



उत्तराखण्ड शासन

उच्च शिक्षा विभाग
उत्तराखण्ड सरकार

देवभूमि उद्यमिता योजना

उद्यमिता विकास कार्यक्रम मॉड्यूल



क्रियान्वयन संस्था :
भारतीय उद्यमिता
विकास संस्थान
अहमदाबाद

देवभूमि उद्यमिता योजना

भारत के 27वें राज्य के रूप में उत्तराखंड की स्थापना 9 नवंबर, 2000 को हुई। प्राकृतिक सुंदरता को समेटे उत्तराखंड राज्य हिमालय पर्वत श्रृंखला की तलहटी में स्थित है। इसकी भौगोलिक स्थिति विविधता से भरी है। बर्फ से आच्छादित हिमालयी चोटियाँ, घाटियाँ, हिमनदियाँ (ग्लेशियर्स), झीलें और धूल भरे मैदान इसे देश का गौरवशाली राज्य बनाते हैं। प्रतिष्ठित तीर्थ स्थलों और मंदिरों की पवित्र भूमि होने के नाते उत्तराखंड न केवल भारत बल्कि विश्व भर के लोगों के लिए आस्था और आकर्षण का केंद्र है। कृषि, बागवानी, फूलों की खेती, खाद्य प्रसंस्करण, हस्तशिल्प एवं हथकरघा, पर्यटन और वानिकी के क्षेत्र में यह प्रदेश प्रचुर क्षमतावान है। यहां के अनुकूल उद्यमिता पारिस्थितिकी तंत्र के दायरे के विस्तार की असीमित संभावनाएं हैं।

भारत का आर्थिक विकास और जनसांख्यिकीय लाभांश इस समय अनुकूल स्थिति में है। इस समय देश को ऐसी संरचना विकसित करने की जरूरत है, जिसमें यहां की युवा जनसंख्या को लाभप्रद कार्यों में लगाया जा सके। ऐसे में उद्यमिता को विकास के एकीकृत मॉडल के रूप में अंगीकार किया जा सकता है। उत्तराखंड, जिसकी साक्षरता दर 79.63 प्रतिशत है, उसे युवाओं में शिक्षा, दक्षता और कुशलता विकसित करने का ऐसा सुअवसर प्राप्त है, उसके माध्यम से प्रदेश उद्यम के नये उपक्रमों को आसानी से पैदा कर सकता है। इसके लिए उत्तराखंड के विद्यार्थियों को उद्यमिता के क्षेत्र में प्रशिक्षित करने की आवश्यकता है।

उत्तराखंड में पर्यावरणीय कारक, राजनैतिक परिवेश, कानूनी ढांचा, बाजार की स्थिति, सामाजिक और आर्थिक परिदृश्य सभी समन्वय में हैं, जो सतत समृद्धि को सुनिश्चित करने के लिए अद्वितीय परिवर्तनकारी अवसर प्रदान करते हैं। विकास के उपकरण के रूप में उद्यमिता ने यह सिद्ध कर दिया है कि समावेशी समृद्धि, सतत विकास और संसाधनों के अधिकतम दोहन में वह पूर्णतः सक्षम है। अपने अनुभवों के आधार पर भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान (ईडीआईआई) कौशल आधारित समृद्धि और विकास को बढ़ावा देते हुए उत्तराखंड राज्य की अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ करने के लिए प्रतिबद्ध है।



उत्तराखण्ड का सामर्थ्य अद्भूत और अतुलनीय है, इसलिए मेरा विश्वास कि ये दशक उत्तराखण्ड का दशक होने वाला है। यहाँ हर क्षेत्र में विकास के लिए अपार संभावनाएं हैं जो उत्तराखण्ड को सशक्त बनाने में सहायता प्रदान करेंगी।

श्री नरेन्द्र मोदी जी
मा. प्रधानमंत्री, भारत सरकार

सशक्त और आत्मनिर्भर उत्तराखण्ड की संकल्पना के अनुरूप देवभूमि उद्यमिता योजना ने युवा उद्यमिता के माध्यम से नए उद्यम और सशक्त तथा आत्मनिर्भर उत्तराखण्ड का लक्ष्य निर्धारित किया है।

श्री पुष्कर सिंह धामी
मा. मुख्यमंत्री, उत्तराखण्ड सरकार



समर्थ और सशक्त उत्तराखण्ड के निर्माण की दिशा में देवभूमि उद्यमिता योजना, उच्च शिक्षा विभाग की महत्त्वपूर्ण और महत्वाकांक्षी योजना है। उद्यमिता, कौशल विकास और नवाचार के वातावरण का सृजन करते हुए युवाओं को आत्मनिर्भर और स्वावलंबी बनाने की दिशा में योजना राज्य सरकार की एक अनूठी पहल है। मैं इस योजना की सफलता की कामना करता हूँ, और योजना से जुड़े सभी छात्रों, शिक्षकों, प्रतिभागियों और टीम को हार्दिक बधाई देता हूँ।

डॉ धन सिंह रावत
मा. उच्च शिक्षा मंत्री, उत्तराखण्ड सरकार



उत्तराखण्ड के माननीय मुख्यमंत्री श्री पुष्कर सिंह धामी और उच्च शिक्षा विभाग के सचिव श्री शैलेश बगौली, ईडीआईआई के महानिदेशक डॉ. सुनील शुक्ला से चर्चा करते हुए।

विषय-सूची

1. उद्यमिता (Entrepreneurship)	2
1.1 उद्यमिता की अवधारणा (Concept of Entrepreneurship):	2
1.2 उद्यमी का अर्थ (Meaning of Entrepreneur):	2
1.3 उद्यमिता का महत्व (Importance of Entrepreneurship):.....	2
1.4 उद्यमिता के लक्षण (Characteristics of Entrepreneurship):	3
1.5 उद्यमी के गुण (Qualities Of An Entrepreneur):.....	3
1.6 नवाचार (Innovation):.....	4
1.7 स्टार्टअप (Startup):.....	5
1.8 व्यवसाय के प्रकार (Types of Business):	6
1.9 एमएसएमई की परिभाषा (Definition of MSME):.....	7
1.10 उद्यमियों के लिए सॉफ्ट स्किल्स (Soft Skills for Entrepreneurs):.....	7
2. व्यवसाय की योजना (Business Plan):	8
2.1 आत्म-मूल्यांकन (Self-Assessment).....	8
2.2 उपयुक्त परियोजना की पहचान (Identification of Suitable Project):.....	8
2.3 व्यवसाय शुरू करने के लिए आवश्यकताएँ (Requirements to Start a Business):.....	9
2.4 विभिन्न एजेंसियों की भूमिका (Role of Various Agencies):.....	10
3. व्यवसाय के अवसर (Business Opportunities):	11
3.1 व्यवसाय अवसर की पहचान (Identifying Business Opportunities):	11
3.2 बाज़ार सर्वेक्षण (Market Survey):.....	13
3.3 बाज़ार सर्वेक्षण के लिए मॉडल प्रश्नावली (Model Questionnaire for Market Survey):	17
4. प्रारंभिक व्यवसाय योजना (Initial Business Plan):	18
4.1 परियोजना रिपोर्ट: एक पूर्वानुमान योजना (Project Report: A Forecasting Plan).....	19
4.2 उत्पादन योजना (Production Plan):.....	20
4.3 संयंत्र क्षमता (Plant Capacity):	21
4.4 वित्तीय व्यवहार्यता (Financial Feasibility):.....	22
4.5 परियोजना की लागत (Project Cost):	23
4.6 कार्यशील पूंजी, मार्जिन और उसका आकलन (Working Capital, Margin and its Estimation):.....	24
4.7 संचालन के विभिन्न वर्षों में आउटपुट का अनुमान लगाना (Estimating Output in Different Years of Operation):.....	24
4.8 परियोजना की वित्तीय व्यवहार्यता का आकलन करना (Assessing the Financial Feasibility of the Project):	25
5. लेखांकन और वित्तीय विवरण (Accounting and Financial Statements):.....	27

5.1 बहीखाता (Ledger Account):	27
5.2 दोहरी प्रविष्टि बहीखाता (Double-Entry Bookkeeping):	28
5.3 जर्नल प्रविष्टि (Journal Entry):	29
5.4 लेखांकन प्रणाली के लिए पुस्तकों का रखरखाव (Maintenance of Books for Accounting System):	30
5.5 उत्पादों की लागत और मूल्य निर्धारण (Cost and Pricing of Products):	31
6. व्यवसाय प्रबंधन (Business Management)	32
6.1 कार्यशील पूंजी का प्रबंधन (Working Capital Management)	32
6.2 इन्वेंट्री प्रबंधन (Inventory Management)	34
6.3 विपणन प्रबंधन (Marketing Management)	34
6.4 बाजार मूल्यांकन (Market Assessment):	35
6.5 मार्केटिंग मिक्स (Marketing Mix):	36
7. ई-कॉमर्स (E-Commerce):	36
7.1 ऑनलाइन उत्पाद बेचने के लिए कुछ प्रकार के B2C ई-कॉमर्स मॉडल (Some Types of B2C E-Commerce Models for Selling Products Online):	39
7.2 ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस बिजनेस मॉडल (E-Commerce Marketplace Business Model):	41
7.3 मार्केटप्लेस पर बिक्री शुरू करने के लिए आवश्यक दस्तावेज (Documents Required to Start Selling on Marketplace):	41
7.4 मार्केटप्लेस पर व्यवसाय चलाने के लिए आवश्यक कौशल (Skills Required to Run a Business on the Marketplace):	43
8. सरकारी योजनाएँ (Government Schemes):	44
8.1 नए उद्यमियों के लिये भारत सरकार की योजनाएँ (Government of India Schemes for New Entrepreneurs):	44
8.2 नए उद्यमियों के लिये उत्तराखंड सरकार की योजनाएँ (Uttarakhand Government Schemes for New Entrepreneurs):	48
8.3 स्टार्टअप पंजीकरण के लिये आवेदन प्रक्रिया (Application Process for Startup Registration):	51
8.4. प्राथमिक परियोजना प्रपत्र (प्रोजेक्ट प्रोफाइल) का प्रारूप (Format of Primary Project Form (Project Profile)	54

ध्यान दें

यह पुस्तिका विक्रय हेतु उपलब्ध नहीं है, इसको उत्तराखण्ड के उच्च शिक्षण संस्थानों में उद्यमिता के प्रचार प्रसार हेतु संकलित किया गया है। अधिक जानकारी हेतु कृपया निम्नलिखित पते पर संपर्क करें:
देवभूमि उद्यमिता योजना कार्यालय दून विश्व विद्यालय, परिसर
देहरादून, उत्तराखंड

फोन 0135-2974961, ईमेल: duy-uttarakhand@ediindia-org

1. उद्यमिता (Entrepreneurship)

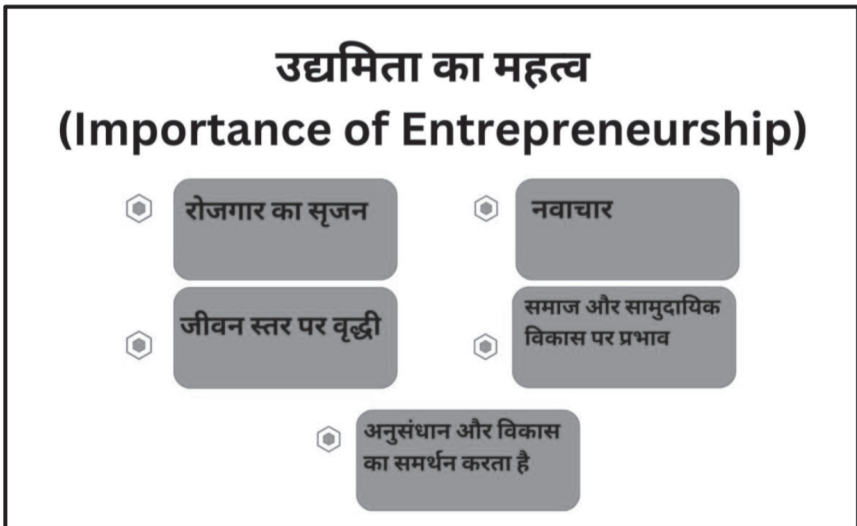
1.1 उद्यमिता की अवधारणा (Concept of Entrepreneurship):

उद्यमिता अवसरों की पहचान करने, जोखिम लेने और नवीन विचारों को आगे बढ़ाने के लिए संसाधनों का उपयोग करने की प्रक्रिया है। इसके मूल में, उद्यमिता में सतत विकास और लाभप्रदता प्राप्त करने के उद्देश्य से एक नए व्यावसायिक उद्यम या परियोजना की शुरुआत, विकास और प्रबंधन शामिल है।

1.2 उद्यमी का अर्थ (Meaning of Entrepreneur):

उद्यमी को ऐसे व्यक्ति के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसके पास लाभ कमाने के लिए जोखिम के साथ-साथ एक नया उद्यम स्थापित करने, चलाने और सफल होने की क्षमता और इच्छा होती है। उद्यमियों को अक्सर नए विचारों के स्रोत या नवप्रवर्तक के रूप में जाना जाता है, और पुराने विचारों को नए आविष्कार के साथ प्रतिस्थापित करके बाजार में नए विचार लाते हैं। इसे छोटे या घरेलू व्यवसाय से लेकर बहुराष्ट्रीय कंपनियों में वर्गीकृत किया जा सकता है। संक्षेप में, कोई भी व्यक्ति जिसके पास एक नई कंपनी शुरू करने की इच्छाशक्ति और दृढ़ संकल्प है और इसके साथ आने वाले सभी जोखिमों से निपटता है, वह एक उद्यमी बन सकता है।

1.3 उद्यमिता का महत्व (Importance of Entrepreneurship):



1.4 उद्यमिता के लक्षण (Characteristics of Entrepreneurship):



1.5 उद्यमी के गुण (Qualities of An Entrepreneur):



1.6 नवाचार (Innovation):

नवाचार एक सुव्यवस्थित प्रक्रिया है, जिसमें नई और अद्वितीय विचार, तकनीकी समाधान इत्यादि उत्पादों अथवा सेवाओं का निर्माण के लिए विकसित किया जाता है। यह नए विचारों को अमल में लाने और समस्याओं के समाधान के लिए आवश्यक होता है। नवाचार के माध्यम से समाज और व्यवसाय क्षेत्र में सुधार किया जा सकता है। नवाचार का अर्थ किसी उत्पाद, प्रक्रिया या सेवा में थोड़ा या बहुत बड़ा परिवर्तन लाने से है। नवाचार के अन्तर्गत कुछ नया और उपयोगी तरीका अपनाया जाता है, जैसे- नयी विधि, नयी तकनीक, नयी कार्य-पद्धति, नयी सेवा, नया उत्पाद आदि।

नवाचार के विभिन्न प्रकार (Types Of Innovation):

नवाचार के विभिन्न प्रकार होते हैं, जिनमें निम्नलिखित मुख्य है:



- **उत्पाद नवाचार (Product Innovation):**

उत्पाद नवाचार वह प्रक्रिया है जिसमें उत्पाद की डिज़ाइन, स्वरूप, और गुणवत्ता में सुधार किया जाता है। इसमें नए उत्पादों का निर्माण और मौखिक या गैर-मौखिक उपयोगकर्ता फीडबैक का मूल्यांकन शामिल होता है। स्मार्ट बिन: एक बिन जिसमें सेंसर लगा होता है, जो आपके कचरे की राशि को मापता है और आपको उस बिन की स्थिति के बारे में सूचित करता है। यह उपयोगकर्ताओं को अधिसूचना भेजकर सुनिश्चित करता है कि बिन समय पर खाली हो जाए और स्वच्छता में मदद करता है। उत्पादन नवाचार के उदाहरण निम्नलिखित हैं :

विजली बचाओ लाइट बल्ब: एक बल्ब जिसमें मोशन सेंसर लगा होता है, जो केवल जब व्यक्ति कक्षा में होता है, तब ही बल्ब चालू होता है, और व्यक्ति कक्षा से बाहर निकल जाए तो बल्ब स्वतंत्र रूप से बंद हो जाता है।

- **प्रक्रिया नवाचार (Process Innovation):**

प्रक्रिया नवाचार में उत्पादन, वितरण, और सेवाओं की प्रक्रिया में सुधार किया जाता है। इसमें वित्तीय और सामयिक लाभ को बढ़ाने के उद्देश्य से प्रक्रिया के सार्थक बदलाव करने का प्रयास किया जाता है। प्रक्रिया नवाचार के उदहारण निम्नलिखित हैं :

ई-पेमेंट सिस्टम: एक बैंक जो अपने ग्राहकों को ई-पेमेंट सिस्टम का अनुसरण करके अपने लेन-देन प्रक्रिया को सरल और तेज बनाए रखने का प्रयास कर रहा है।

- **सेवा नवाचार (Service Innovation):**

सेवा नवाचार में सेवाओं के प्रदान के तरीके में सुधार किया जाता है, जिससे ग्राहकों को बेहतर सेवाएँ प्राप्त होती हैं। इसमें नई और सुदृढ़ सेवा मॉडल्स का निर्माण और प्रदर्शन शामिल हो सकते हैं। सेवा नवाचार के उदहारण निम्नलिखित हैं :

राइड शेयरिंग समुदाय सेवा: एक सेवा जो लोगों को अपनी गाड़ी को दूसरों के साथ साझा करने का आयोजन करती है, जिससे जनसंख्या के बीच परिवहन साझा करने में मदद मिलती है और यातायात की जनसंख्या कम होती है।

1.7 स्टार्टअप (Startup):

स्टार्टअप एक कंपनी या परियोजना है जो एक उद्यमी द्वारा एक स्केलेबल बिजनेस मॉडल के रूप में शुरू की जाती है। यद्यपि उद्यमिता में स्व-रोजगार के सभी प्रकार के व्यवसाय शामिल हैं, स्टार्टअप नए व्यवसाय हैं जो नवाचार से प्रेरित होते हैं। शुरुआत में, स्टार्टअप को उच्च अनिश्चितता का सामना करना पड़ता है और विफलता की दर उच्च होती है, लेकिन उनमें से कुछ ही सफल और प्रभावशाली बनते हैं।

स्टार्टअप आम तौर पर किसी समस्या को हल करने का एक तरीका होता है। एक स्टार्टअप के संस्थापक अपने व्यवसाय मॉडल को विकसित और मान्य करने के लिए समस्या साक्षात्कार, समाधान साक्षात्कार और न्यूनतम व्यवहार्य उत्पाद (एमवीपी), यानी एक प्रोटोटाइप का निर्माण करके बाजार सत्यापन करते हैं। स्टार्टअप प्रक्रिया में लंबा समय लग सकता है, और इसलिए निरंतर प्रयास की आवश्यकता होती है। लंबी अवधि में, उच्च विफलता दर और अनिश्चित परिणामों के कारण निरंतर प्रयास विशेष रूप से चुनौतीपूर्ण है। एक व्यवसाय योजना बनाने से यह पता चलता है कि भविष्य में क्या करना है और कैसे योजना बनानी है और एक विचार प्राप्त करना है। आमतौर पर, ये योजनाएं आपकी व्यावसायिक रणनीति के पहले तीन से पांच वर्षों की रूपरेखा तैयार करती हैं।

1.8 व्यवसाय के प्रकार (Types of Business):

व्यावसाय के प्रकार (Types of Business):

	उत्पादन (Manufacturing)	
	सेवा (Service)	
	ट्रेडिंग (Trading)	

उत्पादन क्षेत्र (Production Sector):

उत्पादन व्यवसाय वह है जो किसी भी कच्चे सामग्री(ओं) को ग्राहक की मांग को पूरा करने के लिए अंतिम उत्पाद(ओं) में बदलता है। इस व्यापार में अंतिम उत्पाद को सीधे ग्राहक तक बेचा जा सकता है। अगर एक कारखाना में शुद्ध पैकेज्ड पानी (पीने के) का उत्पादन किया जा रहा है तो यह एक उत्पादन व्यवसाय का उदाहरण है।

सेवा क्षेत्र (Service Sector):

कोई ऐसी व्यापारिक गतिविधि जो अतंगीय हो, जिसे देखा और महसूस नहीं किया जा सकता है, लेकिन खरीदार के लाभ के लिए है, उसे सेवा कहा जाता है। सेवाएं एक स्थिर समय नहीं रखतीं और यह ग्राहकों की मांग के अनुसार लचीली हैं। सेवाएं अपने उत्पादों को बेचने के लिए एक दुकान की भी आवश्यकता नहीं है। यहां नीचे दिखाए गए रूप में, अमर एक पेंटिंग कॉन्ट्रैक्टर है। यह पेंटिंग का सेवा (सर्विसेज) प्रदान करते हैं |

ट्रेडिंग क्षेत्र (Trading Sector):

ट्रेडिंग क्षेत्र में वस्तु या उत्पाद का निर्माण नहीं होता है, बल्कि केवल उत्पादों को उत्पादन इकाई से खरीदार या ग्राहक तक पहुंचाने की क्रिया को सुविधाजनक बनाता है, जो उत्पन्न वस्तु के लिए भुगतान करने के लिए तैयार है। उदाहरण के लिए, कोई फार्मसी विभिन्न फार्मास्यूटिकल कंपनियों द्वारा उत्पन्न या निर्मित दवाएँ बेचती है तो यह ट्रेडिंग है। इसी प्रकार अगर कोई व्यापारी एक जगह से अनाज खरीदकर कस्टमर को बेचता है तो यह भी ट्रेडिंग है।

1.9 एमएसएमई की परिभाषा (Definition of MSME):

- i. सूक्ष्म उद्यम: सूक्ष्म उद्यम वह है जिसमें संयंत्र और मशीनरी अथवा उपस्कर में एक करोड़ रुपये से अधिक का निवेश नहीं होता है तथा उसका कारोबार पांच करोड़ रुपये से अधिक नहीं होता है.
- ii. लघु उद्यम: लघु उद्यम वह है जिसमें संयंत्र और मशीनरी अथवा उपस्कर में दस करोड़ रुपये से अधिक का निवेश नहीं होता है तथा उसका कारोबार पचास करोड़ रुपये से अधिक नहीं होता है.
- iii. मध्यम उद्यम: मध्यम उद्यम वह है जिसमें संयंत्र और मशीनरी अथवा उपस्कर में पचास करोड़ रुपये से अधिक का निवेश नहीं होता है तथा उसका कारोबार दो सौ पचास करोड़ रुपये से अधिक नहीं होता है.

स्रोत: <https://msme.gov.in/>

1.10 उद्यमियों के लिए सॉफ्ट स्किल्स (Soft Skills for Entrepreneurs):

उद्यमियों के लिए सॉफ्ट स्किल्स (Soft Skills for Entrepreneurs)

संचार कौशल

संचार दो या दो से अधिक व्यक्तियों द्वारा विचारों, तथ्यों या विचारों के आदान-प्रदान की प्रक्रिया है। संचार के लिए हम विभिन्न माध्यमों का उपयोग करते हैं, जैसे मौखिक, लिखित या गैर-मौखिक।

एक उद्यमी को रचनात्मक होना होगा। उसे रचनात्मकता को जगाना और बढ़ाना होगा, न केवल दूसरों के साथ प्रतिस्पर्धा का अनुभव करना होगा बल्कि अपने लिए निर्धारित उद्देश्य के मानकों का भी अनुभव करना होगा। कुछ पूर्वकल्पित विचार रचनात्मक सोच के विकास में बाधाएं पैदा करते हैं।

संचार कौशल


किस माध्यम से?

किसको?


प्रभाव?

किससे?

क्या कहना है?



रचनात्मकता और समस्या समाधान



2. व्यवसाय की योजना (Business Plan):

2.1 आत्म-मूल्यांकन (Self-Assessment)

SWOT ANALYSIS

<h3 style="text-align: center;">सामर्थ्य Strength</h3> <ul style="list-style-type: none">• यह उन गुणों और संसाधनों को दर्शाता है जो व्यक्ति, व्यवसाय, या परियोजना को अच्छा बनाते हैं।• यह उन विशेष कौशल, संसाधन, या विशेषताओं की ओर संकेत करता है जिनका उपयोग अच्छी तरह से किया जा सकता है।	<h3 style="text-align: center;">कमजोरी Weakness</h3> <ul style="list-style-type: none">• यह वे प्राकृतिक कमजोरियाँ और संविदानिक अथवा कार्य प्रक्रियाओं की पहचान करता है जो किसी को मुकसान पहुंचा सकती हैं।• यह विश्लेषण करते समय व्यक्ति या संगठन की कमियों को निरूपित करने में मदद करता है।
<h3 style="text-align: center;">अवसर Opportunities</h3> <ul style="list-style-type: none">• यह व्यक्ति या संगठन के सामने विचार करने के लिए संभावित अवसरों को दिखाता है।• यह उन क्षेत्रों को परिचित करता है जो मौके के रूप में प्रस्तावित हो सकते हैं।	<h3 style="text-align: center;">खतरा Threat</h3> <ul style="list-style-type: none">• यह उन प्राकृतिक या बाह्य आकस्मिकताओं को दर्शाता है जो व्यक्ति, व्यवसाय, या परियोजना के लिए खतरा पैदा कर सकती हैं।• यह मामूली या गंभीर खतरों की पहचान करने में मदद करता है।





2.2 उपयुक्त परियोजना की पहचान (Identification of Suitable Project):

किसी उपयुक्त परियोजना की पहचान करने के लिए कोई निर्धारित नियम नहीं हैं, हालाँकि यह एक ऐसा निर्णय है जिस पर आपके पूरे उद्यम की सफलता निर्भर करती है। इसलिए, जल्दबाजी में निर्णय न लें। अधिकांश भावी उद्यमी झुंड की प्रवृत्ति प्रदर्शित करते हैं और एक ऐसी परियोजना की ओर जाते हैं, जिसमें लोग पहले ही उद्यम कर चुके होते हैं। यह एक स्वस्थ रवैया नहीं है क्योंकि किसी विशेष क्षेत्र में एक की सफलता दूसरे की सफलता की गारंटी नहीं देती है।

2.3 व्यवसाय शुरू करने के लिए आवश्यकताएँ (Requirements to Start a Business):

स्थान का चयन: एक महत्वपूर्ण निर्णय यह अत्यंत महत्वपूर्ण है। आमतौर पर, छोटे पैमाने के उद्यमियों के पास पूर्व निर्धारित स्थान पाया जाता है। स्थान का निर्णय कच्चे माल के स्रोतों की निकटता, उपभोग केंद्रों, बुनियादी ढांचे की उपलब्धता, आसपास के क्षेत्रों में आवश्यक कौशल और प्रोत्साहन की उपलब्धता के अनुसार किया जाना चाहिए। कभी-कभी आवश्यकताएँ एक-दूसरे से टकराती हैं और एक विशेष स्थान सभी से मेल नहीं खा सकता है। ऐसी स्थितियाँ चाहती हैं कि आप आवश्यकताओं को संतुलित करें, साथ ही यह भी सुनिश्चित करें कि वे परियोजना की व्यवहार्यता को प्रभावित न करें। अनुभव से पता चलता है कि अधिकांश उद्यमी उपलब्ध वित्तीय प्रोत्साहनों को अधिक महत्व देते हैं और स्थान के चयन में मार्गदर्शन करने वाले अन्य महत्वपूर्ण पहलुओं की अनदेखी करते हैं। इस तरह का गलत जोर लंबे समय में परियोजना को अव्यवहार्य बना सकता है। इसलिए, स्थान पर आपका निर्णय केवल प्रोत्साहनों पर आधारित नहीं होना चाहिए, बल्कि बुनियादी ढांचे और कौशल की उपलब्धता पर भी आधारित होना चाहिए।

व्यवसाय शुरू करने के लिए आवश्यकताएँ (Requirements to Start a Business)

 <p>स्थान का चयन (Selection of Location):</p>	 <p>सरकारी औपचारिकताएँ और प्रक्रियाएँ (Government Formalities and Procedures)</p>
 <p>भूमि एवं भवन (Land & Buildings)</p>	 <p>सही विनिर्माण प्रक्रिया का चयन करें (Choose the Right Manufacturing Process)</p>

भूमि एवं भवन: भूमि आवश्यकताओं का आकलन करने से पहले, आपको स्थापित की जाने वाली प्रस्तावित सुविधाओं के प्रकार के आधार पर एक प्लॉट लेआउट तैयार करना होगा। आम तौर पर, भूमि निर्मित क्षेत्र से पांच से छह गुना अधिक नहीं होनी चाहिए; लेकिन अंततः यह सब प्रोजेक्ट पर निर्भर करता है। आवश्यकता से अधिक भूमि धन को

अवरुद्ध कर देगी, जिसका उपयोग अन्यथा उत्पादक उद्देश्यों के लिए किया जा सकता है। भूमि किसी भी प्रकार की बाधा से मुक्त होनी चाहिए और गैर-कृषि होनी चाहिए।

सही विनिर्माण प्रक्रिया का चयन करें: उत्पादन के लिए उपयुक्त विनिर्माण प्रक्रियाओं की पहचान करनी होगी। कुछ उत्पादों को कच्चे माल की उपलब्धता, कीमतों और अंतिम उत्पाद की गुणवत्ता की आवश्यकता के आधार पर एक विशेष प्रक्रिया की आवश्यकता हो सकती है।

सरकारी औपचारिकताएँ और प्रक्रियाएँ: नियोजन की प्रक्रिया में विभिन्न सरकारी औपचारिकताओं के निष्पादन की योजना भी शामिल है। हालाँकि उदारीकरण के बाद के युग में सरकार उद्योग को नौकरशाही नियंत्रण से मुक्त करने के लिए अनुमतियाँ/मंजूरी कम करने का इरादा रखती है, लेकिन आपको कुछ लाभ प्राप्त करने के लिए विशिष्ट औपचारिकताओं को पूरा करने की आवश्यकता है।

2.4 विभिन्न एजेंसियों की भूमिका (Role of Various Agencies):

नए उद्यमियों को पता होना चाहिए कि किसी विशेष जानकारी के लिए कहाँ जाना है।

किसी प्रोजेक्ट के चयन हेतु	MSME-DI, DIC, TCOs, SFCs
पंजीकरण	DIC
वित्त	Banks, SFCs, NSIC
तकनीकी	DIC, TCOs, CFTRI, MSME-DI, NSIC, DFRI
प्रशिक्षण	EDII, MSME-DI, TCOs, DICs, CFTRI, NGOs
आधारभूत संरचना	DIC, IDCs, LA
कच्चा माल	DIC
प्लांट एंड मशीनरी	DIC, NSIC, MSME-DI
मार्केटिंग	DIC, TCOs, EPC (APEDA, MPEDA)

DIC = District Industries Centre

MSME-DI = Micro Small & Medium Enterprise-Development Institute

TCOs = Technical Consultancy Organizations

SFCs = State Financial Corporations

NSIC = National Small Industries Corporation

DFRI = Defense Food Research Laboratory

EDII = Entrepreneurship Development Institute of India

CFTRI = Central Food Technology Research Institute

IDCs = Infrastructure Development Corporations

LA = Local Authorities like Municipalities

EPC (APEDA, MPEDA) = Export Promotion Council (Agriculture and Processed Food Export Development Authority, Marine Products Export Development Authority)

व्यावसाय के अवसर (Business Opportunities):

- व्यवसाय सम्बंधित समस्याओं की पहचान
(Identifying Business-Related Problems)**
- बाजार में कमियों की खोज
(Finding Gaps in the Market)**
- उपयुक्त व्यवसाय आविष्कार
(Discovering Suitable Business Opportunities)**
- लोगों की आवश्यकताओं की समझ
(Understanding People's Needs)**

3. व्यवसाय के अवसर (Business Opportunities):

3.1 व्यवसाय अवसर की पहचान (Identifying Business Opportunities):

एक अच्छा व्यवसाय अवसर वह है जो तकनीकी-आर्थिक और व्यावसायिक रूप से व्यवहार्य और व्यवहार्य और पर्यावरणीय रूप से टिकाऊ प्रस्ताव है। प्रत्येक उद्यमी को एक अच्छे अवसर की पहचान करने की आवश्यकता है।

किसी अवसर की पहचान करने के लिए, यह करना होगा:

- (i) स्थानीय संसाधन आधार पर बुनियादी जानकारी एकत्र करें
- (ii) डीआईसी, बैंकों, अन्य वित्तीय संस्थानों आदि द्वारा पहले किए गए अवसर पहचान पर जानकारी एकत्र करें।

- (iii) मौजूदा उद्यमियों के साथ संभावित व्यावसायिक अवसरों पर चर्चा करें
- (iv) माल की आमद के बारे में चुंगी और बिक्री कर अधिकारियों के साथ चर्चा करें
- (v) निवेश के बारे में जानकारी एकत्र करें
- (vi) वित्तपोषण के लिए प्रतिबंधित वस्तुओं की नकारात्मक सूची एकत्र करें
- (vii) खराब प्रदर्शन करने वाले उद्योगों की सूची बनाएं
- (viii) कौशल आधार पर जानकारी एकत्र करें - विशेषकर हस्तशिल्प आदि पर।
- (ix) बिजली, पानी और परिवहन आदि जैसे बुनियादी ढांचे की उपलब्धता पर जानकारी एकत्र करें।

व्यवसाय के अवसरों को निम्नलिखित मापदंडों के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है:

1. प्राकृतिक संसाधन-आधारित अवसर: जैसे कि अनाज, नकदी फसलें, फल और सब्जियां, कृषि-अपशिष्ट, समुद्री आधारित, अनाज और दालों जैसे खाद्य उत्पादों का प्रसंस्करण, फल संरक्षण, अचार, शहद, आदि।
2. स्थानीय उद्योग आधारित: कच्चे माल की आपूर्ति, सहायकीकरण, जॉब-वर्क, औद्योगिक कचरे के पुनर्चक्रण, उप-उत्पादों आदि।
3. स्थानीय मांग आधारित: ब्रेड, बिस्कुट, आटा, मसाले आदि जैसे उत्पाद।
4. निर्यात आधारित: कोई भी स्थानीय उत्पाद, जिसका निर्यात किया जा रहा हो; या उन वस्तुओं के निर्माण के लिए स्थानीय स्तर पर उपलब्ध संसाधन, जिनकी निर्यात क्षमता अच्छी है।

किसी अवसर पर निर्णय लेने से पहले निम्नलिखित तथ्यों पर विचार करना आवश्यक है:

किसी अवसर पर निर्णय लेने से पहले निम्नलिखित तथ्यों पर विचार करना आवश्यक है:

● आर्थिक पृष्ठभूमि	● कुशल कार्यबल की उपलब्धता
● निवेश क्षमता	● आवश्यक बुनियादी ढांचे की उपलब्धता
● पारिवारिक पृष्ठभूमि	● परियोजना लागत
● प्रशिक्षु की प्रबंधकीय क्षमताएँ	● निर्यात क्षमता
● अन्य उत्पादकों के साथ बाजार प्रतिस्पर्धा/बाजार का आकार	● उत्पाद का जीवन-चक्र और उत्पाद का भावी विकास
● यूनिट का स्थान	● उत्पाद की लाभप्रदता
● प्रौद्योगिकी और प्रक्रिया संबंधी जानकारी की उपलब्धता	● जोखिम
● कच्चे माल की उपलब्धता	● सरकारी नीति



किसी अवसर पर निर्णय लेते समय, आपको स्वयं से पूछना चाहिए:

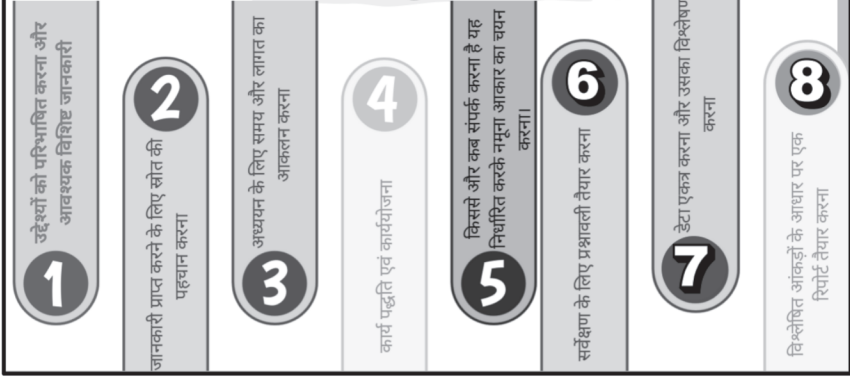
- आप प्रौद्योगिकी के साथ कितने सहज हैं? क्या आप इसे संभाल पाएंगे?
- प्रतिस्पर्धा की स्थिति क्या है? आप प्रतिस्पर्धा का सामना कैसे करेंगे?
- क्या आप पर्याप्त संसाधन (विशेषकर वित्त) जुटाने में सक्षम होंगे? क्या आप अपने संसाधनों से निवेश का प्रबंधन कर पाएंगे? यदि नहीं, तो आप धन प्राप्त करने की योजना कैसे बनाते हैं?
- आपके उत्पाद के लिए सरकारी समर्थन कितना महत्वपूर्ण है?
- क्या कच्चा माल आसानी से उपलब्ध है? यदि नहीं, तो आप कच्चे माल की नियमित आपूर्ति का प्रबंधन कैसे करेंगे?
- क्या आपको पर्याप्त कुशल जनशक्ति मिलेगी? यदि नहीं, तो आप कैसे प्रबंधन करेंगे?

3.2 बाज़ार सर्वेक्षण (Market Survey) :

बाज़ार सर्वेक्षण किसी उत्पाद/सेवा के लिए मौजूदा या संभावित बाज़ारों के बारे में डेटा का एक उद्देश्यपूर्ण और व्यवस्थित संग्रह, रिकॉर्डिंग, विश्लेषण और व्याख्या है। बाज़ार सर्वेक्षण के उद्देश्यों को देखकर यह परिभाषा बेहतर ढंग से समझी जा सकेगी। बाज़ार सर्वेक्षण के दौरान, किसी को निम्नलिखित पर ध्यान देने की आवश्यकता है:



बाज़ार सर्वेक्षण करने की प्रक्रिया (Process Of Conducting Market Survey)



सूचना के प्राथमिक और माध्यमिक स्रोत: बाज़ार सर्वेक्षण करने का मतलब हमेशा लोगों से सीधे संपर्क करना नहीं होता है। जानकारी रिपोर्ट, प्रकाशित सामग्री या व्यापार/उद्योग संघों के दस्तावेजों के रूप में हो सकती है। डेटा दो स्रोतों से एकत्र किया जा सकता है:

सूचना के प्राथमिक और माध्यमिक स्रोत (Primary and secondary sources of information)



बाज़ार सर्वेक्षण के लिए अनुसूची (Schedule for Market Survey)

बाज़ार सर्वेक्षण किसी उत्पाद के लिए बाज़ार के बारे में जानकारी एकत्र करने तक ही सीमित नहीं है, बल्कि विपणन बुनियादी ढांचे और मौजूदा बाज़ार स्थितियों के बारे में भी जानकारी एकत्रित करता है।

प्रश्न इन क्षेत्रों पर डिज़ाइन किए जा सकते हैं:



प्रतिस्पर्धियों का अस्तित्व, उनके उत्पाद और विपणन रणनीतियाँ



सभी प्रकार के उपभोक्ताओं के बारे में जानकारी



प्रतिस्पर्धी उत्पादों/समान उत्पादों पर जानकारी



मौजूदा/संभावित उपभोक्ताओं का रवैया, जिसमें खरीदारी की प्राथमिकताएँ, व्यवहार आदि शामिल हैं।

बाज़ार सर्वेक्षण करने के क्या न करें?

(What not to do to conduct a market survey?)



पूर्वाग्रह से ग्रस्त न रहें एक उद्यमी के रूप में, आपको खुले विचारों वाला और आत्मविश्वासी होना चाहिए



अधीर या तर्कशील न बनें। आपका उद्देश्य जानकारी प्राप्त करना है



विशेषाधिकार प्राप्त जानकारी को दूसरों के सामने प्रकट न करें, क्योंकि आप अपने स्रोतों का विश्वास खो सकते हैं



चर्चा करते समय नोट्स लेने से बचें। इंटरव्यू के तुरंत बाद नोट्स बनाएं। बात करते-करते लिखने से लोगों को सहजता नहीं होती।



बिना तैयारी और प्रश्नों के क्रम के साक्षात्कार न करें। सुनिश्चित करें कि साक्षात्कारकर्ता के पास आपके लिए समय हो।



प्रतिस्पर्धियों से "संभावित प्रतिस्पर्धी" के रूप में न मिलें, बल्कि सर्वोत्तम परिणाम प्राप्त करने के लिए उनसे संभावित ग्राहकों के रूप में मिलें।

विपणन अनुसंधान (marketing research):

1. उस मुद्दे/समस्या की स्पष्ट रूप से पहचान करें जिसकी जांच की जानी चाहिए। देखें कि क्या इस समस्या के लिए जानकारी का कोई प्रकाशित/द्वितीयक स्रोत उपलब्ध है।
2. मौजूदा जानकारी के आधार पर, जांचें कि क्या समस्या को परिभाषित या सीमित किया जा सकता है। इसके अलावा, इसे अपने आधार के रूप में रखते हुए, किसी भी आगामी अध्ययन के लिए "संदर्भ की शर्तें" लिखें
3. समस्याओं को विभिन्न कोणों से देखने का प्रयास करें:
 - निर्माता या विक्रेता के रूप में आपका अपना दृष्टिकोण
 - उत्पादों/सेवाओं के खरीदार और अंतिम उपयोगकर्ता के रूप में ग्राहकों/उपभोक्ताओं का दृष्टिकोण
 - प्रतिस्पर्धियों का दृष्टिकोण, हो सकता है कि उन्होंने समान समस्याओं का समाधान किया हो
4. बाजार अनुसंधान प्रक्रिया के दौरान वस्तुनिष्ठ बने रहने का प्रयास करें और अनुसंधान को पूरी तरह से प्रभावित करने वाले आवेगों/आंतरिक भावनाओं को रोके।
5. यथासंभव सरल और स्पष्ट रूप में शेड्यूल तैयार करें।
6. विषय पर कड़ा नियंत्रण बनाए रखें। यदि शोध के दौरान अन्य विषय सामने आते हैं, तो उन्हें वह ध्यान दें जिसके वे हकदार हैं।
7. शोध को तुरंत पूरा करें और गोपनीयता बनाए रखें ताकि प्रतिस्पर्धी इसके बारे में न सुनें और बाजार में आगे बढ़ जाएं।
8. आवश्यक कार्रवाई करने के लिए तैयार रहें, जिसे अनुसंधान पहचानता है।
9. उद्यम की भलाई के लिए अनुसंधान का तुरंत उपयोग करें।
10. सभी बाजार अनुसंधान अभ्यास और प्रक्रियाओं की समीक्षा करें - सीखें गए सबक और अगली बार इसे कैसे सुधारा जा सकता है?

3.3 बाज़ार सर्वेक्षण के लिए मॉडल प्रश्नावली (Model Questionnaire for Market Survey):

इसके लिए उपभोक्ताओं, आपूर्तिकर्ताओं और निर्माताओं जैसे बाजार की जानकारी के स्रोतों के बारे में डेटा इकट्ठा करें।

उपभोक्ता

- उनकी वार्षिक खपत और आवश्यकता क्या है?
- उनकी आपूर्ति का वर्तमान स्रोत क्या है?
- ग्राहक की ब्रांड निष्ठा और कीमत, गुणवत्ता, भुगतान की शर्तें आदि के बारे में प्राथमिकताएं क्या हैं?
- क्या वे वर्तमान उत्पाद और आपूर्ति से संतुष्ट हैं?
- उनका क्रय मानदंड और क्रय शक्ति क्या है?
- तकनीकी परिवर्तनों आदि के कारण मात्रा और गुणवत्ता में भविष्य का उपभोग पैटर्न क्या हो सकता है?
- औसत ऑर्डर का आकार, विशिष्टताएं और उनके प्लेसमेंट का समय और आवृत्ति क्या है?
- क्या सरकारी संस्थान/विभाग या कोई कंपनी/उद्योग उत्पाद खरीदेगा? उनके साथ संबंध कैसे स्थापित होगा ?
- आपके संभावित खरीदार का आयु समूह, लिंग, भौगोलिक क्षेत्र-शहरी, गाँव ?

आपूर्तिकर्ता (व्यापारी)

- वस्तु के प्रमुख व्यापारी कौन हैं, उनके उत्पादों की श्रृंखला और व्यावसायिक शर्तों/कमीशन आदि?
- उनके साथ व्यापार करने की क्या संभावना है और किन व्यावसायिक शर्तों पर?
- सामान्य स्टॉक स्तर क्या बनाए रखा जाता है और स्टॉक करने में क्या समस्याएं आती हैं?
- व्यावसायिक स्थितियों पर भविष्य की भविष्यवाणियाँ क्या हैं?

निर्माता और प्रतिस्पर्धी

- उनकी उत्पाद श्रृंखला, स्थापित क्षमता, बिक्री मूल्य क्या है?
- भुगतान, कीमत आदि के बारे में उनकी सामान्य व्यावसायिक शर्तें क्या हैं?
- उनकी मुख्य विशेषताएं क्या हैं, जैसे तकनीकी कौशल, वित्त, अन्य संसाधन इत्यादि?
- उनकी ताकत और कमजोरियां क्या हैं? (उनका SWOT विश्लेषण करने का प्रयास करें)
- वे कहां मार्केटिंग करते हैं और अपने ग्राहकों का प्रोफ़ाइल क्या है?

कच्चे माल की जानकारी के लिए

- प्रमुख निर्माता/आपूर्तिकर्ता कौन हैं?
- ऑर्डर देने के बाद कच्चा माल प्राप्त करने में कितना समय लगेगा? आपूर्ति की शर्तें (कर संरचना, कीमत, पैकिंग, भुगतान, आदि) परिवहन की लागत?
- मानक या न्यूनतम ऑर्डर मात्रा क्या है?
- क्या कच्चा माल निःशुल्क उपलब्ध है या कोई कोटा प्रणाली है?
- क्या कोई निर्णय/नीति इसकी उपलब्धता या कीमत को प्रभावित करेगी?

मशीनरी और उपकरण पर जानकारी के लिए

- निर्माता/आपूर्तिकर्ता कौन हैं?
- बाजार में कौन सी क्षमता, विशिष्टताएं और ब्रांड उपलब्ध हैं?
- मशीन की कीमत? (सभी लागतों पर विचार करें - कर, परिवहन, सहायक उपकरण, आदि)
- मोटर, स्टार्टर, स्विच जैसे कौन से विद्युत उपकरण की आवश्यकता है?
- क्या प्रदर्शन गारंटी/वारंटी दी जाती है? क्या आपूर्तिकर्ता/निर्माता प्रतिष्ठित और विश्वसनीय है?
- प्रति वर्ष सामान्य मरम्मत/रखरखाव लागत?
- पुर्जों/पुर्जों की बार-बार आवश्यकता होती है?
- एक मशीन कितनी गुणवत्ता और अधिकतम आउटपुट (उत्पादन) दे सकती है?
- क्या आपूर्तिकर्ता आपको/कर्मचारियों को मशीनरी चलाने का कौशल हासिल करने के लिए प्रशिक्षित करता है?

4. प्रारंभिक व्यवसाय योजना (Initial Business Plan):

किसी उपयुक्त परियोजना की पहचान करने के लिए कोई निर्धारित नियम नहीं हैं, हालाँकि यह एक ऐसा निर्णय है जिस पर आपके पूरे उद्यम की सफलता निर्भर करती है। इसलिए, जल्दबाजी में निर्णय न लें। अधिकांश भावी उद्यमी झुंड की प्रवृत्ति प्रदर्शित करते हैं और एक ऐसी परियोजना की ओर जाते हैं, जिसमें लोग पहले ही उद्यम कर चुके होते हैं। यह एक स्वस्थ रवैया नहीं है क्योंकि किसी विशेष क्षेत्र में एक की सफलता दूसरे की सफलता की गारंटी नहीं देती है। एक उपयुक्त परियोजना की पहचान करते समय, आपको अपनी शक्तियों और कमजोरियों का एक SWOT विश्लेषण करना चाहिए।

परियोजना रिपोर्ट: एक पूर्वानुमान योजना

● उद्यमी की पृष्ठभूमि	● कच्चे माल की
● बाजार की क्षमता और विपणन रणनीति	● परियोजना की अनुमानित लागत
● स्थान का चयन	● वित्त के प्रस्तावित साधन
● भूमि और भवन के लिए आवश्यकताएँ	● उत्पादन की लागत और लाभप्रदता
● विनिर्माण प्रक्रिया	● ब्रेक देवीने बिंदु
● संयंत्र और मशीनरी की आवश्यकताएँ	● नकदी प्रवाह विव्रण
● उपयोगिताओं की आवश्यकता	● रिटर्न और
● आर्थिक वयवहार्यता	



अपना प्रोजेक्ट चुनने के बाद अगला कदम इसके बारे में सारी जानकारी इकट्ठा करना है। सबसे महत्वपूर्ण जानकारी आपके द्वारा चयनित वस्तुओं के संभावित बाजार के बारे में है। इसके लिए कई तरीके हैं। आप बुनियादी डेस्क सर्वेक्षण, स्नैप सर्वेक्षण या विस्तृत बाजार सर्वेक्षण के लिए जा सकते हैं।






4.1 परियोजना रिपोर्ट: एक पूर्वानुमान योजना (Project Report: A Forecasting Plan)

अब, आपको अपने प्रोजेक्ट के बारे में एक व्यवहार्यता रिपोर्ट तैयार करनी होगी। एक व्यवहार्यता रिपोर्ट में मोटे तौर पर शामिल होगा:

एक व्यवसाय योजना उद्यमी को उद्देश्य, लक्ष्य और मानक निर्धारित करने में मदद करती है। बैंकों और राज्य वित्तीय निगमों आदि जैसी ऋण देने वाली एजेंसियों से ऋण प्राप्त करने हेतु यह आपके व्यवसाय के लिए एक खाका या रोड मैप है।

व्यवसाय योजना का उद्देश्य:

व्यवसाय योजना का उद्देश्य:

-  विचारों को तार्किक ढंग से व्यवस्थित करना
-  संसाधन आवश्यकताओं और उनके स्रोतों को उजागर करना
-  किसी बैंक या अन्य स्रोत से धन जुटाना
-  व्यवसाय प्रस्ताव की व्यवहार्यता और ऋण चुकाने की क्षमता प्रदर्शित करना
-  वास्तविकता को उत्तेजित करने और नुकसान होने से पहले ही उनका अनुमान लगाने के लिए

आपकी व्यवसाय योजना को इन प्रश्नों का उत्तर अवश्य देना चाहिए:

- आप क्या करने का इरादा रखते हैं/आप इसे कैसे करने का इरादा रखते हैं/आप इसे कब करने का इरादा रखते हैं?
- आप कितना उधार लेना चाहते हैं?
- आप इसे कब चुकाएंगे?
- क्या आप ब्याज का भुगतान कर पाएंगे?
- क्या आपका व्यवसाय अपनी योजनाओं में किसी झटके से बच सकता है?
- ऋण देने के लिए क्या सुरक्षा उपलब्ध है?
- कितनी नौकरियाँ पैदा होंगी?
- क्या व्यवसाय प्रस्ताव व्यावसायिक रूप से व्यवहार्य है?
- क्या बिज़नेस लाभदायक रहेगा?
- क्या व्यवसाय मुद्रास्फीति का सामना कर सकता है?

4.2 उत्पादन योजना (Production Plan):

किसी इकाई का उत्पादन कार्यक्रम कई मापदंडों, स्थानीय परिस्थितियों, बाजार पहुंच और प्रौद्योगिकी पर आधारित होता है। आपका कार्यक्रम निम्नलिखित के संबंध में उचित होना चाहिए:

उत्पादन योजना

किसी इकाई का उत्पादन कार्यक्रम कई मापदंडों, स्थानीय परिस्थितियों, बाजार पहुंच और प्रौद्योगिकी पर आधारित होता है।
आपका कार्यक्रम निम्नलिखित के संबंध में उचित होना चाहिए:

बाज़ार की आवश्यकता और विपणन रणनीति

इनपुट आवश्यकताएँ और आपूर्ति
अनुसूची - मौसमी प्रकृति

न्यूनतम आर्थिक आकार और उपकरण संबंधी
बाधाएँ

प्रौद्योगिकी और पैमाने की अर्थव्यवस्था

संसाधन और इनपुट बाधाएँ

स्टाफ/श्रमिक का प्रदर्शन

4.3 संयंत्र क्षमता (Plant Capacity):

आपको अपने संयंत्र की क्षमता निर्धारित करने के लिए इन पर विचार करना चाहिए:

- विभिन्न आकारों के अनुरूप परियोजना लागत और क्या आपके पास लागत को पूरा करने के लिए वित्तीय संसाधन हैं और क्या आप परियोजना लागत के अनुरूप जोखिम उठाने के लिए तैयार हैं।
- समान उत्पाद बनाने वाले मौजूदा लघु उद्यमों के लोकप्रिय संयंत्र का आकार
- प्रमुख संयंत्र आकारों की तुलनात्मक पूंजी लागत, आपके द्वारा अनुमानित परियोजना लागत की अधिकतम सीमा के भीतर, मशीनरी उत्पादकों द्वारा प्रस्तावित और उनके परिचालन आय/व्यय निहितार्थ।
- बाजार का आकार और विकास की संभावनाएं (भारत में बिस्किट बाजार तेजी से बढ़ रहा है और एक सुव्यवस्थित प्रमोटर खुद को मांग को पूरा करने में असमर्थ पा सकता है, अगर वह बहुत छोटा आकार चुनता है)
- भारत में उत्पाद शुल्क और ब्याज दर रियायतों में लाभ मिलता है। लेकिन इन रियायतों का लाभ उठाने के लिए संयंत्र और मशीनरी में निवेश पर एक कानूनी सीमा है।

- बड़े संयंत्र की स्थापना के साथ-साथ संयंत्र की क्षमता बढ़ाने की लागत पर भी विचार किया जाना चाहिए, क्योंकि क्षमता को 2 मीट्रिक टन से बढ़ाकर 5 मीट्रिक टन करने की तुलना में प्रतिदिन 5 मीट्रिक टन का बड़ा संयंत्र स्थापित करना सस्ता हो सकता है।

मैनपावर की आवश्यकता

आपको इसके लिए जनशक्ति की आवश्यकता होगी:



4.4 वित्तीय व्यवहार्यता (Financial Feasibility):

किसी परियोजना या व्यवसाय योजना की वित्तीय व्यवहार्यता का विश्लेषण वित्तीय दृष्टिकोण से किसी परियोजना की क्षमता का अध्ययन करने में मदद करता है। यह निवेश आवश्यकताओं और उसके स्रोतों को समझने में भी मदद करता है। वित्तीय व्यवहार्यता के कुछ प्रमुख घटक हैं:

- एक परियोजना स्थापित करने की लागत
- वित्त के साधन या परियोजना लागत में योगदान देने वाले स्रोत
- वार्षिक आधार पर क्षमता उपयोग और आय और व्यय का अनुमान
- वार्षिक आधार पर लाभप्रदता अनुमान

वित्तीय संस्थानों को पुनर्भुगतान की अवधि तक आय, व्यय और लाभ का अनुमान लगाया जाता है। आठ साल की अवधि आदर्श हो सकती है। अनुमान इस प्रकार बनाये जा सकते हैं कि वर्षों में क्षमता उपयोग में सुधार हो। कच्चे माल की बिक्री मूल्य और लागत जैसे पैरामीटर हर साल बदले जा सकते हैं। ऐसे परिवर्तन की दिशा या सीमा का अनुमान लगाना स्पष्ट रूप से कठिन है। आम तौर पर यह माना जाता है कि समय के

साथ लागत में वृद्धि बिक्री मूल्य में वृद्धि के साथ मेल खाएगी। और इसलिए, उन्हें वर्षों तक स्थिर माना जा सकता है। निम्नलिखित उप-अनुभाग वित्तीय व्यवहार्यता तैयारियों और मूल्यांकन के प्रमुख घटकों का परिचय देते हैं।

4.5 परियोजना की लागत (Project Cost):

परियोजना लागत में उद्यम स्थापित करने के लिए निवेश शामिल है। परियोजना लागत के महत्वपूर्ण तत्व हैं भूमि और साइट विकास, भवन, मशीनरी, अन्य अचल संपत्तियां, तकनीकी जानकारी व्यय, प्रारंभिक और पूर्व-संचालन व्यय, जिसमें निर्माण अवधि के दौरान ब्याज, कार्यशील पूंजी मार्जिन और आकस्मिक लागत शामिल हैं।

उत्पादन शुरू होने से पहले कुछ प्रशासनिक और वित्तीय खर्च किए जाते हैं। ये प्रारंभिक और प्री-ऑपरेटिव खर्च हैं। इनमें किराया, निर्माण के दौरान ब्याज, प्रदूषण बोर्ड लाइसेंस, स्टाम्प ड्यूटी जैसे संपार्श्विक संबंधित खर्च, परीक्षण उत्पादन व्यय, उपयोगिताओं के लिए जमा और वित्तीय संस्थानों की प्रसंस्करण फीस शामिल हैं।

ये परियोजना लागत के प्रमुख घटक हैं:

1. भूमि और स्थल विकास: भूमि की लागत, कानूनी शुल्क, समतलीकरण और विकास शुल्क, बाड़ लगाना आदि।
2. सिविल कार्य: फैक्टरी भवन, कार्यालय, गोदाम, जल निकासी सुविधाएं, आदि।
3. संयंत्र और मशीनरी: मशीनरी/उपकरण की कीमत और उत्पाद शुल्क, बिक्री कर, माल ढुलाई, चुंगी और स्थापना लागत।
4. अन्य अचल संपत्तियां: फर्नीचर, कार्यालय उपकरण जैसे फैक्स मशीन, वाहन, प्रयोगशाला और प्रदूषण नियंत्रण उपकरण, डीजल उत्पादन सेट, आदि।

संयंत्र और मशीनरी की लागत के बारे में ऋण देने वाले संस्थानों को समझाने के लिए कई आपूर्तिकर्ताओं से तुलनात्मक कोटेशन आमंत्रित किए जा सकते हैं। संस्थाएँ, कभी-कभी, 'स्वीकार्य' आपूर्तिकर्ताओं को निर्दिष्ट करती हैं। भूमि और भवन के मूल्यांकन के लिए, ऋणदाता दस्तावेजों के अनुसार 'पुस्तक मूल्य' पर ऋण प्रदान करता है, न कि 'बाजार मूल्य' पर। एक प्रमोटर को इन पहलुओं को जानना चाहिए और ऋण देने वाले संस्थानों के साथ मिलकर काम करना चाहिए।

वित्त के साधन

वित्त के सामान्य साधन सावधि ऋण, सव्बिसडी या इक्विटी हैं। राज्य वित्तीय या औद्योगिक विकास निगम और यहां तक कि वाणिज्यिक बैंक भी परियोजना लागत के विरुद्ध सावधि ऋण प्रदान करते हैं। पुनर्भुगतान की शर्तें संस्थानों और योजनाओं के अनुसार अलग-अलग होती हैं। इक्विटी पूंजी जमा और असुरक्षित ऋण के संदर्भ में प्रमोटरों का योगदान या दूसरों द्वारा किया गया धन योगदान है। ऐसी निजी भागीदारी के बावजूद, प्रमोटर योगदान की न्यूनतम राशि, ऋण देने वाले संस्थानों द्वारा परियोजना लागत का न्यूनतम प्रतिशत निर्दिष्ट की जा सकती है।

4.6 कार्यशील पूंजी, मार्जिन और उसका आकलन (Working Capital, Margin and its Estimation):

किसी उद्यम को संचालित करने के लिए आवश्यक धनराशि कार्यशील पूंजी है। व्यवसाय में कार्यशील पूंजी की एक निश्चित न्यूनतम राशि स्थायी रूप से निवेश की जाती है। उद्यमी को शुरुआत में इस फंड में योगदान देना होगा। कार्यशील पूंजी मार्जिन, जो परियोजना लागत में शामिल है, का अनुमान उस वर्ष के आधार पर लगाया जाता है जब उद्यम ब्रेक ईवन करता है। इस मार्जिन का अनुमान कार्यशील पूंजी आवश्यकताओं के अनुमान पर निर्भर करता है।

4.7 संचालन के विभिन्न वर्षों में आउटपुट का अनुमान लगाना (Estimating Output in Different Years of Operation):

- पहले वर्ष के उत्पादन लक्ष्यों को देखते हुए आवश्यक कच्चे माल के इनपुट और आउटपुट का उत्पादन करने के लिए आवश्यक प्रत्येक इनपुट की इकाई कीमत और एक उद्यम को ले जाने वाली सामग्री की मात्रा का अनुमान लगाना। बाद के लिए, ऑर्डर फ्लेसमेंट और प्राप्ति के बीच के 'लीड' समय पर विचार किया जाना चाहिए। उत्पादन की मौसमी स्थिति को देखते हुए, खाद्य प्रसंस्करण क्षेत्र के उद्यमों को कच्चे माल की उच्च सूची रखने की आवश्यकता होती है। इनपुट की कीमतें काफी भिन्न होती हैं और उद्यमों को अनुकूल कीमतों का लाभ उठाने के लिए स्टॉक करने की आवश्यकता होती है। स्टॉक किए जाने वाले कच्चे माल का मूल्य, साथ ही स्टॉक की जाने वाली अन्य उपभोग्य सामग्रियों और पैकिंग सामग्री का मूल्य भी सुनिश्चित किया जाना चाहिए।

- किसी भी समय उत्पादन के तहत वस्तुओं का अनुमानित मूल्य। यह विनिर्माण चक्र की अवधि पर निर्भर करेगा। ऐसे मूल्यांकन के लिए कच्चे माल, मजदूरी और उपयोगिताओं की प्रत्यक्ष लागत पर विचार किया जाना चाहिए। आप मूल्यहास, प्रशासनिक और विपणन खर्चों को नजरअंदाज कर सकते हैं।

- तैयार माल के स्टॉक के स्तर का अनुमान लगाना। मांग की प्रत्याशा में उत्पादन करने वाला एक उद्यम, जैसा कि अधिकांश प्रसंस्करण उद्यम करते हैं, संसाधित/अर्ध-प्रसंस्कृत तैयार माल का पर्याप्त स्टॉक रख सकते हैं। ऐसे स्टॉक की मात्रा का मूल्यांकन लागत पर किया जाना चाहिए, अर्थात् प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष, बिना मूल्यहास के।
- अवधि या बकाया प्राप्य की राशि के संदर्भ में क्रेडिट पर कुल बिक्री का अनुमान लगाना। केवल बिक्री की उत्पादन लागत पर विचार किया जाता है।
- मासिक वेतन और वेतन खर्च, बिजली/ईंधन, अन्य उपयोगिता संबंधी लागत, प्रशासनिक खर्च, बिक्री और मरम्मत/रखरखाव खर्च का अनुमान लगाना।

4.8 परियोजना की वित्तीय व्यवहार्यता का आकलन करना (Assessing the Financial Feasibility of the Project):

कुछ उपकरण हमें किसी भी परियोजना की वित्तीय व्यवहार्यता का आकलन करने में मदद करते हैं जहां निवेश पर विचार किया जाता है। जैसा कि हम जानते हैं, एक परियोजना दीर्घकालिक निवेश के लिए दो स्रोतों से धन एकत्र करती है। एकत्र की गई राशि का उपयोग संपत्ति बनाने और संचालन के लिए किया जाता है, जो उद्यम के लिए अधिशेष उत्पन्न करता है। अधिशेष को निधि के योगदानकर्ताओं को वितरित किया जाना आवश्यक है। ब्याज उधार ली गई पूंजी के योगदानकर्ताओं को दिया गया मुआवजा है, और शुद्ध लाभ और मूल्यहास स्वयं की पूंजी के योगदानकर्ताओं को दिया जाता है। आपको यहां मूल्यहास क्यों जोड़ना चाहिए? यद्यपि मूल्यहास लाभ को कम करता है, यह मूल निवेश की वसूली के लिए किया गया एक गैर-नकद प्रावधान है। इस प्रकार, उद्यम का नकद लाभ मूल्यहास की सीमा तक बढ़ जाता है।

वार्षिक रिटर्न का पता लगाने के लिए परियोजना द्वारा अपने पूरे जीवनकाल में उत्पन्न कुल अधिशेष का औसत निकाला जाना चाहिए। यह वार्षिक रिटर्न, जब परियोजना के लिए आवश्यक कुल निवेश पर गणना की जाती है, तो हमें निवेश पर रिटर्न के बारे में बताता है। सीधे शब्दों में कहें तो यह अनुपात हमें निवेश की अधिशेष पैदा करने की क्षमता बताता है।

एक व्यवहार्य परियोजना को कितना आरओआई उत्पन्न करना चाहिए। यह एक महत्वपूर्ण प्रश्न है जिसका वित्तीय व्यवहार्यता जानने के लिए उत्तर दिया जाना आवश्यक है। व्यवहार्यता का आकलन करने का सरल नियम यह है कि आरओआई निवेश की लागत से अधिक होना चाहिए।

सबसे पहले निवेश लागत पर नजर डालें। निवेश में दो प्रमुख घटक शामिल हैं:

- i) उधार ली गई पूंजी (आम तौर पर बैंकों और वित्तीय संस्थानों से ऋण के रूप में ली जाती है)

ii) स्वयं की पूंजी (सामान्यतः उद्यमियों द्वारा योगदान)

उधार ली गई पूंजी की लागत की गणना करना सरल है। किसी भी उधारकर्ता को ऋण स्वीकृत करते समय निश्चित सेवा शुल्क, यानी ब्याज देना आवश्यक है। इस प्रकार, ब्याज उधार ली गई पूंजी की लागत बन जाता है। ब्याज कर-अनुमत व्यय है और इसलिए, इसका प्रभावी भार उधारकर्ता द्वारा भुगतान किए गए कर की वास्तविक दर से कम हो जाता है। उद्यमियों के पास एक से अधिक निवेश विकल्प हो सकते हैं और ऐसी परिस्थितियों में, अवसर लागत उद्यमी की पूंजी की लागत बन जाती है।

बैंकों/वित्तीय संस्थानों से वित्तीय सहायता के साथ एक उद्यम चलाने के लिए, उनके ऋण को ब्याज सहित चुकाना आवश्यक होता है। इसलिए, एक उद्यमी को पुनर्भुगतान दायित्वों को पूरा करने के लिए पर्याप्त अधिशेष उत्पन्न करना चाहिए। डीएससीआर इसे निर्धारित करने के लिए उपयोग किया जाने वाला एक उपकरण है। इसका सूत्र है:

शुद्ध लाभ + ब्याज (दीर्घकालिक ऋण पर) + मूल्यहास ब्याज (दीर्घकालिक ऋण पर) + मूल ऋण

ब्रेक-ईवन पॉइंट (बीईपी)

ब्रेक-ईवन बिंदु गतिविधि का वह स्तर है जहां कुल योगदान कुल निश्चित लागत के बराबर होता है। योगदान परिवर्तनीय लागत पर बिक्री की अधिकता है, अर्थात्;

योगदान = बिक्री - परिवर्तनीय लागत

योगदान एक प्रकार का अधिशेष है जो व्यवसाय बिक्री राजस्व से परिवर्तनीय लागत का पूरा भुगतान करने के बाद उत्पन्न करता है।

ब्रेक-ईवन बिंदु गतिविधि का वह बिंदु है जहां सभी लागत (परिवर्तनीय और साथ ही निश्चित) बिक्री मूल्यों से वसूल की जाती है। इसलिए, व्यवसाय लाभ या हानि नहीं करता है। ब्रेक-ईवन से नीचे की किसी भी गतिविधि के लिए, व्यवसाय को नुकसान होगा, जबकि इससे ऊपर की गतिविधि होने पर वह लाभ कमाता है। इसलिए, जब व्यवसाय योगदान से कुल निश्चित लागत का पूरा भुगतान करता है, तो कहा जा सकता है कि इकाई ने बीईपी हासिल कर लिया है। जब योगदान निश्चित लागत के लिए पूरी तरह से भुगतान करता है, तो कहा जाता है कि व्यवसाय ने ब्रेक-ईवन हासिल कर लिया है। ब्रेक-ईवन की गणना के लिए कई सूत्र विकसित किए गए हैं:

1. बीईपी = कुल निश्चित लागत
(गतिविधि की मात्रा में) गतिविधि की प्रति इकाई योगदान
2. बीईपी = कुल निश्चित लागत X बिक्री मूल्य प्रति यूनिट
(बिक्री मूल्य में) गतिविधि की प्रति इकाई योगदान

5. लेखांकन और वित्तीय विवरण (Accounting and Financial Statements):

किसी भी व्यावसायिक गतिविधि, चाहे वह विनिर्माण, सर्विसिंग या व्यापार हो, में मौद्रिक लेनदेन शामिल होता है। अंत में, यदि प्राप्त कुल धन खर्च किए गए कुल धन से अधिक है, तो कहा जाता है कि व्यवसाय ने 'अधिशेष' या 'लाभ' उत्पन्न किया है। यदि यह अन्यथा है, तो कहा जाता है कि व्यवसाय 'घाटे' या 'नुकसान' में है। प्रत्येक व्यवसाय अधिशेष या लाभ उत्पन्न करने का इरादा रखता है। इसलिए, प्रमोटर हमेशा आर्थिक गतिविधि के परिणाम जानने में रुचि रखते हैं।

व्यवसाय के दौरान अनेक लेन-देन होते हैं। उन सभी को याद रखना लगभग असंभव है। इसलिए, किसी व्यवसाय को व्यावसायिक गतिविधि के परिणाम का पता लगाने के लिए ऐसे सभी लेनदेन को रिकॉर्ड करने की आवश्यकता होती है। एक व्यवस्थित और व्यवस्थित विज्ञान विकसित किया गया है जो प्रमोटर को सभी आर्थिक लेनदेन को ठीक से रिकॉर्ड करने और व्यापारिक लेनदेन के परिणाम जानने में मदद करता है। इस विज्ञान को "वित्तीय लेखांकन" कहा जाता है।

लेखांकन उस प्रणाली को दिया गया एक नाम है जो व्यावसायिक उद्यमों में होने वाले व्यावसायिक लेनदेन और घटनाओं के रिकॉर्ड को मापता है, उनका विश्लेषण करता है और रिपोर्ट करता है। चूँकि ऐसी रिपोर्टिंग वित्तीय इकाइयों में होती है, इसलिए इस प्रणाली को वित्तीय लेखांकन के रूप में भी जाना जाता है। इसे व्यावसायिक लेनदेन को व्यवस्थित तरीके से रिकॉर्ड करने की कला और विज्ञान के रूप में परिभाषित किया गया है ताकि (ए) किसी विशेष समय में किसी व्यवसाय के मामलों की सही स्थिति, और (बी) अधिशेष या कमी, जो कि दौरान हुई हो, को दिखाया जा सके। एक निर्दिष्ट अवधि।

इस प्रकार 'वित्तीय लेखांकन' में (ए) डेटा रिकॉर्डिंग और (बी) विभिन्न लेनदेन को रिकॉर्ड करने के लिए उपयोग की जाने वाली डेटा प्रस्तुत करने की तकनीक शामिल है। इसे बहीखाता पद्धति कहा जाता है। रिकॉर्ड किए गए डेटा को संक्षेप में और व्यवस्थित रूप से व्यवस्थित किया जाता है और वित्तीय विवरण के रूप में विभिन्न उपयोगकर्ताओं को प्रस्तुत किया जाता है।

5.1 बहीखाता (Ledger Account):

'बहीखाता' वित्तीय लेखांकन के कार्यों में से एक है। बहीखाता पद्धति में व्यवसाय के दौरान किए गए लेनदेन का पूरा विवरण दर्ज करने के लिए उचित रिकॉर्ड और किताबें बनाए रखना शामिल है। व्यावसायिक लेनदेन को कई प्रमुख गतिविधियों/समूहों में वर्गीकृत किया जा सकता है जैसे बिक्री, खरीद, संपत्ति आदि। इन गतिविधियों से संबंधित लेनदेन को रिकॉर्ड करने के लिए अलग-अलग किताबें रखी जाती हैं, जिनमें संबंधित लेनदेन का विवरण दर्ज किया जाता है। इस अभ्यास को बहीखाता पद्धति कहा जाता है।

बिजनेस में क्या हो रहा है, इसकी नवीनतम जानकारी होना बेहद जरूरी है। इससे उचित और समय पर कार्रवाई करने में मदद मिलती है। एक डॉक्टर को बीमारी का निदान करने, उसके कारणों और उसके उपचारों के लिए

रोगी की शारीरिक स्थितियों के बारे में विवरण की आवश्यकता होती है। ठीक उसी तरह जैसे व्यवसाय के मालिक, लेनदार या बैंकर को भविष्य की कार्रवाई के बारे में उचित निर्णय लेने के लिए व्यवसाय की नवीनतम वित्तीय स्थिति के बारे में जानना आवश्यक है। बहीखाता व्यवसाय की नवीनतम स्थिति को बनाए रखने और प्रदान करने में मदद करता है और इसलिए, इसका बहुत महत्व है। निम्नलिखित कारणों से भी खाते की किताबें बनाए रखने की सलाह दी जाती है:

- वे व्यवसाय के बारे में नवीनतम जानकारी प्रदान करते हैं।
- वे समीक्षाधीन अवधि के दौरान किए गए लेनदेन के परिणाम को दर्शाते हैं।
- वे नियमित अंतराल पर व्यवसाय की स्थिति के बारे में जानकारी देते हैं।
- वे सरकारों और अन्य अधिकारियों को विभिन्न करों की घटनाओं के बारे में निर्णय लेने में मदद करते हैं।
- वे व्यवसाय के प्रदर्शन का विश्लेषण करने में मदद करते हैं।
- वे कई व्यावसायिक फर्मों के प्रदर्शन की तुलना करने में मदद करते हैं।

व्यवसाय की लेखांकन जानकारी की आवश्यकता न केवल व्यवसाय के मालिक को बल्कि विभिन्न अन्य पक्षों को भी होती है। वे सरकार, आपूर्तिकर्ता, लेनदार, बैंकर, निवेशक, शोयरधारक, लेखा परीक्षक आदि हैं। वे अपनी गतिविधियों से संबंधित विभिन्न निर्णय लेने के लिए वित्तीय लेखांकन द्वारा तैयार की गई जानकारी पर निर्भर करते हैं। यह खातों की पुस्तकों को व्यवस्थित और व्यवस्थित तरीके से लिखने की आवश्यकता पर जोर देता है। हालाँकि, व्यवसाय के मालिक के रूप में आपके पास खाते की किताबें लिखने और बनाए रखने की प्रमुख जिम्मेदारी है, आप अपनी इच्छानुसार हिसाब-किताब लिखने के लिए स्वतंत्र नहीं हैं। आपको दुनिया भर में उपयोग की जाने वाली लेखांकन की तकनीकों और प्रणालियों के मानदंडों और सिद्धांतों के अनुसार खाते लिखना होगा। खाते लिखने के लिए कुछ लेखांकन तकनीकें उपलब्ध हैं लेकिन डबल एंट्री बहीखाता प्रणाली की सार्वभौमिक स्वीकार्यता और विश्वसनीयता है। यह आधुनिक और वैज्ञानिक लेखांकन प्रणाली है जिसे व्यवसाय की सही और निष्पक्ष स्थिति को प्रतिबिंबित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है।

5.2 दोहरी प्रविष्टि बहीखाता (Double-Entry Bookkeeping):

डबल एंट्री बहीखाता प्रणाली की अवधारणा इस सिद्धांत पर आधारित है कि प्रत्येक आर्थिक लेनदेन के दो प्रभाव होते हैं, जो एक दूसरे के बिल्कुल विपरीत होते हैं। किसी भी लेन-देन के केवल दो प्रभाव हो सकते हैं: 'डेबिट' और 'क्रेडिट', और वे हमेशा बराबर होते हैं। परिणामस्वरूप, लेखांकन अवधि के अंत में, खातों को 'मिलान' करना चाहिए, जिसका अर्थ है कि 'कुल डेबिट' और 'कुल क्रेडिट' दोनों को एक दूसरे के साथ मेल खाना चाहिए। डबल एंट्री बहीखाता पद्धति को इस तरह से डिज़ाइन किया गया है कि, किसी विशेष लेनदेन की क्रेडिट प्रविष्टि दर्ज करते समय, संबंधित डेबिट प्रविष्टि का विवरण भी दिया जाता है।

व्यवसाय में, प्रमोटर कई लेनदेन करता है। व्यवसाय पर इन लेन-देन का प्रभाव खातों की पुस्तकों में दर्ज किया जाता है। केवल वे लेन-देन, जिनके परिणामस्वरूप धन का आदान-प्रदान होता है या वस्तुओं या सेवाओं का

आदान-प्रदान होता है, जिनका मूल्य मौद्रिक संदर्भ में मापा जा सकता है, लेखांकन उपचार की आवश्यकता होती है। लेन-देन निम्नलिखित प्रकृति के हो सकते हैं:

- नकद/उधार के बदले माल का आदान-प्रदान
- नकदी/उधार के बदले सेवाओं का आदान-प्रदान
- नकदी/उधार के बदले संपत्ति का आदान-प्रदान
- लेनदारों को नकद भुगतान
- देनदारों से नकदी की प्राप्ति
- संपत्ति के बदले माल का आदान-प्रदान
- सेवाओं के विरुद्ध वस्तुओं का आदान-प्रदान

इस प्रकार व्यवसाय में कई प्रकार के लेनदेन होते हैं और वे लेखांकन का प्रारंभिक बिंदु बनते हैं। लेनदेन दो प्रकार के होते हैं: (i) नकद लेनदेन और (ii) क्रेडिट

नकद लेनदेन के परिणामस्वरूप नकदी का आदान-प्रदान होता है, जबकि क्रेडिट लेनदेन के परिणामस्वरूप भविष्य में नकद भुगतान/प्राप्त करने की बाध्यता होती है।

कुल तीन प्रकार के खाते हैं:

(i) व्यक्तिगत खाता या व्यक्तिगत खाता: खाते के इस समूह में व्यक्तियों और संगठनों जैसे एक फर्म, एक कॉर्पोरेट इकाई, एक सोसायटी आदि के सभी खाते शामिल हैं।

(ii) संपत्ति खाता: खातों का यह समूह सभी प्रकार की संपत्तियों को कवर करता है। परिसंपत्तियों का अर्थ परिसंपत्तियों के मूल या अमूल रूप में किए गए वे सभी निवेश हैं, जिनका उपयोगिता मूल्य या उपयोग मूल्य होता है। इसके अलावा, इन परिसंपत्तियों का विनिवेश भी किया जा सकता है और नकदी में परिवर्तित किया जा सकता है।

(iii) आय-व्यय खाता: खातों के इस समूह में सभी खाते शामिल हैं, जो व्यवसाय की राजस्व आय और राजस्व व्यय का प्रतिनिधित्व करते हैं।

5.3 जर्नल प्रविष्टि (Journal Entry):

जर्नल प्रविष्टि खातों की पुस्तकों में पहली नोटिंग है जिससे खातों पर प्रत्येक लेनदेन के डेबिट और क्रेडिट प्रभावों की पहचान की जाती है और उचित विवरण के साथ नोट किया जाता है। जर्नल प्रविष्टियाँ कई लेखा पुस्तकें तैयार करने में मदद करती हैं। जर्नल बनाए रखने और जर्नल प्रविष्टियाँ लिखने के लिए एक सुझावात्मक प्रारूप नीचे दिखाया गया है:

Journal entries in the book of M/s				
Date	Particulars	Ledger Folio No.	Debit (Amount)	Credit (Amount)
--	--	--	--	--

(i) दिनांक: जर्नल प्रविष्टियाँ दिनांक-वार कालानुक्रमिक क्रम में लिखी जानी चाहिए। लेन-देन की प्रविष्टियाँ प्रतिदिन करना आदर्श है। लेन-देन का वर्ष, महीना और तारीख जिसके लिए जर्नल प्रविष्टि की जाती है, का उल्लेख 'तिथि' कॉलम में किया जाना चाहिए।

(ii) विवरण: इस कॉलम में, प्रत्येक लेनदेन के लिए, डेबिट किए जाने वाले खाते और क्रेडिट किए जाने वाले खाते का उल्लेख किया जाता है। जिस खाते से डेबिट किया जाना है, उसे पहले लिखा जाता है और उसके बाद क्रेडिट किए जाने वाले खाते को लिखा जाता है। खाते के नाम से पहले एक शब्द 'टू' लगाया जाता है, जिसे क्रेडिट किया जाता है, उदाहरण के लिए। "बैंक खाता बिक्री खाते से डेबिट किया गया"

उपयुक्त खातों को डेबिट और क्रेडिट करने के बाद, इसका एक संक्षिप्त विवरण लेन-देन, यदि संभव हो तो, केवल एक पंक्ति में 'विवरण' कॉलम में लिखा जाता है।

(iii) लेजर फोलियो नंबर: तीसरे कॉलम में संबंधित खातों का फोलियो नंबर होता है बहीखाता का उल्लेख है। यह प्रत्येक लेनदेन की पोस्टिंग का पता लगाने और उसे सत्यापित करने में मदद करता है।

(iv) डेबिट और क्रेडिट: इस कॉलम में उस राशि का उल्लेख किया जाता है जिसके द्वारा संबंधित खाते को डेबिट और क्रेडिट किया जाता है। प्रत्येक पृष्ठ के अंत में डेबिट और क्रेडिट का योग बनाया जाता है और उसे अगले पृष्ठ पर ले जाया जाता है।

5.4 लेखांकन प्रणाली के लिए पुस्तकों का रखरखाव (Maintenance of Books for Accounting System):

एक छोटे औद्योगिक उद्यम के लिए, सरल वित्तीय लेखांकन प्रणाली के उपयोग की सिफारिश की जाती है। ऐसे व्यवसायों को नीचे दिए गए सुझाव के अनुसार पुस्तकों का एक सेट बनाए रखना चाहिए। ऐसा करने से, व्यवसायों को गतिविधियों की सही और निष्पक्ष तस्वीर तेजी से मिल सकती है।

(ए) जर्नल: सभी लेन-देन (उन्हें छोड़कर जिन्हें सहायक पुस्तकों में दर्ज किया जाना है) यहां उचित रूप से दर्ज किए जाते हैं।

(बी) सहायक पुस्तकें (जर्नल के लिए)

(i) क्रय बही: क्रय बही में, खरीद से संबंधित सभी लेनदेन, चाहे वह क्रेडिट पर हो या नकद द्वारा, दर्ज किए जाते हैं। लौटाई गई खरीद का लेन-देन भी यहां अलग से दर्ज किया जाता है।

(ii) बिक्री पुस्तक: बिक्री पुस्तक में, क्रेडिट या नकद बिक्री से संबंधित सभी लेनदेन दर्ज किए जाते हैं। लौटाई गई बिक्री के लेनदेन को भी अलग से दर्ज किया जाता है।

(iii) बहीखाता: जर्नल या इसकी सहायक पुस्तकों में दर्ज लेनदेन में शामिल सभी खातों को यहां बनाए रखा जाता है, और आवश्यक पोस्टिंग की जाती है।

(iv) रोकड़ बही: रोकड़ बही खाता बही की एक सहायक बही है जहाँ 'नकद' का हिसाब रखा जाता है। 'छोटी नकदी' से जुड़े लेनदेन भी यहाँ अलग से पोस्ट किए जाते हैं।

(v) बैंक बही: बैंक बही खाता बही की एक सहायक बही है जहाँ 'बैंक' का खाता रखा जाता है।

(vi) स्टॉक रजिस्टर: यह एक रजिस्टर है जहाँ स्टॉक की आवाजाही को बनाए रखा जाता है।

वित्तीय विवरण

वित्तीय विवरण एक तार्किक और लगातार परिभाषित लेखांकन प्रक्रिया के अनुसार व्यवस्थित डेटा का एक संग्रह है। विवरण किसी फर्म की वित्तीय स्थिति के उपयोगी संकेतक के रूप में कार्य करते हैं।

विभिन्न वित्तीय विवरण: आम तौर पर वित्तीय अवधि के अंत में जिसके लिए खाते लिखे जाते हैं, खाता बही बंद कर दी जाती है और अंतिम खाते तैयार करने के उद्देश्य से शेष राशि निकाली जाती है। अंतिम खातों के लिए आवश्यक विवरण हैं:

- ट्रायल बैलेंस.
- लाभ एवं हानि खाता।
- बैलेंस शीट.

5.5 उत्पादों की लागत और मूल्य निर्धारण (Cost and Pricing of Products):

उद्यमियों की वित्तीय प्रबंधन क्षमताओं के निर्माण के लिए लागत और मूल्य निर्धारण पर यथार्थवादी और व्यापक ज्ञान की आवश्यकता होती है। इससे आपको अपना उद्यम सफलतापूर्वक चलाने में मदद मिलेगी और आप लागत और मूल्य निर्धारण को उचित महत्व देने में सक्षम होंगे।

लागत को यह निर्धारित करने की प्रक्रिया के रूप में परिभाषित किया जा सकता है कि किसी उत्पाद या सेवा के उत्पादन और बिक्री में कितनी लागत आती है। लागत निर्धारण बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि किसी उत्पाद की लागत ही उसका लाभ या हानि तय कर सकती है। किसी उत्पाद/सेवा की लागत निर्धारित करने में दो लागतें शामिल होती हैं, अर्थात् प्रत्यक्ष लागत और अप्रत्यक्ष लागत।

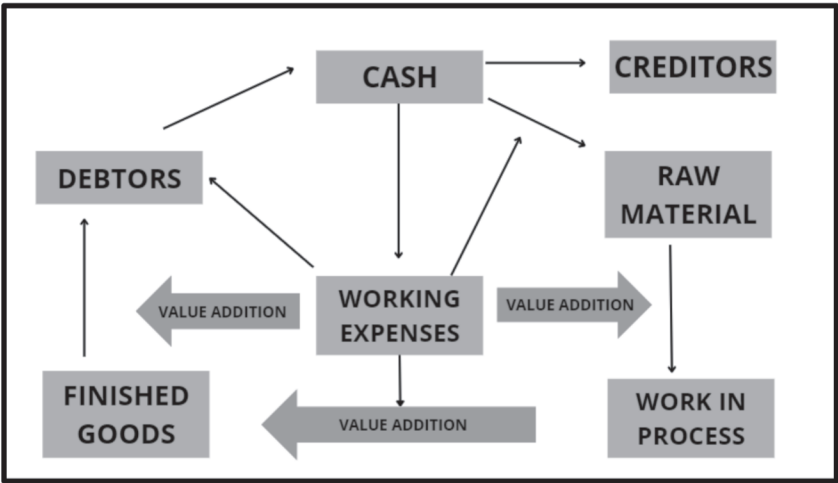
प्रत्यक्ष लागत: उन वस्तुओं की लागत जो अंतिम उत्पाद का हिस्सा बनती हैं उन्हें प्रत्यक्ष लागत के रूप में जाना जाता है जैसे कच्चा माल, श्रम, पैकिंग सामग्री आदि।

अप्रत्यक्ष लागत: किसी व्यवसाय को चलाने में किए गए सभी खर्च और जिन्हें अंतिम उत्पाद के साथ सीधे पहचाना नहीं जा सकता है, वे अप्रत्यक्ष लागत हैं।

6. व्यवसाय प्रबंधन (Business Management)

6.1 कार्यशील पूंजी का प्रबंधन (Working Capital Management)

प्रत्येक चलने वाले व्यवसाय को कार्यशील पूंजी की आवश्यकता होती है। यहां तक कि एक व्यवसाय जो सभी प्रकार की आवश्यक अचल संपत्तियों से पूरी तरह सुसज्जित है, वह (i) प्रसंस्करण के लिए कच्चे माल की पर्याप्त आपूर्ति के बिना दहने के लिए बाध्य है; (ii) वेतन, बिजली और अन्य लागतों का भुगतान करने के लिए नकद; (iii) बाजार की मांग को नियमित रूप से पूरा करने के लिए तैयार माल का भंडार बनाना; और, (IV) अपने ग्राहकों को ऋण देने की क्षमता। इन सभी के लिए कार्यशील पूंजी की आवश्यकता होती है। इस प्रकार कार्यशील पूंजी किसी व्यवसाय की जीवनधारा की तरह है। पर्याप्त कार्यशील पूंजी की उपलब्धता के बिना व्यवसाय दैनिक गतिविधियों को चलाने में सक्षम नहीं होगा। नीचे दिखाया गया चित्र इसे स्पष्ट करता है:



किसी व्यवसाय की कार्यशील पूंजी की आवश्यकताएं कई कारकों से प्रभावित होती हैं। महत्वपूर्ण बातों पर नीचे संक्षेप में चर्चा की गई है:

i) उद्यम की प्रकृति

किसी उद्यम की प्रकृति और कार्यशील पूंजी की आवश्यकताएं आपस में जुड़ी हुई हैं। जबकि एक विनिर्माण उद्योग में कार्यशील पूंजी के संचालन का एक लंबा चक्र होता है, वही सेवाएं प्रदान करने वाले उद्यम में कम होगा। आवश्यक मात्रा भी प्रकृति के अनुसार भिन्न-भिन्न होती है; उत्पादन में शामिल उद्यम को सेवा क्षेत्र के उद्यम की तुलना में अधिक कार्यशील पूंजी की आवश्यकता होगी।

ii) विनिर्माण/उत्पादन नीति

विनिर्माण क्षेत्र में प्रत्येक उद्यम की अपनी उत्पादन नीति होती है, कुछ समान उत्पादन की नीति का पालन करते हैं, भले ही समय-समय पर मांग बदलती रहती हो, और अन्य 'मांग-आधारित उत्पादन' के सिद्धांत का पालन कर सकते हैं जिसमें उत्पादन मांग पर आधारित होता है समय के उस विशेष चरण के दौरान. तदनुसार, दोनों के लिए कार्यशील पूंजी की आवश्यकताएं अलग-अलग होती हैं।

iii) संचालन

मौसमी व्यवसाय के लिए कार्यशील पूंजी की आवश्यकता में उतार-चढ़ाव होता है। व्यस्त सीजन के दौरान ऐसे व्यवसायों की कार्यशील पूंजी की जरूरतें काफी बढ़ सकती हैं और घट सकती हैं सुस्त मौसम के दौरान. गर्मियों के दौरान आइसक्रीम और कोल्ड ड्रिंक की काफी मांग रहती है, जबकि सर्दियों में बिक्री न के बराबर होती है।

iv) बाज़ार की स्थिति

यदि आप जिस उत्पाद श्रेणी का निर्माण कर रहे हैं उसमें उच्च प्रतिस्पर्धा है, तो आपको क्रेडिट, माल की तत्काल डिलीवरी आदि जैसी रियायतें देने की आवश्यकता होगी, जिसके लिए कार्यशील पूंजी की आवश्यकता अधिक होगी। अन्यथा, यदि बाज़ार में कोई प्रतिस्पर्धा नहीं है या कम प्रतिस्पर्धा है तो आपकी कार्यशील पूंजी की आवश्यकताएं कम होंगी।

v) कच्चे माल की उपलब्धता

यदि कच्चा माल आसानी से उपलब्ध है तो आपको उसका बड़ा स्टॉक बनाए रखने की आवश्यकता नहीं होगी, जिससे कच्चे माल के स्टॉक में आपका कार्यशील पूंजी निवेश कम हो जाएगा। दूसरी ओर, यदि कच्चा माल आसानी से उपलब्ध नहीं है तो आपको एक बड़ी सूची/स्टॉक बनाए रखने की आवश्यकता होगी, जिससे उसमें पर्याप्त निवेश की आवश्यकता होगी।

vi) विकास और विस्तार

व्यवसाय की मात्रा में वृद्धि और विस्तार के परिणामस्वरूप कार्यशील पूंजी की आवश्यकता में वृद्धि होती है। जैसे-जैसे कोई व्यवसाय बढ़ता और विस्तारित होता है, उसे बड़ी मात्रा में कार्यशील पूंजी की आवश्यकता होती है। आम तौर पर, व्यावसायिक गतिविधियों में वृद्धि से पहले बढ़ी हुई कार्यशील पूंजी निधि की आवश्यकता होती है।

vii) मूल्य स्तर में परिवर्तन

आम तौर पर, बढ़ते मूल्य स्तर के लिए कार्यशील पूंजी में अधिक निवेश की आवश्यकता होती है। बढ़ती कीमतों के साथ, मौजूदा परिसंपत्तियों के समान स्तर पर निवेश में वृद्धि की आवश्यकता है।

viii) विनिर्माण चक्र

विनिर्माण चक्र कच्चे माल की खरीद से शुरू होता है और तैयार माल के उत्पादन के साथ पूरा होता है। यदि विनिर्माण चक्र में लंबी अवधि शामिल है, तो कार्यशील पूंजी की आवश्यकता अधिक होगी।

किसी व्यवसाय की सफलता के लिए कार्यशील पूंजी बहुत आवश्यक है और इसलिए, कुशल प्रबंधन और नियंत्रण की आवश्यकता है। कार्यशील पूंजी के प्रत्येक घटक को लाभ को अनुकूलित करने के लिए उचित प्रबंधन की आवश्यकता होती है।

6.2 इन्वेंट्री प्रबंधन (Inventory Management)

इन्वेंट्री में सभी प्रकार के स्टॉक शामिल हैं। प्रभावी कार्यशील पूंजी प्रबंधन के लिए, इन्वेंट्री को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने की आवश्यकता है। इन्वेंट्री का स्तर ऐसा होना चाहिए कि इन्वेंट्री को ऑर्डर करने और रखने की कुल लागत कम से कम हो। साथ ही, स्टॉक आउट लागत को भी कम किया जाना चाहिए। इसलिए, व्यवसाय को न्यूनतम सुरक्षा स्टॉक स्तर, पुनः ऑर्डर स्तर और ऑर्डर मात्रा तय करनी चाहिए ताकि इन्वेंट्री लागत कम हो और इसका प्रबंधन कुशल हो सके।

6.3 विपणन प्रबंधन (Marketing Management)

एक उत्पादन प्रक्रिया तभी सार्थक होती है जब वह ऐसे उत्पादों का उत्पादन करती है जो बाजार की आवश्यकता की पूर्ति करते हों। कई छोटे उद्यमी गुणवत्तापूर्ण उत्पाद तैयार करते हैं, लेकिन बाजार और विपणन प्रबंधन की खराब समझ के कारण इसे बेचने में असमर्थ होते हैं। अधिकांश लोग मार्केटिंग और बिक्री को एक ही मानते हैं और इसलिए उन्हें गंभीर परिणामों का सामना करना पड़ता है। हालाँकि, तथ्य यह है कि यह सबसे महत्वपूर्ण क्षेत्रों में से एक है जिसमें उद्यमियों को महारत हासिल करनी चाहिए। आपको अपने बाजार को समझने और उसके अनुसार अपनी मार्केटिंग रणनीतियाँ तैयार करने की क्षमता विकसित करनी चाहिए। आपको यह आकलन करने में सक्षम होना चाहिए कि आपका उत्पाद कौन खरीदेगा और क्यों; और आपके प्रतिस्पर्धी और उनकी रणनीतियाँ भी।

विपणन की अवधारणा (Concept of Marketing):

अधिकांश लोग सोचते हैं कि मार्केटिंग का अर्थ पैसे के बदले में वस्तुओं और सेवाओं को बेचना और खरीदना है। यह बहुत ही संकीर्ण दृष्टिकोण है। मार्केटिंग के तीन प्रमुख पहलू हैं। पहला है उत्पादन-संचालित दृष्टिकोण जहां जो कुछ भी उत्पादित होता है उसे बेचने पर जोर दिया जाता है। यह सामान की

कमी के दौरान काम करता है। और यहां निर्माता का मुख्य कार्य उपलब्ध वस्तुओं को किफायती कीमतों पर बेचना है। अधिकांश छोटे और सूक्ष्म उद्यम इस दृष्टिकोण का पालन करते हैं। दूसरा बिक्री-संचालित दृष्टिकोण है जो ग्राहकों को आपका उत्पाद खरीदने के लिए मनाने के लिए व्यक्तिगत बिक्री और विज्ञापन के इर्द-गिर्द घूमता है। यह दृष्टिकोण तब अपनाया जाता है जब बाजार में आपूर्ति प्रचुर मात्रा में हो। अंतिम उपभोक्ता-संचालित दृष्टिकोण है, जो गुणवत्ता, रूप, सौंदर्यशास्त्र, कीमतों और बिक्री के बाद की सेवा के मामले में ग्राहकों की अपेक्षाओं को पूरा करके बिक्री को बढ़ावा देने पर केंद्रित है। पहले के दो दृष्टिकोण जहां सामान को विशेष रूप से तैयार किया जाता है, वे निर्माता-उन्मुख हैं और संतोषजनक ढंग से काम नहीं कर सकते हैं क्योंकि उन्हें उत्पादन शुरू करने से पहले उपभोक्ता के व्यवहार, प्राथमिकताओं, स्वाद और जरूरतों की उचित समझ की आवश्यकता होती है।

6.4 बाजार मूल्यांकन (Market Assessment):

सबसे पहले, आपको अपने प्रस्तावित उत्पाद की मांग जानने की जरूरत है और इसके लिए बाजार मूल्यांकन की आवश्यकता है। इसके साथ, आपको एक परिभाषित विपणन कार्यक्रम के तहत एक परिभाषित भौगोलिक क्षेत्र और समय-सीमा में एक परिभाषित ग्राहक-आधार द्वारा खरीदी गई मात्रा का पता चल जाएगा। किसी निश्चित कीमत पर खरीदी गई औसत मात्रा से खरीदारों की संख्या को गुणा करके बाजार की मांग का अनुमान लगाया जा सकता है। हालांकि छोटे उद्यमियों के लिए इसका पता लगाना मुश्किल हो सकता है, फिर भी वे एक त्वरित सर्वेक्षण कर सकते हैं यदि बाजार आम तौर पर स्थानीय या क्षेत्रीय है।

बाजार विभाजन (Market Segmentation):

इससे आपको अपने खरीदारों की पहचान करने में मदद मिलती है। यह एक ऐसी प्रक्रिया है जो विभिन्न ग्राहक समूहों की बुनियादी विशेषताओं में अंतर की पहचान करती है, और इस प्रकार एक प्रभावी विपणन रणनीति तैयार करने में मदद करती है। विभाजन ग्रामीण और शहरी, युवा-बूढ़े, विवाहित-अविवाहित, शिक्षित-अशिक्षित, अमीर-गरीब आदि जैसे उपभोक्ताओं को वर्गीकृत करके और उनकी जरूरतों और मांग पैटर्न का विश्लेषण करके किया जा सकता है।

बाजार लक्ष्यीकरण (Market Targeting) :

बाजार विभाजन करने के बाद, आपको अपना लक्ष्य समूह तय करना चाहिए। बाजार में सभी ग्राहक समूहों की अपेक्षाओं को पूरा करना आम तौर पर संभव नहीं है। इसलिए, आपको एक विशिष्ट सेगमेंट पर ध्यान केंद्रित करने की आवश्यकता होगी। यदि आप सोचते हैं कि आप सभी वर्गों की अपेक्षाओं को पूरा कर सकते हैं तो आप बड़ी भूल करेंगे। यदि आप सभी वर्गों को पूरा करने का प्रयास करते हैं तो आपको बड़ी विफलता का जोखिम उठाना पड़ सकता है और इसलिए, आपको सफल होने के लिए विशेषज्ञ होना चाहिए। प्रचार रणनीतियाँ, बुनियादी ढाँचा और जनशक्ति संसाधन लक्ष्यों के साथ बहुत भिन्न होंगे। लक्ष्य तय करने के बाद, आप सफल मार्केटिंग के लिए रणनीति तैयार कर सकते हैं।

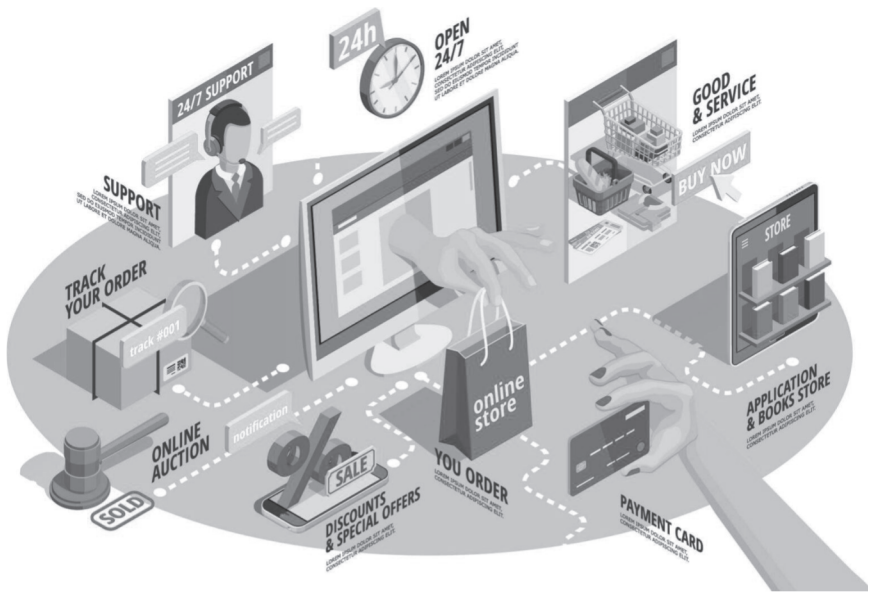
6.5 मार्केटिंग मिक्स (Marketing Mix):

मार्केटिंग मिक्स वह उपकरण है जिसके द्वारा आप रणनीतिक रूप से खुद को बाजार में स्थापित कर सकते हैं। आपकी स्थिति इस बात पर निर्भर करेगी कि किसी विशेष ग्राहक समूह के लिए आकर्षण के मामले में आपका उत्पाद दूसरों से कितना अलग होगा। इसमें उत्पाद की विशेषताएं, प्रदर्शन गुणवत्ता, स्थायित्व, विश्वसनीयता, शैली, डिजाइन, पुनः प्रयोज्यता आदि शामिल हो सकते हैं। इन कारकों को लोकप्रिय रूप से विपणन के 4 'पी' के रूप में जाना जाता है:



7. ई-कॉमर्स (E-Commerce):

ई-कॉमर्स, या "इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स," एक ऑनलाइन मंच पर उत्पादों या सेवाओं की खरीद और बिक्री है। इसमें उत्पादों या सेवाओं की जानकारी, खरीदने और डिजिटल बैंकिंग का उपयोग करके भुगतान करने की प्रक्रिया शामिल है। ई-कॉमर्स शब्द उत्पादों और सेवाओं तक ही सीमित नहीं है। यह धन, निधि और डेटा के हस्तांतरण जैसे लेन-देन भी शामिल हैं।



ई अलग प्रकार-कॉमर्स मॉडल के अलग-

- व्यवसाय-से-उपभोक्ता (B2C): इस मॉडल में, व्यवसाय इंटरनेट पर व्यक्तिगत उपभोक्ताओं को सीधे उत्पाद और सेवाएँ बेचते हैं। B2C ई कॉमर्स के उदाहरणों में-Amazon, eBay और Walmart जैसी ऑनलाइन शॉपिंग वेबसाइटें शामिल हैं।
- बिजनेस-टू-बिजनेस (B2B): इस मॉडल में व्यवसाय इंटरनेट पर अन्य व्यवसायों को उत्पाद और सेवाएँ बेचते हैं। B2B ईकॉमर्स के उदाहरणों में अलीबाबा जैसी कंपनियाँ शामिल हैं, जो निर्माताओं और थोक विक्रेताओं को खुदरा विक्रेताओं और वितरकों से जोड़ती हैं।
- उपभोक्ता-से-उपभोक्ता (C2C): इस मॉडल में, व्यक्तिगत उपभोक्ता इंटरनेट पर अन्य उपभोक्ताओं को उत्पाद और सेवाएँ बेचते हैं। C2C ई कॉमर्स के उदाहरणों में-Etsy जैसे ऑनलाइन मार्केटप्लेस शामिल हैं, जहाँ व्यक्ति अन्य उपभोक्ताओं को हस्तनिर्मित सामान बेच सकते हैं।
- कंज्यूमर-टू-बिजनेस (C2B): इस मॉडल में, व्यक्ति इंटरनेट पर व्यवसायों को उत्पाद और सेवाएँ बेचते हैं। C2B ई कॉमर्स के उदाहरणों में-Upwork और Fiverr जैसी फ्रीलांस वेबसाइटें शामिल हैं, जहाँ व्यक्ति व्यवसायों को अपनी सेवाएँ प्रदान कर सकते हैं।

व्यापार - ग्राहक (B2C)

ईकॉमर्स बी2सी (व्यापार-से-उपभोक्ता) मॉडल एक प्रकार के ऑनलाइन व्यापार को संदर्भित करता है जहां कंपनियां इंटरनेट पर व्यक्तिगत ग्राहकों को सीधे उत्पाद या सेवाएं बेचती हैं। इस मॉडल में, व्यवसाय आमतौर पर एक ऑनलाइन स्टोर या मार्केटप्लेस संचालित करते हैं जहां ग्राहक उत्पादों या सेवाओं को ब्राउज़ और खरीद सकते हैं, भुगतान कर सकते हैं और डिलीवरी प्राप्त कर सकते हैं।



भारत में कई जानी-मानी ई-कॉमर्स कंपनियां बी2सी मॉडल पर काम कर रही हैं। भारत में कुछ सबसे लोकप्रिय ईकॉमर्स व्यवसाय हैं:

1. **Amazon India** - अमेरिका स्थित Amazon.com की एक सहायक कंपनी है, जो इलेक्ट्रॉनिक्स, फैशन, किताबें, और बहुत कुछ सहित उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला पेश करती है।
2. **Flipkart** - एक भारतीय ईकॉमर्स कंपनी जिसे में वॉलमार्ट द्वारा अधिग्रहित किया गया था। 2018 यह इलेक्ट्रॉनिक्स, फैशन, घरेलू उपकरणों और अन्य सहित विभिन्न प्रकार के उत्पाद पेश करती है।
3. **Snapdeal** - एक भारतीय ईकॉमर्स कंपनी जो इलेक्ट्रॉनिक्स, फैशन और घरेलू उपकरणों सहित उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला पेश करती है।
4. **Myntra** - एक भारतीय फैशन ईकॉमर्स कंपनी जिसे में फ्लिपकार्ट द्वारा अधिग्रहित किया 2014 गया था। यह कपड़े, जूते और सामान जैसे विभिन्न प्रकार के फैशन उत्पाद पेश करती है।
5. **Jabong** - एक भारतीय फैशन ईकॉमर्स कंपनी है जिसे में फ्लिपकार्ट द्वारा अधिग्रहित किया 2016 गया था। यह कपड़े, जूते और सामान जैसे विभिन्न प्रकार के फैशन उत्पाद पेश करती है।

6. **Paytm Mall-** एक भारतीय ईकॉमर्स कंपनी जो लोकप्रिय डिजिटल भुगतान प्लेटफॉर्म पेटीएम की सहायक कंपनी है। यह इलेक्ट्रॉनिक्स, फैशन और घरेलू उपकरणों सहित उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला पेश करता है।

इन कंपनियों ने ऑनलाइन उत्पादों को खरीदने के लिए एक सुविधाजनक, परेशानी मुक्त और सुरक्षित तरीका प्रदान करके लोगों के खरीदारी करने के तरीके में क्रांति ला दी है।

7.1 ऑनलाइन उत्पाद बेचने के लिए कुछ प्रकार के B2C ई-कॉमर्स मॉडल (Some Types of B2C E-Commerce Models for Selling Products Online):

● मार्केटप्लेस ईकॉमर्स

मार्केटप्लेस ईकॉमर्स एक प्रकार के ईकॉमर्स को संदर्भित करता है जहां कई विक्रेता एक सामान्य ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के माध्यम से अपने उत्पादों या सेवाओं की पेशकश करते हैं। मार्केटप्लेस खरीदारों और विक्रेताओं को जोड़ता है, ग्राहकों को विभिन्न विक्रेताओं से उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला ब्राउज़ करने और खरीदने के लिए एक केंद्रीकृत स्थान प्रदान करता है।



मार्केटप्लेस ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म कई अलग-अलग रूप ले सकते हैं-, सामान्य मार्केटप्लेस जैसे अमेज़न और ईबे से, जो उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला की पेशकश करते हैं, ईटीसी जैसे आला मार्केटप्लेस जो उत्पादों की एक विशिष्ट श्रेणी को पूरा करते हैं।

● सोशल मीडिया ईकॉमर्स

सोशल मीडिया ईकॉमर्स का तात्पर्य फेसबुक, इंस्टाग्राम और पिंटरेस्ट जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से सीधे उत्पादों या सेवाओं को बेचने की प्रथा से है। सोशल मीडिया ईकॉमर्स के साथ-, व्यवसाय

ग्राहकों तक पहुंच सकते हैं जहां वे अपना काफी समय ऑनलाइन बिताते हैं और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के भीतर एक सहज खरीदारी अनुभव प्रदान करते हैं।



सोशल मीडिया ईकॉमर्स में आमतौर पर सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर एक स्टोर स्थापित करना या मौजूदा सोशल मीडिया उपस्थिति में ईकॉमर्स कार्यक्षमता को एकीकृत करना शामिल है। यह व्यवसायों को सीधे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के भीतर उत्पादों को प्रदर्शित करने, प्रचार की पेशकश करने और लेनदेन की प्रक्रिया करने की अनुमति देता है।

- **वेबसाइट ईकॉमर्स**

वेबसाइट ईकॉमर्स एक समर्पित ईकॉमर्स वेबसाइट के माध्यम से सीधे उत्पादों या सेवाओं को बेचने की प्रथा को संदर्भित करता है। वेबसाइट ईकॉमर्स के साथ-, व्यवसाय उत्पादों को प्रदर्शित करने, लेन देन की-प्रक्रिया करने और ऑर्डर पूर्ति और ग्राहक सहायता को संभालने के लिए एक ऑनलाइन स्टोर

वेबसाइट ईकॉमर्स में आमतौर पर एक ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म के साथ एक वेबसाइट स्थापित करना या मौजूदा वेबसाइट में ईकॉमर्स कार्यक्षमता को एकीकृत करना शामिल है। यह व्यवसायों को एक ब्रांडेड ऑनलाइन स्टोर बनाने, उपयोगकर्ता अनुभव को अनुकूलित करने और उत्पादों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला पेश करने की अनुमति देता है।

- **ड्रॉपशीपिंग ईकॉमर्स**

ड्रॉपशीपिंग ईकॉमर्स एक प्रकार का ईकॉमर्स है जहां विक्रेता के पास इन्वेंट्री नहीं होती है या उत्पादों की शिपिंग को संभालता नहीं है। इसके बजाय, विक्रेता एक आपूर्तिकर्ता या निर्माता के साथ साझेदारी करता है जो इन्वेंट्री रखता है और विक्रेता की ओर से उत्पादों को सीधे ग्राहक को भेजता है।

ड्रॉपशीपिंग ईकॉमर्स के साथ-, विक्रेता आमतौर पर एक ऑनलाइन स्टोर या बाजार स्थापित करता है और बिक्री के लिए उत्पादों को सूचीबद्ध करता है। जब कोई ग्राहक कोई आदेश देता है, तो विक्रेता आपूर्तिकर्ता को आदेश विवरण अग्रपिठ करता है, जो तब उत्पाद को सीधे ग्राहक को भेज देता है।

7.2 ई-कॉमर्स मार्केटप्लेस बिजनेस मॉडल (E-Commerce Marketplace

Business Model):

एक ई कॉमर्स मार्केटप्लेस बिजनेस मॉडल के साथ एक ऑनलाइन उत्पाद बिक्री व्यवसाय शुरू करना- बड़े दर्शकों तक पहुंचने और मार्केटप्लेस के मार्केटिंग और प्रचार प्रयासों का लाभ उठाने का एक शानदार तरीका हो सकता है। आरंभ करने के लिए यहां कुछ चरण दिए गए हैं:

- **शोध करें और मार्केटप्लेस प्लेटफॉर्म का चयन करें:** कई अलग अलग मार्केटप्लेस प्लेटफॉर्म- उपलब्ध हैं, जिनमें से प्रत्येक की अपनी ताकत और कमजोरियां हैं। विभिन्न विकल्पों पर शोध करें और एक ऐसा प्लेटफॉर्म चुनें जो आपके व्यावसायिक लक्ष्यों और लक्षित दर्शकों के साथ संरेखित हो।
- **अपना उत्पाद आला निर्धारित करें:** यह तय करें कि आप किस प्रकार के उत्पादों को बेचना चाहते हैं और एक आला की पहचान करें जो आपको प्रतियोगिता से बाहर खड़े होने में मदद करेगा।
- **स्रोत उत्पाद और आपूर्तिकर्ता:** विश्वसनीय आपूर्तिकर्ता खोजें जो प्रतिस्पर्धी कीमतों पर उच्च गुणवत्ता वाले उत्पाद प्रदान कर सकें। अप्रुंटेड इन्वेंट्री लागत को कम करने के लिए ड्रापशीपिंग या अन्य तरीकों का उपयोग करने पर विचार करें।
- **अपना स्टोर सेट करें:** मार्केटप्लेस प्लेटफॉर्म के भीतर एक स्टोर बनाएं और इसे ब्रांडिंग और डिजाइन तत्वों के साथ कस्टमाइज़ करें जो आपके उत्पाद के साथ संरेखित हों।
- **अपने उत्पादों की सूची बनाएं** उच्च गुणवत्ता वाली छवियों और विस्तृत विवरणों के साथ : आकर्षक उत्पाद सूची बनाएं जो आपके उत्पादों की अनूठी विशेषताओं और लाभों को उजागर करें।
- **खोज के लिए अनुकूलित करें:** अपनी उत्पाद प्रविष्टियों को खोज परिणामों में उच्च रैंक देने और अधिक ट्रैफिक आकर्षित करने में मदद करने के लिए कीवर्ड अनुसंधान और अन्य एसईओ रणनीतियों का उपयोग करें।
- **अपने स्टोर का प्रचार करें:** अपने स्टोर पर ट्रैफिक लाने और बिक्री बढ़ाने के लिए मार्केटप्लेस प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध मार्केटिंग और प्रचार टूल के साथ साथ सोशल मीडिया और अन्य चैनलों का- लाभ उठाएं।
- **उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करें:** तेजी से और विश्वसनीय शिपिंग, उत्तरदायी ग्राहक सहायता और परेशानी मुक्त वापसी नीति की पेशकश करके एक सकारात्मक ग्राहक अनुभव प्रदान करने पर ध्यान दें।

7.3 मार्केटप्लेस पर बिक्री शुरू करने के लिए आवश्यक दस्तावेज (Documents

Required to Start Selling on Marketplace):

- **व्यवसाय पंजीकरण दस्तावेज:** इसमें आपका व्यवसाय पंजीकरण प्रमाणपत्र, कर पंजीकरण प्रमाणपत्र और आपके व्यवसाय से संबंधित अन्य कानूनी दस्तावेज शामिल हो सकते हैं।

- **बैंक खाते की जानकारी:** आपको खाता संख्या और IFSC कोड सहित अपने व्यावसायिक बैंक खाते के बारे में जानकारी देनी होगी।
- **GST पंजीकरण:** यदि आप भारत में उत्पाद बेच रहे हैं, तो आपको GST के लिए पंजीकरण करना होगा और अपना GST पंजीकरण नंबर प्रदान करना होगा।
- **उत्पाद जानकारी:** आपको उन उत्पादों के बारे में विस्तृत जानकारी प्रदान करनी होगी जो आप बेच रहे हैं, जिसमें विवरण, चित्र और मूल्य निर्धारण जानकारी शामिल है।
- **शिपिंग और वापसी नीति:** आपको एक स्पष्ट शिपिंग और वापसी नीति प्रदान करने की आवश्यकता होगी जो आपकी शिपिंग दरों, वितरण समय और वापसी वापसी नीति को रेखांकित करती/हो।
- **पहचान और पते का प्रमाण:** आपको व्यक्तिगत पहचान दस्तावेज, जैसे कि पासपोर्ट या आधार कार्ड, साथ ही पते का प्रमाण, जैसे उपयोगिता बिल या किराये का समझौता प्रदान करने की आवश्यकता होगी।

पंजीकरण की प्रक्रिया

फिलिपकार्ट या अमेज़ॉन जैसे ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म पर पंजीकरण और बिक्री शुरू करने के लिए-, इन सामान्य चरणों का पालन करें:

- **सेलर अकाउंट बनाएं:** ई कॉमर्स प्लेटफॉर्म के सेलर रजिस्ट्रेशन पेज पर जाएं और सेलर अकाउंट-बनाएं। आवश्यक विवरण जैसे नाम, पता, फोन नंबर, ईमेल आईडी आदि भरें।
- **व्यवसाय विवरण प्रदान करें:** व्यवसाय विवरण भरें जैसे कि व्यवसाय का प्रकार, व्यवसाय का नाम, कर पंजीकरण विवरण और बैंक खाता विवरण। आपको जीएसटी प्रमाणपत्र, पैन कार्ड और रद्द किए गए चेक जैसे दस्तावेज भी जमा करने पड़ सकते हैं।
- **उत्पाद सूची:** आपका विक्रेता खाता बन जाने के बाद, आप अपने उत्पादों को सूचीबद्ध करना शुरू कर सकते हैं। उत्पाद विवरण जैसे उत्पाद का नाम, विवरण, मूल्य और चित्र प्रदान करें।
- **सत्यापन:** ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म आपके विक्रेता खाते को मंजूरी देने से पहले आपके खाते के विवरण और व्यवसाय के विवरण को सत्यापित कर सकता है। इसमें आपका फ़ोन नंबर, ईमेल आईडी और बैंक खाता विवरण सत्यापित करना शामिल हो सकता है।
- **बेचना शुरू करें:** एक बार आपका खाता स्वीकृत हो जाने के बाद, आप अपने उत्पादों को बेचना शुरू कर सकते हैं। आपको अपनी इन्वेंट्री को प्रबंधित करने, ऑर्डर प्रोसेस करने और ग्राहक सहायता को संभालने की आवश्यकता हो सकती है।

नोट: विशिष्ट पंजीकरण प्रक्रिया और आवश्यकताएं ई क्षेत्र के आधार/कॉमर्स प्लेटफॉर्म और आपके देश-पर भिन्न हो सकती हैं। प्लेटफॉर्म के विक्रेता पंजीकरण पृष्ठ की जाँच करने और दिशानिर्देशों को ध्यान से पढ़ने की अनुशंसा की जाती है।

7.4 मार्केटप्लेस पर व्यवसाय चलाने के लिए आवश्यक कौशल (Skills Required to Run a Business on the Marketplace):

ई कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर एक सफल व्यवसाय चलाने के लिए विभिन्न कौशलों के संयोजन की आवश्यकता होती है। इन प्लेटफॉर्मों पर व्यवसाय चलाने के लिए आवश्यक कुछ महत्वपूर्ण कौशल यहां दिए गए हैं:

उत्पाद चयन: ई कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर अच्छी बिक्री करने वाले सही उत्पादों की पहचान करना महत्वपूर्ण है। इसमें बाजार अनुसंधान करना, ग्राहकों की मांग का विश्लेषण करना और बाजार में अंतराल की पहचान करना शामिल है।

इन्वेंट्री प्रबंधन: यह सुनिश्चित करने के लिए प्रभावी इन्वेंट्री प्रबंधन आवश्यक है कि ग्राहकों की मांग को पूरा करने के लिए आपके पास अपने उत्पादों का पर्याप्त स्टॉक हो। इसमें इन्वेंट्री के स्तर की निगरानी करना, मांग की भविष्यवाणी करना और इन्वेंट्री को कुशलता से ऑर्डर करना और स्टोर करना शामिल है।

विपणन और प्रचार: प्रतिस्पर्धा से अलग दिखने के लिए, आपको आकर्षक उत्पाद सूची बनाने, खोजशब्दों का अनुकूलन करने और अपने उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए विभिन्न विपणन रणनीतियों का उपयोग करने की आवश्यकता है।

ग्राहक सेवा: एक वफादार ग्राहक आधार बनाने के लिए उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करना महत्वपूर्ण है। इसमें ग्राहकों के प्रश्नों का तुरंत जवाब देना, रिटर्न और रिफंड को कुशलता से संभालना और ग्राहकों की शिकायतों को संतोषजनक ढंग से हल करना शामिल है।

एनालिटिक्स और डेटा विश्लेषण: ई कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर आपके व्यवसाय के प्रदर्शन को समझने के लिए डेटा और मैट्रिक्स का विश्लेषण करना महत्वपूर्ण है। इसमें सुधार और विकास के अवसरों के

वित्तीय प्रबंधन: नकदी प्रवाह, व्यय और करों का प्रबंधन करने के लिए प्रभावी वित्तीय प्रबंधन कौशल आवश्यक हैं। इसमें मूल्य निर्धारण रणनीतियों को स्थापित करना, खर्चों का प्रबंधन करना और सटीक वित्तीय रिकॉर्ड रखना शामिल है।

अनुकूलनशीलता और लचीलापन: ई कॉमर्स-प्लेटफॉर्म लगातार विकसित हो रहे हैं, और बदलते परिदृश्य के साथ तालमेल बिठाने के लिए आपको अनुकूलनीय और लचीला होना चाहिए। इसमें नवीनतम रुझानों, तकनीकों और बाजार की स्थितियों के साथ अप डेट रहना और आवश्यकता पड़ने पर अपनी-टू-व्यावसायिक रणनीति में बदलाव करने के लिए तैयार रहना शामिल है।

8. सरकारी योजनाएँ (Government Schemes):

8.1 नए उद्यमियों के लिये भारत सरकार की योजनाएँ (Government of India Schemes for New Entrepreneurs):

एस्पायर - नवाचार, ग्रामीण उद्योग और उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए एक योजना

यह योजना उद्यमिता में तेजी लाने और कृषि-व्यवसाय उद्योग में अधूरी सामाजिक जरूरतों के लिए नवाचारों को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से पूरे भारत में प्रौद्योगिकी केंद्रों और ऊष्मायन केंद्रों का एक नेटवर्क स्थापित करने के लिए पेश किया गया था। यह आजीविका व्यवसाय इन्क्यूबेटर्स और/या प्रौद्योगिकी व्यवसाय इन्क्यूबेटर्स की स्थापना के लिए संयंत्र और मशीनरी की लागत का 100% (सौ प्रतिशत) (भूमि और बुनियादी ढांचे के अलावा) या 100 रुपये तक की राशि के एकमुश्त अनुदान के माध्यम से वित्तीय सहायता प्रदान करता है। (भारतीय रुपया सौ) लाख, जो भी कम हो।

भारत में, आबादी का एक बड़ा हिस्सा अभी भी अपनी आजीविका के लिए कृषि पर निर्भर है और बड़ी संख्या में भारतीय ग्रामीण क्षेत्रों में रहते हैं। यूं तो कृषि उद्योग में रोजगार पैदा करने और उद्यम स्थापित करने के उद्देश्य से यह योजना शुरू की गई थी। यह उद्यमियों को अपना स्वयं का व्यवसाय स्थापित करने, नियोजित के रूप में उभरने और अपनी आत्मनिर्भरता सुनिश्चित करने के लिए ज्ञान प्रदान करता है। इस कार्यक्रम का उद्देश्य जिला-स्तरीय आर्थिक विकास को जमीनी स्तर से बढ़ावा देना है।

प्रधानमंत्री मुद्रा योजना (Pradhan Mantri Mudra Yojana)

यह योजना, माइक्रो यूनियट्स डेवलपमेंट एंड रिफाइनंस एजेंसी लिमिटेड ("मुद्रा") एक गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनी है जो भारत में सूक्ष्म उद्यम क्षेत्र के विकास का समर्थन करती है। MUDRA ने उन सूक्ष्म इकाइयों को ऋण देने के लिए बैंकों और/या माइक्रोफाइनेंस संस्थानों को पुनर्वित्त सहायता प्रदान की, जिन्हें 10 लाख रुपये (भारतीय रुपये दस) लाख तक की ऋण आवश्यकता है।

ऋणों को विकास के चरण, धन की जरूरतों और व्यवसाय की उम्र और इन व्यवसायों द्वारा प्राप्त किए जा सकने वाले ऋण की राशि के आधार पर तरुण, किशोर और शिशु की श्रेणियों में विभाजित किया गया है। इन संपत्तियों के लिए कोई संपार्श्विक सुरक्षा नहीं है और छोटे व्यवसायों को 10 लाख रुपये (भारतीय रुपये दस) तक का ऋण प्रदान किया जा सकता है जो गैर-कॉर्पोरेट और गैर-कृषि सूक्ष्म या लघु उद्यम हैं।

यह ऋण विभिन्न गतिविधियों के लिए दिया जाता है जो आय सृजन और रोजगार सृजन प्रदान करते हैं। यह ज्यादातर सड़क विक्रेताओं, स्टोर मालिकों, व्यापारियों और अन्य सेवा प्रदाताओं को पेश किया जाता है। इसके अतिरिक्त, कार्यशील पूंजी, यात्रा वाहन और कार्यशील पूंजी ऋण की पेशकश की जाती है। इस प्रकार, यह एक अनूठी योजना है जो भारतीय उद्यमियों को सशक्त बनाने के लिए तैयार की गई है।

इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी में अंतर्राष्ट्रीय पेटेंट संरक्षण के लिए समर्थन (SIP-EIT)

एसआईपी-ईआईटी योजना अंतर्राष्ट्रीय पेटेंट दाखिल करने के लिए भारत में प्रौद्योगिकी स्टार्टअप और सूक्ष्म लघु और मध्यम उद्यमों ("MSME") को सरकारी धन उपलब्ध कराने के उद्देश्य से इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी विभाग ("DeiTY") द्वारा लॉन्च किया गया था। यह नवाचार को प्रोत्साहित करता है, ब्रांड पहचान बनाता है, और वैश्विक बौद्धिक संपदा संरक्षण के महत्व और क्षमता को पहचानता है।

सूचना संचार प्रौद्योगिकी और इलेक्ट्रॉनिक्स क्षेत्र को वित्तीय सहायता प्रदान की जाती है। पात्र संस्थाएं अंतर्राष्ट्रीय पेटेंट दाखिल करने की प्रक्रिया के किसी भी चरण में इस योजना के लिए आवेदन कर सकती हैं। प्रतिपूर्ति सीमा या तो आवेदन दाखिल करने और प्रसंस्करण के दौरान किए गए कुल खर्च का 50% (पचास प्रतिशत), या प्रत्येक आविष्कार के लिए 15 लाख रुपये (भारतीय रुपये पंद्रह) लाख, जो भी कम हो, निर्धारित की गई है।

गुणक अनुदान योजना (एमजीएस)(Multiplier Grant Scheme (MGS))

यह योजना पैकेज और उत्पादों के विकास के लिए प्रमुख शैक्षणिक और सरकारी अनुसंधान एवं विकास संस्थानों के साथ सहयोग करने के लिए उद्योगों को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से डीईआईटीवाई द्वारा फिर से लॉन्च किया गया था। इससे उद्योगों और संस्थानों के बीच संबंध मजबूत होंगे स्वदेशी उत्पादों और पैकेजों के विकास में तेजी आएगी और अवधारणा के प्रमाण और वैश्वीकरण के बीच अंतर को पाट दिया जाएगा।

इस योजना के तहत, यदि कोई उद्योग व्यावसायीकरण में सक्षम उत्पादों के अनुसंधान एवं विकास का समर्थन करता है, तो सरकार उस उद्योग द्वारा प्रदान की गई राशि से दोगुनी तक धनराशि प्रदान करेगी। किसी व्यक्तिगत उद्योग के लिए अनुदान राशि प्रति परियोजना 2 (दो) करोड़ तक सीमित है और प्रत्येक परियोजना की पसंदीदा अवधि 2 (दो) वर्ष से कम है। उद्योगों के एक संघ के लिए, दी गई सीमा 3 (तीन) वर्ष की अवधि के साथ 4 (चार) करोड़ है।

सूक्ष्म और लघु उद्यमों के लिए क्रेडिट गारंटी फंड ट्रस्ट (सीजीटीएमएसई)(Credit Guarantee Fund Trust for Micro and Small Enterprises (CGTMSE))

सूक्ष्म और लघु उद्यमों ("एमएसई") के लिए क्रेडिट गारंटी फंड योजना को लागू करने के लिए, एमएसएमई मंत्रालय, भारत सरकार और भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक ("सिडबी") ने इसकी स्थापना की। सूक्ष्म

और लघु उद्यमों के लिए क्रेडिट गारंटी फंड ट्रस्ट(सीजीटीएमएसई)। यह योजना ऋण वितरण प्रणाली को मजबूत करती है और एमएसई क्षेत्र में ऋण के प्रवाह को सुविधाजनक बनाती है।

यह स्टार्टअप्स, लघु उद्योगों और सूक्ष्म स्तर के व्यवसायों को अत्यधिक रियायती दरों पर और शून्य संपार्श्विक के साथ ऋण प्रदान करता है। इस योजना में रुपये तक की फंड और गैर-फंड-आधारित क्रेडिट सुविधाएं शामिल हैं। प्रत्येक पात्र उधारकर्ता के लिए 200 लाख और धनराशि सिडबी द्वारा वितरित की जाती है। यह योजना मुख्य रूप से सेवा या विनिर्माण व्यवसायों के लिए है और ऋण का लाभ सावधि ऋण या कार्यशील पूंजी के रूप में लिया जा सकता है।

एकल बिंदु पंजीकरण योजना (एसपीआरएस)(Single Point Registration Scheme (SPRS))

एसपीआरएसएमएसई को समर्थन देने के लिए राष्ट्रीय लघु उद्योग निगम (एनएसआईसी) द्वारा प्रबंधित एक विकासात्मक योजना है। निस्संदेह, भारत सरकार वस्तुओं की एक बड़ी श्रृंखला की अकेली सबसे बड़ी खरीदार है। इस योजना के पीछे का उद्देश्य लघु उद्योग क्षेत्र से खरीदारी की संख्या को बढ़ाना था। इस योजना को चुनकर, एनएसआईसी किसी भी बयाना राशि जमा (ईएमडी) के बिना सरकारी खरीद में भागीदारी के लिए पात्र एमएसई को पंजीकृत करता है, जो परियोजना में उनकी गंभीरता सुनिश्चित करने के लिए सुरक्षा जमा के रूप में बोली लगाने वालों से बोली लगाने से पहले ली गई धनराशि है।

इस प्रकार, एसपीआरएस के तहत, एनएसआईसी पंजीकरण वाले एमएसई को ईएमडी का भुगतान करने से छूट दी जाएगी। इसके अतिरिक्त लाभों में निविदा भागीदारी, निःशुल्क निविदा और एमएसई से खरीद में लाभ शामिल हैं। अतिरिक्त लाभ के रूप में, 358 (तीन सौ अट्टाईस) श्रेणियों के सामान विशेष रूप से एमएसई से खरीदे जाने के लिए आरक्षित हैं और सरकार ने केंद्रीय मंत्रालयों, विभागों द्वारा की जाने वाली कुल वार्षिक खरीद की 25% की न्यूनतम सीमा भी निर्धारित की है।

एक्स्ट्रा म्यूरल रिसर्च या कोर रिसर्च ग्रांट (सीआरजी)(Extramural Research or Core Research Grant (CRG))

सीआरजीइसे मूल रूप से एक्स्ट्रामुरल रिसर्च फंडिंग स्कीम नाम दिया गया था। इसे विज्ञान और इंजीनियरिंग अनुसंधान बोर्ड ("एसईआरबी") की स्थापना के बाद चार दशक से अधिक समय पहले लॉन्च किया गया था, लेकिन यह सबसे प्रासंगिक और उपयोगी योजनाओं में से एक बनी हुई है। सीआरजी का उद्देश्य अनुसंधान प्रयोगशालाओं, शैक्षणिक संस्थानों और अन्य अनुसंधान एवं विकास संगठनों को विज्ञान और इंजीनियरिंग के सभी अग्रणी क्षेत्रों में अनुसंधान करने में मदद करना है। इस प्रकार, यह आगामी और प्रतिष्ठित वैज्ञानिकों को अनुसंधान निधि की व्यक्तिगत-केंद्रित प्रतिस्पर्धी पद्धति के लिए प्रोत्साहित करता है।

उच्च जोखिम और उच्च पुरस्कार अनुसंधान (High Risk and High Reward Research)

यह योजना का उद्देश्य नए विचारों और प्रस्तावों को समर्थन देना और आमंत्रित करना है जो विज्ञान और प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में व्यापक प्रभाव डालने की क्षमता रखते हैं। यह उन प्रस्तावों पर जोर देता है जो नए और जोखिम भरे हैं, लेकिन सफल होने पर विज्ञान के क्षेत्र के लिए अत्यधिक फायदेमंद हो सकते हैं। ऐसे प्रस्तावों में सैद्धांतिक और प्रयोगात्मक प्रगति, मौजूदा परिकल्पनाओं के लिए चुनौतियाँ, वैज्ञानिक सफलताएं, किसी महत्वपूर्ण समस्या के लिए 'आउट ऑफ द बॉक्स' समाधान, या एक नई परिकल्पना का निर्माण शामिल हो सकता है जो नई प्रौद्योगिकियों को सामने लाती है।

इन परियोजनाओं के लिए कोई निर्धारित बजट सीमा नहीं है और अनुसंधान अनुदान में ओवरहेड अनुदान के अलावा उपभोग सामग्रियों, आकस्मिकताओं, उपकरण और यात्रा लागत को शामिल किया जाएगा। फंडिंग 3 (तीन) वर्षों के लिए प्रदान की जाती है जिसे असाधारण मामलों में 5 (पांच) वर्षों तक बढ़ाया जा सकता है।

डिजाइन क्लिनिक योजना (Design Clinic Scheme)

भारत सरकार ने किसी भी ब्रांड के विकास में नवाचार और डिजाइन के महत्व को पहचाना है और निर्णय लिया है कि प्रत्येक एमएसएमई और स्टार्टअप को अपने स्टार्टअप को बढ़ावा देने के लिए एक डिजाइन-केंद्रित दृष्टिकोण बनाना चाहिए। छोटे व्यवसायों को अपने सामानों के लिए नए और अभिनव डिजाइनों के साथ प्रयोग करने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए, एमएसएमई मंत्रालय ने इसकी स्थापना की डिजाइन क्लिनिक योजना चला रहे प्रशिक्षण और कौशल विकास के माध्यम से एक टिकाऊ डिजाइन इको सिस्टम बनाना।

इस योजना के तहत, सरकार डिजाइन पर सेमिनार में भाग लेने के लिए 60,000 रुपये (भारतीय रुपये साठ हजार) तक और सेमिनार की लागत का 3.75 लाख रुपये या 75% (पचहत्तर प्रतिशत) तक का विस्तार करेगी, जहां सेमिनार आयोजित किया जाता है। स्टार्टअप या एमएसएमई इस कार्यक्रम के आधार पर, यह उम्मीद की जाती है कि उद्यमियों और नेताओं को डिजाइन से संबंधित नवीनतम प्रथाओं और रुझानों के बारे में जानने, अन्य नवप्रवर्तकों और डिजाइनरों के साथ नेटवर्क बनाने, डिजाइन सिद्धांतों को सीखने और डिजाइनों का उपयोग करके अपने उत्पादों की स्थानीय प्रतिस्पर्धात्मकता बढ़ाने का अवसर मिलेगा।

जीरो डिफेक्ट जीरो इफेक्ट (जेडईडी) योजना (Zero Defect Zero Effect (ZED) Scheme)

जैसा कि नाम से पता चलता है, यह मिशन निर्माताओं को बेहतर उत्पाद बनाने, शून्य दोष और उच्च गुणवत्ता वाले उत्पाद बनाने के लिए प्रेरित करना चाहता है। यह एक हैंडहोल्डिंग योजना है जो एमएसएमई को विश्व स्तरीय विनिर्माण प्रक्रियाओं को अपनाने, नई तकनीक का उपयोग करने और अपने उत्पादों में लगातार सुधार करने का अवसर प्रदान करती है। यह योजना स्टार्टअप और एमएसएमई को उनके सामान में शून्य दोष सुनिश्चित करने के लिए उपकरण, प्रौद्योगिकी के साथ-साथ वित्तीय सहायता भी प्रदान करती है। ZED एक समग्र

प्रमाणीकरण भी प्रदान करता है, ZED के लिए उद्यमों का मूल्यांकन करता है, और योजना के परिपक्वता मूल्यांकन मॉडल पर चढ़ने में स्टार्टअप का समर्थन करता है।

8.2 नए उद्यमियों के लिये उत्तराखंड सरकार की योजनाएँ (Uttarakhand Government Schemes for New Entrepreneurs):

मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना (MSY)

प्रदेश के ऐसे उद्यमशील युवाओं, उत्तराखण्ड के ऐसे प्रवासियों, जो कोविड-19 के कारण उत्तराखण्ड राज्य में वापस आये हैं, कुशल एवं अकुशल दस्तकारों एवं हस्तशिल्पियों तथा शिक्षित शहरी व ग्रामीण बेरोजगारों आदि को अभिप्रेरित कर स्वयं के उद्योग / व्यवसाय की स्थापना हेतु प्रोत्साहित करने के लिए उद्यम, सेवा अथवा व्यवसाय की स्थापना हेतु राष्ट्रीयकृत / अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों, राज्य सहकारी बैंकों / क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों के माध्यम से ऋण सुविधा उपलब्ध कराये जाने के उद्देश्य से निम्नांकित मार्गदर्शक सिद्धान्तों के अधीन "मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना" संचालित की जा रही है | अधिक जानकारी के लिये मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना के सरकारी पोर्टल पर खोजें:

<https://msy.uk.gov.in/frontend/web/index.php>

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



मुख्यमंत्री सौर स्वरोजगार योजना (MSSY)

प्रदेश का अधिकांश क्षेत्र पर्वतीय होने के कारण यहाँ के निवासियों एवं कृषकों को रोजगार/व्यवस्था के समुचित साधन उपलब्ध न होने से कृषकों द्वारा अपनी भूमि का समुचित उपयोग नहीं किया जा पा रहा है जिससे कृषि खेती बंजर हो रही है। ऐसे लघु एवं सीमान्त कृषकों तथा राज्य के बेरोजगार निवासियों को स्वरोजगार के अवसर प्रदान किये जाने तथा ऐसी भूमि जो कृषि योग्य नहीं है, पर सोलर पावर प्लान्ट की स्थापना कर उत्पादित विद्युत को यूपी0सी0एल0 को विक्रय करने से आय के साधन विकसित कराने हेतु प्रोत्साहित करना है। अधिक जानकारी के लिये मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना के सरकारी पोर्टल पर खोजें:

<https://msy.uk.gov.in/frontend/web/index.php>

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना अति सूक्ष्म (नैनो)

वैश्विक महामारी कोविड-19 तथा लॉकडाउन के कारण ग्रामीण तथा शहरी छोटे व्यवसायी/उद्यमी/पथ विक्रेताओं की आजीविका पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा है। यह छोटे व्यवसायी/उद्यमी आमतौर पर एक छोटे पूंजी आधार के साथ काम करते हैं। लॉकडाउन के दौरान इस पूंजी का उपयोग अपने दैनिक वस्तुओं की खरीद में करने के कारण व्यवसाय/उद्यम के संचालन के लिए उनके पास पूंजी का अभाव बना हुआ है।

ऐसे सभी छोटे उद्यमी, जिन्हें अपने व्यवसाय के संचालन के लिए कम पूंजी की आवश्यकता है, को मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना अति सूक्ष्म (नैनो) उद्यम में मुद्रा ऋण योजना (शिः) के अन्तर्गत न्यूनतम औपचारिकता के साथ रू. 50,000 तक के Collateral free ऋण की सुविधा उपलब्ध कराई जाएगी।

उद्योग, सेवा, व्यवसाय तथा प्राथमिक क्षेत्र की गतिविधियों, जिनमें कृषि, बागवानी, पशुपालन, मुर्गी पालन, मत्स्य पालन, मांस प्रसोधन/बिक्री की रू. 50,000 तक की परियोजनाओं पर बैंकों के माध्यम से वित्त पोषण किया जायेगा। स्वीकृत ऋण पर संपार्श्विक प्रतिभूति नहीं ली जायेगी। अधिक जानकारी के लिये मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना के सरकारी पोर्टल पर खोजें:

<https://msy.uk.gov.in/frontend/web/index.php>

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



वीर चन्द्र सिंह गढवाली पर्यटन स्वरोजगार योजना

उत्तराखण्ड राज्य के गठन से ही राज्य शासन नवसृजित राज्य में पर्यटन की आपार संभावनाओं का अधिकतम उपयोग करने के लिये प्रयासरत है। पर्यटन विभाग इस ओर भी काफी सजग है कि उत्तराखण्ड जैसे पर्यावरणीय दृष्टि से संवेदनशील पर्वतीय राज्य में पर्यटन का सुनियोजित, समन्वित एवं समेकित विकास हो। उत्तराखण्ड की पर्यटन नीति का स्वप्न उत्तराखण्ड को विश्व के पर्यटन मानचित्र में एक अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के पर्यटन आकर्षण के रूप में प्रतिस्थापित करना है। उत्तराखण्ड में पर्यटन को रोजगार तथा राजस्व प्राप्ति हेतु स्रोत के रूप में विकसित करते हुये यहाँ के निवासियों की सामाजिक एवं आर्थिक स्थिति के साथ जोड़ना भी एक महत्वपूर्ण कार्य है। उत्तराखण्ड राज्य के निवासियों एवं मुख्य रूप से युवावर्ग को पर्यटन सेक्टर में अधिकाधिक स्वरोजगार उपलब्ध कराने के उद्देश्य से उत्तराखण्ड की प्रथम स्वरोजगार योजना "वीर चन्द्र सिंह गढवाली पर्यटन स्वरोजगार योजना" का प्रारम्भ 1 जून 2002 को किया गया। अधिक जानकारी के लिये मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना के सरकारी पोर्टल पर खोजें:

<https://msy.uk.gov.in/frontend/web/index.php>

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



दीनदयाल उपाध्याय गृह आवास विकास योजना

उत्तराखण्ड की यात्रा में आने वाले देशी-विदेशी पर्यटकों को अभूतपूर्व अनुभव प्रदान करने के साथ ही स्थानीय लोगों की खुशहाली के लिए उत्तराखण्ड सरकार द्वारा दीनदयाल उपाध्याय होम स्टे योजना शुरु की गई है। अब आप अपने घर का पर्यटकों के विश्राम स्थल के रूप में उपयोग कर अपनी आर्थिक स्थिति को बेहतर कर सकते हैं। अधिक जानकारी के लिये मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना के सरकारी पोर्टल पर खोजें:

<https://msy.uk.gov.in/frontend/web/index.php>

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



स्टार्टअप उत्तराखंड योजना:

लक्ष्य: यह योजना उत्तराखंड राज्य में नए उद्यमिता और नए व्यापारों को प्रोत्साहित करने, उन्हें समर्थन प्रदान करने, और रोजगार सृष्टि करने के लिए डिज़ाइन की गई है।

विशेषताएँ:

1. **वित्तीय समर्थन:** स्टार्टअप को आरंभ करने के लिए वित्तीय सहायता प्रदान की जाएगी। यह उद्यमिता को उनके परियोजना को बढ़ावा देने के लिए आवश्यक संबंधित वित्तीय साधन प्रदान करेगा।
2. **प्रशिक्षण और मेंटरिंग:** स्टार्टअप को उच्च-कौशल से लेकर व्यापार में सफलता प्राप्त करने के लिए आवश्यक प्रशिक्षण और मेंटरिंग प्रदान की जाएगी।
3. **सरकारी संबंधित प्रक्रियाएं सरलीकृत करना:** स्टार्टअप को सरकारी प्रक्रियाओं और अन्य प्रारंभिक चुनौतियों को सरलीकृत करने के लिए समर्थन प्रदान किया जाएगा।
4. **नेटवर्किंग और यात्रा:** स्टार्टअप को उच्च-स्तरीय व्यापारिक नेटवर्किंग का अवसर देने के लिए विभिन्न सेमिनार और कार्यशालाओं का आयोजन किया जाएगा।
5. **सामाजिक उपयोगिता:** योजना का मुख्य उद्देश्य रोजगार सृष्टि करने और समृद्धि को बढ़ावा देने के साथ-साथ समाज में नई और नवीनतम तकनीकी और उद्यमिता प्रवृत्तियों को प्रोत्साहित करना है। स्टार्टअप उत्तराखंड योजना एक सकारात्मक कदम है जो राज्य के उद्यमिता क्षेत्र में नई ऊर्जा और वृद्धता लाने का प्रयास कर रही है। अधिक जानकारी के लिये मुख्यमंत्री स्वरोजगार योजना के सरकारी पोर्टल पर खोजें: <https://startuputtarakhand.com/>

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



8.3 स्टार्टअप पंजीकरण के लिये आबेदन प्रक्रिया

(Application Process for Startup Registration):

स्टार्टअप पंजीकरण के लिये आबेदन की प्रक्रिया राष्ट्रीय स्तर सभी आबेदनकर्ताओं के लिये एक सामान हैं इसी सन्दर्भ में राज्य स्तर पर स्टार्टअप पंजीकरण के नियम सभी राज्यों में अलग अलग हो सकते हैं। स्टार्टअप पंजीकरण प्रक्रिया को आसानी से समझने के लिये यहाँ पर मुख्य रूप से तीन चरणों में दर्शाया गया हैं जो निम्नलिखित हैं:

प्रथम चरण: प्रथम चरण में उद्यमी को अपने उद्यम के लिये विज्ञान, मिशन और उद्देश्य को अच्छे से निर्धारित करना होता है जो उसको उसकी उद्यम की कानूनी संरचना निर्धारित करने में सहायता प्रदान करता हैं

द्वितीय चरण: इस चरण में उद्यमी को स्टार्टअप इंडिया के अंतर्गत लाभ लेने के लिये अपने उद्यम की कानूनी संरचना का चयन करना होता है जिसके लिये निर्धारित दिशानिर्देशों का पालन करना होता है जो निम्नलिखित हैं:

- **DIN प्राप्त करें:** स्टार्टअप के संस्थापकों को पहले संविधानिक नामक प्राधिकृत उधारणीय संख्या (DIN) प्राप्त करनी होगी। DIN के लिए ऑनलाइन आबेदन करें और आवश्यक दस्तावेजों के साथ आवश्यक शुल्क जमा करें।
- **DSC प्राप्त करें:** डायरेक्टर्स के द्वारा डिजिटल हस्पताल सत्यापन (DSC) प्राप्त करें।
- **DIN की जाँच करें:** संविधानिक नामक प्राधिकृत उधारणीय संख्या (DIN) की जाँच करें और सुनिश्चित करें कि किसी भी दिन का पुनः निर्धारण नहीं होता है।
- **DIN की साइनअप:** अब DIN को संविधानिक दस्तावेजों के साथ साइन करें और ROC (नियमनिक उपाधिकृत कंपनियों) को भेजें।
- **MOA और AOA तैयार करें:** संविधानिक दस्तावेजों के रूप में मेमोरेण्डम ऑफ एसोसिएशन (MOA) और आर्टिकल्स ऑफ एसोसिएशन (AOA) तैयार करें।
- **ROC को दर्ज करें:** MOA और AOA को दर्ज करें और ROC से प्रमाणपत्र प्राप्त करें।
- **वित्तीय संरचना तैयार करें:** स्टार्टअप की वित्तीय संरचना को तैयार करें और आवश्यक वित्तीय दस्तावेजों को प्राप्त करें।

- **बैंक खाता खोलें:** स्टार्टअप के लिए एक व्यापार बैंक खाता खोलें और सभी वित्तीय लेन-देन को उसी में संचित करें।
- **GST पंजीकरण:** यदि आपकी स्टार्टअप की वाणिज्यिक गतिविधियाँ हैं, तो आपको वस्तु एवं सेवा कर (GST) में पंजीकरण करना हो सकता है।
- **अन्य जरूरी लाइसेंस और दस्तावेज:** स्टार्टअप के लिए कुछ अन्य लाइसेंस और दस्तावेजों की जरूरत होती है जो क्षेत्रीय स्तर पर अलग अलग हो सकती हैं।

तीसरा चरण : इस चरण में पंजीकृत कम्पनी को भारतीय सरकार के द्वारा बनाये गये मापदंडों के अनुसार अपने जरूरी दस्तावेजों को तैयार करके स्टार्टअप इंडिया के अधिकारिक वेबसाइट (<https://www.startupindia.gov.in/>) पर जमा करना होता है जिसके साक्षात्कार के बाद एक सर्टिफिकेट जारी किया जाता है। भारत में "स्टार्टअप इंडिया" एक सरकारी पहल है जो नई उद्यमिता को प्रोत्साहित करने के लिए बनाई गई है। यह पहल नए उद्यमिता को वित्तीय सहायता, मेंटरिंग, और अन्य सामर्थ्य विकास के लिए सहायक है।

स्टार्टअप इंडिया के तहत रजिस्ट्रेशन करने के लिए कुछ पात्रता मानदंड होते हैं, जो निम्नलिखित हो सकते हैं (<https://www.startupindia.gov.in/content/sih/en/startup-scheme.html>):

- **कंपनी की आयु :** अस्तित्व और संचालन की अवधि निगमन की तारीख से 10 वर्ष से अधिक नहीं होनी चाहिए।
- **कंपनी प्रकार:** एक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी, एक पंजीकृत साझेदारी फर्म या एक सीमित देयता साझेदारी के रूप में निगमित।
- **वार्षिक कारोबार :** वार्षिक टर्नओवर इसके निगमन के बाद से किसी भी वित्तीय वर्ष के लिए 100 करोड़ रुपये से अधिक नहीं होना चाहिए।
- **मूल इकाई:** पहले से मौजूद व्यवसाय को विभाजित करके या पुनर्निर्माण करके इकाई का गठन नहीं किया जाना चाहिए।
- **नवोन्वेषी एवं स्केलेबल :** किसी उत्पाद, प्रक्रिया या सेवा के विकास या सुधार की दिशा में काम करना चाहिए और/या धन और रोजगार सृजन की उच्च क्षमता वाला स्केलेबल बिजनेस मॉडल होना चाहिए।

अधिक जानकारी के लिये स्टार्टअप इंडिया के सरकारी पोर्टल पर खोजें:

<https://www.startupindia.gov.in/>

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



माइक्रो, छोटे और मध्यम उद्यमों के लिए पंजीकरण (MSME Registration)

माइक्रो, छोटे और मध्यम उद्यमों के लिए पंजीकरण (MSME Registration) भारत में एक सरल प्रक्रिया है जो उन्हें सरकारी योजनाओं और लाभों से जुड़ने में मदद करती है। यहां आपको इस प्रक्रिया का एक सामान्य अवलोकन मिलेगा:

आवेदन करें:

आप MSME पंजीकरण के लिए ऑनलाइन आवेदन कर सकते हैं। इसके लिए आपको Udyam Registration Portal (<https://udyamregistration.gov.in/>) पर जाना होगा।

प्रमाणपत्र विवरण:

आवेदन के दौरान, आपको अपने उद्यम का प्रकार और उसकी विवरण, उद्यम का पता, उद्यम का प्रमुख और उद्यम की उपाधि जैसी जानकारी प्रदान करनी होगी।

स्वीकृति प्रक्रिया:

आवेदन सबमिट करने के बाद, आपका आवेदन स्वीकृति प्रक्रिया से गुजरेगा। इसमें आपकी जानकारी की सत्यापन की जाएगी।

पंजीकृत MSME प्रमाणपत्र प्राप्त करें:

आपका आवेदन स्वीकृत होने पर, आपको MSME पंजीकृत प्रमाणपत्र प्राप्त होगा जिसमें आपके उद्यम का पंजीकृत नंबर और अन्य जानकारी होगी।

योजना लाभ प्राप्त करें:

MSME पंजीकृत उद्यमों को सरकारी योजनाओं और लाभों का हक प्राप्त होता है। इसके माध्यम से आप विभिन्न वित्तीय और अन्य समर्थन प्राप्त कर सकते हैं।

अधिक जानकारी के लिये स्टार्टअप इंडिया के सरकारी पोर्टल पर खोजें:

Udyam Registration Portal (<https://udyamregistration.gov.in/>)

अथवा दिए गये क्यूआर कोड का पर्यवेक्षण करें:



8.4. प्राथमिक परियोजना प्रपत्र (प्रोजेक्ट प्रोफाइल) का प्रारूप (Format of Primary Project Form (Project Profile))
Format of Project Profile

1. सामान्य जानकारीयां (General Information)

उद्यमी /उद्यमियो का नाम (Name of Entrepreneur).....
 इकाई का नाम (Name of Unit).....
 परियोजना (Project).....
 प्रमुख प्रस्तावित उत्पाद (Main proposed product).....
 प्रस्तावित कार्यस्थल (Proposed workplace).....
 संगठन का प्रकार (Type of Organization)- (Owner/Partnership/Company/Cooperative Society/Other).....
 पत्र व्यवहार का पता (Mailing Address).....

1.1 शैक्षणिक योग्यता (Educational Qualification)

क्रसं.. S.N.	परीक्षा का नाम (Exam)	उत्तीर्ण करने का वर्ष (Passing Year)	बोर्ड/ विश्वविद्यालय (Board/University)	प्रमुख विषय (Subject)	अन्य विवरण (Other comments)

1.2 तकनीकी अथवा विशिष्ट योग्यता (Technical or Professional Qualification)

क्रसं.. S.N.	विवरण Particulars	संस्था Organization	अवधि Period	उपलब्धि Achievement

1.3 कार्यानुभव (Work Experience)

क्रसं.. S.N.	संस्था संगठन का नाम/Name of Organization/Institute	पद Designation	कार्य की प्रकृति Nature of Work	अवधि Period

1.4 आवेदक से सम्बंधित अन्य औद्योगिक (कोई हो तो)-व्यशायिक इकाई का विवरण/Any other Industries/Business unit related to applicant (if any)-

.....

1.5 जाति Caste (SC/ST/OBC/Gen).....-.

1.6 उद्यमी की वर्तमान व्यवसाय (Entrepreneur current business)-

.....

2.1- उत्पाद के बारे में विवरण एवं उत्पादित / विक्री की जाने वाली वस्तुओ अथवा दी जाने वाली सेवाओ की विशेषताए / गुण / उपयोग (Details about product and use/quality/characteristics of the produced/sold item or services)-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2- प्रस्तावित उत्पादों के प्रमुख उपभोक्ता (प्रस्तावित उत्पादों के लिए बाजार कहाँ कहाँ मिल सकता है (Main consumer of the product)-

.....

.....

.....

.....

2.3- प्रस्तावित योजना का प्रकार- निर्माण/संसाधन/सेवा (Type of proposed project) (Manufacture/Service)-.....

2.4- परियोजना के आधार तथा परिकल्पनाये- (Base and hypothesis of the project)-

a. इकाई में कितनी पालियो में कार्य होगा (How many working shifts are in Unit)?.....

b. इकाई वर्ष में कितने दिन कार्य करेगी (How many working days in a year)?.....

c. इकाई द्वारा अपनी अधिकतम संभव उत्पादन क्षमता का प्रथम, द्वितीय तथा तृतीय वर्षों में कितने प्रतिशत उपयोग किया जायेगा (What is percent use of maximum possible production in 1st, 2nd & 3rdyear)

.....

.....

.....

.....

2.5 उत्पादन/सेवा कार्य का प्रतिवर्ष लक्ष्य (Annually Target of Production/service)

.....

3. कुल प्राप्तियों का विवरण (Details of Total Recievable)-.

S.N.	Particulars of production / services	Quantity	Sales Rate	Total Income	Remarks

3.1- भूमि और भवन का विवरण (Details about Land & Buildings)

- a. यदि किराये पर हो तो कवर किया गया क्षेत्र एवं मासिक किराया (Monthly rent & covered area if rented)

- b. यदि भूमि और भवन पुजिगत निवेश का हिस्सा है तो (If land/building is a part of Investment)

- c. कुल अपेक्षित भूमि (Total required land)

- d. भूमि की लागत तथा भूमि के विकास पर खर्च (Cost of land & Expenses on the land development)

- e. कार्यस्थल/भवन के निर्माण की अनुमानित लागत (Estimated cost for construction of workplace/building)

3.2- मशीनरी तथा उपकरणों का व्योरा जिसमें परीक्षण, गुणवत्ता नियंत्रण और कार्यालयीन उपकरण शामिल हो (Details of Machinery)

S.N.	Machinery	Quantity	Price	Total Price

3.3- विविध स्थाई संपत्तियों पर प्रस्तावित व्यय (Proposed expenses on Misc. Sundry fixed Assets)

- a.....
- b.....
- c.....
- d.....

3.4 परिचालन पूर्व के प्रस्तावित खर्चों का विवरण (Proposed expenses before start the project)

- a.....
b.....
c.....

4.0- कुल स्थाई पूंजी निवेश (Total Capital/Investments)

S.N.	Particulars	cost
01.	भूमि तथा भूमि के विकास की लागत (Land & land development expenses)	
02.	कार्यस्थल/भवन के निर्माण की लागत (Building/Office)	
03.	मशीनरी तथा उपकरणों की लागत (Machinery/Equipment)	
04.	विविध स्थाई संपत्तियों की लागत (Misc. Fixed Assets)	
05.	प्राथमिक तथा परिचालन पूर्व के व्यय (Initial Expenses)	

5. कार्यशील पूंजी की आवश्यकता (Working Capital)-

5.1- कच्चे मॉल की लागत (Cost of Raw Material)-

S.N.	Material	Period	Quantity	Rate	Total cost

5.2- अर्धनिर्मित मॉल की लागत (Cost of semi-finished product)-

S.N.	Material	Period	Quantity	Rate	Total cost

5.3- तैयार मॉल का स्टॉक (Stock of finished product)-

S.N.	Material	Period	Quantity	Rate	Total cost

5.4- उधार बिक्री का विवरण (Credit Sales detail)-

S.N.	Material	Period	Quantity	Rate	Total cost

5.5- कच्चे मॉल की कुल लागत (एक सम्पूर्ण चक्र हेतु) Total Cost of Raw material (A complete cycle)

a.	विशुद्ध मॉल की लागत (Cost of pure raw material)	
b.	अर्धनिर्मित मॉल की लागत (Cost of semi-finished goods)	
c.	तैयार मॉल का स्टॉक (Cost of finished stock)	
d.	उधार बिक्री (Credit sales)	
	Total Cost	

6. उपयोगिताओ पर व्यय (Expenses)

S.N.	Particulars	Requirement	Total Monthly	Annually	Remarks
a.	बिजली (Electricity)				
b.	पानी (Water)				
c.	खनिज तेल/कोयला (Fuel/Coal)				
	Total				

7. कर्मचारियो एवं कारीगरों का वेतन/पारिश्रमिक (Salary of Employees)-

S.N.	Particulars	No.	Rate of Salary	Total Monthly Salary	Total Annually Salary	Remarks
a.	कुशल कारीगर (Skilled Employee)					
b.	अर्धकुशल कारीगर (Semiskilled Employee)					
c.	अकुशल कारीगर (Un- skilled Employee)					
d.	कार्यालयीन कर्मचारी (Official Employee)					
e.	सामाजिक परिलब्धिया (Social Achievement)					
	Total					

8. विविध खर्चे (Misc. Expenses)-

S.N.	Particulars	Total Expenses (Rs)
a.	बिमा व्यय Insurance Exp.	
b.	यात्रा व्यय Conveyance Exp.	
c.	मॉल धुलाई आदि पर व्यय Wages Exp.	
d.	रख-रखाव तथा मरम्मत पर व्यय Maintenance cost	
e.	स्टेशनरी/पोस्टेज/डाक व्यय Stationary/Postage Exp.	
f.	उपभोक्ता भंडार का रख-रखाव Maintenance of Storage	
g.	अन्य खर्चे Other Exp.	
	Total Cost-	

9. कुल कार्यशील पूंजी (Total Working Capital)-

S.N.	Particulars	for one cycle	for one year
a.	कच्चे मॉल की लागत (Cost of Raw material)		
b.	उपयोगिताओ पर व्यय (Expenses per month)		
c.	वेतन पारिश्रमिक (Salaries of Employees)		
d.	विशेष खर्चे (Misc. expenses per month)		
e.	कार्यस्थल का मासिक किराया (Rent of workplace)		
	Total Cost-		

10. इकाई की कुल परियोजना लागत Total Project Cost of the Unit-

a.	स्थायी पूंजी निवेश Fixed Capital Investment (S.N.-4)	
b.	कार्यशील पूंजी Working Capital (S.N.-9)	
	Total Cost-	

11. इकाई की स्थापना हेतु प्रस्तावित वित्तीय स्रोत Proposed financial source for establishment of Unit-

S.N.	Particulars	Amount	Remarks
a.	सावधिक ऋण Periodic Loan		
b.	कार्यशील पूंजी ऋण Working Capital Loan		
c.	स्वयं की पूंजी Self-owned Capital		
d.	अन्य स्रोत Other source		

12. वार्षिक उत्पादन लागत (Annual Production Cost)-

1.	कुल वार्षिक कार्यशील पूंजी की लागत (Total annual cost of working capital)	
2.	लिये जाने वाले ऋण पर कुल वार्षिक ब्याज (Total annual Interest against taken loan)	
3.	स्थायी संपत्तियाँ (Depreciation on Fixed Assets)	

13. लाभ प्रदत्ता विश्लेषण (Profit Analysis)-

1.	वार्षिक सकल लाभ (Annual Gross Profit)	
2.	मासिक सकल लाभ (Monthly Gross Profit)	
3.	सम-विच्छेद बिंदु (Break Even Point)	
4.	कुल बिक्री पर लाभ का प्रतिशत (% profit on Total sales)	
5.	कुल पूंजी निवेश का प्रतिशत (% profit on total capital invest)	
6.	वार्षिक शुद्ध लाभ) आयकर – वार्षिक सकल लाभ =Annual Gross profit=Annual profit-Income tax	

14. मशीनरी तथा उपकरण प्रदाताओं के पते (Address of Machinery/Equipment Suppliers)-

a.	
b.	
c.	

15. कच्चा मॉल प्रदाता के पते (Address of Raw Material Suppliers)-

a.	
b.	
c.	

देवभूमि उद्यमिता योजना

दृष्टिकोण

शैक्षिक परिसरों, ग्रामीण क्षेत्रों और वंचित व हाशिये पर पड़े सीमांत लोगों में समग्रता एवं कुशल रणनीति के माध्यम से उद्यमशीलता का विकास तथा स्टार्ट अप निर्माण के मिशन को मजबूत करना।

उद्देश्य

शैक्षिक संस्थानों के अन्दर और बाहर तथा उत्कृष्टता केन्द्रों में नौजवान पुरुषों व महिलाओं को उद्यमिता के प्रति प्रेरित करते हुए उद्यमशील बनाना तथा राज्य और समाज में आर्थिकी में गुणात्मक योगदान देने हेतु सक्षम बनाना ही योजना का मुख्य उद्देश्य है। साथ ही के उच्च शिक्षण संस्थानों में सशक्त और आत्मनिर्भर राष्ट्र और राज्य की परिकल्पना को साकार करने के उद्देश्य से स्वरोजगार एवं उद्यमिता को करियर विकल्प के रूप में आगे बढ़ने हेतु प्रोत्साहित करना भी इस योजना का प्रमुख ध्येय है।

कार्ययोजना

नये उद्यम लगाकर लोगों को रोजगार के अवसर प्रदान करने में सक्षम युवा उद्यमियों को पैदा करने के उद्देश्य से भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान युवाओं में उद्यमशीलता की भावना पैदा करेगा, साफ्ट स्किल (व्यवहारिक कौशल) और अवसर पहचानने की कुशलता विकसित करेगा। तत्पश्चात् संस्थान व्यवसाय योजना के निरूपण और लघु व्यवसाय के प्रबंधन में सहयोग करेगा तथा व्यवसायिक मध्यस्थता की श्रृंखला के माध्यम से नये उद्यमों का शुभारम्भ करायेगा।

इसके साथ साथ भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान अहमदाबाद के सहयोग से उत्तराखण्ड के सभी उच्च शिक्षण संस्थानों में देवभूमि उद्यमिता केन्द्रों की स्थापना की जाएगी स उद्यमिता केन्द्र का उद्देश्य उद्देश्य संस्थानों में आईआईसी की स्थापना, राष्ट्रीय नवाचार और स्टारअप नीति 2019, क्षेत्रीय उद्यमी पारिस्थितिकी तंत्र का विकास और आईपी का व्यावसायीकरण करना है। देवभूमि उद्यमिता केंद्र उच्च शिक्षा विभाग, उत्तराखण्ड सरकार के मार्गदर्शन में एकल मंच का उपयोग करके उपरोक्त गतिविधियों को लागू करने और निगरानी करने के लिए एक व्यवस्थित संरचना प्रदान करता है। प्रत्येक केंद्र की सफलता सुनिश्चित करने के लिए प्रमुख प्रदर्शन संकेतक (केपीआई) निर्धारित हैं और राज्य स्तर पर केंद्र की रैंकिंग भी योजनाबद्ध है।

संस्थान स्तर पर व्यवसाय योजना निर्माण के लिए बूट कैंस

कुलपतियों, प्रधानाचार्यों, प्रमुख शिक्षाविदों और सरकारी अधिकारियों के लिए संवेदीकरण कार्यशाला

स्टार्टअप उद्यमिता फैंकल्टी मार्गदर्शक विकास कार्यक्रम

उभरते स्टार्टअप अवसरों पर प्रोजेक्ट प्रोफाइल्स

मेगा स्टार्टअप इवेंट और छात्र स्टार्टअप को सीड फंडिंग

उद्यमिता में 'सेंटर आफ एक्सीलेंस' (उत्कृष्टता के केंद्र)

उच्च शिक्षा विभाग के अंतर्गत युवाओं के लिए देवभूमि उद्यमिता योजना

स्टार्टअप पारिस्थितिकी तंत्र विकास पर गतिविधियां

एनईपी 2020 के अनुसार व्यवसायिक और उद्यमिता के पाठ्यक्रम



अधिक जानकारी के लिये क्यूआर कोड स्कैन करें

भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान

भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान (ईडीआईआई), अहमदाबाद की स्थापना 1983 में शीर्ष वित्तीय संस्थानों – आईडीबीआई बैंक लिमिटेड, आईएफसीआई लिमिटेड, आईसीआईसीआई बैंक लिमिटेड और भारतीय स्टेट बैंक (एसबीआई) के सहयोग से एक स्वायत्त और गैर-लाभकारी संस्थान के रूप में की गई थी। गुजरात सरकार ने तेईस एकड़ जमीन उपलब्ध कराई है, जिस पर ईडीआईआई का भव्य और विशाल परिसर खड़ा है। ईडीआईआई को भारत सरकार के कौशल विकास और उद्यमिता मंत्रालय द्वारा उत्कृष्टता केंद्र के रूप में मान्यता दी गई है।

संस्थान को राष्ट्रीय संस्थागत रैंकिंग ढांचे (एनआईआरएफ), शिक्षा मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा नवाचार श्रेणी के तहत 11-50 के बैंड में भी स्थान दिया गया है और गुजरात सरकार के शिक्षा विभाग द्वारा राष्ट्रीय महत्व के संस्थान के रूप में सूचीबद्ध किया गया है। उद्यमिता प्रशिक्षण, शिक्षा, अनुसंधान, सूक्ष्म लघु एवं मध्यम उद्यम (एमएसएमई) विकास, नवाचार और संस्थागत निर्माण में ईडीआईआई एक राष्ट्रीय संसाधन संस्थान की भूमिका अपनाने के लिए आगे बढ़ा है। कंबोडिया, लाओस, म्यांमार, वियतनाम, उज्बेकिस्तान और रवांडा में उद्यमिता विकास केंद्रों की स्थापना के साथ ईडीआईआई का विकास मॉडल राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर भी व्यापक हो गया है।

स्टार्टअप और इनोवेशन पर जोर देने के अनुरूप, ईडीआईआई ने राष्ट्रीय विज्ञान और प्रौद्योगिकी उद्यमिता विकास बोर्ड (एनएसटीईडीबी), विज्ञान और प्रौद्योगिकी विभाग (डीएसटी), भारत सरकार के सहयोग से, वर्ष 2016 में प्रौद्योगिकी व्यवसाय इनक्यूबेटर, ब्लाकस्म – सेंटर फॉर एडवांसिंग एंड लॉन्चिंग एंटरप्राइजेज की मेजबानी की। ईडीआईआई ने उद्यमिता को समझने के तरीके में सफलतापूर्वक बदलाव लाया है। संस्थान ने नवीन मॉडलों के माध्यम से और नए युग के संभावित उद्यमियों, अल्पसंख्यकों और वंचितों, मौजूदा उद्यमियों, इनक्यूवेशन केंद्र, पेशेवरों, नीति निर्माता और उद्यम पूंजीपतियों जैसे हितधारकों के बीच रचनात्मक मध्यस्थता करके विभिन्न खंडों और क्षेत्रों में उद्यमशीलता और स्टार्टअप को बढ़ावा देने के लिए क्षेत्रीय, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय मान्यता अर्जित की है।

संस्थान अपने 7 क्षेत्रीय कार्यालयों और अखिल भारतीय शाखा कार्यालयों के माध्यम से नीति वकालत, ज्ञान और अनुसंधान, उद्यमिता शिक्षा, परियोजनाओं (सरकारी और कॉर्पोरेट) व्यवसाय विकास सेवाओं और राष्ट्रीय आउटरीच तथा विकासशील अर्थव्यवस्था के तहत विभिन्न वर्गों और क्षेत्रों के लिए कार्यक्रम और परियोजनाएं आयोजित करता है।



भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान (ईडीआईआई)

भाट, जिला-गांधीनगर – 382 428, गुजरात

फोन 079- 6910 4900 / 6910 4999 ई-मेल info@ediindia.org

वेब www.ediindia.org/www.ediindia.ac.in



अधिक जानकारी के लिये क्यूआर कोड स्कैन करें