

R.N.I. No. 56386/92

लघु उद्योग, स्वरोजगार व प्रबन्ध क्षेत्रों में मार्गदर्शक

# उद्यमिता

ISSN : 0971-6211

वर्ष : 01 अंक : 06



जुलाई 2022

मूल्य 25/- मात्र

उद्यम के सफल संचालन के लिए जरूरी  
**मानव संसाधन प्रबंधन**



**बाजार सर्वेक्षण**  
के साधन और तकनीक

## उद्यमिता विकास विशेषांक

**उद्यम, उद्यमिता और उद्यमी क्षमताएं**



A MONTHLY PUBLICATION ON SMALL INDUSTRY, SELF EMPLOYMENT AND ENTREPRENEURSHIP



## उद्यमिता विकास केन्द्र मध्यप्रदेश (सेडमैप)

( मध्य प्रदेश शासन, सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम विभाग के अधीन )

मध्यप्रदेश शासन केंद्रीय वित्तीय संस्थाओं एवं राज्य के अग्रणी बैंकों द्वारा प्रवर्तित द्वारा प्रस्तुत है उद्यमिता के तकनीकी दक्ष मैनपावर की उपलब्धता विकसित करने के उद्देश्य से शुल्क आधारित प्रशिक्षण कार्यक्रम के तहत

## उद्योग सलाहकार प्रशिक्षण कार्यक्रम

( ऑन लाईन एवं ऑफलाइन माध्यम से प्रशिक्षण )

उद्यमिता विकास केन्द्र मध्य प्रदेश 'सेडमैप' मध्य प्रदेश शासन के सूक्ष्म लघु एवं मध्यम उद्यम विभाग के अधीन एक स्वायत्तशासी प्रशिक्षण संस्थान है। सेडमैप प्रदेश में प्रत्येक वर्ष 1 लाख युवाओं में विभिन्न तरह के कौशल का विकास कर उन्हें उद्यमी बनाने हेतु संकल्पित है। सेडमैप पिछले 33 वर्ष में 30 लाख से अधिक युवाओं को रोजगार-स्वरोजगार से जोड़ चुका है। इसके लिए सेडमैप द्वारा विभिन्न तरह के तकनीकी व प्रबंधकीय प्रशिक्षण कार्यक्रम, जागरूकता शिविर, ओरीएन्टेशन, कपैसिटी बिल्डिंग, कैरियर काउन्सिलिंग कार्यक्रम व प्रोजेक्ट प्रेपारेशन, कन्सलटेंसी सर्विसेस, आउट सोर्सिंग सर्विसेस तथा विभिन्न ट्रेडों पर आधारित विभिन्न पुस्तकें व मासिक उद्यमिता समाचार पत्रिका का प्रकाशन किया जाता है।

अधिक जानकारी एवं आवेदन हेतु सम्पर्क सूत्र :

एम. के. श्रीवास, जिला समन्वयक,

**उद्यमिता विकास केन्द्र मध्य प्रदेश "सेडमैप"**

जिला प्रशिक्षण केंद्र, बेनीगंज मोहल्ला, छतरपुर मप्र एवं अपने जिला व्यापार एवं उद्योग केन्द्र पर एम. के. श्रीवास जिला समन्वयक सेडमैप 9826107353 से सम्पर्क करें एवं निर्धारित शुल्क जमा करके आवेदन कर सकते हैं।

अवधि :

04 सप्ताह गैरआवासीय

समय :

प्रतिदिन 03 घंटे

प्रशिक्षण शुल्क :

6500 रू.

सेडमैप कर्मचारियों के लिए :

4500 रू.

आवेदन की अंतिम तिथि :

12 अगस्त 2022

आयोजन तिथि :

16.08.22 से 04 सप्ताह

स्थान :

सेडमैप जिला प्रशिक्षण केंद्र, ओल्ड एसबीआई के पास बेनीगंज मोहल्ला छतरपुर, मप्र।

पात्रता :

आयु न्यूनतम 20 वर्ष

शिक्षा :

किसी भी विषय में स्नातक

स्थान :

सीमित, पहले आओ पहले पाओ के आधार पर चयन

प्रशिक्षण पश्चात :

प्रमाण-पत्र, स्वरोजगार एवं रोजगार स्थापना हेतु सहयोग व शासन की विभिन्न योजनाओं में अनुदान हेतु ऋण प्रकरण प्रेषित किए जाने में सहायता

# विवरणिका

जुलाई 2022

- उद्यम स्थापित करने के विभिन्न चरण 06
- उद्यम चयन के वक्त



बरती जाने वाली सावधानियां 11

- उद्यम, उद्यमिता और उद्यमी क्षमताएं 16
- उपलब्धि अभिप्रेरणा एवं उद्यमी 20
- उद्यम/व्यवसाय के संचालन में परियोजना वित्त का महत्व 24
- बाजार सर्वेक्षण के उपकरण और तकनीक 30
- प्रबंधन के स्तंभ 34



- समय प्रबंधन 36



- संचालन प्रबंधन 38
- उद्यम के सफल संचालन के लिए जरूरी मानव संसाधन प्रबंधन 43
- ग्राहक प्रबंधन क्या है ? 46
- व्यवसाय की सफलता का आधार : विपणन प्रबंधन 51
- ग्राहकों को प्रभावित करने की कला : सेल्समैनशिप 54
- औद्योगिक/व्यावसायिक इकाईयों की स्थापना एवं संचालन के लिए जरूरी कानूनी औपचारिकताएं और लाइसेंस 59
- सेडमैप समाचार 64



**प्रधान संपादक**

**अनुराधा सिंघई**

कार्यकारी संचालक

**संपादक एवं प्रकाशन प्रमुख**

उमाशंकर दुबे

**आकल्पन एवं  
अक्षर संयोजन**

दिनेश कुमार मधुकर राव गावडे

**प्रकाशन सहायक**

राधा शर्मा

**वितरण सहायक**

संतोष सिंह

उद्यमिता समाचार पत्र में प्रकाशित लेख, सूचनाएं, विचार लेखकों के व्यक्तिगत विचार होते हैं तथा विभिन्न स्रोतों से लिये जाते हैं। इनमें किसी प्रकार की विसंगति अथवा त्रुटि हेतु उद्यमिता समाचार पत्र जिम्मेदार नहीं हैं।



संपादकीय एवं व्यावसायिक संपर्क

**उद्यमिता विकास केंद्र मध्य प्रदेश (सेडमैप)**

(सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम विभाग, मध्य प्रदेश शासन के अधीन)

16-ए, अरेरा हिल्स, भोपाल- 462 011 म.प्र.

फोन : 0755 - 4000914 ई-मेल : cedmapusp@rediffmail.com

वेबसाइट : www.cedmapindia.mp.gov.in

**स्वरोजगार स्थापना में बनें सहभागी**

वर्तमान समय में बेरोजगारी एक बड़ी समस्या और स्वरोजगार उसका सर्वश्रेष्ठ समाधान है। लोगों को स्वरोजगार स्थापना से संबंधित सभी जानकारीयों उपलब्ध कराने के उद्देश्य से मासिक पत्रिका **उद्यमिता समाचार पत्र** का प्रकाशन किया जाता है। ऐसे सभी विशेषज्ञ जो इस क्षेत्र में मार्गदर्शक जानकारीयों प्रदान कर सकते हैं, उनके लेखों, जानकारीयों का उद्यमिता समाचार पत्र में सादर स्वागत है। उद्यमिता समाचार पत्र में लेख, सूचना, समाचार, विज्ञापन एवं प्रकाशन योग्य अन्य सामग्रियां उपरोक्त पते पर प्रेषित की जा सकती हैं।

**पत्रिका के आगामी विशेषांकों की सूची**

**अगस्त 2022 अंक नवकरणीय ऊर्जा उद्योग विशेषांक**

के रूप में प्रकाशित किया जाएगा

आगामी अंक निम्न विषयों पर प्रकाशित किए जाएंगे

- |                             |                       |
|-----------------------------|-----------------------|
| सूचना प्रौद्योगिकी          | प्लास्टिक उद्योग      |
| मत्स्योद्योग                | खादी एवं ग्रामोद्योग  |
| वस्त्रोद्योग                | भवन निर्माण उद्योग    |
| ज्वैलरी उद्योग              | ऑटोमोबाइल             |
| सेवा उद्योग                 | लौह एवं इस्पात उद्योग |
| हस्तशिल्प एवं हथकरघा उद्योग |                       |

**सूचना :** उद्यमिता समाचार पत्र में प्रकाशित सामग्री पर सर्वाधिकार प्रकाशित करने से पूर्व प्रकाशन की अनुमति लेना आवश्यक है तथा ऐसे लेखों के अंत में पत्रिका से संबंधित अंक का विवरण देते हुए उद्यमिता समाचार पत्र से साभार लिखना अनिवार्य होगा। ऐसा न किये जाने पर उद्यमिता समाचार पत्र द्वारा नियमानुसार कार्यवाही की जा सकती है।

## औद्योगिक एवं आर्थिक क्षेत्र के विकास के लिए महत्वपूर्ण है उद्यमिता

पिछले कुछ समय से उद्यम, उद्यमी एवं उद्यमिता शब्द का प्रचलन बढ़ा है और पहले की अपेक्षा अब यह शब्द ज्यादा देखने-सुनने में आ रहा है। हालांकि इस शब्द का प्रयोग प्राचीनकाल से होता आ रहा है, लेकिन समय के साथ इसके निहितार्थ में व्यापकता आई है। आर्थिक क्षेत्र में उद्यमिता के विचार का प्रारंभ 18 वीं शताब्दी से माना जाता है। पारंपरिक रूप में सामान्यतः जो व्यक्ति जोखिम वहन करते हैं, उन्हें साहसी तथा उद्यमी कहते हैं लेकिन आधुनिक अर्थ में उद्यमिता का आशय गतिशील आर्थिक वातावरण में सृजनात्मक एवं नवप्रवहनकारी योजनाओं एवं विचारों को क्रियान्वित करने की योग्यता है। आर्थिक क्षेत्र में परंपरागत रूप में उद्यमिता का अर्थ व्यवसाय एवं उद्योग में निहित विभिन्न अनिश्चितताओं एवं जोखिम का सामना करने की योग्यता एवं प्रवृत्ति है। आसान शब्दों में कहें तो उद्यमी वह व्यक्ति है जो किसी नए विचार के साथ बाजार में प्रवेश करने का जोखिम उठाता है और अपने व्यवसाय के जरिए मानव कल्याण के साथ लाभ अर्जन को प्राथमिकता देता है।



वैसे तो किसी भी व्यवसाय का उद्देश्य लाभ कमाना होता है परंतु लाभ कमाने के साथ-साथ जब व्यवसायी किसी उद्यम को चलाने के लिए नए तरीके से उपलब्ध संसाधनों को एकत्रित करता है और साथ में जोखिम उठाता है, तो ऐसी क्रिया को उद्यमिता कहते हैं। उद्यमिता व्यवसाय में जोखिम उठाने की क्षमता या भावना के साथ-साथ एक कर्मदृष्टि एवं दृष्टिकोण भी है। आधुनिक युग में औद्योगिक और आर्थिक क्षेत्र के विकास के लिए उद्यमिता का महत्वपूर्ण योगदान है।

किसी उद्यम की स्थापना एवं संचालन के लिए उद्यमी को कई विशेष गुणों से युक्त होना पड़ता है, अच्छे संचार कौशल के साथ ही उसे समय प्रबंध का ध्यान रखना पड़ता है। अपने उपभोक्ताओं में पहुंच बनाने के लिए उसे प्रस्तुतिकरण की कला भी आनी चाहिए। वहीं उद्यम की स्थापना भी कोई आसान कार्य नहीं है, इसके लिए योजना बनाने, उसे क्रियान्वित करने से लेकर अंतिम उत्पाद को उपभोक्ताओं तक पहुंचाने में कई गतिविधियों को अंजाम देना पड़ता है। उद्यमिता समाचार का यह अंक उद्यमियों की इन्हीं आवश्यकताओं को ध्यान में रखकर तैयार किया गया है, जिसमें उद्यम/व्यवसाय की स्थापना से लेकर सफल संचालन के लिए जरूरी विविध विषयों का समावेश किया गया है। आशा है पत्रिका का यह अंक भावी एवं विद्यमान दोनों वर्ग के उद्यमियों के लिए अवश्य उपयोगी साबित होगा।

**अनुराधा सिंघई**

# उद्यम स्थापित करने के विभिन्न चरण



उद्यम स्थापित करने की प्रक्रिया एक अनूठा और स्वयं को प्रोत्साहित करने वाला अनुभव हो सकता है। यह एक उत्पाद का निर्माण करने वाली एक औद्योगिक इकाई हो सकती है, कुछ उत्पाद या सेवाओं की बिक्री में शामिल एक व्यापारिक इकाई या सेवा प्रदान करने वाली एक इकाई हो सकती है। सामान्यतः उद्यम स्थापना के कार्य को तीन चरणों में बांटा जा सकता है।

## प्रथम चरण

उद्यम स्थापना के पहले चरण के अंतर्गत निम्नलिखित गतिविधियां शामिल होती हैं :-

### 1. उद्यमी/स्वरोजगारी बनने का निर्णय लेना :

स्वरोजगार को आजीविका का माध्यम बनाने के लिए उद्यमिता के बारे में जानकारी और विवरण एकत्र करना आवश्यक है। साथ ही इसके लिए एंटरप्रेन्योरशिप से जुड़े फायदे और नुकसान को भी अच्छे से समझना होगा। केवल किसी की सलाह या प्रेरक बात सुनकर, उद्यमी बनने का निर्णय नहीं लेना चाहिए। उद्यम स्थापना शुरू करने का निर्णय लेने से पहले व्यक्ति को स्वयं के लिए स्थितिजन्य विश्लेषण करना होता है। जैसे क्या आर्थिक, सामाजिक या पारिवारिक परिस्थितियां किसी व्यक्ति को तुरंत उद्यमिता के लिए जाने की अनुमति देती हैं? कभी-कभी पारिवारिक संकट होते हैं और परिस्थितियां किसी व्यक्ति को तुरंत करियर के रूप में उद्यमिता चुनने की अनुमति नहीं देती हैं क्योंकि

उद्यम को लाभ प्राप्त करने में लगभग 6 से 12 महीने का समय लग सकता है। लेकिन, अगर परिस्थितियां साथ देती हैं तो कोई भी आगे बढ़ सकता है। यह समय आत्मविश्लेषण का होता है। व्यक्तियों को यह आकलन करना होगा कि क्या वे उद्यमी बनने के योग्य हैं। इसका मतलब है कि क्या उनमें उद्यमी बनने की इच्छा, कुछ क्षमताएं, सकारात्मक दृष्टिकोण और स्वभाव है।

## 2. प्रशिक्षण :

एक उद्यमी या भावी उद्यमी को स्वरोजगार के रूप में करियर अपनाने का निर्णय लेने से पहले अपनी ताकत, कमजोरियों का विश्लेषण करना चाहिए। अपनी मुख्य शक्तियों की पहचान की जानी चाहिए। ये शक्तियां तकनीकी, शैक्षणिक, व्यावसायिक, पेशेवर आदि हो सकती हैं। मुख्य शक्तियों का उपयोग उद्यमिता में किया जाना चाहिए है क्योंकि वे प्रतिस्पर्धा में एक बढ़त प्रदान करती हैं। इसी तरह शौक और रुचियां भी एक उद्यमी विचार को जन्म दे सकती हैं। जब शौक और रुचियां एक उद्यमी विचार की ओर ले जाती हैं तो काम आनंदमय हो जाता है और एक उद्यमी अपने काम का आनंद लेता है। उद्यमिता के लिए वित्तीय आवश्यकताएं महत्वपूर्ण हैं। हालांकि विभिन्न योजनाओं के तहत ऋण और सब्सिडी प्राप्त की जा सकती है, उद्यमी की ओर से एक निश्चित राशि (योगदान) आवश्यक है। मार्जिन मनी की राशि परियोजना के आकार को सीमित कर सकती है। यह विश्लेषण



उसे उसके लिए उपयुक्त व्यवसाय के प्रकार और आकार को निर्धारित करने में सक्षम बनाता है। स्वयं के बारे में शक्ति-कमजोरी का विश्लेषण इसलिए भी आवश्यक है क्योंकि इससे एक संभावित उद्यमी ये पता कर सकता है कि उसे कौन-सी और जानकारी बढ़ाने की आवश्यकता है या वह अपने कौन से कौशल को बढ़ा सकता अथवा बढ़ा सकती है उसे किस क्षेत्र में प्रशिक्षण लेना जरूरी होगा

ऐसे कई विभाग, संस्थान और शैक्षणिक संगठन हैं जहाँ समय-समय पर उद्यमिता प्रशिक्षण प्रदान किए जाते हैं। CEDMAP, DTIC, MSME DFO, MPCON, NIESBUD, NABARD, KVIC, SIDBI, LEAD BANKS, केंद्रीय और राज्य उद्योग विभाग और अन्य एजेंसियों, संस्थाओं अधिकृत शैक्षणिक संस्थान द्वारा दो सप्ताह, चार सप्ताह और छह सप्ताह के उद्यमी विकास कार्यक्रम (EDP) संचालित किए जाते हैं। संभावित उद्यमियों को स्वयं की उन्नति, उद्योग-व्यवसाय में प्रगति और उज्ज्वल भविष्य के लिए इन अवसरों का लाभ उठाना चाहिए। इन एजेंसियों द्वारा प्रदान किए गए प्रशिक्षण विविध क्षेत्रों के विशेषज्ञों के साथ केंद्रित, कॉम्पैक्ट और लक्ष्य-उन्मुख होते हैं। कौशल विकास के अलावा, ये कार्यक्रम बैंक अधिकारियों, डीटीआईसी अधिकारियों, सफल उद्यमियों आदि के साथ बातचीत और संपर्क प्रदान करते हैं। एक इच्छुक उद्यमी को आमतौर पर ऐसी जानकारी, ज्ञान और कौशल को बहुत सारे प्रयास और व्यय के साथ इकट्ठा करने में लगभग छह महीने या उससे अधिक समय लगता है। इसलिए इन कार्यक्रमों में शामिल होना और कम समय में लाभ प्राप्त करना बुद्धिमानी है।

### 3. व्यावसायिक वातावरण का अवलोकन

प्रशिक्षण में एक संभावित उद्यमी को औद्योगिक नीति, आर्थिक नीति, लाइसेंसिंग नीति, कानूनी वातावरण, तकनीकी वातावरण और बाजार जैसे कारोबारी माहौल की जानकारी विभिन्न सत्रों में मिलती है। संभावित उद्यमी को अपने उद्यमिता लक्ष्यों को निर्धारित करने के लिए मौजूदा कारोबारी माहौल के साथ अपनी स्थिति और प्राथमिकताओं का मिलान करना होगा। उद्यम की सफलता सुनिश्चित करने के लिए, उद्यमी को व्यवसाय के अवसरों और पर्यावरण में खतरों का अवलोकन करना चाहिए। उसे प्रशासनिक ढांचे, प्रक्रियाओं, नीतियों, नियमों और विनियमों और सरकार द्वारा कार्यान्वित अन्य औपचारिकताओं का अध्ययन करना चाहिए।

### 4. उत्पाद चयन

उपरोक्त गतिविधियों के पूर्ण होने पर यह मान लिया जाना चाहिए कि संभावित उद्यमी को अपने बारे में और कारोबारी माहौल के बारे में एक उचित विचार कर एक निर्णय पर पहुंचने की शक्ति मिल गई है। इस समय, उन्हें व्यवसाय के विचार को तय करने और अंतिम रूप देने के लिए व्यावसायिक वातावरण में अवसरों के साथ अपनी व्यक्तिगत ताकत का मिलान करना होगा। व्यावसायिक गतिविधि का स्तर व्यवसाय के आकार को निर्धारित करेगा और इस प्रकार स्वामित्व का निर्माण करेगा। उद्योगों को प्राकृतिक संसाधन आधारित, घरेलू उद्योग आधारित, मौजूदा कौशल आधारित, मांग आधारित, ग्रामीण आधारित, निर्यात आधारित, नई प्रौद्योगिकी और नवीन उत्पादों के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है। मुख्य ताकत, ब्याज और उपलब्ध मार्जिन मनी के आधार पर संभावित उद्यमी आगे के विश्लेषण के लिए कुछ परियोजनाओं का चयन करता है। व्यवसाय की सफलता और उद्यमी के लिए उपयुक्तता के लिए इन विचारों का और विश्लेषण किया जाता है। इस तरह के विश्लेषण से परियोजना के विचार का अंतिम चयन होता है।

### 5. बाजार सर्वेक्षण

परियोजना के विचार को अंतिम रूप देने के बाद, संभावित उद्यमी परियोजना विचार से संबंधित जानकारी के संग्रह में संलग्न होता है। इसके लिए मार्केट इंटेलिजेंस की बहुत जरूरत होती है। वितरकों, आपूर्तिकर्ताओं, सलाहकारों, सामग्री आपूर्तिकर्ताओं,



आदि के संपर्क में बने रहना उद्योग व्यवसाय में राहें सुगम बना सकता है। ये चैनल सदस्य मशीनरी के बारे में जानकारी प्रदान कर सकते हैं, कच्चे माल के विनिर्देश और लागत, परियोजना के लिए आवश्यक जनशक्ति, उनके प्रचलित वेतन और मजदूरी, साथ ही बिजली बिल, परिवहन, किराया, बीमा, विपणन खर्च का भी पता

लगाना होता है। मौजूदा प्रतिस्पर्धियों के उत्पादों और सेवाओं की समीक्षाओं के साथ-साथ ग्राहकों की अपेक्षाओं की गंभीर रूप से जांच की जानी चाहिए। प्रतिस्पर्धियों की मार्केटिंग और वितरण रणनीतियों के साथ-साथ उनकी कीमतों और चैनल भागीदारों को कमीशन भी दिया जाता है। यह ग्राहक की आवश्यकता के अनुसार उत्पाद का उत्पादन करने में मदद करता है। यह बाजार सर्वेक्षण डेटा व्यावसायिक उद्यम के लिए योजना बनाने और रणनीतियों की पहचान करने में मदद करता है। एक व्यवस्थित सर्वेक्षण ग्राहक की आवश्यकता, मांग-आपूर्ति अंतर, प्रतिस्पर्धा, आवृत्ति और मांग की प्रकृति, उत्पाद पैटर्न और डिजाइन, संभावित बाजार हिस्सेदारी, मूल्य निर्धारण, वितरण नीति आदि से संबंधित जानकारी का परिणाम है।

## 6. स्थान का चयन

बाजार सर्वेक्षण स्थान का चयन करने के लिए पर्याप्त जानकारी देता है। यह एक महत्वपूर्ण निर्णय है और व्यवसाय की आवश्यकता के अनुसार स्थान का चयन किया जा सकता है। यदि कच्चा माल काफी भारी या थोक है तो उद्यम कच्चे माल के स्रोत के पास स्थित हो सकता है। यदि उत्पाद विनिर्देश बहुत तेजी से बदलते हैं और काफी हद तक ग्राहकों पर निर्भर करते हैं, तो उद्यम ग्राहकों के पास स्थित होता है ताकि ग्राहकों की प्रतिक्रिया आसानी से और जल्दी से ली जा सके और उत्पाद सुविधाओं में परिवर्तन बहुत तेजी से किया जा सके। यदि उद्यम को बहुत उच्च कुशल श्रम की आवश्यकता होती है, तो उद्यम श्रम बाजार के पास स्थित होता है। उद्यम स्थापना के लिए स्थान चयन के संबंध में निर्णय लेते वक्त यह भी ध्यान रखना होता है कि क्या इसे खरीदा जा सकता है या किराए पर लिया जाना है। यदि अच्छी गुणवत्ता वाली मशीनें और संयंत्र किराए पर उपलब्ध हों तो पूंजी पर ब्याज बचाने के लिए उन्हें किराए पर लिया जा सकता है। स्थान संबंधी निर्णय में स्टोर, कार्यालय, गोदाम, पार्किंग, कैंटीन और भविष्य के विस्तार के प्रावधान पर भी विचार किया जाना चाहिए।

## 7. स्वामित्व/संगठन के रूप का चयन

एक व्यावसायिक उद्यम को एकल स्वामित्व (यदि व्यक्तिगत रूप से स्वामित्व में है), साझेदारी (यदि कुछ व्यक्तियों के स्वामित्व में है), लिमिटेड कंपनी (सार्वजनिक या निजी, जोखिम की सीमा को सीमित करने के लिए), या सहकारी समिति (यदि सोसायटी अधिनियम के तहत पंजीकृत है) के रूप में गठित किया जा सकता है। यह उद्यमी के व्यवसाय के प्रकार, उद्देश्य और आकार पर निर्भर

करेगा। आम तौर पर पहले चरण के उद्यमी एकल प्रोपराइटरशिप से उद्यम शुरू करते हैं। इस समय परियोजना बहुत छोटी और अकेले प्रबंधित होती है।

## 8. उचित प्रौद्योगिकी का चयन

प्रौद्योगिकी का चयन एक व्यावसायिक उद्यम का अत्यंत महत्वपूर्ण पहलू होता है, विशेषकर उस समय जब वह एक विनिर्माण इकाई है। संभावित उद्यमी अपनी निर्माण इकाई के लिए नवीनतम तकनीक प्राप्त करने का कार्य करता है। यह नवीनतम गुणवत्ता वाली मशीनरी और उपकरणों को निर्धारित करने में भी उपयोगी होता है। केंद्र और राज्य सरकार के कई संस्थान जैसे एमएसएमई डीएफओ, डीटीआईसी, एमपीसीओएन आदि अनुसंधान प्रयोगशालाएं, और परामर्श एजेंसियां विनिर्माण प्रौद्योगिकी के संबंध में जानकारी प्रदान करती हैं। प्रौद्योगिकी प्रदान करने वाले कुछ प्रमुख संस्थानों की सूची निम्नानुसार है :-

1. केंद्रीय भवन अनुसंधान संस्थान, रुड़की
2. केंद्रीय खाद्य प्रौद्योगिकी अनुसंधान संस्थान, मैसूर
3. सेंट्रल इंस्टीट्यूट ऑफ मेडिसिनल एंड एरोमैटिक प्लांट्स, लखनऊ
4. केंद्रीय चमड़ा अनुसंधान संस्थान, अडयार, चेन्नई
5. केंद्रीय नमक और समुद्री रासायनिक अनुसंधान संस्थान, भावनगर
6. एडवांस मटेरियल प्रमोशन रिसर्च इंस्टीट्यूट (एमपीआरआई), भोपाल
7. केंद्रीय कृषि इंजीनियरिंग संस्थान, भोपाल
8. केंद्रीय प्लास्टिक इंजीनियरिंग और टेक्नोलॉजी संस्थान, भोपाल
9. केंद्रीय इलेक्ट्रॉनिक्स इंजीनियरिंग अनुसंधान संस्थान, पिलानी
10. केंद्रीय विद्युत रासायनिक अनुसंधान संस्थान, कराइकुडी, तमिलनाडु
11. केंद्रीय ईंधन अनुसंधान संस्थान, धनबाद
12. सेंट्रल ग्लास एंड सिरेमिक रिसर्च इंस्टीट्यूट, कोलकाता
13. केंद्रीय यांत्रिक अभियांत्रिकी अनुसंधान संस्थान, दुर्गापुर
14. केंद्रीय वैज्ञानिक उपकरण संगठन, चंडीगढ़



15. भारतीय रासायनिक जीव विज्ञान संस्थान, कोलकाता
16. राष्ट्रीय वनस्पति अनुसंधान संस्थान, लखनऊ
17. राष्ट्रीय समुद्र विज्ञान संस्थान, गोवा

ये संगठन इच्छुक उद्यमियों को तकनीकी जानकारी और उद्यमशीलता सहायता प्रदान करते हैं। इन संगठनों की प्रौद्योगिकियां उद्यमियों को बेहतर उत्पाद और सेवाएं बाजार में लाने में मदद कर सकती हैं।

## 9. मशीनरी और उपकरण :

प्रौद्योगिकी के लिए विभिन्न संगठनों से परामर्श करने के बाद संभावित उद्यमी अपने उद्यम के लिए गुणवत्तापूर्ण मशीनरी का चयन करते हैं। इसके लिए कुछ मशीनरी आपूर्तिकर्ताओं का चयन किया जाता है और सभी नियमों और शर्तों के साथ मशीनरी खरीदने के लिए कोटेशन प्राप्त किए जाते हैं। सबसे उपयुक्त प्रस्ताव का आकलन करने के लिए एक तुलनात्मक चार्ट बनाया जाता है। सबसे कम कीमत का पेशकश करने वाला हमेशा सबसे अच्छा प्रस्ताव नहीं हो सकता है। चयन में सेवा, गुणवत्ता, प्रशिक्षण और भुगतान नियम और शर्तें शामिल होनी चाहिए। विनिर्माण के लिए आवश्यक तकनीक, मशीनरी और उपकरणों को चुनने के बाद, चुने हुए उत्पादों को तय करना होगा, आपूर्तिकर्ताओं की पहचान करनी होगी और उनकी लागत का अनुमान लगाना होगा। मशीनरी और उपकरणों के लिए पहले से अच्छी योजना बनानी पड़ सकती है, खासकर अगर इसे शहर, राज्य या देश के बाहर से खरीदना हो।

### दूसरा चरण :

उद्यम स्थापना के दूसरे चरण के अंतर्गत निम्नानुसार गतिविधियां शामिल की जाती हैं :-

## 10. प्रारंभिक परियोजना रिपोर्ट (पीपीआर) तैयार करना :

पहले चरण में संपन्न विभिन्न गतिविधियों के बाद उद्यमी के पास अपनी परियोजना या व्यावसायिक विचार को लेकर बहुत सारी अंतर्दृष्टि (insight) विकसित हो चुकी होती है। अतः अब व्यवसाय योजना या प्रारंभिक परियोजना रिपोर्ट के रूप में सभी डेटा को औपचारिक रूप देने और एकीकृत करने का समय शुरू होता है। एक उद्यमी के लिए एक व्यवसाय योजना एक उद्यम की स्थापना के लिए एक रोड मैप की तरह है। एक पीपीआर या व्यवसाय योजना में रोडमैप के अलावा तकनीकी-आर्थिक व्यवहार्यता को भी सत्यापित किया जाता है जिसका अर्थ है कि क्या उत्पाद का निर्माण

करना तकनीकी रूप से संभव है (विशिष्ट परियोजना के लिए प्रौद्योगिकी, मशीनरी और तकनीकी कार्यबल उपलब्ध हैं) और परियोजना के लिए वित्तीय आवश्यकताएं हैं, वांछित लाभ प्राप्त करने के लिए पर्याप्त बिक्री के लिए बाजार उपलब्ध है, पीपीआर के लिए मानक प्रारूप उपलब्ध हैं और उन्हें संभावित उद्यमी द्वारा प्राप्त किया जा सकता है। यह सुझाव दिया जाता है कि उद्यमियों को पीपीआर या व्यवसाय योजना स्वयं बनानी चाहिए और सलाहकारों, चार्टर्ड एकाउंटेंट्स आदि के माध्यम से रेडीमेड प्राप्त नहीं करनी चाहिए। इसे तैयार करते समय एक उद्यमी परियोजना की सभी बारीकियों से गुजरता है। इस तरह, संभावित उद्यमी के पास भूमि, भवन, मशीनरी, कच्चा माल, मजदूरी, उपयोगिता, विविध व्यय, उत्पादन लक्ष्य, बिक्री, विपणन चैनल, कमीशन, आपूर्ति श्रृंखला, भागीदारों, बीमा, ऋण, परिवहन तंत्र शुल्क, किराया आदि पर वैचारिक स्पष्टता होती है। पीपीआर तैयार करने से संभावित उद्यमी में विश्वास पैदा होता है जो निर्णय लेने में मदद करता है। पीपीआर सरकारी सहायता एजेंसी के अधिकारियों, बैंकों और अन्य हितधारकों के साथ संवाद करता है। संभावित उद्यमी यदि स्वयं पीपीआर बनाता है तो वह आसानी से परियोजना पर कड़ी निगरानी और नियंत्रण रख सकता है। एक अच्छे पीपीआर में प्रमोटर की दृष्टि, परियोजना कार्यान्वयन की अल्पकालिक और दीर्घकालिक योजना शामिल होती है। पीपीआर का पहला भाग जो उद्यमियों के विवरण को दर्शाता है वह भी बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि वे उस समय उद्यमियों की छवि को चित्रित करते हैं जब वे परियोजना मूल्यांकनकर्ताओं के सामने मौजूद नहीं होते हैं। इसलिए इसे अत्यंत सावधानी से भरा जाना चाहिए और योग्यता, प्रासंगिक अनुभव और संबंधित शक्तियों को उजागर करते हुए बहुत विस्तार से भरा जाना चाहिए।

## 11. अनंतिम पंजीकरण (Provisional Registration)

संभावित उद्यमी डीटीआईसी या उद्योग निदेशालय की वेबसाइटों से अनंतिम पंजीकरण के लिए निर्धारित आवेदन पत्र डाउनलोड कर सकते हैं। यह पीपीआर डेटा पंजीकरण फॉर्म भरने में मदद करेगा। विवरण की सावधानीपूर्वक जांच करने के बाद इसे ऑनलाइन जमा किया जाना चाहिए। यह आवश्यक है क्योंकि संभावित उद्यमी को एनएसआईसीए एसएफसी और केवीआईसी से वित्तीय सहायता सहित विभिन्न सरकारी सुविधाओं, सहायता और प्रोत्साहनों का लाभ उठाने के लिए अनंतिम पंजीकरण दस्तावेज जमा करने की आवश्यकता होती है।

## 12. भूमि की व्यवस्था

संभावित उद्यमियों को अब परियोजना के लिए आवश्यक भूमि की व्यवस्था करनी चाहिए। औद्योगिक भूमि के लिए डीटीआईसी, एकेवीएन से संपर्क किया जा सकता है। उद्योग स्थापित करने के लिए रियायती दरों पर भूमि उपलब्ध है। इसके लिए आवश्यक फॉर्म प्राप्त कर और आवश्यक दस्तावेजों के साथ इसे भरकर जमा करना होता है। इन एजेंसियों से भूमि प्राप्त करने में काफी समय लगता है, इसलिए संभावित उद्यमियों को जमीन के लिए काफी शुरुआती चरण में आवेदन करना चाहिए।

## 13. मंजूरी और सहमति

एक परियोजना शुरू करने के लिए उद्यम की आवश्यकता के अनुसार प्रदूषण नियंत्रण, दवा लाइसेंस, खनन आदि जैसे विभिन्न प्रकार की स्वीकृति की आवश्यकता होती है। यह पूरी तरह से परियोजना की प्रकृति पर निर्भर करता है। संभावित उद्यमियों को परियोजना के लिए आवश्यक इन मंजूरी की आवश्यकता का आकलन करने के लिए संस्थान के अधिकारियों से सहायता परामर्श प्राप्त करना होगा। इसके लिए संबंधित अनुलग्नकों के साथ आवश्यक प्रपत्र प्राप्त करने और भरने होंगे। फॉर्म को ध्यान से भरने के बाद सबमिट करना होगा। सभी की एक प्रति भविष्य में संदर्भ के लिए अपने पास रखी जानी चाहिए। इन सब औपचारिकताओं से मंजूरी के लिए अनुवर्ती कार्रवाई आमतौर पर तेज हो जाती है।

उद्योगों के लिए बिजली बहुत आवश्यक है और यह सुनिश्चित करना चाहिए कि बिजली बोर्ड द्वारा आवश्यक बिजली सुनिश्चित की जाएगी। विशेष स्थान पर उद्योग के लिए आवश्यक वाट क्षमता की मांग के लिए बिजली बोर्ड को आवेदन किया जा सकता है। बिजली बोर्ड समीक्षा करता है और उस स्थान पर बिजली उपलब्ध होने पर सहमति पत्र देता है।

## 14. वित्त की व्यवस्था :

वित्त उद्यम का जीवन रक्त है और एक संभावित उद्यमी को धन या वित्त प्राप्त करने के लिए वित्तीय संस्थानों और बैंकों के निर्दिष्ट मानदंडों का पालन करना पड़ता है। संभावित उद्यमी को वित्तीय संस्थानों से परामर्श करना चाहिए और लागू योजना और उसके प्रावधानों को समझना चाहिए। संभावित उद्यमी के लिए आवश्यक मार्जिन मनी, बीज पूंजी, सॉफ्ट लोन और सब्सिडी का प्रतिशत स्पष्ट होना चाहिए। संभावित उद्यमी को मार्जिन मनी की व्यवस्था शुरू कर देनी चाहिए।

उपरोक्तानुसार गतिविधियों के पूर्ण हो जाने के बाद संभावित उद्यमी के पास संपूर्ण पीपीआर या व्यवसाय योजना उपलब्ध होती है, जिसे ऋण के मूल्यांकन और आवंटन के लिए वित्तीय संस्थानों को प्रस्तुत किया जाता है।

## तीसरा चरण

उद्यम स्थापना के तीसरे चरण के अंतर्गत निम्नलिखित गतिविधियां अपेक्षित होती हैं :-

- बैंक में मार्जिन मनी जमा करें
- फैक्ट्री शेड/भवन का निर्माण
- मशीनरी की खरीद के लिए आदेश दें
- संयंत्र और मशीनरी की स्थापना
- विद्युत कनेक्शन प्राप्त करें
- परीक्षण उत्पादन और परीक्षण विपणन शुरू करें
- वाणिज्यिक उत्पादन
- उद्योग आधार/जीएसटी आदि के लिए आवेदन करें।

परियोजना स्थापना के इस चरण में उद्यमी को बैंक में मार्जिन मनी जमा करनी होती है जिसके बाद मशीनरी आपूर्तिकर्ताओं के नाम पर चेक जारी किए जाते हैं। उद्यमी को यह सुनिश्चित करना होता है कि मशीनरी के आने से पहले शेड का निर्माण पूरा हो गया है और इसलिए शेड का निर्माण काफी पहले कर लेना चाहिए। मशीनरी का परीक्षण करने के लिए विद्युत कनेक्शन की आवश्यकता होती है अतः मशीनरी को स्थापित करने या चालू करने से पहले बिजली कनेक्शन की उपलब्धता सुनिश्चित कर लेनी चाहिए। मशीनरी की खरीदी के लिए ऑर्डर दिया जाता है और मशीन आने के बाद लेआउट के अनुसार प्लांट या शेड में उन्हें स्थापित कर चालू किया जाता है। परीक्षण उत्पादन के लिए कच्चे माल को न्यूनतम मात्रा में खरीदा जाता है। ट्रायल प्रोडक्शन में कच्चे माल, उत्पादन प्रक्रिया, श्रमिकों को बनाए रखने आदि के कई रूप हो सकते हैं। ये किसी भी नए औद्योगिक सेटअप के लिए काफी सामान्य हैं। एक बार पूरी प्रक्रिया सुचारू हो जाने के बाद व्यावसायिक उत्पादन शुरू किया जा सकता है।

अंतिम उत्पाद खरीद आदेश और बिल के साथ बनाया और बेचा जाता है। ये उद्योग आधार के लिए आवश्यक हैं। उद्योग आधार के लिए आवेदन ऑनलाइन किया जाता है।



# उद्यम चयन

करते वक़्त बरती जाने वाली सावधानियाँ

स्वरोजगार की इच्छा रखने वालों के लिए उद्यम का चयन एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। उद्यम चयन को लेकर कई पहलुओं पर विचार किया जाता है। ये भी देखा जाता है कि जिस उद्यम का हम चयन कर रहे हैं, उसमें हमारी सफलता तय है अथवा नहीं। किसी भी उद्यम का चयन करने से पहले यह जान लेना चाहिए कि उसे छोटे स्तर से प्रारंभ किया जाए और फिर धीरे-धीरे विस्तार किया

जाए या आगे बढ़ाया जाए। अल्प पूंजी से घर पर चलाए जाने वाले उद्योग गृह उद्योग नहीं वास्तव में कुटीर उद्योग हैं। जब कोई कुटीर उद्योग विकसित होकर इतना बड़ा हो जाता है कि उसमें संचालन के अतिरिक्त कुछ कर्मचारी भी नियुक्त करने की आवश्यकता पड़ती है तब सहज ही उसे गृह उद्योग कहा जा सकता है। किसी उद्यम का चयन करते समय एक उद्यमी को निम्नानुसार बातों का ध्यान रखना चाहिए :-



## कच्चे माल की उपलब्धता

उद्यम का चयन करते समय देखें कि आवश्यक कच्चा माल आस-पास ही मिल जाएगा अथवा नहीं। तैयार सामान भी आसानी से आस-पास के क्षेत्रों में बेचा जा सकता है अथवा नहीं। यदि कच्चा माल दूर से लाना है और तैयार माल दूर बेचने जाना हो तो परिवहन की व्यवस्था कैसी है ये भी देखना होगा। आपने जिस उद्यम का चयन किया है उसके लिए सुरक्षित भंडारण की व्यवस्था भी ठीक-ठाक होना जरूरी है।

## पूंजी की आवश्यकता एवं बाजार संभावना

ऐसे बहुत से उद्योग हैं जो कम पूंजी में प्रारंभ किए जा सकते हैं, जैसे चिप्स एवं पापड़, अचार, मोमबत्ती, साबुन, बिंदी, मसाला, फलों और सब्जियों को डिब्बा-बंद करना,

जेम-जेली, चॉकलेट, टॉफी बनाना, अगरबत्ती निर्माण, दोना पत्तल, एलईडी लाइट असेंबल करना, शू पॉलिश बनाना, नेल पॉलिश, काली मेंहदी व हेयर डाई, सजावटी सामान बनाना, पेन, बॉलपेन, रिफिल तैयार करना, बेकरी उद्योग, गिफ्ट पैकेजिंग, डायरी, फोटो एलबम, राखी, कीरिंग, मिट्टी-लकड़ी के उत्पाद, सिरका बनाना, बाती, हवन सामग्री, गुलाल एवं रंग, टूथ पॉवडर, गोंद, डेयरी उत्पाद, इत्र निर्माण, प्रिंटिंग कार्य, वर्मी कंपोस्ट खाद, स्टेशनरी सामग्री निर्माण आदि कई तरह के ऐसे उद्योग हैं जो बाजार संभावनाओं को देखते हुए प्रारंभ किए जा सकते हैं। परंतु आवश्यक ये है कि जो भी उद्योग व्यवसाय आप शुरू करना चाहते हैं उसके बारे में सम्पूर्ण जानकारी अच्छी तरह से मालूम कर लें, यदि कहीं से प्रशिक्षण मिल सके तो और भी बेहतर रहेगा। साथ ही ये भी पता कर लें कि जो उद्योग आप स्थापित करना चाह रहे हैं, उसकी अनुमति लेने या पंजीकरण की क्या प्रक्रिया है।

## मार्केट रिसर्च



उद्योग का चयन करने से पहले मार्केट रिसर्च करना एक उत्तम कार्य होगा। इससे आपको अपने चयनित उत्पाद की बाजार में बिक्री करना सरल होगा और आप प्रतिस्पर्धा से निपटने में भी सफल होंगे। इसके साथ ही मशीनों व उपकरणों की पूर्ण जानकारी, कुशल श्रमिकों व कर्मचारियों की व्यवस्था, उपयुक्त स्थल, लागत एवं लाभ का विश्लेषण, उद्योग सम्बंधित सरकारी योजनाओं के बारे में भी जानकारी जुटा लेना हितकर होगा। ऐसा करना इसलिए जरूरी है क्योंकि ये प्रक्रिया उद्यम चयन में सहायक होती है।

## पूंजी व्यय करने का तरीका

जैसे की हमने पूर्व में ही कहा है कि प्रत्येक उद्योग की कुछ विशेषताएं, कमियां और सीमाएं होती हैं। पहले से ही अपनी सभी क्षमताओं, वातावरण और जो उद्योग आप शुरू करने की सोच रहे हैं

उसके सभी बिंदुओं का विश्लेषण करने के बाद ही आगे कदम उठाएं। नया उद्योग प्रारंभ करते समय अधिकांश लोग सबसे बड़ी गलती यह करते हैं कि वह प्रारंभ में ही प्लांट, मशीनों और ऑफिस निर्माण पर पूंजी का एक बड़ा भाग व्यय कर देते हैं। इसके बाद कुछ समय तक तो भरपूर उत्पादन करके बाजार में अपना निर्मित माल भी सप्लाई करते हैं परंतु इसके बाद पूंजी के अभाव में उनका कार्य रुक जाता है और न तो वे बाजार में अपने उत्पाद को सप्लाई कर पाते हैं और न ही उन्हें सप्लाई किए गए माल का पूरा मूल्य मिल पाता है और जो मिलता है वह भी थोड़ा-थोड़ा करके बड़ी मुश्किलों से प्राप्त हो पाता है।

## उत्पाद की गुणवत्ता

उद्यम चयन में गुणवत्ता का विशेष ध्यान रखा जाना चाहिए, क्योंकि गुणवत्ता ही आपके उद्यम को सफलता दिलाती है। बाजार में यदि कोई वस्तु उपलब्ध नहीं हो पा रही हो, तो उसके स्थान पर कौन-सी वस्तु का प्रयोग किया जा सकता है, ये जानकारी भी होना चाहिए। निरंतर नवीन खोज और सैंपल के रूप में थोड़ा-थोड़ा माल बनाकर उसका परीक्षण करते रहना प्रत्येक उद्योग में सफलता का सबसे बड़ा रहस्य है। प्रायः बड़ी कंपनियां बाजार सर्वेक्षण पर अधिक ध्यान देती हैं, जैसे घर-घर जाकर उपभोक्ताओं की प्रतिक्रिया जानने और अपने उत्पादों के विक्रेताओं से निरंतर संपर्क बनाए रखने के लिए अलग-अलग अनेक कर्मचारी रखती हैं, लेकिन जो व्यवसायी ऐसा नहीं कर सकते वह अपने विक्रेताओं के माध्यम से अपने उत्पाद के बारे में उपभोक्ताओं की धारणा और राय मालूम करके उत्पाद में सुधार या बदलाव करने में देरी नहीं करते। यही कारण है कि आप किसी भी स्तर पर व्यवसाय करें, इन दुकानदारों से निरंतर सीधा संपर्क अवश्य बनाए रखें। उद्यम चयन में आवश्यक पूंजी कितनी है उसका ध्यान भी रखा जाना परम आवश्यक है।

## सफल उद्यमी के गुण

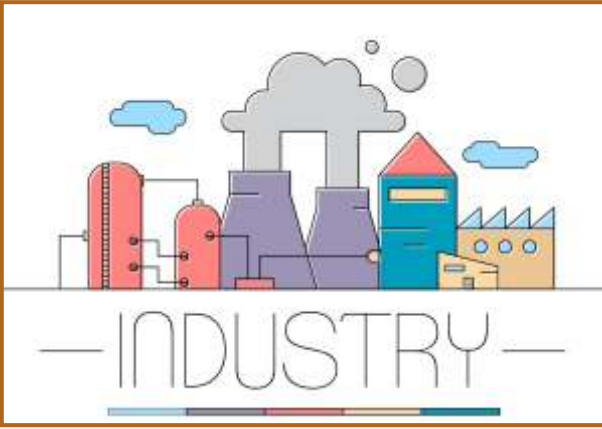
उद्यम चयन से पूर्व यह देखा जाना जरूरी होगा कि क्या हममें सफल उद्यमी बनने के गुण विद्यमान हैं? उद्यमिता के क्षेत्र में सफल होने के लिए व्यक्ति में कुछ विशिष्ट गुणों का होना अति आवश्यक है। इन गुणों के अभाव में व्यक्ति इकाई स्थापित तो कर सकता है, परंतु वह उसे चला नहीं पाएगा। इसके लिए जरूरी है कि हममें जोखिम उठाने की क्षमता, आत्मविश्वास, उपलब्धि की चाह, अपने तथा इकाई के बारे में सकारात्मक रवैया, स्वतंत्र विचार तथा पहल करने की प्रवृत्ति, समस्याओं का समाधान करने की क्षमता, सही लक्ष्य निर्धारित करने वाला, धैर्य, स्पष्टवादी, प्रयासरत तथा दृढ़



रहने की प्रवृत्ति, वचनबद्धता जैसे गुणों का होना आवश्यक है।

## प्रबंधकीय क्षमता

उद्यम चयन से पूर्व सफलता के लिए व्यक्ति यह जरूर देखे कि वह दूसरों से किस प्रकार काम करवा पाता है, अपेक्षाकृत इसके कि वह स्वयं क्या करता है। अतः व्यक्ति में योजनाबद्ध तरीके से काम करने की क्षमता, संगठनात्मक क्षमता, अपने कर्मचारियों को नेतृत्व तथा मार्गदर्शन प्रदान करने की क्षमता तथा नियंत्रण एवं पुनर्विवेचन की क्षमताओं की विवेचना, बैंकों/वित्तीय संस्थाओं द्वारा की जाती है।



## इकाई से संबंधित ज्ञान

जो भी इकाई व्यक्ति स्थापित करना चाह रहे हैं, उसके बारे में उन्हें कितनी जानकारी है, इसकी विवेचना बैंकों/वित्तीय संस्थाओं द्वारा की जाना आवश्यक है, क्योंकि अत्यंत लघु क्षेत्र के उद्यमी इतने सक्षम नहीं होते कि वे इकाई से संबंधित कार्य हेतु अलग-अलग व्यक्ति रख सकें। अतः बैंकों की यह अपेक्षा होती है कि संबंधित व्यक्ति को अपनी इकाई की पूर्ण जानकारी हो।

## उद्यमी की योग्यता

कई बार यह प्रश्न उठाया जाता है कि एक ऐसे शिक्षित बेरोजगार से जिसकी उद्योग, व्यवसाय की कोई पारिवारिक पृष्ठभूमि नहीं है, यह कैसे अपेक्षा की जा सकती है कि उसे उद्योग, व्यवसाय विशेष में पूर्ण व्यावहारिक प्रशिक्षण या जानकारी प्राप्त हो, परंतु यदि व्यवहारिक रूप से देखा जाए तो यह आवश्यक है, क्योंकि जब तक संबंधित इकाई के संचालन की व्यवहारिक जानकारी नहीं होगी, तब तक वह सफल नहीं हो सकेगा। जिस उद्यम का हमने चयन किया है उसमें तकनीकी योग्यता पर भी फोकस करना अच्छा रहेगा। हालांकि तकनीकी योग्यता ना होना उद्यमी बनने के लिए कोई अयोग्यता नहीं है, परंतु यह उन

व्यक्तियों के लिए एक अतिरिक्त सुविधा अवश्य है, जो ये योग्यताएं रखते हैं। यदि आपको लगता है कि जिस उद्यम का आपने चयन किया है उसमें ऋण की आवश्यकता होगी तो ये अवश्य पता कर लें कि आपको ऋण मिल भी सकता है अथवा नहीं और कितना ऋण मिल सकेगा और आप उसका कैसे उपयोग करेंगे और कैसे ऋण चुकाएंगे।

## उद्यमी की पृष्ठभूमि

उद्यम चयन से पूर्व अपनी व्यावसायिक या पारिवारिक पृष्ठभूमि को भी देख लेना चाहिए हालांकि समय के साथ व्यक्ति के उद्यमीय गुणों को अधिक महत्व दिया जाने लगा है। यदि आपमें सफल उद्यमी के गुण हैं तो फिर ये बातें ज्यादा मायने नहीं रखतीं।

## मशीन एवं प्रौद्योगिकी

जो इकाई आप स्थापित करना चाहते हैं, उसमें लगने वाली मशीनें उपयुक्त स्तर की हों तथा उत्पादों को बनाने की प्रक्रिया सही हो। ये देखें कि आप जो तकनीकी अथवा प्रौद्योगिकी अपनी इकाई में अपनाना चाहते हैं, क्या वह सही तथा प्रमाणित है, क्योंकि कई संस्थाओं द्वारा दिन-प्रति-दिन अपनाई जाने वाली तकनीकी विकसित की जा रही हैं, जैसे फेरी सीमेंट की टंकियां बनाना, आलू को सुखाकर पॉवडर बनाना, प्याज-लहसुन का पॉवडर बनाना आदि समस्त तकनीकी तथा प्रौद्योगिकी काफी उत्तम हो सकते हैं, परंतु जब तक उनकी व्यावसायिक उपयोगिता सिद्ध नहीं हो जाती, तब तक उद्यमी यदि इन पर आधारित इकाई स्थापित न ही करें तो बेहतर होगा। हां, जब इनकी व्यावसायिक उपयोगिता सिद्ध हो जाए तो उसके उपरांत उन्हें अपनाने में कोई परेशानी नहीं होगी, परंतु इसका अर्थ यह कतई नहीं कि उद्यमी, प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में हो रही नवीनतम खोजों के प्रति अपनी आंख मूंद लें, क्योंकि अंततः तो वही उद्यमी लंबे समय तक चल पाएगा जो नवीनतम प्रौद्योगिकी के प्रति जागरूक रहता है।

## मशीनरी/उपकरणों के स्रोत

उद्योग व्यवसाय का चयन करते समय ये भी ध्यान रखने वाली बात महत्वपूर्ण है कि जो मशीनरी या उपकरण जरूरी हैं वह कहां से खरीदने होंगे। मशीन विक्रेताओं द्वारा बिक्री उपरांत सेवा को भी सुनिश्चित कर लेना चाहिए। उदाहरण के लिए मान लीजिए भोपाल स्थित किसी इकाई का मशीनरी प्रदायकर्ता मुंबई में स्थित है, इस मशीन में यदि कभी कोई खराबी आ जाती है तो उस व्यक्ति को बार-बार मुंबई में संपर्क करना पड़ेगा तथा वहीं से मैकेनिक



आकर इस मशीन को सुधारेगा, जिससे उद्यमी को खर्चा भी अधिक करना पड़ेगा तथा उसका समय भी अधिक खराब होगा, जबकि यदि मशीनरी निर्माता या प्रदायकर्ता अथवा उसका सर्विस केंद्र पास में ही स्थित हो तो इससे उद्यमियों को खर्चा भी कम लगेगा तथा उसका समय भी बर्बाद नहीं होगा। अतः मशीन के सप्लायर के बारे में निर्णय लेने से पूर्व उद्यमी इन पहलुओं को ध्यान से देखें। इकाई की वित्तीय जीवन क्षमता का परीक्षण करने के लिए व्यक्ति के पास वांछित मार्जिन मनी उपलब्ध है, अथवा क्या यह इकाई स्थापित किया जाना लाभकारी होगा, इस संदर्भ में निम्नलिखित पहलुओं का परीक्षण किया जाना उपयुक्त होगा। किसी भी इकाई को स्थापित करने में लागत की जो प्रमुख मदें होती हैं वे हैं:-

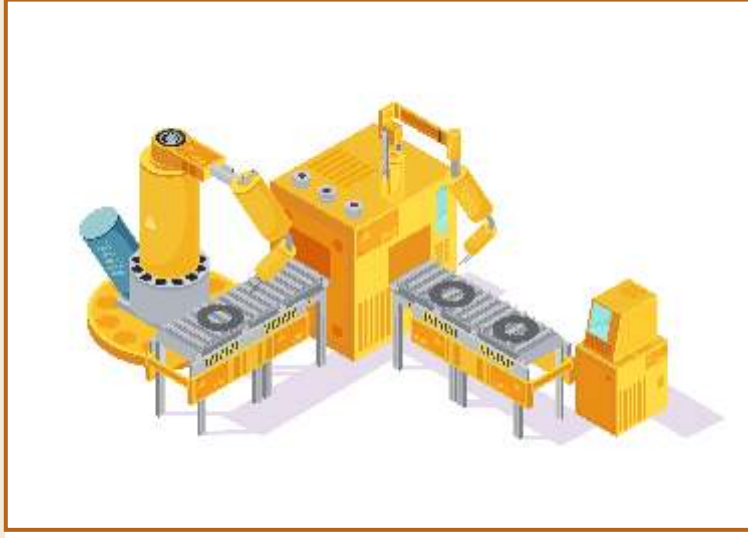
1. भूमि तथा भवन,
2. प्लांट तथा मशीनरी लागत,
3. परिचालन पूर्व के व्यय,
4. विविध स्थाई परिसंपत्तियां,
5. आकस्मिक खर्च एवं
6. कार्यशील पूंजी।

मान लीजिए, उद्यमी किराए के भवन में इकाई स्थापित करने का विचार करता है तो प्रथम मद (भूमि तथा भवन की लागत) पर होने वाला खर्च तो समाप्त हो जाएगा, परंतु अन्य 5 मदों पर खर्च करना ही पड़ेगा। इनमें से किसी भी एक मद पर होने वाले खर्च का विवरण यदि उद्यमी अपनी परियोजना में शामिल नहीं करता तो उसकी परियोजना संपूर्ण नहीं कहलाएगी।

### इकाई की आर्थिक जीवन क्षमता

कई बार इकाई द्वारा लाभ दर्शाए जाने पर भी इकाई सही मायनों में आर्थिक रूप से सक्षम प्रतीत नहीं होती। उदाहरण के लिए मान लीजिए कि 10,00,000/- के पूंजी निवेश से कोई

उद्यमी प्रतिमाह रू. 5,000/- लाभ कमा रहा है, इसका अर्थ यह हुआ कि उसे कुल पूंजी निवेश पर मात्र 6 प्रतिशत मिल रहा है। ऐसे में क्यों कर कोई वित्तीय संस्था, उद्यमी को उद्योग स्थापित करने के लिए सहायता प्रदान करेगी। इतना राजस्व तो वह व्यक्ति इन पैसों को, बैंक में रखकर इस पर साधारण ब्याज के माध्यम से भी कमा सकता है।



### इकाई की विपणन जीवन क्षमता

इकाई की विपणन संभावना अथवा विपणन जीवन क्षमता भी एक महत्वपूर्ण पहलू है, जिसे प्रायः वित्तीय संस्थाओं द्वारा सर्वाधिक महत्व दिया जाता है। विपणन पहलू को ऐसा महत्व देना किन्हीं मायनों में उपयुक्त भी है, क्योंकि यदि किसी

उत्पादनकर्ता के पास अपने उत्पादों के विपणन के लिए पर्याप्त तथा निश्चित बाजार उपलब्ध है, तो उसका कार्य काफी आसान हो जाएगा तथा शेष पहलुओं में से अधिकतम पहलू स्वतः ही उसके पक्ष में हो जाएंगे। इसके लिए जरूरी है कि उद्यमी द्वारा उत्पादित किया जाने वाला उत्पाद कितना भी उच्च कोटि का अथवा गुणवत्तापूर्ण हो, जब तक उसकी सम्बंधित क्षेत्र में मांग नहीं होगी तब तक इस इकाई का क्षेत्र में चल पाना संभव नहीं होगा। उदाहरण के लिए वर्तमान में महानगरों में मशरूम की काफी अधिक मांग है, मशरूम का पर्याप्त बाजार भी उपलब्ध है, परंतु यदि कोई उद्यमी ऐसी इकाई किसी छोटे कस्बे में स्थापित करता है तो हो सकता है उसे इसके लिए पर्याप्त बाजार ना मिल सके।

### बाजार में उत्पाद की स्वीकार्यता

उद्यमी, जो भी उत्पाद बनाना चाह रहा है, उसकी संबंधित बाजार में स्वीकार्यता की क्या संभावनाएं हो सकती हैं? यह जानना और इस बात का अंदाजा लगाना उद्यमी के लिए अत्यावश्यक है, अन्यथा उद्यमी का उत्पाद स्वीकार्य ही ना होगा। उदाहरणार्थ पीवीसी कृषि पाइप का स्थान एल.डी.पी. के पाइप

लेते जा रहे हैं।

## संबंधित उत्पाद के क्षेत्र में ब्रांड नाम का प्रचलन

स्थापित ब्रांड नाम वाले उत्पादों के आगे पूर्णतया नए तथा अपरिचित उत्पादों के लिए अपना स्थान बनाना काफी मुश्किल होता है। उद्यमी द्वारा ये प्रयास किए जाने चाहिए कि यथासंभव वे ऐसे क्षेत्रों में पदार्पण करें, जिसमें स्थापित ब्रांड नामों का बोलबाला नहीं हो। उदाहरण के लिए वर्तमान में नहाने के साबुनों के उत्पादन के क्षेत्र में कुछ विशेष ब्रांड नाम इतने अधिक हावी हो गए हैं कि संभवतः नए उद्यमी को इस क्षेत्र में अपने उत्पादों की मार्केटिंग करना काफी कठिन हो, परंतु यदि किसी उत्पाद विशेष के क्षेत्र में ब्रांड नाम का ज्यादा प्रचलन नहीं है, तो उनको बाजार में अपना उत्पाद प्रस्तुत करने में आसानी होगी।

## उत्पाद के संभावित क्रेता

जो उत्पाद उद्यमी बनाना चाह रहा हो, उसके संभावित क्रेता कौन हैं- क्या उसके कुछ गिने-चुने क्रेता ही हैं या यह उत्पाद सामान्य उपयोग की वस्तु है। गिने-चुने क्रेताओं वाले उत्पादों के विपणन में काफी परेशानियां आ सकती हैं, जबकि सामान्य उपयोग वाली वस्तु के विपणन में ऐसी परेशानियों की संभावनाएं कम हैं। उदाहरण के लिए पेपर कोन बनाने वाली इकाई को यह ध्यान रखना होगा कि उसके उत्पाद केवल टैक्सटाइल्स मिलों में ही लगेगे। यदि किसी कारणवश यह मिलें यह पेपरकोन लेना बंद कर दें, तो पेपरकोन बनाने वाली इकाइयां मुश्किल में पड़ जाएंगी।

## बाजार में प्रतिस्पर्धा की स्थिति

उद्यमी द्वारा उत्पादित किए जाने वाले उत्पाद/सेवा के क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा कैसी तथा कितनी है, यह जानना भी आवश्यक है। इसके साथ-साथ उद्यमी द्वारा यह विचार किया जाना भी आवश्यक है कि संबंधित बाजार में प्रतिस्पर्धा की प्रचलित रीतियों के अनुसार वह कार्य कर पाएगा या नहीं। इस संबंध में एक विशेष उदाहरण है- डीटीपी कार्य। पूर्व में व्यवसायियों द्वारा डीटीपी कार्य करने की प्रति पृष्ठ रू. 50/- लागत ली जाती थी। भोपाल-इंदौर जैसे शहरों में अब इतनी डीटीपी इकाइयां हो गई हैं कि व्यवसायी रू. 30/- प्रति पृष्ठ की दर से भी कार्य करने हेतु सहर्ष तैयार हैं। ऐसी स्थिति में यहां और अधिक डी.टी.पी. इकाइयां लगाने का क्या लाभ ?

## निश्चित बाजार की उपलब्धता

कई बार पारिवारिक संबंधों, मित्रता अथवा किसी अन्य विशेष कारण से उद्यमी को अपने उत्पादों के विपणन के लिए निश्चित बाजार प्राप्त हो सकता है। उदाहरण के लिए, मान लीजिए

कोई उद्यमी डी.टी.पी. कंपोजिंग की इकाई स्थापित करना चाह रहा है और उसके ससुर की ऑफसेट प्रेस है। अन्य बातें समान होने पर ऐसे में संभवतया उद्यमी को डी.टी.पी. कार्य हेतु पर्याप्त तथा निश्चित बाजार मिलने में परेशानी ना हो।

## इकाई के कानूनी पहलू

क्या हमने जिस उद्योग-व्यवसाय का चयन किया है उसके बारे में सभी कानूनी औपचारिकताओं की जानकारी हासिल कर ली है ? ये भी मालूम होना चाहिए। किन्हीं इकाइयों के संदर्भ में विशिष्ट लाइसेंस की जरूरत होती है, जैसे दवाइयां/कॉस्मेटिक्स/फिनाइल/सर्जिकल बैंडेज आदि इकाइयों के संदर्भ में ड्रग लाइसेंस अथवा स्टोन क्रेशर/ईट-भट्टा जैसी इकाइयां स्थापित करने के पूर्व में माइनिंग विभाग से खुदाई की अनुमति लेना आवश्यक होती है। उद्यमियों से अपेक्षित है कि इकाई के उत्पादन में आने से पूर्व वे समस्त आवश्यक लाइसेंस/अनुमतियां आदि प्राप्त कर लें।

## इकाई की लोकेशन

मैनेजमेंट थॉट्स नामक प्रसिद्ध पुस्तक के रचयिता डॉ. प्रमोद बत्रा का विचार है कि किसी भी व्यवसाय/दुकान/इकाई की स्थापना करते समय उद्यमी को तीन बातों का मुख्य रूप से ध्यान रखना चाहिए। ये तीन बातें हैं 1. लोकेशन 2. लोकेशन तथा 3. लोकेशन।

निःसंदेह इकाई की लोकेशन उसकी सफलता/असफलता का एक प्रमुख कारण बन सकती है। लोकेशन के सही ना होने पर न केवल इकाई को ट्रांसपोर्टेशन की परेशानी आ सकती है, बल्कि कर्मचारियों या कारीगरों की उपलब्धता तथा उनके आने-जाने में भी परेशानी हो सकती है। सही लोकेशन का चयन करते समय उद्यमी को अनेक पहलुओं को ध्यान में रखना होगा, जैसे इकाई के उत्पादों या कारीगर, क्या बाहर से आ रहे हैं या उन्हें वहीं आवास की सुविधा दी जा रही है। कच्चा माल क्या वहीं आसपास में उपलब्ध है या उसके लिए दूर जाना पड़ रहा है, आदि। ये समस्त पहलू इकाई की जीवन क्षमता से सम्बद्ध हैं, इसीलिए लोकेशन का चयन सोच-समझकर किया जाना चाहिए। छोटे-मोटे लाभों के लालच में उद्यमी द्वारा किसी ऐसे लोकेशन का चयन नहीं कर लिया जाना चाहिए, जिससे उसे जीवन भर पछताना पड़े तथा ओवरहेड खर्च इतने बढ़ जाएं कि इकाई की सारी लाभजन्यता इससे प्रभावित हो। इस प्रकार हम देखते हैं कि इन सभी बातों का ध्यान रखते हुए हमें उद्योग-व्यवसाय का चयन करना चाहिए।



# उद्यम, उद्यमिता और उद्यमी क्षमताएं

उद्यमिता नवाचार के साथ व्यावसायिक उद्यम स्थापित करने की प्रक्रिया है। ये व्यावसायिक उद्यम विनिर्माण, व्यापार या सेवा उद्यम हो सकते हैं। विनिर्माण उद्यम बैटरी, पेन, कॉपी, केक आदि जैसे कुछ उत्पादों का उत्पादन करने वाले कारखाने हैं। व्यापारिक उद्यम आम तौर पर दुकानों, शोरूम आदि के माध्यम से बने बनाए उत्पाद बेचने वाले व्यवसायी हैं। ये उद्यम विनिर्माण उद्यमों से उत्पादों की खरीद करते हैं और उन्हें काउंटरो पर बेचते हैं। तीसरे

प्रकार के उद्यम सेवा उद्यमों की श्रेणी में आते हैं जो कार सेवा, टीवी मरम्मत, कोचिंग, सुरक्षा आदि जैसे अमूर्त उत्पाद प्रदान करते हैं। इन उद्यमों को भारत सरकार के वर्गीकरण के अनुसार सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों के रूप में भी वर्गीकृत किया गया है।

## विनिर्माण उद्यम माल का प्रसंस्करण या संरक्षण

उद्यम	संयंत्र और मशीनरी में निवेश
सूक्ष्म उद्यम	1 करोड़ रुपए से अधिक नहीं, टर्नओवर 5 करोड़ से कम
लघु उद्यम	1 करोड़ रुपए से ज्यादा लेकिन 10 करोड़ रुपए से ज्यादा नहीं एवं टर्नओवर 50 करोड़ से कम
मध्यम उद्यम	10 करोड़ रुपए से ज्यादा लेकिन 50 करोड़ रुपए से ज्यादा नहीं, टर्नओवर 250 करोड़ से कम

## उद्यमी

वह व्यक्ति जो व्यवसाय या उद्यम चलाने का जोखिम उठाता है, प्रबंधन करता है वह एक उद्यमी है। उद्यमी नौकरी चाहने वालों के बजाय नौकरी देने वाले होते हैं। वे समाज के सामने आने वाली



समस्याओं में अवसरों की पहचान करते हैं और उन समस्याओं को हल करने के लिए उत्पादों या सेवाओं के रूप में समाधान निकालते हैं। कुछ उद्यमी स्वयं काम करते हैं, और कुछ व्यवसाय की जटिलता के कारण भागीदारों को संलग्न करते हैं। भागीदार व्यवसाय में सक्रिय रूप से लगे हो सकते हैं, लेकिन एक उद्यमी के पास ऐसे निवेशक भी हो सकते हैं जो व्यवसाय में अधिक हस्तक्षेप किए बिना अपने निवेश पर लाभ प्राप्त करना पसंद करते हैं। एक उद्यमी एक नवप्रवर्तनक होता है और बाजार में विशिष्टता बनाए रखने के लिए उत्पादों, सेवाओं और प्रक्रियाओं में विभिन्न परिवर्तनों के लिए निरंतर अनुकूलन करता है।

## उद्यमी क्षमताएं



उद्यमी क्षमता का अर्थ है किसी की अंतर्निहित विशेषता जो उद्यमी को अपनी उद्यमशीलता की भूमिका को बेहतर या बेहतर तरीके से करने में मदद करती है। उद्यमी क्षमता के तीन मुख्य घटक होते हैं : 1. ज्ञान 2. कौशल और 3. मकसद।

जानकारी और तथ्यों को इकट्ठा करने और बनाए रखने के माध्यम से किसी के बारे में जागरूकता या परिचित होना ज्ञान है। फिर भी, ज्ञान के साथ, ज्ञान को क्रिया में बदलने के लिए भी कौशल की आवश्यकता होती है। एक प्रणाली और व्यवहार के अनुक्रम को निर्धारित करने की क्षमता, जिसके परिणामस्वरूप कुछ देखने योग्य होता है, कौशल है। किसी कार्य को प्रभावी ढंग से करने के लिए, ज्ञान और कौशल दोनों की आवश्यकता होती है।

प्रेरणा एक आग्रह या ड्राइव है जो निर्धारित लक्ष्य को सक्रिय करने के लिए एक कदम उठाती है। यह उद्देश्य की प्राप्त करना है निर्धारित लक्ष्य को लगातार प्राप्त करने के लिए प्रेरित करता है। इस प्रकार, एक उद्यम को स्थापित करने और चलाने के लिए, एक उद्यमी में विशेषताओं, ज्ञान, कौशल और उद्देश्य का एक सेट होना चाहिए जिसे दक्षता कहा जाता है।

## प्रमुख उद्यमिता दक्षताएं

**जोखिम लेने का रवैया :** सफल उद्यमियों की जीवन कहानियों से पता चलता है कि वे आम लोगों की तुलना में मध्यम/परिकल्पित जोखिम थोड़ा अधिक लेते हैं। यह उनका जोखिम उठाने वाला रवैया है जो उन्हें दृढ़ उपलब्धि हासिल करने वाला बनाता है।

**पहल :** एकला चलो रे। आम तौर पर एक उद्यमी को उद्यमी बनने के लिए कुछ कदम उठाने पड़ते हैं और निर्णय लेने पड़ते हैं। उद्यमी एक व्यावसायिक गतिविधि शुरू करता है यानी या तो वह किसी से सलाह लेता है या प्रशिक्षण लेता है। यही उसकी दीक्षा है, इसलिए केवल पहल करने वाले लोग ही सफल उद्यमी बन सकते हैं। वे अपनी पसंद से कार्य करते हैं। उद्यमी प्रारंभिक अवस्था में ही अवसरों की पहचान कर लेता है और उन अवसरों का लाभ उठाने के लिए तेजी से कार्य करता है।

**जुनून :** उद्यमी उत्पाद या सेवाएं प्रदान करने की अपनी अवधारणा से प्रेरित होता है। वह अपने उत्पाद या सेवाएं, बाजार में पहुंचाने में रूचि रखते हैं। उद्यमी का सपना, ग्राहक को उसके द्वारा पेश किए गए उत्पादों या सेवाओं का उपयोग करके खुश और संतुष्ट देखना है। उद्यमी को अपने उद्यम के लिए जुनून होना चाहिए। इसलिए वह उद्यम में गहरी रुचि विकसित करता है कि वह एक उद्यम शुरू करने के रास्ते में आने वाली विभिन्न बाधाओं और अन्य छोटी-मोटी बाधाओं को दूर कर सकता है।

**असफलता से सीख :** उद्यमी अपनी असफलताओं से सबक लेता है। आलोचनात्मक परीक्षण के बाद यह पता चलता है कि क्या गलत हुआ, क्या टाला जा सकता था, क्या बेहतर किया जा



सकता था आदि। यह उसे भविष्य की चुनौतियों के लिए बेहतर तरीके से तैयार करता है।

**आत्मविश्वास :** उद्यमी लगातार प्राप्त परिणामों का प्रदर्शन और विश्लेषण करता है। यह विश्लेषण उसे भविष्य में और अधिक सफल होने के लिए रणनीति प्रदान करता है, कुछ समय बाद उद्यमी अपनी ताकत और क्षमताओं में एक मजबूत विश्वासी बन जाता है।

**उपलब्धि की उच्च आवश्यकता :** उद्यमी अपनी योजनाओं को प्राप्त करने के लिए किए गए प्रयासों के परिणामों या उपलब्धियों से प्रेरित होते हैं। उपलब्धि का मकसद अभियान और पहल में बदल जाता है जिसके परिणामस्वरूप उपलब्धि प्राप्त होती है। इस प्रकार, वे हर बार अपने लक्ष्यों को थोड़ा ऊंचा और निर्धारित करते हैं ताकि यह उन्हें उपलब्धि की भावना प्रदान करे।

**रचनात्मकता :** उद्यमी उपभोक्ताओं द्वारा बताई जाने वाली समस्याओं के समाधान की कल्पना कर सकते हैं। रचनात्मकता उत्पादों, सेवाओं, प्रक्रियाओं, विज्ञापन और वितरण में हो सकती है। उद्यमियों के सफल होने का एक कारण यह है कि उनके पास कल्पना है और वे वैकल्पिक परिदृश्यों की कल्पना कर सकते हैं।

**परिवर्तन चाहने वाला :** एक उद्यमी को परिवर्तन पसंद होता है और यह उसके लिए जीवन का तरीका है क्योंकि ठहराव का अर्थ है एक उद्यम के लिए मृत्यु। एक उद्यमी के लिए परिवर्तन डरावना नहीं होता है क्योंकि उद्यमी सूचना-प्राप्त गुणवत्ता के माध्यम से ग्राहकों की आवश्यकताओं का अग्रिम अनुमान लगाते हैं और परिवर्तनों के लिए सक्रिय रूप से अनुकूल होते हैं। वे यथास्थिति में विश्वास नहीं रखते हैं।

**टीम भावना :** अपनी उद्यमशीलता की यात्रा की शुरुआत के तुरंत बाद, उद्यमी को मित्रों, परिवार आदि जैसे सहायक हाथों की आवश्यकता होती है। इस समूह को ऐसा होने के लिए एक टीम के रूप में काम करना चाहिए, प्रभावी संचार कौशल के माध्यम से उद्यमी आपसी विश्वास और सम्मान प्राप्त करता है। इससे टीम वर्क अच्छा होता है।

**हठ :** एक उद्यमी अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए व्यवसाय में आने वाली चुनौतियों को दूर करने के लिए बार-बार कार्रवाई करता है। एक उद्यमी कुछ कठिनाइयों या अड़चनों से विचलित नहीं होता है। बल्कि उद्यमी, काम करने के नए और बेहतर तरीके या उन्हें दूर करने के समाधान के लिए प्रयास करता है। एक उद्यमी का मानना होता है कि एक व्यक्ति तभी हारता है

जब वह कोशिश करना बंद कर देता है, इसलिए वह बेहतर विकल्पों के लिए लगातार प्रयास करता है।

**सूचना की तलाश :** सूचना व्यावसायिक उद्यमों के लिए एक प्रमुख संसाधन है। यह उत्पाद, सामग्री, निर्माताओं, प्रतिस्पर्धियों, करों, कानून, प्रचार, विपणन, पैकेजिंग आदि से संबंधित हो सकता है। सभी को सही निर्णय लेने के लिए पूरी तरह से विश्लेषण करने की आवश्यकता होती है। व्यावसायिक जानकारी सर्वव्यापी है और इसलिए एक सफल उद्यमी को यात्रा करते समय, मंचों पर बात करते हुए, विभिन्न प्लेट फार्मों को सुनते समय, फिल्मों/टेलीविजन देखने, समाचार पत्र/पत्रिकाएं/ लेख/ किंडल पढ़ने, होर्डिंग/विज्ञापनों को स्कैन करते समय बहुत सतर्क रहना पड़ता है। ये सभी सूचना के संभावित स्रोत हैं। उद्यमी, जानकारी प्राप्त करने के बाद, अपने उद्यम के लिए, व्यवसाय के लिए, रणनीति बनाने के लिए और अधिक शोध करता है और उसे कार्यक्षेत्र के विशेषज्ञों से भी परामर्श करना पड़ सकता है।

**काम की उच्च गुणवत्ता के लिए चिंता :** ग्राहक केवल गुणवत्ता वाले उत्पादों की अपेक्षा रखते हैं। गुणवत्ता वाले उत्पादों और सेवाओं के उत्पादन के लिए, एक उद्यमी के पास गुणवत्तापूर्ण ग्राहक संचालन के साथ-साथ गुणवत्तापूर्ण प्रक्रियाएं, गुणवत्तापूर्ण मशीनरी, गुणवत्तापूर्ण प्रशिक्षित कर्मचारी, गुणवत्ता वाले कच्चे माल, गुणवत्ता निरीक्षण प्रक्रियाएं, गुणवत्ता पैकेजिंग, गुणवत्ता शिपमेंट, गुणवत्ता वितरण, गुणवत्ता सेवाएं और बिक्री उपरान्त सेवा होनी चाहिए। इसलिए उद्यमी को गुणवत्ता-उन्मुख मानसिकता की आवश्यकता होती है। उद्यमियों को किसी भी मामले में लागत या अन्य विचारों के लिए गुणवत्ता से समझौता नहीं करना चाहिए। न केवल उद्यमी, बल्कि पूरे उद्यम को गुणवत्ता के लिए उच्च चिंता होनी चाहिए। ऐसे काम करना चाहिए जो उत्कृष्टता के मौजूदा मानकों को पूरा करते हों या उन्हें मात देते हों। गुणवत्ता के मानक का आकलन करने के लिए उद्यमी को अपने काम को प्रतिस्पर्धियों के साथ लगातार चिन्हित या बेंचमार्क करते रहना चाहिए।

**कार्य अनुबंध के प्रति प्रतिबद्धता :** उद्यमी समय के प्रति प्रतिबद्ध नहीं होते हैं, बल्कि वे अपने लक्ष्य या कार्य के लिए प्रतिबद्ध रहते हैं। वे अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने या कार्य पूरा करने को सर्वोच्च प्राथमिकता देते हैं। कई बार उन्हें पारिवारिक प्रतिबद्धताओं आदि जैसे व्यक्तिगत त्याग करने पड़ते हैं, या किसी कार्य को पूरा करने के लिए असाधारण प्रयास करना पड़ता है। ग्राहकों की संतुष्टि सुनिश्चित करने के लिए कर्मचारियों में भी



कार्य अनुबंध के प्रति प्रतिबद्धता की समान भावना होनी चाहिए।

**दक्षता अभिविन्यास :** एक सफल व्यवसाय का सार लाभ प्राप्त करना होता है। वे तब अर्जित होते हैं जब बिक्री राजस्व विनिर्माण की लागत से अधिक हो जाती है। इसलिए जहां भी संभव हो, एक उद्यमी का ध्यान लागत में कटौती करने पर होना चाहिए। एक पैसे की बचत, एक पैसे की कमाई है। एक उद्यमी को



ऐसी मशीनरी और प्रक्रिया स्थापित करनी चाहिए जो तेज हो, जिसमें नुकसान कम हो, कम अपव्यय हो, और कम बिजली की खपत हो। उद्यमी निरंतर निगरानी के लिए दक्षता से संबंधित सभी डेटा का व्यवस्थित रिकॉर्ड रखता है।

**व्यवस्थित योजना :** एक उद्यमी को पहले से ही बाधाओं का अनुमान लगाना होता है, उसके बाद समस्याओं के विभिन्न समाधानों की पहचान करनी होती है। इन वैकल्पिक समाधानों की मौजूदा/प्रचलित परिस्थितियों के आधार पर तुलना की जाती है और कार्यान्वयन के लिए सर्वोत्तम समाधान का चयन करना पड़ता है। उद्यमी कार्यान्वयन के लिए एक ढांचा विकसित करता है जो कदम दर कदम अनुक्रमिक और तार्किक होना चाहिए, इसे व्यवस्थित योजना के रूप में जाना जाता है।

**समस्या समाधान :** एक उद्यमी एक अच्छा समस्या समाधानकर्ता होता है क्योंकि वह आने वाली समस्याओं का अनुमान लगाता है, नवीन समाधान सृजित करता है, और सबसे

अच्छा विकल्प चुनता है। एक उद्यमी यदि कोई काम नहीं कर रहा है तो रणनीति या समाधान बदलने में संकोच नहीं करता है। उद्देश्य, समस्या को हल करना होता है न कि भावनाओं के साथ चिपके रहना।

**आत्मविश्वास :** उद्यमी को खुद पर और अपनी क्षमताओं पर मजबूत विश्वास होता है। यह दूसरों को भी उसके कार्य और व्यवहार से प्रदर्शित होता है। वह चुनौतियों का सामना करने, समय सीमा में काम को पूरा करने आदि के बारे में बहुत आशावादी होता है। भले ही उद्यमी प्रारंभिक प्रयासों में सफल नहीं होता है, वह प्रारंभिक प्रतिबद्धता पर कायम रहता है और जोखिम लेने से नहीं डरता है।

**मुखरता :** एक उद्यमी दूसरों को उनसे अपेक्षाओं के बारे में भली भांति बताता है। यदि वे अनुपालन नहीं कर रहे हैं तो वह काम पूरा करने के लिए और अधिक दबाव डाल सकता है। उद्यमी दूसरों से किए गए कुछ काम मांगने में नहीं हिचकिचाते। उसे लगातार अपने कर्मचारियों को निर्देशित करना पड़ता है, चैनल भागीदारों के साथ सौदा करना पड़ता है, आपूर्तिकर्ताओं के साथ बातचीत करनी पड़ती है।

**अनुनय :** उद्यमी दूसरों को समझाने में कुशल होता है इसके लिए वह काम पाने हेतु विभिन्न तकनीकों का उपयोग करता है। बैंक से ऋण प्राप्त करते समय उसे बैंक प्रबंधक को राजी करना पड़ सकता है, उत्पादों को बेचने के लिए उसे ग्राहकों को राजी करना पड़ सकता है। लाइसेंस प्राप्त करने के लिए उसे अधिकारियों को राजी करना पड़ सकता है। इस प्रकार स्थिति के आधार पर उद्यमी विभिन्न प्रकार के अनुनय कौशल का उपयोग करता है।

**प्रभावी रणनीतियों का उपयोग :** उद्यमी के पास राजनीतिक, प्रशासनिक, कानूनी, पुलिस, सामाजिक, धार्मिक आदि जैसे विविध क्षेत्रों में व्यावसायिक संपर्कों का एक मजबूत नेटवर्क होता है। ये संपर्क उद्यमी को मुश्किल समय में मदद करते हैं जब वह अकेले स्थिति को नियंत्रित करने में सक्षम नहीं होता है।

**निगरानी :** व्यवस्थित योजना तभी प्राप्त की जा सकती है जब इसे निरंतर निगरानी में लागू किया जाए। महत्वपूर्ण प्रमुख संकेतक और प्रासंगिक डेटा को बार-बार रिकॉर्ड किया जाना चाहिए। सामान्य कार्य का आकलन करने के लिए कट-ऑफ स्तर तय किया जाना चाहिए।



# उपलब्धि अभिप्रेरणा एवं उद्यमी

औरों से प्रेरित होकर तो हम कई कार्य करते हैं, लेकिन स्वयं से प्रेरित होकर कोई कार्य करना इसलिए जरूरी है, क्योंकि उसमें सफलता की संभावनाएं अधिक होती हैं। हमारा सामाजिक एवं पारिवारिक परिवेश, हमारे विचारों का एक अलग किस्म का विश्वास, मान्यताओं में एक अलग प्रकार का सिद्धांत तथा हमारी परिकल्पनाओं से जुड़ा पूर्व अनुमान, हमारी असीमित क्रियाशील क्षमताओं को एक निश्चित परिधि में बांध देता है। इसके फलस्वरूप हमारा स्वयं पर से विश्वास लड़खड़ाने लगता है। “आकाश को छू लेने की ललक” मन में ही कुंठित होकर रह जाती है। निसंदेह हमें अपनी धारणाओं एवं मान्यताओं पर वैचारिक हथौड़ों से चोट करना होगा तथा आत्मविश्वास की कसौटी पर अपनी उपलब्धियों की चाह को अपनी क्षमताओं एवं प्रयास से फलीभूत करना होगा।

## उपलब्धि अभिप्रेरणा क्या है?

व्यक्तिगत एवं सामाजिक परिवेश में स्थापित धारणाओं, मान्यताओं एवं विश्वास से अलग हटकर, किसी विशेष एवं महत्वपूर्ण लक्ष्य की प्राप्ति ही उपलब्धि है। क्षेत्र कोई भी हो सकता है, लेकिन जहां इस तथ्य का आभास होता है कि यह मेरे लिए “उपयुक्त” है तथा मेरे स्वप्न और आकांक्षाओं से मेल खाता है, निश्चित ही एक बेहतर अवसर की तलाश में सहायता करेगा तथा दृढ़संकल्प एवं प्रयास के तालमेल से खोजे गए अवसरों का भरपूर

उपयोग संभव हो सकेगा।

## कैसे विकसित करें उपलब्धि की चाह

आपको अपनी मनोवृत्ति एवं अभिलाषा को टटोलना होगा, सफलता के प्रति अपनी आकांक्षा को तीव्रतम बनाना होगा। अभिलाषा को सजीव करने के लिए आपको अपनी उत्सुकता को बनाए रखना होगा। आपको अपनी कल्पनाओं, विचारों, व्यवहार एवं प्रयासों को एक नई दिशा देने के लिए एक योजनाबद्ध तरीके से क्रियाशील होना होगा। इसके लिए हमें कुछ उपाय करने होंगे। जैसे :-

### स्वयं का मंथन

लक्ष्य की ओर सफलतापूर्वक बढ़ने वाले व्यक्ति अपनी शक्तियों और कमजोरियों का आंकलन करते हैं। अगर आप भी सफल होना चाहते हैं तो आपको 4 शब्द ‘श’, ‘क’, ‘अ’ एवं ‘र’ का मनन करना होगा।

शब्द ‘श’ का अर्थ है आपके व्यक्तित्व से जुड़ी हुई वे ‘विशिष्ट शक्तियां’ जिनका उपयोग आप ‘लक्ष्य निर्धारण’ एवं ‘लक्ष्य प्राप्ति’ हेतु कर सकते हैं। आपको उन शक्तियों की एक सूची तैयार करनी होगी तथा यह ध्यान में रखना होगा कि इस सूची में उन शक्तियों का ही जिक्र हो, जिनका उपयोग लक्ष्य प्राप्ति के लिए किया जा सके, जैसे जब आप यह कहते हैं कि आपको डिजाइनिंग, टाइपिंग,

सिलाई, पेंटिंग आदि की जानकारी है तो निश्चय ही यह सारी शक्तियां आपके लक्ष्य के लिए उपयोगी हो सकती हैं। वहीं दूसरी ओर जब आप अपने को ईमानदार, मेहनती, आत्मविश्वासी आदि बताते हैं, तब उन शक्तियों की ओर इंगित करते हैं, जिन्हें हम महसूस तो कर रहे हैं लेकिन प्रभावी ढंग से उन्हें उपयोग कर सकेंगे कि नहीं यह प्रश्नवाचक बन जाता है ?

अतः आपका प्रयास होना चाहिए कि आप उपयोग में आने वाली शक्तियों का विकास करें, उनकी लक्ष्य निर्धारण में अहम भूमिका को स्वीकारें एवं उनका समुचित उपयोग करें।

दूसरे शब्द 'क' का अर्थ व्यक्तित्व से जुड़ी उन कमजोरियों से है, जो लक्ष्य तक सफलतापूर्वक पहुंचने में अवरोध उत्पन्न करती



हैं। व्यक्तित्व से जुड़ी कमजोरियां भी दो तरह की होती हैं। एक, जिन्हें हम महसूस करते हैं दूसरी, जो साफ-साफ दिखाई देती हैं। जैसे-जब आप यह कहते हैं कि तनाव, घबराहट, भय, जल्दबाजी आदि मेरी कमजोरियां हैं तो निश्चय ही आप केवल महसूस होने वाली कमजोरियों का ही जिक्र कर रहे हैं, लेकिन अगर आप यह कहते हैं कि मुझे अंग्रेजी अच्छी तरह नहीं आती, टाइपिंग नहीं आती, सही ढंग से योजना बनाना नहीं आता, आदि तो आपका उन कमजोरियों पर ध्यान है, जो साफ-साफ दिखाई दे रही हैं। हमें इन कमजोरियों को दूर करना होगा ताकि हमारा व्यक्तित्व प्रभावशाली हो सके।

तीसरा शब्द 'अ' अवसर से जुड़ा है जो आपके जीवन में सफलता के लिए प्रयास क्षेत्र माना जाता है। जीवन में मिलने वाले अवसर भी दो तरह के होते हैं जो बिना प्रयासों से प्राप्त हो जाते हैं और दूसरे जिनके लिए सार्थक प्रयास करना पड़ता है। अगर आप अवसर मिलने की उम्मीद में बैठे हैं, तो यह एक निराशाजनक एवं निरर्थक प्रयत्न होगा, वहीं अगर आप अपनी उन सूचियों को

टटोलें, जिसमें आपने अपनी शक्तियों एवं कमजोरियों का लेखा-जोखा रखा है तथा उसके अनुरूप अवसर की तलाश करें तो यह एक सार्थक एवं आशाजनक प्रयास होगा। यह प्रयास आपमें उस आत्मविश्वास को जन्म देगा जो आपको उस खोजे गए अवसर के उपयोग में सहायक होगा।

चौथे शब्द 'ए' का अर्थ है रुकावट। अगर आप अवसर का लाभ उठाना चाहते हैं तो निश्चय ही रुकावटों का सामना करने के लिए तैयार रहना होगा। किसी भी अवसर के साथ दो तरह की रुकावट जुड़ी रहती हैं-पहली जो प्रत्यक्ष होती है और दूसरी जिन्हें प्रयासों से खोजना पड़ता है तथा अप्रत्यक्ष रूप में अवसरों के साथ सन्निहित रहती हैं। आपको इन रुकावटों की सूची तैयार करनी होगी तथा अपनी शक्तियों एवं कमजोरियों को ध्यान में रखते हुए उनसे जूझने की एवं उन्हें हटाने की मनोवृत्ति पैदा करनी होगी।

स्वयं की इस 'मंथन प्रक्रिया' में आपको अपने व्यक्तित्व का एक वार्षिक लेखा-जोखा रखना होगा, जिसमें प्रतिवर्ष इस बात पर चिंतन किया जाना अनिवार्य है कि बीते वर्ष में मैंने अपने व्यक्तित्व में किन-किन विशिष्ट शक्तियों को जोड़ा है, तथा लक्ष्य प्राप्ति में आने वाली अवरोध स्वरूप कमजोरियों को कितना कम किया है। अपनी शक्ति और कमजोरियों का ध्यान रखकर किस तरह के अवसरों की तलाश की है तथा उनसे जुड़ी हुई रुकावटों को दूर करने का कितना सामर्थ्य पैदा किया है।

आपके द्वारा किया गया यह वार्षिक लेखा-जोखा समय के साथ-साथ एक अद्भुत व्यक्तित्व एवं आवश्यक शक्ति और सामर्थ्य पैदा करेगा, जिससे आपमें एक चुंबकीय व्यक्तित्व का विकास होगा।

## जोखिम और लक्ष्य

जब भी हम उपलब्धि लक्ष्य की प्राप्ति के लिए प्रयत्नशील होते हैं, तो हमें लक्ष्य से जुड़े जोखिमों का भी सामना करना होता है। अगर आप अपने से ही सफलता की चाह रखते हैं तो इस तीन



अक्षर वाले शब्द 'जोखिम' से मानसिक एवं भावनात्मक लगाव रखना होगा, तभी हम विपरीत परिस्थितियों का सामना कर आगे बढ़ सकते हैं।

चुनौतीपूर्ण लक्ष्य या अवसर कोई-सा भी हो, उसके साथ सफलता या असफलता की संभावना बनी रहती है, परंतु हमें चाहिए कि हम अपनी क्षमता, साधना और मनोबल से जोखिम उठाने की शक्ति अपने भीतर पैदा करें।

## संतुलित जोखिम

प्रायः यह देखा गया है कि अधिकतर लोग बिना किसी पूर्व अनुमान एवं आंकलन के जोखिम को उठाने का प्रयास करते हैं और समस्याओं से स्वयं को घिरा पाते हैं, जिसके फलस्वरूप उनका आत्मविश्वास लड़खड़ाने लगता है तथा वे हताश से दिखते हैं और अंततः अपने आपको स्वयं के लक्ष्य से विमुख कर लेते हैं।

## जोखिम को संतुलित बनाने की प्रक्रिया

इसके लिए हमें 'प्रयास प्रक्रिया' बनाकर काम करना होगा जैसे : प्रथम चरण में लक्ष्य से जुड़े क्रियाकलापों के संदर्भ में अधिक-से-अधिक उपलब्ध हो सकने वाली सूचनाओं को एकत्रित किया जाना चाहिए। लक्ष्य स्पष्ट होने के बाद हमें अपनी आंतरिक एवं बाहरी क्षमताओं का स्पष्ट मूल्यांकन करना चाहिए, ये हमारे आत्मविश्वास को बढ़ाएगा। प्रायः लक्ष्य से जुड़े जोखिम दो तरह के होते हैं- एक वे, जिन्हें हम दूर कर सकते हैं। दूसरे, वे जिनका लक्ष्य प्राप्ति की राह में अनिवार्य रूप से सामना करना पड़ता है। आपके द्वारा बारीकी से एकत्रित की गई सूचनाओं एवं जानकारीयों के फलस्वरूप आप उठाए जाने वाले जोखिमों को संतुलित एवं अनुमानित कर सकते हैं। यहां यह ध्यान देना होगा कि लिया जाने वाला जोखिम आपकी व्यक्तिगत क्षमताओं से बहुत परे न हो। अगर आप लगन एवं निष्ठा के साथ काम में जुटे रहते हैं तो आप देखेंगे कि सफलता आपसे दूर नहीं है।

## उपलब्धि कल्पनाएं

एक सफल उद्यमी ने अपनी सफलता के रहस्य को उजागर हुए लिखा है कि 'गरीब वे नहीं जिनके पास धन नहीं, बल्कि गरीब वे हैं जिनके पास कल्पना या स्वप्न नहीं होते।' यह सत्य है कि आपकी श्रृंखलाबद्ध कल्पनाएं, लक्ष्य प्राप्ति हेतु आपके व्यवहार को अभिप्रेरित करती हैं। आपकी अपनी 'सोच और कल्पनाएं' ही आपको दूसरों से भिन्नता प्रदान कर अलग-थलग खड़ा करती हैं। सर्वेक्षणों में यह पाया गया है कि उपलब्धि की चाह रखने वाले

व्यक्ति में मुख्य रूप से चार प्रकार की कल्पनाएं होती हैं।

**नंबर एक दूसरों के साथ प्रतियोगिता में सफल होने की इच्छा:** ऐसे लोग जीवन में कुछ हटकर कुछ बेहतर करने की तमन्ना रखते हैं। उनकी कल्पना एवं भावनाओं से स्पष्ट पता चलता है कि वह भी अधिकांश सफल लोगों की ही तरह विजयी बनें।

**नंबर दो अपने द्वारा निर्धारित ऊंचे मापदंड की बराबरी करने की इच्छा:** ऐसे व्यक्ति अपने द्वारा किए गए कार्यों से स्वयं प्रतियोगिता का भाव रखते हैं और पहले से बेहतर और बेहतर करते चले जाते हैं। इस तरह की कल्पना वाले व्यक्ति स्वयं को ही अपना प्रतियोगी मानते हैं, ताकि भविष्य में स्वयं से ही प्रतियोगिता करते हुए उत्तरोत्तर प्रगति करते रहें।

**नंबर तीन कुछ अनोखी उपलब्धियों की इच्छा :** इस तरह की कल्पना वाले व्यक्ति में बार-बार कुछ अनूठा करने की इच्छा होती है। हमेशा नई खोज का सृजन या असामान्य कार्यों की कल्पना करते हैं। अपने कार्यों में उनकी सृजनशीलता उन्हें दूसरों से अलग कर देती है।

**नंबर चार दीर्घकालीन जीवन लक्ष्य को प्राप्त करने की इच्छा :** इस तरह की कल्पना रखने वाले व्यक्ति अपने द्वारा निर्धारित लक्ष्य की प्राप्ति हेतु निरंतर चिंतनशील एवं प्रयत्नशील रहते हैं। इनमें समस्याओं से जूझते हुए लक्ष्य की ओर बढ़ने की अभिलाषा होती है। वे सदैव अपनी कल्पनाओं से अभिप्रेरित हो, अपने लक्ष्य को पाने का प्रयास करते हैं।

इन चार अभिप्रेरकों में से अगर एक भी आपके पास है, तो निश्चय ही वह आपके विचारों एवं कल्पनाओं को अभिप्रेरित कर आपको लक्ष्य की ओर अग्रसर करेगी। उपलब्धि की चाह के लिए।

## उपलब्धि योजना

एक उत्कृष्ट योजना, सफलता के लिए अनिवार्य शर्त होती है, आपकी सुसंगठित कार्यशैली, आपमें छिपी अदम्य ऊर्जा को रेखांकित करती है और उसके प्रवाह को एक सही एवं सफल दिशा देती है। योजनाएं जितनी ही ठोस, सरल एवं अनुकरण योग्य होंगी, उतनी ही सुगमता से उपलब्धि लक्ष्य की ओर आपको खींच सकती हैं।

योजना की 'पहली शर्त' यह है कि जिस लक्ष्य का आपने निर्धारण किया है वह स्वयं आपके मनन एवं चिंतन का प्रतिफल हो, दूसरों के द्वारा या निर्धारित नहीं की गई हो। आप जब अपने



लक्ष्य का निर्धारण स्वयं करते हैं, तो इस बात पर विशेष ध्यान रखें कि वह आपकी क्षमताओं के अनुकूल हो।

योजना की दूसरी शर्त यह है कि आप अपने लक्ष्य को समय से बांधें तथा अपने लिए एक विशेष तिथि का निर्धारण करें, जिस तिथि तक आप उस लक्ष्य को पा लेने की कल्पना करते हैं। यहां पर आप अपने लक्ष्यों को दीर्घ अवधि लक्ष्य एवं अल्प अवधि लक्ष्यों में भी व्यक्त कर सकते हैं।

योजना की तीसरी शर्त यह है कि आपको इस तथ्य का मनन एवं मंथन करना चाहिए कि आपके द्वारा निर्धारित लक्ष्य आपके जीवन में कितना महत्व रखते हैं उसके महत्व की परिकल्पना को स्वीकार करके ही आगे बढ़ना श्रेयस्कर होगा।

योजना की चौथी शर्त के अंतर्गत आपको उन विभिन्न क्रियाकलापों की सूची तैयार करनी होगी, जिसके माध्यम से आप उस लक्ष्य तक पहुंच सकें। अपनी सूची में दर्ज किए गए कार्यकलापों को भी आप निश्चित तिथि से जोड़कर पूरा करने की चेष्टा करें।

पांचवी शर्त के अनुसार लक्ष्य से जुड़ी सफलताओं और असफलताओं की संभावनाओं का मूल्यांकन करना होगा आपकी योजना में इन दोनों पहलुओं का होना अनिवार्य है, आपका आत्मविश्वास इस तरह से संतुलित होना चाहिए कि आप सफलता-असफलता की संभावनाओं को अपने लक्ष्य से जोड़कर एक सही निर्णय को दिशा दे सकें।

छठी शर्त एक स्वाभाविक प्रक्रिया है, जो सफलता-असफलताओं की संभावनाओं के मनन से उत्पन्न होती है और व्यक्ति को आवश्यक संवेदनशीलता देती है जिससे वह लक्ष्य से जुड़ी बाधाओं का आकलन कर पाता है। मुख्य रूप से लक्ष्य से दो प्रकार की बाधाएं जुड़ी रहती हैं, पहली आंतरिक बाधा जो आपके व्यक्तिगत कारणों पर निर्भर रहती है, दूसरी बाहरी बाधा जो वातावरण तथा बाह्य कारणों से उत्पन्न होती है। लक्ष्य से जुड़ी आंतरिक और बाहरी बाधाओं की सूची आपके द्वारा अपनी मानसिक संवेदनशीलता से तैयार करनी होती है।

सातवीं शर्त में आपको यह ध्यान रखना होगा कि कार्य से जुड़ी बाधाओं से कितने हद तक व्यक्तिगत क्षमताओं से मुकाबला किया जा सकता है। समस्याओं से मुकाबला करने के लिए व्यक्तिगत क्षमताओं पर आपकी अधिक-से-अधिक निर्भरता निश्चय ही एक शुभ लक्षण होगा, परंतु कई परिस्थितियों में समस्याओं से निपटने के लिए आपको लोगों की मदद लेनी होगी। अतः जिन समस्याओं

से निपटने के लिए आपको बाहरी व्यक्तियों से सहायता प्राप्त करनी है, उनकी सूची तैयार कर लें।

आठवीं शर्त आपकी भावनाओं से जुड़ी हुई है, जो आपके कार्यों से मिली सफलता या असफलता के प्रति आपकी भावनात्मक कोशिश को व्यक्त करती है। अगर आपके द्वारा कार्य में असफल होने पर दुख प्रकट नहीं किया जाता तो आपके प्रयासों में पैनापन नहीं रहेगा और ना ही आप लक्ष्य की प्राप्ति के लिए सचेत रहेंगे। दूसरी ओर अगर सफलता प्राप्ति पर खुशी की भावना आपमें नहीं है, तो पुनः सफलता प्राप्ति की ललक आपने दिखाई नहीं देगी। इस बात को सुनिश्चित कर लें कि कार्य में मिली सफलता या असफलता के प्रति आपका अटूट भावनात्मक संबंध हो तथा आपमें असफलता पर दुख या क्षोभ तथा सफलता पर खुशी और आनंद की भावना हो, परंतु भावनाओं के थपेड़ों में दुखी एवं मानसिक रूप से विचलित होकर लक्ष्य प्राप्ति हेतु प्रयास बंद करना जरूरी नहीं। विफलता से सीख कर आगे बढ़ना ही सही अर्थों में प्रगति है।

नौवीं शर्त आपको इस बात हेतु प्रेरित करती है कि आप इस बात का ध्यान रखें कि अगर आप सफल होंगे तो क्या करेंगे? तथा अगर आपको विफलता या असफलता हाथ लगती है तो आप क्या करेंगे? विकल्पों के विषय में सोचने पर अनावश्यक भय आपसे दूर हो जाएगा तथा लगन एवं निष्ठा से अपने लक्ष्य की प्राप्ति हेतु आप प्रयत्नशील हो सकेंगे।

## गतिमय उपलब्धि

इस प्रकार नौ चरणों को ध्यान में रखकर तथा अपनी उपलब्धि योजना का चार्ट तैयार करके अपने पूर्ण संकल्प एवं आत्मविश्वास के साथ इसे प्राप्त करने के लिए प्रयत्नशील होना ही आपकी गतिमय उपलब्धि होगी।

उपलब्धि पाने की धुन यदि आप पर सवार हो गई तो उसे सुनिश्चित रूप प्रदान करें। हो सकता है कि आपके इर्द-गिर्द के लोग आपकी इस धुन का मखौल उड़ाएं, तो भी आप उनकी परवाह ना करें। हिम्मत, निष्ठा, लगन बनाए रखने के लिए स्वयं से ही संकल्प करें तथा आत्मविश्वास से प्रेरणा प्राप्त करें। आपको इस “उपलब्धि की चढ़ाई” में कठिनाइयों और समस्याओं का निश्चय ही सामना करना पड़ेगा। पहले तो इनसे जूझने के लिए आपको अपना स्वयं का आत्मविश्वास बढ़ाना होगा। दूसरे उन लोगों का भी सहयोग लेना आवश्यक होगा जो आपकी श्रम शक्ति की क्रियाशीलता बढ़ा सकें।



# उद्यम/व्यवसाय के संचालन में परियोजना वित्त का महत्व

*“उद्यमियों के पास केवल सपने और विचार होते हैं  
जब तक कि उनके पास अपने विचारों को गति देने के लिए कुछ पूंजी न हो।”*



वित्त किसी भी व्यवसाय के लिए एक अनिवार्य आवश्यकता है। यह व्यवसाय संचालन के लिए उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कि किसी व्यक्ति के शरीर के लिए रक्त का प्रवाह। यह कुशल प्रबंधन की नींव है। व्यवसाय वित्त उस समय धन का प्रावधान है जब इसकी आवश्यकता होती है। हर उद्यम बड़ा हो या छोटा, निजी हो या सार्वजनिक, एकल व्यापारी या साझेदारी, उसे अपने व्यवसाय के संचालन के लिए, व्यवसाय को सुचारू रूप से चलाने के लिए, अत्यधिक प्रतिस्पर्धी बाजार में खड़े होने के लिए, व्यवसाय को बढ़ावा देने या स्थापित करने के लिए, अनुसंधान और विकास के लिए अचल संपत्ति के क्रय, मूल्य निर्धारण, गुणवत्ता नियंत्रण, सही काम पर सही लोगों को रखने और कुशल प्रबंधन नियंत्रण प्रणाली के लिए और अंत में लक्ष्यों को पूरा करने के लिए वित्त की आवश्यकता होती है। इसके अलावा अल्पकालिक आवश्यकताओं (कार्यशील पूंजी) को पूरा करने और अचल संपत्तियों में महत्वपूर्ण स्थायी निवेश के लिए वित्त की आवश्यकता होती है।

वित्त, स्नेहक तेल की तरह है जो उद्यम के इंजन को तेल देता

है और इसे सुचारू रूप से चलाने में मदद करता है। आपके लघु व्यवसाय की सफलता का एक हिस्सा यह भी है कि आप व्यवसाय वित्त की अवधारणाओं को कितनी अच्छी तरह समझते हैं। व्यापार वित्त की दुनिया में, बैलेंस शीट कैसे पढ़ें या यह कैसे निर्धारित करें कि व्यवसाय लाभ कमा रहा है या नहीं, यही समझ लेना काफी नहीं होता है। कुछ व्यापक अवधारणाओं को समझ कर, आप अपने व्यापार का संचालन अधिक कुशलता से कर सकते हैं और अपने व्यावसायिक उद्यम के दौरान समझदारी से निर्णय भी ले सकते हैं।

व्यवसाय वित्त एक ऐसा शब्द है जिसमें धन और अन्य मूल्यवान संपत्तियों के प्रबंधन के इर्द-गिर्द घूमने वाली गतिविधियों और विषयों की एक विस्तृत श्रृंखला शामिल है। छोटे व्यवसाय के मालिकों को अपनी कंपनियों को लाभदायक बनाए रखने के लिए वित्त के सिद्धांतों की अच्छी समझ होनी चाहिए।

**परियोजना वित्त क्या है ?**

**परियोजना का अर्थ :** हम यहां प्रोजेक्ट को ऐसी किसी भी दीर्घकालिक गतिविधि के रूप में परिभाषित करते हैं जो आर्थिक

या लाभ के मकसद से शुरू की जाती है, जैसे फैक्ट्री की स्थापना या हाउसिंग प्रोजेक्ट या कमर्शियल कॉम्प्लेक्स आदि शुरू करना।

**परियोजना वित्त :** परियोजना वित्त विभिन्न वित्तीय संसाधनों का उपयोग करते हुए लंबी अवधि के बुनियादी ढांचे, औद्योगिक परियोजनाओं और सार्वजनिक सेवाओं की परियोजनाओं का वित्तपोषण है। परियोजना को आम तौर पर आंतरिक और बाहरी वित्त के साथ वित्त पोषित किया जाता है। वित्तपोषण के आंतरिक स्रोत को इक्विटी वित्तपोषण कहा जाता है और वित्त का बाहरी स्रोत आम तौर पर ऋण वित्तपोषण होता है। परियोजना को वित्तपोषित करने के लिए उपयोग किए गए ऋण और इक्विटी का भुगतान परियोजना द्वारा उत्पन्न नकदी प्रवाह से किया जाता है।

## स्थायी परियोजना वित्त क्या है ?

परियोजना वित्त को समझने के लिए, सबसे पहले हमें परियोजना लागत को पूंजीगत व्यय और परिचालन व्यय में विभाजित करना होगा। पूंजीगत व्यय दीर्घकालिक संपत्ति या अचल संपत्तियों जैसे संयंत्र और मशीनरी, भूमि और भवन, शेड विकास, भंडारगृह, हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर आदि की खरीद के लिए किया गया व्यय है। परिचालन व्यय वे व्यय हैं जो प्रवर्तकों को दैनिक आधार पर करने पड़ते हैं, जैसे वेतन, मजदूरी, किराया, बिजली, वाहन, परिवहन, कच्चे माल की खरीद, ग्राहकों को ऋण आदि।

## परियोजना वित्तपोषण के विभिन्न चरण

परियोजना वित्तपोषण के विभिन्न चरणों को निम्नानुसार समझा जा सकता है :

### वित्त पोषण के पूर्व चरण-परियोजना पहचान

- जोखिम की पहचान और उसका न्यूनीकरण
- तकनीकी और वित्तीय व्यवहार्यता
- इक्विटी व्यवस्था

### वित्त पोषण चरण- बातचीत और सिंडिकेशन/समूहन

- प्रतिबद्धताएं और दस्तावेजीकरण
- संवितरण

### पोस्ट फाइनेंसिंग चरण- निगरानी और समीक्षा

- वित्तीय/ परियोजना सहायता प्राप्त करना

## फंडिंग विकल्प

हम सभी जानते हैं और समझते हैं कि वित्त आर्थिक दुनिया का सबसे महत्वपूर्ण तत्व है, और यदि कोई व्यवसायी सफलतापूर्वक वित्त का प्रबंधन करता है, तो व्यवसाय का बढ़ना तय है। वित्त प्रबंधन न केवल वित्त की व्यवस्था करना और व्यवसाय में धन लाना है, बल्कि यह वित्त के सही स्रोतों से सही समय पर धन लाने जैसा है। आम तौर पर हमारे पास निम्नलिखित फंडिंग विकल्प उपलब्ध होते हैं :

## व्यापार के लिए वित्त की व्यवस्था :

शेयर पूंजी में योगदान यानि इक्विटी फंडिंग या बाहरी पार्टियों से उधार लेकर यानी डेट फंडिंग से व्यापार के लिए वित्त की व्यवस्था की जा सकती है। दोनों विकल्प अच्छे हैं और इसके अपने फायदे और नुकसान हैं, और व्यवसायियों को किसी भी विकल्प को चुनने से पहले बहुत सावधान रहना पड़ता है, क्योंकि इक्विटी मोड के माध्यम से फंड की व्यवस्था करने से फंड को वापस भुगतान करने के लिए कोई निश्चित देयता नहीं हो सकती है, लेकिन यह प्रबंधन और मालिकाना हक का साझाकरण करेगा। दूसरों के साथ व्यवसाय का प्रबंधन और स्वामित्व, जो आपके सपनों की योजनाओं के कार्यान्वयन में कुछ समस्या पैदा कर सकता है और संभावना है कि प्रमोटर निश्चित समय के बाद रुचि नहीं भी ले सकते हैं, दूसरी ओर, यदि प्रमोटर बहुत अधिक ऋण/उधार लेते हैं, तो ब्याज का बोझ सारा लाभ खा जाएगा, और उद्यमी ब्याज देने के लिए कमा रहे होंगे न कि अपने कमाने के लिए। इसलिए निर्णय सोच समझकर ही लेना चाहिए, जैसे यदि यह अवधारणा व्यवसाय है, जहां भविष्य में बड़े लाभ की उम्मीद है, इक्विटी के बजाय ऋण लेना बेहतर है, ताकि अवधारणा को ठीक से लागू किया जा सके, और पारंपरिक प्रकार के व्यवसाय के मामले में, ऋण और इक्विटी दोनों का मिश्रण अधिक उपयुक्त होगा।

## प्रारंभिक पूंजी

कहावत है-पैसा बनाने के लिए पैसा लगता है। व्यवसायों को कई उद्देश्यों, बुरे समय में व्यवसाय को जीवित रखने से लेकर अच्छे समय में व्यवसाय को मजबूत करने तक के लिए अपने वित्त पर विचार करना पड़ता है। आप अपने व्यवसाय को कैसे वित्तपोषित करते हैं, यह कर्मचारियों को नियुक्त करने, सामान खरीदने, लाइसेंस प्राप्त करने, विस्तार और विकास करने की आपकी क्षमता को प्रभावित कर सकता है। अच्छी चीजें बनाने,

गुणवत्तापूर्ण वस्तुओं का निर्माण करने और ग्राहकों की आवश्यकता को भांपते हुए महत्वपूर्ण सामान बनाने में पूंजी की कमी नहीं आने दी जानी चाहिए।

हर नए उद्यम को बीज धन (seed money) की आवश्यकता होती है। चाहे वह उत्पाद या सेवा हो, आपको इसे बनाने और वितरित करने के लिए एक तरीके की आवश्यकता होगी – साथ ही महत्वपूर्ण संबंधों को बेचने और स्थापित करने की नींव रखने के लिए पर्याप्त धन और समय की भी आवश्यकता होगी। अधिकांश व्यवसाय मालिकों को ऋण और इक्विटी वित्तपोषण के बीच महत्वपूर्ण विकल्प का सामना करना पड़ता है। एक छोटा व्यवसाय ऋण आपको अपनी कंपनी के स्वामित्व और पूर्ण नियंत्रण के लिए स्वतंत्र छोड़ देता है, जबकि यह आपके लिए स्थायी वित्तीय दायित्वों को भी छोड़ता है। इक्विटी आपको नकद देती है, लेकिन आपको सफलता साझा करनी होगी। आपके वित्त पोषण में महत्वपूर्ण निर्णय यह निर्धारित करेगा कि आपका व्यवसाय उस बिंदु से कैसे काम करेगा।

## इक्विटी फंडिंग

कंपनी सचिव इक्विटी मोड के माध्यम से व्यवसाय के लिए धन की व्यवस्था करने के लिए सबसे अच्छा व्यक्ति है। कॉर्पोरेट्स इक्विटी मोड के माध्यम से धन जुटाने के लिए कार्यान्वयन और अनुपालन चाहे वह दोस्तों और रिश्तेदारों से पूंजी जुटाना हो या प्रारंभिक सार्वजनिक पेशकश (आईपीओ) या आगे की सार्वजनिक पेशकश या निजी इक्विटी फर्मों, या वेंचर कैपिटलिस्ट या एंजेल के माध्यम से धन जुटाना हो या राइट इश्यू या तरजीही (Preferential) आवंटन के माध्यम से निवेशक या पूंजी जुटाना इन सभी कार्यों के लिए आप कंपनी सचिवों पर भरोसा कर सकते हैं।

## वेंचर कैपिटल/एंजेल निवेशक :

वेंचर कैपिटल/एंजेल इन्वेस्टर के माध्यम से व्यवसायों के लिए फंड जुटाना हमेशा एक अच्छा विचार होता है, क्योंकि यह ब्याज का भुगतान करने के लिए कोई निश्चित देयता नहीं बनाता है, लेकिन आमतौर पर, वीसी/एंजेल निवेशक/निजी इक्विटी (पीई) फर्म प्रबंधन में हिस्सा लेते हैं और कंपनी के शेयर की कीमत में निश्चित वृद्धि के साथ 3/4/5 साल की निश्चित अवधि के बाद बाहर निकलने के विकल्प के लिए प्रतिबद्धता की भी आवश्यकता होती है। इसलिए अगर हमारे पास कुछ निश्चित परियोजना है, जो समय की निश्चित अवधि में पूरी हो सकती है, और अपेक्षित लाभ

उत्पन्न कर सकती है तो वीसी/एआई/पीई फर्मों से धन जुटाने की सलाह दी जाती है।

## डेट फंडिंग

उचित रूप से प्रबंधित ऋण एक छोटे व्यवसाय को स्थिर या तेजी से विस्तार के वित्तपोषण में मदद कर सकता है। बैंकों और क्रेडिट यूनियनों से ऋण कई तरीकों से प्राप्त किया जा सकता है; स्थापित प्रतिष्ठा और उच्च क्रेडिट स्कोर वाले उधारकर्ताओं के पास अधिक अनुकूल शुल्क संरचनाओं के साथ कम ब्याज दरों पर बड़ी मात्रा में ऋण पूंजी उपलब्ध होती है। छोटे व्यवसाय के मालिकों के पास समय के साथ अपनी कंपनी के क्रेडिट स्कोर के निर्माण की योजना होनी चाहिए।

## डिबेंचर और बांड

कंपनी सचिवों को डिबेंचर और बॉन्ड के माध्यम से धन जुटाने के लिए विशेषज्ञ माना जाता है। आम तौर पर, निश्चित ब्याज दरों के साथ निश्चित अवधि के लिए डिबेंचर/बॉन्ड के माध्यम से फंड जुटाए जाते हैं, जो आम तौर पर वार्षिक आधार पर देय होते हैं और डिबेंचर बॉन्ड निश्चित अवधि के बाद भुनाए जाते हैं। डिबेंचर या बांड आमतौर पर कंपनी की कुछ परिसंपत्तियों द्वारा समर्थित होते हैं, जिसके लिए निवेशकों के हित में ट्रस्टी की नियुक्ति की जा रही है। यह मूल रूप से कंपनी के लिए निश्चित अवधि के बाद चुकाने योग्य ऋण है। प्रतिष्ठित वित्तीय संस्थानों या आम जनता से डिबेंचर के माध्यम से धन लेने की सलाह दी जाती है।

## दीर्घकालिक वित्त

लंबी अवधि के वित्त को अचल संपत्तियों/संपत्तियों के अधिग्रहण हेतु लिए गए ऋण/उधार के रूप में परिभाषित किया गया है, जिसका लाभ अपेक्षाकृत लंबी अवधि में लिया जाता है। दीर्घकालिक वित्त किश्तों में चुकाया जाता है, जो मासिक, त्रैमासिक, छह मासिक या वार्षिक भी हो सकती हैं। ऋण राशि के घटते शेष पर ब्याज लगाया जाता है। अचल संपत्तियों, कारखानों, मशीनरी या यहां तक कि पूर्ण औद्योगिक प्रतिष्ठान के अधिग्रहण के लिए दीर्घकालिक वित्त लिया जाता है।

## कार्यशील पूंजी वित्त

व्यवसाय की दिन-प्रतिदिन की आवश्यकता जैसे कच्चे माल की खरीद, तैयार माल का स्टॉक बनाए रखना, कार्य में निवेश, ग्राहकों को उधार पर वितरण, वेतन का भुगतान और

व्यवसाय के अन्य प्रमुख व्यय, इसके लिए कार्यशील पूंजी वित्त की आवश्यकता होती है। कार्यशील पूंजी वित्त की प्रकृति चल संपत्तियों का वित्त है और जरूरतें/आवश्यकताएं हर दिन बदलती हैं। इसलिए हमेशा सलाह दी जाती है कि कार्यशील पूंजी के वित्तपोषण के लिए कैश क्रेडिट (सीसी) सीमा या ओवरड्राफ्ट (ओडी) सीमा होनी चाहिए, क्योंकि दैनिक बकाया राशि पर ब्याज लगाया जाता है।

कुछ गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनियां/वित्तीय संस्थाएं कंपनी की कार्यशील पूंजी के लिए अल्पावधि व्यवसाय ऋण भी दे रही हैं जो कि अधिकतम 3 वर्ष की अवधि के साथ किश्तों में चुकाने योग्य है। कुछ और उत्पाद जैसे ड्रॉप लाइन, ओवर ड्राफ्ट सुविधाएं कुछ बैंकों के पास उपलब्ध हैं, जहां हर साल ओडी सीमा की राशि कम हो जाती है, और समय के साथ, यह ओडी सीमा शून्य हो जाती है।

## व्यवसाय के लिए धन कैसे जुटाएं

दीर्घकालिक वित्त : जैसा कि चर्चा की गई है, अचल संपत्तियों के वित्तपोषण के लिए दीर्घकालिक वित्त उपलब्ध होता है। जिस प्रकार हम स्थायी सम्पत्तियों का लाभ अधिक समय तक लेते हैं, उसी प्रकार अचल सम्पत्तियों के जीवन काल में भी चुकौती करनी चाहिए। अचल संपत्तियों का वित्तपोषण दोनों तरीकों से किया जाता है, अर्थात् बंधक ऋण के रूप में, जिसकी पात्रता की गणना कंपनी के पिछले वित्तीय, पिछले ट्रैक रिकॉर्ड और परियोजना वित्त के आधार पर की जाती है, जहां परियोजना के अनुमान/भविष्य के आधार पर ऋण प्रदान किया जाता है। ऋण गणना और पात्रता की गणना भविष्य के कारोबार और परियोजना के भविष्य की आय पर की जाती है।

## वित्त प्राप्त करने के लिए चेकलिस्ट :

उधारकर्ता की पात्रता का आकलन करने के लिए, प्रत्येक ऋणदाता को कुछ दस्तावेजों की आवश्यकता होती है, वित्त पोषण के उद्देश्य से लगने वाले आवश्यक बुनियादी दस्तावेजों की सूची इस प्रकार है :

- सभी अनुलग्नकों के साथ 3 वर्ष की लेखा परीक्षा (ऑडिटेड) रिपोर्ट
- चालू और बचत बैंक खाते का एक वर्ष का बैंक विवरण
- सभी निदेशकों/साझेदारों/मालिकों का पड़ताल पत्र (केवाईसी)
- कार्यालय का पता प्रमाण

- पंजीकरण दस्तावेज जैसे दुकान अधिनियम पंजीकरण, जीएसटी आदि
- सभी ऋण खातों का विवरण
- कंपनी/फर्म/और निदेशकों/भागीदारों/मालिक के पैन की प्रति
- एमओए/एओए/पार्टनरशिप डीड/सीओआई, (जैसा लागू हो)
- संपार्श्विक संपत्ति दस्तावेज (कोलेटरल प्रॉपर्टी डॉक्यूमेंट)

## वित्त सलाहकार की भूमिका

इस प्रक्रिया में वित्त सलाहकार की भूमिका निम्नानुसार होती है :

- परियोजना रिपोर्ट तैयार करना।
- ऋण दस्तावेजीकरण, जैसे प्रस्तुत करने योग्य प्रारूपों में आवश्यक सभी दस्तावेजों की व्यवस्था करना।
- बैंक/वित्तीय संस्थाओं को प्रस्तुतीकरण देना।
- सीएमए डेटा तैयार करना।
- बैंक/वित्तीय संस्थाओं से अनुवर्ती (फॉलोअप) कार्रवाई और लंबित मामलों को लेना।
- बैंकों/वित्तीय संस्थाओं द्वारा उठाए गए प्रश्नों का समाधान करना।
- परियोजना स्थल पर बैंकों/वित्तीय संस्थाओं के अधिकारियों के दौरों की व्यवस्था करना।

## महत्वपूर्ण बिंदु

इस प्रक्रिया में याद रखने के लिए सामान्य बिंदु, जो आपकी लागत को कम करते हैं और बदले में आपके लाभ को बढ़ाते हैं, निम्नानुसार हैं :

- **स्टॉक विवरण** : दरअसल, कैश क्रेडिट (सीसी) लिमिटेड कार्यशील पूंजी के लिए फंडिंग है यानी स्टॉक और बुक डेट्स/देनदारों में निवेश की गई राशि और स्टॉक स्टेटमेंट की मदद से खाते की मासिक निकासी शक्ति की गणना की जाती है।

हमेशा महीने की 05 तारीख से पहले स्टॉक स्टेटमेंट जमा करने का प्रयास करें।

## स्टॉक विवरण प्रस्तुत न करने के परिणाम

1. 250 रुपए से लेकर 1000 रुपए तक का जुर्माना (बैंक से बैंक में भिन्न होता है)।

2. लगातार 2 महीने या उससे अधिक समय तक जमा न करने पर 1 प्रतिशत -2 प्रतिशत तक का दंडात्मक ब्याज लगाया जा सकता है।

## बैंकों को वार्षिक खाते जमा करते समय ध्यान रखने योग्य बातें :

**वर्तमान अनुपात ( करंट रेशो ) :** आदर्श चालू अनुपात 2:1 है, जिसका अर्थ है कि चालू परिसंपत्तियां ( मुख्य रूप से स्टॉक और बुक डेट) वर्तमान देनदारियों ( मुख्य रूप से लेनदारों और देय बिलों) से दोगुनी होनी चाहिए, और चालू परिसंपत्तियों और वर्तमान देनदारियों के बीच का अंतर भी ( सीसी लिमिट) बराबर या उससे अधिक होना चाहिए।

**ऋण इक्विटी अनुपात :** यह वह अनुपात है जो मुख्य रूप से प्रमोटर के योगदान और बाहरी देनदारियों का अनुपात दीर्घकालिक ऋण दिखाता है। आदर्श रूप से देनदारियां इक्विटी के दोगुने से अधिक नहीं होनी चाहिए, लेकिन व्यवसाय/उद्योग की प्रकृति के अनुसार, यह अधिकतम 5 गुना तक हो सकती है।

**टर्नओवर :** सीसी लिमिट अकाउंट के लिए उस बैंक में टर्नओवर अच्छा होना चाहिए, जहां वे लिमिट का लाभ उठा रहे हैं। आदर्श रूप से यह सीसी लिमिट का कम से कम 4-5 गुना होना चाहिए जैसे, अगर सीसी लिमिट 1 करोड़ रुपए है तो टर्नओवर कम से कम 4-5 करोड़ रुपए होना चाहिए। इससे वार्षिक समीक्षा में सीसी की सीमा बढ़ाने का दायरा बढ़ जाता है।

## किस्त का समय पर भुगतान

किस्त का समय पर भुगतान न केवल संगठन को दंडात्मक शुल्क से बचाता है, बल्कि क्रेडिट रेटिंग को बढ़ाता है। जब हम ईसीएस विकल्प चुनते हैं, तो सिस्टम के माध्यम से किस्त स्वचालित रूप से देय हो जाती है जब सिस्टम में तिथि बदल जाती है, उदाहरण के लिए, यदि किस्त की तारीख 05 वीं है और हमने ईसीएस का विकल्प चुना है यह हमारे खाते में मानवीय हस्तक्षेप के बिना 4 तारीख को 12 बजे की मध्यरात्रि को स्वचालित रूप से जमा हो जाएगा।

## सावधि ऋण का प्रबंधन

सावधि ऋण सामान्य रूप से दीर्घकालिक अचल संपत्तियों के वित्तपोषण के लिए दिया जाता है, जिसमें निर्माण/स्थापना या व्यावसायिक उपयोग शुरू करने के लिए आवश्यक समय को कवर

करने के लिए आवश्यक अधिस्थगन अवधि होती है। सावधि ऋण में ब्याज लागत बचाने के लिए, पहले 3 वर्षों में कम-से-कम एक किस्त अतिरिक्त जमा करने का प्रयास करें, क्योंकि प्रारंभिक वर्षों में, ब्याज घटक किस्त में मूलधन की तुलना में अधिक होता है और जो भी अतिरिक्त हम भुगतान कर रहे हैं वह सीधे मूलधन में जमा किया जाता है जो हमारे ऋण की अवधि को काफी हद तक कम कर देता है।

## वित्तीय लागत कम करने में मददगार कारक

आम तौर पर व्यवसाय प्रोसेसिंग शुल्क में कमी पर अपनी निगाह रखता है, हालांकि यह बहुत अधिक महत्वपूर्ण नहीं होता है क्योंकि यह केवल एक बार देना पड़ता है, इसके स्थान पर हमें बैंक से उन तरीकों और साधनों के बारे में पूछना चाहिए जिनसे हम ब्याज दर में कमी का दीर्घकालिक लाभ प्राप्त कर सकें। कुछ कारक, जो ब्याज दरों को कम करने में मदद कर सकते हैं, वे निम्नानुसार हैं :

- आईएसओ प्रमाणन
- मान्यता प्राप्त एजेंसी से क्रेडिट रेटिंग
- बेहतर संपाश्विक कवरेज (collateral)
- बेहतर वित्तीय अनुपात विशेष रूप से डीएससीआर, आईएससीआर, डी/ई अनुपात, वर्तमान अनुपात आदि।
- प्रोपराइटर/पार्टनर/प्राइवेट लिमिटेड कंपनी/पब्लिक लिमिटेड कंपनी जैसे संगठन का गठन।
- खाते में उच्च टर्नओवर ( आदर्श रूप से ऑडिट में टर्नओवर का 75 प्रतिशत से अधिक)
- ऋण चुकौती का पिछला ट्रैक रिकॉर्ड

## जुटाई गई धनराशि का इष्टतम उपयोग

डेट फंड का अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए संसाधनों का अधिकतम उपयोग होना चाहिए। ऋण कोष में निवेश करने के बाद व्यवसाय को बढ़ाना चाहिए अन्यथा यह संगठन के मौजूदा लाभ को खत्म कर देगा। डेट फंड की शुरुआत के बाद व्यवसाय में वृद्धि होनी चाहिए, उदाहरण के लिए, यदि व्यवसाय में पहले से ही 1 करोड़ रुपए का टर्नओवर है और 5 प्रतिशत की दर से लाभ हो रहा है, जो कि 5 लाख रुपए आता है, 10 लाख रुपए की सीसी सीमा की शुरुआत के बाद व्यवसाय कम से कम रु. 1.4 से 1.5 करोड़ तक बढ़ना चाहिए अन्यथा अतिरिक्त ब्याज लागत इसके मौजूदा



लाभ को हासिल नहीं होने देगी।

## उधार राशि के इष्टतम उपयोग के लिए सुझाव :

- व्यापार ऋण का समय पर संग्रह।
- इष्टतम स्टॉक/इन्वेंट्री प्रबंधन।
- उचित नकदी प्रवाह प्रबंधन।

उत्पाद मिश्रण में कुछ उच्च टर्नओवर वाली वस्तु रखना, जिससे दैनिक नकदी प्रवाह उत्पन्न होता है।

## व्यापार की योजना

व्यापार योजना कागज पर एक लिखित स्वप्न की तरह है। यह लिखित दस्तावेज है जो नए व्यवसाय के लिए समग्र रणनीति को परिभाषित करता है। व्यवसाय योजना केवल एक निवेशक के लिए तैयार करने की आवश्यकता नहीं है। यह आकलन करने के लिए एक दस्तावेज है कि संगठन कहां जाना चाहता है।

## व्यवसाय योजना तैयार करते वक़्त

### ध्यान रखने योग्य तथ्य

- व्यवसाय की यूएसपी, व्यवसाय किस प्रकार भिन्न/अद्वितीय है ?
- बाजार की क्षमता – इसकी गणना कैसे की जाती है ?
- उद्योग की वृद्धि दर।
- उत्पाद/सेवा का प्रत्याशित जीवन चक्र।
- राजस्व और मार्जिन-लंबी अवधि में।

## व्यापारिक चक्र

आपका व्यवसाय कितना भी अच्छा चल रहा हो, आपको बारिश के दिनों (समस्याओं) और यहां तक कि तूफानों (पेशानियों)के लिए भी तैयार रहना होगा। व्यापार और आर्थिक चक्र काले बादल (संकट) लाते हैं जिनका आप अनुमान नहीं लगा सकते। इसलिए स्मार्ट व्यवसाय मंदी के लिए वित्तीय योजनाएं बनाते हैं। नकद बचत, अच्छा क्रेडिट, स्मार्ट निवेश, और अनुकूल आपूर्ति और अचल संपत्ति व्यवस्था व्यवसाय को आगे बढ़ने में मदद कर सकती हैं या यहां तक कि व्यापार के माहौल के प्रतिकूल होने पर भी गति बनाए रख सकती हैं।

## नकदी प्रवाह की शक्ति

नकदी प्रवाह केवल राजस्व के माध्यम से एक व्यवसाय में आने वाली नकदी की मात्रा है जो भुगतान को छोड़कर है। भुगतान की जा रही नकदी की मात्रा के विरुद्ध राजस्व की मात्रा जितनी

अधिक होगी, कंपनी की वित्तीय स्थिति उतनी ही स्वस्थ होगी। नकदी प्रवाह में सुधार का एक सामान्य तरीका यह है कि बिलों के भुगतान के लिए उनकी अंतिम देय तिथि तक प्रतीक्षा की जाए।

जिस तरह अपने बिलों का भुगतान करने की प्रतीक्षा करने से आपके नकदी प्रवाह में सुधार हो सकता है, उसी तरह जल्द ही धन प्राप्त करने से व्यवसाय वित्त में भी सहायता मिल सकती है। जितनी जल्दी आप भुगतान प्राप्त करते हैं, उतनी ही जल्दी आप अपनी कंपनी के लाभ के लिए धन का उपयोग कर सकते हैं। संदिग्ध खातों से जुड़े खर्चों से बचने के लिए आपको एक आक्रामक संग्रह नीति भी लागू करनी चाहिए।

## सार तत्व

संक्षेप में, पूरी सतर्कता के साथ किया गया व्यवसाय हमेशा लाभ लाता है, हमें बाजार में उपलब्ध विभिन्न उत्पादों को समझने उनमें अंतर समझने की जरूरत है। ऐसा करने से व्यवसायी आम तौर पर उत्पाद की प्रकृति के बारे में आवश्यकता के समय, पेशान नहीं होते हैं, और उन्हें केवल फंड की आवश्यकता होती है, जो किसी भी स्रोत से प्राप्त हो सकता है। सलाहकारों की मदद से समझदारी से निर्णय लेने की आवश्यकता है, ताकि प्रबंधन द्वारा की गई उचित वित्तीय योजना के साथ व्यवसाय नई ऊंचाइयों को प्राप्त करे।

## निष्कर्ष

प्रोजेक्ट फाइनेंसिंग बहुत बड़ी पूंजी-गहन परियोजनाओं के वित्तपोषण की विधि है, जिसमें लंबी अवधि का समय होता है, जहां ऋणदाता सुरक्षा के रूप में परियोजना के लिए बनाई गई संपत्ति और परियोजना द्वारा उत्पन्न नकदी प्रवाह पर अपने बकाया चुकाने के लिए धन के स्रोत के रूप में भरोसा करते हैं।

सीधे शब्दों में कहें तो परियोजना वित्त का आशय किसी परियोजना के संचालन के लिए धन की सुरक्षित व्यवस्था करने से है। परियोजना वित्त की विशेषताओं के कारण, उधारकर्ताओं द्वारा मांगे गए ऋणों को ऋणदाताओं द्वारा हमेशा उद्यम की लागत और व्यवहार्यता के साथ-साथ परियोजना प्रमोटर्स की क्रेडिट स्थिति के मजबूत आंतरिक मूल्यांकन के आधार पर अनुमोदित किया जाता है।

□सीएस अमित कुमार जैन,

पूर्व अध्यक्ष

डब्ल्यूआईआरसी-आईसीएसआई,

निदेशक, मेंटर कॉर्पोरेट सर्विसेज प्राइवेट लिमिटेड

# बाजार सर्वेक्षण के साधन और तकनीक

(भारत में स्टार्टअप्स के विशेष संदर्भ में)



बाजार सर्वेक्षण का आशय एक ऐसी जानकारी एकत्र करने से है, जो बाजार में छिपी हुई है। जब कोई अन्वेषक सर्वेक्षण के माध्यम से किसी चीज की जांच करना चाहता है, तो उसका एक निश्चित उद्देश्य होना चाहिए या दूसरे शब्दों में, शोधकर्ता बिना उद्देश्य के सर्वेक्षण नहीं कर सकता। अन्यथा, यह प्रश्न सामने आएगा कि "किसका सर्वेक्षण"? इसलिए सर्वेक्षण करते समय एक व्यवस्थित "समस्या का निरूपण" होना चाहिए। यदि समस्या अच्छी तरह से परिभाषित है और "क्या जांच की जानी है" के बारे में स्पष्टता है, तो शोधकर्ता अपने उद्देश्य की पूर्ति के लिए अपने संसाधनों और प्रयासों पर ध्यान केंद्रित कर सकता है। अन्यथा, उद्देश्य के बिना, कोई निर्दिष्ट लक्ष्य की पूर्ति के लिए अपने प्रयास को संक्षिप्त (ध्यान केंद्रित) नहीं कर सकता है।

इसलिए, बाजार सर्वेक्षण उद्देश्य की पूर्ति के लिए जानकारी एकत्र करने की एक गतिविधि या क्रिया है। किसी भी सर्वेक्षण का उद्देश्य "क्या खोजा जाना है" पर निर्भर करता है। यह आम तौर पर

कुछ शोध प्रश्नों से शुरू होता है जैसे क्या, कब, कैसे, कितना और क्या होना चाहिए?

बाजार सर्वेक्षण विभिन्न उपर्युक्त शोध प्रश्नों को संतुष्ट करने, तैयार करने और उत्तर देने का प्रयास करता है जैसे "बाजार की क्या आवश्यकता है, क्यों है, उनकी आवश्यकता कैसे पूरी की जा सकती है, कौन लाभान्वित होगा, डेटा की कौन-सी पद्धति संग्रह में उपयोग किया जाना है, सर्वेक्षण को पूरा करने के लिए कितना समय चाहिए और सर्वेक्षण की लागत क्या होनी चाहिए, लागत बनाम व्यापार के बीच व्यापार लाभ आदि।

इसलिए, एक उद्यमी को एक नया व्यवसाय शुरू करने के लिए विभिन्न दुविधाओं (अनुसंधान प्रश्न) के साथ जाना चाहिए। स्टार्टअप शुरू करने के लिए सामान्य प्रश्नों में से एक प्रश्न यह है कि व्यक्ति को बीज पूंजी कहां से मिलेगी। उपरोक्त प्रश्नों का उत्तर वेंचर कैपिटलिस्ट के पास होता है। नए विचार की खोज, उद्यम पूंजीपति की रुचि को जागृत करेगी, जिसके माध्यम से वे उच्च

विकास क्षमता प्राप्त कर सकते हैं और अपने धन को बढ़ा सकते हैं। प्रत्येक उद्यम पूंजीपति अपने धन की वृद्धि की अपेक्षा करता है और यह उचित योजना और निष्पादन के साथ संभव हो सकता है।

उपरोक्त प्रश्नों का उत्तर प्राप्त करने के लिए, एक शोधकर्ता को बाजार व उत्पाद के व्यवहार्यता अध्ययन से गुजरना पड़ता है, क्योंकि बाजार में सही उत्पाद, कंपनी पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालता है। समय ऐसा भी आ सकता है जब भारी प्रतिस्पर्धा के कारण उत्पाद का जीवन चक्र सिकुड़ जाता है। फिर भी उत्पाद, विकास के चरण में प्रवेश करता है और नए उत्पाद के प्रवेश (या नई प्रतिस्पर्धा के उत्पाद की घोषणा) के कारण मौजूदा उत्पाद का विकास चरण सिकुड़ जाता है। इंटरनेट की उपस्थिति के कारण, सूचना को सोशल मीडिया और अन्य ओटीटी प्लेटफार्मों के माध्यम से साझा किया जाता है। उपभोक्ता, मौजूदा उत्पाद के साथ घोषित उत्पाद की विभिन्न विशेषताओं की तुलना कर सकते हैं और प्रतिस्पर्धा में बढ़त की खोज कर सकते हैं। साथ ही, उपभोक्ताओं की डिस्पोजेबल (बेचने योग्य) आय में वृद्धि, युवाओं में परिवर्तन (युवा आबादी) आदि के लिए अनुकूलन क्षमता उत्प्रेरक के रूप में कार्य करती है। इसलिए, आज के समय में बाजार सर्वेक्षण की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है, क्योंकि शोधकर्ता अपना बाजार सर्वेक्षण कर, डेटा को शीघ्रतापूर्वक संकलित कर उसे कंपनी को भेज सकते हैं। कंपनी अपने व्यवहार्यता अध्ययन का मूल्यांकन करने के बाद, विभिन्न आकांक्षाओं को शामिल करती है, इच्छुक उपभोक्ताओं की अपेक्षाओं (बाजार सर्वेक्षण में उनके द्वारा दी गई प्रतिक्रिया) को या उपभोक्ताओं की पसंद और नापसंद में विभिन्न कारणों से परिवर्तन होने से व प्रतिस्पर्धी के बाजार में प्रवेश करने से पहले कंपनी को आवश्यक परिवर्तनों को शामिल करना चाहिए।

## एक उद्यमी के लिए बाजार सर्वेक्षण की आवश्यकता

बाजार की गतिशीलता में बदलाव को देखते हुए, उत्पादों को

आता है। अब, सोशल मीडिया, 3 डी व्यू और अन्य ओटीटी प्लेटफॉर्म उपभोक्ता को सभी पहलुओं (गुणवत्ता, मूल्य, रूप आदि) में उत्पाद की तुलना करने में आसानी प्रदान करते हैं। साथ ही, उपभोक्ताओं की डिस्पोजेबल आय में वृद्धि, फैशन युग के कारण, एक बाजार में युवा उपभोक्ताओं का वर्चस्व, सहकर्मी समूह का दबाव आदि उपभोक्ताओं के खरीद व्यवहार पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालता है। प्रत्येक प्रतियोगी कुछ आकर्षक लाभ देकर अन्य प्रतिस्पर्धी से बाजार में हिस्सेदारी को झपटने की कोशिश करता है। इसलिए, इस प्रतिस्पर्धी दुनिया में केवल वही खिलाड़ी जीवित रह पाएंगे जो बदलते बाजार परिदृश्य यानी सर्वाइवल ऑफ द फिटेस्ट के लिए योग्य पाए जाएंगे। साथ ही, भुगतान विकल्पों की विशाल विविधता (डेबिट/क्रेडिट कार्ड, गूगल पे, पे-टीएम आदि) के कारण उपभोक्ता की पहुंच आसान हो गई है और इसलिए खरीदार के लिए जीवन आसान हो गया है। उपभोक्ताओं के उत्पाद चयन में दिलचस्पी को देखते हुए बाजार में भी नित नए उत्पादों की भरमार के साथ बड़ा परिवर्तन आ गया है। क्रेता संकेत लेते हैं और उत्पाद का ऑनलाइन चयन करते हैं और उसी फैशन, किस्म को ऑफलाइन खोजने का प्रयास करते हैं और कई बार वे वास्तविक खरीद के साथ अपनी अपेक्षा को बेमेल पाते हैं। इससे उपभोक्ताओं के मन में असंतोष पैदा होता है और इसलिए वे (उपभोक्ता) ऑनलाइन खरीद की ओर रुख करते हैं।

अब, मौजूदा या नए युवा उद्यमियों के लिए उत्पाद श्रृंखला की इतनी विस्तृत विविधता होना बहुत मुश्किल है। इन सभी कठिनाइयों से उबरने के लिए उपभोक्ताओं/ग्राहकों के उचित बाजार सर्वेक्षण की आवश्यकता है। यदि कोई उद्यमी/व्यवसायी बाजार सर्वेक्षण की सहायता से ग्राहकों की अपेक्षाओं को आंकने में सक्षम होता है तो वे उनकी अपेक्षाओं को पूरा करने का प्रयास करते हैं और उत्पादों की उपलब्धता बनाते हैं, ताकि कोई अवसर हानि न हो। मीडिया और अन्य साइटों पर, ग्राहक उत्पाद को लॉन्च करने से पहले ही उत्पाद से परिचित हो जाते हैं। इसलिए, ग्राहक



की जागरूकता बार-बार बदल रही है और वे जानते हैं कि "बाजार में कौन सा नया चलन चल रहा है।" उद्यमी हमेशा इस दुविधा में रहते हैं कि किस उत्पाद का विपणन किया जाए, वे हमेशा बाजार में चलन में बदलाव को लेकर डर में रहते हैं। यूएनपीएफए के अनुमान के अनुसार, भारत 2030 तक दुनिया की सबसे युवा आबादी में से एक बना रहेगा। युवाओं में बदलाव के प्रति अनुकूलन क्षमता अधिक है। वे अक्सर अपनी पसंद बदलते हैं और फैशन की दुनिया में अपनी मौजूदगी दिखाना चाहते हैं।

इसलिए, बाजार अनुसंधान ग्राहक और उद्यमी दोनों की संतुष्टि के लिए उत्पाद की उपलब्धता के साथ ग्राहकों की अपेक्षाओं के अनुरूप उपयुक्त उत्पाद पेश करने का प्रयास करता है। साथ ही, उद्यमी बाजार की प्रवृत्ति का विश्लेषण करने में सक्षम होते हैं और इसलिए भविष्य की मांग के लिए अनुमान लगा सकते हैं। उद्यमी यह अनुमान लगाने में सक्षम हैं कि कितनी इन्वेंट्री स्टोर की जानी है (मांग पूर्वानुमान), ताकि अवसर हानि को अवसर लाभ में परिवर्तित किया जा सके।

## विपणन अनुसंधान

नए स्टार्टअप और उद्यमियों के लिए विपणन अनुसंधान तथ्यों के संग्रह, जांच, प्रसार और व्यावसायिक निर्णय लेने में आसानी के लिए और सटीक भविष्यवाणी और तथ्यों के अनुमान के लिए सूचना के उपयोग का एक व्यवस्थित और उद्देश्य उन्मुख तरीका है। यह समस्या की पहचान करने में मदद करता है और अनुकूलन तकनीकों के माध्यम से संभावित समाधान सुझाता है।

बाजार अनुसंधान अनुसंधानकर्ताओं/उद्यमियों को बाजार की संभावनाओं, बाजार की विशेषता, बिक्री विश्लेषण, व्यापार प्रवृत्ति और पूर्वानुमान से संबंधित विभिन्न समस्याओं की पहचान करने में मदद करता है। साथ ही, यह विभिन्न समस्या समाधान तकनीकों जैसे बाजार विभाजन, प्रतिस्पर्धा में जीवित रहने के लिए उत्पाद का मूल्य निर्धारण, विभिन्न ब्रांडों और वितरण नेटवर्क द्वारा दिए गए प्रचार प्रस्ताव और उत्पादों की उपलब्धता के लिए आपूर्ति श्रृंखला में मदद करता है। विपणन अनुसंधान प्रक्रिया शोधकर्ता/उद्यमियों को समस्याओं को हल करने और निर्णय लेने में उपयोग की जाने वाली पृष्ठभूमि की जानकारी और कार्यप्रणाली का अध्ययन करने में मदद करती है। यह शोधकर्ताओं को सैद्धांतिक रूपरेखा, विश्लेषणात्मक मॉडल, शोध प्रश्न और परिकल्पना तैयार करके समस्या के प्रति दृष्टिकोण विकसित करने में भी मदद करता है। यहां शोधकर्ता/उद्यमी विभिन्न प्रबंधन और उद्योग विशेषज्ञों की मदद, द्वितीयक डेटा का विश्लेषण करने में ले सकते हैं। इसके

बाद नए युवा स्टार्टअप मालिक और युवा उद्यमी अपने शोध का डिजाइन तैयार करते हैं। यह एक ढांचा या खाका है जो नए उद्यम के बारे में भविष्यवाणी करता है। यह मुख्य रूप से आवश्यक जानकारी, द्वितीयक डेटा विश्लेषण, डेटा एकत्र करने की विधि, माप और स्केलिंग तकनीक, चर की पहचान के बाद प्रश्नात्मक डिजाइन, नमूना आकार और डेटा विश्लेषण पर प्रकाश डालता है।

## अनुसंधान के लिए डेटा संग्रहण

नए उद्यम के उद्देश्यों की पूर्ति के लिए डेटा संग्रह में बड़ी संख्या में प्रशिक्षित स्टाफ सदस्य और फील्ड वर्कर आवश्यक होते हैं। डेटा के संग्रह के लिए एक कौशल की आवश्यकता होती है। यहां शोध का प्रकार डेटा संग्रह में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। अनुसंधान वर्णनात्मक या खोजपूर्ण, वैचारिक या अनुभवजन्य, गुणात्मक या मात्रात्मक क्षेत्र अनुसंधान या कारण अनुसंधान हो सकता है। तो, यह शोध के प्रकार पर निर्भर करता है कि क्या दिए गए शोध में केवल तथ्यों का वर्णन करने की आवश्यकता है यानी केवल इस तथ्य की रिपोर्ट प्राप्त करना है कि "क्या हो रहा है और क्या हुआ है?" यह वर्णनात्मक अनुसंधान के अंतर्गत आता है। इसी तरह, कोई यदि नए विचार, नए तरीके से सोचने, नई तलाश आदि का पता लगाना चाहता है, जिसके परिणामस्वरूप खोजपूर्ण शोध होता है। यदि कोई कारण और प्रभाव को उजागर करना चाहता है, अर्थात् कारण क्या होना चाहिए और क्या प्रभाव हो सकता है, तो यह कारण अनुसंधान के अंतर्गत आता है।

इसलिए, अनुसंधान के प्रकार की पहचान करने के बाद वांछित परिणाम यानी प्राथमिक डेटा या द्वितीयक डेटा को साबित करने के लिए किस प्रकार के डेटा की आवश्यकता होती है, यह जानना चाहिए। प्राथमिक डेटा वह डेटा है जो पहली बार एकत्र किया जाता है। यह नई समस्या के समाधान के लिए शोधकर्ता द्वारा एकत्र किया गया ताजा डेटा होता है। सेकेंडरी डेटा, वह डेटा है जो किसी और द्वारा एकत्र किया जाता है और हम डेटा का उपयोग अपने स्वयं के उद्देश्य के लिए कर रहे हैं अर्थात् हम डेटा का दूसरी बार उपयोग कर रहे हैं। प्राथमिक डेटा को प्रश्नात्मक विधि, साक्षात्कार विधि, मेल विधि आदि के माध्यम से एकत्र किया जा सकता है जबकि द्वितीयक डेटा सरकारी अधिकारियों, बैंकों, सीआईआई, सरकारी अधिकारियों आदि के माध्यम से एकत्र किया जाता है।

## विपणन अनुसंधान की प्रक्रिया :



के छह चरणों से गुजरना होगा। वे उस कार्य की संकल्पना कर सकते हैं जिसे विपणन अनुसंधान अध्ययन आयोजित करने में पूरा किया जाना है। इसमें शामिल हैं :

### चरण 1 : अनुसंधान समस्या का निरूपण

यहां, शोधकर्ताओं को "समस्या क्या है" का पता लगाने और समझने की जरूरत होती है, उन्हें एक समस्या को परिभाषित करने और उस समस्या से उपयुक्त चर (variable) की पहचान करने का प्रयास करने की आवश्यकता होती है। शोधकर्ता को अध्ययन के उद्देश्य और उसकी ऐसी पृष्ठभूमि की जानकारी जो समस्या समाधान के लिए जरूरी है तथा निर्णय लेने के लिए इसका उपयोग कैसे किया जाना है यह निर्दिष्ट करने की आवश्यकता होती है। इसमें नीति निर्माताओं, उद्योग विशेषज्ञों के साथ चर्चा सहित द्वितीयक डेटा का विश्लेषण आदि शामिल किया जा सकता है।

### चरण 2 : समस्या के प्रति समझ का विकास

यह एक उद्देश्य या सैद्धांतिक रूपरेखा, विश्लेषणात्मक मॉडल, शोध प्रश्न, परिकल्पना तैयार करने और समस्या को हल करने के लिए आवश्यक जानकारी की पहचान करने में मदद करता है। यहां शोधकर्ता द्वितीयक डेटा, प्रबंधन और उद्योग विशेषज्ञों की मदद लेते हैं और द्वितीयक डेटा का विश्लेषण करते हैं।

### चरण 3 : अनुसंधान डिजाइन

यह एक शोध परियोजना का संचालन करने के लिए एक खाका या रूपरेखा है। यहां विस्तृत आवश्यक जानकारी और उसके उद्देश्य के लिए आवश्यक प्रक्रिया को परिभाषित किया जाता है। पिछले आंकड़ों के आधार पर तैयार की जाने वाली परिकल्पना को तैयार किया जाता है, चर (variable) की पहचान की जाती है और वांछित परिणामों के लिए स्केलिंग तकनीकों का विकास और विश्लेषण किया जाता है। इसके लिए प्रश्नावली डिजाइनिंग, नमूनाकरण और नमूना आकार और डेटा विश्लेषण की योजना बनाई जाती है।

### चरण 4 : डेटा संग्रह

अध्ययन के शीर्षक और तैयार किए गए शोध उद्देश्य के आधार पर, डेटा संग्रह पद्धति का चयन किया जाता है। यह तय किया जाता है कि डेटा संग्रह पद्धति को (i) प्राथमिक डेटा या (ii) द्वितीयक डेटा किस माध्यम से संग्रहित किया जाना है।

यदि प्राथमिक डेटा संग्रह पद्धति का चयन किया जाता है तो फिर यह तय किया जाता है कि इसके लिए किस विधि का उपयोग किया जाएगा - प्रश्नोत्तरविधि, टेलीफोनिक विधि या मेल विधि इत्यादि। यदि डेटा संग्रह द्वितीयक डेटा पद्धति से किया जाना है तो यह तय करना होगा कि यह सरकारी अधिकारियों के माध्यम से, प्रामाणिक वेबसाइट, जर्नल या कोई अन्य प्रामाणिक निकाय आदि कहां से प्राप्त किया जाएगा।

### चरण 5 : डेटा तैयार करना और विश्लेषण

एक बार डेटा एकत्र हो जाने के बाद डेटा के प्रोसेसिंग की आवश्यकता होती है। आवश्यक जानकारी निकालने के लिए डेटा के दिए गए सेट पर किए गए ऑपरेशन केवल तभी किए जा सकते हैं जब डेटा पूर्ण और शुद्ध हो। डेटा प्रोसेसिंग डेटा के संपादन, कोडिंग, वर्गीकरण और सारणीकरण के माध्यम से की जा सकती है। एक बार एक्सेल शीट या एसपीएसएस में डेटा तैयार होने के बाद, एक उचित उपयुक्त सांख्यिकीय परीक्षण उस पर लागू कर वांछित परिणाम प्राप्त करना होता है और इसके आधार पर महत्वपूर्ण मूल्य, एक परिकल्पना को स्वीकार या अस्वीकार कर दिया जाता है।

### चरण 6 : रिपोर्ट तैयार करना और प्रस्तुत करना

पूरी रिपोर्ट को एक लिखित रिपोर्ट में प्रलेखित किया जाता है जिसमें दृष्टिकोण, अनुसंधान डिजाइन, डेटा संग्रह, डेटा विश्लेषण प्रक्रिया, परिणाम और प्रमुख खोज का वर्णन किया जाता है। रिपोर्ट सरल, विश्वसनीय, किफायती और लचीली होनी चाहिए और सटीक होनी चाहिए। उचित टेबल और ग्राफ होने चाहिए जो परिणाम दिखाने के लिए पर्याप्त हों।

### साधन और तकनीक :

एक बार प्राथमिक और द्वितीयक विधियों के माध्यम से एकत्र किए गए डेटा को अंतिम रूप दिया जाता है तो विभिन्न सांख्यिकीय पद्धति होती है जिसके माध्यम से हम डेटा का विश्लेषण कर सकते हैं। कुछ अनुमेय सांख्यिकीय उपकरण एनोवा, ची-स्क्वायर टेस्ट, जेड-टेस्ट, सहसंबंध और प्रतिगमन आदि हैं। प्रत्येक सांख्यिकीय परीक्षण में कुछ निहितार्थ होते हैं कि डेटा का कब उपयोग किया जाना है। अध्ययन के उद्देश्यों के आधार पर, एक स्वीकार्य सांख्यिकीय परीक्षण का चयन किया जाता है जिससे वांछित परिणाम प्राप्त होते हैं।



# प्रबंधन के स्तंभ



व्यवसाय एक ऐसी गतिविधि है जो विनिर्माण, व्यापार या सेवाओं के माध्यम से की जाती है। ये व्यावसायिक गतिविधियां व्यक्तिगत रूप से आयोजित की जाती हैं और गतिविधियों को व्यवस्थित करने के लिए कुछ कौशल की आवश्यकता होती है। उद्यमी को उद्यम चलाने के लिए मानव संसाधन, मशीनों, सामग्रियों, कार्य विधियों और निर्माण विधियों को व्यवस्थित करने की आवश्यकता होती है। किसी कार्य या गतिविधि को करने या पूरा करने के लिए कई कौशल, योग्यता या ज्ञान की आवश्यकता होती है। उदाहरण के तौर पर कॉलेज के प्रमुख को कॉलेज चलाने के लिए नेतृत्व, टीम प्रबंधन, संचार, शैक्षिक प्रणालियों का ज्ञान और आवश्यक योग्यता जैसे कौशल की आवश्यकता होती है। इसी तरह उद्यमी को व्यवसाय संचालन के लिए कुछ कौशल की आवश्यकता होती है।

## प्रबंधकीय कौशल और उद्यमी

उद्यमी वह व्यक्ति होता है जो जोखिम लेता है और एक व्यावसायिक उद्यम स्थापित करने का प्रयास करता है। एक उद्यमी की मानसिकता व्यक्तिगत लक्ष्य को प्राप्त करने के साथ-साथ व्यावसायिक उद्यम की स्थापना और विकास करना है। इस प्रकार, उद्यमी को व्यवसाय के दिन-प्रतिदिन के कार्यों को पूरा करने के लिए हरदम प्रबल इच्छा शक्ति के साथ तैयार रहना चाहिए, इसके लिए प्रबंधकीय कौशल के गुरु को सीखना होगा।

उद्यमी को "मालिक प्रबंधक" के रूप में उभरने के लिए स्वामित्व भूमिका और प्रबंधकीय भूमिका के बीच संतुलन बनाने की आवश्यकता होती है। व्यवसाय के कुशल संचालन के लिए उद्यमी को निम्नलिखित जिम्मेदारियां निभानी होती हैं

- व्यवसाय शुरू करने के प्रारंभिक चरण में, उद्यमी प्रबंधक को नियुक्त करने की स्थिति में नहीं हो सकता है।

- व्यवसाय का स्तर चाहे जो भी हो, उद्यमी व्यवसाय के विकास के लिए जिम्मेदार और उत्तरदायी होता है।
- व्यवसाय के विकास को नियोजित कार्यबल के साथ साझा करने के लिए उद्यमी जिम्मेदार होता है।
- चूंकि उद्यमी जोखिम उठाता है, उसे निश्चित रूप से व्यवसाय के कामकाज में आवश्यकतानुसार सुधार की समझ होना चाहिए।

व्यवसाय के कुशल संचालन के लिए कुछ कौशल की आवश्यकता होती है, जो उद्यमी के पास एक उद्यमी के गुणों के साथ होना चाहिए। ये कौशल व्यावसायिक गतिविधियों जैसे नियोजन, नियंत्रण, प्रेरणा, नेतृत्व, संचार आदि के आयोजन से संबंधित हैं। ये कौशल अंतर्निहित हो सकते हैं अर्थात व्यक्ति में जन्मजात हो सकते हैं या समय की जरूरतों के अनुसार हासिल किए जा सकते हैं।

## प्रबंधक और उद्यमी के बीच अंतर

यह जरूरी है कि उद्यमी और प्रबंधक का उन्मुखीकरण अलग होना चाहिए; इसका कारण यह है कि उद्यमी की हिस्सेदारी और जिम्मेदारियों का दायरा बहुत व्यापक है। उद्यमी की भूमिका व्यवसाय के अवसरों का पता लगाने और व्यवसाय के विकास के लिए आवश्यक कदम उठाने की होती है, जिसका उद्देश्य संसाधनों का स्वामित्व करना होता है। उद्यमी किराए पर/आउटसोर्स संसाधनों के आधार पर व्यावसायिक अवसरों का भी लाभ उठाता है।

उद्यमी को निम्नलिखित अनिवार्य भूमिकाओं को ध्यान में रखना चाहिए, जिन्हें प्रबंधकीय कौशल के साथ जोड़े जाने की आवश्यकता है -

- **संगठनकर्ता की भूमिका** - उत्पाद के उत्पादन के लिए कच्चे माल की सोर्सिंग व अन्य सामग्री की आवश्यकता। यह स्पष्ट

- रूप से समझने की आवश्यकता है कि सभी इनपुट (जैसे कच्चे माल) को नहीं खरीदा जा सकता है। जोखिम लेने, नवाचार, नेतृत्व, प्रेरणा आदि जैसे कुछ इनपुट बाजार में उपलब्ध नहीं हैं, लेकिन उत्पादन के कारकों के कामकाज के लिए अपरिहार्य हैं।
- जवाबदेही की भूमिका – उद्यम और इसमें शामिल लोगों के प्रतिनिधित्व में लिए गए सभी निर्णयों के लिए उद्यमी जवाबदेह होता है।

## प्रबंधन के कार्य

प्रबंधन मात्र एक गतिविधि नहीं है बल्कि कार्यों की एक श्रृंखला है, जो कुछ कार्यों पर आधारित होती है। विभिन्न प्रबंधन विचारकों ने प्रबंधन अवधारणाओं को निम्नानुसार प्रतिपादित किया है।

व्यापक रूप से स्वीकृत और अनुप्रयुक्त प्रबंधन कार्य लूथर गुलिक द्वारा 'POSDCORB' के रूप में समझाया गया है, जहां 'P का अर्थ योजना (Planning) है, O का अर्थ है आयोजन (Organizing), S का अर्थ स्टाफिंग (Staffing) है, D का अर्थ निर्देशन (Direction) है, CO का अर्थ नियंत्रण (Control) है, ऋ का अर्थ रिपोर्टिंग (Reporting) है, B का अर्थ है बजट (Budgeting)।"

F.W.Taylor के शब्दों में "प्रबंधन यह जानने की कला है कि आप क्या करना चाहते हैं और फिर यह देखना कि यह सबसे अच्छे और सुलभ तरीके से किया जाए।"

प्रबंधक और उद्यमी अलग हैं और अलग-अलग कार्य करते हैं। इसलिए किए गए प्रबंधकीय कार्यों में बारीक-सा अंतर होता है, हालांकि कई ऐसे कार्य भी हैं जो लगभग समान होते हैं।

**1. नियोजन-** यह प्रबंधन का मूल और मौलिक कार्य है। यह "करने से पहले सोचने" की प्रक्रिया है। योजना बनने के बाद सभी कार्य किए जाते हैं।

**2. आयोजन** – यह कार्य गतिविधियों को पहचानने, वर्गीकृत करने और कार्य सौंपने से संबंधित है, जैसे – अधिकार सौंपना, जिम्मेदारी तय करना और अधीनस्थ से बेहतर संबंध स्थापित करना।

**3. स्टाफिंग-** यह कार्य जनशक्ति नियोजन, भर्ती, चयन, प्रशिक्षण और विकास, कार्य बल के प्रबंधन से संबंधित है। अन्य संसाधन तब तक बेकार हैं जब तक कि व्यवसाय चलाने और

निष्पादित करने के लिए कार्यबल उपलब्ध न हो।

**4. निर्देशन** – संस्थान का प्रमुख, मुखिया के रूप में कार्य करता है, जो लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए नियोजन और आयोजन कार्य को क्रियान्वित करता है। निर्देशन मुखिया के माध्यम से प्रबंधन को क्रियान्वित करने से संबंधित है।

**5. समन्वयन** – ये परिभाषित प्रक्रियाओं के क्रिया और दिशा के अनुसार कार्यों और गतिविधियों को व्यवस्थित करने का कार्य है। प्रबंधक को समकालिकता में काम करने के लिए विविध गतिविधियों और संसाधनों का समन्वय करने की आवश्यकता होती है।

**6. मूल्यांकन** – यह कार्य निष्पादन को मापने से संबंधित है और योजना के विचलन या प्रदर्शन के मानकों को पूरा नहीं करने की स्थिति में सुधारात्मक कार्रवाई लागू करता है।

उपरोक्त मुख्य कार्य हैं जो प्रबंधक और उद्यमियों द्वारा किए जाते हैं। सहायक और सहायक कार्य जिनके बिना ये कार्य प्रभावी नहीं हो सकते हैं। वे निम्नानुसार हैं –

**1. नेतृत्व** – कार्यबल का नेतृत्व करना, एकजुट टीमों का निर्माण करना।

**2. संचार** – सूचना और प्रतिक्रिया पारित करने की विधि। इसमें पहले और बाद (पूर्व और पश्चात) का संचार शामिल है।

**3. निर्णय लेना** – स्थिति के आधार पर निर्णय या कार्रवाई करना, इसके लिए जिम्मेदारी और जवाबदेही की आवश्यकता होती है। यह विकल्पों के सावधानीपूर्वक मूल्यांकन पर आधारित है।

**4. प्रेरणा** – प्रतिबद्ध और उत्पादक होने के लिए कार्यबल की भावना और मनोबल को बनाए रखने का कार्य।

**5. पर्यवेक्षण** – नियंत्रण तंत्र को लागू करने के लिए विचलन से निपटने के लिए कामकाज पर नजर रखना।

**6. रिपोर्टिंग** – व्यवसाय से संबंधित डेटा और जानकारी जैसे खातों, लागत, मूल्य, मशीन निष्पादन अनुसूची, इनपुट सामग्री रिकॉर्ड, कर्मचारी उपस्थिति, आदि को रखने के लिए कार्य। इन जानकारीयों का उपयोग नीति निर्माण और रिपोर्टिंग के लिए किया जाता है।



# समय प्रबंधन

समय प्रबंधन का उद्देश्य आपको अपने दैनिक समय सारिणी को प्रभावी ढंग से क्रियान्वित करने के लिए उपयोगी बनाना है। यदि आप समय का सदुपयोग करना सीखेंगे तो आप अपने सपने को पूरा करने में सक्षम होंगे।

## समय प्रबंधन क्या है?

समय प्रबंधन से तात्पर्य समय को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने से है ताकि सही गतिविधि के लिए सही समय आवंटित किया जा सके।



## समय का प्रबंधन क्यों करना चाहिए ?

समय प्रबंधन एक व्यक्तिपरक घटना है। एक व्यक्ति की विचारधारा दूसरे व्यक्ति से अलग होती है। समय प्रबंधन से तात्पर्य व्यक्तिगत और व्यावसायिक स्थान में निर्धारित समय के अनुसार कार्यों को पूरा करने के लिए कुशल तरीके से समय के उपयोग से है। निम्न तालिका समय प्रबंधन के लाभों और समय का प्रबंधन न करने से उत्पन्न होने वाली समस्याओं को दर्शाती है :

### समय प्रबंधन के लाभ

उत्पादकता बढ़ती है

समय पर काम पूरा होने के कारण कम तनाव

अवसरों का पता लगाने और कार्य में नवीन दृष्टिकोण लागू करने के लिए समय मिलता है कैरियर और जीवन के लक्ष्यों की प्राप्ति/उन्नति

### समय प्रबंधन नहीं करने से समस्या

समय सीमा का सम्मान नहीं करने से निर्धारित समय में कार्य पूरे नहीं होते

अकुशल कार्य या लंबित कार्य

सहयोगियों या सहकर्मियों के बीच विश्वसनीयता और प्रतिष्ठा की हानिमनोबल की हानि और काम के प्रति उत्साह में कमी

## समय का प्रबंधन कैसे करें ?

1. एक उपयुक्त लक्ष्य बनाएं।

2. समय की लॉगबुक रखें। ऐसा करने के लिए साप्ताहिक योजना के लिए एक डायरी बनाएं और लिखें कि आप किस काम के लिए कितना समय उपयोग कर रहे हैं।

3. 20: 80 प्रतिशत नियम का पालन करें। यानी, सबसे महत्वपूर्ण 20 प्रतिशत गतिविधि 80 प्रतिशत परिणाम देती हैं। सबसे महत्वपूर्ण गतिविधियां पहले करें।

#### 4. खुद को व्यवस्थित करें

(ए) सुबह जल्दी उठें



(बी) एक घंटा व्यायाम करें

(सी) कम-से-कम टीवी देखें

(डी) कम-से-कम मोबाइल का प्रयोग करें

(ई) इंटरनेट पर समय बर्बाद न करें

(एफ) आलस्य से बचें

(जी) कार्य स्थगित न करें

5. एक दिन पहले ही टाइम टेबल बना लें।

6. काम में शामिल हों और नियमित आधार पर नए कौशल सीखकर अपनी दक्षता बढ़ाएं।

7. लक्ष्य बनाएं और समय सीमा निर्धारित करें।

8. दूसरों को काम सौंपकर और ऑनलाइन तरीकों से काम करके समय बचाना सीखें।

9. टाइम टेबल को फॉलो करने की आदत विकसित करें यानी तय समय पर काम करें।



10. अगले दिन की योजना बनाकर अवचेतन मन की शक्ति का लाभ उठाएं।

11. लक्ष्य पूर्ति के लिए आपकी भूमिका और कार्य आपको पता होना चाहिए। यदि आप नहीं जानते कि आपको कहां जाना है तो कोई भी सड़क आपको मंजिल तक नहीं ले जा सकती है।

#### समय प्रबंधन में की जाने वाली गलतियां

अधिकांश लोग समय का प्रभावी ढंग से प्रबंधन करते हैं, लेकिन कई बार कमियों को पहचानना और उन्हें ठीक करना मुश्किल होता है। सामान्य गलतियां निम्नलिखित हैं :-

- टू-डू लिस्ट को रखने/बनाए रखने में सक्षम नहीं हो पाना।
- कार्य को प्राथमिकता देने में असमर्थता
- विलंब यानि काम को भविष्य की तारीख के लिए स्थगित करना
- लक्ष्य और एजेंडा स्पष्ट रूप से निर्धारित करने में असमर्थता
- "नहीं" कहने में असमर्थता
- विकर्षणों से निपटने में असफल होना
- "व्यस्त" होना अच्छा लगता है
- एक कार्य करने के बजाय कई कार्यों पर ध्यान केंद्रित करना
- गुणवत्तापूर्ण आराम की अवधि के बिना काम करना
- कार्य का अप्रभावी समय निर्धारण

गलतियों में ही समाधान छिपे होते हैं। मनोवृत्ति परिवर्तन और आत्म-सुधार के माध्यम से गलतियों को सुधारा जा सकता है।

#### अतिरिक्त वेब संदर्भ लिंक :

- <https://www.managementstudyguide.com/time-management-articles.htm>
- <https://SCORE-Canon-Questions-to-ASK-in-your-SWOT-Analysis=checklist.pdf>





# संचालन प्रबंधन

किसी भी व्यवसाय के संचालन में, इनपुट को आउटपुट में बदल दिया जाता है, अर्थात सामग्री और श्रम को तैयार माल और सेवाओं में बदल दिया जाता है, जिसे बाद में उपभोक्ताओं को प्रदान किया जाता है। प्रत्येक उद्यम का लक्ष्य ग्राहकों को संतुष्ट करना और अपने लिए उच्चतम संभव राजस्व उत्पन्न करना है। इस प्रकार लागत और राजस्व, गुणवत्ता और मात्रा, दक्षता और प्रणालियों/प्रक्रियाओं की प्रभावशीलता को संतुलित करना महत्वपूर्ण है। ये संचालन प्रबंधन के दायरे में आते हैं।

## संचालन प्रबंधन क्या है ?

संचालन प्रबंधन, उच्चतम संभव शुद्ध लाभ प्राप्त करने के लिए कम-से-कम लागत में सर्वोत्तम उत्पादन प्रदान करने से संबंधित है। संचालन प्रबंधन में ग्राहक यानी ग्राहकों को सामान और सेवाएं देने के लिए (5 एम) यानि मैन, मशीन, मटेरियल, मैथड और मनी का कुशल उपयोग शामिल है।

संचालन प्रबंधन में कभी-कभी व्यावसायिक उद्यम चलाने के लिए 5 एम के प्रबंधन के लिए रणनीतियों, नीतियों, दृष्टिकोणों और प्रक्रियाओं को शामिल करना शामिल हो सकता है। इस प्रकार, संचालन प्रबंधन डिजाइनिंग से लेकर कार्यान्वयन और प्रबंधन तक सब कुछ निहित करता है। वर्तमान समय में बिजनेस प्रोसेस इंजीनियरिंग (बीपीआर) जो दक्षता और गुणवत्ता बढ़ाने के लिए प्रक्रियाओं के पुनर्गठन को संदर्भित करता है, संचालन प्रबंधन का एक अभिन्न अंग बन गया है।

## संचालन प्रबंधन के लिए आवश्यक कौशल

- संचालन प्रबंधन प्रकृति में अंतःविषय है। चूंकि इसमें 5 एम प्रबंधन, वित्त, रणनीति, प्रौद्योगिकी और प्रसंस्करण आदि शामिल हैं, अतः इन विषयों के ज्ञान और समझ की आवश्यकता है। संचालन प्रबंधन के लिए आवश्यक प्रमुख कौशल हैं-
- लोगों, संसाधनों और प्रक्रियाओं को व्यवस्थित और प्रबंधित करने की क्षमता





- विश्लेषणात्मक क्षमता यानी सूक्ष्म विवरणों को समझने की क्षमता
- जन प्रबंधन कौशल यानी दूसरों के द्वारा और उनके माध्यम से काम करवाने की क्षमता
- सभी स्थितियों में विशेष रूप से समस्या, समाधान के लिए रचनात्मक और अभिनव दृष्टिकोण
- तकनीकी दक्षता यानी तकनीक के इस्तेमाल से परहेज न करना

## संचालन प्रबंधन के कार्य

संचालन प्रबंधन का मुख्य फोकस सर्वोत्तम गुणवत्ता वाले आउटपुट प्राप्त करने के लिए उपलब्ध संसाधनों का कुशल उपयोग है। संचालन प्रबंधन के प्रमुख कार्य निम्नानुसार हैं :-

**1. वस्तुओं और सेवाओं को डिजाइन करना :** ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुरूप वस्तुओं और सेवाओं को डिजाइन और पुनः डिजाइन करना। इसके लिए सुविधाओं, गुणवत्ता, उत्पाद और सेवा की लागत को उचित महत्व दिया जाना चाहिए। बाजार अनुसंधान और प्रतिस्पर्धी और स्थानापन्न उत्पाद/सेवाओं का विश्लेषण नियमित रूप से किया जाना चाहिए।

**2. गुणवत्ता प्रबंधन :** यह उत्पाद या सेवा में गुणवत्ता के वांछित स्तर को सत्यापित करने और बनाए रखने की प्रणाली है जिसे ग्राहक को दिया जाना है। यह सावधानीपूर्वक योजना, उपयुक्त उपकरणों के उपयोग, नियमित निगरानी और निरीक्षण, आवश्यकता पड़ने पर सुधारात्मक कार्रवाई द्वारा किया जाता है।

**3. प्रोसेस डिजाइन :** यह प्रश्न कि कार्य कैसे किया जाएगा, प्रोसेस डिजाइन द्वारा संबोधित किया जाता है। प्रक्रिया डिजाइन से तात्पर्य संगठन के बहुत कार्यों को निष्पादित करने के लिए प्रक्रियाओं की योजना बनाना और तैयार करना है। उपयुक्त प्रक्रिया डिजाइन संगठन को कुशल बनाने में सक्षम बनाता है। प्रभावी प्रक्रिया डिजाइन के लिए निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना चाहिए :-

- प्रक्रिया डिजाइन में प्रत्येक कार्य के हर पहलू को शामिल किया जाना चाहिए।

- उद्यम के समग्र उद्देश्यों के लिए प्रक्रिया की उपयुक्तता।
- प्रक्रिया को उद्यम और ग्राहक को मूल्य प्रदान करना चाहिए।
- गुणवत्ता और समय प्रबंधन प्रक्रिया डिजाइन का अभिन्न अंग होना चाहिए।

## 4. क्षमता योजना और डिजाइन :

क्षमता का तात्पर्य किसी चीज को स्टोर करने, निर्माण/उत्पादन करने और हासिल करने की क्षमता से है। व्यावसायिक शब्दों में, क्षमता नियोजन का तात्पर्य किसी दिए गए संसाधनों में एक निश्चित स्तर के उत्पाद का उत्पादन करना है। प्रचालन प्रबंधन प्रौद्योगिकी के उपयोग की गुणवत्ता और इनपुट की मात्रा, आवश्यक समय, निर्धारित मानक, अपेक्षित वितरण के



आधार पर उत्पादन क्षमता का आकलन करने से संबंधित है। मानक उत्पादन प्राप्त करने के लिए संसाधनों के इष्टतम उपयोग के लिए क्षमता डिजाइन और योजना आवश्यक है।

## 5. स्थान निर्णय :

यह एक महत्वपूर्ण निर्णय में से एक है जो उद्यमी, एक उद्यम स्थापित करते समय लेता है। संचालन प्रबंधन में स्थान का निर्णय

संयंत्र या सुविधा को स्थापित करने के लिए उपयुक्त भौगोलिक स्थान की पहचान करने के लिए संदर्भित करता है। यह निर्णय महत्वपूर्ण है क्योंकि यह एक उद्यम की लागत, समय, ऊर्जा/प्रयासों और लाभप्रदता को प्रभावित करता है। यह निर्णय या तो उस समय किया जाता है जब कोई नया व्यवसाय स्थापित किया जाना होता है या मौजूदा व्यवसाय को स्थानांतरित करने की आवश्यकता होती है। यह निर्णय सावधानीपूर्वक विचार-विमर्श के बाद किया जाना चाहिए, क्योंकि यह एक दीर्घकालिक निर्णय है। स्थान के चुनाव में नासमझी उद्योग व्यवसाय में नुकसान और और कई समस्याएं उत्पन्न कर सकता है।

## 6. स्थान रणनीति :

यह व्यवसाय की जरूरतों और लक्ष्यों के अनुसार किसी व्यावसायिक उद्यम, संयंत्र या सुविधा के लिए उपयुक्त स्थान की योजना बनाने और उसकी पहचान करने को संदर्भित करता है। एक स्थान रणनीति बनाते समय निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना चाहिए :-

- 1) बाजार से निकटता
- 2) कच्चे माल की उपलब्धता
  - i) श्रम और कार्य बल
  - ii) कच्चे माल जैसे इनपुट कारक
  - iii) मरम्मत और रखरखाव, आदि जैसी सेवाएं।
- 3) आगे विस्तार की संभावना
- 4) कामगारों/कर्मचारियों की सुरक्षा और उपलब्धता
- 5) कर्मचारियों और उनके परिवारों के लिए भोजन, कपड़े, शिक्षा सुविधाएं, स्वास्थ्य देखभाल, परिवहन, बैंकिंग आदि जैसी सुविधाओं की उपलब्धता
- 6) साइट से जुड़ी लागत जैसे लीज रेंट, परिसर निवेश, ईंधन खर्च आदि
- 7) सरकार द्वारा प्रदान की जाने वाली अनुदान, छूट, कर और अन्य सुविधाएं जैसे एसईजेड (विशेष आर्थिक क्षेत्र), आदि
- 8) उस क्षेत्र की सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक और राजनीतिक स्थिति
- 9) परिवहन और बुनियादी ढांचा सुविधाएं

10) आपूर्ति और वितरण नेटवर्क

## 7. लेआउट डिजाइन और रणनीति

लेआउट डिजाइन और रणनीति भौतिक प्लेसमेंट यानी उपकरण और भंडारण सुविधाओं की व्यवस्था को संदर्भित करती है। लेआउट डिजाइन महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह प्रभावित करता है

- प्रत्येक उप प्रक्रिया/कार्य के लिए सूचना, सामग्री और संसाधनों का कुशल प्रवाह
- अनावश्यक कदमों पर महत्वपूर्ण समय और प्रयास बचाएं
- श्रम प्रदर्शन और उत्पादकता पर सकारात्मक प्रभाव
- तनाव और ऊर्जा की निकासी को कम करता है
- लोगों और मशीनरी का इष्टतम उपयोग
- प्रत्येक संगठन, उत्पाद/सेवा, प्रक्रिया और कार्य की प्रकृति के लिए लेआउट अलग-अलग होता है। कुछ लेआउट निम्नानुसार हैं :-
- **कार्यालय लेआउट** - इसे कर्मचारी की स्थिति, उपयोग किए गए उपकरण और गैजेट, स्थान और सूचना के प्रवाह के अनुसार डिजाइन किया गया है।
- **खुदरा लेआउट** - इसे क्षेत्र, शेल्फ-स्पेस और खरीदार और विक्रेता के बीच बातचीत के अनुसार डिजाइन किया गया है।
- **वेयरहाउस लेआउट** - इसे क्षेत्र, संगठन, सामग्री प्रबंधन और प्रबंधन के लिए आवश्यक लोगों के अनुसार डिजाइन किया गया है।
- **फिक्स्ड लेआउट** - इसे फिक्स्चर, मशीनों और उपकरणों, खाली जगह और खाली छोड़ी जाने वाली जगह और मशीनरी और उपकरणों को संभालने के लिए आवश्यक लोगों के अनुसार डिजाइन किया गया है।
- **प्रक्रिया-उन्मुख लेआउट** - इसे कम मात्रा और उच्च किस्म के उत्पादन के सिद्धांत के अनुसार डिजाइन किया गया है। मैनुफैक्चरिंग फर्म अपने वर्कस्टेशन को इस तरह से व्यवस्थित करती है कि प्रत्येक स्टेशन विशिष्ट कार्य करता है न कि विशिष्ट उत्पाद। उदाहरण के लिए स्कूल या अस्पताल में विशिष्ट कार्य के लिए एक अलग कमरा/टेबल/काउंटर आवंटित किया जाता है।

- **कार्य सेल लेआउट** - यह एक वस्तु या संबंधित वस्तुओं के समूह के उत्पादन के लिए मशीनरी या उपकरण की व्यवस्था के अनुसार डिजाइन किया गया है।
- **उत्पाद-उन्मुख लेआउट** - इसे उच्च-मात्रा और निम्न-किस्म के उत्पादों के सिद्धांत के अनुसार डिजाइन किया गया है। यह व्यवस्था वहां विशेष रूप से उपयोगी है जहां दोहरावदार उत्पादन या निरंतर उत्पादन की आवश्यकता होती है। बड़े पैमाने पर उत्पादन की सुविधा के लिए उत्पादन प्रक्रिया के अनुसार मशीनों, सामग्रियों और अन्य आवश्यक वस्तुओं की नियुक्ति का क्रम तय किया जाता है।

## 8. इन्वेंटरी प्रबंधन

यह संचालन प्रबंधन का एक और महत्वपूर्ण कार्य है क्योंकि इन्वेंट्री की कमी से उत्पादन प्रक्रिया में बाधा आती है और इन्वेंट्री का काम सामग्री की बर्बादी और फंड को रोकना होता है। इन्वेंटरी प्रबंधन के लिए सावधानीपूर्वक विश्लेषण की आवश्यकता होती है -

- ऑर्डर की लागत और स्टॉक को फिर से भरने के लिए लीड समय
- आर्थिक आदेश मात्रा
- इन्वेंट्री आइटम का भंडारण और रखरखाव
- इन्वेंट्री ले जाने से जुड़ी लागतें

**9. आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन** - इसमें ग्राहक को अंतिम उत्पाद के उत्पादन और वितरण के लिए इनपुट सामग्री प्रदान करने के लिए विभिन्न बिचौलियों को जोड़ना शामिल है। संचालन प्रबंधन को आउटपुट के निर्बाध उत्पादन की सुविधा के लिए आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन के समर्थन की आवश्यकता होती है। छोटे संगठनों में आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन और संचालन प्रबंधन ओवरलैप (अतिव्याप्त) हो सकता है।

**10. शेड्यूलिंग** - उत्पादन प्रक्रिया को समय पर और दक्षता के साथ बनाए रखना, विनिर्माण इकाइयों के संचालन के सामने एक चुनौती है। सुधारों के साथ, यह चुनौती और भी अधिक प्रचलित है। इस प्रकार, ऑपरेशन शेड्यूलिंग का उपयोग करके, ऑपरेशन टीम इस समस्या को हल करती है। शेड्यूलिंग मशीनरी, लोगों और संसाधनों को इस तरह व्यवस्थित करने की प्रक्रिया है कि समय का कम-से-कम विचलन हो तथा कच्चे माल और गुणवत्ता मानकों से समझौता नहीं किया जाए। ऑपरेशन

शेड्यूलिंग के पीछे का उद्देश्य परिचालन दक्षता, कम लागत और कम-से-कम समय को अधिकतम करना है।

ऑपरेशन शेड्यूलिंग निम्नानुसार पर आधारित है -

- संसाधनों का आवंटन
- उप-नौकरियों और उप-प्रक्रियाओं का अनुक्रमण
- प्रत्येक प्रक्रिया के लिए प्रारंभ और समाप्ति समय
- अधिकतम संयंत्र उपयोग
- निर्धारित अंतराल पर मशीनों/उपकरणों की निगरानी और रखरखाव
- शॉप फ्लोर नियंत्रण

**11. मानव संसाधन और संचालन कार्य** - प्रत्येक संगठन को कुशल और अकुशल श्रमिकों की आवश्यकता होती है। संचालन प्रबंधन प्रत्येक प्रक्रिया/नौकरी या उप-प्रक्रिया के लिए अपने संयंत्र या सुविधा के लिए नौकरी की भूमिका तैयार करने से संबंधित है। सही प्रकार के लोगों को नियुक्त करने से दक्षता में वृद्धि होती है।

**12. रखरखाव और क्षति से बचाव** - लोगों की तरह मशीनों को उत्पादक होने के लिए आराम, मरम्मत और रखरखाव की आवश्यकता होती है। संचालन प्रबंधन मशीनरी और उपकरणों को खराब होने से बचाने के लिए सही स्थिति में रखने के लिए कार्य करता है क्योंकि इससे उत्पादन बाधित होता है और समय सारिणी में देरी होती है।

## संचालन प्रबंधन में आधुनिक रुझान

कारोबारी माहौल गतिशील है और हमेशा बदलता रहता है। संचालन प्रबंधन में हाल में कुछ रुझान देखे गए हैं, जैसे - व्यवसायों को व्यवसाय चक्र में परिवर्तन का सामना करना पड़ता है, उत्पाद जीवनचक्र, समय के साथ सिकुड़ता है, श्रम की उपलब्धता बदलती है, तकनीकी परिवर्तन होता रहता है।

1) **बिजनेस प्रोसेस रीडिजीनियरिंग** - उद्योग के हालिया रुझानों के अनुसार प्रक्रियाओं को फिर से डिजाइन करने के लिए व्यवसाय द्वारा इस दृष्टिकोण का पालन किया जाता है। यह व्यवसाय को प्रतिस्पर्धा का सामना करने और बढ़ने के लिए नवीन दृष्टिकोणों का उपयोग करने में सक्षम बनाता है।

2) **कमजोर और चुस्त (लीन एंड एजाइल) मैनुफैक्चरिंग** - यह दृष्टिकोण अपव्यय को कम करने, कम

इन्वेंट्री बनाए रखने, आउटपुट की अच्छी गुणवत्ता बनाए रखते हुए कम-से-कम लागत में आउटपुट बढ़ाने के लिए जस्ट-इन-टाइम प्रोडक्शन की अवधारणा का उपयोग करता है। नए उत्पादों को बाजार में उपलब्ध कराने के लिए तेजी से निर्णय लेने के साथ छोटे बैचों में विकास किया जाता है। यह दृष्टिकोण उद्यमियों को अप्रत्याशित मांग परिवर्तनों से निपटने में सक्षम बनाता है।

**3) निर्णय लेने में कर्मचारियों की भागीदारी** - यह दृष्टिकोण संगठन के प्रमुखों को संचालन और जटिलताओं के बारीक विवरण को समझने में सक्षम बनाता है। ये लीडर्स और प्रमुखों को परिचालन संबंधी मुद्दों को हल करने और अच्छे व्यवसाय और निर्माण के लिए नए विचारों का उपयोग करने में मदद करते हैं।

**4) स्थिरता** - हरित व्यवसाय की अवधारणा भी संचालन को प्रभावित करती है। हरित व्यवसाय एक ऐसे व्यवसाय को संदर्भित करता है जो पर्यावरण, समुदाय और अर्थव्यवस्था पर नकारात्मक प्रभाव नहीं डालता है। ऐसे व्यवसाय स्थिरता की अवधारणा पर आधारित होते हैं। इसके तहत निम्नानुसार शामिल हैं-

- अ) कम ऊर्जा खपत या नवीकरणीय ऊर्जा का उपयोग
  - ब) बायो- डिग्रेडेबल इनपुट का उपयोग, कचरे का उन्मूलन और टिकाऊ सामग्री का उपयोग
  - ग) पर्यावरण संरक्षण कानूनों का पालन
  - घ) पर्यावरण के अनुकूल उपकरण, उत्पाद/सेवाएं खरीदना
- ये सभी पहलू संचालन को प्रभावित करते हैं और इसलिए व्यवसायों द्वारा अब स्थिरता को प्रमुख महत्व दिया जाता है।

**5) सिक्स सिग्मा** - यह एक साधन है, जिसका उपयोग आजकल व्यवसायों द्वारा दोषों की पहचान और उन्मूलन करके वर्तमान प्रक्रियाओं, उत्पाद/सेवा में सुधार करके गुणवत्ता बनाए रखने के लिए किया जाता है। यह पहली बार बिल स्मिथ द्वारा विकसित किया गया था और मोटोरोला ने इस विधि को लागू किया था। विनिर्माण इकाइयां पहले केवल इसका उपयोग करती थीं, अब कई उद्योगों ने गुणवत्ता प्रबंधन के लिए इसे अपनाया है।

सिक्स सिग्मा बनाए रखने के लिए DMAIC पद्धति का उपयोग किया जाता है। DMAIC का मतलब है :-

**D = Define** - ग्राहकों की जरूरतों और आवश्यकताओं को परिभाषित करना।

**M = Measure** - वर्तमान स्थिति को मापना और विश्लेषण करना कि लक्ष्यों को पूरा करने के लिए क्या परिवर्तन करने की आवश्यकता है।

**A = Analyze** - विश्लेषण कर समस्याओं के मूल कारण पता लगाना।

**I = Improve** सुधार - आवश्यक परिवर्तनों को शामिल करने के लिए प्रक्रिया में सुधार करना।

**C = Controlling** नियंत्रण- लक्ष्यों को प्राप्त करने की प्रक्रिया।

**6) प्रौद्योगिकी का उपयोग** - प्रौद्योगिकी किसी भी व्यवसाय संचालन में एक अभिन्न अंग बन गई है। प्रौद्योगिकी के उपयोग के कुछ उदाहरण निम्नानुसार हैं -

- क) कच्चे माल और अन्य आपूर्ति की ई-खरीद
- ख) सामग्री आवश्यकता योजना (एमआरपी) के लिए सॉफ्टवेयर टूल्स का उपयोग करना
- ग) डिजाइनिंग के लिए कंप्यूटर एडेड डिजाइन (सीएडी)
- घ) कंप्यूटर एडेड मैनुफैक्चरिंग (सीएएम)
- ई) कंप्यूटर एकीकृत विनिर्माण (सीआईएम)

**7) आउटसोर्सिंग** - यह दृष्टिकोण इनपुट या सेवाओं के लिए अन्य व्यावसायिक उद्यमों को शामिल करने के लिए संदर्भित करता है। उदाहरण के लिए, इनपुट खरीदे जाते हैं और अंतिम उत्पाद को संयंत्र में इकट्ठा किया जाता है या बिजली के उपकरणों की बिक्री के बाद सेवा को एक व्यवसाय द्वारा आउटसोर्स किया जा सकता है। यह व्यवसाय को निम्नानुसार सक्षम बनाता है -

- ए) प्रक्रियाओं की गति बढ़ाता है।
- बी) अंतिम उत्पाद की गुणवत्ता बनाए रखता है (इनपुट की गुणवत्ता के आधार पर)।
- सी) इनपुट सामग्री के उत्पादन पर दबाव कम करता है।
- डी) व्यापार में प्रमुख भागीदारों के साथ नेटवर्क और एकीकरण में सहायक।

# उद्यम के सफल संचालन के लिए जरूरी मानव संसाधन प्रबंधन



व्यावसायिक उद्यम स्थापित करने के लिए एक उद्यमी, मानव संसाधन, धन, मशीनों, सामग्रियों और विधियों को एकत्र करता है। ये संसाधन अलग-अलग और अपने दम पर प्रदर्शन नहीं कर सकते। इन संसाधनों को उत्पादक बनाने के लिए इन्हें मानव द्वारा संचालित करने की आवश्यकता होती है। कोई भी व्यवसाय विकसित या समृद्ध नहीं हो पाएगा, यदि

1. कुशल, योग्य और प्रतिबद्ध जनशक्ति की कमी हो,
2. जनशक्ति का अधिशेष हो क्योंकि इससे संसाधनों का अपव्यय होता है।

## मानव संसाधन प्रबंधन क्या है?

व्यवसाय को बढ़ाने और समृद्ध करने के लिए उद्यमी को एक सक्षम, प्रतिबद्ध कार्यबल का निर्माण करने की आवश्यकता होती है, इसे मानव पूंजी या मानव संसाधन कहा जाता है। मानव संसाधन

प्रबंधन श्रम शक्ति का सामूहिक उपयोग है जो लोगों द्वारा काम करने के लिए डिजाइन और नियोजित प्रणालियों और विधियों को निरूपित करता है। मानव संसाधन प्रबंधन में तीन मुख्य कार्य होते हैं :-

- कर्मचारियों की भर्ती और प्रशिक्षण का कार्य
- कर्मचारियों को कार्य या कार्यों का पदनाम देना
- कर्मचारी का मुआवजा और मूल्यांकन करना

## मानव संसाधन विकास की भूमिका और कार्य

किसी उद्यम के संचालन में मानव संसाधन की भूमिका और कार्य को निम्नानुसार समझा जा सकता है :-

## जनशक्ति नियोजन :

- जनशक्ति दो शब्दों से मिलकर बनी है - मनुष्य और शक्ति। जनशक्ति नियोजन इस प्रकार संगठन में कार्यरत लोगों से



- संबंधित योजना को संदर्भित करता है। जनशक्ति नियोजन की अवधारणा की स्पष्ट तस्वीर प्राप्त करने के लिए कुछ उदाहरण निम्नानुसार हैं :-
- काम की मात्रा बढ़ गई है और नियोक्ता अधिक कर्मचारियों की भर्ती नहीं करना चाहता है। पुराने कर्मचारियों को हर दिन ओवरटाइम करना पड़ता है।
- नियोक्ता व्यवसाय और कर्मचारियों का विस्तार करता है और उनमें से कुछ कर्मचारियों का उपयोग कम किया जाता है।
- एक कपड़ा कारखाने में कर्मचारियों को अच्छी गुणवत्ता वाले मास्क उपलब्ध नहीं कराए जाते हैं और इसलिए उन्हें सांस लेने में समस्या होती है।
- एक कारखाने में कर्मचारियों के पास अपने काम की स्पष्टता नहीं होती है, इससे कई बार काम का दोहराव होता है और कुछ कार्य समय पर पूरे नहीं होते हैं।
- लागत बचाने के लिए अकुशल श्रमिकों को नियोजित किया जाता है, इस प्रकार तैयार उत्पाद की गुणवत्ता प्रभावित होती है।

उपर्युक्त सभी उदाहरण दोषपूर्ण जनशक्ति नियोजन को प्रदर्शित करते हैं अर्थात्

- अयोग्य या अकुशल कामगारों की भर्ती
- कार्यबल का कम उपयोग
- सौंपे गए कार्य और भूमिकाओं में अस्पष्टता
- कर्मचारियों के सुरक्षा मुद्दों की अनदेखी

जनशक्ति नियोजन सभी संगठनों के लिए बहुत महत्वपूर्ण है चाहे वह बड़ा हो या छोटा। संगठन में उपयुक्त मानव संसाधन कामकाज को प्रभावी और कुशल बनाता है। जनशक्ति नियोजन दो मुख्य प्रश्नों के उत्तर प्रदान करता है।

- हमें किस तरह के लोगों की जरूरत है ?

- हमें कितने लोगों की आवश्यकता है ?

भर्ती : जनशक्ति नियोजन का एक प्रमुख चरण है - भर्ती, जिसमें कर्मचारी विभिन्न कार्य भूमिकाओं के लिए स्रोत होते हैं। सरल भाषा में भर्ती नौकरी के लिए इच्छुक और उपयुक्त लोगों को प्राप्त करने की एक प्रक्रिया है।

भर्ती की प्रक्रिया कमोबेश किसी भी रूप के संगठन के लिए समान होती है। भर्ती की प्रक्रिया उद्योगों, कुशल या अकुशल कार्य, प्रक्रियाओं की लंबाई, परीक्षण/मूल्यांकन/स्क्रीनिंग/उन्मूलन आदि के अनुसार बदलती है।

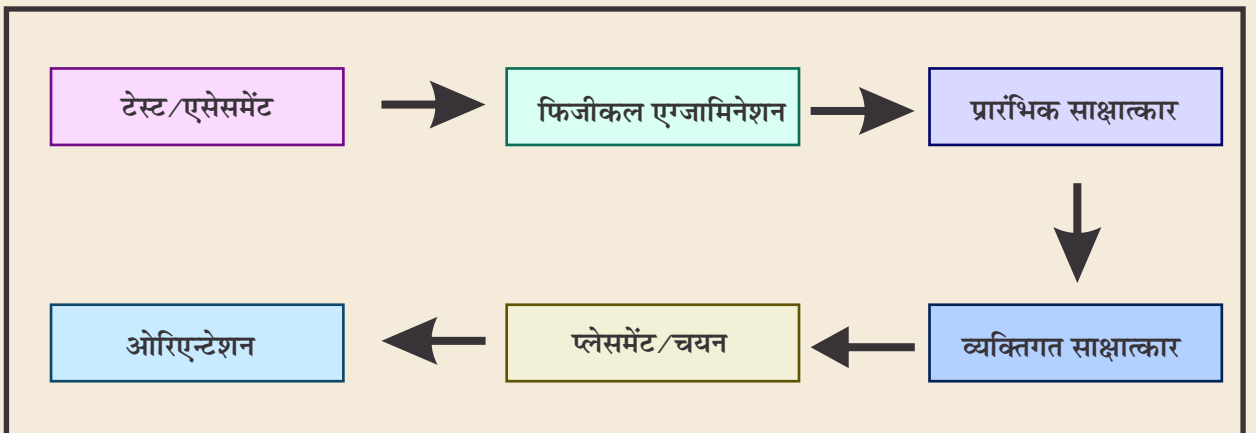
## भर्ती के स्रोत

**1. आंतरिक स्रोत :** इसके तहत कर्मचारियों की पूर्ति करीबी सहयोगियों के माध्यम से पूरी की जाती है, जैसे-

- परिवार, दोस्त और सहयोगी आदि
- कर्मचारियों का उच्च पद पर स्थानांतरण करना

**2. बाहरी स्रोत :** इसका तात्पर्य बाहरी वातावरण में पोस्टिंग आवश्यकता के माध्यम से बाहर से लोगों की भर्ती करना है, जैसे -

- अखबार जैसे प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में विज्ञापन देना
- कर्मचारी अपने सहयोगियों को प्रपोज या कनेक्ट कर सकते हैं
- बाहरी एजेंसियों से अनुशंसा
- अनचाहा या अवांछित आवेदन करना
- कर्मचारी विनिमय
- विभिन्न शिक्षण संस्थानों आदि में कैम्पस भर्ती
- भर्ती करवाने वाली एजेंसियों के माध्यम से



## चयन :

एक बार आवेदन या उम्मीदवारों के पूल की पहचान हो जाने के बाद, अगला चरण नौकरी के लिए सही उम्मीदवार का चयन करना है। नौकरी के लिए सही फिट पाने के लिए नौकरी की भूमिका और उम्मीदवार की प्रोफाइल का मिलान होना चाहिए। अयोग्य उम्मीदवारों से बचा जाना चाहिए, वेतन की अपेक्षा पर



विचार-विमर्श किया जाना चाहिए। उद्यम के लाभ के लिए उम्मीदवारों की अतिरिक्त योग्यता पर विचार किया जा सकता है और उम्मीदवार के रवैये और प्रकृति का मूल्यांकन टीम के खिलाड़ी के रूप में किया जा सकता है। चयन प्रक्रिया उद्यम से उद्यम में भिन्न होती है। सामान्य चयन प्रक्रिया नीचे दी गई है।

## प्रशिक्षण और विकास :

यह श्रमिकों में ज्ञान, कौशल और प्रवीणता विकसित करने और बढ़ाने के लिए नियोक्ता/उद्यमी द्वारा अपनाई जाने वाली प्रक्रिया है। सभी कर्मचारियों को समान रूप से और समान मात्रा में प्रशिक्षण प्रदान नहीं किया जाता है। प्रशिक्षण और विकास मानव संसाधन प्रबंधन के तहत एक कार्य है, जो विवेकपूर्ण तरीके से योजना बनाता है कि किसे, किस प्रकार और कब प्रशिक्षण प्रदान किया जाए। इसका उद्देश्य कर्मचारी को अधिक उत्पादक और परिणामोन्मुखी बनाना है।

## प्रदर्शन का मूल्यांकन :

प्रदर्शन मूल्यांकन एक ऐसी प्रणाली है, जिसके द्वारा कर्मचारियों को उनके कार्य प्रदर्शन के लिए पहचाना और पुरस्कृत किया जाता है। यह बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि मूल्यांकन कर्मचारियों को भविष्य में और भी बेहतर प्रदर्शन करने, कुशल टीमों का निर्माण करने और उद्यम की समग्र उत्पादकता बढ़ाने के लिए प्रेरित करता है। प्रदर्शन मूल्यांकन के कुछ तरीके हैं:-

- वेतन वृद्धि, प्रोत्साहन और अन्य लाभ
- पदोन्नति, कैरियर में उन्नति, संगठन में स्थानांतरण
- अतिरिक्त प्रशिक्षण प्रदान करना और नौकरी की भूमिकाओं में परिवर्तन करना
- सम्मान, मार्गदर्शन और प्रोत्साहन के अन्य उपाय करते रहना

**कर्मचारी महत्वपूर्ण :** एचआरएम का एक अन्य महत्वपूर्ण कार्य कर्मचारियों को प्रेरित करना और उन्हें बनाए रखना है। समय-समय पर कर्मचारियों की भर्ती करना, एक समय लेने वाला और महंगा मामला है। जब कर्मचारी संगठन छोड़ते रहते हैं, तो यह मनोबल को प्रभावित करता है। हालांकि अन्य कर्मचारियों में तालमेल की कमी, सामंजस्य न बन पाने और कर्मचारियों में टीम भावना टूट जाना उत्पादकता को प्रभावित करता है। नियोक्ता को सावधान रहना चाहिए और निम्नलिखित मुद्दों का पालन करना चाहिए।

कर्मचारियों के नौकरी छोड़ने के ये सामान्य कारण हैं :-

- वेतन वृद्धि और कर्मचारी को दिए जाने वाले लाभ
- तत्काल प्रमुख या पर्यवेक्षक के साथ चुनौतियां और मुद्दे
- खराब संगठन संस्कृति
- काम करने का अनुचित माहौल

**विनियमन और अधिनियम :** श्रमिकों और नियोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए विभिन्न कानून और विनियम बनाए गए हैं। यह कोड व्यवसाय के विभिन्न पहलुओं को भी क्रमबद्ध तरीके से बांधता है। कुछ महत्वपूर्ण नियम और कानून निम्नानुसार हैं :-

- कारखाना अधिनियम, 1948
- औद्योगिक विवाद अधिनियम, 1947
- न्यूनतम मजदूरी अधिनियम, 1948
- कर्मचारी प्रदत्त निधि अधिनियम, 1952
- कामगार मुआवजा अधिनियम, 1923
- बोनस भुगतान अधिनियम, 1985
- ग्रेच्युटी भुगतान अधिनियम, 1972

कारोबारी माहौल में नवीनतम परिवर्तनों को शामिल करने के लिए इन अधिनियमों को समय-समय पर संशोधित किया गया है। नियोक्ता (यहां उद्यमी) को इन विनियमों का पालन करना सुनिश्चित करना चाहिए।



# ग्राहक प्रबंधन क्या है?

ग्राहक प्रबंधन - वह प्रक्रियाएं, प्रथाएं, प्रणालियां और अनुप्रयोग हैं जो एक कंपनी मौजूदा ग्राहकों और नई संभावनाओं के साथ अपने संबंधों को प्रबंधित करने के लिए उपयोग करती हैं। एक रणनीतिक ग्राहक प्रबंधन नीति, स्थायी ग्राहक संबंध बना सकती है और आपके व्यवसाय को बढ़ा सकती है। ग्राहक प्रबंधन, संभावित और मौजूदा ग्राहकों के साथ कंपनी के संबंधों के प्रबंधन की प्रक्रिया है।

यह शब्द ग्राहक संबंध प्रबंधन से निकटता से संबंधित है, यह एक प्रकार का ऐसा सॉफ्टवेयर है जो आपको संभावनाओं और ग्राहकों के साथ आपकी कंपनी के सभी इंटरैक्शन को प्रबंधित करने, डेटा को व्यवस्थित करने और आपकी आंतरिक व्यावसायिक प्रक्रियाओं को संरेखित करने में मदद करता है।

हालांकि कुछ लोग ग्राहक प्रबंधन के स्थान पर अन्य दूसरे शब्दों का उपयोग कर सकते हैं, किंतु ग्राहक प्रबंधन केवल माप, संख्या और बिक्री की भविष्यवाणियों के बारे में ही नहीं है। सिर्फ सामयिक संवाद नहीं बल्कि ग्राहक के साथ एक प्रामाणिक संबंध बनाने और कंपनी की आगे की प्रगति के लिए ग्राहक प्रबंधन करना ही होता है।

## ब्रांड पहचान बनाएं और प्रमुख संदेश विकसित करें

पोजिशनिंग, मार्केटिंग विभाग का एक कर्तव्य है, लेकिन हर एक कर्मचारी के लिए बाहरी संचार के लिए एक ब्रांड बुक को संदर्भ बिंदु में बदलना महत्वपूर्ण है। अन्यथा, कंपनी जो दावा

करती है और ग्राहकों को प्रबंधित करते समय वह क्या करती है, इन दोनों के बीच एक बड़ी असंगतता होगी।

## बाहरी संचार नीति निर्धारित करें

कोई भी संबंध बनाने से पहले, इन सवालियों के जवाब देना महत्वपूर्ण है : आपके बिक्री प्रतिनिधि या पीआर विशेषज्ञ तीसरे पक्ष से कैसे बात करें? आपके ब्रांड की ओर से बोलने के लिए अधिकृत प्रवक्ता कौन हैं? किन सूचनाओं का खुलासा किया जाना है?

## संक्षेप में लिखें और बिक्री टीम के लिए टेम्पलेट बनाएं

यद्यपि सभी विभाग किसी-न-किसी तरह ग्राहकों के साथ बातचीत कर सकते हैं, परन्तु ग्राहक प्रबंधन मुख्य रूप से बिक्री प्रतिनिधि का कार्य होता है। याद रखें, आपकी कंपनी की प्रतिष्ठा रणनीतियों में निर्धारित नहीं है। यह दिन-प्रतिदिन उपभोक्ताओं के संचार पर निर्भर है।

## कर्मियों में निवेश

चूंकि लोगों के बीच संबंध मौजूद हैं, इसलिए यहां एक मानवीय कारक महत्वपूर्ण है। अगर सच कहा जाए, तो कुछ ही लोग सामाजिक संबंध बनाने के इच्छुक होते हैं और यह कार्य कर सकते हैं। इसे एक प्रतिभा के रूप में देखें - संवाद विराम का सामना करने के लिए, दृढ़ता दिखाने के लिए, समय-समय पर अलग हटकर, विनम्र और कूटनीतिक बनें, और असभ्य या

चाटुकार न दिखें। सही लोगों से सही सीटों पर मिले बिना, ग्राहक प्रबंधन नहीं हो सकता।

## अच्छे सॉफ्टवेयर का इस्तेमाल करें

कंप्यूटर का इस्तेमाल करें। 21वीं सदी में, शायद ही कोई नियमित कार्य है जो कर्मचारी कंप्यूटर की तरह कुशलतापूर्वक और तेजी से कर सकते हैं। सीआरएम सिस्टम विभिन्न प्रकार के स्वचालन अवसर प्रदान करते हैं और महत्वपूर्ण व्यक्तिगत सहायक बन जाते हैं जो ग्राहक प्रबंधन को अगले स्तर पर ले जाते हैं।

सीआरएम टूल के साथ, आप संदेशों को कस्टमाइज कर सकते हैं, वैयक्तिकृत ऑफर बना सकते हैं, रिमाइंडर भेज सकते हैं, रिपोर्ट तैयार कर सकते हैं, डेटा साझा कर सकते हैं, पूर्वानुमान लगा सकते हैं, और बहुत कुछ कर सकते हैं।

संपूर्ण ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर ढूंढने (या बनाने) में समय और पैसा लगता है। हालांकि, एक बार जब आप सफल हो जाते हैं, तो इससे निम्नानुसार उठाये जा सकते हैं :

- बिक्री और विपणन प्रयासों का बेहतर गठबंधन
- व्यक्तिगत और वैयक्तिकृत ऑफर
- ग्राहकों तक शीघ्र पहुंच की सुविधा
- अधिक सटीक खरीदार व्यक्ति और प्रमुख खाता प्रोफाइल
- कम बाउंस दर
- बेहतर ग्राहक प्रतिधारण और सीएलवी।

## ग्राहक प्रबंधन का उद्देश्य क्या है ?

ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम) आपकी कंपनी के सभी रिश्तों और ग्राहकों और संभावित ग्राहकों के साथ बातचीत के प्रबंधन के लिए एक तकनीक है। लक्ष्य सरल है: व्यावसायिक संबंधों में सुधार। एक सीआरएम प्रणाली कंपनियों को ग्राहकों से जुड़े रहने, प्रक्रियाओं को सुव्यवस्थित करने और लाभप्रदता में सुधार करने में मदद करती है।

## ग्राहक प्रबंधन तकनीक क्या है ?

शीर्ष प्रबंधकों द्वारा उपयोग की जाने वाली 8 ग्राहक संबंध प्रबंधन रणनीतियां निम्नानुसार हैं :-

- एक ओमनी चैनल उपस्थिति विकसित करें।
- स्वचालित ग्राहक सहायता।
- लगातार ग्राहक जुड़ाव।
- ग्राहक संतुष्टि बढ़ाएं।

- सामाजिक मीडिया का उपयोग।
- एक मजबूत ब्रांड छवि बनाएं।
- खरीदार व्यक्तियों के साथ लक्षित ग्राहक।
- ग्राहक यात्रा को परिभाषित करें।

## ग्राहक प्रबंधन - परिभाषा, तत्व, प्रक्रिया

ग्राहक प्रबंधन एक ऐसी प्रक्रिया है जो ग्राहक से संबंधों को विकसित और प्रबंधित करने और ग्राहक की सफलता सुनिश्चित करने के लिए अन्य प्रणालियों, उपकरणों और प्रक्रियाओं को शामिल करती है। ग्राहक संबंध प्रबंधन के लिए उपयोग की जाने वाली प्रणाली को सीआरएम सिस्टम के रूप में भी जाना जाता है।

सीआरएम समाधानों की किस्मों का उपयोग ग्राहक के व्यवहार, जनसांख्यिकी, झुकाव, खरीदारी की प्राथमिकताओं आदि से जुड़ी जानकारी के अनुसंधान, कैप्चर, विश्लेषण, पोषण और अनुकूलन के लिए किया जाता है ताकि ग्राहक इंटरैक्शन, लीड जनरेशन, रूपांतरण और उत्पादों और सेवाओं की बिक्री में सुधार हो सके।

## ग्राहक प्रबंधन क्या है ?

ग्राहक प्रबंधन को एक छोटे व्यवसाय या बड़े संगठन, उसके कर्मचारियों के बीच संबंधों को प्रबंधित करने और बिक्री-विपणन प्रक्रियाओं को अनुकूलित और स्वचालित करने के लिए लक्षित ग्राहकों के लिए विभिन्न प्रक्रियाओं और प्रणालियों के समावेश के रूप में परिभाषित किया गया है।

व्यवसाय अपने वर्तमान और संभावित ग्राहकों के साथ अपने संबंधों को प्रबंधित करने के लिए सीआरएम या ग्राहक प्रबंधन का उपयोग करते हैं। सीआरएम प्रबंधकों को ग्राहक संबंध बनाने और सुधारने के तरीकों की रणनीति बनाने में मदद करता है। यह प्रबंधन रणनीति एक कंपनी को अपने राजस्व में वृद्धि करने में मदद करती है और इसके परिणामस्वरूप, उसका लाभ प्रतिशत बढ़ाने में सहायक हो सकती है।

## ग्राहक प्रबंधन विधि का उपयोग करने के लाभ

ग्राहक प्रबंधन प्रक्रिया ग्राहकों को कई कारकों के आधार पर विभिन्न समूहों में विभाजित करती है। इसमें जनसांख्यिकीय, मनोवैज्ञानिक, भौगोलिक जैसे कारक शामिल हैं। इन डिवीजनों को फिर विभिन्न ग्राहक प्रबंधकों या खाता प्रबंधकों को आवंटित किया जाता है। यह अभ्यास व्यवसायों को प्रत्येक ग्राहक पर ध्यान केंद्रित करने की अनुमति देता है। इसके अलावा, एक व्यवसाय विभिन्न ग्राहकों के प्रति अपने दृष्टिकोण में सुधार कर सकता है।



## ग्राहक प्रबंधन प्रणालियों के लाभ

- ग्राहक प्रबंधन विधि पूरी बिक्री प्रक्रिया को आसान बनाती है और ग्राहक आधार के साथ हर बातचीत का ट्रैक रखती हैं।
- सीआरएम रणनीति बहुत ही किफायती है जो इसे व्यवसायों के लिए अधिक आकर्षक बनाती है और यह कागजी कार्रवाई और मैनुअल काम को कम करने और अनावश्यक संसाधनों में कटौती पर केंद्रित है।
- ग्राहक प्रबंधन नई लीड को लक्षित करने और उनके पोषण को चैनलाइज करने के लिए बिक्री टीम द्वारा किए गए डेटा प्रविष्टि प्रयासों को कम करता है।
- सीआरएम पूर्वानुमान की सटीकता में सुधार करता है और आपको अपने सबसे लाभदायक ग्राहकों की पहचान करने में मदद करता है।
- प्रभावी ग्राहक प्रबंधन ब्रांड को प्रभावी बनाने में मदद करता है और ग्राहक प्रतिधारण को बढ़ाता है।
- ग्राहक प्रबंधन विधि उत्पादों और सेवाओं के बारे में व्यक्तिगत संचार को आसान बनाते हैं।
- सीआरएम विधि फर्म की आय और आंतरिक संचार को सुव्यवस्थित करने में प्रभावी हैं।

## कंपनियों या व्यवसाय को प्रभावी बनाने वाले परिणाम मूलक तत्व

**1. ग्राहक संतुष्टि :** हैरी गॉर्डन सेल्फ्रिज द्वारा गढ़ी गई कहावत "कस्टमर इज किंग" अच्छी तरह से स्मरण रखने वाली बात है। यह व्यवसाय मंत्र किसी भी व्यवसाय में ग्राहकों के महत्व को बताता है। नतीजतन, ग्राहकों की संतुष्टि व्यवसाय के लिए एक आवश्यक लक्ष्य है, जिससे यह ग्राहक प्रबंधन का एक अनिवार्य तत्व बन जाता है।

**2. ग्राहक जुड़ाव :** ग्राहकों का ध्यान आकर्षित करना किसी भी व्यवसाय के लिए एक चुनौतीपूर्ण, लेकिन आवश्यक कार्य है। ऐसा करने का एक तरीका है अपने ग्राहकों और संभावित ग्राहकों के साथ लगातार जुड़ना। यह आपके ग्राहकों को बेहतरीन सामग्री और सेवा प्रदान करके किया जा सकता है। ग्राहक जुड़ाव एक संगठन और उसके ग्राहकों के बीच के बंधन को मजबूत करता है।

**3. लीड प्रबंधन :** सीआरएम के कार्यान्वयन में लीड प्रबंधन एक आवश्यक भूमिका निभाता है। लीड प्रबंधन में प्रभावी अभियान प्रबंधन से लेकर अनुकूलित संचार तक सब कुछ शामिल

है। यह ग्राहकों के व्यवहार का विश्लेषण करने पर ध्यान केंद्रित करता है जो रूपांतरण में मदद करता है। अपने कार्य में एक अच्छा सीआरएम सॉफ्टवेयर लीड प्रबंधन की दिशा में भी काम करता है।

**4. मानव संसाधन प्रबंधन :** मानव संसाधन प्रबंधन सीआरएम का एक अनिवार्य तत्व है। यह आपके व्यवसाय के रोजगार के तहत लोगों की क्षमताओं को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने पर केंद्रित है। मानव संसाधन प्रबंधन पर ध्यान केंद्रित करने से कर्मचारियों के प्रदर्शन को सर्वोत्तम करने में मदद मिलती है। ग्राहक प्रबंधन और मानव संसाधन प्रबंधन के बीच घनिष्ठ संबंध सीआरएम को मानव संसाधन प्रबंधन के लिए सबसे अच्छा सॉफ्टवेयर बनाता है।

**5. बिक्री स्वचालन :** बिक्री स्वचालन सीआरएम कार्यान्वयन का एक महत्वपूर्ण तत्व है। ऐसा इसलिए है क्योंकि यह विपणन और बिक्री प्रयासों को सुव्यवस्थित करता है। नतीजतन, मार्केटिंग लीड को सीधे बिक्री में बदला जा सकता है। सीआरएम सॉफ्टवेयर सांसारिक बिक्री प्रक्रियाओं को स्वचालित करता है जो आपकी बिक्री के प्रदर्शन को बेहतर बनाता है।

**6. कार्यप्रवाह स्वचालन :** सीआरएम वर्कफ्लो ऑटोमेशन ने छोटे और उद्यम-स्तर के व्यवसायों को बड़े पैमाने पर संचालित करने की क्षमता प्रदान की है। यह मानवीय त्रुटियों को समाप्त करता है, विशेष रूप से दोहराए जाने वाले कार्यों में। साथ ही साथ कार्य संतुष्टि भी प्रदान करता है। स्केलेबिलिटी के अलावा, वर्कफ्लो ऑटोमेशन लागत को कम कर सकता है और समय बचा सकता है। वर्कफ्लो ऑटोमेशन ग्राहकों को स्वागत ईमेल भेजने जितना आसान हो सकता है, लेकिन यह अत्यधिक प्रभावी है।

**7. पाइप लाइन प्रबंधन** सीआरएम कार्यान्वयन में, पाइपलाइन प्रबंधन अपने विभिन्न चरणों में भविष्य की बिक्री का पर्यवेक्षण और प्रबंधन करता है। इसमें भविष्य के राजस्व की भविष्यवाणी करना, व्यर्थ व्यय की पहचान करना और परिहार्य लागत शामिल है। अंत में, इसमें पूर्वानुमानित बिक्री वेग भी शामिल है। बिक्री पाइपलाइन प्रबंधन के माध्यम से प्रबंधक को बिक्री वृद्धि या बिक्री मंदी के लिए तैयार करने की आवश्यकता है या नहीं, ये देखा जाता है।

**8. मार्केटिंग ऑटोमेशन :** ये विपणक द्वारा ग्राहक संबंधों को प्रबंधित करने के लिए उपयोग की जाने वाली सभी रणनीतियों और प्रौद्योगिकी को संदर्भित करता है। सीआरएम मार्केटिंग का

है। सीआरएम मार्केटिंग में ईमेल मार्केटिंग से लेकर वेब मार्केटिंग तक सब कुछ शामिल है। सीआरएम व्यवसायों को ग्राहकों के खरीदारी व्यवहार को समझने के लिए एक मंच प्रदान करता है।

**9. विश्लेषिकी (Analytics):** सीआरएम एनालिटिक्स में ऐसे सभी प्रोग्राम शामिल हैं जो ग्राहक डेटा का विश्लेषण और मूल्यांकन करते हैं। डेटा को उपयोगी जानकारी में बदलना किसी भी कंपनी के लिए आवश्यक है। अन्यथा, डेटा संग्रह प्रक्रिया व्यर्थ हो जाती है। संगठन विभिन्न तरीकों से सीआरएम विश्लेषण लागू करते हैं जैसे :

- ग्राहकों को विभिन्न समूहों में विभाजित करके। विभाजन का एक कारक यह हो सकता है कि ग्राहक किसी उत्पाद को पुनर्खरीद करने की सबसे कम संभावना रखते हों।
- विश्लेषण करना कि कौन से ग्राहक अर्जित लाभ में योगदान दे रहे हैं और इस आधार पर ग्राहकों का मूल्यांकन करना।
- ग्राहक संबंधी जानकारी को वैयक्तिकृत करने के लिए उसका समग्र दृष्टिकोण प्राप्त करना।

## ग्राहक प्रबंधन प्रक्रिया

ग्राहक संबंध प्रबंधन प्रक्रिया वह है जिसमें यह देखा जाता है कि आप अपने ग्राहक से संबंधित व्यावसायिक गतिविधियों को कैसे संपन्न करते हैं। कंपनी का विकास पथ इस बात पर अत्यधिक निर्भर है कि उसके ग्राहक कैसे बढ़ते हैं। एक कंपनी के जितने अधिक खुश ग्राहक होते हैं, उतनी ही तेजी से और बेहतर कंपनी बढ़ती और विकसित होती है।

कंपनी कभी-कभी ग्राहक मंथन नहीं कर पाती और इसलिए ग्राहक संतुष्टि के महत्वपूर्ण लक्ष्य में पिछड़ जाती है। यही कारण है कि ब्रांड निर्माण आवश्यक है क्योंकि यह व्यवसाय को प्रभावकारी ब्रांड बनाने, ग्राहक प्रतिधारण बढ़ाने और ब्रांड अधिवक्ताओं को हासिल करने में मदद करता है। ये ग्राहक व्यवसाय के लिए विपणन के रूप में कार्य करते हैं और नए ग्राहक बनाने में मदद करते हैं, जिससे व्यवसाय वृद्धि में मदद मिलती है।

**1. ग्राहकों की पहचान करना और उनका चयन करना :** ग्राहक प्रबंधन प्रक्रिया में पहला कदम ब्रांड जागरूकता जाग्रत करना है। इसका तात्पर्य यह है कि व्यवसाय को पहले अपने लक्षित दर्शकों/ग्राहकों की पहचान करनी चाहिए। इसके बाद विभाजन की प्रक्रिया शुरू होती है। इस कदम में दर्शकों/ ग्राहकों के व्यक्तित्व पहचानना और उन्हें विभिन्न समूहों में संकलित करना शामिल है।

इन लक्षित दर्शकों को पूरा करें। इस पहले चरण में अपने आप में कई चरण शामिल हैं। बाजार अनुसंधान, ए/बी परीक्षण इस स्तर पर कंपनियों द्वारा की जाने वाली कुछ गतिविधियों में से हैं।

**2. लीड (Lead) हासिल करना :** यह किसी भी व्यवसाय के मुख्य उद्देश्यों में से एक है और परिणामस्वरूप, सीआरएम प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण तत्व है। कंपनियां लीड जनरेशन के लिए बहुत सारे संसाधन समर्पित करती हैं। कोई भी व्यक्ति जो किसी ब्रांड के उत्पाद या सेवाओं में रुचि दिखाता है, वह लीड होता है। यह सभी को लीड के रूप में योग्य नहीं बनाता है। लीड जनरेशन ऐसी संभावनाओं को आकर्षित करने और उन्हें खरीदारों में बदलने की प्रक्रिया है। लीड हासिल करने के लिए विभिन्न रणनीतियों की सूची यहां दी गई है :

1. ईमेल व्यापार
2. वेबसाइट लैंडिंग पृष्ठ
3. ब्लॉगिंग
4. नेटवर्किंग
5. कूपन्स
6. लाइव इवेंट और सेमिनार
7. सामाजिक मीडिया विपणन

ये रणनीतियां संभावित ग्राहकों को आकर्षित करने और मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखने में सहायक हैं।

**3. लीड (Lead) रूपांतरण:** एक बार जब कोई व्यवसाय किसी लीड से संपर्क कर लेता है, तो वह अपने लीड को क्लाइंट में बदलने के लिए अपने सभी प्रयासों को समर्पित कर देता है। ऐसा करने के लिए, कुशल बिक्री प्रतिनिधि होना आवश्यक है। ये लोग इस बात की पहचान करने में विशेषज्ञ होते हैं कि लीड में कितनी दिलचस्पी है।

एक अच्छा बिक्री प्रतिनिधि यह पहचान सकता है कि ग्राहक खरीदारी करने में रुचि रखते हैं या नहीं। संभावित खरीदार के हित की पहचान करने के अलावा, एक बिक्री प्रतिनिधि को इन ग्राहकों के साथ संबंध स्थापित करना और स्थापित रखना चाहिए।

**4. उचित ग्राहक सेवा प्रदान करना:** एक बार जब आप किसी लीड को क्लाइंट में सफलतापूर्वक रूपांतरित कर लेते हैं, तो आपका ध्यान इस पर होना चाहिए कि इस ग्राहक को कैसे बनाए रखा जाए? दोहराने वाले ग्राहकों को सुनिश्चित करने के लिए, एक ठोस ग्राहक सहायता टीम आवश्यक है। ग्राहक सेवा को ब्रांड वफादारी के निर्णायक कारकों में से एक कहा जाता है। इसके

विपरीत, अनुचित बिक्री के बाद सेवाओं और ग्राहक सहायता से ग्राहक मंथन हो सकता है।

सीआरएम सॉफ्टवेयर ग्राहक समूह की सभी जानकारी और प्रतिक्रिया व्यवसायी तक पहुंचा कर उद्योग व्यवसाय की प्रगति में सहायता पहुंचाता है। यह बदले में, ग्राहक सेवा में सुधार करता है। ग्राहक संबंधों को पोषित करने के लिए संचार का एक खुला और सुलभ चैनल आवश्यक है। बेहतर ग्राहक अनुभव किसी भी ग्राहक सहायता टीम का अंतिम लक्ष्य होता है।

## शीर्ष ग्राहक संबंध प्रबंधन सीआरएम सॉफ्टवेयर

ग्राहक संबंध प्रबंधन के पूरे अभ्यास में सीआरएम मंच एक आवश्यक उपकरण है। सक्षम सॉफ्टवेयर की सहायता से, एक व्यवसाय ग्राहकों के साथ कुशलता से बातचीत कर सकता है, लीड प्रबंधित कर सकता है और महत्वपूर्ण डेटा को सुलभ बना सकता है। यही कारण है कि सही सॉफ्टवेयर चुनना किसी भी व्यवसाय के लिए अंतिम निर्णय हो सकता है। यहां शीर्ष 10 ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर की सूची दी जा रही है :

**1. रियल सिंपल सिस्टम :** सिंपल सिस्टम सीआरएम सॉफ्टवेयर में वह सब कुछ है जो एक कंपनी को अपनी बिक्री और विपणन प्रयासों को एकीकृत करने के लिए चाहिए। यह सीआरएम सॉफ्टवेयर छोटे और मध्यम आकार के व्यवसायों को ध्यान में रखकर बनाया गया है। बी2बी मार्केटिंग में लगे व्यवसाय को ऐसे सॉफ्टवेयर से काफी लाभ होगा। यह एक उपयोगकर्ता के अनुकूल सॉफ्टवेयर है जो गुणवत्ता से समझौता नहीं करता है।

**2. पाइपडाइव :** यह मार्केटिंग के लिए वैकल्पिक मॉड्यूल के बिना एक केंद्रित बिक्री प्रबंधन उपकरण है। इसके निर्माताओं के अनुसार, यह सीआरएम सॉफ्टवेयर उन छोटी टीमों के लिए उपयुक्त है जिनकी बिक्री प्रक्रिया लंबी है। इसमें एक मोबाइल ऐप शामिल है और बिक्री रिपोर्टिंग भी प्रदान करता है।

**3. जोहो :** जोहो सीआरएम सबसे प्रमुख सीआरएम टूल में से व्यवसाय प्रबंधन टूल के जोहो सूट का एक हिस्सा है। जोहो के पास एक ऐप है जो बिजनेस कार्ड को स्कैन करता है और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से सभी व्यवहार्य डेटा आयात करता है। इसमें जिया नाम का ए1 असिस्टेंट भी शामिल है। जोहो की एक कमी यह है कि इसमें केवल 1 जीबी स्टोरेज शामिल है, और यह जोहो प्रीमियम में है।

**4. इनसाइटली :** इनसाइटली एंड्रॉइड और आईओएस

दोनों पर उपलब्ध एक ऐप प्रदान करता है। हालांकि, यह अपने प्रतिस्पर्धियों की तुलना में अधिक महंगा है। इसमें एक खंड भी है जो प्रदर्शित करता है कि पाइपलाइन में एक परियोजना कहाँ है। यह आपकी मार्केटिंग, परियोजनाओं और बिक्री को एक क्लाउड-आधारित एकीकृत प्लेटफॉर्म पर होने देगा।

**5. नटशेल** नटशेल सबसे अच्छा सीआरएम सॉफ्टवेयर है जो छोटे व्यवसायों के लिए उपयुक्त है। इसमें अनुकूलन योग्य रिपोर्ट और बिक्री पाइपलाइन के प्रबंधन के लिए कई विकल्पों के साथ एक टेलीफोन रिकॉर्डिंग सुविधा है।

**6. हबस्पॉट :** इस सॉफ्टवेयर का एक व्यावहारिक मुफ्त संस्करण है, लेकिन इसकी प्रीमियम सुविधाओं को जोड़ने के बाद इसकी कीमत बढ़ जाती है। ग्राहक प्रबंधन के लिए सबसे अच्छे उपकरणों में से एक के रूप में, यह बिक्री लीडर्स को वास्तविक समय में अपनी बिक्री पाइपलाइन में पूर्ण दृश्यता प्राप्त करने देता है।

**7. जेंडेस्क सेल :** इस सॉफ्टवेयर में बढ़िया मूल्य निर्धारण विकल्प और शक्तिशाली विश्लेषण हैं। यह एक बिक्री ग्राहक प्रबंधन उपकरण है जो बिक्री टीमों के लिए उत्पादकता, प्रक्रियाओं और पाइपलाइन दृश्यता को बढ़ाता है।

**8. फ्रेशसेल्स :** फ्रेशसेल्स का उद्देश्य छोटे व्यवसायों के लिए सीआरएम प्रक्रिया को सरल बनाना है। इसमें व्यापक अनुकूलन विकल्प और एक एआई सहायक है, लेकिन इसके मुफ्त संस्करण में कोई रिपोर्ट नहीं है। यह छोटे व्यवसायों, सेवा व्यवसायों, रियल एस्टेट, हॉस्पिटैलिटी और ई-कॉमर्स के लिए ग्राहक प्रबंधन समाधान प्रदान करता है।

**9. सेल्सफोर्स सेल्स क्लाउड :** इस सॉफ्टवेयर में उन्नत सुविधाओं और अनुकूलन योग्य विकल्पों की एक विस्तृत श्रृंखला है। आप क्लाउड-आधारित बिक्री और मार्केटिंग को स्वचालित और कम करने के लिए इसके पूर्ण अनुकूलन योग्य सीआरएम संस्करणों में से किसी के साथ तेजी से और बेहतर बिक्री के लिए इसका उपयोग कर सकते हैं।

**10. सेल्स क्रिएशन :** यह उच्च अनुकूलन योग्य सॉफ्टवेयर है जिसमें विभिन्न सीआरएम कार्यात्मकताएं हैं। यह व्यवसायों को शुरुआत से लेकर समापन तक लीड प्रबंधन प्रक्रिया को कारगर बनाने में मदद करता है। यह किसी भी जटिलता की बिक्री प्रक्रियाओं को तेज करने के लिए एक एंड-टू-एंड बिक्री प्रबंधन मंच है।

# व्यवसाय की सफलता का आधार : विपणन प्रबंधन



मार्केटिंग उतनी ही प्राचीन है जितनी सभ्यता। यद्यपि आज व्यापार के संदर्भ में विपणन की बात की जाती है और चर्चा की जाती है, लेकिन इसकी उत्पत्ति प्राचीन सभ्यता में तभी से विद्यमान है, जब से मनुष्य ने दूसरों के साथ लेन-देन और संवाद करने के लिए प्रतीकों, संकेतों और भौतिक कलाकृतियों का उपयोग करना शुरू किया। आधुनिक मार्केटिंग उन अवधारणाओं के इर्द-गिर्द घूमती है, जो सदियों पुरानी हैं।

मनुष्य ने दूसरों के साथ संवाद करने के लिए जो पहला संकेत दिया, उसने विपणन के विचार को जन्म दिया। विपणन के विकास ने इसे अध्ययन के लिए एक संरचित ढांचा बना दिया है; अन्यथा प्राचीन काल में विपणन मौजूद था। मार्केटिंग का इस्तेमाल बेचने की कला के पर्याय के रूप में भी किया जाता है। व्यापार और विनिमय के दो प्रमुख तरीकों विपणन और बिक्री के बीच लोगों

और व्यवसायियों में आज भी बहुत भ्रम मौजूद है। यहां विपणन क्या है, यह बिक्री से कितना अलग है और आधुनिक विपणन के रूप में कैसे विकसित हुआ है के बारे में लोगों के मन के संदेह को दूर करने का प्रयास किया गया है।

## विपणन प्रबंधन का अर्थ

अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन विपणन को "ऐसी व्यावसायिक गतिविधियों के प्रदर्शन के रूप में परिभाषित करता है जो उत्पादक से उपभोक्ता या उपयोगकर्ता के लिए वस्तुओं और सेवाओं के प्रवाह को निर्देशित करता है।" पहले से ही उत्पादित उत्पादों के प्रवाह पर जोर देने के कारण यह परिभाषा कुछ संकीर्ण लगती है। यह परिभाषा एक भौतिक वितरण उन्मुख विचार से अभिप्रेरित है, जो यह मानती है कि ग्राहकों को





गुणवत्तापूर्ण वस्तुओं और सेवाओं के सुचारू प्रवाह से परे कुछ भी नहीं है। फिलिप कोटलर ने विपणन को एक सामाजिक प्रक्रिया के रूप में परिभाषित किया है जिसके द्वारा व्यक्ति और समूह एक दूसरे के लिए उत्पादों और सेवाओं को बनाने, पेशकश करने और स्वतंत्र रूप से आदान-प्रदान करने के माध्यम से जो चाहते हैं और प्राप्त

करते हैं। विपणन उत्पादों और सेवाओं में उपभोक्ता की जरूरतों और इच्छाओं की खोज और पूर्ति करने, इन उत्पादों और सेवाओं की मांग पैदा करने, विपणन चैनलों के नेटवर्क के माध्यम से उपभोक्ता और उसकी मांग की सेवा करने और प्रतिस्पर्धा की स्थिति में बाजार आधार का विस्तार करने की एक सतत प्रक्रिया है।

**बाजार क्या है :** बाजार संभावित और वास्तविक खरीदारों और विपणकों का एक समूह है जो उपभोक्ताओं को कुछ मूल्य प्रदान करता है। विपणन की एक पारंपरिक परिभाषा के अनुसार यह एक ऐसा स्थान है जहां खरीदार और विक्रेता उत्पादों और सेवाओं के मूल्य के साथ उत्पादों और सेवाओं के आदान-प्रदान के लिए मिलते हैं।

**विपणन अवधारणाएं :** विपणन की अवधारणाओं को निम्नानुसार समझा जा सकता है :

### उत्पादन अवधारणा

उत्पादन अवधारणा फर्म के उत्पादन अभिविन्यास से निकलती है। यह इस विचार पर आधारित है कि हम जितना

### बिक्री और विपणन में अंतर : यह अंतर निम्नानुसार तालिका के माध्यम से समझा जा सकता है :

- उत्पाद पर जोर रहता है
- कंपनी पहले उत्पाद बनाती है और फिर उसे बेचने का फैसला करती है
- बिक्री की मात्रा प्रबंधन उन्मुख है
- उत्पादों और बाजारों के संदर्भ में योजना अल्पकालिक है
- ग्राहकों/विक्रेताओं की जरूरत को महत्व देता है
- व्यापार को माल उत्पादन प्रक्रिया के रूप में देखता है
- मौजूदा तकनीक के साथ रहने और लागत कम करने पर जोर रहता है
- अलग-अलग विभाग होगा, अत्यधिक अलग कार्य करते हैं
- लागत, मूल्य निर्धारित करती है
- उपभोक्ता को व्यवसाय की आखिरी कड़ी के रूप में देखता है

उपभोक्ता की जरूरतों और चाहतों पर जोर दिया जाता है

कंपनी पहले ग्राहकों की जरूरतों और चाहतों को निर्धारित करती है और फिर यह तय करती है कि इन जरूरतों को पूरा करने के लिए उत्पाद कैसे प्रस्तुत किया जाए

प्रबंधन लाभोन्मुखी है

कल के बाजारों और भविष्य के विकास के नए उत्पादों के संदर्भ में लंबे समय के लिए योजना निर्मित होती है।

खरीदारों की जरूरतों और चाहतों पर जोर देता है

व्यवसाय को उपभोक्ता संतुष्टि प्रक्रिया के रूप में देखता है

बेहतर तकनीक अपनाकर ग्राहक को बेहतर मूल्य प्रदान करने पर हर क्षेत्र में नवाचार पर जोर दिया जा रहा है

व्यवसाय के सभी विभाग एक एकीकृत तरीके से कार्य करते हैं, जिसका एकमात्र उद्देश्य उपभोक्ता संतुष्टि उत्पन्न करना है

उपभोक्ता कीमत तय करता है, कीमत लागत तय करती है

मार्केटिंग ग्राहक को व्यवसाय में मुख्य उद्देश्य के रूप में देखता है।

अधिक बनाते हैं, उतना ही अधिक लाभ प्राप्त होता है। तो आइए हम वहां जाएं और ग्राहकों को हमारे द्वारा बनाए गए उत्पाद खरीदने के लिए प्रेरित करें।

## उत्पाद अवधारणा

उत्पाद अवधारणा में यह माना जाता है कि उपभोक्ता उन उत्पादों का पक्ष लेंगे जो गुणवत्ता, प्रदर्शन और अन्य नवीन सुविधाओं जैसी विशेषताओं की पेशकश करते हैं। इसलिए प्रबंधक बेहतर उत्पादों को विकसित करने और समय के साथ मौजूदा उत्पाद लाइनों में सुधार करने पर ध्यान केंद्रित करते हैं।

## बिक्री की अवधारणा

सेलिंग कॉन्सेप्ट में माना जाता है कि ग्राहक, व्यक्ति या संगठन, फर्म के उत्पादों को तब तक नहीं खरीदेंगे जब तक कि उन्हें बिक्री के प्रयास के माध्यम से ऐसा करने के लिए राजी नहीं किया जाएगा। इसलिए कंपनियों को मार्केटिंग की सफलता के लिए अपने उत्पादों की बिक्री और प्रचार करना चाहिए।

## विपणन अवधारणा

मार्केटिंग कॉन्सेप्ट में माना जाता है कि सफलता का कारण अपने चुने हुए लक्ष्य के लिए प्रतियोगियों की तुलना में, अपने मार्केटिंग ऑफर के माध्यम से बेहतर मूल्य प्रस्ताव बनाने, वितरित करने और संचार करने की कंपनी की क्षमता में निहित है।

## सामाजिक विपणन अवधारणा

सामाजिक विपणन अवधारणा में माना जाता है कि उद्यम का कार्य लक्षित बाजार की जरूरतों, चाहतों और इरादों को निर्धारित करना तथा उपभोक्ताओं और समाज की भलाई को बनाए रखने या बढ़ाने के लिए प्रतियोगियों की तुलना में अधिक प्रभावी ढंग से और कुशलता से अपेक्षित संतुष्टि प्रदान करना है।

## विनिमय प्रक्रिया के रूप में विपणन

एक विनिमय दो पार्टों के पारस्परिक रूप से संबंधों को संदर्भित करता है जिसे ए, बी के रूप में दर्शाया जा सकता है जहां 'से देता है और प्राप्त करता है' और ए और बी उपभोक्ताओं, मध्यस्थों, विक्रेता, संगठनों या सामूहिक जैसे सोशल एक्टर का प्रतिनिधित्व करते हैं।

जटिल विनिमय कम-से-कम तीन पक्षों के बीच पारस्परिक संबंधों की एक प्रणाली को संदर्भित करता है। प्रत्येक सोशल एक्टर कम से कम एक प्रत्यक्ष आदान-प्रदान में शामिल होता है, जबकि पूरी प्रणाली संबंधों के एक परस्पर जाल द्वारा आयोजित की जाती है।

## विपणन प्रबंधन प्रक्रिया

विपणन प्रबंधन प्रक्रिया में चार प्रमुख चरण होते हैं – जैसे बाजार विश्लेषण, विपणन योजना, विपणन कार्यक्रम का कार्यान्वयन और कुल विपणन प्रयासों का नियंत्रण। विपणन विश्लेषण वर्तमान बाजार हिस्सेदारी, बाजार शक्ति, प्रतिस्पर्धा और बाजार के अवसरों और खतरों के सामने कंपनी की प्रासंगिक ताकत और कमजोरियों के रूप में कंपनी की वर्तमान स्थिति का पता लगाने के इर्द-गिर्द घूमता है। बाजार अवसर की पहचान के लिए विपणन वातावरण को स्कैन करने के लिए स्वाट (एसडब्ल्यूओटी) विश्लेषण, परिदृश्य निर्माण, क्रॉस प्रभाव विश्लेषण और अन्य पर्यावरण स्कैनिंग तकनीकों जैसे विभिन्न तरीकों का उपयोग करता है। बाजार की योजना बनाते समय उसे लक्ष्य के लिए खंड, कंपनी का व्यवसाय मिशन, ग्राहक बाजारों की श्रेणी जिसे वह सेवा देना चाहता है, वांछित विपणन लक्ष्यों तक पहुंचने के लिए रणनीति का प्रकार तय करना होता है। इस कारण से, विपणन योजना में पहला कार्य विषम बाजार को अपेक्षाकृत सजातीय खंडों में विभाजित करना है।

एक बार जब एक विशेष ग्राहक समूह की पहचान और विश्लेषण किया जाता है, तो विपणन प्रबंधक पहचाने गए ग्राहकों की जरूरतों को लाभप्रद रूप से संतुष्ट करने के लिए कंपनी के संसाधनों और गतिविधियों को आवंटित कर सकता है।

## निष्कर्ष

मार्केटिंग, व्यवसाय में एक गतिशील और व्यापक विषय है क्योंकि इसे पूरे संगठन को ग्राहकों की सेवा के लिए तैयार करना होता है। इसलिए, किसी व्यवसाय की सफलता काफी हद तक मार्केटिंग की सफलता पर निर्भर करती है। विपणन की विभिन्न परिभाषाएं हैं। हम प्रसिद्ध विपणन लेखक, फिलिप कोटलर की परिभाषा के माध्यम से परिभाषा को सरल कर सकते हैं, जो विपणन को एक सामाजिक गतिविधि के रूप में परिभाषित करता है जो ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करने और विनिमय प्रक्रिया के माध्यम से होकर निकलता है। यह उपभोक्ता की जरूरतों की पहचान करने, उपभोक्ता की जरूरतों को पूरा करने के लिए उत्पादों और सेवाओं को विकसित करने, इन उत्पादों और सेवाओं को एक कुशल वितरण नेटवर्क के माध्यम से उपभोक्ता को उपलब्ध कराने और बाजार में अधिक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करने के लिए इन उत्पादों और सेवाओं को बढ़ावा देने की एक प्रक्रिया है।

# ग्राहकों को प्रभावित करने की कला



## सेल्समैनशिप

"व्यक्तिगत बिक्री" और "बिक्री कौशल" अक्सर एक दूसरे के स्थान पर उपयोग किए जाते हैं, लेकिन इनमें एक महत्वपूर्ण अंतर है। व्यक्तिगत बिक्री व्यापक अवधारणा है। सेल्समैनशिप व्यक्तिगत बिक्री का एक महत्वपूर्ण हिस्सा हो भी सकता है और नहीं भी। और यह कभी भी 'सब कुछ' नहीं होता है। अन्य प्रमुख विपणन तत्वों, जैसे मूल्य निर्धारण, विज्ञापन, उत्पाद विकास और अनुसंधान, विपणन चैनल और भौतिक वितरण के साथ, व्यक्तिगत बिक्री एक ऐसा साधन है जिसके माध्यम से विपणन प्रोग्राम लागू किए जाते हैं।

विपणन का व्यापक उद्देश्य एक फर्म के उत्पादों को बाजारों के संपर्क में लाना और पैसे के लिए उत्पादों के लाभदायक आदान-प्रदान को प्रभावित करना है। व्यक्तिगत बिक्री का उद्देश्य

सही उत्पादों को सही ग्राहकों के संपर्क में लाना और स्वामित्व हस्तांतरण करना है।

सेल्समैनशिप व्यक्तिगत बिक्री में उपयोग किए जाने वाले कौशल में से एक है, जैसा कि स्ट्रोह द्वारा परिभाषित किया गया है, "यह एक प्रत्यक्ष, आमने-सामने, विक्रेता-से-खरीदार का प्रभाव है जो एक खरीद निर्णय के विपणन के लिए आवश्यक तथ्यों को संप्रेषित कर सकता है; या यह खरीद निर्णय के गठन को प्रोत्साहित करने के लिए अनुनय के मनोविज्ञान का उपयोग कर सकता है।"

सेल्समैनशिप विक्रेता द्वारा शुरू किया गया प्रयास है जो संभावित खरीदारों को जानकारी प्रदान करता है और उन्हें विक्रेता के उत्पादों या सेवा से संबंधित अनुकूल खरीदारी निर्णय लेने के लिए प्रेरित या राजी करता है। आज के सेल्समैन को कई अलग-

अलग लोगों के लिए अलग-अलग तरीकों से प्रतिक्रिया और बातचीत करनी पड़ती है।

उत्पाद के ज्ञान के अलावा, एक विक्रेता को एक संभावना के साथ एक मनोवैज्ञानिक, एक मानव कंप्यूटर, एक सलाहकार और साथ ही कुछ खरीदारों के साथ मित्रवत होना चाहिए। सेल्सपर्सन को हर कॉल पर अपनी पर्सनैलिटी को एडजस्ट करना चाहिए। सेल्समैनशिप न केवल व्यक्तिगत बिक्री के माध्यम से बल्कि विज्ञापन के माध्यम से लागू की जा सकती है। इस प्रकार, विज्ञापन को "प्रिंट में बिक्री कौशल" के रूप में वर्णित किया गया है।

कुछ परिभाषाएं इस बात पर जोर देती हैं कि सेल्समैनशिप लोगों को वह करने के लिए प्रभावित करने या राजी करने की कला है जो बिक्री प्रतिनिधि उन्हें विक्रय करना चाहता है। उदाहरण के लिए, ठेकेदार, शिक्षक, मंत्री, लेखक, राजनेता, औद्योगिक इंजीनियर आदि दूसरों को वह करने के लिए प्रभावित करने की कला का अभ्यास करते हैं जो वे चाहते हैं। हर आदमी अपने जीवन के क्षेत्र में एक सेल्समैन है।

"वह जो अपने हाथों से काम करता है वह एक मजदूर है।"

"वह जो अपने हाथों और सिर से काम करता है, वह एक शिल्पकार है।"

"वह जो अपने हाथों, सिर और दिल से काम करता है वह एक कलाकार है।"

"जो हाथ, सिर, दिल और पैरों से काम करता है, वह सेल्समैन है।"

सेल्समैनशिप लोगों को उन चीजों के लिए राजी करने की क्षमता है जिनकी उन्हें पहले से जरूरत है। सेल्समैनशिप मानवीय जरूरतों को चाहतों में बदलने की क्षमता है। सेल्समैन का काम एक सेवा है यानी उपभोक्ता की मदद करना। सेल्समैन ग्राहक की समस्याओं का समाधान देता है। सेल्समैनशिप लोगों को संभालने और उत्पादों को संभालने की क्षमता स्वयं में विकसित करने का नाम है।

## परिभाषा

डब्ल्यूजी कार्टर के अनुसार, "बिक्री कौशल लोगों को सामान खरीदने के लिए प्रेरित करने का प्रयास है।"

नेशनल एसोसिएशन ऑफ मार्केटिंग टीचर्स ऑफ अमेरिका के अनुसार, "यह लोगों को, विक्रेता को लाभ पर सामान या सेवाएं बेचने और खरीदार को लाभ देने के लिए राजी करने की क्षमता है।"

नॉक्स के अनुसार, "बिक्री कौशल लोगों को पारस्परिक लाभ पर खरीदने के लिए प्रभावित करने की शक्ति या क्षमता है, जिसे हमें बेचना है, लेकिन जब तक उन्होंने इस पर ध्यान नहीं दिया, तब तक उन्होंने खरीदने के बारे में सोचा नहीं होगा। सेल्समैनशिप लोगों को यह समझाने की क्षमता है कि उन्हें पहले से ही इसकी आवश्यकता है।"

प्रो स्टीफेंसन के अनुसार, "बिक्री कौशल विक्रेता की ओर से



एक संभावित खरीदार को कुछ खरीदने के लिए प्रेरित करने के लिए सचेत प्रयासों को संदर्भित करता है जिसे उसने वास्तव में खरीदने का फैसला नहीं किया था, भले ही उसने इसके बारे में अनुकूल सोचा हो। इसमें बिक्री के लिए आपके पास जो कुछ है उसे खरीदने के लिए लोगों को राजी करना, उन्हें इसे चाहने के लिए, अपना मन बनाने में मदद करना शामिल है।"

जेसी जगसिया के अनुसार, "यह किसी उत्पाद की उपयोगिता से संबंधित अज्ञानता, संदेह, और भावनात्मक आपत्ति को दूर करने की क्षमता है।"

होल्डज़क्लाव के अनुसार, "विक्रय कौशल बहुत से लोगों को आनंदपूर्वक और स्थायी रूप से आपके उत्पाद को लाभ पर



खरीदने के लिए राजी करने की शक्ति है।”

कारफोल्ड ब्लेक के अनुसार, "बिक्री कौशल में विक्रेता के घर और सामान के लिए खरीदारों का विश्वास जीतना शामिल है, जिससे नियमित और स्थायी ग्राहक जीतते हैं।”

सेफ्रेड ग्रॉस के अनुसार, "बिक्री कौशल उन लोगों को राजी करके संतुष्टि बढ़ाने की कला है, जिन्हें विशिष्ट सामान या सेवा खरीदने के लिए ऐसा करना चाहिए।”

इस प्रकार, सेल्समैनशिप किसी व्यक्ति को सामान या सेवाएं खरीदने के लिए राजी करने की प्रक्रिया है। इसका मतलब यह नहीं है कि बिक्री कौशल केवल व्यक्तिगत बिक्री पर लागू होता है; इसे विज्ञापन-मुद्रित बिक्री कौशल पर भी लागू किया जा सकता है। सेल्समैनशिप अपने व्यापक अर्थ में, विक्रेता द्वारा, विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री और अन्य तरीकों से सभी प्रकार के अनुनय साधनों को शामिल करता है।

### बिक्री कौशल की आधुनिक अवधारणा :

पुराने जमाने में सेल्समैन ऑर्डर लेता था। वह माल दिखाता और आदेश की प्रतीक्षा करता। फिर वह भुगतान प्राप्त करता है। वह कभी भी उपभोक्ताओं का मार्गदर्शन करने, या उनकी मदद करने या उन्हें मनाने का प्रयास नहीं करता था। लेकिन सेल्समैनशिप की आधुनिक अवधारणा

सेल्समैनशिप की पुरानी अवधारणा से बिल्कुल अलग है। आधुनिक अवधारणा दृष्टिकोण में रचनात्मक है। वह जरूरतें पैदा करता है और उन्हें चाहत में बदल देता है। ग्राहक संतुष्टि सेल्समैन की मुख्य समस्या है। खरीदार और विक्रेता दोनों के लिए पारस्परिक लाभ आवश्यक है। सेल्समैन ग्राहक को उन चीजों को खरीदने के लिए मार्गदर्शन करता है जो उसकी इच्छा को संतुष्ट करती हैं। सेल्समैन ग्राहकों की भावनाओं को कार्य करने के लिए प्रेरित करता है।

### बिक्री कौशल का महत्व :

आज के समय में सेल्समैनशिप एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। सेल्समैन हर कदम पर विक्रेताओं और खरीदारों के बीच जोड़ने वाली कड़ी है, अर्थात कच्चे माल के संग्रह से लेकर तैयार उत्पादों तक। सबसे अधिक, ग्राहकों को सेल्समैन से सबसे

अधिक लाभ होता है। वर्तमान युग बड़े पैमाने पर उत्पादन का है, जो मांग की प्रत्याशा में है। प्रतिस्पर्धा के साथ-साथ बाजार का विस्तार होता है। यह अभी भी प्रतिस्पर्धा की स्थिति में वितरण को एक कठिन और जटिल कारक बनाता है। बाजार का विस्तार, बढ़ती प्रतिस्पर्धा आदि, एक बेहतर बिक्री कौशल को आमंत्रित करते हैं।

1. **उत्पादकों के लिए महत्वपूर्ण** : उत्पादकों और निर्माताओं के लिए सेल्समैनशिप महत्वपूर्ण है। प्रतिस्पर्धी बाजार में उत्पादों को आगे बढ़ाने के लिए, बिक्री कौशल आवश्यक है। नए बाजारों पर कब्जा करने के लिए भी बिक्री कौशल बहुत



महत्वपूर्ण है। सेल्समैन बिक्री की मात्रा बढ़ाते हैं। यह निर्माताओं के लिए बड़ा मुनाफा लाता है। सेल्समैन निर्माताओं के लिए "आंख और कान" के रूप में काम करते हैं।

वे उपभोक्ताओं के स्वाद के अनुसार अपने उत्पादों में सुधार करते हैं। वे उपभोक्ताओं के सुझावों, छापों और शिकायतों को ध्यान में रखते हुए अपनी बिक्री नीतियों में सुधार करते हैं। वह मांग के निर्माता हैं। इसलिए यह उत्पादन में वृद्धि और व्यावसायिक गतिविधि में वृद्धि की ओर जाता है। इस प्रकार यह रोजगार के अवसर के साथ-साथ व्यक्तिगत आय में भी वृद्धि करता है।

2. **उपभोक्ताओं के लिए महत्वपूर्ण** : सेल्समैन उपभोक्ताओं को मार्गदर्शन प्रदान करने के साथ ही उत्पाद की विशेषताएं भी बताता है इस प्रकार देखा जाए तो सेल्समैन उपभोक्ताओं को बेहतर

उत्पाद खरीदने को लेकर शिक्षित करता है। वह उन्हें अधिक संतुष्टि देता है। मार्केटिंग में 'उपभोक्ता सही हैं'। ऐसे में वह उन्हें ज्यादा अहमियत देते हैं। सेल्समैन उपभोक्ताओं को उन उत्पादों का सही निर्णय लेने और उचित चयन करने में मदद करता है जिन्हें वे खरीदना चाहते हैं। सेल्समैनशिप टर्नओवर की दर को बढ़ाती है, और इसलिए बिना बिके स्टॉक को कम करती है। इस प्रकार यह आर्थिक ठहराव को कम करता है। उपभोक्ता अपनी आवश्यकताओं, स्वाद और पैसे के अनुसार सर्वोत्तम उत्पादों का चयन कर सकते हैं।

### एक विक्रेता के कर्तव्य :

1. मुख्य कर्तव्य उत्पादों या सेवाओं की बिक्री करना है।
2. उसे निर्धारित कर्तव्य पूरा करने हेतु यात्राएं करनी होती हैं।
3. उसे बिक्री से संबंधित बिलों का संग्रह करना होता है।
4. उसे रिपोर्ट बनाना होती है जिसमें उसे विक्रय की गई, दूरभाष पर बात की गई, प्रदान की गई सेवाएं, खो गए ग्राहक, प्रतिस्पर्धा और फर्म से संबंधित किसी भी अन्य मामले की जानकारी देना होती है।
5. सभी शिकायतकर्ताओं का शांति से समाधान करना पड़ता है।
6. उसे बिक्री बैठकों में भाग लेना होता है।
7. उत्पाद या फर्म से संबंधित समस्याओं को हल करने के लिए एक विक्रेता को अपने अनुभव के साथ जानकारी प्रदान करनी चाहिए।
8. उसे ग्राहकों के साथ अच्छे संबंध बनाए रखने चाहिए।
9. उसे अच्छा चयन करने के लिए ग्राहकों की सहायता करनी चाहिए।
10. उसे फर्म और उत्पादों के लिए सद्भावना विकसित करनी चाहिए।
11. उसके पास मिलकर काम करने की आदतें होनी चाहिए।
12. वह स्टॉक की आवधिक सूची लेता है।

### एक सफल विक्रेता के लक्षण या गुण :

1. विभिन्न प्रकार के लोगों के साथ अच्छे संबंध स्थापित करना।

2. जल्दी से सीखना और आसानी से अपनाना।
3. आगे की योजना बनाना और अपने समय और प्रयासों का कुशलतापूर्वक प्रबंधन करना।
4. अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए कड़ी मेहनत करना, त्वरित अमीर होने का रवैया रखने के बजाय, दीर्घकालिक सेवा प्रदान करने के लिए खुद को समर्पित करना।
5. भाषण और लिखित दोनों में स्पष्ट रूप से संवाद करना।
6. विश्लेषणात्मक रूप से सोचना और समस्याओं को उनके मूल घटकों में तोड़ना सीखना।
7. त्रुटिपूर्ण प्रदर्शन करने के बजाय गुणवत्ता और मात्रा दोनों में लगातार उत्पादन करना।
8. लगातार अपने लक्ष्य पर कायम रहना और आसानी से हार न मानना।
9. उच्च नैतिक विशेषताओं को धारण करना और जीना जो लोगों को उनकी प्रशंसा, सम्मान और विश्वास करने में सक्षम बनाता है।

"व्यक्तित्व वह व्यक्तिगत विशिष्टता या गतिशील शक्ति है जिसे व्यक्ति के संपर्क में आने वाला हर कोई महसूस करता है।" व्यक्तित्व संपर्क में आने वाले लोगों के गुणों, आदतों, स्वभाव, बातचीत का तरीका, पहनावा आदि से प्रभावित होने का नाम है। किसी व्यक्ति की छाप या प्रभाव उसके पास मौजूद कई गुणों का परिणाम है। ऐसे कई गुण हैं जो एक सेल्समैन को सफल बनाते हैं।

एक सफल सेल्समैन बनने के लिए, उसे सभी गुणों में महारत हासिल करनी चाहिए। विद्वानों ने सफल सेल्समैन के गुणों को निम्नलिखित प्रमुख कारकों में विभाजित किया है

1. सेल्समैन का व्यक्तित्व
2. उत्पाद का ज्ञान
3. ग्राहकों और उनके खरीदारी के उद्देश्य का ज्ञान।

**सेल्समैन के प्रकार :** सेल्समैन के प्रमुख प्रकार निम्नानुसार हैं :-

#### 1. निर्माता के सेल्समैन :

( ए ) प्रचारक ( मिशनरी सेल्समैन ) :इन्हें क्रिएटिव सेल्समैन या पायनियर सेल्समैन के रूप में भी जाना जाता है। ये निर्माताओं द्वारा नियोजित होते हैं और मिशनरी प्रकृति का काम करते हैं। ये उत्पादों की मांग पैदा करते हैं। ये आमतौर पर सद्भावना विकसित करते हैं। ये वितरकों- थोक विक्रेताओं,

खुदरा विक्रेताओं, ग्राहकों को शिक्षित करने, प्रशिक्षित करने और उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए प्रेरित करने का आह्वान करते हैं। चिकित्सा आपूर्ति के निर्माता अपने उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए इस प्रकार के सेल्समैन का उपयोग करते हैं।

**( बी ) क्रय-विक्रय ( मर्चेन्डाइजिंग सेल्समैन ) :** ये प्रदर्शन, स्टोर-लेआउट, सेवा सुविधा आदि पर सुझाव देकर डीलरों की सहायता करते हैं। ये व्यापक प्रचार की व्यवस्था करते हैं और डीलर सेल्समैन के लिए उनके साथ काम करके भी प्रदर्शन करते हैं। ये बड़े पैमाने पर दवाओं, किराना आदि में शामिल होते हैं। इस श्रेणी के लिए व्यापक गुंजाइश मौजूद है।

**( सी ) डीलर-सर्विसिंग सेल्समैन :** ये सेल्समैन अपने क्षेत्र में खुदरा विक्रेताओं के पास जाते हैं और अक्सर उनसे मिलने जाते हैं। वे नए उत्पादों के नमूने लाते हैं, ऑर्डर लेते हैं और विंडो डिस्प्ले बनाते हैं।

**( डी ) बिक्री संवर्धन सेल्समैन :** इन्हें रिटेल सेल्समैन के नाम से भी जाना जाता है। ये प्रचार कार्य में माहिर होते हैं। ये चिकित्सा फर्मों या प्रकाशकों के प्रतिनिधि होते हैं। ये हाजिर आदेश नहीं ले सकते हैं लेकिन ये डॉक्टरों जैसे लोगों को नई दवा, शोध कार्य, परीक्षण, परिणाम आदि के बारे में समझाने की कोशिश करते हैं। ये ग्राहकों को बुलाकर मांग पैदा करते हैं।

**( ई ) तकनीकी सेल्समैन :** इन्हें तकनीकी रूप से प्रशिक्षित किया जाता है। ये कंपनी के ग्राहकों को उत्पाद, इसकी गुणवत्ता, इसकी डिजाइन, इसकी स्थापना आदि से संबंधित मामलों पर तकनीकी सहायता प्रदान करते हैं। आमतौर पर इस प्रकार के सेल्समैन कंप्यूटर, उपकरण, मशीनरी आइटम, रासायनिक उत्पादों आदि का काम करते हैं।

## 2. थोक विक्रेता के सेल्समैन :

उत्पाद कई चैनलों के माध्यम से ग्राहकों के हाथों तक पहुंचते हैं, जिसके मुख्य चैनल थोक व्यापारी होते हैं। वे निर्माताओं और खुदरा विक्रेताओं के बीच वितरण के तंत्रिका-केंद्र होते हैं। ये सेल्समैन मुख्य रूप से खुदरा विक्रेताओं से संबंधित होते हैं जिनके माध्यम से उत्पादों का विपणन किया जाना है। इनके मुख्य कार्य

निम्नानुसार होते हैं :

1. खुदरा विक्रेताओं के साथ क्रेडिट लेनदेन में थोक विक्रेताओं का मार्गदर्शन करना
2. खुदरा विक्रेताओं और ग्राहकों से बिल लेना
3. बाजार की प्रवृत्ति की जानकारी एकत्र करना
4. खुदरा विक्रेताओं को बिक्री में सुधार करने में मदद करना
5. खुदरा विक्रेताओं से ऑर्डर लेना

## 3. खुदरा विक्रेता :

ये दो प्रकार के होते हैं : 1. इंडोर सेल्समैन और 2. आउटडोर सेल्समैन।

**इंडोर सेल्समैन** स्टोर के भीतर काउंटर पर बिक्री का काम करते हैं। इन्हें प्रशिक्षण की आवश्यकता नहीं है क्योंकि उन्हें केवल



ग्राहकों का सामना करना पड़ता है न कि संभावनाओं का। वे नियमित खरीदारों के साथ व्यवहार करते हैं। ये ऑर्डर फिलिंग सेल्समैन होते हैं। ये आदेश प्राप्त करते हैं और उन्हें निष्पादित करते हैं। इनमें अच्छे शिष्टाचार और मददगार रवैया जैसे गुण होना चाहिए। इन्हें ग्राहकों का मार्गदर्शन करने और त्वरित निर्णय लेने में उनकी मदद करने में सक्षम होना चाहिए। इन्हें जानकार और ईमानदार भी होना चाहिए। इन सबसे ऊपर, इन्हें उत्पादों को आकर्षक तरीके से

अलमारियों में रखना चाहिए।

**आउटडोर सेल्समैन** को ट्रेवलिंग सेल्समैन भी कहा जा सकता है। उनका मुख्य काम नियमित यात्रा करना, ग्राहकों से मिलना, कैनवास ऑर्डर आदि करना है। उनमें आदर्श सेल्समैन के सभी गुण होने चाहिए।

## 4. विशेषता विक्रेता

इन्हें विशेष उत्पाद-महंगे टिकाऊ सामान, फर्नीचर, किताबें, घर का सामान, वाशिंग मशीन, ऑटोमोबाइल, रेफ्रिजरेटर आदि बेचने होते हैं। लोग इन उत्पादों को व्यक्तिगत और सावधानीपूर्वक चयन के बाद ही खरीदते हैं, क्योंकि वे उन्हें बार-बार नहीं खरीदते हैं। इस तरह के सेल्समैन को सेल्समैनशिप की कला में माहिर होना चाहिए। वे निर्माताओं के प्रतिनिधि हैं, जो विशेष वस्तुओं का उत्पादन करते हैं।

## औद्योगिक/व्यावसायिक इकाईयों की स्थापना एवं संचालन के लिए जरूरी



# कानूनी औपचारिकताएं और लाइसेंस

किसी बिजनेस को कई तरह से शुरू किया जा सकता है, जैसे :

- एकल स्वामित्व
- साझेदारी
- प्राइवेट लिमिटेड कंपनी
- पब्लिक लिमिटेड कंपनी
- सीमित देयता भागीदारी (एलएलपी) आदि

### एकल स्वामित्व

एकल स्वामित्व व्यवसाय एक व्यक्ति द्वारा शुरू किया गया व्यवसाय है। एकल स्वामित्व के लिए पंजीकरण स्थानीय नगर पालिका/ग्राम पंचायत कार्यालय के साथ किया जाता है। इसे दुकान और स्थापना अधिनियम के तहत पंजीकरण भी कहा जाता है। पंजीकरण के लिए निम्नलिखित दस्तावेजों की आवश्यकता होती है :

- प्रस्तावित फर्म का नाम।
- उद्यमी का नाम, पिता का नाम और मालिक की उम्र।
- आधार कार्ड की प्रति।

- प्रस्तावित दुकान/कार्यालय का किराया समझौता।
- फोटोग्राफ
- प्रस्तावित दुकान/कार्यालय के पते का बिजली बिल।
- बैंक के खाते का विवरण

सोल प्रोपराइटरशिप या एकल स्वामित्व वाली फर्म दुकान और स्थापना अधिनियम के तहत पंजीकरण के बाद अपना व्यवसाय शुरू कर सकती है, लेकिन यदि फर्म का कारोबार निर्धारित सीमा से अधिक हो जाता है, तो उन्हें माल और सेवा कर अधिनियम (जीएसटी) के तहत पंजीकरण और आय दर्ज करने के लिए पंजीकरण करना होगा तथा टैक्स रिटर्न जमा करने के लिए मालिक को पैन कार्ड भी लेना होगा।

यदि फर्म के कर्मचारियों की संख्या सरकार द्वारा निर्धारित निश्चित सीमा से अधिक हो जाती है, तो फर्म को भविष्य निधि (पीएफ) अधिनियम और कर्मचारी राज्य बीमा (ईएसआई) अधिनियम के तहत पंजीकरण लेना होगा। फर्म को राज्य सरकार के तहत व्यावसायिक कर अधिनियम के तहत पंजीकरण भी लेना होगा।



## साझेदारी फर्म

- यदि व्यवसाय 2 (दो) या अधिक व्यक्ति लेकिन 20 (बीस) से कम व्यक्ति द्वारा शुरू करने का प्रस्ताव है, तो उन्हें इसे भारतीय भागीदारी अधिनियम के तहत पंजीकृत करवाना होगा। साझेदारी के तहत पंजीकरण की आवश्यकता इस प्रकार है :
- पार्टनरशिप डीड का मसौदा तैयार करना।
- सभी भागीदारों द्वारा पार्टनरशिप डीड पर हस्ताक्षर और विधिवत नोटरीकृत करवाना।
- फर्मों और समितियों के रजिस्ट्रार के तहत साझेदारी फर्म का पंजीकरण।
- दुकान और स्थापना अधिनियम के साथ साझेदारी फर्म का पंजीकरण।
- साझेदारी फर्म के लिए पैन लागू करना।
- पार्टनरशिप फर्म का जीएसटी पंजीकरण।
- पार्टनरशिप फर्म का बैंक खाता।
- यदि फर्म के कर्मचारियों की संख्या सरकार द्वारा निर्धारित निश्चित सीमा से अधिक हो जाती है तो फर्म को भविष्य निधि (पीएफ) अधिनियम और कर्मचारी राज्य बीमा (ईएसआई) अधिनियम के तहत पंजीकरण लेना होगा। फर्मों को राज्य सरकार के तहत व्यावसायिक कर अधिनियम के तहत पंजीकरण भी लेना होता है।

## साझेदारी फर्म के पंजीकरण के लिए आवश्यक दस्तावेज :

- प्रस्तावित फर्म का नाम।
- सभी भागीदारों का नाम, पिता का नाम और आयु।
- सभी भागीदारों के आधार कार्ड की प्रति।
- प्रस्तावित दुकान/कार्यालय का किराया समझौता।
- सभी भागीदारों की तस्वीर लगाएं।

- प्रस्तावित दुकान/कार्यालय के पते का बिजली बिल।
- बैंक के खाते का विवरण।

## प्राइवेट लिमिटेड कंपनी और पब्लिक लिमिटेड कंपनी जिगमन के लिए चेकलिस्ट

प्रत्येक शेयरधारक के लिए (न्यूनतम 2 शेयरधारक प्राइवेट लिमिटेड कंपनी के मामले में और 7 पब्लिक लिमिटेड कंपनी के मामले में आवश्यक हैं), इसमें

- निम्नलिखित जानकारी की आवश्यकता होती है:
- पूरा नाम .....
- पिता का नाम .....
- राष्ट्रीयता .....
- पता (वर्तमान और स्थायी पता) और वर्तमान पते पर उठरने की अवधि
- जन्म की तारीख .....
- व्यवसाय, व्यवसाय का क्षेत्र और संस्था का नाम .....
- आयकर पैन कार्ड की प्रति
- वर्तमान पते पर निवास के वर्ष के साथ नवीनतम पता प्रमाण
- दो पासपोर्ट साइज फोटो
- जन्म स्थान (जिला और राज्य) .....
- शैक्षिक योग्यता .....
- ई.मेल आईडी, फोन नं. सब्सक्राइबर .....
- कंपनी के प्रस्तावित नाम (प्राथमिकता के क्रम में कम से कम 7 नाम)
- निम्नलिखित दस्तावेजों के साथ कंपनी के पंजीकृत कार्यालय का प्रस्तावित पता:
- स्वामित्व का प्रमाण (रजिस्ट्री/शीर्षक का पंजीकृत दस्तावेज) परिसर के स्वामी द्वारा स्वप्रमाणित
- कंपनी द्वारा पंजीकृत कार्यालय के पते का प्रमाण (एक महीने से अधिक पुरानी नहीं होने वाली किराए की रसीदों के साथ अधिसूचित वाहन/लीज डीड/रेंट एग्रीमेंट) स्व अभिप्रमाणित
- कंपनी द्वारा अपने पंजीकृत कार्यालय के रूप में परिसर का उपयोग करने के लिए स्वामी से अनुमति पत्र, स्व अभिप्रमाणित
- किसी भी उपयोगिता सेवा के साक्ष्य का प्रमाण (बिजली बिल, टेलीफोन बिल, गैस बिल) स्वप्रमाणित



## मुख्य उद्देश्य (कंपनी की प्रस्तावित गतिविधि)

- प्रस्तावित अधिकृत पूंजी (प्राइवेट लिमिटेड कंपनी के मामले में पब्लिक लिमिटेड कंपनी के गठन के मामले में आवश्यक न्यूनतम अधिकृत शेयर पूंजी 5.00 लाख रुपए और प्राइवेट लिमिटेड कंपनी के मामले में 1.00 लाख रुपए है)
- कंपनी के प्रमोटरों का शेयरहोल्डिंग अनुपात (प्रत्येक प्रमोटर द्वारा दी जाने वाली पूंजी की राशि)।
- प्रत्येक निदेशक के नाम पर निदेशक पहचान संख्या और सभी निदेशकों के नाम पर डिजिटल हस्ताक्षर प्रमाण पत्र। (प्राइवेट लिमिटेड के मामले में न्यूनतम 2 निदेशकों की आवश्यकता होती है और पब्लिक लिमिटेड के मामले में न्यूनतम 7 निदेशकों की आवश्यकता होती है)

## एक लघु व्यवसाय कैसे शुरू करें

एक लघु व्यवसाय शुरू करने की चरणबद्ध योजना निम्नानुसार है :

### 1. एक व्यावसायिक विचार पर निर्णय लें



आपके पास एक अनोखा बिजनेस आइडिया होना चाहिए। भारत ने एमएसएमई के लिए एयरोस्पेस और रक्षा सहित छोटे व्यवसायों के लिए कई क्षेत्रों के लिए दरवाजे खोल दिए हैं। मेक इन इंडिया के तहत आतिथ्य, पर्यटन, विनिर्माण उद्योग और कृषि में कई अवसर उपलब्ध हैं।

भारतीय नागरिक, अनिवासी भारतीय स्थानीय लोगों के साथ साझेदारी में कोई भी लघु व्यवसाय, भारत के प्रवासी नागरिक, भारतीय मूल के व्यक्ति और विदेशी नागरिक शुरू कर सकते हैं। भारत का विदेशी मुद्रा विदेशी कंपनियों और नागरिकों द्वारा निवेश को नियंत्रित करता है और मौद्रिक अधिनियम (फेमा) भारतीय रिजर्व बैंक के नियमों के अधीन है।

### 2. अधिक प्रशिक्षण व अनुभव प्राप्त करें

आपको अपनी विशेषज्ञता के अनुसार अपना व्यवसाय शुरू

करना चाहिए। याद रखें, आपके कौशल और अनुभव आपके व्यवसाय की सफलता तय करेंगे। व्यापार के अधिक से अधिक गुर सीखने का प्रयास करें और अपने व्यवसाय में लागू करें।

आप भारत सरकार के विभिन्न प्रसिद्ध संस्थानों द्वारा पेश किए जाने वाले विशेष या व्यावसायिक प्रशिक्षण पाठ्यक्रम का विकल्प चुन सकते हैं। आप क्षेत्र में अन्य स्थापित संगठनों के साथ काम करके अतिरिक्त कौशल भी प्राप्त कर सकते हैं। पिछले सभी ज्ञान और अनुभव को भूलकर, नई शुरुआत के रूप में लघु स्तर से व्यवसाय प्रारम्भ करना हमेशा सर्वोत्तम होता है। यह आपको नए दृष्टिकोण के साथ और अधिक सीखने में मदद करेगा। कुछ बैंकों और लाइसेंसिंग प्राधिकरणों को आपके व्यवसाय को मान्य करने के लिए तकनीकी शिक्षा प्रमाणपत्रों की भी आवश्यकता हो सकती है।

### 3. परियोजना रिपोर्ट लिखना

विशिष्टता किसी भी व्यवसाय की सफलता तय करती है। यह आपके लिए अनुकूल उत्पादों, सेवाओं के लिए घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय बाजारों का अध्ययन करने में मदद करेगा। अपने व्यवसाय से संबंधित सभी विवरण प्राप्त करें। समान व्यवसायों की सफलता और विफलता पर अधिक से अधिक कहानियां पढ़ें।

किसी भी व्यवसाय के लिए पहला कदम व्यवहार्यता अध्ययन और एक परियोजना रिपोर्ट से शुरू होता है। यह व्यवसाय की प्रकृति और धन के आधार पर विशेषज्ञों की सहायता से प्राप्त किया जा सकता है।

एक परियोजना रिपोर्ट में मालिक या भागीदारों के नाम, आयु और योग्यता सहित विवरण शामिल होना चाहिए। ट्रेड से संबंधित अनुभव प्रमाण पत्र संलग्न करें। इससे वित्त प्राप्त करने में मदद मिलती है।

लागत और बिक्री मूल्य, वितरण शुल्क, कर और अन्य खर्चों सहित अधिक विशिष्ट विवरणों के साथ एक आमदनी का मॉडल शामिल करें। परियोजना से अगले 5-7 वर्षों में होने वाली संभावित आमदनी का खाका पेश करें।

### 4. अपने धन के स्रोत को अंतिम रूप दें

भारत में अधिकांश लघु व्यवसाय स्व-वित्तपोषित हैं या परिवार और दोस्तों से धन एकत्र करके शुरू किए गए हैं। आपको

होगी, इसका उचित अनुमान लगाने की आवश्यकता होगी।

इसके अलावा; उस वित्त की गणना करें जिसकी आपको व्यवसाय को तब तक चालू रखने की आवश्यकता होगी जब तक कि यह लाभदायक न हो जाए। सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम शुरू करने वाले उद्यमी विभिन्न स्थानों से धन प्राप्त कर सकते हैं जिनमें निम्नलिखित शामिल हैं :

**बैंक :** स्टार्टअप कैपिटल ऑफर के लिए आपको विभिन्न राष्ट्रीयकृत या निजी बैंकों से संपर्क करना होगा।

**सहकारी ऋण समितियां :** अधिकांश क्रेडिट समितियां छोटे व्यवसायों और घरेलू व्यवसायों के लिए ऋण प्रदान करती हैं यदि आप उनके शेयर खरीदते हैं और उनके सदस्य बन जाते हैं।

**सामुदायिक विकास कोष :** विशिष्ट समुदायों के कल्याण पर केंद्रित ये कोष लघु व्यवसायों के लिए वित्त प्रदान करते हैं।

**क्राउड फंडिंग :** कंपनी स्टॉक/शेयरों के बदले दोस्तों, पड़ोसियों, समुदाय या आम जनता से निवेश आकर्षित करना।

**वेचर कैपिटलिस्ट/एंजेल निवेशक :** ये पिछले 5 वर्षों में भारत में तेजी से बढ़े हैं और लघु व्यवसायों, स्टार्टअप और नए व्यवसायों के लिए धन के अवसर प्रदान करते हैं।

व्याज दर और अन्य कारणों जैसे उद्यम के प्रकार, अनुमानित आरओआईए जोखिम कारकों और अन्य के आधार पर वित्त के स्रोत भिन्न हो सकते हैं।

## 5. व्यवसाय का स्थान तय करें

यदि आप भारत में कोई व्यवसाय शुरू कर रहे हैं, तो आपको घर या दुकान, स्टॉल, कार्यशाला या कार्यालय में जगह चाहिए। भारतीय कानूनों के तहत अपने लघु व्यवसाय को स्थानीय नगरपालिका/ग्राम प्रशासन के साथ पंजीकृत करना अनिवार्य है।

नगरीय निकाय या ग्राम पंचायत अपने अधिकार क्षेत्र के तहत क्षेत्र से आपके लघु व्यवसाय की अनुमति देगी। उपयोगिता प्रदाता परिसर में बिजली और पानी के कनेक्शन देने से पहले नगरपालिका, ग्राम पंचायत पंजीकरण के लिए कहते हैं।

आपका स्थान आपके व्यवसाय के भौतिक पते के प्रमाण के रूप

वाला कर ज्यादा नहीं होता है।

## 6. व्यवसाय पंजीकरण और वैधीकरण

यह प्रत्येक व्यवसायी व्यक्ति के लिए एक दुष्कर/कठिन कार्य है। भारत में अपने व्यवसाय का पंजीकरण कराने का काम लंबा और जटिल हो सकता है। विभिन्न सरकारी प्राधिकरणों से अलग-अलग अधिनियम के तहत अलग-अलग पंजीकरण प्राप्त करने के लिए सलाहकार या पेशेवरों से सेवाएं ली जा सकती हैं। विभिन्न पंजीकरणों से संबंधित अक्सर पूछे जाने वाले प्रश्न इंटरनेट पर भी उपलब्ध हैं।

## 7. अपने आपको कर पंजीकृत कराएं

एक लघु व्यवसाय शुरू करने के लिए एक स्थायी खाता संख्या (पैन) और करदाता पहचान संख्या (टिन) प्राप्त करना आवश्यक है। पैन और टिन प्राप्त करना अपेक्षाकृत आसान है।

आप एनएसडीएल या सीडीएसएल द्वारा अधिकृत किसी भी पैन और टिन सेवा केंद्र से संपर्क कर सकते हैं, आवश्यक दस्तावेज संलग्न करके भरे हुए फॉर्म जमा कर सकते हैं और मामूली शुल्क का भुगतान कर सकते हैं। पैन और टिन नंबर आवेदन की तारीख से 30 कार्य दिवसों के भीतर आवंटित किए जाते हैं।

साल दर साल सरकार को टैक्स का भुगतान करते समय पैन और टिन मददगार होते हैं।

## 8. व्यवसाय का प्रारंभ

प्रकृति के आधार पर, भारत में सभी व्यवसायों को तीन प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है :

1. ऑनलाइन ( यह एक घरेलू व्यवसाय हो सकता है या एक कार्यालय स्थापित कर शुरू किया जा सकता है )
2. ऑनलाइन और भौतिक
3. भौतिक ( भंडार/कार्यालय/कार्यशाला/घर )

उपभोक्ताओं के रुझान हर व्यवसाय की ऑनलाइन उपस्थिति बनाए रखने की मांग करते हैं। यह एक वेबसाइट या सोशल मीडिया पेज जैसे फेसबुक पेज, इंस्टाग्राम पेज बनाकर किया जा सकता है, जो बजट और उत्पाद, सेवाओं की पेशकश पर निर्भर करता है।

ई-कॉमर्स स्टोर बनाना आदर्श है क्योंकि वे सीधे ऑर्डर करने और कई भुगतान विकल्पों की अनुमति देते हैं। आज विशेष रूप से

कोविड-19 के बाद, प्रतिद्वंद्वियों से मेल खाने और व्यापक ग्राहकों तक पहुंचने के लिए विशुद्ध रूप से भौतिक व्यवसायों के लिए भी ऑनलाइन उपस्थिति की आवश्यकता है। आपके व्यवसाय के लिए एक वेबसाइट प्राप्त करना बहुत ही किफायती है।

## 9. बाजार में अपनी पहचान बनाएं

स्टार्टअप या छोटा व्यवसाय शुरू करते समय अपनी सारी रचनात्मकता का उपयोग करें। अपने स्टार्टअप को एक अच्छा, याद रखने में आसान नाम दें। कंपनी के लोगो आपके व्यवसाय के लिए ब्रांड एंबेसडर हैं। अपने व्यवसाय के लिए एक अद्वितीय लोगो बनाने के लिए एक पेशेवर लोगो डिजाइनर का सहयोग लिया जा सकता है।

लोगो, ब्रांड, कंपनी का नाम और संपर्क विवरण दर्शाते हुए आधिकारिक स्टेशनरी प्रिंट करें। इसमें लेटरहेड, लिफाफे, इनवॉइस बुक, भुगतान वाउचर और आधिकारिक लेनदेन के लिए आवश्यक अन्य दस्तावेज शामिल हैं।

## 10. कार्टशील पूंजी की आवश्यकता

कंपनी और नगरपालिका पंजीकरण, पैन नंबर प्राप्त करने के बाद आवश्यक कागजातों के साथ आपको बैंक में एक चालू खाता खोलना होगा। चालू बैंक खाता खोलने के लिए जल्दी करने से पहले, कुछ विवरणों की जांच करें। अपने बैंकर से ओवरड्राफ्ट सुविधाओं के बारे में पूछें।

यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि आपके चेक धन के अभाव के कारण कभी भी बाउंस नहीं हों। बाउंस चेक किसी कंपनी या व्यवसाय की वित्तीय अस्थिरता को इंगित करता है। आप बैंक/आरटीजीएस/एनईएफटी शुल्क, नकद जमा/निकासी शुल्क आदि के साथ बातचीत कर सकते हैं कि आप सालाना कितने मुफ्त चेक के हकदार हैं।

आप जैसे छोटे व्यवसायी को दिए गए ऋण और अन्य सुविधाओं जैसे जमा और बाहरी चेक पर तत्काल क्रेडिट आदि की जांच करें। यदि आपके व्यवसाय को आयातित कच्चे माल की आवश्यकता है, तो साख पत्र सुविधा की जांच करें।

## 11. कम वेतन वाले कर्मचारियों को प्रोत्साहित करना

यह आपके लघु व्यवसाय का एक प्रमुख क्षेत्र है। आमतौर पर, अधिकांश उद्यमी वन मैन शो के साथ व्यवसाय शुरू करते हैं

या इसके लिए जीवनसाथी, बड़े हो चुके बच्चों, भाई-बहनों या माता-पिता सहित परिवार के सदस्यों की सहायता प्राप्त करते हैं। लेकिन यह हमेशा संभव नहीं हो सकता है। शुरुआती वेतन पर योग्य कर्मचारी प्राप्त करने का सबसे अच्छा तरीका शैक्षणिक संस्थान या वेबसाइट होते हैं। लगभग हर प्रशिक्षण केंद्र नौकरी देने का आश्वासन देता है। इंटरनशाला जैसी वेबसाइटें हैं जहां आप कम वेतन पर इंटरन रख सकते हैं।

आप स्टार्टअप के आधार पर नए स्नातक प्राप्त करने के लिए अपनी कंपनी को जॉब वेबसाइटों जैसे कि इंडिड और नौकरी के साथ पंजीकृत कर सकते हैं। यह आपके अपने छोटे व्यवसाय के लिए स्टाफ तैयार करते हुए आपके कौशल को उन्नत करने का काम करता है।

## 12. अपने व्यवसाय का प्रचार करें

तीव्र प्रतिस्पर्धा की मांग है कि आप अपने व्यवसाय को अच्छी तरह से प्रचारित करें। इसमें विज्ञापन में बहुत पैसा खर्च हो सकता है और आपकी पूंजी का भारी नुकसान हो सकता है। अपनी कंपनी का परिचय देने के लिए ट्विटर जैसी माइक्रो-ब्लॉगिंग साइटों का उपयोग करने के साथ-साथ फेसबुक पर अच्छी उपस्थिति भी इस उद्देश्य को पूरा करती है।

आप एक यूट्यूब चैनल भी बना सकते हैं, अपनी कंपनी के वीडियो लॉन्च कर सकते हैं, उत्पाद और सेवाएं, मुख्य विशेषताएं और अन्य जानकारी अपने चैनल पर और इंस्टाग्राम पर प्रासंगिक तस्वीरें अपलोड कर सकते हैं।

आपके व्यवसाय के लिए एक बढ़िया लिंकडइन यह सुनिश्चित करेगा कि आप सही नेटवर्क तक पहुंचें।

आप अपने व्यवसाय को बढ़ावा देने के लिए पारंपरिक तरीकों का भी उपयोग कर सकते हैं, जैसे अखबारों में विज्ञापन, स्थानीय रेडियो, पर्चे बांटना आदि।

## मुद्रा बैंक

8 अप्रैल, 2015 को, प्रधान मंत्री नरेंद्र मोदी ने प्रधानमंत्री सूक्ष्म इकाइयों के विकास और पुनर्वित्त एजेंसी बैंक मुद्रा योजना को हरी झंडी दिखाई। स्टार्ट-अप के लिए वित्त प्राप्त करना, मुद्रा बैंक से अधिक सुलभ है।

मुद्रा बैंक के तहत स्ट्रीट वेंडर भी क्रेडिट के लिए पात्र हैं। मुद्रा बैंक योजनाओं के तहत व्यापार वित्त किसी भी सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक, सहकारी बैंकों और अधिकृत वित्तीय संस्थानों से प्राप्त किया जा सकता है।



# सेडमैप समाचार

## लेखा कार्य में विकासोन्मुखी प्रबंधन/प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित



अधिकारियों-कर्मचारियों की क्षमता  
बढ़ाएगा विकासोन्मुखी प्रबंधन  
प्रशिक्षण कार्यक्रम :  
**श्रीमती अनुराधा सिंघई**

भोपाल। उद्यमिता विकास केंद्र मध्यप्रदेश (सेडमैप) के राजधानी भोपाल, अरेरा हिल्स स्थित मुख्यालय में 25.07.2022 से 27.07.2022 तक तीन दिवसीय प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किया गया। इस प्रशिक्षण कार्यक्रम का आयोजन वन वृत्त कार्यालय भोपाल के माध्यम से किया गया। कार्यक्रम का उद्घाटन श्रीमती अनुराधा सिंघई, कार्यकारी संचालक सेडमैप के द्वारा किया गया। उन्होंने कार्यक्रम को एक उत्कृष्ट पहल बताते हुए कहा कि ऐसे कार्यक्रमों से अधिकारियों एवं कर्मचारियों की कार्यक्षमता में वृद्धि होगी एवं उनके अंदर तनावमुक्त कार्य करने की क्षमता विकसित होगी।

कार्यक्रम के प्रथम सत्र में श्री ध्रुव कुमार पटेल, कोषालय अधिकारी, भोपाल ने अधिकारियों, कर्मचारियों को वेतन निर्धारण, समयमान वेतन, वेतन के अधिक भुगतान की वसूली की प्रक्रिया, यात्रा नियम, अवकाश नियम तथा नकदीकरण के विषय में विस्तार से अवगत कराया। कार्यक्रम के चतुर्थ सत्र का संचालन श्री यू.एस. ठाकुर, उप सचिव वित्त (से.नि.) द्वारा किया गया। इस सत्र में उन्होंने विधानसभा प्रश्नोत्तरी प्रक्रिया, विभागीय जांच प्रस्ताव एवं निस्तारीकरण ड्रिफ्टिंग की प्रक्रिया से अवगत कराया। दिनांक 26 जुलाई के प्रथम एवं द्वितीय सत्र का संचालन श्री आर.सी. जैन, उपसचिव, वित्त (से.नि.) द्वारा किया गया। इस सत्र में उन्होंने अधिकारियों, कर्मचारियों को आवक-जावक प्रक्रिया एवं ध्यान देने योग्य तथ्य, नोटिंग, विशेष टीप, तथ्यों के ध्यान देने

योग्य विषय के बारे में विस्तारपूर्वक बताया। तृतीय सत्र में श्री सुरेश यादव, अनुभाग अधिकारी मंत्रालय ने ड्रिफ्टिंग के मुख्य बिंदु एवं संक्षेपिका विषय पर प्रकाश डाला। चतुर्थ सत्र तनाव प्रबंधन, टीम-वर्क एवं सृजनशीलता पर रहा, जिसका मार्गदर्शन डॉ. उषा सोलंकी-प्रोफेसर एवं श्री रमेश कुमार गुप्ता - आईएफएस, प्रधान मुख्य वन संरक्षक एवं वन बल प्रमुख भोपाल द्वारा किया गया तथा सभी प्रशिक्षार्थियों को उचित कार्य की प्रेरणा दी गई एवं अपने अनुभवों को साझा किया गया। दिनांक 27.07.2022 को प्रशिक्षण कार्यक्रम श्री डी.एस. निमारे- उप सचिव वित्त (से.नि.) द्वारा संचालित किया गया, जिसका विषय पेंशन नियम, सेवा निवृत्त, मृत्यु पर अवकाश नकदीकरण, शासकीय सेवा कल्याणकारी योजना, बीमा एवं बचत योजना, परिवार कल्याण योजना, समूह बीमा योजना, बीमा बचत योजना, सेवा निवृत्ति एवं मृत्यु पर स्वीकृति संबंधी सावधानी एवं भुगतान, सामान्य भविष्य निधि, यात्रा भत्ता नियम एवं अंकेक्षण कंडिकाओं का निराकरण संबंधित विषयों पर व्याख्यान दिया गया। समापन सत्र का संचालन श्री सुरेश यादव - अनुभाग अधिकारी, मंत्रालय द्वारा किया गया। उक्त सत्र में अधिकारियों एवं कर्मचारियों को कोषालय एवं लेखा कार्यक्रम प्रश्नोत्तर मुख्य बिंदुओं पर चर्चा कार्य संस्कृति एवं समय प्रबंधन, ड्राफ्टिंग के मुख्य बिंदु संक्षेपिका विषय को दिशानिर्देशित किया गया।



## अपना स्वयं का रोजगार स्थापित करने का प्रशिक्षण ले रहीं दमोह की बेटियां

दमोह। बेटियां अपना स्वयं का रोजगार स्थापित करने और आत्मनिर्भर बनने के लिए प्रशिक्षण लेने में पीछे नहीं हैं, ग्रामीण क्षेत्र की पिंकी, पूजा, पार्वती और संतोषी पुरसाम अपने जीवन के सपनों को साकार करने और रोजगार स्थापित करने के उद्देश्य से चुटका मध्यप्रदेश परमाणु विद्युत परियोजना के तहत उद्यमिता विकास केन्द्र दमोह (सेडमैप) से सिलाई आदि का प्रशिक्षण ले रही हैं।



ऐसी ही एक बेटी ग्राम सरिया फुटेरा की पिंकी प्रशिक्षण लेने आती हैं। पिंकी बताती हैं सेंटर में सिलाई के अलावा बहुत से विषयों पर प्रशिक्षण दिया जा रहा है, जैसे की कपड़ों में तुरपाई करना, आईस बनाना, काज बनाना, थैली बनाना, जिसमें डिजाईन वाली थैली, बेल्ट वाली थैली और छोटे बच्चों को पहनाने वाले कपड़े बनाने का प्रशिक्षण दिया जा रहा है, छोटी-छोटी चीजों से शुरुआत होती है।

पिंकी कहती हैं छोटी चीजें सिखाने के बाद बड़े कपड़े जैसे ब्लाऊज, सलवार, कुर्ती, शर्ट आदि सिलना आदि का भी प्रशिक्षण दिया जा रहा है। इन सभी प्रशिक्षणों से उन्हें बहुत अच्छा अनुभव हो रहा है। उन्होंने कहा भविष्य में यहां से प्रशिक्षण लेने के बाद स्वयं का कोई व्यापार करेंगी जिससे वे अपनी परिवार को सहयोग कर सकें। उन्होंने कहा जो भी हितग्राही यहां से सीखना चाहते हैं, तो सीख सकते हैं, यहां पर मुफ्त प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है। वे कहती हैं कुछ न करने से अच्छा है यहां से सीख कर स्वयं का कोई काम करें।

पूजा अहिरवार ने बताया वे ग्राम सरिया फुटेरा से सैडमैप में

सिलाई सीखने के लिये आती हैं। वे अभी बच्चों के झबले, थैली, झालर वाली थैली, पेटीकोट बनाना और ब्लाऊज का नाप लेना सीख रहीं हैं। ग्राम खजरी की पार्वती काछी कहती हैं वह सेंटर पर सिलाई से संबंधित प्रशिक्षण लेने के लिए आती हैं। सेडमैप से सिम्पल थैली, बीट वाली थैली, झालर वाली थैली, बच्चों के कई प्रकार के झबले बनाना सीख लिया है, इसके साथ ही वे बच्चों की पेंटी, म्यानी वाली पेंटी और डिजाईन वाली पेंटी बनाना सीख रहीं हैं। वे बताती हैं सिलाई सीखने के बाद वे स्वयं का सिलाई संबंधी बिजनेस करेंगी।

दमोह के नजदीक आम चौपरा से संतोषी पुरसाम भी सेंटर पर सिलाई का प्रशिक्षण ले रही हैं। यहां पर उन्होंने बच्चों की पेंटी, सिम्पल पेंटी, म्यानी वाली पेंटी और बच्चों के झबले, सिम्पल झबले और झालर वाले झबले, काज बटन वाले झबले, ब्लाऊस, स्कर्ट और फ्राक बनाना सीखा है।



संतोषी का कहना है यहां बहुत अच्छा प्रशिक्षण दिया जा रहा है, जिसके लिए वे कलेक्टर एवं जिला प्रशासन को बहुत-बहुत धन्यवाद देती हैं। वे यहां से प्रशिक्षण प्राप्त करने के बाद स्वयं का व्यापार करना चाहती हैं, जिससे वे अपने परिवार का सहयोग कर सकें और संतोषी अपने जीवन को बेहतर बनाकर अपने सपनों को साकार करना चाहती हैं।





## औद्योगिक भ्रमण एवं प्रशिक्षण कार्यक्रम के प्रमाण पत्र वितरित

शहीद भीमा नायक महाविद्यालय बड़वानी में स्वामी विवेकानंद कैरियर काउंसलिंग योजना अंतर्गत सेडमैप द्वारा आयोजित एक दिवसीय औद्योगिक भ्रमण कार्यक्रम एवं 2 सप्ताह के अल्पावधि प्रशिक्षण कार्यक्रम के प्रमाण पत्रों का वितरण किया गया। कार्यक्रम में डॉ. एसएन यादव पूर्व कुलपति अवधेश प्रताप सिंह विश्वविद्यालय रीवा, प्राचार्य डॉ. एनएल गुप्ता - शहीद भीमा नायक महाविद्यालय, बड़वानी, जिला रोजगार अधिकारी श्री टीएस डुडवे एवं कैरियर सेल प्रकोष्ठ के प्रभारी डॉ. मधुसूदन चौबे के द्वारा प्रशिक्षणार्थियों को प्रमाण पत्र वितरित किए गए।



## सागर में पीएमईजीपी के तहत दस दिवसीय प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित



प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम अंतर्गत बैंकों द्वारा स्वीकृत ऋण प्रकरणों के हितग्राहियों के लिए दस दिवसीय प्रशिक्षण कार्यक्रम का आयोजन सेडमैप सागर द्वारा 19.07.2022 से 29.07.2022 तक आइसीएम कंप्यूटर मकरोनिया सागर में किया गया। कार्यक्रम 11 प्रतिभागियों को प्रशिक्षण प्रदान किया गया। प्रशिक्षण कार्यक्रम में विभिन्न विषय विशेषज्ञों द्वारा जिले में पाए जाने वाले कच्चा माल, भौतिक संसाधनों, इकाई स्थापना प्रक्रिया, समस्याओं का समाधान, विपणन कला कौशल, गहन बाजार सर्वेक्षण, कार्यशील पूंजी एवं नगद प्रबंधन, वस्तु की लागत एवं मूल्य निर्धारण, संप्रेषण कला, व्यावसायिक समझौते के महत्व, जीएसटी इत्यादि विषयों पर प्रशिक्षण प्रदान किया गया, जिससे सभी प्रशिक्षणार्थी सफलतापूर्वक अपने व्यवसाय का संचालन कर सकें।



# उद्यमिता विकास केन्द्र (सेडमैप), इंदौर

द्वारा वित्तीय वर्ष 2022-23 में आयोजित किये जाने वाले  
शुल्क आधारित प्रशिक्षण कार्यक्रम

क्र.	शुल्क आधारित प्रशिक्षण का नाम	तिथि	अवधि	प्रशि. संख्या	शुल्क प्रति प्रशिक्षणार्थी	आवेदन की अंतिम तिथि
1.	आयात –निर्यात प्रबंधन एवं प्रपत्रीकरण प्रशिक्षण कार्यक्रम	25.07.2022 to 29.07.2022	05 Days	30	1500	23.07.2022
2.	कूकिंग बेकिंग एवं खाद्य प्रसंस्करण प्रशिक्षण कार्यक्रम	26.08.2022 to 30.08.2022	05 Days	30	1000	24.08.2022
3.	सोलर सर्जा आधारित उद्योग एवं व्यवसाय प्रशिक्षण कार्यक्रम	26.09.2022 to 30.09.2022	05 Days	30	1500	23.09.2022
4.	रेडिमेड गारमेंट्स निर्माण	01.09.2022 to 30.11.2022	03 Month	30	3000	30.10.2022
5.	रसायन उद्योग आधारित प्रशिक्षण कार्यक्रम	18.10.2022 to 22.10.2022	05 Days	30	1500	17.10.2022
6.	डिजिटल एवं सोशल मीडिया मार्केटिंग	25.11.2022 to 29.11.2022	05 Days	30	1500	23.11.2022
7.	बेसिक्स ऑफ ब्यूटी एण्ड हेयर ड्रेसिंग	02.11.2022 to 31.01.2023	03 Month	30	3000	1.11.2022
8.	आयात –निर्यात प्रबंधन एवं प्रपत्रीकरण प्रशिक्षण कार्यक्रम	17.12.2022 to 21.12.2022	05 Days	30	1500	15.12.2022
09.	उत्पाद आधारित उद्यमिता विकास कार्यक्रम	01.01.2023 to 12.01.2023	2week	30	1500	30.12.2022
10.	डिजिटल एवं सोशल मीडिया मार्केटिंग	27.01.2023 to 31.01.2023	05 Days	30	1500	24.01.2022
11.	खाद्य प्रसंस्करण उद्योग एवं पैकेजिंग आधारित प्रशिक्षण कार्यक्रम। कंप्यूटर फण्डामेंटल (Data Entry, Photoshop, Ms Office, Hindi English Typing)	20.02.2023 to 24.02.2023 01.02.2023 to 30.03.2023	5 Days 02 Month	30 30	1000 2000/-	17.02.2023 30.01.2022

संपर्क करें-

विजय चौरे, जिला समन्वयक

**उद्यमिता विकास केन्द्र म.प्र. (सेडमैप)**

( सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यम विभाग मध्यप्रदेश शासन के अधीन )

द्वितीय तल, कार्पोरेट बिल्डिंग, रेडिमेड गारमेंट कॉम्प्लेक्स, परदेशी पुरा, इंदौर ( म.प्र. )

फोन: 0731-2574775, 0755-4000918 ई-मेल : vinayakv1@yahoo.com

वेबसाईट : [www.cedmapindia.mp.gov.in](http://www.cedmapindia.mp.gov.in) मो. 9827214711, 8319267042

# स्वरोजगार स्थापना में बनें सहभागी



सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यमों के क्षेत्र में मार्गदर्शन प्रदान करने वाले लेखों जानकारीयों का सादर स्वागत है।

उद्यमिता समाचार पत्र में प्रचार

**बढ़ाएगा**

**आपका व्यापार**



संपादकीय एवं व्यावसायिक संपर्क

**उद्यमिता विकास केंद्र मध्य प्रदेश (सेडमैप)**

(सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम विभाग, मध्य प्रदेश शासन के अधीन)

16-ए, अरेरा हिल्स, भोपाल- 462 011 म.प्र.

फोन : 0755 - 4000914 ई-मेल : cedmapusp@rediffmail.com

वेबसाइट : www.cedmapindia.mp.gov.in