आर्थिक स्वतन्त्रता

के आर्थिक स्वतन्त्रताले नेपालका किराना पसलहरुलाई असर पार्छ ?

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

प्रकाशक

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन
पोष्ट बक्स नं. ८९७३, एन पी सी ६७८
४१६, भिम्सेनगोला मार्ग, मिनभवन खरीबोट
काठमाण्डौं, नेपाल

फोन: (९७७)-१-४४६-४६१६, ४४८-४०१६
फयाक्स: (९७७)-१-४४८-५३९१

ईमेल: info@samriddhi.org
वेबसाईट: www.samriddhi.org

© समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

यस प्रकाशनको सर्वाधिकार समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेसनमा सुरक्षित छ। यस संस्थासँग अनुमति नलिईकन, यस पुस्तकको कुनै पनि अंश कुनै पनि माध्यम प्रयोग गरेर कुनै पनि रुपमा प्रकाशित गर्न, पुनःप्राप्त गर्न सकिने पद्धतिमा संग्रह गर्न र वितरण गर्न पाईने छैन। यसको पुनःप्रकाशन वा पुनःप्रयोगको लागि कुनै जानकारी लिनु पर्ने भएमा माथि दिईएको ठेगानामा समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशनमा सम्पर्क गर्न सकिनेछ।
यस पुस्तकलाई कुनै अन्य कभर वाईण्डिंग हालेर वितरण गर्न पाईने छैन। अन्यको हकमा पनि यही नियम लागू हुनेछ।

प्रथम संस्करण : नोभेम्बर, २०१३

प्राक्कथन

राजनैतिक र आर्थिक स्वतन्त्रताले नै नेपाललाई समृद्धितर्फ उन्मुख गराउँछ भन्ने विश्वास राखी समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन आफ्नो स्थापनाकालदेखि नै उद्यमशीलता विकास, व्यवसायिक वातावरण एवं आर्थिक नीतिमा सुधार तथा लोकतान्त्रिक मूल्य र मान्यताको विकास गर्ने कार्यमा समर्पित हुँदै लागिरहेको आईरहेको छ। फ्रेजर इन्स्टिच्यूटले वर्षेनी प्रकाशन गर्ने विश्व आर्थिक स्वतन्त्रता प्रतिवेदन नेपालमा पनि विगत चार वर्षदेखि समृद्धि फाउण्डेशनले सह-प्रकाशकका रुपमा प्रकाशन गर्दै आइरहेको छ।

क्यानडास्थित फ्रेजर इन्स्टिच्यूट र अमेरिकाको वासिङ्टन डि.सी.मा अवस्थित हेरिटेज फाउण्डेसनले आ-आफ्ना आर्थिक स्वतन्त्रता सूचाङ्क वर्षेनी प्रकाशित गरी आर्थिक स्वतन्त्रतामा विश्वको ध्यान केन्द्रीत आकर्षित गर्दछ । एकाध मापदण्डहरु मात्र फरक रहेका यी दूवै सूचाङ्कहरुमा खुल्ला व्यापार एवं प्रतिस्पर्धा प्रोत्साहन गर्ने र निजी सम्पत्तिको रक्षा गर्ने देशहरुले राम्रो अंक हासिल गर्छन्। यी प्रतिवेदनहरुले विश्वभरका देशहरुलाई आफ्ना तिनिहरुको आर्थिक नीतिहरु र आर्थिक वृद्धि गर्न हालसम्म अपनाएका उपायहरुलाई विश्लेषण गर्न सहयोग पु¥याउँदछ। यी प्रतिवेदनहरु प्रकाशन हुन थालेदेखि नै नेपाल भने यी सूचाङ्कहरुको पुछार तिर नै रहिआएको र न्यून आर्थिक वृद्धि, गरिबी र निम्न जीवनस्तर जस्ता चुनौतीहरु सामना गर्दै आइरहेको अवस्था छ।

नेपालका औसत साना उद्यमीहरुका लागि आर्थिक स्वतन्त्रताको अर्थ के होला र यसले उनीहरुको व्यवसायिक वृद्धिमा कसरी असर पार्दछ भन्ने विषयमा अध्ययन गर्न समृद्धि फाउण्डेसनले नेपाली अर्थतन्त्र र दक्षिण एसियाका अन्य अर्थतन्त्रहरुलाई पनि प्रतिकात्मक रुपमा प्रतिनिधित्व गर्ने एक क्षेत्रको चयन गर्‍यो ग¥यो। यस क्षेत्रले विकासोन्मुख देशहरुले साधारणतया सामना गर्ने न्यून आर्थिक वृद्धि, अनौपचारिक अर्थतन्त्र आदि जस्ता विषयलाई पनि समेटेको छ। समृद्धि फाउण्डेशनले अध्ययनका लागि चयन गरेको यो क्षेत्र थियो - किराना पसलहरु। नेपालमा लामो समयदेखि बसोबास गर्दै आएका धेरै मानिसहरुले यी किराना पसलहरु प्रायः सँधै सानै रुपमा व्यवसाय संचालन गरिरहेको र विरलै मात्र वृद्धि भएर डिपार्टमेन्ट स्टोर वा सुपर मार्केटमा विकसित भएको अवलोकन गरेको हुनुपर्दछ। के कति कारणले गर्दा मेहनती उद्यमीहरुले स्थापना गरेका यस्ता व्यवसायहरु वृद्धि हुन सकेका छैनन् भन्ने प्रश्नले ल्याएको कौतुहलताको परिणामस्वरुप यो अध्ययन अघि आएको हो। यस प्रक्रियामा आर्थिक स्वतन्त्रताको व्यवसायिक वृद्धिमा केही भूमिका हुन्छ कि हुँदैन भन्ने विषयलाई प्राथामिकताका प्रमुखताको साथ हेरिएको छ।

समृद्धि फाउण्डेसनले यस अध्ययन मार्फत किराना पसलहरुको व्यवसायिक वृद्धिमा रोकावट पैदा गर्ने विभिन्न बाधा व्यवधानहरु पत्ता लगाउन विधिवत रुपमा किराना पसल संचालकहरुले दैनिक रुपमा भोग्ने वास्तविकताको` विस्तृत अध्ययन गरेको छ। यस अनुसन्धानमूलक अध्ययनले नेपालमा सर्वविद्यमान भएतापनि पहिले त्यति अध्ययन नगरिएको क्षेत्रलाई चयन गरेको छ। यसले ठुला व्यवसाय र अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारका लागि मात्र नभएर स्थानीय स्तरमा गरिने साना व्यवसायका लागि पनि आर्थिक स्वतन्त्रता कत्तिको महत्वपूर्ण हुन्छ भन्ने कुरा बुझ्न सहयोग गरेको छ।

रविन सिटौला

कार्यकारी निर्देशक,

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

धन्यवाद

यो अध्ययन प्रतिवेदन संसारभरि नै समृद्धि फैलिएको हेर्न चाहने उदार व्यक्ति तथा संस्थाहरुको सहयोगको कारणले सम्भव भएको हो । सर्वप्रथम वासिङ्टन डि.सी.को एट्लास इकोनोमिक रिसर्च फाउण्डेसन र काउड फन्डिङ् मार्फत नेपालका विभिन्न भागमा रहेका साना उद्यमहरुको वृद्धिमा ऐक्यवद्धता देखाई व्यक्तिगत रुपमा सहयोग गर्नुहुने ८४ जना महानुभावहरुलाई विशेष धन्यवाद भन्न चाहान्छौं । त्यसैगरी आफ्नो अमूल्य समय, अनुभव एवं ज्ञान बाँडेर यस अध्ययनमा सहयोग गर्नुहुने किराना पसल व्यवसायीहरुप्रति पनि आभार प्रकट गर्न चाहन्छौं । यसका अलावा यस अनुसन्धानको विभिन्न चरणमा भएको परामर्श कार्यक्रमहरुमा उपस्थित भई अमूल्य सल्लाह, सुझाव एवं प्रतिक्रिया दिनहुने सरकारी एवं गैरसरकारी संघ-संस्थाका प्रतिनिधिहरुलाई पनि धन्यवाद दिन चाहन्छौं । अन्तमा, यस अनुसन्धानलाई सफल पार्नहुने अनुसन्धानकर्ता, गणनाकार र लेखकलाई पनि मनैदेखि धन्यवाद दिन चाहन्छौं ।

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

सेप्टेम्बर २०१३

विषय सूची

प्राक्कथन

धन्यवाद

परिचय ६

पूर्व अध्ययनहरुको समीक्षा (शोध सामग्री समीक्षा) १०

खोजका उपलब्धिहरु २०

सुझावहरु ४५

सन्दर्भ सामग्रीहरु ४७

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशनका बारेमा

परिच्छेद १

परिचय

किराना पसलहरु के हुन् ?

किराना पसल साधारण चलनचल्तीका दैनिक उपभोग्य सामान एवं तरकारी बेच्ने पसलहरु हुन् । व्यापारिक केन्द्र वरपर छरिएका यस्ता पसलहरुले स्थानीय एवं यात्रुहरु सबैलाई सेवा पु¥याउँछन् । यिनीहरु शहरिया जीवनको एक अभिन्न अंग जस्तै भईसकेका छन् । शहरका प्रत्येक घरहरुले बाटोतर्फ फर्केका आफ्ना घरहरुका भूईंतल्लामा रहेका एक वा दुई कोठालाई किराना पसलको लागि भाडामा दिन सहज मान्दछन् । त्यस्तै, ग्रामीण क्षेत्रमा पनि किराना पसल दैनिक उपभोग्य सामाग्री किनबेच गर्न सजिलोको लागि छ्यासछ्यास्ती खुलेका देखिन्छन् ।

यस अध्ययनको लागि किराना पसललाई लघु वा साना व्यवसाय अन्तर्गत राखेर अध्ययन गरिएको छ, जसले दैनिक उपभोगका एवं उपभोक्तालाई चाहिने अन्य समानहरु बेची साधारण पूर्वाधार र सहज प्रविधिको प्रयोग गरी ग्राहकहरुमा सेवा प्रदान गरिरहेका छन् । औद्योगिक ऐन (१९९२) ले यस्ता खुद्रा पसलहरुलाई साना सेवा उद्योगको रुपमा परिभाषित गरेको छ । यो एनले रु. ३ करोड वा त्यसभन्दा कमका अचल सम्पत्ति भएका व्यवसायलाई साना उद्योग भनेर परिभाषित गरेको छ ।

आर्थिक स्वतन्त्रता र किराना पसल नै किन ?

आर्थिक स्वतन्त्रता र समृद्धिका विभिन्न आधारहरु जस्तै आर्थिक वृद्धि, गरिवी निवारण, शान्ति एवं सहकार्य, समानता तथा मानवकल्याणबीच सकारत्मक पारस्परिक सम्बन्ध देखाउने धेरै अध्ययन एवं अनुसन्धान भइसकेका छन् । विश्व आर्थिक स्वतन्त्रता प्रतिवेदन प्रकाशित गर्ने फ्रेजर इन्स्टिच्यूट र आर्थिक स्वतन्त्रताको सूचाङ्क प्रकाशित गर्ने हेरिटेज फाउण्डेसनले पनि यस कुरालाई विगतका वर्षहरुमा पुष्टि गर्दै आएका छन् । यी दुवै संस्थाहरुले प्रकाशित गर्ने प्रतिवेदनहरुमा नेपालले त्यति राम्रो अंक र स्थान हासिल गर्न सकेको छैन । त्यसैले गर्दा पनि नेपालको सन्दर्भमा आर्थिक समृद्धि र आर्थिक स्वतन्त्रताको विषयमा जिज्ञासा लाग्नु स्वभाविक नै हो ।

यस अनुसन्धानले आर्थिक स्वतन्त्रता र आर्थिक समृद्धिको यही सम्बन्ध हेर्नेतर्फ कदम चालेको छ र नेपालमा सर्वत्र रहेको किराना पसलको आर्थिक स्वतन्त्रताको दृष्टिकोणबाट शोधकार्य सम्पन्न गरेको छ । यसले आर्थिक स्वतन्त्रताको विभिन्न सूचकहरुमा भएको परिवर्तनले लघु तथा साना व्यवसायलाई कसरी असर पार्छ भन्ने कुरा हेरेको छ ।

फ्रेजर इन्स्टिच्यूटले वर्षेनी तयार पार्ने आर्थिक स्वतन्त्रता सूचाङ्कमा सरकारको आकार, न्यायिक व्यवस्था तथा सम्पत्तिको अधिकार, अन्तर्राष्ट्रिय रुपमा स्वतन्त्र रुपमा व्यापार गर्न पाउने अधिकार र नियमन जस्ता विषय समावेश गरिन्छ । माथि उल्लेख गरिएका क्षेत्रहरुलाई २४ वटा विभिन्न भागहरुमा विभक्त गरेर ० देखि १० सम्मको स्केलमा सबै देशहरुलाई अंक दिइन्छ । त्यसैगरी हरिटेज फाउण्डेसनको सूचाङ्कमा पनि विधिको शासन (सम्पत्तिको अधिकार र भ्रष्टाचारबाट मुक्ति), सीमित सरकार (सरकारी खर्च, राजस्व सम्बन्धी स्वतन्त्रता), नियमन सक्षमता (व्यवसायिक स्वतन्त्रता, श्रम सम्बन्धी स्वतन्त्रता र मौद्रिक स्वतन्त्रता) र खुल्ला बजार (व्यापार स्वतन्त्रता, लगानी स्वतन्त्रता र वित्तिय स्वतन्त्रता) पर्दछ ।

यी आर्थिक स्वतन्त्रताका सूचाङ्कहरुले प्रयोग गर्ने मापदण्डहरुलाई आधारमा लिई यी कुराहरुले किराना पसलको वृद्धिमा के कस्तो असर पुर्‍याइरहेको छ र आर्थिक स्वतन्त्रताका कुन-कुन विषयहरुमा सुधार ल्याउन सकियो भने किराना पसलको वृद्धि सम्भव हुन्छ भन्ने मूख्य उद्देश्यका साथ यो अध्ययन गरिएको हो ।

अध्ययनको विधि

यस अध्ययनमा समेटिएका तथ्याङ्क प्राथमिक स्रोत लगायत अन्य अध्ययनहरुबाट अगाडि आएका तथ्याङ्क हुन् । प्राथमिक तथ्याङ्क प्रशनावलीमा आधारित भई विधिवत् रुपमा चयन गरिएका स्थानका किराना किराना पसल व्यवसायीहरुसँग सोधीएका प्रश्नहरुको आधारमा संकलन गरिएको छ । त्यस्तै, सम्बन्धित निकायका प्रतिनिधिहरु र सरोकारवालासँग अन्तर्वार्तामार्फत् पनि जानकारी संकलन गरिएको छ । अन्य अध्ययनहरुबाट अगाडि आएका तथ्याङ्क संकलन गर्दा प्रकाशित एवं अप्रकाशित स्रोतहरुको सहायता लिइएको छ ।

देशको करिब एक प्रतिशत भूभाग ओगटे पनि कूल जनसंख्याको १० प्रतिशत बसोबास गर्ने र नेपालको अर्थतन्त्रमा एक तिहाई योगदान पुर्‍याउने काठमाण्डौं उपत्यका (नेपाल राष्ट्र बैंक, २०१२)का किराना पसलहरु संचालकहरुलाई प्रश्नावलीमा आधारित सर्वेक्षणका सहभागीहरु बनाइएको थियो । किराना पसल भन्नाले साधारण पूर्वाधार र सहज प्रविधिको प्रयोग गरीचलनचल्तीका दैनिक उपभोग्य सामान बेच्ने सूक्ष्म वा साना व्यवसायका रुपमा यस अध्ययनमा परिभाषित गरिएको छ ।

नमूना

यस सर्वेक्षणका लागि काठमाडौं उपत्यकाका तीन जिल्लाहरुभित्रका १३ (तेह्र) स्थानबाट तथ्यांक संकलन गरिएको छजसमध्ये काठमाडौं जिल्लाका ७ (सात) स्थान, भक्तपुरका ३ (तीन) स्थान र ललितपुरका ३ (तीन) स्थान रहेका छन् । व्यवसायिक केन्द्र, आवीसय क्षेत्रहरु, कृषि केन्द्र र व्यापारिक केन्द्रका वरिपरिका किराना पसलहरुबाट तथ्यांक संकलन गरिएको छ । सर्वेक्षणका स्थानहरु उपत्यकाका समग्र किराना पसलहरुको अवस्था प्रतिनिधित्व गर्ने गरी चयन गरिएको थियो ।

तालिका १ : सर्वेक्षणका लागि चयन गरिएका स्थानशरु

स्थान	सहर (जिल्ला)	किसिम
ठिमी	भक्तपुर	कृषि
नगरकोट सडक	भक्तपुर	औद्योगिक
सिद्ध पोखरी	भक्तपुर	कृषि
चावहिलदेखि बौद्धनाथ	काठमाडौं	व्यावसायिक
मैतिदेवी	काठमाडौं	आवासीय
नारायणगोपाल चोक	काठमाडौं	व्यावसायिक
असनचोक	काठमाडौं	व्यावसायिक

कालिमाटी	काठमाडौं	व्यावसायिक
शान्तिनगर	काठमाडौं	आवासीय
ँबजार	काठमाडौं	आवासीय
पुल्चोकदेखि ग्वार्को	ललितपुर	व्यावसायिक
सुनाकोठी	ललितपुर	कृषि
इमाडोल	ललितपुर	आवासीय

नमूना चयन विधि

नमूना संकलन दुई चरणमा गरियो । समग्र किराना पसलहरुको प्रतिनिधित्व गराउन पहिलो चरणमा विभिन्न स्थानहरुको छनौट गरियो । त्यसपछि प्रत्येक स्थानका किराना पसलहरु छानी सूचीबद्ध गरियो । १३ स्थानका सबै ५४० किराना पसलहरुलाई सूचिबद्ध गरेर राखियो । दोस्रो चरणमा २६८ वटा किराना पसलहरुलाई व्यवस्थित तरिकाले छानेर सूचीकृत गरियो । त्यस्तै, ५ गणनाकारहरुको प्रयोग गरी १३ स्थानबाट प्रश्नावलीका उत्तरहरु संकलन गरी सूचीकृत गरियो । तथ्याङ्क संकलन २०७० श्रावण ३० देखि भाद्र ५, को बीचको एक हप्ताको समयमा गरिएको थियो ।

प्रश्नावलीमा मूलतः बहुवैकल्पिक उत्तरहरुबाट चयन गर्नुपर्ने र केही थोरै छोटा उत्तर दिनुपर्ने खुल्ला खालका प्रश्नहरु थिए । प्रश्नावली तयार भइसकेपछि उक्त प्रश्नावलीलाई विभिन्न स्थानमा फेरि अन्तर्वार्ताद्धारा नमूना परिक्षण गरियो र प्रश्नावली भरिसकेपछि त्यसको शुद्धता कायम राख्न आधिकारीकताको मापन गर्ने काम गरियो । त्यस क्रममा १५ वटा प्रश्नावलीलाई चयन गरिएका विभिन्न स्थानमा अन्तर्वार्ताद्वारा नमूना परिक्षण गरियो ।

पूर्व अध्ययनहरुको समीक्षाले देखाएका वृद्धिका बाधकहरुका बारेमा स्पष्ट जानकारी संकलन गर्न प्रश्नावलीलाई पाँच भागमा विभक्त गरिएको थियो - पसलको प्रकार, व्यवसाय सञ्चालन र वृद्धि, दर्ता, वित्तीय व्यवस्था, तथा नाफा कमाउने र नाफा बाँड्ने । यी प्रश्नहरुले घर-परिवार र व्यवसायमा आयआर्जन र लगानीको बाँडफाँड, श्रमको स्तर, घूस र जबर्जस्ती चन्दा, बन्द, हड्ताल, प्रतिस्पर्धा, सहयोगी सेवाहरु, नियमन वातावरण, सरकारी नीति प्रतिको सोच, वस्तु तथा सेवाको पहुँच र सहज आपूर्ति र व्यवधान, उत्पादन स्तरको मितव्ययिता (economies of scale), व्यावसायिक वातावरण, उद्यमशिलता, दर्ता तथा आधिकारिकता एवं वित्तीय पहुँचको बारेमा स्पष्ट हुन मद्दत गरेका छन् ।

कर, घूस, र भ्रष्टाचार, आय एवं खर्च जस्ता कुरामा अगाडि आएका तथ्यांकको आधिकारिकताबारे चाँहि केही शंका गर्न सकिन्छ किनकी उत्तर दिंदा यस्ता प्रश्नहरुमा पसलेहरु अलि बढी सशंकित हुने गरेको पाइयो । त्यसै गरी धेरै जसो किराना पसलहरुले आफ्नो लेखा खाता राख्ने काम नगरेको हुँदा यहाँ संकलित तथ्यांक अनुमानित मात्र हुन् । त्यस्तै, तथ्यांकीय गल्तीलाई कम गर्न आय र खर्चको विवरण महिनावारी रुपमा लिइएको छ । यी महिनावारी तथ्यांकलाई वार्षिक आय, व्ययको हिसाब गर्न प्रयोग गरिएको छ ।

तथ्यांक संकलन पछि प्रत्येक प्राप्त तथ्यांकको शुद्धता कायम राख्न प्रश्नावलीलाई सम्पादन गरिएको छ । BM SPSS 20.2 प्रयोग गरी तथ्यांकको लगत राखी विश्लेषण गरिएको छ । तथ्यांकमा साधारण विश्लेषणसहितको व्याख्या गरिएको छ । विश्लेषण गर्दा आवृति तथा प्रतिशत तालिका, क्रस ट्यबुलेसन, पारस्परिक सम्बन्ध र काई स्क्वाएर परिक्षण (Chi Square test) प्रायः प्रयोग गरिएको छ ।

सीमितता

यस अधययनका केही सीमाहरु छन् :

१) अध्ययन काठमाडौं उपत्यकामा मात्र सीमित छ । अन्य सहरहरुजस्तैः पोखरा र विराटनगर यस अधययनमा समेटिएका छैनन् ।

२) यस अध्ययनको उद्देश्य किराना पसलको वृद्धिका बाधकहरु पत्ता लगाउनु हो । यसमा विस्तृत अध्ययन गरी बृहत् तथ्यांकीय विश्लेषण गर्ने र अरु विस्तारित एवं व्यापक अनुसनधनको स्थान पनि छ ।

३) किराना पसलका मागपक्षमा विद्यमान बाधा व्यवधानको बारेमा यस अधययनले केही हेरेको छैन । यो अध्ययन आपूर्ति पक्षमा विद्यमान बाधा व्यवधानको विश्लेषणमा केन्द्रित छ ।

४) यो अध्ययनले आर्थिक स्वतन्त्रताको सम्पूर्ण पक्षहरुलाई समेटेको छैन । जस्तैः मुद्रास्फीति, राजनीतिक अस्थिरता, कमजोर विधिको शासन र न्याय प्रणालीमा समस्या जस्ता कुराहरुलाई यसले समेटेको छैन ।

परिच्छेद २

पूर्व अध्ययनहरुको समीक्षा (शोध सामग्री समीक्षा)

परिभाषा

व्यवसायलाई वर्गीकरण गर्दा विशेषत: कामदार, लगानीमा प्रतिफल', सुरुवाती पुँजी र व्यवसायको कुल सम्पत्तिलाई आधार मानिन्छ । यही तथ्यहरुका सीमाभित्र रहेर व्यवसायलाई लघु, साना, मध्यम र ठुला भनेर वर्गीकरण गरिन्छ । तर व्यवसायलाई परिभाषित गर्ने थुप्रै अन्य आधारहरु पनि छन् । एउटै परिभाषालाई सर्वव्यापी मान्न सकिन्न । विभिन्न देशहरुले आफ्नो लघु, साना, मध्यम र ठुला व्यवसायलाई एउटा वा विभिन्न मापदण्डका आधारमा परिभाषित गरेका छन् । जस्तै: यूरोपियन युनियनले आफ्ना लघु, साना, मझौला र ठुला व्यवसायलाई रोजगारी र लगानीमा प्रतिफल वा शुद्ध सम्पत्तिको आधारमा वर्गीकरण गर्दछ (इयु, २००३) । त्यस्तै, जापानले आफ्ना व्यवसायलाई सुरुवाती पुँजी र रोजगारीको आधारमा वर्गीकरण गर्दछ (जापान सरकार, २०१३) । नेपालमा औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४९ (परिमार्जित २०५४)ले लघु उद्यमलाई रु. २ लाख सम्मको स्थिर पुँजी भएको, साना उद्योगलाई रु. ३ करोड सम्मको स्थिर पुँजी भएको र मझौला उद्योगलाई रु. ३ करोडदेखि १० करोडसम्म स्थिर पुँजी भएको भनेर वर्गीकरण गरेको छ । त्यसैले यस अध्ययनमा समेटिएका किराना पसलहरु नेपालको कानुनअनुसार प्राय: लघु एवं साना व्यवसायभित्र पर्दछन् ।

लघु, साना, मझौला व्यवसायको महत्वको ऐतिहासिक पृष्ठभूमि

लघु, साना र मझौला व्यवसायको दीर्घकालिन आर्थिक र सामाजिक विकासमा महत्व २० औं शताब्दीको पछिल्लो वर्षहरुमा आएर मात्र महसुस भयो । यस्ता व्यवसायहरुले धेरै संख्यामा रही रोजगारी सिर्जना र देशको आर्थिक वृद्धिमा योगदान दिँदै आईरहेता पनि यिनको महत्व त्यति स्वीकारिएको थिएन । यस्ता लघु, साना र मझौला व्यवसायले आय वितरण र सामाजिक रुपमा समावेशी परिवेशको निर्माणका लागि महत्वपूर्ण भूमिका निभाँउदै आएका छन् । पछिल्लो समयमा लघु, साना र मझौला व्यवसायले देशमा नलेज अर्थतन्त्रको विकासमा पनि योगदान गरिरहेको अध्ययनहरुले देखाएका छन् । २० औं शताब्दीको लामो समयसम्म पनि यी व्यवसायहरु ठुला व्यवसाय निर्माणमाका माध्यम हुन् भन्ने मानिएको थियो । यिनीहरुलाई अर्थतन्त्रको एक प्रकारको उपफल मानी यिनले दीर्घकालमा धेरै उत्पादन गरेर अर्थतन्त्रलाई टेवा दिन सक्दैनन् र ठुला व्यवसायले मात्र अर्थतन्त्रलाई चलायमान बनाउँछन भन्ने मानिन्थ्यो । ठुला व्यवसायमा रोजगारीको कमी भएकाले मात्र साना एवं लघु व्यवसाय सञ्चालन भइरहेका छन् भन्ने विश्वास थियो । अनावश्यक र अर्थतन्त्रमा ठुलो योगदान पनि दिन नसक्ने भनी मानिएकाले सरकारले यसलाई अनौपचारिक वा छायाँ अर्थतन्त्रको रुपमा हेर्थ्यो ।त्यस्तै, आर्थिक विकासको क्रममा धेरै श्रमिकहरुलाई रोजगारी दिई र धेरै पुँजी लगानी गर्ने ठुला व्यवसायका अगाडि यी लघु, साना र मझौला व्यवसाय टिक्न सक्दैनन् भनिन्थ्यो (म्याक फरसन, १९९६; एन्डर्ले ,२००४; स्पेन्स र पेन्टर-मोर्लेन्ड, २०१०) । ठुला, आधुनिक अनि औपचारिक व्यवसायको अभावमा यी लघु, साना र मझौला व्यवसाय फस्टाएका हुन् भनिन्थ्यो र यस्ता ठुला व्यवसाय अगाडि नआउन्जेल मात्र यी व्यवसाय फस्टाउँछन् भन्ने मानिन्थ्यो ।

यी साना व्यवसायहरुलाई हेर्ने सोच अहिले पक्कै पनि परिवर्तन भइसकेको छ । यिनीहरु अस्थायी र आर्थिक संक्रमणकालका व्यवसाय होइनन् र अर्थतन्त्रका एक मजवुत खम्बा हुन् भनेर हामीले महसुस गरिसकेका छौं ।

अहिले यिनीहरुले समुदायको आर्थिक विकास गर्न, स्वस्थ्य श्रमिक बजार विस्तार गर्न, आम्दानीको बीचको खाडल मेट्न, लिंगभेद र असमावेशीपन जस्ता सामाजिक असमानता हटाउन, बजारमा एकाधिकार कम गर्न, प्रतिस्पर्धा बढाउन, अत्यावश्यक वस्तु तथा सेवाको प्रवाह गर्न र बजार विस्तार गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्दछन् (डालवर्ग, २०११; आयागारी, डेमिर्गुक-कान्ट रमाकसिमोभिक, २०१२)। यस्तो किन भयो त भनेर बयान गर्नुपूर्व यिनीहरुको वर्गीकरणका बारेमा केही चर्चा गरौं ।

लघु, साना र मझौला व्यवसायका चरित्र

नेपालका लघु, साना रमझौला व्यवसायहरुको चरित्र र अन्य विकासशील एवं अल्पविकसित राष्ट्रका यस्तै व्यवसायहरुको प्रकृति एकअर्कासँग मेल खान्छ । अफ्रिकी देशहरुमा गरिएको लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको चरित्रको अध्ययनको निचोड नेपालमा धेरै सान्दर्भिक छ । यूरोपियन इकोनोमिक च्याम्बरको एक प्रकाशनका अनुसार यी चारित्रीक विषेशताहरु निम्नानुसार रहेका छन् :

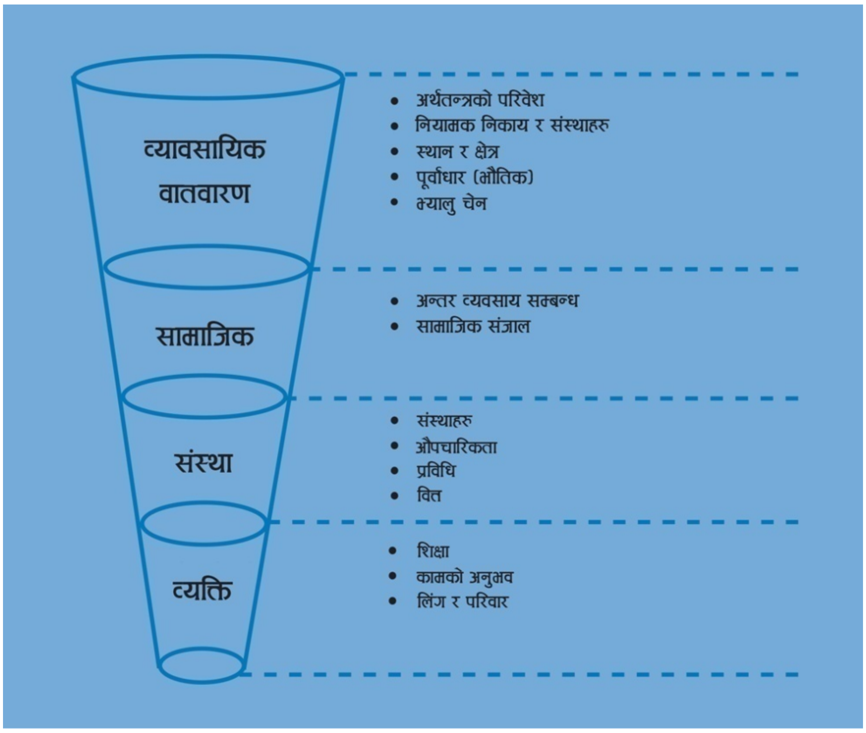
- प्रमुखरुपमा पारिवारिक मद्दत एवं साथीहरुको मद्दतले र परिवारको वचत एवं सहयोगले चलाइएका पारिवारिक व्यवसाय
- एकै व्यक्तिले मालिक र म्यानेजर दुवै भूमिका निभाँउछन् र आँफै सबै महत्वपूर्ण निर्णय गर्छन्
- ऋणको लागि अति कम योग्य मानिन्छन्
- स्थापकको आफ्नो खुबीमा आधातिर व्यवसाय जसमा व्यस्थापकीय खुबी र आवश्यकता धेरै कम महत्वपूर्ण
- कामदारहरुको क्षमताको विश्लेषण र व्यवस्थापकीय खुबीको विश्लेषण विना रोजगारी प्रदान गरिने र निर्णायक अधिकार नदिइने
- स्थानीयस्तरको प्रविधिको प्रयोग र क्षमता एवं कार्यकुशलताको सीमा
- प्राय: स्थानीय बजारलाई मात्र सेवा पुर्‍याउने
- साना तथा मझौला उद्योगले पाउने ऋणको कम पहुँच ।

यी साधारण चारित्रीक विषेशताले हामीलाई लघु, साना र मझौला व्यवसाय विस्तारका समस्याहरु अध्ययन गर्न मद्दत गर्दछन् ।

लघु तथा साना व्यवसायको वृद्धि र विस्तारमा प्रभाव पार्ने तत्वहरु

निष्टर र गोल्डमार्क (२००५)ले लघुतथा साना व्यवसायको वृद्धि र विस्तारमा प्रभाव पार्ने विभिन्न तत्वहरुको बयान फनेल आकारमा चित्रद्वारा गरेका छन् । चित्र. १. ले व्यावसायिक वातवारण, सामाजिक, संस्थागत र व्यक्तिगत गरी चारवटा यस सन्दर्भमा प्रभाव पार्ने तत्वहरुमा प्रकाश पार्दछ । यसमा व्यावसायिक वातवारणसँग सम्बन्धित तत्वहरु, सामाजिक र सम्बन्धित तत्वहरु, व्यावसायिकको चरित्र एवं व्यक्तिगत व्यवसायिक चरित्रहरुलाई यसरी व्याख्या गरिएको छ ।

चित्र १ : लघु तथा साना व्यवसायको वृद्धि र विस्तारमा प्रभाव पार्ने महत्वपूर्ण तत्वहरु



स्रोत : निष्टर र गोल्डमार्क (२००५)

यी तत्वहरुमा किराना पसल जस्ता साना तथा लघु व्यवसायहरुको वृद्धिलाईसबैभन्दा बढी प्रभाव पार्ने तत्व के हो भन्नेबारे छुट्टै विस्तृत अध्ययन गर्न सकिने हुनाले यो अध्ययनले संस्थागत र नियमनको संरचनाले यी किराना पसलको संचालन र वृद्धिमा कसरी भूमिका खेल्दछ भन्ने पक्षमा जोड दिइएको छ ।

नियमनको भूमिका

विश्लेषणबाट के देखिन्छ भने केही नीति नियमलेसाना एवं मझौला व्यवसायहरुलाई प्रवर्द्धन गर्ने भएपनि (धेरै नीतिनियमले लघु व्यवसायको बारेमा केही पनि बोल्दैनन्) अत्याधिक नियमनले निम्त्याउने प्रतिकूल असरहरु लघु, साना र मझौला व्यवसायका लागि अति हानीकारक सिद्ध हुन्छन् । त्यो किन पनि हुन्छ भने ठुला व्यवसायले कर्मचारीतन्त्र र नियमन निकायलाई सम्बोधन गर्दै तिनलाई केही हदसम्म सन्तुलनमा राखी अगाडि बढ्न सक्छन् तर लघु, साना र मझौला व्यवसायसँग त्यो प्रकारको क्षमता एवं सामर्थ्य हुँदैन (आर्थिक सहयोग र विकास संस्था, ओइसीडी) ।

गसर हन (१९९९) का अनुसार नीतिनियमले आर्थिक वृद्धिमा उल्लेख्य रुपमा प्रतिकूल असर पार्न सक्छन् र वृद्धिलाई धेरै हदसम्म बाँधेर राखिदिन्छन् । विषेशतः मूल्य निर्धारण एवं बजारमा प्रवेशलाई नियन्त्रण गर्ने जस्ता नीतिनियमजुनविना बजारमा सक्दो प्रतिस्पर्धा हुन सक्थ्यो, यस्ता निमयनले आर्थिक वृद्धि एवं जीवनशैलीको औषत वृद्धिमा प्रतिकूल प्रभाव पार्दछन् ।

विकासोन्मुख देशमा नियमन एवं संस्थागत संरचनाको वातावरणले साना व्यवसायको विकासमा बाधा पुर्याउँछन् । यस्तो प्रवृत्ति विकसित देशमा भन्दा विकासोन्मुख देशमा बढी हुन्छ । इकोनोमेट्रिक विश्लेषणकोअनुसार यस्ता चुनौतीहरुले असमान किसिमले साना व्यवसायलाई हानी पुर्याउँछन् (वेक, २००४) । नियमन एवं संस्थागत चुनौतीहरुले साना तथा मझौला व्यवसायलाई लगानी अभिवृद्धि गर्न पनि बाधा पार्छन् (निक्टर र गोल्डर्माक, २००५) ।

रुसमा गरिएको लघु र साना व्यवसायलाई लागू हुने कानुनी र नियमन वातवारणका अध्ययन गर्ने सफाभियन, ग्राहम र गोन्जालेज-भेगाका अनुसार कर सबैभन्दा बढी नै चर्चित र महत्वपूर्ण विषय भए पनि अन्य नियमक निकाय एवं वातावरणले पनि ती व्यवसायहरुमा हुने लेनदेनमा ठुलो आर्थिक भार थपिरहेका हुन्छन् । कानुन र नियमको लेखनमा हुने कमजोरीमा र ती कानुन लागू हुने व्यक्तिहरुमा ती लिखित नियम कान'न पाउन हुने कठिनाईले गर्दा धेरै व्यवस्थापकीय र वित्तीय स्रोतहरु लागू हुने अत्यावश्यक नियम वा कानुन पत्ता लगाउन नै खर्च हुन्छ । निर्धारण गर्न कठिन हुने केही कुराहरु हुन् : (क) संघीय वा क्षेत्रीय र स्थानीय कानुनको मातहतका सबै नियम मानी संचालन हुन के-कति स्वीकृतिहरु लिनुपर्छ? (ख) यी स्वीकृतिहरु कुन क्रममा लिनु पर्दछ ? (ग) प्रत्येक चरणमा के कस्ता कागजातहरु चाहिन्छ (वकवर्ग, १९९७) । कानुनको पालना एवं नियमन निकायको आवश्यकताको परिपूर्तिका लागि चाहिने विधान धेरै हुनाले नियमन निकाय आफैँलाई समस्या हुन्छ भने अर्कोतिर लघु तथा साना व्यवसायले आफ्नो व्यवसायको आकारको तुलनामा धेरै नै खर्च गर्नुपर्दछ किनकी त्यहाँ पारदर्शिता र निश्चितता हुँदैन (सफाभियन, ग्राहम र गोन्जालेज-भेगा)।

यति भनिसकेपछि पनि यी सबैमा कर नै महत्वपूर्ण मुद्दा हो जसले साना, मझौला तथा लघु व्यवसायलाई प्रभावित गर्दछ । ठुला व्यवसायका तुलनामा साना, मझौला तथा लघु व्यवसायले कर भार असमानुपातिक रुपम बहन गर्ने गर्छन् । ओइसीडीको एक अध्ययनअनुसार साना तथा मझौला व्यवसायले करको नियमन अनुपालन गर्दा लाग्ने खर्च उनीहरुको बिक्री र सम्पत्तिको अनुपातमा निकै बढी हुन्छ । त्यस्तै, उक्त अध्ययनले के पनि बताउँछ भने करको बाध्यकारी व्यवस्थालाई अनुपालन गर्नलाई लाग्ने खर्च बढी हुने मात्र नभई यो कर तिर्ने व्यवसायी लगायत कर प्रशासनलाई पनि बोझिलो हुन्छ । इसेनगोमा र कापेल (२०११) ले लघु तथा साना व्यवसायको वृद्धि सम्भावनामा व्यावसायिक वातावरणले पार्ने प्रभावका बारेमा युगाण्डामा सन् १९९४ देखि २०१० सम्म गरेको अध्ययनले के देखाउँछ भने लघु तथा साना व्यवसायको वृद्धि तथा कर एकअर्काका परस्पर विरोधी हुन् । उनीहरुको अध्ययन अनुसार उच्च कर दरले आन्तरिक स्रोत र लगानी गर्ने क्षमता घटाई र उत्पादनशील प्रविधिमा लगानी गर्ने क्षमतामा पनि ह्रास ल्याई व्यवसायको वृद्धिको क्षमता ह्रास ल्याँउछ । यसरी व्यवसायमा लगानी बढाउन नसक्दा उनीहरुको वृद्धिको क्षमता पनि घट्न जान्छ (जिरेफी, १९९९; राइनिका र स्भेनसन, २००१) ।

आर्थिक गतिविधिको राजनीतिकरण : थप नियमन

साइमन जोन्सनले भनेको आर्थिक गतिविधिको राजनीतिकरण नेपालजस्ता द्वन्द पछिका राष्ट्रहरुमा बढी देखिन्छ जहाँ राजनीतिक अस्थिरता हुन्छ र किराना पसल पनि त्यसको एउटा पाटो हो । जोनसन एट एल (१९९७)का अनुसार आर्थिक गतिविधिको राजनीतिकरणबाट नेता तथा कर्मचारीतन्त्रले व्यवसायमा कब्जा जमाउन सफल हुन्छन् ।

निजीकरण गरिएका तथा व्यक्तिगत व्यवसायमाथिको नियमन गर्ने अधिकारभित्र बजारमा प्रेवश निषेध गर्ने र बजार प्रवेश नियमन गर्ने, निजी व्यवसायका घरजग्गाको प्रयोग नियन्त्रण गर्ने, व्यवसायमा लागू हुने करको निर्धारण गर्ने र कर उठाउने, व्यवसायको जाँचबुझ गर्ने अधिकार र नियम उल्लंघन हुँदा व्यवसाय बन्द गर्ने अधिकार, अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार र विदेशी मुद्राबाट हुने कारोबारमा नियन्त्रण र कतै-कतै मूल्य समेत तोक्नेजस्ता कार्य पर्दछन् । अर्को अध्यायमा यस्ता निकायले किराना पसलमाथि यस्तै खालका अधिकार प्रयोग गरिएको देख्न सकिन्छ । राजनीतिक हस्तक्षेपले व्यवसायको नाफामा असर गर्दछ र यसले व्यावसायिक गतिविधिहरु र आर्थिक विकासको गतिलाई रोक्दछ (डीसोटो, १९८९) । साम्यवादी व्यवस्थाबाट पुँजीवादी व्यवस्थातिर जाँदै गर्दा यस्ता राजनीतिक नियन्त्रणले ल्याएको खराब असरहरु विभिन्न प्रकारले उद्घाटित हुँदै गएको देखिएको छ । सबभन्दा प्रत्यक्ष्य रुपमा व्यवसायबाट आर्जित वा आर्जन हुन सक्ने नाफा नियम, कर, वा भ्रष्टाचार जस्ता कारणले लगिन्छन्, उद्यमीहरु उद्यम शुरु गर्नतिर लाग्दैनन् वा यस्तो नहुँदाको अवस्थामा जुन दरले वृद्धि हुन सक्थे, त्यो दरमा वृद्धि हुँदैनन् । तर उद्यमीहरुसँग अर्को विकल्प पनि हुन्छ, जुन हो अनौपचारिक रुपमा व्यवसाय गर्ने(कौफमन र कालीवेर्डा (१९९६);कौफमन, १९९७)

लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको वृद्धि र औपचारिकताको सम्बन्ध

संसारका धेरै लघु, साना तथा मझौला व्यवसायहरु अनौपचारिक अर्थतन्त्रमा रहेर संचालन भइरहेको पाइन्छ । अनौपचारिक अर्थतन्त्रमा सरकारबाट पहिचान नगरिएका, औपचारिक तथ्यांकमा नगनिएका, सरकारबाट नियमन वा निगरानी तथा सुरक्षा नभएका व्यवसायहरु पर्दछन् (बेकर, २००४) । औपचारिकताको महत्व तथा यी व्यवसायहरु औपचारिक वा अनौपचारिक रहने कारण अनौपचारिक अर्थतन्त्रप्रति राखिने दृष्टिकोणमा भर पर्दछ । एउटा दृष्टिकोण के पनि छ भने अनौपचारिक अर्थतन्त्रले एउटा सानो अर्थतन्त्र हो र यसले गरीबलाई आम्दानी र सुरक्षा संजाल दिन्छ आईएलओ, १९७२) । तर यो दृष्टिकोण परिवर्तन हुँदैछ किनकी औपचारिक र अनौपचारिक अर्थतन्त्रबीचको अन्तरसम्बन्ध धेरै प्रगाढ हुँदैछ (व्यापार र विकासमा र संयुक्त राष्ट्रसंघ कन्फरेन्स - उन्कटाड, २००१) । दोस्रो दृष्टिकोण के पनि छ भने अनौपचारिक अर्थतन्त्र औपचारिक अर्थतन्त्रको सहायक हो, जहाँ बलिया पुँजीवादीले लागत कम गर्न साना व्यवसायीमाथि वर्चस्व कायम गर्छन् (कास्टेलस् र पोर्टरस्, १९८९) । तर तेस्रो दृष्टिकोणका अनुसार अनौपचारिक अर्थतन्त्र औपचारिक अर्थतन्त्रमा अनावश्यक रुपमा बढी नियमन एवं कर्मचारीतन्त्रले निम्त्याउने भारबाट उत्पन्न भएको हो (डिसोटो, १९९२) ।

यस अनुसन्धानका लागि भने लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको औपचारिकीकरण र तिनको वृद्धिको सम्बन्धलाई हेरिएको छ । नियमनलाई असल अभ्यासका मापदण्डहरुअनुसार सुधार गर्ने देशहरुले प्रति वर्ष २.३ प्रतिशतले वृद्धि गर्न सक्छन् (आइएलओ २००६मा जानकोभ, एट एल) । ओइसीडीको २००६ को प्रतिवेदनले पनि अल्पकालिन रुपमा लघु, साना तथा मझौला व्यवसायलाई अनौपचारिक क्षेत्रमा रहँदा फाइदाजनक हुन सक्ने भएपनि दीर्घकालमा अनौपचारिकताले यी व्यवसायको आफ्नो क्षमता अनुसारको विकासमा बाधा पुग्ने देखिन्छ भनेर उल्लेख गरेको छ । नोरिस र गाबरीएलाको २००८ को नियमन, वृद्धि र औपचारिकतासम्बन्धीको अध्ययनले कर र नियमनको भार बढ्दै जाँदा औपचारिक व्यवसायहरु घट्दै जाने तर कार्यान्वयनको गुणस्तरमा सुधार हुँदा बढ्दै जाने उल्लेख गरेको छ । अध्ययनका अनुसार व्यवसायको विकासमा पनि नियमनको बोझ र कार्यान्वयनको

गुणात्मकताको हिसाबले औपचारिक र अनौपचारिक व्यवसायको विकासमा फरक-फरक असर देखापर्दछ । जस्तैः कर र वित्तीय व्यवसायको सीमितताले औपचारिक व्यवसायमा धेरै नकारात्मक असर पार्दछ भने अनौपचारिक व्यवसायमा यसले त्यति फरक पर्दैन । त्यही अध्ययनले विश्व बैंकको (२००६) को प्रतिवेदन उल्लेख गर्दै नियमन, कमजोर कर प्रशासन र कमजोर संस्थागत संरचना, कमजोर सम्पत्तिको अधिकारजस्ता कुराहरुले व्यवसायको लागत महंगो पार्ने र यिनै कुरा संक्रमणमा रहेका अर्थतन्त्रमा व्यवसाय गर्ने क्रममा विद्यमान बाधाका रुपमा रहेको बयान गर्दछ । सो अधययनले यिनै चुनौतीहरु अनौपचारिक अर्थतन्त्रका आधार रहने पक्षमा थुप्रै प्रमाणहरु रहेको पनि उल्लेख गर्दछ (डाब्ला-नोरिस, ग्राडस्टाइन र इनचाउस्टे, २००८) । यी अध्ययनहरुका सार के हुन् भने प्रभावशाली नियमन र कानुनको पालनाको अभावमा यी चुनौतीहरु छल्न व्यवसायहरु अनौपचाीरक अर्थतन्त्रतिर धकेलिन्छन् । तर यस्ता निर्णयले व्यवसायको स्रोत परिचालन गर्न कठिन हने लगायत प्रतिफल पाउन, पुँजी वृद्धि गर्न, प्रतिस्पर्धा गर्न वा नयाँ अन्वेषण गर्न बाधा पर्ने हुन जान्छ । सरकार र नियमकको नजरबाट बच्न व्यवसायको आकार सानो राख्नुपर्ने बाध्यता हुन्छ । त्यस्तै, थोरै उत्पादनशील प्रविधिको प्रयोग, अवैधानिक खरिद आदिलाई लुकाउन अन्य अवैधानिक क्रियाकलाप गर्नुपर्ने हुन्छ । नियमन र कर कानुनको दायराभन्दा बाहिर रहेर व्यवसाय गर्दा उत्पादकत्वमा औपचारिक क्षेत्रभित्र रहेका व्यवसायभन्दा कम प्रतिस्पर्धी हुन सकिन्छ । वित्तीय पहुँच, बजार र प्रविधिको पहुँच, कानुनी सुरक्षाबाट पनि बन्चित हुने अवस्था आउन सक्छ । अनौपचारिक व्यवसायहरु साधारणतया कम उत्पादनशील एवं कम प्रभावकारी हुने हुनाले औषत उत्पादकत्व र आर्थिक वृद्धिमा नकारत्मक असर पर्न सक्छ (नोरिस र गाब्रिएला, २००८) ।

आईएफसी (अन्तर्राष्ट्रिय वित्त निगम) को अनुसार पनि अनौपचारिकताले लघु, साना तथा मझौला व्यवसायमा विभिन्न रुप लिन सक्दछ, जुन तलको चित्रमा देखाइएको छ :

लघु तथा साना व्यवसायको कर प्रणालीको रुपरेखा निर्माण गर्ने

औपचारिक अर्थतन्त्रबाट पूर्ण रुपमा बाहिर संचालित लघु तथा साना व्यवसाय	थोरै कानुनी एवं नियमन व्यवस्था भित्र रहने तर अन्य नियमन अनुपालन नगर्ने लघु तथा साना व्यवसाय	प्रायः कानुनी एवं नियमनका व्यवस्था अनुपालन गर्ने लघु तथा साना व्यवसाय	कानुनी एवं नियमनका व्यवस्था अनुपालन गर्ने तर सबै अवस्था पूरा नगर्ने लघु तथा साना व्यवसाय	सबै कानुनी एवं नियमनका व्यवस्था अनुपालन गर्ने लघु तथा साना व्यवसाय

स्रोतः लघु तथा साना व्यवसायको कर प्रणाली निर्माण गर्न अभ्यासकर्ताहरुको लागि सूचना पुस्तक (आईएफसी, २००७)

व्यवसाय औपचारिक हुँदा यसले प्रत्यक्ष लाभ नपाउला तर दीर्घकालमा यसले निम्न फाइदाहरु सिर्जना गर्न सक्छ (ओईसीडी, २००६, पेज २८) :

१. उच्च गुणस्तरीय, राम्रो तलब भएको र दीर्घकालीन रोजगारी सिर्जना

२. नागरिक र राज्यबीचको असल सामाजिक सम्बन्ध सुदृढ

३. व्यवसायहरु बीचका सम्झौताहरुको विश्वसनीयतामा वृद्धि

४. लगानीकर्ताको मनोवल उच्च बनाउने (र, लगानी बढाउने)

५. करको दायरा फराकिलो बनाउँछ (सम्भवतः कर दर न्यूनीकरण)

६. सम्झौता गर्न सहज पार्न र नीतिहरुको पैरवी गर्न स्थानीय व्यवसायहरुको जानकारीमा वृद्धि

७. नगद अर्थतन्त्रलाई घटाउँदै औपचारिक बित्त क्षेत्रलाई मध्यस्थता गर्न बढी स्रोतहरु उपलब्ध

८. व्यावसायिक सेवाहरु, औपचारिक बजार र पुँजी तथा जमिन जस्ता उत्पादनमुखी स्रोतमाथिको पँहुचमा सुधार अनौपचारिक व्यवसायलाई औपचारिक बनाउन धेरै काम त भइसकेका छैनन् तर वृद्धि एवं विस्तारका केही चुनौतीहरुको औपचारिकताका चुनौतीसँग पारस्परिक सम्बन्ध हुने प्रबलता छ (ओइसीडी, २००६) । तीमध्ये एक चुनौती नियमनको चुनौती हो । लघु, साना तथा मझौला उद्योगहरुका लागि औपचाकितातर्फ उन्मुख हुँदाको प्रमुख चुनौती भनेको लामो र दिक्कलाग्दो व्यवसाय दर्ता प्रक्रिया हो । त्यस्तै, दर्ता भएर औपचारिक रुपमा व्यवसाय गर्दा अपनाउनुपर्ने कानुनी एवं नियमनका प्रावधानहरु पनि अर्को चुनौती हो । औपचारिकतामा प्रवेश गर्ने केही बाधाहरु हुन्: नियमन लागू गर्ने प्रशासनमा उद्यमीहरुलाई प्रशासनिक झन्झट (जस्तै : धेरै कागजातहरुको आवश्यकता, अख्तियार दुरुपयोग हुने अवस्था), कर, अनुपालन गर्दा लाग्ने शुल्क तथा खर्च, श्रम नियम, अप्रभावशाली करार परिपालन व्यवस्था, भ्रष्टाचार, व्यावसायिक सेवाको कमी, सूचनाको कमी (डी सोटो, १९९२; लोयोजा, १९९७; मोरिसन, १९९५)। विकासशील देशहरुमा जहाँ यस्ता नीतिनियमहरु अस्पष्ट एवं अव्यावहारिक छन्, त्यस्ता ठाउँमा व्यवसायहरु औपचारिक हुन झन् धेरै समस्या पर्दछ (टोकेमान, २००१; बेकर, २००४)।

यी केही समस्याहरु बाहेक पनि सेनगोमा र कापेल (२००६) का अनुसार अन्य तत्वहरुले पनि व्यवसायहरु औपचारिक बन्ने कि नबन्ने भन्ने निर्णयलाई प्रभाव पार्ने बताँउछन् । वृद्धि र व्यवसायको आयुले पनि औपचारिक हुने निर्णयलाई प्रभाव पार्दछ । समयक्रममा व्यवसायको विकास र विस्तार हुँदै जाँदा व्यवसायीहरु औपचारिक व्यवसायतर्फ बढ्छन् र औपचारिक हुन लाग्ने खर्च भन्दा औपचारिक भएपछि हुने फाइदा बढी हुन जान्छ (लेभेनसन र मालोनी, १९९८) । तर यस्तो हुनका लागि लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको आवश्कतालाई कानुनी प्रावधानले सम्बोधन गर्नुपर्दछ । ज्याकल र ली (२००३) का अनुसार व्यवसायको प्रवृत्तिले पनि औपचारिक बन्ने कि नबने भन्ने निर्धारण गर्दछ । सामाजिक संस्थाहरुले दिने खुद नाफाले पनि लघु तथा साना र मझौला व्यवसायको औपचारिक हुने कि नहुने निर्क्योल गर्दछ । त्यस्तै, औपचारिक हुनुको अनुमानित फाइदा र सरकारले नियम लागू गर्ने हदले पनि औपचारिक हुने कि नहुने भन्ने निर्णयमा प्रभाव पार्दछ (मोरिसन १९९५, वास र कापेल १९९७) ।

वित्तीय पहुँच

डालवर्ग ग्लोवल डिभेलपमेन्ट एडभाइजरले २०११मा विकासशील देशमा साना तथा मझौला व्यवसायलाई वित्तिय मध्यवर्ती संस्थाहरुले गर्ने सहयोग सम्बन्धीको विस्तृत अनुसन्धानका अनुसार लगभग आधा जस्तो साना तथा मझौला व्यवसायले वित्तीय पहुँच सबैभन्दा ठुलो समस्या रहेको बताँउछन् (डालवर्ग २०११) । त्यस्तै, ओरसर (२००२), माम्बुला (२००२), तथा लिभार्ड पांग (२००६) का अनुसार पनि वित्तीय पहुँच सबैभन्दा ठुलो समस्या हो

भनेर जनाँउछन् । डालवर्ग प्रतिवेदनका अनुसार विकासशील देशमा यो वित्तीय रिक्तता हुनुको कारण त्यहाँका वाणिज्य बैंकहरुले साना तथा मझौला उद्योगमा लगानीको खतरा र खर्च बढी हुन्छ भन्ने पूर्वधारणाले गर्दा हो । लघु, साना तथा मझौला व्यवसायले आफ्नो वित्तीय स्रोत विशेषतः लघु वित्तीय संस्थाबाट जुटाउँछन् । तर लघु वित्तबाट लिइएको ऋण सीमित र व्यवसायको विकासको लागि अपुग हुन्छ । धेरैजसो लघुवित्त संस्थाहरु छोटो अवधिको लागि ऋण दिन्छन् जसमा ओभरड्राफ्ट, ट्रान्सफर र भुक्तानीको सीमित सुविधा हुन्छ (डेला टोरे, मार्टिनेज पेरिया र सुम्कलर, २०१०) । तर लघु तथा साना एवं मझौला व्यवसायहरु विस्तार गर्न दीर्घकालीन एवं चल्ती खाता, रकमान्तर एवं र भुक्तानी सहितका पूर्ण वित्तीय सुविधा चाहिन्छ । त्यस्तै, साना व्यवसायमा लगानीको सीजीएपी प्रतिवेदन अनुसार,सर्वेक्षण गरिएका ६९ देशका ३०० लघुवित्त संस्थामा प्रायः व्यवसायमा जोखिम मूल्याङ्कन गर्ने उपयुक्त विधि नभएको पाइयो (सीजीएपी प्रतिवेदन) । डुफ्लो र ब्यानर्जीका अनुसार वित्तीय सीमितताले लघु, साना तथा मझौला व्यवसायले प्रविधिको स्तरोन्नति गर्न सक्दैनन् । यदि प्रविधिको स्तरोन्नति गर्न सके उनीहरुको उत्पादकत्व एवं नाफा बढ्ने थियो ।

हार्भे, उम र नार्को (२०१०)मा उद्धृत थान (२००९)का अनुसार वित्तीय पहुँचले लघु, साना तथा मझौला व्यवसायका प्रतिस्पर्धी क्षमता विकास र उनीहरुको विस्तारको क्षमता उपभोग गर्ने महत्वपूर्ण निर्धारक हो । यो अध्ययनले वित्तीय पहुँचमा हुने समस्या भनेको धेरै गाह्रा शर्तहरु र नियम पालना गर्नुपर्ने अवस्था हो भन्ने बताउँछ । यसो हुनुको कारण औपचारिक हिसाब किताब एवं खातापाता व्यवस्था नभएकाले धेरै लघु, साना तथा मझौला व्यवसाय पारदर्शी नभएर हो । त्यस्तै, साहु र पसल अर्थात् व्यवसायको धनी र व्यवसायबीच फरक गर्ने विषयको जटिलताले पनि ऋणको सम्भाव्यता र व्यवसायको ऋण तिर्न सक्ने क्षमता विश्लेषण गर्न मुश्किल पार्दछ (टोरेस एट अल, २०१०) । त्यसैले वाणिज्य बैंकहरु सम्पूर्ण कागजात एवं कडा प्रक्रियागत व्यवस्था अपनाएर मात्र साना तथा मझौला व्यवसायलाई ऋण दिन्छन् । नोफसिंगर र वांग (२०११) का अनुसार पनि व्यवसाय र व्यवसायीको बीचको फरक नछुट्टिनु ऋण र कर्जा उपलब्धतामा समस्या हो । त्यस्तै धितो राख्नका लागि सम्पत्ति नहुनु पनि एउटा प्रमुख समस्या छ । पिटरसन र राजन (१९९४)का अनुसार बैंक र लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको बीचमा यस्ता समस्या सूचनाको अभाव, व्यवस्थापकीय क्षमताको अभाव, लगानीको आकार, धितो र व्यवसायको सम्पत्तिको धितोकरण गर्ने असमर्थताको कारणले आउँछ ।

हार्भे (२०१०) भन्छन्, लघु तथा साना र मझौला व्यवसायका वित्तीय पहुँचलाई औद्योगिकीकरण र आयात प्रतिस्थापनमातर्फ उन्मुख हुने वृहत अर्थतन्त्रका नीतिहरुले पनि असर पार्दछन् । त्यस्तै, कमजोर संस्थागत नियमन जस्तैः सम्पत्ति अधिकारको कमि, वित्तीय व्यवस्थामा कागजात एवं औपचारिकताको नीश्चित नियमको कमीले पनि वित्तीय पहुँचमा असर पारेका छन् ।कमजोर संस्थागत व्यवस्था, जस्तै सम्पत्तिको अधिकार नहुनुले धितो राख्नलाई असम्भव बनाइदिन्छ । त्यसैगरी, अनियमित आय, सूचनाको अभावले गर्दा पनि नयाँ व्यवसायलाई व्यवसाय सुरु गर्ने पुँजीको समस्या हुन्छ ।

भ्रष्टाचारबाट मुक्ति : आर्थिक स्वतन्त्रता

हेरिटेज फाउन्डेसनले प्रकाशित गर्ने आर्थिक स्वतन्त्रताको चारवटा मापदण्डहरुमा पहिलो विधिको शासन हो जसले भ्रष्टाचारमुक्त समाजलाई आर्थिक स्वतन्त्रताको एक महत्वपूर्ण पक्ष मान्दछ । यो प्रतिवेदनका अनुसार भ्रष्टाचारले आर्थिक सम्बन्धमा असुरक्षा र अनिर्णय, अनिश्चितताको विजारोपण गरी आर्थिक स्वतन्त्रतामा बाधा पुऱ्याँउछ । डोब्रीनिनास र जिलिन्स्कीयनले गरेको अनुसन्धानमा पनि भ्रष्टाचार साना तथा मझौला व्यवसायीहरुका लागि व्यवसाय गर्नमा बाधक हुन् भनेर उल्लेख गरिएको छ । लिथुवानियाका १००५ साना तथा मझौला व्यवसायमा गरिएको उनीहरुको सर्वेक्षणमा ७१ प्रतिशतले भ्रष्टाचार उनीहरुको विकासको बाधक रहेको बताउएका थिए । ठुला व्यवसायमा भन्दा लघु साना तथा मझौला व्यवसायमा भ्रष्टाचारले धेरै नै असर गर्दछ । संयुक्त राष्ट्संघको औद्योगिक विकास संस्था (२०१२) को साना तथा मझौला व्यवसायमा भ्रष्टाचार शीर्षकको प्रतिवेदनमा लघु, साना तथा मझौला व्यवसायमा भ्रष्टाचारको घटनाले बढी समस्या पर्ने उल्लेख गरिएको छ । लाइसेन्स र अनुमति लिँदादेखि औपचारिक प्रक्रियामा अन्य थप शुल्क तिर्दा आयको प्रतिशतका हिसाबले ठुला व्यवसाय भन्दा उनीहरुलाई भ्रष्टाचारले गर्दा पर्ने खर्चको बोझ बढी हुन जान्छ । सानो तथा थोरै नाफामा सञ्चालन भइरहने हुनाले साना तथा मझौला व्यवसायलाई घूस तिर्न झन कठिन पर्न जान्छ । तर घूस नदिँदा व्यवसाय बन्द हुन सक्छ जसको कारण उनीहरुको रोजीरोटी बन्द हुन्छ । त्यस्तै, उनीहरुको कर्मचारीतन्त्र र राजनीतिनक तहमा सम्पर्क र सम्बन्ध पनि नहुने हुनाले भ्रष्टाचारबाट बढी नै पीडित हुन्छन् । त्यस्तै, उनीहरुको पुँजीको संरचना पनि नियमन नहुने हुँदा झन् बढी भ्रष्टाचारबाट र चन्दाबाट प्रताडित छन् । संयुक्त राष्ट्रसंघको औद्योगिक विकास संस्था (२०१२)को प्रतिवेदनअनुसार यी व्यवसायको अनौपचारिक संरचनाले पनि औपचारिक व्यवस्था भएका व्यवसायभन्दा भ्रष्टाचारको लागि बढी सहज बनाइदिएको छ । डिमुजन्क र नोडजोम(२०१२) को अध्ययनअनुसार साना तथा मझौला व्यवसाय लगातार भ्रष्टाचारमा सामेल भएपनि उनीहरु आफूलाई त्यसको लागि जिम्मेवार सम्झिन्न् ।

लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको विकासका अन्य आधार

वित्तीय र व्यावसायिक सहायता प्रणाली एवं सेवा पनि लघु, साना तथा मझौला व्यवसायका विकासका महत्वपूर्ण आधारहरु हुन् । लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको विकासको लागि व्यावसायिक सीपको कमी पनि एउटा महत्वपूर्ण बाधक हा,। मुवुग्वा, वोन्गाइ, ओगाडा र कारुवीकीका अनुसार कमजोर व्यवस्थापकीय एवं व्यावसायिक क्षमता लघु, साना तथा मझौला व्यवसायका वृद्धिका बाधक हुन् । उनीहरुले सिलाईको काम गर्ने लघु, साना तथा मझौला व्यवसायमा एलडोरेटमा गरेको सर्वेक्षणमा, यी पक्षहरुमा कमजोर प्रर्दशनी र कमजोर वृद्धिमा प्रत्यक्ष सम्बन्ध देखिएको थियो । लघु तथा साना एवं मझौला व्यवसायका मालिक वा व्यवस्थापकमा थोरै तालिम प्राप्त ज्ञान हुने वा तालिम प्राप्त ज्ञान नै नहुने मात्र होइन उनीहरु आफ्नो बहुआयामिक भूमिकामा प्रस्तुत हुने हुँदा उनीहरुको व्यवस्थापनमा कमजोरी आउँछ । यस कारण उनीहरु आफ्नो अगाडिको समस्या समाधानमा बढी ध्यान दिन्छन् र पछि आउन सक्ने तर झन् गम्भीर समस्यामा भने कम ध्यान पुग्न जान्छ (स्टोक्स् र विल्सन, २०१०) । त्यसको ठीक विपरीत औपचारिक तालिम लिएका लघु तथा साना र मझौला व्यवसायीहरुको विकास राम्रो भएको छ । ओर्सेर (२००१) का अनुसार उच्च व्यवस्थापकीय खुबी र व्यवसायको वृद्धि तथा विकासका बीच सकारात्मक सम्बन्ध हुन्छ । सेटु, केटेमा र कासा (२०१३) का अनुसार पनि उनीहरुको इपियोपियाको अनुसन्धानको निष्कर्ष के

हो भने विभिन्न व्यावसायिक सहायता तालिममा भाग लिनेले २८ प्रतिशत बिक्रीमा, रोजगारीमा २ प्रतिशत र सम्पत्तिको ६० प्रतिशतले वृद्धि गरेका छन् । यी पारस्परिक सम्बन्धले वृद्धिको कारण ठ्याक्कै नपहिल्याए पनि व्यवस्थापकीय सीप व्यवसायको वृद्धिको महत्वपूर्ण पक्ष हो भनेर इङ्गित गर्दछ ।

त्यस्तै, बजारको प्रवर्द्धन पनि भविष्यमा व्यवसायको विस्तारका लागि महत्वपूर्ण पक्ष हो । तर सानो व्यवसाय, सीमित लगानी, बजार प्रवर्द्धनको ज्ञानको कमी जस्ता कुराले लघु साना तथा मझौला व्यवसाय आफैँ बजार प्रवर्द्धनमा लाग्दैनन् । ओपकर (२०११) का अनुसार वस्तु तथा सेवाको कम माग पनि लघु, साना तथा मझौला व्यवसाय विस्तारका चुनौती हुन् । भारतमा कालियामूर्ति र परिथतीले लघु तथा साना रमझौला व्यवसायमा गरेको विश्लेषणअनुसार वस्तु तथा सेवाको प्रवर्द्धनमा व्यवस्थित बजार प्रवर्द्धनको

कमी र बजार अनुसन्धान एवं सूचनाको अभाव पनि यिनीहरुको विकासको बाधक हो । लघु, साना तथा मझौला व्यवसायले अनुसन्धान र विकासमा खर्च गर्दैनन् । त्यस्तै, यिनले अन्य अन्वेषनात्मक कार्य पनि गर्दैनन् जसले उनीहरुको प्रतिस्पर्धी क्षमता दीर्घकालमा ह्रास हुँदै जान्छ र विकास सीमित हुन्छ । ओइसीडी (२०११) को मल्डोभाको साना तथा मझौला व्यवसाय प्रतिवेदनले पनि त्यही भन्छ । तालिम, प्राविधिक सहयोग रबजार प्रबर्द्धनजस्तै साना तथा मझौला व्यवसायलाई अर्को प्रमुख चुनौती बजारको पहुँच पनि हो । साना तथा मझौला व्यवसायको सीमित पुँजी र राजनीतिक पहुँचको कमीको कारण उनीहरुले मात्रै बजारसम्मको पहुँच बढाउन धेरै केही गर्न सक्दैनन् । त्यसैले लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको विकासको लागि बजारको पहुँच मुख्य हुन्छ । उनीहरु आपसमा नै प्रतिस्पर्धा गर्दै अगाडि बढ्नुपर्ने हुनाले पनि बजारमा पँहुच पनि महत्वपूर्ण हो । इसेनगोमा र कापेल (२०११) ले पनि बजारको पहुँच र लघु, साना तथा मझौला व्यवसायको वृद्धिको बीचमा नकारत्मक पारस्परिक सम्बन्ध देखिएकाले यो समस्यालाई पहिचान गरेका छन् ।

परिच्छेद ३

खोजका उपलब्धिहरु

साधारण चारित्रीक विशेषताहरु

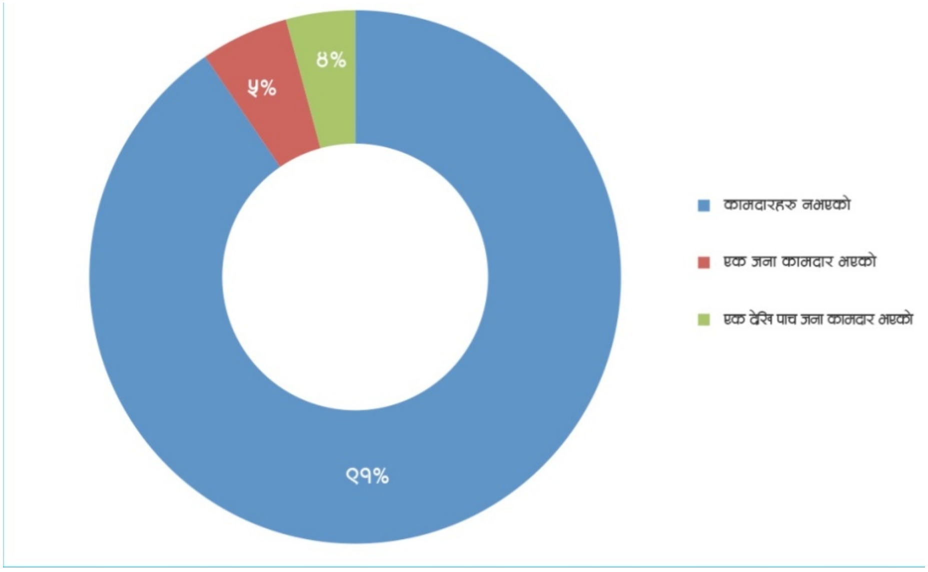
नेपालको औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४९(परिमार्जित २०५४)ले घरेलु उद्योग, साना उद्योग र मझौला उद्योगलाई लगानीको स्तर र ऊर्जाको प्रयोगका आधारमा छुट्याएको छ । तथ्याङ्क विभाग र श्रम मन्त्रालयलले उद्योगहरुलाई रोजगारीको मापदण्डको आधारमा विभाजित गरेको छ । मूल्य अभिवृद्धि कर (१९९५) ले वार्षिक बिक्रीका आधारमा कर लगाउँदछ । आयकर ऐनले औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४९ कै विभाजनलाई पछ्याएको छ । वित्तीय मध्यस्थताको काम गर्ने संस्था सम्बन्धी ऐनले यसलाई रोजगारीका आधारमा परिभाषित गरेको छ (अन्तर्राष्ट्रिय श्रमिक संगठन, २००५) । लघु, साना र मझौला उद्योगको प्रष्ट र एकरुपता सहितको परिभाषको अभावमा लघु, साना तथा मझौला उद्योग सम्बन्धी वृहत नीतिको निर्माण र कार्यान्वयनको क्षमतामा ह्रास ल्याएको छ । यस बाहेक, सरकारी नीतिले लघु, साना तथा मझौला उद्योगलाई घरेलु र निर्माणमूखी उद्योगको रुपमा हेरेको पाईन्छ । सेवा र व्यापार क्षेत्रका लघु, साना तथा मझौला उद्योगहरुमा एकदम कम ध्यान पुऱ्याईएको छ ।

तालिका २ : किराना पसलहरुमा स्वामित्व

	पुनरावृत्ति	प्रतिशत
परिवार सञ्चालित	१८७	६९.८
अन्य	८१	३०.२

सर्वेक्षण गरिएका किराना पसलहरुमा ७० प्रतिशत किरना पसलहरु परिवार सञ्चालित थिए र ८० प्रतिशत सर्वेक्षणका सहभागीहरुका लागि किराना पसलको आम्दानी नै दैनिक गुजाराको आधार थियो । हामीले धेरैजसो परिवारद्वारा संचालित पसलहरु आफ्नो दैनिक खर्च कमाउनका लागि संचालन भइरहेको वा अघिल्लो पुस्ताबाट हस्तान्तरण भएको भेट्यौं । हाम्रो सर्वेक्षणका ९० प्रतिशत पसलहरुमा सहयोगका लागि कसैलाई रोजगारीमा राखेको पाइएन । प्रायः कामदारको रुपमा नहेरिने परिवारका सदस्यहरु, जसलाई तलब दिनु पर्दैन, उनीहरुले पसल चलाउन मद्दत गरिरहेको पाइयो । यो तथ्यले किराना पसल र यसको साहु फरक इनटीटि हुन् भनेर हेर्ने छलफललाई अगाडि ल्यायो । हाम्रो सर्वेक्षणमा अर्को के कुरा पनि देखिन्छ भने धेरैजसो सर्वेक्षणका सहभागीहरु (८० प्रतिशत) का लागि किराना पसल नै आयको प्रमुख स्रोत हो ।

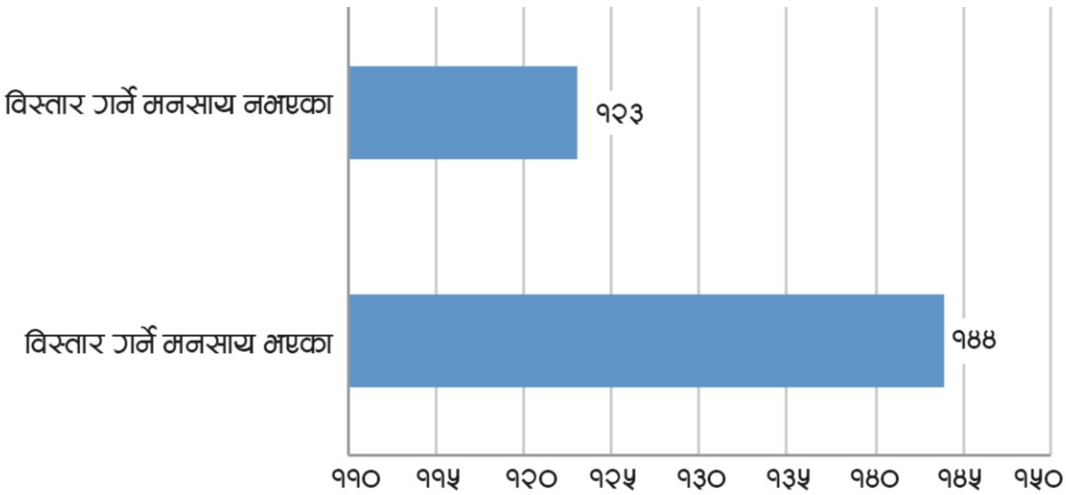
चित्र २ कामदारहरु को संख्या



किराना पसलहरुको वृद्धिमा प्रभाव पार्ने तत्वहरु सम्बन्धी उपलब्धिहरु :

धेरैजसो सर्वेक्षणका सहभागीहरुले व्यापार विस्तार गरेमा खर्च न्यूनीकरण हुने प्रस्ट रुपमा देखेको व्यक्त गरेका थिए । अर्को शब्दमा, धेरैजसो किराना पसलका सञ्चालकहरुलाई पसल विस्तार गर्दा खर्च कटौती हुने उत्पादनस्तरको मितव्ययिता (economies of scale) का बारेमा केही थाहा भएको पाइयो । यसबारे थाहा भएका सञ्चालकहरुमा व्यवसाय विस्तार गर्ने ब्यग्रता पनि पाइयो । कुनै तरिकाले पसल विस्तार गर्ने विचार छ भन्ने प्रश्नमा ५३.९ प्रतिशतले विस्तार गर्ने सोच राखेको बताए भने ४६.१ प्रतिशतले पसल विस्तार गर्ने बारे नसोचेको बताए । यसको अर्थ आधाभन्दा धेरै सर्वेक्षणका सहभागीहरुले वृद्धिको सम्भावना देखेका छन् । साना भन्दा ठुला पसलेहरु आफ्नो व्यापार विस्तार गर्न बढी ब्यग्र भएको पाईयो । यसबाहेक, जीवन निर्वाह गर्ने उद्देश्यले खोलिएका वा पुर्खाको व्यापारलाई निरन्तरता दिएका पसलेहरु भन्दा किराना पसललाई आयको वैकल्पिक स्रोतको रुपमा लिने र प्रतिफल कै लागि लगानी गर्नेहरु बढी ईच्छुक देखिए । यसो हुनुको कारण पछिल्ला दुई प्रकारका किराना पसलहरु भन्दा अघिल्ला दुई प्रकारका किराना पसल संचालकहरु जोखिम उठाउन कम ईच्छुक हुने भएकाले हुन सक्छ । यसले के पनि जनाउँदछ भने अनिश्चित वातावरणका कारण जीवन गुजारा कै लागि किराना पसल गर्नेहरु व्यापार विस्तार गर्दा आउने जोखिम स्वभाविक रुपमा कम उठाउन चाहन्छन् । यो मुद्दा यस्ता पसलहरुले सामना गर्ने नियमन सम्बन्धी वातावरणसँग सम्बन्धित छ ।

चित्र ३ : विस्तार गर्ने मनसाये



३५ वर्षका हरि डंगोल तीन जनाको परिवार चलाउन मिनभवनमा किराना पसल सञ्चालन गरिरहनु भएको छ । उहाँले यो पसल आफ्नो बुवाबाट पाउनु भएको हो । यो पसल उहाँको परिवारको लागि एकमात्र आयको स्रोत हो । त्यसैले उहाँ प्रत्येक दिन बिहान ६ बजेदेखि राती ८:३० सम्म दैनिक रु १५०-२०० नाफा आर्जन गर्नका लागि कडा मेहनत गर्नुहुन्छ । “सामान जति सानो हुन्छ नाफा त्यति नै बढी हुन्छ जस्तो कि बोतलको पानी” उहाँ भन्नुहुन्छ तर चुरोट र अन्नमा एकदम कम नाफा हुने पनि उहाँ बताउनुहुन्छ ।

उहाँले यो पसल किन दर्ता नगर्नुभएको भन्ने प्रश्नमा उहाँ मुस्कुराउँदै भन्नुहुन्छ “मलाई वास्तवमा यो पसल किन दर्ता भएन भनेर थाहा छैन । मेरो बुवाले पसल किन्दा नै दर्ता भएको थिएन ।” पसल दर्ता नभएकाले उहाँले कर तिर्नु पर्दैन । यो पसलले परिवार चलाउन प्रशस्त नाफा नदिएको उहाँ महशुस गर्नुहुन्छ । उहाँले थकाई नमानिकनै काम गर्नुपर्छ, पुरै दिन । चाहेको बेलामा उहाँ आराम गर्न सक्नुहुन्न । यसमा थप्दै उहाँ भन्नुहुन्छ - राम्रो शासन, राजनीतिक स्थिरता, महँगी र भ्रष्टाचारले नेपालका लघु, साना तथा मझौला उद्योगका रुपमा रहेका किराना पसलहरुको विस्तार र वृद्धिको सवालमा व्यापारिक वातावरणका धेरै पक्षहरुले प्रभाव पार्दछन् । प्रयोगसिद्ध नतिजाले व्यवसायीहरुले नियमनसम्बन्धी समस्यालाई, विषेशगरी करलाई, व्यवसायको दीर्घकालिन सफलताको गम्भिर बाधाहरुमा राखेको देखाएको छ (सफाभियन, ग्राहम, र गोन्जाले-भेगा)। यस अनुसन्धानबाट अगाडि आएको नियमन सम्बन्धी केही समस्याहरुलाई आगमी पृष्ठहरुमा प्रस्तुत गरिने छ । यसका धेरै पक्षहरुलाई देशको आर्थिक स्वतन्त्रता प्रक्षेपण गर्दा, अंक प्रदान गर्दा, विभिन्न संस्थाहरुले प्रकाशित गर्ने सुचकहरुमा कमै मात्र केलाईएको छ ।

किराना पसलको वृद्धिको बारेमा कुरा गर्दा अहिले बेचिने सामानहरुमा भ्यालु थप्नु, बिक्री गरिने सामानका प्रकार थप्नु (जसमा भन्सार लाग्ने आयातित सामानहरु पनि पर्छन्) र उच्च करको दायरामा पर्दै जानु लगायतका कुराहरु पर्दछन् । सर्वेक्षणको क्रममा यस प्रसङ्गमा एक व्यापारीले चिउरा बेच्दाको आफ्नो अनुभव बाँडे । साधारणतया

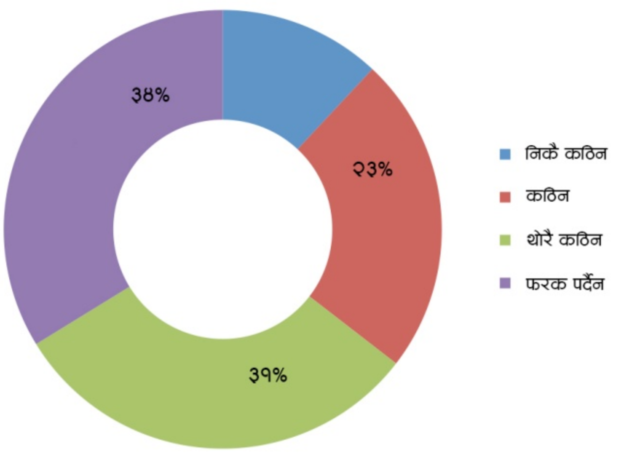
चिउरा बेच्दा पसलहरुमा ग्राहकहरुले मागेको जति तौलमा बोराबाट सिधै झिकेर तौलिँदै चिउरा बेच्ने गरिन्छ। तर धुलो र अन्य तत्वहरुबाट बचाउ गर्न र समय पनि बचत गर्न, धेरै पसलेहरुले निश्चित तौल जस्तै ५०० ग्राम, १ किलो, २ किलो वा अन्यमा पुर्व प्याकिङ् गरेर चिउरा बेच्न थाले । तर यसो गर्दा अब प्याकेटमा लेबलिङ्ग गर्नुपर्ने नियमन लागू हुन जान्छ । सर्वेक्षणको क्रममा आफ्नो व्यवसायमा यस्तो रचनात्मक तरिका अपनाउने पसलेहरुले लेबलिङ्ग नगरेको भन्दै नियमन निकायहरुबाट कारवाहीका नाममा दुःख पाएको पनि अभिव्यक्त गरे । किराना पसलको वृद्धिको चर्चा गर्दा आइपर्ने औपचारिकिकरण, मापदण्ड निर्धारण, कर तथा अन्य नियमन सम्बन्धी र नियमन बाहेकका विभिन्न मुद्दाहरुमध्येको यो एक साधारण उदाहरण मात्र हो । यसरी व्यवसाय वृद्धि गर्ने सोच राख्दा उद्यमीहरुले यी तत्वहरुको आधारमा अतिरिक्त खर्च र आशातित नाफा मूल्याङ्कन गर्ने हुँदा यी तत्वहरुले किराना पसलको वृद्धिमा असर पार्दछ। यस्ता केही पक्षहरु तल व्याख्या गरिएको छ :

औपचारिकिकरण

संस्थाहरुको औपचारिक स्वरुपले बजारमा प्रवेश गर्दाको खर्च, कानुनी प्रक्रियामा पहुँच, वाणिज्यगत सेवामा पहुँच र कर दायित्व निर्धारण गर्ने कुरामा महत्वपूर्ण भूमिका खेल्दछ । व्यक्तिगत संस्थाका रुपमा दर्ता भएका व्यापारहरु (भौतिक व्यक्ति) ले कम्पनीहरु (संस्थागत व्यक्ति) को रुपमा दर्ता भएका संस्था भन्दा कम झन्झट व्यहोर्छन् र व्यक्तिगत संस्थाका रुपमा दर्ता भएका संस्थाहरुको दर्ता प्रक्रिया सामान्यतया एक हप्तामा नै सकिन्छ (सेफभियान, ग्राहम, र गोन्जाले-भेजा) । यो नेपाली परिवेशमा पनि सत्य हो ।

किराना पसलको संचालन र वृद्धिमा प्रभाव पार्ने व्यापारीक वातावरणका तत्वहरुलाई बुझ्न पसलका मालिक/सञ्चालकहरुलाई वहाँहरुको सरकारी नीति तथा नियमन प्रति कस्तो भावना राख्नुहुन्छ भनेर सोधिएको थियो । पाचँ अंक स्केलमा (अत्याधिक मुनासिब देखि अत्यन्त हानिकारक) सञ्चालकहरुलाई सरकारी नीति नियम कत्तिको सहयोगी छ भनेर चयन गर्न लगाईयो । ६६.७० प्रतिशत दर्ता भएका पसलहरुले सरकारी नीति सबै मान्ने हो र कर नियमित तिर्ने हो भने अन्य किराना पसलहरुसँग प्रतिस्पर्धा गर्न गाह्रो हुने बताए । यसैगरी, दर्ता नभएका पसलहरुले भने नीति नियमलाई मान्नमा र अरु पसलसँग प्रतिष्पर्धा गर्दै कर तिर्नमा खासै चासो देखाएनन् ।

चित्र ४ औपचारिक भइसकेपछि प्रतिस्पर्धात्मक रहिरनमा कठिनाइ



अबका अनुच्छेदहरुमा, किराना पसलहरुलाई लागू हुने कानुन र यी पसलहरु कुन-कुन सरकारी निकायहरुका अधिकारक्षेत्रमा पर्दछन् भनेर देखाईएको छ । यसले किराना पसलहरुले धेरै प्रकारका नियमनहरु मान्नुपर्ने अवस्था रहेको देखाउँछ । यसमा यो स्मरण गर्न आवश्यक छ कि, प्रस्तुत् कुराहरु सर्वेक्षणका सहभागीहरुको बुझाई मात्र हो, जुन किराना पसलेहरुले भोग्ने वास्तविक समस्याहरुलाई पूर्ण रुपमा नझल्काउन पनि सक्छ । कतिपय नीतिहरुले उद्यमीहरुलाई अप्रत्यक्ष रुपमा प्रभाव पारेको हुन सक्छ जसले गर्दा ती बाधाहरु उद्यमीहरुले उल्लेख गर्दैनन् । सर्वेक्षणले, नीति नियमका कारण चलाउन नसकेको वा बन्द भएका पसलहरुको प्रतिक्रिया समावेश गरेको छैन । नियमनकारी बाहेकका अन्य तत्वहरुमा, पसलको स्थान र अन्य पसलेहरुसँगको प्रतिस्पर्धालाई सामान्यतः वृद्धिको प्रमुख पाटो मानिएको पाइयो ।

सरकारी कारवाही अन्तर्गत किराना पसलहरु पर्ने नियम कानुनहरुको सूची :

क) उपभोक्ता संरक्षण ऐन, २०५४ र नियमावली, २०५६

ख) प्राइभेट फर्म रजिष्ट्रेशन ऐन, २०१४ र नियमावली,२०७०

ग) खाद्य ऐन, २०२३ (१९६६)

घ) भन्सार ऐन, २०६४ (२००७)

ङ) कालोबजार तथा केही सामाजिक अपराध तथा सजाय ऐन, २०३२

च) आयकर नीति, २०५८

छ) प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन तथा बजार संरक्षण ऐन, २०६३ (२००७)

ज) निकासी पैठारी (नियन्त्रण) ऐन, २०१३ (१९५७)

झ) आवश्यक पदार्थ नियन्त्रण (अधिकार) ऐन, २०१७(१९६१)

ञ) आवश्यक वस्तु संरक्षण ऐन, २०१२(१९५५)

ट) नेपाल (गुणस्तर प्रमाण-चिन्ह) ऐन, २०३७ र नियमावली २०४०

ठ) औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०४९

ड) दामासाही सम्बन्धी ऐन,२०६३

ढ) प्रतिलिपि अधिकार ऐन,२०५९

ण) पेटेण्ट, डिजाईन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२

किराना पसलहरुलाई नियमन गर्ने (गर्न सक्ने) सरकारी निकायहरुको सूची :

क) किराना पसल अवस्थित ठाँउको नगरपालिका

ख) वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय- वाणिज्य विभाग

ग) अर्थ मन्त्रालयः आन्तरिक राजश्व विभाग

घ) अर्थ मन्त्रालय : भन्सार विभाग

ङ) उद्योग मन्त्रालय : घरेलु तथा साना उद्योग विभाग

च) नेपाल गुणस्तर तथा मापदण्ड विभाग - खाद्य प्रविधि तथा गुणस्तर विभाग

किराना पसल दर्ता गर्नुपर्ने निकायहरुको सूची :

क) नगरपालिका वा गाउँ विकास समिति -स्थानियस्तरमा

ख) वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय-वाणिज्य विभाग- केन्द्रियस्तरमा

ग) उद्योग मन्त्रालय-घरेलु तथा साना उद्योग विभाग-केन्द्रियस्तरमा

घ)अर्थ मन्त्रालय-आन्तरिक राजश्व विभाग- आयकरका निम्ति

माथिको सूचीले देखाए जस्तै, किराना पसललाई प्रभावित गर्ने नियमनहरु विभिन्न नीति, नियिम र ऐनमा छरिएका छन् जुन विभिन्न सरकारी संगठनहरुमार्फत सरकारले कार्यान्वयन गर्दछ । सामान्यतया किराना पसल संचालकहरु आफ्नो व्यापारलाई प्रभाव पार्ने यी मध्ये केही नियमहरु, व्यवस्थाहरु र अनुच्छेदहरु बारे मात्र जानकार रहन्छन् र नियमकानुन धेरै र छरिएर रहेको हुँदा यी अनेकन ऐन, नियमावली र नियमकानुनका प्रावधानमा लेखिएका कुनै न कुनै कुरा उल्लंघन भइराखे कै हुन्छ । यस्तो हुँदा यसले व्यवसाय वृद्धि गर्ने त परै जाओस् व्यवसाय टिकाइ राख्न नै संघर्ष गर्नुपर्ने अवस्था उत्पन्न हुन जान्छ । सफाभियान, ग्राहम र गोन्जालेज-भेगाको प्रतिवेदनलेबककबर्ग (१९९७) लाई उद्धृत गर्दै विविध नियमनका व्यवस्थाले उत्पन्न गरेका झमेलाको बारेमा बताउँछन् । यस प्रतिवेदनका अनुसार 'कानुन र नियमको लेखनमा हुने कमजोरीमा र ती कानुन लागू हुने व्यक्तिहरुमा ती लिखित नियम कानुन पाउन हुने कठिनाईले गर्दा धेरै व्यवस्थापकीय र वित्तीय स्रोतहरु लागू हुने अत्यावश्यक नियम वा कानुन पत्ता लगाउन नै खर्च हुन्छ । निर्धारण गर्न कठिन हुने केही कुराहरु हुन् : (क) संघीय वा क्षेत्रीय र स्थानीय कानुनको मातहतका सबै नियम मानी संचालन हुन के-कति स्वीकृतिहरु लिनुपर्छ? (ख) यी स्वीकृतिहरु कुन क्रममा लिनु पर्दछ ? (ग) प्रत्येक चरणमा के कस्ता कागजातहरु चाहिन्छ'(वकवर्ग, १९९७) । कानुनको पालना एवं नियमन निकायको आवश्यकताको परिपूर्तिका लागि चाहिने विधान धेरै हुनाले नियमन निकाय आफैँलाई समस्या हुन्छ भने अर्कोतिर लघु तथा साना व्यवसायले आफ्नो व्यवसायको आकारको तुलनामा धेरै नै खर्च गर्नुपर्दछ किनकी त्यहाँ पारदर्शिता र निश्चितता हुँदैन (सफाभियन, ग्राहम र गोन्जालेज-भेगा) ।

स्नोडग्रास र बिग्स (१९९६), निच्टर र ग्लोडमार्क (२००८) पनि अनौपचारिक लघु तथा साना औद्योगिक संस्थाहरुले सरकारी नियमन र कर प्रणालीलाई शुरुमा छल गर्न सफल भए पनि वृद्धि गर्दै जाँदा यी व्यवसायहरु बाहिर देखिने हुँदा जोखिम बढ्ने अवस्था आँउछ जसले गर्दा व्यवसाय वृद्धि गर्नुभन्दा बरु सानै राखी बाहिर नदेखिने मनशाय व्यवसायीहरुले बनाउने कुरालाई बयान गर्दछन् । विन्टर (१९९५) लाई उद्धृत गर्दै यी प्रकाशनहरुमा अनौपचारिक व्यवसायहरुले यसो हुनाले "टाउको लुकाउने" तर्फ उन्मुख भई व्यापार द्रुत गतिमा विस्तार गर्ने सोच त्याग्ने अवस्था आँउने र औपचारिक व्यवसायहरुसँग पनि निकट सम्बन्ध राखी व्यापार गर्ने परिस्थितिबाट बञ्चित रहन पुग्ने कुरा उल्लेख गरिएको छ ।

पवित्र बज्राचार्यले १० वर्षको कलिलो उमेरमै काठमाण्डौंका किराना पसलहरुमा काम गर्न सुरु गरेका हुन् । उनले आफ्नो बाल्यकालमा आफूले काम गर्ने किराना पसलका मालिकलाई सरकारी मूल्यमा चामल नबेचेका कारण जेलमा परेको देखेको उनी स्मरण गर्दछन् । त्यस बखत साहू जेल परेको अर्को दिन पसलेको पक्षमा बोल्ने ग्राहकलाई पनि जेलमा थुनिएको उनले बताए । अन्तवार्ताको क्रममा उनीले भने "दुर्भाग्यवश दशकौं पछाडीको अहिलेको अवस्थामा पनि स्थिति खासै परिवर्तन भएको छैन" ।

तीन दशकभन्दा बढी समयदेखि, काठमाण्डौंका विभिन्न ठाउँहरुमा उनले कैयौं संख्यामा किराना पसलहरु खोले, र उनलाई पसल कसरी खोल्ने, सञ्चालन गर्ने र विस्तार गर्ने भन्नेबारे राम्रो ज्ञान छ । उनको किराना पसल खोल्ने यात्रामा अरु कामबाट जम्मा भएको पैसालाई सहकारी, फाईनान्स वा बैंकमा बचत गर्नुभन्दा पसल खोल्दा उपयोग भएको उनी बताँउछन् । उनी प्रष्ट्याउँछन् कि किराना पसलका लागि लगानी पाउन धितो चाहिने हुनाले अझै पनि दु:ख छ । अहिले उनी "द राईट मार्ट" का मालिक हुन्, जुन भर्खरै खोलिएको ठुलो किराना पसल हो र यसै ब्रान्डलाई फ्रान्चाइज गरी अरु किराना पसलहरुसँग साझेदारीमा काम गर्ने वहाँको लक्ष्य रहेको छ । उनले आफ्नो पसलको नाम "राईट मार्ट" राख्नुको कारण सबै नियम र कानुनहरुलाई मानेर सही तरिकाले पसल खोल्ने र चलाउने उनको अभिप्राय रहेकाले हो तर अन्तर्वाताका क्रममा सबै नियम मानेर काम गर्न "सम्भव नै छैन" भन्नेकुरामा उनले जोड दिए । उनी अहिले नेपाल खुद्रा व्यापारी संघका अध्यक्ष पनि हुनुहुन्छ र कतिपय पसलेहरुलाई पसलको भित्ताको "सही" ठाउँमा मूल्यसूची नटाँगिएको जस्तो मामूली कुराका लागि पनि हिरासतमा लिइएको जस्ता अवस्थाबाट अन्य किराना पसल व्यवसायीलाई छुटाउन पहल गर्नुपरेको अनुभव पनि उनी सुनाउँछन् ।

औद्योगिक व्यवसाय ऐन (२०४९) अन्तर्गत, लघु तथा साना औद्योगिक संस्थाहरु घरेलु तथा साना उद्योग विभागमा दर्ता गरिनुपर्छ । उद्योग विभाग मझौला र ठुला उद्योगहरुको दर्ताका लागि जिम्मेवार छ । मझौला आकारका संस्थाहरु दुवै स्थानीय र केन्द्रिय स्तरका निकायमा दर्ता गरिनु आवश्यक छ । दर्ता गर्दा, सम्बन्धित दर्ता कार्यालयमा आफ्नो व्यापारको आकार, स्थान र प्रकारका आधारमा सम्बन्धित दर्ता निकायमा निवेदन बुझाउन आवश्यक छ (अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठन, २००५) । यस विषयका विशेषज्ञहरुका अनुसार औपचारिक प्रणाली अन्तर्गत व्यसाय

संचालन गर्न प्रवेश गर्नका लागि एक प्रमुख बाधा भनेको सबै सम्बन्धित निकायहरुमा बहुदर्ता गर्नुपर्ने आवश्यकता हो । व्यवसायहरुले घरेलु तथा साना उद्योग विभागमा, आन्तरिक राजश्व विभागमा र नगरपालिका/गाउँ विकास समितिको कार्यालयमा दर्ता गर्नुपर्छ । यी निकायहरुले दर्ता सम्बन्धी सूचना एकअर्कामा बाँड्ने वा साटफेर नगर्ने हुनाले संस्थाहरुले प्रत्येकसँग छुट्टाछुट्टै दर्ता गर्नुपर्छ । प्रत्येक निकायमा दर्ता गर्दा फरक-फरक कागजातहरु चाहिन्छ र फरक-फरक प्रक्रियाहरु अपनाउनुपर्ने हुन्छ जसले दर्तालाई बढी झन्झटिलो र खर्चिलो बनाउँछ । तल प्रस्तुत गरिएको नेपालको अनलाईन समाचार स्रोतबाट लिईएको खबरको एक अंशले पनि नियमन सम्बन्धीको यस समस्यालाई प्रतिबिम्बित गर्दछ र किराना पसलजस्ता साना संस्थाहरु औपचारिक प्रणालीमा आउनुभन्दा अनौपचारिक रुपमै बस्न किन रुचाउँछन् भनेर प्रस्टयाउन मद्दत गर्छ ।

किराना पसल खोल्न पनि तीन लाख चाहिने

२०७०, असोज १७ गते, १३: ४४ मा प्रकाशित

१७ असोज काठमाडौं । सानो तिनो व्यापार पनि कहीँ दर्ता नगरी सञ्चालन गरिरहनुभएको छ भने अब तपाई व्यवस्थित हुनुपर्ने छ । कानुन अनुसार, जुनसुकै व्यापार गर्दा पनि सम्बन्धित सरकारी निकायमा दर्ता गर्नुपर्ने व्यवस्था सरकारले कडाईका साथ लागू गर्दैछ।

व्यवसायको नाम	**नगर क्षेत्र**	**ग्रामिण क्षेत्र**
पेट्रोल पम्प, सुनचादिँ पसल, अटोमोबाइल	रु ४० लाख	रु ३५ लाख
सर्जिकल एण्ड मेडिकल इक्युपमेन्ट, मेसिनरी सामान, जेनेरे	रु २० लाख	रु १५ लाख
फेन्सी, किचेन सामान, हार्डवयेर, फर्निचर, विद्युतीय सामाग्री, मनी ट्रान्सफर	रु १० लाख	रु ७ लाख
खाद्य, फलफूल र तरकारीको थोक	रु १० लाख	रु ७ लाख
कृषि र मासुजन्य वस्तु, उपहार, मिठाई, तयारी पोसाक, वस्तु	रु ५ लाख	रु ३ लाख
कस्मेटिक, ग्रोसरी, खुद्रा पसल , स्टेश्नरी, फलफूल, तरकारी पसल	रु ३ लाख	रु २ लाख

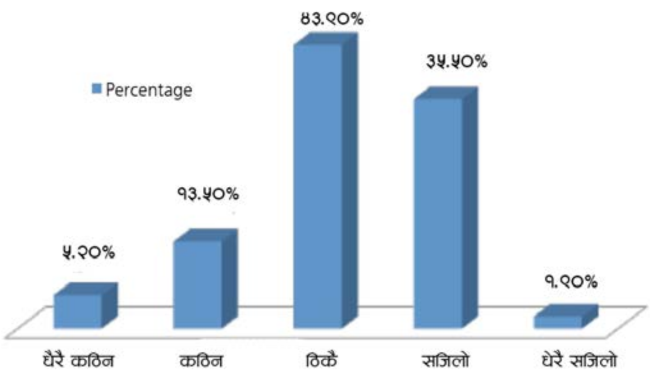
आफूखुसी लगानी गरेर पसल खोल्ने सोच बनाउनु भएको छ भने तपाई रोकिनुपर्ने हुन सक्छ । सरकारले व्यापार गर्नको लागि लगानी गर्नुपर्ने न्यूनतम रकम तोकिदिएको छ । यसअघि नै रहेको उक्त व्यवस्था सरकारले न्यूनतम लगानी रकमको सीमा पनि बढाएर कडाईका साथ लागू गर्न लागेको हो । अब कम्पनी खोल्दा न्यूनतम २ लाखदेखि ४० लाख रुपियाँसम्म चुक्ता पुजीँ अनिवार्य गर्ने तयार बाणिज्य मन्त्रालयले गरेको छ ।

गाविस इलाका भित्र ग्रोसरी, स्टेशनरी र तरकारी पसल सञ्चालन गर्न ६ सय रुपियाँ दर्ता शुल्क र २ लाख न्यूनतम चुक्ता पुँजी हुनुपर्ने व्यवस्था प्रस्ताव गरिएको छ । नगरक्षेत्रमा यस्तो व्यवसाय गर्न कम्तीमा चुक्ता पुँजी ३ लाख हुनुपर्नेछ ।

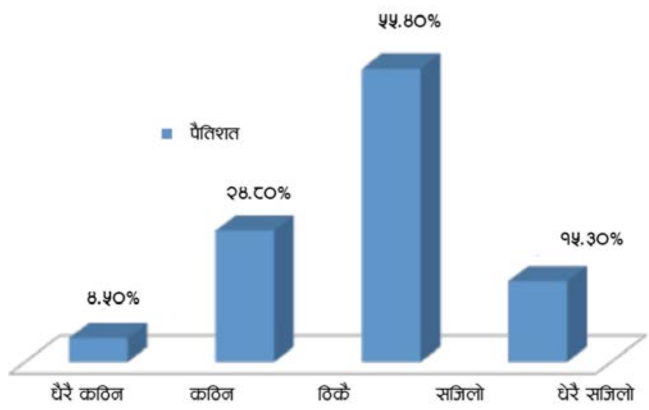
त्यस्तै, पेट्रोल पम्प, गहना पसल, मेसिनरी ट्रान्सफरमर र अटोमोबाइल व्यवसायले ४० लाख पुजीँ राख्नुपर्ने व्यवस्था गरिने छ । कम्पनी स्थापना गरेर कारोबार नगर्ने, कम्पनीको नाम दुरुपयोग गर्ने, कम्पनीको नाममा नक्कली कारोबार देखाउने जस्ता विकृति बढेपछि सरकारले नियन्त्रण गर्न लागेको हो । (www.onlinekhabar.com/2013/10/123734/)

पसल दर्ता भएका सर्वेक्षणका सहभागीहरुलाई आफूले अनुभव गरे अनुसार हामीले दर्ता प्रक्रिया कत्तिको सहज भएको महसुस गर्नुभयो भनेर सोधेका थियौं । ४४ प्रतिशत सर्वेक्षणका सहभागीहरुले प्रक्रिया न सजिलो थियो न झन्झटिलो थियो भनेर व्यक्त गर्नुभयो, करिब ३५ प्रतिशत सर्वेक्षणका सहभागीहरुले प्रक्रिया सजिलो भएको भन्नु भयो । यसैगरी १३.९ प्रतिशतले भने प्रक्रिया गाह्रो भएको व्यक्त गर्नुभयो । यसैगरी ५.१ प्रतिशतले मात्र प्रक्रिया एकदम गाह्रो रहेको भनेर व्यक्त गर्नुभयो । दर्ता गर्नलाग्ने खर्चको हिसाबले, पसल दर्ता गराएका सर्वेक्षणका आधाभन्दा धेरै सहभागीहरुले दर्ताखर्च तिर्न सकिने नै भएको र करिब २५ प्रतिशतले यो महँगो भएको बताए । सर्वेक्षणका सहभागीहरुमध्ये दर्ता भएका पसलहरुका मालिकहरुले प्राय: सबै आवश्यक ठाउँमा दर्ता नगराएर आंशिक रुपमा दर्ता गराइएको पाइयो । यसो हुँदा सम्पूर्ण औपचारिक प्रणालीमा व्यवसायहरु आउँदाको पुर्ण तस्विर उतार्न गाह्रो भयो । यी कुराहरुलाई मध्यनजर गर्दा दर्ताखर्च घटाउनतर्फ ध्यान दिईनुपर्ने कुरा भने अगाडि आएको छ । यी तथ्यहरुले अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठन (२००५) को नीतिगत वातावरणसम्बन्धी सर्वेक्षणलाई पनि अगाडि ल्याउँछन् जसले दर्ता र नविकरण गर्ने खर्च औपचारिकरणको प्रमुख अवरोध भएको उल्लेख गर्दछ । अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठनको उक्त प्रतिवेदनले प्रक्रियाको स्पष्टतामा कमी (उदाहरणका लागि आवश्यक सूचनाको अभाव) पनि साना तथा मझौला व्यवसायको औपचारिक प्रणालीमा प्रवेशमा बाधा भएको कुरामा जोड दिएको थियो । नीति नियम मानेर काम गर्दा लाग्ने खर्चलाई मध्यनजर गर्दा औपचारिक व्यवसाय भएर विस्तार हुन उद्यमीहरु निरुत्साहित भएको देखिन्छ ।

चित्र ५ : दर्ता प्रक्रियामा कठिनाइ



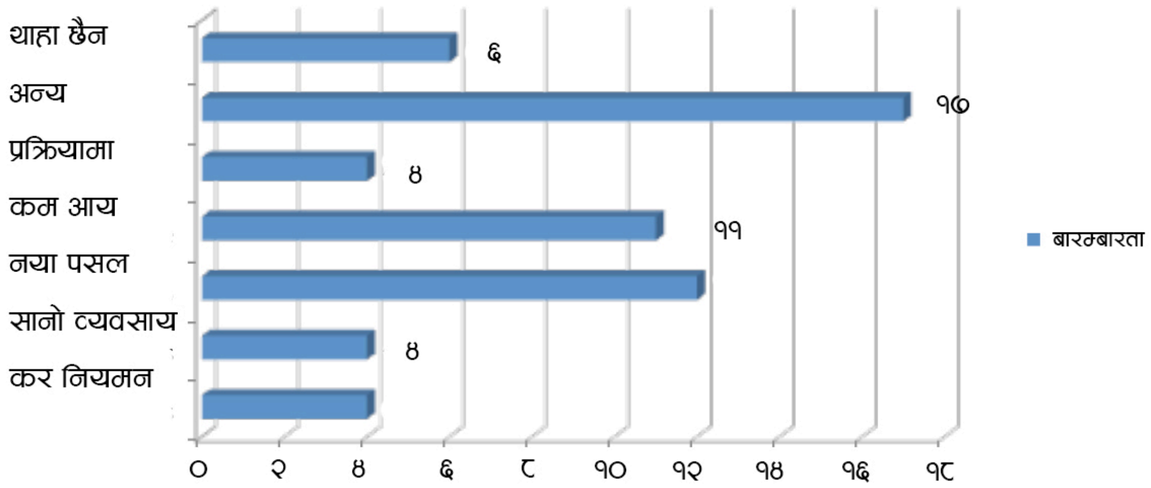
चित्र ६ : दर्ता प्रक्रियाको लागत



हाम्रो समृद्धि भण्डार ललितपुर जिल्लाको पाटनमा अवस्थित एक किराना पसल हो । पसलधनीलाई व्यवसाय दर्ता गरी पुँजीमा पहुँच बढाउन आफ्नो व्यवसायले मान्नुपर्ने सबै नियमनको जानकारी छैन किनकि नियमहरु निकै धेरै र जटिल छन् । आफूले यो प्रक्रिया बुझेर यसको पालना गर्न नसक्ने भएकाले अर्कै कार्यालयमा काम गर्ने उहाँको श्रीमानले यो पक्ष हेरिदिनुहुन्छ भनेर उहाँ बताउनुहुन्छ । उहाँको पसलजस्ता साना व्यवसायलाई सहयोग गर्ने संस्था नभएका कारण पनि उहाँ निराश हुनुहुन्छ । उहाँको जस्तो सानो पसललाई सञ्चार माध्यममा विज्ञापन गर्न पनि धेरै महंगो पर्ने भएको हुँदा उहाँको जस्तो सानो व्यवसायले नाफा कमाउन पूर्ण रुपमा स्थानीय व्यक्तिहरुमा निर्भर रहनु परेको महसुस गर्नुहुन्छ । यस्तो अवस्थाका बाबजुत पनि, विभिन्न समुहहरु चन्दा माग्न आउने हुँदा दमनको भयले यस्तो चन्दा दिन अस्विकार गर्नपनि डराएको उहाँ बताउनुहुन्छ ।

सर्वेक्षणको क्रममा, हामीले पसल सञ्चालनको अवधि र दर्ता, अनि दर्ता र आयबीच बलियो पारस्परिक सम्बन्ध भएको पत्ता लगायौं । नयाँ पसलहरु वा सञ्चालन अवधि छोटो भएका पसलहरु दर्ता नभएको तर दर्ताका गर्न ईच्छुक भएको पाइयो । आम्दानीको प्रमुख स्रोत नै किराना पसल भएका पसलहरु किराना पसल बाहेक अन्य आम्दानीको स्रोत भएका पसलहरुभन्दा बढी संख्यामा दर्ता भएको भेटियो । सर्वेक्षणका सहभागीहरुलाई पसल दर्ता नगर्नुको कारण सोध्दा पसलको आकार र कर सम्बन्धी नियमन प्रमुख कारणहरुमध्ये रहेको पाइयो । माथि उल्लेख गरिएजस्तो, किराना पसल नै मुख्य आयस्रोतका रुपमा रहेर यस मै भर पर्ने हुँदा पनि विस्तार गर्न हिच्कीचाउनुले नियमनसम्बन्धी समस्यातर्फ इङ्गित गर्दछ ।

चित्र ७ : दर्ता नगर्नुका कारणहरु



पसल दर्ता भए-नभएको र कहाँ दर्ता भएको भन्ने बिच क्रस टेबुलेसन

		तपाईले पसल कहाँ दर्ता गर्नु भयो रु				
			१	२	३	जम्मा
के यो पसल दर्ता गरिएको छ ?	०	६६	०	०	०	६६
	छ	४०	८४	१९	५४	१९७
जम्मा		१०६	८४	१९	५४	२६३

सर्वेक्षणमा दर्ता सम्बन्धि प्रश्न गर्दा कूल २६८ उत्तरदाता मध्ये २६३ उत्तरदाताबाट मात्र ठोस उतर प्राप्त भयो । उत्तरदाताले आफ्नो किराना पसल दर्ता गरे-नगरेको तथ्य प्राप्त गर्नु नै यस सर्वेक्षणको मूलभूत उद्देष्य थियो । प्रारम्भिक अनुसन्धानले किराना पसल रजिष्टर हुन कम्तीमा पनि चार विभिन्न संस्थामा दखिला गर्नुपर्ने कुरा देखाएको छ । दर्ता सम्बन्धि प्रश्न गर्दा हामीले सो चार संस्थालाई निम्न अनुसार कोडिङ् गरेका थियौं :

- गाउँ विकास समिति वा नगरपालिका- स्थानिय स्तरमा: १
- वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय - वाणिज्य विभाग: २
- उद्योग मन्त्रालय - घरेलु तथा साना उद्योग विभाग: ३
- अर्थ मन्त्रालय - आन्तरिक राजश्व विभाग: ४

४० उत्तरदाताबाट किराना पसल कुन संस्थामा दर्ता गरिएको छ भन्ने विषयमा कुनै जवाफ पाउन सकिएन तर बाँकि उत्तरदाताहरुले भने कानुनले तोके बमोजिम चार संस्था मध्ये एउटामा मात्र दर्ता गर्ने गरेका कुरा यस अनुसन्धानले देखाएको छ ।

यसबाट किन ८१.३ प्रतिशत उतरदाताले किरानापसल दर्ता गर्न सहज र सरल ठानेको र ७०.३ प्रतिशतले यो प्रक्रिया सस्तो मानेको कुरा पनि छर्लङ्ग हुन आउँछ ।

माथि उल्लिखित तालिका बमोजिम पनि कुनै पनि किराना पसलहरु सरकारले तोकको प्रावधान अन्तर्गत दर्ता नभएको कुरा पुष्टि हुन्छ । साथै, यी पसलहरु आगिंक रुपमा मात्र औपचारिक भएको देखिन्छ ।

सरकारद्वारा मूल्य निर्धारण

गस्च र हान (१९९९) का अनुसार, अधिक नियमनको अर्थतन्त्रमा नकारात्मक असर पर्छ, यसले प्रायः व्यवसायमा राजनीतिक हस्तक्षेप बढाउने मौका प्रदान गर्छ र अर्थतन्त्रमा सुधार ल्याउने एकमात्र उद्देश्यले यो कमै मात्र कार्यान्वयन हुन्छ । सरकारले वस्तुको मूल्य निर्धारण गर्ने चलन पनि यसको एउटा उदाहरण हो । नेपाली सञ्चार माध्यममा किराना पसलमा बेचिने वस्तुहरुको मूल्य सरकारले निर्धारण गर्नेसम्बन्धी खबर आइ नै रहेको हुन्छ ।

देशमा महँगी बढेर वस्तुहरुको भाँउ बढ्दा, विषेशगरी चाडबाडको समयमा, सरकारले अन्य यावत तथ्यहरुलाई ध्यानै नदिई अधिकतम विक्री मूल्य निर्धारण गर्छ जुन प्रायः अनुदान पाईरहेका राज्य नियन्त्रित संस्थानहरुको सुझावमा आधारित हुन्छ । किराना पसलधनीहरुले सरकारी संयन्त्रले निर्धारित गरेको मूल्यमा वस्तु नबेचेको आरोपमा दण्डित भएको घटनाहरु पनि छन् ।

नेपालको हकमा, भन्सार विभागले बढी व्यापार हुने र आयमा प्रमुख भुमिका खेल्ने वस्तुहरुमा अधिकतम विक्री मूल्य निर्धारण अनिवार्य बनाएको छ । विषेश गरी चाडबाडको समयमा सञ्चारमाध्यमले महँगी आकासिएको भनि रिर्पोटीङ्ग गरेपछि नाफाखोर पसलेहरुले अधिक नाफा खाएकाले महँगी बढेको अनुमानमा सरकारले खुद्रा सामानको मूल्य निर्धारण गर्ने प्रयास गर्दछ । आवश्यक पदार्थ नियन्त्रण (अधिकार) ऐन, २०१७(१९६१) का आधारमा यस्तो निर्णय लिइन्छ । यस ऐनका अनुसार नेपाल सरकारले आवश्यक वा ठीक ठहऱ्याएको खण्डमा, वितरण बढाउन वा कायम राख्न वा वितरण गर्न लगाउन वा कुनै आवश्यक पदार्थ न्यून मूल्यमा उपलब्ध गराउन, नोटिफाईड अर्डरबाट निर्धारित क्षेत्रमा उत्पादन, वितरण वा व्यापार नियन्त्रण वा नियमन गर्न सक्नेछ ।

यु.मार्टका श्री यु. श्रेष्ठ सरकारले वस्तुहरुको मूल्य निर्धारण गर्दै सिलिङ्ग राख्नेबारे चिन्तित भएको व्यक्त गर्नुहुन्छ । आफ्नो व्यापारलाई किराना पसलबाट सानो मार्टसम्म बढोत्तरी गरेपछि, प्याकेज खर्च, कामदार खर्च, भाडादर लगायत अन्य खर्चको कारण सञ्चालन खर्च बढेकाले बड्दो सुविधासँगै मूल्य पनि बढ्ने उहाँ बताउनुहुन्छ । तर सरकारले अधिकतम मूल्य निर्धारण गर्नु अगाडी यस्ता कुराहरुमा भएको लागत प्रति ध्यान नदिई यस्तो मापदण्ड बाध्यकारी बनाउँदा नाफा स्वात्तै तल खस्ने उहाँ बताउनुहुन्छ । यस बाहेक श्री श्रेष्ठ उहाँको जस्तो साना मार्टहरुको सफलता सामान सप्लायर्सहरुमा निर्भर गर्ने बताउनुहुन्छ । सप्लायर्सहरुले उधारोमा सामान नदिँदा मिनी मार्टहरुलाई

चाहिएको जस्तो धेरै परिमाणमा सामान किन्न नसकिने (लगानीको कमीका कारण) हुनाले यस्तो व्यापार संचालन गर्न यो निकै महत्वपूर्ण भएको उहाँ विश्वास गर्नुहुन्छ । त्यसैले नयाँ व्यवसायीहरुलाई यो कुरा चुनौतिका रुपमा रहेको र सप्लायर्ससँग सुमधुर सम्बन्ध राख्नु, व्यवसाय शुरु गर्नुको पुर्वशर्त रहेको उहाँ बताउनुहुन्छ ।

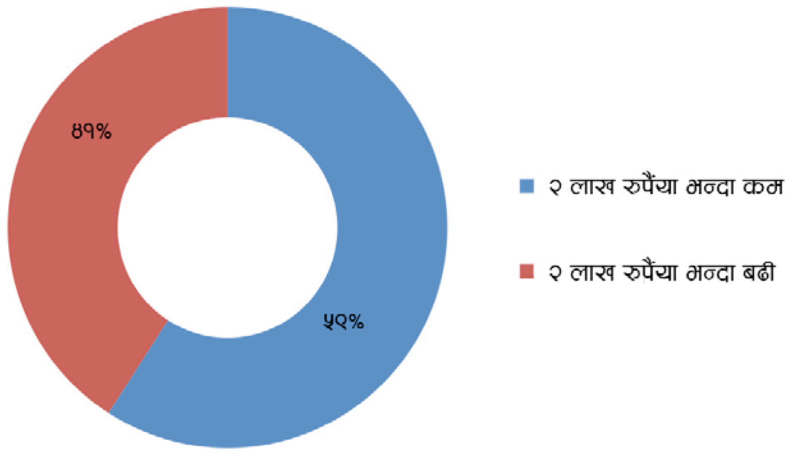
नेपाल सरकारले सेप्टेम्बर १६, २०१२ मा चामल, गहुँ, पिठो, चिनी, खाने तेल लगाएतका पन्ध्र अत्यावश्यक सामानहरुमा अधिकतम मूल्य निर्धारण लागु गर्ने औपचारिक घोषणा गर्दा, हिमालयन टाईम्स राष्ट्रिय दैनिकमा २०१२-०९-१८ मा यस्तो सम्पादकिय छापियो :

“बन्द र हड्तालका कारण उत्पादन र वितरणमा गहिरो असर परेकाले अत्यावश्यक सामग्रीहरुको मूल्य बढेको हो । यस सँगै राजनीतिक अस्थिरता, जुन आर्थिक वृद्धिका लागि अनूकूल छैन, पनि मूल्य वृद्धिको एक कारकको रुपमा रहेको छ । यसले अत्यावश्यक वस्तुहरुको मूल्य बढाएको छ र देशका गरिबहरुलाई जीवन धान्न गाह्रो परिरहेको छ । चाडबाडको समय नजिक आउँदै गर्दा, अधिकतम मूल्य तोकेर उपभोक्ताहरुको यो सास्तिलाई कम गर्ने अपेक्षा गरेपनि यसले झन् बिपत्ति ल्याएको अनुभव गरिँदै छ । त्यसैले उपभोक्ता अधिकारवादीहरुले यसरी मूल्य निर्धारण गर्नुलाई जनताका सामु लोकप्रिय हुन गरेको प्रयास भन्नु खासै आश्चर्यजनक होइन । यो निर्णय खुला बजारसंचालनको विपरित भएको भनेर आलोचित पनि भएको छ र यसबाहेक अहिलेको आर्थिक प्रणाली परिवर्तन भइसकेकाले गलत तरिकाले मूल्यनिर्धारण भएको कुरा पनि उठेको छ ।”

कर

किराना पसल जस्ताः लघु तथा साना व्यवसायले पूर्ण कर तिर्नुपर्ने व्यवस्था छ । किराना पसलधनीहरु लघु व्यवसायीहरु हुन् । प्रायः किरानापसलहरुले न्यूनतम आय गर्छन् र वार्षिक कारोबार रु २०,००,००० भन्दा बढी हुँदैन । सर्वेक्षणका दर्ता भएका किराना पसलहरुमध्ये धेरै किराना पसलहरु व्यक्तिगत व्यापारका रुपमा दर्ता भएका थिए र आन्तरिक राजश्व विभागमा पनि दर्ता भएका थिए, जसअन्तर्गत आयकर तिर्नका लागि स्थाई लेखा नम्बर (प्यान) पनि लिएका थिए ।

चित्र ८ : औषत दैनिक कारोबार



रु २,००,००० भन्दा बढी व्यापारीक आय हुने संस्थाहरु प्यानमा दर्ता हुन्छन् । वार्षिक रु २०,००,००० को कारोबार र वार्षिक आय रु २,००,००० सम्म हुनेले निम्न दायित्व तिर्छन् :

- महानगरपालिका वा उपमहानगरपालिमा भएमा रु ५,०००
- नगरपालिकामा भएमा रु २,५००
- बाँकी क्षेत्रमा भएमा रु १,५००

आर्थिक वर्ष २०१३/१४ को नेपाल कर तथ्य अनुसार करको संरचना यस्तो देखिन्छ :

तालिका २ आर्थिक वर्ष २०१३/१४ को नेपाल कर संरचना

व्यक्तिगत			दम्पति		
कर योग्य आय खण्ड (ने.रु मा)	रोजगारी	प्रोप्राइटरसिप फर्म	कर योग्य आय खण्ड (ने.रु मा)	रोजगारी	प्रोप्राइटरसिप फर्म
पहिलो २००,०००	१ प्रतिशत ***	०	पहिलो २५०,०००	१ प्रतिशत ***	०
त्यसपछिको १००,०००	१५ प्रतिशत	१५ प्रतिशत	त्यसपछिको १००,०००	१५ प्रतिशत	१५ प्रतिशत
त्यसपछिको २, २००,०००	२५ प्रतिशत	२५ प्रतिशत	त्यसपछिको २, १५०,०००	२५ प्रतिशत	२५ प्रतिशत

स्रोत : नेपाल कर तथ्य आर्थिक वर्ष २०१३/१४(जुलाई २०१३)

*पति पत्नीले दम्पतीका रुपमा चयन गर्नुपर्ने छ र यो स्वत: लागू हुने छैन र

**उल्लेख दरहरु साधारण प्रोप्राइटरसिप फर्मका लागि हुन् र व्यवसायको प्रकार र उपलब्ध स्वीकृति अनुसार फरक पर्न सक्छन् ।

***उक्त १ प्रतिशत कर सामाजिक सुरक्षा कर अन्तर्गत हो र यो आन्तरिक राजश्व विभाग अर्न्तगत छुट्टै खातामा जम्मा गरिनेछ ।

कर सम्बन्धी प्रावधानहरु सरकारी योजना र नीतिसँगै परिवर्तन पनि हुन सक्छन । उदाहरणका लागि सामाजिक सुरक्षा कर भनेर १ प्रतिशत लगाईन्छ ।

३० वर्षीय रुपा दाहालले विगत ५वर्षदेखि किराना पसल चलाई रहनु भएको छ । उहाँको श्रीमान अरु नै ठाउँमा काम गर्नुहुन्छ र उहाँका सानो छोरा कक्षा ३ मा पढ्छन् । आम्दानी थोरै नै भए पनि, उहाँले श्रीमानको आयमा सहयोग पुऱ्याउन पसल थाप्नु भएको हो । बिहान उहाँ घरको काम गर्नुहुन्छ र बच्चाहरुलाई विद्यालय पठाउनुहुन्छ भने बाँकी समय पसलमा बिताउनुहुन्छ । उहाँको पसल एकदमै सानो छ, जहाँ चुरोट, अनाज र केही मिठाईहरु मात्र पाईन्छ । उहाँ कम्तिमा केही उत्पादक काममा संलग्न भएर परिवारलाई सहयोग गरेका कारण गौरवान्वित महशुस गर्नुहुन्छ । उहाँको पसल दर्ता गरिएको छ र सरकारलाई निरन्तर कर तिरिरहनु भएको छ । तरपनि, उहाँ करको दर एकदम बढी भएको महशुस गर्नुहुन्छ । उहाँले बेच्ने धेरै सामानहरुमा प्रति सामान मात्र २५ पैसा नाफा हुन्छ, त्यसमा पनि १० प्रतिशत सरकारलाई कर तिर्नुपर्छ । दर्ता प्रक्रियाको कार्यान्वयन राम्रोसँग नभईरहेको र धेरै पसलहरु दर्ताबिना नै चलिरहेको अवस्थामा, प्रतिस्पर्धाको धरातल नभएकोमा उहाँ दुःख मनाउ गर्नुहुन्छ । उहाँको पसल वरिपरिको खराब सडक र प्रदुषणका कारण पसलमा सामान किन्न मान्छे कम आउने पनि वहाँ बताउनुहुन्छ र यी यावत कारणहरुले गर्दा नाफा कम हुने हुँदा पसल बिस्तार गर्न धेरै गाह्रो परेको वहाँ व्यक्त गर्नुहुन्छ ।

साना उद्यमहरुमा लेखा (हिसाब खाता) नराख्ने प्रणालीका कारण, किराना पसलहरु माथिको कर दायित्व मापन गर्न गाह्रो छ । धेरै अवस्थामा, लेखा प्रणाली वा लेखा परिक्षण गरिएको विवरण नहुनुले पनि कर अधिकृतहरुले अन्दाजको भरमा, विभिन्न खालका मापदण्डहरु (जस्तै उद्यमीको जीवनस्तर अवलोकन आदि) प्रयोग गरेर कर मूल्य निर्धारण गरिदिन्छन् । यसले उद्यमीहरुलाई बढी कर दर पर्न जान सक्छ ।

वार्षिक कारोबार रु २० लाखभन्दा बढी हुने किराना पसलहरुका लागि, उनीहरुले कमाउने अनुमानित नाफा भनेको ५ प्रतिशत हो (सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कका आधारमा गरिएको अनुमानित हिसाबकिताब र खुद्रा व्यापार संघको आकलनको आधारमा) । यसको अर्थ, उनीहरुको वार्षिक नाफा रु १००,००० हो । तालिकामा देखाइएको कर प्रणाली अनुसार यस्ता पसलहरुलाई कुनैपनि करको दायरामा नराखिनुपर्ने हो । तर पनि, वास्तवमा किराना पसलहरुले रु ३,५०० कर तिर्नुपर्छ जुन उनीहरुको आम्दानीको ३.५ प्रतिशत हो । अरु नागरिकहरु, जसको आय रु एक लाखभन्दा कम छ, उनीहरुलाई करको दायराबाट अलग नै राखिँदा किराना पसलेहरुलाई भने ३.५ प्रतिशत कर लगाईएको छ ।

दर्ता, कर र व्यापारको परिमाण बिच अन्तर सम्बन्ध

मोडल सारांश[b]

मोडल	R	R^2	समायोजित R^2	अनुमानको स्ट्यान्डर्ड एरर्	परिवर्तन स्ट्याटिस्टिक्स				
					R^2 परिवर्तन	F परिवर्तन	df1	df2	F परिवर्तनको सिग्निफिकेन्स
१	.८०४[a]	.६४६	.६४०	११८८०.२४७	.६४६	११२.०९५	२	१२३	.०००

प्रेडिक्टरहरु : (स्थिर), तपाईको पसलले कति आयकर तिर्छ, के तपाईको पसल दर्ता गरिएको छ ?

आश्रित चर (डिवेन्डेन्ट भेरिएबल) : दैनिक रुपमा कतिको व्यापार हुने गर्छ ?

गुणांक (कोएफिसिएन्ट)[a]

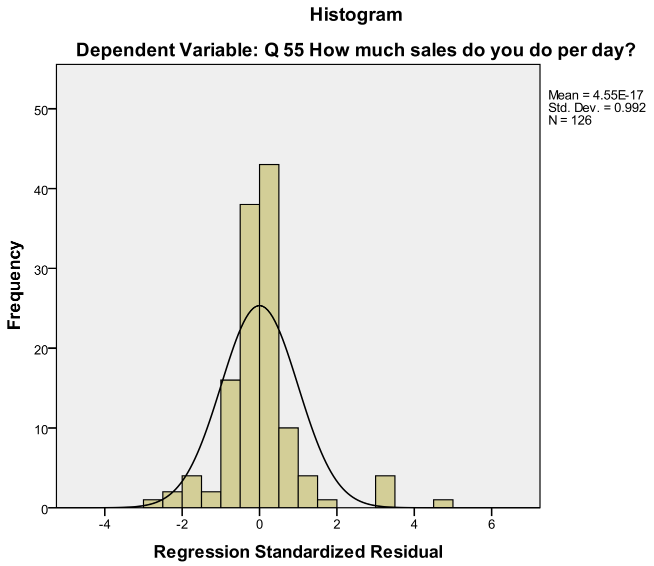
मोडल		अमानकिकृत गुणांक (unstandardized coefficient)		मानकिकृत गुणांक (Standardized Coefficients)			B कोलागि ९५.0% कन्फिडेन्स इन्टर्भल		सहसंबन्ध (Correlations)		
		B	स्ट्यान्डर्ड एरर्	बिटा (Beta)	t	सिग्निफिकेन्स (Sig.)	**निम्न परिबंध** (Lower Bound)	उच्च परिबंध (Upper Bound)	शून्य अर्डर (Zero-order)	आंशिक (Partial)	पार्ट (Part)
1	(स्थिर)	-३३७२.५६८	६८७०.०८६		.४९१	.६२४	-१६९७१.४८३	१०२२६.३४६			
	के तपाईको पसल दर्ता गरिएको छ ?	१७१०.७६७	६९५६.४३1	.०१३	.२४६	.८०६	-१२०५९.०६२	१५४८०.५९५	.०६५	.०२२	.०१३
	तपाईको पसलले कति आयकर तिर्छ,?	२.२९२	.१५४	.८०३	१४.९२५	.०००	१.९८८	२.५९६	.८०३	.८०३	.८०१

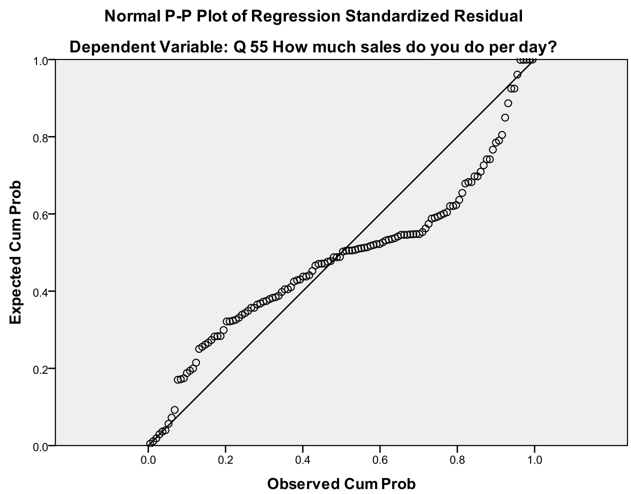
$\hat{Y}_i = b_0 + b_1 d_1 + b_2 x_2$

जहाँ, b0= कन्सटान्ट, d1= 1 यदि पसल दर्ता भएको छ भने, d1=0 यदि पसल दर्ता भएको छैन भने, b1= डम्मीको कोएफिसियन्ट, b2=x2 को कोएफिसियन्ट, x2= मासिक कर रकम, Ŷi= दैनिक औसत बिक्रिर समिकरण यस प्रकारको रहेको छ

$\hat{Y}_i = -3372.568 + 1710.767 d_1 + 2.292 x_2$

यस समिकरणले के जनाउँछ भने यदि कुनै पनि किराना पसल उल्लिखित चार मध्ये कुनै पनि एक संस्थामा दर्ता गरिन्छ भने यसको परिणम स्वरुप पसलको औसत दैनिक कारोबार रु. १७१०.७६७ ले बृद्धि हुन जान्छ । यस अलावा, सरकारलाई तिरिने हरेक रुपैंया कर बराबर दैनिक कारोबारमा रु. २.२९२ गुणा बराबारको कारोबार हुन जान्छ । यो कुनै कारणात्मक सम्बन्ध नभई परस्पर सम्बन्ध मात्र हो । रेसिडुअल डाटा सामान्य नै छ र स्किउड छैन ।





मापदण्ड निर्धारण

करसँग सम्बन्धित नियमपालन बाहेक, किराना पसलहरुले नेपाल (गुणस्तर प्रमाण-चिन्ह) ऐन, २०३७ र नियमावली २०४० ले निर्धारण गरेबमोजिमका मापदण्डहरु अनिवार्य रुपमा पालना गर्नुपर्छ । गुणस्तर, परिमाण र मूल्य सम्बन्धी मापदण्ड नै किराना पसलका प्रमुख मुद्दाहरु हुन् । मिति सकिएका सामानको बिक्री, कम तौलका सामान र गुणस्तर चिन्ह नभएका सामानहरुको बिक्री सम्बन्धी मुद्दाहरु सञ्चार माध्यमको ध्यान आकर्षण गर्ने विषयहरु हुन् । धेरै किराना पसलधनीहरु यिनै मापदण्डका आधारमा राज्यको नियमन निकाय अन्तर्गत आउँछन् । हाम्रो कुराकानीमा मापदण्डको फितलो नियमनका कारण समस्या उत्पन्न भएको र यसमा माथिल्लो तहमै सामानको बितरक र उत्पादकहरु जिम्मेवार भएको कुरा अगाडि आएको थियो ।

मिल्कि वे शपिङ् मार्ट (शंखमुल, काठमाण्डौ)

पाँच वर्ष विदेशमा शपिङ मार्टमा काम गरी फर्केर आई आफ्नै शपिङ् मार्ट खोलेका यी उद्यमीलाई आफ्नै बचतले मार्ट खोलेका कारण लगानीको पहुँचमा त्यति समस्या भएन । नियमनका विभिन्न लामा प्रक्रियाहरु भएतापनि, उनले सबै प्रक्रियाहरु पुरा गरेको बताँउछन् । तैपनि एकजना सरकारी कर्मचारी सँग यस विषयमा आफ्नै पसलमा मुठभेड भएको पनि उनी स्मरण गर्छन् । उनी सम्भन्छन्, एकजना पसल निरिक्षक महिला पसलमा आएर छुट मागिन् । उनलाई छुट दिन नमानेपछि उनले आफु निरिक्षण विभागमा कार्यरत भएको बताउँदै निरिक्षण टोलीलाई यहाँ पठाउन सक्ने धम्की दिईन् । पसलले उनलाई विशेष सम्मान दिएनन् । यो अनुभवबाट उनले नियमन निकायका मान्छेहरु उनी जस्ता उद्यमीहरुसँग गलत फाईदा लिन खोज्छन् भन्ने र यसले गर्दा साना तथा मझौला उद्यमीहरु टिक्नै नसक्ने व्यवसायिक वातावरण श्रृजना भइरहेको निष्कर्ष निकाले । नेपालमा कानुन मानेर गरी खान समेत गाह्रो छ, उनी भन्छन् ।

सरकारी मापदण्ड निर्धारणमा तौल, प्याकिङ्, र मूल्यसूची टाँस्ने कुरासम्म पर्छ र मापदण्ड लागू गराउने होड प्रायः मुद्रास्फ्रीति बढेर मूल्य वृद्धि हुँदा उपभोक्ता अधिकारवालाहरुले सरकारलाई दवाब दिन थालेपछि देखिन्छ । यस्तो हुँदा सरकारले पनि केही गरेको देखाउनुपर्ने अवस्थामा सजिलो उपाय छानी सोझै किराना पसलेहरु कै कारण मुद्रास्फ्रीति बढेको जस्तो गरी उनीहरुलाई महँगी बढाएको आरोप लगाउँछन् । माथि नै बयान गरिएको चिउराको उदाहरण र मूल्यसुचि भनेको ठाँउमा नटाँसेको भनेर खेदो खनिएको उदाहरणले यी कुरालाई प्रतिबिम्बीत गर्छन् ।

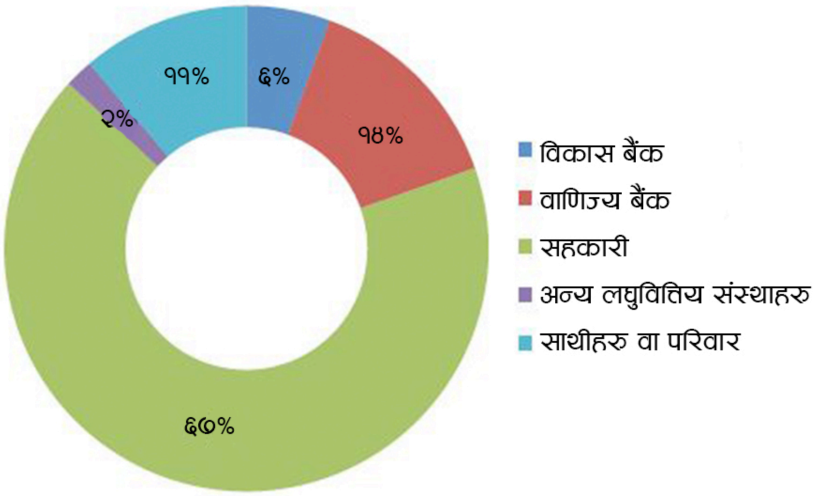
श्रम कानुन र वातावरणसम्बन्धी कानुन साना तथा मझौला उद्यमहरुमा लागु हुने अन्य कानुनहरु हुन् । धेरैजसो अध्ययनका पसलहरुले कामदार नखटाएको वा विना तलब परिवार कै सदस्यबाट काम लिएका हुनाले श्रम कानुनले त्यति असर नपर्ला भन्न सकिन्छ । धेरै कमले मात्र एक वा दुई कामदार खटाएका छन् । यसैले श्रम कानुनका प्रावधानहरुलाई अध्ययनमा प्रयोग गरिएन ।

वितिय सुबिधामा पहुँच

किराना पसलका लागि पुंजीको मुख्य स्रोत भनेको लघुवित्त संस्थाहरु हुन्, जुन सहकारी प्रणालीमा काम गर्छन् । यस्ता साना वित्तिय संस्थाहरुको प्रसिद्धिको कारण भनेको कुनै पनि व्यक्ति सजिलै यसको सदस्य बन्न सक्ने र थौरै पुँजीको ऋण सजिलै पाउने व्यवस्थाले हो । अध्ययनका ७१ प्रतिशत सहभागीले आफूलाई ऋण पाउनमा समस्या नभएको बताए । यो साना उद्यमीहरुले लघुवित्तहरुबाट सजिलै (सानो रकम) ऋण पाउने कारणले गर्दा हो । सहकारीहरुले घरदैलो कार्यक्रम मार्फत प्रचार गर्छन् र साना उद्यमीहरुलाई आफ्ना सदस्य बनाउँछन् । यो उद्योग नै वास्तवमा व्यक्तिगत सम्बन्ध र सामुदायिक विश्वासमा चलेको छ र तुलनात्मक रुपमा सानो रकमको पुँजीको कारोबार गर्छ । सदस्य बन्ने प्रक्रिया पनि तुलनात्मक रुपमा सामान्य छ र सदस्य बनिसकेपछि ऋण पाउन पनि सजिलो नै छ । रकम साना पसलहरुबाट दैनिक हिसाबमा जम्मा पारिन्छ । सदस्यहरु धितो वा अन्य कागजात बिना तीन पटकसम्म ऋण पाउन योग्य हुन्छन् । ऋण अवधि यसको बारेमा मोलमोलाई गर्दा निर्धारण गरिन्छ र ऋण

चुकाउने काम किस्ताबन्दीमा सानो रकम मार्फत गरिन्छ । सजिलै ऋण पाँईदैन भन्ने सर्वेक्षणका सहभागीहरुले भने गाह्रो प्रक्रिया, धितोको व्यवस्था र ऋण भुक्तानी गर्नुपर्ने अवधि छोटो हुनुलाई प्रमुख बाधा भएको बताए ।

चित्र ९ सबैभन्दा प्रस्ताव गरिएका वित्तिय संस्थाहरु



छोटो अवधिको ऋणलाई प्राथमिकतामा राख्ने संस्थाहरुले धेरै ऋण प्रवाह गरी बढी शुल्क लिने विचार राख्दछन् । सहकारीहरुबाट प्राप्त ऋणमध्ये करिब ५० प्रतिशत नै १ वर्षभन्दा कम अवधिका लागि प्रदान गरिएको देखियो । सर्वेक्षणमा ऋण आवश्यकताको अवधि सम्बन्धी गरिएको प्रश्नमा ८७.९ प्रतिशतले १ देखि ३ वर्षसम्मका लागि छोटो अवधिको ऋण चाहिएको बताए । किराना पसलहरुले लिने गरेको ऋण सानो रकममा हुने हुँदा, छोटो भुक्तानी अवधि हुनु स्वभाविक नै हो । तर रोचक कुरा के छ भने मझौलादेखि लामो अवधिको लागि ऋण लिनका लागि भने सहकारीहरु भन्दा वाणिज्यबैंकहरुलाई प्राथमिकताका साथ लिइएको देखियो । यसबाट के बुझ्न सकिन्छ भने छोटो अवधिको साना ऋणका लागि लघुवित्तहरु र सहकारीहरु उपयुक्त मानिएता पनि वृद्धि गर्ने क्रममा आवश्यक हुने दीर्घकालिन र ठूलो रकमको ऋणका लागि भने वाणिज्य बैंकहरुलाई प्राथमिकताका साथ लिइँदो रहेछ ।

ऋण लिएको छ-छैन र कति व्याज तिर्न पर्यो बिच क्रस टेबुलेसन

		ऋणमा कति प्रतिशत व्याज तिर्नु भयो ?					
		५% भन्दा कम	५–१०%	१०–१५ %	१५–२० %	२० % भन्दा बढि	जम्मा
के तपाईले कहिल्यै ऋण लिन भएको छ ?	छ	४	४	१८	५६	१२	९४
जम्मा		४	४	१८	५६	१२	९४

यो नतिजाले अधिकतम उत्तरदाताहरु, जसले ऋण लिएका छन्, चर्को व्याजदार पनि तिरिरहेका छन् भन्ने कुरालाई देखाउछ । ५९.५ प्रतिशत ऋण लिएका उत्तरदाताहरुले, १५ देखि २०% व्याजमा ऋण तिरिरहेका छन् ।

उद्यमीले ऋण लिएका छन्-छैनन् र कहाँबाट लिएका छन् भन्ने बिच क्रस टेबुलेसन

	कहाँबाट ऋण लिनु भयो ?					
	विकास बैंक	वणिज्य बैंक	सहकारी	लघु वित्त	परिवार तथा ईष्ट मित्र	जम्मा
के तपाईले कहिल्यै ऋण लिनु भएको छ ? — छ	६	१५	७१	२	११	१०५
जम्मा	६	१५	७१	२	११	१०५

थप विश्लेषण गर्दा, अधिकत्तम उत्तरदाताले सहकारी संस्थाबाट ऋण लिने गरिएको देखियो । प्रतिशतकै आधारमा हेर्ने हो भने कूल ६७.८% उत्तरदाताले सहकारी संस्थाबाट ऋण लिने गरेको पाइयो ।

उद्यमीले ऋण लिएका छन्-छैनन् र कति अवधिकोलागि लिएका छन् भन्ने बिच क्रस टेबुलेसन

	कति अवधिकोलागि ऋण लिनुभयो ?				
	१ वर्ष भन्दा कम	१ देखि ३ वर्ष	३ देखि ५ वर्ष	५ वर्ष भन्दा माथि	जम्मा
के तपाईले कहिल्यै ऋण लिनु भएको छ — थ्मक	५८	२९	४	८	९९
जम्मा	५८	२९	४	८	९९

माथिको तालिका बाट प्राय सबै उत्तरदाताले जब पनि ऋण लिए, छोटो समायअविधीको लागि मात्रै लिने गरेको देखियो । यस्ता ऋण प्राय सहकारीबाट प्राप्त भएको हुन्छ । कूल ६७.८ प्रतिशत उत्तरदाताले उक्त ऋण सहकारी संस्थाबाट निकै छोटो समायावधिको लागि मात्र पाएका छन् । प्राय: जसो सहकारी संस्थाहरुले ऋण बढिमा एक वर्षमा चुक्ता गर्नुपर्ने गरी ऋण प्रवाह गरेका हुन्छन् । सोही समयमा साना तथा मझयौला उद्यमीको स्वरुप हेरी , तिनीहरुलाई ऋण उपलब्ध गराउन सँग गाँसिने ऋण चुत्ता नहोला भन्ने चूनौती र तूलनात्मक रुपमा पूँजी उपलब्ध गराउने पकियाको सहजता को मूल्याङ्कन गरी सहकारीहरुले चर्को व्याजदरमा ऋण उपलब्ध गराएका हुन्छन् । ५८.६ प्रतिशत उत्तरदाताले एक वर्ष भन्दा कम समयावधिको लागि मात्र ऋण पाएका छन् ।

पछिल्ला दुई दशकदेखि नेपालमा लघुवित्त संस्थाहरु बढिरहेका छन् । नेपालमा धेरै संख्यामा लघुवित्त संस्थाहरु रहेका छन् र ठुला संस्थाहरु जस्तै ग्रामिण विकास बैंक लगायत साना वित्तिय मध्यस्थकर्ताहरु अनि गैरसरकारी संस्थाहरुले पनि सामुदायिक स्तरमा बचत तथा ऋण सहकारीको काम गर्छ । एसियाली विकास बैंक, विश्व बैंक र संयुक्त राष्ट्र

संघजस्ता ठुला बहुराष्ट्रिय संस्थाहरु पनि साना तथा मझौला उद्यमीहरुलाई पुँजीको पहुँच बढाउन होलसेल लेन्डिङ्गबाट काम गरिरहेका छन् । होलसेल लेन्डिङ्गबाट काम गरिरहेका संस्थाहरुमा ग्रामिण स्वावलम्बन फण्ड, ग्रामिण लघुवित्त विकास केन्द्र लिमिटेड, र साना किसान बिकास बैंक छन् । वाणिज्य बैंकहरु, विकास बैंकहरु र अन्य वित्तिय संस्थाहरुले पनि नेपाल राष्ट्र बैंकको नियमअनुसार आफ्नो ऋणको पोटफोलियोमा ४.५, ४ र ३.५ प्रतिशत सम्म क्रमशःबञ्चित क्षेत्रहरुमा (deprived sector) सहुलियत दरमा ऋण उपलब्ध गराउनु पर्दछ र यसमा पनि बञ्चित क्षेत्रहरुमा (deprived sector) अन्तर्गत धेरै लघु तथा साना व्यवसाय पर्दछन् । यी वित्तिय संस्थाहरुले यस्तो प्रतिबद्धतालाई सिधै बञ्चित क्षेत्रहरुमा (deprived sector) ऋण उपलब्ध गराएर वा होलसेल लेन्डिङ्गबाट लघु वित्तहरु मार्फत पनि कार्यान्वयन गराउन सक्छन् (श्रेष्ठ, २००९) ।

प्रमिला श्रेष्ठ ३६ वर्षकी हुनुभयो । उहाँले विगत १० वर्षदेखि किराना पसल चलाउँदै आउनु भएको छ । उहाँको परिवारमा चारजना सदस्यहरु छन् तर उहाँ एक्लैले पसल चलाउनुहुन्छ । उहाँको श्रीमान् पहिले एउटा कार्यालयमा सुरक्षा गार्डको रुपमा काम गर्नुहुन्थ्यो तर अहिले वैदेशिक रोजगारीमा हुनुहुन्छ । उहाँका दुई विद्यालय जाने बच्चाहरु छन् । उहाँको श्रीमानको तलबले मात्र परिवार धान्न पर्याप्त नभएपछि, उहाँको पसलको आम्दानीले परिवार पाल्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्दछ । उहाँले किन पसल सुरु गर्नुभयो भन्ने प्रश्नको जवाफमा, उहाँको श्रीमानक अनुपस्थितिमा र कुनैपनि आय नहुँदा बालबच्चा पाल्न एकदम गाह्रो भएकाले व्यापार शुरु गर्नुभएको कुरा उहाँले भन्नुभयो । यस अगाडी उहाँ ज्यालादारी गर्नुहुन्थ्यो । अहिले उहाँ अन्न र फलफुल बेच्नुहुन्छ । अन्नले खासै फाईदा हुँदैन तर फलफुलले केही हदसम्म व्यापार सन्तुलनमा राख्छ भनेर उहाँ भन्नुहुन्छ । उहाँले फलफुलमा औषत ५ देखि १० प्रतिशतसम्म नाफा राख्नुहुन्छ । उहाँको पसल दर्ता गरिएको छैन । पसल किन दर्ता गरिएन भन्ने प्रश्नमा उहाँको कुनै पनि जवाफ छैन । वित्तिय संस्थाहरुमा पहुँच नभएकोले पसल बिस्तार गर्न नसकेको पनि उहाँ बताउनु हुन्छ । उहाँ भन्नुहुन्छ, बजारमा पनि बढी नै प्रतिस्पर्धा छ । उहाँले प्रायः फलफुल बेच्ने हुनाले समयमा बिक्री गर्न सकिएन भने भने सामान नष्ट हुन्छ र घाटा हुन्छ भनेर उहाँ थप्नुहुन्छ । जोखिमसँग जुध्ने कुनै उपाय नभएका कारण, उहाँको पसल विस्तार होला भन्नेमा उहाँलाई शंका छ । यसबाहेक, उहाँले दुःख गरेर कमाएको पैसाको केही हिस्सा माग्न आईरहने माग्नेहरुलाई र राजनीतिक माफियाहरुलाई पनि दिनुपर्छ भनेर उहाँ भन्नुहुन्छ । सरकारमाथि खासै विश्वास नभएको भन्दै “राजनीतिज्ञहरु हामीलाई के भईराखेको छ भन्ने खासै ख्याल गर्दैनन्” भनेर उहाँ भन्नुहुन्छ । उहाँका अनुसार जे जसो भएपनि महिलाहरुले आफ्ना लागि आँफै कमाउनु पर्छ ।

लघुवित्तहरुबाट प्राप्त हुने पुँजी प्राय सीमित र वाणिज्य बैंक र अन्य वित्तिय संस्थाहरुको भन्दा महंगो पर्न जान्छ । वाणिज्य बैंकहरुको ऋणको ब्याजदर १२ देखि १५ प्रतिशत सम्म हुन्छ भने, लघु वित्तहरुको ऋणको ब्याजदर २० देखि ३० प्रतिशतसम्म वा कहिलेकाँही अझ बढी हुने गर्छ । वाणिज्य बैंक र वित्तिय संस्थाहरुबाट ऋण निकाल्न साना थुप्रै कागजातहरु चाहिन्छन् जुन लघु तथा साना उद्यमीहरुलाई पेश गर्न गाह्रो हुन्छ । बैंकलाई व्यापार योजना, लेनदेन पत्र, भाडाको करार, नगरपालिकाबाट अनुमति पत्र, कर कागजात, सम्पत्ति मूल्याकंन जस्ता कागजातहरु चाहिन्छन् । प्रायः किराना पसलका सञ्चालकहरुसँग सीमित पुँजी र व्यापारसम्बन्धी कम औपचारिक शिक्षा हुने हुनाले व्यापार योजना, लेनदेन पत्र जस्ता कागजात बनाउन कठिन हुन्छ । धेरेले पसल गर्ने ठाउँ भाडामै लिएता

पनि यसको कागजात हुँदैन र घरबेटीसँग अनौपचारिक रुपमा सहमति गरिएको हुन्छ । घरबेटीले पनि घर भाडामा लगाउन आवश्यक औपचारिकता पुऱ्याएका हुँदैनन् र घर भाडामा लगाउन आवश्यक अनुमोदन पनि हासिल गरेका हुँदैनन् । धेरैजसो यस्ता पसलहरु पूर्ण औपचारिक मोडलमा सञ्चालन नहुने हुनाले, यिनलाई ती कागजातहरु पेश गर्न समस्या हुन्छ । सम्पत्ति मूल्याकंन गर्नु उत्तिकै झन्झटिलो र खर्चिलो प्रक्रिया हो । जटिल कागजातहरु चाहिने अप्ठ्यारोलाई धितो पनि चाहिने अप्ठ्यारोले झन् च्याप्छ । पसलधनीको निजी सम्पत्ति धितोको रुपमा राखिनुपर्छ । हाम्रा सर्वेक्षणका सहभागीहरुमध्ये ७५ प्रतिशतले आफ्नो निजी सम्पत्ति धितोको रुपमा राख्नुपरेको बताए । साना पसलहरुका लागि, जोसँग पर्याप्त निजी सम्पत्ति हुँदैन, उनीहरुलाई यस्तो ऋण प्रक्रियामा सहभागी हुन कठिन हुने देखिन्छ ।

त्यसै गरी, वाणिज्य बैंकहरु लघु तथा साना उद्यमहरुलाई ऋण प्रदान गर्न हिच्किचाउनुको कारण ठूला वाणिज्य बैंकहरुका लागि यी व्यवसायहरुमा दिइने ऋण रकम सानो हुने हुँदा यसबाट ठूला व्यवसायको तुलनामा यी लघु तथा साना उद्यमहरुबाट प्राप्त हुने मुनाफा भन्दा खर्च वा लागत नै बढी पर्न जान्छ । सानो ऋण रकम, बढी प्रशासनिक खर्च र बढी जोखिमका कारण, वाणिज्य बैंकहरु साना तथा मझौला उद्यमलाई आँफै ऋण प्रदान गर्न अनिच्छुक देखिएका हुन् । यसो हुँदा यी बैंकहरुले नेपाल राष्ट्र बैंकको नियमअनुसार बञ्चित क्षेत्रहरुमा (deprived sector) गर्नुपर्ने लगानीको बाध्यता परिपूर्ति गर्न नेपाल राष्ट्र बैंकमा दर्ता भएका वित्तिय मध्यस्थकर्ताहरु, गैर सरकारी संस्थाहरु र लघुवित्त संस्थाहरुमार्फत होलसेल लेन्डिङ्गबाट गर्छन् । वाणिज्य बैंकहरुले प्रायःलघु, साना तथा मझौला उद्यमीहरुलाई ऋण प्रदान गर्नुपर्ने यस बाध्यात्मक नियम मान्नु भन्दा यसबापत हुने जरिवाना तिर्न उचित ठान्छन् । लघु, साना तथा मझौला उद्यमहरुलाई प्रदान गर्ने भनिएको अन्य सुविधामा ऋण उपलब्ध गराउने कुरामा प्राथमिकता दिने भन्ने तर यसको कार्यान्वयन लगभग शून्य छ (अन्तर्राष्ट्रियश्रम संगठन, २००५) । लघु तथा साना उद्यमीहरुलाई ऋणमा प्राथमिकता दिने नेपाल राष्ट्र बैंकको व्यवस्था यी व्यवसायहरुको ऋणमा पहुँच बढाउनका लागि हो । तर वाणिज्य बैंकहरुले लघु, साना तथा मझौला उद्यमहरुलाई ऋण प्रदान गर्नुभन्दा नगरेबापत हुने जरिवाना तिर्न उचित ठान्ने अवस्था देखिँदा यो प्रावधान असफल भएको देखिन्छ । त्यस्तै, होलसेल लेन्डिङ्गबाट लघु, साना तथा मझौला उद्यमहरुमा पुँजी उपलब्ध गराउनमा पनि लघुवित्तिय संस्थाहरुको सीमितता र प्रभावकारिताका मुद्दाले गर्दा त्यति सफल भएको मान्न सकिँदैन ।

भ्रष्टाचार

ट्रान्सपरेन्सी ईन्टरनेश्नलको भ्रष्टाचार अवधारणा सूचाङ्कका अनुसार, नेपाल सन् २०१२ मा १७६ वटा देशहरुमध्ये १३९औं स्थानमा रहेको थियो (ट्रान्सपरेन्सी ईन्टरनेश्नल, २०१३) । नेपालले १०० अंकमा मात्र २७ प्राप्त गरेको थियो । भ्रष्टाचार सूचाङ्कमा नेपालले यस्तो कम अंक हासिल गरेको कुराको प्रतिबिम्ब हाम्रो परामर्श कार्यक्रमहरुमा भ्रष्टाचारसम्बन्धी मुद्दाहरु निस्कँदा पनि देखियो । क्लिटगार्ड (१९८८) का अनुसार (सफाभियान, ग्राहम र गोन्जाले-भेगामा उल्लेख भए अनुसार) धेरैजसो देशहरुमा भ्रष्टाचार आधुनिक प्रशासनतन्त्रमा कार्यसम्पादन गर्दा हुने विवेकाधीन शक्तिको उपलब्धता र प्रयोगले गर्दा आएको नतिजा हो । बकबर्ग (१९९७) को धारणा अनुसार पनि आवश्यक कुराहरु प्रष्ट र प्रकाशित नहुनुले भ्रष्टाचारलाई आड दिइरहेको हुन्छ किनभने निवेदकहरुले स्वीकृति पाउन पुऱ्याउनु पर्ने अवस्थाहरुको बारे आँफै जाँच गर्न सक्दैनन् ।

किराना पसलको सन्दर्भमा माथिल्ला अधिकारीहरुलाई ठूलो रकमको घुस दिने भन्दा तल्लोस्तरका अधिकारीहरुलाई थुप्रै थोरै घुस दिने कुरा सरोकारको विषय हो । कागजी काम कारवाही गर्दा तल्लो स्तरका कर्मचारीहरुलाई प्रक्रिया पुऱ्याउनका लागि "चिया खर्च" दिन आवश्यक भएको उल्लेख भयो । सर्वेक्षणको तथ्याङ्क अनुसार भने २ प्रतिशत सर्वेक्षणका सहभागीहरुले मात्र सरकारी कर्मचारीहरुलाई घुस दिने कार्यमा संलग्न भएको बताए जुन बाहिर साधारणतया हुने चर्चा भन्दा विपरीत छ ।

तालिका ३ घुस दिनेमा संलग्नता

	बारम्बारता	प्रतिशत
हो, मैले घुस दिएको छु	५	१.९
होइन, मैले घुस दिएको छैन	२५८	९६.३

केही जवाफहरुमा सर्वेक्षणका सहभागीहरुले घुस दिएको भनेर भन्न नरुचाएर यथार्थ जानकारी नदिएको हुन सक्ने हुँदाहुँदै पनि थुप्रै पसलहरुले औपचारिक प्रक्रिया पुरा गर्न कम ध्यान दिने हुँदा थोरै औपचारिक प्रक्रियामा मात्र सहभागी भएको हुन सक्ने हुनाले पनि यो आँकडा अनुसार भ्रष्टाचारमा कम संलग्नता देखिएको हुन सक्छ । यी पसलहरुमध्ये धेरैजसो कम्तिमा एकमात्र निकायमा दर्ता भएको हुँदा यस आँकडा अनुसार औपचारिकीकरण गर्ने क्रममा दर्ता प्रक्रियामा र यस सम्बन्धी कानून कार्यान्वयन गर्ने निकायहरुमा घुस दिने स्थिति कमै आएको देखिन्छ ।

बाहिरिनका लागि अवरोधहरु

टाट पल्टिएको व्यक्ति अथवा कम्पनी र यसका निर्देशकहरु असफल प्रयासबाट सम्पूर्ण रुपमा बाहिरिएर यस सम्बन्धी सबै क्रियाकलाप बन्द गरी अगाडि बढेर र अरु नै केही नयाँ सुरु गर्न चाहँदा उद्यमीहरुका लागि व्यवसाय बन्द गरेर बजारबाट बाहिरिने कुरामा हुने अवरोधहरु पनि व्यवसाय खोलेर बजार प्रवेशमा हुने अवरोध जत्तिकै उल्लेख्य छ (FIAS & SEDF, २००७) । त्यसैले, बजारबाट बाहिरिनका लागि देखा पर्ने अवरोधहरु समेत वृद्धिका अवरोध हुन्, जुन नेपालका किराना पसलेहरुको सन्दर्भमा पनि लागु हुन्छ । विश्व बैंकको डुइङ्ग बिजनेसको प्रतिवेदन, २०१३ ले व्यापार बन्द गर्ने सहजताको हिसाबले नेपाल १२१ औं स्थानमा राखेको छ । यस प्रतिवेदनका अनुसार, व्यापार बन्द गर्न चाहने संस्थाले ५ वर्षको समय लाग्ने, व्यापारको सम्पत्तिको ९ प्रतिशत खर्चको रुपमा र २५ प्रतिशत भन्दा कम प्रतिफल पाउने अपेक्षा गरे हुन्छ । व्यवसायको गतिविधिहरु बन्द भएपनि औपचारिकरुपमा कागजमा यी व्यवसायहरु चालू नै देखिन्छन् । यसले गर्दा यस्ता पसलहरुको बारे अप टु डेट आंकडा राख्नमा समस्या हुन्छ । व्यापार बन्द गर्न बढी गाह्रो हुँदा किराना पसलधनीहरुले यही कारणले गर्दा दर्ता नै हुन नचाहने पनि एक कारण हो । व्यापारबाट निस्कन एकदमै गाह्रो हुनुले उद्यमीहरुलाई शुरुमा दर्ता गर्नबाट निरुत्साहित गर्दछ ।

अन्य

तालिम, बजारीकरण, ऋण तथा प्राविधिक सहयोग जस्ता विभिन्न कुराहरुमा लघु, साना तथा मझौला उद्यमहरुलाई सहयोग गर्न विभिन्न सहयोगी सेवाहरुको व्यवस्था गरिएको छ । यस्ता धेरैजसो सेवाहरु दुर्गम क्षेत्रमा प्रदान गरिने

हुनाले काठमाण्डौं उपत्यकाका किराना पसलहरुलाई यस्ता सेवाहरु उपलब्ध छैनन् । यस्ता केही सफल पहलहरुमा लघु उद्यम विकास कार्यक्रम, साना तथा घरेलु उद्योग महासंघ, साना उद्यम प्रवर्धन कार्यक्रम, धेरै लघुवित्त सेवाहरु, र जिल्लास्तरका उद्योग वाणिज्य संघहरु पर्दछन् । घरेलु तथा साना उद्योग बोर्ड जस्ता संस्थाहरु साना तथा मझौला उद्यमीहरुलाई व्यापार विकास गर्न सहयोग गर्ने सेवाहरु प्रदान गर्न लक्षित छन् । विभिन्न निजी संस्थाहरु पनि साना उद्यमीहरुलाई व्यवस्थापकिय तालिम प्रदान गर्न संलग्न छन् । संयुक्त राष्ट्र संघ विकास कार्यक्रम (यु.एन.डि.पी) जस्ता अनुदान प्रदायकहरुले पनि लघु उद्यम विकास कार्यक्रम (मेडेप) चलाईराखेका छन् । मेडेप त्यस्ता कम कार्यक्रमहरु मध्ये एक हो जसमा मार्केटिङ पनि एक पक्ष रहेको छ । लघु, साना तथा मझौला उद्यमहरुको सेवा तथा उत्पादनहरु मार्केटिङ गर्ने कार्यक्रम थोरै नै छन् । लघु तथा साना उद्योगहरुको प्रवर्धन गर्ने त्यस्ता कार्यक्रमहरु पनि घरेलु उद्योग तथा औद्योगिक संस्थाहरुसँग काम गर्न रुचाउँछन् । सामाजिक तथा आर्थिक रुपमा पछाडि परेका समूहरुलाई प्रर्वद्धन गर्ने विभिन्न सरकारी, गैर सरकारी तथा सामुदायिक कार्यक्रमहरु छन् (अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठन, २००५) ।

थापागाँउ काठमाण्डौंको स्तुति मिनि मार्ट नेपालको दैनिक उपभोग्य सामग्रीको बजारमा एक सफल संस्था हो । नेपालमा व्यापार गर्दा गर्नुपर्ने सबै पक्षहरुको परिक्षण गरिसकेको यो मार्टले अहिले काठमाण्डौंका विभिन्न तीन ठाउँहरुमा आफ्ना पसलहरु राखी विस्तार गरेको छ । पसलका व्यवस्थापक श्री हेमन्त डंगोलले यस्ता पसललाई सहयोग गर्ने कुनै संस्था वा संघ यो देशमा आफुले नभेटेको बताए । उनका अनुसार मिनि मार्ट सञ्चालनका लागि सुरुमा बढी नै लगानी चाहिन्छ र पछि पनि सञ्चालन खर्च बढी नै हुन्छ र लगानीको प्रतिफल भने कम हुन्छ । यसमा मिनिमार्टले बढी प्रतिफल पाउन सक्ने ठाँउ भनेको एकैपल्ट ठूलो परिमाणमा सामान किनेर जसले गर्दा सामानहरु उधारोमा पाउन सम्भव हुन्छ । नाफा कमाउनका लागि, मार्टहरुले ग्राहकहरुको मान्यता परिवर्तन गरेर मिनि मार्ट भन्ने बित्तिकै सामान महंगो भईहाल्दैन भन्ने विश्वास दिलाउन आवश्यक हुन्छ । मिनि मार्टहरुमा बढी नाफा खान्छन र सामानको बढी मूल्य पर्छ भन्ने मानसिकता भएका नेपाली ग्राहकहरुलाई सम्झाउँदा नै उनी दिक्क भईसकेको निराशा उनी पोख्छन् । उनको व्यापारले सुरुवाती लगानी प्राप्त गर्ने क्रममा कुनै विषेश चुनौतिको सामना गर्नु नपरेको भएपनि मान्नुपर्ने नियमन र प्रक्रियाहरु बढी भएको र यसले झमेला निम्त्याएको भने वहाँ महसुस गर्नुहुन्छ । बजार उनको व्यापार शुरु गर्नु अगाडि उनले गरेका सबै बजार सर्वेक्षणमाथि विचार गर्दै उनले भने, सामान्य किराना पसल वा मिनि मार्ट खोल्ने उद्यमीहरुलाई यस्तो बजार सर्वेक्षण गर्न साह्रै गाह्रो छ । यसो हुँदा किराना पसलबाट मिनि मार्टमा विस्तार हुने निर्णय गरेर विस्तार गर्दा मिनि मार्ट हुनुन त त्यति नाफामुलक छ न त त्यति सजिलो नै छ भनेर पनि उनीहरुले महसुस गर्न सक्छन्

माथि उल्लेखित चुनौतिहरु बाहेक, मुलतः नेपालको व्यापार वातावरण नै व्यवसाय गर्नका लागि एक ठूलो चुनौतीका रुपमा रहेको छ । निरन्तर भईरहने हड्ताल र बन्द यसको एक उदाहरण हो । समृद्धि फाउण्डेशन र नेपाल उद्योग वाणिज्य महासंघ (२०१३) का अनुसार, सेप्टेम्बर २०१२ देखि अगष्ट २०१३ सम्म जम्मा ५७ वटा बन्द (आम हड्तालहरु) भए । यी बन्दहरुमा विभिन्न राजनीतिक समुहहरुबाट हिंसाको समेत प्रयोग गरेर सबै व्यापारहरु बन्द गर्न बाध्य बनाईन्छन् र यातायातलाई चल्न दिईंदैन । आफूसँग सम्बन्धित तर भ्यालु चेनमा माथि भएका अन्य

व्यक्ति तथा संस्थासँग कहिलेकाँही अपर्याप्त वा अनुपयुक्त डकुमेन्टेशनको समस्याले पनि किराना पसलजस्ता साना उद्यमहरुलाई सम्बन्धित निकायमा कागजात पेश गर्नमा समस्या दिन्छ ।

श्री सरोज थापा मगर “सरोज किराना”का मालिक हुनुहुन्छ । उहाँले आफ्नी आमासँग मिलेर ३ वर्षदेखि यो पसल चलाईरहनु भएको छ । उहाँका दुवै बहिनिहरु विद्यार्थी हुन भने उहाँका बुवा विदेशमा काम गर्नुहुन्छ । पसलले परिवारले रेमिट्यान्सबाट प्राप्त गर्ने आयमा थप गर्छ । उहाँहरुले छिमेकको रहेको किराना पसल किनेर यो पसलको शुरुवात गर्नुभएको हो । पसल बिहान ५:३० देखि साँझ ८:३० सम्म खुल्ला रहन्छ । औषतमा उहाँ दैनिक रु ७,००० सम्मको व्यापार गर्नुहुन्छ र ५ प्रतिशत जति नाफा गर्नुहुन्छ । उहाँले व्यापार गर्ने सामानहरुमा बढी परिमाणमा बिक्री हुने हुनाले अन्नले बढी फाईदा दिएको उहाँ बताउनुहुन्छ । यसबाहेक, बोतलको पानी पनि राम्रो फाईदा दिने अर्को सामान हो भनेर उहाँ भन्नुहुन्छ । उहाँको पसल दर्ता भएको छैन । यदि सम्भव भयो भने उहाँ यो पसललाई भविष्यमा विस्तार गर्न चाहनुहुन्छ । उहाँ यस्ता पस लहरुका लागि मुख्य समस्या नै बन्द तथा हड्ताल भएको बताउनुहुन्छ । बन्दको समयमा उहाँ केही पनि कमाउनु हुन्न । यसबाहेक, राति अबेरसम्म पसल खोल्न प्रहरी दिँदैन । कहिलेकाँही प्रहरीले नै जड्याहाको जस्तो व्यवहार देखाएर उहाँ जस्ता मान्छेलाई गाली गर्ने उहाँ बताउनुहुन्छ ।

माथि उल्लेखित समस्याहरु बाहेक, हाम्रो सर्वेक्षणको नतिजाले के सुझाउँछ भने काठमाण्डौं उपत्यकाका धेरैजसो किराना पसलहरुमा सहयोगी सेवा या त यस सम्बन्धीको जानकारीमा पहुँच छैन । विशेषज्ञहरुसँगको हाम्रो छलफलले यी किराना पसलहरुका लागि यस्ता सेवाहरु शून्य नै रहेको कुरा पनि अगाडि ल्यायो । यस हुनुको कारण यी सेवाहरु निर्माणमूखी क्षेत्रमा र दुर्गम क्षेत्रमा केन्द्रित हुने हुनाले हुन सक्छ । घुसको माग जस्ता विषयमा सरकार वा अदालतबाट सहयोग लिनुपरेको खण्डमा, मात्र ५० प्रतिशत सर्वेक्षणका सहभागीहरुले त्यस्तो सुविधा पहुँचमा रहेको बताए । यसले त्यस्ता उद्यमहरुलाई कमजोर कानुनी सहायता भएको महसुस भएको प्रष्ट पार्दछ । यसबाहेक, समुदायको सहयोगले पनि सरकार वा अन्य निकायले प्रदान गर्ने समर्थन भन्दा फराकिलो प्रभाव पार्छ भन्ने कुरा हामिले अध्ययनको क्रममा अगाडि आएको पायौं ।

किराना पसलबाट मिनि मार्ट वा अझ ठुला पसलहरुमा परिणत हुने कुरामा सहयोग नभएकोले यसरी विस्तार हुन कठिन छ । निम्न आय हुने उपभोक्ताको सामान किन्नेप्रवृत्ति (जसले नगद आवतजावतको समस्याको कारण प्राय: उधारोमा किन्ने गर्छन्) र डिपार्टमेण्ट स्टोरहरु अलि “धनीहरुका लागि हो” भन्ने प्रकारको धारणाका कारणले ठूलो मार्ट बनी विस्तार गर्दानिम्न आय भएका आफ्ना ग्राहकहरुको समूह गुमाइन सकिने पूर्वानुमानका कारणले पनि मार्ट बनेर वृद्धि गर्नबाट किराना पसलहरुलाई निरुत्साहित गर्न सक्छ । यसबाहेक, किराना पसलका अन्य समस्याहरु, जस्तै वित्तिय क्षेत्रमा पहुँच, कम नाफा, र सामुहिक प्रर्वद्धनको कमी जस्ता समस्याहरुले मिनि मार्टहरु र साना डिर्पाटमेन्टल स्टोरहरुलाई प्रभाव पार्दछ ।

परिच्छेद ४: सुझावहरु

काठामाण्डौंका किराना पसलहरुको यस प्रारम्भिक विश्लेषणले दर्ता, कर र मापदण्ड निर्धारणका विषयहरु नियमन वातावरणका तत्काल सरोकारका सवालहरु हुन भन्ने देखायो । प्रगतिशित कर प्रणाली मान्ने र “सामाजिक न्याय” को धारणा अँगाल्ने देशमा नेतृत्व वर्गले महँगी नियन्त्रण गर्नेर बीचमा धेरै नाफा खाने भनी थोक व्यापारीहरुलाई नियन्त्रण गर्ने नाममा न्यूनतम आय भएका तल्लो तहका उद्यमीहरु, कर्मचारीतन्त्र र नियमनका पिडित हुनु उदेक लाग्दो कुरा हो ।

त्यसैले यहाँ गरिएको सर्वेक्षण र प्रस्तुत बिश्लेषणका आधारमा हामी निम्नलिखित सुझावहरु दिन चाहन्छौं :

१) किराना पसलहरु के हुन् ?

नियमन व्यवस्थामा समस्या आउनुका प्रमुख कारणहरुमध्ये एउटा प्रमुख समस्या भनेको वास्तवमा किराना पसलको प्रष्ट र एकरुपमा परिभाषित नै गरिएको छैन । त्यसैले किराना पसलको लागि गरिने कुनै पनि सुधारको काम यसको प्रष्ट परिभाषाबाट शुरु हुन आवश्यक छ ।

२) कहाँ दर्ता गर्ने ?

सुधारको दोश्रो पाईला स्वरुप किराना पसलहरुको दर्ताका लागि एकमात्र निकाय तोकिनु आवश्यक छ । यस्ता पसलहरु विभिन्न निकायमा दर्ता गरिनुपर्ने अवस्थाका कारण एक वा केही निकायमा दर्ता गर्दा पनि ती पसलहरु पूर्ण रुपमा औपचारिक भएनन् । यस्तो निकाय किराना पसलहरुको सजिलो पहुँचमा हुनेगरी विकेन्द्रिकृत हुनुपर्छ । अन्य कुनै सरकारी निकाय जसले यस सम्बन्धी तथ्याङ्क चाहन्छ, उक्त निकायले यसै एक निकायको सुचना प्रणालीबाट सजिलै यो जानकारी पाउन सक्ने व्यवस्था हुनु जरुरी पर्छ । नेपालमा, अहिलेको सरकारी संरचना अन्तर्गत, शहरी क्षेत्रमा नगरपालिका र ग्रामिण क्षेत्रमा गाउँ विकास समिति नै सबभन्दा उपयुक्त विकल्प हुन सक्छ । जब एउटा मात्र निश्चित निकायमा मात्र दर्ता गर्ने प्रणालीको विकास हुन्छ, त्यस्ता उद्यमहरुलाई कानूनी आवश्यकताहरु बुझ्न र पालना गर्न पनि सजिलो हुन्छ । यसले उनीहरुलाई औपचारिक बनाउँछ र औपचारिक उद्यमीले पाउने सुविधा लिन पनि सजिलो हुन्छ ।

३) कति कर तिर्ने ?

अहिलेको कर प्रणाली आँफैमा विवादास्पद छ । अघिल्लो भागमा बयान गरिएअनुसार अहिलेको आयकरसम्बन्धी नियम अनुसार किराना पसलहरु पनि करको दायरामा नपर्नु पर्ने हो भने अर्को नियमनका अनुसार उनीहरुले अहिले ३.५ प्रतिशत आयकर तिरिरहेका छन् । यस सर्वेक्षणको समयमा, धेरै पसलेहरुले कर प्रणालीलाई सामान्य बनाईएको खण्डमा करका नियमहरु पालना गर्न ईच्छुक रहेको बताए । त्यसैले कर प्रणालीलाई सामान्य बनाएर सबै किराना पसलेहरुले सामान्य रुपमा वार्षिक आयको १ प्रतिशत कर तिर्नुपर्ने व्यवस्था गर्न आवश्यक छ । यसले करको दायरा पनि बढाउँछ र किराना पसलेहरुलाई पनि कानुनी रुपमा सञ्चालन गर्न मद्दत पुऱ्याउँछ । खुद्रा व्यापारी संघमार्फत यसको कार्यान्वयन गरियो र कर प्रणाली पनि सामान्य भयो भने अहिलेजस्तो कर प्रणाली जटिल भएको अवस्थामा

मध्यस्थकर्ता वा वकिलहरुको प्रयोग विना नै कर तिर्न सकिने अवस्था आँउछ । यसले उनीहरुको वृद्धिको सम्भावना पनि बढाउँछ ।

४) कुन मापदण्डहरु मान्ने ?

हामीले सर्वेक्षणको क्रममा भेटेका किराना पसलधनीहरुले मापदण्डहरु सही हुँदा ती मापदण्डहरु मान्न तयार रहेको बताए । कहिले किराना पसल नचलाएका सरकारी कर्मचारीहरुले किराना पसलहरुको बारेमा मापदण्ड बनाउँदा यस सम्बन्धी उहाँहरुसँग सम्पूर्ण जानकारी भएर सही मापदण्ड बनेको भन्न सकिने अवस्था रहँदैन । त्यसैले खुद्रा व्यापार संघले बरु यस्ता मापदण्डहरु बनाई यसलाई मान्ने किराना पसलहरुलाई प्रमाणपत्र दिन सक्छ । यसले ग्राहकहरुलाई पनि उनीहरुले किनेको सामानको गुणस्तरको बारेमा पनि थाहा हुने र कर्मचारीहरुले बनाएका अनियमित मापदण्डहरु नमानेको भनी दण्डित हुनुपर्ने अवस्थाबाट पनि छुट्कारा प्रदान गर्छ ।

५) वृद्धिका लागि लगानी कहाँबाट ल्याउने ?

किराना पसलहरुको लागि एक प्राथमिक मुद्दा भनेको वृद्धिका लागि वित्तिय सुविधामाथिको पहुँच हो । यो समस्या सम्बोधन गर्नका लागि गर्नुपर्ने एउटा काम भनेको किराना पसलहरुको पनि बिमा हुने किसिमको नियमन सहजीकरण गर्नु हो । सहकारी मोडल समस्या समाधानको घुमाउरो उपाए हो । तरपनि, यदि बिमाको लागि नियमनलाई खुकुलो पारियो भने, यस क्षेत्रसँग सम्बन्धित जोखिमलाई न्युनिकरण गर्न सकिन्छ । यसले वाणिज्य बैंकहरुलाई यो क्षेत्रमा छिर्न र धितोको आधारमा मात्र नभई व्यापार योजनाका आधारमा पनि ऋण दिन बाटो खुल्छ । यसका लागि साना उद्यमीलाई ऋण दिईनुपर्ने अहिलेको डाइरेक्टिभ लेन्डिङ्को नियमनलाई सच्याईनु पर्छ जसले वास्तविक उद्यमीहरुलाई भन्दा लघु वित्तिय संस्थाहरुलाई फाईदा पुऱ्याएको छ ।

६) कसरी बाहिरिने ?

व्यापार बन्द गरी बजारबाट बाहिरिने नियमलाई सरलिकरण गरिनु आवश्यक छ । किराना पसलहरुसँग थोरै लगानी र सम्पत्ति हुने हुनाले व्यवसाय असफल हुँदा टाट पल्टेको घोषणा गर्ने र सजिलै बाहिरिने विकल्प दिईनुपर्छ । यसले गर्दा डुबेको व्यवसायबाट उभ्रेर अर्थतन्त्रका अन्य उत्पादनशील क्षेत्रमा लगानीका लागि स्रोत साधन प्रयोग गर्ने बाटो खुल्छ । यसका लागि नेपालमा व्यापारबाट बाहिरिने सम्बन्धी विद्यमान नियमन मै आमूल परिवर्तन गरिनु आवश्यक छ ।

सन्दर्भ सामग्रीहरु

Ayyagari, M., A. Demirgüç-Kunt, and V. Maksimovic. (2012). Who Creates Jobs in Developing Countries? The World Bank: Washington, D.C

Becker, K. F. (2004). The Informal Economy. Fact finding study. Sida. Retrieved from http://www.sida.se/publications

Dalberg (2011). Report on Support to SME's in Developing Countries through Financial Intermediaries. Dalberg Global Development Advisor. Retrieved from http://fspblog.finfindeasy.co.za/wp-content/uploads/Dalberg-SME-support-via-FIs-report-11-20111.pdf

de la Torre, A., Martínez Pería, M., and Schmukler, S. (2010). Bank Involvement with SMEs: Beyond Relationship Lending . The World Bank: Washington, D.C.

De Soto, H. (1992). Marktwirtschaft von unten. Die unsichtbare Revolution in Entwicklungsländern, Orell Füssli, Zürich, Köln

Dobryninas and Zilinskiene .(n.d). Corruption and Business in Lithuania from Small and Medium Enterprises Perspective, Working Paper, 10th International anti-corruption campaign, Retrieved from http://www.10iacc.org/content.phtml?documents=107&art=156&c=la

Eshetu, T. Ketama, M. Kassa, B. (2013). Economic Impact of Support Service Program on Micro and Small Enterprises : The Case of Dire Dawa Administration, Ethiopia. Agris on-line Papers in Economics and Informatics, vol.5. no.1, pp. 21-29.

European Economic Chamber.(n.d) . Chapter Three: Overview of Nepalese Small and Medium Enterprises. European Economic Chamber. Retrieved from http:// www.eec-nepal.org.np

European Union. (2003). Definition of micro, small and medium-sized enterprises. Summaries of EU legislations, EU, retrieved from http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_en.htm

Gaush, L. & Hahn, R., Feb (1999). The Costs and Benefits of Regulation: Implications for Developing Countries. The World Bank Research Observer, Vol. 14, No. 1 (Feb.1999). 137-158, Oxford University Press.

Gereffi, G. (1999). International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain, Journal of International Economics, Vol. 48, pp. 37–70.

Gwartney, J. Lawson, R. and Hall, J. (2013). Economic Freedom of the World: 2013 Annual Report. Fraser Institute. Retrieved from http://www.fraserinstitute.org

Harvie, C., Oum, S. Narjoko, D.A. (2010). Small and Medium Enterprises (SMEs) Access to Finance in Selected East Asian Economies. ERIA Research Project Report 2010, no. 14, retrieved from http://www.eria.org/publications/research_project_reports/images/pdf/y2010/no14/All_Files.pdf

IFC. (2007). Designing a Tax System for Micro and Small Businesses: Guide for Practitioners. IFC: Washington, D.C

ILO. (2005). A Report on Micro and Small Enterprise Policy Review in Nepal. International Labour Organisation. Retrieved from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@asia/@ro-bangkok/@ilo-kathmandu/documents/publication/wcms_116688.pdf

Industrial Enterprise Act 1992. Government of Nepal.

Ishengoma, E. K. and Kappel, R. (2006). Economic Growth and Poverty: Does Formalisation of Informal Enterprises Matter?GIGA Research Program: Transformation in the Process of Globalisation, Working Paper April 2006, retrieved from http://mpra.ub.uni-muenchen.de/1456/1/MPRA_paper_1456.pdf

Ishengoma, E.K and Kappel, R. (2011). Business Environment and Growth Potential of Micro and Small Manufacturing Enterprises in Uganda. African Development Review, vol. 23, no. 3, pp. 352-365.

Jaeckle, A. E., Li, C. A. (2003). Firms Dynamics and Institutional Participation: A case study On informality of Micro-Enterprises in Peru, Working Paper, University of Essex.

Johnson, S., Kaufmann, D., Shleifer, A., Goldman, M.I., Weitzman, M.L. (1997). The Unofficial Economy in Transition. Brookings Papers on Economic Activity, Vol. 1997, No. 2, pp. 159-239. Brookings Institution:Washington, D.C

Levenson, A. R., Maloney, W. F. (1998). The Informal Sector, Firm Dynamics and Institutional Participation. The World Bank:Washington, D.C

Loayza, N. V. (1997). The Economics of the Informal Sector: A Simple Model and Some Empirical Evidence from Latin America. The World Bank: Washington, D.C.

Mbugua, J. K. Mbugua, S.N. Wangoi,N. Ogada,J.O Kariuki, J.N. (2013). Factors Affecting Growth of Micro and Small Enterprises : A case of Tailoring and Dressmaking Enterprises in Eldoret. International Journal of Business and Social Sciences. Retrieved from http://www.techrepublic.com/resource-library/whitepapers/factors-affecting-the-growth-of-micro-and-small-enterprises-a-case-of-tailoring-and-dressmaking-enterprises-in-eldoret/

McPherson, Michael A. (1996). Growth of micro and small enterprises in Southern Africa. Journal of Development Economics 48:253-277.

Nepal Rastriya Bank (July, 2012). The share of Kathmandu Valley in the National Economy, Survey Report. Kathmandu, Nepal.

Morrisson, C. (1995). What Institutional Framework for the Informal Sector?, OECD Development Centre, Policy Brief No. 10, OECD.

Nichter, S. & Goldmark, L. (November, 2005). Understanding micro and small enterprise growth, Report:36. United States Agency for International Development (USAID): Washington, D.C.

Nofsinger and Wang (2011). Determinants of start-up firms external financing worldwide. Journal of Banking and Finance, vol. 35, issue 9, 2282-2294.

Norris, E. & Inchauste, G. (2008). Informality and Regulations: What Drives the Growth of Firms? IMF Staff Papers, Vol. 55, No. 1 (2008), 50-82.

OECD .(2006). Removing Barriers to Formalisation. Promoting Pro-Poor Growth: Private Sector Development. OECD, 27-35.

OECD. (2011). Competitiveness and Private Sector Development, Republic of Moldova 2011: Fostering SME Development, Competitiveness and Private Sector Development. OECD. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1787/9789264112285-en

Okpar, J.O. (2001). Factors constraining the growth and survival of SMEs in Nigeria : Implication for poverty alleviation. Management Research Review, Vol. 34 Iss: 2, pp.156 - 171

Reinikka, R. and J. Svensson. (2001). Confronting Competition: Investment, Profit and Risk, in R. Reinikka and P. Collier (eds.), Uganda's Recovery: The Role of Farms, Firms, and Government. World Bank:Washington, DC.

Safavian, M.S., Graham, D.H., Gonzalez-Vega, C. (n.d.). The Legal and Regulatory Environment for Micro and Small Enterprises in Russia: Survey Evidence from Samara. Economics and Sociology. Occasional Paper No. 2566. FINCA International-Ohio State University Project on the Legal and Regulatory Framework for Microfinance in Russia.

Samriddhi Foundation & FNCCI (2013). The Economic Hazard of Bandh in Nepal. Retrieved from livablenepal.org

Shrestha, S. M. (2009). State of Microfinance in Nepal. Retrieved from http://www.rmdcnepal.com/form/state_of_microfinance_in_nepal_2011.pdf

Stokes, D and Wilson, N. (2010). Small Business Management and Entrepreneurship, 6th Edn. United Kingdom.

The Government of Japan (2013). Small and Medium Enterprise Agency, The Government of Japan, Retrieved from http://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/outline/08/01_01.html

Tokman, V. E. (2001). Integrating the Informal Sector into the Modernisation Process, SAIS Review, Vol. 21, No. 1, pp. 45-60

Transparency International. (2013). Corruption Perception Index (2012). Transparency International. Retrieved from http://www.transparency.org/country#NPL

UNCTAD. (2001). Growing Micro and Small Enterprises in LDC's. UNCTAD. Retrieved from http://unctad.org/en/docs/poitetebd5.en.pdf

UNIOD and UNODC.(2012). Corruption prevention to foster small and medium sized enterprises volume II. UNIOD and UNODC . Retrieved from http://www.unodc.org/documents/corruption/Publications/2012/Corruption_prevention_to_foster_small_and_medium_size_enterprise_development_Vol_2.pdf

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन एक परिचय

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन एक स्वतन्त्र, गैर राजनीतिक, नाफा वितरण नगर्ने शैक्षिक तथा अनुसन्धानमूलक संस्था हो । काठमाँडौस्थित यस फाउण्डेशनले सार्वजनिक नीतिहरुमा सन् २००८ देखि अध्ययन तथा अनुसन्धान गर्दै आइरहेको छ ।

लोकतान्त्रिक मूल्य तथा मान्यता प्रर्वद्धन र नेपालको आर्थिक वृद्धिका विषयमा सक्रिय भएर काम गर्दै आएको यस संस्थाले अर्थ-राजनीतिक सन्दर्भका निम्न चार विषयहरुमा अनुसन्धान तथा प्रकाशन, शिक्षण तथा तालिम लगायत बहस, पैरवी र सार्वजनिक सहभागिताका कार्यक्रमहरु संचालन गर्दछ :

१) उद्यमशीलता विकास

२) व्यवसायिक वातावरणमा सुधार

३) आर्थिक नीति सुधार

४) लोकतन्त्रका विषयमा छलफल तथा बहस

यस संस्थाले आर्थिक समृद्धि संभव बनाउने एक महत्वपूर्ण यन्त्रका रुपमा उद्यमशीलतालाई पहिचान गर्छ । तसर्थ, उद्यमशीलता लगायत माथि उल्लेखित अन्य विषयहरुमा हाते पुस्तक, विभिन्न पाकेटबुक, छलफल पत्रहरु, लेखहरु, सम्बद्ध नीतिहरुको विश्लेषण र उक्त विषलेषणमा आधारित नीति पत्रहरु लगायतका प्रकाशनहरु समृद्धि फाउण्डेशनले निकाल्ने गर्दछ । त्यसै गरी आर्थिक वृद्धिका क्षेत्रमा सन् २०११ मा नेपालको आर्थिक वृद्धि र निजी क्षेत्र तथा सन् २०१२ मा नेपालको आर्थिक वृद्धिका प्रमुख चुनौतीहरुमा केन्द्रित रहेर विभिन्न विज्ञहरुद्वारा विश्लेषण गरी लेखिएका लेखहरुको संग्रहको वार्षिक रुपमा यस संस्थाले प्रकाशन गर्दछ ।

यस बाहेक समृद्धि फाउण्डेशनले नेपालको आर्थिक वृद्धिका विभिन्न पक्षरुमा पनि क्षेत्रगत अध्ययन तथा अनुसन्धान गर्दछ । हरेक वर्ष आर्थिक विकास तथा व्यवसायहरु सम्बन्धी तथ्याङ्कहरु पनि सार्वजनिक गर्ने काम यस संस्थाले गर्दै आइरहेको छ । क्यानडाको फ्रेजर इन्सिटयुटले वार्षिक रुपमा प्रकाशन गर्ने आर्थिक स्वतन्त्रताको विश्व प्रतिवेदन तथा वासिङटनस्थित प्रपर्टी राइट अलायन्सले प्रकाशन गर्ने अन्तराष्ट्रिय सम्पत्तिको अधिकार सम्बन्धी सूचाङ्क तथा अन्य सान्दर्भिक प्रतिवेदन, लेख तथा तथ्याङ्कहरु वार्षिक रुपमा समृद्धि फाउण्डेशनले नेपालमा सार्वजनिक गर्दै आएको छ ।

यी बाहेक सन् २००८ देखि संचालन भईरहेको अर्थतन्त्र तथा उद्यमशीलता सम्बन्धी पाँच दिने आवासीय विद्यालय “अर्थालय”, सफल उद्यमीहरुको सफलताको यात्राको बारे सुन्दै उनीहरुको अनुभवबाट सिक्ने मौका प्रदान गर्ने

मासिक कार्यक्रम “उद्यमीसँग महिनाको अन्तिम बिहिबार”, वार्षिक रुपमा यस संस्थाले तयार पार्ने “नेपाल आर्थिक विकास एजेण्डा” आदि यस संस्थाका केही महत्वपूर्ण र परिचित कार्यक्रमहरु हुन् । यसका साथै समृद्धि फाउण्डेशनले “गरी खान देऊ” जस्तो अत्यन्त सफल राष्ट्रिय अभियानको सचिवालय पनि संचालन गर्दछ। विधिको शासन,जीउ धनको सुरक्षा र आफूले रोजेको उद्यम व्यवसायमा स्वतन्त्रतापूर्वक लाग्न पाउने तीन अवस्थालाई गरी खान पाउने देशको पूर्वावस्था मानी यस अभियानले व्यवसायीक वातावरण सुधार गर्नतर्फ जोड दिन्छ।

थप जानकारीका लागि:

समृद्धि, द प्रोस्पेरिटी फाउण्डेशन

४१६, भीमसेनगोला मार्ग, मीनभवन, खरिबोट

पोस्ट बक्स नं. : ८९७३, एन. पि. सी. ६७८

काठमाडौं, नेपाल

फोन : (+९७७ १) ४४६ ४६१६/४४८ ४०१६

फ्याक्स: (+९७७ १) ४४८ ५३९१

इमेल: info@samriddhi.org

वेबसाइ: www.samriddhi.org