



## जोरायल राजपत्र

जोरायल गाउँपालिकाद्वारा प्रकाशित

खण्ड:-९ संख्या: ७ मिति:- २०८२ पुष २५ गते

भाग २

जोरायल गाउँपालिका

स्थानीय सरकार संचालन ऐन २०७४ को दफा १०२ उपदफा (३) बमोजिम सर्वसाधारण जनताको जानकारीका लागि प्रकाशन गरिएको छ;

संवत् २०८२ को कार्यविधि नं. ७

जोरायल बासमती चामल सामूहिक बजारीकरण रणनीति,  
२०८२

## १. परिचय:

### १.१ पृष्ठभूमि

डोटी जिल्लाको दक्षिण पूर्वी भू भागमा अबस्थित जोरायल गाउँ पालिका जोरायल बासमती धान उत्पादनको लागि प्रशिद्ध छ । जोरायलमा अहिले करीव १८,६०० रोपनी (९३० हेक्टर) क्षेत्रफलमा बासमती धान उत्पादन हुँदै आएको छ र यसको उत्पादकता ५ मे. टन प्रति हेक्टर रहेको छ भने धान उत्पादन ४,६५० मे. टन भएको पाइन्छ जसमा १९,७८८ जनसंख्या लाभान्वित भएको पाइन्छ । प्रतिव्यक्ति चामल उपभोग १२२ किलोग्राम प्रति वर्ष छ भने चामल निर्यात १,०५० मे.टन प्रति वर्ष भएको देखिन्छ । खास गरि जोरायल मा वार्ड नम्बर ३ र ४ मा बासमती फल्ने गरेको छ ।

यसको बिक्रि वितरण नेपालका विभिन्न स्थानहरूमा हुँदै आएको भएपनि पनि जोरायल बासमती चामलको बजार पहुँच, मूल्य निर्धारण र दिगो माग सुधार गर्नको लागि एक संरचित दृष्टिकोण वा रणनीति आवश्यक महसुस गरिएको छ । रणनीतिले मूल्य श्रृंखला पात्रहरू, यसको ब्रान्डिङ, बजारहरू, र सक्षम अवस्थाहरू समावेश गर्दछ ।

चामल मार्केटिङ रणनीतिले लक्षित दर्शकहरूलाई पहिचान गर्ने, SMART मार्केटिङ लक्ष्यहरू सेट गर्ने, बजारीकरणका ७Ps (उत्पादन, मूल्य, स्थान, प्रवर्द्धन, मानबश्रोत, प्रक्रिया र भौतिक प्रमाणहरू) को लागि रणनीतिहरू विकास गर्ने, ती रणनीतिहरू कार्यान्वयन गर्ने, र तिनीहरूको प्रभावकारिताको विश्लेषण समावेश गर्नु पर्ने हुन्छ । यसका मुख्य तत्वहरूमा ब्रान्डको पहिचान, राम्रो पहिचानको विकास, सामाजिक सञ्जाल र इमेल जस्ता उपयुक्त भौतिक र डिजिटल च्यानलहरू प्रयोग गर्ने, बजारहरूमा पुग्न वितरण नेटवर्कहरू स्थापना गर्ने, र प्रभावकारी सन्देश र किसान समर्थन मार्फत ब्रान्डको प्रचार गर्ने कुराहरू समावेश गर्नु पर्ने हुन्छ ।

चामलको प्रभावकारी बजारीकरण गर्न धेरै मुख्य चरणहरू समावेश हुनु पर्दछ । पहिले, बजार अध्ययन गर्नुपर्दछ, लक्षित उपभोक्ताहरू, प्रतिस्पर्धीहरू, र मूल्य निर्धारण रणनीतिहरू पहिचान गर्नु पर्ने हुन्छ । त्यसपछि, स्थिरता कायम राख्न गुणस्तर मापदण्ड र ग्रेडिङ प्रणालीहरू स्थापना गर्नु पर्दछ । प्रत्यक्ष बिक्री, थोक, वा खुद्रा सहित वितरण च्यानलहरू निर्धारण गर्नुपर्छ । संचार र गुणस्तर बृद्धि महत्वपूर्ण छन्, ब्रान्डिङ, विज्ञापन, र व्यापार प्रदर्शनमा सम्भावित सहभागिता आवश्यक हुन्छ । अन्तमा, बजार उतार-चढावका लागि आकस्मिक योजनाहरू सहित प्रतिक्रिया

र निरन्तर सुधारको लागि संयन्त्रहरू स्थापना गर्नु पर्दछ । यो संरचित रणनीतिले ब्रान्ड प्रतिष्ठा र उपभोक्ता विश्वास निर्माण गर्दा नाफा बढाउने, कुशल चामल बजारीकरण सुनिश्चित गर्ने छ ।

जोरायल चामलको सामूहिक बजारीकरण रणनीतिले किसानहरूलाई सहकारीमा संगठित गरी आफ्नो बागेनिङ पावर बढाउन, बजारमा पहुँच बढाउन र आफ्नो धानलाई प्रिमियम उत्पादनको रूपमा ब्रान्ड गर्न समावेश गर्ने छ ।

यस रणनीतिले किसानको आम्दानी बढाउन र जीविकोपार्जनमा सुधार ल्याउन सक्छ, "उत्पादन गर्ने र बेच्ने" बाट थप रणनीतिक "बिक्री गर्न उत्पादन गर्ने" मोडेलमा केन्द्रित हुने छ ।

## १.२ बजार चुनौतीहरू

### १.२.१ उत्पादन र आपूर्ति-पक्ष अवरोधहरू

धेरै किसानहरूले उत्पादन सामग्री, ऋण, र विस्तार सेवाहरूमा सीमित पहुँचको साथ साना प्लटहरूमा खेति गर्दै आएका छन्, जसले गर्दा ब्यबस्थित र ब्यबसायिक उत्पादन हुन सकेको छैन । जलवायु परिवर्तन खास गरि वर्षाको परिवर्तनशीलता,

खडेरी र रोग किराहरुले उत्पादन र गुणस्तर घटाउन भूमिका खेलेको पाइन्छ । विविधता शुद्धता, कुटानी गुणस्तर, र भूमी-चामल अनुपात फरक हुने हुँदा खरिदकर्ताको विश्वासलाई असर गरिरहेको हुन्छ । प्रमाणित बीउ, जैविक उत्पादन सामाग्रीहरु, र सुधारिएको कुटनी प्रविधिको लागि उच्च लागत वा आपूर्ति अन्तर हुने हुँदा बिक्रि वितरण लाई प्रभाव पारिरहेको पाइन्छ ।

### १.२.२. उत्पादन उप्रान्त र प्रशोधन अवरोधहरू

पुरानो मिलहरूले अनाजलाई क्षति पुऱ्याउन र अशुद्धता हटाउन असफल हुन्छन र ग्रेड गुणस्तर घटाएको पाइन्छ । खराब भण्डारण सुविधाहरूले कीराको क्षति, ढुसी र कम भण्डारण समय निम्त्याउँछ । धानको फसलको एकै चोटी उत्पादनले श्रम र प्रशोधन क्षमतालाई प्रभाव पर्ने गरेको पाइन्छ ।

### १.२.३ बजार पहुँच र मूल्य श्रृंखला समन्वय

किसान समूह वा सहकारीहरुमा बागेनिड शक्ति कम छ र सामूहिक मार्केटिंग प्रयोगमा छैन । किसान र व्यापारीहरूसँग मूल्य, माग, र खरिदकर्ता आवश्यकताहरूमा समयमै

तथ्यांकको उपलब्धता छैन । उत्पादन हुने स्थान देखि वितरण प्रणालीसम्मको गयापहरू छ र प्रसोधनकर्ताहरू, थोक विक्रेताहरू, निर्यातकर्ताहरू, वा खुद्रा विक्रेताहरूसँग सम्झौताहरूमा सिमितता रहेको पाइन्छ ।

#### १.२.४ नीति र नियामक वातावरण

सरकारी नीति, सामग्री तथा बीउमा अनुदान र विस्तार सेवाहरूले उत्पादनलाई असर गरिरहेको देखिन्छ र राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्डहरू (ग्रेडिड, लेबलिड, प्याकेजिड) को अनुपालनले लागत थप्न सक्छ ।

#### १.२.५ प्रतिस्पर्धा र बजार अबधारणा

प्रिमियम प्रजातिहरू मूलधारको चामल वा आयातित चामलद्वारा मूल्यमा प्रतिस्पर्धा भएको पाइन्छ जसले गर्दा जोरायल बासमती चामलको अद्वितीय गुणहरू उपभोक्ताहरूलाई बताउन सकिरहेको अवस्था छैन ।

#### १.२.६ दिगोपन र जोखिम व्यवस्थापन

पानीको अत्यधिक आवश्यकताको अभ्यासहरूमा अत्यधिक निर्भरता निश्चित स्थानहरूमा अस्थाई हुन सक्छ र जलवायु परिवर्तनको सामना गर्न लचिलो जात र कृषि अभ्यासको आवश्यकता पर्न जान्छ ।

## २. रणनीतिक दृष्टिकोण र लक्ष्यहरू

### २.१ दर्शन

ग्रामिण जीविकोपार्जनको बलियो आधार जोरायलको बासमती चामल, स्थानिय उत्पादन, प्रिमियम गुणस्तरको मध्यमबाट जोरायलको चिनारी स्थापना गर्ने ।

### २.२ लक्ष्य

- राम्रो बजार सम्बन्धहरू मार्फत बजार मूल्यमा कम्तिमा १०% ले बृद्धि गर्ने ।
- प्रदेश तथा राष्ट्रिय स्तरमा कम्तिमा २ प्रमुख क्रेताहरू स्थापना गरेर स्थिर माग च्यानलहरू (घरेलु, होटल/रेष्टुरेन्टहरू, निर्यातकहरू) विस्तार गर्ने ।
- कम्तिमा पनि निरीक्षण गरिएका लटहरूको ८०% मा प्रमाणित गुणस्तर स्थिरता (मिलिड उत्पादन, सुगन्ध, त्रयाक-प्रूफ अन्न) प्राप्त गर्ने ।
- सम्भव भएको ठाउँमा गुणस्तरीय लेबलिङ सक्षम पार्न मूल ब्रान्डिङ र ट्रेसबिलिटी निर्माण गर्ने ।
- जोरायल बासमती चामललाई आर्गानिक उत्पादममा प्रबर्धन गर्ने ।

### ३. मुख्य मूल्य श्रृंखला पात्रहरु र सरोकारवालाहरु

मूल्य श्रृंखलामा कसले प्रभाव पार्छ र जिम्मेवारी वहन गर्छ भन्ने कुरा बुझ्नले प्रभावकारी सहयोग, समर्थन र नीतिगत क्रियाकलापहरु डिजाइन गर्न मद्दत गर्छ । यहाँ सामान्यतया जोरायल बासमती चामल मूल्य श्रृंखलामा मुख्य सरोकारवालाहरु तल उल्लेख भए अनुसार संलग्न रहेको पाइन्छ ।

**प्राथमिक उत्पादकहरु (साना, मझौला र ठूला किसानहरु):** प्रायः किसान समूह र/वा सहकारीहरुमा संगठित - जोरायल बासमती धान रोपण गरि फसलको लागि जिम्मेवार उत्पादकहरु ।

**उत्पादक संस्था र बिचौलियाहरु (सहकारी संस्था र किसान समूहहरु):** समग्र बिउ तथा उत्पादन सामग्री उपलब्ध गर्ने, राम्रो मूल्यमा खरिद गर्ने, र तालिम प्रदान गर्ने निकायहरु ।

**स्थानीय धान संकलनकर्ताहरु र व्यापारीहरु:** किसानहरुबाट धान खरिद गर्ने, कहिलेकाहीं पूर्व फसल सम्झौता वा न्यूनतम समर्थन मूल्यहरु तय गर्ने ।

धान कुट्टने मिलहरू/चामल उत्पादकहरू: धानलाई कुटी चामलमा रूपान्तरण गर्ने; मूल्य निर्धारण, गुणस्तर मापदण्ड, र बजार पहुँचलाई प्रभाव पार्ने ।

उत्पादन सामग्री आपूर्तिकर्ता र सेवा प्रदायकहरू:

बीउ र मल आपूर्तिकर्ता: बीउ, कृषि रसायन, र सल्लाह प्रदान गर्ने ।

विस्तार सेवाहरू र गैरसरकारी संस्थाहरू: खेती अभ्यासहरू, कीट/रोग व्यवस्थापन, र मूल्य वृद्धिमा प्राविधिक प्रशिक्षण प्रदान गर्ने ।

वित्तीय संस्था र लघुवित्त: किसान र मिलहरूलाई ऋण, कार्यशील पूँजी, र बीमा उत्पादनहरू प्रदान गर्ने ।

बजार र नीति निर्माणकर्ताहरू

थोक बिक्रेता, खुद्रा बिक्रेता र निर्यातकर्ताहरू: स्थानीय, प्रदेशस्तारिया र राष्ट्रिय रूपमा माग, मूल्य निर्धारण, र वितरण च्यानलहरू निर्धारण ।

सरकारी निकायहरू: कृषि मन्त्रालय, प्रादेशिक/जिल्ला कृषि कार्यालयहरू, र धान गुणस्तर प्रमाणीकरण निकायहरू; मापदण्ड, अनुदान र खरिद कार्यक्रम तय गर्ने ।

सहकारी र किसान युनियनहरू: सदस्यहरूको हित, सामूहिक मोलमोलाई गर्ने, र बजारमा पहुँचको लागि पैरवी ।

गुणस्तर प्रमाणीकरण निकायहरू र मानक संगठनहरू: ट्रेसयोग्यता र गुणस्तर अनुपालन सुनिश्चित गर्ने (जस्तै, भौगोलिक संकेतहरू, जैविक, निष्पक्ष व्यापार, वा लागू भएमा अन्य लेबलहरू) ।

अन्वेषकहरू र शैक्षिक संस्थाहरू: उन्नत कृषि अभ्यासहरू, कीट व्यवस्थापन रणनीतिहरू, र फसल पछिको प्रविधिहरू विकास गर्ने ।

सहयोग र विकास साझेदारहरू

विकास एजेन्सीहरू (राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय): उत्पादकर्ता, बजार सम्बन्ध स्थापन, मूल्य श्रृंखला सुधार, र जलवायु उत्थानशिलताको लागि सहयोग गर्ने ।

वित्तीय बैंक र बीमा योजनाहरू: किसानहरूलाई जोखिम व्यवस्थापन उपकरणहरू पहुँच गर्न शिक्षित र सक्षम बनाउने ।

ढुवानी र भण्डारण सेवा प्रदायकहरू: खेतबाट बजारसम्म समयमै ढुवानी र अन्न सुरक्षा सुनिश्चित गर्ने ।

उपभोक्ता र नागरिक समाज

उपभोक्ताहरू: माग गुणस्तर, मूल्य संवेदनशीलता, र प्रमाणीकरण (जस्तै, जैविक, गैर-GMO, निष्पक्ष-व्यापार) प्राथमिकताहरू ।

नागरिक समाज संगठन र मिडिया: खेती अवस्था, दिगोपन, र उचित मूल्य निर्धारण बारे चेतना जगाउने ।

#### ४. लक्षित बजार

बासमती चामलको ग्राहकहरू:

- सुगन्ध र अन्नको गुणस्तर खोज्ने प्रिमियम घरायसी उपभोक्ताहरू ।
- निरन्तर गुणस्तर र आपूर्ति चाहिने होटल, रेस्टुरेन्ट, र क्यातरिंग ।
- राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय बजारहरूलाई लक्षित गर्ने निर्यात र विशेष खुद्रा विक्रेताहरू ।

बासमती चामलको लक्षित बजार:

- राष्ट्रिय: धनगढी, काठमाडौं र अन्य प्रमुख सहरी केन्द्रहरू ।
- अन्तर्राष्ट्रिय: सुगन्धित चामलको लागि आत्मीयता भएका युरोप र भारतको बजार ।

### विभिन्न ग्राहकद्वारा मूल्यको अपेक्षा प्रस्तावः

- प्रिमियम घरपरिवारहरूः प्राकृतिक सुगन्ध, उत्कृष्ट बनावट, नेपाल-उत्पन्न सम्पदा ।
- होटल, रेस्टुरेन्ट र क्याटरिगः निरन्तरता, मिलिड गुणस्तर, मापनयोग्य आपूर्ति, ट्रेस योग्य मूल, आदि ।
- राष्ट्रिय र निर्यातः भरपर्दो प्रमाणीकरण र प्याकेजिडको साथ सुगन्धमय चामल ।

### ५. मूल्य श्रृंखला डिजाइन र सुधार

बासमती चामलको मुख्य पात्रहरूः किसानहरू, किसान समूहहरू/सहकारीहरू, प्राथमिक प्रोसेसरहरू, मिलहरू, प्याकरहरू, व्यापारीहरू, निर्यातकर्ताहरू, खुद्रा विक्रेताहरू, होटल/रेष्टुरेन्ट चैनहरू ।

#### कार्यहरूः

- ठूलो परिमाणमा चामल जम्मा गर्न र खरिदकर्ताहरूसँग वार्ता गर्न उत्पादक समूहहरू स्थापना गर्ने ।
- चामलको गुणस्तर वा मानकिमा एक रूपता कायम गर्न मानकीकृत मिलिड र पालिशिंग विशिष्टताहरू सिर्जना गर्ने ।

- खेतदेखि मुखसम्म वा आलीदेखि थालीसम्म ट्रेसबिलिटी लागू गर्ने (लट कोड, फसल महिना, खेत पहिचान, आदि) ।
- क्षति कम गर्न साझा भण्डारण र सुख्खा सुविधाहरूको विकास गर्ने ।

### सुशासन:

- स्पष्ट भूमिका र नाफा बाँडफाँड भएको स्थानीय मार्केटिङ कन्सोर्टियम वा सहकारी बजारीकरणको संयन्त्र सिर्जना गर्ने ।
- गुणस्तर अनुपालन सुनिश्चित गर्न मिल र प्याकरहरूसँग सेवा सम्झौताहरू विकास गर्ने ।

### बजारीकरणका लागि मुख्य चरणहरू:

#### किसानदेखि मिलसम्म (खरीद):

- किसानहरूले आफ्नो कटाईको धान दर्ता मिलहरू वा सहकारी संस्थालाई बेच्ने (आवश्यक परेमा क्रेता विक्रेता सम्झौता गर्न सकिन्छ) ।

- स्थानीय सरकारले, अन्य सरोकारवालाहरू सहित, न्यूनतम मूल्य निर्धारण गर्नेछ र उत्पादकहरूबाट धानको खरिद सुनिश्चित गर्नेछ ।

### धान कुटनी र प्रशोधन:

मिलहरूले धानलाई कुटी गुणस्तरीय चामलमा परिणत गर्ने छन् ।

प्याकिंग गरिएको चामलको लागि नमूनाहरू र राम्रो भण्डारण अभ्यासहरू अनुरूप प्रभावकारी गुणस्तर नियन्त्रण महत्त्वपूर्ण भएकोले सोको व्यवस्था हुनु पर्ने छ ।

### वितरण र बिक्री:

थोक बिक्रेता र खुद्रा बिक्रेताहरू: मिलहरू वा संगलग्न सहकारी संस्थाले चामल सम्झौता गरिएको सहकारीलाई बेच्ने छन् जसले यसलाई थोक बिक्रेता-खुद्रा बिक्रेताहरू र उपभोक्ताहरूलाई वितरण गर्ने छन् ।

६. ब्रान्डिङ, प्याकेजिङ्ग, र गुणस्तर मानकहरू

ब्रान्डिङ:

- विश्वसनीय ब्रान्ड नाम र आकर्षित पहिचानको विकास गरिने छ जसले प्रिमियम गुणस्तर र जोरायल मै उत्पादन भएको (जोरायल मूलको) भन्ने प्रतिनिधित्व गर्ने छ ।
- विश्वास र प्रिमियम बृद्धि गर्न गुणस्तरीय लेबलिङलाई गरिने छ ।

#### **गुणस्तर मानकहरू:**

- लक्षित विशिष्टताहरू परिभाषित गरिने छ: जस्तै: सुगन्ध सूचकांक, एमाइलोज सामग्री दायरा, मिलिङ उत्पादन, टुटेको प्रतिशत, आदि ।
- स्पष्ट सुविधाहरू सहित सरल, स्थान-विशिष्ट प्याकेजिङ मानकहरू (१ केजी, २ केजी, ५ केजी को प्याक) स्थापना गर्ने ।

#### **प्याकेजिङ नवीनता:**

- नक्सा र QR कोडहरू धेरै-स्तर ट्रेसिबिलिटीको लागि ।

- प्याकेजिड जसले सुगन्ध र ताजगीलाई जोगाउँछ (प्याकेट लेमिनेट, आर्द्रता नियन्त्रण, आदि उल्लेख गर्ने) ।

**प्याकेजिंग र लेबलिंग:**

**विशिष्टता अनुसार मानक प्याकेजिड आवश्यकताहरू**

- चामल प्याकेजिडका लागि प्लास्टिकको झोला, जुटका झोला र लमिनेसनसहितको कपडाको झोला ।
- चामलको लागि स्टिकर भएको झोला ।
- खुद्रा बिक्रीको लागी सहकारी लोगोसंग प्याकेजिड झोला ।
- लेबलमा समावेश गर्नुपर्ने जानकारी: सहकारीको नाम, उत्पादनको नाम, तौल, ग्रेड, प्याकेजिड मिति, आदि, ।

**फारम ढाँचा — प्याकेजिंग र लेबलिंग**

मि ति	उत्पादन को नाम	प्याक गरिए को	प्रयोग भएको प्याकिं	लेबल टाँसे को	प्या क गर्ने	रु जु ग	कैफिय त
----------	-------------------	---------------------	---------------------------	---------------------	--------------------	---------------	------------

		परिमा ण	ग सामग्री	(छ, छैन )		ने	

**सजिलै फारम भर्नका लागि सुझावहरू:**

- मिति: प्याकेजिडको वास्तविक मिति
  - उत्पादन: उत्पादन र बालीको प्रकार (जस्तै, जोरायलमा उत्पादित, अर्गानिक - सुगन्धित धान)
  - प्याक गरिएको मात्रा: कुल वजन वा प्याकेज (किग्रा, झोला)
  - द्वारा कुटिएको, प्याक गरिएको र मार्केट गरिएको: संलग्न पक्षहरूको नाम
  - प्रयोग गरिएका सामग्रीहरू: प्लास्टिकको आल्मुनियम लेपित झोलाहरू, जुटका बोराहरू, कागजका बक्सहरू, ब्रान्डेड झोलाहरू, आदि ।
  - स्टिकर संलग्न (हो/होइन): यदि सहकारीको नाम, उत्पादन, तौल र मिति संलग्न गरिएको छ भने, "हो" चयन गर्नुहोस् ।
  - द्वारा प्याक गरिएको: प्याक गर्ने व्यक्तिको नाम ।
  - द्वारा निरीक्षण गरिएको: प्याक/लेबल जाँच गर्ने व्यक्तिको नाम
  - टिप्पणीहरू: "होशियारसँग ह्यान्डल गर्नुहोस्," "चिसो प्रतिरोधी प्याकेजिड," आदि ।
- (सुझाव: लेबलमा लेखिएका विवरणहरू वास्तविक प्याकेजसँग मेल खानुपर्छ ।)

## ७. मूल्य निर्धारण र बजार पहुँच संयन्त्र

### मूल्य निर्धारण रणनीति:

- मूल्यमा आधारित मूल्य निर्धारण दृष्टिकोण प्रयोग गर्ने, जस्तै: सुगन्ध, अनाजको गुणस्तर, र उत्पत्ति विश्वसनीयताका लागि प्रिमियम चार्ज गरिने छ ।
- किसानहरूको आमदानीलाई बृद्धि गर्न खरिदकर्ताहरूसँग बिक्रि सम्झौताहरू गरिने छ ।

### मूल्य निर्धारण गर्ने तरिका:

- मूल्य = उत्पादन लागत + सहकारी मार्जिन (१०-१५%) राखेर तय गर्ने ।
- बजार तथ्यांक अनुसार त्रैमासिक पुनरावलोकनका आधारमा गर्न सकिन्छ ।

तल दिएको फारम अनुसार मूल्य गणना गरी तय गर्न सकिने

उत्पादन	उत्पादन लागत (रु/केजी)	सहकारी मार्जिन (%)	तय भएको मूल्य (रु/केजी)	टिप्पणी

उत्पादन लागत (रु/केजी) को सरल गणना सूत्र

चरण	लागत वस्तु	सूत्र	उदाहरण (रु)
१	जग्गा तयारी	(श्रम दिन × ज्याला) + (ट्र्याक्टर घण्टा × दर)	XXXX
२	बीउ/नर्सरी	(बीउ परिमाण × बीउ मूल्य) + अन्य नर्सरी लागत	XXXXX
३	मल/गोबर	(प्रत्येक इनपुट × प्रति युनिट मूल्य)	XXXXX
४	खेत व्यवस्थापन	(श्रम दिन × ज्याला) + सिँचाइ + बाँध्ने सामग्री	XXXXX
५	वाली संरक्षण	कीटनाशक + (श्रम दिन × ज्याला)	XXXXX
६	भित्थ्याउने/बजार	(श्रम दिन × ज्याला) + प्याकेजिड + यातायात	XXXXX
	कुल प्रत्यक्ष लागत	चरण १ → ६ सम्मको योग	XXXXX
७	अप्रत्यक्ष लागत	व्यवस्थापन/मूल्य ह्रास ( म्मउचभअष्वतप्यल)	XXXX
	कुल लागत	प्रत्यक्ष + अप्रत्यक्ष लागत	XXXXX
८	प्रति केजी लागत	कुल लागत / कुल उत्पादन (केजी)	XXXXX ÷ XXX केजी

### बजार पहुँच:

- प्रत्यक्ष-देखि-क्रेता च्यानलहरू: ब्रान्डेड रिटेल प्याकहरू, ई-वाणिज्य, होटल चेनहरू ।

- अप्रत्यक्ष च्यानलहरू: मिलहरू आपूर्ति गर्ने सहकारीहरू, ट्रेस योग्य थोक व्यापारीहरू ।

#### जोखिम व्यवस्थापन:

- मूल्य अस्थिरता कम गर्न मूल्य निर्धारण वा अनुबंध खेतीलाई प्राथमिकता दिइने छ ।
- एकल खरिदकर्तामा निर्भरता कम गर्न बजार विविधीकरण गरिने छ ।

#### द. बजार जानकारी, विस्तार र प्रशिक्षण

##### सूचना प्रणाली:

- वास्तविक समय मूल्य उद्धरणहरू, बजारको मागहरू, र क्रेता आवश्यकताहरूसँग बजार जानकारी प्लेटफर्म सिर्जना गरिने छ ।
- किसान र प्रशोधनकर्ताहरूका लागि साप्ताहिक बजार जानकारीहरू प्रकाशित गरिने छ ।

##### क्षमता निर्माण:

- फसल पछि ह्यान्डलिङ, सुकाउने, भण्डारण, र मिलिङ गुणस्तर सम्बन्धी तालिम ।
- खाद्य सुरक्षा, लेबलिङ, र प्याकेजिङ अनुपालन ।
- किसान समूहहरूको लागि आधारभूत वित्तीय साक्षरता र रेकर्ड राख्ने तालिम ।
- किसानहरूलाई असल कृषि अभ्यास (GAPs) तालिम ।
- भरपर्दो बीउ स्रोत पकेट विकासको साथ किसानहरूलाई बीउ गुणस्तर र शुद्ध-लाइन प्रवर्द्धन प्रशिक्षण ।
- आवश्यकता अनुसार अन्य तालिमहरू ।

#### विस्तार लिङ्गेज:

- जोरायल बासमती धान उत्पादनका लागि उत्कृष्ट अभ्यासहरू फैलाउन र गुणस्तर कायम राख्न कृषि विस्तार सेवाहरूसँग लिङ्ग गरिने छ ।

#### ९. माग सिर्जना र प्रवर्द्धन

प्रचार/प्रवर्द्धन च्यानलहरू:

- स्थानीय र प्रादेशिक खाद्य उत्सवहरू र जोरायल बासमती चामलको सुगन्ध र बनावटलाई हाइलाइट गर्ने खाना प्रदर्शनीहरूको आयोजना गर्ने ।
- किसानहरूको भनाई, उत्पादनको कथा र व्यञ्जनहरू प्रस्तुत गर्ने सामाजिक मिडिया अभियानहरू संचालन गर्ने ।
- विभिन्न कार्यक्रमहरूमा जोरायलको बासमतीको परिकारको प्रचार प्रसार गर्न प्रोत्सान गर्ने र प्रिमियम चामलको छुटै परिकार प्रबर्धन गर्ने कार्यलाई प्राथमिकता दिने ।
- विभिन्न सामाजिक मध्यमबाट प्रचार प्रसार गर्ने ।

#### उपभोक्ता शिक्षा:

- खाना पकाउने विधिहरू, सुगन्ध कायम राख्ने, र विशिष्ट विशेषताहरूको बारेमा जानकारी प्रदान गर्ने ।
- नेपाली व्यञ्जनबाट प्रेरित रेसिपीहरूको बारेमा जानकारी गराउने ।

#### १०. वितरण ब्यबस्थापन

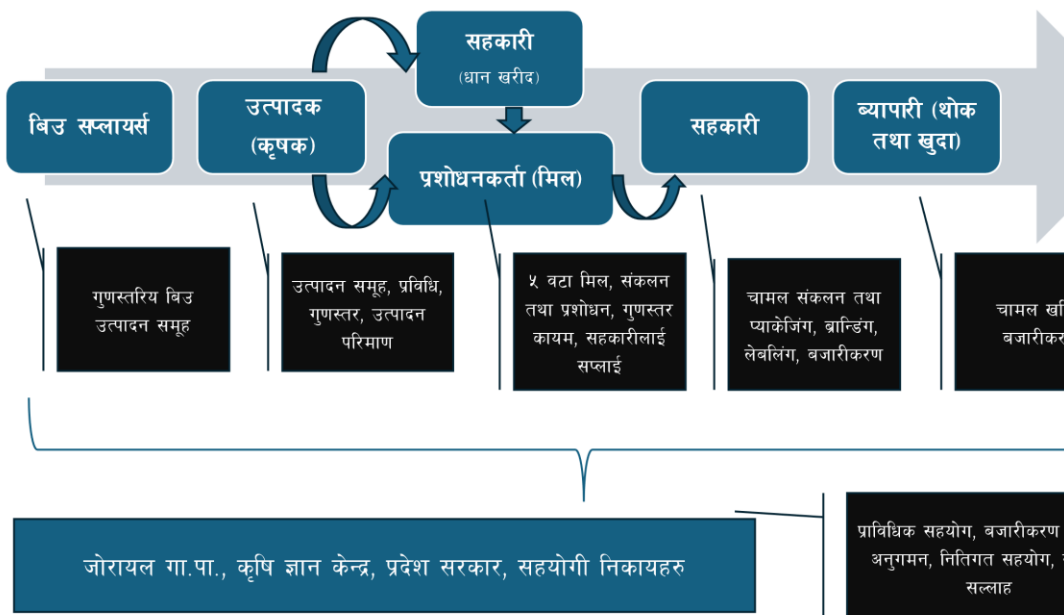
##### वितरण प्रणाली विकल्पहरू:

- आपूर्तिलाई सुदृढ गर्न प्रमुख कृषि स्थानहरू नजिकको सङ्कलन केन्द्रहरू ।
- जोरायल बासमती चामलको कुशल गोदाम भण्डारण व्यवस्थापन ।

### वितरण प्रणाली साझेदारहरू:

- भरपर्दो यातायात कम्पनीहरू र ग्रामीण इलाकाहरू बुझ्ने सेवा प्रदायकहरूसँग साझेदार ।
- प्रमुख उत्पादन क्षेत्र र बजार केन्द्रहरूमा केन्द्रीकृत

### जोरायल बासमती चामलको वितरण प्रणाली



भण्डारणलाई विचार गर्ने ।

## ११. अनुगमन, मूल्याङ्कन, र सिकाइ

प्रमुख कार्यसम्पादन सूचकहरू:

- फार्म-गेट मूल्य प्राप्ति, बिक्रिको परिमाण, मिलिड उपज स्थिरता, प्याकेजिडमा सुधार वा खराब (काटिएको) चामलको दानामा कटौती ।
- प्रिमियम खण्डहरू, प्रमुख खरीदकर्ताहरूको संख्या, र भौगोलिक संकेत/लेबलमा बढोत्तरी र राजस्वमा साझेदारी ।

अनुगमन र मूल्याङ्कन योजना (M&E योजना):

- उत्पादक समूह र खरिदकर्ताहरूबाट त्रैमासिक डाटा सङ्कलन र स्टोर अनुगमन ।
- ब्रान्डिड प्रभाव र उपभोक्ता सचेतनाको मूल्याङ्कन गर्न वार्षिक बजार लेखापरीक्षण ।

सिकाई र सुधार:

- प्रतिक्रियाको आधारमा रणनीतिलाई परिष्कृत गर्न नियमित सरोकारवाला कार्यशालाहरू संचन गर्ने ।

## १२. अनुकूल वातावरण र साझेदारी विकास

### नीति र संस्थाहरू:

- भौगोलिक सङ्केत संरक्षण, लेबलिङ मापदण्ड, र निर्यात सहजीकरण (बौद्धिक सम्पत्ति अधिकार) को लागि सम्बन्धित सरकारी एजेन्सीहरूसँग संलग्न हुने । (GI संरक्षणले भौगोलिक सङ्केत संरक्षणलाई बुझाउँछ, बौद्धिक सम्पत्ति अधिकार जसले कुनै खास भौगोलिक उत्पत्ति भएको उत्पादनको नामलाई सुरक्षित गर्छ । यो सुरक्षाले उत्पादनको गुण, प्रतिष्ठा र प्रामाणिकताको सुरक्षा गर्छ, जुन यसको उत्पत्ति स्थानसँग आन्तरिक रूपमा जोडिएको छ, र नामलाई अरूले दुरुपयोग वा नक्कल गर्नबाट रोक्छ ।)
- साना उत्पादकहरू र संकलनकर्ताहरूको लागि क्रेडिट सुविधा र बीमा योजनाहरूमा पहुँच बृद्धि गर्ने ।

### साझेदारी:

- गुणस्तर सुधार र मार्केटिङ अनुसन्धानका लागि गैरसरकारी संस्थाहरू, विश्वविद्यालयहरू र अनुसन्धान संस्थानहरूसँगको सहकार्य गर्ने ।
- साझा कुटनी गर्न र प्रशोधन पूर्वाधार विकास गर्न सार्वजनिक-निजी साझेदारी अपनाउने ।

### १३. प्रमुख रणनीतिक कार्यहरू

जोरायल बासमती चामलको बजारीकरणका लागि सामूहिक रणनीतिक क्रियाकलापहरूले किसान समूह र सहकारीलाई वार्ताको शक्ति अभिवृद्धि गर्न, राम्रो मूल्य सुरक्षित गर्न र निरन्तर आपूर्ति सुनिश्चित गर्नमा केन्द्रित गर्ने छ, जुन प्याकेजिङ, ब्रान्डिङ र स्थानीय व्यवसायीहरू र निर्यातकर्ताहरूलगायत राष्ट्रिय आपूर्तिकर्ताहरू जस्ता खरिदकर्ताहरूका लागि बजार सम्बन्ध सुधार गरेर हासिल गर्न सकिन्छ । थप रूपमा, रणनीतिले सामूहिक बजारीकरण लाभहरूमा किसान शिक्षालाई जोड दिने छ, सफल मोडेलहरूबाट सिक्न सजिलो बनाउँछ, र धान उत्पादनलाई समर्थन गर्न सरकारी प्रयासहरूसँग पङ्क्तिबद्ध गर्ने छ । निम्न रणनीतिक क्रियाकलापहरू विचार गर्न आवश्यक छ ।

#### १३.१ कृषक समूह र सहकारीलाई सुदृढ गर्ने

समूह गठन र क्षमता अभिवृद्धि: जोरायलमा कृषक उत्पादक समूह र सहकारीहरूको स्थापना र वृद्धिलाई प्रवर्धन गर्ने ।

सामूहिक बागेनिड: सहकारीहरूलाई एक एकीकृत समूहको रूपमा खरिदकर्ताहरूसँग वार्ता गर्न सशक्त बनाउने, जसले व्यक्तिगत किसानहरूको तुलनामा राम्रो मूल्य र सर्तहरू प्रदान गर्ने छ ।

संयुक्त लगानी: सहकारीहरूलाई बीउ उत्पादन, सुधारिएको प्याकेजिङ्ग, ब्रान्डिङ र भण्डारणमा सामूहिक रूपमा लगानी गर्न सक्षम बनाउने ताकि तिनीहरूको चामल खरिदकर्ताहरूका लागि थप आकर्षक होस ।

### १३.२ बजार लिङ्केज सुधार गर्ने

प्रत्यक्ष सम्बन्ध जोड्ने: सहकारी र स्थानीय, जिल्ला र प्रादेशिक खरिदकर्ताहरू, थोक व्यापारीहरू र व्यवसायहरू लगायतका बीचमा सम्झौताहरू सहज बनाइने छ ।

मूल्य शृङ्खला सुदृढीकरण: धान मूल्य श्रृंखलामा किसानहरू, मिलहरू, थोक बिक्रेताहरू र अन्य प्रमुख कर्ताहरू बीचको सम्बन्धहरू सुधार गरिने छ ।

बजार जानकारी: किसानहरूलाई उचित र सुगन्धित चामलको मूल्य प्रवृत्ति र उपभोक्ता माग बुझ्न मद्दत गर्न समयमै बजार जानकारी प्रदान गरिने छ ।

### १३.३ उत्पादन गुणस्तर र ब्रान्डिङमा फोकस गर्ने

गुणस्तर स्थिरता: क्रेताहरूको माग पूरा गर्न उत्पादन र प्रशोधनमा सहकारी प्रयासहरू मार्फत चामलको थप सुसंगत गुणस्तर सुनिश्चित गरिने छ ।

ब्रान्डिङ र फरकपन: जोरायल चामलको अनुपम विशेषताहरू, जस्तै राम्रो र सुगन्धित विशेषताहरू हाइलाइट गर्न ब्रान्डिङको विकास गर्ने, यसले उपभोक्ताहरूलाई अझ आकर्षक बनाउँछ ।

### १३.४ सरकारी समर्थन र ज्ञान बाँडफाँडको लाभमा जोड

सहयोगी नीतिहरू: धान उत्पादन बढाउने र कृषि मूल्य शृङ्खलाहरू सुधार गर्ने उद्देश्यले सरकारी नीतिहरूसँग सामूहिक मार्केटिङ पहलहरू पडिक्तबद्ध गरिने छ ।

सिकाइ र उत्कृष्ट अभ्यासहरू: सिकाइ कार्यक्रमहरू र कार्यशालाहरू व्यवस्थित गरिने छ जहाँ किसानहरूले अनुभवहरू साझा गर्न सक्छन् र अन्य क्षेत्रहरूमा सफल

मोडेलहरूबाट सामूहिक मार्केटिङमा उत्कृष्ट अभ्यासहरू सिक्न सक्छन् ।

### १३.५ किसान शिक्षा र संलग्नता बढाउने

लाभहरूको जागरूकता: किसान समूहहरू मार्फत सामूहिक बजारीकरणमा भाग लिने सामाजिक, आर्थिक र वातावरणीय फाइदाहरूको बारेमा किसानहरूलाई शिक्षित गरिने छ ।

प्रेरणा: फराकिलो सहभागिता र अर्गानिक धान खेतीमा बलियो सामूहिक दृष्टिकोणलाई प्रोत्साहित गर्न सामूहिक मार्केटिङबाट अपेक्षित आर्थिक लाभहरू बाधिने छ ।

### १४. सम्भावित जोखिम र न्यूनीकरण

सम्भावित जोखिमहरू	न्यूनीकरणका उपायहरू
मौसमहरूमा गुणस्तर परिवर्तनशीलता	नियन्त्रित सुख्खा र भण्डारणमा बिसेष पहल पछि मानकीकृत अभ्यासहरू लागू गरिने छ
बजार पहुँच अन्तर	क्रेता आधार चाँडै निर्माण गरिने छ; धेरै च्या
नीति/नियाममा परिवर्तनहरू	अधिकारीहरूसँग निरन्तर वार्ता जारी राखिने

	पछ्याइने छ ।
जलवायु र उत्पादनमा झटका/प्रभाव	जलवायु-मैत्री अभ्यासहरू प्रवर्द्धन; स्थान र प्र
	छ ।

### १५. कार्य योजना (नमूना १२ महिना रोडम्याप)

<b>मुख्य क्रियाकलापहरू</b>
गतिविधि-१: किसान समूहहरूको गठन/छनोट/उनीहरूलाई बलियो बनाउन आधारभूत गुणस्तर मूल्याङ्कन संकलन गर्ने; गुणस्तर विशिष्टताहरू पहिचान गर्ने ।
गतिविधि-२: ब्रान्डिङ अवधारणा र प्याकेजिङ डिजाइन खरिदकर्ता र बिक्रेता बीच सम्झौताहरू गर्ने ।
गतिविधि-३: २ प्रमुख क्रेताहरूसँग नमुना पूर्व-प्याकेज गरिएका लटहरू गर्ने; ट्रेसिबिलिटी प्रणाली स्थापना गर्ने ।
गतिविधि-४: बजार सूचना प्लेटफर्मको विकासको सुरुवात गर्ने ।
गतिविधि-५: स्केल-अप मिलिड र भण्डारण सुविधाहरू; कृषकहरूलाई अग्र कृषि अभ्यासहरू, बालिको कटाई पछि ह्यान्डलिङ बारे तालिम दिने ।
गतिविधि-६: प्रवर्द्धनात्मक गतिविधि र उत्पादक शिक्षा प्रारम्भ गर्ने ।

गतिविधि-७: सम्भावित स्थानहरूमा विस्तार गर्ने; औपचारिक अनुबंध र लेबल विकल्पहरूको मूल्याङ्कन गर्ने ।

माथि उल्लेखित कार्य गर्न आइपर्ने सम्भावित चुनौती हरू सम्बोधन गर्न सम्भावित रणनीतिक कार्यहरू गरिने छ ।

- किसान संगठनहरूलाई बलियो बनाइने: बागेनिड पावर सुधार गर्न, मिलिड सुविधा बाँडफाँड गर्न र मार्केटिङको समन्वय गर्न उत्पादक सहकारीहरू गठन गर्ने वा जोड्ने ।
- फसलपछिको पूर्वाधारमा लगानी गर्ने: गुणस्तर कायम राख्न र घाटा कम गर्न सफाई, सुकाउने, भण्डारण, र मूल्य अभिवृद्धि प्रक्रियामा सुधार गर्ने ।
- ट्रेस गर्न मिल्ने ब्रान्ड र PGI-जस्तो रणनीति विकास गर्ने: यदि जोरायलको अद्वितीय उत्पत्ति वा गुणस्तर छ भने, बजारमा फरक पार्नको लागि एक विश्वसनीय मूल कथा, प्याकेजिङ्ग, र गुणस्तर छापहरू स्थापना गर्ने ।
- आपूर्ति श्रृंखला सूचना प्रणाली अपग्रेड गर्ने: किसान र एग्रीगेटरहरूको लागि साधारण मूल्य ड्यासबोर्डहरू, मोबाइल अलर्टहरू, वा स्थानीय बजार रिपोर्टहरू सिर्जना गर्ने ।

- बजारहरू विविधीकरण गर्ने: लक्ष्य घरेलु प्रिमियम खुद्रा विक्रेताहरू, होटल/रेष्टुरेन्ट आपूर्ति, र निर्यात बजारहरू; यदि सम्भव छ भने जैविक वा विशेषता प्रमाणीकरणहरू विचार गर्ने ।
- तालिम र विस्तार: उपज, अन्नको गुणस्तर र मिलिड दक्षता सुधार गर्न कृषि तथा फसलपछिको तालिम प्रदान गर्ने ।
- वित्तीय समाधानहरू: लघुवित्त वा उत्पादकको नेतृत्वमा वित्तपोषण मार्फत इनपुट, भण्डारण, र यातायातको लागि ऋणमा पहुँचलाई सहज बनाउने ।

## सन्दर्भ अनुसूची १: लागत लाभ विश्लेषण विवरण

नेपालमा धान उत्पादनको लागत लाभ विश्लेषण (Cost-Benefit Analysis of Rice Production) ले धान खेती आर्थिक रूपमा सम्भाव्य र लाभदायक व्यवसाय भएको देखाउँछ, किनकि यसको औसत लाभ-लागत अनुपात (Benefit-Cost Ratio - BCR) १ भन्दा बढी छ । विभिन्न अध्ययन अनुसार, यो अनुपात १.११ देखि १.६२ सम्म फरक पाइन्छ ।

### लागत विश्लेषण (Cost Analysis)

धान उत्पादनको कुल लागतमा मुख्यतया मानव श्रम र यान्त्रिकीकरणको हिस्सा ठूलो हुन्छ ।

- मुख्य लागतका घटकहरू:
  - मानव श्रम (Human Labor): यो कुल परिवर्तनीय लागत (variable cost) को सबैभन्दा ठूलो हिस्सा (करिब ४७%) ओगट्छ ।
  - यान्त्रिकीकरण (Machinery) वा गोरुको प्रयोग (Use of Ox for plowing): यसको हिस्सा करिब १७% हुन्छ ।

- मल (खाद्य र रासायनिक) र बीउ: गोबर मल (FYM) करिब १४% र रासायनिक मल करिब ६% लागतमा योगदान गर्छन् ।
- अन्य: जोताई (tillage), सिँचाइ (irrigation), कीटनाशक (pesticides) र ढुवानी खर्चहरू अन्य लागतमा पर्छन् ।
- प्रचलन: परम्परागत खेती प्रणालीको तुलनामा यान्त्रिकीकरण (mechanized farming) ले उत्पादन लागत घटाउँछ र नाफा बढाउँछ तर ग्रामिण पहाडी क्षेत्रमा गोरुको प्रयोग वा मिनी टिलरको प्रयोग भएको पाइन्छ ।

### लाभ विश्लेषण (Benefit Analysis/Return)

धान खेतीबाट प्राप्त हुने कुल आम्दानीमा मुख्य उपज (धानको गोडा) र उप-उत्पादन (पराल) दुवै समावेश हुन्छन् ।

- आम्दानीका स्रोतहरू:

- धानको गेडा (**Grains**): कुल आम्दानीको प्रमुख हिस्सा (करिब ७१-९०%) धानको गेडाबाट आउँछ ।
- पराल (**Straw**): पराल बिक्रीबाट पनि थप आम्दानी हुन्छ (करिब १०-२९%) ।
- सरकारी समर्थन मूल्य: नेपाल सरकारले हरेक वर्ष धानको न्यूनतम समर्थन मूल्य (Minimum Support Price - MSP) निर्धारण गर्छ, जसले किसानलाई निश्चित आम्दानीको सुनिश्चितता प्रदान गर्छ । यसरी नै जोरायलमा पनि हरेक वर्ष जोरायल बासमती धानको न्यूनतम समर्थन मूल्य तोक्नु पर्ने हुन्छ ।

अनुसूची २: खरिद बिक्रि सम्झौताको नमुना

जोरायल बासमती चामल खरिद बिक्रिका लागि सम्झौता पत्र  
(नमुना)

लिखितम .....जिल्ला,  
.....महा/उपमहा/नगरपालिका वडा नं. ....मा  
केन्द्रीय कार्यालय रही कम्पनी ऐन, २०६३ वमोजिम काम कारोवार  
गर्न इजाजत (दर्ता नं ..... ) प्राप्त ..... कम्पनि  
लिमिटेड (यस करारनामामा यस पछी प्रथम पक्ष भनी सम्बोधन  
गरिएको) र ..... जिल्ला, .....  
पालिका वडा नं ..... स्थित  
..... (यस  
करारनामामा यस पछी दोश्रो पक्ष भनी सम्बोधन गरिएको) का बीच  
जोरायल बासमती चामल खरिदका लागि हामीहरू मुलुकी देवानी  
(संहिता) ऐन, २०७४ तथा अन्य प्रचलित नेपाल कानुनको अधीनमा  
रही तपशिलमा उल्लेखित शर्त बन्देजहरू एक आपसमा पूर्ण रूपले  
पालना गर्ने प्रण गरी आजको मिति: ..... मा सहमती भई

यो समझौता को कागज लेखी सहिछाप गरी एक.एक प्रती लियौं दियौं  
।

क) पहिलो पक्षले निभाउनु पर्ने शर्तहरू:

१. दोश्रोले उपलब्ध गराएको गुणस्तरिय जोरायल बासमती चामल समझौता मुल्य बमोजिम दोश्रो पक्षबाट खरिद गर्ने छ ।
२. जोरायल बासमती चामल भण्डारण गर्ने बोरा र दोश्रो पक्षको गोदामबाट ढुवानीको जिम्मेवारी प्रथम पक्षको रहनेछ ।
३. बिक्री गरेको रकमको भुक्तानी गुणस्तर मापन गरिसके पछि, खाद्यान्न खरिदको ३५ दिन भित्र तल उल्लेख गरिएको सहाकरीले अख्तियारी दिएको व्यक्तिको बैंक खातामा जम्मा गरिनेछ ।

खाता नाम	खाता नम्बर	बैंक नाम	बैंक शाखा

ख) दोश्रो पक्षले निभाउनु पर्ने शर्तहरू:

१. तयार भएको सम्झौता गरे अनुसारको गुणस्तरीय जोरायल बासमती चामल दोश्रो पक्षबाट अनुमति नलिई अन्यत्र बिक्रि गर्न पाईने छैन ।
२. दोश्रो पक्षले नेपाल सरकारले तोकेको उल्लेखित खाद्यान्नको गुणस्तरको मापदण्ड पुगेको खाद्यान्न मात्र प्रथम पक्ष (खरीदकर्ता) लाई दोश्रो वितरण गर्ने छ । उपजको न्युनतम गुणस्तर नपुगेको खण्डमा प्रथम पक्षले खरीद सम्बन्धी निर्णय लिन सक्ने छ ।
३. दोश्रो पक्षले उपलब्ध गराएको खाद्यान्नमा ३० दिन भित्र गुणस्तर सम्बन्धि कुनै समस्या र ३० दिन पस्चात भण्डारणसँग सम्बन्धित बाहेक अरु कुनै गुणस्तरमा समस्या आई प्रथम पक्षले बिक्रि गरेको ठाउँबाट फिर्ता आएमा सो को जवाफदेहीता लिंदै आवश्यक क्षतिपूर्ति समेत तिर्नेछ ।
४. निश्चित स्थान सम्मको ढुवानी दोश्रो पक्षले गर्नु पर्नेछ ।
५. दोश्रो पक्षले सम्पूर्ण उत्पादनहरुको सङ्कलन गरिदिनु पर्नेछ ।

६. दोश्रो पक्षबाट प्रशोधन पश्चात् उठाईएको जोरायल बासमती चामलको भुक्तानी रु प्रति ..... के. जी.को दरमा गरिनेछ ।

जोरायल बासमती चामलको गुणस्तरको मापदण्ड	
जलांश १०-१२% नबढेको हुनुपर्ने ।	बाह्य पदार्थ १ नबढेको
क्षतिग्रस्त दाना १ नबढेको % ।	अन्य मिसावट १ नबढेको

यो सम्झौता मिति २०८२/...../..... देखि २०८२/...../..... सम्म लागु हुनेछ ।

उल्लेखित शर्त अनुसार हामी सेवा लिने र दिने कुरामा सहमत भई यो सम्झौता गरि १/१ प्रति लियौं दियौं ।

खरिदकर्ताको (पहिलो पक्ष) तर्फबाट:	बिक्रिकर्ता/सहकारीको (दोस्रो पक्ष) तर्फबाट:
नाम:.....	नाम:.....
.	.

पद: .....	पद: .....
हस्ताक्षर: .....	हस्ताक्षर: .....
ठेगाना: .....	ठेगाना: .....
कम्पनि: ..... .....	कम्पनि: ..... .....
साक्षी: नाम: ..... .....	साक्षी: नाम: .....
पद: ..... .	पद: ..... .
हस्ताक्षर:	हस्ताक्षर: .....

.....	ठेगाना:
ठेगाना:	.....
.....	....
....	संस्था:
संस्था:	.....
.....	.....
.....	

आज्ञाले

गणेश दत्त भट्ट

प्रमुख प्रशासकीय अधिकृत