कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमको प्रवृत्ति

विशेष अध्ययन प्रतिवेदन

२०८१/८२

नेपाल राष्ट्र बैंक

विराटनगर कार्यालय

(२०८२ असार)

भूमिका

नेपाल राष्ट्र बैंकले देशको मूल्य स्थिरता, शोधनान्तर स्थिति, समष्टिगत अर्थतन्त्र, वित्तीय बजारको अवस्था, मुद्रा प्रदाय तथा विदेशी विनिमय जस्ता विषयमा अध्ययन तथा अनुसन्धान, प्रतिवेदन प्रकाशन तथा नीति निर्माण गर्ने गर्दछ । मुलुकको शासकीय स्वरुप संघीय संरचनामा रुपान्तरण भएसँगै केन्द्रीय बैंकको भूमिकालाई थप प्रभावकारी बनाई तथ्यमा आधारित नीति निर्माण तथा सूचना प्रवाह गर्ने उद्देश्यले बैंकका प्रदेशस्थित कार्यालयहरूले पनि "आर्थिक गतिविधि तथा विशेष अध्ययन मार्गदर्शन, २०७६ (प्रथम संसोधन, २०७९ सहित)" को व्यवस्था अनुसार प्रादेशिक कृषि, उद्योग, सेवा, पूर्वाधार, रोजगारी, सरकारी वित्त जस्ता विषयहरूमा विशेष अध्ययन गर्दै आएका छन् ।

सूचना प्रविधिको बढ्दो प्रयोग र व्यवसायमा विकसित हुँदै गएको सिर्जनशील तथा नवप्रवर्तनमूखी सोचका कारण नयाँ तरिकाले व्यवसाय गर्ने उद्यमीहरूको संख्या निरन्तर बढिरहेको छ। कोशी प्रदेशमा समेत विभिन्न व्यावसायिक क्षेत्रहरूमा नवप्रवर्तनलाई केन्द्रमा राखी सञ्चालित स्टार्टअप उद्यमहरूको संख्यामा वृद्धि भइरहेको देखिन्छ । यसै सन्दर्भमा आर्थिक वर्ष २०८१/८२ को स्वीकृत वार्षिक कार्ययोजना बमोजिम **"कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमको प्रवृत्ति"** विषयमा विशेष अध्ययन गरी यो प्रतिवेदन तयार गरिएको हो ।

अध्ययनको उद्देश्य कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यावसायिक प्रकृति, क्षेत्रगत प्रवृत्ति, स्टार्टअप उद्यमका लागि आवश्यक स्रोत र साधनको पहुँच अवस्था तथा स्टार्टअप व्यवसायले भोग्नुपरेका समस्याहरूको पहिचान गरी समस्या समाधानका उपायहरूका साथै व्यवसाय प्रवर्द्धनका लागि आवश्यक सुझावहरू प्रस्ताव गर्नु रहेको छ । यसका लागि कोशी प्रदेशका १० जिल्लाहरूमा सञ्चालनमा रहेका स्टार्टअपहरूसँग संरचित तथा खुला प्रश्नावलीहरू मार्फत प्राथमिक तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ। साथै सम्बद्ध सरोकारवालाहरूसँग गरिएको अन्तरक्रिया तथा छलफलबाट प्राप्त जानकारी, सुझावहरू र सरकारी निकायहरूबाट प्रकाशित द्वितीय तथ्याङ्क एवम् विवरणहरूको प्रयोग तथा विश्लेषण गरी यो प्रतिवेदन तयार गरिएको छ ।

प्रतिवेदन तयारीका क्रममा आवश्यक तथ्याङ्क, सूचना तथा विवरणहरू उपलब्ध गराई सहयोग गर्नुहुने स्टार्टअप उद्यमी र अन्य सरोकारवालाहरूलाई हार्दिक आभार व्यक्त गर्दछु । साथै तथ्याङ्क सङ्कलन, प्रशोधन, विश्लेषण तथा प्रतिवेदन लेखन कार्यमा संलग्न यस कार्यलयका आर्थिक अनुसन्धान इकाईका अधिकृत तथा कर्मचारीहरूलाई हार्दिक धन्यवाद ज्ञापन गर्दछु। आगामी दिनमा पनि यस किसिमका विशेष अध्ययनसँग सम्बन्धित प्रतिवेदन तयार पार्ने कार्यमा सम्बन्धित सरोकारवालाहरूको साथ र सहयोग रहने अपेक्षा गर्दछु ।

शैलेन्द्र रेग्मी

निर्देशक

विषय सूची

शीर्षक	पेज नं.
आवरण पृष्ठ	
भूमिका	क
विषय सूची	ख
तालिकाहरूको सूची	ग
चार्टहरूको सूची	घ
बक्सहरूको सूची	ङ
कार्यकारी सारांश	च
परिच्छेद १ : परिचय	**१**
१.१ अध्ययनको पृष्ठभूमि	१
१.२ अध्ययनको उद्देश्य	२
१.३ अध्ययनको औचित्य/महत्व	३
१.४ अध्ययनको सीमा	३
परिच्छेद २ : कृति समीक्षा	**४**
२.१ अन्तर्राष्ट्रिय अध्ययनको समीक्षा	४
२.२ राष्ट्रिय अध्ययनको समीक्षा	९
२.३ नेपालमा स्टार्टअप उद्यम सम्बन्धी नीति तथा कार्यक्रमहरू	१०
परिच्छेद ३ : अनुसन्धान विधि	**१२**
३.१ अध्ययन क्षेत्र	१२
३.२ अध्ययनको विधि/ढाँचा	१२
३.३ जनसंख्या निर्धारण, नमुना छनोट तथा तथ्याङ्क सङ्कलन	१२
३.४ तथ्याङ्कको प्रशोधन र प्रस्तुतीकरण	१४
३.५ तथ्याङ्कको विश्लेषण	१५
परिच्छेद ४ : तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण तथा विश्लेषण	**१७**
४.१ स्टार्टअप उद्यमको विवरण	१७
४.२ स्रोत साधन र पूर्वाधारमा पहुँचको अवस्था	२९
४.३ स्टार्टअप उद्यमको सञ्चालन र वित्तीय अवस्थाको विश्लेषण	३५
४.४ स्टार्टअप उद्यमसँग सम्बन्धित समस्याहरू	४८
परिच्छेद ५ : निष्कर्ष तथा सुझावहरू	**५०**
५.१ अध्ययनको निष्कर्ष	५०
५.२ सुझावहरू	५२
सन्दर्भ सामाग्रीहरू	५४

तालिकाहरूको सूची

तालिका नं.	शीर्षक	पेज नं.
तालिका ३.१	जिल्लागत नमुना संख्या वितरण	१४
तालिका ४.१	स्टार्टअप उद्यमको जिल्लागत विवरण	१७
तालिका ४.२	स्टार्टअप व्यवसायको व्यावसायिक क्षेत्र छनौट	१८
तालिका ४.३	भौगोलिक क्षेत्रको आधारमा स्टार्टअप उद्यम	१९
तालिका ४.४	क्षेत्रगत रूपमा शैक्षिक योग्यताका आधारमा स्टार्टअप उद्यमीको विवरण	२३
तालिका ४.५	व्यावसायिक क्षेत्र छनोटको कारण	२५
तालिका ४.६	स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन गर्ने प्रमुख उत्प्रेरणा	२६
तालिका ४.७	स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन गर्न सो स्थान चयन गर्नुको कारण	२६
तालिका ४.८	स्वामित्वका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण	२९
तालिका ४.९	परामर्श सेवाको आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण	३०
तालिका ४.१०	सरकारी अनुदान/सुविधा प्राप्तिका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण	३१
तालिका ४.११	स्टार्टअप उद्यमको प्रमुख बजार	३२
तालिका ४.१२	स्टार्टअप उद्यममा क्षेत्रगत रोजगारी	३६
तालिका ४.१३	प्रविधिको प्रयोगका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण	३७
तालिका ४.१४	स्टार्टअप उद्यम विस्तारको क्षेत्र	३७
तालिका ४.१५	स्टार्टअप उद्यमको आर्थिक वर्ष २०८०/८१ को वित्तीय परिसूचकहरू (क्षेत्रगत आधारमा)	३९
तालिका ४.१६	Descriptive Statistics by Sector for Each Dependent Measure	४३
तालिका ४.१७	Levene’s-Type Tests for Homogeneity of Variance	४४
तालिका ४.१८	ANOVA Results for Performance Scores by Industry Sector	४४

चार्टहरूको सूची

चार्ट नं	शीर्षक	पेज नं
चार्ट ४.१	स्टार्टअप उद्यममा प्रयोगमा भएको नवीनतम सोच	२०
चार्ट ४.२	उमेरका आधारमा स्टार्टअप उद्यमीहरूको विवरण	२१
चार्ट ४.३	लैङ्गिक आधारमा उद्यमीको विवरण	२२
चार्ट ४.४	शैक्षिक योग्यताका आधारमा स्टार्टअप उद्यमीको विवरण	२२
चार्ट ४.५	स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन अवधि	२४
चार्ट ४.६	स्टार्टअप उद्यमीको सम्बन्धित क्षेत्रमा पूर्व अनुभव	२४
चार्ट ४.७	स्टार्टअप उद्यमीको पूर्व व्यावसायिक संलग्नता	२५
चार्ट ४.८	कोशी प्रदेशमा उच्च व्यावसायिक सम्भावना रहेको क्षेत्र	२७
चार्ट ४.९	स्टार्टअप उद्यमको लगानी संरचना	२९
चार्ट ४.१०	परामर्श सेवाका प्रकार र स्रोत	३०
चार्ट ४.११	सरकारी अनुदान तथा सुविधा	३१
चार्ट ४.१२	स्टार्टअप उद्यमको ब्राण्ड ⁄समुदाय निर्माणको अवस्था	३३
चार्ट ४.१३	स्टार्टअप उद्यमको बजारीरणका विधिहरू	३३
चार्ट ४.१४	स्टार्टअप उद्यमको उत्पादनको मूल्य निर्धारण	३४
चार्ट ४.१५	स्टार्टअप उद्यमको औसत क्षमता उपयोग	३६
चार्ट ४.१६	प्रविधिको प्रयोगले स्टार्टअप उद्यममा पुऱ्याएको योगदान	३७
चार्ट ४.१७	स्टार्टअप उद्यम विस्तारको क्षेत्र	३८
चार्ट ४.१८	मुनाफाका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण	३९
चार्ट ४.१९	नाफा प्राप्त गर्ने स्टार्टअपको नाफामा जान लागेको औसत वर्ष	४०
चार्ट ४.२०	सफलता उन्मुख र संकट उन्मुख स्टार्टअप उद्यमको विवरण	४१
चार्ट ४.२१	स्टार्टअप उद्यम सफलता उन्मुख हुनका कारण	४१
चार्ट ४.२२	स्टार्टअप उद्यम संकट उन्मुख हुनका कारण	४२
चार्ट ४.२३	स्टार्टअप उद्यमले सुरुवाती चरणमा भोग्नु परेका समस्याहरू	४५
चार्ट ४.२४	स्टार्टअप उद्यमले हाल सामना गरिरहेका समस्याहरू	४६
चार्ट ४.२५	स्टार्टअप उद्यमको सफलताका लागि आवश्यक कार्यक्रमहरू	४७

बक्सहरूको सूची

बक्स नं	शीर्षक	पेज नं
बक्स १	दक्षिण कोरियामा स्टार्टअप उद्यम प्रवर्द्धन नीति तथा कार्यक्रमहरू	६
बक्स २	भारतमा स्टार्टअप उद्यम प्रवर्द्धन नीति तथा कार्यक्रमहरू	७
बक्स ३	बङ्गलादेशमा स्टार्टअप उद्यम प्रवर्द्धन नीति तथा कार्यक्रमहरू	८
बक्स ४	खेतीपाती अर्गानिक्स	२७
बक्स ५	आरती चार्जर उद्योग	३४
बक्स ६	एभरेष्ट एग्रो रिसर्च एण्ड टुरिजम डेभलपमेन्ट प्रा.लि.	४७

कार्यकारी सारांश

कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यावसायिक प्रकृति, क्षेत्रगत प्रवृति, स्टार्टअप उद्यमका लागि आवश्यक स्रोत र साधनको पहुँच अवस्था तथा स्टार्टअप व्यवसायले भोग्नुपरेका समस्याहरूको पहिचान गरी समस्या समाधानका उपायहरूका साथै व्यवसाय प्रवर्द्धनका लागि आवश्यक सुझावहरू प्रस्ताव गर्नलाइ कोशी प्रदेशका १४ जिल्लामध्ये १० जिल्लामा सञ्चालनमा रहेका स्टार्टअप उद्यमीहरूसँग संरचित र खुला प्रश्नावलीहरू मार्फत सङ्कलित तथ्याङ्क, सरोकारवालाहरूसँग गरिएको अन्तरक्रिया तथा छलफलबाट प्राप्त तथ्याङ्क तथा सूचना र विभिन्न द्वितीय स्रोतबाट प्राप्त तथ्याङ्कलाई समेत विश्लेषण गरी तयार पारिएको यस प्रतिवेदनको प्रमुख निष्कर्षहरू देहाय बमोजिम रहेका छन् ।

१. औद्योगिक व्यावसाय विकास प्रतिष्ठानमा स्टार्टअप कर्जाको लागि आवेदन दर्ता गरेका र सर्टलिष्ट भएका कोशी प्रदेशका उद्यमहरूको संख्यालाई आधार मानी १६० वटा स्टार्टअप उद्यमबाट तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ ।

२. अध्ययनमा सहभागी १६० उद्यमहरूमा कृषि तथा वनजन्य, उत्पादनमूलक, सेवामूलक, पर्यटन र सूचना प्रविधि गरी ५ वटा व्यावसायिक क्षेत्र समावेश भएका छन् जसमा कृषि तथा वनजन्य ४१.३ प्रतिशत, उत्पादनमूलक १८.१ प्रतिशत, सेवामूलक १७.५ प्रतिशत, पर्यटन १३.८ प्रतिशत र सूचना प्रविधि क्षेत्रमा ९.४ प्रतिशत उद्यमहरू रहेका छन ।

३. कोशी प्रदेशको उच्च व्यावसायिक सम्भावना रहेको क्षेत्रको रुपमा ४३.१ प्रतिशतले कृषि तथा वनजन्य, २१.३ प्रतिशतले पर्यटन, १३.८ प्रतिशतले उत्पादनमूलक, १० प्रतिशतले सेवामूलक, ८.१ प्रतिशतले सूचना प्रविधि, समान १.९ प्रतिशतले उर्जामूलक र निर्माण क्षेत्रलाई राखेका छन् ।

४. हिमाली क्षेत्रबाट १७ वटा (१०.६ प्रतिशत), पहाडी क्षेत्रबाट ३६ वटा (२२.५ प्रतिशत) र तराईका क्षेत्रबाट १०७ वटा (६६.९ प्रतिशत) स्टार्टअप उद्यम रहेका छन् ।

५. कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) छनोट कोशी प्रदेशको भौगोलिक स्थानसँग (हिमाल, पहाड, तराई) निर्भर छैन भन्ने Null Hypothesis अस्वीकृत भएको छ । अर्थात् Pearson Chi Square Test का आधारमा स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्रहरूको वितरण भौगोलिक स्थान अनुसार फरक रहेको छ ।

६. अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यमहरू मध्ये वस्तु तथा सेवामा ५४ प्रतिशत, उत्पादन प्रक्रियामा ४१ प्रतिशत र वितरण प्रक्रियामा ५ प्रतिशत व्यवसायले नवीन सोच तथा नवप्रवर्तनको प्रयोग गरेका छन् ।

७. स्टार्टअप उद्यममा २१ देखि ३५ वर्ष उमेर समूहका ३९.३ प्रतिशत, ३६ देखि ५० वर्ष उमेर समूहका ४४.४ प्रतिशत र ५० देखि ७० वर्ष उमेर समूहका १६.२ प्रतिशत उद्यमी रहेका छन् ।

८. यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा ७४.४ प्रतिशत पुरुष र २५.६ प्रतिशत महिला उद्यमी रहेका छन् ।

९. स्टार्टअप उद्यमहरूलाई व्यवसाय सञ्चालन गर्न उत्प्रेरित गर्ने कारणहरूमा ३७.१ प्रतिशतले आत्मनिर्भर बन्ने इच्छा, २५.८ प्रतिशतले समाजमा योगदान गर्ने चाहना, २५.१ प्रतिशतले नयाँ अवसर, ७.९ प्रतिशतले रोजगारीको अभाव र ४.१ प्रतिशतले अन्य कारण उल्लेख गरेका छन् ।

१०. यस समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा कुल लगानी रु.२ अर्ब ५६ करोड रहेको छ जसमा ३८.७ प्रतिशत हिस्सा ऋण रहेको छ भने ६१.३ प्रतिशत हिस्सा स्वपुँजी रहेको छ ।

११. ९४ वटा उद्यमले व्यवसाय सञ्चालनका लागि परामर्श सेवा प्राप्त गरेको देखिन्छ भने ६६ वटा उद्यमले व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा कुनै किसिमको परामर्श सेवा प्राप्त गरेको देखिदैन ।

१२. यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ६५ वटा (४०.६ प्रतिशत) उद्यमले सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छन् भने ९५ वटा (५९.४ प्रतिशत) उद्यमले कुनै पनि सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छैनन् । ७२ वटा (४५ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय बजार, ७५ वटा (४६.९ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय बजार र १३ वटा (८.१ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय बजार रहेको छ ।

१३. प्रविधिको प्रयोगको आधारमा वर्गिकरण गर्दा ४४ वटा (२७.५ प्रतिशत) उद्यममा उच्च प्रविधि, १०४ वटा (६५ प्रतिशत) उद्यममा सामान्य प्रविधिको प्रयोग भएको छ भने १२ वटा (७.५ प्रतिशत) उद्यममा प्रविधिको प्रयोग नभएको देखिन्छ ।

१४. उद्यमले आफ्नो उत्पादनको बजारीकरणमा सबैभन्दा बढी ३३.९ प्रतिशतले साथीभाई/नातेदार, २८.३ प्रतिशतले सामाजिक सञ्जाल, ८.५ प्रतिशतले वेभसाइट, ७.२ प्रतिशतले अनलाइन विज्ञापन र मेला/महोत्सव, ६.१ प्रतिशतले परम्परागत मिडिया, ४.५ प्रतिशतले डोर टु डोर सम्पर्क र ४.३ प्रतिशतले अन्य विधि प्रयोग गरेका छन् ।

१५. यस अध्ययनमा समावेश १६० स्टार्टअप उद्यममा आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा कुल १,४३६ जनाले रोजगारी प्राप्त गरेका छन् जसमध्ये ४८.४ प्रतिशत महिला र ५१.६ प्रतिशत पुरुष रहेका छन् ।

१६. आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यमको औसत क्षमता उपयोग ७१.४ प्रतिशत रहेको छ ।

१७. आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा ८०.० प्रतिशत (१२८ वटा) स्टार्टअप उद्यमहरू नाफामा रहेका छन् भने २०.० प्रतिशत (३२ वटा) स्टार्टअप उद्यमहरूले नोक्सान व्यहोरेका छन् ।

१८. अध्ययनमा समावेश स्टार्टअप उद्यमहरूको कुल बिक्री आम्दानी रु.९२ करोड ६४ लाख रहेको छ भने कुल नाफा रु. १२ करोड ९२ लाख रहेको छ । स्टार्टअप उद्यमको औसत नाफा (Net Profit Margin) १३.९ प्रतिशत रहेको देखिन्छ । त्यसैगरी आ.व.२०८०/८१ मा अध्ययनमा समावेश स्टार्टअप उद्यमहरूमा कुल लगानी रु.२ अर्ब २४ करोड ९० लाख रहेको छ भने औसत लगानीमा प्रतिफल दर (ROI) ५.७ प्रतिशत रहेको छ ।

१९. स्टार्टअप उद्यमको क्षेत्रले बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग र नियामक सम्बन्धी आयामहरूको औसत मानमा कुनै महत्वपूर्ण भिन्नता पार्दैन भन्ने Null Hypothesis अस्वीकृत भएको छ। Anova परीक्षणले कोशी प्रदेशका स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यवसायिक क्षेत्र अनुसार प्रविधि प्रयोगमा मात्र महत्वपूर्ण भिन्नता रहेको देखाएको छ (P Value , 0.000<0.05) भने बजारको माग, वित्तीय अवस्था र नियामक पक्षमा क्षेत्रगत रूपमा कुनै महत्वपूर्ण भिन्नता रहेको छैन ।

२०. कोशी प्रदेशका १६० स्टार्टअप उद्यमहरूले सुरुवाती चरणमा ३२.७ प्रतिशतले पुँजीको अभाव, २०.४ प्रतिशत दक्ष जनशक्तिको अभाव, १४.५ प्रतिशतले सिप तथा ज्ञानको अभाव, १४.२ प्रतिशतले परामर्शको अभाव, १३.३ प्रतिशतले दर्ता प्रक्रियाका जटिलताहरू जस्ता समस्याको सामना गर्नु परेको देखिन्छ । यसबाहेक ४.९ प्रतिशतले अन्य समस्याहरू जस्तै कच्चा पदार्थको अभाव, पूर्वधार तथा उपकरण अभाव आदि सामना गर्नु परेको देखिन्छ ।

२१. स्टार्टअप उद्यमहरूले सञ्चालनका क्रममा २३.७ प्रतिशतले लगानीकर्ताको अभाव, २२.४ प्रतिशतले दक्ष कामदारको अभाव, २१.४ प्रतिशतले बजार प्रतिस्पर्धा, १८.८ प्रतिशतले प्रविधिको सीमितता, ४.९ प्रतिशतले नियामकीय समस्याहरू र ८.८ प्रतिशतले अन्य समस्याहरू (कच्चा पदार्थको अभाव, पूर्वधारको तथा उपकरण अभाव, बजार व्यवस्थापन, जनचेतनाको कमी आदि) को सामना गरिरहेको देखिन्छ ।

२२. स्टार्टअपहरूको लागि बिउ पुँजी, सह-लगानी मोडेल, भेन्चर क्यापिटल, कर छुट, कानूनी सरलता र कर्जा पहुँच सहज बनाउन आवश्यक देखिन्छ । साथै, संघीय, प्रदेश र स्थानीय तहमा इन्क्युबेसन सेन्टर, विशेष प्रोत्साहन कार्यक्रम र वित्तीय साक्षरताका पहलमार्फत उद्यमीलाई लगानी र बजार प्रवेशमा सहयोग पुऱ्याउनुपर्ने देखिन्छ ।

२३. शैक्षिक संस्थामा उद्यमसम्बन्धी व्यावहारिक शिक्षा समावेश गर्ने, सीप विकास तथा व्यावसायिक तालिम सञ्चालन गर्ने, अनुसन्धान (R&D) र प्राविधिक सहयोगमा लगानी बढाउने तथा निजी क्षेत्र-सरकारबीच सहकार्य गरी बजार विस्तार, अन्तर्राष्ट्रिय प्रदर्शनीमा सहभागिता र पूर्वाधार विकासमा जोड दिनुपर्ने देखिन्छ ।

परिच्छेद १ : परिचय

१.१ अध्ययनको पृष्ठभूमि

विश्व अर्थतन्त्र निरन्तर गतिशील र परिवर्तनशील छ। यस्तो निरन्तर रूपान्तरणको प्रक्रियामा स्टार्टअपहरूले नवप्रवर्तन, रोजगारी सृजना, बजार विस्तार, प्रतिस्पर्धा प्रवर्द्धन र लगानी आकर्षणजस्ता प्रमुख आयाममा योगदान पुऱ्याउँदै आएका छन् । स्टार्टअपहरूले परम्परागत उद्योग प्रणालीलाई चुनौती दिँदै विभिन्न क्षेत्रहरूमा आमूल परिवर्तन ल्याउने अवसर प्रदान गरिरहेका छन् । यद्यपि स्टार्टअप भनेको सामान्य नयाँ व्यवसाय मात्र होइन । सामान्य व्यवसायहरू परम्परागत व्यवसायिक मोडलमा आधारित हुन्छन् तर स्टार्टअप भने नयाँ सोच र नयाँ सामाधान लिएर आउने उद्यम हुन् । विभिन्न अध्ययनहरूमा स्टार्टअपलाई यस्तो व्यवसायका रूपमा परिभाषित गरिएको छ जसले पुरानो तरिका नअपनाई केही नयाँ र उपयोगी कुरा बजारमा ल्याउने प्रयास गर्दछ (Eisenmann, 2021; Mier, 2023)। स्टार्टअप भन्नाले उत्पादन, सेवा र व्यवसाय मोडलमध्ये कुनै एकमा नवीन एवम् सिर्जनशील सोचको प्रयोग गरी व्यवसायको रुपमा सञ्चालन भएको उद्यमलाई जनाउँदछ European Commission (2020) । स्टार्टअपले आफ्नो कर्मचारी संख्या, कारोबार रकम वा सञ्चालन क्षेत्रहरू (बजार) विस्तार गर्ने स्पष्ट उद्देश्य राख्नुपर्दछ अर्थात् त्यसमा विस्तारको मनसाय (scale–up intention) हुनु आवश्यक हुन्छ । यस्ता उद्यमहरू प्राय प्रविधिमा आधारित, उच्च जोखिमयुक्त र सीमित प्रारम्भिक स्रोतसाधनमा सञ्चालन हुने गर्दछन् (OECD, 2018) ।

नेपालमा सूचना प्रविधिको बढ्दो प्रयोग र व्यवसायमा आएको सिर्जनशील सोचले नयाँ तरिकाले व्यवसाय गर्ने उद्यमीहरूको संख्या निरन्तर बढिरहेको छ। स्टार्टअप सुरु गर्ने र सञ्चालनमा रहेका स्टार्टअपलाई स्तरोन्नति गर्न चाहने उद्यमीहरूलाई आवश्यक ज्ञान, सिप र प्रविधिको सहायतासँगै वित्तीय पहुँच सुनिश्चित गर्दै स्टार्टअपमैत्री वातावरण विकास गर्नु आवश्यक रहेको देखिन्छ। यसै सन्दर्भमा स्टार्टअप उद्यमलाई प्रोत्साहित गर्न राष्ट्रिय स्टार्टअप उद्यम नीति, २०८० तर्जुमा गरिएको छ। राष्ट्रिय स्टार्टअप उद्यम नीति, २०८० अनुसार नेपालमा स्टार्टअप उद्यम भन्नाले वस्तु, सेवा र प्रक्रियाको विकास, उत्पादन, सञ्चालन र वितरणमा नवीन अन्वेषण एवम् सिर्जनशील सोचको प्रयोग गरी व्यवसायको रुपमा सञ्चालन भएका र स्तरोन्नतिको सम्भावना रहेका उद्यमलाई बुझाउँदछ । उक्त नीतिमा प्राइभेट, साझेदारी, कम्पनी वा सहकारी संस्था उद्योगको रुपमा दर्ता भई स्थापना भएको दश वर्ष ननाघेको र स्थापना पश्चात् कुनै पनि आर्थिक वर्षमा वार्षिक कारोबार पन्ध्र करोड रुपैयाँ ननाघेको उद्यमलाई स्टार्टअप भनि परिभाषित गरिएको छ। वर्तमान समयमा नेपाली स्टार्टअपहरू राइड शेयरिङ, फुड डेलिभरी, वित्तीय प्रविधि, कृषि, ई-कमर्श लगायतका विभिन्न क्षेत्रहरूमा सञ्चालनमा रहेका छन् भने यस्ता स्टार्टअपहरूलाई सफल बनाउन आवश्यक ज्ञान, सिप, प्रविधि र वित्तीय पहुँच प्रदान गर्दै तिनीहरूलाई SME मा रूपान्तरण गर्ने अवसर सिर्जना गर्न आवश्यक रहेको छ। स्टार्टअपको विकास र सशक्तिकरणसँगै SME को संरचना र वृद्धि सुनिश्चित गर्न सकिन्छ जसले दिगो र स्थिर व्यावसायिक वातावरणलाई प्रोत्साहन गर्दछ ।

ऋणको पहुँच, सार्वजनिक कोषमार्फत सहयोगको अवसरहरूको अभाव, क्राउडफन्डिङ (crowd funding), मेन्टरिङ र ग्रुमिङ सेन्टर (Mentoring and Grooming Center), मानव संसाधन, अनुदान र प्रोत्साहनमा पहुँचको कमी, कानूनी जानकारीको अभाव लघु तथा साना उद्यम/स्टार्टअपले सामना गर्नु पर्ने प्रमुख चुनौतीहरू रहेका छन् । नेपालका स्टार्टअपहरूलाई प्रतिस्पर्धी SME मा रूपान्तरण गर्नका लागि अनुकुल व्यावसायिक वातावरण, सूचना र नीतिगत आवश्यकताहरूको व्यवस्थित सहजीकरण गरिदिने केन्द्रीय निकाय, स्टार्टअपका सबै आवश्यकताहरू पुरा गर्ने एकद्वार नीति (One-Door Policy), अन्तर्राष्ट्रिय लगानीकर्ता, ग्रुमर (Groomer) र एक्सेलेटरहरूको (Accelerators) पहुँच, स्थानीय स्तरमा नवप्रवर्तन र अनुसन्धान केन्द्रहरूको उपलब्धता र प्रवर्द्धन आवश्यक रहेको छ (Khanal et.al. 2023)।

स्टार्टअप प्रवर्द्धनका लागि विभिन्न चरणहरू Pre-Incubation, Incubation र Post-Incubation मा उद्यमीलाई योजना, प्राविधिक परामर्श, लगानीको व्यवस्थापन र बजार पहुँच जस्ता आवश्यक समर्थनहरू उपलब्ध गराउनु आवश्यक छ । Pre-Incubation मा उद्यमीहरूलाई व्यापारिक धारणा विकास, सिप, तालिम, र प्रारम्भिक योजना बनाउन, Incubation मा कार्यालय (Office Space), प्राविधिक परामर्श, सञ्जाल विस्तार, वित्तीय स्रोतको उपलब्धता जस्ता संस्थागत सहायता र Post-Incubation चरणमा बजार विस्तार, लगानी अभिवृद्धि र दीर्घकालीन स्थायित्वका उपायहरूका साथ समर्थन गर्न आवश्यक रहेको छ (iLabour Project, 2022)। यसरी चरणगत समर्थनले स्टार्टअपको विकास र सशक्तिकरणसँगै SME को संरचना र वृद्धि सुनिश्चित गर्न सकिन्छ जसले दिगो र स्थिर व्यावसायिक वातावरणलाई प्रोत्साहन गर्दछ। स्टार्टअपको प्रवर्द्धनले नेपालको समष्टिगत आर्थिक चुनौतीहरू जस्तै भुक्तानी सन्तुलनको समस्या, व्यापार असन्तुलन (व्यापार घाटा, उच्च निर्यात-आयात अनुपात), न्यून रोजगारी, नेपाली युवाको बढ्दो वैदेशिक आप्रवासन न्यूनीकरण गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्नेछ। स्टार्टअप क्षेत्रहरूबाट सिर्जित नवप्रवर्तन मार्फत बजारमा वस्तु तथा सेवाको विविधिकरण हुनुका साथै राष्ट्रिय अर्थतन्त्र र समष्टिगत आर्थिक स्थायित्वमा योगदान पुऱ्याउने उपयुक्त माध्यम हुनसक्छ। संसारभर स्टार्टअपहरू असफल हुने दर उच्च रहेको परिप्रेक्ष्यमा नेपालले स्टार्टअपको पहिचान गर्दै त्यसको व्यावसायिकीकरण र दीर्घकालीन स्थायित्वमा केन्द्रित राष्ट्रिय नीति तयार गर्न आवश्यक छ। संस्थागत पूर्वाधार, नीतिगत स्थिरता र उद्यमशील तथा व्यावसायिक शिक्षा जस्ता तत्वहरुको अभावलाई पूर्ति नगर्ने हो भने बजेटमा उल्लेख गरिएका योजनाहरूले मात्र जीवन्त स्टार्टअप संस्कृति निर्माण गर्न सकिदैन । त्यसैले समग्र स्टार्टअप क्षेत्रको दिगो विकासका लागि इकोसिस्टमको आधारशिला निर्माण गर्नका लागि नीतिहरू मजबुत बनाउन समय र स्रोतको लगानी अपरिहार्य देखिन्छ।

१.२ अध्ययनको उद्देश्य

यस अध्ययनका मुख्य उद्देश्यहरू देहायबमोजिम रहेका छन् ।

१. कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्रमा देखिएको प्रवृत्ति पहिचान गर्नु ।

२. कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमका लागि आवश्यक साधनहरूमा पहुँचको अवस्था पहिचान गर्नु ।

३. कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमले सामना गर्नुपरेका समस्याहरूको पहिचान गरी समाधानका उपायहरूका साथै व्यवसाय प्रवर्द्धनका लागि आवश्यक सुझावहरू प्रस्ताव गर्नु ।

१.३ अध्ययनको औचित्य/महत्व

वित्तीय क्षेत्रको दायरा फराकिलो हुँदै गएको, औद्योगिक पूर्वाधारको विकासमा विस्तार हुँदै गएको साथै प्रविधि मैत्री युवा जनशक्ति भएको कारण स्टार्टअप उद्यम प्रवर्द्धनको उच्च सम्भावना रहेको छ । मुलुकको श्रम, सिप तथा स्थानीय कच्चा पदार्थको प्रयोग मार्फत उद्यमशीलता विकास तथा रोजगारीका अवसरहरूको सिर्जना, आयत प्रतिस्थापन तथा निर्यात अभिवृद्धि गरी विदेशी मुद्रा आर्जन गर्नका साथै आर्थिक वृद्धिदर हासिल गर्न उद्योग व्यवसायको महत्वपूर्ण भूमिका रहेको छ ।

नेपालमा उद्यम गर्न चाहने व्यवसायीहरूमा स्टार्टअप अवधारणा एवम् बुझाईमा अस्पष्टता, सरकार र अन्य सरोकारवालाहरूबाट प्राप्त हुनुपर्ने छुट, सुविधा, सहुलियत र प्रोत्साहनको कमी लगायतका कारण स्टार्टअप व्यवसायले गति लिन नसकिरहेको अवस्थामा हाल सरकारको नीति तथा कार्यक्रम र बजेटमा नै स्टार्टअप सम्बन्धी व्यवस्था गरेको छ । नेपाल सरकार अर्थ मन्त्रालयको आ.व.२०८१/८२ को बजेटमा युवा सहभागिता बढाउन स्टार्टअप र नवप्रवर्तनका लागि इकोसिस्टम विकास गरी उद्यमशील वातावरण सिर्जना गरी उद्यमीलाई सहजीकरण र नियमन गर्न रु.१ अर्बको स्टार्टअप कोष खडा गरी स्टार्टअप वोर्डको गठन गर्ने कार्यक्रम रहेको र नेपाल सरकारले राष्ट्रिय स्टार्टअप उद्यम नीति, २०८० पनि लागु गरेकोले यस क्षेत्रको विकास तथा विस्तारमा काम भइरहेको संकेत गर्दछ ।

आजको विश्वव्यापीकरणको युगमा स्टार्टअप व्यवसायले विश्वभरी नै आफ्नो आधिपत्य जनाई राखेको सन्दर्भमा नेपालमा स्टार्टअप इकोसिस्टमको विकास, उद्यम संवर्धक (Business Incubator), पुँजी निर्माणमा सघाउ पुर्‍याउन भेन्चर क्यापिटल, प्राइभेट इक्वीटी, अर्गनाइजेसन सेन्टर, परामर्श तथा सहजीकरण केन्द्रहरूको स्थापना तथा स्टार्टअप व्यवसायमा वित्तीय स्रोत तथा साधनको उपलब्धता एवम् परिचालनको अवस्था लगायतका विषय सम्बन्धी अध्ययन भएको देखिदैन । यस सन्दर्भमा कोशी प्रदेशमा सञ्चालित स्टार्टअप उद्यमहरूको प्रवृत्ति, विकास तथा विस्तारका लागि आवश्यक स्रोत साधनको पहिचान गरी प्रवर्द्धनका लागि सुझावहरू प्रस्ताव गर्न यस कार्यालयले विशेष अध्ययनका लागि **कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमको प्रवृत्ति** बिषय छनोट गरेको छ ।

१.४ अध्ययनको सीमा

१. यो अध्ययन कोशी प्रदेशमा मात्र केन्द्रित भएकाले यसबाट प्राप्त हुने निष्कर्षलाई समग्र देश र अन्य प्रदेशमा लागु गर्नु उपयुक्त नहुन सक्छ ।
२. यो अध्ययन Crossectional Data मा आधारित भएकाले समयसँगै हुने परिवर्तनहरूको प्रवृत्तिको विश्लेषण गरिने छैन ।

परिच्छेद २ : कृति समीक्षा

अध्ययनको उद्देश्य, औचित्य तथा महत्वका साथै समस्याको पहिचान गरी अनुसन्धानको उद्देश्य पुरा गर्न अध्ययनसँग सम्बन्धित विषयमा कस्ता किसिमका अनुसन्धानहरू भएका छन् भनी अध्ययन गर्न जरुरी हुने गर्दछ । यस खण्डमा स्टार्टअप सम्बन्धित महत्वपूर्ण कृति र अध्ययनहरूको समीक्षा गर्ने प्रयास गरिएको छ ।

२.१ अन्तर्राष्ट्रिय अध्ययनको समीक्षा

विभिन्न क्षेत्रमा अनुमानित २६ हजार स्टार्टअपका साथ भारत विश्वव्यापी रूपमा तेस्रो ठुलो स्टार्टअप इकोसिस्टमका रूपमा देखा परेको छ । साना शहरहरू र ग्रामीण क्षेत्रहरूमा सीमित जागरूकता र सरकारी कार्यक्रमहरूको एकीकरणको कारणले स्टार्टअप इकोसिस्टम धेरै मात्रामा टियर १ शहरहरूमा मात्र केन्द्रित रहेको छ (David et al, 2020) । भारतमा टेक्नोलोजी स्टार्टअप इकोसिस्टमले विशेष गरी ई-कमर्स, स्वास्थ्य सेवा, फिनटेक, शिक्षा र एआईमा उल्लेखनीय वृद्धिको अनुभव गरेको छ (Bhatt et al, 2020) । स्टार्टअप इकोसिस्टमलाई अझ बढावा दिन, सरकारी पहलहरू र सजिलो वित्तपोषण विकल्पहरू निर्माण गर्न सिफारिस गरिएको छ (David et al, 2020) ।

Global startup Ecosystem Report ले विश्वको अग्रणी स्टार्टअप इकोसिस्टमको उदाउँदो प्रवृति र उद्यमीहरूले सामना गर्ने प्रमुख चुनौतिहरूको पहिचान गरेको छ । यो प्रतिवेदन ३०० विश्वव्यापी इकोसिस्टमहरूमा ४५ लाख स्टार्टअपहरूको तथ्याङ्कको विस्तृत अनुसन्धान र विश्लेषणमा आधारित रहेको छ । प्रतिवेदनले ChatGPT जस्ता प्लेटफर्महरूको उदयपछि लगानीकर्ताहरूको बढ्दो ध्यान Generative AI (GenAI) को लगानीमा भएको देखाएको छ । सन् २०२३ मा यसको भेन्चर क्यापिटल कोष तीन गुणा बढेको देखिन्छ भने लगभग Global Venture Capital को १८ प्रतिशत GenAI मा भएको देखिन्छ । त्यसैगरी, युरोपमा सहयोगी नीतिहरू र वातावरणीय समाधानहरूको बढ्दो मागका कारण ऊर्जा, पानी र कृषिमा केन्द्रित Cleantech स्टार्टअपहरूले महत्वपूर्ण आकर्षण प्राप्त गरेका छन् । विश्व बजारमा स्टार्टअप उद्यमीले Funding, Talent Retention, Regulatory Barriers आदि जस्ता चुनौतीहरूको सामना गर्नु परेको अध्ययनले देखाएको छ । यद्यपि, स्टार्टअप इकोसिस्टम, Cleantech र GenAI जस्ता क्षेत्रहरूको उदयले विश्वव्यापी नवप्रवर्तनका लागि नयाँ आयाम सिर्जना गरेको छ (Global Startup Ecosystem Report, 2024)।

चिनमा स्टार्टअप र उद्यमशीलता विभिन्न क्षेत्रमा तीव्र रूपमा बढिरहेको सन्दर्भमा उच्च-प्रविधि क्षेत्रहरूमा यसको उल्लेखनीय वृद्धि भएको देखिन्छ । सन् २०१८ सम्म, चीनको सूचना प्रविधि (आईटी) उद्योगले सबैभन्दा धेरै लगानी आर्कषित गरेको थियो । यसपश्चात लगानी आर्कषित गर्ने उद्योगहरू क्रमशः इन्टरनेट उद्योग, Biotechnology उद्योग, दूरसञ्चार, वित्तीय क्षेत्र, र Automotive क्षेत्र रहेका थिए (Men et.al , 2020)। चीनले रणनीतिक विकासका लागि आठ प्रमुख स्टार्टअप उद्योगहरू पहिचान गरेको छ, जसमा Energy-Efficient Technologies, Next-Generation

IT, Biotechnology, High-End Manufacturing, New Energy, New Materials, New-Energy Vehicles, and Digital Technology समावेश भएका छन् (Choi, 2019) ।

अध्ययनले विश्वव्यापी रुपमा स्टार्टअपको आर्थिक प्रवृत्ति पहिचान गर्न र स्टार्टअप कम्पनीहरूका लागि नयाँ वर्गीकरण प्रणाली प्रस्ताव गर्न २ लाख ५० हजार भन्दा बढी स्टार्टअपहरूको विवरणको विश्लेषण गरेको छ । सन् २००९ देखि २०१९ सम्मको प्रवृत्ति पहिचान गर्नका लागि उद्योगहरूलाई ३८ वटा क्षेत्रमा वर्गीकरण गरिएको थियो । अध्ययनले स्टार्टअपको बढ्दो प्रवृत्ति डाटा एनालिटिक्स, सामाजिक प्लेटफर्म र वित्तीय स्थानान्तरणमा रहेको देखाएको छ भने मोबाइल गेमिङ, अनलाइन समाचार र कानूनी सेवाहरू जस्ता क्षेत्रको प्रवृत्ति घट्दो रहेको पाइएको छ (Savin et al., 2022)।

मार्केटिङ स्टार्टअपहरूका लागि एक महत्वपूर्ण रणनीतिका रूपमा रहेको छ । डिजिटल मार्केटिङ बलियो अनलाइन उपस्थिति निर्माण गर्न र विशेष डेमोग्राफिक्सलाई लक्षित गर्न मद्दत गर्दछ (Agrawal & Sharma, 2024) । डिजिटल मार्केटिङ स्टार्टअपहरूलाई ब्राण्ड जागरूकता बनाउन, ग्राहक आकर्षित गर्न र ग्राहक वफादरी बढाउन शक्तिशाली उपकरणहरू प्रदान गर्दछ (Agrawal & Sharma, 2024) । व्यवसायलाई सहयोगी सरकारी नीति र नियमहरूको अभावले देशमा सामाजिक उद्यमहरूको दिगोपन र वृद्धिमा महत्वपूर्ण चुनौतीहरू खडा गरेको देखिन्छ (Dangol et al., 2022) । व्यावसायिक वातावरणलाई प्रभाव पार्ने विभिन्न कारकहरू मध्ये, नियामक निकाय र सार्वजनिक संस्थामार्फत जारी हुने नियम कानुनहरू आदि पनि रहेका छन् (Dawson, 2006) । नियामकिय व्यवस्थाहरूले नयाँ व्यवसाय विकास गर्न उद्यमीहरूको प्रोत्साहनमा प्रभाव पार्दछ । सरकारी नीतिहरूका अतिरिक्त, कारोबार, खुला आन्तरिक बजार, बजार गतिशीलता जस्ता कारकहरूले पनि पुँजी लगानीकर्ताहरूको निर्णयलाई प्रभाव पार्छ र उद्यमीको विश्वासलाई असर गर्दछ (Klapper et.al 2016) ।

बक्स १ : दक्षिण कोरियामा स्टार्टअप उद्यम प्रवर्द्धन नीति तथा कार्यक्रमहरू

दक्षिण कोरियाको **Support for SME Establishment Act** अनुसार व्यवसाय सुरु गरेको सात वर्ष पुरा नभएको उद्यमलाई स्टार्टअप मानिन्छ। यस ऐनको मुख्य उद्देश्य नवीन विचार र प्रविधिमा आधारित उद्यमशीलता प्रवर्द्धन गरी देशलाई स्टार्टअप राष्ट्रमा रुपान्तरण गर्नु हो। दक्षिण कोरियाले स्टार्टअप प्रवर्द्धनका लागि साना तथा मझौला उद्यम र स्टार्टअप मन्त्रालय (MSS) अन्तर्गत **१२ वटा संस्थागत निकाय**को स्थापना गरेको छ। ती मध्ये प्रमुख निकायहरू **Korea SMEs & Startups Agency (KOSME), Korea Institute of Start–up & Entrepreneurship Development (KISED)** ले ऋण, परामर्श, तालिम र विविध कार्यक्रमहरू मार्फत उद्यमीहरूको क्षमता विकास र प्रतिस्पर्धात्मकता बढाउन मद्दत गर्दछन्। सन् २०२४ मा प्रारम्भिक चरणका स्टार्टअपहरूलाई लक्षित गर्दै सरकारले KRW १.७९५८ ट्रिलियन बराबरको ऋण सहायता योजना लागु गरेको छ।

साना तथा मझौला उद्यम र स्टार्टअप मन्त्रालय (MSS) अन्तर्गतको पाँच वर्षे (२०२३ देखि २०२७) **Super Gap Startup 1000+ Project** ले १० वटा प्रमुख उदाउँदो उद्योग क्षेत्रहरू जस्तै Artificial Intelligence(AI) र System Semiconductors मा १,००० भन्दा बढी उत्कृष्ट डीप-टेक स्टार्टअपहरूलाई समर्थन गर्ने उद्देश्य राखेको छ। स्टार्टअपहरूले ११० करोड कोरियन वनको वित्तीय सहयोग प्राप्त गरेका छन्।

सन् २०१३ मा सुरुवात भएको **Tech Incubator Program for Startup (TIPS)** एक सार्वजनिक-निजी साझेदारीमा आधारित कार्यक्रमले प्रविधिमा आधारित उच्च सम्भावना भएका स्टार्टअपहरूको विकास, अनुसन्धान, र विश्वव्यापी विस्तारलाई प्रवर्द्धन गर्दछ। साना तथा मझौला उद्यम र स्टार्टअप मन्त्रालय (MSS) अनुसार यस कार्यक्रममार्फत ३,२०० भन्दा बढी स्टार्टअपहरूलाई सहयोग प्रदान गरिएको छ, जसअन्तर्गत लगभग १५ खर्ब कोरियन वन (करिब ११ अर्ब अमेरिकी डलर) बराबरको अनुदान तथा लगानी सुविधा र करिब २२,५०० नयाँ रोजगारी सिर्जना गरिएको छ। यस कार्यक्रम अन्तर्गत प्रत्येक प्रविधिमा आधारित स्टार्टअपलाई तीन वर्षसम्म वार्षिक १ अर्ब कोरियन वनसम्मको सहायता उपलब्ध गराइन्छ।

अन्तर्राष्ट्रिय स्टार्टअपलाई कोरियाली इकोसिस्टममा एकीकृत गर्नका लागि दक्षिण कोरियाको **Global Startup Porgam** ले विदेशी उद्यमीहरूलाई कर, लगानी परामर्श जस्ता सेवासहित विशेषज्ञ सल्लााह (Experts Matching), व्यवसाय स्थापनाको लागि Global Startup Commercialization Program, र Startup Visa (D-8-4) जस्ता सुविधामार्फत कोरियन बजारमा प्रवेश, दर्ता र विस्तारमा सहयोग पुऱ्याउँदछ।

बक्स २ भारतमा स्टार्टअप उद्यम प्रवर्द्धन नीति तथा कार्यक्रमहरू

भारतमा स्टार्टअपको यात्रा सन् २०१६ जनवरी १६ मा प्रधानमन्त्री नरेन्द्र मोदीले सुरु गरेको Startup India अभियानसँगै औपचारिक रूपमा थालिएको हो। यसको उद्देश्य नवप्रवर्तनलाई प्रवर्द्धन गर्ने, उद्यमशीलतालाई प्रोत्साहन दिने र रोजगारी सिर्जना गर्ने थियो। भारतीय वाणिज्य तथा उद्योग मन्त्रालय अन्तर्गतको उद्योग तथा आन्तरिक व्यापार प्रवर्द्धन विभाग (DPIIT) ले अनलाइन पोर्टलको प्रयोग मार्फत स्टार्टअप व्यवसाय दर्ता गर्न सकिने व्यवस्था गरेको छ। हालसम्मा भारत विश्वकै तेस्रो ठुलो स्टार्टअप इकोसिस्टम बन्न सफल भएको छ। व्यवसाय सुरु गरेको १० वर्षभन्दा कम भएको र वार्षिक आम्दानी १०० करोड रूपैयाँभन्दा कम भएको व्यवसायलाई स्टार्टअपको रूपमा परिभाषित गरेको छ। हालसम्म DPIIT मा २०२४ को अन्त्यसम्ममा १,५७,००० भन्दा बढी स्टार्टअपहरूलाई औपचारिक मान्यता दिइएको छ जसले १७ लाख भन्दा बढी रोजगारी सिर्जना गरेका छन्।

DPIIT ले भारतीय स्टार्टअपहरूको लगानी सहज बनाउन र निजी लगानी आकर्षित गर्न **१०,००० करोडको Funds of Funds Initiative, SIDBI** मार्फत स्थापना गरेको छ। यस योजनाले सिधै स्टार्टअपमा नभएर SEBI मा दर्तामा भएका वैकल्पिक लगानी कोषहरू (AIFs) लाई पुँजी उपलब्ध गराउँछ जसले उच्च सम्भावना भएका स्टार्टअपहरूमा लगानी गर्दछ। सन् २०२४ को अन्त्यसम्ममा SIDBI ले १२९ वटा AIF मा भा.रु १०,२२९ करोडको प्रतिबद्धता गरेको छ भने ९२ वटा AIF लाई भा.रु ४,५५२ करोड वितरण भइसकेको छ। यसअन्तर्गत हालसम्म ९३९ स्टार्टअपमा कुल भा.रु १७,४५२ करोड लगानी भइसकेको छ।

स्टार्टअप लगानीकर्ता, मेन्टर, नीति निर्माता र अन्य इकोसिस्टम सहभागीहरूलाई एउटै डिजिटल प्लेटफर्ममा जोड्ने उद्देश्यले भारत सरकारले तयार गरेको **BHASKAR digital platform** मा हालसम्म ५,६२,८२८ जना प्रयोगकर्ताहरू दर्ता भएका छन्। भारत सरकारले २०१६ मा घोषणा गरेको **Startup India Action Plan** ले स्टार्टअप विकासका लागि सरल प्रक्रिया बनाउन, वित्तीय सहयोग र कर छुट प्रदान गर्न तथा उद्योग र शिक्षाका बीच सहकार्य बढाउने लक्ष्य राखेको छ। यस योजनामा १९ वटा प्रमुख बुँदाहरू छन् जसले नवप्रवर्तन, बौद्धिक सम्पति संरक्षण र सार्वजनिक खरिदमा प्राथमिकता जस्ता अवसरहरू समेटेको छ।

भारत सरकारको नीति आयोग अन्तर्गतको **Atal Innovation Mission (AIM)** ले स्टार्टअपहरूलाई प्रवर्द्धन गर्नका लागि विभिन्न कार्यक्रमहरू सञ्चालन गरेको छ जसमा प्रमुख रूपमा **Atal Incubation Centers (AICs)** र **Atal New India Challenge (ANIC)** पर्दछन्। Atal New India Challenge (ANIC) मार्फत स्टार्टअपहरूलाई पूर्वाधार, परामर्श र अनुदान प्रदान गर्दै आएको छ। Atal Incubation Center (AIC) ले हाल ७२ Incubation Center मार्फत ३,५०० स्टार्टअपलाई Incubate र ३२,००० रोजगारी सिर्जना गरेका छन्। ANIC ले राष्ट्रिय समस्याको समाधान गर्ने स्टार्टअपहरूलाई रु १ करोडसम्मको अनुदान प्रदान गर्दछ। सन् २०२१ मा ९४५ करोड भारतीय रुपैयाँको लगानीमा **Startup India Seed Fund Scheme (SISFS)** प्रारम्भ गरेको छ जसअन्तर्गत करिब ३०० इनक्युबेटर मार्फत स्टार्टअपहरूलाई प्रोटोटाइप विकासका लागि २० लाख र बजार प्रवेशका लागि ५० लाखसम्म सहयोग प्रदान गरी करिब ३,६०० स्टार्टअप लाभान्वित हुने लक्ष्य लिएको छ।

बक्स ३ बङ्गलादेशमा स्टार्टअप उद्यम प्रवर्द्धन नीति तथा कार्यक्रमहरू

Global Startup Index 2025 अनुसार बङ्गलादेश चार स्थान उक्लिँदै विश्वको ७९औं र दक्षिण एशियामा चौथो स्थान प्राप्त गरेको छ। **Bangladesh Startup Ecosystem Assesment Report** का अनुसार १६ करोड ७० लाख जनसंख्या रहेको बङ्गलादेशमा ६२ प्रतिशत जनसंख्या ३५ वर्षभन्दा कम उमेरको छ, जसले स्टार्टअप सम्भावनालाई अझ बलियो बनाएको छ। हाल बङ्गलादेशमा २५०० भन्दा बढी स्टार्टअपहरू रहेका छन् जसबाट करिब १५ लाख रोजगारी सिर्जना भएको छ भने प्रत्येक वर्ष २०० नयाँ स्टार्टअपहरू दर्ता हुने गरेका छन्।

आईसीटी डिभिजनले **स्टार्टअप बङ्गलादेश लिमिटेड (SBL)** अन्तर्गत ५०० करोड बङ्गलादेशी टाकाको स्टार्टअप कोषको स्थापना गरेको छ जसले Artificial Intelligence (AI), Digital Health, Logistics, र E-Commerce जस्ता क्षेत्रमा प्री-सिड, सिड, र ग्रोथ स्टेजमा रहेका स्टार्टअपहरूलाई इक्विटी लगानी, Convertible Debt तथा Subsidy प्रदान गरिरहेको छ।

आईसीटी डिभिजन अन्तर्गत सञ्चालनमा रहेका **iDEA Project(Innovation Design and Entrepreneurship Academy)** ले प्री-सीड स्टार्टअपहरूलाई बङ्गलादेशी टाका १० लाखसम्मको ग्रान्ट, उद्यमशीलता तालिम, टेक्निकल सपोर्ट, र अन्तर्राष्ट्रिय नेटवर्किङ अवसरहरू प्रदान गर्दछ।

Bangladesh Hi-Tech Park Authority (BHTPA) र Bangladesh Economic Zone Authority (BEZA) ले ३९ भन्दा बढी Hi-Tech Park र Special Economic Zone हरू विकास गरेका छन् जसले स्टार्टअपहरूलाई कार्यस्थल, कर छुट सुविधाहरू, र डिजिटल पूर्वाधार प्रदान गरिरहेको छ। यी पार्कहरू उद्यमीहरूका लागि Incubation center को रूपमा कार्य गर्दछन् र हालसम्म करिब २००० करोड टाका बराबरको आन्तरिक निजी लगानी तथा करिब ४३९ मिलियन अमेरिकी डलर बराबरको वैदेशिक लगानी प्राप्त गरेका छन्। सरकारले स्टार्टअप प्रवर्द्धनका लागि बजेटमार्फत **Startup Sandbox** को घोषणा गरेको छ। यस योजना अन्तर्गत स्टार्टअपहरूको लागि न्युनतम टर्नओभर करमा छुट, ९ वर्षसम्म घाटा सार्न पाउने सुविधा र ३ देखि ५ वर्षसम्म कर छुटको सुविधा प्रदान गरिने व्यवस्था गरिएको छ।

२.२ राष्ट्रिय अध्ययनको समीक्षा

नेपाल राष्ट्र बैंक अनुसन्धान विभाग (२०७६) ले देशभरबाट १६० वटा साना तथा मझौला उद्यममा वित्तीय साधन परिचालन सम्बन्धी अध्ययन प्रतिवेदन तयार गरेको थियो । नमुना सर्वेक्षण गरिएका साना तथा मझौला उद्योगहरूमा ३६ प्रतिशत उत्पादनमूलक उद्योग, २६ प्रतिशत पर्यटन उद्योग, २१ प्रतिशत सेवामूलक उद्योग, १२ प्रतिशत कृषि उद्योग, ३ प्रतिशत निर्माण उद्योग र २ प्रतिशत ऊर्जासम्बन्धी उद्योग रहेको पाइएको छ । अध्ययनका अनुसार सुरुवाती (Start-up) SMEs लाई प्रोत्साहन गर्न केन्द्र र प्रदेश तहमा सम्बन्धित सरोकारवाला निकाय (उद्योग मन्त्रालय) मार्फत SME Incubation Center सञ्चालनमा ल्याई उक्त Center मार्फत क्षमता विकास गर्ने, आन्तरिक अभिलेख, वित्तीय विवरण तथा लेखा/लेखापरीक्षण सम्बन्धी तालिम तथा प्रशिक्षण प्रदान गर्ने, आर्थिक तथा वित्तीय परामर्श दिने जस्ता विषय/क्षेत्रमा सहयोग गर्न आवश्यक हुने देखिएको छ । प्रत्येक स्थानीय तहमा आधारभूत पूर्वाधार र अन्य सुविधासहितको SME Special Zone स्थापना गरी उक्त Zone मा SME Incubation Center मा परिपक्व भएका तथा अन्य SMEs लाई स्थानान्तरण गर्ने नीति लिन आवश्यक भएको अध्ययनले देखाएको छ ।

सन् २०१७ देखि २०२० सम्म उद्यमीहरू र इकोसिस्टम विशेषज्ञहरूसँगको अन्तर्वार्ता र सर्वेक्षणहरूबाट प्राप्त विवरण अनुसार नेपालमा स्टार्टअपहरूले सामना गर्ने शीर्ष पाँच चुनौतीहरू मानव पुँजी, वित्त, समर्थन प्रणाली, नीति र मार्केटिङ रहेका छन् (Rijal et al., 2021) भने युवा उद्यमीहरूलाई व्यवसाय सुरु गर्नका लागि मुख्य उत्प्रेरक कारकहरू नाफाको सम्भावना, नेपालमा जागिर खोज्न कठिनाइ, केही नयाँ गर्ने इच्छा, लिगेसी वा सहयोगी व्यापार नेटवर्क रहेका छन् (Rai et al., 2021) ।

लघु तथा साना उद्यमहरू र स्टार्टअपहरूले ऋण पहुँच, सार्वजनिक कोष, क्राउडफन्डिङ, व्यावसायिक मेन्टरिङ, कानूनी जानकारी, मानव संसाधन र प्रोत्साहनको अभाव जस्ता समस्याहरूको सामना गरिरहेका छन् । तसर्थ, नेपालमा लघु तथा साना उद्यमहरू र नवप्रवर्तनकारी स्टार्टअपको प्रवर्द्धनका लागि केन्द्रीय सहजीकरण निकायको स्थापना, एकद्वार नीति, अन्तर्राष्ट्रिय लगानीकर्ता र एक्सेलेटरहरूसम्म पहुँच, साथै अनुसन्धान केन्द्रहरूको विकास अपरिहार्य रहेको छ (Khanal et.al. 2023)।

औद्योगिक व्यवसाय ऐन २०७६ ले उद्योगहरूलाई उत्पादन हुने वस्तु तथा सेवाको आधारमा उर्जामूलक, उत्पादनमूलक, कृषि तथा वन पैदावरमा आधारित, खनिज, पूर्वाधार, पर्यटन, सूचना प्रविधि तथा सेवामूलक उद्योग गरी वर्गीकरण गरेको छ । Industrial Statistics 2078/79 का अनुसार आ.व. २०७९/८० मा दर्ता भएका उद्योगहरूमा ३५ प्रतिशत उत्पादनमूलक उद्योग, २१ प्रतिशत पर्यटनमूलक उद्योग, २१ प्रतिशत सेवामूलक उद्योग, १४ प्रतिशत उर्जामूलक उद्योग, ५ प्रतिशत सूचना प्रविधि (ICT) उद्योग, ३ प्रतिशत कृषि तथा वन सम्बन्धी उद्योग र १ प्रतिशत खनिज सम्बन्धी उद्योगहरू रहेका छन् । हालसम्म नेपालमा दर्ता भएका उद्योगहरूमध्ये प्रमुख हिस्सा उत्पादनमूलक, सेवामूलक र

पर्यटनमूलक उद्योगको रहेको भए पनि जलविद्युत, पर्यटन, कृषि तथा वन (जडिबुटि), सूचना प्रविधि सम्बन्धी उद्योगहरूको उच्च सम्भावना रहेको देखिन्छ (Khatri, 2018)।

२.३ नेपालमा स्टार्टअप उद्यम सम्बन्धी नीति तथा कार्यक्रमहरू

नेपाल सरकारद्वारा लागु गरको **"राष्ट्रिय स्टार्टअप उद्यम नीति, २०८०"** का अनुसार वस्तु तथा सेवा र प्रक्रियाको विकास, उत्पादन, सञ्चालन र वितरणमा नवीन अन्वेषण एवम् सिर्जनशील सोचको प्रयोग गरी व्यवसायको रुपमा सञ्चालन भएका र स्तरोन्नतीको सम्भावना भएको उद्यम वा व्यवसायलाई स्टार्टअप उद्यम भनी परिभाषित गरिएको छ । स्टार्टअप उद्यममा व्यवसाय प्राइभेट फर्म, साझेदारी फर्म, कम्पनी वा सहकारी संस्था उद्योगको रुपमा दर्ता गर्ने निकायमा दर्ता भई **१० वर्ष ननाघेको र उद्योग व्यवसाय स्थापना भए पछिको कुनै पनि आर्थिक वर्षमा वार्षिक कारोबार पन्ध्र करोड रुपैयाँ ननाघेको** साथै उद्यम व्यवसाय नगाभिई वा नटुक्रिई नयाँ उद्यम व्यवसायको रुपमा नवीन एवम् सिर्जनशील सोचलाई उद्यम व्यवसायको रुपमा रुपान्तरण गरी तीव्र वृद्धिको सम्भावना भएको उद्यम हुनु पर्ने विशेषताहरु उल्लेख भएको छ ।

राष्ट्रिय स्टार्टअप उद्यम नीति, २०८० मा उद्योग वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रीको अध्यक्षतामा १९ सदस्यीय **नेपाल स्टार्टअप परिषद** रहने व्यवस्थाका साथै सो नीतिको उदेश्य प्राप्तिका लागि आवश्यक कार्यक्रमहरु सञ्चालन गर्न औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठानका कार्यकारी प्रमुखको संयोजकत्वमा ६ सदस्यीय **स्टार्टअप वोर्ड** रहने व्यवस्था रहेको छ । स्टार्टअप नीतिमा क्राउड फण्डिङ, गतिप्रदायक कार्यक्रम, प्राइभेट इक्विटी फण्ड, भेञ्चर क्यापिटल फण्ड, उद्यम संवर्द्धन केन्द्रको अवधारणा लाई थप स्पष्ट रुपमा परिभाषित गर्नुका साथै स्टार्टअप व्यवसायको प्राथमिकताका क्षेत्रहरुमा कृषि सिँचाइ तथा पशुपन्छीमा आधारित उद्यम, उत्पादनमूलक उद्यम, पर्यटन प्रवर्द्धन तथा मनोरञ्जन र अतिथि सत्कारसँग सम्बन्धित उद्यम, विज्ञान, प्रविधि सञ्चार तथा सूचना प्रविधिमा आधारित उद्यम लगायत **जम्मा १९ वटा क्षेत्रहरू** समावेश गरिएको छ ।

औद्योगिक व्यवसाय ऐन, २०७६ (संसोधित २०८१) को परिच्छेद २ दफा ४ (क) मा उद्योग दर्ता गर्ने निकायमा आवश्यक मापदण्ड पुरा गरेको उद्यम व्यवसायलाई **स्टार्टअप उद्यमको रुपमा दर्ता** गर्न सकिने प्रावधान रहेको छ । नेपाल सरकार वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयले स्टार्टअप उद्यमलाई सहुलियतपूर्ण कर्जा प्रवाह गर्नका लागि **"स्टार्टअप उद्यम कर्जा सञ्चालन कार्यविधि, २०८१"** लागु गरेको छ जसको कार्यान्वयन गर्ने निकाय औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठान भनी तोकिएको छ । नेपाल सरकारले आ.व. २०८१/८२ को नीति तथा कार्यक्रममा उद्यममा युवा सहभागिता बढाउन स्टार्टअप र नवप्रर्वतनका लागि Eco system विकास गरी उद्यमशील वातावरण सिर्जना गर्न स्टार्टअप वोर्ड गठन गर्ने विषयलाई समावेश गर्दै आ.व. २०८१/८२ को बजेटमा स्टार्टअप उद्यमीहरुको वित्तीय आवश्यकता सम्बोधन गर्न **१ अर्बको नेपाल स्टार्टअप कोष** खडा गरेको छ । औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठानले स्टार्टअप उद्यम कर्जाका लागि आवेदन दिएका मध्ये आ.व. २०८०/८१ मा १६५ वटा र आ.व. २०८१/८२ मा ६६१ वटा उद्यमलाई **३ प्रतिशत ब्याजदरमा अधिकतम २५ लाखसम्मको स्टार्टअप उद्यम कर्जा** सिफारिस गरेको छ ।

नेपाल सरकारको आ.व. **२०८२/८३ को बजेटमा** जेन्जी पुस्तालाई उद्यमशील र व्यावसायिक बनाउने उद्देश्यले सरकार, विश्वविद्यालय, र निजी क्षेत्रसँगको सहकार्यमा इनक्यूबेसन सेन्टर सञ्चालन गरिने तथा स्टार्टअप उद्यमीहरूलाई सीप विकास, व्यवसाय विस्तार, बजारीकरण, र मूल्य श्रृंखलामा आवश्यक प्राविधिक तथा सहुलियतपूर्ण सहयोग प्रदान गर्नका लागि ३ प्रतिशत ब्याजदरमा ऋण उपलब्ध गराउन रु.७३ करोड विनियोजन गरिएको छ । साथै बजेटमा स्टार्टअप व्यवसायमा काम गर्ने विशेषज्ञ तथा लगानीकर्तालाई निःशुल्क आवासीय भिसा र नेपालमा बसेर विदेशी कम्पनीको लागि रिमोर्ट वर्क गर्ने व्यक्तिलाई डिजिटल नोम्याड भिसा उपलब्ध गराउने व्यवस्था रहेको छ । दश करोडसम्मको वार्षिक कारोबार गर्ने स्टार्टअप व्यवसायलाई ५ वर्षसम्म आयकर नलाग्ने व्यवस्था रहेको छ ।

कोशी प्रदेशको आर्थिक वर्ष २०८२/८३ को वार्षिक बजेटमा युवामा रहेको नवीन ज्ञान, सिप र क्षमतालाई समृद्ध प्रदेश निर्माणमा उपयोग गरी इन्कुवेशन सेन्टरमार्फत अगाडि बढाउन निजी क्षेत्रसँग सहकार्य गर्ने, नवप्रर्वतनमा आधारित तुलनात्मक लाभ भएका वस्तु तथा सेवा उद्योगको स्थापनाका लागि सम्भाव्यता अध्ययन गर्ने तथा स्टार्टअप उद्यमीका लागि बिउ पुँजीको व्यवस्था गरी ग्रामीण क्षेत्रमा उद्यमशीलता विकास गर्न आवश्यक बजेट व्यवस्था गरिएको छ ।

परिच्छेद ३ : अनुसन्धान विधि

यस खण्डमा अध्ययनको समग्र प्रारुप, संरचना र प्रतिवेदन तयार पार्नका लागि अवलम्बन गरिएका सम्पूर्ण प्रक्रिया तथा विधिको व्याख्या गरिएको छ । यस अन्तर्गत अध्ययनलाई पूर्णता दिनका लागि अध्ययनको ढाँचा कस्तो बनाउने, कुन स्रोतबाट तथ्याङ्क प्राप्त गर्ने, प्राथमिक तथ्याङ्क सङ्कलन गर्न कुन विधि अवलम्बन गर्ने भन्ने विषयहरु उल्लेख गरिएको छ । त्यसैगरी, तथ्याङ्क सङ्कलन गरिने नमुना छनोटको विधि, तथ्याङ्क विश्लेषण विधिहरू : Descriptive Analysis र Statistical Analysis मध्ये कुन विधिलाई अवलम्बन गरी तथ्याङ्क विश्लेषण गरिएको छ भन्ने जस्ता विषय यस खण्डमा समावेश गरिएको छ ।

३.१ अध्ययन क्षेत्र

राष्ट्रिय स्टार्टअप नीति, २०८० अनुसार परिभाषित स्टार्टअप उद्यमलाई यस अध्ययनले समेटेको छ । स्टार्टअप उद्यमको परिभाषाले नसमेटेको अन्य उद्यमलाई यस अध्ययनले समेटेको छैन । कोशी प्रदेश अन्तर्गतका १० वटा जिल्लाहरू यस अध्ययनको क्षेत्र रहेका छन् । यस अध्ययनले कोशी प्रदेशका स्टार्टअप उद्यमहरूको क्षेत्र छनोट पहिचान गर्नुका साथै उद्यमहरूको वित्तीय, नियामकीय, बजार माग र प्रविधि प्रयोगको प्रवृतिलाई विश्लेषण गरिएको छ । स्टार्टअप उद्यमका लागि आवश्यक स्रोत, साधन र पूर्वाधारको पहुँचको अवस्था पहिचान गरिएको छ । स्टार्टअप उद्यमले स्थापना तथा सञ्चालनका क्रममा भोग्नुपरेका समस्याहरूको पहिचान गरी समस्या समाधानका उपायहरूका साथै व्यवसाय प्रवर्द्धनका लागि आवश्यक सुझावहरू प्रस्ताव गरिएको छ ।

३.२ अध्ययनको विधि/ढाँचा

अध्ययनमा तथ्याङ्क सङ्कलन गर्ने कार्यका लागि सर्वेक्षण ढाँचा (Survey Research Design) प्रयोग गरिएको छ । तथ्याङ्क सङ्कलनका लागि नमुना छनोटमा परेका स्टार्टअप उद्यमहरूबाट संरचित, अर्धसंरचित र खुला प्रश्नावलीमार्फत तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ । अध्ययन क्षेत्रको वस्तुस्थितिको जानकारी लिन, समस्या पहिचान गरी यथार्थ स्थितिको विश्लेषण गर्नका लागि व्याख्यात्मक पद्धति (Descriptive Research) र तथ्याङ्कशास्त्रीय पद्धति (Statistical Analysis) को अवलम्बन गरिएको छ ।

३.३ जनसंख्या निर्धारण, नमुना छनोट तथा तथ्याङ्क सङ्कलन

यस अध्ययनलाई आवश्यक पर्ने स्टार्टअप उद्यमको नमुना छनोट गर्ने प्रयोजनका लागि यस प्रदेशमा सञ्चालनमा रहेका उद्योगहरूलाई आधार मानिएको छ । उद्योग विभागको औद्योगिक तथ्याङ्क २०७९ र लघु घरेलु तथा साना उद्योग तथ्याङ्क २०७९/८० प्रतिवेदनबाट प्राप्त विवरणका आधारमा कोशी प्रदेशमा १० बर्षयता दर्ता भएका उद्योगहरूलाई जिल्लागत रुपमा वर्गीकरण गरिएको छ । समय, स्रोत-साधन आदिलाई मध्यनजर गर्दै सबैभन्दा धेरै जिल्लागत भाराङ्क प्राप्त गर्ने १० वटा जिल्लाहरूबाट मात्र नमुना सङ्कलन गरिएको छ । स्थलगत रुपमा तथ्याङ्क सङ्कलन गर्न नसकिएको उद्यमहरूसँग सञ्चार माध्यमद्वारा तथ्याङ्क तथा जानकारी प्राप्त गरिएको छ । कोशी प्रदेशमा सञ्चालनमा रहेका उद्योगको आधारमा

जिल्लागत उद्योगको नमुना निर्धारण गरिएता पनि राष्ट्रिय स्टार्टअप नीति २०८० अनुसार परिभाषित स्टार्टअप उद्यमलाई मात्र यस अध्ययनले समेटेको छ ।

यस अध्ययनलाई आवश्यक पर्ने स्टार्टअप उद्यमको नमुना छनोट गर्ने प्रयोजनका लागि औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठानमा स्टार्टअप उद्यम कर्जा सञ्चालन कार्यविधि, २०८० बमोजिम प्रतिष्ठानबाट मिति २०८० माघ १९ गतेदेखि २०८० फागुन १० गतेसम्म प्रस्ताव आह्वान गरिएकोमा दर्ता भएका सूचीलाई Population मानिएको छ । साथै, प्रस्तावहरूमध्ये योग्य प्रस्तावको सूचीमा सूचीकृत उद्यमलाई Target Population मानिएको छ । स्टार्टअप उद्योगको जनसंख्या निर्धारण नभएकोले Estimation of Sample Size for Unknown Population विधिको प्रयोग गरिएको छ । नमुना छनोट कार्यलाई वैज्ञानिक र पूर्वाग्रहरहित (Unbiased) बनाउन देहायबमोजिमको सुत्र प्रयोग गरिएको छ (Cochren, 1963)।

$$(n) = \frac{z^2 * pq}{e^2}$$

where,

n = sample size

z = z statistic score set as per the accepted error (α)

p = expected prevalence represented by a ratio of proportion

q = 1 - p

e = margin of error/desired level of precision

नमुना संख्या गणना

$$p = \frac{\text{Target Population}}{\text{Total Population}} = \frac{\text{Target Population}}{\text{Total Population}} = \frac{394}{1658} = 0.2376$$

q = 1-p = 1-0.2376 = 0.7623

e= 7%, i.e. margin of error 0.07

$$\text{Sample Size} = \frac{1.96^2 * 0.2376 * 0.7623}{0.07^2} = \ 142$$

(स्टार्टअप उद्यमको नमुना छनोटको लागि औद्योगिक व्यवसाय विकास प्रतिष्ठानमा स्टार्टअप कर्जाको लागि आवेदन दर्ता भएका र सर्टलिस्ट भएका संख्याको आधारमा P को मान निर्धारण गरिएको छ । e को मान Enterprise Surveys Sampling Methodology का आधारमा निर्धारण गरिएको छ । न्यूनतम आवश्यक नमुना १४२ भएता पनि कुल १६० उद्योगहरूबाट तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ । न्यूनतम आवश्यक नमुनाभन्दा बढि नमुना आकारले margin of error लाई ६.७ % मा घटाइ अनुमानहरूको शुद्धता वृद्धि गरी तथ्याङ्कीय निष्कर्षहरूको विश्वसनीयता थय सुदृढ बनाउन मद्दत गर्दछ ।)

तालिका ३.१ : जिल्लागत नमुना संख्या

क.सं.	जिल्ला	जिल्लागत भार (प्रतिशतमा)	नमुना संख्या
१	मोरङ	२३.१	३७
२	झापा	१९.३	३१
३	सुनसरी	१७.५	२८
४	इलाम	८.१	१३
५	उदयपुर	६.९	११
६	संखुवासभा	६.३	१०
७	धनकुटा	५.६	९
८	भोजपुर	४.४	७
९	खोटाङ	४.४	७
१०	सोलुखुम्बु	४.४	७
	जम्मा	**१००.०**	**१६०**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

अध्ययनको उद्देश्यसँग मेलखाने संरचित, अर्ध संरचित र खुला प्रश्नावलीका माध्यमबाट प्राथमिक तथ्याङ्क तथा सूचना प्राप्त गरिएको छ। त्यसैगरी व्यक्तिगत अवलोकन, सम्बन्धित सरोकारवाला निकायहरूः यस प्रदेशको उद्योग, कृषि तथा सहकारी मन्त्रालय, आर्थिक मामिला मन्त्रालय, स्थानीय जनप्रतिनिधि, बैंकिङ क्षेत्रका प्रतिनिधि, उद्योग वाणिज्य संघका प्रतिनिधि आदिसँग समुह केन्द्रित छलफल (Focus Group Discussion) का माध्यमबाट आवश्यक गुणात्मक र उद्देश्यपरक प्राथमिक तथा द्वितीय सूचना सङ्कलन गरिएको छ।

प्रश्नावलीलाई बढी यथार्थपरक र वस्तुनिष्ठ बनाउन फिल्ड सर्भेमा जानु अगावै प्रश्नावलीको पूर्व योग्यता परीक्षण गरी प्रश्नावलीको पूर्व परीक्षणबाट प्राप्त पृष्ठपोषण, सुझाव, प्रतिक्रिया आदिलाई आत्मसात गरी प्रश्नावली पुनरावलोकन गर्दै अन्तिम तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ। द्वितीय स्रोतका रुपमा संघीय र प्रादेशिक सम्बन्धित मन्त्रालयबाट उपलब्ध हुने तथ्याङ्क, अन्तर्राष्ट्रिय संघ-संस्थाका प्रकाशन, बुलेटिन, जर्नल, समाचार, यस अघि गरिएका अध्ययनका प्रतिवेदनहरू तथा विश्वविद्यालयबाट शैक्षिक उपाधि प्राप्तिका लागि गरिएका शोधपत्रहरूको उपयोग गरिएको छ।

३.४ तथ्याङ्कको प्रशोधन र प्रस्तुतीकरण

अध्ययन क्षेत्रबाट सङ्कलन गरिएका तथ्याङ्कहरूलाई पूर्ण रुप दिन प्रश्नावलीका उत्तरहरूलाई अक्षरांश अध्ययन गरी तथ्याङ्क प्रशोधन गरिएको छ। प्रशोधित तथ्याङ्कलाई Tabular, Bar Diagram, Pie Chart, Frequency Distribution आदिमा सरल र बुझ्न सजिलो हुने किसिमले प्रस्तुतीकरण गरिएको छ। कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यावसायिक क्षेत्र छनोटमा देखिने प्रमुख प्रवृत्ति, साधनहरूमा पहुँचको अवस्था र समस्याहरूको पहिचान गरी व्यवसायको प्रवर्द्धनका लागि सुझावहरू प्रस्ताव गरिएको छ। तथ्यहरूको विश्लेषण गर्न Descriptive and Inferential Method को प्रयोग गरिएको छ। कोशी प्रदेशको विविध भूगोलले (हिमाल, पहाड, तराई) कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्योगहरूको

व्यावसायिक क्षेत्र चयनमा भूमिका खेलिरहेको छ वा छैन भनी विश्लेषण गर्नका लागि Pearson Chi-square Test प्रयोग गरिएको छ ।

अध्ययनमा समेटिएका क्षेत्रगत उद्यमहरूका वित्तीय, नियामकीय, बजार माग र प्रविधि प्रयोग जस्ता आयमहरूको विश्लेषण गर्न Anova Analysis गरिएको छ । Anova Analysis अन्तर्गत उद्यमका विभिन्न आयाम र क्षेत्र छनोट बिचको सम्बन्धमा भिन्नता रहे नरहेको भनी विश्लेषण गरिएको छ ।

३.५ तथ्याङ्कको विश्लेषण

३.५.१ Chi Square Test

अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्योगहरूलाई पाँच वटा व्यावसायिक क्षेत्रमा (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) विभाजन गरिएको छ । कोशी प्रदेशको विविध भूगोलले (हिमाल, पहाड, तराई) कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्योगहरूको व्यावसायिक क्षेत्र चयनमा भूमिका खेलिरहेको छ वा छैन भनी विश्लेषण गर्नका लागि Pearson Chi-square Test प्रयोग गरिएको छ ।

(क) आश्रित चर (Dependent variable): यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्योगहरूको व्यावसायिक क्षेत्रलाई (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) आश्रित चरको रुपमा लिइएको छ ।

(ख) स्वतन्त्र चर (Independent variable): यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्योगहरूको भौगोलिक स्थानलाई (हिमाल, पहाड, तराई) स्वतन्त्र चरको रुपमा लिइएको छ ।

(ग) परिकल्पनाको निर्माण

Null Hypothesis (Ho) : कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र (कृषि, सूचना प्रविधि, निर्माण, सेवा, पर्यटन) छनोट कोशी प्रदेशको भौगोलिक स्थानसँग (हिमाल, पहाड, तराई) निर्भर छैन ।

Alternative Hypothesis(H_1) : कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र (कृषि, सूचना प्रविधि, निर्माण, सेवा, पर्यटन) छनोट कोशी प्रदेशको भौगोलिक स्थानसँग (हिमाल, पहाड, तराई) निर्भर छ ।

३.५.२ Anova Analysis

अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्योगहरूलाई पाँच वटा व्यावसायिक क्षेत्रमा (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) विभाजन गरिएको छ । अध्ययनमा समेटिएका क्षेत्रगत उद्यमहरूका विभिन्न आयमहरूको (बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग, र नियामक सम्बन्धी) विश्लेषण गर्न One Way Anova Analysis विधि प्रयोग गरिएको छ ।

(क) आश्रित चर (Dependent variable) : यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्योगका आयामहरू (बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग, र नियामक) आश्रित चरको रूपमा लिइएको छ ।

(ख) स्वतन्त्र चर (Independent variable): यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्योगहरूको व्यावसायिक क्षेत्रलाई (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) स्वतन्त्र चरको रुपमा लिइएको छ ।

(ङ) परिकल्पनाको निर्माण

Null Hypothesis (Ho): स्टार्टअप उद्यमको क्षेत्रले बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग, र नियामक सम्बन्धी आयामहरूको औसत मानमा कुनै महत्वपूर्ण भिन्नता पार्दैन ।

Alternative Hypothesis(H_1): स्टार्टअप उद्यमको क्षेत्रले कम्तीमा एक आयामको (बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग र नियामक सम्बन्धी) औसत मानमा महत्वपूर्ण भिन्नता पार्दछ ।

परिच्छेद ४ : तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण तथा विश्लेषण

४.१ स्टार्टअप उद्यमको विवरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमको स्थलगत सर्वेक्षण विधिबाट तथ्याङ्क तथा सूचना सङ्कलन गरी विश्लेषण गरिएको छ ।

४.१.१ स्टार्टअप उद्यमको जिल्लागत विवरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये मोरङ जिल्लाका ३७, झापा जिल्लाका ३१, सुनसरी जिल्लाका २८, इलाम जिल्लाका १३, उदयपुर जिल्लाका ११, संखुवासभा जिल्लाका १०, धनकुटा जिल्लाका ९ र सोलुखुम्बु, खोटाङ र भोजपुर जिल्लाका समान ७/७ वटा उद्यम रहेका छन् ।

तालिका ४.१ : स्टार्टअप उद्यमको जिल्लागत विवरण

क.सं.	जिल्ला	उद्यमको संख्या
१	मोरङ	३७
२	झापा	३१
३	सुनसरी	२८
४	इलाम	१३
५	उदयपुर	११
६	संखुवासभा	१०
७	धनकुटा	९
८	भोजपुर	७
९	खोटाङ	७
१०	सोलुखुम्बु	७
	जम्मा	**१६०**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.२ स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र छनोट

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० उद्यमहरूमा कृषि तथा वनजन्य, उत्पादनमूलक, सेवामूलक, पर्यटन र सूचना प्रविधि गरी ५ वटा व्यावसायिक क्षेत्र समावेश भएका छन् । क्षेत्रगत रुपमा कृषि तथा वनजन्य ६६ वटा, उत्पादनमूलक २९ वटा, सेवामूलक २८ वटा, पर्यटन २२ वटा र सूचना प्रविधि क्षेत्रका १५ वटा उद्यमहरू रहेका छन् । क्षेत्रगत रुपमा कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रको हिस्सा सबैभन्दा बढी ४१.३ प्रतिशत र सूचना प्रविधि क्षेत्रको सबैभन्दा कम ९.४ प्रतिशत रहेको छ । त्यसैगरी उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन र क्षेत्रको हिस्सा क्रमशः १८.१, १७.५ र १३.८ प्रतिशत रहेको छ ।

तालिका ४.२ ले कोशी प्रदेशमा उद्यमशीलताको विविधता र क्षेत्रगत प्राथमिकताहरू देखाउँदछ । अध्ययनमा समावेश १६० उद्यममध्ये कृषि तथा वनजन्य क्षेत्र सबैभन्दा ठुलो हिस्सा ओगटेको छ जसले प्रदेशको आर्थिक संरचनामा यसको महत्वलाई संकेत गर्दछ । उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन क्षेत्रले पनि उल्लेखनीय योगदान गरेको देखिन्छ भने सूचना प्रविधि क्षेत्रको प्रतिनिधित्व हाल सिमित रहेतापनि बढ्दो क्रममा रहेको देखिन्छ ।

तालिका ४.२ : स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र छनोट

क्र.सं.	क्षेत्र	संख्या	प्रतिशत
१	कृषि तथा वनजन्य	६६	४१.३
२	उत्पादनमूलक	२९	१८.१
३	सेवामूलक	२८	१७.५
४	पर्यटन	२२	१३.७
५	सूचना प्रविधि	१५	९.४
	जम्मा	**१६०**	**१००.०**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.३ भौगोलिक क्षेत्रका आधारमा स्टार्टअप उद्यम

अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा हिमाली क्षेत्रबाट १७ वटा (१०.६ प्रतिशत), पहाडी क्षेत्रबाट ३६ वटा (२२.५ प्रतिशत) र तराईका क्षेत्रबाट १०७ वटा (६६.९ प्रतिशत) व्यवसाय रहेका छन् । हिमाली क्षेत्रमा कृषि तथा वनजन्य उद्यमको हिस्सा सबैभन्दा बढी ५८.८ प्रतिशत रहेको छ । त्यसैगरी पर्यटन र उत्पादनमूलक उद्यमको हिस्सा क्रमशः ३५.३ प्रतिशत र ५.९ प्रतिशत रहेको छ भने सूचना प्रविधि र सेवामूलक उद्यमको प्रतिनिधित्व रहेको छैन । पहाडी जिल्लामा कृषि तथा वनजन्य उद्यमको हिस्सा सबैभन्दा बढी ७५ प्रतिशत रहेको छ भने पर्यटनको १९.४ प्रतिशत र उत्पादनमूलक र सेवामूलकको समान २.८ प्रतिशत हिस्सा रहेको छ । पहाडी क्षेत्रबाट पनि अध्ययनमा सूचना प्रविधि उद्यमको प्रतिनिधित्व रहेको छैन । तराईका जिल्लामा कृषि तथा वनजन्यको हिस्सा सबैभन्दा बढी २७.१ प्रतिशत रहेको छ भने उत्पादनमूलक र सेवामूलकको समान २५.२ प्रतिशत, सूचना प्रविधिको १४ प्रतिशत र पर्यटनको ८.४ प्रतिशत हिस्सा रहेको छ ।

इन्टरनेट सेवा, ऊर्जा आपूर्ति, प्राविधिक जनशक्ति र डिजिटल पूर्वाधारको अभावका कारण कोशी प्रदेशका हिमाली तथा पहाडी भू-भागहरूमा सूचना प्रविधिमा आधारित स्टार्टअपहरूको विकास नभएको देखिन्छ । तराई क्षेत्रमा तुलनात्मक रुपमा बलियो भौतिक पूर्वाधार, सुलभ बजार पहुँच र शिक्षित जनशक्तिको उपलब्धताका कारण स्टार्टअप उद्यमहरूमा क्षेत्रगत विविधता तथा नवप्रवर्तनको सम्भावना देखिन्छ ।

तालिका ४.३ : भौगोलिक क्षेत्रका आधारमा स्टार्टअप उद्यम

व्यावसायिक क्षेत्र	**भौगोलिक क्षेत्र**			
	हिमाल	**पहाड**	**तराई**	**जम्मा**
कृषि तथा वनजन्य	१०(५८.८%)	२७(७५%)	२९(२७.१%)	६६(४१.३%)
सूचना प्रविधि	०(०%)	०(०%)	१५(१४%)	१५(९.४%)
उत्पादनमूलक	१(५.९%)	१(२.८%)	२७(२५.२%)	२९(१८.१%)
सेवामूलक	०(०%)	१(२.८%)	२७(२५.२%)	२८(१७.५%)
पर्यटन	६(३५.३%)	७(१९.४%)	९(८.४%)	२२(१३.८%)
जम्मा	**१७(१००%)**	**३६(१००%)**	**१०७(१००%)**	**१६०(१००%)**

Pearson Chi2 = 52.80 Prob = 0.0000***

यस अध्ययनको परिकल्पनालाई परीक्षण गर्ने उद्देश्यले अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमहरूलाई पाँच वटा व्यावसायिक क्षेत्रमा (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) विभाजन गरिएको छ । कोशी प्रदेशको विविध भुगोलले (हिमाल, पहाड, तराई) स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यावसायिक क्षेत्र चयनमा भूमिका खेलिरहेको छ वा छैन भनी विश्लेषण गर्नका लागि Pearson Chi-square Test प्रयोग गरिएको छ ।

(क) आश्रित चर (Dependent variable)**:** यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यावसायिक क्षेत्रलाई (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) आश्रित चरको रुपमा लिइएको छ ।

(ख) स्वतन्त्र चर (Independent variable)**:** यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्यमहरूको भौगोलिक स्थानलाई (हिमाल, पहाड, तराई) स्वतन्त्र चरको रुपमा लिइएको छ ।

(ग) तथ्याङ्कशास्त्रीय औजारको चयन: Chi-square test विशेष गरी दुई categorical Variables बीच स्वतन्त्रता परीक्षण गर्न प्रयोग गरिन्छ। यसमा observed frequencies र expected frequencies बीचको भिन्नताका आधारमा परिकल्पना परीक्षण गरिन्छ । यस अध्ययनमा स्टार्टअप उद्यम र स्थान दुवै categorical variable भएका कारण Pearson Chi-square परीक्षण उपयुक्त रहेको छ ।

(**घ**) **Level Of Significance:** यस परिकल्पनाको परीक्षणका लागि level of significance ५% राखिएको छ । तसर्थ परिकल्पनाको परीक्षणका लागि चयन गरिएको तथ्याङ्कशास्त्रीय औजारबाट प्राप्त निष्कर्षलाई सम्पूर्ण जनसंख्यामा सामान्यीकरण गर्दा ९५ प्रतिशत सही (level of confidence) र ५ प्रतिशत नमुना छनोट गर्ने क्रममा भएको मानवीय त्रुटिका कारण गलत हुन सक्छन् ।

(ङ) परिकल्पना परीक्षण तथा नतिजा

Null Hypothesis (Ho) : कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) छनोट कोशी प्रदेशको भौगोलिक क्षेत्रसँग (हिमाल, पहाड, तराई) निर्भर छैन ।

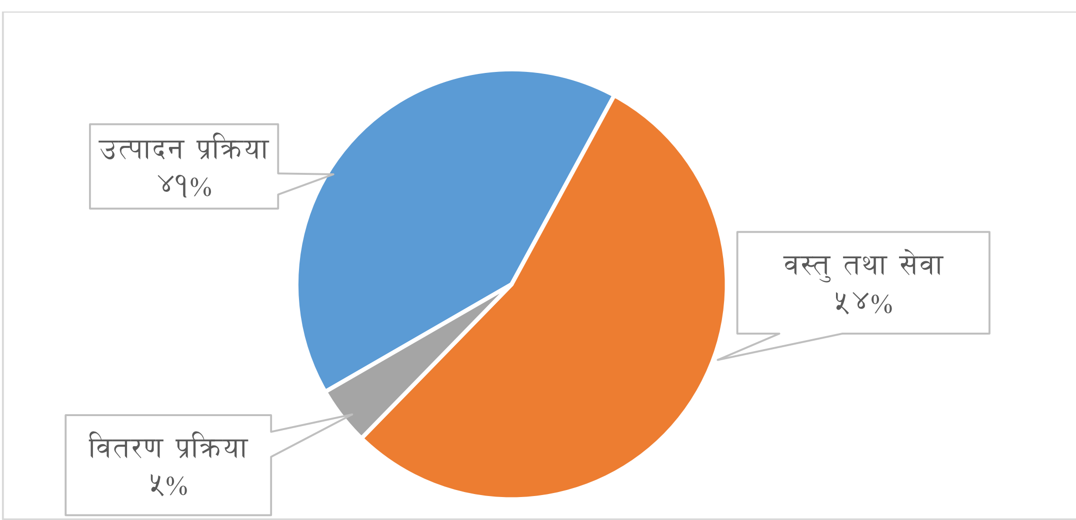
Alternative Hypothesis(H_1) : कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) छनोट प्रदेशको भौगोलिक स्थानसँग (हिमाल, पहाड, तराई) निर्भर छ ।

Pearson Chi-square test ($\chi^2 = 41.57$, $p < .001$) को नतिजाले कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) छनोट प्रदेशको भौगोलिक स्थानसँग (हिमाल, पहाड, तराई) निर्भर छैन भन्ने Null Hypothesis अस्वीकृत भएको छ । अर्थात्, स्टार्टअप व्यवसायको क्षेत्र छनोट भौगोलिक क्षेत्रसँग सम्बन्धित छ। हिमाली र पहाडी क्षेत्रमा कृषि तथा वनजन्य र पर्यटन उद्यम बढी छन् भने तराई क्षेत्रमा व्यवसायको विविधता बढी देखिन्छ ।

४.१.४ स्टार्टअप उद्यममा प्रयोगमा भएको नवीनतम सोच

अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यमहरू मध्ये वस्तु तथा सेवामा ५४ प्रतिशत, उत्पादन प्रक्रियामा ४१ प्रतिशत र वितरण प्रक्रियामा ५ प्रतिशत व्यवसायले नवीन सोच तथा नवप्रवर्तनको प्रयोग गरेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.१ : स्टार्टअप उद्यममा प्रयोगमा भएको नवीनतम सोच

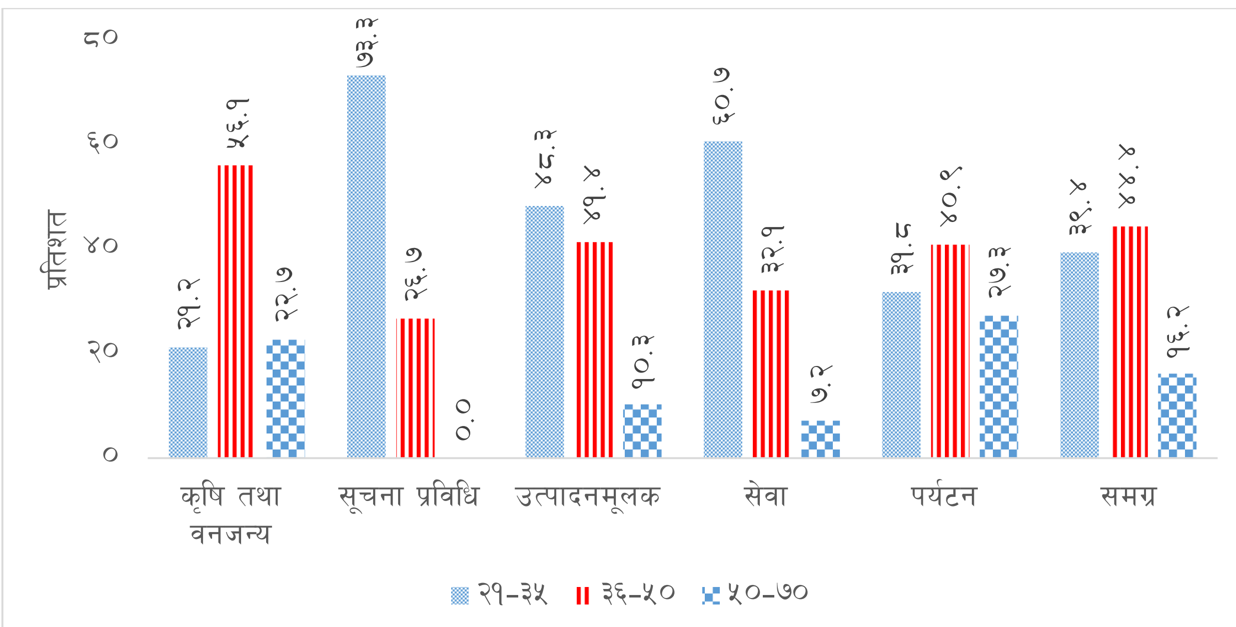


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.५ उमेरका आधारमा स्टार्टअप उद्यमीहरूको विवरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका स्टार्टअप उद्यममा न्यूनतम २१ वर्षदेखि अधिकतम ७० वर्षसम्मका उद्यमीहरू संलग्न रहेको देखिन्छ । २१ देखि ३५ वर्ष उमेर समूहका ३९.३ प्रतिशत, ३६ देखि ५० वर्ष उमेर समूहका ४४.४ प्रतिशत र ५० देखि ७० वर्ष उमेर समूहका १६.२ प्रतिशत उद्यमी रहेका छन् । २१ देखि ३५ वर्ष उमेर समूहका उद्यमीमध्ये सबैभन्दा बढी सूचना प्रविधि क्षेत्रमा ७३.३ प्रतिशत र सबैभन्दा कम कृषि क्षेत्रमा २१.२ प्रतिशत उद्यमी संलग्न रहेको देखिन्छ । यो प्रवृत्तिले युवा पुस्ताले डिजिटल र प्रविधि-केन्द्रित उद्यममा उच्च रुचि राखेको देखाउँदछ । ३६ देखि ५० वर्ष उमेर समूहका उद्यमी सबैभन्दा बढी कृषि क्षेत्रमा ५६.१ प्रतिशत र सबैभन्दा कम सूचना प्रविधि क्षेत्रमा २६.७ प्रतिशत आवद्ध रहेको देखिन्छ । साथै ५० देख ७० वर्ष उमेर समूहका सबैभन्दा बढी २७.३ प्रतिशत पर्यटन क्षेत्रमा रहेको देखिन्छ भने सूचना प्रविधि क्षेत्रमा यो उमेर समूहको कुनै पनि संलग्नता रहेको देखिदैन ।

चार्ट नं. ४.२ : उमेरका आधारमा स्टार्टअप उद्यमीहरूको विवरण

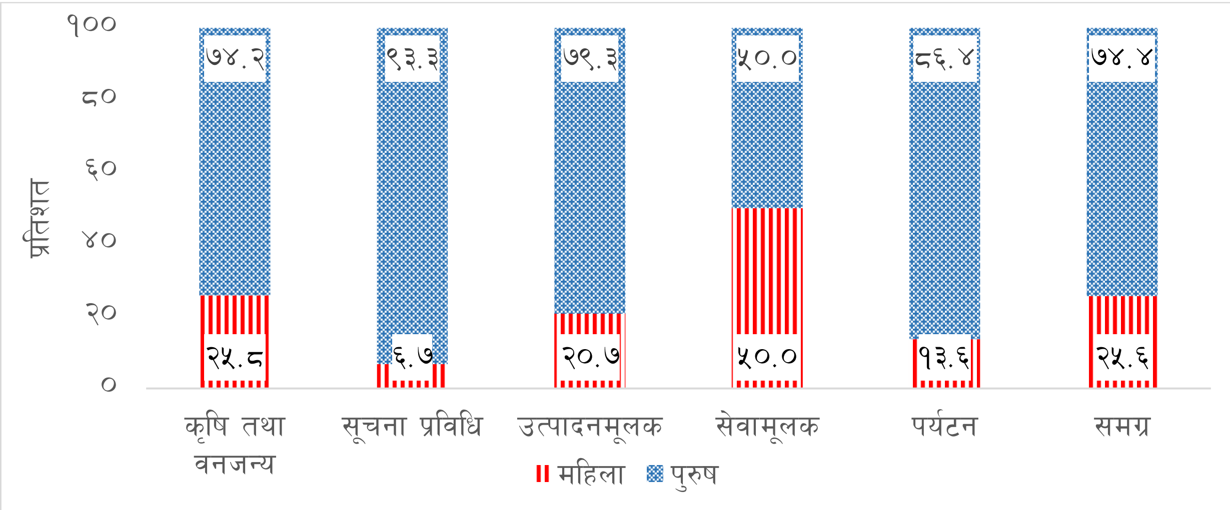


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.६ लैङ्गिक आधारमा उद्यमीको विवरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा ७४.४ प्रतिशत पुरुष र २५.६ प्रतिशत महिला उद्यमी रहेको देखिन्छ । सेवामूलक उद्यममा सबैभन्दा बढी ५० प्रतिशत महिला सहभागिता रहेको देखिन्छ भने सूचना प्रविधि क्षेत्रमा सबैभन्दा कम ६.७ प्रतिशत महिला सहभागिता रहेको देखिन्छ । कृषि तथा वनजन्य, उत्पादनमूलक र पर्यटन क्षेत्रमा महिला सहभागिता क्रमश : २५.८ प्रतिशत, २०.७ प्रतिशत र १३.६ प्रतिशत रहेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.३ : लैङ्गिक आधारमा उद्यमीको विवरण

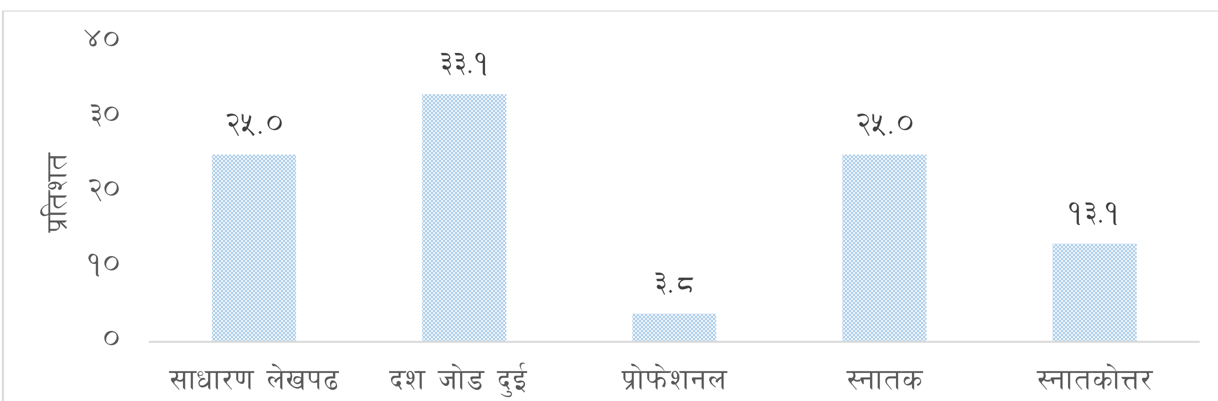


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.७ स्टार्टअप उद्यमीको शैक्षिक योग्यता

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमी मध्ये सबैभन्दा बढी ३३.१ दश जोड दुईसम्मको अध्ययन र सबैभन्दा कम ३.८ प्रतिशतले प्रोफेशनल डिग्रीको योग्यता हासिल गरेको देखिन्छ । साधारण लेखपढ र स्नातक तहको शैक्षिक योग्यता हासिल गर्ने उद्यमीको संख्या समान २५ प्रतिशत रहेको छ भने १३.१ प्रतिशतले स्नातकोत्तर तह सम्मको शैक्षिक योग्यता हासिल गरेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.४ : शैक्षिक योग्यताका आधारमा स्टार्टअप उद्यमीको विवरण



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रमा साधारण लेखपढ, दश जोड दुई, स्नातक र स्नातकोत्तर योग्यता हासिल गर्नेको संख्या क्रमश: ३६.४ प्रतिशत, ३४.८ प्रतिशत, १६.७ प्रतिशत र १२.१ प्रतिशत रहेको छ भने प्रोफेशनल डिग्री हासिल गर्नेको संख्या शुन्य प्रतिशत रहेको छ। सूचना प्रविधि क्षेत्रमा दश जोड दुई, प्रोफेशनल, स्नातक र स्नातकोत्तर योग्यता हासिल गर्नेको संख्या क्रमश : २० प्रतिशत, ६.७ प्रतिशत, ५३.३ प्रतिशत र २० प्रतिशत रहेको छ भने साधारण लेखपढ मात्र गर्नेको

संख्या शुन्य प्रतिशत रहेको छ। उत्पादनमूलक क्षेत्रमा साधारण लेखपढ, दश जोड दुई, प्रोफेशनल, स्नातक र स्नातकोत्तर योग्यता हासिल गर्नेको संख्या क्रमश : २०.७ प्रतिशत, ३१ प्रतिशत, ६.९ प्रतिशत , ३१.० प्रतिशत र १०.४ प्रतिशत रहेको छ। सेवामूलक क्षेत्रमा साधारण लेखपढ, दश जोड दुई, प्रोफेशनल, स्नातक र स्नातकोत्तर योग्यता हासिल गर्नेको संख्या क्रमश : १०.७ प्रतिशत, २८.६ प्रतिशत, १०.७ प्रतिशत, ३२.१ प्रतिशत र १७.९ प्रतिशत रहेको छ। त्यसैगरी पर्यटन क्षेत्रमा साधारण लेखपढ, दश जोड दुई, स्नातक र स्नातकोत्तर योग्यता हासिल गर्नेको संख्या क्रमशः ३१.८ प्रतिशत, ४५.५ प्रतिशत, १३.६ प्रतिशत र ९.१ प्रतिशत रहेको छ भने प्रोफेशनल डिग्री हासिल गर्नेको संख्या शुन्य प्रतिशत रहेको छ।

तालिका ४.४ : क्षेत्रगत रुपमा शैक्षिक योग्यताका आधारमा स्टार्टअप उद्यमीको विवरण (प्रतिशतमा)

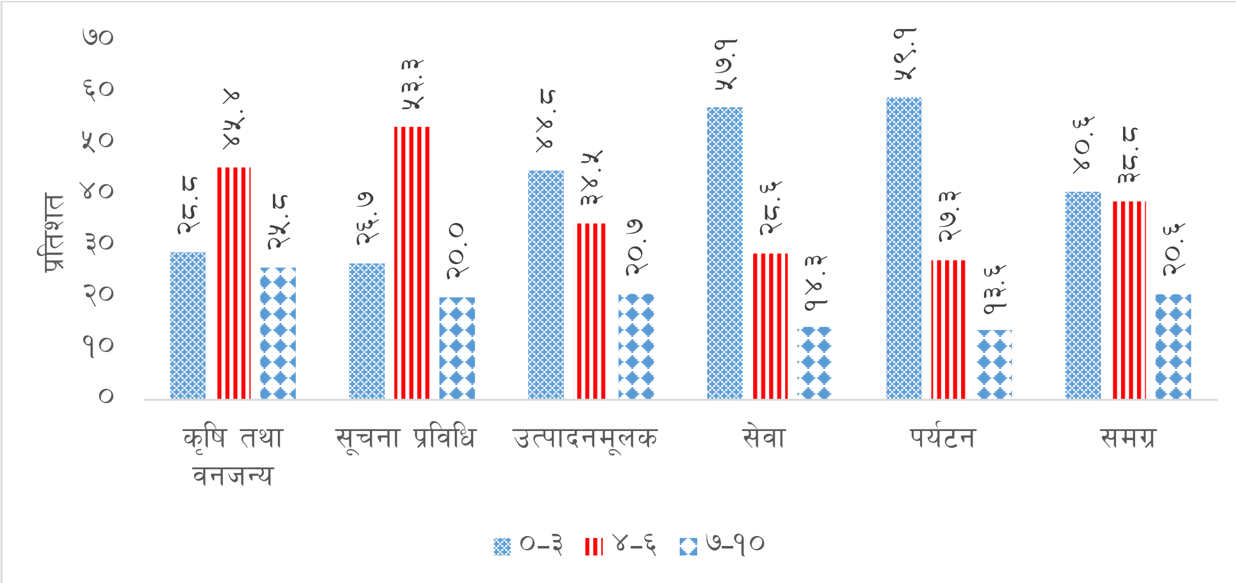
अध्ययन/क्षेत्र	कृषि तथा वनजन्य	सूचना प्रविधि	उत्पादनमूलक	सेवामूलक	पर्यटन
साधारण लेखपढ	३६.४	०.०	२०.७	१०.७	३१.८
दश जोड दुई	३४.८	२०.०	३१.०	२८.६	४५.५
प्रोफेशनल	०.०	६.७	६.९	१०.७	०.०
स्नातक	१६.७	५३.३	३१.०	३२.१	१३.६
स्नातकोत्तर	१२.१	२०.०	१०.४	१७.९	९.१

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.८ स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन अवधि

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमलाई सञ्चालन अवधिका आधारमा वर्गीकरण गर्दा ३ वर्षसम्मका ४०.६ प्रतिशत, ४ देखि ६ वर्षका ३८.८ प्रतिशत र ७ देखि १० वर्षका २०.६ प्रतिशत उद्यम रहेका छन्। ३ वर्ष सम्म सञ्चालन अवधि भएको उद्यम क्षेत्रमा सबैभन्दा बढी पर्यटन क्षेत्रमा ५९.१ प्रतिशत रहेको छ भने सबैभन्दा कम सूचना प्रविधि क्षेत्रका २६.७ प्रतिशत उद्यमहरू रहेको देखिन्छ। साथै ४ देखि ६ वर्ष सञ्चालन अवधि भएको उद्यममा सबैभन्दा बढी सूचना प्रविधि क्षेत्रका ५३.३ प्रतिशत र सबैभन्दा कम पर्यटन क्षेत्रका २७.३ प्रतिशत उद्यमहरू रहेको देखिन्छ। ७ देखि १० वर्ष सञ्चालन अवधि भएका स्टार्टअप उद्यमहरूमा सबैभन्दा बढी कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका २५.८ प्रतिशत र सबैभन्दा कम पर्यटन क्षेत्रका १३.६ प्रतिशत उद्यमहरू रहेको देखिन्छ। सूचना प्रविधि क्षेत्रमा संलग्न उद्यमीहरूले कोभिड १९ लाई उद्यमशीलता विकासको अवसरको रुपमा लिएको देखिन्छ।

चार्ट नं. ४.५ स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन अवधि

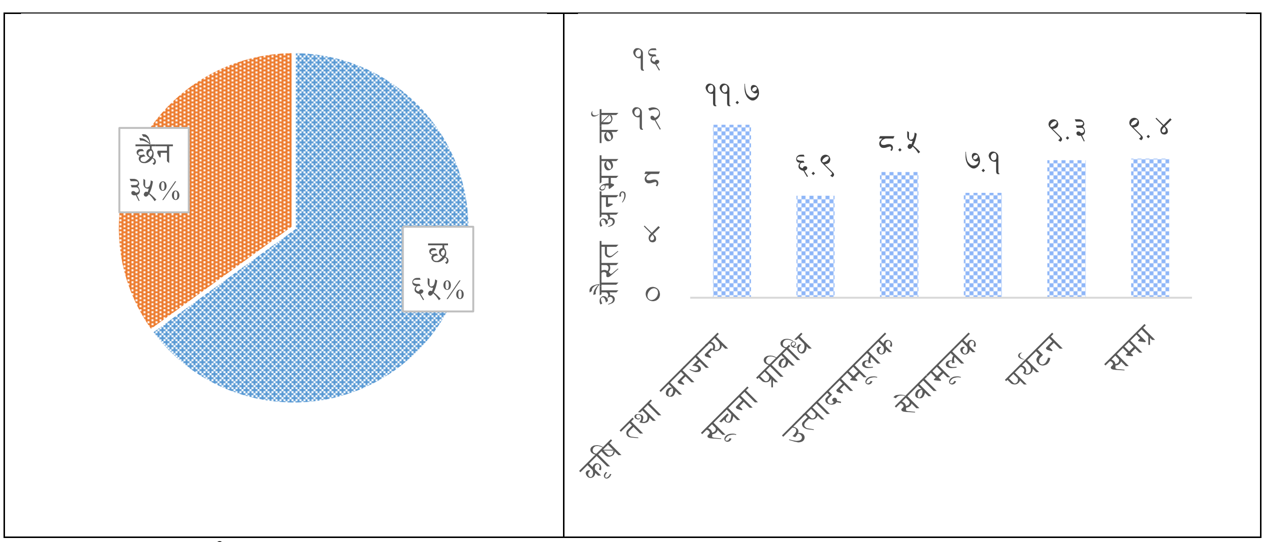


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.९ स्टार्टअप उद्यमीको सम्बन्धित क्षेत्रमा अनुभव

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा संलग्न उद्यमी मध्ये ६५ प्रतिशतको सम्बन्धित क्षेत्रमा पूर्व अनुभव रहेको देखिन्छ भने ३५ प्रतिशत उद्यमीको सम्बन्धित क्षेत्रमा पूर्व अनुभव नरहेको देखिन्छ । सम्बन्धित क्षेत्रमा अनुभव भएका उद्यमीहरू मध्ये कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका स्टार्टअप उद्यमीको औसत अनुभव सबैभन्दा बढी ११.७ वर्ष रहेको छ भने सूचना प्रविधि क्षेत्रका उद्यमीको औसत अनुभव सबैभन्दा कम ६.९ वर्ष रहेको छ । समग्रमा उद्यमीहरूको औसत अनुभव ९.४ वर्ष रहेको छ ।

चार्ट ४.६ : स्टार्टअप उद्यमीको सम्बन्धित क्षेत्रमा पूर्व अनुभव

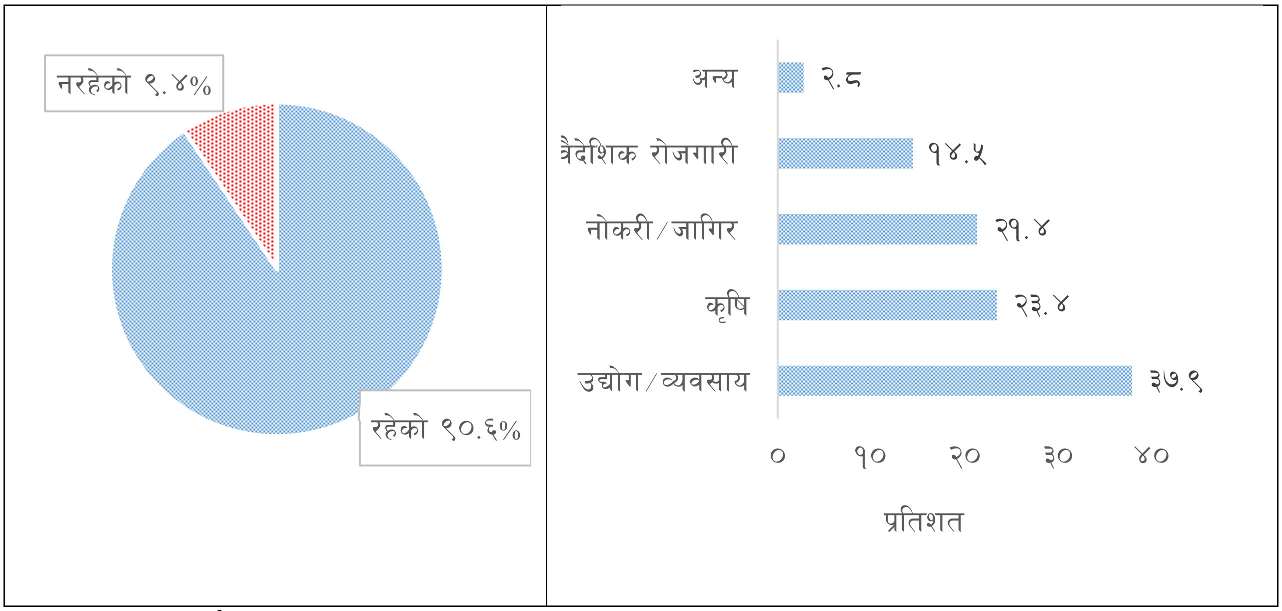


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.१० स्टार्टअप उद्यमीको पूर्व व्यावसायिक संलग्नता

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा संलग्न उद्यमी मध्ये ९०.६ प्रतिशत उद्यमी यस अघि कुनै न कुनै व्यवसायमा संलग्न रहेको देखिन्छ भने ९.४ प्रतिशत उद्यमी कुनै पनि व्यवसायमा संलग्न नरहेको देखिन्छ । पूर्व व्यावसायिक संलग्नता भएका उद्यमीहरू मध्ये ३७.९ प्रतिशत उद्योग/व्यवसाय, २३.४ प्रतिशत कृषि, २१.४ प्रतिशत नोकरी/जागिर, १४.५ प्रतिशत वैदेशिक रोजगारी र २.८ प्रतिशत अन्य पेशा/व्यवसायमा संलग्न रहेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.७ : स्टार्टअप उद्यमीको पूर्व व्यावसायिक संलग्नता



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.११ स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र छनोटको कारण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा संलग्न उद्यमीहरू मध्ये ५१.७ प्रतिशतले आफ्नो सिप तथा रुचि, ४०.७ प्रतिशतले बजारको माग, ३.४ प्रतिशतले आफ्नो वित्तीय क्षमता र ४.२ प्रतिशतले अन्य कारणले सो व्यावसायिक क्षेत्र छनोट गरेको देखिन्छ ।

तालिका ४.५ व्यावसायिक क्षेत्र छनोटको कारण

क.स.	विवरण	प्रतिशत
१	आफ्नो सिप /रुचि	५१.७
२	बजारको माग	४०.७
३	वित्तीय क्षमता	३.४
४	अन्य	४.२

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.१२ स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन गर्ने प्रमुख उत्प्रेरणा

यस अध्ययनमा समावेश भएका स्टार्टअप उद्यमहरूलाई व्यवसाय सञ्चालन गर्न उत्प्रेरित गर्ने कारणहरूमा ३७.१ प्रतिशतले आत्मनिर्भर बन्ने इच्छा, २५.८ प्रतिशतले समाजमा योगदान गर्ने चाहना, २५.१ प्रतिशतले नयाँ अवसर, ७.९ प्रतिशतले रोजगारीको अभाव र ४.१ प्रतिशतले अन्य कारण उल्लेख गरेको देखिन्छ ।

तालिका ४.६ स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन गर्ने प्रमुख उत्प्रेरणा

क्र.स.	विवरण	प्रतिशत
१	आत्मनिर्भर बन्ने इच्छा	३७.१
२	समाजमा योगदान गर्ने चाहना	२५.८
३	नयाँ अवसर	२५.१
४	रोजगारीको अभाव	७.९
५	सरकारी नीति तथा अनुदान	०
६	अन्य	४.१

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.१३ स्टार्टअप उद्यम सञ्चालनका लागि स्थान चयन

अध्ययनमा समावेश भएका स्टार्टअप उद्यमीहरूले आफ्नो उद्यम/व्यवसाय सञ्चालन गर्नका लागि सम्बन्धित स्थान छनोट गर्नुको कारणहरूमा ५५.६ प्रतिशतले स्थानीय बासिन्दा, २०.९ प्रतिशतले स्रोत तथा साधनको उपलब्धता, १५.६ प्रतिशतले बजार, ७.१ प्रतिशतले पूर्वाधार र ०.९ प्रतिशतले अन्य कारणलाई आधार बनाएको देखिन्छ ।

तालिका ४.७ : स्टार्टअप उद्यम सञ्चालन गर्न सो स्थान चयन गर्नुको कारण

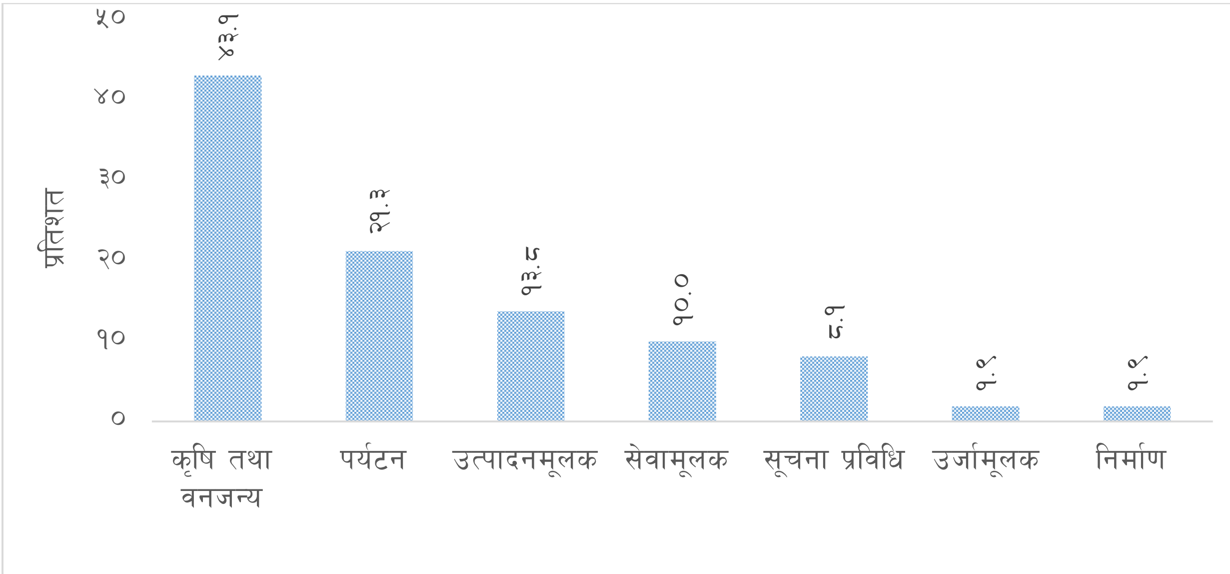
क्र.स.	विवरण	प्रतिशत
१	स्थानीय बासिन्दा	५५.६
२	स्रोत साधनको उपलब्धता	२०.९
३	बजार	१५.६
४	पूर्वाधार	७.१
५	अन्य	०.९

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.१.१४ कोशी प्रदेशमा उच्च व्यावसायिक सम्भावना रहेको क्षेत्र

अध्ययनमा समावेश भएका स्टार्टअप उद्यमीहरू मध्ये ४३.१ प्रतिशतले कृषि तथा वनजन्य, २१.३ प्रतिशतले पर्यटन, १३.८ प्रतिशतले उत्पादनमूलक, १० प्रतिशतले सेवामूलक, ८.१ प्रतिशतले सूचना प्रविधि, समान १.९ प्रतिशतले उर्जामूलक र निर्माण क्षेत्रलाई कोशी प्रदेशको उच्च व्यावसायिक सम्भावना रहेको क्षेत्रको रुपमा राखेको देखिन्छ । कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमीहरूबाट प्राप्त प्रतिक्रियाअनुसार कृषि तथा पर्यटन क्षेत्रहरूलाई उच्च सम्भावनायुक्त क्षेत्रको रूपमा मूल्याङ्कन गरिएको छ भने प्रविधिमूलक र पूर्वाधारमूलक क्षेत्रले तुलनात्मक रूपमा कम प्राथमिकता पाएको देखिन्छ ।

चार्ट ४.८ : कोशी प्रदेशमा उच्च व्यावसायिक सम्भावना रहेको क्षेत्र



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

बक्स ४ : खेतीपाती अर्गानिक्स

धनकुटा जिल्लाको धनकुटा नगरपालिका वडा नं.३ मा महिला उद्यमी प्रकृति गौतमको नेतृत्वमा वि.स.२०७९ साल देखि सञ्चालनमा रहेको खेतीपाती अर्गानिक्स प्रा.लि.को सञ्चालक तथा कामदारहरूमा महिलाहरूको बाहुल्यता रहेको छ । कम्पनीमा ५ करोड रुपैयाँ स्वपुँजी र बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट ५ करोड रुपैयाँ ऋण गरी कुल १० करोड रुपैयाँ लगानी रहेको छ ।

कम्पनीले स्थानीय किसानहरूसँग सहकार्य गरी स्थानीय स्तरमा उत्पादन भएका फलफूल, तरकारी, जडीबुटी तथा मसलालाई किसानहरूबाट खरिद गरी डिहाइड्रेड (सुख्खा) बनाउनको लागि प्रशोधन गर्ने गरेको छ । यसरी प्रशोधित वस्तु प्याकेजिङ्ग गरी बिक्री वितरणका लागि बजारमा पठाउने गरेको छ । उत्कृष्ट गुणस्तर र प्राकृतिक पौष्टिकता सुनिश्चित गर्नका लागि सावधानीपूर्वक हातले छनोट गरेर प्रशोधन गरी तयार भएका वस्तुहरूको राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा अत्यधिक माग रहेको छ। अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा अमेरिका, अष्ट्रेलिया, कतार लगायतका देशहरूमा उत्पादित वस्तुहरूको निर्यात भइरहेको देखिन्छ। कम्पनीले पर्वतारोहीहरूका लागि आवश्यक पर्ने पौष्टिक तत्वले भरिपूर्ण **The Laughing Sherpa** ब्राण्डको तयारी खानेकुरा समेत उत्पादन गरिरहेको छ ।

आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा कम्पनीले २ करोड रुपैयाँ बराबरको बिक्री आम्दानी गरी २० लाख रुपैयाँ मुनाफा आर्जन गरेको देखिन्छ । हाल कम्पनीले १८ जना महिला र ७ जना पुरुष गरी जम्मा २५ जनालाई प्रत्यक्ष रोजगारी प्रदान गरिरहेको छ। कम्पनीले किसानहरूको उत्पादनको न्यायपूर्ण मूल्य सुनिश्चितता प्रदानका अतिरिक्त महिला सशक्तीकरण, उद्यमशिलता विकास, आधुनिक कृषि प्रविधि र बजार सम्बन्धि प्रशिक्षण लगायतका विभिन्न कार्यक्रमहरू सञ्चालन गरिरहेको छ ।

कम्पनीले चिस्यान केन्द्र स्थापनाका लागि सरकारबाट ४० लाख रुपैयाँ अनुदान प्राप्त गरेको देखिन्छ। कम्पनीले सुरुवाती चरणमा सहुलियतपूर्ण कर्जामा ब्याज अनुदान प्राप्त गरेतापनि लामो समयदेखि सरकारबाट ब्याज अनुदानको रकम प्राप्त नभएकोले कम्पनीको नगद प्रवाहमा प्रत्यक्ष असर गरेको देखिन्छ । बिगतमा चिस्यान केन्द्र बापत्को विद्युत महशुलमा सहुलियत प्राप्त भएतापनि चालु आर्थिक वर्षमा सो सुविधा पनि कम्पनीले प्राप्त नगरेको देखिन्छ । कम्पनीले कच्चा पदार्थ र दक्ष जनशक्तिको अभावका कारण माग अनुसारको उत्पादन गर्न सकिरहेको छैन । कृषि क्षेत्रमा विकराल रुपमा रहेको बाँदरको समस्या समाधान नभएमा स्थानीय कृषकहरू कृषि पेशाबाट पलायन हुने हुँदा कम्पनीले कच्चा पदार्थको अभाव अझ बढी खेप्नुपर्ने देखिन्छ ।

स्थानीय स्तरमा उत्पादन हुने फलफूल, तरकारी, जडीबुटी तथा मसलाको उत्पादनमा वृद्धि गरी पूर्ण क्षमतामा उद्योग सञ्चालन हुनसके रोजगारीमा वृद्धि हुने, आन्तरिक मागलाई परिपुर्ति गर्नुका साथै विदेशमा समेत निर्यात वृद्धि गरी थप विदेशी मुद्रा आर्जन गर्न सकिने देखिन्छ। नेपाली उत्पादनको बजार नेपाली डायस्पोरामा मात्र सिमित रहेकोमा अन्तर्राष्ट्रिय मेला महोत्सवमा नेपाली उत्पादनहरूलाई समेत सहभागी गराउन सरकारले पहल गरेमा नेपाली उत्पादनहरूको अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा बजारीकरण सहज हुने देखिन्छ ।

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण, तस्विर : प्रकृति गौतम

४.२ स्रोत साधन र पूर्वाधारमा पहुँचको अवस्था

४.२.१ स्वामित्वका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ९४ वटा एकल, ४८ वटा प्राइभेट लिमिटेड (प्रा.लि.) र १८ वटा संयुक्त स्वामित्वमा सञ्चालनमा रहेको देखिन्छ । कृषि तथा वनजन्य, उत्पादनमूलक र सेवामूलक क्षेत्रमा एकल स्वामित्वका उद्यम बढी रहेको देखिन्छ भने सूचना प्रविधि र पर्यटन क्षेत्रमा प्रा.लि. बढी रहेको देखिन्छ ।

तालिका ४.८ : स्वामित्वका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण

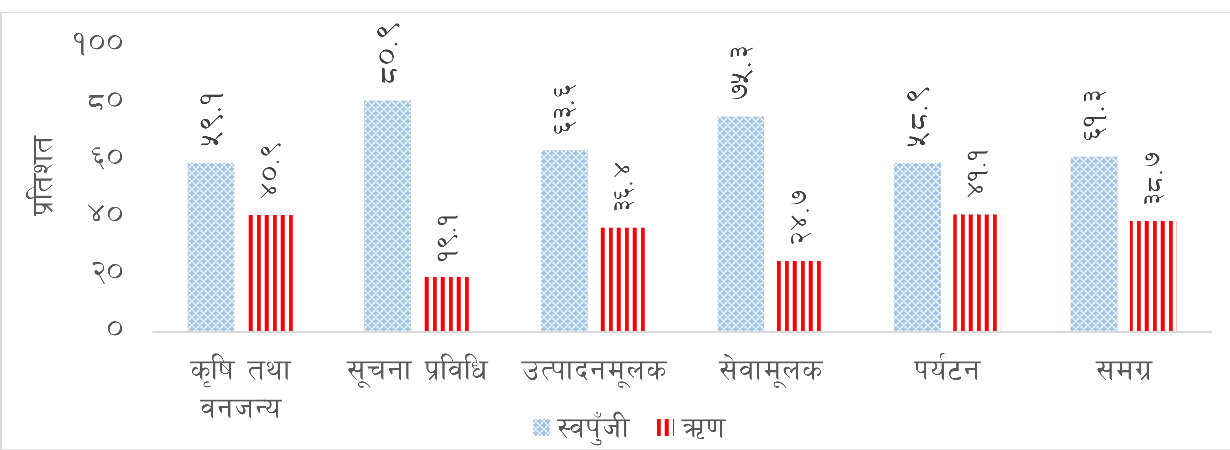
क्षेत्र	एकल	प्रा.लि	संयुक्त
कृषि तथा वनजन्य	४७	१४	५
सूचना प्रविधि	६	८	१
उत्पादनमूलक	१९	७	३
सेवामूलक	१३	९	६
पर्यटन	९	१०	३
जम्मा	**९४**	**४८**	**१८**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.२.२ स्टार्टअप उद्यमको लगानी संरचना

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यममा कुल लगानी रु.२ अर्ब ५६ करोड रहेको छ । लगानी रकममा ३८.७ प्रतिशत हिस्सा ऋणको रहेको छ भने ६१.३ प्रतिशत हिस्सा स्वपुँजीको रहेको छ । ७५ वटा (४६.९ प्रतिशत) स्टार्टअप उद्यमले शतप्रतिशत लगानी स्वपुँजीबाट गरेको देखिन्छ भने ८५ वटा (५३.१ प्रतिशत) स्टार्टअप उद्यमले बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट कर्जा लिएको देखिन्छ । त्यसैगरी ३१ वटा स्टार्टअप उद्यमले सरकारी अनुदान प्राप्त गरेको देखिन्छ । क्षेत्रगत आधारमा पर्यटन क्षेत्रमा ऋणको हिस्सा सबैभन्दा बढी ४१.१ प्रतिशत रहेको छ भने सूचना प्रविधि क्षेत्रमा ऋणको हिस्सा सबैभन्दा कम १९.१ प्रतिशत रहेको छ ।

चार्ट ४.९ : स्टार्टअप उद्यमको लगानी संरचना



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.२.३ स्टार्टअप उद्यममा परामर्श सेवा

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ९४ वटा उद्यमले व्यवसाय सञ्चालनका लागि परामर्श सेवा प्राप्त गरेको देखिन्छ भने ६६ वटा उद्यमले व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा कुनै किसिमको परामर्श सेवा प्राप्त गरेको देखिदैन ।

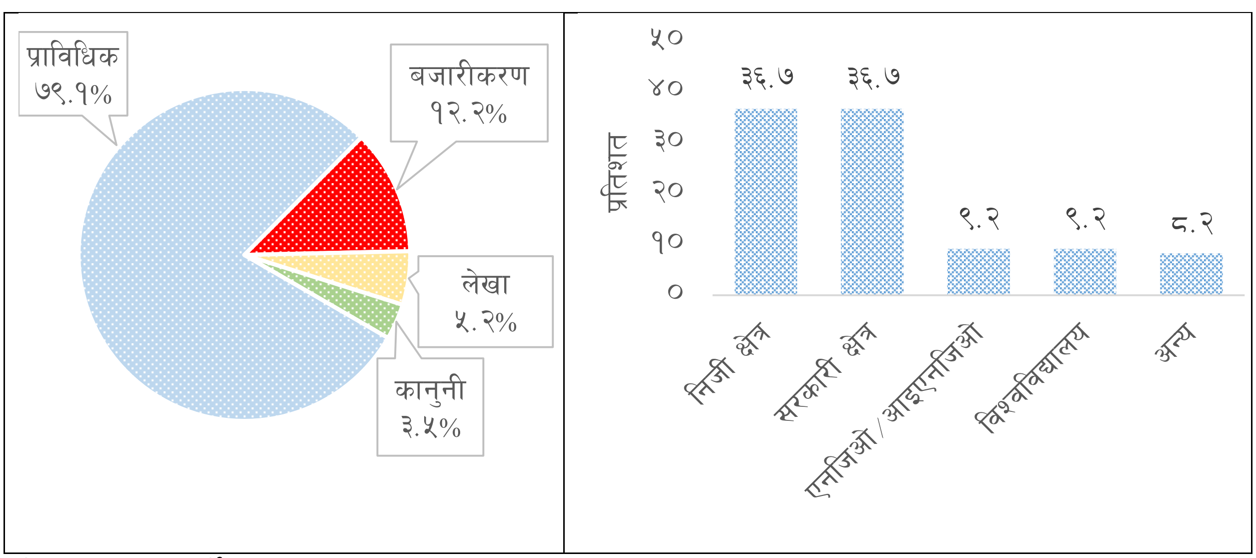
तालिका ४.९ : परामर्श सेवाको आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण

क्षेत्र	परामर्श सेवा प्राप्त गर्ने	परामर्श सेवा प्राप्त नगर्ने
कृषि तथा वनजन्य	४३	२३
सूचना प्रविधि	७	८
उत्पादनमूलक	१४	१५
सेवामूलक	२०	८
पर्यटन	१०	१२
जम्मा	**९४**	**६६**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

सेवामूलक उद्यममा सबैभन्दा बढी ७१.४ प्रतिशतले परामर्श सेवा प्राप्त गरेका छन् भने पर्यटन क्षेत्रमा सबैभन्दा कम ४५.४ प्रतिशतले परामर्श सेवा प्राप्त गरेका छन् । व्यवसाय सञ्चालनका लागि परामर्श सेवा प्राप्त गर्ने उद्यम मध्ये ७९.१ प्रतिशत प्राविधिक , १२.२ प्रतिशतले बजारीकरण, ५.२ प्रतिशतले लेखा र ३.५ प्रतिशतले कानूनी परामर्श प्राप्त गरेका छन् । परामर्श सेवा प्राप्त गर्ने उद्यमहरू मध्ये निजी क्षेत्रबाट र सरकारी क्षेत्रबाट समान ३६.७ प्रतिशतले, एनजिओ/आइएनजिओ र विश्वविद्यालयबाट समान ९.२ प्रतिशत र अन्य निकायबाट ८.२ प्रतिशतले परामर्श सेवा प्राप्त गरेका छन् ।

चार्ट ४.१० : परामर्श सेवाका प्रकार र स्रोत



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.२.४ सरकारी अनुदान/सुविधा प्राप्तिका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ६५ वटा (४०.६ प्रतिशत) उद्यमले सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छन् भने ९५ वटा (५९.४ प्रतिशत) उद्यमले कुनै पनि सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छैनन् ।

तालिका ४.१० : सरकारी अनुदान/सुविधा प्राप्तिका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण

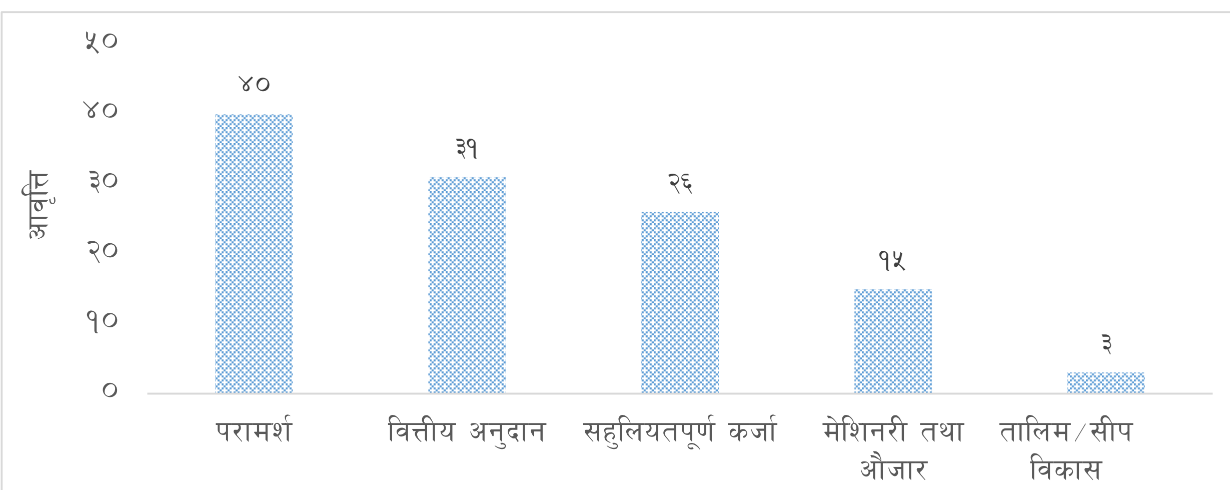
क्षेत्र	अनुदान/सुविधा प्राप्त गर्ने	अनुदान/सुविधा प्राप्त नगर्ने
कृषि तथा वनजन्य	४७	१९
सूचना प्रविधि	१	१४
उत्पादनमूलक	७	२२
सेवामूलक	४	२४
पर्यटन	६	१६
जम्मा	६५	९५

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका सबैभन्दा बढी ४७ उद्यमले सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छन् भने सूचना प्रविधि क्षेत्रका सबैभन्दा कम १ उद्यमले मात्र सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छन् ।

सरकारी अनुदान अन्तर्गत ३१ वटा उद्यमले कुल रु.५ करोड ५० लाख ६० हजार वित्तीय अनुदान प्राप्त गरेका छन् भने २६ वटा उद्यमले सहुलियतपूर्ण कर्जा प्राप्त गरेका छन् । त्यसैगरी सरकारबाट ४० वटा उद्यमले परामर्श सेवा, १५ वटा उद्यमले मेशिनरी तथा औजार र ३ वटा उद्यमले तालिम/सीप विकास सुविधा प्राप्त गरेका छन् ।

चार्ट ४.११ : सरकारी अनुदान तथा सुविधा



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.२.५ स्टार्टअप उद्यमको प्रमुख बजार

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ७२ वटा (४५ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय, ७५ वटा (४६.९ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय र १३ वटा (८.१ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय रहेको देखिन्छ ।

कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रमा सञ्चालित ४८.५ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय बजार, ३९.४ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय बजार र १२.१ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय बजार रहेको देखिन्छ । सूचना प्रविधि क्षेत्रमा सञ्चालित ३३.३ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय बजार, ६० प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय बजार र ६.७ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय बजार रहेको देखिन्छ । उत्पादनमूलक क्षेत्रमा सञ्चालित ३७.९ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय बजार, ५५.२ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय बजार र ६.९ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय बजार रहेको देखिन्छ । सेवामूलक क्षेत्रमा सञ्चालित ५३.६ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय बजार, ४६.४ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय बजार रहेको देखिन्छ भने सेवामूलक क्षेत्रको कुनै पनि उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय बजार नरहको देखिन्छ । त्यसैगरी, पर्यटन क्षेत्रमा सञ्चालित ४०.९ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय बजार, ५० प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय बजार र ९.१ प्रतिशत उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय बजार रहेको देखिन्छ ।

तालिका ४.११ : स्टार्टअप उद्यमको प्रमुख बजार

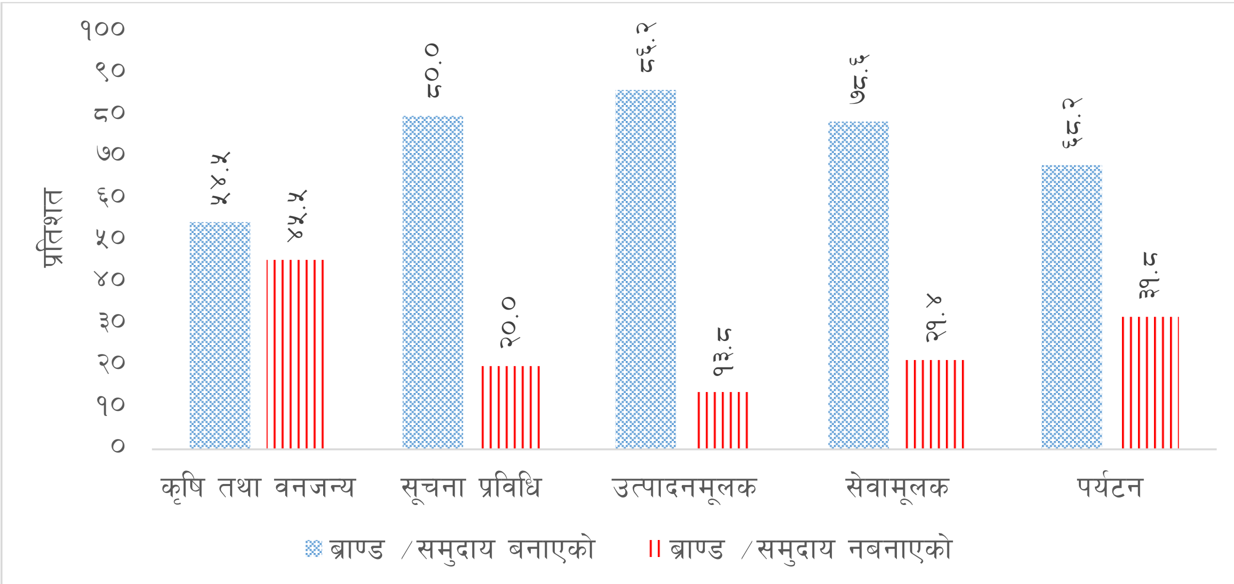
क्षेत्र	**स्थानीय**	**राष्ट्रिय**	**अन्तर्राष्ट्रिय**
कृषि तथा वनजन्य	३२	२६	८
सूचना प्रविधि	५	९	१
उत्पादनमूलक	११	१६	२
सेवामूलक	१५	१३	०
पर्यटन	९	११	२
जम्मा	**७२**	**७५**	**१३**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.२.६ स्टार्टअप उद्यमको ब्राण्ड /समुदाय निर्माणको अवस्था

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा उद्यमहरू मध्ये ६८.८ प्रतिशत उद्यम आफ्नो ब्राण्ड/समुदाय निर्माण गर्न सफल भएको देखिन्छ भने ३१.२ प्रतिशत उद्यम आफ्नो ब्राण्ड/समुदाय निर्माण गर्न असफल रहेको देखिन्छ । अध्ययनमा समावेश भएका पाँच व्यावसायिक क्षेत्र मध्ये उत्पादनमूलक क्षेत्रका सबैभन्दा बढी ८६.२ प्रतिशत उद्यम ब्राण्ड/समुदाय बनाउन सफल रहेको देखिन्छ भने कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका सबैभन्दा कम ५४.५ प्रतिशत उद्यम मात्र ब्राण्ड समुदाय बनाउन सफल भएको देखिन्छ ।

चार्ट ४.१२ : स्टार्टअप उद्यमको ब्राण्ड/समुदाय निर्माणको अवस्था

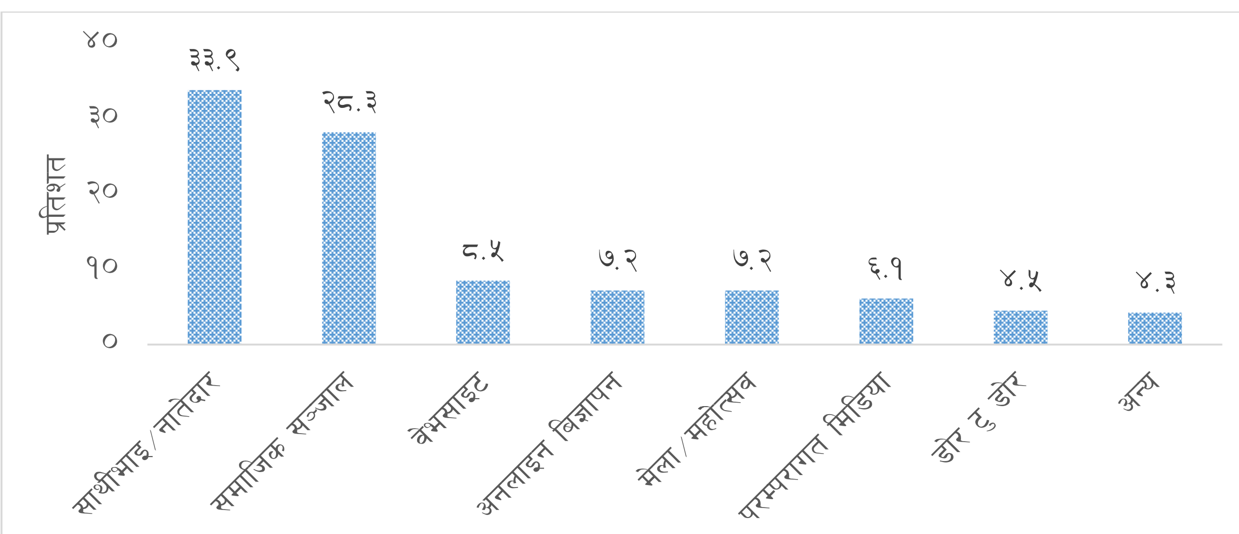


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.२.७ स्टार्टअप उद्यमको बजारीकरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमले आफ्नो उत्पादनको बजारीकरणमा सबैभन्दा बढी ३३.९ प्रतिशतले साथीभाई/नातेदार, २८.३ प्रतिशतले सामाजिक सञ्जाल, ८.५ प्रतिशतले वेभसाइट, समान ७.२ प्रतिशतले अनलाइन विज्ञापन र मेला/महोत्सव, ६.१ प्रतिशतले परम्परागत मिडिया, ४.५ प्रतिशतले डोर टु डोर र ४.३ प्रतिशतले अन्य विधि प्रयोग गर्ने गरेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.१३ : स्टार्टअप उद्यमको बजारीरणका विधिहरू

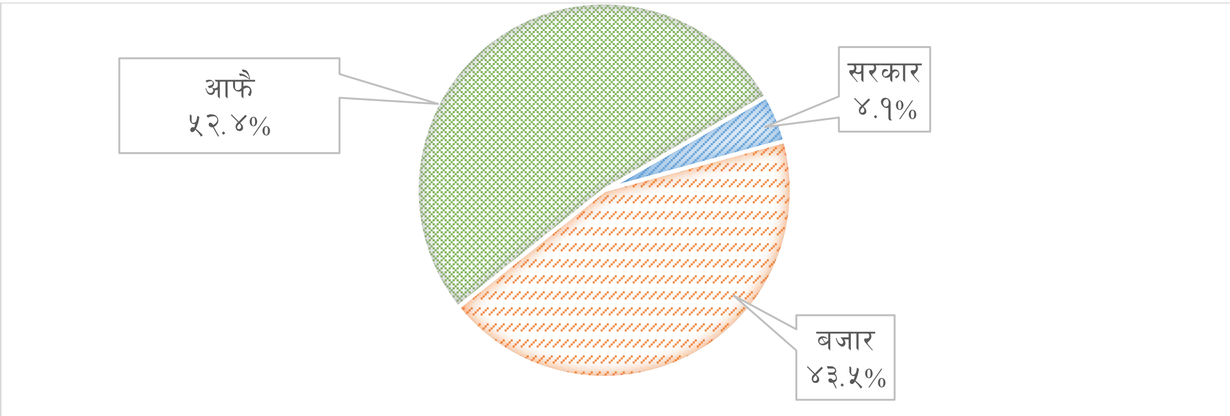


स्रोत: स्थलगत सर्वेक्षण

४.२.८ स्टार्टअप उद्यमको उत्पादनको मूल्य निर्धारण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ५२.४ प्रतिशत उद्यमले आफ्नो उत्पादनको मूल्य आफै निर्धारण गर्ने गरेको देखिन्छ भने ४३.५ प्रतिशत उद्यमको उत्पादनको मूल्य बजारले र ४.१ प्रतिशत उद्यमको उत्पादनको मूल्य सरकारले निर्धारण गर्ने गरेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.१४ : स्टार्टअप उद्यमको उत्पादनको मूल्य निर्धारण



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

बक्स ५ : आरती चार्जर उद्योग

नेपालीको हात हातमा मोबाइल पुगेको र मोबाइलको चार्जर निश्चित समय पछि बिग्रन जाने भएकोले ठुलो परिमाणमा विदेशबाट चार्जर आयात हुने देखेपछि स्वदेशमै मोबाइलका लागि आवश्यक चार्जर बनाउन सके ठुलो मात्रामा विदेशिने रकम रोकी आय आर्जन गर्न सकिने देखेपछि २५ वर्षिय उपेन्द्र मेहताले ९ वर्ष अघि इटहरी-१४, पुष्पलाल चोकमा आरती चार्जर उद्योगको स्थापना गर्नुभयो । कक्षा ८ सम्मको मात्र औपचारिक शिक्षा हासिल गरी कृषि पेशामा आवद्ध उहाँले यो क्षेत्रमा अवसर देखेपछि जग्गा बिक्रीबाट प्राप्त ५ लाख रुपैयाँ र बैंकबाट १० लाख रुपैयाँ कर्जा लिएर शुरु गर्नुभएको व्यवसायमा हाल ४ करोड रुपैयाँ स्वपुँजी र ६ करोड रुपैयाँ बैंकको कर्जा गरी कुल १० करोड रुपैयाँ लगानी रहेको छ । उद्योगले हाल विभिन्न प्रकारका चार्जर, डाटाकेवल, युपिएस ब्याकअप, एडप्टर्स, पानीबाट बल्ने दियो, क्याण्डल आदिको उत्पादन नै गरिरहेको छ । उद्योगले अर्डर अनुसारका अन्य वस्तुहरूको पनि उत्पादन गर्दै आइरहेको छ ।

सुरुवाती वर्षहरूमा Made in Nepal राखेर उत्पादन गरे बिक्री गर्न नसकिने भन्ने बिक्रेताहरूले हाल यस उद्योगको उत्पादन आयातित भन्दा गुणस्तरीय हुने भएपछि Made in Nepal अनिवार्य रुपमा राख्न अनुरोध गर्न थालेको उद्योग सञ्चालकको भनाई छ । उद्योगले पर्याप्त मात्रामा मेशिनरी तथा उपकरणहरू जडान गरेतापनि हाल सञ्चालन पुँजी पर्याप्त नभएकोले बजारको माग अनुसारको उत्पादन भने गर्न सकिरहेको छैन । सरकारी तथा निजी क्षेत्रबाट प्राप्त अर्डर बमोजिम नै उत्पादन गर्न सके महिनाकै करोडौको बिक्री आम्दानी हुने र सयौको संख्यामा रोजगारी सिर्जना हुने उद्योगीको बुझाई छ । उद्योगलाई सरकारी क्षेत्रले हालसम्म कुनै पनि सहुलियत तथा अनुदान प्रदान नगरेको गुनासो उद्योग सञ्चालकको रहेको छ । सरकारबाट सहुलियतपूर्ण कर्जा तथा अनुदान प्राप्त भएमा उद्योगले उत्पादन वृद्धि गरी केही वर्षमा नै देशभरको माग पूरा गरी आयात प्रतिस्थापन गर्न सक्ने तथा रोजगारीमा समेत उल्लेखनीय वृद्धि गर्न सक्नेमा उद्योग सञ्चालक विश्वस्त हुनुहुन्छ ।

आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा १ करोड २० लाख रुपैयाँको बिक्री आम्दानी गरेको उद्योगले २० लाख रुपैयाँ खुद नाफा आर्जन गरेको छ । आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा उद्योगको क्षमता उपयोग २० प्रतिशत मात्र रहेको देखिन्छ । उत्पादित वस्तुको लागतमा आयातित कच्चा पदार्थको लागतको हिस्सा १० प्रतिशत मात्र हुने भएकोले उल्लेखनीय मात्रामा मूल्य अभिवृद्धि (value Addition) हुने देखिन्छ । उद्योगले हाल ४ जना पुरुष र ३० जना महिला गरी ३४ जनालाई प्रत्यक्ष रोजगारी प्रदान गरेको छ । सामाजिक सञ्जाल तथा मेला महोत्सवका माध्यमबाट उद्योगले आफ्नो उत्पादनको प्रचारप्रसार गरिरहेको देखिन्छ । विद्युत आपूर्ति नियमित भएमा उद्योगले उत्पादनका क्रममा हाल बेहोरिरहेको क्षति न्यूनीकरण हुने देखिन्छ । स्वदेशी उत्पादनलाई प्रोत्साहन गर्न कच्चा पदार्थको भन्सार दर कम गर्नुको साथै आयात प्रतिस्थापन गरे बापत सरकारबाट प्रोत्साहन स्वरुप नगद अनुदान प्राप्त भएमा उत्पादित वस्तुको मूल्य कम भई उपभोक्ताहरू लाभान्वित हुने उद्योगीको तर्क छ ।

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण, तस्बिर : सुनिल मेहता

४.३ स्टार्टअप उद्यमको सञ्चालन र वित्तीय अवस्थाको विश्लेषण

४.३.१ रोजगारी

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यममा आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा कुल १,४३६ जनाले रोजगारी प्राप्त गरेका छन् । जसमध्ये ४८.४ प्रतिशत महिला र ५१.६ प्रतिशत पुरुष रहेका छन् । क्षेत्रगत हिसाबमा सेवामूलक उद्यममा सबैभन्दा बढी ५७ प्रतिशत र सूचना प्रविधि क्षेत्रका उद्यममा सबैभन्दा कम २२.७ प्रतिशत महिला रोजगारीको हिस्सा रहेको छ ।

तालिका ४.१२ : स्टार्टअप उद्यममा क्षेत्रगत रोजगारी

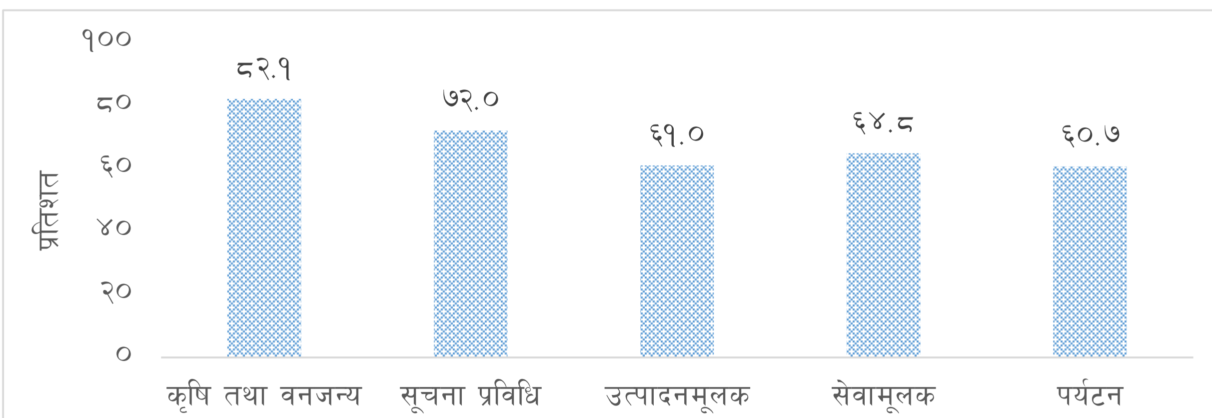
क्षेत्र	महिला	पुरुष	जम्मा
कृषि तथा वनजन्य	२७४	२३५	**५०९**
सूचना प्रविधि	२५	८५	**११०**
उत्पादनमूलक	१६०	१९०	**३५०**
सेवामूलक	१५४	११६	**२७०**
पर्यटन	८२	११५	**१९७**
जम्मा	**६९५**	**७४१**	**१४३६**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.२ स्टार्टअप उद्यमको क्षमता उपयोग

आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यमको औसत क्षमता उपयोग ७१.४ प्रतिशत रहेको छ । क्षेत्रगत रुपमा कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका उद्यमको औसत क्षमता उपयोग सबैभन्दा बढी ८२.१ प्रतिशत रहेको छ भने पर्यटन क्षेत्रका उद्यमको औसत क्षमता उपयोग सबैभन्दा कम ६०.७ प्रतिशत रहेको छ । सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक र सेवामूलक उद्यमको औसत क्षमता उपयोग क्रमशः ७२.० प्रतिशत, ६१.० प्रतिशत र ६४.८ प्रतिशत रहेको छ ।

चार्ट ४.१५ : स्टार्टअप उद्यमको औसत क्षमता उपयोग



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.३ स्टार्टअप उद्यममा प्रविधिको प्रयोग

अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ४४ वटा (२७.५ प्रतिशत) उद्यममा उच्च प्रविधि, १०४ वटा (६५ प्रतिशत) उद्यममा सामान्य प्रविधिको प्रयोग भएको छ भने १२ वटा (७.५ प्रतिशत) उद्यममा प्रविधिको प्रयोग नभएको देखिन्छ । क्षेत्रगत रुपमा सूचना प्रविधि क्षेत्रका सबैभन्दा बढी ६६.७ प्रतिशत उद्यममा उच्च प्रविधिको प्रयोग भएको देखिन्छ भने कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका सबैभन्दा कम १०.६ प्रतिशत उद्यममा मात्र उच्च प्रविधिको प्रयोग भएको देखिन्छ ।

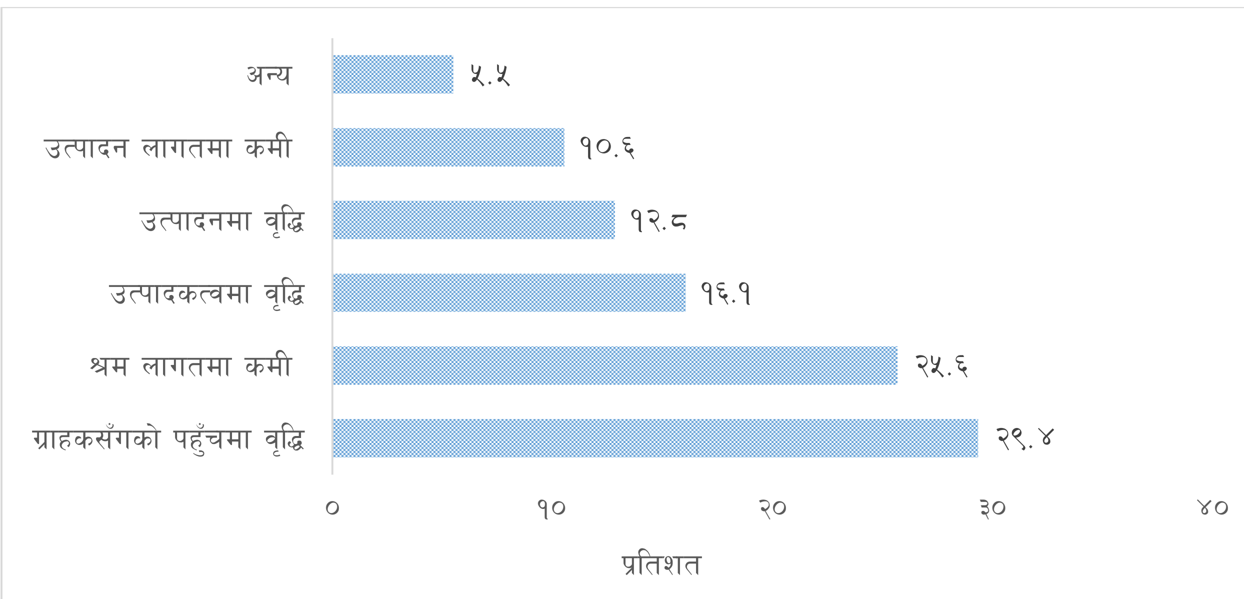
तालिका ४.१३ : प्रविधिको प्रयोगका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण

क्षेत्र	उच्च प्रविधि	सामान्य प्रविधि	प्रयोग नभएको
कृषि तथा वनजन्य	७	५२	७
सूचना प्रविधि	१०	५	०
उत्पादनमूलक	१२	१७	०
सेवामूलक	११	१६	१
पर्यटन	४	१४	४
जम्मा	**४४**	**१०४**	**१२**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

प्रविधिको प्रयोगले स्टार्टअप उद्यमको विकासमा महत्वपूर्ण योगदान पुऱ्याएको देखिन्छ । प्रविधिको प्रयोग गर्ने उद्यमी मध्ये सबैभन्दा बढी २९.४ प्रतिशतले प्रविधिको प्रयोगले ग्राहकसँगको पहुँचमा वृद्धि, २५.६ प्रतिशतले श्रम लागतमा कमी, १६.१ प्रतिशतले उत्पादकत्वमा वृद्धि, १२.८ प्रतिशतले उत्पादनमा वृद्धि, १०.६ प्रतिशतले उत्पादन लागतमा कमी र ५.५ प्रतिशतले अन्य (खास गरी गुणस्तर वृद्धि) मा सहयोग पुऱ्याएको भनी प्रतिक्रिया प्राप्त भएको छ ।

चार्ट ४.१६ : प्रविधिको प्रयोगले स्टार्टअप उद्यममा पुऱ्याएको योगदान



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.३ स्टार्टअप उद्यमको विस्तार

यस अध्ययनमा समावेश कुल १६० वटा स्टार्टअप उद्यमहरू मध्ये १५५ वटा उद्यमले हाल सञ्चालन गरिरहेको व्यवसाय विस्तार गर्ने योजना बनाएको देखिन्छ भने ५ वटा उद्यमले व्यवसाय विस्तार नगर्ने देखिन्छ । कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका

३ वटा, उत्पादनमूलक र पर्यटन क्षेत्रका १/१ वटा बाहेक सबै उद्यमले आफ्नो व्यवसाय विस्तार गर्ने योजना बनाएको देखिन्छ ।

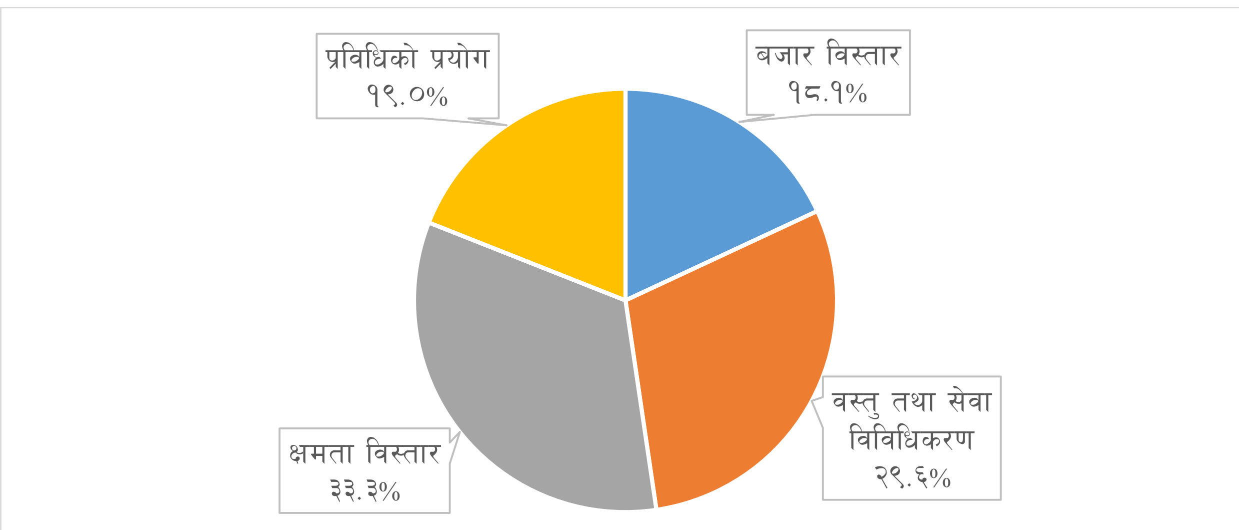
४.१४ : स्टार्टअप उद्यम विस्तारको क्षेत्र

क्षेत्र	**व्यवसाय विस्तार गर्ने**	**व्यवसाय विस्तार नगर्ने**
कृषि तथा वनजन्य	६३	३
सूचना प्रविधि	१५	०
उत्पादनमूलक	२८	१
सेवामूलक	२८	०
पर्यटन	२१	१
जम्मा	**१५५**	**५**

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

स्टार्टअप उद्यम/व्यवसाय विस्तारको योजना बनाउने उद्यमीहरु मध्ये सबैभन्दा बढी ३३.३ प्रतिशतले क्षमता विस्तार, २९.६ प्रतिशतले वस्तु तथा सेवा विविधिकरण, १९ प्रतिशतले प्रविधिको प्रयोग र १८.१ प्रतिशतले बजार विस्तार गर्ने योजना बनाएको देखिन्छ ।

चार्ट ४.१७ : स्टार्टअप उद्यम विस्तारको क्षेत्र

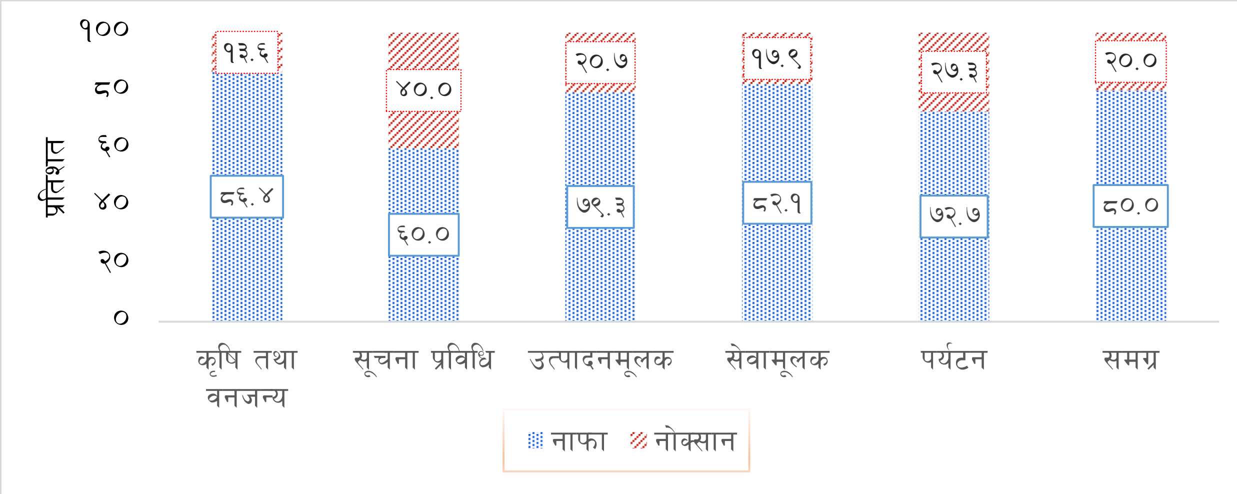


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.७ मुनाफाका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यम मध्ये आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा ८०.० प्रतिशत (१२८ वटा) उद्यमहरू नाफामा रहेका छन् भने २०.० प्रतिशत (३२ वटा) उद्यमहरूले नोक्सान बेहोरेका छन् । अध्ययनमा समावेश गरिएका पाँच व्यावसायिक क्षेत्रका स्टार्टअप उद्यम मध्ये कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका सबैभन्दा बढी ८६.४ प्रतिशत उद्यमहरू नाफामा रहेको देखिन्छ भने सूचना प्रविधि क्षेत्रका सबैभन्दा कम ६० प्रतिशत उद्यमहरू मात्र नाफामा रहेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.१८ : मुनाफाका आधारमा स्टार्टअप उद्यमको विवरण



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.८ स्टार्टअप उद्यमको वित्तीय परिसूचकहरू (क्षेत्रगत आधारमा)

तालिका ४.१७ मा यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमहरूको आ.व.२०८०/८१ को वित्तीय परिसूचकहरू प्रस्तुत गरिएको छ। तथ्याङ्क अनुसार १६० स्टार्टअप उद्यमहरूको कुल बिक्री आम्दानी रु.९२ करोड ६४ लाख रहेको छ भने कुल नाफा रु. १२ करोड ९२ लाख रहेको छ। स्टार्टअप उद्यमको औसत नाफा (Net Profit Margin) १३.९ प्रतिशत रहेको देखिन्छ। त्यसैगरी आ.व.२०८०/८१ मा अध्ययनमा समावेश स्टार्टअप उद्यमहरूमा कुल लगानी रु.२ अर्ब २४ करोड ९० लाख रहेको छ भने औसत लगानीमा प्रतिफल दर (ROI) ५.७ प्रतिशत रहेको छ।

तालिका ४.१५ : स्टार्टअप उद्यमको आर्थिक वर्ष २०८०/८१ वित्तीय परिसूचकहरू (क्षेत्रगत आधारमा)

क्षेत्र	बिक्री आम्दानी (रु. लाखमा)	नाफा (रु.लाखमा)	लगानी (रु.लाखमा)	लगानीमा प्रतिफल दर	कुल आम्दानीमा नाफा प्रतिशत
कृषि तथा वनजन्य	४८४०.९	६००.४	१०१८७.२	५.९	१२.४
सूचना प्रविधि	२०१.५	२९.५	१४१.०	२०.९	१४.६
उत्पादनमूलक	२०८६.३	३४९.०	३९९५.५	८.७	१६.७
सेवामूलक	१२११.९	१२०.२	१७७७.०	६.८	९.९
पर्यटन	९२४.०	१९३.०	६३९०.१	३.०	२०.९
जम्मा	९२६४.५	१२९२.१	२२४९०.८	५.७	१३.९

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

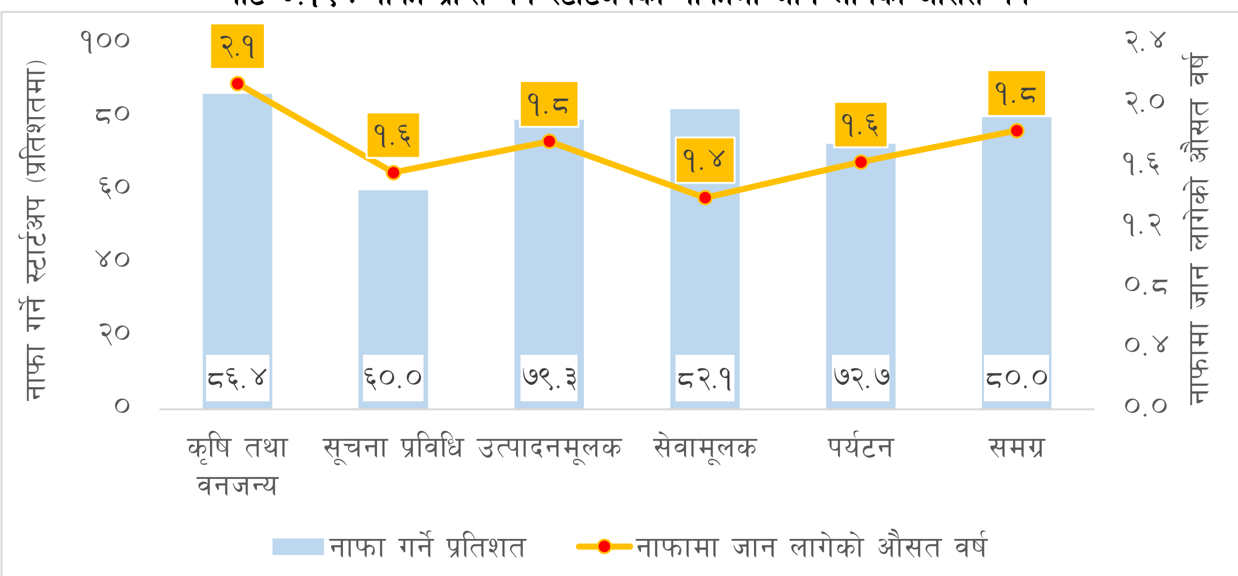
अध्ययनमा समावेश भएका पाँच व्यावसायिक क्षेत्रका स्टार्टअप उद्यम मध्ये पर्यटन क्षेत्रको कुल आम्दानीमा नाफा प्रतिशत सबैभन्दा उच्च २०.९ प्रतिशत रहेको छ भने सेवामूलक क्षेत्रको सबैभन्दा कम ९.९ प्रतिशत रहेको छ।

लगानीबाट प्राप्त प्रतिफलको दर (ROI) सूचना प्रविधि क्षेत्रको सबैभन्दा बढी २०.९ प्रतिशत रहेको छ भने पर्यटन क्षेत्रमा सबैभन्दा कम ३ प्रतिशत रहेको छ ।

४.३.९ स्टार्टअपहरूलाई नाफामा जान लागेको औसत समय

अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये नाफामा रहेका ८०.० प्रतिशत (१२८ उद्यम) उद्योगहरूको वित्तीय परिणामहरू प्रस्तुत गरिएको छ । कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि (आईटी), उत्पादनमूलक, सेवामूलक, र पर्यटन उद्योगमध्ये नाफा गर्ने स्टार्टअपहरूको प्रतिशत र नाफामा जान लागेको औसत समय (वर्षमा) प्रस्तुत गरिएको छ । क्षेत्रगत रूपमा विश्लेषण गर्दा अध्ययनमा समावेश भएका पाँच व्यावसायिक क्षेत्रका स्टार्टअप उद्यम मध्ये सेवामूलक उद्यमले सबैभन्दा छिटो औसत १.४ वर्षमा मुनाफा प्राप्त गरेको देखिन्छ भने कृषि तथा वनजन्य उद्यमलाई नाफामा जान औसत २.१ वर्ष लाग्ने गरेको देखिन्छ । समग्र स्टार्टअप उद्यमहरूलाई नाफामा जान भने १.८ वर्ष लाग्ने गरेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.१९ : नाफा प्राप्त गर्ने स्टार्टअपको नाफामा जान लागेको औसत वर्ष

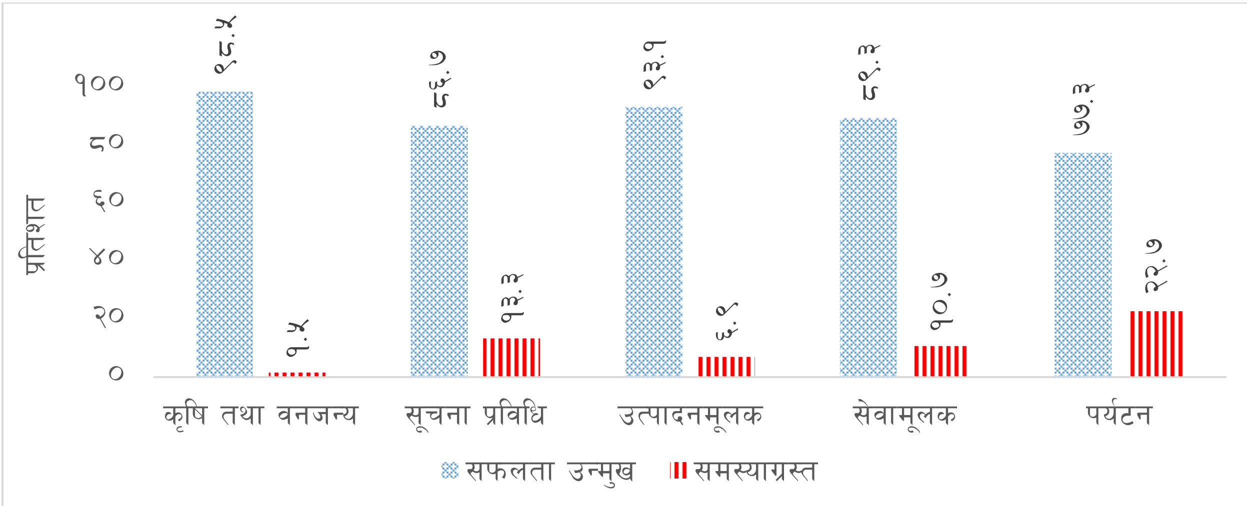


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.९ सफलता उन्मुख र संकट उन्मुख स्टार्टअप उद्यम

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० उद्यम मध्ये ९१.९ प्रतिशत उद्यम सफलता उन्मुख रहेको देखिन्छ भने ८.१ प्रतिशत उद्यम संकट उन्मुख रहेको देखिन्छ। क्षेत्रगत आधारमा कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रका सबैभन्दा बढी ९८.५ प्रतिशत उद्यम सफलता उन्मुख रहेको देखिन्छ भने पर्यटन क्षेत्रमा सबैभन्दा कम ७७.३ प्रतिशत उद्यम सफलता उन्मुख रहेको देखिन्छ । त्यसैगरी सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक र सेवामूलक क्षेत्रका क्रमशः ८६.७ प्रतिशत, ९३.१ प्रतिशत र ८९.३ प्रतिशत उद्यम सफलता उन्मुख रहेको देखिन्छ ।

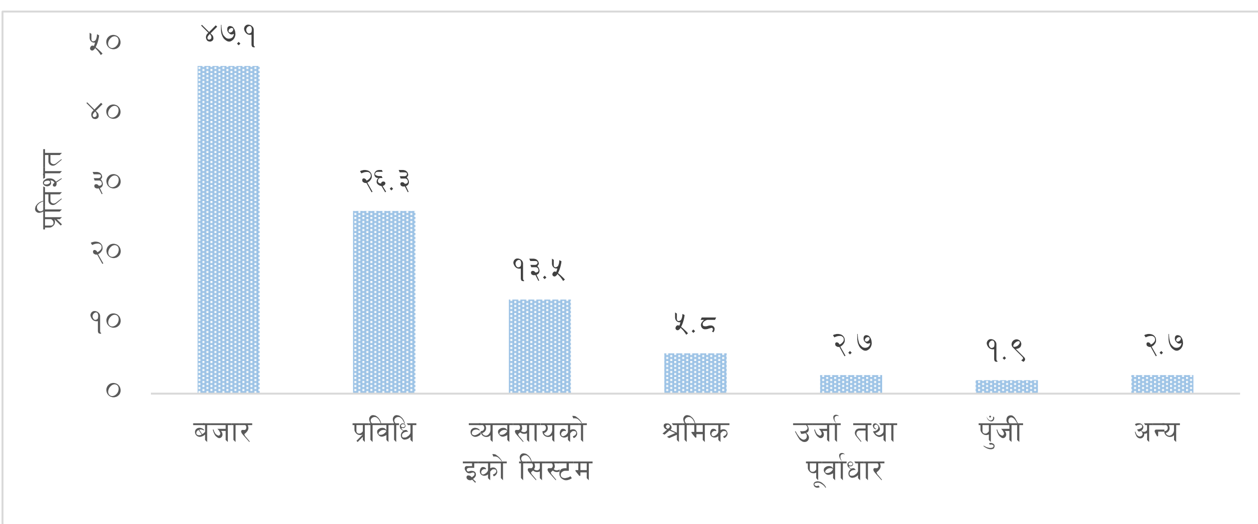
चार्ट ४.२० : सफलता उन्मुख र संकट उन्मुख स्टार्टअप उद्यमको विवरण



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

सफलता उन्मुख स्टार्टअप उद्यमले सफलता उन्मुख हुनुको कारणमा ४७.१ प्रतिशतले बजारको उपलब्धता, २६.३ प्रतिशतले प्रविधिको प्रयोग, १३.५ प्रतिशतले व्यवसायको इको सिस्टम निर्माण, ५.८ प्रतिशतले श्रमिकको उपलब्धता, २.७ प्रतिशतले उर्जा तथा पूर्वाधारको उपलब्धता, १.९ प्रतिशतले पुँजीको उपलब्धता र २.७ प्रतिशतले अन्य कारण (वस्तु तथा सेवामा भएको नयाँपन, स्वास्थ्यवर्धक उत्पादन, गुणस्तर, जनचेतनामा वृद्धि आदि) उल्लेख गरेको देखिन्छ ।

चार्ट ४.२१ : स्टार्टअप उद्यम सफलता उन्मुख हुनका कारण

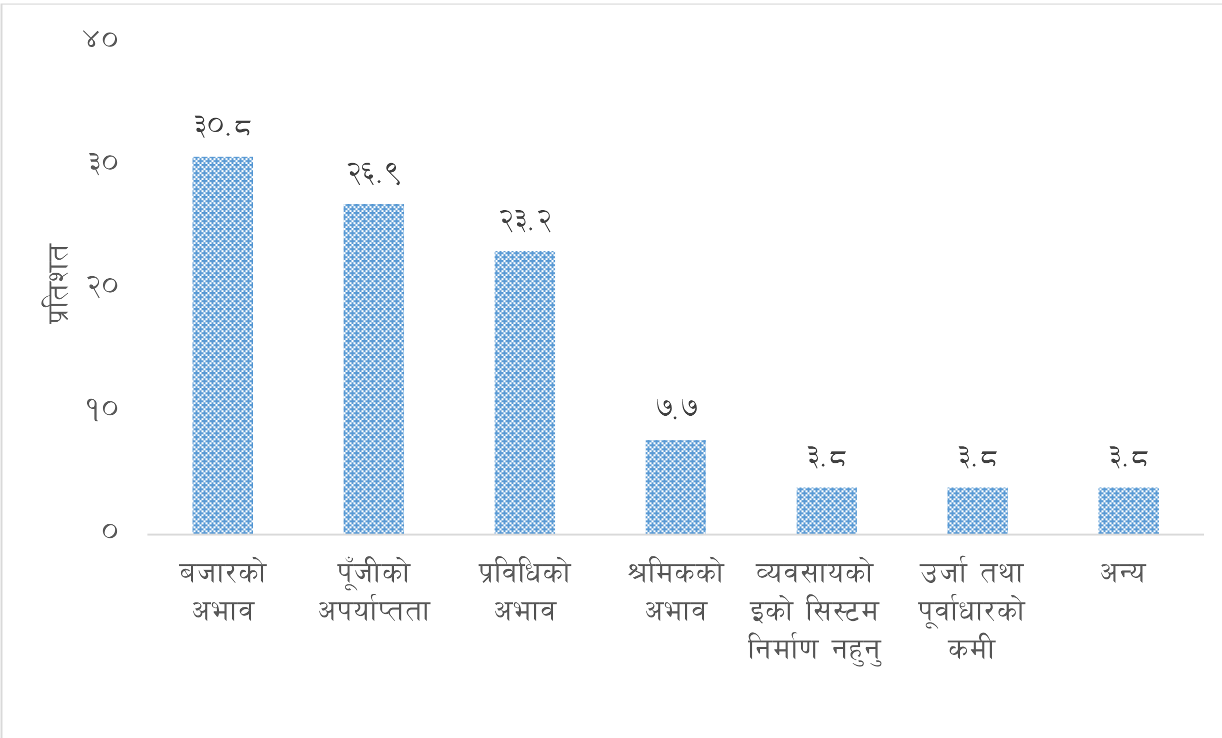


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

संकट उन्मुख उद्यमहरूले संकट उन्मुख हुनुका कारणमा ३०.८ प्रतिशतले बजारको अभाव, २६.९ प्रतिशतले पुँजीको अभाव, २३.२ प्रतिशतले प्रविधिको अभाव, ७.७ प्रतिशतले श्रमिक/कामदारको अभाव, ३.८ प्रतिशतले व्यवसायले इको

सिस्टम निर्माण गर्न नसक्नु, ३.८ प्रतिशतले उर्जा/पूर्वाधारको कमी र ३.८ प्रतिशले अन्य कारण (विदेशमा भुक्तानी गर्न र विदेशबाट भुक्तानी प्राप्तिमा कठिनाई, उद्यमको नगद प्रवाह र बैंकको किस्ताको बेमेल, खुल्ला सिमानाका कारण हुने अवैध आयात आदि) उल्लेख गरेको देखिन्छ।

चार्ट ४.२२ : स्टार्टअप उद्यम संकट उन्मुख हुनका कारण



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.१० Anova Test : Sector and Performance wise

यस अध्ययनमा स्टार्टअप उद्यमका विभिन्न आयामहरूको (बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग, र नियामक सम्बन्धी) Performance Five Point Likert Scale मा मापन गरिएको छ। यस खण्डको उद्देश्य स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्रहरूबिच बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग, र नियामक सम्बन्धी आयामहरूको औसत मानमा कुनै भिन्नता छ कि छैन भन्ने निर्धारण गर्नु हो। यस अध्ययनको परिकल्पनालाई परीक्षण गर्ने उद्देश्यले अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्योगहरूलाई पाँच वटा व्यावसायिक क्षेत्रमा (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) विभाजन गरिएको छ। अध्ययनमा समेटिएका क्षेत्रगत उद्यमहरूका विभिन्न आयमहरूको (बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग र नियामक सम्बन्धी) विश्लेषण गर्न One Way Anova Analysis विधि प्रयोग गरिएको छ।

(**क**) **आश्रित चर** (Dependent variable) : यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्यमका आयामहरू (बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग, र नियामक) आश्रित चरको रूपमा लिइएको छ ।

(**ख**) **स्वतन्त्र चर** (Independent variable): यस परिकल्पनामा स्टार्टअप उद्योगहरूको व्यावसायिक क्षेत्रलाई (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) स्वतन्त्र चरको रुपमा लिइएको छ ।

(**ग**) **Level Of Significance:** यस परिकल्पनाको परीक्षणका लागि level of significance ५% राखिएको छ । तसर्थ परिकल्पनाको परीक्षणका लागि चयन गरिएको तथ्याङ्कशास्त्रीय औजारबाट प्राप्त निष्कर्षलाई सम्पूर्ण जनसंख्यामा सामान्यीकरण गर्दा ९५ प्रतिशत सही (level of confidence) र ५ प्रतिशत नमुना छनोट गर्ने क्रममा भएका मानवीय त्रुटिका कारण गलत हुन सक्छन् ।

(ङ) परिकल्पना परीक्षण तथा नतिजा

Null Hypothesis (Ho): स्टार्टअप उद्यमको क्षेत्रले बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग र नियामक सम्बन्धी आयामहरूको औसत मानमा कुनै महत्वपूर्ण भिन्नता पार्दैन ।

Alternative Hypothesis(H_1): स्टार्टअप उद्यमको क्षेत्रले बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग र नियामक सम्बन्धी कम्तीमा एक आयामको औसत मानमा महत्वपूर्ण भिन्नता पार्दछ ।

तालिका ४.१६ Descriptive Statistics by Sector for Each Dependent Measure

Sectors	Market M(SD)	Financial M(SD)	Technical M(SD)	Regulatory M(SD)
Agriculture and Forestry	4.07 (0.72)	3.57 (0.67)	3.09 (1.08)	3.26 (0.80)
IT	3.91 (0.66)	3.07 (1.00)	4.80 (0.33)	3.18 (0.78)
Manufacturing	4.17 (0.46)	3.62 (0.58)	3.82 (1.04)	2.86 (0.92)
Service	4.07 (0.45)	3.42 (0.92)	4.04 (1.00)	2.95 (1.07)
Tourism	3.72 (0.51)	3.11 (0.82)	2.97 (1.02)	3.21 (0.92)

तालिका ४.१८ मा अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमलाई पाँच क्षेत्रमा वर्गीकरण गरिएको छ । उद्योगको वर्गीकरण अनुसार उद्योगका विभिन्न आयामहरूको औसत (Mean) र मानक विचलन (Standard Deviation) प्रस्तुत गरिएको छ । तालिका अनुसार स्टार्टअप उद्यमबाट उत्पादित वस्तुको बजार माग र रुचि सबै उद्यम क्षेत्रमा उच्च देखिएको छ (Mean 3.72 - 4.17, low S.D) । प्रविधिको प्रयोगमा सूचना प्रविधि क्षेत्रको परिणाम उच्च देखिएको छ (Mean 4.80) भने पर्यटन र कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रमा प्रविधि प्रयोग न्यून रहेको देखिन्छ । वित्तीय परिसूचक र नियामकीय पक्ष अन्यको तुलनामा सामान्य रुपमा कम देखिएको छ । नियामक पक्षमा सबैभन्दा बढी मानक विचलन

(SD 0.78-1.07) भएकाले यसले सेवा, उत्पादनमुलक र पर्यटन क्षेत्रमा कमजोर नियामक प्रणाली वा नीति रहेको देखिन्छ ।

तालिका ४.१७ Levene’s-Type Tests for Homogeneity of Variance

Dependent Variable	W0(df= 4,155)	p -value
Market	2.08	0.086
Financial	2.65	0.035*
Regulatory	1.34	0.257
Technical	4.81	0.001***

नोटः *** represents significance level at 1%

अध्ययनमा समावेश भएका समुहहरूमा Equal Variance छ वा छैन भनी परिक्षण गर्नका लागि Levene’s-Type Tests for Homogeneity of Variance को प्रयोग गरिएको छ । जस अनुसार प्रविधि प्रयोग र वित्तीय परिसूचकले Equal Variance को assumption meet नगरेकोले ($p < .05$) प्रविधि प्रयोग र वित्तीय परिसूचकमा welch anova को प्रयोग गरिएको छ ।

तालिका ४.१८ ANOVA Results for Performance Scores by Industry Sector

Dependent Variable	F (4, 155)	P-Value
Market Demand	2.01	0.096
Financial(Welch)	2.44	0.059
Regulatory	1.36	0.252
Technical (Welch)	37.57	0.000***

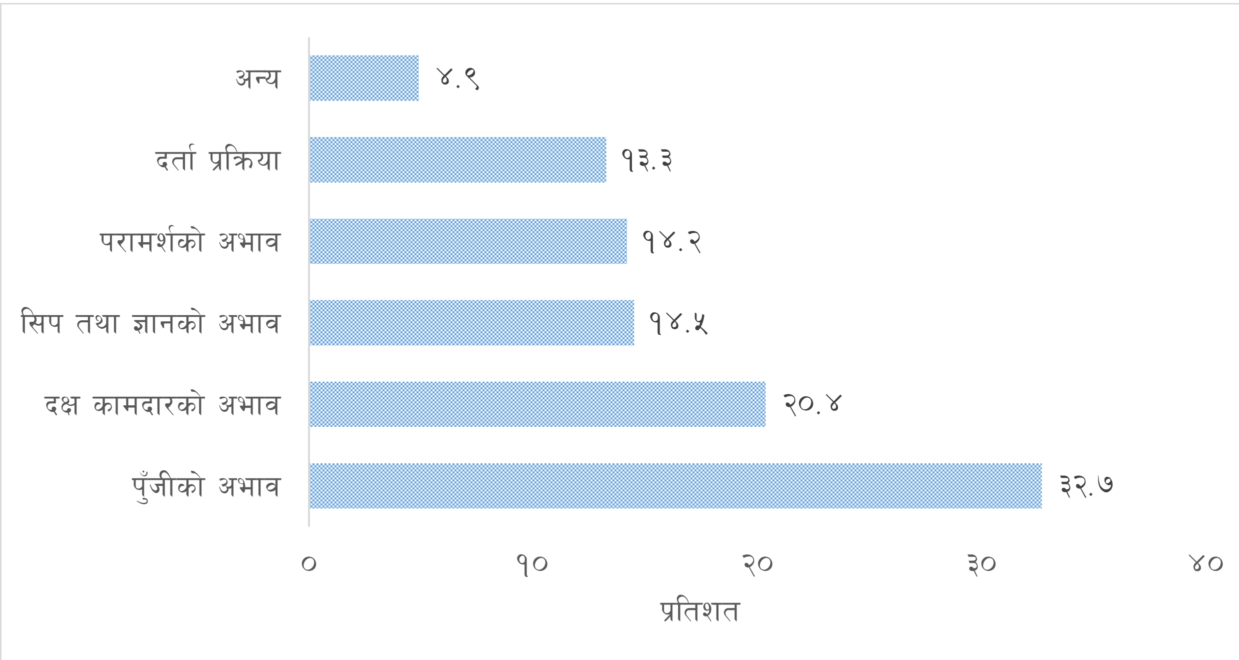
नोटः *** represents significance level at 1%

कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमका विभिन्न व्यवसायिक क्षेत्रहरू–कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन–मा बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग र नियामक पक्षमा कस्तो प्रभाव पर्छ भनी ANOVA Analysis को प्रयोग गरिएको छ। परीक्षणले कोशी प्रदेशका स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यवसायिक क्षेत्र अनुसार प्रविधि प्रयोगमा मात्र महत्वपूर्ण भिन्नता रहेको देखाएको छ (P Value , 0.000<0.05) भने बजारको माग, वित्तीय अवस्था र नियामक पक्षमा क्षेत्रगत रूपमा कुनै महत्वपूर्ण भिन्नता रहेको छैन ।

४.३.११ स्टार्टअप उद्यमले सुरुवाती चरणमा भोग्नु परेको समस्याहरू

कोशी प्रदेशका १६० स्टार्टअप उद्यमहरूले सुरुवाती चरणमा ३२.७ प्रतिशतले पुँजीको अभाव, २०.४ प्रतिशत दक्ष जनशक्तिको अभाव, १४.५ प्रतिशतले सिप तथा ज्ञानको अभाव, १४.२ प्रतिशतले परामर्शको अभाव, १३.३ प्रतिशतले दर्ता प्रक्रियाका जटिलताहरू जस्ता समस्याको सामना गर्नु परेको देखिन्छ। यसबाहेक ४.९ प्रतिशतले अन्य समस्याहरू जस्तै कच्चा पदार्थको अभाव, पूर्वाधार तथा उपकरण अभाव आदि सामना गर्नु परेको देखिन्छ। यसले स्टार्टअप उद्यमले सुरुवाती चरणमा पुँजी अभाव (३२.७ प्रतिशत) भन्दा मानवीय पुँजी सम्बन्धी समस्या (दक्ष जनशक्ति र सिप तथा ज्ञानको अभाव, ३४.९ प्रतिशत) बढी भोग्नु परेको देखिन्छ।

चार्ट ४.२२ : स्टार्टअप उद्यमले सुरुवाती चरणमा भोग्नु परेको समस्याहरू

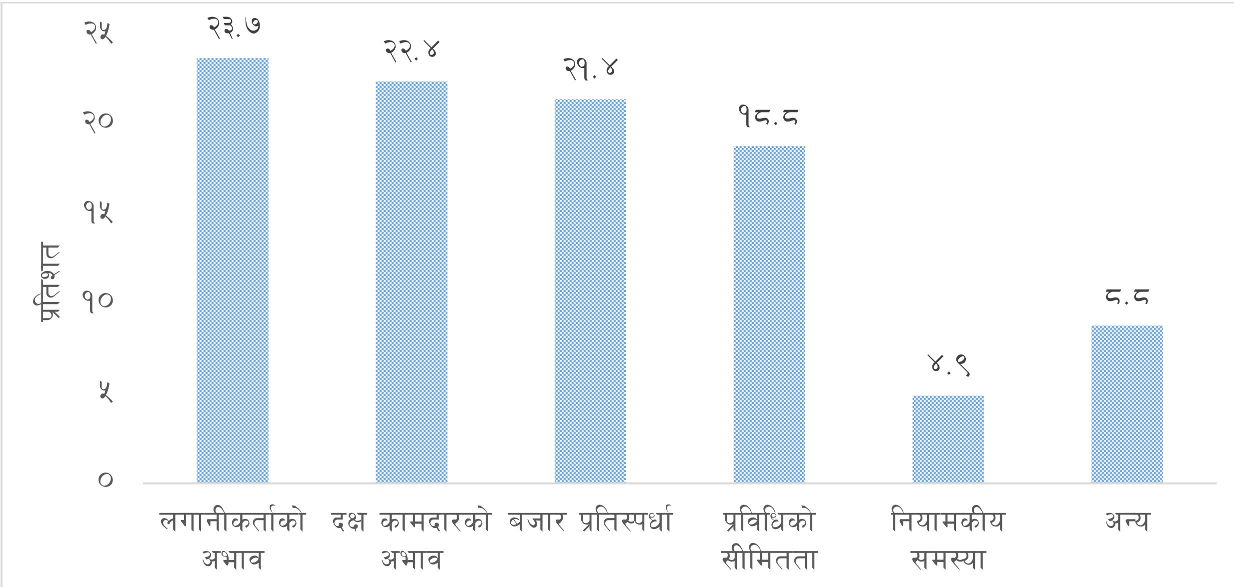


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.१२ स्टार्टअप उद्यमले हाल सामना गरिरहेका समस्याहरू

कोशी प्रदेशका १६० स्टार्टअप उद्यमहरूले सञ्चालनका क्रममा २३.७ प्रतिशतले लगानीकर्ताको अभाव, २२.४ प्रतिशतले दक्ष कामदारको अभाव, २१.४ प्रतिशतले बजार प्रतिस्पर्धा, १८.८ प्रतिशतले प्रविधिको सीमितता, ४.९ प्रतिशतले नियामकीय समस्याहरू र ८.८ प्रतिशतले अन्य समस्याहरू (कच्चा पदार्थको अभाव, पूर्वाधारको तथा उपकरण अभाव, बजार व्यवस्थापन, जनचेतनाको कमी आदि) को सामना गरिरहेको देखिन्छ।

चार्ट ४.२३ : स्टार्टअप उद्यमले हाल सामना गरिरहेका समस्याहरू

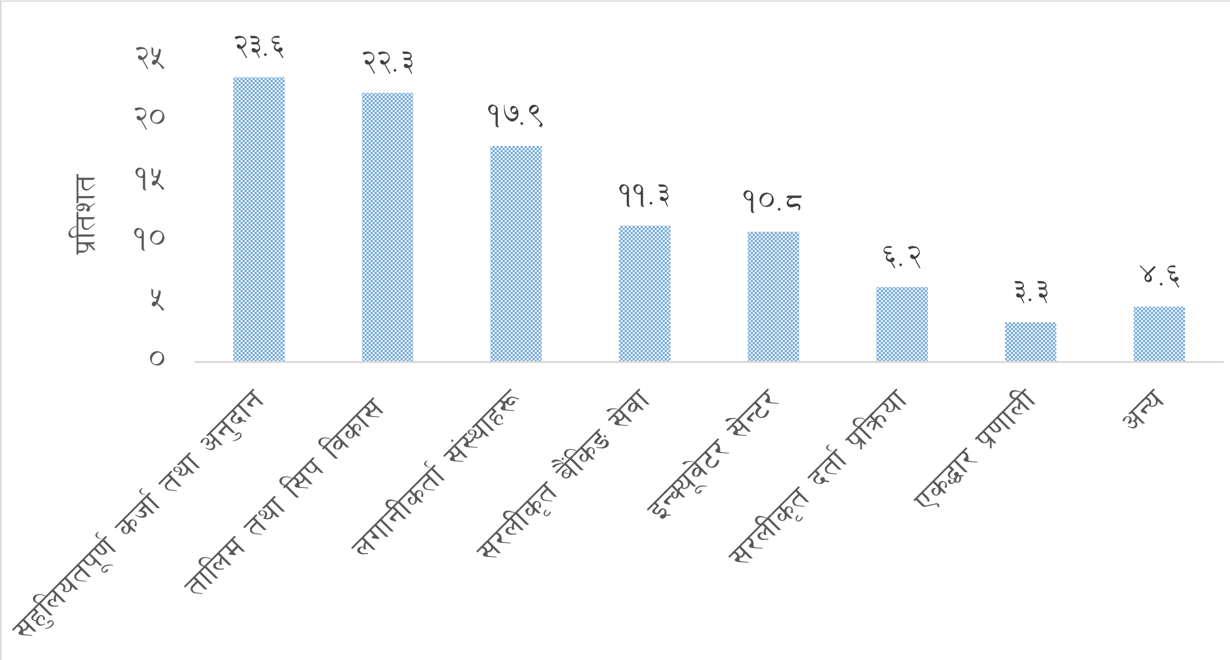


स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

४.३.१३ स्टार्टअप उद्यमको सफलताका लागि आवश्यक सरकारी तथा निजी सहयोग

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यममा संलग्न उद्यमीहरूको प्रतिक्रियाका आधारमा व्यवसाय सफलताका लागि सहुलियतपूर्ण कर्जा तथा अनुदानले सबैभन्दा महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्ने देखिन्छ । उद्यमको सफलतामा २३.६ प्रतिशतले सहुलियतपूर्ण कर्जा तथा अनुदान, २२.३ प्रतिशतले तालिम तथा सिप विकास कार्यक्रम, १७.९ प्रतिशतले लगानी गर्ने संस्थाहरू, ११.३ प्रतिशतले सरलिकृत बैंकिङ सेवा, १०.८ प्रतिशतले इन्क्यूवेटर सेन्टर, ६.२ प्रतिशतले सरलीकृत दर्ता प्रक्रिया, ३.३ प्रतिशतले एकद्वार प्रणाली र ४.६ प्रतिशतले अन्य (कर प्रणालीमा सहजता, बजार व्यवस्थापन आदि) कारणले योगदान पुऱ्याउने भनी उल्लेख गरेको देखिन्छ । ५२.८ प्रतिशत उद्यमीहरूले वित्तीय सुलभता (कर्जा/अनुदान, सरल बैंकिङ, लगानी गर्ने संस्थाको माग) र ३३.१ प्रतिशतले क्षमता विकासलाई (तालिम, इन्क्यूवेटर) प्राथमिकता दिएका छन् । यसबाट प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमको विकासमा संस्थागत सहयोग (Institutional support) ले महत्वपूर्ण भूमिका खेल्ने देखिन्छ ।

चार्ट ४.२४ : स्टार्टअप उद्यमको सफलताका लागि आवश्यक कार्यक्रमहरू



स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण

बक्स ६ : एभरेष्ट एग्रो रिसर्च एण्ड टुरिजम डेभलपमेन्ट प्रा.लि.

कृषिलाई पर्यटनसँग जोड्ने उदेश्यले वि.स.२०७८ सालमा सोलुखुम्बु जिल्लाको सोलुदुधकुण्ड नगरपालिका वडा नम्बर-८ पत्तालेमा स्थानीय ८ जना युवाहरू मिलेर एभरेष्ट एग्रो रिसर्च एण्ड टुरिजम डेभलपमेन्ट प्रा.लि.को स्थापना भएको हो । ३ करोड ३० लाख रुपैयाँ स्वपुँजी र १ करोड ७० लाख रुपैयाँ बैंकको कर्जा गरी ५ करोड रुपैयाँको लगानीमा सञ्चालन भएको व्यवसायले ३८ रोपनी आफ्नो र १४८ रोपनी लिजको गरी जम्मा १८६ रोपनी क्षेत्रफलमामा विभिन्न प्रजातिका स्याउ खेती गरेको छ। १८ हजार ६२० विरुवा रोपेकोमा असिनाले २०० वटा विरुवा नष्ट भएको हुँदा हाल १८ हजार ४२० विरुवाले उत्पादन दिइरहेको छ।

कृषि अर्थ विज्ञ तथा पुर्व कृषि सचिव डा. योगेन्द्र कुमार कार्की र रामपुर क्याम्पसका वागवानी विज्ञ श्री चुतराज गुरुङसँग निजी स्रोतमा प्राविधिक परामर्श लिई फुजी (इटालियन जात), गाला, रेडस्टार, ग्रीन, गोल्डेन आदि प्रजातिका स्याउ खेती सुरु गरेको फर्मले प्रधानमन्त्री कृषि आधुनिकिकरण परियोजनाबाट १ करोड रुपैयाँ अनुदान प्राप्त गरेको छ। बोटबाट आफैले स्याउ टिपेर खरिद गर्न समेत पाउने भएपछि फर्म अवलोकनका लागि आउने पर्यटकको संख्यामा उल्लेखनीय वृद्धि भएको छ।

सञ्चालकका अनुसार स्याउको विरुवाले रोपेको १ वर्षदेखि २५ वर्ष सम्म उत्पादन दिन्छ भने पूर्ण उत्पादन दिने समयमा फर्मबाट वार्षिक ४६० मे.टन सम्म उत्पादन हुन्छ। आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा कुल २५ मे.टन स्याउ उत्पादनबाट ५० लाख रुपैयाँ बिक्री आम्दानी र १० लाख रुपैयाँ नाफा भएको देखिन्छ। हाल उत्पादन भईरहेको स्याउ स्थानीय बजारमै खपत भइरहेकाले बजारीकरणमा कुनै समस्या रहेको छैन। स्याउ उत्पादनको सिजनमा ३० जनासम्म कामदार आवश्यक हुने उक्त फर्ममा ३ महिला र ४ पुरुष गरी जम्मा ७ जना कामदारले स्थायी रोजगारी पाइरहेका छन्।

दक्ष कामदारको कमी, उच्च प्रतिस्पर्धा तथा कृषि विशेषज्ञको अभावका कारण उक्त कम्पनीले उत्पादन राम्रो भएपनि स्याउको गुणस्तर वृद्धि गर्न चुनौती रहेको देखिन्छ। निजी क्षेत्रको प्रयासबाटमात्र स्याउको गुणस्तर वृद्धि गर्न कठिन भइरहेकाले सरकारी स्तरबाट पनि कृषि विशेषज्ञ तथा प्रविधि उपलब्ध गराउन उपयुक्त हुने देखिन्छ। तालिम तथा सिप विकास कार्यक्रम, Incubator Centers र सहुलियतपुर्ण कर्जा उपलब्ध गराई हिमाली क्षेत्रका अन्य किसानहरुलाई समेत आकर्षण गर्न सके स्याउको उत्पादन उल्लेखनीय रुपमा बढाउन सकिने देखिन्छ। भविष्यमा फर्मले स्याउको विरुवा संख्या विस्तार गरी १ लाखसम्म पुर्‍याउने र कृषिपर्यटनसँगै होमस्टे सेवा थप गरी दीर्घकालीन आम्दानी तथा रोजगारीको वृद्धि गर्ने लक्ष्य राखेको छ।

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण, तस्विर : डिल्ली बहादुर गुरुङ

४.४ स्टार्टअप उद्यमसँग सम्बन्धित समस्याहरू

स्टार्टअप उद्यमसँग सम्बन्धित समस्याहरू देहायबमोजिम रहेका छन्।

१. **वित्तीय पहुँचमा कठिनाइ :** स्टार्टअप उद्यमीहरूले सुरुवाती चरणमै पुँजीको अभावको समस्याको सामना गर्नुपर्ने देखिएको छ। नेपालमा कर्जा प्रणाली अझै पनि प्रक्रियागत रूपमा जटिल भएकाले उद्यमीहरूले सहजरूपमा कर्जा प्राप्त गर्न सकिरहेका छैनन्। साथै, भेन्चर क्यापिटल, एन्जल लगानीकर्ता वा अन्य वैकल्पिक वित्तीय स्रोतहरूको अभावले स्टार्टअप उद्यमहरूलाई आवश्यक लगानी जुटाउन समस्या भएको देखिन्छ।

२. **नीति र कानूनी अस्पष्टता :** स्टार्टअप उद्यमीका लागि आवश्यक दर्ता, अनुमति र नियामक प्रक्रियाहरू स्पष्ट र समन्वयपूर्ण नभएकाले व्यवसाय सुरुवात र विस्तारमा कठिनाइ हुने गरेको छ। साथै, विद्यमान नीतिहरू

दीर्घकालीन स्थायित्व नभई अस्थिर रहने र समयानुकूल अद्यावधिक नहुने हुँदा उद्यमीहरूबीच अनिश्चितता र जोखिमको वातावरण सिर्जना हुने गरेको देखिन्छ ।

३. **प्राविधिक र मानवस्रोतको अभाव :** व्यवसाय सञ्चालनका लागि आवश्यक प्राविधिक ज्ञान, कानूनी प्रक्रिया, व्यवसायिक तालिम, परामर्श सेवा र दक्ष जनशक्ति पर्याप्त रुपमा उपलब्ध नभएको तथा दक्ष जनशक्तिको केन्द्रीकरण र विदेश पलायनले स्थानीय स्टार्टअपहरूको विकासमा अवरोध हुने गरेको देखिन्छ ।

४. **पूर्वाधार र प्रविधिको कमी :** अनियमित विद्युत आपूर्ति, कमजोर भौतिक पूर्वाधार र सीमित डिजिटल पहुँचले विशेष गरी ग्रामीण क्षेत्रहरूमा स्टार्टअप सञ्चालनमा समस्या सिर्जना हुने गरेको देखिएको छ ।

५. **अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार प्रक्रियाको जटिलता :** सेवा र उत्पादन निर्यात गर्दा भुक्तानी प्रणली, विदेशी विनिमय प्रक्रिया र कानूनी सरलता नहुनाले व्यवसायको अन्तर्राष्ट्रिय विस्तारमा समस्या उत्पन्न हुने गरेको छ । अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा वस्तु तथा सेवा बिक्री गरे बापत् भुक्तानी लिने प्रक्रिया सहज नहुनाले वस्तु तथा सेवा निर्यातमा समस्या हुने गरेको देखिएको छ ।

६. **व्यवसायिक शिक्षाको अभाव :** शैक्षिक संस्थाहरूमा उद्यसम्बन्धी व्यावहारिक विषयहरू पर्यााप्तरुपमा समावेश नभएको हुनाले युवा उद्यमीहरूमा व्यावसायिक सोच विकास हुन नसकेको देखिएको छ । स्टार्टअप उद्यमीहरूमा वित्तीय साक्षरताको अभाव रहेको देखिएको छ ।

७. **क्षेत्रीय असमानता र पहुँच सीमितता :** पहाडी र हिमाली क्षेत्रहरूमा पूर्वाधार अभाव, बजार र स्रोत पहुँचमा सीमितता तथा दक्ष जनशक्तिको केन्द्रीकरण र विदेश पलायनलले त्यस क्षेत्रहरूमा नवितनम स्टार्टअपहरूको विकास तुलनात्मक रूपमा कम भएको देखिएको छ ।

८. **नवप्रवर्तन र अनुसन्धानमा कम लगानी :** स्टार्टअपहरूको लागि अनुसन्धान तथा विकास (R&D) र प्राविधिक सहयोगका क्षेत्रमा पर्याप्त बजेट र कार्यक्रम नहुँदा समस्या देखिएको छ । नयाँ प्रविधि विकास, नवप्रवर्तन र अनुसन्धानमा पर्याप्त लगानी नहुनाले दीर्घकालीन व्यवसाय विस्तारमा चुनौती उत्पन्न भएको छ । साथै, नवप्रवर्तनलाई प्रोत्साहन गर्ने वातावरण र सहयोगको अभावका कारण उद्यमीहरूले प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता बढाउन कठिनाइ भोगिरहेका छन् ।

परिच्छेद ५ : निष्कर्ष तथा सुझावहरू

५.१ अध्ययनको निष्कर्ष

यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यमको स्थलगत सर्वेक्षण तथा अन्तर्वार्ताबाट प्राप्त तथ्याङ्क तथा सूचनाका आधारमा अध्ययनको उद्देश्यसँग मेलखाने निम्नलिखित निष्कर्ष प्रस्तुत गरिएको छ । अध्ययनको सारांश र निष्कर्ष देहायबमोजिम रहेका छन् ।

१. यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये मोरङ जिल्लाका ३७, झापा जिल्लाका ३१, सुनसरी जिल्लाका २८, इलाम जिल्लाका १३, उदयपुर जिल्लाका ११, संखुवासभा जिल्लाका १०, धनकुटा जिल्लाका ९ र सोलुखुम्बु, खोटाङ र भोजपुर जिल्लाका समान ७/७ वटा उद्यम रहेका छन् । भौगोलिक रुपमा हिमाली क्षेत्रबाट १७ वटा (१०.६ प्रतिशत), पहाडी क्षेत्रबाट ३६ वटा (२२.५ प्रतिशत) र तराईका क्षेत्रबाट १०७ वटा (६६.९ प्रतिशत) उद्यम रहेका छन् ।

२. यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० उद्यमहरूमा कृषि तथा वनजन्य, उत्पादनमूलक, सेवामूलक, पर्यटन र सूचना प्रविधि गरी ५ वटा व्यावसायिक क्षेत्र समावेश भएका छन् । क्षेत्रगत रुपमा कृषि तथा वनजन्य ६६ वटा, उत्पादनमूलक २९ वटा, सेवामूलक २८ वटा, पर्यटन २२ वटा र सूचना प्रविधि क्षेत्रका १५ वटा उद्यमहरू रहेका छन् । क्षेत्रगत रुपमा कृषि तथा वनजन्य क्षेत्रको हिस्सा सबैभन्दा बढी ४१.३ प्रतिशत र सूचना प्रविधि क्षेत्रको सबैभन्दा कम ९.४ प्रतिशत रहेको छ ।

३. कोशी प्रदेशमा अवस्थित स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्र (कृषि तथा वनजन्य, सूचना प्रविधि, उत्पादनमूलक, सेवामूलक र पर्यटन) छनोट कोशी प्रदेशको भौगोलिक स्थानसँग (हिमाल, पहाड, तराई) निर्भर छैन भन्ने Null Hypothesis अस्वीकृत भएको छ । अर्थात् Pearson Chi Square Test का आधारमा स्टार्टअप उद्यमको व्यावसायिक क्षेत्रहरूको वितरण भौगोलिक स्थान अनुसार फरक छ ।

४. अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यमहरू मध्ये वस्तु तथा सेवामा ५४ प्रतिशत, उत्पादन प्रक्रियामा ४१ प्रतिशत र वितरण प्रक्रियामा ५ प्रतिशत व्यवसायले नवीन सोच तथा नवप्रवर्तनको प्रयोग गरेका छन् ।

५. अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यममा कुल लगानी रु.२ अर्ब ५६ करोड रहेको छ । लगानी रकममा ३८.७ प्रतिशत हिस्सा ऋणको रहेको छ भने ६१.३ प्रतिशत हिस्सा स्वपुँजीको रहेको छ ।

६. अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ९४ (५८.८ प्रतिशत) वटा उद्यमले व्यवसाय सञ्चालनका लागि परामर्श सेवा प्राप्त गरेको देखिन्छ भने ६६ (४२.२ प्रतिशत) वटा उद्यमले व्यवसाय सञ्चालनका क्रममा कुनै किसिमको परामर्श सेवा प्राप्त गरेको देखिदैन । त्यसैगरी ६५ वटा (४०.६ प्रतिशत) उद्यमले सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छन् भने ९५ वटा (५९.४ प्रतिशत) उद्यमले कुनै पनि सरकारी अनुदान तथा सुविधा प्राप्त गरेका छैनन् ।

७. यस अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ७२ वटा (४५ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार स्थानीय, ७५ वटा (४६.९ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार राष्ट्रिय र १३ वटा (८.१ प्रतिशत) उद्यमको प्रमुख बजार अन्तर्राष्ट्रिय रहेको छ ।

८. अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यम मध्ये ४४ वटा (२७.५ प्रतिशत) उद्यममा उच्च प्रविधि, १०४ वटा (६५ प्रतिशत) उद्यममा सामान्य प्रविधिको प्रयोग भएको छ भने १२ वटा (७.५ प्रतिशत) उद्यममा प्रविधिको प्रयोग नभएको देखिन्छ ।

९. अध्ययनमा समावेश भएका १६० वटा स्टार्टअप उद्यम मध्ये आर्थिक वर्ष २०८०/८१ मा ८०.० प्रतिशत (१२८ वटा) उद्यमहरू नाफामा रहेका छन् भने २०.० प्रतिशत (३२ वटा) उद्यमहरूले नोक्सान बेहोरेका छन् ।

१०. अध्ययनमा समावेश भएका १६० स्टार्टअप उद्यमहरूको कुल बिक्री आम्दानी रु.९२ करोड ६४ लाख रहेको छ भने कुल नाफा रु. १२ करोड ९२ लाख रहेको छ। स्टार्टअप उद्यमको औसत नाफा (Net Profit Margin) १३.९ प्रतिशत रहेको देखिन्छ। त्यसैगरी आ.व.२०८०/८१ मा अध्ययनमा समावेश स्टार्टअप उद्यमहरूमा कुल लगानी रु.२ अर्ब २४ करोड ९० लाख रहेको छ भने औसत लगानीमा प्रतिफल दर (ROI) ५.७ प्रतिशत रहेको छ।

११. स्टार्टअप उद्यमको क्षेत्रले बजारको माग, वित्तीय परिसूचक, प्रविधि प्रयोग र नियामक सम्बन्धी आयामहरूको औसत मानमा कुनै महत्वपूर्ण भिन्नता पार्दैन भन्ने Null Hypothesis अस्वीकृत भएको छ। Anova परीक्षणले कोशी प्रदेशका स्टार्टअप उद्यमहरूको व्यवसायिक क्षेत्र अनुसार प्रविधि प्रयोगमा मात्र महत्वपूर्ण भिन्नता रहेको देखाएको छ (P Value , 0.000<0.05) भने बजारको माग, वित्तीय अवस्था र नियामक पक्षमा क्षेत्रगत रूपमा कुनै महत्वपूर्ण भिन्नता रहेको छैन ।

१२. कोशी प्रदेशका १६० स्टार्टअप उद्यमहरूले सुरुवाती चरणमा ३२.७ प्रतिशतले पुँजीको अभाव, २०.४ प्रतिशत दक्ष जनशक्तिको अभाव, १४.५ प्रतिशतले सिप तथा ज्ञानको अभाव, १४.२ प्रतिशतले परामर्शको अभाव, १३.३ प्रतिशतले दर्ता प्रक्रियाका जटिलताहरू जस्ता समस्याको सामना गर्नु परेको देखिन्छ । यसबाहेक ४.९ प्रतिशतले अन्य समस्याहरू जस्तै कच्चा पदार्थको अभाव, पूर्वधार तथा उपकरण अभाव आदि सामना गर्नु परेको देखिन्छ ।

१३. स्टार्टअप उद्यमहरूले सञ्चालनका क्रममा २३.७ प्रतिशतले लगानीकर्ताको अभाव, २२.४ प्रतिशतले दक्ष कामदारको अभाव, २१.४ प्रतिशतले बजार प्रतिस्पर्धा, १८.८ प्रतिशतले प्रविधिको सीमितता, ४.९ प्रतिशतले नियामकीय समस्याहरू र ८.८ प्रतिशतले अन्य समस्याहरू (कच्चा पदार्थको अभाव, पूर्वधारको तथा उपकरण अभाव, बजार व्यवस्थापन, जनचेतनाको कमी आदि) को सामना गरिरहेको देखिन्छ ।

५.२ सुझावहरू

यस अध्ययनमा समावेश भएका स्टार्टअप उद्यमको स्थलगत सर्वेक्षण तथा सरोकारवालाहरूसँगको छलफलबाट प्राप्त प्रतिक्रियालाई समेत समावेश गरी सरोकारवाला निकायका लागि निम्न लिखित सुझावहरू प्रस्ताव गरिएको छ ।

५.२.१ संघीय सरकार

१. स्टार्टअप उद्यमीहरूले सुरुवाती चरणमा पुँजीको अभावको समस्याको सामना गर्नुपर्ने देखिएको छ । सरकारले स्टार्टअप उद्यम कर्जाको प्रबन्ध गरेतापनि उद्यम शुरू गर्नकै लागि कर्जा लिन योग्य नहुने भएकोले स्टार्टअपहरूको वित्तीय पहुँचलाई सुदृढ बनाउन सह-लगानी मोडेलमार्फत बिउ पुँजी कोष स्थापना गरी सञ्चालन गर्न उपयुक्त हुने देखिन्छ ।

२. सरकारले स्टार्टअपलाई पुँजीमार्फत वित्तीय लगानी गर्ने भेन्चर क्यापिटल, एञ्जल लगानीकर्ता आदिजस्ता वैकल्पिक वित्तीय स्रोत प्रदायकरूलाई प्रोत्साहन गर्न आवश्यक छ । यसका लागि कर छुट, लगानी सुरक्षाका उपाय र सहज कानूनी प्रक्रिया लागू गरी यस्ता संस्थाहरूको विकास र सक्रियतालाई बढावा दिनुपर्ने देखिन्छ।

३. विद्यार्थीमा उद्यमशीलता र व्यावसायिक सोच विकास गर्न सहयोग पुऱ्याउने गरी विद्यालय शिक्षाको पाठ्यक्रममा व्यापार दर्ता, कर, लेखा, कारोबार सम्बन्धी कानूनी पक्ष र बजार व्यवस्थापनका आधारभूत विषय समावेश गर्नु उपयुक्त हुने देखिन्छ ।

४. सरकारी बजेट (जग्गा/पूर्वाधार) तथा नीतिगत सहयोग र निजी क्षेत्र/विश्वविद्यालयको प्राविधिक ज्ञानको संयोजनबाट स्टार्टअपहरूलाई लगानीको पहुँच, प्राविधिक पूर्वाधार, Co-working space, Tax Incentive, R & D support जस्ता सुविधाहरू उपलब्ध गराउनका लागि IT park, Special Economic Zone आदिको स्थापना गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

५. नवीन प्रविधिमा आधारित उद्यमका लागि सम्बन्धित कानुन परिमार्जन अथवा अद्यावधिक गरी व्यवसाय सञ्चालन र विस्तारमा सहजता ल्याउनुपर्छ । स्टार्टअप दर्ता, अनुमति र नियमन प्रक्रियालाई सरल बनाउनका लागि सम्बन्धित निकायबीच समन्वय मिलाउने 'वन-स्टप' डिजिटल प्लेटफर्म विकास गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

५.२.२ प्रदेश तथा स्थानीय सरकार

६. प्रारम्भिक चरणका स्टार्टअप र नवप्रवर्तनशील व्यवसायलाई परामर्श, तालिम, नेटवर्किङ र लगानी पहुँच सुविधा दिन प्रदेशस्तरमा सरकार, निजी क्षेत्र र विश्वविद्यालयसँग सहकार्यमा स्टार्टअप इन्क्युबेसन सेन्टर र व्यवसाय विकास परामर्श सेवा केन्द्रहरू (BDSPs) स्थापना गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

७. प्रदेश सरकारले उद्यमी र जनशक्तिलाई जोड्न प्रादेशिक रोजगार पोर्टल स्थापना गर्दै जनशक्ति अभावको समस्या समाधान गर्न निजी क्षेत्रको सहकार्यमा आवश्यकता अनुसार सीप विकास तथा इन्टर्नशिप कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

८. संघीय तथा प्रदेश सरकारका नीति, कार्यक्रम, अनुदान र अवसरहरूकाबारे उद्यमीहरूमा जानकारी अभाव नहोस् भन्नका लागि स्थानीय निकायहरूले उद्यमी लक्षित सचेतनामूलक कार्यक्रम सञ्चालन गरी सेवा तथा कार्यक्रममा पहुँच सुनिश्चित गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

९. भौगोलिक क्षेत्रका आधारमा उद्यमको वितरण असमान हुने भएकोले पहाडी र हिमाली क्षेत्रमा सञ्चालित स्टार्टअप उद्यमले सीमित पूर्वाधार, स्थानीय स्रोतमा निर्भर, बजार पहुँचमा कठिनाइ जस्ता समस्याको सामना गर्नुपर्ने भएकोले उक्त क्षेत्रमा सञ्चालित स्टार्टअप उद्यमका लागि छुट्टै प्रोत्साहन कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

५.२.३ नेपाल राष्ट्र बैंक

१०. नेपाल राष्ट्र बैंकले बैंक तथा वित्तीय संस्थाहरूलाई नवप्रवर्तनमा आधारित स्टार्टअप उद्यममा लगानी गर्न प्रोत्साहन गर्नुका साथै यस्ता उद्यमलाई कर्जा प्रवाहमा सरलीकरण गर्नका आवश्यक व्यवस्था गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

११. नेपाल राष्ट्र बैंक र बैंक तथा वित्तीय संस्थाहरूले सञ्चालन गर्ने वित्तीय साक्षरता कार्यक्रममा सरकारी तथा निजी क्षेत्रका सरोकारवालाहरूसँगको सहकार्यमा उद्यमीको लागि वित्तीय साक्षरता कार्यक्रम प्रदान गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

१२. कर्जा सदुपयोगको लागि बैंक तथा वित्तीय संस्थाबाट उद्यमीलाई परामर्श तथा सहयोग उपलब्ध गराउन Entrepreneurship Support Desk राख्ने व्यवस्था गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

५.२.४ निजी क्षेत्र तथा अन्य निकाय

१३. उद्यमीहरूलाई आन्तरिक अभिलेख, वित्तीय व्यवस्थापन, बजारीकरण, कानूनी पक्ष, नवप्रवर्तन र जोखिम व्यवस्थापनजस्ता विषयमा व्यवहारिक ज्ञान दिन छोटो अवधिका पाठ्यक्रम बनाएर व्यावसायिक तालिम सञ्चालन गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

१४. ठुला उद्योग तथा व्यावसायिक प्रतिष्ठानहरूले संस्थागत सामाजिक उत्तरदायित्व अन्तर्गत निर्धारित प्रतिशत बजेट उद्यमीहरूको व्यावसायिक शिक्षा, प्रशिक्षण र बिउ पुँजीलगायतमा खर्च गर्नुपर्ने कानूनी प्रावधान बनाउनुपर्ने देखिन्छ ।

१५. उद्यमहरूको नवीनतम उत्पादन तथा सेवाहरूलाई अन्तर्राष्ट्रिय मेला, महोत्सव र प्रदर्शनीहरूमा प्रस्तुत गर्ने वातावरण तयार गरी बजार प्रवर्द्धन गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

१६. जनशक्तिको पलायन रोक्न उद्यमीहरूले प्रतिस्पर्धी पारिश्रमिक र सकारात्मक कार्य वातावरण सुनिश्चित गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

सन्दर्भ सामाग्रीहरू

Agarwal, M., & Sharma, A. (2024). Digital marketing of startup businesses. *Journal of Scientific Research and Technology, 2*(4), 8–29. https://doi.org/10.61808/jsrt94

Atal Innovation Mission. (n.d.). *Overview*. NITI Aayog, Government of India. Retrieved June 15, 2025, from https://aim.gov.in/overview.php

Bangladesh Hi-Tech Park Authority (BHTPA). (n.d.). *Welcome to BHTPA*. Ministry of Posts, Telecommunications and Information Technology. Retrieved June 13, 2025, from https://bhtpa.gov.bd/

Bhatt, N., Saurabh, P., & Verma, R. K. (2020). Technology startup ecosystem in India. *International Journal of Business Innovation and Research, 27*(4). https://doi.org/10.1504/IJBIR.2020.10031105

Bhatta, R., & Sharma, S. (2022). Challenges of social enterprises in developing countries: Evidence from Nepal. *Management Review: An International Journal, 17*(2), 46–75. https://doi.org/10.55819/mrij.2022.17.2.46:contentReference[oaicite:0]{index=0}.

Choi, W. (2019). China's emerging industry development strategy and its implications for Korea. *KIEP Research Paper, KIEP Opinions No. 172*. https://doi.org/10.2139/ssrn.3887352

Cochran, W. G. (1963). *Sampling techniques* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

David, D., Gopalan, S., & Ramachandran, S. (2020). The startup environment and funding activity in India (ADBI Working Paper Series No. 1145). Asian Development Bank Institute. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/238502/1/adbi-wp1145.pdf

Dawson, J. W. (2006). Regulation, investment, and growth across countries. *Cato Journal*., *26*, 489.

Department for Promotion of Industry and Internal Trade. (n.d.). *Startup India*. Government of India. https://www.startupindia.gov.in/

Eisenmann, T. (2021). *Why startups fail: A new roadmap for entrepreneurial success*. Currency.

European Startup Network. (2020, February 21). *European startup monitor 2019/2020*. https://www.europeanstartupmonitor2019.eu/EuropeanStartupMonitor2019_2020_21_02_2020-1.pdf

Global Startup Center. (2025). *Global Startup Center* [Website]. Retrieved June 16, 2025, from https://www.startup-korea.com/

Government of India. (2021, April 19). *Startup India Seed Fund Scheme (SISFS)*. National Portal of India. https://www.india.gov.in/spotlight/startup-india-seed-fund-scheme-sisfs

Government of Nepal, Ministry of Finance. (2024, May 28). *२०८१/८२ को बजेट वक्तव्य [Budget speech for fiscal year 2081/82]*. https://giwmscdntwo.gov.np/media/pdf_upload/%E0%A4%AC%E0%A4%9C%E0%A5%87%E0%A4%9F%20%E0%A4%B5%E0%A4%95%E0%A5%8D%E0%A4%A4%E0%A4%B5%E0%A5%8D%E0%A4%AF%20%E0%A5%A8%E0%A5%A6%E0%A5%AE%E0%A5%A7-%E0%A5%AE%E0%A5%A8_nw8hg3y.pdf

Government of Nepal, Ministry of Finance. (2025, May 29). *२०८२/८३ को बजेट वक्तव्य]Budget speech for fiscal year2082/83]*. https://giwmscdntwo.gov.np/media/pdf_upload/Webside%20Final%20budget%20Speech%202_15_qbn3jyt.pdf

Province Government, Ministry of Economic Affairs and Planning, Koshi Province. (2025, June 15). *२०८२/८३ को बजेट वक्तव्य]Budget speech for fiscal year2082/83]*.

https://giwmscdntwo.gov.np/media/pdf_upload/Budget%20Baktabya%202082_zailrmi.pdf

Government of Nepal, Ministry of Industry, Commerce, and Supplies, Department of Industry. (2024). *Industrial statistics 2078/79*. Tripureshwor, Kathmandu, Nepal. Retrieved from https://doind.gov.np/uploads/notices/Notices-20240107171617414.pdf

iDEA Project. *Innovation Design and Entrepreneurship Academy (iDEA)*. ICT Division, Government of Bangladesh. Retrieved June 13, 2025, from https://idea.gov.bd/

iLabour Project. (2022). *The changing nature of work and innovation in the digital economy*. https://www.ilabour.eu/media/063380bbbe8a4355a887_1662585632.pdf

Khanal, R., Khanal, K., Gadtaula, M., Poudel, S., & Basnet, R. K. (2023). *Startup businesses and micro, small, and medium enterprises in Nepal: A policy perspective* (PRI Publication No. 072). Policy Research Institute.

Khatri, M. B. (2018). Industrial development in Nepal: Problems and prospects. *The Economic Journal of Nepal, 41*(3 & 4), 150. Cedecon-TU.

Klapper, L., Love, I., & Randall, D. (2016). The impact of regulations on the startup of new businesses. *World Bank Economic Review, 30*(2), 214–242. https://doi.org/10.1093/wber/lhv015

LightCastle Partners. (2020). *Bangladesh Startup Ecosystem Report 2020*. https://lightcastlepartners.com/wp-content/uploads/2020/07/Bangladesh-Startup-Ecosystem-Report-2020-1.pdf

Men, L. R., Ji, Y. G., & Chen, Z. F. (2020). *Strategic communication for startups and entrepreneurs in China*. London, UK: Routledge. http://dx.doi.org/10.4324/9780429274268

Mier, J. (2024, March 8). What's the difference between a startup and any other business? *The Conversation*. https://theconversation.com/whats-the-difference-between-a-startup-and-any-other-business-203832

Ministry of Finance – Government of Bangladesh. (2022). *Budget Speech 2022–2023 (English Version).* Retrieved from https://customs.gov.bd/files/National%20Budget%20Speech%20FY2022-23%20English%20Version.pdf

Ministry of Industry, Commerce and Supplies. (n.d.). *राष्ट्रिय स्टार्टअप उद्यम नीति, २०८१]National start-up enterprise policy, 2081].* Government of Nepal. https://moics.gov.np/content/11424/11424-national-start-up-enterprise-p/

Ministry of Industry, Commerce, and Supplies. (2020). *The Industrial Enterprises Act, 2076*. Government of Nepal. Retrieved from https://doind.gov.np/detail/196

Ministry of SMEs and Startups. (2021, December 28). *Support for Small and Medium Enterprise Establishment Act* (Act No. 18661). Korea Legislation Research Institute. https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=60093&type=part&key=28

Ministry of SMEs and Startups. (2025). *Ministry of SMEs and Startups.* Statutes of the Republic of Korea. Retrieved June 16, 2025, from https://www.mss.go.kr/site/eng/main.do

Nepal Rastra Bank (NRB). (2076). *SMEs financing in Nepal*. Kathmandu: Nepal Rastra Bank.

OECD. (2018). *A portrait of innovative start-ups across countries*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/en/publications/a-portrait-of-innovative-start-ups-across-countries_f9ff02f4-en.html

Rai, A., Rai, C. K., Adhikari, K., & Karki, M. B. (2021). What motivate youths to start a business: An empirical evidence from Eastern Nepal. *Journal of Management, 4*(1), 1–15. https://doi.org/10.3126/jom.v4i1.38657

Rijal, S., Poudel, S., & Upadhyay, P**.** (2021). The five biggest factors challenging start-ups in Nepal. *Westcliff International Journal of Applied Research, 5*(1), 64. https://doi.org/10.47670/wuwijar202151SRSPPU

Savin, I., Chukavina, K., & Pushkarev, A. (2022). Topic-based classification and identification of global trends for startup companies. Small Business Economics, 60(3), 659–689. https://doi.org/10.1007/s11187-022-00609-6

Startup Bangladesh Limited. *Startup Bangladesh Limited – A venture capital company*. Retrieved June 15, 2025, from https://www.startupbangladesh.vc/

Startup Genome. (n.d.). Global Startup Ecosystem Report 2024: Introduction. In *The Global Startup Ecosystem Report 2024*. Retrieved June 22, 2025, from https://startupgenome.com/report/gser2024/introduction

Startup India. (2025). *Startup India: 9-year factbook (January 2025)*. Department for Promotion of Industry and Internal Trade, Ministry of Commerce and Industry, Government of India. https://www.startupindia.gov.in/content/dam/invest-india/startup-milestone/FactbookJan25.pdf

StartupBlink. (2024). *Global Startup Ecosystem Index Report 2024*. https://www.startupblink.com/startupecosystemreport

World Bank Group. (2022). *Sampling methodology: Enterprise surveys.* Retrieved from https://www.enterprisesurveys.org/content/dam/enterprisesurveys/documents/methodology/Sampling_Note-Consolidated-2-16-22.pdf

नेपाल राष्ट्र बैंक
विराटनगर कार्यालय
आर्थिक अनुसन्धान इकाई
(Email: researchbrt@nrb.org.np)

"कोशी प्रदेशमा स्टार्टअप उद्यमको प्रवृति"

अनुसूची - १

उद्योग व्यवसायहरूको लागि तयार पारिएको स्थलगत सर्वेक्षण प्रश्नावली-२०८१

यस प्रश्नावली अन्तर्गत सोधिएका व्यक्तिगत विवरणहरू "तथ्याङ्क ऐन २०७९" अनुसार गोप्य राखिनेछन् । यी विवरणहरू तथ्याङ्कीय प्रयोजनका लागि मात्र प्रयोग गरिनेछन् ।

तथ्याङ्क संकलनकर्ताको नाम/हस्ताक्षर...

व्यवसायको नाम	
ठेगाना	
सम्पर्क नम्बर	
इमेल	
व्यवसायिक प्रकार	☐ **सेवा** ☐ **व्यापार** ☐ **उत्पादन**

क. उद्यमीको व्यक्तिगत विवरणहरू :

१. नाम : ....उमेर ....वर्ष, लिङ्ग ....।

२. शैक्षिक योग्यता :

☐ सामान्य ☐ उच्च माध्यमिक ☐ स्नातक ☐ स्नात्तकोत्तर ☐ प्रोफेशनल ....

३. कति वर्षदेखि यस व्यवसायमा संलग्न हुनुहुन्छ ? ....

४. यस अघि सम्बन्धित व्यवसायमा यहाँको अनुभव वर्ष ....

५. यस अघि कुनै व्यवसायमा संलग्न हुनुभएको थियो ?

☐ छ ☐ छैन

छ भने कुन व्यवसाय/पेशामा संलग्न हुनुहुन्थ्यो ?

☐ व्यवसाय/उद्योग ☐ कृषि ☐ नोकरी/जागिर ☐ वैदेशिक रोजगारी ☐ अन्य

ख. व्यवसायिक क्षेत्र छनोटको प्रवृतिको पहिचानका लागि

१. तपाईंको व्यवसायको कार्य उल्लेख गर्नुहोस् : ....

२. तपाईंको व्यवसायको कुन क्षेत्रमा नविनतम सोचको प्रयोग भएको छ ?

☐ वस्तु तथा सेवा ☐ उत्पादन प्रक्रिया ☐ वितरण प्रक्रिया

प्रयोग गरिएको नविनतम सोच उल्लेख गर्नुहोस् ....

३. तपाईंको व्यवसायिक प्रकार चयन गर्नुहोस् :

☐ उत्पादनमूलक ☐ पर्यटन ☐ निमार्ण
☐ उर्जामूलक ☐ खनिज ☐ सूचना प्रविधि
☐ कृषि तथा वनजन्य ☐ सेवामूलक ☐ अन्य..........

४. तपाईंले यो क्षेत्र किन चयन गर्नुभयो ?

☐ आफ्नो सिप/रुचि ☐ बजारको माग ☐ वित्तीय क्षमता ☐ अन्य ....

५. यस प्रकारको व्यवसाय सञ्चालन गर्ने प्रमुख उत्प्रेरणा के होला ?

☐ आत्मनिर्भर बन्ने इच्छा ☐ रोजगारीको अभाव ☐ नयाँ अवसर ☐ सरकारी नीति तथा अनुदान
☐ समाजमा योगदान गर्ने चाहाना ☐ अन्य........................

६. तपाईंले आफ्नो व्यवसाय सुरु गर्न यही स्थान (जिल्ला/नगरपालिका) किन चयन गर्नुभयो ?

☐ स्रोत साधनको उपलब्धता ☐ स्थानीय बासिन्दा ☐ पूर्वाधार ☐ बजार ☐ अन्य............

७. तपाईंको विचारमा कोशी प्रदेशमा कुन व्यवसायिक क्षेत्रको सम्भावना उच्च रहेको छ ? ....

ग. स्टार्टअप व्यवसायको लागि आवश्यक स्रोत, साधन र पूर्वाधारहरूमा पहुँचको अवस्था पहिचान गर्न

१. व्यवसायको स्वामित्व कस्तो रहेको छ ? ☐ एकल ☐ संयुक्त ☐ प्रा.लि.

२. यस व्यवसायका लागि लगानीको स्रोतहरू कहाँ बाट जुटाउनु भयो ?

जम्मा लगानी रकम रु. .... Equity रु........................Debt रु..................................			
आफ्नै बचत रकम	रु..............	सहकारी संस्था	रु.....................
बैंक-वित्तीय संस्था	रु...............	साथीभाई/नातेदारसँग सापटी	रु........................
सरकारी अनुदान	रु...............	अन्य (उल्लेख गर्नुहोस्)	रु........................

३. व्यवसाय सञ्चालन गर्नको लागि कुनै परामर्श सेवा लिनुभएको छ ?

☐ छ ☐ छैन

छ भने कस्तो सेवा लिनुभएको छ ? *(लागु हुने सबै चयन गर्नुहोस्)*

☐ कानूनी ☐ लेखा ☐ बजारीकरण ☐ प्राविधिक ☐ अन्य..................

छ भने परामर्श सेवा कहाँबाट लिनुभयो ?

☐ निजी क्षेत्र ☐ सरकारी क्षेत्र ☐ एनजिओ/आइएनजिओ ☐ विश्वविद्यालय

☐ अन्य............

४. सरकारबाट कुनै अनुदान वा अन्य सुविधा प्राप्त गर्नुभएको छ ?

☐ छ ☐ छैन

छ भने कस्तो सुविधा प्राप्त गर्नुभएको छ ? *(लागु हुने सबै चयन गर्नुहोस्)*

☐ वित्तीय अनुदान ☐ परामर्श ☐ तालिम/सीप विकास ☐ सहुलियतपूर्ण कर्जा ☐ अन्य

५. यस व्यवसायले सुरुवाती चरणमा भोग्नुपरेका मुख्य समस्याहरू छनोट गर्नुहोस । *(लागु हुने सबै चयन गर्नुहोस्)*

☐ दर्ता प्रकृया ☐ दक्ष कामदारको कमी

☐ पुँजीको अभाव ☐ परामर्शको अभाव

☐ सिप तथा ज्ञानको कमी ☐ अन्य ....

६. तपाईंको व्यवसायले हाल सामना गरिरहेका प्रमुख समस्याहरू के हुन ? *(लागु हुने सबै चयन गर्नुहोस्)*

☐ लगानीकर्ताको अभाव ☐ प्रविधिको सीमितता

☐ दक्ष कर्मचारीहरूको अभाव ☐ कानुनी वा नियामकीय समस्याहरू

☐ बजार प्रतिस्पर्धा ☐ अन्य ....

७. कस्तो सरकारी/निजी सहयोगले स्टार्टअप व्यवसायलाई सहयोग पुऱ्याउने छ ? *(लागु हुने सबै चयन गर्नुहोस्)*

☐ सरलीकृत दर्ता प्रक्रिया ☐ तालिम तथा सिप विकास कार्यक्रम

☐ Incubator Centers ☐ सहुलियतपूर्ण कर्जा/अनुदान

☐ Funding agencies (वित्तीय सहयोग) ☐ सरलीकृत बैंकिङ सेवा

☐ एकद्वार प्रणाली ☐ अन्य...................

८. तपाईंको व्यवसायको उत्पादनको प्रमुख बजार कुन हो ? (कुनै एक मात्र चयन गर्नुहोस्)

☐ स्थानीय ☐ राष्ट्रिय ☐ अन्तर्राष्ट्रिय

९. तपाईंको व्यवसायको उत्पादनको मूल्य निर्धारण कसले गर्छ ?

☐ आफै ☐ बजार ☐ सरकारी निकाय ☐ अन्य

१०. आगामी वर्षहरूमा तपाईंले व्यवसाय विस्तार गर्ने बारे सोच्नुभएको छ ?

☐ छ ☐ छैन

छ भने कस्तो विस्तार गर्ने बारे सोच्नुभएको छ ?

☐ बजार विस्तार ☐ वस्तु/सेवा विविधिकरण ☐ क्षमता विस्तार

☐ प्रविधिको प्रयोग ☐ अन्य ....

घ. स्टार्टअप व्यवसायको क्षेत्रगत प्रवृतिको तुलनात्मक विश्लेषण गर्न

१. के तपाईंको व्यवसाय मुनाफामा छ ?

☐ छ ☐ छैन

आ.व २०८०/८१ मुनाफा/घाटा रकम रु. ....

तपाईंको व्यवसाय मुनाफामा जान कति समय लाग्यो ? ....महिना/वर्ष

२. आ.व २०८०/८१ को बिक्री आम्दानी रकम रु.. ....

३. तपाईंको व्यवसायले सिर्जना गरेको रोजगारीको विवरण :

महिला :	पुरुषः	जम्माः

४. व्यवसायको क्षमता उपयोग कति प्रतिशत रहेको छ ? ....

५. यस व्यवसायमा कस्तो प्रविधिको प्रयोग भएको छ ?

☐ उच्च प्रविधि ☐ सामान्य प्रविधि ☐ छैन

६. नयाँ प्रविधिको प्रयोगले कुन पक्षमा सहयोग पुऱ्याएको छ ?

☐ श्रम लागतमा कमी ☐ ग्राहकसँगको पहुँचमा वृद्वि ☐ उत्पादन लागतमा कमी

☐ उत्पादनमा वृद्धि ☐ उत्पादकत्वमा वृद्धि ☐ अन्य ....

७. तपाईंको उत्पादन/ब्राण्डले समुदाय बनाएको छ वा छैन ?

☐ छ ☐ छैन

८. आफ्नो व्यवसायलाई कसरी बजारीकरण गर्नुभएको छ ? *(लागु हुने सबै चयन गर्नुहोस्)*

☐ परम्परागत मिडिया ☐ साथीभाई/ नातेदार ☐ मेला महोत्सव

☐ सामाजिक सञ्जाल ☐ वेभसाइट अन्य ☐ अनलाईन विज्ञापन (Marketplaces)

☐ Door to Door ☐ अन्य.....................

९. तलका भनाइहरूमा उचित विकल्प चयन गर्नुहोस्:

१	**बजारीकरण सम्बन्धी**	धेरै उच्च	उच्च	सामान्य	न्यून	धेरै न्यून
	यस व्यवसायबाट उत्पादित वस्तु तथा सेवाको बजार मागको अवस्था कस्तो रहेको छ ?					
	व्यवसायबाट उत्पादित वस्तु तथा सेवा प्रति ग्राहकको रुचि कस्तो रहेको छ ?					
	व्यवसायप्रति समाजको रुचि कस्तो रहेको छ ?					
२	**वित्तीय/आर्थिक परिसूचकहरू सम्बन्धी**	पूर्ण सहमत	सहमत	तटस्थ	असहमत	पूर्ण असहमत
	यस व्यवसायले पछिल्लो वर्षमा आफ्नो आम्दानीमा (Revenue) उल्लेखनिय वृद्धि गरेको छ।					
	यस व्यवसायले पछिल्लो वर्षमा आफ्नो मुनाफामा उल्लेखनिय वृद्धि गरेको छ।					
	यस व्यवसायले पछिल्लो वर्षमा व्यवसायीक कर्जामा उल्लेखनिय वृद्धि गरेको छ।					
३	**प्रविधि सम्बन्धी**	पूर्ण सहमत	सहमत	तटस्थ	असहमत	पूर्ण असहमत
	यस व्यवसायमा प्रविधिको प्रयोग उच्च मात्रामा भएको छ					
	यस व्यवसायको सफलतामा प्रविधिको प्रयोगले महत्वपूर्ण भूमिका खेलेको छ।					
	यस व्यवसायले नयाँ प्रविधिहरूलाई आफ्नो उत्पादन र सेवामा प्रभावकारी रुपमा प्रयोग गरेको छ।					
४	**नियमन सम्बन्धी**	पूर्ण सहमत	सहमत	तटस्थ	असहमत	पूर्ण असहमत
	व्यवसाय सञ्चालनका लागि विद्यमान नियम कानुन स्पष्ट र सहज छ।					
	व्यवसाय दर्ता, कर प्रणाली, तथा सरकारी स्वीकृति प्रक्रियाहरू सरल र छरितो रहेको छ।					
	सरकारको नीति तथा कार्यक्रमले व्यवसायको वृद्धि र विकासमा सहयोग पुऱ्याएको छ।					

१०. तपाईंको उद्यम सफलता उन्मुख वा समस्याग्रस्त उन्मुख छ ?

☐ सफलता उन्मुख ☐ समस्याग्रस्त उन्मुख

कारण उल्लेख गर्नुहोस् :

☐ पुजीँ ☐ प्रविधि ☐ बजार ☐ व्यवसायको इको सिस्टम

☐ श्रमिक ☐ उर्जा/पूर्वाधार ☐ अन्य.............................

११. तपाईं संलग्न स्टार्टअप व्यवसाय क्षेत्रमा के कस्ता समस्याहरू रहेका छन् ?

१२. स्टार्टअप व्यवसायहरूको विकास र प्रवर्द्धनको लागि कुन निकायले कस्तो किसिमको कार्य गर्नुपर्छ ?

१. नेपाल सरकार/प्रदेश सरकार/स्थानीय सरकार

....

....

....

....

२. नेपाल राष्ट्र बैंक

....

....

....

....

३. बैंक तथा वित्तीय संस्था/बीमा

....

....

....

....

४. अन्य निकाय

....

....

सहयोगका लागि धन्यवाद !