



প্রশিক্ষণ হ্যান্ডনোট
খামারীদের জন্য ব্যবসা পরিকল্পনা প্রণয়ন বিষয়ক প্রশিক্ষণ
(Business Plan Preparation for Farmers)



প্রাণিসম্পদ ও ডেইরি উন্নয়ন প্রকল্প (এলডিডিপি)
প্রাণিসম্পদ অধিদপ্তর
মৎস্য ও প্রাণিসম্পদ মন্ত্রণালয়

প্রশিক্ষণ হ্যান্ডনোট
খামারীদের জন্য ব্যবসা পরিকল্পনা প্রণয়ন বিষয়ক প্রশিক্ষণ

বিষয় সূচী :

| ক্র.নং | বিষয়বস্তু | পৃষ্ঠা |
|--------|---|--------|
| ১ | ব্যবসার ধারণা ও বৈশিষ্ট্য এবং ব্যবসা বাছাই: ✓ ব্যবসা মূল উদ্দেশ্য, ব্যবসায় প্রকারভেদ ✓ ব্যবসায়ের বৈশিষ্ট্য ✓ ব্যবসা বাছাই এর বিবেচ্য বিষয় ও ব্যবসা নির্বাচন | ৩ |
| ২ | ব্যবসা চক্র, চাহিদা ও যোগান: ✓ ব্যবসা চক্রের ধাপ সমূহ ✓ ব্যবসায় চাহিদা ও যোগান ✓ ব্যবসায় চাহিদা, যোগান ও মূল্যের সম্পর্ক | ৫ |
| ৩ | ব্যবসা পরিকল্পনা ও ব্যবসা পরিকল্পনার উপাদানসমূহ: ✓ ব্যবসা পরিকল্পনা তৈরির প্রয়োজনীয়তা ✓ ব্যবসায়িক পরিকল্পনার উপাদান ✓ ব্যবসায় বিপণন ও উৎপাদন পরিকল্পনা ✓ ব্যবসায় সাংগঠনিক ও ব্যবস্থাপনা পরিকল্পনা ✓ ব্যবসায় আর্থিক পরিকল্পনা ✓ ব্যবসায় ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা | ৭ |
| ৪ | ব্যবসায় পণ্যের খরচ ও মূল্য নির্ধারণ এবং পণ্যের জীবন চক্র: ✓ পণ্যের খরচ নির্ধারণ ও মূল্য নির্ধারণের ক্ষেত্রে বিবেচ্য বিষয় ✓ সঠিক মূল্য নির্ধারণ পদ্ধতি ✓ পণ্যের জীবন চক্র ও পণ্যের জীবন-চক্রের পর্যায়সমূহ | ১৪ |
| ৫ | ব্যবসায় ঋণ প্রাপ্তি ও ব্যবসার পরিচালনায় আইনগত বিষয়াদি: ✓ ব্যবসায়ে ক্ষুদ্র ঋণ ও ঋণ প্রাপ্তির উৎস ✓ ব্যবসায় আর্থিক প্রবেশাধীকার এর গুরুত্ব ✓ ঋণ গ্রহণে বিবেচ্য বিষয় ও ঋণ গ্রহণে প্রয়োজনীয় কাগজ পত্র ✓ ব্যবসা পরিচালনার নিয়ম- ড্রেড লাইসেন্স, ভ্যাট, ট্যাক্স, টিআইএন | ১৬ |
| ৬ | ব্যবসায় যোগাযোগ ও তথ্য প্রযুক্তির ব্যবহার: ✓ নথিপত্রের প্রয়োজনীয়তা ✓ ব্যবসায় বা সংগঠন এর জন্য বিভিন্ন ধরনের নথিপত্র সংরক্ষণ ও তার ব্যবহার ✓ ব্যবসায় আর্থিক লেনদেনের জন্য অত্যাাবশ্যকীয় কাগজপত্র | ১৮ |
| ৭ | ব্যবসায় নথিপত্র সংরক্ষণ ও ব্যবস্থাপনা: ✓ ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব ও যোগাযোগের মাধ্যম ✓ ব্যবসায়িক যোগাযোগে বিবেচ্য বিষয়সমূহ ✓ যোগাযোগ ব্যহত হলে ব্যবসায় ক্ষতি ও যোগাযোগ বিভ্রাট কাঁটিয়ে উঠার উপায় ✓ ব্যবসায় তথ্য অনুসন্ধান পদ্ধতি ও তথ্য সংগ্রহের উৎসসমূহ ✓ ব্যবসায় ব্যবহৃত আইসিটি মাধ্যম | ২০ |
| ৮ | ব্যবসা পরিকল্পনা প্রণয়ন টেমপ্লেট পরিচিতি: ✓ বাজারজাতকরণ পরিকল্পনা টেমপ্লেট ✓ উৎপাদন পরিকল্পনা টেমপ্লেট ✓ সাংগঠনিক ও ব্যবস্থাপনা পরিকল্পনা টেমপ্লেট ✓ আর্থিক পরিকল্পনা টেমপ্লেট | ২২ |

বিষয়-১ : ব্যবসার ধারণা ও বৈশিষ্ট্য এবং ব্যবসা বাছাই

সাধারণত: ব্যবসা বলতে কোন পণ্য বা সেবা ক্রয়-বিক্রয় বা বিনিময়কে বুঝায়। সাধারণভাবে 'ব্যবসা হলো মুনাফা অর্জনের উদ্দেশ্যে কম মূল্যে পণ্য সামগ্রী ক্রয় করে বেশি মূল্যে বিক্রয় করাকে বুঝায়'। কিন্তু প্রকৃত অর্থে ব্যবসা শুধুমাত্র পণ্য ক্রয়-বিক্রয়ের মধ্যেই সীমাবদ্ধ নয়। অর্থ উপার্জনের উদ্দেশ্যে পণ্য ও সেবাসামগ্রী উৎপাদন ও তা প্রকৃত ভোগকারীর নিকট পৌঁছানো পর্যন্ত সকল কাজই ব্যবসা হিসাবে বিবেচিত হয়। এক কথায় বলা যায়, স্থায়িত্বের ভিত্তিতে মুনাফা অর্জনের জন্য বৈধ ভাবে কোনো কাজ করাই ব্যবসা।

একটি আদর্শ ব্যবসায় নিচের চারটি মূল উদ্দেশ্য থাকা উচিত-

- (ক) টিকে থাকা: ব্যবসাকে অবশ্যই টিকে থাকতে হবে, অন্যথায় এর অন্যান্য উদ্দেশ্য অর্জন ব্যহত হবে।
- (খ) সমৃদ্ধি: ব্যবসা কখনই একভাবে চলতে পারেনা। হয় এর প্রসার ঘটে নতুবা সংকুচিত হয়।
- (গ) মুনাফা করা: টিকে থেকে ভবিষ্যত সমৃদ্ধি অর্জন নিশ্চিত করতে হলে ব্যবসা থেকে অবশ্যই মুনাফা অর্জন করতে হবে।
- (ঘ) সামাজিক দায়িত্ব সম্পাদন: কর্মসংস্থানের সুযোগ সৃষ্টি, দেশের অর্থনীতিতে অবদান রাখা এবং নিরাপদ পরিবেশ তৈরীতে ব্যবসা ভূমিকা রাখে।

ব্যবসায় প্রকারভেদ:

সময়ের সাথে সাথে ব্যবসার ধরণ পরিবর্তিত হয়ে ভিন্ন ভিন্ন রূপ পরিগ্রহ করেছে। মালিকানার ভিত্তিতে ব্যবসায়ের ধরণসমূহ-

১. একমালিকানা ব্যবসা: এটি একজনমাত্র ব্যক্তির নিয়ন্ত্রণাধীন প্রতিষ্ঠিত, পরিচালিত ও নিয়ন্ত্রিত ব্যবসা প্রতিষ্ঠান।
২. অংশীদারি ব্যবসা: অংশীদারি ব্যবসায় সাধারণত দুই বা ততোধিক উদ্যোক্তা মুনাফা বন্টনের চুক্তিতে ব্যবসা সংগঠিত করে।
৩. কোম্পানী ব্যবসা: কোম্পানী সংগঠন বা যৌথ মূলধনী ব্যবসায় আইনের মাধ্যমে কতিপয় ব্যক্তির দ্বারা সীমিত দায়ের ভিত্তিতে গঠিত হয়।
৪. সমবায় সমিতি: সম্মিলিত উদ্যোগ বা প্রচেষ্টায় যে ব্যবসা সংগঠন গঠিত হয় তাকে সমবায় সমিতি বলে।
৫. রাষ্ট্রীয় ব্যবসা: এই ব্যবসা মূলত রাষ্ট্র বা সরকার কর্তৃক গঠিত, পরিচালিত ও নিয়ন্ত্রিত ব্যবসা।

ব্যবসায়ের বৈশিষ্ট্য:

- ক. উদ্বৃত্ত সৃষ্টি: প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষ কাজের মাধ্যমে ব্যবসায় উদ্বৃত্ত সম্পদ সৃষ্টি হয় যা মানুষের বিভিন্নমুখী অভাব পূরণে সাহায্য করে।
- খ. আইনগত বৈধতা: ব্যবসায়কে অবশ্যই আইনগতভাবে বৈধ হতে হয়।
- গ. মুনাফা লাভের প্রত্যাশা: ব্যবসায়ের প্রথম ও প্রধান উদ্দেশ্য হলো মুনাফা অর্জন যার আশায়ই মানুষ ঝুঁকি গ্রহণ করে।
- ঘ. পুঁজির সংস্থান: প্রয়োজনীয় ন্যূনতম পুঁজির সংস্থান ছাড়া ব্যবসা পরিচালনা করা সম্ভব নয়। ব্যবসায়ী নিজস্ব উৎস ছাড়াও প্রয়োজনে বিভিন্ন উৎস থেকে পুঁজির সংস্থান করে।
- ঙ. লেনদেনের পৌণঃপুণিকতা: ব্যবসা হতে হলে অবশ্যই একাধিকবার ক্রয়-বিক্রয় ও লেনদেন হবে।
- চ. ঝুঁকি ও অনিশ্চয়তা: একজন ব্যবসায়ীকে মুনাফার আশায় অর্থগত, সময়গত, নীতিমালাগত, স্থানগত এবং প্রকৃতিগত নানান ঝুঁকি গ্রহণ করতে হয়। এই ঝুঁকি ও অনিশ্চয়তার পুরস্কার হিসাবেই একজন ব্যবসায়ী মুনাফা লাভ করে।
- ছ. বিক্রয়ের ইচ্ছা: নিজে ভোগের উদ্দেশ্যে নয় বরং ক্রেতার কাছে বিক্রয়ের ইচ্ছাতে উৎপাদন করা ব্যবসার একটা প্রধান বৈশিষ্ট্য।
- জ. আর্থিক মূল্য নির্ধারণ: যে কোন পণ্য ক্রয়-বিক্রয়ের ক্ষেত্রে আর্থিক মূল্য নির্ধারণ করতে হয়।
- ঝ. কর্মের স্বাধীনতা: ব্যবসা একটি স্বাধীন পেশা। ব্যবসায়ী তার বৈধ ব্যবসার জন্য কারো নিয়ন্ত্রণ মানতে বাধ্য নয়।
- ঞ. পারস্পরিক সুবিধা: ব্যবসা ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়ের সুবিধা তৈরী করে। একজন আরেকজনের নিকট থেকে উপকৃত ও লাভবান হয়।
- ট. পূর্বানুমান: ভবিষ্যতে পণ্যের চাহিদা, মূল্য ও বিভিন্ন অবস্থা পূর্ব থেকে অনুমান করে পণ্য উৎপাদন বা সংগ্রহ করতে হয়। এই অনুমান সঠিক না হলে ব্যবসায়ী সমস্যায় পড়ে।
- ঠ. পরিবর্তনশীলতা: ব্যবসায়ীকে সব সময় পরিবর্তনশীল অবস্থার সাথে খাপ খাওয়াইয়া চলতে হয়। ক্রেতার ভবিষ্যৎ চাহিদা, রুচি ও পছন্দ নিরূপণ করে ব্যবসায় প্রয়োজনীয় পরিবর্তন আনতে হয়।
- ড. সেবার মনোভাব: ন্যায্যমূল্যে ও সুবিধাজনক শর্তে ক্রেতার পছন্দ অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ করাই ব্যবসার বৈশিষ্ট্য। তাই আত্মকেন্দ্রিক না হয়ে ব্যবসায়ীকে সেবার মনোভাব নিয়ে ব্যবসা পরিচালনা করতে হয়।

ব্যবসা বাছাই:

একজন উদ্যোক্তা কি ধরণের উদ্যোগ গ্রহণ করবেন, কোন পণ্য বা সেবা উৎপাদন বা বিক্রি করবেন এই সিদ্ধান্তটি তাৎক্ষণিকভাবে নেয়ার বিষয় নয়। কোন পণ্য উৎপাদন বা বিক্রি করলে ঝুঁকি কমিয়ে আনা যাবে এবং সফলতার সম্ভাবনাকে অনেকাংশে নিশ্চিত

করা যাবে-এ সিদ্ধান্ত নিতে হবে একটি প্রক্রিয়ার মধ্য দিয়ে। তা করলে আস্থার সাথে অগ্রসর হওয়া যাবে। এই প্রক্রিয়াটি হচ্ছে প্রকল্প বা উদ্যোগের সম্ভাব্যতা যাচাই প্রক্রিয়া। এই প্রক্রিয়ার প্রধান প্রধান দিক গুলি নিম্নোক্তভাবে বিন্যস্ত করা যায়।

ব্যবসা বাছাই এর বিবেচ্য বিষয় :

- ক. **উদ্বৃত্ত সৃষ্টি:** প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষ কাজের মাধ্যমে ব্যবসায় উদ্বৃত্ত সম্পদ সৃষ্টি হয় যা মানুষের বিভিন্নমুখী অভাব পূরণে সাহায্য করে।
- খ. **আইনগত বৈধতা:** ব্যবসায়কে অবশ্যই আইনগতভাবে বৈধ হতে হয়।
- গ. **মুনাফা লাভের প্রত্যাশা:** ব্যবসায়ের প্রথম ও প্রধান উদ্দেশ্য হলো মুনাফা অর্জন যার আশায়ই মানুষ ঝুঁকি গ্রহণ করে।
- ঘ. **পুঁজির সংস্থান:** প্রয়োজনীয় ন্যূনতম পুঁজির সংস্থান ছাড়া ব্যবসা পরিচালনা করা সম্ভব নয়। ব্যবসায়ী নিজস্ব উৎস ছাড়াও প্রয়োজনে বিভিন্ন উৎস থেকে পুঁজির সংস্থান করে।
- ঙ. **লেনদেনের পৌঁপুণিকতা:** ব্যবসা হতে হলে অবশ্যই একাধিকবার ক্রয়-বিক্রয় ও লেনদেন হবে। অভাবে পড়ে নিজস্ব গরু বিক্রয় করলে বা একবার কিনে তা পছন্দ না হওয়াতে বিক্রয় করে দিলে তাকে ব্যবসা বলা যাবে না। তবে কেউ যদি মুনাফা অর্জনের আশায় বারবার গরু কেনে ও তা বিক্রি করে তাহলে তা ব্যবসা বলে গণ্য হয়।
- চ. **ঝুঁকি ও অনিশ্চয়তা:** একজন ব্যবসায়ীকে মুনাফার আশায় অর্থগত, সময়গত, নীতিমালাগত, স্থানগত এবং প্রকৃতিগত নানান ঝুঁকি গ্রহণ করতে হয়। এই ঝুঁকি ও অনিশ্চয়তার পুরস্কার হিসাবেই একজন ব্যবসায়ী মুনাফা লাভ করে।

ব্যবসা নির্বাচন : একজন তরুণ ও উদীয়মান উদ্যোক্তাকে যুক্তি সংগত এবং কার্যকরী ব্যবসা নির্বাচনের জন্য নিম্নোক্ত উপায়ের চার্টটি অনুসরণ করে ফলপ্রসূ একটি সম্ভাব্য ব্যবসা নির্বাচন করা যেতে পারে।

ব্যবসা নির্বাচন চার্ট-১ (মাইক্রো স্ক্রিনিং)

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ব্যবসার নাম | চাহিদা | কাঁচামাল | দক্ষতা | নিজস্ব পুঁজি/অর্থ | পারিবারিক সম্মতি | মোট | প্রতিযোগিতা | সর্বমোট | র্যাংকিং |
| | (+) | (+) | (+) | (+) | (+) | (=) | (-) | (=) | |
| | | | | | | | | | |

ব্যবসা নির্বাচন চার্ট-২ :

প্রাণিসম্পদ খাতে ক্ষুদ্র ও মাঝারী উদ্যোক্তাগণ নিম্ন ছক অনুসরণ করেও লাভজনক ও টেকসই ব্যবসা নির্বাচন করতে পারবেন।

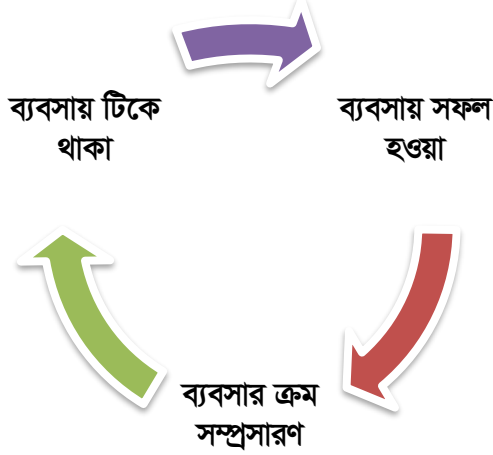
| ব্যবসার নাম : | | | | | |
|---------------|------------------------------|----------------------|------------------|------------------|----------------|
| ক্র.নং | নিয়ামক | অতি উত্তম (মান-৪) | উত্তম (মান-৩) | মধ্যম (মান-২) | ডনল (মান-১) |
| ১. | মূলধন বিনিয়োগের পরিমাণ | | | | |
| ২. | বিনিয়োগ ফেরতের সময়কাল | | | | |
| ৩. | উৎপাদন সময় (চক্র) | | | | |
| ৪. | পণ্য চাহিদা | | | | |
| ৫. | বাজারজাতকরণ সুবিধা | | | | |
| ৬. | পণ্যের স্থায়ীত্বকাল | | | | |
| ৭. | ব্যবসায়ে ঝুঁকি | | | | |
| ৮. | পরিবেশ বান্ধব | | | | |
| ৯. | পণ্য বহুমুখীকরণের সুযোগ | | | | |
| ১০. | উদ্যোক্তার কারিগরী দক্ষতা | | | | |
| | নিয়ামকভিত্তিক প্রাপ্ত মান = | | | | |
| | মোট মান/স্কোর = | | | | |

গ্রহণযোগ্য স্কোর = (≥ 30) চ্যালেঞ্জিং স্কোর = (২১-২৯) অগ্রহণযোগ্য স্কোর = (≤ 20)

বিষয়-২ : ব্যবসা চক্র, চাহিদা ও যোগান

ব্যবসা চক্র হলো এমন একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে একটি ব্যবসার শুরু, মুনাফা অর্জন ও সম্প্রসারণের জন্য করণীয় দিক নির্দেশনামূলক পরামর্শ উদ্যোক্তাদের প্রদান করা হয়ে থাকে। মূলত একটি ব্যবসা শুরু করতে গেলে উদ্যোক্তার করণীয়, ব্যবসা স্টার্টআপের পর মুনাফা লাভের জন্য করণীয় কী এবং যখন কোন ব্যবসায়ী সফল হবে তখন তার ব্যবসাকে সম্প্রসারণ করা প্রয়োজন তাহলে সেক্ষেত্রেই বা একজন উদ্যোক্তার করণীয় বিষয় সমূহ কী হতে পারে তা ব্যবসা চক্র নির্দেশনা প্রদান করে।

ব্যবসা চক্রের ধাপ সমূহ:



১. ব্যবসায় টিকে থাকা:

- সঠিক পরিকল্পনা;
- কার্যকর সংগঠন;
- কাজের সমন্বয় সাধন;
- নিয়ন্ত্রণ;
- সময়ের সঠিক বিভাজন ও প্রয়োগ;
- বাহ্যিক প্রভাব থেকে ব্যবসাকে রক্ষা করা; এবং
- নগদ অর্থের আদান প্রদান বৃদ্ধি।

২. ব্যবসায় সফল হওয়া:

- বিপণন বাড়ানো;
- বাজারে নিজ পণ্য / সেবা সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ;
- পণ্যের গুণগত মান বাড়ানো;
- দাম কমানো;
- উৎপাদন বাড়ানো;
- ক্রেতাকে প্রদত্ত সেবার মান বাড়ানো;
- কাঁচামালের অপচয়রোধ ও সঠিক নিয়ন্ত্রণ;
- উৎপাদন ব্যবস্থার উন্নয়ন;
- গবেষণা ও উন্নয়ন; এবং
- একটি সুনির্দিষ্ট নিয়ম অনুসরণ করা।

৩. ব্যবসার প্রসার:

- পণ্য / সেবায় বৈচিত্রতা ও নতুনত্ব;
- ব্যবসার ক্রম সম্প্রসারণ;
- সমন্বিত কার্যক্রম গ্রহণ;

- অতিরিক্ত উৎপাদনের ক্ষমতা অর্জন;
- পণ্য / সেবার সাথে বিনামূল্যে উপহার প্রদান; এবং
- একই পণ্যের বিভিন্ন ধরণের ব্যবহার।

ব্যবসায় চাহিদা ও যোগান:

যে কোন ব্যবসার প্রেক্ষাপটে চাহিদা ও সরবরাহের সম্পর্ক একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। একজন ব্যবসায়ীর সফলতা নির্ধারণে বিষয়টি মূলনীতি হিসাবে বিবেচিত হয়ে থাকে। নিচের সূচকগুলোর সাহায্যে চাহিদা ও সরবরাহের সম্পর্ক সহজেই চিহ্নিত করা যায়।

- একজন ব্যবসায়ী কী পরিমাণ পণ্য বিক্রয় করতে পারে?
- একজন ব্যবসায়ী তার পণ্যের উপর কী পরিমাণ মূল্য ধার্য করতে পারে?

ব্যবসায় চাহিদা:

সাধারণ অর্থে কোন দ্রব্য বা সেবা পাওয়ার ইচ্ছা বা আকাঙ্ক্ষাকে চাহিদা বলে। কিন্তু অর্থনীতিতে নিছক আকাঙ্ক্ষাকে চাহিদা বলে না। ক্রেতার যে আকাঙ্ক্ষা পূরণ করার সামর্থ্য ও ইচ্ছা থাকে তাকেই অর্থনীতিতে চাহিদা বলে। যেমন-কোন ব্যক্তির একটি মটর গাড়ী পাওয়ার আকাঙ্ক্ষা থাকতে পারে। কিন্তু তা ক্রয়ের জন্য তার অর্থ ও ইচ্ছা না থাকলে সে আকাঙ্ক্ষা চাহিদা হবে না। অর্থনীতিতে তিনটি উপাদানের সমন্বয়ে চাহিদার সৃষ্টি হয়; যেমন- (১) কোন দ্রব্য পাওয়ার আকাঙ্ক্ষা; (২) তা ক্রয়ের জন্য প্রয়োজনীয় অর্থ; এবং (৩) অর্থ ব্যয় করে দ্রব্যটি ক্রয়ের ইচ্ছা।

ব্যবসায় সরবরাহ বা যোগান:

সাধারণ কথায় কোন দ্রব্যের বিক্রয়যোগ্য পরিমাণকে তার সরবরাহ বা যোগান বলে। একটি নির্দিষ্ট দামে বিক্রেতা কোন দ্রব্যের যে পরিমাণ বিক্রয় করতে প্রস্তুত থাকে তাকে সে দ্রব্যের সরবরাহ বা যোগান বলে। যেমন-একটি নির্দিষ্ট সময়ে ১৬০০ টাকা মণ দরে একজন চাল বিক্রেতা ২০০ মণ চাল বিক্রয় করতে ইচ্ছুক থাকলে ঐ পরিমাণ চালই হবে চালের সরবরাহ বা যোগান। উল্লেখ্য কোন দ্রব্যের বা যোগানের পরিমাণ একটি নির্দিষ্ট দাম ও সময়ের প্রেক্ষিতেই বিবেচিত হয়ে থাকে। কারণ দাম ও সময়ের পরিবর্তনের ফলে সরবরাহ বা যোগানের পরিমাণও পরিবর্তিত হয়। সরবরাহ বা যোগানকৃত দামের ওপর নির্ভর করে। দ্রব্যের দাম বাড়লে তার সরবরাহ বাড়ে এবং দাম কমলে সরবরাহ কমে।

ব্যবসায় চাহিদা, যোগান ও মূল্যের সম্পর্ক:

| চাহিদা | | সরবরাহ | | দাম |
|-------------|---|-------------|---|----------|
| চাহিদা বেশী | → | সরবরাহ কম | → | দাম বেশী |
| চাহিদা কম | → | সরবরাহ বেশী | → | দাম কম |

বিষয়-৩ : ব্যবসা পরিকল্পনা ও ব্যবসা পরিকল্পনার উপাদানসমূহ

যে কোন কাজ সফলভাবে পরিচালনার জল্য পরিকল্পনার প্রয়োজন। একটি ব্যবসাকে ভালোভাবে ও লাভজনকভাবে পরিচালনার জন্য পরিকল্পনা মাফিক পরিচালিত হওয়া অত্যন্ত জরুরী। ব্যবসায় অধিক মুনাফা লাভ ও সঠিকভাবে পরিচালনার জন্য এমএসই যে পরিকল্পনা তৈরি করে তাকে ব্যবসায়িক পরিকল্পনা বলে।

ব্যবসা পরিকল্পনা তৈরির প্রয়োজনীয়তা:

- দলকে ব্যবসাসমূহ টেকসইভাবে পরিচালনা এবং বিশ্লেষণের জন্য আর্থিক হিসাব সংক্রান্ত বিষয়ে ওরিয়েন্টেশন দেয়া।
- গ্রামীণ দলগুলোর ব্যবসা সম্প্রসারণের লক্ষ্যে দলগুলোতে অতিরিক্ত মূলধন ও নতুন বিনিয়োগের জন্য বিভিন্ন আর্থিক প্রতিষ্ঠানকে (ব্যাংক, প্রাইভেট সেক্টর) আকৃষ্ট করা।
- ব্যবসায়িক পরিকল্পনা টুলকে মনিটরিং বোর্ড হিসাবে ব্যবহার করা যাতে করে দল তার ব্যবসার অগ্রগতি পর্যালোচনা এবং ব্যবসা নতুনভাবে ডিজাইন করতে পারে।
- ভবিষ্যত সুযোগসমূহ অনুসন্ধান ও পরীক্ষার মাধ্যমে বিনিয়োগের ঝুঁকি যতদূর সম্ভব কমিয়ে আনা;
- সিদ্ধান্ত গ্রহণের জন্য ব্যবসা পরিকল্পনা করা অপরিহার্য।
- ব্যবসা পরিকল্পনা ঋণ পাওয়ার ক্ষেত্রে ব্যাংকারদের কাছে বিনিয়োগকারীদের প্রধান দলিল হিসাবে কাজ করে।

ব্যবসা পরিকল্পনার মাধ্যমে কি করা হবে, কেন করা হবে, কিভাবে করা হবে, কতটুকু করা হবে, কোথায় করা হবে এবং কে করবে এসমস্ত প্রশ্নের অগ্রীম উত্তর পাওয়া যায়।

ব্যবসায়িক পরিকল্পনার উপাদান:

একটি ভালো মানের ব্যবসা পরিচালনার জন্য পরিকল্পনা প্রণয়ন অত্যাবশ্যকীয়। একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা প্রণয়নের পূর্বে ব্যবসা সংক্রান্ত প্রয়োজনীয় সকল তথ্য সংগ্রহ করা প্রয়োজন। এই পরিকল্পনায় বাজার, উৎপাদন, সংগঠন ও আর্থিক বিষয়ে বিস্তারিত আলোকপাত করা হয়। ব্যবসায়িক পরিকল্পনার ৪টি মূল উপাদান রয়েছে। উপাদানগুলি হচ্ছে-

ক) বিপণন বা বাজারজাতকরণ পরিকল্পনা:

পণ্যের বাজারজাতকরণ বা বিপণন পরিকল্পনা একটি গুরুত্বপূর্ণ ব্যবসায়িক অনুসঙ্গ। ব্যবসা ছোট হোক কিংবা বড় বাজারজাতকরণের পরিকল্পনা থাকাটা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। কারণ এর উপর আপনার সামগ্রিক সাফল্য নির্ভর করে। খুব সংক্ষিপ্ত আকারে নিম্নলিখিত বিষয় গুলো বিবেচনায় নিয়ে একটি ব্যবসা উপযোগী পণ্যের বাজারজাতকরণ পরিকল্পনা করা যেতে পারে।

বিপণন পরিকল্পনায় উৎপাদিত নির্দিষ্ট পণ্যের পরিমাণ এবং মূল্য প্রতিফলিত হয় যা উৎপাদনকারীরা কোন নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে (বিশেষ করে ১ বছরের মধ্যে) বিক্রি করতে চায়। ব্যবসার বিপণনে লক্ষিত বাজার নির্ধারণে পাঁচটি উপাদান (5 P) গুরুত্বপূর্ণ। এ উপাদানগুলো হলো-

✓পণ্য (Product) ✓স্থান (Place) ✓প্রচার (Promotion) ✓মূল্য (Price) ✓ব্যক্তি (Person)

ব্যবসার সফলতার জন্য এসব উপাদান গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে। ব্যবসা শুরুতে যাচাই করতে হবে কোন পণ্যের চাহিদা এলাকায় বেশী, কোন স্থানে ব্যবসা প্রতিষ্ঠা করলে বেশী ক্রেতার আগমন ঘটবে।

খ) উৎপাদন পরিকল্পনা:

উৎপাদন পরিকল্পনায় উৎপাদনের সাথে জড়িত খরচসমূহ প্রতিফলিত হয়। উৎপাদন পরিকল্পনায় কোন পণ্য উৎপাদনে কি কি খরচ প্রয়োজন তা নির্ধারিত থাকে। এখানে ৬টি (6M) প্রধান উপাদান থাকে-

✓উপকরণ/কাঁচা মাল (Material) ✓জনবল (Men) ✓টাকা বা বিনিয়োগ (Money) ✓যন্ত্রপাতি (Machine)
✓প্রক্রিয়া/পদ্ধতি (Method) ✓সময় (Moment)

গ) সাংগঠনিক ও ব্যবস্থাপনা পরিকল্পনা:

সাংগঠনিক এবং ব্যবস্থাপনা পরিকল্পনাটি সাংগঠনিক কাঠামো এবং দায়িত্বকে নির্দেশ করে। সংগঠনের কাঠামো এবং দায়িত্বসমূহ এখানে নির্ধারিত থাকে। এখানে ৫টি (POSDC) প্রধান উপাদান (Element) থাকে-

✓পরিকল্পনা (Planning) ✓সংগঠন (Organization) ✓স্টাফ (Staffing) ✓নির্দেশনা (Directing) ✓নিয়ন্ত্রণ (Controlling)

ঘ) আর্থিক পরিকল্পনা:

আর্থিক পরিকল্পনায় ব্যবসা পরিচালনার জন্য প্রয়োজনীয় বিনিয়োগ এবং অন্যান্য উৎস থেকে কি পরিমাণ অর্থ দরকার তা প্রতিফলিত হয়। ব্যবসা পরিচালনায় মোট কি পরিমাণ বিনিয়োগ (Investment) প্রয়োজন এবং অন্যান্য উৎস থেকে কি কি প্রয়োজন তা নির্ধারিত থাকে-পরিকল্পনায়। এখানে ৪টি প্রধান উপাদান থাকে-

✓সম্পদ (Asset) ✓ঋণ/দায় (Liabilities) ✓আয় (Income) ✓ব্যয় (Expenditure)

ক. ব্যবসায় বাজারজাতকরণ পরিকল্পনা

পণ্যের বাজারজাতকরণ বা বিপণন পরিকল্পনা একটি গুরুত্বপূর্ণ ব্যবসায়িক অনুসঙ্গ। ব্যবসা ছোট হোক কিংবা বড় বাজারজাতকরণের পরিকল্পনা থাকাটা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। কারণ এর উপর আপনার সামগ্রিক সাফল্য নির্ভর করে। খুব সংক্ষিপ্ত আকারে নিম্নলিখিত বিষয়গুলো বিবেচনায় নিয়ে একটি ব্যবসা উপযোগী পণ্যের বাজারজাতকরণ পরিকল্পনা করা যেতে পারে।

পণ্যের বাজার অবস্থান:

একটি পণ্যকে যথা সময়ে, যথার্থ দামে ও উন্নত মানে সঠিক ক্রেতার নিকট পৌঁছানোকে পণ্যের যথার্থ অবস্থান নির্ণয় বলা হয়। দ্রব্যের যথার্থ অবস্থান নির্ণয় কতগুলো বিষয়ের উপর নির্ভর করে। এ বিষয়গুলো হলো-

■ ক্রেতার বয়স ক্রেতার রুচি ■ ক্রেতার আয় ও আর্থসামাজিক অবস্থান ■ মানসিক দৃষ্টিভঙ্গি ■ ক্রেতা-পুরুষ/মহিলা ■ ক্রেতার শিক্ষা ■ বিভিন্ন উৎসব/মেলা ■ দ্রব্যের দাম ■ দ্রব্যের ডিজাইন ■ ক্রেতার রুচি পরিবর্তনের সময়কাল ও প্রভাবকারী বিষয়।

বাজারজাতকরণ মাধ্যম:

পণ্যের জন্ম হয় উৎপাদনকারীর কারখানায় আর এর মৃত্যু হয় ভোক্তার হাতে। কম পণ্যই উৎপাদনকারীর কাছ থেকে সরাসরি ভোক্তার হাতে পৌঁছে অনেক ক্ষেত্রে পণ্য সমূহ বিভিন্ন হাত বদল হয়ে উৎপাদনকারীর কাছ থেকে ভোক্তার হাত পর্যন্ত পৌঁছে। উক্ত পণ্য সমূহ যে মাধ্যম বা চ্যানেল ব্যবহার করে উৎপাদনকারীর কাছ থেকে ভোক্তার হাতে পৌঁছে উক্ত চ্যানেল বা মাধ্যমগুলোকেই বলা হয় বিপণন মাধ্যম।

ভোক্তা পণ্যের বিতরণের মাধ্যম:

ভোক্তাদের নিকট দৃশ্যমান পণ্য বাজারজাতকরণে ৫টি চ্যানেল বা বিতরণের মাধ্যম ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত হয়।

● উৎপাদনকারী → ভোক্তা:

এই চ্যানেলটি খুবই সংক্ষিপ্ত এবং সাধারণ বিতরণের মাধ্যম হিসাবে পরিচিত। এক্ষেত্রে পণ্য বিতরণের জন্য কোন মধ্যস্থতাকারী থাকে না। উৎপাদনকারীরা সরাসরি ভোক্তার নিকট নিজে গিয়ে বা ডাক যোগে পণ্য পৌঁছে দেয়।

● উৎপাদনকারী → খুচরা বিক্রেতা → ভোক্তা:

এক্ষেত্রে প্রচুর খুচরা বিক্রেতা সরাসরি উৎপাদনকারীর নিকট থেকে পণ্য ক্রয় করে।

● উৎপাদনকারী → পাইকারী বিক্রেতা → খুচরা বিক্রেতা → ভোক্তা:

এই চ্যানেল বাজারজাতকরণে গতানুগতিক চ্যানেল হিসাবে পরিচিত। উৎপাদনকারী ও খুচরা বিক্রেতার আর্থিক দিক বিবেচনা করে মাঝখানের (পাইকার) এই বিতরণের মাধ্যমটি ব্যবহার করে থাকে।

● উৎপাদনকারী → প্রতিনিধি → খুচরা বিক্রেতা → ভোক্তা:

এ ক্ষেত্রে উৎপাদনকারীরা খুচরা বাজারে, বিশেষ করে বড় পুঁজির খুচরা বিক্রেতাদের, পণ্য পৌঁছানোর ক্ষেত্রে অনেক সময়ই পাইকারীদের পরিবর্তে মধ্যস্থতাকারী হিসাবে এজেন্ট বা প্রতিনিধিদের ব্যবহার করে থাকেন।

● উৎপাদনকারী → প্রতিনিধি → পাইকারী বিক্রেতা → খুচরা → ভোক্তা:

উৎপাদনকারী বাজারের ছোট খুচরা বিক্রেতাদের নিকট পণ্য পৌঁছানোর জন্য অনেক ক্ষেত্রে মধ্যস্থতাকারী হিসাবে প্রতিনিধি বা এজেন্ট নিয়োগ করে থাকেন। পাইকারী বিক্রেতার এই এজেন্টদের নিকট থেকে পণ্য ক্রয় করে এবং ক্ষুদ্র খুচরা বিক্রেতাদের নিকট পৌঁছে দেয়।

বাজার জরিপ:

সাধারণ অর্থে জরিপ বলতে, কোন কার্যক্রমের উদ্দেশ্য বা কাঙ্ক্ষিত লক্ষ্য অর্জনের নিমিত্তে সরেজমিনে প্রয়োজনীয় তথ্য সমূহ সংগ্রহ ও সংরক্ষণ প্রক্রিয়াকে জরিপ বলে। কোন ব্যবসা শুরু করার পূর্বে সরেজমিনে প্রয়োজনীয় সকল তথ্য সমূহ সংগ্রহ ও সংরক্ষণ প্রক্রিয়াকে বাজার জরিপ বলে।

বাজারের তথ্য সংগ্রহের পদ্ধতি:

ক) প্রশ্নমালা পদ্ধতি: খ) সাক্ষাৎকার পদ্ধতি: গ) পর্যবেক্ষণ পদ্ধতি: ঘ) ডকুমেন্টারী পদ্ধতি:

জরিপের ধাপসমূহ :

জরিপের জন্য পরিকল্পনা (কে, কোথায়, কখন, কাদের কীভাবে জরিপ করবে)

ক) জরিপের জন্য চেকলিস্ট বা প্রশ্নপত্র তৈরি খ) জরিপের আগে জায়গা পর্যবেক্ষণ গ) তথ্য সংগ্রহ ও লিপিবদ্ধকরণ ঘ) তথ্য বিশ্লেষণ ও সংরক্ষণ

খ. ব্যবসায় উৎপাদন পরিকল্পনা

ব্যবসায় বিনিয়োগকৃত অর্থ ব্যবস্থাপনায় বিবেচ্য দিকসমূহ:

- ◆ নির্দিষ্ট পণ্য উৎপাদনে কর্মী/শ্রমিকের দক্ষতা।
- ◆ দক্ষ কর্মীর সহজপ্রাপ্যতা এবং কর্মীর দক্ষতা বৃদ্ধিতে প্রতিষ্ঠানের করণীয়।
- ◆ কর্মীর যে বিষয়ে কাজ করার আগ্রহ বেশি সে কাজে নিয়োগদান।
- ◆ কর্মীর বিভিন্ন গুণাবলীকে প্রতিষ্ঠানের কাজে ব্যবহার করা।
- ◆ একই কর্মীকে দিয়ে বিভিন্ন কাজ করিয়ে সময় ও অর্থের সাশ্রয়।
- ◆ কম কর্মী/শ্রমিক দিয়ে তুলনামূলকভাবে বেশি পণ্য উৎপাদন।
- ◆ পণ্য উৎপাদন প্রক্রিয়াকে সহজীকরণ।
- ◆ নতুন প্রযুক্তির সাথে দ্রুত খাপ খাওয়ানোর ব্যবস্থা করা।
- ◆ উৎপাদন খরচের খাতগুলো চিহ্নিত করে ব্যয় কমানোর ব্যবস্থা করা।
- ◆ সকল খরচের খাতগুলো চিহ্নিত করা ও মোট উৎপাদন খরচে সবগুলো খাত অন্তর্ভুক্ত করা।

তত্ত্ববধানের ক্ষেত্রে বিবেচ্য দিকসমূহ:

- ◆ সুনির্দিষ্ট লক্ষ্য স্থির করে দেয়া এবং লক্ষ্য অর্জিত হচ্ছে কিনা তদারক করা।
- ◆ ভাল কাজের প্রশংসা করা।
- ◆ আরো বেশি পণ্য উৎপাদনে উদ্বুদ্ধ করা।
- ◆ প্রয়োজনে মন্দ কাজের জন্য তিরস্কার করা।
- ◆ কাজের মান অনুযায়ী আর্থিক অনুদান/পদোন্নতি বা অন্যান্য পুরস্কার প্রদান করা।

অপচয় রোধের ক্ষেত্রে বিবেচ্য দিকসমূহ:

- ◆ পণ্য উৎপাদনে প্রয়োজনীয় কাঁচামাল ক্রয়
- ◆ কাঁচামালের যথাযথ স্টক রক্ষণাবেক্ষণ করা
- ◆ কাঁচামাল ব্যবহারের হিসাব নেয়া।
- ◆ একই কাঁচামালের বহুবিধ ব্যবহার
- ◆ কাঁচামাল ব্যবহারের সময় যথাযথ তত্ত্বাবধান।

কাঁচামাল ক্রয়ে বিবেচ্য বিষয়গুলো হলো-

- ◆ কম দামে কাঁচামাল ক্রয়।
- ◆ কাঁচামাল ক্রয়ের বিকল্প বাজার।
- ◆ কাঁচামালের বৈচিত্র্যতা।
- ◆ বিভিন্ন কাঁচামালের মধ্যে সামঞ্জস্য বিধান।
- ◆ কাঁচামাল ক্রয়ে ব্যবসায়ীর নিজের সম্পৃক্ততা।

পণ্যের মান নিয়ন্ত্রণ:

পণ্যের মান নিয়ন্ত্রণ ব্যবসায়িক সাফল্যের অন্যতম প্রধান উপকরণ। একজন ব্যবসায়ী তার পণ্যটি নিজে তৈরি করুন কিংবা কিনে নিয়ে এসে বিক্রি করুন উভয় ক্ষেত্রে পণ্যের গুণগত মান রক্ষা করা তার নৈতিক দায়িত্ব। কারণ দিন শেষে ক্রেতার সম্মুখি অর্জনই মূখ্য এবং সেটি অর্জন করতে হলে অবশ্যই পণ্যের গুণগত মান নিয়ন্ত্রণ এবং রক্ষা করা আবশ্যিকীয়।

পণ্যের মান নিয়ন্ত্রণে বিবেচ্য বিষয়গুলো হলো-

- ✓ কাঁচামালের গুণগত মান
- ✓ কাঁচামালের ক্ষতিকারক দিকগুলো বিবেচনা
- ✓ পণ্য তৈরীর মাধ্যম/প্রযুক্তি
- ✓ যন্ত্রপাতির ব্যবহার
- ✓ আকৃতি, রং, বৈচিত্র্যতা সম্পর্কিত ক্রেতার গ্রহণযোগ্যতা
- ✓ পণ্যের আয়ুষ্কাল
- ✓ একইরকম পণ্য উৎপাদন
- ✓ বিকল্প কাঁচামাল ব্যবহারে সতর্কতা।
- ✓ কাঁচামালের আনুপাতিক হার সম্পর্কে সজাগ থাকা
- ✓ পণ্যের ফিনিশিং নিশ্চিতকরা।

গ. ব্যবসায় সংগঠন ব্যবস্থাপনা ও পরিকল্পনা

১২.১. সংগঠন ব্যবস্থাপনার উপাদান:

কোন ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের মালিকের অধীনে এক বা একাধিক ব্যবস্থাপক কাজ করতে পারেন। নির্দিষ্ট মেয়াদের শুরুতে মালিক ব্যবস্থাপককে কাজের একটা লক্ষ্য স্থির করে দেন এবং মেয়াদ শেষে ব্যবস্থাপকের কাছ থেকে লক্ষ্যের বিপরীতে ফলাফল আশা করেন। ব্যবস্থাপকের লক্ষ্য অর্জনের জন্য নিচের ৬টি উপাদানের প্রয়োজন হয় যাকে সংক্ষেপে 6M বলে।

- ✓ কাঁচামাল (Materials)
- ✓ যন্ত্রপাতি (Machine)
- ✓ জনশক্তি (Manpower)
- ✓ প্রযুক্তি (Method)
- ✓ অর্থ (Money)
- ✓ বাজার (Market)

উপরের ৬টি উপাদান ব্যবহার করে ব্যবস্থাপক তার লক্ষ্য অর্জনের জন্য সচেষ্ট হন। এর জন্য ব্যবস্থাপককে নিচের মূল কার্যাবলী সম্পাদন করতে হয়।

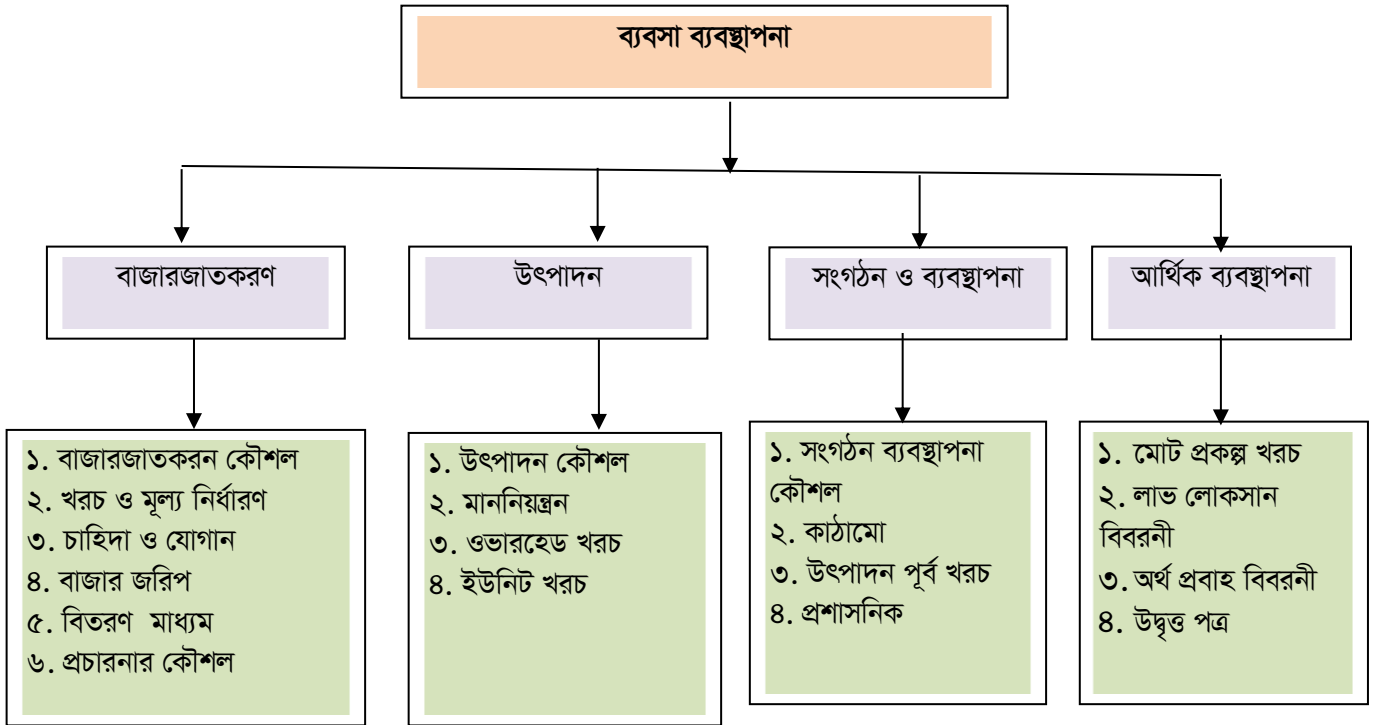
▪ পরিকল্পনা করা (Planning) ▪ সংগঠিত করা (Organizing) ▪ পরিচালনা করা (Leading) ▪ নিয়ন্ত্রন করা (Controlling)

উপরের কার্যাবলীকে সংক্ষেপে POLC বলা হয়।

সংগঠন ব্যবস্থাপনায়:

- প্রতিষ্ঠানের আইনগত অবস্থা কি? (ট্রেড লাইসেন্স ইত্যাদি)
- মালিক/মালিকগণের পরিচিতি ও অভিজ্ঞতা কি?
- মালিক/মালিকগণের ব্যক্তিগত সম্পদ কি?
- মালিক/মালিকগণের পূর্বতন ঋণের বর্তমান অবস্থা কি?
- প্রতিষ্ঠানটি কিভাবে পরিচালিত হবে?
- মালিকগণের ভূমিকা?
- প্রধান প্রধান কর্মকর্তার ভূমিকা?

ব্যবসা ব্যবস্থাপনা পরিকল্পনা:



ব্যবসা পরিচালনায় নিয়োজিত ব্যক্তিদের দায়িত্ব:

| পদবী | নাম | দায়িত্ব |
|------------------------------------|-----|----------|
| চেয়ারম্যান/সভাপতি | | • |
| ব্যবস্থাপনা পরিচালক/সাধারণ সম্পাদক | | • |
| ব্যবস্থাপক/ম্যানেজার(যদি থাকে) | | • |
| হিসাব রক্ষক/ক্যাশিয়ার | | • |

বি: দ্র: বিভিন্ন ব্যবসা প্রতিষ্ঠানে/সংগঠনে পদবী বিভিন্ন হতে পারে।

ঘ. ব্যবসায় আর্থিক পরিকল্পনা

মূলধন:

অর্থনীতিতে মূলধন বলতে মানুষের শ্রমের দ্বারা উৎপাদিত সম্পদের সেই অংশকে বুঝায় যা পুনরায় উৎপাদন কাজে ব্যবহৃত হয়। মূলধন হলো উৎপাদনের উৎপাদিত উপাদান। উৎপাদন কাজে ব্যবহৃত মানুষের বিভিন্ন দ্রব্য সামগ্রীর আয়ের ঐ অংশও মূলধন বলে বিবেচিত হয় যা অধিক উৎপাদনের জন্য পুনরায় বিনিয়োগ কাজে নিযুক্ত হয়।

মূলধনের শ্রেণীবিভাগ:

- **স্থায়ী মূলধন:** যে সকল মূলধন দীর্ঘদিন ধরে টিকে থাকে এবং বারবার ব্যবহারের পরেও যার কোন পরিবর্তন হয় না তাকে স্থায়ী মূলধন বলে। যেমন-যন্ত্রপাতি, দালানকোঠা ইত্যাদি। স্থায়ী মূলধন একেবারে নিঃশেষ হয়ে যায় না। তবে স্থায়ী মূলধনের অবচয় ঘটে।
- **চলতি মূলধন:** যে সব মূলধন মাত্র একবার উৎপাদন কাজে ব্যবহার করা হয় তাকে চলতি মূলধন বলে। যেমন-কাঁচামাল ও জ্বালানী ইত্যাদি। কেননা এগুলো একবার ব্যবহারের পর আর অস্তিত্ব থাকে না।

ব্যবসয়ে অর্থায়ন পরিকল্পনা:

- সর্বমোট কত মূলধনের প্রয়োজন হবে?
- ঋণের প্রয়োজন হবে কী না? উদ্যোক্তার নিজস্ব বিনিয়োগ কী এবং এর পরিমাণ কত হবে?
- ব্যাংক জামানত কত হবে?
- লাভ-ক্ষতির বিবরণী কী ইঙ্গিত দেয়?
- নগদ অর্থ প্রবাহ বিবরণী কী নির্দেশ করে?

বিনিয়োগ পরিকল্পনা:

১. নির্বাচিত ব্যবসার জন্য প্রয়োজনীয় বিনিয়োগ:

| বিবরণ | পরিমাণ | দর | টাকা |
|--------------------------------|--------|----|------|
| স্থায়ী সম্পদ: | | | |
| ● জমি (যদি থাকে) | | | |
| ● ঘর (যদি প্রয়োজ্য হয়) | | | |
| ● আসবাবপত্র (যদি প্রয়োজন হয়) | | | |
| ● মেশিন (যদি প্রয়োজন হয়) | | | |
| ● | | | |
| মোট: | | | |
| চলতি মূলধন: | | | |
| সর্বমোট: | | | |

ব্যবসায় আয়-ব্যয় ও লাভ-ক্ষতি:

প্রতিটি ব্যবসা একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে আয় অর্জনের চেষ্টা করে। অপর দিকে লাভ ক্ষতির হিসাব সাধারণত বছরের শেষের দিকে হয়।

মোট বিনিয়োগ:

মোট বিনিয়োগ বলতে আমরা ০৩টি বিষয়কে বিবেচনা করি-

১) স্থায়ী সম্পদ-জমি, ঘর, যন্ত্রপাতি, অফিস সরঞ্জাম, পরিবহন ইত্যাদি

২) উৎপাদন পূর্ব খরচ-বিদ্যুৎ, পানি, গ্যাস সংযোগ, আইনগত খরচ (ট্রেড লাইসেন্স ইত্যাদি), পরীক্ষামূলক উৎপাদন, উৎপাদন পূর্ব প্রসার খরচ

৩) চলতি মূলধন-কাঁচামাল মজুদ, প্রক্রিয়াধীন পণ্য, তৈরী পণ্য মজুদ, বেতন, ভাড়া (কারখানা, অফিস, পরিবহন), বিল প্রদান, স্টেশনারী ইত্যাদি।

খরচের খাত:

ক. উৎপাদন খরচ হিসাবে বিবেচিত হবে-

কাঁচামাল, শ্রমিক বেতন, কারখানা ভাড়া, অবচয়, মেরামত ও রক্ষণাবেক্ষণ, পানি, বিদ্যুৎ, গ্যাস বিল, কাঁচামাল পরিবহন

খ. বিপণন ও প্রশাসনিক খরচ হিসাবে বিবেচিত হবে-

অফিস ভাড়া, স্টেশনারী, পরিবহন, টেলিফোন, পণ্য বিক্রয় খরচ

লাভঃ লাভ মূলতঃ দুই ধরনের- ক) মোট লাভ ও খ) নীট লাভ

- মোট লাভের ক্ষেত্রে বিক্রয়লব্ধ আয় থেকে শুধুমাত্র উৎপাদন বাবদ খরচকে বাদ দেয়া হয়।
- বিক্রয়লব্ধ আয় থেকে উৎপাদন খরচ, বিপণন ও প্রশাসনিক খরচ, সুদ ও কর বাবদ খরচসমূহ বাদ দিলে নীট লাভ থাকে।
- লাভের হার দুইভাবে নির্ণয় করা যায়ঃ

$$(ক) \text{ বিক্রয়ের উপর লাভ} = \frac{\text{নীট লাভ}}{\text{বিক্রয়লব্ধ আয়}} \times 100$$

$$(খ) \text{ বিনিয়োগের উপর লাভ} = \frac{\text{নীট লাভ}}{\text{মোট বিনিয়োগ}} \times 100$$

প্রত্যেক ব্যবসারই এমন একটি অবস্থান আছে যাকে বলা হয়, “না-লাভ-না-ক্ষতি অবস্থা”। অর্থাৎ একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ পণ্য বিক্রয় করলে ও অর্থ আয় করলে ব্যবসায় লাভও হবে না লোকসানও হবে না। এটি বের করার সূত্র হলো-

$$\frac{\text{বিক্রয়} \times \text{স্থির খরচ}}{\text{বিক্রয়-পরিবর্তনশীল খরচ}}$$

ব্যবসায় ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা:

ব্যবসায় ঝুঁকি:

ঝুঁকি ব্যবসা সংগে অঙ্গাঙ্গিভাবে জড়িত। আবার পরিবর্তনশীল বিশ্বে কৃষি ব্যবসা ও ঝুঁকির বাইরে নয়। কৃষি ব্যবসায় ঝুঁকি পরিবেশ (Risk environment) সব সময় পরিবর্তনশীল। ঝুঁকি ও ব্যবস্থাপনাকে আমরা নিম্নরূপে সংজ্ঞায়িত করতে পারি-

ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা বা সতর্কতা অবলম্বনের জন্য প্রথমে ঝুঁকির উৎসসমূহ চিহ্নিত করা প্রয়োজন। ঝুঁকির উৎসসমূহ-

- ক) জলবায়ু পরিবর্তন;
- খ) খাদ্য নিরাপত্তায় খাদ্য সরবরাহ চেইন বিঘ্নিত;
- গ) বাজার ঝুঁকি (market risk) এবং মূল্য পরিবর্তন (Price Volatility);
- ঘ) বিনিয়োগের জন্য মূলধন সংকট পরিবর্তনশীল কৃষিনীতি, ভর্তুকির অভাব;
- চ) অর্থনৈতিক অনিশ্চয়তা (Economic instability), সরবরাহ নেটওয়ার্ক পরিবর্তন (Changes in supply network) কৃষিতে ঝুঁকিকে দুইভাবে ভাগ করে বলা যেতে পারে-
 - ১) উৎপাদন হতে ব্যবসা (Production to business)
 - ২) শুধুমাত্র ব্যবসা (Absolute trading)

উৎপাদন করে কৃষক তার পণ্য বিভিন্ন বাজার নেটওয়ার্কে বিক্রয় করে থাকে। প্রত্যহ কৃষক বিভিন্ন ধরনের ঝুঁকির সম্মুখীন হয়। কৃষিতে প্রধানতঃ ৫টি ঝুঁকি বিদ্যমান-

ক) উৎপাদন ঝুঁকি- আবহাওয়া, পোকামাকড়, রোগ, প্রযুক্তি ও অন্যান্য।

খ) মূল্য ঝুঁকি- পণ্যের অনিশ্চিত মূল্য/পরিবর্তনশীল মূল্য।

গ) অর্থনৈতিক ঝুঁকি- মূলধন, সময়মত ও সহজশর্তে ঋণ পাওয়ার সমস্যা, অর্থনৈতিক অনিশ্চয়তা ইত্যাদি।

ঘ) প্রাতিষ্ঠানিক ঝুঁকি- সরকার, আইনগত ত্রুটি ইত্যাদি।

ঙ) ব্যক্তিগত ঝুঁকি- ব্যবসায়ের দ্বন্দ্ব, সংঘাত, প্রতিকূল পরিবেশ, রাজনৈতিক ইত্যাদি।

ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা:

ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা বা ঝুঁকি হ্রাসের জন্য নিম্নলিখিত পদক্ষেপগুলো গ্রহণ করা প্রয়োজন-

✓ ঝুঁকি চিহ্নিতকরণ (Risk identification) ✓ ঝুঁকি নিরূপণ (Risk assessment) ✓ ঝুঁকি বিশ্লেষণ (Risk analysis) ✓ ঝুঁকি মূল্যায়ন (Risk evaluation) ✓ ঝুঁকি গ্রহণ (Risk acceptance) ✓ সিদ্ধান্ত গ্রহণ (Decision making)

সার্বিকভাবে ঝুঁকি বিশ্লেষণ করে সাবধানতা বা ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা কৌশল গ্রহণ করা হয়ে থাকে। ঝুঁকি হ্রাসের কিছু ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা গ্রহণ করা যেতে পারে-

- ক) ব্যবসা বহুমুখীকরণ (Enterprise diversification) : বিভিন্ন ফসল উৎপাদন, ফসল ও পশুপালন, সমন্বিত ফার্মিং, একই ফসল বিভিন্ন রং ও ওজনের মূল্য সংযোজনী ফসল উৎপাদন ইত্যাদি;
- খ) ফসল বীমা;
- গ) চুক্তিবদ্ধভাবে উৎপাদন (Contract Production);
- ঘ) নতুন প্রযুক্তি সন্ধান (Evaluating new technology);
- ঙ) যথাযথ বাজার মনিটরিং এবং হস্তক্ষেপ;
- চ) সময়ভিত্তিক বাজার ব্যবস্থাপনা গড়ে তোলা; এবং
- ছ) মার্কেট চ্যানেলে মধ্যসত্ত্বভোগকারীদের দৌরাত্ম কমানোর ব্যবস্থা।

অন্যদিকে বড় ধরনের ব্যবসার ক্ষেত্রে সার্বিক ব্যবস্থাপনার মাধ্যমে কৃষি তথা যে কোন ব্যবসার ঝুঁকিকে হ্রাস বা কমানো সম্ভব, যেমন হিসাব ব্যবস্থাপনার দৃষ্টিতে যথাযথ ব্যবসা পরিকল্পনা, Break even analysis, budgetary control, Financial, planning, Marginal costing ইত্যাদি যথাযথ পালন করার মাধ্যমে ঝুঁকিকে নিয়ন্ত্রণ রাখা সম্ভব।

আয় (Income) :

"আয় (Income)" শব্দটি সাধারণত পরিষেবা বা পণ্যের বিনিময়ে একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে প্রাপ্ত অর্থ, সম্পত্তি এবং মূল্যের স্থানান্তরকে বোঝায়। এক কথায় আয় হল অর্থ বা মূল্য যা একটি ব্যক্তি বা ব্যবসায়িক সত্তা একটি পণ্য বা পরিষেবা প্রদানের বিনিময়ে বা পুঁজি বিনিয়োগের মাধ্যমে গ্রহণ করে।

নিট আয় (Net Income) :

নিট আয় হল একটি নির্দিষ্ট হিসাব (অ্যাকাউন্টিং) সময়ের মধ্যে একটি ব্যবসার দ্বারা আয় এবং খরচ বা ব্যয়ের মধ্যে পার্থক্য। এটি একটি ব্যবসার লাভ হিসাবেও পরিচিত। আয় একটি ব্যবসায় সম্পদের মূল্য বৃদ্ধির দিকে পরিচালিত করে।

আয় এবং লাভ কি?

লাভ বা মুনাফা হল রাজস্ব থেকে সমস্ত খরচ বাদ দেওয়ার পরে অবশিষ্ট পরিমাণ অর্থ। আর আয় হচ্ছে একটি ব্যক্তি বা কোম্পানির উপার্জন করা প্রকৃত পরিমাণ অর্থ।

বিষয়-৪ : ব্যবসায় পণ্যের খরচ ও মূল্য নির্ধারণ এবং পণ্যের জীবন চক্র

পণ্যের খরচ নির্ধারণ:

পণ্যের সঠিক খরচ নির্ধারণ করা যেকোন ব্যবসায়ীর জন্য অত্যন্ত কঠিন কাজ। সঠিক খরচ নির্ধারণের সুনির্দিষ্ট কোন পদ্ধতি নাই। কিন্তু সঠিক খরচ নির্ধারণ করা না হলে তার পরিনতি খুবই খারাপ হয়। এর চূড়ান্ত ফলাফল হল ব্যবসা বন্ধ হয়ে যাওয়া। পণ্যের খরচ নির্ধারণের সময় সব খরচ বিবেচনায় না নিলে বা বেশি মূল্য নির্ধারণ করার ফলে পণ্য বিক্রয় না হলে এর চূড়ান্ত ফলাফল হিসাবে ব্যবসা বন্ধ হয়ে যেতে পারে।

উৎপাদন/ সেবা প্রক্রিয়ায় প্রতিটি পৃথক এককের পেছনে ব্যয়কৃত অর্থ দ্বারা বিক্রয় মূল্য নির্ধারণ করার প্রক্রিয়াকে সাধারণত খরচ নির্ধারণ বা খরচ নিরূপণ বলে। খরচ সাধারণত নিম্নোক্ত উপায়ে নির্ধারণ করা হয়;

- **পরিবর্তনশীল খরচ:** একক প্রতি পণ্য/কাঁচামালের খরচ, শ্রম ব্যয়, প্রত্যক্ষভাবে যন্ত্রপাতির অবচয়, জ্বালানী।
- **স্থির খরচ:** জমি, পরোক্ষ কাজে ব্যবহৃত শ্রম, জ্বালানী ও যন্ত্রপাতির অবচয় যা সরবরাহকৃত একক দ্বারা প্রভাবিত নয়।
- **একক প্রতি খরচ:** একক প্রতি পরিবর্তনশীল খরচ + মোট স্থির খরচ।

পণ্যের মূল্য নির্ধারণ কৌশল:

মূল্য নির্ধারণের ক্ষেত্রে বিবেচ্য বিষয়:

- গ্রাহকের নিকট গ্রহণযোগ্যতাই আপনার পণ্য বিক্রিতে সহায়তা করতে পারে।
- বাজারের প্রতিযোগীদের বর্তমান মূল্য এবং ক্রেতার ক্রয় ক্ষমতাকে বিবেচনা করতে হবে।
- পণ্যে কী ধরণের মূল্যমান সংযোজন করা হলে গ্রাহক আপনার পণ্য ক্রয়ে উৎসাহিত হবে তাও বুঝতে সহায়তা করবে।
- পরিবর্তনশীল খরচ ও স্থায়ী খরচ অন্তর্ভুক্ত করতে হবে।
- যথা সম্ভব উৎপাদন খরচ কম রাখা, উৎপাদনকারী প্রতিযোগীর সংখ্যা অনুযায়ী।

সঠিক মূল্য নির্ধারণ পদ্ধতি:

পণ্যের বিক্রয় মূল্য স্থির করার জন্য তিনটি প্রণালী/পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। একটি পণ্যের বিক্রয় মূল্য নির্ধারণের সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা সবচেয়ে জটিল এবং গুরুত্বপূর্ণ বিষয়।

- **মূল্য সংযোগ পদ্ধতি:** লাভকে সম্ভাব্য অবস্থায় রেখে এই মূল্য নির্ধারণ ইহা করা হয়। যেমনঃ পণ্যের খরচ ৫% থেকে ১৫% মধ্যে রাখা হয়।
- **প্রতিযোগিতামূলক মূল্য নির্ধারণ পদ্ধতি:** বাজারে অন্যান্য পণ্য ও সেবাদানের সঙ্গে তুলনা করে করা হয়। একই স্তরের প্রতিযোগিতামূলক পণ্য অথবা সেবাদানের প্রতি লক্ষ্য রেখে নিম্নোক্তভাবে মূল্য স্থির করা হয়। সমমানের পণ্য যদি খরচের কম মূল্য হয়, তাহলে খরচ কমানো উচিত এবং একইভাবে পণ্যের আরো আকর্ষণীয়তা বাড়ানোর পরে প্রতিযোগিতায় যাওয়া উচিত তাহলে বেশি মূল্য আশা করা যায়।
- **ক্রেতার ক্রয়ক্ষমতা ভিত্তিক মূল্য নির্ধারণ পদ্ধতি:** ইহা পণ্য এবং সেবাদানের চাহিদা ও সরবরাহের সহিত সম্পর্কযুক্ততার উপর নির্ভর করে প্রয়োগ করা হয়। যদি একটি পণ্য বাজারে দূর্লভ হয়, তাহলে ইহার মূল্য **মূল্য সংযোগ পদ্ধতি**র চাইতে অধিক মূল্য হবে। অনুরূপভাবে যদি একটি পণ্য বাজারে বেশি হয় তাহলে, তার মূল্য স্থিরকৃত মূল্যের চাইতে কম হবে।

পণ্যের জীবন চক্র:

পণ্য বাজারে ছাড়ার পর কোম্পানী স্বভাবতই আশা করে যে, পণ্যটির বিক্রির পরিমাণ উত্তরোত্তর বাড়বে এবং বহুদিন যাবত এটি বাজারে টিকে থাকবে। তবে প্রত্যেক কারবারী প্রতিষ্ঠান একথা অবশ্যই স্বীকার করতে বাধ্য যে, কোন পণ্যই চিরকাল একইভাবে বাজার দখল করে রাখতে পারে না, বিভিন্ন কারণে পণ্যের জীবনে উত্থান পতন ঘটে থাকে, ব্যবস্থাপনা কর্তৃপক্ষ এ ব্যাপারে সজাগ থাকেন যে, প্রত্যেক পণ্যেরই একটি জীবন চক্র রয়েছে। একটি পণ্যের জীবদ্দশায় তাকে যে সব পর্যায় বা ধাপ অতিক্রম করতে হয় সেই পর্যায়গুলোকে পণ্যের জীবন চক্র বলে। উদ্ভিদ এবং প্রাণীর ক্ষেত্রে আমরা যেমন জন্ম, বৃদ্ধি এবং শেষ পরিনতি দেখতে পাই ঠিক তেমনি পণ্যকে উৎপাদনের পর থেকে আরম্ভ করে সম্পূর্ণ বিলীন হয়ে যাওয়া পর্যন্ত যে সব পর্যায়ের মধ্যে দিয়ে ধাপে ধাপে অগ্রসর হয়ে যেতে হয় তাকে বলা হয় পণ্যের জীবন চক্র।

পণ্যের জীবন-চক্রের পর্যায়সমূহ:

পণ্যের জীবন-চক্রের ৪ (চার)টি পর্যায়ে ভাগ করা যায় যেমন ক) প্রবর্তন, (খ) প্রবৃদ্ধি, (গ) পূর্ণতা প্রাপ্তি, (ঘ) অধঃগতি

জীবন-চক্রের বিভিন্ন পর্যায়গুলো নিম্নে আলোচিত হলো-

- ক) **প্রবর্তন:** এ পর্যায়ে নতুন পণ্য বাজারে ছাড়া হয় এবং একে সম্ভাব্য গ্রাহকদের নিকট পরিচিত করানোর জন্য প্রচার মূলক কার্য চালানো হয়। এ পর্যায়ে বিক্রির পরিমাণ তেমন বেশী হয় না এবং প্রায় ক্ষেত্রে মুনাফাও অর্জিত হয় অতি সামান্য অনেক ক্ষেত্রে মুনাফা একেবারেই হয় না। পণ্য প্রবর্তনজনিত বহুল খরচ এবং গ্রাহকের সংখ্যার মুনাফা না হওয়ার প্রধান কারণ। ভবিষ্যতে মুনাফার আশায় এ পর্যায়ে পণ্যের পেছনে বিস্তর টাকা পয়সা খরচ করা হয়।
- খ) **প্রবৃদ্ধি:** পণ্যের জীবনচক্রের দ্বিতীয় পর্যায়ে পণ্যের কাটতি বাড়ে, গ্রাহকের মধ্যে পণ্যের কদর বৃদ্ধি পায়, ফলে মুনাফার পরিমাণও বাড়ে থাকে। পণ্য প্রবৃদ্ধির পর্যায়ে বিক্রির পরিমাণ দ্রুত গতিতে বৃদ্ধি পায় এবং সেই গতিতে সর্বোচ্চ পর্যায়ে পৌঁছায়। পণ্যের চলমান জীবনের এ পর্যায়ে প্রতিযোগীরা উন্নতমানের কিংবা কম ব্যয়ের পণ্য নিয়ে বাজারে প্রবেশ করতে থাকে। কোম্পানীর জন্য সর্বোচ্চ মুনাফার এটাই সময় তবে প্রতিযোগিতার দরুন এটা মুনাফার অগ্রগতি শুরু হয়।
- গ) **পূর্ণতা প্রাপ্তি:** এ পর্যায়ে প্রতিযোগিতা তীব্র থেকে তীব্রতর হতে থাকে ফলে বিক্রির পরিমাণ সর্বোচ্চ পর্যায়ে পৌঁছেই আবার নিম্নমুখী হতে থাকে এবং তার সাথে মুনাফা রেখাও নিম্নগামী হয়। এ অবস্থায় প্রচারের পেছনে প্রচুর খরচ করতে হয় যাতে পণ্যকে প্রতিযোগিতার মুখে টিকিয়ে রাখা যায়। এ পর্যায়ে প্রতিযোগীর সংখ্যা শুধু বাড়তেই থাকে না অনেক প্রতিযোগী বাজার দখল করার মতলবে মূল্য হ্রাসের প্রতিযোগিতায় নেমে পড়ে।
- ঘ) **অধঃগতি:** পণ্যের জীবন-চক্রের এই ধাপে। বিক্রির পরিমাণ আরও হ্রাস পেতে থাকে। ফলে শেষ পর্যন্ত মুনাফা অর্জন করা আর সম্ভব হয়ে উঠে না। যদি পণ্যটিকে টিকিয়ে রাখার জন্য বাস্তব অবস্থার প্রেক্ষাপটে কার্যকর কোন পদক্ষেপ নেয়া না হয় তাহলে পণ্যটির বিলুপ্তি ঘটে

বিষয়- ৫ : ব্যবসায় ঋণ প্রাপ্তি এবং ব্যবসা পরিচালনায় আইনগত বিষয়াদি

ব্যবসাতে ক্ষুদ্র ঋণ:

ক্ষুদ্রঋণ বলতে আমরা সাধারণতঃ শর্ত সাপেক্ষে আর্থিক সেবা প্রদান কে বুঝি যা নির্দিষ্ট সময় পরে ফেরৎ যোগ্য। পূর্নাঙ্গভাবে বলতে গেলে মাইক্রো ক্রেডিট হচ্ছে এমন এক ধরনের ঋণ প্রক্রিয়া যেখানে ঋণের আকার ছোট এবং ঋণের মেয়াদ স্বল্প। মাইক্রো ইন্টারপ্রাইজ বলতে আমরা সাধারণতঃ বড় ঋণকে বুঝি। যেখানে শর্ত সাপেক্ষে আর্থিক সেবা প্রদান করা হয়ে থাকে। যা নির্দিষ্ট সময় পরে ফেরত যোগ্য।

ব্যবসাতে ঋণ প্রাপ্তির উৎস:

১) সরকারী ও বেসরকারী ব্যাংক ২) সংগঠন ৩) এনজিও ৪) সরকারী প্রতিষ্ঠান ৫) সমবায় সমিতি

ব্যবসায় আর্থিক প্রবেশাধীকার এর গুরুত্ব:

✓পুঁজি গঠনে সাহায্য করে। ✓কর্ম সংস্থানের ব্যবস্থা করে। ✓আয় বৃদ্ধিতে সহায়তা করে। ✓সামাজিক উন্নয়নে ভূমিকা রাখে।
✓স্বল্পমূল্যে মনোভাব সৃষ্টি করে। ✓পেশাভিত্তিক কর্মসূচির সুযোগ করে দেয়। ✓সমাজের সকল শ্রেণী সেবার আওতায় আসে।
✓উদ্যোক্তা উন্নয়নে সহযোগিতা করে। ✓অর্থনৈতিক বৈষম্য দূর করে।

ঋণ গ্রহণে যে বিষয়গুলি বিবেচনায় নিতে হয়-

ক) ব্যবস্থাপনাগত দিক:

✓সংগঠনে তার গ্রহণযোগ্যতা আছে কিনা। ✓ঋণীর স্বামী/অভিভাবকের স্বভাব চরিত্র ভাল কিনা। ✓বিনিয়োগ সম্ভাব্য প্রকল্প সম্পর্কে পূর্ব অভিজ্ঞতা আছে কিনা। ✓বিনিয়োগ সম্ভাব্য প্রকল্পের প্রয়োজনীয় সুযোগ সুবিধা আছে কিনা।

খ) আর্থিক দিক:

✓পরিবারে উপার্জনক্ষম ব্যক্তি কতজন। ✓পরিবারে মোট মাসিক আয় কত। ✓সাপ্তাহিক নগদ প্রবাহ (Cash flow) কেমন।
✓প্রস্তাবিত ঋণের অর্থ ব্যবহারের সামর্থ আছে কি না। ✓কিস্তি পরিশোধের সামর্থ আছে কিনা? (বর্তমান/প্রস্তাবিত আয় থেকে)।
✓অন্য কোন আর্থিক প্রতিষ্ঠান থেকে ঋণ নিয়েছে কিনা। ✓ব্যয় সাশ্রয়ী মনোভাব আছে কিনা।

ঋণ পাবার জন্য প্রয়োজনীয় কাগজ পত্র:

- ট্রেড লাইসেন্স এর ফটোকপি
- জাতীয় পরিচয় পত্রের ফটোকপি
- ব্যবসায় কমপক্ষে ১/২ বছরের অভিজ্ঞতা
- ব্যবসায়ী প্রোফাইল, ভিজিটিং কার্ড
- ২জন গ্যারান্টর এর মধ্যে ১ জন পরিবারের সদস্য ও ১ জন ৩য় পক্ষ হতে হবে
- টিআইএন নম্বর এর কাগজ
- ব্যাংক লেনদেনের (স্টেটমেন্ট) হিসাব বিবরণী
- ব্যবসার আয় ব্যয়ের হিসাব বিবরণী
- সম্পদের মর্টগেজ হিসেবে দলিল (প্রয়োজনে)

ব্যবসা পরিচালনায় আইনগত বিষয়:

ব্যবসা পরিচালনার নিয়ম:

ব্যবসার করতে হলে প্রান্তিক ও ক্ষুদ্র উদ্যোক্তাদের রাষ্ট্র কর্তৃক আরোপিত নিয়মকানুন মানিয়া চলিতে হবে এবং নিয়ম কানুন ভঙ্গ করা অপরাধ। তাই ক্ষুদ্র উদ্যোক্তাদের আইনী কাঠামো সম্পর্কে জানা প্রয়োজন। একটি ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের উজ্জল সম্ভবনা ও ভবিষ্যতের জন্য নিম্ন লিখিত ব্যবসায়িক কাগজ পত্রের নিয়ম কানুন মেনে চলতে হয়:

১. ব্যবসা করার জন্য সিটি কর্পোরেশন/পৌরসভা/ইউনিয়ন হতে ট্রেড লাইসেন্স সংগ্রহ করতে হবে,
২. স্থানীয় কর অফিস হইতে TIN (Tax Identification Number) সংগ্রহ করতে হবে, [যদি তার আয় করার জন্য প্রয়োজ্য হয়]
৩. মূল্য সংযোজন কর (ভ্যাট) পরিশোধ করতে হবে [যদি তার ব্যবসায় মূল্য সংযোজন কর প্রয়োজ্য হয়], এবং
৪. ব্যাংক হিসাব খুলতে হবে।

ক. ট্রেড লাইসেন্স:

সরকার কর্তৃক প্রদত্ত বৈধ ব্যবসায়ের অনুমতি নামই হল ট্রেড লাইসেন্স। সাধারণত বিভাগীয় শহরে সিটিকর্পোরেশন, জেলা শহরের পৌরসভা এবং ইউনিয়ন পর্যায়ে চেয়ারম্যান ব্যবসায়ের অনুমতি প্রদানের জন্য ট্রেড লাইসেন্স ইস্যু করে থাকেন। ব্যবসা করার জন্য সিটি কর্পোরেশন/পৌরসভা/ইউনিয়ন হতে ট্রেড লাইসেন্স সংগ্রহ করতে হবে। উদ্যোক্তা ঐ ট্রেড লাইসেন্স বাঁধাই কওে তার ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের ঝুলিয়ে রাখতে পারে। যদি আইন প্রয়োগকারী সংস্থা আসে তাহলে খুব সহজে প্রদর্শন করতে পারে। ট্রেড লাইসেন্স ব্যবহার করলে একজন উদ্যোক্তা নানাবিধ সুবিধা পেয়ে থাকে এবং দিয়েও থাকে।

- সে একজন তালিকাভুক্ত ব্যবসায়ী হিসাবে গণ্য হবে।
- ব্যাংক হিসাব খুলতে সাহায্য পাবে।
- ব্যাংক হতে ব্যবসায়ী ঋণ গ্রহণ করতে পারবে।
- তিনি নাগরিক পরিচয় পত্র হিসাবে ব্যবহার করতে পারবে।
- সরকার হতে আইনগত সুবিধা পাবে।
- মূল্য সংযোজন কর (Tax) পরিশোধ করতে পারবে।
- বৈধ ব্যবসায়ী হিসাবে নিজে পরিচয় দিতে পারবে।
- দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়নে ভূমিকা রাখতে পারবে।

খ. (TIN):

স্থানীয় কর অফিস হইতে এগ্রহ (Tax Identification Number) সংগ্রহ করতে হবে যদি তার আয় করের আওতায় পড়ে। প্রতি ভোটার এর যেমন একটি ভোটার নাম্বার থাকে তেমনি প্রতিটি প্রতিষ্ঠান বা ব্যক্তির এই নির্দিষ্ট কর আওতাধীন অতিএম করলে তাকে ট্যাক্স দিতে হয়। এবং তার জন্য তার বা তার কোম্পানির নামের বিপরিতে একটি Tax Identification Number থাকে।

গ. মূল্য সংযোজন কর (ভ্যাট) : সরকার কর্তৃক আরোপিত পণ্য বা সেবার মূল্য উপরে আর্পিত করই হল মূল্য সংযোজন কর।

ঘ. ব্যাংক হিসাব:

উদ্যোক্তাদের আয়কৃত অর্থ সহজ ও নিরাপদ সংস্থান এর জন্য ব্যাংক হিসাব প্রয়োজন। নির্দিষ্ট ব্যাংকের নিয়ম অনুযায়ী এ হিসাব খুলতে পারেন। ব্যাংক হিসাব খুলতে যা প্রয়োজন হয় তা নিম্নে বর্ণনা হল :

- ✓ জাতীয় পরিচয় পত্র/অন্য কোন নাগরিকত্বের প্রমাণ পত্র
- ✓ দুই কপি পাসপোর্ট সাইজের ছবি
- ✓ একজন নমিনি (উদ্যোক্তার মৃত্যু হলে নমিনি তার সকল জমাকৃত অর্থে মালিক হবেন)
- ✓ একজন পরিচয়কারী (ঐ ব্যাংকে তার হিসাব থাকা বাধ্যতামূলক)
- ✓ প্রাথমিক জামানত (ব্যাংক ভেদে তার পরিমাণ বিভিন্ন রকম হতে পারে)

একটি উদ্যোক্তার আয় কৃত ও সঞ্চয়ী অর্থ সহজ ও নিরাপদ সংরক্ষণ ব্যাংক হিসাব খোলা জরুরী। এর মাধ্যমে খুব সহজে উদ্যোক্তা তার সঞ্চয়কৃত অর্থ নিরাপদ সংরক্ষণ করতে পারবে। ব্যাংক একটি সহজ সঞ্চয় অর্থ সংরক্ষণের একটি নিরাপদ প্রতিষ্ঠান। তাছাড়া ভবিষ্যতে ব্যাংক ঋণ পেতে হলে উদ্যোক্তার ব্যাংকে জমাকৃত সঞ্চয়ী অর্থের উপর ও কতদিন ধরে ব্যাংকে হিসাব আছে তার উপর অনেকাংশে নির্ভর করে। এছাড়াও ব্যাংকের ম্যানেজারের সাথে উদ্যোক্তার ব্যক্তিগত সর্স্পক, তাকে ঋণ পেতে সুযোগ তৈরী করে দেয়। যেকোন ব্যাংকে হিসাব খোলার কাগজপত্র এই প্রশিক্ষণের সময় দেখানো যেতে পারে

বিষয়-৬ : ব্যবসায় নথিপত্র সংরক্ষণ ও ব্যবস্থাপনা

একটি সংগঠনের মূল দলিল হল সংগঠনের বিভিন্ন নথিপত্র। সংগঠনের নথিপত্র না থাকলে সেটি হবে কাভারিবিহীন নৌকার মত। বিভিন্ন সংগঠনের বিভিন্ন নথিপত্র বা খাতাপত্র থাকে। সংগঠনের সদস্যদের মাঝে স্বচ্ছতা বৃদ্ধির জন্য নথিপত্র সংরক্ষণ করা জরুরী। একটি সংগঠনে কতিপয় নথিপত্র ব্যবহারের মাধ্যমে আর্থিক ব্যবস্থাপনা কার্যক্রম সম্পন্ন করা হয়।

নথিপত্রের প্রয়োজনীয়তা: সংগঠনের/ডাব্লিউবিসির/সাব-সেন্টারের সুপরিচালন, প্রাতিষ্ঠানিকীকরণ এবং নিজেদের ব্যবসা ও নিরাপত্তার স্বার্থেই আমাদের প্রত্যেকের নথিপত্র সংরক্ষণ করা দরকার। নথিপত্র ভবিষ্যতে প্রয়োজনীয় তথ্যের একটি ভান্ডারে পরিণত হতে পারে। ব্যবসার ক্ষেত্রে নথিপত্র দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে সহায়তা দেয়। এছাড়া কখনো কখনো এটি নিজেদের নিরাপত্তাও দেয়।

একটি ব্যবসায় বা সংগঠন এর জন্য বিভিন্ন ধরনের নথিপত্র সংরক্ষণ ও তার ব্যবহার:

| ক্র.নং | নথিপত্রের নাম | ব্যবহার |
|--------|---------------------|--|
| ১ | ক্রয় রেজিস্টার | বিভিন্ন পণ্যের ক্রয় মূল্য তালিকা লিপিবদ্ধ করা |
| ২ | বিক্রয় রেজিস্টার | বিভিন্ন পণ্যের বিক্রিত মূল্যে তালিকা লিপিবদ্ধ করা এবং লাভ বের করা। |
| ৩ | সঞ্চয় রেজিস্টার | প্রত্যেক সদস্যের ও দলের মোট সঞ্চয়ের সঠিক হিসাব লিখে রাখা। |
| ৪ | সংগঠনের প্রোফাইল | সংগঠন সংক্রান্ত আনুষ্ঠানিক যাবতীয় তথ্যাবলী লিপিবদ্ধ ও সংরক্ষণ করা। |
| ৫ | সম্পদ রেজিস্টার | সংগঠনের সকল স্থায়ী/অস্থায়ী সম্পদের তালিকা তৈরী ও সংরক্ষণ। |
| ৬ | বাজেট রেজিস্টার | সমিতির তহবিল, আয় এবং খরচের মধ্যে সমন্বয় ও আর্থিক কার্যাবলীর পরিকল্পনা প্রণয়ন এবং বাজেট মোতাবেক কার্যাবলী সম্পাদন করা। |
| ৭ | সভা আহবান রেজিস্টার | সদস্যদের সভায় অংশগ্রহণে আহবান করা এবং সংশ্লিষ্ট সকল সদস্যদের সভার তারিখ, সময় ও স্থান সময়মত জানানো। |
| ৮ | রেজুলেশন রেজিস্টার | বিভিন্ন সভায় কার্যবিবরণী এবং সিদ্ধান্তসমূহ লিপিবদ্ধ করা হয়। |
| ৯ | সঞ্চয় রেজিস্টার | প্রত্যেক সদস্যের ও দলের মোট সঞ্চয়ের সঠিক হিসাব লিখে রাখা। |
| ১০ | ঋণ রেজিস্টার | সদস্যদের মাঝে বিতরণকৃত এবং আয়কৃত ঋণের হিসাব পাশ বহির মাধ্যমে সংরক্ষণ করা। |
| ১১ | ক্যাশ রেজিস্টার | সমিতির সকল তহবিলের আয় ও ব্যয়ের হিসাব রাখা। |
| ১২ | পরিদর্শন রেজিস্টার | পরিদর্শনকারীর মতামত লিপিবদ্ধকরার জন্য যাহা কোন অনুদান প্রাপ্তিতে ব্যবহৃত হতে পারে। |

ব্যবসায় আর্থিক লেনদেনের জন্য অত্যাবশ্যকীয় কাগজপত্র:

উদ্যোক্তাকে প্রতিটি আর্থিক লেনদেনের জন্য কিছু প্রয়োজনীয় কাগজপত্র তৈরী করতে হয় যেগুলো লেনদেনের দলিপত্র হিসাবে পরিচিত। যেমন-চালান, ক্যাশমেমো/বিল, ভাউচার, বেতন শীট, রেজিস্টার, মজুরী শীট ইত্যাদি।

চালান (Invoice): চালান ক্রয় ও বিক্রয়ের একটি প্রমাণ দলিল। ক্রেতার বরাবর বিক্রয়কৃত মালের জন্য চালান প্রস্তুত করে তার এক কপি ক্রেতাকে দেন। চালানে যে সব তথ্য থাকে-

- কার নিকট পণ্য বিক্রয় করা হল;
- কি পরিমাণ পণ্য বিক্রয় করা হল; এবং
- চালানের উপর ভিত্তি করে ক্রয় বিক্রয় বই লিখা হয়।

চালান (নুমাণা):

| | | |
|--|-----------------|--------------------|
| নিউ শীতলক্ষা স্টোর (বিক্রেতা) কাপাশিয়া, গাজীপুর চালান | | |
| চালান নং----- | তারিখ----- | |
| ক্রেতার নাম----- | ----- | |
| ঠিকানা----- | ----- | |
| নং | মালামালের বিবরণ | পরিমাণ |
| | | |
| | কথায় | মোট |
| ক্রেতার স্বাক্ষর | | বিক্রেতার স্বাক্ষর |

ক্যাশ মেমো/বিল:

বিক্রেতা পণ্য বিক্রয়ের জন্য ক্যাশ মেমো তৈরী করে ক্রেতাকে প্রদান করে। ক্যাশ মেমো সাধারণত ৩কপি প্রস্তুত করতে হয়। মূল কপি ক্রেতাকে দেয়া হয় এবং কার্বন কপি সমূহ বিক্রেতার নিকট থাকে।

ক্যাশ মেমো/বিল (নুমুনা):

| নিউ শীতলক্ষা স্টোর (বিক্রেতা) কাপাশিয়া, গাজীপুর ক্যাশ মেমো/বিল | | | | |
|---|-----------------|------------|--------------------|---------------|
| ক্যাশ মেমো নং----- | | তারিখ----- | | |
| ক্রেতার নাম----- | | | | |
| ঠিকানা----- | | | | |
| নং | মালামালের বিবরণ | পরিমান | দর(টাকা) | পরিমান (টাকা) |
| | কথায় | মোট | | |
| ক্রেতার স্বাক্ষর | | | বিক্রেতার স্বাক্ষর | |

ভাউচার (Voucher):

বিক্রয়, ক্রয়, খরচ ও আয় নগদান বইতে লিপিবদ্ধ করার জন্য ব্যবহৃত স্বাক্ষরিত প্রমাণ পত্রকে ভাউচার বলা হয়।
ভাউচার ২ প্রকার-

ক) ডেবিট ভাউচার (Debit Voucher): কোন নির্দিষ্ট সময়ে একটি ক্ষুদ্র ব্যবসা প্রতিষ্ঠানে নানাবিধ খরচ হয়। এ সব খরচের হিসাবের জন্য ব্যবহৃত ভাউচারকে ডেবিট ভাউচার বলা হয়। ডেবিট ভাউচার বিভিন্ন বিল, ক্যাশমেমো হতে প্রস্তুত করা হয়। তাই এর সাথে চালান, বিল বা ক্যাশমেমোর কপি সমূহ সংযুক্ত করা হয়ে থাকে। এ সমস্ত খরচের সঠিক হিসাব রাখার জন্য ডেবিট ভাউচারের প্রয়োজন। তাই ডেবিট ভাউচার খরচের দলিল।

খ) ক্রেডিট ভাউচার (Credit Voucher) : পণ্য বিক্রয় ও বিভিন্ন প্রকার আয়ের জন্য ব্যবহৃত ভাউচারকে ক্রেডিট ভাউচার বলে। ক্রেডিট ভাউচারের সাথে চালানের কপি ও ক্যাশমেমো বা প্রাপ্তি রসিদ সংযুক্ত করে তাতে প্রয়োজনীয় নম্বর প্রদান করে ক্যাশবুকের ডেবিট দিকে লিখা হয়। ক্রেডিট ভাউচার একটি ব্যবসার প্রাপ্ত আয়ের দলিল।

দৈনিক জমা ও খরচের হিসাব- অনুশীলন শীট:

তারিখ: -----

| ক্র.নং | জমা | | খরচ | |
|--------|---------|------|---------|------|
| | বিবরণ | টাকা | বিবরণ | টাকা |
| | | | | |
| | | | | |
| | মোট জমা | | মোট খরচ | |

বিষয়-৭ : ব্যবসায় যোগাযোগ ও তথ্য প্রযুক্তির ব্যবহার

যোগাযোগ:

আধুনিক বিশ্বে যোগাযোগ একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। যোগাযোগের উন্নত ব্যবস্থার কারণে বিশ্ব ক্রমান্বয়ে ছোট হয়ে আসছে। তথ্য আদান প্রদানের ক্ষেত্রে এটি একটি যুগান্তকারী পদক্ষেপের সূচনা করেছে। সাধারণ অর্থে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য বা ভাবের আদান প্রদানকে যোগাযোগ বলে।

ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব:

✓ দাপ্তরিক কাজে যোগাযোগ একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। ✓ তত্ত্বাবধায়ককে তার শাখা বা বিভাগের কাজ পরিচালনার জন্য তার কর্মী বাহিনীর সাথে যোগাযোগ রক্ষা করতে হয়। ✓ তাকে ব্যবস্থা করতে হয় কি কাজ করতে হবে। ✓ আলোচনা করতে হয় তার সাথে যে কাজটি করবে, দেখিয়ে দিতে হয় তা কি ভাবে তা তিনি করবেন ইত্যাদি। ✓ তত্ত্বাবধায়ক কাজের জন্য তার কর্মচারীকে আদেশ বা নির্দেশ প্রদান করেন। ✓ ফলশ্রুতিতে কাজটি সফলতার সাথে সম্পন্ন করা সহজ হয়।

যোগাযোগের মাধ্যম:

তথ্য বা নির্দেশ প্রেরক দাপ্তরিক ও ব্যবসায়িক কাজে গ্রাহকের প্রয়োজনে বিভিন্ন ভাবে তা প্রেরণ করতে পারেন। প্রেক্ষাপট, বিবেচনা করে ভিন্নভিন্ন-আংগিকে হতে পারে। যেমন- কথা, ভংগীমা, ছবি/সংখ্যা ইত্যাদি। দাপ্তরিক প্রয়োজনে প্রতিষ্ঠানের ব্যবস্থাপনায় সাধারনতঃ যোগাযোগের মাধ্যম হিসাবে যা অধুনা ব্যবহৃত হচ্ছে তা নিম্নরূপ-

ক) দাপ্তরিক মাধ্যম:

✓ নোটিশ বা বুলেটিন বোর্ড, ✓ ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের ম্যাগাজিন বা হ্যান্ড বুক, ✓ ডাক ব্যবস্থা, ✓ ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের বার্ষিক প্রতিবেদন, ✓ পোস্টার বা বিভাগীয় সভা, ✓ চিঠি পত্র ইত্যাদি।

খ) মৌখিক মাধ্যম:

মেকানিক্যাল মাধ্যম-

✓ টেলিফোন, ✓ রেডিও, টেলিভিশন, ✓ মাইক্রোফোন, ✓ মোবাইল

নন-মেকানিক্যাল মাধ্যম-

✓ কথোপকথন ✓ সাক্ষাৎকার ✓ কমিটি মিটিং ✓ ক্লোজ ডোর মিটিং ✓ গ্রুপ মিটিং ✓ কনফারেন্স ✓ ফরমাল ট্রেনিং কোর্স
✓ প্রাইজ গিভিং সেরিমনি ✓ পাবলিক রিলেশন ইত্যাদি।

যোগাযোগ ব্যহত হলে ব্যবসায় ক্ষতি সমূহ:

যোগাযোগ ব্যহত হলে একটি প্রতিষ্ঠানের নানাবিধ ক্ষতি হতে পারে। তন্মধ্যে প্রাধান ক্ষতি সমূহ নিম্নে বর্ণিত হলোঃ

✓ সংগঠনের / ব্যবসার আর্থিক ক্ষতি হয়। ✓ সংগঠনের / ব্যবসার সময় অপচয় হয়। ✓ কর্মীদের উৎপাদন ক্ষমতা হ্রাসের কারণ ঘটে। ✓ কর্মীদের মাঝে ভুল বোঝাবুঝির সৃষ্টি হয়। ✓ দলীয় কর্ম উৎসাহ ব্যাহত হয়। ✓ কর্মীদের নৈতিকতা বিনষ্ট হয়।
✓ প্রতিষ্ঠানের সুনাম নষ্ট হয়। ✓ সৃজনশীলতা ব্যাহত হয়। ✓ সম্পর্কের অবনতি ঘটে।

যোগাযোগ বিভ্রাট কাটিয়ে উঠার উপায়:

- ✓ মুখোমুখি কথা বলা যোগাযোগের উত্তম পন্থা। সোজা পরিচ্ছন্ন ও ছোট ছোট শব্দ ব্যবহার করা শ্রেয়।
- ✓ সম্ভাব্যের পুনরাবৃত্তি যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা দূরীকরণের সহজ উপায়।
- ✓ নিজেকে অন্যের স্থানে স্থাপন করা। এবং ন্যায় ও কল্যাণকর মনোভাব পোষণ করা ও তার প্রতিফলন ঘটানো।
- ✓ সহজ সাংগঠনিক কাঠামো। সুস্থ অফিস পরিবেশ যোগাযোগ উত্তরনে সহায়ক ভূমিকা পালন করে।
- ✓ সব সময় মানসিকভাবে চাঙা থাকা।
- ✓ সঙ্গে সঙ্গে লিখে রাখা বা কি বলবো, কি লিখবো তা আগে থেকে ঠিক করে লিখে রাখা।
- ✓ বেশি ভূমিকা পরিহার করা এবং বার্তার প্রতিউত্তর দেয়া।

ব্যবসায়িক ক্ষেত্রে যোগাযোগে বিবেচ্য বিষয়সমূহ:

- ✓ নির্দেশ বা তথ্য প্রদানের ক্ষেত্রে যতটুকু বলা প্রয়োজন ততটুকুই প্রদান করতে হবে।
- ✓ কর্মীর আগ্রহের বিষয়টিকে বিবেচনায় আনতে হবে।
- ✓ প্রশ্নের মাধ্যমে বুঝতে হবে যা বলা হয়েছে তা কর্মী সঠিকভাবে বুঝতে পেরেছে কি না।
- ✓ সাধারণতঃ ব্যবসায়িক কাজে কর্ম বা করনীয় কি তা পরিষ্কার করতে হবে।
- ✓ প্রথমেই বেশী যুক্তি তর্কের অবতারণা না করে বিষয়টি ভাল ভাবে শুনতে হবে।

- ✓ বক্তাকে বক্তব্য উপস্থাপনের জন্য যথেষ্ট সুযোগ দিতে হবে।
- ✓ বিষয়টি নিয়ে সহ কর্মীর সাথে কথা বলতে হবে, চিন্তা করতে হবে এবং কাজ করার পদ্ধতি ঠিক করতে হবে।
- ✓ বক্তার কণ্ঠস্বর বা বক্তব্য পছন্দ না হলে বিরক্ত সহকারে শ্রবণ না করা।

ব্যবসায় তথ্য অনুসন্ধান পদ্ধতি:

আধুনিক বিশ্বে তথ্য একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হিসাবে চিহ্নিত। প্রখ্যাত দার্শনিক ফ্রানসিস বেকনের মতে জ্ঞান ও শক্তি প্রায় একে অপরের পরিপূরক। জ্ঞান যার বেশী তার শক্তি তত বেশী। আর এ জ্ঞান সংগ্রহের প্রক্রিয়া। তথ্য যত নিখুত সংগ্রহের প্রক্রিয়া তত সহজ ও উন্নত হবে, প্রতিষ্ঠানের সিদ্ধান্ত নিতে তত সহজ ও সঠিক হবে।

তথ্য সংগ্রহের উৎসসমূহ:

ব্যবসা সংক্রান্ত তথ্য সংগ্রহের উৎস সমূহ নিম্নরূপ:

- ✓ অপ্রাতিষ্ঠানিক উৎস
- ✓ মেলা ও প্রদর্শনী
- ✓ প্রকাশনা
- ✓ আন্তর্জাতিক এজেন্সিসমূহ
- ✓ সরকারী তথ্য সংস্থা
- ✓ পেশাজীবী সংগঠন
- ✓ ডাটা ব্যাংক (যদি থাকে)
- ✓ বিকল্প বণিক সমিতি/বিভিন্ন পেশাজীবী সংগঠন

ব্যবসায় ব্যবহৃত আইসিটি মাধ্যমগুলো হচ্ছে:

টেলিফোন/মোবাইল: ক্রেতা বা গ্রাহক এবং ব্যবসায়িক পার্টনারদের সাথে যোগাযোগের মাধ্যম হিসেবে টেলিফোন বা মোবাইল ফোন বহুল ব্যবহৃত হয়। অনেকে স্মার্টফোন ব্যবহার করেন যেখানে ইন্টারনেটের সুবিধা থাকে যা ব্যবসায়িক কার্যক্রমে বহুল সহায়ক। একসময় ল্যান্ড ফোনের ব্যাপক ব্যবহার হলেও বর্তমানে ল্যান্ড ফোন ব্যবহার সীমিত হয়ে পড়েছে।

রেডিও: এটি ব্যবসার ক্ষেত্রে অনেক কার্যকর একটি মাধ্যম। এটিতে তুলনামূলকভাবে কম খরচ হয় এবং অধিক সংখ্যক মানুষের কাছে বার্তা/বিজ্ঞাপন পাঠানো সম্ভব হয়।

টেলিভিশন: এটিও ব্যবসার ক্ষেত্রে অনেক কার্যকর একটি মাধ্যম। তবে এটিতে বিজ্ঞাপন খরচ বেশি হয়।

কম্পিউটার: কম্পিউটার ব্যবহার করে ব্যবসা পরিকল্পনা ও আর্থিক ব্যবস্থাপনার অনেক কাজ করা সম্ভব। কম্পিউটারের মাধ্যমে-
 - ওয়ার্ড প্রসেসিং করা (চিঠি লেখা, বিল ও চালান তৈরি) এবং প্রয়োজনীয় তথ্য সংরক্ষণ যেমন- আর্থিক ডাটা সংরক্ষণ;
 - পণ্য বা সেবা প্রদানের তারিখের বার্তা বা মেসেজ মনে করিয়ে দেয়া, কাউকে ই মেইলে পাঠানো;
 - বিজ্ঞাপন তৈরির জন্য লিফলেট ও পোস্টার তৈরিকরণ কাজ, পণ্যের ডিজাইন সম্পর্কিত কাজ; এবং
 - আর্থিক বিবরণী তৈরি ও প্রক্রিয়াকরণ

ইন্টারনেট: ইন্টারনেটের মাধ্যমে ব্যবসা কার্যক্রম কম্পিউটার নেটওয়ার্কের সাথে যুক্ত হয়। ইন্টারনেটের সাথে যুক্তহতে আপনাকে অবশ্যই থাকতে হবে ইউএসবি মডেম বা ওয়াইফাই ব্যবস্থা সহ একটি কম্পিউটার, একটি মডেম বা ব্রডব্যান্ড রাউটার যা ফোন লাইনের সাথে যুক্ত থাকে, প্রয়োজনীয় সফটওয়্যার থাকতে হবে যা ইন্টারনেট এর সাথে এনাবল থাকে এবং একটি ইন্টারনেট সার্ভিস প্রোভাইডার একাউন্ট ইন্টারনেটের মাধ্যমে তিন উপায়ে ব্যবসা কার্যক্রম পরিচালনা করা যায়, যেমন- ই মেইল পাঠানো যায়, ওয়েবে বা ইন্টারনেটে যাওয়া যায়, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে অংশগ্রহণ করা যায়।

ইমেইল: ইমেইলের মাধ্যমে আপনি আপনার কম্পিউটার থেকে মেসেজ, এটাচমেন্ট বা সংযুক্তি, ছবি এবং কথা পাঠাতে ও গ্রহণ করতে পারবেন। আপনার ব্যবসা সংক্রান্ত সকল প্রকার তথ্যের আদান প্রদান এটির মাধ্যমে খুব সহজ হয়।

ওয়ার্ল্ড ওয়াইড ওয়েব: এটি ইন্টারনেটের একটি অংশ যাতে থাকে তথ্যসমৃদ্ধ লক্ষ লক্ষ পৃষ্ঠা সেকশনভিত্তিক বিদ্যমান আছে যাকে হোম পেজ বলা হয়। প্রতিটি ওয়েবসাইট বা হোমপেজ বিশেষ কোন তথ্য বিষয়বস্তু থাকে বা নিয়মিত আপডেট হয়। আপনি এখান থেকে আপনার ব্যবসার কাজে লাগতে পারে এমন তথ্য সার্চ করে নিতে পারেন।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম: এই মাধ্যমে জনগণ তাদের বক্তিত পছন্দের অপছন্দের বিষয়াদি শেয়ার করে। অনেকে তার ব্যবসার পণ্য তথ্য ও ছবিসহ শেয়ার করে। এর মাধ্যম হিসেবে তারা ব্যবহার করে ব্লগ ও সেবা ফেসবুক ও টুইটার।

ই বিজনেস: ই বিজনেস বা ই কমার্স হচ্ছে ইন্টারনেট ব্যবহার করে কেনাকাটা করা। ই বিজনেসের সবচেয়ে বড় সুবিধা হলো ভৌগলিক দুরত্ব কখনই সমস্যা তৈরি বা মূল্য পরিশোধে বাধা হয়ে দাড়াই না।

ই বিজনেস পরিকল্পনা প্রণয়নে যেসব বিষয় অন্তর্ভুক্ত করতে হবে-

১। ওয়েবসাইট তৈরী, ২। সার্চ ইঞ্জিন অপটিমাইজেশন (এসইও), ৩। প্রোডাক্ট বা কন্টেন্ট মার্কেটিং, ৪। ই-কমার্স প্রতিষ্ঠানের ব্র্যান্ডিং, ৫। প্রচার মাধ্যমের সহায়তা গ্রহণ, ৬। বিজ্ঞাপন, ৭। ভোক্তার সঙ্গে অটোমেইলে কানেক্টিভিটি।

বিষয়- ৮ : ব্যবসা পরিকল্পনা প্রণয়ন টেমপ্লেট পরিচিতি

ক) ব্যবসার পরিচিতি:

১. প্রতিষ্ঠানের নাম :
২. প্রতিষ্ঠানের ঠিকানা :
৩. প্রতিষ্ঠার তারিখ :
৪. উদ্যোক্তার নাম :
৫. ব্যবসার নাম :
৬. ব্যবসার ধরণ :
৭. প্রধান উৎপাদন পণ্য :

(খ) বাজারজাতকরণ পরিকল্পনা :

১. দ্রব্যের বর্ণনা :

২. প্রধান গ্রাহক (ক্ষেত্র) :-----

৩. মোট চাহিদা :-----

৪. উৎপাদনের চাহিদা (অন্তত ৩ বছরের) :

| ক্র. নং | বছর | পণ্যের পরিমাণ (প্রতিদিন) | পণ্যের পরিমাণ (বার্ষিক) | মন্তব্য |
|---------|-----|--------------------------|-------------------------|---------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

৫. বাজারজাতকরণের বাজেট :

(ব্যবসার পণ্য/সেবা সম্পাদন এবং বিতরণ করতে নিম্নলিখিত আর্থিক পরিকল্পনা করা হয়েছে)

| ক্র. নং | বিবরণ | টাকার পরিমাণ | মন্তব্য |
|---------|-------|--------------|---------|
| ০১ | | | |
| ০২ | | | |
| মোট : | | | |

৬. বিক্রয় মূল্য :

৭. বিক্রয়ের পূর্বাভাস (অন্তত ৩ বছরের) :

(এটা পূর্বাভাস দেয়া যায় যে, ব্যবসাটি নিম্নলিখিত পরিমাণ পণ্য বিক্রয় করতে সমর্থ হবে)

| বছর | পণ্য | চাহিদা | মূল্য | মন্তব্য |
|-----|------|--------|-------|---------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

(গ) উৎপাদন পরিকল্পনা :

১. উৎপাদন প্রক্রিয়া :

২. স্থায়ী সম্পদের বিবরণ : ক)-----, খ)-----, গ)-----

৩. বার্ষিক উৎপাদনের পরিমাণ :

৪. প্রয়োজনীয় কাঁচামাল :

| ক্র. নং | বিবরণ | পরিমাণ (বাৎসরিক) | প্রতি একক মূল্য(টাকা) | টাকার পরিমাণ (টাকা) |
|---------|-------|------------------|-----------------------|---------------------|
| ০১ | | | | |
| মোট : | | | | |

৫. উৎপাদন খরচ:

| ক্র. | বিবরণ | টাকার পরিমাণ (বাৎসরিক) | মন্তব্য |
|------------------|-------|------------------------|---------|
| | | | |
| মোট উৎপাদন খরচ : | | | |

৬. একক উৎপাদন ব্যয়:

(ঘ) সাংগঠনিক ও ব্যবস্থাপনা পরিকল্পনা :

১. ব্যবসার নাম :
২. ব্যবসায় সাংগঠনিক কাঠামো :
৩. সাংগঠনিক ও ব্যবস্থাপনা ব্যয় (বার্ষিক) :

| ক্র. নং | বিবরণ | টাকার পরিমাণ | মন্তব্য |
|---------|-------|--------------|---------|
| | | | |
| মোট | | | |

(ঙ) আর্থিক পরিকল্পনা :

১. মোট প্রকল্প ব্যয়:

| বিষয়াদি | নিজস্ব তহবিল | ঋণ | মোট |
|----------------------------|--------------|----|-----|
| ক. স্থায়ী সম্পদ : | | | |
| জমি | | | |
| বিল্ডিং | | | |
| যন্ত্রপাতি, ফার্ণিচার | | | |
| অন্যান্য | | | |
| মোট স্থায়ী সম্পদ : | | | |
| খ. চলতি মূলধন : | | | |
| প্রত্যক্ষ শ্রমিক | | | |
| কাঁচামাল ক্রয় | | | |
| বিক্রয় খরচ | | | |
| প্রশাসনিক খরচ | | | |
| মোট চলতি মূলধন : | | | |
| গ. ব্যবসা শুরু পূর্বের খরচ | | | |
| ঘ. মোট প্রকল্প খরচ | | | |
| ঙ. নিজস্ব মূলধন - ঋণ | | | |

২. ঋণ পরিশোধ বিবরণী:

| বছর | সুদাসল | সুদ | আসল | স্থিতি |
|----------|--------|-----|-----|--------|
| ০ বছর | | | | |
| ১ম বছর | | | | |
| ২য় বছর | | | | |
| ৩য় বছর | | | | |
| ৪র্থ বছর | | | | |
| ৫ম বছর | | | | |

৩. প্রকল্পে মূলধন বিনিয়োগ, আয় ও ব্যয় বিশ্লেষণ:

| | |
|---|--|
| মোট মূলধন বিনিয়োগ | |
| নিজস্ব মূলধন | |
| অন্যান্য উৎস (ব্যাংক লোন) | |
| মোট বার্ষিক ব্যয় (আবর্তক/চলতি) | |
| মোট বার্ষিক আয় | |
| নীট বার্ষিক মুনাফা (মোট বার্ষিক আয় - মোট বার্ষিক আবর্তক ব্যয়) | |
| বিনিয়োগ ফেরৎ সময়কাল (মোট বিনিয়োগ/নীট বার্ষিক মুনাফা) | |
| আয় ও ব্যয়ের অনুপাত (BCR) = মোট আয় /মোট উৎপাদন ব্যয় | |