

पीएमएफएमई
के अंतर्गत
मास्टर प्रशिक्षकों
के लिये
ईडीपी प्रशिक्षण कार्यक्रम
(पाठ्य सामग्री, भाग-1)



**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. व्यापार अवसर पहचान..... | 1 |
| 2. उद्यमशीलता उद्यम: व्यवहार्यता और व्यवसाय मॉडल..... | 7 |
| 3. उद्यमियों के लिए बौद्धिक संपदा अधिकार (आईपीआर) | 13 |
| 4. उद्यम का निर्माण..... | 21 |
| 5. नया उत्पाद विकास..... | 30 |
| 6. मार्केटिंग और ब्रांडिंग | Error! Bookmark not defined. |
| 7. वित्तीय विवरणों को समझना..... | Error! Bookmark not defined. |
| 8. डीपीआर और बैंक क्रेडिट..... | Error! Bookmark not defined. |
| 9. कानूनी पहलू और उनका अनुपालन..... | Error! Bookmark not defined. |
| 10. एमएसएमई के लिए डिजिटल मार्केटिंग | Error! Bookmark not defined. |
| 11. स्वच्छता और एफएसएसएआई मानक..... | Error! Bookmark not defined. |

1. व्यापार अवसर पहचान डॉ सारिका यादव

आप सही व्यावसायिक अवसर की पहचान कैसे करते हैं?

उद्यमी हमेशा बदलाव की खोज करता है, उसके अनुसार कार्य करता है और अवसर के रूप में उसका फायदा उठाता है।

-पीटर ड्रुकर

अवसर की पहचान को उद्यमियों की एक अनिवार्य क्षमता के रूप में पहचाना गया है और यह उद्यमिता के अध्ययन का एक महत्वपूर्ण तत्व बन गया है (रे 2003)

सही अवसर का चुनाव कैसे करें?

- अपने व्यवसाय और व्यक्तिगत लक्ष्य की पहचान करें।
- अपने पसंदीदा उद्योग पर शोध करें।
- आशाजनक उद्योग खंड की पहचान करें।
- समस्या क्षेत्रों और समाधान की पहचान करें।
- बाजार में अपने उद्देश्यों और अवसरों के साथ संभावित समाधानों की तुलना करें।
- सबसे आशाजनक अवसरों पर ध्यान दें।

सबसे अच्छा तरीका है:

- वहां जाएं जहां समस्याएं हैं
- लोगों के पास जाओ
- उनके साथ रहें
- उनकी बात सुनो
- उनसे सीखो
- मौजूदा समाधान क्या हैं?
- प्रतिस्पर्धियों का अध्ययन करें

अपने ग्राहक के साथ रहते हुए समझने की कोशिश करें

| ग्राहक | आपका प्रस्ताव क्या है |
|--------|-----------------------|
| काम | उत्पाद और सेवाएं |
| दर्द | दर्द निवारक |

लाभ

लाभनिर्माता

उद्यमी अपने उत्पादों या परियोजनाओं का चयन निम्न के आधार पर करते हैं:

- उस व्यवसाय क्षेत्र में उनका अपना अनुभव
- सरकार की प्रचार योजनाएं
- उत्पादक सामग्री की उपलब्धता
- चल रहे व्यवसाय की विविधीकरण योजना या
- लघु उद्योग आदि के लिए आरक्षित उत्पाद।

उद्यमी अवसरों की व्यवहार्यता की पहचान करने के लिए किसी विचार का मूल्यांकन कैसे करें:

टिममन्स और अन्य (1987) ने एक अध्ययन में बेहतर अवसरों के चार मुख्य स्तम्भ देखे:

- व्यवहारिक विचार उपभोक्ता के लिए अति महत्वपूर्ण है
- यह एक महत्वपूर्ण समस्या का समाधान करता है और ग्राहकों की अधूरी जरूरत या जरूरतों को पूरा करता है
- इस विचार में एक मजबूत बाजार और पैसा बनाने की क्षमता है
- यह संगठन के संस्थापकों और प्रबंधन टीम के साथ, और बाज़ार में, और जोखिम और प्रतिफल संतुलन के साथ अच्छी तरह से फिट है।

अवसर की पहचान/मान्यता प्रक्रिया:

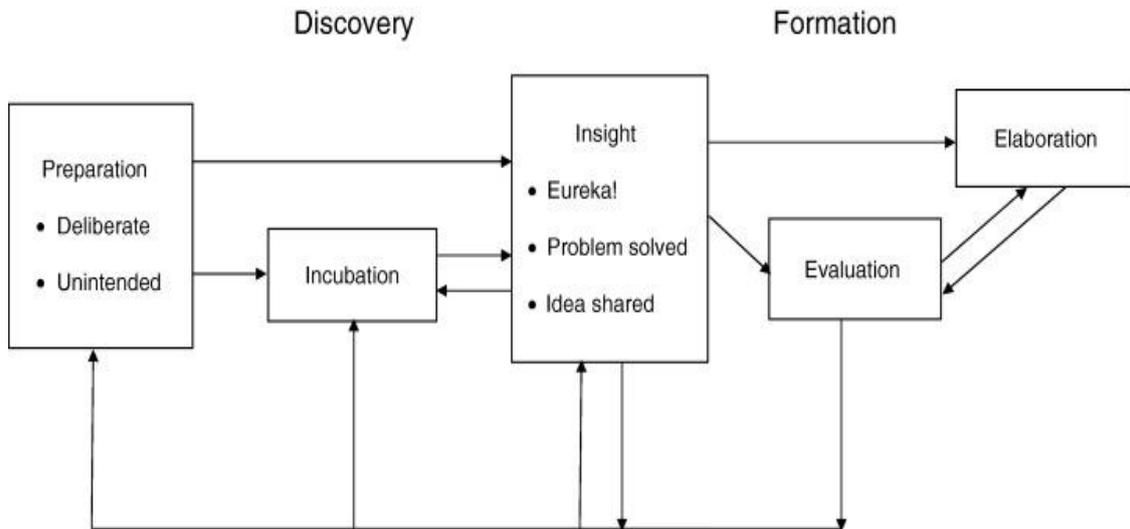
1. **तैयारी** : तैयारी पहला चरण है जहां उद्यमी पिछले अनुभवों को अवसर पहचान प्रक्रिया में लाते हैं। साहित्य के अनुसार 50से 90प्रतिशत स्टार्ट के व्यक्ति किसी विचार अप-बायग्रेव) हैं। निकलते से अनुभव कार्य पिछले, 1997 और वेस्पर, (1980
2. **ऊष्मायन** : इस पर विभिन्न विचार उभर सकते हैं। इस प्रक्रिया में एक उद्यमी किसी विचार या समस्या पर विचार कर रहा होता है। उद्यमी अपरंपरागत शैली के माध्यम से विभिन्न विकल्पों और संभावनाओं पर विचार करते हैं। वे समाधान के तरीके खोजने के लिए अपने अंतर्ज्ञान पर भरोसा करते हैं।

3. **अंतर्दृष्टि** : अंतर्दृष्टि या उत्तर पर बिंदु इस है। करता संदर्भित को क्षण "यूरेका" से रूप स्वतःस्फूर्त या अचानक समाधान आपके मन में उभरता है। इस स्तर पर समस्या हल हो जाती है या विचार उपलब्ध हो जाता है।

इस प्रक्रिया में तीन अलग-अलग प्रकार की अंतर्दृष्टियां हो सकती हैं:

- i. व्यावसायिक अवसर की सहज पहचान का अनुभव। पूर्व में शोधों से पता चलता है कि उद्यमियों को अक्सर तुरंत आश्चर्य होने का अनुभव होता है कि यह एक विचार काम करेगा (हिल्स), 1995)।
 - ii. द्वितीय, एक अवसर जब किसी व्यक्ति को समस्या को हल करने का विचार आता है।
 - iii. एक क्षण जब एक विचार आपके सोशल नेटवर्क के माध्यम से आपके लिए उपलब्ध हो जाता है। सामाजिक संपर्कों के व्यापक नेटवर्क वाले उद्यमी कम संपर्कों वाले उद्यमियों की तुलना में अधिक विचारों की पहचान करेंगे और अधिक अवसरों को पहचानेंगे (सिंह), 1998)।
4. **मूल्यांकन** की विचार में प्रक्रिया इस : साध्यता का मूल्यांकन करने के लिए व्यवहार्यता विश्लेषण किया जाता है। अवधारणा की व्यवहार्यता के लिए अंतर्दृष्टि का मूल्यांकन किया जाता है।
5. **विस्तार**: यह मानते हुए कि एक व्यावसायिक विचार व्यवहार्य है, उद्यमी उन विचारों के विवरण पर काम करना शुरू कर देता है। वे व्यवसाय योजना और उद्यम निर्माण प्रक्रिया शुरू कर सकते हैं। व्यावसायिक विचार को क्रियान्वित करने के लिए विभिन्न योजनाओं और कार्यक्रमों का निर्णय लिया जा सकता है।

चित्र .1 अवसर पहचान प्रक्रिया



*Based on Lumpkin, Hills, & Shrader, 2004; Hills, Shrader, & Lumpkin, 1999.

आवश्यकता की पहचान करने के लिए बुनियादी दृष्टिकोण:

पहला कदम ग्राहक विश्लेषण करना है। निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर के लिए उपभोक्ता सर्वेक्षण किया जा सकता है:

- मेरा ग्राहक कौन है?
- ग्राहक क्या खरीदना चाहता है?
- ग्राहक कब खरीदना चाहता है?
- ग्राहक किस कीमत का भुगतान करने को तैयार है?

दूसरा चरण प्रतियोगी विश्लेषण करना है। व्हाइट स्पेस (वह जगह है जहां नवाचार के अवसर पैदा करने के लिए अधूरी और स्पष्ट जरूरतों को उजागर किया जाता है) और अंतर के बिंदु को समझने के लिए उद्यमियों के लिए यह आवश्यक है। इससे उन बिंदुओं को समझने में मदद मिलेगी जहां कोई बाजार में मौजूदा खिलाड़ियों से अंतर कर सकता है।

अगला कदम उद्योग के भीतर प्रतिस्पर्धा के आकर्षण और तीव्रता को समझने के लिए उद्योग विश्लेषण करना है। इसके अलावा, हमें उस उद्योग को प्रभावित करने वाली नीतियों और विनियमों को देखने की जरूरत है।

एक बार जब हम इन कारकों का विश्लेषण और समझ लेते हैं, तो यह उस बाजार में सेवा या उत्पाद को तैयार करने का अवसर प्रदान करेगा।

सफल व्यवसाय आपके संभावित ग्राहकों की अनसुलझी समस्याओं के बारे में गहरी ग्राहक अंतर्दृष्टि पर निर्मित होते हैं, इसलिए अपने ग्राहक पर ध्यान केंद्रित करें, उस अंतर्दृष्टि को प्राप्त करें, समस्या का पता लगाएं और इसे हल करें। आपकी सफलता की संभावना कई गुना बढ़ जाएगी।

क्या करें और क्या न करें

- समाधान के लिए जल्दबाजी न करें
- अपनी धारणा को चुनौती दें
- बिजनेस मॉडल को छोटा करने की न सोचें
- अपने प्राथमिक परीणामों के साथ द्वितीयक डेटा की पुष्टि करें
- कोई विचार एक बुरा विचार नहीं है
- कोई व्यवसाय बुरा नहीं है
- समाधान से समस्या की तरफ नहीं बल्कि समस्या से समाधान की तरफ जाना है

सर्वोत्तम अवसर हमारे चारों ओर हैं, उन्हें पहचानना सीखें

नौकरी डॉट कॉम

श्री संजीव बिखचंदानी, नौकरी डॉट कॉम, एक जॉब पोर्टल के सीईओ और संस्थापक और साथ ही अशोक विश्वविद्यालय के सह-संस्थापक

दू बिग ब्रेक

जॉब पोर्टल शुरू करने का विचार उन्हें अपने कार्यालय में बैठकर आया। वह एक कंपनी में ब्रांड मैनेजर के तौर पर काम करता था। एक हॉल में 8-10 ब्रांड मैनेजर बैठते थे। यह एक खुला हॉल था ताकि वे देख सकें कि दूसरे क्या कर रहे हैं और सुन सकते हैं कि दूसरे फोन पर क्या कह रहे हैं। उन्होंने देखा कि हर बार बिजनेस इंडिया पत्रिका की एक कार्यालय प्रति आती और प्रसारित होती थी, हर कोई आम तौर पर व्यापार पत्रिका को आगे-पीछे पढ़ता था

क्योंकि नौकरी के विज्ञापन अंतिम पृष्ठों पर दिखाई देते थे और इसमें प्रबंधकों के लिए 30-40 पृष्ठों की नियुक्ति की जानकारी होती थी। वह इस निष्कर्ष पर पहुंचे कि:

1. पत्रिकाओं इत्यादि में दिये गये नौकरियों के विज्ञापन सूचना की बहुत अधिक रुचि वाली श्रेणी हैं।
2. अधिकांश नौकरियों का विज्ञापन नहीं होता है।

खंडित तरीके से वहां लाखों नौकरियां हैं। अगर कोई डेटाबेस बनाता है और इसे सार्वजनिक करता है, तो जादू होगा। उसने सोचा कि यदि वह एक सुलभ मंच पर नौकरी के विज्ञापन एकत्र कर सकता है, तो वह ग्राहकों को आकर्षित करने में सक्षम हो सकता है। अप्रैल 1997 में उन्होंने विभिन्न पत्रिकाओं से निकाले गए 1,000 विज्ञापनों के साथ नौकरी डॉट कॉम लॉन्च किया।

स्रोत: हाऊ टू आइडेंटिफाय ए बिजनेस ऑपरचुनिटि? संजीव बिखचंदानी, टी.ई.डी.एक्स एस.आर.सी.सी.

2. उद्यमशीलता उद्यम: व्यवहार्यता और व्यवसाय मॉडल डॉ सपना

आजकल, स्टार्टअप संस्कृति, नीतिगत हस्तक्षेप, प्रचार प्लेटफॉर्म आदि जैसे कई कारणों से उद्यमिता का क्षेत्र सभी के लिए आकर्षक है। इसके अलावा, यह कोविड -19 महामारी हमें उद्यमशीलता उद्यम के बारे में सोचने के लिए "आत्म-निर्भर" बनने का एहसास कराती है, जो आगे चलकर अभियान "आत्म निर्भर भारत" के लक्ष्य की पूर्ति की ओर जाता है। उद्यमीय प्रयास के बारे में सोचते समय, कुछ पहलुओं का ध्यान रखना चाहिए जिन्हें संक्षेप में नीचे समझाया गया है:

1. क्या है जो एक उद्यमी को उद्यमीय बनाता है?

जो व्यक्ति वास्तव में उद्यमी बनना चाहता है, उसे व्यवसाय शुरू करने और विकसित करने के लिए एक सही मानसिकता की आवश्यकता होती है। वैकल्पिक रूप से, व्यवसाय करते समय विचार प्रक्रिया मायने रखती है जो निम्न प्रकार की होती है:

प्रबंधकीय सोच: प्रबंधकीय सोच वाले लोगों ने आकस्मिक तर्क पर काम किया। उन्होंने दिए गए संसाधनों के भीतर सौंपे गए कार्य की उपलब्धि के लिए प्राथमिकता दी।

रणनीतिक सोच: रणनीतिक सोच वाले लोगों ने रचनात्मक आकस्मिक तर्क पर काम किया। रणनीतिक सोच वाले लोग पूर्व-निर्धारित लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए दिए गए संसाधनों के साथ-साथ अन्य संसाधन उत्पन्न करने के लिए नई चीजें लागू करते हैं। रणनीतिक सोच वाले लोग सीमित संसाधनों के साथ नए काम करते हैं।

उद्यमी सोच: उद्यमी सोच वाले लोगों ने प्रभावी तर्क पर काम किया। वे आमतौर पर दिए गए संसाधनों के सेट के साथ नई चीजों की कल्पना करते हैं।

इसके अलावा, मानसिकता के प्रकार का भी व्यवसाय के विकास पर प्रभाव पड़ता है। इच्छुक उद्यमी की निश्चित मानसिकता के बजाय विकासशील मानसिकता होनी चाहिए। इसलिए, उद्यम स्थापित करने के बारे में सोचते समय एक बार अपनी मानसिकता के बारे में अवश्य सोचना चाहिए।

What Kind of Mindset Do You Have?



I can learn anything I want to.
When I'm frustrated, I persevere.
I want to challenge myself.
When I fail, I learn.
Tell me I try hard.
If you succeed, I'm inspired.
My effort and attitude determine everything.



I'm either good at it, or I'm not.
When I'm frustrated, I give up.
I don't like to be challenged.
When I fail, I'm no good.
Tell me I'm smart.
If you succeed, I feel threatened.
My abilities determine everything.

Created by: Reid Wilson @wayfaringpath © 2015 Icon from: thenounproject.com

स्रोत: <https://www.astridbaumgardner.com> से लिया गया

2. संभाव्यता अध्ययन

आपके व्यावसायिक विचार की व्यवहार्यता का आकलन करने के लिए संभाव्यता अध्ययन आयोजित किया जाता है। यह खोजी प्रकृति है जहां व्यावसायिक विचारों के प्रति आलोचनात्मक रवैया अपनाया जाता है ताकि उन पहलुओं को देखा जा सके जहां अधिक ध्यान देने की आवश्यकता है। इसके अलावा, यह उद्यमियों को याद दिलाता है कि "मेरे प्रस्ताव में सब कुछ आश्चर्य है" के सिंड्रोम में न पड़ें। मूल रूप से, व्यावसायिक विचारों को बेचने की योजना बनाने से संभाव्यता अध्ययन किया जाता है।

2.1 उत्पाद / सेवा संभाव्यता

क) अवधारणा परीक्षण:

यह आपके उत्पाद / सेवाओं का एक पृष्ठीय विवरण है जिसे आप पेश करने जा रहे हैं। इसमें कंपनी, प्रमोटरों के बारे में संक्षिप्त विवरण शामिल हैं। इसके अलावा, इसमें लोगों की प्रतिक्रिया देखने के लिए निम्नलिखित पहलू शामिल हैं:

- उत्पाद विवरण सेवा /
- बाजार लक्ष्य

- iii. उस उत्पादलाभ के सेवा/
 - iv. कोई भी यूएसपी या विशेष या अनूठी विशेषता जिसे आप संबोधित करना चाहते हैं
 - v. प्रबंधन दल
- कॉन्सेप्ट स्टेटमेंट के माध्यम से, कोई व्यक्ति कुछ प्रश्न पूछकर जनता से प्रतिक्रिया या सुझाव मांग सकता है जैसे:
- i. क्या यह उत्पादहोगा लाभदायक या व्यवहार्य सेवा/?
 - ii. कृपया उन अच्छे बिंदुओं की सूची बनाएं जो आपको उत्पाद में बारे के सेवा/ आए। पसंद
 - iii. क्या आप इसमें सुधार करने या इसे बेहतर बनाने के लिए कृपया दो तीन-हैं सकते दे सुझाव?
 - iv. कोई अन्य इनपुट जो आप बनाना चाहते हैं.....

ख) खरीदारी अभिलाषा सर्वेक्षण:

ग्राहकों की खरीद सम्बन्धी प्रतिक्रियाओं को जानने के लिए सर्वेक्षण उपकरण का प्रयोग किया जाता है। यह एक छोटी प्रश्नावली है जिसे कुछ उपभोक्ताओं को उत्पाद खरीदने या न खरीदने के बारे में उनकी राय जानने के लिए परिचालित किया जाता है। सर्वेक्षण में उत्पाद या सेवा के संबंध में एक ठोस और संक्षिप्त विवरण शामिल होना चाहिए। सर्वेक्षण में कुछ इस तरह के प्रश्न शामिल होने चाहियें:

- i. आप ऐसे उत्पाद या सेवा के लिए कितना भुगतान करना चाहेंगे?
- ii. क्या आपको लगता है कि इस तरह के उत्पाद को बाजार स्वीकार करेगा?
- iii. आप ऐसे उत्पादों के लिए अनुमानित कीमत चुकाना चाहेंगे?
- iv. आप ऐसे उत्पादों को खोजने की उम्मीद कहां कर रहे हैं?

2.2 उद्योग / बाजार संभाव्यता:

माइकल पोर्टर का फाइव फोर्सेस मॉडल: यह विशेष उत्पाद/सेवा के प्रतिस्पर्धी माहौल का आकलन करने के लिए एक मॉडल है। यह मॉडल प्रतिस्पर्धा और लाभप्रदता की तीव्रता का आकलन करने में मदद करता है। फाइव फोर्सेस मॉडल के साथ-साथ त्रिओ एनालिसिस भी किया जा सकता है।



स्रोत: www.businessstoyou.com

त्रिओ विश्लेषण आंतरिक संसाधनों के लिए मूल्यांकन है जहां संसाधनों का मूल्यांकन मूल्यवान, दुर्लभ, अनुकरणीय इत्यादि के संदर्भ में किया जाता है।

मिसाल के तौर पर:

आकर्षक उद्योग:

- बड़ी प्रवेश बाधाएं
- आपूर्तिकर्ताओं की कमजोर सौदेबाजी शक्ति
- कम प्रतिस्पर्धा
- कम विकल्प उपलब्ध होना

2.3 वित्तीय संभाव्यता

व्यवसाय के लाभप्रद पहलू का आकलन करने के लिए, वित्तीय संभाव्यता की जाँच की जाती है। उद्यम शुरू करने के लिए कितने धन की आवश्यकता है, वित्त के स्रोत क्या होंगे, व्यवसाय चलाने के लिए कितनी नकदी की आवश्यकता है, सभी लागत संचालक और राजस्व केंद्र क्या हैं, निवेश पर वापसी- आवश्यक और अनुमानित दोनों आदि। संभाव्यता अध्ययन के दौरान इन सभी पहलुओं पर विचार किया जाना आवश्यक है।

2.4 संगठनात्मक व्यवहार्यता:

क) प्रबंधन कौशल:

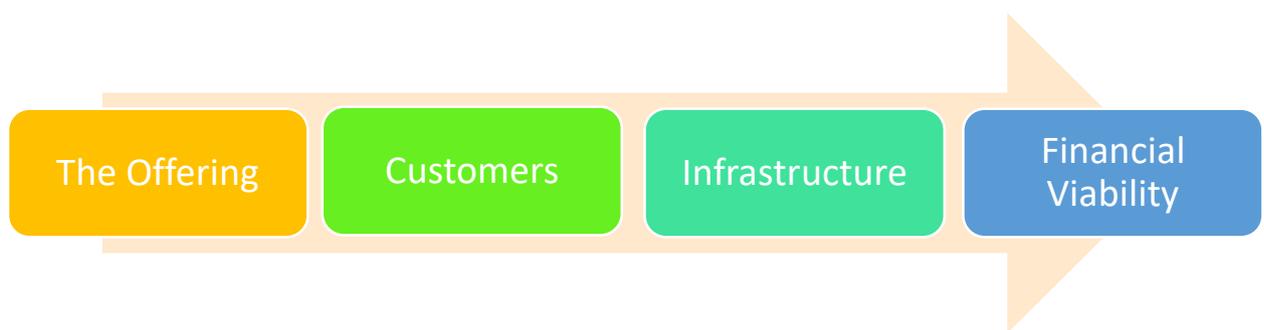
यह प्रबंधन टीम का आकलन है जो व्यवसाय का प्रबंधन करने जा रही है। उनके कौशल, दक्षता, उद्यमशीलता का अनुभव यदि कोई हो, रचनात्मक और नवीन सोच, सोशल नेटवर्किंग आदि क्या हैं? प्रबंधन के प्रत्येक सदस्य के अपेक्षित मापदंडों का मूल्यांकन किया जाना चाहिए।

ख) संसाधन पर्याप्तता :

यह उद्यम के साथ भौतिक संसाधनों की उपलब्धता का आकलन है जो आगे की आवश्यकता और खरीद के स्रोत का आकलन करता है।

3. बिजनेस मॉडल तैयार करना

एक बिजनेस मॉडल वैचारिक ढांचा है जो इस बारे में बताता है कि एक कंपनी कैसे मूल्य बनाएगी, वितरित करेगी और निकालेगी। एक व्यवसाय मॉडल विवरण या आरेख है जिससे पता चलता है कि आपकी पेशकश क्या है, आपके ग्राहक कौन हैं और वे अपने ग्राहकों के साथ संबंध कैसे बनाए रख रहे हैं, आप बाजार में बने रहने के लिये कैसे प्रतिस्पर्धा करेंगे यानी रणनीतियों, और राजस्व उत्पन्न करने के लिए संसाधनों का उपयोग करना या बनाए रखने के लिए मूल्य बनाना। बिजनेस मॉडल का अंतिम लक्ष्य उत्पाद का बाजार में फिट होने का पता लगाना होना चाहिए।



चित्र 1: बिजनेस मॉडल के भाग

पेशकश: आप अपने ग्राहक को कौन सा उत्पाद या सेवाएं देने जा रहे हैं।

ग्राहक: वह विखंडित बाजार जिन्हें ध्यान में रखकर आप अपने उत्पादों या सेवाओं को प्रदान कर रहे हैं।

इन्फ्रास्ट्रक्चर: वे संसाधन जिनका उपयोग आप अपने ग्राहक तक पहुँचने के लिए करने जा रहे हैं अर्थात आपूर्ति श्रृंखला, साझेदार, प्रौद्योगिकी आदि।

वित्तीय व्यवहार्यता: आपके व्यवसाय के लिए लागत संचालक और आमदनी के स्रोत क्या हैं?

3. उद्यमियों के लिए बौद्धिक संपदा अधिकार (आईपीआर)

डॉ अनुपमा पंधाल

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) उन रणनीतिक उपकरणों में से एक हैं जो उद्यमियों को प्रतिस्पर्धी बने रहने में मदद कर सकते हैं और अगर आईपीआर का सही तरीके से उपयोग किया जाए तो उद्यमियों को या तो पहले प्रस्तावक का लाभ लेने या बाजार के नेता बनने में मदद मिल सकती है।

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 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। (209015 भारतीय पेटेंट संख्या)

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।

पेटेंट दिए जाने के लिए यह जरूरी है कि, आविष्कार को भारत में या कहीं और प्रकाशित नहीं किया होना चाहिए। साथ ही, यह पूर्व सार्वजनिक उपयोग या पूर्व सार्वजनिक ज्ञान में नहीं होना चाहिए। ऐसा भी नहीं होना चाहिये कि पेटेंट विनिर्देश में किए गए दावों को पहले किसी भी विनिर्देश में दावा किया गया हो।

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 प्रक्रिया

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 पालन करता है और पेटेंट के लिए सबसे पहले फाइल करने की प्रक्रिया अपनाता है। पेटेंट दाखिल करने में शामिल कदम 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 को जारी करना
- 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 पदार्थ नया एक कि मिलाकर से तरह इस को घटकों मौजूद से पहले अलग-एकत्रीकरण केवल 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।

2. 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।

उदाहरण:

| 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 हासिल 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। 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।

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।

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

- इसकी उत्पत्ति स्वयं रचयिता (मौलिकता) से होनी चाहिए।
- 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 रचनाओं पर © प्रतीक का उपयोग करना शुरू कर सकता है और जो 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 गये हैं, तब से लेकर लेखक (निर्माता) की मृत्यु के 50 सालों बाद तक सुरक्षा मिलती है।

कॉपीराइट के मालिक को उसके निर्माण के लिए आर्थिक अधिकार और नैतिक अधिकार मिलते हैं। जहां आर्थिक अधिकार निर्माता को पुनरुत्पादन, प्रसारण, सार्वजनिक प्रदर्शन, अनुकूलन, अनुवाद, सार्वजनिक पाठ, सार्वजनिक प्रदर्शन, वितरण आदि से होने वाले आर्थिक लाभों को कवर करते हैं और अन्य पार्टियों को उसके निर्माण पर इन सभी कार्यों को करने के लिए प्रतिबंधित करते हैं। 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।

4. 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।

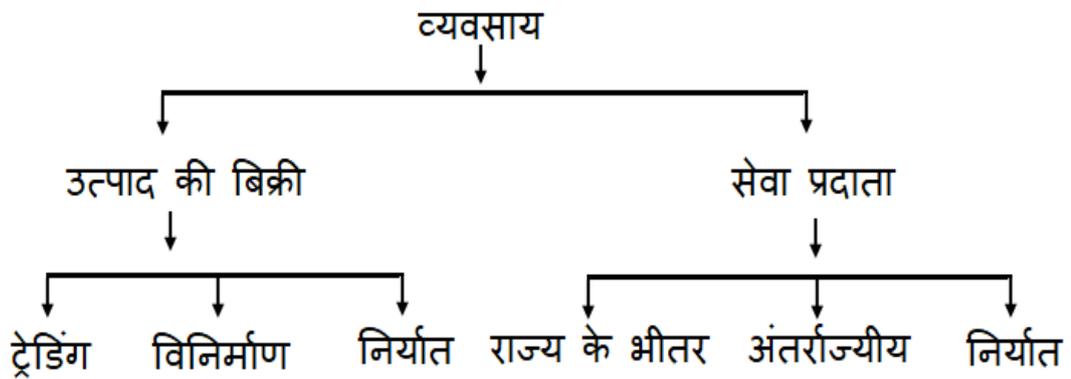
I. व्यवसाय के लिए बुनियादी सामग्री को समझना

"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/- रूपये। |
| 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...

5. नया उत्पाद विकास

अमन दुआ

उत्पादों 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 उत्पादों 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।

उत्पाद विकास 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:

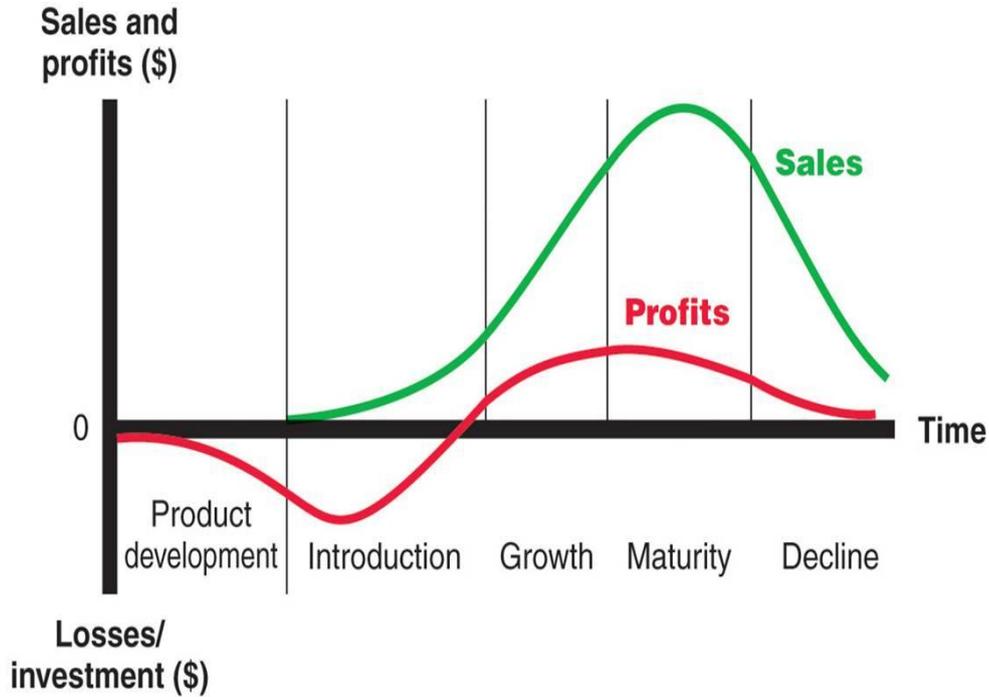


उत्पाद जीवन-चक्र और डेटा प्रबंधन

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: चैस 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, विक्री लोगों, खरीदारों और गुणवत्ता आश्वासन टीमों को पीडीएम सिस्टम के ज्ञान प्रबंधन और रिपोर्टिंग क्षमताओं से लाभ होता है। वे कंपनियों को निम्न की अनुमति देते हैं:

- क) सही डेटा तेजी से खोजने में
- ख) उपयोगिता में सुधार और चक्र के समय को कम करने में
- ग) विकास त्रुटियों और लागतों को कम करने में
- घ) मूल्य श्रृंखला ऑर्केस्ट्रेशन में सुधार और दृश्यता में सुधार करने में

- ड) व्यवसाय और नियामक आवश्यकताओं को पूरा करने में
- च) परिचालन संसाधनों का अनुकूलन करने में
- छ) विश्व स्तर पर सहयोग को सुगम बनाने में



Contributors

DOMAIN TRAINING

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