

## पशुपंक्षी बजार विकास सम्बन्धी त्रीवर्षीय दस्तावेज

### १. पृष्ठभूमि:

#### २. अद्यावधिक स्थितिको समीक्षा:

पशु विकासमा हालसम्मका कार्यक्रमहरु प्रायः उत्पादनमुखी भएका र तिनीहरुको समुचित बजार व्यवस्था संगसंगै संचालन नभएको कारणले विगतमा सरकारी पक्षबाट पशुपंक्षी बजार विकासमा सहयोग पुग्न सकेन र पशुजन्य पदार्थहरुको माग र आपूर्तिमा संतुलन मिल्न सकेको थिएन । आ.व. ०५७।५८ देखि पशु सेवा विभाग अन्तर्गत पशुपंक्षी बजार प्रवर्द्धन निर्देशनालयको स्थापना भएपनि क्षेत्र र जिल्लासम्म यसको संजाल (Organizational Network) नभएको र आ.व. ०६४।६५ सम्म न्यून कार्यक्रम बजेट प्राप्त हुँदै आएको हुँदा पछि परेको पशुपंक्षी बजार विकासले अपेक्षित गति लिन सकिरहेको अवस्था थिएन यद्यपी निजी स्तर या संस्थागत रुपमा धेरै अधिदेखि बजार विस्तार एवं विकास हुँदै आइरहेको देखिन्छ । आ.व. ०६५।६६ देखि भने पशुपंक्षी बजार प्रवर्द्धन निर्देशनालयले विगतको तुलनामा केही उत्साहवर्धक कार्यक्रम र बजेट प्राप्त गर्दा महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्ने अवसर प्राप्त गरेको छ ।

प्रमुख कार्यहरुमध्ये पशु र पशुजन्य पदार्थहरुको व्यवस्थित प्रशोधन एवं बजारीकरणमा सहयोग पुऱ्याउनुका साथै स्थस्थकर पशुजन्य पदार्थहरुको उपभोगको निमित्त जनचेतना अभिवृद्धि कार्यक्रम पर्दछन् । सम्बन्धित सरोकारवालाहरुको सहकार्य र सहयोग विना कुनै पनि बजार प्रवर्द्धन सम्बन्धी कार्य सफल हुन सक्दैन ।

उपलब्ध श्रोतका आधारमा Public Private Partnership (PPP) को अवधारणा अनुसार स्थानीय निकाय खासगरी नगरपालिका र गा.वि.स.हरु, व्यवसायिक संघ संस्था तथा उद्यमी व्यवसायीसंगको सहकार्यमा पशु संकलन केन्द्र स्थापना तथा हाटबजार सुधार, पशु वधशाला, वधस्थल तथा मासु पसल सुधार, दुग्ध उत्पादक सहकारी संस्थाहरुमा चिलिङ्गभ्याट/डेरी उपकरण जडान, साना डेरी उद्योग प्रवर्द्धन तथा डेरी पसल सुधारका कार्यक्रमहरु संचालन हुँदै आएका छन् । विभिन्न वस्तुहरुको बजारमूल्य र उपत्यका लगायत प्रमुख बजारहरुमा दूध मासुको अपूर्ति स्थिति पशुपंक्षी बजार बुलेटिन मार्फत सार्वजनिक हुँदै आएको छ ।

पशुपंक्षी बजार व्यवसायलाई निर्धारित मापदण्ड अनुसार व्यवस्थित गरी उपभोक्ताहरुलाई गुणस्तरीय पशु वस्तुहरु उपलब्ध गराउन सरोकारवालाहरूसंग छलफल, अन्तरकृया तथ आम संचार माध्यमबाट पनि जनचेतनाकोलागि प्रचार प्रसारका कामले सम्बन्धित सरोकारवालाहरु र उपभोक्ताहरु यी विषयहरुमा जानकार हुँदै गएका छन् । आ.व. ०६५।६६ को बजेट बक्तव्यमा सशर्त अनुदान कार्यक्रम अन्तर्गत नगरपालिकाहरुमा पशु वधशाला तथा पशु वधस्थल निर्माण र हाटबजारनिर्माण सुधार कार्यक्रम र आ. व. ०६६।६७ को बजेट बक्तव्यमा काठमाडौं महानगरपालिकामा पशु वधशाला निर्माण कार्यक्रम समावेश हुन गएकोले पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धन निर्देशनालयको दायरा र जिम्मेवारी वढ्दै गएको देखिन्छ । हालका दिनहरुमा विगतका कार्यक्रमहरुको प्रभाव स्वरुप स्वस्थकर मासु उपभोगमा जन चाहना बढ्न थालेको अनुमान स्पष्ट रुपमा गर्न सकिन्छ । तसर्थ उपभोक्ताहरुले व्यवस्थित मासु पसलहरुमा स्वस्थ, स्वच्छ मासुको माग गर्न थालेको देखिन्छ ।

ग्रामीण उत्पादन पकेटहरु अझ खासगरी North-South Corridors मा पशु वस्तुको संकलन केन्द्र स्थापना र सुधार गरी प्रमुख हाटबजारसंग आवद्ध गराइ एउटा पशु तथा पशुजन्य वस्तुको बजार संजाल विकास आयोजनाकै रुपमा कार्यान्वयन गर्नु आवश्यक देखिएको छ । यस्तो कार्यक्रमले आर्थिक विकासका अवसरहरु प्राप्त गर्न नसकेका ग्रामीण कृषकहरुलाई उत्पादित वस्तुहरुको बजारमा सहज पहुँच पुराउनमा मद्दत गरी आर्थिक रुपमा मजबूत हुने अवसरहरु प्रदान गर्दछ ।

उच्च पहाडी इलाकामा बजारप्रवर्द्धन सम्बन्धी कार्यहरु न्यून रुपमा संचालन हुँदै आएका छन् । याक चीज उत्पादन र बजारीकरणमा सहयोग, ऊन एवं पशिमनाजन्य उद्योगको प्रवर्द्धन, जनचेतना अभिवृद्धि जस्ता कृयाकलाप दुर्गम र पिछडिएका क्षेत्रमा प्राथमिकताका साथ संचालन गर्न जरुरी देखिएको छ ।

**Value Chain** मा आधारित उत्पादन थलोदेखि बजारसम्मको सम्बन्ध (**Farm-to-Market Linkage**) लाई सुदृढिकरण तथा विकास गर्न सकेमा ग्रामीण तथा शहरी क्षेत्रमा बस्ने मानिसहरूको जीवनस्तर, आय, रोजगार र खाद्य सुरक्षामा सुधार ल्याउन मद्दत पुग्दछ। देश भित्र नै पर्याप्त कच्चा पदार्थ उपलब्ध भइरहेको डेरी, मासु र छालाजन्य उद्योग व्यवसायलाई **Value Chain Approach** मा गुणात्मक र परिणात्मक सुधार गर्न सकिएमा उत्पादनहरू राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय ठूला बजारहरूमा पनि प्रतिस्पर्धि (**Competitive**) बन्न सक्छन् जसले गर्दा निर्यात प्रवर्द्धनमा सहयोग पुग्न जान्छ।

आर्थिक वर्ष ०६४/६५ देखि ०६६/६७ सम्म कार्यान्वयन भएका र शतप्रतिशत लक्ष्य प्राप्त भएका कार्यक्रमहरूमा पशुपंक्षी बजार पूर्वाधार विकास तर्फ २५ वटा बजार र संकलन केन्द्र, उपभोक्तामा सफा एवं स्वस्थकर मासुको पहुँच बढाउन मासु पसल सुधार अन्तर्गत १४ वटा सुधारिएका मासु पसल, डेरी उद्योग प्रवर्द्धन तर्फ १५ वटा कार्यक्रम, बजार विस्तारमा टेवा पुऱ्याउने हेतुले बजार प्रवर्द्धन कार्यक्रम १५ वटा, र उपभोक्तामा खाद्य सुरक्षा र जनस्वास्थ्य बारे चेतना फैलाउन गरिएका कार्यक्रम ४१ वटा रहेकोमा सबै पूर्ण रूपमा सम्पन्न भएका छन् भने स्वस्थ मासुको उत्पादनमा टेवा पुऱ्याउनका लागि थालिएका **Slaughter Houses** सम्बन्धी कार्यक्रमहरूमा लक्ष्य ८ रहेकोमा विभिन्न कारणवश ४ वटा मात्र सम्पन्न गर्न सकिएका छन्।

### ३. समस्या, चुनौतिहरू र अवसरहरू:

#### समस्या:

- विषम धरातल
- न्यून एवं छरिएर रहेको उत्पादन
- यातायातको कठिनाइले गर्दा ढुवानी खर्चिलो
- दुर्गम ठाउँमा उत्पादन र बजारबीचको दूरी ठूलो
- स्थानीय शीपले कम महत्व पाउनु
- स्थानीय तहमा उत्पादित पशुजन्य पदार्थको प्रवर्द्धन नहुनु
- प्रसार कार्यक्रम निम्न वर्गका व्यक्ति एवं दुर्गम क्षेत्रमा पुग्न नसक्नु
- बजारप्रवर्द्धनकोलागि सरकारी लगानी न्यून रहनु
- जनताको क्रयशक्तिमा अपेक्षित सुधार आउन नसक्नु
- क्षेत्रगत हिसावले समानुपातिक रूपमा बजारविकास हुन नसक्नु
- मानव संसाधनको कमी

#### चुनौतिहरू

- देशव्यापी रूपमा पशुपंक्षी बजारसम्बन्धी तथ्यांक एवं **Baseline Survey** हुन नसक्नु
- **Market Networking** देशव्यापी रूपमा हुन नसकेको
- पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धनको निम्ति क्षेत्र र जिल्लास्तरमा कुनै निकाय नभएको
- आयात प्रतिस्थापन हुन नसक्नु
- पशु वधशाला र मासु जाँच ऐन २०५५, कृषि व्यवसाय प्रवर्द्धन नीति २०६३ एवं दुग्ध विकास नीति २०६४ कार्यान्वयन नहुनु
- विश्वव्यापी रूपमा भएको खाद्यान्नको मूल्य वृद्धि, नेपालको न्यून आर्थिक वृद्धि र गरीबीको कारण खाद्य सुरक्षा चुनौतिको रूपमा रहनु
- द्रुततर आर्थिक विकास गरिरहेका चीन र भारतसंगको लामो र खुला सीमानाले घेरिएको हाम्रो देशले प्रतिस्पर्धी क्षमता विकास गर्न नसक्नु

- निजी क्षेत्रको लगानीमा स्थापना भएका ठूला धूलो कारखानाहरूकोलागि आवश्यक दूध उपलब्ध हुन नसक्नु
- मापदण्ड अनुसार पशु वधशाला निर्माण र गुणस्तरीय मासु उत्पादन तथा विक्री वितरणमा अभै उपभोक्ता एवं सरोकारवालाहरूले त्यति चासो नदेखाउनु
- नेपाल विश्व व्यापार संगठनको सदस्य भएको र सो संगठनको मान्यतालाई व्यवहारमा उतार्न बढी उत्पादन लागत र अरु देशले जस्तो सहूलियत उपलब्ध गराउन नसक्ने अवस्था र कमजोर गुणस्तर व्यवस्थापनले गर्दा विभिन्न व्यवधान र चुनौतिहरूको सामना गर्न पर्नु
- आन्तरिक पशुपंक्षी उद्योग तथा बजारविकासकोलागि बजारऐन नियम नहुनु
- व्यवस्थित बजारकोलागि आवश्यक पर्ने संगठित संघ संस्था, बजारक्षेत्रमा टहरा तथा वारवन्देज, आहारा पानीको सुविधा, क्यान्टिन र कार्यालयको व्यवस्था, ढुवानी सुविधा, पशु स्वास्थ्य एवं उपचार सुविधा तथा अन्य बजारपूर्वाधार तथा सेवा सुविधाको कमी हुनु
- आन्तरिक तथा बाह्य पशुजन्य बजारको माग र आवश्यकतालाई आकर्षित गर्न अध्ययन अनुसन्धानको कमी हुनु
- तुलनात्मक लाभ हुने स्थानीय पशुजन्य उपजहरू (Indigenous Nitch Products) को स्पष्ट अभिलेख र बजारव्यवस्थित गर्न नसक्नु
- मौजुदा पशुपंक्षी बजारसंग सम्बन्धित नीति ऐन नियमहरू प्रभावकारी रूपमा लागु गर्न पूर्वाधारको कमी हुनु
- ग्रामीण पशुपंक्षीजन्य उपजकोलागि भरपर्दो बजारको व्यवस्था नहुनु
- पशुपंक्षीजन्य उद्योगले कृषि उद्योगसरह प्राथमिकता र संरक्षण नपाउनु
- आयात प्रतिस्थापन तथा निर्यात प्रवर्द्धन गर्न पशुजन्य पदार्थमा आधारित Marketing and Trade Promotion Policy स्पष्ट नहुनु

#### अवसरहरू

- प्रभावकारी बजारव्यवस्थापन प्रणालीको विकासबाट ग्रामीण क्षेत्रको पशुपंक्षी र पशुजन्य उपजहरूलाई शहरी बजारको पहुँचमा पुऱ्याउन सकिने
- कर्णाली एवं अन्य पिछडिएका क्षेत्रको परंपरागत शीपलाई प्रोत्साहित गर्न सकिने जसले गर्दा ग्रामीण कृषकको आत्मवल बढ्दै जाने
- पशुजन्य पदार्थमा आधारित उद्योग व्यवसाय तथा बजारप्रवर्द्धन गरी पशुपालन पेशालाई औद्योगीकरण र व्यवसायीकरणतर्फ उन्मुख गर्दै आयात प्रतिस्थापन र निर्यात प्रवर्द्धन गर्न टेवा पुग्ने
- व्यवस्थित रूपमा बजारप्रवर्द्धन हुँदै गएपछि पशुपालन एवं पशुजन्य पदार्थ उत्पादन र विविधिकरण कार्यमा आस्था र विश्वास बढ्दै जाने
- परंपरागत शैलीमा चल्दै आएको पशुपालन व्यवसायलाई आधुनिक बनाउन सकिने
- प्रचार प्रसारको माध्यमबाट स्थान विशेषको पशुजन्य उत्पादनलाई राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा पुऱ्याउन सकिने

#### ४. दीर्घकालीन सोच

- उत्पादन र उत्पादकत्व प्रवर्द्धनकोलागि पाँचै विकास क्षेत्रमा व्यवस्थित बजारसंजालको विकास गर्ने
- सफा र स्वस्थकर दूध, मासु एवं अन्य पशुजन्य पदार्थको प्रशोधन, बजारीकरण र उपभोगको निम्ति सरोकारवालाहरूलाई सक्षम बनाउने
- आयात प्रतिस्थापन र निर्यात प्रवर्द्धन गर्ने

#### ५. उद्देश्य

- प्रभावकारी बजार संजाल विस्तार (Market network expansion) बाट ग्रामीण क्षेत्रको पशुजन्य उपजहरूलाई शहरी बजारको पहुँचमा पुऱ्याउने
- पशुजन्य पदार्थमा आधारित उद्योग व्यवसाय तथा बजारको प्रवर्द्धन गरी पशुपालन पेशालाई औद्योगीकरण र व्यवसायिकरणतर्फ उन्मुख गर्ने
- गुणस्तरीय, स्वस्थ, सफा पशुजन्य पदार्थको खरिद विक्री तथा बजार व्यवस्थापन गर्न जनचेतना अभिवृद्धि गर्ने
- पशुपंक्षी तथा पशुजन्य पदार्थको आयात प्रतिस्थापन तथा निर्यात प्रवर्द्धनमा टेवा पुऱ्याउने

## ६. रणनीति

- त्रिवर्षीय अन्तरिम योजना २०६४ ले निर्देश गरेको रणनीति, कृषि व्यवसाय प्रवर्द्धन नीति २०६३, दुग्ध विकास नीति २०६४, कृषि नीति २०६१ अनुसार सरकारी, गैर सरकारी तथा सरोकारवाला संघ संस्था, उद्यमी व्यवसायीको सहकार्य (Public-Private Partnership) मा पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धन र पूर्वाधार विकासका कार्यक्रमहरू जन सहभागिताको आधारमा संचालन गर्ने
- Value Chain Approach अन्तर्गत उत्पादन थलोदेखि ठूला बजारसम्म पशुपंक्षी तथा पशुजन्य पदार्थको निम्ति बजार संजाल विकास गर्ने
- दीगो बजारको विकासबाट पशुपालन क्षेत्रलाई औद्योगिकरण र व्यवसायिकरणतर्फ उन्मुख गराउने
- जनचर्तनामूलक बजारविकासका कार्यक्रमहरू संचालन गर्ने
- आयात प्रतिस्थापन तथा निर्यातयोग्य पशु र पशुजन्य वस्तु विशेषको व्यवसायिक उत्पादनमा प्रोत्साहन गर्न विश्व व्यापार संगठनको प्रावधान अनुरूप यस क्षेत्रलाई कृयाशील गर्ने
- बजारमा उपलब्ध पशुजन्य वस्तुको गुणस्तर र नियमन कार्यलाई प्रभावकारी बनाउन जनचेतना अभिवृद्धि गर्ने । पशुपंक्षी बजारको नियमन र कानूनी आधार तयार गर्न सहयोग पुऱ्याउने ।
- पशुजन्य उद्योगहरूमा आवश्यक कच्चा पदार्थहरूको माग तथा आपूर्ति व्यवस्थापन तथा उत्पादित पदार्थहरूको बजारउपलब्ध गराउने कार्यमा सहयोग पुऱ्याउने ।

## ७. कार्यनीति

- PPP को अवधारणा अनुसार स्थानीय निकायमा खासगरी नगरपालिका र ग.वि.स.हरू, व्यवसायिक संघ संस्था तथा उद्यमी व्यवसायीसंगको सहकार्यमा पशु संकलन केन्द्र स्थापना तथा हाटबजारसुधार, पशु बधशाला/बधस्थल तथा मासु पसल सुधार, दुग्ध उत्पादक सहकारी संस्थाहरूमा चिलिङ्गभ्याट स्थापना, साना डेरी उद्योग प्रवर्द्धन तथा डेरी पसल सुधारका कार्यक्रमहरू संचालन गर्ने ।
- ऐन नियमको मस्यौदा तयार गरी पेश गर्ने ।
- कार्यक्रम तर्जुमाको शिलशिलामा मार्गदर्शन तर्जुमा गरी कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्ने निकायहरूलाई उपलब्ध गराउने ।
- स्वीकृत नीति, योजना वा कार्यक्रम कार्यान्वयनकोलागि आवश्यक पर्ने निर्देशिका तथा नर्मस् तयार पारी स्वीकृत गराई कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्ने निकाय समक्ष पठाउने ।
- वैदेशिक सहायत प्राप्तिकालागि आयोजना प्रस्ताव तयार पारी विभाग समक्ष प्रस्तुत गर्ने ।
- कार्यक्रम निर्देशनालय आफैले कार्यान्वयन गर्ने बाषिक कार्यक्रमहरूको तर्जुमा गरी स्वीकृति प्राप्त भएपछि कार्यान्वयनको जिम्मेवारी वहन गर्ने ।
- कार्यक्रम कार्यान्वयनको शिलशिलामा आवश्यक पर्ने सामग्री आपूर्तिकोलागि समन्वय गर्ने ।
- आवश्यक सूचना, जानकारी, तथ्यांक आदिको राष्ट्रियस्तरमा अध्यावधिक अभिलेख राख्ने ।
- मन्त्रालय वा विभागबाट सुम्पिएका अन्य कार्यहरू सम्पादन गर्ने ।

## द. परिमाणात्मक लक्ष

- देशभर छरिएर रहेका १४० वटा पशु हाटबजारहरूमा न्यूनतम सुविधा पुऱ्याउने ।
- २०० वटा पशु बधशाला, पशु बधस्थल तथा मासु पसल निर्माण सुधार सम्पन्न गरी मासु व्यवसाय प्रवर्द्धन गर्ने ।
- ७५ वटा दुग्ध उत्पादक सहकारी संस्था र ४५ साना डेरीहरूसंग सहकार्यमा दुग्ध उद्योग प्रवर्द्धन सम्बन्धी कार्यक्रम संचालन गर्ने ।
- उचित प्रसार एवं सञ्चारको माध्यमबाट ६ हजार सरोकारवालाहरूलाई बजारसंग सम्बन्धित वस्तुस्थिति, सूचना, अवस्थिति बारे समयमै सुसूचित गराउने ।
- ५ वटा हिमाली जिल्लाहरूबाट पशुजन्य पदार्थको निकासीको सम्भाव्यता अध्ययन एवं Market Linkage सम्बन्धी कार्यक्रम संचालन गर्ने ।
- दलाल मार्फत हुने पशुपंक्षी खरिद विक्री न्यून गर्न ५ विकास क्षेत्रमा भएका पशुपंक्षीको श्रोतकेन्द्र सम्बन्धी आंकडा अध्यावधिक राख्ने सो बारे नियमित रूपमा आम संचारको माध्यमबाट सूचना प्रवाह गरिरहने ।
- मध्यपश्चिमाञ्चल र सुदूर पश्चिमाञ्चल क्षेत्रमा ५-५ वटा पशु हाटबजारसहकार्यमा संचालन गर्ने ।
- पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धनको क्रममा ५ लाख आम जनतामा जन चेतना अभिवृद्धि गर्ने ।
- १५ वटा कृषि/औद्योगिक मेला, प्रदर्शनीमा सहभागी हुने ।

## ९. मुख्य मुख्य कार्यक्रमहरु

क. चालु कार्यक्रम:	पहिलो वर्ष	दोश्रो वर्ष	तेश्रो वर्ष
९.१. बजार पूर्वाधार सुधार	संख्या ३०	संख्या ५०	संख्या ६०
९.२. पशु बधशाला, पशु बधस्थल तथा मासु पसल निर्माण सुधार तथा मासु व्यवसाय प्रवर्द्धन	संख्या ५५	संख्या ७०	संख्या ७५
९.३. दुग्ध व्यवसाय प्रवर्द्धन	संख्या ३०	संख्या ४०	संख्या ५०
९.४. सूचना संकलन तथा प्रवाह (जनसंख्यामा)	१ हजार	२ हजार	३ हजार
९.५. जनचेतना अभिवृद्धि (जनसंख्यामा)	१ लाख	२ लाख	३ लाख
९.६. मेला प्रदर्शनी तथा व्यवस्थापन	संख्या ५	संख्या ७	संख्या ८

## ख. नयां कार्यक्रम

९.७. हिमाली जिल्लाको पशुजन्य पदार्थ प्रवर्द्धन (कूल ५ जिल्ला)	संख्या १	संख्या २	संख्या २
९.८. ५ विकास क्षेत्रमा पशुपंक्षीको श्रोत पहिचान	संख्या १	संख्या २	संख्या २
९.९. म.प र सु.प.मा ५-५ वटा नयां पशु हाटबजार सहकार्यमा संचालन	संख्या १	संख्या २	संख्या २

## १०. अनुमानित बजेट (Estimated Budget) (रु करोडमा)

क. चालु कार्यक्रम:	पहिलो वर्ष	अ.बजेट	दोश्रो वर्ष	अ.ब.	तेश्रो वर्ष	अ.ब.
९.१. बजार पूर्वाधार सुधार	संख्या ३०	५	संख्या ५०	९	संख्या ६०	११
९.२. पशु बधशाला, पशु बधस्थल तथा मासु पसल निर्माण सुधार तथा मासु व्यवसाय प्रवर्द्धन	संख्या ५५	३	संख्या ७०	५	संख्या ७५	६
९.३. दुग्ध व्यवसाय प्रवर्द्धन	संख्या ३०	१	संख्या ४०	१.५	संख्या ५०	२
९.४. सूचना संकलन तथा प्रवाह (जनसंख्यामा)	१ हजार	०.१	२ हजार	०.२	३ हजार	०.३
९.५. जनचेतना अभिवृद्धि (जनसंख्यामा)	१ लाख	०.२	२ लाख	०.३	३ लाख	०.४
९.६. मेला प्रदर्शनी तथा व्यवस्थापन	संख्या ५	०.५	संख्या ७	१	संख्या ८	१.५

#### ख. नयां कार्यक्रम

९.७. हिमाली जिल्लाको पशुजन्य पदार्थ प्रवर्द्धन (कूल ५ जिल्ला)	संख्या १	०.२	संख्या २	०.४	संख्या २	०.४
९.८. ५ विकास क्षेत्रमा पशुपंक्षीको श्रोत पहिचान	संख्या १	०.१	संख्या २	०.२	संख्या २	०.२
९.९. म.प र सु.प.मा ५-५ वटा नयां पशु हाटबजार सहकार्यमा संचालन	संख्या १	०.५	संख्या २	१	संख्या २	१

#### कूल वजेट:

पहिलो वर्ष: १०.६ करोड

दोश्रो वर्ष: १८.६ करोड

तेश्रो वर्ष: २२.८ करोड

#### ११. अपेक्षित उपलब्धीहरू (Expected Outcomes)

- दूध, फुल, मासु जस्ता पशुजन्य पदार्थसंग सम्बन्धित व्यवसायी, वधशाला उद्यमी, प्रशोधनकर्ता, पशुपंक्षी हाटबजारसंचालक तथा संघ संस्थाको सहकार्यमा बजारविकासका पूर्वाधार निर्माणका कार्यक्रमहरू -धारा पानी, टहरा तथा वार वन्देज, ढुवानी व्यवस्था, मेशिनरी सामग्री, क्यान्टिन, कार्यालय, पशु स्वास्थ्य सेवा जस्ता बजारव्यवस्थापनका आधारभूत सुविधाहरू) संचालन भएका हुनेछन् ।
- हाटबजार, पशुपंक्षी ढुवानी गर्ने व्यवसायी र पशु वधशाला उद्यमी, प्रशोधनकर्ता तथा मासु पसल व्यवसायीहरूको व्यवसाय सुव्यवस्थित गर्न सम्बन्धित निकायबाट इजाजत लिने वा दर्ता गर्ने कार्यक्रम हुनेछन् । यी व्यवसायी तथा

उद्यमी बीच स्थानीय बजारको माग र आपूर्ति स्थितिवारे तत्काल सूचनाको आदान प्रदान गर्ने माध्यम वा सूचना केन्द्र तयार गर्ने कार्यक्रम संचालन भएका हुनेछन् ।

- पशुपंक्षी बजारसूचना प्रणाली (Market Information System) को विकास भएको हुनेछ ।
- आधुनिक पशु वधशाला, पशु वधस्थल, मासु पसल, मासु तथा दूध प्रशोधन उद्योग, दूध चिस्यान तथा संकलन केन्द्र स्थापना गर्न स्थानीय निकाय र नीजि क्षेत्रमा साभेदारी कार्यक्रम संचालन भएका हुनेछन् ।
- पशु पंक्षीमा आधारित विभिन्न बजारमूल्य विशेष गरी आयात निर्यातका नाकाहरुमा प्रचलित खरिद विक्री, बजारमूल्य सूचनाहरु संकलन, विश्लेषण गरी सो सम्बन्धी सूचनाहरु विभिन्न प्रसार माध्यमहरुबाट नियमित रूपमा प्रसारित भएका हुनेछन् ।
- बजारमा पाइने पशुजन्य पदार्थबाट वनेका मासु तथा दूधका परिकारहरुको गुणस्तर, बजारमूल्य जस्ता विविध सूचनाहरु विभिन्न संचार माध्यमहरुबाट प्रचार प्रसार गरी जनचेतना अभिवृद्धि गर्ने कार्यक्रमले निरन्तरता पाउनेछ ।
- ग्रामीण बजार, क्षेत्रगत हाटबजार खुला उपभोक्ता बजारतहमा रहेका पशु तथा पशुजन्य वस्तु विशेषको कारोवार गर्ने, ठूला साना सम्पूर्ण व्यवसायी तथा उद्यमीहरुको व्यवसायिक पहिचान (Inventory) अध्यावधिक राख्ने, वस्तुस्थिति अध्ययन गर्ने जस्ता कार्यक्रमको निरन्तरता हुनेछ । यसबाट सम्बन्धित उद्यमी व्यवसायीहरुको व्यवसायिक समस्याको पहिचान गरी समाधान गर्न, बजारको माग तथा आपूर्तिमा अन्तर सम्बन्ध कायम गर्न, बजारनक्सा तयार गर्ने जस्ता कार्यहरु गर्न सकेमा व्यवसायीहरुको संस्थागत विकासमा सहयोग पुग्न गइ मौजुदा पशुपंक्षी बजारको प्रवर्द्धन तथा पूर्वाधार निर्माणमा सहयोग मिल्न जानेछ ।
- मौजुदा ऐन नियमावलीहरुलाई व्यवहारमा उतार्न स्वस्थकर मासु, दूध, फुल उत्पादन, प्रशोधन तथा विक्री वितरण प्रकृत्यामा अपनाउनु पर्ने आवश्यक क्वारेन्टाइन, गुण नियन्त्रण तथा व्यवस्थापन सम्बन्धी जनचेतनामूलक (सरोकारवालाहरु-जि.वि.स., नगरपालिका, उपभोक्ता, व्यवसायी, गुण नियन्त्रण तथा प्राविधिक इकाइ बीच अन्तरकृया) भएका हुनेछन् र जारी रहनेछन् । यसबाट मौजुदा उद्योग व्यवसायको अनुगमन गर्न स्थानीय तहमा एउटा कृयाशील बजारअनुगमन टोली गठन भएको हुनेछ ।

## १२. मान्यता र जोखिमहरु (Assumptions and Risks)

क्र.सं.	मान्यता	जोखिमहरु
१	नगरवासीहरु गुणस्तरयुक्त एवं महंगो पशुजन्य पदार्थ उपभोग गर्दछन्	नगरवासीको आर्थिकस्तरमा सुधार आउंछ भन्न नसकिने
२	नगरपालिका क्षेत्रमा पशु वधशाला पूर्ण रूपमा संचालन हुनेछन्	लोडशेडिङ्ग र अन्य प्राविधिक कठिनाइले वधशाला संचालनमा कठिनाइ उत्पन्न हुन सक्ने
३	सर्वसाधारणले स्वस्थकर मासु उपभोग गर्नेछन्	मासु प्रशोधन केन्द्र सर्वसुलभ वनाउनमा कठिनाइ
४	PPP को अवधारणा अनुसार बजारप्रवर्द्धनको निम्ति विभिन्न व्यवसायी, संघ संस्था सहकार्यकोलागि अग्रसर हुनेछन्	आर्थिक कारणले साना व्यवसायी एवं संघ संस्थालाई सहभागी वनाउन खोज्दा अप्ठ्यारो पर्न सक्ने
५	पशु हाटबजारहरु सुविधा सम्पन्न भइ संचालनमा आउनेछन्	कतिपय ठाउंमा स्थान अभावका कारण थप सुविधा उपलब्ध गराउन नसकिने र महंगो जग्गा थप खोज्दा लगानी नै जोखिममा पर्न सक्ने
६	दुर्गम ठाउंमा पशुपंक्षी एवं पशुजन्य पदार्थको कारोवारमा उल्लेखनीय वृद्धि हुनेछ ।	बाटोघाटोको अभाव र कमजोर क्रयशक्तिको कारण बजारप्रवर्द्धनको निम्ति लामो समय लाग्न सक्ने
७	प्रशोधित दूध बजारमा सर्वत्र उपलब्ध हुनेछ	दुग्ध कारखानाको संख्या बढ्दै गएको तर उत्पादनमा उल्लेखनीय वृद्धि हुन नसकेको कारण प्रशोधनको लगानी जोखिममा पर्न सक्ने
८	पशुपंक्षी बजारसूचना प्रणाली (Market Information System) देशव्यापी रूपमा लागु	पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धन निर्देशनालय एक्लो निकाय भएकोले सूचना संकलन एवं प्रसार कार्य प्रभावित हुने देखिएको

	हुनेछ	
९	आयात प्रतिस्थापनमा सघाउ पुग्नेछ	सस्तो तरिकाले पशुपंक्षीजन्य पदार्थ दुई ठूला छिमेकी देशहरूले उत्पादन गरिरहेकाले सरकारी अनुदान नभइकन पशुजन्य उद्योग संचालन गर्दा जोखिमको खतरा

### १३. कार्यान्वयन संयन्त्र (Implementation Mechanism)

बजार पूर्वाधार सुधार, पशु संकलन केन्द्र स्थापना, पशु बधशाला, पशु बधस्थल तथा मासु पसल निर्माण सुधार तथा मासु व्यवसाय प्रवर्द्धन र दुग्ध व्यवसाय प्रवर्द्धन सम्बन्धी कृषाकलापहरु PPP को अवधारणा अनुसार स्थानीय निकायमा खासगरी नगरपालिका र ग.वि.स.हरु, व्यवसायिक संघ संस्था तथा उद्यमी व्यवसायीसंगको सहकार्यमा संचालन गरिनेछ । यस्ता कार्यक्रमहरु पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धन निर्देशनालयले मात्र संचालन गर्न सक्दैन । उपरोक्त बमोजिमका कामहरु संचालन गर्न मनासिव देखी जिल्ला पशु सेवा कार्यालय मार्फत इष्टिमेट र सिफारिश सहित पेश भएपछि उपयुक्तता र प्राथमिकताको आधारमा बजेट सहित सम्बन्धित जिल्ला पशु सेवा कार्यालयलाई जिम्मा दिइने गरिन्छ । स्थानीय निकायहरूसंग भने सीधै सहकार्य गर्ने गरिएको छ । उपरोक्त बमोजिमका कतिपय कार्यक्रमहरु निर्देशनालय स्वयं मार्फत संचालन हुनेछन् । सूचना प्रवाह, जनचेतना अभिवृद्धि, मेला प्रदर्शनी जस्ता कार्यक्रमहरु पनि पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धन निर्देशनालयले संचालन गर्नेछ ।

### १४. अनुगमन र मूल्यांकन (Monitoring and Evaluation)

कुनै एउटा निकायलाई मात्र अनुगमन र मूल्यांकनको जिम्मा लगाउंदा प्रभावकारी नतिजा नआउन सक्छ । त्यसैले हाल गठन भएको क्षेत्रीय सुपरिवेक्षकको अगुवाइमा संचालित अनुगमन र मूल्यांकनलाई अझ सशक्त बनाइनेछ । पशु बधशाला निर्माण र संचालन जस्तो नयां प्रकृति र विशेष प्रविधिको आवश्यकता पर्ने कार्यलाई सही दिशा प्रदान गर्न र मूल्यांकनकोलागि Contract बाट विषय विशेषज्ञलाई खटाइनेछ । नियमित अनुगमन, मूल्यांकन एवं व्यवस्थापनको सम्पूर्ण जिम्मा पशुपंक्षी बजारप्रवर्द्धन निर्देशनालयले लिनेछ । उक्त कामको जिम्मेवरी क्षेत्रीय पशु सेवा निर्देशनालय र जिल्ला पशु सेवा कार्यालयहरूले पनि लिनेछन् ।

### १५. सोच तालीका (Log Frame)

S.N.	Objectives	Strategies	Indicators	Means of verification	Risks and assumptions
१	बजार पूर्वाधार सुधार	PPP मोडेल अनुसार	क. पशु संख्या र कारोवारमा वृद्धि ख. सुविधा सम्पन्न पशु हाट बजार	क. कृषक र व्यवसायीको आमदानी बढ्ने ख. अनुगमन र मूल्यांकन	क. गलत ठाउंको छनौट भएमा कारोवार नबढ्ने ख. साना संघ सस्थाबाट ठूलो लगानीको अपक्षा गर्न नसकिने
२	पशु बधशाला, पशु बधस्थल तथा मासु पसल निर्माण सुधार तथा मासु व्यवसाय प्रवर्द्धन	क. सहकार्य ख. अन्तरकृया ग. ऐन कार्यान्वयन	क. स्थानीय निकायले लगानी गर्ने ख. जनचेतना अभिवृद्धि ग. कानूनको पालना	क. आधुनिक पशु बधशाला ख. स्वस्थकर मासु उत्पादन र उपभोग	क. आधुनिक पशु बधशाला संचालन खर्चिलो भइ मासुको मूल्य बढ्न जाने ख. मासुको उपयोग गर्ने बानी सुधार गर्न समय लाग्ने



३	दुग्ध व्यवसाय प्रवर्द्धन	सहकार्य	क. स्वस्थकर दूध, दुग्ध पदार्थ उत्पादन र उपभोगमा अभिवृद्धि ख. निर्यात प्रवर्द्धन	क. दूध उत्पादन बढ्ने ख. प्रशोधित दूध एवं दुग्ध पदार्थको माग बढ्ने	क. साना व्यवसायी ख. बढी उत्पादन लागत ग. दूध उत्पादन कम
४	सूचना संकलन तथा प्रवाह	क. सम्बन्धित निकाय/कर्मचारी मार्फत सूचना संकलन ख. विभिन्न निकाय, संचार माध्यम एवं मेला, प्रदर्शनी मार्फत सूचना प्रवाह	क. सरोकारवालाहरुलाई जानकारी हुने ख. साना ठूला व्यवसायीको कारोवार बढ्दै जाने	क. बजारअनुगमन ख. कारोवार सम्बन्धी रिपोर्ट	क. खुला सीमाना ख. साना व्यवसायीले आँट कम गर्ने ग. विषम धरातल
५	जनचेतना अभिवृद्धि	क. आम संचार माध्यमको प्रयोग ख. सरोकारवालाहरुसंग अन्तरकृया	क. पशु र पशुजन्य पदार्थको कारोवार बढ्ने ख. गुणस्तर सुधार	क. सरोकारवालाहरु बाट प्राप्त जानकारी ख. बजारअनुगमन	क. शिक्षाको स्तर कम ख. आधुनिक प्रविधि विस्तार हुन समय लाग्ने
६	मेला प्रदर्शनी तथा व्यवस्थापन	क. सहकार्य ख. सहभागी हुने	क. प्रचार प्रसार ख. व्यापार प्रवर्द्धन	मेला अनुगमन र मूल्यांकन	WTO को प्रावधान अनुरूप प्रतिस्पर्धी मूल्यमा विदेशी उत्पादनको बोलबाला हुन सक्ने
७	हिमाली जिल्लाको पशुजन्य पदार्थ प्रवर्द्धन	क. समूह, समिति गठन ख. ठूला वजारसंग Linkage बनाउने	क. पशुपालनमा चासो बढ्ने ख. पशुजन्य पदार्थको निकासी बढ्ने	आर्थिक स्तर बढ्ने	यातायातको कठिनाइले बढी लगानी आवश्यक
८	५ विकास क्षेत्रमा पशुपंक्षीको श्रोत पहिचान	उत्पादन भएको क्षेत्र र सम्बन्धित निकायसंग समन्वय र तथ्यांक संकलन	पशुपंक्षीको श्रोत सम्बन्धी रेकर्ड अध्यावधिक	स्थलगत अनुगमन र मूल्यांकन	साना किसानको संलग्नता बढी भएकोले श्रोत केन्द्र बृद्धि र व्यवस्थापनमा लामो समय लाग्न सक्ने
९	म.प र सु.प.मा ५-५ वटा नयां पशु हाटबजार सहकार्यमा संचालन	क. उपयुक्त ठाउँको छनोट ख. सहकार्य	नयां पशु हाटबजारको स्थापना	बजारअनुगमन र मूल्यांकन	क. कमजोर आर्थिक स्थिति ख. पशुको उत्पादन र उत्पादकत्व कम ग. प्रविधिको विकास र विस्तार त्यति हुन नसकेको

