



पीएमएफएमई के अंतर्गत प्रशिक्षकों के लिये ईडीपी प्रशिक्षण कार्यक्रम (पाठ्य सामग्री, भाग-2)



**खाद्य व्यवसाय प्रबंधन और उद्यमिता विकासविभाग
राष्ट्रीयखाद्यप्रौद्योगिकीउद्यमिताऔरप्रबंधनसंस्थान**

यूजीसीअधिनियम, 1956 कीधारा 3 के तहत मानित विश्वविद्यालय (डी-नोवोश्रेणी)
खाद्य प्रसंस्करण उद्योग मंत्रालय, भारत सरकार, सोनीपत, हरियाणा, भारत के तहत एक स्वायत्त
संस्थान

अनुक्रमणिका

1. उद्यमियों के लिए बौद्धिक संपदा अधिकार संबंधित मुद्दे.....	1
2. उद्यम का निर्माण	15
3. नया उत्पाद विकास	24

1. उद्यमियों के लिए बौद्धिक संपदा अधिकार संबंधित मुद्दे

अनुपमा पंधाल

उद्यमियों के लिए बौद्धिक संपदा अधिकार (आईपीआर)

समय के आगमन के साथ, उद्यमियों के लिए प्रतिस्पर्धा बढ़ रही है और उन्हें व्यवसाय में बने रहने के लिए दूसरों पर प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त की आवश्यकता है। बौद्धिक संपदा अधिकार (आईपीआर) एक रणनीतिक उपकरण है जो उद्यमियों को प्रतिस्पर्धी बने रहने में मदद कर सकता है और अगर आईपीआर का सही तरीके से दोहन किया जाए तो उद्यमियों को या तो पहले प्रस्तावक का लाभ लेने या बाजार के नेता बनने में मदद मिल सकती है। निम्नलिखित अध्याय विभिन्न प्रकार के आईपीआर और उनके अर्थ, भरने की प्रक्रिया, वैधता अवधि और अन्य संबंधित विवरणों के बारे में हैं।

आईपीआर क्या हैं

आईपीआर बौद्धिक संपदा के आविष्कारकों को दिए गए अधिकार हैं। जिस तरह से भौतिक संपत्ति के अधिकार हैं जो भौतिक संपत्ति के मालिकों के स्वामित्व को संरक्षित करते हैं, ठीक उसी तरह बौद्धिक संपदा के निर्माता या आविष्कारक भी अधिकारों के मालिक हैं और ये सभी अधिकार आईपीआर के तहत शासित होते हैं। आईपीआर की मदद से, बौद्धिक संपदा का आविष्कारक या निर्माता संपत्ति को चोरी या अनधिकृत उपयोग से बचा सकता है। आईपीआर के विभिन्न रूप हैं, जिन्हें अध्याय में आगे बताया और चर्चा की गई है। मोटे तौर पर आईपीआर को दो समूहों में विभाजित किया जा सकता है:

क) औद्योगिक संपत्ति

- i. पेटेंट
- ii. ट्रेडमार्क
- iii. औद्योगिक डिजाइन
- iv. व्यापार रहस्य
- v. भौगोलिक संकेत

ख) कॉपीराइट

- i. साहित्यिक कार्य

ii. कलात्मक कार्य

आईपीआर के प्रकार

1. पेटेंट: पेटेंट किसी व्यक्ति को उसके आविष्कार (खोज नहीं) के लिए दिए गए अनन्य अधिकार हैं। आविष्कार किसी भी उत्पाद या प्रक्रिया या दोनों का हो सकता है, जो कुछ करने का एक अभिनव (नया) और गैर स्पष्ट तरीका प्रदान करता है या यह तकनीकी तरीके से किसी भी समस्या का एक नया और गैर स्पष्ट समाधान प्रदान करता है।

क) उत्पाद पेटेंट: उत्पाद आविष्कारक के मालिक को उत्पाद पेटेंट दिया जाता है, जिसका अर्थ है कि आविष्कारक के अलावा कोई अन्य व्यक्ति उस उत्पाद को उसी प्रक्रिया या अलग प्रक्रिया के साथ नहीं बना सकता है।

उदाहरण- हेंज और गेरबर जैसी कंपनियों द्वारा खाद्य और कॉस्मेटिक उत्पादों में उपयोग किए जाने वाले कार्यशील वाल्व का आविष्कार किया गया था और वर्ष 1991 में पॉल ब्राउन द्वारा पेटेंट कराया गया था।



स्रोत: www.heinz.com (5.11.2020 को एक्सेस किया गया)

ख) प्रक्रिया पेटेंट: प्रक्रिया पेटेंट किसी विशेष प्रक्रिया के आविष्कारक को दिया जाता है न कि अंतिम उत्पाद को। कोई अन्य व्यक्ति किसी अन्य प्रक्रिया से उसी उत्पाद का निर्माण कर सकता है।

उत्पाद और प्रक्रिया पेटेंट दोनों के लिए उदाहरण: 7 महीने या उससे कम पके हुए मुलायम नारियल के पानी के किण्वन के माध्यम से टेंडर कोकोनट शराब तैयार करने की एक प्रक्रिया और यह दावा करती है कि उत्पादित शराब अत्यधिक स्वस्थ, स्वच्छ और पौष्टिक पेय है। (भारतीय पेटेंट संख्या 209015)

स्रोत: <https://www.allindianpatents.com/patents/209015-tender-coconut-wine>,
5.11.2020 को एक्सेस किया गया)

पेटेंट प्रदान करने के लिए आवश्यक शर्तें:

पेटेंट प्राप्त करने के लिए पात्र होने के लिए किसी भी विषय वस्तु को निम्नलिखित शर्तों को पूरा करने की आवश्यकता है:

- क) आविष्कार एक प्रक्रिया या उत्पाद या दोनों से संबंधित होना चाहिए
- ख) यह नया होना चाहिए
- ग) आविष्कार में एक आविष्कारशील कदम शामिल होना चाहिए
- घ) आविष्कार औद्योगिक अनुप्रयोग के लिए सक्षम होना चाहिए
- ङ) यह भारतीय पेटेंट अधिनियम, 1970 की धारा 3 और 4 के अंतर्गत नहीं आना चाहिए।
ये दो धाराएँ पेटेंट प्राप्त करने के लिए विषय वस्तु के अपवादों से संबंधित हैं।

"नये" के लिए शर्तें

पेटेंट के अनुदान के लिए एक आविष्कार को नया या नोवेल माना जाने के लिए, निम्नलिखित शर्तों को पूरा करना आवश्यक है:

- क) आविष्कार को भारत में या कहीं और कहीं भी प्रकाशित नहीं किया जाना चाहिए।
- ख) इसके अलावा, यह पूर्व सार्वजनिक उपयोग या पूर्व सार्वजनिक ज्ञान में नहीं होना चाहिए।
- ग) पेटेंट विनिर्देश में किए गए दावों का किसी भी विनिर्देश में पहले दावा नहीं किया जाना चाहिए।

हालांकि, भारतीय पेटेंट अधिनियम, 1970 आविष्कार के सार्वजनिक प्रकटीकरण के बावजूद पेटेंट आवेदन दाखिल करने के लिए अपवादों की अनुमति देने के लिए कुछ प्रावधान प्रदान करता है। ऐसे कुछ अपवादों को निम्नानुसार बताया जा सकता है:

- क) पिछले प्रकाशन द्वारा प्रत्याशा (धारा 29): यदि आवेदक यह साबित कर सकता है कि किसी ने आवेदक से उसकी सहमति के बिना पेटेंट जानकारी प्राप्त की और उसे प्रकाशित किया।
- ख) सरकार को पिछले संचार द्वारा प्रत्याशा (भारतीय पेटेंट अधिनियम की धारा 30): यदि आवेदक ने सरकार या सरकार के किसी प्रतिनिधि को आवेदन जमा किया था, तो पूरी तरह से जांच के उद्देश्य से।
- ग) सार्वजनिक प्रदर्शन द्वारा प्रत्याशा (भारतीय पेटेंट अधिनियम की धारा 31): यदि आवेदन किसी विशेष प्रदर्शनी में (भारत सरकार के तत्काल अनुभाग के अनुसार) या किसी विद्वान समाज के समक्ष सार्वजनिक प्रदर्शन के 12 महीने के भीतर प्रस्तुत किया जाता है।
- घ) सार्वजनिक कार्य द्वारा प्रत्याशा (भारतीय पेटेंट अधिनियम की धारा 32): यदि आविष्कार की प्रकृति के लिए सार्वजनिक परीक्षण की आवश्यकता है, तो उस उचित रूप से उचित सार्वजनिक परीक्षण के 12 महीने के भीतर आवेदन दायर किया जाना चाहिए।
- ङ) अनंतिम विनिर्देश (भारतीय पेटेंट अधिनियम की धारा 33) के बाद उपयोग और प्रकाशन द्वारा प्रत्याशा: यदि अनंतिम आवेदन दाखिल करने के बाद, आविष्कार को उपयोग में लाया गया या प्रकाशित किया गया।

(स्रोत: www.ipindia.nic.in)

"आविष्कार चरण" के लिए शर्तें

पेटेंट के अनुदान के लिए विचार किए जाने वाले आविष्कार का आविष्कार में एक 'आविष्कारक कदम' होना चाहिए। आविष्कारशील कदम को साबित करने की शर्तें निम्नानुसार बताई जा सकती हैं:

क) मौजूदा ज्ञान की तुलना में इस कदम में तकनीकी प्रगति शामिल होनी चाहिए

या

ख) इसका आर्थिक महत्व होना चाहिए

या दोनों, और भी

ग) यह एक आविष्कार होना चाहिये न कि किसी कला में कुशल व्यक्ति के लिए करना चाहिए

नवीनता और आविष्कारशील चरण के बीच अंतर:

क्रमांक	नवीनता	आविष्कारशील चरण
1	नवीनता इस बात से संबंधित है कि क्या आविष्कार पूर्व कला की तुलना में नया है।	आविष्कारशील कदम सुधार की मात्रा निर्धारित करने में मदद करता है जो एक पेटेंट के लिए पर्याप्त है।
2	यदि किसी एक दस्तावेज़ में, सटीक उद्धरण है जो दावा किए गए आविष्कार के समान है, तो नवीनता का उल्लंघन माना जाता है।	स्पष्टता का दावा किया जाता है, भले ही कई दस्तावेज़ों में उद्धरण हों और एक दस्तावेज़ में नहीं।

आविष्कारशील कदम का निर्धारण करने के लिए, नवाचार में, निम्नलिखित बिंदुओं पर विचार करने की आवश्यकता है:

- क) आविष्कार से किस समस्या का समाधान होगा?
- ख) क्या समस्या लंबे समय से मौजूद है?
- ग) समस्या कितनी प्रभावशाली दिखती है?
- घ) उस अवधि में समस्या के लिए अन्य कौन से समाधान प्रस्तुत किए गए थे?

एक आविष्कार में आविष्कारशील कदम की कमी को दर्शाने वाले उदाहरण:

- क) जब प्रस्तावित आविष्कार में केवल ज्ञात कला के समकक्ष हों।

उदाहरण- एक पंप में पहले से मौजूद इलेक्ट्रिक मोटर के स्थान पर डिजिटल मोटर का प्रस्तावित उपयोग

- ख) जब आविष्कार पूर्व कला में मौजूदा अंतर को भरने की कोशिश करता है, लेकिन प्रस्तावित आविष्कार कुशल व्यक्ति के लिए स्पष्ट हो जाता है।

उदाहरण- मान लीजिए कि एल्युमिनियम से बने भवन संरचना के लिए पेटेंट का दावा किया गया है और पूर्व कला में पहले से ही ऐसी संरचना दिखाई गई है जो हल्के वजन की सामग्री से बनी है, केवल एल्युमिनियम का नाम गायब है।

खाद्य क्षेत्र से कुछ उदाहरण:

खाद्य व्यंजनों को भी पेटेंट कराया जा सकता है, यदि वे पेटेंट पात्रता की सभी तीन शर्तों को पूरा करते हैं। व्यंजनों की विस्तृत श्रृंखला के कुछ उदाहरण जिन्होंने यू.एस. पेटेंट संरक्षण अर्जित किया है:

- क) माइक्रोवेव करने योग्य: स्पंज केक जो माइक्रोवेव में उठ सकता है (6,410,074)
- ख) शेल्फ लाइफ: सिंगल-आटा कुकीज़ जो अच्छी तरह से स्टोर होती हैं (4,344,969)
- ग) चिकनाई: खाना पकाने की प्रक्रिया जो मेयोनेज़ में सुधार करती है (6,579,558)
- घ) फ्लेवरिंग: एडिटिव जो पके हुए माल में चॉकलेट के स्वाद को बेहतर बनाता है (3,733,209)

(स्रोत: <https://patents.google.com/patent/US20140220186A1/en>, 5.11.2020 को एक्सेस किया गया)

भारत में, पेटेंट नियम कहता है:

इसका 'फर्स्ट टू फाइल' जिसे पेटेंट मिलेगा, जबकि कुछ देशों में इसका 'फर्स्ट टू इन्वेंट' जिसे पेटेंट मिलेगा

भारत में पेटेंट प्रक्रिया

- क) आवेदक अपने निवास या कार्यस्थल के क्षेत्रीय अधिकार क्षेत्र में स्थित किसी भी नामित पेटेंट कार्यालय में पेटेंट आवेदन दाखिल कर सकता है।
- ख) आवेदक पेटेंट आवेदन पत्र से संबंधित जानकारी और शुल्क आदि का विवरण आईपीआर वेबसाइट पर प्राप्त कर सकते हैं। www.ipindia.nic.in
- ग) वेबसाइट आवेदकों के लिए सभी प्रासंगिक दिशानिर्देश भी प्रदान करती है।

अंतिम विशिष्टता (धारा 9)

यदि किसी आवेदक को लगता है कि उसका आविष्कार प्रस्तुत करने के लिए लगभग तैयार है लेकिन पूरी तरह से अंतिम नहीं है, तो वह एक लिखित विवरण के रूप में अपने आविष्कार का खुलासा करते हुए पेटेंट कार्यालय में एक अंतिम विनिर्देश आवेदन दायर कर सकता है। लेकिन शर्त यह है कि अंतिम आवेदन दाखिल करने के बाद, अंतिम आवेदन दाखिल करने के 12 महीने की अवधि के भीतर पूरा विनिर्देश प्रस्तुत करना होगा।

अंतिम आवेदन फॉर्म 2 में जमा करना आवश्यक है। फॉर्म 2 के पहले पृष्ठ में निम्नलिखित शामिल होना चाहिए-

- क) आविष्कार का शीर्षक, (15 शब्दों के भीतर)
- ख) पेटेंट के लिए प्रत्येक आवेदक का नाम, पता और राष्ट्रीयता
- ग) विवरण के लिए प्रस्तावना
- एक अनंतिम विनिर्देश एक ड्राफ्ट मसौदा या संपूर्ण विनिर्देश का ढांचा नहीं है।
 - एक अनंतिम विनिर्देश आवेदन बाद वाले को प्रतिस्थापित नहीं करता है।
 - बल्कि दोनों स्थायी और अलग दस्तावेज हैं।

अनंतिम विशिष्टता के बारे में निम्नलिखित उल्लेख होना चाहिए:

- क) आविष्कार का क्षेत्र और आविष्कार की पृष्ठभूमि शामिल है,
- ख) आविष्कार की वस्तु
- ग) आविष्कार के अंतर्निहित सिद्धांत का बयान और वास्तविक आविष्कार का सामान्य विवरण

पूर्ण विशिष्टता

पूर्ण विनिर्देश एक तकनीकी-कानूनी दस्तावेज है जो पूरी तरह से और विशेष रूप से आविष्कार का वर्णन करता है और इसे करने की सर्वोत्तम विधि का खुलासा करता है। पेटेंट प्रदान करने के लिए मुख्य दस्तावेज के रूप में पेटेंट कार्यालय में पूर्ण विनिर्देश दाखिल किया जाता है। पूर्ण विनिर्देश वाले आवेदन को उचित देखभाल के साथ तैयार करने की आवश्यकता है और पूर्ण और सटीक विवरण देने की आवश्यकता है।

पूर्ण विशिष्टता में निम्नलिखित घटक होने चाहिए:

- क) आविष्कार का क्षेत्र
- ख) आविष्कार का उपयोग: आविष्कार के लाभों का एक संक्षिप्त विवरण
- ग) आविष्कार से संबंधित पूर्व कला
- घ) समस्या का समाधान होना है।
- ङ) आविष्कार का उद्देश्य (एक से अधिक हो सकता है)
- च) आविष्कार का सामान्य विवरण
- छ) आविष्कार का विस्तृत विवरण (चित्रों के संदर्भ में, यदि कोई हो)
- ज) आविष्कार के काम करने की सर्वोत्तम विधि / उदाहरण /
- झ) दावों का विवरण

ज) तारीख के साथ हस्ताक्षर

ट) चित्र

ठ) सार

(स्रोत: www.ipindia.nic.in)

पेटेंट 20 साल की अवधि के लिए दिए जाते हैं। उसके बाद उत्पाद या प्रक्रिया जनता के लिए मुफ्त हो जाती है। भारत अनिवार्य पंजीकरण का अनुसरण करता है और पेटेंट के लिए सबसे पहले फाइल करने की प्रक्रिया करता है।

पेटेंट दाखिल करने में निम्नलिखित कदम शामिल हैं:

- I. अनंतिम / पूर्ण आवेदन दाखिल करना। अनंतिम आवेदन के मामले में, पूरा आवेदन एक वर्ष के भीतर दाखिल करना होगा।
- II. आवेदन का प्रकाशन : आमतौर पर अनंतिम आवेदन दाखिल करने के 18 महीने के भीतर होता है
- III. परीक्षा के लिए अनुरोध
- IV. पहली परीक्षा रिपोर्ट का परीक्षा मुद्दा
- V. पेटेंट का अनुदान

भारतीय अधिनियम 1970 की धारा 3 और 4 के अनुसार पेटेंट के लिए अपवाद

कुछ आविष्कार ऐसे हैं जिनका इनमें से किसी भी कारण से पेटेंट नहीं कराया जा सकता है:

- क) आविष्कार एक तुच्छ आविष्कार है
- ख) आविष्कार सुस्थापित प्राकृतिक नियमों के विपरीत है
- ग) आविष्कार सार्वजनिक व्यवस्था या नैतिकता के विपरीत है या यह स्वास्थ्य या मानव, पशु, पौधे के जीवन या पर्यावरण के लिए गंभीर पूर्वाग्रह पैदा कर सकता है।
- घ) आनुवंशिक रूप से संशोधित संगठन (जीएमओ)
- ङ) केवल एक वैज्ञानिक सिद्धांत की खोज, अमूर्त सिद्धांत या किसी जीवित चीज या निर्जीव पदार्थ की खोज, प्रकृति में मौजूद सूक्ष्मजीव
- च) दो या अलग-अलग पहले से मौजूद घटकों को इस तरह से मिलाकर कि एक नया पदार्थ केवल एकत्रीकरण द्वारा प्राप्त किया जा सके

छ) कृषि या बागवानी की विधि, या मानव या जानवरों के चिकित्सा, शल्य चिकित्सा, उपचारात्मक, नैदानिक या चिकित्सीय उपचार, किसी भी गणितीय विधि, व्यवसाय विधि या एल्गोरिदम या कंप्यूटर प्रोग्राम इत्यादि।

1. ट्रेडमार्क

एक संकेत या संकेतों का कोई संयोजन, जो किसी उत्पाद या सेवा को बाजार में अन्य उत्पादों और सेवाओं से अलग कर सकता है, ट्रेडमार्क के रूप में जाना जाता है। एक ट्रेडमार्क एक प्रतीक या डिजाइन या शब्द या वाक्यांश या इनमें से एक संयोजन से भिन्न होता है। एक ट्रेडमार्क एक पक्ष के उत्पादों या सेवाओं के स्रोत को दूसरे पक्ष से पहचानने और अलग करने में मदद करता है।

Examples:

क्रमांक	ट्रेडमार्क	उदाहरण
1	शब्द	
2.	वाक्यांश	
3.	प्रतीक या लोगो	
4.	डिजाइन	

ट्रेडमार्क सुरक्षा

ट्रेडमार्क सुरक्षा का दावा करने के लिए भारत में ट्रेडमार्क के लिए पंजीकरण अनिवार्य नहीं है। ट्रेडमार्क का कोई भी निर्माता ट्रेडमार्क के स्वामित्व की घोषणा करने के लिए प्रतीक TM का उपयोग कर सकता है और इसी तरह सेवा चिह्न के लिए प्रतीक SM का उपयोग कर सकता है। यदि ट्रेडमार्क पंजीकृत है तो इसे ® प्रतीक द्वारा दर्शाया जाता है।

पंजीकृत ट्रेडमार्क अधिकार की विशिष्टता के मामले में रजिस्टर करने वाले को अधिक सुरक्षा देता है, स्वामित्व के दावों के मामले में अधिक कानूनी सुरक्षा प्रदान करता है।

ट्रेडमार्क अधिनियम, 1999 के अनुसार, ट्रेडमार्क का पंजीकरण दस वर्षों की अवधि के लिए होगा, जिसे समय-समय पर नवीनीकृत किया जा सकता है। वर्तमान अधिनियम के तहत प्रत्येक दस वर्षों के लिए ट्रेडमार्क के पंजीकरण का नवीनीकरण किया जाना चाहिए।

3. औद्योगिक डिजाइन:

एक औद्योगिक डिजाइन उत्पाद (भाग या संपूर्ण) को उसकी रेखाओं, आकृतियों, पैटर्न, रंग, बनावट या सामग्री या उसके अलंकरण जैसी विशेषताओं के कारण दी गई सुरक्षा है। डिजाइन पंजीकरण की तारीख से 10 साल के लिए सुरक्षित हैं और इसे और 5 साल तक बढ़ाया जा सकता है।

उदाहरण: कोका कोला की कंटूर बोतल, टैबलेट पर पोलो लिखने का पैटर्न



4. व्यापार रहस्य

कोई भी जानकारी जो गोपनीय और व्यवसाय के लिए मूल्यवान है और दूसरों पर प्रतिस्पर्धात्मक आर्थिक लाभ प्राप्त करने के लिए गुप्त के रूप में उपयोग की जाती है, व्यापार रहस्य के रूप में जानी जाती है। कंपनियों द्वारा अपने-अपने तरीके और तरीके अपनाकर राज बनाए रखा जाता है। व्यापार रहस्य कहीं भी पंजीकृत नहीं किया जा सकता है। इसलिए, यदि

कोई रहस्य लीक होता है तो कंपनी उस पर किसी भी प्रकार के अधिकार का दावा नहीं कर सकती है।

व्यापार रहस्य ऐसी किसी भी जानकारी से संबंधित हो सकते हैं:

- क) तकनीकी और वैज्ञानिक जानकारी
- ख) वित्तीय जानकारी
- ग) वाणिज्यिक जानकारी
- घ) नकारात्मक जानकारी

उदाहरण के लिए: कोका कोला और पेप्सी की रेसिपी और सामग्री को पीढ़ी दर पीढ़ी गुप्त रखा जाता है और इसे कहीं भी प्रकट नहीं किया जाता है। व्यापार रहस्य का लाभ यह है कि यह कभी समाप्त नहीं होता है या किसी भी प्रकार के नवीनीकरण आदि की आवश्यकता नहीं होती है।

ट्रेड सीक्रेट्स के लिए तीन आवश्यक कानूनी आवश्यकताएं हैं:




- क) जानकारी गुप्त होनी चाहिए।
- ख) एक रहस्य होने के नाते, इसका कुछ व्यावसायिक मूल्य होना चाहिए।
- ग) इसे गुप्त रखने और संरक्षित करने के लिए मालिक द्वारा कुछ उचित कदम उठाए जाने चाहिए।

5. भौगोलिक संकेत (जीआई)

"भौगोलिक संकेत" को विश्व व्यापार संगठन (डब्ल्यूटीओ) 1995 के व्यापार संबंधित पहलुओं के बौद्धिक संपदा अधिकारों (ट्रिप्स) के अनुच्छेद 22 (1) में परिभाषित किया गया है-

"संकेत जो किसी सदस्य के क्षेत्र में या उस क्षेत्र में एक क्षेत्र या इलाके में उत्पन्न होने वाले अच्छे की पहचान करते हैं जहां एक निश्चित गुणवत्ता, प्रतिष्ठा या अच्छे की अन्य विशेषता अनिवार्य रूप से इसके भौगोलिक मूल के कारण होती है।"

जीआई किसी उत्पाद या वस्तु की उत्पत्ति के क्षेत्र को इंगित करता है। इसका उपयोग आमतौर पर किसी विशेष क्षेत्र में उत्पन्न होने वाले कृषि, प्राकृतिक या निर्मित वस्तुओं की पहचान करने के लिए किया जाता है। उस भौगोलिक स्थान के लिए विशिष्ट उत्पाद से जुड़ी कोई विशिष्ट और अनूठी विशेषता या गुणवत्ता या प्रतिष्ठा होनी चाहिए।

क्रमांक	उदाहरण
1	अल्फांसो आम 
2.	दार्जिलिंग चाय 
3.	बासमती चावल 

जीआई के लिए आवेदन व्यक्तियों या उत्पादकों या किसी संगठन के किसी भी संघ द्वारा प्रस्तुत किया जा सकता है। कोई अकेला व्यक्ति जीआई के लिए आवेदन नहीं कर सकता है। जीआई का पंजीकरण दस साल की अवधि के लिए होगा, लेकिन नवीनीकरण शुल्क के भुगतान के द्वारा समय-समय पर असीमित अवधि के लिए नवीनीकृत किया जा सकता है।

6. कॉपीराइट

कॉपीराइट साहित्यिक या कलात्मक कार्यों के क्षेत्र में किसी व्यक्ति द्वारा बनाए गए 'विचारों के रूप' को दी गई सुरक्षा है। कॉपीराइट केवल शारीरिक रूप से व्यक्त कार्यों के लिए सुरक्षा प्रदान करते हैं, न कि अव्यक्त विचारों को। यह पेंटिंग, ड्राइंग, मूर्तियां, फोटोग्राफ, वास्तुकला, निर्देश मैनुअल, सॉफ्टवेयर, डेटाबेस, तकनीकी दस्तावेज, विज्ञापन, मानचित्र, साहित्यिक कार्य, संगीत, फिल्म या गाने जैसी वस्तुओं की सुरक्षा करता है।

मूल कृति की श्रेणी से कुछ उदाहरण, जिन्हें कॉपीराइट के माध्यम से संरक्षित किया जा सकता है, का उल्लेख निम्नानुसार किया जा सकता है:

क्रमांक	श्रेणी	उदाहरण
1	साहित्यिक रचनाएँ	कविताएँ, किताबें, गीत के बोल, शोध पत्र, उपयोगकर्ता नियमावली, व्यवसाय मॉडल, समाचार पत्र लेख और परीक्षा पत्र।
2	नाटकीय कार्य	स्टेज नाटक, नाटक, बैले, नृत्य।
3	कलात्मक कार्य	चित्र, पेंटिंग, फोटोग्राफ, मानचित्र, मूर्तियाँ, वास्तुकला कार्य और कोई भी शिल्प कार्य
4	संगीत कार्य	मूल गीत, विज्ञापन, साउंडट्रैक, वाद्य संगीत रिकॉर्ड किए गए
5	फिल्में	फिल्में सिनेमा फिल्में, होम वीडियो या टेलीविजन कार्यक्रमों की डीवीडी
6	टंकण व्यवस्थाएँ	किसी साहित्यिक, संगीत या नाटकीय कृति का प्रकाशित संस्करण, उदाहरण के लिए बैनर या फिल्म का पोस्टर या पुस्तक का कवर
7	प्रसारण	प्रसारित छवियाँ, ध्वनियाँ या जानकारी जो जनता के सदस्यों द्वारा प्राप्त की जा सकती है
8	ध्वनि रिकॉर्डिंग	सीडी, एमपी3 आदि में रिकॉर्ड की गई ध्वनि की रिकॉर्डिंग।

(स्रोत: <http://www.copyright.org/copyright-resources/introduction-to-copyright/>)

कॉपीराइट के अनुदान के लिए दो आवश्यक शर्तें हैं, कि:

- यह निर्माता से ही उत्पन्न होना चाहिए (मौलिकता)
- इसे केवल एक विचार नहीं, भौतिक रूप से प्रस्तुत किया जाना चाहिए

कॉपीराइट के लिए अनिवार्य पंजीकरण की कोई आवश्यकता नहीं है। मूल निर्माता अपनी रचना के टुकड़े पर प्रतीक © का उपयोग करना शुरू कर सकता है और यह दर्शाता है कि यह दावेदार द्वारा संरक्षित है। हालाँकि कॉपीराइट को पंजीकृत करवाना हमेशा अच्छा होता है ताकि अधिक मजबूत सुरक्षा प्राप्त हो सके।

कॉपीराइट को उस क्षण, जब वे बनाए गए हैं, तब से लेकर लेखक (निर्माता) की मृत्यु के 60 साल बाद तक सुरक्षा मिलती है।

कॉपीराइट के मालिक को उसके निर्माण के लिए आर्थिक अधिकार और नैतिक अधिकार मिलते हैं।

जहां आर्थिक अधिकार उसके मूल निर्माण से होने वाले आर्थिक लाभों को कवर करते हैं और मालिक निम्नलिखित को अधिकृत/रोक सकता है:

- क) विभिन्न रूपों में बनाया जाना
- ख) प्रतियों का वितरण
- ग) सार्वजनिक प्रदर्शन
- घ) जनता के लिए प्रसारण और अन्य संचार
- ङ) अन्य भाषाओं में अनुवाद
- च) अनुकूलन

जबकि नैतिक अधिकार निर्माता को उसकी रचना में किसी भी प्रकार की विकृति या संशोधन को प्रतिबंधित करने की अनुमति देते हैं, जो उसकी छवि को बाधित कर सकता है या आर्थिक अधिकारों के हस्तांतरण या कॉपीराइट संरक्षण कार्यकाल के अंत के बाद भी नैतिक रूप से गलत तरीके से उसकी रचना का प्रदर्शन कर सकता है।

उदाहरण के लिए: मान लीजिए यदि कॉपीराइट स्वामी पेंटिंग के अपने मूल निर्माण से जुड़े आर्थिक अधिकारों को बेचता है और यदि खरीदार पेंटिंग पर कोई अपमानजनक बयान लिखता है और प्रदर्शित करता है तो मूल निर्माता के पास खरीदार को ऐसा करने से रोकने का नैतिक अधिकार है।

कॉपीराइट केवल विचारों की अभिव्यक्ति के रूप की रक्षा करता है और अव्यक्त विचारों की रक्षा नहीं करता है। उदाहरण के लिए, प्रसिद्ध मिकी माउस चरित्र के स्वामित्व में कॉपीराइट। लेकिन इसमें केवल उस विशेष कार्टून चरित्र की विशिष्ट विशेषताओं को ही कॉपीराइट किया जाता है, न कि बात करने वाले चूहों या जानवरों से संबंधित कलात्मक कार्यों को बनाने के सामान्य विचार को।

जिन वस्तुओं का कॉपीराइट नहीं किया जा सकता है वे हैं:

- क) अव्यक्त विचार, अवधारणाएं, खोजें
- ख) शीर्षक, लघु वाक्यांश, नाम या नारे
- ग) किसी भी प्रकार का तात्कालिक भाषण या नृत्य। वे कार्य जो मूर्त रूप में स्थिर नहीं हैं अर्थात् जिनका दस्तावेजीकरण या अभिलेखन नहीं किया गया है
- घ) जानकारी जो आमतौर पर उपलब्ध होती है और जिसमें मौलिकता का अभाव होता है

2. उद्यम का निर्माण

कनिका गुप्ता

कार्यकारी सारांश

इस सत्र में विभिन्न प्रकार के संगठनात्मक ढांचे के बारे में विस्तार से बताया गया है। अपना व्यवसाय शुरू करने के लिए, पहला कदम "अपने सपनों की पहचान बनाना" है।

अतः इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए सत्र के दौरान निम्नलिखित बिन्दुओं पर विचार करने की आवश्यकता है:-

- पूरा करने के लिए बुनियादी आवश्यकताएं क्या हैं?
- भारत में विभिन्न प्रकार के संगठन कौन से हैं?
- अपनी धारणा के अनुसार कैसे चयन करें?
- उद्यम के गठन के लिए कहाँ जाना है?
- अन्य पंजीकरण कौन से हैं जो एंटरप्राइज के लिए आवश्यक हैं?

संपूर्ण अवधारणा को बेहतर ढंग से समझने के लिए इस विषय को चार खंडों में विभाजित किया गया है: -

- I. व्यापार के लिए बुनियादी सामग्री को समझना
- II. भारत में संगठन संरचनाओं के प्रकार
- III. अन्य कानूनी पंजीकरण-व्यवसाय शुरू करने के लिए
- IV. व्यावहारिक सत्र- आपके प्रश्न के साथ ऑनलाइन डेमो - हमारा समाधान

डिजिटल इंडिया अवधारणा के वर्तमान परिदृश्य में, कई सरकार अथवा विभागों ने पहले ही अपनी पंजीकरण प्रक्रिया को ऑनलाइन मोड के माध्यम से परिवर्तित कर दिया है, यहां तक कि कुछ अभी भी भौतिक मोड के आधार पर विशेष रूप से जिला / राज्य स्तर पर जारी हैं।

इस राइट-अप के अंतिम पृष्ठ में पंजीकरण की संबंधित वेबसाइटों के लिए नवीनतम जानकारी भी डाली गई है।

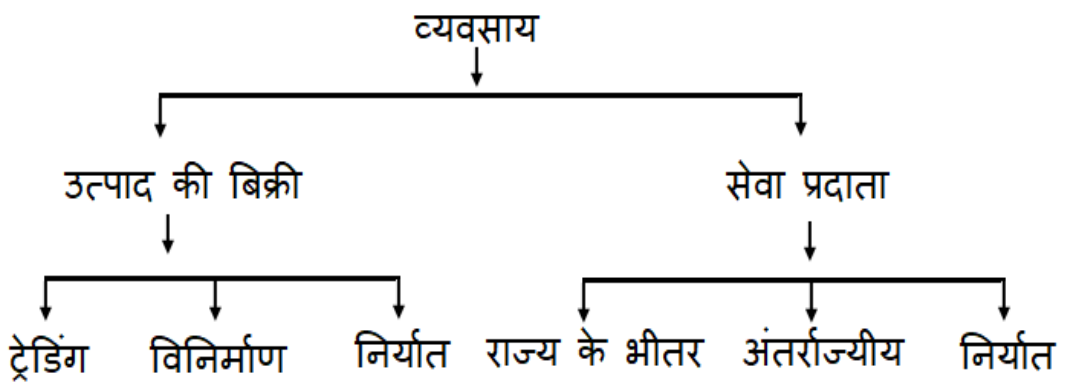
I. व्यवसाय के लिए बुनियादी सामग्री को समझना

"मैं एक दिन मनी से मिला मैंने कहा- तुम तो बस एक कागज के टुकड़े हो

मनी स्माइलड और कहा- हां, मैं सिर्फ एक कागज का टुकड़ा हूं, लेकिन मैंने अपने जीवन में कभी खुद को कूड़ेदान में नहीं देखा।"

यह है धन का महत्व, जिसे कभी नकारा नहीं जा सकता। जीवन के बेहतर उत्थान के लिए उचित तरीके से पैसा कमाना मुख्य उद्देश्य है। एक व्यक्ति को विभिन्न कारकों पर विश्लेषण करने की आवश्यकता होती है जैसे - जोखिम लेने की क्षमता / स्वयं के वित्तीय स्रोत / विशेष क्षेत्र में अनुभव आदि। जब कोई व्यक्ति व्यवसाय करने के लिए मानसिक रूप से तैयार हो जाता है, तो शुरू करने के लिए बुनियादी आवश्यकताओं की भूमिका तस्वीर में आती है, जो नीचे सचित्र हैं: -

- i. **उत्पाद/सेवा चयन:** व्यवसाय शुरू करने के लिए सबसे पहला कदम उत्पाद/सेवा के बारे में निर्णय लेना है।



- ii. **प्रस्तावित उद्यम के नाम का चयन:** उद्यम का नाम तय करते समय, विशिष्ट ट्रेडमार्क वर्ग (और कंपनी/एलएलपी के गठन के मामले में, कॉर्पोरेट मामलों के मंत्रालय, भारत सरकार के साथ जांच करने की आवश्यकता है) के साथ जांच करना आवश्यक है।
- iii. **उद्यम का स्थान और मुख्य व्यवसाय उद्देश्य:** अगला कदम प्रस्तावित उद्यम के पंजीकृत कार्यालय के पते पर निर्णय लेना है। व्हाइट/ग्रीन/ऑरेंज श्रेणी के उद्यमों जैसे विनिर्माण व्यवसाय के मामले में स्थान का चयन करते समय कुछ जांच बिंदु होते हैं। (आवश्यक सहायक दस्तावेज- चयनित स्थान पर नवीनतम उपयोगिता बिल/किराया अनुबंध या व्यवसाय के प्रस्तावित स्थान की रजिस्ट्री प्रति)

उद्यम की स्पष्ट व्यावसायिक वस्तुओं को अंतिम रूप देने के लिए कि क्या व्यापार / निर्माण / निर्यात-आयात आदि करना है। (नोट- उद्यम बनाने के लिए एक से अधिक व्यावसायिक वस्तुओं का चयन नहीं किया जाना चाहिए)

- iv. व्यवसाय में निवेश करने के लिए पूंजी राशि: स्वयं के धन की उपलब्धता के बारे में एक रफ विचार लिया जाना चाहिए जिसे उद्यम शुरू करने के लिए बीज पूंजी के रूप में व्यवसाय में पेश किया जा सकता है। पूंजी किसी भी प्रकार के व्यवसाय के लिए रक्त के समान है। हालांकि, अलग-अलग संगठन संरचनाओं के लिए- न्यूनतम पूंजी योगदान तदनुसार बदलता है। यह काफी हद तक अपने व्यवसाय के बारे में उद्यमी के दृष्टिकोण पर निर्भर करता है।

II. भारत में संगठन संरचनाओं के प्रकार

भारत में, उद्यम का गठन निम्नलिखित में से किसी भी संगठनात्मक इकाई में किया जा सकता है, जैसा कि नीचे बताया गया है:

- ✓ एकमात्र स्वामित्व / व्यक्तिगत
- ✓ साझेदारी फर्म
- ✓ कंपनी
- ✓ सीमित देयता भागीदारी

अन्य नॉट फॉर प्रॉफिट ऑर्गनाइजेशन सेट-अप्स:-

- ✓ एनजीओ ---- सोसाइटी/ को-ऑपरेटिव सोसाइटी/ ट्रस्ट/ सेक्शन 8 कंपनी
- ✓ व्यक्तियों का संघ
- ✓ व्यक्तियों का निकाय
- ✓ कृत्रिम न्यायिक पर्सन

भारत में आय अर्जित करने वाले आयकर अधिनियम के तहत "पर्सन" की परिभाषा के आधार पर व्यावसायिक संस्थाओं का उपरोक्त विभाजन किया गया है। उनके अलावा, भारत में कोई अन्य कानूनी व्यवसाय इकाई मौजूद नहीं है, आइए हम प्रत्येक व्यवसाय के गठन को विस्तार से समझें: -

1. **एकल स्वामित्व-** एकल स्वामित्व के रूप में उद्यम बनाने पर विचार करने के लिए निम्नलिखित मुख्य विशेषताएं हैं:-

क्रमांक	जांच-बिंदु	एकमात्र-स्वामित्व
1.	सरकारी अधिनियम	दुकान और स्थापना अधिनियम 1958
2.	पंजीकरण	अनिवार्य नहीं
3.	संबंधित विभाग	श्रम विभाग
4.	पंजीकरण का तरीका (ऑनलाइन/ऑफ़लाइन)	राज्य-वार
5.	अपेक्षित व्यक्तियों की संख्या	केवल 1
6.	न्यूनतम पूंजी अपेक्षित	निर्दिष्ट नहीं है
7.	आवश्यक दस्तावेज	केवाईसी, प्रस्तावित पते का नवीनतम उपयोगिता बिल/किराया समझौता या रजिस्ट्री कॉपी

2. **पार्टनरशिप फर्म-** पार्टनरशिप फर्म के रूप में एंटरप्राइज बनाने पर विचार करने के लिए निम्नलिखित मुख्य विशेषताएं हैं:-

क्रमांक	चेक-पॉइंट	पार्टनरशिप फर्म
1.	सरकारी अधिनियम	इंडियन पार्टनरशिप एक्ट 1932
2.	पंजीकरण	अनिवार्य नहीं
3.	संबंधित विभाग	संबंधित राज्य के फर्मों के रजिस्ट्रार
4.	पंजीकरण का तरीका (ऑनलाइन/ऑफ़लाइन)	राज्य-वार
5.	अपेक्षित व्यक्तियों की संख्या	न्यूनतम 2 - अधिकतम 20
6.	न्यूनतम पूंजी अपेक्षित	निर्दिष्ट नहीं है
7.	अपेक्षित सूचनाएं	भागीदारों के बीच पी एंड एल अनुपात / पंजीकरण प्रक्रिया के लिए प्रत्येक भागीदार / अधिकृत भागीदार द्वारा पूंजी योगदान
8.	आवश्यक दस्तावेज	पार्टनरशिप डीड/केवाईसी का मसौदा, प्रस्तावित पते का नवीनतम उपयोगिता बिल/किराया समझौता या रजिस्ट्री कॉपी

3. **कंपनी-** कंपनी के रूप में उद्यम बनाने पर विचार करने के लिए निम्नलिखित मुख्य विशेषताएं हैं:-

क्रमांक	चेक-पॉइंट	कंपनी
1.	सरकारी अधिनियम	भारतीय कंपनी अधिनियम 2013

2.	पंजीकरण	100% अनिवार्य
3.	संबंधित विभाग	संबंधित राज्य की कंपनियों के रजिस्ट्रार
4.	पंजीकरण का तरीका (ऑनलाइन/ऑफलाइन)	www.mca.gov.in
5.	कंपनी का प्रकार	<ul style="list-style-type: none"> ✓ एक व्यक्ति कंपनी ✓ प्राइवेट लिमिटेड ✓ पब्लिक लिमिटेड
6.	अपेक्षित व्यक्तियों की संख्या	<p>ओपीसी के लिए-</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ न्यूनतम- 1 केवल ✓ अधिकतम.- लागू नहीं <p>प्राइवेट लिमिटेड के लिए-</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ न्यूनतम- 2 ✓ अधिकतम- 200 <p>पब्लिक लिमिटेड के लिए-</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ न्यूनतम- 7 ✓ अधिकतम- कोई सीमा नहीं
7.	निदेशकों की संख्या अपेक्षित	<p>ओपीसी के लिए-</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ न्यूनतम- 1 केवल ✓ अधिकतम.- 15 <p>प्राइवेट लिमिटेड के लिए-</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ न्यूनतम- 2 ✓ अधिकतम- 15 <p>पब्लिक लिमिटेड के लिए-</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ न्यूनतम- 3 ✓ अधिकतम- 15
8.	न्यूनतम पूंजी अपेक्षित	ओपीसी और प्राइवेट कंपनी के लिए निर्दिष्ट नहीं है। सार्वजनिक कंपनी के मामले में 5,00,000/- रुपये।
9.	अपेक्षित सूचनाएं	पंजीकरण प्रक्रिया के लिए प्रत्येक शेयरधारक द्वारा रखे जाने वाले शेयरों की संख्या / कंपनी का प्रस्तावित नाम / कंपनी की वस्तुएं / न्यूनतम अधिकृत पूंजी / अधिकृत भागीदार
10.	आवश्यक दस्तावेज	एमओए और एओए / केवाईसी का मसौदा, प्रस्तावित पते का नवीनतम उपयोगिता बिल / किराया समझौता या रजिस्ट्री प्रति / प्रस्तावित निदेशकों का नवीनतम उपयोगिता बिल और इसी तरह के अन्य दस्तावेज

4. सीमित देयता भागीदारी- एलएलपी के रूप में एक उद्यम बनाने पर विचार करने के लिए निम्नलिखित मुख्य विशेषताएं हैं:-

क्रमांक	चेक-पॉइंट	सीमित देयता भागीदारी
1.	सरकारी अधिनियम	सीमित देयता भागीदारी अधिनियम 2008
2.	पंजीकरण	100% अनिवार्य
3.	संबंधित विभाग	संबंधित राज्य की कंपनियों के रजिस्ट्रार
4.	पंजीकरण का तरीका (ऑनलाइन/ऑफलाइन)	www.mca.gov.in
5.	अपेक्षित व्यक्तियों की संख्या	न्यूनतम: 2 - अधिकतम: कोई सीमा नहीं
6.	न्यूनतम पूंजी अपेक्षित	निर्दिष्ट नहीं है
7.	अपेक्षित सूचनाएं	एलएलपी की पंजीकरण प्रक्रिया/उद्देश्यों के लिए नामित भागीदारों/प्रत्येक भागीदार/प्राधिकृत भागीदार द्वारा पूंजी योगदान के बीच पी एंड एल अनुपात
8.	आवश्यक दस्तावेज	एलएलपी समझौते/केवाईसी का मसौदा, प्रस्तावित पते का नवीनतम उपयोगिता बिल/किराया समझौता या रजिस्ट्री प्रति

III. अन्य कानूनी पंजीकरण-व्यवसाय शुरू करने के लिए

उद्यम के गठन की प्रक्रिया को पूरा करने के बाद, भारत में व्यवसाय शुरू करने के लिए अन्य संबंधित विभागों के साथ कुछ अनिवार्य / अनुशंसित पंजीकरण हैं, जिन्हें नीचे संक्षेप में प्रस्तुत किया गया है: -

1. कर प्राधिकरणों के साथ पंजीकरण-

✓ आयकर विभाग-

व्यवसाय के किसी भी गठन में, संबंधित विभाग से पैन कार्ड प्राप्त करना आवश्यक है। इसे ऑनलाइन मोड के माध्यम से सीधे आयकर वेबसाइट के माध्यम से आसानी से लागू किया जा सकता है।

✓ वस्तु एवं सेवा कर विभाग-

1 जुलाई, 2017 से- नीचे उल्लिखित निर्दिष्ट सीमा के अधीन व्यापार करने के लिए जीएसटी पंजीकरण आवश्यक है: -

- माल या सेवाओं की अंतर्राज्यीय आपूर्ति के लिए
- प्रत्येक व्यवसाय के लिए - जहां माल की आपूर्ति का कारोबार राशि 40 लाख रुपये से अधिक है। / सेवाओं की आपूर्ति राशि 20 लाख रुपये से अधिक है।

2. संबंधित व्यापार मंत्रालय से पंजीकरण/लाइसेंस प्राप्त करना-

सरकार में लगभग 51 मंत्रालय हैं। भारत का तंत्र, जो विशेष रूप से एक विशेष खंड से संबंधित है, (उदाहरण के लिए: आयुष मंत्रालय विशेष रूप से चिकित्सा क्षेत्र से संबंधित है, इस्पात मंत्रालय विशेष रूप से इस्पात उद्योग के साथ-साथ खाद्य प्रसंस्करण उद्योग मंत्रालय विशेष रूप से खाद्य और संबंधित सामान खंड से संबंधित है) .

विशिष्ट व्यवसाय के अनुसार, संबंधित कानूनों के अनुसार कुछ विशिष्ट आवश्यकताएं हो सकती हैं, जिन्हें संबंधित मंत्रालय की वेबसाइट से आसानी से देखा जा सकता है।

उदाहरण के लिए- एक खाद्य रेस्तरां व्यवसाय शुरू करने के लिए- FSSAI अनिवार्य है। विशेष रूप से, यदि शराब भी परोसी जाती है- बार और शराब लाइसेंस अनिवार्य है। सरकार में लगभग 51 मंत्रालय हैं। भारत का तंत्र, जो विशेष रूप से एक विशेष खंड से संबंधित है, (उदाहरण के लिए: आयुष मंत्रालय विशेष रूप से चिकित्सा क्षेत्र से संबंधित है, इस्पात मंत्रालय विशेष रूप से इस्पात उद्योग के लिये और इसी तरह से खाद्य प्रसंस्करण उद्योग मंत्रालय विशेष रूप से खाद्य और संबंधित सामान खंड से संबंधित है) .

विशिष्ट व्यवसाय के अनुसार, संबंधित कानूनों के अनुसार कुछ विशिष्ट आवश्यकताएं हो सकती हैं, जिन्हें संबंधित मंत्रालय की वेबसाइट से आसानी से देखा जा सकता है।

उदाहरण के लिए- एक खाद्य रेस्तरां व्यवसाय शुरू करने के लिए- एफ.एस.एस.ए.आई. अनिवार्य है। विशेष रूप से, यदि शराब भी परोसी जाती है, तो- बार और शराब लाइसेंस अनिवार्य है।

3. मूल्यवर्धन के लिए एमएसएमई पंजीकरण (उद्यम पंजीकरण) प्राप्त करना-

इसे लेना अनिवार्य नहीं है, लेकिन व्यवसाय करने में आसानी (जैसे बैंकों और वित्तीय संस्थानों/उत्पाद, विपणन, तकनीकी सहायता/सब्सिडी वाले व्यावसायिक अवसरों आदि से वित्त वरीयता) के लिए एमएसएमई इकाई के रूप में पंजीकृत होने के लिए अत्यधिक अनुशंसा की जाती है, आप जिस भी व्यवसाय (मैनुफैक्चरिंग एंड सर्विस एंटरप्राइजेज ओनली) में हैं। विशिष्ट मानदंड-

सूक्ष्म	लघु	मध्यम
1 करोड़ तक का निवेश	10 करोड़ तक का निवेश	50 करोड़ तक का निवेश
5 करोड़ तक का कारोबार	50 करोड़ तक का कारोबार	250 करोड़ तक का कारोबार

4. अंतर्राष्ट्रीय व्यापार के लिए आईईसी कोड प्राप्त करना-

यदि पूरे भारत में व्यवसाय शुरू करने का प्रस्ताव है, तो वाणिज्य और उद्योग मंत्रालय के तहत व्यापार के महानिदेशक से आईईसी कोड (आयात-निर्यात कोड) प्राप्त करना अनिवार्य है। यह आयात और निर्यात लेनदेन के लिए प्रवेश द्वार है, जिसे ऑनलाइन मोड के माध्यम से लागू किया जा सकता है।

पंजीकरण के लिए महत्वपूर्ण वेबसाइट लिंक

प्रकार	लिंक
नाम के ट्रेडमार्क खोज के लिए	https://ipindiaonline.gov.in/tmrpublicsearch/frmmain.aspx
कंपनी पंजीकरण के लिए	http://www.mca.gov.in/
एलएलपी पंजीकरण के लिए	http://www.mca.gov.in/
पैन कार्ड आवेदन के लिए	https://tin.tin.nsdl.com/pan/index.html https://www.pan.utiitsl.com/PAN/index
खाद्य लाइसेंस के लिए	https://foodlicensing.fssai.gov.in/index.aspx
एमएसएमई पंजीकरण के लिए	https://udyamregistration.gov.in/Government-India/Ministry-MSME-registration.htm
आईईसी कोड के लिए	https://www.dgft.gov.in/CP/

IV. व्यावहारिक सत्र- आपके प्रश्न के साथ ऑनलाइन डेमो - हमारा समाधान

आइए उद्यम बनाएं... अपने सपनों के साथ उड़ान भरें...

3. नया उत्पाद विकास

अमन दुआ

नया उत्पाद विकास (एनपीडी)

नए उत्पाद को बाजार में लाना आज के प्रतिस्पर्धी माहौल में महत्वपूर्ण है क्योंकि बाजार नेतृत्व, स्वस्थ बाजार हिस्सेदारी और निरंतर विकास सभी नए उत्पाद और सेवाओं को विकसित करने और लॉन्च करने की प्रक्रिया के माध्यम से सक्षम हैं।

वस्तुएँ या सेवाएँ किसी भी फर्म के अस्तित्व का कारण होती हैं। जैसे-जैसे समाज बार-बार बदलता है, एक फर्म/संगठन के अस्तित्व में रहने के लिए नए उत्पाद का निरंतर परिचय आवश्यक है।

उदाहरण: एक दवा फर्म एक नई दवा के लिए नियामक अनुमोदन प्राप्त करने से पहले 12 से 15 साल का निवेश करती है।

उत्पाद के विकास की कला में महारत हासिल करने वाले ऑपरेशन मैनेजर/टीम को उत्पाद डेवलपर कहा जाता है। उत्पादों की विविधता या प्रकार आजकल व्यापक हैं। उदाहरण के लिए बाजार में उपलब्ध पेयजल की किस्में निम्नलिखित हैं:

1. हिमनद जल
2. वसंत का पानी
3. ज्वालामुखी जल
4. वसंत जल
5. मिनरल वाटर
6. जगमगाता पानी
7. विदेशी पानी

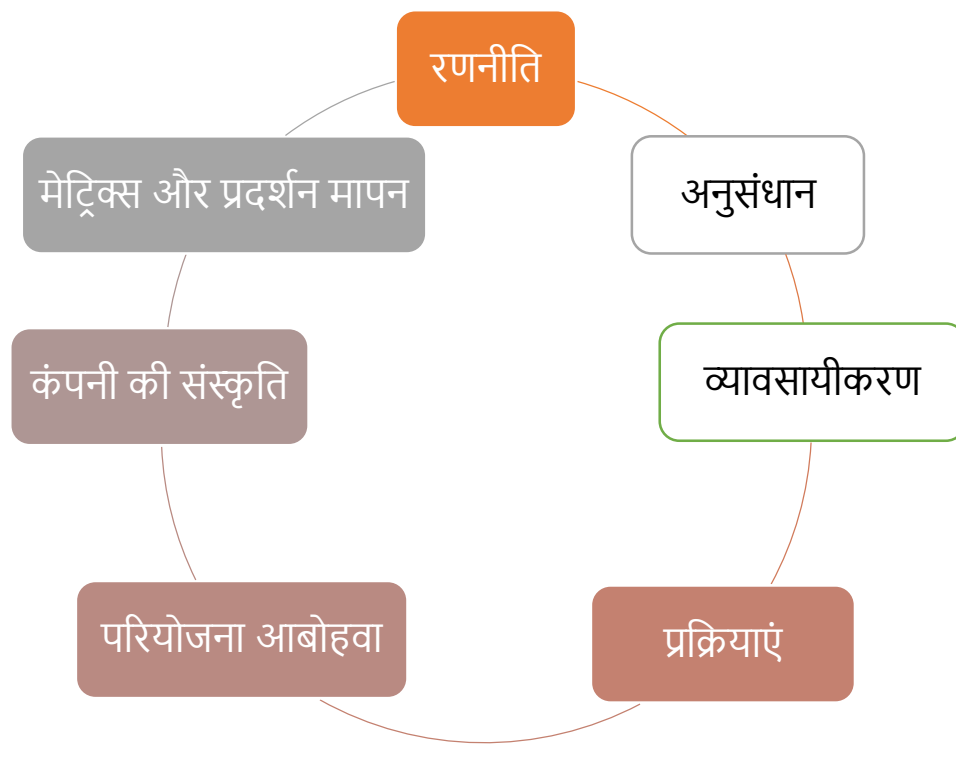
यह ऑटोमोबाइल या उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक्स जैसे परिपक्व व्यवसाय या ई-पोर्टल जैसे गतिशील खंड हो सकते हैं। नया उत्पाद विकास सर्वश्रेष्ठ लोगों या व्यक्ति को नए लोगों की भर्ती करने और नए विचारों का स्वागत और विकास और उन्हें भुनाने की कंपनी की क्षमता बढ़ाने के लिए प्रेरित करता है।

यह क्या है?

यह नए उत्पाद को बाजार में लाने का एक तरीका है। यह मौजूदा बाजार में नए उत्पादों, नवाचार और संशोधन के लिए लागू है। नए उत्पाद विकास के सात चरण हैं:

1. संकल्पना
2. व्यवहार्यता अध्ययन और डिजाइन
3. डिजाइन और विकास
4. गवाही देना और सत्यापन करना
5. मान्यकरण
6. उत्पादन
7. संशोधन

कई विकास प्रक्रियाओं की तरह, एनपीडी के भी विभिन्न पहलू हैं। नए उत्पाद विकास के आम तौर पर स्वीकृत सात आयाम हैं:



ये आयाम काफी व्यापक हैं और इसमें विभिन्न प्रकार के तत्व शामिल हैं। उनमें से प्रत्येक के लिए किसी संगठन की संस्कृति में इन्हें शामिल करने के लिए कुछ प्रथाओं की आवश्यकता होती है। इसलिए नए उत्पाद विकास (एनपीडी) व्यवसायी एनपीडी प्रथाओं को बेंचमार्क करने के इच्छुक हैं क्योंकि एक अभ्यास की पहचान करना, चाहे वह तकनीक, विधि, प्रक्रिया या गतिविधि हो, जो एक नए उत्पाद को अधिक कुशलता से और/या प्रभावी ढंग से वितरित करने में सक्षम है, उत्पाद और कंपनी दोनों के लिए जीवन शक्ति के संदर्भ में सफलता और विफलता के बीच अंतर को समझा सकता है।

प्रत्येक आयाम के लिए सर्वोत्तम अभ्यास निम्नलिखित तालिकाओं में लिखे गए हैं:

रणनीति के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

क्रमांक	सर्वोत्तम अभ्यास
1	स्पष्ट रूप से परिभाषित और कंपनी-दृश्यमान एनपीडी लक्ष्य
2	कंपनी एनपीडी को दीर्घकालिक रणनीति के रूप में देखती है
3	मिशन और रणनीतिक योजना नए अवसरों के लिए रणनीतिक क्षेत्रों को परिभाषित करने में मदद करती है
4	एनपीडी लक्ष्य स्पष्ट रूप से कंपनी मिशन और रणनीतिक योजना के साथ संरेखित हैं
5	एनपीडी परियोजनाओं और कार्यक्रमों की नियमित आधार पर समीक्षा की जाती है
6	अवसर की पहचान जारी है और इसे पुनर्निर्देशित किया जा सकता है
7	बाजार की ताकतों और नई तकनीकों का जवाब देने के लिए वास्तविक समय में रणनीतिक योजना
8	परियोजनाओं की रैंकिंग या प्राथमिकता है
9	परियोजनाओं और उपलब्ध संसाधनों की संख्या को संतुलित करने के लिए गहन विचार किया जाता है

अनुसंधान के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

क्रमांक	सर्वोत्तम अभ्यास
1	अवधारणा, उत्पाद और बाजार परीक्षण लगातार किए जाते हैं और जो सभी एनपीडी परियोजनाओं के साथ अपेक्षित होते हैं
2	ग्राहक/उपयोगकर्ता एनपीडी प्रक्रिया का एक अभिन्न अंग है
3	परीक्षण के परिणाम) अवधारणा, उत्पाद, बाजार (का औपचारिक मूल्यांकन किया जाता है

व्यावसायीकरण के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

क्रमांक	सर्वोत्तम अभ्यास
1	लॉन्च टीम प्रकृति में क्रॉस-फ़ंक्शनल है
2	क्रॉस-फ़ंक्शनल टीमों विनिर्माण, रसद, विपणन और बिक्री से संबंधित निर्णय लेती हैं
3	नया उत्पाद लॉन्च होने के बाद एक प्रोजेक्ट पोस्टमॉर्टम मीटिंग आयोजित की जाती है

4	नए उत्पाद लॉन्च पर लॉजिस्टिक्स और मार्केटिंग मिलकर काम करते हैं
5	ग्राहक सेवा और सहायता लॉन्च टीम का हिस्सा हैं
6	लॉन्च की योजना बनाने के लिए एक मानक प्रोटोकॉल कंपनी के भीतर मौजूद है

प्रक्रियाओं के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

क्रमांक	सर्वोत्तम अभ्यास
1	एक सामान्य एनपीडी प्रक्रिया कंपनी समूहों में कटौती करती है
2	प्रत्येक समीक्षा द्वार के लिए गो/नो-गो मानदंड स्पष्ट और पूर्व-निर्धारित हैं
3	एनपीडी प्रक्रिया 'अलग-अलग परियोजनाओं की जरूरतों, आकार और जोखिम को पूरा करने के लिए लचीला और अनुकूलनीय है'
4	एनपीडी प्रक्रिया दिखाई देती है और अच्छी तरह से प्रलेखित होती है
5	सभी एनपीडी कर्मियों के लिए उपयुक्त हार्डवेयर, सॉफ्टवेयर और तकनीकी सहायता के साथ एक आईटी अवसंरचना उपलब्ध है
6	एक स्पष्ट एनपीडी प्रक्रिया मौजूद है

परियोजना जलवायु के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

क्रमांक	सर्वोत्तम अभ्यास
1	प्रत्येक प्रोजेक्ट में एक कोर क्रॉस-फ़ंक्शनल टीम होती है जो प्रोजेक्ट पर शुरू से अंत तक बनी रहती है
2	प्रत्येक प्रोजेक्ट में स्पष्ट रूप से पहचाने जाने योग्य प्रोजेक्ट लीडर होता है
3	कार्यात्मक क्षेत्रों के बीच एनपीडी गतिविधियों को औपचारिक और अनौपचारिक संचार के माध्यम से समन्वित किया जाता है

कंपनी संस्कृति के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

क्रमांक	सर्वोत्तम अभ्यास
1	शीर्ष प्रबंधन एनपीडी प्रक्रिया का समर्थन करता है
2	कंपनी नए समाधान विकसित करने के लिए ग्राहकों के साथ सक्रिय रूप से काम करती है

प्रदर्शन मापन के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

क्रमांक	सर्वोत्तम अभ्यास
1	एनपीडी परियोजनाओं के मूल्यांकन के लिए कोई मानक मानदंड मौजूद नहीं है

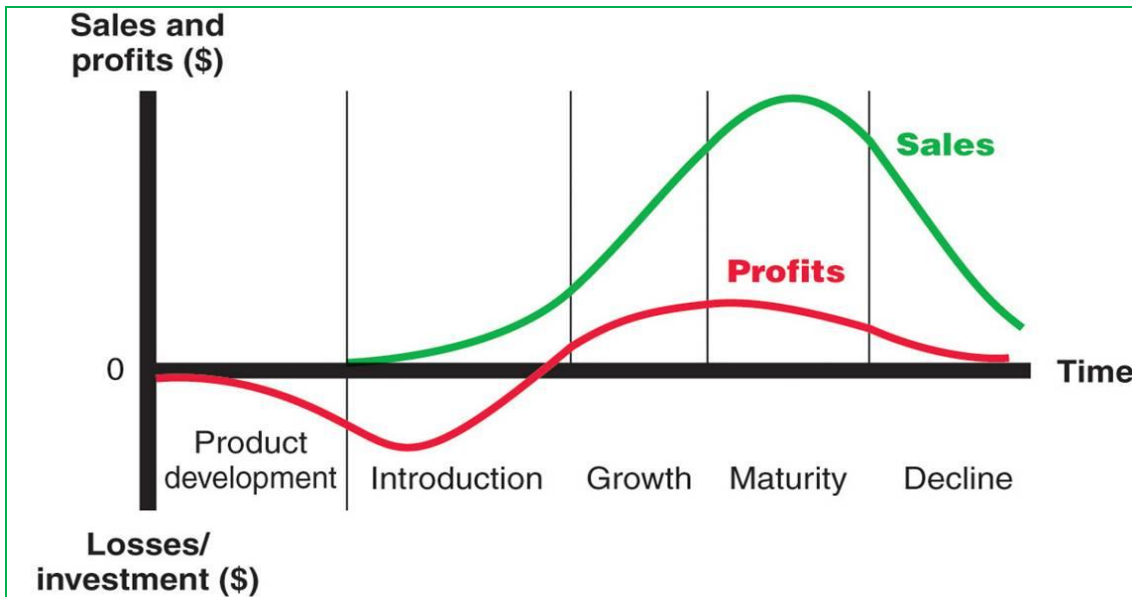
2	समग्र एनपीडी प्रयास के मूल्यांकन के लिए कोई मानक मानदंड मौजूद नहीं है
3	एक व्यक्ति सभी एनपीडी परियोजना मूल्यांकन करता है
4	परियोजनाओं को कभी नहीं मारा जाता है

उत्पाद जीवन-चक्र और डेटा प्रबंधन

उत्पाद पैदा होते हैं। वे जीते हैं और वे मर जाते हैं। उत्पाद जीवन चक्र के चरण इस प्रकार हैं:

1. **परिचयात्मक चरण:** उत्पाद को अभी भी बाजार के लिए ठीक किया जा रहा है क्योंकि उनकी उत्पादन तकनीकें हैं। अनुसंधान उत्पाद विकास, प्रक्रिया संशोधन वृद्धि और आपूर्तिकर्ता विकास के लिए सामान्य व्यय हैं।
2. **विकास चरण:** इस चरण में उत्पाद स्थिर होता है और क्षमता की आवश्यकता का प्रभावी पूर्वानुमान आवश्यक होता है। क्षमता जोड़ने की भी आवश्यकता हो सकती है।
3. **परिपक्वता चरण:** इस चरण में प्रतिस्पर्धियों को स्थापित किया जाता है। नवाचार और उच्च मात्रा की जरूरत है। विकल्पों में कमी और उत्पाद लाइन को कम करना प्रभावी या आवश्यक हो सकता है
4. **गिरावट का चरण:** उत्पाद को समाप्त करना आवश्यक है। जब तक कि मरने वाला उत्पाद फर्म की प्रतिष्ठा उत्पाद लाइन में कुछ अनूठा योगदान नहीं देता।

चित्र 1: उत्पाद का जीवन चक्र। स्रोत: चेस और अग्रवाल, 2018



उत्पाद डेटा प्रबंधन: उत्पाद डेटा प्रबंधन (पीडीएम) एक संगठन के भीतर डेटा एकत्र करने, व्यवस्थित करने, संग्रहीत करने और साझा करने की प्रक्रिया है। आपने यह भी सुना होगा कि यह उत्पाद जीवनचक्र प्रबंधन (पीएलएम) की छत्रछाया में आता है और इसे कभी-कभी सॉफ्टवेयर इंजीनियरिंग में संस्करण नियंत्रण के रूप में संदर्भित किया जाता है। एक डेटा उत्पाद प्रबंधक एक उत्पाद प्रबंधक की तरह होता है, लेकिन जो उत्पाद डेटा प्रबंधन पर अधिक ध्यान केंद्रित करता है।

यह एक ज्ञान प्रबंधन अभिविन्यास है। किसी उत्पाद को विकसित करने के लिए कई दिमाग और हितधारकों की आवश्यकता होती है। यह मूल रूप से एक ज्ञान प्रबंधन तकनीकों का सॉफ्टवेयर संस्करण है। परियोजना प्रबंधकों, इंजीनियरों, बिक्री लोगों, खरीदारों और गुणवत्ता आश्वासन टीमों को पीडीएम सिस्टम के ज्ञान प्रबंधन और रिपोर्टिंग क्षमताओं से लाभ होता है। वे कंपनियों को इसकी अनुमति देते हैं:

1. सही डेटा तेजी से खोजने में
2. उपयोगिता में सुधार और चक्र के समय को कम करने में
3. विकास त्रुटियों और लागतों को कम करने में
4. मूल्य श्रृंखला ऑर्केस्ट्रेशन में सुधार और दृश्यता में सुधार करने में
5. व्यवसाय और नियामक आवश्यकताओं को पूरा करने में
6. परिचालन संसाधनों का अनुकूलन करने में
7. विश्व स्तर पर सहयोग को सुगम बनाने में



योगदानकर्ता
डॉ. संजय भयाना
डॉ. विमल पंत
डॉ अनुपमा पंघाल
डॉ सपना
डॉ. आर. प्रशांत कुमार
डॉ सारिका यादव
डॉ अमन दुआ
डॉ हरि शंकर श्याम
सुश्री कनिका गुप्ता
सुश्री याशी श्रीवास्तव

*श्री सुनील कुमार द्वारा स्वरूपण और डिजाइनिंग

खाद्य व्यवसाय प्रबंधन और उद्यमिता विकास विभाग

फोन: +91 130 228 1251

ईमेल: fbmed.niftem@gmail.com