

आपतकालिन अवस्थामा बजार विश्लेषणको लागि न्यूनतम आवश्यकताहरू



LOIS AUSTIN AND SEBASTIEN CHESSEX

 **CaLP**
The Cash Learning Partnership



PHOTO: RAJENDRA SHAWI/DFPAM

अनुवाद/प्रकाशन सहयोग: युएसएड,नेपाल

प्रकाशक: प्रकोप पूर्वतयारी सञ्जाल- नेपाल

ईमेल:dpnet@dpnet.org.np; वेबसाईट:www.dpnet.org.np

नेपाली अनुवाद: राम कुमार गुरुङ्ग

सम्पादन: डा. मीन बहादुर पौडेल क्षेत्री

आपतकालिन अवस्थामा बजार विश्लेषणको लागि न्यूनतम आवश्यकताहरू

नगदका लागि सिकाई साभेदारीको प्रतिवेदन - काल्प (CaLP)

LOIS AUSTIN AND SEBASTIEN CHESSEX

बिषय सूची

१. परिचय

- क) पृष्ठभूमि र उद्देश्यहरू
- ख) प्रमुख मापदण्डहरू
- ग) न्यूनतम आवश्यकताहरूको निर्माण प्रक्रिया
- घ) न्यूनतम आवश्यकताहरूको क्षेत्र
- ङ) न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई कसरी प्रयोग गर्ने
- च) न्यूनतम आवश्यकताकाहरूलाई कहिले प्रयोग गर्ने
- छ) न्यूनतम आवश्यकताका श्रोतावर्गहरू
- ज) संचार
- झ) बजार लेखाजोखा - आवश्यकताहरू

२. न्यूनतम आवश्यकताहरू

- क) लेखाजोखाको क्षेत्र
 - ख) विश्लेषण
 - ग) तथ्यांक संकलन
 - घ) अनुगमन र तथ्यांकको वैद्यतालाई सुनिश्चित गर्नु
- तालिकाहरू: तालिका १ कार्यक्रम निर्णयहरू तथा निर्दिष्ट प्रश्नहरू
- तालिका २ विश्लेषणको स्तरमा आएका विविधताहरूको उदाहरणहरू
- तालिका ३ तथ्यांक संकलन – प्रमुख सूचकहरू र बिषयहरू
- तालिका ४ सूचनाको स्तर र बाध्यताहरू
- तालिका ५ आपतको किसिम र विश्लेषण विधि
- तालिका ६ न्यूनतम अनुगमन प्रश्नहरू
- परिशिष्टहरू
- १ न्यूनतम आवश्यकताहरूको रुजुसूची
 - २ शब्दा-सूची
 - ३ विद्यमान बजार लेखाजोखा तथा प्रतिकार्य विश्लेषण औजारहरू सम्बन्धी पञ्जिका

प्रथमाक्षरी तथा शब्द संक्षेप

CaLP: Cash Learning Partnership: (नगदका लागि सिकाई साभेदारी)

CFW: Cash for work: (कामको लागि नगद)

CTP: Cash Transfer program/programming: (नगद हस्तान्तरण कार्यक्रम)

FFW: Food for work: (लागि कामको लागि खाद्यान्न)

HH: Household: (घरधुरी)

MR: Minimum Requirements: (न्यूनतम आवश्यकताहरु)

ToR: Terms of Reference: (सन्दर्भ शर्तहरु)



PHOTO: RAJENDRA S HANCOXIAN

आभारोक्ति

आपतकालमा बजार विश्लेषणका लागि न्यूनतम आवश्यकताहरू विभिन्न संगठनहरूका व्यक्तिहरू तथा बजारमा आधारित प्रतिकार्यमा रुची र अनुभव भएका थुप्रै स्वतन्त्र मानविय व्यवहारमा संलग्न व्यक्तिहरूको सक्रिय सहयोगबाट तयार गरिएको हो ।

इको (सारा म्याकहेट्टी), डी.एफ.आई.डी.(हेइडी गिल्बर्ट), मर्सी कोर (साशा मुइंच, जील मोरहेड) अक्सफाम (इमिली हेन्डरसन) सेभ दि चिल्ड्रेन (जेस्सिका साउले, इसाबेल पेले, डाबिना जेफ्री), ओ.डी.आई. (सिमोन लेविन), तफ्ट्स विश्वविद्यालय (डान मेक्सवेल) र डब्लु.एफ.पी.(जी मार्टीन बाएर, टोबियस फ्लेमिंग) का प्रतिनिधिहरू सम्मिलित सल्लाहकार समूहले यस दस्तावेजको प्रारम्भिक मस्यौदाको पुनरावलोकन गर्दै रुपान्तरणका लागि बहुमूल्य सुझावहरू दिएका थिए । माइक अल्बू र अलेसान्द्रो दे मेट्टिसले समेत प्रारम्भिक मस्यौदामा पृष्ठपोषण दिएका थिए । काल्य (लिली मोहिद्दीन), अक्सफाम र सेभ द चिल्ड्रेनका प्रतिनिधिहरूले अन्तिम सुझावहरू दिएका थिए ।

न्यूनतम आवश्यकताहरूको प्रकाशन अधि लेबनान र मालीमा यसको फिल्ड परीक्षण गर्न सम्भव गराईएकोमा सेभ द चिल्ड्रेनको उदार सहयोगका लागि धन्यवाद दिन चाहन्छौ ।

यो अध्ययन अमेरिकी अन्तर्राष्ट्रिय विकास नियोग/संयुक्त राज्य वैदेशिक विपद सहायता कार्यालय (युएसएआईडी/ओएफडीए) मार्फत अमेरिकी जनता र क्यानाडाली अन्तर्राष्ट्रिय विकास नियोग (CIDA) मार्फत क्यानाडा सरकारको उदार सहयोगबाट सम्भव भएको हो । यसमा प्रस्तुत गरिएको सम्पूर्ण विषयवस्तुहरूको उत्तरदायित्व नगदका लागि सिकाई साभेदारी (CaLP) को हो र यसले युएसएआईडी/ओएफडीए, अमेरिकी सरकार वा क्यानाडाली अन्तर्राष्ट्रिय विकास नियोग (CIDA) को विचारलाई प्रतिबिम्बित गर्दैन ।



PHOTO: GIVAN BARRETO/OXFAM

१. परिचय

१) पृष्ठभूमि र उद्देश्यहरू

हालैका वर्षहरूमा मानवीय कार्यक्रममा बजारले प्रमुख भूमिका खेल्छ, भन्ने कुरामा बढ्दो क्रममा रहेको सहमतिको परिणामस्वरूप, मानवीय संगठनहरूलाई बजार लेखाजोखामा सहयोग र मार्गदर्शन गर्न विभिन्न किसिमका औजार र निर्देशिकाहरू तयार पारिएको छ।¹ नगद हस्तान्तरण कार्यक्रमको (CTP) माध्यमबाट मानवीय कार्यक्रमलाई स्तरोन्नति गर्न बजारहरूलाई बुझ्नु पर्छ, भन्ने कुरालाई महत्वका साथ र व्यापक रूपमा स्वीकार गरिएको छ। बजारको भूमिका बारे बुझाईको कमिले गर्दा कार्यक्रम स्तरोन्नतिका सम्बन्धमा संस्थाहरूले उचित निर्णय लिनमा यसले सम्भावित रूपमा बाधा पुऱ्याइरहेको हुन्छ।

एकातिर यसले पर्याप्त मात्रामा बजार विश्लेषणका औजारहरू र आपतकालिन अवस्थामा बजारको अध्ययन गर्ने क्रमको विकासलाई गति दिएको छ, भने अर्को तिर प्रयोगकर्ताहरू बजार विश्लेषणको लागि न्यूनतम आवश्यकताहरू के को लागि हो त भन्ने कुरालाई लिएर आश्चर्यचकित भईरहेका पनि छन्। यो सवाल हल गर्न यसरी सकिन्छ, यो निर्देशिकाको उद्देश्य भनेको हाल

यो दस्तावेजलाई एउटा स्वतन्त्र औजारको रूपमा रचना गरिएको होइन बरु यसलाई हाल उपलब्ध औजार र अवधारणाहरूको साथ प्रयोग गरिनु पर्छ, जसले गर्दा प्रयोगकर्ताहरूले उचित कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्नका लागि गरिएको लेखाजोखा, विश्लेषण, तथ्यांक संकलन तथा अनुगमनका दौरान न्यूनतम आवश्यकताहरू पूरा भएका छन भन्ने कुरा सुनिश्चित गर्न सकियोस।

विद्यमान अनुसन्धानहरूको संश्लेषण गर्न होइन बरु न्यूनतम आवश्यकताहरू कहाँ र कसरी लागू हुन सक्लान र ती के हुन भन्ने बारेमा एउटा रूपरेखा तयार पार्नु हो। तसर्थ न्यूनतम आवश्यकताहरूको रचना मुख्यतः मानवीय प्रयोगकर्ताहरूको कार्यलाई मार्गदर्शन गर्नको निमित्त तयार पारिएको हो र जुनसुकै विश्लेषित औजारहरूको प्रयोग गरिएको भएता पनि बजार विश्लेषणको सिलसिलामा आवश्यक सबै महत्वपूर्ण पक्षहरूलाई पूर्णरूपमा विचार गरिएको थियो भनेर सुनिश्चित गर्नु पनि हो।

आपतकालिन अवस्थामा बजार विश्लेषणका लागि न्यूनतम आवश्यकताहरूको विकास नगदका लागि सिकाई साभेदारी (CaLP) बजार लेखाजोखा र अनुसन्धान विश्लेषणको दोश्रो चरण हो। यसलाई सन २०११ मा बजार विश्लेषणलाई

¹ यी मध्ये केहि परिशिष्ट ३ मा पाउन सकिन्छ।

प्रयोग गरेर कार्यक्रमलाई कसरी अझ सुदृढ बनाउन सकिन्छ र राम्रो बजार विश्लेषण सञ्चालन गर्न के आवश्यक छ भन्ने बारेमा गरिएको अनुसन्धानलाई थप बल प्रदान गर्न रचना गरिएको हो ।²

न्यूनतम आवश्यकताहरूले चार मुख्य विषयगत क्षेत्रहरू माथि ध्यान केन्द्रित गर्दछ:-

- लेखाजोखाको क्षेत्र
- विश्लेषण
- तथ्यांक संकलन
- अनुगमन र तथ्यांकको वैद्यतालाई सुनिश्चित गर्नु

२. प्रमुख मापदण्डहरू:

यस दस्तावेजमा बजार विश्लेषणका लागि पहिचान गरिएका न्यूनतम आवश्यकताहरू देहायमा उल्लेखित प्रमुख मापदण्ड भित्र रहने छन् ।

उपयुक्त कार्यक्रम निर्धारण गर्नका लागि बजार लेखाजोखा सूचित प्रतिकार्य विश्लेषण ।

३. न्यूनतम आवश्यकता निर्माणका प्रक्रिया:

बजार प्रायः पहिले नै अनुमान गर्न नसकिने स्वभाव भएको, गतिशील अनि जटिल प्रणाली हो र विशेष गरी आपातकालीन अवस्थाहरूमा उनीहरू कसरी क्रियाशील र चलायमान हुन्छन् भन्ने बारे हाम्रो ज्ञान वस्तुतः अझै पनि अपूर्ण र अनिश्चित रहेको छ । यसको अर्थ बजार विश्लेषणका लागि अवसर भने जहिले पनि पर्याप्त हुन्छ, विशेष गरी आपातकालीन/विपदको समयमा अन्योल यति धेरै हुन्छ कि त्यस बेला सङ्कलित सूचनाको विश्वसनीयता समेत न्यून हुन्छ । बजार लेखाजोखाको उद्देश्य भनेको विद्यमान बजार संरचनालाई सहयोग गर्नुका साथै कार्यक्रमको प्रभावकारिता र क्षमता बढाउनका लागि नयाँ उपायहरूको खोजि गर्नु पनि हो । कम्तीमा पनि, कार्यक्रमले हानी गर्न सक्ने जोखिमलाई सीमित गर्नको निम्ति पनि बजार लेखाजोखाको प्रयोग गरिनु पर्छ । तसर्थ, न्यूनतम आवश्यकताहरूको कुरा गदा, लेखाजोखाको लागि प्रारम्भिक बिन्दु “हानी-नोक्सानी नपुऱ्याउनु ” भन्ने सिद्धान्त (Do No Harm) हुनुपर्दछ ।

²शिवकुमारन एस.-आपद्कालमा बजार विश्लेषण (काल्प-२०११)

अर्को शब्दमा भन्ने हो भने, अनुसन्धानलाई अगाडी बढाउने प्रश्न भनेको “बजार लेखाजोखा सम्बन्धी क्रियाकलापहरूले कुनै हानी पुऱ्याउदैन भनेर सुनिश्चित गर्नका लागि न्यूनतम आवश्यकताहरू के के हुन् ?”

न्यूनतम मापदण्डहरूको निर्माण विस्तृत डेस्क समीक्षा र प्रमुख जानकारहरू लगायत मानवीय अभ्यासकर्ता, दाता तथा शिक्षाविद्हरूसँगको अन्तर्वार्ताको आधारमा गरिएको छ । यी न्यूनतम मापदण्डहरूलाई विश्वको दुई स्थानहरूमा³ स्थलगत परीक्षण गरियो भने अन्तिम रूप दिनु अघि सल्लाहकार समूहद्वारा दुई पटक समीक्षा गरिएको थियो र त्यसबाट आएको पृष्ठपोषणलाई समायोजन समेत गरिएको थियो ।

न्यूनतम आवश्यकताहरूको पछाडि भएका अधिकांश अनुसन्धानहरू बजार लेखाजोखाबाट हालसम्म प्राप्त भएको सिकाईहरूमा केन्द्रित छ । धेरै जसो परिणामहरू प्रयोगकर्ताहरूको व्यवहारिक ज्ञानबाट पनि निर्देशित छ र यसलाई प्रमाणमा आधारित अनुसन्धानद्वारा पुष्टि गरिनु पर्ने हुन्छ । माथि उल्लेखित कुराहरू र बजार लेखाजोखाको वर्तमान प्रयोगलाई ध्यानमा राख्दै यी न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई नियमित रूपमा अद्यावधिक र पुनरावलोकन गर्नका लागि सिफारिस गरिन्छ ।

४. न्यूनतम आवश्यकताहरूका क्षेत्र र सीमाहरू:

न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई केन्द्रित र संक्षिप्त बनाउनका लागि यो मार्गदर्शन बजार लेखाजोखाका प्रमुख मुद्दाहरूमा मात्र सीमित छ, र यसले सम्पूर्ण प्रतिकार्य विश्लेषणलाई समेट्दैन । उदाहरणका लागि, न्यूनतम आवश्यकताहरूले निर्दिष्ट वा कुनै खास बजार विशेषताहरू बारे बुझ्न घरधुरी-स्तरीय तथ्यांकमा ध्यान केन्द्रित गर्दछ तर सबै घरधुरी र परिवारहरूका आवश्यकताहरूसँग सम्बन्धित मुद्दाहरूलाई यसले हेर्दैन जुन कुरा आवश्यकताको लेखाजोखाबाट प्राप्त हुन सक्दछ । सुरक्षा, लैंगिकता र जातीयतासंग सम्बन्धित मुद्दाहरूको बारेमा पनि त्यहि कुरा भन्न सकिन्छ जसलाई ध्यान दिन आवश्यक हुन्छ तर यी कुराहरू बजार निर्दिष्ट हुन आवश्यक हुदैनन ।

बजार विश्लेषणले प्रतिकार्य विश्लेषण र कार्यक्रम तर्जुमा गर्नका लागि आवश्यक मार्गदर्शन, सूचना र योगदान दिनुपर्छ भन्ने बुझाइको आधारमा न्यूनतम आवश्यकताहरूको विकास भएको छ । तथापी तिनीहरूले कुनै पनि प्रकारको कार्यक्रमलाई विशेष प्राथमिकता दिइएको छ भनेर पूर्वअनुमान भने गर्दैनन र तसर्थ यसको विकास सम्भावित कार्यक्रमहरूको व्यापकतालाई ध्यानमा राखेर क्रियाकलापहरू गरिनेछन भन्ने दृष्टिकोणले गरिएको छ । प्रसङ्गको विविधता, कार्यान्वयन गर्ने निकायहरूको जनादेश र बजार लेखाजोखाको कार्यक्षेत्रको कारणले हरेक परिदृश्यमा लागू हुने निर्दिष्ट न्यूनतम आवश्यकताहरूको रूपरेखा तयार गर्न भने असम्भव छ ।

³ स्थलगत परीक्षण मालीमा मार्च २०१३ मा र लेबनानमा अप्रिल २०१३ मा गरिएको थियो । स्थलगत परीक्षण सेभ द चिल्ड्रेनबाट आतिथ्यता एवं सहजिकरण गरिएको थियो ।

न्यूनतम आवश्यकताहरू सम्बन्धी दस्तावेज आफैमा लेखाजोखा र विश्लेषण गर्ने औजार होइन तर यसलाई हाल विद्यमान बजार विश्लेषणका औजारहरू संगसंगै प्रयोग गर्नु पर्दछ । न्यूनतम आवश्यकताहरू नगदका लागि सम्भाव्यता निर्देशिकाको रूपमा पनि तर्जुमा गरिएको होइन ।

बजार लेखाजोखाले अनिवार्य रूपमा प्रतिकार्य विश्लेषण र कार्यक्रम कार्यान्वयनलाई सुधार गर्नु पर्दछ, र त्यहाँ चार वटा व्यापक तत्वहरू छन् जसले बजार लेखाजोखाको गुणस्तरलाई प्रभावित पार्दछन :

- लेखाजोखाको कार्यक्षेत्र - विश्लेषणात्मक र भौगोलिक क्षेत्र
- विश्लेषण - मुख्य कार्यक्रमका सवालहरूसंग विश्लेषणलाई जोड्ने
- तथ्यांक संकलन - विश्लेषण र अनुगमनमा प्रविष्ट गराउने
- तथ्यांकको वैधता अनुगमन तथा सुनिश्चित गर्ने - कार्यक्रम समायोजनको आवश्यकतालाई मध्यनजर गर्दै लेखाजोखाबाट आएको निष्कर्षसंग जोड्ने ।

त्यसकारण न्यूनतम मापदण्डहरू आवश्यक न्यूनतममा व्यावहारिक मार्गदर्शन प्रदान गर्ने यी विषयवस्तुहरूमा केन्द्रित छन् जो सूचित कार्यक्रम तर्जुमा र अनुपरीक्षण गर्न विश्वसनीय लेखाजोखा र विश्लेषण सुनिश्चित गर्नको लागि आवश्यक हुन्छन । सिलसिलेवार ढङ्गले समेटिएको न्यूनतम आवश्यकताहरूको उद्देश्य तिनीहरूले बजार लेखाजोखामा लागू हुने कालक्रमिकको नक्कल गर्नु होइन किनभने बजार लेखाजोखा एउटा परिवर्तन भै रहने प्रक्रिया हो र त्यसकारण यसले क्रियाकलापहरूको क्रमलाई कडा ढङ्गले पछ्याउने कार्य गर्दैन । अझ, तथ्यांक संकलन जस्ता विषयहरू प्रारम्भिक लेखाजोखाका लागि संकलित गरिनु पर्ने तथ्यांकका साथ साथै अनुगमन र अनुपरीक्षण दुवैका लागि लागू हुन्छ । त्यसै गरी, उपयुक्त स्तरको विश्लेषण निर्धारण गर्नसंग जोडिएका न्यूनतम आवश्यकताहरूले प्रायः तथ्यांक संकलनको प्रक्रियालाई अगाडि बढाउदछ।



५. न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई कसरी प्रयोग गर्ने

न्यूनतम आवश्यकताहरूका प्रत्येक चार विषयगत क्षेत्रहरूमा (लेखाजोखाको दायरा, विश्लेषण, तथ्यांक संकलन, अनुगमन र तथ्यांकको वैधताको सुनिश्चितता) एउटा वा दुई वटा न्यूनतम आवश्यकताहरू रहेका हुन्छन् ।

मूल्याङ्कनको दायरा

न्यूनतम आवश्यकताहरू १: बजार लेखाजोखाको कार्यक्षेत्र र गहिराईले उपयुक्त कार्यक्रम सम्बन्धी निर्णयहरू लिनमा सहयोग गर्दछ र ती निर्णयहरू पहिचान गरिएको जानकारीमा आधारित हुन्छन् ।

विश्लेषण

न्यूनतम आवश्यकताहरू २: बजार विश्लेषणको तथ्यांकले प्रमुख कार्यक्रमहरूसँग सम्बन्धित निर्णय बारे सूचित गर्नुका साथै कुनै हानी नगरी कार्यक्रमका उद्देश्यहरू प्राप्त गर्न उपयुक्त ढाँचा छनोट गर्नमा योगदान गर्दछ ।

तथ्यांक संकलन

न्यूनतम आवश्यकताहरू ३: तथ्यांक संकलन गर्ने कार्य सक्षम र जानकार टोलीहरूद्वारा संचालन गरिएको छ ।

न्यूनतम आवश्यकताहरू ४: बजार लेखाजोखामा प्रयोग गरिएका तथ्यांक संकलन प्रणाली, प्रक्रियाहरू र सूचना स्रोतहरू उपयुक्त र गुणस्तरीय छन साथै बजारको गतिशील व्यवहारको बारेमा बुझ्न पर्याप्त रूपले सक्षम छन ।

तथ्यांकको वैधताको सुनिश्चितता र अनुगमन

न्यूनतम आवश्यकताहरू ५: अनुगमनका क्रियाकलापहरूले प्रारम्भिक लेखाजोखाको निष्कर्षहरूलाई रुजु गर्ने कार्य गर्दछ र कार्यक्रमको सम्भावित अनुकूलनताबारे निर्णय लिन मद्दत गर्दछ ।

न्यूनतम आवश्यकताहरू प्राप्त गर्नमा प्रयोगकर्ताहरूलाई सहयोग पुर्याउनका लागि मुख्य क्रियाकलापहरू, सुझावहरू, व्यवहारिक उदाहरणहरू र कस्ता मुद्दाहरूलाई बेवास्ता गर्नु पर्ने हो भन्ने कुरालाई प्रस्ताव गरिएको छ ।

मुख्य अवधारणाहरूलाई स्पष्ट पार्न सूचक कोष्ठहरू भनिने रातो कोष्ठहरू पनि दस्तावेज भित्र प्रयोग गरिएको छ ।

यो दस्तावेजले के गर्नु आवश्यक छ भन्ने कुरामा व्यावहारिक मार्गदर्शन मात्र प्रदान गर्दछ, त्यसले यो 'कसरी गर्ने' भन्ने बारे बताउने औजार होईन, साथै यसले प्रयोगकर्ताहरूलाई बजार लेखाजोखा र विश्लेषणको क्रमिक प्रक्रियाको बारेमा पनि बताउदैन ।

यसका अतिरिक्त, यो दस्तावेजले प्राप्त गर्नु पर्ने विभिन्न न्यूनतम आवश्यकताहरूको क्रमलाई पनि निर्धारण गर्दैन । न्यूनतम आवश्यकताहरू विद्यमान लेखाजोखा, विश्लेषण र अनुगमनका औजारहरू संग काम गर्नलागि तर्जुमा गरिएको हो र यसले न्यूनतम आवश्यकताहरू पूरा गराउनका लागि कुनै विशिष्ट औजारहरूको प्रस्ताव पनि गर्दैन ।⁴

यो दस्तावेजमा माथि उल्लेखित चार विषयगत क्षेत्रहरूलाई सरल तरिकाले सम्बोधन गरीएको छ । यसले केवल एउटा मात्र विशेष प्रकरणमा रुचि भएका पाठकहरूलाई सजिलो होस भन्ने अभिप्रायले यसको प्रत्येक खण्डलाई एउटा स्वतन्त्र दस्तावेजको रूपमा प्रस्तुत गरिएको छ ।

अनुसूची १ ले मूल पाठलाई परिपूर्ति गर्न र प्रयोगकर्ताहरूलाई सहयोग गर्नको निमित्त प्रत्येक न्यूनतम आवश्यकताहरू र क्रियाकलापहरू समावेश गरीएको एउटा रूजूसूची उपलब्ध गराएको छ । यसले न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई सजिलो सन्दर्भ प्रदान गर्दछ र आवश्यकताहरू पूरा भइरहेको छ वा छैन भनेर समिक्षा, लेखाजोखा, विश्लेषण, तथ्यांक संकलन र अनुगमन गर्ने क्रममा प्रयोगकर्ताहरूले समेत यसलाई उपयोग गर्न सक्दछन ।

६. न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई कहिले प्रयोग गर्ने

न्यूनतम आवश्यकताहरूको विकासको क्रममा अनुसन्धानले अचानक आएको विपद पश्चात पहिलो दिनको दौरानमा बजार विश्लेषणमा केहि कमि कमजोरीहरू भएको पहिचान गर्यो, त्यसैले न्यूनतम आवश्यकताहरू पहिचान गरिएका त्यस्ता कमि कमजोरीहरूलाई सम्बोधन गर्नका लागि तर्जुमा गरिएको हो र यसका साथ साथै कार्यक्रमहरू तय गर्न आवश्यक पर्ने महत्वपूर्ण प्रारम्भिक जानकारी उपलब्ध गराउन सहयोग गर्नु पनि हो । संस्थाहरूले न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई अन्य सन्दर्भमा पनि प्रयोग गर्न सक्नेछन । अनुगमन र तथ्यांक खण्डको वैधताको सुनिश्चिता बजारसंग जोडिएका सबै प्रतिकार्यहरूका लागि मान्य हुन्छ ।

७. न्यूनतम आवश्यकताहरूका पाठकवर्गहरू

न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई बजार विश्लेषणको विद्यमान ज्ञान भएका प्रयोगकर्ताहरूका लागि भाषा र शब्दावली सहितको सन्दर्भ औजारको रूपमा तर्जुमा गरिएको छ । उदाहरणको लागि निर्दिष्ट उद्देश्य प्राप्तिका लागि तयार पारिएका परियोजना प्रस्तावनाहरू उपयुक्त छन कि छैनन भनेर जाँच गर्ने बेलामा दाता र व्यवस्थापकहरूले पनि यसलाई सामान्यतः उपयोगी भएको पाउने छन ।

न्यूनतम आवश्यकताहरूका विभिन्न तत्वहरू विभिन्न संस्था सदस्यहरूका लागि पनि उपयोगी हुनेछः संस्थाका निर्देशकहरू प्रमुख मापदण्ड प्रति वचनबद्ध हुनु पर्दछः व्यवस्थापक, दाता र सल्लाहकारहरू न्यूनतम आवश्यकताहरू र

⁴ अनुसूची ३ ले प्रयोगकर्ताहरूको लागि उपलब्ध केहि औजारहरू बारे संक्षिप्त विवरण प्रस्तुत गर्दछ ।

सुभावबाट निर्देशित हुन सक्नेछन । वास्तविक कार्य क्षेत्रमा गएर लेखाजोखा र विश्लेषण गर्ने कार्य गर्नेहरुका लागि क्रियाकलाप बूदाहरु उनीहरुका लागि उपयोगी हुनेछन ।

न्यूनतम आवश्यकताहरु कार्यक्रमको सम्भाव्य क्षेत्र जस्तो सुकै हुने भए तापनि प्रयोग हुन सक्ने गरी तर्जुमा गरिएको छ ।

८. संचार

सबै प्रकारका लेखाजोखा प्रक्रियाहरुमा जस्तै बजार लेखाजोखा र विश्लेषणको नतिजाहरु स्पष्ट रुपमा संस्थाभित्र दुवै आन्तरिक र चासो लिन सक्ने अन्य बाह्य पक्षहरु वा लेखाजोखा प्रक्रियाबाट प्रभावित भएकाहरुलाई सम्प्रेषण हुनु अत्यावश्यक हुन्छ । सञ्चार र व्यवस्थापनका अपेक्षाहरु संस्था भित्र हुने प्रक्रियाहरुको महत्वपूर्ण अंश हो र अन्तिम प्रयोगकर्ताहरु र निर्णयकर्ताहरुलाई बजार विश्लेषणको प्रासंगिकता र महत्वको बारेमा थाहा छ र तिनीहरु त्यस्तो विश्लेषणलाई श्रोत उपलब्ध गराउन इच्छुक छन भन्ने कुरा सुनिश्चित गर्नु पर्दछ ।

९. बजार लेखाजोखा - आवश्यकताहरु

बजार लेखाजोखा बृहत लेखाजोखा प्रक्रियाको एउटा गतिविधि भए तापनि वस्तुतः यो प्रतिकार्य विश्लेषणको अभिन्न भाग हो र त्यसैले सम्भावित नगद हस्तान्तरण कार्यक्रमहरु मात्रै होइन, कुनै पनि कार्यक्रम तर्जुमा गर्नु भन्दा पहिले त्यस्ता लेखाजोखाहरु संचालन गरिनु पर्दछ ।⁵

यदि बजारलाई पर्याप्त मात्रामा ध्यान दिईएन भने, कार्यक्रमका सम्भावित हानिकारक असरहरुले साधारणतया तीन मध्ये एउटा (वा तीनवटैको संयोजन) मुख्य प्रतिफललाई ईङ्गित गर्दछ:

- निश्चित अत्यावश्यक वस्तुको मूल्यमा उल्लेखनीय परिवर्तन,
- स्थानीय बजारमा वस्तुको मागमा उल्लेखनीय गिरावट, वा
- बजारमा हुने विभिन्न खाले विकृतिका (Distortion) कारण स्थानीय जीविकोपार्जन, रोजगार वा व्यवसायको भावी क्षमतालाई कमजोर बनाउने ।⁶

तसर्थ, विपद् प्रभावित घरपरिवारको जीविकोपार्जनमा पर्ने थप खतराको अतिरिक्त स्थानीय बजारको लागि हानिकारक हुने खालका कार्यक्रमहरुले आपतकाल वा विपद्बाट प्रभावित नभएका घरपरिवारलाई समेत नकारात्मक असर पार्न सक्दछ ।

⁵ यस्मा एउटा अपवाद हुन सक्दछ उदाहरणका लागि आपतकालिन पोषण कार्यक्रम जस्तो कि समुदायमा आधारित तीव्र कुपोषण व्यवस्थापन ।

⁶ बजार विकृतिमा उत्पादनहरु थुपार्ने वा एउटा कार्यक्रमको सम्पूर्ण फाईदा एउटै व्यक्तिले हत्याउने जस्ता कुराहरु पर्दछन ।

बजार मूल्याङ्कनको मुख्य उद्देश्य तीन तहको मानिन्छ:

- हानि गर्ने कार्यक्रमहरूको जोखिमलाई सीमित गर्न,
- कार्यक्रमको प्रभावकारिता र दक्षता बढाउन, र
- विद्यमान बजार संरचनालाई सहयोग गर्नका लागि नयाँ मार्गहरूको पहिचान गरी कार्यक्रमहरूलाई सुदृढ गर्न ।

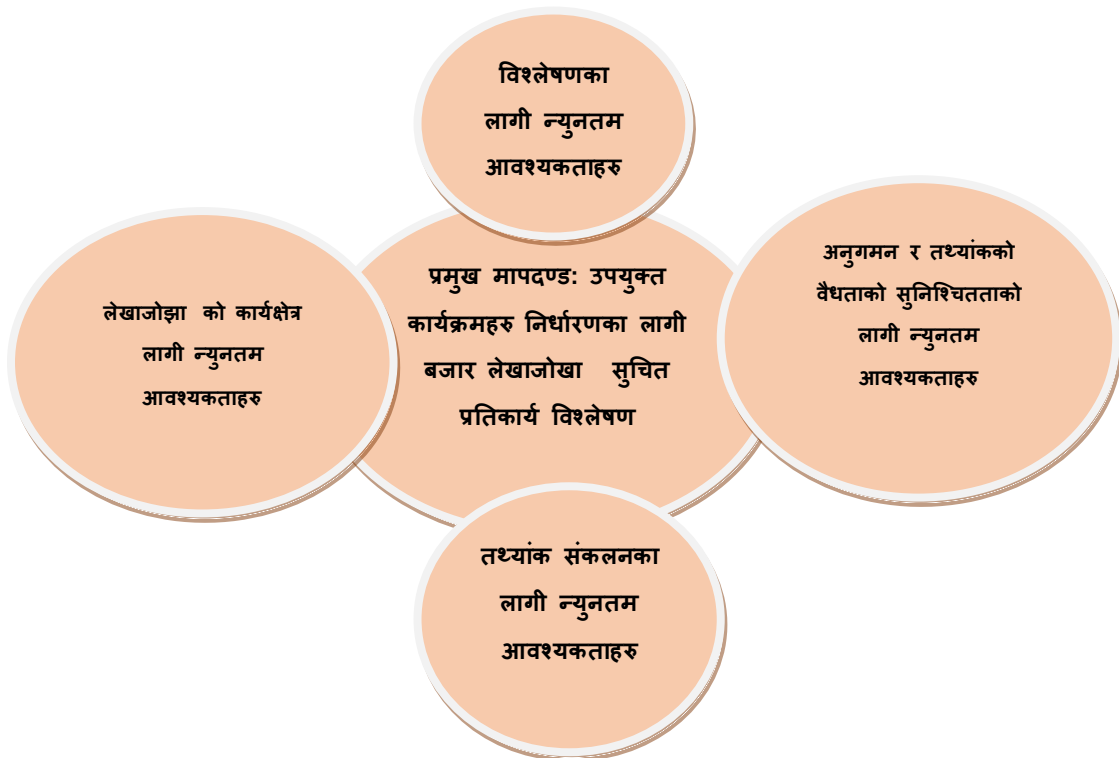
बजार मूल्याङ्कन र विश्लेषणलाई आकस्मिक योजना र पूर्वतयारीको एउटा महत्वपूर्ण अंशको रूपमा पनि लिनुपर्दछ ।



२. न्यूनतम आवश्यकताहरू

न्यूनतम आवश्यकताहरूको मुख्य सिद्धान्त, कार्यक्रमको प्रभावकारिता र दक्षता बढाई सुदृढ बनाउने लक्ष्य राखिरहेको समयमा बजार लेखाजोखाले हानी गर्ने सम्भावना भएका कार्यक्रमहरूलाई सीमित गर्नु पर्दछ, भन्ने आधारमा अडेको छ । यिनीहरू सुधारिएको प्रतिकार्य विश्लेषणका प्रमुख अंशहरू हुन र जोखिम विश्लेषणले बजारको लेखाजोखामा भूमिका खेल्नुपर्ने हुन्छ, भन्ने कुरालाई प्रमुखताका साथ जोड दिन्छन् ।

न्यूनतम आवश्यकताहरूलाई प्रत्येक चार मुख्य विषयगत क्षेत्र अन्तर्गत (लेखाजोखाको कार्यक्षेत्र, विश्लेषण, तथ्यांक संकलन, अनुगमन र तथ्यांकको वैधता सुनिश्चित गर्ने विषयहरू) प्रमुख मापदण्ड भित्र रहने गरि प्रस्तावित गरिएको छ ।



बजार लेखाजोखाका क्रियाकलापहरू वस्तुतः पुनरावृत्ति भैरहने प्रक्रिया भएता पनि यस मार्गदर्शनले प्रत्येक विषयगत क्षेत्रलाई क्रमिक ढङ्गले सम्बोधित गर्दछ । उदाहरणका लागि, पहिलो चरणको तथ्यांक सङ्कलन र विश्लेषणलाई प्रायः लेखाजोखाको कार्यक्षेत्रको रूपमा परिभाषित गरिन्छ । जब समयले साथ दिन्छ, त्यति बेला संस्थाहरूले बजार लेखाजोखालाई अन्तिम रूप दिनु अगाडि विश्लेषणलाई कैयौं पल्ट दोहोर्‍याएर हेर्न सक्दछन् । तथापि, समयको कमिका बावजुद, बजार लेखाजोखालाई कहिल्यै पनि रेखात्मक प्रक्रियाको रूपमा कार्यान्वयन गरिनु हुँदैन तर प्रत्येक खुड्किलालाई अधिल्लो चरणमा के भएको थियो भन्ने निष्कर्षलाई अझ परिष्कृत गर्ने अवसरका रूपमा लिनु पर्दछ । यस पुनरावृत्तीय प्रक्रियाको मुख्य भूमिकालाई आगामी परिच्छेदहरूमा थप सम्बोधन गरिएको छ ।

बजार विश्लेषणको क्रियाकलापलाई सम्पूर्ण आवश्यकताहरूको लेखाजोखाको अंगको रूपमा कार्यान्वयन गरिनु पर्दछ भन्ने कुरामा जोड दिनु पर्दछ । यो कार्यक्रमको क्षमता/प्रभावकारिता, घरधुरीको संकटासन्नतासँग र 'कुनै हानि नगर्नुहोस' भन्ने सिद्धान्त बजार सम्बन्धी बुझाईसँग अन्तरसम्बन्धित छ ।

१. लेखाजोखाको दायरा

न्यूनतम आवश्यकताहरू १: बजार लेखाजोखाको दायरा र गहिराइले पहिचान गरिएका आवश्यकताको सूचनामा आधारित उपयुक्त कार्यक्रमहरू तय गर्न मद्दत गर्दछ ।

कुनै पनि प्रकारको प्रतिकार्य कार्यान्वयन गर्नु अघि बजारको लेखाजोखा गर्न अत्यावश्यक छ । सबै भन्दा पहिले निर्धारण गर्नु पर्ने आवश्यक दुई मुख्य तत्वहरू:

- विश्लेषणात्मक कार्यक्षेत्र र
- लेखाजोखाको भौगोलिक कार्यक्षेत्र

यसो गरिसके पछि, संस्थाहरूले कुनै पनि सम्भावित दोहोरोपना हुन नदिन र चालु अनुसन्धानबाट नियोजित लेखाजोखासित परिपूरक हुन सक्ने क्षेत्रहरू पत्ता लगाउन आफ्नो लेखाजोखा योजनासँग सम्बन्धित निकायहरूसँग सञ्चार र समन्वय गर्नु पर्दछ ।

लेखाजोखाको कार्यक्षेत्रले कार्यान्वयन गर्नका निम्ति सबैभन्दा उपयुक्त प्रकारको कार्यक्रम माथी ध्यान केन्द्रित गरेर कार्यक्रमसँग सम्बन्धित निर्णयहरूमा सीधै प्रवेश गर्न आवश्यक छ । बजारसँग सम्बन्धित क्रियाकलाप भएका कार्यक्रमहरू सधै बजार लेखाजोखासँगसँगै अगाडी बढ्नु पर्दछ र यो सबै प्रकारका मानवीय सहयोग कार्यक्रमका लागि लागु हुन सक्दछ ।



लेखाजोखाको विश्लेषणात्मक कार्यक्षेत्रले कार्यक्रमसँग सम्बन्धित मुख्य निर्णयहरूको पहिचान र जवाफ दिन आवश्यक प्रमुख प्रश्नहरू तथा थप अनुसन्धान गर्नु पर्ने कुनै क्षेत्र भए सो पनि निर्धारण गर्नेछ । (मुख्य कार्यक्रमसँग सम्बन्धित निर्णय र जोडिएका प्रमुख प्रश्नहरू पृष्ठ १७ को तालिका १ मा दिईएकोछ) । लेखाजोखाको भौगोलिक कार्यक्षेत्रमा प्रमुख बजारहरूको पहिचान र तिनीहरूको व्यापक बजार प्रणालीसँगको सम्बन्धका साथै कुन बजारको सम्बन्ध र उक्त बजारका क्रियाशील निकायहरूहरू आपात्कलिन अवस्थामा प्रभावित भएका छन भन्ने कुरा समावेश हुनेछ ।

१. लेखाजोखाको दायरा

न्यूनतम आवश्यकताहरू १ हासिल गर्न गर्नुपर्ने मुख्य क्रियाकलापहरू र जानकारीहरू ।

मुख्य क्रियाकलाप १: तपाईंले लेखाजोखा गर्न चाहनु भएको उपयुक्त बजार प्रणाली रोज्नुहोस र सहयोग गर्नु पर्ने कार्यक्रम सम्बन्धी निर्णयहरूको पहिचान गर्नुहोस ।

जानकारी १:	सम्बन्धित बजार प्रणालीहरूको पहिचान गर्ने क्रममा त्यस्ता बजारहरूलाई ध्यान दिनुहोस जो घरधुरीको जीवनरक्षा र/वा जीविकोपार्जनको हकमा केन्द्रमा होस र जसले घरधुरीहरूलाई उनीहरूको आफ्नो नभई नहुने आवश्यकताहरू पूरा गर्न आवश्यक वस्तु तथा सेवाहरू प्रदान गर्नुका साथै सम्भावित प्रतिकार्य कार्यक्रमका विकल्पहरूको पनि केन्द्रमा होस ।
जानकारी २:	लेखाजोखाको क्रियाकलाप कार्यन्वयन भै रहेको बजार प्रणाली पातलो गरी नछर्कियोस भन्नको लागि अधिकतम दुईवटामा सीमित गर्ने प्रयास गर्नुहोस ।
जानकारी ३:	कुन प्रमुख प्रश्नहरूलाई प्राथमिकताका साथ ध्यान दिन आवश्यक छ र कुनलाई थप अनुसन्धान गर्नु पर्ने हुन सक्छ भनेर पहिचान गर्नको लागि विद्यमान सहायक तथ्यांक र सम्बन्धित दस्तावेजहरूको समीक्षा गर्नुहोस ।
मुख्य क्रियाकलाप २: प्रमुख बजार र व्यापक बजार प्रणाली भित्र तिनीहरूको सम्पर्कलाई पहिचान गर्नुहोस ।	
जानकारी ४:	संकटासन्न घरधुरीलाई वस्तु र सेवा आपूर्ति गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्ने बजारहरूलाई विचार गर्नुहोस साथसाथै ती घरधुरीहरूलाई आफ्नो जीविकोपार्जन अगाडी बढाउन सक्षम पनि बनाओस ।
जानकारी ५:	सम्भव भएसम्म अनौपचारिक र कालोबजारलाई समेत ध्यानमा राखी बजारको पूर्ण जानकारी प्राप्त भएको सुनिश्चित गरी सबै खाले प्रमुख सम्पर्कहरूलाई विचार गर्नु होस ।
जानकारी ६:	प्रमुख संपर्कहरू कुन हुन भन्ने कुरा निर्धारण गर्नु एउटा पेचिलो कार्य हुन सक्दछ । यसको लागि स्थानीय र दुर्गम बजारबीच व्यापार प्रवाहको बारेमा महत्वपूर्ण जानकारी आवश्यक हुन्छ र धेरै जसो कुराहरू प्रमुख व्यापारीहरूको पहिचान तथा उनीहरूसंग गरिएको अन्तरवार्ता पछि मात्र थाहा पाइन्छ ।

मुख्य क्रियाकलाप ३: कुन महत्वपूर्ण बजार संपर्कहरू र बजारका क्रियाशील निकायहरू संकटबाट प्रभावित भएका छन तिनीहरूको पहिचान गर्नुहोस ।	
जानकारी ७:	बजार श्रृंखलाको लेखाजोखा कुन हदसम्म जानुपर्छ भन्ने कुरा निर्धारण गर्दा, सूक्ष्म स्तरमा बजारहरूको लेखाजोखा शुरु गर्नुहोस । जबसम्म बजारहरू पूर्णरूपमा सञ्चालन भइरहेको र बजार माथी सम्भावित कार्यक्रमहरूले अतिरिक्त दबाव दिने सम्भावना छैन भन्ने निष्कर्षमा पुगिदैन त्यस बेलासम्म सूक्ष्म स्तरबाट कार्य गर्दै जानुहोस ।
मुख्य क्रियाकलाप ४: आपतकालबाट प्रत्यक्षतः प्रभावित क्षेत्र र बजारका क्रियाशील निकायहरूका साथसाथै पुनर्लाभको लागि महत्वपूर्ण हुनेहरूलाई समावेश गर्नका लागि लेखाजोखाको भौगोलिक सीमाको विवरण दिनुहोस ।	
जानकारी ८:	लेखाजोखाको भौगोलिक सीमाको विवरण दिदै गर्दा बजारका प्रमुख क्रियाशील निकायहरूको प्रभावित क्षेत्रसँगको व्यापारिक सम्बन्धलाई विचार गर्नुहोस र सम्भावित प्रतिकार्यबाट प्रभावित हुने सम्भावना भएका बजारका क्रियाशील निकायहरूलाई पनि समावेश गर्नुहोस ।
मुख्य क्रियाकलाप ५: प्रमुख प्रश्नहरू वा कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयहरूलाई प्रभाव पार्न सक्ने मुद्दाहरूको आधारमा लेखाजोखाको विश्लेषणात्मक कार्यक्षेत्रलाई निर्धारण गर्नुहोस ।	
जानकारी ९:	परिकल्पना गरिएको कार्यक्रमको प्रकार जस्तोसुकै भए तापनि कार्यक्रमसंग सम्बन्धित प्रश्नहरूले दिईएको प्रतिकार्य प्रति बजारले कस्तो प्रतिक्रिया देखाउनेछ भन्ने कुरामा ध्यान केन्द्रित गर्दछ, र संगसंगै प्रत्येक बजार लेखाजोखाले निम्न तीन मुख्य प्रश्नहरूको जवाफ दिने लक्ष्य राख्नु पर्दछ : <ul style="list-style-type: none"> ● प्रमुख बजार कत्तिको प्रतिस्पर्धात्मक छ ? ● प्रमुख बजारहरू कत्तिको राम्रोसंग एकीकृत छन् ? ● के त्यहाँ माथी उल्लेखित बजारहरूमा पहुँचलाई प्रभाव पार्ने जातीय, लैंगिक, वा धार्मिक विचारहरू छन् ?
जानकारी १०:	अतिरिक्त प्रमुख प्रश्नहरू पहिचान गर्नका लागि आफ्नो कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयहरूलाई स्पष्ट रूपमा प्रस्तुत गर्नुहोस र निर्णय लिनु भन्दा पहिले यसलाई जवाफ दिईनु पर्ने प्रमुख प्रश्नहरूको श्रृङ्खलामा खण्डीकृत गर्नुहोस । (उदाहरणका लागि पृष्ठ १७ मा भएको तालिका हेर्नु होस) ।
जानकारी ११:	केहि प्रमुख प्रश्नहरूलाई उचित तरिकाले जवाफ दिनका लागि थप

	अनुसन्धान गर्न आवश्यक छ भन्ने कुरा नबिसर्नुहोस ।
जानकारी १२:	केहि प्रमुख प्रश्नहरूको जवाफ स्वतः प्रमाणित हुन सक्दछ अथवा अन्य संस्था/संगठनहरूले पहिल्यै नै अनुसन्धान गरिसकेका हुन सक्दछन भन्ने कुरा नबिसर्नुहोस । ⁷ उदाहरणका लागि यदि कार्यक्रमको क्षेत्र विभिन्न व्यापारिक मार्गहरूको चौवाटोमा छ र आपतकालीन अवस्थाबाट पनि प्रभावित भएको छैन भने बजार एकीकरणबारे गहन अनुसन्धान गर्नु पर्ने आवश्यकता नहुन सक्दछ ।
मुख्य क्रियाकलाप ६: सूचनाको गुणस्तर, समयको दबाव र सम्भावित कार्यक्रमको जोखिमको आधारमा विश्लेषणको स्तरलाई समायोजन गर्नुहोस ।	
जानकारी १३:	यदि स्थिति धेरै अस्थिर छ भने विश्लेषणको स्तर सीमित गर्नुहोस तर नीरन्तरता दिईरहनुहोस ताकि विश्लेषणको मुख्य निष्कर्ष र अनुमानको परीक्षण गर्नका लागि नयाँ तथ्यांक सङ्कलन गर्न सकियोस ।
जानकारी १४:	विश्लेषणको स्तर स्थानीय बजारलाई कार्यक्रमले निम्त्याउन सक्ने जोखिमको अनुपातमा हुनुपर्दछ (व्यावहारिक दृष्टान्त २ हेर्नुहोस) ।

१ लेखाजोखाको दायरा

कुन कुरा त्याग्ने

- कुनै खास प्रतिफल प्रति पक्षपात हुने तरिकाले बजारको लेखाजोखा नगर्नुहोस । जानकारी दिनुको सट्टा निर्णयलाई पुष्टि गर्न यदि तपाईं बजार लेखाजोखा प्रयोग गर्नु हुन्छ भने त्यसबेला जोखिमको सम्भावना रहन्छ ।
- कार्यक्रम शुरु हुनुभन्दा धेरै अघि संकलन गरिएको बजार लेखाजोखाको तथ्यांक माथी धेरै भर नपर्नुहोस ।
- बजारको लेखाजोखाको विश्लेषणात्मक दायरालाई परिभाषित गर्दा अति-पहुँचबाट टाढा रहनु होस । मुख्य कार्यक्रमसँग सम्बन्धित निर्णयहरूसँग धेरै सरोकार नभएका बजार प्रणालीका पक्षहरूबारे खोजी नीति गर्दा सजिलैसँग रुमल्लिन सकिन्छ ।

⁷ कुनै कुनै सन्दर्भमा सम्पूर्ण बजार सम्बन्धी सवालहरू सामान्य जानकारीमा हुन सक्दछन । तसर्थ स्थलगत अध्ययन गर्न नपर्ने पनि हुन सक्दछ वा न्यूनतम आवश्यकताहरू पुरा गर्न मात्र सानो खालको स्थलगत अध्ययन गर्न पर्ने हुन सक्दछ ।

१ लेखाजोखाको दायरा

व्यवहारिक दृष्टान्तहरू

सबैभन्दा सामान्य कार्यक्रम सम्बन्धी निर्णयहरू (ती निर्णयहरू जसले कुन प्रकारको प्रतिकार्य सबैभन्दा उपयुक्त हो भन्ने जानकारी गराउदछ) बजार लेखाजोखाका लागि निर्धारणका लागि गर्ने हो कि :

- नगद, भाउचर, वा जिन्सी कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्न
- श्रममा आधारित कार्यक्रम (कामको लागि नगद/खाद्यान्न कार्यक्रम) कार्यान्वयन गर्न
- स्थानीय स्तरमा सामग्री खरिद गर्न
- जीविकोपार्जनसंग सम्बन्धित कार्यक्रमका लागि बजारको अवस्था अनुकूल छ भन्ने विचार गर्न ।

याद गर्नुहोस्, निश्चित बजार लेखाजोखाले कार्यक्रम सम्बन्धी अनेकौं निर्णयहरूलाई सम्बोधन गर्ने लक्ष्य राख्न सक्दछ । किनकि कार्यक्रम सम्बन्धी निर्णयहरू धेरै व्यापक हुन सक्दछन्, त्यसैले तिनीहरूलाई मुख्य प्रश्नहरूको समुहमा खण्डीकृत गर्दा यसले लेखाजोखाको कार्यक्षेत्र बारे चित्रण गर्नमा मद्दत गर्दछ । लेखाजोखामा भएका मुख्य प्रश्नहरूले कार्यक्रमबारे निर्णय लिनु अगावै समाधान गर्नु पर्ने आधारभूत विषयहरूको प्रतिनिधित्व गर्दछ । विश्लेषणले एक पछि अर्को परिस्थिति अनुसार फरक हुने मुख्य प्रश्नहरूको जवाफ दिन आवश्यक हुन्छ तथापि मुख्य प्रश्नहरू भने आफैमा सधैं एकैनासको हुने गर्दछ ।

सबैभन्दा महत्वपूर्ण कार्यक्रम सम्बन्धी निर्णयका लागि तयार पारिएका मुख्य प्रश्नहरू पृष्ठ १७ को तालिका १ मा सूचीकृत गरिएको छ । ती प्रश्नहरू सोध्न नै पर्ने गरी क्रममा भने प्रस्तुत गरिएको छैन ।

सूचक बाक्स १

बजार प्रणाली र कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयहरूको

पहिचान- कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णय र मुख्य बजार

प्रणाली पहिचान गरिने प्रक्रिया विभिन्न परिस्थितिमा

फरक हुन सक्दछ । सैद्धान्तिक रूपमा सबैभन्दा

राम्रो प्रतिकार्यको विकल्पहरूको पहिचान गर्न संस्थाहरूले

बजार लेखाजोखामाथि भर पर्नु पर्दछ । यस्तो अवस्थामा,

मस्यौदा प्रारम्भिक लेखाजोखाको आधारमा महत्वपूर्ण |

बजार प्रणाली र कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयको पहिचान

, लेखाजोखाको तथ्यांक खुल्दै जाँदा, गर्न सकिन्छ ।

तथापि, निश्चित परिस्थितिमा, बजार प्रणाली र

कार्यक्रमसंग सम्बन्धी निर्णयहरू कुनै निश्चित सन्दर्भको

परिणाम अथवा कुनै संस्थाको जनादेशको कारणले शुरुदेखि

नै निर्धारण गरिन्छ ।

माथि उल्लेख गरिए भैं तीनवटा महत्वपूर्ण प्रश्नहरू छन जसलाई जस्तो सुकै जवाफ आए पनि सम्बोधन गर्न आवश्यक छ, जुन यस प्रकार छन :

- मुख्य बजार कतिको प्रतिस्पर्धात्मक छ ?
- मुख्य बजारहरू कतिको राम्रोसंग एकीकृत छन् ?
- उल्लेखित बजारहरूमा पहुँचलाई प्रभाव पार्ने जातीय, लैंगिक, वा धार्मिक विचारहरू छन ?

यी प्रश्नहरूको जवाफले तल दिईएका कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयहरूका लागि केहि मुख्य प्रश्नहरूलाई सम्बोधन गर्नमा पनि योगदान पुऱ्याउन सक्दछ । निम्नलिखित मार्गदर्शक प्रश्नहरू, कुनै निश्चित बजारको लागि कार्यक्रम उपयुक्त छ कि छैन र प्रस्तावित कार्यक्रमप्रति बजारले कस्तो खाले प्रतिक्रिया देखाउने सम्भावना हुन्छ भन्ने कुरा जाचनका लागि तर्जुमा गरिएको छ । कार्यक्रमको उपयुक्ततासंग सम्बन्धित त्यहाँ भएको अन्य प्रश्नहरूलाई प्रतिकार्य विश्लेषणमा (घरधुरीको आवश्यकता लेखाजोखाबाट संकलन गरिएको तथ्याङ्क सहित) प्रविष्ट गराउनु पर्ने हुन्छ जुन यहाँ समावेश गरिएको छैन ।

तालिका १ - कार्यक्रम निर्णयहरू र मार्ग दर्शक प्रश्नहरू

कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णय	मुख्य मार्गदर्शक प्रश्नहरू
<p>नगद, भाउचर, वो जिन्सी प्रावधान कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्ने कि भनेर निर्णय गर्नुहोस्^१</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● खाद्य, गैर खाद्य वस्तु, आवासका सामग्रीहरू जस्ता अत्यावश्यक सामानहरूको लागि बजारहरू कहाँ छन? ● कुन हदसम्म संकटासन्न परिवारहरू यी बजारसँग जोडिएका छन ? ● प्रस्तावित कार्यक्रमबाट मागमा उत्पन्न हुने अनुमानित परिवर्तन के हो? ● के सामानहरूको ओसार पसारमा रोक लगाइएको छ ? ● के स्थानीय व्यापारीहरूले मागमा भएको यस्तो परिवर्तनलाई मूल्यमा उल्लेख्य वृद्धि नगरी समय सीमा भित्रै पूरा गर्न सक्छन? ● के त्यहा तोकिएका व्यापारीहरू छन जसलाई सहयोगको लागि लक्षित गरिनु पर्दछ ? ● संकटले बजार पूर्वाधार माथि कस्तो असर गरेको छ ? ● संकटले गर्दा आपूर्ति शृंखलालाई कतिको असर गरेको छ? ● यस संकटले मूल्य शृंखलालाई कस्तो असर गरेको छ? ● संकटका कारण बजार सेवा प्रदायकहरूलाई कस्तो असर परेको छ ? ● के संकटका कारण बजारका सहभागी बीचको गतिविधीमा परिवर्तन भएको छ ? ● आपतकालीन अवस्थासंग जुध्न बजारका प्रमुख कर्ताहरूले के कस्ता नयाँ-नयाँ कुराहरू अपनाएका छन ?
<p>श्रम-आधारित कार्यक्रम अर्थात कामका लागि नगद/खाद्यान्न कार्यक्रमहरू कार्यान्वयन गर्ने कि भनेर निर्णय गर्नुहोस्^१</p>	<p>माथिका प्रश्नहरूको अतिरिक्त:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● के दैनिक ज्यालाको दर घरायसी आवश्यकताहरू पूरा गर्न पर्याप्त छ ? ● कामको लागि नगद र कामका लागि खाद्यान्नले दैनिक ज्यालादारीमा कस्तो असर पाला ? ● के मौसमी प्रवृत्तिले यो समयमा दैनिक ज्यालादारको अत्यधिक मागलाई संकेत गर्छ? ● के कुनै विशिष्ट श्रम बजारको समूह छ जो संकटको कारण उच्च मागमा छन? ● के श्रममा आधारित कार्यक्रमले श्रमिकलाई महत्वपूर्ण मौसमी

	<p>क्रियाकलापहरू (जस्तै: पुनरोपन जस्ता कृषि क्रियाकलापहरू) बाट टाढा लैजाने खतरा हुन्छ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● माग पूरा गर्न श्रमको आपूर्ति पर्याप्त छ कि छैन ?
<p>स्थानीय स्तर मै सामानहरू खरिद गर्ने कि भनेर निर्णय गर्नुहोस</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● सम्भाव्य र सक्षम बजार स्रोतहरू कहाँ छन् ? ● के संस्थाहरूले किनमेल गर्दा स्रोत बजारमा मूल्य अत्यधिक बढ्नेछ ? ● के स्थानीय वा क्षेत्रीय खरीदले उत्पादक मूल्यलाई राष्ट्रिय वा अन्तर्राष्ट्रिय खरिद भन्दा फरक असर गर्छ ?^१ ● स्थानीय बजारहरूलाई भविष्यमा प्रतिकार्य गर्न के सहयोगको आवश्यकता पर्दछ होला ?
<p>बजारको अवस्था विचाराधीन जीविकोपार्जनका कार्यक्रमहरूका लागि अनुकूल छन कि छैन निर्धारण गर्नुहोस^{१०}</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● बजारमा उत्पादन (वा मजदुर)को लागि मागको बारेमा के भइरहेको छ ? ● के बजारमा आवश्यक जीविकोपार्जनका लागि गर्नु पर्ने भरण वा योगदान उपलब्ध छ ? ● के अपेक्षा गरिएको जीविकोपार्जनका क्रियाकलापले विना कुनै सहयोग सक्षम हुने बलियो अवसर छ ? ● मानिसहरूले के किनिरहेका छन् ? ● मानिसहरूले के बेचिरहेका छन् ?

हेक्का राख्नुहोस्, माथि उल्लेख गरिएका मुख्य प्रश्नहरू विशेष गरी बजार प्रणालीसंग सम्बन्धित मार्गदर्शक प्रश्नहरू हुन । एउटा निश्चित कार्यक्रमको उपयुक्ततासँग सम्बन्धित अन्य केहि प्रश्नहरू पनि हुन्छन जसलाई प्रतिकार्य विश्लेषणको अंशको रूपमा विचार गरिनु पनि आवश्यक हुन्छ । उदाहरणको लागि: यसमा सुरक्षासंग सम्बन्धित प्रश्नहरू समावेश गरिएका हुन्छन जुन आवश्यकताहरूको कार्यक्षेत्र भित्र पर्दैन तर उपयुक्त कार्यक्रम तर्जुमा र पहिचान गर्न यिनीहरू त्यत्तिकै आवश्यक छन । पहिल्यै भनिए जस्तै, यो तालिका र आवश्यकताहरूले सामान्य रूपमा घरायसी आवश्यकताहरूलाई सम्बोधन गर्दैन र यसलाई घरधुरी स्तरको आवश्यकताहरूको लेखाजोखामा समेट्नु पर्दछ । अन्य सम्बन्धित तथ्यांकमा पहुँचका लागि प्रयोग गर्न सकिने औजारहरूको बारेमा अनुसूची ३ मा प्रकाश पारिएको छ ।



⁵ कुनै कुनै सन्दर्भमा सरकार वा अन्य अख्तियारवालाहरू नगद प्रयोगको सवालमा अलि सतर्क र अनिच्छुक हुन्छन त्यसको लागि पैरवी गर्नु पर्ने आवश्यकता पनि हुन सक्दछ ।

⁹ बजार सूचना र खाद्य असुरक्षा प्रतिकार्य विश्लेषण (MIFIRA) 2009 बाट लिइएको ।

¹⁰ ईच्छित प्रभाव माग स्तरमा वा आपूर्ति स्तरमा महत्वपूर्ण छ कि छैन भनेर स्पष्ट हुनु पर्छ : घरधुरीहरू बजारमा क्रेता र प्राय विक्रेताहरू दुवै हुन र एउटा कार्यक्रमले वस्तु श्रृंखलाको दुवै तर्फ कार्य गर्न सक्दछन ।

२. विश्लेषण

न्यूनतम आवश्यकताहरु २: बजार विश्लेषणको तथ्यांकले मुख्य कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयहरु निर्यात गर्दछ र कुनै हानि नगरी कार्यक्रमका उद्देश्यहरु हासिल गर्न उपयुक्त ढाँचाहरुको छनौट गर्नमा योगदान गर्दछ ।

तथ्यांक सङ्कलन र विश्लेषणको कार्य गर्नु अघि सब भन्दा पहिले सम्पन्न गर्नु पर्ने उचित स्तरको विश्लेषण निर्धारण गर्न जरूरी छ । जबकि बजार लेखाजोखाको कार्यक्षेत्रलाई केही हदसम्म कार्यक्रमसँग सम्बन्धित निर्णयहरुले निर्धारण गर्दछ र यसले आपतकालीन अवस्थाको प्रकार र बजारलाई असर गर्ने कार्यक्रमको जोखिम बारे सूचित गर्नुपर्छ जसले आवश्यक पर्ने विश्लेषणको स्तरलाई निर्धारण गर्नेछ । यो कुरा प्रमुख हुन्छ किनभने आपतकालीन अवस्थाले सूचनाको गुणस्तर र बजार लेखाजोखा गर्नका लागि उपलब्ध समयको मात्रा दुवैमा असर गर्दछ । यसबाहेक, बजारलाई नकारात्मक असर गर्ने खालका उच्च जोखिम भएका कार्यक्रमहरुका लागि अभि गहन विश्लेषण गर्न आवश्यक छ ।

त्यसैले, यस खण्डमा मुख्य क्रियाकलापहरु गर्दा सबै भन्दा पहिले विश्लेषणको उपयुक्त स्तर निर्धारण गर्नमा ध्यान केन्द्रित गरिनेछ र त्यसपछि वास्तविक तथ्यांक विश्लेषण संचालन गरिनेछ । अधिकांश तथ्यांक सङ्कलन (खण्ड ३ मा समेटिएको) यी चरणहरुको बीचमा आउनु पर्दछ ।

बजार विश्लेषणलाई आकस्मिक योजना र पूर्वतयारीको अंशको रूपमा राख्नका लागि जोड दिनुपर्छ र यसलाई नियमित रूपमा कार्यन्वयन गर्नु पर्दछ ।

सूचक बाकस २: जोखिम र कार्यक्रमहरुको सापेक्षिक मापन: सम्भावित कार्यक्रमको सापेक्षिक मापन –यो बजारमा नकारात्मक प्रभाव पार्ने कार्यक्रमको जोखिम निर्धारण गर्दा हेर्नु पर्ने प्रमुख सूचकहरु मध्ये एक हो । यसलाई सापेक्षिक बजारको आकारको तुलनामा योजनाबद्ध स्थानान्तरणको कूल उपयोगिता मानिन्छ ।

बजार प्रणालीलाई हानि पुऱ्याउने जोखिम: मानिसहरु भर पर्ने बजार प्रणालीलाई हानि पुऱ्याउन सक्ने जोखिमलाई बुझ्ने क्रमको सुरुवात गर्दा अनेकौ सम्भावित सीमाहरु देखा पर्दछन् । यसले उच्च जोखिम र कम जोखिम भएका कार्यक्रमहरुका बीच स्पष्ट सीमा निर्धारण गर्न र गति तथा लेखाजोखाका बीच उचित सन्तुलन निर्धारण गर्न कठिन बनाउन सक्दछ । अन्ततोगत्वा, यस्ता निर्णयहरु लेखाजोखा गर्ने टोलीको सही फैसला माथी निर्भर हुनेछ, र सीमाहरुले स्थानीय बजारको विशिष्टतालाई प्रतिबिम्बित गर्नु पर्दछ । तथापि, आधारभूत सिद्धान्तको रूपमा, लेखाजोखाटोलीहरु मुख्य प्रश्नहरुको कठिन जवाफ खोज्ने दिशा तिर अत्यधिक रूपले निर्भर हुनुपर्छ, जब उपयुक्त वस्तुहरुको कूल माग शहरी क्षेत्रमा २५% भन्दा बढी र दुर्गम तथा ग्रामीण क्षेत्रमा १०% भन्दा बढीले वृद्धि गर्न कार्यक्रमले अपेक्षा गरेको हुन्छ । शहरी क्षेत्रमा त्यस्तो सीमा बढी हुन्छ किनकि शहरी बजारहरु वस्तुहरुको बाह्य श्रोतहरूसंग राम्रोसंग जोडिने सम्भावना बढी हुन्छ ।

२. विश्लेषण

न्यूनतम आवश्यकताहरू २ हासिल गर्न मुख्य क्रियाकलापहरू र जानकारीहरू

मुख्य क्रियाकलाप ७: मानिसहरू भर पर्ने बजार प्रणालीमा कार्यक्रमले हानि पुऱ्याउन सक्ने जोखिमबारे अनुमान गर्नुहोस	
जानकारी १५	बजारलाई नकारात्मक प्रभाव पार्ने कार्यक्रमसंग सम्बन्धित जोखिमको सम्भावनालाई लेखाजोखा गर्न शुरुवातमै सम्भावित कार्यक्रमको सापेक्षिक मापन प्रयोग गर्नुहोस (सूचक बक्स २ हेर्नुहोस) ।
जानकारी १६	कार्यक्रमको सापेक्षिक मापन भन्दा बाहिर, उच्च तथा अस्थिर मूल्य देखिएका बजारहरू, सीमित सडक सन्जाल भएको र सीमित आपूर्ति क्षमता भएको क्षेत्रहरूमा कार्यक्रम तर्जुमा गर्दा खास ध्यान दिनुहोस किनकि गलत तरिकाले सहमति गरिएका कार्यक्रमहरूबाट हुने नकारात्मक असरहरू प्रति तिनीहरू अति संवेदनशील हुन्छन ।
मुख्य क्रियाकलापहरू ८: तथ्यांक विश्लेषण गर्दा मुख्य बजारका कर्ताहरूबाट आएको प्रथम सूचनाहरूका साथै मूल्यमा भिन्नता, मात्रा, मुख्य बजारका क्रियाशिल निकायहरूको संख्या, नीति र विनियमहरू माथी ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस ।	
जानकारी १७	विभिन्न प्रकारका व्यापारीहरूले व्यक्त गरेका धारणाहरूलाई तिनीहरूको प्रतिकार्यलाई प्रभावित पार्न सक्ने क्षमताको आधारमा आकलन गरिने छ (जस्तै: मात्रा र मूल्य परिवर्तनको साथै प्रतिकार्यको तिब्रता) । (सूचक बाक्स ३ हेर्नुहोस ।)
जानकारी १८	मूल्य, मात्रा तथा अन्य मुख्य बजार सूचकहरूमा भएको भिन्नताले बजारको गतिशीलतामा बढी वस्तुनिष्ठ अन्तरदृष्टि प्रदान गर्दछ। तसर्थ, तिनीहरू परीक्षण र प्रमुख क्रियाशिल निकायहरूबाट प्राप्त प्रथम सूचनाहरूलाई प्रमाणित गर्ने उपयोगी तरिका हुन ।
जानकारी १९	निश्चित वस्तु खरिद गर्दा लाग्ने खर्चमा भएको परिवर्तनको प्रतिनिधित्व गर्ने बाहेक मूल्यमा भएको भिन्नताले बजार शृंखलाको संरचना वा गतिशीलतामा पनि परिवर्तन भएको संकेत गर्न सक्दछ । बजार प्रवृत्तिमा भएको परिवर्तनलाई मात्र अंकित मूल्य जस्तै पनि नलिई बजारमा अस्पष्ट रूपमा अवलोकन गर्न सकिने परिवर्तनहरूको अनुसन्धान गर्न प्रेरित गर्नु पनि हो !!
जानकारी २०	विभिन्न तहका व्यापारी तथा उपभोक्ताहरूसँग कुरा गर्दै बजार विकृत गराउन सक्ने शक्ति सम्बन्धको बारेमा प्रथम जानकारी सङ्कलन गर्ने प्रयास गर्नुहोस ।
मुख्य क्रियाकलापहरू ९: एकल तथ्यांक बिन्दुको साटो बजारको प्रवृत्ति विश्लेषण गर्नुहोस र मौसमी प्रभावको कुरालाई ध्यानमा राख्नुहोस ।	
जानकारी २१	प्रवृत्तिहरूलाई तल दिईएका कथनहरूसंग तुलना गर्नुहोस: <ul style="list-style-type: none"> ● पूर्व-संकट सम्बन्धी तथ्यांक,

	<ul style="list-style-type: none"> ● विगतमा जस्तै समान प्रकारको आपतकालीन अवस्थाप्रति बजारको प्रतिक्रिया सम्बन्धी उपलब्ध तथ्यांक, ● विगतमा माग र आपूर्तिमा भएको सामान्य परिवर्तन हुदा बजारले कस्तो प्रतिक्रिया जनाएको थियो भन्ने सम्बन्धमा उपलब्ध तथ्याङ्क ।
जानकारी २२	मौसमी प्रभावहरू माथी विचार गर्दा कम्तीमा पनि तीन वर्ष पछाडि सम्म जाने मौसमी पात्रोहरूको प्रयोग गर्ने लक्ष्य राख्नुहोस ।
जानकारी २३	तपाईंले गर्ने विश्लेषणमा संकटका सम्भावित विभिन्न चरणहरू र यसले मूल्यहरूमा पार्न सक्ने असरलाई विचार गर्नुहोस ।
जानकारी २४	बजार कसरी विकसित हुन्छ भन्ने बारे अनुमान गर्न बजार प्रवृत्तिको विश्लेषण गर्न जरुरी हुन्छ । बजार विश्लेषण भविष्यको बारेमा निश्चित त हुन सक्दैन तर यसले वर्तमान स्थितिको बारेमा बताउनु पर्दछ र आगामी महिनाहरू कस्तो हुनेछन र किन भन्ने बारे यसले सोचेको कुरा स्पष्टसँग बताउदछ ।
मुख्य क्रियाकलापहरू १०: निष्कर्ष निकाल्दा, अनुमानहरूलाई स्पष्ट रूपमा उल्लेख गर्नुहोस, तथ्यांकको प्रकार जस माथी तिनीहरू आधारित छन र तथ्यांक र अनुमानहरूसँग जोडिने कुनै पनि जोखिमहरू उल्लेख गर्नुहोस ।	
जानकारी २५	सङ्कलन गरिएको तथ्यांकबारे वर्णन गर्दा, स्रोतको सान्दर्भिकता र स्रोतको संख्या माथी प्रकाश पार्नुहोस । यसमा तिनीहरूले प्रतिनिधित्व गर्ने कूल बजार हिस्सा अथवा कुनै निश्चित बजारमा खेल्ने भूमिका जस्ता विशेषताहरू समावेश हुन सक्दछन ।
मुख्य क्रियाकलापहरू ११: अन्तिम प्रतिकार्यका लागि सिफारिसहरू र विश्लेषण तथा निष्कर्ष बीचको सम्बन्ध स्पष्ट रूपमा देखाउनुहोस ।	
जानकारी २६	बजारको कार्यसम्पादन र क्षमताको बारेमा लेखाजोखाको परिणाम/प्रमाणहरू निष्कर्षहरूसहित दर्शाउनुहोस (लेखाजोखा टोलीको आवश्यक मान्यताहरू) (जस्तै, मुख्य विश्लेषणात्मक प्रश्नहरूको जवाफ) बीच तार्किक सम्बन्ध देखाउनु होस जसले अन्तमा कार्यक्रमको निर्णय वा प्रतिकार्य सिफारिस गर्नमा मद्दत गर्दछ ।
जानकारी २७	तथ्यांकबाट गरिएका अनुमानहरू देखाउनु होस र सङ्कलन गरिएको तथ्यांक र प्राप्त गरिएको प्रतिफल बीचको स्पष्ट सम्बन्ध सुनिश्चित गर्नुहोस ।

२. विश्लेषण

कुन कुरा त्याग्ने

- संस्थागत समय सम्बन्धि अवरोध भन्दा आवश्यकताबाट संचालित समय सम्बन्धी अवरोधहरूको आधारमा लेखाजोखाको समयसीमा निर्धारण गर्ने प्रयास गर्नुहोस ।
- मानवीय प्रतिकार्यको सापेक्षिक मापनलाई निर्धारण गर्दा आफ्नो संस्थाको नियोजित प्रतिकार्यको आकारमा मात्रै भन्दा सम्बन्धित क्षेत्रको सबै योजनाबद्ध कार्यक्रमहरूमा ध्यान दिनुहोस ।

- विश्लेषण गर्नलाई हतार नगर्नुहोस । यदि तपाईंसँग समय सम्बन्धी अवरोधहरू छन भने तथ्यांक सङ्कलनमा धेरै जोड नदिनुहोस जसले गर्दा पछि तपाईंसँग तथ्यांक विश्लेषणका लागि पर्याप्त समय उपलब्ध हुने छैन ।

२. विश्लेषण

व्यवहारिक दृष्टान्तहरू

कार्यक्रमसँग सम्बन्धित निर्णय लिनु भन्दा पहिले जवाफ दिनुपर्ने थुप्रै मुख्य प्रश्नहरू हुन्छन । आपत्कालिन अवस्था जस्तो प्रकारको भए तापनि यी सधैं एकैनासको हुनुपर्ने हुन्छ र यी प्रश्नहरूको जवाफ दिन आवश्यक विश्लेषणको स्तर सम्भाव्य प्रतिकार्यबाट बजारमा हुन सक्ने जोखिमको आधारमा फरक हुन सक्दछ ।

निम्न मुख्य प्रश्नहरूलाई उदाहरणको रूपमा प्रयोग गरेर विश्लेषणको स्तर कसरी बढाउन सकिन्छ भन्ने कुरा तालिका २ ले स्पष्ट पार्दछ:

- बजार कत्तिको प्रतिस्पर्धात्मक छ?
- बजार कत्तिको राम्रोसँग एकीकृत छ ?

तालिका २ - विश्लेषणको स्तरमा भिन्नताहरूको उदाहरण

मुख्य प्रश्नहरू	कम जोखिमको कार्यक्रमका लागि विश्लेषणको अंग	उच्च जोखिम भएको कार्यक्रमका लागि अतिरिक्त अंगहरू
बजार कत्तिको प्रतिस्पर्धात्मक छ?	बजार प्रतिस्पर्धाको लेखाजोखा प्राप्त गर्न प्रमुख व्यापारीहरूको संख्या र तिनीहरूको अनुमानित बजार हिस्सा विचार गर्नुहोस ।	बजारमा प्रवेश गर्नका लागि औपचारिक वा अनौपचारिक अवरोधको अस्तित्वलाई हेर्नुहोस । बजारमा प्रतिस्पर्धाको स्तर निर्धारण गर्न आपूर्ति शृङ्खला र व्यापार सम्बन्धी अन्तरको विश्लेषण गर्नुहोस ।
बजार कत्तिको राम्रोसँग एकीकृत छ ?	बजारहरू बीच मुख्य वस्तुको प्रवाह हेरेर एउटा बजार अन्य बजारसँग कसरी एकीकृत छ भनेर बुझ्नुहोस ।	बजारहरू बीच मूल्यहरूको सह-गतिविधिको विश्लेषण गरेर बजार एकीकरणको स्तर अनुमान गर्नुहोस ।

३. तथ्यांक संकलन

न्यूनतम आवश्यकता ३: तथ्यांक सङ्कलन सक्षम र जानकार टोलीहरूबाट गरिन्छ ।

न्यूनतम आवश्यकता ४: बजार लेखाजोखामा तथ्यांक संकलन प्रणाली, प्रक्रिया र सूचना स्रोतको उपयोग बजारहरूको गतिशील प्रकृतिलाई समाहित गर्न उपयुक्त छ र यथेष्ट मात्रामा गुणस्तरयुक्त छन ।

तथ्यांक सङ्कलनले बजार लेखाजोखाको दुई मुख्य चरणहरूमा सहयोग गर्दछ :

- विश्लेषणको चरण
- तथ्यांकको अनुगमन र त्यसको वैद्यतालाई सुनिश्चित गर्ने ।

यी दुई चरणहरूको दौरान सङ्कलन गरिएका केही तथ्यांकहरू प्रत्येक चरणमा भिन्न रहने भए पनि, विश्लेषण अभै कायम छ कि छैन भनेर परीक्षण र जाँच गर्नका लागि अनुगमन गरिँदा प्रारम्भिक लेखाजोखाको समयमा संकलन भएका केही तथ्यांकहरू लाई पुनः हेर्नु पर्ने हुन्छ ।

३. तथ्यांक संकलन

न्यूनतम आवश्यकताहरू ३ र ४ प्राप्त गर्न मुख्य क्रियाकलापहरू र जानकारीहरू

मुख्य क्रियाकलाप १२: बजारका क्रियाशिल निकायहरूको प्रतिक्रिया बुझ्न र त्यसलाई सान्दर्भिक बनाउन फिल्डका टोलीहरूसँग पर्याप्त स्थानीय र प्राविधिक ज्ञान हुनुपर्दछ ।	
जानकारी २८	प्रभावित समुदायलाई चिन्ने र स्थानीय बजारको विस्तृत ज्ञान भएको कम्तिमा एक सदस्य प्रति टोली समावेश गर्नुहोस । त्यस्ता टोलीका सदस्यहरू छनौट गर्दा उनीहरूको मानवीय अनुभव भन्दा बजारको अनुभवलाई प्राथमिकता दिनुहोस ।
जानकारी २९	तपाईंको टोलीमा बजार लेखाजोखाको अनुभव भएको कम्तिमा एक जना व्यक्ति समावेश भएको सुनिश्चित गर्नुहोस ।
जानकारी ३०	यदि तपाईंको टोलीमा कुनै अर्थशास्त्री छैन भने आर्थिक पृष्ठभूमि भएको र विश्लेषणमा सहयोग गर्न सक्ने कोही छ भन्ने सुनिश्चित गर्नुहोस ।
जानकारी ३१	तपाईंसँग टोलीलाई परिभाषित गर्दा तपाईंले आफ्नो टोलीबाट चाहने कुरा र तिनीहरूबाट प्राप्त हुने के उपलब्धिको अपेक्षा छ भन्ने बारे स्पष्ट हुनुहोस । बजार लेखाजोखा गर्न ठूलो लागत तथा धेरै मानिसहरूको संलग्नता आवश्यक छैन । द्रुत बजार लेखाजोखा स-साना टोलीहरूबाट गर्न सकिन्छ ।
जानकारी ३२	तथ्यांक सङ्कलनमा प्रयोग गरिने औजारहरू बारे अग्रिम रुममा विचार गर्नुहोस जसले श्रोतको उपलब्धतालाई प्रभावित गर्न सक्दछ ।
मुख्य क्रियाकलाप १३: बजारका मुख्य क्रियाशिल निकायहरू, सम्पर्क र सम्बन्धहरू माथि ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस जुन प्रत्यक्ष र अप्रत्यक्ष रूपमा लक्षित समूहको आवश्यकताको लागि महत्वपूर्ण हुन्छ । (सूचक बाकस ३ हेर्नुहोस)	
जानकारी ३३	बजारको विभिन्न तहसँग जोडिएका बजारका क्रियाशिल निकायहरूमा ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस । उदाहरणका लागि, स्थानीय बजारमा आफ्नो वस्तुहरू बेचिरहेका स्थानीय उत्पादकहरूका साथै आफ्ना वस्तुहरू व्यापारीहरूलाई बेच्ने स्थानीय उत्पादकहरूसँग कुरा गर्नुहोस ।
जानकारी ३४	जब बजारका सहभागीहरूको कुनै निश्चित वर्ग (जस्तै: थोक बिक्रेताहरू) सीमित संख्यामा हुन्छन्, त्यसवेला सकेसम्म सबै वा धेरैसँग कुरा गर्ने प्रयास गर्नुहोस । बजार शृङ्खलाको तह जहाँ कर्ताहरू कम हुन्छन्, त्यहा सम्भावित

	बन्देजहरू र व्यापक गैर-प्रतिस्पर्धी व्यवहारको जोखिम रहन्छ ।
जानकारी ३५	बजार तथा कुनै पनि सम्भावित प्रतिकार्यमा प्रभाव पार्न सक्ने सामाजिक सञ्जालहरू र शक्तिशाली दलालहरूलाई चिन्ने प्रयास गर्नुहोस ।
जानकारी ३६	समयाभावको अवस्थामा, प्रमुख कुरा भनेको मुख्य कर्ताहरूलाई पहिचान गर्नु हो । तिनीहरू तुरून्तै नचिनिन सक्दछन तर तथ्यांक सङ्कलनको पहिलो पुनरावृत्तिमा ठूलो परिमाणको तथ्यांक संकलन गर्नुको सट्टा बजारमा मुख्य भूमिका निर्वाह गर्ने क्रियाशिल निकायहरूलाई पत्ता लगाउने प्रयास गर्नु पर्दछ ।
मुख्य क्रियाकलाप १४: स्थलगत अध्ययन बजार प्रणालीको सम्पूर्ण भौगोलिक स्थानहरूमा विस्तार भएको सुनिश्चित गर्नुहोस ।	
जानकारी ३७	लेखाजोखाको भौगोलिक दायराभित्रको भिन्न विशेषताहरू भएका र बजारमा प्रभाव पार्न सक्ने मुख्य बजारहरू र क्रियाशिल निकायहरूमा ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस । यसमा भौगोलिक, जनसांख्यिक, जीविकोपार्जन वा अन्य सामाजिक-आर्थिक विशेषताहरू समाविष्ट भएको हुन सक्दछन ।
जानकारी ३८	स्थलगत भ्रमण दिनको फरक समयमा आयोजना गर्नुहोस ताकि सम्पूर्ण आर्थिक क्रियाकलापहरू सम्भावित अदृश्य जनताहरूलाई लेखाजोखाको दौरानमा फेला पार्न सकियोस ।
मुख्य क्रियाकलाप १५ : सङ्कलन गरिएको तथ्यांकले तपाईंलाई आपतकाल वा प्रतिकार्यको कारणले प्रवृत्तिमा भएका परिवर्तनहरू पहिचान गर्न अनुमति दिन्छ भन्ने कुरा निश्चित गर्नुहोस ।	
जानकारी ३९	निरन्तर रूपमा तथ्यांक सङ्कलन भइरहेको अवस्थामा, आधाररेखाको जानकारी लिनुहोस र तथ्यांक सङ्कलन प्रक्रियाको अंशको रूपमा पूर्व क्रियाकलाप अनुसार पुनः जोड्न सकिएला कि भनेर कुनै अन्तरहरूलाई पहिचान गर्नुहोस ।
जानकारी ४०	तपाईंको विश्लेषण धेरै तथ्यांक बिन्दुहरू माथी आधारित गर्न लेखाजोखाको दौरानमा वस्तुहरूको मूल्य र मात्रा सम्बन्धी सूचना सकेसम्म चाडो र बारम्बार सङ्कलन गर्नुहोस ।
जानकारी ४१	मूल्यसंग सम्बन्धित सूचना संकलन गर्ने कार्य व्यवस्थित तवरले भार र गुणस्तरको मापदण्ड बमोजिम सम्पन्न भएको सुनिश्चित गर्नुहोस । सम्बन्धित उत्पादनको गुणस्तर कसरी छुट्याउने र बन्द गरिएका वस्तुहरूको कारोबार गर्दा तौलिने उपकरण सहित सुसज्जित हुनका लागि मूल्य निगरानीकर्ताहरूलाई प्रशिक्षण दिनु पर्दछ । स्थानीय मापनहरू भिन्न स्थानहरूमा फरक हुनाले स्थानीय मूल्यको तथ्यांकलाई उपरोक्त ठाउँ मै सर्वमान्य इकाईहरू (लिटर, केजी, ग्राम) मा रूपान्तरण गर्ने लक्ष्य राख्नुहोस ।
मुख्य क्रियाकलाप १६: तथ्यांकको वैधतालाई संकलन गरे लगत्तै परीक्षण गर्नुहोस ।	
जानकारी ४२	सङ्कलन गरिएको तथ्यांकको वैधता परीक्षण गर्नका लागि, तथ्यांकलाई विभिन्न तहमा जाच गर्नुहोस । यसमा समान क्षेत्रमा तुलनात्मक कार्य सञ्चालन गर्ने अन्य संस्थाहरूको कार्यसंग जस्तै प्राथमिक तथ्यांक र गौण तथ्यांकबाट प्राप्त मेल खाने निष्कर्ष, निश्चित कारोबार बारे क्रियाशिल निकायहरूबाट प्राप्त

	जवाफहरु दाज्ने आदि कुराहरुसंग यसलाई तुलना गर्ने कार्य पनि समावेश हुनुपर्दछ ।
जानकारी ४३	उपलब्ध उत्तरहरुको प्रकारमा भएको व्यापक सामन्जस्यतालाई संकेत गरिसकेपछि, तिनीहरूलाई जानकारी दिने व्यक्तिहरूले एउटा कथनसंग असहमत हुनुपर्ने किसिमले प्रश्नहरू तयार पारेर एउटा निश्चित परिकल्पना पुष्टि गर्नका लागि परीक्षण गर्नुहोस । (उदाहरणका लागि, यदि तपाईंलाई लाग्छ कि साहूले लिने गरेको ब्याज दर बढेको छ, जानकारी दिनेहरूलाई सोध्नुहोस: “किन पैसा दिनेहरूले आफ्नो ब्याज दर घटाए?”)
जानकारी ४४	सही तथ्यांक संकलन भइरहेको छ कि छैन भनेर निर्धारण गर्न समय लिनुहोस । ठूलो मात्रामा खराब र अविश्वसनीय तथ्यांक संकलन गर्न भन्दा सानो मात्रामा राम्रो गुणस्तरको तथ्यांक प्राप्त गर्नु धेरै महत्वपूर्ण हुन्छ ।
मुख्य क्रियाकलाप १७: दोहोरोपनबाट बच्न र विद्यमान बजारको विज्ञताबाट लाभ उठाउन तथ्यांक सङ्कलनमा समन्वय गर्नुहोस	
जानकारी ४५	तथ्यांक सङ्कलनको जिम्मेवारीहरू संस्थागत क्षमता, योग्यता र तुलनात्मक फाइदाका अनुसार इच्छुक संगठनहरू बीच विभाजन गर्नुहोस । उदाहरणका लागि, अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाहरू र विकास सम्बन्धी निकायहरूलाई सुक्ष्म-तहको तथ्याङ्क र राष्ट्रिय नीतिहरूको निर्माण प्रक्रिया बारेमा राम्रोसंग बुझेका हुनसक्दछन्, र मानवीय गैरसरकारी संस्थाहरू सुक्ष्म-तहमा बढी जानकारी हुन सक्दछन् ।
जानकारी ४६	<p>तपाईंको संस्था भित्र तथ्यांक सङ्कलनको जिम्मेवारी सम्बन्धित कर्मचारीले आफूसंग भएको उपयुक्त ज्ञानको लाभ उठाउने तरिकाले विभाजन गर्नुहोस । विभिन्न क्षेत्र र प्राविधिक टोलीहरूबाट कर्मचारीहरूलाई संलग्न गराउनुहोस ता कि निश्चित बजारको पक्षबारे बढी ज्ञान प्राप्त होस । यी कुराहरू समावेश हुन सक्दछन्:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● बन्दोवस्ती टोलीहरू (जो प्राय सुक्ष्म-तहको बजार सम्बन्धहरूका बारेमा महत्वपूर्ण जानकारी उपलब्ध गराउन सक्षम हुन्छन्) ● वित्त सम्बन्धी कर्मचारी (उपयुक्त आर्थिक सेवाका साथै सम्भावित वितरण प्रणाली जस्तै: बैकिङ प्रणालीको कार्य सम्बन्धी जानकारी प्रदान गर्ने) ● सम्भावित प्रतिकार्य टोलीहरू (खाद्य/आर्थिक सुरक्षा, जीविकोपार्जन, बसोबास, खानेपानी, सरसफाई, स्वास्थ्य, संरक्षण , शिक्षा) ● सुरक्षाकर्मी ● प्रधान कार्यालयका कर्मचारी (सहायक तथ्यांक, संस्थागत क्षमता र मार्ग दर्शन माथी सुझाव दिने) ।
जानकारी ४७	सुक्ष्म-तहमा विशेषज्ञता प्रदान गर्न कुनै संस्था सक्षम नभएको खण्डमा संस्थाहरूले उच्च स्तरमै मुख्य बजार सहभागीहरूसंगै तिनीहरूको विश्लेषणलाई सहयोग गर्न बजार श्रृंखलाको पहिचान पनि गर्नुपर्दछ ।
मुख्य क्रियाकलाप १८ : विश्लेषण गर्न र लेखनका लागि पर्याप्त समय छ कि छैन पक्का गर्नुहोस	

जानकारी ४८	लेखाजोखाको योजना बनाउदा, एकत्रित र विश्लेषण गरिएको तथ्यांक माथी प्रतिबिम्बित गर्नका साथै तथ्यांक सङ्कलन प्रक्रियाको अन्त्यमा विश्लेषण र लेखनका लागि समय सुनिश्चित गर्नका लागि तथ्यांक सङ्कलन अवधिको दौरानमा समय छुट्याइन्छ भन्ने सुनिश्चित गर्नुहोस ।
------------	---

३ तथ्यांक संकलन

कुन कुरा त्याग्ने

एउटा निश्चित बजार सहभागीको वास्तविक व्यवहारसँग मेलखाने जस्तो नदेखिएमा अनुहारलाई मात्र हेरेर आएको जवाफलाई स्वीकार नगर्नुहोस ।

- बजार सहभागीहरूले दिएका जवाफहरूमा अत्यधिक भर नपर्नुहोस, लेखाजोखाबाट आएको प्रतिफलमा उनीहरूको कुनै निहित रुचि वा स्वार्थ भएको हुन सक्दछ ।
- तथ्यांक सङ्कलनलाई तपाईंले चाहनु भएको प्रश्नको जवाफ खोज्नमा सिमित नपार्नुहोस । तथ्यांक सङ्कलन प्रक्रिया व्यवस्थित हुन आवश्यक हुँदा, यसलाई गतिशील र सक्रिय प्रकारले गर्नुपर्दछ । यदि प्रश्नको उत्तरले नयाँ र अधिक महत्वपूर्ण मुद्दाहरूलाई अनुसन्धान गर्नु पर्दछ भन्ने कुरा उठायो भने, तथ्यांक सङ्कलन कार्यलाई पनि त्यहि अनुसार समायोजन गर्नुपर्दछ ।
- समय नलिई गरिएको तथ्यांक संकलनबाट सही प्रकारको तथ्यांकको संकलन गरिएको छ या छैन भनेर हेर्न खोज्दा त्यसबाट धेरै अपेक्षा नराख्नुहोस ।

सूचक बाक्स ३ बजारका मुख्य क्रियाशिल निकायहरू: विपद्बाट प्रभावित जनसंख्याको अतिरिक्त, बजारका क्रियाशिल निकायहरूमा सामान्यतः या स्थानीय उत्पादकहरू, सहकारीहरू, खुद्रा व्यापारीहरू, स्थानीय व्यापारीहरू, वितरकहरू, थोक विक्रेताहरू, प्रशोधनकर्ताहरू, सरकारी प्रतिनिधिहरू, नियामक निकायहरू, वित्तीय संस्थाहरू र सेवा प्रदायकहरू समावेश भएका हुन्छन् । माथी उल्लेखित क्रियाशिल निकायहरूको संख्याहरूलाई लिएर, ती सबैहरूबाट तथ्यांक संकलन गर्ने प्रयास गरियो भने कुराहरू धेरै हदसम्म छरपस्ट हुने सम्भावना हुन्छ । मुख्य क्रियाशिल निकायहरू पहिचान गर्नका लागि, आपूर्ति शृंखलामा सबैभन्दा धेरै संकटासन्न कडीको रूपमा प्रतिनिधित्व गर्ने बजारमा ठूलो हिस्सा भएकाहरू, र आपतकालीन अवस्थामा सबैभन्दा बढी आवश्यकतामा हुने बजारमा सेवा प्रदान गर्नेहरूलाई खोज्नुहोस ।

३. तथ्यांक संकलन

व्यावहारिक दृष्टान्तहरू

मुख्य क्रियाशिल निकायहरू लेखाजोखा पिच्छै फरक हुन सक्दछन । तल दिईएको तालिकाले बजारका सहभागीहरूबाट प्राप्त विभिन्न प्रकारका तथ्यांकहरू उपयुक्त हुन सक्दछन भन्ने दर्शाउदछ । केहि सूचनाहरू सहायक तथ्यांकको श्रोतबाट सङ्कलन गर्न सकिन्छ । ध्यान दिनु पर्ने कुरा के हो भने, घरधुरीका आवश्यकताहरूको लेखाजोखाजस्ता अन्य लेखाजोखाहरूले पनि यस तालिकामा समावेश गरिएका केहि विषयमा जानकारी सङ्कलन गरिरहेका हुन सक्दछन ।

तालिका ३ - तथ्यांक संकलनका लागि मुख्य जानकारी दिने व्यक्ति र विषयहरू:

कोसंग कुरा गर्ने	के कुरा सोध्ने
विपद प्रभावित जनसंख्याहरू	<ul style="list-style-type: none"> ● विपद पूर्व र पछि घरधुरीको आर्थिक अवस्था ● विपद पूर्व र पछि आय र व्ययको स्तर ● विपद पूर्व र पछिको सामना प्रणाली (विशेष गरी यदि व्यापारीहरू र बजारले तिनीहरूको आवश्यकता पूर्ति गर्न सकेन भने मानिसहरू के गर्छन) ● तत्कालिन र दीर्घकालीन आवश्यकताहरू ● कुन बजारहरू महत्वपूर्ण छन ● सम्भावित अवरोधहरू सहित बजारमा पहुँच ● बजारबाट दूरी (यसले विश्लेषणको क्षेत्रलाई भौगोलिक सीमितता प्रदान गर्नेछ) ● मौसमी अन्तर ● मूल्यहरू ● विपद पूर्व र पछि नगद स्थानान्तरण संयन्त्र (प्रणालीको प्रयोग जस्तै - बैंक, फोन) ● श्रमिकको ज्याला
व्यापारीहरू	<ul style="list-style-type: none"> ● विपद पूर्व र पछि मानिसहरूको बजारमा पहुँचको संख्या ● गत पाँच वर्षको दौरानमा मानिसहरूबाट मौसममा विविधताका कारण बजारमा पहुँच ● वस्तुहरूको उपलब्धता ● आपूर्ति श्रृंखला र प्रभाव वा विपदको सम्भावित प्रभाव ● वस्तुको आपूर्ति र बजारसँग सम्बन्धित निषेधहरूका निमित्त सरकारी नियमहरू (जस्तै, मानवीय निकायहरूको पहुँच सीमित गर्ने नीतिहरू, सूचनाको नियन्त्रण, स्रोतको निर्धारण, कस्तो किसिमको कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्न सकिन्छ भन्नेमा निर्देशन, निकायहरूको सञ्चालनमा रोक लगाउने) ● मुल्य

	<ul style="list-style-type: none"> ● व्यापारीहरूको संगठन ● शक्ति सम्बन्धहरू ● व्यापारी समूहहरूको अस्तित्व (राम्रो/नराम्रो) ● व्यापारीहरूका बीच रहेको सामाजिक/जातीय/राजनैतिक मुद्दाहरू ● बजारको भण्डारण क्षमता ● उधारोमा पहुच ● तिनीहरूले कोबाट खरिद गर्दछन ● तिनीहरूले कोसंग व्यापार गर्दछन र किन
सरकारी प्रतिनिधीहरू, नियामक निकायहरू	<p>बजार सम्बन्धी रोकहरू/विकासहरू जस्तै:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● कर र आवतजावतको अनुमति जसले मूल्य बढाउनुका साथै वस्तुहरूको ओसारपसारमा समेत बाधा उत्पन्न गर्दछ । ● नगदमा आधारित सहयोगका प्रावधान माथी रोक वा नियन्त्रण ● सूचनामा नियन्त्रण ● वस्तुहरूको आपूर्ति ● मानवीय निकायहरूको सञ्चालनमा रोक बजार र व्यापारलाई विकास गर्ने नीतिहरू ● सरकारी भण्डारण (खासगरी खाद्य सामाग्री) ● वित्तीय संस्थाहरू र सेवा प्रदायकहरू
वित्तीय संस्थाहरू र सेवा प्रदायकहरू	<ul style="list-style-type: none"> ● रकम स्थानान्तरण प्रणालीको कार्य ● यस्ता प्रणालीको प्रयोग बढाउनका लागि क्षमता ● मुद्राको बहाव ● स्थानीय अर्थतन्त्र ● लगानी गर्ने क्षमता ● चालु पुजी ● व्याप्तता
प्रविधि कम्पनीहरू	<ul style="list-style-type: none"> ● चालू ग्राहक आधार ● ग्राहकको आधार वृद्धिको लागि सम्भाव्यता ● मानवीय संस्थाहरूसँग साभेदारी गर्नका लागि विकल्पहरू, अवसरहरू र यसको आसपास भएका जोखिमहरू ● व्याप्तता
किसानहरू	<ul style="list-style-type: none"> ● उत्पादन उपलब्ध गराउन सक्ने सक्षमता ● मूल्यहरू ● मौसम ● खरिद बजारमा पहुच



३. तथ्यांक संकलन

व्यवहारिक दृष्टान्तहरू

तालिका ४ ले सूचनाको गुणस्तर र समय सम्बन्धी अवरोधहरू कसरी आपतकालीन अवस्थाको किसिममा भर पर्न सक्दछ भन्ने कुरा माथि प्रकाश पार्दछ ।

तालिका-४ सूचनाको स्तर र अवरोधहरू

	महत्वपूर्ण समय सम्बन्धी अवरोधहरू	साधारण समय सम्बन्धी अवरोधहरू
कम गुणस्तरको सूचना	क. जीवनरक्षाका आवश्यकताहरू पूरा गर्नु अगावै आपतकालिन अवस्थाको तीव्र अनि अचानक शुरुवात ।	ख. जीवन रक्षाका आवश्यकताहरू पूरा गरि सके पश्चात आपतकालिन अवस्थाको तीव्र अनि अचानक शुरुवात ।
उच्च स्तरको सूचना	ग. विकासमा अचानक सुरु भएको वा दीर्घकालिन अवस्था जस्तै:- दोहोरी रहने विपदबाट प्रभावित क्षेत्रमा भुईँचालो जानु.	घ. सुस्त सुरु हुने आपतकालीन अवस्था. लामो समयसम्म रहने आपतकालीन अवस्था. दीर्घकालिन आपतकालिन अवस्था.

तलको तालिका ५ ले आपतकालिन अवस्थाको प्रकार र कार्यक्रमले बजारलाई पार्न सक्ने जोखिमको आधारमा विश्लेषणका विभिन्न विधिहरू कसरी भिन्न हुन सक्दछन भन्ने कुरा उल्लेख गरेको छ ।

तालिका ५ - आपतकालीन अवस्थाको किसिम र विश्लेषण विधी

विधि/विश्लेषणको स्तर ^{११}	आपतकालीन अवस्थाको प्रकार ^{१२}	उच्च जोखिम भएका कार्यक्रमहरूलाई सिफारिस गरिएको
तथ्यांक संकलन विधि		
मुख्य चक्रको अर्ध-संरचित अन्तर्वार्ता	क ख ग घ	✓
आधारभूत परिमाणात्मक र गुणात्मक सूचकहरूको प्रयोग (वस्तु वास्केटको मूल्य अनुगमन)	क ख ग घ	✗
उद्देश्यपूर्ण नमूना	घ	✗

तथ्याङ्किय नमूना	घ	✓
सर्वेक्षणहरु	घ	✓
विश्लेषणको स्तर		
मजबूत गुणात्मक विश्लेषण	घ	✓
सर्वेक्षणहरु	घ	✓

^{११} थप मार्गदर्शनको औजारहरुका लागि अनुसूची ३ हेर्नुहोस.

^{१२} तालिका ४ हेर्नुहोस

४. अनुगमन र तथ्यांकको वैद्यतालाई सुनिश्चित गर्नु

न्यूनतम आवश्यकता ५: अनुगमनका क्रियाकलापहरूले प्रारम्भिक लेखाजोखाको निष्कर्षलाई जाँच गर्ने र कार्यक्रमको सम्भावित समायोजनको लागि निर्णय गर्ने परिस्थिती बनाउछ ।

नियमित बजार अनुगमन र सङ्कलन गरिएको तथ्यांकको विश्लेषण अत्यन्त महत्वपूर्ण छ किनभने यसले बजारहरूको एउटा पाटो मात्र हेर्नुको सट्टा यसको गतिशील प्रकृतिलाई समेत समाहित गर्नमा मद्दत गर्दछ ।

बजार अनुगमनको मुख्य उद्देश्य निम्न कुराहरू निर्धारण गर्नु हो :

- प्रारम्भिक बजार लेखाजोखाबाट प्राप्त निष्कर्ष अझै कायम छ कि छैन
- कार्यक्रमबाट स्थानीय/क्षेत्रीय बजारहरू माथि हुन सक्ने असरको अवस्थामा विद्यमान प्रतिक्रियाहरू समायोजन गर्न आवश्यक छ कि छैन ।
- कुन अतिरिक्त क्षेत्रहरूमा थप लेखाजोखा गर्न जरूरी हुन सक्दछ ।

तसर्थ, अनुगमन योजनाको रूपरेखा प्रारम्भिक बजार विश्लेषण र संकटलाई सम्बोधन गर्नका लागि शुरु गरिएका विभिन्न प्रकारका कार्यक्रमहरूको निष्कर्षको आधारमा थपघट हुनेछ ।

दीर्घकालीन/लामो समय सम्म रहने र पूर्वानुमान गर्न सकिने संकटहरूमा नियमित अनुगमनले बजार सञ्चालनमा आउने सम्भावित परिवर्तन र यसले विपदबाट प्रभावित हुनेहरूलाई गर्ने असर बारेमा पूर्वतयारी गर्न दिनुपर्दछ ।

४. अनुगमन तथा तथ्यांकको वैद्यतालाई सुनिश्चित गर्नु

न्यूनतम आवश्यकताहरू ६ प्राप्त गर्न मुख्य क्रियाकलापहरू र जानकारीहरू

मुख्य क्रियाकलाप १९: मुख्य बजार विश्लेषणको निष्कर्ष र प्रतिकार्य योजनाबाट कुन अनुमानहरू र प्रतिफलहरू सबैभन्दा अनिश्चित वा परिवर्तन गर्न संवेदनशील छन्, पत्ता लगाउनुहोस ।	
जानकारी ४९	प्रतिकार्यको रूपरेखा बारे जानकारी दिने क्रममा महत्वपूर्ण हुने बजार लेखाजोखाका अनुमानहरू माथि ध्यान दिनुहोस ।
जानकारी ५०	मानिसहरू भर पर्ने बजार प्रणालीहरूलाई हानि पुऱ्याउने सबैभन्दा ठूलो जोखिम प्रदान गर्ने प्रतिकार्यको प्रतिफलहरूमा ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस ।
मुख्य क्रियाकलाप २०: अनुमान तथा र प्रतिफल पत्ता लगाउनका लागि व्यावहारिक माप्य सूचकहरूलाई परिभाषित गर्नुहोस जो परिवर्तनका लागि जिम्मेवार छन् ।	
सुभावा ५१	बजारमा हुन सक्ने सम्भावित विकृतिहरूको निगरानी गर्न सूचकहरूको प्रारूप तयार गर्दा कार्यक्रमलाई प्रभावहिन बनाउने र कार्यक्रमले बजारलाई

	पार्न सक्ने जोखिमका साथै बजामा हुने परिवर्तनहरूलाई विचार गर्नुहोस ।
सुभाब ५२	बजार विश्लेषणको निष्कर्षसँग सम्बन्धित सूचकहरूमा मूल्य, मात्रा, मुख्य बजारका क्रियाशील निकायहरूको संख्या, नीति र नियमावलीमा भएको भिन्नताहरूको संयोजनलाई समावेश गर्नु पर्दछ ।
मुख्य क्रियाकलाप २१: प्रारम्भिक लेखाजोखाको सबलता, स्थितिको अपेक्षित अस्थिरता र यसले कार्यक्रम, बजार र लाभग्राहिहरूलाई पार्ने जोखिमलाई ध्यानमा राखी अनुगमन गरिनु पर्ने आवृत्तिलाइ निर्धारण गर्नुहोस ।	
सुभाब ५३	परिस्थिति जति अस्थिर हुन्छ, त्यति नै बारम्बार रूपमा निगरानी गर्न आवश्यक हुन्छ । यस प्रकारको परिस्थितिहरूमा, बारम्बार गरिने अनुगमनले प्रारम्भिक लेखाजोखामा अपनाइएको न्यूनतमवादी दृष्टिकोणलाई पूर्ति गर्नेछ ।
सुभाब ५४	अस्थिर अवस्थामा वा कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्दा नकारात्मक रूपमा प्रभाव परिरहेको बजारको जोखिम उच्च छ भने मूल्यको अनुगमन कम्तिमा पनि हप्तामा एक पटक पहुँच र सुरक्षाको अवस्था अनुसार हुनु पर्दछ । स्थिर वा दीर्घकालिन संकटहरूमा वा जहाँ सुरक्षा सम्बन्धी अवरोध छ त्यहाँ मूल्य अनुगमन महिनामा न्यूनतम एक पटक हुनुपर्दछ ।
मुख्य क्रियाकलाप २२: यदि कार्यक्रम पश्चात अनुगमनले थप बजार विकृतिहरूलाई उजागर गर्दछ भने प्रारम्भिक लेखाजोखाको वैधता र प्रतिकार्यको योजनालाई पुनः मूल्याङ्कन गर्नुहोस ।	
सुभाब ५५	स्रोत बजारमा निगरानी राख्नका लागि कार्यक्रम क्षेत्र भन्दा बाहिरको भौगोलिक दायराको अनुगमनलाई फराकिलो बनाउनुहोस । स्थानीय बजारको प्रादुर्भावलाई बजारको श्रोतसंग तुलना गर्दा कार्यक्रमबाट स्थानीय बजारमा परेको विकृतिको संकेत दिन्छ जुन बजार प्रणालीमा भइरहेको व्यापक विस्थापनसंग जोड्न सकिन्छ ।
सुभाब ५६	सूचकहरूलाई परिभाषित गर्दा, सूचकको सीमालाई पनि परिभाषित गर्नुहोस यसको अलावा निर्दिष्ट सूचकमा भएको परिवर्तनबाट तुरन्तै विशिष्ट कार्यको शुरुवात गर्नु पर्दछ ।
मुख्य क्रियाकलाप २३: कार्यक्रमको प्रकार जस्तो सुकै भएता पनि, व्यवस्थित मूल्य र मात्राको निगरानी बजारमा हुने विकृतिहरूको पहिचानका लागि प्रारम्भिक चरणमै गरिनु पर्दछ ।	
सुभाब ५७	मूल्य निगरानी सुरु गर्नु भन्दा अघि, पहिले के गरी सकिएको छ र निगरानीकर्तालाई जानकारी दिनका लागि र विश्लेषण कसरी गर्न सकिन्छ भनेर हेर्न का लागि अरुहरूले के गरिरहेका छन् जाँच गर्नुहोस ।
सुभाब ५८	निगरानीको आरम्भ लेखाजोखाको सुरुवात देखि नै र परियोजना/कार्यक्रम चक्रको सबै चरणहरूमा गर्नुहोस ताकी यसलाई कुनै पनि चरणका साथै भविष्यका लागि सन्दर्भ बिन्दुको रूपमा पनि सिफारिस गर्न सकिन्छ ।
सुभाब ५९	मूल्य अनुगमन तथा अन्य अनुगमनका औजारहरूलाई अन्य निकायहरूसँग सामन्जस्यता मिलाउने लक्ष्य राख्नुहोस ।
सुभाब ६०	वास्तवमा, एउटा निश्चित समयावधिको दौरानमा बजारका उहि कर्ताहरूलाई पत्ता लगाउनु पर्दछ । तथापि, कुनै व्यापारी पहिलो चरणमै बाहिरिएको खण्डमा पहिचान गरिएको व्यापारीहरूको आरक्षित समुहछ भन्ने सुनिश्चित गर्नुहोस ।

४. अनुगमन र तथ्यांकको वैद्यतालाई सुनिश्चित गर्नु

कुन कुरा त्याग्ने?

जब बजारको स्थितिमा उल्लेखनीय परिवर्तन भइरहेको हुन्छ आकस्मिक योजना नभईकन लागि बजारको अस्थिर अवस्थामा प्रतिकार्यका क्रियाकलापहरु कार्यान्वयन नगर्नुहोस ।

४. अनुगमन र तथ्यांकको वैद्यतालाई सुनिश्चित गर्नु

व्यवहारिक दृष्टान्तहरु

दृष्टान्त १

लेखाजोखाबाट प्राप्त अनुगमन गरिनु पर्ने अनुमानहरु निम्न अनुसारका बुँदाहरुमा हुन सक्ने छन :

- जनसंख्याको विशेषताहरु
- घरधुरीसंग सम्बन्धित आर्थिक सुरक्षाको स्तर
- बजार संचालन
- मौसम
- घरधुरीहरु र बजार विचको सम्पर्क
- घटित वा अपेक्षा गरिएको आघातको प्रकार
- आघातको स्तर
- आघातको असर
- अन्तर विश्लेषण

अनुगमनले प्रारम्भिक लेखाजोखाको आधारमा बनेका माथि उल्लेखित विषयहरुका अनुमानहरु वैध छन कि छैनन अथवा परिस्थिति परिवर्तन भएको छ कि छैन भनेर जाँच गर्नुपर्दछ ।

दृष्टान्त २

तल दिईएको तालिकाले सबै भन्दा सामान्य प्रकारका कार्यक्रमलाई अनुगमन गर्नका लागि मुख्य बजारसँग सम्बन्धित केही विषयहरूलाई चित्रण गर्दछ ।

तालिका ६ -अनुगमनका लागि न्यूनतम प्रश्नहरू

कार्यक्रमको प्रकार	न्यूनतम प्रश्नहरू
नगद अथवा मूल्य अंकित भाउचर	हस्तान्तरणको मूल्य निर्धारण गर्दा प्रयोग हुने वस्तुहरूको मूल्यमा परिवर्तन भएको छ ?
कार्यक्रम	<ul style="list-style-type: none"> ● आफुलाई आवश्यक पर्ने कुराहरू प्राप्त गर्न मानिसहरू कहाँ र कति टाढा जान पर्दछ ? ● के आवश्यक वस्तुहरू उपलब्ध थिए ? ● के त्यो ठाउँमा वस्तुहरूको मूल्यमा परिवर्तन भएको छ ? ● कुन व्यापारीहरू कार्यक्रमबाट लाभान्वित भएका छन् ? ● कार्यक्रमका कारण विभिन्न शक्ति सम्बन्धहरू सिर्जना भएका छन् ?
वस्तु भाउचर	<ul style="list-style-type: none"> ● के सम्बद्ध वस्तुहरूको मूल्य बढेको वा घटेको छ ? ● के सम्बद्ध वस्तुहरू अबै बजारमा उपलब्ध छन् ? ● के सम्बद्ध वस्तुहरू कार्यक्रममा सम्मिलित नभएका ग्राहकहरूलाई अबै बेचिदैं छ ? ● के भाउचर कार्यक्रममा संलग्न नभएका व्यापारीहरूलाई बाहिर निकालिदैं छ ?
जिन्सी सम्बन्धी कार्यक्रम	<ul style="list-style-type: none"> ● के वितरण गरिएका वस्तुहरूको बजार मूल्य उल्लेखनीय रूपमा परिवर्तन भएको छ ? ● के वितरण क्षेत्रमा अन्य वस्तुहरूको मूल्य पनि उल्लेखनीय रूपमा परिवर्तन भएको छ ? ● के वितरण गरिएका वस्तुहरूका स्थानीय उत्पादकहरूको संख्यामा परिवर्तन भएको छ ? ● के उत्पादकहरू, व्यापारीहरू, र थोक विक्रेताहरूको संख्या खरिद बजारमा भिन्न छ ? ● के वितरण स्थलमा स्थानीय उत्पादकहरूको नाफा-घाटाको अन्तर र उत्पादनहरूमा परिवर्तन भएको छ ? ● के खरिद गरिएका वस्तुहरू अबै पनि खरिद क्षेत्रमा तयारी रूपमा उपलब्ध छन् ? ● के बढी भएको वस्तुहरू बजारमा उपलब्ध छन् ?

कामको लागि नगद र कामको लागि खाद्यान्न	<ul style="list-style-type: none"> के कामको लागि नगद र कामको लागि खाद्यान्नमा सम्मिलित हुनका लागि लाभग्राहीहरूले कम पारिश्रमिक दिने दिने काम छाडिरहेका छन् ? के पारम्परिक दैनिक ज्यालादारी श्रमिक रोजगारदाताहरूलाई कामदारहरू पाउन कठिन भैरहेको छ ? के निश्चित मौसममा अदक्ष कामदारहरूको दैनिक ज्याला दर सामान्य स्तर भन्दा बढी छ ?
बजारका कर्ताहरूलाई सहयोग	<ul style="list-style-type: none"> के लाभग्राहीहरू आफ्ना प्राथमिक आवश्यकताका वस्तुहरू व्यवस्थापन गर्दैछन् ? के उपलब्ध गराउने व्यक्ति र आवश्यक सामानहरूको उपलब्धतामा भिन्नता आएको छ ? के बजारका कर्ताहरूको संख्या उल्लेखनीय रूपले फरक छ ? के कुनै खास बजारका कर्ताहरू चालु कार्यक्रमबाट प्रभावित भएको महशूस गर्दैछन् ? के कर्ताहरूको नाफाको अन्तरमा परिवर्तन भएको छ ?
जीविकोपार्जनका कार्यक्रम	<ul style="list-style-type: none"> के उत्पादन उपभोक्ताको मागबाट संचालित भएको छ वा वस्तुहरूको वृद्धि भएर हो ? के कार्यक्रम शुरु भएदेखि नै जीविकोपार्जनका लागि सामान्य ज्याला/राजस्वमा उल्लेखनीय घटबढ भएको छ ?
सम्पूर्ण कार्यक्रमहरू	<ul style="list-style-type: none"> प्रमुख वस्तुहरूको खुद्रा मूल्य कति छ ? प्रमुख वस्तुहरूको थोक मूल्य कस्तो छ ? विभिन्न किसिमका बजारहरूको (श्रोत बजार, प्रापक बजार, केन्द्रिय र क्षेत्रीय बजार, विश्व बजार) मूल्य कस्तो छ ? व्यापारीहरूको व्यवहार कस्तो छ ? व्यापारीहरू बीच कस्ता शक्ति गतिशिलताहरू छन् ? के व्यापारीहरूले सिकारी रणनीति अपनाउँदै वा मूल्यलाई नकारात्मक रूपमा असर गर्ने गरि समूह बनाउँदै छन् ? के घरघुरीहरूको आधारभूत आवश्यकताहरू पुरा गर्ने क्षमतालाई मूल्यले प्रभावित पारेको छ ?

दृष्टान्त ३

तलको सूचीले तथ्यांक समूहको खाका दिन्छ, जसलाई मूल्य, उपलब्धता र सीमा वारपार वस्तुहरूको प्रवाह बारे जानकारी प्राप्त गर्नका निम्ति अनुगमन गर्न सकिन्छ :

- अनौपचारिक सीमा वारपार प्रवाहहरू
- प्रमुख वस्तुहरूको खेतमै पर्ने मूल्य

- प्रमुख वस्तुहरूको थोक मूल्य
- प्रमुख वस्तुहरूको खुद्रा मूल्य
- यातायात खर्च
- इन्धन खर्च (प्रति इकाई)
- बजार शृंखलाहरू
- उपभोक्ता मूल्य सूची

अनुसूची १ - रुजुसूचीहरू

न्यूनतम आवश्यकताहरू पूरा भएको वा नभएको हेर्नको लागि निम्न रुजुसूचीहरूलाई प्रत्येक चरणको प्रक्रियामा उल्लेख गरिएको हुनु पर्दछ । उठेको विषयहरूलाई व्याख्या गर्न स्थान उपलब्ध गराइन्छ, जसले न्यूनतम आवश्यकताहरू पूरा हुनबाट रोक्न सक्दछ । संस्थाहरूले नियमित रूपमा यो रुजुसूचीलाई प्रयोग गर्न र प्राप्त भइरहेको न्यूनतम आवश्यकताहरूको संख्यामा आइरहेको परिवर्तनहरू हेर्न एक देखि अर्कोको बीचको नतिजालाई तुलना गर्न सक्दछन । यदि निर्दिष्ट न्यूनतम आवश्यकताहरू निरन्तर पूरा भइरहेका छैनन भने यसले त्यो अन्तरे पनि पहिचान गर्न सक्दछ ।

१ मूल्याङ्कनको कार्यक्षेत्रको रुजुसूची

न्यूनतम आवश्यकताहरू १: बजार लेखाजोखाको कार्यक्षेत्र र गहिराईले उपयुक्त कार्यक्रम सम्बन्धी निर्णयहरू लिनमा सहयोग गर्दछन र ती निर्णयहरू पहिचान गरिएका आवश्यकताहरूको सूचनामा आधारित हुन्छन ।		के मुख्य क्रियाकलापलाई अनुशरण गरियो? ✓ वा ✗	मुख्य क्रियाकलापहरू अनुशरण भएको सुनिश्चित गर्ने प्रयासका दौरान गरिएको चुनौतिहरूको खाका
मुख्य क्रियाकलाप (मुक्रिक)			
मुक्रिक १	तपाईंले लेखाजोखा गर्न चाहनु भएको सम्बन्धित बजार प्रणाली(हरू) छनौट गर्नुहोस र सहयोग गर्न आवश्यक पर्ने कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयहरूको पहिचान गर्नुहोस ।		
मुक्रिक २	मुख्य बजारहरू र फैलिएको बजार प्रणाली भित्र तिनीहरूको सम्पर्कको पहिचान गर्नुहोस ।		
मुक्रिक ३	कुन महत्वपूर्ण बजार सम्पर्कहरू र बजारका क्रियाशिल निकायहरू आपतकालीन अवस्थाबाट प्रभावित भएका छन पहिचान गर्नुहोस ।		
मुक्रिक ४	क्षेत्र र पुनर्लाभको लागि एकदमै महत्वपूर्ण साथै आपतकालीन अवस्थाबाट प्रत्यक्ष प्रभावित बजारका कर्ताहरूलाई समावेश गर्नका लागि लेखाजोखाको		

	भौगोलिक दायरा छुट्याउनुहोस ।		
मुक्रिक ५	कार्यक्रमसँग सम्बन्धित निर्णयहरूलाई प्रभावित पार्न सक्ने मुख्य प्रश्नहरू र सवालहरूको आधारमा लेखाजोखाको विश्लेषणत्मक दायरा निर्धारण गर्नुहोस ।		
मुक्रिक ६	सूचनाको गुणस्तर, समयको पाबन्धि र सम्भावित कार्यक्रमको जोखिमपनाको आधारमा विश्लेषणको स्तरलाई समायोजन गर्नुहोस ।		

२. विश्लेषण रुजूसूची

न्यूनतम आवश्यकताहरू २: बजार विश्लेषणको तथ्यांकले प्रमुख कार्यक्रमहरूसँग सम्बन्धित निर्णय बारे सूचित गर्नुका साथै कुनै हानी नपुऱ्याईकन कार्यक्रमका उद्देश्यहरू हासिल गर्न उपयुक्त ढाचा छनोट गर्नमा योगदान गर्दछ ।			
मुख्य क्रियाकलाप		के न्यूनतम मापदण्डहरू पुरा भए ? ✓ वा ✕	मुख्य क्रियाकलापहरू अनुशरण भएको सुनिश्चित गर्ने प्रयासको दौरानमा सामना गरिएका चुनौतिहरूको खाका
मुक्रिक ७	मानिसहरू भर पर्ने बजार प्रणालीहरूलाई हानि पुऱ्याउन सक्ने कार्यक्रम सम्बन्धी जोखिमलाई आकलन गर्नुहोस ।		
मुक्रिक ८	तथ्यांक विश्लेषण गर्ने समयमा बजारका मुख्य क्रियाशिल निकायहरूबाट प्राप्त पहिलो सूचनाका साथै मूल्यहरू, मात्रा, मुख्य बजारका क्रियाशिल निकायहरूको संख्या, नीतिहरू र नियमावलीहरू माथि ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस ।		
मुक्रिक ९	एकल तथ्यांक बिन्दुको साटो प्रवृत्तीको विश्लेषण गर्नुहोस र मौसमी प्रभावको कुरालाई ध्यानमा राख्नुहोस ।		
मुक्रिक १०	निष्कर्ष निकाल्दा प्रारम्भिक अनुमानहरूलाई स्पष्ट रूपमा उल्लेख गर्नुहोस किनकि तिनीहरू आधारित भएको तथ्यांकको प्रकार र तथ्यांक एवं अनुमानहरूसँग कुनै पनि जोखिम जोडिएका हुन सक्छन ।		
मुक्रिक ११	मुक्रिक ११: ले विश्लेषण, निष्कर्ष र प्रतिकार्यको लागि अन्तिम सिफारिस बीचको सम्बन्ध स्पष्टसंग देखाउदछ ।		



३. तथ्यांक संकलनको रुजूसूची

न्यूनतम आवश्यकताहरू ३: तथ्यांक संकलन गर्ने कार्य सक्षम र जानकार टोलीहरूद्वारा संचालन गरिएको छ ।		
न्यूनतम आवश्यकताहरू ४: बजार लेखाजोखामा उपयोग गरिएका तथ्यांक संकलन प्रणाली र सूचना श्रोत चलायमान प्रकृतिको बजार कब्जा गर्न उपयुक्त एवं पर्याप्त गुणस्तरका हुन्छन ।		
मुख्य क्रियाकलाप	के न्यूनतम मापदण्ड पुरा भएको थियो ✓ वा ✗	न्यूनतम मापदण्डहरू पुरा गर्ने प्रयासको दौरान सामना गरिएको चुनौतिहरूको खाका
मुक्रिक १२	बजारका क्रियाशिल निकायहरूको प्रतिक्रिया बुझ्न र त्यसलाई सान्दर्भिक बनाउन स्थलगत टोलीहरूसंग पर्याप्त स्थानीय र प्राविधिक ज्ञान हुनुपर्दछ ।	
मुक्रिक १३	बजारका मुख्य क्रियाशिल निकायहरू, सम्पर्क र सम्बन्धहरू माथि ध्यान केन्द्रित गर्नुहोस जुन प्रत्यक्ष र अप्रत्यक्ष रूपमा लक्षित समूहको आवश्यकताको लागि अत्यन्त महत्वपूर्ण हुन्छ ।	
मुक्रिक १४	बजार प्रणालीको सबै सम्बन्धित भौगोलिक स्थानहरूमा स्थलगत कार्य विस्तार भएको सुनिश्चित गर्नुहोस ।	
मुक्रिक १५	सङ्कलन गरिएको तथ्यांकले तपाईंलाई आपतकाल वा प्रतिकार्यको कारणले प्रवृत्तिमा भएका परिवर्तनहरू पहिचान गर्न दिन्छ भन्ने कुरा निश्चित गर्नुहोस ।	
मुक्रिक १६	तथ्यांकको वैधतालाई संकलन गरे लगत्तै परिक्षण गर्नुहोस ।	
मुक्रिक १७	दोहोरोपनबाट बच्न र विद्यमान बजारको विज्ञताबाट लाभ उठाउन तथ्यांक सङ्कलनमा समन्वय गर्नुहोस ।	
मुक्रिक १८	विश्लेषण गर्न र लेखनका लागि पर्याप्त समय छ भन्ने पक्का गर्नुहोस ।	



४ - अनुगमन र तथ्यांकको वैधता सुनिश्चिताको रुजूसूची

न्यूनतम आवश्यकताहरू ५: अनुगमनका क्रियाकलापहरूले प्रारम्भिक लेखाजोखाको निष्कर्षहरूलाई रुजु गर्ने कार्य गर्दछ र कार्यक्रमको सम्भावित अनुकूलनबारे निर्णय लिन मद्दत गर्दछ ।		
मुख्य क्रियाकलाप	के न्यूनतम मापदण्डहरू पुरा भएका थिए ? ✓ वा ✗	न्यूनतम मापदण्डहरू पुरा गर्ने प्रयासको दौरान सामना गरिएको चुनौतिहरूको खाका
मुक्रिक १९	मुख्य बजार विश्लेषणको निष्कर्ष र प्रतिकार्य योजनाबाट कुन पूर्वानुमानहरू र प्रतिफलहरू सबैभन्दा अनिश्चित वा परिवर्तनका लागि संवेदनशील छन्, पहिचान गर्नुहोस ।	
मुक्रिक २०	पूर्वानुमानहरू र प्रतिफलहरू पत्ता लगाउनका लागि व्यावहारिक मापन योग्य सूचकहरूलाई परिभाषित गर्नुहोस जो परिवर्तनका लागि उत्तरदायी छन् ।	
मुक्रिक २१	प्रारम्भिक लेखाजोखाको सबलता, स्थितिको अपेक्षित अस्थिरता र यसले कार्यक्रम, बजार र लाभग्राहीहरूलाई पार्ने जोखिमलाई ध्यानमा राखी अनुगमन गरिनु पर्ने आवृत्तिलाई निर्धारण गर्नुहोस ।	
मुक्रिक २२	यदि कार्यक्रम पश्चात अनुगमनले थप बजार विकृतिहरूलाई उजागर गर्दछ भने प्रारम्भिक लेखाजोखाको वैधता र प्रतिकार्यको ढाँचा लाई पुनः लेखाजोखा गर्नुहोस ।	
मुक्रिक २३	कार्यक्रमको किसिम जस्तो सुकै भएता पनि बजारमा हुने विकृतिहरूको पहिचानका लागि व्यवस्थित मूल्यको निगरानी प्रारम्भिक चरणमै गरनुपर्दछ ।	

मुक्रिक = मुख्य क्रियाकलापहरू



अनुसूची २- शब्दा-सूची^{१३}

प्रतिस्पर्धा	बजारमा पर्याप्त मात्रामा व्यापारीहरू (विक्रेता वा क्रेता) भई व्यापारका लागि एक अर्कासँग भिड्दै गर्दा प्रतिस्पर्धा उत्पन्न हुन्छ किनकि कुनै एक व्यक्ति वा उद्यमले बजारमा प्रभुत्व जमाएको हुँदैन । जब प्रभावकारी प्रतिस्पर्धा हुन्छ, कसैले पनि अनुचित तरिकाले वस्तु वा सेवाको मूल्य निर्धारण गर्न सक्दैन । यसले उपभोक्ताहरूका लागि प्रायः कम मूल्य वा उत्तम गुणस्तर, वा उत्पादक तथा कर्मचारीहरूका लागि उच्च प्रतिफल ल्याउँदछ । वास्तविक प्रतिस्पर्धात्मक बजार भनेको व्यापारीहरूले आपसमा साठगाठ गरी सामानको मूल्य निर्धारण गर्न गर्न नसक्नुमा भर पर्दछ ।
उपभोक्ता मूल्य सूची	शहरी क्षेत्रमा बसोबास गर्ने सामान्य व्यक्तिले उपभोग गर्ने वस्तु तथा सेवाहरूको तोकिएको मूल्यसूची । उपभोक्ता मूल्यसूची मुद्रास्फिति रोक्ने उपायका लागि एउटा सामान्य आधार हो । पूर्वनिर्धारित वस्तु टोकरीमा भएको प्रत्येक सामानको मूल्य परिवर्तनलाई लिई त्यसको औसत निकाल्दै उपभोक्ता मूल्य सूची गणना गरिन्छ ।
एकीकरण	बजार एकीकरण भनेको व्यापारिक व्यवहार, सूचना र बजारबीच मूल्यविभेदको मापक हो । यसले हामीलाई आवश्यक वस्तुहरूको आपूर्ति भइरहेको अवस्थामा बजार घाटाको सम्भावना बुझ्न र पूर्वानुमान गर्न मद्दत गर्दछ । एउटा वस्तुको आपूर्तिमा वृद्धि भएसँगै यसले अर्को वस्तुको मागलाई असर गर्न सक्दछ (प्रतिस्थापित) र यसको कारणले एउटा बजारमा कुनै वस्तुको आपूर्ति वा मागमा परिवर्तन भएमा यसको असर अन्य बजारहरूमा पनि फैलिन सक्छ । एउटा बजारको परिस्थितिमा भएको परिवर्तनले अन्य बजारहरूलाई (समय वा स्थानद्वारा छुट्याइएको) कुन हदसम्म प्रभाव पार्छ भन्ने कुराको मापन बजार एकिकरणको तरङ्गले गर्दछ । बजार एकीकरण सामान्यतःया व्यापारीहरूले उत्पादनहरू बजारहरू बिच ओसारपसारको परिणाम हो, जब ति बजारहरू बीच उत्पादन ओसारपसार गर्दा लाग्ने खर्च बढी भएको कारणले मूल्यमा विभेद हुन्छ । जब व्यापारीहरूले त्यसप्रकारको व्यवहार गर्दछन् त्यसबेला बजारहरू “राम्रोसँग संचालन भैरहेको” भनिन्छ ।
सुक्ष्म स्तरको विश्लेषण	एउटा त्यस्तो विश्लेषण जुन नीतिहरूको प्रतिफल, बजारका शक्तिहरू, र राष्ट्रिय, क्षेत्रीय वा विश्वव्यापी स्तरका क्रियाशिल निकायहरूबीच हुने अन्तरक्रियाको अध्ययन गर्नमा केन्द्रित हुन्छ ।
बजार	कुनै पनि औपचारिक वा अनौपचारिक संरचना (भौतिक स्थानको आवश्यकता नभएको) जहा खरिदकर्ता र विक्रेताहरू नगद वा अन्य वस्तुहरूको लागि वस्तुहरू, श्रम वा सेवाहरूको आदान प्रदान गर्दछन् । सामान्य अर्थमा 'बजार' शब्दले वस्तु वा सेवाहरू साटासाट गर्ने स्थानलाई बुझाउँदछ । भौगोलिक अवस्थितिले (जस्तै 'आयातित गेडागुडीले बजारको ४०% भाग ओगट्छ') भन्दा पनि बजारलाई कहिलेकाहीं आपूर्ति र मागको शक्तिले परिभाषित गर्दछ ।
बजारको सम्पर्कहरू	उत्पादक र अधारभूत ग्राहक बीचको भौतिक सम्बन्ध । यो सम्बन्धमा वस्तुहरू खरिद बिक्रि गर्दा हुने वित्तीय कारोबार पनि सम्मिलित हुन्छ । बजार सम्बन्धहरूलाई व्यापक रूपमा चार अलग अलग तरिकाबाट परिभाषित गर्न सकिन्छः <ul style="list-style-type: none"> • वित्तीय कारोबार को स्वरूप वा कारोबारहरू गर्ने मध्यवर्ति संस्थाहरूको प्रकार ।

	<ul style="list-style-type: none"> ● कारोबारहरू हुने माध्यमहरू र उक्त प्रयोजनका लागि प्रयोग हुने सुविधाहरूको प्रकार । ● तिनीहरू यातायात र सञ्चारको सञ्जालबाट कसरी जोडिन्छन । ● कारोबारको स्थानिक वितरण - ती कहाँ घटित हुन्छन र तिनीहरूले कुनै ढाचा तयार पार्दछन कि । <p>बजार, एउटा सरल सम्पर्क जहाँ किसानहरूले तिनीहरूको आफ्नै उत्पादन बेच्छदन ।</p>
बजारका सहभागीहरू वा किर्ताहरू	उत्पादक, आपूर्तिकर्ता, व्यापारी, प्रशोधनकर्ता, उपभोक्ता लगायत सम्पूर्ण भिन्न व्यक्तिहरू र व्यापारिक प्रतिष्ठानहरू बजार प्रणालीमा खरिद तथा विक्री गर्ने कार्यमा संलग्न हुन्छन ।
बजार प्रणाली	बजार प्रणाली बजारका सहभागीहरू वा क्रियाशिल निकायहरू, अनेकौ खरिदकर्ता र विक्रेताहरू (यिनीहरू एकै शृंखलामा मात्र हुँदैनन)को सञ्जाल हो र यस्मा क्रियाशिल निकायहरूको व्यापारिक वातावरणलाई आकार दिन संस्थाहरू वा नियमहरूको मातहतमा रहेर अन्तरक्रिया गर्दै पूर्वाधार र सेवाबाट सहयोग गरिएको हुन्छ । बजार प्रणालीमा बजार वा मूल्य श्रृंखला, श्रृंखलालाई सहयोग गर्न प्रदान गरिने बजार सेवाहरू (जस्तै: यातायात, अर्थ, सूचना, विस्तारीत सेवा) र श्रृंखलाको संचालनलाई समर्थ वा असमर्थ पार्ने वातावरण (जस्तै: पूर्वाधार, प्राकृतिक वा वातावरण नीति) आदिहरू हुन्छन ।
बजार सहयोग	प्रतिकार्यको ढाचा जसले बजारको कार्यक्षमतालाई बढाउँछ, घरपरिवारको खाना खरिद गर्न, सम्पत्ति बेच्न सक्ने क्षमतामा र आय आर्जनमा सुधार ल्याउदछ ।
सूक्ष्म स्तरको विश्लेषण	एउटा त्यस्तो विश्लेषण जस्ले घरधुरी र समुदाय स्तरमा क्रियाशिल निकायहरूबीच हुने अन्तरक्रियाको अध्ययन गर्नमा केन्द्रित हुन्छ । यसलाई स्थानीय स्तरको विश्लेषण पनि भन्न सकिन्छ ।
कार्यक्रमसंग सम्बन्धित निर्णयहरू	कस्तो प्रकारको प्रतिकार्यहरू सबै भन्दा उपयुक्त हुन्छ वा प्रतिकार्यको आवश्यकतालाई बदलिंदो वातावरणमा समायोजन कसरी गर्न सकिन्छ भनि जानकारी दिने निर्णयहरू ।
आपूर्ति शृंखला	एउटा ग्राहकको अनुरोध पूरा गर्न आपूर्ति श्रृंखलामा सबै पक्षहरू प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा सम्मिलित भएका हुन्छन । आपूर्ति शृंखलामा उत्पादक, आपूर्तिकर्ताहरू मात्र होइन ढुवानीकर्ता, गोदाम, खुद्रा व्यापारी र ग्राहकहरू आफै पनि समावेश भएका हुन्छन । आपूर्ति श्रृंखला गतिशील हुन्छ र यसमा सूचनाको निरन्तर प्रवाह, उत्पादन आदि कुराहरू सम्मिलित हुन्छन र यसले विभिन्न चरणहरूको बीचमा पैसा समेत लगानी गर्दछ । ग्राहक आपूर्ति श्रृंखलाको अभिन्न अंग हो । मानवीय सहायताको लागि लक्षित जनसंख्या आधारभूत उपभोक्ता भएको बेलामा 'आपूर्ति शृंखला' शब्द प्रयोग गर्न सकिन्छ ।
कारोबार मूल्य	व्यापारिक वस्तु वा सेवाहरूमा लाग्ने मूल्य बाहेकको लागत ।
मूल्य शृंखला	“बजार श्रृंखला” भनेको आपूर्ति वा मूल्य श्रृंखलालाई जनाउने सामान्य शब्द हो । यसले कुनै वस्तुहरूको खरिद तथा विक्री, उत्पादन वा प्रारम्भिक उत्पादकहरू देखि प्रशोधनकर्ता र व्यापारीहरू हुँदै अन्तिम उपभोक्तामासम्म सामान पुऱ्याउने बजारका

<p>कर्ताहरूको क्रमलाई उद्धृत गर्दछ । मानवीय सहायताको लागि लक्षित जनसंख्या अन्तिम उपभोक्ता भएको बेलामा 'आपूर्ति शृंखला' शब्द विशेष गरी प्रयोग गर्न सकिन्छ । जब मानवीय सहायताको लागि लक्षित जनसंख्या उत्पादक वा श्रमिकहरू भएको बेलामा विशेष गरी 'मूल्य शृंखला' शब्द प्रयोग गर्न सकिन्छ ।</p>
--

उदाहरणहरू

आपूर्ति शृंखला

खाद्य आपूर्ति शृंखला खाद्य उत्पादन, प्रशोधन, वितरण र उपभोग सहितको प्रक्रिया हो । आपूर्ति शृंखलालाई उत्पादकबाट उत्पादनहरूलाई अन्तिम उपभोक्तासम्म ल्याउने कार्यमा संलग्न विभिन्न चरणहरूमा परिभाषित गर्न सकिन्छ ।

खाद्य उपभोक्ताहरूसम्म उत्पादकहरू (जस्तै, कृषकहरू)बाट आउँदछ र उपभोक्ताहरूले खाद्यान्नको लागि तिर्ने पैसा विभिन्न चरणहरूमा खाद्य आपूर्ति शृंखलासँगसँगै विपरित दिशामा काम गर्ने मानिसहरूलाई जान्छ । आपूर्ति शृंखलाको प्रत्येक चरणमा मानव र/वा प्राकृतिक स्रोतहरूको आवश्यकता पर्दछ । जब खाद्य आपूर्ति शृंखलाको एउटा भाग प्रभावित हुन्छ, त्यस बेला सम्पूर्ण खाद्य आपूर्ति शृंखला नै प्रभावित हुन्छ, जुन प्राय जसो मूल्यमा भएको परिवर्तनबाट देख्न सकिन्छ ।

मूल्य शृंखला

मूल्य शृंखलाको एउटा उदाहरण कच्चा पदार्थ (जस्तै: काठको गुदी) हो र उत्पादकले यसलाई कागजमा परिणत गरी मूल्य थप्छ, जसको लागि उपभोक्ताहरू रकम तिर्न तयार हुन्छन । श्रममा पनि मूल्य थप्न सकिन्छ जहाँ मानिसहरूले समयको लगानी, ज्ञान र उपकरणको प्रयोगबाट ग्राहकलाई श्रमको मूल्य प्रदान गर्दछन ।

¹³ यी परिभाषाहरू EMMA, FAO, Gem Toolkit, Oxfam GB, WFP, FEG, मिसिसिगन राज्य विश्वविद्यालय, केन्द्रिय अर्कान्सास विश्वविद्यालय लगायतका विभिन्न स्रोतहरूबाट लिईएको छ ।

तलको रेखाचित्रबाट अन्य उदाहरणहरुलाई हेर्न सकिन्छः

तरुलको मूल्य शृंखला, घाना

क्रियाशिल निकाय	किसान	-	घुमन्ते ब्यापारी	-	थोक विक्रेता	-	खुद्रा विक्रेता
थपिएको मूल्य*	-		५०%		१३%		१८%

काजा स्याउ मूल्य शृंखला, पाकिस्तान

क्रियाशिल निकाय	किसान	-	पूर्वकटानी ठेकदार	-	दलाल	-	थोक विक्रेता	-	खुद्रा विक्रेता			
थपिएको मूल्य	-		९२%		-	११%		-	१६%		-	३१%

कोकोआको मूल्य शृंखला, आइभोरी कोस्ट

क्रियाशिल निकाय	किसान	-	दलाल	-	ब्यापारी	-	निर्यातकर्ता	-	प्रशोधनकर्ता
थपिएको मूल्य	-		९%		१५%		६०%		२४%

* थपिएको मूल्य = क्रियाशिल निकायले पाउने मूल्य - क्रियाशिल निकायले तिरेको मूल्य.

न्यूनतम आवश्यकताहरू आफैमा मूल्यांकन र विश्लेषणका औजार भने होइनन तर व्यक्ति र संस्थाहरूले पहिले नै प्रयोग गरिरहेको विद्यमान औजार र पद्धतिहरूसँगसँगै प्रयोग गर्न तर्जुमा गरिएका हुन ।

यो अनुसूचीमा हाल बजार लेखाजोखा र विश्लेषणको लागि उपलब्ध केही औजारहरूमा मार्गदर्शन खोज्दै गरेका पाठकहरूलाई ती औजारहरूको सूची सहित उपलब्ध गराउनको लागि तर्जुमा गरिएको हो जो हाल उपलब्ध हुनुका साथै उपयोगमा पनि छ ।^{१४}

बजार विश्लेषण औजारहरू

EMMA (Emergency Market Mapping and Assessment)

FEWSNET Structure-Conduct-Performance Tool
FEWSNET Market Assessment and Analysis Training Module

Red Cross/Red Crescent Market Assessment Guidance – Guidelines for Market Assessment in the Project Cycle (MAG)

Red Cross/Red Crescent Rapid Assessment for Markets – Guidelines for an initial emergency Market assessment (RAM)

WFP MAF (Market Analysis Framework)

WFP Trader Survey Tool

WFP Market Profiles and Emergency Needs Assessments: A summary of methodological Challenges

WFP PDPE Market analysis tool (import parity Prices, price and income elasticities, market Integration, terms of trade, shock scenarios)

WFP Guidelines on Market Situation Analysis & Forecast and Response Protocol

जीविकोपार्जन क्षेत्र - विशिष्ट औजारहरू

PRIM (Participatory Response Identification Matrix) within LEGS SSSA (Seed Security System Assessment)

FAO Livelihood Assessment Toolkit

^{१४} Adapted from Daniel Maxwell, Heather Stobaugh, John Parker and Megan McGlinchy – “Response analysis and response choice in food security crises: a roadmap” (HPN 2013).

पोषण क्षेत्र - विशिष्ट औजारहरू

WHO Decision Chart for Implementing Selective Feeding Programs

WFP Decision Tree for Response Options – Nutrition Intervention Food Products

FAQR Decision Trees (In Improving the Nutritional Quality of US Food Aid) (USAID)

ढाँचा - विशिष्ट औजारहरू

MIFIRA (Market Information for Food Insecurity Response Analysis)

Good Practice Review (GPR) Cash Transfer Programming in Emergencies

ECHO Decision Tree for Response Options
Save the Children Risk Assessment Tool

ACF Food Security and Livelihoods Assessment Guidelines

ICRC Global FSA Guidelines
Red Cross/Crescent Guidelines for Cash Transfer Programmes

ACF Implementing Cash-based Interventions

हानी न्यूनीकरण औजारहरू

CARE Benefits/Harms Analysis tool
Do No Harm – Preventing Corruption in Humanitarian Operations

प्रक्रिया/सहमति-अभिमुखी औजारहरू

RAF (Response Analysis Framework-FAO)

RAP (Response Analysis Project-WFP)

Oxfam Response Analysis Guide

नगदका लागि सिकाई साभेदारी

आपतकालीन अवस्थामा बजार विश्लेषणका लागि न्यूनतम आवश्यकताहरू बजार विश्लेषण र मापदण्ड निर्धारण दुवैसँग सम्बन्धित पहिले नै गरिएको कार्यमा आधारित छ र यसले “परियोजना चक्रको विभिन्न चरणमा आवश्यक पर्ने न्यूनतम बजार विश्लेषण के हो?” भन्ने प्रश्नको उत्तर दिने प्रयास गर्दछ ।

बजार लेखाजोखाले प्रतिकार्यको विश्लेषण र कार्यक्रम तर्जुमा गर्ने कार्यमा मार्गदर्शन गर्नु पर्दछ, भन्ने बुझाइको आधारमा न्यूनतम आवश्यकताहरू विकास भएका छन् । तथापि यी आवश्यकताहरूले कुनै निश्चित कार्यक्रमको किसिमलाई विशेष प्राथमिकता दिइएको छ भनेर पूर्वानुमान गर्दैनन । त्यसकारण व्यापक क्षेत्रहरूलाई सेवा पुऱ्याउने सम्भावित कार्यक्रमहरूलाई ध्यानमा राख्दै यसको विकास गरिएको छ । यो मार्गदर्शनले बजारको लेखाजोखा गर्ने मुख्य विषयहरूमा मात्र सीमित गर्दछ, र यसले पूर्ण प्रतिकार्य विश्लेषणलाई पूर्णता दिन महत्वपूर्ण हुन सक्ने केहि निश्चित बुंदाहरूलाई भने समेट्दैन ।

न्यूनतम आवश्यकताहरू लेखाजोखा र विश्लेषण औजारहरू होइनन, तर यसलाई विभिन्न संस्थाहरूले प्रयोग गरिरहेको विद्यमान औजार(हरू)को संयोजनमा प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

प्रयोगकर्ताहरूको प्रतिक्रियाको आधारमा न्यूनतम आवश्यकताहरूको समीक्षा नोभेम्बर २०१३ का लागि सोचिएको छ । नगदका लागि सिकाई साभेदारीको (CaLP) www.cashlearning.org वेबसाइटमा भएको प्रश्नहरूको शृङ्खला मार्फत आफ्नो विचार तथा राय साभेदारी गर्न यो दस्तावेजको प्रयोगकर्तालाई प्रोत्साहित गरिन्छ । विकल्पमा, कृपया CaLP को इमेल info@cashlearning.org को विषय रेखामा 'न्यूनतम आवश्यकताहरू' राखी CaLP टोलीसँग सम्पर्क गर्नुहोस ।



Canadian
International
Development
Agency

Agence
canadienne de
développement
international