Department of
Commerce & Industries
Government of Chhattisgarh

Entrepreneurship
Development
Institute of India
Ahmedabad

# कौशल-उद्यमिता विकास कार्यक्रम

## माड्यूल

# छत्तीसगढ़ उद्यमिता विकास केंद्र

## Chhattisgarh Entrepreneurship Development Centre

वाणिज्य एवं उद्योग विभाग, छत्तीसगढ़ सरकार तथा भारतीय
उद्यमिता विकास संस्थान की एक संयुक्त पहल

# कौशल- उद्यमिता विकास कार्यक्रम

हेतु माड्यूल

©

**छत्तीसगढ़ उद्यमिता विकास केंद्र**

**[Chhattisgarh Entrepreneurship Development Centre]**

**वाणिज्य एवं उद्योग विभाग, छत्तीसगढ़ सरकार तथा भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान की एक संयुक्त पहल**

**सहयोग:**

**वाणिज्य एवं उद्योग विभाग,**
**छत्तीसगढ़ सरकार**

**क्रियान्वयन :**

**भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान अहमदाबाद**

# पृष्टभूमि: छत्तीसगढ़ उद्यमिता विकास केंद्र

छत्तीसगढ़ उद्यमिता विकास केंद्र, वाणिज्य एवं उद्योग विभाग, छत्तीसगढ़ सरकार तथा भारतीय उद्यमिता विकास संस्थान, अहमदाबाद की एक संयुक्त पहल है जो छत्तीसगढ़ राज्य में उद्यमिता, स्टार्ट-अप एवं नवाचार के पारिस्थितिकी को बढ़ावा देने, उद्यमशीलता की क्षमता की पहचान करने और नए उद्यमों की स्थापना तथा मौजूदा उद्यमों के विकास को सुगम बनाने के लिए समर्पित है.

## संकल्पना:

“मानव पूंजी और स्थानीय संसाधनों की क्षमता का समुचित उपयोग करके उद्यमशीलता पारितंत्र को मजबूत करना, ताकि नए उद्यम निर्माण और एमएसएमई विकास की उच्च दर सुनिश्चित हो सके।”

## उद्देश्य:

- उद्यमिता को करियर के रूप में अपनाने के लिए समाज में जागरूकता पैदा करना
- प्रोजेक्ट प्रोफाइल तथा उद्यमिता से संबंधित पुस्तिकाएं, माड्यूल एवं अन्य उपयोगी ज्ञानार्जन सामग्रियों का सृजन
- उद्यमिता के पक्ष में अनुकूल वातावरण बनाने के लिए प्रभावशाली ताकतों को उन्मुख करना
- प्रशिक्षकों, सलाहकारों और सरकारी अधिकारियों का क्षमता निर्माण करना
- राज्य की आवश्यकताओं के अनुरूप विशेष रूप से तैयार किए सूक्ष्म-उद्यम तथा कौशल-आधारित उद्यम विकास कार्यक्रमों का क्रियान्वयन
- डाटा प्रबंधन और रिपोर्टों के लिए एक डिजिटल निगरानी उपकरण का विकास
- उत्पादों के प्रदर्शन और सहयोग हासिल करने के लिए प्रदर्शनियों का आयोजन

## यह पुस्तक किसके लिए है?

- मार्गदर्शन की तलाश कर रहे महत्वाकांक्षी उद्यमी।
- अपने उद्यमों को बढ़ाने का लक्ष्य रखने वाले छोटे व्यवसाय के मालिक।
- स्व-रोज़गार के विकल्प तलाशने वाले छात्र और पेशेवर।
- उद्यमी पारिस्थितिकी तंत्र में प्रशिक्षक और नीति निर्माता।

## डिस्क्लेमर

यह पुस्तिका छत्तीसगढ़ उद्यमिता विकास केंद्र द्वारा तैयार की गई है और इसमें शामिल जानकारी केवल शैक्षिक और प्रशिक्षण उद्देश्यों के लिए है।

- इस पुस्तिका में दी गई सामग्री को तैयार करते समय हर संभव प्रयास किया गया है कि यह सटीक और अद्यतन हो।
- किसी भी व्यवसायिक निर्णय लेने या कार्यान्वयन से पहले विषय विशेषज्ञों या प्रासंगिक अधिकारियों से परामर्श करना आवश्यक है।
- पुस्तिका में उल्लिखित योजनाओं और नीतियों का विवरण उनके मूल स्रोत पर आधारित है, लेकिन किसी भी बदलाव या संशोधन के लिए जिम्मेदारी लेखक या केंद्र की नहीं होगी।
- इसमें दी गई कहानियाँ और उदाहरण केवल प्रेरणा के उद्देश्य से साझा किए गए हैं और इन्हें सामान्य रूप से समझा जाना चाहिए।

पाठकों से अनुरोध है कि वे किसी भी संदेह या प्रश्न के लिए संपर्क करें।

**छत्तीसगढ़ उद्यमिता विकास केंद्र**

[Chhattisgarh Entrepreneurship Development Centre]

105, प्रथम तल, श्रीजी के हाइट्स, कल्पतरु कॉलोनी, अमलीडीह, रायपुर, छत्तीसगढ़.492006

***

# विषय-सूची

**पृष्टभूमि: छत्तीसगढ़ उद्यमिता विकास केंद्र** .................... 2

**अध्याय 1: उद्यमिता की अवधारणा** .................... 8

**1.1 उद्यमिता का अर्थ** .................... 8

**1.2 उद्यमिता के प्रमुख तत्व** .................... 8

**1.3 उद्यमिता के प्रकार** .................... 9

**1.4 उद्यमिता का महत्व** .................... 9

**अध्याय 2: व्यवसायिक सोच विकसित करना** .................... 10

**2.1 व्यवसायिक सोच के तत्व** .................... 10

**2.2 व्यवसायिक सोच विकसित करने के तरीके** .................... 11

**2.3 गतिविधियाँ (Activities) के माध्यम से व्यवसायिक सोच विकसित करना** .................... 12

**2.4 व्यवसायिक सोच के लाभ** .................... 13

**अध्याय 3: व्यवसाय के अवसरों की पहचान** .................... 14

**3.1 व्यवसायिक अवसरों की पहचान के प्रमुख तत्व** .................... 14

**3.2 छत्तीसगढ़ में संभावित व्यावसायिक अवसर** .................... 15

**3.3 व्यवसायिक अवसरों की पहचान के लिए गतिविधियाँ** .................... 16

**अध्याय 4: बाज़ार अनुसंधान की तकनीक** .................... 17

**4.1 बाज़ार अनुसंधान के प्रकार** .................... 17

**4.2 बाज़ार अनुसंधान की महत्वपूर्ण तकनीकें** .................... 18

**4.3 बाजार अनुसंधान के लिए गतिविधियाँ** .................... 19

**अध्याय 5: व्यापार योजना निर्माण** .................... 20

**5.1 व्यापार योजना के प्रमुख घटक** .................... 20

**5.2 व्यापार योजना निर्माण के लिए गतिविधियाँ** .................... 22

अध्याय 6: लागत, मूल्य निर्धारण एवं लाभ ........ 23
6.1 लागत (Cost) का निर्धारण ........ 23
6.2 मूल्य निर्धारण (Pricing) की रणनीतियाँ ........ 24
6.3 लाभ (Profit) की गणना ........ 25
अध्याय 7: व्यवसाय पंजीकरण प्रक्रिया ........ 26
7.1 व्यवसाय पंजीकरण के प्रकार ........ 27
7.2 व्यवसाय पंजीकरण की प्रक्रिया ........ 28
7.3 प्रमुख कानूनी अनिवार्यताएँ ........ 29
अध्याय 8: उत्पादन प्रक्रिया परिचय ........ 30
8.1 उत्पादन प्रक्रिया के प्रमुख चरण ........ 31
8.2 छत्तीसगढ़ में उत्पादन आधारित व्यवसायों के उदाहरण ........ 32
8.3 उत्पादन प्रक्रिया पर गतिविधियाँ ........ 32
अध्याय 9: गुणवत्ता नियंत्रण एवं प्रमाणन ........ 32
9.1 गुणवत्ता नियंत्रण के प्रमुख तत्व ........ 33
9.2 प्रमाणन के प्रकार और उनकी आवश्यकता ........ 33
9.3 गुणवत्ता नियंत्रण और प्रमाणन पर गतिविधियाँ ........ 34
अध्याय 10: ब्रांडिंग एवं मार्केटिंग ........ 35
10.1 ब्रांडिंग के प्रमुख तत्व ........ 35
10.2 मार्केटिंग रणनीतियाँ ........ 36
10.3 ब्रांडिंग एवं मार्केटिंग पर गतिविधियाँ ........ 37
अध्याय 11: प्रभावी पैकेजिंग डिज़ाइन ........ 38
11.1 प्रभावी पैकेजिंग के प्रमुख तत्व ........ 38
11.2 प्रभावी पैकेजिंग का महत्व ........ 39

11.3 प्रभावी पैकेजिंग डिज़ाइन के लिए सुझाव ........................................ 39
अध्याय 12: डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियाँ ........................................ 40
12.1 डिजिटल मार्केटिंग के प्रमुख घटक ........................................ 40
12.2 डिजिटल मार्केटिंग का महत्व ........................................ 41
12.3 डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियाँ लागू करने के सुझाव ........................................ 42
12.4 डिजिटल मार्केटिंग पर गतिविधियाँ ........................................ 42
12.5 ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म ऑनबोर्डिंग ........................................ 43
12.6 ऑनबोर्डिंग प्रक्रिया ........................................ 44
12.7 डिजिटल भुगतान प्रणाली ........................................ 45
12.8 डिजिटल भुगतान प्रणाली अपनाने के लाभ ........................................ 46
अध्याय 13: ग्राहक प्रबंधन ........................................ 46
13.1 ग्राहक प्रबंधन के प्रमुख घटक ........................................ 47
13.2 छत्तीसगढ़ में ग्राहक प्रबंधन का महत्व ........................................ 48
13.3 ग्राहक प्रबंधन के लिए डिजिटल उपकरण ........................................ 48
अध्याय 14: व्यावसायिक संचार एवं नेटवर्किंग ........................................ 49
14.1 व्यावसायिक संचार के प्रकार ........................................ 49
14.2 नेटवर्किंग के महत्व और तरीके ........................................ 50
14.3 प्रभावी व्यावसायिक संचार के लिए सुझाव ........................................ 50
अध्याय 15: व्यापार पिचिंग एवं प्रेजेंटेशन ........................................ 51
15.1 व्यापार पिचिंग क्या है? ........................................ 51
15.2 प्रभावी व्यापार पिचिंग के महत्वपूर्ण तत्व ........................................ 52
15.3 प्रभावी प्रेजेंटेशन तकनीकें ........................................ 52
15.4 व्यापार पिचिंग के अवसर ........................................ 53

**अध्याय 16: सरकार की योजनाएं** ........ 54

**16.1 प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमईजीपी)** ........ 54

**16.2 प्रधानमंत्री मुद्रा योजना (पीएमएमवाई)** ........ 55

**16.3 सूक्ष्म एवं लघु उद्यमों के लिए ऋण गारंटी योजना (सीजीटीएमएसई)** ........ 57

**16.4 एमएसएमई अभिनव योजना (बौद्धिक संपदा अधिकार- आईपीआर)** ........ 58

**16.5 प्रधानमंत्री सूक्ष्म खाद्य प्रसंस्करण उद्यम औपचारिकीकरण (पीएमएफएमई) योजना** ........ 59

**16.6 स्टैंड अप इंडिया योजना** ........ 61

**16.7 प्रधानमंत्री विश्वकर्मा योजना** ........ 63

प्राथमिक परियोजना प्रपत्र (प्रोजेक्ट प्रोफाइल) का प्रारूप (Format of Primary Project Form (Project Profile) ........ 65

# अध्याय 1: उद्यमिता की अवधारणा

उद्यमिता केवल व्यवसाय शुरू करने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह एक मानसिकता, दृष्टिकोण और समस्या-समाधान की क्षमता का नाम है। यह एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसमें किसी नवीन विचार, उत्पाद या सेवा को एक लाभकारी व्यवसाय में परिवर्तित किया जाता है। उद्यमिता आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है और समाज में नवाचार तथा रोजगार सृजन को बढ़ावा देती है।

## 1.1 उद्यमिता का अर्थ

उद्यमिता (Entrepreneurship) शब्द 'उद्यम' से बना है, जिसका अर्थ है परिश्रम, प्रयत्न और प्रयास। उद्यमिता वह प्रक्रिया है, जिसमें व्यक्ति अपने कौशल, नवाचार और संसाधनों का उपयोग कर एक नया व्यवसाय या उद्यम स्थापित करता है। इसे व्यवसाय करने की कला भी कहा जाता है।

## 1.2 उद्यमिता के प्रमुख तत्व

1. **नवाचार (Innovation):** उद्यमी नए विचारों को लागू कर एक नए उत्पाद या सेवा का निर्माण करता है।
2. **जोखिम लेने की क्षमता (Risk-taking Ability):** हर व्यवसाय में अनिश्चितताएँ होती हैं, जिनका सामना करने के लिए उद्यमी को मानसिक रूप से तैयार रहना होता है।
3. **स्वतंत्रता एवं आत्मनिर्भरता (Independence & Self-Reliance):** उद्यमिता व्यक्ति को स्वतंत्र रूप से निर्णय लेने और आत्मनिर्भर बनने का अवसर प्रदान करती है।
4. **व्यवसाय प्रबंधन (Business Management):** एक सफल उद्यमी को वित्तीय, विपणन और संचालन संबंधी कौशल विकसित करने होते हैं।

5. **समस्या समाधान (Problem-Solving):** उद्यमी चुनौतियों का समाधान निकालने की क्षमता रखता है और नए अवसरों की खोज करता है।

## 1.3 उद्यमिता के प्रकार

1. **लघु व्यवसाय उद्यमिता (Small Business Entrepreneurship):** छोटे व्यवसाय, जैसे खुदरा दुकान, सेवा प्रदाता, छोटे निर्माण इकाइयाँ।
2. **नवाचार आधारित उद्यमिता (Innovative Entrepreneurship):** ऐसे उद्यमी जो नए उत्पाद या सेवा का आविष्कार करते हैं।
3. **सामाजिक उद्यमिता (Social Entrepreneurship):** समाज की समस्याओं के समाधान हेतु व्यवसायिक मॉडल अपनाने वाले उद्यम।
4. **महिला उद्यमिता (Women Entrepreneurship):** महिलाओं द्वारा स्थापित एवं संचालित उद्यम।
5. **कृषि उद्यमिता (Agripreneurship):** कृषि आधारित व्यवसाय, जैविक खेती, कृषि उत्पादों का व्यापार आदि।

## 1.4 उद्यमिता का महत्व

- **रोजगार सृजन:** उद्यमिता नए रोजगार के अवसर पैदा करती है।
- **आर्थिक विकास:** देश की अर्थव्यवस्था को मजबूती प्रदान करती है।
- **स्थानीय संसाधनों का उपयोग:** क्षेत्रीय संसाधनों को अधिकतम उपयोग में लाने में मदद करती है।
- **नवाचार को बढ़ावा:** नए उत्पादों और सेवाओं का विकास होता है।
- **सामाजिक परिवर्तन:** समाज में सकारात्मक बदलाव लाने का एक प्रभावी माध्यम है।

***

# अध्याय 2: व्यवसायिक सोच विकसित करना

व्यवसायिक सोच (Business Mindset) एक उद्यमी के लिए सबसे आवश्यक गुणों में से एक है। यह न केवल व्यवसाय को आगे बढ़ाने में सहायक होती है, बल्कि नवाचार, समस्या समाधान और विपणन कौशल को भी विकसित करने में मदद करती है। छत्तीसगढ़ जैसे राज्य में, जहां कृषि, हस्तशिल्प, वन उत्पाद और लघु उद्योगों की अपार संभावनाएँ हैं, वहाँ व्यवसायिक सोच विकसित करना और भी अधिक महत्वपूर्ण हो जाता है।

## 2.1 व्यवसायिक सोच के तत्व

1. **समस्या समाधान क्षमता (Problem-Solving Ability):**
   - उदाहरण: बस्तर के काष्ठ शिल्प उद्यमी अपने उत्पादों को ऑनलाइन बेचने के लिए डिजिटल मार्केटिंग तकनीकों को अपनाकर स्थानीय बाजार की सीमाओं को पार कर सकते हैं।
2. **लक्ष्य निर्धारण (Goal Setting):**
   - उदाहरण: एक महिला स्वयं सहायता समूह (SHG) अगर सालभर में 500 किलो महुआ से तैयार उत्पाद बेचना चाहती है, तो उन्हें उत्पादन, पैकेजिंग और मार्केटिंग की स्पष्ट योजना बनानी होगी।
3. **जोखिम उठाने की इच्छा (Risk-Taking Attitude):**
   - उदाहरण: अगर कोई किसान मशरूम की खेती शुरू करना चाहता है, तो यह उसके लिए नया क्षेत्र हो सकता है, लेकिन बाजार की बढ़ती माँग इसे एक लाभदायक उद्यम बना सकती है।
4. **नवाचार (Innovation):**

- उदाहरण: छत्तीसगढ़ के बेल मेटल कारीगर अगर परंपरागत डिजाइन की जगह नए, आधुनिक डिजाइनों के साथ प्रयोग करें, तो वे बड़े बाजारों तक पहुँच सकते हैं।

5. **विपणन कौशल (Marketing Skills):**
   - उदाहरण: दंतेवाड़ा के हर्बल उत्पादों के निर्माता यदि सोशल मीडिया और ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर अपने उत्पादों का प्रचार करें, तो उनकी बिक्री में वृद्धि हो सकती है।

## 2.2 व्यवसायिक सोच विकसित करने के तरीके

1. **सतत सीखने की आदत डालें (Continuous Learning):**
   - स्थानीय व्यापार मेलों और प्रशिक्षण कार्यशालाओं में भाग लें।
   - सफल उद्यमियों से उनके अनुभव सीखें।
2. **नेटवर्किंग बढ़ाएँ (Expand Your Network):**
   - व्यापारिक संगठनों और स्थानीय उद्यमिता विकास कार्यक्रमों से जुड़ें।
   - राज्य सरकार और गैर-सरकारी संगठनों द्वारा संचालित व्यावसायिक मंचों में भाग लें।
3. **सही निर्णय लेने की क्षमता विकसित करें (Develop Decision-Making Skills):**
   - एक व्यवसाय शुरू करने से पहले उसकी व्यवहार्यता का मूल्यांकन करें।
   - व्यावसायिक सलाहकारों या मेंटरों से मार्गदर्शन लें।
4. **वित्तीय प्रबंधन सीखें (Learn Financial Management):**
   - लागत और लाभ का सही विश्लेषण करें।
   - बैंकिंग और वित्तीय योजनाओं की जानकारी प्राप्त करें।

5. **अनुभवों से सीखें (Learn from Experience):**
    - स्थानीय सफल उद्यमियों की कहानियाँ पढ़ें और उनसे प्रेरणा लें।
    - पहले की गई गलतियों से सीखकर भविष्य में सुधार करें।
6. **रचनात्मक सोच अपनाएँ (Adopt Creative Thinking):**
    - परंपरागत उत्पादों में नवीनता लाकर उन्हें आधुनिक ग्राहकों के अनुसार अनुकूलित करें।
    - ग्राहकों की आवश्यकताओं को समझते हुए उत्पादों का विकास करें।

## 2.3 गतिविधियाँ (Activities) के माध्यम से व्यवसायिक सोच विकसित करना

1. **व्यवसायिक समस्या समाधान कार्यशाला (Business Problem-Solving Workshop)**
    - प्रतिभागियों को एक स्थानीय व्यावसायिक समस्या दी जाएगी, जिसे उन्हें टीम के साथ मिलकर हल करना होगा।
    - उदाहरण: छत्तीसगढ़ में कोसा सिल्क उत्पादों की बिक्री कैसे बढ़ाई जा सकती है?
2. **बाजार अनुसंधान गतिविधि (Market Research Activity)**
    - प्रतिभागियों को स्थानीय बाजार में जाकर यह विश्लेषण करना होगा कि कौन-से उत्पाद सबसे ज्यादा बिक रहे हैं और ग्राहक क्या पसंद कर रहे हैं।
3. **नवाचार चुनौती (Innovation Challenge)**
    - प्रत्येक प्रतिभागी को अपने क्षेत्र के लिए एक नया व्यावसायिक विचार प्रस्तुत करना होगा।

- उदाहरण: गाँवों में जैविक खेती से जुड़े उत्पादों की बिक्री कैसे बढ़ाई जा सकती है?

4. **फील्ड विजिट (Field Visit)**
    - प्रतिभागियों को सफल स्थानीय उद्यमों का दौरा कराया जाएगा, जिससे वे व्यावसायिक प्रक्रियाओं को समझ सकें।
5. **व्यापार योजना प्रतियोगिता (Business Plan Competition)**
    - प्रतिभागियों को एक व्यावसायिक योजना तैयार करनी होगी और उसे एक पैनल के सामने प्रस्तुत करना होगा।

## 2.4 व्यवसायिक सोच के लाभ

- संभावनाओं की पहचान करने की क्षमता बढ़ती है।
- व्यवसायिक निर्णय लेने में आत्मविश्वास आता है।
- जोखिमों को समझदारी से प्रबंधित करने की क्षमता विकसित होती है।
- लंबी अवधि की सफलता के लिए रणनीतियाँ बनाई जा सकती हैं।
- ग्राहकों और बाजार की आवश्यकताओं को बेहतर समझा जा सकता है।

व्यवसायिक सोच विकसित करना किसी भी उद्यमी के लिए आवश्यक है। यह सोच व्यवसाय को नई ऊँचाइयों तक पहुँचाने में मदद करती है और उद्यमी को एक सफल कारोबारी बनने की दिशा में अग्रसर करती है। छत्तीसगढ़ में, जहाँ लघु और कुटीर उद्योगों की संभावनाएँ अधिक हैं, व्यवसायिक सोच विकसित करके ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में आर्थिक विकास को गति दी जा सकती है। सही मानसिकता, ज्ञान और सतत अभ्यास से कोई भी व्यक्ति व्यवसायिक दृष्टिकोण विकसित कर सकता है और अपने उद्यम को सफलता की ओर ले जा सकता है।

***

# अध्याय 3: व्यवसाय के अवसरों की पहचान

व्यवसाय का पहला और सबसे महत्वपूर्ण चरण सही अवसर की पहचान करना होता है। एक सफल उद्यमी वही होता है, जो अपने आस-पास की समस्याओं, आवश्यकताओं और उपलब्ध संसाधनों को समझते हुए नए व्यावसायिक अवसरों को खोज सके। विशेष रूप से छत्तीसगढ़ जैसे राज्य में, जहाँ कृषि, वन उत्पाद, हस्तशिल्प और पर्यटन की प्रचुर संभावनाएँ हैं, वहाँ व्यवसाय के नए अवसरों को खोजने और उनका लाभ उठाने की अपार संभावनाएँ मौजूद हैं।

## 3.1 व्यवसायिक अवसरों की पहचान के प्रमुख तत्व

1. **बाजार की माँग को समझना (Understanding Market Demand)**
    - उन उत्पादों या सेवाओं की पहचान करें, जिनकी बाजार में अधिक माँग है।
    - उदाहरण: जैविक उत्पादों की माँग बढ़ रही है, इसलिए छत्तीसगढ़ में जैविक खेती और जैविक खाद व्यवसाय का अच्छा अवसर हो सकता है।
2. **स्थानीय संसाधनों का उपयोग (Utilizing Local Resources)**
    - क्षेत्र में उपलब्ध प्राकृतिक संसाधनों और मानव संसाधनों का उपयोग करके व्यवसायिक अवसर पैदा करें।
    - उदाहरण: बस्तर क्षेत्र के वन उत्पाद जैसे महुआ, तेंदू पत्ता और साल बीज से संबंधित व्यवसाय।
3. **सरकारी योजनाओं और नीतियों का लाभ उठाना (Leveraging Government Schemes & Policies)**

- राज्य और केंद्र सरकार की विभिन्न उद्यमिता योजनाओं के तहत मिलने वाली सब्सिडी और सहायता का लाभ उठाएँ।
- उदाहरण: मुद्रा योजना के तहत बिना गारंटी के ऋण लेकर छोटे व्यवसाय शुरू किए जा सकते हैं।

4. **तकनीकी नवाचारों को अपनाना (Adopting Technological Innovations)**
    - नई तकनीकों को अपनाकर अपने व्यवसाय को प्रतिस्पर्धात्मक बनाया जा सकता है।
    - उदाहरण: ऑनलाइन बिक्री और डिजिटल मार्केटिंग के माध्यम से स्थानीय उत्पादों को राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर तक पहुँचाया जा सकता है।
5. **समस्या समाधान के रूप में व्यवसाय (Business as a Solution to Problems)**
    - यदि कोई समस्या है, तो उसका समाधान एक नया व्यावसायिक अवसर बन सकता है।
    - उदाहरण: शहरों में कचरा प्रबंधन एक समस्या है, जिससे जैविक खाद बनाने या पुनर्चक्रण (Recycling) का व्यवसाय शुरू किया जा सकता है।

## 3.2 छत्तीसगढ़ में संभावित व्यावसायिक अवसर

1. **कृषि एवं कृषि आधारित उद्योग:**
    - जैविक खेती
    - मशरूम उत्पादन
    - डेयरी और पोल्ट्री फार्मिंग
    - हर्बल और आयुर्वेदिक उत्पाद

2. **वन आधारित उद्योग:**
    - महुआ, तेंदू पत्ता, साल बीज से उत्पाद निर्माण
    - हर्बल सौंदर्य प्रसाधन
    - लघु वनोपज प्रसंस्करण
3. **हस्तशिल्प एवं हथकरघा:**
    - कोसा सिल्क वस्त्र निर्माण
    - बेल मेटल और लकड़ी कारीगरी
    - टेराकोटा और मिट्टी के उत्पाद
4. **पर्यटन एवं आतिथ्य उद्योग:**
    - इको-टूरिज्म और होमस्टे
    - पारंपरिक छत्तीसगढ़ी व्यंजन कैफे
    - स्थानीय लोक कला और संस्कृति केंद्र
5. **सेवा क्षेत्र:**
    - मोबाइल रिपेयरिंग और इलेक्ट्रॉनिक सेवाएँ
    - ब्यूटी पार्लर और सैलून
    - ऑनलाइन ट्यूशन और स्किल ट्रेनिंग सेंटर

## 3.3 व्यवसायिक अवसरों की पहचान के लिए गतिविधियाँ

1. **बाजार सर्वेक्षण (Market Survey Activity)**
    - प्रतिभागियों को अपने क्षेत्र में बाजार का सर्वेक्षण कर यह पता लगाना कि कौन-से उत्पादों और सेवाओं की माँग अधिक है।
2. **समस्या समाधान कार्यशाला (Problem-Solving Workshop)**
    - प्रतिभागियों को अपने आसपास की एक समस्या को हल करने के लिए व्यावसायिक विचार विकसित करने के लिए प्रेरित।
3. **स्थानीय संसाधन विश्लेषण (Local Resource Analysis)**

   - अपने क्षेत्र में उपलब्ध संसाधनों की सूची बनाकर उनके आधार पर व्यावसायिक संभावनाएँ खोजने का अभ्यास।
4. **स्टार्टअप केस स्टडी (Startup Case Study)**
   - छत्तीसगढ़ के सफल स्टार्टअप्स और स्थानीय उद्यमियों के उदाहरणों का अध्ययन कर उनसे सीख लेना।

***

# अध्याय 4: बाज़ार अनुसंधान की तकनीक

बाज़ार अनुसंधान किसी भी व्यवसाय की सफलता का एक महत्वपूर्ण घटक है। यह वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से उद्यमी अपने संभावित ग्राहकों, प्रतिस्पर्धा, और उद्योग की प्रवृत्तियों को समझ सकते हैं। छत्तीसगढ़ जैसे राज्य में, जहाँ कृषि, हस्तशिल्प, और लघु उद्योगों की व्यापक संभावनाएँ हैं, वहाँ प्रभावी बाजार अनुसंधान से व्यापार को सही दिशा दी जा सकती है।

## 4.1 बाज़ार अनुसंधान के प्रकार

1. **प्राथमिक अनुसंधान (Primary Research)**
   - यह प्रत्यक्ष रूप से ग्राहकों और बाजार के साथ बातचीत कर डेटा एकत्र करने की प्रक्रिया है।
   - **तकनीकें:**
     - सर्वेक्षण (Surveys)
     - साक्षात्कार (Interviews)
     - फोकस ग्रुप डिस्कशन (Focus Group Discussions)
     - क्षेत्रीय अध्ययन (Field Visits)
2. **द्वितीयक अनुसंधान (Secondary Research)**

- यह मौजूदा डेटा और रिपोर्टों का विश्लेषण कर बाजार की स्थिति को समझने की प्रक्रिया है।
- **तकनीकें:**
    - सरकारी रिपोर्ट और उद्योग रिपोर्ट
    - समाचार पत्र, जर्नल्स और ऑनलाइन डेटा
    - प्रतियोगी विश्लेषण (Competitive Analysis)

## 4.2 बाज़ार अनुसंधान की महत्वपूर्ण तकनीकें

1. **सर्वेक्षण और प्रश्नावली (Surveys & Questionnaires)**
    - संभावित ग्राहकों से प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया प्राप्त करने का सबसे अच्छा तरीका।
    - **उदाहरण:** छत्तीसगढ़ में कोसा सिल्क उत्पादों की मांग को समझने के लिए 100 ग्राहकों से उनकी पसंद और बजट पर आधारित प्रश्न पूछे जाएँ।
2. **उपभोक्ता व्यवहार विश्लेषण (Consumer Behavior Analysis)**
    - उपभोक्ताओं की खरीदारी की आदतों, प्राथमिकताओं और समस्याओं को समझना।
    - **उदाहरण:** बस्तर के हस्तशिल्प उत्पादों की ऑनलाइन बिक्री क्यों कम हो रही है, इसका विश्लेषण करना।
3. **प्रतियोगी विश्लेषण (Competitor Analysis)**
    - बाजार में पहले से मौजूद प्रतिस्पर्धियों की रणनीतियों को समझकर अपने व्यवसाय को बेहतर बनाना।
    - **उदाहरण:** यदि कोई नया ऑर्गेनिक फार्मिंग उत्पाद लॉन्च करना चाहता है, तो उसे अन्य ब्रांड्स की कीमत, गुणवत्ता और विपणन रणनीतियों का अध्ययन करना चाहिए।

4. **फील्ड विजिट (Field Visits)**
    - वास्तविक बाजार में जाकर ग्राहकों और व्यापारियों से बातचीत करना।
    - **उदाहरण:** छत्तीसगढ़ के विभिन्न बाजारों में जाकर यह पता लगाना कि किन प्रकार के उत्पाद सबसे अधिक बिकते हैं।
5. **सोशल मीडिया और डिजिटल डेटा विश्लेषण (Social Media & Digital Data Analysis)**
    - ऑनलाइन उपभोक्ताओं की प्रतिक्रियाओं और ट्रेंड्स का अध्ययन कर रणनीतियाँ बनाना।
    - **उदाहरण:** यदि कोई नया छत्तीसगढ़ी व्यंजन आधारित स्टार्टअप शुरू करना चाहता है, तो वह सोशल मीडिया पर लोगों की पसंद-नापसंद का विश्लेषण कर सकता है।
6. **मॉक सेलिंग और प्रोटोटाइप परीक्षण (Mock Selling & Prototype Testing)**
    - किसी उत्पाद को छोटे स्तर पर बेचकर बाजार प्रतिक्रिया प्राप्त करना।
    - **उदाहरण:** नया पैकेजिंग डिज़ाइन लॉन्च करने से पहले सीमित ग्राहकों के बीच उसका परीक्षण करना।

## 4.3 बाजार अनुसंधान के लिए गतिविधियाँ

1. **बाजार सर्वेक्षण अभ्यास (Market Survey Activity)**
    - प्रतिभागियों को एक क्षेत्रीय बाजार में जाकर ग्राहकों और दुकानदारों से बातचीत करनी होगी और उनकी आवश्यकताओं को समझना होगा।

2. **प्रतिस्पर्धी विश्लेषण कार्यशाला (Competitor Analysis Workshop)**
    - प्रतिभागियों को छत्तीसगढ़ में पहले से मौजूद सफल व्यवसायों का अध्ययन कर उनकी रणनीतियों को समझना होगा।
3. **ग्राहक प्रतिक्रिया परीक्षण (Customer Feedback Testing)**
    - अपने उत्पाद या सेवा का एक छोटा संस्करण लोगों को दिखाकर उनकी प्रतिक्रियाएँ लेना।
4. **डिजिटल डेटा विश्लेषण (Digital Data Analysis Session)**
    - डिजिटल माध्यमों पर बाजार प्रवृत्तियों का अध्ययन करना। उदाहरण के लिए, Google Trends का उपयोग कर यह देखना कि कौन-से हस्तशिल्प उत्पाद ऑनलाइन अधिक खोजे जा रहे हैं।

***

# अध्याय 5: व्यापार योजना निर्माण

व्यापार योजना (Business Plan) किसी भी व्यवसाय की सफलता की आधारशिला होती है। यह एक विस्तृत दस्तावेज होता है जिसमें व्यवसाय की रणनीति, लक्ष्य, संसाधनों का उपयोग, वित्तीय योजना, और विपणन रणनीतियाँ शामिल होती हैं। एक मजबूत व्यापार योजना उद्यमी को न केवल व्यवसाय शुरू करने में मदद करती है, बल्कि इसे प्रभावी रूप से प्रबंधित करने और निवेशकों से वित्तीय सहायता प्राप्त करने में भी सहायक होती है।

## 5.1 व्यापार योजना के प्रमुख घटक

1. **कार्यकारी सारांश (Executive Summary)**

- यह व्यापार योजना का सबसे महत्वपूर्ण भाग है, जिसमें व्यवसाय की मुख्य बातें संक्षेप में दी जाती हैं।
- **उदाहरण:** यदि छत्तीसगढ़ में कोई जैविक खेती आधारित स्टार्टअप शुरू कर रहा है, तो कार्यकारी सारांश में इसका उद्देश्य, लक्ष्य बाजार, और वित्तीय आवश्यकताओं का उल्लेख किया जाएगा।

2. **व्यवसाय विवरण (Business Description)**
    - इसमें व्यवसाय के प्रकार, उत्पादों/सेवाओं, और इसके महत्व का वर्णन किया जाता है।
    - **उदाहरण:** यदि कोई हस्तशिल्प व्यवसाय शुरू कर रहा है, तो इसमें बस्तर कला, टेराकोटा उत्पादों, और स्थानीय हस्तकला की संभावनाओं का विवरण दिया जाएगा।
3. **बाजार विश्लेषण (Market Analysis)**
    - लक्ष्य बाजार, उपभोक्ता मांग, प्रतिस्पर्धा, और उद्योग के रुझानों की जानकारी दी जाती है।
    - **उदाहरण:** छत्तीसगढ़ में पारंपरिक कोसा सिल्क की मांग और मौजूदा प्रतिस्पर्धियों का अध्ययन।
4. **उत्पाद या सेवा विवरण (Product or Service Description)**
    - इसमें उत्पाद या सेवा की विशेषताओं, मूल्य निर्धारण, और ग्राहक को मिलने वाले लाभों का उल्लेख किया जाता है।
    - **उदाहरण:** यदि कोई जैविक खाद उत्पादन इकाई शुरू कर रहा है, तो इसमें उत्पाद की गुणवत्ता, लागत, और पर्यावरणीय लाभों को बताया जाएगा।
5. **विपणन और बिक्री रणनीति (Marketing & Sales Strategy)**
    - व्यवसाय को बाज़ार में स्थापित करने और ग्राहकों को आकर्षित करने की रणनीति तैयार की जाती है।

- **उदाहरण:** डिजिटल मार्केटिंग, सोशल मीडिया प्रचार, और लोकल व्यापार मेलों में भागीदारी।

6. **संगठनात्मक संरचना (Organizational Structure)**
    - व्यवसाय के प्रबंधन, स्टाफिंग, और कानूनी ढांचे की जानकारी दी जाती है।
    - **उदाहरण:** यदि कोई महिला स्वयं सहायता समूह (SHG) द्वारा व्यवसाय संचालित किया जा रहा है, तो इसमें उनकी भूमिकाओं और जिम्मेदारियों को स्पष्ट किया जाएगा।
7. **वित्तीय योजना (Financial Plan)**
    - इसमें अनुमानित लागत, निवेश आवश्यकताएँ, राजस्व अनुमान, और लाभ-हानि विवरण शामिल होते हैं।
    - **उदाहरण:** यदि कोई मधुमक्खी पालन व्यवसाय शुरू कर रहा है, तो इसमें प्रारंभिक लागत, संभावित बिक्री, और लाभ का अनुमान शामिल होगा।

## 5.2 व्यापार योजना निर्माण के लिए गतिविधियाँ

1. **व्यवसाय मॉडल कैनवास (Business Model Canvas) अभ्यास**
    - प्रतिभागियों को अपने व्यवसाय का एक संक्षिप्त खाका तैयार करने के लिए प्रेरित किया जाएगा।
2. **प्रतिस्पर्धी विश्लेषण कार्यशाला**
    - स्थानीय प्रतिस्पर्धियों की पहचान कर उनकी रणनीतियों और बाज़ार में उनकी स्थिति का विश्लेषण करना।
3. **वित्तीय योजना अभ्यास**
    - अनुमानित लागत, बिक्री, और लाभ की गणना करने के लिए एक वित्तीय योजना बनाना।

4. **विपणन रणनीति विकास**
    - विभिन्न विपणन तकनीकों जैसे सोशल मीडिया मार्केटिंग, प्रचार सामग्री निर्माण, और ग्राहक इंटरैक्शन रणनीतियों पर कार्य करना।

व्यापार योजना निर्माण किसी भी सफल उद्यमिता यात्रा का अनिवार्य हिस्सा है। यह उद्यमी को स्पष्ट दिशा प्रदान करता है और उन्हें व्यवस्थित रूप से अपने व्यवसाय को आगे बढ़ाने में मदद करता है। छत्तीसगढ़ में विभिन्न क्षेत्रों में व्यापार शुरू करने की अपार संभावनाएँ हैं, और एक ठोस व्यापार योजना उन संभावनाओं को वास्तविक सफलता में बदलने का मार्ग प्रशस्त कर सकती है।

***

# अध्याय 6: लागत, मूल्य निर्धारण एवं लाभ

किसी भी व्यवसाय की सफलता के लिए लागत, मूल्य निर्धारण और लाभ का सही प्रबंधन आवश्यक है। यदि लागत का सही आकलन न किया जाए या मूल्य निर्धारण में गलती हो, तो व्यवसाय को नुकसान हो सकता है। छत्तीसगढ़ में छोटे और मध्यम उद्यमों को विशेष रूप से अपनी लागत, मूल्य निर्धारण रणनीति और लाभ को समझने की आवश्यकता होती है ताकि वे स्थानीय और राष्ट्रीय बाज़ार में प्रतिस्पर्धा कर सकें।

## 6.1 लागत (Cost) का निर्धारण

किसी उत्पाद या सेवा को तैयार करने में आने वाली कुल लागत को समझना आवश्यक है। यह लागत मुख्यतः तीन प्रकार की होती है:

1. **स्थिर लागत (Fixed Cost):**
    - ऐसी लागत जो उत्पादन की मात्रा बदलने पर भी स्थिर रहती है।

- **उदाहरण:** किराया, मशीनरी, वेतन आदि।

2. **परिवर्तनीय लागत (Variable Cost):**
    - ऐसी लागत जो उत्पादन की मात्रा के साथ बदलती है।
    - **उदाहरण:** कच्चा माल, बिजली, श्रमिकों का पारिश्रमिक।
3. **कुल लागत (Total Cost):**
    - स्थिर लागत और परिवर्तनीय लागत का योग ही कुल लागत कहलाता है।
    - **उदाहरण:** यदि किसी छत्तीसगढ़ी हस्तशिल्प उत्पाद की उत्पादन लागत ₹200 आती है और इसे बनाने में स्थिर लागत ₹50 और परिवर्तनीय लागत ₹150 है, तो कुल लागत ₹200 होगी।

## 6.2 मूल्य निर्धारण (Pricing) की रणनीतियाँ

सही मूल्य निर्धारण न केवल उत्पाद की बिक्री बढ़ाने में सहायक होता है, बल्कि प्रतिस्पर्धा में आगे रहने में भी मदद करता है। विभिन्न मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ निम्नलिखित हैं:

1. **लागत-आधारित मूल्य निर्धारण (Cost-Based Pricing)**
    - उत्पाद की कुल लागत पर एक निश्चित लाभ जोड़कर मूल्य तय किया जाता है।
    - **उदाहरण:** यदि किसी हर्बल साबुन की उत्पादन लागत ₹50 है और 20% लाभ जोड़ा जाता है, तो विक्रय मूल्य ₹60 होगा।
2. **बाजार-आधारित मूल्य निर्धारण (Market-Based Pricing)**
    - प्रतिस्पर्धियों के मूल्य को देखकर अपने उत्पाद की कीमत तय करना।

- **उदाहरण:** यदि बाज़ार में अन्य ब्रांड के जैविक खाद की कीमत ₹500 प्रति किलो है, तो नया उत्पाद उसी रेंज में कीमत तय कर सकता है।

3. **मांग-आधारित मूल्य निर्धारण (Demand-Based Pricing)**
   - यदि उत्पाद की मांग अधिक है, तो कीमत अधिक रखी जा सकती है, और यदि मांग कम है, तो कम।
   - **उदाहरण:** त्योहारों के समय छत्तीसगढ़ी पारंपरिक मिठाइयों की कीमत अधिक हो सकती है।
4. **मनोवैज्ञानिक मूल्य निर्धारण (Psychological Pricing)**
   - ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए मूल्य को इस प्रकार सेट करना कि वे इसे सस्ता महसूस करें।
   - **उदाहरण:** ₹100 के बजाय ₹99.99 लिखना।

### 6.3 लाभ (Profit) की गणना

लाभ तीन प्रकार के होते हैं:

1. **सकल लाभ (Gross Profit):**
   - कुल राजस्व (Revenue) से उत्पादन लागत घटाने के बाद जो राशि बचती है।
   - **सूत्र:** सकल लाभ = कुल बिक्री - उत्पादन लागत।
   - **उदाहरण:** यदि कुल बिक्री ₹10,000 और उत्पादन लागत ₹7,000 है, तो सकल लाभ ₹3,000 होगा।
2. **शुद्ध लाभ (Net Profit):**
   - सकल लाभ में से सभी अन्य खर्च जैसे विपणन, वितरण और प्रशासनिक खर्च घटाने के बाद बची राशि।
   - **सूत्र:** शुद्ध लाभ = सकल लाभ - अन्य खर्च।

- **उदाहरण:** यदि सकल लाभ ₹3,000 है और अन्य खर्च ₹1,000 हैं, तो शुद्ध लाभ ₹2,000 होगा।

3. **लाभ मार्जिन (Profit Margin):**
   - यह प्रतिशत में व्यक्त किया जाता है और यह दिखाता है कि कुल बिक्री में से कितना प्रतिशत लाभ के रूप में बचता है।
   - **सूत्र:** लाभ मार्जिन (%) = (शुद्ध लाभ / कुल बिक्री) × 100।
   - **उदाहरण:** यदि कुल बिक्री ₹10,000 और शुद्ध लाभ ₹2,000 है, तो लाभ मार्जिन 20% होगा।

सही लागत निर्धारण, मूल्य निर्धारण और लाभ की गणना किसी भी व्यवसाय के टिकाऊ विकास के लिए आवश्यक है। छत्तीसगढ़ के छोटे और मध्यम उद्यमों को विशेष रूप से इन पहलुओं पर ध्यान देने की आवश्यकता है ताकि वे अपने उत्पादों की कीमत सही रखकर अधिकतम लाभ अर्जित कर सकें।

***

## अध्याय 7: व्यवसाय पंजीकरण प्रक्रिया

किसी भी व्यवसाय को कानूनी रूप से स्थापित करने और सुचारू रूप से संचालित करने के लिए पंजीकरण आवश्यक होता है। यह न केवल व्यवसाय को कानूनी मान्यता प्रदान करता है, बल्कि सरकारी योजनाओं, बैंक ऋण, और अन्य व्यावसायिक लाभों तक पहुंच प्राप्त करने में भी मदद करता है। छत्तीसगढ़ में व्यवसाय पंजीकरण प्रक्रिया सरल और सुगम बनाई गई है, जिससे उद्यमियों को न्यूनतम जटिलताओं का सामना करना पड़े।

## 7.1 व्यवसाय पंजीकरण के प्रकार

व्यवसाय के स्वरूप के आधार पर विभिन्न प्रकार के पंजीकरण होते हैं:

### (क) एकल स्वामित्व (Sole Proprietorship)

- एक व्यक्ति द्वारा संचालित व्यवसाय।
- पंजीकरण आवश्यक नहीं, लेकिन GST और व्यापार लाइसेंस की जरूरत हो सकती है।

### (ख) साझेदारी फर्म (Partnership Firm)

- दो या अधिक व्यक्तियों द्वारा संचालित व्यवसाय।
- पंजीकरण भारतीय साझेदारी अधिनियम, 1932 के तहत होता है।

### (ग) निजी लिमिटेड कंपनी (Private Limited Company)

- कंपनी अधिनियम, 2013 के तहत पंजीकरण आवश्यक।
- निदेशकों की न्यूनतम संख्या: 2
- पूंजी निवेश की कोई न्यूनतम सीमा नहीं।

### (घ) सीमित दायित्व भागीदारी (LLP - Limited Liability Partnership)

- कंपनी और साझेदारी का मिश्रण।
- भागीदारों की व्यक्तिगत जिम्मेदारी सीमित रहती है।

### (ङ) सहकारी समितियाँ (Cooperative Societies)

- सामूहिक रूप से लोगों द्वारा संचालित व्यवसाय।
- सहकारी समिति अधिनियम, 1912 के तहत पंजीकरण आवश्यक।

## 7.2 व्यवसाय पंजीकरण की प्रक्रिया

### (क) व्यवसाय का नाम तय करना

- व्यवसाय के लिए एक उपयुक्त और अनूठा नाम चुनें।
- MCA (Ministry of Corporate Affairs) की वेबसाइट पर नाम उपलब्धता की जाँच करें।

### (ख) आवश्यक दस्तावेज़ तैयार करना

- **संपत्ति प्रमाण पत्र** (किराये या स्वामित्व का प्रमाण)
- **पहचान प्रमाण पत्र** (आधार कार्ड, पैन कार्ड, पासपोर्ट)
- **बैंक खाता विवरण**
- **व्यवसाय योजना**

### (ग) पंजीकरण आवेदन जमा करना

- **MSME पंजीकरण:** उद्यम आधार पोर्टल पर ऑनलाइन आवेदन करें।
- **GST पंजीकरण:** यदि व्यवसाय का वार्षिक टर्नओवर ₹40 लाख (सेवा क्षेत्र के लिए ₹20 लाख) से अधिक है तो GST अनिवार्य है।
- **FSSAI पंजीकरण:** खाद्य व्यवसाय के लिए आवश्यक।
- **Shop & Establishment Act:** दुकान या कार्यालय संचालन हेतु अनिवार्य।

### (घ) डिजिटल हस्ताक्षर प्रमाणपत्र (DSC) बनवाना

- कंपनियों और LLP के लिए डिजिटल हस्ताक्षर प्रमाणपत्र आवश्यक होता है।

**(ङ) निदेशक पहचान संख्या (DIN) प्राप्त करना**

- MCA पोर्टल पर आवेदन करें।

**(च) प्रमाणपत्र और लाइसेंस प्राप्त करना**

- एक बार आवेदन स्वीकृत होने के बाद व्यवसाय को प्रमाणपत्र दिया जाता है।

## 7.3 प्रमुख कानूनी अनिवार्यताएँ

**(क) व्यापार पंजीकरण**

व्यवसाय के स्वरूप के अनुसार उचित पंजीकरण कराना आवश्यक होता है।

**(ख) कर एवं वित्तीय नियमन**

**वस्तु एवं सेवा कर (GST) पंजीकरण:** वार्षिक टर्नओवर ₹40 लाख (सेवा क्षेत्र के लिए ₹20 लाख) से अधिक होने पर अनिवार्य।

**पैन (PAN) और टैन (TAN) पंजीकरण:** कर कटौती और वित्तीय लेन-देन के लिए आवश्यक।

**आयकर रिटर्न (ITR) दाखिल करना:** सभी व्यवसायों को वार्षिक कर रिटर्न दाखिल करना आवश्यक होता है।

**(ग) श्रम कानून अनुपालन**

**कर्मचारी भविष्य निधि (EPF) और कर्मचारी राज्य बीमा (ESI) पंजीकरण:** यदि कर्मचारियों की संख्या 10 से अधिक हो।

**काम के घंटे और अवकाश प्रबंधन:** श्रम कानूनों के तहत कर्मचारियों के कार्य-अधिकार सुनिश्चित करना।

**(घ) औद्योगिक और पर्यावरणीय अनुपालन**

**प्रदूषण नियंत्रण बोर्ड से अनुमति:** विनिर्माण और औद्योगिक इकाइयों के लिए आवश्यक।

**खाद्य सुरक्षा एवं मानक प्राधिकरण (FSSAI) लाइसेंस:** खाद्य व्यवसायों के लिए अनिवार्य।

**(ङ) बौद्धिक संपदा अधिकार (Intellectual Property Rights - IPR)**

**ट्रेडमार्क पंजीकरण:** ब्रांड की पहचान सुरक्षित रखने के लिए।

**पेटेंट एवं कॉपीराइट:** नवाचार और रचनात्मक कार्यों की सुरक्षा के लिए।

***

## अध्याय 8: उत्पादन प्रक्रिया परिचय

उत्पादन प्रक्रिया किसी भी व्यवसाय का एक महत्वपूर्ण पहलू होती है, जिसमें कच्चे माल को तैयार उत्पाद में परिवर्तित किया जाता है। सही उत्पादन प्रक्रिया अपनाने से उत्पाद की गुणवत्ता, लागत-प्रभावशीलता और उपभोक्ता संतुष्टि सुनिश्चित होती है। छत्तीसगढ़ जैसे राज्य में, जहाँ कृषि, हस्तशिल्प और लघु उद्योगों का बड़ा योगदान है, वहाँ स्थानीय संसाधनों पर आधारित उत्पादन प्रक्रियाओं का महत्व अधिक है।

## 8.1 उत्पादन प्रक्रिया के प्रमुख चरण

### (क) योजना और डिज़ाइनिंग

- उत्पाद की माँग और उपभोक्ता आवश्यकताओं का विश्लेषण।
- उत्पादन प्रक्रिया के लिए सही तकनीकों और उपकरणों का चयन।

### (ख) कच्चे माल की प्राप्ति और भंडारण

- गुणवत्ता मानकों के अनुसार कच्चे माल का चयन।
- प्रभावी भंडारण व्यवस्था जिससे माल सुरक्षित रहे और बर्बादी कम हो।

### (ग) निर्माण (Manufacturing) प्रक्रिया

- विभिन्न उत्पादन विधियों (हस्तशिल्प, मशीनरी आधारित, स्वचालित प्रणाली) का उपयोग।
- गुणवत्ता नियंत्रण के उपाय, जिससे उत्पाद मानकों पर खरा उतरे।

### (घ) निरीक्षण और परीक्षण

- तैयार उत्पाद की गुणवत्ता सुनिश्चित करने के लिए निरीक्षण।
- उत्पाद परीक्षण और प्रमाणन प्राप्त करना।

### (ङ) पैकेजिंग और वितरण

- उत्पाद को सुरक्षित और आकर्षक पैकेजिंग में तैयार करना।
- ग्राहकों तक पहुँचाने के लिए लॉजिस्टिक्स और सप्लाई चैन प्रबंधन।

### 8.2 छत्तीसगढ़ में उत्पादन आधारित व्यवसायों के उदाहरण

- **हस्तशिल्प और कुटीर उद्योग:** बस्तर की लकड़ी नक्काशी, कोंडागाँव की धातु शिल्प।
- **कृषि आधारित उद्योग:** धान प्रसंस्करण, जैविक खाद उत्पादन।
- **खाद्य प्रसंस्करण:** लघु डेयरी उद्योग, अचार और मसाला निर्माण।
- **हर्बल और आयुर्वेद उत्पाद:** बेल, आंवला और अन्य जड़ी-बूटी आधारित उत्पाद।

### 8.3 उत्पादन प्रक्रिया पर गतिविधियाँ

1. **प्रायोगिक कार्यशाला:** प्रतिभागियों को वास्तविक उत्पादन प्रक्रिया से परिचित कराना।
2. **डिज़ाइन और नवाचार अभ्यास:** नए और प्रभावी उत्पाद डिज़ाइन पर काम करना।
3. **गुणवत्ता नियंत्रण सत्र:** उत्पाद की गुणवत्ता बनाए रखने की तकनीकों पर चर्चा।
4. **फील्ड विज़िट:** सफल उत्पादन इकाइयों का दौरा कर व्यावहारिक ज्ञान प्राप्त करना।

***

## अध्याय 9: गुणवत्ता नियंत्रण एवं प्रमाणन

गुणवत्ता नियंत्रण (Quality Control) किसी भी व्यवसाय के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण होता है क्योंकि यह उत्पाद की विश्वसनीयता और उपभोक्ता संतुष्टि सुनिश्चित करता है। गुणवत्ता सुनिश्चित करने से न केवल बाज़ार में उत्पाद की मांग बढ़ती है, बल्कि ब्रांड

की प्रतिष्ठा भी मजबूत होती है। प्रमाणन (Certification) उत्पाद को सरकारी और अंतरराष्ट्रीय मानकों के अनुसार प्रमाणित करने की प्रक्रिया होती है, जिससे व्यापारिक अवसरों में वृद्धि होती है।

## 9.1 गुणवत्ता नियंत्रण के प्रमुख तत्व

### (क) कच्चे माल की गुणवत्ता सुनिश्चित करना

- उच्च गुणवत्ता वाले कच्चे माल का चयन।
- भंडारण और परिवहन के दौरान कच्चे माल की सुरक्षा।

### (ख) उत्पादन प्रक्रिया में गुणवत्ता नियंत्रण

- मानकीकृत उत्पादन प्रक्रियाओं का पालन।
- उत्पादन के हर चरण में निरीक्षण और परीक्षण।

### (ग) तैयार उत्पाद की गुणवत्ता परीक्षण

- उत्पाद की मजबूती, स्वाद, आकार, रंग आदि का मूल्यांकन।
- उपभोक्ता प्रतिक्रिया पर आधारित सुधार।

### (घ) पैकेजिंग और भंडारण मानक

- सुरक्षित और आकर्षक पैकेजिंग जिससे उत्पाद लंबे समय तक सुरक्षित रहे।
- भंडारण के उचित तरीके अपनाना जिससे गुणवत्ता बनी रहे।

## 9.2 प्रमाणन के प्रकार और उनकी आवश्यकता

### (क) भारतीय मानक और प्रमाणन

- **BIS (Bureau of Indian Standards):** विभिन्न औद्योगिक और उपभोक्ता उत्पादों के लिए।
- **FSSAI (Food Safety and Standards Authority of India):** खाद्य उत्पादों के लिए अनिवार्य।
- **ISI मार्क:** उद्योग उत्पादों की गुणवत्ता सुनिश्चित करने के लिए।
- **AGMARK:** कृषि उत्पादों की शुद्धता के लिए।

**(ख) अंतरराष्ट्रीय प्रमाणन**

- **ISO (International Organization for Standardization):** गुणवत्ता प्रबंधन और प्रक्रियाओं के लिए।
- **HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point):** खाद्य सुरक्षा प्रबंधन प्रणाली।
- **Organic Certification:** जैविक कृषि उत्पादों के लिए।

## 9.3 गुणवत्ता नियंत्रण और प्रमाणन पर गतिविधियाँ

1. **गुणवत्ता परीक्षण कार्यशाला:** उत्पादन प्रक्रिया के दौरान गुणवत्ता मानकों पर प्रशिक्षण।
2. **प्रमाणन प्रक्रिया सत्र:** प्रमाणन प्राप्त करने की विधि पर विस्तृत जानकारी।
3. **सफल व्यवसायों के अध्ययन:** प्रमाणित व्यवसायों की सफलता की कहानियाँ।
4. **फील्ड विज़िट:** प्रमाणन प्राप्त उत्पादन इकाइयों का दौरा।

***

# अध्याय 10: ब्रांडिंग एवं मार्केटिंग

ब्रांडिंग और मार्केटिंग किसी भी व्यवसाय की सफलता के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण हैं। ब्रांडिंग वह प्रक्रिया है जिससे कोई उत्पाद या सेवा उपभोक्ताओं के मन में अपनी अलग पहचान बनाती है, जबकि मार्केटिंग उन रणनीतियों का समूह है जो उत्पाद या सेवा को अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाने में मदद करती हैं। छत्तीसगढ़ में विभिन्न प्रकार के लघु एवं कुटीर उद्योगों के लिए प्रभावी ब्रांडिंग और मार्केटिंग रणनीतियाँ अपनाकर स्थानीय उत्पादों को राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहचान दिलाई जा सकती है।

## 10.1 ब्रांडिंग के प्रमुख तत्व

### (क) ब्रांड नाम और लोगो

- ऐसा नाम चुनें जो याद रखने में आसान हो।
- लोगो ऐसा हो जो व्यवसाय की पहचान को दर्शाए।

### (ख) ब्रांड संदेश

- ब्रांड की मूल भावना और उद्देश्य को स्पष्ट रूप से परिभाषित करें।
- उपभोक्ताओं के साथ एक भावनात्मक जुड़ाव बनाएँ।

### (ग) ब्रांड स्थिरता (Consistency)

- उत्पाद, सेवा, ग्राहक अनुभव और मार्केटिंग संचार में एकरूपता बनाए रखें।
- गुणवत्ता में स्थिरता से ब्रांड की विश्वसनीयता बढ़ती है।

### (घ) ग्राहक अनुभव

- ग्राहक सेवा को प्राथमिकता दें।

- ग्राहकों की समस्याओं को तुरंत हल करने की रणनीति अपनाएँ।

## 10.2 मार्केटिंग रणनीतियाँ

### (क) पारंपरिक मार्केटिंग

- **प्रिंट विज्ञापन:** समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, ब्रोशर आदि में विज्ञापन।
- **प्रदर्शनी एवं मेले:** स्थानीय, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेलों में भाग लेना।
- **वर्ड-ऑफ-माउथ (Word of Mouth):** ग्राहकों से सकारात्मक समीक्षाएँ प्राप्त करना।

### (ख) डिजिटल मार्केटिंग

- **सोशल मीडिया मार्केटिंग:** फेसबुक, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप और यूट्यूब के माध्यम से ब्रांड प्रचार।
- **वेबसाइट और ब्लॉग:** व्यवसाय की वेबसाइट बनाकर उत्पाद और सेवाओं की जानकारी देना।
- **ईमेल मार्केटिंग:** संभावित ग्राहकों को ईमेल द्वारा विशेष ऑफर और जानकारी भेजना।
- **सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन (SEO):** गूगल पर अपनी वेबसाइट की रैंकिंग बढ़ाने के लिए रणनीतियाँ अपनाना।

### (ग) ई-कॉमर्स और ऑनलाइन बिक्री

- **ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म्स:** अमेज़न, फ्लिपकार्ट, मेशो और ONDC जैसे प्लेटफॉर्म्स पर अपने उत्पाद बेचना।

- **छत्तीसगढ़ में ई-मार्केटप्लेस पहल:** राज्य सरकार द्वारा संचालित स्थानीय ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म्स का लाभ उठाना।

### (घ) प्रभावी प्रचार और विज्ञापन

- **इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग:** स्थानीय प्रभावशाली व्यक्तियों (Influencers) से प्रचार करवाना।
- **वीडियो मार्केटिंग:** छोटे-छोटे प्रमोशनल वीडियो बनाकर प्रचार करना।

## 10.3 ब्रांडिंग एवं मार्केटिंग पर गतिविधियाँ

1. **ब्रांडिंग कार्यशाला:** प्रतिभागियों को अपने व्यवसाय के लिए प्रभावी ब्रांडिंग रणनीतियों पर काम करने के लिए प्रेरित करना।
2. **डिजिटल मार्केटिंग सत्र:** सोशल मीडिया, ई-कॉमर्स और SEO पर व्यावहारिक प्रशिक्षण।
3. **उद्यमियों का अनुभव साझा सत्र:** सफल उद्यमियों से उनके ब्रांडिंग और मार्केटिंग अनुभवों को सुनना।
4. **बाजार सर्वेक्षण अभ्यास:** स्थानीय और राष्ट्रीय बाजारों में उत्पादों की मांग और प्रतिस्पर्धा का अध्ययन।

ब्रांडिंग और मार्केटिंग व्यवसाय को विकसित करने के लिए आवश्यक तत्व हैं। सही रणनीतियाँ अपनाकर छत्तीसगढ़ के लघु एवं मध्यम उद्योगों को राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर बढ़ावा दिया जा सकता है। प्रभावी ब्रांडिंग और मार्केटिंग से व्यवसाय की पहचान मजबूत होगी और ग्राहकों तक पहुँच बढ़ेगी।

***

# अध्याय 11: प्रभावी पैकेजिंग डिज़ाइन

पैकेजिंग किसी भी उत्पाद की पहली छवि होती है, जिससे उपभोक्ताओं का ध्यान आकर्षित किया जाता है। यह न केवल उत्पाद को सुरक्षित रखने में मदद करता है, बल्कि ब्रांड की पहचान को भी मजबूत करता है। प्रभावी पैकेजिंग डिज़ाइन व्यवसाय की सफलता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, खासकर जब उत्पादों को स्थानीय और अंतरराष्ट्रीय बाजारों में प्रस्तुत किया जाता है।

## 11.1 प्रभावी पैकेजिंग के प्रमुख तत्व

### (क) सुरक्षा और स्थायित्व

- पैकेजिंग सामग्री ऐसी हो जो उत्पाद को टूटने, खराब होने या नमी से बचाए।
- परिवहन और भंडारण के दौरान उत्पाद की गुणवत्ता बनाए रखने के लिए मजबूत सामग्री का उपयोग करें।

### (ख) ब्रांड पहचान

- लोगो, रंग, फॉन्ट और टैगलाइन को पैकेजिंग डिज़ाइन में शामिल करें।
- पैकेजिंग को ब्रांड की मूल भावना से मेल खाने वाला बनाएं।

### (ग) उपयोग में सरलता

- पैकेजिंग खोलने और पुनः बंद करने में आसान हो।
- ग्राहक के लिए उपयोगकर्ता अनुकूल डिज़ाइन तैयार करें।

### (घ) पर्यावरण अनुकूलता

- बायोडिग्रेडेबल, रिसाइकिलेबल और पुनः प्रयोज्य सामग्रियों का उपयोग करें।
- सरकार द्वारा तय किए गए पर्यावरणीय मानकों का पालन करें।

## 11.2 प्रभावी पैकेजिंग का महत्व

- **हस्तशिल्प उत्पादों:** बेलमेटल शिल्प, बस्तर कला, टेराकोटा मूर्तियाँ आदि के लिए सुरक्षित और आकर्षक पैकेजिंग।
- **कृषि उत्पाद:** जैविक धान, हर्बल उत्पादों और मसालों के लिए गुणवत्ता युक्त पैकेजिंग।
- **हस्तनिर्मित खाद्य उत्पाद:** पेठा, चावल, महुआ उत्पाद आदि के लिए सुरक्षित खाद्य ग्रेड पैकेजिंग।

## 11.3 प्रभावी पैकेजिंग डिज़ाइन के लिए सुझाव

### (क) ग्राहक को ध्यान में रखते हुए डिज़ाइन करें

- उत्पाद की पैकेजिंग आकर्षक हो और ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करे।
- रंगों और डिज़ाइन का मनोवैज्ञानिक प्रभाव समझें।

### (ख) जानकारीपूर्ण और पारदर्शी लेबलिंग

- उत्पाद की सामग्री, निर्माण तिथि, समाप्ति तिथि और उपयोग निर्देश स्पष्ट रूप से लिखें।
- प्रमाणन और गुणवत्ता मानकों की जानकारी को प्रमुखता दें।

### (ग) लागत प्रभावी

- ऐसी पैकेजिंग सामग्री का चयन करें जो लागत में किफायती हो लेकिन गुणवत्ता बनाए रखे।
- थोक में उत्पादन करके लागत कम करें।

***

## अध्याय 12: डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियाँ

डिजिटल मार्केटिंग आज के प्रतिस्पर्धी बाजार में किसी भी व्यवसाय के लिए एक आवश्यक रणनीति बन गई है। यह व्यवसायों को अपने उत्पादों और सेवाओं को अधिक ग्राहकों तक पहुँचाने, ब्रांड जागरूकता बढ़ाने और बिक्री को बढ़ावा देने में मदद करता है। छत्तीसगढ़ में छोटे उद्यमों, हस्तशिल्प उद्योगों और कृषि आधारित व्यवसायों के लिए डिजिटल मार्केटिंग का प्रभावी उपयोग बाजार में सफलता प्राप्त करने के लिए महत्वपूर्ण हो सकता है।

### 12.1 डिजिटल मार्केटिंग के प्रमुख घटक

### (क) सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन (SEO)

- वेबसाइट की गूगल रैंकिंग बढ़ाने के लिए कीवर्ड रिसर्च करें।
- उच्च गुणवत्ता वाला कंटेंट बनाकर उसे ऑप्टिमाइज़ करें।

### (ख) सोशल मीडिया मार्केटिंग

- फेसबुक, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, यूट्यूब और लिंक्डइन पर ब्रांड की मौजूदगी बनाएं।
- नियमित पोस्ट, वीडियो और कहानियों के माध्यम से ग्राहक जुड़ाव बढ़ाएं।

### (ग) ईमेल मार्केटिंग

- संभावित ग्राहकों को उत्पादों और सेवाओं की जानकारी देने के लिए ईमेल अभियान चलाएँ।
- ऑफ़र, न्यूज़लेटर और ईवेंट अपडेट भेजकर ग्राहक संबंध मजबूत करें।

### (घ) ई-कॉमर्स और ऑनलाइन बिक्री

- अमेज़न, फ्लिपकार्ट, मेशो और ONDC जैसे प्लेटफॉर्म्स पर अपने उत्पाद लिस्ट करें।
- छत्तीसगढ़ के सरकारी ई-कॉमर्स पोर्टल्स का लाभ उठाएँ।

### (ङ) पेड विज्ञापन (Paid Advertising)

- गूगल ऐड्स और फेसबुक ऐड्स के माध्यम से टार्गेटेड विज्ञापन चलाएँ।
- रीमार्केटिंग तकनीकों का उपयोग करें ताकि ग्राहक बार-बार ब्रांड से जुड़ें।

### (च) कंटेंट मार्केटिंग

- ब्लॉग, वीडियो, इन्फोग्राफिक्स और अन्य प्रकार के कंटेंट बनाकर ब्रांड की विश्वसनीयता बढ़ाएँ।
- कहानी कहने (Storytelling) की तकनीक का उपयोग करें।

## 12.2 डिजिटल मार्केटिंग का महत्व

- **हस्तशिल्प एवं कुटीर उद्योग:** बस्तर कला, बेलमेटल, टेराकोटा उत्पादों को ऑनलाइन प्रमोट करना।

- **कृषि आधारित व्यवसाय:** जैविक धान, हर्बल उत्पाद, महुआ आधारित उत्पादों को डिजिटल माध्यम से बेचना।
- **पर्यटन और सांस्कृतिक प्रचार:** छत्तीसगढ़ के पर्यटन स्थलों को डिजिटल प्लेटफॉर्म पर प्रमोट करना।

## 12.3 डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियाँ लागू करने के सुझाव

### (क) सही प्लेटफॉर्म का चयन करें

- अपने व्यवसाय के अनुसार उपयुक्त डिजिटल चैनल चुनें।
- B2C व्यवसायों के लिए इंस्टाग्राम और फेसबुक प्रभावी हो सकते हैं।
- B2B व्यवसायों के लिए लिंक्डइन और गूगल ऐड्स अच्छे विकल्प हैं।

### (ख) डेटा और एनालिटिक्स का उपयोग करें

- गूगल एनालिटिक्स, फेसबुक इनसाइट्स और अन्य टूल्स से मार्केटिंग अभियानों की सफलता को मापें।
- उपभोक्ता व्यवहार को समझकर रणनीतियों में सुधार करें।

### (ग) उपभोक्ता सहभागिता (Engagement) बढ़ाएँ

- इंटरएक्टिव पोस्ट, पोल, लाइव वीडियो और प्रतियोगिताओं के माध्यम से ग्राहकों से संवाद बनाए रखें।
- उपभोक्ताओं की प्रतिक्रियाओं पर त्वरित प्रतिक्रिया दें।

## 12.4 डिजिटल मार्केटिंग पर गतिविधियाँ

1. **डिजिटल मार्केटिंग कार्यशाला:** सोशल मीडिया, SEO, और ईमेल मार्केटिंग पर व्यावहारिक प्रशिक्षण।

2. **सोशल मीडिया कैंपेन प्रोजेक्ट:** प्रतिभागियों को अपने व्यवसाय के लिए एक प्रभावी सोशल मीडिया योजना बनाने की गतिविधि।
3. **ऑनलाइन मार्केट रिसर्च:** डिजिटल प्लेटफॉर्म पर संभावित ग्राहकों और प्रतिस्पर्धियों का विश्लेषण।
4. **ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म प्रशिक्षण:** उत्पाद लिस्टिंग, मूल्य निर्धारण और विज्ञापन रणनीतियों पर प्रशिक्षण।

## 12.5 ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म ऑनबोर्डिंग

ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म ऑनबोर्डिंग का अर्थ है अपने व्यवसाय या उत्पादों को ऑनलाइन मार्केटप्लेस पर सूचीबद्ध करना और उन्हें डिजिटल रूप से बेचने के लिए आवश्यक प्रक्रियाओं को पूरा करना। यह प्रक्रिया छोटे और मध्यम उद्यमों (SMEs) के लिए विशेष रूप से महत्वपूर्ण है क्योंकि यह उन्हें व्यापक बाजार तक पहुँचने और अपनी बिक्री बढ़ाने में मदद करती है। छत्तीसगढ़ के स्थानीय उद्यमियों, कारीगरों और कृषि उत्पादकों के लिए ई-कॉमर्स ऑनबोर्डिंग उनकी व्यावसायिक वृद्धि के लिए एक महत्वपूर्ण कदम साबित हो सकता है।

### ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म के प्रकार

### (क) B2C (बिजनेस टू कस्टमर) प्लेटफॉर्म

- **अमेज़न, फ्लिपकार्ट, मेशो:** इन प्लेटफॉर्म्स पर ग्राहक सीधे उत्पाद खरीद सकते हैं।
- **ONDC (Open Network for Digital Commerce):** एक सरकारी पहल जो छोटे विक्रेताओं को डिजिटल रूप से जोड़ती है।

### (ख) B2B (बिजनेस टू बिजनेस) प्लेटफॉर्म

- **अलीबाबा, इंडिया मार्ट:** ये प्लेटफॉर्म थोक विक्रेताओं को व्यवसायों से जोड़ने में मदद करते हैं।

### (ग) सोशल कॉमर्स प्लेटफॉर्म

- **इंस्टाग्राम, फेसबुक मार्केटप्लेस, व्हाट्सएप बिजनेस:** छोटे विक्रेता सीधे ग्राहकों से संपर्क कर सकते हैं और बिक्री कर सकते हैं।

## 12.6 ऑनबोर्डिंग प्रक्रिया

### (क) प्लेटफॉर्म चयन और खाता पंजीकरण

- अपने व्यवसाय के अनुकूल ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म चुनें।
- प्लेटफॉर्म पर विक्रेता (Seller) के रूप में रजिस्ट्रेशन करें।

### (ख) आवश्यक दस्तावेज़ों की तैयारी

- आधार कार्ड, पैन कार्ड, बैंक खाता विवरण।
- जीएसटी प्रमाणपत्र (यदि लागू हो)।
- ब्रांड पंजीकरण और ट्रेडमार्क (यदि उपलब्ध हो)।

### (ग) उत्पाद सूचीकरण (Product Listing)

- उच्च गुणवत्ता वाली तस्वीरों और उत्पाद विवरण के साथ उत्पाद सूचीबद्ध करें।
- SEO-अनुकूल शीर्षक और टैग जोड़ें ताकि ग्राहक आसानी से उत्पाद ढूंढ सकें।

### (घ) मूल्य निर्धारण और शिपिंग सेटअप

- प्रतिस्पर्धात्मक मूल्य निर्धारण करें और प्लेटफॉर्म की कमीशन दर को ध्यान में रखें।
- शिपिंग और लॉजिस्टिक्स के लिए सही भागीदार चुनें।

**(ङ) भुगतान और टैक्स सेटअप**

- ऑनलाइन भुगतान गेटवे सेट करें।
- जीएसटी और अन्य करों की जानकारी अपडेट करें।

## 12.7 डिजिटल भुगतान प्रणाली

डिजिटल भुगतान प्रणाली (Digital Payment System) एक ऐसा माध्यम है, जिसके द्वारा व्यवसाय और ग्राहक नकद लेन-देन के बिना ही भुगतान कर सकते हैं। यह प्रणाली तेज, सुरक्षित और पारदर्शी होती है। आज के डिजिटल युग में व्यापार को आगे बढ़ाने के लिए डिजिटल भुगतान प्रणाली का उपयोग अनिवार्य हो गया है। विशेष रूप से छत्तीसगढ़ के सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों (MSMEs), हस्तशिल्प उत्पादकों और कारीगरों के लिए यह एक आवश्यक साधन बन चुका है।

### डिजिटल भुगतान के प्रकार

**(क) यूपीआई (UPI - Unified Payments Interface)**

- गूगल पे, फोन पे, पेटीएम, भीम (BHIM) जैसे ऐप्स का उपयोग करके त्वरित भुगतान।
- मोबाइल नंबर या QR कोड स्कैन कर भुगतान की सुविधा।

**(ख) मोबाइल वॉलेट्स (Mobile Wallets)**

- पेटीएम, मोबिक्विक, अमेज़न पे जैसे वॉलेट्स का उपयोग।
- सुरक्षित और तेज़ लेन-देन की सुविधा।

**(ग) डेबिट और क्रेडिट कार्ड भुगतान**

- वीज़ा, मास्टरकार्ड, रूपे कार्ड के माध्यम से भुगतान।
- पॉइंट ऑफ़ सेल (POS) मशीनों के माध्यम से भुगतान सुविधा।

**(घ) इंटरनेट बैंकिंग (Net Banking)**

- RTGS, NEFT और IMPS के माध्यम से ऑनलाइन बैंकिंग लेन-देन।

**(ङ) क्यूआर कोड आधारित भुगतान**

- दुकानों और छोटे व्यवसायों के लिए सरल और तेज़ भुगतान सुविधा।
- हर ग्राहक के लिए एक यूनिक क्यूआर कोड का उपयोग।

**(च) ई-कॉमर्स गेटवे**

- Razorpay, PayU, Instamojo जैसे गेटवे का उपयोग ऑनलाइन भुगतान स्वीकार करने के लिए।

### 12.8 डिजिटल भुगतान प्रणाली अपनाने के लाभ

- **तेज़ और आसान लेन-देन:** नकद लेन-देन से बचने और त्वरित भुगतान की सुविधा।
- **सुरक्षित और ट्रैक करने योग्य:** सभी लेन-देन का डिजिटल रिकॉर्ड सुरक्षित रहता है।
- **ग्राहकों के लिए सुविधा:** ग्राहक कभी भी, कहीं भी भुगतान कर सकते हैं।

***

## अध्याय 13: ग्राहक प्रबंधन

ग्राहक प्रबंधन (Customer Management) किसी भी व्यवसाय की सफलता के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण प्रक्रिया है। यह ग्राहकों को आकर्षित करने, बनाए रखने और उनके साथ मजबूत संबंध विकसित करने का एक तरीका है। प्रभावी ग्राहक प्रबंधन से न केवल बिक्री बढ़ती है बल्कि ग्राहक संतुष्टि और ब्रांड वफादारी भी सुनिश्चित होती

है। छत्तीसगढ़ के छोटे और मध्यम उद्यमों, हस्तशिल्प व्यवसायों और कृषि आधारित उद्यमों के लिए ग्राहकों को संतुष्ट रखना और उनके साथ दीर्घकालिक संबंध बनाए रखना अत्यंत आवश्यक है।

### 13.1 ग्राहक प्रबंधन के प्रमुख घटक

**(क) ग्राहक अधिग्रहण (Customer Acquisition)**

- सही लक्षित ग्राहकों की पहचान।
- मार्केटिंग और प्रचार रणनीतियों का उपयोग।
- सोशल मीडिया, डिजिटल प्लेटफॉर्म और स्थानीय नेटवर्क का सहारा।

**(ख) ग्राहक संतुष्टि (Customer Satisfaction)**

- गुणवत्तापूर्ण उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करना।
- समय पर डिलीवरी और उचित मूल्य निर्धारण।
- ग्राहक की समस्याओं का शीघ्र समाधान।

**(ग) ग्राहक प्रतिधारण (Customer Retention)**

- लॉयल्टी प्रोग्राम और छूट योजनाएँ।
- व्यक्तिगत सेवाएँ और विशेष ऑफर।
- नियमित रूप से ग्राहकों से संवाद बनाए रखना।

**(घ) ग्राहक प्रतिक्रिया और सुधार (Customer Feedback &** Improvement)

- ग्राहकों से प्रतिक्रिया लेना और उनकी राय पर कार्य करना।

- ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार उत्पाद और सेवाओं में सुधार।
- ग्राहक अनुभव को लगातार बेहतर बनाने के प्रयास।

## 13.2 छत्तीसगढ़ में ग्राहक प्रबंधन का महत्व

- **हस्तशिल्प और कुटीर उद्योग:** ग्राहकों की पसंद को ध्यान में रखते हुए अनुकूलित उत्पाद तैयार करना।
- **कृषि उत्पाद:** ग्राहकों की मांग के अनुसार जैविक और स्थानीय उत्पादों का उत्पादन।
- **पर्यटन और सेवा उद्योग:** स्थानीय और अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों के लिए उच्च गुणवत्ता की सेवाएँ सुनिश्चित करना।

## 13.3 ग्राहक प्रबंधन के लिए डिजिटल उपकरण

- **सीआरएम सॉफ्टवेयर (CRM Software):** Zoho CRM, Salesforce जैसे टूल्स का उपयोग।
- **सोशल मीडिया और डिजिटल मार्केटिंग:** फेसबुक, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप बिजनेस के माध्यम से ग्राहक जुड़ाव।
- **ईमेल और एसएमएस मार्केटिंग:** नियमित रूप से ग्राहकों से संवाद बनाए रखना।
- **ऑनलाइन समीक्षा और रेटिंग प्रबंधन:** गूगल माय बिजनेस और अन्य प्लेटफॉर्म पर सकारात्मक समीक्षाएँ बढ़ाना।

***

# अध्याय 14: व्यावसायिक संचार एवं नेटवर्किंग

व्यावसायिक संचार (Business Communication) और नेटवर्किंग (Networking) किसी भी व्यवसाय की सफलता के दो महत्वपूर्ण स्तंभ हैं। सही संचार रणनीति से व्यवसाय को नए अवसर प्राप्त होते हैं, और नेटवर्किंग के माध्यम से उद्यमी अपने उद्योग से जुड़े व्यक्तियों, संसाधनों और संभावित ग्राहकों तक पहुँच सकते हैं। छत्तीसगढ़ के सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों (MSMEs), हस्तशिल्प व्यवसायों और कृषि आधारित स्टार्टअप्स के लिए प्रभावी संचार और नेटवर्किंग से बड़े बाज़ारों तक पहुँच संभव हो सकती है।

## 14.1 व्यावसायिक संचार के प्रकार

### (क) मौखिक संचार (Verbal Communication)

- व्यवसायिक मीटिंग, प्रस्तुतियाँ, टेलीफोन वार्तालाप।
- प्रभावी वार्तालाप तकनीक और स्पष्टता।

### (ख) लिखित संचार (Written Communication)

- ईमेल, व्यावसायिक पत्र, प्रस्ताव (Proposals), रिपोर्ट तैयार करना।
- ग्राहक और साझेदारों के साथ दस्तावेज़ीकरण।

### (ग) डिजिटल संचार (Digital Communication)

- सोशल मीडिया, व्हाट्सएप बिजनेस, वेबसाइट और ब्लॉग।
- वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग, वेबिनार और ऑनलाइन मीटिंग प्लेटफॉर्म।

### (घ) गैर-मौखिक संचार (Non-verbal Communication)

- बॉडी लैंग्वेज, हाव-भाव, दृष्टिकोण और ब्रांड इमेज।

## 14.2 नेटवर्किंग के महत्व और तरीके

### (क) नेटवर्किंग के लाभ

- नए व्यावसायिक अवसरों की पहचान।
- संभावित ग्राहकों और निवेशकों से संपर्क।
- नवीनतम उद्योग प्रवृत्तियों और नवाचारों की जानकारी।

### (ख) प्रभावी नेटवर्किंग तकनीकें

- व्यावसायिक सम्मेलनों, प्रदर्शनियों और मेलों में भाग लेना।
- ऑनलाइन नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म जैसे LinkedIn, Facebook Business Groups का उपयोग।
- बिजनेस एसोसिएशनों और चैंबर्स ऑफ कॉमर्स से जुड़ना।

### (ग) नेटवर्किंग के अवसर

- राज्य स्तरीय उद्यमिता मेलों और प्रदर्शनियों में भागीदारी।
- स्थानीय व्यापारिक समूहों, स्वयं सहायता समूहों (SHG) और स्टार्टअप इनक्यूबेशन केंद्रों से जुड़ना।
- कृषि और हस्तशिल्प उद्यमों के लिए B2B और B2C नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म का उपयोग।

## 14.3 प्रभावी व्यावसायिक संचार के लिए सुझाव

- संवाद में स्पष्टता और आत्मविश्वास बनाए रखना।
- डिजिटल संचार तकनीकों का उचित उपयोग।

- समयबद्ध और प्रभावी प्रतिक्रिया देना।

***

# अध्याय 15: व्यापार पिचिंग एवं प्रेजेंटेशन

व्यापार पिचिंग (Business Pitching) और प्रेजेंटेशन (Presentation) किसी भी उद्यमी के लिए अपने व्यवसाय को संभावित निवेशकों, ग्राहकों और साझेदारों के सामने प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने का एक महत्वपूर्ण कौशल है। एक अच्छी पिच व्यवसाय की स्पष्टता, प्रभावशीलता और आकर्षण को दर्शाती है, जिससे वित्तीय सहायता, भागीदारी और विपणन के अवसर बढ़ सकते हैं।

## 15.1 व्यापार पिचिंग क्या है?

व्यापार पिचिंग वह प्रक्रिया है जिसमें एक उद्यमी अपने व्यावसायिक विचार, उत्पाद या सेवा को संक्षिप्त और प्रभावी तरीके से प्रस्तुत करता है। यह विभिन्न प्रकार की हो सकती है:

- **एलीवेटर पिच (Elevator Pitch):** 30-60 सेकंड में संक्षिप्त व्यापार विवरण।
- **इन्वेस्टर पिच (Investor Pitch):** संभावित निवेशकों के लिए विस्तृत व्यावसायिक प्रस्तुति।
- **सेल्स पिच (Sales Pitch):** ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए व्यापार प्रस्ताव।
- **स्टार्टअप पिच (Startup Pitch):** नए स्टार्टअप्स के लिए अनुदान और भागीदारी हेतु प्रस्ताव।

## 15.2 प्रभावी व्यापार पिचिंग के महत्वपूर्ण तत्व

### (क) समस्या और समाधान (Problem & Solution)

- व्यापार किस समस्या का समाधान करता है?
- उत्पाद या सेवा कैसे उपयोगी है?

### (ख) लक्ष्य बाजार (Target Market)

- उपभोक्ताओं की पहचान और उनकी आवश्यकताएँ।
- बाज़ार में व्यापार की स्थिति।

### (ग) व्यवसाय मॉडल (Business Model)

- आय अर्जन के प्रमुख स्रोत।
- लागत संरचना और मुनाफे की संभावना।

### (घ) प्रतिस्पर्धात्मक लाभ (Competitive Advantage)

- व्यापार को अन्य प्रतिस्पर्धियों से अलग करने वाले पहलू।
- नवाचार और अनूठे मूल्य प्रस्ताव।

### (ङ) वित्तीय योजना (Financial Plan)

- निवेश आवश्यकताएँ और राजस्व पूर्वानुमान।
- निवेशकों को लाभ कैसे मिलेगा?

## 15.3 प्रभावी प्रेजेंटेशन तकनीकें

### (क) आकर्षक स्लाइड डेक (Presentation Deck) बनाना

- पेशेवर और सुव्यवस्थित डिज़ाइन।
- प्रमुख बिंदुओं को संक्षिप्त और स्पष्ट रूप से प्रस्तुत करना।
- आँकड़ों और ग्राफिक्स का प्रभावी उपयोग।

**(ख) प्रभावी संचार शैली**

- आत्मविश्वास और स्पष्टता के साथ बोलना।
- बॉडी लैंग्वेज और आँखों का संपर्क बनाए रखना।
- प्रश्नों के उत्तर देने के लिए तैयार रहना।

**(ग) कहानी कहने की कला (Storytelling)**

- व्यापार को एक कहानी के रूप में प्रस्तुत करना।
- ग्राहकों या निवेशकों के साथ भावनात्मक संबंध स्थापित करना।

## 15.4 व्यापार पिचिंग के अवसर

- राज्य सरकार और विभिन्न एजेंसियों द्वारा आयोजित स्टार्टअप इवेंट्स और इन्वेस्टर मीटिंग्स।
- उद्योग मेलों और प्रदर्शनियों में भागीदारी।
- स्वयं सहायता समूहों (SHGs) और MSMEs के लिए वित्तीय सहायता कार्यक्रम।

***

# अध्याय 16: सरकार की योजनाएं

## 16.1 प्रधानमंत्री रोजगार सृजन कार्यक्रम (पीएमईजीपी)

**उद्देश्य:** भारत में एमएसएमई उद्यमियों के लिए स्वरोजगार के अवसर सृजित करना।

**मुख्य लाभ**

1. यदि शहरी क्षेत्र में स्थित है, तो निम्नलिखित के लिए सब्सिडी प्रदान की जाती है:

- सामान्य श्रेणी के लिए परियोजना लागत का 15%।
- विशेष श्रेणी (एससी/एसटी/ओबीसी/अल्पसंख्यक महिला/पूर्व सैनिक/शारीरिक रूप से विकलांग/पूर्वोत्तर क्षेत्र/पहाड़ी एवं सीमावर्ती क्षेत्र) के लिए परियोजना लागत का 25%।

2. यदि ग्रामीण क्षेत्र में स्थित है, तो निम्नलिखित के लिए सब्सिडी प्रदान की जाती है:

- सामान्य श्रेणी के लिए परियोजना लागत का 25%।
- विशेष श्रेणी (एससी/एसटी/ओबीसी/अल्पसंख्यक महिलाएं/पूर्व सैनिक/शारीरिक रूप से विकलांग/पूर्वोत्तर क्षेत्र/पहाड़ी एवं सीमावर्ती क्षेत्र) के लिए परियोजना लागत का 35%।

3. दूसरी सब्सिडी तब दी जाती है, जब वह मौजूदा और बेहतर प्रदर्शन करने वाला पीएमईजीपी/मुद्रा/ग्रामीण रोजगार गारंटी कार्यक्रम एमएसएमई हो और निम्नलिखित के लिए विविधीकरण की ओर अग्रसर हो:

- परियोजना लागत का 15%, अधिकतम 1 करोड़ रुपये तक।
- पूर्वोत्तर क्षेत्र/पहाड़ी राज्यों के लिए परियोजना लागत का 20%; 1 करोड़ रुपये की परियोजना लागत तक।

**पात्रता मापदंड**

1. आवेदक निम्न होना चाहिए:

- 18 वर्ष से अधिक आयु (या)
- एक स्वयं सहायता समूह (एसएचजी) (ओआर)
- सोसायटी पंजीकरण अधिनियम 1860 (ओआर) के तहत पंजीकृत संस्था
- एक उत्पादन सहकारी समिति(ओआर)
- एक धर्मार्थ ट्रस्ट

2. व्यक्तिगत आवेदक के लिए, यदि परियोजना लागत 10 लाख रुपये (विनिर्माण के लिए) या 5 लाख रुपये (सेवा के लिए) से अधिक है, तो आवेदक को आठवीं कक्षा उत्तीर्ण होना चाहिए।

3. परियोजना की अधिकतम लागत 50 लाख रुपये (विनिर्माण के लिए) अथवा 20 लाख रुपये (सेवा के लिए) होनी चाहिए।

4. यदि परियोजना लागत 2 लाख रुपये से अधिक है तो उद्यमिता विकास कार्यक्रम (ईडीपी) प्रशिक्षण अनिवार्य है।

**आवेदन कैसे करें/किस कार्यालय से संपर्क करें**

www.kviconline.gov.in/pmegpeportal/pmegphome/index.jsp

## 16.2 प्रधानमंत्री मुद्रा योजना (पीएमएमवाई)

**उद्देश्य:** गैर-कॉर्पोरेट, गैर-कृषि, लघु/सूक्ष्म उद्यमों को 10 लाख रुपये तक का ऋण उपलब्ध कराना।

**फ़ायदे:** निम्नलिखित तीन शिशु, किशोर और तरुण श्रेणियों के अंतर्गत अधिकतम 10 लाख रुपये तक का टर्म लोन और/या कार्यशील पूंजी ऋण प्रदान किया जाता है:

**A. शिशु 50,000 तक ऋण कवर करता है**

❖ शिशु ऋण की अवधि 5 वर्ष है

❖ समय-समय पर उद्यमी पर लागू सामान्य ब्याज दर।

**B. किशोर रु.50,600/- से अधिक एवं रु.5 लाख तक के ऋण को कवर करता है।**

❖ किशोर ऋण की चुकौती अवधि बैंक द्वारा निर्धारित की जाती है।

❖ लगाई जाने वाली ब्याज दर आवेदक के क्रेडिट इतिहास, योजना के दिशा-निर्देशों आदि पर निर्भर करेगी। किशोर श्रेणी में ब्याज दर आमतौर पर बैंक द्वारा समय-समय पर निर्धारित की जाती है।

**C. तरुण: 5 लाख से 10 लाख रुपये तक के ऋण को कवर करना**

❖ तरुण ऋण की पुनर्भुगतान अवधि बैंक द्वारा तय की जाएगी।

❖ लगाई जाने वाली ब्याज दर आवेदक के क्रेडिट इतिहास, योजना के दिशा-निर्देशों आदि पर निर्भर करेगी। तरुण श्रेणी में ब्याज दर आमतौर पर बैंक द्वारा समय-समय पर निर्धारित की जाती है।

**पात्रता मापदंड:** व्यवसाय इकाई निम्नलिखित में से कोई एक होनी चाहिए: लघु विनिर्माण इकाई, दुकानदार, फल एवं सब्जी विक्रेता और कारीगर।

**मुद्रा योजना के तहत ऋण के लिए आवेदन कैसे करें?**

उचित व्यवसाय योजना तैयार करने के बाद ऋण के लिए आवेदन करने हेतु निम्नलिखित संस्थाओं या बैंकों से संपर्क करें:

❖ सार्वजनिक एवं निजी क्षेत्र के सभी अनुसूचित वाणिज्यिक बैंक

❖ क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक

❖ सभी सूक्ष्म वित्त संस्थान (एमएफटी), लघु व्यवसाय वित्त कंपनियां और एनबीएफसीएस

❖ अनुसूचित शहरी एवं राज्य सहकारी बैंक

**मुद्रा ऋण योजना के लिए आवश्यक दस्तावेज**

❖ व्यापार की योजना

❖ स्वयं प्रमाणित पहचान प्रमाण और पता प्रमाण

❖ पासपोर्ट आकार का फोटो

❖ आपकी फर्म/व्यवसाय पंजीकरण प्रमाणपत्र पता और पहचान प्रमाण

❖ यदि मशीनरी खरीदी गई है तो आपूर्तिकर्ता का नाम, मशीनरी का विवरण और मशीनरी की कीमत बताएं

❖ जब लोन पास हो जाता है, तो व्यक्ति को कार्यशील पूंजी खरीदने के लिए लोन राशि के 10% तक की सीमा के भीतर क्रेडिट कार्ड की तरह मुद्रा कार्ड मिलेगा। बैंक के पोर्टल पर ऑनलाइन आवेदन किया जा सकता है
बैंक के पोर्टल पर ऑनलाइन आवेदन किया जा सकता है।

## 16.3 सूक्ष्म एवं लघु उद्यमों के लिए ऋण गारंटी योजना (सीजीटीएमएसई)

**उद्देश्य:** एमएसएमई के लिए संपार्श्विक मुक्त ऋण के साथ ऋण गारंटी की सुविधा प्रदान करना।

**मुख्य लाभ**

1. 2 करोड़ रुपये तक के ऋण के लिए बिना किसी संपार्श्विक और तीसरे पक्ष की गारंटी के ऋण गारंटी प्रदान की गई।
2. सूक्ष्म उद्यम के लिए: 85% तक की गारंटी प्रदान की जाती है, जो अधिकतम 5 लाख रुपये तक हो सकती है।

***नोट: अन्य उद्यमों के लिए: 75% तक गारंटी प्रदान की जाती है।

3. खुदरा व्यापार गतिविधि में शामिल एमएसएमई के लिए: न्यूनतम 10 लाख रुपये और अधिकतम 100 लाख रुपये मूल्य के ऋण के लिए 50% तक की गारंटी प्रदान की जाती है।
4. यदि सूक्ष्म या लघु उद्यम का स्वामित्व/संचालन किसी महिला द्वारा किया जाता है: अधिकतम 50 लाख रुपये के ऋण के लिए 80% तक की गारंटी प्रदान की जाती है।

5. यदि एमएसएमई पूर्वोत्तर क्षेत्र से है तो 80% तक गारंटी प्रदान की जाती है।
6. डिफॉल्ट दावों का निपटान डिफॉल्ट राशि के 75% तक किया जाता है ; अधिकतम 200 लाख रुपये तक

**पात्रता मापदंड:** आवेदक एमएसएमई होना चाहिए।

**आवेदन कैसे करें/किस कार्यालय से संपर्क करें**

कार्यवाही आरंभ करने के लिए अपने निकटतम राष्ट्रीयकृत बैंक से संपर्क करें।

## 16.4 एमएसएमई अभिनव योजना (बौद्धिक संपदा अधिकार- आईपीआर)

**उद्देश्य:** एमएसएमई के बीच बौद्धिक संपदा अधिकारों के उपयोग के बारे में जागरूकता बढ़ाना, ताकि उनकी प्रतिस्पर्धात्मकता बढ़ाने के लिए उनके विचारों और व्यावसायिक रणनीतियों की रक्षा की जा सके।

**मुख्य लाभ**

1. निम्नलिखित के लिए अनुदान प्रदान किया गया:

- विदेशी पेटेंट के लिए प्रतिपूर्ति; अधिकतम 5 लाख रुपये तक।
- भारतीय पेटेंट के लिए प्रतिपूर्ति; अधिकतम सीमा के अधीन
- भारतीय पेटेंट के लिए प्रतिपूर्ति; अधिकतम 1 लाख रुपये तक।
- भौगोलिक संकेत पंजीकरण के लिए प्रतिपूर्ति; अधिकतम 2 लाख रुपये तक।
- डिजाइन पंजीकरण के लिए प्रतिपूर्ति; अधिकतम 15,000 रुपये तक।
- ट्रेडमार्क पंजीकरण के लिए प्रतिपूर्ति; अधिकतम 10,000 रुपये तक।

**पात्रता मापदंड:** आवेदक निम्न होना चाहिए:

- एक पंजीकृत एमएसएमई इकाई
- एक संघ
- एक परामर्श फर्म
- एक विशेषज्ञ एजेंसी

**आवेदन कैसे करें/किस कार्यालय से संपर्क करें**

www.innovative.msme.gov.in/

## 16.5 प्रधानमंत्री सूक्ष्म खाद्य प्रसंस्करण उद्यम औपचारिकीकरण (पीएमएफएमई) योजना

**ऋण से जुड़ी सब्सिडी:** प्रधानमंत्री सूक्ष्म खाद्य प्रसंस्करण उद्यमों का औपचारिकीकरण (PMFME) योजना भारत सरकार की एक प्रमुख पहल है जिसका उद्देश्य देश भर में सूक्ष्म खाद्य प्रसंस्करण उद्यमों के विकास और औपचारिकीकरण को बढ़ावा देना है। खाद्य प्रसंस्करण उद्योग मंत्रालय ( MoFPI ) के तहत शुरू की गई इस योजना का उद्देश्य छोटे खाद्य उद्यमियों की प्रतिस्पर्धात्मकता को बढ़ाना, रोजगार के अवसर पैदा करना और उनके उत्पादों के लिए बाजारों तक बेहतर पहुँच प्रदान करना है। इन उद्यमों को आवश्यक अनुपालन मानकों को पूरा करने और आधुनिक तकनीक और प्रशिक्षण का लाभ उठाने में सक्षम बनाकर, PMFME योजना समावेशी आर्थिक विकास को बढ़ावा देने और खाद्य प्रसंस्करण क्षेत्र को ऊपर उठाने का प्रयास करती है।

**योजना के लाभ**

1) वित्तीय सहायता: पीएमएफएमई योजना सूक्ष्म खाद्य प्रसंस्करण उद्यमों को पूंजी निवेश पर 35% सब्सिडी के रूप में वित्तीय सहायता प्रदान करती है। व्यक्तिगत और समूह आवेदनों के मामले में सब्सिडी की ऊपरी सीमा 10 लाख है। सामान्य बुनियादी ढांचे के लिए आवेदन करने वाले समूह आवेदनों के मामले में, सब्सिडी की ऊपरी सीमा 3 करोड़ है। इस सहायता का उद्देश्य इन व्यवसायों को अपनी सुविधाओं को उन्नत करने, आधुनिक मशीनरी प्राप्त करने और नवीनतम खाद्य प्रसंस्करण तकनीकों को अपनाने में मदद करना है, जिससे उनकी समग्र उत्पादकता और प्रतिस्पर्धात्मकता में सुधार हो।

2) क्षमता निर्माण और प्रशिक्षण: यह योजना खाद्य प्रसंस्करण क्षेत्र में लगे उद्यमियों के प्रशिक्षण और कौशल विकास को प्राथमिकता देती है। प्रशिक्षण

कार्यक्रमों के माध्यम से, सरकार का लक्ष्य आधुनिक तकनीकों, खाद्य सुरक्षा और गुणवत्ता मानकों के बारे में उनके ज्ञान में सुधार करना है, जिससे वे नियामक आवश्यकताओं को पूरा करने और सुरक्षित और स्वच्छ खाद्य उत्पाद बनाने में सक्षम हो सकें।

3) रोजगार सृजन: चूंकि यह योजना सूक्ष्म खाद्य प्रसंस्करण उद्यमों के विकास और औपचारिकीकरण को बढ़ावा देती है , इसलिए इससे ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में अधिक रोजगार के अवसर पैदा होते हैं। इससे न केवल आर्थिक गतिविधि को बढ़ावा मिलता है बल्कि बेरोजगारी और अल्परोजगार को कम करने में भी मदद मिलती है।

**व्यक्तिगत सूक्ष्म उद्यमों के लिए पात्रता मानदंड**

1) मौजूदा सूक्ष्म खाद्य प्रसंस्करण इकाइयां संचालित।

2) मौजूदा इकाइयाँ वे होनी चाहिए जो एक जिला एक उत्पाद (ODOP) उत्पादों के लिए राज्य स्तरीय उन्नयन योजना (SLUP) में या भौतिक सत्यापन पर संसाधन व्यक्ति द्वारा पहचानी गई हों। बिजली का उपयोग करने वाली इकाइयों के मामले में, बिजली बिल संचालन में होने का समर्थन करेगा। अन्य इकाइयों के लिए, मौजूदा संचालन, इन्वेंट्री, मशीनें और बिक्री आधार बनेगी;

3) उद्यम गैर-निगमित होना चाहिए तथा उसमें 10 से कम कर्मचारी कार्यरत होने चाहिए:

4) उद्यम को अधिमानतः जिले के ओडीओपी में पहचाने गए उत्पाद में शामिल होना चाहिए। अन्य सूक्ष्म उद्यमों पर भी विचार किया जा सकता है।

5) आवेदक के पास उद्यम का स्वामित्व अधिकार होना चाहिए।

6) उद्यम की स्वामित्व स्थिति मालिकाना/साझेदारी फर्म हो सकती है।

7) आवेदक की आयु 18 वर्ष से अधिक होनी चाहिए तथा उसके पास कम से कम आठवीं कक्षा उत्तीर्ण शैक्षणिक योग्यता होनी चाहिए।

8) एक परिवार से केवल एक ही व्यक्ति वित्तीय सहायता प्राप्त करने के लिए पात्र होगा। इस उद्देश्य के लिए "परिवार" में स्वयं, पति/पत्नी और बच्चे शामिल होंगे।

9) परियोजना लागत का 10% औपचारिक रूप से देने और बैंक से ऋण प्राप्त करने की इच्छा।

10) भूमि की लागत को परियोजना लागत में शामिल नहीं किया जाना चाहिए। तैयार निर्माण के साथ-साथ लंबे समय के पट्टे या किराये के वर्क शेड की लागत को परियोजना लागत में शामिल किया जा सकता है। परियोजना लागत में शामिल किए जाने वाले वर्क शेड का पट्टा किराया अधिकतम 3 वर्ष की अवधि के लिए ही होना चाहिए।

11) विनियमों का अनुपालन: उद्यमों को भारतीय खाद्य सुरक्षा और मानक प्राधिकरण (FSSAI) और अन्य संबंधित प्राधिकरणों द्वारा निर्धारित आवश्यक खाद्य सुरक्षा और गुणवत्ता मानकों का पालन करना होगा।

**आवेदन कैसे करें/किस कार्यालय से संपर्क करें**

कृपया देखें: https://pmfme.mofpl.gov.in/pmfme/#/Home-Page

## 16.6 स्टैंड अप इंडिया योजना

**उद्देश्य:** अनुसूचित जाति/अनुसूचित जनजाति और महिलाओं के बीच उद्यमशीलता को बढ़ावा देना। 10 लाख रुपये से लेकर 100.00 लाख रुपये तक का ऋण उपलब्ध कराना।

**फ़ायदे:**

❖ परियोजना लागत का 75% (अवधि ऋण और कार्यशील पूंजी सहित) 10 लाख रुपये से 100 लाख रुपये तक का समग्र बैंक ऋण । ब्याज दर उस श्रेणी (रेटिंग श्रेणी) के लिए बैंक की लागू दर होगी (एमसीएलआर + 3% + अवधि प्रीमियम) से अधिक नहीं होगी।

❖ प्राथमिक प्रतिभूति के अतिरिक्त, ऋण को संपार्श्विक प्रतिभूति या स्टैंड-अप इंडिया ऋण के लिए ऋण गारंटी निधि योजना (सीजीएफएसआईएल), नोडल एजेंसी राष्ट्रीय ऋण गारंटी ट्रस्टी कंपनी की गारंटी द्वारा सुरक्षित किया जा सकता है, जैसा कि बैंकों द्वारा तय किया जाता है।

❖ सावधि ऋण 7 वर्षों के भीतर चुकाया जाना है, जिसमें अधिकतम 18 महीने की स्थगन अवधि है। उधारकर्ता को परियोजना लागत का न्यूनतम 10% स्वयं के अंशदान के रूप में लाना होगा।

**पात्रता मापदंड:**

❖ इस योजना के अंतर्गत ऋण केवल ग्रीन फील्ड परियोजनाओं के लिए उपलब्ध है।

❖ उद्यमी विनिर्माण, सेवा या व्यापार क्षेत्र में संलग्न हो सकता है। अनुसूचित जाति/अनुसूचित जनजाति और/या महिला उद्यमी, 18 वर्ष से अधिक आयु का हो।

❖ उधारकर्ता किसी भी बैंक/वित्तीय संस्थान के प्रति चूककर्ता नहीं होना चाहिए।

**ऋण के लिए आवेदन कैसे करें:**

सीधे बैंक शाखाओं में/सिडबी के स्टैंड अप इंडिया पोर्टल के माध्यम से या अग्रणी जिला प्रबंधक (एलडीएम) के माध्यम से

❖ पोर्टल के माध्यम से केवाईसी दस्तावेज, विस्तृत परियोजना रिपोर्ट आदि जैसे विभिन्न दस्तावेज अपलोड करने की सुविधा उपलब्ध है, जिससे बैंकों को मूल्यांकन में मदद मिलेगी।

❖ उधारकर्ता के पास वह बैंक चुनने का विकल्प होता है जिससे वह ऋण लेना चाहता है (वरीयता क्रम में 3 बैंकों को चुनने का विकल्प दिया जाता है)।

❖ ऋण केवल तभी स्वीकृत किया जाएगा जब वह बैंक के मानदंडों के अनुरूप हो तथा आवश्यक सावधानी जैसे कि स्वीकृति पूर्व और स्वीकृति पश्चात का दौरा, अंतिम उपयोग सत्यापन आदि के अधीन हो।

कृपया देखें: www.standupmitra.in/Home/SUISchemes

## 16.7 प्रधानमंत्री विश्वकर्मा योजना

उद्देश्य: इस योजना का उद्देश्य पारंपरिक शिल्प में लगे लोगों को सहायता प्रदान करना है। इस उद्देश्य का उद्देश्य कारीगरों और शिल्पकारों को आर्थिक रूप से सहायता प्रदान करना तथा स्थानीय उत्पादों, कला और शिल्प के माध्यम से सदियों पुरानी परंपराओं और विविध विरासत को जीवित रखना है।

**फ़ायदे:**

❖ कारीगरों और शिल्पकारों को पीएम विश्वकर्मा प्रमाण पत्र और पीएम विश्वकर्मा आईडी कार्ड मिलेगा। एक अद्वितीय डिजिटल नंबर बनाया जाएगा और प्रमाण पत्र और आईडी कार्ड पर दर्शाया जाएगा |

❖ पीएम विश्वकर्मा के तहत कौशल हस्तक्षेप का उद्देश्य पारंपरिक कारीगरों और शिल्पकारों की क्षमताओं को बढ़ाना है, जो पीढ़ियों से हाथों और पारंपरिक औजारों से काम करते आ रहे हैं। इस हस्तक्षेप में तीन घटक शामिल हैं: कौशल मूल्यांकन, बुनियादी प्रशिक्षण और उन्नत प्रशिक्षण। कौशल उन्नयन में आधुनिक उपकरण, डिज़ाइन तत्व और क्षेत्र मूल्य श्रृंखला के साथ एकीकरण डोमेन कौशल के प्रमुख घटकों के रूप में शामिल होंगे।

❖ उन्हें 5% की रियायती ब्याज दर के साथ ₹1 लाख (पहली किश्त) और ₹2 लाख (दूसरी किश्त) तक का संपार्श्विक-मुक्त ऋण समर्थन प्राप्त होगा।

❖ यह योजना कारीगरों को बुनियादी और उन्नत प्रशिक्षण, ₹15,000 का टूलकिट प्रोत्साहन और डिजिटल लेनदेन और विपणन सहायता के लिए प्रोत्साहन सहित कौशल उन्नयन के तरीके प्रदान करेगी।सावधि ऋण 7 वर्षों के भीतर चुकाया जाना है, जिसमें अधिकतम 18 महीने की स्थगन अवधि है। उधारकर्ता को परियोजना लागत का न्यूनतम 10% स्वयं के अंशदान के रूप में लाना होगा।

**पात्रता मापदंड:**

❖ हाथ और औजारों से काम करने वाला और असंगठित या अनौपचारिक क्षेत्र में स्वरोजगार के आधार पर परिवार आधारित पारंपरिक व्यवसायों में से किसी एक में लगा हुआ कारीगर या शिल्पकार पीएम विश्वकर्मा के तहत पंजीकरण के लिए पात्र होगा।

❖ पंजीकरण की तिथि पर लाभार्थी की न्यूनतम आयु 18 वर्ष होनी चाहिए।

❖ लाभार्थी को पंजीकरण की तिथि पर संबंधित व्यवसायों में लगे होना चाहिए और पिछले 5 वर्षों में स्वरोजगार/व्यवसाय विकास के लिए केंद्र सरकार या राज्य सरकार की इसी तरह की ऋण-आधारित योजनाओं, जैसे पीएमईजीपी, पीएम स्वनिधि, मुद्रा के तहत ऋण नहीं लेना चाहिए।

❖ योजना के तहत पंजीकरण और लाभ परिवार के एक सदस्य तक सीमित होंगे। योजना के तहत लाभ प्राप्त करने के लिए, 'परिवार' को पति, पत्नी और अविवाहित बच्चों से मिलकर परिभाषित किया गया है।

❖ सरकारी सेवा में कोई व्यक्ति और उसके परिवार के सदस्य योजना के तहत पात्र नहीं होंगे।

**ऋण के लिए आवेदन कैसे करें: यूपी इंडिया को समझें:**

सीधे बैंक शाखाओं में/सिडबी के स्टैंड अप इंडिया पोर्टल के माध्यम से या अग्रणी जिला प्रबंधक (एलडीएम) के माध्यम से

❖ पोर्टल के माध्यम से केवाईसी दस्तावेज, विस्तृत परियोजना रिपोर्ट आदि जैसे विभिन्न दस्तावेज अपलोड करने की सुविधा उपलब्ध है, जिससे बैंकों को मूल्यांकन में मदद मिलेगी।

❖ ऋण केवल तभी स्वीकृत किया जाएगा जब वह बैंक के मानदंडों के अनुरूप हो तथा आवश्यक सावधानी जैसे कि स्वीकृति पूर्व और स्वीकृति पश्चात का दौरा, अंतिम उपयोग सत्यापन आदि के अधीन हो।

**आवेदन कैसे करें/किस कार्यालय से संपर्क करें**

कृपया देखें: https://pmvishwakarma.gov.in/

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

**1.सामान्य जानकारियां (General Information)**

उद्यमी का नाम (**Name of Entrepreneur)**…………………………………………………….…

इकाई का नाम (**Name of Unit)**………………………………………………………………….

परियोजना (**Project)**……………………………………………………………………………….

प्रमुख प्रस्तावित उत्पाद (**Main proposed product)**………………………………………………...

प्रस्तावित कार्यस्थल (**Proposed workplace)**……………………………………………………

संगठन का प्रकार (**Type of Organization)- (Owner/Partnership/Company/Cooperative Society/Other)**……………………………………………………………………………..

जाति Caste (SC/ST/OBC/Gen) - ………………………………………………………………

पत्र व्यव्हार का पता (**Mailing Address)**…………………………………………………………

……………………………………………मोबाइल …………………………………………...

**1.1 शैक्षणिक योग्यता (Educational Qualification)**

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

**1.2 तकनीकी अथवा विशिष्ट योग्यता (Technical or Professional Qualification)**

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

**1.3 कार्यानुभव (Work Experience)**

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

2.1- प्रस्तावित उत्पाद/ सेवा का विवरण (Details about product/services)-

..........................................................................................................................................................
..........................................................................................................................................................
...........................................................................................................

2.2- प्रस्तावित उत्पादों के प्रमुख उपभोक्ता (Main consumer of the product)-

..........................................................................................................................................................
..........................................................................................................................................................
...........................................................................................................

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

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

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

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

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

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

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

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

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

c. कुल अपेक्षित भूमि (Total required land):

………………………………………………………………………………………….............

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

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

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

| S.N. | Machinery | Quantity | Price | Total Price |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

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

a……………………………………....

b……………………………………….

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

a……………………………………………………………………………………….

b……………………………………………………………………………………….

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

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

**5. कार्यशील पूंजी की आवश्यकता (Working Capital)-**

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

| S.N. | Material | Period | Quantity | Rate | Total cost |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

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

| S.N. | Material | Period | Quantity | Rate | Total cost |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

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

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

6. उपयोगिताओ पर व्यय (Expenses)

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

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Total | | | | |

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

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

8. विविध खर्चे (Misc. Expenses)-

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

9. कुल कार्यशील पूंजी (Total Working Capital)-

| S.N. | Particulars | for one cycle | for one year |
|---|---|---|---|
| a. | कच्चे मॉल की लागत (Cost of Raw material) | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| b. | उपयोगिताओ पर व्यय (Expenses per month) | | |
| c. | वेतन पारिश्रमिक (Salaries of Employees) | | |
| d. | विशेष खर्चे (Misc. expenses per month) | | |
| e. | कार्यस्थल का मासिक किराया (Rent of workplace) | | |
| | Total Cost- | | |

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

| | | |
|---|---|---|
| a. | स्थाई पूंजी निवेश Fixed Capital Investment | |
| b. | कार्यशील पूंजी Working Capital | |
| | Total Cost- | |

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

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

12. वार्षिक उत्पादन लागत (Annual Production Cost)-

| | | |
|---|---|---|
| 1. | कुल वार्षिक कार्यशील पूजी की लागत (Total annual cost of working capital) | |
| 2. | लिये जाने वाले ऋण पर कुल वार्षिक ब्याज (Total annual Interest against taken loan) | |
| 3. | स्थाई संपत्तियां (Depreciation on Fixed Assets) | |

13. लाभ प्रदता विश्लेषण (Profit Analysis)-

| | | |
|---|---|---|
| 1. | वार्षिक सकल लाभ (Annual Gross Profit) | |
| 2. | मासिक सकल लाभ (Monthly Gross Profit) | |

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

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

| | |
|---|---|
| a. | |
| b. | |

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

| | |
|---|---|
| a. | |
| b. | |

***

"गरीबों, किसानों, युवाओं और नारी शक्ति के सशक्तिकरण से बनेगा विकास छत्तीसगढ़"

श्री नरेंद्र मोदी (24 फरवरी 2024)

"सभी वर्गों के लोगों के उत्थान के लिए योजनाएं बनाई गई हैं। सबका साथ और सबका विकास ही हमारा लक्ष्य है।"

श्री विष्णु देव साय (29 दिसंबर 2023)