



सत्यमेव जयते

Government of India
Ministry of Micro, Small & Medium Enterprises

- Course Material -

ESDP

On

'Bakery & Food Processing'



MINISTRY OF MICRO, SMALL & MEDIUM ENTERPRISES
सत्यमेव जयते

Prepared by:

MSME - Development Institute

34, Industrial Estate, Nunhai, Agra

0562- 2280879/ 2280882(F)

Website:- www.msmediagra.gov.in

E-mail:- dcdi-agra@dcm sme.gov.in

विषय सूची

क्रमांक	विवरण	पेज संख्या
1	उद्यमिता एवं उद्यमी के गुण	1
2	उद्यमियों के लिये दस मंत्र	4
3	उ.प्र. उद्योग निदेशालय	8
4	भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक	9
5	उ.प्र. वित्तीय निगम	11
6	उ.प्र. राज्य औद्योगिक विकास निगम	12
7	राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक	13
8	उत्पाद चयन एवं अवसर अभिज्ञान	15
9	प्रबन्ध एवं विपणन सूत्र	18
10	लघु उद्योगों में कम्प्यूटर एवं सूचना तकनीक	23
11	आई.एस.ओ. 9000	25
12	उत्पादन प्रबन्ध	27
13	निर्यातक कैसे बनें	29-31
	Technical Notes :-	
14	Food Preservation	32- 36
15	Food Packaging	37- 39
16	Recipes	40- 47
17	FPO Guidelines	48- 51
18	Management of Enterprises	52-60
19	Ref. PP of Tomato Products	61-71
20	Ref. PP of Protein Rich Biscuits	72-80
21	ISO reimbursement Scheme	81

उद्यमिता एवं उद्यमी के गुण

आपके प्रत्येक व्यवहार के पीछे कोई कारण अवश्य होता है। यदि हम खाने के लिए कुछ ढूँढ रहे हैं या खा रहे हैं तो इसका अर्थ है हमें भूख लगी है और हमारे खाने के व्यवहार के पीछे एक कारण है – भूख, भूख प्यास जैसी कुछ आवश्यकताएँ हमारी दैनिक आवश्यकताएँ हैं। जब आवश्यकताओं का जन्म होता है तो उनके पूर्ति के लिए हमारे अंदर एक बल कार्य करता है जो हमें दिशा प्रदान करता है और यह बल तब तक रहता है जब तक हमारे उद्देश्य (लक्ष्य) की पूर्ति न हो जाये। इसी बल को हम स्मरण या अभिप्रेरणा करके हैं। दूसरे शब्दों में किसी भी उद्देश्य अथवा आवश्यकता की प्राप्ति के लिए जो व्यवहार भावनाओं से ओत-प्रोत और इच्छाओं से भरपूर दिखाई पड़ता है उसे हम उत्प्रेरित व्यवहार करते हैं। उपरोक्त बताई गई आवश्यकताएँ हमारी शारीरिक आवश्यकताएँ कहते हैं परन्तु इन आवश्यकताओं के अतिरिक्त व्यक्ति समाज में रहकर कुछ अन्य आवश्यकताएँ अर्जित करता है जैसे किसी से अच्छे सम्बन्ध बढ़ाने की आवश्यकता, दूसरों पर प्रभुत्व बनाने की आवश्यकता, जीवन में कुछ प्राप्त करने की आवश्यकता इत्यादि। इन्हें अर्जित आवश्यकता या सामाजिक आवश्यकता की संज्ञा देते हैं और इनकी पूर्ति के लिए जो आन्तरिक बल कार्य करता है उसे सामाजिक उत्प्रेरणा कहते हैं।

यह सामाजिक आवश्यकताएँ मानव को पशुओं से अलग करती है। इस क्षेत्र में किए गये शोध कार्यों और अनुसंधानों के आधार पर यह देखा गया है कि मुख्य रूप से मनुष्य में तीन प्रकार की सामाजिक उत्प्रेरणाएँ होती हैं— उपलब्धि, प्रभुता और सम्बन्ध।

प्रत्येक व्यक्ति के जीवन में भिन्न-भिन्न प्राथमिकताएँ होती हैं कोई दूसरों से अच्छे संबंध बनाने को प्राथमिकता देता है तो कोई दूसरों पर प्रभुता बनाने को प्राथमिकता देता है तो कोई जीवन में कुछ प्राप्त करने की प्राथमिकता देता है अर्थात् हर व्यक्ति में ये तीनों आवश्यकताएँ पृथक-पृथक तीव्रता तथा प्रबलता में होती है। किसी में उपलब्धि अभिप्रेरणा सबसे अधिक होती है तो किसी में प्रभुता, किन्तु एक सफल उद्यमी बनने के लिए व्यक्तिमें उपलब्धि उत्प्रेरणा का प्रबल होना आवश्यक है।

यदि व्यक्तिके अन्दर जीवन में कुछ प्राप्त करने, सम्बन्धित स्थितियों में उत्कृष्टता लाने, दूसरों से प्रतिस्पर्धा की भावना से ओत-प्रोत कार्य करने की इच्छा होती है और इसकी पूर्ति के लिए वह व्यवहार करता है तो उसे उपलब्धि उत्प्रेरणा से ओत-प्रोत कार्य करने की इच्छा होती है और इसकी पूर्ति के लिए वह व्यवहार करता है तो उसे उपलब्धि उत्प्रेरणा से ओतप्रोत कहते हैं।

प्रभुता उत्प्रेरणा की पहचान हमें व्यक्ति की दूसरों पर हावी होने, दूसरों को प्रभावित करने तथा समूह में वह स्वयं निर्णय लें इस अभिलाषा से होती है। प्रभुता उत्प्रेरणा वाले व्यक्ति दूसरों पर अपना प्रभुत्व बनाए रहते हैं, ये अनुयायियों की दुनियां में रहना पसंद करते हैं।

सम्बन्ध अभिप्रेरणा की अधिकता वाले व्यक्ति की प्रथम आवश्यकता दूसरों से भावनात्मक संबंध बनाने की होती है। ये दूसरों से सौहार्दपूर्ण संबंध बनाने को तत्पर रहते हैं दूसरों से स्नेह पाना और दूसरों को स्नेह देना इनकी प्रथम अभिलाषा होती है। इनके जीवन का उद्देश्य दूसरों के लिए त्याग करना तथा आपसी संबंधों में तनाव से बचकर रहना होता है।

उपलब्धि उत्प्रेरणा वाले व्यक्ति जीवन में कुछ प्राप्त करने की प्रबल इच्छा रखते हैं। इनके अन्दर दूसरों द्वारा निर्धारित मापदण्डों में श्रेष्ठता पाने की इच्छा होती है। ये स्वयं पुरानी उपलब्धियों तथा निष्पादनों को पहले की अपेक्षा बेहतर बनाने का प्रयास करते हैं। लक्ष्य को प्राप्त करने हेतु कुछ नया करने की इच्छा तथा निरन्तर कार्यशीलता इनकी उपलब्धि उत्प्रेरणा को दर्शाती है। परन्तु एक उद्यमी में उपलब्धि अभिप्रेरणा के अतिरिक्त अन्य गुण एवं कौशल भी होने चाहिए। एक सफल उद्यमी में निम्नलिखित गुण होने चाहिए इन गुणों के अभाव में उन्हें विकसित किया जा सकता है। ये गुण हैं—

1. लक्ष्य निर्धारण व कार्य प्रतिबद्धता :

अगर आपका लक्ष्य निश्चित होगा तो आप उस ओर कुछ ठोस काम कर सकेंगे। लक्ष्य निश्चित होने के बाद आपको लगातार उसे पूरा करने के लिए सोचते रहना है। जब आप अपने लक्ष्य के लिए सोचते रहेंगे तो वह आपकी आवश्यकता का रूप ले लेगा तथा आप उसकी पूर्ति के लिए कार्य करने लगेंगे। जरूरत पड़ने पर इसके लिए अपनी शिक्षा में भी वृद्धि करनी पड़ेगी। आवश्यक प्रशिक्षण लीजिए ताकि आप दूसरों से कम न रहें।

2. समय प्रतिबद्धता :

एक अच्छे उद्यमी के लिए समय एक संसाधन हैं। वह अपने समय का अधिकाधिक सदुपयोग करता है। समय का ध्यान रखने व इसका सदुपयोग करने वाला व्यक्ति ही आगे चलकर उद्यम की दुनिया में सफल होता है। आपको अपने समय का खास ध्यान रखना है। किस चीज पर कितना समय लग रहा है तथा कितना लगना चाहिए व कहाँ पर समय का सही इस्तेमाल हो सकता है यह सब बातें एक सफल उद्यमी को पता होनी चाहिए। जो व्यक्ति समय का ध्यान रखता है वही अपवने कार्यों को व्यवस्थित तरीके से कर पाता है तथा वही आगे चलकर उद्यम की दुनिया में सफल भी होता है। वही दूरदर्शी होता है। "समय पैसा है" यह विचार हमेशा बनाये रखना चाहिए।

3. दृढ़ संकल्प :

एक सफल उद्यमी बनने के लिए आपमें दृढ़ निश्चय अवश्य होना चाहिए। यदि अपने किसी कार्य को पूरा करने की ठान ली है तो निश्चय कर लीजिए कि परेशानियाँ आने पर भी उसे पूरा करना है।

4. लगनशीलता :

यह गुण आपको एक सफल उद्यमी बनाएगा। आपको भले ही शुरू में कुछ दिक्कतें आएँ पर आप अपने कार्य में लगे रहें। शुरू की असफलताओं को बिल्कुल न घबरायें, असफलताओं से ही आप सीखेंगे तथा अगली बार यह गलती आप नहीं होने देंगे। हिम्मत मत हारिए। जुटे रहिये। गलतियाँ ना दोहरारएं, गलतियों से सीखें

5. आशावादी दृष्टिकोण :

एक उद्यमी को जीवन के हर भले बुरे क्षणों में आशावादी नजरिया रखना चाहिए। यदि आपका नजरिया निराशावादी है तो आप उसे बदल डालिए। आशावादी नजरिये से देखने पर ही आप सफलता प्राप्त कर सकेंगे। यदि निराशावादी है तो आप आगे बढ़ने की कोशिश ही नहीं करेंगे। इसलिये एक सफल उद्यमी का आशावादी होना बहुत जरूरी है।

6. सफल होने की इच्छा :

हो सकता है कि आप इस शीर्षक को पढ़कर बिना सोचे समझे आगे बढ़ें पर नहीं रुकिये, आपको सोचना है कि आप कैसे सफल होंगे? आप में क्या-क्या कमियाँ हैं उन्हें कैसे पूरा किया जा सकता है? जब तक आप सफल होने की दृढ़ इच्छा नहीं रखेंगे, आप सफल नहीं होंगे।

7. आत्मविश्वास :

आपको अपने में विश्वास होना चाहिए कि आप इस क्षेत्र में सफल होंगे। अगर आपको कोई शक है तो आप अपने आत्मविश्वास का विकास कीजिए। चाहने से क्या नहीं किया जा सकता। उक्ति है "जहाँ चाह वहाँ राह" यदि आप याद रखें कि सफल उद्यमी भी एक समय आप ही की तरह सोचते थे तो आपका आत्म विश्वास बढ़ेगा कि आप भी सफल हो सकते हैं।

8. सतर्कता व संवेदनशीलता :

एक सफल उद्यमी बनने के लिये अपने विचार हमेशा खुले रखें। अपने आसापास की जानकारी रखिए। आलस को छोड़िये, सजग रहिए। हो सकता है आपको अचानक ऐसा विचार आ जाये जो आपके काम का हो या कुछ काम की बात ही पता चल जाये। इसके लिए आपको अपना दिमाग शांत व सतर्क रखना होगा।

9. नया तुला जोखिम लेने की क्षमता :

आप उद्यमी बन रहे हैं तो आप यह कोशिश कीजिए व अपने को इतना मजबूत बनाइए कि आप किसी भी जोखिम से न डरें। डरकर काम करने की आदत छोड़ दें। उद्योग लगाने में निश्चित जोखिम लेना ही पड़ता है। जो भी सफल उद्यमी है उन्होंने जोखिम लिया था तभी वे आज एए सफल उद्योगपति बन सके हैं।

10. नेतृत्व के गुण :

एक उद्यमी में एक नेता के गुण होने चाहिए। जैसे नेता बातों से दूसरों को प्रभावित कर अपना काम करवा लेता है, दूसरों को अपनी बातों से खुश कर लेता है तथा विभिन्न जरिये से तरी-तरह की बातों का पता रखता है उसी तरह आपको भी यह सब करना पड़ेगा। नए-नए विचार के लिए आप हमेशा अपवने को तैयार रखें। पर उन्हें परख कर ही इस्तेमाल में लाएं।

11. धैर्य :
शुरू में हो सकता है कि आपको एकदम सफलता न मिले और आपको काफी समय तक संघर्ष करना पड़े, इसलिए आपको धैर्य तथा आशावादी दृष्टिकोण अपनाना चाहिये। हो सकता है कि पहले आप असफल हो जायें पर धीरे-धीरे आप सफलता अवश्य प्राप्त करेंगे।
12. दूरदर्शिता :
एक सफल उद्यमी को दूरदर्शी व बुद्धिमान होना चाहिए। बुद्धि से ही वह जान पाएगा कि क्या करने से वह सफल होगा तथा क्या करना उसके लिए हानिकारक हो सकता है।
13. समस्या समाधान की क्षमता :
आपको अपनी समस्याओं से अच्छी तरह निपटना सीखना होगा। उन पर ध्यान न देना दूसरों पर टाल देना आपको छोड़ना होगा जैसे भी हो आप उन्हें सुलझाना सीखिए।
14. अवसर अभिज्ञान :
आपको अब यि सीखना है कि आप अपने लिए सही अवसरों को पहचान कर उनका पूरा-पूरा लाभ किस प्रकार उठाएं।
15. व्यवस्था व गुणवत्ता के प्रति सचेत होना :
आगर आप अपने कार्य को व्यवस्थित रखते हैं तथा अपने उत्पाद का स्तर ऊँचा रखने की इच्छा रखते हैं तो आप अवश्य सफल होंगे।
16. स्वतंत्रता की इच्छा :
क्या आप अपना स्वामी स्वयं ही बनना चाहते हैं तथा किसी के अधीन कार्य करना नहीं पसन्द करते? तो आपके लिए यही रास्ता ठीक है , उपरोक्त गुणों की सूची देखकर आप घबराइये तम। आप अपने में इन गुणों का विकास कर सकते हैं ।
17. आत्म प्रेरणा :
क्या आप बता सकते हैं कि आपने उद्यम लगाने की बात क्यों सोची? क्या आपने बचपन में कोई सपना देखा था इसलिए या कि आपके किसी मित्र ने फैक्ट्री लगाई है, या सड़क पर चलते हुए मारुति कार में बैठे लोगों को देखकर आपका भी मन करता है कि आपके पास भी एक आलीशान बंगला, कार, ड्राइवर आदि हो या आपने किसी पत्रिका में उद्योगपतियों के बारे में पढ़ा और उनसे प्रभावित हुए? सोचिये धीरे-धीरे घटनाओं को खोलते जाइये, देखिये याद आया न! हो, अब इससी घटना पर ध्यान दीजिए। इसको पूरा शुरू से अन्त तक सोचिये। इससे आपकी उत्प्रेरणा बढ़ेगी। आपकी काम करने की झिझक दूर होगी व आप वह कार्य करना आरम्भ कर देंगे जो आप वास्तव में करना चाहते हैं।
18. रचनात्मक गुण :
उद्यमी में यह गुण होना चाहिए कि वह किसी कार्य को नवीन ढंग से कर सके व कार्य का प्रवर्तन कर सके।
19. उत्तरदायित्व का बोध :
उद्यमी को अपने उत्तरदायित्वों का बोध होना चाहिये जैसे समाज के प्रति, अपने कर्मचारियों के प्रति, पर्यावरण के प्रति अपने कर्तव्यों को समझने का गुण होना चाहिये।

उद्यमियों के लिए दस मंत्र

डॉ० रा० त्यागराजन

भूमिका

आजकल के पढ़े-लिखे युवक और युवतियाँ ऐसा समझते हैं कि अगर उन्हें नौकरी न मिली तो उनके सर पर आसमान ही टूट पड़ेगा। तथा, अगर, सरकार उन्हें नौकरी न दिलाये तो और कौन उन्हें नौकरी या रोजगार देगा।

क्या ये सब बातें सच हैं? क्या इन बातों में कुछ तथ्य है? और अगर है तो हम, इस देख के नागरिक, इन नौजवानों के आंसू पोछने के लिए क्या कर रहे हैं?

कहीं-कहीं ये भी कहा जाता है कि, आप बेरोजगारी हटाने के लिये इन युवक-युवतियों को प्रशिक्षण देकर उद्यमी बनायें। इसका मतलब यह होगा कि जिन व्यक्तियों में काम पाने की योग्यता नहीं है, उन्हें भी उद्यमी बनाया जाये। इसका यह अर्थ होगा कि बेरोजगारों की संख्या और बढ़ाई जाये क्योंकि समाज, जो अब तक बेरोजगार इंजीनियर, डाक्टर अत्यादि के बारे में रो रहा था, वह अब से बेरोजगार उद्यमियों के बारे में रोना आरम्भ करें।

चलिये खैर, हम सिर्फ बेरोजगारी के बारे में लिखना नहीं चाहते हैं। परन्तु हमने उद्यमियों की आत्म शक्ति को बढ़ाने के लिये अपनी कलम उठाई है।

उद्यमी कीगणेशाय नमः

एक पल के लिए हम सोचें कि हमारे नौजवान ने उद्यमी बनने का इरादा पक्का कर लिया है। हो सकता है कि उसने इसके लिये कुछ प्रशिक्षण भी पा लिया हो तथा इसके बाद हमारे इस उद्यमी ने बैंक से पैसे लेकर अपना कारोबार भी स्थापित कर लिया हो, यानि मान लीजिये कि हमारे उद्यमी ने "गणेशाय नमः" कर लिया हो।

अब आयी न बात ! हमारा यह प्रथम पीढ़ी का उद्यमी अब उद्यमियों के "मैदाने जंग" में कूद पड़ा है। उद्यम को स्थापित करना एक बात है, लेकिन उसको चलाने, उससे पैसा कमाना और बढ़ाना वगैरह-वगैरह में कुछ और ही बात है।

क्या हम ऐसे उद्यमियों को कुछ मंत्रा सिखा सकते हैं ? चलिये देखते हैं।

मंत्रों को समर्पित करने से पहले हमें अपने आप से पूछना होगा कि-ऐसी क्या जरूरत पड़ी कि हम इस रास्ते की ओर ध्यान देने लगे ? खेर, बहुत साल पहले भर्तृ हरि ने कहा था-

"अमन्त्रां अक्षरम् नास्ति, नास्ति मूलमनोऽधम्।

अयोग्यः पुरुषो नास्ति, योजकः तत्रा दुर्लभः।।"

अर्थात् आप किसी भी अक्षर से एक मंत्रा निकाल सकते हैं। इसका मतलब यह नहीं है कि यह लेखक भी उद्यमी कहते हुए इससे दस मंत्रानिकालने जा रहा है। बल्कि यह भी सच है कि आप गालियों से भी एक मंत्रा निकाल सकते हैं।

महाकवि कालीदास एक गड़रिये को राजा भोज के दरबार में लेकर गये और वहाँ उन्हें गुरु कहकर उनका परिचय करवाया। जब उस गड़रियो को कवियों ने कुछ बोलने को कहा, तो वह व्यक्ति "वह, वह" कर कुछ बोला तब ऐसा महसूस हुआ कि गुरु जी बकरे को बुला रहे हों। इस पर दरबार के सदस्य हंस उठे तो कालीदास नाराज होकर कहने लगे कि सम्मानीय सदस्यों को क्या इतनी भी बुद्धि नहीं कि वे इतनी छोटी सी बात भी समझ न सकें। यह कहकर महाकवि कालीदास ने उसी समय "बह,बह" पर एक कविता बनाई। ऊपर लिखित भर्तृहरि के श्लोक की दूसरी पंक्ति का अर्थ यही है कि किसी भी पौधे से आप एक औषधि बना सकते हैं। इसमें तो कोई शक नहीं है। अगली पंक्ति में वे कहते हैं कि कोई भी पुरुष या स्त्री हमेशा के लिये शैतान नहीं होता।

परन्तु समस्या है ही क्या? आपको कोई योजक—यानि उद्यमी, प्रबन्धक वगैरह की कमी है। चाहे भर्तृहरि के दिन हों या वर्तमान का समय, यह पंक्ति बहुत ही महत्वपूर्ण है।

इन सबके कहने का तमलब यह है कि अगर आप में उद्यमिता के लक्षण हों तो आप उद्यमी बन जाइये और अपने मार्ग से मत हटिये। अब आया इस मंत्रों का समय। आइये इन दस मंत्रों की ओर देखते हैं।

पहला मंत्र

“जगत् से एक हो जाओ”

हमें यह याद रखना होगा कि हम सब इस जगत् के बहुत छोटे से अंग हैं। हम सब के पैदा होने से पहले जगत् में वृक्ष, नदियाँ, पहाड़, सागर और जीवराशि थे। और इस शरीर को छोड़कर हम जब चले जायेंगे तब भी जगत् ऐसे ही चलेगा। अगर जगत् में कोई “परिवर्तन” हो, तब भी हमारी आत्मा को यह शायद ही मालूम होगा कि कुछ परिवर्तन हुए हैं। परिवर्तन हों या नहीं, हमारी आत्मा को कोई अन्तर नहीं पड़ेगा।

इसलिये हमें यह याद रखना होगा कि इस छोटी सी “जन्म से लेकर मृत्यु तक” की यात्रा में हम क्यों न जगत् के सासथ एक हो जायें।

अर्थात् आपको उत्पादन शुरू करने से पहले ये सोचना होगा कि क्या पहले से बाजार में कुछ लोग इसी वस्तु का उत्पादन कर रहे थे? अगर ऐसा है तो आपका इसमें क्या योगदान है? अतः जब भी हम किसी स्थिति को बदलना चाहें तो सबसे पहले हमें अपने आपको बदलना होगा।

दूसरा मंत्र

“भक्ति और प्यार को अपनाओ”

ऐतिहासिक तौर पर देखा जाये तो भारत के महान पुरुषों ने भक्ति से ही भगवान् को बांध लिया था। मिसाल के तौर पर भक्त प्रह्लाद, ध्रुव, मीरा, गौतम बुद्ध, महावीर, गुरु नानक, रामकृष्ण परमहंस, विवेकानन्द इत्यादि, इत्यादि। दक्षिण भारत के त्यागराज नामक एक मशहूर गायक तेलुगु में गाते हैं “संगीत ज्ञानमु भक्तिविना”। हम यही कहना चाहते हैं कि चाहे आप भगवान से वर मांगे या बैंक प्रबंधक से ऋण, भक्ति का रास्ता पकड़िये।

साथ—साथ यह भी याद रखिये कि आधुनिक दुनिया में “व्यापार ज्ञानमु युक्ति बिना।”

जब आप भक्ति और प्यार भरी दृष्टि से अपने कारोबार एवं उत्पाद को देखेंगे तब आप महसूस करेंगे कि आपका खाना, पीना, आराम और प्रसिद्धि कुछ भी नहीं है। आप अपने कारोबार से बिल्कुल एक हो गये हैं। जैसे कि अर्जुन को पक्षी की आंख ही दिखलाई दी और कुछ भी नहीं।

तीसरा मंत्र

“हंसना सीखो”

व्यापार के संचालन में आपको युक्ति से काम लेना होगा। जब कभी आपके ग्राहक आयें उनका स्वागत हंस कर कीजिये। चाहे वह ग्राहक उदास ही क्यों न हों, आपकी मुस्कुराहट को देखकर वह प्रसन्न होगा और साथ ही साथ आप की बिक्री भी बढ़ेगी।

लेकिन हम एक चेतावनी देना चाहते हैं। वह यह है कि सब व्यक्तियों के सामने अपने पूरे दांत दिखाना चाहिये। अगर ऐसा करेंगे तो आपको बहुत सी कठिनाईयों का सामना करना पड़ेगा। वह कैसे? आगे पढ़िये तो।

एक बार हमने एक नौजवान उद्यमी को ऐसा ही बतलाया। वह नौजवान पूरे ध्यान से इन बातों को अमल में लाया। जब हम इस घटना के एक सान के बाद उस उद्यमी से मिले, तब हमने देखा कि वह उद्यमी लम्बे चेहरे और उदास मुखड़े के साथ हमें गालियां देने लगा। हमने पूछा—“अरे भाई, क्या हुआ?” वह कहने लगा—“आपने बताया न,

हंसो और हंसते रहो। इस सबक को अमल में लाने से मैं दिवालिया हो गया हूँ। मेरी हालत देख रहे हैं न आप?" हमने पूछा कि क्या, हंसने से थोड़े हालत खराब हो सकती है? उद्यमी जी कहने लगे— "इतनी तो अकल मेरी भी है। आपके कहने के मुताबिक हर एक के सामने हमने अपने दांतों को दिखाया। एक दिन एक आयकर अधिकारी मेरे पास आया। उसके सामने भी मैं। प्रसन्न होकर हंसने लगा। उससे क्या हुआ देखते हैं न मेरी हालत?"

अतः हम यह बताने चाहेंगे कि आपको "कब हंसना है और कब रोना है।" जब कोई ग्राहक आपके सामने आये, खूब हंसिये। प्रसन्न हो जाइये। उसके अलावा कोई और आ जाये आप उदास हो जाइये। आप उदास चेहरे से उससे बात करिये।

चौथा मंत्रा

"तारीफ करना सीखो"

व्यापारी हमेशा दूसरे लोगों की तारीफ करते हुए अपना पैसा बनाता है। तारीफ करत में आपकी कोई तकलीफ नहीं होनी चाहिये। तारीफ से भगवान भी डरते हैं—क्यों? इसलिये कि जिसकी आप तारीफ करते हैं वह आहिस्ता—आहिस्ता अपने आप र रखे हुए काबू को खो बैठता है—रहीम का कहना है— "करत करत अभ्यास से जड़मत होत सुजान। रसरी आवत जात ते सिल पर होता निशान।" इसी तरह पत्थर के भी पिघलने की उम्मीद है, तारीफ से।

आपकी तारीफ से डरते हुए भगवान भी आपके सामने ऐसी कठिनाइयों को खड़ा करते हैं कि पूछिये मत। कठिनाईयों को देखकर कोई न कोई भगवान को गालियां तो देगा। तभी भगवान भी जिन्दा रह सकते हैं है न?

पांचवा मंत्रा

"आमदुश्मन को पहचान"

जब कभी किसी से काम कराना चाहते हैं, उस व्यक्ति से बात प्रारम्भ करते समय किसी आम दुश्मन की ओर नजर डालिये। अगर मौसम खराब है, मौसम के बारे में शुरू कीजिये। अगर सड़कें खराब हैं उसके बारे में बोलिये। अगर दूसरे व्यक्ति की बेटी की भर्ती किसी मशहूर स्कूल में नहीं मिलती उस स्कूल के प्रबन्धकों को गालियाँ दीजिये।

जब दो अंग्रेज लोग लन्दन या और किसी महानगर में मिलते हैं, आपस में सबसे पहले गन्दे मौसम के बारे में ही बात करते हैं।

आम मित्रा से "आम दुश्मन" के बारे में लोग एकदम सरल तरीके से समझ जाते हैं।

छठा मंत्रा

"आधुनिक रामायण लिखो"

सारे देश में गरीबी रेखा हटाने का आन्दोलन चल रहा है। हम भी क्यों न एक नारा लगायें "सब रेखाओं को हटाओ।" ऐसे नारों से थोड़ी ही कोई गरीबी हट जाएगी या आप रेखा को पार कर सकेंगे?

गरीबी को हटाने या रेखा को पार करने के लिये, क्या आपके नारों से काम चल जायेगा?

हम सब जानते हैं कि रामायण की पूरी कथा, सीता जी के "लक्ष्मण रेखा" पार करने से ही बनी जिसे बाल्मीकि जी ने रचा। यह भी कहना सही है कि रामायण में अगर "लक्ष्मण रेखा नहीं, तो रामायण नहीं।" यह कहना उचित ही है, क्योंकि अगर सीता जी उस रेखा को पार नहीं करती, तो रावण से युद्ध कैसे होता, तथा हनुमान जी जैसे भक्त हमको कहां मिलते? इसलिये आप भी स्वयं नहीं बल्कि हमारे देश के अन्य गरीब और पिछड़े वर्ग के लोगों को गरीबी रेखा पार करने में मदद दीजिये और एक आधुनिक रामायण, जो भारत की ऐतिहासिक नम्रता, वीरता और सभ्यता को और भी ऊँचे स्थान पर ले जा सके, लिखें। साथ—साथ आप भी एक आधुनिक बाल्मिकि बनें।

सातवां मंत्रा

“खर्चों पर काबू करो”

यह एक आम बात है कि नये उद्यमी, जैसे ही पैसा हाथ में आता है उसको उड़ाने की कोशिश में लग जाते हैं। होता यह है कि— “आमदनी अट्टनी खर्चा रूपया” और अगर आमदनी कम हो और खर्चा ज्यादा तो यह कैसे चल कसता है।

आठवां मंत्रा

“जीवन में और चीजें भी हैं”

जब आप उद्यमी बनेंगे तो हमें पूरा यकीन है कि आप आने युने हुए रास्तों में अवश्य सफल होंगे, पर यह याद रखिये कि जिन्दगी में पैसे के सिवाय और भी बहुत सी चीजें हैं, जिनकी ओर भी आपको ध्यान देना होगा।

जिस नगरी में आप रहते हैं, उसकी सुन्दरता, प्रगति और उन्नति के लिये, आपको भी सहयोग करना होगा। आप जिस सड़क पर रहते हैं, उस सड़क को साफ और सुन्दर रखना होगा। हमारे देश के महान पुरुषों के बारे में, लजोगों को समय-समय पर ध्यान दिलाना होगा, ताकि लोग मिल जुलकर जियें और एकता की ओर बढ़ें।

नवाँ मंत्रा

“आंसू पोंछो”

अगर आपको पैसा बनाना है और अच्छे ढंग से उद्यमीय जीवन बिताना है, तो आप पिछड़े वर्गों के लोगों के बारे में व गरीबों के बारे में समय-समय पर सोचिये। और साथ ही अपने कारोबार की समस्याओं को भी देर करने का प्रयत्न करिये। क्योंकि आपके कारखाने के आस-पास रहने वाले गरीबों की देखभाल और अच्छे स्वास्थ्य से ही आपके कारखाने का स्वास्थ्य अच्छा हो सकता है।

कालीदास जी कहते हैं—“वज्रदपि कटोरम्, मृदनि कुसुमदियपि।”—अर्थात्, आपको काम करते समय वज्र जैसे कठोर होना चाहिये। लेकिन कर्मचारियों एवं अपने व्यक्तिगत जीवन में एक फूल जैसे मुलायम भी होना चाहिये।

दसवां मंत्रा

“कारोबार ही नहीं, बल्कि और भी चीजें पाना हैं”

आपका ध्यान कारोबार पर ही नहीं बल्कि मकान बनाने में, मारुति गाड़ी हासिल करने में, वगैरह-वगैरह पर भी होना चाहिए। आपको शायद ही मालूम होगा कि मशहूर वकील नाना पालकीवाला, अपने बचपन में, एक आईसक्रीम खाना ही स्वर्ग पाने समान समझते थे। वे सोचते थे कि अगर एक आईसक्रीम मिल जाये तो जीवन में और कुछ नहीं चाहिये। देखिये न, आईसक्रीम मांगने वाला लड़का कहाँ पहुंच गया है? अर्थात्—आप भी मकान या मारुति गाड़ी अपनाने के बारे में सोचिये और देखिये कैसे भविष्य में ऊंचे स्थान पर पहुंचते हैं?

उद्यमिता ही आपकी उमंगों को पूरा करने का एकमात्रा मार्ग है। बेशक आप नौकरी ढूँढ सकते हैं। लेकिन नौकरी देगा कौन? अगर नौकरी मिल जाये तो नौकरी का रास्ता अपनाइये। जिस प्रकार, अलग-अलग धर्म के लोग भगवान से मिलने के लिये विभिन्न मार्ग पकड़ते हैं, उसी प्रकार आप उद्यमिता का मार्ग अपने, परिवार और अपने देशवासियों की प्रगति के लिए पकड़िये।

राज्य के हर एक कोने में, प्रगति लघु उद्योग करें।

देश में ऐसी नीति बने, एक समान विकास रहे।।

मानव, मशीन, समान, प्रबंध करे उद्यम से सम्बन्ध।

ठीक लेना इनको जान, संसानणधन का रखना ध्यान।।

उ0प्र0 उद्योग निदेशालय एवं जिला उद्योग केन्द्र की भूमिका

भारत जैसे विशाल देश के सम्पूर्ण औद्योगिक विकास में लघु उद्योगों, कुटीर उद्योगों एवं ग्रामोद्योगों की महत्वपूर्ण भूमिका है। इसके विकास के लिए विकेंद्रित व्यवस्था की आवश्यकता को देखते हुए भारत सरकार ने वर्ष 1978 में राज्य सरकार द्वारा उद्योग निदेशालयों के अन्तर्गत जिला उद्योग केन्द्रों की स्थापना की। पिछड़े व ग्रामीण क्षेत्रों में औद्योगिक विकास के कार्य इन जिलों के उद्योग केन्द्रों द्वारा किये जाते हैं। नाडल एजेन्सी के रूप में यह केन्द्र जिला स्तरीय अन्य विभागों एवं संस्थाओं में समन्वय का कार्य करते हैं। तहसील स्तर पर सहायक प्रबंधक होते हैं। इस प्रकार जिला उद्योग केन्द्र, उद्योग निदेशालय के क्षेत्रीय अंग के रूप में प्रदेश के औद्योगिक विकास के लिए कार्यरत है।

लघु उद्योगों हेतु सुविधायें

1. परामर्श :

उद्यमियों के मार्गदर्शन हेतु जिला उद्योग केन्द्रों में परामर्श विभाग होते हैं। भावी उद्यमियों का साक्षात्कार कर उसकी पृष्ठभूमि, अनुभव एवं अभिरूचि के आधार पर उद्योग की जानकारी एवं परियोजना तैयार करने हेतु परामर्श दिया जाता है।

2. पंजीकरण :

जिला उद्योग केन्द्रों में सर्वप्रथम दो वर्ष, के लिए प्रस्तावित पंजीकरण किया जाता है जिसका नवीनीकरण अगले एक वर्ष के लिए महाप्रबंधक जिला उद्योग केन्द्र के द्वारा तथा पुनः एक वर्ष का नवीनीकरण उद्योग निदेशालय द्वारा किया जाता है। इकाई द्वारा संतोषजनक कार्य होने पर सरकार द्वारा प्रदत्त सुविधायें मिल सकती हैं। इकाई संचालित करने के पश्चात् स्थायी पंजीकरण भी किया जाता है।

3. करों में छूट :

गरीब कारीगरों व दस्तकारों हेतु औद्योगिक सहकारी समितियों का पंजीकरण होता है। इन समितियों को वित्तीय सहायता एवं विभिन्न करों में छूट की सुविधा मिलती है।

4. भूमि/भवन :

हर जिले में औद्योगिक आस्थाना होते हैं जहाँ पर उद्योग लगाने के लिए आवश्यक भूमि व भवन दिलाने में सहयोग किया जाता है।

5. विभिन्न वित्तीय संस्थाओं से ऋण हेतु आवेदन :

जिला उद्योग केन्द्र के माध्यम से विभिन्न वित्तीय संस्थाओं से ऋण लेने हेतु भी आवेदन किया जा सकता है। जिला उद्योग केन्द्र द्वारा प्रधानमंत्री रोजगार के अन्तर्गत ऋण की सुविधा भी उपलब्ध करायी जा रही है।

6. एकल मेज व्यवस्था

एक छत के नीचे एकल मेज व्यवस्था के अन्तर्गत स्वीकृतियाँ जैसे:- विद्युत संयोजन, प्रदूषण अनापत्ति प्रमाण-पत्र, इत्यादि, सम्बन्धित जिला उद्योग केन्द्र द्वारा सुनिश्चित कराई जा रही हैं। इस व्यवस्था के अन्तर्गत एक 'एकल आवेदन-पत्र (पुस्तिका) तैयार की गयी है, जिसमें सभी सम्बन्धित विभागों के आवेदन-पत्रों को समाहित किया गया है। पच्चीस रुपये मात्रा नगद भुगतान करके यह पुस्तिका जिला उद्योग केन्द्र से प्राप्त की जा सकती है। इस व्यवस्था के अन्तर्गत प्रत्येक माह में एक बार सम्बन्धित उद्यमियों को जिला उद्योग केन्द्र में बुलाया जाता है, उनकी सहायता के लिए सम्बन्धित विभाग के अधिकारियों की मदद से वांछित आवेदन-पत्रा भरवा लिये जाते हैं, इसके उपरान्त दो सप्ताह बाद सभी वांछित स्वीकृतियाँ वहीं से निर्धारित तिथि में जमा कर दी जाती हैं। जिससे उद्यमी को विभिन्न स्थानों पर जाने के बजाए एक ही स्थान पर सभी अनुमति मिल जाती है। इस व्यवस्था का लाभ रुपये 25.00 करोड़ तक निवेश करने वाले उद्यमी उठा सकते हैं।

शासन द्वारा यह अनुभव किया गया कि नये उद्यमियों को विशेष रूप से लघु उद्यमियों को विभिन्न स्तरों पर अनुमतियाँ/स्वीकृतियाँ प्राप्त करने में बहुत समय लगता है, नए उद्यमी उद्योग लगाने में हतोत्साहित होते हैं, अतः इस समिति का गठन किया गया। उक्त समिति का अध्यक्ष जिलाधिकारी होता है।

भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक

भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक की स्थापना वर्ष 1990 में लघु उद्योगों के प्रवर्तन, वित्तपोषण एवं विकास तथा इन गतिविधियों में संलग्न संस्थाओं के कार्यों को समन्वित करने के उद्देश्य से प्रमुख वित्तीय एंस्था के रूप में की गई है।

लघु उद्योग विकास बैंक द्वारा देश भर में स्थापित वाणिज्य बैंकों, ग्रामीण, बैंकों, राज्य वित्तीय निगमों, राज्य औद्योगिक विकास निगमों, राज्य औद्योगिक निवेश निगमों, सहकारी बैंक के माध्यम से पुनर्वित्त के रूप में वित्तीय सहायता उपलब्ध करायी जाती है।

लघु उद्योग विकास बैंक निम्न योजनाओं के अन्तर्गत पुनर्वित्त सहायता दी जाती है:-

1. लघु एवं ग्रामीण उद्योगों को औद्योगिक ऋण उपलब्ध करने हेतु पुनर्वित्त योजना :-

(अ) कम्पोजिट ऋण: (सम्मिश्र ऋण)

शिल्पी, ग्रामीण एवं कुटीर उद्योग लघु उद्योग इकाई, इनको यंत्रों, कार्यशील पूंजी तथा कार्य हेतु रुपये 2,00,000 तक का ऋण उपलब्ध कराया जाता है। इसमें प्रवर्तक अंशदान शून्य है।

(ब) अनुसूचित जाति / जनजाति एवं विकलांग हेतु योजना

अनुसूचित जाति/अनुसूचित जनजाति एवं विकलांगों हेतु इस योजना को लागू किया गया है इस योजना में कार्यशील पूंजी एवं मशीन यंत्रों हेतु अधिकतम रुपये 50000 का ऋण दिया जाता है। इसमें प्रवर्तक अंशदान शून्य है।

2. विशेष योजना :- समस्त लघु उद्योगों हेतु इस योजना को लागू किया गया है इस योजना के अन्तर्गत निम्न मदों हेतु ऋण प्राप्त किया जा सकता है :-

(अ) गुणवत्ता नियंत्रक सुविधाएँ	- आवश्यकतानुसार
(ब) जनरेटर सेट	- तदैव-
(स) प्रदूषण नियंत्रण उपकरण	- तदैव-
(द) कम्प्यूटर हेतु	- अधिकतम रु. 5.00 लाख
(य) स्वदेशी/आयात प्रतिस्थापना	- तदैव-
(र) वैकल्पिक ऊर्जा/ऊर्जा बचत की स्थापना तथा निर्माण हेतु आवश्यकता अनुसार	

3. लघु सड़क परिवहन परिचालकों की सहायता :-

सार्वजनिक वाहन या संविदा वाहन के रूप में पंजीकृत नये वाहन खरीदने के लिए गये सावधि ऋण पुनर्वित्त सहायता के पात्रा होंगे। इस योजना के अन्तर्गत प्रति परिचालक मौजूदा वाहनों सहित अधिकतम 20 वाहनों के लिए ऋण उपलब्ध कराये जाते हैं। ऋण की सीमा आवश्यकतानुसार निर्धारित होती है।

4. उपकरण पुनर्वित्त योजना :-

इकाई पिछले चार वर्षों से कार्यरत हो, तथा 3 वर्षों से बैंक ऋण के भुगतान में कोई बिलम्ब न किया हो। इस योजना के अन्तर्गत उपकरण/नये यंत्रों के विस्तार इत्यादि हेतु ऋण दिया जाता है। उक्त योजना वित्तीय निगम/एस.आई.डी.सी. के माध्यम से प्रयोग में लायी जाती है। ऋण की सीमा आवश्यकतानुसार निर्धारित की जाती है।

5. पेशेवर वर्ग हेतु योजना :-

यह योजना डाक्टर, इंजीनियर, आर्किटेक्ट, एकाउंटेसी, मैनेजमेन्ट, शिक्षा प्राप्त वर्ग हेतु होती है। प्रथम बार अपनी शिक्षा पर आधारित इकाई/परामर्श संस्था खोलने पर रुपये 20.000 लाख तक ऋण दिया जाता है। इससे भूमि एवं भवन की कूल लागत कुल परिव्यय के 50रु से अधिक न हो।

6. विपणन कार्य हेतु योजना :-

(अ) विपणन संगठन हेतु :- व्यक्तिगत/साझेदारी/प्राइवेट/पब्लिक लिमिटेड संगठन को जो विपणन क्षेत्र में अनुभव प्राप्त हो, तथा ग्रामीण एवं लघु उद्योग के उत्पाद के विपणन हेतु रुपये अधिकतम 25.00 लाख तक ऋण प्राप्त कर सकते हैं।

(ब) बिक्री के लिए वाहन हेतु :- इस योजना के अन्तर्गत समस्त खादी एवं ग्रामोद्योग आयोग द्वारा समर्थन प्राप्त प्रस्तावों पर ही विचार किया जायेगा। इसका उद्देश्य नये वाहन के क्रय हेतु ऋण उपलब्ध करना है। ऋण की अधिकतम सीमा रुपये 3.00 लाख है।

7. चिकित्सा व्यवसाय हेतु योजना :-

(अ) अस्पताल/नर्सिंग होम :- यह योजना उन उद्यमियों हेतु हैं जो अस्पताल/नर्सिंग होम खोलना चाहते हैं। इसके लिए कम से कम 10 शैया एवं अधिकतम 50 शैया वाले अस्पतालों/नर्सिंग होम के लिए आवश्यकता आधारित ऋण दिया जाता है जिसमें एक स्नातकोत्तर डाक्टर अवश्य सम्बद्ध होना चाहिए।

(ब) इलैक्ट्रोमेडिकली एवं अन्य उपकरण हेतु योजना :- चिकित्सा शिक्षा प्राप्त डाक्टर जो इलैक्ट्रोमेडिकल मशीन/उपकरण को स्थापित करना चाहते हैं उनको अधिकतम रुपये 60.00 लाख लागत तक के उपकरणों हेतु ऋण प्रदान किया जायेगा।

8. पर्यटन आधारित योजनाएँ :-

उद्यमी जो सांस्कृतिक मनोरंजक पार्क, रेस्टोरेन्ट, पर्यटन सेवाओं के नवीनीकरण/विस्तार इत्यादि करना चाहते हैं तथा पर्यटन विकास संस्था से अनुमोदन प्राप्त हो, आवश्यकतानुसार ऋण हेतु आवेदन कर सकते हैं।

9. इक्विटी आधारित सहायता योजना :-

(अ) सीड कैपिटल योजना :- लघु/लघुत्तर उद्यमियों हेतु जो प्रवर्तक अंश लगाने की स्थिति में नहीं होते, उनको 10% परियोजना की लागत अथवा अधिकतम 15.00 लाख रुपये 1% की दर से ब्याज पाँच वर्षों तक, तत्पश्चात 10% की दर से ब्याज लगेगा।

(ब) राष्ट्रीय इक्विटी फंड योजना :- लघु/लघुत्तर इकाई जो नई स्थापित अथवा पुनर्शिक्षित (रिहेबिलिटेड) है तथा महानगरीय क्षेत्रों से किसी क्षेत्रा में स्थापित हो, उपरोक्त इकाई के इक्विटी गैप को पूरा करने के लिए परियोजना लागत अधिकतम रुपये 10.00 लाख होनी चाहिए। सहायता की राशि परियोजना की लागत का 25% जिस पर मात्रा सेवा प्रभार 1% होगी।

10. महिलाओं हेतु योजनाएँ :-

(अ) महिला उद्यम निधि योजना :- यह योजना महिला उद्यमियों हेतु जो इक्विटी के अंश को लगाने में असमर्थ है। यदि परियोजना की लागत अधिकतम 10% लाख रुपये हो, तो महिला उद्यमी 2.5 लाख रुपये तक प्राप्त होंगे ब्याज की दर 1% वार्षिक होगी।

(ब) महिला उद्यमी हेतु योजना :- ये योजना महिला उद्यमियों हेतु हैं जो लघु उद्योग स्थापित करना चाहती हैं। इस योजना के अन्तर्गत प्रशिक्षण एवं विस्तार हेतु सहायता उपलब्ध होती है।

11. सेमेफैक्स (भूतपूर्व सैनिक हेतु) विशेष योजना :-

यह योजना भूतपूर्व सैनिकों अथवा सैनिकों की विधवाओं हेतु हैं। इसका उद्देश्य लघु इकाई/सेवायें/परिवहनों हेतु जिनकी अधिकतम परियोजना लागत रुपये 15.00 लाख हो, का अधिकतम रु. 2.25 लाख ऋण उपलब्ध कराना है। इस ऋण पर मात्रा 1% ब्याज मोरटोरियम तक एवं इसके पश्चात 6% ब्याज की दर लागू होती है।

12. एकल स्रोत योजना :-

नयी अति लघु व लघु इकाइयां जिनकी परियोजना परिव्यय 100 लाख रुपये से अधिक नहीं है और सामान्य स्तर पर परिचालन के लिए जिनकी कार्यशील पूंजी की आवश्यकता 10 लाख रुपये तक है, इस योजना के अन्तर्गत सहसायता की पात्रा हैं वशर्त अचल परिसंपत्तियों के लिए सावधि ऋण व कार्यशील पूंजी ही संस्था द्वारा मंजूर की गई थी।

13. बिल पुनर्भुनाई योजना-मशीन हेतु :-

इस योजना के अन्तर्गत मशीन निर्माता पूर्तिकता/क्रेता जो स्वदेशी, मशीनों को लेते हैं, इकाई के विस्तार आधुनिकीकरण, प्रतिस्थापित करते हैं, राष्ट्रीयकृत बैंक के माध्यम से ऋण प्राप्त कर सकते हैं। इस योजना के अन्तर्गत अल्पावधि के लिए लघु इकाई पूर्तिकर्ता भी लाभ उठा सकता है।

14. प्रत्यक्ष बिल भुनाई योजना :-

प्रत्यक्ष योजना से लघु इकाई/निर्माता लाभ उठा सकते हैं।

उत्तर प्रदेश वित्तीय निगम

उद्देश्य :

औद्योगिक विकास हेतु वित्तीय सहायता उपलब्धता कराना।

कार्यकलाप :

राज्य के सभी मण्डलयी (राजस्व) मुख्यालयों तथा अन्य बोस क्षेत्रीय कार्यालयों के माध्यम से प्रदेश के औद्योगिक विकास का सतत् प्रयास।

वित्तीय सहायता की विभिन्न योजनायें : लघु व मध्यम स्तरीय औद्योगिक इकाइयों के लिए रू. 3 करोड़ तक चुकता पूंजी (पेड अप कैपिटल) व मुक्त संचय (फ्री रिजर्व) वाली कम्पनीयों की परियोजनाओं की स्थायी सम्पत्तियों की (अर्थात् भूमि, (स्टाम्प व रजिस्ट्री खर्च) भवन, मशीनरी व संयंत्रा निर्माण अवधि के ब्याज तथा तकनीकी परामर्श) के लिये रू. 90 लाख तक की वित्तीय सहायता रू. 5 करोड़ तक की योजनाओं के लिए पिकप तथा अनुसूचित बैंकों के साथ मिलकर सहायता।

ब्रिजिंग ऋण: योजना के त्वरित क्रियान्वयन हेतु स्वीकृत ऋण के विरुद्ध ब्रिजिंग-लोन की व्यवस्था।

आधुनिकीकरण :स्थापित इकाइयों को अपनी उत्पादन क्षतमा बढ़ाने, उत्पादन लागत कम करने या तकनीकी आधुनिकीकरण हेतु वित्तीय सहायता।

उपकरण पुनर्वित्त सहायता : 4 वर्ष से अधिक समय से कार्य कर रही व 2 वर्ष से लाभ अर्जित कर रही इकाइयों को आधुनिकीकरण/विस्तार/पुरानी मशीनों के स्थान पर स्वदेशी/आयतित मशीनों के लिये त्वरित वित्तीय सहायता।

पर्यटन उद्योग : होटल, मोटेल, रेस्टोरेन्ट, ट्रेवेल एजेन्सी, मनोरंजन पार्क आदि के लिये वित्तीय सहायता।

नर्सिंग होम जाँच उपकरण :छोटे अस्पताल/नर्सिंग होम की स्थापना तथा/अथवा चिकित्सालय जाँच व उपचार के लिये विद्युत उपकरणों की खरीद के लिये वित्तीय सहायता।

छोटे उद्यमियों के लिये एकल बिन्दु योजना : 50 लाख तक की योजना लागत वाली छोटी इकाइयों के लिये स्थाई सम्पत्तियों के साथ के लिये सावधि ऋण।

ग्रामीण/कुटीर इकाइयों के लिये कम्पोजिट ऋण योजना : कार्यशील पूंजी सहित रू. 50 रू. हजार तक योजना लागत वाली ग्रामीण कुटीर व लघुतर इकाइयों को स्थायी सम्पत्ति व कार्यशील पूंजी सहायता।

भूतपूर्व सैनिक/महिला उद्यमियों : विशेष प्रोत्साहन के रूप में सावधि ऋण के साथ-साथ बीज पूंजी सहायता।

व्यवसायिक : डाक्टर, इंजीनियर, चार्टर्ड एकाउन्टेन्ट, आर्कीटेक्ट, कास्ट एकाउन्टेन्ट आदि को वित्तीय सहायता।

लघु उद्योगों के उत्पादन का विपणन : ग्रामीण, कुटीर, लघुतर एवं औद्योगिक इकाइयों की बिक्री के लिये नये शो-रूम/बिक्री केन्द्रों की स्थापना तथा स्थपित शो-रूम/बिक्री केन्द्रों के विस्तार/आधुनिकीकरण के लिये सहायता।

मर्चेन्ट बैकिंग व अन्य सेवार्यें :

प्रोजैक्ट मूल्यांकन, हायर-परचेज व लीजिंग के रूप में सहायता।

उद्देश्य

सुनियोजित एवं त्वरित औद्योगिक विकास।

कार्यकलाप

औद्योगिक क्षेत्रों का विकास, अंशपू जी भागीदारी, अंशक अभिगोपन एवं संयुक्त/सहायतित क्षेत्रों में उद्योगों का प्रवर्तन। सस्ती दरों एवं आसान किशतों पर भूखण्ड अपलब्ध कराना। उद्योगों की अनियमित स्थापना में कमी लाने तथा पिछड़े जनपदों में अधिकाधिक पूंजी निवेश को प्रोत्साहन कर औद्योगिक क्षेत्रों की स्थापना एवं अन्य सरकारी विभागों तथा उपक्रमों के लिए निर्माण कार्य।

संयुक्त/सहायतित क्षेत्रों में स्थापित की जाने वाली परियोजनाये:

संतुलित औद्योगिक विकास के उद्देश्य से विभिन्न उद्यमियों, औद्योगिक समूहों की सहायता से मध्यम से वृहद उद्योगों की स्थापना को प्रोत्साहन। परियोजनाओं की तकनीकी/वित्तीय आवश्यकताओं के अनुरूप यथा-सम्भव पिछड़े क्षेत्रों में स्थापित करने का प्रयत्न।

अंशपूजी भागीदारी योजना :

निर्धारित अंशपूजी का निवेश न कर सकने की दशा में प्रवर्तकों को निर्धारित अंशपूजी व उसके द्वारा किये गये निवेश के अन्तर के आधार पर अंशपू जी सहायता। पिछड़े जनपदों, निर्यातोन्मुख/आयात प्रतिपूरक उद्योगों व अप्रवासी भारतीयों को वरीयता।

भूखण्ड आवंटन/अंश अभिगोपन पत्रा :

प्रदेश में लग रही सार्वजनिक कम्पनी को पूंजी बाजार से अंश पूंजी जुटाने हेतु अंश अभिगोपन द्वारा आर्थिक सहायता। सहायता राशि सामान्यतः निर्गमित पूंजी के 15: तक निगम द्वारा विकसित औद्योगिक क्षेत्रों में भूखण्ड आवंटन के इच्छुक उद्यमी निर्धारित आवेदन पत्रा पर प्रस्तावित परियोजना के संक्षिप्त विवरण, भूमि उपयोग, प्रस्तावित मानचित्रा एवं बाँछित धनराशि तीव्र एवं मन्द गति औद्योगिक क्षेत्रों के लिये क्रमशः रू. 550 व रू. 1000 प्रति एकड़ (रू. 100 आवेदन शुल्क के साथ) आवेदन कर सकने की सुविधा। निगम के तीव्रगामी एवं मन्द गति औद्योगिक क्षेत्रा में भूखण्ड के कुल मूल्य की क्रमशः 25: व 10: धनराशि आवंटन की तिथि से 30 दिन में देय। किसी वित्तीय संस्था से आर्थिक सहायता प्राप्त न करने की दशा में भूखण्ड को अवशेष धनराशि का भुगतान आवंटन के बाद 10 छमाही किशतों में 20: ब्याज सहित में तीव्र व मन्द गति औद्योगिक क्षेत्रों में क्रमशः 2: व 4: की छूट।

राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक

नावार्ड की स्थापना एक शीर्षक ग्रामीण विकास बैंक में रिजर्व बैंक द्वारा की गयी। राष्ट्रीय बैंक वाणिज्य बैंको, भूमि विकास बैंकों द्वारा विभिन्न परियोजनाओं के लिए पुनर्वित्त योजना अन्तर्गत, अल्पावधि मध्यावधि व दार्घावधि ऋणों की सहायता प्रदान की जाती है। राष्ट्रीय बैंक द्वारा अनुसन्धान व विकास के क्षेत्रा में एवं विभिन्न प्रकार के प्रशिखण कार्यक्रमों हेतु भी सहायता उपलब्ध कराता है।

राष्ट्रीय बैंक की दार्घावधि ऋण (योजनाबद्ध)

(क) पात्रा संस्थायें

- (1) अनुसूचित वाणिज्य बैंक।
- (2) क्षेत्रीय वाणिज्य बैंक।
- (3) जिला मध्यवर्ती सहकारी बैंक।
- (4) जिला मध्यवर्ती भूमि विकास बैंक।

(ख) अवधि –

- (1) 3 वर्ष से कम न हो।
- (2) 25 वर्ष से अधिक न हो।

(ग) पात्रा कार्यकलाप

कृषि और ग्रामीण कार्यकलाप जैसे— लघु सिंचाई, भूमि विकास, बंजर भूमि विकास, बागवानी, रेशम उत्पादन, पशु पालन, मत्स्य पालन, समेकित ग्रामीण विकास परियोजना, कृषि मशीनीकरण, भण्डारण विपणन मार्ड, वायो तकनीकी परियोजना इत्यादि।

ड्वाकरा योजना (ग्रामीण क्षेत्रों में महिलाओं एवं बच्चों के विकास के लिए भारत सरकार की योजना—

यह योजना गाँव की महिलाओं व बच्चों के लिए हैं। विशेष कर ग्रामीण क्षेत्रा में गरीबी रेखा से नीचे रहने वाले ग्रामीण परिवारों की महिला सदस्यों को आय प्राप्ति तथा स्वरोजगार के अवसर प्रदान करने के उद्देश्य से तैयार की गयी है।

कृषियेत्तर क्षेत्रा

ग्रामीण क्षेत्रों में कुटीर, लघु उद्योगों हस्तशिल्पों तथा अन्य ग्रामीण शिल्पों को बढ़ावा देने के लिए प्रदान किये गये ऋणों पर राष्ट्रीय बैंक से पुनर्वित्त लेने की पात्रता है। उद्योगों को 22 मुख्य समूहों में वर्गीकृत किया गया है, विकास आयुक्त (लघु उद्योग) भारत सरकार द्वारा अनुमोदित कोई भी उद्योग सहायता प्राप्त करने का पात्रा है।

मुख्य विशेषताएँ –

(1) आटोमोटिक पुनर्वित्त सुविधा – (i) समिश्र ओर समेकित ऋण के लिए सामान्य पुनर्वित्त। (ii) सोलर कुकर, वायोगैस संयंत्रा, परिचालकों द्वारा छोटे वाहन की खरीद, वर्कशौड, कच्चे माल के केन्द्र, शो रूम, गोदाम वितरण वाहन इत्यादि की सुविधायें। (iii) परियोजना तैसार कराना एवं परामर्श सेवाएं

(2) गैर आटोमैटिक पुनर्वित्त सुविधा – रेशम उद्योग हथकरघा, लघु उद्योग इकाइयों, पंजीकृत, समस्याओं, सहकारी समितियों हेतु सावधि ऋण।

(3) अन्य योजनाओं – (1) उद्यमियों को मार्जिन मनी हेतु व्याज भुगतान ऋण, पूर्व सैनिकों, विधवाओं, विकलॉग पूर्व सैनिक आदि के लिए सैम्फैक्स-II योजना।

उक्त समस्त योजनाओं के लिए ग्रामीण शिल्पकार, हस्तशिल्प, छोटे उद्यमी, समितियों, संस्थाओं इत्यादि उपयुक्त मात्रा हो सकते हैं।

(4) पुनर्वित्त की सीमा – (i) समिश्र ऋण – रुपये 50.000 (ii) समेकित ऋण– 10 लाख, आटोमेटिक पुनर्वित्त सुविधा के अन्तर्गत।

(5) मार्जिन मनी – रुपये 50 हजार तक के मिक्ष ऋण के लिए मार्जिन मनी राशि आवश्यक नहीं— रुपये 1 लाख तक के ऋणों के लिए 5 % – रुपये 1 लाख से अपर के ऋणों के लिए 10%

(6) अदायगी अवधि – 3 से 10 वर्ष

(7) ब्याज की दर— (1.0394 से प्रभावित) रूपये 25 हजार की राशि तक – 12% रूपये 25 हजार से ऊपर – 14% रूपये 2 लाख से ऊपर – 15%

प्राथमिक बुनकर समितियों के उत्पादन और विपणन कार्यकलाप—

प्राथमिक बुनकर समितियों की उत्पादन और विपणन गतिविधियों के लिए वित्तीय सहायता उपलब्ध कराने हेतु जिला मध्यवर्ती औद्योगिक सहकारी बैंकों के लिए राज्य सहकारी बैंकों राष्ट्रीय बैंक से अल्पवधि ऋण सीमा उपलब्ध है। बुनकरों द्वारा वर्कशेड के निर्माण, करघों के अर्जुन आदि के लिए सावधि ऋण की सहायता प्रदान की जाती है। नेशनल टेक्सटाइल कार्पोरेशन के ऐसे कर्मचारी, जिन्होंने पावरलूम कार्यकलापों को अपनाने के लिए स्वेच्छा से सेवानिवृत्त होने की इच्छा जहिर की है: उनके पुर्नवास के लिए भी पुनर्वित्त सुविधा प्रदान की जाती है।

महिलाओं के स्वयं सहायता समूह और राष्ट्रीय बैंक की प्रायोगिक परियोजना

ग्रामीण क्षेत्रों में मितव्ययिता और वचत को प्रोत्साहित करने तथा बैंकिंग प्रणाली के माध्यम से उनकी ऋण आवश्यकताओं को पूरा करने के उद्देश्य से वर्ष 1992 में स्वयं सहायता समूहों को बैंकों के साथ सहबद्ध करने की प्रायोगिक परियोजना प्रारम्भ की गई थी, इसमें मुख्य बातें निम्न हैं।

(i) स्वयं सहायता समूह जो कम से कम पिछले 6 महिनों से सक्रिय रूप से कार्यरत है तथा अपने सदस्यों को ऋण देने तथा उनकी बचतों को प्रोत्साहित करने का कार्य करते है।

(ii) स्वयं सहायता समूह औपचारिक अथवा अनौपचारिक समूह हो सकते हैं। समूह के सदस्यों की संख्या 10 से 20 हो सकती है।

(iii) समूह द्वारा संग्रहित बचतों के अनुपात के अनुसार बैंक उन्हें वित्तपोषण प्रदान करेंगे। ऋण और बचतों को अनुपात बैंक के मूल्यांकन के आधार पर 1:4 से 1:4 के बीच हो सकता है।

(iv) स्वयं सहायता समूह को ऋण सहायता में ब्याज की 12% तय की गयी है।

ग्रामीण माइक्रो ओर घरेलू उद्यमों की सहायता प्रदान करने के लिए गैर सरकारी संगठनों को बढ़ी मात्रा में ऋण योजना की मुख्य बातें :-

(1) ऐसी वालंटियर एजेंसियों/गैर सरकारी संगठनों को ऋण उपलब्ध करवाया जाता है जो ग्रामीण गरीबों को वैयक्तिक रूप से अथवा छोटे समूहों की मार्पत ऋण सहायता प्रदान करते हैं और उनमें मितव्ययिता को प्रोत्साहित करते हैं।

(2) एजेन्सी अपने ऋण कार्यक्रम हेतु 1से 3 वर्षों की अवधि के लिए अपना कार्यक्रम (प्रोजेक्शन्स) तैयार करेगी।

(3) एजेन्सी का हिस्सा इसमें 25% रहेगा।

(4) बैंक से स्वैच्छिक संगठनों को 9% की ब्याज दर पर ऋण उपलब्ध होगा।

(5) अन्तिम ऋणकर्ता को व्यैक्तिक। समूह ऋण देने के लिए वित्त का आंकलन, मूल्यांकन, प्रतिभूति आवश्यकतायें। ब्याज की दर, चुनौती अवधि और अन्य शर्तें, बैंकों से काफी मात्रा में ऋण लेने वाली स्वैच्छिक संगठनों द्वारा निर्धारित की जायेगी।

(6) अनिवार्य शर्त यह है कि ऋणकर्ता ने अपनी क्षमता के अनुसार नियमित रूप से दैनिक साप्ताहिक अथवा मासिक आधार पर कुछ राशि जमा की हो। इस तरह की वचत की राशि स्वैच्छिक संगठन या गैर सरकारी संगठन द्वारा एकलित की गई है और प्रत्येक सदस्य के लिए अलग-अलग व्यैक्तिक खाते खोले गए हैं।

उत्पाद चयन एवं अवसर अभिज्ञान

आप स्वयं यह सोचिए कि आप कौन सा उद्योग लगाना चाहते हैं। साबुन बनाना चाहेंगे या दवायें बनाना? अच्छा! अब आप यह सोचिए कि उद्योग चलाने के लिए किन-किन चीजों की जरूरत होगी जैसे साबुन के उद्योग के लिए थोड़ी सी जगह कुछ प्लास्टिक के पैकेट, सोडियम सिलिकेट, एन्हीड्रस सोप पाउडर, सोडियम क्लोराइड, टेट्रा सोडियम, पायरा फास्फेट, आप्टीकल ब्लिच आदि की जरूरत होगी।

यदि आपने उद्योग का चुनाव सही ढंग से नहीं किया है तो आप सदैव असमंजस की स्थिति में रहेंगे। इसलिए बहुत ही सोच समझकर कदम उठाना चाहिए क्योंकि अगर इसमें कोई भूल हो गयी तो न केवल आपका धन व समय बर्बाद होगा, बल्कि बाद में इसका प्रभाव आपके आत्मविश्वास व भविष्य पर भी पड़ेगा एवं कुण्ठा उत्पन्न होगी। अतः सोच विचार कर ही कोई कदम उठाना चाहिए। इसके लिए निम्न बातों को ध्यान में रखना चाहिए।

1. अपनी क्षमता

आपको उद्योग चुनने से पहले यह देखना चाहिए कि आपमें किस प्रकार के कार्य करने की क्षमता है जैसे कि आपमें तुरन्त सही निर्णय लेने की क्षमता है? किस क्षेत्र में आप अधिक कार्य कर सकते हैं एवं किन क्षेत्रों में आप अपने को कमजोर समझते हैं? आप जयादा दौड़-धूप कर पायेंगे कि नहीं? आपमें सहनशीलता है? आप हार को सहन कर दोबारा काम उसी लगन से कर पायेंगे? आपकी सेहत इस काम के लिए अनुकूल है? इत्यादि पहलुओं पर भली-भाँति से विचार करना होगा।

2. धैर्य

कहीं ऐसा तो नहीं कि आप किसी परेशानी में एकदम घबरा जाते हों? आपको धीरज रखना चाहिए। कभी-कभी ऐसा होता है कि कोई ऐसी समस्या आ क्षड़ी होती है जिस पर पहले सोचा ही नहीं गया होता। ऐसे समय में आपको धैर्य से काम करना आना चाहिए। अक्सर आपका काम आपकी आशाओं के विपरीत भी हो सकता है। या किसी कार्यालय में बार-बार प्रयत्न करके भी आपका काम नहीं हो रहा है ऐसी स्थिति में आपको गुस्से से काम नहीं लेना है। बल्कि धैर्य से अपने इरादे को पक्का करते हुए स्थिति को समझना है और परिस्थितियों का सामना करना है।

3. साहस

उद्यम लगाने के लिए साहसी होना भी जरूरी है। बिना साहस के कोई कदम नहीं उठाया जा सकता। आपके मन में यह सवाल उठेगा कि मैं कैसे जानू कि मैं कितना साहसी हूँ। इसके लिए आत्मदर्पण सिद्धान्त के अनुसार आपको ओर लोगों से अपने बारे में राय लेनी होगी कि लोग आपके बारे में क्या सोचते हैं? आप खुद ही सोचिए कि आप स्वयं को तबेज, चतुर, धैर्यवान या कुछ और समझते हैं। आपसे लोग कैसा व्यवहार करते हैं? क्या आप किसी भी कठिनाई को सरलता से सुलझाते हैं? किसी दूसरे की जिम्मेदारी को भी लेते हैं और उसे पूरा करवाते हैं।

4. अपनी परिवारिक परिस्थिति

उद्यम स्थापित करने के लिए आपको अपना करीब-करीब सारा समय उसी ओर लगाना होगा। अतः आप अपने परिवारिक दायित्व, खर्चों एवं निकट भविष्य की आवश्यकताओं को ध्यान में रखिए।

5. शारीरिक क्षमता

उद्यम चुनते समय आप यह भी देखिये कि आप कितना कार्य कर सकते हैं। आप एक स्वस्थ नवयुवक हैं या अधिक उम्र के रिटायर्ड व्यक्ति हैं? यदि आप दूसरी श्रेणी के हैं तो ठहरिये? आप ऐसा उद्योग चुनिए जिसमें आपको ज्यादा मेहनत न करनी पड़े।

6 परम्परगत व्यवसाय

क्या आप किसी व्यवसायी परिवार से आते हैं? यदि हां तो आप के लिए यही जयादा ठीक होगा कि आप अपने परिवार के व्यवसाय को ही करें या उससे जुड़ा हुआ उद्यम लगायें ताकि आपके परिवार का वर्षों से चला आ रहा अनुभव, परिचय आदि आपके काम आ सके। एक बार कार्य का अनुभव हो जाने के बाद अन्य किसी कार्य को भी आरम्भ कर सकते हैं।

7 बाजार की स्थिति

आप जो उद्यम चुन रहे हैं उसकी खपत के बारे में पता कर लीजिए। बाजार में यह चीज साल भर उपयोगी होती है। या कुछ ही समय उसका उपयोग होता जहै? उसकी खपत सामान्य बाजार में होती है या मण्डियों में? इसके साथ ही यह भी देखना होता है कि अन्य उद्यमियों द्वारा बनाई गई चीज का क्या स्तर है? कहीं ऐसा तो नहीं कि अउपके माल का स्तर बहुत खराब हो? इस बारे में आपको बाजार का भरपूर सर्वेक्षण करना होगा और अधिक बातें जानने के लिए बाजार सर्वेक्षण अध्याय को पढ़ें।

8 कच्चे माल की उपलब्धता

उद्यम का चुनाव करने से पहले आपको यह भी देखना होगा कि बाजार में कच्चा माल है या नहीं। कहीं ऐसा तो नहीं कि उद्योग स्थापित होने के कुछ दिन बाद बाजार से कच्चा माल गायब हो जाए और आपको अपना उद्योग बन्द करना पड़े। आप यह भी देखिए कि कच्चा माल फौवद्री तक लाने में आपका कितना खर्च होता है। कहीं ऐसा तो नहीं कुछ दिन बाद आपको कहीं बहुत दूर से कच्चा माल लाना पड़े इसमें आपका धन तथा समय अधिक लगेगा।

9 वित्तीय स्थिति

अपने बैंक बैलेंस की स्थिति भी देखनी होगी। इस बात को नजर अंदाज करके आगे बढ़ना बहुत बड़ी भूल होगी। यह सच है कि आपनको उद्यम लगाने के लिए ऋण मिलता है पर उसके बाद आपके पास सन्तुलित राशि का होना जरूरी है। इसके अलावा खर्च एवं घाटे की संभावना का अंदाज लगाना होगा। किसी लालच में अपनी क्षमता से ज्यादा बड़े उद्यम को न लगा लें। धीरे-धीरे अपनी वित्तीय स्थिति को सुधारते हुए उद्योग का विस्तार करें। उद्यम चयन में कुल परियोजना की लागत का लगभग 25.30 प्रतिशत तक इक्वि/अंशदान अवश्य होना चाहिए।

10 उद्योग स्थापना में विचार :-

उद्योग स्थापना में व्यक्ति की जल्दबाजी हानिकारक होती है। कहीं ऐसा तो नहीं कि आप उद्योग स्थापना में बहुत जल्दी कर रहे हैं। अगर संदेह है तो ठहरिये। इस काम के बारे में आप एक बार फिर भली प्रकार से सोच लें कि आप उद्योग सम्बन्धित उलझनों से कैसे निपटेंगे।

11 मशीन की उपलब्धता :-

उद्योग चयन की प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण पहलू मशीन चयन का भी होता है क्योंकि यदि मशीन स्वदेशी है तो निश्चय ही उसकी लागत आयतित मशीन से कम होगी तथा भविष्य में किसी भी प्रकार की टूट-फूट होने पर उसकी मरम्मत करवाने में अधिक समय व्यय नहदं करना पड़ेगा, साथ ही साथ लागत कम होने से परियोजना की लागत भी कम हो सकती है।

12 संरचनात्मक उपलब्धता:-

परियोजना चयन में संरचनात्मक उपलब्धता का अपना एक विशेष महत्व होता है क्योंकि भूमि, बिजली, पानी, सड़क, बैंक व अन्य मूलभूत सुविधाएँ इकाई स्थापना स्थल पर मौजूद नहीं है तो इकाई को भविष्य में किसी भी प्रकार

की समस्या का सामना करना पड़ सकता है, साथ ही साथ यह सभी मूलभूत आवश्यकताओं के उपलब्ध होने पर आवश्यक भाग—दौड़ से भी उद्यमी बच सकता है तथा परियोजना की लागत भी कम की जा सकती है।

13 मानव शक्ति की उपलब्धता

उत्पाद/उद्यम चयन प्रक्रिया में उपयुक्त मानव शक्ति (कुशल) चयन, भी एक महत्वपूर्ण प्रक्रिया है क्योंकि यदि आप चयन करते हैं चीनी मिट्टी के बर्तन, पीतल, निकिल अथवा शीशा उत्पाद का, तो निश्चय ही आपको कुशल कारीगर का चयन करना पड़ेगा। कुशल कारीगर उन्हीं क्षेत्रों में उपलब्ध होंगे, जहाँ निर्माण/उत्पाद प्रचुर मात्रा में होते हैं। अतएव मानव शक्ति का चयन, उत्पाद चयन प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। उद्योग स्थापित करने उद्यमी के व्यक्तित्व से काफी गहराई से जुड़ा हुआ है। जब आप अपन लिए किसी उद्योग का चयन करें तो अपनी ताकतों, कमजोरियों एवं अपने सम्मान को ध्यान में रखते हुए ही किसी उद्योग अवसर का चयन करें। आपको ऐसे ही अवसरों का चयन करना होगा जिसका तालमेल सीधा आपके व्यक्तित्व से हो सके क्योंकि सही उद्योग का चयन न होने के कारण आपकी पूरी शक्ति गलत दिशा की तरफ लगने की संभावना है। नये उद्यमों के लिए उत्पाद का चयन करना इतना सरल नहीं है और उसके मन में अन्तिम निर्णय लेने से पहले अनेक शंकाएँ उत्पन्न होती रहेगी।

14 सरकारी नीतियाँ

उत्पादों उद्यम चयन प्रक्रिया के उपरोक्त बिन्दुओं पर गहन विचार एवं कार्य करने के साथ-साथ उद्यमी को सरकारी नीतियों का भी अध्ययन करना होगा कि चयनित उद्योग प्रतिबंधित सूची में तो नहीं है क्योंकि यदि चयनित उद्योग प्रतिबंधित सूची में है तो उस उद्योग/उत्पादन का चयन करना उपयुक्त नहीं होगा। प्रतिबंधित सूची की जानकारी जिला उद्योग केन्द्र/बैंक/उ.प्र. वित्तीय निगम से उपलब्ध हो सकती है।

चयन के चरण : औद्योगिक अवसर पहचान —

आपको स्वयं की कुशलता एवं कार्यकुशलता, अच्छाइयों एवं कमियों को ध्यान में रखते हुए वातावरण में मौजूद अवसरों को ढूँढने की कोशिश करना है और अन्तिम निर्णय लेने से पहले दोनों का तुलनात्मक विश्लेषण करके अपने उत्पादन का चयन करना है। कौन सा उत्पाद लगाया पाये इसके बारे में कुछ विचार आपको मिल सकते हैं यदि आप अपने क्षेत्र में उन नये उत्पाद/सेवाओं के बारे में जो कि उस क्षेत्र में उपलब्धता नहीं है या वर्तमान उत्पाद/सुविधाओं में सुधार लाकर या विकास करके नये उत्पाद का आरम्भ किया जा सकता है। यदि नये उत्पादन में कुछ भी सन्देह लग रहा हो तो जो उत्पाद एवं सेवाएं लोग पहले से कर रहे हैं उसी में ये अपने लिए कोई उत्पाद सा सेवा का चयन करें। सहायक उद्योग के रूप में भी आप अपनी परियोजना शुरू कर सकते हैं। नये उद्यमी जिनके पास अनुभव की कमी है उनके लिए यही ठीक होगा कि नयी वर्तमान इकाइयों में से किसी उत्पाद का चयन करें या उसमें सुधार लाकर कोई नया उत्पाद बनाने की चेष्टा करें।

बाजार माँग

उद्योग का चयन एक अत्यन्त महत्वपूर्ण एवं कठिन कार्य है इसका निर्णय लेने से पहले आपको—

1 वातावरण में उपलब्धता साधनों की पूरी जानकारी लेनी चाहिए। उस क्षेत्र की जनसंख्या वहाँ के व्यवसाय एवं सामाजिक और आर्थिक दृष्टिकोण का पूर्ण आभास होना चाहिए।

2 आपको चालू व्यवसाय स्थिति, अन्तर्देशीय लेन-देन एवं स्थानीय उपभोक्ता की आवश्यकता की पूर्ण जानकारी लेनी चाहिए और वातावरण की माँग एवं पूर्ति का अनुमान होना चाहिए।

स्रोत

अपने उद्यम का चयन आप उपलब्ध साधनों के आधार पर भी कर सकते हैं जैसे कृषि, खनिज पदार्थ, समुद्री साधन एवं सन से सम्बन्धित साधन एवं अवशिष्ट पदार्थ पर आधारित उत्पाद। बढ़ती हुई आवादी एवं उपभोक्ता और और औद्योगिक उत्पादों, सेवाओं में बढ़ती माँग के आधार पर भी अपने उद्योग का चयन कर सकते हैं। उपरोक्त साधनों को ध्यान में रखते हुए आप अपने उद्योग का समुदाय तय कर सकते हैं। जैसे— इंजिनियरिंग, रसायन, प्लास्टिक इत्यादि।

प्रबन्ध

आपके उद्यम की पूर्ण रूपरेखा बन चुकी है। अब आपको यह जानना है कि आप अपना उद्यम कैसे चलाएं व आने वाली दिक्कतों का सामना कैसे करें। समुचित ढंग से उद्यम चलाने के लिए जरूरी है कि आप अच्छा प्रबन्ध करें। प्रबन्ध क्या है? अच्छे प्रबन्ध के चार मुख्य अंग होते हैं।

- 1 योजना
- 2 संगठन
- 3 नेतृत्व
- 4 संचालन

कुछ संकेतों को देखकर आपको मालूम चल जायेगा कि आपके उद्यम के प्रबन्ध में गड़बड़ी है या नहीं।

- 1 जब बिना किसी योजना के काम हो रहा हो।
- 2 जब आप देखें कि आपके कर्मचारी खुश नहीं है या काम नहीं करना चाहते।
- 3 जब आपके उद्यम में लक्ष्य और कार्य करने का तरीका निश्चित न हो
- 4 जब आप अपने ऊपर सारा काम ले लेते हों।
- 5 जब अधिकतर दिक्कतें ही सामने आती हों।

अगर ऊपर लिखी बातों में किसी भी दो से आपका माना पड़ता है। तो इका मतलब है कि आपके उद्यम का प्रबन्ध ठीक नहीं है। लेकिन क्या आप जानते हैं कि प्रबन्ध क्या होता है? एक उद्योग के सिलसिले में प्रबन्ध कई तरह के होते हैं जैसे कि कर्मचारी प्रबन्ध (पर्सनल मैनेजमेन्ट), उत्पादन प्रबन्ध (प्रोडक्शन मैनेजमेन्ट), पूंजी प्रबन्ध (कैपिटल मैनेजमेन्ट) समय प्रबन्ध (टाइम मैनेजमेन्ट), सम्पर्क प्रबन्ध (कम्युनिकेशन मैनेजमेन्ट) आदि।

वित्तीय प्रबन्ध

वित्त, उत्पादन एवं बिक्री प्रत्येक उद्योग के आधार स्तम्भ है। इनमें पहले आपश्यकता पड़ती है वित्त प्रबन्ध से तात्पर्य मात्रा धन एकत्रित करना ही नहीं है, अपितु उसका उपयोग एवं वितरण कुशलता से करना है। वित्त प्रबन्ध को स्पष्ट करने के लिए वित्तीय कार्यों का आवंटन निम्न प्रकार से किया जा सकता है:-

वित्त प्रबन्ध

उद्योग की स्थापना के लिए आपको किसी एक स्रोत से सारी राशि नहीं प्राप्त हो सकती। विभिन्न स्रोतों से इसका प्रबन्ध अधिक आसान ओर लाभप्रद होता है। आगे दी गयी सरिणी द्वारा यह स्रोत स्पष्ट होते हैं।

एक अच्छे प्रबन्धक के लिए आपश्यक है कि उसे वित्तीय सहायता करने वाले सभी स्रोतों का उचित ज्ञान हो। ऊपर दी गई सारिणी में ऐसे अनेक स्रोत दिये गये हैं, जो आपके उद्योग को आर्थिक सहायता प्रदान करते हैं। परन्तु यह भी विविधता लिए हुए होते हैं। यानि कोई स्रोत किसी विशेष प्रकार की आवश्यकता के लिए ही लाभप्रद होते हैं जैसे- लम्बी अवधि वाले ऋण, उद्योग की स्थायी पूंजी के लिए प्रयोग किये जाने पर अधिक लाभप्रद होते हैं। जबकि कार्यशील पूंजी के लिए अल्प अवधि के ऋण अधिक उपयोगी होते हैं आपकी जानकारी के लिए यहाँ, नद सभी के गुण, दोष एवं उपलब्धता की जानकारी दी जा रही है।

निवेश :

यहाँ निवेश से तात्पर्य उस पूंजी से है जो आप अपने पास से लगाते हैं। यह निवेशित पूंजी समता राशि (Equity)के रूप में प्रयुक्त होती है। अन्य स्रोतों से ऋण प्राप्त करने के लिए कुछ राशि आपके पास उलब्ध होना आवश्यक होता है, उस राशि का प्रबन्ध निम्न स्रोतों से किया जा सकता है।

1. व्यक्तिगत

जैसा कि नाम से ही स्पष्ट है कि यह स्रोत आप ही हैं। यानि आपको निजी सम्पत्ति जिसमें आपकी अभी तक बचाई गई राशि शामिल है। उद्योग आरम्भ करने के लिए यह पूंजी बहुत आवश्यक एवं महत्वपूर्ण होती है क्योंकि इसी की उपलब्धता पर आपको अन्य ऋण मिलते हैं। उद्योग का कार्य आरम्भ हो जाने पर उससे मिलने वाला लाभ भी आपका व्यक्तिगत वित्त स्रोत हो जाता है।

2. शेर

समता राशि प्राप्त करने का एक स्रोत है शेर बेचना। परन्तु शेर बेचने का अधिकार प्रत्येक कम्पनी को नहीं होता। इसके लिए सरकारी अनुमति लेना जरूरी है। व्यक्ति जितने मूल्य का शेर खरीदता है, कम्पनी के उतने भाग का मालिक हो जाता है एवं कम्पनी अपने लाभ का कुछ प्रतिशत अंश (निवेश के अनुसार) शेर धारक को देती है। शेर धारक को दिये जाने वाले इस भाग को लाभांश कहते हैं। कम्पनी लाभांश का वितरण किसी निश्चित समय में करने के लिये कानूनी रूप से बाध्य नहीं होती, बल्कि अपने सविधनुकूल समय पर वितरण कर सकती है। लाभांश वितरण के आधार पर शेर धारक प्रमुखतः दो वर्गों में विभाजित किये जा सकते हैं :-

(अ) प्राथमिक

प्रमुख शेर धारकों के लाभांश की दर निश्चित होती है एवं लाभांश आवंटन में उनको प्राथमिकता दी जाती है।

(ब) सामान्य

सामान्य शेर धारकों के लाभांश की दर निश्चित नहीं होती। कम्पनी के प्रबन्धकों एवं निदेशकों द्वारा लिए गये लाभांश निर्णयों के आधार पर ही लाभांश की दर और आवंटन का क्रम निर्धारित किया जाता है। अपनी कम्पनी के शेर बेचने के साथ ही आप कुछ अन्य कम्पनियों के शेर खरीद भी सकते हैं, जिनसे आपको समय-समय पर धन मिलता रहेगा और उद्योग में सहायक सिद्ध होगा।

अल्पकालीन ऋण स्रोत (कार्यशील पूंजी)

ऐसे व्यय जिनकी वार-बार आवश्यकता पड़ती है जैसे कच्चा माल आदि पर। इन निरन्तर होने वाले व्ययों के लिए आपको कुछ ऐसी पूंजी का प्रबन्ध रखना पड़ता है जिसका आप तुरन्त उपयोग कर सकें। इसको कार्यशील पूंजी कहते हैं। कार्यशील पूंजी के लिए आपको अल्पकालीन ऋणों की आवश्यकता होती है। इनके प्रमुख स्रोत इस प्रकार हैं:-

1. व्यवसायिक उधार

किसी भी लघु उद्योग की उत्पादन प्रक्रिया में यहां स्रोत बहुत ही महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह स्वयं उपार्जित होते हैं, इसके लिए आपको किसी से पैसा उधार नहीं लेना पड़ता है, बल्कि आप प्रदायकों से कच्चा माल ले लेते हैं और उसका भुगतान बाद में करते रहते हैं। इस प्रकार के ऋण का सबसे अधिक फायदा यह होता है कि न तो आपको अधिक औपचारिकताएँ पूरी करनी पड़ती है और न अधिक ब्याज देना पड़ता है, साथ ही इसमें आपको सामान की नीलामी या दिवालिया होने का खतरा भी नहीं होता। सामान का ऋण लेकर बची हुई नगद राशि का उपयोग आप अन्य वस्तुओं में कर सकते हैं।

इस प्रकार के उधारों की उपलब्धता प्रदायकों में आपकी ससाख पर निर्भर होती है। यदि आपकी साख नियमित रूप से उधार चुकाने वाले व्यक्ति के रूप में है तो आपको सामान सरलता से उधार मिल जाता है। यानि कि यदि प्रदायक को आप यह विश्वास दिला सकें कि आप पेसा नियमित समय से चुका देंगे तो वह आपको उधार सामान दे देगा। नये उद्यमियों को बाजार में साख न होने के कारण आरम्भ में यह उधार मिलने में परेशानी होती है अतः उन्हें नगद पैसा भी अधिक लेना पड़ता है। परन्तु एक बार सम्बन्ध स्थापित हो जाने पर इसमें कोई विशेष समस्या नहीं आती है।

2. बैंक

कार्यशील पूंजी के रूप में ऋण प्रदान करने वाले बैंक आपके अल्पकालीन ऋण स्रोत हैं। यह ऋण आपको आपकी सम्पत्ति के आधार पर मिलता है। बैंक द्वारा आपकी प्रस्तुत सम्पत्ति के आधार पर आपको मिलने वाले ऋण की सीमा निश्चित कर दी जाती है। इसमें से आप अपनी आवश्यकतानुसार पैसा निकाल सकते हैं। अधिकतर यह ऋण उत्पादन और बिक्री की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए मिलते हैं। परन्तु जब तक आप यह ऋण नहीं चुका देते तब तक प्रस्तुत सम्पत्ति, कच्चा माल इत्यादि का अधिकारी बैंक को ही माना जाता है। लघु उद्योग की उत्पादन क्षमता कम होती है और उन्हें उनके भुगतान मिले में अधिक समय लगता है अतः उन्हें इस प्रकार के ऋण अधिक राशि के लेने पड़ते हैं। कभी-कभी व्यवसायिक हानि होने पर भी उद्योग को चलू रखने के लिये आपको बैंक से ऋण मिल सकता है, लेकिन इसके लिए सम्बन्धित बैंक से आपके व्यवसायिक सम्बन्ध अच्छे होने अति आवश्यक है।

3 सामाजिक

उद्यमी को कुछ ऋण ऐसे मिलते हैं जो वह सक्रिय उत्तरदायित्व के विविध रूपों में चुकाता है। यह ऋण उद्योग एवं उद्यमी के अनुर बदलते रहते हैं। यह ऋण निम्न स्रोतों से लिए जा सकते हैं:-

- (अ) ग्राहकों से अग्रिम भुगतान।
- (ब) मित्रों या रिश्तेदारों से उधार लेना।
- (स) निदेशक, कर्मचारियों आदि से अस्थाई पूंजी जमा करवाना।

दीर्घ कालीन ऋण स्रोत (स्थायी पूंजी)

उद्योग को स्थापित करने में दीर्घ कालीन ऋण काफी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इस राशि का प्रयोग उद्योग की स्थायी पूंजी जैसे भूमि, मशीन, भवन आदि के लिए किया जाता है। यह ऋण निम्न संस्थाओं से प्राप्त किये जा सकते हैं।

- (अ) राज्य सरकार

राज्य सरकार द्वारा यह ऋण उद्योग विभाग के माध्यम से दिये जाते हैं। इसको मिलने में लगभग एक वर्ष का समय लग जाता है।

- (ब) राज्य वित्त निगम

इस निगम द्वारा अधिकतर गैर सहभागी उद्योगों को ही ऋण दिया जाता है। जिसका प्रयोग उद्योग की अचल व स्थायी पूंजी के लिए किया जाना चाहिए। आवश्यकता पड़ने पर इसमें से कुछ अंश का प्रयोग कार्यशील पूंजी के लिये भी किया जा सकता है।

- (स) राज्य लघु उद्योग निगम

देश में लघु उद्योगों को बढ़ावा देने के उद्देश्य से इस निगम की स्थापना की गई है। इस निगम से लघु उद्योगों को ऋण के अतिरिक्त अन्य कई प्रकार की सहायता भी प्राप्त होती है जैसे— सरकारी कार्यों का कुछ हिस्सा इन उद्योगों को दिलाना, आर्डर की पूर्ति एवं तकनीकी सहयोग, बाजार के कार्य जैसे बिक्री आदि एवं मशीन, उपकरण उजलब्ध करवाना।

- (द) बैंक

बैंक से मिलने वाला दीर्घकालीन ऋण आपकी अचल सम्पत्ति अथवा किसी प्रतिष्ठित व्यक्ति द्वारा जमानत के आधार पर मिलता है। यह ऋण एक निश्चित दर पर नियत समय में चुकाना होता है एवं मूलतः स्थायी पूंजी जैसे— मशीन, भवन आदि के लिए दिया जाता है।

इसके अतिरिक्त आप अपने रिश्तेदारों एवं मित्रों, निजी संस्थाओं आदि से भी लम्बी अवधि के ऋण प्राप्त कर सकते हैं।

निवेश योजना

योजना बनाने से पहले आप अपने उद्योग के व्ययों का भली प्रकार से विश्लेषण कर लें आपश्यकतानुसार निवेश करें।

स्थायी पूंजी के निर्माण यानि उनका प्रबन्ध एक बार हो जाने से बार—बार नहीं करा होता एवं कार्यशील व्यय उन आवश्यकताओं को पूरा करते हैं जो एक बार पूरी होने के बाद फिर से उत्पन्न होती है, जैसे— कच्चा माल खरीदना, कर्मचारियों को वेतन आदि का भुगतान।

उपर्युक्त विभिन्न व्ययों में निवेश प्रबन्ध करके परियोजना के ठीक प्रकार से प्रारम्भ हो जाने के बाद अपने उद्योग की आर्थिक स्थिति को मजबूत बनाने के लिए समय—समय पर नयी योजनाओं को लगाना भी आवश्यक है। यह सोचना गलत होगा कि एक बार उद्योग स्थापित हो जाने के बाद उसी स्तर पर उत्पादन एवं बिक्री में धन निवेशित करने से लाभ होता रहेगा। मशीनीकरण, आधुनिकीकरण, नया उत्पादन शुरू करना, उद्योग का विस्तार आदि ऐसी ही योजनाएँ हैं, जिनका सफल कार्यान्वयन उद्योग को आर्थिक सम्बल प्रदान करता है। इन योजनाओं में पूंजी निवेश करने से पहले उनका मूल्यांकन करना अति आवश्यक है।

क्रय—विक्रय को सभी प्रक्रियायें उदाहरणार्थ विक्रेता तथा उपभोक्ता के बीच के सम्बन्ध का विश्लेषण करना, योजना बनाना, असको कार्यन्वित करना नियन्त्रित करना आदि विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत आते हैं। उपयुक्त सभी कार्यों में विशेष ध्यान रखना चाहिए कि उपभोक्ता को पूर्ण सन्तोष मिले तभी व्यापार के उद्देश्य की पूर्ति होती है। विपणन एक विचारधारा है, एक पाठ्य सामग्री है एवम् एक निपुण संस्थागत कार्यक्रम है।

विपणन सूत्र

उत्पादन एवम् विक्रय का कार्य प्रारम्भ करने से पूर्व उत्पादक को भली-भाँति समझ लेना चाहिए कि कौन सी वस्तु का उत्पादन किया जाय जो वर्तमान बाजार में उपभोक्ता द्वारा परम संतोष से क्रय किया जा सके।

यह सूत्रा उत्पादक को सही विचार करने की क्षमता एवम् परामर्श देता है। वह उपभोक्ता एवम् उसकी आवश्यकता को समझने में समर्थ हो जाता है तदुपरान्त वह सही वस्तु का उत्पादन कर विक्रय करने में सफल होता है। उपभोक्ता जो वस्तु क्रय कर रहा है, उसके रूप को महत्व न देकर यह निरीक्षक करोकि उसे उस वस्तु से क्या लाभ हो रहा है।

इस निरीक्षण और अध्ययन के आधार पर आपको नवीन वस्तुओं के उत्पादन के संभावित अवसर प्राप्त होंगे। लोग गर्मियों में पहाड़ों पर क्यों जाते हैं? उन्हें क्या लाभ प्राप्त होता है?

शीतल वातावरण	हरियाली भेर दृश्य
प्राकृतिक सौन्दर्य	सस्ते फल
ग्रीष्म कालीन उत्सव	मानसिक शान्ति
मनोरंजन	रोमांचित वातावरण
परिवर्तन	

उदाहरणार्थ भारतवर्ष में कूलर का विकास हुआ क्योंकि बहुत लोगों को उससे शीतल वातावरण मिला। कूलर, पहाड़ पर जाने के अतिरिक्त कहीं अधिक सस्ता ही नहीं पड़ा, वरन् वे अधिक समय तक शीतल वातावरण का उपयोग कर सके।

विपणन में सफलता तभी प्राप्त होगी जब उद्यमी यह समझ ले कि उपभोक्ता क्यों क्रय करता है। सही विपणन का अर्थ है, उन वस्तुओं का बनाना जिसकी उपभोक्ता को आवश्यकता है, न कि वह वस्तुएं बेचना जो उद्यमी बना सकता है।

वर्तमान एवं भावी बाजार में आपके उद्योग के साधन उपभोक्ताओं को सन्तुष्ट करने में, किस सीमा तक प्रभावशाली है इस पर आपकी सफलता आधारित है।

बाजार का मूल्यांकन

बाजार में विभिन्न प्रकार के उपभोक्ता होते हैं। अतः उनकी आवश्यकताएँ भी विभिन्न होती हैं सर्वप्रथम नये उद्यमी को समझना है कि उसके द्वारा उत्पादित वस्तु की बाजार में माँग कैसी है। साथ में यह भी जानना आवश्यक है कि प्रतिस्पर्धा कितनी है। उद्यमी अपने साधनों की उपलब्धता एवम् कितना लाभ उसे प्राप्त हो सकता है यह समझकर ही वह अपने उपभोक्ताओं का चुनाव कर सकता है।

बाजार का मूल्यांकन तीन तथ्यों पर आधारित है।

1. माँग का विश्लेषण
2. प्रतिस्पर्धी की सीमा को समझना
3. व्यापार विधियाँ

माँग का विश्लेषण

उपभोक्ताओं की इच्छा एवम् सामर्थ्य को ध्यान में रखना है।

1. यदि उपभोक्ता गृहस्थी का सामान क्रय कर रहा है तो प्रत्येक घर जाना सम्भव नहीं, अतः उद्यमी को एक दुकानदार से ही सम्पर्क करना चाहिए, यदि उपभोक्ता संस्थागत है तो उद्यमी स्वयं संस्थाओं में जाकर सम्पर्क कर सकता है।
2. यदि उपभोक्ता विभिन्न प्रदेशों के हैं, विभिन्न आर्थिक स्तर के हैं तब उचित आकड़े एकत्रित किये जाएं तभी सही बाजार मूल्यांकन हो सकता है।
3. यदि उपभोक्ता अत्यन्त विस्तृत क्षेत्रों में फैले हैं और संख्या में भी अधिक है तब उचित होगा, डाक द्वारा पश्नावली भेज कर प्रतिक्रियायें ली जायें।

माँग लोच

यदि थोड़े से मूल्य में अन्तर के फलस्वरूप उपभोक्ताओं की माँग से बहुत अन्तर आ जाए तो माँग में लचीलापन है। इसके विपरीत यदि मूल्य में परिवर्तन से माँग में विशेष अन्तर नहीं आता तब माँग में लचीलापन नहीं है। इन परिस्थितियों में निपुण परामर्श की आवश्यकता है जिससे मूल्य में स्थायित्व रह सके।

प्रतिस्पर्धा की स्थिति को समझना

1. कितनी कम्पनियाँ आपके जैसे उत्पाद का विपणन कर रही है?
2. उनकी बाजार माँग कितनी है।
3. उनके द्वारा उत्पादित सामग्री में क्या गुण अथवा त्रुटि है?
4. प्रत्येक ब्राण्ड के प्रति उपभोक्ताओं की धारणा क्या है?

5. आपके प्रतिद्वन्दी कौन सी बाजार नीति का प्रयोग करते हैं?

6. मुख्य उपभोक्ता कौन है?

उपर्युक्त तुलनात्मक चार्ट से उद्यमी को अपनी उत्पाद की त्रुटि, कमी, शक्ति भावी अवसर और एवम् संकट और हानि का ज्ञान होता रहेगा। तभी वह अपने प्रयासों में उपभोक्ता सन्तोष और उनकी उपयोगिता का ध्यान रख पयेगा।

वितरण माध्यम

व्यापार के अभ्यास से उद्यमी अपने उपभोक्ता तक सही रूप से पहुंचने की विधि समझता है। कुछ परिस्थितियों में उद्यमी सीधे उपभोक्ता तक नहीं पहुंच सकता, बहुत मध्यस्थ प्रयुक्त होते हैं। अतः प्रारम्भ में उद्यमी की विभिन्न प्रकार के मध्यस्थों के सम्पर्क से होने वाले लाभ-हानि का ज्ञान प्राप्त करना अति आवश्यक है।

उत्पादक	उपभोक्ता	उत्पादक
दुकानदार	उपभोक्ता	उत्पादक
दुकानदार	उपभोक्ता	दुकानदार

उपभोक्ता बाजार वर्गीकरण

बाजार विभिन्न प्रकार के अवयवों से मिलकर बनता है। जिनके अलग-अलग गुण होते हैं जो कि शिक्षा रोजगार, आय, स्थिति, पसन्द, नापसन्द, और विचारों में एक दूसरे से भिन्न हैं। उनमें से सभी लोग किसी एक उत्पाद के खरीददार नहीं हो सकते।

बाजार वर्गीकरण द्वारा ग्राहकों के समूह को उनके समान गुणों द्वारा विभक्त किया जाता है जो कि उत्पाद के लक्ष्य समूह होते हैं।

वर्गीकरण के आधार

(i) भौगोलिक ग्राम, नगर, राज्य, देश, भाग, पहाड़ी घाटी, ग्रामीण, शहरी इत्यादि।

जिला जिसमें उद्यम स्थापित है।

भौगोलिक विभाजन

(ii) जनसंख्या आधारित

आयु: बच्चा, युवा, वयस्क, बूढ़ा, लिंगः, पुरुष, स्त्री

आय: उच्चवर्गीय, मध्यम वर्गीय, गरीबी रेखा से नीचे।

व्यवसाय: अधिशाषी, व्यवसायी,

शिक्षा: प्राथमिक इण्टरमीडिएट, स्नातक

भाषा:

जनसंख्या आधारित विभाजन

(iii) मनोविज्ञान विभाजन

रूढ़िवादी अथवा, आधुनिक अभिवृत्ति, स्वावलम्बी नौकरी पेशा परिश्रमी, मौजी प्रवृत्ति

इसी तरह से बाजार विभाजन के अन्य आधार भी हो सकते हैं। उदाहरणतया भूमिपान न करने, वाले इत्यादि।

एक पहचाना हुआ भाग अवश्य ही अन्य भागों से अलग होना चाहिए तभी उसे बाजार का हिस्सा कहा जा सकता है।

वह वर्गीकरण उत्पाद/सेवाओं की विक्री बढ़ाने, मूल्य निर्धारण, एवं पैकिंग के उचित उपायों को प्रयोग करने में सहायक होता है।

विपणन के मनके

उद्यमियों को जिन महत्वपूर्ण समस्याओं का सामना करना पड़ता है उनमें से विपणन सम्बन्धी समस्यायें प्रमुख हैं। विपणन एवं विक्री के फर्क के सम्बन्ध में स्थापित उद्यमियों व शिक्षाविदों (जन साधारण की तो बात ही नहीं) के मध्य कई अस्पष्ट अवधारणायें हैं।

0.1 युवा उद्यमी अपने विपणन प्रयासों के फल शीघ्र चाहते हैं। उनका कहना है कि यदि बड़ी कम्पनियाँ अपने उत्पाद बहुत सरलता से बचैनी हैं तो वे क्यों नहीं बेच सकते।

विपणन बनाम विक्रय

0.2 विक्रय सामान्यतः सेवा/उत्पाद को धन के बदले में देने की प्रक्रिया है। हम लोग बस, रेल यात्रा के दौरान ऐसे सेल्समैन के सम्पर्क में आते हैं जो बालपेन, कलम या फलों की टोकरी या इसी तरह की कई वस्तुयें बेचते हैं पर जब एक बार हमारे हाथ से पैसा निकल जाता है तो इन सेल्समैन का कहीं पता नहीं चलता है। वह गायब हो जाने की चाल चल लेता है।

0.3 यह तथ्य है कि विक्रय विपणन का ही मुख्य अंग है पर विपणन विक्रय से ज्यादा महत्वपूर्ण है। विपणन ग्राहक की संतुष्टि के लिये किया गया एक लगनपूर्ण कार्य है। महात्मा गाँधी ने इस पिषय में जो कहा है वह सही है:— हमारे कार्यालय में आने वालों में ग्राहक बहुत महत्वपूर्ण होता है। वह हम पर निर्भर रहता है, हम उस पर निर्भर रहते हैं। वह हमारे काम में रुकावट उत्पन्न नहीं करता। हमारा कार्यालय उसी के लिये है, ग्राहक उसका एक भाग है। हम सब उसका काम करके उस पर कोई एहसान नहीं कर रहे हैं। वह हम पर एहसान करके हमको वैसा करने का मौका दे रहा है।

0.4 इसीलिये एक विक्रता के लिए ग्राहक एक "ईश्वर" के समान होना चाहिए। "ईश्वर" से शायद कठिन होगा।

लघु उद्योगों में कम्प्यूटर एवं सूचना तकनीक

प्रारंभिक दौर में कम्प्यूटर को वैज्ञानिक एवं सांख्यिकीय गणना करने के लिए एक उपयोगी साधन मात्रा के रूप में देखा जाता था। तत्पश्चात पाया गया कि कम्प्यूटर को सूचनाओं व आंकड़ों के स्टोरेज, प्रोसेसिंग एवं पुनः उपयोग हेतु भी प्रयोग किया जा सकता है। कम्प्यूटर और संचार प्रणाली को जोड़कर इस प्रकार की सूचनाएं व आंकड़े एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजा जाना भी संभव हो गया। बाद में इसकी उपयोगिता का दायरा वैज्ञानिक समुदाय के बढ़कर व्यापारिक संगठनों और सरकारी तंत्रा फैल गया क्योंकि इसके द्वारा काफी वृहद सूचनाओं की प्रोसेसिंग एवं फिर इसे प्रबंधकीय उपयोग हेतु आवश्यक रूपों में परिवर्तित करना असंभव नहीं था। आज, जीवन का प्रायः कोई भी क्षेत्र शिक्षा, चिकित्सा, मनोरंजन, व्यापार, शोयर बाजार, प्रशासन, बैंकिंग आदि कम्प्यूटर व सूचना तकनीक के प्रभाव से अछूता नहीं रह गया है।

सूचना तकनीक

भारत विश्व में समचना तकनीक, विशेषकर, साफ्टवेयर के क्षेत्रा क विकास व उत्साह के लिए केन्द्र सरकार द्वारा एक नए सूचना तकनीक मंत्रालय की स्थापना 15 अक्टूबर 1999 को की गई। तीव्र गति से विकास हेतु सूचना तकनीक की आम जनता तक पहुँच सुनिश्चित करने के लिए इस मंत्रालयकी भूमिका सहयोगी प्रेरक परामर्शदाता की होगी। भारत में सूचना तकनीक क्रांति को बढ़ावा देने के लिए सुनियोजित प्रयासों की आवश्यकता है विशेषकर, इस क्षेत्रा से जुड़ी सेवाएं, शिक्षा, प्रशिक्षण, कम्प्यूटर हार्डवेयर व सॉफ्टवेयर निर्माण एवं निर्यात, इलैक्ट्रॉनिक कामर्स आदि क्षेत्रों में।

सूचना तकनीक क्षेत्रा के विकास हेतु अनुकूल वातावरण तैयार कराने के लिए सरकार द्वारा भी अनेक नीतियाँ बनायी गई हैं, जिनमें से कुछ प्रमुख इस प्रकार हैं: साफ्टवेयर टेक्नालाजी पार्क में स्थापित सूचना तकनीक उद्योगों को दस वर्ष तक के लिए कर में छूट, शोध एवं विकास के क्षेत्रा में स्थापित उद्योगों/इकाइयों को 10 वर्ष तक के लिए कर में छूट द्वारा प्रोत्साहित करना, साफ्टवेयर उद्योग हेतु कार्यशील पूँजी /वित्त अलग दिशा-निर्देश, कम्प्यूटर पर ह्रास दर की वृद्धि, समचना तकनीक हेतु वेंचर कैपिटल फंड की स्थापना, निर्यात-नुसुखी योजनाओं के क्रियान्वयन हेतु एकसपोर्ट व इंपोर्ट पारिसी का सरलीकरण व उदारीकरण। भारत विश्व का सातवाँ देश है जहाँ समचना तकनीकी के लिए अलग कानून है (आई.टी.बिल2000) जिसमें इस क्षेत्रा की गतिविधियों, बुनियादी ढाँचे के विकास, अंतर्राष्ट्रीय व्यापार, संबंधित उपकरणों के आयात-हनर्यात और साइबर अपराधों पर रोक लगाने के लिए अनेक प्राविधान सम्मिलित है। नए कानून ने व्यवसायिक कार्यों के लिए डिजिटल हस्ताक्षर को भी मान्यता दे दी है।

प्रदेश सरकार द्वारा भी इस क्षेत्रा में उद्यमियों को असीमित अवसर उपलब्ध कराए जा रहे हैं। समचना तकनीकी उद्योग के समुचित विकास हेतु आवश्यक बुनियादी ढाँचा भी विसकित किया जा रहा है। साफ्टवेयर के निर्माण व निर्यात में उ.प्र. का देश में दूसरा स्थान है। अकेले नोएडा में 1999.00 में स्थापित साफ्टवेयर इकाइयों की संख्या 600 थी।

नोएडा, लखनऊ, कानपुर, आगरा, इलाहाबाद, वाराणसी, गोरखपुर, मेरठ, बरेली, फैजाबाद, गाजियाबाद, अलीगढ़, व झांसी जिलों के लिए प्रदेश सरकार द्वारा 'स्मार्टसिकटी' परियोजना चलाए जाने की योजना बनाई जा रही है। आगरा, कानपुर, वाराणसी व मुरादाबाद में व्यवसायिक 'हब' तथा उपयुक्त निर्यात केन्द्रों में ई-कॉमर्स की सुविधा भी दी जा रही है। यही नहीं आगरा, कानपुर, नोएडा व ग्रेटर नोएडा में 'इलैक्ट्रॉनिक सिकटी' व 'सूचना तकनीक पार्क' भी विकसित किए जा रहे हैं।

ये सभी प्रयास इस क्षेत्रा में निवेश एवं बाजार के लिए प्रचुर अवसर उपलब्ध कराने में सहायक होंगे और इसी के साथ हार्डवेयर, साफ्टवेयर दोनों ही क्षेत्रों में प्रशिक्षित कुशल व दक्ष श्रम शक्ति की आवश्यकता को देखते हुए सूचना तकनीक के क्षेत्रा में शिक्षा व प्रशिक्षण हेतु सम्भावनाएं अधिक परिलक्षित हो रही हैं।

इलैक्ट्रॉनिक व समचना तकनीक की इस क्रान्ति के दौरान जो नवीन आयाम सामने आए हैं, उनमें इंटरनेट व इलैक्ट्रॉनिक्स कामर्स (ई-कामर्स) में प्रत्येक क्षेत्रा में व्यापार के परंपरागत तरीकों को एकदम बदल दिया है।

इंटरनेट:

भारत में इंटरनेट सेवा का प्रारम्भ विदेश संचार निगम लिमिटेड (बी.एस.एन.एल.) ने 1995 में की थी। लगभग तीन वर्ष पश्चात नवम्बर 1998 में निजी सेवा प्रदायकों को इस क्षेत्रा में आने की छूट दी गई और इसको तुरंत बाद ही 50 से अधिक कम्पनियों ने आई.एस.पी. (इंटरनेट सर्विस प्रोवाइडर) लाइसेंस के लिए आवेदन किया और आज इनकी संख्या 400 से अधिक हो गई है। इसी से इस क्षेत्रा में संभावनाओं/अवसरों का आंकलन किया जा सकता है। इस समय नेट और इलैक्ट्रॉनिक व्यापार में लगभग 1 लाख लोगों को रोजगार मिला है। सरकारी प्रयासों और निजी भागीदारी के साथ-साथ ही भारतीय बाजार का आकार भी बढ़ता जा रहा है।

इंटरनेट वस्तुतः कम्प्यूटरों का ऐसा संजाल है जिसे 'इन्फार्मेशन हाइवे' भी कहा जाता है। इस तकनीक के जरिए विश्व के करोड़ों कम्प्यूटर परस्पर जुड़कर सूचनाओं का आदन-प्रदान कर सकते हैं। इंटरनेट की सहायता से व्यक्ति विश्व के किसी भी कोने में स्थित व्यक्ति से कम्प्यूटर के माध्यम से बात कर सकता है, इलैक्ट्रॉनिक मेल (ई-मेल) भेज सकता है, वीडियो कांफेसिंग कर सकता है। इंटरनेट ने अपार सूचनाओं के इरवाजे खोल कर कुछ ही

समय में लोगों की जीवन शैली को बदल डाला है। यही नहीं, विभिन्न व्यवसायों में लोगों को काम करने के तरीकों को भी प्रभावित व्यवसायों में लोगों को काम करने के तरीकों को भी प्रभावित करने के साथ ही उद्यमियों के लिए अनेकों व्यापारिक सुविधाएं भी इस तकनीक ने प्रदान कर दी है। आज हर रोज नए उद्योग स्थापित हो रहे हैं। उत्तरोत्तर लाभ अर्जित करने के लिए और एक नए बाजार के निर्माण के लिए उद्यमी इन तकनीकों का उपयोग कर रहे हैं। इंटरनेट का उपयोग करके उद्यमी अपने उत्पाद कर रहे हैं। इंटरनेट का उपयोग करके उद्यमी अपने उत्पाद व डिजाइन को अत्यंत कम लागत व समय में दुनिया भर में पहुँच सकते हैं और मांग के अनुसार आर्डर प्राप्त कर सकते हैं। यह इंटरनेट या सूचना तकनीक क्रांति का एक महत्वपूर्ण व अधुनातन आयाम है जिसे 'इलैक्ट्रानिक कामर्स' या 'ई-कामर्स' कहा जाता है।

ई-कामर्स में व्यक्ति इंटरनेट द्वारा विश्व के किसी भी कोने से किसी भी वस्तु की खरीद फरोख्त एवं भुगतान कर सकता है। ई-कामर्स व्यवसाय संगत को नए बाजार उपलब्ध कराने के साथ ही उत्पाद के प्रचार एवं वितरण हेतु अधिक अवसर, लाभ भी 'उपलब्ध कराता है। परन्तु इसके साथ ही प्रतियोगिता में हुई बढ़त को भी नकारा नहीं जा सकता। अब व्यवसायिक प्रतिद्वन्दता भौगोलिक सीमाओं को पीछे छोड़ चुकी है। उत्पाद की गुणवत्ता, नवीनता, अचित व कम दाम और बेहतर सेवाएं ही सफलता के मानक बन गए हैं क्योंकि यही वे मानक हैं। जिनके आधार पर दुनिया के किसी भी कोने में स्थित आपका प्रतिद्वन्दी, जिसे आप संभवतः जानते भी नहीं, आपसे आगे जा सकता है। सूचनाओं की आसानी से उलब्धता। कम्प्यूटर पर एक बटन दबाते ही निर्माता/ग्राहक को संबंधित उत्पाद के डिजाइन, स्रोतों, मूल्य व उपलब्धता आदि के विषय में सारी जानकारी हो जानी चाहिए। ई-कामर्स के चार प्रकार इस प्रकार हैं :

1. व्यापार बनाम व्यापार (बी 2 बी);
2. व्यापार बनाम ग्राहक (बी 2 बी);
3. ग्राहक बनाम व्यापार (बी 2 बी);
4. ग्राहक बनाम ग्राहक (बी 2 बी);

नैसकाम के एक सर्वेक्षण के अनुसार 2001.02 में भारत का ई-कामर्स व्यापार रु. 10ए000६ करोड़ होने का अनुमान है।

ई-कामर्स के लाभ

इसका सबसे बड़ा लाभ कागज विहीन आदान-प्रदान की सुविधा प्रदान करना है। द्रुत गति, नगण्य बिचौलिया, कम संचार खर्च, कम वितरण केन्द्र आदि उद्यमियों को उत्पादन/व्यापार लागत में कमी व लाभ में वृद्धि के अवसर उपलब्ध कराते हैं।

उद्यमियों के साथ-साथ उपभोक्ताओं/ग्राहकों को भी अनेकों लाभ है जैसे: आसान क्रय प्रक्रिया व सुविधा, विभिन्न वितरकों व उत्पादों तक पहुँच, कम दाम की सुविधा, चयन के अधिक विकल्प व अवसर आदि। ई-कामर्स में एक विशेष बात यह भी है।

आई. एस. ओ. -9000

वर्तमान समय में जीवन के सभी आयामों तथा स्तरों पर गुणवत्ता की बात की जा रही है। विशेषकर आज के बदलते परिवेश में गुणवत्ता का महत्व और भी बढ़ गया है। विश्व के लगभग सभी विकसित एवं विकासशील देश चह महसूस करते हैं कि पूरे विश्व में गुणवत्ता का स्तर एक समान होना चाहिए। इसी के अनुरूप, सारे विश्व को एक क्षेत्र मानते हुए 'क्वालिटी मैनेजमेन्ट सिस्टम' (QMS) विकसित करने की प्रक्रिया, प्रारम्भ की गई है। तकनीकी एवं उत्पाद विनिर्दिष्टों के उद्देश्य की प्राप्ति के लिये, "न्यूनतम लागत एवं प्रबन्धकीय प्रक्रियाओं" के मानकीकरण के लिए, वर्ष 1978 में ब्रिटेन गठित एक कमेटी द्वारा कार्य योजना बनाई गई। इसके बाद सन् 1987 में तैयार किये गये गुणवत्ता मानक वर्तमान में आई.एस.ओ. अर्थात् .9000 सीरीज के नाम से जाने जाते हैं। आई.एस.ओ. अर्थात् **International organisation for Standardistaion.**

विश्व समुदाय में उत्पाद-गुणवत्ता मानकों के निर्धारण हेतु भारतीय मानक ब्यूरो Bureau of Indian standards (BIS) भारत का प्रतिनिधित्व करता है।

आई.एस.ओ. 9000 नामक मात्रा उत्पाद की गुणवत्ता पर विशेष बल नहीं देते हैं, बल्कि प्रक्रिया से सम्बन्धित मानक प्रस्तुत करते हैं। क्योंकि किसी संगठन (उद्योग, व्यवसाय, सेवाएं एवं अन्य) की कार्य पद्धति यदि व्यवस्थित एवं सुचारु हो जाय तो उत्पाद की गुणवत्ता अपने आप ठीक हो जायेगी।

आई.एस.ओ. 9000 के उद्देश्य :

आई.एस.ओ. 9000 का मुख्य उद्देश्य अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर गुणवत्ता मानकों में सामंजस्य बनाना तथा एकरूपता प्रदान करना है। अर्थात् हम संगठन में जो भी कार्य कर रहे हैं। उस कार्य को करने के लिए अन्तर्राष्ट्रीय निर्धारित मानकों के अनुरूप प्रक्रिया का निर्धारण कर लें। इस मानक प्रक्रिया को क्रमबद्ध कर एक दस्तावेज का रूप देकर प्रक्रिया के अनुरूप क्रियान्वयन करना ही आई.एस.ओ. 9000 है।

आई.एस.ओ. 9000 में गुणवत्ता का तात्पर्य

आई.एस.ओ. 9000 के अन्तर्गत गुणवत्ता का मानक ऐसा होना चाहिये जो संस्था, विभाग अथवा इकाई की आवश्यकताओं के अनुरूप एवं उद्देश्यों की पूर्ति उपयुक्त हो। उपयोग हेतु उपयुक्त तथा उपभोगकर्ता की अपेक्षा अनुसार हो।

आई.एस.ओ. के अन्तर्गत गुणवत्ता के मानक निर्धारित करने हेतु जिन बिन्दुओं पर ध्यान रखने की आवश्यकता है वे निम्नवत् है :-

1. उपभोक्ता की आवश्यकता को जानना।
2. उस आवश्यकता की आपूर्ति हेतु कार्य प्रणाली एवं प्रक्रिया विकसित करना।
3. चूक रहित निर्माण।
4. पूर्व कार्यनष्ठादन के आधार पर विभिन्न स्रोतों से प्राप्त सूचनओं एवं अनुभवों का भविष्य में कार्यनुसार हेतु प्रयोग।
5. प्रभावित कार्य प्रदर्शन एवं सुधार।
6. स्पष्ट एवं लिखित निर्देश।
7. उपयुक्त पैकेजिंग।
8. निश्चित समय पर आपूर्ति।
9. आपूर्ति उपरान्त कुशल सेवा।
10. उचित माध्यमों का प्रयोग।
11. उचित प्रशिक्षण।
12. विभिन्न घटकों के बीच सामंजस्य।

आई.एस.ओ. 9000 के क्रियान्वयन की प्रक्रिया

किसी भी संगठन में आई.एस.ओ. 9000 का क्रियान्वयन एक क्रमबद्ध योजना के माध्यम से पाकच चरणों में किया जाता है।

प्रथम चरण :-

योजना बनाना :- प्रथम चरण में समस्या का आंकलन करने हेतु संगठन के विशेष समूहों तथा व्यक्तियों द्वारा किये जा रहे कार्यों की प्रक्रिया को जो चलन में हैं, उसे जानने का प्रयास किया जाता है। इस आधार पर इन प्रक्रियाओं एवं आई.एस.ओ. 9000मानकों के बीच के अन्तर को समझने का प्रयास किया जाता है। इसी अन्तर के आधार पर संगठन में आई.एस.ओ. के क्रियान्वयन हेतु योजना बनायी जाती है।

द्वितीय चरण :-

1. सामान्य प्रशिक्षण कार्यक्रम :- इस चरण के अन्तर्गत प्रशिक्षण कार्यक्रमों के माध्यम से इस पूरी योजना के संबंध में समस्त सेवकों की विस्तृत जानकारी प्रदान की जाती है। जिससे संगठन विशेष के समस्त सेवकों को इस कार्य हेतु व्यवहारिक रूप से तैयार किया जाता है। इस आधार पर ही भविष्य में आई.एस.ओ. के प्रभावी क्रियान्वयन सम्भव होता है।

2. गुणवत्ता योजना क्रियान्वयन प्रशिक्षण :- इस कार्यक्रम में विभिन्न व्यवहारिक पहलुओं पर प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है। इसके माध्यम से किसी संगठन विशेष में आई.एस.ओ. के प्रभावी क्रियान्वयन हेतु किस प्रकार के परिवर्तन की आवश्यकता है तथा गुणवत्ता योजना के सफल संचालन हेतु किस प्रकार के प्रपत्रा, प्रारूप, नियम तथा अन्य तौर तरीके बनाने की आवश्यकता है पर जानकारी प्रदान की जाती है।

3. आन्तरिक आंकेक्षक (Internal Auditor) प्रशिक्षण कार्यक्रम :- गुणवत्ता मापदण्डों को इस योजना क्रियान्वयन के माध्यम से निर्धारित मापदण्डों का परिपालन सुनिश्चित कराने हेतु समय-समय पर आन्तरिक आंकेक्षण ; पदजंतदंस ।नकपजवतद्ध कराये जाने की व्यवस्था है। अतः इस व्यवस्था के सुचारु रूप से संचालन हेतु विभिन्न आडिट नियमों तथा मापदण्डों का निर्धारण भी इस योजना में करना होता है। जिसके लिये संगठन विशेष में कुछ चिन्हित आन्तरिक आडिटरों को, आडिट संबंधी विभिन्न विषयों जैसे कि आडिट की योजना बनाना, आडिट करना, आडिट कराना तथा आडिट के व्यवहारिक पहलुओं पर प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है।

4. आडिटर/लीड आडिटर प्रशिक्षण कार्यक्रम :- आई.एस.ओ. 9000 नियम के अनुसार प्रत्येक 100 सेवकों के उपर एक लीड आडिटर का होना अपेक्षित है। लीड आडिटर एक या ज्यादा हो सकते हैं इनको संगठन विशेष के अतिरिक्त विषय पर अतिरिक्त प्रशिक्षण प्रदान किया जाता है ताकि आन्तरिक आडिट प्रभावशाली तरीके से किया जान सम्भव हो।

तृतीय चरण :-

इस चरण में योजना क्रियान्वयन सम्बन्धी विभिन्न प्रलेखों को विकसित किया जाता है तथा क्रियान्वयन की प्रक्रिया के प्रलेखों को उपयुक्त एवं प्रभावशाली तरह से लागू करने हेतु विशेष परामर्श सत्रा आयोजित किये जाते हैं।

चतुर्थ चरण :-

क्रियान्वयन :- तृतीय चरण में स्थापित की जा रही प्रक्रिया का एक पूर्व आंकेक्षण ;नकपजवतद्ध इस चरण में किया जाता है।

पंचम चरण :-

इस चरण में प्रमाणीकरण संस्था के चयन के बारे में परामर्श दिया जाता है। चयनित प्रमाणीकरण संस्था द्वारा प्रमाण पत्रा प्रदान किये जाने के पूर्व कोई अन्य कार्य अथवा सुधार, यदि आवश्यक है तो उनके बारे में भी परामर्श दिया जाता है।

इसके उपरान्त सभी मनाकों को उपयुक्त पाये जाने पर संगठन को आई.एस.ओ. 9000 के नियमानुसार प्रमाणित किया जाता है।

आई.एस.ओ. 9000 प्रक्रिया को लागू करने के लाभ :-

किसी भी संस्था संगठन में आई.एस.ओ. 9000 प्रक्रिया लागू करने से संगठन को निम्न लाभ होते हैं:-

1. ग्राहक को :-

- विश्वसनीय एवं भरोसेमन्द उत्पाद
- उन्नत आपूर्ति
- माँग के अनुसार सफलता पूर्वक आपूर्ति की सम्भावना।
- प्रतियोगी मूल्य।
- परिवर्तन के अनुकूल प्रतिक्रिया।

2. संगठन को :-

- गुणवत्ता के आधार पर उत्पाद के अस्वीकृत होने की दर में कमी।
- परिचालन के उन्नत परिणाम।
- प्रतिफल में सामंजस्य।
- ग्राहक को बेहतर संतुष्टि।
- बाजार की हिस्सेदारी में वृद्धि।
- विनियोजन के बेहतर लाभ।

3. कर्मचारियों को :-

- निर्धारित कार्य योजना एवं जिम्मेदारियां।
- निर्धारित कार्य में संतुलित स्तर में वृद्धि।
- मनोबल में वृद्धि।
- बेहतर कार्य करने का वातावरण।
- लगन शीलता।
- आत्म गौरव का बोध।

4. आपूर्तिकर्ता एवं साझेदारों को :-

- स्थिरता।
- निरन्तर विकास।
- साझेदारी के बीच में बेहतर आपसी सामंजस्य।

5. समाज को :-

- नियम एवं कानूनों का बेहतर परिपालन।

- सुरक्षा एवं स्वास्थ्य की सम्भावनाओं में वृद्धि।
- पर्यावरण पर होने वाले कुप्रभावों में कमी।

आई.एस.ओ. एवं बी.आई.एस. में अन्तर

1. आई.एस.ओ. इण्टरनेशनल स्टैण्डर्ड आर्गेनाइजेशन है अर्थात्।
2. आई.एस.ओ. 9000 क्वालिटी सिस्टम का स्टैण्डर्ड है यह मानक केवल उत्पाद की गुणवत्ता तक ही सीमित नहीं है बल्कि मशीनों की सक्षमता मैटीरियल की क्वालिटी, बनाने का तरीका एवं बनाने वाले सेवकों की कार्यकुशलता पर भी ध्यान देते हैं।
3. यह संस्था, संगठन एवं इकाई की 'कार्यप्रणाली' का मानक है।
4. आई.एस.ओ. 9000 स्टैण्डर्ड की शुरुआत 1987 में की गई।
5. आई.एस.ओ. 9000 प्रमाण पत्रा प्राप्त करने के पश्चात भी समय-समय पर निर्धारित एवं मान्य प्रक्रियाओं का परिपालन किया जा रहा है अथवा नहीं, जानने के लिए, आडिट किया जाता है।
6. आई.एस.ओ. 9000 प्रमाण पत्रा प्राप्त होने पर हमारा उत्पाद एवं संगठन गुणवत्ता में अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर मान्य होता है।

1. भारतीय मानक ब्यूरो राष्ट्रीय स्तर की मानक निर्धारक संस्था है।
2. बी.आई.एस. के मानक केवल उत्पाद की गुणवत्ता बनाए रखने तक ही सीमित है।
3. यह उत्पाद विशेष की गुणवत्ता का मानक है।
4. आई.एस.आई. का प्रमाणीकरण 'अधिनियम 1952' के अन्तर्गत बने नियमों के अनुसार मंजूर किया जाता है। (पूर्व में बी.आई.एस. को. आई.एस.आई. के रूप में जाना जाता था।)
5. आई.एस.आई. में गुणवत्ता सुनिश्चित करने हेतु समय-समय पर उत्पाद का आकस्मिक निरीक्षण किया जाता है।
6. बी.आई.एस. द्वारा प्रमाणित उत्पाद न्यूनतम राष्ट्रीय स्तर पर अवश्य मान्य होता है।

आई.एस.ओ. प्रमाणीकरण प्राप्त करने के स्रोत :-

आई.एस.ओ. 9000 के मानकों को लागू करने के लिए प्रमाणित सलाहकार ;ब्वदेनसजंदजद्ध की आवश्यकता होती है। ये सलाहकार संगठन के कार्यनुसार शुल्क लेते हैं। ये सलाहकार अन्तर्राष्ट्रीय गुणवत्ता मानकों के अनुसार विशिष्ट रूप से प्रशिक्षित होते हैं तथा इसी के आधार पर सलाहकार के रूप में प्रमाणित होते हैं। मुख्य प्रमाणीकरण संस्था इन्हीं के माध्यम से आई.एस.ओ. 9000 प्रदान करती है। भारत में ऐसे अनेक सलाहकार उपलब्ध हैं।

उत्पादन प्रबन्ध

किसी भी उत्पादन क्रिया में पाँच 'एम' का सामंजस्य होता है— मैन (व्यक्ति), मशीन, मैटीरियल (पदार्थ) मनी (धनी), मार्केट (बाजार) इन पाँचों का सही संचालन अच्छा प्रबन्धक ही कर सकता है। इन पाँचों बातों के अलावा दूसरी बातें जो उत्पादन पर प्रभाव डालती हैं, वह हैं उत्पादन का डिजाइन, कारखाने की व्यवस्था, सामग्री का प्रबन्ध और देखभाल आदि। इन सबको हम इस तरह से क्रम वार रख सकते हैं।

1. उत्पादन का डिजाइन
2. मशीन का चुनाव व देखभाल।
3. कारखाने की व्यवस्था।
4. माल का प्रबन्ध।
5. कर्मचारी प्रबन्ध।
6. देखभाल आदि।

1. उत्पादन का डिजाइन

डिजाइन चुनते सतय तीन बातों का ध्यान आपको रखना है :-

- (अ) डिजाइन ऐसा होना चाहिए जो सुविधापूर्वक बन सके।
- (ब) डिजाइन बनाने से सम्बन्धित सामग्री आसानी से उपलब्ध हो।
- (स) उत्पादन प्रक्रिया सरल हो।

हो सकता है कि एक डिजाइन में सारी बातें हो लेकिन लम्बे समय के दौरान वह डिजाइन बनाने में परेशानी हो, अतः इन सब बातों का ध्यान पहले से ही रखना चाहिए।

2. मशीन का चुनाव व देखभाल

अपने उद्योग के लिए प्रत्येक उद्योग व उपकरण का चुनाव एवं खरीदारी करते समय सम्बन्धित मशीन के जानकार की मदद अवश्य लें। मशीन विशेष से सम्बन्धित लोगों को ही मशीनों का चुनाव करना चाहिए।

हर एक मशीन को देखभाल की जरूरत होती है। प्रतिदिन/साप्ताहिक/परिक्षक/मासिक/वार्षिक आवश्यकतानुसार उनकी सफाई एवं मरम्मत की जानी चाहिए। किसी टूट-फूट को फौरन ठीक कराना चाहिए। आप खुद

ही अन्दाजा लगाइये कि कौन-कौन से अतिरिक्त पुर्जे आपके उद्यम की मशीनों के रख-रखाव हेतु आवश्यक हैं। इसकी पूर्व व्यवस्था कर लेने से आपका समय बचेगा और मशीनों की कार्य क्षमता बढ़ेगी।

3. कारखाने की व्यवस्था

एक ही स्थान में मशीनों को कई प्रकार से रखा जा सकता है। आपको उत्पादन की प्रक्रिया को ध्यान में रखते हुए वह तरीका ढूँढना होगा जिससे कि समय व ऊर्जा बच सके व सामान को इधर से उधर रखने में दिक्कत भी न हो आपकी इकाई में प्रयुक्त प्रति वर्ग स्थान की कीमत आपको देनी होती है। अतः स्थान का अधिकतम सदुपयोग करना चाहिये। सभी मशीन एवं उपकरण इस प्रकार रखे जाने जायें कि वे कम से कम स्थान लें व कार्य सरलता से हों सके।

4. माल का प्रबन्ध

उत्पादन के लिए आपको जितनी भी वस्तुओं की आवश्यकता होगी, उन सब की एक सूची बना लें एवं उनकी मात्रा व संख्या भी निर्धारित कर लें। इसके बाद माल खरीदने से पहले उसको रखने के लिए उचित स्थान एवं साज-सामान की व्यवस्था कर लें। ऐसे सामानों के लिए विशेष प्रबन्ध करें जिनके खराब होने की तनिक भी सम्भावना हो। माल खरीदते समय उसकी गुणवत्ता का अवश्य ख्याल रखें।

उपरोक्त सभी बातों का ध्यान रखने के साथ-साथ आपको इस बात का भी ध्यान रखना होगा कि बाजार की माँग के अनुसार आपके उत्पादन की पूर्ति होती रहें। इसके लिए सभी आवश्यक कच्चे माल का भण्डार उचित मात्रा में उवश्य होना चाहिए। आप सामरा कच्चा माल समाप्त हो जाने का इन्तजार न करें, बल्कि जितनी मात्रा में माल लगता जाये उतनी मात्रा में माल आप खरीदते जायें। इन सभी छोटी-छोटी परन्तु महत्वपूर्ण बातों को ध्यान में रखेंगे तो आपका उत्पादन व उद्योग सफलतापूर्वक चलता रहेगा।

5. समय प्रबन्ध

आपने स्वयं को उत्पादन के सभी प्रबन्धों के लिए मानसिक व भौतिक रूप से पूर्णतया तैयार तो कर लिया है, लेकिन क्या आप अपनी योजना को पूर्णतया लागू नहीं कर पा रहे हैं?

क्या आपके जरूरी काम छूट जाते हैं?

यदि हाँ तो समझिए कि यह समय का उचित प्रबन्ध न होने के कारण है। अब आप यह समझिए कि समय प्रबन्ध क्या है, एवं प्रबन्ध के अन्तर्गत इसका क्या महत्व है?

समय का अच्छा प्रबन्ध एक उद्यम/व्यवसाय हेतु बहुत जरूरी है क्योंकि एक दिन में चौबीस घन्टे होते हैं न तो आप बचे समय काके गोदाम में रख सकते हैं। और न ही समय की कमी होने पर आप इसे कहीं से खरीद सकते हैं। समय के अच्छे प्रबन्ध से आप वह सभी काम ठीक प्रकार से कर सकेंगे जो आप चाहते हैं।

आपके लिए समय के प्रबन्ध की जरूरत और भी ज्यादा है क्योंकि आप एक नया कार्य शुरू कर रहे हैं। समय प्रबन्ध उचित न होने से—

1. आप अपने कार्यों को प्राथमिकता के आधार पर नहीं कर पाते हैं।
2. कभी-कभी यह सोचकर भी कि अमुक काम आपको जल्दी करना है फिर भी आप वह कार्य समय से नहीं कर पाते।
3. कभी-कभी आप क्रय महत्वपूर्ण बातों पर ज्यादा ध्यान देते हैं। और महत्वपूर्ण काम छूट जाते हैं।
4. कभी-कभी आप विभिन्न कार्यों के लिए अपने आप को पूरी तरह से तैयार नहीं कर पाते।
5. आप कभी-कभी सोच नहीं पाते कि कौन सा काम आपको स्वयं करना चाहिए और कौन सा काम दूसरों से करवाना चाहिए।

आपके सभी कार्य समय एवं प्राथमिकता के अनुसार हों इसके लिए उचित होगा कि आप अपने लिए एक समय साहिणी बनायें लेकिन समय सारिणी बनाने से पहले आपनको अपनी गतिविधियों का अध्ययन करना होगा। अतः आप कम से कम तीन दिन में किये गये सभी कार्यों को लिख लीजिये।

इतना करने के बाद आप प्राथमिकताओं के अनुसार अपने कार्यों के लिए समय सारिणी बनाइये। समय सारिणी बनाते समय आप अपने को आवश्यकतानुसार बदलिए एवं निम्न बातों का ध्यान रखिये।

सबसे पहले प्राथमिक कार्यों को रखें।

छोटे-छोटे कामों में बहुत अधिक समय न दें।

कोई आवश्यक एवं महत्वपूर्ण कार्य इस सारिणी में नोट करना न भूलें।

अचानक कोई महत्वपूर्ण काम आ जाने पर किसी कम महत्वपूर्ण काम की जगह उसको पहले करें।

समय बीतने के साथ-साथ प्राथमिकताएं भी बदलती रहती हैं। अतः हर हफ्ते या पन्द्रह दिन में अपनी प्राथमिकताओं का मूल्यांकन करते रहें, एवं उन्हीं के अनुसार समय सारिणी में परिवर्तन भी करते रहें।

समय जीवन की गति है इसे व्यर्थ मत जाने दो।

निर्यातक कैसे बनें

निर्यात हेतु वचनबद्धता, कुछ संसाधनों, पूंजी तथा उसके जोखिमों के बारे में एक अच्छी सूझबूझ की आवश्यकता होती है। चलिए देखें कि निर्यात है क्या? एक निर्यातक विनिर्माता (एक विनिर्माता जो कि उत्पादों को उत्पादिक करता है और निर्यात करता है) हो सकता है या व्यापारी निर्यातक (एक व्यक्ति जो कि विनिर्माताओं से उत्पादों की खरीद कर निर्यात करता है)

निर्यात करना भारत में बिक्री करने जैसा ही है। दोनों के मौलिक कदम लगभग एक जैसे ही हैं, अर्थात् उत्पाद या सेवा की बिक्री। भारत में बिक्री करने तथा भारत के बाहर निर्यात करने के बीच कुछ प्रमुख अन्तर है जैसे कि प्रत्येक देश में निर्यातक उपभोक्ताओं को सीधे निर्यात न कर 'इण्टरमीडियेट प्लेयर्स' के माध्यम से करते हैं। सबसे पहले इस योजना में अदायगी के लिए मुद्रा-विनियम की जरूरत होती है, विभिन्न अदायगी विधियों का प्रयोग इसमें होता है, सामान्यतया अदायगी की प्राप्ति आपके तथा आयातक के देश में बैंको द्वारा निर्धारित प्रक्रिया द्वारा संचालित होती है। इसके अलावा, आपका उत्पाद अंतर्राष्ट्रीय बाजार, वहां के वातावरण (पर्यावरण-जलवायु) उपभोक्ताकी रुचि, परिवेश इत्यादि के अनुसार 'उचित' होना चाहिए। इसके अलावा, निर्यात करने में प्रायः नौ-परिवहन के लिए आयातक देश में माल के बीमे के संबंध में अतिरिक्त लागतें शामिल होती हैं। निर्यात पर सीमा शुल्क तथा आयात करने वाले देशों के कर भी लागू होते हैं।

निर्यात करने में क्या जोखिम

उत्पाद के निर्यात में कई प्रकार के जोखिम हैं, जैसे कि, वित्तीय जोखिम(माल के नौ-परिवहन के बाद गैर-अदायगी), व्यापार जोखिम, विधिक जोखिम (विभिन्न व्यापारिक विधियों तथा विनियमन से संबंधित), राजनैतिक जोखिम (राजनैतिक अस्थिरता, अर्थ व्यवस्था नीति में प्रमुख बदलाव ला सकती है), राष्ट्रीयकरण, वैयक्तिक अधिकारों की कमी, इत्यादि। भावी निर्यातक को इन सभी प्रकार के जोखिम को ध्यान में रखना चाहिए तथा ऐसे जोखिमों को कम करने के लिए उचित कार्यनीति अपनानी चाहिए।

निर्यात के लिए मार्केटिंग योजना

निर्यात करने में दूसरा कदम मार्केटिंग से संबंधित योजना को विकसित करना है। बहुत विदेशी मार्केट भार के बाजार से बहुत अलग है। भिन्नताओं के मुख्य कारणों में जलवायु तथा पर्यावरण, सामाजिक तथा सांस्कृतिक परिवेश, कच्चे माल की स्थानीय उपलब्धता, उत्पाद खरीद करने की क्षमता में अंतर, विदेशी मुद्रा की उपलब्धता तथा सरकारी आयात-नीति इत्यादि शामिल हैं। इन भिन्नताओं को समझकर निर्यात हेतु एक मार्केट रिसर्च पर आधारित योजना निर्यातकों को उचित लाभ प्रदान करती हैं।

निर्यात के लिए मार्केट रिसर्च

अपने उत्पाद का सफलतापूर्वक निर्यात करने के लिए आपको विदेशी बाजारों के अध्ययन की आवश्यकता है ताकि निर्यात करने के अवसरों तथा 'बाधाओं' का पता लगाने के साथ-साथ भावी खरीददारों तथा उपभोक्तों का भी पता लगाया जा सके। मार्केट रिसर्च यह तय करने में सहायता करता है कि कौन से विदेशी बाजार में उत्पादों के बेहतर निर्यात की संभावना है। एक चरणबद्ध मार्केट रिसर्च में मूलतः भावी बाजार की स्क्रीनिंग, लक्षित बाजारों का परीक्षण कर उचित निष्कर्षों पर पहुंचना इत्यादि शामिल है। इसमें निर्यात, आयात, मांग, आंकड़े, बाजार शेयर, बाधाएं (टैरिफ तथा नॉन टैरिफ) निर्यात हेतु भारतीय तथा विदेशी प्रोत्साहन, इत्यादि का विश्लेषण शामिल है। संबद्ध आंकड़ों का विश्लेषण करने के बाद ही यह निष्कर्ष निकालना सरल हो जाता है कि किसी विशिष्ट उत्पाद के निर्यात के लिए अंतर्राष्ट्रीय जगत में कौन-कौन से उचित मार्केट हैं।

निर्यात मार्केटिंग प्रवेश हेतु कार्यनितियाँ

प्रत्येक चुने गये मार्केट में प्रवेश पाने हेतु एक विशिष्ट कार्यनिति अपनाने की आवश्यकता होती है। आप एक विशिष्ट कार्यनिति के अभाव में चुने गये बाजार की उपलब्धता क्षमता का पूरा फायदा अपने निर्यात हेतु नहीं उठा सकेंगे या आप ऐसी गलतियां कर सकते हैं। जो आपको महंगी पड़े। निर्यात मार्केट में प्रवेश कार्यनिति के तहत चार मुख्य बिन्दुओं को ध्यान में जरूर रखा जाना चाहिए।

1. वितरण कार्यनीति

उत्पाद वितरण कसे लिए मुख्य विकल्प है:-

उपभोक्ताओं का सीधे बिक्री।
एजेंटों या वितरकों के माध्यम से बिक्री।
विदेशी सेल्स स्टॉफ की सेवाएं लेना।
विदेशी सेल्स ऑफिसों की स्थापना।

विदेशी संयुक्त उपक्रम या छूटों की स्थापना।

‘स्थानीय एजेंटों तथा वितरकों’ या ‘सीधेबिक्री’ का प्रकार अधिकतर प्रयोग में लाया जाता है।

11. प्रचार की कार्यनीति

यदि आप पहले से विदेश में नहीं जाने जाते हैं तो आपको कंपनी तथा उसके उत्पादों के प्रचार करने की आवश्यकता होगी। सामान्यतः जितना आप प्रचार-प्रसार करेंगे, उतना ही अधिक आपके निर्यात पर अनुकूल प्रभाव होगा। आपको लक्षित बाजारों में अपने उत्पादों को परिचित करवाने के संबंध में प्रचार-प्रसार की आवश्यकता होगी। विदेश में विकल्प सामान्यतः वही है जो कि घरेलू तौर पर है— कंपनी का बेबजेज, सीधे पत्राचार (नियमित या ई-मेल) टेलीमार्केटिंग, प्रेस रिलीज, सशुल्क विज्ञापन, ट्रेड शो में भाग लेना तथा सेल्स दौरे, निर्यात डायरेक्ट्रीज में सूचीबद्ध किया जाना इत्यादि।

III. मूल्य निर्धारण नीति

निर्यात बाजार में जिस मूल्य पर आप अपना उत्पाद बेचना चाहते हैं, उसमें आदर्श रूप से सभी लागतें शामिल होने के साथ-साथ वह प्रतिस्पर्धात्मक भी होनी चाहिए। साथ ही साथ यह खरीददारों को आकर्षित करने वाली तथा लाभ प्रदान करने वाली होनी चाहिए। यह जरूरी नहीं कि एक बाजार के लिए उपयुक्त मूल्य अन्य बाजारों में भी सही हों। बाजार चाहे कुछ भी हो, मूल्य निर्धारण प्रक्रिया ‘उत्पादन की मूल इकाई लागत’ के ससाथ शुरू होनी चाहिए। लागत से नीचे मूल्य तय करना आर्थिक रूप से समझदारी नहीं है। जब आपने एक बार मूल इकाई पर लागत तय कर ली है, तो उससे अधिक मूल्य का तय करना बाजार के अपनाने पर निर्भर है अर्थात् वह मूल्य जिसे बाजार मंजूर करेगा। सामान्यतः यह बाजार विशिष्ट गुण जैसे नया अथवा एकमात्रा, श्रेष्ठ गुणवत्ता, ब्राण्ड अधिमान्यता इत्यादि जैसी बातों पर आधारित है।

IV स्थानिक नीति

अधिसंख्य देशों में भाषाएं, सांस्कृतिक मूल्य, रुचियां, कारोबारी पद्धतियां, आये स्तर, पर्यावरण संबंधी स्थितियां, उत्पादन मानक, विधिक आवश्यकताएं इत्यादि भिन्न होती हैं। इन सभी से प्रमुख बिक्री प्रभावित होती हैं। विभिन्न बाजारों में सफल होने के लिए आपको उन बातों का ध्यान रखते हुए अपवने उत्पादन अथवा सेवा को स्थानीय घटकों के अनुरूप ढालना होगा।

विदेशों ग्राहक बनाना

संभावित एवं नये ग्राहकों को निर्यात करने के लिए वह आवश्यक है कि आप अपने स्वयं के अनुभवों जो कि आपने विदेश भ्रमण क दौरान प्राप्त किए हैं। या आपके विदेशी प्रतिनिधियों ने आपके लिए पहचान किए हैं, की ओर ध्यान दें। आप अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मेंलों में भाग ले सकते हैं, जिसमें आप अंतर्राष्ट्रीय क्रेता-विक्रेता बैठकों में भी भाग ले सकते हैं, इससे आपको क्रेताओं क साथ अधिक व्यक्तिगत विचार-विमर्श का अवसर मिलेगा। आप आयातक निर्देशिका से प्रमुख आयातकों के पते एवं संपर्क संबंधी व्यौरा प्राप्त कर सकते हैं। इंटरनेट सर्फिंग, ट्रेड मैगजीन की भी सहायता ली जा सकती है। परंतु इन सूचनओं का शीघ्रता से अनुसरण करने की आवश्यकता होगी। विदेशी ग्राहक की पहचान करने के अन्य स्रोत, निर्यात संबंधन परिषदों, कमोडिटी बोर्ड, डी.जी.सी.आई.एण्डएस., भारतीय दूतावासों में वाणिज्यिक प्रतिनिधि, उच्चायोग, चैम्बर्स ऑफ कॉमर्स एण्ड ट्रेड, सी आई आई, एसोचैम, फिक्की इत्यादि जैसे संघ हो सकते हैं

सुपुर्दगी हेतु माल को तैयार करना

विदेशों में माल भेजने के लिए आपको यह इख लेना चाहिए कि क उत्पादन की नौ-परिवहन से पूर्व पैकिंग, लेबल, दस्तावेज सही है। और उसका बीमा करवा लिया गया है। इसमें से कुछ तैयारियां माल को खराब होने, चोरी होने अथवा नौ-परिवहन में विलंब होने के संबंध में सुरक्षा प्रदान करने के लिए है। समुद्री नौ-परिवहन के लिए जहां तक संभव हो अपने माल को कन्टेनर में भेजें।

व्यापार आवश्यकताओं को पूरा करना : निर्यातक बनने के लिए मूल आवश्यकता आयातक-निर्यातक कोड(आई ई सी) संख्या प्राप्त करना है। आई ई सी के बिना कोई भी व्यक्ति निर्यात अथवा आयात नहीं कर सकता है बशर्ते कि उसे विशेष रूप से छूट न दी गई हो। आई ई सी कोड की प्राप्ति विदेश व्यापार महानिदेशालय (डी जी एफ टी) की विशिष्ट प्रक्रिया के अनुसार आवेदन करने पर की जा सकती है। कोई भी निर्यातक आई ई सी ‘सीमा संख्या प्राप्त करने पर पात्रा बन जाता है। अपने माल का निर्यात आवश्यक है, जिसके लिए कई दस्तावेज जरूरी है। विशिष्ट उत्पाद के निर्या तक लिए सरकार कई प्रोत्साहन भी देती है। सभी आवश्यकताओं, कानूनी औपचारिकताओं एवं प्रक्रियाओं की पूरी जानकारी हेतु आपको डी जी एफ टी द्वारा प्रकाशित ‘विदेश व्यापार नीति’, ‘प्रक्रियाओं की हस्त-पुस्तिका (खण्ड.1)’ तथा ‘आई टी सी (एच एस) आयात एवं निर्यात वर्गीकरण’ पुस्तक के नवीनतम अंको को पढ़ना चाहिए, जो उनकी वेबसाइट www.dgft.gov.in पर भी उपलब्ध है। निर्यात एवं आयात पर कोई पावर्दी नहीं है, विवाए उन मामलों के जहां उनकी विदेशी मुद्रा गतिविधियों विनियमित होती हे। मदवार निर्यात एवं आसात नीति को आई टी सी (एच. एस.) पुस्तक में तिनिर्दिष्ट किया गया है। यदि आप भी उन लाभों को पाना चाहते हैं जो परिषद/प्राधिकरण तथा सरकार द्वारा सदस्यों को दिए जाते है, तो आप को संबंधित परिषद/प्राधिकरण के सदस्य के रूप में पंजीकृत होना चाहिए।

निर्यात को सरल बनाना मात्रा भाड़ा फारवर्डर

निर्यात दस्तावेज एवं नौ-परिवहन आवश्यकताओं का अनुपालन करने हेतु निर्यातक मालभाड़ा फारवर्डर को अपने एजेन्ट के रूप में नियुक्ति कर उनकी सेवाओं को प्राप्त कर सकते हैं। एक अंतर्राष्ट्रीय मालभाड़ा फारवर्डर वह है, जो किसी समुद्रपार देश को माल भेजने का काम करता है। ये एजेन्टों विदेशों क निर्यात नियमों एवं विनियमों, भारत सरकार के निर्यात नियमों, नौ-परिवहन के ढंग तथा विदेश व्यापार से संबंधित दस्तावेज के जानकार होते हैं इस्तावेज, आवश्यकताओं, विनियमों परिवहन लागत तथा बैंक संबंधी पद्धतियों के बारे में फारवर्डर के पास उपलब्ध जानकारी से निर्यात प्रक्रिया सरल हो जाती है। मालभाड़ा फारवर्डर लागत, पत्तन प्रभार, विशेष दस्तावेज की लागत, बीमा लागत तथसा संचालन शुल्कों के संबंध में उचित परामर्श प्रदान कर निर्यातकों के लिए उचित मूल्य दर निर्धारित करने में सहायता प्रदान कर सकते हैं। मालभाड़ा फारवर्डर की सेवाएं एक जायज लागत है जिसे निर्यातक को अपने उत्पाद के मूल्य में शामिल करना चाहिए।

मालभाड़ा फारवर्डर बिल ऑफ लौडिंग तथा अन्य जरूरी दस्तावेज भी तैयार कर सकते हैं। तथा नौवहन के बाद वे दस्तावेज को विक्रेता –क्रेता अथवा अदा करने वाले बैंक को भेज सकते हैं। मालभाड़ा फारवर्डर विदेशों में कस्टम ब्रोकर के साथ व्यवस्था कर सकते हैं जिसमें कि यह सुनिश्चित किया जा सके कि माल सीमा-शुल्क निर्यात दस्तावेज के संबंध में कई प्रकार की औपचारिकताओं को स्वयं न पूरा कर उनकी सहायता प्राप्त कर इनेक कठिनाइयों से बच सकते हैं

माल का निर्यात करने कक बाद अदायगी प्राप्त करना

माल रवाना होने केबाद आपको अदायगी प्राप्त करने के बारे में सुनिश्चित होना चाहिए। इसके लिए आपको निर्यात संबंधी लेन-देनों के लिए प्रयुक्त किए जाने वाले अदायगी ढंग की जानकारी होनी चाहिए। ये घरेलू तीर पर प्रयुक्त तरीकों से अलग होते हैं। और कुछ तरीकें दूसरों की अपेक्षा जोखिम वाले हैं। विदेशी क्रेता आशा करते हैं कि वे माल पहुंचने अथवा उसके बाद अदायगी करें। केवल कुछ ही विदेशी क्रेता अग्रिम अदायगी करना चाहेंगे। अंतर्राष्ट्रीय व्यापार लेने-देने में दस्तावेज की स्वीकृति (**Document against acceptance-D.A**), अदायगी पर दस्तावेज (**Document a gainst payment-D.P.**), साख पत्रा (लेटर ऑफ क्रेडिट) का सामान्यतः निर्यात अदायगी में प्रयोग होता है। लेटर ऑफ क्रेडिट के द्वारा बैंक आपको अदायगी करता है जिसके लिए बैंक आयातक से स्वतंत्रा रूप से कुल आयात का मूल्य प्राप्त करता है।

लेटर ऑफ क्रेडिट दो प्रकार के होते है। पहला जिसमें दस्तावेजों की प्रस्तुति पर तुरंत भुगतान और दूसरा समय एवं दिनांक पर आधारित लेटर ऑफ क्रेडिट जिसमें भुगतान किसी भावी तिथि पर किया जात है। लेटर ऑफ क्रेडिट की सभी शर्तों को पूरा करना महत्वपूर्ण है। आपको लेटर ऑफ क्रेडिट की ध्यानपूर्वक समीक्षा करनी चाहिए और यह सुनिश्चित करना चाहिए कि मूल्य एवं शर्तें वही हैं, जिन पर दस्तावेज में सहमति व्यक्त की गई है। अगर ऐसा नहीं है तो बर्से अदायगी नहीं कर सकता है। बैंक भी रशि की अदायगी, लेटर ऑफ क्रेडिट के अनुसार ही करेगा, चाहे नौ-परिवहन, बीमा अथवा अन्य बातों के लिए अपेक्षाकृत उच्च प्रभार लिखित रूप में अन्य दस्तावेज में दिए गए हों। यदि लेटर ऑफ क्रेडिट की शर्तों को पूरा न किया जा सकता हो अथवा इसमें त्रुटियां हो अथवा वर्ण की अशुद्धि हो, तो आपको तत्काल क्रेता से संपर्क करना चाहिए। और समस्या को दूर करने के लिए लेटर ऑफ क्रेडिट में संशोधन के लिए कहना चाहिए। अदायगी पाने के लिए आपको लिखित तक माल को नौ-परिवहन किया गया है। मालभाड़ा भेजने वाले नौ-परिवहन में होने वाले संभावित विलंब की असामान्य परिस्थितियों के बारे में सलाह दे सकते है। बैंक सलाह दे सकते हैं कि क्या प्रस्तुतिकरण की अंतिम तारीख को पूरा करने के लिए पर्याप्त समय है। आपको सदैव यह अनुरोध करना चाहिए कि लेटर ऑफ क्रेडिट में आंशिक नौ-परिवहन की स्वीकृति का उल्लेख हो। इससे अंतिम समय पर प्रत्याशित समस्याओं से बचा जा सकेगा।

संस्थागत सहायता

विकास आयुक्त (एमएसएमई) का कार्यालय सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यमों (एमएसएमई) के संबर्धन एवं विकास क लिए केंद्रीत सरकार के स्वर पर एक नोडल अभिकरण (एजेंसी) है। निर्यात प्रचार-प्रसार के क्षेत्रा में लघु उद्यमों हेतु इसके पास कुछ योजनाएं हैं – अर्थात् अंतर्राष्ट्रीय प्रदर्शिनियों में भाग लेने, उत्पादनों की बार-कोडिंग, निर्यातों में पैकेजिंग क लिए प्रशिक्षण इत्यादि के लिए वित्तीय सहायता। विकास आयुक्त (एमएसएमई) का कार्यालय, क्लस्टर आधारित विकास हेतु सहायता, प्रौद्योगिकी एवं गुणवत्ता उन्नयनीकरण सहायता, उद्यमिता एवं प्रबंधकीय विकास हेतु विपणन सहायता तथा अन्य सहायता भी प्रदान करता है। इन योजनाओं/ कार्यक्रमों का विवरण वेबसाइट www.dcmsme.gov.in/ www.msmediagra.gov.in पर उपलब्ध है।

FOOD PRESERVATION

WHAT ?

“ ANY OPERATION WHICH IS CARRIED OUT TO PREVENT THE UNDESIRABLE CHANGE OF FOOD TO BRING OUT THE DESIRABLE CHANGE IN FOOD PRODUCTS.”

WHY PRESERVE ?

- 1.TO INCREASE THE SHELF LIFE OF FOOD*
- 2.MAKE AVAILABLE IN OFF SEASON OR ALL YEAR AROUND*
- 3. MAKE AVAILABLE IN AERAS WHERE IT IS NOT PRODUCE*
- 4.TO FACILITATE HANDLING*
- 5.TO REDUCE THE WASTAGE OF SURPLUS FOOD*

BEFORE PRESERVATION POINTS TO KEEP IN MIND ?

- 1.POTABLE*
- 2.NUTRITIOUS*
- 3.SAFE*
- 4.STABLE/ STORAGE*
- 5.COST SHULD BE LOW*

SPOILAGE WHY ?

- 1.GROWTH & ACTIVITY OF MICROORGANISIM.*
- 2.CHEMICAL CHANGE--- ENZYMATIC ETC.*
- 3.BIOLOGICAL AGENT—INSECT,RODENTS ETC.*
- 4.PHYSICAL CHANGE SUCH AS THOSE CAUSED BY FREEZING , BURNING, DRYING, PRESSURE ETC.*

CLASSIFICATION OF FOOD ON THE BASES OF SHELF LIFE:

1.PERISHABLE-=1-7 DAYS MEAT,FISH,POULTRY, SOME F&V. ETC.

2.SEMI-PERISHABLE=1-7 WEEKS POTATOES,APPLE, ETC.

*3. SHELF STABLE=MONTHS OR YEAR
SUGER,FLOUR,DRYBEANS.DRYFRUITS ETC.*

METHODS OF FOOD PRESERVATION:

1.ASEPSIS OR KEEPING OUT MICROORGANISM

2.REMOVAL OF MO BY FILTRATION

3.BY CREATING ANAEROBIC CONDITION

4.BY CREATING MA/CA (MAP)

5. LOW TEMP.

- a.REFRIGARATION*
- b.FREEZING*

6.HIGH TEMP.

- a.BLANCHING-MILDEST FORM OF HEAT-INACTIVTE ENZYME & MO. OF F&V*
- b.PASTURIZATION-MILD HEAT , MO NO. REDUCE-REFRIGERATION.*
- c.COMMERCIAL STERILIZATION-ALL PATHOGENIC &TOXIN FORMING MO DESTROYED.*
- d.STERILIZATION-COMPLETE DESTRUCTION OF MO.(AT 121oC for 15 MIN.*

7.REMOVAL OF WATER

a.DRYING OR DEHYDRATION

b.CONCENTRATION

8.PRESERVATIVE

a.NATURAL

1.SALT

2.SPICE

3.CONDIMENTS

4.SUGER ETC.

b.ARTIFICIAL

1.ACID- ACETIC ACID ,TARTRIC ACID ETC.

2.SALTS OF BENZOIC ACID- Na-BENZOATE

3.SO2 BY POT. METABY SULPHITE

9.CANNING OR THERMAL PROCESSING:

a. SELECTION OF RM

b. SORTING &GRADING

c. CLEANING

d. PREPERATION OF RM

e. BLEANCHING –BY WATER,STEAM,HOT AIR ETC.

f. FILLING OF RM IN CANS- DRAINED WT.>50%

g. COVERING WITH LIQUID

*h. EXHAUSTING- BY HEAT, MECHNICAL,STEAM
INJECTION*

i. SEALING OR AIR TIGHT

j. PROCESSING-TIME-TEMP COMBINATION

k. COOLING

l. STORAGE

CHARACTERISTICS OF FEW POPULAR FRUIT AND VEGETABLE PRODUCTS BEING MANUFACTURED UNDER F.& V. PROCESSING INDUSTRY

- 1.JAM** :It is a mixture of fruit and sugar cooked to the consistency of gel form.It is neither syrup nor gel and contains fruit pulp evenly held. It should have true fruit flavour ,kept well and should not crystallise sugar.
- 2.JELLY** : It is formed by cooking a clear fruit extract with sugar to the consistency of gel . A perfect jelly should be sparklingly transparent and should not be gummy and sticky. It should be firm enough to retain and sharp edge when cut by knife.
- 3.MARMALADE** :Jelly+ shredded peels suspended
- 4.SQUASHES** : Fruit juice containing a moderate amount of fruit pulp and suitably formulated with sugar and acid for proper taste.The fruit juice after extraction is strained through a stainless steel sieve of 25 to 30 mesh. Sugar and citric acid are added in appropriate quantity.
- 5.FRUIT PRESERVE:** Preserve are made from fully matured fruits of suitable variety and quality by cooking with sugar either in whole in large pieces.
- 6.FRUIT CANDY** : Fruit candy is prepared almost in the same manner as preserve . The fruits are drained away from syrup ,washed and dried.
- 7. TOMATO SAUCE:** Washed tomato are blanched ,peeled and chopped. Add sugar ,ground chilli and chopped onion . Keep a bag with containing mace,cinamon, cumin, cardamom, black pepper, and ground ginger . boil the whole mass to a thick consistency. Add vinegar and boil. Cool.
- 8.PICKLE** : Pickling is done in two stage namely (A) curing which consist of salting with fermentation or without fermentation and (B) finishing and packing . In the pickling of F & V ,salt , vinegar, lactic acid , spices and oil are used depending on local taste.

PERMITTED PRESERVATIVE IN FRUIT PRODUCTS
(AS PER FPO.1955)

- a. BENZOIC ACID OR SALT THEREOF.(Na-BENZOATE)
- b.SULHUROUS ACID OR SALT THEREOF (KMS)

1ppm KMS= 2ppm SO2 & 1ppm Na-B= 1ppm B. ACID (1ppm= 1mg/Kg)

<u>FRUIT PRODUCTS</u>	<u>PRESERVATIVE</u>	<u>ppm</u>
1.F & F PULP OR JUICE		
a.CHERRIES	KMS	2500
b.STRABERRIES & RUSPBERRIES	KMS	1000
c.OTHER FRUIT	KMS	500
2.F JUICE CONCENTRATE	KMS	750
3.DRIED F		
a.APRICOTS,PEACHES,APPLES		
PEARS & OTHERS	KMS	1000
b.RAISINS	KMS	375
4.SQUASHES,CRUSHES,F SYRUPS		
CORDIALS,	KMS	175
	Or	
	NaB	600
5.JAM,MARMALADE,PRESERVE,JELLY	KMS	20
	OR	
	NaB	200
6.PICKLES,CHUTNEY	KMS	50
	OR	
	NaB	260
7.TOMATO & OTHER SAUCES	NaB	750
8.TOMATO PUREE & PASTE	NaB	250
9.DEHYDRATED VEGETABLES	KMS	1000
10.SYRUP & SHARBTAS	KMS	175
	OR	
	NaB	600

COLOR

(NOT MORE THEN 100ppm IN F & V)

1. NATURAL-
 carmine,carotinoid,chlorophyll,lactoflavin,caramel,annatto,ratanjot,saffron,curcu-min.
2. ARTIFICIAL-
 RED-carmosine,erythrosine
 YELLO-tartarzine
 BLUE-indigo carmine
 GREEN-greenS, Fast Green FCF

FOOD PACKAGING

WHAT ?

*“ -AN INTEGRAL PART OF PRODUCTION.
-PART OF PHYSICAL DISTRIBUTION
-A TOOL FOR MARKETING”*

FUNCTIONS OF PACKAGE ?

- 1.TO CONTAIN*
- 2.TO PRESERVE*
- 3. TO PROTECT*
- 4.TO PRESENT*
- 5.TO DISPENSE*

BEFORE PACKAGE POINTS TO KEEP IN MIND ?

- PACKAGE IS SELECTED IN ACCORDANCE WITH THE PRODUCT CHARACTERISTICS*

PACKAGING CHARACTERISTIC OF A PRODUCT ARE:

1. PHYSICAL

- 1.PHYSICAL STATE*
- 2.WEIGHT*
- 3.STABILITY*
- 4.RIGIDITY*
- 5.SURFACE FINISH*

2. PHYSICO- CHEMICAL- EFFECT OF

- 1. MOISTURE*
- 2. OXYGEN*
- 3. MOULD-BACTERIA, FUNGI*
- 4. AMBIENT TEMPERATURE*

PACKAGE IS SELECTED TAKING INTO ACCOUNT THE NATURE OF PROTECTION NEEDED.

OTHER ATTRIBUTES OF A PACKAGE ARE ?

- 1. EASY TO OPEN*
- 2. EASY TO CLOSE.*
- 3. EASY TO DISPOSE OF .*
- 4. EASY TO DISPENSE*
- 5. EASY TO RECYCLE*
- 6. EASY TO IDENTIFY*
- 7. TO INFORM*
- 8. FOR EYE APPEAL*

BEFORE DESIGNING THE PACK! POINTS TO KEPT IN MIND!

- 1. PROCESS OF MANUFACTURE OF THE PRODUCT*
- 2. MACHINERY USED FOR PACKAGING OPERATIONS*
- 3. MACHINEABILITY OF THE MATERIAL*
- 4. SCALE OF OPERATION*

FROM THE POINT OF VIEW OF STORAGE, HANDLING AND TRANSPORTATION, THE PACKAGE SHOULD BE:

- 1. Easy to handle*
- 2. Provided with handling facilities like lifting hooks etc.*
- 3. Amenable to quick examination of contents*
- 4. easy to stack*

PACKAGE FOR FOOD PRODUCTS

1. *TIN PLATE(CAN)*
2. *ALUMINIUM CONTANER*
3. *AL- FOIL*
4. *PAPER –BROWN,GREASEPROOF,COATED WAX ETC.*
5. *CORRUGATED BOX*
6. *PLASTIC- POLYETHYLENE-HMHD,LD, SHRINKABLE FILM, POLYPROPYLENE, POLYESTER FOR FILM.*
7. *GLASS BOTTLE.*
8. *JUTE/ COTTON TEXTILE*
9. *BLISTER PACKAGING-using foil& PVC and paperboard*
10. *SKIN PACKING-using pp shrink films*
11. *PET & PVC BOTTLES- STRETCH BLOW MOULDED*
12. *MULTILAYER PLASTIC – THREE TO FIVE LAYERS*
13. *METALISED BOPP AND CELLOPHANE*
14. *EDIBLE OIL PACKAGING IN POUCHES OF PLASTICS*
15. *TETRAPACK(FRUTI) AND TETRA BRIK (AMUL)*
16. *THERMOFORMED PACKAGES OF PROCESSED FOODS*
17. *FORMED CONTANERS FOR FOODS- e.g. YOGHURT, ICECREAM*
18. *“TWIST-ON TWIST-OFF” CAP OF TINPLATE FOR GLASS BOTTLE- LUG FINISH*
19. *CONTAINERS FOR FAST FOODS.*

FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF TOMATO SOUCE/ KETCHUP

TOMATOES (RED & MATURE)
/
WASHING
/
CRUSHING IN FRUIT MILL
/
CRUSHED PULP HEAT
FOR 5 MIN. AT 85°C
/
PASS THROUGH PULPER-----SEPARATE SEEDS & SKIN
/
JUICE
/
WEIGH & BOIL
/
ADD SUGAR & SPICE TIED IN A BAG
/
ADD SALT
/
CONTINUE BOILING TILL 28*BRUX
/
STOP BOILING AT 28* BRUX AND ADD ACETIC ACID &
SODIUM BENZOATE
/
FILL HOT IN PRESTERILISED GLASS BOTTLES
THEN SEAL & STORE AT ROOM TEMP.

RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

TOMATO JUICE (HOT) :2.5 Kg.
ONION (CHOPPED) :20 Gm.
GARLIC(CHOPPED) :2 Gm.
CLOVE(DEVOID OF HEAT):1 Gm.
SMALL CARDAMOM :1 Gm.
BLACK PEPPER :1Gm.
CUMIN :1 Gm.
MACE :1 Gm.
CINNAMOM :1 Gm.
SUGAR :200 Gm.
SALT :20 Gm.
RED CHILLI POWER :2 Gm.
GLACIAL ACETIC ACID :4 ml.
SODIUM BENZOATE : 0.85 Gm.
FINAL BATCH WEIGHT :1 Kg.

KETCHUP

:10 Kg .
:118 Gm.
:10 Gm.
:5 Gm.
:2 Gm.
:2 Gm.
:2 Gm.
:1 Gm.
:5 Gm.
:583 Gm.
:92 Gm
:2 Gm.
:23 ml
:3.7 Gm.
:4.2 Kg.

SAUCE

:10 Kg.
:100 Gm.
:10 Gm.
:4 Gm.
:1 Gm.
:1 Gm.
:1 Gm.
:4 Gm.
:748 Gm.
:110 Gm..
:5 Gm.
:20 ml.
:4.29 Gm.
:4.85 Kg.

SPECIFICATIONS

TSS :28* BRUX
ACIDITY :1.2 %
SOD. BENZOATE :750 ppm

FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF GUAVA JELLY

GUAVA
/
WASHING
/
CUT IN THIN SLICES
/
BOIL WITH WATER FOR 45 MIN.
/ (GUAVA: WATER::: 1 :2)
STRAIN THE CLEAR EXTRACT
/
KEEP IT FOR CLARIFICATION (BY SETTING METHOD)
/
BOIL &ADD SUGER
/
AGAIN PASS THROUGH MUSLIN CLOTH
/
BOIL TILL 65* BRIX
/
ADD SODIUM BENZOATE
/ AN ALSO ADD COLOR & FLOVOUR)
FILL HOT IN PRESTERILISED BOTTLES.
/
COOL& STORE

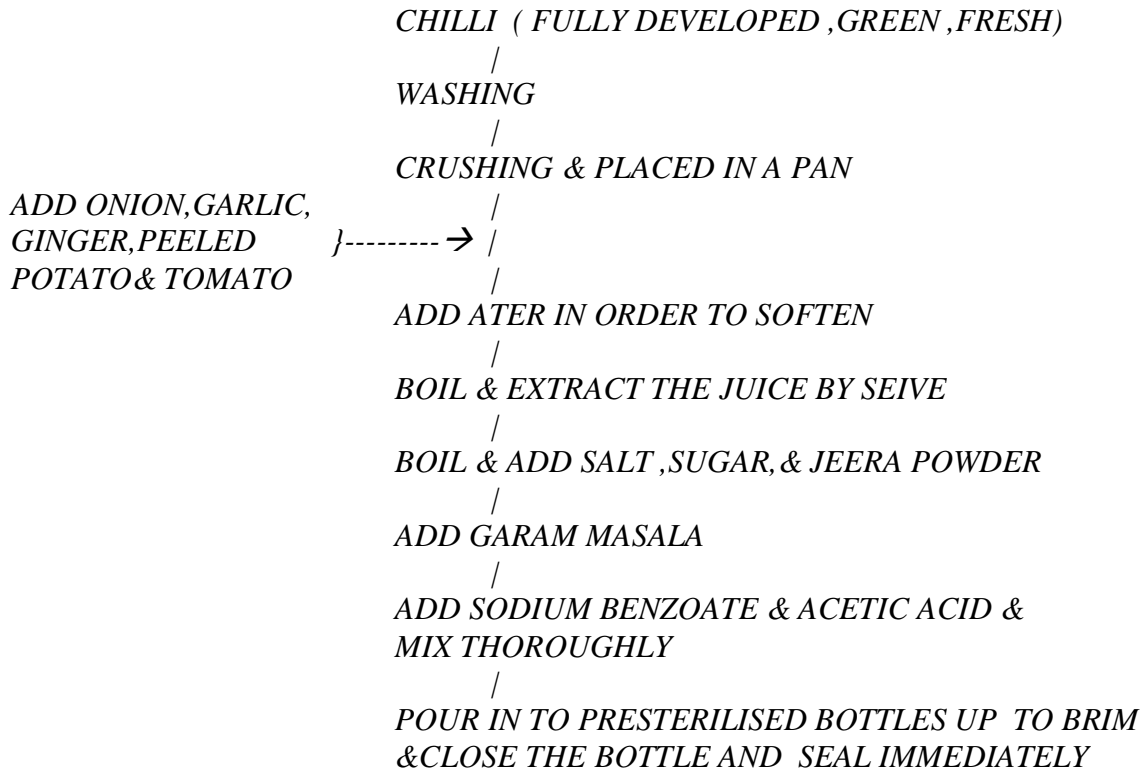
RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

GUAVA EXTRACT	:1 Kg.
SUGER	:0.750 Kg.
CITRIC ACID	:6 Gm.
SOD. BENZOATE	:0.2 TGm.

SPECIFICATIONS

TSS	:65*BRIX
FRUIT CONTENT	:45%
ACIDITY	:0.55 %
SOD. BENZOATE	:200ppm.

FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF CHILLI SAUCE (GREEN)



RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

<i>CHILLI</i>	<i>:1 Kg.</i>
<i>JEERA POWDER</i>	<i>:30 Gm.</i>
<i>PEELED POTATO(GRATED)</i>	<i>:200 Gm</i>
<i>TOMATO (GRATED)</i>	<i>:250 Gm.</i>
<i>GARAM MASALA</i>	<i>:5 Gm.</i>
<i>SUGAR</i>	<i>:100 Gm.</i>
<i>SODIUM BENZOATE</i>	<i>:1 Gm.</i>
<i>ACETIC ACID</i>	<i>:15 ml OR 3 TEASPONS</i>
<i>ONION</i>	<i>:100 Gm.</i>
<i>GARLIC</i>	<i>:25 Gm.</i>
<i>GINGER</i>	<i>:25 Gm.</i>

FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF MIXED FRUIT JAM

FRUIT (PINEAPPLE, GRAPES, BANANA, PAPAYA)
/
WASHING
/
(Peeling of some fruit)
CRUSHING IN FRUIT MILL
/
HEATING OF PULP FOR 5 MIN.
/
PASS THROUGH PULPER
/-----> SEPARATE SKIN & SEEDS
FRUIT PULP
/
WEIGH & BOIL
/
ADD SUGAR & BOIL FOR 10 MIN.
/
ADD PECTIN AS 4 % SOLUTION
/
STOP BOILING AT 68* BRIX
/
ADD CITRIC ACID & SODIUM BENZOATE
/
ADD COLOR & FLOVOUR
/
FILL HOT AT 90o C IN PRESTERILISED GLASS
BOTTLES
/
SEAL & ALLOW TO SET OVER NIGHT

RECIPE: FOR 1 Kg FINAL PRODUCT

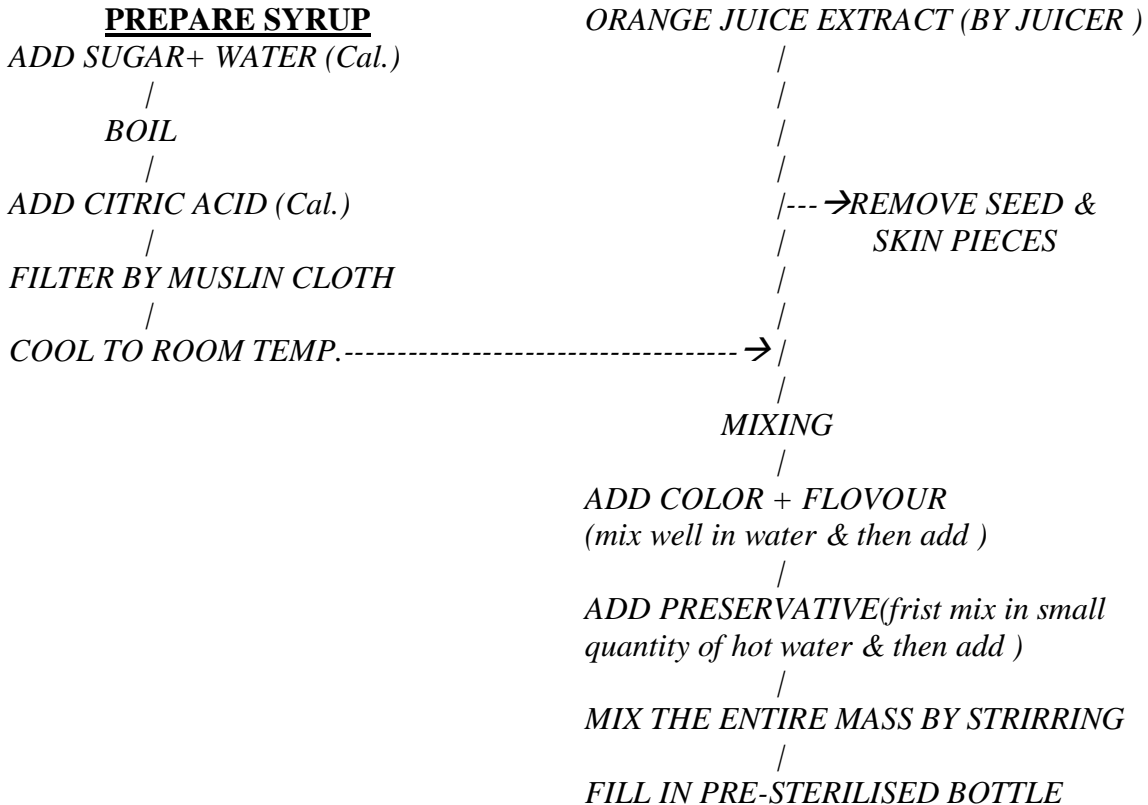
FRUIT PULP	:900 GM.	<u>4 % PECTIN</u>
SUGAR	:1.250 Kg.	12 Gm. PECTIN +40 Gm. SUGER
PECTIN	:12 Gm.	/ (3 TIMES App.)
CITRIC ACID	:6 Gm.	MIX WELL
COLOR(CARMOSINE)	:0.2 Gm.	/
SOD. BENZOATE	:0.5 Gm.	ADD 300 ml WATER
ESSENCE\FLOVOUR	:1.25 ml.	/
(Orange, pineapple , strawberry)		MIX WELL
		/

SPECIFICATIONS

READY 4 % PECTIN SOLUTION

TSS	:68* BRIX
FRUIT CONTENT	:45 %
ACIDITY	:0.55 %
PERMITTED COLOR	:100 ppm
SODIUM BENZOATE	:200 ppm

FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF SQUASH (ORANGE & LIME)



RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

JUICE (ORANGE/LIME)	:500 ml.
SUGAR	:750 Gm.
CITRIC ACID	:30 Gm.
WATER	:750 Gm.
SOD. BENZOATE	:1 Gm.
ESSENCE (ORANGE/LIME)	:5-10 ml.
COLOR	:Pince.(app.)
(FOR ORANGE RED COLOR-----SUNSET YELLOW (USE 0.1 % IN DISTT. WATER)	
(FOR LIME YELLOW COLOR----TARTRAZINE (USE 0.1 % SOL. IN DISTT.WATER)	

SPECIFICATIONS

	TSS	:40
MINIMUM % OF FRUIT JUICE IN FINAL PRODUCT		:25%

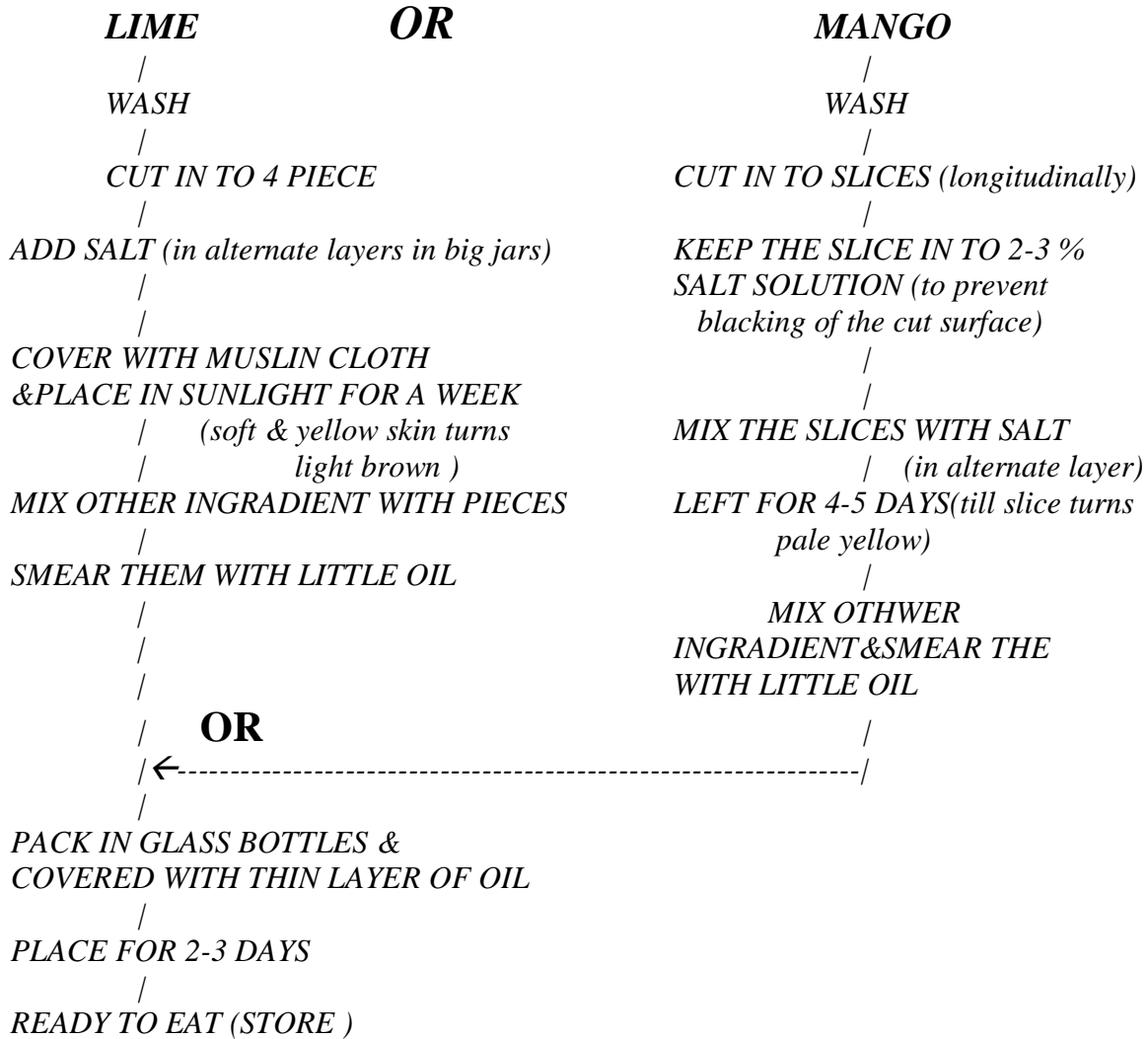
FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF MIXED PICKLE

VEGETABLE
/
WASH & CUT IN TO SMALL PIECES
/
BLANCH THE VEG. IN BOILING WATER FOR 5-6 MIN.
|<---Add fried chopped onion ,ginger & garlic in oil
|←add other ingredients
/
MIX WELL
| Tamarind soaked in water & strain the tamarind
|←----- water & put in to the pickle
/
ADD ACETIC ACID & MIX WELL
/
FILL IN TO JARS
/
KEEP THE JARS IN THE SUN LIGHT FOR 4-5 DAYS
/
PUT GUR (make thick syrup and add it)
/
KEEP JARS IN THE SUN LIGHT FOR 4-5 DAYS
/
PUT OIL TO COVER THE PIECES IN JARS
/
KEEP FOR 2 DAYS & THEN READY TO SERVE
/
STORE AT ROOM TEMP.

RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

VEGETABLES	:1 Kg. (carrot, mango, turnip, cauliflower, beans, peas, lemon etc.)
ONION	:100 Gm.(chopped)
GARLIC	:10 Gm.(chopped)
GINGER	:25 Gm.(chopped)
PEPPER	:10 Gm.
MUSTARD	:50 Gm.
RED CHILLI	:25 Gm.(powder)
CARDAMOM}	
CINNAMOM}	:6 Gm.(powder)
CLOVE }	
TAMARIND	:25 Gm.
SALT	:100 Gm.
ACETIC ACID	:1 teaspoon
Or vinegar	:1/2 cup
MUSTARD OIL	:200 Gm.
JAGGERY (GUR)	:250 Gm.

FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF PICKLES IN OIL



RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

FOR LIME

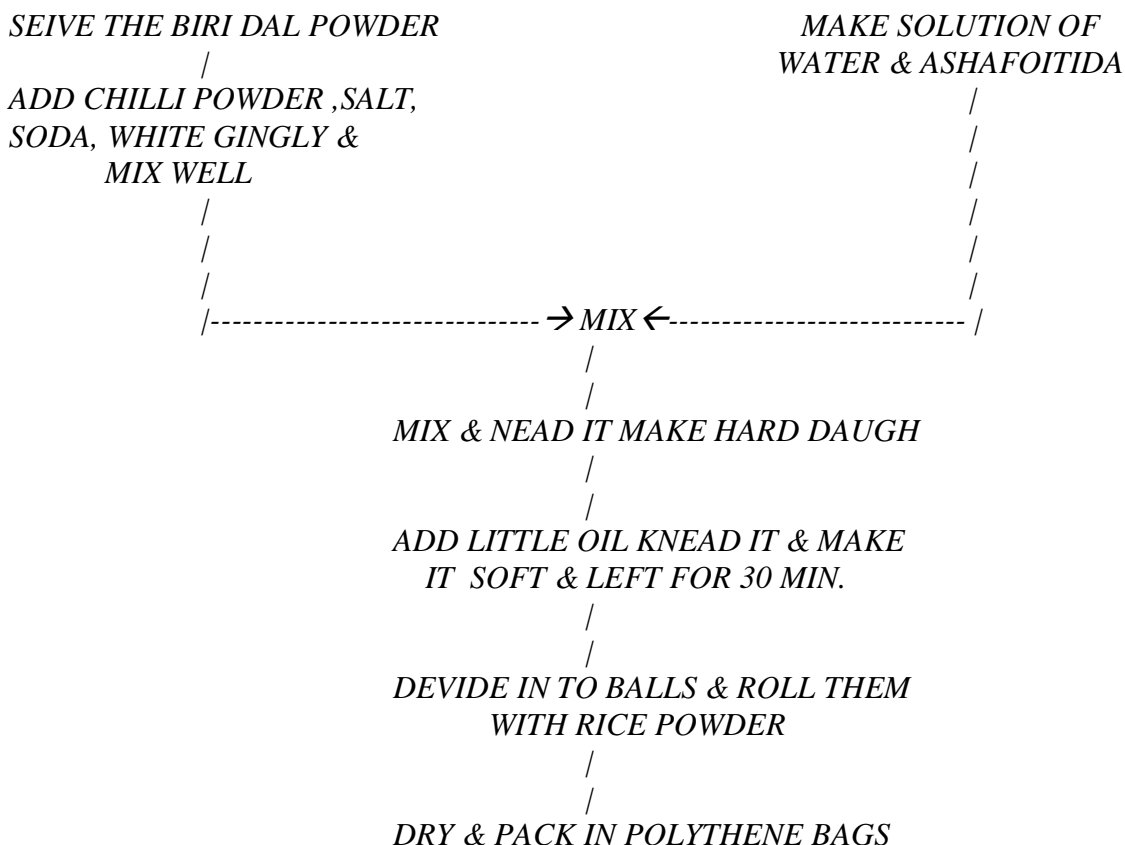
LIME :1 Kg.
SALT :250 Gm.
CORIANDER :8 Gm.(mildly roasted & powdered)

CUMIN :6 Gm.
FENUGREEK :10 Gm. (powder)
TURMARIC :4 Gm.(powder)
OIL :200 Gm.

FOR MANGO

MANGO SLICE :1 Kg.
SALT :250 Gm.
FENUGREEK :125 Gm.
(ground)
BLACK CUMIN :125 Gm.(,,)
TURMARIC POWDER:32 Gm.
BLACK PEPPER :32 Gm.
SAUNUF :28 Gm.
OIL :200 Gm.

FLOW CHART FOR THE PREPARATION OF PAPAD



RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

<i>BLACK GRAM DAL(URED orBIRI)</i>	<i>:1 Kg</i>
<i>HING or ASHAFOITIDA</i>	<i>:10 Gm.</i>
<i>CHILLY POWDER</i>	<i>:20 Gm.</i>
<i>SALT</i>	<i>:30 Gm.</i>
<i>SODA (NaHCO3)</i>	<i>:30 Gm.</i>
<i>WHITE GINGLY</i>	<i>:100 Gm.</i>
<i>RICE POWDER</i>	<i>:200 Gm.</i>
<i>WATER</i>	<i>:AS PER REQUIREMENT.</i>

GUIDELINES FOR SETTING UP OF UNIT UNDER FRUIT PRODUCTS ORDER

No person shall carry on the business of a manufacture of fruit products including synthetic syrups, synthetic vinegar and aerated sweetened beverages except under and in accordance with the terms of an effective license granted to him under FPO.

Category-wise area requirement, annual production limit and license fee for one terms or part thereof (Ref. Clause 5(2) and part I(B) of the Second Schedule of Fruit Products Order, 1955

Category	For manu- facturing premises (In Sq. metres)	For storage and office purpose (In sq. metres)	Licence fees for one term or part thereof	Annual production permissible per calendar year
Home scale `B`	25	25	Rs.100/-	Upto 10 M.T.
Cottage scale	60	60	Rs.250/-	Above 10 M.T. but less than 50 M.T.
Small scale `A`	100	100	Rs.400/-	Above 50 M.T. but less than 100 M.T. with installed capacity not exceeding 1 M.T./day.
Small scale `B`	150	150	Rs.600/-	Below 250 M.T. with installed capacity not exceeding 2 M.T. per day.
Large scale	300	300	Rs.1500/	Above 250 M.T. with installed capacity exceeding 2 M.T. per day.

Note :(1) Area occupied by machinery shall not be more than 50% of the manufacturing area.

(2) The minimum height of the factory premises under Home Scale `B` and Cottage Scale categories is 10 feet and for small scale & large scale categories 14 feet.

Every manufacturer shall manufacture fruit products in conformity with the sanitary requirements and appropriate standards of quality and composition specified in the Second Schedule of FPO.

The Second Schedule

Part 1(a) : Sanitary requirements of a factory of fruit products

1. The Premises shall be adequately lighted, ventilated & cleaned by white washing/colour washing or oil painting.
2. Windows & all openings shall be well screened with wire-mesh & the doors fitted with automatic closing springs, roof shall be permanent, floor cemented.
3. The equipments and the factory shall not be used for manufacture of repugnant products like fish, meat, eggs etc. However, permission may be granted as a special case if arrangements are made for disinfection of premises after changing from meat products to fruit products (one month idle gap will be required for changeover).
4. The premises shall be located in a sanitary place with open surroundings, preferably in industrial area/estates. The premises shall not be used as or communicated directly with residence.
5. Adequate arrangements for cleaning equipments, machinery, containers tables and raw materials shall be provided.

6. Copper brass or iron equipments, containers or vessels are not permitted, in the preparation, packing or storage of fruit products, only aluminium, stainless steel, glass or tins equipment are allowed.
7. The water used shall be potable and shall be got examined chemically and bacteriologically by a public Health Laboratory (if no municipal water is available at the premises). The water sample should be drawn for such examination by the public Health Authority of the area where the premises is located or should be drawn in the presence of the above authority. Free following tap water of 1 kilo litre per day shall be made available.
8. Adequate drainage system and provisions for disposal of refuse shall be made.
9. Sufficient number of latrine & urinals shall be provided for workers.
10. Wherever cooking is done on open fire, proper outlets for so smoke/steam etc. like chimney, exhaust fan etc. shall be provided.
11. The workers engaged in the factory shall be healthy and shall be medically examined, inoculated and vaccinated whenever required.
12. The workers shall be provided with aprons, head-wars gloves etc. and shall be personally neat and tidy.

Part 1(B) : Qualifications of technical staff

Production shall be supervised by a person possessing one of the following qualifications:

Small scale : (1) B.Sc. with Chemistry/Agriculture as one of the subjects.

(2) A Diploma or a certificate in fruit preservation or a course of at least 3 months duration from a recognised institution.

Large scale : (1) B.Sc.(Tech.) with Food Technology/Chemical Engineering with at least one year experience in fruit preservation factory.

(2) B.Sc. with CFTRI Diploma or Diploma of Kalamassery (Kerala Government) Polytechnic.

(3) B.Sc. with Chemistry/Agriculture with three years experience in fruit preservation factory.

Minimum equipments & machinery for unit operation

1.	Washing of raw materials	1) Rectangular tanks with false bottom of not less than 20 gallons capacity
2.	Washing of bottles	1) Tanks having not less than 40 gallons capacity. 2) Bottle washing machine, brushes (*machine, rack, trolley). 3) Buckets (* Sterilising tanks).
3.	Preparation of Fruit/Veg.	1) 2-1/2 Ft. high table with aluminium/ steel top having area not less than 20 Sq. ft. 2) Not less than 12 trays. 3) Stainless steel knives. 4) Equipment for blanching
4.	Juicing, pulping & Mising	1) Juice extractor of basket press (* pulping machine/hydraulic press). 2) Steet sieve. 3) Vessels of not less than 100 litres capacity.
5.	Processing	1) Furnace/Gas stoves (* Boiler) 2) Vessels/Steam jacket kettle. 3) Ladle. 4) Thermometer, hydrometer (Refractometer) 5) Sensitive balance for weighing chemicals, colour etc.
6.	Fermentation	1) Barrels/Carboys/Earthen jars.
7.	Filling & sealing	1) Mugs/Funnels (* Filling machine). 2) Crown cork machine/R.O. sealing machine. 3) Weighing balance.
8.	Exhausting, Processing for cans & bottles.	1) Tanks with crates/Exhaust Box. 2) Double Seamer/Semi-automatic can sealer. 3) Cooling tanks with crates/cranes. 4) Pressure cooker/retorts/sterilising equipments. 5) Incubator/pressure can tester. 6) * Pasteuriser.
9.	Carbonation or aeration	1) Power driver aerated machine or semi-automatic aerating and sealing machine.

Note - * Required for Small Scale and Large Scale units only.

THE FIRST SCHEDULE

From 'A'

See clause 5(1)

**Application for Licence under the Fruit Products
Order,1955**

1. Name and address of the applicant .

1(a) Name of the managing director, directors, proprietors , partners, etc.

2. Address of the factory/firm.

2 (a) Address of godown/stores of finished products.

3. Description of the fruit products which the applicant wishes to manufacture/ relabel. *

4. Period for which license is required _____

5. Plan of the factory and list of equipments _____

6. (a) Whether any power is used in manufacture of fruit products. If so, state the exact horse
power used _____

(b) Installed capacity per 8 hour shift* _____

7. License fee paid during the previous year _____

8. Total value of Fruit Product Manufactured/relabelled* during the previous year

9. I/We hereby undertake to comply with all the provisions of the fruit products of the Fruit Products
Order, 1955.

10. I/We have forwarded a sum of Rupees _____ in respect of the licence fee due according to
the provisions of Fruit Products Order ,1955.

Signature(s) of the applicant (s)

* Strike out whichever is inapplicable .

MANAGEMENT OF SMALL ENTERPRISES

The goal of a business enterprise is generally to earn more and more profit for long term survival and growth. This goal is achieved by blending the resources or input elements namely:

MEN, MACHINE, MATERIAL, MONEY, MARKET, METHOD and MANAGEMENT. Of these elements, “ Management” stands at the apex of the enterprise pyramid.

Management is defined as the process of getting things done through the utilisation of resources. It is that function of an enterprise which concerns itself with the direction and control of various activities to attain the business objectives.

Management’s primary function is to make decisions that determine the future course of actions and to see that the desire goal is achieved as per decisions planned.

Due to competitive market conditions, the sales price of a product having a particular quality is fixed. Hence, in order to earn more and more profit, the entrepreneur should reduce the cost of production and overheads. This will require application of modern tools and techniques of management in the field of production, finance, personnel etc.

In case of small enterprises, the entrepreneur is his own manager. He can not afford to engage expert in specific fields like large scale industries. One should be very watchful on his own performance. He should constantly compare his performances and motivate himself for better and better performance. Some of the managerial qualities may be learn and others to be developed. To be a successful manger, the entrepreneur must utilise all his resources in the most efficient manner so that the sum of the outputs is larger than the sum of the inputs.

Management is both science and an art. while scientific techniques of management are applied to materials governed by known physical laws, the techniques of management are applied to people and must rely on people to ensure that they are properly applied. Hence, it is also regarded at an art.

DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF MANAGEMENT:

1. To organise managerial and supervisory function.
2. To develop highly efficient plant layout and equipment.
3. To establish most simple and economic methods of production.
4. To arrange proper division of work and responsibility to individuals and groups.
5. To regulars internal transport, material, tools, stores, movement and routing of operations.
6. To develop a system for planning production ahead.
7. To standardize, simplify the machinery, tools, equipment, materials and processes.
8. To maintain discipline and to keep control of the employees.
9. To suggest new ideas and improveness.
10. To keep coordination among the staff at various levels.
11. To keep proper records.

FUNCTION OF MANAGEMENT:

The wisdom with which a manager acts or performs his functions may well decide the future of the enterprise. The functions of management are outlined below.

1. **PLANNING:** Planning is essentially dealing in advance what is to be done. To plan is to propose a forward programme for guiding the future affairs of an enterprise. A plan

provides springboard from the present. The elements of planning are (I) Forecasting, (ii) Establishing conditions and assumptions, (iii) Setting objectives, (iv) Establishing policies and programmes for accomplishment.

2. **ORGANISING**: Organising the process and a structure is important as without it no manager can get work done through people. One of the main task of an executive is to have a team work among the members of his organisation.
3. **MOTIVATING**: Motivation means inspiring people to intensify their desire and willingness to execute their duty effectively and to cooperate for the accomplishment of the common objectives. Motivation is a powerful tool in the hands of the manager for getting the things done.

An important group of motivating forces are non financial incentives. A successful organisation will have such motivating forces as these:

- i) every member of the organisation must be proud of his job.
- ii) everyone must be proud of the reputation of his company.
- iii) all must have a sense of belonging.

4. **DIRECTING** : Directing or direction embraces three essential activities viz.
 - i) issuing of orders and instructions to subordinates,
 - ii) guiding, counselling and teaching the subordinates the proper way of doing work.
 - iii) supervising the subordinates to ensure that the work done by them conform to the plan.
5. **CO-ORDINATING**: It is a process by which the manager achieves harmonious group effort and unity of action in the pursuit of a common purpose. Achievement of harmony of individual effort towards the accomplishment of group goals is the purpose of the management.
6. **CONTROLLING**: The managerial function of controlling is the measurement and correction of the performance of sub-ordinates in order to make sure that enterprise objectives and the plans devised to attain them are accomplished. It enables the management team to take corrective measures to provide requisite facilities and timely assistance to get the work completed in time. It permits the management to point out weaknesses and errors in order to rectify them and prevent recurrence.

MARKETING OF SSI PRODUCTS & SERVICES

Correct decision about the kind of **products and services** that can be produce and sold to the customers?

Marketing will help the entrepreneur in taking the right decisions.

WHAT ?

Series of activities involving the flow of goods and services from the producer to the customer

Objective?

to satisfy **the needs** and **wants** of **customers** and enable the enterprise to make **profit**

Marketing activities include:

1. Finding out what people need and want.
2. developing the product or service to meet this need.
3. Pricing the product.
4. Making the product available at places where people can buy them.
5. Promoting the product to inform people about it and retain the interest of buyers.

MARKETING ASSESSMENT ? collect information

1. **WHAT** product to produce or sale.
2. **WHO** the buyers are and **WHERE** they are located.
3. **WHEN** do they buy and **HOWMUCH**.
4. **WHY** do they buy.
5. **HOW** to attract buyers.
6. **WHAT** price are customers are willing to pay.
7. **WHO** are the competitors, **WHERE** they are located,
8. **HOW** do they separate ? **WHAT** are their strengths?
9. **WHAT** substitute are available for the product.

To collect the information one can talk to:>>>Seller of the similar products.>>>other producers.>>>buyers or people in the community.

ELMENTS OF MARKETING MIX: four elements

PRODUCT: is anything that is offered to someone to satisfy a need or a want. It may be a physical object or service. develop a product , decide the shape ,color , package , brand name, and quantity as well as quality, decide whether you can make product like or better then other sellers.

PRICE :is the monetary value of your product. You should be able to sell at a price that will attract buyers. To arrive at the right price , you should consider:

- The cost of your product.
- How people buy and how much they willing to pay for your product.
- The price of other sellers (competitors)
- How different is your product (uniqueness)
- The profit margin you want.
- Whether your product is seasonal.
- Use of special prices (discounts) for some customers.

PLACE (Distribution): This means how and where you make the product available to the consumers. Here you should consider:

- Delivery of the product : Direct or through middleman.
- Transportation
- Place at which to sell.
Storage facilities and cost.

There are many ways in which one can reach his customers:

- one can sell directly to the customers or through salesman.
- one can sell to other retailers.
- one can sell through wholesalers to retailers.

The channel you select will depend upon:

- nature of the products
- reliability of the channel and its image.
- Cost effectiveness.
- Speed of reaching customers
- Location of the target customers & storage facilities.

You should also identify distribution points . These could be:

- the local market >Departmental store >at Home >Door to Door
- >Corner shop > meals > Cooperatives etc.

The choice of these points will depend upon : Nearness to buyers & sufficient demand in the location.

PROMOTION : means marketing communication . It involves any activity which influences people to buy your product. These may be in the form of:

- advertisement in the newspaper, posters and radio.
- Display of the product outside the shop.
- Arrangement of the product inside the shop.
- Giving free samples, gifts.
- Use of banners to attract attention.
- Use of signboards.
- Door to door advertisement.

One can also promote the sale of his product by :

- being polite to the customers.
- Communication with the customers and understanding their position.
- Showing knowledge of the product, its benefits and use.
- Giving his product a distinctive brand name.

Each product of marketing mix is important, but the emphasis given to each one will vary with the type of the product. Each product must have an appropriate mix of 4 P's .

SALES PROMOTION

After the **product has been planned**, the channels of distribution and physical distribution of the product decided, and the price structure evolved, the next step is to decide upon the **promotional activities** that the firm may follow. The promotional activities are concerned with (i) **informing the people about the product**, (ii) **reminding the people periodically about the product** and (iii) **persuading the people – prospective buyers to buy the product**. Promotion is telling and selling. “Promotion” is the all inclusive term representing the board field **advertising personal selling and sales promotion**.

SALES PROMOTION:

Sales promotion activity consists of those marketing activities other than usual advertising, publicity and personal selling that stimulates the customer purchasing and dealer effectiveness such as **display, shows and exhibitions, demonstrations** and various non-recurrent selling efforts. Advertisement media reaches the consumers at their homes, offices or while in travel and they may soon be forgotten. But sales promotion devices at the point of purchase **remind or stimulate the customer to make purchase** promptly on the spot. Sales promotion is a vital link between personal selling and advertising. Sales promotion is the plus ingredients in the marketing mix, while advertising and personal selling are its essential and basic ingredient.

The **basic goals** of Sales Promotion are:

- i) to introduce **new products**,
- ii) to attract **new customers**,
- iii) to **induce** present customers to buy more,
- iv) to help firm remain competitive,
- v) to **increase** sales in off seasons,
- vi) to increase the inventories of business buyers.

Sales promotions, thus, are marketing devices to stimulate or restimulate

demand for a product.

Sales Promotion Strategy involves the following basic elements:-

- 1) **identifying the audience** to be reached,
- 2) determining and creating the **specific advertising messages** to be directed to reach this audience,
- 3) selecting the **most efficient media** to communicate the idea,
- 4) scheduling the chosen media to **provide best timing, frequency and impact**,
- 5) determining the **advertising budget**,
- 6) measuring **advertising results**.

Kinds of Sales Promotion :

Sales promotion is classified into the following **two** broad categories viz.

- (1) **Consumer Sales Promotion** and (2) **Dealer Sales Promotion**.

Consumer Sales Promotion :

This covers all the marketing activities which are undertaken **to educate or inform consumers** and stimulate demand. The **devices** used for this purpose are:

- a) Distribution of **free samples**,
- b) **Free demonstration** at retail shops,
- c) Premium offers in the form of **free gifts**, e.g. key chains, ball pens, plastic mugs etc.,
- d) **Issue of coupons** to be accepted as cash by retailers while selling the product,
- e) **Fashion shows** and parades.
- f) **Price reduction**,

- g) **Exhibition-cum-Sale** with discounts.

Dealer Sales Promotion :

The following **promotions devices** are used to encourage the dealers :

- a) **Free display** material to retailers,
- b) **Free window services,**
- c) **Free demonstration** and trial at retail shops,
- d) Trade deals offering **special trade discounts,**
- e) **Free deals** e.g. one package free on purchase of ten packages,
- f) A **special gift** for an order given to the dealer,
- g) **Training** to retailers' sales force,
- h) **Sales contests** for salesmen,
- i) **Advertising display allowances,**

Besides the above two, there is another kind of sales promotion known as **In-Store -Promotions.**

The principal types of **Sales Promotion devices** that reach the customers at buying centers such as retail stores include :

- 1) Temporary **price reduction,**
- 2) **Gift premium,**
- 3) **Demonstrations of products,**
- 4) **Display of new products,**

The primary advantage of **in-store-promotion** is that they reach the customer at the point when he/she is in **the process of making a purchasing decision,**

Evaluations : Once the Sales Promotion Policy requiring evaluation has been established, a **practical programme** for making it work must be instituted. This should consists of:

- a) Evaluation of **original plan.**
- b) Evaluation related to **promotion objectives,**
- c) **Staff visits** to the field
- d) **Sales force and Trade Survey**
- e) **Consumer Research,**
- f) **Sales meeting and Distributor/Wholesalers,**
- g) **Communication** between home, office and the field,
- h) **Examination** of competitive activity.

It may be noted that sales promotional programmes are **needed both for the consumer goods as well as industrial goods.**

News papers, magazines, cinema slides, exhibition, trade fairs, wayside hoarding and posters, and posters, banners, neon sign, show, windows, catalogues and informative diaries, direct mailing, Radio, TV, propaganda and demonstrations may also be used singly or in combination with one or more media.

PRODUCTION PLANNING & CONTROL

Production is an organised activity of converting raw materials into useful products and Production Planning and Control (PPC) is the planning and controlling these activities.

Almost all factories can perform a variety of jobs and turnout a number of products. Yet nothing happens, not one wheel turns, until you tell the factory what you want to do. You cannot tell the factory in general terms to make a bicycle or sewing machine or a radio. Minute & specific directions are to be provided. Production Planning & Control (PPC), the factory's nervous system, gets the job of sending a continuous stream of directions to all parts of the factory if it is to perform the many operations required to make parts and produce finished articles of the kind when you want them. Somewhere someone has to think out what, where, how and when of each job and once the thinking is over, someone has to see that the plans and decisions are put into effect.

PPC department receives sales orders, converts them to production orders and feeds them to the plant at a rate and in a sequence that enables the plant to produce the expected goods with a minimum disorder. Good PPC procedure means less work-in-process, decreased stock inventories and more rapid turnover which in turn results in less capital tied up in idle material and greater earnings of the money. Principle of PPC lies in the statement first plan your work then work your plan. To achieve these aims the functions of PPC have been divided into following categories:

- I. Planning : (1) Pre-planning
 - (a) Forecasting
 - (b) Product Design
 - (c) Jig & Tool Design
 - (d) Machine selection
 - (e) Estimating

- (2) Routing
 - (a) Material Specification
 - (b) Sequence of Operations
 - (c) Quality Standards
 - (d) Operation Time Allowances.
- (3) Scheduling: Assignments of due dates and machine loading
- (4) Dispatching – of orders and assignment of jobs to men and machines and issuance of instructions.

- II. Control: (5) Follow up : of the progress of job.
(6) Inspection : of tools gauges & jobs.

To keep in touch with the progress of the work and follow up for implementing the production planned, six important control functions are:

- i) Control of Activities – release of mfrg. order etc.
- ii) Control Of Materials
- iii) Control of Services
- iv) Control of due dates
- v) Control of Quantity and Quality
- vi) Control of Progress.

Production Planning & Control can be defined as the process of planning the production in advance, setting the exact route of each item, fixing the starting and finishing dates for each item, to give production orders and lastly to follow up the progress of the products according to production orders.

PPC aims to increase the productive efficiency of a factory in terms of QUANTITY, TIME, QUALITY & PRICE.

**A PROJECT PROFILE FOR MANUFACTURE OF
TOMATO PRODUCT**

PRODUCT CODE	:	202402002
QUALITY STANDARD	:	As per Fruit Product Order (FPO)1955 & PFA , 1954. Relevant ISI Specification are : Tomato Juice- IS 3881 : 1966 Tomato Ketchup- IS 3882 : 1966 Tomato puree- IS 3883: 1966
PRODUCTION CAPACITY	:	
QUANTITY(Per Annum)	:	Tomato juice : 24,000 Kg Tomato puree : 24,000 Kg Tomato Ketchup :60,000Kg.
VALUE	:	Rs. 48,72,000/-

MONTH AND YEAR OF PREPARATION:

PREPARED BY

:

I. Introduction:

Tomato, though botanically a fruit for the purpose of trade, is generally considered a vegetable because of the way in which it is consumed. Tomatoes are widely grown in all parts of the world. However, the yield per hectare is highest (245 ton/hect.) in Netherlands. The world average yield of tomato is 23 tonnes per hectare. Indian average yield of tomato is 9.6 tonnes per hectare.

Tomato products such as puree, juice , ketchup are commonly used commodities in households , hotel and restaurants. These items act as taste enhancers for different foods and snacks. Tomato puree is used directly in place of fresh tomato in cooking. Ketchup is a sweeter and diluted version of puree(Pulp) .whereas tomato sauce tastes sweet and sour. Both sauce and ketchup are consumed with food and snacks. Tomato is a valuable raw material used for processed products such as tomato juice, tomato puree, tomato paste, tomato ketchup/sauce, canned whole , etc. The recent scientific advances have revolutionised tomato processing industries.

This project profile has been prepared for tomato juice, and tomato ketchup & Tomato puree.

II. Market Potential & Scope:

Due to improving standard of living in the cities and the rapid urbanization taking place in the rural areas , consumption of these products is widely expected to go up steadily. At present the market of ketchup / puree , specially in the urban areas, is dominated by brands likes MAGGI & KISSAN. Some medium & Small companies are also engaged in its production . Estimated production of Sauce / Ketchup etc. in North India was around 4000MT in 1995. The estimated demand for the products for the same period was 10000 MT which is expected to grow up to 12000 MT by 2005 AD . Thus presence of a demand supply gap of 6000 MT can be observed which may reach a figure of 8000 MT in 2005 AD. Thus there is ample scope for a unit to come up in this product sector to cater especially to the semi urban and rural sectors of north India. Tomato processing in India is still not very significant. Recently,

there was a steady rise in production due to the entry of multinationals with better market infrastructure and sales promotion.

With high fluctuation in market prices of fresh tomatoes in the urban market, there are good prospects for tomato juice, puree in place of fresh tomatoes in household sector. Besides the boom in the food service sector including fast food chain, has widened the demand potential for tomato ketchup soups.

Experiments have shown that advertisement and publicity have influenced the pattern of consumption of tomato products.

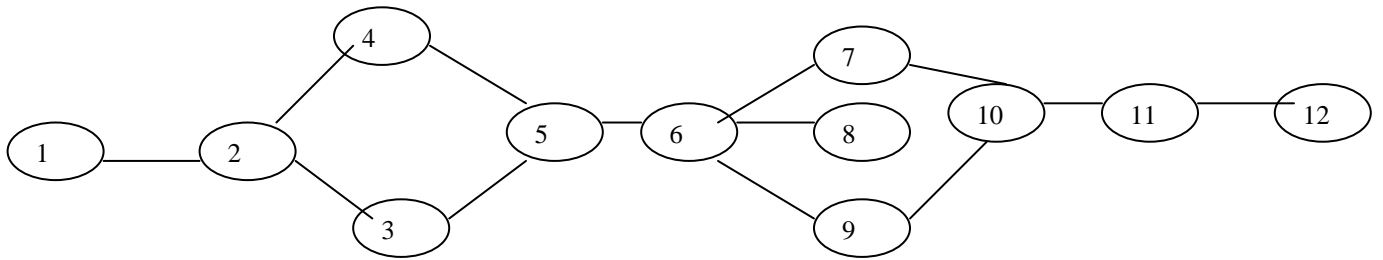
Besides, tomato products have good export potential especially in the Middle East.

III. Basis & Presumption:

1. The Project Profile has been prepared on the basis of Single Shift of 8-hrs. a day and 25-working days in a month at 75% efficiency.
2. It is presumed that Ist year, the capacity utilization will be 70% followed by 85% in the next year and 100% in the subsequent year.
3. Depreciation on machinery & equipments has been taken @ 10% minimum . Depreciation on office furniture has been taken @ 20 % per annum.
4. The rates quoted in respect of salaries and wages for skilled worker and others are on the basis of minimum rates in the State of U.P.
5. Interest rate for the fixed and working capital has been taken @ 14% on an average whether financed by the Bankers or Financial Institutional.
6. The margin money required is minimum (30% of the total capital investment).
7. The rental value for the accomodation of office , workshop and other covered area has been taken @ Rs. 20/- per Sq. mtr .
8. The rate quoted in respect of machinery, equipment and raw materials are those prevailing at the time of preparation of the Project Profile and are likely to vary from place to place and suppliers to suppliers. When a tailor made project profile is prepared, necessary changes are to be made.
9. The pay back period may be 5-years after the initial gestation period.
10. The gestation period in implementation of the project may be to the tune of 6 to 9 months which includes making all arrangements, completion of all formalities, market surveys and tie-ups etc. Once all the above arrangements are made and quality/standards achieved the 100% project capacity may be achieved at the end of three years. However, a detailed PERT/CPM/chart with implementation period has been given in the report.
11. To run the unit the balance period of the year, other fruits products such as squashes and juices can be prepared with addition of a few machinery and equipments.

IV. Implementation Schedule:

The implementation of the project includes various jobs/exercises such as procurement of technical know how, transfer of technology, market surveys and tie-ups, preparation of project report, selection of site, registration, financing of project, procurement of machinery and raw materials etc., recruitment of staff, erection/ commissioning of machines, trial production and commercial production etc. In order to efficiently and successfully implement the project in the shortest period the slack period is curtailed to minimum possible and as far as possible simultaneous exercises are carried out. In view of above a CPM-PERT Chart has been illustrated below, According to which a minimum period of 227 days is involved in finally starting the project on commercial basis. By following this process a time period of 82 days can be saved.



Details of Activities

C.P.M.

Activity	Days	Activity	Days	Particulars of activity
1-2	15	1-2	15	Procurement of Tech. know how/ transfer of technology.
3-4	15	3-4	15	Market survey, tie up and obtaining quotations.
4-5	7	2-3	7	Selection of site.
5-6	70	4-5	7	Preparation of Project report
6-7	45	5-6	70	Registration and financing.
7-10	30	6-7	45	Placement of orders for machinery and receipt of machines.
10-11	30	6-8	30	Recruitment of staff and training
11-12	15	6-9	30	Addition/Alteration in rental premises
		8-10	15	Procurement of raw material/ Bought out components
		7-10	30	Erection, Electrification and Commissioning
		10-11	30	Trial Production
		11-12	15	Commercial Production
			227 days	309 days

V. Technical Aspect

a. Manufacturing Process:

Process outline:

Special varieties of tomatoes like scarlet globe, early red bonny best, pondrosa, seoux, pasaruby, marglobe, etc. are suitable for preparation of processed products of tomato.

Tomato Juice:

Fully ripe with well developed colour tomatoes are washed, trimmed, steamed, crushed in a crusher or cut into pieces with knives. The crushed pieces are heated in the steam jacketed kettle till they become quite soft. The heated tomatoes are passed through the pulping machine using a fine mesh sieve to separate juice from seeds and the skin. Add sugar and salt @ 1% heat to 85-90 C. The hot juice is filled in bottles, sealed immediately and processed in boiling water for about 30 minutes and cooled.

Tomato Puree:

The juice obtained as above is concentrated under vacuum to about 9% to 12% total solids so as to get tomato puree. The product is filled in bottles, crown corked and processed in boiling water for 30 min. and cooled.

Tomato Ketchup:

The juice obtained as above is concentrate with spices, salt, sugar, etc. The spices are put loosely in a muslin bag and placed in boiling water with cloves, cardamom, pepper, cinnamon and other ingredients to be added are sugar, salt and vinegar or acetic acid.

Generally concentration is done three-fold. It is concentrated to 28 to 30% solids of which 12% are tomato solids. The final product could be preserved by addition of sodium benzoate @ 750 ppm. The tomato ketchup is filled hot into clean, dry bottles, crown corked and processed in boiling water for 30 minutes and cooled as precautionary measure.

b. Quality Control & Standards:

Manufacture of processed fruits and vegetables is controlled by the Fruit Product Order (FPO) 1955 of the Govt. of India. The Fruit Product Order 195 is mandatory for Tomato products. The tomato products should conform to specifications laid down in FPO.

The FPO specification is as:

Tomato juice 5% total solids.

Tomato Puree 9% total solids SOD. BENZOATE :250 ppm

Tomato ketchup 25% total solids. ACIDITY:1.0% SOD. BENZOATE :750 ppm

The Bureau of Indian Standards has laid down the following specifications for tomato products:

Tomato juice IS 3881-1966.

Tomato ketchup IS 3882-1966.

Tomato Puree IS 3883-1966.

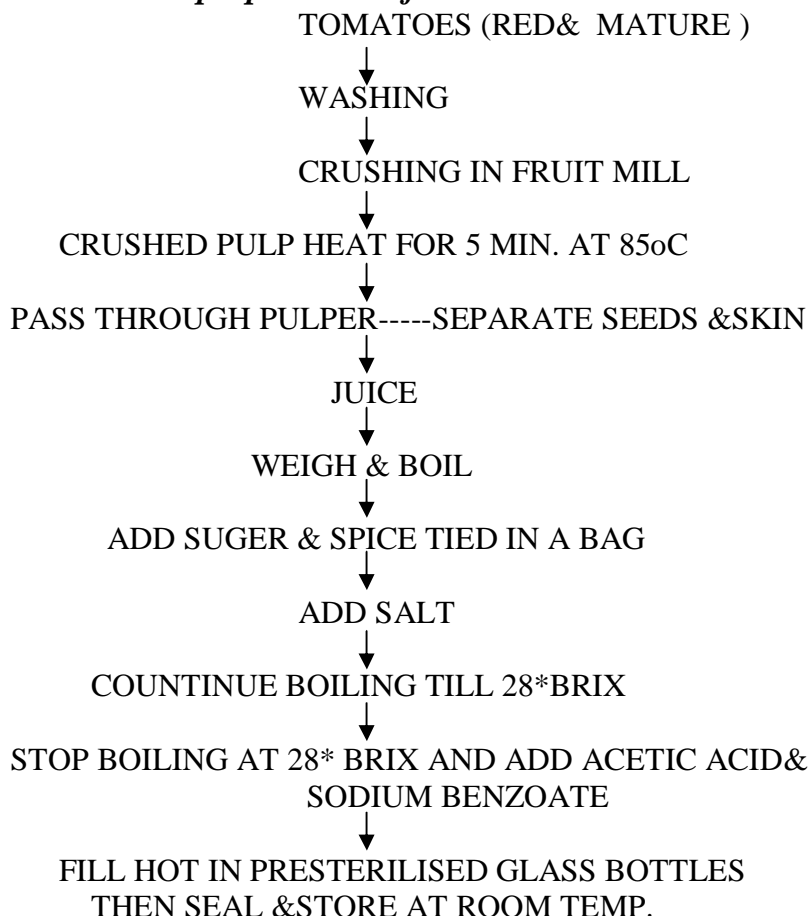
The ISO 9000 series, IS 14000 series of European Norm series standards promises a team work which may guide the entrepreneurs towards fulfilment of a commitment for quality of products.

c. Pollution Control:

There is no major pollution problem associated with the project. However, material waste (skin, seeds, etc.) are the main effluents. The provision of such treatment

has been made in the profile. The entrepreneurs may however, contact the concerned State Pollution Control Board for detailed guidance in the matter. Minimum height of shed will be maintained with exhaust fans should be installed for removing decongestion proper ventilation, removal of cokes fumes etc.

d. Process Flow Chart For the preparation of TOMATO SOUCE/ KETCHUP



RECIPE: FOR FINAL PRODUCT

		KETCHUP	SAUCE
TOMATO JUICE (HOT)	:2.5 Kg.	:10 Kg	:10 Kg.
ONION (CHOPPED)	:20 Gm.	:118 Gm.	:100 Gm.
GARLIC(CHOPPED)	:2 Gm.	:10 Gm.	:10 Gm.
CLOVE(DEVOID OF HEAT)	:1 Gm.	:5 Gm.	:4 Gm.
SMALL CARDAMOM	:1 Gm.	:2 Gm.	:1 Gm.
BLACK PEPPER	:1Gm.	:2 Gm.	:1 Gm.
CUMIN	:1 Gm.	:2 Gm.	:1 Gm.
MACE	:1 Gm.	:1 Gm.	:1 Gm.
CINNAMOM	:1 Gm.	:5 Gm.	:4 Gm.
SUGAR	:200 Gm.	:583 Gm.	:748 Gm.
SALT	:20 Gm.	:92 Gm	:110 Gm..
RED CHILLI POWER	:2 Gm.	:2 Gm.	:5 Gm.
GLACIAL ACETIC ACID	:4 ml.	:23 ml	:20 ml.
SODIUM BENZOATE	: 0.85 Gm.	:3.7 Gm.	:4.29 Gm.
FINAL BATCH WEIGHT	:1 Kg.	:4.2 Kg.	:4.85 Kg.

e. Production (Target & Value):

Tomato juice	:24,000 Kg.
Tomato puree	:24,000 Kg.
Tomato Ketchup	:60,000 Kg.
VALUE	:Rs. 48,72,000/-

f. Power Requirement :15K. W.

g. Water : 10,000 Ltrs./Day

h. Energy Conservation:

The following steps may be taken for the conservation of energy.

1. Machinery & Equipment's parts, which are revolving and reciprocating should be properly, lubricated from time to time with suitable lubricant oil.
2. Lay out of the unit should be in such a way in that no back tracking of material is there.
3. All electric switches may be kept off, when not required.
4. The entire transmission belt will be tightened before starting the work is wherever applicable.
5. Fluorescent tube with electronic Chokes may be used for energy saving. Further recently developed compact fluorescent tubes called (CFT) of 10,15, watts Philips/Glaux made may be used for energy saving and decoration. These self ballasted fluorescent lamps are high efficiency replacements for ordinary bulbs. For same light output, CFLEBs consume about one-fifth the power consumed by ordinary bulbs, thereby saving a lot of energy. The savings get further multiplied when CLEBs are used in air conditioned areas, since the saving of energy by using CLEBs also corresponds to less heat dissipation reducing load on air conditioners. The life of CFLEBs is about 8000/10000 hours i.e. about 10 times that of ordinary bulb.

The typical payback period in terms of savings of energy bills and cost of ordinary lamps is about 6 months operation. Unlike ordinary bulbs, these CFLEBs provide choice of three colours designated A, B & C, to suit individual requirements.

Electronic Ballast, with protection against high voltage spikes, along with high quality CFLs make these composite CFLEBs (or self ballasted CFLs) Slim, lightweight, efficient and reliable units.

6. As far as possible Solar Energy and day light will be used keeping all the other lights off.
7. As far as possible inductive load of motor will be reduced and high power factor will be used with the aid of capacitors of appropriate sizes.

VI. Financial Aspects:

(A) Fixed Capital:

1. Land and Building (own) :

Land and Building (rented)	
On Rent @ Rs.20/-Sq. meter	
Covered Area 150 Sq. meter	3,000/-

2. Machinery and equipment:

S.No.	Description	HP/KW	Ind/Imp.	Qty.	Value (Rs)
<u>Production Unit</u>					
	<u>Name of machine with specification</u>				
1.	Steam boiler	150 kg/hr.		1	1,20,000
2.	Washing machine (Rotary rod Washer equipped with spray				

	arrangement, collection tank, etc.) with 10 HP motor	1	90,000
3.	S.S. tilting type steam jackett- ed kettle of cap. 100 gallons	1	60,000
4.	Vacumm S.S. tilting type steam jackett- ed kettle of cap. 100 gallons	1	70,000
5.	Pulper cap.1/2 ton per hr. with 3 HP motor	1	40,000
6.	Exhaust and processing tank	1	25,000
7.	Pasteuriser tank (500 lit. cap.)	1	15,000
8.	Bottle washing machine with two heads complete with ¼ HP motor	1	15,000
9.	Vacuum filling machine (cap. 10 to 15 bottles/minute)	1	18,000
10.	Water storage tank cap.500 lit. (HDPE)	4	2000
11.	Misc.equipt. such as buckets, cutting and peeling knives, kits, tools,etc.	L.S.	10,000
12.	Weighing balance 500 gm to 5 kg cap.	1	5,000
13.	Crown cork machine	1	3,000
14.	Weighing Scales Platform type	1	16,000
15.	Working Tables Al Top	4	32,000
16.	Laboratory equipt.(brix meter, etc.)	1 set	20,000
17.	Pollution Control Equip.	L.S	60,000
18.	Office furniture and fixtures		10,000
19.	Electrification & installation charges @ 10%		<u>40,000</u>

Total Cost of Machinery & Equipments

6,47,000/-

3. Pre-Operative Expenses:

20,000/-

Total Fixed Capital (1+2+3)

6,70,000/-

(B) Working Capital (Per month)

(1) Staff and Labour (per month):

S.No.	Description	No.	Salary	Total Value (Rs.)
(a)	Administrative & Supervisory			
i)	Production Manager	one	6000/-	6,000/-
ii)	storekeeper	one	4000/-	4,000/-
iii)	Accountant	one	3000/-	3,000/-
iv)	Salesman	three	3000/-	9,000/-
v)	Peon/watchman	one	2000/-	2,000/-
vi)	Sweeper	one	1500/-	1,500/-

(b) Technical Skilled & Unskilled				
i)	Food Technologist	one	5000/-	5,000/-
ii)	Supervisor	one	4000/-	4,000/-
iii)	Foreman / Mechanic	one	3000/-	3,000/-
iv)	Skilled Worker/Boiler man	three	3000/-	9,000/-
v)	Helper	three	1200/-	3,600/-
TOTAL				50,100/-
Perquisites @ 15 %				7,515/-
Total				57,615/-
Say				57,600/-

(2) Raw Material (per month):

S.No.	Description with specification	Qty.	Rate	Value (Rs.)
	Tomatoes	25000 kg	Rs.4/kg	1,00,000
	Sugar	1000 kg	Rs.15/kg	15,000
	Common salt	500 kg	Rs.5/kg	2,500
	Spices,garlic, ginger,etc.	L.S.		10,000
	Colour	L.S.		1,000
	Sodium benzoate	10kg	Rs.150/-	1,500
	Glass bottle (1 kg.capacity)	6000	Rs.5/-	30,000
	Glass bottle (500 gm cap.)	6000	Rs.4/-	24,000
	Crown caps	12000	Rs.0.25	3,000
	Plastic caps	12000	Rs 0.50	6,000
	Label straps	12000	Rs 0.50	6,000
	Corrugated box	1200	Rs.6/-	7,200
	Breakage of bottles,caps,etc.	L.S.		2,000
	Cleaning powder	L.S.		2,000
	Miscellaneous			<u>20,000</u>
				2,30,200/-

(3) Utilities (per month):

Power			
Total connected load including light assuming 8 Hours operation KWH			15 KW
Consumption per hour @ 2.75	8x15x25x2.75		8,250
Water	L.S.		5,00
Boiler fuel			<u>3,000</u>
			11,750/-

(4) Other Expenditure (per month):

1.	Postage & Stationary	2,000/-
2.	Advertisement	10,000/-
3.	Telephone	1,000/-
4.	Repair & Maintenance	2,000/-
5.	Transportation	10,000/-

6.	Consumable	2,000/-
7.	Sales expenses	4,000/-
8.	Insurance	2,000/-
9.	Misc. Expenses	<u>2,500/-</u>
	Total:	35,500/-

Total Recurring Expenditure (per month):

1) Salary & Wages	57,600/-
2) Raw Material	2,30,200/-
3) Utilities	11,750/-
4) Other Contingent Expenses	35,500/-

Total: **3,35,050/-**

Working Capital for three months: **10,05,150/-**

Total Capital Investment:

Fixed capital:	6,70,000/-
Working capital for 3 months:	10,05,150/-

Total: **16,75,150/-**

VII. MACHINERY UTILIZATION:

In this process of tomato products, the bottle neck operation is preparation of tomato juice. Efforts should be so made that all machinery and equipments are properly serviced at regular interests for maximum utilisation of machines as the process involves some manual operation also. It is expected that during first year machine utilization will be 70% and during second year 85% and 100% in subsequent years.

VIII. FINANCIAL ANALYSIS:

1. Cost of Production (per annum):

Total Recurring Cost per year	40,20,600/-
Depreciation on Machinery & Equipment @ 10%	60,000/-
Depreciation on Office Equipments & furniture @ 20%	2,000/-
Interest on Total Capital Investment @ 14 %	<u>2,34,521/-</u>

Total: **43,17,121/-**

2. Turn Over(per annum):

Assuming 50% product of tomato juice from the raw tomato, the juice produced 12,500 kg. out of which 2000 kg. juice is sold in the form of tomato juice and 2500 Kg. tomato juice to form 2000 Kg. of tomato puree rest 8000 kg. juice is again boiled and processed to produce 5000 kg. tomato ketchup.

<u>Item</u>	<u>Bottle cap.</u>	<u>Per month</u>	<u>Per annum</u>	<u>Rate</u>	<u>Value</u>
Tomato juice	1 kg	1000	12000	30/-	3,60,000/-
-do-	500 gm	2000	24000	17/-	4,08,000/-
Tomato puree	1 kg	1000	12000	38/-	4,56,000/-
-do-	500 gm	2000	24000	22/-	5,28,000/-
Tomato Ketchup	1 kg	2500	30000	48/-	14,40,000/-
-do-	500 gm	5000	60000	28/-	<u>16,80,000/-</u>
					48,72,000/-

*So Net Sales Realization(turn over)
per Year :*

3. *Net Profit per annum before Income Tax :*
(Sales- cost of production) 48,72,000/-
5,54,879/-

4. *Net Profit Ratio:*
$$= \frac{\text{Net profit} \times 100}{\text{Turn over}}$$

$$= \frac{5,54,879 \times 100}{48,72,000}$$

= 11.4%

5. *Rate of Return:*
$$= \frac{\text{Net profit} \times 100}{\text{Total investment}}$$

$$= \frac{5,54,879 \times 100}{16,75,150}$$

= 33.1%

XI. BREAK EVEN ANALYSIS:

(1) Fixed Cost (per annum)

(a) Total Depreciation (on m/c. & equipment, dies, tools, furniture):	62,000/-
(b) Rent:	36,000/-
(c) Interest on borrowing:(Total Investment):	2,34,521/-
(d) Insurance:	24,000/-
(e) 40% of salary:	2,76,480/-
(f) 40% other contingent exp. without insurance	<u>1,60,800/-</u>
Total:	7,93,801/-

(2). *Break Even Point (B.E.P)*
$$= \frac{\text{Fixed Cost} \times 100}{\text{Fixed cost} + \text{profit}}$$

$$= \frac{7,93,801 \times 100}{7,93,801 + 5,54,879}$$

= 58.8%

X. LIST OF MACHINERY & RAW MATERIAL SUPPLIERS:

1. M/s. B .Sen Berry & Co.,
65/11, New Rohtak Road, Karol Bagh, New Delhi-110 005.
2. M/s. Eastend Engineering Co.,
173/1, Gopal Lai Thakur Road, Calcutta- 700 035. Phones : 577-3416, 577-6324
3. M/s. Jyothy Industries,
No.31, Pampamahakavi Road, Bangalor-560 004. Phones : 6679697 (o) 6677852(R)
4. M/s. Hyderabad Tulaman Limited,
9-1-87, Sarojini Devi Road, Secunderabed-500 025. Tel: 7701369, Telex & Fax : 7702845.
5. M/s. Kalpana Boilers, 18, Kailash Park, Chirag Nager,
L.B. Shastri Marg, Chatkopar (W), Mumbai-36.
6. M/s. Urjex Industries, S-26, Indl . Estate, Partapur,
Meerut-250102(UP).
7. M/s. Energy Pack Boilers Pvt .Ltd., 5, "Prabhu Park" Purnima Co-Op. Hsg. Society,
Opp. Anand Balwadi, Race Course Circle, Baroda -390 007.
8. Aroras Box & Cartons Pvt Ltd.
39th K.M. , Delhi-Jaipur Road (N.H.No.8), Gurgaon-122 001(Haryana)
9. Jain Packaing Products
33, Sarai Pipal Thala, Behind Mangat Ram Dal Mill, Subzi Mandi ,Azadpur, Delhi-110033
10. Ambica Packers & Printers
2687, Kinari Bazar, Dariba Kalan, Delhi-110 006
11. Control Print (India) Ltd.
A-27, Swasthya Vihar, Vikas Marg, Delhi-110 092
12. Cowal Can Ltd., Industrial Area, Barotiwala, Dist.Solan, H.P.
13. Poysha Industries Corporation Ltd., Nehru House.,
4, Bahadur Shah Zafar Marg, New Delhi.
14. Tali Mohammed & Co., 114/45, Sarany St., Near M.J.Phule Market,
Mumbai-400003.

ADDRESSES OF RAW MATERIAL SUPPLIERS:

Local dealers.

**A PROJECT PROFILE FOR MANUFACTURE OF
PROTEIN RICH BISCUITS**

PRODUCT CODE	:	205801010(Biscuit)
QUALITY STANDARD	:	BIS standard for: Protein enriched Biscuits : IS:7487:1986 (First revision)
PRODUCTION CAPACITY	:	
QUANTITY	:	108 MT
VALUE	:	Rs. 84,24,000/-
MONTH AND YEAR OF PREPARATION:		
PREPARED BY	:	

I.Introduction:

Baking industry occupies an important position among Indian food processing industries with an annual turnover of about Rs. 3000 crores. The spurt in the production of bakery products could be attributed to their advantages over other processed foods. Bakery products are ready to eat, convenient to use and possess satisfactory nutritional quality. India is the second largest producer of biscuits after USA. The biscuit industry in India comprises of organized and un-organised sectors. Bread and Biscuits form the major baked foods accounting to over 80% of total bakery products produced in the country. The quantities of bread and biscuits produced are more or less same, however, value of biscuits is 112 times more than bread. The industry has traditionally been and largely continues to be in the unorganized sector contributing to over 70% of the total production. Bakery products once considered as sick man's diet, have now become an essential food item of vast majority of population. Though bakery industry in India has been in existence since long, real fillip came only in the later part of 20th century. The contributing factors were urbanization, resulting in increased demand for ready to eat profiles at reasonable costs etc. The main constituent of bakery products the refined wheat flour is deficient in lysine and soybean are deficient in sulphur containing amino acids. Thus a combination of these two as ingredients in biscuits/ bakery products is a desirable step for not only increasing the protein content, but also for supply of balanced amino acid pattern. The Indian bakery industry can, therefore, explore this aspect for better food value and product quality. The use of soy flours and soy products in bakery products not only improve nutritional quality of bakery product, but also increases profit margins of an entrepreneur due to improved product quality.

II. Market Potential:

The per capita consumption of bakery products is about 2.5 Kg. Per year as compared to 150 Kg. In other developed countries, indicating greater potential for the industry as compared to the present situation. The bakery units are unevenly spread among states. It is mainly concentrated in the states of Maharashtra, West Bengal, Andhra Pradesh, Karnataka and Uttar Pradesh. Industrially advanced states like Maharashtra and West Bengal have very large number of bakery units. The per capita consumption is very high in industrialized states like Maharashtra and West Bengal. The Biscuits are becoming quite popular in rural areas. Nearly 55% of biscuits is consumed by rural sector. The higher consumption of biscuits in rural area could be attributed to its position as a snack, longer shelf life and better taste which is liked by different cross sections of population. There is no marketing problem as every shop is a market for biscuits.

III. Scope:

Bakery products still remain at cheapest of the processed ready to eat products in the country. The production of Bakery products has increased from 5.19 lakh tonnes in 1975 to 18.95 lakh tonnes in 1990 recording four-fold increase in 15 years. Among the bakery products biscuits occupies an important place as it contributes to over 33% of total products processed. Over 79% of the biscuits are produced by small scale sector consisting of both factory and non-factory units. The Growth rate for bakery products is estimated at an average of 9.8% per annum. The demand for bakery products will continue to increase in future years. The estimated growth rate of 9.8% is on the lower side considering the present potentiality of bakery products, particularly in rural areas, where about 80% of the population lives. The increased demand for these products has to be met by small scale sectors alone if the present policy of the Govt. continues. The future growth of bakery industry depends on capability of small scale bakery industry which has to rise to the occasion to meet the demands and requirements of the consumer. This could be achieved by modernization of bakery industry particularly that belonging to small and family scale units with respect to processing technology, ingredients, machinery etc. Hence use of soy is beneficial to users consumers for nutritional improvement and to entrepreneur for earning more profit. The protein content of biscuits varies from 7-8 percent and supplementation with 30 percent soyflour add to the protein content by 50 percent of original value. Encouraging trend in consumption of bakery products by population of lower and middle income groups indicates vast scope for consideration of nutritional enrichment of bakery products. Considering the 55% lower consumption by lower income groups, Protein Rich Biscuits can serve as means of providing additional nutrition at affordable cost.

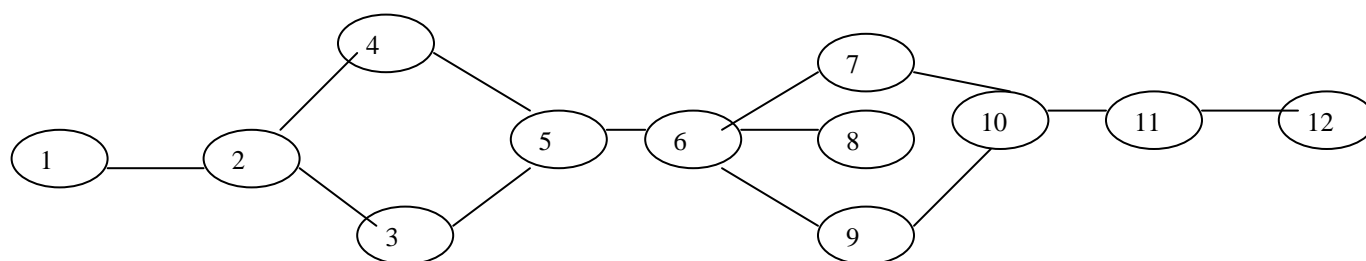
IV. Basis & Presumption:

1. The Project Profile has been prepared on the basis of Single Shift of 8-hrs. a day and 25-working days in a month at 75% efficiency.
2. It is presumed that 1st year, the capacity utilization will be 70% followed by 85% in the next year and 100% in the subsequent year.
3. The rates quoted in respect of salaries and wages for skilled worker and others are on the basis of minimum rates in the State of U.P.
4. Interest rate for the fixed and working capital has been taken @ 18% on an average whether financed by the Bankers or Financial Institutional.
5. The margin money required is minimum (30% of the total capital investment).
6. The rental value for the accommodation of office, workshop and other covered area has been taken @ Rs. 20/- per Sq.mtr.

7. The rate quoted in respect of machinery, equipment and raw materials are those prevailing at the time of preparation of the Project Profile and are likely to vary from place to place and suppliers to suppliers. When a tailor made project profile is prepared, necessary changes are to be made.
8. The pay back period may be 5-years after the initial gestation period.
9. The gestation period in implementation of the project may be to the tune of 6 to 9 months which includes making all arrangements, completion of all formalities, market surveys and tie-ups etc. Once all the above arrangements are made and quality/standards achieved the 100% project capacity may be achieved at the end of three years. However, a detailed PERT/CPM/chart with implementation period has been given in the report.

V. Implementation Schedule:

The implementation of the project includes various jobs/exercises such as procurement of technical know how, transfer of technology, market surveys and tie-ups, preparation of project report, selection of site, registration, financing of project, procurement of machinery and raw materials etc., recruitment of staff, erection/ commissioning of machines, trial production and commercial production etc. In order to efficiently and successfully implement the project in the shortest period the slack period is curtailed to minimum possible and as far as possible simultaneous exercises are carried out. In view of above a CPM-PERT Chart has been illustrated below, According to which a minimum period of 227 days is involved in finally starting the project on commercial basis. By following this process a time period of 82 days can be saved.



Details of Activities C.P.M.

Activity	Days	Activity	Days	Particulars of activity
1-2	15	1-2	15	Procurement of Tech. know how/ transfer of technology.
3-4	15	3-4	15	Market survey, tie up and obtaining quotations.
4-5	7	2-3	7	Selection of site.
5-6	70	4-5	7	Preparation of Project report
6-7	45	5-6	70	Registration and financing.
7-10	30	6-7	45	Placement of orders for machinery and receipt of machines.
10-11	30	6-8	30	Recruitment of staff and training
11-12	15	6-9	30	Addition/Alteration in rental premises
		8-10	15	Procurement of raw material/ Bought out components
		7-10	30	Erection, Electrification and Commissioning

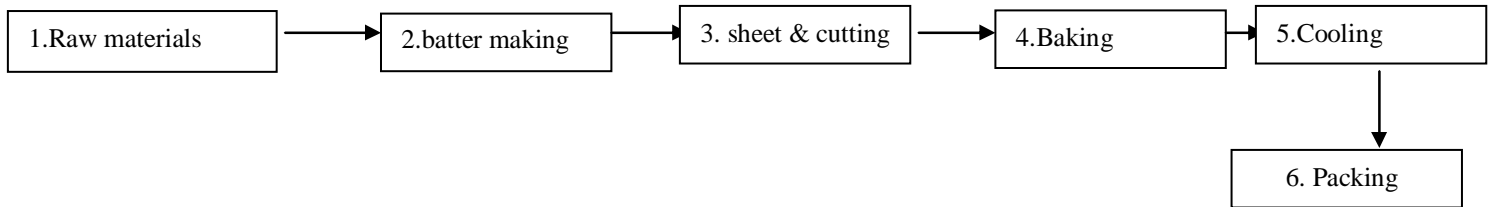
10-11	30	Trial Production
11-12	15	Commercial Production
227 days		309 days

VI. Technical Aspect

a. Manufacturing Process:

The protein rich biscuits can be manufactured after obtaining Raw Materials like maida , starch, soda , salt, color , soy flour, preservatives, vanaspati ,sugar, flavours etc. which is easily available in local market. The calculated amount of maida ,soy flour , starch ,vanaspathy ,water etc. are mixed and properly kneaded to the desired consistency. The dough is then rolled , Baked ,Cooled and packed in pouches.

b. Process Flow Chart:



c. Quality Control & Standards:

The relevant Bureau of Indian Standards Specification for Protein enriched Biscuits (first revision) : **IS:7487:1986**. The specification for Biscuits (third revision) (with Amendment No.1) is 1011:1992. The details of specification can be obtained from the Bureau of Indian Standards, Manak Bhawan , 9, Bahadur Shah Zafar Marg , New Delhi-110 002.

d. Production (Target & Value):

1. Production of Creamed Wafer Biscuits : 108 MT
2. Value of Creamed Wafer Biscuits : Rs. 84,24,000/-

e. Power Requirement: :50K.W.

f. Energy Conservation:

The following steps may be taken for the conservation of energy.

1. Machinery & Equipment's parts, which are revolving and reciprocating should be properly, lubricated from time to time with suitable lubricant oil.
2. Lay out of the unit should be in such a way in that no back tracking of material is there.
3. All electric switches may be kept off, when not required.
4. The entire transmission belt will be tightened before starting the work is wherever applicable.
5. Fluorescent tube with electronic Chokes may be used for energy saving. Further recently developed compact fluorescent tubes called (CFT) of 10,15, watts Philips/Glaux made may be used for energy saving and decoration. These self ballasted fluorescent lamps are high efficiency replacements for ordinary bulbs. For same light output, CFLEBs consume about one-fifth the power consumed by ordinary bulbs, thereby saving a lot of energy. The savings get further multiplied when CLEBs are used in air conditioned areas, since the saving of energy by using CLEBs also corresponds to less heat dissipation reducing load on air conditioners. The life of CFLEBs is about 8000/10000 hours i.e. about 10 times that of ordinary bulb.

The typical payback period in terms of savings of energy bills and cost of ordinary lamps is about 6 months operation. Unlike ordinary bulbs, these CFLEBs provide choice of three colours designated A, B & C, to suit individual requirements.

Electronic Ballast, with protection against high voltage spikes, along with high quality CFLs make these composite CFLEBs (or self ballasted CFLs) Slim, lightweight, efficient and reliable units.

6. As far as possible Solar Energy and day light will be used keeping all the other lights off.
7. As far as possible inductive load of motor will be reduced and high power factor will be used with the aid of capacitors of appropriate sizes.
8. It is desirable for an oven to have a higher production capacity , a short come-up-time, a higher reliability and energy efficiency (with least thermal radiation) and less maintenance requirement.

g. Pollution Control:

1. This industry may be involves pollution to some extent for which State Pollution Control Board has to be approached.
2. Minimum height of shed will be maintained with exhaust fans should be installed for removing decongestion proper ventilation, removal of cokes fumes etc.

VII. Financial Aspects:

(A) Fixed Capital:

1. Land and Building :

Land and Building (rented)
 On Rent @ Rs.20/-Sq. meter
 Covered Area 500 Sq. meter **10,000/-**

2. Machinery and equipment:

S.No.	Description	HP/KW	Ind/Imp.	Qty.	Value (Rs)
<u>Production Unit</u>					
Name of machine with specification					
1.	Automatic continuous Roller cutting machine with Oven size 48” fitted with two heavy duty reduction gearbox ,automatic wastage returning system with Elec. Motors with starters complete machinery			one	9,50,000/-
2.	Flour Shifter automatic screw type vibrator system With automatic lifting system with motor & starters			one	60,000/-
3.	Suger Grinding Machine (30-50 Kg./Hrs. , 2KW)			one	35,000/-
4.	Roll Sheeter size 24” fitted with reduction gear box Variable speed, with motor & starters			one	2,30,000/-
	Double action horizontal mixing machine cap. 300 Kg. Per batch , automatic tilting with elec. Motor and starters			one	1,60,000/-
5.	Cooling conveyer size 24” working length 100’ total length35’ with motor & starters			one	2,50,000/-

6.	Oil spraying machine for salted biscuit belt size 24” With elec. Motor & starters	one	65,000/-
7.	Turn table working between oven and conveyer Fitted with motor and starters	one	1,20,000/-
8.	Extra Brass roller for rotary cutting machine & Roller cutting machine	one	10,000/-
10.	Syrup Machine with one motor & starters SS	one	85,000/-
11.	Biscuit Grinder with motor 5 HP starters	one	25,000/-
12.	Working table with S.S./Aluminium top	two	5,000/-
13.	Weighing Balance platform type	one	5,000/-
14.	Aluminium vessels, Mats, cups, Mugs, ladle, spoons, gloves, etc. and misc. equipt.	-	10,000/-
15.	Electrification & Installation Charges @ 10%	-	2,00,000/-
16.	Cost of Office Equipment and other production equipment etc.	-	40,000/-

Total Cost of Machinery & Equipments

22,50,000/-

3. Pre-Operative Expenses:

20,000/-

Total Fixed Capital (1+2+3)

22,70,000/-

(B) Working Capital (Per month)

(1) Staff and Labour (per month):

S.No.	Description	No.	Salary	Total Value (Rs.)
(a) Administrative & Supervisory				
i)	Production Manager	one	5000/-	5,000/-
ii)	Supervisor/storekeeper	one	4000/-	4,000/-
iii)	Accountant	one	3000/-	3,000/-
iv)	Salesman	three	3000/-	9,000/-
v)	Peon/watchman	one	2000/-	2,000/-
vi)	Sweeper	one	1500/-	1,500/-
(b) Technical Skilled & Unskilled				
i)	Skilled Worker	three	3000/-	9,000/-
ii)	Semi Skilled Worker	two	2500/-	5,000/-
iii)	Helper	four	1500/-	6,000/-
TOTAL				44,500/-
Perquisites @ 15 %				6,675/-
Total				51,175/-

(2) Raw Material (per month):

S.No.	Description with specification	Qty.	Rate	Value (Rs.)
i)	Wheat Floor (Maida)	6000Kg.	7/-per Kg.	42,000/-
ii)	Maiza starch,vegetable fat ,salt, soy flour, soda, colours, preservatives etc.	3000Kg.	-	2,43,000/-
iii)	packaging material	-	-	1,25,000/-
				4,10,000/-

(3) Utilities (per month):

Electricity	10,000/-
Water	<u>2,000/-</u>
	12,000/-

(4) Other Expenditure (per month)

1.	Postage & Stationary	500/-
2.	Advertisement	2,000/-
3.	Telephone	500/-
4.	Repair & Maintenance	500/-
5.	Transportation	1,000/-
6.	Consumable	1,000/-
7.	Sales expenses	3,000/-
8.	Insurance	500/-
9.	Misc. Expenses	<u>1,000/-</u>
	Total:	10,000/-

Total Recurring Expenditure (per month):

1) Salary & Wages	51,175/-
2) Raw Material	4,10,000/-
3) Utilities	12,000/-
4) Other Contingent Expenses	10,000/-

Total: 4,83,175/-

Working Capital for three months: 14,49,525/-

Total Capital Investment:

Fixed capital:	22,70,000/-
Working capital for 3 months:	14,49,525/-

Total: 37,19,525/-

VIII. MACHINERY UTILIZATION:

It is expected that during first year machine utilization will be 70% and during second year 85% and 100% in subsequent years.

IX. FINANCIAL ANALYSIS:

1. Cost of Production (per annum):

(a) Total Recurring Cost per year	57,98,100/-
(b) Depreciation on Machinery & Equipment @ 10%	2,00,000/-
(c) Depreciation on Office Equipments & furniture @ 20%	8,000/-
(d) Interest on Total Capital Investment @ 18%	6,69,515/-
Total:	66,75,615/-
Say	66,76,000/-

2. Turn Over(per annum):

Sales turnover per Month

S.No.	Description	Qty.(Kg.)	Rate(per Kg.)	Value (Rs.)
(i)	Biscuits Salty & Sweet	9000	120/-	10,80,000/-
	Less sales expenses@ 35%			3,78,000/-

Net Sales Realization(turn over)

per month:

7,02,000/-

So Net Sales Realization(turn over)

per Year :

84,24,000/-

3. Net Profit per annum before Income Tax : (Sales- cost of production)

17,48,000/-

4. Net Profit Ratio:

$$= \frac{\text{Net profit} \times 100}{\text{Turn over}}$$

$$= \frac{17,48,000 \times 100}{84,24,000}$$

$$= 20.7\%$$

5. Rate of Return:

$$= \frac{\text{Net profit} \times 100}{\text{Total investment}}$$

$$= \frac{17,48,000 \times 100}{37,19,525}$$

$$= 47\%$$

X. BREAK EVEN ANALYSIS:

(1) Fixed Cost (per annum)

(a) Total Depreciation (on m/c. & equipment, dies, tools, furniture):	2,00,000/-
(b) Rent:	1,20,000/-
(c) Interest on borrowing:(Total Investment):	6,69,515/-
(d) Insurance:	6,000/-
(e) 40% of salary:	2,45,640/-
(f) 40% of utilities:	57,600/-
(g) 40% of other contingent expenses: (Excluding rent & insurance)	48,000/-
Total:	13,46,755/-

(2). Break Even Point (B.E.P) = $\frac{\text{Fixed Cost} \times 100}{\text{Fixed cost} + \text{profit}}$

$$= \frac{13,46,755 \times 100}{13,46,755 + 17,48,000}$$

= 43.5%

XI. LIST OF MACHINERY & RAW MATERIAL SUPPLIERS:

1. Sembhi Engineers
4-5, New Colony , Opp. KMV College, Jalandhar-144 004
2. Reliance Engineering Works
K.No. 4065, Sec.46-D, Chandigarh-160 047
3. Authentic Designerr,s
C-112,Sector-10,Noida-201 301(U.P)
4. Ghaziabad Printing & Packing Industry (P) Ltd.
Opp. Ganesh Tent House, Near DPS,Meerut Road ,Ghaziabad
5. Aroras Box & Cartons Pvt Ltd.
39th K.M. , Delhi-Jaipur Road (N.H.No.8), Gurgaon-122 001(Haryana)
6. Jain Packaing Products
33,Sarai Pipal Thala, Behind Mangat Ram Dal Mill, Subzi Mandi ,Azadpur, Delhi-110033
7. United Packaging
19/21, Shakti Nagar ,Delhi-110 007
8. Rajat Electronics
1309,A-5. First Floor, Pan Mandi, Sadar Bazar,Delhi-6
9. R.D. Singal & Co.
A-81/2, Wazirpur Industrial Area, Delhi-110 052
10. Ambica Packers & Printers
2687,Kinari Bazar, Dariba Kalan, Delhi-110 006
11. Control Print (India) Ltd.
A-27, Swasthya Vihar, Vikas Marg, Delhi-110 092

ADDRESSES OF RAW MATERIAL SUPPLIERS:

Local dealers.

ISO 9001/14001/HACCP Certification Reimbursement Scheme

The Salient features of the Scheme:

- i. The Scheme envisages reimbursement of charges of acquiring ISO-9000/ISO-14001/HACCP certifications to the extent of 75% of the expenditure subject to a maximum of Rs. 75,000/- in each case.
- ii. The Micro & Small Scale enterprises (Manufacturing/ Service) having EM Part-II No. Acknowledgement are eligible to avail the Incentive Scheme – which can be obtained from DIC as per the MSMED Act, 2006. Applications received without EM Number will be rejected and Returned to the applicants.
- iii. The Scheme is applicable to those Micro & Small (Manufacturing/ Service) Enterprises who have already acquired ISO-9000/ISO-14001/ HACCP certification from NABCB registered Certifying Body.
- iv. **The Scheme provides one time reimbursement only to each unit** ; irrespective of the fact whether the concerned Micro & Small Enterprises has one or more than one Enterprises(s) within the same premises/ location or outside .
- v. The applicants are required to submit applications only with the Director of MSME-DI in the area where the units are located.
- vi. Applicants are required to enclose the Receipts and Invoice for payments made by them to the certifying bodies, consultants and other expenses also with other annexures.
- vii. Expenditure for the training will also be reimbursable only if they are by the consultants who are acceptable to this office for consultancy as listed below:
 - i. Consultants or consulting bodies registered with **NRBPT**
 - ii. TQM Division of Textiles Committee
 - iii. National Productivity Council (NPC)
 - iv. Consultancy Development Centre (CDC)
 - v. Small Industries Service Institute (Now MSME-DIs)
 - vi. CII/FICCI/ASSOCHAM
- viii. **The Scheme Contemplates norms of reimbursement as under:**
 - a. Payments made to Certification Agency (excluding travel & hotel expenses & Surveillance charges) = Full Amount
 - b. Payments made towards
 - (i) Consultancy
 - (ii) Training, and = Up to Rs. 30,000/-
 - (iii) Calibration (Rs. Thirty Thousand only)

The entitlement for reimbursement = 75% ((a) full Amount + (b)up to Rs.30,000/-)up to Rs. 75,000/-

Guidelines for filing Application Form, Formats of the Application, List of Certifying Bodies registered with NABCB & required documents together with "Check List" are available on the Website– www.msmediagra.gov.in OR www.dcmsme.gov.in. Those Micro & Small (Manufacturing/ Service) Enterprises who have Filed EM Part- II are required to submit their Application duly completed (with enclosures) addressed to the Director at the following address:

DIRECTOR
MSME-Development Institute
(Formerly Small Industries Service Institute),
34, Industrial Estate,
Nunhai, Agra - 208006, U. P., India
Phone No. - 0562-2280879
Tele/Fax No. - 0562-2280882
Email : dcdi-agra@dcmsme.gov.in,

For more information please visit www.msmediagra.gov.in or contact Sh. A. K. Gautam, Asstt. Director(ISO), MSME Development Institute, Agra