

सिन्धुली सडक खण्ड व्यावसायिक कृषि प्रवर्द्धन आयोजना (SRC-CAP)

कृषिप्रसारकर्ताका लागि

व्यावसायिक कृषि प्रवर्द्धन(CAP)

पद्धति पुस्तिका



बजारमुखि तरकारी खेतीका
लागि कृषिप्रसार मार्गदर्शन



कृषि तथा पशुपन्थी विकास मन्त्रालय / जापान अन्तराष्ट्रिय सहयोग नियोग

पृष्ठभूमि

काठमाडौं उपत्यका र तराई जोडने सिन्धुली सङ्क सरकारको अनुदान सहयोगमा निर्माण भएको थियो । सिन्धुली सङ्कको उद्घाटनपछि अपेक्षित परिवर्तनको तयारीका लागि सन २०११ अप्रिलदेखि २०१४ मार्चसम्म नेपाल सरकारद्वारा जाइकाको प्राविधिक सहयोगमा सिन्धुली सङ्क खण्डमा उच्च मूल्य भएका कृषिवस्तुको प्रसार र प्रवर्द्धनका लागि मास्टर प्लान आयोजना (SRCAMP) आरम्भ गरिएको थियो र प्राथामिकतामा परेका अन्य आयोजना लागु गर्ने मास्टर प्लान र कार्ययोजनाको मसौदा तयार भएको थियो ।

नेपाल सरकारको अनुरोधमा, जापान अन्तर्राष्ट्रिय सहयोग नियोग (JICA) ले तत्कालीन कृषि विभाग (DOA) र कृषि मन्त्रालय (MOAD) लाई आयोजनाको लागि प्राविधिक सहयोग गरेको थियो । जसको उद्देश्य सिन्धुली सङ्क खण्ड व्यावसायिक कृषि प्रवर्द्धन आयोजनाको रूपमा सिन्धुली सङ्क वरपर उच्च मूल्य भएका कृषिवस्तुको मूल्य शृङ्खला विकास गरी कृषकहरूको कृषि आमदानीमा वृद्धि गर्नु रहेको छ । आयोजनाले प्रभावकारी बजारमुखी कृषिप्रसार पद्धति विकास गरेको छ, जसलाई CAP पद्धतिका रूपमा नामाङ्कन गरिएको छ ।

CAP ले कृषकहरूको व्यवहार र बानीमा परिवर्तन ल्याउने लक्ष्य लिएको छ, जसकारण उनीहरूले आफ्नै पहलमा खेतीलाई व्यवसायका रूपमा व्यवस्थापन गर्न सक्छन् । धैरै कृषकहरूले पहिले आफ्नो बाली उत्पादन गर्नु, र बाली काट्ने समय नजिक आउँदा आफ्नो उत्पादनको लागि व्यापारी खोज हतार गर्नु । फलस्वरूप, उनीहरू आफ्नो उत्पादन बढी मूल्यमा बेच्न सक्षम हुँदैनन् । CAP ले कृषकहरूलाई बजारमा जान, सिधै व्यापारीसँग कुराकानी गरेर बजारको मागबारे सूचना सङ्कलन गर्न तथा नयाँ सूचना प्राप्त गर्न व्यापारीसँग सम्पर्कमा रहिरहन अनुरोध गर्दै । यसले उत्पादनपछि बिक्रीबाट “बेच्नका लागि उत्पादन” भन्ने व्यवहार र सोचमा परिवर्तन ल्याउँछ । कृषकहरूमा यस्तो परिवर्तन ल्याउन CAP ले अफ्रिकामा जाइकाले विकास गरेको सेप (SHEP) पद्धतिलाई नेपालको परिस्थिति अनुसार अवलम्बन गरेको छ ।

¹JICA (2018) *SHEP Handbook for Extension Staff: Practical Guide to the Implementation of the SHEP Approach*, Japan International Cooperation Agency, Tokyo
https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/shep/index.html



Preface

We are very glad to present the Operational Guidelines of the Commercial Agriculture Promotion (CAP) Approach. This is an output of the “Sindhuli Road Corridor Commercial Agriculture Project (SRC-CAP)”, which has been implemented for five years between 2014 and 2020 by the Ministry of Agriculture and Livestock Development (MOALD) through the Department of Agriculture (DOA) with the technical and financial assistance from the Japan International Cooperation Agency (JICA).

SRC-CAP aimed at facilitating smallholder farmers to shift their mind-set and behavior from “Grow and Sell” to “Grow to Sell”, in order for them to increase their agriculture income by undertaking market-oriented agriculture. To this end, the project enhanced the knowledge and skills in vegetable farming and marketing of the target farmers and officials and staff of the three tiers of government of Nepal, by adapting the SHEP Approach of JICA into the reality of the target farmers.

The Operational Guidelines consist of the following three volumes. First, “The CAP Approach Handbook for Extension Staff” explains the concept behind as well as the procedure to facilitate farmer groups to carry out a series of the CAP Approach activities. This volume is targeting the extension staff of the local governments and other organizations, which are involved in providing agricultural extension services to farmer groups.

Secondly, “The Manual for Training to Extension Staff to Promote the CAP Approach” provides the concept behind as well the procedure to conduct a series of training on the CAP Approach. This volume is targeting to the officials and staff from Ministry of Land Management, Agriculture and Cooperatives (MOLMAC); Agriculture Development Directorate (ADD) and other organizations of the provincial governments, providing technical backstopping to extension staff.

Finally, “The CAP Approach Guidelines for Local, Provincial and Federal Governments” explains to decision makers and officials of the three tiers of governments of Nepal, about the concept behind as well as the procedure to apply the CAP Approach within their own jurisdictions in view of the promotion of market-oriented agriculture to smallholder farmers.

These three volumes were produced based on the experiences and lessons learnt through the implementation of SRC-CAP, with inputs from DOA, MOLMAC and ADD of Province 3, the 10 Local Governments of Dhulikhel, Namobuddha, Roshi, Temal, Melung, Khandadevi, Sunapati, Sunkoshi, Golanjor, Kamalamai, and the JICA Project Team for SRC-CAP.

In conclusion, I would like to express my sincere congratulations and appreciation to all the stakeholders from the institutions mentioned above for achieving the project objective and for producing this set of Operational Guidelines. I also extend my cordial thanks to JICA for its cooperation in the implementation of this important project. Even after the completion of SRC-CAP, all stakeholders will coordinate and collaborate to promote market-oriented agriculture to our smallholder farmers by referring to the Operational Guidelines. I hope that as many stakeholders and farmers as possible have opportunities to touch and apply this precious CAP Approach.

February 2020, Kathmandu



Ms. Niru Dahal Pandey
Director General, Department of Agriculture
(DOA)

विषयवस्तुको सूची

1.	CAP पद्धतिको अवधारणा	7
1.1	CAP पद्धतिका दुई स्तम्भ	7
1.2	CAP पद्धतिका चार मुख्य चरणहरू	10
1.3	CAP पद्धतिमा "लैंगिक समानता र सामाजिक समावेशीकरण"	13
2.	कार्यान्वयनका चरणहरू	14
भाग २. क्रियाकलापहरू		
0.	चरण ०- कृषकसमूह छनोट	17
1.	चरण १- कृषकले CAP पद्धतिको उद्देश्य बुझ्ने	18
1.1	CAP पद्धतिबारे गोष्ठी	18
2.	चरण २- कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	22
2.1	कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी (वैकल्पिक)	22
2.2	कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण	24
2.3	कृषक आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी (वैकल्पिक)	29
2.4	सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण	30
2.5	अवलोकन भ्रमण	35
3.	चरण ३- कृषकले निर्णय लिने	38
3.1	कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण र श्रोतपरिचालन)	38
4.	चरण ४-कृषकले सीप आर्जन गर्ने	44
4.1	स्थलगत तालिम	44
5.	अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	46
भाग ३. अनुभवहरू		
1.	CAP पद्धतिका फाइदाहरू	51
2.	CAP पद्धतिका क्रियाकलापको छनोट	53
2.1	सम्पूर्ण प्याकेज	53
2.2	न्यूनतम प्याकेज	54
2.3	मेलुड क्याप (Melung CAP) मा CAP पद्धतिको परिमार्जन	55
2.4	प्रत्येक क्रियाकलापका लागि अनुमानित लागत	55
2.5	५० % लागत बाँडफाँड नियममा आधारित आर्थिक सहयोग	60

2.6 फिल्ड सहजकर्ताहरू	61
भाग ४. कृषि प्रसार सामाग्रीहरु	
1.1 कृषक समुहको उत्पादन जानकारीको ढाँचा.....	66
1.2 बजार सर्वेक्षणकोको ढाँचा.....	67
1.3 आधारभूत र अन्तिम सर्वेक्षणको ढाँचा	68
1.4 बाली छनौटको ढाँचा (कार्य योजना निर्माण)	70
1.5 बाली छनौटमा मत दिने ढाँचा (कार्य योजना निर्माण)	71
1.6 बाली पात्रोको ढाँचा	72
1.7 राजनको चित्रकथा (Kami-shibai).....	73
1.8 रूपाको चित्रकथा (Kami-shibai)	90
1.9 मल बनाउने	96
1.10 नर्सरी बनाउने र बेर्ना सार्ने	98
1.11 बाली संरक्षण.....	102
1.12 पोष्टहार्भेट व्यवस्थापन र बजारीकरण	127
अनुसूची	129

भाग ०. उद्देश्य

“भाग ०.उद्देश्य”ले कृषिप्रसारकर्ताका लागि पुस्तिकाको उद्देश्य र अन्य CAP पद्धतिका सञ्चालन निर्देशिकाका २ खण्डसँग यसको सम्बन्ध बारे बर्णन गर्दछ ।

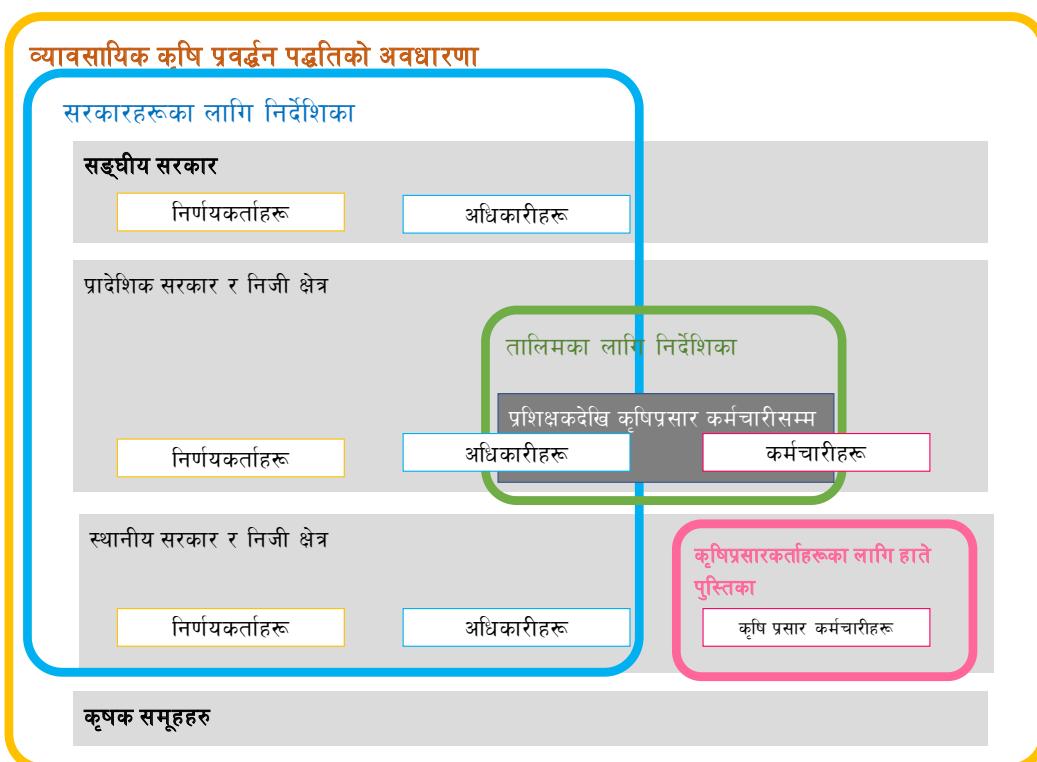
यस पुस्तिकाको उद्देश्य CAP पद्धतिद्वारा बजार मुखि कृषिलाई प्रवर्द्धन गरि स्थानिय सरकारमा रहेका कृषिप्रसारकर्ता र नेपालमा कृषक समुहमा काम गर्ने अन्य संस्थालाई कृषिप्रसार सेवामा मार्गदर्शन प्रदान गर्नु हो ।

CAP पद्धति सञ्चालन गर्नका निम्नित यस पुस्तिकालाई एकल रूपमा प्रयोग गर्न सकिँदैन र CAP पद्धतिका सञ्चालन निर्देशिकाहरुको ३ खण्डहरू (कृषिप्रसारकर्ताका लागि पुस्तिका, कृषिप्रसारकर्ताका लागि तालिम निर्देशिका र स्थानिय प्रदेश र सङ्घीय सरकारकालागि निर्देशिका)को एक भागको रूपमा लिनु उपयुक्त हुन्छ । तल दिईएको तालिका र चित्रमा सञ्चालन निर्देशिकाका प्रत्येक खण्डमा लक्षित प्रयोगकर्ताको वर्णन गरिएको छ ।

सञ्चालन निर्देशिकाका इवटा खण्डका मुख्य लक्षित प्रयोगकर्ताहरू

सञ्चालन निर्देशिकाका खण्डहरू	मुख्य लक्षित प्रयोगकर्ताहरू	सम्बन्धित संस्थाहरू
कृषिप्रसारकर्ता लागि पुस्तिका	कृषिप्रसारकर्ताहरू	<ul style="list-style-type: none"> स्थानीय सरकार निजीक्षेत्र (फार्महरू, अन्तर्राष्ट्रिय तथा स्थानीय गैरसरकारी संस्थाहरू)
कृषिप्रसारकर्ताहरूका लागि तालिम निर्देशिका	कृषिप्रसारकर्तालाई तालिम दिने व्यक्तिहरू	<ul style="list-style-type: none"> प्रदेश सरकार निजीक्षेत्र (फार्महरू, अन्तर्राष्ट्रिय तथा स्थानीय गैरसरकारी संस्थाहरू)
सरकारहरूका लागि निर्देशिका	निर्णयकर्ताहरू, योजना तथा बजेट निर्माण गर्ने अधिकारीहरू	<ul style="list-style-type: none"> स्थानीय, प्रदेश र सङ्घीय सरकारहरू

Source:CAP



Source: SRC-CAP

भाग १. अवधारणा

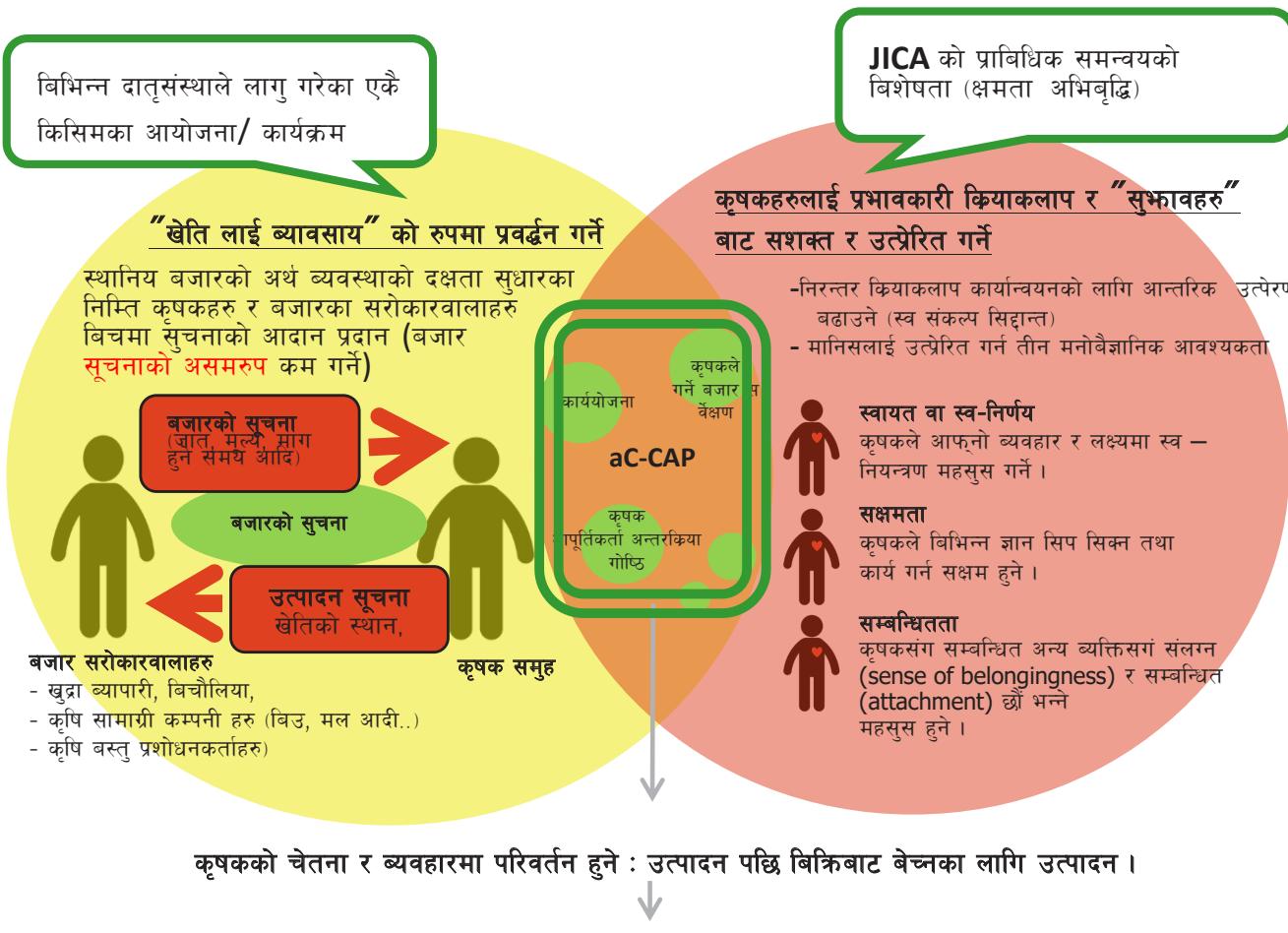
“भाग १. अवधारणा”ले **CAP**-पद्धतिका मुख्य अवधारणाका साथै यसको पृष्ठभूमि, फाइदाहरू र कृषक स्तरमा देखिएका वास्तविक असर र प्रभावलाई वर्णन गर्दछ ।

1. CAP पद्धतिको अवधारणा

1.1 CAP पद्धतिका दुई स्तम्भ

दुई स्तम्भ पद्धतिको मेरुदण्ड

CAP-पद्धतिले सेप (SHEP) पद्धति अवलम्बन गरी साना कृषकहरूलाई सशक्त पाई उनीहरूको आफै प्रयासमा बजारमुखी तरकारी खेती गर्ने लक्ष्य लिएको छ। यसले कृषकहरूलाई आवश्यक बजारीकण र उत्पादन सम्बन्धी सीप प्रदान गरी दिगो रूपमा खेतीलाई व्यवसायको रूपमा स्थापना गर्न उनीहरूको क्षमता विकास गर्ने प्रयास गर्दछ। यस प्रक्रियामा, कृषकहरूको स्वायत्त प्रेरणालाई समर्थन गर्ने विशेष जोड दिइन्छ, किनभने CAP पद्धतिको परिकल्पना बमोजिम कृषकहरूको आत्मनिर्भरता र दिगो परिणामको लागि महत्वपूर्ण कारक तत्व हो। तल रहेको रेखाचित्रले CAP पद्धतिमा आधारित यी दुई स्तम्भलाई चित्रण गर्दछ जसले दुबै कुराहरू "खेतीलाई व्यवसायको रूपमा स्थापना गर्ने" र "कृषकलाई सशक्तीकरण र उत्प्रेरित गर्ने" लाई सम्बोधन गर्दछ। CAP का मेरुदण्डका रूपमा रहेका यी दुबै स्तम्भ, अर्थशास्त्रको एक सिद्धान्त "बजारको असम रूप(फरकपना)को सूचना" र अर्को मनोवैज्ञानिक सिद्धान्त "स्व-संकल्प सिद्धान्त" अनुसार शैक्षिक पाठ्यक्रम र अनुसन्धानमा आधारित छन्।



CAP पद्धतिका दुई स्तम्भ

Source: JICA 2018 edited by CAP

अर्थशास्त्रको सिद्धान्त : बजारको असम रूपको सूचना

बायाँतर्फको गोलाकारले CAP पद्धतिको मुख्य रणनीतिको रूपमा उत्पादनमुखी कृषिका विपरीत बजारमुखी कृषिलाई चित्रण गरेको छ। CAP पद्धतिले सूचनाको विषम रूप अर्थात् साना कृषक र बजारका सरोकारवाला जस्तै तरकारी विक्रेता, आपूर्तिकर्ता र वित्तीय संस्थाबिचको सूचनाको असन्तुलनमा विश्वास गर्दै जुन असक्षम स्थानीय अर्थव्यवस्थाको बलियो कारक हो। यसबाट साना कृषकहरू बढी मर्कामा परिराखेका हुन्छन्। सन २००१ मा अर्थशास्त्रमा नोबेल पुरस्कार विजेता George Akerlof, Michael Spence, र Joseph E. Stiglitz द्वारा प्रस्तावित "बजारको विषम रूपको सूचना (Market with asymmetric information)" भनिने अर्थशास्त्रको सिद्धान्तले यो अवस्थालाई वर्णन गर्दछ। यस सिद्धान्तले सूचनाको असम रूप कम गर्नु भनेको लेनदेनमा शक्तिको असन्तुलनलाई परिमार्जन गर्नु र स्थानीय अर्थव्यवस्थालाई जीवन्त र दक्ष बनाउनु हो भन्ने कुराको तर्क गर्दै। यस बुझाइमा आधारित भएर CAP पद्धतिले विभिन्न माध्यम जस्तै बजार सर्वेक्षण कसरी गर्ने र बजारका सरोकारवालासँग व्यावसायिक सम्बन्ध कसरी स्थापना गर्ने भन्ने जानकारी गराई कृषकहरू र उनीहरूका व्यापारीक सहयोगीबिच सूचनाको कमीलाई पुरा गर्न सहयोग गर्दै (परिच्छेद १)।

परिच्छेद १: CAP पद्धतिद्वारा सूचनाको असम रूप घटाउने।



सूचनाको असम रूपबाट आउने समस्याहरू :

- व्यापार अर्थात् उत्पादनको (तरकारी बाली) खरिदबिक्री स्थापना भएको छैन किनभने व्यापारीहरूले उत्पादकहरू र उत्पादनले व्यापारीहरूलाई भेटाउन सकेका छैनन्। उत्पादनले बजारको माग पुरा गर्न सकेको छैन। साथै निश्चित समयमा बालीहरूको आपूर्ति न्यून हुन्छ, आदि।
- मूल्य तलमाथि हुन सक्छ, किनकि कृषकहरूले बजारको मूल्य नबुझेर दिइएको अनुचित मूल्यमा सहमति गर्ने गर्दैन्।
- लेनदेन निरन्तर वा स्थिर छैन किनकि व्यापारी र कृषकहरूले एकअर्कालाई विश्वास गर्ने सक्ने व्यापारिक सञ्जाल स्थापना गर्ने सकेका छैनन्।
- लेनदेन लागत, जस्तै मोलतोल र खोजीको लागत धेरै छ, किनकि स्थिर व्यापार सम्बन्धको अभावमा कृषकहरू र व्यापारीहरूले प्रत्येक पटक आफ्ना व्यापारिक साथी खोज्नुपर्ने हुन्छ।

समाधान: CAP पद्धतिमा संलग्न कृषकको पहलमा बजार सर्वेक्षण, कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी, कृषक आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी जस्ता माध्यमहरू मार्फत।

परिणामहरू: सूचनाको असम रूप कम भएपछि

- कृषकहरूले आफ्नो व्यापारिक सञ्जाल फराकिलो पार्छन् र उनीहरूलाई आफ्नो व्यापारिक साझेदार छनौट गर्न धेरै विकल्पहरू हुन्छन्।
- कृषकहरू र बजारका सरोकारवालाहरूले एकअर्काको अवस्था बुझदछन् र दुवैको फाइदा हुने अवस्थामा काम गर्दैन्।
- कृषकहरूले तरकारी बजारमा प्रवेश गर्न विभिन्न अवसरहरू पत्ता लगाउँछन्।
- कृषकहरू र बजारका सरोकारवालाहरूले निरन्तर व्यापार व्यवसायका लागि विश्वास कायम गर्दैन्।



मनोवैज्ञानिक सिद्धान्त : स्व-संकल्प सिद्धान्त

अमेरिकी मनोवैज्ञानिक, Edward Deci / Richard Ryan ले मानिसलाई उत्प्रेरित गर्न मानव उत्प्रेरणा भनिने "स्व-संकल्प सिद्धान्त (Self-determination Theory)"मा तीन मनोवैज्ञानिक आवश्यकतालाई प्रस्ताव गरेका छन् । यस सिद्धान्तअनुसार मानिसको स्वतन्त्रता, सक्षमता वा सम्बन्धिततामा सहयोग पुगदा ऊ उत्प्रेरित भएको महसुस गर्छ । CAP पद्धतिका सम्बन्धमा, यी ३ मनोवैज्ञानिक आवश्यकतालाई ध्यानमा राख्दै कृषकहरूलाई बजारमुखी कृषितर्फ उत्प्रेरित गर्ने क्रियाकलापको श्रृङ्खला तयार पारिएको छ (परिच्छेद २) । उदाहरणका लागि, कृषकहरूलाई उनीहरू आफैलाई बजार सर्वेक्षण सञ्चालन गर्न निर्देशन दिंदा उनीहरूलाई काममा आफ्नो नियन्त्रण भएको महसुस हुन्छ जसले स्वतन्त्रतालाई सहयोग गर्छ । सफलतापूर्वक बजार सर्वेक्षण सञ्चालन गरेपछि, कृषकहरूले निश्चित काममा ज्ञान र सीप(विज्ञता) हासिल गरेको महसुस गर्नेन् र नयाँ सिप सिक्ने गर्नेन् जसले सक्षमता विकासमा सहयोग गर्छ । अन्तत:, CAP पद्धतिले बजार सर्वेक्षणमा गएका कृषक प्रतिनिधिहरूलाई फर्किएपछि आफ्ना समूहका अन्य सदस्यहरूसँग बजार सर्वेक्षणको नितिजा सुनाउन अनुरोध गर्छ । यस प्रक्रियाका माध्यमबाट कृषकहरूलाई उनीहरू बीचको आपसी सम्बन्ध र संलग्नता महसुस हुन्छ, फलस्वरूप यसले उनीहरूको सम्बन्धितताको मनोवैज्ञानिक आवश्यकतालाई सहयोग गर्छ ।

दिगोपनका लागि दुई आवश्यकताको परिपूर्ति

CAP पद्धतिको सबल पक्ष माथि व्याख्या गरिएका अर्थशास्त्र र मनोवैज्ञानिक सिद्धान्तको आवश्यकतालाई पुरा गर्न यसका सबै क्रियाकलापहरू निर्माण भएका छन् भन्ने तथ्यमा आधारित छ । अर्को शब्दमा CAP पद्धतिले बजारको सूचनाको असम रूपलाई कम गर्नुका साथै कृषकहरूको स्वतन्त्रता, सक्षमता वा सम्बन्धिततालाई चाहिने मनोवैज्ञानिक आवश्यकतामा पनि सहयोग गर्छ । यस दोहोरो उद्देश्यको मध्यस्थिताका कारण, लक्षित कृषकहरूको उत्पादनपछि विक्रीबाट बेचका लागि उत्पादन भन्ने चेतना र व्यवहारमा परिवर्तन भएको महसुस हुन्छ र CAP पद्धतिबारे तालिम प्राप्त गरेपछि उनीहरूले आफ्नै पहलमा कुनै बाह्य सहयोगिना आफ्नो खेती व्यवसायलाई व्यवस्थापन गर्न सक्षम हुन्नेन् । CAP पद्धतिको लक्ष्य सबै कृषकहरूलाई तालिम दिई खेती व्यवसायमा निरन्तरता र परनिर्भरताको अवस्था सिर्जना हुन नदिई उनीहरूको जीविकोपार्जनमा सुधार ल्याउनु हो ।

परिच्छेद २: उत्प्रेरणालाई बढावा दिन ३ मनोवैज्ञानिक आवश्यकता

स्वतन्त्रता वा स्वायत्तता (Autonomy)

स्वतन्त्रताका लागि आवश्यक भनेको एक व्यक्तिको आफ्नै पहलमा काम गर्ने इच्छा हुनु हो, अर्थात् अरूद्धारा नियन्त्रण नहुने इच्छा हो । उदाहरणका लागि मनिसहरू चेस खेलमा प्यादा भन्दा खेलाडी हुन रुचाउँछन् ।

कृषकको स्वतन्त्रताको आवश्यकतालाई सहयोग गर्न उनीहरूलाई आफ्ना कामहरू जस्तै कृषिप्रसारकर्ताको पर्याप्त अभिमुखीकरणपछि बजार सर्वेक्षण गरी बजारबारे जान्न र महसुस गर्न सक्ने अवसरहरू तयार पार्न कृषिप्रसारमा कार्यरत कर्मचारीलाई सल्लाह दिइन्छ । यस्ता प्रत्यक्ष अनुभवहरूले, कृषिप्रसारमा कार्यरत कर्मचारीको साधारण सूचना प्रणालीभन्दा स्वतन्त्रतालाई बढी सहयोग गर्छ । साथै, कृषिप्रसारमा कार्यरत कर्मचारीहरूले भाषा छनौट गर्दा सावधान हुनुपर्छ र कहिले पनि

कृषकहरूलाई कुनै काम गर्न आदेश वा निर्देशन दिनु हुँदैन ।

CAP पद्धतिका क्रियाकलापमा कृषकको संलग्नताका लागि कृषिप्रसारकर्ताले उनीहरूसँग तर्कसङ्गत कुरा गर्न आवश्यक छ ।

कुन काम कसरी गर्ने भनेर रोजाइहरू दिने र काम कसरी

गर्ने भनेर उनीहरूको विचार सुन्नुपर्छ । कृषकको कामप्रति

असन्तुष्टि र आलोचनाको भावनालाई स्वीकार्न जरुरी हुन्छ

किनभने कृषकले उनीहरूको दृष्टिकोणलाई अर्थपूर्ण मानेको

महसुस गर्दछन् । फलस्वरूप, उनीहरूलाई आफ्नै पहलमा काम गरिरहेको छु भन्ने भावनालाई प्रश्न्य मिल्छ ।



सक्षमता (Competence)

सक्षम हुनु भनेको आफ्नो वातावरणमा प्रभावकारी रूपमा अन्तरक्रिया गर्न सक्ने क्षमता हो । हामीले हाम्रो वातावरणमा सफलतापूर्वक प्रभाव पार्न सक्यै भने हामी सक्षम भएको महसुस गर्छौं, जस्तै हामी अग्रिम योजना अनुसार काम गर्न सफल हुँदा, हाम्रो क्षमतामा सुधार हुँदै जाँदा र हाम्रो जिज्ञासा सन्तुष्ट भएको अवस्थामा । कृषकको सक्षमतामा सहयोग गर्न, लक्ष्य प्राप्तिका लागि गरिने कामहरूलाई विभिन्न साना



चरणहरूमा विभाजन गर्न र उनीहरूले आफ्नो कामको प्रभाव महसुस गर्न अल्पकालिन खुड्किलाहरूको संख्या बढाउन जरुरी छ । यसका साथै कृषकहरूले के गरिरहेका छन् भन्ने कुरामा निश्चित हुन जरुरी छ जसले गर्दा उनीहरू आफू कसरी अगाडि बढिरहेका छन् भन्ने कुरा मूल्याङ्कन गर्न उपयोगी ज्ञान प्राप्त गर्दछन् । दुबै कुराबाट प्रत्येक साना लक्ष्य प्राप्त गर्न वा अल्पकालिन खुड्किलाहरू पार गर्न कृषकहरूले के, किन, कहिले र कसरी काम गर्न आवश्यक हुन्छ भन्ने कुरा बुझन यो उपयोगी हुन्छ ।

सम्बन्धितता (Relatedness)

सम्बन्धितता भनेको अन्य व्यक्तिहरूसँग राम्रो सम्बन्ध कायम राख्ने इच्छा हो । काम दिने व्यक्ति र काम लिने व्यक्तिबिचको सम्बन्धले काम गर्ने व्यक्तिको कामप्रतिको प्रेरणामा ठूलो असर पार्दछ । कृषिप्रसारकर्तालाई CAP पद्धतिका क्रियाकलाप गर्ने कृषकहरूले विश्वास गर्नु भनेको सम्बन्धित सहयोगको लागि महत्वपूर्ण कुरा हो । कृषकमा विश्वास कायम गर्न, कृषिप्रसारकर्तालाई CAP पद्धतिमा संलग्नताबारे कृषकहरूको भनाइ ध्यानपूर्वक सुन्न तथा शारीरिक र मनोवैज्ञानिक दुबै रूपमा कृषकका लागि उपलब्ध हुन सल्लाह दिइन्छ जसकारण कृषकहरूले उनीहरूलाई विश्वास गर्न सक्छन् ।



1.2 CAP पद्धतिका चार मुख्य चरणहरू

चार मुख्य चरणहरू

स्व-संकल्प सिद्धान्तअनुरूप CAP पद्धतिले लक्षित कृषकलाई क्षमता विकास तालिमको एक शृङ्खला प्रदान गर्दछ जसमा कृषकको ३ मनोवैज्ञानिक आवश्यकतालाई सहयोग गर्दै र सूचनाको फरकपनालाई कम गरी उनीहरूको उत्प्रेरणामा वृद्धि गरिन्छ । उदाहरणका रूपमा CAP पद्धतिले कृषकहरूलाई विभिन्न तालिमहरू प्रदान गर्दछ । यस प्रक्रियालाई तल चित्रण (तालिका १) गरे बमोजिम "CAP पद्धतिका चार आवश्यक चरण" भनिन्छ ।

यसबाहेक, कृषिप्रसारकर्तालाई गएको सिजनको सिकाइ र अनुभव अर्को सिजनका क्रियाकलापमा उपयोग गर्नका निम्नि कृषक समूहका सदस्यहरूलाई प्रत्येक चरणहरूको पुनरावलोकन गरी सहजीकरण गर्न सिफारिस गरिन्छ ।

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	<ul style="list-style-type: none"> - कार्ययोजना निर्माण (बाली छनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोत परिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	- स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	

चरण १. कृषकहरूले उद्देश्य बुझ्ने

CAP पद्धतिमा लाभान्वित कृषकहरूलाई यसको लक्ष्य र दृष्टिकोण बारे जानकारी दिनु एउटा महत्त्वपूर्ण पहिलो चरणको रूपमा मानिन्छ, किनकि कृषकहरूले तालिम अवधिभर आर्थिक रूपमा व्यावहारिक खेती व्यावसाय सफल पार्न कोसिस गर्दछन्। CAP पद्धतिले कोसिस गरेको लक्ष्य प्राप्त गर्ने कृषकहरू विश्वस्त र सहमत हुन आवश्यक छ। **CAP पद्धतिबारे गोष्ठी** लक्षित कृषकहरूसँग आयोजनको लक्ष्य जानकारी गराउने एउटा निश्चित तरिका हो। यो पुस्तिकाको भाग २ को “१.१ CAP पद्धतिबारे गोष्ठी” मा उल्लेख गरिएको छ।

चरण २. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि

दोस्रो चरण तरकारी खेतीका अवसर र सम्भावनाबाबरे कृषकहरूको चेतना बढाउने कुरासँग सम्बन्धित छ। यो चरण एकदमै महत्त्वपूर्ण छ, किनकि यो चेतनाबिना कृषकहरूलाई अभ राम्रो गर्न तथा उनीहरूको खेती प्रणालीमा परिवर्तन ल्याउन उत्प्रेरित गर्न सम्भव छैन। यस चरणले मुख्यतया कृषकहरूलाई व्यवसायतर्फ र बजारको वास्तविकतासँग संलग्न गराउँछ। दास्रो चरणका क्रियाकलापहरूमा सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण, कृषक आफैले गर्ने बजार सर्वेक्षण, अवलोकन भ्रमण र कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी, (वैकल्पिक क्रियाकलाप रूपमा), कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी (वैकल्पिक क्रियाकलाप रूपमा) समावेश छन्। यस पुस्तिकाको भाग २ को “२.१ कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी(वैकल्पिक क्रियाकलाप)”, “२.२ कृषक आफैले गर्ने बजार सर्वेक्षण”, “२.३ कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी(वैकल्पिक क्रियाकलाप)”, “२.४ सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण, “२.५ अवलोकन भ्रमण” मा उल्लेख गरिएको छ।

चरण ३. कृषकले निर्णय लिने

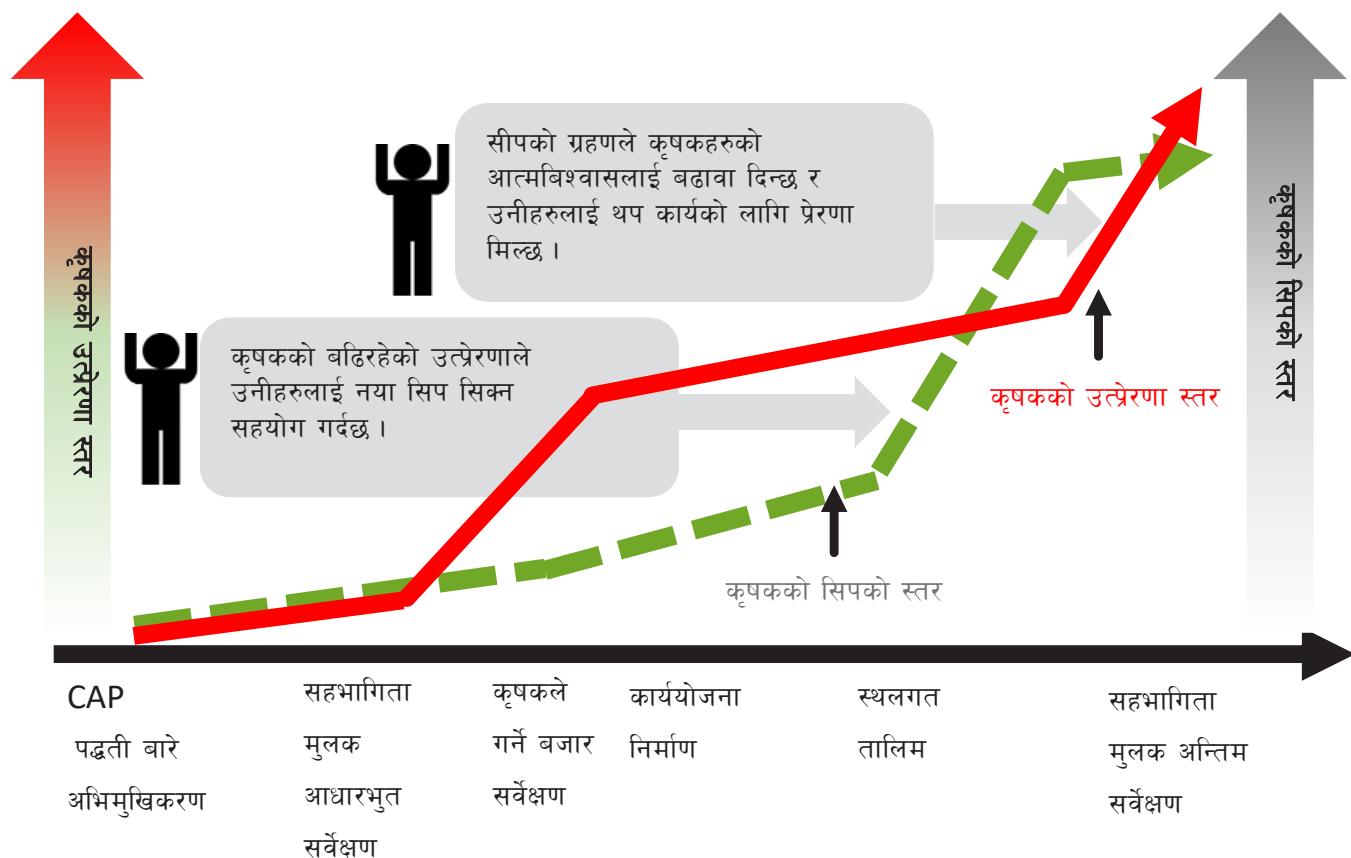
दास्रो चरणमा कृषकहरूले सिकेको नयाँ ज्ञान, सीप र चेतनाबाट उनीहरूले परिवर्तनका लागि निर्णय लिन्छन्। यो तेस्रो चरणलाई **कार्ययोजना निर्माण** भनिन्छ। यस प्रक्रियामा (१) लक्षित बालीछनोट, (२) बाली पात्रो निर्माण, (३) श्रोत परिचालन समावेश छन् जसले उनीहरूलाई रणनीतिक रूपमा आफ्नो लक्षित बालीहरूलाई सही समयमा उनीहरूले रोजेको बजारमा आपूर्ति गर्न सक्षम गराउँछ। यस पुस्तिकाको भाग २ को “३.१ कार्ययोजना निर्माण (बाली छनोट, बाली पात्रो निर्माण, श्रोत परिचालन)”मा उल्लेख गरिएको छ।

चरण ४. कृषकले सीप आर्जन गर्ने

चौथो चरणको रूपमा प्रसारकर्ताले कृषकहरूलाई खेती र बजारीकरणका चुनौतीमा प्राविधिक सहयोग उपलब्ध गराउँछन् अर्थात् कृषकहरूले छनोट गरेका तरकारी बाली उत्पादन गर्न स्थलगत तालिम दिइन्छ, जसकारण उनीहरूले आफ्नो योजनाअनुसार उत्पादन गर्न सक्छन्। यसबाबे पुस्तिकाको भाग “४.१ स्थलगत तालिम” मा उल्लेख गरिएको छ।

उत्प्रेरणा र सीप विकासबिचको आपसी सम्बन्ध

किन CAP पद्धतिले सिधै चौथो चरण, स्थलगत तालिम सञ्चालन नगरी समय खर्च हुने चार चरणहरू सञ्चालन गर्दछ ? CAP पद्धतिले कृषकहरूलाई नयाँ सीप आर्जन गर्न पहिले उनीहरूहरूलाई उत्प्रेरित गर्नुपर्छ भन्ने कुरामा विश्वास राख्छ । CAP पद्धतिले कृषकहरूको उत्प्रेरणा र सीप विकासबिचको आपसी सम्बन्धलाई ध्यानमा राख्ने कुरामा विश्वास लिन्छ । तल चित्रमा (चित्र २) दिइएको अनुसार, कृषकहरू उत्प्रेरित नहुँदा उनीहरूलाई नयाँ सीप सिक्न गाहो हुन्छ । अर्कोतर्फ, उनीहरूले आफ्नो सीपमा आएको सुधार महसुस गरेमा मात्र उनीहरूको आत्मविश्वास अभ बलियो हुन्छ र थप काम गर्न उत्प्रेरणा मिल्छ ।



चित्र २ उत्प्रेरणा र सीप विकासबिचको आपसी सम्बन्ध

Source: JICA 2018 edited by SRC-CAP

CAP पद्धतिका चार चरणहरू वा क्रियाकलापको अधिकतम क्रमले कृषकहरूको उत्प्रेरणा र सीप विकासबिचको आपसी सम्बन्धलाई ध्यान दिएको कुरा नेपालमा प्रमाणीकरण र जाँच गरिएको छ। त्यसैले, यसले कृषकको सीपआर्जन र उच्च उत्प्रेरणामा सर्वोत्तम परिणाम त्याउन सक्छ।

1.3 CAP पद्धतिमा "लैंगिक समानता तथा सामाजिक समावेशीकरण"

कृषि विकास रणनिति २०१५-२०३५ लाई आत्मसाथ गर्दै CAP पद्धतिले लैंगिक समानता तथा सामाजिक समावेशीकरण(GESI) लाई एउटा महत्त्वपूर्ण अन्तरसम्बन्धित मुद्दाका रूपमा विषयगत क्षेत्रमा जोड दिई आफ्ना सम्पूर्ण क्रियाकलापमा यसको भावमा जोड दिएको छ। आयोजनाले श्रीमान/श्रीमती लगायत एकै घरधुरी वा परिवारका खेतीमा सहयोग गर्ने सदस्यलाई व्यावसायिक साभेदारका रूपमा उनीहरूको तरकारी खेती र बजारीकरणको जिम्मेवारी, कामको भार र फाइदा बाँडफाँड गर्नुलाई बजारमुखी तरकारी उत्पादनमा सफलताका कारकमध्ये एक महत्त्वपूर्ण कारक हो भन्ने विश्वास लिएको छ।

CAP पद्धतिले निम्नलिखित क्रियाकलापमा ती एकै घरधुरी वा परिवारका खेतीमा सहयोग गर्ने सदस्यहरूलाई व्यावसायिक साभेदारहरूका रूपमा लिई खेती क्रियाकलाप र बजारीकरणमा सामूहिक निर्णयमा जोड दिन्छ।

- १) प्रारम्भिक चरणमा कृषकसमूहका सदस्यलाई लैंगिक समानता तथा सामाजिक समावेशीकरण सम्बन्धी तालिम प्रदान गर्ने जसबाट उनीहरूले बजारमुखी तरकारी खेतीमा यसको महत्त्व बुझन सक्छन्।
- २) महिला र सीमान्तकृत सदस्यहरूको आवाज समावेश गर्न उनीहरूलाई समूहको निर्णय गर्ने पदमा (अध्यक्ष, सचिव, कोषाध्यक्ष आदि) रहन प्रोत्साहन गर्ने।
- ३) समूहका महिला पुरुष दुवै सदस्यहरूलाई व्यावसायिक तरकारी खेतीमा ज्ञान र सीप वृद्धि गर्न क्षमता विकासका सबै क्रियाकलापमा समान अवसर प्रदान गर्ने।
- ४) कृषकसमूहका सदस्यहरूलाई आफ्नो खेतीको अभिलेख राख्न र यसको अवस्था परिवारका अन्य सदस्यहरूलाई जानकारी गराउन प्रोत्साहन गर्ने।
- ५) कृषकसमूहका सदस्यहरूलाई आयोजनाका क्रियाकलापबाट सिकेका पाठहरू परिवारका अन्य सदस्यलाई जानकारी गराउन प्रोत्साहन गर्ने जसले घरधुरी स्तरमा तरकारी खेती र बजारीकरणमा उनीहरूको खेतीमा सहयोग गर्ने परिवारका सदस्य व्यावसायिक साभेदारका रूपमा संयुक्त रूपमा मिलेर निर्णय लिन सक्छन्।
- ६) कृषकसमूह सदस्यलाई खेतीमा सहयोग गर्ने परिवारका सदस्यलाई आयोजनाका अन्य महत्त्वपूर्ण क्रियाकलापहरू जस्तै कार्ययोजना निर्माण, स्थलगत तालिम र पुनरावलोकनमा आमन्त्रित गर्दा उनीहरूको खेती र बजारीकरणमा सम्झौता र सहमति गर्न सहयोग पुऱ्याउँछ।

2. कार्यान्वयनका चरणहरू

तल दिइएको चित्रले कार्यान्वयनका चरणहरूको चित्रण गर्दछ। निम्नलिखित भाग २ खण्डमा वर्णन गरेअनुसार CAP पद्धतिका ४ आधारभूत चरणहरू छन्। एक वर्ष सहयोगपछि, पहिलो र दोस्रो सिजनको सिकाइबाट कृषकहरू उत्पादनमा र दोस्रो वर्ष बजारीकरणमा बढी रणनीतिक रूपमा जान सक्छन्। प्रभावकारी नितिजाका लागि कृषकहरूले २ वर्षका ४ सिजनमा यो चक्रलाई दोहोराउन सिफारिस गरिन्छ। कार्यान्वयन चरणबाटे थप जानकारी यस पुस्तिकाको भाग ३ “CAP पद्धति क्रियाकलाको छनौट”मा उल्लेख गरिएको छ।



भाग २. क्रियाकलापहरू

“भाग २. क्रियाकलाप” ले CAP पद्धतिका प्रत्येक क्रियाकलापहरू कसरी सञ्चालन गर्ने भन्नेबारे विस्तृतमा व्याख्या गर्दछ।

०. चरण ०- कृषक समूह छनोट

CAP पद्धतिको पहिलो मुख्य चरण कृषकसमूहको छनोट हो । साना कृषकका लागि बजारमुखी तरकारी खेती गर्न क्रियाशील समूहको सदस्य हुनु एकदमै आवश्यक छ । साना कृषकहरूलाई विभिन्न क्रियाकलाप जस्तै सामग्री खरिद, सामूहिक तरकारी उत्पादन, सामूहिक तरकारी बेचबिखन र रोगकिरा नियन्त्रण गर्न समूहका अन्य सदस्यहरूको सहयोग आवश्यक पर्दछ । उनीहरू आफ्नो एकल प्रयासबाट ट्रकको लोड पुग्ने परिमाणको तरकारी उत्पादन गर्न सक्दैनन्, ट्रकको लोड पुगेन भने कृषकहरूले तरकारीको बजारीकरणमा कठिनाइ महसुस गर्न सक्छन् ।

CAP पद्धति कार्यान्वयन गर्ने निकायले बजारमुखी तरकारी उत्पादनका लागि मध्यम स्तरका कृषक समूहको छनोट गर्नुपर्दछ । पहिले नै स्थापना भइसकेका ठूला व्यावसायिक कृषक र एकदमै निर्वाहमुखी कृषकहरूसँग यो पद्धति प्रभावकारी रूपम लागू गर्न सकिदैन । आफ्ना छेउछाउका बजारमा तरकारी बेचबिखन गरिरहेका कृषकहरूसँग यो पद्धति प्रभावकारी रूपमा लागू गर्न सकिन्छ । CAP पद्धति लागू गर्नुपर्हिले नै लक्षित कृषकहरूसँग तरकारी उत्पादन र यसको बजारीकरणका लागि केही अनुभव भएको अनुमान गरिएको छ ।

SRC-CAP को अनुभव अनुसार सफल कृषकसमूहमा निम्न किसिमका सामान्य विशेषता हुनुपर्छ ।

१. कृषक समूहमा वर्षभरि यातायातको सुविधा भएको अर्थात् वर्षायाम र सुख्खायाममा समूहमा गाडी सञ्चालन भएको ।
२. नियमित मासिक बैठक हुने, समूहमा राम्रो एकता भएको ।
३. समूहको नेतृत्वले पारदर्शी रूपमा मुद्दाहरू सम्बोधन गर्ने र समूहका सदस्यहरूका लागि काम गर्न इच्छुक भएको ।
४. कृषकसमूहका सदस्यहरूको मुख्य पेसा खेती अर्थात् कृषि भएको र यसबाट जिविकोपार्जन सुधार गर्न सम्भावना रहेको ।
५. समूहमा ३-४ घण्टाको गाडीको दुरीमा बजारको राम्रो सम्भावना भएको ।
६. तरकारी उत्पादन र बजारीकरणबाट आम्दानी गर्न कृषकसमूहका सदस्यहरू इच्छुक भएको ।
७. सम्भव भएसम्म बाली उत्पादनका लागि कृषकहरूसँग खेत र बारी दुवै भएको ।
८. पाखो बारीमा पनि सिँचाइको सुविधा भएको ।
९. समूहमा नेतृत्व लिएको व्यक्ति (र त्यसका फिल्ड सहजकर्ता) सक्रिय रूपमा तरकारी खेतीमा सहभागी हुने अनुमान गरिएको ।

उद्देश्यहरू

कृषक समूह छनोटको मूल्य उद्देश्य लक्षित कृषक समूहलाई सामुहिक प्रयासका साथ बजारमुखी तरकारी उत्पादन र यसको बजारीकरणमा प्रोत्साहित गरी आयोजनाका पद्धतिहरू सफलतापूर्वक सञ्चालन गर्नु हो ।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र बढेको उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकर्ताहरूले छनोट भएका कृषकसमूह र उनका परिवारका सदस्यलाई छनोटको नतिजा जानकारी गराउने । 	<ul style="list-style-type: none"> ● कृषक समूहका सदस्यहरू र उनका परिवारका सदस्यहरूसँग पद्धतिको सुरुवातबारे एकै किसिमको सूचना हुने । 	सम्बन्धितता
<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकर्ताहरूले उक्त समूह छनोट हुनुको कारणहरू जानकारी गराउने । 	<ul style="list-style-type: none"> ● कृषकको आत्मविश्वास बढ्ने र व्यावसायिक तरकारीखेती बढाउन उनीहरूको क्षमता पहिचान गर्ने । 	सक्षमता

सञ्चालन पक्रियाहरू

- कृषिप्रसारकर्ताले कृषकसमूह छनौटको आधार तयार पार्न प्राविधिक सल्लाह पेस गर्न सक्छन् ।
- कार्यान्वयन गर्ने निकायको अनुरोधमा, कृषिप्रसारकर्ताले दर्ता भएका कृषक समूहको आवश्यक सूचना सङ्ग्रहन गरी समूह छनौटमा सहजीकरण गर्न सक्छन् । कृषिप्रसारकर्ताले तयार पारिएको छनौट आधारअनुसार सम्भावित कृषकसमूहको सूची तयार गर्न सक्छन् ।
- कार्यान्वयन गर्ने निकायले माथि उल्लेख गरिएको SRC-CAP को सफल कृषकसमूहका सामान्य विशेषता अनुसार लक्षित कृषकको छनौट गर्ने ।
- लक्षित कृषक समूहको छनौट पश्चात् कृषिप्रसारकर्ताले कृषक समूहका सदस्य र उनका परिवारका सदस्यलाई छनौटको नतिजा जानकारी गराउने र CAP पद्धतिमा सहभागी हुनका लागि प्रस्ताव बनाउन सहजीकण गर्ने ।

1. चरण १- कृषकले CAP पद्धतिको उद्देश्य बुझ्ने

CAP पद्धतिको पहिलो चरण कृषकहरूलाई CAP पद्धतिको उद्देश्य बारे जानकारी गराउनु हो । CAP पद्धति कृषकहरूलाई सामाजी र आर्थिक सहयोग दिने पद्धति होइन । यो एउटा क्षमता विकास गर्ने मध्यस्तता हो जसमा कृषकहरूले आफ्नो सहभागिता मार्फत ज्ञान र सीप सिक्न दृढ प्रतिज्ञा लिन आवश्यक छ । CAP पद्धतिको अन्तिम लक्ष्य कृषकहरूलाई प्राविधिक र सामाजिक दुवै रूपले सशक्त पार्नु हो जस कारण उनीहरु एक उच्चमी मानसिकतासँग बजार मुखि खेती वा खेतीलाई व्यावसायको रूपमा निरन्तर अभ्यास गर्न सक्छन् । लक्षित कृषक समुहलाई यो सन्देश बारे स्पष्ट जानकारी दिइनु पर्छ, जसकारण उनीहरु CAP पद्धतिको लक्ष्यमा सहभागि हुन उत्प्रेरित हुन्छन् ।

1.1 CAP पद्धतिबारे गोष्ठी

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	- (वैकल्पिक) कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनौट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोत परिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम
अनुगमन (अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	

हामी यहाँ छौं

उद्देश्यहरू

CAP पद्धतिबारे गोष्ठीको उद्देश्य कृषकहरूलाई CAP पद्धति को लक्ष्य र दृष्टिकोणबारे जानकारी गराउनु हो जसले उनीहरूलाई उच्चमी आकाङ्क्षाका साथ आत्मनिर्भर कृषक बन्न सहयोग गर्दछ ।

रूपरेखा

कृषकसमूह स्तरमा गरिने यो गोष्ठीमा, चरण २ “कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि”का आगामी क्रियाकलाप तयारी गर्न, CAP पद्धतिको समग्र अवधारणा, राजनको कथामार्फत “उत्पादनपछि बिक्री” बाट “बेचनको लागि उत्पादन” को अवधारणा, रूपाको कथा मार्फत व्यावसायिक कृषिमा लैझिगिकता र फार्म व्यवस्थापन पुस्तिका कसरी प्रयोग गर्ने भन्ने समावेश गरिएको छ ।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र बढेको उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> गोष्ठीमा कृषकसमूहका सदस्य र खेतीमा सहयोग गर्ने उनका परिवारका सदस्य दुवै सहभागी । 	<ul style="list-style-type: none"> एकै घरधुरीका कृषक समूहका सदस्य र उनका परिवारका सदस्यले सफल व्यावसायिक खेतीमा महिला र पुरुष दुबैको संलग्नता महत्वपूर्ण छ भन्ने कुरा बुझ्ने । 	सम्बन्धितता
<p>• Kami-shibai (चित्रकथा) बजारको अवधारणा बुझ्न राजनको कथा र व्यावसायिक कृषिमा लैङ्गिकता बुझ्न रूपाको कथा ।</p>	<ul style="list-style-type: none"> लेखपढ गर्न नसक्ने कृषकहरूले अक्षर र व्याख्याभन्दा राम्रोसँग बुझ्ने । कृषिप्रसारका कर्मचारीहरूले समय-समयमा कृषकहरूलाई व्यावसायिक खेतीमा राजनको अनुभव र पछि लैङ्गिकतामा रूपाको अनुभवको महत्व सम्झाउन सक्छन् । 	सक्षमता
<ul style="list-style-type: none"> समुह व्यवस्थापनको शारांस प्रदान गरिने । 	<ul style="list-style-type: none"> कृषिप्रसार कर्मचारीले कृषक समुहलाई समुह व्यवस्थापन जस्तै समुह व्यवस्थापन के हो, समुहमा नेतृत्व लिएको व्यक्ति र अन्यको भुमिका र एकअर्कासँग कसरी सम्वाद गर्ने आदि जस्ता ज्ञानहरू प्राप्त गर्न सहजिकरण गर्ने । 	सम्बन्धितता
<ul style="list-style-type: none"> फार्म व्यवस्थापन पुस्तिकाको व्याख्या र वितरण । 	<ul style="list-style-type: none"> कृषकहरूले अग्रिम रूपमा आयोजनाको सहयोग अवधिभर आफू संलग्न हुने क्रियाकलापहरूबाट बुझ्न सक्छन् । 	स्वतन्त्रता

सञ्चालन प्रक्रियाहरू

- कृषिप्रसारकर्ताहरूले गोष्ठीका लागि आवश्यक श्रोत र सामग्रीको तयारी गर्ने तथा लक्षित कृषकसमूहलाई मिल्ने मिति र स्थान अग्रिम रूपमा व्यवस्था गर्ने ।
- गोष्ठीको दिन (तालिका २), कृषिप्रसार कर्मचारीहरूले CAP पद्धतिका प्रमुख अवधारणा र क्रियाकलापहरू प्रस्तुत गर्ने ।
- दोस्रो, कृषिप्रसारकर्ताहरूले कृषकसमूहका सदस्य र उनका परिवारका सदस्यलाई फार्म व्यवस्थापन पुस्तिका वितरण गर्ने र आयोजना अवधिभर उनीहरू संलग्न हुने क्रियाकलाप समावेश रहेको व्याख्या गर्ने ।
- त्यसपछि, उनीहरूले बजारको अवधारणा बुझ्न राजनको कथा र व्यावसायिक कृषिमा रूपाको चित्र कथा (*Kami-shibai*) प्रयोग गर्ने ।

तालिका १ “CAP पद्धतिबाटे गोष्ठी” समय तालिकाको एउटा उदाहरण

अवधि	विषयवस्तु	सामग्री
१५ मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> सहभागीको दर्ता 	<ul style="list-style-type: none"> हाजिरी सूची
१५ मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> सहभागीको परिचय तालिमको उद्देश्य 	
३० मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> CAP पद्धतिको अवधारणा र क्रियाकलापहरू फार्म व्यवस्थापन पुस्तिकाबाटे व्याख्या 	<ul style="list-style-type: none"> “CAP पद्धति के हो” ? भन्नेबाटे प्रस्तुति फार्म व्यवस्थापन पुस्तिका
४५ मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> बजारबाटे बुझाइ : राजनको कथा 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Kami-shibai</i> (चित्रकथा)
३० मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> व्यावसायिक कृषिमा लैङ्गिकता : रूपाको कथा 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Kami-shibai</i> (चित्रकथा)
३० मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> समुह व्यवस्थापन 	
१५ मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> पुनरावलोकन 	

कोठा १ राम्रो बुझाइका लागि राजन र रूपाको चित्रकथा (*Kami-shibai*)

Kami-shibai एउटा जापानिज शब्द हो जसको अर्थ चित्रसहितको कथा हो जुन फिलप चार्ट जस्तो देखिन्छ । Kami भनेको कागज हो र shibai भनेको नाटक हो । CAP पद्धतिले *kami-shibai* जस्तै बाक्तो रंगिन कागजमा चित्रकथा तयार पारेको छ । चित्रकथाको अगाडिको पाना कृषकहरूका लागि चित्र हेर्नका लागि हो । पछाडिको पानामा चित्रको वर्णन हुन्छ जसकारण कृषिप्रसार कर्मचारीले कृषकहरूलाई जोडले पढेर सुनाउन सक्छन् ।

किन ? कृषकहरूलाई प्रायः कृषिप्रसारकर्ताहरूले भनेको कुरा बुझन गाहो हुन्छ किनभने खेतीभन्दा बाहिरी सूचनाहरू जस्तै बजारीकरण, लैज़िकताबारे कृषकहरूलाई सन्देश दिँदा अनुचित शब्द र सैद्धान्तिक कथाको प्रयोगले समस्याहरू ल्याउन सक्छ ।

कसरी ? *Kami-shibai* (चित्रकथा) को माध्यमबाट :

- कृषकहरूले सजिला शब्दहरू र दृश्यहरूबाट दिन खोजिएको सन्देश बुझदछन् ।
- कृषकहरूले वास्तविक उदाहरणबाट दिन खोजिएको सन्देश बुझदछन् ।



- राजनको बजारसँगको २० बर्षको सम्बन्ध बारे यो एउटा कथा हो ।
- यो कथामा मुनाफा बढाउन किसान र व्यापारी बिच कसरी आपसी विश्वास कायम गर्ने भन्ने बारे धेरै सिकाईहरू छन् ।
- राजन काभ्रे धुलिखेलका एउटा सफल तरकारी उत्पादन गर्ने कृषक हुन् ।
- उनले १८ रोपनी जग्गामा पारिवारिक श्रमबाट मात्र काको, काउली, गोलभेडा र आलु उत्पादन गरी रहेका छन् ।
- उनले बारिंक करिब रु ३० लाखको तरकारी बेच्छन् ।



परिणामहरू : कृषिप्रसारमा अनुपयुक्त शब्द र सैद्धान्तिक कथाको कम प्रयोग गर्दा :

- कृषकले सहज शब्द र दृश्यबाट दिन खोजिएको सन्देश बुझदछन् ।
- कृषकले वास्तविक उदाहरणबाट दिन खोजिएको सन्देश बुझदछन् ।

ढाँचा

फार्म व्यवस्थापन पुस्तिकाका केही पानाहरू निम्नानुसार रहेका छन् र सम्पूर्ण विषयवस्तुहरू इलेक्ट्रोनिक फाइलहरूमा समावेश गरिएको छ।

<p>सिन्धुली सङ्क खण्ड व्यावसायिक कृषि प्रबंधन आयोजना (SRC-CAP)</p> <p>कृषि,भूमि व्यवस्थापन तथा सहकारी मन्त्रालय/जापान अन्तराष्ट्रिय सहयोग नियोग,जाईका</p> <p>व्यावसायिक तरकारी खेती:</p> <p>“उत्पादन पछि विक्रि” बाट “बेच्नको लागी उत्पादन”</p> <p>फार्म व्यवस्थापन अभिलेख पुस्तिका</p> <p>वर्ष: _____</p> <p>नाम:</p> <p>समुहको नाम:</p> <p>ठेगाना:</p> <p>मोबाइल नम्बर:</p>
--

स्थलगत तालीमःफार्म अभिलेख			प्रभाव		
फार्म अभिलेख (नमूना)			आमदानी		
शिरिं	विवरण	लागत (र.)	शिरिं	जम्मा आमदानी (र.)	जम्मा घरिमाण
२०७४२५०	जम्मा भाडा	५,८००	२०७४२५२	३,५००	/कृषि /भूमि /पर्यावरण /कृषि /भूमि /पर्यावरण
२०७४२५१	गोलभेडा बीड	४५०	२०७४२५१०	४,०००	/कृषि /भूमि /पर्यावरण /कृषि /भूमि /पर्यावरण
२०७४२५२२	रासायनिकमल	७००	२०७४२५१०	४,२००	/कृषि /भूमि /पर्यावरण /कृषि /भूमि /पर्यावरण
२०७४२५२५	ज्यालतारी ज्याली	८००			/कृषि /भूमि /पर्यावरण /कृषि /भूमि /पर्यावरण
२०७४२५३०	विपारी	३५०			/कृषि /भूमि /पर्यावरण /कृषि /भूमि /पर्यावरण
२०७४२५३०	हुवानी	२००			/कृषि /भूमि /पर्यावरण /कृषि /भूमि /पर्यावरण
२०७४२५३०	हुवानी	५००			/कृषि /भूमि /पर्यावरण /कृषि /भूमि /पर्यावरण
जम्मा		४,८००	जम्मा	११,७००	
आमदानी विवरण			जम्मा खुद आमदानी (२-१)=(३) ६,९०० र.		

2. चरण २- कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि

CAP पद्धतिको दास्तो चरणको उद्देश्य कृषकहरूलाई पार्याप्त अवसरहरू प्रदान गर्नु हो जसबाट कृषकहरूले आफ्नो वर्तमान अवस्थाबारे चेतना बढाउनका साथै तरकारी खेतीबाट आउने नयाँ अवसर पत्ता लगाउन सक्छन् । यो यस्तो चरण हो जहाँ CAP पद्धतिमा संलग्न कृषकहरूले आँखा खुल्ने अनुभव गर्नुका साथै बजारउन्मुख कृषिलाई भौतिकीकरण गर्न ठोस कदम चाल्दै आफ्नो उत्प्रेरणा बढाउन सक्छन् । त्यसैले यो चरण अत्यन्त महत्त्वपूर्ण छ, र कृषिप्रसारकर्ताहरूले विभिन्न अभ्यास जस्तै बजार सर्वेक्षण, आधारभूत सर्वेक्षणमार्फत तरकारी खेतीलाई व्यवसायका रूपमा स्थापना गर्न कृषकहरूको ज्ञानको सीमा बढेको सुनिश्चित गर्नुपर्छ ।

2.1 कृषक व्यापारीबिच अन्तर्किर्या गोष्ठी (वैकल्पिक)

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक व्यापारीबिच अन्तर्किर्या गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्किर्या गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोतपरिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	

हामी यहाँ छौ

उद्देश्यहरू

कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्किर्या गोष्ठीको मुख्य उद्देश्य तरकारी व्यवसायमा संलग्न व्यापारीहरूसँग कृषकको सम्बन्ध स्थापना गर्नु र उनीहरूको उत्पादनको बजारीकरणबारे बुझ्न सहयोग गर्नु हो । यसको उद्देश्य बजार सर्वेक्षणअघि कृषक र व्यापारीबिचको अविश्वास र असमझदारी कम गर्नु पनि हो । त्यसैले, गोष्ठीमा व्यापारी र कृषकहरूलाई समावेश गरिन्छ र कृषिसामग्री, उपकरण, वित्त र बिमासँग सम्बन्धित बजारका अन्य सरोकारवालाहरूलाई समावेश गरिन्दैन । कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्किर्या गोष्ठीले विचौलिया र थोक विक्रेतालाई उनीहरूको व्यवसाय बढाउन अवसर प्रदान गर्छ ।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र बढेको उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> • कृषकहरू र व्यापारीको सूचना पहिले नै आदानप्रदान गरिने । 	<ul style="list-style-type: none"> • सहभागीहरूले उनीहरूको उत्पादन अवस्थाबारे छलफल शुरु गर्न सक्छन्, फलस्वरूप आपसी समझदारी कायम हुन्छ । 	सम्बन्धितता

सञ्चालन प्रक्रियाहरू

तथारी

कृषिप्रसारकर्ताले सम्भावित व्यापारी पत्ता लगाउनुका साथै कुन र कति व्यापारी आमन्त्रित गर्ने भनेर निर्णय लिने ।

क) कृषिप्रसारकर्ताले कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठीमा कृषक र व्यापारी दुवैको सहभागितालाई प्रोत्साहित गर्न गोष्ठी आयोजना गर्नुपूर्व उनीहरूलाई यसको उद्देश्य व्याख्या गर्ने ।

ख) कृषिप्रसारकर्ताले गोष्ठीस्थलको व्यवस्था गरी कृषकहरूलाई त्यहाँ बोलाउने ।

ग) कृषिप्रसारकर्ताले कृषक र व्यापारीलाई सूचना आदान-प्रदानका लागि अन्तर्क्रिया गर्न सहजीकरण गर्ने ।

घ) कृषिप्रसारकर्ताले कृषक समुहमा बैठक आयोजना गर्न सहजिकरण गर्ने जँहा प्रतिनिधि कृषकहरूले समुहका अन्य सदस्यलाई उनीहरूले प्राप्त गरेका सुचना आदानप्रदान गर्छन र ती सुचनाहरु उनीहरूको खेतीमा कसरी लागू गर्ने भन्ने बारे छलफल गर्छन ।

कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठीको समयतालिका (उदाहरण)

स्थल : जिल्ला वा नगरपालिका स्तरमा

सहभागी : प्रत्येक ५-१० कृषकसमूहबाट एक महिला र एक पुरुष तथा ५-१० व्यापारी र बिचौलियाहरू

समय	विषयवस्तु
१५ मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> परिचय र उद्देश्य
३०- ६० मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> प्रत्येक कृषकसमूहले उत्पादन र बजारीकरण अवस्थाबारेमा प्रस्तुति (५-१०मिनेट)
६०मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> कृषक र व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया । प्रत्येक कृषकसमूहले स्वतन्त्र भएर व्यक्तिगत रूपमा व्यापारीसँग कुराकानी गर्ने । सम्पर्क नम्बर आदान प्रदान
३० मिनेट	<ul style="list-style-type: none"> चिया र खाजा

ढाँचा

तल दिइएको ढाँचा कृषकसमूहको उत्पादन जानकारी हो जसमा उत्पादन सम्भाव्यता र उनीहरूको खेती गर्ने सिजनको जानकारी समावेश छ ।

कृषक समुहको उत्पादन जानकारी

जिल्ला : सिन्धुली

गाविस : भद्रकाली

संपर्क व्यक्तिको नाम र फोन नं : निर्मला गौतम (९८० ७६२ १००१)

क्र.सं.	तरकारीको नाम	तरकारी टिप्पे महिना	समुहको बार्षिक उत्पादन (किलो)	संभाव्य उत्पादन (छिमेकीबाट)
१	अदुवा	साउन-माघ	५३,०५०	५,०००
२	काउली	असोज-फागुन	१६,२१५	१५,०००
३	टमाटर	फागुन-भदौ	१४,९००	१३,०००
४	आलु	असार-फागुन	१३,६००	१२,०००
५	प्याज	बैशाख-जेठ	४,२५०	३,०००
६	काका, करेला	फागुन-भदौ	७,२००	८,०००
जम्मा			१,०९,२१५	५६,०००

2.2 कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	- CAP पद्धतिबाटे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक व्यापारीविच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोत परिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	- स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	



उद्देश्यहरू

CAP पद्धतिमा कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण कृषिप्रसारकर्ताको सहयोग र सहजीकरणमा कृषक स्वयम्भूत सञ्चालन गर्ने गर्दछन्। CAP पद्धतिमा कृषकको पहलमा गर्ने बजार सर्वेक्षणको उद्देश्य कृषकहरूलाई बजार कसरी सञ्चालन हुन्छ र बजारले उत्पादकसँग के कुरा मार्ग भन्ने कुराको अनुभव गर्ने प्रोत्साहित गर्नु हो। सोही समयमा, बजार सर्वेक्षण सञ्चालन गर्दा कृषकहरू बजारका विभिन्न सरोकारवालाहरू जस्तै थोक विक्रेता, खुद्रा व्यापारी, विचौलिया आदिसँग सम्बन्ध बनाउन र आफ्नो पारस्परिक सञ्जाल फराकिलो गर्न सक्षम हुन्छन् जसले बजार सरोकारवाला र कृषक दुवैको फाइदा हुने अवस्थामा योगदान गर्दछ।

कृषकहरूले आउने वर्षमा खेती गरिने बालीको जात, वार्षिक बालीपात्रो र उत्पादन कसलाई बेच्ने भनेर निर्धारण गर्न उपयोगी सूचनाहरू प्राप्त गर्छन् र व्यापारीहरूले उच्च मूल्य भएका बाली उत्पादन गर्ने कृषकहरूको जानकारी प्राप्त गर्छन् । आपूर्तिकर्ताहरूले आफ्ना सम्भावित ग्राहकबाटे सूचना सङ्ग्रहन गर्न सक्छन् ।

बजार सर्वेक्षणको नतिजाका आधारमा कृषकहरूले उनीहरूको खेती र बजारीकरणमा वार्षिक कार्ययोजना तयार गर्ने अपेक्षा गरिएको छ, र त्यसैले कृषकहरूले सोही वा विभिन्न बजारबाट पर्याप्त जानकारी प्राप्त नगर्दासम्म निरन्तर रूपमा बजार सर्वेक्षण सञ्चालन महत्वपूर्ण हुन्छ ।

कृषकहरूलाई खेती गरिराखेको बेला निरन्तर रूपमा उनीहरूको उत्पादन बेच्न सकिने व्यापारीहरूसँग बालीको अवस्थाबाटे जानकारी गराउन सम्पर्क गनका लागि प्रोत्साहित गर्नुपर्छ ।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र बढेको उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> कृषकले कुन बजार भ्रमण गर्ने भनेर निर्धारण गर्ने 	<ul style="list-style-type: none"> स्व-निर्णयको भावना बढ्ने 	स्वतन्त्रता
<ul style="list-style-type: none"> सोधपुछ गर्ने व्यापारीहरूलाई पहिले छनोट गरी सबै जानकारी उपलब्ध गराउने । 	<ul style="list-style-type: none"> कृषकहरूले पहिले नै के प्रश्न गर्ने भनेर थाहा पाइका र राम्रोसँग सोधपुछ गर्न सक्षम भएका । कृषकले ध्यानपूर्वक बिना हिचकिचाहट प्रश्नहरू सोध्ने । 	सक्षमता सम्बन्धितता

सञ्चालन पक्रियाहरू

तयारी

- क) कृषिप्रसारकर्ताले कृषक समूहको उत्पादन क्षमता बुझेर बजार सर्वेक्षणका लागि सम्भावित बजारबाटे सुभाव गर्छन् । उदाहरणका लागि यदि कृषकसमूहको उत्पादन सीमित छ भने उनीहरूको लागि सानो स्तरको स्थानीय बजार उपयुक्त हुन्छ । यदि कृषकसमूहको उत्पादन धैरै छ भने उनीहरूको लक्षित बजार ठूलो प्रादेशिक वा राष्ट्रिय बजार हुन सक्छ । कृषकहरूले सम्भावित बजारहरूको तुलना गरेर भ्रमणमा जाने बजारको निर्धारण गर्नुपर्छ त्यसैले कृषिप्रसारकर्ताहरूलाई कृषकहरूको लागि यो निर्णय गर्न सिफारिस गरिन्दैन ।
- ख) कृषिप्रसारकर्ताहरूले सर्वेक्षणको अभ्यास गर्न कुनै बजार निर्धारण गर्न सक्छन् ।
- ग) कृषिप्रसारकर्ताहरूले बजारका प्रतिनिधिहरूलाई कृषकसमूहले स्थानीय सरकारको पत्रसहित भ्रमण गर्ने जानकारी गराई समन्वयका लागि आग्रह गर्ने ।
- घ) कृषिप्रसारकर्ताहरूले कृषकसमूहलाई बजार सर्वेक्षणको ढाँचाको व्याख्या गर्ने र सर्वेक्षणमा कस्ता सूचना सङ्ग्रहन गर्ने भनेर स्पष्ट पार्ने । कृषिप्रसार कर्मचारीले कृषकसमूहलाई बजार सर्वेक्षण कसरी सञ्चालन गर्ने भनेर पूर्वअभ्यास गर्न सहयोग गर्छन् ।

सर्वेक्षणको दिन

- क) पहिलो पटक बजार सर्वेक्षण गर्दा कृषकसमूहका प्रतिनिधिसँग कृषिप्रसारकर्ताहरू पनि सँगै जाने र उनीहरूलाई बजारका व्यापारीहरूसँग सोधपुछ गर्न सहयोग गर्ने ।
- ख) दोस्रो बजार सर्वेक्षणदेखि कृषकसमूहका सदस्य स्वयंले बजार सर्वेक्षण गर्ने ।

सर्वेक्षण पश्चात्

बजार सर्वेक्षणको एक हप्ताभित्र कृषिप्रसारकर्ताहरूले प्रतिनिधि कृषकलाई सङ्गत गरेका सूचना जानकारी गराउन गोष्ठी सञ्चालन गर्न सहयोग गर्ने । सूचना आदानप्रदानपछि, कृषकसमूह अर्को चरण (“कृषकले निर्णय लिने -कार्ययोजना निर्माण”) मा प्रवेश गर्ने ।

कोठा २ बजार सर्वेक्षणले कृषकहरूको व्यवहारमा परिवर्तन ल्याएको छ ।

किन ?

कृषकहरूलाई बजार कसरी सञ्चालन हुन्छ भन्ने ज्ञान हुँदैन यद्यपि तरकारीको वास्तविक मूल्य बजारले निर्धारण गर्दछ । कृषकहरूलाई तरकारी वितरण गर्ने व्यापारीहरू र उनीहरूको बजारसँगको सिधा सम्पर्कबारे थाहा हुँदैन । फलस्वरूप, कृषकहरूले तरकारी उत्पादन र बजारीकरणबाट कसरी धेरै नाफा लिने भन्ने थाहा पाउन सकेका हुँदैनन् ।

कसरी ?

CAP पद्धतिले कृषकहरूलाई बजारमा व्यापारीहरूसँग सिधा कुराकानी गर्ने अवसरको अभ्यास गराएको छ । यस अभ्यासबाट कृषकहरूले बजार सर्वेक्षणका माध्यमबाट बजारमा तरकारीको वास्तविक माग, जात, परिमाण, गुणस्तर र बजारीकरणका लागि सही समयबारे सूचना सङ्गत गर्न सकिन्छ भन्ने कुरा पत्ता लगाउन सक्छन् ।

परिणामहरू

कृषकसमूहहरू स्वयंले बजार सर्वेक्षणलाई निरन्तरता दिएका छन् र बजारको पछिल्लो सूचना प्राप्त गर्न उनीहरू केही व्यापारीको सम्पर्कमा छन् । कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षणका केही सकारात्मक उदाहरणहरू तल दिइएको छ ।

खेती गर्ने बालीमा परिवर्तन

कृषकहरूले वर्षायाममा मकै, कादो रोप्ने गरेका थिए । बजार सर्वेक्षणपछि उनीहरूले बजारमा गोलभैँडाको माग बढी पाए । त्यसैले टनेलमा गोलभैँडा खेती सुरु गरे र एउटा टनेलबाट रु २०,०००/- आम्दानी लिन सफल भए । (सृजनशील कृषकसमूह, खाँडादेवी गाउँपालिका)

खेती गर्ने मौसममा परिवर्तन

कृषकहरूले सिजनमा मात्र काउली खेती गर्ने गरेका थिए तर बजार सर्वेक्षणपछि उनीहरूले चाडपर्वमा माग बढी हुन्छ भन्ने कुरा महसुस गरी चाडपर्वमा बेच्न ३ महिना अगाडि खेती गर्न सुरु गरे । (श्री भ्याकुरेदेवी कृषक समूह, मेलुड गाउँपालिका)

बजार अभ्यासमा परिवर्तन

विगतमा कृषकहरूले आफ्ना सबै उत्पादनहरू थोकमा बिक्री गर्ने गरेका थिए । अहिले उनीहरूले तरकारीलाई गेडिड गर्न सुरु गरेका छन् । (भिमेश्वर सिन्धुली)



ढाँचा

तल दिइएको नमुना कृषकहरूले भर्नुपर्ने बजार सर्वेक्षणको ढाँचा हो ।

बजार सर्वेक्षण फाराम

भिति:

बजारको नाम:

संलग्न सदस्यहरू:

व्यापारीको नाम र सम्पर्क न.	लक्षित तरकारी र जात	अत्यधिक माग हुने समय (महिनाको नाम)	मूल्य (रु./केजी)	परिमाणरमात्रा र आपूर्तिको पटक	भुक्तानी अवधि	थोक तथा खुदा व्यापारीको अपेक्षा
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	

कोठा ३ CAP को बजार सर्वेक्षणका तीन सिद्धान्त



CAP पद्धतिको बजार सर्वेक्षणले तीन महत्वपूर्ण सिद्धान्तहरू प्रस्तुत गर्दछ जसमा कृषकको स्वतन्त्रता र सक्षमताका लागि मनोवैज्ञानिक आवश्यकताको समर्थनमा जोड दिइन्छ । सूचना सङ्कलनका तीन सिद्धान्तहरू यस प्रकार रहेका छन्: (१) कृषकको परिस्थिति सुहाउँदो (२) कृषकको दृष्टिकोणबाट (३) कृषकहरूद्वारा (उनीहरूका लागि)

व्यावसायिक सम्भावना र विकल्प छानबिन गर्न । बजार सर्वेक्षणको परम्परागत धारणा विपरीत, CAP पद्धतिको बजारसर्वेक्षण बजारमूल्य वुभ्ने मात्र नभई व्यापारिक सम्भावना र विकल्प पत्ता लगाउनेबारे गरिने कार्य हो । सेप(SHEP)मा बजार सर्वेक्षणका तीन सिद्धान्त तल दिएको चित्रमा प्रस्तुत गरिएको छ, जहाँ पालनाको राम्रो र नराम्रो उदाहरणहरू बिच तुलनात्मक व्याख्या गरिएको छ । तीन सिद्धान्तमध्ये सर्वेक्षणको सबैभन्दा महत्वपूर्ण आधार “कृषक स्वयंले” सञ्चालन गर्नु हो ।

सिद्धान्त १ “कृषक द्वारा”

उहालाई
उपयोगी
सुचनाहरु थाहा
छ. उहाँलाई
भेटन जाओ!

कृषकले सिद्धे बजारका
सरोकारवालाहरु सगं करा गर्न

अधिकारीहरुले मात्र व्यापारीसगं कुरा
गर्दैन। हामी, कृषकहरुले उनीहरुसगं
सिद्धे कुरा गर्नु हुदैन।

अधिकारीले नेतृत्व लिने।

सिद्धान्त २ “कृषकको दृष्टिकोणबाट”

के तपाईं अर्को
पटक हाम्रो
खेतबाटी हेर्न
चाहानु हुन्छ ?

कृषकले थाहाँ पाउनु पर्ने सुचना
संकलन गर्दै।

के यी तरकारीहरु भारत वा अन्य
देश जादैछन ?

कृषकलाई आवश्यक नपर्ने सुचना
संकलन गर्दै।

सिद्धान्त ३ “कृषकको अवस्था अनुकूलको सुचना”

के यो तरकारीको
आकारले
राम्रो मुल्य
पाउछ ?

कृषकको अभियान, प्राविधि र थोत
सुहाउदो सुचनाको खोजी ?

निर्यातका लागि हारतगृहमा उत्पादन
भएका तरकारीको आपूर्ति गर्दा राम्रो
हुन्छ।

सबैभन्दा आकर्षक सुचना खोज्दै।

CAP का क्रियाकलापको सफलताका लागि बजार सर्वेक्षणमा कृषकहरूको स्वतन्त्रता र स्वामित्व एकदमै महत्त्वपूर्ण हुन्छ। CAP को बजार सर्वेक्षणले केवल बजारमूल्यबारे मात्र नभई बहुआयामिक बजारको सूचना लिने प्रयास गर्छ। यसलाई वास्तवमा बजारको स्वामित्वमा रहेको “अव्यक्त सूचना” पत्ता लगाउन तयार गरिएको हो। अव्यक्त सूचनाको पहुँच, अनुभूति र बुझाइका निमित यस्ता अव्यक्त सूचना भएका व्यक्तिसँगको अनुभव बुझ्न र कुराकानी गर्न जरुरी छ।

यस अर्थमा कृषकहरू स्वयं बजारमा जान र बजारका सरोकारवाला जस्तै व्यापारी, बिचौलिया, पसले लगायतसँग प्रत्यक्ष कुराकानी/अवलोकन गर्न आवश्यक छ। यसकारण, कृषकहरू स्वयंले बजार सर्वेक्षण गर्न आवश्यक हुन्छ।

CAP को बजार सर्वेक्षणको उद्देश्य यस्ता अव्यक्त सूचना पत्ता लगाउनु हो जुन लक्षित कृषकहरूका लागि

फाइदाजनक छ, र उनीहरूसँग सम्बन्धित पनि छ। अर्को शब्दमा (SHEP) सेपको बजार सर्वेक्षणमा बजारको

अव्यक्त ज्ञान/सूचनासँग कृषकहरूको आफ्नो अव्यक्त ज्ञान/सूचना उपयोगका साथै आदान प्रदान गर्नु हो।

बजार सर्वेक्षणका प्रक्रियामा दुई प्रकारका अव्यक्त ज्ञान/सूचनालाई प्रभावकारी रूपमा नयाँ ज्ञानमा संयोजन र गठन गरिन्छ।

2.3 कृषक आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी (वैकल्पिक)

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझने	-CAP पद्धतिवारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोतपरिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	

उद्देश्यहरू

कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठीको मुख्य उद्देश्य कृषकहरूलाई तरकारी व्यवसायमा संलग्न बजारका सरोकारवालासँग व्यावसायिक सम्बन्ध स्थापना गर्न सहयोग पुऱ्याउनु हो र उनीहरूको तरकारी खेतीका लागि आवश्यक कृषिसामग्री, उपकरण, वित्त र विमा सम्बन्धी जानकारी दिनु हो । कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठीमा विचौलिया र व्यापारीलाई समावेश नगरी छुटै कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठीमा समावेश गरिन्छ । कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठीले कृषिसामग्री आपूर्तिकर्ता र सेवाप्रदायकलाई पनि आफ्नो व्यवसाय बढाउन अवसर प्रदान गर्दछ । कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठीमा कृषकहरूसँगै विक्रेताहरू (विचौलिया, थोक विक्रेता मात्र नभई कुनै पनि प्रकारका विक्रेताहरू) भन्दा सेवा, उपकरण र सामग्री आपूर्तिकर्तालाई लक्षित गरिन्छ ।

रूपरेखा

आपूर्तिकर्ता/सेवाप्रदायकद्वारा प्रस्तुति (५-१० मिनेट) मार्फत उनीहरूको व्यवसाय/सेवाको परिचय दिइन्छ र पछि गोष्ठीस्थलमा सहभागी कृषकहरूसँग अन्तर्क्रिया गरिन्छ ।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र बढेको उत्प्रेरणा

सभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> • महिला र पुरुष दुवै गोष्ठीमा सहभागी 	<ul style="list-style-type: none"> • खेतीमा महिला पुरुष दुवैको आवश्यकता पुरा गर्न सेवा, सामग्री र उपकरणहरू बारे सूचनाहरू सङ्ग्रहन हुने । 	सम्बन्धितता
<ul style="list-style-type: none"> • गोष्ठीस्थलमा खेतीसामग्रीको प्रदर्शनी । 	<ul style="list-style-type: none"> • आपूर्तिकर्तासँगको आमनेसामने कुराकानीका माध्यमबाट कृषकहरूले विभिन्न खेतीसामग्री (उपकरण, मेसिन, वित्त आदि) को फाइदा वेफाइदा बुझ्ने र तिनलाई व्यावसायिक कृषिमा प्रयोग गर्ने । 	स्वतन्त्रता सम्बन्धितता

सञ्चालन प्रक्रियाहरू

तयारी

कृषिप्रसारकर्ताहरूले सम्भावित आपूर्तिकर्ता र सेवाप्रदायक पत्ता लगाउनुका साथै कुन र कति आपूर्तिकर्ता आमन्त्रित गर्ने भनेर निर्णय लिने ।

कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठीको समयतालिका (उदाहरण)

स्थान : प्रादेशिक, जिल्ला वा नगरपालिका स्तरमा

सहभागी : प्रत्येक ३० कृषकसमूहबाट एक महिला र एक पुरुष कृषक र १०-२० आपूर्तिकर्ता/सेवा प्रदायक (विउ विक्रेता, मल/विषादी विक्रेता, कृषिऔजार विक्रेता, बैड्ड/लघुवित्त, कृषि विमा कम्पनी आदि)

समय	विषयवस्तु
09:00-10:00 (60 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> सहभागी दतां (चिया र खाजा)
10:00-10:30 (30 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> गोष्ठीको उद्देश्य र प्रक्रिया CAP को प्रगति प्रस्तुतीकरण
10:30-11:50 (80 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> आपूर्तिकर्तां/सेवाप्रदायकले आफ्नो व्यवसाय/सेवाको (प्रत्येकलाई ५-१० मिनेट) प्रस्तुतिमार्फत परिचय
11:50-12:00 (10 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> मन्तव्य/घोषणा
12:00-13:00 (60 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> खाजा
13:00-15:00 (120 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> प्रदंशनीस्थलमा अन्तर्क्रियाको समयमा प्रत्येक कृषक समूहले व्यक्तिगत रूपमा स्वतन्त्र भएर आपूर्तिकर्ता/सेवा प्रदायकसँग कुराकानी गर्ने ।
15:00-15:15 (15 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> समूहमा: प्रत्येक कृषकसमूहले प्राप्त गरेको सूचना टिपोट गर्ने र समूहमा गएर अन्य सदस्यहरूलाई जानकारी गराउने । (चिया र खाजा)
15:15-15:30 (60 मिनेट)	<ul style="list-style-type: none"> आपूर्तिकर्ता/सेवा प्रदायकका प्रतिनिधिबाट टिप्पणी समापन मन्तव्य

2.4 सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> (वैकल्पिक) कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	<ul style="list-style-type: none"> कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोतपरिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	हामी यहाँ छौ

उद्देश्यहरू

सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षणले लक्षित कृषकहरूलाई उनीहरूको उत्पादन, आम्दानी र खेती प्रविधिमा वर्तमान अवस्था अवलोकन गर्ने अवसरहरू प्रदान गर्दछन् जसले उनीहरूले सुधार गर्नुपर्ने क्षेत्रको पहिचान गर्न सक्छन्। कृषकहरूले रेकर्ड राख्नुको महत्त्व पनि बुझ्न सक्छन्। यो अवसरले कृषिप्रसारकर्ताहरूलाई लक्षित लाभग्राहीको खेतीप्रणालीको तथ्याङ्क सङ्कलन गर्न सक्षम बनाउँछ, र पछि गएर CAP को मध्यस्थिताको परिणामलाई अनुगमन गर्दछ।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> कृषकसमूहका सदस्य र खेतीमा सहयोग गर्ने उनका परिवारका सदस्य दुबै आधारभूत सर्वेक्षणमा सहभागी। 	<ul style="list-style-type: none"> प्रत्येक घरधरीको खेतीको वर्तमान अवस्था पाहेचान गर्न महिला र परुषसहित खेतीमा सबै सहयोगीको दृष्टिकोण प्रतिबिम्बित भएको। 	सम्बन्धितता
<ul style="list-style-type: none"> सकेसम्म साधारण ढाँचा तयार पारिने। 	<ul style="list-style-type: none"> कृषकहरूले विषयवस्तु बुझेर बिना कुनै कठिनाइ ढाँचा भर्ने। 	सक्षमता
<ul style="list-style-type: none"> पढनलेख्न सक्ने कृषकहरूले पढनलेख्न नसक्ने कृषकलाई सहयोग गर्ने। 	<ul style="list-style-type: none"> पढेलेखेका कृषकहरूले विषयवस्तु बुझेर बिना कुनै कठिनाइ ढाँचा भर्ने। 	सम्बन्धितता

सञ्चालन प्रक्रियाहरू

- क) कृषि प्रसारकर्ताहरूले उद्देश्यबारे व्याख्या गर्ने। उनीहरूले कृषकसमूहलाई आधारभूत सर्वेक्षणको ढाँचा वितरण गरी उक्त ढाँचालाई कसरी भर्ने भनेर व्याख्या गर्ने।
- ख) कृषकसमूहका सदस्यले उक्त ढाँचालाई आफ्नो घरमा लगेर खेतीमा सहयोग गर्ने परिवारको सदस्यसँग मिलेर भर्ने। उनीहरूले खेती गरेको क्षेत्रफल, उत्पादन र बिक्री परिमाण, खुद आम्दानी, नगद लागत, गत वर्षको तरकारी खेतीको खुद आम्दानी आदि हिसाब गर्ने।
- ग) अर्को दिन कृषिप्रसारकर्ताहरूले भरेको ढाँचा सङ्कलन गर्न बैठक आयोजना गर्ने। ढाँचा राम्रोसँग नभरिएको खण्डमा कृषिप्रसारकर्ताहरू र पढन लेख्न सक्ने कृषकसमूहका सदस्यले सहयोग गर्नुपर्ने।
- घ) कृषि प्रसारकर्ताहरूले कार्यालयमा भरिएको ढाँचाको प्रतिलिपि बनाउनका निम्नि फोटो लिनुपर्ने जसलाई भविष्यमा कृषिप्रसार सेवामा सन्दर्भका रूपमा प्रयोग गर्न सकिन्छ। सकली ढाँचा कृषकसमूहलाई फिर्ता दिनु पर्ने। कृषकको सिकाइका निम्नि भरिएको आधारभूत सर्वेक्षणलाई पछि गएर उनीहरू आफैले अन्तिम सर्वेक्षणको नतिजासँग तुलना गर्नेछन्।

कोठा २ आधारभूत सर्वेक्षणको क्रममा “गृहकार्य” प्रणाली

किन ? कृषि प्रसारकर्ताहरूका अनुसार आधारभूत सर्वेक्षणका बेला धेरै कृषकहरूसँग उत्पादन लागत र बिक्री परिमाणको तथ्याङ्क थिएन। सही तथ्याङ्क प्राप्त गर्न उनीहरूले आफ्नो तथ्याङ्क जाँच गरी घर गएर परिवारसँग सोधपुछ, गर्न आवश्यक थियो। आधारभूत सर्वेक्षण एक दिनको गोष्ठीस्थलमा समाप्त गर्न गाहो हुन्छ।



कसरी ? कृषिप्रसारकर्ताहरूले आधारभूत सर्वेक्षणका लागि २ दिनको गोष्ठी आयोजना गर्न जरुरी छ। पहिलो दिन उनीहरूले कस्तो तथ्याङ्क आवश्यक हुन्छ भनेर व्याख्या गर्ने र सही तथ्याङ्क प्राप्त गर्न उनीहरूलाई “गृहकार्य” दिइने। कृषिप्रसार कर्मचारीले कृषकहरूलाई “गृहकार्य” को रूपमा आफ्नो परिवारका सदस्यसँगै घरमा फारम भर्न आग्रह गर्ने। दोस्रो दिन, कृषकहरूलाई पुनः भेला गराएर सर्वेक्षण फारम सङ्कलन गर्ने।

परिणाम ? अधिक सही र भरपर्दो तथ्याङ्क सङ्कलन भएको थियो। श्रीमान् र श्रीमती सँगै मिलेर आम्दानीको श्रोतको रूपमा खेती व्यवसायको वर्तमान अवस्था बुझेका थिए, त्यसैले आधारभूत सर्वेक्षणले परिवारका सबै सदस्यलाई तरकारी उत्पादनमा आम्दानी र लागतको वर्तमान सन्तुलनमा उनीहरूको रुचि बढाउनमा योगदान गरेको थियो।

ढाँचा

तल दिइएको चित्र आधारभूत सर्वेक्षण प्रश्नावलीको फारम हो। कृषकहरूले २ प्रकारको ढाँचा भर्न आवश्यक छ।

उत्तादन र आमदानी विशेषण तथ्यांक फारम

मिति: _____ समुहको नाम: _____ सदस्यको नाम: _____
 लिंग: महिला/ पुरुष जाती: ब्राह्मण/ क्षेत्री / जनजाति / दलिता/ अन्य _____ मोबाइल नं.: _____ आफु साथै बस्ते परिवारको सदस्यको संख्या: _____

१. कृषि आमदानी

१.१ तपाईंको परिवारले गाडको वर्ष (२०७३ माघ देखि २०७४ द्वितीय) मा कुन कुन बाली छेतो गर्नु भयो?

क. ताजा तरकरीहरू (बालुताजा भसला बालिहरू समेटे), तर बहुवर्ष बाली जस्तै जुआर, अरैचि नसमेट्ने)

क्र. स.	२. बालीको नाम र जातहरू	३. रासो देखि इन्द्रे समय	४. बाली लागाएको लेनफल देखि	५. जम्मा उत्पादन (फिलो)	६. जम्मा बेचेको उत्पादन	७. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	ै. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	९. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	१०. शुद्ध आमदानी
१	२. गोलभेडा(खुला) जातः	३. रासो देखि इन्द्रे समय सम्म	४. बाली लागाएको लेनफल देखि सम्म	५. जम्मा उत्पादन (फिलो)	६. जम्मा बेचेको उत्पादन	७. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	ै. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	९. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	१०. शुद्ध आमदानी
२	२. गोलभेडा (टनेल) जातः	३. देखि सम्म	४. देखि सम्म	५. जम्मा उत्पादन (फिलो)	६. जम्मा बेचेको उत्पादन	७. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	ै. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	९. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	१०. शुद्ध आमदानी
३	३. गोलभेडा (टनेल) जातः	३. देखि सम्म	३. देखि सम्म	३. जम्मा उत्पादन (फिलो)	३. जम्मा बेचेको उत्पादन	३. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	३. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	३. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	३. शुद्ध आमदानी
४	४. गोलभेडा (टनेल) जातः	४. देखि सम्म	४. देखि सम्म	४. जम्मा उत्पादन (फिलो)	४. जम्मा बेचेको उत्पादन	४. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	४. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	४. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	४. शुद्ध आमदानी
५	५. गोलभेडा (टनेल) जातः	५. देखि सम्म	५. देखि सम्म	५. जम्मा उत्पादन (फिलो)	५. जम्मा बेचेको उत्पादन	५. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	५. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	५. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	५. शुद्ध आमदानी
६	६. गोलभेडा (टनेल) जातः	६. देखि सम्म	६. देखि सम्म	६. जम्मा उत्पादन (फिलो)	६. जम्मा बेचेको उत्पादन	६. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	६. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	६. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	६. शुद्ध आमदानी
७	७. गोलभेडा (टनेल) जातः	७. देखि सम्म	७. देखि सम्म	७. जम्मा उत्पादन (फिलो)	७. जम्मा बेचेको उत्पादन	७. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	७. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	७. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	७. शुद्ध आमदानी
८	८. गोलभेडा (टनेल) जातः	८. देखि सम्म	८. देखि सम्म	८. जम्मा उत्पादन (फिलो)	८. जम्मा बेचेको उत्पादन	८. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	८. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	८. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	८. शुद्ध आमदानी
९	९. गोलभेडा (टनेल) जातः	९. देखि सम्म	९. देखि सम्म	९. जम्मा उत्पादन (फिलो)	९. जम्मा बेचेको उत्पादन	९. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	९. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	९. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	९. शुद्ध आमदानी
१०	१०. गोलभेडा (टनेल) जातः	१०. देखि सम्म	१०. देखि सम्म	१०. जम्मा उत्पादन (फिलो)	१०. जम्मा बेचेको उत्पादन	१०. विक्री रकम (रु) उत्पादन (फिलो)	१०. जम्मा लागत क. कृषि सामग्री (बिउ) रसायनिक पल, लिपादी)	१०. जम्मा लागत स. जालाइरी ज्यामी बाच (हुथारी, जम्मा भाडा)	१०. शुद्ध आमदानी

जम्मा

१.२ के तपाईंले आफ्टो बालीको आमदानी/खर्चको विवरण राख्ने गर्नु भएको छ ?

छ / छैन

१.३ के तपाईंले खेती गर्नु भन्दा अगाडि खेती योजना बनाई उत्पादन, खर्च, बिक्रि र आमदानीको बाली अनुशार अनुमान गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

१.३ के तपाईंले बाली बेचिसके पछि लागत खर्च र आमदानी हिसाब गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

२. खेती प्रविधि

२.१ के तपाईंले गएका वर्षमा तरफारी उत्पादन गर्दा निम्न फिसिमका प्रविधिहरु अपनाउनु भएको छ ?

क. जग्माको तयारी र नसरी बनाउन

- तपाईंले नसरीमा बिउ कसरी रोप्नु हुन्छ ?

छैन / रेखा/धर्सा बनाएर रोप्ने / प्लास्टिकको थैलामा(polybag) रोप्ने

- के तपाईंले नसरी बनाउनु हुन्छ ?

छ / छैन

- तल दिएको चित्र मध्य तपाईंलाई कुन बेना राप्ने हो जस्तो लाग्छ (क अथवा ख) ?

क



दुई आख्ला बिचको छोटो दुरी
मोटो ढाँच



दुई आख्ला बिचको लामो दुरी
मसिनो ढाँच

- के तपाईंले बेना सार्नु भन्दा पहिले रोप्ने दुरी नाप्नु हुन्छ ?

छ / छैन

ख. मल बनाउने

- के तपाईंले मल तयार गर्दा पराल अथवा सुख्खा धास मिसाउने गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- के तपाईंले मललाई धास अथवा प्लास्टिकले घोप्ने गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- के तपाईंले मललाई पल्टाउने गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- तपाईंको विचारमा मल तयार हुन कति महिना लाग्छ ? (सालाखाला)
अन्य ()

ग. रोगकिरा नियन्त्रण

- तपाईंले रोगकिरा कसरी नियन्त्रण नियन्त्रण गर्नु हुन्छ ? (धेरै कोठामा चिन्ह लागाउन सक्नु हुन्छ)

किटनाशक/ दुसीनाशक / भारपातनाशक/
 मोहनी पासो / स्थानिय सामाग्री/
 अन्य() पटक / (हप्ता / महिना / मोसमी) /

- तपाईंले एउटा बालीमा कति पटक बिषादी छानु हुन्छ ?

छ / छैन

- के तपाईंले बिषादी छानु भन्दा अधि सुख्खाब अनुशार बिषादीको मात्रा नाप्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- के तपाईंले आफ्टो खेतीमा बाली चक अपनाउनु भएको छ ?

छ / छैन

घ. पोस्टडार्बेस्ट व्यवस्थापन

- तपाईंले बाली टिप्पिसके पछि के गर्नु हुन्छ ? (धेरै कोठामा चिन्ह लागाउन सक्नु हुन्छ)

धुने/ छाने / ग्रेडिङ गर्ने / मुठा पार्ने /
 प्याक गर्ने/ अन्य() सबै मिसाएर / आकार अनुशार / गुणस्तर अनुशार/
 बजारको माग अनुशार

- बजारमा तरकारी पठाउदा कसरी पठाउनु हुन्छ ?

३. बजारीकरण

३.१ तपाईंले तरकारी बेच्दा, नियमित कति जना व्यापारीसँग सम्झक गर्नु हुन्छ ?

१ / २ / ३ / ४ / ५ भन्दा बढि

हामीले परिवारको सदस्यहरु बिच छलफल गरेर यो फारम भरेका छौं।

समुहको सदस्यको नाम: _____

परिवारको सदस्यको नाम: _____

मिति: _____

समुह सदस्यको सम्बन्ध भएको व्यक्तिको हस्ताक्षर: _____

2.5 अवलोकन भ्रमण

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोतपरिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	

हामी यंत्र छौ

उद्देश्यहरू

अवलोकन भ्रमणको उद्देश्य व्यावसायिक तरकारी उत्पादन र बजारीकरणमा कृषकसमूहका सदस्यहरूको चेतना र उत्प्रेरणा बढाउनु हो । यदि यसलाई दोस्रो वर्षमा पनि आयोजना गरियो भने यसले व्यावसायिक तरकारी उत्पादन र बजारीकरणमा कृषकसमूहका सदस्यहरूको ज्ञान र सीप बढाउन थप अवसरहरू प्रदान गर्दछ । विकल्पका रूपमा कृषकसमूहका सदस्यको प्राविधिक सीपको स्तर, स्थानीय सरकारको बजेटको उपलब्धता आदिका आधारमा लक्षित कृषकसमूहलाई समान तहका अरू कृषकसमूहमा अवलोकन भ्रमण गराउन सकिन्छ ।

रूपरेखा

कृषकसमूहका प्रतिनिधि सदस्यहरूले व्यावसायिक तरकारी उत्पादन क्षेत्र/अन्य कृषकसमूहको क्षेत्रको भ्रमण गर्दछन् । त्यस क्षेत्रको खेती र बजारीकरणको अभ्यास अवलोकन गरी त्यहाँका कृषकहरूसँग अन्तर्क्रिया गर्दछन् । अवलोकन भ्रमणपछि उनीहरूले भ्रमणका बेला सिकेका कुरा र उनीहरूको खेतीमा कस्ता कुरा कसरी लागु गर्न सकिन्छ भनेर समूहका अन्य कृषकहरूसँग छलफल गर्दछन् ।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र बढेको उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> • महिला र पुरुष दुवै अवलोकन भ्रमणमा सहभागी हुने । 	<ul style="list-style-type: none"> • महिला र पुरुष दुवै सहभागीले विभिन्न दृष्टिकोणहरूबाट पाठ सिक्न सक्ने । उदाहरणका लागि नाफा बढाउन मात्र नभई कामको भार र समय घटाउन पाठहरू सिकिने । 	सम्बन्धितता
<ul style="list-style-type: none"> • विभिन्न कृषकसमूहहरू निश्चित बाली / खेती प्रविधि अवलोकनका लागि समूहका रूपमा सँगै यात्रा गर्ने । 	<ul style="list-style-type: none"> • कृषकहरूले एकै प्रकारको बाली / वा खेती प्रविधि जस्तै टनेलमा गोलभेंडा खेतीमा रुचि राख्ने अरू समूहका कृषकहरूसँगसँगै अवलोकन र छलफल गरी बढी प्रभावकारी रूपमा सिक्छन् । 	सक्षमता सम्बन्धितता
<ul style="list-style-type: none"> • कृषकहरूसँग अवलोकन र छलफल गर्न खाली समय हुने । 	<ul style="list-style-type: none"> • कृषकहरू व्यावसायिक कृषकहरू र अन्य समूहका कृषकहरूसँग व्यावहारिक खेती र बजारीकरण प्रविधि सिक्न सक्रिय हुन्छन् । 	स्वतन्त्रता सम्बन्धितता

सञ्चालन पक्रियाहरू

- क) कृषि प्रसारकर्ताहरूले भ्रमणका लागि कहाँ कसलाई भेट्ने भनेर छनोट गर्नुका साथै पूर्व-व्यवस्था गर्ने ।
- ख) कृषि प्रसारकर्ताहरूले कृषकसमूहका सदस्यबाट अवलोकन भ्रमणमा प्राप्त जानकारी समूहका अन्य सदस्यलाई जानकारी गराउन इच्छुक प्रतिनिधि कृषक (CAP को हकमा २ महिला र २ पुरुष) छनोट गर्न सहयोग गर्दछन् ।
- ग) कृषि प्रसारकर्ताहरू र विभिन्न कृषक समूहका प्रतिनिधि कृषकहरू मिलेर व्यावसायिक क्षेत्र अवलोकन गर्ने ।
- घ) कृषि प्रसारकर्ताहरूले प्रतिनिधि कृषकलाई व्यावसायिक तरकारी खेती अवलोकन गर्न र तल दिइएको अवलोकन भ्रमणको सूची वा फार्म व्यवस्थापनको सम्बन्धित पृष्ठको प्रयोग गरेर सोधपुछ गर्न सहयोग गर्दछन् ।
- ड) कृषि प्रसारकर्ताहरूले कृषकसमूहमा प्रतिक्रिया बुझन बैठक सञ्चालन गर्न सहयोग गर्दछन् जहाँ प्रतिनिधिहरूले समूहका अन्य सदस्यहरूसँग भ्रमणका बेला सिकेका कुरा उनीहरूको खेतीमा कस्ता कुरा कसरी लागू गर्न सकिन्छ भनेर तल दिइएको अवलोकन भ्रमणको सूची वा फार्म व्यवस्थापनको सम्बन्धित पृष्ठको प्रयोग गरेर छलफल गर्दछन् ।

कोठा ३ अवलोकन भ्रमण



किन ? केही कृषक समूहका सदस्यसँग बजारमुखी कृषिका बारेमा प्रर्याप्त सीपे र ज्ञान छैन र नजिकै राम्रो उदाहरण पनि नहुँदा उनीहरूसँग बजारमुखी तरकारी उत्पादनको स्पष्ट चित्र छैन ।

कसरी ? “हेरेको कुरामा विश्वास हुन्छ ।” CAP पद्धतिमा कृषक समूहलाई प्रगतिशील बागवानी खेतीक्षेत्र जस्तै धादिङको अवलोकन गर्ने अवसर प्रदान गरेको थियो । एउटा कृषकसमूहले ४ प्रतिनिधि छनोट गरेका र प्रतिनिधिहरूले उक्त क्षेत्र अवलोकन गर्दा सिकेका सिकाइहरू समूहका अन्य सदस्यहरूलाई जानकारी गराएका थिए ।

परिणाम ? धेरै कृषकसमूहका सदस्यहरूले आफ्ना उल्लेखनीय सुधारका निमित अवलोकन भ्रमणमा पठाएका थिए ।

उदाहरणका लागि, धुलिखेल नगरपालिकाको आलिका फलफुल उत्पादन कृषकसमूहले व्यावसायिक कृषकहरूले जस्तै विभिन्न प्रविधिहरू जस्तै काटछाँट गर्नु, ढाकछोप गर्नु, पातहरू हटाउनु आदि तरिका अपनाउनाले गोलभेंडा उत्पादनमा उल्लेखनीय वृद्धि भएको अनुभव गरेका थिए । एक सदस्यका अनुसार, दुई वर्षअगाडिको खेतीको अवस्था र अहिलेको खेती अवस्थामा कुनै तुलना छैन, यसमा आकाश जमिनको फरक छ ।

ढाँचा

कृषकहरूको अवलोकन भ्रमणका लागि सूची (checklist) निम्नअनुसार छः

नोट	
● नसरी :	
● खाद्यतत्त्व व्यवस्थापन :	
● रोगकिरा व्यवस्थापन :	
● सिंचाइ :	
● बजारीकरण :	
● अन्य :	

3. चरण ३- कृषकले निर्णय लिने

चरण २ मा व्यावसायिक सम्भावना अनुभूतीकरणपछि, कृषकहरू अर्को चरण, चरण ३ मा प्रवेश गर्दछन् जसमा उनीहरूले आफ्नो तरकारी व्यवसायका लागि महत्त्वपूर्ण निर्णयहरू (कार्ययोजना निर्माण गर्ने) लिन्छन्। त्यसरी लिइने निर्णयहरूमा कुन बाली कहिले कति मात्रामा र कस्तो गुणस्तरको उत्पादन गर्ने भन्ने कुरा समावेश हुन्छ। निर्णयहरू समूहका सदस्यहरूको छलफलका क्रममा भएको सहमतिमा आधारित हुनुपर्छ। कृषिप्रसार कर्मचारीको भूमिका कृषकहरूका लागि निर्णय लिने नभई कृषकहरूलाई उचित मार्गदर्शन र कृषिमा विशेषज्ञ ज्ञान प्रदान गरी सही निर्णय लिन मद्दत गर्नु हो।

3.1 कार्ययोजना निर्माण (बाली छनोट, बालीपात्रो निर्माण र श्रोत परिचालन)

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	<ul style="list-style-type: none"> - कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोतपरिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	

हामी यहाँ छौ

उद्देश्यहरू

कृषकसमूहका सदस्यहरू र उनीहरूलाई खेतीमा सहयोग गर्ने परिवारका सदस्यहरूसँगै मिलेर लक्षित तरकारी बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण र आवश्यक सामग्री र श्रोतको पहिचान गरी उनीहरूको वार्षिक कार्ययोजना तयार गर्दछन्।

प्रमुख सञ्चालन सुभावहरू, प्रभावहरू र बढेको उत्प्रेरणा

<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकर्ताहरूले सहयोग गर्ने तर कृषकहरू आफैलाई निर्णय गर्न दिने र ब्राउन पेपरमा तयार ढाँचामा सहमति गराउने। 	<ul style="list-style-type: none"> ● कृषकहरूले कुन बाली कहिले, कसरी उत्पादन गर्ने भनेर निर्णय लिने। ● कृषकहरू स्वयंले बजार सर्वेक्षणको नतिजा र उनीहरूको अवस्था र क्षमताको विश्लेषण गरी तरकारी बाली छनोट गर्न सक्षम हुने। ● प्रजातान्त्रिक प्रक्रिया सुनिश्चित हुने। 	स्वतन्त्रता सक्षमता सम्बन्धितता
<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकर्ताहरूले निश्चित बालीको मौसमी अनुकूलता अनुसार उपयोगी सल्लाह दिने। 	<ul style="list-style-type: none"> ● कृषकहरूले प्राविधिक र वैज्ञानिक रूपले सही निर्णयहरू लिने। 	सक्षमता
<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकर्ताहरूलाई सम्पूर्ण प्रक्रियाका लागि अनुच्छोको (प्रक्रिया व्याख्या गरिएको पाना) दिइन्छ। 	<ul style="list-style-type: none"> ● स्पष्ट व्याख्याले गर्दा कृषकहरूले सम्पूर्ण प्रक्रिया राम्रोसँग बुझ्ने। 	सक्षमता

सञ्चालन पक्रियाहरू

क) कृषिप्रसारकर्ताहरूले गोष्ठीका लागि बजेट र सामग्री तयार गर्ने तथा कृषकका लागि उपयुक्त मितिको व्यवस्था गर्ने ।

ख) यो गोष्ठी निम्न तालिकामा दिइएको चरण अनुसार सञ्चालन गर्नुपर्छ :

चरण	विषय	विवरण	सहजकर्तालाई सल्लाह
१	परिचय	कृषिप्रसारकर्ताहरूले बालीछनोट र बालीपात्रो निर्माणको उद्देश्य बताउने ।	कृषकहरूलाई गोष्ठीको स्पष्ट तस्विर र गन्तव्य छोटो सन्देशमा दिने प्रयास गर्ने ।
२	हालका बालीहरू	प्रतिनिधिलाई (सदस्य र परिवारका सदस्य) उनीहरूले आफ्नो खेतबारीमा रोप्ने बालीहरूको नाम बताउने र उक्त बालीको उत्पादनको अवस्था बताउने ।	N/A
३	बजार सर्वेक्षण	बजार सर्वेक्षणमा गएका कृषकसमूहका प्रतिनिधिले सबै बालीको बजार सर्वेक्षणको नितिजामा बढी मूल्य पाइने सिजनको व्याख्या गर्ने ।	प्रतिनिधिलाई बाली अनुसार सम्भावित मूल्य र माग हुने महिना बताउन दिने ।
४	अवसर र अनुकूल कारकहरू	सहभागीलाई उनीहरूको व्यावसायिक कृषिमा (जस्तै अनुदान, स्थापना हुने नयाँ पूर्वाधारका योजना आदि) अवसर र उपलब्ध अनुकूल कारकहरू बताउन दिने ।	कृषिप्रसारकर्ताहरू, स्थानीय स्तरको बडा समितिबाट आएका प्रतिनिधि वा कार्यान्वयन गर्ने निकायले पनि उपयोगी सूचनाहरू जस्तै अनुदान आदिबाटे जानकारी गराउन सक्ने ।
५	लक्षित बालीहरूको चयन	सहभागीलाई बजारको सम्भावना र उनीहरूको अनुभवलाई ध्यानमा राखेर लक्षित बालीको छनोट गर्न दिने ।	सहभागीलाई कृषिप्रसारकर्ताहरूको अवसर र अनुकूल कारकहरू तथा प्राविधिक र मौसमी सम्भाव्यतामा सल्लाह विचार गर्न दिने ।
६	मतदान	सहभागीलाई मतदान मार्फत सुख्खा सिजन र वर्षा सिजनको लागि अनुमानित २, २ बाली छनोट गर्न दिने ।	N/A
७	सम्भाव्यता जाँच	सहभागीलाई उनीहरूको सम्भाव्यताको लेखाजोखा गर्न छनोट गरिएका ४ बालीहरूको विशेषता र समस्याबाटे छलफल गर्न दिने ।	सहभागीमध्ये अनुभवी कृषकहरूलाई प्रत्येक ४ बालीको विशेषता र समस्याबाटे बताउन दिने । अन्य कम अनुभवी कृषकहरूलाई उनीहरूको चिन्ता र प्रश्न उठाउन दिने ।
८	अन्तिम बाली छनोट	सहभागीलाई सम्भावित बालीलाई लक्षित बालीको रूपमा छनोट गर्न दिने र कम सम्भावित बालीहरूलाई बढी सम्भावना भएका बालीले बदल्ने ।	N/A
९	उत्पादन क्षेत्रफलमा प्रतिबद्धता	सहभागीलाई सम्भव भएसम्म साना समूहमा छलफल गरिएका प्रत्येक लक्षित बालीका लागि उत्पादन क्षेत्रफलमा प्रतिबद्धता दिन लगाउने ।	यदि कुनै सहभागीले क्षेत्रफलमा प्रतिबद्धता दिन सकेनन् भने उनीहरूलाई आफ्ना परिवारका सदस्यहरूसँग छलफल गर्न दिने ।
१०	सम्भावित कुल बिक्री	कुल प्रतिबद्ध क्षेत्रहरू अनुमानित उत्पादन र बिक्रीमूल्यको हिसाब गरी लक्षित बालीको सम्भावित जम्मा बिक्री अनुमान गर्ने ।	सबै घरधुरीको बिक्री जोड गर्ने र सबै सहभागीलाई ब्राउन पेपरमा जम्मा बिक्री देखाउने ।

चरण	विषय	विवरण	सहजकर्तालाई सल्लाह
११	श्रोतपरिचालन योजना	सहभागीले लक्षित बाली खेती गर्नका लागि आवश्यक सबै सामग्री कसरी खरिद गर्ने र लगानी कसरी जुटाउने भन्नेबारे योजना बनाउन लगाउने ।	केही सामग्री र लगानीका निम्नि बाहिरी सहयोगका लागि अनुरोध भएको खण्डमा सहभागीले कसले, के, कहिले र कसरी गर्ने भन्ने कुरामा सहमत हुन दिने ।
१२	अनुमोदन	सहभागीलाई गोष्ठीमा निर्माण भएको योजना उनीहरूको समूहको कार्ययोजनाका रूपमा अनुमोदन गर्न दिने ।	अनुमोदित योजनाको प्रतिलिपि कृषकसमूहलाई दिइने ।

कोठा ४. कार्ययोजना निर्माणका फाइदाहरूको उदाहरण

सामूहिक बालीछनौटः

कृषकसमूहले व्यक्तिगत रूपमा खेती गरेका थिए । अहिले उनीहरूले छलफल गरेर बढी फाइदा लिन सकिने बाली र जात छनोट गरेका छन् । उनीहरूले व्यक्तिगत रूपमा उत्पादन गर्दछन् तर यदि उनीहरूले एकै किसिमको बाली उत्पादन गरे भने उनीहरूले सामूहिक बजारीकरण गर्न सक्छन् र उत्पादनका बेला आएका समस्याहरू पनि समाधान गर्न सक्छन् । CAP ले कृषकसमूहलाई कार्ययोजना निर्माणका बेला मुख्य बाली छनोट गर्न सुझाव दिएको थियो ।



आवश्यकतामा आधारित सहयोग :

CAP आयोजनाले कृषकहरूको आवश्यकताका आधारमा विभिन्न सामग्रीमा आर्थिक सहयोग उपलब्ध गराउँछ । कृषकहरूको ५०% योगदानमा कृषकहरू आफैले सामग्री खरिद तथा व्यावस्थापन गर्दछन् । सिन्धुलीमा उनीहरूले लिफ्ट सिँचाइका लागि पम्प खरिद गरेका छन् र अहिले उनीहरूसँग वर्षभरि १५० रोपनी जग्गामा सिँचाइ उपलब्ध छ, जसले उनीहरूको खेतीप्रणालीमा अन्नबालीबाट तरकारी बालीमा परिवर्तन गर्न मद्दत पुगेको छ ।(सुनकोशी, सिन्धुली)



केठा ५. राम्रो बुझाइ र स्पष्ट व्याख्याका लागि अनचोको (चिट पेपर-चेक लिस्ट)

अनचोको एउटा जापानिज शब्द हो जसको अर्थ नोटहरूको संक्षिप्त सेट हो जसलाई सजिलोका लागि सन्दर्भनोटको रूपमा प्रयोग गरिन्छ । CAP ले धेरै कृषक क्रियाकलापका लागि अनचोको तयार पारेको छ जसलाई कृषि प्रसारकर्ताहरूले क्रमबद्ध तरिकाले विषयवस्तुको स्पष्ट वर्णन गर्नका लागि प्रयोग गर्दछन् ।

किन ?

- पहिलो पटक कुनै जटिल क्रियाकलाप जस्तै कार्ययोजना निर्माण सञ्चालन गर्दा, कृषिप्रसार कर्मचारीमा क्रियाकलापको क्रमबद्ध उपचरणहरूबारे अन्योल हुन्छ । फलस्वरूप कृषिप्रसार कर्मचारीहरूले कृषक स्तरमा क्रियाकलाप सञ्चालन गर्न संघर्ष गरिरहेका हुन्छन् ।

कसरी ?

- कृषिप्रसारकर्ताहरूले कृषक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्नुअगाडि अनचोको प्रयोग गरेर आवश्यक उप-चरणहरू र क्रमबारे स्पष्ट हुन्छन् ।
- कृषिप्रसारकर्ताहरूले क्रियाकलाप सञ्चालन गर्ने बेला पनि अनचोको प्रयोग गर्न सक्छन् ।

परिणामहरू ?

- कृषिप्रसारकर्ताहरूले सहजता र कुशलतापूर्वक कृषक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्न सक्छन् ।
- कृषकहरूले उप-चरणहरू क्रमशः सञ्चालन गर्दा कृषिप्रसारकर्ताहरूले दिन खोजेको सन्देश राम्रोसँग बुझ्छन् ।

Steps of Action Plan Making			
	Topic	Description	Remarks
1	Introduction	The facilitator explains the objective of Action Plan Making.	Try to give farmers a big picture and the destination of the workshop clearly in a short message.
2	Current crops	Let farmers raise current major crops to confirm their actual experience and performances so far	
3	Market survey	Let the representatives to share the results of the market survey crop by crop, checking high price seasons	Let the presenters to clarify possible price and months crop by crop
4	Nominating target crops	Let farmers nominate target crops, considering market potential and farmers experiences	Let farmers nominate freely but also focusing on crops referred in the current crop session and market survey presentation
5	Voting	Let farmers vote and decide 2 crops for rainy season and 2 crops for dry season tentatively.	
6	Checking feasibility	Let farmers discuss characteristics and issues on the 4 crops to check their feasibility as target crops.	Let experienced farmers contribute to raising characteristics and issues. Also let less-experienced farmers raise their simple worry and questions.
7	Final crop selection	If a crop is feasible, let farmers decide the crops finally. If a crop is not feasible, let them select an alternative crop	
8	Individual production area	Form 3, 4 sub-groups and let farmers express land allocation for each selected crop	If some farmers may not able to commit production area, leave it blank and ask him/her to consult with family members
9	Possible total sale	Show whole possible sale from total committed lands based on possible lowest unit price	Sum-up total figures quickly and write the final figure clearly on the brown paper.
10	Issues and solutions	Let farmers discuss issues and possible solutions considering Rs. 200,000 financed by SRC-CAP.	At first, explain about the basics of Rs.200,000 support including 50% self contribution.
11	FSIWS information	Let representatives introduce information acquired in FSIWS as referencial information for solutions	If representatives explain limited variety of items, the facilitator should introduce other items supplementally.
12	Financial support	Let farmers discuss financial support items. Final decision can be made later.	
13	Slogan	Ask farmers set a couple of slogans either on (1) Technology (2) Marketing (3) Group management/GESI to solve the problems to realize the possible sale.	Show examples of slogans such as "Every member participates in the training" "Increase market channels" "Try collective purchase of inputs"

ढाँचा

कार्ययोजना निर्माणका केही ढाँचाहरू तल दिइएको छः

बजार सर्वेक्षणको फारम

छनौटको लागी फारम

अर्को पाना

चित्र १. बजार सर्वेक्षणको नतिजाअनुसार बालीछ्नोट

सिन्धुली स डक्षिण व्याबसायिक कृषि प्रबन्धन आयोजना					
समूहको उत्पादन योजना , २०७५/०७(२०१९)					
उत्पादक समुद्देशको नाम:	२	३	४	५	नपा / रापा :
लाङ्गत बाजारहरू, १					
विवरण	बाली १	बाली २	बाली ३	बाली ४	बाली ५
छोटे गरेको तरकारी बाली					
बातहरू					
लाङ्गत उत्पादन परिमाण(किलो)					
तरकारी बाली टिने समय (सह र अन्तिम मिती)					
क्र.सं.	उत्पादक सदस्यको नाम	बाली लगाउने थे. (रोपनी, आना)			
१					
२					
३					
४					
५					
६					
७					
८					
९					
१०					
११					
प्रत्येक बालीको जम्मा क्षेत्रफल					प्रत्येक घरदूरीले खेती गर्ने जम्मा क्षेत्रफल(रोपनी)

चित्र २. व्यक्तिगत रूपमा प्रतिबद्ध बालीको क्षेत्रफल र लक्षित बालीको जम्मा क्षेत्रफल

यो उदाहरणमा गोलभेडा र करेलाले समाज भोट प्राप्त गरेका छन् । कृषक समुह सदस्यहरूले छलफल गरी २ मध्ये १ बाली छनौट गर्नु पर्नेछ ।

उदाहरण:

बाली	अनुभव	सम्भावना	जम्मा	छनौट
गोलभेडा	३	२८	३१	○
बन्दा	१५	१७	३२	○
लसुन	१७	१०	२७	
करेला	१५	१६	३१	

प्रत्येक कृषक समुह सदस्यले अनुभव भएका सम्पुर्ण बाली लाई भोट गर्दैन् ।

प्रत्येक कृषक समुह सदस्यले यो सिजन/ आउने सिजन खेती गर्न चाहेको २ बालीलाई भोट गर्दैन् ।

अन्तिममा कृषक समुह सदस्यहरूले भोटिङ्को नतिजा र छलफललाई मध्यनजर गरी २ लक्षित बाली छनौट गर्दैन् ।

चित्र ३ बाली छनौट गर्न कसरी मतदान गर्ने ?

खेती पात्रोको फारम

उदाहरण:

बस्ति	तामाघाट
उचाईः	९०० मी.
साईटको कृषि पर्यावरणिय क्षेत्रः	उच्च पहाड मध्य पहाड बेसी

बाली	जग्गाको किसिम	Mid Jan.- Mid Feb.	Mid Feb.- Mid Mar.	Mid Mar.- Mid Apr.	Mid Apr.- Mid May	Mid May- Mid Jun.	Mid Jun.- Mid Jul.	Mid Jul.- Mid Aug.									
		माघ	फागुन	चैत्र	बैशाख	जेठ	असार	श्रावण									
		१	२	३	४	१	२	३	४	१	२	३	४	१	२	३	४
गोलभेडा	खुल्ला	N S	N S	N S		TPTPTP								H	H	H	H
करेला	खेत		N S	N S			TPTPTPTP							H	H	H	H

(नोट) नसरी/ रोप्ने: NS, सार्ने: TP, टिप्ने: H

चित्र ८. बालीपात्रो निर्माण ढाँचा

4. चरण ४-कृषकले सीप आर्जन गर्ने

चरण ४, CAP पद्धतिको अर्को चरण हो जसमा कृषकहरूलाई बजारको मागअनुसार तरकारी उत्पादन गर्ने ज्ञान र आवश्यक सीप प्रदान गरिन्छ। यो समयसम्म कृषकहरूको नयाँ ज्ञान सिक्ने उत्सुकता र इच्छा उच्च हुनुपर्छ, किनकि उनीहरू पहिले नै आफूले छनोट गरेको लक्षित तरकारी बालीको बजारको अवसरमा विश्वस्त हुन्छन्। प्राविधिक तालिमको विषयवस्तु कृषकको आवश्यकतामा आधारित हुनुपर्छ, जसका प्रविधिहरू उनीहरूले तुरन्त आफ्नो खेतीमा अपनाउन सक्छन्। अर्को शब्दमा, तालिमलाई आवश्यकतामा आधारित बनाउनु सफलताको प्रमुख कारण हो।

4.1 स्थलगत तालिम

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबाटे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	<ul style="list-style-type: none"> - कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोत परिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)	

हामी यँहा छौ

उद्देश्यहरू

स्थलगत तालिमका शृङ्खलाहरू कृषकहरूले छनोट गरेका लक्षित तरकारी बालीको व्यावहारिक उत्पादनका लागि आवश्यक ज्ञान र सीप प्रदान गर्न तयार गरिएको छ। यो मागमा आधारित तालिम हो।

प्रमुख सञ्चालन सुभाव, प्रभाव र बढेको उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकताहरूले कृषकसमूहलाई उनीहरूको तालिम फार्म छनोट गर्न आग्रह गर्दैन् जसलाई स्थलगत तालिमका लागि प्रयोग गरिन्छ। 	<ul style="list-style-type: none"> ● कृषकसमूहले तालिम फार्मको लागि सजिलै अवस्थित स्थानका लागि सदस्यबिच निर्णय लिन्छन्। 	स्वतन्त्रता
<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकताहरूले कृषकसमूहलाई सकेसम्म स्थलगत तालिमको विषयवस्तु छनोट अनुरोध गर्ने। 	<ul style="list-style-type: none"> ● कृषकहरूले व्यावहारिक सीप जस्तै बिउ हाल्ने, बेर्ना सार्ने, रोगकिरा पहिचान, विषादीको प्रयोग आदिबाटे सिक्छन् र खेतीमा आत्मविश्वास बढ्दू। 	सक्षमता
<ul style="list-style-type: none"> ● कृषिप्रसारकताहरूले कृषकहरूको तालिम फार्ममा बाह्य विशेषज्ञ र श्रोतव्यक्तिको समन्वयमा स्थलगत तालिमको आयोजना गर्ने। 	<ul style="list-style-type: none"> ● कृषकहरूले संयुक्त रूपमा आफ्ना परिवारका व्यापारिक सदस्यसँग तालिम लिन्छन् र तालिम फार्ममा समूहका अन्य सदस्यहरूसँग छलफल गर्दैन् बाह्य विशेषज्ञ सोतव्यक्तिसँग सम्बन्ध स्थापना गर्दैन्। 	सम्बन्धितता

सञ्चालन प्रक्रियाहरू

तालिम फार्म स्थापना

कृषिप्रसार कर्मचारीले कृषकसमूहका सदस्य र खेतीमा सहयोग गर्ने उनका परिवारका सदस्यलाई तालिम फार्म कहाँ स्थापना गर्ने भनेर सहमत हुन सहयोग पुऱ्याउँछन् । तालिम फार्म स्थापना भएको जग्गाको धनी बालीको व्यवस्थापनको लागि जिम्मेवार हुन सक्छन् र कृषिप्रसार कर्मचारीले सम्पूर्ण सामग्री र प्राविधिक सल्लाह उपलब्ध गराउँछन् । तालिम फार्ममा दुई लक्षित तरकारी बालीका लागि कम्तीमा ०.२५ रोपनी (४आना) क्षेत्रफल सिफारिस गरिन्छ ।

प्राविधिक सल्लाह

कृषिप्रसार कर्मचारीले तालिम फार्म कसरी तयार गर्ने भनेर सल्लाह दिन्छन् ।

कृषिप्रसार कर्मचारी स्थलगत तालिममा दुई लक्षित बालीलाई सम्बोधन हुने विषयवस्तु र विषयवस्तु तालिमको समयमा कृषकसमूहका सदस्य र खेतीमा सहयोग गर्ने उनका परिवारका सदस्यसँग सहमत हुने (मागमा आधारित तालिम) । सामान्यतया, स्थलगत तालिममा एक सिजनमा निम्न विषयवस्तुलाई सम्बोधन गरिन्छ : १) नर्सरी बनाउने र बेर्ना सार्ने २) बाली संरक्षण र मल बनाउने र ३) पोस्टहार्भेस्ट व्यवस्थापन र बजारीकरण ।

कृषिप्रसार कर्मचारीले कृषकसमूहका सदस्य र खेतीमा सहयोग गर्ने उनका परिवारका सदस्यलाई सहमत गरिएका विषयवस्तुमा तालिम फार्ममा तालिमका लागि आवश्यक आधारभूत सामग्रीहरू जस्तै बिउ, मल आदि उपलब्ध गराई स्थलगत तालिम दिन्छन् । स्थलगत तालिममा जहिले पनि प्राविधिक व्याख्यासहित व्यावहारिक अभ्यास समावेश गरिनुपर्छ ।

आवश्यकताअनुसार कृषिप्रसार कर्मचारीले अन्य विशेषज्ञ वा श्रोतव्यक्तिलाई आमन्त्रण गर्न सक्छन् जसले स्थलगत तालिममा उनीहरूलाई प्राविधिक सहयोग पुऱ्याउँछन् ।

स्थलगत तालिम फार्म र स्थलगत तालिम सञ्चालन तथा व्यवस्थापनको विवरण यस पुस्तिकाको अनुसूची “१. प्रसार सामग्री” मा दिइएको छ ।

कोठा. ६ स्थलगत तालिम

किन ?

खेतीप्राविधिहरू वास्तविक परिस्थितिअनुसार कृषकको खेतबारीमा सिकाउनु पर्दछ । कृषकहरूले खेतीप्राविधिहरू कसरी व्यावहारिक रूपमा अभ्यास गर्ने भनेर तब मात्र बुझ्न जब उनीहरूलाई शब्दमा नभई व्यावहारिक रूपमा देखाइन्छ । कृषिप्रसार कर्मचारीहरूले केही कृषकहरूलाई उनीहरूबाट प्राप्त भएको उक्त ज्ञान उनीहरूमा मात्र सीमित रहन सक्छ । त्यसैले CAP ले प्रदर्शनी स्थल ”तयार गर्छ जसलाई तालिम फार्म भनिन्छ ।

कसरी ?

CAP ले कृषकसमूहका सदस्यको खेतबारीमा तालिम फार्म भनिने सानो जग्गामा स्थलगत तालिम प्रदान गर्दै र सबै कृषकहरूलाई त्यहाँ भेला बनाएर तालिम सञ्चालन गर्दै ।

तालिमका विषयवस्तुमा नर्सरी व्यवस्थापन, रोगकिरा व्यवस्थापन, पोस्टहार्भेस्ट व्यवस्थापन आदि समावेश छन् ।

परिणामहरू ?

घरमा उपभोगका लागि तरकारी उत्पादनमा करिब ९ वर्षको अनुभव भएको कमलामाई नगरपालिकाको गौमती गंगा कृषकसमूहले स्थलगत तालिमलाई उपयोगी पाएका छन् । उनीहरूले स्थलगत तालिममार्फत सिकेका सिकाइहरू मुख्यतया बालीबिचको दुरी, मल र विषादीको सही प्रयोग, रोगकिरा पहिचान र व्यवस्थापन उपयोगी रहेको दाबी गरेका छन् । सदस्यहरूले CAP ले उपलब्ध गराएको विवरण पुस्तिका नियमित रूपमा रोगकिरा पहिचान र व्यवस्थापन गर्न अध्ययन गर्ने जानकारी गराएका थिए । उनीहरूले विशेष गरी प्राविधिकहरू नभएको समयमा यी विवरण पुस्तिकाहरूलाई एकदमै उपयोगी पाए ।



5. अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक-व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण
३. कृषकले निर्णय लिने	<ul style="list-style-type: none"> - कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण, श्रोत परिचालन)
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम

हामी यहाँ छौं

अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)

उद्देश्यहरू

लक्षित कृषक समूहमा अनुगमन भ्रमणको उद्देश्य कृषकहरूले सिकेका ज्ञान र सीपको व्यावहारिक प्रयोगको सुनिश्चितता गर्नु हो । अनुगमन भ्रमणमा कृषकको उत्पादन गर्ने तरिका मात्र नभई उनीहरूको बजारीकरणको प्रगति मूल्याङ्कन र समूहको रूपमा गरिएका अन्य सामूहिक कार्यको पनि अनुगमन गरिन्छ ।

रूपरेखा

कृषकहरूले तालिमका बेला सिकेका ज्ञान र सीप उनीहरूको खेतीमा अवलम्बन गरिरहेका छन् भन्ने कुरा सुनिश्चित गर्न समय-समयमा अनुगमन भ्रमणको आयोजना गरिनुपर्छ । भ्रमणमा जाने सम्बन्धित निकायले समूहको बालीपात्रोमा वर्णन गरेका क्रियाकलापको प्रगतिको पनि अनुगमन गर्नुपर्छ । निश्चित समयपछि सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षणको ढाँचा प्रयोग गरेर सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण आयोजना गरिन्छ । सर्वेक्षणबाट प्राप्त भएको तथ्याङ्क आधारभूत सर्वेक्षणको नतिजासँग तुलना गर्न विश्लेषण गरिन्छ ।

प्रमुख सञ्चालन सुभाव, प्रभाव र बढेको उत्प्रेरणा

सुभावहरू	प्रभावहरू	उत्प्रेरणा
<ul style="list-style-type: none"> • महिला र पुरुष दुवैलाई अनुगमन गरिने । 	<ul style="list-style-type: none"> • महिला र पुरुष दुवैले खेती प्रविधि, कामको भार सिक्ने र बुझ्ने । 	<ul style="list-style-type: none"> सम्बन्धितता सक्षमता
<ul style="list-style-type: none"> • कृषकहरूलाई उनीहरूको आधारभूत सर्वेक्षणको परिणाम उपलब्ध गराइने । 	<ul style="list-style-type: none"> • कृषकहरूले कृषिप्रसार कर्मचारीको सहयोगमा अन्तिम र आधारभूत सर्वेक्षणका परिणामलाई तुलना गर्ने । 	<ul style="list-style-type: none"> सक्षमता
<ul style="list-style-type: none"> • पढनलेख्न सक्ने कृषकहरूले पढनलेख्न नसक्ने कृषकलाई सहयोग गर्ने । 	<ul style="list-style-type: none"> • लेखपढ गर्न सक्ने कृषकहरूले विना कुनै कठिनाई विषयवस्तु बुझेर फारम भर्ने । 	<ul style="list-style-type: none"> सम्बन्धितता

सञ्चालन प्रक्रिया

- क) कृषि प्रसारकर्ताहरू र कार्यान्वयन निकायले समय-समयमा कृषकसमूहको भ्रमण गरी आवश्यक सल्लाह दिने र क्रियाकलाप कार्यान्वयनको प्रगति अनुगमन गर्ने ।
- ख) अन्तिम सर्वेक्षणको प्रक्रिया आधारभूत सर्वेक्षण र तुलनाको जस्तै हुन्छ । कृषिप्रसार कर्मचारीहरूले उद्देश्यबारे व्याख्या गर्दछन् । उनीहरूले कृषकसमूहलाई अन्तिम सर्वेक्षणको फारम वितरण गरेर उक्त फारम कसरी भर्ने भनेर सिकाउँछन् ।
- ग) कृषकसमूहका सदस्यले उक्त ढाँचालाई आफ्नो घरमा लगेर परिवारको सदस्यसँग मिलेर भर्द्धन् । उनीहरूले खेती गरेको क्षेत्रफल, उत्पादन र विक्री परिमाण, खुद आम्दानी, नगद लागत, गत वर्षको तरकारी खेतीको खुद आम्दानी हिसाब गर्दछन् ।
- घ) अर्को दिन कृषि प्रसारकर्ताहरूले भरेको ढाँचा सङ्गलन गर्न बैठक आयोजना गर्ने । ढाँचा राम्रोसँग नभरिएको खण्डमा कृषि प्रसारकर्ताहरू र पद्नलेखन सक्ने कृषकसमूहका सदस्यले सहयोग गर्नुपर्ने ।
- ड) कृषि प्रसारकर्ताहरूले प्रत्येक कृषकसमूहका सदस्यलाई उनीहरूको २ वर्षअगाडिको आधारभूत सर्वेक्षणको नतिजा उपलब्ध गराउने । त्यसपछि, उनीहरूले अहिलेको अन्तिम सर्वेक्षणको नतिजासँग तुलना गर्ने । कृषिप्रसार कर्मचारीले एकएक गरी नतिजा तुलना गर्दै गएको २ वर्षमा कृषकहरूमा आएका परिवर्तन र सुधारहरू देखाउने ।

ढाँचा

अन्तिम सर्वेक्षण प्रश्नावलीको ढाँचा र आधारभूत सर्वेक्षणको ढाँचा एकै प्रकारको रहेको छ जसलाई भाग २ को “२.१ सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण”मा देखाइएको छ ।

भाग ३. अनुभव

“भाग ३. अनुभव” मा CAP पद्धति लागु गर्न उपयोगी CAP आयोजनाको अनुभव उल्लेख गरिएको छ।

1. CAP पद्धतिका फाइदाहरू

अनुभवअनुसार CAP पद्धतिको कृषिप्रसारले खेतीमा कृषकहरूको व्यवहार र बानीमा परिवर्तन ल्याएको छ। यो उत्पादनपछि बिक्रीबाट बेच्नका लागि उत्पादन भन्ने सोचमा परिवर्तनले आम्दानी वृद्धिका साथै अन्य ४ फाइदाहरू ल्याएको छः



(१) जीविकोपार्जनमा सुधार (२) आत्मबलमा वृद्धि (३) सम्बन्धमा सुधार र (४) गौरवान्वित हुनुको बोध ।

परिवर्तन १ : आम्दानीमा वृद्धि / गौरवान्वित

- **आम्दानी हुँदा खुसी :** तरकारी खेतीबाट रास्तो नाफा भएपछि कृषकहरू (मुख्यतया महिलाहरू) तरकारी खेतीमा संलग्न हुन उत्साहित भएका छन् । उनीहरू धेरै आम्दानी लिन धेरै तरकारी खेती गर्न चाहन्छन् ।
- **आफ्नो लागि सुनको सिक्री खरिद :** धेरै अवस्थामा खेती गर्ने व्यक्तिको हातमा मुनाफा रहन्छ, त्यसैले केही महिला कृषकहरू आफैले आफ्ना लागि सुनको सिक्री किनेका छन् । समूहका कुनै सदस्यले महँगो सामान किनेपछि अन्य सदस्यहरूलाई पनि उत्प्रेरणा मिलेको छ ।



परिवर्तन २ : जीविकोपार्जनमा विकल्प

- **व्यवसायमा परिवर्तन :** तरकारी खेती नाफामूलक छ भन्ने महसुस भएपछि, केही कृषकहरूले आफ्नो पुख्यौली पेसा छोडेर तरकारी व्यवसायमा केन्द्रित भएका छन् ।
- **सम्पति थपिएको :** तरकारी विक्रीपश्चात् धेरै कृषकहरूले कृषिसामग्रीहरू जस्तै प्लास्टिक घर निर्माण, विउ र जग्गा खरिदमा लगानी गरेका छन् । यसका साथै, केही कृषकहरूले गाडी, मोटरसाइकल, टिभि. र भूकम्पमा क्षति भएको घर मर्मतका लागि लगानी गरेका छन् ।
- **भविष्यका लागि बचत :** केही कृषकले सहकारीमा खाता खोलेर शिक्षा, स्वास्थ्य र चाडवाडका लागि बचत गर्न सुरु गरेका छन् ।



परिवर्तन ३ : आत्मबलमा वृद्धि

- **सम्मानः**: पहिले महिलाहरूले आवश्यकता हुँदा आफ्नो श्रीमान्‌सँग पैसा माग्नु पथ्यो । अहिले उनीहरू आर्थिक रूपमा अरूपमा निर्भर छैनन् र आफै व्यवस्था गर्न सक्षम भएका छन् ।
- **नेतृत्वः**: सुरुवातमा केही सहभागीहरू सामूहिक बैठकको बेला आफ्ना विचार राख्न हिचकिचाउँथे । समूहमा अध्यक्ष वा उपाध्यक्ष जस्ता आधिकारिक पद प्राप्त गरेर तथा व्यापारीहरूसँग कुराकानी गरेर, उनीहरूमा नेतृत्व दिने र कुराकानी गर्ने सीपको विकास भएको छ । उनीहरूले आफ्नो आत्मविश्वास बढेको महसुस गरेका छन् ।
- **व्यावसायिक कृषकका रूपमा उत्प्रेरितः**: अन्नबाली खेती गर्दा कषकहरू दैनिक रूपमा आफ्नो खेतबारी हेरचाह गर्दैनथे । अहिले उनीहरू दैनिक रूपमा आफूले खेती गरेको तरकारी बालीको हेरचाह गर्दैन् किनकि यो आम्दानीको एउटा महत्वपूर्ण श्रोत हो ।



परिवर्तन ४: सम्बन्धमा सुधार

- **परिवारभित्रको सम्बन्धः**: पहिले खेती गर्ने बालीहरूको निर्णय पुरुषले गर्ने गरेका थिए तर अहिले श्रीमान् श्रीमती मिलेर निर्णय लिने र आएको फाइदा दुवैले बाँडूने गरेका छन् ।
- **कृषि प्राविधिकसँगको सम्बन्धः**: पहिले कृषकहरूले सम्बन्धित कृषिप्राविधिक (जेटीजेटीए) लाई चिन्दैनथे । अहिले उनीहरू समस्या परेका बेला जेटी/जेटिएसँग परामर्श लिने गर्दैन् ।
- **व्यापारीसँगको सम्बन्धः**: पहिला व्यापारीहरूसँग कृषकहरूको राम्रो सम्बन्ध थिएन । अहिले कृषकहरू बजारको सूचना र उत्पादनको अवस्थावारे जानकारी आदान-प्रदान गर्ने गर्दैन् जसले गर्दा दुवै पक्षले फाइदा लिन सक्छन् ।
- **अन्य सरोकारवालासँगको सम्बन्धः**: अहिले कृषकहरू नगरपालिका, कृषि ज्ञानकेन्द्र, एग्रोभेट, वडा अध्यक्ष, होटल आदिसँग राम्रो सम्बन्ध राख्न सफल भएका छन् ।



2. CAP पद्धतिका क्रियाकलापको छनोट

आयोजनाको अनुभवअनुसार CAP पद्धतिका ४ चरणहरूका सबै क्रियाकलापहरू कम्तीमा एकपटक सुरुमा सञ्चालन गर्न र त्यसपछि यीमध्ये केहीलाई थप दुई वर्षको सहायक अवधिमा दोहोच्याउनका लागि सिफारिस गरिन्छ । यसरी कृषकहरू पहिलो वर्ष तरकारी खेती तथा त्यसको बजारीकरण गर्न सिक्छन् र दोस्रो वर्ष त्यसलाई अझ सुधार गर्न सक्छन् । यद्यपि स्रोतको सीमितताका कारण यी सबै गतिविधि सम्पन्न नहुन सक्छन् र अन्य विकल्प आवश्यक हुन सक्छ । यसका लागि दुईवटा विकल्पहरू तयार गर्न सकिन्छ, जस्तै: (१) एउटा सम्पूर्ण प्याकेजको विकल्प र अर्को (२) न्यूनतम प्याकेजको विकल्प । यी विकल्पहरूमा दुई बालीको सिजनको एक वर्षको सहायक अवधि अथवा दुई वर्षमा चार बालीको सिजनको प्याकेजलाई CAP पद्धतिले सहयोग गर्न सक्छ । यो केवल व्यवस्थापनको प्रयोजनका लागि हो । यद्यपि यस्तो स्थिति यथार्थमा प्रायः घटित हुँदैन भन्ने मानिन्छ र एक वर्षमा एक वा तीन बाली सम्भव हुने देखिन्छ ।

2.1 सम्पूर्ण प्याकेज

SRC-CAP आयोजनाले बास्तवमा संचालन गरेको पूर्ण प्याकेज विकल्प निम्न तालिकामा दिइएको छ । SRC-CAP को अनुभव अनुसार, यो प्रभावकारी उपाय जसबाट कृषक समुहहरू बजार मुखि कृषक कसरी बन्ने भन्ने बारे सिक्न सक्छन । यो विकल्पमा, पहिलो वर्षको पहिलो सिजनमा सम्पूर्ण क्रियाकलापहरू (विकल्पको रूपमा राखिएका क्रियाकलापसहित) संचालन गरिन्छ । यद्यपि केहि विकल्पहरू दोहोच्याईन्छ तर अरु पछिका सिजनमा होईन । कारणहरू निम्न छन । स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण) प्रत्येक सिजनमा संचालन गरिन्छ, किनभन्ने यो धेरै जसो कृषक समुहले माग गरेको सहायता हो । कृषकका विगतका क्रियाकलापहरूको पुनरावलोकन गर्न र उक्त क्रियाकलापबाट पाठ सिक्न अनुगमन पनि प्रत्येक सिजनमा दोहोच्याईन्छ । कार्ययोजना निर्माण प्रत्येक सिजनमा दोहोच्याईन्छ, यद्यपि त्यसमा दास्रो सिजन र चौथो सिजका बालीमा केहि संशोधन र परिवर्तन थियो । कृषक समुहका धेरै सदस्यहरू आफैले बजार सर्वेक्षण संचालन गर्न सुनिश्चित गर्न, दोस्रो वर्षमा यो दाहोच्याईन्छ ।

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू	लागत (रु/समूह)
पहिलो वर्ष : पहिलो सिजनको बालीका लागि (सबै क्रियाकलापहरू सञ्चालन गरिने)		
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबारे गोष्ठी	६,०००/-
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	<ul style="list-style-type: none"> - (वैकल्पिक) कृषक व्यापारीबिच अन्तर्किया गोष्ठी - कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - (वैकल्पिक) कृषक-आपूर्तिकर्ता अन्तर्किया गोष्ठी - सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण - अवलोकन भ्रमण 	१२,९००/- २०,८५०/- १२,८५०/- १२,८५०/- २,९५०/- ३७,३५०
३. कृषकले निर्णय लिने	<ul style="list-style-type: none"> - कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट) - कार्ययोजना निर्माण (बालीपात्रो निर्माण) - कार्ययोजना निर्माण (श्रोतपरिचालन) 	३,६५० ३,६५० ३,६५०
४. कृषकमा सीप आर्जन	<ul style="list-style-type: none"> -स्थलगत तालिम (मत बनाउने) -स्थलगत तालिम (नसरी बनाउने र बेर्ना सार्ने) -स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण) -स्थलगत तालिम (पोस्टहार्ड्स्ट व्यवस्थापन र बजारीकरण) 	९,५०० ९,५०० ९,५०० ९,५००
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)		२,९५०
पहिलो वर्ष : दोस्रो सिजनको बाली		
३. कृषकले निर्णय लिने	<ul style="list-style-type: none"> - कार्ययोजना निर्माण (छनोट गरिएको बालीबाटे पुनर्विचार) - कार्ययोजना निर्माण (बालीपात्रो निर्माणमा पुनर्विचार) 	३,६५० ३,६५०
४. कृषकमा सीप आर्जन	<ul style="list-style-type: none"> -स्थलगत तालिम (नसरी बनाउने र बेर्ना सार्ने) -स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण) 	९,५०० ९,५००

	-स्थलगत तालिम (पोस्टहार्भेस्ट व्यवस्थापन र बजारीकरण)	९,५००
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)		२,९५०
पहिलो वर्षका लागि आर्थिक सहयोग	- कार्ययोजनामा ५० प्रतिशत आर्थिक सहयोग	२,००,०००
दोस्रो वर्ष : तेस्रो सिजनको बाली		
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	- कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण - अबलोकन भ्रमण	२०,८५० ३७,३५०
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट) - कार्ययोजना निर्माण (बालीपात्रो निर्माण) - कार्ययोजना निर्माण (श्रोतपरिचालन)	३,६५० ३,६५० ३,६५०
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण)	९,५००
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)		२,९५०
दोस्रो वर्ष : चौथो सिजनको बाली		
५. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (छनोट गरिएको बालीबाटे पुनर्विचार) - कार्ययोजना निर्माण (बालीपात्रो निर्माणमा पुनर्विचार)	३,६५० ३,६५०
६. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण)	९,५००
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)		२,९५०
दोस्रो वर्षका लागि आर्थिक सहयोग	- कार्ययोजनामा ५० प्रतिशत आर्थिक सहयोग	२,००,०००
जम्मा (रु/समूह)		६९०,९००

2.2 न्यूनतम प्याकेज

न्यूनतम प्याकेज विकल्प, जनशक्ति र बजेट जस्ता श्रोतको कमि भएका संचालन निकायका लागि निम्न तालिकामा दिईएको छ। SRC-CAP को अनुभव अनुसार, कृषक समुहमा CAP पद्धतीको सार प्रदान गर्ने यी न्यूनतम क्रियाकलापहरु हुन्।

चार चरणहरू	क्रियाकलापहरू	लागत (रु/समूह)
पहिलो वर्ष : पहिलो सिजनको बालीका लागि (सबै क्रियाकलापहरू सञ्चालन गरिने)		
१. कृषकले उद्देश्य बुझ्ने	-CAP पद्धतिबाटे गोष्ठी	५,९५०
२. कृषकको चेतनामा अभिवृद्धि	- कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण	२०,८५०
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट) - कार्ययोजना निर्माण (बालीपात्रो निर्माण) - कार्ययोजना निर्माण (श्रोतपरिचालन)	३,६५० ३,६५० ३,६५०
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम (नसरी बनाउने र बेर्ना सार्ने) -स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण) -स्थलगत तालिम (पोस्टहार्भेस्ट व्यवस्थापन र बजारीकरण)	९,२५० ९,२५० ९,२५०
पहिलो वर्ष : दोस्रो सिजनको बाली		

४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम (नसरी बनाउने र बेर्ना सार्ने) -स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण)	९,५०० ९,५००
अनुगमन (सहभागितामूलक अन्तिम सर्वेक्षण समावेश गरिएको)		२,९५०
पहिलो वर्षका लागि आर्थिक सहयोग	- कार्ययोजनामा ५० प्रतिशत आर्थिक सहयोग	२,००,०००
दोस्रो वर्ष : तेस्रो सिजनको बाली		
३. कृषकले निर्णय लिने	- कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट) - कार्ययोजना निर्माण (बालीपात्रो निर्माण) - कार्ययोजना निर्माण (श्रोतपरिचालन)	३,६५० ३,६५० ३,६५०
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण)	९,५००
दोस्रो वर्ष : चौथो सिजनको बाली		
४. कृषकमा सीप आर्जन	-स्थलगत तालिम (बाली संरक्षण)	९,५००
अनुगमन		२,९५०
जम्मा		३२१,१५०

2.3 मेलुड क्याप (Melung CAP) मा CAP पद्धतिको परिमार्जन

दोलखाको मेलुड गाउँपालिकाको स्थानिय सरकारले CAP पद्धति लागू गरेर आफ्ना कृषि विकास आयोजना सञ्चालन गरिरहेको छ र उक्त आयोजनाको नाम मेलुड क्याप (Melung CAP) रहेको छ।

मेलुड क्याप (Melung CAP) ले CAP पद्धतिका क्रियाकलापहरु मानव र आर्थिक श्रोतको बास्तविक उपलब्धताको आधारमा लागू गरेको छ। मेलुड क्याप (Melung CAP) ले निम्न तरिकाबाटबाट CAP पद्धतिलाई परिमार्जन गरेको छ।

- CAP पद्धतिको प्याकेजबाट आधारभूत सर्वेक्षण, अन्तिम सर्वेक्षण र अवलोकन भ्रमणलाई सञ्चालन गरिएका थिएनन।
- खेतीको अभिलेख राख्नुको महत्व बारे अभिलेख पुस्तका वितरण गर्ने बेला एकपटक मात्र राम्रोसँग व्याख्या गरिएको थियो। अभिमुखिकरण तालिमका बेला यसको महत्व राम्रोसँग व्याख्या गरिएको र SRC-CAP ले निर्माण गरेको अभिलेख पुस्तका वितरण गरिएको गरेको भएपनि लक्षित लाभग्राही कृषक मध्य आधा मात्र कृषकहरूले आफ्नो खेतीको अभिलेख राखेका छन्।
- कृषक-व्यापारी बिच अन्तरक्रिया गोष्ठि सञ्चालन गरिएको थिएन किनकी कृषकहरूलाई बजार सर्वेक्षणको बेला व्यापारीहरूसँग कुरा गर्न प्रार्याप्त समय दिएको थियो।
- CAP पद्धति लागू भएको दास्तोवर्षमा लक्षित कृषक समुहमा प्राविधिक(खेती बारे ज्ञान र सीप) सहयोग मात्र दिईएको थियो। पहिलो वर्षमा मात्र आर्थिक सहयोग गरिएको थियो।

2.4 प्रत्येक क्रियाकलापका लागि अनुमानित लागत

यस भागमा सबै क्रियाकलापको अनुमानित लागत हिसाब गरिएको छ। अनुमानहरु क्रियाकलापको तुलना गर्ने उद्देश्यले तयार पारिएको छ, जसकारण यो पद्धती लागू गर्ने निकायले आफ्ना कृषि प्रसार कार्यक्रममा कुन क्रियाकलाप छनौट गर्ने भनेर निर्णय लिन सक्छन। प्रत्येक क्रियाकलापहरु जेटी/जेटीएले फिल्ड सहजकर्ताको सहयोगमा ३० सदस्य भएका कृषक समुहमा सञ्चालन गर्न्छन। यी लागतहरूको हिसाब SRC-CAP आयोजनाको बास्तविक अवस्था र नमर्स “Norm (National Norm: 2070 to 2072)”。 मा आधारित छन्। लागू हुने अवस्थामा कृषि प्रसार कर्मचारीहरु (JT/JTAs) को भत्ता लागतमा हिसाब गरिएको छ, तर जेटी/जेटीएको र फिल्ड सहजकर्ताको परिश्रामिक समावेश गरिएको छैन।

CAP पद्धतिबारे गोष्ठी (क्रियाकलाप १.१)

- अवधि : १ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : गाउँ तह (कृषक समूह तह)
- सहभागीको संख्या : जम्मा (३२), कृषक (३०), जेटि/जेटिए(१), श्रोतव्यक्ति (१)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	न.	एकाइ लागत (रु)	जम्मा (रु)	टिप्पनी
१	जेटि/जेटिएलाई समन्वय शुल्क	• समन्वय शुल्क • कक्षा १.५ घण्टा	१	१,०००(३००+७००) प्रति व्यक्ति	१,०००	यो शुल्कबाट आवश्यक व्यवस्थापन गर्नुपर्ने ।
२	श्रोतव्यक्ति शुल्क	• दैनिक भत्ता • कक्षा / विवरण पुस्तिका • यातायात	१	१,९००(४००+१४००+१००) प्रतिव्यक्ति	१,९००	आवश्यक नहुन सक्छ
३	शैक्षिक सामग्री	• कागजात • स्टेसनरी	३०	५० प्रतिकृषक	१,५००	कलम, कापी, फोटोकपी आदि
४	खाजा	• चिया र खाजा	३२	५० प्रतिसहभागी	१,५५०	
जम्मा						रु ५,९५०/समूह

Reference: According to Ministry of Finance Letter, No.391 on 2066/11/03 and Revenue Administrative Training Center letter out no.342 on 2066/12/

कृषक व्यापारीबिच अन्तर्क्रिया गोष्ठी (क्रियाकलाप २.१)

- अवधि : १.५ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : नगरपालिका वा प्रादेशिक तह (कृषकसमूह तह), तीन कृषकसमूहका लागि
- सहभागीको संख्या : जम्मा (२१), छनौट हुने कृषक (१२), जेटि/जेटिए(३), सहजकर्ता (३), बजार सम्बन्धित व्यक्ति (२ खुद्रा व्यापारी र १ थोक व्यापारी) (३)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	एकाइ लागत (रु)	जम्मा (रु)	टिप्पणी
१	व्यवस्थापन र स्टेसनरी	• जेटी/जेटिएलाई समन्वय र व्यवस्थापन	३	१,००० प्रतिव्यक्ति	३,०००	यो शुल्कबाट आवश्यक व्यवस्थापन गर्नुपर्ने ।
२	श्रोतव्यक्ति शुल्क	• कक्षा १.५ घण्टा	३	१,४०० प्रतिकक्षा (१.५ घण्टा)	४,२००	-
३	जेटी/जेटिएलाई भत्ता	• बासखर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) • दैनिक भत्ता	३	१,५०० (१२००+३००) प्रतिव्यक्ति	४,५००	-
४	सहजकर्ता/कृषक-लाई भत्ता	• बासखर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) • दैनिक भत्ता	१५	१,२५० (१,०००+२५०) प्रतिव्यक्ति	१८,७५०	-
५	बजार सम्बन्धित व्यक्ति	• दैनिक भत्ता • यातायात	३	३५० (२५०+१००) प्रतिव्यक्ति	१,०५०	-
६	यातायात	सार्वजनिक बस/भाडाको गाडी	३	२,००० प्रतिव्यक्ति	६,०००	कृषकको ठाउँबाट गोष्ठि स्थल सम्म यातायात भाडा
७	खाजा	• चिया र खाजा	२४	५० प्रतिव्यक्ति	१,२००	
जम्मा ३ कृषक समूहका लागि						रु ३८,७००/३ समूह
जम्मा १ कृषक समूहका लागि						रु १२,९००/१ समूह

Reference: According to letter of finance Ministry Letter out no.391 on 2066/11/03 and Revenue Administrative Training Center letter out no.342 on 2066/12

कृषकले गर्ने बजार सर्वेक्षण (क्रियाकलाप २.२)

- अवधि : २.५ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : नगरपालिका वा प्रादेशिक तह
- सहभागीको संख्या : जम्मा (६), छनोट हुने कृषक (४), जेटी/जेटिए(१), सहजकर्ता (१)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	एकाइ लागत (रु)	जम्मा (रु)	टिप्पणी
१	व्यवस्थापन र स्टेसनरी	•जेटी/जेटिएद्वारा समन्वय र व्यवस्थापन	१	१,००० प्रतिव्यक्ति	१,०००	यो शुल्कबाट आवश्यक व्यवस्थापन गर्नुपर्ने ।
२	जेटी/जेटिएलाई भत्ता	•बास खर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) •दैनिक भत्ता	१	२,७०० (१,२००x २ दिन+३००) प्रतिव्यक्ति	२,७००	खाना खर्च समावेश गरिएको
३	सहजकर्ता/कृषक-लाई भत्ता	•बास खर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) •दैनिक भत्ता	५	२,२५० (१,०००x२ दिन+२५०) प्रतिव्यक्ति	११,२५०	खाना खर्च समावेश गरिएको
४	यातायात	सार्वजनिक बस/भाडाको गाडी	१	५,००० प्रति व्यक्ति	५,०००	-
५	खाजा	•चिया र खाजा	१८	५० प्रतिव्यक्ति	९००	६ व्यक्ति x ३ दिन
जम्मा					रु. २०,८५० / समूह	

Reference: Norm 1.4.2 District level farmer exposure visit/ farmer group exposure visit (Decision date: 2061/8/25)

कृषक आपूर्तिकर्ता अन्तर्क्रिया गोष्ठी (क्रियाकलाप २.३)

- अवधि : १.५ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : नगरपालिका वा प्रादेशिक तह (कृषकसमूह तह) तीन कृषकसमूहका लागि
- सहभागीको संख्या : जम्मा(२१), छनोट हुने कृषक (१२), जेटी/जेटिए(३), सहजकर्ता (३), बजारसम्बन्धित व्यक्ति (६)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	एकाइ लागत (रु.)	जम्मा (रु.)	टिप्पणी
१	व्यवस्थापन र स्टेसनरी	•जेटी/जेटिएद्वारा समन्वय र व्यवस्थापन	३	१,००० प्रतिव्यक्ति	३,०००	यो शुल्कबाट आवश्यक व्यवस्थापन गर्नुपर्ने ।
२	जेटी/जेटिएलाई भत्ता	•बास खर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) •दैनिक भत्ता	३	१,५०० (१,२०० +३००) प्रतिव्यक्ति	४,५००	-
३	सहजकर्ता/कृषक-लाई भत्ता	•बास खर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) •दैनिक भत्ता	१५	१,२५० (१,०००+२५०) प्रतिव्यक्ति	१८,७५०	-
४	बजारसम्बन्धित व्यक्ति	•दैनिक भत्ता •यातायात (कृषिसामग्री आपूर्तिकर्ता, उपकरण आपूर्तिकर्ता, बैंक/लघु वित्त संस्था, कृषि विमा कम्पनी)	६	३५०(२५०+१००) प्रति व्यक्ति	२,१००	आवश्यक नपर्न सक्छ ।
५	हल भाडा	•हल भाडा	१	३,००० प्रति प्रत्येक पटक	३,०००	-
६	यातायात	सार्वजनिक बस/भाडाको गाडी	३	२,००० प्रति समूह	६,०००	नजिकको शहर फर्किने यातायात भाडा
७	खाजा	•चिया र खाजा	२१	५० / व्यक्ति / दिन	१,०५०	-
जम्मा					रु. ३८,४०० / ३ समूह	
जम्मा १ समूहको लागि					रु. १२,८००/ समूह	

Reference: According to letter of finance Ministry Letter out no.391 on 2066/11/03 and Revenue Administrative Training Center letter out no.342 on 2066/12

सहभागितामूलक आधारभूत सर्वेक्षण (क्रियाकलाप २.४)

- अवधि : १ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : गाउँ तह (कृषकसमूहमा)
- सहभागीको संख्या : जम्मा (३२), कृषक(३०), जेटी/जेटिए(१), सहजकर्ता (१)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	एकाइ लागत (रु)	जम्मा (रु)	टिप्पणी
१	व्यवस्थापन र स्टेसनरी	•जेटी/जेटिएद्वारा समन्वय र व्यवस्थापन	१	१,००० प्रतिव्यक्ति	१,०००	यो शुल्कबाट आवश्यक व्यवस्थापन गर्नुपर्ने।
२	सर्वेक्षण फारम	•फोटोकपी	३५	१० प्रतिव्यक्ति	३५०	-
३	खाजा	•चिया र खाजा	३२	५० प्रतिव्यक्ति	१,६००	-
जम्मा					रु. २,९५० / समूह	

Reference: 1.2.1 District level farmer training (Decision date: 2061/8/25, revised date: 2065/9/1)

अवलोकन भ्रमण (क्रियाकलाप २.५)

- अवधि: ३.५ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : नगरपालिका वा प्रदेश तह
- सहभागीको संख्या: जम्मा(६), छनोट हुने कृषक(४), जेटी/जेटिए(१), सहजकर्ता (१)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	एकाइ लागत (रु)	जम्मा (रु)	टिप्पनी
१	व्यवस्थापन र स्टेसनरी	•जेटी/जेटिएद्वारा समन्वय र व्यवस्थापन	१	१,००० प्रतिव्यक्ति	१,०००	यो शुल्कबाट आवश्यक व्यवस्थापन गर्नुपर्ने।
२	जेटी/जेटिएलाई भत्ता	•वासखर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) •दैनिक भत्ता	१	३,९०० (१,२००×३ दिन +३००) प्रतिव्यक्ति	३,९००	-
३	सहजकर्ता/कृषक-लाई भत्ता	•वासखर्च (दैनिक भत्ता समावेश गरिएको) •दैनिक भत्ता	५	३,२५०(१,०००×३ दिन +२५०) प्रतिव्यक्ति	१६,२५०	-
४	यातायात	सार्वजनिक बस/भाडाको गाडी	३	५,००० प्रतिदिन	१५,०००	-
५	खाजा	•चिया र खाजा	२४	५० प्रतिव्यक्ति	१,२००	६ व्यक्ति × ४ दिन -
जम्मा					रु. ३७,९५० / समूह	

Reference: Norm 1.4.1 District level farmer exposure visit (Decision date: 2061/8/25)

कार्ययोजना निर्माण (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण र श्रोतपरिचालन) (क्रियाकलाप ३.१)

- अवधि: प्रत्येक उपक्रियाकलाप (बालीछनोट, बालीपात्रो निर्माण र श्रोतपरिचालन) का निर्मित १ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : गाउँ तह (कृषकसमूहमा)
- सहभागीको संख्या : जम्मा(३२), कृषक(३०), जेटी/जेटिए(१), सहजकर्ता (१)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	लागत (रु)	जम्मा (रु)	टिप्पणी
१	व्यवस्थापन र स्टेशनरी	•जेटी/जेटिएद्वारा समन्वय र व्यवस्थापन	१	१,००० प्रतिव्यक्ति	१,०००	ब्राउन पेपर, मार्कर आदि
२	जेटी/जेटिएका लागि तालिम शुल्क	•तालिम (२ कक्षा) •विवरण पुस्तिका	१	१,०५० ($३५० \times २ + ३५०$) प्रतिव्यक्ति	१,०५०	-
३	खाजा	•चिया र खाजा	३२	५० प्रतिव्यक्ति	१,६००	-
जम्मा						रु. ३,६५० / समूह/उपक्रियाकलाप

Reference: 1.2.1 District level farmer training (Decision date: 2061/8/25, revised date: 2065/9/1)

स्थलगत तालिम (क्रियाकलाप ४.१)

- अवधि: १ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : गाउँ तह (कृषक समूहमा) (तालिम फार्म: १२४ रोपनी)
- सहभागीको संख्या : जम्मा(३२), कृषक(३०), श्रोतव्यक्ति (१), जेटि/जेटिए(१), सहजकर्ता (१)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	लागत (रु.)	जम्मा (रु.)	टिप्पणी
१	व्यवस्थापन र स्टेशनरी	•जेटी/ जेटिएद्वारा समन्वय र व्यवस्थापन	१	१,००० प्रतिव्यक्ति	१,०००	ब्राउन पेपर, मार्कर आदि
२	जेटी/जेटिएका लागि तालिम शुल्क	•तालिम (२ कक्षा) •विवरण पुस्तिका	१	१,०५० ($३५० \times २ + ३५०$) प्रतिव्यक्ति	१,०५०	-
३	श्रोतव्यक्ति शुल्क	•विवरण पुस्तिका सहित कक्षा (२ कक्षा)	१	२,८०० (१४००×२)	२,८००	-
४	तालिम सामग्री	•विउ •मल •विषादी •सामग्री	-	तालिम सामग्रीका लागि ३,००० सम्म	३,०००	पहिलाको अनुभव अनुसार
५	खाजा	•चिया र खाजा	३२	५० प्रतिव्यक्ति	१,६००	
जम्मा						रु. ९,२५० / समूह

Reference: 1.2.1 District level farmer training (Decision date: 2061/8/25, revised date: 2065/9/1)

अनुगमन

- अवधि : १ दिन
- सञ्चालन हुने स्थान र तह : गाउँ तह (कृषक समूहमा)
- सहभागीको संख्या : जम्मा(३२), कृषक(३०), जेटि/जेटिए(१), सहजकर्ता (१)
- सामग्री

क्र.म.	सामग्री	विवरण	संख्या	लागत (रु.)	जम्मा (रु.)	टिप्पणी
१	व्यवस्थापन र स्टेशनरी	•जेटी/ जेटिएद्वारा समन्वय र व्यवस्थापन	१	१,००० प्रतिव्यक्ति	१,०००	यो शुल्कबाट आवश्यक व्यवस्थापन गर्नुपर्ने।
२	सर्वेक्षण फारम	•फोटोकपी	३५	१० प्रतिव्यक्ति	३५०	-
३	खाजा	•चिया र खाजा	३२	५० प्रतिव्यक्ति	१,६००	-
जम्मा						रु. २,९५० / समूह

Reference: 1.2.1 District level farmer training (Decision date: 2061/8/25, revised date: 2065/9/1)

२.५ ५० % लागत बाँडफाँड नियममा आधारित आर्थिक सहयोग

CAP पद्धतिको सहज कार्यान्वयनका लागि, SRC-CAP ले सबै लाभान्वित कृषक समुहलाई प्रत्येक वर्ष रु २,००,००० को आर्थिक सहयोग प्रदान गरेको थियो जसबाट बजारमुखि तरकारी उत्पादनका लागि कृषक समुहले आवश्यक सामाग्री र उपकरण खरिद गरेका थिए ।

कार्ययोजना निर्माणका बेला, लाभान्वित कृषक समुहका सदस्यलाई कृषि प्रसार कर्मचारीले उनीहरुको वार्षिक कार्ययोजना पुरा गर्न आवश्यक सामाग्री र उपकरण पहिचान गर्न सहजिकरण गरेका थिए । आवश्यक सामाग्री र उपकरण पहिचानपछि, कृषि प्रसार कर्मचारीले कृषक समुहका सदस्यलाई श्रोत परिचालन गरि उक्त सामाग्री र उपकरणहरु प्राप्त गर्न सहजिकरण गर्दछन् । सोहि समयमा, SRC-CAP को आर्थिक सहयोग एउटा सम्भावित बाह्य श्रोतको रूपमा प्रस्तुत गरिएको थियो ।

आर्थिक सहयोग कृषकहरुको अनुरोध अनुसार प्रदान गरिन्छ । कृषक समुहको कार्ययोजना लागू गर्नका निम्न सामाग्री र उपकरणको जम्मा लागतको ५० प्रतिशत SRC-CAP बाट उपलब्ध गराइएको थियो र बाकि लागत कृषकहरुले नगद वा श्रमदानको रूपमा व्यहोरेका थिए । सबै लाभान्वित कृषकहरुले SRC-CAP लाई ५० % लागत बाँडफाँड नियममा आधारित भएर आर्थिक सहयोगका लागि अनुरोध गरेका थिए । SRC-CAP को आर्थिक सहयोगका विष्टृत प्रावधान र प्रक्रियाहरु निम्न दर्दाइको अनुसुचि १ मा व्याख्या गरिएको छ ।

कार्यान्वयन निकायहरुले लाभान्वित कृषक समुहको बजारमुखि कृषिको आधार तयार गर्न सहयोग हुने खालका सामाग्रीमा आर्थिक सहयोग पुग्ने भन्ने कुरामा विचार गर्न सक्छन । यद्यपि यस्तो मामलामा कार्यान्वयन निकायहरुलाई SRC-CAP ले जस्तै आर्थिक सहयोगका सर्त र नियमहरु तयार पार्न सल्लाह दिईन्छ । उदाहरणका लागि, अनुरोधमा आधारित प्रावधान, आवेदक कृषक समुहको कार्ययोजनामा आधारित र लागत बाँडफाँडको नियम हेरेर यस्ता सर्तहरु तयार गर्न सकिन्छ ।

SRC-CAP को अनुभव अनुसार, कृषकहरुले ५०% लागत बाँडफाँड नियममा आधारित भएर प्राप्त गर्न सक्ने सम्भावित सामाग्री र उपकरणहरु निम्न रहेका छन् ।

५० प्रतिशत लागत बाँडफाँडको नियममा आधारित बाह्य आर्थिक सहयोगको सम्भावित प्रयोग

औषत कृषक समुह सदस्य संख्या: २५

आधार दररेट: आ.व. २०७६/०७७

बाह्य आर्थिक सहयोगको सिमा (कुल लागतको ५० प्रतिशत)	सहयोगको सम्भावित बिकल्पहरु		
	कृषक समुहले ५० प्रतिशत लागत नगदमा व्यहोर्ने नियमको आधारमा	कृषक समुहले ५० प्रतिशत लागत श्रमदानमा व्यहोर्ने नियमको आधारमा	
रु. २५,०००	१ विउ विषादी शुक्ष्म खाद्यतत्व	२ सेल ट्रे कोकोपिट पोलिव्याग नरसरी प्लाष्टिक	१ साना पाईप सिचाई (२० र २५ mm गोलाई १० kg/cm ² HDPE पाईप वा ३२ mm गोलाई ६ kg/cm ² HDPE पाईप द्वारा ३०० मी. लम्बाई सम्म)
	३ पहेलो स्टिक ट्र्याप कम्तिमा १०० वटा फेरोमेन ट्र्याप सेट	४ क्रेट हजारी ५-१० लि. क्षमताको	

	५	काँटछाँट/गोडमेल/खन्ने औजार	
रु. ५०,०००	१	स्प्रेयर १६ लि. क्षमताको	१
		गार्डेन/नर्सरी पाईप सँगै फोहरा सिचाई	
	२	थोपा सिचाइ	
	३	साधारण तराजु	२
		डिजिटल तराजु ४-५ सदस्यहरु विचमा	
	४	मल्विड प्लाष्टिक ४०० मी. रोल	
	५	प्राङ्गारिक मल रासायनिक मल (डिएपी, युरिया, पोटास)	
रु. १००,०००	६	१-२ एच.पी. क्षमताको पानी तान्ने पम्प ३-४ सदस्यहरु विचमा	
	१	इलेक्ट्रिक स्प्रेयर १६ लि. क्षमताको	१
	२	कम्तिमा ७.५ एच.पी. क्षमताको २-३ वटा मिनि टिलर	२
	३	१८ एच.पी. क्षमताको पावर टिलर	३
रु. १५०,०००	३	गार्डेन/नर्सरी पाईप र धारा जडित ५०० लि. क्षमताको पानी टैंकि	३
	१	गार्डेन/नर्सरी पाईप र धारा जडित १००० लि. क्षमताको पानी टैंकि	१
	२	ग्रिन नेट/Insect नेट/ टनेलको लागी UV प्लाष्टिक	२
रु. २००,०००	३	७.५ एच.पी. क्षमताको ९० mm गोलाई निकास भएको पानी तान्ने पम्प	३
	१	टनेलको स्थायी संरचना (१.५ इन्च र २ इन्च गोलाईको पाईप प्रयोग गरी)	१
			२
		साना संकलन केन्द्र /विक्रि वितरण केन्द्र निर्माण	
		साना पाईप सिचाई (११० mm गोलाई ६ kg/cm ² HDPE पाईप द्वारा २५०-२७५ मी. लम्बाई सम्म)	

2.6 फिल्ड सहजकर्ताहरू

SRC-CAP ले प्रत्येक लक्षित कृषक समूहका लागि एकजना फिल्ड सहजकर्ता(FF) खटाएको थियो । सञ्चार र यातायात भत्ता बाहेक फिल्ड सहजकर्ताहरूलाई आयोजना, कृषिप्रसार कर्मचारी र सम्बन्धित कृषक समूहहरूलाई सहयोग गरे वापत मासिक भुक्तानी दिइन्थ्यो । कृषिप्रसार कर्मचारीहरूसँगै सबै तालिमका अवसरहरूमा फिल्ड सहजकर्ताहरूलाई पनि बोलाइने गरेको हुँदा तिनीहरूले पनि बजारमुखी तरकारी खेती र बजारीकरण सम्बन्धी ज्ञान र सीप सिकेका थिए । कृषिप्रसार कर्मचारीहरूले क्रियाकलाप आयोजना भएको दिनमा मात्र कृषक समूहहरूलाई भेट्न भ्याउने भएको हुँदा फिल्ड सहजकर्ताहरूलाई कृषक समूहहरूमा दैनिक रूपमै स्थलगत सहयोग गर्नका लागि खटाइएको थियो । त्यसैले आयोजना कार्यान्वयनमा फिल्ड सहजकर्ताहरूको योगदान महत्वपूर्ण रहेको थियो ।

स्थानीय सरकारहरूले व्यावसायिक कृषि प्रवर्द्धन पद्धति प्रभावकारी रूपमा कार्यान्वयन गर्नका लागि कृषिप्रसार कर्मचारीहरूको सहयोगीका रूपमा फिल्ड सहजकर्ताहरू खटाउने व्यवस्था गर्न सक्ने संभावनाका बारेमा विचार गर्न सिफारिस गरिन्छ । फिल्ड सहजकर्ताहरूले SRC-CAP मा पूरा गरेका भूमिकाहरू निम्नानुसार रहेका छन्

फिल्ड सहजकर्ताहरूले पूरा गरेका भूमिकाहरू

सञ्चालन :

- आयोजना क्रियाकलापहरूको तयारी र कार्यान्वयनमा सहयोग गर्ने ।
- कृषक समूहको जिम्मेवारी लिएका विषयविशेषज्ञ/जेटी./जेटीएहरूलाई समूहका सदस्यहरूसँग मिलेर व्यावसायिक कृषि पद्धतिका क्रियाकलापहरूको तयारी र कार्यान्वयन गर्न सहयोग गर्ने ।
- कृषक समूहहरूलाई खेती र बजारीकरणमा सहयोग गर्ने ।
- कृषक समूहका बढीजसो सदस्यहरू बस्ने ठाउँतिर तालिम फार्म स्थापना गर्न सहजीकरण गर्ने ।
- तालिम र सिकाइका अवसरहरूमा भाग लिने र सिकेका ज्ञान र सीपहरूलाई कृषक समूहहरू माझ प्रसार गर्ने ।
- कृषक समूहका सदस्यहरूलाई खेती र बजारीकरण क्रियाकलापहरूको अभिलेख राख्न एवम् प्रश्नावली र फारामभर्न सहयोग गर्ने ।
- लैङ्गिक समानता र सामाजिक समावेशीकरण सहितको व्यावसायिक कृषिका बारेमा कृषक समूहमा चेतना फैलाउने काममा योगदान गर्ने ।
- कृषक समूहहरूलाई सरोकारवालाहरूसँग सञ्चार र समन्वय गर्नका लागि सहयोग गर्ने ।
- कृषक समूह र वडा समिति, स्थानीय सरकार तथा कृषक समूहको जिम्मेवारी लिएका विषयविशेषज्ञ/जेटी./जेटीएहरू बीच सान्दर्भिक जानकारी र पृष्ठपोषण आदान-प्रदान गर्ने गराउने ।
- कृषक समूहसँग सम्बन्धित प्रतिवेदन बुझाउने ।
- कृषक समूहका सदस्य, पायक पर्ने बजार, आपूर्तिकर्ता आदिबाट तथ्याङ्क सङ्कलन गर्ने वा यस्तो तथ्याङ्क सङ्कलनमा सहजीकरण गर्ने ।
- मासिक प्राविधिक एवम् व्यवस्थापन प्रतिवेदन तयार गर्ने र कृषक समूहको जिम्मेवारी लिएका विषयविशेषज्ञ/जेटी./जेटीएहरू मार्फत वडा समिति र स्थानीय सरकार समक्ष प्रतिवेदन पेश गर्ने ।
- व्यावसायिक कृषि पद्धति आयोजनाको फेसबुक पृष्ठमा तस्वीर सहितका प्रतिवेदन भएमा पोस्ट गर्ने ।

व्यवस्थापन :

- स्थानीय सरकारले उपलब्ध गराएको बजेटबाट तालिमका लागि फाराम भर्न र अन्य व्यावसायिक कृषि पद्धतिसँग सम्बन्धित गतिविधिहरू गर्नका लागि आवश्यक सामग्रीहरूको खरिद गर्न कृषक समूलाई सहयोग गर्ने ।
- आयोजनाबाट आर्थिक सहयोगका साथै कृषक समूलाई तालिमका लागि फाराम र अन्य व्यावसायिक कृषि पद्धतिसँग सम्बन्धित गतिविधिहरू गर्नका लागि आवश्यक सामग्रीहरूको बील र दरभाउ पत्र प्राप्त गर्न सहजीकरण गर्ने

अन्य :

- कृषक समूह, कृषक समूहको जिम्मेवारी लिएका विषय विशेषज्ञ/प्रा.स./ना.प्रा.स. र स्थानीय सरकारले व्यावसायिक कृषि पद्धतिसँग सम्बन्धित गतिविधिकालागि अनुरोध गरेका अन्य सेवाहरू प्रदान गर्ने ।

भाग ४. कृषि प्रसार सामाग्रीहरु

“ भाग ४. कृषि प्रसार सामाग्रीमा CAP पद्धति संचालन गर्न आवश्यक कृषिप्रसार सामाग्रीहरु समावेश गरिएको छ ।

कृषिप्रसार सामाग्रीको सुची

बर्ग	न.	शिरक
ढाँचा	1.1	कृषक समुहको उत्पादन जानकारीको ढाँचा
	1.2	बजार सर्वेक्षणकोको ढाँचा
	1.3	आधारभूत र अन्तिम सर्वेक्षणको ढाँचा
	1.4	बाली छनौटको ढाँचा (कार्य योजना निर्माण)
	1.5	बाली छनौटमा मत दिने ढाँचा (कार्य योजना निर्माण)
	1.6	बाली पात्रोको ढाँचा
तालिम सामाग्री	1.7	राजनको चित्रकथा (Kami-shibai)
	1.8	रुपाको चित्रकथा (Kami-shibai)
	1.9	मल बनाउने
	1.10	नर्सरी बनाउने र बेर्ना सार्ने
	1.11	बाली संरक्षण
	1.12	पोष्टहार्भेट व्यवस्थापन र बजारीकरण

1.1 कृषक समुहको उत्पादन जानकारीको ढांचा

- कृषक समुहको उत्पादन जानकारी :
- जिल्ला :
- गाउँपालिका / नगरपालिका :
- सम्पर्क व्यक्तिको नाम र फोन नं. :

क्र.सं.	तरकारीको नाम	तरकारी टिप्पे महिना	समुहको बार्षिक उत्पादन (कि.लो)	संभाव्य उत्पादन (छिमेकीबाट)
जम्मा				

बजार सर्वेक्षण फाराम

三

संलग्न सदस्यहरु:

बुजारको नामः

१.२ बजार सर्वेक्षणकोको ढाँचा

१.२ के तपाईंले आफ्नो बालीको आम्दानी/स्वर्चको बिवरण राख्ने गर्नु भएको छ ?

छ / छैन

१.३ के तपाईंले खेती गर्नु भन्दा अगाडि खेती योजना बनाई उत्पादन, स्वर्च, बिक्रि र आम्दानीको बाली अनुशार अनुमान गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

१.३ के तपाईंले बाली बेचिसके पछि लागत स्वर्च र आम्दानी हिसाब गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

२. खेती प्रविधि

२.१ के तपाईंले गएका वर्षमा तरकारी उत्पादन गर्दा निम्न फिसिमका प्रविधिहरु अपनाउनु भएको छ ?

क. जग्गाको तयारी र नसरी बनाउन

- तपाईंले नसरीमा बिउ कसरी रोप्नु हुन्छ ?

छैन / रेखा/धर्सा बनाएर रोप्ने / प्लास्टिकको थैलामा(polybag) रोप्ने

- के तपाईंले नसरी बनाउनु हुन्छ ?

छ / छैन

- तल दिएको चित्र मध्य तपाईंलाई कुन बेन्ना राम्रो हो जस्तो लाग्छ (क अथवा ख) ?
□ क

ख



दुई आख्ला बिचको छोटो दुरी



दुई आख्ला बिचको लामो दुरी

- के तपाईंले बेन्ना सार्नु भन्दा पहिले रोप्ने दुरी नाप्नु हुन्छ ?

छ / छैन

ख. मल बनाउने

- के तपाईंले मल तयार गर्दा पराल अथवा सुख्खा घास मिसाउने गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- के तपाईंले मललाई घास अथवा प्लास्टिकले छोप्ने गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- के तपाईंले मललाई पल्टाउने गर्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- तपाईंको बिचारमा मल तयार हुन करि महिना लाग्छ ? (सालाखाला)

१ २ ३ ४ ५ ६
अन्य ()

ग. रोगकिरा नियन्त्रण

- तपाईंले रोगकिरा कसरी नियन्त्रण नियन्त्रण गर्नु हुन्छ ?(धैरें कोठामा चिन्ह लगाउन सक्नु हुन्छ)

किटनाशक/ ढुसीनाशक / भारपातनाशक/
 मोहनी पासो / स्थानिय सामागी /

- तपाईंले एउटा बालीमा कति पटक बिषादी छर्नु हुन्छ ?

अन्य() पटक / (हप्ता / महिना / मौसमी)

- के तपाईंले बिषादी छर्नु भन्दा अधि सुझाव अनुशार बिषादीको मात्रा नाप्नु हुन्छ ?

छ / छैन

- के तपाईंले आफ्नो खेतीमा बाली चक्र अपनाउनु भएको छ ?

छ / छैन

घ. पोस्टहार्नेष्ट व्यवस्थापन

- तपाईंले बाली टिपिसके पांच्च के गर्नु हुन्छ ?(धैरें कोठामा चिन्ह लगाउन सक्नु हुन्छ)

धूने/ छान्ने / ग्रेडिङ गर्ने / मुठा पाने /
 घ्याक गर्ने/ अन्य()

- बजारमा तरकारी पठाउदा कसरी पठाउनु हुन्छ ?

सबै मिसाएर / आकार अनुशार / गुणस्तर अनुशार /

बजारको माग अनुशार

३. बजारीकरण

३.१ तपाईंले तरकारी बेच्दा, नियमित करि जना व्यापारीसँग सम्पर्क गर्नु हुन्छ ?

१ / २ / ३ / ४ / ५ भन्दा बढि

हामीले परिवारको सदस्यहरु बिच छलफल गरेर यो फारम भरेका छौं।

समुहको सदस्यको नाम: _____

परिवारको सदस्यको नाम: _____

मिति: _____

समुह सदस्यको सम्बन्ध भएको व्यक्तिको हस्ताक्षर: _____

लोक्षत मूल्य र बाली छनौट (हरेक सिजन)

वजार सर्वेक्षणको फारम

ब्यापारीको नाम र सम्पर्क नं.	लक्षित तरकारी र जात	अत्यधिक माग हुने समय (महिना)	मूल्य (रु./केजी)	आपुर्ति (दैनिक/साप्तहिक इत्यादी)	फरमाण (केजी) र भुक्तानी अवधि	व्यापारीबाट अपेक्षा	समृद्धिबाट चुक्तानी अवधि	तरकारी लिन डिलरको इच्छा
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	छ/छैन
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	छ/छैन
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	छ/छैन
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	छ/छैन
				/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	/दिन /हप्ता /महिना	छ/छैन

1.5 बाली छनौटमा मत दिने ढाँचा (कार्य योजना निर्माण)

बाली				
अनुभव				
सम्भावना				
जम्मा				
छनौट				

उदाहरणः

टिपोट लक्ष्मत बालीहरको खेति पात्रोको विकास

खेती पात्रोको फारम

उदाहरणः

वरिस्त			
उचाईः	मी.		
साईटको कृषि पर्यावरणीय क्षेत्रः			
	उच्च पहाड	मध्य पहाड	बेसी

जग्गाको किसिम	माघ	फागुन	चैत्र	बैशाख	जेठ		असार	श्रावण	मध्य जून- मध्य जुलै	मध्य जून- मध्य जुलै	मध्य जूलै- मध्य अगस्त	
					मध्य जानूर- मध्य फेब.	मध्य फेब.- मध्य मार्च						
बाली	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४	१ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४ ९ १ २ ३ ४
गोलभेडा												
करेला												

(नोट) नसरी/ रोजे: NS, सार्व: TP, टिङे: H



राजनको कथा

१

- राजनको बजारसँगको २० बर्षको सम्बन्ध बारे यो एउटा कथा हो ।
- यो कथामा मुनाफा बढाउन किसान र व्यापारी बिच कसरी आपसी विश्वास कायम गर्ने भन्ने बारे धेरै सिकाईहरु छन् ।
- राजन काभ्रे धुलिखेलका एउटा सफल तरकारी उत्पादन गर्ने कृषक हुन् ।
- उनले १८ रोपनी जग्गामा पारिवारिक श्रमबाट मात्र काको, काउली, गोलभेडा र आलु उत्पादन गरी रहेका छन् ।
- उनले बार्षिक करिब रु ३० लाखको तरकारी बेच्छन् ।

१



२

अनुभव-१ ठगीनु बाट कसरी जोगिने ?

राजनले बिचौलियालाई काको बेच्दै गर्दा,

श्याम भन्ने बिचौलियाले भन्छन्,

“काकोको खेतबारीको मुल्य २५ रुपैया छ ।”

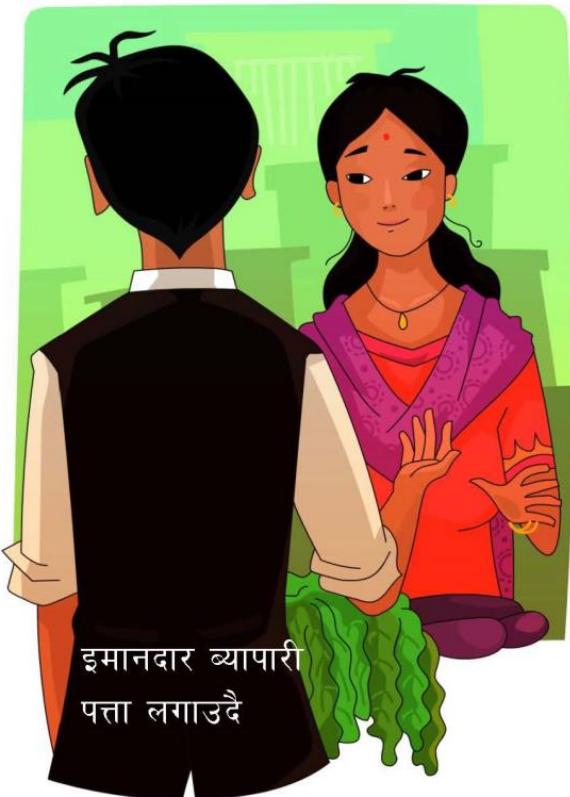
राजनलाई थाहा छ कि उक्त काकोको मुल्य बनेपा तरकारी बजारमा ४० रुपैया छ तर श्यामले बताउछन्,

“यो मुल्यमा फरक भएको ढुवानी खर्चले गर्दा हो ।”

२



ठगीएको महशुस गर्दै



इमानदार व्यापारी
पत्ता लगाउँदै

3

- जब कुनै बिचौलियाले ठगी गर्दै, कृषकहरु चलाख भएमा उसको ठगी छिटै पत्ता लगाउँछन् र अन्य इमान्दार व्यापारीहरुको खोजी गर्दैन् ।
- त्यसैले, यदि बिचौलियाले लगातार ठगी गरिरहेमा, इमान्दार बिचौलियालाई बढि फाईदा हुन्छ । र ठगी गर्ने बिचौलियाले आफ्नो व्यापार गुमाउँछ ।
- यो प्रतीस्पर्धात्मक बजारको आधारभुत प्रक्रिया हो ।

3



प्रश्न: के कुनै बिचौलियाले ठगी गर्ने गर्छन् ?

उत्तर: गर्छन्, काठमाडौंमा प्रतिस्पर्धा धेरै छ, धेरै जसो व्यापारीलाई थाहा छ कि ठगी गर्न गाह्नो छ र उनीहरुको व्यावसायका लागि बेफाइदाजनक छ । तर जहा प्रतिस्पर्धा कम हुन्छ त्यहाका बिचौलियाले यो प्रक्रिया बुझेका हुदैनन् त्यसैले ती मध्ये कुनैले ठगी गर्न सक्छन् ।

त्यसैले अन्य बजारको सुचनासँग मुख्यतया काठमाडौंका बजारहरु सँग दोहोरो जाच गरि बिचौलियासँग कुराकानी गर्न जरुरी छ ।

तपाईंको लागि यो प्रतिश्पर्धालाई बुझेर भरपर्दो व्यापारी पता लगाई उनीहरुसँग आपसी बिश्वास कायम गर्नु एकदमै महत्वपूर्ण छ ।



अनुभव-२ कसरी राजनले सजिलै आफ्नो उत्पादनलाई अरु भन्दा बढि मुल्यमा बेच्ने गर्छन् ?

उनले काको ढुवानी गर्दा क्षतिबाट जोगाउन बोराको मुनीतिर
कागजहरु दोबारेर राख्ने गर्छन् ।

यो कुराको प्रशंसा गर्दै बिरमानले बजारको मुल्य भन्दा थोरै
बढाएर दिए किनभने बिरमानलाई थाहा छ कि राजनको काको
राम्रो गुणस्तरको छ ।

किन व्यापारीले ठगी गर्न सक्दैनन्?
किन व्यापारीले कम मुल्यमा गरिद गर्न सक्दैनन् ?

सक्दैनन् ! किनभने यदि कुनै व्यापारीले राम्रो गुणस्तर हुदा हुदै कम मुल्य दियो भने
राजनले अरु व्यापारीलाई आफ्नो बेच्छन्।



६

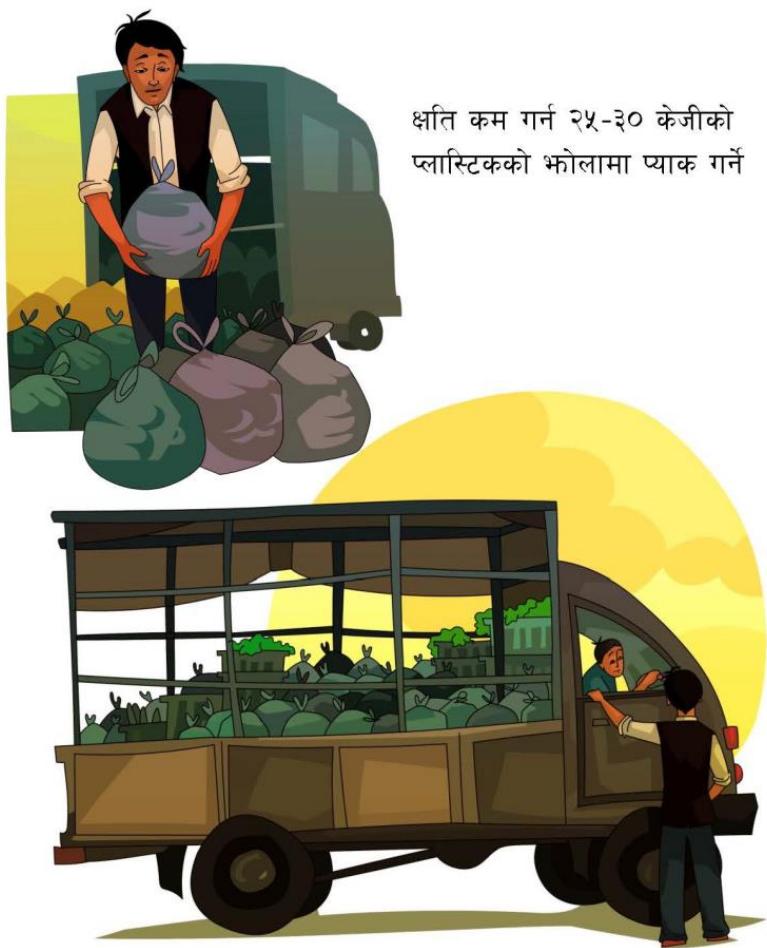
प्रश्नः किन विरमानले ठगी गदैनन् ?

उत्तरः किनभने विरमानले आफ्नो ग्राहकको माग पुरा
गर्न लगातार रूपमा राजनको उच्च गुणस्तरको काको चाहान्छन् ।
यसले विरमानलाई पनि मुनाफा छ ।

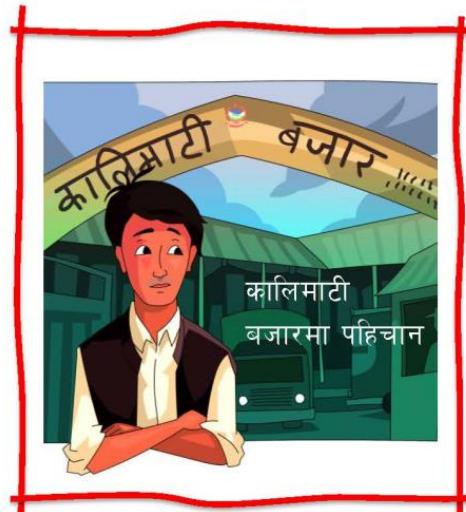
यदि विरमानले राम्रो गुणस्तर हुदा हुदै कम मुल्य दिए भने राजनले अरु
व्यापारी खोज्छन् जसले राजनको काकोको गुणस्तरलाई बुझ्छ ।

यो प्रतिश्पर्धा विरमानलाई राम्रोसँग थाहा छ । त्यसैले यो अर्थमा आफ्नो
मनसाय नभएता पनि विरमान एउटा भरपर्दो व्यापारी हुन् ।

६



क्षति कम गर्न २५-३० केजीको प्लास्टिकको भोलामा प्याक गर्ने



एकैपटकमा तरकारी पठाएर केहि मात्रामा ढुवानी लागत कम गर्न सकिन्छ।

७

काकोको गुणस्तर अझ बढाउन, राजनले आफ्नो उत्पादनलाई छान्ने गर्दछन् र व्यापारीको अनुरोध अनुशार २५-३० केजीको प्लास्टिकको भोलामा पठाउछन्। यदि काकोलाई ५०-६० केजीको बोरामा राख्यो भने ओसारपसार गर्दा भित्र भएको काकोमा क्षती पुग्न सक्छ।

उनले लगातार २० वर्ष देखि व्यापारीको अनुरोध अनुसार गुणस्तर सुधारमा प्रयास गरि रहेका छन्।

सफल बजारीकरणको लागि परिमाण अर्को महत्वपूर्ण कारक हो। काठमाडौंका थोक व्यापारीलाई एउटा निश्चित परिमाणको आवश्यक छ। एकैपटकमा तरकारी पठाएर पनि ढुवानी लागत कम गर्न सकिन्छ।

यी प्रयासहरुबाट, राजनले व्यापारीबाट धेरै प्रशंसा पाएका छन् र राजनको तरकारीले काठमाडौंका विभिन्न बजारमा आफ्नो पहिचान स्थापना गरेको छ।

९



८

राजनको कथाबाट अहिले सम्म सिकेका पाठहरु

- बजारको प्रतिस्पर्धा बुझेका व्यापारी र बिचौलियाको अनुरोधलाई सके सम्म प्रतिक्रिया दिने कोशिस गर्नु पर्छ ।
- तपाईंको प्रयासहरुले बजारमा पक्कैपनि प्रशंसा पाउने छ । तर व्यापारीसँग आपसि बिश्वास कायम हुन केही समय लाग्न सक्छ । धैर्य भएर व्यापारीको अनुरोध अनुसार प्रयासहरु गर्दै जानुपर्छ ।
- जब सम्म तपाईं व्यापारीहरुलाई नछलि उनीहरुसँग राम्रो सम्बन्ध कायम गर्नु हुन्न, तपाईंको व्यावसाय कहिल्यै माथि उठ्न सक्दैन् । राजनले १८ बर्ष अगाडि जसरी यी खुड्किला पार गर्न सुरु गरे, तपाईंहरु पनि आजैबाट यी प्रयास सुरु गर्नुपर्छ ।

९



आफ्नो तरकारी बजारमा बढि माग हुदा उत्पादन हुने गरि रोप्ने समय
मिलाउने

९

राजनले मुनाफा बढाउन अपनाएका ४ रणनितिहरू

पहिलो, राजनले बजारमा अभाव हुदा आफ्नो तरकारी उत्पादन हुने गरि
रोप्ने समय मिलाउद्धन् । उनले बजारमा माग धेरै भएको बेला आफ्नो
उत्पादन बेच्ने गर्दछन् । यो माग बढि हुदा बेच्ने एउटा रणनिति हो ।

यो व्यापारीको अनुरोधलाई प्रतिक्रिया दिने एक प्रयास हो । व्यापारीहरूले
आफ्नो ग्राहकको माग पुरा गर्न बजारमा अभाव भएका तरकारी खोज्ने
गर्दछन् । बजारमा कुनै तरकारीको अभाव हुदा, उक्त तरकारीको मुल्य
बढि भएपनि व्यापारीले अभाव भएको तरकारी पाउदा प्रशंसा नै
गर्दछन् ।



राजनको दोस्रो रणनिति विविधता

- राजनले बजारमा अभाब भएको बेला आफ्नो तरकारी बेचेता पनि दिन दिनैको आपुर्ति र माग तलमाथि हुदा कुनै दिन उनको तरकारीको मुल्य पनि घट्न सक्छ ।
- यो खतरा घटाउन, राजनले एउटा मात्र बालीमा ध्यान नदिई माग धेरै हुने अन्य तरकारी बालीहरु लगाउने गर्दछन् ।
- उदाहरणको रूपमा यदि उनले गाजरमा सोचेको भन्दा कम मुल्य पाएपनि, काउलीमा धेरै मुल्य पाउन सक्छन् र यसले गाजरमा भएको घाटा कम गर्न मद्दत गर्न सक्छ ।

१०



राजनको तेस्रो रणनिति, विभिन्न सुचनाहरु आफै संकलन गर्नु ।

राजनले नयाँ सामाग्री बारे जान्न काठमाडौँमा आयोजना हुने विभिन्न कृषि सामाग्रीको प्रदर्शनीमा भाग लिने गर्दछन् । उदाहरणको लागि यदि राजनले किटनाशकको बारेमा थाहा पाए भने, उनले सबैभन्दा प्रभावकारी किटनाशक छान्न सक्छन्, एग्रोभेटले आफ्नो फाईदा हेरेर सुझाव दिन सक्छन् ।

बजारको सुचनामा पनि, उनले आफ्नो क्षेत्र वरपर र काठमाडौँमा रहेका धेरै व्यापारीलाई चिनेका छन् । त्यसैले उनले बजारको अवस्था हेरेर ताजा र सहि सुचनाको आधारमा निर्णय लिन सक्छन् ।



“के मेरो व्यावसायका लागि यी सब जरुरी छन् ?”

१२

राजनको चौथो रणनिति, लागत खर्च कम गर्नु ।

- राजन जहिले पनि नयाँ खेती प्रबिधि जस्तै औजार र मेसिनको बारेमा जान्न उत्सुक हुँच्छन् । तर उनले जहिले पनि आफुसँग प्रश्न गर्दछन् “के यो मेरो व्यावसायको लागि जरुरी छ ?”
- आम्दानी भनेको बिक्रि रकममा लागत खर्च घटाउनु हो ।
- बिक्रिको मात्रा बढाउनु बाहेक खर्च कम गर्नु पनि मुनाफा बढाउनु हो ।
- यदि उनले धेरै पैसा खर्च गरे भने, उनले बिक्रि बढाए पनि मुनाफा बढाउन सक्दैनन् । उनलाई अत्याधुनिक उपकरणहरूले आकर्षित त गर्दछन् तर उनले जहिले पनि उनले आवश्यक छ कि छैन सोचेर किन्ने गर्दछन् ।

१२



राजनका छिमेकी किसानहरुले पनि उनीहरुको उत्पादन सगै बेच्न अनुरोध गरे।

१३

हालै उनका छिमेकी कृषकहरुले पनि उनीहरुको उत्पादन सगै बेच्न अनुरोध गरे।

यो राजनको लागि राम्रो प्रश्ताव हो किनभने धेरै उत्पादन हुदा उनले व्यापारीसँग अझ मोलतोल गर्न सक्छन्। सामुहिक बजारीकरणको यो एउटा ठूलो फाईदा हो।

सोहि समयमा यदि गुणस्तर युक्त भएन र तरकारी बजार लाग्ने समय मिलेन भने, सामुहिक बजारीकरण गर्न कठिन हुन सक्छ, किनभने राजनले पहिला नै आफ्नो गुणस्तरीय तरकारी र सहि समयमा उपलब्ध गराएर व्यापारीसँग आपसी सम्बन्ध कायम गरि सकेका छन्।

त्यसैले राजनले पर्याप्त गुणस्तर र बजार लग्ने समय मिलेको खण्डमा आफ्नो छिमेकी किसानको सामुहिक बजारीकरणको प्रस्तावलाई स्वीकार गरे।

१३



१४

राजनले कहिले काहि आफ्ना छिमेकी कृषकहरु सँग कृषि सामाग्रीहरु जस्तै बिउ र मल सामुहिक माग संकलन गर्ने छलफल गर्दैन् ।

यो सामुहिक क्रियाकलापको अर्को फाईदा हो किनभने कृषकहरुले निश्चित मात्रामा सामाग्री खरिद गर्दा सस्तो मुल्यमा फाईदा उठाउन सक्छन् ।

तर सहि समयमा सबै सदस्यहरुको नगद जम्मा गर्न समस्या आउन सक्छ । ‘भरपर्दो’ सदस्यहरु मात्र रहदा सहभागिको संख्या कम हुन सक्छ ।

१४



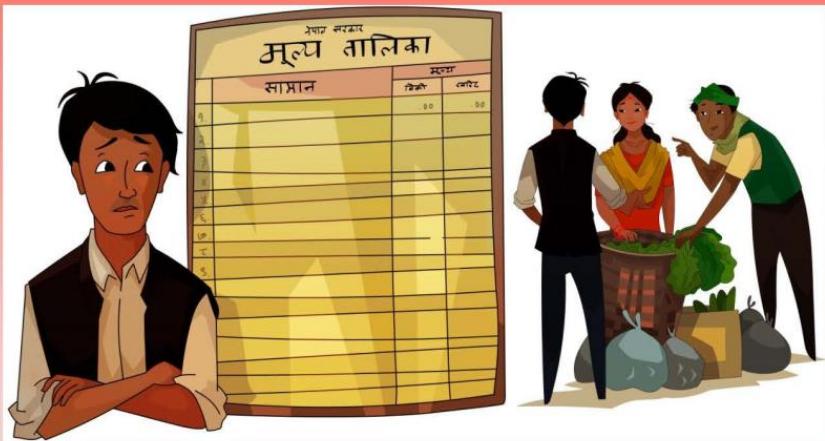
१५



जब तपाईं बजारको सहि प्रतिस्पर्धा बुझेको व्यापारीसँग आपसी बिश्वास कायम गर्न सफल हुनु हुन्छ, तपाईंहरूले पनि राजनले जसरी बढि मुनाफा कमाउन सफल हुनु हुन्छ । यो कुरालाई महशुस गर्न निम्न कुराहरु बुझ्न जरुरी छ ।

१. यस्तो व्यापारी पता लगाउनु होस् जुन बजारको अधिक प्रतिस्पर्धामा काम गरि रहेको छ, फलस्वरूप ऊ भरपर्दो व्यापारी बन्न सक्छ ।
२. गुणस्तर र परिमाणको लागि ती व्यापारीले गर्ने आग्रह सके सम्म मानौं ।

१५



बजारमा बढि माग हुने समयको
जाच गरौँ ।

दैनिक मुल्यमा उतार चढावको
खतरालाई कम गर्न उत्पादनमा
विविधता ल्याउनु पर्छ ।

१६



३. बजारमा अभाब हुने तरकारी उत्पादन गरौँ । व्यापारीले
ईमान्दारीका साथ तपाईंको तरकारीको बढि मुल्य दिएर तपाईंको
प्रशंसा गर्ने छन् ।
४. अधिको रणनितिमा जस्तै दैनिक मुल्यमा उतार चढावको
खतरालाई कम गर्न उत्पादनमा विविधता ल्याउनु पर्छ ।

१६



सुचना संकलन गरौँ ।

“के यो मेरो व्यवसायको लागि जरुरी छ?”



कुनै सर्तमा सामुहिक बजारीकरण फाईदाजनक हुन्छ?



१७

५. खेती प्रबिधि र बजारको अवस्था, विशेष गरि काठमाडौंको अवस्था बारे जहिले पनि भरपर्दो स्रोतबाट नयाँ र सहि सुचना लिने गरौँ ।

६. कुनै नयाँ कृषि सामाग्री, औजार र मेसिनले तपाईंलाई आकर्षित गर्दा, खर्च कम गर्न “यो मेरो व्यवसायको लागि जरुरी छ कि छैन ?” भन्ने सोच्न जरुरी छ ।

७. अहिलेको कृषक समुह पछिको कृषि सहकारी, कृषकहरुको लागि संक्षम र फाईदाजनक हुन सक्छ तर यसलाई व्यवस्थापन गर्न सजिलो छैन ।

१७

१.८ रुपाको चित्रकथा (Kami-shibai)



art and design: aken

रुपा ३४ वर्षकी भइन्। उनका चार जना बालबच्चा छन्। उनी श्रीमान्, बालबच्चा र सासूसुरा गरी जम्मा आठ जनाको परिवारमा बस्थिन्। उनको परिवार आर्थिक रूपले विपन्न छ। उनका श्रीमान् कहिलेकाहीं सामान्य ज्यामी काम गर्न्दैन्। परिवार चलाउन सक्ने गरी उनको आम्दानी छैन। त्यसैले रूपालाई बच्चाहरूलाई विद्यालय पढाउन तथा घर चलाउन कठिन छ। रूपा आफ्नो घरछेउमा भएको एक टुक्रा सानो जग्गामा सामान्य तरकारी खेती गर्न्दैन्। तर यसमा उनका श्रीमान्‌को साथ र सहयोग छैन। करेसाबारीबाट उत्पादन भएको सागसब्जी बेचेर रूपा सामान्य तरिकाले घर व्यवहार चलाउँदैन्।



Source: CAP Project



art and design: akrin

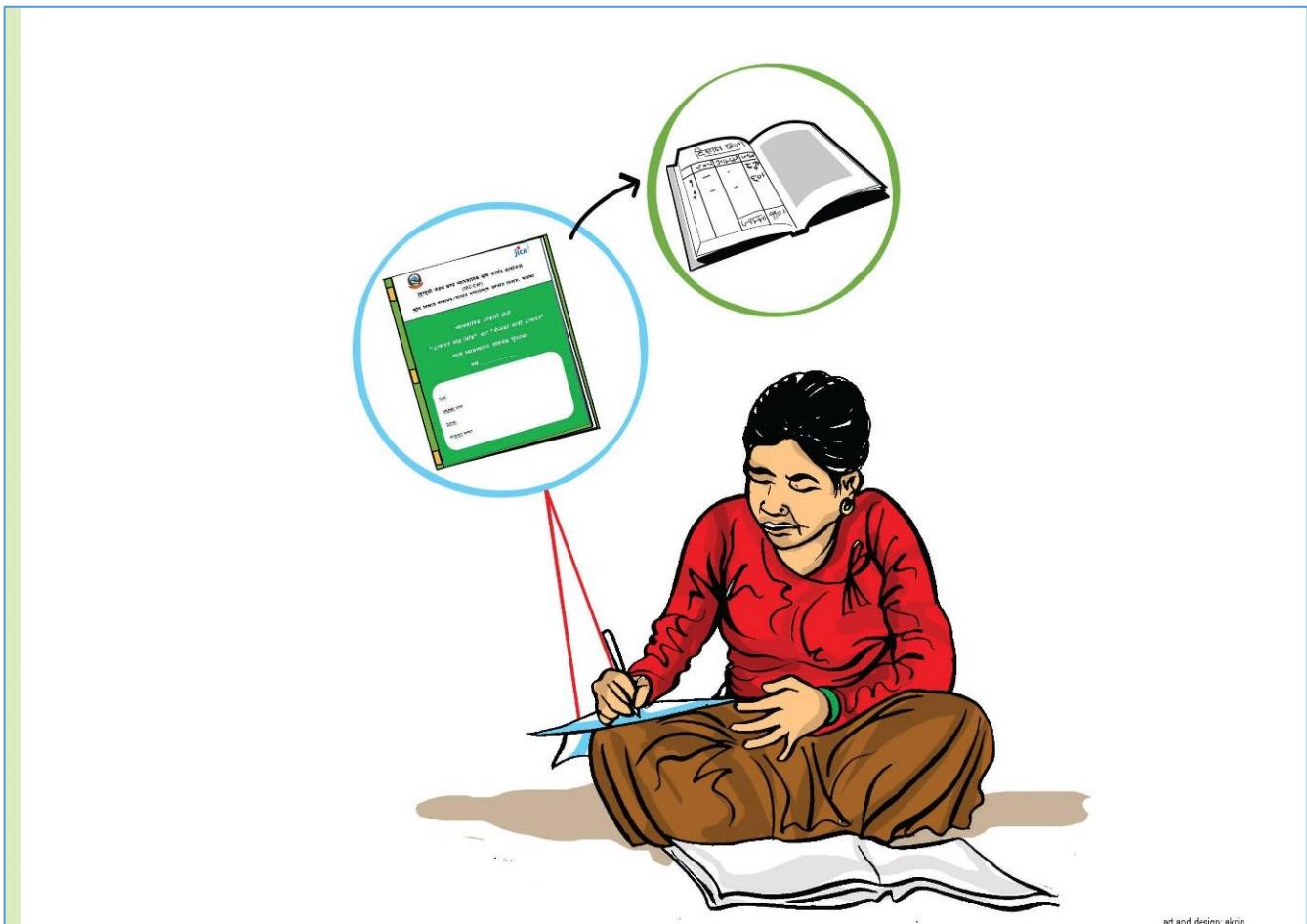
प्रही क्रममा व्यावसायिक खेती प्रवर्द्धनमा सहयोग गर्ने संस्था उनको गाउँमा आयो र रूपा जुन 'तरकारी उत्पादन समूह' मा आबद्ध थिएन्, सोही समूहलाई संस्थाले छान्यो । जे.टी. बहिनीले रूपालाई 'तपाईं समूहमा निरन्तरता दिनुहुन्छ कि हुँदैन एकपल्ट श्रीमान्लाई सोधेर खबर गर्नुहोस्' भनिन् । रूपालाई तरकारी उत्पादनसँग सम्बन्धित अभ्यंक बढी ज्ञान र सीप आजन गर्ने और्धी इच्छा थियो । अर्कोतिर श्रीमान्लाई उनलाई समूहमा बस्ने अनुमति दिँदैनन् भन्ने पनि थाहा थियो । त्यसैले उनले आफ्नो सिक्कने इच्छालाई स्वीकार गरी श्रीमान्सँग सल्लाह नै नगरी समूहलाई निरन्तरता दिन्छु भनिन् । रूपालाई समूहमा एकदमै क्रियाशील भएर समूह गतिविधिमा भाग लिन गाहो पर्दथ्यो । किनभने उनी घर व्यवहारदेखि गाईबस्तु, घाँस-दाउरा, तरकारी खेतीजस्ता सबै काम भ्याएर मात्र समूहको बैठक तथा तालिममा पुग्न सकिथन् । घर फर्केपछि घरमा सम्पूर्ण काम पनि उनले नै गर्नुपर्थ्यो ।





रुपाको समूहमा भएका सदस्यहरूले बजार सर्वेक्षण गरेर गोलभैंडा सबैभन्दा बढी बजार मूल्य भएको खेती हो भन्ने निकर्याल गरी गोलभैंडा खेती गर्ने निर्णय गरे । सोहीअनुसार रूपाले पनि गोलभैंडा खेती गरिन् । उनले यसको ज्ञान र सीप तालिमबाट सिकेकी थिइन् । उनको मिहिनेत, लगानशीलता र प्रतिबद्धताले गोलभैंडा खेती एकदमै फस्टायो । जे.टी.ले उनको खेती सबैभन्दा उत्कृष्ट भएको जानकारी गराएपछि उनी भन् उत्साहित भइन् । तर यो खेतीले उनको कार्यबोध एकदमै बढन गयो । उनले घरबाट कसैको सहयोग र साथ पाएकी थिइन् । घरका कुनै पनि सदस्यले रूपाले गरेको तरकारी खेती सम्पूर्ण परिवारका लागि नै फाइदाजनक छ भन्ने कुरा बुझ्नै खोजेनन् । भन् उल्टो रूपालाई नै जथाभावी भन्ने गर्थे । विभिन्न अवरोधका बीच उनले गोलभैंडा खेती गरिरहिन् ।





art and design: akrin

जेटी. ले रूपालाई गोलभैँडाबाट भएको आम्दानी-खर्च आदि सबै कुराको रेकर्ड फाराम व्यवस्थापन किताबमा कसरी लेख्ने भनेर सिकाएकी थिइन्। रूपाले सोहीबमोजिम गर्दै गइन्। त्यो किताबमा सबै कुराको टिपोट गरेको भएर नै उनले नयाँ जातको गोलभैँडालाई अलि बढी मिहिनेत गर्नुपर्ने रहेछ, सो गरेमा आम्दानी पनि हुने रहेछ, त्यसैले मूल्य राख्दा ध्यान दिनुपर्ने रहेछ भन्ने थाहा पाइन्। समूह बैठकमा जाँदा छलफलबाट नजिकको बजारमा बेमौसमी गोलभैँडाको मूल्य प्रतिकेजी ६० रुपैयाँ रहेछ भन्ने पनि उनले थाहा पाइन्। रूपाले सोहीबमोजिम आफ्नो बारीको गोलभैँडा (जुन आउँदो हप्ता टिप्प योग्य थिए) लाई ५० रुपैयाँ प्रतिकेजीमा बेच्ने निर्णय गरिन्।





art and design: akrin

त्यही क्रममा एक दिन रूपा खेतमा काम गर्न गएकी थिइन् । घरमा श्रीमान् र घरका अरु सदस्य मात्र थिए । सोही बेला 'तपाईंको खेतको गोलभैंडा बेच्नुस् भन्दै' एक जना खरिदकर्ता आए । रूपाका श्रीमान्‌ले केही कुरा थाहा नै नपाईकन गोलभैंडा ३० रुपैयाँ प्रतिकेजीमा बिक्री गरिए । जब रूपा कामबाट घर फर्किन्, बेच्न तयार गोलभैंडा बोटमा नदेखेपछि उनी तीनछक्क परिन् । उन्ले श्रीमान्‌लाई गोलभैंडाका बारेमा सोधिन् । श्रीमान्‌ले उनलाई किन्ने मान्छे आएर राम्रो मूल्य दिएकाले सबै बेचिएको जानकारी गराए । बेचेर आएको पैसा कहाँ छ भनेर रूपाले श्रीमान्‌लाई सोधिन् तर उन्ले त्यसको कुनै हरहिसाब देखाएनन् । रूपालाई ठूलो धक्का लाग्यो । गोलभैंडा बेचेर आएको पैसाबाट रूपाले घरका लागि अति आवश्यक सरसामान तथा खाद्यान्न किन्ने सोच बनाएकी थिइन् । यति धेरै मिहिनेत र परिश्रम गरेर खेती गरे पनि अन्त्यमा उन्ले त्यो उपभोग गर्न पाइनन् ।



छलफलका लागि प्रश्नहरू

१. यस कथाबाट के बुझिन्छ ?
२. रूपाले व्यावसायिक खेती गर्नु भन्दा अधि के-के कुरा गर्नुपर्थ्यो ?
३. घरका सबै सदस्यले रूपाको काममा सहयोग गरे कि गरेनन् ?
४. श्रीमान्‌को भूमिका कस्तो हुनुपर्थ्यो ?
५. घरका अरू सदस्यको भूमिका कस्तो हुनुपर्थ्यो ?
६. गोलभँडा बेच्ने क्रममा रूपा र उनका श्रीमान्‌ले के गर्नुपर्थ्यो ?
७. आएको आम्दानी कसले राख्नुपर्थ्यो ?
८. आम्दानी भएको पैसा केमा, कसरी खर्च गर्ने भन्ने निर्णय कसले गर्नुपर्थ्यो ?
९. राम्रोसँग खेती गर्नका लागि रूपा र उनका श्रीमान्‌ले के गर्नुपर्थ्यो ?
१०. फार्म व्यवस्थापन किताबको पेज नम्बर ३ हेर्नुहोस्, अनि जीवनयापनका लागि राम्रो हुने गरी कसरी खेती गर्ने श्रीमान्‌सँग (दुवै जना) सल्लाह गर्नुहोस् ।

१.९ मल बनाउने



SRC-CAP सिन्धुली सडक खण्ड व्याबसायीक कृषि प्रबर्धन आयोजना -एरोबिक (अक्सीजन) तरिका द्वारा मल कुहियाउने प्रविधि-



१. मल भनेको के हो ?

१. माटो नरम बन्छ।

निरन्तर रूपमा पाकेको मलको प्रयोगले माटोलाई नरम र खुकुलो बनाउन मद्दत गर्दछ। यसको लागि २ देखि ३ वर्ष लाग्न सक्छ। पछि पछि नतिजा अफ राम्रो हुन्छ।

२. रोगकिराको प्रकोप घट्छ।

माटोमा पाकेको मलको प्रयोगको सकारात्मक प्रभावबाट बालीमा रोगकिराको प्रकोप घट्छ। यसको प्रभाव पाउनको लागि २ देखि ३ वर्ष लाग्न सक्छ।

३. बालीको उत्पादनमा बढि

कमपोष्ट मलमा बालीको बढि विकासको लागि आवश्यक थुप्रै खाद्य तत्वहरु पाईन्छ।



२. मल बनाउने सुझावहरु

१. उच्च मात्रामा हावाको संचालन

मल कुहिनको लागि उच्च मात्रामा हावाको संचालनको आवश्यक हुन्छ। यदि प्र्याप्त हावाको संचालन भएन भने, मलमा भएका वस्तु कुहिन समय लाग्न सक्छ।

२. कम चिस्यान

धेरै चिस्यान हुदा मल टासिने र हावाको संचालनलाई पनि रोक्छ। त्यसैले गोबर र पिसाबलाई सके सम्म छुट्याउनु पर्छ र बाटौ भएको चिस्यान सोस्त सुख्खा फारपात जस्तै पराल आदि मिसाउनु पर्छ।

३. धेरै मात्रामा सुख्खा फारपात (सोतर)

धेरै मात्रामा पराल अथवा सुख्खा फारपात गोबरमा मिसाउन सकिन्छ। आधा भाग भन्दा धेरै मिसाउदा राम्रो हुन्छ।

४. खेतबारीमा निरन्तर प्रयोग

कमपोष्ट मलको प्रभाव पाउन समय लाग्न सक्छ। त्यसको लागि २ देखि ३ वर्ष लाग्न सक्छ। त्यसैले लामो समसम्म कमपोष्ट मलको प्रयोग गर्नुपर्छ।

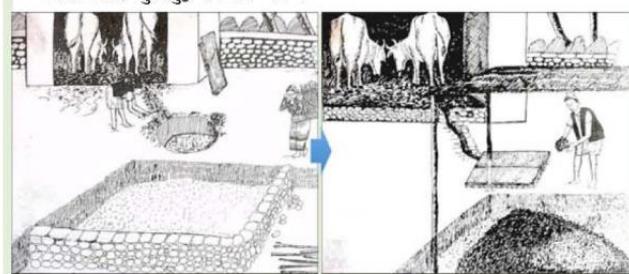
३. दक्षतापूर्वक (efficiently) कसरी मल बनाउने

बाटौ चिस्यानले मल टासिने र हावा खेल्न नसक्ने हुन्छ। तसर्थ उपयुक्त तरिकाबाट निम्न अनुसार मल बनाउन सकिन्छ।

- मल बनाउने सामाग्रीहरु बाट अधिकतम पानीको मात्रा हटाउने।
- हावाको आवत जावत बढाउने।
- मललाई बर्पाको पानी र भल बाट जोगाउने

१) मलबाट बढि चिस्यान हटाउने तरिका

१) सभब भएसम्म मल बनाउने गोबरमा र सोतरमा चिस्यान घटाउन गोबर र पिसाबलाई छुटाउँदै सक्लन गर्ने।



२) मलमा चिस्यानको मात्रा मिलाई सके पछि, मललाई हातमा राखेर मुट्ठी पार्वा मल डल्लो भर्ने भने मलमा चिस्यानको मात्रा धेरै छ। यदि मल हातमा डल्लो नपरी फुक्छ भने मलमा चिस्यानको मात्रा ठीक छ।



२) हावाको संचालन बढाउने तरिका

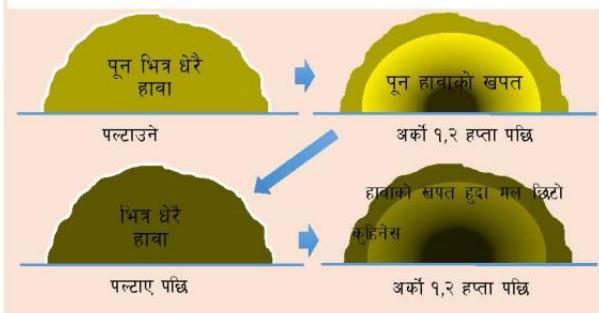
[क. मल पल्टाउने]



- मलको थुप्रोमा हावाको आवत जावत बढाउने एउटा तरिका मल पल्टाउनु हो। मल भित्र रहेका शुस्म जिवले प्रागारिक पदार्थ कुहियाउन तामकम बढाएर हावा प्रयोग गर्न्छ।

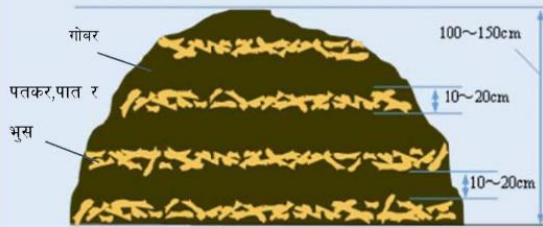
- तापकम बढेर शुस्म जिवको कियाकलाप तीव्र हुदा कुहिने प्रक्रिया पनि तीव्र हुन्छ।

- १ वा २ हप्ता पर्छ मल कुहिनको लागि थप हावाको आवश्यक पर्छ।



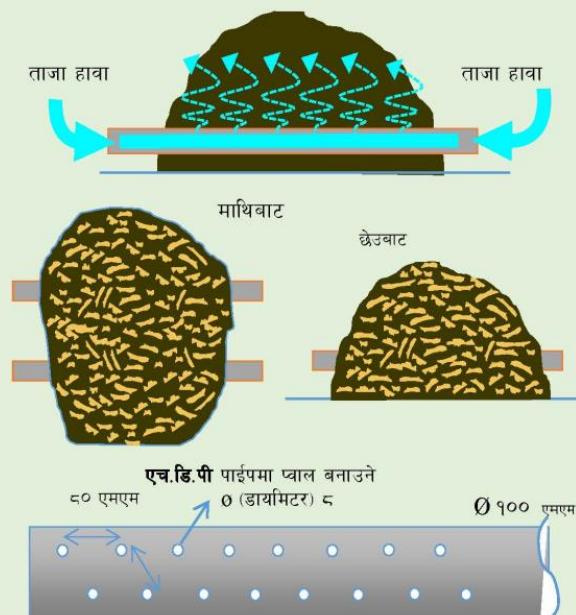
[घ) धानको भुस र हाँगा विंगलाई मिसाउन]

- मलमा धानको भुस र हाँगा विंगलाई (२ देखि ५ से.मि) मिसाउनाले थुप्रो भित्र हावाको राम्रो संचालन भई यसले माटोको अणुहरु बिच दुरी कायम गर्दछ ।



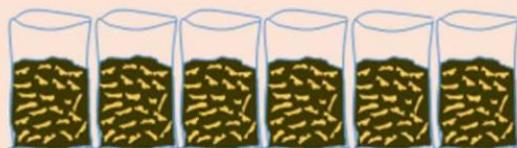
[ग) मलको थुप्रोमा एच.डि.पी पाइपलाई राख्ने]

मलको थुप्रोको बिचमा एच.डि.पी पाइप प्रयोग गर्नाले मल भित्र हावाको संचालन हुन्छ । पाइप भित्र सानो सानो प्वाल बनाउनाले थुप्रो भित्र ताजा हावाको संचालन हुन्छ । यसले मललाई धेरै चोटि पल्टाउन पर्दैन ।



मलको थुप्रो ठूलो हुदा पनि पाइपको संख्या बढाएर यो तरिका प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

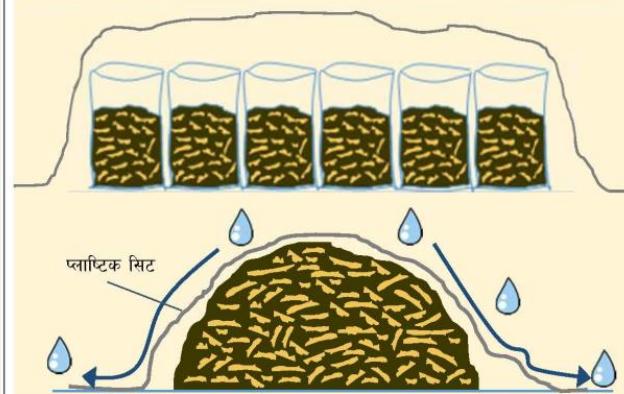
[घ) जाली भएको भोला]



यो विधि साना किसानको लागि उपयुक्त हुन्छ । जाली भएको भोलामा मल बनाउदा, भित्र सजिलै हावा संचालन हुन्छ । यो विधिमा मल पल्टाउन जस्ती छैन किनकि यो थुप्रो जति ढूलो हुन्दैन । मललाई थुप्रो पारेर भन्दा यो तरिकावाट मल तयार हुन्त समय लाग्छ किनकि थुप्रोमा भन्दा सानो भोलामा तातोपन उल्डेर जान्छ ।

३) मलको थुप्रो छोप्ने —पानी बाट जोगाउन तथा तापक्रम बनाई राख्न ।

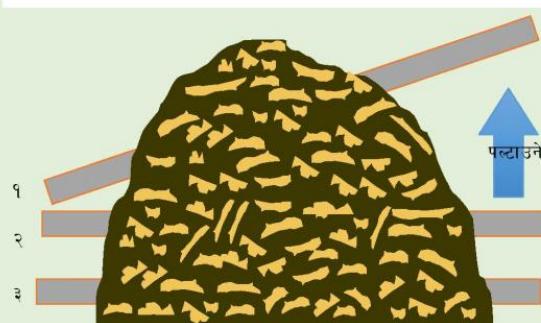
मलको थुप्रोलाई वर्षाको पानी र भलवाट जोगाउन तथा तापक्रम बनाइ राख्न प्लास्टिक सिटले छोप्न आवश्यक हुन्छ ।



४) मल कुहियाउने सामाग्रीहरु

- मल बनाउदा जनावरको गोबर र सुख्खा पात परिंगरको संयोजन राम्रो हो ।
- राम्रो मल बनाउनको लागि कार्बन र नाईट्रोजनको अनुपात ३०-४०% हुदा राम्रो हुन्छ ।
- छिटो मल तयार हुनलाई धेरै मात्रामा कार्बन अथवा धेरै मात्रामा नाईट्रोजन राम्रो होइन ।

सामाग्री	विधि		पानीको अनुपात	पानी	नाईट्रोजन अनुपात	का.र ना. अनुपात	कार्बन	नाईट्रोजन
	केजी	परिमाण					केजी	केजी
गोबर	१०००	१ अभिक मिटर	८६	८६०	०.३५	१६	५६	८६०
पराल	२५०	२.५ भारी (बन्डल)	१५	३७	०.४	६०	६०	३७
सुख्खा पात परिंगर	५०	५ डोको	१५	७५	०.३	१००	१५	७५
धानको भुस	५	१ सानो बकेट	१५	०.७५	२	२३	२.३	०.७५
मिश्रन	१३०५	—	६९	९०५	—	२८	१३३	९०५



मलको थुप्रो ठूलो हुदा पनि पाइपको संख्या बढाएर यो तरिका प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

तरकारी नर्सरी : बैर्ना उत्पादन तथा व्यवस्थापन प्रबिधि

परिचय :

हामीले कस्तो बिउ रोपेर कती स्वास्थ्य बेर्ना उत्पादन गरैकाछौं भन्ने बाट हामी कती उत्पादन गर्न सक्दछौं र कति नाफा लिन्छौं भन्ने निर्धारण गर्दछ.

सामान्यतया विरुवा तयार गर्नका लागि हावा, पानी र तापकमबाट नोकसान हुन नदिन विशेष किसीमको हेरचाह पुरयाई सानो ठाउबाट धेरै विरुवा उत्पादन गर्ने स्थापित क्षेत्र वा थलोलाई नर्सरी भनिन्छ।

नर्सरीको महत्त्व

- विरुवा मर्न जाने संभावनालाई कम गर्दछ।
- व्यवस्थापकिय कामलाई निश्चित ठाउमा सिमित गर्दछ।
- मूल्यवान वीउको उचित व्यवस्थापन गर्दछ।
- साना बेर्नलाई उपयुक्त स्थान तथा जमिन उपलब्ध गराउदछ।
- विषम परिस्थितीमा बेर्ना व्यवस्थापन सजिलो बनाउछ।
- बाली लिने अवधि बढाउछ साथै कम समयमा बाली उत्पादन हुन्छ।

नर्सरीका किसीमहरु : १) मौसमी नर्सरी

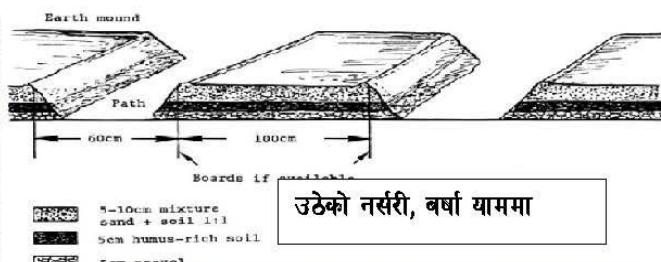


समथर नर्सरी : हिउदे मौसममा, सिचाई तथा निकास राम्रो भएको ठाउमा



1

खाल्डे नर्सरी र उठेको नर्सरी



२। बेमौसमी नर्सरी

खाल्डे नर्सरी, गर्मी तथा सुख्खा याममा

तातो नर्सरी



प्लास्टिक टनल नर्सरी

हावापानी, धाम, तुषारो बाट बचाई चाहेको समयआवश्यक



लहरे बालीमा तथा मर्ने संभावना बढी हुने



बीउ उमार्न प्लास्टी सेल ट्रे



नसरीका लागि जग्गाको छनौटतथा तयारी, तापकम स्थान, बिउ जमाउने तरिका आवि

नसरीका लागि जग्गाको छनौट : पर्याप्त मात्रामा घाम लाग्ने, पानी नजम्ने तर सिचाई सुविधा भएको, घरनजिक

बार बन्देज गर्न सकिने, रोग तथा किराको आकमण कम भएको र दोमट तथा मलिलो माटो भएको ठाउ

नसरी बनाउने तरिका

जग्गाको तयारी : माटो खुकुलो र दोमट हुनु पर्दछ। माटोमा प्रशस्त मात्रामा प्रागारीक पदार्थ भएको हुनुपर्दछ। माटोमा अलिङ्गिले बालुवा मिसिएको हुनुपर्दछ वा मिसाउनुपर्दछ। छिटै पानी सासेर लिन सक्ने र छिटै थिग्रेर जान सक्ने हुनुपर्दछ।

ब्याडको तयारी

- ब्याडको लागि छानिएको जग्गा राम्रोसंग खनी १५ से.मी गहिराई सम्म बुरबुराउदा बनाउने।
- १ मी चौडाई ,आवश्यकता अनुसार लम्बाई तथा जमिनभन्दा १५ से.मी उचाईको नसरी बनाउने।
- जमिनबाट ब्याडलाई उठाउदा सिधा नउठाएर ४५ डिग्रीको कोणमा उठाउने
- खाल्डे नसरीको हक्कमा उक्त नापको खाल्डो खन्ने यसरी खाल्डो खन्दा शुरुको १५ से.मीको माटो एकर्क तथा त्यसपछिको १५ से.मीका माटो अर्कोर्क राख्ने।
- ३० से.मी माटो निकालीसकेपछि शुरुको माटो नसरीमा खन्याउने, तलको माटोलाई आलीबनाइदिने।
- २ ब्याडको विचमा ५० से.मी जति कुलेसोका लागि खालि छोड्ने।
- ब्याड बनाई सकेपछि प्रति वर्ग मी ४ के.जी पाकेको गोवरमल, ५ग्राम युरिया, ५ डि.ए.पी, ५ ग्राम एस.एस.पी र ५ ग्राम पोटासमल राख्ने। मललाई माटौमा राम्रो सगां मिलाएर कम्तीमा पनि २ दिन राख्ने

ब्याडमा बीउ रोप्ने तरिका

- ब्याडमा बीउ खसाल्दा लाइनमा खसाल्नुपर्दछ जसका लागि लाइन देखि लाइनको दुरी ८ देखि १० से.मी राख्नुपर्दछ।
- बीउ खसाल्दा बेर्नाको सडन तथा बेर्ना कमजोर हुनबाट बचाउन बाक्लो गरी खसाउ हुवैन।
- सानो बीउ भए १ भाग बीउमा ४ देखि ५ भाग बालुवा मिसाई एकनासले बीउ खसाल्नुपर्दछ।
- बीउ कुलेसोमा खसाइसकेपछि हल्का बालुवा तथा माटोले छोपि हातको पंजा तथ कोदालीले हल्कासंग थिच्चिदिनु पर्दछ।

- त्यसपश्चात व्याडलाई पराल तथा सुकेको घासले छोपी दिने। तर आजभोली जुटको बौराले छोप्दा उपयुक्त र सजिलो मानिन्छ। अब, हजारीले हल्का तर भिज्नेगरी पानी दिनुपर्छ।

नर्सरीका व्यवस्थापनमा ध्यान दिनुपर्ने कुराहरु

- नर्सरी बनाउने जग्गा भाँरपात, रोग तथा किटाणु रहित हुनुपर्दछ। रोगरहित बनाउन नर्सरी माटो उपचार तथा विसंकमण गर्न आवश्यक हुने।
- बेर्नाका साना टुसा देखिन थालेपछि व्याडको सुकेको सोतर हटाइदिन।
- अत्याधिक मल, पानी दिई बेर्नालाई हलकक बढन दिनुहुँदैन।
- व्याडमा पर्याप्त मात्रामा चिस्यान रहन दिनुपर्छ र बेर्नालाई बलियो बन सिचाईलाई कमश कम गर्दै गई उखेल्नुभन्दा ४ देखि ५ दिन अघि पानी सुकाउनुपर्छ।
- बेर्ना उखेल्नुभन्दा ६ देखि १२ घण्टा अघि प्रशस्त मात्रामा पानी दिई जरा नचुडिने गरी माटो सहित बेर्ना उखेल्नुपर्छ।

रोगाकिरा नियन्त्रण

बेर्नालाई वर्षातिमा हरियो फटेंगा र हिउद तथा सुखा याममा खैरा फटेंगाले खाएर नष्ट पार्ने हुनाले नर्सरीमा कीटनासक विषादि जस्तै नुभान २ मि. लि प्रति लिटर पानीका दरले छर्नु पर्दछ। अथवा गाउँधरमै तयार गर्न सकिन्दै जस्तै साबुन र सुर्तिको म्फोल, गाईवस्तुको गहुत, नीम आदिको प्रयोग गर्न सकिन्छ। आजकल भाइरसबाट छोप्न सिफारिस गरीएको छ।

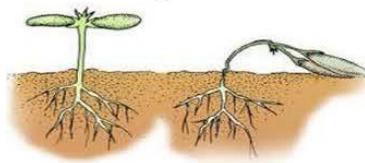
लाही तथा फटके किरा : यस किरा नियन्त्रणको लागि रोगर १ मि. लि. प्रति लि. पानीमा मिसाई छर्नु पर्दछ।

बेर्ना कुहिने रोग

विरुवा बाहिर ननिस्कदै कुहिएर मर्ने तथा बेर्नाको फेद कुहिएर बेर्नाको फेदमा औठी आकार बनि सडेर मर्ने रोग हो। माटो उपचार(माटोको निर्मलीकरण)बीउ उपचार, पानीको निकास र दुसीजन्य विषादीको प्रयोग(हुकेको बेर्नाकोलागि डायथेन एम ४५(२ ग्राम प्रति लि. पानीमातथा बेभिष्टिन १.५ ग्राम प्रति लि. पानीमा) प्रयोग गर्ने तथा बीउको लागि पनि बेभिष्टीनप्रयोग गर्न सकिन्छ।

पातको डढवा र थोप्ले रोग

पातमा गोलाकार वा अन्य आकारका खैरा रंगका देखिने वा पात डढने रोग नियन्त्रणको लागिडायथेन एम ४५, २ ग्राम प्रति लि. पानीमा मिसाई छर्नु पर्दछ।



बेर्ना कुहिने रोग

सन्दर्भ सामग्री

१. डा. सूरेन्द्र लाल श्रेष्ठ, बागबानी बिज्ञ, व्यावसायीक तरकारी खेतीको लागि नर्सरी: बेर्ना उत्पादन तथा व्यवस्थापन प्रबिधि
२. अरुण काफ्ले, बरिष्ठ तरकारी विकास अधिकृत : तरकारी नर्सरी व्यवस्थापन - तालिम व्याप्ति आउट।

भन्टा, गोलभेंडा र खुसानि वर्गका बालीमा लाग्ने रोगहरू

राम कृष्ण सुबेदी

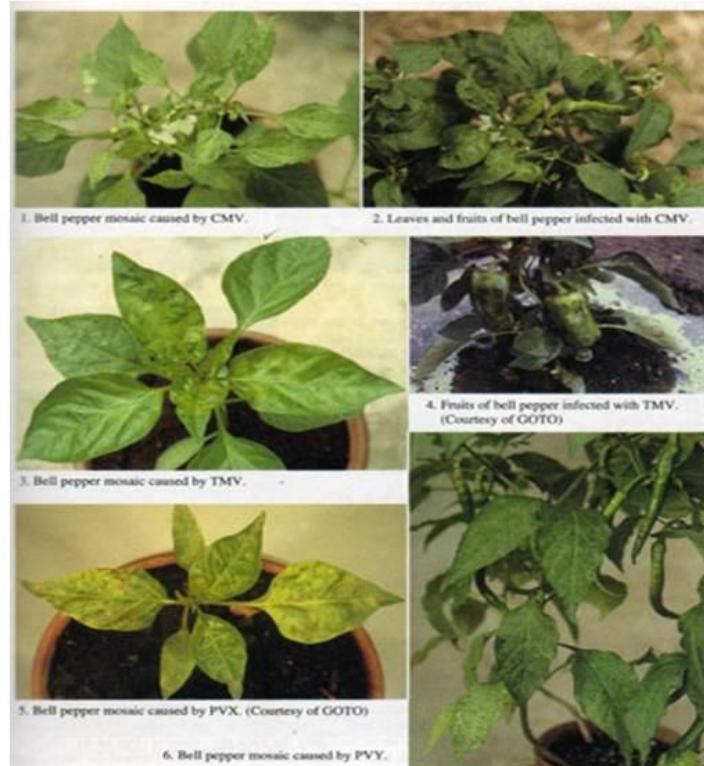
बारिष्ठ बाली संरक्षण अधिकृत

प्लान्ट बवारेन्टीन एवम- विषादी व्यवस्थापन केन्द्र, हरिहरभवन



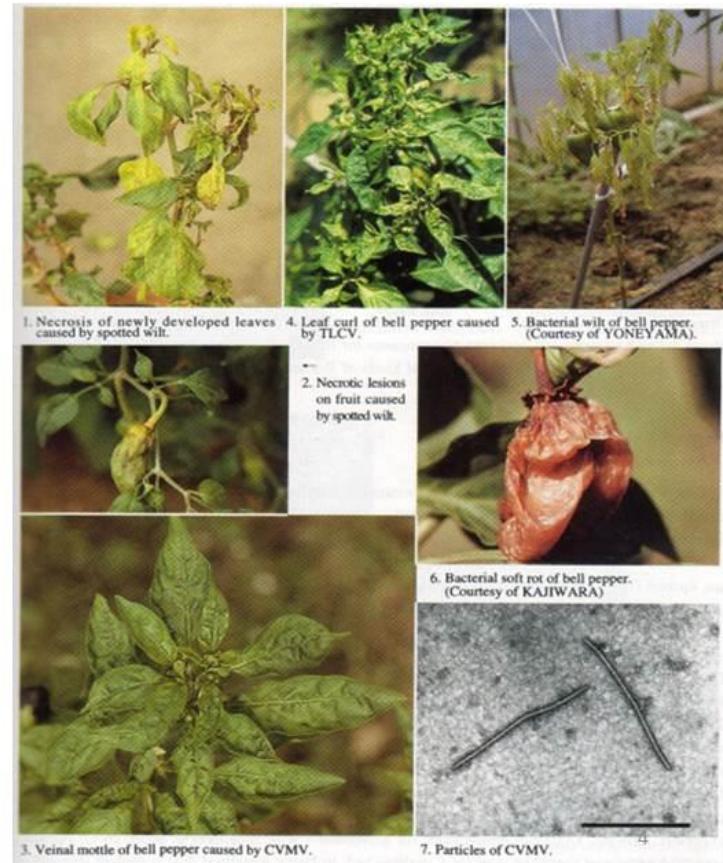
- पातमा हुने पात खुम्चने **CMV** विषाणु रोग ।
- पातमा **TMV** विषाणु रोगको लक्षणहरू ।
- फलमा **TMV** विषाणुको लक्षणहरू ।
- पातमा **PVX** विषाणु रोगको लक्षणहरू ।
- पात र फलमा **CMV** विषाणु रोगको लक्षणहरू ।
- फलमा **TMV** विषाणु रोगको लक्षणहरू ।

Source: CAP Project



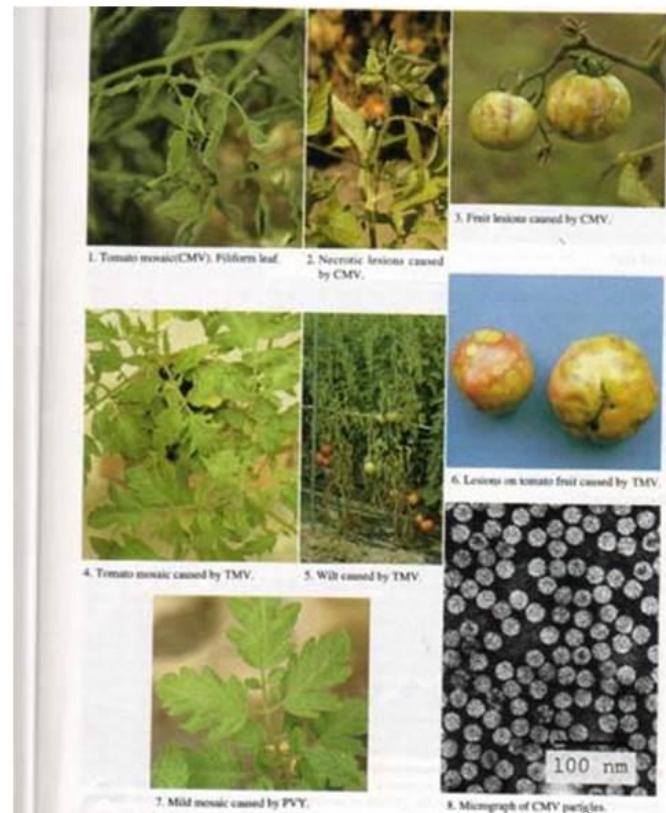
3

- पातमा विकृती आकारभै TSWV विषाणुवाट ओइलाउने रोग ।
- फलमा TSWV विषाणुवाट भएको असर ।
- पातका नसाहरु CVMV विषाणुवाट खुम्चिएको लक्षण ।
- TLCV विषाणुवाट पात वटारिएको लक्षण ।



विषाणुरोग

- CMV विषाणुवाट गोलभेंडाको पातमा देखिएको लक्षण ।
- पात डांठमा CMV वाट भएको **necrotic lesion**
- फलमा CMV वाट भएको दाग ।
- TMV वाट पातमा वनाएको **Mosaic** रोगको लक्षण ।
- TMV वाट वोट ओइलाएको
- TMV वाट फलमा भएको दाग को लक्षण ।



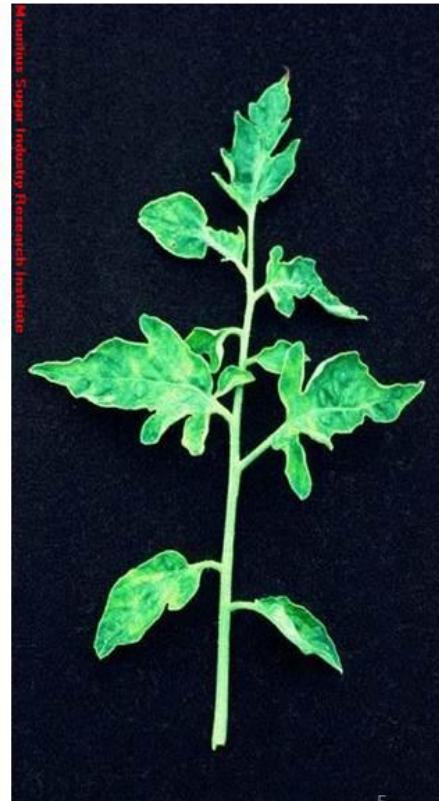
टोमेटो मोज्याक भाईरस

लक्षणहरु

- साधारणतया पातको हरियो पना भन्दा बेग्लै हरिया र हल्का हरिया भागहरुमा छिरविरे लक्षण देखा पर्दछ
- बोट विरुवाको वृद्धि राम्ररि हुदैन र फल कम लाग्छ ।

व्यवस्थापन विधि

- स्वस्थ बोटमा फलेको फलबाट मात्र बीउ छान्ने
- रोगि बोट हटाइ नष्ट गर्ने



लीफ कर्ल भाईरस

लक्षणहरु

- यो रोग खुर्सानि र गोलभेडा दुवैमा देखिन्छ ।
- बोटका पातहरु घुम्रियर माथी तिर फर्कन्छन ।
- पातहरु फिकका पहेलो र साना साना हुन्छन । खुर्सानिका पातहरु डुङ्गा को आकारमा घुम्रिन सक्छ ।
- रोगि बोट कम फुलने र फलै नलाग्ने हुन सक्छ ।



व्यवस्थापन विधि

- रोग लागेको बोट देखा पर्ना साथ उखेलेर नष्ट गर्ने ।
- यो रोग सेतो सेतो भिङ्गा बाट सर्वे हुनालेले डाईमेथोएट (रोगर ३० प्रतिसत) किटनासक विषदि १ चेखि मि.लि. प्रति लि. पानीका दरले प्रयोग गरि त्यसलाई नियन्त्रण गर्ने ।

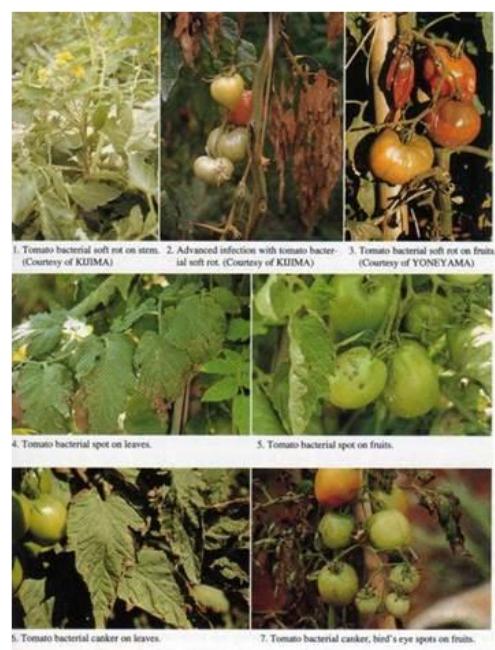
विषाणु रोगको व्यवस्थापन

- रोगमुक्त विज र बिरुवाहरुलाई सधै प्रयोग गर्ने गर्नु पर्छ ।
- रोग सार्ने **vactor** (जिब) को व्यवस्थापन गर्नु ।
- सरसफाइमा ध्यान दिने, रोगी बिरुवा देखापर्नासाथ नष्टगर्ने र सधै सफा राख्ने ।
- रोगी बिरुवालाई छुएपछी वा प्रयोग गरेको औजारहरु स्वस्थ विरुवामा प्रयोग नगर्ने, प्रयोग गर्नु परेमा बिशंकमण गरेर मात्र प्रयोग गर्ने गर्नु पर्छ ।
- ताजा गाइको दुध २० मि.लि. प्रति लि . पानीमा मिसाइ १५ दिनको फरकमा प्रयोग गर्ने ।
- भोलमल वा पशुको गहुंत १०-१५ भाग पानी मिसाइ ७-१० दिनको फरकमा नियमित रूपमा छर्ने ।

7

फलवालीमा लाग्ने शाकाणु रोगहरु

- गोलभेंडामा *Erwinia carotovora* गिलो सडने रोगको जिबाणुवाट डांठमा गिलो सडने रोगको प्रकोप ।
- गोलभेंडाको फलमा गिलो सडने रोग ।
- गोलभेंडाको पातमा शाकाणु *Xanthomonas campestris* जिबाणुवाट भएको दाग ।
- शाकाणुको दाग फलमा ।
- पातमा शाकाणुको **canker**
- फलमा शाकाणु **canker** को दाग ।



8

गोलभेंडामा शाकाणुको लक्षण

- गोलभेंडाको फेंद र जरामा pith necrosis शाकाणु *Pseudomonas corrugata* बाट भएको ।
- गोलभेंडाको डांठमा pith necrosis र petiole मा necrosis शाकाणुवाट ।
- गोलभेंडाको पातमा *Pseudomonas viridiflava* शाकाणु डहुवा बाट भएको दाग ।
- डांठमा शाकाणु डहुवाको irregular दाग ।



9

खुर्सानी वालीमा लाग्ने शाकाणु

- खुर्सानीको पात र फलमा *Xanthomonas campestris* शाकाणु रोगको लक्षण ।
- वोट र डांठमा डहुवा *Phytophthora capsici* दुसीबाट भएको लक्षण ।
- *P. capsici* को जीवाणु ।

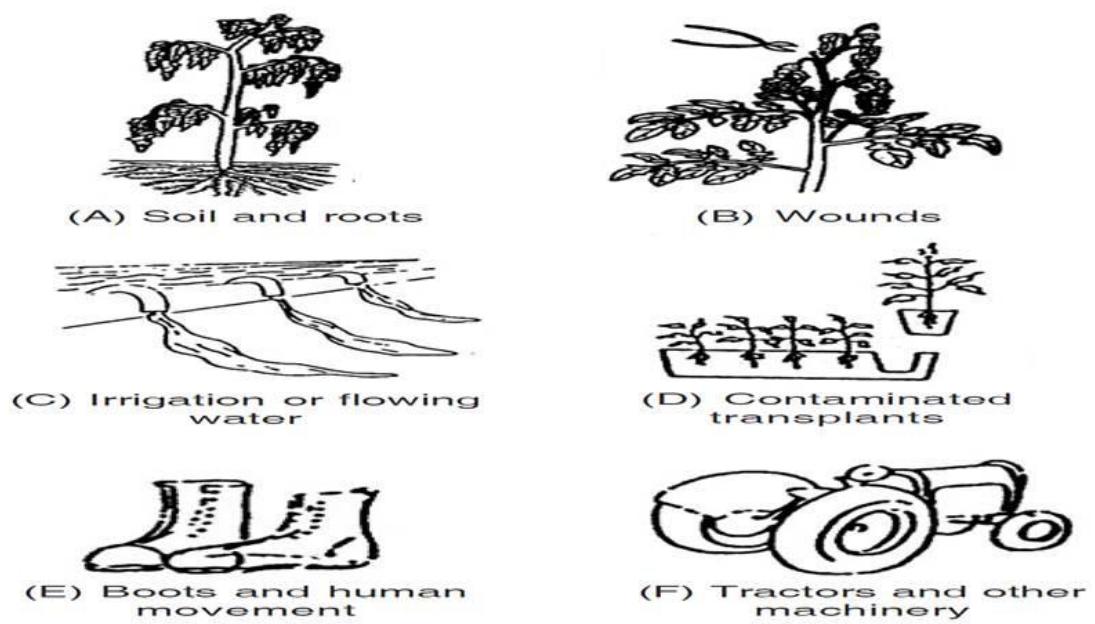


10



11

सर्वे माध्याम



12

व्यवस्थापन

- तोरिको पिना र मल को प्रयोग
- धान सँग घुम्तिवाली
- १ देखि ३ हप्ता अघि खेत हिल्याउने
- कन्टकारि, वा अवरोधक जातसँ ग्रास्टिग
- पनिको राम्रो निकास
- सोलानेसि परिवाको बाहेक अन्य बाली सँग घुम्ति बाली सँग घुम्ति बाली लगाउने ।



शाकाणु रोगको व्यवस्थापन

- रोग मुक्त वित्त र विरुवाहरु सधै प्रयोग गर्ने ।
- कम्तिमा पनि ३-४ वर्षको घुम्तेवाली प्रबिधी प्रयोग गर्ने ।
- बाली लगाउने जमिनमा **solarization** गर्ने ।
- विरुवालाई सधै स्वस्थ्य राख्न मल / जलको राम्रो व्यवस्था गर्ने ।
- शाकाणु नासक विषादी प्रयोग गर्ने ।
- सरसफाई राख्ने र रोगी विरुवा संकलन गरी नष्ट गर्ने ।
- माटोको **Ph** सुधार्ने / पशुको गहुंत र भोलमल नियमित छर्ने ।
- घुम्ते बालीलाई प्रोत्साहन गर्ने ।

दुसीजन्य रोगहरू



पछौटे डढवा रोग

कारक: फाइटोप्योरा इन्फेस्टान्स नामक
दुसि

लक्षण:

- ✓ शुरुको अवस्थामा पातको टुप्पा वा किनारामा सानो खेरो भिजको जस्तो दाग देखापर्छ,
- ✓ पातको पच्छाडिपटि सेतो भुवाजस्तो दुसि देखिन्छ
- ✓ रोग डाँठ र दानामा पनि लाग्दछ
- ✓ अन्त्यमा पुरै बोट सुकेर मर्दछ र डडेको जस्तो देखिन्छ
- ✓ माटोमा भएका हुसिका विजाणुहरू हावाढ्हारा फैलिइ पातमा र अन्य जमिनमाथिका भागहरूमा आक्रमण गर्दछन्।



रोगका लागि वातावरण

- ✓ चिसो मौसम र ८० प्रतिशत भन्दा बढी सापेक्षित आद्रता
- ✓ धेरै उपयुक्त वातावरणका लागि चार मुख्य मौसमी अवस्था

- (क) कम से कम ४ घण्टा सम्म रातमा शीत परेको,
(ख) कम से कम १० छिंगी से वा सो भन्दा अलिकति
माथिको न्युनतम तापक्रम भएमा,
(ग) भोलिपल्ट वादल लागेमा,
(घ) २४ घण्टा भित्र अलि अलि बर्षा



व्यवस्थापन

- ✓ पुरानो बोटको अवशेष, नावो विरुवा तथा भारपात हटाइ सफा राख्ने
- ✓ बोट रोप्दा एक आपसमा पछि बोटहरु नजोडिने गरी लगाउने,
- ✓ वैरा रोप्दा म्यान्कोजेव(२ ग्रा/लिटर पानी) ले उपचार गरेर मात्र रोप्ने,
- ✓ घुम्ति बाली प्रणालि अपनाउने।
- ✓ पकेको गोवरमल १ मे टन मा २.५ के जी टाइकोडर्मा जैविक विषादी मिसाई प्रति रोपनी प्रयोग गर्ने।
- ✓ म्यान्कोजेव (डाइथेन एम-४५) वा कपरअक्सीक्लोराइडको २.५ ग्रा/लिटर।
- ✓ रोग धेरै बढेमा मेटाल्याक्सिल द+म्यान्कोजेव ६४ (किनोक्सिल गोल्ड) १.५ ग्रा/लिटर पानी वा डाइमेथोमर्फ ५० प्र WP वा फेनामिडिन १० प्र + म्यान्कोजेव ५० प्र WP २ ग्राम प्रति लिटर स्प्रे

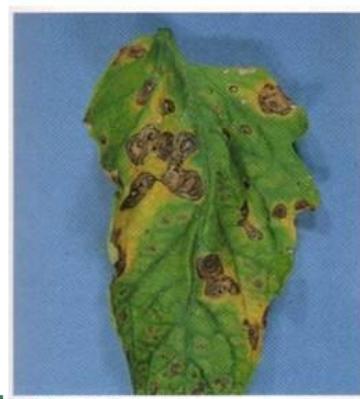
17

अगौटे डढुवा

कारक: अल्टरनोरिया दुसि

लक्षण:

- ✓ विरुवाका पॅराना पातमा शुरु
- ✓ चक्रिय धब्बा
- ✓ खेरा धब्बा वरिपरि पहेलो
- ✓ गोला लाम्चा आकृतीका धब्बा वढाई जादा पातहरु भर्ने तथा बोट डढेको देखिने
- ✓ फलमा पनि लागेमा चक्रिय धब्बा, दवेको खेरो धब्बा, भेटनाको छेउमा वढि र भेटनो नेर वाट फल भर्ने।



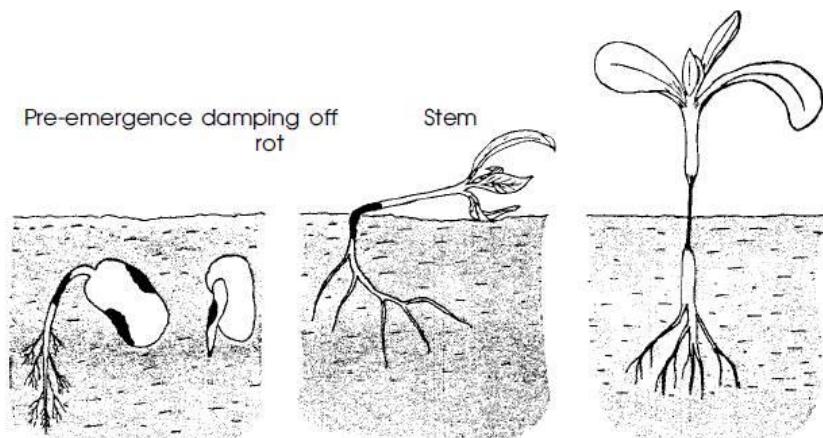
1. Tomato early blight. Leaf lesions.



19

Figure 4. Early blight rot on foliage

बेर्ना कहिने रोग



व्यवस्थापन

- बाक्लो बेर्ना न राख्ने
- गरिअरोगरि खनजोत गर्ने
- सोलराइजेसन
- वालीका भ्यासमिस हटाउने वा जलाउन

- बढी मात्रमा राम्ररि कुहिएको गोवरमल (१५ देखि २० टन प्र हे.)
- ३० से.मि भन्दा तलको माटो नसरिमा
- पानिको निकास
- संजीवनि
- डाइएथि एम ४५

20

ओइलाउने रोग

- ओइलाउने रोग *Fusarium oxysporum* को पहिलो लक्षण।
- रोगको प्रकोप वढि भएपछिको लक्षण।
- *Fusarium wilts* को काटिएको डाठमा देखिएको लक्षण।
- जरा कुहेर ओइलाउने रोग पांत र डांठमा।
- जरा कुहेर ओइलाउने रोगको लक्षण जरामा।



पाउडरी मिल्डयु



Phytophthora capsici



गाँठा पर्ने रोग

लक्षणहरु

- बोट सानो र ख्याउटे भई बढन सक्दैन र पातहरु पहेलेलिएर भर्न थाल्छ।
- त्यस्ता बोटको जरामा साना गिर्खाहरु बनेका हुन्छन जसले गर्दा पछि बोट ओइलाउन्छ।

व्यवस्थापन विधि

- खेतको खनजोत गहिरो सँग गर्ने।
- मुख्य बालीसँग सुर्यमुखि, सयपत्रि जस्ता फुलको बोटहरु रोप्ने।
- रोगि बोटहरु उचित तरिकालो नष्ट गर्ने
- अन्न बाली सँगधुमित बाली अपाउने।
- लेन्टेना केमराका पात डाठ टुक्रा पारी माटोमा मिसाउने



खाद्य तत्व



पोटास को कमी



क्यालसियमको कमी



म्यार्गेसियम को कमी





फलाम को कमी



फसफोरस को कमीकरण



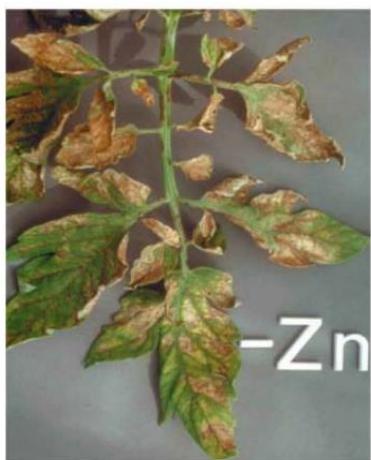
क्यालसियमको कमी



नाइट्रोजनको कमी



क्यालसियमको
कमी

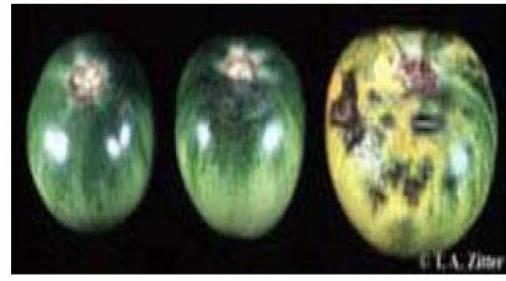


म्याग्नेसियमको कमी

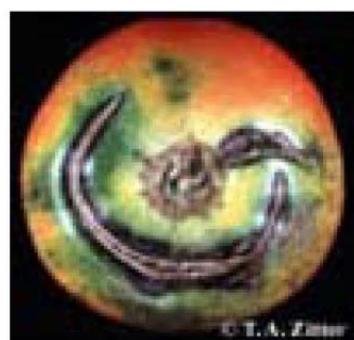
विकृती



क्याटफेस



फॅट रसेटिं



फॅट केक



सन स्केल्ड



गुदी धेरै

काँको फर्सी समुहका वालीमा लाग्ने रोगहरु

राम कृष्ण सुबेदी
बारिष्ठ बाली संरक्षण अधिकृत
प्लान्ट क्वारेन्टीन एवम- विषादी व्यवस्थापन केन्द्र, हरिहरभवन



काँको फर्सी समूहमा लाग्ने विषाणु रोग

कुकुम्वर मोजाइक भाइरस (CMV)

- पातमा हरियो फिका पहेलो छिरविरे लक्षण देखापरी वोट बढ्न सक्दैन र प्रकोप धेरै भएमा वोट बढ्न सक्दैन ।
- प्रकोप धेरै भएमा वोटका टुप्पाहरुमा गुजमुजीएको लक्षण देखा पर्दछ ।



CGMMV /ZYMV

➤ पात र
फलमा
CGMMV
विषाणुवाट
भएको
बिकृति ।

➤ पात र
वोटमा
ZYMV
विषाणुवाट
पातमा
पहेलो भै
खुम्चिएको र
वोट
ओइलाएको
लक्षण ।



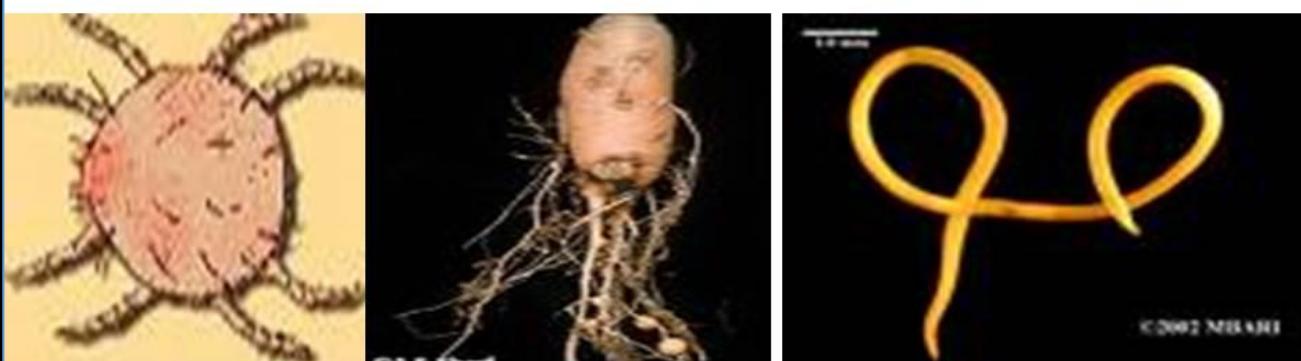
3

तरकारी वालीमा भाइरस जनित रोगहरूको व्यवस्थापन

- भाइरस जनित तरकारीमा लाग्ने रोगहरूका लक्षणहरू धेरै प्रकारका छन् । जस्तै पात खुम्चिने, छिर्केविर्के, थोप्लाहरूहुने, पात पहेलिने, विरुवा होचो, धेरै हागाविगा निस्कने आदि । विरुवामा एकैपटक धेरै किसिमका भाइरसहरूले आक्रमण गर्न सक्दछन् र यस्तो अवस्थामा विभिन्न लक्षणहरू देख्न सकिन्दछ । भाइरस संक्रमित वोट विरुवावाट यान्त्रिक तरिकाले वा रोगको जिवाणुवाहक किरा(Insect vector)वाट सर्दछ । vector ले सार्ने प्रकृया पनि २ किसिमको हुन्दछ ।

4

भाइरस सार्ने भेक्टर



5

वोट विरुवामा भाइरस सर्ने विधि

- भाइरसले विरुवाको **cell** मा पसेपछि **cell** भित्र वाचेर रहिरहन सक्दछ। यस वाहेक वीउमा, भारपात, र वाहक किरामा भाइरस रहन सक्दछ। यस्तै तलका तरिकाहरूवाट पनि भाइरस फैलन्छ।
 - १) विरुवा भित्र कोषवाट कोषमा आन्तरिक प्रवाहवाट।
 - २) रोगि विरुवाको रसवाट स्वस्थ विरुवामा रगडेर।
 - ३) ग्राफटिङ, बिडिङ गरेका बेर्ना सार्दा।
 - ४) परजिवि विरुवाहरू(ऐजेरु) वाट।
 - ५) वीउ र पराग वाट।
 - ६) चुसाहा किराहरूवाट।
 - ७) माटोमा वस्ने किरा, निमाटोड, दुसिवाट।

6

व्यवस्थापन

- १) स्वस्थ वीउको छनोट ।
- २) रोग नलागेको क्षेत्रको वीउ प्रयोग गर्ने ।
- ३) वेर्ना विरुवाका कटिडहरु रोगमुक्त क्षेत्रको मात्र प्रयोग गर्ने ।
- ४) Tuber indexing
- ५) रोग सार्ने किराहरुवाट जोगाउने।
- ६) Host free period मा खेति गर्ने ।
- ७) रोगी विरुवालाई हटाउने ।
- ८) रोग सार्ने भारपात हटाउने ।
- ९) तातोपानीले वीउ उपचार (५२सें । ३० मिनेट) ।
- १०) Immunization

7

कांका फर्सी समूहको बालीमा शाकाणु रोग

➤ *Xanthomonas campestris*

शाकाणु रोगबाट
भएको थोप्ले रोग ।



➤ पात र फलमा

शाकाणु
Pseudomonas syringae वाट
भएको थोप्ले रोग ।



8

- पातमा
*Erwini
a
trachei
phila*

शंकाणु
रोगवाट
देखिएको
लक्षण ।



9

शाकाणु रोगको व्यवस्थापन

- रोग मुक्त विउ र बिरुवाहरु सधै प्रयोग गर्ने ।
- कम्तिमा पनि ३-४ वर्षको घुम्तेवाली प्रविधि प्रयोग गर्ने ।
- बाली लगाउने जमिनमा **solarization** गर्ने ।
- बिरुवालाई सधै स्वस्थ्य राख्न मल / जलको रास्तो व्यवस्था गर्ने ।
- शाकाणु नासक विषादी प्रयोग गर्ने ।
- सरसफाइ राख्ने र रोगी विरुवा संकलन गरी नष्ट गर्ने ।
- माटोको **Ph** सुधार्ने / पशुको गहुंत र भोलमल नियमित छर्ने ।
- घुम्ते बालीलाई प्रोत्साहन गर्ने ।

10

कांका फर्सी समूहको बालीमा दुसीजन्य रोग



पाउडरि मिल्डेयु

- यो एरीसाइफी सीकोरोशियारम (*Erysiphe cichorocearum*) नामक दुसीको कारण लाग्ने रोग हो ।
- यसले काँको, फर्सी तरकारी समूह बाहेक अन्य बालीहरु जस्तै आलु, सुर्यमुखी, सुर्ती, आँप आदि बालीहरुमा पनि आश्रय लिन्छ ।
- यो रोग नेपालको पहाड र तराई दुवै क्षेत्रमा यत्रतत्र फैलिएको पाइन्छ ।



लक्षणहरु

- शुरुमा पातको माथिल्लो सतहमा साना, कल्का सेता वा कैला धब्बाहरु देखापर्दछन् ।
- रोगको आकमण बढौं जाँदा पातको तल्लो सतह र डाँठमा समेत धुलो पाउडर छेरेको भैं सेतो दुसीहरु फैलिएको हुन्छ ।
- रोग छिप्पिदै गएपछि बिरुवाको अन्य भागहरुमा पनि यस्तै प्रकारको लक्षण देखिन्छ ।
- रोगी पातहरु पहेंलिन्छन्, घुम्रिन्छन् र सुक्न थाल्न्छ ।
- साधारणतया यो रोग फूल फुल्ने बेलामा बढि लाग्दछ ।



रोगको व्यवस्थापन

- खेतबारी सधैं सफा सुग्धर राख्ने । पुराना ठुटाहरु जम्मा गरेर जलाइदिने ।
- छिटो पाक्ने जातको फर्सी तरकारी समूहको बाली लगाउने । यसो गर्दा रोगको बढि आकमण गर्ने समय छल्ल सकिन्छ ।
- गन्धक विषादी २० किलो प्रति हेक्टरका दरले १५/१५ दिनको फरकमा बालीमा छर्कने ।
- गन्धक र चनको मिश्रण (१ भाग गन्ध ३ भाग चून) मिसाएर धूलो विषादी छर्किनाले पनि यो रोगको नियन्त्रण हुन्छ ।
- काराथेन प्रयोग गर्ने

13

डाउनि मिल्ड्य

- दुसी जन्य रोग हो
- यो काँक्रो फर्सी तरकारी समूह मा लाग्दछ
- धेरैजसो न्यानो र चिस्यान बढि भए यो रोग फैलिएको छ ।
- नेपालमा यो रोग पहाड र तराई दुवै क्षेत्रहरुमा फैलिएको छ ।



लक्षणहरु

- यस रोगले आकमण गर्दा शुरुमा पातको माथिल्लो सतहमा चहकिलो पहेंलो थोप्लाहरु देखा पर्दछन् ।
- पातको तल्लो सतहमा कैलो कालो रडका दुसीका थुप्राहरु देखिन्छन् ।
- विस्तारै थोप्लाहरु हल्का खैरो र अन्तमा कालो खैरो रडमा परिणत हुन्छन् ।
- बढि आर्द्रता (चिस्यान) रहेको मौसममा पातको तल्लो सतहमा बैजनी रडले ढाकिएको दुसीहरु प्रष्ट देखिन्छन् ।
- रोग लागेका पातहरु सुक्न थाल्दछ र पछि गएर बोटहरु मर्न सक्दछन् ।
- पानीको थोपाको माध्यमबाट वा खपटे कीरा को सहायताले सर्व



14

रोगको व्यवस्थापन

- तीनवर्ष सम्मको घुम्तिबाली प्रणाली अपनाउने । काँको-फर्सी समूहका बाली बाहेक अन्तबाली, कोसेबाली वा अन्य तरकारीहरु पनि लगाउने ।
- खेतबारी सफा-सुग्धर राख्ने । पुराना ठुटाहरु उखेलेर जलाउने ।
- थाइराम विषादी २ ग्राम प्रति किलो बीउको दरले बीउको उपचार गर्ने ।
- क्रिल्याक्सील वा वेभिष्टन १-२ ग्राम प्रति लिटर पानीको दरले मिसाई खेतबारीमा १५ दिनको फरकमा बोटमा राम्रोसँग पर्ने गरी छर्कने ।



15

कोत्रे रोग

► काँकोको पात र फलमा देखिएको कोत्रे

Colletotrichum lagenarium

दुसी रोगवाट भएको क्षति ।



16

***Phytophthora spp* दुसी को सडन**

- पात र फलमा
देखिएको
Phytophthora
***spp* दुसीवाट भएको**
लक्षण ।



17

व्यवस्थापन विधि

- दुई तिन वर्ष लहरेबाली, खुर्सानि र टमाटर खेति नगरिएको खेत
- पनिको निकास
- ड्यागंमा खेति
- बढि सिंचाई लाई निषेध
- भिजेको खेतमा काम नगर्ने
- संक्रमित भागलाई हटाउने
- डाईथेनियम एम ४५ छर्ने

18

ओइलाउने रोग

➤ बोट र डांठमा

ओइलाउने

*Fusarium
oxysporum*

लगाएत दुसीवाट

भएको क्षति ।

➤ *Verticillium*

dahliae वाट पुरै
बोट ओइलाएको



खाद्य तत्वको कमी



क्यालसियमको कमी



फलामको कमी



नाइट्रोजनको कमी



वोरनको कमी



मोलेवेडनमको कमी



पोटासियमको कमी



म्याग्नेसियमको कमी



अन्य असर



सल्फर वढि



चिसो वढि



नुन वढि



विषादी वढि

1.12 पोष्टहार्भेट व्यवस्थापन र बजारीकरण

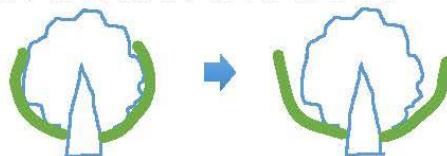


SRC-CAP सिन्धुलि सङ्करित खण्ड व्यवसायिक कृषि प्रवद्धन परियोजना - तरकारी बाली टिपाई पश्चिमा कार्य तथा बजारीकरण-



१. तरकारी बाली टिपाई तथा प्याकेजीइ

- १-१. तरकारी बाली टिपाई तथा कटाई (सबै तरकारीका लागि)
➤ बाली पाकेको (परिपक्व) समयमा कटानी गर्ने।



- दिन भरिमा समय मिलाएर टिप्पे गर्ने (सबै तरकारीका लागि)
१. चर्कों द्वाम लागेको समयमा टिप्पे गर्दा:
=> बोटमा रहेको गुलियो पदार्थ बालीले खानाबनाउन प्रयोग गर्दै => जसले गर्दा बाली कम स्वादिलो हुन्छ।
२. बिहानको समयमा टिप्पे गर्दा:
=> बालीमा शित जम्मा हुन्छ र प्याकिङ्ग गर्दा पानीले बिगार्दछ।
=> बिहान शित ओबाए पछि अथवा अपराह्न कटानी गर्दा:
=> बाली धेरै समय सम्म रहन्छ र धेरै मिठी स्वाद हुन्छ
(धेरै मात्रामा गुलियो पदार्थ सचित रहन्छ)
=> राम्रो गुणस्तर र धेरै आम्सानी हुन्छ।

5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19

१-२. खान नमिलो भागलाई हटाउने (सबै तरकारीका लागि)

- उदाहरण : काउली टिपाईको समयमा करिब १२ देखि १५ पात
=> धेरै मल्य

- ४५ पात बाकी राखि अरु हटाउने



ब्यापारिले काउलीको बढि भएको पात निकाल्दै

१-३. छनोट (सबै तरकारीका लागि)

- छनोट नगरेमा
(सस्तो मुल्य)



- १) बिंगेको रोग तथा किरा लागेको र साना तरकारी लाई हटाउने।
२) तरकारीलाई त्यसको आकार अनुसार छुट्ट्याउदा आर्कषक देखिनुका साथे बाँडि मुल्य पाउँछ।



१-४. तरकारी धुने (जरा सहितको/ जरे तरकारी)

- माटो नपखालेमा
=> कम मूल्य



- जरालाई रामोसँग पखाल्दा
=> बढी मूल्य



बिशरहेको पानीमा हरियो प्याजको जराको माटो पखाल्दै

१-५. प्याकेजीइ

- भोलाको अकार (काको, लौका, मुला, काउली आदि..)

५० के.जी.



- २० देखि ३० के.जी को भोलामा राख्दा तरकारीमा कम थति

काउली ठुला भोलाहरुमा ढुवानी गर्दा काउलीका फूलहरू त्यसका पातले छाँपिएका हुन्छन् भने अरु तरकारी जस्तै काको र लौका ठुलो भोलामा ढुवानी गर्दा सिंचै थति पर्दै।

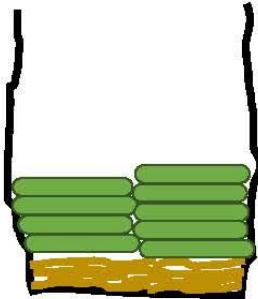
नोट/टिप्पणी

➤ फोलाको सबै भन्दा मुनी तिर : (फोला, बोरा, मुला, काउली बाटि...)

कुनै गद्दी नराच्छा
=> तरकारीलाई क्षती पुऱ्य।



गद्दीको रूपमा (फोला, बोरा, लोको) चामलको भुस, बालीका बाकि रहेका भागहरु र कार्डबोर्डहरु प्रयोग गर्न सकिन्दै।



➤ फोला/बोरामा हावाको संचालन (सबै तरकारीका लागि)

रामो सँग हावाको संचालन नहुँदै
१) फोला/बोरा भित्र घेरे गर्नी र चिस्यान जम्मा भई तरकारीलाई बिर्चान सक्छ।
२) सितको मात्रा घेरे भएमा तरकारी कुहिने प्रक्रिया सुरु हुन्छ।



जाली फोला



फोलामा प्लाज

➤ प्रत्यक्ष देखन सकिने (सबै तरकारीका लागि)

फोला/बोरा भित्र प्रत्यक्ष देखन सकिन्न =>
व्यापारीले तरकारीको गुणस्तरमा सका गर्दैन।



यसका लागि जाली भएको फोला/बोरा प्रयोग गर्न सकिन्दै। जाली बोराहरु बजारमा उपलब्ध छन्।

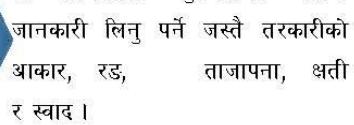


जाली फोला

२. बजारीकरण

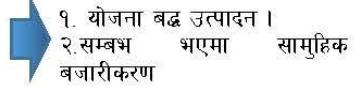
२-१. गुणस्तर (सबै तरकारीका लागि)

गुणस्तरको बारेमा केहि जानकारी नभए र केहि सुधार नभरेमा => १. तरकारीको गुणस्तरका बारेमा जानकारी लिनु पर्ने जस्तै तरकारीको आकार, रड, ताजापना, क्षती थोरै मूल्य र स्वाद।



२-२. परिमाणको महत्व (सबै तरकारीका लागि)

थोरै मात्रा भएमा => हुवानी सुच बढ्दू र १. योजना बढ्दू उत्पादन।
२. सम्बन्ध भएमा सामुहिक बिक्रीमा समस्या आउँछ।



२-३. बजारीकरणको माध्यम (सबै तरकारीका लागि)

दलाल भएमा => १. बजारीकरणका लागि अरु माध्यमहरु सोज गर्ने जस्तै काठमाडौंको बजार।
२. निरन्तर रूपमा फोन गरी बजारको भाऊ चेक गर्ने।
३. भुक्तानी गर्ने समय र तरीका (नगद, उद्धारो.....) चेक गर्ने।



२-४. बजारको प्रतिस्पर्धा

- कुनै बिचौलियाले लगातार रूपमा उत्पादकहरूलाई ठोको महसुस भएमा, परिणाम स्वरूप उसको तरकारी आपूर्ति गर्ने स्रोत हटन सक्छ र उसको व्यापार पनि घटन सक्छ।
- तस्रो ठम्नु अमान्य हो र यस्ता बानी ले उसले आफ्नो चिह्नान आफै खन्दू यदि बजार पुर्ण प्रतिस्पर्धी छ भने।
- यसको विपरित, पुर्ण प्रतिस्पर्धा नभएमा, उत्पादकले आफ्नो बस्तुको खास मूल्य थाहा नपाउन सक्छ र ठगी भएको महशुस हुन सक्छ।
- पुर्ण प्रतिस्पर्धी बजारमा – भाऊ व्यापारको विभिन्न पक्ष वा क्रियाकलापहरु र कारणहरूले गर्दा तय हुन्छ।
- स्थानिय बजारहरूमा तरकारीको मात्रा बिक्रि हुने र काठमाडौंमा बिक्रि हुनेमा ठुलो फरक हुन्छ। (ठुलो बजार जस्तै कालिमाटीमा)
- ठुला बजारका व्यापारीहरूलाई बजारको खास मूल्य थाहा हुन्छ, जस्तै गर्दा उनीहरु छल गर्न सक्दैनन।
- त्यसैले विभिन्न बजारहरूको भाऊ फोन बाट बुझ्नु आवश्यक हुन्छ।

सहयोगका शर्त तथा प्रक्रियाहरू

१. सहयोगका शर्तहरू

- आयोजनाले प्रति कृषक समुह प्रति वर्ष अधिकतम रु. २,००,००० को सहयोग कृषि सामाग्री/उपकरण र भौतिक पुर्वाधारको लागी उत्पादक समुहको ५० प्रतिशत नगद वा श्रम सहभागितामा गर्नेछ । आयोजनाको सहयोग समयावधि प्रत्येक कृषक समुहमा २ वर्षको रहनेछ ।

२. कृषि सामाग्रीको लागी प्रक्रिया

२.१ कृषि सामाग्री

प्लास्टिक टनेल निर्माणको लागी प्लास्टिक सिटको मुल्य आयोजनाले बेहोर्ने छ, तर अन्य खर्चहरू जस्तै इनामेल, डोरी, किला, बाँस, ज्यामी खर्च इत्यादी कृषक समुहले बेहोर्नु पर्ने छ । बिउबिजन, बिषादी, खाद्यतत्व, मल, थोपा र फोहरा सिचाई, सिचाईको लागी हिलटेक टैकी, स्प्रेयर, क्रेट, डिजिटल तराजु इत्यादीको लागी कृषक समुहले कुल लागतको ५० प्रतिशत बेहोर्नु पर्नेछ ।

२.१.१ सामाग्रीको परिमाण निर्धारण

- कृषक समुहले सामुहिक रूपमा सामाग्रीको परिमाण निर्धारण गरी कार्ययोजना अनुरूप सामाग्री उपलब्ध हुने समयसिमा तोक्नु पर्नेछ ।

२.१.२ बागवानि क्षेत्रसँग सम्बन्धित ब्यापारीको छनौट (कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता)

- प्रत्येक कृषक समुहबाट मनोनित भएको (२ सदस्ययः १ पुरुष १ महिला) सदस्यले जिल्ला भित्र वा बाहीर रहेका कम्तिमा पनि ३ ओटा बागवानि क्षेत्रसँग सम्बन्धित ब्यापारी (कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता) यसपछि कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता भनिने छ, बाट कोटेशन फाराम भर्नेछन्, जस मध्येबाट जुनचाही आपुर्तीकर्ताले कम मुल्यमा सामाग्री उपलब्ध गराउन सक्छ, त्यो नै सामाग्री उपलब्ध गराउने कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता हुनेछ र आयोजनाले उक्त आपुर्तीकर्तासँग सम्झौता गर्नेछ ।

नोट:

१. एकै गाउँपालिका/नगरपालिकाबाट दुइ वा सो भन्दा बढी कृषक समुहले कृषि सामाग्रीको माग गरेमा आतेजाते सहज र पायक पर्ने ठाँउ भएमा एकैसाथ कोटेशन फाराम भरी एक मात्र कृषि सामाग्रीको आपुर्तीकर्ता छनौट गर्नुपर्नेछ ।
२. कोटेशन फाराम भर्नको लागी आयोजनाले आतेजाते भाडा र १ दिनको दैनिक भत्ता (बास खर्च बाहेक) उपलब्ध गराउने छ ।

- कृषक समुहको भेला बसी संकलन गरीएको कोटेशन फाराम बारे छलफल गरी एउटा कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता छनौट गर्नेछन् । कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता छनौटको लागी मुल्याङ्कनको आधार जम्मा सामाग्रीको कुल मुल्यमा जुन कम हुन्छ सोही हुनेछ ।
- कृषक समुहको निर्णय पुस्तिका र कोटेशन फारामको नक्कल आयोजनामा पेश गर्नुपर्नेछ ।

२.१.३ कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता सँग सम्झौता

- निर्णय पुस्तिका र कोटेशन फारामको नक्कल आयोजनाले प्राप्त गरिसकेपछि आयोजना, कृषक समुह र गाउँपालिका/नगरपालिकाको कृषि शाखा बिच छनौट भएको कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्तासँग कार्य सम्झौता गरिनेछ ।

२.१.४ भुक्तानी प्रक्रिया

- सम्झौता हस्ताक्षर पछि पहिलो किस्ता भुक्तानीका रूपमा जम्मा लागतको ७०% रकम आयोजनाले कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्तालाई उपलब्ध गराउने छ । कृषक समुहले आफ्नो भागको ५०% रकम कृषि सामाग्री बुभदाको समयमा बुझाउनु पर्ने छ । बाँकि रहन आउने ३०% रकम आयोजनाले कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्तालाई सामाग्री हस्तान्तरण बिल, भर्पाई र भुक्तानीको लागि अनुरोध पत्र प्राप्त भएपछि उपलब्ध गराउने छ ।

२.१.५ ढुवानी

- कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ताले सामाग्रीहरु कृषक समुहको ठाँउ सम्म ढुवानी गरिदिनु पर्ने छ, कृषक समुहको सम्बन्धित ठाँउसम्म सामाग्री लैजान लाग्ने ढुवानी भाडा (एक पटकको मात्र) साथसाथै ढुवानी गर्दा प्रयोग गरिने साधन पनि उल्लेख गर्नुपर्नेछ ।
- कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ताले उल्लेख गरिएको सबै सामाग्रीहरु एकैपटक तोकिएको समयसिमा भित्र उपलब्ध गराउनु पर्नेछ ।
- कुल लागतको ५ प्रतिशत भन्दा कम भएमा ढुवानी भाडा आयोजनाले व्यहोर्ने छ, ५ प्रतिशत भन्दा बढी भएको खण्डमा आयोजना र कृषक समुह बिच साझेदारी गरिने छ ।

२.२.उपकरण (मिनी टिलर) को लागी प्रक्रिया

२.२.१ मिनी टिलरको छनौट

- कृषक समुहले मिनी टिलरको क्षमता र संख्या निर्धारण गर्नु पर्ने छ । खरिद प्रक्रियाको समयसिमा समुहको कार्य योजनामा निर्भर रहने छ । मिनी टिलर महिलाहरूले पनि चलाउन सक्ने खालको हुनु पर्नेछ ।

२.२.२ मेसिनरी पसलको छनौट

- प्रत्येक कृषक समुहबाट मनोनित भएको (२ सदस्यियः १ पुरुष १ महिला) सदस्यले जिल्ला भित्र वा बाहीर रहेका कम्तिमा पनि ३ ओटा मेसिनरी पसल (कृषि सामाग्री आपुर्तीकर्ता) बाट कोटेशन फारम भर्नु पर्नेछ ।

नोट:

१. एकै जिल्लाबाट दुइ वा सो भन्दा बढी कृषक समुहले मिनी टिलरको माग गरेमा आतेजाते सहज र पायक पर्ने ठाँउ भएमा एकैसाथ कोटेशन फाराम भरी एक मात्र मेसिनरी पसल छनौट गर्नुपर्नेछ ।
२. जिल्ला भित्र मेसिनरी पसल उपलब्ध नभएको खण्डमा कोटेशन फाराम भर्नको लागी आयोजनाले आतेजाते भाडा र १ १/४ दिनको दैनिक भत्ता (बास खर्च सहित) उपलब्ध गराउने छ । यदि जिल्ला भित्र मेसिनरी पसल उपलब्ध भएमा आयोजनाले आतेजाते खर्च र १ दिनको दैनिक भत्ता (बास खर्च बाहेक) उपलब्ध गराउने छ ।

- कृषक समुहको भेला बसी संकलन गरीएको कोटेशन फाराम बारे छलफल गरी एउटा मेसिनरी पसल छनौट गर्नेछन् । मेसिनरी पसलको छनौटको लागी मुल्याङ्कनको आधार जम्मा सामाग्रीको कुल मुल्यमा जुन कम हुन्छ सोही हुनेछ ।

२.२.३ कृषक समुहसँगको सम्झौता

- कृषक समुहले मेसिनरी पसल छनौट गरेको निर्णय पुस्तिका, भुक्तानीको लागि अनुरोध पत्र र कोटेशनको नक्कल कपी आयोजनालाई बुझाउनु पर्ने छ ।
- निर्णय पुस्तिका र कोटेशन फारामको नक्कल आयोजनाले प्राप्त गरिसकेपछि आयोजना, कृषक समुह र गाउँपालिका/नगरपालिकाको कृषि शाखा बिच छनौट भएको मेसिनरी पसल सँग कार्य सम्झौता गरिनेछ ।

२.२.४ भुक्तानी प्रक्रिया

- कृषक समुहले आफ्नो भागको ५०% रकम कृषि सामाग्री बुभदाको समयमा मेसिनरी पसल लाई बुझाउनु पर्ने छ । आयोजनाले बाँकि ५०% रकम मेसिनरी पसललाई मिनी टिलर हस्तान्तरण गर्दाको समयमानै बिल, भर्पाई र भुक्तानीको लागि अनुरोध पत्र लिइ भुक्तानी गर्नेछ ।

२.२.५ ढुवानी

- मेसिनरी पसलले दिईएको समय अवधि भित्र मिनी टिलर उपलब्ध गराउनु पर्ने छ ।
- कुल लागतको ५ प्रतिशत भन्दा कम भएमा ढुवानी भाडा आयोजनाले व्यहोर्ने छ, ५ प्रतिशत भन्दा बढी भएको खण्डमा आयोजना र कृषक समुह बिच साझेदारी गरिने छ ।

३. भौतिक पुर्बाधार (सिंचाई) को लागी प्रक्रिया

कृषक समुहले कार्ययोजनाको आधारमा प्राथमिकिकरण गरेका भौतिक पुर्बाधारका योजनाहरु कार्यान्वयन गर्नेछन् ।

३.१ लागत अनुमान

- आयोजनाको इन्जिनियरले गाउँपालिका/नगरपालिकाको कृषि शाखाबाट स्विकृत भएको लागत इस्टिमेट उपलब्ध गराउने छन् ।

३.१.१ कृषक समुहसँगको सम्झौता

- लागत इस्टिमेटको आधारमा कृषक समुहसँग सम्झौता गरिनेछ, जसमा कुल लागतको ५०% रकम नगद वा श्रमदान कृषक समुहले व्यहोर्नुपर्नेछ ।

३.१.२ भुक्तानी तथा सामाग्री खरिद प्रक्रिया

- सम्झौता हस्ताक्षर भइसकेपछि कृषक समुहले स्थानिय सामाग्रीहरु जस्तै बालुवा, ढुङ्गा, गिड्ठि, काठ आदी संकलन गर्नुपर्नेछ । स्थानिय सामाग्रीहरु संकलन भएपछि कृषक समुहले पहिलो किस्ताको लागी आयोजनालाई अनुरोध पत्र बुझाउनुपर्नेछ । आयोजनाले पहिलो किस्ता बापत ७०% रकम कृषक समुहलाई हस्तान्तरण गर्ने छ ।

- पहिलो किस्ताको रकमबाट कृषक समुहले स्थानिय स्तरमा नपाईने सामाग्रीहरु बिना कोटेशन जुनसुकै हार्डवयर पसलबाट सार्वजनिक खरिद नियमावली २०६४, धारा ९७ अनुसार खरिद गर्न सक्नेछन् ।
- कृषक समुहले योजना सम्पन्न भएपछि गाउँपालिका/नगरपालिकाको कृषि शाखा र आयोजनामा खबर गर्नुपर्नेछ । आयोजनाले सम्पन्न भएको योजनाको नापजोख गर्नेछ र कार्यसम्पन्न प्रतिबेदन तयार गर्नेछ ।
- कार्यसम्पन्न प्रतिबेदन गाउँपालिका/नगरपालिकाको कृषि शाखाबाट स्विकृत भएपछि कृषक समुहले सम्पुर्ण बिल भर्पाइ, निर्णय पुस्तिकाको नक्कल र अन्तिम किस्ता भुक्तानीको लागी अनुरोध पत्र आयोजनामा पेश गर्नुपर्नेछ । उक्त कागजातहरु उपलब्ध भएपछि किस्ता बापत ३०% रकम आयोजनाले कृषक समुहलाई हस्तान्तरण गर्ने छ ।

नोट: स्थानिय स्तरमा नपाउने सामाग्रीहरुको ढुवानी चालु आर्थिक बर्षको स्वीकृत जिल्ला दररेटबाट लागत इस्टिमेटमा समावेस गरिएको हुनेछ । सामाग्रीहरुको ढुवानीको लागी कृषक समुह पुर्ण रूपमा जिम्मेवार रहने छन् ।

अनुसुचि: २

कोटेशन फाराम

कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ता /मेसिनरी पसलको नामः

सम्पर्क व्यक्ति:

सम्पर्क नं.:

ठेगाना:

क. कृषि सामाग्री/मिनि टिलर

क्र.सं.	सामाग्रीको नाम	बिस्तृत विवरण	इकाई	परिमाण	दर	जम्मा (रु.)
कुल जम्मा						

ख: दुवानी

दुवानी साधनः

दुवानी गरिने स्थानः बाट सम्म

दुवानी लागत (एक पटक मात्र): रु.....

.....

हस्ताक्षर

नामः

कोटेशन बुझाएको मिति:

नोटः

- कृषकको माग अनुसारको सबै सामाग्री कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ता/मेसिनरी पसलले मुल्य सहित उपलब्ध गराउनु पर्नेछ, अन्यथा मान्य ठहरिने छैन।
- कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ता/मेसिनरी पसलले सामाग्री उपलब्ध गराउदा कम्तिमा पान नं. अंकित विल उपलब्ध गराउनु पर्नेछ।

अनुसूचि: ३

नेपाल सरकार/जाइका (GON/JICA)
 सिन्धुली सडक खण्ड व्याबसायिक कृषि प्रवर्धन आयोजना
 (Sindhuli Road Corridor Commercial Agriculture Promotion Project)
 कार्ययोजना कार्यान्वयन को लागी सम्झौताःकृषि सामाग्री
 (Contract for Action Plan Implementation: Agri-Input)

आ.ब.:

(FY:)

कृषक समुहको नामः

(Name of Farmer Group:)

जिल्ला:

(District:)

Municipality/Municipality:)

कृषक समुहको सदस्य संख्या:

(Total number of Farmer Group member:)

गाउँपालिका/नगरपालिका:.

(Rural

१. कृषि सामाग्रीको नाम, मूल्य, उपलब्ध गराउने समय(Name of item, cost, deadline for availability:)

शुरु हुने समयः

अन्त्य हुने समयः

सामाग्रीको नाम	परिमाण	जम्मा (रु.)	कृषक समुह (रु.)	आयोजना (रु.)	उपलब्ध गराउने समय
कुल जम्मा(रु.)					
कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्तालाई भुक्तानी हुने कुल जम्मा रकम रु.०।००					

नोट: कृषि सामाग्रीको जम्मा मूल्यमा ५० % कृषक समुहको सहभागिता समावेश गरिएको, तर प्लाष्टिक टनेलको हकमा प्लाष्टिक सिट बाहेको अन्य खर्चहरु कृषक समुहले व्यहोर्नु पर्नेछ । प्लाष्टिक टनेललको लागत बाँडफाँड यसै साथ नात्य गरिएको छ ।

(Start date:)

(End date:)

Name of item	Quantity	Total (Nrs.)	Farmer Group (Nrs.)	Project (Nrs.)	Delivery date
Grand Total (Nrs.)					
Total amount to be paid to the Agri-Input Supplier is Nrs. ०.००					

(Note: 50 % contribution of farmer group is included in total cost of agri-inputs but in the case of plastic tunnel farmer group should bear all the other expenses except than Plastic Sheet. Breakdown of estimated budget for plastic tunnel is attached herewith)

२. भुक्तानी प्रक्रिया (Payment method):

किस्ता (Installment)	रकम (रु.)	प्रतिशत	समय	Amount (Nrs.)	Percentage	Date	Remarks
पहिलो (First)		७०	सम्झौता हस्ताक्षर पछि		70	After Agreement sign	आयोजना (SRC-CAP)
दोश्रो (Second)		१००	सामाग्रीहरु वितरण पछि		100	After distribution of items	कृषक समुह (Farmer Group)
अन्तिम (Final)		३०	कृषक समुहले भुक्तानी गरिसके पछि		30	After completion of payment from Farmer Group	आयोजना (SRC-CAP)
जम्मा (Total)							

३. दुवानी (Transportation)

कुल लागतको ५ प्रतिशत भन्दा कम भएमा दुवानी भाडा आयोजनाले व्यहोर्ने छ, ५ प्रतिशत भन्दा बढी भएको खण्डमा आयोजना र कृषक विच साझेदारी गरिने छ। [Transportation cost can be paid full by project (if it is less than or 5% of total cost) or cost shared with the farmer group member (if it is more than 5%).]

४. शर्तहरू: (Terms and conditions:)

कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ता: (Agri-Input Supplier)

- कोटेशन फारामको विस्तृत विवरणमा उल्लेख गरिए अनुसारको सामाग्री उपलब्ध गराउनु पर्ने छ, सामाग्री ट्रॉफेट्रोको वा विग्रेको हुनु हुने छैन। (Agreed item should not be different than the specification provided in the quotation and should not be damaged or broken)
- कोटेशन फाराममा तोकिएको समय सिमा सम्म सामाग्री उपलब्ध गराउनु पर्ने छ। (The materials should be made available in the given time)
- सामाग्री उपलब्ध गराउनु अगावै कृषक समुहलाई अग्रिम जानकारी दिनु पर्नेछ। (Once the materials are available in the given time, should communicate farmer group in advance)
- कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ताले सामाग्रीको भर्पाड आयोजनामा र कृषक समुहलाई विल उपलब्ध गराउनु पर्नेछ। (Agri-input supplier should provide receipt to the project and bill to the farmer group)
- कृषक समुहलाई सामाग्री हस्तान्तरण नहुँदा सम्म सामाग्रीहरुको जिम्मेवारी कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ताको हुनेछ। (Agri-input supplier should be responsible until the materials are handed over to the farmer group)

कृषक समुहः (Farmer Group)

- कृषक समुहले सामाग्री प्राप्त गरि सकेपछि कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ताबाट बिल / भर्पाइ लिनुपर्नेछ । (Farmer group should get a bill when they receive agri-inputs from the agri-input supplier)
- आयोजनाबाट उपलब्ध सामाग्री सहि किसिमले प्रयोग गर्नु पर्नेछ । (The supported item should be used properly)
- प्लाष्टिक सिट वाहेक कृषक समुहले कुल मुल्यको ५० प्रतिशत रकम आपुर्तिकर्तालाई सामाग्री बुझदाको समयमा बुझाउनु पर्नेछ, कुनै सदस्यले नबुझाएको खण्डमा कृषक समुह जिम्मेवार हुनेछ । (Except the plastic sheet, farmer group should be responsible to pay the 50% cost directly to agri-input supplier in cash at the time of delivery. If one or two member could not pay their share, group should be responsible for it.)

आयोजना: (SRC-CAP:)

- माथी उल्लेखित कामको सिलसिलामा हुने कुनै जोखिम वा दुर्घटना उपर आयोजना जिम्मेवार रहने छैन । (The project will bear no responsibility of risk and/or accident raised during the above mentioned activity.)

माथी उल्लेखित शर्तहरु हामीलाई मन्जुर छ । (We agree the terms and conditions mentioned above :)

आयोजनाको तर्फबाट: (From SRC-CAP)	कृषि सामाग्री आपुर्तिकर्ताको तर्फबाट: (From Agri-Input Suplier)
नाम:	नाम:
(Name:)	(Name:)
पद: प्रमुख प्राविधिक सल्लाहाकार	आपुर्तिकर्ताको नाम:
(Position: Chief Technical Advisor)	(Name of Supplier:)
हस्ताक्षर:	हस्ताक्षर:
(Signature:)	(Signature:)
मिति:	मिति:
(Date:)	(Date:)
कृषक समुहको तर्फबाट: (From Farmer Group)	गाउँपालिका/नगरपालिकाको कृषि शाखाको तर्फबाट: (From Agriculture Section of Rural Municipality/Municipality Office)
नाम:	नाम:
(Name:)	(Name:)
पद: अध्यक्ष	पद: प्राविधिक सहायक
(Position: Chairperson)	(Position: Junior Technician)
हस्ताक्षर:	हस्ताक्षर:
(Signature:)	(Signature:)
मिति:	मिति:
(Date:)	(Date:)

अनुसुचि: ४

नेपाल सरकार / जाइका (GON/JICA)
सिन्धुली सडक खण्ड व्याबसायिक कृषि प्रवर्धन आयोजना
(Sindhuli Road Corridor Commercial Agriculture Promotion Project)

कार्ययोजना कार्यान्वयन को लागी सम्झौता: भौतिक पुर्बाधार
(Contract for Action Plan Implementation: Infrastructure)

आ.व:

(FY:)

कृषक समुहको नामः

(Name of Farmer Group:)

जिल्ला:

(District:)

Municipality/Municipality:)

कृषक समुहको सदस्य संख्या:

(Total number of farmer group member:)

१. भौतिक पुर्बाधार (Infrastructure):

शुरु हुने समयः

(Start date:)

अन्त्य हुने समयः

(End date:)

क्रियाकलापको किसिम	जम्मा (रु.)	कृषक समुह (रु.)	आयोजना (रु.)	Types of activity	Total cost (Nrs.)	Farmer group (Nrs.)	Project (Nrs.)
जम्मा (रु.)				Total (Nrs.)			

नोट: गाउँपालिका/नगरपालिकाको कृषि शाखाबाट स्विकृत लागतको बाँडफाँड यसै सम्झौता सँगै नित्य गरिएको छ।

(Note: Breakdown of estimated budget approved by agriculture section of RM/M is attached herewith.)

२. भुक्तानी प्रक्रिया (Payment method):

किस्ता (Installment)	रकम (रु.)	प्रतिशत	समय	Amount (Nrs.)	Percentage	Date
पहिलो (First)		७०	स्थानिय सामग्री संकलन पछि		70	After collection of local materials
अन्तिम (Final)		३०	कार्य योजना सम्पन्न प्रतिवेदन र अन्य आवश्यक कागजातहरु आयोजनाबाट स्विकृत भएपछि		30	After Approval of work completion report and other supporting documents.
जम्मा (Total)						

३. शर्तहरु (Terms and conditions):

- योजनाको मर्मत संभारको लागी कृषक समुह जिम्मेवार हुनुपर्नेछ । (Farmer group will be responsible for repair and maintenance of the infrastructure.)
- योजना सम्पन्न भएपछि सम्बन्धित निकायबाट जाँचपास गरी फरफारक लिनु पर्नेछ । (After the completion of the activity, financial clearance should be made from concerned agency.)
- कृषक समुहले नेपाल सरकारको कानूनमा व्यवस्था गरेका नीति नियमहरु पालना गर्नुपर्नेछ । (Farmer group will follow the rules and regulations as per the Nepal Government Law.)
- कार्य योजना सम्पन्न प्रतिवेदन र अन्य आवश्यक कागजातहरु आयोजनाबाट स्विकृत भएपछि मात्र अन्तिम किस्ता बापतको रकम उपलब्ध गराइने छ । (Final installment will be paid after the approval of work completion report and other supporting documents.)
- कृषक समुहले योजनाको नगदी र जिन्सीको अभिलेख राख्नुपर्नेछ । (Farmer group should maintain the record of cash and kinds.)
- तोकिएको समय अवधिमा योजना सम्पन्न गरि सक्नु पर्नेछ । (Activity should be completed in a given time period.)
- माथी उल्लेखित कामको सिलसिलामा हुने कुनै जोखिम वा दुर्घटना उपर आयोजना जिम्मेवार रहने छैन । (The project will bear no responsibility of risk and/or accident raised during the above mentioned activity.)

माथी उल्लेखित शर्तहरु हामीलाई मन्जुर छ । (We agree the terms and conditions mentioned above :)

आयोजनाको तर्फबाट: (From SRC-CAP) नाम: (Name:) पद: प्रमुख प्राविधिक सल्लाहाकार (Position: Chief Technical Advisor) हस्ताक्षर: (Signature:) मिति: (Date:)	कृषक समुहको तर्फबाट: (From Farmer Group: नाम: (Name:) पद: अध्यक्ष (Position: Chairperson) हस्ताक्षर: (Signature:) मिति: (Date:)	गाउँपालिका / नगरपालिकाको कृषि शाखाको तर्फबाट: (From Agriculture Section of Rural Municipality/Municipality Office) नाम: (Name:) पद: प्राविधिक सहायक (Position: Junior Technician) हस्ताक्षर: (Signature:) मिति: (Date:)
--	--	---

अनुसूचि: ५

Receipt of payment for Agri-Input Supplier/Machinery Shop

Receipt of First/Final Installment Payment by Agri-Input Supplier/Machinery Shop

Receipt of First Installment Payment by agri-input supplier/machinery shop

Date:

To: SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

We received _____ NRs for first installment payment based on the contract made with Farmer Group, Municipality/Rural municipality District.

.....

Mr./Ms.:

Agri-Input Supplier/Machinery Shop:
Stamp

Receipt of Final Installment Payment by agri-input supplier/machinery shop

Date:

To: SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

We received _____ NRs for final installment payment based on the contract made with Farmer group, Municipality/Rural municipality District

.....

Mr./Ms.:

Agri-Input Supplier/Machinery Shop:
Stamp

Payment request letter for Agri-Input Supplier/Machinery Shop

Payment request letter by Agri-Input Supplier/Machinery Shop

Date:

SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

Subject: Request for First Installment payment

Dear madam/sir

As per contract made among in date.....I would like to request for the first installment payment of amount Nrs.....

Thank you

.....
Mr./Ms.:
Agri-Input Supplier/Machinery Shop:
Stamp

Payment request letter by Agri-Input Supplier/Machinery Shop

Date:

SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

Subject: Request for Final Installment payment

Dear madam/sir

I received first installment on.....date. I have distributed all the items as agreed in the contract made on..... I would like to request for the final installment payment of amount Nrs.....

Thank you

.....
Mr./Ms.:
Agri-Input Supplier/Machinery Shop:
Stamp

Note:

With this request letter, please enclose the following documents as well:

- ✓ a receipt voucher of each producer group member,
- ✓ a meeting minute of the farmer group where groups mention receipt of all items and request for full payment to the agri- input supplier (name mentioned)
- ✓ Bill of the all items

अनुसुचि:७

Delivery notice made by Agri-input supplier/Machinery shop

Delivery notice made by Agri-Input Supplier/Machinery Shop

I have received the following items and quantity.

S.N.	Name of items	Quantity	Remarks

Receive by:

Name:

Position:

Address:

Date:

Distributed by:

Agri-Input Supplier/Machinery Shop:

Date:

Stamp:

अनुसूचि: द

Receipt of first/final payment by Farmer group

Receipt of First/Final Installment payment by Farmer group

Receipt of First Installment payment by Farmer group

Date:

To: SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

We received _____ NRs for first installment payment based on the contract.

.....
Name:

Position:

Name of Farmer Group:

Address:

Receipt of Final Installment payment by Farmer group

Date:

To: SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

We received _____ NRs for final installment payment based on the contract.

.....
Name:

Position:

Name of Farmer Group:

Address:

अनुसूचि: ९

Payment request letter for Farmer Group

Payment request letter by farmer group

Date:

SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

Subject: Request for First Installment payment

Dear madam/sir

As per contract made among in date.....We would like to request for the first installment payment of amount Nrs.....

Thank you

.....
Name:

Position:

Name of Farmer Group:

Address

Payment request letter by farmer group

Date:

SRC-CAP/JICA
Hariharbhawan, Lalitpur

Subject: Request for Final Installment payment

Dear madam/sir

We have completed the construction of.....We would like to request for the last installment payment. We have attached completion report along with other supporting documents here with.

Thank you

.....
Name:

Position:

Name of Farmer Group:

Address

Note:

With this request letter, please enclose the following documents as well:

- ✓ Completion report
- ✓ Bill of the all items purchased
- ✓ Meeting minute mentioning the completion of the activity and sharing of the agreed amount of cash and kind work in given time and mentioning payment of the final installment

