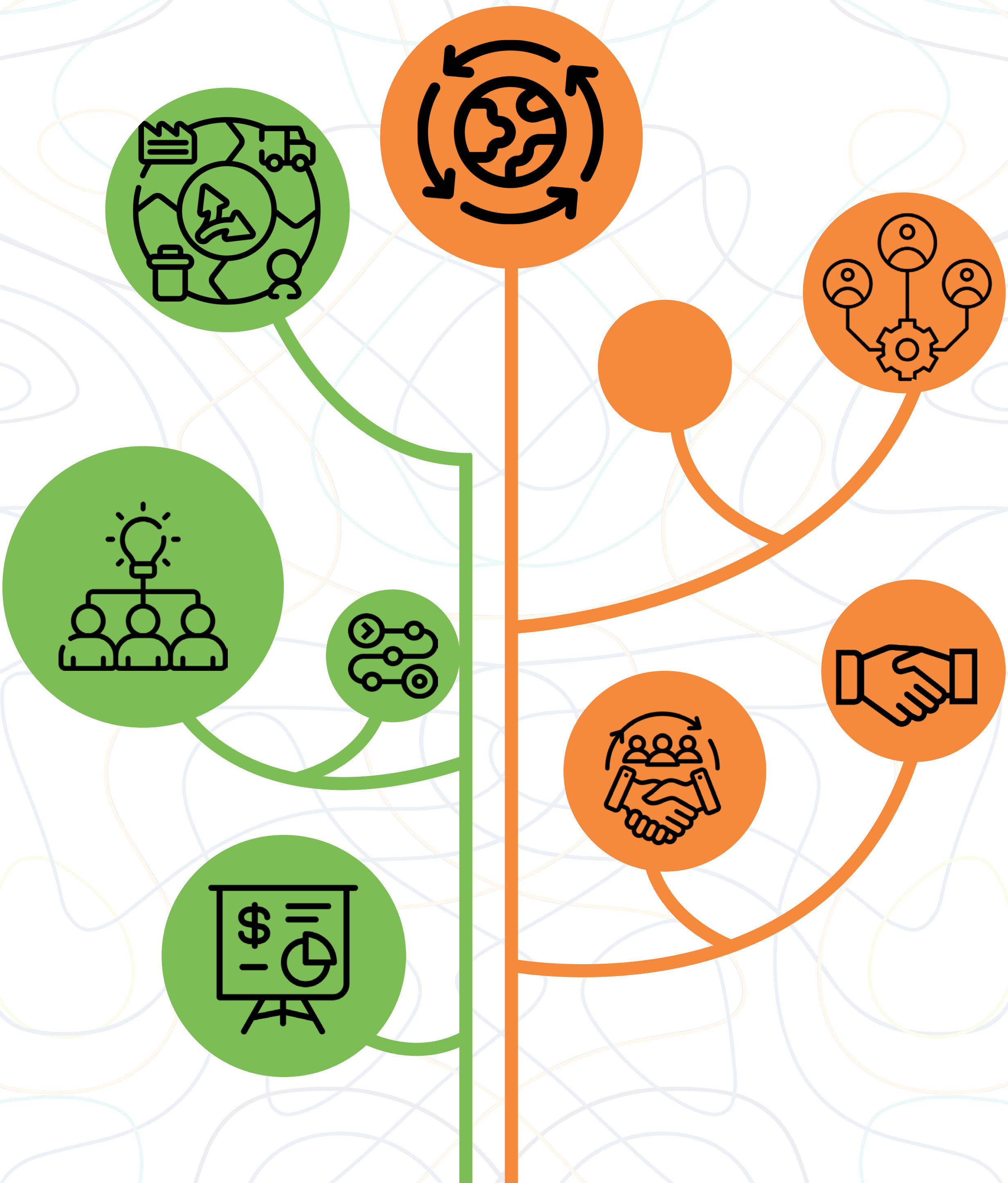
IMPACT HUB Kathmandu

लुम्बिनी र बागमती प्रदेशका लागि चक्रिय अर्थतन्त्र टूलकिट

इम्प्याक्ट हब काठमाडौं
युरोपियन युनियन



विषयसूची

परिचय १

नेपालमा रुटस अफ सर्कुलारिटी (RoC) बारे संक्षिप्त जानकारी सर्कुलारिटी ३

सम्झौतापत्रमा हुनुपर्ने विषय ६

२ पृष्ठभूमि

५ कोचिङ फारम (व्यवसाय/वित्तीय)

१ इनक्यूबेटीको लागि दिशानिर्देश

संक्षिप्त रूप

ADRA - एडभेंटिस्ट देभेलोप्मेंट एण्ड रिलिफ एजेन्सी
AFOLU - कृषि, वन्यजन्तु र अन्य भूमिको प्रयोग
API - एप्लिकेसन प्रोग्रामिङ इन्टरफेस
BFIs - बैंक तथा वित्तीय संस्थानहरू
B2B - व्यवसाय देखि व्यवसाय सम्म
B2B2C - व्यवसाय देखि व्यवसाय सम्म र व्यवसाय देखि उपभोक्ता सम्म
B2C - व्यवसाय देखि उपभोक्ता सम्म
CE - चक्रिय अर्थतन्त्र
CoGS - बिक्रि गरिएको सामानको लागत
CREASION - सेन्टर फर रिसर्च एण्ड सस्टेनेबल डेभेलोप्मेन्ट नेपाल
CSOs - नागरिक समाजका संस्थाहरू
DLOQ - सिक्दै गरेका संस्थाहरूको आयाम प्रश्नावली
EMF - एलेन म्याकार्थर फाउण्डेसन
ESOs - उद्यमीलाई सहयोग गर्ने संस्थाहरू
HCD - मानव केन्द्रित डिजाइन
IHA - इम्प्याक्ट हब एसोसिएसन
IHK - इम्प्याक्ट हब काठमाडौं
KPI - क्रियाकलापका मुख्य सूचकहरू
LGBTQIA - तेस्रो लिङ्गी (अन्य)
MOA - संघको ज्ञापनपत्र
MSME - लघु, साना र मझौला उद्यम
M&A - बैंक तथा वित्तीय संस्था एक आपसमा गाभ्ने गाभिने (मर्जर) तथा प्राप्ति (एक्विजिशन)
NDCs - राष्ट्रिय स्तरमा निर्धारित योगदानहरू
PPT - पावरप्वाइन्ट प्रस्तुति
QR - द्रुत प्रतिक्रिया
RoC - रुट्स अफ सर्कुलारिटी
ROI - लगानीको उपज
RESA - कृषिमा नवीकरण ऊर्जाको समाधान
RILEC - प्रासंगिक समावेशी शिक्षाको साक्षरता र विश्वसनीयता/रेलेभेन्स इन्क्लुजन लर्निङ्ग एफ्फेक्तिभ्नेस एंड क्रेदेबिलिटी)
R&D - अनुसन्धान र विकास
SGB - साना तथा बढ्दै गरेको उद्यम
SMEs - साना तथा मध्यम तहका उद्यमहरू
WCN - वन्यजन्तु संरक्षण संघ नेपाल

परिचय

टूलकिटको बारेमा

हामीले चक्रिय अर्थतन्त्रका सिद्धान्तहरूलाई जुनै पनि व्यवसायहरूको मूलधारमा राख्न सक्छौं । चाहे त्यो सामाजिक तथा वातावरणीय क्षेत्रमा काम गर्ने व्यवसाय होस् या नाफाका लागि संचालित व्यवसाय । यसै सिद्धान्तलाई विशेषगरी इनक्यूबेटर तथा एकसेलरेटरहरूका कार्यक्रमहरूमा अपनाउनको निम्ति आवश्यक पर्ने अन्तरदृष्टि, उपकरण र विधिहरू यो टूलकिटले प्रदान गर्दछ । साथै, यो टूलकिटले इनक्यूबेटीका लागि एक सन्दर्भ सामग्रीको रुपमा काम गर्नेछ भने छ महिनाको इनक्यूबेशन अवधिमा आवश्यक पर्ने सम्पूर्ण विवरण प्रदान गरिएको छ । यो टूलकिटले इनक्यूबेटीहरूका लागि उनीहरूको इनक्युबेशन अवधिभर कार्यक्रम व्यवस्थापनको साथसाथै सहजीकरणका लागि सन्दर्भ सामग्रीको रूपमा काम गर्ने लक्ष्य राखेको छ ।

यी श्रोतहरू तपाईलाई:

- चक्रिय अर्थतन्त्रका प्रवृत्ति, फ्रेमवर्क, व्यवसाय र क्षेत्रहरूबारे ज्ञान विकास गर्न सक्षम बनाउनेछ ।
- कार्यलाई उत्प्रेरित गर्न आफ्नो टोली, संस्था र इकोसिस्टमको क्षमता निर्माण गर्न सक्षम बनाउनेछ ।
- उद्यमीहरूका क्रियाकलाप तथा कार्यक्रम बनौट प्रक्रियामा सहयोग प्रदान गर्दा चक्रिय अर्थतन्त्रको सिद्धान्तलाई एकीकृत गराउन सक्षम बनाउनेछ ।
- आफ्नो क्रियाकलाप तथा कार्यक्रमलाई अगाडि बढाउने तथा बुझाउन पर्ने सामग्रीहरू बनाउने क्रममा उचित दिशा प्रदान गनेछ ।

यो टूलकिट उद्यमीलाई सहयोग गर्ने संस्था, व्यवसाय विकास सेवा प्रदायक, उद्यमी तथा चक्रिय अर्थतन्त्रका सिद्धान्तहरूलाई उद्यमीहरूका लागि आफुले प्रदान गर्ने सेवामा एकीकृत गर्न इच्छुक संस्थाहरूका लागि डिजाइन गरिएको हो । तपाईंले यो टूलकिटलाई चक्रिय अर्थतन्त्रका समाधानका उपायहरू अपनाउने व्यवसायको कार्यक्रम विकास गर्न वा चक्रिय अर्थतन्त्रमा केन्द्रित नभएका अन्य कार्यक्रमहरूमा यसका सिद्धान्तहरू समावेश गर्न प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ । चक्रिय अर्थतन्त्रमा केन्द्रित नभएका अन्य कार्यक्रमहरूमा यसका सिद्धान्तहरू समावेश गर्न अझ प्रेरित गरिन्छ ताकी यस्ता सिद्धान्तहरू बृहत रुपमा प्रयोग गरियोस् ।

कार्यक्रम निर्माण, कार्यान्वयन तथा व्यवस्थापनबारे धेरै सामग्रीहरू उपलब्ध छन् । यस टूलकिटले सफल उद्यमीका लागि सहयोग कार्यक्रममा के हुनुपर्छ भन्नेबारे व्याख्या गरिएको छैन । यस टूलकिटले खासगरी चक्रिय अर्थतन्त्रको ज्ञान, दृष्टिकोण र गतिविधिहरूलाई उद्यमीका लागि सहयोग कार्यक्रमको निर्माण, कार्यान्वयन तथा व्यवस्थापनमा कसरी समावेश गर्न सकिन्छ भन्ने अवसरहरूबारे व्याख्या गर्दछ ।

यस टूलकिटमा लिखित विषयवस्तुलाई कार्यान्वयनमा ल्याउनु भयो भने तपाईंले जलवायु परिवर्तनलाई सम्बोधन गर्न उद्यमीलाई सहयोग गर्ने संस्था, लगानीकर्ता र अन्य संस्थाले कसरी योगदान पुऱ्याउन सक्छ भन्ने उद्यमीको क्षेत्रमा भर्खरै सुरु भएको सक्रिय बहसमा योगदान पुऱ्याउन सक्नुहुन्छ । साथै तपाईले आफ्नो कार्यक्रम मार्फत उद्योग तथा उत्पादनको पूर्ण महत्व श्रृङखला (Value chain) थप चक्रिय हुनमा नौलो उयायहरूको सिर्जना गर्न सक्नुहुन्छ ।

पृष्ठभूमि

इम्प्याक्ट हब नेटवर्कले माभा फाउन्डेसन र म्इभ्ल फाउन्डेसनको सहयोगमा २ वर्षे पाइलट परियोजना कार्यान्वयन गरेको थियो । यो चक्रिय अर्थतन्त्रमा आधारित कार्यक्रमले साना तथा बढ्दै गरेको व्यवसायका क्षेत्रमा कसरी दिगोपनलाई कार्यक्रम डिजाइन सिद्धान्तको रूपमा समावेश गर्न सकिन्छ भन्ने अध्ययन गरेको थियो । यस टूलकिटमा प्रस्तुत गरिएका सबै सिफारिसहरू यस कार्यक्रमको क्रममा प्रयोग गरिएका प्रयास तथा परीक्षणमा आधारित छन् । यस टूलकिटमा भएका फारम तथा सहजीकरणका लागि दिशानिर्देशहरू IDEO र इम्प्याक्ट हब काठमाडौंको संयुक्त पहलमा *I³ Incubation Program / Tourovation Hub/ Renewable Energy Solution in Agriculture (RESA)* जस्ता सफल रुपमा डिजाइन, विकास र कार्यान्वयन गरेको इनक्यूबेटर कार्यक्रमबाट लिईएको हो ।

सन् २०२० र २०२२ को बीचमा चक्रिय डिजाइनका सिद्धान्तहरू विभिन्न तरिकाले समावेश गरि इनक्युबेशन र एक्सेलेरेशन कार्यक्रमहरू पाइलटको रुपमा कार्यान्वयन गर्न सहयोग प्रदान गरेको थियो । यस पाइलट कार्यक्रमले रुवान्डा, तान्जानिया, सेनेगल, जिम्बाब्वे, नाइजेरिया, ग्रिस, स्पेन, टर्की, क्रोएसिया, चीन र कोलम्बियामा चक्रिय अर्थतन्त्रको क्रियाकलाप, उद्यम विकास र इकोसिस्टम निर्माण गर्न प्रेरणा प्रदान गरेको थियो ।

त्यसैगरी, इम्प्याक्ट हब काठमाडौंले बागमती र गण्डकी प्रदेशमा I³/Tourovation Hub र RESA कार्यक्रमहरू लागू गऱ्यो । इनक्यूबेशन इकोसिस्टमको समग्र रुपमा बुझाउन र सहजीकरण गर्न प्रयोग गर्न सकिने नेपाल सहित विश्वव्यापी रूपमा प्रयोग गरिएका सबै टूलकिटहरू यस टूलकिटमा संकलित गरिएका छन् । यस टूलकिटमा संकलित सामग्री युरोप, अफ्रिका र नेपालमा गरेको पाइलट कार्यक्रमहरूमा बढी ध्यान केन्द्रित भएता पनि अधिकांश स्रोतहरू यी सबै देशहरूसंग सान्दर्भिक छ ।

प्रत्येक पायलट कार्यक्रम विभिन्न उद्योग तथा स्थानीय परिवेशमा आधारित थियो । पाइलट कार्यक्रमहरूले स्वास्थ्य, फोहोर व्यवस्थापन, कृषि, शिक्षा, प्रविधि, उद्योग जस्ता क्षेत्र दिगो बन्न र उनीहरूका उत्पादन तथा व्यवसायिक मोडेलहरूलाई चक्रिय बनाउन सहयोग पुऱ्यायो ।

पाइलट कार्यक्रमको डिजाइन तथा कार्यान्वयनका लागि आवश्यक पर्ने सहयोग प्रदान गर्न यो टूलकिट क्षमता निर्माणका सेवाहरूको प्याकेजको एक भागको रूपमा प्रदान गरिएको थियो । त्यसैले यस सामग्री अभ्यास मार्फत प्रमाणीकरण गरिएको छ भने पाइलट कार्यक्रमहरूको सिकाइको आधारमा परिष्कृत गरिएको छ ।

पाइलट कार्यक्रमका अभ्यासकर्ता र उद्यमहरूको सिकाइ, कथा र आवाजहरूलाई यस टूलकिटमा समावेश गरिएको छ । अब साथ मिली चक्रिय सिद्धान्ततर्फ ठूलो फड्को मारौं र अर्थतन्त्रलाई नयाँ ढगंले अगाडी बढाऔं ।

नेपालमा रूट्स अफ सर्कुलारिटी (RoC) बारे संक्षिप्त जानकारी

रुट्स अफ सर्कुलारिटी (च्यक्र) युरोपेली आयोगको वित्तीय सहयोग र इम्प्याक्ट हब एसोसिएसन (IHA) को नेत्तृत्व तथा इम्प्याक्ट हब काठमाण्डौ (क्ष्ज्) र वन्यजन्तु संरक्षण संघ नेपालको सहकार्यमा चक्रिय अर्थतन्त्रको परितन्त्र (इकोसिस्टम) लाई प्रोत्साहन गर्ने लक्ष्य बोकेको चार वर्ष लामो परियोजना हो । चार वर्षको अवधिमा, च्यक्र ले नेपालका नीतिहरूमा आधारभूत परिवर्तन ल्याउने, नागरिकहरूलाई संलग्न गराउने र चक्रिय अर्थतन्त्रको सिद्धान्तहरू आत्मसात गर्न उद्यमशील परिदृश्यलाई पालनपोषण गर्ने प्राथमिक लक्ष्यका साथ आफ्ना प्रयासहरू वाग्मती र लुम्बिनी प्रदेशहरूमा केन्द्रित गर्नेछ । यस परियोजनाले चक्रिय अर्थतन्त्रको नीति विकासका लागि बहु-सरोकारवालाहरू संगको समन्वयलाई पुर्णता दिन नागरिक समाजका संस्थासंग हातेमालो गर्ने, साना तथा मझौला उद्यमहरूको क्षमता विकास गर्ने, शैक्षिक संस्थाहरूसँग सहकार्य गर्ने र नेपाल सर्कुलारिटी एलायन्स स्थापना गर्नेछ ।

ध्येय: चक्रिय अर्थतन्त्रलाई अपनाउन नेपालका नीतिहरूमा आधारभूत परिवर्तन ल्याउन पहल गर्ने, नागरिकहरूलाई संलग्न गराउने र उद्यमशील परिदृश्यलाई सशक्त बनाउने । विश्वव्यापी रुपमा अपनाईएकादिगोपनका उद्देश्यलाई योगदान पुऱ्याउन र राष्ट्रिय स्तरमा निर्धारित योगदानहरूलाई सघाउन नागरिक समाजका संस्थाहरूसँग सक्रिय संलग्नता, लघु, साना तथा मझौला उद्यमहरूलाई सहयोग, शैक्षिक संस्थाहरूसँगको सहकार्य र नेपाल सर्कुलारिटी एलायन्सको स्थापना मार्फत RoC ले नेपालमा दिगो र चक्रिय भविष्य निर्माणमा केन्द्रित छ ।

समग्र उद्देश्य: नागरिक समाजका संस्था, लघु, साना तथा मझौला उद्यम, निजी क्षेत्र र नीति निर्माताहरू संयुक्त रुपमा चालकको रूपमा काम गर्दै नेपाली समाज र उद्यमशीलताको परिदृश्यमा चक्रिय अर्थतन्त्रतर्फ उन्मुख गराउने ।

विशेष उद्देश्य: नागरिक समाजका संस्था, लघु, साना तथा मझौला उद्यम, निजी क्षेत्र, नीति निर्माता र सञ्चार माध्यमलाई बाग्मती र लुम्बिनी प्रदेशहरूमा चक्रिय अर्थतन्त्रलाई प्रवर्धन गर्न सशक्त बनाउने ।

कन्सोर्टियमको पृष्ठभूमि

- वन्यजन्तु संरक्षण संघ नेपालः वन्यजन्तु संरक्षण संघ नेपालमा दर्ता भएको एक गैर-सरकारी, गैर-लाभकारी संस्था हो । प्राकृतिक सम्पदाको संरक्षण र वातावरण तथा वन्यजन्तुका मुद्दाहरूमा सूचना प्रवाह गर्ने उद्देश्यका साथ वन्यजन्तु संरक्षण संघ नेपाल सन् २००२ मा स्थापना भएको थियो । वन्यजन्तु संरक्षण संघ नेपालले सरकारी निकायहरूलाई संरक्षित क्षेत्रभन्दा बाहिर रहेको वन्यजन्तुको संरक्षण गर्न, संरक्षण क्षेत्रको विकासमा सहयोग पुऱ्याउन र नेपाल सरकारलाई प्राकृतिक स्रोत तथा पर्यावरणीय क्षेत्रहरूमा विभिन्न अध्ययनहरू संचालन गर्न मद्दत गर्दछ ।

- ADRA Nepal: Adventist Development and Relief Agency- ADRA Nepal सन् १९८७ मा सेभेन्थ-डे एडभेन्टिस्ट चर्चको मानवीय संस्था अन्तर्गत एडभेन्टिस्ट डेभलपमेन्ट एन्ड रिलिफ एजेन्सीको ग्लोबल ब्रान्डको रुपमा स्थापना भएको थियो । सशक्तिकरण तर्फ उन्मुख साझेदारी र जिम्मेवार कार्य मार्फत न्याय र सकारात्मक परिवर्तन सिर्जना गर्न गरिबी र संकटमा परेका मानिसहरूसँग काम गर्नु ADRA Nepal को ध्येय रहेको छ। नेपाल सरकारले स्थापना गरेको नियामक निकाय समाज कल्याण परिषद्सँग सम्झौतामा हस्ताक्षर गरी ADRA Nepal नेपालमा कानुनी रूपमा सञ्चालन भएको छ । ADRA नेपालको इतिहास स्वास्थ्य क्षेत्रसँग जोडिएको छ । नेपालमा स्थापना भए लगतै ADRA Nepal ले धेरै वर्षदेखि स्वास्थ्य सेवामा आफ्नो सेवाहरू केन्द्रित गरेको छ। आज ADRA नेपालको सेवाहरू स्वास्थ्य, जीविकोपार्जन, विपद् जोखिम व्यवस्थापन र शिक्षा जस्ता चार मुख्य क्षेत्रहरूमा विस्तार गरिएको छ ।

- Center for Research and Sustainable Development (CREASION) Nepal: Center for Research and Sustainable Development (CREASION) Nepal एक गैर-लाभकारी संस्था हो । CREASION दिगो विकास र स्वस्थ वातावरणलाई प्राथमिकता दिने समुदायलाई आर्थिक रूपमा सशक्त तथा स्रोतसाधनले पुर्ण समुदाय बनाउन समर्पित छ । विभिन्न समुदायलाई आर्थिक अवसरहरू प्रदान गरेर र सशक्तिकरण गरेर CREASION ले नेपालमा दीर्घकालीन, सकारात्मक परिवर्तन ल्याउन सक्छ भन्ने कुरामा विश्वास राख्दछ । CREASION ले नवप्रवर्तनसँगै प्रत्यक्ष रूपमा प्रभाव पार्ने परियोजनाहरू कार्यान्वयन गर्नुका साथै युवाहरूको लागि बृहत सिकाइ केन्द्रको रुपमा पनि रहेको छ । CREASION ले मुख्यतः तीन विषयगत वातावरणीय स्थिरता, युवा सशक्तिकरण र आपत्कालिन विपद् प्रतिक्रियाका क्षेत्रहरूमा जोड दिँदै काम गरिरहेको छ ।

कोचिङ फारम (व्यवसाय/वित्तीय)

१-१ कोचिङको सत्र

कम्पनी:...

सत्र संचालन गरेको मिति (महिना: गते: वर्ष)...

सुरु गरेको समय:.................................... अन्त गरेको समय: ....

सहभागीहरू:...

व्यापार सम्बन्धि कोच:...

बैठक बोलाउने व्यक्ति/व्यक्तिको नाम:...

स्थान:...

बैठकको उद्देश्य:...

छलफलका विषयवस्तुहरू

-

अर्को चरणका लागि तय गरिएका विषयवस्तु र सबैलाई दिईएको उपकरण

-

फलो-अप

मिति	समय	स्थान

सम्झौतापत्रमा हुनुपर्ने विषय

सम्झौतापत्रमा छनौटका लागि मापदण्ड, कागजात र इनक्यूबेटीहरूका प्रतिबद्धताहरू समावेश हुन्छन् । RoC इनक्यूबेटर कार्यक्रमको लागि स्टार्टअप/लघु, साना र मझौला उद्यमका छनौटका लागि मापदण्ड निम्नानुसार छन् ।

- स्टार्टअप/लघु, साना र मझौला उद्यमहरू वाग्मती र लुम्बिनी प्रदेशमा आधारित हुनुपर्छ ।
- व्यापारको समाधान
  - उनीहरूले चक्रिय अर्थतन्त्रसँग सम्बन्धित समाधानहरू पहिले नै अपनाएको वा चक्रिय अर्थतन्त्रक सिद्धान्तहरू अपनाउने लक्ष्य राखेको हुनुपर्दछ । उनीहरूसँग चक्रिय अर्थतन्त्रमा केन्द्रित व्यापार रणनीति हुनुपर्छ र अपेक्षित प्रभावको बारेमा सोचेको हुनुपर्छ ।
  - उनीहरूका उपायहरू यस परियोजनाको दायरासँग मिल्दो हुनुपर्छ र उनीहरूले समस्याहरू पहिचान गरेको हुनुपर्छ ।
  - उनीहरूको विचार दिगो र कार्यान्वयन गर्न सकिने खालको हुनुपर्छ । उनीहरूको विचार डिजिटल भए पनि हुन्छ नभए पनि हुन्छ ।
- उनीहरूको व्यवसाय नेपालमा दर्ता भएको हुनुपर्ने छ र व्यवसायको उपाय आएपछि कम्तिमा ६ महिना देखि १ वर्षसम्म बजारमा उपस्थिति भएको हुनुपर्ने छ ।
- उद्यमीहरूलाई जो ।
  - आफ्नो व्यवसाय बढाउनको लागि नयाँ दृष्टिकोण अपनाउन तयार छन् ।
  - कार्यक्रमको बखत आउने नवीन समाधानहरू पुनरावृत्ति गर्न, प्रमाणीकरण गर्न र अपनाउन सक्छन् ।
  - अनिवार्य महिला सहभागिताका साथ न्यूनतम तीन सदस्यहरू भएको ।
  - कार्यक्रमबाट अनुदान प्राप्त गर्नु अघि रकम व्यवस्थापन गर्न सक्ने ।
  - लैङ्गिक समानता र सामाजिक समावेशीकरणलाई एकीकृत गर्ने गरेको ।
  - व्यवसाय विकासका लागि चाहिने सीप बढाउन, सिक्न, बढ्न र नेटवर्किङ गर्न तयार रहेका ।
  - कार्यक्रम गतिविधिहरूको लागि अन्य संस्थाहरूसँग सहकार्य गर्न तयार भएका (यदि लागू भएमा)
- महिला, युवा र सीमान्तकृत समूह, व्यापक रूपमा प्रतिनिधित्व नभएका समुदाय र दलित, तेस्रोलिङ्गी जस्ता समुदायहरूलाई प्राथमिकतामा राखिएको छ ।
- पर्यटन, फोहोर व्यवस्थापन, फेसन, खाद्य र कृषि र स्वच्छ ऊर्जा जस्ता क्षेत्रहरू ।
- आफ्नो व्यवसायको लागि चक्रीय समाधानहरू विकास गर्न नवीन तरिकाहरू खोज्न इच्छुक भएका ।

यस कार्यक्रमको लागि छनोट भएपछि, कम्पनीहरूले निम्न कागजातहरू प्रदान गर्नुपर्नेछ ।

- कम्पनी दर्ता कागजातहरू
- संघको ज्ञापनपत्र
- विधान
- प्यान

इनक्यूबेटर कार्यक्रम अवधि: इनक्यूबेटर कार्यक्रम ६ देखि ८ महिनासम्म चल्नेछ ।

इनक्यूबेटीहरूबाट आवश्यक प्रतिबद्धता: सबै इनक्युबेटीहरू आफ्नो व्यवसायमा चक्रीय अर्थतन्त्रको अवधारणा र सिद्धान्तहरू अपनाउन इच्छुक हुनु पर्नेछ । इनक्युबेटीहरूले मासिक मास्टरक्लास र कोचिङ सत्रहरूमा भाग लिनुपर्छ । इनक्युबेटीहरूले FabLab Nepal बाट सहयोग पाउनेछन् । उनीहरूको सहयोगमा, इनक्युबेटीहरूले सक्रिय रूपमा आफ्ना उत्पादनहरूका प्रोटोटाइपहरू डिजाइन गरि बनाउन सक्छन् । यसका लागि, उनीहरूले मेकरस्पेसमा उपलब्ध उपकरण र स्रोतहरू प्रयोग गर्न सक्छन् ।

इनक्यूबेटीहरू

- मास्टरक्लासमा इनक्यूबेटीहरूको उपस्थिति ९० प्रतिशत हुनुपर्छ । यो अनिवार्य हो ।
- इनक्यूबेटीहरूले व्यवसाय विकास र वित्तपोषणमा समर्पित कोचिङ सत्रहरूमा भाग लिनुपर्दछ । यी सत्रहरू प्रत्येक महिना र आवश्यकतामा आधारित हुन्छन् । यी सत्रहरू व्यवसायिक योजना विकास गर्ने, कार्यक्रमको कार्य योजना कार्यान्वयन गर्ने, मासिक लक्ष्यहरू निर्धारण गर्ने, चुनौतीहरूलाई सम्बोधन गर्ने, चुनौतीहरूको सामना गर्ने र विशेषज्ञहरूसँग उपलब्धिहरू पेश गर्ने कार्यमा केन्द्रित छन् ।
- RoCको सहयोगमा सङ्कलन गरिएको र पारस्परिक हितका लागि सङ्कलन गरिएको तथ्याङ्क इम्प्याक्ट हब काठमाडौंमा पठाउन पर्नेछ ।
- कार्यक्रमको संलग्नताबाट सम्झौता खारेज भएको अवस्थामा, इनक्यूबेटीहरूले एक महिना अघि इमेल मार्फत खारेज गर्नुको पछाडि कारणहरू व्याख्या गर्दै औपचारिक पत्र बुझाउनुपर्छ ।

दायित्व

RoC इनक्यूबेटर कार्यक्रममा सामेल भएपछि, सहभागीहरूले यस कार्यक्रममा दिइएको कुनै पनि सल्लाह वा सेवाको स्तरको लागि RoC टोली जिम्मेवार हुने छैन भनी पूर्ण रूपमा सहमत छन् । सहभागीहरू पनि पूर्ण रूपमा सहमत छन् कि RoC इनक्यूबेटर कार्यक्रमका सल्लाह र सेवाहरू केवल सुझावहरू हुन् र सहभागीहरूलाई केही गर्न बाध्य पारिएको छैन । सहभागीहरूले कुनै पनि सल्लाह स्वीकार गर्न र/वा अस्वीकार गर्न स्वतन्त्र छन् । कुनै पनि सल्लाहहरू प्राप्त गर्दा लगनशीलता र सावधानी अपनाउन आवश्यक छ । तर कुनै पनि सल्लाह स्वीकार र/वा अस्वीकार गर्दा सूचित र स्वतन्त्र निर्णयको अभ्यास गर्नुपर्ने हुनेछ । सहभागीहरूले कार्यक्रमको फाईदाहरू प्राप्त गर्न यी नियमहरू पालना गर्नु पर्ने हुन्छ । साथै, कसैको व्यक्तिगत वस्तु जस्तै ल्यापटप, फोन वा अन्य सामान हराए, चोरी वा क्षति भएमा इम्प्याक्ट हब काठमाडौं र RoC इनक्यूबेटी र कार्यक्रम जिम्मेवार हुने छैन ।

इनक्यूबेटीको लागि दिशानिर्देश

- प्रत्येक व्यवसायबाट दुई जना सहभागीहरूले व्यवसाय विकास र वित्तपोषणमा केन्द्रित मास्टरक्लासहरू र कोचिङ सत्रहरूमा उपस्थित हुनुपर्छ।
- सम्पूर्ण इनक्यूबेटर कार्यक्रमको लागि ९०% उपस्थिति अनिवार्य हुन्छ। अनुपस्थित नभएमा उचित कारण सहित पूर्व जानकारी उपलब्ध गराउनुपर्छ।
- इनक्यूबेटीहरूलाई प्रत्येक कक्षा अघि मास्टरक्लास टूलकिट प्रदान गरिनेछ।
- मास्टरक्लासका विषयहरूमा आधारित रहि इनक्यूबेटीहरूले उनीहरूको टोलीबाट सम्बन्धित सदस्यलाई ल्याउन सक्नेछन्।
- प्रत्येक व्यवसायबाट १ सहभागी निश्चित हुनुपर्छ जबकि दोस्रो सहभागी परिवर्तन गर्न सकिन्छ (मास्टरक्लास विषयहरू र कोचिङ सत्रहरूलाई ध्यानमा राखेर)
- ५०० देखि १,००० शब्द सम्मको एउटा ब्लग पोस्ट पेश गर्नुपर्नेछ। यदि इन्क्युबेटीले ब्लग पोस्ट पेश गर्न सक्षम नभए च्यत्रा ले प्रदान गर्ने कोष प्रदान गरिने छैन।

मास्टर क्लास-१
चक्रिय अर्थतन्त्रको परिचय

सहजकर्ताः विशेषता श्रेष्ठ

मास्टर क्लास १:
चक्रिय अर्थतन्त्रको परिचय

तपाईलाई यस मास्टरक्लासमा के बारे जानकारी दिइनेछ ?

- विगतमा घटेको औद्योगिक क्रान्तिको बारे एक छलफल
- रेखिय (linear) अर्थतन्त्र भनेको के हो ?
- चक्रिय अर्थतन्त्रको परिचय
- चक्रिय अर्थतन्त्र भनेको के हो ?
- चक्रिय अर्थतन्त्रले कसरी काम गर्छ ?
- चक्रिय अर्थतन्त्रको फाइदाहरू
- चक्रिय अर्थतन्त्रको परिकल्पना के हो ?
- इम्प्याक्ट हबलाई चक्रिय अर्थतन्त्र किन महत्वपूर्ण छ ?
- चक्रियाताको कथाहरू

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू:

- **यस सत्रको उद्देश्य:** यस सत्रको मुख्य उद्देश्य रेखिय र चक्रिय अर्थतन्त्र बुझ्नको लागि आवश्यक पर्ने आधारभूत कुराहरू बुझ्नु हो । यस सत्र मार्फत सहजकर्ता रेखिय अर्थतन्त्र र त्यसपछि चक्रिय अर्थतन्त्रसँग स्पष्ट रूपमा बुझ्न सक्षम हुनेछन् ।
- **समय:** पुरा दिन
- **उपकरणहरू**
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्टहरू
  - डस्टर
  - मेटा कार्डहरू
  - कलम
  - पिपिटी प्रस्तुती
  - औद्योगिक क्रान्ति को चित्रहरू
  - QR कोड प्रिन्ट आउटहरू

निर्देशनहरू:

- यस खण्डलाई राम्ररी पढ्नुहोस् र आफ्नो प्रयोगको लागि एक पावरपोइन्ट प्रेजेन्टेशन (PPT) बनाउनुहोस् ।
- यस सामग्रीमा निर्देशनहरू सहित पप अप बक्सहरूमा सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू लेखिएका छन् ।
- सहभागीहरूको पृष्ठभूमिको आधारमा तपाईले निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नुहुन्छ ।
- तपाईका दर्शकलाई बुझाउने अनुसारले तपाईले थप निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नु हुन्छ ।
- निर्देशनहरू एक सरल चरणबद्ध प्रक्रियाको हो ।
- सबै आवश्यक सामग्रीहरू तयार भएको सुनिश्चित गर्नुहोस् ।

विगतमा घटेको औद्योगिक क्रान्ति

पहिलो मास्टरक्लास सुरु गर्नु भन्दा अगाडी हामी १८ औं सताब्दीको औद्योगिक क्रान्तिमा कुरा गर्नेछौं । औद्योगिक क्रान्ति सन् १७५० देखि अर्को शताब्दी वा त्यस पछिसम्म चल्यो । औद्योगिक क्रान्ति ग्रेट ब्रिटेनबाट सुरु भयो र युरोप र अमेरिका सम्म पनि विस्तार भयो (James, n.d.)। औद्योगिक क्रान्ति रातारात भएको होइन तर यो महादेशमा बिस्तारै फैलियो । जनसंख्याको उच्च वृद्धिले नै क्रान्तिको सुरुवात भएको थियो अथवा जनसंख्याको उच्च वृद्धि नै यस क्रान्तिको सबैभन्दा ठूलो कारक थियो । जनसंख्याको उच्च वृद्धिले गर्दा श्रमिकहरूको जनसंख्यामा पनि वृद्धि आएको थियो । उच्च जनसंख्या बृद्धिको साथै साथै खाद्यान्न, कपडा, आश्रय जस्ता आधारभूत आवश्यकताको माग बढ्यो । त्यसैले धेरै मानिसहरूको आधारभूत आवश्यकताहरू आपूर्ति गर्न उत्पादनको अझ प्रभावकारी विधिहरूको आवश्यकता थियो (James, n.d.)।

ग्रेट ब्रिटेनले यस स्थितिको अधिकतम फाइदा उठायो । तीन प्रमुख फाइदाहरू तल उल्लेखित छन् ।

- अत्यन्त उत्पादनशील र लाभदायक कृषि प्रणाली ।
- कोइला र फलाम धातु जस्ता प्रमुख स्रोतको ठूलो भण्डार ।
- आश्चर्यजनक रुपमा रहेको रचनात्मक आविष्कारकहरूको संख्या (James, n.d.)।

सबैभन्दा पहिले बेलायतका मानिसहरूले धागो घुमाउन सक्ने मेसिनको आविष्कार गरे । उनीहरूले चाँडै कपडा बुन्न सक्ने मेसिनहरू पनि बनाए जसका कारण कपडा कारखानाहरू ठूलो संख्यामा बढेको थियो । त्यही समयमा, फलामको उत्पादनमा ठूलो वृद्धि भएको थियो किनभने मानिसहरूले फलाम बनाउन कोइला कसरी प्रयोग गर्ने भनेर पत्ता लगाएका थिए र फलामको खनिज पदार्थ प्रशोधन गर्न इन्धनको रूपमा प्रशस्त कोइला पनि उपलब्ध थियो । जब भट्टीहरू छिटो र राम्रोसँग तताउन स्टीम इन्जिनहरू आविष्कार गरियो धेरै कोइला खानीका टावरहरू र फलाम कारखानाका चिम्नीहरू देखा पर्न थाले । (James, n.d.)

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू: **(समय: ५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई माथिको अनुच्छेद पढ्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई औद्योगिक क्रान्तिले सिर्जना गरेको प्रभावहरू सूचीबद्ध रुपमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- उनीहरूलाई यो कार्य गर्न २ मिनेट दिनुहोस् ।
- सहभागीहरू मध्ये ३ जनालाई सूची सबै समक्ष भन्न अनुरोध गर्नुहोस् ।

औद्योगिक क्रान्तिमा संलग्न मुख्य विशेषताहरू निम्न किसिमका थिए ।

- **प्राविधिक विकासहरू**
    - फलाम र स्टील जस्ता नयाँ मूलधातुहरूको प्रयोग
    - कोइला, स्टिम इन्जिन, बिजुली, पेट्रोलियम, internal combustion engine जस्ता नयाँ ऊर्जाका स्रोतको प्रयोग
    - स्पिनिंग जेनी, पावर लूमजस्ता नयाँ मेशिनहरूको आविष्कार जसले कम मनावीय श्रोत प्रयोग गरि धेरै उत्पादन गर्न मद्दत गऱ्यो ।
    - कारखाना प्रणाली एक नयाँ व्यवस्थाको रुपमा स्थापना भयो जहाँ मजदूरहरू श्रेणी तथा कार्यक्षेत्रको विशेषज्ञता अनुसार विभाजन भए ।
    - स्टीम लोकोमोटिभ, स्टीमशिप, ऑटोमोबाइल, विमान, टेलिग्राफ र रेडियो जस्ता महत्वपूर्ण यातायात र सञ्चारका माध्यमहरूको विकास ।
    - उद्योगमा विज्ञानको बढ्दो उपयोग ।

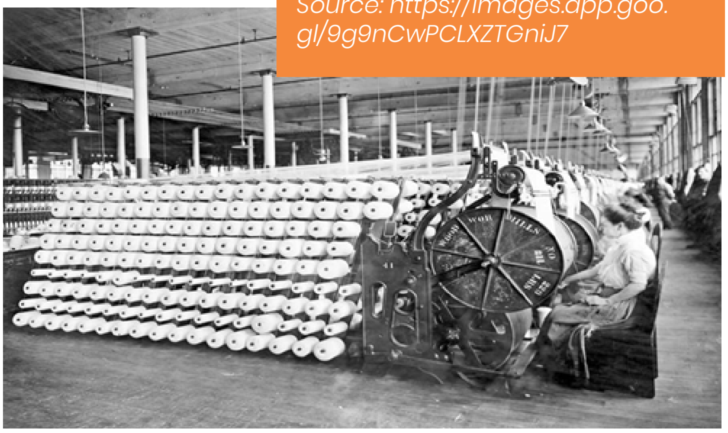
- **सामाजिक-आर्थिक वृद्धि**
    - आर्थिक परिवर्तनले धनको व्यापक वितरण
    - औद्योगिक उत्पादनको वृद्धि संगसंगै धनको स्रोतको रूपमा रहेको भूमि (जमिन) को गिरावट
    - अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारको वृद्धि
    - कृषिमा भएको सुधारहरूले गर्दा कृषिमा भर नपरेका जनसंख्याका लागि पनि खानाको प्रबन्ध
    - आर्थिक रुपमा बलियो भएका मानिसहरूले राजनीतिक शक्ति प्राप्त गर्न थाले र औद्योगिक समाजको आवश्यकताहरू अनुरुपनै देशको नीतिहरू बन्न थाले ।

- **सांस्कृतिक परिवर्तन**
    - शहरहरूको वृद्धि सहित सामाजिक परिवर्तनहरूको व्यापक परिवर्तन
    - श्रमिक वर्ग आन्दोलनको विकास
    - अख्तियारको नयाँ प्रवृतीको विकास
    - मानिसहरूले आफ्नो समाजमा बाँच्ने, सोच्ने र गर्ने तरिकामा व्यापक परिवर्तन
    - कामदारहरूले नयाँ र विशिष्ट सीपहरू हासिल गरे । कारखानामा उनीहरूको भूमिका पनि परिवर्तन भयो । औजारहरू प्रयोग गर्नुको सट्टा उनीहरू मेसिन अपरेटर बने ।
    - मानिसहरू प्राकृतिक स्रोतहरू प्रयोग गर्न र वातावरण नियन्त्रण गर्न आफ्नो सीपहरूमा बढी विश्वस्त महसुस गर्न थाले ।

Source: (Industrial Revolution | Definition, History, Dates, Summary, & Facts, 2024)

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू: **(समय: १५ मिनेट)**

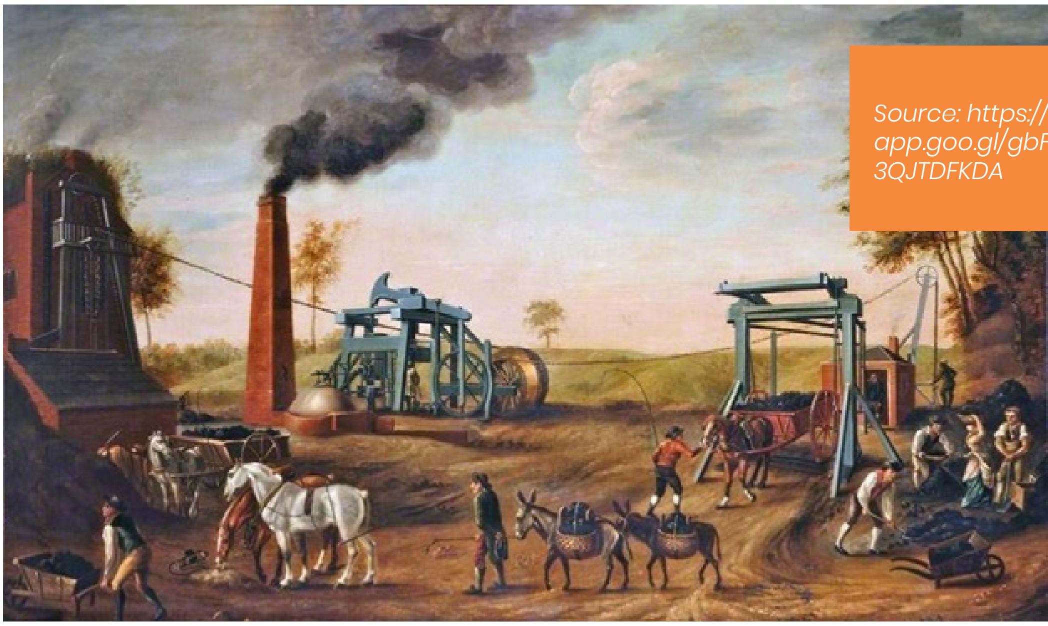
१. सहभागीहरूलाई प्रश्न सोध्नुहोस्: "तपाईंलाई औद्योगिक क्रान्तिको बारेमा बुझ्न किन महत्वपूर्ण लाग्छ ?"
२. सहभागीहरूलाई ३ समूहमा भाग लगाउनु होस् र प्रत्येक समूहलाई फ्लिप चार्ट र मार्करहरू दिनुहोस् ।
३. प्रत्येक समूहलाई औद्योगिक क्रान्तिसंग सम्बन्धित एउटा चित्र (तल प्रदान गरिएको सन्दर्भका लागि) दिनुहोस् ।
४. प्रत्येक समूहलाई सोच्न र सूची बनाउन ५ मिनेटको समय दिनुहोस् ।
५. निर्धारित समय पछि प्रत्येक समूहबाट एक सहभागीको उत्तर लिनुहोस् । (जसले अझै बोलेका छैनन् वहाँलाई बोल्न अवसर दिनुहोस् ।)
६. अनि सोध्नुहोस्: "हामीले आजसम्म देख्न सक्ने औद्योगिक क्रान्तिको प्रभावहरू के के हुन् ?"
७. सहभागीहरूलाई सोच्न र सूची बनाउन २ मिनेटको समय दिनुहोस् ।
८. समय समाप्त भएपछि, तीन जना सहभागीहरूबाट उनीहरूका उत्तर लिनुहोस् । (जसले अझै बोलेका छैनन् वहाँलाई बोल्न अवसर दिनुहोस् ।)
९. सूची बोर्ड वा फ्लिप चार्टमा ती सूचीकृत विषय लेख्नुहोस् ।



Source: https://images.app.goo.gl/9g9nCwPCLXZTGniJ7

Source: https://images.app.goo.gl/L88axhh2znULc3TY7

Source: https://images.app.goo.gl/7uMvHiwNFb-S3meqNA



Source: https://images.app.goo.gl/gbF68poN-3QJTDFKDA

थप सामग्री

- https://www.history.com/topics/industrial-revolution/industrial-revolution
- https://www.britannica.com/event/Industrial-Revolution
- https://www.erih.net/how-it-started/the-industrial-revolution-in-europe
- https://www.erih.net/how-it-started/the-industrial-revolution-in-europe

रेखिय अर्थतन्त्र भनेको के हो?

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू: **(समय: ७ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "रेखिय अर्थतन्त्रको बारेमा छलफल सुरु गर्नु अगाडी, के तपाई मलाई रेखिय अर्थतन्त्र भनेको के हो भन्न सक्नुहुन्छ?"
- थप भन्नुहोस्, "औद्योगिक क्रान्तिका उदाहरणहरू लेख्नुहोस् ।"
- सहभागीहरूलाई मेटा कार्ड दिएर त्यसमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । (५ मिनेटको समय दिनुहोस् ।)
- सहभागीहरूलाई मेटा कार्ड तपाईंलाई हस्तान्तरण गर्न अनुरोध गर्नुहोस् र यसलाई ठूलो स्वरमा पढ्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि PPT प्रयोग गरी रेखिय अर्थतन्त्रको परिभाषाहरू देखाउनुहोस् ।

औद्योगिक क्रान्तिले रेखिय अर्थतन्त्रको ढाँचाको निर्माण गर्‍यो र यसले धेरै फाइदाहरू ल्याएको छ । पहिलो पटक वस्तुहरूको ठूलो संख्यामा उत्पादन हुन थाले । कच्चा पदार्थ र ऊर्जा कहिले पनि सकिदैन जस्तो देखिन्थ्यो । यस आर्थिक रूपान्तरणका कारण औद्योगिक रुपमा बलिया देशहरूसंग प्रशस्त श्रोत हुन थाल्यो, विश्वको जनसंख्या बढ्यो, र लाखौं मानिसहरू गरिबीबाट बाहिर निस्किए ।

(Ellen Macarthur Foundation, n.d.)

यो विश्वव्यापी विकास सीमित स्रोतहरू निकालेर र आर्थिक वृद्धीको लागि प्राकृतिक श्रोतलाई हानी पुऱ्याएर मात्र सम्भव थियो । समय संगसंगै हामीले अझ बढी उन्नत उत्पादनहरू श्रृजना गर्न अझै अधिक तरिकाहरू सिकेका छौं । तर हामीले अपनाएका मोडलमा कुनै परिवर्तन भएको छैन । *(Ellen Macarthur Foundation, n.d.)*

वातावरणीय क्षति र बहुमूल्य सामग्रीको क्षतिको रूपमा यस मोडलको नकारात्मक प्रभावहरू स्पष्ट छन् । कृषि, निर्माण र यातायात लगायत अन्य क्षेत्रका अर्थतन्त्रमा स्रोत तथा भूमिको व्यस्थापनमा कमि, कम्जोरीहरू छन् ।

हाम्रो अर्थतन्त्रको काम गर्ने तरिकाले प्राकृतिक पूँजीलाई नष्ट गरिरहेको छ जसमा यो निर्भर छ । यो मास्दै गएको माटो, प्रदूषित हुँदै गएको समुद्र, हराउँदै गएको जैविक विविधता, सुक्दै गइरहेको पानी र कटान भइरहेको वनमा देखिन्छ । रेखिय अर्थतन्त्रका विभिन्न परिभाषाहरू अपनाइएका छन् । रेखिय अर्थतन्त्रका केही परिभाषाहरू तल दिइएका छन् ।

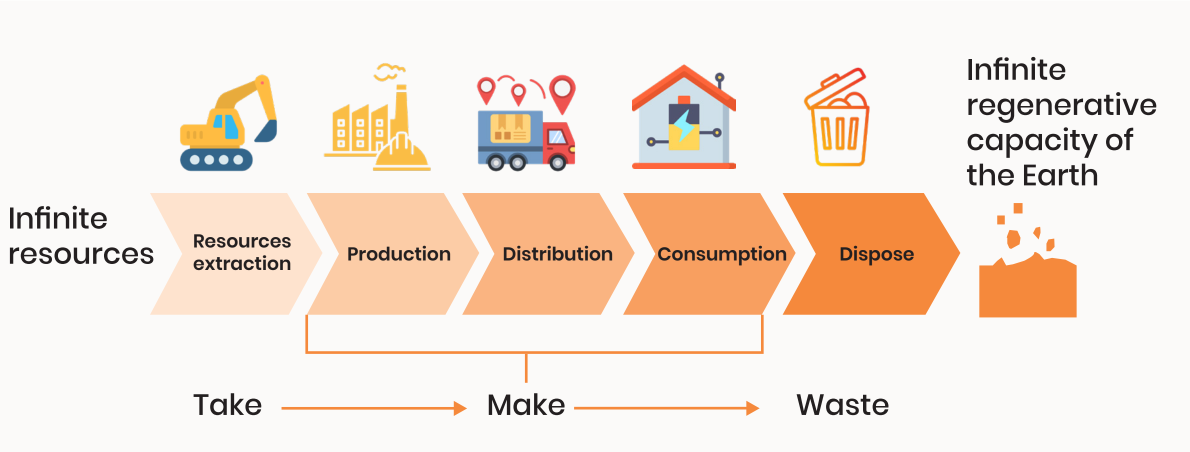
रेखिय अर्थतन्त्र एक प्रणाली हो जसमा मानिसहरूले उत्पादन गरेको वस्तुहरू किन्छन्, प्रयोग गर्छन्, र त्यसपछि यसलाई फ्याँक्छन् । रेखिय शब्दले एक उत्पादन गरेको वस्तु गुज्रने एक सिधा प्रक्रियालाई बुझाउँछ । यसमा एक प्रारम्भ हुन्छ, एक मध्य भाग र एक अन्त्य हुन्छ । यसमा वस्तुको पुनः प्रयोगको बारेमा कुनै विचार हुदैंन । यो मोडेल अनुरुप विस्तुको उच्च मात्रामा उत्पादन हुन्छ ।
रेखिय अर्थतन्त्र भनेको के हो ?

रेखिय अर्थतन्त्रलाई कहिलेकाहीँ take-make-waste अर्थतन्त्र भनिन्छ । यो एक प्रणाली हो जहाँ उत्पादनहरू बनाउन स्रोतहरू निकालिन्छ जुन अन्ततः फोहोरको रूपमा फ्याँकिन्छ । रेखिय अर्थतन्त्रमा उत्पादन गरिएका वस्तु तथा सामग्रीहरूको सामान्यतया पूर्ण प्रयोग हुँदैनन् । कच्चा पदार्थबाट सामग्री बनाईन्छ र प्रयोग गरेपछि त्यसलाई फोहोरको रुपमा फ्याकिन्छ ।
रेखिय अर्थतन्त्र भनेको के हो ?

रेखिय अर्थतन्त्र परम्परागत रूपमा अपनाईएको "take-make-dispose" को प्रक्रिया अनुसार हुन्छ । यस प्रक्रियामा कच्चा पदार्थहरू सङ्कलन गरिन्छ र त्यसपछि उत्पादनहरूमा रूपान्तरण गरिन्छ जुन अन्ततः फोहोरको रूपमा परिणत नभएसम्म प्रयोग गरिन्छ । यस आर्थिक प्रणालीमा सम्भव भएसम्म धेरै उत्पादनहरू उत्पादन र बिक्री गरेर मूल्य सिर्जना गरिन्छ ।
रेखिय अर्थतन्त्र भनेको के हो ? IGI Global

माथिका परिभाषाहरूले भनेझैं, रेखिय अर्थतन्त्रले "take- make-waste" का सिद्धान्तहरूलाई अपनाएको हुन्छ । त्यसैले कम्पनी तथा उद्यमीले आफ्नो व्यवसायमा यो सिद्धान्त प्रयोग गर्दा उनीहरूले उत्पादन गरेका सामग्रीहरू सामान्यतया तिनीहरूको पूर्ण क्षमतामा प्रयोग हुँदैनन् । कच्चा पदार्थबाट सामग्री बनाईन्छ र प्रयोग गरेपछि त्यसलाई फोहोरको रुपमा फ्याकिन्छ । यो सिद्धान्तले प्रदूषणलाई निम्त्याउँन्छ जसले प्राकृतिक प्रणालीलाई बिगार्छ । यो जलवायु परिवर्तन र जैविक विविधताको हानी लगायत विश्वव्यापी चुनौतीहरूको चालक हो ।

(Ellen Macarthur Foundation, n.d.)



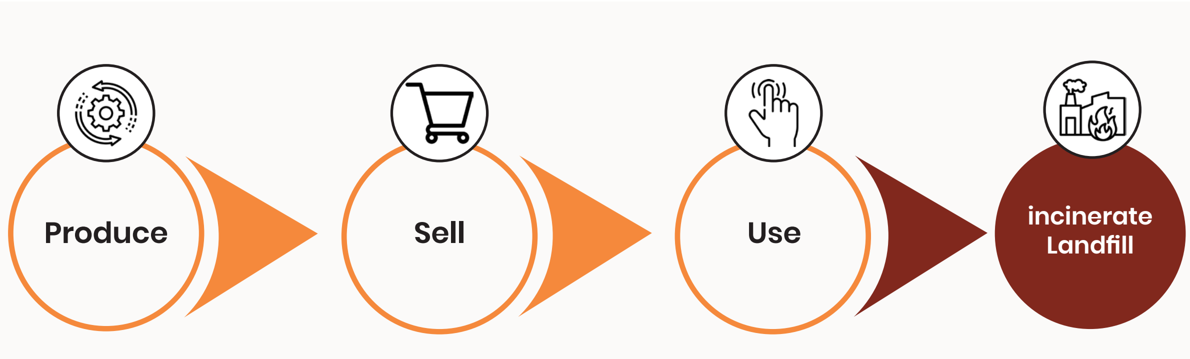
Source: The linear economy-The 'take, make and waste' approach of production | Download Scientific Diagram

रेखिय अर्थतन्त्र एक प्रणाली हो जसले प्रकृति र जलवायुलाई हानि पुऱ्याउन सक्छ र प्रदुषणलाई निम्त्याउँछ। यसले जैविक विविधतामा हानि पुऱ्याउँछ। रेखिय आर्थिक सोच शताब्दीयौं देखि रहि आएको छ। यो २० औं शताब्दीको अधिकांश समय समय सम्मका् लागि प्रमुख आर्थिक मोडेल थियो। यो मोडेल वस्तुहरू उत्पादन गर्न र कम मूल्यमा सेवाहरू प्रदान गर्ने इच्छामा आधारित छ। कच्चा पदार्थहरू प्रकृतिबाट सबैभन्दा कम लागतमा निकालिन्छन्, न्यूनतम श्रम लगाएर वस्तुहरू उत्पादन गरिन्छ, र उच्चतम मूल्यमा बेचिन्छन्।

यो रेखिय "take–make–use–dispose" अर्थतन्त्रले काम गरिरहेको छैन। हामी प्रयोग नगरिएका कच्चा पदार्थहरू छिटो भन्दा छिटो उत्खनन् गर्दैछौं कि तिनीहरू पुन:पूर्ति गर्न सकिँदैन। निरन्तर मागमा रहेका केही महत्वपूर्ण कच्चा पदार्थ उत्खनन् गर्न हामीलाई समस्या भइरहेको छ। यो संगसंगै फोहोरको मात्रा पनि बढ्दै जान्छ। सन् २०५० सम्ममा विश्वव्यापी फोहोर उत्पादन ७० प्रतिशतले बढ्ने अनुमान गरिएको छ।

वर्तमानको प्रणाली व्यापार, मानिस वा पृथ्वीको लागि दिगो छैन। चक्रिय अर्थतन्त्र एक समाधान हो। हामी वस्तुहरू उत्पादन गर्न जमिनबाट कच्चा पदार्थ उत्खनन् गर्दैछौं। उत्पादन गरेका वस्तुहरू हामीले प्रयोग गर्छौं, र जब हामी चाहँदैनौं ती वस्तुहरूहरूलाई फ्याँक्छौ। यसलाई हामी रेखिय अर्थतन्त्र भन्छौं। हामीले यो रेखिय मोडेलबाट चक्रिय अर्थतन्त्रमा परिवर्तन गर्नुपर्छ।

चक्रिय अर्थतन्त्रलाई राम्ररी बुझ्नको लागि हामी यसलाई हामीले वर्तमानको समयमा अपनाईएको औद्योगिक अर्थतन्त्रसँग तुलना गर्न सक्छौं जुन रेखिय प्रक्रियाहरू अनुरुप चलिरहेको छ। एउटा कारखानाको कल्पना गर्नुहोस् जहाँ कन्वेयर बेल्टको ठूलो नेटवर्क प्रयोग भइरहेको छ जहाँ सामानहरू उत्पादन, प्रयोग र अन्तत: फ्याँकिएको हुन्छ। यस चक्रमा वस्तुको एक शुरुवात र अन्त्य हुन्छ।



भविष्यमा हाम्रो सफलताको लागि हामी चक्रिय अर्थतन्त्रमा परिवर्तन गर्न अत्यन्त महत्वपूर्ण हुनेछ।

थप सामग्री

- https://www.researchgate.net/figure/The-linear-economy-The-take-make-and-waste- approach-of-production_fig2_323809440
- https://www.igi-global.com/dictionary/operationalization-of-circular -economy/75076
- https://www.ellenmacarthurfoundation.org/what-is-the-linear-economy
- https://www.eib.org/en/stories/linear-economy- recycling#:~:text= Linear%20economy%20is%20a%20system,line%20regarding%20re cycling%20or%20reuse.

चक्रिय अर्थतन्त्रको परिचय

सहजकर्ताको लागि दिशानिर्देशहरू: **(समय: १५ मिनेट)**

- अब सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "त्यसो भए चक्रिय अर्थतन्त्र किन महत्वपूर्ण छ?"
- सहभागीहरूलाई फेरि ३ समूहहरूमा विभाजन गर्नुहोस् ।
- अनि फ्लिप्चार्ट र मार्कर दिनुहोस् ।
- उहाँहरूलाई लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । (५ मिनेट)
- प्रत्येक समूहले २ मिनेट भित्र प्रस्तुत गर्नेछ ।
- त्यसपछि प्रस्तुतीकरणमा जानुहोस् ।

चक्रिय अर्थतन्त्रको आविष्कार कसले गरेको हो?

समय बित्दै जाँदा, चक्रिय अर्थतन्त्रलाई शिक्षाविद्हरू, विचारकहरू र व्यवसायहरूको सानो समूहद्वारा विकसित र परिष्कृत गरिएको छ, जसमा:

चक्रियताको विचारका लागि एक व्यक्ति वा ठाउँलाई श्रेय दिन सकिँदैन । यसमा विभिन्न व्यक्तिहरूका दर्शनहरूसँगै ऐतिहासिक घटनाहरू सम्बन्धित छन् । समय परिवर्तन भए संगसंगै शिक्षाविद्, विभिन्न विचार धारा बोकेका नेता र व्यवसायहरूको सानो समूहले यस चक्रियताको विचारधारा परिष्कृत गरेका छन् ।

Walter Stahel and Genevieve Reday *The Potential for Substituting Manpower for Energy*

Janine Benyus Biomimicry: *Innovation Inspired by Nature*

Paul Hawken, Amory Lovins and L. Hunter Lovins
Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution

Kenneth Boulding *The Economics of the Coming Spaceship Earth* ***Gunter Pauli*** *The Blue Economy*

जर्मन रसायनशास्त्री माइकल ब्राउनगार्ट र अमेरिकी वास्तुकार विलियम म्याकडोनफलाई प्राय: चक्रिय अर्थतन्त्रका पिता भनेर चिनिन्छन् । वहाँहरूले "क्र्याडल टू क्र्याडल: रिमेकिंग द वे वी मेक थिंग्स" को परिकल्पना गरिएका पुस्तकको साथै शैक्षिक सिद्धान्तबाट मूलधारको आन्दोलनमा जोड दिएका थिए ।

चक्रिय अर्थतन्त्र भनेको क हो?

सहजकर्ता दिशानिर्देशहरू: **(समय: ५ मिनेट)**

- अब सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "त्यसोभए चक्रिय अर्थतन्त्र भनेको के हो?"
- मेटा कार्डमा लेख्न २ मिनेटको समय दिनुहोस् ।
- २ जना सहभागीहरूलाई उनीहरूले लेखेका कुराहरू पढ्न लगाउनुहोस् ।
- त्यसपछि प्रस्तुतीकरणमा जानुहोस् ।

वर्ल्ड इकोनोमिक फोरमले चक्रिय अर्थतन्त्र भनेको एउटा यस्तो प्रणाली हो जहाँ उद्योगहरूबाट उत्पादन गरिएका वस्तुहरू प्रयोग गर्नुको सट्टा पुनःस्थापना वा नवीकरण गर्ने गरिन्छ । चक्रिय अर्थतन्त्रको अवधारणाले वातावरणविद्, सरकार र व्यवसायहरूलाई हालका वर्षहरूमा उत्प्रेरित गर्दै आएको छ । पहिले चक्रियतालाई धेरैले स्वीकार नगरेको विषयको रुपका लिईन्थयो तर अब चक्रियतालाई हाम्रो पृथ्वीको दिगोपनका समस्याहरूको लागि सबैभन्दा आशाजनक समाधानको रूपमा विश्वव्यापी रूपमा स्वीकार गरिएको छ । यद्यपि, चक्रिय अर्थतन्त्रका धेरै फरक परिभाषाहरू र बुझाइहरू छन् । निम्न लिखित परिभाषाहरू विभिन्न संस्थाहरूद्वारा प्रयोग गरिएको चक्रिय अर्थतन्त्रको विभिन्न परिभाषाहरू हुन् ।

चक्रिय अर्थतन्त्र उत्पादन र उपभोगको मोडेल हो, जसमा सम्भव भएसम्म सामग्री र उत्पादनहरूलाई बाँडफाँड, भाडामा लिने, पुनःप्रयोग, मर्मत, नवीकरण गरिन्छ । यसरी उत्पादन गरिएका वस्तुहरूको जीवनको चक्रलाई लम्ब्याईन्छ । कम भन्दा कम फोहोर उत्पादनमा ध्यान दिईन्छ । जब कुनै उत्पादन गरिएको वस्तुको प्रयोग गर्न नसकिने अवस्थामा पुग्छ यसको सामग्रीहरू जहाँ सम्भव भएसम्म पुन प्रयोग गरिन्छ । यी वस्तुको बारम्बार प्रयोग गर्न सकिन्छ । यसरी वस्तुको मूल्य स्थीर राख्न सकिन्छ ।

- Circular economy: definition, importance and benefits | Topics | European Parliament

चक्रिय अर्थतन्त्र एउटा यस्तो प्रणाली हो जहाँ सामग्रीले कहिल्यै फोहोरको रुप लिदैन । चक्रिय अर्थतन्त्रमा उत्पादन र सामग्रीहरू मर्मत, पुनःप्रयोग, नवीकरण, पुनःनिर्माण, पुनःचक्रण, र कम्पोस्टिङ जस्ता प्रक्रियाहरू मार्फत पुनःप्रयोगमा राखिन्छन् । चक्रिय अर्थतन्त्रले जैविक विविधताको हानी, फोहोर र प्रदूषण जस्ता जलवायु परिवर्तन र अन्य विश्वव्यापी चुनौतिहरूलाई सीमित स्रोतहरूको उपभोगबाट आर्थिक गतिविधिलाई दोहोर्याएर समाधान गर्छ ।

- What is a circular economy? | Ellen MacArthur Foundation

चक्रिय अर्थतन्त्रको उद्देश्य फोहोरलाई न्यूनीकरण गर्ने र प्राकृतिक स्रोतहरूको दिगो प्रयोगलाई प्रवर्द्धन गर्ने हो । यसका लागि यस अर्थतन्त्रले उत्पादन गर्ने तरिकाको डिजाइन गर्ने, उत्पादन गरेको वस्तुलाई लामो समयसम्म प्रयोग गर्ने, उत्पादनलाई पुनःप्रयोग गर्ने, इत्यादिलाई स्मार्ट तरिका अपनाउँछ । प्रदुषणको समस्या समाधान गर्न मद्दत गर्नुका साथै चक्रिय अर्थतन्त्रले जलवायु परिवर्तन र जैविक विविधताको हानि जस्ता अन्य जटिल चुनौतीहरू समाधान गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्छ ।

- What is circular economy and why does it matter? | Climate Promise

धेरै मानिसहरू सोच्छन् कि चक्रिय अर्थतन्त्र भनेको सामग्रीहरूको प्रयोग कम गर्ने र पुनःप्रयोग गर्ने मात्र हो । तर यसमा त्यो भन्दा धेरै कुराहरू छन् । एलेन म्याकआर्थर फाउन्डेशनका प्रमुख एन्ड्रयू मोर्लेटले सन् २०२० मा एक कार्यक्रममा भनेका थिए कि रिसाइकल एकलैले मात्र हामीलाई बचाउने छैन । चक्रिय अर्थतन्त्र एक "ठूलो विचार" हो । चक्रिय अर्थतन्त्र एउटा महत्ववपूर्ण पुनर्संरचना हो जसले हामीलाई पहिलो स्टीम इन्जिनको उदय पछि हामीले कसरी कामहरू गर्यौं भनेर पुनर्विचार गर्न बाध्य पार्छ । चक्रिय अर्थतन्त्र एक शक्तिशाली मोडेल हो जसमा सम्भव भएसम्म स्रोत, सामग्री र उत्पादनहरूको मूल्य कायम भएसम्मै प्रयोग गर्नुपर्छ भन्ने सिद्धान्त तथा गतिविधिहरू आधारित छ । यसले प्राकृतिक स्रोतहरूको खपत घटाउन र दिगो विकासमा योगदान पुऱ्याउन व्यवस्थित दृष्टिकोण राख्छ ।

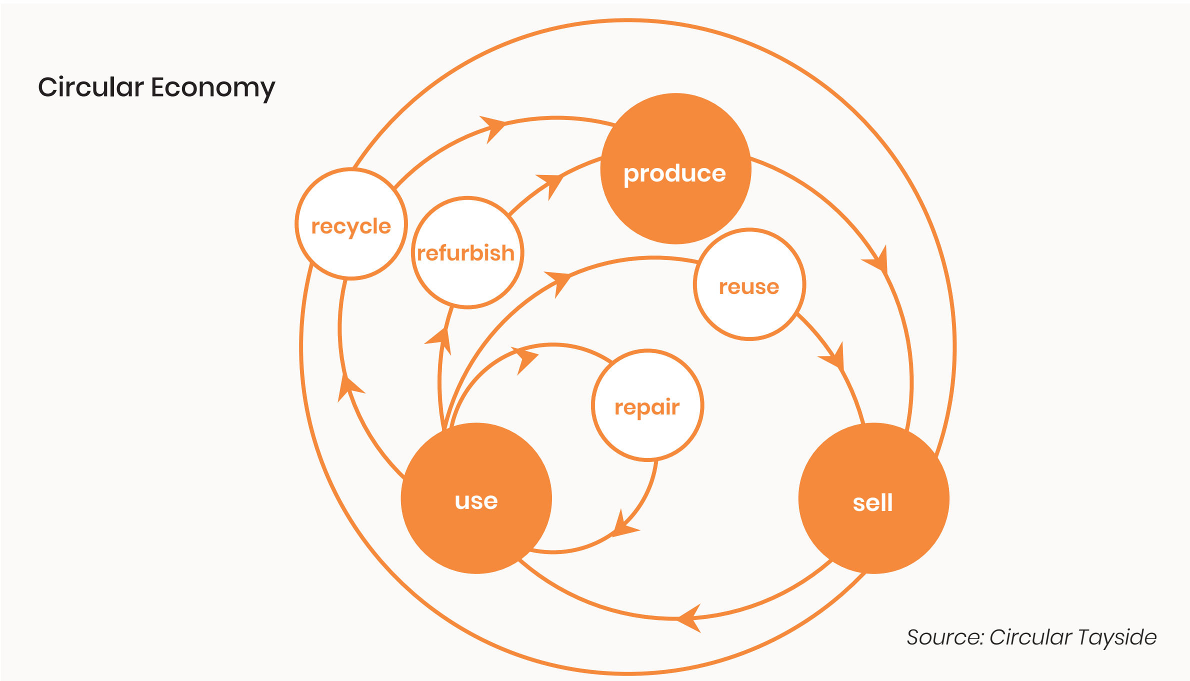
हाम्रो वर्तमान औद्योगिक अर्थतन्त्र रेखिय प्रक्रियाहरू द्वारा हावी छ ।

चक्रिय अर्थतन्त्रले कसरी काम गर्छ?

चक्रिय अर्थतन्त्र तीन सिद्धान्तहरूमा आधारित छ ।

- **फोहोर र प्रदूषण कम गर्ने डिजाइन:** चक्रिय अर्थतन्त्रले मानव स्वास्थ्य र प्राकृतिक प्रणालीलाई नकारात्मक असर पार्ने आर्थिक गतिविधिहरूको डिजाइनलाई कम गर्दछ । यसमा हरितगृह ग्यासको उत्सर्जन, सबै प्रकारका प्रदूषण र ट्राफिक जाम आदि समावेश छ ।
- **उत्पादन र सामग्रीहरूको प्रयोग:** चक्रिय अर्थतन्त्रले सामग्रीहरूलाई सकेसम्म लामो समयसम्म चलाइरहनको लागि पुनःप्रयोग, पुनःनिर्माण, र पुनःचक्रणका (रिसाइक्लिङ्) लागि ध्यान दिन्छ । यो एक अर्थतन्त्र हो जसले सामग्रीहरूको एक पटकको प्रयोगकोसट्टा बारम्बार प्रयोगमा प्रोत्साहित गर्दछ ।
- **पुनर्जीवित जीवन प्रणाली:** चक्रिय अर्थतन्त्रमा, हामी जीवाश्म इन्धन वा नवीकरण गर्न नसकिने अन्य ऊर्जा स्रोतहरू प्रयोग गर्दैनौं । यसको सट्टा, हामी सौर्य वा वायु उर्जा जस्ता पुनः प्रयोग गर्न सकिने उर्जाको प्रयोग गर्नमा ध्यान केन्द्रित गर्छौं । यसले माटोलाई स्वस्थ राख्न मद्दत गर्दछ र बिरुवाहरू राम्रोसँग बढ्न मद्दत गर्दछ, जसले वातावरणलाई पनि राम्रो बनाउन मद्दत गर्दछ ।

चक्रिय अर्थतन्त्र फरक किसिमले चल्दछ । सामानहरू लिने, बनाउन, प्रयोग गर्ने र फ्याँक्नुको सट्टा, हामी चीजहरूलाई सकेसम्म लामो समयसम्म प्रयोगमा राख्ने प्रयास गर्छौं । यसको मतलब हामीले उत्पादन, पार्टपुर्जा र सामाग्रीहरू फ्याँकिनु अघि हामीले सकेसम्म लामो समयसम्म प्रयोग गर्छौं । चक्रिय अर्थतन्त्रका क्रियाकलापहरू संगै कम फोहोरहरू उत्पादन हुन्छ किनभने जारि रूपमा उत्पदान भएका बस्तुहरूको स्तान्तरण हुने वा पुनःप्रयोग हुने हुन्छ ।



चक्रिय अर्थतन्त्र एउटा बलियो विचार हो जसमा स्रोत, सामग्री र उत्पादनहरूको मूल्य सकेसम्म कायम राख्न नियम र कार्यहरू समावेश हुन्छन् । यो थोरै प्राकृतिक स्रोतहरू प्रयोग गर्ने र वातावरणलाई राम्रो बनाउन मद्दत गर्ने तरिका हो ।

सहजकर्ता दिशानिर्देशहरू: **(समय: १५ मिनेट)**

- टेबलहरूमा केस स्टडीहरूको लागि QR कोडहरू राख्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई प्रत्येक QR कोड स्क्यान गर्न अनुरोध गर्नुहोस् र प्रत्येक QR कोड पानामा linear हो कि अथवा चक्रिय अर्थतन्त्र हो लेख्न लगाउनुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई कार्य पूरा गर्न १५ मिनेटको समय दिनुहोस् ।
- त्यसपछि QR कोडका पानाहरू सङ्कलन गर्नुहोस् र उहाँहरूलाई सोध्नुहोस् किन यो चक्रिय वा linear हो?
- त्यसपछि PPT मा कुन चक्रिय वा linear हो भनेर प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

चक्रिय अर्थतन्त्रले कार्बन उत्सर्जन घटाएर वातावरणमा योगदान मात्र पुऱ्याउदैन यसले कम्पनी तथा घर परिवारका लागि पनि स्वास्थ्य सम्बन्धी खर्चहरू घटाएर र रोजगारी सिर्जना गरेर अवसरहरू प्रदान गर्छ । चक्रिय अर्थतन्त्रका पाँच अवसरहरूलाई विश्व संसाधन संस्थानले (World Resources Institute) धेरै सरल रूपमा बुझाएको छ । त्यो निम्नानुसार छन् ।

१) सीमित स्रोतहरूको राम्रो प्रयोग
२) उत्सर्जन कम गर्ने
३) मानव स्वास्थ्य र जैविक विविधताको रक्षा
४) अर्थतन्त्रलाई बढावा
५) थप र राम्रो कामहरू सिर्जना

चक्रिय अर्थतन्त्रले वस्तुहरूलाई फ्याँक्नुको सट्टा सकेसम्म लामो समयसम्म प्रयोग गर्ने लक्ष्य राख्छ । यसको मतलब हामीले सधैं नयाँ सामानहरू बनाइरहनु आवश्यक छैन । यो हाम्रो वर्तमान प्रणालीको तुलनामा वस्तुहरूको प्रयोग गर्ने फरक तरिका हो, जहाँ ष्लिभबच अर्थतन्त्रको आधारमा हामी वस्तुहरू बनाउँछौं, तिनीहरूलाई प्रयोग गर्छौं, र त्यसपछि तिनीहरूलाई फ्याँक्छौं । यो ष्लिभबच अर्थतन्त्र प्रणाली उत्पादनहरू बनाउन र फोहोर राख्नको लागि ठाउँहरू बनाउन सधैं नयाँ सामग्रीमा निर्भर गर्दछ ।

विश्वको जनसंख्या बढ्दै जाँदा यो स्पष्ट छ कि हामीले वर्तमानमा अपनाएका प्रणाली राम्रोसँग काम गरिरहेको छैन वा दिगो छैन । जसरी हामीले पहिलो औद्योगिक क्रान्तिदेखि वस्तुहरूहरू बनाउँदै आएका छौं, जब पृथ्वीमा १ अरब भन्दा कम मानिसहरू थिए, अहिले समस्याहरू निम्त्याउँदैछ । आज, ८ बिलियन मानिसहरू र बढ्दो मध्यम वर्गको साथ, हामी द्रुत रूपमा स्रोतहरू प्रयोग गर्दैछौं र तिनीहरूलाई अझ छिटो फ्याँकिरहेका छौं । संयुक्त राष्ट्रसंघको प्रतिवेदनले सन् १९७० यता विश्वव्यापी स्रोत निकासी तीन गुणा बढेको र हामीले प्रयोग गर्ने धेरैजसो पुनःप्रयोग नभएको बताएको छ ।

केहि तथ्य र आंकडाहरू:

- मानिसहरूले खानका लागि बनाइएका खानेकुराको झन्डै एक तिहाइ फ्याँकिन्छ ।
- सन् १९७० देखि हामीले प्रत्येक वर्ष पृथ्वीले सम्हाल्न सक्ने भन्दा धेरै स्रोतहरू प्रयोग गर्दै आएका छौं । अहिले हामी हाम्रा आवश्यकताहरू पूरा गर्न करिब १.६ पृथ्वीका स्रोतहरू प्रयोग गर्दैछौं ।

- विगत १५ वर्षमा हामीले दुई गुणा धेरै लुगाहरू बनाएका छौं, तर हामी ती लुगाहरू आधा लामो समयसम्म मात्र लगाउँछौं ।
- सन् २००७- २००९ को आर्थिक समस्याहरू पछि स्रोतहरूको मूल्य विश्वव्यापी अर्थतन्त्रको तुलनामा छिटो बढ्यो ।
- विश्वका ८०% भन्दा बढी मानिसहरू ती देशहरूमा बस्छन् जहाँ उनीहरूले पुन:भर्न सकिने भन्दा छिटो स्रोतहरू प्रयोग गरिरहेका छन् ।
- हामीले प्रत्येक वर्ष प्रयोग गर्ने १०० बिलियन टन सामान मध्ये ६०% भन्दा बढी ग्रीनहाउस ग्याँस वा फोहरको रूपमा समाप्त हुन्छ ।

चक्रिय अर्थतन्त्रको दृष्टिकोण के हो?

यसलाई सरल भाषामा भन्नुपर्दा, फ्रान्सेली रसायनशास्त्री एन्टोइन-लॉरेन्ट डे लाभोइसियरको एक प्रसिद्ध उद्धरणले भन्छ, "कुनै पनि हराएको छैन, सबै परिवर्तन हुन्छ ।" यो आदर्श वाक्य अब चक्रिय अर्थतन्त्र आन्दोलनले अँगालेको छ, जसले वृद्धिलाई रोक्ने उद्देश्य राख्दैन । यसको सट्टा, यसले उद्योगलाई प्रकृतिसँग सन्तुलनमा ल्याउने लक्ष्य राख्छ, ताकि हामी राम्रो गरिरहन सक्छौं । चक्रिय अर्थतन्त्रमा, चीजहरू प्रकृतिको चक्र जस्तै काम गर्दछ । उत्पादनहरू र प्रक्रियाहरू डिजाइन गरिएका छन् ताकि कुनै पनि फोहोर अरू चीजको लागि प्रयोग गर्न सकिन्छ । "क्र्याडल टू क्र्याडल" पुस्तकमा म्याकडोनफ र ब्रुन्गार्टले यस विचार लाई चेरी रूखसँग तुलना गर्छन् ।

> "रुखले आफ्नो वातावरणलाई हानी नगरी धेरै फूल र फल फलाउँछ । जब तिनीहरू जमिनमा खस्छन्, तिनीहरू पोषक तत्वहरूमा टुक्रिन्छन् जसले सबै प्रकारका जीवित चीजहरूलाई मद्दत गर्दछ । रूखले आवश्यकता भन्दा बढी बनाउँछ, यद्यपि यो अतिरिक्त सामानले धेरै उद्देश्यहरू पूरा गर्दछ ।"

चक्रिय अर्थतन्त्रमा, उत्पादन र सेवाहरूले प्रणालीहरूलाई तिनीहरूको जीवनचक्रमा बारम्बार नवीकरण गर्न मद्दत गर्दछ ।

इम्प्याक्ट हबलाई चक्रिय अर्थतन्त्र किन महत्वपूर्ण छ ?

इम्प्याक्ट हबको मिशन भनेको एक न्यायपूर्ण र दिगो संसारलाई सुविधा दिनु हो जहाँ व्यापार र नाफा मानिसहरू र पृथ्वीको सेवामा प्रयोग गरिन्छ । इम्प्याक्ट हबले उद्यमशीलता, वातावरणीय कार्य र समावेशीकरणको प्रतिच्छेदनमा अग्रगामी प्रभाव पारेर भविष्यको व्यवसायलाई आकार दिन काम गर्दछ ।

पृथ्वीको सीमालाई सम्मान गर्ने चक्रिय अर्थतन्त्रमा संक्रमणलाई गति दिनुले यो मिशन पूरा गर्न मद्दत गर्नेछ। इम्प्याक्ट हबले कसरी ग्लोबल नेटवर्कको रूपमा वातावरणीय कार्य गरिरहेको छ भन्ने बारे थप पढ्न सक्नुहुन्छ । बजारमा दिगो समाधानहरूको विकास, परीक्षण र स्केलिंग गरेर दिगोपनमा संक्रमणको गति बढाउन स्टार्टअपहरूको महत्वपूर्ण र अवरोधकारी भूमिका हुन्छ । हामीले उद्यमीहरूलाई तटस्थ वा सकारात्मक वातावरणीय प्रभावको साथ उनीहरूको उद्यमहरू निर्माण गर्न र विकास गर्न सशक्त बनाउनुपर्दछ । इम्प्याक्ट हबले दिगो खाद्यान्न र कृषि, नेट जिरो र चक्रिय मोडेलहरू, छिटोभन्दा छिटो उद्यमीहरूको प्रभाव मापन गर्न चाहन्छ ।

परिवर्तनको लागि प्रमुख चालकको रूपमा चक्रियतासँग धेरै बलियो सम्बन्ध छ। यो नेट जिरोको लक्ष्यसँग पनि सम्बन्धित छ, किनकि यस प्रयासको एक प्रमुख तत्व उद्यमीहरूलाई उनीहरूको वातावरणीय footprint बुझ्न र यसमा काम गर्न सशक्तिकरण हो। सर्कुलर इकोनोमीको यो चभउयचत यस केसलाई समर्थन गर्ने निष्कर्षहरू हाइलाइट गर्दछ (Hoogzaad et all, 2020, #)।

यदि हामी उद्यमी समर्थन संस्थाहरूको रूपमा उत्पादन वा सेवा विकासको प्रारम्भिक चरणमा चक्रियमा उद्यमहरू शिक्षित गर्छौं भने, हामीले प्रारम्भिक दृष्टिकोण अपनाउन उत्प्रेरित गर्न सक्छौं। हामी हाम्रो उद्यमी समर्थन कार्यक्रमहरूमा सिधै डिजाइन सिद्धान्तको रूपमा सर्कुलारिटीलाई एकीकृत गरेर यहाँ ठूलो प्रवेश गर्न सक्छौं। इम्प्याक्ट हबमा हामीले फेला पारेका छौं कि चक्रिय अर्थतन्त्रमा फोकस वा एकीकरणका साथ कार्यक्रमहरू प्रस्ताव गर्नु उद्यमी समर्थन संस्थाहरूको लागि पनि लाभदायक छ। यस दृष्टिकोणले विभिन्न सरोकारवालाहरूलाई एकसाथ ल्याउने र सर्कुलर इकोनोमी इकोसिस्टम बिल्डरको रूपमा कार्य गर्ने कार्यकर्ताहरूको रूपमा स्थानीय इम्प्याक्ट हबलाई स्थान दिएको छ। त्यस्ता कार्यक्रमहरूको विकास र वितरणले सरकार, नीति निर्माताहरू, विचारधारा भएका संस्थाहरू, रणनीतिक रूपमा महत्त्वपूर्ण संघहरू र राम्रो व्यवसाय निर्माण गर्न र भविष्यको पुनः कल्पना गर्न तयार प्रभाव उन्मुख उद्यमीहरूको उदीयमान समुदायसँग सम्बन्ध निर्माण गर्न मद्दत गरेको छ।

थप सामग्री

- https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular- economy-definition-importance-and-benefits
- https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview
- https://climatepromise.undp.org/news-and-stories/what-is-circular -economy-and- how-it-helps-fight-climate-change

चक्रियताको कथाहरू

इम्प्याक्ट हबको "सर्कुलारिटी टेल्स"ले हाम्रो चक्रिय अर्थतन्त्र पाइलट कार्यक्रमहरूमा भाग लिने र उहाँहरूको व्यवसायमा सिद्धान्तहरू लागू गरेर अघि बढिरहनु भएको हाम्रो नेटवर्कका उद्यमीहरूबाट कार्यका कथाहरू प्रदर्शन गर्दछ।

यी अधिकांश केस स्टडीहरू यस टूलकिटसँग सम्बन्धित कार्यक्रममा सहभागी भएका उद्यमहरूका हुन्। हाम्रो चक्रियता कथाहरूको नमूना तल सूचीबद्ध गरिएको छ।

हामी आशा गर्छौं कि यी कथाहरूले तपाईलाई आफ्नो circularity–infused/focused गरिएको कार्यक्रमहरू मार्फत समर्थन गर्न सक्ने उद्यमीहरूको प्रोफाइलहरूको सन्दर्भमा प्रेरणा र अन्तरदृष्टि प्रदान गर्दछ।

मुख्य सिकाइहरू

सहजकर्ता दिशानिर्देशहरूः **(समयः १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई बाहिर भेट्न अनुरोध गर्नुहोस्।
- सहभागीहरूलाई गोलाकार आकारका बस्न अनुरोध गर्नुहोस्।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई के मन पर्यो, के मन परेन र के परिवर्तन गर्नु पर्छ भनेर सोध्नुहोस्।
- उहाँहरूलाई अर्को मास्टरक्लास बारे छोटोमा जानकारी दिनुहोस्।

मास्टर क्लास १.१

चक्रियता मानसिकताको विकास

सहजकर्ता: पद्माक्षी राणा र विशेषता श्रेष्ठ

मास्टर क्लास १.१

चक्रियता मानसिकताको विकास

तपाईलाई के बारे जानकारी दिइनेछ ?

- लिनियरबाट चक्रिय अर्थतन्त्रमा परिवर्तन गर्ने तरिका
- पुनरुत्थान/पुनः सदुपयोगी सोच
- प्रतिक्रिया दिने संयन्त्रलाई समावेश गर्दै लैजाने तरिका
- मुख्य प्रवृत्ति, अवधारणा र सम्बन्धित व्यक्तिहरू
- बटरफ्लाइ मोडेल
- आफ्नो व्यवसायलाई बटरफ्लाइ मोडेल प्रयोग गरेर सोच्ने तरिका
- बटरफ्लाइ रेखाचित्रको प्राविधिक चक्र
- बटरफ्लाइ रेखाचित्रको जैविक चक्र
- सत्रबाट प्राप्त मुख्य ज्ञान

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू

- सत्रको उद्देश्यहरू: यस सत्रको मुख्य उद्देश्य भनेको लिनियर अर्थतन्त्र अपनाईएको एक व्यवसालाई कसरी चक्रिय अर्थतन्त्रको अवधारणा तर्फ लैजाने भनेर सिक्नु हो । प्रमुख उद्देश्यहरू मध्ये एक उद्देश्य भनेको सहभागीहरूलाई चक्रिय मोड्युल र अवधारणाहरूको परिचय दिनु हो र साथै सहभागीहरूलाई आफ्नै एक चक्रिय व्यवसायका मोडेलहरू कसरी विकास गर्ने र प्रतिक्रिया लिने संयन्त्र कसरी निर्माण गर्ने भन्नेबारे जानकारी दिनु नै यस सत्रको उद्देश्य हो ।
- समय: एक दिन
- उपकरणहरू:
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्ट
  - डस्टर
  - मेटा कार्ड
  - कलमहरू
  - पिपिटी प्रस्तुती
  - प्रतिक्रिया संयन्त्रलाई समावेश गर्न प्रयोग गरिने फारम
  - बटरफ्लाई रेखाचित्रको प्राविधिक र जैविक चक्रको फारम

निर्देशनहरू:

- यस खण्डको सहजीकरण गर्न एउटा एएत बनाउनुहोस् ।
- यस निर्देशिकामा बक्सहरू छन् जसमा सहजकर्ताका लागि निर्देशनहरू लेखिएका छन् ।
- सहभागीहरूलाई प्रभावकारी रूपमा संलग्न गराउन र यस सत्रमा राखिएका मुद्दाहरूलाई स्पष्ट रूपमा व्याख्या गर्न तपाईले थप निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नु हुन्छ ।
- निर्देशनहरूमा केवल एक पछि अर्को के गर्ने भनेर लेखिएको छ ।
- यस कक्षाको सहजीकरण गर्न तपाईंसँग आवश्यक सबै सामग्रीहरू छन् भनेर निश्चित गर्नुहोस् ।

लिनियरबाट चक्रिय अर्थतन्त्रमा परिवर्तन गर्ने तरिका

सहजकर्ताका लागि निर्देशनहरू: **(समय: १० मिनेट)**

- सहभागीहरूसँग उनीहरूको विचारहरूको बारेमा छलफल गरेर सत्र सुरु गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूसँग उनीहरूले अघिल्लो सत्रहरूमा सिकेका विषयहरूको बारेमा छलफल गरी सत्र सुरु गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई एक प्रश्न सोध्नुहोस्, "के तपाईलाई अर्थतन्त्रलाई लिनियर मोडलबाट चक्रिय मोडलमा रूपान्तरण गर्नु महत्वपूर्ण छ जस्तो लाग्छ ?
- प्रत्येक सहभागीलाई एउटा वा दुईवटा बुँदा सबै समक्ष भन्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि एएत प्रस्तुत गरेर सत्र सुरु गर्नुहोस् ।

चक्रिय अर्थतन्त्रतर्फ उन्मुख हुनु भनेको पुरानो कागज प्रयोग गरेर नयाँ कागज बनाउनु जस्तै वस्तुको पुन: प्रयोग गर्ने मात्र होइन । चक्रिय अर्थतन्त्रतर्फ उन्मुख हुनु भनेको वस्तुको उत्पादन गर्ने शुरुवाती प्रक्रिया देखि त्यसको अन्त्य सम्मको प्रयोगमा हुने वातावरणीय प्रभावहरूको मूल्याङ्कन गर्नु पनि हो । चक्रिय अर्थतन्त्रमा, हामी फोहोरलाई बारम्बार प्रयोग गर्न सकिने गरी वस्तुको डिजाइन गर्छौं जसलाई रिजेनरेटिभ (regenerative) डिजाइन भनिन्छ ।

पुनरुत्थान/पुन: सदुपयोगी सोचाई

चक्रिय अर्थतन्त्रले मानिसको जीवन, समुदाय र वातावरणको गुणस्तर बढाउने धेरै सकारात्मक परिणामहरू ल्याउन सक्छ किनभने यो पुनरुत्थान (regenerative) प्रणालीमा आधारित हुन्छ । चक्रिय अर्थतन्त्रको प्रणालीको रेखाचित्रमा दर्साए जस्तै, पुनरुत्थान (regeneration) भन्नाले चक्रिय अर्थतन्त्र अन्तर्गत उत्पादन गरिएको वस्तु र सेवाहरूले आफ्नो जीवनचक्र र प्रयोगहरूमा आफूलाई नवीकरण वा पुन:पूर्ति गर्ने गर्छ भन्ने हो र यसरी चक्रिय अर्थतन्त्रको प्रणालीमा यसले योगदान पुऱ्याउँदछ ।

पुनरुत्थान/पुन: सदुपयोगीको सिद्धान्तहरू प्रयोग गर्दै, चक्रिय अर्थतन्त्रले दुर्लभ प्राकृतिक स्रोतहरूको प्रयोगबाट वृद्धि र स्थिरतालाई छुट्याउने गर्दछ । यसको सट्टा, यो उत्पादन र सामग्रीहरूबाट अधिकतम फाइदा लिनमा ध्यान केन्द्रित गर्दछ । हामीले प्रयोग गर्ने उत्पादन र सामग्रीहरू सामान्यतया ल्यान्डफिल/डम्प साइट वा नदीहरूमा फालिन्छ । तर पुनरुत्थान/पुन: सदुपयोगीको सिद्धान्तलाई अपनाएर, चक्रिय अर्थतन्त्रले उत्पादन र सामग्रीको मूल्यलाई अधिकतम बनाउनमा ध्यान केन्द्रित गर्दछ ।

सहजकर्ताका लागि निर्देशनहरू: **(समय: ६० मिनेट)**

- तपाइँको संस्थाको चक्रियता र ग्राहक वर्गका लागी सहयोग गर्नेबारे विचार गर्नुहोस् । यो तपाईंको कर्मचारी, तपाईंका उत्पादनहरूका प्रयोगकर्ता र ती समुदायहरूको कल्याण, शिक्षा वा समृद्धिलाई अझ राम्रो बनाएर गर्न सकिन्छ ।
- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "यदि तपाइँको संस्थामा काम गर्ने कर्मचारीहरूमा तपाइँको संस्था प्रति स्वामित्व सिर्जना गर्न तपाइँले कहाँ लगानी गर्नुहुन्छ ? शिक्षामा लगानी गर्दा के होला ? र तपाईंले आफ्नो संस्था सञ्चालन गर्ने सबै स्थानहरूमा लगानी गर्नुभयो भने के हुन्छ? तपाईं यो कसरी गर्न सक्नुहुन्छ ?"
- सहभागीहरूलाई सकेसम्म धेरै विकल्पहरू सूचीबद्ध गर्न अनुरोध गर्नुहोस् । (सहभागीहरूलाई १५ मिनेट दिनुहोस् ।)
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "यदि तपाईंले यी मध्ये केही विकल्पहरू लागू गर्नुभयो भने, यसले कसरी उत्पादनमा सुधार ल्याउन सक्छ ?" (आफ्नो विचार राख्न सहभागीहरूलाई ५ मिनेट समय दिनुहोस् ।)
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई एउटा प्रस्तुतीकरण तयार गर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- उदाहरणका रूपमा यहाँ केही प्रश्नहरू छन् । "स्वस्थ, शिक्षित, प्रकृतिसँग जोडिएको समृद्ध समुदायले कसरी छोटो र दीर्घकालीन रूपमा तपाईंको संस्थाहरू राम्रोसँग सहयोग गर्न सक्छ ? प्रतिभा भएका व्यक्तिहरूलाई संस्थामा टिकाई राख्न र आकर्षित गर्ने सन्दर्भमा यसले के फाइदाहरू ल्याउन सक्छ? यसले स्थानीय समुदायमा कसरी विश्वास र वफादारी बढाउन सक्छ? यसले तपाईको संस्थाको समृद्धि कसरी बढाउन सक्छ ?" ((सहभागीहरूलाई १५ मिनेट दिनुहोस् ।)
- प्रत्येक समूहले आफ्नो पोस्टर ३ मिनेटमा प्रस्तुत गर्नेछ । (३० मिनेट)

प्रतिक्रिया दिने संयन्त्रलाई समावेश गर्दै लैजाने तरिका

एकचोटि तपाईंले आफ्नो उत्पादन र सेवाहरू बजारमा पठाउनुभएपछि, तपाईंले आफ्ना उत्पादन र सेवाहरूमाथिको नियन्त्रण गुमाउनुहुनेछ । आफ्नो संस्थाले उत्पादन गरेको उत्पादनलाई बजारमा लैजानुअघि त्यस्ता उत्पादन तथा सेवाहरूको बारेमा प्रतिक्रिया लिनाले तपाईलाई आफ्नो उत्पादन र सेवाको बारेमा जान्ने मौका मिल्ने छ । यसो गर्नाले तपाई, तपाईंको संस्था, तपाईंको संस्थाको रणनीति र तपाईंको उत्पादन र सेवाहरूको प्रयोगकर्ता दुवैको लागि मूल्यवान हुनेछ ।

हामीलाई प्रतिक्रिया संयन्त्र किन चाहिन्छ ?

- प्रतिक्रिया लिने संयन्त्र चक्रिय अर्थतन्त्र अन्तर्गत सबैभन्दा महत्वपूर्ण सिद्धान्तहरू मध्ये एक हो ।
- यदि कुनै एक प्रणाली/व्यवसायमा प्रतिक्रिया लिने संयन्त्र छैन भने त्यो प्रणाली/व्यवसाय चक्रिय हुँदैन ।
- प्रतिक्रिया लिने संयन्त्रले व्यापारलाई अझ दुरुस्त बनाउँछ । उदाहरणका लागि, हामी हाम्रो प्रत्येक उत्पादनको तथ्यांक संकलन गर्न सक्छौं । तथ्यांकको विश्लेषण गरेर त्यो उत्पादनले कति ऊर्जा वा पानी खपत गरिरहेको छ, प्रक्रिया कस्तो छ, त्यसको स्रोत के हो, आदि बारे हामीले थाहा पाउन सक्छौं ।
- प्रतिक्रिया लिने संयन्त्र सम्बन्ध निर्माण गर्ने जस्तै हो । प्रतिक्रिया लिने र प्रतिक्रिया दिने एक अर्कासँग कुरा गर्छन् । यो प्रक्रियाले एकअर्कासँग सिक्ने मौका प्रदान गर्दछ भने भविष्यको लागि प्रक्रिया र उत्पादनमा आवश्यक परिवर्तनहरू ल्याउन मद्दत गर्दछ ।

सहजकर्ताका लागि निर्देशनहरू: **(समय: ३० मिनेट)**

- प्रत्येक सहभागीलाई टूलकिटमा भएको कार्यपत्र निकाल्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- कार्यपत्र प्रयोग गर्दै परीक्षण गरेर सिकाई पत्ता लगाउन पर्ने खाल्का आफ्ना उत्पादनहरू सूचीबद्ध गर्न सहभागीहरूलाई अनुरोध गर्नुहोस् । उनीहरूको उत्पादनहरूको परिकल्पना र अपेक्षाहरू लेख्न सहभागीहरूलाई अनुरोध गर्नुहोस् । (१० मिनेट दिनुहोस् ।)
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई यस्तो सिकाइ प्रमाणित गर्न आवश्यक पर्ने प्रमाणहरू लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । त्यसपछि सोध्नुहोस्, "कस्ता प्रकारको प्रतिक्रियाले तपाइँलाई के सिक्न चाहनु भएको थियो भनेर जान्न मद्दत गर्नेछ?" (१० मिनेट दिनुहोस्)
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "तपाईले यो तथ्यांक कसरी संकलन गर्ने योजना बनाउनुभएको छ ?
- तपाईलाई चाहिने तथ्यांक सङ्कलन गर्न, तपाइँ यो उपकरण कसरी तयार गर्नुहुन्छ ? (५ मिनेट दिनुहोस् ।)
- त्यसपछि अन्त्यमा सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "तपाईलाई के लाग्छ तपाईले लेखेका कुराहरू समय संगै कसरी परिवर्तन हुनेछ?" (५ मिनेट दिनुहोस् ।)

जाँदा जाँदै केही उपयोगी जानकारीहरू

- परीक्षण जति सक्नुहुन्छ त्यतिनै वास्तविक बनाउने कोशिस गर्नुहोस् ।
- प्रमाणित गर्नको लागि मात्र होइन, सिक्न र सुधार गर्नको लागि पनि परीक्षण गर्नुहोस् । परीक्षण गर्नु भनेको हाम्रो धारणाहरू पुष्टि गर्नु मात्र होइन आफ्नो उत्पादनलाई डिजाइन गर्नु हो ।
- आवश्यक तथ्यांक कसरी संकलन गर्ने भन्ने बारे विचार गर्नुहोस् ।
- वास्तविक रूपमा के सिक्न चाहनुहुन्छ, आफ्नो ध्यान त्यहि केन्द्रित गर्नुहोस् ।
- यस प्रक्रियामा, तपाईले नसोचेको जानकारी प्राप्त गर्न सक्नुहुन्छ र यसले तपाईलाई अर्को दिशातर्फ लैजान सक्छ । तर यो ठीकै छ ।
- परीक्षणको प्रक्रिया र तपाइँले पत्ता लगाउनु भएको निष्कर्षहरू लेख्दै पनि गर्नुहोस् ।

प्रतिक्रिया कार्यपत्र (Feedback Worksheet)

परिकल्पना/प्रश्न (म के सिक्न चाहन्छु ?)	**प्रमाण** (मलाई के जान्न आवश्यक छ र यसलाई म कसरी प्रयोग गर्न सक्छु ?	**तथ्यांक संकलन** (म प्रमाण कसरी जुटाउन वा संकलन गर्छु र संकलित प्रमाणलाई कसरी रेकर्ड गरेर राख्छु ?	गतिविधि/कार्य (म सो प्रमाण कसरी प्रयोग गर्न सक्छु ?)
उदाहरण: "हाम्रा ग्राहकहरूले हाम्रो नयाँ उत्पादन सुलभ रुपमा पाउने छन् र प्रयोग गर्न सजिलो भएको महशुस गर्नेछन् ।"	उदाहरण: "ग्राहकहरूलाई हाम्रा उत्पादनहरू प्रयोग गर्न सजिलो भएको हामी देख्न चाहन्छौं ।"	उदाहरण: "हामी सर्वेक्षण तथा प्रयोगमा आधारित परीक्षणद्वारा आवश्यक तथ्यांक संकलन गर्नेछौं ।"	उदाहरण: "ती तथ्यांक प्रयोग गरि म ग्राहकहरूसँग नयाँ ढंगबाट संलग्न हुने योजना बनाउनेछु ।"

परिकल्पना/प्रश्न (म के सिक्न चाहन्छु ?)	**प्रमाण** (मलाई के जान्न आवश्यक छ र यसलाई म कसरी प्रयोग गर्न सक्छु ?	**तथ्यांक संकलन** (म प्रमाण कसरी जुटाउन वा संकलन गर्छु र संकलित प्रमाणलाई कसरी रेकर्ड गरेर राख्छु ?	गतिविधि/कार्य (म सो प्रमाण कसरी प्रयोग गर्न सक्छु ?)

प्रमुख प्रवृत्ति, अवधारणा र सम्बन्धित उदाहरणहरू

यदि तपाइँ, तपाइँको टोली र तपाइँका साझेदारहरू चक्रिय अर्थतन्त्रको सिद्धान्त अनुरुप व्यवसाय सुरु गर्न चाहनुहुन्छ भने, तपाइँ, तपाइँको टोली र तपाइँका साझेदारहरूले चक्रिय अर्थतन्त्रको अवधारणाहरूको बारेमा राम्ररी बुझ्नुपर्छ। चक्रिय अर्थतन्त्रको बारेमा सम्बन्धित व्यक्तिहरूले के र कसरी कुरा गरिरहेका छन् भनेर जान्न पनि महत्त्वपूर्ण छ।

उद्यमीलाई सहयोग गर्ने संस्थाहरू चक्रिय अर्थतन्त्रको सहजकर्ताहरू हुन् । चक्रिय अर्थतन्त्रका अवधारणाहरूलाई कमजोर हुन नदिनु यस्ता संस्थाहरूको जिम्मेवारी हो । हामी प्रारम्भिक चरण वा विकासको प्रक्रियामा रहेका पहलहरूलाई सहजीकरण गर्छौं। त्यसो गर्दा, हामी त्यस्ता पहलहरूको वास्तविक प्रभाव के हुन्छ भनेर खयाल राख्छौं । उदाहरणको लागी, वस्तुहरूको पुनः प्रयोगमा केन्द्रित रहेर काम गर्नाले सधैंको लागि एक सही समाधान हुन्छ भन्ने हुदैन। वर्ल्ड रिसोर्सेस इन्स्टिट्यूटको ब्लगपोस्टमा लेखेझैं, कहिलेकाहीँ एउटा समस्याको समाधान सिर्जना गर्दा, हामी अन्जानमा अन्यत्र नयाँ समस्या सिर्जना गर्छौं।

वस्तुहरूलाई पुनः प्रयोग गर्न विभिन्न प्रकिया अपनाउँदा धेरै श्रोतको आवश्यकता पर्दछ र प्राकृतिक सामाग्रीहरूलाई प्लास्टिक संग मिसाउँदा भविष्यमा फोहोर उत्पन्न हुन सक्ने समस्या आउँछ । यसैले यो अवधारणाहरू बुझ्न र उद्यम वा साझेदारहरूको मूल्याङ्कन गर्दा खुला र आलोचनात्मक तबरले गर्न महत्वपूर्ण छ।

अर्को खण्डमा, तपाईंले चक्रिय अर्थतन्त्रको प्रमुख विचार र दृष्टिकोणकोबारे सिक्नुहुनेछ । हामी मुख्यतः एलेन म्याकार्थर फाउन्डेशनले दिएको परिभाषा, उपाय र स्रोतहरूमा ध्यान केन्द्रित गर्नेछौं । तर हामीले अन्य उपयुक्त फ्रेमवर्कहरूलाई पनि समावेश गरेका छौं किनभने यी फ्रेमवर्कहरूलाई बुझ्न महत्त्वपूर्ण हुन्छ।

तपाईको अवस्थासँग के कुरा राम्ररी मेल खान्छ भनेर बुझ्नको लागि आफ्नो समय लिनुहोस्। धेरै जटिल सोचमा नजानुहोस् र बिस्तारै आफ्नै तरिकाले अघि बढ्नुहोस्। यो टूलकिटले तपाइँको काममा सबै कुरा कसरी व्यावहारिक रुपमा लागू गर्ने भनेर तपाइँलाई सिकाउन मद्दत गर्दछ।

- चक्रिय अर्थतन्त्रको एलेन म्याकार्थर फाउन्डेशनको बटरफ्लाइ मोडेल - जैविक र प्राविधिक क्षेत्रहरू अलग अलग रुपमा राख्ने। सामग्रीहरू कसरी परिचालित हुन्छन् भन्ने बारे यहाँ सारांशमा दिईएको छ।

- भ्यालु हिलले वस्तुहरूको जीवनचक्रका विभिन्न चरणहरूमा आधारित एक वर्गीकरण बनाएको छ। यसले व्यवसायहरूलाई भ्यालु हिलले बनाएको वर्गमा आफूलाई वर्गकृत गर्न मद्दत गर्दछ। यसले अपनाउन सकिने चक्रिय रणनीतिलाई बुझ्न र चक्रिय नेटवर्कमा आफ्नो कुन साझेदारलाई समावेश गरिएको छैन भनेर पत्ता लगाउन मद्दत गर्दछ। तलको च-बिममभच को बारे पनि पढ्नुहोस्।
- मानवका आवश्यकताहरूलाई वातावरणीय स्थायित्वसँग सन्तुलन गर्नेबारे केट रावर्थ द्वारा लिखित "डोनट इकोनोमिक्स" मा लेखिएको छ।
- द दिस्रप्ट फ्रेमवर्क विभिन्न वस्तुहरूमा चक्रिय रणनीतिहरू कसरी अपनाउन सकिन्छ भन्ने बारे एक व्यापक सूची हो। यसमा ८० बटा रणनीतिहरू लेखिएका छन्। यी रणनीतिहरूले तपाईलाई तपाईले उत्पादन गर्नुभएको वस्तुलाई कसरी चक्रिय बनाउन सकिन्छ भन्नेबारे दिशानिर्देश र प्रेरणा दिने छ। यसमा चक्रियता अपनाउँदा के कसरी डिजाइन गर्ने, केको प्रयोग गर्ने र कसरी गर्ने, यसो गर्न कस्ता निर्णय लिने, व्यवसायिक मोडेल कस्तो हुने वा बनाउने, आफूले उत्पादन गरेको वस्तुलाई बजारमा कसरी लैजाने, प्रविधिको प्रयोग कसरी गर्ने भन्नेबारे रणनीतिहरू लेखिएका छन्।
- चक्रिय रणनीतिहरूले कम्पनीहरूलाई रिसाइकल गरेर, फोहोर घटाएर र वातावरणलाई हानी नगरी वस्तुहरू बनाउन नयाँ तरिकाहरू खोजेर स्रोतहरू राम्रोसँग प्रयोग गर्न मद्दत गर्छ। सर्कुलारिटी डेक एउटा खेल जस्तै हो जसले कम्पनीहरूलाई उनीहरूको लागि उत्तम रणनीतिहरू छान्न मद्दत गर्दछ। स्विट्जरल्यान्डका विभिन्न व्यवसायहरूले यी रणनीतिहरूलाई थप पर्यावरण-मैत्री हुन कसरी प्रयोग गरिरहेका छन् भनेर डब्लूडब्लूएफले लेखेको एक लेखमा लेखिएको छ।
- रिजोल्भ फ्रेमवर्कमा चक्रिय अर्थतन्त्रका तीनवटा सिद्धान्तहरूलाई व्यवसायका छ वटा कार्यहरूमा कार्यान्वयन गरिएको छ। यी हुन्: पुनः जीवनमा ल्याउने, अरूलाई पनि दिने, उत्कृष्ट वा सबैभन्दा प्रभावकारी रुपमा प्रयोग गर्ने, पुनः प्रशोधन र पुनः प्रयोगको प्रक्रियामा राख्ने, कुनै वस्तुको भर्चुअल संस्करण सिर्जना गर्ने, र आदानप्रदान गर्ने। यस फ्रेमवर्कले कार्यलाई मार्गदर्शन गर्न तीन सिद्धान्तहरू पनि प्रस्ताव गर्दछ। १) बुद्धिमानीपूर्वक वस्तुहरू प्रयोग गरेर प्रकृतिको ख्याल राख्नुहोस् र हामीले हाम्रा सबै स्रोतहरू प्रयोग गर्दैनौं भनेर सुनिश्चित गर्नुहोस्। २) वस्तुको पुनः प्रयोग गर्ने र अरुलाई पनि प्रयोग गर्न दिने र ३) वातावरणलाई हानि गर्ने समस्याहरूको खोज गरि समाधान गरेर वस्तुहरूलाई अझ राम्रो बनाउने।

बटरफ्लाइ मोडल बारे जान्नुहोस्

चक्रिय अर्थतन्त्रको प्रणाली रेखाचित्रलाई बटरफ्लाइ रेखाचित्र भनेर पनि चिनिन्छ। यस रेखाचित्रले चक्रिय अर्थतन्त्रमा वस्तु तथा सामग्रीहरू कसरी निरन्तर रुपमा परिणत भइरअन्छ भनेर चित्रण गर्दछ। यसमा दुई प्रमुख चक्रहरू छन्। यी हुन् प्राविधिक चक्र र जैविक चक्र। प्राविधिक चक्रमा, उत्पादन तथा सामग्रीहरू पुनः प्रयोग, मर्मत, र पुनः निर्माण जस्ता प्रक्रियाहरू मार्फत सर्कुलेशनमा राखिन्छन्। जैविक चक्रमा, जब वस्तुहरू जैविक वा प्राकृतिक रूपमा र हानिकारक नहुने तरिकामा कुहिन्छन्, तिनीहरूका पोषक तत्वहरूलाई फेरि बढ्न मद्दत गर्न पृथ्वीमा फर्काइन्छ।

बटरफ्लाइ चित्रको बायाँतर्फमा जैविक चक्र रहेको छ। यस चित्रमा जैविक वा प्राकृतिक रूपमा र हानिकारक नहुने तरिकामा कुहिने वस्तुहरूका लागि हो जुन टुक्रिन सक्छ र सुरक्षित रूपमा पृथ्वीमा फर्कन सक्छ, जस्तै खाना। कहिलेकाहीँ, कपास वा काठ जस्ता सामग्रीहरू पनि यो चक्रमा सामेल हुन सक्छन् जब तिनीहरू प्रयोग गर्न सकिँदैन र टुट्न थाल्छ।

सहजकर्ताका लागि निर्देशनहरू: **(समय: ४५ मिनेट)**

- पावरपोइन्ट प्रस्तुतीकरण खोल्नुहोस् र सहभागीहरूलाई बटरफ्लाइ रेखाचित्र देखाउनुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई टुलकिटमा प्रदान गरिएको प्राविधिक चक्रको कार्यपत्र खोल्न अनुरोध गर्नुहोस् ।

प्राविधिक चक्रको कार्यपत्र (Technical Cycle Worksheet) को प्रयोगको लागि दिशानिर्देशहरू:

- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, “यो कसरी पुनः प्रयोग हुन्छ? तपाइँको उत्पादन वा सामग्री लामो समयको लागि प्रयोग हुनेछ भनेर तपाइँ कसरी सुनिश्चित गर्नुहुन्छ ? जस्तै मानिसहरूले आफ्ना सवारी साधनहरू एक आपसमा प्रयोग गर्ने खाल्का सेवाको रूपमा एउटा वस्तु दिएर ।
- सहभागीलाई सोध्नुहोस्, “तपाईंले सजिलै मर्मत गर्न वा लामो समयसम्म प्रयोग गर्न सकिने वस्तु कसरी डिजाइन गर्नुहुन्छ ?” (५ मिनेट दिनुहोस्)
- सहभागीलाई सोध्नुहोस्, “आफ्नो उत्पादनलाई पुनः बजारमा लैजानु अघि, त्यसको कुनै पनि क्षतिग्रस्त कम्पोनेन्टहरू प्रतिस्थापन गर्न कसरी उत्पादन गर्ने कारखानामा ल्याउन सकिन्छ ? (५ मिनेट दिनुहोस्)
- सहभागीलाई सोध्नुहोस्, “तपाईं कसरी उत्पादनहरू शुद्ध सामग्रीबाट बनाउन सक्नु हुन्छ ? कसरी ती सामग्रीमा पुनः प्रयोग गर्न मिल्ने मापदण्ड कस्ता हुनछन् ताकी त्यस वस्तुलाई पहिले जुन कच्चा पदार्थको रुपमा थियो त्यही अवस्थामा ल्याउन सकियोस् । (५ मिनेट दिनुहोस् ।)
- कार्यपत्रको प्रत्येक प्रश्नमा, दुई कोलमहरू छन् । “मेरो उत्पादनको लागि यो कसरी सम्भव हुन सक्छ?“ र “मेरो उत्पादनको लागि के आवश्यक छ र त्यो पूरा गर्नबाट के कूराले रोकिरहेको छ ?”

जैविक चक्र कार्यपत्र (Biology Cycle Worksheet) का दिशानिर्देशहरू:

- सहभागीलाई सोध्नुहोस्, “प्राकृतिक रुपमा पाईने जैविक वस्तुलाई फ्यालिनु अघि त्यसता वस्तुको पोषिलो तत्वलाई तपाई कसरी आफ्नो उत्पादनमा प्रयोग वा पुनः प्रयोग गर्ने कुरा सुनिश्चित गर्नुहुन्छ ? (५ मिनेट दिनुहोस् ।)
- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, “तपाईंको उत्पादनले कसरी जीवित चीजहरूबाट उपयोगी पोषक तत्वहरू लिन मद्दत गर्दछ ? किनभने तपाईंको उत्पादनमा प्रयोग हुने केही अंशहरू प्रकृतिबाट आउँछन् । उदाहरणका लागि, सुन्तलाको बोक्राले हामीलाई लिमोनिन प्रदान गर्दछ, जुन तपाईंले प्रयोग गर्ने सौन्दर्यका सामानहरूमा प्रयोग हुन सक्छ । (५ मिनेट समय निकाल्नुहोस् ।)
- सहभागीलाई सोध्नुहोस्, “तपाइँको उत्पादनले प्रयोग गरिसकेपछि पोषक तत्वहरूलाई कसरी पृथ्वीमा फर्काउँछ ?” (५ मिनेट दिनुहोस् ।)
- कार्यपत्रको प्रत्येक प्रश्नमा, दुई कोलमहरू छन्: “मेरो उत्पादनको लागि यो कसरी सम्भव हुन सक्छ ?” र “मेरो उत्पादनको लागि के आवश्यक छ र त्यो पूरा गर्नबाट के कुराले रोकिरहेको छ ?”

प्राविधिक चक्र कार्यपत्र (Technical Cycle Worksheet)

	मेरो उत्पादनको लागि यो कसरी सम्भव हुन सक्छ ?	**मेरो उत्पादनको लागि के आवश्यक छ र त्यो पूरा गर्नबाट के कूराले रोकिरहेको छ ?**
१. पुनःप्रयोग गर्न सकिन्छ । (यो कसरी पुनः प्रयोग हुन्छ ? तपाइँको उत्पादन वा सामग्री लामो समयको लागि प्रयोग हुनेछ भनेर तपाइँ कसरी सुनिश्चित गर्नुहुन्छ ? जस्तै मानिसहरूले आफ्ना सवारी साधनहरू एक आपसमा प्रयोग गर्ने खाल्का सेवाको रूपमा एउटा वस्तु दिएर ।		
२. पुनःमर्मत गर्न मिल्ने छ । (तपाईंले सजिलै मर्मत गर्न वा लामो समयसम्म प्रयोग गर्न सकिने वस्तु कसरी डिजाइन गर्नुहुन्छ ?"		
३. पुनःनिर्माण गर्न मिल्ने छ । "आफ्नो उत्पादनलाई पुनः बजार मा लैजानु अघि, त्यसको कुनै पनि क्षतिग्रस्त कम्पोनेन्टहरू प्रतिस्थापन गर्न कसरी उत्पादन गर्ने कारखानामा ल्याउन सकिन्छ ?		
४ रिसाइकल गरिन्छ । "तपाईं कसरी उत्पादनहरू शुद्ध सामग्रीबाट बनाउन सक्नु हुन्छ ? कसरी ती सामग्रीमा पुनः प्रयोग गर्न मिल्ने मापदण्ड कस्ता हुनछन् ताकी त्यस वस्तुलाई पहिले जुन कच्चा पदार्थको रुपमा थियो त्यही अवस्थामा ल्याउन सकियोस् ।		

बटरफ्लाइ रेखापत्रको प्राविधिक चक्र

रेखाचित्रमा साना भित्री लूपहरूलाई ठूला बाहिरी लूपहरूले घेरिएको देखाएको छ । भित्री लूपहरूले कुनै वस्तुको अधिक मूल्य राख्न सक्छन् किनभने तिनीहरूले ती वस्तु पूर्ण रुपमा कायम राख्छन् । उदाहरणका लागि एउटा काम गर्ने स्मार्टफोन लिनुहोस्, यसको विभिन्न भागहरू भन्दा बढी स्मार्टफोन मूल्यवान हुन्छ किनभने यसलाई बनाउन समय, मिहेनत र ऊर्जा खर्च गर्नुपर्छ जुन चाँहि कतैपनि हराउँदैन । त्यसैले, साझेदारी, मर्मत, र पुनः प्रयोग जस्ता भित्री लूपहरूलाई बाहिरी लूपहरू भन्दा प्राथमिकता दिइनु पर्छ । भित्री लूपहरू प्रयोग गर्दा ग्राहक र व्यवसायहरूका लागि कम खर्चिलो हुन्छ किनभने उनीहरूले नयाँ वस्तु बनाउनमा लगानी गर्नुको सट्टा पहिले नै चलनमा रहेका उत्पादनहरू र सामग्रीहरूको प्रयोग गर्छन् ।

त्यसैले बाहिरी लूपमा रहेको रिसाइकिलिंग चक्रिय अर्थतन्त्रको अन्तिम विकल्प हो किनभने रिसाइकिलिंग गरेपछि सो वस्तुमा भएको गुणलाई गुमाउनु हो । भित्री लुपबाट काम गर्दै, यो प्रत्येक चरणमा जान्छ । यदि उत्पादनहरू त्यो विशेष चरणको लागि डिजाइन गरिएको हो भने यी प्रत्येक चरणहरूले राम्रोसँग काम गर्नेछ भन्ने कुरा सुरुदेखि ध्यानमा राख्नु महत्त्वपूर्ण छ । अरुलाई पनि प्रयोग गर्न दिन वा पुनः प्रयोग गर्नका लागि बनाइएका वस्तुहरू धेरै प्रयोग गर्दा लामो समयसम्म टिक्ने खाल्का बनाउन महत्वपूर्ण हुनछ । यसको मतलब सजिलैसँग फिक्स गर्न सकिने वस्तुहरू बनाउनु, प्रतिस्थापन गर्न र फेरि बनाउन सकिने गरि बनाउन वा सजिलैसँग छुट्याउन र पुनः प्रयोग गर्न सकिने सामग्रीहरू बनाउनु हो । वस्तुहरू डिजाइन गर्न पनि महत्वपूर्ण छ ताकि तिनीहरू बारम्बार प्रयोग गर्न सकियोस् ।

अरुलाई पनि प्रयोग गर्न दिन: अरूसँग मिली वस्तुहरू प्रयोग गर्नु प्राविधिक चक्रको पहिलो चरण हो । यद्यपि यो अर्थतन्त्रमा सबै प्रकारका उत्पादनहरूको लागि उपयुक्त छैन । यसरी अरूसँग मिली वस्तुहरू प्रयोग गर्यौं भने सो वस्तुलाई धेरै कार्यमा प्रयोग गर्न सकिन्छ । उदाहरणका लागि ड्रिल जस्ता उपकरणलाई लिनुहोस् । के तपाईंलाई थाहा छ, औसतमा, एक पावर ड्रिल १३ मिनेटको लागि मात्र प्रयोग गरिन्छ? यद्यपि, हामीमध्ये धेरैको आफ्नै एउटा ड्रिल हुन्छ । सबैको आफ्नै एउटा ड्रिल हुनुको सट्टा, किन अरूसँग मिली ड्रिल प्रयोग नगर्ने? टोरन्टोमा जस्तै सामुदायिक पुस्तकालयहरू मानिसहरूलाई थोरै शुल्कमा उपकरणहरू उधारो लिन्छन् । यस तरिकाले, उनीहरूले खरिद नगरी राम्रो उपकरणहरूमा पहुँच पाउँछन् । यस प्रकारका पुस्तकालयहरू धेरै समुदायहरूमा खोल्न थालिएका छन् ।

वस्तुहरू अरूसँग मिली प्रयोग गर्ने सिद्धान्त विभिन्न उत्पादन तथा वस्तुहरूमा लागू गर्न सकिन्छ । धेरै व्यवसायहरू अहिले पनि छन् जसले प्रयोगकर्ताहरूलाई अरूसँग मिली लुगा प्रयोग गर्न दिन्छन् । संसारभरि त्यसता अभ्यासहरू छन् जहाँ मानिसहरूले एकअर्कासँग गाडि प्रयोग गर्न सक्छन् । ब्चदलद एउटा त्यसतो प्लेटफर्म हो जसले मानिसहरूलाई एकअर्कासँग बस्ने ठाँउ उपलब्ध गराउँछ । यहाँ बीमा कम्पनीहरू पनि छन् जसले माइक्रो बीमा प्रदान गर्दछ जो अतिरिक्त पैसा कमाउन खोजिरहेका व्यक्तिहरूका लागि उपयुक्त छन् । यो गर्नको लागि, उनीहरूले आफ्नो वस्तुहरू वेबसाइटमा पोस्ट गर्छन् जुन उनीहरू जस्तै अरु मानिसहरूका लागि हो । त्यहाँ च्जभबउथि नामक एक प्लेटफर्म पनि छ जसले संस्थाहरूलाई उपकरणहरू प्रयोगका लागि दिन्छन् । यदि च्जभबउथि जस्ता प्लेटफर्म नभईदिएको भए ती वस्तु प्रयोगमा नल्याई त्यतिके थन्काईन्थयो होला ।

मर्मतसम्भार: यदि वस्तुहरू अरूसँग मिली प्रयोग गर्ने तरिका वस्तुको प्रयोगको तीव्रता बढाउने तरिका हो भने, वस्तु वा उत्पादनको गुण बढाउने अर्को तरिका भनेको यसको प्रयोगयोग्य जीवनलाई लम्ब्याउनु हो । मर्मतसम्भार उत्पादन वा वस्तुहरूलाई उच्च गुणस्तरमा राख्ने एक महत्वपूर्ण तरिका हो । मर्मतसम्भारल वस्तुलाई कार्य गर्न असफल हुनबाट जोगाई राख्छ । जब तपाइँ मर्मतसम्भारको बारेमा सोच्नुहुन्छ, तपाइँ

तपाइँको मोटरकार सर्भिसिङको लागि दिएको सम्झिनु हुन्छ । उदाहरणका लागि, क्लोड्स् डाक्टरले हेरचाह र मर्मतसम्भारको बारेमा जानकारीमूलक जानकारी प्रदान गर्दछ र मानिसहरूलाई उनीहरूले आफ्नो लुगाको हेरचाह कसरी गर्न सक्छन् भनेर सल्लाह सुझाव दिन्छन् ।

पुनः प्रयोगः बटरफ्लाइ रेखापत्रको प्राविधिक चक्रको अर्को लूपमा पुनःप्रयोग पर्दछ । वस्तुहरू अरूसँग मिली प्रयोग गर्ने र मर्मतसम्भार जस्तै वस्तु तथा उत्पादनको पुनः प्रयोगले वस्तु तथा उत्पादनहरूलाई ती वस्तु तथा उत्पादनको मूल रुप र उद्देश्यलाई बरकरार राख्दछ । यो विभिन्न उद्योगहरूमा र विशेष गरी प्याकेजिङ्गमा लोकप्रिय हुँदै गइरहेको छ । विशेष गरी प्याकेजिङमा प्लास्टिकको पुनःप्रयोग धेरै प्रभावकारी छ । प्लास्टिकको पुनः प्रयोग गर्ने तरिका खाना, पिय पदार्थ, श्रृङ्गारका सामान बेच्ने तथा घर सरसफाई गर्ने विश्वका धेरै व्यवसायहरूले अपनाएका छन् ।

बढ्दो रुपमा पुनःप्रयोगको सिद्वान्त प्रयोग गर्ने उद्योगमा कपडा उद्योग पनि पर्दछ। धेरै मानिसहरूले आफूलाई नचाहिने लुगाहरू बेचिरहेका छन् र कम मूल्यमा अरुले प्रयोग गरेको कपडा बेच्ने पसलहरूबाट कपडा खरिद गरिरहेका छन् । यसले नयाँ वस्तुहरूको आवश्यकतालाई कम गर्न र फोहोर रोक्न मदत गर्छ ।

पुनः वितरणः पुनः वितरण भनेको वस्तु तथा उत्पादनहरू फ्याँक्नुको सट्टा अरू कसैलाई दिनु हो । यसले वस्तु तथा उत्पादनहरू फोहोरमा परिणत हुनुको सट्टा प्रयोगमा राख्छ । उदाहरणका लागि, एउटा कपडाको ब्रान्डले एउटा पसलमा बिक्री नभएका लुगाहरू अर्को पसलमा पठाउन सक्छ जहाँ उनीहरूले अझ राम्रो बिक्री गर्न सक्छन् ।

नविकरण गर्नेः प्रयोगमा आईसकेका वस्तु तथा उत्पादनहरूलाई फेरि नयाँ जस्तै बनाउनुलाई रिफर्बिसिङ्ग भनिनछ । टुटेका भागहरू मर्मत गर्ने, तिनीहरूले काम गर्ने तरिका अपडेट गर्ने वा तिनीहरूलाई अझ राम्रो देखिने बनाउन कार्य यस अन्तर्गत पर्दछ । प्रयोगकर्ता आफैले आफ्ना सामानहरू रिफर्बिसिङ्ग गर्न सक्छन् वा प्राविधिक विज्ञबाट मद्दत लिन सक्छन् । राईट्स टु रिपेयर एक आन्दोलन हो । उपभोक्ताले आफैले मर्मत गर्न सक्ने खाल्का वस्तुहरू उत्पादन गर्नु पर्छ भन्ने नीति बनाउनुपर्ने सो आन्दोलनले पैरवी गरिरहेको छ । रिफर्बिसिङ्ग गरेर आफ्नो उत्पादनहरूलाई प्रयोगमा टिकाई राख्ने कम्पनीहरू धेरै छन् । एउटा राम्रो उदाहरण भनेको प्राविधिक उद्योग हो । धेरै कम्पनीहरूले प्रयोग गरिएका फोनहरू किनी रहेका छन्, तिनीहरूलाई रिफर्बिसि गरिरहेका छन् र सस्तो मूल्यमा फेरि बेचिरहेका छन् ।

पुनःउत्पादनः प्राविधिक चक्रको अर्को चरण भनेको पुनःउत्पादन हो । जब वस्तु तथा उत्पादनहरूलाई त्यसको हालको अवस्थामा फेरि बजारमा पठाउन सकिँदैन, पुनः प्रयोग गर्न अगाडि धेरै नै काम गर्नुपर्ने हुन्छ, फेरि इन्जिनियरिङ गर्नुपर्ने हुन्छ र वस्तुमा प्रयोग गर्ने विभिन्न सामग्रीहरूलाई फेरि नयाँ सामग्रीहरू प्रयोग गर्नुपर्ने हुन्छ या वस्तुहरूको सामग्रीहरूलाई फेरि नयाँ जस्तै बनाउने तथा पहिलाको भन्दा अझ राम्रो तरिकाले काम गर्ने खाल्को बनाउनका लागि पुनर्निर्माण जरुरी हुन्छ । पुननिर्माण गरिएका वस्तु तथा यसका सामग्रीहरू मा वारेन्टी पनि दिएको हुन्छ । प्रावधिक चक्रको भित्री लूपका भन्दा यसमा अधिक लगानी गर्नु जरुरी हुन्छ। यसको मतलब के हो भने त्यस्ता वस्तुहरू लाई फोहोरमा परिणत गरिँदैन। २००० को दशकदेखि नै चीनले चक्रिय अर्थतन्त्रलाई आफ्नो प्राथमिकताको अर्थतन्त्रको रुपमा लिँदै आएको छ र यो अर्थतन्त्र विशेष गरी सवारी साधनको पुननिर्माणमा लागू गरिएको छ ।

रिसाइक्लिंगः प्राविधिक चक्रको अन्तिम चरण रिसाइक्लिंग हो । यो तब हुन्छ जब कुनै वस्तु तथा उत्पादनलाई प्रयोग गर्न सकिँदैन र त्यसलाई नविकरण वा पुनः निर्माण गर्न पनि सकिँदैन । रिसाइक्लिंग भनेको कुनै एक वस्तु बनाउनको लागि प्रयोग गरेको सामग्रीहरूलाई प्रयोगमा राखिराख्नु हो ताकि ती

सामग्रीहरू फोहोरमा परिणत नहुन् । रिसाइक्लिङ गर्दा खेरि त्यो वस्तुमा भएको गुण र त्यो वस्तु बनाउँदा खेरि खर्च भएको समय को नाश हुन्छ । तर त्यो सामग्रीको गुणलाई चाहिँ बरकरार राखिन्छ । रिसाइटिङ भने को कुनै एक वस्तु वा त्यो वस्तुको सामग्रीलाई एउटा आधारभूत सामग्रीमा परिणत गर्नुहो र नयाँ सामग्री बनाउनका लागि निर्माणको प्रक्रियामा लैजानु हो । सबै वस्तुहरूलाई रिसाइक्लिङ गर्न मिल्ने खालको बनाउन जरुरी हुन्छ । तर त्यस्तो खालको वस्तुहरू प्राविधिक चक्रको अन्य चक्रमा त्यति उपयुक्त हुँदैन ।

जैविक चक्र कार्यपत्र (Biology Cycle Worksheet)

	मेरो उत्पादनको लागि यो कसरी सम्भव हुन सक्छ ?	मेरो उत्पादनको लागि के आवश्यक छ र त्यो पूरा गर्नबाट के कूराले रोकिरहेको छ ?
प्राकृतिक रुपमा पाईने जैविक वस्तुलाई फ्यालिनु अघि त्यसता वस्तुको पोषिलो तत्वलाई तपाई कसरी आफ्नो उत्पादनमा प्रयोग वा पुनः प्रयोग गर्ने कुरा सुनिश्चित गर्नुहुन्छ ?		
"तपाईंको उत्पादनले कसरी जीवित चीजहरूबाट उपयोगी पोषक तत्वहरू लिन मद्दत गर्दछ ? किनभने तपाईंको उत्पादनमा प्रयोग हुने केही अंशहरू प्रकृतिबाट आउँछन् । उदाहरणका लागि, सुन्तलाको बोक्राले हामीलाई लिमोनिन प्रदान गर्दछ, जुन तपाईंले प्रयोग गर्ने सौन्दर्यका सामानहरूमा प्रयोग हुन सक्छ ।		
"तपाईंको उत्पादनले प्रयोग गरिसकेपछि पोषक तत्वहरूलाई कसरी पृथ्वीमा फर्काउँछ ?		

बटरफ्लाइ रेखापत्रको जैविक चक्र

जैविक चक्रले पोषण तत्वहरूलाई धर्तीमा फेरि कसरी मिलाउने भन्ने प्रक्रियाको बारेमा बुझाउँछ र प्रकृतिलाई फेरि रिजनरेट गर्दछ । यो खण्डमा बटरफ्लाई रेखाचित्रको जैविक चक्रका सिद्धान्तहरूको बारेमा लेखिएका छन् ।

रिजेनरेशन: जैविक चक्रको केन्द्रमा रिजेनरेशनको अवधारण रहेको छ । यो चक्रिय अर्थतन्त्रको तेस्रो अवधारणा हो । लिनियर अर्थतन्त्रमा झै प्रकृतिलाई ह्रास पुऱ्याउनुको सट्टा चक्रिय अर्थतन्त्रले हामीलाई प्रकृतिलाई कसरी स्यार गर्ने भन्ने बारे सिकाउँछ । प्रकृतिलाई माटोको उर्वरा शक्ति बढाउने र जैविक विविधतालाई बढाउने खालका कृषिका अभ्यासहरू हामी अपनाउँछौं । हाम्रो खाद्य प्रणालीले जैविक तत्वलाई खेर फ्याल्नु भन्दा पृथ्वीमा नै फिर्ता पठाउँछ । हामी वातावरणलाई हानि पुर्याउनेमा मात्र होइन वातावरणलाई कसरी राम्रो बनाउने भनेर सोच्नुपर्छ ।

खेती : हामीले खेती, वन र माछापालनलाई प्रकृतिलाई फाईदा हुने तरिकामा व्यवस्थापन गर्न सक्छौं । यसता फाइदाहरूमा माटोलाई स्वस्थ बनाउनु, जैविक विविधतालाई राम्रो बनाउनु, हावा र पानीको गुणस्तर बढाउनु र माटोमा कार्बनलाई भण्डारण गर्नु पर्छ । विभिन्न अभ्यासहरूले इकोसिस्टमलाई रिजेनरेट गर्न र कृषि क्षेत्र र वरपरका परिदृश्यहरूमा जैविक विविधता र सामना गर्न वा कठिनाइहरूबाट छिट्टै पुनः प्राप्ति गर्ने क्षमता बढाउन मद्दत गर्न सक्छ ।

यी लक्ष्यहरू प्राप्त गर्न, किसानहरूले पुनर्उत्पादनीय, पुनर्स्थापनात्मक मत्स्यपालन, खेतिपाती, वृक्षारोपण, र संरक्षण जस्ता विभिन्न दृष्टिकोणहरू प्रयोग गर्न सक्छन् । यी विधिहरूले खेतहरूमा पुनः उत्पादनीय परिणामहरू प्रवर्द्धन गर्न उपयुक्त अभ्यासहरू अपनाउन मद्दत गर्दछ । खाद्यान्न उत्पादन र उपभोग गरेपछि, जैविक फोहोरहरू सङ्कलन गर्न सकिन्छ र कम्पोस्टिङ तथा सूक्ष्मजीवहरूले बायोडिग्रेडेबल तत्वलाई तोड्ने जैविक प्रक्रिया मार्फत उक्त पोषक तत्व माटोमा फर्काउन सकिन्छ । यदि यी पोषक तत्वहरू पुनःपूर्ति गरिएन भने माटोले यसको उर्वरता गुमाउँछ जसले किसानहरूलाई उत्पादकताको लागि रासायनिक मलमा बढी निर्भर गराउँदछ ।

कम्पोस्टिंग र सूक्ष्मजीवहरूले बायोडिग्रेडेबल तत्वलाई तोड्ने जैविक प्रक्रिया : कम्पोस्टिङ भनेको प्राकृतिक जीवहरूले खाना तथा अन्य प्राकृतिक तत्वलाई अक्सिजनसँग मिलाउन मसिनो तत्व बनाउनु हो । यसले खाना तथा खानाको तत्वलाई कम्पोस्ट बनाउँछ, जसले रासायनिक मलको आवश्यकता बिना माटोलाई स्वस्थ बनाउन मद्दत गर्दछ । यो सबै जीवाणु र कवक जस्ता साना जीवित चीजहरू द्वारा प्राकृतिक रूपमा गरिन्छ ।

सूक्ष्मजीवहरूले बायोडिग्रेडेबल तत्वलाई तोड्ने जैविक प्रक्रियालाई एनोबैक डाईजेशन भनिन्छ । यो जैविक फोहोरलाई पुनः प्रयोग गर्ने प्रकृया हो । यो कम्पोस्टिङ जस्तै हो, तर यो अक्सिजन नभएको अवस्थामा हुनछ । सूक्ष्मजीवहरूले फोहोरलाई खान्छ, बायोग्यास र 'डायजेस्टेट' उत्पादन गर्छ । बाँकी रहेको जमिनमा प्रयोग गर्न सकिन्छ वा मलमा परिणत गर्न सकिन्छ । बायोग्यास, मुख्यतया मिथेन र कार्बन डाइअक्साइडबाट बनेको, प्राकृतिक ग्यास जस्तै ऊर्जाको लागि प्रयोग गर्न सकिन्छ । यो विधि चक्रिय अर्थतन्त्रमा मेल खान्छ किभने यो माटोमा जैविक तत्वलाई मिसाउने प्राकृतिक प्रकृया हो ।

क्यासकेड : जैविक चक्रका यी लूपहरूले पहिले नै प्रयोगमा रहेका उत्पादनहरू र सामग्रीहरू प्रयोग गर्छन् । उदाहरणका लागि, सुन्तलाको बोक्राबाट कपडाहरू जस्ता अन्य सामग्रीहरू सिर्जना गर्ने अथवा खानाका उप-उत्पादनहरू प्रयोग गरेर वस्तु बाउने वा केराको बोक्राबाट केचप बनाउने । तिनीहरू पनि पशु आहारका लागि प्रयोग गर्न सकिन्छ । जब उत्पादन वा सामग्रीहरू प्रयोगयोग्य हुँदैनन्, तिनीहरू जैविक चक्रको बाहिरी लूपहरूमा माटोमा फर्किन्छन् ।

खेत र प्रयोग गरिएका वस्तुहरूबाट जैविक सामग्री सङ्कलन : खेत र प्रयोग गरिएका वस्तुहरूबाट जैविक सामग्री सङ्कलन पहिलो चरण हो । यी सामग्रीहरू त्यसपछि बायोरिफाइनरीहरूमा थोरै मात्रामा मूल्यवान

रसायनहरू बनाउन प्रयोग गरिन्छ । बायोरिफाइनरीहरूले विभिन्न चरणहरू पार गरेर जैविक सामग्रीबाट अन्य उपयोगी वस्तुहरू पनि बनाउन सक्छन् । उदाहरणका लागि, तिनीहरूले पहिले उच्च-मूल्य रसायन र स्वास्थ्य उत्पादनहरू बनाउन सक्छन्, र त्यसपछि अन्य रसायनहरूको ठूलो मात्रा बनाउन सक्छन् ।

याद गर्नु गर्ने प्रमुख कुराहरू

सहजकर्ताका लागि निर्देशनहरू: **(समयः १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई बाहिर भेट्नलाई अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई गालो आकारमा उभिन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई के मन पर्यो, के मन परेन र के परिवर्तन गर्नु पर्छ भनेर सोध्नुहोस् ।
- उहाँहरूलाई अर्को मास्टरक्लास बारे छोटोमा भन्नुहोस् । (मिति, समय र स्थानहरू)

थप पढ्ने सामग्रीहरू:

- *https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy-diagram*
- *https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/examples*
- *https://www.ellenmacarthurfoundation.org/articles/the-technical-cycle-of-the-butterfly-diagram*
- *https://www.ellenmacarthurfoundation.org/articles/the-biological-cycle-of-the-butterfly-diagram*

मास्टर क्लास-२
चक्रिय रणनीति

सहजकर्ताः आरती श्रेष्ठ, रोहन श्रेष्ठ, विशेषता श्रेष्ठ र पद्माक्षी राणा

मास्टर क्लास २ :
सर्कुलर फाइनान्स र प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोष

तपाईलाई के बारे जानकारी दिइनेछ ?

- चक्रिय फाइनान्स (वित्त) भनेको के हो ?
- विभिन्न चक्रिय मोडेलहरू के कस्ता छन् ?
- चक्रिय समाधानहरूबारे सारांश
- प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोष प्रयोग गर्ने दिशानिर्देशहरू
- कोष को उपयोगको अभिलेखिकरण तथा रिपोर्टिङको लागी दिशानिर्देश

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू

यस सत्रको उद्देश्यः यस सत्रको मुख्य उद्देश्य चक्रिय अर्थतन्त्र र चक्रिय फाइनान्स (वित्त) को बारेमा सहभागीहरूमाझ बुझाई विकास गर्नु हो । यस सत्रमा, सहजकर्ताहरूलाई प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोष कसरी वितरण तथा उपलब्ध गरिनेछ र स्वीकार्य र अस्वीकृत खर्चहरू के-के हुन् भनेर जानकारी दिईनेछ। सहभागीहरूले कोषको प्रयोगको रिपोर्टिङ कसरी उपलब्ध गराउने भनेर पनि सहजकर्ताहरूले व्याख्या गर्नेछन् ।

- समयः एक दिन
- उपकरणहरुः
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरु
  - फ्लिप चार्ट
  - डस्टर
  - मेटा कार्ड
  - कलमहरु
  - पिपिटी प्रस्तुती
  - औद्योगिक क्रान्तिका तस्बिरहरु
  - QR कोडका प्रीन्टस्

निर्देशनहरू:

- यस खण्डको सहजीकरण गर्न एउटा एएट बनाउनुहोस् ।
- यस निर्देशिकामा तालिकाहरु छन् जसमा सहजकर्ताका लागि निर्देशिहरु लेखिएका छन् ।
- सहभागीहरूलाई प्रभावकारी रूपमा संलग्न गराउन र यस सत्रमा राखिएका मुद्दाहरूलाई स्पष्ट रूपमा व्याख्या गर्न तपाईले थप निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नु हुन्छ ।
- निर्देशनहरूमा केवल एक पछि अर्को के गर्ने भनेर लेखिएको छ ।
- यस कक्षाको सहजीकरण गर्न तपाईंसँग आवश्यक सबै सामग्रीहरू छन् भनेर निश्चित गर्नुहोस् ।

दर्ता र कार्यशालाको सुरुमा चक्रिय फाइनान्स (वित्त) सँग सम्बन्धित सरल र रमाइलो गतिविधिहरू

सहजकर्ताका लागि निर्देशनहरू: **(समय: १५ मिनेट)**

- सहभागीहरुलाई दुईवटा समूहमा विभाजन गरेर एउटा समूहलाई ठूला गोलाकार आकारमा र अर्को समूहको सहभागीहरुलाई ठूला गोलाकार आकारभित्र सानो गोलाकार आकारमा उभिनको लागि अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि हो भनेर उत्तर दिने सहभागीहरूलाई एक कदम अगाडि आउनको लागि अनुरोध गर्नुहोस् भने होइन भनेर उत्तर दिने सहभागीहरुलाई एक कदम पछाडि जान अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरुले यो प्रक्रिया गतिविधि नसकिन्जेलसम्म गरि रहनेछन् ।
- यो गतिविधि सकिसकेपछि यो गतिविधि कस्तो लाग्यो भनेर सहभागीहरु मध्य तीन जनालाई सोध्नुहोस् ।

सोध्नु पर्ने प्रश्नहरू तल लेखिएका छन् ।

१. के मलाई दिगोपनको अर्थ थाहा छ ?
२. आज प्रयोग गर्ने सामान भोलिको लागि स्रोत बन्न सक्छ भन्ने बारे के मलाई थाहा छ ?
३. के म पुन: प्रयोग गरिएको वस्तु रोज्छु ?
४. मेरो लुगा धुने मेसिनले काम गर्न छोड्यो । के म नयाँ लुगा धुने मेसिन खोज्छु वा किन्छु ?
५. के तपाईंले कहिल्यै सोच्नुभएको छ कि सबै काम नलाग्ने वस्तुहरू कहाँ जान्छ? जस्तो कि तपाईंले ५ वर्षको उमेरदेखि नै प्रयोग गरिरहनुभएको टूथब्रश ।
६. के म किनमेल गर्दा वस्तुको प्याकेजिङबारे सोच्छु ?
७. कुनै वस्तु फ्याँक्दा के मलाई खुसी महशुस हुन्छ ?
८. ऊर्जा शब्दले के मलाई सतर्क/सचेत महसुस हुन्छ ?
९. के जलवायु परिवर्तन शब्दबाट म प्रभावित हुन्छु ?
१०. हामीले उत्पादन गर्ने फोहोरले पूँजीको नाश नभई पूँजी निर्माण गर्न सक्छ जस्तो के मलाई लाग्छ ?
११. के तपाईं वस्तुको अधिकतम प्रयोग र फोहोरको कम उत्पादनबारे सोच्ने व्यक्ति हुनुहुन्छ ?
१२. के तपाईंले वस्तु किन्ने भन्दा पनि भाडामा लिने विचार गर्नुभएको छ ?
१३. के तपाईंलाई थाहा छ कि रेजर ब्लेडहरू फोहरको रुपमा प्याकिएको संसारकै सबैभन्दा पहिलो वस्तुहरू मध्ये एक थिया ? **(चक्रिय अर्थतन्त्र: के, किन र कसरी । जान जोडकर । टेड एक्स ।)**
१४. के मैले कहिल्यै सेवाको रूपमा उत्पादन वा वस्तु भन्ने शब्द सुनेको छ ?

१५. के तपाईंलाई थाहा छ कि कुनै वस्तुको दिगोपनको ८०% त्यो वस्तुको डिजाइन चरणमा निर्धारण गरिन्छ ? **भविष्यको लागि चक्रिय अर्थव्यवस्था कसरी निर्माण गर्ने ? मार्लेन जोहलर । टेड एक्स ।**
१६. केही वस्तु खरिद गर्दा के मैले त्यो वस्तुको गुणकोबारे सोच्छु र प्रयोगमा ल्याउछु ?
१७. कुनै वस्तुमा यदि कुनै समस्या छ भने के म त्यो वस्तुको मर्मत गर्छु ?
१८. के म नविकरण गरिएको वस्तु किन्छु ?
१९. मेरो व्यवसायमा प्रयोग हुने विभिन्न स्रोतहरूको प्रभावकारीता बढाउने वस्तुका बारेमा के मलाई थाहा छ ?
२०. फोहोर घटाउन र दिगोपन प्रवर्द्धन गर्न काठमाडौंले चक्रिय सिद्धान्तहरू अँगालेको छ भनेर के मलाई लाग्छ ?

सत्र १: चक्रिय फाइनान्स भनेको के हो ?

सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश **(समय: १५ मिनेट)**

१. सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "जब तपाइँ चक्रिय अर्थतन्त्रमा फाइनान्स अथवा वित्तको बारेमा सुन्नुहुन्छ, तपाइँ के बुझ्नुहुन्छ?"
२. प्रत्येक सदस्यलाई आफ्ना विचारहरू लेख्न मेटा कार्डहरू दिनुहोस् । (६ मिनेट)
३. प्रत्येक सहभागीबाट जवाफहरू लिनुहोस् । नबोलि बसेका सहभागीहरूलाई अवसर प्रदान गर्नुहोस् ।
४. एक सहजकर्ताले फ्लिप चार्टमा जवाफहरू लेख्नुपर्छ ।

चक्रिय फाइनान्सले चक्रिय अर्थतन्त्रका पहलहरूलाई समर्थन गर्ने वित्तीय संयन्त्र र योजनाहरूमा केन्द्रित हुन्छ । यसले चक्रियतालाई बढावा दिने कम्पनीहरू र परियोजनाहरूमा लगानी गर्दछ । चक्रिय अर्थतन्त्र र चक्रिय फाइनान्ससँग सम्बन्धित दृष्टिकोणहरूले दिगोपना र उत्थानशील अर्थतन्त्रतर्फ मार्गदर्शन गर्दछ जहाँ स्रोतहरूको कुशलतापूर्वक प्रयोग गरिन्छ, फोहोरलाई न्यूनीकरण गरिन्छ र वातावरणलाई हानि नगरी अर्थतन्त्रको वृद्धिमा योगदान पुऱ्याउँछ ।

सत्र २: चक्रिय व्यापारका मोडेलहरूमा सामूहिक छलफल

सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश **(समय: ७५ मिनेट)**

- विभिन्न विषयहरूमा सामूहिक छलफलका लागि टोलीहरूलाई ३ समूहमा विभाजन गर्नुहोस् ।
- लेख्नको लागि फ्लिप चार्टहरू दिनुहोस् । (६ मिनेट)
- समूहमा प्रस्तुत गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि PPT प्रस्तुतीद्वारा चक्रिय व्यापारका मोडेलहरूका परिभाषाहरूलाई प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

विषय निम्नानुसार हुनेछन् ।

क. तपाईंलाई किन चक्रिय व्यापारलाई लगानी गर्न गाह्रो छ जस्तो लाग्छ? (IHG टूलकिट)

१. चक्रिय व्यापारलाई लगानी गर्न गाह्रो छ किनभने चक्रिय व्यापारहरुले अक्सर नवीन दृष्टिकोण अपनाउँछन् ।
२. चक्रिय व्यापारलाई लगानी गर्न गाह्रो छ किनभने चक्रिय व्यापारहरु नयाँ हुन्छन् र तिनीहरूको बजारमा कुनै ट्र्याक रेकर्ड वा इतिहास हुदैन ।
३. बैंकहरूले कम्पनीको इतिहास हेर्छन् । त्यसैले बैंक र नवीनता एक राम्रो मेल होईन ।
४. बैंकहरूले सुरक्षित निर्णय लिनेहरुलाई श्रृण उपलब्ध गर्दछन्, जोखिमपूर्ण प्रयास गर्नेहरुलाई होइन ।
५. उत्पादनको रूपमा सेवा प्रदान गर्ने व्यवसायले वित्तपोषणको सन्दर्भमा धेरै चुनौतीहरूको सामना गर्दछ ।
६. तपाईं र तपाईंको ग्राहकसँगको सेवा सम्झौतामा जिम्मेवारीहरू कसरी विभाजित छन् ?
७. लगानीकर्ताहरू प्रतिफल प्राप्त गर्न चाहन्छन् ।
८. क्राउड फन्डिङ- तपाईले तपाईलाई चाहिने पैसा मात्र होइन राजदूतहरूको समूह पनि पाउनुहुन्छ ।
९. ब्रान्डकाबारेमा सचेतनाः राजदूतहरूले व्यवसायलाई प्रवर्द्धन गर्ने स्रोतहरुको अधिकतम उपयोग गर्दै चक्रिय अर्थतन्त्रमा कार्यरत उद्यमीहरूलाई स्थायी लगानी र सहायता अपरिहार्य छ भन्दै ब्राण्डप्रति जागरुकता फैलाउने छन् ।

वित्तीय भाषामा, हामी प्रायः केहि वर्ष पछि वस्तुहरूलाई बेकार मान्छौं । चक्रिय अर्थतन्त्रमा हामी वस्तुहरुको गुण कायम राख्न चाहन्छौं । त्यसैले यो चक्रिय अर्थतन्त्रको विचारको विरुद्धमा हुन्छ । यसलाई अन्तिम मूल्य भन्नुको सट्टा, हामी यसलाई लागत भन्न रुचाउँछौं किनभने यसले उत्पादनको मूल्यलाई अझ सकारात्मक दृष्टिकोण दिन्छ ।

ख. तपाईंको विचारमा विभिन्न चक्रिय व्यापारका मोडेलहरू के- के हुन्? (IHG टूलकिट)

१. चक्रिय आपूर्ति मोडलः चक्रिय आपूर्ति मोडल रिसाइक्लिङ्ग जस्तै हुन् । सधैं नयाँ वस्तुहरू प्रयोग गर्नुको सट्टा, हामी बारम्बार प्रयोग गर्न सकिने सामग्रीहरू प्रयोग गर्छौं । जस्तै बोटबिरुवा वा पुरानो सामानबाट बनेका वस्तुहरू । यसरी, हामीले प्रकृतिबाट सधैं धेरै श्रोतहरु लिनु आवश्यक पर्दैन ।
२. स्रोतको पुनः प्राप्ति गर्ने मोडलः स्रोतको पुनः प्राप्ति गर्ने मोडलमा फोहरहरूलाई पुनः प्रयोगमा ल्याई फेरि कच्चा पदार्थमा परिणत गरिन्छ । यसो गर्नाले फोहोरलाई फ्याकिनुबाट जोगाइन्छ भने प्रकृति स्रोतको उत्खनन हुनबाट पनि जोगाइन्छ ।
३. वस्तुको जीवन बढाउने मोडलः यस मोडलमा वस्तुको उपयोगिता को समयलाई बढाइन्छ र स्रोतको उत्खनन र फोहोर निकाल्ने दरलाई कम गरिन्छ ।
४. वस्तुको एक आपसमा साटासाट गरेर चलाउने मोडलः यस मोडल अन्तर्गत कम प्रयोग गरिने वस्तुलाई आफूले प्रयोग गरेपछि अरु व्यक्तिलाई प्रयोग गर्न दिइन्छ । यसो गर्नाले नयाँ वस्तुको तथा त्यो वस्तुका विभिन्न सामग्रीको माग कम हुन्छ ।
५. उत्पादन सेवा प्रणालीः यस अन्तर्गत उत्पादन वा वस्तु भन्दा पनि सेवाको बजारीकरण गरिन्छ र वातावरणलाई हानि नहुने खालका वस्तुको उत्पादन गर्न र उत्पादनको प्रभावकारी प्रयोग गर्न कम्पनीहरुलाई प्रोत्साहन गरिन्छ । यसरी प्राकृतिक स्रोतहरूको न्यूनतम प्रयोग गर्न प्रवर्धन गरिन्छ ।

यस छलफलको माध्यमबाट कम्पनीहरुले आफूसँग सम्बन्धित मोडेलमा केन्द्रित रही यस्तै मोडेल अपनाउने अरु व्यवसायहरु खोजेर पत्ता लगाउन सक्छन् । यस्ता विभिन्न व्यवसायलाई नियालेर हेर्दा कम्पनीहरुले विभिन्न मोडलहरुकाबारेमा बुझ्न सक्छन् ।

ग) चक्रिय व्यवसायका लागि कस्ता चक्रिय समाधानहरु उपयुक्त हुन्छन्? वा तपाईं कस्ता चक्रिय समाधानहरू अपनाउन चाहनुहुन्छ ?

यस छलफलको माध्यमबाट सहभागीहरुले सदस्यता, सह-कार्य, प्रविधिको प्रयोग, बायोडिग्रेडेबल प्याकेजिङ्गको प्रयोग आदि विभिन्न चक्रिय समाधानहरू निकाल्न सक्षम हुनेछन् । छलफलको लागि मात्र नभई यो छलफल विभिन्न व्यवसायको लागि पनि हुन सक्छ । यसले उनीहरुलाई प्रचलित विभिन्न चक्रिय समाधानको बारेमा चक्रिय उपायहरु दिनेछ । भविश्यमा यदी उनीहरुलाई चक्रिय समाधानहरू अपनाउन आवश्यक छ भन्ने लागेमा सो समाधानहरू अपनाउन सहयोग गर्नेछ ।

खाजा खाने समय पछिको गतिविधि

सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश **(समयः १० मिनेट)**

- R बाट सुरु हुने सबै शब्दहरू लेख्नको लागि सहभागीहरुलाई मेटा कार्डहरू दिनुहोस् । (६ मिनेट)
    - R बाट सुरु ११ वटा शब्दहरू छन् ।
- उनीहरूलाई उनीहरूले लेखेका कुराहरू तपाईलाई दिन र ठूलो स्वरमा पढ्न लगाउनुहोस् ।
- त्यसपछि PPT मा R बाट सुरु हुने सबै शब्दहरूको परिभाषाहरू देखाउनुहोस् ।

जिम्मेवार प्रयोग र उत्पादनहरुको निर्माण

- अस्वीकार गर्नुः उत्पादनहरू र उत्पादनमा प्रयोग हुने कच्चा पदार्थहरूको प्रयोग रोक्नु ।
- पुनः डिजाइन : उत्पादनहरू र सामग्रीहरूलाई चक्रियता र पारिस्थितिकी सीमानाभित्र डिजाईन गर्नु
- पुनर्विचार : उत्पादनहरूको स्वामित्व र प्रयोग पुनर्विचार गर्नु ।
- घटाउनु : उत्पादनहरू र उत्पादनमा प्रयोग हुने कच्चा पदार्थहरूको प्रयोग घटाउनु ।

संरक्षण र उत्पादनको जीवन विस्तार

- पुनः प्रयोग गर्नुः डिजाईन भएको उद्देश्यका लागि अर्को व्यक्तिले उत्पादनहरूको प्रयोग गर्नु ।
- मर्मत गर्नुः उपलब्ध उत्पादनहरूको मर्मत र संरक्षण गर्नु ।
- नवीकरण गर्नुः उत्पादनहरूको मर्मत र सुधार गरेर उपयोगी अवस्थामा ल्याउनु ।
- पुनः निर्माण गर्नुः फालिएका उत्पादनहरूका भागहरू प्रयोग गरी सोही उद्देश्यका लागि उत्पादनहरू निर्माण गर्नु

स्रोतको रूपमा फोहोरको प्रयोग

- पुनःप्रतिपुर्ति (Repurpose): फालिएका उत्पादन वा त्यसका भागहरू प्रयोग गरी फरक उद्देश्यका लागि नयाँ उत्पादनहरू निर्माण गर्नु ।
- रिसाइकल गर्नुः फ्यालिएका वस्तुका भागहरूलाई नयाँ स्वरूप दिएर अन्य प्रयोगको लागि निर्माण गर्नु ।
- पुनः प्राप्ति गर्नु (रिकभर): सामग्रीहरूलाई व्यवस्थित ढङ्गमा जलाएर ऊर्जा पुनर्प्राप्ति वा उत्पादन गर्नु ।

सत्र ३: ROC अन्तर्गतको प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोष (तेस्रो पक्षलाई आर्थिक सहयोग) खर्चको निर्देशन

सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश **(समय: २० मिनेट)**

- प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोषको खर्च मार्ग निर्देशन ।
- अनुमोदित खर्च र गैर-अनुमोदित खर्चहरु ।
- आफ्नो कोष कसरी दाबी गर्ने ?
- इम्प्याक्ट हब काठमाडौंका टोलीले रिपोर्टिङ/प्रतिवेदन सम्बन्धी नियमावली स्पष्ट गर्नेछ ।
- इम्प्याक्ट हब काठमाडौंका टोलीले कुन प्रकारका कागजातहरू पेश गर्न आवश्यक छ भनी व्याख्या गर्नेछ ।
- त्यसपछि PPT मा विवरणहरू प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

मार्गनिर्देशनको परिचय:

यस मार्गनिर्देशनले रुट्स अफ सर्कुलारिटी परियोजनामा भाग लिने इन्क्यूबेटीहरूका लागि प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोष अन्तर्गत स्वीकार्य अनुमोदित र गैर-अनुमोदित खर्चहरूको रूपरेखा प्रस्तुत गर्दछ । यो कोष युरोपेली आयोगले प्रदान गरेको हो भने इम्प्याक्ट हब काठमाण्डूले व्यवस्थापन गरेको हो ।

इन्क्यूबेटीहरूले आफ्ना व्यापारका गतिविधिहरूको लागि प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोष प्रयोग गर्न सक्छन् । निम्न दिशानिर्देशहरूले हामीलाई परियोजनाको समय सीमा भित्र रही यी कोषहरू कुन कुन शीर्षकमा खर्च गर्ने र कुनमा नगर्ने भनेर बुझ्न मद्दत गर्दछ । यदि कुनै मार्गदर्शन नबुझेको अवस्थामा इन्क्युबेटीहरूले इम्प्याक्ट हब काठमाडौंका वित्तीय विभागबाट अग्रिम सल्लाह लिनको लागि अनुरोध गरिन्छ ।

योग्यताका मापदण्डहरू:

बजेटसँग सम्बन्धित आवश्यक प्रक्रिया पूरा गरेका सहभागीहरूलाई प्रिसिड प्रारम्भिक कोष विनियोजन गरिनेछ । बजेट निर्माणसँग सम्बन्धित प्रक्रिया र स्वीकृत विधि:

चरण १: सर्कुलर फाइनन्स मास्टर क्लासको दौरानमा

- उद्यमीहरूलाई प्रि-सिड कोषबारे अभिमुखीकरण दिईनेछ ।
- प्रत्येक उद्यमीले व्यवसायका चक्रिय अर्थतन्त्रका पहलहरुलाई समर्थन गर्ने क्षेत्रहरूमा कार्यक्रमसँग मेल खाने किसिमले काम गर्नेछन् ।

चरण २: माथिको जानकारीलाई मासिक रुपमा प्रत्येक उद्यमीलाई व्यक्तिगत रूपमा कोचिङ शत्रहरूको कममा थप व्याख्या गरिनेछ ।

चरण ३: उद्यमका चक्रिय अर्थतन्त्रका प्रयासहरूसँग मेलखाने प्रारम्भिक कोषको प्रयोगको लागि बजेट विवरणको संक्षेपमा व्याख्या गरिनेछ ।

चरण ४: बजेटको आवश्यकतालाई कार्यकारी निर्देशक र उप वित्तीय निर्देशकले प्रत्येक उद्यमसँगको बैठक पश्चात स्वीकृति दिनेछन् ।

प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोषका लागि योग्य क्रियाकलापहरू

प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोषका लागि योग्य क्रियाकलापहरूले कम्पनीका चक्रिय अर्थव्यवस्था सुदृढ गर्न योगदान गर्नु पर्छ । यस्ता क्रियाकलापका उदाहरणहरू निम्नानुसार हुन सक्छन् ।

- पुनः प्रयोग र मर्मतका लागि पहलहरू । जस्तै मर्मत कार्यशाला र चक्रिय मेकर्सपेस ।
- पर्यावरणीय समस्याहरूलाई निगरानी गर्ने र मूल्यांकन गर्ने गतिविधि तथा उपकरणहरूको विकास, नीति योजना र निर्णय प्रक्रियामा सहभागिता, र जलवायु परिवर्तन र पर्यावरणीय स्थिरताको सुनिश्चित गर्नका लागि वकालत गर्ने ।
- चक्रिय विचारहरूको लागि संभाव्यता अध्ययन ।
- कर्मचारी प्रशिक्षणमा सहभागिता ।
- संस्थाहरूका लागि मार्केटिङ गर्न प्रयोग गरिने उपकरणहरू र नीतिहरूको विकास ।
- उपकरण, मेसिनरी, र सामग्रीहरूको प्राप्ति - यस्तो उपकरण/मेसिनरीको प्राप्तिले उद्यमका चक्रिय अर्थतन्त्र प्रयासहरूमा योगदान गर्नेछ ।
- नेपालमा चक्रियतालाई बढावा दिने अन्य क्रियाकलापहरू ।
- प्रोटोटाइप विकास ।
- आवश्यकतानुसार उत्पादनको सुधार ।
- उत्पादन परीक्षण शुल्क ।
- पाइलटिङसँग सम्बन्धित खर्चहरू।
- सञ्चालन खर्चहरू ।
- कच्चा पदार्थहरूको प्राप्ति ।
- स्टेसनरी सामग्रीहरू ।
- मुद्रण सेवाहरू ।
- चक्रिय अर्थतन्त्रका व्यवसायिक मोडेलहरू पुनः डिजाईन गर्दा व्यापार कार्यान्वयनका लागि आवश्यकताहरूका अनुसार भाडाका खर्चहरू ।
- अनुदान संकलनका क्रियाकलापहरू ।
- कार्यशाला, सेमिनार, उत्पादन प्रदर्शनी कार्यक्रमहरूमा सहभागिता, र लगानीकर्ताहरूसँगका बैठकहरूमा सहभागिता ।
- वेबसाइट र सामाजिक सञ्जाल लागत समेतका मार्केटिङ गर्न प्रयोग गरिने खर्चहरू ।
- बाह्य बजार र उपभोक्ता अनुसन्धान, तथ्याङ्क विश्लेषण समेत ।
- यात्रा खर्च (यातायात, आवास), इम्प्याक्ट हब काठमाडौंको कार्यालयबाट ५० कि.मि. टाढा रहेको स्थलमा लागु हुने ।
- बजार विकासका लागि स्थल भ्रमण ।
- बजार अनुसन्धान र तथ्याङ्क सङ्कलन ।
- प्रशिक्षण कार्यशाला, सम्मेलन, उद्योग मेला, र ज्ञान साझेदारी घटनाहरूमा सहभागिता ।
- पुनः प्रयोग र पुनर्चक्रणका लागि प्लास्टिक फोहोर उत्पादनहरूमा मर्मत कार्यशाला जस्ता शिक्षा सत्रहरू आयोजना गर्ने ।

यस परियोजनासँग सम्बन्धित अन्य कुनै पनि गतिविधिहरूको लागि, परियोजनाको कार्यक्रम प्रमुखसँग अग्रिम परामर्श लिनु पर्नेछ ।

अयोग्य कार्यहरु:

निम्नलिखित कार्यसंग सम्बन्धित सबै लागत अयोग्य हुनेछ ।

- सामाजिक अशांति उत्पन्न गर्ने कार्यहरू ।
- उमेर, अपाङ्गता, जाति, लैंगिक पहिचान, गर्भावस्था, मातृत्व, धर्म, वा विश्वासमा आधारित भेदभावपूर्ण कार्यहरू ।
- उपहार, बीमा प्रिमियम, घुस, र कर्मचारी भर्ना सम्बन्धित खर्चहरू ।
- कानूनी जरिवाना, आपराधिक दंड, जरिमाना, र अन्य कानूनी खर्चहरू ।
- अन्य स्रोतबाट प्राप्त अनुदानबाट गरिएको काम वा कार्यहरूको लागतहरू ।
- नेपालको विद्यमान कानून बिरुद्धका कार्यहरू ।
- सम्बन्धित पक्षलाई तिर्नु पर्ने ऋण ।
- जुआ, भ्रष्टाचार, घुस, चोरी, आतंकवादी कार्य सम्बन्धित लगानी, वा कोषका अन्य रुममा गरिने दुरुपयोगसम्बन्धी लागतहरू ।
- मुद्रास्फीति वा विदेशी मुद्राको विनिमय दरले ल्याएको परिवर्तनका कारण हुने थप घट
- अपरिहार्य खर्चहरू ।
- सम्झौता पत्रमा हस्ताक्षर गर्नुअघि गरिएको खर्चहरु

आयात शुल्क, भन्सार शुल्क, बिक्री कर, र कुनै पनि स्थानीय सरकार वा सार्वजनिक निकायलाई तिर्नु पर्ने शुल्कहरूलाई अयोग्य मानिनेछ । यो परियोजना संग प्रत्यक्ष सरोकार राख्ने बाहेक अन्य स्रोतहरूद्वारा छुट गरिने वा लागिने कर पनि अयोग्य मानिनेछ ।

कोषको लागि कसरी दावी गर्ने ?

इम्प्याक्ट हब काठमाडौंले गतिविधिहरूको कार्यान्वयन आवश्यकताको आधारमा वा सम्झौता गरे अनुसार भुक्तानी गर्ने नियमको पालना गर्दछ । इन्क्यूबेटीहरूले यही सिद्धान्तहरू पालना गर्नेछन् भनेर अपेक्षा गरिएको छ । कुनै वस्तुको खरिद गर्नु परेमा वा आवश्यक परेमा यो परियोजनाको कार्यक्रम प्रबन्धक र फाईनान्स विभागमा इमेल मार्फत जानकारी गराउनु पर्दछ ।

इन्क्यूबेटीहरूका खरिद तथा वित्तीय नीति इम्प्याक्ट हब काठमाडौंले प्राप्त गरिसकेपछि र आवश्यक प्रक्रिया पूरा भएसंगै स्वीकृति दिनेछ । स्वीकृति प्राप्त गरिसकेपछि इन्क्यूबेटीहरूलाई प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोषको र कम उपलब्ध गराईनेछ । यस प्रक्रियमा स्रोतमा १.५% कर कटौती गरिनेछ । रकम दुई किस्तामा वितरण हुनेछ । इन्क्युबेशन अवधीको बीचमा बाँकी रकम उपलब्ध गराईनेछ ।

आवश्यक कागजातहरू:

आर्थिक सहयोग प्राप्त गर्ने इन्क्यूबेटीहरूले अनुदान प्रयोग गर्नको लागि आधार सहितको विवरण प्रस्तुत गर्नुपर्ने छ । इन्क्यूबेटीहरूले कोषको प्राप्तिको लागि स्वीकृति प्राप्त गर्न वित्तीय प्रशिक्षकसँगको बैठकमा बस्नुपर्छ । कृपया योग्यताका सिद्धान्तहरू ध्यानपूर्वक पढ्नुहोस् ।

इन्क्युबेटीहरूले बिल, सम्झौता, भुक्तानीको प्रमाण र अनुदान प्रयोग गरि गरिने गतिविधिहरूको अन्य प्रमाण पेश गर्नुपर्नेछ । इन्क्यूबेटीहरूले खरिद नीति, वित्तीय नीति, मानव संसाधन नीति, बिल, सम्झौता, र अन्तिम वित्तीय रिपोर्ट पनि पेश गर्नुपर्छ ।

इन्क्यूबेटीहरूका लागि फलो-अप सत्र इन्क्युबेशन चरणको अवधिमा र पछि ६ महिनासम्म प्रदान गरिनेछ । इम्प्याक्ट हब काठमाडौंले इन्क्यूबेटीहरूलाई व्यवसाय र फाईनान्स सम्बन्धि निरन्तर सहयोग प्रदान गर्नेछ ।

सत्र ४: तेस्रो पक्षहरूलाई वित्तीय सहायता सम्बन्धि छलफल

सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश **(समय: ६० मिनेट)**

- टोलीलाई नमुना प्रदान गर्नुहोस् ।
- टोलीले समूहमा छलफल गर्नेछन् ।
- टोलीहरूलाई टेम्प्लेट प्रयोग गरेर काम गर्न ३० मिनेट समय दिनुहोस् ।
- टोलीले कागजातलाई अन्तिम रूप दिनेछन् ।

प्रि-सीड (प्रारम्भिक) कोषको उद्देश्य

तपाईं कुन प्रकारका प्रक्रियाहरूको बारेमा सोच्दै हुनुहुन्छ ?	तपाइँ कुन प्रकारको चक्रिय समाधानहरू प्रस्ताव गर्नुहुन्छ ?	अपेक्षित रकम/कोष कति हो ?
कच्चा पदार्थ/स्रोतहरूको सङ्कलन		
उत्पादन प्रणाली		
प्याकेजिङ प्रणाली		
वितरण प्रणाली		
प्रयोगकर्ता		
प्रयोग पछि/ डिस्पोजल		

लागत लाभ विश्लेषण (Cost Benefit Analysis)

अपनाउने समाधान (प्रविधि, रणनीति, पहल) ।	प्रस्तावित चक्रिय समाधानहरूको लागत	सामाजिक, आर्थिक र वातावरणीय पक्षहरूको सन्दर्भमा चक्रिय समाधानहरूबाट प्राप्त हुने फाइदाहरू ।

सत्र ५ः तेस्रो पक्षहरूलाई वित्तीय सहायताको रिपोर्टिङ

सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश **(समयः ३० मिनेट)**

- टोलीहरूलाई रिपोर्टिङ कसरी गर्ने भन्ने बारेमा सूचित गरिनेछ।
- पेश गर्नुपर्ने कागजातहरूको बारेमा टोलीहरूलाई सूचित गरिनेछ।
- टोलीहरूले कर र वित्तीय कारोबारहरूको रेकर्ड कसरी राख्ने बारेमा बुझ्नेछन्।
- टोलीहरूले कसरी रिपोर्टिङ कहिले र कसरी गर्नुपर्छ भन्ने कुरा बुझ्नेछन्।

चक्रिय व्यापार मोडेलहरूमा काम गर्ने प्रक्रियामा इन्क्युबेटीहरूलाई आवश्यक भएमा उनीहरूको सञ्चालन संरचना र प्रक्रिया सुधारमाा हामी सहयोग प्रदान गर्नेछौं। तसर्थ, वित्तीय कोचिङ सत्रहरूमा, हामी वित्तीय कागजातहरू र उद्यमहरूको परिचालन व्यवस्थापनको रेकर्ड कसरी राख्ने भन्नेमा ध्यान केन्द्रित गर्नेछौं।

कोषको निस्कासनका लागि निम्नलिखित कागजातहरु पेश गर्न पर्नेछ। यस प्रक्रियमा स्रोतमा १.५% कर कटौती गरिनेछ र आन्तरिक राजश्व विभागमा बुझाईनेछ।

१. खरिद नीति (Human Resources/Procurement Policy)
२. वित्तीय नीति (Finance Policy)

उद्यमहरूले आफ्नै खरिद तथा वित्तीय नीति अनुसार खरिद र वित्तीय कार्य गर्न पाउने छन्। यदि खरिद तथा वित्तीय नीति नभएको खण्डमा उद्यमहरूले कोष प्राप्तिका लागि खरिद तथा वित्तीय नीति बनाउनु पर्नेछ।

फोटो

मास्टर क्लास-३
चक्रिय रणनीति

सहजकर्ता: विशेषता श्रेष्ठ र रोहन श्रेष्ठ

मास्टर क्लास ३ :
चक्रिय रणनीति

तपाईलाई के विषयमा जानकारी दिइनेछ ?

- चक्रिय रणनीतिहरू
- भावनात्मक र कार्यात्मक आवश्यकताहरूको म्यापिङ
- नयाँ उत्पादन र सेवाहरूको विकास
- तपाईंको समाधानहरूको रुपरेखा र योजना
- आफ्नो उद्देश्यहरूमा सुधार
- मुख्य सिकाईहरू

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश

- **यस सत्रको उद्देश्य:** यस सत्रको मुख्य उद्देश्य भनेको हरेक दिन प्रयोग हुने उत्पादित वस्तुको कार्यात्मक र भावनात्मक रुपमा आवश्यकता प्रदान गर्ने पक्षलाई खयाल गर्न र चक्रिय रणनीतिका कार्डहरू प्रयोग गरी पृथ्वीमा बसोबास गर्ने मानिसहरूलाई के कस्ता उत्पादन तथा वस्तु अझ थप राम्रो हुन्छ भनेर मस्तिस्कमन्थन गरि त्यस्ता उत्पादन तथा वस्तुको पुनः डिजाइन गर्नु हो ।
- **समय:** पूरा दिन
- **उपकरणहरू:**
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्टहरू
  - डस्टर
  - मेटा कार्डहरू
  - कलमहरू
  - पावरपोइन्ट (PPT) प्रस्तुति
  - भावनात्मक र कार्यात्मक आवश्यकताहरू म्यापिङ गर्ने कार्यपत्र
  - उपाय/समाधान लेखनको कार्यपत्र
  - समाधानको डिजाइन लेखनको कार्यपत्र
  - उद्देश्य लेखनको कार्यपत्र

निर्देशनहरू:

- यस सत्रमा लेखिएका सामग्री पढ्नुहोस् र पावरपोइन्ट स्लाइड तयार गर्नुहोस् ।
- पप अप बक्सहरूमा निर्देशनहरू सहित सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देशहरू लेखिएका छन् ।
- तपाइँ तपाइँको सहभागीहरूको प्रकृति अनुसार निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नुहुन्छ र यसलाई प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ ।
- निर्देशनहरू भनेको चरणबद्ध रुपमा लेखिएका प्रक्रियागत गतिविधि मात्र हुन् ।
- सबै आवश्यक सामग्रीहरू तयार छन् भनि सुनिश्चित गर्नुहोस् ।

चक्रिय रणनीतिहरू

धेरै साना र मझौला उद्यमहरूसँग चक्रिय रणनीति अपनाएर कुनै उत्पादन तथा वस्तुको डिजाइन, उत्पादन गर्ने प्रकिया र व्यापारका मोडेलहरूबारे ज्ञान, दक्षता र क्षमताको कमी हुन सक्छ । यस सत्रमा, हामी एक उद्यमव्यवसायीले आफ्नो उत्पादन तथा व्यवसायलाई कसरी चक्रिय अर्थतन्त्र अनुरुप बनाउन सकिन्छ भनेर सिक्न र अनुभवको आदानप्रदान गर्नेछौं ।

भावनात्मक र कार्यात्मक आवश्यकताहरूको म्यापिङ

सहजकर्ताहरूका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समयः २ मिनेट)**

- सुरुमा कार्यशालाको समग्र उद्देश्य व्याख्या गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई ३-४ जनाको समूहमा विभाजन गर्नुहोस् ।
- प्रत्येक सहभागीलाई तल प्रदान गरिएको उत्पादन लेखनको पाना छान्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- पावरपोइन्ट स्लाइड प्रयोग गर्नुहोस् र उनीहरूलाई त्यसबारे जानकारी गराउनुहोस् । उदाहरणको रूपमा सवारी साधनलाई लिनुहोस् । सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "भावनात्मक रुपमा सवारी साधन किन आवश्यक हुन्छ ?" भावनात्मक रुपमा स्वतन्त्रता वा आफ्नो सामाजिक स्तरको पहिचान झल्काउन सवारी साधन एक प्रतीकको रूपमा हुन सक्छ ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "कार्यात्मक रुपमा सवारी साधन किन आवश्यक हुन्छ ?" सवारी साधनको अन्तर्निहित कार्यात्मक आवश्यकता भनेको एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा पुग्नु हो ।
- उनीहरूलाई भावनात्मक र कार्यात्मक आवश्यकताहरू व्याख्या गरेपछि, अब उनीहरूलाई समूहमा बस्न अनुरोध गर्नुहोस् । समूहमा एक जना व्यक्तिलाई प्रयोगकर्ताको भूमिका निर्वाह गर्न अनुरोध गर्नुहोस् । समूहका अन्य सदस्यलाई सो प्रयोगकर्तालाई प्रश्न सोध्न अनुरोध गर्नुहोस् । तपाईलाई तीन स्वयंसेवकहरूको आवश्यकता पर्ने छ ।
- प्रयोगकर्ताले भनेका कुरा टिपोट गर्न सबै सहभागीहरूलाई अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई खुल्ला प्रश्नहरू सोध्न अनुरोध गर्नुहोस् । जस्तैः उनीहरूले प्रयोग गरेका उत्पादनको सबैभन्दा राम्रा र नराम्रा पक्षहरू के-के हुन् ?
- त्यसपछि सहभागीलाई किन भनेर प्रश्न सोध्न अनुरोध गर्नुहोस् । जस्तैः के तपाई मलाई भन्न सक्नुहुन्छ कि यो किन महत्त्वपूर्ण छ ? जति सक्नुहुन्छ यो प्रश्न सोधिराख्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई उनीहरू कसरी आफ्नो जीवन बिताउँछन् वा आफ्नो व्यवसाय कसरी सञ्चालन गर्छन् भनेर बुझ्न अनुरोध गर्नुहोस् । नयाँ विचार तथा उपायहरूको लाभ उठाउन सम्भावित क्षेत्रहरूबारे सोच्नुहोस् ।
- त्यसपछि, सहभागीहरूलाई टूलकिटमा प्रदान गरिएको "भावनात्मक र कार्यात्मक कार्यपत्र" भर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।

- त्यसपछि सहभागीहरूलाई आफूले देखेका वा आफूलाई लागेका कुरा अरु समक्ष राख्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, “उनीहरूले प्रस्तुति गर्दा तपाईलाई के कस्ता कुराको कमी कमजोरी लाग्यो”?

कार्यात्मक तथा भावनात्मक आवश्यकताहरू के हुन् ?

एक प्रयोगकर्ताको अन्तर्वार्ता लिनुहोस् ।

नयाँ उत्पादन वा सेवाहरूको उपायको पहिचान

सहजकर्ताहरूका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समयः २ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई उनीहरूको समूहका सबै कार्डहरू पढ्न अनुरोध गर्नुहोस् । (कार्डहरू तल प्रदान गरिएको छ ।)
- अब उनीहरूलाई चक्रिय रणनीतिका कार्डहरू प्रयोग गरेर विचार विमर्श गर्न अनुरोध गर्नुहोस् । चक्रिय रणनीतिका कार्डहरू एक आपसमा मिलाई सकेसम्म धेरै उपायका बारे सोच्न अनुरोध गर्नुहोस् । उदाहरणका लागि, सवारी साधनको हकमा सवारी साधन अन्य प्रयोगकर्तासंग मिलेर प्रयोग गर्ने, सवारी साधनलाई भाडामा लगाउने, सवारी साधनको खरिद बिक्री, सवारी साधनको पुनः प्रयोग/उत्पादन आदी ।
- सकेसम्म धेरै उपायका बारे सोच्न र चक्रिय रणनीतिका विभिन्न कार्डहरू प्रयोग गर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उपकरण टूलकिटहरूमा प्रदान गरिएको उपाय लेखन कार्यपत्र भर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।

चक्रिय रणनीतिका विभिन्न कार्डहरू

चक्रिय रणनीतिहरू

सेवाको रूपमा उत्पादन

यस्ता व्यवसायहरू स्वमित्व बिक्रीको सट्टा समाधानको पहुँचलाई केन्द्रिमा राखेर संचालन हुन्छन् ।

तस्विरमा: फिलिप्सले सेवाको रूपमा प्रकाश बेच्छ । बत्ती र उपकरणको स्वामित्व कायम गरेर, ग्राहकहरूले बत्ती र उपकरण जडान गर्दा लाग्ने शुल्क अग्रिम रुपमा तिर्नुपर्ने हुदैन ।

बौद्धिकतालाई सम्मिलित गर्दै

ग्राहकहरूको अनुभवमा सुधार ल्याउन प्रयोगकर्ताको तथ्यांक संकलन गर्दै मुल्यवान जानकारी र त्यसको पहिचान गर्न सामग्री वा उत्पादनहरूमा प्रविधिको प्रयोग ।

तस्विरमा: ग्राहकले जतिपटक वाशिङ मेसिन प्रयोग गरी कपडा धुन्छ त्यति पटकको मात्र सेवा शुल्क लिन बन्डलस्ले इन्टरनेट अफ थिंग्स प्रविधिको प्रयोग गर्दछ । मासिक शुल्क ग्राहकले वाशिङ मेसिन त्यो महिनामा कति पटक प्रयोग गऱ्यो त्यसको आधारमा मासिक शुल्क निर्धारण हुन्छ ।

उत्पादनको आयु बढाउने

उत्पादिन तथा वस्तुहरूको पुनर्निर्माण, मर्मत वा स्तरोन्नति मार्फत उत्पादन तथा वस्तुहरूको जीवनचक्र विस्तार गर्दै ती उत्पादन तथा वस्तुलाई आर्थिक रूपमा उपयोगी बनाई राख्न सुनिश्चित गर्नु ।

तस्विरमा: क्याटरपिलरले आफ्ना उत्पादित वस्तुको तत्वलाई फेरी नयाँ अवस्थामा पुन: फर्काउन ध्यान केन्द्रत गर्दछ । यसरी क्याटरपिलरले लागत, फोहोर, उत्सर्जन र कच्चा पदार्थको आवश्यकता कम गर्नमा ध्यान केन्द्रित गरेको छ ।

स्मार्ट सामग्रीका विकल्पहरू

उत्पादन तथा वस्तु जब उपयोगी हुदैनन् त्यसपछि के हुन्छ भनेर विचार गर्दै उत्पादन तथा वस्तुको निर्माणको चरणमै निर्माण सामग्रीको छनौट । जस्तै: टिकाउ, बायोडिग्रेडेबल, पुन: प्रयोग आदि ।

तस्विरमा: स्प्लोस्का ग्राहकहरूलाई पाउचमा आउने र सजिलै घुलिन सकिने र सफा गर्ने पदार्थ सकिएका अवस्थामा फेरी भर्न सकिने व्यवस्था उपलब्ध गरिएको छ ।

फिर्ता लिने

पुराना वा प्रयोग गरिएका वस्तु सङ्कलन गरि सेवा प्रदान गर्दै सामग्रीको मूल्य पुन:प्राप्त गर्ने ।

तस्विरमा: डेसोले आफ्नो पुन: प्रयोग गर्न मिल्ने फर्शको लागि टेक-ब्याक (फिर्ता लिने) कार्यक्रम सिर्जना गऱ्यो जस अन्तर्गत सामग्रीको बारम्बार प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

मोडुलारिटी

एउटा डिजाइन जसले उत्पादनलाई साना भागहरूमा विभाजन गर्दछ जुन त्यसपछि स्वतन्त्र रूपमा सिर्जना गर्न, प्रयोग गर्न र प्रतिस्थापन गर्न सकिन्छ ।

तस्विरमा: फेयरफोनको मोड्युलर डिजाइन र स्पेयर पार्ट्स प्रयोग गरेर जो कोहीले पनि सजिलै मर्मत गर्न सक्छन् । यस्तो फोनलाई सकेसम्म लामो समयसम्म प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

उपाय/समाधानहरू लेख्ने कार्यपत्र

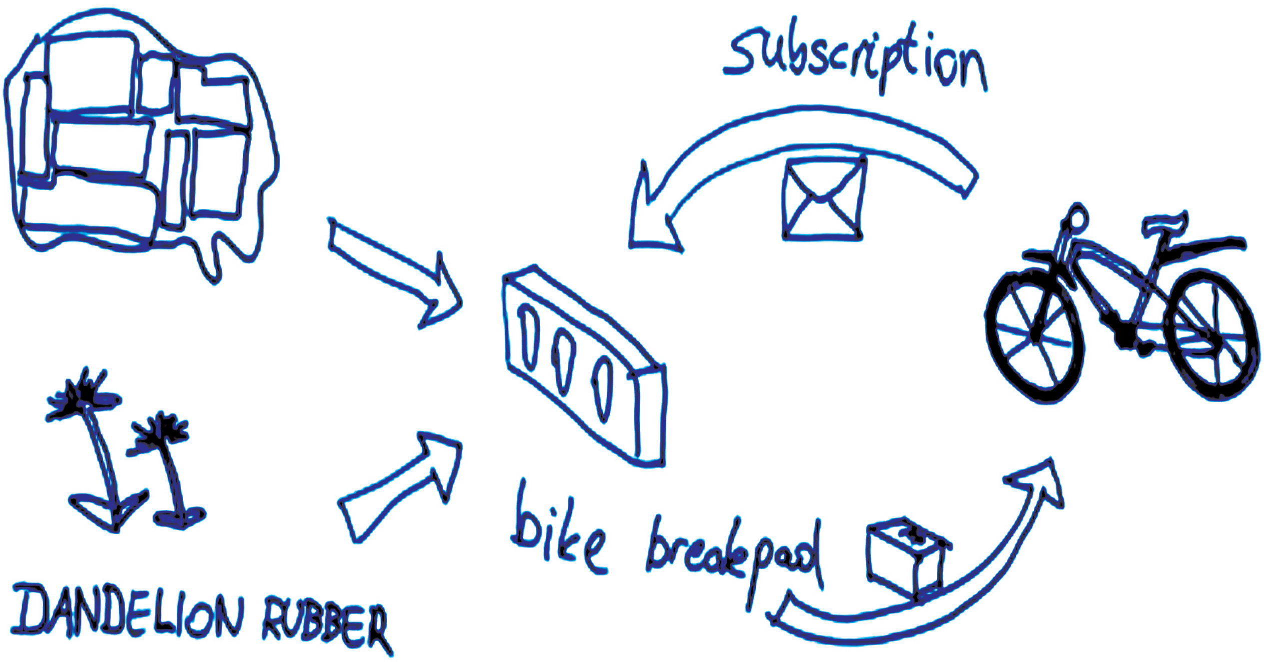
चक्रिय रणनीतिहरू लागू गरेर यी आवश्यकताहरू पूरा गर्नको लागि फरक वा राम्रो तरिकाहरू छन् ?

प्रेरणाको लागि चक्रिय कार्डहरू प्रयोग गर्नुहोस् ।

तपाईंको समाधानहरूको डिजाइन गर्नुहोस् ।

सहजकर्ताहरूका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समय: ३० मिनेट)**

- अब सहभागीहरूलाई उनीहरूको अघिल्लो कार्यपत्रबाट एउटा उपाय छान्न लगाउनुहोस् ।
- चक्रिय सिद्धान्तहरू लागू गर्दा प्रयोगकर्ताको आवश्यकतालाई अझ राम्रोसँग पूरा गर्ने उपायहरूम ध्यान केन्द्रित गर्न सहभागीहरूलाई अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाइ उनीहरूले चयन गरेका उपायहरू चित्रण गर्न अनुरोध गर्नुहोस् । दृश्य बनाएर यसलाई समझन सकिने नाम दिन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि उनीहरूलाई आफ्ना दृष्टान्तहरू प्रस्तुत गर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- दृष्टान्तको उदाहरण तल प्रस्तुत गरिएको छ ।



दृष्टान्तको उदाहरण

डिजाइन कार्यपत्र

तपाईंको चयन गरिएको उपायको डिजाइन र चित्रण गर्नुहोस् । दृश्य बनाएर त्यसलाई यादगार नाम दिनुहोस् ।

आफ्नो वैधता पुष्टि गर्नुहोस् ।

सहजकर्ताहरूका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समय: ३० मिनेट)**

- चित्रहरू बनाईसकेपछि हामी वैधता पुष्टि गर्ने तर्फ अघि बढ्छौं ।
- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्,"यो प्रयोगकर्ताको लागि किन राम्रो छ ? यसले प्रयोगकर्ताको अनुभवलाई कसरी सुधार गर्छ ? आर्थिक वा व्यावहारिक लाभहरू के हुन् ?"
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई लेख्न अनुरोध गर्नुहोस्, "यसले कसरी तपाईको उत्पादन तथा वस्तुलाई चक्रिय बनाउँछ ? के यसले सामग्रीको चक्रियता बढाउँछ? के यसलाई पुर्नजिवित बनाउँछ ?"
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस् "कस्ता प्रणालीहरूको आवश्यक पर्दछ? कस्ता प्रतिक्रिया वा तथ्याङ्क महत्त्वपूर्ण छन् ? कस्ता पूर्वाधार चाहिन्छ ? तपाईले कोसँग सहकार्य गर्न आवश्यक ठान्नुभएको छ ?"
- सहभागीहरूले आफ्नो टुलकिटमा तल दिइएको कार्यपत्र भर्नुपर्नेछ ।
- त्यसपछि उनीहरूलाई उनीहरूको सम्पूर्ण विचार तथा उपाय प्रस्तुत गर्न अनुरोध गर्नुहोस् । सहभागीहरूलाई आलोचनात्मक प्रश्नहरू सोध्न अनुरोध गर्नुहोस् ।

औचित्य कार्यपत्रको विकास

यो प्रयोगकर्ताको लागि किन राम्रो छ ? यो प्रयोगकर्ताको लागि किन राम्रो छ? यसले प्रयोगकर्ताको अनुभवलाई कसरी सुधार गर्छ ? आर्थिक वा व्यावहारिक लाभहरू के हुन् ?	"यसले कसरी तपाईको उत्पादन तथा वस्तुलाई चक्रिय बनाउँछ ? के यसले सामग्रीको चक्रियता बढाउँछ ? के यसलाई पुर्नजिवित बनाउँछ ?"	कस्ता प्रणालीहरूको आवश्यक पर्दछ ? कस्ता प्रतिक्रिया वा तथ्याङ्क महत्वपूर्ण छन् ? कस्ता पूर्वाधार चाहिन्छ ? तपाईले कोसँग सहकार्य गर्न आवश्यक छ ?

मुख्य सिकाईहरू

सहजकर्ताहरूका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समय: १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई हल बाहिर भेला हुन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई गोलाकार रुपमा उभिन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूलाई के मन पर्‍यो, के मन परेन र के परिवर्तन गर्न आवश्यक छ भनेर सोध्नुहोस् ।
- अर्को मास्टरक्लास (मिति, समय र स्थान) बारे उनीहरूलाई जानकारी दिनुहोस् ।

मास्टर क्लास ३.१

सरोकारवाला र संरचनागत नक्साङ्कन

सहजकर्ताः मरीन हसन, विशेषता श्रेष्ठ र रोहन श्रेष्ठ

मास्टर क्लास ३.१

सरोकारवाला र संरचनागत नक्साङ्कन

तपाईलाई के बिषयमा जानकारी दिइनेछ ?

- ईकोसिस्टमको स्थापना र पबिरवेश निर्माणकर्ता
- बिजिनेस ईकोसिस्टमले कसरि ग्राहक मूल्य विस्तार गरि ग्राहक संख्यामा वृद्धि ल्याउनमा सहयोग पुर्याउन सक्दछ ?
- कार्यान्वयनसँग सम्बन्धित चुनौतीहरूलाई कसरी समाधान गर्ने?
- ईकोसिस्टका निर्माणकर्ताहरूको मुख्य दक्षताहरू
- सरोकारवालाको म्यापिङ गर्ने अभ्यास
- प्रणालीको दायरा निर्धारण गर्ने
- सरोकारवालाको पहिचान
- सरोकारवालाको नक्साङ्कन
- अनुगमन र मुल्यांकन
- प्रमुख सिकाईहरू

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू

- **उद्देश्यः** यस सत्रको मुख्य उद्देश्य भनेको तपाईको साझेदारहरू को हुन् वा हुन सक्छन् भनेर बुझ्नु र तपाई र सरोकारवाला बिचमा आधारित कस्तो रणनीति हुनुपर्छ भनेर परिभाषित गर्नु हो ।
- **समयः** पूरा दिन
- **उपकरणहरूः**
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्ट
  - डस्टर
  - मेटा कार्डहरू
  - कलमहरू
  - पावरपोइन्ट प्रस्तुति

निर्देशनहरू:

- यस सत्रमा लेखिएका सामग्री पढ्नुहोस् र पावरपोइन्ट स्लाइड तयार गर्नुहोस् ।
- पप अप बक्सहरूमा निर्देशनहरू सहित सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देशहरू लेखिएका छन् ।
- तपाइँ तपाइँको दर्शकको प्रकृति अनुसार निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नुहुन्छ र यसलाई प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ ।

ईकोसिस्टमको स्थापना र परिवेश निर्माणकर्ता

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समय: १० मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "जब तपाईले ईकोसिस्टम भन्ने शब्द सुन्नुहुन्छ, तपाईले के बुझ्नुहुन्छ ?"
- सहभागीहरूलाई स्टिकी नोटमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । (५ मिनेट समय दिनुहोस् ।)
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई बोर्डमा नोट टाँस्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूले के लेखेका छन् पढ्नुहोस् ।
- त्यसपछि PPT देखाउनुहोस् ।

ईकोसिस्टम निर्माण भन्नाले एक रणनीतिक दृष्टिकोणलाई जनाउँछ जसले दीर्घकालिक सफलता र स्थिर मूल्य सुनिश्चित गर्दछ। यसले दुई प्रमुख मार्गहरू अपनाउँछ ।

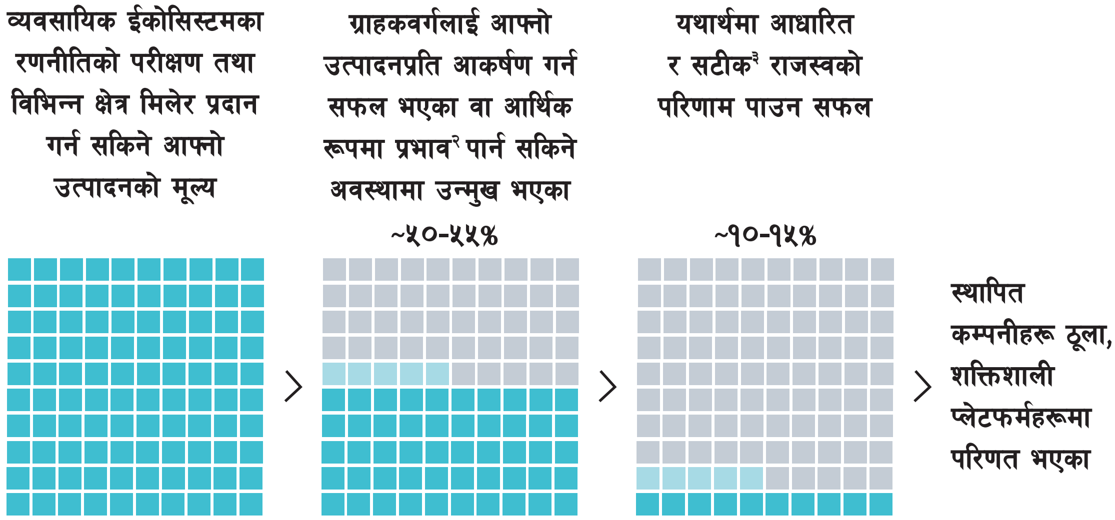
- **नयाँ क्षेत्रहरूमा विस्तार:** ईकोसिस्टमले आम्दानीको नयाँ स्रोतहरूको सिर्जना गर्न सक्छ । आम्दानीको नयाँ स्रोत मुख्य व्यवसायबाट हुने आम्दानीभन्दा फरक हुनसक्छ । साथै ईकोसिस्टमले तथ्याङ्कको प्रयोगबाट आम्दानी जुटाउने जस्ता वैकल्पिक अवसरहरू पनि प्रदान गर्दछ । जस्तै विज्ञापन तथा अन्य जानकारीको उपयोगबाट । ईकोसिस्टमले प्रविधीलाई अद्यावधिक गरेर, उच्चस्तरीय तथ्याङ्कको विकास गरेर र भविष्यका लागि साझेदारी व्यवस्थापनको क्षमतालाई सुदृढीकरण गरेर संस्थाका नयाँ तथा नौलो क्षमतालाई निम्त्याउन ईकोसिस्टम एक उत्प्रेरकको भूमिका खेल्न सक्छ । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)
- **कम्पनीको मूल्यमा वृद्धि:** ईकोसिस्टममा आधारित प्रयासहरूले इन्क्युबेटीको मूल्य अभिवृद्धि गर्न सक्छ किनभने व्यावसायिक ईकोसिस्टमले कुनै पनि संस्थालाई विकासको मार्गतर्फ निर्देशित गर्न मद्दत गर्छ। साथै यसले इन्क्युबेटीलाई उसको उद्योगको क्षेत्रमा एक प्रमुख खेलाडीको रुपमा पनि आफ्नो पहिचान बनाउन मद्दत गर्न सक्छ । यद्यपि, मूल्य वृद्धिको मुख्य हिस्सा सेवा परिपूर्ण भएपछि मात्र महसुस गर्न सकिन्छ । या भनौं उक्त कम्पनीको आम्दानीमा महत्वपूर्ण प्रभाव पारिसकेपछि मात्र यो सम्भव हुन्छ जसले संस्थाप्रतिको प्रतिबद्धता पनि दर्शाउँछ । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

कार्यान्वयनका चुनौतीलाई कसरी पार गर्ने ?

- विभिन्न क्षेत्रहरूमा भएका संस्थाहरू ईकोसिस्टमका फाइदाहरू माथि जानकार हुँदै आएका छन् । तर यस ईकोसिस्टममा उनीहरू सफल हुन त्यति सहज छैन । धेरै संस्थाहरु आफूले हासिल गर्न खोजेको लक्ष्य प्राप्तिमा सफल भएका छैनन् । हामीले गरेको एक सय वटा संस्थाका ईकोसिस्टमका प्रयासहरुको विश्लेषण अनुसार ५५ प्रतिशत संस्थाहरूले आफ्ना ग्राहक आफ्नो उत्पादनप्रति आकर्षित गर्न सफल भए भने १० देखि १५ प्रतिशत संस्थाले मात्र आफ्नो पहिलाको आम्दानी भन्दा ५ प्रतिशत बढी आम्दानी प्राप्त गर्न सके । चित्र १ मा हेर्नुहोस् । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

ईकोसिस्टम निर्माण गर्न जटिल हुन सक्छ । धेरै संस्थाहरु आफूले हासिल गर्न खोजेको लक्ष्य प्राप्तिमा सफल भएका छैनन् ।

१०० वटा इन्क्युबेटी संस्थाका व्यवसायिक[1] ईकोसिस्टमका रणनीतिहरु र समयसँगै उनीहरूका सफलताहरू, २०१९-२२



चित्र १: १०० वटा संस्थाका ईकोसिस्टमका प्रयासहरुको विश्लेषण
(श्रोत: म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३

[1]नमुनाको रूपमा स्थापित कम्पनीहरू थिए जो आफ्नो क्षेत्रमा अग्रणी स्थानमा बसेर नेतृत्वदायी भूमिका निर्वाह गरिरहेका थिए र जसले आफ्नो व्यवसायको प्राथमिक गतिविधिहरु भन्दा फरक अवस्थामा आफ्नो ध्यान आकर्षित गरेका थिए । जस्तै: अलिबाबा, अल्फाबेट, अमेजन, बैडु, गुगल, नेटफ्लिक्स र टेनसेन्ट) । नमुनाको संरचना २०१९ देखि २०२२ सम्म परिवर्तन भएको छैन ।

[2]यसले संस्था कति ठूलो छ र ग्राहक कस्तो वर्गका छन् भन्ने आधारमा कति धेरै ग्राहक वर्गलाई समेटेको छ भनेर जनाउँछ । मात्रात्मक रूपमा, एक महिनामा कति धेरै प्रयोगकर्ताहरु छन्, एप् कति पटक डाउनलोड भयो र आफ्नो उत्पादन कति बिक्री भयो भनेर जनाउँछ ।

[3]यसले व्यवसायिक ईकोसिस्टम मार्फत प्रत्यक्ष रूपमा उत्पन्न गरेको आम्दानीलाई जनाँउछ । विज्ञको विश्लेषणको आधारमा र मात्रात्मक रूपमा, कुल आम्दानीको ५% भन्दा बढी, वा गुणात्मक रूपमा, कुल आम्दानीको ५% भन्दा बढी अनुमानित आम्दानीको वृद्धि ।

त्यसो भए हामी यसलाई कसरी कार्यान्वयन गर्न सक्छौ ?

१) पूरक क्षेत्रहरूको मूल्याङ्कन गर्नुहोस्: सम्बद्ध क्षेत्रहरूको मूल्याङ्कन गर्नु महत्त्वपूर्ण छ जसले कुन व्यावसायिक ईकोसिस्टम सबैभन्दा आकर्षक छ भन्ने कुरा निर्धारण गर्न र आफ्नो कम्पनीको सम्पत्ति र वृद्धिको विकाससँग मिल्ने अवसरहरूको पहिचान गर्न सहयोग पुर्याउँछ। प्राथमिकतामा रहेका क्षेत्रहरूमा प्रारम्भिक चरणमै सही तरिकाले कार्यान्वयन गरिएका उदाहरणहरू पहिचान गरी अध्ययन गर्दा छोटो समयमा अपेक्षितभन्दा धेरै मूल्य प्राप्त गर्न सकिन्छ र दीर्घकालीन रूपमा आफूले कल्पना गरेको लक्ष्य हासिल गर्नका लागि स्पष्ट रणनीतिक योजना तयार गर्न सकिन्छ ।

उदाहरणका लागि, एउटा बीमा कम्पनीले आफ्नो बीमा व्यवसायसँग सम्बन्धित स्वास्थ्य, वित्तीय सेवा र नयाँ अवसरजस्ता क्षेत्रहरूको पहिचान गर्‍यो। उक्त कम्पनीले कार्यान्वयन गर्न सकिने परियोजनाहरू संचालन गर्‍यो जसले छिट्टै ग्राहकहरूलाई आफ्नो सेवातर्फ आकर्षित गर्‍यो। यी परियोजनाहरू सो कम्पनीको व्यावसायिक ईकोसिस्टम भित्र दीर्घकालीन दृष्टिकोणको एक अभिन्न हिस्सा बन्न सफल भए । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

२) सुरुवाती चरण देखिनै ग्राहकको लागि ध्यान केन्द्रित गर्ने: महत्त्वपूर्ण उपलब्धिहरू प्राप्त गर्न ग्राहक अनुभवलाई प्राथमिकतामा राख्दै वास्तविक मूल्य प्रदान गर्ने लक्ष्य निर्धारण गर्नुहोस्। वास्तविक ग्राहकहरूलाई सकेसम्म चाँडो विचार गरेर आफ्नो धारणा परीक्षण गर्नुहोस्। उदाहरणका लागि, एउटा बिर्की उत्पादन गर्ने कम्पनीले प्रविधिमा आधारित कम्पनीलाई अधिग्रहण गर्‍यो ताकि आफ्नो उत्पादनमा थप विकल्पहरू ल्याई फराकिलो ग्राहक वर्गलाई समेट्न सकियोस्। यद्यपि, मुख्य ग्राहक वर्ग र कम्पनीको एप प्रयोगको बीचमा असमानता देखियो। मुख्य ग्राहक वर्गले उक्त एप प्रभावकारी रूपमा प्रयोग गर्न सकेनन्, जसका कारण कम्पनीले आफ्नो अपेक्षित परिणामहरू हासिल गर्न सकेन र अन्ततः बन्द हुन पुग्यो। व्यवसायहरूले ग्राहकको आवश्यकता नबुझी उत्पादनमा विभिन्न सुविधाहरू थप्न प्राथमिकता दिएमा खण्डित र असन्तोषजनक अनुभव सिर्जना गर्ने जोखिम निम्तिन सक्छ । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

३) सहि साझेदारहरुको पहिचान: आफ्नो कम्पनीको जस्तै सिद्धान्तमा विश्वास गर्ने र ग्राहकलाई आफुले जस्तै व्यवहार गर्ने कम्पनीलाई साझेदारको रूपमा पहिचान गर्नुहोस् । आर्थिक रूपमा कम्पनी घाटामा गैरहेको छ भने अरु कम्पनीसंग आफ्नो कम्पनी गाभ्नु वा अरु कम्पनीलाई आफ्नो कम्पनी बेच्न पनि सकिन्छ । भन्ने हो भने येसो गर्नु राम्रो र बुद्धिमानी हो । यसो गर्नाले नयाँ क्षमताका साथै नयाँ सिप पनि सिक्न सकिन्छ जसले भविष्यमा व्यवसायिक ईकोसिस्टमको बिस्तारलाई सहयोग पुर्याउँदछ । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

४) आफ्नो इकोसिस्टमलाई व्यवस्थित गर्न सन्तुलन कायम राख्नुहोस्: आफ्नो व्यावसायिक ईकोसिस्टमलाई व्यवस्थित राख्न सन्तुलन कायम गर्नु आवश्यक छ। संस्थाले आफ्ना नयाँ विचार र संस्कृति, क्षमता, तथा प्रयासका रणनीतिक महत्वाकांक्षालाई ध्यानमा राख्दै मूल व्यवसायलाई निरन्तरता दिँदै नयाँ संस्थाहरूलाई सही दिशामा अघि बढ्न पर्याप्त स्वतन्त्रता दिनुपर्छ ।

एउटा वित्तीय संस्थाले आफ्नो मूल कार्यक्रमभन्दा अलग एउटा नयाँ प्रयासको सुरुवात गर्यो सुरुवाती दिनहरूमा उक्त संस्थाले उल्लेखनीय सफलता हासिल गरे पनि, पछि गएर सांस्कृतिक द्वन्द्व र नयाँ प्रयाससँग सम्बन्धित व्यवस्थापकीय निर्णयहरूले कम्पनीको काम कारबाहीमा सुस्तता ल्याएको थियो । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

५) व्यापारिक उद्देश्यका लागि आफ्नो प्रणालीमा तथ्यांकलाई समाहित गर्नेः प्रणालीगत क्रियाकलाप र साझेदारहरूबाट उपलब्ध तथ्यांकको फाइदा लिनुहोस्; यस्ता तथ्यांकले तपाईको कम्पनीको संचालन पद्धतिलाई अझ बलियो बनाउन, नयाँ सेवा र उत्पादनको प्रस्तुति गर्न सक्छ वा विद्यमान उत्पादनमा थप मुनाफा बढाउन मद्दत पुग्दछ । एउटा बिमा कम्पनीले एउटा कार्यक्रमको आरम्भ गऱ्यो त्यो कार्यक्रम स्वास्थ्य र व्यक्तिगत कल्याणलाई प्राथमिकता दिँदै केन्द्रित थियो र कार्यक्रम तयार पार्दा सो संस्थाले तथ्यांकको सहारा पनि लिएको थियो। नतिजास्वरूप, बिमा चाहने ग्राहकहरूको संख्यामा गिरावट आयो तथापी नयाँ वित्तीय कार्यक्रमको सुरुवात गर्न सो संस्था सफल पनि भयो । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

६) प्रभावको सही मापन गर्नुहोस्ः परम्परागत रूपमा प्रयोग हुँदै आएका मापनका सूचकहरूले व्यावसायिक ईकोसिस्टममा देखिने वास्तविक लाभहरूलाई सही तरिकाले मापन नगर्न सक्छ। प्राविधि संग सम्बन्धित क्षेत्रमा रहेका ठूला सफल कम्पनीहरूले आफ्नो कम्पनीका प्रत्येक सम्पत्तिले उनीहरूको समग्र व्यावसायिक ईकोसिस्टममा कस्तो भूमिका खेलिरहेको छ भनेर मूल्यांकन गर्छन् । केही कम्पनीहरूले जानाजान ग्राहकहरूलाई आकर्षित गर्न घाटा बेहोर्ने गर्छन् र नाफा भने अन्य विकल्पबाट प्राप्त गर्ने नीति अपनाउँछन् । कम्पनीहरूले ग्राहकको अनुमानित संख्या, कति ग्राहकलाई आकर्षित गर्न सकिन्छ, नाफा कति र कसरी आर्जन गर्न सकिन्छ भनेर मूल्याङ्कन गर्नु आवश्यक छ । साथै, मापन गर्न सकिने सही सूचकहरूको छनौट गर्नु पनि त्यतिनै महत्वपूर्ण छ । (म्याक्केन्जी एण्ड कम्पनी, २०२३)

ईकोसिस्टमका निर्माणकर्ता को हुन् ?

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समयः १० मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "तपाईको विचारमा ईकोसिस्टमको निर्माणकर्ता को हुन् ?"
- सहभागीहरूलाई स्टिकी नोटमा लेख्न र बोर्डमा पोस्ट गर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "के तपाईं ईकोसिस्टमको निर्माणकता हुनुहुन्छ ? हुनुहुन्छ भने किन ?"
- उनीहरूलाई मेटा कार्डमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- तीन सहभागीहरूलाई छनौट गर्नुहोस र उनीहरूको मेटा कार्डहरूमा के लेखेका छन् भनेर पढ्नका लागि अनुरोध गर्नुहोस् ।

ईकोसिस्टमका निर्माणकर्ताः व्यावसायिक ईकोसिस्टम निर्माता त्यस्तो व्यक्ति वा संस्था हो जसले हरेक कुरा वा बिषयलाई फराकिलो रुपमा हेर्छ र साझा लक्ष्य तिर थप प्रभाव सिर्जना गर्न नयाँ, दिगो सम्बन्धहरू स्थापित गर्दछ ।

ईकोसिस्टम निर्माणकर्तामा हुनुपर्ने प्रमुख योग्यताहरु

ईकोसिस्टम निर्माणकर्ताका चार प्रमुख क्षमताहरू छन् ।

१. मानवीय सम्बन्धहरू निर्माण गर्नेः अरू व्यक्तिसँग स्वस्थ रूपमा अन्तरक्रिया गर्न र बलियो सम्बन्धहरू निर्माण गर्न व्यक्तिहरूलाई सहयोग गर्ने सीपहरू ।

२. सामग्रीको निर्माण गर्न सक्ने: कुनै एक समूहको विशेष रुचिको विषयसँग सम्बन्धित सान्दर्भिक जानकारीको संकलन, प्रस्तुतीकरण, प्रशोधन र आलोचनात्मक विश्लेषण गर्ने र साथै ज्ञानको प्रभावकारी रूपान्तरण गर्ने क्षमतामा वृद्धि गर्ने कलागर्न सक्ने सिप ।

३. प्रेरणा दिने र एकताको भावना कायम राख्ने: के आवश्यक र सम्भव छ भनेर पहिचान गर्न सक्ने क्षमता, कुनै समूहलाई कसरी प्रेरित गर्ने र विवादित समूहलाई कसरी शान्त पार्ने बारेमा थाहा पाइने क्षमता । साथै, कस्तो परिस्थितिलाई बढावा दिने र कस्तोलाई शान्त पार्ने विचार गर्न सक्ने सिप । यी सबै क्षमता प्रयोग गरेर सिकाइमा योगदान पुर्याउने र सबैलाई सशक्त बनाउन सक्ने दक्षता ।

४. विश्वास र सम्मान सँगै नेतृत्व गर्ने दक्षता: नेतृत्व गर्ने र प्रभाव कायम राख्ने सिप जसले नेतृत्वकर्तालाई सम्मान र विश्वास प्राप्त गर्न मद्दत पुर्याउँछ। यससँगै, वरिष्ठता, पद वा वित्तीय स्रोतहरूको आधारमा उत्पन्न हुने भिन्नता पहिचान गर्न र विभिन्न दृष्टिकोणहरू बीच समझदारी र सहमति सिर्जना गर्नका लागि आवश्यक सिप पनि समावेश छ ।

सीप मूल्यांकन तालिका
ईकोसिस्टमको संरचना स्तर

सिपको सेट	सरोकारवालाहरुलाई भेला गर्ने	सहकार्य गर्ने	प्रणालीमा ध्यान केन्द्रित गर्ने	असमझदारी	स्वरुप
मानवीय सम्बन्धहरु स्थापित गर्नेः	● सरोकारवालाहरुको भेला गर्ने ● हरेक व्यक्तिसँग विश्वास जित्नु ● सुरक्षित वातावरण प्रदान गर्ने ● सबै चरणहरूमा आफूलाई सम्हाल्नु, आफैले असुरक्षाको भावना कसरी सम्हाल्ने भनेर उपाय निकाल्नु, कुनै विशेष मुद्दामा ध्यान केन्द्रित गर्दा त्यससँग सम्बन्धित पैरवी गर्नु आदि ।	● विवाद समाधान गर्ने क्षमता ● समाज र सांस्कृतिक गतिशीलता बोध गर्ने शक्ति	● विश्वास निर्माण ● सहकार्यको व्यवस्थापन ● नयाँ सहभागीहरुलाई भित्राउने ● भावनात्मक स्थिरता बनाउने ● उपस्थिति र जिज्ञासा ● आफ्नो कुरा सुन्ने र आफैलाई शान्त पार्ने ● विभिन्न सम्बन्धहरू सिर्जना गर्ने तरिका ● फरक रूपमा देखाउन मानिसहरूलाई मद्दत गर्ने ● द्वन्द्वमा मध्यस्थताको भूमिका	● सम्भावनाको खोजी गर्ने क्षमता ● सुन्ने ● अरुलाई सिकाउने भूमिका निर्वाह गर्ने ● ज्ञान बाढ्न उचित वातावरणको ● निर्माण गर्ने	● मानिसहरूसंग सम्पर्कमा रहन र सहयोग जारी राख्नको लागि अवसरहरूको सिर्जना गर्ने ● संस्थाहरूसँग सहकार्य गर्न
सामग्री उत्पादन गर्ने क्षमताः	● विशेषज्ञताको एक विशेष क्षेत्रको पहिचान गर्ने र तपाईंको काम निर्धारण गर्ने मुख्य उद्देश्यलाई परिष्कृत वा स्पष्ट गर्ने ।	● असहमति वा तनावका क्षेत्रहरू पहिचान गर्ने र महत्त्वपूर्ण मुद्दाहरू वा अवसरहरू पहिचान गर्ने जहाँ लक्षित कार्यहरूले महत्त्वपूर्ण प्रभाव पार्न सक्छ ।	● साझेदारहरूलाई निर्णय गर्न र महत्त्वपूर्ण मुद्दाहरूमा नेतृत्व लिन प्रोत्साहित गर्ने । ● आवश्यकताहरू पहिचान गर्न र तिनीहरूलाई सम्बोधन गर्न सही विशेषज्ञता ल्याउने ।	● सिकेका जानकारी र पाठहरू सङ्कलन र संक्षेपण गर्ने । ● अरूसँग ज्ञान बाँड्ने । ● अभिलेख राख्ने ।	● सम्भावित नयाँ भूमिकामा सिकाइ लागू गर्न जारी राख्ने ।

सिपको सेट	सरोकारवालाहरुलाई भेला गर्ने	सहकार्य गर्ने	प्रणालीमा ध्यान केन्द्रित गर्ने	असमझदारी	स्वरुप
			• वातावरणको बारेमा सचेत रहन र आवश्यकता अनुसार योजनाहरू समायोजन गर्ने । • सोच विचार गर्नेर योजना बनाउने । • ठोस परिणाम हासिल गर्न मद्दत गर्ने ।		
प्रेरणा दिने र समन्वय कायम राख्ने:	• उत्साह जगाउने । • खुलापन र जिज्ञासालाई प्रोत्साहन दिने । • सहभागितालाई स्वागत गर्ने । • सहयोगी वातावरण प्रदान गर्ने	• महत्त्वपूर्ण पक्षह तथा चीजहरू कसरी जोडिएका छन् भनेर ध्यान केन्द्रित गर्ने । • आत्म-नियंत्रण कायम राख्ने र धैर्य राख्ने । • सही नेतृत्व र सहकार्यका लागि उपयुक्त सहजकर्ताको छनोट गर्ने ।	• ताजा विचारहरू प्रस्तुत गरिरहने । • प्रगति कायम राख्ने । • आवश्यकता, अवसर र द्वन्द्वहरू पहिचान गर्न के भइरहेको छ भन्ने बारे सचेत रहने । • तनावहरू पहिचान गर्ने र तिनीहरूलाई नरम वा प्रत्यक्ष रूपमा सम्बोधन गर्ने ।	• नयाँ शाखाहरू बढाउने • भूमिका परिवर्तनको प्रक्रिया अपनाउने • आवश्यक नभएको कुरालाई छोड्ने	• अर्को चरणको लागि मनोबल उच्च बनाउने • अर्थपूर्ण परिणामहरूको लागि रणनीति बनाउने
नेतृत्वको लागि समर्थन प्राप्त गर्नुः	• लेनदेनमा आपसी समझदारी स्थापित गर्ने र सम्झौता गर्ने । • नेतृत्व र अधिकार लिने । • निर्देशन दिनको सट्टा अरूलाई मार्गदर्शन र साथ दिनमा ध्यान दिने ।	• स्पष्ट सम्झौताहरू स्थापना गर्ने • योगदानलाई परिभाषित गर्ने । • परियोजनाको उद्देश्य स्पष्ट रूपमा बताउने र कायम र ाख्ने । • प्रायोजकलाई जटिल प्रक्रियामा सिधा र सरल सल्लाह दिर्ने ।	• बृहत् प्रणालीमा आन्तरिक कार्यहरूलाई जोड्ने । • कठिन वार्तालापहरूलाई प्रभावकारी रूपमा सहजीकरण गर्ने । • प्रगति गर्ने र गति कायम राख्ने । • समग्र चुनौती र तनाव व्यवस्थापन गर्ने ।	• आफ्नो भूमिका परिमार्जन गर्ने वा छोड्ने ।	• महत्वपूर्ण विश्लेषणको आधारमा संवाद गर्ने ।

दक्षताको म्याट्रिक्स लेखनको कार्यपत्र

ईकोसिस्टमको चरण दक्षताको सेट	१ सरोकारवालाहरुलाई भेला गर्ने	२ एकता	३ ईकोसिस्टम प्रति ध्यान केन्द्रित	४ विचलन	५ अवतार
मानवसंग सम्बन्धहरू निर्माण गर्ने:					
सामग्रीको निर्माण गर्न सक्ने:					
उर्जा प्रधान गर्ने र एकता बरकरार राख्ने:					
नेतृत्वको लागि विश्वास प्राप्त:					

सरोकारवालाहरूको नक्साङ्कन गर्ने अभ्यास

सरोकारवालाहरूको नक्साङ्कन गर्ने अभ्यास अनुसन्धानमा सरोकारवालाहरूको संलग्नता बढ्दै गएकाले सह-निर्माणको प्रभावकारिता सुनिश्चित गर्न यो अभ्यास महत्त्वपूर्ण बन्दै गएको छ। अनुदान उपलब्ध गराउने संस्थाहरूले पनि यसलाई प्रभावकारी परिणाम हासिल गर्न आवश्यक चरणका रूपमा लिन्छन् । सरोकारवालाहरूको विश्लेषण र उनीहरूसँगको संलग्नता प्रक्रिया प्रायः सँगै सञ्चालन गरिन्छ, जहाँ निश्चित फ्रेमवर्क वा मोडेलले दिशा निर्देश गर्दछ (बोअज एट अल., २०१८)। सरोकारवालाहरूको विश्लेषण गर्दा उनीहरूको व्यवहार, उद्देश्य, सम्बन्ध, प्राथमिकता, प्रभाव, र स्रोतहरूको स्पष्ट तस्वीर प्राप्त गर्न सकिन्छ। यो जानकारी विशिष्ट निर्णयहरू लिन र सामाजिक तथा राजनीतिक सम्भावनाहरूको बुझाइ सुधार गर्न महत्वपूर्ण मानिन्छ (ब्रुघा र वरवसव्स्की, २०००; राउम, २०१८) । उदाहरणका लागि, शिक्षामा सुधार गर्न शिक्षक, विद्यार्थी, र अभिभावकसँग समन्वय गरेर योजना बनाउँदा सरोकारवालाहरूको आवश्यकता र सुझावलाई समेट्न सकिन्छ । यसरी प्राप्त गरिएको ज्ञानले दीर्घकालीन समाधानको विकास, नीति निर्माणको सुदृढीकरण, र भविष्यका कार्यहरूलाई मार्गदर्शन गर्न सहयोग गर्दछ। यो अभ्यास सरल देखिए पनि विविध चासो र प्राथमिकतालाई सन्तुलनमा राख्न चुनौतीपूर्ण हुन सक्छ। तर, प्रभावकारी संवाद र समन्वयले यसलाई सफल बनाउन सकिन्छ।

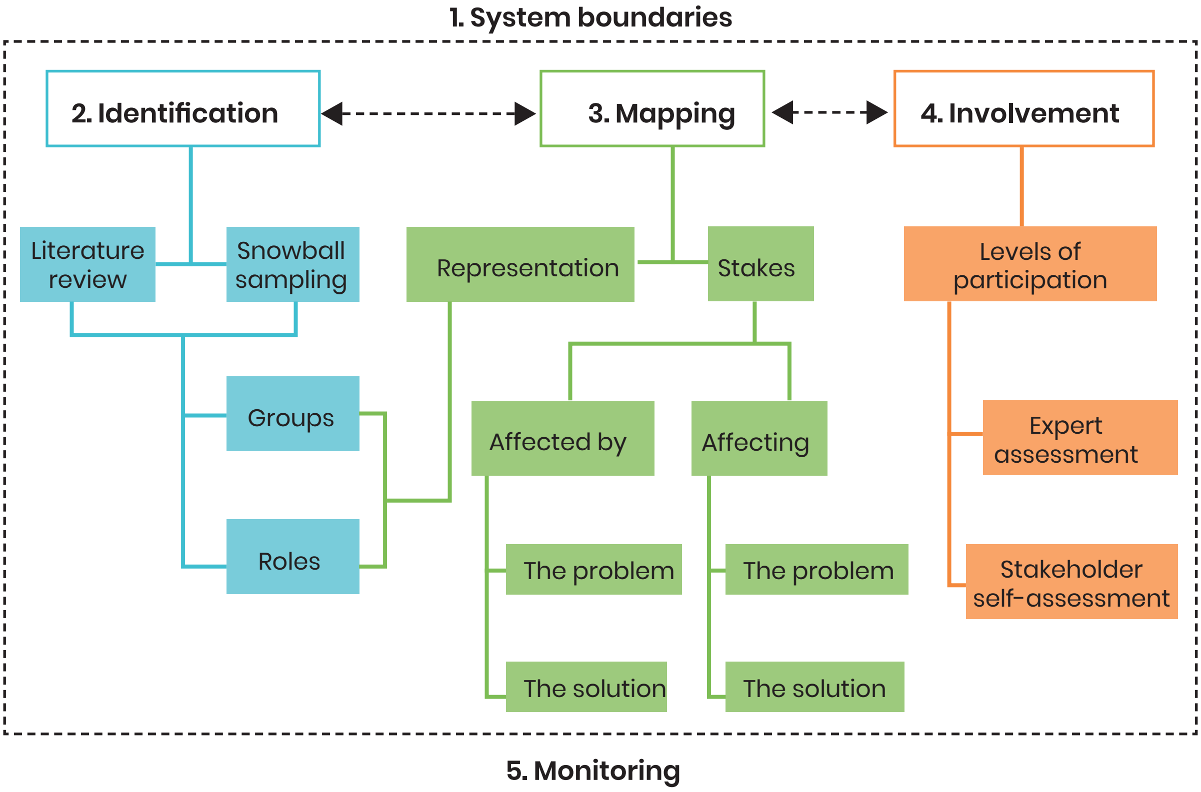
सरोकारवाला सिद्धान्त

सरोकारवाला सिद्धान्त निर्णय लिने प्रक्रियामा कसको हिस्सेदारी छ भन्नेसँग सम्बन्धित छ। यस सिद्धान्तले गरेका निर्णयहरूको नतिजाबाट कसले फाइदा लिन्छ र कसले हानिको अनुभव गर्छ भन्ने कुरामा पनि सम्बन्धित छ (फिलिप्स एट अल., २००३) । फ्रिमेन र कलिग्स् (२०१०) ले सरोकारवालाहरूलाई व्यक्तिहरूको कुनै पनि समूहको रूपमा परिभाषित गरेका छन् जसले विशेष प्रक्रिया, मुद्दा, वा उद्देश्यबाट प्रभावित वा प्रभावित हुन सक्छन्। निर्णय प्रक्रियामा सरोकारवालाहरू समावेश गर्नु सार्वजनिक सहभागिता र लोकतन्त्रको एक प्रमुख कारक भएको छ (ग्रेगरी एट अल., २०२०)। सरोकारवालाहरूलाई बढ्दो रूपमा राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय स्तरको वातावरणीय नीतिमा समावेश गरिएको छ (कोगान एट अल., २०२१; दि जोङ्ग एट अल. २०१९) । विशेष गरी वातावरणीय विज्ञान जस्ता क्षेत्रमा गरिने अनुसन्धानमा पनि सरोकारवाला सिद्धान्तले त्यस्ता अनुसन्धान कसरी सञ्चालन गरिन्छ भन्नेमा प्रभाव पार्दछ। सह-उत्पादनमा ज्ञानको खोज गर्न अनुसन्धानकर्ताहरूलाई सरोकारवालाहरूसँग मिलेर काम गर्न लगाईन्छ । यंसो गर्नाले

वैज्ञानिक रूपमा मान्य हुन खोजको मात्र नभई जसलाई आवश्यक परेको छ त्यस्ता व्यक्तिहरुका लागि सान्दर्भिक ज्ञानको खोज गर्न उपयोगी हुन्छ । (चेम्बर्स एट अल., २०२१; भोरबर्ग एट अल., २०१५) । यस प्रवृत्तिको एउटा कारण भनेको आधुनिक समस्याहरू प्रायजसो जटिल र बहुआयामिक हुन्छन् भन्ने मान्यता हो । त्यस्ता परिस्थितिहरूमा धेरै सरोकारवालाहरूलाई समावेश गर्नाले विभिन्न दृष्टिकोण र समाधानहरू ल्याउन मद्दत गर्दछ किनकि कुनै एक व्यक्ति वा विज्ञसँग सबै जवाफहरू हुदैन (फ्रान्जेस्काकी र काविस्क, २०१६; रेड एट अल., २००९) ।

सरोकारवालाको म्यापिङ सामान्यतया विभिन्न प्रश्नहरूको जवाफमा केन्द्रित हुन्छ (मेहरिजि एट अल., २०० ९) । जस्तै प्रणालीलाई असर गर्ने समस्या वा समाधान के-के हुन्? यो एकअर्कासँग अन्तरसम्बन्धित चीजहरू हुन सक्छ । यसमा प्रक्रियाहरू र यससँग सम्बन्धित व्यक्तिहरू पनि समावेश हुन सक्छन् । यी कसरी प्रभावित छन्? यसले प्रणालीलाई कसरी असर गरिरहेको छ? सरोकारवालाहरूको चासो र विश्वास के हो? संलग्नता वा निर्णय प्रक्रियामा सरोकारवालाहरूलाई कसरी प्राथमिकता दिन सकिन्छ ?

सरल शब्दहरूमा, सरोकारवाला विश्लेषणले जोखिम, जोखिमका कारण र जोखिमका सम्भावित समाधानहरूबारे खोज गर्दछ । सरोकारवाला विश्लेषणले सरोकारवालाहरूबीच स्रोतहरू कसरी बाँडफाँड भएको छ र ती सरोकारवालाहरूबीच अन्तरसम्बन्ध कस्तो छ र उनीहरु कसरी एक अर्कासंग अन्तरक्रिया गर्छन् तथा नीतिहरूलाई प्रभाव पार्न कस्ता अवसरहरु छने भन्नेमा खोज तथा विश्लेषण गर्दछ (बास्को करेरा एट.अल., २०१७; रिड एण्ड कुर्जन, २०१५; वाल्कर एट अल., २००८)। यस विश्लेषणको आधारमा, उद्देश्यहरू र सामूहिक सम्झौताहरूको मार्गहरू प्राप्त गर्न रणनीतिहरू र मार्गचित्रहरू विकास गर्न सकिन्छ (मार्किस एट अल., २०२०; राउम, २०१८;; रिड एण्ड कुर्जन, २०१५; उटिज एट अल., २०२०) ।



चित्र २ : प्रणाली सीमानाहरू (स्रोत: म्याप स्टेटस्: सह-सृजना गर्ने प्रक्रियाहरूमा सरोकारवालाहरूलाई नक्साङ्कन, समावेश र निगरानीको लागि एउटा उपकरण, २०२०) ।
सहजकर्ता पद्धतिको ५ चरणहरु: म्याप स्टेटस् टूल

सहजकर्ताको पद्धतीमा जम्मा ५ वटा चरणहरु छन् । माथि को चित्र हेर्नुहोस् ।

चरण १: प्रणालीको सीमा भनेको के हो ?

प्रणालीको सीमाले प्रणालीलाई परिभाषित गर्दछ। प्रणालीको सीमा ले के कुरा समावेश भएको छ, के कुरा समाबेश भएको छैन तथा कस्ता कुरालाई सीमान्तकृत बनाएको छ र किन भन्ने कुरालाई परिभाषित गर्द छ। प्रणालीको सीमाले कुनै एक प्रक्रियामा सहजकर्ताको पहिचान गर्दछ जो उक्त प्रक्रियामा सान्दर्भिक हुन्छन् । यसरी कसलाई समावेश गर्ने र कसलाई समावेश नगर्ने भन्ने कुरा को पहिलो मापदण्डको निर्माण गर्दछ (ल्यओंन एट अल. २०२०)। सहजकर्ता पहिचान गर्दा प्रणालीको सीमालाई निर्धारण गर्न जरुरी हुन्छ र साथै प्रणालीलाई पनि सहजकर्ताको संलग्न हुने प्रक्रियामा परिभाषित गर्दै जानु पर्दछ किनभने यो प्रक्रियालाई सबैले समान रुपमा बुझ्दैनन् । अनुसन्धानकर्ताहरुले सुरुवातमा गरेको परिभाषालाई सहजकर्ताहरुले पछि छुट्टै तरिकाबाट परिभाषित गर्न सक्छन् (मेहरिज़ी एट अल. २००९)। त्येसैले, सहजकर्तासंग प्रणालीसंग सम्बन्धित बिषयहरुमा समान बुझाई सुनिश्चित गर्न छलफल गर्न जरुरी हुन्छ।

सीमाहरू निम्न प्रकारका हुन सक्छन् ।

- क्षेत्राधिकार (जस्तैः आफ्नो अधिनमा रहेको छेत्र, एक देश, एक क्षेत्र, एक शहर)
- क्षेत्रीय - जस्तैः ऊर्जा, पानी, कृषि)
- संस्थागत - जस्तै मन्त्रालय, नगरपालिका)
- वैचारिक - जस्तै प्रकृतिमा आधारित समाधानहरू, बायोमाससंग सम्बन्धित नयाँ बिचारहरु), परिदृश्य, जैविक क्षेत्र, नेटवर्कहरू)
- अस्थायी - जस्तै वर्तमान, भविष्य),
- स्थानिय - सामाजिक स्थान सहित, नीति क्षेत्र, वा निरपेक्ष स्थान, जस्तै दुरी)

चरण २: सरोकारवालाहरूको पहिचान

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समयः १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "तपाईंको सन्दर्भमा चक्रियताको क्षेत्रमा प्रमुख खेलाडीहरू को हुन् ?"
- उनीहरूको टुलकिटमा उपलब्ध गराइएको कार्यपत्र भर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि एएत देखाउनुहोस् ।

समूह र भूमिकाहरू परियोजनाको उद्देश्य र लक्षित क्षेत्र अनुसार परिभाषित गरिन्छ (बार्केट र कमिसकी, २०१८) । नक्साङ्कन अभ्यासमा, सरोकारवालाहरूले स्वार्थको द्वन्द्वबाट बच्न एक सरोकारवाला समूहलाई मात्र प्रतिनिधित्व गर्छन् । सरोकारवालाहरूले या त आफ्नो वा समाजको एक भागको प्रतिनिधित्व गर्नुपर्छ । समूहका प्रतिनिधिहरू, चाहे नागरिक समाज (जस्तै संघ वा सरकार (जस्तै एजेन्सीहरू) बाट उनीहरूले प्रतिनिधित्व गर्ने मानिसहरूबाट समर्थन र विश्वास गर्नुपर्दछ, र आवश्यक जानकारी प्राप्त गर्न उनीहरूसँग छलफल गर्न वा इच्छुक मुद्दाहरूमा सम्बन्धित ज्ञान हुनुपर्छ ।

जबकि सरोकारवालाहरूले एउटा समूहलाई मात्र प्रतिनिधित्व गर्न सक्छन्, उनीहरूका धेरै भूमिकाहरू हुन सक्छ (ग्रेगरी एट अल., २०२०)। एउटै सरोकारवाला समूहको फरक सन्दर्भमा फरक भूमिका हुन सक्छ । उदाहरणका लागि, केन्द्रीकृत र विकेन्द्रीकृत शासन प्रणालीमा राष्ट्रिय अधिकारीहरूको भूमिका फरक हुने

गर्छ । विभिन्न सरोकारवाला समूहहरू र उनीहरूको भूमिकाहरूको राम्रो नक्शांकनले उनीहरूलाई कसरी पहिचान गरिन्छ भन्ने पूर्वाग्रहहरू प्रकट गर्न मद्दत पुग्न सक्छ । उदाहरणको लागी, कुनै पनि एउटा विषयमा निर्णय लिने प्रक्रियामा सरोकारवालाहरु अधिक हुन सक्छन् तर सम्भावित लक्षित समूहहरुको प्रतिनिधित्व कम हुन सक्छ । बैकल्पिक रूपमा हेर्ने हो भने त्यस प्रक्रियामा सरोकारवालाको प्रतिनिधित्व समान हुन सक्छ तर केहीले अरूको तुलनामा प्रक्रियामा धेरै प्रभाव वा चासो राख्न सक्छन् । यो असमानताले छलफल भइरहेको बिषयवस्तुको धारणा स्पष्ट नगर्न सक्छ ।

सरोकारवालाको भूमिका निर्धारण

तपाईंको सन्दर्भमा चक्रियताको क्षेत्रमा प्रमुख सरोकारवालाहरू को हुन् ?
सार्वजनिक क्षेत्रका प्रमुख संस्थाहरू:
अनुसन्धान गर्ने प्रमुख संस्थाहरू (विश्वविद्यालय/संस्था) वा चक्रियता:
उद्यमीहरूलाई सहयोग गर्ने प्रमुख संस्थाहरू:
वित्त क्षेत्रका प्रमुख सरोकारवालाहरु:
चक्रियता र व्यापार नेटवर्कका प्रमुख विज्ञहरु:
चक्रियता/दिगोपनामा संलग्न प्रमुख संस्थाहरू (सम्भावित साझेदारहरू):
चक्रिय समाधान अपनाउने मुख्य स्टार्ट अपहरू:

चरण ३: सरोकारवालाहरूको नक्साङ्कन

सरोकारवालाहरूको नक्साङ्कनका लागि विभिन्न विधिहरू छन् (रीड एट अल।, २००९)। हामी यस दृष्टिकोणको पहुँच बढाउन दुई सरल विधिहरू अपनाउन सुझाव दिन्छौं;

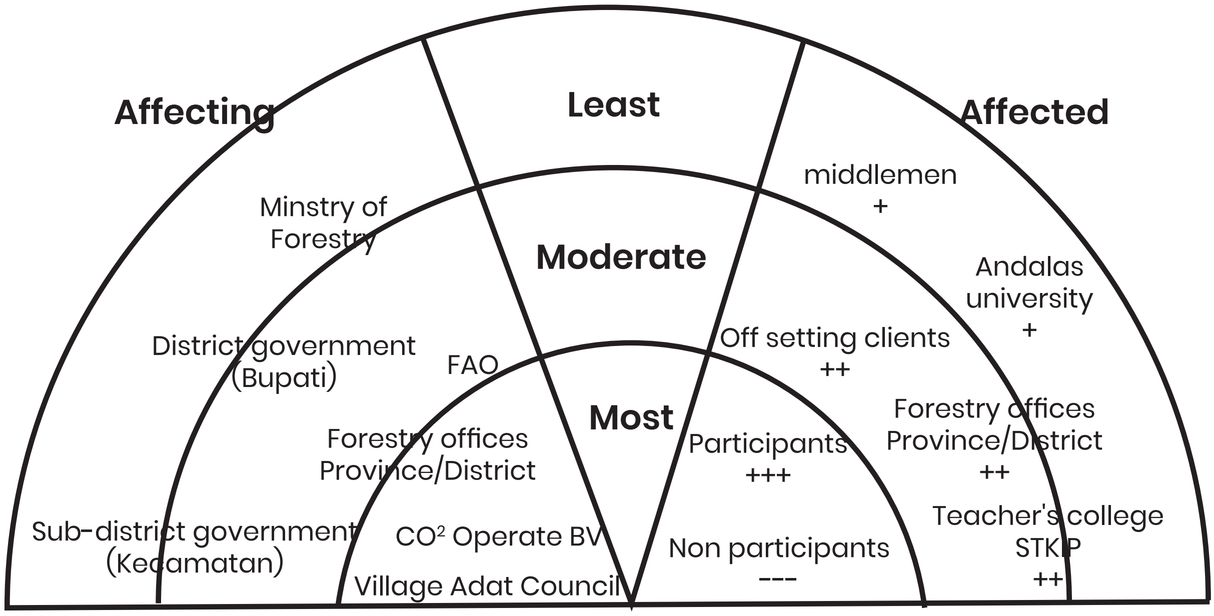
१) प्रतिनिधित्वमा आधारित (तालिका १); र

२) प्रभावमा आधारित (चित्र ३) ।

एउटा केस स्टडीलाई उदाहरणको रूपमा तालिका १ मा प्रस्तुत गरिएको छ । कसरी सरोकारवालाहरूले एउटा समूहलाई मात्र प्रतिनिधित्व गर्छन् तर फरक भूमिका खेल्न सक्छन् भनेर बुझ्न ध्यान दिनुहोस् ।

चित्र ३ मा प्रस्तुत गरिएको इन्द्रेणी रेखाचित्रले सरोकारवालाहरूले समस्या र समाधानलाई कुन हदसम्म प्रभाव पार्छन् र समस्या र समाधानबाट कुन हदसम्म प्रभावित हुन्छन् भनेर विश्लेषण गर्न मद्दत गर्न सक्छ ।

चित्र ३: इन्द्रेणी रेखाचित्र



श्रोत: *https://www.researchgate.net/figure/Stakeholder-rainbow-diagram-and-degree-of-affecting-or-being-affected-by-the-VCM-scheme_fig2_323259373/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6Il9kaXJlY3QiLCJwYWdlIjoiX2RpcmVjdCJ9fQ*

यस पद्धतिबाट प्राप्त नतिजाहरूले सरोकारवालाको नक्सामा सबैभन्दा प्रभावशाली वा कम प्रभावशाली सरोकारवालाहरूलाई समावेश गरिएको छ कि छैन भनेर मूल्याङ्कन गर्न मद्दत गर्दछ । यस प्रक्रियाबाट प्राप्त प्रतिफलहरू सहभागीहरूको चयन र प्रक्रियाको डिजाइनमा अत्यधिक निर्भर हुन्छन् । यदि प्रतिनिधित्व सन्तुलित भएन भने, यसबाट प्राप्त नतिजा बढी प्रतिनिधित्व भएको समूहको पक्षमा हुनेछ ।

त्यसकारण, सकेसम्म धेरै सरोकारवालाहरूलाई समावेश गर्न सम्भव भए पनि उनीहरूको भूमिकालाई सन्तुलनमा राख्नुपर्छ । यदि धेरै सरोकारवालाहरूले विशेष सूचना उपलब्ध गराउँछन् र केही सरोकार वालाहरूले मात्र निर्णय प्रक्रियामा प्रभाव पार्छिन भने त्यस कार्यशालाका क्रियाकलापलाई प्रभावित गर्ने

स्थानको सट्टा ज्ञान बाँड्ने कार्यक्रम हुनेछ। । अर्कोतर्फ, त्यस कार्यशालामा निर्णय गर्ने धेरै सरोकारवालाहरू छन् र केही सरोकारवालाहरूले मात्र ज्ञान प्रदान गरे भने त्यस कार्यशालाबाट प्राप्त नतिजा दैनिक रुपमा गरिने अभ्यासहरूमा लागू गर्न उपयुक्त नहुने खाल्का हुन्छन् । साथै, न्यून प्रतिनिधित्वमा रहेका समूहहरू थप सीमान्तीकृत बन्ने सम्भावना हुन्छ, र परिणामहरू सहभागी बन्न नसक्ने व्यक्तिहरूको सट्टा सहभागी हुन सक्नेहरूको प्राथमिकताप्रति पक्षपाती हुन सक्छन्। (रीड एट अल।, २००९)। यसले सरोकारवालाहरू र वैधानिक जिम्मेवारीहरू भएकाहरू बीचको विश्वासको स्तरलाई खतरामा पार्ने सम्भावना छ (रीड एण्ड कर्जन, २०१५)।

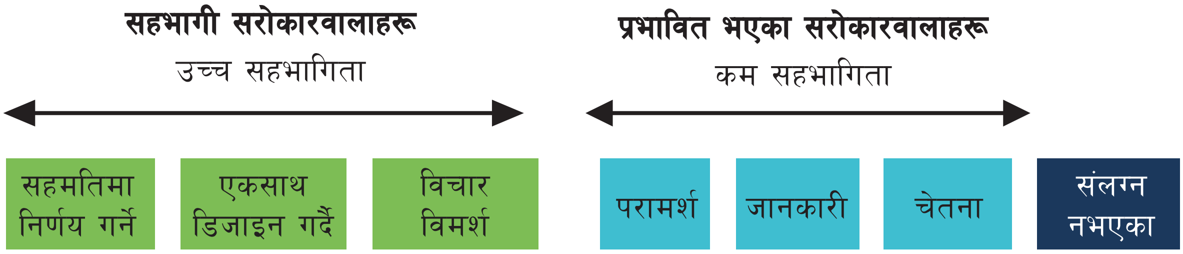
तालिका १: सरोकारवालाहरूको नक्साङ्कनको उदाहरण

सरोकारवाला समूह	नाम, पद र संस्था	निर्णय निर्माताहरू	कार्यान्वयनकर्ताहरू	संयोजकहरू	ज्ञान प्रदायक	वितकर्ताहरू	लबीस्टहरू	द्वारपालहरू
सरोकारवाला १: अधिकारीहरू	क्षेत्रीय संयोजक, आकस्मिक निकाय							
	नगरपालिका							
सरोकारवाला २: राजनीतिक प्रतिनिधिहरू	संघका प्रतिनिधिहरू							
	निर्वाचित नगर परिषद् प्रतिनिधिहरू							
सरोकारवाला ३: नागरिक समाज	स्थानीय बासिन्दाहरूको लागि संघका प्रतिनिधिहरू							
	घर मालिक							
सरोकारवाला ४: निजी क्षेत्र	बीमा कम्पनी							
	निजी कम्पनी							
सरोकारवाला ५: अनुसन्धान सञ्चालन गर्ने संस्था र विशेषज्ञहरू	जलवायु अनुकूलन इकाई, सरकारी निकाय							
	अनुसन्धानकर्ता, विश्वविद्यालय							
सरोकारवाला ६ गैर सरकारी संस्थाहरू	सीमापार आयोग							

श्रोत: *https://weadapt.org/knowledge-base/sei-urban-toolbox-for-liveable-cities/mapstakes-a-tool-for-co-creation-processes/*

चरण ४: सरोकारवालाहरूलाई संलग्न गराउने

प्रत्येक सरोकारवालाले आवश्यक ठानेको र चाहेको संलग्नता वा सहभागिताको स्तरको मूल्याङ्कन गर्न यस चरणले मद्दत गर्छ । विज्ञहरूका अनुसार सरोकारवालाहरू कति र कहिले सम्मिलित हुनुपर्छ? र सरोकार वालाहरू कति र कस्तो किसिमले सहभागी हुन चाहन्छन्? भन्ने खालका प्रश्नहरूलाई सम्बोधन यस चरणले गर्दछ । यी प्रश्नहरूलाई म्यापिङ अभ्यास गर्ने व्यक्तिहरूले विचार गर्नु आवश्यक छ ।



सहभागिताका प्रकारहरू

चित्र ४: सहभागिताको स्तर (स्रोत: अर्न्स्टेन १९६९ बाट अनुकूलित)

माथि प्रस्तुत गरिएको चित्र ४ ले अर्न्स्टाइन (१९६९) ले विकास गरेको र बास्को-कारेरा द्वारा विकसित गरेको सहभागिताका प्रकारहरूको चित्रण गर्दछ (२०१७) । यस चित्रले कम सहभागिताको तीन तहहरू प्रस्तुत गर्दछ र ती हुन्: सचेतना, सूचना र सल्लाह लिने कार्यमा भाग नलिनु । त्यसैगरी, चित्रले एकैसाथ डिजाइन गर्ने प्रक्रियाका विभिन्न चरणहरूमा उच्च सहभागिताको तीन तह देखाएको छ र ती हुन्: छलफल, एकैसाथ डिजाइन र एकैसाथ निर्णय गर्ने ।

जब सरोकारवालाहरूको थप संलग्नता आवश्यकता हुन्छ, थोरै सरोकारवालाहरू मात्र भाग लिन चाहन्छन् वा लिन्छन् । यो सामान्य कुरा हो । संलग्नताको स्तर एक चरणमा निर्धारण गर्न सकिँदैन र केही चरणहरू मार्फत निर्धारण गरिन्छ । पहिलो चरणमा, प्रत्येक सरोकारवालालाई कसरी संलग्न गराउने भनेर आयोजकहरूले निर्णय गर्छन् । यो निर्णय परियोजनामा सरोकारवालाहरूले खेल्ने भूमिका र सरोकारवालाहरूले दिन सक्ने प्रभावको स्तरमा आधारित हुन्छ । दोस्रो चरणमा, आयोजकहरूले सरोकारवालाहरूसँग उनीहरूले परियोजनामा कुन स्तरको संलग्नता राख्न इच्छुक छन् भन्ने कुरा बुझ्न उनीहरू संग परामर्श लिने गर्छन् ।

दोस्रो चरणमा, केही सरोकारवालाहरूले आफ्नो सहभागिता महत्वपूर्ण भएको हुँदाहुँदै पनि आयोजकहरूले चाहेको स्तरमा भाग लिन इच्छुक छैनन् भन्ने जनाउन सक्छन् । यस्तो अवस्थामा, यी सरोकारवालाहरूलाई सरोकारवालाहरूको नक्सामा सूचीबद्ध गर्न र तिनीहरू परियोजनाको हिस्सा बन्न इच्छुक नभएको कारण पत्ता लगाउन महत्त्वपूर्ण छ । विभिन्न कारकहरूका कारण परियोजनामा सहभागी हुन उनीहरूको रुचि समयसँगै परिवर्तन हुन पनि सक्छ । जस्तै: समयको उपलब्धता, उनीहरूको सहभागिताको महत्व प्रति अनुभूति, वा रुचि, आदि ।

परियोजनाको विभिन्न चरणहरूमा सरोकारवालाहरूको संलग्नताको विभिन्न स्तरहरू आवश्यक हुन सक्छ। उदाहरणका लागि, बैठक र अन्य सामान्य प्रकारका गतिविधिहरूले धेरै मानिसहरूलाई आकर्षित गर्न सक्छन्। अर्कोतर्फ, तथ्याङ्क विश्लेषण र मूल्याङ्कन जस्ता कठिन कार्यहरूमा संलग्न हुन समर्पित र रुचि राख्ने सरोकारवालाहरू केही मात्र हुन सक्छन्। उनीहरुलाई प्रमुख सरोकारवाला भनिन्छ। यी मुख्य सरोकारवालाहरू प्रायः परियोजनामा समय दिन चाहन्छन् र निर्णयहरू लिने प्रक्रियामा सहभागि हुने आशा पनि गर्छन्। तसर्थ, सरोकारवालाहरू बीचको अपेक्षाहरू सुरुदेखि नै व्यवस्थापन गर्नु आवश्यक छ। किनकि विभिन्न सरोकार वालाहरूको फरक-फरक रुचिहरू हुन्छन्।

सैद्धान्तिक रूपमा, बढी प्रभावित भएका मुद्दामा प्रभाव पार्ने सरोकारवालाहरू नै निर्णय गर्ने जस्ता उच्च स्तरमा सहभागी हुनुपर्दछ। अर्कोतर्फ, कम प्रभावित वा कम असर गर्ने सरोकारवालाहरू कम स्तरमा संलग्न हुन सक्छन्। कुनै समस्या वा सो मुद्दाबाट बढी प्रभावित भएका सरोकारवालाहरूले समस्यालाई असर नगरे पनि अरूसँग मिलेर समाधान निकाल्ने प्रक्रियामा अत्यधिक संलग्न हुनुपर्छ। यद्यपि, व्यवहारमा, उनीहरूको सहभागिता धेरै पक्षहरूमा निर्भर गर्दछ, जस्तै सहभागि हुनमा इच्छुकता, समयको उपलब्धता, व्यक्तिगत चासो आदि। संलग्नता र सहभागिताको स्तर सरोकारवालाहरूको रुचिमा निर्भर गर्दछ। सरोकार वाला जति धेरै संलग्न हुन्छन्, त्यस सरोकारवालाको सहभागिताको सम्भावना बढी हुन्छ। यद्यपि सरोकार वालाहरूको सहभागिता समयसंगै परिवर्तन हुन पनि सक्छ। त्यसैले उनीहरूको अपेक्षाहरू व्यवस्थापन गर्न उनीहरूको संलग्नता बुझ्न महत्त्वपूर्ण हुन्छ। यो प्रायः उनीहरूसँग वार्तालाप गरेर गरिन्छ।

आयोजकहरू सरोकारवालाहरूबाट एक निश्चित स्तरको सहभागिता चाहन्छन् र सरोकारवालाहरू पनि निश्चित स्तरमा मात्र भाग लिन चाहन्छन्। यी अपेक्षाहरू एउटै स्तरका हुन सक्दैनन्। त्यसैले छलफल अपेक्षा गरे अनुरुप नहुन सक्छ। यस्तो अवस्थामा केही कुरामा ध्यान दिनुपर्छ। उदाहरणका लागि, यो के कारणले भयो भनेर सोच्नुपर्छ। कार्यक्रममा सहभागी हुन सरोकारवालाहरूलाई कसरी थप इच्छुक बनाउन सक्छौं? यदि कार्यक्रमले अनुसन्धान र नीति निर्माणमा सरोकारवालाहरूलाई संलग्न गराउन चाहन्छ भने, सहभागिता किन अपेक्षित रूपमा भइरहेको छैन भनेर बुझ्नु महत्त्वपूर्ण छ। यदि यो मुद्दा बुझिएन भने, सरोकारवालाहरूले रुचि कम गर्न सक्छन् र उनीहरूले यस कार्यक्रमलाई थप समावेशी बनाउनबाट टाढा रहन सक्छन्।

चरण ५: अनुगमन र मूल्याङ्कन

अन्य व्यक्तिहरूसँग मिलेर केही सिर्जना गर्दा प्रचुर स्रोतहरूको आवश्यकता पर्दछ, जसले गर्दा सिर्जना प्रक्रियामा सरोकारवालाहरूलाई जोड्न कठिनाइ आउन सक्छ। कहिलेकाहीँ, सरोकारवालाहरू त्यो प्रक्रियामा संलग्न भएपछि थकित हुन सक्छन्। यसले परिणामहरूको गुणस्तर सीमित गर्न सक्छ (बारक्वेट एट. अल., २०१८)। अर्कोतर्फ, अरूसँग मिलेर केही निर्माण गर्ने तरिका राम्रो नतिजा ल्याउने हो कि होइन, त्यो पक्का छैन (मेने, २००८, २०१५)। तसर्थ, अन्य व्यक्तिहरूसँग मिलेर केही सिर्जना गर्ने प्रक्रियाका विभिन्न पक्षहरूको प्रभाव र प्रभावकारिताको मूल्याङ्कन गर्न आवश्यक छ (डुरोस एट. अल., २०१८)।

अन्य व्यक्तिहरूसँग मिलेर केहि सिर्जना गर्ने प्रक्रियामा प्रमाण हुनुले परिणामहरूको विश्वसनीयता बढाउन सक्छ। यसले समाजको बुझाइमा पनि सुधार गर्दछ र यस प्रक्रियाको मूल्य देखाउँदछ (इन्सोर र हार्भे, २०१५; भ्यान इप र गारसाइड, २०१९)। त्यसकारण, यस प्रक्रियाको अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्न र सुधारका लागि क्षेत्रहरू पहिचान गर्न मद्दत गर्ने सूचकहरूको पहिचान र परीक्षण गर्नु महत्त्वपूर्ण छ। यी सूचकहरूले उत्कृष्ट अभ्यासहरू पहिचान गर्न मद्दत गर्नेछ किनभने अन्य व्यक्तिहरूसँग मिलेर केही सिर्जना गर्ने प्रक्रियामा राम्रा मानिएका दृष्टिकोणहरू पहिले देखिनै छन्।

अन्य व्यक्तिहरूसँग सहकार्य गरेर सिर्जना गर्ने भूमिकाको मूल्याङ्कन गर्न धेरै तहहरूको आवश्यकता हुन्छ, र यी तहहरूको मूल्याङ्कन गर्न मापदण्डहरूको समूह तय गरिएको छ। ती हुन्; सान्दर्भिकता, समावेशीकरण, सिकाइ, प्रभावकारिता र विश्वसनीयता। यी मापदण्डहरू अरूसँगको सहकार्यमा केही सिर्जना गर्ने विद्यमान प्रक्रिया र साहित्य समीक्षा को आधारमा डिजाइन गरिएको हो (बोस एट. अल., २०१३; हवाङ एण्ड हार्भे, २०२१; सार्कि एट. अल., २०१५; स्कक् जोलर एट. अल., २०१७)

सान्दर्भिकता	रुचि र आवश्यकताहरूसँग लागू हुने ज्ञानसँग मेल खाने क्षमता	कार्यक्रम वा समाधानको कथित उपयोगिता
समावेशीकरण	खुलापन, पारदर्शिता, र योगदानको समान मान्यता	फिल्डवर्क सञ्चालन गर्न र तथ्याङ्क सङ्कलन गर्न प्रयोग गरिने उपकरण, विधि र प्रक्रियाहरूको सङ्ख्या
सिकाइ	व्यवहार र प्रणाली परिवर्तनको नेतृत्वमा बुझाइमा परिवर्तन	सहभागितापछि सहभागीहरूको सोचमा आएका परिवर्तनहरूको प्रकार र गहिराई
प्रभावकारिता	कार्यक्रममा उल्लेख गरिएका लक्ष्यहरूको उपलब्धि	सहकार्य प्रक्रियाको परिणामस्वरूप लिएको नयाँ कार्य पद्धतिहरू
विश्वसनीयता	कथित गुणस्तर, वैधता, र जानकारी र सूचनाकर्ताहरूको पर्याप्तता	सरोकारवालाहरूको विश्वास र प्रक्रियामा दिइएको जानकारीको विश्वसनीयता

चित्र ५: सहकार्य प्रक्रियाको मूल्याङ्कन गर्ने मापदण्ड

- सान्दर्भिकताले रुचि र आवश्यकताहरुसंग मेल खाने ज्ञानलाई मिलाउने क्षमतालाई बुझाउँछ (सार्कि एट. अल., २०१५)। प्रविधिसँग सम्बन्धित अध्ययनहरूले कथित सान्दर्भिकता उपयोगितासँग नजिकबाट जोडिएको छ र सबैले दिने स्वीकृतिलाई प्रत्यक्ष रूपमा प्रभाव पार्छ भनेर देखाउँछ (ताहेरदुस्ट, २०१८)। समावेशी प्रक्रियाको साथमा कथित उपयोगिताले परियोजनालाई वैधता प्रदान गर्न सक्छ। सरोकारवालाहरूले वैध मान्ने समाधानहरू सिर्जना गर्न कार्यक्रमहरूले योगदान पुऱ्याएको छ कि छैन भनेर मूल्याङ्कन गरेर सान्दर्भिकताको अनुगमन गर्न सकिन्छ।
- समावेशीकरणले सहकार्य मार्फत समावेशी प्रक्रियामा नेतृत्वको भुमिका जनाउँछ, र यो खुलेर र पारदर्शी तरिकामा भएको छ कि छैन भन्ने बुझाउँछ। समावेशीकरणले सबै मानिसहरूका विचारहरूले समान रूपमा मान्यता पाएका थिए वा थिएनन् भनेर पनि बुझाउँछ (चु एन्ड क्यानन, २०२१)। समावेशी प्रक्रिया निष्पक्ष भएको विश्वास गरिन्छ। त्यसकारण, समावेशीकरणबाट गरिएका निर्णयहरू उच्च पदहरूबाट प्रत्यक्ष रूपमा आउने निर्णयहरू भन्दा बढी वैध मानिन्छन् (बार्केट एण्ड कुमिस्के, २०१८; सार्कि एट. अल.; २०१५)। समावेशीकरणलाई विभिन्न उपकरणहरूको प्रकार र पहुँच, सोधपुछमा आधारित विधिहरू, र सह-सृजनको दायरा मूल्याङ्कन गरेर अनुगमन गर्न सकिन्छ (चु एण्ड क्यानन, २०२१)।
- सिकाइले व्यक्तिहरूमा हुने धारणा र व्यवहारमा हुने परिवर्तनहरूलाई जनाउँछ जसले ठूला सञ्जाल तथा प्रणालीहरू भित्र गर्नु पर्ने अभ्यासहरूमा परिवर्तनहरू निम्त्याउँछ (आर्गिरिस र स्कन, १९७८; रिड एट अल., २०१०)। सिक्ने प्रक्रिया एक चक्रमा चल्छ (अर्मितेज एट. अल.; २०११; किन् एट. अल.; २००५)। सामाजिक शिक्षा प्रवर्द्धनका लागि खेलहरूलाई एक माध्यमको रूपमा प्रस्ताव गरिएको छ।

यद्यपि, त्यहाँ सिकाइ भएको छ वा छैन वा प्राप्त नतिजाहरू त्यो सिकाइसँग जोड्न सकिन्छ कि सकिदैन भनेर मूल्याङ्कन गर्नका लागि आवश्यक मापदण्डहरूको अभाव छ (भान डेर वाल एट अल., २०१४) । व्यवस्थापन र संगठनात्मक अध्ययनका दृष्टिकोणहरूले प्रेरणाको रूपमा काम गर्न सक्छन् (वाटकिन्स एण्ड दिरानी, २०१३) । मार्सिक एण्ड वाटकिन्स (२००३) ले डाइमेन्सन अफ लर्निङ अर्गनाइजेसन प्रश्नावलीमा गरेको कामले व्यक्तिगत, समूह र संगठनात्मक स्तरमा सिकाइको मूल्याङ्कन गर्नका लागि सूचकहरू प्रदान गर्दछ ।

- प्रभावकारिता उद्देश्यहरू पूरा गर्न सञ्चालन गरिएका गतिविधिहरूको परिणामसँग सम्बन्धित छ । यसले "के हामी सही काम गरिरहेका छौं?" भन्ने प्रश्नको जवाफ पनि दिन्छ । प्रभावकारिताको मूल्याङ्कन गर्दा, परियोजनाका गतिविधिहरूले प्रक्रिया वा नतिजाहरूमा आफ्नो लक्ष्य हासिल गरेको छ कि छैन भनेर मूल्याङ्कन गर्न केन्द्रित हुन्छ । गतिविधिको उदाहरण नयाँ प्रकारका कार्यहरू हुन सक्छ भने परिणामको उदाहरण आर्थिक नोक्सानमा कमी हुन सक्छ । (जस्तै क्राफ्ट एण्ड फिशर, २०१६)।
- विश्वसनीयतालाई जानकारीको कथित गुणस्तर, वैधता र पर्याप्तताको रूपमा बुझ्न सकिन्छ र यसलाई स्रोतको विश्वसनीयता भनिन्छ । अर्कोतर्फ, विश्वसनीयतालाई जानकारी प्रदान गर्ने सूचनादाताको रूपमा बुझ्न सकिन्छ र यसैलाई भनिन्छ सूचना दिनेको विश्वसनीयता (लाछापेले एट अल., २०१४; सार्कि एट अल., २०१५)। जब मानिसहरूले कुनै कुरा वा कसैलाई विश्वासयोग्य ठान्छन्, तिनीहरू विश्वस्त हुने वा तिनीहरूसँग सहमत हुने सम्भावना बढी हुन्छ (लाछापेले एट अल., २०१४)। विश्वसनीयताले मानिसहरूलाई जोखिम र महत्त्वपूर्ण निर्णयहरू जस्तै नियम वा नीतिहरूबारे कस्तो महसुस गर्छ भन्ने कुरालाई असर गर्छ । यो प्रस्तावित ढाँचा परियोजनाको अन्त्यमा सह-सृजन प्रक्रियाहरूको मूल्याङ्कनका लागि मात्र होइन, नियमित रूपमा अनुगमन गर्न पनि सान्दर्भिक छ । यसले सह-निर्माण प्रक्रियालाई आवश्यक पर्ने ठाउँमा कसरी समायोजन गर्ने भन्ने बारे सही समयमा जानकारी प्रदान गर्न सक्छ। यी मापदण्डहरूलाई चित्र ४ मा प्रस्तुत गरिए अनुसार सूचकहरू मार्फत निगरानी गर्न सकिन्छ। यो एक विस्तृत सूची होइन, र सूचकहरूलाई परियोजनाको दायरा र उद्देश्य अनुसार थप सन्दर्भबद्ध गर्न आवश्यक छ ।

सान्दर्भिकता, समावेशीकरण, सिकाइ, प्रभावकारिता र विश्वसनीयतासँग सम्बन्धित सूचकहरू ट्र्याक गर्न तथ्याङ्कहरू मात्रात्मक र गुणात्मक विधिहरू प्रयोग गरेर सङ्कलन गर्न सकिन्छ, जस्तै अन्तर्वार्ता, सर्वेक्षण, आदि। अनुगमन उद्देश्यका लागि, वार्षिक रूपमा नियमित अन्तरालहरूमा मूल्याङ्कन गरिनुपर्छ । वार्षिक मूल्याङ्कन गर्दा विभिन्न समयमा सङ्कलन गरिएका तथ्याङ्कहरू तुलना गर्न सकिने गरी समान प्रकारका संकेतहरूको प्रयोगले यो सुनिश्चित गर्नुपर्छ ।

मुख्य सिकाईहरू

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समय: १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई हलबाट बाहिर निस्कन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूको सर्कल बनाउनुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "उनीहरूलाई के मन पर्यो? के मन परेन? के परिवर्तन गर्न आवश्यक छ ?"
- मिति, समय र स्थान सहित अर्को मास्टरकक्षाको बारेमा संक्षिप्त जानकारी दिनुहोस् ।

फोटो

मास्टर क्लास ३.२

भिजीबिलिटी र ब्रान्डिङ

सहजकर्ताः विशेषता श्रेष्ठ र रोहन श्रेष्ठ

मास्टर क्लास ३.२

भिजीबिलिटी र ब्रान्डिङ

तपाईलाई के बारे जानकारी दिइनेछ ?

- ब्रान्ड प्रतिज्ञा
- आफ्नो कथा सिर्जना गर्नु
- मुख्य सिकाईहरू

सहजकर्ताका लागि दिशानिर्देशहरू

- **उद्देश्य:** यस सत्रको मुख्य उद्देश्य भनेको व्यक्तिगत ब्रान्डको मूल्य बुझ्न र तिनीहरूको ब्रान्ड मूल्यहरू डिजाइन गर्नुका साथै तिनीहरूको विवरण सिर्जना गर्नु हो ।
- **समय:** पूरा दिन
- **उपकरणहरू:**
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्टहरू
  - डस्टर
  - मेटा कार्डहरू
  - कलमहरू
  - पावरपोइन्ट प्रस्तुति

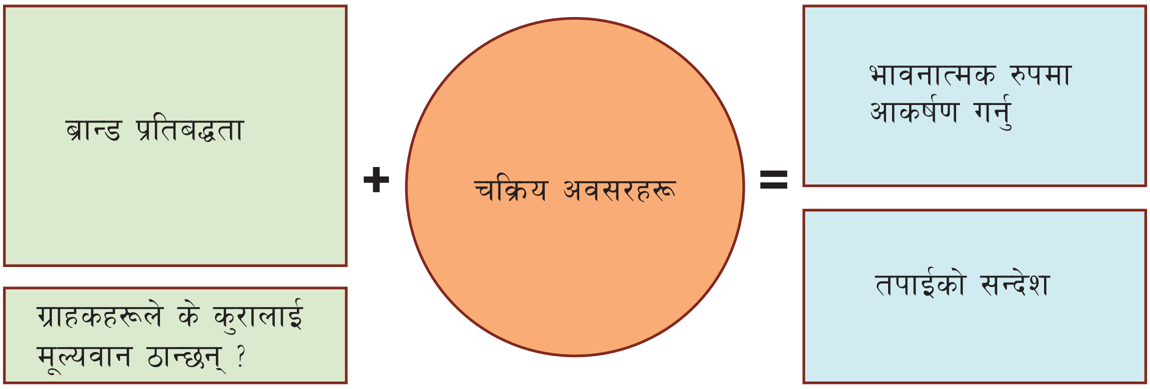
निर्देशनहरू:

- यस सत्रमा लेखिएका सामग्री पढ्नुहोस् र पावरपोइन्ट स्लाइड तयार गर्नुहोस् ।
- पप अप बक्सहरूमा निर्देशनहरू सहित सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देशहरू लेखिएका छन् ।
- तपाइँ तपाइँको दर्शकको प्रकृति अनुसार निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नुहुन्छ र यसलाई प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ ।
- निर्देशनहरू चरणबद्ध प्रक्रिया मात्र हुन् ।
- सबै सामाग्रीहरू तयार भएको निश्चित गर्नुहोस् ।

ब्रान्ड प्रतिबद्धता

ब्रान्डको ध्येय भनेको ग्राहकहरूको सहभागिता बढाउनु हो, र यो अहिले महत्वपूर्ण पक्षको रुपमा विकसित भइरहेको छ । बढ्दो रूपमा, मानिसहरूले आफ्नो ब्रान्डसँग भएको भावनात्मक सम्बन्धमा आधारित भएर निर्णयहरू लिइरहेका छन् । तपाईंको ब्राण्डप्रति ग्राहकहरूको विश्वास सिर्जना गर्नको लागि एक विधि भनेको नवीनतम रणनीति अपनाएर आफ्नो ब्रान्डलाई सशक्त बनाउनु हो । तर सही सन्देश पहिचान गर्न महत्त्वपूर्ण हुन्छ । ग्राहकहरूलाई ब्रान्डबाट हुने फाइदाहरू के-के छन् जसले गर्दा ग्राहकहरू ब्रान्डतर्फ आकर्षित हुनेछन् ? यस सत्रमा, हामी तपाईंलाई कसरी आफ्ना ग्राहकहरूलाई भावनात्मक रूपमा संलग्न गर्न सक्नुहुन्छ भनेर सोच्न मद्दत गर्नेछौं । तपाईंको ब्रान्डले तपाईंका ग्राहकहरुका लागि के गर्ने वाँचा गर्दछ ? तपाईंको ब्रान्ड बजारका अन्य वस्तुहरू भन्दा कसरी फरक छ ? यो एक प्रक्रिया हो जसले तपाईँलाई यी चक्रिय अवसरहरूले तपाईँको ब्रान्ड मूल्यलाई कसरी बलियो बनाउँछ भनेर जान्न मद्दत गर्दछ ।

ब्रान्डको उद्देश्य



सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समय: १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई उनीहरूको ब्रान्ड कार्यपत्र निकाल्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई उनीहरूको टुलकिटहरूमा लेखिएका अपूर्ण वाक्यहरू पूरा गर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीलाई सोध्नुहोस्, "तपाईंको कम्पनीको लागि सबैभन्दा राम्रो के हुनेछ? उदाहरणका लागि, हार्ले डेभिडसन "एकमात्र मोटरसाइकल निर्माता"
- सहभागीहरूलाई "जो वा जसले" बाट सुरु हुने खाली ठाउँहरूमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । उदाहरणका लागि: "यसले राम्रो मोटरसाइकल बनाउँछ ।"
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई "का लागि" बाट अन्त्य हुने खाली ठाउँहरूमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । उदाहरणका लागि: पुरुषहरूको लागि ।
- त्यसपछि सहभागीलाई "मा" बाट अन्त्य हुने खाली ठाउँहरूमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । उदाहरण को लागी, "अधिकांश संयुक्त राज्य अमेरिकामा ।"
- अन्तमा, सहभागीहरूलाई "को युगमा" भनि अन्त्य हुने खाली ठाउँहरूमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । उदाहरणका लागि, "व्यक्तिगत स्वतन्त्रता घट्ने युगमा" ।

ब्राान्ड कार्यपत्र

वाक्यहरू पूरा गर्नुहोस् ।

(के) एक मात्र ....
....
....

(वर्ग) जो वा जसले ....
....
....

(कसका लागि)..
....
....
का लागि

(बजारिकरण भएको ठाँउ) ....
....
....मा

(अन्तर्निहित प्रवृत्ति) ....
....
....को युगमा

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समय: ३० मिनेट)**

- वाक्यहरू पूरा गरेपछि, सहभागीहरूलाई "मेरो ग्राहक मूल्य" भन्ने कोठामा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस। उदाहरणका लागि: स्वतन्त्रता, सामाजिक स्थिति, सुविधा, पैसा बचत, र नवीनतम ट्रेड अनुसार अनुकूल हुँदै, आदि । (५ मिनेट दिनुहोस् ।)
- सहभागीहरूलाई "चक्रिय अवसर" भन्ने कोठामा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । उदाहरणका लागि: हाम्रो प्याकेजिङलाई बायोडिग्रेडेबल बनाउने । (१० मिनेट दिनुहोस् ।)
- सहभागीहरूले कोठामा लेखिसकेपछि, उनीहरूलाई "भावनात्मक आकर्षण" लेख्न अनुरोध गर्नुहोस्। सहभागीहरूलाई यसबाट मानिसहरुलाई कस्तो लाग्छ लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- उदाहरणका लागि: अरुको भलाई सोच्ने समाजसेवी, प्रेरणादायी, सक्षम, सुझबुझ भएका अरुलाई प्रेरित गर्न सक्ने
- त्यसपछि सहभागीहरुलाई "तपाईंको सन्देश" भन्ने कोठामा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । उदाहरणको लागि: यदि तपाईंले ....लाई आफ्नो जीवनमा ....समावेश गर्नुहुन्छ भने तपाई अरुभन्दा अगाडि हुनुहुनेछ । (१० मिनेट दिनुहोस्) ।

मेरो ग्राहक मूल्य

चक्रिय अवसर

भावनात्मक आकर्षण

तपाईंको सन्देश

आफ्नो कथा सिर्जना गर्नुहोस् ।

तपाईंको उत्पादन वा सेवासँग सम्बन्धित प्रभावकारी कथाहरू प्रस्तुत गर्ने आधारभूत सिपहरू सिक्नुहोस् । त्यो कथाले चक्रियतासँग कसरी सम्बन्धित छ भनेर बताउनुपर्नेहुन्छ । मानिसहरूलाई तपाईंको ब्रान्डमा लगानी गर्न उत्सुक बनाउने भावनात्मक कथा के हो? यस खण्डमा, हामी "आफ्नो कथा", "हाम्रो कथा", र "अहिलेको कथा" विकास गर्न सिक्नेछौं ।

आफ्नो कथा

सहजकर्ताका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समय: २० मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई ३ - ४ जनाको समूहमा विभाजन गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई १ वक्ता, १ श्रोता र १ पर्यवेक्षक छान्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि वक्तालाई उसको/उनको/उहाँको कथा श्रोतालाई सुनाउन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- श्रोताले कथा सुन्नुपर्नेहुन्छ ।
- पर्यवेक्षकले वार्तालाप अवलोकन गर्नेछन् र उनीहरूले के देखे भन्ने तर्फ संकेत गर्नेछन् । उदाहरणका लागि, यदि उनीहरूले आफ्नै अनुभव गरे भने, के सुधार्न सकिन्छ, र श्रोताको प्रतिक्रिया कस्तो थियो भने जानकार हुनेछन् ।
- वक्ताले बोल्न २ मिनेट पाउनेछन् ।
- सबैले आफ्नो प्रतिक्रिया दिइसकेपछि मात्र अघि बढ्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूको टुलकिटमा आफ्नै कथा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । (१२ मिनेट दिनुहोस् ।)

आफ्नो कथा

हाम्रो कथा

सहजकर्ताका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समय: १५ मिनेट)**

- अब हामी हाम्रो कथा लेख्नेतिर लागौं!
- सहभागीहरूलाई आफ्ना आँखा बन्द गरेर सोच्न अनुरोध गर्नुहोस् । उसले/उनी/उनीहरूले आफ्नो टोलीलाई कसरी फेला पारे? उनीहरु कसरी भेटे ? उनीहरु एकअर्कासँग कसरी जोडिए ? उनीहरू एकसाथ आउनुको एउटा दृष्टिकोण वा उद्देश्य के थियो?
- उनीहरूलाई आफ्ना आँखा बन्द गरेर सोच्न अनुरोध गर्नुहोस्, सोच्ने क्रममा मधुर संगीत बजाउनुहोस् ।
- अब उनीहरूलाई हाम्रो टूलकिटमा कथा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । (१० मिनेट दिनुहोस् ।)

हाम्रो कथा

अहिलेको कथा

सहजकर्ताका लागि मार्गनिर्देशनहरू **(समय: ३० मिनेट)**

- अब हाम्रो कथाको मस्यौदा तयार गरिसकेपछि सहभागीहरूलाई सोच्न अनुरोध गर्नुहोस् कि उनीहरू अहिले कहाँ छन्? एक टोलीको रूपमा, व्यवसायको रूपमा, संस्थाको रूपमा, ब्रान्डको रूपमा ?
- उनीहरूले हासिल गर्न खोजेका कुराहरू अहिलेको कथामा प्रतिबिम्बित गर्न आवश्यक छ ?
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूको टूलकिटहरूमा अहिलेको कथा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस् । (१० मिनेट)
- त्यसपछि प्रत्येक सहभागीलाई ३ मिनेट भित्र आफ्नो, हामी र अहिलेको कथा साझा गर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।

अहिलेको कथा

मुख्य सिकाईहरू

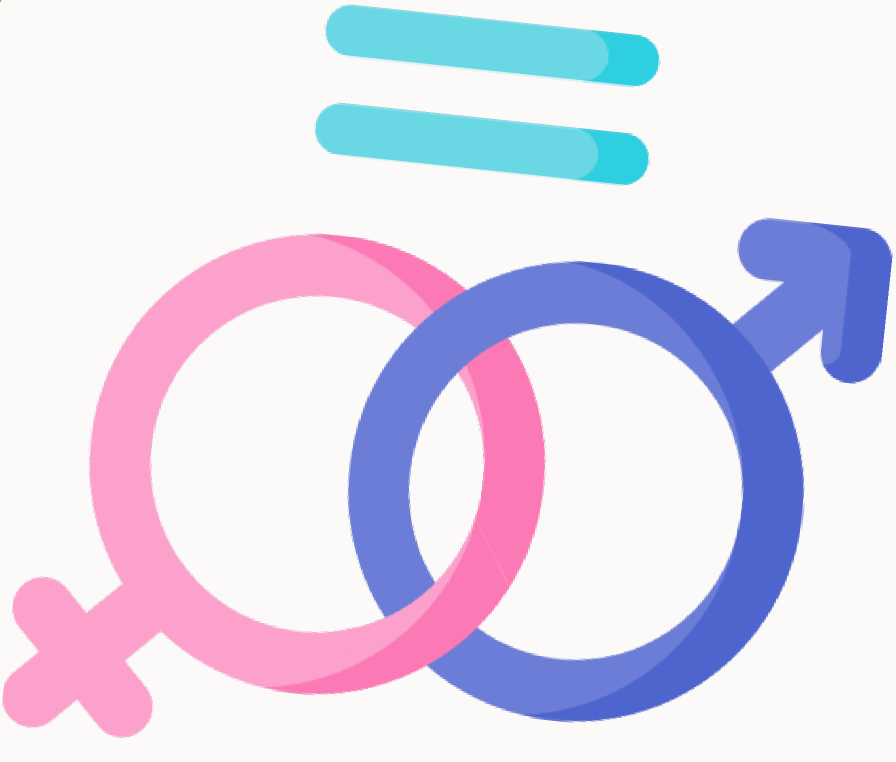
सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश **(समयः १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई हलबाट बाहिर निस्कन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूको सर्कल बनाउनुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "उनीहरूलाई के मन पर्यो? के मन परेन? के परिवर्तन गर्न आवश्यक छ?"
- मिति, समय र स्थान सहित अर्को मास्टरकक्षाको बारेमा संक्षिप्त जानकारी दिनुहोस् ।

मास्टर क्लास-४

लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण (GEDSI) को मोड्युल

सहजकर्ता: विशेषता श्रेष्ठ, रोहन श्रेष्ठ



मास्टर क्लास ४ :
लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण (GEDSI) को मोड्युल

तपाईंलाई के बारे जानकारी दिइनेछ ?

सत्र १: लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण तथा चक्रिय अर्थतन्त्र सम्बन्धी केस स्टडीहरू

- कार्यस्थलमा यौन दुर्व्यवहारसँग सम्बन्धित मुख्य मुद्दाहरू र लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण (GEDSI) सिद्धान्तहरूको प्रयोगको पहिचान गर्न वास्तविक केस स्टडीहरूको विश्लेषण गर्ने ।
- यौन दुर्व्यवहार रोकथाम तथा सम्बोधन गर्नको लागि प्रभावकारी रणनीति विकास गर्न GEDSI सिद्धान्तहरूको प्रयोग गर्ने ।
- केस स्टडीहरूको सन्दर्भमा विद्यमान कार्यस्थल नीति तथा अभ्यासहरूको समीक्षा गरी सुधार गर्नु पर्ने पक्ष पहिचान गर्ने र सुधारका प्रस्तावहरू तयार पार्ने ।

सत्र १: लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण तथा चक्रिय अर्थतन्त्र सम्बन्धी केस स्टडीहरू

सत्र १ को उद्देश्यहरू:

१. सहभागीहरूले वास्तविक केस स्टडीहरूको आलोचनात्मक विश्लेषण गरी यौन दुर्व्यवहार र GEDSI सिद्धान्तको कार्यस्थलमा प्रयोगसँग सम्बन्धित मुख्य मुद्दाहरूको पहिचान गर्नेछन् ।

२. सहभागीहरूले GEDSI सिद्धान्तहरू प्रयोग गरेर यौन दुर्व्यवहार रोक्न तथा सम्बोधन गर्न प्रभावकारी रणनीतिहरू विकास गर्न सिक्ने छन् ।

३. सहभागीहरूले कार्यस्थलका वर्तमान नीतिहरू र अभ्यासहरूको मूल्यांकन गरी कमजोरीहरू पहिचान गर्ने र सुधारका उपायहरू प्रस्ताव गर्नेछन् ।

४. सहभागीहरूले केस स्टडीहरूमा गरिएका वा नगरीएका कार्यहरूको उत्तरदायित्व सुनिश्चित गर्न र कार्यस्थल यौन दुर्व्यवहार मुक्त बनाउन नेतृत्वको भूमिका र जिम्मेवारीबारे छलफल गर्नेछन् ।

५. सहभागीहरूले यौन दुर्व्यवहार रोक्न आवश्यक पर्ने व्यवहारिक समाधानहरू र उत्कृष्ट अभ्यासहरू समूहमा मिलेर प्रस्ताव गर्ने छन्, जसले समावेशीकरण र अन्तरवस्तुगत समानताका पक्षलाई सम्बोधन गर्नेछ ।

६. सहभागीहरूले केस स्टडीका परिदृश्यहरूका आधारमा प्रस्तावित समाधानहरूबारे छलफल तथा बहस गरेर आलोचनात्मक सोच र निर्णय क्षमतालाई सुधार गर्नेछन् ।

७. सहभागीहरूले यौन दुर्व्यवहारबाट प्रभावित व्यक्तिहरूको विविध अनुभवहरूलाई बुझ्ने क्षमता विकास गर्ने छन्, जसले सहानुभूति बढाउँछ र समावेशी कार्यस्थल संस्कृतिको निर्माणमा प्रतिबद्धता बढाउँछ ।

१. प्रशिक्षकका लागि निर्देशनहरू:

- **पूर्व-सत्र तयारी: केस स्टडीहरू बुझ्ने:** हरेक केस स्टडीलाई राम्रोसँग अध्ययन गर्नुहोस्, यौन दुर्व्यवहारका मुद्दा, GEDSI सिद्धान्तको प्रयोग, र सम्भावित समाधानहरू बुझ्नुहोस् ।
- **छलफलका लागि प्रश्नहरू तयार पार्नुहोस्:** सहभागीहरूलाई केस स्टडीहरूको गहन रुपमा विश्लेषण गर्न र वास्तविक जीवनका परिस्थितिसँग तुलना गर्नको लागि प्रेरित गर्न खुला प्रश्नहरू तयार पार्नुहोस् । सत्रका उद्देश्य निर्धारण गर्नुहोस् । सत्रको उद्देश्यहरू स्पष्ट रूपमा परिभाषित गर्नुहोस् । यी उद्देश्यहरू यौन दुर्व्यवहारको सन्दर्भमा न्भ्म्क्ष सिद्धान्तहरूको प्रयोग र बुझाइको लक्ष्यसँग मेल हुने खाल्का छन् भनी सुनिश्चित गर्नुहोस् ।
- **सामग्रीको व्यवस्थापन गर्नुहोस्:** केस स्टडीको प्रिन्ट प्रतिहरू, व्हाइटबोर्ड, मार्कर, डिजिटल उपकरणहरू आदि जस्ता आवश्यक सबै सामग्रीहरूलाई तयारी अवस्थामा राख्नुहोस् र सहजै भेटिने ठाँउमा राख्नुहोस् ।

२. सत्रको परिचय:

- **सहभागीहरूलाई स्वागत गर्नुहोस्:** सत्रको सुरुवातमा सबै सहभागीहरूलाई स्वागत गर्नुहोस्, आफ्नो परिचय दिनुहोस्, र सत्रको उद्देश्य तथा महत्व संक्षेपमा बताउनुहोस् ।
- **सत्रको नियमहरू बनाउनुहोस्:** सम्मानजनक र समावेशी छलफल सुनिश्चित गर्न गोपनीयता, सक्रिय सहभागिता र विविध दृष्टिकोणको कदर गर्ने जस्ता नियमहरू तय गर्नुहोस् ।
- **(GEDSI) सिद्धान्तहरूको परिचय:** लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता, र सामाजिक समावेशीकरण (GEDSI) सिद्धान्तहरूको छोटो परिचय दिनुहोस्, र यौन दुर्व्यवहार रोकथाममा न्भ्म्क्ष को सान्दर्भिकता उल्लेख गर्नुहोस् ।

३. केस स्टडीहरू प्रस्तुत गर्नुहोस्:

- **केस स्टडीहरू वितरण गर्नुहोस्:** सहभागीहरूलाई केस स्टडीको प्रिन्ट वा डिजिटल प्रतिहरू वितरण गर्नुहोस् र व्यक्तिगत रूपमा पढ्न केही समय दिनुहोस् ।
- **सन्दर्भ तयार गर्नुहोस्:** हरेक केस स्टडीको सन्दर्भ संक्षेपमा प्रस्तुत गर्नुहोस् ताकि सहभागीहरूले घटनाको पृष्ठभूमि र मुख्य मुद्दाहरू राम्रोसँग बुझ्न सकून् ।

४. छलफलको सहजीकरण गर्नुहोस्:

- **सानो समूहमा विभाजन (वैकल्पिक):** सहभागीहरूको संख्या अनुसार उनीहरूलाई सानो समूहमा विभाजन गर्न सकिन्छ र हरेक समूहलाई फरक केस स्टडी दिन सकिन्छ ।
- **छलफलको सहजीकरण गर्नुहोस्:** तयार गरिएका प्रश्नहरूको प्रयोग गरी छलफलको सहजीकरण गर्नुहोस् र सहभागीहरूलाई सोच्न, विश्लेषण गर्न र समाधान प्रस्ताव गर्न प्रोत्साहन गर्नुहोस् ।
- **सक्रिय सहभागिताका लागि प्रोत्साहित गर्नुहोस्:** सबै सहभागीहरूले विचार व्यक्त गर्न पाऊन् भन्ने सुनिश्चित गर्नुहोस्, र कम बोल्नेहरूलाई सहभागी गराउनुहोस् ।
- **छलफललाई GEDSI सिद्धान्तसँग जोड्नुहोस्:** छलफललाई GEDSI सिद्धान्तसँग निरन्तर जोड्दै सहभागीहरूलाई ती सिद्धान्तहरू कसरी प्रयोग गर्न सकिन्छ भनेर सोच्न लगाउनुहोस् ।

५. समूह प्रस्तुतीकरण र प्रतिकृयाः

- **सामूहिक रुपमा गरिने रिपोर्टिङः** यदि सहभागीहरूले सानो समूहमा काम गरेका छन् भने हरेक समूहले आफ्ना निष्कर्षहरू र समाधानहरू सबैसामु प्रस्तुत गर्नुपर्छ ।
- **प्रतिकृयाको सहजीकरण गर्नुहोस्:** सिकाई सहयोगी र अन्तरक्रियात्मक रहोस् भनी सुनिश्चित गर्न अन्य सहभागीहरूलाई प्रतिकृया दिन प्रोत्साहित गर्नुहोस् ।
- **मुख्य बुँदाहरूलाई संक्षिप्त रुपमा भन्नुहोस्:** हरेक प्रस्तुतीकरणपछि GEDSI सिद्धान्तको प्रयोग कसरी गरिएको थियो भनेर जोड दिँदै मुख्य बुँदाहरूलाई संक्षिप्त रुपमा भन्नुहोस् ।

६. समापन र आत्मचिन्तनः

- **सिकाईहरूप्रति विचार गराउनुहोस्:** सहभागीहरूलाई सिकेका कुराहरू कार्यस्थलमा कसरी लागू गर्न सकिन्छ भन्नेबारे आत्मचिन्तन गर्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- **उद्देश्यहरू पुनरावलोकन गर्नुहोस्:** सत्रको उद्देश्यहरू फेरि याद गर्नुहोस् । यी उद्देश्यहरू पूरा भएको नभएको सुनिश्चित गर्नुहोस् । छलफलको क्रममा थपिएका मुख्य सिकाईहरूलाई उजागर गर्नुहोस् ।
- **सिकेका कुरा लागु गर्न प्रेरित गर्नुहोस्:** सहभागीहरूलाई सिकेका कुरा कार्यस्थलमा प्रयोग गरेर समावेशी र दुर्व्यवहाररहित वातावरण बनाउन प्रेरित गर्नुहोस् ।
- **सहभागीका प्रश्नहरूका उत्तर दिन सत्र पश्चात पनि उपलब्ध हुनुहोस्:** सत्रपछि पनि सहभागीहरूको थप जिज्ञासा वा छलफलका लागि आफू उपलब्ध हुनुहोस् ।

७. सत्रपछिको गर्नुपर्ने कार्यः

- **स्रोतहरू उपलब्ध गराउनुहोस्:** थप अध्ययनका लागि लेख, सहभागीहरूलाई उपकरण किट, वा मार्गनिर्देशन जस्ता स्रोतहरू उपलब्ध गराउनुहोस् ।
- **प्रतिकृया सङ्कलन गर्नुहोस्:** भविष्यमा अझ राम्रो संग सत्र सञ्चालनका लागि सहभागीहरूबाट सत्रबारे प्रतिक्रियाहरू सङ्कलन गर्नुहोस् र प्रयोग गर्नुहोस् ।

केस स्टडीहरू

केस स्टडी १: महिला सहकारी र चक्रिय अर्थतन्त्र

- **परिदृश्यः** एक सानो ग्रामीण समुदायमा महिलाहरूले कृषि फोहोरलाई जैविक मल र वातावरणमैत्री प्याकेजिङ सामग्रीमा परिणत गर्ने उद्देश्यले सहकारी संस्था स्थापना गरेका छन् । यो सहकारीले लैङ्गिक विभेद र सांस्कृतिक परम्पराका कारण औपचारिक रोजगारीबाट बाहिर रहेका महिलाहरूलाई आर्थिक अवसर प्रदान गर्दै आएको छ । यद्यपि सफलताका बाबजुद, यसले पूँजी र बजारको पहुँचको अभावका कारण आफ्नो गतिविधि विस्तार गर्न सकिरहेको छैन ।
- **छलफलका लागि प्रश्नहरूः**
  - सहकारीले आफ्नो विस्तारमा आएका अवरोधहरूलाई कसरी पार गर्न सक्छ र महिलाहरूलाई सहकारी संचालनको केन्द्रमा राख्न कसरी सुनिश्चित गर्न सकिन्छ ?
  - सहकारीभित्र लैङ्गिक समानता र आर्थिक सशक्तिकरण प्रवर्द्धन गर्न के-कस्ता रणनीतिहरू अपनाउन सकिन्छ ?

केस स्टडी २: अपाङ्गता तथा समावेशीका लागि चक्रिय अर्थतन्त्रको पहल

- **परिदृश्य:** एउटा सरकारले वस्तुको पुनः प्रयोग र फोहोर न्यूनीकरणमा केन्द्रित चक्रिय अर्थतन्त्र सम्बन्धि एक कार्यक्रम सुरु गरेको छ। तर, अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरूले दिएका प्रतिक्रिया अनुसार यस्ता केन्द्रहरू पहुँचयोग्य छैनन् र सिकाइका सामग्रीहरू उनीहरूको आवश्यकताअनुसार उपलब्ध छैनन् भन्ने देखिएको छ। अहिले उक्त सरकार यसलाई समावेशी बनाउन नयाँ दृष्टिकोण अपनाउने सोचमा छ।
- **छलफलका लागि प्रश्नहरू:**
  - अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरूका लागि सो कार्यक्रम पूर्ण रूपमा पहुँचयोग्य बनाउन शहर सरकारले के-कस्ता परिवर्तनहरू गर्नुपर्छ ?
  - योजना र कार्यान्वयन प्रक्रियामा अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरूलाई संलग्न गराउँदा सो कार्यक्रमको समग्र प्रभावकारिता कसरी बढ्न सक्छ ?

केस स्टडी ३: समावेशी उजुरी प्रणाली

- **परिदृश्य:** एउटा मध्यम वर्गको प्रविधिमा विज्ञ रहेको कम्पनीले यौन दुर्व्यवहारविरुद्धको एक कडा नीति लागू गरेको छ। तर, अपाङ्गता भएका कर्मचारीहरूले उजुरी गर्ने प्रणालीको प्रयोग नगरेको पाइयो। कम्पनीको अनलाइन उजुरी प्रणाली दृष्टिविहीनहरूका लागि पहुँचयोग्य छैन भनि अनुसन्धानपछि थाहा भयो र वैकल्पिक विकल्पहरू पनि उपलब्ध थिएन।
- **छलफलका लागि प्रश्नहरू:**
  - GEDSI सिद्धान्तहरुलाई कार्यान्वयनमा ल्याउन कम्पनीको हालको उजुरी प्रणाली कहाँ चुकिरहेको छ भनी पत्ता लगाउन विश्लेषण गर्नुहोस्।
  - उजुरी प्रणालीलाई कसरी अझ समावेशी बनाउन सकिन्छ भन्ने विषयमा छलफल गर्नुहोस्।
  - सबै कर्मचारीका लागि उजुरी प्रणाली पहुँचयोग्य हुँदा यौन दुर्व्यवहार रोकथाममा कस्तो प्रभाव पर्न सक्छ भन्ने विषयमा छलफल गर्नुहोस्।

केस स्टडी ४: GEDSI सिद्धान्त प्रवर्द्धनमा नेतृत्वको उत्तरदायित्व

- **परिदृश्य:** एउटा ठूलो कम्पनीमा वरिष्ठ प्रबन्धकले महिला कर्मचारीप्रति अनुचित टिप्पणी गरेको उजुरी परेको छ। कम्पनीसँग स्पष्ट यौन दुर्व्यवहारविरुद्धको नीति भए पनि व्यवस्थापनले उक्त प्रबन्धकको उच्च पद र लामो अनुभवको कारण कारवाही गर्न हिच्किचाएको छ।
- **छलफलका लागि प्रश्नहरू:**
  - GEDSI सिद्धान्तअनुसार यौन दुर्व्यवहारविरुद्धको नीति लागू गर्नमा नेतृत्वको भूमिका कस्तो हुनुपर्छ ?
  - नेतृत्वको निष्क्रियताका कारण कार्यस्थलको संस्कृति र कर्मचारीको विश्वासमा कस्तो असर पर्छ ?
  - नेतृत्वलाई जवाफदेही बनाउँदै सम्मान र समावेशी संस्कृति कसरी प्रवर्द्धन गर्न सकिन्छ भन्ने विषयमा विभिन्न रणनीतिबारे छलफल गर्नुहोस्।

केस स्टडी ५: मध्यम तहको प्रविधि कम्पनीमा GEDSI कार्यान्वयन

- **पृष्ठभूमि:** एउटा मध्यम तहको प्रविधि कम्पनी समावेशिता र विविधतामा सुधार ल्याउन चाहन्छ। कम्पनीमा अधिकांश पुरुष कर्मचारी छन् र अपाङ्गता समावेशीताका लागि कुनै स्पष्ट योजना छैन।
- **कार्य:** कम्पनीको GEDSI विश्लेषण गर्नुहोस् र GEDSI सिद्धान्तहरू कम्पनीमा एकीकृत गर्न सरोकारवालासँगको संलग्नताका योजना पनि समावेश भएको एक रणनीति तयार गर्नुहोस्।

केस स्टडी ६: ग्रामीण समुदाय आधारित उद्यममा GEDSI चुनौतीहरू

- **पृष्ठभूमि:** ग्रामीण क्षेत्रमा रहेको एक समुदायिक उद्यमले स्थानीय हस्तकला उत्पादनमा केन्द्रित रहदै काम गर्दै आएको छ । अधिकांश श्रमिकहरू महिला छन्, तर अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरूको समावेशिता नगन्य छ । परम्परागत रुपमा रहेको लैङ्गिक भूमिकाका कारण सामाजिक समावेशीतामा पनि समस्या देखिएको छ ।
- **कार्य:** उद्यमले भोगिरहेको GEDSI सम्बन्धि चुनौतीहरूको विश्लेषण गर्नुहोस् र समाधानका लागि एक रणनीतिको प्रस्ताव गर्नुहोस् । यसमा स्थानीय सरोकारवालाहरूलाई कसरी प्रभावकारी रूपमा संलग्न गराउने भन्ने कुरा पनि समावेश गर्नुहोस् ।

ढाँचा-१

लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण (GEDSI) नीतिको ढाँचा

संस्करण: १.०

समीक्षा मिति: (मिति राख्नुहोस्)

पछिल्लो समीक्षा मिति: (मिति राख्नुहोस्)

१. उद्देश्य

यस नीतिले लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण (न्भ्म्क्ष्) प्रवर्द्धन गर्न हाम्रो संस्थाको प्रतिबद्धतालाई स्पष्ट पार्दछ । लिङ्ग, क्षमता वा सामाजिक पृष्ठभूमिका सबै व्यक्तिहरू संस्थाका सबै पक्षहरूमा पूर्ण र समान रूपमा सहभागी हुन यस नीतिले समावेशी वातावरण सिर्जना गर्न मार्गनिर्देशन प्रदान गर्छ ।

२. क्षेत्रफल

यो नीति निम्न सबै पक्षहरूमा लागू हुन्छन्:

- सबै कर्मचारी, स्वयंसेवक, ठेकेदार, तथा इन्टर्नहरू/कार्यअवधि प्रशिक्षणकर्ता ।
- सहयोगी प्रशिक्षकहरू ।
- खटाइएका तथा तयारी अवस्थामा रहेका कर्मचारी/आवेदकहरू ।
- सञ्चालक समितिका सदस्यहरू ।

३. मूल्य वक्तव्य

हाम्रो संस्था जवाफदेहिता, इमान्दारिता, सहानुभूति र सहकार्यका आधारभूत मूल्यहरूद्वारा सञ्चालित छ । हामी समानता र समावेशीतालाई हाम्रो सम्पूर्ण कार्यमा अन्तर्निहित गराउने कटिबद्धता लिन्छौं, विविधतालाई सम्मान गर्ने संस्कृतिको प्रवर्द्धन गर्छौं, र भेदभाव तथा बहिष्करणलाई सक्रिय रूपमा चुनौती दिन्छौं ।

४. नीति वक्तव्य

हाम्रा समुदायका धेरै व्यक्तिहरूले भेदभाव र अवरोधको सामना गरिरहेका छन् जसले उनीहरूको पूर्ण सहभागितामा बाधा पुर्याउँछ भन्ने हामीले बुझेका छौं । समावेशी संस्कृति विकास गरेर हामी प्रत्येक व्यक्तिको अद्वितीय योगदानको उपयोग गर्न सक्छौं । फरक पृष्ठभूमिका व्यक्तिहरूका फरक आवश्यकता, प्राथमिकता र सीमाहरू हुन्छन् भन्ने बुझाईमा हाम्रो काम गर्ने पद्धति सिर्जित छ । समान परिणाम सुनिश्चित गर्न कहिलेकाहीँ फरक व्यवहार आवश्यक हुन सक्छ ।

हामी निम्न कुराहरूमा प्रतिबद्ध छौं:

- समानता र समावेशीतालाई मानव अधिकारको रूपमा मान्यता दिने ।
- भेदभाव सम्बन्धि अन्तरवस्तुगत प्रकृतिको पहिचान गरि संरचनागत तथा प्रणलीगत अवरोधहरूको समाधान गर्ने ।
- संवादलाई प्रोत्साहन गर्ने र खुला तथा समावेशी वातावरण निर्माण गर्ने ।
- असमानताको समाधान गर्न साझेदारीमा काम गर्ने र समावेशीताको साझा जिम्मेवारी प्रवर्द्धन गर्ने ।

५. कार्यविधिहरू

लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरणलाई प्रवर्द्धन गर्न हाम्रो संस्थाले निम्न कदमहरू चाल्नेछः

- सबै कार्यहरूमा समावेशीताका सिद्धान्तहरूलाई मुख्यधारमा ल्याउने र सबैलाई पूर्ण सहभागिता दिन प्रोत्साहित गर्ने ।
- GEDSI सिद्धान्तहरूलाई व्यवसायको सञ्चालन, व्यवस्थापन, नेतृत्व र प्रदर्शन तथा मूल्यांकन प्रणालीहरूमा एकीकृत गर्ने, भेदभावप्रति शून्य सहनशीलता अपनाउने ।
- सबै कर्मचारीहरूलाई समावेशी रणनीतिबारे जानकार गराउन तालिम दिने ।
- व्यवसायिक र समावेशी कार्यस्थल कायम राख्ने, अनुचित व्यवहारलाई चिन्न र रोक्न सक्रिय रहने ।
- लिङ्गमा आधारित हिंसाको अनुभव गरिरहेका कर्मचारीलाई सुरक्षित कार्यस्थल प्रदान गर्ने ।
- विविधता प्रवर्द्धन गर्न आदिवासी, अपाङ्गता भएका व्यक्ति, LGBTQIA+ जस्ता अन्य विविध पृष्ठभूमिका व्यक्तिहरूलाई संस्थामा आकर्षित गर्ने भर्ना रणनीति अपनाउने ।
- पारिवारिक बिदा तथा अनुकूल कार्य व्यवस्थाहरू निष्पक्ष रूपमा लागू गर्ने ।
- साझेदार र नीति निर्माताहरूलाई GEDSI सिद्धान्तहरू अपनाउन प्रेरित गर्ने ।
- कार्यक्रमहरूलाई समानता र समावेशी दृष्टिकोणबाट अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्ने ।
- समानता र समावेशीतासम्बन्धी आचारसंहिताको उल्लङ्घन भएमा छानबिन गर्ने र दुर्व्यवहारका घटनालाई संवेदनशील तरिकाले समाधान गर्ने ।

६. अनुगमन र समीक्षा

- संस्थाले GEDSI कार्यान्वयनको प्रभावकारिता सुनिश्चित गर्न वार्षिक रूपमा कर्मचारीको कार्यसम्पादन र नियमित लेखापरीक्षण गर्नेछ । संस्थाका प्रमुखले वार्षिक रूपमा संस्थाका बोर्ड समक्ष प्रगति प्रस्तुत गर्नेछन् र समावेशी समितिले समावेशी रोडम्याप तयार गर्ने र GEDSI गतिविधिहरूको मूल्याङ्कन गर्नेछ ।

७. भूमिकाहरू र जिम्मेवारीहरू

- **सञ्चालक समितिः** GEDSI नीतिमा सुशासन र सुपरिवेक्षण प्रदान गर्ने ।
- **वरिष्ठ व्यवस्थापन टोलीः** सहयोग र नेतृत्व प्रदान गर्ने, संस्थामा समावेशीताको संस्कृतिको प्रवर्द्धन गर्ने ।
- **समावेशी सल्लाहकारः** GEDSI रणनीतिहरू कार्यान्वयनमा निर्देशन दिने ।
- **समावेशी समितिः** नीतिलाई कार्यान्वयन गर्ने, प्रगति निगरानी गर्ने, कार्यान्वयन अघि बढाउने ।
- **सबै कर्मचारीहरूः** विविधता र समावेशीताको प्रवर्द्धन गर्ने, समानता सम्बन्धी छलफलमा संलग्न हुने, र संस्थाका मूल्यहरू आत्मसात गर्ने ।

८. परिभाषाहरू

- **लैङ्गिक समानताः** सबै व्यक्तिहरूलाई समान अवसर, अधिकार र जिम्मेवारी प्रदान गर्नु, लिङ्गको आधारमा भेदभाव नगर्नु ।
- **अपाङ्गताः** सामाजिक सहभागितामा अवरोध पुर्‍याउन सक्ने शारीरिक, मानसिक, बौद्धिक अवस्था
- **सामाजिक समावेशीकरणः** पूर्ण रूपमा सहभागी गराउन सबै व्यक्तिहरूलाई निष्पक्ष र सम्मानका साथ व्यवहार गर्ने वातावरण सिर्जना गर्नु ।

९. सम्बन्धित नीतिहरू र दस्तावेजहरू

- आचारसंहिता
- भेदभाव, दुर्व्यवहार र डर धम्कीविरुद्ध नीति
- उजुरी सम्बन्धि नीति

- कार्यस्थल स्वास्थ्य तथा सुरक्षानीति
- गोपनीयता सम्बन्धि नीति
- मेलमिलाप सम्बन्धि कार्य योजना

अनुमोदन गर्ने व्यक्तिः (नाम र पद)

मितिः (मिति)

संस्करण संख्याः १.०

वितरणः (आन्तरिक/बाह्य)

नोटः यो ढाँचालाई तपाईंको संस्थाको आवश्यकता र नीतिसँग मेल खाने गरी थप परिमार्जन गर्न सकिन्छ ।

ढाँचा-२

(संस्थाको नाम)का लागि लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता र सामाजिक समावेशीकरण (GEDSI) नीति

१. परिचय

१.१ उद्देश्य

यस लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता समावेशीकरण नीतिले लैङ्गिक समानता, अपाङ्गता समावेशीकरण, र सामाजिक समावेशीकरणलाई प्राथमिकता दिन संस्थाको सबै काम कारबाहीमा ़संस्थाको नामे प्रतिबद्ध रहेको जनाउँछ । हामी उद्यमशीलता र स्टार्टअपलाई समर्थन गर्छौं र यस क्रममा हामी समावेशी र समान अवसरयुक्त वातावरणले दिगो र नवप्रवर्तनशील उद्यम प्रणाली निर्माणमा महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ भन्ने विश्वास गर्छौं ।

१.२ दायरा

यो नीति ़संस्थाको नामे का सबै कर्मचारी, स्वयंसेवक, साभ्रेदार, सरोकारवाला, र कार्यक्रमहरूमा लागू हुन्छ । यस नीतिले हामीले समर्थन गर्ने स्टार्टअपहरूसँगको अन्तरक्रिया, संस्थाको आन्तरिक संचालन, र बाह्य सहकार्यलाई समेट्छ ।

२. नीति वक्तव्य

(संस्थाको नाम)ले GEDSI सिद्धान्तहरूलाई संस्थाको संस्कृति, कार्यक्रम, र स्टार्टअपलाई दिइने सहयोगमा पूर्ण रूपमा एकीकृत गर्ने कटिबद्धता लिन्छ । हामी विविधता, समानता र समावेशीताले सशक्त उद्यम(शीलता समुदाय निर्माण गर्छ भन्नेमा दृढ छौं ।

३. उद्देश्यहरू

३.१ लैङ्गिक समानता

- सबै लिङ्गका व्यक्तिहरूलाई स्टार्टअपमा सहयोग, लगानी, र स्रोतहरूमा समान पहुँच सुनिश्चित गर्ने ।
- कार्यक्रमहरूको लिङ्ग-संवेदनशील ढंगले योजना बनाउने र कार्यान्वयन गर्ने ।
- नेतृत्व र निर्णय प्रक्रियामा महिला तथा लैङ्गिक विविधताको प्रोत्साहन गर्ने ।

३.२ अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरूको समावेशीकरण

- अपाङ्गता भएका उद्यमीहरूका लागि कार्यक्रम, तालिम, र स्रोतहरू पहुँचयोग्य बनाउने ।
- स्टार्टअप प्रणालीमा अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरूको सहभागितालाई प्रोत्साहित गर्ने ।
- कर्मचारी, स्वयंसेवक र लाभग्राहीलाई आवश्यक परेमा उपयुक्त सुविधा उपलब्ध गराउने ।

३.३ सामाजिक समावेशीकरण

- सीमान्तकृत तथा प्रतिनिधित्व कम भएका समूहहरूलाई उद्यमशीलता प्रणालीमा समावेश गर्ने ।
- कार्यक्रमहरूलाई विविध जातीय, सामाजिक, र आर्थिक पृष्ठभूमिका लागि पहुँचयोग्य बनाउने ।
- सामाजिक परिवर्तन ल्याउने र समावेशी आर्थिक विकासमा टेवा पुऱ्याउने स्टार्टअपहरूलाई सहयोग गर्ने ।

४. मूल सिद्धान्तहरू

४.१ भेदभावरहित कार्यसंस्कृति

हामी जात, लिङ्ग, अपाङ्गता, पृष्ठभूमि वा अन्य कुनै आधारमा हुने भेदभाव, दुर्व्यवहार वा पूर्वाग्रहविरुद्ध कडाइका साथ निर्णय लिन्छौँ ।

४.२ समान पहुँच र अवसर

सबै उद्यमीहरूले समावेशी र निष्पक्ष रूपमा हाम्रो कार्यक्रम, स्रोत र सञ्जालमा पहुँच पाउनुपर्छ भन्ने हाम्रो स्पष्ट नीति छ ।

४.३ सशक्तिकरण र सहभागिता

महिला, अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरू, तथा सीमान्तकृत समुदायका सदस्यहरूलाई सक्रिय रूपमा संलग्न गरिनेछ, उनीहरूको आवाज सुन्ने र मूल्यांकन गर्ने संस्कृतिको निर्माण गरिनेछ ।

४.४ जवाफदेहिता र पारदर्शिता

GEDSI नीतिको कार्यान्वयनमा प्रगतिको नियमित रूपमा अनुगमन गरिनेछ, र सबै सरोकारवालाहरूप्रति उत्तरदायी रहने प्रतिबद्धता रहनेछ ।

५ कार्यान्वयन

५.१ नेतृत्व र प्रशासन

- वरिष्ठ नेतृत्वले न्भ्मक्ष सिद्धान्तहरूलाई रणनीति र कार्यान्वयनमा प्राथमिकता दिनेछ ।
- GEDSI कार्यदल गठन गरिनेछ जसले नीति कार्यान्वयन, मार्गनिर्देशन, र प्रगति अनुगमन गर्नेछ ।

५.२ भर्ती र रोजगारी

- विविध पृष्ठभूमिबाट आएका उम्मेदवारहरूलाई प्राथमिकता दिने समावेशी भर्ती प्रक्रिया लागू गरिनेछ ।
- सबै कर्मचारी र स्वयंसेवकहरूका लागि पहुँचयोग्य र समावेशी तालिम कार्यक्रमहरू सञ्चालन गरिनेछन् ।

५.३ कार्यक्रमको योजना र कार्यान्वयन

- GEDSI दृष्टिकोणबाट सबै कार्यक्रमको विश्लेषण गरिनेछ ।
- महिला, अपाङ्गता भएका व्यक्ति र सामाजिक उद्देश्यसहित सञ्चालन हुने स्टार्टअपलाई लक्षित सहयोग प्रदान गरिनेछ ।
- सबै कार्यक्रम, तालिम र परामर्श सत्रहरू पहुँचयोग्य बनाइनेछ ।

५.४ लगानी र वित्तीय पहुँच

- लैङ्गिक उत्तरदायी र समावेशी लगानी प्रवर्द्धन गरिनेछ ।
- साझेदार तथा लगानीकर्तालाई न्भ्मक्ष सिद्धान्त अवलम्बन गर्न प्रोत्साहित गरिनेछ ।
- महिला नेतृत्व, अपाङ्गता समावेशी, र सामाजिक उद्यममा गरिएको लगानी ट्र्याक गरिनेछ ।

५.५ क्षमता विकास र तालिम

- कर्मचारी, स्वयंसेवक र स्टार्टअपहरूका लागि न्भ्मक्ष सम्बन्धी तालिमहरू प्रदान गरिनेछ ।
- प्रतिनिधित्व कम भएका उद्यमीहरूका लागि लक्षित परामर्श तथा क्षमता विकास कार्यक्रम सञ्चालन गरिनेछ ।

५.६ सञ्चार र जनचेतना

- सबै सञ्चार सामग्री GEDSI प्रतिबद्धता झल्काउने गरी तयार गरिनेछ ।
- समावेशी भाषा र चित्र सामग्री प्रयोग गरिनेछ ।
- उद्यमशीलता प्रणालीमा GEDSI सन्देश प्रवाह गर्न विशेष पहल गरिनेछ ।

५.७ अनुगमन र मूल्याङ्कन

- GEDSI प्रगति मापन गर्न संकेतकहरूको विकास गरिनेछन् ।
- नीति र कार्यक्रमहरूको नियमित समीक्षा गरिनेछ ।
- GEDSI सम्बन्धि उपलब्धिहरू सरोकारवाला, साझेदार र दाताहरूसँग साझा गरिनेछ ।

६. भूमिका र जिम्मेवारीहरू

६.१ वरिष्ठ व्यवस्थापन

नीतिलाई कार्यान्वयन गर्न आवश्यक स्रोत, नेतृत्व र रणनीतिक मार्गनिर्देशन प्रदान गर्ने ।

६.२ GEDSI कार्यदल

नीति कार्यान्वयनको अनुगमन गर्ने, तालिम र पहलहरू संयोजन गर्ने, र व्यवस्थापनलाई नियमित प्रतिवेदन दिने ।

६.३ सबै कर्मचारी र स्वयंसेवकहरू

आफ्नो दैनिक कार्यमा GEDSI का मूल्य मान्यता र व्यवहार लागू गर्ने । तालिममा सहभागी हुने र सिकेका कुरालाई व्यवहारमा उतार्ने ।

६.४ स्टार्टअप र साझेदारहरू

आफ्नो कार्य प्रणालीमा GEDSI सम्बन्धि सिद्धान्तहरू लागू गर्न प्रोत्साहित गरिनेछ । विविध समूहहरूसँग सहकार्य गर्दै समावेशी प्रणाली प्रवर्द्धन गरिनेछ ।

७. प्रतिवेदन र जवाफदेहिता

७.१ प्रतिवेदन प्रणाली

भेदभाव, दुर्व्यवहार वा बहिष्करणका घटनाहरूका लागि सुरक्षित र गोप्य प्रतिवेदन प्रणाली सुनिश्चित गरिनेछ ।

७.२ नियमित समीक्षा

GEDSI नीति हरेक वर्ष पुनरावलोकन गरिनेछ । कर्मचारी, साझेदार, स्वयंसेवक, र स्टार्टअपको सुझाव समेटिनेछ ।

८. निष्कर्ष

(संस्थको नाम) एक समावेशी उद्यमशीलता वातावरण निर्माण गर्न समर्पित छ जहाँ लिङ्ग, अपाङ्गता वा सामाजिक पृष्ठभूमिका सबै व्यक्तिहरूले सफलता हासिल गर्न सकून् । यस नीतिको माध्यमबाट हामी स्टार्टअपहरूलाई अझ समावेशी, समान र विविधतायुक्त बनाउन चाहन्छौं ।

अनुमोदन गर्ने व्यक्तिः (नाम र पद)

(कार्यकारी निर्देशकको नाम)
(मिति)

पुनरावलोकन मितिः
(मिति)

नोटः यो नीति सबै कर्मचारी, स्टार्टअप र साझेदारहरूमाझ सुस्पष्ट रूपमा संप्रेषण गरिनेछ, ताकि सबैले GEDSI सिद्धान्तको प्रवर्द्धनमा आफ्नो भूमिका बुझ्न र निभाउन सकून् ।

फोटो

मास्टर क्लास-५
चक्रिय व्यवसायिक मोडल क्यानभास

मुख्य सहजकर्ता: पद्माक्षी राणा र आरती श्रेष्ठ जोशी

सह-सहजकर्ता: विशेषता श्रेष्ठ र रोहन श्रेष्ठ

मास्टर क्लास ५ :
चक्रिय व्यवसायिक मोडल क्यानभास

तपाईलाई के विषयमा जानकारी दिइनेछ ?

- चक्रिय व्यवसायिक मोडल क्यानभासको परिचय
- नौ पक्षहरूमा व्यावहारिक अभ्यास
- मुख्य सिकाईहरू

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश

- **यस सत्रको उद्देश्य:** यस सत्रको मुख्य उद्देश्य भनेको ग्राहकमा केन्द्रित एक खण्डको लागि CMBC को पहिलो भाग पूरा गर्नु हो ।
- **समय:** पूरा दिन
- **उपकरणहरू:**
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्टहरू
  - डस्टर
  - मेटा कार्डहरू
  - कलमहरू
  - पावरपोइन्ट प्रस्तुति
  - भावनात्मक र कार्यात्मक आवश्यकताहरू म्यापिङ गर्ने कार्यपत्र
  - विचारहरू विकास गर्ने कार्यप
  - समाधानहरू डिजाइन गर्ने कार्यपत्र
  - आफ्नो तर्क विकास गरि लेख्ने कार्यपत्र

निर्देशनहरू:

- यस सत्रमा लेखिएका सामग्री पढ्नुहोस् र पावरपोइन्ट स्लाइड तयार गर्नुहोस् ।
- पप अप बक्सहरूमा निर्देशनहरू सहित सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देशहरू लेखिएका छन् ।
- तपाइँ तपाइँको सहभागीको प्रकृति अनुसार निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नुहुन्छ र यसलाई प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ ।
- निर्देशनहरू चरणबद्ध प्रक्रिया मात्र हुन् ।
- सबै सामाग्रीहरू तयार भएको निश्चित गर्नुहोस् ।

चक्रिय व्यवसायिक मोडल क्यानभासको परिचय

व्यवसायिक मोडल क्यानभास एउटा भिजुअल साधन हो जसले व्यवसायका विभिन्न पक्षहरूलाई सहज रूपमा बुझ्न र योजनाबद्ध गर्न सहयोग गर्दछ। यसमा नौ वटा प्रमुख तत्व समेटिएका छन्, जसले व्यापारले के योगदान गर्छ, त्यसका लागि को-को सँग सहकार्य गर्छ र वित्तीय चक्र कसरी सञ्चालन हुन्छ भन्ने स्पष्ट गर्दछ। विशेषगरी, कला र संस्कृति क्षेत्रमा यो मोडलले नयाँ व्यवसाय मोडल बनाउने र हालको मोडललाई सुदृढ गर्न कार्यमा सहयोग पुऱ्याउँदछ।

व्यवसायिक मोडेल क्यानभास व्यापार मोडेलका विभिन्न घटकहरू बीचको सम्बन्धलाई दृश्यात्मक र अन्तरसम्बन्धित बनाउने तरिकाले डिजाइन गरिएको हो। जब तपाइँ तपाइँको लक्षित ग्राहक, मूल्य, वा प्रमुख गतिविधिहरू जस्तै एक क्षेत्रमा परिवर्तन गर्नुहुन्छ तपाइँ तुरुन्तै यसले कसरी लागत, राजस्व स्रोत आवश्यकताहरू जस्ता व्यवसायका विविध पक्षहरूलाई असर गर्न सक्छ भनेर देख्न सक्नुहुन्छ।

चक्रिय व्यवसायिक मोडलका नौ तत्वहरू

ग्राहक वर्ग: ग्राहक वर्ग भनेको कुनै एक कम्पनीको लक्षित समूहलाई जनाँउछ। त्यस कम्पनीले त्यहि लक्षित समूहलाई आफ्नो व्यवसायको ग्राहक बनाउन चाहन्छ र सेवा प्रदान गर्न चाहन्छ। यी समूहमा विभिन्न प्रकारका व्यक्ति वा संस्थाहरू पर्दछन्। ग्राहक बिना कुनै पनि कम्पनी लामो समयसम्म टिक्न सक्दैन। ग्राहकहरूको सन्तुष्टिका लागि कम्पनीले उनीहरूका समान आवश्यकता, साझा व्यवहार, वा अन्य विशेषताहरूका आधारमा विभिन्न समूह वा वर्गहरूमा विभाजन गर्न सक्छ। व्यवसायको मोडेलमा एक वा धेरै ठूला वा साना ग्राहक खण्डहरू हुन सक्छन्। कम्पनीहरूले कुन खण्डहरूलाई सेवा दिने र कुनलाई बेवास्ता गर्ने भन्ने बारे सचेत रहि निर्णय गर्नुपर्छ। एक पटक निर्णय गरिसकेपछि व्यवसायिक मोडेललाई ग्राहकका विशिष्ट आवश्यकता र चाहनाको आधारमा विवेकपूर्ण तरिकाले डिजाइन गर्न सकिन्छ।

ग्राहकहरूले छुट्टै खण्डहरूको प्रतिनिधित्व गर्छन् यदि:

- उनीहरूको आवश्यकता अनुसार फरक स्तरको समाधान छ भने,
- उनीहरूलाई विभिन्न वितरण प्रणालीहरू मार्फत समेटेको छ भने,
- उनीहरूलाई विभिन्न प्रकारका सम्बन्धहरू चाहिन्छ भने,
- उनीहरूको लागि राखिएको मूल्य प्रस्ताव अन्य भन्दा विशेष छ भने।
- प्रस्तावका विभिन्न पक्षहरूको लागि उनीहरू भुक्तानी गर्न इच्छुक छन् भने।

प्रस्तावित मुल्यः प्रस्तावित मुल्यले कुनै विशेष ग्राहक समूह, वातावरण र समाजको लागि मूल्य सिर्जना गर्ने उत्पादन र सेवाहरूको प्याकेजलाई जनाँउछ। प्रस्तावित मुल्यकै कारण ग्राहकहरु कुनै उत्पादन वा सेवा लिन सो कम्पनीमा फर्किने गर्छन्। प्रस्तावित मुल्यले ग्राहकको समस्या समाधान गर्छ र साथै ग्राहकको आवश्यकता पूरा गर्छ। प्रत्येक प्रस्तावित मुल्यमा उत्पादन र/वा सेवाहरूको प्याकेज समावेश भएको हुन्छ जसले ग्राहकको विशेष आवश्यकताहरू पूरा गर्दछ। यस अर्थमा, प्रस्तावित मुल्य एक प्याकेज वा लाभ हो जुन कम्पनीले आफ्ना ग्राहकहरूलाई प्रदान गर्दछ। केही मूल्य प्रस्तावहरू नयाँ र विशिष्ट अफरको साथ प्रस्तुत गरिएका छन् भने अरू मूल्यहरू थप सुविधासहित बजारमा उपलब्ध समान अफरहरूसँग मिल्दो जुल्दो हुने छन्।

वितरण प्रणाली: वितरण प्रणालीले प्रस्तावित मुल्य प्रदान गर्न कम्पनीले कसरी आफ्नो ग्राहक वर्गहरूमा पुग्छ भनेर वर्णन गर्दछ। ग्राहकहरूसँग व्यापार गर्न प्रयोग गरिने माध्यमहरू सञ्चार, वितरण र बिक्री गर्ने प्रणालीहरू हुन्। वितरण प्रणालीले ग्राहकका अनुभवमा महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ किनकि यसले कम्पनीलाई

ग्राहकहरूसँग जोड्दछ । वितरण प्रणालीका धेरै कार्यहरू छन्, जस्तै

- कम्पनीको उत्पादन र सेवाहरूको बारेमा ग्राहकहरू बीच जागरूकता बढाउन ।
- ग्राहकहरूलाई कम्पनीको प्रस्तावित मुल्य मूल्याङ्कन गर्न मद्दत गर्न ।
- ग्राहकहरूलाई विशेष उत्पादन र सेवाहरू खरिद गर्न ।
- ग्राहकहरूलाई प्रस्तावित मुल्य वितरण गर्न ।
- ग्राहकलाई खरिद पछिको सेवा प्रदान गर्न ।

ग्राहकहरु संगको सम्बन्धः ग्राहकहरु संगको सम्बन्ध भन्नाले कुनै एक कम्पनीले आफ्ना ग्राहकहरुको विशेष समूह संग स्थापना गरेको सम्बन्धलाई जनाँउछ । कम्पनीलाई कस्तो ग्राहकहरूको समूहसँग कस्तो सम्बन्ध स्थापना गर्ने भन्नेबारे स्पष्ट रुपमा थाहा हुनुपर्छ । सम्बन्ध व्यक्तिगत देखि स्वचालित सम्म हुन सक्छ । ग्राहकहरु संगको सम्बन्ध निम्न प्रकारका प्रेरणा द्वारा संचालित हुन सक्छः

- ग्राहकहरूलाई समेट्ने
- ग्राहकहरूलाई टिकाई राख्ने, बिक्री बढाउने

प्रमुख स्रोतहरूः प्रमुख स्रोतहरू भनेका कम्पनीले ग्राहकहरूसम्म आफ्नो प्रस्तावित मूल्य पुर्याउन, बजार मा आफ्नो उपस्थिति सुदृढ गर्न र ग्राहकहरूको विश्वास जितेर सम्बन्ध निर्माण गर्न प्रयोग गर्ने प्रमुख सम्पत्तिहरू हुन् । यी स्रोतहरूको कुशल व्यवस्थापनले कम्पनीलाई दीर्घकालीन लाभ कमाउन र लक्ष्य प्राप्त गर्न सहयोग पुर्याउँछ । विभिन्न व्यापारका लागि विभिन्न प्रमुख स्रोतहरूको आवश्यकता पर्दछ । विभिन्न प्रमुख संसाधनहरुको आवश्यकता हुन्छ । उदाहरणका लागि प्लास्टिकलाई पुनः प्रयोग गर्ने कम्पनीहरूलाई महङ्गो उत्पादन सुविधाको आवश्यकता पर्छ । जब कि एक डिजाइनरले आफ्नो काममा मानव स्रोतलाई प्राथमिकता दिन सक्छ । मुख्य स्रोतहरू भौतिक, आर्थिक, बौद्धिक र मानव स्रोतको रूप हुन हुनसक्छन् । यी स्रोतहरू कम्पनीको स्वामित्वमा हुनसक्छन्, लिजमा लिन सकिन्छ वा प्रमुख साझेदारहरूसँगको सहकार्यबाट प्राप्त गर्न सकिन्छ ।

मुख्य गतिविधिहरूः मुख्य गतिविधिहरू भनेका सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण गतिविधिहरू हुन् जुन एक कम्पनीले आफ्नो व्यवसायलाई चाहे अनुसारको काम गराउन सक्नुपर्ने हुन्छ । प्रमुख स्रोतहरूको जस्तै प्रमुख गतिविधिहरूले पनि कुनै व्यवसायले प्रस्तावित मूल्य सृजना गर्न र आफ्ना ग्राहकहरूसम्म सो मूल्य प्रभावकारी रूपमा पुर्याउन योगदान गर्दछ । यी गतिविधिहरूले बजारमा पहुँच सुनिश्चित गर्न, ग्राहक समूह निर्माण गर्न र राजस्व आर्जन गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छन् । व्यवसायको मोडेलको प्रकारको आधारमा मुख्य गतिविधिहरू फरक हुन्छन्। उदाहरणको लागि उत्पादन (डिजाइन गर्ने, बनाउने र वितरण गर्ने), समस्या समाधान गर्ने (ग्राहकको समस्याहरूको लागि समाधानहरुको पहिचान गर्ने), प्लेटफर्महरू । गतिविधिहरू यतिमा सिमित हुदैनन् ।

प्रमुख साझेदारीहरूः प्रमुख साझेदारीहरू भनेका आपूर्तिकर्ताहरू र साझेदारहरूको नेटवर्क हो । यस नेटवर्कले कुनै एक व्यापारको मोडेल जसरि काम गर्नु पर्ने हो त्यसरी नै काम गराउनको लागि काम गर्दछ । कम्पनीहरूले आफ्ना विभिन्न लक्ष्यहरू हासिल गर्नका लागि साझेदारीको निर्माण गर्दछन् । साझेदारीहरू धेरै प्रकारका व्यापारिक मोडेलहरूको आधारशिला बनिरहेका छन् । उनीहरूले आफ्नो व्यापारका मोडेललाई अनुकूलन गर्न, जोखिम कम गर्न, वा स्रोतहरू प्राप्त गर्न गठबन्धनहरू सिर्जना गर्छन् । साझेदारीका धेरै प्रकारहरू हुन्छन् । जस्तैः आफ्नो कम्पनीको गैर-प्रतिस्पर्धीहरूसँग रणनीतिक साझेदारी, सहकारिता (प्रतिस्पर्धीहरूसँगको सहकार्य), संयुक्त रूपमा कार्य गर्ने र क्रेता-आपूर्तिकर्ता ।

लागत संरचना: लागत संरचना भनेको व्यवसाय सञ्चालन गर्न लाग्ने सबै लागतहरू हुन् । लागत संरचना भनेको कुनै एक विशेष प्रकारको व्यापारिक मोडेल सञ्चालन गर्दा लाग्ने सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण लागत हो । सामान्यता दुई प्रकारका लागत संरचनाहरु छन् । लागत-केन्द्रित लागत संरचना र मूल्य-संचालित लागत संरचना । लागत-केन्द्रित लागत संरचनामा थोरै लागत हुन्छ, कम मूल्य हुन्छ, अधिकतम रूपमा स्वचालनको व्यवस्था हुन्छ । कम्पनीको काम कारबाहीहरुलाई कार्यालय बाहिर रहेका स्रोत व्यक्तिहरुलाई काम पुरा गर्न कुनै निश्चित सहमतिमा लिईन्छ । यसलाई ओउटसोर्सिंङ भनिन्छ । अर्को तर्फा, मूल्य-केन्द्रित लागत संरचना मूल्य सिर्जना गर्न केन्द्रित हुन्छ । विशेष किसिमको मूल्य प्रदान गर्न केन्द्रित हुन्छ ।

मूल्य सिर्जना र प्रदान गर्न, ग्राहकहरुसंग सम्बन्ध कायम गर्न र व्यापारबाट नाफा कमाउन जस्ता सबै खाले काम कारबाहीको लागि लागतको आवश्यकता पर्दछ । यस्ता लागतहरू मुख्य स्रोतहरू, गतिविधिहरू र साझेदारीहरूको पहिचान गरेपछि निर्धारण गर्न सकिन्छ । तर केही व्यापारिक मोडेलहरू अरू भन्दा बढी लागत-केन्द्रित छन् । उदाहरणका लागि निशुल्क रूपमा खान नदिने, मनोरन्जनका गतिबिधिहरु प्रदान नगर्ने र बिजनेस क्लास केबिन नभएका र सस्तो दर्‍मा टिकट दिने बिमान कम्पनी जस्ता अरु कम्पनीहरुले कम लागतमा आफ्नो व्यापारिक मोडेल बनाएका छन् ।

आमदानीको श्रोतहरु: आमदानीको श्रोतहरु भनेको कम्पनीले ग्राहकको प्रत्येक खण्डबाट कमाउने नगद हो । नाफा पत्ता लगाउनको लागि आमदानीबाट लागत घटाउनुपर्छ । यदि ग्राहकहरु व्यवसायको मोडेलको मुटु हो भने आमदानीको श्रोतहरु मुटुको धमनीहरु हुन् । कम्पनीले आफैलाई एक प्रश्न सोध्नु पर्छः "कुनै कम्पनीको विशेष समूहले उत्पादन वा सेवाको लागि कति खर्च गर्न तयार हुनेछन्?" यदि कुनै कम्पनीले उक्त प्रश्नको जवाफ दिन सफल भएमा कम्पनीले प्रत्येक ग्राहक समूहका लागि एक वा एकभन्दा बढी आमदानीको श्रोतहरु उत्पादन गर्न सक्नेछन् । प्रत्येक आमदानीको श्रोतहरुको मूल्य निर्धारणको लागि फरक संयन्त्र हुन सक्छ । जस्तै निश्चित मूल्य, बार्गेनिङ, लिलामी, इत्यादि। व्यवसायको मोडेलमा आमदानीको श्रोतहरुका दुई फरक प्रकारहरू हुन सक्छन् ।

- एक पटकमात्र खरिद गर्ने ग्राहकबाट हुने आम्दानी
- मूल्य प्रदान गरेका कारण एकपटक होइन पटक पटक खरिद गर्ने ग्राहक बाट हुने आम्दानि वा खरिद पछि प्रदान गर्ने ग्राहक सेवाबाट हुने आम्दानी

सहजकर्ताहरूको लागि दिशानिर्देश

सत्रहरू

स्वागत **(१५ मिनेट)**

- एजेन्डा र उद्देश्यहरू

कार्य सम्झौताहरू

- आफ्नो फोन स्विच अफ मोडमा राख्नुहोस् ।
- तपाईंलाई केही कुरा भन्न मन छ भने आफ्नो हात उठाउनुहोस् । हातको संकेत प्रयोग गर्नुहोस् ।
- अन्य सहभागीहरूसँग कुरा नगर्नुहोस् ।
- रचनात्मक प्रतिक्रिया दिनुहोस् ।

पार्किङ स्थल: प्रश्न वा सरोकारका विषयहरूलाई कृपया नोट गर्नुहोस् । यदि केहि विषय अस्पष्ट छ भने, या यदि हामीले फेरि केहि भन्न आवश्यक छ भने, र यदि केहि नयाँ विषय आयो भने, टिप्पणी, प्रतिक्रिया, आदि ।

व्यापारिक मोडेल क्यानभासको परिचय (१० मिनेट)

- व्यापारिक मोडेल भनेको के हो?
- व्यापारिक मोडेल क्यान्भास भनेको के हो?
  - ➤ व्यापारिक मोडेल क्यानभास का नौ वटा भागहरू छन् भनेर संक्षेपमा व्याख्या गर्नुहोस् । साथै प्रक्रियाबारे थप जानकारी दिनुहोस् ।
  - आफुले दिने जवाफबारे धेरै नसोच्नुहोस् । यो प्रक्रियागत कुरा हो । सही वा गलत हुन्छु भनेर धेरै चिन्ता नगर्नुहोस् । हामी द्रुत गतिमा आफ्नो कुरा राख्ने छौ । हरेक विषयमा हामी १०-२० मिनेट कुरा गर्नेछौं ।
  - व्यापारिक मोडेल क्यानभास एक स्थायी उपकरण नभई एक पुनरावृत्ति उपकरण हो । यससंग सम्बन्धित विषय निरन्तर रुपमा चलि रहन्छ । तथ्यांक, डाटा तथा अनुभवको अधारमा यो परिवर्तन भईरहन्छ ।
  - तपाईंको उपभोक्ता समूह ग्राहक वर्ग र सुरु सुरु मा आएका ग्राहकको छनौट गर्नुहोस् । वा कुनै नयाँ ग्राहक वर्गको पहिचान गर्नुहोस् ।

गतिविधि १ - ग्राहक वर्ग (१५ मिनेट)

- गतिविधिबारे व्याख्या गर्नुहोस् ।
- ग्राहकको व्यक्तित्व सिर्जना गर्नुहोस् ।
  - उनीहरू को हुन्? लिङ्ग, उमेर, र शिक्षा जस्ता जनसांख्यिकी विवरण
  - उनीहरूको काम के हो? शीर्षक, कम्पनीको आकार, उद्योग, र सामान्य काम जिम्मेवारीहरू जस्ता जानकारीहरु
  - उनीहरूको जीवनमा एक दिन कस्तो हुन्छ? उनीहरूको लागि औसत दिन कस्तो हुन्छ, उनीहरू कोसँग कस्ता व्यवहार गर्दैछन्, र उनीहरूले के निर्णयहरू लिइरहेका छन् भनेर वर्णन गर्नुहोस् ?
  - उनीहरूका प्रमुख चुनौतीहरू के हुन्? उनीहरूले सामना गरिरहेका प्रमुख कठिनाइहरू व्याख्या गर्नुहोस् । यी चुनौतीहरू तपाईंका उत्पादन र सेवाहरूसँग सम्बन्धित हुन सक्छन् ।
- उनीहरूले कुन कुन वर्गलाई सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण मान्छन् र उनीहरूका लक्ष्यहरू के हुन् ? केहि वस्तु किन्ने निर्णय गर्दा उनीहरूले कुन वर्गलाई बढी महत्व दिन्छन् भनेर व्याख्या गर्नुहोस् । चाहे त्यो मूल्य होस् वा सेवा वा अन्य अरु पक्षहरू । उनीहरूले के पूरा गर्न खोजिरहेका छन्?
- उनीहरू जानकारी लिन कहाँ जान्छन्? उनीहरूले अनुसन्धान गर्दा वा केहि कुराको खोज गर्न खोज्दा जानकारी सङ्कलन गर्न के कस्ता स्रोतहरू प्राथमिक रूपमा प्रयोग गर्छन् पहिचान गर्नुहोस् । निर्णय गर्दा उनीहरूले प्रयोग गर्ने प्राथमिकतामा रहेका स्रोतहरू पहिचान गर्नुहोस् ।
- सेवा प्रदायक संस्था/सप्लायर्स चयन गर्दा उनीहरूका लागि के महत्त्वपूर्ण छ? सबैभन्दा महत्वपूर्ण कुराहरू सूचीबद्ध गर्नुहोस् । जस्तैः प्रविधिको विषयमा नेतृत्वदायी भूमिकामा हुनु, अनुभवी हुनु, उक्त क्षेत्रमा विशेषज्ञ हुनु, आदि ।
- उनीहरूले सामना गरेका प्रमुख समस्याका कारणहरू के के छन्? प्रायः सुनिएका कारणहरूलाई सूचीबद्ध गर्नुहोस् र किन तपाईंका उत्पादन वा सेवाले उनीहरुको आवश्यकताहरू पूरा गर्दैनन् भनेर पनि बुँदागत रूपमा लेख्नुहोस् ।
- ग्राहक वर्गको विवरण तयार गर्नुहोस् । सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण समूह, खर्च गर्ने ग्राहक, खर्च गरेर प्रयोगकर्ता बनेका, वातावरण, समाज, जनसांख्यिकीय, आम्दानी आदिमा व्यवहारका कारण परेका प्रभाव) - कति मेहेनत गर्नु पर्यो र कति लाभ भयो त्यसमा ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस् ।

व्यक्ति, संस्था तथा उद्यमहरूको विभिन्न समूहहरूले आफ्ना लक्षित ग्राहकहरूलाई समेट्न र उनीहरूलाई आफ्ना उत्पादन र सेवाहरू प्रदान गर्ने लक्ष्य राख्छन् । एक पटक लक्षित ग्राहकको समूह चयन भएपछि एउटा व्यवसायको मोडेललाई ग्राहक वर्गको आवश्यकतालाई ध्यानमा राखी डिजाइन गर्न सकिन्छ ।

गतिविधि २ - प्रस्तावित मुल्य "हाम्रो व्यवसायको समाधान" (१५ मिनेट)

- गतिविधि व्याख्या गर्नुहोस् ।
- उत्पादन र सेवाहरूको एउटा समूह बनाउनुहोस् जसले ग्राहकहरूको एक वर्गको लागि मूल्य सिर्जना गर्दछ । यसले ग्राहकको समस्या समाधान गर्छ वा ग्राहकको आवश्यकता पूरा गर्दछ ।
- तपाईंको उत्पादन र सेवाहरूको सामाजिक र वातावरणीय प्रभाव बारे सोच्नुहोस् ।
- तपाईंका उत्पादन र सेवाहरूमा चक्रिय समाधानहरू अपनाउने वातावरणीय र सामाजिक फाइदाहरू के हुन् ?

विश्राम (१० मिनेट)

गतिविधि ३ - च्यानलहरू (१५ मिनेट)

माध्यम ग्राहकको वर्गमा पुग्ने एक उत्तम तरिका हो । कसरी एक व्यवसायले आफ्नो उत्पादन र सेवाहरू प्रदान गर्न ग्राहकको वर्गसँग सञ्चार गर्दछ भनेर निर्धारण गर्ने यो एक तरिका हो । ग्राहकहरूले तपाईंको व्यवसायको बारेमा कसरी पत्ता लगाउँछन् र तपाईंको उत्पादन वा सेवाहरू किन्छन् ?

(तपाईंको उत्पादन वा सेवाहरूले सिर्जना गरिरहेको सामाजिक र वातावरणीय प्रभावलाई तपाईं कसरी सञ्चार गर्दै हुनुहुन्छ ?)

गतिविधि ४ - ग्राहकहरूसँगको सम्बन्ध (१५ मिनेट)

यी सम्बन्धका प्रकारहरू हुन् जुन कम्पनीले आफ्ना ग्राहकहरूसँग स्थापित गर्दछ । व्यक्तिगत सहयोग, साझेदारी/सहकार्य, स्वचालित सेवाहरू, प्रतिक्रिया, फलो-अप सेवाहरू, ध्यगत्गदभ भिडियोहरू, ब्लग पोष्टहरू, न्यूजलेटरहरू, आदि ।

गतिविधि ५ र ६ - आमदानीको स्रोत र लागतको संरचना (३० मिनेट)

आमदानीको स्रोत र लागतको संरचना भनेको व्यवसायले प्रत्येक वर्गको ग्राहकबाट कमाउने पैसा हो । सम्पत्तिको बिक्री, उपयोग, सदस्यता शुल्क, उधारो/भाडा/पट्टा, इजाजतपत्र आदि ।

तपाईंको कम्पनी ग्राहकको वर्गसँग जोडिएको छ वा छैन भन्ने विचार नगरी सबै नयाँ तथा पुराना आम्दानीको स्रोतहरूको विस्तृत सूची तयार गर्नुहोस् । कर्मचारी, उपयोगिताहरू, भवनको भाडा, आदि जस्ता तपाईंको कम्पनी सञ्चालन गर्न आवश्यक पर्ने सबै लागतहरू सूचीबद्ध गर्नुहोस् ।

गतिविधि ७ - प्रमुख गतिविधिहरू (१५ मिनेट)

मुख्य गतिविधिहरू सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण कार्यहरू हुन् जुन कुनै एक उद्यमले सफलतापूर्वक सञ्चालन गर्न आवश्यक छ । उत्पादन, वितरण, दैनिक कार्यहरू, समस्या समाधान, फोहोर व्यवस्थापन, र कार्बन उत्सर्जन घटाउने ।

(तपाईंको प्रस्तावित मूल्यको सामाजिक र वातावरणीय प्रभावसँग सम्बद्ध गतिविधिहरू)

खाजा खाने समय

गतिविधि ८ - प्रमुख स्रोतहरू (१५ मिनेट)

प्रमुख स्रोतहरू व्यापार सञ्चालनका लागि आवश्यक पर्ने सबैभन्दा महत्वपूर्ण संसाधनहरू हुन् । भौतिक, बौद्धिक (ब्रान्ड, पेटेन्ट, प्रतिलिपि अधिकार, डाटा), मानव, वित्तीय ।

तपाईंको मुख्य गतिविधिहरू कार्यान्वयन गर्न आवश्यक पर्ने विशिष्ट स्रोतहरू सूचीबद्ध गर्नुहोस् । आवश्यक पर्ने मुख्य मानव संसाधनहरू सूचीबद्ध गर्नुहोस् । मुख्य पूर्वाधार लागत, आदि ।

(तपाईंको प्रस्तावित मूल्यको सामाजिक र वातावरणीय प्रभावसँग सम्बद्ध स्रोतहरू ।)

गतिविधि ९ - प्रमुख साझेदारहरू (१५ मिनेट)

मुख्य साझेदारहरू उनीहरूको आफ्नो व्यवसायको मोडेललाई अनुकूलित गर्न, जोखिम कम गर्न, वा आपूर्तिकर्ता र साझेदारहरूसँग स्रोतहरू प्राप्त गर्न बनाईएका समूहहरू हुन् । उदाहरणका लागि- रणनीतिक, संयुक्त उद्यम, प्रतिस्पर्धीहरु संग ।

(के कुनै प्रमुख साझेदारहरूले तपाइँको सामाजिक र वातावरणीय प्रभावहरूलाई बलियो बनाउँदैछन् ? उदाहरणका लागि, फोहोर व्यवस्थापन, विक्रेताहरू, विज्ञापनहरूको इको-टूरिज्म प्लेटफर्महरू, इत्यादि ।)

कार्यशालाको समापन (१० मिनेट)

- बधाई छ! तपाईंसँग अब काम गर्ने बिजनेस मोडेल क्यानभास छ ।
- हामी तपाईंको व्यवसायिक मोडेल क्यानभासमा भएका रित्तोपना तथा कमजोर क्षेत्रहरूलाई सम्बोधन गर्न काम गर्नेछौं ।
- व्यापारिक तथा वित्तीय कोचिङ सत्रहरू-CBMC, व्यापार योजना र वित्तीय अनुमानहरू
- प्रतिक्रिया फारम भर्ने र पेश गर्ने ।

मुख्य सिकाई (१५ मिनेट)

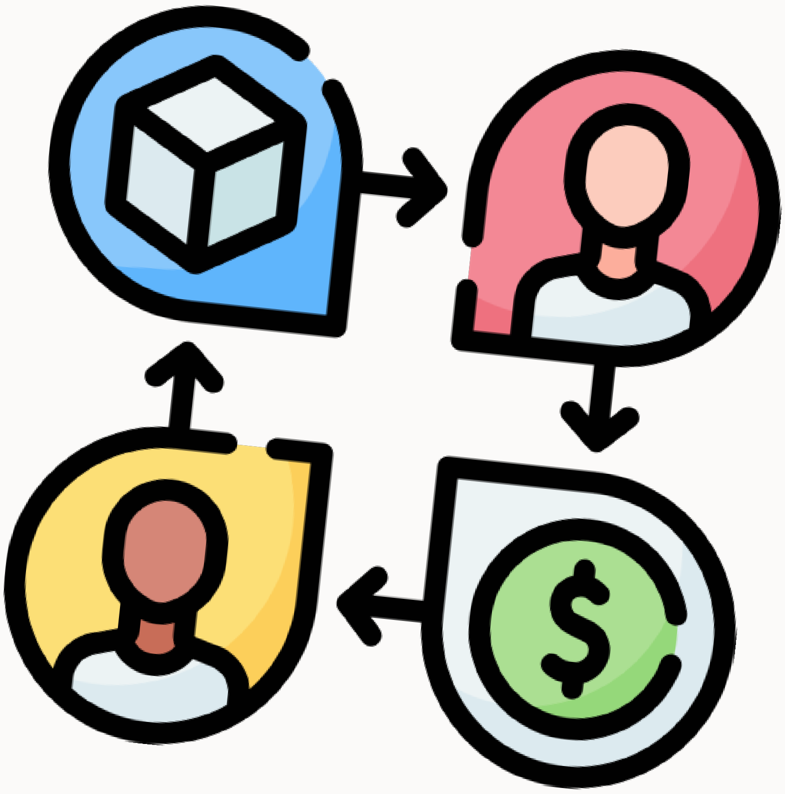
- सहभागीहरूलाई तपाईंसँगै हलबाट बाहिर आउन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई गोलाकार आकारमा उभिन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूलाई के मन पर्यो, के मन परेन र के परिवर्तन गर्न आवश्यक छ भनेर बोल्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- उनीहरूलाई अर्को मास्टरक्लासको बारे जानकारी दिनुहोस् । (मिति, समय र स्थानहरू)

Business Model Canvas

मास्टर क्लास-६

सर्कुलर बिजनेस योजनाको विकास

मुख्य सहजकर्ता: पद्माक्षी राणा
सह-सहजकर्ता: विशेषता श्रेष्ठ र रोहन श्रेष्ठ



मास्टर क्लास ६ : सर्कुलर बिजनेस योजनाको विकास

तपाईलाई के बारे जानकारी दिइनेछ ?

- व्यवसायको विवरण
- समस्याको कथन वा परिभाषा
- चक्रीय रणनीति
- मूल्य नेटवर्क
- लगानीको परिदृश्य
- टोली
- मुख्य सिकाईहरू

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश:

- **यस सत्रको उद्देश्य:** ययस सत्रको मुख्य उद्देश्य भनेको प्रत्येक सहभागीको व्यापार योजना विकास गर्नु हो ।
- **समय:** पूरा दिन
- **उपकरणहरू:**
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्टहरू
  - डस्टर
  - मेटा कार्डहरू
  - कलमहरू
  - पावरपोइन्ट प्रस्तुति
  - भावनात्मक र कार्यात्मक आवश्यकताहरू म्यापिङ गर्ने कार्यपत्र
  - विचारहरू विकास गर्ने कार्यप
  - समाधानहरू डिजाइन गर्ने कार्यपत्र
  - आफ्नो तर्क विकास गरि लेख्ने कार्यपत्र

निर्देशनहरू:

- यस सत्रमा लेखिएका सामग्री पढ्नुहोस् र पावरपोइन्ट स्लाइड तयार गर्नुहोस् ।
- पप अप बक्सहरूमा निर्देशनहरू सहित सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देशहरू लेखिएका छन् ।
- तपाइँ तपाइँको सहभागीको प्रकृति अनुसार निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नुहुन्छ र यसलाई प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ ।
- निर्देशनहरू चरणबद्ध प्रक्रिया मात्र हुन् ।
- सबै सामाग्रीहरू तयार भएको निश्चित गर्नुहोस् ।

व्यवसायको विवरण

कम्पनी:...

उद्योग:...

स्थिति: (...................... चरण) मा स्थापित

टोली:...

स्थान:...

तपाईंको उद्यम लोगो यहाँ राख्नुहोस् ।

पृष्ठभूमि (तपाईंको उत्पादन र व्यवसायको कथा)
गतिविधिहरू, असफलताहरू, सिकाइहरू

चक्रिय प्रस्तावित मुल्य (तपाईको व्यवसायको अद्वितीय बिक्री बिन्दु (गलष्त्रगभ कर्भाष्लिन उयष्लत० के हो वर्णन गर्नुहोस् ।)

- सामाजिक
- वातावरणीय
- आर्थिक

परिकल्पना:

लक्ष्य:

मूल्य मान्यताहरू:

मुख्य उत्पादनहरू:

सञ्चालनको स्तर:

वार्षिक कारोबार (कुल)

ग्राहकहरू (उनीहरू को हुन्?)

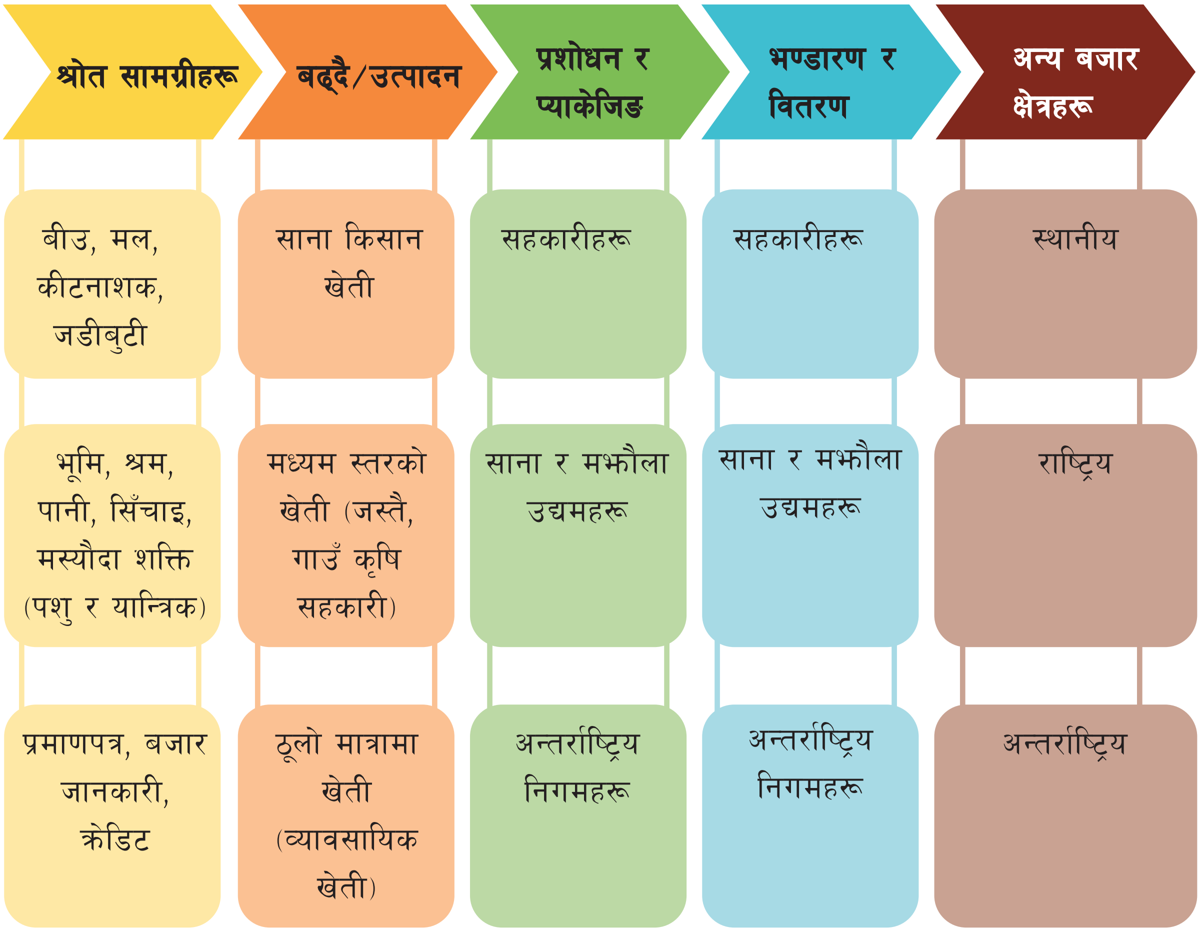
समस्याको कथन वा परिभाषा

उद्योगको पूनर्मूल्यांकन र तपाईंले आफ्नो व्यवसायमा सामना गरिरहनु भएको चुनौतीहरू

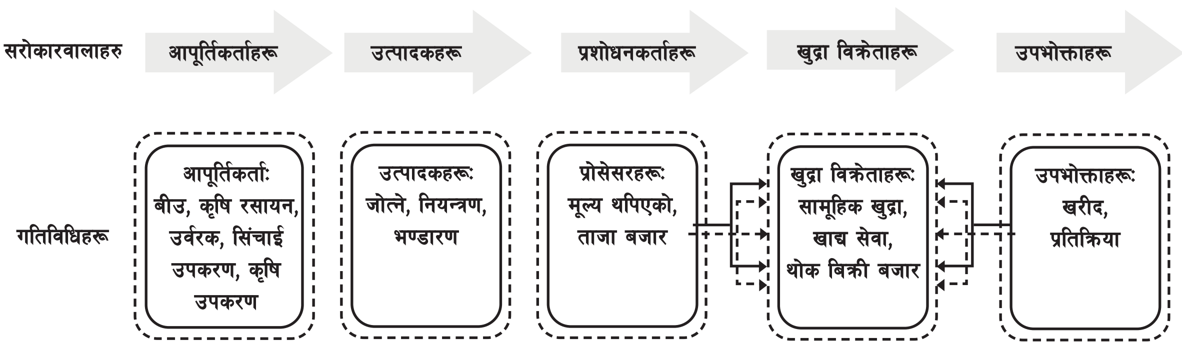
समाधान (समाधानको वर्णन गर्नुहोस् ।)

- यो किन आवश्यक छ ?
- तपाईंको समाधान बजारमा रहेका विद्यमान समाधानहरू भन्दा कसरी फरक छ ?
- तपाईले (B2B, B2G, B2C) मार्फत दिने समाधानको आयहरूले गर्दा ग्राहकले किन्नुपर्ने कारण के हुन सक्छ ?

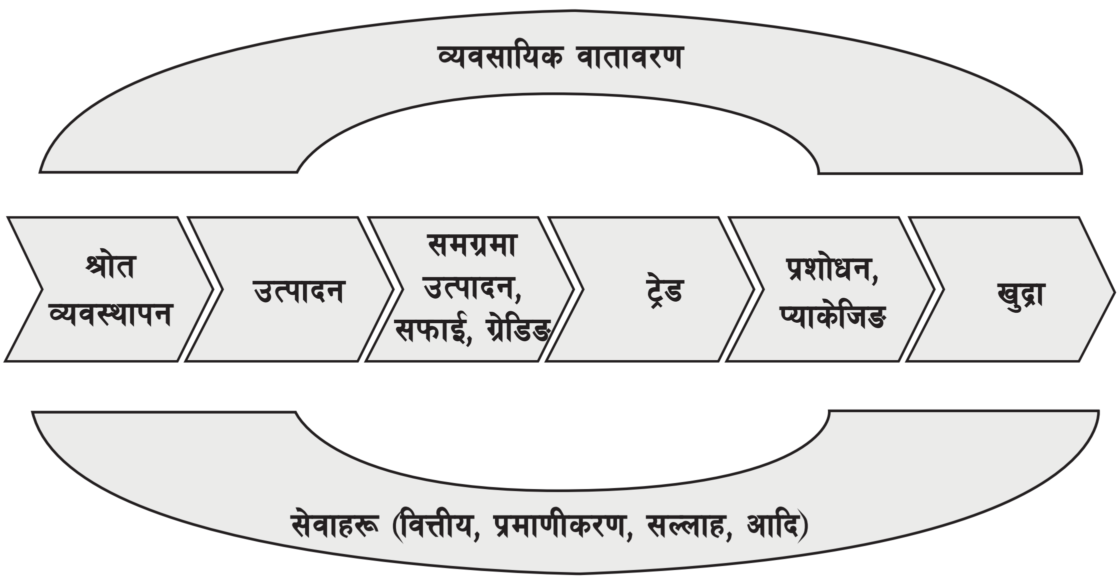
प्रतियोगीहरूको पूनर्मूल्यांकन



श्रोत सामग्रीहरू
बढ्दै/उत्पादन
प्रशोधन र प्याकेजिङ
भण्डारण र वितरण
अन्य बजार क्षेत्रहरू
बीउ, मल, कीटनाशक, जडीबुटी
साना किसान खेती
सहकारीहरू
सहकारीहरू
स्थानीय
भूमि, श्रम, पानी, सिँचाइ, मस्यौदा शक्ति (पशु र यान्त्रिक)
मध्यम स्तरको खेती (जस्तै, गाउँ कृषि सहकारी)
साना र मझौला उद्यमहरू
साना र मझौला उद्यमहरू
राष्ट्रिय
प्रमाणपत्र, बजार जानकारी, क्रेडिट
ठूलो मात्रामा खेती (व्यावसायिक खेती)
अन्तर्राष्ट्रिय निगमहरू
अन्तर्राष्ट्रिय निगमहरू
अन्तर्राष्ट्रिय



सरोकारवालाहरु
आपूर्तिकर्ताहरू
उत्पादकहरू
प्रशोधनकर्ताहरू
खुद्रा विक्रेताहरू
उपभोक्ताहरू
गतिविधिहरू
आपूर्तिकर्ता: बीउ, कृषि रसायन, उर्वरक, सिंचाई उपकरण, कृषि उपकरण
उत्पादकहरू: जोत्ने, नियन्त्रण, भण्डारण
प्रोसेसरहरू: मूल्य थपिएको, ताजा बजार
खुद्रा विक्रेताहरू: सामूहिक खुद्रा, खाद्य सेवा, थोक बिक्री बजार
उपभोक्ताहरू: खरीद, प्रतिक्रिया



व्यवसायिक वातावरण
श्रोत व्यवस्थापन
उत्पादन
समग्रमा उत्पादन, सफाई, ग्रेडिङ
ट्रेड
प्रशोधन, प्याकेजिङ
खुद्रा
सेवाहरू (वित्तीय, प्रमाणीकरण, सल्लाह, आदि)

मूल्य नेटवर्क/श्रृंखला

- सरोकारवाला नक्सा

लगानी परिदृश्य (Investment Landscape)

वित्तीय पूर्वानुमानले उपलब्ध लगानीको सहयोगमा व्यवसायको कार्य क्षमता र वृद्धिको एक संक्षिप्त चित्रण दिन्छ ।

निश्चित सर्तहरूको मापदण्ड

आवश्यक पुँजीगत खर्च

अनुमानित लागत विवरण

अनुमानहरू

प्रस्तावित परियोजनाको वित्तीय प्रक्षेपण सञ्चालन गर्दा निम्न मान्यताहरूलाई ध्यानमा राखिएको थियो:

- आम्दानी
- बिक्रि सामानको लागत
- सञ्चालन खर्च
- सौर्य ऊर्जा प्रयोग हुने सम्पत्तिको मूल्यह्रास दर ....द्वारा गणना गरिन्छ
- कर

मूल्याङ्कन मापदण्डहरू

भित्र प्रक्षेपण गरिएको हुनुपर्ने प्रमुख बुदाँहरू:

- लगानी प्रतिफल
- शुद्ध नाफाको मार्जिन

टोली

मुख्य सिकाई

समयः १५ मिनेट

- सहभागीहरूलाई तपाईंसँगै हलबाट बाहिर आउन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई गोलाकार आकारमा उभिन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूलाई के मन पर्यो, के मन परेन र के परिवर्तन गर्न आवश्यक छ भनेर बोल्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- उनीहरूलाई अर्को मास्टरक्लासको बारे जानकारी दिनुहोस् । (मिति, समय र स्थानहरू)

मास्टर क्लास-७

सर्कुलारिटी रोडम्याप र विचार, चिन्तन र निष्कर्ष

मुख्य सहजकर्ता: पद्माक्षी राणा, विशेषता श्रेष्ठ
सह-सहजकर्ता: रोहन श्रेष्ठ

मास्टर क्लास ७ :
सर्कुलारिटी रोडम्याप र विचार, चिन्तन र निष्कर्ष

तपाईंलाई के बारे जानकारी दिइनेछ ?

- उत्पादनको यात्राको म्यापिङ
- पिचको लागि तयारी
- मुख्य सिकाई

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देशः

- **यस सत्रको उद्देश्यः** पक्षहरूको विश्लेषण गरेर त्यस उत्पादनको यात्राको नक्साङ्कन तयार गर्नु रहेको छ ।
- **समयः** पूरा दिन
- **उपकरणहरूः**
  - स्टपवाच
  - बोर्ड मार्करहरू
  - फ्लिप चार्टहरू
  - डस्टर
  - मेटा कार्डहरू
  - कलमहरू
  - पावरपोइन्ट प्रस्तुति
  - उत्पादनको यात्राको नक्साङ्कन गर्ने कार्यपत्र

निर्देशनहरूः

- यस सत्रमा लेखिएका सामग्री पढ्नुहोस् र पावरपोइन्ट स्लाइड तयार गर्नुहोस् ।
- पप अप बक्सहरूमा निर्देशनहरू सहित सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देशहरू लेखिएका छन् ।
- तपाइँ तपाइँको सहभागीको प्रकृति अनुसार निर्देशनहरू परिवर्तन गर्न सक्नुहुन्छ र यसलाई प्रयोग गर्न सक्नुहुन्छ ।
- निर्देशनहरू चरणबद्ध प्रक्रिया मात्र हुन् ।
- सबै सामाग्रीहरू तयार भएको निश्चित गर्नुहोस् ।

उत्पादन तथा सेवाको यात्राको म्यापिङ/नक्साङ्कन

लिनियर इकोनोमी अन्तर्गत, कुनै वस्तुको उत्पादन गरिन्छ र प्रयोग गरेपछि त्यसलाई फ्याँकिन्छ। तर चक्रीय अर्थतन्त्रमा, हामी यो चक्रको बारेमा फेरि सोच्छौं। यदि कुनै उत्पादन वा सेवा साँच्चै चक्रीय छ भने, सो उत्पादन र सेवाको वास्तवमा कहिल्यै अन्त्य हुँदैन। बरु, त्यस्ता उत्पादन वा सेवाले नयाँ रूप लिन्छ। यस्ता उत्पादन र सेवाको यात्राको म्यापिङ वा नक्साङ्कनले तपाईंको उत्पादन वा सेवालाई सकेसम्म लामो समयसम्म उपयोगी अवस्थामा रहेको र प्रत्येक चरणमा मूल्य थप्ने सुनिश्चित गर्नेछ।

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समयः १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई आफ्नो उत्पादनको एउटा तत्वको बारे विवरण लेख्न अनुरोध गर्नुहोस्। उदाहरणका लागिः कार्पेट टाइल
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूको टूलकिटमा रहेको "एक्सप्रोर" भन्ने खण्ड भर्न अनुरोध गर्नुहोस्। उनीहरूको उत्पादन उनीहरूले कसरी व्यावसायिक रूपमा प्रयोग गर्न लागेका छन् उनीहरूलाई लेख्न अनुरोध गर्नुहोस्। (५ मिनेट समय दिनुहोस्।)
- त्यसपछि प्रयोगकर्ताको अन्तर्वार्ता लिन सहभागीहरूलाई अनुरोध गर्नुहोस् र उनीहरूको उत्पादनको कार्यात्मक आवश्यकताहरू के हो भन्ने बारे टूलकिटमा लेख्न अनुरोध गर्नुहोस्। सहभागीहरूलाई एक प्रयोगकर्तालाई अन्तर्वार्ता लिन प्रोत्साहित गर्न र उनीहरूको टूलकिटमा भएको "एक प्रयोगकर्ताको अन्तर्वार्ता" भन्ने खण्ड भर्न आवश्यक छ भनि जानकारी गराउनुहोस्। (५ मिनेट समय दिनुहोस्।)
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूको उत्पादनको रासायनिक मिश्रणहरू लेख्न लगाउनुहोस्। उत्पादन बनाउन प्रयोग गरिने रसायन/स्रोतहरू के हुन्? उदाहरणका लागिः कार्पेट टाइल उत्पादन गर्न आवश्यक रासायनिक सामग्रीहरू के हुन्?
- सहभागीहरूलाई टूलकिटमा भएको "कुन रसायनहरू डिजाइन गर्नुपर्छ?" भन्ने खण्ड भर्नको लागि अनुरोध गर्नुहोस्।

एक्सप्लोर/खोज

एक प्रयोगकर्ताको अन्तर्वार्ता

कुन रसायनहरू डिजाइन गर्नुपर्छ? (यदि छ भने)

अर्को चरणमा डिजाइन गरिनु पर्ने आवश्यक रसायनहरू सूचीबद्ध गर्नुहोस् ।

यार्न फेस- पोलिमर
नाईलन ६
हानिकारकः छ/छैन

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समयः ६० मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई एक प्रश्न सोधेर सुरु गर्नुहोस्, "प्रारम्भिक चरणमा तपाईंको उत्पादन कति लामो समयसम्म प्रयोग हुने अपेक्षा गर्नुहुन्छ ?"
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस्, "अर्को चरणमा के हुनेछ?" उत्पादनको पहिलो प्रयोग पछि के हुन्छ?
- सहभागीहरूलाई सोधिरहनुहोस् ।
- के तपाईंको उत्पादन प्राकृतिक रुपमा नष्ट हुने हुन्छ ?
- के यो नयाँ प्रयोगकर्ताद्वारा प्रयोग त्यसपछि पुनः प्रयोग गरिन्छ ? (जस्तै स्मार्टफोन जुन तपाईंले प्रयोग गरिसकेपछि अरूले प्रयोग गर्नुहुन्छ। वा वाइनको बोतल जुन वाइन पिइसकेपछि सजावटको वस्तुको रूपमा प्रयोग गरिनेछ ।
- के यो मर्मत गरिन्छ? (उदाहरणका लागि, जुत्ता जुन मर्मत गरिन्छ ।)
- के यो पुनः निर्माण हुन्छ? (जस्तैः फोनको केस वा वट्टा जुन पूरै स्मार्टफोन फ्याँक्नुको सट्टा पुनः बनाइन्छ ।)
- के यो रिसाइकल हुन्छ? (जस्तैः धातु पग्लिन्छ र पुनः प्रयोग हुन्छ ।)
- उत्पादन वा सेवाको विभिन्न चक्रहरूको लागि यस प्रकारका प्रश्नहरू सोधिरहनुहोस् । तपाईंको उत्पादन वा सेवाको प्रयोगपछि, त्यसका विभिन्न भागहरूको यात्रा वा प्रक्रियाहरू कस्ता हुनेछन् ।
- कुनै उत्पादनलाई समयको साथ पुनः प्रयोग वा पुनः उत्पादन गरिन्छ, यसलाई अन्ततः यसको आधारभूत टुक्रा वा सामग्रीहरूमा अलग गर्न सकिन्छ । तपाईंको उत्पादन अन्ततः यसको आधारभूत भागहरू वा सामग्रीहरूमा विभाजित हुनेछ किनभने यो प्रयोगको धेरै चक्रहरूलाई पार गरेर जानुपर्ने हुन्छ ।
- अन्तिम रूप दिनु अघि, फ्याक्ने प्रक्रिया, सङ्कलन र रिकभरी, पुनः प्राप्ति चरणहरूमा व्यावहारिक चुनौतीहरूको विचार गर्नुहोस् । (उदाहरणका लागि, कुनै विशेष उत्पादन वा उत्पादनको कम्पोनेन्ट पुनः प्रयोग गर्न मिल्ने सामग्रीबाट बनेको हुन सक्छ, तर वास्तविकतामा पुनः प्रयोग गर्न सकिँदैन ।)
- चक्रिय मार्ग नहुने सामग्रीहरूको लागि, तिनीहरूलाई कसरी पुनः डिजाइन गर्न सकिन्छ ? यदि तपाईंलाई यसका लागि मद्दत चाहिन्छ भने तपाईंले सामग्री विभाजन गरी विधि पुनः निरीक्षण गर्ने विचार गर्न सक्नुहुन्छ ।

उत्पादनको यात्राको नक्साङ्कन गर्ने कार्यपत्र

मेरो उत्पादन..हो ।

प्रारम्भिक चरणमा प्रयोग (प्रारम्भिक चरणमा यो उत्पादन कति लामो समयसम्म प्रयोग हुन्छ ?

....

....

त्यसपछि के

- प्रारम्भिक चरणमा प्रयोग पछि के हुन्छ ?
- के उत्पादन प्राकृतिक रुपमा नष्ट हुने हुन्छ ?
- के यो नयाँ प्रयोगकर्ताद्वारा पुनः प्रयोग वा पुनः उत्पादन गरिन्छ ?
- के यो मर्मत गरिन्छ ?
- के यो पुनः निर्माण हुन्छ ?

त्यसपछि के ? → त्यसपछि के ? → त्यसपछि के ? → त्यसपछि के ?

मुख्य सिकाइ

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समय: १५ मिनेट)**

- सहभागीहरूलाई तपाईंसँगै हलबाट बाहिर आउन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- सहभागीहरूलाई गोलाकार आकारमा उभिन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई उनीहरूलाई के मन पर्यो, के मन परेन र के परिवर्तन गर्न आवश्यक छ भनेर बोल्न अनुरोध गर्नुहोस् ।
- उनीहरूलाई अर्को मास्टरक्लासको बारे जानकारी दिनुहोस् । (मिति, समय र स्थानहरू)

सहजीकरण निर्देशन **(समय: ६० मिनेट)**

सुरु गर्न अघि सहभागीहरूलाई यी प्रश्नहरू सोध्नुहोस्:

- तपाईंलाई यो कार्यक्रमबाट सबैभन्दा मन परेको कुरा के-के हुन्? कम्तीमा ३ वटा कुरा लेख्नुहोस् ।
- तपाईंले यो कार्यक्रमबाट के-के सिक्नुभयो? कम्तीमा ३ वटा कुरा लेख्नुहोस् ।
- तपाईंले आशा गरे अनुरुप प्राप्त गर्न नसकेका कुराहरू के-के हुन्? कम्तीमा ३ वटा लेख्नुहोस् ।
- तपाईंले सिकेका र मन परेका कुराहरूको आधारमा निरन्तर गर्नुपर्ने खास गतिविधिहरू के-के हुन् ? कम्तीमा ३ वटा लेख्नुहोस् ।
- तपाईंले चाहेको तर प्राप्त नभएका कुराहरू हासिल गर्नतर्फ अघि बढ्न सक्ने नयाँ कामहरू के-के सुरु गर्न सकिन्छ? कम्तीमा ३ वटा लेख्नुहोस् ।

अब, तलको योजना कार्यपत्र भरौं:

१. **माइलस्टोनहरू (उपलब्धि लक्ष्यहरू)**: तपाईंको समूह/संस्थाले हासिल गर्न चाहेका २ प्रमुख उपलब्धिहरूमा १५ मिनेट छलफल गर्नुहोस्। कुन माइलस्टोनलाई पहिलो प्राथमिकता दिने भन्ने निर्णय गर्नुहोस्। प्रत्येक माइलस्टोनको लागि छुट्टै तालिका प्रयोग गर्नुहोस्।

२. **सफलता मापनका मापदण्डहरू:** ती माइलस्टोनहरू सफल भएको भन्नका लागि तपाईंले के-के पूरा गर्नुपर्ने हुन्छ भनेर तय गर्नुहोस्।
तपाईंको नियन्त्रणमा पर्ने कुरा मात्र समावेश गर्नुहोस्।
स्पष्ट र गुणात्मक रूपमा नाप्न मिल्ने बनाउनुहोस्।
६ महिनामा सम्भव हुने यथार्थपरक लक्ष्य राख्नुहोस्।

३. **मुख्य गतिविधिहरू:** प्रत्येक माइलस्टोनलाई कार्यहरूमा विभाजन गर्नुहोस् (झन्डै ५ वटा गतिविधि)।
गतिविधिहरू स्पष्ट र उपयोगी हुने गरी उल्लेख गर्नुहोस्।
(समयसीमा):
जिम्मेवार व्यक्ति:
(जिम्मेवारले सबै कार्य गर्नैपर्छ भन्ने होइन, तर कार्य राम्रोसँग सम्पन्न हुने सुनिश्चितता उसैले लिनुपर्छ।)

४. **प्रमुख सूचक (KPI):**
प्रत्येक माइलस्टोनको लागि १ वटा सूचक छनोट गर्नुहोस्।
यो सूचकले तपाईंको प्रगति ट्र्याक गर्न सहयोग गर्छ।
उदाहरण: तपाईंको संस्था त्यो माइलस्टोन प्राप्त गर्न सही दिशामा छ कि छैन भनेर बुझ्न सकिने आधार।

योजना तर्जुमा

उदाहरण

मार्गचित्र			
माइलस्टोन १: नयाँ 'सेल्स एसोसिएट' को लागि नियुक्ति प्रक्रिया सुरु गर्नु	मुख्य गतिविधिहरू	जिम्मेवार व्यक्ति	कहिलेसम्म
	• जागिरको विवरण र विज्ञापनको मस्यौदा तयार गर्ने, मानव संसाधन विभागसँग समीक्षा गरेर आवश्यक संशोधन गर्ने।		
	• अन्तरवार्ताको प्रक्रिया, सोधिने मुख्य प्रश्नहरू र आवश्यक ३-५ योग्यता मापदण्डको मस्यौदा तयार गर्ने। मानव संसाधन विभागसँग समीक्षा गरेर आवश्यक संशोधन गर्ने।		
	• नयाँ कर्मचारीका लागि अभिमुखीकरण प्रक्रिया तयार गर्ने र मानव संसाधन विभागसँग समन्वय गरी अन्तिम रुप दिने।		
	• विज्ञापनदेखि नियुक्ति र पहिलो ३० दिनसम्मको अभिमुखीकरणको चरणहरू समेटिएको १-२ पृष्ठको 'नयाँ कर्मचारी चेकलिस्ट' तयार गर्ने।		
प्रमुख प्रदर्शन सूचक: 'सेल्स एसोसिएट' पदको लागि प्राप्त आवेदन संख्या।			

मार्गचित्र			
माइलस्टोन २:	मुख्य गतिविधिहरू	जिम्मेवार व्यक्ति	कहिलेसम्म
प्रमुख प्रदर्शन सूचक			

प्रमुख सिकाई

सहजकर्ताहरूका लागि दिशानिर्देश **(समय: १५ मिनेट)**

सहभागीहरूलाई तपाईंसँगै बाहिर जान अनुरोध गर्नुहोस् ।

- सबै सहभागीहरूलाई गोलो घेरा बनाएर उभिन अनुरोध गर्नुहोस् ।
- त्यसपछि सहभागीहरूलाई सोध्नुहोस् –उनीहरूले यो सत्रमा के-के मन पराए? के-के मन परेन ? के-के परिवर्तन हुन आवश्यक छ भनेर लाग्यो ?
- अन्त्यमा, आगामी मास्टरक्लासको मिति, समय र स्थानको बारेमा छोटकरीमा जानकारी दिनुहोस् ।

Impact Hub Kathmandu
kathmandu@impacthub.net
+977-9801021200; 015430229
Pulchowk Road, Ward 3
Lalitpur, NEPAL