार्यान्वयन गर्न सकिने गरी तयार र प्रस्तुत गर्नुपर्छ । जटिल, अपठनीय वा अस्पष्ट सूचना प्रयोगयोग्य हुादैन ।

(औ) कानुनी पालना **(Legal Compliance) :** सूचना व्यवस्थापनमा गोपनीयता, सूचनाको संरक्षण र पारदर्शिताका नियमहरू कडाइका साथ पालना गर्नुपर्छ । सूचना व्यवस्थापन गर्दा सम्बन्धित कानुनी, नियामक र नैतिक मापदण्डहरूको पालना गर्नुपर्छ । यसले संस्थालाई कानुनी विवादबाट बचाउाछ र सामाजिक जिम्मेवारी पूरा गर्न सहयोग गर्छ ।

माथिका सिद्धान्तहरू अपनाउादा सूचना व्यवस्थापन प्रणाली अधिक प्रभावकारी, विश्वसनीय र सुरक्षित हुन्छ । यसले संस्थालाई समयमै सही निर्णय लिन, समय र लागत बचत गर्न, कर्मचारीको कामलाई सहज बनाउन, कानुनी रूपमा सुरक्षित रहन सहयोग गर्छ । सूचना व्यवस्थापन राम्रो हुादा संस्थाको सम्पूर्ण कार्यप्रणालीमा सुधार आउाछ ।

८.४ फाइलिङ (Filing)

(क) फाइलिङको अर्थ (Meaning of filing)

कार्यालयका कागजात, विवरण, प्रतिवेदनलगायतका विविध दस्तावेज वा अभिलेख व्यवस्थित रूपमा राख्ने कार्यलाई फाइलिङ भनिन्छ । फाइलिङ गर्नाले कार्यालयका महत्त्वपूर्ण दस्तावेजहरूलाई सुरक्षित गर्ने र आवश्यक पर्दा सजिलै उपलब्ध गराउन सकिन्छ । कार्यालयको व्यवस्थापनमा फाइलिङ महत्त्वपूर्ण छ किनकि यसले सूचनाको प्रवाहलाई सहज, व्यवस्थित र प्रभावकारी बनाउाछ ।

कार्यालयमा चिठीपत्र, प्रतिवेदन, बीजक, कानुनी कागजात र अन्य महत्त्वपूर्ण अभिलेखहरू सधैा सजिलै प्राप्त गर्न सकिने गरी राख्नुपर्छ । यस्ता कागजातहरू छरपस्ट नहोस् र आवश्यक परेको समयमा तुरुन्तै प्रयोग गर्न सकियोस् भनेर फाइलिङ गरिन्छ । फाइलिङको महत्त्वपूर्ण पक्ष भनेको अभिलेखहरू सुरक्षित र व्यवस्थित तरिकाले राख्नु र चाहेको समयमा सजिलै प्राप्त गर्नु हो ।

J. C. Denyer का अनुसार "Filing is the process of arranging and storing records so that they can be located when required." (फाइलिङ भनेको अभिलेखहरू आवश्यक पर्दा सजिलै खोज्न सकियोस् भनी क्रमबद्ध गर्ने र सङ्ग्रह गर्ने प्रक्रिया हो ।)

John J. Neuner र Lewis B. Keeling का अनुसार "Filing is the systematic arrangement of keeping letters and records, so that, these may be presented quickly when

needed for reference in future." (फाइलिङ भनेको भविष्यमा सन्दर्भका रूपमा आवश्यक परेको बेला सजिलै प्रयोग गर्न सकियोस् भनी चिठ्ठीपत्र तथा अभिलेखहरूलाई व्यवस्थित रूपमा मिलाएर राख्ने प्रक्रिया हो ।)

माथिका परिभाषाका आधारमा फाइलिङ कागजातहरू सजिलैसाग खोज्न सकिने गरी निश्चित तरिकाले सुरक्षित र व्यवस्थित रूपमा संरक्षण गर्ने कार्य हो । कुनै पनि कार्यालयमा अभिलेखलाई व्यवस्थित, प्रभावकारी र सजिलो बनाउन फाइलिङमा विशेष ध्यान दिनुपर्छ । किनकि यसले कार्यालयको काम सजिलो, छिटो र व्यवस्थित बनाउन सहयोग गर्छ । यसका लागि आवश्यक स्रोतसाधन र कर्मचारीहरूको व्यवस्था गर्नुपर्छ ।

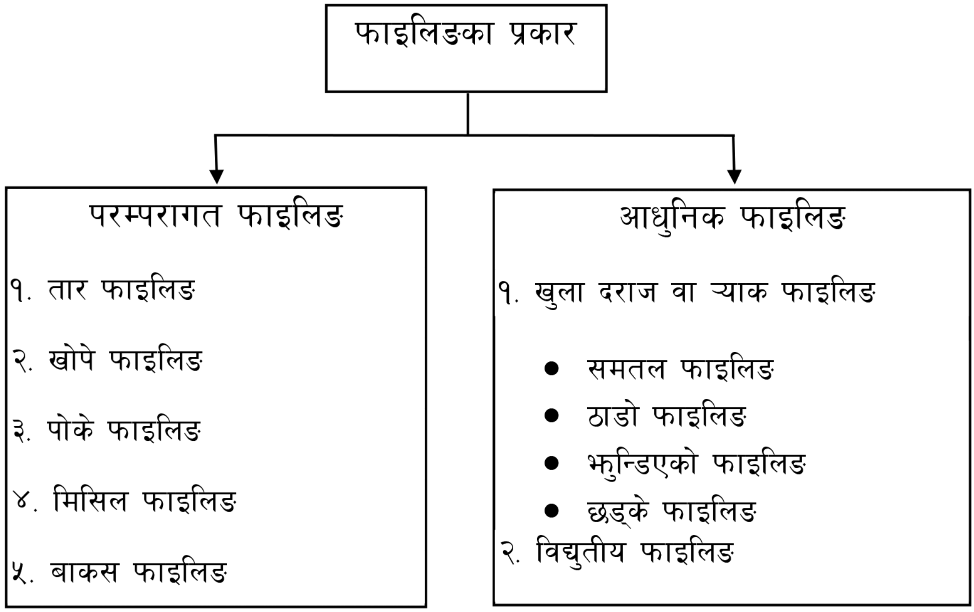
(ख) फाइलिङको उद्देश्य **(Objective of filing)**

फाइलिङ भनेको कागजातहरूलाई व्यवस्थित तरिकाले राख्ने, सुरक्षित गर्ने र सजिलै प्राप्त गर्न सकिने गरी व्यवस्थित गर्ने प्रक्रिया हो । यसको मुख्य उद्देश्यहरू निम्नानुसार छन् :

i. कागजातहरूलाई व्यवस्थित तरिकाले मिलाएर राख्नु
ii. जरुरी कागजातहरूको सुरक्षा गर्नु
iii. कागजातहरू सुरक्षित राखेर आवश्यक पर्दा सजिलै उपलब्ध गराउनु
iv. भविष्यका लागि आवश्यक पर्ने जानकारी सजिलै प्राप्त गर्न सकिने बनाउनु
v. कार्यालयको ठाउाको राम्रो सदुपयोग गर्नु
vi. फाइलिङ प्रणालीलाई प्रभावकारी र भरपर्दो बनाउादै कार्यालयको कामलाई सहज बनाउनु
vii. कुनै पनि संस्था वा व्यवसायले कानुनी रूपमा आवश्यक पर्ने कागजातहरू सुरक्षित राख्नु
viii. आवश्यक सूचना छिटो उपलब्ध गराई व्यवस्थापनलाई छिटो र सही निर्णय लिन सहयोग गर्नु

(ग) फाइलिङका प्रकार **(Types of filing)**

कुनै पनि कागजात, अभिलेख कुन तरिकाले र कहाा राख्ने भन्ने कुरा फाइलिङ प्रणालीमा निर्भर हुन्छ । फाइलिङको विभिन्न तरिका र शैलीहरू हुन्छन् । संस्थाको कामको प्रकार, कागजातको मात्रा, प्रयोगको आवृत्ति र आवश्यकताअनुसार उपयुक्त फाइलिङ प्रणाली छनोट गर्नुपर्छ । सामान्यतया फाइलिङ निम्नलिखित दुई प्रकारले गर्न सकिन्छ :



(अ) परम्परागत फाइलिङ (Traditional filing)

परम्परागत फाइलिङ भन्नाले कागजमा तयार गरिने फाइल व्यवस्थापनलाई बुझाउछ । यस विधिमा फाइलहरू कागजमा तयार गरी तिनीहरूलाई दराज वा र्‍याकमा भौतिक रूपमा वर्णानुक्रम, सङ्ख्याक्रम, विषयगत वा भौगोलिक आधारमा क्रमबद्ध गरेर राखिन्छ । यो विधि साना कार्यालयहरूमा उपयुक्त हुन्छ । यस विधिमा फाइल हराउने, च्यातिने तथा धेरै स्थान ओगट्ने जस्ता समस्या भने हुन्छन् । परम्परागत फाइलिङमा निम्नलिखित विधिहरू प्रयोग गरेर फाइलिङ गरिन्छ :

i. तार फाइलिङ **(Wire filing)**

यस विधिमा कागजपत्रलाई तिखो चुच्चो भएको तारमा छेडेर राखिन्छ । कार्यालयमा प्राप्त भएका कागजात तत्काल तारमा हालिने भएकाले यसमा मितिका आधारमा एकपछि अर्को गर्दै कागजात थपिदै जान्छन् । यो तार भित्तामा झुन्ड्याउने वा स्ट्यान्डमा राख्ने गरी प्रयोग गरिन्छ । बैङ्क तथा वित्तीय संस्था, खुद्रा पसल र अस्पतालहरूमा सहज पहुचका लागि अस्थायी रूपमा कागजात राख्न यो विधि प्रयोग गरिन्छ ।

ii. खोपे फाइलिङ **(Pigeonhole filing)**

यसलाई क्याबिनेट वा दराज फाइलिङ पनि भनिन्छ । यसमा विधिमा भित्तामा वा दराजमा विभिन्न खण्डहरू बनाइन्छ जसमा व्यक्ति, विषय वा विभागअनुसार कागजपत्र छुट्याएर

राखिन्छ । हुलाकको पोस्ट बक्स, बैङ्कको लकर, विद्यालयको शिक्षकका लागि छुट्याइएको दराज आदिमा यस्तो फाइलिङको प्रयोग देख्न सकिन्छ ।

iii. पोके फाइलिङ **(Baggage filing)**

एकै अवधिको वा एउटै विषयसाग सम्बन्धित सबै कागजातलाई कपडा वा बोरामा पोको पारेर राख्ने विधिलाई पोके फाइलिङ भनिन्छ । पोकाको बाहिर कुन विषय र कति अवधिका कागजात छन् भन्ने स्पष्ट रूपमा लेखिन्छ । यस्ता पोका निश्चित स्थानमा सुरक्षित राखिन्छन् । यसले थोरै स्थान ओगट्छ र कम प्रयोग हुने कागजात भण्डारण गर्न उपयुक्त मानिन्छ ।

iv. मिसिल फाइलिङ **(Misil filing)**

कुनै विषयसाग सम्बन्धित सम्पूर्ण कागजातलाई एकै ठाउामा राखेर तयार पारिने फाइलिङलाई मिसिल फाइलिङ भनिन्छ । यसमा कार्यको सुरुआतदेखि अन्त्यसम्मका सबै कागजातहरू क्रमबद्ध राखिन्छन् । मिसिलको दुबैपट्टि बाक्लो कार्डबोर्डको कभर हुन्छ र कागजहरू डोरीले बााधेर दराज वा र्‍याकमा सुरक्षित राखिन्छन् । यस्तो विधि अदालत, मालपोत कार्यालय र प्रशासनिक निकायहरू बढी प्रयोग गरिन्छ ।

v. बाकस फाइलिङ **(Box filing)**

यो काठ, धातु वा बाक्लो कागजबाट बनेको बाकसमा कागजात राख्ने विधि हो । पुरानो मितिको कागजातहरू तल र नयाा मितिको कागजातहरू माथि गरी क्रमबद्ध रूपमा राखिन्छन् । आधुनिक विधिमा विषयगत रूपमा मिलाएर राख्न मिल्ने बाकस वा फाइलहरू बनाइएको हुन्छ । थोरै कागजात हुने कार्यालयहरूमा यो फाइलिङ विधि उपयोगी मानिन्छ ।

(आ) आधुनिक फाइलिङ **(Modern filing)**

परम्परागत फाइलिङ विशेष गरी ठुला तथा बढी कारोबार हुने कार्यालयहरूका लागि उपयुक्त नहुन सक्छ किनभने यस विधिमा कागजातको खोजी, संरक्षण र व्यवस्थापन गर्न जटिल हुन्छ । कागजपत्रहरू एकै स्थानमा राख्दा बिग्रिएर वा च्यातिएर सूचना हराउने सम्भावना पनि रहन्छ ।

आधुनिक फाइलिङ फाइलहरूलाई सजिलै भण्डारण, व्यवस्थापन, खोजी र पुनः प्राप्त गर्न मिल्ने गरी सुरक्षित र प्रभावकारी रूपमा व्यवस्थापन गर्ने विधि वा पद्धति हो । आधुनिक फाइलिङमा निम्नलिखित विधिहरू प्रयोग गरेर फाइलिङ गरिन्छ :

i. खुला दराज वा र्‍याक फाइलिङ **(Openself filing) :** दराज, र्‍याक, बाकस आदिमा फाइल मिलाएर राख्ने विधिलाई खुला दराज वा र्‍याक फाइलिङ भनिन्छ । यो तरिका पुस्तकालयमा पुस्तकहरू क्रमबद्ध रूपमा राख्ने तरिकासाग मिल्दोजुल्दो छ । यसमा फाइलहरू खुला रूपमा

देखिने र सजिलै खोज्न मिल्ने भएकाले यसलाई खुला फाइलिङ भनिएको हो । यसमा पनि विभिन्न विधिहरू अपनाई फाइलहरू व्यवस्थित गरिन्छ जसमा निम्नलिखित विधिहरू प्रयोग गरिन्छ :

- समतल फाइलिङ (Horizontal filing) : कागजपत्रहरू भएको फाइललाई एकपछि अर्को गर्दै माथिबाट तलतिर तेर्सो रूपमा राख्ने तरिकालाई समतल फाइलिङ भनिन्छ । यसमा कागजहरूलाई मितिअनुसार क्रम मिलाउदै क्लिप वा फित्ता प्रयोग गरी फाइलमा अड्याएर राखिन्छ । यस प्रकारको फाइलिङ सानो कार्यालयका लागि उपयुक्त हुन्छ । फाइलको शीर्षक तयार गर्दा वर्णक्रम, सङ्ख्यात्मक, विषयगत वा भौगोलिक आधार अपनाउन सकिन्छ ।

- ठाडो फाइलिङ (Vertical filing) : दराज वा घर्रामा फाइलहरूलाई ठाडो एकअर्कामा टेकाई राख्ने तरिकालाई ठाडो फाइलिङ भनिन्छ । यो विधि विशेष गरी धेरै कागजातहरू हुने ठुला कार्यालयहरूमा प्रयोग गरिन्छ । यस विधिमा विशेष डिजाइन भएका फोल्डर वा फाइलहरूमा कागजपत्रहरू राखी दराजभित्र ठाडो रूपमा व्यवस्थित गरिन्छ । यस तरिकामा फाइलहरू नथिचिने भएकाले यसलाई आधुनिक तथा वैज्ञानिक विधि मानिन्छ । हिजोआज अधिकांश कार्यालयहरूले यही विधि प्रयोग गर्दै आएका छन् ।

- झुन्डिएको फाइलिङ (Suspension filing) : यो ठाडो फाइलिङ विधिको सुधारिएको रूप हो । यस विधिमा फाइलहरू सजिलै सार्न सकिने गरी दराज वा क्याबिनेटमा फलामका डन्डीहरू जडान गरी राखिन्छ । फाइलहरू झुन्डयाएर राख्दा अगाडि पछाडि सार्न मिल्छ जसले गर्दा फाइलहरू सजिलै भेटिने र सहजै निकाल्न सकिने हुन्छ ।

- छड्के फाइलिङ (Lateral filing) : यो झुन्डिएको फाइलिङ विधिको सुधारिएको रूप हो । यसमा फाइल राख्नका लागि विशेष प्रकारका ठुला खामहरू वा खुला बक्सहरू बनाइएको हुन्छ । यसमा फाइलहरूलाई निश्चित क्रममा मिलाएर राखिन्छ । खाम वा बक्सभित्र सुरक्षित हुने भएकाले फाइलहरू न त बाध्नुपर्ने हुन्छ न त खोलिरहनुपर्ने, जसले गर्दा आवश्यक परेको बेलामा सजिलै फाइल निकाल्न सकिन्छ ।

ii. विद्युतीय फाइलिङ (Electronic filing) : कम्प्युटर र सूचना प्रविधिको विकाससागै कार्यालयहरूमा परम्परागत कागजी फाइलिङ प्रणालीको सट्टा विद्युतीय फाइलिङ विधि लोकप्रिय हुादै गएको छ । विद्युतीय फाइलिङ भन्नाले कागजात, सूचना वा अभिलेखहरूलाई

स्क्यान गरेर डिजिटल स्वरूपमा परिवर्तन गरी कम्प्युटरमा सुरक्षित रूपमा भण्डारण गर्ने, वर्गीकरण गर्ने र आवश्यकताअनुसार प्रयोग गर्न सक्ने प्रणालीलाई जनाउाछ । यस विधिमा कागजात वा अभिलेखहरूलाई स्क्यानरको माध्यमबाट PDF, JPEG वा अन्य डिजिटल ढााचामा परिवर्तन गरी फाइलहरूलाई मिति, विषय, फाइल नम्बर वा अन्य आधारमा मिलाएर कम्प्युटरको हार्डड्राइभ, सर्भर वा क्लाउड स्टोरेजमा राखिन्छ । फाइलहरू सजिलै पुनः प्राप्त गर्न मिल्ने Document Management System-DMS, Google Workspace, Microsoft Share Point जस्ता सफ्टवेयरहरूको प्रयोग गरिन्छ । यस विधिमा फाइलहरू थिचिने, हराउने वा बिग्रिने डर हाुदैन । स्थान र समयको बचत, छिटो प्राप्ति र कागजको कम प्रयोग यसका प्रमुख फाइदाहरू हुन् ।

(घ) विद्युतीय फाइल व्यवस्थापन **(Electronic file management)**

विद्युतीय फाइल व्यवस्थापन भनेको कम्प्युटर, मोबाइल वा अनलाइन माध्यमबाट गरिएका डिजिटल वा विद्युतीय कागजातहरूलाई व्यवस्थित गर्ने, सुरक्षित गर्ने र पहाुच योग्य बनाउने कार्य हो । यसले फाइलिङ गर्ने कामलाई सजिलो बनाउाछ र महत्त्वपूर्ण जानकारी हराउने वा बिग्रने सम्भावनालाई न्यूनीकरण गर्छ ।

विद्युतीय फाइल व्यवस्थापनका मुख्य पक्षहरू निम्नानुसार छन् :

i. फाइलहरूलाई स्पष्ट नाम दिएर समान प्रकारका फाइलहरू एउटै फोल्डरमा राखिन्छ जसले गर्दा भविष्यमा आवश्यक परेको बेलामा फाइल सजिलै खोज्न सकिन्छ ।

ii. फाइलहरू कम्प्युटर, हार्डड्राइभ वा क्लाउड जस्ता डिजिटल स्थानमा सुरक्षित रूपमा राखी इन्टरनेटको माध्यमबाट जुनसुकै स्थानबाट पहाुच प्राप्त गर्न सकिन्छ ।

iii. फाइलहरूलाई पासवर्ड, इन्क्रिप्सन र नियमित ब्याकअप गरेर हराउने, चोरी वा नष्ट हुनबाट जोगाउन सकिन्छ ।

iv. फाइल हेर्ने, सम्पादन गर्ने र मेटाउने जस्ता कार्यका लागि पहाुच दिई गोपनीयता कायम गर्न सकिन्छ ।

v. नियमित रूपमा सुरक्षित ठाउामा कपी गरेर राखिन्छ र भविष्यमा फाइल पुनः प्राप्त गर्न सहज हुन्छ ।

(ङ) विद्युतीय फाइल व्यवस्थापनका उपकरणहरू (Tools for elctronic file management)

विद्युतीय फाइल व्यवस्थापन गर्न निम्न सफ्टवेयर र उपकरणहरू प्रयोग गरिन्छ :

i. फाइल एक्स्प्लोरर (Flie expoLrer) : Windows वा Mac मा फाइल र फोल्डर व्यवस्थापन गर्न फाइल एक्स्प्लोलरको प्रयोग गरिन्छ ।

ii. क्लाउड स्टोरेज (CoLud storage) : Google Drive, Dropbox, One Drive जस्ता सेवा जसले अनलाइन फाइल भण्डारण गर्न मदत गर्छ ।

iii. डिजिटल डकुमेन्ट म्यानेजमेन्ट सिस्टम (Digital Document Management System-DDMS) : विशेष सफ्टवेयरहरू जुन संस्थागत तहमा फाइलहरू खोजी, व्यवस्थित र सुरक्षाका लागि प्रयोग गरिन्छ ।

(च) विद्युतीय फाइल व्यवस्थापनमा ध्यान दिनुपर्ने पक्षहरू **(Consideration for managing electronic file)**

(अ) फोल्डरको संरचना (Folder structure) : फाइलहरूलाई व्यवस्थित गर्न एउटा फोल्डर तयार गर्नुपर्छ । फोल्डर तयार गर्दा मुख्य फोल्डर भित्र विभाग, शाखा, एकाइ, परियोजना आदिको नामअनुसार उपफोल्डरहरू तयार गर्नुपर्छ । उपफोल्डरमा रहने फाइललाई नाम मिति, विषय, नम्बर आदिका आधारमा राख्नुपर्छ जसले गर्दा चाहेको समयमा सजिलै खोजी गर्न सकिन्छ ।

(आ) फाइलको नामकरण (Naming file) : फाइलको नाम स्पष्ट र बुझ्न सकिने राख्नुपर्छ । फाइलको नाम राख्दा स्पेसको सट्टा अन्डरस्कोर (_) वा ड्यास (-) प्रयोग गर्नुपर्छ । फाइलमा मिति, संस्करण वा लेखकको नाम उल्लेख गरी फाइल अलग अलग राख्नुपर्छ ।

(इ) फाइल सुरक्षा (File security) : विद्युतीय फाइलहरू सजिलै चोरी वा नष्ट हुन सक्छन् त्यसैले पासवर्ड राखेर फाइल र फोल्डर सुरक्षित गर्नुपर्छ । इन्क्रिप्सन विधि प्रयोग गरेर फाइलाई थप सुरक्षित गर्न सकिन्छ । फाइलको नियमित रूपमा ब्याकअप राख्नुपर्छ ।

(ई) पहुाच नियन्त्रण (Access control) : कर्मचारी वा प्रयोगकर्ताले कुन फाइल हेर्न पाउने भनेर पहुाच दिन फाइल वा फोल्डरमा अनुमति दिने व्यवस्था गर्नुपर्छ । संवेदनशील फाइलहरूमा निश्चित व्यक्तिलाई मात्र पहुाच दिनुपर्छ ।

(उ) फाइल साझेदारी (Flie sharing) : साथी वा सहकर्मीहरूलाई फाइलहरू सजिलै पठाउन र सेयर गर्न क्लाउड स्टोरेज वा नेटवर्क ड्राइभ प्रयोग गर्न सकिन्छ । यसले कामलाई छिटो र छरितो बनाउाछ ।

(ऊ) फाइलको ब्याकअप र पुन: प्राप्ति (Flie backup and recovery) : कम्प्युटर अचानक बिग्रिएमा वा भाइरस फैलिएमा फाइल हराउन, तथ्याङ्क चोरी हुन वा मेटिन सक्छ । यसका लागि फाइलहरू ब्याकअपमा राख्नुपर्छ साथै अन्य ड्राइभहरूमा पनि सुरक्षित राख्नुपर्छ ।

(ए) संरक्षण (Preservation) : फाइल लामो समयसम्म सुरक्षित राख्न समय समयमा अपडेट गर्ने, रूपान्तरण गर्ने जस्ता कार्यहरू गर्नुपर्छ ।

विद्युतीय फाइल व्यवस्थापनको सही अभ्यासले समय र स्रोत दुबै बचत गर्ने भएकाले कार्यालयको कामलाई यसले थप प्रभावकारी बनाउाछ ।

८.५ अनुक्रमणिका (Indexing)

(क) अनुक्रमणिकाको अर्थ (Meaning of indexing)

अनुक्रमणिका भनेको फाइल वा कागजातहरूको सूची हो, जसको प्रयोगले फाइलहरू सजिलै खोज्न र पत्ता लगाउन सकिन्छ । फाइलहरू व्यवस्थित गर्नका लागि अनुक्रमणिका अत्यन्त आवश्यक छ । यसले कार्यालयको कामलाई छिटो र प्रभावकारी बनाउन सहयोग पुऱ्याउाछ । अनुक्रमणिका तयार गर्दा प्रत्येक फाइल वा कागजातलाई नम्बर, नाम, मिति वा विषयअनुसार चिह्न वा सङ्केत दिइन्छ । यसो गर्नाले सोही चिह्न वा सङ्केतका आधारमा फाइल वा कागजातहरू तुरुन्तै पत्ता लाग्छ ।

J. C. Denyer का अनुसार "An Index is reference that indicates or points out particular documents. It's primary function is to act as a guide to a body of data or to cloLection of records." (अनुक्रमणिका भनेको खास कागजात बताउने वा सङ्केत गर्ने सन्दर्भ सूची हो । यसको मुख्य कार्य कुनै तथ्याङ्कको समूह अथवा अभिलेखको सङ्कलनमा कुन सङ्केत कहाा छ भन्ने खोज्न सहयोग वा निर्देश गर्नु रहेको हुन्छ ।)

अनुक्रमणिकाले कागजातहरूलाई समूहबद्ध गरी सहज पहुाच प्रदान गर्छ । अनुक्रमणिकामा प्राय: कागजातको शीर्षक, मिति, प्रकार र पेज नम्बर जस्ता विवरणहरू राखिन्छ जसले फाइल खोज्ने कार्यलाई सरल बनाउाछ । कार्यालयको काम व्यवस्थित ढङ्गबाट सञ्चालन गर्न अनुक्रमणिका ज्यादै महत्त्वपूर्ण हुन्छ । अनुक्रमणिकालाई कार्ड वा पुस्तकको स्वरूपमा राखिन्छ । अनुक्रमणिकामा सरलता, मितव्ययिता, लचिलोपन, शीघ्रता, उपयुक्तता तथा सुरक्षित स्वरूप जस्ता गुणहरू हुनुपर्छ ।

(ख) अनुक्रमणिकाको उद्देश्य (Objective of indexing)

अनुक्रमणिकाको उद्देश्यलाई निम्नानुसार प्रस्तुत गरिएको छ :

i. फाइल र कागजातहरू सजिलै पत्ता लगाउनु

ii. धेरै फाइल र कागजातहरूका बिचबाट आवश्यक कागजात छिटो खोज्न सहयोग गर्नु

iii. कर्मचारीको समय बचत गरी काम छिटो सम्पन्न गर्न सहयोग पुऱ्याउनु

iv. फाइल व्यवस्थापन प्रणालीलाई प्रभावकारी बनाउनु

v. फाइलहरू क्रमबद्ध र व्यवस्थित गरी कार्यालय सञ्चालनलाई प्रभावकारी बनाउनु

vi. कागजात हराएको वा गलत ठाउामा राखिएको कारण दोहोरिने काम न्यूनीकरण गर्नु

vii. स्मरण र सन्दर्भका लागि पुराना कागजात, प्रतिवेदन र अभिलेखहरू जुनसुकै समयमा उपलब्ध हुनु

viii. सूचना, तथ्याङ्कको संरक्षण र सुरक्षा गर्न फाइलिङ प्रणालीलाई व्यवस्थित गर्नु आदि ।

(ग) अनुक्रमणिकाका प्रकार (Types of indexing)

अनुक्रमणिकाका विभिन्न तरिकाहरू प्रयोगमा रहेका छन् । पुस्तकको अन्त्यमा प्रयोग हुने अनुक्रमणिका, शब्दकोश अनुक्रमणिका, फाइलिङ अनुक्रमणिका आदिको प्रयोग आवश्यकताअनुसार हुन्छ । यहाा फाइल अनुक्रमणिकाका प्रकारका बारेमा चर्चा गरिएको छ ।

(अ) पुस्तक अनुक्रमणिका (Book index)

पुस्तक अनुक्रमणिका सङ्केतहरूलाई वर्णानुक्रम वा सङ्ख्यात्मक आधारमा क्रमबद्ध रूपमा राखी तयार गरिएको अनुक्रमणिका हो । यसमा खाता वा किताबका रूपमा सूचना व्यवस्थित गरिन्छ । पुस्तक अनुक्रमणिकामा प्रत्येक पानाको दायाा किनारामा वर्णमालाका अक्षरहरू वा अङ्कहरू उल्लेख गरिन्छ । उल्लेख गरिएका सङ्केतहरूका आधारमा सम्बन्धित जानकारी खोज्न सहज हुन्छ । प्रत्येक अक्षर वा सङ्ख्याका लागि छुट्टै पानाहरू राखिन्छ र प्रयोगकर्ताले खोजेको विवरण तुरुन्तै फेला पार्न सक्छ । अनुक्रमणिकामा प्रयोग गरिएका सबै अक्षर वा सङ्केतहरू पृष्ठको तल्लो भागमा व्यवस्थित रूपमा काटेर वा चिन्न सक्ने गरी बनाइएको हुन्छ । हरेक पानाको बायाा भागमा सम्बन्धित व्यक्ति वा संस्थाको नाम, कारोबारको विषयवस्तु तथा अन्य आवश्यक जानकारी समावेश गरिन्छ । पुस्तक अनुक्रमणिका प्रायः टेलिफोन डाइरेक्टरी, व्यावसायिक ग्राहक सूची, कर्मचारी विवरण पुस्तिका आदिमा प्रयोग गरिन्छ । यस्तो अनुक्रमणिकाहरू बाइन्डिङ गरिएको पुस्तकका रूपमा हुने भए तापनि हाल खुला पानाका रूपमा तयार पारिएको (Loose-leaf index) पनि प्रचलनमा छ । यसमा आवश्यकताअनुसार पाना थपघट गर्न सकिने सुविधा पनि हुन्छ ।

(आ) कार्ड अनुक्रमणिका **(Card index)**

कार्ड अनुक्रमणिका एक प्रकारको व्यवस्थित अभिलेख व्यवस्थापन प्रणाली हो । यसमा प्रत्येक विषय, व्यक्ति, संस्था वा अभिलेखका लागि अलग अलग कार्डहरू प्रयोग गरिन्छ । कार्डहरू बाक्लो कागत वा कार्डबोर्डबाट बनेका हुन्छन् । कार्डमा फाइल वा विषयसाग सम्बन्धित सबै आवश्यक जानकारी समावेश गरिन्छ । कार्ड अनुक्रमणिका विशेष गरी बैङ्क, पुस्तकालय, अस्पताल, कार्यालय तथा अनुसन्धान केन्द्रहरूमा व्यापक रूपमा प्रयोग गरिन्छ । कार्ड अनुक्रमणिकाका पनि निम्नलिखित तीन प्रकार रहेका छन् :

i. एल्बम कार्ड अनुक्रमणिका (Album card index) : एल्बम कार्ड अनुक्रमणिकामा तयार गरिएका कार्डहरूलाई वर्णानुक्रम वा सङ्ख्यात्मक आधारमा क्रमबद्ध गरी निश्चित एल्बम वा घर्रामा राखिन्छ । एउटै घर्रामा धेरै कार्डहरू भएमा खोज्न सजिलो होस् भनेर विभिन्न प्रकारका सङ्केतहरू प्रयोग गरिन्छ । आवश्यकताअनुसार एउटै विषय वा व्यक्तिसम्बन्धी एकभन्दा बढी कार्ड पनि राख्न सकिन्छ । यस प्रकारको अनुक्रमणिका विशेष गरी पुस्तकालय र अभिलेखालयहरूमा राखिन्छ ।

ii. देखिने कार्ड अनुक्रमणिका (Visible card index) : देखिने कार्ड अनुक्रमणिकामा कार्डहरूलाई एकमाथि अर्को कार्ड खप्ट्याएर राखिन्छ । यसरी कार्ड खप्ट्याएर राख्दा कार्डको माथिल्लो भाग सजिलैसाग देख्न सकिन्छ । कार्डको देखिने भागमा सम्बन्धित फाइलको नाम, सङ्केत, नम्बर वा अन्य जानकारी राखिन्छ । कार्ड राखिएको घर्रा तान्दा सबै कार्डको शीर्ष भाग एकैपटक देखिने भएकाले यसलाई देखिने कार्ड अनुक्रमणिका भनिएको हो । यसको प्रयोगबाट फाइल वा कागजात सजिलै पहिचान गरी अभिलेख खोज्न सकिन्छ ।

iii. घुम्ने कार्ड अनुक्रमणिका (Rotary card index) : घुम्ने कार्ड अनुक्रमणिकामा कार्डहरूलाई एक प्रकारको घुमाउन मिल्ने उपकरणमा राखिन्छ । यस उपकरणका बिच बिचमा रहेका डन्डीहरूमा कार्डलाई वर्णानुक्रम वा सङ्ख्यात्मक आधारमा मिलाएर राखिन्छ । प्रयोगकर्ताले उपकरणलाई घुमाएर चाहिएको कार्ड फेला पार्न सक्छ । उपकरणलाई घुमाउने क्रममा आवश्यक परेको कार्ड फेला परेपछि रोक्नका लागि ब्रेक लगाउने वा अड्याउन सकिने व्यवस्थम गरिएको हुन्छ । यस्तो अनुक्रमणिका सामान्यत: बैङ्क, ठुला उद्योग, रिसेप्सन डेस्क, स्वास्थ्य संस्थाहरूमा प्रयोग गरिन्छ ।

(इ) विद्युतीय अनुक्रमणिका (Electronic index)

कम्प्युटर प्रणालीमा डिजिटल रूपमा वर्गीकरण र क्रमबद्ध गरी राखेको कागजात, अभिलेख वा फाइललाई आवश्यक पर्दा सहजै फाइलको नाम, शीर्षक, मिति, Key word, सङ्केत आदिका आधारमा खोज्न सकिने गरी विकास गरिएको अनुक्रमणिकालाई विद्युतीय अनुक्रमणिका भनिन्छ । यसले कार्यकुशलता बढाउने, समय बचत गर्ने र कागजी काम घटाउने जस्ता फाइदा दिने भएकाले मन्त्रालय, विभाग, विश्वविद्यालय, बैङ्क तथा वित्तीय संस्था, निजी कम्पनीहरू आदिले अभिलेख तथा कागजात व्यवस्थापनमा यसको प्रयोग गर्दै आइरहेका छन् ।

विद्युतीय अनुक्रमणिका व्यवस्थापन (Management of electronic index)

विद्युतीय अनुक्रमणिका व्यवस्थापन भनेको कम्प्युटर वा डिजिटल प्रणालीमा फाइल, कागजात र तथ्याङ्क सजिलै खोज्न र पहुाच प्राप्त गर्नका लागि विद्युतीय अनुक्रमणिका तयार गर्ने र व्यवस्थापन गर्ने कार्य हो । परम्परागत अनुक्रमणिकाको तुलनामा विद्युतीय अनुक्रमणिका प्रयोग गर्न सजिलो र भरपर्दो छ । हिजोआज कम्प्युटर, सूचना प्रविधिको बढ्दो प्रयोगले यसको क्षेत्र थप फराकिलो भएको छ । यसै सन्दर्भम विद्युतीय अनुक्रमणिकाका व्यवस्थापन गर्दा ध्यान दिनुपर्ने पक्षहरू निम्नानुसार छन् :

i. सबै कागजात र फाइलहरूको विवरणलाई डिजिटल डाटाबेसमा राख्नुपर्छ ।

ii. फाइलहरूलाई विषय, मिति, लेखक वा अन्य आवश्यक जानकारीअनुसार वर्गीकृत गरेर अनुक्रमणिकामा समावेश गर्नुपर्छ ।

iii. डिजिटल अनुक्रमणिकामा Key word, मिति वा विषयअनुसार फाइल खोजी गर्न सकिने गरी तयार गर्नुपर्छ ।

iv. डिजिटल अनुक्रमणिकामा अनाधिकृत पहुाच रोक्न पासवर्ड वा अन्य सुरक्षा उपाय अपनाउनुपर्छ ।

v. नयाा फाइल थप्दा वा पुराना फाइल हटाउादा अनुक्रमणिकालाई नियमित रूपमा अपडेट गर्नुपर्छ ।

क्रियाकलाप १

तपाईको विद्यालयमा कुन कुन विधि प्रयोग गरेर अभिलेख राखिएको रहेछ भनी जान्नका लागि विषय शिक्षकको सहयोगमा विद्यालयको भण्डार, पुस्तकालय, शिक्षकहरूको कोठा एवम् प्रधानाध्यापकको कोठाको अवलोकन गरी टिपोट तयार गर्नुहोस् र कक्षामा पालैपालो प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

अभ्यास

१. तलका प्रश्नहरूको अति छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) कार्यालय भनेको के हो ?

(ख) आधुनिक दृष्टिकोणअनुसार कार्यालयलाई परिभाषित गनुहोस् ।

(ग) कार्यालयका कुनै चार नियमित कार्यहरूको सूची तयार गर्नुहोस् ।

(घ) कार्यालयको कार्यकारी वा प्रबन्धकीय कार्यहरू के के हुन् ?

(ङ) कार्यालयलाई सूचनाको केन्द्र मान्नुको एक कारण लेख्नुहोस् ।

(च) कार्यालय व्यवस्थापनलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(छ) अभिलेख व्यवस्थापनका कार्यहरू के के हुन् ?

(ज) अभिलेख व्यवस्थापनका कुनै चार महत्त्व लेख्नुहोस् ।

(झ) अभिलेख व्यवस्थापनका लागि प्रयोगमा आएका सफ्टवेयरहरूको नाम लेख्नुहोस् ।

(ञ) सूचना व्यवस्थापन भनेको के हो ?

(ट) फाइलिङलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(ठ) फाइलिङका कुनै चार उद्देश्यहरू लेख्नुहोस् ।

(ड) परम्परागत फाइलिङका बेफाइदाहरू के के छन् ?

(ढ) आधुनिक फाइलिङ भनेको के हो ?

(ण) विद्युतीय फाइल व्यवस्थापनमा प्रयोग हुने सफ्टवेयरको नाम लेख्नुहोस् ।

(त) अनुक्रमणिका किन तयार गरिन्छ ?

२. तलका प्रश्नहरूको छोटो उत्तर दिनुहोस् :

(क) परम्परागत र आधुनिक दृष्टिकोबाट कार्यालयलाई परिभाषित गर्नुहोस् ।

(ख) कार्यालय कामको सङ्गठन र व्यवस्थापन गर्ने निकाय हो । यसलाई कार्यालयको महत्त्वका आधारमा पुष्टि गर्नुहोस् ।

(ग) अभिलेख भनेको के हो, कुनै पनि कार्यालयमा अभिलेख व्यवस्थापन किन महत्त्वपूर्ण हुन्छ ?

(घ) अभिलेख व्यवस्थापनमा कम्प्युटर प्रणालीको भूमिका वर्णन गर्नुहोस् ।

(ङ)　सूचना व्यवस्थापनको कुनै पाँच महत्त्व उल्लेख गर्नहोस् ।

(च)　फाइलिङ भनेको के हो, कार्यालयका लागि फाइलिङ किन आवश्यक छ ?

(छ)　फाइलिङका परम्परागत विधिहरू चर्चा गर्नुहोस् ।

(ज)　अनुक्रमणिका भनेको के हो, अनुक्रमणिकाका उद्देश्यहरू लेख्नुहोस् ।

३.　तलका प्रश्नहरूको लामो उत्तर दिनुहोस् :

(क)　कार्यालयका आधारभूत र कार्यकारी कार्यहरू बुँदागत रूपमा व्याख्या गर्नुहोस् ।

(ख)　कार्यालय व्यवस्थापन भनेको के हो, कार्यालय व्यवस्थापनको महत्त्व उल्लेख गर्नुहोस् ।

(ग)　सूचना व्यवस्थापनको अर्थ लेख्नुहोस् । सूचना व्यवस्थापनमा कुन कुन पक्ष समेटिएको हुनुपर्छ ?

(घ)　सूचना व्यवस्थापनका सिद्धान्तहरू उदाहरणसहित वर्णन गर्नुहोस् ।

(ङ)　आधुनिक फाइलिङका विधिहरू वर्णन गर्नुहोस् । विद्युतीय फाइलिङ व्यवस्थापन गर्दा कुन कुन पक्षमा ध्यान दिनुपर्छ ?

(च)　फाइल अनुक्रमणिकाका प्रकारहरू व्याख्या गर्नुहोस् ।

परियोजना कार्य (Project work)

तपाईंको बसोबास गर्ने स्थानीय तहमा रहेको कुनै एक सरकारी वा व्यावसायिक कार्यालयको अवलोकन भ्रमण गर्नुहोस् । उक्त कार्यालयका सम्बन्धित व्यक्तिसँग सोधपुछ गरी देहायका विषयवस्तु समेटेर प्रतिवेदन तयार गर्नुहोस् :

- कार्यालयको सङ्क्षिप्त परिचय
- कार्यालयको नियमित र प्रबन्धकीय कामहरू
- कार्यालयका कर्मचारीहरूको विवरण र कामको जिम्मेवारी
- कार्यालयमा प्रयोग गरिएको अभिलेख वा फाइलिङको विधि