

অধ্যায় এক: <u>শিল্পোদ্যোগ</u>	1
ব্যবসা শুরুর পূর্ববর্তী মুহূর্ত আত্ম-মূল্যায়ন একজন উদ্যোক্তার প্রত্যাশাসমূহ	
অধ্যায় দুই: <u>ব্যাপ্তির সম্ভাব্যতা</u>	9
গবেষণার ধরণসমূহ টার্গেট বাজরসমূহ শিল্প এবং প্রতিযোগিতাসমূহ বিশ্লেষণ পণ্যের অবস্থান নির্ণয় বিক্রয়ের পূর্বাভাস মার্কেটিং পদ্ধতি মার্কেটিং এর যোগাযোগ মিশ্র মার্কেটিং পদ্ধতি	
অধ্যায় তিন: <u>আর্থিক সম্ভাব্যতা</u>	27
ব্যবসা শুরুর আনুমানিক খরচ হিসাব আর্থিক অনুমানগুলোর গঠন আর্থিক বিবৃতিগুলোর মূল্যায়ন	
অধ্যায় চার: <u>একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরি</u>	47
ব্যবসায়িক পরিকল্পনার উপাদানসমূহ	
অধ্যায় পাঁচ: <u>আপনার নতুন ব্যবসার জন্য একটি ঋণ প্রাপ্তি</u>	61
বৈশিষ্ট্য/ক্রেডিটের ইতিহাস ধারণক্ষমতা/আর্থিক লেনদেন ধারণক্ষমতা/ন্যায্যতা জামানত অবস্থাসমূহ ঋণের ধরন এবং ব্যবহারসমূহ যুক্তরাষ্ট্রের ক্ষুদ্র ব্যবসায়িক প্রশাসন প্রয়োজনীয় কাগজপত্রের তালিকা অনুদান	
অধ্যায় ছয়: <u>আইনি এবং ঝুঁকি ব্যবস্থাপনার সমস্যাসমূহ</u>	73
একটি বৈধ ব্যবসা নির্বাচন যেসব বিষয় মানতে হবে ঝুঁকি ব্যবস্থাপনার সমস্যাসমূহ	
অধ্যায় সাত: <u>আর্থিক বিবরণ সংরক্ষণ</u>	93
আর্থিক বিবরণ কেন সংরক্ষণ করতে হবে? হিসাববিজ্ঞানের একটি উপায় নির্বাচন আর্থিক বিবরণ সংরক্ষণের সমস্যাসমূহ অন্যান্য বিবেচনাসমূহ	
অধ্যায় আট: <u>নতুন ব্যবসার সফলতা</u>	115
মার্কেটিং এবং মানুষের সাথে সম্পর্ক কম্পিউটার সিস্টেম এবং ইন্টারনেট গ্রাহক পরিষেবা আর্থিক লেনদেনের ব্যবস্থাপনা ব্যক্তিগত ব্যবস্থাপনা কৌশলগত পরিকল্পনা উপসংহার	
অধ্যায় নয়: <u>উৎসসমূহ</u>	121
পরিশিষ্ট	125

অধ্যায় 1: শিল্পোদ্যোগ

www.georgiasbdc.org

ব্যবসা শুরু পূর্ববর্তী মুহূর্ত

নতুন ব্যবসা শুরু করবো নাকি করবো না, এটা একজন মানুষের জীবনে নেয়া সবচেয়ে কঠিন সিদ্ধান্ত হতে পারে। এর পরিণতি সুদূরপ্রসারী, এর প্রভাব অনেক গভীর এবং এর প্রতিশ্রুতি অপরিসীমা। বিভিন্ন জায়গা থেকে মানুষ এই মোড়ে এসে পৌঁছায়। কিছু মানুষকে দেখলে মনে হয় যে তারা জন্ম থেকেই উদ্যোক্তা। এরা সেই ব্যক্তি যারা তরুণ অবস্থায় লেবুর পানি বিক্রি করে, পত্রিকা বিতরণ করে, প্রতিবেশীর বাচ্চাদের দেখাশোনা করে বা প্রতিবেশীর বাড়ির আগাছা কেটে দেয়। নিজেরাই নিজেদের নেতৃত্ব দিতে এবং নিজের ভাগ্য নিজে নির্ধারণ করতে পারে। যেন মনে হয় এটা তাদের রক্তে আছে এবং কেউই বিস্মিত হয়না যখন তারা কলেজ ছেড়ে দেয় কারণ তাদের পার্শ্ব ব্যবসাতে এতটাই উন্নতি হয়েছে।

অন্যান্যরা তাদের নিজেদের পছন্দ ছাড়াই এই মোড়ে পৌঁছায়। বর্তমানে কর্মসংস্থানের পরিস্থিতি হয়তো অসহনীয় হয়ে পড়েছে বা চাকরিদাতারা কর্মী ছাঁটাই করছেন, কমিয়ে ফেলছেন বা এটি হয়তো ক্ষতির মধ্যে দিয়ে যাচ্ছে। নতুন এক ধরনের উদ্যোক্তা রয়েছেন, যাদেরকে *জীবনধারণ উদ্যোক্তা* বলা হয়। শিল্পোদ্যোগে একাধিক লক্ষ্য অর্জনে, এই উদ্যোক্তারা সঠিক সময়ের আগে অবসরপ্রাপ্ত লোকদের বা জনহিতকর বা ব্যক্তিগত উদ্দেশ্যযুক্ত অন্যদের অন্তর্ভুক্ত করতে পারে যারা একাধিক লক্ষ্য অর্জনের কৌশল হিসাবে উদ্যোক্তাদের সন্ধান করেন। সুতরাং, সময় এসেছে। একটি সিদ্ধান্ত অবশ্যই নিতে হবে ঃ হুঁদুর দৌড়ের মধ্যেই ছুটবেন নাকি নিজের জীবন নিজে শুরু করবেন। এটা একটা কঠিন সিদ্ধান্ত কিন্তু প্রতিদিন অনেক মানুষ এটার সম্মুখীন হয়।

এই গাইড বইটির প্রথম অধ্যায়ে, কিছু সমস্যা নিয়ে আলোচনা করা হবে যা সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষেত্রে সাহায্য করবে যারা এই প্রাথমিক মূল্যায়নের বিষয়টি সম্পন্ন করবেন, তারা তাদের চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষেত্রে আরো বেশি আত্মবিশ্বাসী হবেন। শিল্পোদ্যোগ সবার জন্য নয়। সফলতা শুধুমাত্র একজন ব্যক্তির ব্যক্তিগত উচ্চাকাঙ্ক্ষা এবং উদ্দেশ্যের উপর নির্ভর করে না, সেই ব্যক্তির নিয়ন্ত্রনের ক্ষেত্রের বাইরে বাহ্যিক বিষয়গুলোর উপরেও নির্ভর করে। এজন্য, অভ্যন্তরীণ বিষয়গুলোর বিশদ বিশ্লেষণ, সিদ্ধান্তের সাথে জড়িত ঝুঁকিগুলো কমাতে সাহায্য করবে। তখন এই অভ্যন্তরীণ বিষয়গুলোকে (ব্যক্তিগত সক্ষমতা এবং দুর্বলতাসমূহ) উদ্যোক্তার প্রত্যাশাগুলো যেগুলো তাকে হ্যাঁ/না সিদ্ধান্ত নিতে জোর দেয় সেগুলোর সাথে তুলনা করা যেতে পারে। সিদ্ধান্ত যদি হ্যাঁ হয়, তবে পরবর্তী ধাপ হবে প্রস্তাবিত ব্যবসার সম্ভাব্যতা বিশ্লেষণ করা। উদ্যোক্তার স্বল্প-মেয়াদী এবং দীর্ঘ-মেয়াদী লক্ষ্যগুলো পূরণ হয় কিনা সেটার উপর ব্যবসার সম্ভাব্যতা নির্ধারণ করা হয়।

আত্ম মূল্যায়ন

যো

গত্যা এবং আচরণের সং মূল্যায়ন, কর্মজীবন হিসেবে শিল্পোদ্যোগ সঠিক নির্বাচন কিনা তা

নির্ধারণ করতে সাহায্য করবে। কখনও কখনও ঝুঁকিগুলি কেবল পুরস্কারের চেয়ে বেশি হয়, এবং 401 হাজার টাকা খরচ, বাচ্চার কলেজের ফান্ড এবং কিছু ক্রেডিট কার্ডের সর্বাধিক ব্যবহারের আগেই এই সিদ্ধান্ত নিতে হবে। কিছু উৎস থেকে সংগ্রহ করা গুরুত্বপূর্ণ কিছু প্রশ্ন নিচে দেওয়া হলো। এখানে সঠিক বা ভুল উত্তর দেওয়ার কিছু নেই এবং কোনো নাম্বারও নেই। শুধু প্রয়োজন যৌক্তিক চিন্তাভাবনা এবং সাহসের সাথে দেওয়া ভারসাম্যমূলক একটি ফলাফল। উদ্যোক্তার ব্যক্তিগত চিন্তাভাবনার সাথে প্রত্যাশাগুলোর পার্থক্য দেখতে, এই উত্তরগুলো দেওয়ার জন্য সুপারিশ করা হলো।

ব্যবসা শুরু করার পূর্বে যেসব প্রশ্নের উত্তর দিতে হবে

- আপনি কি সাহসী? আপনার কি পূর্বনির্ধারিত ঝুঁকি নেয়ার প্রবণতা রয়েছে?
- আপনি কি স্ব-প্রণোদিত ব্যক্তি? আপনি কি আত্মবিশ্বাসী?
- আপনি কি মানুষের সমালোচনা মেনে নিতে পারেন? আপনি কি অন্যদের থেকে উপদেশ গ্রহণ করতে পারেন?
- আপনি কি প্রতিযোগিতা পছন্দ করেন?
- আপনি কতটা ভালোভাবে টাকার ব্যবস্থা করতে পারেন?
- আপনি কি পরিকল্পনা করতে সক্ষম? আপনি কি আপনার পরিকল্পনাগুলো অনুযায়ী কাজ করেন? আপনি কি তা সঠিক সময়ে করতে পারেন?
- কত ভালোভাবে আপনি সিদ্ধান্ত নিতে পারেন? আপনি কি দায়িত্ববান হতে পছন্দ করেন?
- আপনার কি কোনও নির্দিষ্ট শিল্পের যথাযথ অভিজ্ঞতা রয়েছে বা এরকম কোনো দক্ষতা রয়েছে যেগুলো আপনি সেখানে কাজে লাগাতে পারবেন?
- নিম্নোক্ত বিষয়গুলোর ক্ষেত্রে আপনি নিজেকে কতটুকু মূল্যায়ন করবেনঃ মৌখিক উপস্থাপন? লিখিত? কম্পিউটারের দক্ষতা? ওয়ার্ড প্রসেসিং বা অন্যান্য সফটওয়্যার? সাংগঠনিক দক্ষতা?
- ব্যবসায়িক ক্ষেত্রে আপনি আপনার দক্ষতাকে কতটা মূল্যায়ন করবেনঃ সেলস এবং মার্কেটিং? আর্থিক পরিকল্পনা? হিসাব? প্রশাসনিক? ব্যক্তিগত? সার্বিক ব্যবস্থাপনা?
- ব্যবসার মাধ্যমে আপনি কি অর্জন করতে চান? আপনার ব্যক্তিগত লক্ষ্য কি? আর্থিক লক্ষ্যমাত্রা কি? পরিষেবাদানের লক্ষ্য কি?
- অবস্থার পরিবর্তন আপনি কতটা ভালোভাবে মানিয়ে নিতে পারেন?
- আপনি কি সপ্তাহে ছয় বা সাতদিন বা সম্ভবত ছুটির দিনগুলোতে দীর্ঘসময় ধরে কাজ করতে পারবেন?
- আপনার এই প্রচেষ্টায়, আপনার পরিবারের কি আপনার জন্য আবেগপূর্ণ এবং যথাযথ আর্থিক সহযোগিতা রয়েছে? আপনি কি আপনার জীবনযাত্রার মান বেশ কয়েক মাস বা বছরের জন্য কমাতে রাজি আছেন? আপনি কি আপনার সঞ্চয় হারাতে রাজি আছেন?
- একটি ব্যবসা পরিচালনা করা বা নতুন ব্যবসা চালানোর মত শারীরিক সহিষ্ণুতা কি আপনার রয়েছে?
- একটি ব্যবসা পরিচালনা করা বা নতুন ব্যবসা চালানোর মত মানসিক শক্তি কি আপনার রয়েছে? আপনি কি অধ্যবসায় করতে পারেন? আপনার কি ইচ্ছা শক্তি এবং আত্মনিয়ন্ত্রণ আছে?
- আপনি কি একা একা ভালোভাবে কাজ করতে পারেন?
- আপনি কতটা ভালোভাবে অন্যদের সাথে কাজ করতে বা অন্যদের পরিচালনা করতে পারেন?
- একটি কাজ নতুন এবং উদ্ভাবনী উপায়ে করার ক্ষমতা কি আপনার আছে?

আত্ম মূল্যায়ন

ব্যবসা শুরু করার পূর্বে যেসব প্রশ্নের উত্তর দিতে হবে (চলমান)

- পরাজয় এবং বাধাসমূহকে ব্যবহার করে আপনি কি সেগুলোকে ভবিষ্যতের জন্য কার্যকরী কোনো অনুশীলনে পরিবর্তন করতে সক্ষম?

একজন উদ্যোক্তার ব্যক্তিত্ব নিরূপণ করতে যথেষ্ট পরিমাণ গবেষণা পরিচালিত হয়েছে। উদ্যোক্তার পারিবারিক ইতিহাস, শিক্ষাগত অর্জন, ঝুঁকি গ্রহণের প্রবণতা এবং প্রত্যাশা এগুলোর মধ্যে কিছু বিষয় নিয়ে গবেষণা পরিচালিত হয়েছে। যদিও কিছু কেন্দ্রীয় প্রবণতা রয়েছে, সাফল্যের জন্য কোনও নির্দিষ্ট সূত্র নেই বলে মনে হয়। এবং সফলতা পেতে অনেক সময় সৌভাগ্যের দরকার হয় এই বিষয়ে অনেক ব্যবসা-বিশেষজ্ঞ একমত হয়েছেন। নিচের তালিকাটি বিবেচনা করার মত কিছু পয়েন্ট উপস্থাপন করে। এটি মনে রাখতে হবে যে, এই বৈশিষ্ট্যগুলোর সবগুলো উপস্থিত থাকলে ব্যবসা সফল হবে এমনটা নয়, আবার এমনটাও নয় যে, একটি বা দুইটি বৈশিষ্ট্য না থাকা বিফলতার কারণ হবে। কারো দুর্বলতাগুলো কাটিয়ে উঠতে কয়েকটি উপায়ে সহায়তা করা যায়, যা নিয়ে পরবর্তীতে আলোচনা করা হবে।

যখন একজন উদ্যোক্তার প্রত্যাশাসমূহের অভ্যন্তরীণ মূল্যায়ন করা হয়, তখন কিছু নমুনা তৈরি হতে শুরু করে। প্রথমে দিকে সিদ্ধান্তগুলো হয়তো পুরোপুরি সুস্পষ্ট হবে না। অন্যান্য বিষয় যেগুলো এখানে যুক্ত করা হয়নি সেগুলো হ্যাঁ/না এর সিদ্ধান্তগুলোকে প্রভাবিত করতে পারে এবং সেগুলোও বিবেচনায় রাখতে হবে। এছাড়াও, উভয়দিক থেকেই পরিস্থিতিটি আপনার পর্যবেক্ষণ করা উচিতঃ নিজের একটি ব্যবসা চালানো এবং পরিচালনা করার মত আপনার কি সেই দক্ষতা, বৈশিষ্ট্য এবং সম্পদ রয়েছে? এবং ব্যবসার ধারণাটি কি আপনার সামর্থ্য এবং লক্ষ্যগুলোকে সুবিধা দেয়? একটি সমস্যার সহজ সমাধানের মত, একজন উপযুক্ত মালিকের বৈশিষ্ট্য এবং সফলতার জটিল বিষয়গুলোর মধ্যে মিল থাকা উচিত। এগুলো সব বিবেচনায় রেখে আপনার চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত নেয়া উচিত।

মাইকেল গারবার তাঁর বই, “The E-Myth Revisited: Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It”, -তে চূড়ান্ত ব্যবসার মালিককে তিনটি স্বতন্ত্র "ব্যক্তিত্ব" হিসাবে বর্ণনা করেছেন: উদ্যোক্তা, পরিচালক এবং প্রযুক্তিবিদ। উদ্যোক্তা হলেন স্বপ্নদর্শী, পরিচালক হলেন সিস্টেম ডিজাইনার, এবং প্রযুক্তিবিদ হলেন কর্তা। গারবার দাবি করেন যে, প্রত্যেকটি নতুন ব্যবসার মালিকগণ হল হতাশাগ্রস্ত প্রযুক্তিবিদ, যারা তাদের কাজকে অনেক ভালোবাসে এবং তারা সেই কাজে অনেক দক্ষ কিন্তু তারা সেই কাজটি অন্যের জন্য করতে চায় না। দুর্ভাগ্যক্রমে, অন্যান্য ব্যক্তিত্ব ছাড়া, প্রযুক্তিবিদ আরও বেশি হতাশ হয়ে পড়েন কারণ ব্যবসার মালিকানা ব্যবসায় নিজে কাজ করার চেয়েও অনেক বেশি কিছু এটির মানে ব্যবসাকে এগিয়ে নিয়ে যাওয়াও। শৃঙ্খলা তৈরি করতে ম্যানেজার প্রয়োজন এবং ব্যবসাকে উদ্ভাবনী রাখার জন্য উদ্যোক্তার প্রয়োজন। আপনি যদি এখনো সূনিশ্চিত না হন যে, নিজের একটি ব্যবসা প্রতিষ্ঠা করা সঠিক সিদ্ধান্ত কিনা, তবে এই বইটি পড়ে নেয়া আপনার জন্য সত্যিই উপকারি হতে পারে।

www.georgiasbdc.org

স্বতন্ত্র বৈশিষ্ট্যসমূহ এবং প্রত্যাশাগুলোতে কোনো বৈসাদৃশ্য থাকলে, একজন ভালো ব্যবসার মালিকের সেই বৈসাদৃশ্যগুলো কমানোর পদক্ষেপ নেয়া উচিত। একটি সম্ভাব্য সমাধান হলো অন্য একজনের দক্ষতা কাজে লাগানো। কারো সাথে অংশীদারে যুক্ত হন বা কিছু দায়িত্বপালনের জন্য একজনকে নিয়োগ করুন। নির্দিষ্ট ফাংশন আউটসোর্সিং যেমন বেতন, কম্পিউটার রক্ষণাবেক্ষণ পরিষেবা, সংগ্রহ এবং বিজ্ঞাপন দেওয়া কার্যকর বিকল্প হতে পারে। কোনো একটা সময়, প্রত্যেক ব্যবসায় অবশ্যই একজন হিসাবরক্ষক এবং একজন অ্যাটর্নির (যদিও কিছু উদ্যোক্তা এইসব পেশার লোকদের প্রথমেই নিয়োগ করে ভুল করে থাকেন, যার কারণে প্রাথমিক খরচ বেড়ে যায়) উপদেশের প্রয়োজন হয়। অন্য সমাধান হতে পারে ব্যবসা নিয়ে কিছু শিক্ষামূলক ক্লাস করা এবং কিছু ওয়েবসাইট থেকে কিছু উপকরণ নিয়ে সেগুলো নিয়ে অধ্যয়ন করা। হিসাববিজ্ঞানের নীতি, নামমাত্র মূল্যে মার্কেটিং, কিভাবে একজন কর্মচারী নিয়োগ এবং বরখাস্ত করতে হয়, ব্যবসা বিষয়ক এরকম কিছু বিষয়ের উপর ইউজিএ এসবিডিসি শত-শত ক্লাসের সুবিধা দিচ্ছে। এই ক্লাসগুলো খুবই সাশ্রয়ী এবং ব্যবসার মালিকানার ক্ষেত্রে আসন্ন প্রতিকূলতাগুলো নিয়ে একজন উদ্যোক্তাকে প্রস্তুত করতে পারে।

ব্যবসা

যখন আপনি দৃঢ়প্রতিজ্ঞ যে, একটি ব্যবসার মালিক হওয়া ও পরিচালনা করতে যা যা লাগে তা আপনার আছে, তখন অবশ্যই আপনাকে সেই ব্যবসার বিষয়ে অনুসন্ধান করতে হবে। আপনার নির্দিষ্ট লক্ষ্য কী কী? এই ব্যবসার উদ্যোগগুলো কি আপনাকে সেই লক্ষ্য পূরণে সাহায্য করবে? অন্যভাবে বলা যায়, কেন এই ব্যবসার ধারণাটি বিবেচনার অধীনে রয়েছে এবং এটা থেকে আপনি কী অর্জন করার আশা করছেন? সুনাম? সৌভাগ্য? সুখ? উপরের সবগুলো?

ব্যবসার জন্য মোটামুটি কিছু স্বল্পমেয়াদী এবং দীর্ঘমেয়াদী লক্ষ্য স্থির করে, ব্যবসার ধারণাটি নিয়ে মোটামুটি রকমের একটি বিশ্লেষণ আপনি করতে পারেন। এই লক্ষ্যগুলো বাস্তব এবং নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে হতে হবে। বিশেষজ্ঞদের উপদেশ মতে স্বল্পমেয়াদী লক্ষ্যগুলো মানসিক দিক বিবেচনায় উপকারী হয়, যেহেতু উদ্যোগের চেয়ে সাধারণত আয় কম হয় এবং আয়ের তুলনায় লাভ কম হয়। যথাযথ অনুমতি বা লাইসেন্স পাওয়া, যন্ত্রপাতি ক্রয় করা এবং নাম নিবন্ধন করা স্বল্পমেয়াদী লক্ষ্যের কিছু উদাহরণ।

আয় বা মুনাফার পরিমাণ, শিল্পপতি হিসেবে স্বীকৃতি পাওয়া এবং ব্যবসার চূড়ান্ত বিক্রয় দীর্ঘমেয়াদী লক্ষ্যের অন্তর্ভুক্ত। সহজ পরিকল্পনা, পেশাদারী উন্নয়ন এবং পরিবারের জন্য পর্যাপ্ত যোগান দীর্ঘমেয়াদী লক্ষ্যের অন্তর্ভুক্ত হতে পারে। এই লক্ষ্যগুলো ব্যবসার পরিকল্পনা নির্মাণের ভিত্তি তৈরি করে, যেটা ব্যবসার কাঠামো ও কার্যক্রমের রূপরেখা নির্ধারণ করে।

এই লক্ষ্যগুলো মাথায় রেখে, যে কেউ একটি ব্যবসার সম্ভাব্যতা নিয়ে বিশ্লেষণ করতে পারে। সম্ভাব্যতা নির্ণয়ের দুইটি প্রধান উপাদান রয়েছেঃ মার্কেটিং সম্ভাব্যতা এবং আর্থিক সম্ভাব্যতা। মার্কেটিং সম্ভাব্যতা নির্ধারণ করে যে আপনার পণ্য এবং পরিষেবার যথেষ্ট চাহিদা রয়েছে কিনা। এটা কী ভালো চিন্তাভাবনা? এই সময়ে? এই জায়গায়? এই মূল্যে? আর্থিক সম্ভাব্যতা এটা নির্ধারণ করে যে এই ব্যবসার ধারণায় ভালো মুনাফা করা যাবে কিনা। সম্ভাব্য বিক্রয় কি খরচের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হবে? আর যদি হয়, তবে সেটা কবে? এটা কি আপনার জীবনধারণের জন্য পর্যাপ্ত হবে?

কিছু কিছু ক্ষেত্রে, সম্ভাব্যতা অধ্যয়নের একটি তৃতীয় উপাদান থাকেঃ প্রযুক্তিগত সম্ভাব্যতা। নতুন পণ্য এবং পরিষেবার জন্য এটা একটি গুরুত্বপূর্ণ ধাপ। ভোক্তাদের চাহিদা অনুযায়ী কিছু নতুন এবং অন্যান্য সুবিধাসহ “এই সার্ভিসটি” চালু করা যাবে কি? ওয়েবসাইটের মাধ্যমে অর্ডার নেয়ার মত পর্যাপ্ত উপকরণ কি রয়েছে? পেটেন্ট এবং ট্রেডমার্কের জন্য কি আবেদন করা হয়েছে?

এই গাইড বই এর পরবর্তী দুই অধ্যায় মার্কেটিং সম্ভাব্যতা এবং আর্থিক সম্ভাব্যতা কিভাবে নির্ণয় করতে হয় সেটা ব্যাখ্যা করবে। যখনই আপনি একটি ব্যবসার সম্ভাব্যতা নির্ণয় করে ফেলবেন, তখনই আপনি উপরে বর্ণিত লক্ষ্যগুলো এবং সম্ভাব্যতা নির্ণয়ের তথ্য যোগুলো আলোচনা করা হয়েছে সেগুলোর সাহায্যে ব্যবসার একটি পরিকল্পনা তৈরি করতে পারবেন। ব্যবসায়িক পরিকল্পনাগুলিকে প্রায়শই ক্লিপিন্ট হিসাবে উল্লেখ করা হয় যা একটি ব্যবসার কর্মকে নির্দেশ করে। সেগুলো একটি সম্পূর্ণক তহবিলের উৎসের মতই প্রয়োজনীয়।

নিম্নোক্ত সম্ভাব্যতা নির্ণয় এবং ব্যবসায়িক পরিকল্পনা উন্নয়নের অধ্যয়নগুলোতে হিসাবরক্ষণ, আইন এবং ইনশিওরেন্স এর বিষয় এবং দীর্ঘমেয়াদী ব্যবস্থাপনার বিষয়গুলো বিবেচনা করে আলোচনা করা হয়েছে। যদিও এই বইটিতে শিল্পোদ্যোগের কিছু সাধারণ নিয়ম নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে, অনলাইন এবং সংবাদপত্রে আরো অনেক উপায় রয়েছে যেগুলো পরিশিষ্ট অংশে দেওয়া হয়েছে। ইউজিএ এসবিডিসিতে আরো গভীর উপদেশ এবং সহায়তা পাওয়া যাবে। প্রশিক্ষণের সুযোগের তারিখ এবং অবস্থান দেখতে বা নির্দিষ্ট নির্দেশনার জন্য আমাদের ব্যবসায়িক পরামর্শদাতাদের একজনের সাথে যোগাযোগ করতে www.sbdc.uga.edu-এ আমাদের ওয়েব সাইটটি পরিদর্শন করুন।

www.georgiasbdc.org

www.georgiasbdc.org

অধ্যায় 2 : বাজারের সম্ভাব্যতা

www.georgiasbdc.org

নতুন ব্যবসার সম্ভাব্যতার তিনটি পরীক্ষার (বিপণন, আর্থিক এবং প্রযুক্তিগত) মধ্যে, বিপণনের সম্ভাব্যতাকে যুক্তিযুক্তভাবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ পরীক্ষা হিসাবে বিবেচনা করা হয়। বাজারে চাহিদা না থাকলে, আর্থিক বা প্রযুক্তিগত সম্ভাব্যতা মূল্যায়ন করার কোন মানে নেই। বাজার যদি পর্যাপ্ত পরিমাণে থাকে, তাহলে এই বাজারটি লাভজনকভাবে পরিবেশন করা যায় কিনা তা নির্ধারণ করার জন্য আর্থিক সম্ভাব্যতা এবং প্রযুক্তিগত সম্ভাব্যতা সাবধানতার সাথে পরীক্ষা করা দরকার। তিনটি প্রধান প্রশ্ন রয়েছে, যার উত্তরগুলি মার্কেটিং সম্ভাব্যতা নির্ধারণ করে:

- কে লক্ষ্যকেন্দ্র বাজার তৈরি করে এবং সম্ভাব্য গ্রাহক ভিত কত বড়?
- প্রতিযোগী কারা এবং কীভাবে আপনার পণ্য/পরিষেবা তাদের সাথে তুলনা করা হয়?
- আপনি বাজারের কতটুকু দখল করার আশা করতে পারেন?

সম্ভাব্য বাজার গবেষণা করে, প্রতিযোগিতা বিশ্লেষণ করে এবং উপযুক্ত পণ্যের অবস্থান নির্ধারণ করে, আপনি ভালভাবে একটি বিপণন কৌশল বেছে নিতে পারবেন। এই সমস্ত তথ্য আপনাকে আপনার নতুন ব্যবসার সম্ভাব্য বিক্রয় অনুমান করতে সাহায্য করবে। আপনার অনুমানিক আর্থিক বিবৃতি বিকাশে, সম্ভাব্য বিক্রয় পরিসংখ্যান ব্যবহার করা হবে।

গবেষণার ধরন

দ্বিতীয় পর্যায়ের বাজার গবেষণা

একটি বিস্তৃত সমস্যা বা বিষয় বিশ্লেষণ করার সময় দ্বিতীয় পর্যায়ের বাজার গবেষণা সহায়ক হতে পারে। মার্কিন সেন্সাস ব্যুরো হল দ্বিতীয় পর্যায়ের ডেটার অন্যতম জনপ্রিয় উৎস। অনেক দ্বিতীয় পর্যায়ের বাজার গবেষণা অধ্যয়ন এবং প্রকাশনা ইন্টারনেটের মাধ্যমে পাওয়া যায়; যাইহোক, কিছু ডিরেক্টরি এবং সূচী শুধুমাত্র মুদ্রণে পাওয়া যায় এবং বেশিরভাগ পাবলিক লাইব্রেরিতে পাওয়া যায়। এই অধ্যায়ে দুটি নির্দেশনামূলক সারণী রয়েছে যা শিল্প প্রোফাইল এবং নির্দিষ্ট সংস্থাগুলির (প্রতিযোগী) জন্য তথ্যের গৌণ উত্সের রূপরেখা দেয়।

প্রাথমিক বাজার গবেষণা

প্রাথমিক বাজার গবেষণা একটি নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য মাথায় রেখে করা হয়। তথ্য সংগ্রহের জন্য নিয়োগ করা হয়েছে এমন কেউ তথ্য সংগ্রহ করে বা আপনার দ্বারা তথ্য সংগ্রহ করা হয়। প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহ মেইল সার্ভে, টেলিফোন ইন্টারভিউ বা ফোকাস গ্রুপের মতো বিধি মেনে হতে পারে বা কেনাকাটার অভ্যাস এবং ব্যয়ের ধরনগুলি সরাসরি পর্যবেক্ষণ করার মতো বিধিবিহীন হতে পারে। প্রাথমিক গবেষণা কার্যক্রমের কিছু উদাহরণ দেওয়া হল ঃ

- একটি দোকান পণ্যের জন্য কেমন দাম নিচ্ছে তা দেখতে একজন প্রতিযোগীর বিজ্ঞাপন দেখা।
- প্রতিযোগিতার পার্কিং লটে গাড়ির লাইসেন্স ট্যাগ পর্যবেক্ষণ করা (কোন প্রদেশের গ্রাহকরা আসছেন তা শনাক্ত করতে)
- একই ধরনের দোকান পরিচালনা করে এমন ব্যবসার মালিকদের সাক্ষাৎকার নেওয়া
- রহস্যময় কেনাকাটা (ব্যবসা সম্পর্কে যতটা সম্ভব জানার জন্য একজন গ্রাহক হিসাবে একটি খুচরা বিক্রয়ের প্রতিষ্ঠানে প্রবেশ করা)

সমীক্ষাসমূহ

যদি একটি সমীক্ষার আয়োজন করা হয়, তাহলে আপনাকে অবশ্যই সিদ্ধান্ত নিতে হবে যে আপনার কী জানা দরকার, কাকে জরিপ করা উচিত, কতজন লোককে জরিপ করতে হবে এবং আপনার লক্ষ্য নির্ধারণকৃত অংশগ্রহণকারীদের কাছে পৌঁছানোর সর্বোত্তম উপায়। একটি প্রশ্নাবলীতে পণ্য বা পরিষেবার জন্য আগ্রহ এবং প্রয়োজন অন্তর্ভুক্ত করা উচিত; সম্ভাব্য গ্রাহক সম্পর্কে জনসংখ্যাগত এবং জীবনধারা তথ্য; বিজ্ঞাপনের সময় লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজারে পৌঁছানোর সর্বোত্তম উপায়; গ্রাহকরা কোথায় কেনাকাটা করেন বা তাঁরা কার থেকে কেনাকাটা করেন; এবং আপনার প্রস্তাবিত পণ্য বা পরিষেবার জন্য গ্রহণযোগ্য মূল্য। জরিপ পরিচালনার সম্ভাব্য পদ্ধতিগুলির মধ্যে রয়েছে সরাসরি মেইল; টেলিফোন সাক্ষাৎকার; শপিং সেন্টার, বাণিজ্য মেলা এবং কমিউনিটি ইভেন্টে ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার; স্থানীয় ক্লাব এবং সংস্থাগুলির মতো গোষ্ঠীগুলির সাথে সাক্ষাৎকার; এবং ফেসবুক, টুইটার, বা অন্যান্য সামাজিক মাধ্যমে একটি বিধিবিহীন সমীক্ষা। কাজের একটি পথ নির্ধারণ করতে উদ্দেশ্যমূলকভাবে জরিপের ফলাফলগুলি দেখুন। ইউজিএ এসবিডিসি থেকে সমীক্ষার নকশা, প্রশাসন এবং প্রতিবেদনের সহায়তা পাওয়া যায়। (দ্রষ্টব্য: সমস্ত পকেট খরচের জন্য ফি প্রযোজ্য।) সম্ভাব্যতা সমীক্ষার নমুনা পরিশিষ্টে রয়েছে।

গবেষণার ধরন

ফোকাস গ্রুপ

যখন একজনের গুণগত তথ্যের প্রয়োজন হয় তখন ফোকাস গ্রুপগুলি সহায়ক হতে পারে। এই পদ্ধতিটি নতুন পণ্য বা পরিষেবা বিকাশ বিশেষভাবে কার্যকর। উদাহরণস্বরূপ, সম্ভাব্য গ্রাহক ইনপুট ডিজাইন প্রক্রিয়ায় সহায়তা করতে পারে (বিভিন্ন বৈশিষ্ট্যের গুরুত্ব), উপলব্ধিযোগ্য গ্রাহক সুবিধাগুলি সনাক্ত করতে এবং বিভিন্ন পণ্যের বৈশিষ্ট্য (গ্রাহকের সুবিধা) অনুযায়ী গ্রহণযোগ্য মূল্য নির্ধারণ করতে পারে। ফোকাস গ্রুপে সাধারণত একজন প্রশিক্ষিত মডারেটর সহ আট থেকে বারো জন ব্যক্তি থাকে। গ্রুপ স্থিতক এড়াতে একাধিক ফোকাস গ্রুপ পরিচালনা করা গুরুত্বপূর্ণ, যা ঘটতে পারে যদি আলোচনায় এক বা দুইজন ব্যক্তি এমনভাবে আধিপত্য বিস্তার করে যে অন্যান্য অংশগ্রহণকারীরা কেবল তাদের নেতৃত্ব অনুসরণ করে। আটলান্টায় এবং জর্জিয়ার অন্যান্য মেট্রোপলিটন এলাকায় অনেক ফোকাস গ্রুপের সুবিধা রয়েছে। এই সুবিধাগুলি অংশগ্রহণকারীদের নিয়োগ করবে এবং প্রায়শই একজন মডারেটর প্রদান করবে, যিনি আলোচনার ফলাফলের সংক্ষিপ্তসারে একটি প্রতিবেদন লিখবেন। ইউজিএ এসবিডিসি -এর ফলিত গবেষণা বিভাগের মাধ্যমেও মডারেটিং এবং রিপোর্ট লেখার পরিষেবা পাওয়া যায়। (দ্রষ্টব্য: সমস্ত পকেট খরচের জন্য ফি প্রযোজ্য।)

টাগেট মার্কেটসমূহ

প্রা

য়শই, সম্ভাব্য ব্যবসার মালিকরা একটি নতুন ব্যবসার জন্য তাদের ধারণা নিয়ে এতটাই উত্তেজনায থাকেন যে যখন তাদের জিজ্ঞাসা করা হয় যে তাদের সম্ভাব্য গ্রাহক কারা? তারা বলে "সবাই!" আপনি যখন বিশ্বাস করেন যে এটি একটি দুর্দান্ত পণ্য বা পরিষেবা, তখন প্রত্যেকে গ্রাহক হতে চাইবে এই অনুমানের ফাঁদে পড়া সহজ। এই মনোভাব *শটগান মার্কেটিং* এর ব্যয়বহুল এবং অকার্যকর অনুশীলনের দিকে নিয়ে যেতে পারে: সাধারণ, ব্যাপক, অ-সমন্বিত বিপণন কৌশল ব্যবহার করে সবার কাছে পৌঁছানো এবং বিক্রি করার চেষ্টা করার মাধ্যমে। উদাহরণস্বরূপ, বডি পিয়ার্সিং বিশেষজ্ঞের সফল হওয়ার সম্ভাবনা নেই, যদি তিনি ধরে নেন যে সবাই বডি পিয়ার্সিং করতে চায় এবং শুধুমাত্র স্থানীয় শহরের সংবাদপত্রে বিজ্ঞাপন দেয় যেগুলো সাধারণত মধ্যবয়সী থেকে প্রাপ্তবয়স্করা পাঠ করে থাকেন।

টার্গেট
মার্কেটসমূহ

টার্গেট মার্কেট কাদের নিয়ে গঠিত এবং এই বাজারটি ব্যবসা টিকিয়ে রাখার জন্য প্রয়োজনীয় বিক্রয় উৎপন্ন করার জন্য পর্যাপ্ত আকারের কিনা তা নির্ধারণ না করে কেউ অনুমান করতে পারে না যে একটি ব্যবসা সফল হবে কিনা। ব্যবসার জন্য একটি বিশাল ও আগ্রহী বাজার আছে বলে ধরে নেওয়া এবং তারপর আপনার পণ্য বা পরিষেবাকে সবার কাছে বাজারজাত করার চেষ্টা করা, সময় এবং অর্থের অপচয় হবে।

আপনার নতুন ব্যবসার জন্য পর্যাপ্ত বাজার বিদ্যমান কিনা তা নির্ধারণ করা এবং আপনার বিপণন প্রচেষ্টা থেকে সর্বাধিক সুবিধা লাভের জন্য আপনার সম্ভাব্য ক্রেতাদের বাজারকে ভাগ করা প্রয়োজন। সেগমেন্টেশনের বিভিন্ন পদ্ধতি রয়েছে যেখান থেকে বেছে নিতে হবে, এবং এই পছন্দটি বিক্রি হওয়া পণ্য বা পরিষেবা এবং ক্রেতার স্বতন্ত্র ভোক্তা নাকি অন্যান্য ব্যবসা থেকে এসেছে ("ব্যবসা থেকে ব্যবসা" বিক্রয়, সংক্ষেপে "বি-টু-বি") সেই অনুসারে পরিবর্তিত হতে পারে। সবচেয়ে সাধারণ উপায়টি গ্রাহকের কেনাকাটার ধরন বা পণ্য ব্যবহারের উপর ভিত্তি করে তৈরি। কিছু প্রাথমিক বাজার গবেষণা যেকোনো উদ্যোক্তাকে নির্ধারণ করতে সাহায্য করবে বিভাজনের কোন পরিবর্তনশীলতাগুলি ক্রয়ের আচরণ এবং/অথবা পণ্য ব্যবহারে সবচেয়ে বেশি প্রভাব ফেলে এবং শেষ পর্যন্ত কোন বিভাগগুলি একটি নির্দিষ্ট ব্যবসার জন্য সবচেয়ে লাভজনক।

ভোক্তা বাজার		ব্যবসা বাজার	
বিভক্তিকরণ পরিবর্তনশীলতা	উদাহরণ স্বরূপ...	বিভক্তিকরণ পরিবর্তনশীলতা	উদাহরণ স্বরূপ...
ভূগোল	- অঞ্চল - গ্রামীণ/শহুরে - জলবায়ু	ভূগোল	- বিক্রয় অঞ্চল
জনসংখ্যা	- বয়স - লিঙ্গ - পারিবারিক জীবন চক্র - আয় - পেশা	জনসংখ্যা	- # কর্মচারী - রাজস্ব - শিল্প
মনস্তাত্ত্বিক	- মূল্যবোধ - মনোভাব - জীবনধারা - মতামত - ব্যক্তিত্ব	কর্মীবৃন্দ	- বিভাগ - মতামত নির্দেশক - নীতি নির্ধারক
আচরণ	- ব্যবহারের পুনরাবৃত্তির হার - ক্রয়ের পুনরাবৃত্তির হার - ব্যবহারের পদ্ধতি - ক্রয় পদ্ধতি - ব্র্যান্ড আনুগত্য - মূল্য সংবেদনশীলতা - সুবিধা চাওয়া - ক্রয় উপলক্ষ	আচরণ	- ব্যবহারের পুনরাবৃত্তির হার - ক্রয়ের পুনরাবৃত্তির হার - ব্যবহারের পদ্ধতি - ক্রয় পদ্ধতি - ব্র্যান্ড আনুগত্য - মূল্য সংবেদনশীলতা - সুবিধা চাওয়া - ক্রয় উপলক্ষ

সম্ভাব্যতা

উদাহরণস্বরূপ, একটি রেস্টোরাঁ তার লক্ষ্য বাজার সংজ্ঞায়িত করার জন্য নিম্নলিখিত যে কোনো একটি বিভাজন কৌশল নির্বাচন বেছে নিতে পারে :৪

জনসংখ্যা:	একক/সদ্য গড়ে ওঠা পরিবার/এমন বাবা মা যাদের সন্তানরা অন্য জায়গায় বাস করে/ প্রাপ্তবয়স্ক ভোক্তাসমূহ
মনস্তাত্ত্বিক :	ট্রেড সেটার যারা একটি নির্দিষ্ট পরিবেশ খোঁজে/স্বাস্থ্য সচেতন যারা পুষ্টিকর দ্রব্য খোঁজে/বাজেট চিন্তা করে যারা ভালো মূল্য চায়/যারা সুবিধা-ভিত্তিক সুযোগগুলো খোঁজে
আচরণ:	খাবার সময়/গ্রাহক পুনরাবৃত্তি/ক্রিয়াকলাপ-ভিত্তিক (থিয়েটারের পরে, খেলার আগে, সমুদ্র সৈকতে যাওয়ার পথে, ইত্যাদি)/বিশেষ অনুষ্ঠান (জন্মদিন, বিবাহ বার্ষিকী, বেবি শাওয়ার/ব্রাইডাল শাওয়ার, প্রম নাচের অনুষ্ঠান, ছুটির দিন, ইত্যাদি)

টার্গেট
মার্কেটসমূহ

লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজারগুলি সংজ্ঞায়িত করা হয়ে গেলে, একজন উদ্যোক্তা প্রতিযোগিতাগুলো পর্যালোচনা করা শুরু করতে পারেন অন্যান্য ব্যবসায়ী গ্রাহকদের কাছে কেমন এবং বাজারে কোনো বৈসাদৃশ্য বা যথার্থ স্থান আছে কিনা যাতে একটি নতুন পণ্য বা পরিষেবাকে লাভজনকভাবে বাজারে খাপ খাওয়াতে পারে তা দেখতে। যদি কোন কার্যকরী বৈসাদৃশ্য রয়েছে বলে মনে না হয়, তাহলে অন্যান্য লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজারের মাধ্যমে অন্যান্য সুযোগ বিদ্যমান কিনা তা দেখার জন্য বিভাজন কৌশলটি পুনরায় মূল্যায়ন করা উচিত।

বাজার বিভাজন বিশ্লেষণ পরিচালনা করার সময় তিনটি সতর্কতা বিবেচনা করা উচিত:

- বাজার গতিশীল; অতএব, একটি বিভাগ যা আজ কার্যকর তা পরের বছর (অথবা নির্দিষ্ট পরিস্থিতির উপর নির্ভর করে পরবর্তী মাসে) কার্যকর নাও হতে পারে। গ্রাহক প্রবণতা ট্র্যাকিং গুরুত্বকে অত্যাঙ্কিত বলা যাবে না।
- একটি অসঙ্গতভাবে বিভক্ত বাজার একটি ব্যাপক বাজার পদ্ধতির মতোই বিপজ্জনক। লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজার সংজ্ঞায়িত করার উদ্দেশ্য হল দক্ষতা উন্নত করা, কিন্তু আপনি যদি চিহ্নটি সম্পূর্ণভাবে মিস করেন, দক্ষতার কারণে যেকোন সঞ্চয় নষ্ট হয়ে যায়।
- আপনার সকল বিনিয়োগ এক জায়গায় করবেন না। যদি একটি লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজার সফলতা না দেয়, তাহলে লক্ষ্য নির্ধারণকৃত দ্বিতীয় পর্যায়ের বাজারগুলি অনুসরণ করা উচিত।

যখন নতুন ব্যবসার মালিকরা ডেমোগ্রাফিক এবং সাইকোগ্রাফিক মার্কেটের তথ্যের গুরুত্ব দেখতে শুরু করেন, তখন অনেকেই ভাবতে পারেন যে "আমি আমার সম্ভাব্য গ্রাহকদের সম্পর্কে এই জিনিসগুলি কীভাবে জানতে পারি?" এই তথ্যের বেশিরভাগই বিদ্যমান গবেষণার উপাদান পর্যালোচনা করে (দ্বিতীয় পর্যায়ের গবেষণা) অথবা সার্ভে (প্রাথমিক গবেষণা) পরিচালনার মাধ্যমে পাওয়া যেতে পারে। তথ্য প্রাপ্তির উভয় পদ্ধতিই অন্বেষণ করা উচিত।

টার্গেট মার্কেটসমূহ

আপনার লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজার, এর আকার এবং এর বৈশিষ্ট্যগুলি নির্ধারণ করার পরে, আপনার নতুন ব্যবসাকে সফল করার জন্য আপনি বাজারের যথেষ্ট বড় অংশ দখল করতে পারবেন কিনা তা নির্ধারণ করতে প্রতিযোগিতা বিশ্লেষণ করা উচিত। প্রতিযোগীর তথ্য আপনার ব্যবসাকে প্রতিযোগিতা থেকে আলাদা করতে সাহায্য করবে, অর্থাৎ, অন্যান্য প্রদানকারীর তুলনায় আপনার ব্যবসা মার্কেটপ্লেসে কোন অবস্থানে থাকবে তা নির্ধারণ করবে।

প্রতিযোগিতা এবং শিল্প বিশ্লেষণ

প্রতিযোগিতা

এটা ধরে নেওয়া বিপজ্জনক যে কোনও প্রতিযোগিতা নেই। যে জায়গায় ব্যবসা করবেন বলে পরিকল্পনা করেছেন তা খোঁজার সময় এই তথ্য বের হতে পারে যে আপনার মত অন্য কোন ব্যবসা সেখানে নেই, এর মানে এই নয় যে আপনার সম্ভাব্য গ্রাহকদের কোনও বিকল্প নেই।

প্রতিযোগিতামূলক বিশ্লেষণের সর্বোত্তম পদ্ধতি হল জিজ্ঞাসা করা, "আমার কাছ থেকে ক্রয় করার জন্য আমার গ্রাহকদের বিকল্প কি?" এই পদ্ধতিটি পরামর্শ দেয় যে লক্ষ্য নির্ধারণকৃত গ্রাহক, তাদের চাওয়া এবং তাদের বিকল্প সংস্থানগুলি পরিচিত। তারপরে আপনি গ্রাহকদের প্রতিযোগিতা ছাড়া কীভাবে আপনার থেকে কেনার জন্য প্ররোচিত করবেন তা পরিকল্পনা করতে পারেন।

একটি উদাহরণ হিসেবে এমন একজন ব্যক্তি হতে পারেন যিনি ইতালীয় বরফ বিক্রিতে বিশেষজ্ঞ, তিনি একটি দোকান চালু করার সিদ্ধান্ত নেন কারণ এই এলাকার কেউ এই পণ্যটি বিক্রি করে না। যদি উদ্যোক্তা ধরে নেন যে বাজারে এই ব্যবসার কোন প্রতিযোগিতা নেই, তাহলে উদ্যোক্তা এই সত্যটিকে উপেক্ষা করেছেন যে গ্রাহকদের অন্যান্য বিকল্প রয়েছে (প্রত্যক্ষ প্রতিযোগী বনাম পরোক্ষ প্রতিযোগী)। গ্রাহক ইতালীয় বরফ খুঁজছেন না; গ্রাহক একটি ঠান্ডা, সুস্বাদু, সাম্রয়ী মূল্যের ব্যবস্থা খুঁজছেন। আইসক্রিম, পপসিকল, বরফ গোলা বা মুদি দোকান থেকে ঠাণ্ডা পানীয় কেনার মত বিকল্প বেছে নেওয়ার পরিবর্তে ব্যবসার মালিককে অবশ্যই সম্ভাব্য গ্রাহককে ইতালীয় বরফ কেনার জন্য বোঝাতে হবে। এইভাবে প্রতিযোগিতার কথা চিন্তা করা, পণ্যের বাজারজাতকরণ এবং পার্থক্য করার সিদ্ধান্ত নেওয়ার আগে, প্রতিযোগিতার কিছু বিষয়ে মূল্যায়ন পরিচালনার গুরুত্বকে কমিয়ে দেয়। মূল শব্দগুলি ব্যবহার করে সবচেয়ে সুপরিচিত বা প্রযুক্তি-নির্ভর প্রতিযোগী কারা তা ইন্টারনেটের মাধ্যমে খুঁজে দেখা, সম্ভাব্য প্রতিযোগীদের খুঁজে বের করার একটি ভালো উপায়।

একবার গ্রাহকদের বিকল্পগুলি সম্পূর্ণরূপে চিহ্নিত হয়ে গেলে, প্রতিযোগিতা মূল্যায়ন করা, প্রতিযোগিতা কেনার মতোই সহজ হতে পারে (রহস্যময় কেনাকাটা)। প্রতিযোগিতার যে দিকগুলি পর্যবেক্ষণ করা হবে — যেমন পণ্যের গুণমান, পণ্যের বৈচিত্র্য, কাজের সময়, মূল্য নির্ধারণ, প্রচারমূলক প্রদর্শন, স্টোরের নীতি, গ্রাহক পরিষেবা, কর্মীদের সংখ্যা এবং প্রকার — পরিদর্শনের আগে নির্ধারণ করা উচিত এবং/অথবা ফোন কলের মাধ্যমে কিভাবে এবং কখন পরিবর্তনগুলো করা হয় তা নির্ধারণ করতে কয়েকবার পরিদর্শনের মাধ্যমে প্রতিযোগিতা পর্যবেক্ষণ করা উচিত। দিনের বেলা, প্রতি দিন, এমনকি মাসে মাসে দোকানে লোকজনের আসা যাওয়ার পরিবর্তনগুলো পর্যবেক্ষণ করা গুরুত্বপূর্ণ। জরিপের ফর্মগুলি তৈরি করা এবং বিশ্বস্ত বন্ধু এবং আত্মীয়দের দোকানে আসা যাওয়া করে সহায়তা করার জন্য জিজ্ঞাসা করা দরকারী হতে পারে। এই ধরনের রহস্যময় কেনাকাটার পাশাপাশি, এই ধরনের তথ্যের ডেটা সংগ্রহ এবং বিশ্লেষণের সহায়তা ইউজিএ এসবিডিসি থেকে পাওয়া যায়।

"প্রতিযোগিতা" সম্পর্কে তথ্য অর্জন	
কর্ম (কিভাবে এটি করতে হবে)	কার্যসমূহ সাধনের উপায়
<p>আপনি যা দিতে চান তার অনুরূপ পণ্য/পরিষেবা বিক্রি করে এমন ব্যবসায়ী চিহ্নিত করুন:</p> <p>একটি অনলাইন ম্যাপিং অ্যাপ্লিকেশন বা ডিরেক্টরি ব্যবহার করুন</p>	<p>www.google.com/maps আপনার ট্যাগেট করা জায়গার কাছাকাছি প্রতিযোগীদের সনাক্ত করার জন্য একটি দ্রুত এবং সহজ টুল।</p> <p>উদাহরণস্বরূপ, যদি একটি রেস্টোরাঁ খোলেন, আপনি আপনার নির্ধারিত স্থান যেখানে আপনি ব্যবসা শুরু করতে চান সেই অবস্থান সেট করতে পারেন এবং তারপর "আমার কাছাকাছি রেস্টোরাঁ" অনুসন্ধান করতে পারেন।</p> <p>তারপরে আপনি "আপনার কাছাকাছি" রেস্টোরাঁগুলির ইন্ডেন্টরির একটি তালিকা দেখতে ওই স্থানের আশেপাশে, সমস্ত দিকে জেঁলা করতে পারেন।</p>
<p>সংস্থাগুলির আকার সনাক্ত করুন এবং তাদের বিক্রির পরিমাণ:</p> <p>আনুমানিক বিক্রয় কি? এই ব্যবসা একটি ওয়েব সাইট আছে? ব্যবসায় কতজন কর্মচারী আছে? কতদিন ধরে ব্যবসা-বাণিজ্য করছেন? মালিক/ব্যবস্থাপক কে?</p>	<p>আপনার স্থানীয় ইউজিএ এসবিডিসি অফিসের রেফারেন্স ইউএসএ ডেটাবেসে অ্যাক্সেস আছে। মার্কিন ব্যবসার এই ডেটাবেসটি ত্রৈমাসিক আপডেট করা হয়, এতে আনুমানিক বার্ষিক বিক্রয়, কর্মচারীর সংখ্যা, ব্যবসা যে বছর শুরু হয়েছিল, সেইসাথে যোগাযোগের তথ্য (ম্যানেজার বা মালিক, ঠিকানা, এবং টেলিফোন নম্বর) থাকে। অনেক স্থানীয় লাইব্রেরি, তাদের লাইব্রেরি কার্ড হোল্ডারদের জন্য এই ডেটাবেসে অ্যাক্সেস প্রদান করে।</p> <p>বার্ষিক প্রতিবেদন এবং সর্বজনীনভাবে ব্যবসা করা কোম্পানিগুলির 5 হাজার প্রতিবেদন বেশিরভাগ পাবলিক এবং বিশ্ববিদ্যালয়ের লাইব্রেরিতে পাওয়া যায়।</p>
<p>তাদের পণ্য/পরিষেবার বৈশিষ্ট্য চিহ্নিত করুন:</p> <p>প্রতিযোগীর ব্যবসায় ডিজিট করুন এবং চারপাশে লক্ষ্য করুন। তারা কি পণ্য অফার করছে?</p>	<p>ব্যবসা পর্যবেক্ষণ করুন। তারা কি পণ্য অফার করে? ব্যবসায় কোনটি ভাল কাজ করে এবং কোনটি উন্নত করা দরকার? মানুষ কেন তাদের কাছ থেকে ক্রয় করবে?</p>
<p>তাদের অবস্থান(গুলি) বিশ্লেষণ করুন:</p> <p>একটি "উইন্ডশিল্ড সার্ভে" পরিচালনা করুন। জন গণনাগুলি পান।</p>	<p>পূর্ববর্তী ব্যবসায়, আপনার প্রথম মনোভাব কেমন ছিল? ব্যবসার বাইরে এমন কিছু আছে যা গ্রাহকদের আকর্ষণ করবে? এই ব্যবসার "কার্ব আপিল" কি? ব্যবসা একটি প্রধান সড়কে অবস্থিত? এই অবস্থানে ট্রাফিক প্রবাহ কেমন? পর্যাপ্ত পার্কিং বিদ্যমান আছে?</p> <p>জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ ট্রান্সপোর্টেশনের একটি অনলাইন সংস্থান রয়েছে, http://geocounts.com/gdot/, যা আপনার ঠিকানার কাছাকাছি এবং আশেপাশের ট্রাফিক অনুসন্ধান করতে দেয়। আপনার স্থানীয় ইউজিএ এসবিডিসি অফিসেরও ইউএসআরআই-তে অ্যাক্সেস রয়েছে, একটি ডাটাবেস যা আপনার লক্ষ্য নির্ধারণকৃত অবস্থানের একটি নির্দিষ্ট এলাকার মধ্যে ট্রাফিক গণনা প্রদান করতে পারে।</p>
<p>তাদের মূল্যের প্রতিযোগিতামূলকতা নির্ধারণ করুন:</p> <p>নির্দিষ্ট পণ্যের মূল্য সম্পর্কে জিজ্ঞাসা করতে টেলিফোন করুন বা ব্যবসায় ডিজিট করুন।</p>	<p>প্রতিযোগীদের শনাক্ত করার পর, কেউ নির্দিষ্ট পণ্য/পরিষেবার দাম তুলনা করতে পারে। মান এবং প্রদত্ত পরিষেবার জন্য মূল্য কি যুক্তিসঙ্গত বলে মনে হয়?</p>

প্রতিযোগিতা এবং শিল্প বিশ্লেষণ

প্রতিযোগিতা এবং শিল্প
বিশ্লেষণ

"প্রতিযোগিতা" সম্পর্কে তথ্য অর্জন (চলবে)	
কর্ম (কিভাবে এটি করতে হবে)	কার্যাদিসাধনের উপায়
তাদের খ্যাতি/বৈশিষ্ট্য সংজ্ঞায়িত করুন: বিজ্ঞাপন, স্টোর-ফ্রন্ট, লোগো, ব্রোশিওর, বিক্রয় কিট, প্রেস রিলিজ, ওয়েব সাইট ইত্যাদি দেখুন।	অভ্যন্তরীণ বিশ্লেষণ: এই কোম্পানিটির নামডাক কেমন? এই কোম্পানি কি মান এবং পরিষেবা সম্পর্কে উদ্ভিগ্ন? বিজ্ঞাপনগুলি ব্যবসা সম্পর্কে কী ধারণা দেয়? মানুষ কিভাবে এই সংস্থার বর্ণনা দেয়?
মার্কেটিং কৌশল মূল্যায়ন করুন: সংগৃহীত সমস্ত তথ্যের উপর ভিত্তি করে, প্রতিটি প্রতিযোগীর চূড়ান্ত লক্ষ্য কী বলে মনে হয় তা নির্ধারণ করুন। তারা কোন বাজারের অবস্থান খুঁজছে এবং তারা কি সফল হয়েছে?	সংগৃহীত গৌণ তথ্য সংশ্লেষণ; বাজারের প্রাথমিক অনুসন্ধান ক্রয়ের আচরণ এবং বিভিন্ন সংস্থার দ্বারা সরবরাহকৃত সুবিধাগুলি সংজ্ঞায়িত করতে সহায়তা করতে পারে।

প্রতিযোগিতার একটি মূল্যায়ন আপনার লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজারের চাহিদা এবং চাহিদার সাথে সম্পর্কিত প্রতিযোগিতার শক্তি এবং দুর্বলতাগুলি প্রকাশ করবে। প্রতিযোগিতার শক্তিগুলি থেকে শেখা বিষয়গুলো আপনার পণ্য বা পরিষেবা, আপনার বিপণন কৌশল এবং আপনার সামগ্রিক ব্যবসা পরিচালনার উন্নতি করতে আপনাকে সহায়তা করতে পারে। প্রতিযোগিতার দুর্বলতাগুলো পার্থক্যের সুযোগ হতে পারে। প্রতিযোগিতা থেকে আপনার ব্যবসার পার্থক্যগুলি হাইলাইট করার জন্য প্রচারমূলক কৌশলগুলি তৈরি করা যেতে পারে, তবে নিশ্চিত করুন যে পার্থক্যগুলি আপনার লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজারের সাথে প্রাসঙ্গিক।

উদাহরণস্বরূপ, কেউ একজন ডে-কেয়ার সেন্টার চালু করার পরিকল্পনা করছেন এবং এটা দেখলেন যে আশেপাশের কোনো কেন্দ্রই স্কুলের পরে পরিবহন পরিষেবা দেয় না। এলাকায় এমন কিছু অভিভাবক থাকতে পারেন যারা প্রতি বিকেলে শিশুর জন্য স্কুল থেকে ডে-কেয়ার সেন্টার পর্যন্ত যাতায়াত ব্যবস্থার সুবিধা চান। সম্ভবত এইসব অভিভাবকের কাজের সময়সূচী রয়েছে যা তাদের পক্ষে শিশুদের ডে-কেয়ার সেন্টার পৌঁছে দেওয়া কঠিন করে তোলে। নতুন ব্যবসার মালিককে এই ক্লায়েন্টদের আকৃষ্ট করার জন্য নতুন ডে-কেয়ার সেন্টারের পরিষেবাগুলিতে পরিবহন পরিষেবা যোগ করার সুবিধাগুলি (এবং খরচ) বিবেচনা করা উচিত। সংযুক্ত করা এই ধরনের সুবিধাগুলি একটি ব্যবসার প্রচারের জন্য ব্যবসার মালিকের প্রচেষ্টায় একটি গুরুত্বপূর্ণ বিক্রয় সরঞ্জাম হয়ে উঠতে পারে।

অধ্যায় 2: বাজারের

সম্ভাব্যতা

শিল্প

স্থানীয় প্রতিযোগিতা গবেষণার চেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ না হলেও, শিল্প গবেষণা এটার মতই গুরুত্বপূর্ণ হতে পারে। শিল্পের সামগ্রিক প্রবণতা কি? সামাজিক, রাজনৈতিক, পরিবেশগত, প্রযুক্তিগত এবং অর্থনৈতিক শক্তিগুলি কীভাবে শিল্পকে প্রভাবিত করছে? প্রতিযোগীরা এই শক্তিগুলির প্রতি কীভাবে প্রতিক্রিয়া জানাচ্ছে এবং কীভাবে আপনার নতুন সংস্থা প্রভাবিত হবে? দ্বিতীয় পর্যায়ের তথ্য অধ্যয়ন করে এই প্রশ্নের উত্তর দেওয়া যেতে পারে। শিল্পের এই পরিস্থিতিতে আপনার প্রতিক্রিয়াগুলি আপনার কোম্পানির বিপণন কৌশলের ভিত্তি হবে যা এই অধ্যায়ের পরে আরও আলোচনা করা হবে।

প্রতিযোগিতা এবং শিল্প
বিশ্লেষণ

www.georgiasbdc.org



www.georgiasbdc.org

সম্ভাব্যতা

"শিল্প" সম্পর্কে তথ্য অর্জন	
কর্ম (কিভাবে এটি করতে হবে)	কার্যাদিসাধনের উপায়
<p>শিল্প প্রবণতা এবং পরিসংখ্যান খুঁজুন:</p> <p>নিবন্ধগুলি পড়ার পাশাপাশি, ট্রেড অ্যাসোসিয়েশনগুলি প্রায়শই পরিসংখ্যান এবং শিল্প সম্পর্কিত প্রবণতা বজায় রাখে।</p>	<p><i>এনসাইক্লোপিডিয়া অফ অ্যাসোসিয়েশন</i> (গেল রিসার্চ দ্বারা প্রকাশিত) হল একটি বার্ষিক ডিরেক্টরি যা অলাভজনক সদস্য সমিতিগুলিকে চিহ্নিত করে। এটি রাজ্য জুড়ে ১৭টি ছোট ব্যবসা উন্নয়ন কেন্দ্র অফিসের প্রতিটিতে পাওয়া যায়। বইটি এথেন্সের দ্য ইউনিভার্সিটি অফ জর্জিয়ার মেইন লাইব্রেরিতেও পাওয়া যায়।</p> <p>রেস্টুরেন্ট অ্যাসোসিয়েশনের মতো নির্দিষ্ট অ্যাসোসিয়েশন সনাক্ত করতে www.google.com ব্যবহার করুন।</p> <p>শিল্পের পরিসংখ্যান বা প্রবণতাগুলির জন্য ওয়েবে অনুসন্ধান করার সময়, "এবং পরিসংখ্যান" বা "এবং প্রবণতা" অনুসন্ধান পদ যোগ করুন। উদাহরণস্বরূপ, রেস্টুরাঁ সম্পর্কিত পরিসংখ্যানে আগ্রহী হলে, "রেস্টুরাঁ এবং পরিসংখ্যান" টাইপ করুন। অথবা, ট্রেডে আগ্রহী হলে, "রেস্টুরাঁ এবং প্রবণতা" টাইপ করুন।</p>

অনেক মার্কেটিং বিশেষজ্ঞ সম্মত হন যে যখন একটি ব্যবসা তার লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজার চিহ্নিত করে এবং তার পছন্দসই পণ্যের অবস্থান নির্ধারণ করে, তারপরে অন্যান্য সমস্ত মার্কেটিং উপাদানের আরো সুন্দরভাবে সেদিকে ঝোঁক থাকে। পণ্যের অবস্থান বলতে বোঝায় যে ভোক্তারা প্রতিযোগিতার সাপেক্ষে আপনার পণ্য বা পরিষেবটিকে কীভাবে দেখেন। পণ্যের বৈশিষ্ট্যের উপর ভিত্তি করে পণ্যের অবস্থান নির্ধারণ করা হতে পারে (যেমন দাম, গুণমান, সুবিধা, উন্নত প্রযুক্তি) বা ব্যবহারের উপলক্ষ (সকাল বেলায় কফি হাউস বনাম গভীর রাতের কফি হাউস) বা ব্যবহারকারীর বিভাগ (একটি রেস্টুরাঁর লক্ষ্য কাদের জন্য "পরিবার ও বন্ধু" বা "রাতে যারা সময় কাটাচ্ছে" নাকি "দিনের বেলায় কর্মী")। যদিও কম দামে পরিষেবা দানকারী হিসেবে শীর্ষে থাকা একটি আকাঙ্ক্ষিত স্থান, কিন্তু এই অবস্থানটি টিকিয়ে রাখা সাধারণত কঠিন। প্রতিযোগিতা থেকে আপনার ব্যবসাকে আলাদা করে, ভোক্তাদের কাছে অর্থবহ মনে হয় এমন ব্যবসা তৈরির ক্ষমতা দীর্ঘমেয়াদী সাফল্যের চাবিকাঠি।

একবার পছন্দসই পণ্যের অবস্থান সংজ্ঞায়িত করা হলে, আপনার লক্ষ্য নির্ধারণকৃত বাজারের সাথে এটার স্পষ্টভাবে যোগাযোগ করা আবশ্যিক। পজিশনিং স্টেটের মূল ধারণা

পজিশনিং তা না যা আপনি একটি পণ্যের সাথে করেন। পজিশনিং হল আপনি যা করবেন সেই সম্ভাবনার মানসিকতা। অর্থাৎ, আপনি সম্ভাবনার মনে পণ্যটিকে অবস্থান করুন।

কম্বিনেশন প্রোডাক্ট পজিশনিংয়ে প্রায়ই ব্যবহৃত একটি শব্দ হল *অনন্য বিক্রয় প্রস্তাব* (ইউএসপি)। মূলত, ইউএসপি পণ্যের গুণাবলীকে রূপান্তর করে

1 আল রিস এবং জ্যাক ট্রাউট। পজিশনিং: দ্য ব্যাটল ফর ইওর মাইন্ড (ম্যাকগ্রা-হিল এডুকেশন। 2001।



পণ্যের অবস্থান নির্ণয়

গ্রাহকের চাহিদা পূরণ করে এমন সুবিধার মাধ্যমে সাধারণত একটি একক-বাক্য স্লোগানে উপস্থাপিত, ইউএসপি একটি পণ্য বা পরিষেবাকে অনেক প্রতিযোগিতামূলক অফার থেকে আলাদা করতে অত্যন্ত সহায়ক হতে পারে। কয়েকটি উদাহরণ এই ধারণা ব্যাখ্যা করতে সাহায্য করতে পারে।

- একটি ছোট শহরে একটি মহিলাদের পোশাকের দোকান স্থানীয় বড় মার্চেডাইজার, ডিসকাউন্টে কাপড়বিক্রেতা এবং মেট্রোপলিটন ডিপার্টমেন্ট স্টোর থেকে নিজেকে আলাদা করতে চায়। একটি উপযুক্ত ইউএসপি হবে *ব্যাভেটের বুটিক ফ্যাশন এবং আনুষ্ঠানিক জিনিষ সরবরাহ করে আপনার স্টাইলকে আরও উন্নত করে।*
- একজন রিয়েল এস্টেট এজেন্ট স্প্যানিশভাষী প্রশিক্ষকদের ব্যবহার করে বাড়ি কেনার মূল বিষয়গুলি শেখায় এবং এমন ক্লাস অফার করে যা একটি ক্রমবর্ধমান ল্যাটিনো মার্কেটে পরিষেবা দিতে পারে। *সু কাসা রিয়েলটি: আপনাকে সফলভাবে একটি নতুন বাড়ি কেনার ক্ষমতা প্রদান করে।*
- একটি রাসায়নিক প্রক্রিয়াকরণ সংস্থা তার স্বাভাবিক ক্রিয়াকলাপগুলির উপর জোর দিতে পারে। *কাস্টমাইজড রাসায়নিক যৌগের জন্য, ক্যান্টিনে কেমকেয়ারে কল করুন।*

বিক্রয়ের পূর্বাভাস

লক্ষ্য নির্ধারিত বাজার, প্রতিযোগিতা এবং অবস্থান সম্পর্কিত গবেষণা বিক্রয়ের পূর্বাভাস একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হবে। বিবেচনা করুন যে আপনার ব্যবসা নতুন এবং বিক্রয় কালনির্ভর হতে পারে।

বিক্রয় অনুমান করার প্রাথমিক সূত্র হল:

বাজারের সম্ভাব্য x গড় ক্রয়ের অভিপ্ৰায় x প্রতি ইউনিট চার্জ

আপনার ব্যবসার জন্য বাজারের সম্ভাব্যতা বা বাজারের মোট আকার আপনার প্রাথমিক গবেষণার সময় নির্ধারণ করা উচিত ছিল। উপরন্তু, আর্থিক সম্ভাব্যতা মূল্যায়নের অংশ হিসাবে ইউনিট প্রতি চার্জ গণনা করা হবে। গড় ক্রয়ের অভিপ্ৰায় সম্ভবত একটি প্রাথমিক গবেষণা অধ্যয়ন বা শিল্প ডেটার প্রতিক্রিয়ার উপর ভিত্তি করে গণনা করা প্রয়োজন। একবার ব্যবসায়িক ধারণাটি পরিমার্জিত হয়ে গেলে, লক্ষ্য বাজার চিহ্নিত করা হয়, এবং মূল্যের কাঠামো অনুমান করা হয়, তারপর ক্রয়ের অভিপ্ৰায় নিশ্চিত করা যেতে পারে। সম্ভাব্য লনকেয়ার/ল্যান্ডস্কেপিং পরিষেবার জন্য টেলিফোন সমীক্ষার নিম্নলিখিত উদাহরণ পদ্ধতির বিবরণ।

পণ্যের ধারণা: ঐচ্ছিক কালনির্ভর পরিষেবাগুলির সাথে আবাসিক এবং বাণিজ্যিক গ্রিনস্কেপের সময়মত এবং সম্পূর্ণ রক্ষণাবেক্ষণ প্রদান করা।

পরিষেবাসমূহ: সাপ্তাহিক লন পরিষেবা (9 মাস), মাসিক গাছ এবং গুল্ম রক্ষণাবেক্ষণ (10 মাস), উইড অ্যান্ড ফিড (প্রতি বছর 2 বার), মৌসুমী চারা রোপণ (প্রতি বছর 4 বার)।

বাজারের সম্ভাবনা: চার-কাউন্টি শহরতলির এলাকা; 100,000 পরিবার (একক, বিচ্ছিন্ন), কিন্তু মধ্য-উচ্চ আয়ের এলাকাগুলিকে লক্ষ্য করে, নবীন পরিবারগুলির উচ্চ ঘনত্ব সহ যাদের তাদের লন বজায় রাখার জন্য সময় নেই। এক্ষেত্রে পরিমার্জিত লক্ষ্য বাজার প্রতি বছর \$50,000 আয় অতিক্রম করে এমন পরিবার

এবং শিশুদের উপস্থিতি: 3,000 এর লক্ষ্য নির্ধারিত পরিবার।

বিক্রয়ের পূর্বাভাস

প্রতি ইউনিট চার্জ (বার্ষিক চুক্তি): \$1,200 মাসিক কিস্তিতে দিতে হবে (রোপণের উপকরণ ব্যতীত)

100টি যোগ্য পরিবারের একটি টেলিফোন সমীক্ষা জিজ্ঞাসা করে যে প্রত্যেকে এই পরিষেবাগুলি কিনতে কতটা আগ্রহী হবে। প্রতিক্রিয়া নিম্নলিখিত টেবিলে রেকর্ড করা হয়।

প্রতিক্রিয়া	# এর প্রতিক্রিয়া	মুদ্রাস্ফীতি ফ্যাক্টর*	স্থায়ীকৃতকোয়েন্সি
অবশ্যই ক্রয় করবে	5	0.80	4.0
সম্ভবত ক্রয় করবে	10	0.50	5.0
অনিশ্চিত	30	0.25	7.5
সম্ভবত ক্রয় করবে না		0.10	3.5
নিশ্চিতভাবে ক্রয় করবে না		0.00	0.0
মোট	100		20.0

*থমাস নাগেল এবং রিড হোস্টেনা মূল্য নির্ধারণের কৌশল এবং কৌশল (আপারস্যাদেল, নিউ জর্সি: প্রেনটাইস হল, 1995)।

একজন ভোক্তা আপনার পণ্য বা পরিষেবা কিনতে আগ্রহী নাও হতে পারে এমন অনেক কারণ রয়েছে। কিছু কারণের মধ্যে প্রাপ্যতা, সচেতনতা, মূল্য বা ক্রয়ের উপলক্ষ্য অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে, প্রতিটি প্রতিযোগিতামূলক অফারগুলির সাথে সম্পর্কিত। অতএব, জরিপ প্রতিক্রিয়া এই বাজারের অবস্থার জন্য সামঞ্জস্য করা প্রয়োজন। একটি ডিফ্লেশন ফ্যাক্টর ব্যবহার করে, ক্রয়ের অভিপ্রায়ের আরও রক্ষণশীল অনুমান পাওয়া যায়।

আমাদের লন পরিষেবার উদাহরণের ক্ষেত্রে, যদি লক্ষ্য বাজারের 20 শতাংশ দখল করা হয়, তাহলে 600 ক্লায়েন্ট (3,000 x 0.20 = 600) ফলাফল পাবো 600 ক্লায়েন্ট বার্ষিক ফি \$1,200 প্রদান করে, বিক্রয় সমান হবে \$720,000

এই বিক্রয় চিত্রটি আর্থিক সম্ভাব্যতা মূল্যায়ন এবং ব্যবসার সম্ভাব্যতার সামগ্রিক সংকল্পের একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হয়ে ওঠে। এছাড়াও, মনে রাখবেন যে নমুনা লন পরিষেবা সংস্থাটির জন্য প্রত্যাশিত 20 শতাংশ মার্কেট শেয়ার অর্জন করতে কিছু সময় লাগবে।

এটি বিক্রয়ের পূর্বাভাস দেওয়ার একটি উপায়। প্রাসঙ্গিক শিল্প অভিজ্ঞতা একটি নতুন ব্যবসার মালিককে নির্ধারণ করতে সাহায্য করতে পারে যে বিক্রয় পূর্বাভাস বাস্তবসম্মতভাবে অর্জনযোগ্য কিনা।

এই নির্দেশিকা বইয়ের পরবর্তী অধ্যায়টি একটি বিপণন কৌশলের বিকাশের সাথে সম্পর্কিত। এই কৌশলটি প্রাথমিকভাবে বাজারের সম্ভাব্যতা গবেষণার সময় সংগৃহীত তথ্যের উপর ফোকাস করবে এবং একটি নতুন ব্যবসা শুরু করার পরে বাস্তবায়িত হবে। একটি বিপণন প্রস্তুত করার জন্য ব্যবসা শুরু করার আগে একটি বিপণন কৌশল বিকাশ করা গুরুত্বপূর্ণ।

বিক্রয়ের পূর্বাভাস

বাজেট এই বাজেটের উপর ভিত্তি করে কোন মার্কেটিং টুলস ব্যবহার করা হবে, মার্কেটিং ব্যয় কতটা হবে এবং কখন সমন্বিত মার্কেটিং কর্মসূচি প্রণয়ন করা হবে। অতএব, মার্কেটিং বাজেট আর্থিক সম্ভাব্যতা নির্ধারণের জন্য ব্যবহৃত আর্থিক অনুমানগুলির উপর একটি উল্লেখযোগ্য প্রভাব ফেলবে। সময়ের সাথে সাথে, বাজারের অবস্থার সাথে সামঞ্জস্য রেখে মার্কেটিং কৌশল এবং বাজেট পরিবর্তন হবে।

মার্কেটিং পদ্ধতি

আ

আপনার ব্যবসা শুরু করার আগে, আপনার বিক্রয় লক্ষ্যে পৌঁছানোর জন্য আপনার ব্যবসা কীভাবে

বাজারজাত করবেন তার পরিকল্পনা করা উচিত। এই

মার্কেটিং কৌশল মৌলিক প্রচারমূলক কার্যকলাপের বাইরে যাবে। এটা হবে বিভিন্ন মার্কেটিং উদ্যোগ কখন সম্পাদিত হবে তার বিশদ বিবরণ এবং উদ্যোগের ব্যয়ের রূপরেখাযুক্ত একটি সংশ্লিষ্ট বাজেটও অন্তর্ভুক্ত করুন। এই সময়সূচী এবং বাজেট প্রস্তুত আয় বিবৃতি এবং নগদ প্রবাহ বিবৃতিতে মার্কেটিং ব্যয়ের পূর্বাভাস দেবে।

মনে রাখবেন যে ব্যবসা চালু করার আগে কিছু মার্কেটিং এর প্রচেষ্টা চালানো হবে, এবং এই খরচগুলি মাসিক অনুমানগুলির পরিবর্তে ব্যবসা চালু করার পূর্বের খরচের মধ্যে অন্তর্ভুক্ত করা হয়। চলমান মার্কেটিং প্রচেষ্টা তাদের কার্যকারিতা এবং সমসাময়িক ব্যবসায়িক অবস্থার গঠনের মধ্যে অব্যাহত উপযুক্ততার জন্য নিরীক্ষণ করা উচিত। অপারেটিং পরিবেশের প্রতিক্রিয়ায় ব্যবসা পরিপক্ব হওয়ার সাথে সাথে কৌশল এবং কৌশলগুলি বিকশিত হবে।

মার্কেটিং এর যোগাযোগ

যো

যোগাযোগের কৌশল হল একটি ব্যবসা এবং এর বাজারের মধ্যে ইন্টারফেস, যার মধ্যে বর্তমান এবং সম্ভাব্য গ্রাহকরা অন্তর্ভুক্ত। স্টকহোল্ডার, সরকারী সংস্থা

(আইআরএস, জোনিং বা অঞ্চলবিভাজন বোর্ড এবং অন্যান্য নিয়ন্ত্রক সংস্থা) সহ অন্যান্য গোষ্ঠীর সাথে যোগাযোগ এবং এমনকি স্থানীয় ব্যবসায়ী সম্প্রদায় কীভাবে একটি ব্যবসা পরিচালনা করে এবং এটি যে চিত্রটি প্রজেক্ট করে সেটিকে প্রভাবিত করে। অতএব, ব্যবসার সামগ্রিক বিক্রয় এবং লাভজনক উদ্দেশ্যগুলির সমর্থনে যোগাযোগের কৌশলগুলি সাবধানে তৈরি করা উচিত। নিম্নলিখিত প্রশ্নগুলো মার্কেটিং যোগাযোগ কৌশল বিকাশে একটি নতুন গাইড করতে পারেঃ

- আপনি আপনার টার্গেট মার্কেট(গুলি)কে কি বার্তা দেওয়ার চেষ্টা করছেন?
- আপনার পণ্য/পরিষেবার সুবিধা, প্রাপ্ত মান (মূল্য নির্ধারণের ক্ষেত্রে সুবিধা), প্রতিযোগিতার তুলনা, কীভাবে পণ্য/পরিষেবা কিনবেন, কীভাবে আপনার সাথে যোগাযোগ করবেন ইত্যাদি সম্পর্কে আপনার বার্তাটি কী বলে?
- এটি কি লক্ষ্য নির্ধারিত বাজারের জন্য একটি কার্যকর বার্তা (এই সুবিধাগুলি কি তাদের কাছে গুরুত্বপূর্ণ)? এটি কি ক্রয় সিদ্ধান্তের মানদণ্ড? বিভিন্ন বাজারের জন্য কি ভিন্ন বার্তার প্রয়োজন হয় (যেমন, বহুসংস্কৃতি মার্কেটিং)?

- এই বার্তাটি লক্ষ্য বাজারে (গুলি) পৌঁছানোর জন্য (দিন, সপ্তাহ, মাস, বছর, বা একটি নির্দিষ্ট ঘটনা সম্পর্কিত, ইত্যাদি) সেরা সময় কখন? সঠিক যোগাযোগ মাধ্যম (টেলিভিশন, ইমেল, সরাসরি মেইল ইত্যাদি) কী?
- বার্তার মাধ্যমে আপনি কীভাবে আপনার ব্যবসাকে উপলব্ধি করতে চান? আপনি কেমন দৃষ্টিভঙ্গি অর্জন করার চেষ্টা করছেন?
- এর ফলে লক্ষ্য বাজার (গুলি) কী পদক্ষেপ নেবে বলে আপনি চান (আপনার সাথে যোগাযোগ করুক, আপনার দোকানে ভিজিট করুক, অ্যাপয়েন্টমেন্ট নিক, আপনার ওয়েব সাইটে ভিজিট করুক, অর্ডার দিক ইত্যাদি)?
- কোন মার্কেটিং কার্যক্রম সেরা "ব্যাং ফর দ্য বাক" (রিটার্ন অন ইনভেস্টমেন্ট) প্রদান করে?
- কীভাবে মার্কেটিং কার্যক্রমের কার্যকারিতা নিরীক্ষণ করা হবে? কোন অনুশীলনগুলি ইতিবাচকভাবে বিক্রয়কে প্রভাবিত করে?

মার্কেটিং
এর যোগাযোগ

একটি গুরুত্বপূর্ণ ডিজাইনের উদ্দেশ্য হ 'ল বিভিন্ন বিপণন প্রোগ্রাম এবং ক্রিয়াকলাপ জুড়ে একটি সুসংগত বার্তা বজায় রাখা। একটি চিত্র বা বার্তাকে শক্তিশালী করার জন্য প্রোগ্রামগুলিকে মিলিত করা উচিত। উদাহরণস্বরূপ, একটি চাইল্ড কেয়ার সেন্টার তার পরিষেবাগুলির শিক্ষাগত উপাদানগুলির উপর জোর দিতে চাইতে পারে। অতএব, ট্যাগেট মার্কেটে প্রিন্সিপাল শিশুদের বাবা মা এবং পরিচর্যাকারীদের অন্তর্ভুক্ত করা হবে। এই সেগমেন্টের গুরুত্বপূর্ণ সুবিধাগুলির মধ্যে রয়েছে কিডারগার্টেন- সঠিকভাবে শিক্ষিত কর্মীদের সাথে একটি স্বীকৃত প্রোগ্রামের মাধ্যমে প্রস্তুতি, একটি নথিভুক্ত পাঠ্যক্রম, পিতামাতার এবং/অথবা অভিভাবকদের সাথে আলাপ আলোচনা/সহায়তার জন্য পর্যাপ্ত সুযোগ এবং একটি সুসংগঠিত শিক্ষার পরিবেশ। যোগাযোগ বাহনে স্থানীয় এলাকার সংবাদপত্র বা আশেপাশের নিউজলেটারগুলিতে বিজ্ঞাপন অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। স্বীকৃত প্রোগ্রামগুলিও বোঝায় যে একটি আঞ্চলিক বা জাতীয় পর্যালোচনা বোর্ড প্রোগ্রামটিকে বিশ্বাসযোগ্য বলে মনে করেছে। এমনকি একে অপরকে সমর্থন করার জন্য শিশু পরিচর্যা বা গ্রীষ্মকালীন প্রোগ্রামে বিশেষজ্ঞ এমন এলাকার অন্য একটি চাইল্ড কেয়ার সেন্টারের সাথে অংশীদার হওয়াও সম্ভব হতে পারে। শিক্ষাগত দিকগুলির উপর ব্যয় বা অবস্থানের উপর জোর দেওয়া সামঞ্জস্যপূর্ণ হবে না, যদিও এই পয়েন্টগুলি প্রিন্সিপালের জন্য ক্লায়েন্টদের চূড়ান্ত পছন্দের উপর কিছুটা প্রভাব ফেলতে পারে।

একটি লক্ষ্য বাজারে একটি ব্যবসা বাজারজাত করার বিভিন্ন উপায় রয়েছে। “সবার জন্য সবকিছু” করার দরকার

নেই। মার্কেটিং সাফল্যের একটি গুরুত্বপূর্ণ চাবিকাঠি হল দক্ষতা। একটি ব্যবসার মালিককে লক্ষ্য বাজার এবং যুক্তিসঙ্গত মার্কেটিং বাজেটের মধ্যে মার্কেটিং টুলসগুলির মূল্যায়ন করা উচিত। মার্কেটিং টুলসগুলির একটি মিশ্রণ তৈরি করা উচিত, কার্যকর করা, নিরীক্ষণ করা এবং উপযুক্ত হিসাবে অভিযোজিত করা উচিত। যেহেতু লোকেরা বিভিন্ন পদ্ধতির (শোনা, দেখা বা করা) মাধ্যমে শেখে, মার্কেটিং টুলসগুলির একটি মিশ্রণ সম্ভাব্য বাজারে বার্তা ছড়িয়ে দিতে সহায়ক হতে পারে। একাধিক মার্কেটিং যানবাহনের ব্যবহার নতুন উপস্থাপনার মাধ্যমে একটি একক বার্তাকে শক্তিশালী করবে।

মিশ্র
মার্কেটিং পদ্ধতি

মিশ্র

মার্কেটিং পদ্ধতি

মার্কেটিং মিশ্রণ টুলসগুলির নিম্নলিখিত তালিকা (দ্য ম্যাকগ্রা-হিল কোম্পানির অনুমতি নিয়ে পুনঃমুদ্রিত) হল রোমান জি হিবিং এবং স্কট ডব্লিউ কুপার, কপিরাইট 1997 এবং মূলত এনটিসি বিজনেস বুকস দ্বারা প্রকাশিত একটি সফল মার্কেটিং পরিকল্পনা কীভাবে লিখবেন।

মার্কেটিং টুলস

- পণ্য - পণ্য হল একটি বাস্তব বস্তু যা উপভোক্তা পণ্য, খুচরা, এবং ব্যবসা-থেকে-ব্যবসা কোম্পানিগুলির লক্ষ্য বাজারে বাজারজাত করা হয়। পরিষেবা ব্যবসার জন্য, পণ্য একটি ভবিষ্যতের সুবিধা বা ভবিষ্যতের প্রতিশ্রুতি।
- ব্র্যান্ডিং - ব্র্যান্ডিং হল পণ্য, পরিষেবা বা কোম্পানির নামকরণ। একটি ব্র্যান্ড বা নাম হল সেই লেবেল যা গ্রাহকরা আপনার পণ্যের সাথে যুক্ত করে। এই কারণে, একটি ব্র্যান্ড বা নাম পণ্যের অবস্থান এবং ভোক্তার জন্য এর অন্তর্নিহিত বিষয় যা যোগাযোগ করতে সাহায্য করবে।
- প্যাকেজিং - নির্মাতাদের জন্য, প্যাকেজিং পণ্যটিকে ধরে রাখে এবং রক্ষা করে এবং পণ্যের গুণাবলী এবং চিত্রের সাথে যোগাযোগ করতে সহায়তা করে। খুচরা বিক্রেতা এবং পরিষেবা সংস্থাগুলির জন্য, প্যাকেজিং হল অভ্যন্তরীণ এবং বাইরের পরিবেশ যা পণ্য/পরিষেবা (স্টোর, অফিস, ইত্যাদি) ধারণ করে এবং বিতরণ করে এবং এটি কোম্পানির বৈশিষ্ট্য এবং চিত্রের সাথে যোগাযোগ করতে সহায়তা করে।
- মূল্য নির্ধারণ - মূল্য হল পণ্যের আর্থিক মূল্য। আর্থিক মূল্য সাধারণত নিয়ন্ত্রিত হয় ট্যাগেট মার্কেট বা ক্রেতা পণ্যের জন্য কী অর্থ প্রদান করবে এবং বিক্রেতা বা সংস্থাকে খরচ কমাতে এবং লাভ তৈরি করার জন্য পণ্যটির জন্য কী মূল্য নির্ধারণ করতে হবে।
- ব্যক্তিগত বিক্রয়/পরিষেবা - খুচরা এবং পরিষেবার সংস্থাগুলির জন্য ব্যক্তিগত বিক্রয়, প্রায়শই "অপারেশন" হিসাবে উল্লেখ করা হয় দোকান, অফিস, বা অন্যান্য পরিবেশে বিক্রয় এবং পরিষেবা সম্পর্কিত সমস্ত ফাংশন, যেমন ডোর-টু-ডোর অভিযাচন, ইন-হোম সেলিং, এবং টেলিমার্কেটিং। এর মধ্যে রয়েছে বিক্রয় কর্মীদের নিয়োগ ও পরিচালনা করা, বর্ণনামূলক তালিকা মজুদ করা, বিক্রয়ের জন্য পণ্য প্রস্তুত করা, সুবিধা উপস্থাপন ও রক্ষণাবেক্ষণ করা, এবং গ্রাহকদের জন্য ফলো-আপ পরিষেবা। ব্যবসা-থেকে-ব্যবসা এবং প্যাকেজ পণ্য সংস্থাগুলির জন্য, ব্যক্তিগত বিক্রয় বাণিজ্য এবং/অথবা মধ্যবর্তী বাজারে প্রস্তুতকারকদের বিক্রয় এবং পরিষেবা প্রদানের সাথে সম্পর্কিত (মূল উৎপাদক থেকে চূড়ান্ত ব্যবহারকারী পর্যন্ত বিতরণ চ্যানেলের মধ্যে পণ্যের বিভিন্ন ক্রেতা)। [সম্পাদকের দৃষ্টব্য: ইন্টারনেট বিক্রয় (ই-কমার্স নামেও পরিচিত) এই বিভাগেও অন্তর্ভুক্ত।]

মার্কেটিং টুলস (চলছে)

- বন্টন - আমরা বিতরণকে প্রয়োজক বা বিক্রেতা থেকে ব্যবহারকারীর কাছে পণ্য ও পরিষেবার সংক্রমণ হিসাবে সংজ্ঞায়িত করি। বন্টন নিশ্চিত করতে হবে যে পণ্যগুলি লক্ষ্য বাজার(গুলি) অ্যাক্সেসযোগ্য।
- প্রচার/ইভেন্ট - প্রচার বাড়তি প্রণোদনা প্রদান করে, লক্ষ্য বাজারকে কিছু বর্ধিত আচরণ করতে উৎসাহিত করে। ক্রমবর্ধমান আচরণের ফলে হয় স্বল্প-মেয়াদী বিক্রয় বৃদ্ধি পায় এবং/অথবা পণ্যের সাথে একটি সম্পর্ক (যেমন, পণ্যের ব্যবহার বা একটি ঘটনা-ভিত্তিক অভিজ্ঞতা)। উপরন্তু, প্রচার ফোকাস আরও স্বল্পমেয়াদী হয়।
- বিজ্ঞাপন বার্তা - যোগাযোগ যা পেইড মিডিয়া (টেলিভিশন, রেডিও, ম্যাগাজিন, সংবাদপত্র, আউট ডোর এবং সরাসরি মেইল) এর মাধ্যমে জানানো এবং প্ররোচিত করে বিজ্ঞাপন বার্তা গঠন করে।
- বিজ্ঞাপন মাধ্যম - বিজ্ঞাপন মিডিয়া ক্রয়ের বিন্দুতে নয়, বিজ্ঞাপন-বার্তার বাহক হিসাবে অর্থ প্রদান করা হয়। যদিও বিজ্ঞাপনের বার্তা হল যা যোগাযোগ করা হচ্ছে, বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হল এটি কীভাবে বিতরণ করা হয়।
- মার্চেডাইজিং - মার্চেডাইজিং হল কোম্পানির নন-মিডিয়া যোগাযোগ এবং/অথবা পণ্য ট্যাগেট মার্কেটো এটি পণ্য এবং প্রচারমূলক তথ্য যোগাযোগের জন্য ব্যবহৃত পদ্ধতি। মার্চেডাইজিং পেইড মিডিয়া ব্যতীত অন্য কোনো পরিবেশের মাধ্যমে আপনার কোম্পানি সম্পর্কে একটি ভিজুয়াল এবং/অথবা লিখিত বিবৃতি দেয়, একের পর এক ব্যক্তিগত যোগাযোগের সাথে বা ছাড়াই। মার্চেডাইজিং এর মধ্যে রয়েছে ব্রোশিওর, সেল শীট, পণ্য প্রদর্শন, ভিডিও উপস্থাপনা, ব্যানার, ট্রেড শো প্রদর্শনী সেলফ-টকারস, টেবিল টেন্ট, বা অন্য কোনো নন-মিডিয়া টুল যা পণ্যের গুণাবলী, অবস্থান, মূল্য নির্ধারণ বা প্রচারের তথ্য যোগাযোগ করতে ব্যবহার করা যেতে পারে।
- প্রচার - প্রচার হল যেকোন নন-পেইড মিডিয়া যোগাযোগ যা লক্ষ্য বাজার সচেতনতা তৈরি করতে সাহায্য করে এবং আপনার পণ্য বা ফার্মের জন্য মনোভাবকে ইতিবাচকভাবে প্রভাবিত করে। প্রচার আপনার ফার্ম বা পণ্যকে এমন সুবিধা প্রদান করে যা অন্য কোনো মার্কেটিং মিস্ট্র টুলে পাওয়া যায় না। যেহেতু প্রচার অবাণিজ্যিক যোগাযোগ ব্যবহার করে, তাই এটি বৈধতার একটি মাত্রা যোগ করে যা বিজ্ঞাপনে পাওয়া যায় না। আপনার আরও সচেতন হওয়া উচিত যে জনসাধারণ -- আপনার পণ্যের জন্য সম্পাদকীয় স্থান এবং সময় -- জনসংযোগের শুধুমাত্র একটি অংশ। জনসংযোগ একটি সংস্থার জন্য সদিচ্ছা তৈরির সাথে সম্পর্কিত, শুধুমাত্র স্বল্পমেয়াদী জন্য নয়, দীর্ঘমেয়াদী জনমত সংক্রান্ত বিষয়গুলি সম্পর্কেও।

মিশ্র মার্কেটিং পদ্ধতি

মনে রাখবেন যে মার্কেটিং টুলসগুলির মিশ্রণ একটি নির্দিষ্ট ব্যবসার ধরন এবং অবস্থান অনুসারে তৈরি করা উচিত; তাই, তালিকাভুক্ত প্রতিটি টুল অগত্যা প্রতিটি ব্যবসার জন্য উপযুক্ত নয়। কিছু ব্যবসার ধরন, লক্ষ্য বাজার এবং প্রতিযোগিতার উপর নির্ভর করে অন্যদের চেয়ে বেশি কার্যকর হতে পারে। মার্কেটিং টুলসগুলির মিশ্রণ তৈরি করার সময় ধারাবাহিকতার উদ্দেশ্যটি মনে রাখবেন। যদিও মিডিয়ার মিশ্রণ কার্যকর হতে পারে, মিশ্র বার্তা সাধারণত কার্যকর হয় না।

যেহেতু ব্যবসাগুলি একটি স্থির পরিবেশে কাজ করে না, তাই ভোক্তাদের মধ্যে উচ্চ "মনের সচেতনতার শীর্ষ" সচেতনতা বজায় রাখার জন্য মার্কেটিং কৌশলগুলি পর্যায়ক্রমে পুনর্গঠন করা উচিত। মার্কেটিং গবেষণা যা প্রতিযোগিতা, ভোক্তা প্রবণতা, এবং গ্রাহকদের মতামত এবং সম্ভাব্য স্তরগুলিকে অন্তর্ভুক্ত এবং মূল্যায়ন করে একটি ব্যবসাকে বাজারের সাথে সামঞ্জস্য রাখতে সাহায্য করবে। এই ধরনের তথ্য বাজারের বিভাজন, পণ্যের অবস্থান, নতুন পণ্য বিকাশ এবং অন্যান্য মার্কেটিং কৌশলগুলিতে সহায়তা করবে। বিজ্ঞাপন, প্রচারমূলক ইভেন্ট, মার্চেন্ডাইজিং, গবেষণা, কমিশন এবং অন্যান্য বিক্রয় খরচ সহ মার্কেটিং এর খরচগুলিকে অবশ্যই ব্যবসার অপারেটিং খরচের মধ্যে হিসাব করতে হবে। প্রতিযোগিতামূলক থাকার জন্য এই ক্রিয়াকলাপগুলি অন্তত কিছু স্তরে প্রয়োজনীয় এবং তাই, আপনার মার্কেটিং পরিকল্পনা তৈরি করার সময় অবশ্যই বিবেচনা করা উচিত।

যেকোনো ব্যবসার জন্য বিনিয়োগের উপর তার রিটার্ন ট্র্যাক করা, রেকর্ড করা এবং নথিভুক্ত করা গুরুত্বপূর্ণ, বিশেষ করে মার্কেটিং-এ। এইভাবে ব্যবসার মালিকের একটি প্রবাহিত রেকর্ড থাকবে কোন প্রচারাভিযান ব্যর্থ হয়েছে এবং কোনটি সফল হয়েছে...এবং তিনি উদীয়মান নিদর্শন সনাক্ত করতে সক্ষম হতে পারেন। অবশ্যই, ভবিষ্যতের মার্কেটিং এর সিদ্ধান্ত নেওয়ার আগে কখন কিছু কাজ করছে এবং কোথায় সময়/টাকা কাজ করে এমন কিছুতে স্থানান্তরিত করা যেতে পারে তা জানা জরুরি। আপনার গ্রাহক এবং ক্রিয়াকলাপগুলির বেসলাইন স্থাপন করে শুরু করুন এবং তারপরে সমস্ত মার্কেটিং কার্যক্রম, ইভেন্ট, বিজ্ঞাপন এবং প্রতিটিতে কত টাকা এবং সময় ব্যয় করা হয়েছে তা ট্র্যাক করুন। বৃদ্ধি শনাক্ত করতে বেসলাইন দ্বারা মোট বিক্রয় বা নতুন গ্রাহক গণনা করুন। আপনি মোটামুটি সহজে সামগ্রিক ভোটার দ্বারা এই ইভেন্টটি তৈরি করতে প্রচার বা কাজ করার জন্য কত কর্মচারীর ঘন্টা ব্যয় করেছেন তাও আপনি নির্দিষ্টভাবে বের করতে পারেন। গ্রাহককে একটি মূল বাক্যাংশ বা ইভেন্টের নাম দেওয়াও একটি ভাল ধারণা যা তারা প্রতিক্রিয়া জানাতে পারে (অথবা আপনি আপনার গ্রাহক পরিষেবা প্রতিনিধিকে জিজ্ঞাসা করতে পারেন যে গ্রাহক কীভাবে এবং কোথায় ইভেন্টটি শিখলেন)। যাই হোক না কেন, কোন ক্রিয়াকলাপগুলি আরও বেশি আয় তৈরি করে বনাম কোনটি আরও বেশি কাজ তৈরি করে তবে দুর্বল রিটার্ন রয়েছে তা খুঁজে বের করা গুরুত্বপূর্ণ যাতে আপনি আপনার ভবিষ্যতের মার্কেটিং পরিকল্পনাগুলি সামঞ্জস্য করতে পারেন। আপনার যদি একটি মার্কেটিং পরিকল্পনা তৈরি করতে সাহায্যের প্রয়োজন হয়, আপনার স্থানীয় এসবিডিসি অফিসে একটি অ্যাপয়েন্টমেন্ট নিন।

অধ্যায় 3: আর্থিক সম্ভাব্যতা

www.georgiasbdc.org

আপনার নতুন পণ্য বা পরিষেবার জন্য একটি সম্ভাব্য বাজার বিদ্যমান রয়েছে তা নির্ধারণ করার পরে, পরবর্তী পদক্ষেপ হল এই প্রচেষ্টার আর্থিক সম্ভাব্যতা নির্ধারণ করা। এই অনুমান নিশ্চিতকরণ অন্তর্ভুক্ত ব্যবসাটি চালু করার জন্য কত টাকা প্রয়োজন (এককালীন খরচ) এবং ব্যবসাটি নিজেকে টিকিয়ে রাখার জন্য পর্যাপ্ত নগদ অর্থ তৈরি না করা পর্যন্ত কত টাকা প্রয়োজন। মূল্যায়নের চূড়ান্ত পয়েন্টটি সিদ্ধান্ত নেবে যে দীর্ঘমেয়াদী লাভের সম্ভাবনা সেই বিন্দুতে পৌঁছানোর জন্য প্রয়োজনীয় সময় এবং প্রচেষ্টার মূল্য কিনা।

স্টার্ট-আপ পর্যায়ে, স্বল্পমেয়াদে পর্যাপ্ত কার্যকরী মূলধন থাকা লাভজনক হওয়ার চেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ। যাইহোক, দীর্ঘমেয়াদে, ব্যবসার অবশ্যই লাভজনকতা এবং পর্যাপ্ত কার্যকরী মূলধন উভয়ই থাকতে হবে।

ই প্রক্রিয়ার প্রথম ধাপ হল ব্যবসার "দরজা খোলা" এবং গ্রাহকদের পরিষেবা দেওয়ার আগে প্রয়োজনীয় সমস্ত আইটেমের একটি তালিকা তৈরি করা। এই

ব্যবসা শুরু
আনুমানিক খরচ
হিসাব

এ তালিকায় সমস্ত মূলধন সম্পদ অন্তর্ভুক্ত করা উচিত যেমন জমি, বিল্ডিং, বর্ণনামূলক তালিকা, সরঞ্জাম, এবং

ইজারা উন্নয়ন। কার্যকরী মূলধনের পরিমাণও গণনা করতে হবে। এই গাইডবুকটির নিম্নলিখিত পৃষ্ঠাগুলির ফর্মগুলি একটি নতুন ব্যবসা শুরু করার জন্য মূলধনের প্রয়োজনীয়তা অনুমান করার প্রাথমিক গণনার বিশদ বিবরণ দেয়।

"আপনার ব্যবসা চালু করার জন্য এককালীন ব্যয়" শিরোনামের ওয়ার্কশীটটি একটি ব্যবসা শুরু করার সময় উদ্যোক্তাদের মুখোমুখি হওয়া সবচেয়ে সাধারণ এককালীন ব্যয়ের তালিকা দেয়। এই ওয়ার্কশীটটি আপনার নির্দিষ্ট ব্যবসার জন্য নির্দিষ্ট তৈরি করুন। সমস্ত পরিসংখ্যান সমর্থন করার জন্য প্রধান ব্যয়ের জন্য কমপক্ষে তিনটি অনুমান পান।

অনেক উদ্যোক্তা মনে করেন যে প্রাথমিক খরচ মেটানোর জন্য পর্যাপ্ত তহবিল থাকা ব্যবসা চালু করার জন্য যথেষ্ট। তবে, এই ক্ষেত্রে সেটি হয় না। ব্যবসা শুরু করার পর দরজা খোলা রাখার জন্য পর্যাপ্ত তহবিল থাকাও প্রয়োজন। এই অতিরিক্ত তহবিলগুলি, "ওয়ার্কিং ক্যাপিটাল" বা "অপারেটিং ক্যাপিটাল" হিসাবে উল্লেখ করা হয়, একটি ব্যবসার প্রতিদিনের খরচগুলিকে কভার করে। যতক্ষণ না ব্যবসাটি নিজেকে টিকিয়ে রাখার জন্য পর্যাপ্ত রাজস্ব তৈরি করছে, কার্যরত মূলধন অবশ্যই অন্যান্য উৎস (যেমন, ব্যক্তিগত, ঋণ) থেকে অর্থায়ন করতে হবে।

কার্যকরী মূলধনের একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হল মালিকদের বেতন সহ এবং কর্মচারীদের বেতন। দ্বিতীয় ওয়ার্কশীট, "ব্যক্তিগত মাসিক খরচ" শিরোনাম, বেতন প্রয়োজনীয়তা গণনা করতে সাহায্য করবে। এখন এটা অনুমান করার সময় নয়, আপনি পূর্বের তুলনায় আরো মিতব্যয়ীভাবে জীবনযাপন করতে পারেন। বাস্তবসম্মতভাবে খরচ অনুমান করার চেষ্টা করুন, সম্ভবত আপনার প্রয়োজনের চেয়ে বেশি অঙ্ক ব্যবহার করুন। অন্য কথায়, যদি ফোন বিল প্রতি মাসে \$100 এবং \$150 এর মধ্যে চালানোর অনুমান করা হয়, অনুমানের জন্য \$150 ব্যবহার করুন। এই নির্দেশিকা অনুসরণ করলে বাড়ির খরচের জন্য নগদ অর্থের ঘাটতি রোধ করা উচিত।

সম্ভাব্যতা

একটি ব্যবসা চালু করার জন্য এককালীন যে খরচ প্রয়োজন	
অ্যাকাউন্টিং ফি সমূহ _____	\$ _____
আইনি ফি সমূহ _____	\$ _____
স্থাপত্য ফি সমূহ _____	\$ _____
অন্যান্য পেশাগত ফি সমূহ _____	\$ _____
লাইসেন্সিং এবং পারমিট _____	\$ _____
ইউটিলিটি ডিপোজিট _____	\$ _____
ইজারা আমানত _____	\$ _____
জমি _____	\$ _____
বিল্ডিং _____	\$ _____
সাইট প্রস্তুতি _____	\$ _____
টেলিফোন ইনস্টলেশন _____	\$ _____
সরঞ্জাম _____	\$ _____
আসবাবপত্র এবং ফিক্সচার _____	\$ _____
আসবাবপত্র এবং ফিক্সচার স্থাপন _____	\$ _____
বর্ণনামূলক তালিকা _____	\$ _____
অফিস সরবরাহ _____	\$ _____
অপারেটিং সরবরাহ _____	\$ _____
চালু করার পূর্ববর্তী বিজ্ঞাপন এবং প্রচার _____	\$ _____
অন্যান্য _____	\$ _____
মোট এককালীন খরচ _____	\$ _____

ব্যবসা শুরু
আনুমানিক খরচ
হিসাব

www.georgiasbdc.org

ব্যবসা শুরু
আনুমানিক খরচ
হিসাব

ব্যক্তিগত মাসিক খরচ	
<u>বাসভবন</u>	
হাউজ পেমেন্ট বা ভাড়া _____	\$ _____
রক্ষণাবেক্ষণ এবং মেরামত _____	\$ _____
বাড়ি বা ভাড়াটীদের বীমা _____	\$ _____
নিরাপত্তা _____	\$ _____
কীটপতঙ্গ নিয়ন্ত্রণ _____	\$ _____
বিদ্যুৎ _____	\$ _____
গ্যাস _____	\$ _____
পানি _____	\$ _____
হোম ফোন _____	\$ _____
সেল ফোন _____	\$ _____
ইন্টারনেট ফি _____	\$ _____
কেবল টিভি _____	\$ _____
লন রক্ষণাবেক্ষণ _____	\$ _____
সম্পত্তি কর _____	\$ _____
খাদ্য _____	\$ _____
পোশাক _____	\$ _____
চিকিৎসা বীমা _____	\$ _____
চিকিৎসা খরচ _____	\$ _____
গৃহস্থালী সরবরাহ _____	\$ _____
বিনোদন _____	\$ _____
ক্রেডিট কার্ড 1 _____	\$ _____
ক্রেডিট কার্ড 2 _____	\$ _____
ভ্রমণ _____	\$ _____
বকেয়া/সাবক্রিপশন _____	\$ _____
অবদান _____	\$ _____
বিবিধ _____	\$ _____
অন্যান্য _____	\$ _____
অন্যান্য _____	\$ _____

ব্যবসা শুরু
আনুমানিক খরচ
হিসাব

ব্যক্তিগত মাসিক খরচ (চলমান)

অটো

ঋণ পরিশোধ 1 \$ _____

ঋণ পরিশোধ 2 \$ _____

বীমা 1 \$ _____

বীমা 2 \$ _____

রক্ষণাবেক্ষণ এবং মেরামত \$ _____

জ্বালানী \$ _____

ট্যাগ \$ _____

মোট মাসিক খরচ \$ _____

মাইনাস:

অন্যান্য উৎস থেকে আয় \$ _____

সমান:

ব্যক্তিগত জীবনযাত্রার ব্যয়
ব্যবসা দ্বারা কভার হতে হবে \$ _____

প্লাস:

কর (ফেডারেল, রাজ্য এবং স্থানীয়) \$ _____

সমান:

সর্বনিম্ন বেতন শর্তাবলী \$ _____

আগের ওয়ার্কশীটে গণনা করা বেতনের প্রয়োজনীয়তা পরবর্তী ওয়ার্কশীটে ব্যবহার করা হবে: "এক মাসের জন্য ব্যবসায়িক খরচ।" এই ওয়ার্কশীটটি নতুন ব্যবসার আনুমানিক কার্যকরী মূলধনের চাহিদা নির্ধারণে সহায়তা করবে। ব্যবসায়িক ব্যয়ের কার্যপত্রক হল একটি সূচনা বিন্দু যেখান থেকে একটি ব্যবসা শুরু করার জন্য প্রাথমিক মূলধনের প্রয়োজনীয়তাগুলি মূল্যায়ন করা হয়। যেহেতু বিক্রয়ের পরিমাণ কিছু ব্যয়কে (পরিবর্তনশীল ব্যয়) প্রভাবিত করে, একটি গড় মাসের জন্য বিক্রয়ের একটি প্রদত্ত স্তরের পাশাপাশি পণ্য তালিকার একটি ধারাবাহিক স্তর ধরে নিন।

ব্যবসা শুরু
আনুমানিক খরচ
হিসাব

এক মাসের জন্য ব্যবসায়িক খরচ	
মালিকের বেতন (ব্যক্তিগত মাসিক খরচের ওয়ার্কশীট দেখুন.....)	\$ _____
কর্মচারী বেতন	\$ _____
বিজ্ঞাপন/মার্কেটিং.....	\$ _____
অ্যাকাউন্টিং/আইনি ফি.....	\$ _____
উপকরণ বা ইনভেন্টরি (গড় ধরে নিন মাসের বিক্রয়).....	\$ _____
অপারেটিং সরবরাহ.....	\$ _____
অফিস সরবরাহ.....	\$ _____
ভাড়া.....	\$ _____
ইকুইপমেন্ট লিজিং.....	\$ _____
ইউটিলিটি.....	\$ _____
টেলিফোন/ সেল ফোন.....	\$ _____
ঋণ পরিশোধ (সুদ সহ).....	\$ _____
বীমা.....	\$ _____
ট্যাক্স এবং লাইসেন্স.....	\$ _____
রক্ষণাবেক্ষণ এবং মেরামত.....	\$ _____
ব্যাংক ফি/ক্রেডিট কার্ড ফি (এর উপর ভিত্তি করে গড়ে মাসের বিক্রয়).....	\$ _____
নিরাপত্তা ফি.....	\$ _____
অন্যান্য.....	\$ _____
মোট ব্যবসায়িক খরচ এক মাসের জন্য.....	\$ _____

সম্ভাব্যতা

"এককালীন ব্যয়" এবং "এক মাসের জন্য গড় ব্যবসার ব্যয়" নির্ধারণ করার পর, ব্যবসা শুরু করার জন্য প্রয়োজনীয় তহবিলের আনুমানিক পরিমাণ গণনা করার জন্য একটি সাধারণ নিয়ম প্রয়োগ করুন। ব্যবসার ধরন এবং এর প্রত্যাশিত নগদ প্রবাহের উপর নির্ভর করে, তহবিল সংগ্রহ করা বুদ্ধিমানের কাজ যা তিন থেকে নয় মাসের পরিচালন ব্যয়ের মধ্যে যেকোন জায়গায় অন্তর্ভুক্ত করবে নীচের সারণীতে, মাসিক ব্যবসায়িক ব্যয়ের ফ্যাক্টরকে প্রত্যাশিত মাসের সংখ্যা দ্বারা গুণ করা উচিত যতক্ষণ না মাসিক আয় মাসিক ব্যয়কে ছাড়িয়ে যায়।

ব্যবসা শুরুর
আনুমানিক খরচ
হিসাব

এককালীন খরচ _____ \$ _____

যোগ

এক মাসের ব্যবসায়িক খরচ

গুণ করা (3 থেকে 9 মাস) _____ \$ _____

সমান

আনুমানিক তহবিল প্রয়োজন _____ \$ _____

www.georgiasbdc.org

আপনার ধারণাটি পরবর্তীতে আরো অনুসরণ করার পূর্বে, এখন ব্যবসা শুরু করার জন্য প্রয়োজনীয় মোট তহবিলগুলি এবং ইতিমধ্যে আপনার কাছে থাকা তহবিলগুলি বিশ্লেষণ করা উচিত। আপনি যদি আপনার উদ্যোগের জন্য বাইরের কোনো তহবিল খুঁজে থাকেন, এই গাইডবুকের অধ্যায় ৫ কিছু গুরুত্বপূর্ণ তথ্য প্রদান করছে।

ব্য বসা শুরু আনুমানিক খরচ হিসাব গণনা করার পর, আর্থিক সম্ভাব্যতা নির্ধারণের পরবর্তী ধাপ হল আর্থিক অনুমানগুলোর বিকাশ ঘটানো। এই অনুমানগুলি দেখাবে ব্যবসায় মুনাফা অর্জনের কতটা সম্ভাবনা রয়েছে। ব্যালেন্স শীট, প্রত্যাশিত আয়ের বর্ণনা এবং নগদ টাকা প্রবাহের বিবৃতি একটি নতুন ব্যবসার রিপোর্ট কার্ড হিসেবে কাজ করতে পারে। অনুমানকৃত আর্থিক বিবৃতি দেখাবে ব্যবসায় কতটা লাভজনক, তারল্য (উপলব্ধ নগদ) পরিপ্রেক্ষিতে কতটা ভালো করছে, এবং স্বচ্ছলতা (ঋণ পরিশোধের ক্ষমতা)।

ব্যালেন্স শীট

ব্যালেন্স শীট অপেক্ষাকৃত সহজবোধ্য একটি ধারণা। এটি অ্যাকাউন্টিং সমীকরণ দ্বারা সংক্ষিপ্ত করা যেতে পারে সম্পদ = দায় + মালিকের ন্যায্যতা। উদাহরণস্বরূপ, ধরা যাক একটি ব্যবসা \$100,000 দিয়ে শুরু করা হয়েছে। \$80,000 বন্ধকী রেখে \$20,000 এর ডাউন পেমেন্ট করা হয়েছিল। এটিকে ব্যালেন্স শীটের অ্যাকাউন্টিং সূত্রে রাখার জন্য বলা যায়, একটি \$100,000 সম্পদ, একটি \$80,000 দায় এবং \$20,000 মালিকের ন্যায্যতা রয়েছে। মোট সম্পদের মধ্যে, মালিকের ন্যায্যতা হল মালিকানাধীন সম্পদের অংশ, এবং দায় হল সম্পদের অংশ যার জন্য *পাওনা* রয়েছে।

ব্যালেন্স শীট একটি নির্দিষ্ট সময়ে একটি ব্যবসার অবস্থার বোঝায়, এইভাবে, এটি ব্যবসার আর্থিক অবস্থার একটি সংক্ষিপ্তরূপ প্রদান করে। ব্যালেন্স শীটের উপাদানগুলি নিম্নে সংজ্ঞায়িত করা হয়েছে:

সম্পদ - একটি সম্পদ হল কোনো বাস্তব বা অবাস্তব বস্তু যার মূল্য আছে এবং যা আপনার ব্যবসায় ব্যবহার করা যেতে পারে। সম্পদগুলোকে সাধারণত বর্তমান, স্থির বা অন্যান্য বিষয়ের ভিত্তিতে শ্রেণীবদ্ধ করা হয়। বর্তমান সম্পদ হল এমন সম্পদ যা 12 মাসের চক্রের মধ্যে নগদে রূপান্তরিত হতে পারে। সবচেয়ে সাধারণ বর্তমান সম্পদ হল নগদ, প্রাপ্য অ্যাকাউন্ট এবং ইনভেন্টরি। স্থায়ী সম্পদ হল এমন সম্পদ যা এক বছরের বেশি সময় ধরে ব্যবহার করা হবে, যার মধ্যে যন্ত্রপাতি, আসবাবপত্র এবং ফিক্সচার ও জমি এবং ভবনসমূহ রয়েছে। অন্যান্য সম্পদ হল এমন সম্পদ যা বর্তমান এবং স্থির বিভাগের বাইরে পড়ে, যেমন পেটেন্টসমূহ এবং শুভেচ্ছা।

দায়-দায়িত্ব - দায়-দায়িত্ব হল ব্যবসার দ্বারা সৃষ্ট ঋণ এবং অন্যদের ঋণ। দায়গুলি বর্তমান বা দীর্ঘমেয়াদী হিসাবে বর্ণনা করা যেতে পারে। একটি বর্তমান দায় এমন একটি যা অবশ্যই 12 মাসের মধ্যে পরিশোধ করতে হবে। বর্তমান দায়গুলির উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে প্রদেয় অ্যাকাউন্ট, কর এবং আপনার দীর্ঘমেয়াদী ঋণের বর্তমান অংশ। একটি দীর্ঘমেয়াদী দায় হল যেগুলোতে এক বছরের বেশি পরিশোধের মেয়াদ রয়েছে। দীর্ঘমেয়াদী দায়বদ্ধতার উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে বন্ধকী, প্রদেয় নোট, সরঞ্জাম ঋণসমূহ এবং শেয়ারহোল্ডারদের ঋণসমূহ।

মালিকের ন্যায্যতা – মালিকের ন্যায্যতা হল ব্যবসার প্রাথমিক বিনিয়োগ, ব্যবসা থেকে পাওয়া উপার্জন যা ব্যবসায় রাখা হয় (ধরে রাখা উপার্জনসমূহ), এবং ব্যবসায় কোনো অতিরিক্ত বিনিয়োগসমূহ।

উন্নয়নশীল আর্থিক
অভিক্ষেপ

ব্যালেন্স শীটের নমুনায় ব্যবসা শুরু করার অর্থ কোথা থেকে এসেছে এবং কীভাবে তা ব্যবহার করা হয়েছে তা দেখাতে হবে। পরবর্তী কাজের বর্ণনাকৃত নথিটি আপনার আনুমানিক ব্যালেন্স শীটের ভিত্তি হিসাবে কাজ করতে পারে। এই টেমপ্লেটটি একটি সাধারণ উদাহরণ; আপনার ব্যবসার নির্দিষ্ট প্রয়োজনীয়তা এবং জটিলতা মেটাতে এটি তৈরি করুন। ব্যবসা শুরু করার দিন ব্যবসাটি যেমন হবে তার উপর ভিত্তি করে ব্যালেন্স শীটটি সম্পূর্ণ করা উচিত। এই কার্যক্রমটি দেখাবে যে ব্যবসাটি কী অর্জন করেছে এবং সময়ের সাথে সাথে তা কী অর্জন করে।

www.georgiasbdc.org

31 ডিসেম্বর, XXXX এসবিডিসি "	
আর" আমাদের উপহারের দোকান	
সম্পদ	দায়বদ্ধতা এবং ন্যায্যতা
<u>বর্তমান সম্পদ</u>	
নগদ..... \$5,000	পরিশোধযোগ্য হিসাব.....\$12,000
গ্রহণযোগ্য হিসাব.....3,000	পরিশোধযোগ্য বিক্রয় কর.....300
ইনভেন্টরি <u>50,000</u>	বর্তমান অংশ/দীর্ঘমেয়াদী ঋণ <u>4,000</u>
মোট বর্তমান সম্পদ.....58,000	বর্তমান মোট দায়বদ্ধতা..... 16,300
<u>স্থায়ী সম্পদ</u>	
..... 15,000	<u>দীর্ঘমেয়াদী দায়বদ্ধতা</u> সরঞ্জাম
আসবাবপত্র এবং জিনিসপত্র....50,000	পরিশোধযোগ্য সরঞ্জামের হিসাব..... 30,000
কম সঞ্চিত অবচয়.....(30,000)	মোট দায়বদ্ধতা..... 46,300
মোট স্থায়ী সম্পদ.....35,000	<u>মালিকের ন্যায্যতা</u>
	মালিকের বিনিয়োগ 20,000
	মজুত উপার্জন..... <u>26,700</u>
	মালিকের সর্বমোট ন্যায্যতা 46,700
	মোট দায়বদ্ধতা এবং মালিকের ন্যায্যতা
মোট সম্পদ.....93,000 93,000

উন্নয়নশীল
আর্থিক অভিক্ষেপ

XXXXX, XXXX তারিখ
থেকে আপনার ব্যবসা

<p>সম্পদ</p> <p><u>বর্তমান সম্পদ</u></p> <p>নগদ _____ \$ _____</p> <p>হিসাব গ্রহণযোগ্য _____</p> <p>ইনভেন্টরি _____</p> <p>মোট বর্তমান সম্পদ _____</p> <p><u>স্থায়ী সম্পদ</u></p> <p>সরঞ্জাম _____</p> <p>আসবাবপত্র এবং ফিক্সচার _____</p> <p>কম সঞ্চিত অবচয় (_____)</p> <p>মোট স্থায়ী সম্পদ _____</p> <p>মোট সম্পদ _____ \$ _____</p>	<p>দায়বদ্ধতা এবং ন্যায্যতা</p> <p><u>বর্তমান দায়বদ্ধতা</u></p> <p>অ্যাকাউন্ট প্রদেয় _____ \$ _____</p> <p>বিক্রয় কর প্রদেয় _____</p> <p>বর্তমান অংশ/দীর্ঘমেয়াদী ঋণ _____</p> <p>মোট বর্তমান দায় _____</p> <p><u>দীর্ঘমেয়াদী দায়বদ্ধতা</u></p> <p>সরঞ্জাম মোট প্রদেয় _____</p> <p>মোট দায় _____</p> <p><u>মালিকের ন্যায্যতা</u></p> <p>মালিকের বিনিয়োগ ধরে রাখা আয় _____</p> <p>মোট মালিকের ন্যায্যতা _____</p> <p>মোট দায়বদ্ধতা এবং মালিকের ন্যায্যতা _____ \$ _____</p>
---	--

আয়ের বিবরণী

আয়ের বিবরণী একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে একটি ব্যবসার লাভজনকতা (বা এর অভাব) চিত্রিত করে। আয়ের বিবৃতি যেকোনো সময়কে কভার করতে পারে, তবে সাধারণত মাস, ত্রৈমাসিক বা বছর কভার করতে পারে। একটি আয়ের বিবরণী একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে ব্যবসার আয় (যে টাকা আসছে) এবং খরচের (যে টাকা বাইরে যাচ্ছে) বিশদ বিবরণ দেয়। নিম্নলিখিত একটি আয় বিবরণীর সাধারণ উপাদান:

আয় - এটি পণ্য বা পরিষেবা বিক্রয় থেকে যে অর্থ ব্যবসায় আসে। অ্যাকাউন্টিং এর নির্বাচিত পদ্ধতি নির্ধারণ করবে আয় বিবরণীতে কোন মাসে রাজস্ব প্রদর্শিত হবে। (এই গাইডবুকের অধ্যায় 7-এ অ্যাকাউন্টিং পদ্ধতিগুলো বিস্তারিতভাবে বর্ণিত হয়েছে।) নগদ পদ্ধতি ব্যবহার করার সময়, যখন নগদ পাওয়া হয় তখন রাজস্ব/আয় হিসেবে লেখা হয়। সঞ্চয় পদ্ধতি ব্যবহার করার সময়, উপার্জনের প্রক্রিয়াটি সম্পূর্ণ হলে তা আয় বলে চিহ্নিত করা হয়, নগদ প্রাপ্ত হোক বা না হোক। একজন স্বীকৃত পাবলিক অ্যাকাউন্ট্যান্ট আপনার ব্যবসার জন্য কোন অ্যাকাউন্টিং পদ্ধতিটি সবচেয়ে উপযুক্ত তা নির্ধারণ করতে সাহায্য করতে পারেন।

পণ্য বিক্রির খরচ - এটি এমন একটি পণ্য যা আপনার ব্যবসা পরিচালনার ক্ষেত্রে একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে বিক্রি হয়েছে সেই সময়ের মধ্যে কেনা পণ্যগুলি আবশ্যিক নয়, কারণ আগের পণ্য তালিকায় অবশিষ্ট থাকতে পারে। এছাড়াও, বিক্রয়ের জন্য পাওয়া সকল পণ্য সেই নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে বিক্রি নাও হতে পারে। বিক্রিত পণ্যের মূল্য নির্ধারণের জন্য একটি আদর্শ সূত্র আছে। এটি নিম্নরূপ:

ইনভেন্টারির শুরু

যোগ (+)	কেনাকাটা
	পণ্য বিক্রয়ের জন্য উপলব্ধ
বিয়োগ (-)	ইনভেন্টারির সমাপ্তি
সামঞ্জস্য (=)	বিক্রি হওয়া পণ্যের মূল্য

মোট মুনাফা - বিক্রিত পণ্যের মূল্য থেকে আয়ের বিয়োগ হল মোট লাভ। ক্রয় এবং বিক্রির ধরণ নির্ধারণের জন্য মোট মুনাফা একটি ভাল দিক প্রকাশ করে। বিক্রির ক্ষেত্রে দাম খুব কম রাখা বা খুব বেশি দামে পণ্য কেনা, মোট লাভের ক্ষতি করতে পারে। তুলনা করার জন্য শিল্পের নির্ধারিত মানের সঙ্গে মিলিয়ে দেখুন।

অপারেটিং খরচ - এগুলি হল বিক্রি করা পণ্যের খরচ, বিক্রিত পণ্য এবং পরিষেবা ব্যতীত, অন্যান্য খরচ। এই খরচগুলি নির্দিষ্ট (স্থির) হতে পারে বা মাসে মাসে পরিবর্তিত হতে পারে। পরিবর্তনশীল ব্যয় রাজস্ব পরিবর্তনের সাথে

সরাসরি সম্পর্কযুক্ত। রাজস্ব বৃদ্ধির সাথে সাথে এই ব্যয়গুলি বৃদ্ধি পায় এবং, রাজস্ব হ্রাসের সাথে সাথে এই ব্যয়গুলি হ্রাস পায়। রাজস্ব পরিবর্তন স্থির ব্যয়কে প্রভাবিত করে না। পরিবর্তনশীল খরচের উদাহরণ কমিশন এবং ক্রেডিট কার্ড ফি। নির্দিষ্ট খরচের উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে ভাড়া, বেতন এবং পেশাগত ফি।

উন্নয়নশীল
আর্থিক
অভিক্ষেপ

অপারেটিং মুনাফা – পরিচালন/অপারেটিং মুনাফা হল মোট লাভ বিয়োগ পরিচালন খরচ। অপারেটিং মুনাফা হল স্বাভাবিক কার্যক্রম চলাকালীন অর্জিত মুনাফা।

অন্যান্য আয় এবং ব্যয় - অন্যান্য আয় এবং ব্যয় দৈনন্দিন কার্যক্রমের অংশ নয়। অন্যান্য আয়ের উদাহরণ বাজারযোগ্য সিকিউরিটিজ থেকে প্রাপ্ত সুদ এবং বিনিয়োগের উপর অর্জিত লভ্যাংশ। অন্যান্য ব্যয়ের একটি উদাহরণ হবে ঋণের সুদ।

করের আগে মোট মুনাফা - করের আগে মোট লাভ হল অপারেটিং মুনাফা থেকে অন্যান্য আয় এবং খরচ বাদ দেয়া।

মোট মুনাফা - মোট মুনাফা হল ট্যাক্স বিয়োগ কর পূর্বের মোট লাভ।

নিম্নলিখিত পৃষ্ঠায় আয় বিবৃতির একটি নমুনা আছে।

www.georgiasbdc.org

উন্নয়নশীল
আর্থিক
অভিক্ষেপ

আয়ের বিবৃতি	
আয়	\$150,000
বিক্রিত পণ্যের মূল্য	70,000
মোট লাভ	\$80,000
<u>অপারেটিং খরচ:</u>	
অ্যাকাউন্টিং ফি	250
বিজ্ঞাপন	4,500
ব্যাঙ্ক/ক্রেডিট কার্ড ফি	3,000
অবচয়	5,000
কর্মচারী বেতন	12,500
বীমা	750
আইনি ফি	250
রক্ষণাবেক্ষণ ও মেরামত	250
বিবিধ	300
অফিস সরবরাহ	1,200
অফিসারদের বেতন	20,000
অপারেটিং সাপ্লাই	3,000
বেতন কর	3,580
ভাড়া	12,000
নিরাপত্তা	360
ট্যাক্স এবং লাইসেন্স	220
টেলিফোন	1,500
ইউটিলিটি	1,800
মোট অপারেটিং খরচ	\$70,460
পরিচালন লাভ	9,540
<u>অন্যান্য আয় এবং ব্যয়:</u>	
সুদের ব্যয়	17,50
ট্যাক্সের আগে নেট লাভ	7,790
কর	1,700
করের পর নিট লাভ	\$6,090

অধ্যায় 3: আর্থিক

সম্ভাব্যতা

সম্ভাব্য লাভজনকতা এবং কার্যকরী মূলধনের চাহিদা নির্ধারণের জন্য সাধারণত ন্যূনতম দুই বছরের আয় এবং ব্যয়ের অনুমান প্রয়োজনীয়। আপনার ব্যবসার মাধ্যমে নগদ কীভাবে প্রবাহিত হবে তা নির্ধারণের প্রথম ধাপ হল আয় বিবরণীর পরিকল্পনা করা। আয় বিবরণী থেকে পাওয়া তথ্য একটি নগদ প্রবাহের অনুমান তৈরি করতে সাহায্য করবে। পরিকল্পিত উভয় বিবৃতিই মাসিক ভিত্তিতে প্রস্তুত করার উপদেশ দেয়া হয়।

নগদ প্রবাহের বিবৃতি

নেতিবাচক নগদ প্রবাহ সম্মুখীন হওয়ার সময় আপনার ব্যবসায় অনেক সময় স্বল্পমেয়াদে লাভজনক হওয়া সম্ভবপর হয়; অর্থাৎ, ব্যবসা থেকে পাওয়া আয়ের থেকে বেশি অর্থ প্রদান করা হচ্ছে। অতএব, আপনার ব্যবসার মাধ্যমে নগদ অর্থের চক্রটি কীভাবে চলে তা বোঝা গুরুত্বপূর্ণ। নগদ প্রবাহ বিবৃতি এই চক্র বর্ণনা করে।

একটি নগদ প্রবাহ বিবৃতি বিকাশের দুটি পদ্ধতি রয়েছে: পরোক্ষ পদ্ধতি এবং প্রত্যক্ষ পদ্ধতি। পরোক্ষ পদ্ধতি আয় বিবরণী থেকে সম্পূর্ণ মুনাফার তথ্য নেয় এবং আপনাকে প্রকৃত নগদ প্রবাহের তথ্য দিতে একটি নির্দিষ্ট সময়ের জন্য ব্যালেন্স শীটের পরিবর্তন অনুসারে তার সামঞ্জস্য তৈরি করে। এই গাইডবুকের উদ্দেশ্যে অনুযায়ী, আমরা সরাসরি পদ্ধতিকেই বেশি প্রাধান্য দিব কারণ এটি ধারণা করা সহজ এবং কার্যক্রম পরিচালনা, অর্থায়ন কার্যক্রম এবং বিনিয়োগ কার্যক্রম থেকে নগদ অর্থ আসা বা যাওয়ার মধ্যে সরাসরি সংযোগ দেখায়। একজন হিসাবরক্ষক পরোক্ষ পদ্ধতিতে আরো তথ্য দিতে পারেন।

ব্যবসায়িক কার্যক্রমগুলো থেকে নগদ অর্থ আসার মানে হলো ব্যবসায় নগদ অর্থ আসা এবং স্বাভাবিক, দৈনন্দিন কার্যকলাপের কারণে নগদ অর্থ ব্যবসার বাইরে চলে যাওয়া। কার্যক্রমগুলো থেকে ব্যবসায় আসা নগদ অর্থের মধ্যে রয়েছে একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে নগদ বিক্রয় এবং সেই সময়ের মধ্যে প্রকৃতপক্ষে সংগ্রহ করা অ্যাকাউন্ট থেকে পাওয়া নগদ। প্রতিদিনের কার্যক্রমগুলোর কারণে ব্যবসার অর্থ বাইরে চলে যায় যার মধ্যে রয়েছে ইনভেন্টরি ক্রয়, বেতনের খরচ এবং অপারেটিং খরচ যেমন ভাড়া, ইউটিলিটি ইত্যাদি।

আর্থিক লেনদেন থেকে প্রাপ্ত নগদ হল ঋণ থেকে নগদ প্রাপ্তির ফলাফল বা ঋণের অর্থপ্রদানের জন্য নগদ খরচ বা অন্যান্য বিষয়ের জন্য অর্থ প্রদান। বিনিয়োগ থেকে প্রাপ্ত নগদ সাধারণত বিনিয়োগকারী বা কোম্পানির মালিকদের কাছ থেকে প্রাপ্ত নগদ বা কোম্পানির সম্পদের জন্য প্রদান করা অর্থ।

একটি ব্যবসায়িক উন্নয়নের সময়, ছয় মাসের খরচ চালানোর মত অর্থ হাতে রাখার বিষয়টির অনুমান পুরোপুরি সঠিক হতে পারে। ব্যবসায় পরিচালনার জন্য কতটুকু মূলধন প্রয়োজন, প্রত্যেক মাসের আর্থিক লেনদেনের হিসাবগুলো সেটার আরো সঠিক অনুমান প্রদান করবে। নগদ প্রবাহের বিবৃতি, নগদ প্রবাহের প্রয়োজনীয়তা নির্ধারণের জন্য মূল নির্দেশনা হওয়া উচিত।

উন্নয়নশীল
আর্থিক
অভিক্ষেপ

উন্নয়নশীল আর্থিক অভিক্ষেপ

নিম্নলিখিত টেমপ্লেটটি আপনার নগদ প্রবাহের অনুমান উন্নীতকরণের ক্ষেত্রে ব্যবহার করা যেতে পারে। টেমপ্লেটটি শুধুমাত্র একটি গাইড এবং এটি আপনার নির্দিষ্ট ব্যবসার জন্য তৈরি করা উচিত। নগদ প্রবাহের অনুমানগুলো দেখাবে কখন নগদ অর্থের ঘাটতি হবে এবং ব্যবসায় নিজেকে টিকিয়ে রাখার জন্য পর্যাপ্ত নগদ আসার আগে নগদ ঘাটতি কতটা বড় হবে। যদি নগদের অনুমান নেতিবাচক হয়ে থাকে, তাহলে নগদ ঘাটতি পূরণের জন্য আপনাকে অর্থায়ন বা বিনিয়োগ থেকে নগদ সুরক্ষিত করতে হবে। ভবিষ্যতের জন্য, নগদ প্রবাহই গুরুত্বপূর্ণ। দীর্ঘমেয়াদে লাভজনকতাও গুরুত্বপূর্ণ।

www.georgiasbdc.org

অনুমানকৃত মাসিক নগদ প্রবাহ
আপনার ব্যবসা
1 মাস থেকে 12 মাস পর্যন্ত,
20XX

	মাস 1	মাস 2	মাস 3	মাস 4	মাস 5	মাস 6	ইত্যাদি...
কার্যক্রমগুলো থেকে পাওয়া নগদ রসিদ:							
নগদ বিক্রয়							
যেসব অর্থ পাওয়া বাকি রয়েছে							
অন্যান্য নগদ রসিদ							
কার্যক্রমগুলো থেকে পাওয়া মোট নগদ রসিদ:							
অর্থায়ন বা বিনিয়োগ থেকে নগদ রসিদ							
ব্যাংক ঋণ							
মালিকের বিনিয়োগ							
অন্যান্য							
অর্থায়ন থেকে পাওয়া মোট নগদ রসিদ							
মোট নগদ রসিদ							
কার্যক্রমের জন্য বিতরণকৃত নগদ:							
ক্রয়/ইনভেন্টরি							
অ্যাকাউন্টিং ফি							
বিজ্ঞাপন							
ব্যাংক/ক্রেডিট কার্ড ফি							
কর্মচারী বেতন							
বীমা							
আইনি ফি							
রক্ষণাবেক্ষণ এবং সংস্কার করা							
অফিসে ব্যবহারকৃত জিনিসপত্র							
অফিসারের বেতন							
অপারেটিং সরবরাহ							
বেতন কর							
ভাড়া							
নিরাপত্তা							
কর এবং অনুমতিপত্র							

অধ্যায় 3: আর্থিক সম্ভাব্যতা

অনুমানকৃত মাসিক নগদ প্রবাহ
আপনার ব্যবসা
1 মাস থেকে 13 মাস পর্যন্ত,
20XX(চলমান)

	মাস 1	মাস 2	মাস 3	মাস 4	মাস 5	মাস 6	ইত্যাদি...
টেলিফোন							
ইউটিলিটিস							
বিবিধ							
কার্যক্রমের জন্য মোট বিতরণকৃত নগদ:							
অর্থায়ন বা বিনিয়োগের জন্য নগদ বিতরণ:							
স্বর্ণ পরিশোধ							
সরঞ্জাম ক্রয়							
অন্যান্য							
অর্থায়ন বা বিনিয়োগের জন্য মোট নগদ বিতরণ:							
অপারেশন, অর্থায়ন এবং বিনিয়োগ থেকে পাওয়া মোট নগদ							
নেট নগদ প্রবাহ							
প্রারম্ভিক মূল্য							
ক্রমবর্ধমান নগদ প্রবাহ							

অধ্যায় 3: আর্থিক সম্ভাব্যতা

একটি নতুন ব্যবসার সম্ভাব্য সাফল্য বিশ্লেষণের বিভিন্ন পদ্ধতি রয়েছে। প্রাথমিক পর্যায়ে, একটি ব্যবসাকে শুধুমাত্র লাভজনক ঋণ নেয়ার চেষ্টা করা উচিত (অর্থাৎ, পরিশোধ না করে, ব্যবসার জন্য ঋণের মাধ্যমে আরও টাকা ব্যবসায় ফেরত দেওয়া হয়)। উপরন্তু, ব্যবসা চালানোর অন্যান্য সুযোগের বিষয়টি ভুলবেন না; অর্থাৎ, অন্য কিছু করে আরও বেশি অর্থ উপার্জন করা যেতে পারে? বা অন্য কোথাও বিনিয়োগ করলে এই বিনিয়োগটি আরও ভাল ফলাফল আনতে পারে? প্রস্তাবিত ব্যবসার সর্বোত্তম বিষয়গুলো যদি আর্থিক প্রয়োজনীয়তাগুলো পূরণ না করে, আরও সুযোগের অনুসন্ধান করুন।

আর্থিক
বিবৃতিগুলোর
মূল্যায়ন

আর্থিক সম্ভাব্যতার আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ নির্ধারণ হল ব্রেক-ইভেন পয়েন্ট। ব্রেকইভেন পয়েন্টকে বিক্রয়ের স্তর হিসাবে সংজ্ঞায়িত করা হয় যেখানে কোনো লাভ বা ক্ষতি নেই। মোট আয় হল মোট ব্যয়ের সমান। অন্য কথায়, একটি ব্যবসা তার ব্রেকইভেন পয়েন্টে না পৌঁছানো পর্যন্ত মুনাফা তৈরি করবে না। প্রশ্নের বিষয় হল, ব্রেকইভেন পয়েন্ট অতিক্রম করার জন্য যথেষ্ট পরিমাণ আয় কি একটি ব্যবসা তৈরি করতে পারে? এই বিন্দুটি গণনা করার জন্য, ব্যবসার স্তর সম্পর্কে কিছু অনুমান করা আবশ্যিক: (1) বিক্রয়ের একটি নির্দিষ্ট স্তরের সাথে পরিবর্তনশীল খরচের হার সম্পর্কিত রয়েছে এবং (2) সেই প্রদত্ত আয়ের সাপেক্ষে কোম্পানির মোট নির্দিষ্ট খরচ। উদাহরণস্বরূপ, নিম্নলিখিত দৃশ্যকল্প অনুমান করুন:

ইউনিট আয়: \$5.00

বিক্রিত দ্রব্যের মূল্য..... -2.00

অবদান _____ 3.00

বা _____ 60 শতাংশ

(\$3.00/\$5.00=0.60 বা 60%)

স্থির খরচ _____ \$75,000

ব্রেকইভেন..... \$75,000/0.60 = \$125,000

যদি অতিরিক্ত খরচ, যেমন ভাড়া, বেতন, ইউটিলিটি, ইত্যাদি পরিমাণ \$75,000 (একটি প্রদত্ত পরিসরের মধ্যে বিক্রয়ের পরিমাণ যেভাবেই পরিবর্তিত হোক না কেন, এগুলো পরিবর্তন হয় না), তারপর ব্রেকইভেন পয়েন্ট গণনা করার জন্য সেই নির্দিষ্ট পরিমাণ অবদান দ্বারা ভাগ করা যেতে পারে। এই উদাহরণে, এটি \$75,000 কে 0.60 দ্বারা ভাগ করলে সমান \$125,000। \$125,000 আয়ে, ব্যবসাটি লাভ এবং ক্ষতির দৃষ্টিকোণ থেকে অর্থ উপার্জন করে না বা অর্থ হারায় না। সুতরাং, সর্বনিম্ন বিক্রয় স্তরটি ভাঙার জন্য \$125,000 প্রয়োজন। ব্রেকইভেন পয়েন্ট ডলারে প্রকাশ করা যেতে পারে, যেমন এই উদাহরণে, বা বিক্রি হওয়া ইউনিট ব্যবহার করেও প্রকাশ করা যেতে পারে।

আর্থিক অনুমানগুলি, সামগ্রিক ব্যবসায়িক পরিকল্পনার একটি অংশ এবং বর্ণনার সাথে সাথে একত্রে বিকশিত হয়। ব্যবসা শুরু এবং পরিচালনা করার পাশাপাশি আপনি যেসব পদক্ষেপ নেয়ার পরিকল্পনা করছেন সেগুলো থেকে অনুমানগুলি তৈরি হয়।

আর্থিক বিভিতিগুলোর মূল্যায়ন

আর্থিক অনুমানগুলো হিসাব করার ক্ষেত্রে, বাজার সম্পর্কে বিশদ জ্ঞান, প্রতিযোগিতা, প্রস্তাবিত পণ্য বা পরিষেবাটির অবস্থা এবং এই ধরনের ব্যবসার প্রতিদিনের কার্যক্রম সম্পর্কে ধারণা থাকা প্রয়োজন। এই বিষয়গুলো, প্রস্তাবিত ব্যবসার ব্যবহারিক অভিজ্ঞতার গুরুত্ব এবং ব্যবসার পরিকল্পনার রূপরেখা গঠন করে। শিল্পক্ষেত্রের পূর্ববর্তী অভিজ্ঞতা, একজন উদ্যোক্তাকে একটি নতুন ব্যবসায় অর্থ বিনিয়োগের এবং ঝুঁকি নেয়ার পূর্বে সেই ব্যবসার কার্যক্রমগুলো সম্পর্কে ভালো ধারণা দিতে পারে।

আর্থিক অনুমানগুলোর উন্নয়ন কার্যক্রম একটি চলমান প্রক্রিয়া যার জন্য বেশ কিছু পুনরাবৃত্তির প্রয়োজন হয়। ব্যবসার উন্নয়ন পরিকল্পনা অনুযায়ী আর্থিক অনুমানগুলো আপডেট করা এবং সংশোধন করারও প্রয়োজন হয়। বাজারের সম্ভাব্যতা এবং আর্থিক সম্ভাব্যতার যেসব তথ্য আগে থেকেই দেয়া হয়েছে, সেগুলোর মূল্যায়নকৃত তথ্যগুলো থেকে একজন উদ্যোক্তা একটি ব্যবসার পরিকল্পনা তৈরি করতে পারেন।

www.georgiasbdc.org

অধ্যায় 4: একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরি

www.georgiasbdc.org

ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরির কাজটি ভীতিকর কিন্তু ফলপ্রসূ হতে পারে। একটি ভালো ব্যবসায়িক পরিকল্পনা সক্ষমতা এবং দুর্বলতাগুলো শনাক্তকরণে, সম্ভাব্য সমস্যাগুলো বের করতে, ব্যবসায়িক প্রয়োজনীয়তা নির্ধারণে এবং লক্ষ্যগুলো নির্ধারণে সাহায্য করতে পারে। অনেক লেখক ব্যবসায়িক পরিকল্পনাগুলোকে একটি “রোড-ম্যাপ” বা “ব্লু-প্রিন্ট” বলে অভিহিত করেছেন, যেগুলো থেকে একটি ব্যবসা পরিচালনা করা যায়। ব্যবসা পরিচালনার একটি ভালো পদ্ধতি ছাড়াও, একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা ঋণ নেয়ার প্রস্তাব গঠনে বিশ্বাসযোগ্যতা অর্জন এবং একজন ঋণদাতার দৃষ্টিকোণ থেকে আপনার ব্যবসার বৈশিষ্ট্য প্রদান করে।

একটি ভাল ব্যবসায়িক পরিকল্পনা প্রস্তুত করার জন্য কঠোর পরিশ্রমের প্রয়োজন হবে এবং পরিকল্পনায় কী কী বিষয় আলোচনা করা হবে, আপনার লেখার দক্ষতা এবং আর্থিক বিবৃতি প্রস্তুত করার ক্ষেত্রে আপনার দক্ষতার উপর নির্ভর করে এটি সম্পূর্ণ হতে কয়েক সপ্তাহ থেকে কয়েক মাস সময় লাগতে পারে। অনেক উদ্যোক্তা ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরিতে তাড়াহুড়া করে প্রায়ই গুরুত্বপূর্ণ বিবরণ বাদ দেন। ব্যবসায়িক পরিকল্পনার কিছু সাধারণ দুর্বলতাগুলির মধ্যে রয়েছে:

১. অযৌক্তিক, অপ্রাপ্য, বা অবাস্তব ব্যবসায়িক কৌশল
২. প্রতিযোগিতা বিস্তারিতভাবে চিহ্নিত করা হয়নি
৩. মার্কেটিং পরিকল্পনা দুর্বল থেকে অস্তিত্বহীন হওয়া
৪. লাভজনকতা এবং বৃদ্ধি সম্বন্ধন না করা
৫. দুর্বল বাজার গবেষণা এবং বিক্রয় কৌশল
৬. অপর্যাপ্ত আর্থিক অনুমানসমূহ

(উৎস: মানকুসো, জোসেফ আর. হাউ টু গेट এ বিজনেস লোন: উইদাউট সাইনিং ইওর লাইফ অ্যাওয়ে নিউ ইয়র্ক: সাইমন এবং শুস্টার, 1992)

একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা লেখার প্রথম ধাপ হল আপনার ব্যবসার ধারণাকে নিরপেক্ষভাবে দেখা। আপনি যদি এই নির্দেশিকা বইতে দেয়া নির্দেশনা অনুযায়ী বাজার এবং আর্থিক সম্ভাব্যতা মূল্যায়ন পরিচালনা করে থাকেন, তাহলে এই ব্যবসায়িক আপনার নির্ধারিত লক্ষ্যগুলি কিভাবে পূরণ করবে তা আপনি প্রদর্শন করতে সক্ষম হবেন। সফল ব্যবসায়িক পরিকল্পনা পর্যালোচনা করা, বিশেষ করে আপনার শিল্পে, আপনাকে নিজের ব্যবসায়িক পরিকল্পনার মূল বিষয়গুলিকে উপস্থাপন করতে সহায়তা করবে। ট্রেড অ্যাসোসিয়েশনে প্রায়শই ব্যবসা এবং শিল্প পরিকল্পনার নমুনার মত কিছু তথ্য থাকে, যা আপনাকে আপনার ব্যবসার পরিকল্পনা তৈরি করতে সহায়তা করে। আপনি যদি একটি ফ্র্যাঞ্চাইজি কেনার কথা বিবেচনা করেন, ফ্র্যাঞ্চাইজারদের সাধারণত পরিকল্পনার নমুনা এবং দরকারী তথ্য থাকে।

যদিও অন্যান্য পরিকল্পনা নতুন ধারণা এবং দৃষ্টিভঙ্গি পাওয়ার একটি ভাল উপায়, আপনার ব্যবসায়িক পরিকল্পনাটিতে আপনার ধারণা, আপনার পরিস্থিতি এবং আপনার কৌশলগুলিকে উপস্থাপন করতে হবে। পরিকল্পনাসমূহ কপি করা এড়িয়ে চলুন। শুধুমাত্র ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরি করে এমন সফটওয়্যারের উপর নির্ভর করে পরিকল্পনা প্রক্রিয়া সহজ করার জন্য প্রলুব্ধ হবেন না। যদিও এই সফটওয়্যার প্যাকেজগুলি সহজে ব্যবহারযোগ্য এবং অভিনব গ্রাফিক্সের সুবিধা দেয়, বেশিরভাগ লোন অফিসার এগুলোর শত শত টেমপ্লেট দেখেছেন এবং আপনি একটি ঋণদাতাকে আপনার ধারণাটি না বোঝানোর ঝুঁকি বাড়াবেন। একটি ভাল ব্যবসায়িক পরিকল্পনা আপনার ব্যবসার গুরুত্বপূর্ণ বিষয়গুলিকে প্রতিফলিত করবে। ব্যবসায়িক পরিকল্পনা কপি করা বা টেমপ্লেট ব্যবহার করায় মূল সমস্যাগুলি বাদ পড়ে যেতে পারে। অধিকন্তু, টেমপ্লেট ব্যবহার করা বা বিদ্যমান পরিকল্পনা থেকে খুব বেশি ধার নেওয়া পরিকল্পনার প্রবাহকে ক্ষতিগ্রস্ত করতে পারে, ঋণদাতাদের জন্য বিভ্রান্তি এবং সম্ভাব্য বিরক্তি সৃষ্টি করতে পারে।

এ

একটি ব্যবসা পরিকল্পনার রূপরেখা সাধারণত প্রায় প্রতিটি ব্যবসার জন্য একই; যাইহোক, ব্যবসার ধরন এবং ব্যবসার লক্ষ্যগুলি ব্যবসায়িক পরিকল্পনার মধ্যে বিশেষভাবে নির্দেশ করবে। উদাহরণস্বরূপ, একটি নতুন খুচরা

বিক্রেতা তার ব্যবসায়িক পরিকল্পনায় ইনভেন্টরি এবং মার্কেটিং এর সমস্যাগুলিতে মনোযোগ দিতে পারে, যেখানে একজন নতুন প্রস্তুতকারক, উৎপাদন এবং বিতরণের সমস্যাগুলিতে বেশি জোর দেয়। একইভাবে, একজন বিনিয়োগকারীর উদ্দেশ্যে প্রস্তুতকৃত ব্যবসায়িক পরিকল্পনাগুলি ঋণদাতার জন্য যেগুলো প্রস্তুত করা হয়েছে সেগুলো থেকে আলাদা হতে পারে। একটি প্রকৃত ঋণদাতা সম্ভবত একটি পরিকল্পনা পড়তে চাইবে যা একটি ঋণ পরিশোধ করার বিষয়টিকে সমর্থন করে, যেখানে একজন বিনিয়োগকারী একটি পরিকল্পনা পড়তে চাইবেন যেটাতে থাকবে একটি কোম্পানি কীভাবে বড় হতে যাচ্ছে এবং বিনিয়োগের প্রত্যাশিত মুনাফা সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য। ব্যবসায়িক পরিকল্পনাটি যে উদ্দেশ্যই পরিবেশন করুক না কেন, নিম্নলিখিত বিন্যাসটি একটি সূচনা বিন্দু হিসাবে কাজ করে:

- কভার পৃষ্ঠা
- নির্বাহী সারসংক্ষেপ
- ব্যবসা - প্রতিষ্ঠানের বর্ণনা
- ব্যবসার অবস্থান (যদি নতুন ব্যবসা বা নতুন অঞ্চল হয়)
- অপারেশন
- বাজার বিশ্লেষণ
- মার্কেটিং কৌশল
- ব্যবস্থাপনা এবং কর্মী অপারেশন
- আর্থিক তথ্য
- সংযুক্তি এবং সাপোর্টিং ডকুমেন্টেশন

কভার পৃষ্ঠা

কভার পৃষ্ঠা হল প্রথম পৃষ্ঠা যা পাঠক দেখেন, তাই একটি ভাল ধারণা তৈরি করা গুরুত্বপূর্ণ। কভার পৃষ্ঠায় প্রস্তাবিত ব্যবসার নাম এবং লোগো, মালিকের নাম, ঠিকানা, ফোন নম্বর, ইমেইল ঠিকানা, ওয়েব সাইট (যদি প্রযোজ্য হয়) এবং একটি তারিখসহ তথ্যের রেফারেন্স থাকা উচিত।

নির্বাহী সারসংক্ষেপ

এক্সিকিউটিভ সারাংশ ব্যবসায়িক পরিকল্পনার মূল পয়েন্টগুলি তুলে ধরে। সারাংশে ব্যবসা, মালিকদের এবং পরিকল্পনার উদ্দেশ্য সম্পর্কে একটি সংক্ষিপ্ত বিবরণ দেওয়া উচিত। আপনি যদি একজন ঋণ কর্মকর্তার কাছে ব্যবসায়িক পরিকল্পনা উপস্থাপন করেন, তাহলে কার্যনির্বাহী সারাংশ "বিক্রয় মাত্রা" হিসাবে কাজ করবে। এই বিভাগটি সাধারণত পঠিত প্রথম বিভাগ; তাই, আপনাকে অবশ্যই আপনার সারাংশে আগ্রহ তৈরি করতে হবে যাতে পাঠক পুরো পরিকল্পনাটি পড়তে চায়। এই বিভাগটি সাধারণত ঋণদাতাদের জন্য এক পৃষ্ঠার বেশি নয়; যাইহোক, পাঠক যদি বিনিয়োগকারী হন তবে এটি আরও দীর্ঘ হতে পারে। যখন একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা একটি ঋণ প্রস্তাবের জন্য ব্যবহার করা হয়, তখন নির্বাহী সারাংশে নিম্নলিখিত তথ্য থাকা উচিত:

- ব্যবসার নাম এবং ব্যবসার প্রকৃতি
- ব্যবসার মালিক(দের) নাম(গুলি) এবং যোগাযোগের তথ্য।

ব্যবসায়িক পরিকল্পনার উপাদানসমূহ

- আইনি কাঠামো
- ঋণ অনুরোধের পরিমাণ এবং মেয়াদ
- ঋণের ব্যবহারসমূহ
- বিবৃতির গোপনীয়তা

ব্যবসার বর্ণনা

যেকোনো ব্যবসায়িক পরিকল্পনার প্রাথমিক মূল অংশটি হওয়া উচিত ব্যবসার বিবরণ। এই বিভাগটি নতুন ব্যবসা এবং সাধারণ ব্যবসার ধারণার পটভূমি সম্পর্কে তথ্য প্রদান করে। এই বিভাগটি ব্যবসায় বিক্রি করা পণ্য এবং পরিষেবাগুলির পাশাপাশি সেই লক্ষ্যগুলি অর্জনের কৌশলগুলিও বর্ণনা করে। যে সুযোগগুলিকে পুঁজি করে এই ব্যবসায় মূলধন তৈরি করবে তার পাশাপাশি, পরবর্তী চ্যালেঞ্জগুলিও চিহ্নিত করা উচিত। ঋণদাতা এবং ঝুঁকি গ্রহণ করা পুঁজিবাদীরা পরিকল্পনাটি বিশ্বাসযোগ্য হিসেবে নাও পেতে পারেন, যদি এটিতে খুব বেশি কিছু থাকে যা অনেক সু-পরিকল্পিত মনে হয়। যেখানে প্রযোজ্য, এই বিষয়গুলি ব্যবসায়িক বিবরণে আলোচনা করা উচিত:

- ব্যবসার লক্ষ্য
- ব্যবসার ধরন (পরিষেবা, খুচরা, নির্মাণ, পাইকারি, উৎপাদন, ই-ব্যবসা)
- আইনিগত বিষয় (একক মালিকানা, অংশীদারিত্ব, কর্পোরেশন, লিমিটেড কোম্পানি)
- কোম্পানির শক্তি এবং কৌশল
- দুর্বলতা এবং সুরক্ষার পদক্ষেপ
- পণ্য এবং পরিষেবার বিবরণ
- লক্ষ্য নির্ধারণকৃত মার্কেটের বর্ণনা
- পণ্য এবং পরিষেবার বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধা
- ইউনিক বিক্রয় অবস্থা (কীভাবে আপনার ব্যবসা প্রতিযোগিতা থেকে নিজেকে আলাদা করে)
- গবেষণা এবং উন্নয়ন (প্রযুক্তি-ভিত্তিক কোম্পানি এবং নির্মাতাদের জন্য)
- উৎপাদন এবং সেবা প্রদান (উৎপাদকদের জন্য)

ব্যবসার অবস্থান

কেন প্রস্তাবিত অবস্থানটি নির্বাচন করা হয়েছিল ব্যবসায়িক পরিকল্পনায় ব্যাখ্যা করা উচিত। উদাহরণস্বরূপ, গ্রাহকদের নৈকট্য, বিতরণ চ্যানেলগুলিতে সহজলভ্যতা, বা কম খরচ সবই নির্বাচনের জন্য যুক্তিযুক্ত কারণ। অধিকন্তু, একটি নতুন জায়গা মূল্যায়নের তথ্যও পরিকল্পনায় অন্তর্ভুক্ত করা উচিত। একটি নতুন জায়গায় জন্য অর্থায়ন চেয়ে যদি একটি ঋণের আবেদন করা হয়, ব্যবসায়িক পরিকল্পনায় মূলধনের প্রস্তাবিত ব্যবহার সম্পর্কে যথেষ্ট বিবরণ সেখানে দেওয়া উচিত। ব্যবসায়িক পরিকল্পনার এই বিভাগের সম্পর্কযুক্ত অন্যান্য উপাদানসমূহ:

- ঠিকানা
- সুবিধা(গুলি) বিবরণ (জোনিং, সংস্কার, কেনা বা ইজারা, সরঞ্জাম)
- ট্রাফিক প্যাটার্ন/ফুট ট্রাফিক (কখন, কতজন, কে)
- পারিপার্শ্বিকতা এবং অন্যান্য ব্যবসার নৈকট্য (যদি গুরুত্বপূর্ণ হয়)
- পার্কিং
- এলাকার জনসংখ্যা (যেমন পরিবারের সংখ্যা)

পরামর্শ, পরিষেবা বা গৃহ-ভিত্তিক ব্যবসার জন্য যেখানে গ্রাহকরা ব্যবসার ঠিকানায় সরাসরি গিয়ে কেনাকাটা করেন না, সেই জায়গার তথ্য কম প্রয়োজন। আপনার অবস্থার সাথে মানানসই, এরকম জায়গায় আপনার স্থান পরিবর্তন করুন।

বাজার বিশ্লেষণ

আগেই উল্লেখ করা হয়েছে, অনেক ব্যবসায়িক পরিকল্পনার সবচেয়ে দুর্বল ক্ষেত্র হল বাজার বিশ্লেষণ। একটি দুর্বল বিশ্লেষণ ক্ষতিকারক হতে পারে কারণ এই বিভাগটি মার্কেটিং কৌশলগুলির পরিকল্পনার বিভিন্ন ধাপ নির্ধারণ করে। মার্কেটিং সম্ভাব্যতা মূল্যায়নের সময় সংগৃহীত তথ্যগুলি, ব্যবসায়িক পরিকল্পনার এই বিভাগটি তৈরিতে অত্যন্ত মূল্যবান হবে। যে পরিবেশে এই ব্যবসা চালানো হবে বাজার বিশ্লেষণে সে সম্পর্কে তথ্য থাকা উচিত — বিশেষ করে, শিল্প প্রবণতা; গ্রাহক প্রবণতা; এবং কোনো প্রাসঙ্গিক আইনি, রাজনৈতিক, বা পরিবেশগত তথ্য। শিল্পের ধরণ বিশ্লেষণের বিষয়টিতে যা অন্তর্ভুক্ত থাকে তা হল প্রত্যক্ষ এবং পরোক্ষ প্রতিযোগীদের বর্ণনা। এই নতুন ব্যবসাটি বিদ্যমান প্রতিযোগীদের থেকে কিভাবে আলাদা হবে তা দেখান। কোনো প্রতিযোগিতা নেই বলে দাবি করবেন না। ঋণদাতা এবং বিনিয়োগকারীরা এমন একটি ব্যবসাকে গুরুত্ব সহকারে নেবে না যেটি কোন প্রতিযোগিতার দাবি করে না।

তথ্য সূত্রের নথিপত্র স্পষ্ট হওয়া উচিত। ঋণদাতা এবং বিনিয়োগকারীরা দুর্বল বা ডকুমেন্টেশন ছাড়া কোনো ধরনের পরিকল্পনাকে অপছন্দ করে। বাজার বিশ্লেষণের প্রধান উপাদানগুলির মধ্যে নিম্নলিখিত বিষয়গুলি অন্তর্ভুক্ত রয়েছে:

- বাজার নিরীক্ষণ
 - ◆ শিল্পের আকার (বিক্রয়, আয়তন, সরবরাহকারীদের সংখ্যা)
 - ◆ কারণগুলি যেগুলি বৃদ্ধি বা হ্রাসকে প্রভাবিত করে (সুদের হার, ঋণ)
 - ◆ অতীত এবং বর্তমান শিল্প প্রবণতা (নতুন প্রযুক্তি, পণ্য পরিবর্তন, ইত্যাদি)
 - ◆ আইন (যদি প্রযোজ্য হয়)
 - ◆ অন্যান্য শিল্প পরিসংখ্যানসমূহ
- টার্গেট মার্কেট এবং সেগমেন্টসমূহ
 - ◆ জনসংখ্যা (বয়স, লিঙ্গ, জাতি, আয়, ইত্যাদি)
 - ◆ সম্ভাব্য গ্রাহক বেসের আকার

ব্যবসায়িক পরিকল্পনার উপাদানসমূহ

- ◆ সেগমেন্টের প্রবণতাসমূহ
- বাজারের অবস্থান/বাজারের শেয়ার
- প্রতিযোগিতা বিশ্লেষণ
 - ◆ সরাসরি প্রতিযোগীসমূহ
 - ◆ পরোক্ষ প্রতিযোগীসমূহ
 - ◆ নৈকট্য
 - ◆ পণ্য এবং পরিষেবার তুলনা (গুণমান, মূল্য)
 - ◆ সুবিধার তুলনা
 - ◆ বিজ্ঞাপন এবং প্রচারের তুলনা

মার্কেটিং কৌশল

ব্যবসায়িক পরিকল্পনার এই বিভাগটি বর্ণনা করে যে কীভাবে আপনার ব্যবসা বিভিন্ন মার্কেটিং কৌশলের মাধ্যমে তার বিক্রয়ের লক্ষ্য অর্জন করবে। গ্রাহকদের কাছে পৌঁছানোর জন্য আপনাকে যে পদক্ষেপগুলি নিতে হবে সেগুলোর রূপরেখা দান করে। বিজ্ঞাপন, প্রচার, মূল্য নির্ধারণ এবং বিক্রয়ের কৌশলগুলো অন্তর্ভুক্ত করুন। এছাড়াও প্রতিযোগিতা থেকে আপনার ব্যবসাকে আলাদা করতে আপনার কৌশল নিয়ে আলোচনা করুন। সামগ্রিকভাবে, আপনি কীভাবে বাজারে প্রতিযোগিতা করার পরিকল্পনা করছেন সেই পরিকল্পনাটি পড়ে সেই সম্পর্কে পাঠকের একটি দৃঢ় ধারণা পাওয়া উচিত। মার্কেটিং কৌশল বিভাগে, আপনি নিম্নলিখিত বিষয়গুলি নিয়ে আলোচনা করতে পারেন:

- মার্কেটিং এর পরিকল্পনা
 - ◆ মার্কেটিং এর লক্ষ্যসমূহ (উদাঃ গ্রাহকদের আকৃষ্ট করা, পণ্য লক্ষ করা, নাম প্রচার করা)
 - ◆ ব্র্যান্ডিং/পৃথকীকরণ
 - ◆ মূল্য নির্ধারণের কৌশল
 - ◆ বিজ্ঞাপন
 - ◆ মার্কেটিং ব্যবস্থা (গ্রাহকদের আকর্ষণ ও ধরে রাখার পরিকল্পনা)
 - ◆ প্রচারণাসমূহ
- বিক্রয় পরিকল্পনা
 - ◆ বিক্রয় লক্ষ্য
 - ◆ বিক্রয় কর্মীরা এবং প্রশিক্ষণ
 - ◆ বিক্রয় সরঞ্জাম
 - ◆ বিক্রয় পূর্বাভাস
- বিতরণ (যদি প্রযোজ্য হয়)

ব্যবস্থাপনা এবং কর্মী

আপনার পরিকল্পনার এই বিভাগটি, ব্যবসায়িক পরিকল্পনার দ্বিতীয় গুরুত্বপূর্ণ বিভাগ এবং সবসময় বেশি অবহেলিত,

অধ্যায় 4: একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরি

আপনার প্রস্তাবিত ব্যবসায়িক সাংগঠনিক কাঠামোর বিশদ বিবরণ দেওয়া উচিত। মালিকদের এবং মূল ব্যবস্থাপনার পটভূমি পরিকল্পনাটিতে বর্ণনা করা উচিত, তাদের প্রাসঙ্গিক ব্যবস্থাপনা এবং শিল্প অভিজ্ঞতার তালিকা করা উচিত। ঋণদাতা নিশ্চিত করবে যে ব্যবসার মূল অবস্থান রয়েছে যা ব্যবসার সাফল্যের জন্য গুরুত্বপূর্ণ। ব্যাংক, ঋণদাতা এবং বিনিয়োগকারীরা ব্যবস্থাপক দলকে একটি সফল ব্যবসার সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ভবিষ্যৎ বাণী হিসাবে বিবেচনা করে। মূল উপদেষ্টা এবং পরামর্শদাতাদেরও উল্লেখ করা উচিত। এই বিভাগের অন্যান্য প্রাসঙ্গিক উপাদানগুলির মধ্যে রয়েছে:

ব্যবসায়িক
পরিকল্পনার
উপাদানসমূহ

- মালিক(গুলি) এবং ব্যবস্থাপক দলের পরিচিতি
- কর্মীদের নিয়ে পরিকল্পনা/কর্মীদের সংখ্যা
- ব্যক্তিগত কর্তব্য এবং প্রয়োজনীয়তাসমূহ
- ক্ষতিপূরণ/উপকারিতাসমূহ
- নিয়োগ এবং প্রশিক্ষণ

কার্যক্রমসমূহ

এই বিভাগটি ব্যবসা পরিচালনার একটি সাধারণ বিবরণ দেয়। ব্যবসায় একদিনে গড়ে কী ঘটে তা আপনার বর্ণনা করা উচিত। কাজের সময়সীমা, সময়সূচী এবং কর্মপ্রবাহ হল কাজের গুরুত্বপূর্ণ বিষয়সমূহ। উপরন্তু, অনেকে এই বিভাগটি ব্যবহার করেন অন্যান্য কার্যক্রম যেমন ইনভেন্টরি কন্ট্রোল, কোয়ালিটি নিশ্চয়তা, স্টোরিজ, অ্যাকাউন্টিং এবং অন্যান্য প্রশাসনিক ও সহায়তা কার্যক্রম বর্ণনা করতে। আপনি যদি একজন প্রস্তুতকারক হন, আপনার উৎপাদন প্রক্রিয়া বর্ণনা করুন ও সরঞ্জাম এবং প্রযুক্তির প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা করুন। এই বিভাগে নিম্নলিখিত ক্ষেত্র এবং সমস্যাগুলির একটি ওভারভিউ দিন:

- কাজের সময়সীমা (ঘন্টা)
- উৎপাদন প্রক্রিয়া (উৎপাদকদের জন্য)
- সরঞ্জাম প্রয়োজনীয়তাসমূহ
- মান নিয়ন্ত্রণ
- আউটসোর্সিং (যদি প্রযোজ্য হয়)
- আইনি এবং অ্যাকাউন্টিং

আর্থিক

একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা/ঋণ গ্রহণের প্রস্তাবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হল আর্থিক বিভাগ। উদ্যোগের আর্থিক সম্ভাব্যতা নির্ধারণের জন্য এবং আপনার ব্যবসা মূল্যায়নে ঋণদাতার জন্য আর্থিক তথ্য প্রদান গুরুত্বপূর্ণ। কোনো ধরনের আর্থিক লেনদেনের ইতিহাস না থাকলে, স্টার্ট-আপগুলি তাদের অনুমানকৃত আর্থিক লেনদেনের সাথে সামঞ্জস্য করে তাদের ঋণের আবেদনগুলো তৈরি করতে পারে। স্টার্ট-আপ কোম্পানিগুলির জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ হল, একটি আর্থিক পরিকল্পনা মূল্যায়ন বা প্রদর্শন করার জন্য ব্যবসায়িক পরিকল্পনার অন্যান্য উপাদানের সাথে ডলারের পরিসংখ্যান সংযুক্ত করে একটি ব্যবসায়িক উদ্যোগের আর্থিক সম্ভাব্যতা প্রদর্শন করা।

অধ্যায় 4: একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরি

ব্যবসায়িক পরিকল্পনার উপাদানসমূহ

যেহেতু ঋণদাতারা প্রায়শই নতুন ব্যবসায়িক উদ্যোগের অনুমানগুলিকে খুব আশাবাদী হিসাবে দেখেন, তাই অনুমানগুলি রক্ষণশীল হতে হবে এবং সঠিক গবেষণা দ্বারা সমর্থিত হতে হবে।

আর্থিক বিবৃতি এবং অনুমান প্রস্তুত করার সময়, একজনকে সাধারণভাবে গৃহীত হিসাববিজ্ঞানের নীতিগুলি (জিএএপি) অনুসরণ করা উচিত। এই নীতিগুলি অনুসরণ করে যে আর্থিক বিবৃতিগুলি দেয়া হয় সেগুলোর সাথে ঋণদাতারা পরিচিত। এই নীতিগুলির কোন ধরনের বিচ্যুতি বা দ্বন্দ্ব, ব্যবসার অবস্থা এবং মালিকদের সক্ষমতা নিয়ে সংশয় বাড়তে পারে। একজন ঋণদাতা কমপক্ষে দুই বছরের অনুমান আশা করবে (সম্ভবত আরও বেশি, ঋণদাতা এবং ব্যবসার ধরনের উপর নির্ভর করে)। আপনার পরিকল্পনায় যে ধরনের তথ্য থাকতে হবে সেসব আর্থিক তথ্যগুলির মধ্যে রয়েছে:

- তহবিলের উৎস এবং ব্যবহার
- প্রো ফর্মা আয়ের বিবৃতি
- নগদ প্রবাহ অনুমান
- প্রো ফর্মা আয়ের ব্যালেন্স শীট (যদি প্রয়োজন হয়)
- ব্রেক ইভেন প্রজেকশন (স্টার্ট-আপের জন্য)
- নোট এবং আর্থিক বিষয়গুলোর অনুমান

আর্থিক তথ্য বুঝতে পারা এবং এটি কীভাবে গণনা করা হয় তা বুঝতে পারা একটি মূল্যবান ব্যবস্থাপনার সরঞ্জাম হিসাবে কাজ করবে। এই তথ্যটি তৃতীয় অধ্যায়ে আলোচনা করা হয়েছে তবে এর গুরুত্বের উপর জোর দেওয়ার জন্য এই অধ্যায়েও অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে। আপনি যদি কোনো সমস্যায় পড়েন, তাহলে সহায়তার জন্য আপনার স্থানীয় (এসবিডিসি) অফিস বা আপনার অ্যাকাউন্ট্যান্টের সাহায্য নিন।

তহবিলের উৎস ও ব্যবহার

প্রত্যাশিত বাজেটটি হল প্রত্যাশিত উৎস এবং তহবিল ব্যবহারের একটি সম্পূর্ণ তালিকা। তহবিলের উৎসগুলি প্রয়োজনীয় অর্থায়নের পরিমাণ এবং মালিকদের কাছ থেকে পাওয়া প্রয়োজনীয় ইকুইটি বর্ণনা করে। এই তালিকায় সাধারণত অর্থ বিনিয়োগ, ব্যাংক লোন এবং উদ্যোক্তাদের বিনিয়োগের মতো উপাদানগুলো অন্তর্ভুক্ত থাকে। প্রযোজ্য হলে, আপনার ধারণা করা বাজেটের জামানতের মূল্য অন্তর্ভুক্ত করুন যা একটি ঋণ সুরক্ষিত করার জন্য অঙ্গীকার হিসেবে উপস্থাপন করা হবে। তহবিলের ব্যবহার সাধারণত একটি স্টার্ট-আপ শুরুর আগে প্রয়োজনীয় সমস্ত মূলধন এবং অপারেটিং ব্যয় তালিকাভুক্ত করে। এই বিবৃতিতে জমি এবং ভবন, সরঞ্জাম, আমানত এবং কার্যকরী মূলধনের মতো আইটেম অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে (পৃষ্ঠা 31 দেখুন)।

প্রো ফর্মা আয়ের বিবৃতি (লাভ এবং ক্ষতি বিবৃতি)

প্রো ফর্মা আয়ের বিবৃতি, যা "অনুমানিক লাভ এবং ক্ষতির বিবৃতি" নামেও পরিচিত, একটা নির্দিষ্ট সময়ের (সাধারণত এক বছরের) জন্য আপনার আয় এবং ব্যয়ের একটি পূর্বাভাস (পৃষ্ঠা 38-40 দেখুন)। আয় এবং ব্যয়ের মধ্যে পার্থক্য হল একটি ব্যবসার মূল লাভ বা ক্ষতি। প্রো ফর্মা আয়ের বিবৃতিটি সঠিক গবেষণার উপর ভিত্তি করে হওয়া উচিত এবং যুক্তিসঙ্গত হিসেবে বিবেচিত হওয়া উচিত। ডলারের সকল পরিসংখ্যানের জন্য একটি পদ্ধতি বা যুক্তি থাকা উচিত। একটি আয় বিবরণীতে নিম্নলিখিত তথ্য থাকবে:

অধ্যায় 4: একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরি

বিক্রয় রাজস্ব

একটি নতুন ব্যবসার জন্য, বিক্রয় পূর্বাভাস নির্ধারণ করা সবচেয়ে কঠিন। একটি ভাল অনুমান, শক্তিশালী বাজার গবেষণা এবং একটি নির্ভরযোগ্য পদ্ধতির উপর ভিত্তি করে তৈরি হয়। কিছু কোম্পানি বিক্রয় ধারণা তৈরির জন্য বিক্রয় পূর্বাভাস মডেল ব্যবহার করে। অনেক মডেল, ইভেন্টের সম্ভাব্যতার উপর ভিত্তি করে তৈরি করা হয় যেমন গ্রাহকের সংখ্যা যারা প্রতিদিন কেনাকাটা করবে বা ব্যবসার সম্পূর্ণ ধারণা ক্ষমতায় পৌঁছানোর সম্ভাবনার উপর নির্ভর করে তৈরি করা। কিছু কোম্পানি তাদের বিক্রয় পূর্বাভাস যাচাই করতে সমীক্ষা এবং বাজার গবেষণার অন্যান্য সরঞ্জাম ব্যবহার করে। উপরন্তু, শিল্পের মান, ভোটাধিকার তথ্য, এবং স্থানীয় পর্যবেক্ষণ একটি বিক্রয় পূর্বাভাস রক্ষা করতে পারে।

ব্যবসায়িক
পরিকল্পনার
উপাদানসমূহ

বিক্রিত পণ্যের খরচ

সহজভাবে বলতে গেলে, বিক্রিত পণ্যের দাম সমান ইনভেন্টরির ঘাটতি যা বিক্রয়ের আয় বাড়াতে ব্যবহৃত হয়। বিক্রিত পণ্যের মূল্য একটি পরিবর্তনশীল ব্যয় যা বিক্রয় বৃদ্ধির সাথে সাথে বৃদ্ধি পায়। যেহেতু শ্রমের খরচ বিক্রয়ের সাথে বৃদ্ধি পায় তাই কিছু ব্যবসায় নির্মাতারা পণ্যের খরচের অংশ হিসাবে শ্রমকে অন্তর্ভুক্ত করে। বিক্রয় আয় এবং বিক্রিত পণ্যের খরচের মধ্যে পার্থক্য হল মোট লাভ। ব্যবসায়িক কার্যক্রমের খরচ চালানোর জন্য একটি ভাল পরিমাণ অর্থ রাখা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। নতুন ব্যবসার জন্য, শিল্পের মান এবং/অথবা আর্থিক অধ্যয়ন যেমন ইনডাস্ট্রিয়াস সিএফও (www.industriuscfco.com) দ্বারা প্রকাশিত মূল্য, বিক্রিত পণ্যের খরচ এবং মোট মার্জিনের জন্য একটি ভিত্তি তৈরি করতে পারে।

খরচসমূহ

সমস্ত কার্যক্রমের খরচ গবেষণা এবং বিক্রেতাদের থেকে পাওয়া উদ্ধৃতির উপর ভিত্তি করে করা উচিত; প্রো ফর্মা তৈরিতে এই খরচগুলিকে স্থির বা পরিবর্তনশীল হিসাবে চিহ্নিত করা উচিত। স্থায়ী খরচগুলো বিক্রয়ের থেকে স্বাধীন থাকে এবং ব্যবসার বিক্রয় পরিস্থিতি যাই হোক না কেন সেগুলো স্থির থাকে। পরিবর্তনশীল ব্যয় হল এমন ব্যয় যা বিক্রয়ের উপর নির্ভর করে বৃদ্ধি বা হ্রাস পায়।

আগেই বলা হয়েছে, আয় এবং ব্যয়ের যোগফল হল ব্যবসার লাভ। প্রো ফর্মা আয় বিবৃতি তৈরি করার সময়, প্রতিটি ব্যবসার মালিকের নিম্নলিখিত বিষয়গুলি বিবেচনা করা উচিত:

- আয় বিবরণীটি নগদ প্রবাহের অনুমানগুলোর সঙ্গে সমন্বয় করে উন্নীত করা উচিত।
- বিবৃতিগুলি কমপক্ষে দুই বছরের জন্য প্রস্তুত করা উচিত, প্রথম বছরটি মাসিক এবং দ্বিতীয় বছরটি হয় মাসিক বা কমপক্ষে ত্রৈমাসিকভাবে প্রস্তুত করা উচিত।
- আপনার অনুমানের ভিত্তির উপর পরিমাণগুলি নির্ভর করে; অতএব, শিল্পের নিয়মের সাথে তুলনা করা গুরুত্বপূর্ণ।

নগদ প্রবাহ অনুমান

নগদ প্রবাহ (প্রাপ্তি) এবং নগদ বহিঃপ্রবাহ (বিতরণ) এর একটি নগদ প্রবাহের পূর্বাভাস যা 43-এবং 44 পৃষ্ঠায় দেখা যাবে। নগদ প্রবাহের বিবৃতি একটি ভাল পরিকল্পনার সরঞ্জাম কারণ এটি একজন ব্যবসার মালিককে নগদের প্রত্যাশিত ব্যবহারের জন্য প্রস্তুত করতে এবং নগদের ঘাটতি চিহ্নিত করতে সাহায্য করে। একটি বিশদ নগদ প্রবাহের পূর্বাভাস, যা ব্যবস্থাপক বোর্ডের এবং ব্যবহার করেন, যা সে দিকে মনোযোগ দিতে সাহায্য করে, যে দিকে সবচেয়ে বেশি প্রয়োজন। নগদ প্রবাহের অনুমান তিনটি গুরুত্বপূর্ণ নগদ প্রবাহ বিভাগ নিরীক্ষণ করে: কার্যক্রম থেকে আসা নগদ অর্থ, বিনিয়োগ থেকে আসা নগদ অর্থ, এবং অর্থায়ন থেকে আসা নগদ অর্থ। কার্যক্রমগুলোর মধ্যে রয়েছে বিক্রয়, খরচ, প্রাপ্য অ্যাকাউন্ট, ইনভেন্টারির পরিবর্তন এবং প্রদেয় অ্যাকাউন্ট। একটি ব্যবসায় নগদের অবস্থা পরিবর্তন করতে পারে এমন বিনিয়োগ কার্যক্রমের মধ্যে রয়েছে সম্পত্তি ক্রয় (যেমন, জমি, ভবন এবং সরঞ্জাম) এবং সম্পদ বিক্রি। ছোট ব্যবসার জন্য, ঋণ এবং ঋণ পরিশোধের মতো অর্থায়ন কার্যক্রম একটি কোম্পানির নগদ অবস্থান পরিবর্তন করে। মোট অর্থ একটি ব্যবসার নগদের প্রয়োজনীয়তা নির্দেশ করে। ঋণদাতাদের জন্য, একটি ব্যবসা কীভাবে ঋণের মূল এবং সুদ উভয়ই ফেরত দিতে সক্ষম হবে, তার বিশদ বিবরণ দেয় নগদ প্রবাহ।

নগদ প্রবাহের বিবৃতি প্রায়সময়ই, আয় বিবৃতির সঙ্গে বিভ্রান্তি সৃষ্টি করে। অনেক অনভিজ্ঞ মালিক আর্থিক সমস্যায় পড়েছেন কারণ তারা এই দুটি বিবৃতির মধ্যে পার্থক্য বুঝতে পারেনি, যা প্রায়শই ব্যবসায়িক ব্যর্থতার কারণ হয়। একটি লাভজনক ব্যবসা, মোটা অংকের নগদ অর্থ থাকার মত এক বিষয় নয়। কিছু উপাদানের আর্থিক পরিমাণ পরিবর্তন যেমন প্রাপ্য অ্যাকাউন্ট, ইনভেন্টারি, প্রদেয় অ্যাকাউন্ট, মূল বা সম্পদ সরাসরি লাভ এবং ক্ষতির বিবৃতিতে রিপোর্ট করা হবে না কিন্তু একটি নগদ প্রবাহ বিবৃতিতে উল্লেখ করা হবে। উদাহরণস্বরূপ, আপনি যদি আপনার ব্যবসার জন্য \$30,000 মূল্যের একটি যানবাহন ক্রয় করেন, তাহলে আপনি ট্রাকের অবচয় ব্যয় করতে পারেন; তবে, ট্রাকের প্রকৃত খরচ আপনার আয় বিবরণীতে রেকর্ড করা হবে না। পরিবর্তে, এই নগদ ব্যয় একটি নগদ প্রবাহ বিবৃতিতে রেকর্ড করা হবে (-\$30,000)। সর্বমোট লাভ যে সর্বমোট নগদ নয় সেটা বুঝতে পারা, যেকোনো ব্যবসাকে লাভজনক ব্যবসা হিসেবে টিকে থাকতে সাহায্য করবে।

আপনার নগদ প্রবাহ অনুমান প্রস্তুত করতে, নিম্নলিখিত বিবেচনা করুন:

- ব্যবসার ঋণগত বৈশিষ্ট্য কারণ তারা বিক্রয় এবং খরচ প্রভাবিত করে
- প্রকল্পের বাজেট/উৎস থেকে পাওয়া তথ্য
- অবচয় এবং পরিশোধ সহ নগদ নয় এমন সমস্ত উপাদান বর্জন

একটি সাধারণ নগদ প্রবাহ অনুমান নিম্নলিখিত বিন্যাসে প্রবাহিত হবে।

প্রো ফর্মা ব্যালেন্স শীট (পৃষ্ঠা 34-37 দেখুন)

সহজ কথায়, একটি নির্দিষ্ট সময়ে, একটি ব্যবসার সম্পদ এবং ন্যায্যতা (দায় এবং মালিকের ন্যায্যতা) উভয়ই ব্যালেন্স শীট বর্ণনা করে। ব্যালেন্স শীট প্রকল্পের বাজেট (উৎস এবং তহবিলের ব্যবহার), প্রো ফর্মা আয়ের বিবৃতি এবং অনুমানকৃত নগদ প্রবাহের বিবৃতি থেকে তথ্য অন্তর্ভুক্ত করে এবং এই বিবৃতিগুলি থেকে অ্যাকাউন্টিং লেনদেনগুলিকে নিম্নলিখিত ব্যালেন্স শীট বিভাগে ভাগ করে: সম্পদ, দায় এবং মালিকের ন্যায্যতা।

সম্পদগুলিকে সাধারণত বর্তমান এবং দীর্ঘমেয়াদী সম্পদে ভাগ করা হয়। সম্পদ সাধারণত তাদের তারল্য ক্রমানুসারে তালিকাভুক্ত করা হয়। বর্তমান সম্পদ যেমন নগদ, প্রাপ্য হিসাব, ইনভেন্টরি, আগাম খরচ এবং অন্যান্য স্বল্পমেয়াদী সম্পদ প্রথমে তালিকাভুক্ত করা হয়। এই সমস্ত সম্পদই তরল, কারণ সেগুলি এক বছরের মধ্যে নগদে রূপান্তরিত হবে বা ব্যবহার করা হবে বলে আশা করা হচ্ছে। দীর্ঘমেয়াদী সম্পদের মধ্যে রয়েছে জমি, ভবন এবং সরঞ্জাম, কম সঞ্চিত্ত অবচয়। দায়গুলি সম্পদের মতোই তালিকাভুক্ত করা হয়, বর্তমান দায়গুলি (এক বছরের কম) প্রথমে তালিকাভুক্ত করা হয়। বর্তমান দায়গুলির মধ্যে প্রদেয় অ্যাকাউন্ট, প্রদেয় কর, স্বল্পমেয়াদী নোটসমূহ, এবং অর্জিত মজুরি অন্তর্ভুক্ত। দীর্ঘমেয়াদী দায়গুলির মধ্যে দীর্ঘমেয়াদী ঋণ এবং মেয়াদপূর্তির এক বছরের বেশি অন্যান্য দায় অন্তর্ভুক্ত। ন্যায্যতা হল সম্পদ এবং

ব্যবসায়িক পরিকল্পনার উপাদানসমূহ

দায় এর মধ্যে পার্থক্য ও ধরে রাখা উপার্জন এবং মালিকদের ন্যায্যতা। ভারসাম্য শব্দটি হিসাববিজ্ঞানের নীতি থেকে এসেছে যা বোঝায় সম্পদ হল দায় এবং মালিকের ন্যায্যতার সমান। ব্যালেন্স শীটের দ্বৈত দৃষ্টিভঙ্গির ধারণার কারণে, সমীকরণের উভয় দিককে একই সংখ্যা দিয়ে যোগ করতে হবে। অন্য কথায়, সেগুলো হল ব্যালেন্স।

নতুন ব্যবসার জন্য, একজন ঋণদাতার একটি ব্যালেন্স শীট প্রয়োজন হতে পারে বা নাও হতে পারে। অনেক ঋণদাতাদের জন্য, তহবিলের উৎস এবং ব্যবহার, ব্যালেন্স শীটের প্রয়োজনীয়তা মোটেও যথেষ্ট। যদি একটি ব্যালেন্স শীট প্রয়োজন হয়, এটি এমন একটি বিন্যাসে প্রস্তুত করা উচিত যাতে ঋণ কর্মকর্তার পক্ষে ঋণ এবং ন্যায্যতার অবস্থা বিশ্লেষণ করা সহজ হয়।

ব্রেকইভেন অনুমান

ব্রেকইভেন হল একটি পদ্ধতি, যা সাধারণত সমস্ত খরচ বর্ণনা করার জন্য যে পরিমাণ বিক্রয়ের প্রয়োজন, তার সঠিক স্তর নির্ধারণ করতে ব্যবহৃত হয়। নতুন ব্যবসার জন্য ব্রেকইভেন পয়েন্ট বোঝা একজন মালিকের পক্ষে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। সহজ ভাষায় ব্রেকইভেন হল সেই বিন্দু যেখানে মোট বিক্রয় সমান মোট খরচ। স্থির এবং পরিবর্তনশীল খরচ নিয়ে মোট খরচ গঠিত হয়। ডলার বা ইউনিট অনুযায়ী বিক্রয়ের অনুপাতে পরিবর্তনশীল খরচ সরাসরি বৃদ্ধি পায়। সাধারণ পরিবর্তনশীল খরচের মধ্যে রয়েছে বিক্রি হওয়া পণ্যের খরচ, কমিশন, সরাসরি সরবরাহের খরচ, ডেলিভারি চার্জ এবং কিছু ক্ষেত্রে শ্রম খরচ। বিক্রয়ের স্তর নির্বিশেষে স্থির খরচ একই থাকে। সাধারণ নির্দিষ্ট খরচের মধ্যে ভাড়া, বীমা, অফিস সরবরাহ, লাইসেন্স এবং স্থায়ী কর্মীদের বেতন অন্তর্ভুক্ত। কিছু খরচ স্থির এবং পরিবর্তনশীল এর সমন্বয়। যদি খরচগুলি আলাদা করা সহজ হয়, তবে একটি ভাল বিশ্লেষণ তৈরি করতে আপনার তা করা উচিত। ব্রেকইভেনের মূল সূত্র হল:

$$\text{বিক্রয় (বিয়েগ)} \\ \text{পরিবর্তনশীল ব্যয়ের (ভাগ) বিক্রয়} = \text{অবদান মার্জিন \%}$$

$$\text{স্থির ব্যয় (ভাগ করে) অবদান মার্জিন \%} \\ = \text{ব্রেকইভেন পয়েন্ট}$$

অধ্যায় 4: একটি ব্যবসায়িক পরিকল্পনা তৈরি

উদাহরণ: প্রতিষ্ঠান – রন'স বাইট অ্যান্ড ট্যাকেল

বিক্রয়	\$200,000	100%
পরিবর্তনশীল ব্যয়		
পণ্য খরচ	100,000	50%
অপারেটিং সরবরাহ	4,000	2%
ব্যাংক চার্জ (ভিসা)	1,000	0.5%
মোট পরিবর্তনশীল	105,000	52.5%
স্থির ব্যয়		
বেতন	40,000	
ইউটিলিটিস	5,000	
বীমা	1,000	
বিজ্ঞাপন	2,000	
ঋণ পরিশোধ	3,000	
মোট ধার্য	51,000	

অবদান মার্জিন % = $\$200,000 - 105,000 / \$200,000 = 0.475$ (47.5%)

বা $100\% - 52.5\% = 0.475$ (47.5%)

ব্রেকইভেন পয়েন্ট = $51,000 / 0.475 = \$107,368$

আর্থিক অনুমানে মন্তব্য এবং অনুমান

নগদ প্রবাহ, আয় বিবরণী এবং ব্যালেন্স শীট প্রস্তুত করতে, অনুমান, গণনা এবং অ্যাকাউন্টিং পদ্ধতি এবং ধারণাগুলি ব্যবহৃত হয় যা আর্থিক অনুমানের মন্তব্যগুলি বিশদভাবে ব্যাখ্যা করে। আপনার ঋণের প্রস্তাবটি সম্পূর্ণরূপে বুঝতে, একজন ঋণদাতার জন্য আর্থিক মন্তব্যগুলো খুবই প্রয়োজনীয়।

সংযুক্তি এবং সহায়ক নথি

সংযুক্তি এবং নথিগুলি ব্যবসায়িক পরিকল্পনায় সমর্থন প্রদানে ব্যবহৃত হয়। এই বিভাগে এমন তথ্য থাকা উচিত যা একটি পরিকল্পনা বা ঋণ প্রস্তাবের সাথে প্রাসঙ্গিক যেমন একটি বিশদ সরঞ্জাম তালিকা এবং চালানসমূহ। অধিকন্তু, এই বিভাগে ব্যবস্থাপনা পুনরায় শুরু হয়, বাজার গবেষণা, লাইসেন্স, সুবিধা বা স্টোর লেআউট এবং প্রয়োজনীয় ডকুমেন্টেশনের অধীনে তালিকাভুক্ত অন্যান্য আইটেমও অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।

www.georgiasbdc.org

অধ্যায় 5: আপনার নতুন ব্যবসার জন্য একটি ঋণ প্রাপ্তি

www.georgiasbdc.org

অধ্যায় 5: আপনার নতুন ব্যবসার জন্য একটি ঋণ প্রাপ্তি

ব্য বসায়িক ঋণের জন্য আবেদন করা একটি কঠিন এবং ক্লাস্তিকর কাজ হতে পারে। ব্যাংকের প্রয়োজনীয়তা, সরকারী ঋণের নিশ্চয়তাসমূহ, এবং ঋণের শর্তগুলি যেকোনো ব্যবসার মালিককে হতাশ করতে পারে যিনি একটি ব্যবসা চালু করার প্রত্যাশা করছেন। একজন ঋণদাতা বা বিনিয়োগকারী একটি ব্যবসায়িক প্রচেষ্টার জন্য তহবিল ধার দেবার আগে, তিনি জানতে চান যে আপনি আপনার ভবিষ্যত ক্রিয়াকলাপ ভেবেচিন্তে পরিকল্পনা করেছেন কিনা; অতএব, এটি অপরিহার্য যে আপনি কার্যকরভাবে আপনার উদ্দেশ্যগুলিকে উপস্থাপন করেছেন। আপনার ঋণের প্রস্তাব জমা দেওয়ার সময় অনুমোদনের জন্য বিশেষ করে নতুন ব্যবসায়িক উদ্যোগের জন্য আর্থিক অনুমানগুলি অন্তর্ভুক্ত করে এমন একটি সুচিন্তিত ব্যবসায়িক পরিকল্পনা থাকা গুরুত্বপূর্ণ হয়ে ওঠে।

আর্থিক প্রতিষ্ঠানগুলি যে অনুমোদন প্রক্রিয়া মেনে চলে তা বুঝতে পারা আপনাকে একটি বাস্তবসম্মত, সুসংগঠিত ঋণ প্রস্তাবের পরিকল্পনা তৈরি করতে সাহায্য করতে পারে। সাধারণত, একজন লোন অফিসার পাঁচটি মানদণ্ডের ভিত্তিতে একটি প্রস্তাবকে মূল্যায়ন করে, কখনও কখনও সেটাকে "ক্রেডিটের পাঁচ সি" হিসাবে উল্লেখ করা হয়: বৈশিষ্ট্য, ক্ষমতা, মূলধন, শর্তাবলী এবং জামানত।

বৈশিষ্ট্য/ক্রেডিটের ইতিহাস

একজন ঋণদাতা প্রথম যে যোগ্যতার নথি পর্যালোচনা করবে সেটা হলো আপনার ক্রেডিট রিপোর্ট। ক্রেডিট রিপোর্ট বিশিষ্টের একটি সূচক হিসাবে ব্যবহৃত হয় কারণ এটি আপনার বর্তমান এবং অতীতের আর্থিক বাধ্যবাধকতার একটি ইতিহাস প্রদান করে। ঋণদাতারা আপনার ক্রেডিট রিপোর্টে বিলম্বিত অর্থপ্রদান, অর্থপ্রদানে ব্যর্থ হওয়া, দেউলিয়া, রায় বা পূর্ব স্বত্বগুলো দেখতে চান না। মাঝে মাঝে অর্থ প্রদানে বিলম্ব হওয়া সাধারণত ক্ষতিকারক নয়, যতক্ষণ না সেটা নিয়মিত হয়। যাইহোক, দেউলিয়া হওয়া, সংগ্রহ এবং সাম্প্রতিক অর্থপ্রদানের নিয়মিত বিলম্ব ঋণ আবেদনের জন্য ক্ষতিকর হবে। ট্যাক্সের কোনো পূর্বশর্ত অথবা সমন্বয়ের প্রয়োজন হলে, তা ব্যাংক ঋণ অনুমোদন করার আগে প্রদান করতে হবে।

একটি ঋণের আবেদন করার পূর্বে পর্যালোচনার জন্য আপনার ক্রেডিট রিপোর্টের একটি অনুলিপি সংগ্রহ করা উচিত। ক্রেডিট রিপোর্টে ভুল থাকতে পারে। ক্রেডিট রিপোর্ট ভুল হলে, এটি সংশোধন করার সময় আপনার থাকতে পারে। সাধারণত, ক্রেডিট রিপোর্টে উপস্থিত হওয়ার আগে সংশোধনগুলির জন্য কয়েক সপ্তাহ থেকে কয়েক মাস সময় লাগতে পারে। এছাড়াও, ক্রেডিট রিপোর্ট যেন আপনার ক্রেডিট ইতিহাস সম্পর্কে সাম্প্রতিক অনুসন্ধানগুলিকে প্রতিফলিত করে সেদিকে সচেতন থাকুন। আপনি যদি ব্যাংকে বার বার আবেদন করেন, সাম্প্রতিক অনুসন্ধানে বারং বার ঘটে যাওয়া কার্যকলাপগুলো আপনার ক্রেডিট যোগ্যতা সম্পর্কে ঋণদাতার মতামতকে নেতিবাচকভাবে প্রভাবিত করতে পারে। অনেক লোক যা মনে করে তার বিপরীতে, ক্রেডিট ইতিহাস থেকে সঠিক কিন্তু অপ্রস্তুত তথ্য সরানো কার্যত অসম্ভব। যদি আপনার প্রতিবেদনে অতীতের কোনো নেতিবাচক কর্মক্ষমতা প্রতিফলিত হয়, তাহলে এই পরিস্থিতিতে ব্যাখ্যা করে আপনার ঋণ প্রস্তাবের মধ্যে একটি চিঠি অন্তর্ভুক্ত করা উচিত। পরিবারে মৃত্যু, অসুস্থতা এবং বিবাহবিচ্ছেদ হল ব্যাখ্যাযোগ্য পরিস্থিতি যার সাথে একজন ঋণদাতা সহানুভূতিশীল হতে পারে। আপনার ক্রেডিট ইতিহাস সম্পর্কে আপনার ঋণদাতার সাথে খোলা-খুলি কথা বলুন এবং সং হোন। **কোনো ঘটনা গোপন করবেন না।** আপনার যদি বর্তমান ক্রেডিট রিপোর্ট না থাকে, তাহলে কল করে একটি অর্ডার করুন:

- ইকুইফ্যাক্স এ (888)378-4329 বা
- ট্রান্সইউনিয়ন (800) 916-8800 এ অথবা
- এক্সপেরিয়ান করুন (888)397-3742 -এ

আপনার ব্যক্তিগত ক্রেডিট ইতিহাস পরীক্ষা করার পাশাপাশি, আপনি কতদিন ধরে বসবাস করছেন, আপনার শিক্ষা, এই বিষয়ে আপনার অভিজ্ঞতা এবং সমাজে আপনার অবস্থানসহ চরিত্র এবং সততার নির্দেশক অন্যান্য বিষয়গুলি একজন ঋণদাতা বিশ্লেষণ করবেন। ব্যবসায়িক ব্যর্থতার প্রাথমিক কারণগুলির মধ্যে একটি হল ব্যবস্থাপনাগত অভিজ্ঞতার অভাব। আপনার প্রাসঙ্গিক কাজের অভিজ্ঞতা আছে কিনা এবং ব্যবসার সাফল্যের জন্য গুরুত্বপূর্ণ কর্মীদের পদ আছে কিনা তা ঋণদাতা নিশ্চিত করবেন।

বৈশিষ্ট্য/ক্রেডিটের
ইতিহাস

ধারণক্ষমতা/আর্থিক লেনদেন

এ কজন ঋণদাতার জন্য, "ঋণ কি পরিশোধ করা যাবে?" সেটা নির্ধারণ করা সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। একটি নতুন ব্যবসার ঋণ পরিশোধের ক্ষমতার চাবিকাঠি হল এর অনুমানকৃত নগদ প্রবাহ। সহজভাবে ব্যাখ্যা করতে গেলে, নগদ প্রবাহ হল এর মূল নগদ প্রবাহ এবং নগদ বহিঃপ্রবাহসমূহ। একজন প্রত্যাশিত ঋণগ্রহীতাকে অবশ্যই দেখাতে হবে কীভাবে তার ব্যবসার বিভিন্ন উৎস থেকে আসা অর্থের চেয়ে, তার নগদ অর্থের ব্যবহার কম হচ্ছে। একটি ভাল নগদ প্রবাহের ধারণা দেখাবে কীভাবে ঋণের অর্থ ব্যবহার করা হবে, কতদিন ব্যবসাটি একটি ইতিবাচক নগদ প্রবাহ তৈরি করবে এবং কীভাবে ব্যবসার নগদ অর্থের "শূন্যস্থান" (আয়ের থেকে খরচ বেশি) পূরণ করবে। শূন্যস্থানগুলি সাধারণত ইনভেন্টরির ওঠানামা, প্রাপ্য অ্যাকাউন্ট, প্রদেয় অ্যাকাউন্ট এবং সম্পদের বৃদ্ধির কারণে ঘটে। একজন ঋণদাতা জানতে চাইবেন কীভাবে একটি ব্যবসা এই "শূন্যস্থান" নিয়ন্ত্রণ করার পরিকল্পনা করছে।

বর্তমানে পরিচালিত ব্যবসার জন্য, ঋণদাতারা প্রাথমিকভাবে ব্যবসার লাভ এবং ক্ষতির বর্ণনা, ব্যালেন্স শীট এবং নগদ প্রবাহের বর্ণনা দেবেন যে, পূর্বের ইতিহাস অনুসারে, ব্যবসায় ঋণ পরিশোধের জন্য যথেষ্ট নগদ প্রবাহ আছে কিনা। যেহেতু নতুন ব্যবসার আর্থিক বিবৃতির কোনো পূর্বের ইতিহাস নেই, একটি নতুন ব্যবসার ঋণ পরিশোধের ক্ষমতা মূল্যায়ন করা, ঋণদাতাদের জন্য সাধারণত কঠিন হয়ে থাকে। এই কারণেই একটি ঋণ প্রস্তুতবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ আর্থিক বিবৃতি হল **বাস্তবসম্মত নগদ প্রবাহ অনুমান**। একটি আনুষ্ঠানিক নগদ প্রবাহের অনুমান ঋণদাতাকে আশ্বস্ত করে যে ঋণ ফেরত দেওয়ার জন্য আপনার কাছে যথেষ্ট পরিমাণ নগদ অর্থ রয়েছে।

উপরন্তু, ঋণ অনুরোধের ধরনটি, আবেদনটিকে প্রভাবিত করতে পারে। ঋণের অনুরোধ অবশ্যই তার সুযোগ এবং শর্তাবলীর জন্য যুক্তিসঙ্গত হতে হবে। ব্যবসার জন্য কি পরিমাণ অর্থের প্রয়োজন? কীভাবে ঋণ অর্থ ব্যবহার করা হবে? অনুরোধকৃত অর্থায়নের পরিমাণ কত? একজন ঋণদাতা ঋণ অনুরোধের যৌক্তিকতা নির্ধারণ করবেন এবং শেষ পর্যন্ত নিশ্চিত করবেন যে, নগদের প্রবাহ অনুরোধকৃত ঋণ কাঠামোর সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ। তাই ঋণের চাহিদা বাড়াবেন না, বরং সেগুলোকে বাস্তবসম্মত ও অর্জনযোগ্য রাখুন।

মু লত, ঋণদাতারা ঋণগ্রহীতার কাছ থেকে একটি দৃঢ় প্রতিশ্রুতির প্রত্যাশা করেন। বেশিরভাগ সময়, এই প্রতিশ্রুতিটি ন্যায্যতার রূপ নেয় যা আপনি ব্যবসায় বিনিয়োগ করেন। ন্যায্যতা হতে পারে নগদ অর্থ বা অন্যান্য ব্যবসা বা ব্যক্তিগত সম্পদ যেমন সরঞ্জাম, জমি বা ভবনসমূহ। ব্যাংক যদি আপনার ব্যক্তিগত সম্পদ আপনার প্রকল্পে প্রবেশ করতে বলে তাহলে অবাক হবেন না। আপনার বাড়িতে ন্যায্যতা থাকলে, আপনার কাছে অন্য কোনো ধরনের ন্যায্যতা না থাকলে তা বন্ধ রাখতে প্রস্তুত থাকুন। আপনি যদি একটি ব্যক্তিগত সম্পদ রাখতে ইচ্ছুক না হন, তাহলে আপনার বিবেচনা করা উচিত যে, কেন একজন ঋণদাতা আপনার ব্যবসায় ঝুঁকি নেবেন, যদি আপনি নিজে অনুরূপ একটি ঝুঁকি নিতে ইচ্ছুক না হোন।

ধারণক্ষমতা/ন্যায্যতা

অধ্যায় 5: আপনার নতুন ব্যবসার জন্য একটি ঋণ প্রাপ্তি

ধারণক্ষমতা/ন্যায্যতা

ঋণদাতারা বোঝেন যে ঋণগ্রহীতার প্রতিশ্রুতি এবং ঋণ পরিশোধের সম্ভাবনার মধ্যে একটি ইতিবাচক সম্পর্ক রয়েছে। ঋণদাতা অনুযায়ী প্রয়োজনীয় ন্যায্যতার পরিমাণ পরিবর্তিত হয়। প্রস্তাবিত উদ্যোগের ঋণের উপর নির্ভর করে, আপনাকে মোট মূলধনের 50 শতাংশ পর্যন্ত যোগ করতে হতে পারে। যাইহোক, গড়ে 20 থেকে 25 শতাংশ হয় সাধারণত।

জামানত

যদিও আপনার ব্যবসায়িক ঋণ ফেরত দেওয়ার প্রতিটি উদ্দেশ্য থাকতে পারে, তবুও আপনার ব্যবসার অপ্রত্যাশিত ঘটনা সহ্য করার সম্ভাবনা রয়েছে যা এমনকি সেরা

পরিকল্পিত ব্যবসাপ্রকল্পেও অনুমান করতে পারে না। প্রাকৃতিক দুর্যোগ, অর্থনৈতিক মন্দা, মামলা-মোকদ্দমা, বকেয়া প্রাপ্য, সরবরাহকারী সমস্যাসমূহ এবং চাহিদার পরিবর্তন যেকোনো ব্যবসার নগদ প্রবাহকে অকেজো করে দিতে পারে। একটি ঋণদাতা যে ঋণ নেয় সেই জন্য, সাধারণত একটি ঋণ জামানত দ্বারা সুরক্ষিত হবে। যদি কোনো ঋণগ্রহীতা ঋণ খেলাপি হয়ে যায়, তাহলে ব্যাংকের কাছে জামানতকে বন্দক রাখার বিকল্প রয়েছে।

ব্যবসা এবং ব্যক্তিগত সম্পদ জামানত হিসাবে বিবেচনা করা যেতে পারে। আপনি যদি ব্যবসার জন্য জমি, সরঞ্জাম, বা একটি বিল্ডিং ক্রয় করেন, তাহলে এই সম্পদগুলি ঋণ সুরক্ষিত করার জন্য যথেষ্ট হতে পারে। ঋণদাতারা ঋণের প্রতি অস্বীকারকৃত সম্পদের জন্য গ্রহণযোগ্য ঋণ-থেকে-মূল্য অনুপাত তৈরি করেছে। অনুপাতকে প্রভাবিত করে এমন ফ্যাক্টরগুলির মধ্যে রয়েছে সম্পত্তির বয়স এবং অবস্থা, বিক্রির মূল্য এবং খরচ। ঋণ-থেকে-মূল্যের অনুপাত ঋণদাতাদের মধ্যে পরিবর্তিত হতে পারে। উপরন্তু, ঋণ-থেকে-মূল্যের অনুপাত জামানত মূল্যের পরিবর্তে, ঋণ দেওয়ার মানদণ্ডের উপর ভিত্তি করে হতে পারে। কোনো সম্পদ বন্ধক রাখার আগে, আপনাকে সম্পদের উপর ঋণদাতার ঋণ-থেকে-মূল্যের অনুপাত জানতে হবে। এখানে একটি সাধারণ উদাহরণ:

সম্পদ	নিম্ন মান (%)	উচ্চমূল্য (%)
আবাসন	70%	90%
যন্ত্রপাতি	50%	80%
ইনভেন্টরি	0%	50%
প্রাপ্য (60 দিন)	70%	90%
সিকিউরিটিজ, স্টক, বন্ড	65%	80%
ইজারার উন্নতি	0%	70%

(উৎস: ব্লেকম্যান, ব্রুস এবং জে কনরাড লেভিনসনা গেরিলা অর্থায়ন বোস্টন:

হাউটন মিফলিন কোম্পানি, 1992)

আপনি যদি "সহজ" বিষয়ের জন্য অর্থ ধার করেন যেমন ইনভেন্টরি, প্রতিদিনের কার্যক্রম পরিচালনার জন্য প্রয়োজনীয় অর্থ, বা ইজারার উন্নতি, তাহলে ঋণদাতাকে সম্পূর্ণরূপে ঋণ সুরক্ষিত করার জন্য অতিরিক্ত জামানত বা ন্যায্যতার প্রয়োজন হবে। প্রতিদিনের খরচের মূলধন এবং ইজারার উন্নয়নসমূহ সংগ্রহযোগ্য নয়। একইভাবে, যদি আপনি একটি ছোট অবচয় সময়সূচী (উদাঃ কম্পিউটার) বা দুর্বল লিকুইডেশন ইতিহাস (উদাঃ রেশোরার সরঞ্জাম) সহ সরঞ্জাম কেনার জন্য একটি দীর্ঘমেয়াদী ঋণ চান তবে একজন ঋণদাতার কাছে সম্ভবত আপনাকে অতিরিক্ত সম্পদ বন্ধক রাখতে হবে।

আপনি যখন জামানত যেমন সরঞ্জামের প্রতিশ্রুতি দেন, তখন আপনি ঋণদাতার সাথে একটি ইউনিফর্ম কমার্শিয়াল কোড (ইউসিসি) নিরাপত্তা চুক্তি স্বাক্ষর করেন। এই চুক্তি স্বাক্ষরিত হলে, ঋণদাতা আদালতে না গিয়ে জামানত দখল করার অধিকার রাখে। চুক্তিটি ঋণদাতাকে জামানতের সংগ্রহ, বিক্রয় বা বিনিময় থেকে আয়ের অধিকার দেয়।

অবস্থাসমূহ

অ

র্থনৈতিক পরিবেশের শিল্প প্রবণতা, প্রযুক্তিগত পরিবর্তন, বাজারের প্রবণতা, আইনি সমস্যা, শ্রম প্রবণতা,

কোম্পানির কৌশল এবং পছন্দ এবং পরিচালনার শক্তি এবং অভিজ্ঞতা হল এমন কিছু শর্ত যা একজন ঋণদাতা একটি ঋণ প্রস্তাবে প্রতিষ্ঠানের "অবস্থা" জানার জন্য খোঁজেন। এই কারণগুলির জন্য অনেক ব্যাংক ব্যবসার তালিকা করেছে যেগুলির ঋণের রেটিং অনেক দুর্বল। ঋণ দাতাদের এমন ব্যবসায়িককে ধার দেওয়ার সম্ভাবনা বেশি যারা প্রমাণ দেখাতে পারে যে তাদের একটি ভালো ম্যানেজমেন্ট টিম রয়েছে, একটি অনন্য বা প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা রয়েছে, সামান্য বা কোনো প্রতিযোগিতা নেই এবং অনেক গ্রাহক রয়েছে। যদি একটি ব্যবসার বড় চ্যালেঞ্জ থাকে যেমন অর্থনৈতিক, আইনি, কর্মচারী, সরবরাহকারী বা পরিবেশগত সমস্যা, ঋণ প্রস্তাবে সেগুলো উপস্থাপন করা প্রয়োজন।

কে

উ যখন একটি ব্যবসা শুরু করে, তখন দুটি উপায়ে মূলধন বাড়াতে পারে: ন্যায্যতার মাধ্যমে অর্থায়ন বা ধার নিয়ে অর্থায়ন (ঋণ)। সহজ কথায়, ন্যায্যতার মাধ্যমে অর্থায়ন হল প্রাইভেট বিনিয়োগকারীদের দ্বারা আপনার ব্যবসায় জমা

করা অর্থ (ভেঞ্চার ক্যাপিটালিস্ট নামেও পরিচিত)। ন্যায্যতার মাধ্যমে অর্থায়নের জন্য সাধারণত জামানতের প্রয়োজন হয় না; যাইহোক, যেহেতু মালিকানা হিসেবে অংশগ্রহণের উপর ভিত্তি করে অর্থায়ন হয়, তাই বেশি বিনিয়োগ পেতে, ব্যবসায় কর্মক্ষমতার প্রয়োজনীয়তা স্থাপন করা যেতে পারে। বিকল্পভাবে, ব্যাংক, ক্রেডিট ইউনিয়ন, এবং ব্যাংক নয় এমন ঋণদাতারা বিভিন্ন ধরনের ঋণ দিয়ে অর্থায়নের প্রস্তাব দেয়। অনেক ব্যবসায়, ব্যবসায়িক প্রয়োজনের জন্য ঋণ সুবিধা নেয়া শুরু করেছে। ভেঞ্চার ক্যাপিটালিস্টদের বিপরীতে, ঋণদাতারা ব্যবসায় মালিকানা নেয় না, বা তারা লাভের অংশও নেয় না। তারা কেবল আশা করে যে আপনি সুদসহ মূল টাকা পরিশোধ করবেন।

বেশিরভাগ ঋণদাতাদের বিভিন্ন ধরনের ঋণ বা পণ্য রয়েছে। অধিকাংশ ঋণের পণ্য নিরাপত্তা (জামানত প্রয়োজন), ঋণের মেয়াদ, এবং তহবিলের উদ্দেশ্যে ব্যবহার অনুযায়ী শ্রেণীবদ্ধ করা হয়। ঋণদাতা অনুযায়ী শর্তাবলী ব্যাপকভাবে পরিবর্তিত হতে পারে, তাই আপনার বিকল্পগুলি অনুসন্ধান করা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। একটি নির্দিষ্ট ব্যবসার জন্য একটি ঋণের উপযুক্ততাকে অনেকগুলি বিষয় প্রভাবিত করতে পারে।

বর্তমানে অনেকগুলি তহবিলের উৎস এবং বেশ কয়েকটি ঋণ পণ্য রয়েছে, আপনার ব্যবসা শুরু করার জন্য সেরা উৎস এবং সেরা ঋণের ধরন বাছাই করা খুবই কঠিন কাজ হতে পারে। নিম্নলিখিত তালিকাটি ব্যবসা শুরু করার জন্য ব্যবহৃত, কিছু সাধারণ ঋণের ধরন দেখায়।

ঋণের ধরন এবং
ব্যবহারসমূহ

ঋণের ধরন এবং ব্যবহারসমূহ

সাধারণ ঋণের প্রকারভেদ				
ম্যাচিওরিটি এবং ঋণের ধরন	বৈশিষ্ট্য	সুরক্ষিত বা অনিরাপদ	সুদ	পেমেন্ট টার্মস
স্বল্প মেয়াদী (<1 বছর)				
ক্রেডিট কার্ড	স্বল্পমেয়াদী ঋণের সবচেয়ে সাধারণ ফর্ম অনেক ছোট ব্যবসা সরবরাহ এবং অন্যান্য প্রয়োজনীয় জিনিসপত্র কিনতে এবং দৈনন্দিন কেনাকাটার জন্য অর্থ প্রদান করতে ক্রেডিট কার্ড ব্যবহার করে	অনিরাপদ	স্থির বা পরিবর্তনশীল 10-24%	গড় দৈনিক ব্যালেন্স এর মাসিক 2-3%
লাইন অফ ক্রেডিট	ঋণদাতা একটি নির্দিষ্ট সময়ের জন্য, সাধারণত এক বছর বা পরিমাণের জন্য অর্থ ধার দিতে সম্মত হন লাইনগুলি ইন্ভেন্টরি/ সরঞ্জাম কেনার সুবিধার্থে এবং কালনির্ভর ব্যবসায়িক ঋণের মতো ব্যবহার করা যেতে পারে	সুরক্ষিত (সর্বাধিক)	স্থির বা পরিবর্তনশীল, প্রাইম থেকে 1-4% বেশি	মাসিক চুক্তির শেষে ব্যবহৃত ক্রেডিট এবং ব্যালেন্সে সুদ
ইন্টারমিডিয়েট (1-7 বছর)				
মেয়াদ/ কিস্তি	টার্ম লোন একটি নির্দিষ্ট সময়ের জন্য একটি নির্দিষ্ট পরিমাণের জন্য নির্ধারণ করা হয় এগুলি সরঞ্জাম ক্রয়, কাজের মূলধন এবং সম্প্রসারণের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে	সুরক্ষিত	স্থির প্রাইম থেকে 1-4% বেশি	মাসিক বা ত্রৈমাসিক প্রিন্সিপাল এবং সুদ
ইজারা	মেয়াদ ঋণের বিকল্প; ঋণদাতা ইজারাদার কাছে সম্পদ ভাড়া দেয়া লিজিং একটি কোম্পানিকে প্রাথমিক পর্যায়ে সমস্ত খরচ ছাড়াই সরঞ্জাম অর্জন করতে সক্ষম করে। সামান্য বা কোনো ডাউন পেমেন্ট নেই;; কোম্পানি লিজের শেষে সরঞ্জাম ক্রয় করতে পারে (পূর্বের চুক্তির মাধ্যমে \$1 এর মতো কম হতে পারে)	সুরক্ষিত	বাজার হার	মাসিক
দীর্ঘমেয়াদী (7+ বছর)				
মেয়াদ/ কিস্তি	সাত বছরের বেশি মেয়াদসীমা সহ মেয়াদ ঋণ কারখানার সরঞ্জাম বা অন্যান্য দীর্ঘমেয়াদী সম্পদ ক্রয় করতে ব্যবহৃত হয়।	সুরক্ষিত	প্রাইম থেকে 1-3% বেশি	মাসিক বা ত্রৈমাসিক প্রিন্সিপাল এবং সুদ

উ.এস স্মল বিজনেস অ্যাডমিনিস্ট্রেশন (এসবিএ) নতুন ব্যবসা সহ যোগ্য ছোট ব্যবসায়িক উদ্যোক্তাদের ঋণের জন্য ব্যাংক এবং বেসরকারি ঋণদাতাদের জামানত প্রদান করে। জামানত

মূল ঋণের 85 শতাংশ পর্যন্ত ঋণদাতাকে সুরক্ষিত করে যদি ঋণগ্রহীতা ঋণ পরিশোধ করতে ব্যর্থ হয়। এটির উদ্দেশ্য হল ঋণদাতাদের ছোট ব্যবসায় ঋণ দিতে উৎসাহিত করা যা সাধারণত সাধারণ মানদণ্ডের অধীনে বিবেচনা করা হবে না। এসবিএ জামানতগুলি নতুন ব্যবসা শুরু করতে; অস্তিত্ব রয়েছে এমন কোনও ব্যবসা ক্রয় করতে, অথবা কার্যকরী মূলধন, পণ্যসমূহ, ইজারা উন্নয়ন, আসবাবপত্র ও সরঞ্জাম, সাজসরঞ্জাম, আবাসন, এবং নির্মাণের জন্য অর্থায়ন করতে, ব্যবহার করা যেতে পারে।

এসবিএ-এর বিশেষ চাহিদা সম্পন্ন ছোট ব্যবসার জন্য বিভিন্ন ধরনের ঋণ জামানত এবং কার্যসূচী রয়েছে। এসবিএ-এর বিভিন্ন ঋণ জামানত এবং কার্যসূচী রয়েছে যা বয়স্কদের, আন্তর্জাতিক বাণিজ্যের সাথে যুক্ত সংস্থা, প্রযুক্তিগত সংস্থা এবং নিম্ন ও মাঝারি আয়ের মনোনীত ভৌগোলিক অঞ্চলগুলিকে সাহায্য করার জন্য পরিকল্পনা করা হয়েছে। কার্যসূচী অন্তর্ভুক্ত:

www.georgiasbdc.org

7(a) ঋণ	মোট \$5 মিলিয়ন	\$150,000 বা তার কম ঋণের জন্য 85% জামানত; \$150,000 এর বেশি ঋণের জন্য 75% জামানত (পর্যন্ত \$3.75 মিলিয়ন সর্বোচ্চ জামানত)	মেয়াদী ঋণ: সম্প্রসারণ/সংস্কার; নতুন নির্মাণ, জমি বা ভবন ক্রয়; সরঞ্জাম, আসবাবপত্র, ইজারার উন্নয়ন ক্রয়; কার্যকরী মূলধন; বাধ্যতামূলক কারণে ঋণ পুনর্অর্থায়ন; কালানুযায়ী ঋণের সীমা; ইনভেন্টরি	পরিশোধ করার ক্ষমতার উপর নির্ভর করে। সাধারণত, কার্যকরী মূলধন এবং যন্ত্রপাতি এবং সরঞ্জাম (সরঞ্জামের জীবন অতিক্রম না) 5-10 বছর; রিয়েল এস্টেট 25 বছর।	7 বছরের কম সময় ধরে ঋণ: \$0-\$25,000 প্রাইম + 4.25% \$25,001-\$50,000 প্রাইম + 3.25% \$50,000 প্রাইম + 2.25% এর বেশি 7 বছর বা তার বেশি ঋণ: \$0-\$25,000 প্রাইম + 4.75% \$25,001-\$50,000 প্রাইম + 3.75% \$50,000 প্রাইম + 2.25% এর বেশি	(জামানতমুক্ত ঋণের অংশেই শুধুমাত্র ফি চার্জ করা হয়) মেয়াদ: ১ বছর বা তার কম 0.25% জামানত ফি; 1 বছরের বেশি \$150,000 মোট পরিমাণ বা তার কম = 2.0%; \$150,001-\$700,000 = 3.0%; বেশী \$ 700,000 = 3.5%; 3.75% \$1 মিলিয়নের বেশি জামানত অংশে অনবরত 0.55% ফি	একটি মুনাফা অর্জনকারী ব্যবসা হতে হবে এবং SBA সাইজ স্ট্যান্ডার্ডগুলি পূরণ করতে হবে; ভাল চরিত্র, ক্রেডিট, ব্যবস্থাপনা এবং পরিশোধের ক্ষমতা দেখাতে হবে। অবশ্যই একটি উপযুক্ত ধরনের ব্যবসা হতে হবে। 15 বছর বা তার বেশি মেয়াদসম্পন্ন ঋণের জন্য প্রিপেইড পেনাল্টি, যদি প্রথম ৩ বছরের মধ্যে প্রিপেইড করা হয় (5% 1 বছরে, 2 বছরে 3%, এবং 3 বছরে 1%)	দীর্ঘমেয়াদী অর্থায়ন; উন্নত নগদ প্রবাহ; স্থির মেয়াদ; কোন মোটা অঙ্কের পেমেন্ট নেই; প্রিপেইড জরিমানা নেই (15 বছরের নীচে)
এসবিএ এক্সপ্রেস	\$350,000	50%	ঘূর্ণায়মান ঋণ সীমা (সর্বোচ্চ 7 বছর মেয়াদ) বা মেয়াদী ঋণ (7(a) এর মতই) এর জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে।	ঘূর্ণায়মান ঋণ সীমার জন্য সর্বোচ্চ 7 বছর, টার্ম আউট পিরিয়ড সহ। অন্যথায়, 7(a) এর মতই।	\$ 50,000 বা তার কম ঋণ; প্রাইম + 6.5%. \$50,000 বেশি ঋণ; প্রাইম + 4.5%	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	দ্রুত আবেদন প্রক্রিয়া; সহজ পদ্ধতি; সহজে ব্যবহারযোগ্য ঋণ সীমা
প্যান্ট্রিট এক্সপ্রেস	\$500,000	7(a) এর মতই	এসবিএ এক্সপ্রেসের মতই	এসবিএ এক্সপ্রেসের মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই এছাড়াও, ছোট ব্যবসার নিম্নলিখিত এক বা একাধিক দলের মালিকানাধীন এবং নিয়ন্ত্রণাধীন হতে হবে: প্রাক্তন সামরিক সদস্য, সক্রিয় সামরিক সদস্য, রিজার্ভিস্ট বা ন্যাশনাল গার্ড সদস্য বা এই গ্রুপগুলির মধ্যে যে কোনো একজন স্বামী/স্ত্রী, বা চাকুরিরত সদস্য বা প্রাক্তন সামরিক সদস্য যিনি চাকুরির সময় মারা গেছেন তাঁর বিধবা স্ত্রী, বা চাকুরির সাথে সম্পর্কিত কোনও প্রতিবন্ধকতা থাকলে।	এসবিএ এক্সপ্রেসের তুলনায় সবথেকে অধিক পরিমাণ এবং সবথেকে কম সুদের হার; দ্রুত আবেদন প্রক্রিয়া; সহজ পদ্ধতি; সহজে ব্যবহারযোগ্য ঋণ সীমা
ক্যাপলাইন: 1. কার্যকরী মূলধন; 2. চুক্তি; 3. কালনির্ভর; এবং 4. বিস্তারিত ক্যাপলাইন	\$5 মিলিয়ন	7(a) এর মতই	কালানুযায়ী এবং/বা স্বল্পমেয়াদী কর্মরত মূলধনের চাহিদা অর্থায়ন; কাজের খরচ; নির্মাণ খরচ; বিদ্যমান পণ্যদণ্ড এবং পাওনার বিপরীতে অগ্রিম; স্বল্পমেয়াদী ঋণের সমন্বয়। ঘূর্ণায়মান হতে পারে।	বিস্তারিত ক্যাপলাইন ব্যতীত 10 বছর পর্যন্ত, অর্থাৎ যা 5 বছর।	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই, এছাড়াও সমস্ত ঋণদাতাদের অবশ্যই ফর্ম 750 এবং 750B (স্বল্পমেয়াদী ঋণ) কার্যকর করতে হবে	1. কার্যকরী মূলধন; - রিভলভিং লাইন অফ ক্রেডিট (LOC) 2. চুক্তি - সমস্ত খরচ (মুনাফা বাদে) অর্থায়ন করতে পারে। 3. কালানুযায়ী- কালনির্ভর কাজের মূলধনের প্রয়োজন। 4. নির্মাণ - একটি বাণিজ্যিক বা আবাসিক ভবন নির্মাণের খরচের সাথে সরাসরি অর্থ যোগান কাঠামো
স্মল/রুরাল লেন্ডার অ্যাডভান্টেজ লেন (S/RLA) (S/RLA) অ্যাডভান্টেজ বার্ষিক ২০ বা তার কম এসবিএ ঋণ গত 3 অর্থবছরের	\$350,000	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই তবে আরও সুবিন্যস্ত প্রক্রিয়া
স্মল লেন অ্যাডভান্টেজ (SLA) ঋণদাতাকে অবশ্যই প্রেফারড লেন্ডার প্রোগ্রাম (PLP) এ থাকতে হবে	\$ 250,000	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই তবে আরও সুবিন্যস্ত প্রক্রিয়া
দলের সুবিধা শুধুমাত্র লক্ষ্যনির্ভর ঋণদাতারা	\$ 250,000	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	প্রাইম প্লাস 4%	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই	7(a) এর মতই তবে, ঋণদাতাদের অবশ্যই CDFIs, CDCs বা অনুন্নত বাজার লক্ষ্য করে মাইক্রো-ঋণদাতা হতে হবে।

কার্যসূচী	সর্বাধিক ঋণের পরিমাণ	জামানতের শতাংশ	উপার্জিত অর্থের ব্যবহার	মেয়াদ উত্তীর্ণতা	সর্বাধিক সুদের হার	জামানত ফি	যীরা যোগ্য	ঋণগ্রহীতাদের সুবিধা
আন্তর্জাতিক বাণিজ্য	\$5 মিলিয়ন	90% জামানত (\$4.5 মিলিয়ন পর্যন্ত সর্বোচ্চ জামানত) (কার্যকরী মূলধনের জন্য সর্বোচ্চ \$4 মিলিয়ন জামানত)	স্থায়ী কার্যকরী মূলধন, সরঞ্জাম, সুবিধা, জমি ও ভবন এবং আন্তর্জাতিক বাণিজ্য সম্পর্কিত ঋণ পুনঃঅর্থায়নের জন্য মেয়াদী ঋণ	28 বছর পর্যন্ত	7(a) এর মতোই	7(a) এর মতোই	7(a) এর মতোই, তবে আন্তর্জাতিক বাণিজ্যে জড়িত/জড়িত হওয়ার প্রস্তুতি নিচ্ছে/আমদানির প্রতিযোগিতা দ্বারা ক্ষতিগ্রস্ত	আন্তর্জাতিক বাজারে আরও কার্যকরভাবে প্রতিযোগিতা করতে ছোট ব্যবসাকে সুযোগ দেওয়ার জন্য দীর্ঘমেয়াদী অর্থায়ন
কার্যকরী মূলধন কর্মসূচী এগুপোট করুন	\$5 মিলিয়ন	90% জামানত (\$4.5 মিলিয়ন পর্যন্ত সর্বোচ্চ জামানত)	রপ্তানিকারকদের জন্য স্বল্পমেয়াদী, কার্যকরী মূলধন ঋণ লেনদেন-ভিত্তিক বা সম্পদ-ভিত্তিক হতে পারে। স্ট্যান্ডবাই লেটার অফ ক্রেডিটকেও সমর্থন করতে পারে	সাধারণত, এক বছর বা তার কম, 3 বছর পর্যন্ত যেতে পারে	এসবিএর কোনো সর্বোচ্চ সুদের হার সীমা নেই, তবে এসবিএ যৌক্তিকতার জন্য সুদের হার পর্যবেক্ষণ করে	7(a) এর মতোই	7(a) এর মতোই, তবে রপ্তানির জন্য স্বল্পমেয়াদী কার্যকরী মূলধন প্রয়োজন	অভ্যন্তরীণ অর্থায়ন এবং ব্যবসায়িক পরিকল্পনা বাহ্যত না করে রপ্তানি বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য অতিরিক্ত কার্যকরী মূলধন
এগুপোট এগুপ্রেস	\$500,000	90% জামানত \$350,000 বা তার কম ঋণের জন্য \$350,000 এর বেশি ঋণের জন্য 75% জামানত	এসবিএ এগুপ্রেসপ্লাস স্ট্যান্ডবাই লেটার অফ ক্রেডিটের মতো	এসবিএ এগুপ্রেসের মতোই	এসবিএ এগুপ্রেসের মতোই	7(a) এর মতোই	আবেদনকারীকে প্রমাণ করতে হবে যে ঋণটি তাদের একটি নতুন রপ্তানি বাজারে প্রবেশ করতে বা বিদ্যমান রপ্তানি বাজারে সম্প্রসারণ করতে সক্ষম করবে। ব্যবসা কমপক্ষে 12 মাস ধরে চালু থাকতে হবে (যদিও রপ্তানির ক্ষেত্রে অপরিহার্য নয়)।	দ্রুত প্রক্রিয়াসম্পন্ন; সহজ পদ্ধতি; সহজে ব্যবহারযোগ্য ঋণ সীমা
ডিলার ফ্লোর প্লান	(\$5 মিলিয়ন পর্যন্ত সর্বোচ্চ জামানত) \$500,000 সর্বনিম্ন	7(a) এর মতোই নতুন বা পুরানো উভয় ধরনের ইনভেন্টরিতে 100% অগ্রিম যা শিরোনাম ধার্য করা যায়	সৌকা, অটোমোবাইল, মোটরসাইকেল, তৈরি বাড়ি এবং আরডি ডিলার সহ ছোট ব্যবসার যোগ্যতা অর্জন করা। একটি বিদ্যমান ডিলার ফ্লোর প্লান পুনঃঅর্থায়ন করতে পারেন	নূনতম 1 বছর সর্বোচ্চ 5 বছর	7(a) এর মতোই বকেয়া ব্যালেন্সের উপর মাসিক সুদ প্রদান করা হয়	7(a) এর মতোই তবে বিশেষ সার্ভিসিং ফি ছাড়া (ফি নন-এসবিএ লোন ফি এর চেয়ে বেশি হতে পারে না)	7(a) এর মতোই	মুক্তিসদত অর্থায়ন
504 লোন লাইসেন্সপ্রাপ্ত সার্টিফায়েড ডেভেলপমেন্ট কোম্পানি (CDCs) এর মাধ্যমে প্রদান করা হয় এসবিএ দ্বারা	504 সিডিসি ব্যবসার ধরনের উপর নির্ভর করে সর্বাধিক পরিমাণ \$5 মিলিয়ন থেকে \$5.5 মিলিয়ন পর্যন্ত	প্রকল্পের ব্যয় নিম্নরূপে অর্থায়ন করা হয়েছে: সিডিসি: 40% পর্যন্ত গ্যারান্টিহীন অর্থায়ন: ঋণদাতা: 50% ইকুইটি: নতুন ব্যবসা হলে 10% প্লাস অতিরিক্ত 5% এবং/অথবা 5% বিশেষ ব্যবহারের সম্পত্তি	ঋণের মেয়াদ, স্থায়ী সম্পদ ঋণ; প্রদানকারী (অ-গ্যারান্টিযুক্ত) অর্থায়ন প্রকল্প সম্প্রদায়ের প্রথম দায়ের দ্বারা সুরক্ষিত। এসবিএ 100% গ্যারান্টিযুক্ত ডিবেঞ্চার থেকে নেওয়া এবং নির্দিষ্ট হারে বিনিয়োগকারীদের কাছে বিক্রি করা এবং দ্বিতীয় দায়ের দ্বারা সুরক্ষিত সিডিসি ঋণ।	সিডিসি ঋণ: 10- বা 20 বছরের মেয়াদী নির্দিষ্ট সুদের হার। ঋণদাতা ঋণ: (গ্যারান্টিযুক্ত নয়) অর্থায়ন স্বল্প মেয়াদী হতে পারে। স্থির বা সামঞ্জস্যযোগ্য সুদের হার হতে পারে	ডিবেঞ্চার ব্যাংকিং লোন বিক্রি হলে নির্ধারিত 504 লোনের ফিন্ডিং রেট। 1/2 মেয়াদের জন্য প্রিপেইমেন্ট জরিমানা প্রত্যাহার-	ঋণদাতার শেয়ারে .5% ফি, প্লাস সিডিসি তাদের শেয়ারে 1.5% পর্যন্ত চার্জ করতে পারে। সিডিসি অবৈতনিক ব্যালেন্সে 0.625% - 1.5% মাসিক সার্ভিসিং ফি চার্জ করে। চলমান গ্যারান্টি ফি (FY 2012) মূল বকেয়ার 0.9375%। চলমান ফি শতাংশ মেয়াদের মধ্যে পরিবর্তন হয় না।	বিকল্প আকারের মান: ব্যবসার মুনাফার জন্য যা অতিক্রম করে না \$15 মিলিয়ন আনুষঙ্গিক সম্পদ মূল্য এবং পূর্ণ দুই অর্ধবছরে গড়ে \$5 মিলিয়ন ডলারের বেশি নেট আয় নেই। মালিক বিদ্যমানের ক্ষেত্রে 51% নতুন নির্মাণের জন্য 60% দখল করেন	লো ডাউন পেমেণ্ট - ইকুইটি (10%-20%) (ইকুইটি অবদান ধার করা যেতে পারে) এসবিএ অংশে ফিগুলি অর্থায়ন করা যেতে পারে: দীর্ঘমেয়াদী নির্দিষ্ট হার সম্পূর্ণ পরিশোধ কোন মোটা অঙ্কের টাকা ছাড়াই
504 ঋণ পুনঃঅর্থায়ন সিডিসির মাধ্যমে প্রদান করা হয় যা এসবিএ দ্বারা লাইসেন্সপ্রাপ্ত। পুনঃঅর্থায়ন কর্মসূচি 27 সেপ্টেম্বর, 2012 পর্যন্ত কার্যকর হবে।	504 ঋণের মতোই তবে বিদ্যমান ঋণের আয়ের 85% বা তার বেশি অথবা মূল ঋণের 85% অবশ্যই যোগ্য স্থায়ী সম্পদের জন্য হতে হবে	বাকি 15% ছোট ব্যবসার সুবিধার জন্য ব্যয় করা হয়েছিল	504 এর মতো। আগাম 18 মাস পর্যন্ত কার্যকরী মূলধন বা অন্যান্য যোগ্য ব্যবসায়িক খরচের জন্য ইকুইটি ক্যাশে রূপান্তর করুন। সিডিসি এবং ঋণদাতার মধ্যে বর্তমান মূল্যায়িত সম্পত্তির মূল্যের 90% পর্যন্ত অর্থায়ন করতে পারে	504 এর মতো	504 এর মতো	চলমান ফি (FY 2012) 1.103% ব্যতীত 504 এর মতোই	504 ঋণের মতোই তবে ঋণগ্রহীতাকে অবশ্যই গত 12 মাসের মাসিক পরিশোধ দিয়ে রাখতে হবে। বিদ্যমান কেন্দ্রীয় সরকারের ঋণ পুনঃঅর্থায়ন করতে পারে না	ব্যবসার মালিক নগদ, অন্যান্য সম্পত্তি বা ঋণদাতার সাথে কাজ করা অন্যান্য বিকল্পের মাধ্যমে যে সম্পত্তি অধিমূল্যায়ন করা হয়েছে তা পুনঃঅর্থায়ন করতে সক্ষম হতে পারেন। 504 যোগ্য পুনঃঅর্থায়ন ব্যয়ও অর্থায়ন করতে পারে
নন-7(a) ঋণ ক্ষুদ্রঋণ অলাভজনক ঋণের মাধ্যমে ঋণ সংগঠন; প্রযুক্তিগত সহায়তাও দেওয়া হয়।	\$50,000	প্রযোজ্য নয়	যন্ত্রপাতি ও সরঞ্জাম ক্রয়, ফিঙ্গার, ইজারার মেয়াদ বৃদ্ধি; বুদ্ধিপ্রাপ্ত পাওনার অর্থায়ন; কার্যকরী মূলধন। বিদ্যমান ঋণ পরিশোধ করতে ব্যবহার করা যাবে না	সর্বোচ্চ 6 মাস মেয়াদ সত্ত্বেও, 6 বছরের বেশি নয়	মধ্যস্থতাকারীর সাথে আলোচনা সাপেক্ষে। মধ্যস্থতাকারী তহবিলের খরচের উপরে 7.75 বা 8.5% সাপেক্ষে	কোনও গ্যারান্টি ফি নেই	7(a) এর মতোই	অলাভজনক মধ্যস্থতাকারী ঋণদাতাদের কাছ থেকে সরাসরি ঋণ; নির্দিষ্ট হারে অর্থায়ন; খুব ছোট ঋণ পরিমাণ; প্রযুক্তিগত সহায়তা উপলব্ধ

* এই এসবিএ কার্যসূচী সম্পর্কে আরও তথ্যের জন্য, এদের www.sba.gov ওয়েবসাইট দেখুন

প্রয়োজনীয় নথিপত্রের তালিকা

নতুন ব্যবসার ক্ষেত্রে ঋণ প্রস্তাবের জন্য প্রয়োজনীয় নথিপত্রের তালিকা

(ব্যবসার ধরন এবং ঋণদাতার জন্য জিনিষগুলি আলাদা হতে পারে)

1. প্রতিটি মালিকের ব্যক্তিগত আর্থিক বিবৃতি; 90 দিনের চেয়ে বেশী নয় ঋণদাতা ফর্ম সরবরাহ করে।
2. ব্যবসার উদ্যোগের বিবরণ।
3. বিড এবং কোটেশন সহ প্রকল্পের খরচ। যদি প্রযোজ্য হয়, নির্মাণ (স্থপতি এবং প্রকৌশল ফি অন্তর্ভুক্ত) বা সংস্কার, লিজহোল্ড উন্নতি, যন্ত্রপাতি এবং সরঞ্জাম, ইনভেন্টরি।
4. এসবিএ জামানত এবং ঋণ কর্মসূচীর জন্য, প্রতিটি ঋণগ্রহীতা, কর্মকর্তা (যদি অন্তর্ভুক্ত করা হয়), এবং অংশীদার (যদি অংশীদারিত্ব হয়) এর জন্য ব্যক্তিগত ইতিহাসের বিবৃতি দেয়া (এসবিএ ফর্ম 912)
5. উপরের প্রত্যেকটির পাশাপাশি অন্যান্য মূল কর্মীদের সংক্ষিপ্ত বিবরণ।
6. অন্তত প্রথম দুই বছরের জন্য পরিকল্পিত ব্যালেন্স শীট এবং লাভ ও লোকসান।
7. প্রথম দুই বছরের জন্য পরিকল্পিত মাসিক নগদ প্রবাহ (এসবিএ ফর্ম 1100 ব্যবহার করতে পারেন)।
8. যদি ফ্র্যাঞ্চাইজি নেওয়া হয়, ফ্র্যাঞ্চাইজি চুক্তি ফ্র্যাঞ্চাইজি অনুমোদিত কিনা সেটি দেখতে এসবিএ পরীক্ষা করে (www.franchiseregistry.com)।
9. কর্মসংস্থান বিবরণ জামানত এবং অন্যান্য সরকারি ঋণ কার্যসূচীর জন্য, সমগ্র কর্মসংস্থানকে বর্তমান এবং পরিকল্পিত সংখ্যালঘু, পুরুষ এবং মহিলা কর্মচারীতে বিভক্ত করুন।
10. যদি প্রযোজ্য হয় বিক্রয় চুক্তি বা ইজারা চুক্তি।
11. ঋণদাতা এবং/অথবা মধ্যস্থকারী কর্তৃক গ্রহণযোগ্য মূল্যায়ন।
12. কর্পোরেশন হলে, কর্পোরেশনের নিবন্ধগুলি।
13. শেষ তিন বছরের ব্যক্তিগত ট্যাক্স রিটার্ন।
14. যদি প্রযোজ্য হয়, পরিবেশগত প্রভাব অধ্যয়ন (উদাঃ মাটি পরীক্ষা, জলাভূমি, বন্যপ্রাণী)।
15. বিস্তারিত ব্যবসায়িক পরিকল্পনা যাতে কোম্পানি, পণ্য, বাজার, প্রচার, প্রতিযোগিতা এবং কর্মসংক্রান্ত তথ্য থাকে। অধিকাংশ ব্যবসায়িক পরিকল্পনায় উপরের অধিকাংশ আইটেম থাকে।

ঋণ প্রস্তাব এবং ঋণের প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে আরও তথ্যের জন্য, ইজিএ এসবিডিসি প্রকাশনা *মাস্টারিং বিজনেস লোন প্রপোজাল পর্যালোচনা করুন: ব্যাঙ্কিং প্রত্যাশা, ঋণের ধরন এবং ব্যবসায়িক পরিকল্পনা বোঝার জন্য একটি নির্দেশিকা*

য

দি আপনি আপনার ব্যবসার অর্থায়নের জন্য অনুদান খুঁজে থাকেন, তাহলে আপনি খুব শীঘ্রই নিরুৎসাহিত হবেন। ছোট ব্যবসার জন্য, বিশেষ করে স্টার্ট-আপ ব্যবসার জন্য খুব কম অনুদানই রয়েছে। প্রকৃতপক্ষে, যদি আপনার ব্যবসা কোনও সাধারণ ধরনের ব্যবসা হয়, যেমন ফুলের দোকান, তাহলে এমন অনুদান খুঁজে পাওয়া প্রায় অসম্ভব যা আপনার ব্যবসার চাহিদা পূরণ করবে। রাজ্যের বিভিন্ন সংস্থা, পৌরসভা এবং অলাভজনক কর্পোরেশনগুলি ছোট ব্যবসার কার্যকলাপের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে এমন কয়েকটি অনুদান কার্যসূচী পরিচালনা করে। যেমন আগে উল্লেখ করা হয়েছে, এই সংগঠনগুলি এই অনুদান থেকে ছোট ব্যবসার জন্য আবর্তিত ঋণ তহবিল কার্যসূচী গঠন করে।

অনুদান

যদিও সাধারণ খুচরা এবং পরিষেবা ব্যবসার জন্য অনুদান বিরল, তবে নতুন উন্নয়নশীল প্রযুক্তি সংস্থাগুলির জন্য অনুদান পাওয়া যায়। এসবিএ এবং বেশ কয়েকটি ফেডারেল বিভাগ স্মল বিজনেস ইনোভেশন রিসার্চ প্রোগ্রাম (এসবিআইআর) এবং স্মল বিজনেস টেকনোলজি ট্রান্সফার প্রোগ্রাম (এসটিটিআর) -এ অংশগ্রহণ করে। এই প্রোগ্রামগুলি গবেষণা এবং উন্নয়নের জন্য \$ 500,000 পর্যন্ত অনুদান প্রদান করে। শক্তি বিভাগের মতো কিছু বিভাগ প্রযুক্তি সংস্থাগুলিতে তাদের নিজস্ব অনুদান প্রদান করে।

উপরন্তু, নির্দিষ্ট সামাজিক চাহিদা পূরণ করে এমন ব্যবসার জন্য অনুদান পাওয়া যায়। উদাহরণস্বরূপ, জর্জিয়া চাইল্ডকেয়ার কাউন্সিল শিখন এবং আচরণগত ক্রটি রয়েছে এমন শিশুদের জন্য যেসব চাইল্ড ডেকেয়ার সেন্টারগুলি বিশেষ কার্যসূচী তৈরি করেছে তাদের অনুদান প্রদান করেছে। বার্ষিক সম্পর্কিত এজেন্সিগুলি এমন ব্যবসায়িকলিকেও অনুদান প্রদান করেছে যেগুলিতে অ্যালজাইমার'স বা গুরুতর প্রতিবন্ধী ব্যক্তিদের সহায়তা করার জন্য অ্যাডাল্ট ডে-কেয়ার প্রোগ্রাম রয়েছে।

ব্যবসার জন্য অনুদানের ক্ষেত্রে সাধারণত 1:1 মিল প্রয়োজন। ব্যবসায় প্রতিটি ডলার বিনিয়োগের জন্য, ব্যবসায় সমপরিমাণ অর্থের অবদান রাখতে হবে। অনুদান পাওয়ার জন্য ব্যবসায়িকলিকে এমন কোনও রিকোয়েস্ট ফর প্রোপোজালস (RFP) বা প্রস্তাবের অনুরোধ খুঁজে পেতে হবে যা তাদের ব্যবসার সাথে মিলে যাবে। আরএফপি 'র জন্য প্রকল্পের বিবরণ এবং বাজেট প্রয়োজন; কিছু ক্ষেত্রে আর্থিক বিবৃতি সহ কোনও ব্যবসায়িক পরিকল্পনার প্রয়োজন হতে পারে। একবার কোনও ব্যবসায় অনুদান পেলে, ব্যয়ের বিস্তারিত নথিভুক্তের প্রয়োজন হয়।

অধ্যায় 6: আইনগত এবং ঝুঁকি নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থাপনা

www.georgiasbdc.org

এ

কবার কোনও ব্যক্তি যদি ব্যবসা শুরু করার সিদ্ধান্ত নেয়, তাহলে সেই ব্যবসাকে কীভাবে রক্ষা করতে হবে

সে বিষয়ে বেশ কয়েকটি সিদ্ধান্ত নিতে হবে। আইনের আওতায় কাজ করে এবং অপ্রত্যাশিত পরিস্থিতির বিরুদ্ধে বীমা করে দীর্ঘমেয়াদী প্রবৃদ্ধির জন্য

ব্যবসাটিকে প্রস্তুত করতে হবে। গাইডবুকটির এই বিভাগে আইনগত বিষয় এবং ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে; তবে, এটি কোনোভাবেই সম্পূর্ণ আলোচনা নয়, এবং আপনার নিজস্ব নির্দিষ্ট পরিস্থিতি সম্পর্কে একজন আইনজীবী ও বীমা এজেন্টের কাছ থেকে আরও পরামর্শ নেওয়া উচিত।

ব্যবসার আইনগত কাঠামো নির্বাচন

এ

কটি নতুন ব্যবসা শুরু করার সময় প্রাথমিক সিদ্ধান্ত হল সেই ব্যবসার জন্য উপযুক্ত আইনগত কাঠামো নির্ধারণ

করা। এই সিদ্ধান্ত নেওয়ার সময় বেশ কয়েকটি বিষয় বিবেচনা করতে হবে, যার মধ্যে রয়েছে ব্যবসায়ীর সংখ্যা, ব্যবসার ধরন, দায়বদ্ধতা, কর এবং ভবিষ্যতে সম্প্রসারণের পরিকল্পনা।

একক মালিকানা

একক মালিকানা যুক্তরাষ্ট্রে সবচেয়ে জনপ্রিয় ধরনের ব্যবসায়িক সংস্থা, এবং পরিচালনা করার জন্য এটি সবথেকে সহজ কারণ এতে লাইসেন্স বা পারমিটের মতো স্বাভাবিক প্রয়োজনীয়তার বাইরে কোনো নির্দিষ্ট আইনগত সংগঠনের দরকার হয় না। একক মালিকানা হল একক ব্যক্তি বা স্বামী-স্ত্রীর মালিকানাধীন এবং পরিচালিত একটি লাভজনক উদ্যোগ, তবে এর সাথে অনেক কর্মচারী যুক্ত থাকতে পারে। আইনের দৃষ্টিতে একক মালিকানাকে একটি পৃথক আইনগত সত্তা হিসাবে বিবেচনা করা হয় না, বরং এটি যে ব্যক্তির মালিকানাধীন তাঁর একটি সম্প্রসারণ। মালিক এই ব্যবসার সম্পত্তির অধিকারী এবং ব্যবসার দ্বারা সৃষ্ট সকল ঋণ এবং অন্যান্য দায়বদ্ধতার জন্য সরাসরি দায়ী। করের উদ্দেশ্যে, একক মালিকানার লাভ বা লোকসান ব্যবসার মালিকের ব্যক্তিগত আয়ের সাথে একত্রিত করা হয় (ব্যবসায়িক করের জন্য ফেডারেল ট্যাক্স ফর্ম 1040, শিডিউল সি ব্যবহার করুন। ফলাফলগুলি তারপরে উপযুক্ত ব্যক্তিগত আয়করে স্থানান্তরিত করা হয়। দ্রষ্টব্য: শিডিউল এসই সামাজিক নিরাপত্তা করের জন্যও দায়ের করা উচিত।)

সুবিধা:

- অন্য যেকোনো ধরনের আইনগত কাঠামোর চেয়ে কম নিয়মানুগত এবং আইনগত বিধিনিষেধ
- ব্যবসার ধরনের উপর নির্ভর করে ন্যূনতম সরকারি অনুমোদন অথবা নিষেধাজ্ঞা
- সমস্ত লাভ সরাসরি মালিকের কাছে পৌঁছায়
- নমনীয়তা: সিদ্ধান্ত গ্রহণ শুধুমাত্র একজন মালিকের দ্বারা নিয়ন্ত্রিত; দ্রুত প্রতিক্রিয়া
- মালিকের ব্যক্তিগত করের হারে করারোপন
- নিট লাভ বা ক্ষতি মালিকের প্রাথমিক আয় থেকে আলাদাভাবে ধরা হয় এবং মালিকের ব্যক্তিগত করযোগ্য আয় থেকে যোগ বা বিয়োগ করা হয়

অসুবিধা:

- মালিকের ব্যক্তিগত সম্পদের (যেমন, বাড়ি, গাড়ি) মালিকের মোট বিনিয়োগের বাইরে ব্যবসার ঋণের মোট পরিমাণের জন্য মালিক ব্যক্তিগতভাবে দায়ী।
- অর্থায়ন প্রাপ্তিতে আপেক্ষিক অসুবিধা
- ব্যবসাটি সফল হলে উচ্চ করের হার
- একক মালিকের দক্ষতা এবং প্রতিশ্রুতি ব্যবসার বৃদ্ধির ক্ষমতাকে সীমিত করতে পারে।
- যখন মালিক মারা যান, আইনি সত্তা হিসাবে ব্যবসার অস্তিত্ব বন্ধ হয়ে যায়।

অংশীদারিত্ব

একটি অংশীদারিত্ব প্রায়শই ব্যবহৃত হয় যখন একটি ব্যবসা পরিচালনা করার জন্য দুই বা ততোধিক লোকের দক্ষতার সংমিশ্রণ প্রয়োজন হয়। যখন পণ্যের দায়বদ্ধতাজনিত সমস্যাগুলি ব্যবসার জন্য খুব বেশি উদ্বেগের বিষয় হয়ে আর দাঁড়ায় না, তখন এই ধরনের সংগঠনকে একটি ভাল বিকল্প হিসাবে বিবেচনা করা হয়। আইনত, অংশীদারিত্ব সাধারণ বা সীমিত দুই ধরনের হতে পারে। সাধারণ অংশীদারিত্বে, মালিকরা একটি ব্যবসা পরিচালনা এবং অর্থায়নের জন্য একসাথে কাজ করে। পুঁজি, শ্রম, সম্পত্তি বা দক্ষতার অবদানের ফলে ব্যবসার ঋণ এবং লাভ উভয়ই ভাগ করে নেয়। সীমিত অংশীদারিত্ব (কখনও কখনও এলপি বা এলএলপি হিসাবে উল্লেখ করা হয়) এক বা একাধিক সাধারণ অংশীদারদের নিয়ে গঠিত যারা ব্যবসা পরিচালনা করে এবং অংশীদারি ঋণের জন্য ব্যক্তিগতভাবে দায়বদ্ধ এবং এক বা একাধিক সীমিত অংশীদার যারা ব্যবসায় কোনও শেয়ারের প্রত্যাশায় বিনিয়োগের ঝুঁকি নেয়। সীমিত অংশীদাররা ব্যবসা পরিচালনা করে না এবং ব্যবসায় বিনিয়োগ করা পরিমাণের বাইরে অংশীদারি ব্যবসার ঋণের জন্য দায়বদ্ধ নয়। যে সংস্থাগুলি রিয়েল এস্টেট বা অনুমানমূলক উদ্যোগে বিনিয়োগ করে তারা প্রায়শই সীমিত অংশীদারিত্ব ব্যবহার করে² সীমিত অংশীদারিত্ব গঠন করতে ইচ্ছুক জর্জিয়ানদের অবশ্যই জর্জিয়ার সেক্রেটারি অফ স্টেটের অফিসে সীমিত অংশীদারিত্বের একটি সার্টিফিকেট ফাইল করতে হবে। এছাড়াও, সীমিত অংশীদারিত্বকে অবশ্যই প্রত্যেক চলতি বছরের প্রথম ত্রৈমাসিকে জর্জিয়ার সেক্রেটারি অফ স্টেটের অফিসে একটি বার্ষিক রেজিস্ট্রেশন ফাইল করতে হবে।³ নির্দিষ্ট নির্দেশাবলী এবং ফি এর পরিমাণ www.georgiacorporations.org এ পাওয়া যাবে।

সীমিত এবং সাধারণ উভয় অংশীদারের অধিকার, দায়িত্ব এবং বাধ্যবাধকতাগুলি সাধারণত একটি অংশীদারি চুক্তিতে বিশদভাবে লেখা থাকে। একটি নোটারাইজড চুক্তি প্রতিটি অংশীদারের আর্থিক, পরিচালনাসংক্রান্ত এবং বস্তুগত অবদানগুলিকে নির্দিষ্ট করবে।⁴ অংশীদারি চুক্তিতে সাধারণত নিম্নলিখিত বিষয়গুলি অন্তর্ভুক্ত থাকে:

² পিনসন, লিভা | *ছোট ব্যবসা শুরু করার পদক্ষেপ: আপনার আইডিয়াকে একটি সফল ব্যবসায় পরিণত করার জন্য আপনার যা জানা দরকার (ছোট ব্যবসার কৌশল সিরিজ)* | আউট অফ ইয়োর মাইন্ড... অ্যান্ড ইন্টু দ্য মার্কা (2014)

³ জেনকিন্স, মাইকেল ডি. থমাস জে. হ্যারল্ড, জুনিয়র এবং নীল এডওয়ার্ডস | *স্টার্টিং অ্যান্ড অপারেটিং আ বিজনেস ইন জর্জিয়া: আ স্টেপ বাই স্টেপ গাইড* | ওয়েসিস প্রেস/পিএসআই রিসার্চ (গ্রানমটস পাস, ওরেগন: 1995) অধ্যায় 11, পৃ. 51

⁴ পিনসন, লিভা এবং জেরি জিনেট | *ছোট ব্যবসা শুরু করার পদক্ষেপ: আপনার আইডিয়াকে সফল ব্যবসায় পরিণত করতে আপনার যা কিছু জানা দরকার (ছোট ব্যবসা কৌশল সিরিজ)* | আউট অফ ইয়োর মাইন্ড... অ্যান্ড ইন্টু দ্য মার্কা (2014)



- চুক্তির নাম, উদ্দেশ্য এবং মেয়াদ
- অংশীদারদের অবদান
- অংশীদারদের অংশগ্রহণ (সাধারণ বা সীমিত, সক্রিয় বা নীরব)
- কর্তৃপক্ষ, ব্যবস্থাপনা, সিদ্ধান্ত গ্রহণ
- লাভ-লোকসানের বিভাজন, প্রত্যাহার
- হিসাবের পদ্ধতি
- অংশীদারিত্বের স্বার্থের উৎস
- ঋণ এবং দায়বদ্ধতা থেকে মুক্তি
- অংশীদারের মৃত্যু, অনুপস্থিতি, অক্ষমতা
- বিচ্ছেদ
- বিরোধ নিষ্পত্তি
- সংযোজন, পরিবর্তন এবং সংশোধন

অংশীদারিত্ব হল একটি পৃথক আইনি সত্তা যার বিভিন্ন অধিকার এবং দায়িত্ব রয়েছে। কোনও অংশীদারিত্ব কর্মচারী নিয়োগ করতে পারে, সম্পত্তি কিনতে পারে, চুক্তি স্বাক্ষর করতে পারে, বাণিজ্য ঋণ পেতে পারে এবং অর্থ ধার করতে পারে, যদিও বেশিরভাগ ঋণদাতাদের অংশীদারদের কাছ থেকে ব্যক্তিগত জামানত প্রয়োজনা কেন্দ্র এবং রাজ্য উভয় উদ্দেশ্যেই আয়কর রিটার্ন দাখিলকারার জন্য একটি অংশীদারিত্বের প্রয়োজন হয় (ফর্ম 1065 হল ফেডারেল ফর্ম এবং ফর্ম 700 হল জর্জিয়া ফর্ম I) কোনও অংশীদারিত্ব সাধারণত আয়কর প্রদান করে না তবে অংশীদারদের ব্যক্তিগত আয়ের সাথে ট্যাক্স রিটার্নের তথ্য একত্রিত করা হয় (ফর্ম 1040 এর তফসিল E)।

সুবিধা:

- লোকসান এবং বিনিয়োগ ট্যাক্স ক্রেডিট অংশীদারদের মাধ্যমে পাঠানো যেতে পারে
- কর্পোরেশনের তুলনায় গঠনের জন্য কম ডকুমেন্টেশন প্রয়োজন
- মালিকানার শতাংশের উপর ভিত্তি করে সরাসরি পুরস্কার
- নমনীয় তবে একক মালিকানার চেয়ে কম
- কর্পোরেশনের তুলনায় কম সরকারী নিয়ন্ত্রণ এবং বিশেষ করারোপনের ব্যবস্থা
- নানা ধরনের দক্ষতা, কাজের চাপ ভাগ করে নেওয়া, মূলধন এবং ধারণা সম্পর্কে জ্ঞান ব্যবসাকে সাফল্যমন্ডিত করে তুলতে পারে
- সীমিত অংশীদারিত্ব বিনিয়োগে লাভের সম্ভাবনা প্রদান করে, কিন্তু কিছু সীমিত ঝুঁকি রয়েছে

অসুবিধা:

- সাধারণ অংশীদারদের সীমাহীন দায়বদ্ধতা
- যেকোনো অংশীদারের ক্ষতি স্বাভাবিকভাবেই পুরো অংশীদারিত্বের বিচ্ছেদ ঘটায়

অধ্যায় 6: আইনগত এবং ঝাঁকি নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থাপনা

- মূলধন প্রাপ্তিতে আপেক্ষিক অসুবিধা, কারণ সমস্ত বিনিয়োগকারী অংশীদার হিসাবে বিবেচিত হয়।
- ব্যবসা অন্য অংশীদারদের ইচ্ছা নির্বিশেষে এজেন্ট হিসাবে শুধুমাত্র একজন অংশীদারের কাজ দ্বারা আবদ্ধ
- অংশীদারিত্বের বিলুপ্তি অবশ্যই অংশীদারিত্ব চুক্তিতে সংজ্ঞায়িত করা উচিত

ব্যবসার আইনগত
কাঠামো নির্বাচন

কর্পোরেশন

কর্পোরেশন হল ব্যবসা গ্রহণ করতে পারে এমন আইনগত কাঠামোর সবচেয়ে ব্যয়বহুল এবং জটিল রূপ। একটি কর্পোরেশন রাজ্যের কর্তৃপক্ষ এবং রাজ্যের সচিবের অনুমোদিত একটি পৃথক সত্ত্বা। একটি কর্পোরেশন তার মালিকদের থেকে আলাদা একটি আইনি সত্তা এবং যা ব্যবসা লেনদেন করতে পারে, কোনও চুক্তিতে প্রবেশ করতে পারে, এবং মামলা করতে পারে বা এর বিরুদ্ধে মামলা করা যেতে পারে। যদি এটি আন্তঃরাজ্য বাণিজ্য পরিচালনা করে, তাহলে এটিকে নিয়ন্ত্রণকারী প্রাসঙ্গিক ফেডারেল আইনগুলি মেনে চলতে হবে। একটি কর্পোরেশনকে অবশ্যই নিগমকরণের নিবন্ধগুলি গ্রহণ এবং নথিভুক্ত করতে হবে যা সাধারণত ব্যবসার উদ্দেশ্য বা লক্ষ্য, এর নাম, পরিচালকদের যোগ্যতা, অবস্থান এবং প্রস্তাবিত মূলধন কাঠামোকে অন্তর্ভুক্ত করে। জর্জিয়ায় কর্পোরেশন ব্যবসা পরিচালনা করে এমন সেক্রেটারি অফ স্টেটের অফিসে প্রতি বছর (জানুয়ারি 1 - এপ্রিল 1) একটি বার্ষিক রেজিস্ট্রেশনও জমা দিতে হবে। এই ফাইলিংয়ের জন্য ফর্ম, ফি পরিমাণ এবং নির্দেশনা সেক্রেটারি অফ স্টেটের ওয়েব সাইট www.georgiacorporations.org এ পাওয়া যাবে।

কর্পোরেশনগুলিকে অবশ্যই আইআরএস এবং তাদের ব্যবসার সাথে যুক্ত এমন সমস্ত রাজ্যের কাছে বার্ষিক আয়কর রিটার্ন দাখিল করতে হবে। সাধারণত, কর্পোরেশনের মালিক বা শেয়ারহোল্ডাররা ব্যবসার দায়বদ্ধতা থেকে সুরক্ষিত থাকে, কিন্তু যখন কর্পোরেশন ছোট হয়, তখন ঋণদাতাদের আমানত বাড়ানোর আগে প্রধান মালিকদের ব্যক্তিগত জামানতের প্রয়োজন হয়।

একটি কর্পোরেশন শুরু এবং পরিচালনা করার অতিরিক্ত খরচ সাধারণত কর্পোরেশনের মালিকদের দ্বারা প্রাপ্ত বিস্তৃত আইনগত সুরক্ষার জন্য মেটানোর একটি ছোট মূল্য হিসাবে বিবেচিত হয়। একটি ব্যবসাকে এটির অন্তর্ভুক্ত করলে আরও বেশ কয়েকটি সুবিধা পাওয়া যায়, যেমন ইকুইটি (স্টক) বিক্রির মাধ্যমে অতিরিক্ত মূলধন সংগ্রহের ক্ষমতা এবং ব্যবসার সমস্ত মালিকের সীমিত দায়বদ্ধতা। কর্পোরেট কাঠামোটি মূল মালিকরা অবসর নিতে চাইলে বা ব্যবসায় অংশগ্রহণ করতে অক্ষম হলেও ব্যবসার কাজ চালিয়ে যাওয়ার সুযোগ দেয়।

সুবিধা:

- স্টকহোল্ডারদের দায়বদ্ধতা একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ বিনিয়োগে সীমাবদ্ধ
- করের উদ্দেশ্যে কর্পোরেশনের আইনগত অস্তিত্বকে, ব্যক্তিগত অস্তিত্ব থেকে পৃথক করে
- শেয়ার বিক্রির মাধ্যমে মালিকানা হস্তান্তরযোগ্য

ব্যবসার আইনগত কাঠামো
নির্বাচন

- সত্ত্বার স্থিতিশীলতা এবং তুলনামূলক স্থায়িত্ব
- স্টক ইস্যু করার মাধ্যমে মূলধন সুরক্ষিত করার সহজলভ্যতা

অসুবিধা:

- সরকার কর্তৃক নিয়ন্ত্রিত কার্যক্রম
- বৃহৎ আকারের স্টকহোল্ডারদের দ্বারা অপব্যবহারের সম্ভাবনা
- স্থানীয়, রাজ্য এবং কেন্দ্রের রিপোর্টিং প্রয়োজন
- দ্বৈত কর: কর্পোরেট নেট আয় কর্পোরেট ট্যাক্স হারে কর দেওয়া হয় এবং স্টকহোল্ডারদের লভ্যাংশ ব্যক্তিগত আয় হিসাবে কর দেওয়া হয় (কেবল সি-কর্পোরেশন)
- সাধারণত
- একক মালিকানা বা অংশীদারিত্বের চেয়ে প্রতিষ্ঠা এবং পরিচালনা করতে বেশি ব্যয়বহুল

যোগাযোগ

জর্জিয়া সেক্রেটারি অফ স্টেট কর্পোরেশন ডিভিশন

<https://ecorp.sos.ga.gov>

এস কর্পোরেশন

একটি দেশীয় কর্পোরেশন যা 100 জনের বেশি শেয়ারহোল্ডারের মালিকানাধীন নয়, শুধুমাত্র একটি শ্রেণীর স্টক রয়েছে এবং অন্য কর্পোরেশনের 80 শতাংশের বেশি মালিকানা নেই তারা অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবার সাথে একটি সাব চ্যাপ্টার এস কর্পোরেশন-এর পদে মনোনীত হওয়ার জন্য আবেদন করতে পারে। এস কর্পোরেশনকে কর্পোরেশনের মতোই একই অধিকার এবং দায়িত্ব প্রদান করা হয়, তবে ইন্টারনাল রেভিনিউ সার্ভিস (IRS) দ্বারা ভিন্ন ধরনের কর ব্যবস্থার অধীনে আইআরএস-এ ফর্ম 2553 জমা দিয়ে অন্তর্ভুক্ত করার পরে একটি কর্পোরেশনকে অবশ্যই তৃতীয় মাসের 15^{তম} দিনের মধ্যে এস কর্পোরেশনের স্ট্যাটাসের জন্য আবেদন করতে হবে।

সুবিধা:

- কর্পোরেট দ্বৈত কর নির্মূলকরণ
- লোকসানগুলি স্টকহোল্ডারদের দ্বারা কর্তনযোগ্য
- ব্যক্তিগত দায়বদ্ধতা সীমিত করে
- শেয়ার বিক্রির মাধ্যমে মালিকানা হস্তান্তরযোগ্য
- বিনিয়োগ করার ক্রেডিট স্টকহোল্ডারদের কাছে যায়
- ব্যবসার ধারাবাহিকতা

অধ্যায় 6: আইনগত এবং ঝাঁকি নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থাপনা

- মালিকরা এস কর্পোরেশনের ব্যবস্থাপনায় অংশগ্রহণ করতে পারেন

অসুবিধা:

- প্যাসিভ ইনভেস্টমেন্ট ইনকাম পরপর তিন বছরের জন্য মোট রসিদের ২৫ শতাংশের বেশি হতে পারবে না
- কিছু রাজ্য এস কর্পোরেশনগুলিকে স্বীকৃতি দেয় না (জর্জিয়া এস কর্পোরেশনগুলিকে স্বীকৃতি দেয়)
- যোগ্যতার প্রয়োজনীয়তা অবশ্যই পূরণ করতে হবে
- কোন কর্পোরেশন বা অনাবাসী বিদেশী শেয়ারহোল্ডার হতে পারে না
- শুধুমাত্র এক শ্রেণীর স্টক অফার করতে পারে এবং স্টকহোল্ডারদের সংখ্যা 100 ছাড়িয়ে যেতে পারে না

সীমিত দায় সংস্থা

একটি সীমিত দায়বদ্ধতা কোম্পানি (LLC) হল সংগঠনের একটি হাইব্রিড রূপ যা একটি অংশীদারিত্বের কার্যকরী করার স্থিতি এবং নমনীয়তার সাথে একটি কর্পোরেশন দ্বারা প্রদত্ত সীমিত দায়বদ্ধতার সুরক্ষা একত্রিত করে। একটি LLC সাধারণত দুই বা ততোধিক স্বার্থ-ধারকদের দ্বারা মালিকানাধীন হয় যাদেরকে সদস্য বলা হয়। নাম সংরক্ষণ করে এবং দাখিল করার জন্য সেক্রেটারি অফ স্টেটের কাছে সংস্থার নিবন্ধগুলি পাঠানোর মাধ্যমে একটি এলএলসি গঠিত হয়। এই নিবন্ধগুলি একটি কর্পোরেশনের নিগম নিবন্ধের অনুরূপ তথ্য প্রদান করে।

কোম্পানির ব্যবস্থাপনা একজন ম্যানেজার বা পরিচালকদের হাতে ন্যস্ত থাকে | পরিচালক সদস্য হতে পারেন বা নাও পারেন। একটি এলএলসি সদস্যদের মধ্যে ব্যক্তি, কর্পোরেশন, অংশীদারিত্ব, ট্রাস্ট, অন্যান্য এলএলসি এবং অন্যান্য সত্তা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। এলএলসি গঠনের সময় সাধারণত কমপক্ষে দুইজন সদস্য থাকা প্রয়োজন, যদিও জর্জিয়া এক-সদস্যের এলএলসিকে অনুমতি দেয় |

সুবিধা:

- এস কর্পোরেশনের মতো নয়, সদস্যদের সংখ্যা বা ধরনের উপর কোন সীমাবদ্ধতা নেই
- একটি পৃথক আইনগত সত্তা হিসাবে স্বীকৃত
- কর্পোরেশনে শেয়ারহোল্ডারদের মতো সদস্যদের ব্যক্তিগত সম্পদ রক্ষা করে
- বিভিন্ন শ্রেণীর স্টক অফার করতে সক্ষম
- কর্পোরেট শেয়ারহোল্ডারদের যে দ্বৈত কর দিতে হয় সেটা এখানে দিতে হয় না
- লোকসানগুলি সদস্যদের দ্বারা কর্তনযোগ্য
- মুনাফা স্টক মালিকানার শতাংশের চেয়ে অন্যান্য কারণের উপর ভিত্তি করে বরাদ্দ করা যেতে পারে
- অন্য যেকোনো ধরনের ব্যবসায়িক সত্ত্বার চেয়ে কম সীমাবদ্ধতা সহ পাস-থ্রু ট্যাক্স ব্যবস্থা এবং সীমিত দায় মেনে লক্ষ্য অর্জন করে।

ব্যবসার আইনগত
কাঠামো নির্বাচন

ব্যবসার আইনগত কাঠামো নির্বাচন

- মালিকরা এলএলসি পরিচালনায় অংশগ্রহণ করতে পারেন

অসুবিধা:

- এলএলসি হয়তো বহু-রাজ্য পরিচালনার জন্য উপযুক্ত নাও হতে পারে। অনেক রাজ্য "বিদেশী" এলএলসিগুলির জন্য এলএলসি আইন এবং বিধানগুলি গ্রহণ করেনি, তাই জর্জিয়া এলএলসিগুলির সীমিত দায়বদ্ধতা অন্যান্য রাজ্যে সম্মানিত নাও হতে পারে যা এলএলসি এর উপর কর্পোরেশনের মতো কর ধার্য করে।
- নেতিবাচক ট্যাক্সের প্রভাব ছাড়া একটি কর্পোরেশন থেকে একটি এলএলসিতে রূপান্তর করা কঠিন হতে পারে।
- পরিচালনা চুক্তির শব্দবন্ধের উপর নির্ভর করে, মালিকানা স্বার্থ বিনামূল্যে হস্তান্তরযোগ্য নাও হতে পারে।
- পরিচালনা চুক্তির শব্দবন্ধের উপর নির্ভর করে, এলএলসির চিরস্থায়ী মেয়াদ নাও থাকতে পারে; জর্জিয়ায় একটি এলএলসি 30 বছর পর্যন্ত সীমাবদ্ধ।
- পেশাদার আইনি এবং হিসাবরক্ষণের সহায়তা দৃঢ়ভাবে সুপারিশ করা হয়।

ব্যবসায়িক জোনিং, লাইসেন্সিং, পারমিট, বীমা এবং কর সম্পর্কিত বিভিন্ন প্রয়োজনীয়তা রয়েছে।
(দ্রষ্টব্য: পরবর্তী অধ্যায়ে করের প্রয়োজনীয়তাও আলোচনা করা হয়েছে যার শিরোনাম "আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ।")

মেনে চলার বিষয়

পরিকল্পনা এবং অঞ্চলবিভাজন

অঞ্চলবিভাজন: আপনাকে কোনো সুবিধা ক্রয় করার বা ইজারা দেওয়ার আগে, ব্যবসার জন্য অনুমোদিত আপনার সম্পত্তি, পার্কিং এলাকা এবং সাইনেজ সম্পর্কিত অঞ্চলবিভাজন বিষয়ে স্থানীয়/প্রাদেশিক কর্তৃপক্ষের সাথে যোগাযোগ করতে হবে। পরিকল্পনা কর্তৃপক্ষ গৃহ-ভিত্তিক ব্যবসা পরিচালনাও নিয়ন্ত্রণ করে।

দখলদারিত্বের শংসাপত্র: ফায়ার কোড মেনে চলার জন্য এটি ব্যবহার করার আগে স্থানীয় ফায়ার মার্শালকে ভবনটি পরিদর্শন করতে হবে।

বিল্ডিং পরিদর্শনের শংসাপত্র : স্থানীয় ভবন পরিদর্শক সঠিকভাবে ঘর, বিশ্রামাগার, এবং গঠনবিন্যাস ইত্যাদির ব্যবহার সম্পর্কে প্রত্যয়িত করে।

লাইসেন্স

প্রতিটি ব্যবসার অবশ্যই যথাযথ ব্যবসায়িক লাইসেন্স থাকতে হবে। ব্যবসায়িক লাইসেন্সকে "ব্যবসা কর শংসাপত্র" বা "পেশাগত ট্যাক্স পারমিট"ও বলা হয়। ব্যবসায়িক লাইসেন্সগুলি আপনার ব্যবসার স্থান যে শহর বা প্রদেশে অবস্থিত সেই শহর বা প্রদেশের জন্য সিটি হল, কাউন্টি কোর্টহাউজ অথবা প্রশাসনিক ভবন থেকে পাওয়া যায়। আপনার ব্যবসার জন্য প্রয়োজনীয় লাইসেন্সগুলি এবং প্রযোজ্য ফি সম্পর্কে জানতে ব্যবসা পরিচালনা করেন এমন প্রতিটি প্রদেশের সাথে আপনাকে যোগাযোগ করতে হবে।

বাণিজ্যিক নাম

সমস্ত ব্যবসা যা একক মালিকানা বা অংশীদারিত্ব হিসাবে সংগঠিত হয় এবং মালিকানাকে প্রতিফলিত করে না এমন নামে পরিচালিত হয় তাদের ব্যবসাটি যেখানে অবস্থিত সেই কাউন্টির সুপিরিয়র কোর্টের ক্লার্কের কাছে একটি বাণিজ্যিক নাম (কল্পিত নাম) নিবন্ধন দায়ের করা উচিত। উদাহরণস্বরূপ, জো স্মিথের মালিকানাধীন একটি আইসক্রিমের দোকান "জো স্মিথ'স আইসক্রিম শপ ডুইং বিজনেস অ্যাজ দ্য কর্নার ক্রিমারি" হিসাবে নিবন্ধন করবে।"

পারমিট

30 টিরও বেশি ধরনের ব্যবসা বিশেষ পারমিট, লাইসেন্স এবং পরিদর্শনের অধীনে এগুলির মধ্যে রয়েছে স্কুল, কর্মসংস্থান এজেন্সি, শিশু যত্ন কেন্দ্র, সিকিউরিটি ডিলার, মোটর পরিবহন, আর্থিক প্রতিষ্ঠান, জনসাধারণের বিনোদন, গোয়েন্দা সংস্থা, কসমেটোলজিস্ট, হিটিং এবং এয়ার, রেফ্রিজারেশন, প্লাম্বার এবং ইলেকট্রিশিয়ানা লাইসেন্সিং, পারমিট এবং পরিদর্শন সম্পর্কিত তথ্য আপনার স্থানীয় লাইসেন্সিং বা পরিদর্শন অফিসের মাধ্যমে অথবা নিম্নলিখিত ওয়েবসাইটে পেতে পারেন: www.sos.state.ga.us/plb

খাদ্য সরবরাহ এবং বিতরণ: আইন অনুযায়ী, খাদ্য পণ্য প্রক্রিয়াজাতকরণ, সরবরাহ, সংরক্ষণ বা বিতরণের সাথে জড়িত যেকোনো ব্যবসাকে পারমিটের জন্য আবেদন করা উচিত:

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ এগ্রিকালচার কনজিউমার প্রোটেকশন ডিভিশন

www.agr.georgia.gov

রন্ধন ও খাদ্য প্রস্তুতকরণ: যেসব ব্যবসা রন্ধন ও খাদ্য প্রস্তুতকরণের সাথে নিযুক্ত থাকে (রেস্তোরাঁ, হোটেল, নার্সিং হোম, ইত্যাদি) তাদের স্থানীয় প্রাদেশিক স্বাস্থ্য বিভাগ দ্বারা পরিদর্শন এবং লাইসেন্স করানো উচিত।

অ্যালকোহল লাইসেন্স: যেসব ব্যবসা অ্যালকোহলযুক্ত পানীয় পরিবেশন করতে চায় তাদের অবশ্যই লাইসেন্সের জন্য আবেদন করতে হবে | প্রক্রিয়াকারীদের জন্য আপনার শহরের লাইসেন্স এবং ট্যাক্স বিভাগ বা কাউন্টি ফাইন্যান্স ডিপার্টমেন্টের সাথে যোগাযোগ করুন।

মেনে চলার বিষয়

ট্রেডমার্ক, সার্ভিস মার্ক, পেটেন্ট, কপিরাইট

একটি ট্রেডমার্ককে কোনও শব্দ, নাম, চিহ্ন, নকশা বা সংমিশ্রণ হিসাবে সংজ্ঞায়িত করা হয় - কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান দ্বারা উৎপাদিত বা বিক্রি করা পণ্য সনাক্ত করতে এবং তা অন্য কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান দ্বারা উৎপাদিত বা বিক্রি করা পণ্য থেকে পৃথক করতে গ্রহণ এবং ব্যবহার করে। একইভাবে, কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান দ্বারা প্রদত্ত বা প্রস্তাবিত পরিষেবা সনাক্ত করতে এবং তা অন্য কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান দ্বারা প্রদত্ত বা প্রস্তাবিত পরিষেবা থেকে পৃথক করতে সার্ভিস মার্ক ব্যবহার করা হয়। আইনগত সুরক্ষার জন্য ট্রেডমার্ক, সার্ভিস মার্ক এবং পেটেন্ট নিবন্ধিত করা যেতে পারে। তথ্য এবং আবেদনগুলি নিম্নলিখিত স্থান থেকে পাওয়া যেতে পারে:

ট্রেডমার্ক/সার্ভিস মার্কস সেক্রেটারি অফ
স্টেট কর্পোরেশনস ডিভিশন

[http://sos.ga.gov?page=trademark-and-service-mark.](http://sos.ga.gov?page=trademark-and-service-mark)

পেটেন্টগুলি মার্কিন সরকার কর্তৃক একজন উদ্ভাবককে "পেটেন্ট মঞ্জুর করার সময় সীমিত সময়ের জন্য মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র জুড়ে কোনও কিছু উদ্ভাবন করা, ব্যবহার করা, অফার করা বা বিক্রি করা অথবা মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে কোনও উদ্ভাবন আমদানি করা থেকে অন্যদের বাদ দেওয়ার জন্য" প্রদান করা হয়। পেটেন্ট আইন, ট্রেডমার্ক এবং আবিষ্কার সম্পর্কিত প্রকাশনাগুলি ফেডারেল বুকস্টোর এবং মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র বাণিজ্য বিভাগে পাওয়া যায়। আপনি একজন পেটেন্ট অ্যাটর্নির সাথে পরামর্শ করতে চাইতে পারেন। পেটেন্টগুলি নিবন্ধিত হয়:

ইউ .এস. ডিপার্টমেন্ট অফ কমার্স
পেটেন্ট এবং ট্রেডমার্ক অফিস

www.uspto.gov

কপিরাইট হল মূল রচনার লেখকদের মার্কিন আইন দ্বারা প্রদত্ত সুরক্ষার একটি রূপ। কপিরাইট ফর্ম এবং তথ্য লাইব্রেরি অফ কংগ্রেস থেকে পাওয়া যায়:

কপিরাইট অফিস
লাইব্রেরি অফ কংগ্রেস
www.copyright.gov

অধ্যায় 6: আইনগত এবং ঝাঁকি নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থাপনা

বান্ধ সেলস আইন

আপনি যদি একটি প্রতিষ্ঠিত ব্যবসা কেনার পরিকল্পনা করেন, তাহলে ক্রেতা হিসাবে আপনাকে অবশ্যই বান্ধ সেলস আইন মেনে চলতে হবে | প্রকৃত ক্রয়ের কমপক্ষে পাঁচ দিন আগে, প্রতিটি পাওনাদারকে প্রস্তাবিত বিক্রয় সম্পর্কে ব্যক্তিগতভাবে অবহিত করা আবশ্যিক | 200,000 জনসংখ্যার বেশি প্রদেশে, ক্রয় শেষ হওয়ার অন্তত সাত দিন আগে এই ক্রয়ের ইচ্ছা একবার প্রকাশ করা প্রয়োজন। এই পদ্ধতি সম্পর্কে আপনার আইনজীবীর সাথে পরামর্শ করুন |

সেলস এবং ইউস ট্যাক্স

যে ব্যবসায়িক খুচরা বা পাইকারি পণ্য বিক্রি করে বা নির্দিষ্ট ধরনের পরিষেবা সরবরাহ করে তাদের রাজ্যের পক্ষে সেলস ট্যাক্স সংগ্রহ এবং প্রেরণ করতে হবে | আপনাকে অবশ্যই একটি সেলস ট্যাক্স নম্বরের জন্য জর্জিয়ার রাজ্যে আবেদন করতে হবে যা আপনাকে রাজ্যে ট্যাক্সের অর্থ সংগ্রহ, প্রতিবেদন এবং প্রেরণের নির্দেশাবলী সহ পাঠানো হবে |

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউ সেলস অ্যান্ড ইউজ ট্যাক্স ডিভিশন

<https://dor.georgia.gov/taxes/business-taxes/sales-use-tax>

প্রপার্টি ট্যাক্স

জর্জিয়াতে কার্যকর সমস্ত ব্যবসার স্থাবর সম্পত্তি এবং ব্যক্তিগত সম্পত্তির উপর সম্পত্তি (অ্যাড ভ্যালোরেম) কর প্রদান করতে হবে। প্রকৃত সম্পত্তি হল জমি এবং জমির সাথে ক্রমবর্ধিত, উত্থিত বা সংযুক্ত যে কোনও কিছু | ব্যক্তিগত সম্পত্তি হ'ল এমন সমস্ত কিছু যা কিনতে হয় অথচ যা রিয়েল এস্টেট নয় (যেমন, সরঞ্জাম, যানবাহন) | সম্পত্তি করগুলি পৃথক প্রদেশ দ্বারা মূল্যায়ন এবং সংগ্রহ করা হয় | অতএব, ব্যবসায়িক মালিকদের অবশ্যই উপযুক্ত মূল্য নির্ধারণ করতে এবং ফর্মগুলি পেতে যে প্রদেশে ব্যবসায়িক অবস্থিত সেই প্রদেশে ট্যাক্স মূল্যায়নকারীর অফিসের সাথে যোগাযোগ করতে হবে | জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউ ওয়েবসাইটে রাজ্য সম্পত্তি কর বিভাগের মাধ্যমে স্থানীয় ট্যাক্স অফিসগুলির লিঙ্ক দেওয়া রয়েছে।

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউ প্রপার্টি ট্যাক্স ডিভিশন

<https://dor.georgia.gov/>

মেনে চলার বিষয়

মেনে চলার বিষয়

বিজনেস ইনকাম ট্যাক্স

ব্যবসায়িক আয়কর কেন্দ্র এবং রাজ্য উভয় স্তরেই প্রদান করা হয় প্রয়োজনীয় ফর্মগুলি আপনার ব্যবসায়িক সত্তার উপর নির্ভর করে। আয়কর দাখিলের প্রয়োজনীয়তা পরিকল্পনায় সহায়তা করবে এমন প্রকাশনা রয়েছে অভ্যন্তরীণ রাজস্ব সেবা এবং জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউতে এই গাইডবুকটির অধ্যায় 7 এ আরও তথ্য পাওয়া যাবে।

কর্মসংস্থান সংক্রান্ত বিষয়

কর্মচারীদের সাথে ব্যবসার মালিকদের বিভিন্ন রাজ্য এবং কেন্দ্রীয় সংস্থাগুলির অধীনে নিবন্ধন করতে হলে কর্মচারীদের পক্ষ হয়ে কর আটকে রাখা এবং প্রেরণ করার দায়িত্বও নিয়োগকর্তার করের প্রয়োজনীয়তা, বীমা প্রয়োজনীয়তা, নাগরিকত্ব যাচাইকরণ এবং কর্মচারী-সম্পর্কিত মেনে চলার বিষয়গুলি নীচে আলোচনা করা হয়েছে।

SS-4 ফেডারেল ট্যাক্স আইডি নম্বর

যদি আপনার আইনি ফর্মটি একটি কর্পোরেশন, একটি সীমিত দায় সংস্থা, অংশীদারিত্ব হয় বা আপনার যদি কর্মচারী থাকে তাহলে আপনার একটি ফেডারেল কর আইডি নম্বর প্রয়োজন। একটি সম্পূর্ণ ফর্ম SS-4 অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবাকে জমা দিতে হবে। এই নম্বরটি আপনার কর্মচারীদের পক্ষে ফেডারেল আয়কর এবং সামাজিক নিরাপত্তা কর চিহ্নিত এবং জমা করতে ব্যবহৃত হয়।

অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবা

ট্যাক্সপেয়ার এডুকেশনাল সার্ভিসেস ডিভিশন www.irs.gov

W-4 কর্মচারী আয়কর ছাড়ের শংসাপত্র

সমস্ত কর্মচারীকে একটি W-4 ফর্ম পূরণ করতে হবে। W-4 ফর্মটি নিয়োগকর্তাকে ফেডারেল আয়কর ছাড়ের হিসাব করার সময় কতগুলি ছাড় অন্তর্ভুক্ত করতে হবে তা নির্দেশ দেয়া। এই ফর্মগুলি আপনার কর্মচারীদের ব্যক্তিগত ফাইলে থাকে এবং আইআরএস-এ মেল করা হয় না। ফর্মগুলি এখান থেকে পাওয়া যেতে পারে:

ইন্টারনাল রেভিনিউ সার্ভিস

www.irs.gov

W-2 মজুরি এবং ট্যাক্স স্টেটমেন্ট

মেনে টলার বিষয়

নিয়োগকর্তাদের অবশ্যই প্রত্যেক কর্মচারীকে প্রদত্ত মজুরির জন্য ফর্ম W-2 ফাইল করতে হবে যাদের কাছ থেকে আয়, সামাজিক নিরাপত্তা, বা মেডিকেল ট্যাক্স আটকে রাখা হয়েছিল। এছাড়াও, ফর্ম W-2 অবশ্যই সেই কর্মচারীদের জন্য পূরণ করতে হবে যাদের কাছ থেকে আয়কর আটকে রাখা হয়েছিল যদি কর্মচারী একাধিক ভাতা দাবি না করে থাকেন বা ফর্ম W-4 থেকে ফর্ম W-4 থেকে অব্যাহতি দাবি না করে থাকেন | আরও বিশদ বিবরণ আইআরএস ওয়েবসাইটে পাওয়া যাবে |

940 নিয়োগকর্তার বার্ষিক ফেডারেল বেকারত্ব কর আইন (FUTA) রিটার্ন

যেসব নিয়োগকর্তাদের এক বা একাধিক কর্মচারী আছে তাঁদের এটি প্রস্তুত করতে এবং ফেরত দিতে দাখিল করতে হবে | নিয়োগকর্তারা এক বছরে কোনও কর্মচারীকে প্রদত্ত প্রথম \$ 7,000 মজুরির 0.8 শতাংশ হারে তাদের কর্মচারীদের পক্ষ থেকে বেকারত্ব পরিশোধ করে | এই কর অবশ্যই ত্রৈমাসিক প্রদান করতে হবে এবং প্রতি বছরের শেষে আপনাকে IRS ফর্ম 940 বা ফর্ম 940EZ, নিয়োগকর্তাদের বার্ষিক ফেডারেল বেকারত্ব ট্যাক্স রিটার্ন দাখিল করতে হবে |

941 নিয়োগকর্তার ত্রৈমাসিক ফেডারেল ট্যাক্স রিটার্ন

ফেডারেল আটকে রাখা এবং FICA আমানতগুলি IRS ফর্ম 941 ত্রৈমাসিক ট্যাক্স রিটার্নে পুনঃস্থাপিত করা হয়। FICA কর্মচারীর বেতনের ভিত্তিতে গণনা করা হয়। কর্মচারীদের তাদের বেতন থেকে মেডিকেলের জন্য 1.45 শতাংশ এবং 6.2 শতাংশ (2012 এর ক্ষেত্রে, 4.2 শতাংশ FICA -এর কারণে সাময়িকভাবে কংগ্রেস দ্বারা পরিবর্তন করা হয়েছে) সামাজিক নিরাপত্তার জন্য তাদের বেতন থেকে আটকে রাখা হয়েছে, এবং নিয়োগকর্তাদের তাই এখনও 6.2 শতাংশ প্রদান করতে হবে | কর্মচারী ভাতা আটকে রাখার বিষয়ে সার্কুলার ই-এর জন্য আইআরএস-এর সাথে যোগাযোগ করুন বা আপনার ট্যাক্স পেশাদারদের সাথে পরামর্শ করুন |

ইন্টারনাল রেভিনিউ সার্ভিস

www.irs.gov

জর্জিয়া স্টেট উইথহোল্ডিং নাম্বার

সমস্ত নিয়োগকর্তার রাজ্য আয়কর কর ছাড়ের নম্বর থাকতে হবে। এই নম্বরটি কর্মচারী চেক থেকে জর্জিয়ার আয়কর আটকানো সনাক্ত করতে এবং জমা দিতে ব্যবহৃত হয় |

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউ ইনকাম ট্যাক্স ডিভিশন

www.dor.ga.gov

মেনে চলার বিষয়

G-4 কর্মচারীদের আটকে রাখা ভাতা সার্টিফিকেট

সমস্ত কর্মচারীকে একটি **G-4** ফর্মপূরণ করতে হবে, যা কর্মচারী ফাইলগুলির অন্তর্ভুক্ত এবং রাজস্ব বিভাগের কাছে মেইল করা হয় না। **G-4** ফর্মটি নিয়োগকর্তাকে রাজ্য আয়কর ছাড়ের হিসাব করার সময় কতগুলি ছাড় অন্তর্ভুক্ত করতে হবে তা নির্দেশ দেয়। ফর্মগুলি এখান থেকে পাওয়া যেতে পারে:

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউ ইনকাম ট্যাক্স ডিভিশন

www.dor.georgia.gov or www.gtc.dor.ga.gov/

G-7 ত্রৈমাসিক রিকনসিলিয়েশন রিটার্ন

কর আদায়ের ফাইলিংয়ের প্রয়োজনীয়তাগুলি 30 শে জুন শেষ হওয়ার পূর্ববর্তী 12 মাসের সময়ের জন্য আটকে রাখা করের পরিমাণের উপর ভিত্তি করে নির্ধারিত হয়। আপনার ব্যবসা বার্ষিক, ত্রৈমাসিক, মাসিক বা আধা-সাপ্তাহিক ফাইল করা উচিত কিনা তা নির্ধারণ করতে জর্জিয়া ট্যাক্স গাইডের সাথে পরামর্শ করুন।

DOL-1A রাষ্ট্রীয় বেকারত্বের আবেদন

সমস্ত নিয়োগকর্তাদের তাদের কর্মচারীদের পক্ষে রাজ্য বেকারত্ব বীমা প্রদানের জন্য জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ লেবার নম্বর রাখতে হবে। অ্যাপ্লিকেশনগুলি অনলাইনে বা আপনার স্থানীয় ডিপার্টমেন্ট অফ লেবার অফিসের মাধ্যমে পাওয়া যায়।

www.dol.georgia.gov

DOL-4N স্টেট আনএমপ্লয়মেন্ট ট্যাক্স অ্যাক্ট (SUTA)

নতুন নিয়োগকর্তাদের জর্জিয়া বেকারত্ব বীমা এক বছরে একজন কর্মচারীকে প্রথম \$8,500 এর 2.7 শতাংশ প্রদান করা হয়, নিয়োগকর্তা দ্বারা প্রদত্ত, নিয়োগকর্তা দ্বারা প্রদত্ত। নিয়োগকর্তা ত্রৈমাসিক প্রতিবেদন (ফর্ম **DOL-4N**) প্রয়োজন।

www.dol.georgia.gov

এমপ্লয়ার নিউ হায়ার রিপোর্টিং প্রোগ্রাম

সমস্ত নিয়োগকর্তাকে রাজ্যকে নতুন নিয়োগের বিষয়ে রিপোর্ট করতে হবে। এই তথ্যটি এমন কর্মচারীদের শনাক্ত করতে ব্যবহৃত হয় যারা শিশু সহায়তা প্রদানে ব্যর্থ।

অধ্যায় 6: আইনগত এবং ঝাঁকি নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থাপনা

নিউ হায়ার রিপোর্টিং প্রোগ্রাম

www.ga-newhire.com

I-9 নাগরিকত্ব যাচাইকরণ

কর্মচারীদের অবশ্যই মার্কিন নাগরিকত্বের জন্য যাচাই করতে হবে | ইউএস ইমিগ্রেশন অ্যান্ড ন্যাচারলাইজেশন সার্ভিসেস *ফর্ম I-9* অবশ্যই প্রতিটি কর্মচারীর দ্বারা পূরণ করতে হবে এবং নিয়োগকর্তা কর্তৃক যথাযথ ডকুমেন্টেশন সংযুক্ত করে ফাইলে রাখতে হবে |

ইউএস ইমিগ্রেশন এবং ন্যাচারলাইজেশন সার্ভিসেস

www.uscis.gov

ন্যূনতম মজুরি

মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের শ্রম বিভাগ থেকে একটি ছোট ব্যবসার সম্পদ নির্দেশিকা পাওয়া যায়। এই গাইডটিতে ওভারটাইম, সর্বনিম্ন মজুরি এবং অন্যান্য প্রাসঙ্গিক কর্মচারী সম্পর্কিত সুবিধা বিষয়ে তথ্য রয়েছে। এমনকি যদি আপনি ফেডারেল ন্যূনতম মজুরি আইনের অধীনে নাও পড়েন, তবুও আপনি জর্জিয়া ন্যূনতম মজুরি আইনের আবশ্যিকতার অধীন | আপনার স্থানীয় মার্কিন শ্রম বিভাগের প্রতিনিধির সাথে যোগাযোগ করুন বা:

ইউএস ডিপার্টমেন্ট অফ লেবার

www.dol.gov

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ লেবার

www.dol.georgia.gov

কর্মীর ক্ষতিপূরণ বীমা

তিন বা ততোধিক কর্মচারী থাকা নিয়োগকর্তাদের আইন অনুসারে শ্রমিকদের ক্ষতিপূরণ বীমা করতে হবে। এই বীমাটি রাজ্য দ্বারা নিয়ন্ত্রিত কিন্তু স্থানীয় কমিউনিটি বীমা এজেন্টদের দ্বারা বিক্রি করা হয় | ন্যূনতম তিনটি সাক্ষ্য সুপারিশ করা হয়। ব্যবসায় কাজ করে এমন মালিকদের কর্মচারী হিসাবে বিবেচনা করা হলে তারা কর্মীদের ক্ষতিপূরণ বীমা কভারেজ থেকে নিজেদের অব্যাহতি দিতে পারে |

জর্জিয়া রাজ্য

স্টেট বোর্ড অফ ওয়ার্কারের ক্ষতিপূরণ

www.sbcw.georgia.gov

মেনে চলার বিষয়

কর্মসংস্থানের স্থিতি নির্ধারণ

নিয়োগকর্তারা প্রায়ই কর্মীদের নিয়োগের সাথে আসা কর এবং রিপোর্টিং এর বোঝা এড়াতে তাদের কর্মীদের স্বাধীন ঠিকাদার হিসাবে শ্রেণীবদ্ধ করার প্রলোভন দেখায়। অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবাতে এমন শর্তগুলির একটি তালিকা রয়েছে যা একজন কর্মীকে স্বতন্ত্র ঠিকাদার হিসাবে শ্রেণীবদ্ধ করার জন্য অবশ্যই পূরণ করতে হবে, যেমন নীচে দেখানো হয়েছে। এই শর্তগুলি একজন ব্যক্তির উপর একটি ব্যবসার নিয়ন্ত্রণের উপর ভিত্তি করে একজন কর্মীর অবস্থা সম্পর্কে সিদ্ধান্ত নেওয়ার সময়, আপনার নিম্নলিখিত প্রশ্নগুলি বিবেচনা করা উচিত:

- আপনি কি কাউকে বলবেন কখন, কোথায় এবং কীভাবে কাজ করতে হবে?
- আপনি কি কাউকে নির্দিষ্ট উপায়ে পরিষেবা দেওয়ার জন্য প্রশিক্ষণ দেবেন?
- আপনার ব্যবসার সাফল্য বা ধারাবাহিকতা কি কোনও নির্দিষ্ট কর্মীর নির্দিষ্ট পরিষেবার দক্ষতার উপর নির্ভর করবে?
- সেই কর্মী কি ব্যক্তিগতভাবে পরিষেবা প্রদান করবেন?
- আপনি কি কর্মীদের নিয়োগ, তত্ত্বাবধান করবেন এবং বেতন দেবেন?
- কর্মীর কি আপনার ব্যবসার সাথে অবিচ্ছিন্ন সম্পর্ক থাকবে?
- আপনি কি কাজ করার জন্য সময় নির্ধারণ করবেন?
- আপনি কি কর্মীকে আপনার ব্যবসার জন্য পূর্ণ-সময় দিতে হবে এই শর্তে প্রতিশ্রুতিবদ্ধ করতে চান?
- কাজটি কি সাইটে করা হবে, নাকি একটি রুট অনুযায়ী বা আপনার নির্ধারিত স্থানে করা হবে?
- আপনি কি কোনও ক্রম বা পর্যায় নির্ধারণ করবেন যেভাবে পরিষেবাগুলি সম্পাদন করা হবে?
- আপনার কি মৌখিক বা লিখিত রিপোর্ট জমা দেওয়ার প্রয়োজন হবে?
- আপনি কি একজন কর্মীকে একটি নির্দিষ্ট প্রকল্প শেষ করার বদলে ঘণ্টা, সপ্তাহ বা মাস অনুযায়ী বেতন দেবেন?
- আপনি কি ভ্রমণ এবং ব্যবসার খরচ বহন করবেন?
- আপনি কি আসবাবপত্র, উপকরণ এবং অন্যান্য সরঞ্জাম সরবরাহ করবেন?
- কর্মী কি আপনার ব্যবসায় বিনিয়োগ না করে তার প্রয়োজনীয় কাজগুলি সম্পাদন করতে সক্ষম হবেন?
- কর্মী কি আপনার ব্যবসার থেকে লাভ বা ক্ষতির সম্মুখীন হবে না?
- কর্মী কি সাধারণত একটি সময়ে শুধুমাত্র একটি (আপনার) ব্যবসার জন্য কাজ করবে?
- সম্পাদিত পরিষেবাগুলি কি শুধুমাত্র আপনার ব্যবসার জন্য উপলব্ধ করা হবে?
- আপনার কি কর্মীকে বরখাস্ত করার অধিকার আছে?
- কর্মীর কি দায়বদ্ধতা ছাড়াই পদত্যাগ করার অধিকার থাকবে?

অধ্যায় 6: আইনগত এবং ঝুঁকি নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থাপনা

আপনি যদি এই সবকটি বা বেশিরভাগ প্রশ্নের উত্তরে হ্যাঁ করেন, তাহলে আপনার কর্মীরা স্বাধীন ঠিকাদারের পরিবর্তে কর্মচারী হতে পারেন। স্বাধীন ঠিকাদারদের সম্পর্কে আরও তথ্যের জন্য, অনুগ্রহ করে অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবা বা আপনার ট্যাক্স পেশাদারের সাথে পরামর্শ করুন।

একটি ব্যবসা শুরু করার সময় অনেক ঝুঁকি থাকে। সম্ভাব্য ক্ষতির হাত থেকে ব্যবসায়িক সম্পদকে রক্ষা করার জন্য একজন নতুন ব্যবসায়ীর মানসিক শান্তি প্রয়োজন। ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা বিবেচনা করার সময় ব্যবসায়ীদের কয়েকটি বিকল্প রয়েছে:

■ কোনও ক্ষতি হওয়া থেকে রোধ করুন

একজন ব্যবসায়ী ব্যবসার চলার পথে সমস্ত বাধা দূর করে একজন কর্মচারী বা গ্রাহকের অনিশ্চয়তাকে আটকাতে পারেন। উদাহরণস্বরূপ: বৈদ্যুতিক তার সঠিকভাবে সুরক্ষিত করা উচিত এবং চলাচলের পথের বাইরে থাকা উচিত। কর্মক্ষেত্রে প্রশিক্ষণ যা চাকরির সুরক্ষা, কারিগরি দক্ষতা এবং যথাযথ ব্যবসায়িক আচরণের (নৈতিক, হয়রানিমুক্ত আচরণ) উপর জোর দেয়, তা সম্ভাব্য দুর্ঘটনা বা আইনগত ঝামেলা রোধ করতে পারে।

■ প্রতিরোধযোগ্য নয় এমন ক্ষতির তীব্রতা হ্রাস করুন

একজন ব্যবসায়ী জানালায় ধাতব বার লাগিয়ে কাউকে স্থানটিতে প্রবেশ করতে বাধা দিতে পারেন, কিন্তু বারগুলির মধ্য দিয়ে কোনও বস্তু কেউ ছুঁড়লে এবং জানালার কাঁচ ভেঙে দিলে তিনি বাধা দিতে অক্ষম। নিরাপত্তা ব্যবস্থা (অ্যালার্ম, পাস কোড এবং গার্ড) চুরির ঝুঁকি প্রতিরোধ এবং/অথবা হ্রাস করতে সহায়তা করতে পারে। এছাড়াও, আগুন বা অন্যান্য প্রাকৃতিক দুর্ঘটনার ক্ষেত্রে আপ-টু-ডেট ডুপ্লিকেট রেকর্ডগুলি সাইট থেকে দূরে রাখা উচিত। ভৌত সম্পত্তি রক্ষার পাশাপাশি, পেটেন্ট, ট্রেডমার্ক এবং পরিষেবা চিহ্ন ব্যবহারের মাধ্যমে বুদ্ধিবৃত্তিক সম্পত্তি রক্ষা করা উচিত।

■ কোম্পানির সম্পদ ব্যবহার করে ক্ষতির খরচ হ্রাস করুন:

যদি কোনও ব্যবসার ট্রাক থেকে জিনিষপত্রের ভগ্নাবশেষ পড়ে এবং তার কারণে অন্য গাড়ির উইন্ডশীল্ড ফেটে যায়, তাহলে ব্যবসাটি কোম্পানির রিসোর্স (ফান্ড) ব্যবহার করে উইন্ডশীল্ডটি পাল্টাতে পারে।

■ বীমা কেনার মাধ্যমে তৃতীয় পক্ষের কাছে ক্ষতির ঝুঁকি হস্তান্তর করুন। একজন ব্যবসায়ী তার দোকানের ভবন এবং ব্যবসায়িক সামগ্রীর জন্য একটি সম্পত্তি পলিসি ক্রয় করেন। যদি কোনও টর্নেডোর কারণে ভবন এবং তার সামগ্রীতে গুরুতর ক্ষতি হয়, তাহলে ব্যবসার মালিক ভবনটি পুনর্নির্মাণ এবং সামগ্রীগুলি প্রতিস্থাপনের জন্য বীমা পলিসিতে বর্ণিত আয় পাবেন। প্রকৃত ক্ষতিপূরণের পরিমাণ পলিসির সীমা, শর্তাবলী এবং বিধানের উপর নির্ভর করবে।

ব্যবসার জন্য উপলব্ধ অনেক, অনেক ধরনের বীমা রয়েছে। নিম্নলিখিত সারণীতে আরও কিছু সাধারণ ধরনের বীমার উল্লেখ রয়েছে। সব নীতি সব ব্যবসার জন্য প্রয়োজনীয় নয়। আপনার নির্দিষ্ট ব্যবসার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ কী তা আপনাকে সিদ্ধান্ত নিতে হবে, অর্থাৎ আপনার ব্যবসা কতটা ঝুঁকি নিতে পারে এবং টিকে থাকতে পারে। প্রয়োজনীয় বীমার ধরনগুলি নির্ধারিত হয়ে গেলে, আপনার কভারেজের পরিমাণ এবং সেই কভারেজের খরচ বিবেচনা করা উচিত।

ঝুঁকি
ব্যবস্থাপনা এবং
বীমা



বীমার ধরন	বিবরণ
বাণিজ্যিক সম্পত্তি	বাণিজ্যিক সম্পত্তি বিল্ডিং, ব্যবসা ব্যক্তিগত সম্পত্তি, অন্যদের ব্যক্তিগত সম্পত্তি, এবং ব্যবসায়িক আয়ের ক্ষতির কভারেজ অন্তর্ভুক্ত করে। প্রতিস্থাপন ব্যয় (সাধারণত আরও ভাল বিকল্প) বা অবমূল্যায়নকৃত বন্দোবস্ত করে সম্পত্তি মূল্যায়ন করা যেতে পারে।
সাধারণ বাণিজ্যিক দায়বদ্ধতা	এই কভারেজকে কখনও কখনও "সর্বজনীন দায়বদ্ধতা" হিসাবে উল্লেখ করা হয়। এই পণ্যটি আপনার ব্যবসায়িক কার্যক্রমের ফলে বীমা হতে পারে এমন তৃতীয় পক্ষকে সুরক্ষা প্রদান করে। এই বীমাটি কার্যকর হয় যখন কেউ আপনার ব্যবসায়িক আবাসস্থলের সামনের ফুটপাতে পিছলে পড়ে যায় বা যখন কেউ দাবি করে যে আপনার কর্মচারীরা কোনও কিছু সারাই করার সময় অবহেলা করেছিলেন এবং যার কারণে পরবর্তীকালে অগ্নিসংযোগ হয় এবং ক্রটিযুক্ত তারের কারণে এটি ঘটেছে বলে নির্ধারিত হয়।
ব্যবসার মালিকের নীতি	বাণিজ্যিক সম্পত্তি এবং দায়ের সমন্বয় বিশেষভাবে নির্দিষ্ট ধরনের ছোট ব্যবসার জন্য তৈরি করা হয়েছে। এতে সাধারণত বাণিজ্যিক সম্পত্তি এবং বাণিজ্যিক সাধারণ দায় কভারেজ অন্তর্ভুক্ত থাকে, তবে পেশাদার দায় এতে বাদ যায়।
কমার্শিয়াল ইনল্যান্ড মেরিন	-এর মধ্যে রয়েছে মোবাইল ইকুইপমেন্ট, কম্পিউটার ইকুইপমেন্ট, নির্মাণাধীন বিল্ডিং, কার্গো নিয়ে যাওয়া/টানা, এবং বেইলি কভারেজ। ড্রাই ক্লিনার বা গয়না মেরামতের দোকানের মতো মেরামত বা পরিষ্কারের জন্য গ্রাহকদের পণ্য গ্রহণ করে এমন যেকোনো ধরনের ব্যবসার জন্য বেইলি কভারেজের প্রয়োজন হবে।
বাণিজ্যিক অটোমোবাইল	দায়বদ্ধতা, চিকিৎসার খরচ, অবীমায়ুক্ত মোটরচালক, শারীরিক ক্ষতির কভারেজ, টোয়িং এবং ভাড়া গাড়ির প্রতিদানের জন্য কভারেজ অন্তর্ভুক্ত করে। এই কভারেজটি ব্যবসার মালিকানাধীন যানবাহন এবং নীতিতে তালিকাভুক্ত। এছাড়াও, ভাড়া দেওয়া, ভাড়া করা বা ধার করা যানবাহনগুলির জন্য কভারেজ প্রদান করা যেতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, আপনার কোম্পানি দায়ী হতে পারে যদি কোনও কর্মচারী কোম্পানির জন্য কাজে যেতে তার ব্যক্তিগত গাড়ি ব্যবহার করে এবং এই সময়ের মধ্যে কর্মচারীর কোনো দুর্ঘটনা ঘটে।
গ্যারেজ এবং ডিলার কভারেজ	গ্যারেজ দায়বদ্ধতা, ডিলারদের শারীরিক ক্ষতি এবং গ্যারেজ রক্ষকদের কভারেজ অন্তর্ভুক্ত। এই নীতিটি সাধারণ বাণিজ্যিক দায়বদ্ধতা ও কমার্শিয়াল অটোমোবাইল পলিসির সংমিশ্রণ এবং এটি নির্দিষ্ট ধরনের ব্যবসার জন্য ডিজাইন করা হয়েছে। এই কভারেজটি সাধারণত অটোমোবাইল মেরামতের দোকান, অটোমোবাইল ডিলার ইত্যাদিতে লেখা থাকে।

বীমার ধরন	বিবরণ
কমার্শিয়াল আমব্রেলা লায়াবিলিটি	আপনার কমার্শিয়াল জেনারেল লায়াবিলিটি, কমার্শিয়াল অটোমোবাইল লায়াবিলিটি, গ্যারেজ লায়াবিলিটি এবং নিয়োগকর্তার লায়াবিলিটির উপরে আরেকটি লায়াবিলিটি কভারেজের অতিরিক্ত স্তর অন্তর্ভুক্ত রয়েছে। উদাহরণস্বরূপ, একটি ব্যবসা যার \$1,000,000 এর আমব্রেলা লায়াবিলিটির সীমা করা হয়েছে, সেটির প্রতিটি কভারেজ ক্লেমের জন্য \$ 2,000,000 এর সীমা থাকবে। এছাড়াও, আমব্রেলা পলিসিতে, কিছু ক্ষেত্রে, নির্দিষ্ট ধরনের দাবির জন্য প্রাথমিক কভারেজ প্রদান করা হয় যা কভারেজের প্রথম স্তরের অন্তর্ভুক্ত নাও হতে পারে। এই ক্ষেত্রে, নীতিতে একটি বড় অঙ্ক কর্তনযোগ্য রয়েছে, যা সাধারণত \$10,000 এর পরিমাণের।
কর্মচারীদের ক্ষতিপূরণ	নিয়োগকর্তার দায় এবং আইনগত সুবিধা অন্তর্ভুক্ত করে। তিন বা ততোধিক কর্মচারী রয়েছে এমন যে কোনও নিয়োগকর্তার জন্য জর্জিয়ার রাজ্যে এই কভারেজটি করা প্রয়োজন। ব্যবসায়ের আইনি ফর্মের উপর নির্ভর করে মালিককে তিনজন কর্মচারীর মধ্যে একজন হিসাবে গণনা করা যেতে পারে। একজন কর্মচারীর নির্দিষ্ট কর্তব্যের সাথে সামঞ্জস্য রেখে রেটগুলি গঠন করা হয়। উদাহরণ স্বরূপ, একজন কেরানি কর্মী, ছাদ নির্মাণকারী ঠিকাদারের মতো কর্মক্ষেত্রে একইরকম বিপদের সম্মুখীন হন না, এবং তাই, ছাদ নির্মাণকারী ঠিকাদারের রেটের তুলনায় কেরানি কর্মীদের রেট খুবই কম।
অন্যান্য পলিসিসমূহ	এর মধ্যে বয়লার অ্যান্ড মেশিনারি, ডিরেক্টরস অ্যান্ড অফিসারস, কী-ম্যান, প্রফেশনাল লায়াবিলিটি (এররস অ্যান্ড অমিশনস), কমার্শিয়াল ফ্রাইম, লিজহোল্ড, এক্সট্রা এক্সপেন্স, বিজনেস ইন্টারাপশন, কনভেনশন ক্যানসেলেশন, গ্লাস অ্যান্ড সাইন, অ্যাকাউন্টস রিসিভেবল, অ্যান্ড ভ্যালুয়েবল পেপারস অন্তর্ভুক্ত।



www.georgiasbdc.org

কিছু কোম্পানি তাদের ব্যবসায়িক ক্লায়েন্টদের কাছে সরাসরি বীমা বিক্রি করে, কিন্তু অনেক বীমাকারী তাদের পণ্য বাজারজাত করার জন্য এজেন্ট এবং দালালের একটি নেটওয়ার্ক ব্যবহার করে। আপনি স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করতে পারেন এবং বিশ্বাস করতে পারেন এমন একজন এজেন্ট খুঁজে পেতে, অন্যান্য ব্যবসার মালিকদের কাছ থেকে সুপারিশের জন্য জিজ্ঞাসা করুন, বিশেষত আপনি যে ইন্ডাস্ট্রিতে রয়েছেন সেখানে, অথবা আপনার স্থানীয় চেম্বার অফ কমার্স বা SBDC অফিসে যোগাযোগ করুন। এজেন্ট বা ব্রোকার নির্বাচন করার সময় লক্ষ্য রাখতে হবে সেই পুরুষ/মহিলা এই বিষয়ে কোনো সার্টিফিকেশন অর্জন করেছেন কিনা। কিছু সাধারণ পদের মধ্যে রয়েছে CPCU (চার্টার্ড প্রপার্টি ক্যাজুয়ালিটি আন্ডাররাইটার), CIC (সার্টিফাইড ইন্স্যুরেন্স কাউন্সেলর), AAI (অ্যাক্রিডিটেড অ্যাডভাইসর ইন ইন্স্যুরেন্স), বা ARM (অ্যাসোসিয়েট ইন রিস্ক ম্যানেজমেন্ট)।⁵ যখন একজন মালিক কোন ধরনের বীমা কিনবেন এই ব্যাপারে সিদ্ধান্ত নেন, তখন এজেন্ট বিভিন্ন কর্মসূচী এবং নীতির কারিগরী দিকগুলি (অর্থাৎ, অপেক্ষার সময়কাল, সহ-বীমা স্তর, অনুমোদিত অনুদান, পলিসি ম্যাক্সিমাম এবং যুদ্ধকালীন শর্ত) ব্যাখ্যা করেন যা দারুণ সহায়ক হতে পারে। একই শিল্পে অন্যান্য ব্যবসায়ীদের সাথে তাদের বীমা প্রোগ্রাম সম্পর্কে কথা বলা এবং সদস্যদের জন্য উপলব্ধ বিশেষ প্রোগ্রামগুলির জন্য বাণিজ্য সংস্থার সাথে যোগাযোগ করাও সহায়ক হতে পারে।

⁵চ্যাডারডন, লিসা। "বিজনেস ইন্স্যুরেন্স: আ 12-পয়েন্ট চেকলিস্ট," Inc.com. অক্টোবর 1,2001।

ঝাঁকি
ব্যবস্থাপনা এবং
বীমা

একজন নতুন ব্যবসায়ীর বীমা এজেন্টের সাথে নিম্নলিখিত বিষয়গুলি নিয়ে আলোচনা করা উচিত:

- আপনার নির্দিষ্ট নীতির জন্য বীমা দাবী পদ্ধতি কোনও বীমা দাবি বা ক্লেম হওয়ার পরে আপনার কী কী পদক্ষেপ নেওয়া দরকার তা আপনাকে জানতে হবে। কিছু কোম্পানির নির্দিষ্ট পদ্ধতি রয়েছে যা অনুসরণ করতে হবে নইলে জরিমানা প্রযোজ্য হবে।
- বিল পরিশোধের কিছু বিকল্পবিশিষ্ট বীমা কোম্পানি এখন কিস্তিতে পরিশোধ করার সুযোগ দেয় যা একটি ছোট ব্যবসার বাজেটের সাথে খাপ খাইয়ে নিতে পারে এবং নগদ প্রবাহে সহায়তা করতে পারে।
- আপনার নির্দিষ্ট ব্যবসার জন্য প্রাসঙ্গিক অতিরিক্ত সুবিধা। গৃহভিত্তিক ব্যবসায়, কখনও কখনও ব্যবসাকে ভালোভাবে পরিচালনা করার জন্য গৃহকর্তার পলিসিতে অতিরিক্ত সুবিধা বা রাইডার যোগ করা যেতে পারে। বীমা কোম্পানি এবং ব্যবসার ধরনের উপর নির্ভর করে, এই বিকল্পটি আরও সশ্রয়ী হতে পারে।
- ক্লায়েন্ট হিসাবে তারা আপনাকে যে অতিরিক্ত পরিষেবা প্রদান করে। বেশিরভাগই বিনামূল্যে বিভিন্ন ধরনের পরিষেবা প্রদান করে, তবে তারা সবসময় এই ধরনের তথ্যের বিজ্ঞাপন দেয় না। উদাহরণস্বরূপ, কেউ কেউ ২৪ ঘণ্টার দাবি হটলাইন অফার করে।

উপরন্তু, একজন এজেন্টের প্রদান করা উচিত:

- আপনার রিনিউয়াল তারিখের প্রায় 90 দিন আগে এক বছরের ক্ষয়ক্ষতির বিবরণের কপি। জর্জিয়া রাজ্যের আইন অনুসারে এজেন্ট/কোম্পানী আপনার অনুরোধের 30 দিনের মধ্যে আপনাকে এইগুলি প্রদান করতে বাধ্য। তিন বছরের সময়সীমার জন্য অনুরোধ করুন যাতে আপনি গত বছরগুলির ক্লেমের সম্পর্কে অবহিত থাকতে পারেন।
- যদি সম্ভব হয়, তাহলে বিভিন্ন বীমা কোম্পানির কাছ থেকে উদ্ধৃতি নিন। সমস্ত কোম্পানির উদ্ধৃতিগুলির একটি লিখিত অনুলিপি দেখাতে বলুন এমনকি যদি এজেন্ট আপনাকে বলে যে প্রিমিয়ামগুলি আপনার বর্তমান পলিসির চেয়ে বেশি ছিল। দুটিকে একই দৃষ্টিভঙ্গী দিয়ে তুলনা করার চেষ্টা করুন কারণ কম প্রিমিয়াম প্রায়ই কম কভারেজের ফলে হয়।
- আপনার রিনিউয়াল তারিখের কমপক্ষে 30 দিন আগে একটি লিখিত রিনিউয়াল উদ্ধৃতি নিন। এটি আপনাকে আপনার বিকল্পগুলি বিবেচনা করার জন্য পর্যাপ্ত সময় দেয়।

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ ইন্স্যুরেন্স www.gainsurance.org

এই গাইডবুকের পরবর্তী অধ্যায়টি এ পর্যন্ত আলোচিত নীতিগুলির ব্যবহারিক প্রয়োগ এবং ব্যবসা পরিচালনার বিষয়ে সিদ্ধান্তের ভিত্তিতে উদ্যোক্তাকে যে পদক্ষেপ নিতে হবে সেই সম্পর্কিত তথ্য দেয়।

অধ্যায় 7: আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ

www.georgiasbdc.org

কেন আর্থিক
রেকর্ড
রাখবেন?

ব্যবসা তিনটি কারণে তাদের আর্থিক লেনদেন রেকর্ড করে। প্রথমত, আর্থিক রেকর্ডগুলি ফেডারেল, রাজ্য বা স্থানীয় সরকারগুলির দ্বারা প্রয়োজনীয় প্রতিবেদন এবং ট্যাক্স রিটার্ন প্রস্তুত করতে ব্যবহৃত হয়। দ্বিতীয়ত, মূলধনের সন্ধানকারী ব্যবসায়িক ঋণদাতা বা বিনিয়োগকারীদের তাদের আর্থিক রেকর্ড দেখাতে হবে। তৃতীয়ত, এবং সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ, ভালভাবে রক্ষণাবেক্ষণ করা আর্থিক রেকর্ডগুলি পরিচালনার দ্বারা মুনাফা এবং কার্যাবলীকে উন্নত করতে ব্যবহার করা যেতে পারে।

বেশিরভাগ ব্যবসা আইন মেনে চলার জন্য আর্থিক রেকর্ড রাখার প্রয়োজনীয়তা বোঝে তবে এই রেকর্ডগুলি ব্যবসায়িক ক্রিয়াকলাপ উন্নত করতে কীভাবে ব্যবহার করা যেতে পারে তা উপেক্ষা করে। আর্থিক লেনদেন রেকর্ড করার মাধ্যমে এবং পর্যবেক্ষণ দ্বারা প্রাপ্ত তথ্য ব্যবসার মালিক এবং পরিচালকদের প্রবণতা এবং সম্ভাব্য সমস্যাগুলি সনাক্ত করতে এবং মুনাফা বাড়াতে সঠিক পদক্ষেপ নিতে সহায়তা করতে পারে।

হিসাবরক্ষণ পদ্ধতি
নির্বাচন

একটি কোম্পানি কোন ধরনের কর হিসাবরক্ষণ পদ্ধতি এবং হিসাবরক্ষণ ব্যবস্থা বেছে নেবে তা বেশ কয়েকটি বিষয়ের উপর নির্ভর করে, যেমন ব্যবসার আইনগত রূপ, ব্যবসার ধরন, ব্যবসা ইনভেন্টরি বজায় রাখে কিনা, বা ব্যবসায় কর্মচারী আছে কিনা।

হিসাবরক্ষণ পদ্ধতি

সাধারণত, ব্যবসায়ীরা দুটি হিসাবরক্ষণ পদ্ধতির মধ্যে একটি বেছে নেয়: নগদ এবং সঞ্চিত পদ্ধতি। তবে, হাইব্রিড পদ্ধতি রয়েছে, যা কখনও কখনও "সংশোধিত সঞ্চিত" পদ্ধতি হিসাবে উল্লেখ করা হয়, যখন আর্থিক ব্যবস্থাপনা নগদ বা সঞ্চিত পদ্ধতির পক্ষে অনুকূল হয় না তখন কোনো ব্যবসা এটি বেছে নিতে পারে। ব্যবসার জন্য বেছে নেওয়া পদ্ধতিটিকে অবশ্যই অভ্যন্তরীণ রাজস্ব নির্দেশিকা মেনে চলতে হবে। প্রথম ট্যাক্স রিটার্ন ফাইল করার পরে ব্যবসায়িক বহুরের পর বছর হিসাবরক্ষণ পদ্ধতিগুলি পরিবর্তন করার অনুমতি দেওয়া হয় না, হিসাবরক্ষণ পদ্ধতিগুলি পরিবর্তন করার জন্য এটির অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবার কাছে অনুমোদনের অনুরোধ করতে ও অনুমোদন পেতে হয়। হিসাবরক্ষণ পদ্ধতি পরিবর্তন করার অনুমোদনের অনুরোধ অবশ্যই *অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবা ফর্ম 3115* এ জমা দিতে হবে।

নগদ পদ্ধতি

হিসাবরক্ষণের নগদ পদ্ধতি অনেক ছোট ব্যবসা পছন্দ করে কারণ এটি ব্যবহার করা সবচেয়ে সহজ এবং শেখা সবচেয়ে সহজ। যাইহোক, কিছু বিশেষ ইনভেন্টরিয়ুক্ত ব্যবসা, কিছু কর্পোরেশন এবং নির্দিষ্ট অংশীদারী ব্যবসায় নগদ পদ্ধতিতে হিসাবরক্ষণ করতে নিষেধ করা হয়। নতুন সরলীকৃত হিসাবরক্ষণ নিয়মের অধীনে, বেশিরভাগ ক্ষুদ্র পরিষেবা প্রদানকারী গড় মোট রসিদ সহ \$10 মিলিয়ন পর্যন্ত নগদ পদ্ধতির হিসাবরক্ষণ ব্যবহার করতে সক্ষম হবেন। নগদ পদ্ধতিটি সবচেয়ে সহজ কারণ বইগুলিতে ব্যবসার ভেতরের এবং বাইরের নগদের প্রকৃত প্রবাহ প্রতিফলিত হয়। যখন উপার্জন হয় তখন আয় রিপোর্ট করা হয় এবং যখন খরচ হয় তখন ব্যয় রিপোর্ট করা হয়।

সঞ্চিত পদ্ধতি

বেশিরভাগ বড় ব্যবসা এবং ব্যবসা যা উল্লেখযোগ্য ইনভেন্টরি বজায় রাখে তারা অ্যাকাউন্টিংয়ের অ্যাকুয়াল বা সঞ্চিত পদ্ধতি ব্যবহার করে। এই পদ্ধতির অধীনে, আয় উপার্জনের বছরেই রিপোর্ট করা হয়, গ্রহণের বছর নয়। ব্যয় প্রকৃতপক্ষে পরিশোধ করার সময় নয়, বরং ব্যয় করার বছরেই রিপোর্ট করা হয়। হিসাবরক্ষণের এই পদ্ধতির উদ্দেশ্য হল প্রাপ্তির বছরের পরিবর্তে, ঘটনার বছরে আয় এবং ব্যয় উভয়ের সাথে মিল রাখা।

হাইব্রিড পদ্ধতি

হাইব্রিড অ্যাকাউন্টিং পদ্ধতি নগদ এবং সঞ্চিত পদ্ধতির সংমিশ্রণ ব্যবহার করে। একটি সুস্পষ্ট ব্যবসায়িক কারণ থাকলে হাইব্রিড হিসাবরক্ষণ পদ্ধতিটি সবথেকে ভালো; ব্যবসায় অবশ্যই বছরের পর বছর ধারাবাহিকভাবে একই অ্যাকাউন্টিং সিস্টেম ব্যবহার করতে হবে। একটি হাইব্রিড পদ্ধতি অন্যান্য পদ্ধতিগুলিকে অগ্রাহ্য করে না। উদাহরণস্বরূপ, যদি কোনও ব্যবসা ইনভেন্টরি বজায় রাখে, তবে সঞ্চয়ের পদ্ধতিটি অবশ্যই বছরের জন্য বিক্রি হওয়া সামগ্রীর সঠিক ব্যয় নির্ধারণ করতে হবে। যদি ধারে বিক্রি করা হয়, তাহলে আয় এবং ব্যয় জমা পদ্ধতিতে রেকর্ড করতে হবে। এই পদ্ধতির একটি উদাহরণ হতে পারে একটি ছোট খুচরো উপহারের দোকান যেখানে ক্লায়েন্টরা নগদে অর্থ প্রদান করে এবং পণ্য নিয়ে যায়। ব্যবসাটি 60 দিনের শর্তে নানা ধরনের ঘটমান ব্যয় বহন করে। যাইহোক, এটি তাদের শর্তাবলী নির্বিশেষে সঞ্চিত ভিত্তিতে বিক্রি হওয়া সামগ্রীর ব্যয়ের হিসাব করে এবং ঘটমান ব্যয়ের জন্য নগদ ভিত্তি ব্যবহার করে।

ব্যবসার আইনি ফর্ম

পূর্বে আলোচনা করা হয়েছে যে, ব্যবসার মালিকের প্রথম গুরুত্বপূর্ণ সিদ্ধান্তগুলির মধ্যে একটি হ'ল ব্যবসার আইনি রূপ। বেছে নেওয়া আইনি সত্তার ধরনের উপর ট্যাক্স এবং অন্যান্য আইনি প্রভাব থাকবে এবং কীভাবে আর্থিক তথ্য রেকর্ড করা এবং রিপোর্ট করা হয় তার উপর প্রভাব ফেলবে। প্রতিটি সত্তার জন্য কী রেকর্ড প্রয়োজন তার বিশদ বিবরণ দেওয়া এই গাইডবুকের পক্ষে সম্ভবপর নয়। এই বিষয়ে আরও তথ্যের জন্য, অনুগ্রহ করে অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবার ওয়েবসাইট www.irs.gov দেখুন। একক মালিকানা জন্য, *প্রকাশনা 334* দেখুন। অংশীদারিত্বের জন্য, *প্রকাশনা 541* দেখুন। কর্পোরেশনের জন্য, *প্রকাশনা 542* দেখুন। যদি আপনার ব্যবসা একটি লিমিটেড লায়বিলিটি কোম্পানি (এলএলসি) হয়, তাহলে কীভাবে কোম্পানির উপর কর আরোপ করা হবে: একক মালিকানা, অংশীদারিত্ব, নাকি কর্পোরেশন বা এস কর্পোরেশন হিসাবে তা নির্বাচন করুন। এই গাইডবুকের ষষ্ঠ অধ্যায়ে ব্যবসার জন্য একটি আইনি ফর্ম বেছে নেওয়ার বিকল্পগুলি সম্পর্কে তথ্য প্রদান করা হয়েছে।

শুধু মূল বিষয়গুলি

কোন ধরনের রেকর্ড রাখতে হবে সে সম্পর্কে আলোচনার আগে, আসুন একটি কার্যকর রেকর্ড রক্ষণ সিস্টেমের দুটি প্রয়োজনীয় বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে আলোচনা করা যাক। আপনার অ্যাকাউন্টিং তথ্য *সময়োপযোগী* এবং *সঠিক* হতে হবে। এই বৈশিষ্ট্যগুলির মধ্যে একটি ছাড়া অন্যটি পরিপূরক নয়। আর্থিক বিবরণী যা টাকাপয়সার ক্ষেত্রে সঠিক, কিন্তু কাজের ক্ষেত্রে খুব দেরি করে, সেগুলি অকেজো। একইভাবে, যথাসময়ে প্রাপ্ত আর্থিক বিবৃতি যদি ভুল হয় তবে তা মূল্যহীন।

একটি
হিসাবরক্ষণ পদ্ধতি
নির্বাচন

www.georgiasbdc.org

রেকর্ড রাখার সমস্যা

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

কয়েকটি ক্ষেত্র ব্যতীত, নির্দিষ্ট ধরনের রেকর্ড রাখার জন্য আইনটির কোনও ব্যবসার প্রয়োজন হয় না। যে কোনও রেকর্ড রক্ষণ সিস্টেম যা সঠিকভাবে আয় রিপোর্ট করে তা গ্রহণযোগ্য। আগে যেমন আলোচনা করা হয়েছে, ব্যবসার ধরন ফেডারেল ট্যাক্স-এর উদ্দেশ্যে প্রয়োজনীয় রেকর্ডের ধরনকে প্রভাবিত করে। যে কোনও ব্যবসার আর্থিক রেকর্ডে যাতে মোট আয় প্রতিফলিত হয়, সেটি আইন বাধ্য করে। কর এবং পরিচালনার উদ্দেশ্যে, সংশ্লিষ্ট আয় উৎপন্ন হওয়ার একই সময়কালে ব্যয়সমূহ রেকর্ড করা উচিত। অ্যাকাউন্টিং সিস্টেম নির্বিশেষে, রেকর্ড রক্ষণ সিস্টেমে ব্যবসায়িক লেনদেনের সারাংশ অন্তর্ভুক্ত করা উচিত। এই সারসংক্ষেপটি সাধারণত অ্যাকাউন্টিং জার্নাল এবং লেজারগুলিতে তৈরি করা হয়। বেশিরভাগ ছোট ব্যবসার জন্য, ব্যবসায়িক চেকবুকটি ব্যবসার রেকর্ড রক্ষণ সিস্টেম মূল এন্ট্রির প্রাথমিক উৎস। চেকবুক ছাড়াও, সেলস স্লিপ, পেইড বিল, ইনভয়েস, রসিদ, ডিপোজিট স্লিপ এবং বাতিল করা চেকের মতো সহায়ক নথিগুলি অবশ্যই প্রস্তুত রাখতে হবে।

রেকর্ড রাখার সিস্টেম

সিঙ্গেল এন্ট্রি সিস্টেম

রেকর্ড রাখার সিঙ্গেল এন্ট্রি সিস্টেম বজায় রাখা সবচেয়ে সহজ, কিন্তু অনেক ব্যবসার জন্য উপযুক্ত বা সুপারিশ করা হয় না। সিঙ্গেল-এন্ট্রি সিস্টেমটি লাভ এবং ক্ষতির বিবৃতি (আয়ের বিবৃতি) এর উপর ভিত্তি করে, কেবল নগদ রসিদ এবং নগদ বিতরণের মাধ্যমে আয় এবং ব্যয়ের প্রবাহ রেকর্ড করে। এই সিস্টেমের সবচেয়ে সাধারণ উপাদান হল নগদ রসিদ এবং বিতরণের একটি দৈনিক এবং মাসিক সারাংশ।

অধ্যায় 7: আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ

নগদ রসিদের দৈনিক সারাংশ

তারিখ _____

ক্যাশ সেলস.....\$ 263.60

সেলস ট্যাক্স 4.20

টোটাল রিসিটস\$ 267.80

ক্যাশ অন হ্যান্ড

ক্যাশ ইন রেজিস্টার (অব্যবহৃত পেটি ক্যাশ সহ) \$ 23.75

বিল 143.00

চেক 134.05

রেজিস্টারে মোট নগদ.....\$ 300.80

যোগ করুন: খুচরো নগদ স্লিপ 17.00

মোট নগদ.....\$ 317.80

কম: পরিবর্তন এবং সামান্য নগদ

খুচরো নগদ স্লিপ..... \$ 17.00

কয়েন এবং বিল
(অব্যয়িত খুচরো নগদ).....33.00

মোট পরিবর্তন এবং খুচরো নগদ তহবিল.....\$ 50.00

টোটাল রিসিটস\$ 267.80

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

www.georgiasbdc.org

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

নগদ রসিদের মাসিক সারাংশ

বছর: 20XX

মাস: জানুয়ারি

দিন	নিট বিক্রয়	সেলস ট্যাক্স	দৈনিক রসিদ	ডেপোজিট
3	263.60	4.20	267.80	
4	212.00	3.39	215.39	
5	194.40	3.10	197.50	680.69
6	222.40	3.54	225.94	
7	231.15	3.68	234.83	
8	137.50	2.13	139.63	600.40
10	187.90	2.99	190.89	
11	207.56	3.31	210.87	401.76
12	128.95	2.05	131.00	
13	231.40	3.77	235.17	
14	201.28	3.21	204.49	
15	88.01	1.40	89.41	660.07
17	210.95	3.36	214.31	
18	221.80	3.53	225.33	439.64
19	225.15	3.59	228.74	
20	221.93	3.52	225.45	
21	133.53	2.13	135.66	589.85
22	130.84	2.08	132.92	
24	216.37	3.45	219.82	352.74
25	220.05	3.50	223.55	
26	197.80	3.15	200.95	
27	272.49	4.34	276.83	701.33
28	150.64	2.40	153.04	
29	224.05	3.56	227.61	
31	133.30	2.13	135.43	516.08
সর্বমোট	4,865.05	77.51	4,942.56	4,942.56

বিতরণ জার্নাল যাচাই করুন

বছর: 20XX

মাস: জানুয়ারি

দিন	অর্থ প্রদান করা হচ্ছে	যাচাই করুন #	চেকের পরিমাণ	উপকরণ	মোট বেতন	ফেডারেল আটককৃত আয়কর	FICA সোশ্যাল সিকিউরিটি রিজার্ভ	FICA মেডিকেশ্যার রিজার্ভ
3	ডেল অ্যাডভাটাইজিং	74	85.00					
4	সিটি ট্রেজার	75	35.00					
4	অটো পার্টস, ইনকর্পোরেটেড	76	203.00	203.00				
4	জন ই. মার্কস	77	214.11		260.00	(20.00)	(16.12)	(3.77)
6	হেনরি ব্রাউন	78	250.00					
6	মাইক'সডেলি	79	36.00					
6	জো'স সার্ভিস স্টে.	80	74.50	29.50				
6	এবিসি অটো পেইন্ট	81	137.50	137.50				
7	হেনরি ব্রাউন	82	225.00					
14	টেলিফোন কো.	83	27.00					
15	ন্যাশনাল ব্যাংক (ট্যাক্স ডিপোজিট)	84	119.56			40.00	32.24	7.54
18	ন্যাশনাল ব্যাংক	85	90.09					
18	অটো পার্টস, ইনকর্পোরেটেড	86	472.00	472.00				
18	হেনরি ব্রাউন	87	275.00					
18	জন ই. মার্কস	88	214.11		260.00	(20.00)	(20.00)	(16.12)
21	ইলেকট্রিক কো.	89	175.30					
21	এম .বি. ইগনিশন	90	66.70	66.70				
21	বেকার'স ফেন্ডার কোং	91	9.80	9.80				
21	পেটি ক্যাশ	92	17.00	15.00				
21	হেনরি ব্রাউন	93	225.00					
25	বেকার'স ফেন্ডার কোং	94	150.00	150.00				
25	এন্টারপ্রাইজ প্রোপ.	95	300.00					
25	স্টেট ট্রেজারার	96	12.00					
25	স্টেট ট্রেজারার	97	65.00					
			3,478.67	1,083.50	520.00	-0-	-0-	-0-
	ব্যাংক সার্ভিস চার্জ		10.00					
মোট:			3,488.67	1,083.50	520.00	-0-	-0-	-0-

বিতরণ জার্নাল চেক করুন (চলছে)

বছর: 20XX

মাস: জানুয়ারি

দিন	ফেডারে ল আটককৃ ত আয়কর	নিয়োগকর্তার FICA ট্যাক্স	ইলেকট্রিক	সুদ	ভাড়া	টেলিফোন	ট্রাক/ অটো	চিত্র	সাধারণ অ্যাকাউন্ট	
3									বিজ্ঞাপন	85.00
4									লাইসেন্স:	35.00
4										
4	(6.00)									
6								250.00		
6									শপ হ্লিডে পার্টি	36.00
6							45.00			
6										
7								225.00		
14						27.00				
15		39.78								
18				18.09					স্বাগ	72.00
18										
18								275.00		
18	(6.00)									
21			175.30							
21										
21									পোস্টেজ	2.00
21								225.00		
25										
25					300.00					
25	12 00									
25									সেলস ট্যাক্স	65.00
	-0-	39.78	175.30	18.09	300.00	27.00	45.00	975.00		295.00
										10.00
মোট:	-0-	39.78	175.30	18.09	300.00	27.00	45.00	975.00		305.00

ডাবল এন্ট্রি সিস্টেম

ডাবল এন্ট্রি রেকর্ড রাখার সিস্টেমটি আরও পরিশীলিত এবং লেনদেন রেকর্ড করতে এটি বই (জার্নাল এবং লেজার নামে পরিচিত) ব্যবহার করে। একটি জার্নাল প্রতিটি ব্যবসায়িক লেনদেনকে কালানুক্রমিক ক্রমে রেকর্ড করে। কিছু ব্যবসার ক্ষেত্রে প্রায়শই ঘটে এমন লেনদেনের জন্য পৃথক জার্নাল প্রয়োজন। একটি লেজার হল এমন একটি বই যা সমস্ত জার্নালের সর্বমোট সংখ্যা সংরক্ষণ করে। এই মোটগুলি বিভিন্ন অ্যাকাউন্টে সংগঠিত হয়। ব্যবসায়িক লেনদেনগুলি প্রথমে জার্নালে এন্ট্রি করা হয় এবং তারপরে লেজার অ্যাকাউন্টে পোস্ট করা হয়। এই অ্যাকাউন্টগুলি আয়, ব্যয়, সম্পদ (ব্যবসার মালিকানাধীন মূল্যের আইটেম), দায় (ব্যবসার ঋণ) এবং মালিকের ইকুইটি (সম্পদ থেকে দায়বদ্ধতা বাদ দিয়ে) দেখায় যা কোম্পানির মালিকের অংশীদারিত্বের প্রতিনিধিত্ব করে।

ডাবল এন্ট্রি রেকর্ড রাখার সিস্টেম তৈরির প্রথম পদক্ষেপে নির্ধারণ করতে হবে কোন অ্যাকাউন্টগুলি পর্যবেক্ষণ করতে হবে। স্বতন্ত্র অ্যাকাউন্টগুলিকে সহজে সনাক্তকরণের জন্য নম্বরযুক্ত করা ও শিরোনাম দেওয়া উচিত এবং অ্যাকাউন্টগুলিকে একটি চাটে একত্রিত করা উচিত। একটি কার্যকর অ্যাকাউন্টের তালিকার মূল বিষয়টি হল এটিকে সহজ রাখা: সংক্ষিপ্ত এবং বর্ণনামূলক বিবরণ ব্যবহার করুন এবং সম্প্রসারণের জন্য নাম্বারিং সিস্টেম ডিজাইন করুন। একটি অ্যাকাউন্ট চাটের নমুনা নিম্নরূপ।

রেকর্ড রাখার সমস্যা

www.georgiasbdc.org

চার্ট অফ অ্যাকাউন্টস অ্যাভারেজ
স্মল বিজনেস, ইউএসএ

ব্যালেন্স শীট অ্যাকাউন্টস

ইনকাম স্টেটমেন্ট অ্যাকাউন্টস

1. সম্পদসমূহ

- 101 নগদ
102 গ্রহণযোগ্য অ্যাকাউন্ট
103 ইনভেন্টরি
104 যন্ত্রপাতি
105 সঞ্চিত অবক্ষয়

2. দায়বদ্ধতা

- 201 প্রদেয় অ্যাকাউন্ট
202 প্রদেয় টাকা
203 প্রদেয় বিক্রয় কর
204 শেয়ারহোল্ডারদের বকেয়া ঋণ

3. ইকুইটি

- 301 সাধারণ স্টক
302 পরিশোধিত মূলধন
303 সংরক্ষিত আয়:

4. রাজস্ব

- 401 বিক্রয়
402 সুদের আয়
403 বিবিধ
আয়

5. ব্যয়

বিক্রি হওয়া পণ্যের মূল্য

- 501 এর খরচ
পণ্যদ্রব্য
বিক্রিত
502 মালবাহী ব্যয়

6. পরিচালিত
ব্যয়

- 601 মজুরি
602 ভাড়া
603 বিজ্ঞাপন
604 আনুষঙ্গিক
605 বীমা
606 টেলিফোন
607 পে-রোল ট্যাক্স
608 ব্যাংক ফি
609 অফিস সাপ্লাই
610 মূল্যহ্রাস

রেকর্ড রাখা সিস্টেম এই প্রধান অ্যাকাউন্টগুলির মাধ্যমে ব্যবসায়ের ভিতরে এবং বাইরে অর্থের প্রবাহ সঠিকভাবে রেকর্ড করে। প্রতিটি কর বছরের শেষে আয়ের বিবরণী অ্যাকাউন্ট (আয় এবং ব্যয়) বন্ধ থাকে। ব্যালেন্স শীট অ্যাকাউন্ট (সম্পদ, দায়বদ্ধতা এবং মালিকের ইকুইটি) স্থায়ীভাবে খোলা থাকে। ডাবল এন্ট্রি সিস্টেমে, প্রতিটি অ্যাকাউন্টে ডেবিটের জন্য বাম দিকে এবং ক্রেডিটের জন্য ডান দিকে থাকে। এটি স্ব-ভারসাম্যপূর্ণ কারণ প্রতিটি লেনদেন একটি অ্যাকাউন্টে ডেবিট এন্ট্রি হিসাবে এবং অন্য অ্যাকাউন্টে ক্রেডিট এন্ট্রি হিসাবে রেকর্ড করা হয়।

এই সিস্টেমের অধীনে, মোট ডেবিট অবশ্যই জার্নাল এন্ট্রি এবং লেজার পোস্টিং উভয়ের মোট ক্রেডিটের সমান হতে হবে। যদি ডেবিট এবং ক্রেডিট অ্যাকাউন্টের ব্যালেন্স সমান না হয়, তাহলে এটিতে ত্রুটি আছে যা অবশ্যই খুঁজে বের করতে হবে এবং সংশোধন করতে হবে।

অধ্যায় 7: আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ

নিম্নে একটি সাধারণ জার্নালের নমুনা দেওয়া হল | এই বইটি ব্যবসার আর্থিক লেনদেনের মূল এন্ট্রি | সাধারণ জার্নালের তথ্য যথাযথ পৃথক লেজার অ্যাকাউন্টগুলিতে পোস্ট করা দরকার |

সাধারণ জার্নালের নমুনা

অ্যাকাউন্ট: ক্যাশ

অ্যাকাউন্ট নম্বর: 101

তারিখ	বিবরণ	অ্যাকাউন্ট সূত্র	ডেবিট	ক্রেডিট
20XX				
জানুয়ারী 15	বিজ্ঞাপন খরচ	603	\$50.00	
	নগদ	101		\$50.00
	ব্রোশিওর - #1234 চেক করুন			
জানুয়ারী 15	গ্রহণযোগ্য অ্যাকাউন্টগুলি	102	\$350.00	
	বিক্রয়	401		\$350.00
	স্মিথ ব্রাদার্সের কাছে দুটি ডেস্ক বিক্রি করা হয়েছে			
	চালান #872			
জানুয়ারী 19	প্রদেয় অ্যাকাউন্ট	201	\$50.00	
	নগদ	101		\$50.00
	পেইড জোস কোম্পানি			
	চেক #1236			
জানুয়ারী 20	নগদ	101	\$2,000.00	
	বিক্রয়	401		\$2,000.00
	ডিজাইন কনসাল্টিং ফি টু মিসেস.			

লেনদেনগুলি সাধারণ জার্নালে রেকর্ড করার পরে, সেগুলি উপযুক্ত লেজার অ্যাকাউন্টে পোস্ট করা হয়। এরপরে উপরের সাধারণ জার্নালের নমুনার উপর ভিত্তি করে একটি কোম্পানির নগদ অ্যাকাউন্টের জন্য একটি লেজারের নমুনা দেওয়া হল। অ্যাকাউন্টের নাম এবং সংখ্যার ধারাবাহিক ব্যবহার লক্ষ্য করুন।

রেকর্ড

রাখার

সমস্যা

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

ক্যাশ লেজার নমুনা

তারিখ	বিবরণ	পোস্ট রেফারেন্স	ডেবিট	ক্রেডিট	ব্যালেন্স	ডি আর সি আর
20XX						
	ফরোয়ার্ড ব্যালেন্স				\$5,475.00	ড.
জানুয়ারী 15	বিজ্ঞাপন খরচ	GJ3		\$50.00	\$5,425.00	ড.
জানুয়ারী 19	প্রদেয় অ্যাকাউন্ট	GJ3		\$50.00	\$5,350.00	ড.
জানুয়ারী 20	ডিজাইন কম্পলিটং ফি	GJ3	\$2,000.00		\$7,350.00	ড.

অনুগ্রহ করে মনে রাখবেন যে উপরের নমুনাটি সাধারণ লেজার অ্যাকাউন্টগুলির মধ্যে একটি। আপনার চাট অফ অ্যাকাউন্টগুলিতে সমস্ত অ্যাকাউন্টের জন্য একটি সাধারণ লেজার থাকা উচিত। সাধারণ লেজার অ্যাকাউন্টগুলির জন্য যেগুলিকে আরও বিশদ তথ্যের সাথে রাখতে হবে, যেমন প্রাপ্য অ্যাকাউন্ট এবং প্রদেয় অ্যাকাউন্ট, সাবসিডিয়ারি লেজারগুলি ব্যবহার করা যেতে পারে। একটি সাবসিডিয়ারি লেজার পৃথক গ্রাহক এবং/অথবা বিক্রেতার অ্যাকাউন্টের কার্যকলাপ এবং ব্যালেন্স ট্র্যাক করে। এই সহায়ক অ্যাকাউন্টের মোট পরিমাণ সর্বদা সেই অ্যাকাউন্টের জন্য সাধারণ লেজার ব্যালেন্সের সমান হওয়া উচিত। সাবসিডিয়ারি অ্যাকাউন্টের রেকর্ডে গ্রাহকের/বিক্রেতার নাম, বিক্রয়/ক্রয়ের তারিখ, ইনভয়েস নম্বর, ইনভয়েসের পরিমাণ, শর্তাবলী, সংগৃহীত/প্রদত্ত তারিখ এবং অ্যাকাউন্টের ব্যালেন্স অন্তর্ভুক্ত থাকতে হবে।

নিয়মিত ভিত্তিতে লেজার অ্যাকাউন্টগুলি পর্যবেক্ষণ করা উচিত। ব্যক্তিগত অ্যাকাউন্টগুলির "বয়স" নির্ধারণের জন্য প্রাপ্য অ্যাকাউন্টগুলি নিয়মিত ভিত্তিতে পর্যালোচনা করা উচিত। অ্যাকাউন্ট যত পুরনো হবে, বকেয়া অর্থ সংগ্রহ করা তত কঠিন হবে; অতএব, আগের বকেয়া অ্যাকাউন্টগুলি অনুসরণ করা গুরুত্বপূর্ণ। সময়মতো পেমেন্ট নিশ্চিত করার জন্য সুশৃঙ্খলভাবে হিসাব প্রদেয় পরিচালনা করতে হবে যাতে ব্যবসায়ী সরবরাহকারীদের কাছে সুনাম বজায় রাখতে সহায়তা করে।

ব্যবসার ব্যালান্স শীট অ্যাকাউন্টগুলির সঠিক শনাক্তকরণে সহায়তা করার জন্য বা ব্যয়ের ডকুমেন্টেশনের জন্য আইআরএসের প্রয়োজনীয়তা পূরণের জন্য সম্পূর্ণ রেকর্ড প্রয়োজন হতে পারে। এর উদাহরণগুলির মধ্যে রয়েছে একটি ফিক্সড অ্যাসেট লগ, ভ্রমণ ব্যয়ের রেকর্ড এবং পে-রোল রেকর্ড।

ব্যবসার স্থায়ী সম্পদ যেমন সরঞ্জাম, যানবাহন এবং ভবনের ক্রয় ও বিক্রয় সংক্রান্ত তথ্য রেকর্ড করার জন্য একটি স্থায়ী সম্পদ লগ প্রয়োজন। নিম্নলিখিত আইটেমগুলি স্থায়ী সম্পদ লগে রেকর্ড করা উচিত:

- সম্পদের বিবরণ
- সম্পদের খরচ
- কেনার তারিখ
- ব্যবসায় ব্যবহৃত সম্পদের শতাংশ
- সম্পদ মূল্যবাহ্যের প্রক্রিয়া
- বিক্রয় মূল্য সহ বিক্রির তারিখ (প্রযোজ্য হলে)

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

ব্যবসায় এবং ব্যক্তিগত পরিবহনের জন্য কোনও গাড়ি ব্যবহার করা হলে ভ্রমণ ব্যয় লগ প্রয়োজন। লগটি ব্যবসা-সম্পর্কিত যানবাহন পরিচালনা এবং রক্ষণাবেক্ষণের অংশটুকু বোঝার জন্য ডকুমেন্টেশন হিসাবে কাজ করে। সাধারণ পরিস্থিতিতে আইআরএস হয় প্রকৃত ব্যয় বা একটি স্ট্যান্ডার্ড মাইলেজ রেট কেটে নেওয়ার অনুমতি দেয়। আপনি যে রেকর্ডগুলি রাখেন তা নির্ভর করে আপনি কোন পদ্ধতি ব্যবহার করেন তার উপর। যদি ব্যবসার ব্যয় নির্ধারণের জন্য স্ট্যান্ডার্ড মাইলেজ রেট ব্যবহার করা হয় তবে ব্যবসায়িক ভ্রমণের একটি মাইলেজ লগ বজায় রাখতে হবে। প্রকৃত খরচ কেটে নেওয়া হলে, গ্যাস, বীমা, রক্ষণাবেক্ষণ ইত্যাদি রেকর্ড করার জন্য আরও পরিশীলিত পদ্ধতির প্রয়োজন হয়। যানবাহনের খরচ সম্পর্কে অতিরিক্ত তথ্যের জন্য, *IRS পাবলিকেশন 463* দেখুন।

কর্মচারীর রেকর্ড সংরক্ষণ

একজন কর্মচারী নিয়োগের কারণে প্রচুর পরিমাণে কাগজপত্র এবং রেকর্ড রাখার কার্যাবলী তৈরি হয়। অধ্যায় 6 এ যেমন বলা হয়েছে, কর্মচারী রয়েছে এমন ব্যবসায় বেতন-ভাতা কর সঠিকভাবে জমা দেওয়ার জন্য একটি কর্মচারী সনাক্তকরণ নম্বর প্রয়োজন। নিম্নলিখিত সারণীতে উল্লিখিত এজেন্সিগুলিতে কর্মচারী সনাক্তকরণ নম্বর এবং সম্পর্কিত ফর্মগুলি পাওয়া যাবে। ফেডারেল এবং স্টেট ট্যাক্স গাইড উভয়ই সবথেকে সাম্প্রতিক পদ্ধতি এবং ফর্মগুলি সরবরাহ করবে কারণ এগুলি পর্যায়ক্রমে পরিবর্তিত হয়।

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

এজেন্সি	ফর্ম/প্রকাশনা
<p>অভ্যন্তরীণ রাজস্ব পরিষেবা স্টেটহোল্ডার পার্টনারশিপ, শিক্ষা এবং যোগাযোগ পরিষেবা 401 ডব্লিউ. পীচট্রি স্ট্রিট, এনডব্লিউ স্যুট 410 অ্যাটলান্টা, জিএ 30308 1-800-829-1040 www.irs.gov</p>	<p>সার্কুলার ই: নিয়োগকর্তার ট্যাক্স গাইড ফর্ম SS-4: নিয়োগকর্তা আইডি নম্বরের জন্য আবেদন ফর্ম W-4: ট্যাক্স হোল্ডিং অনুমোদন করতে প্রত্যেক কর্মচারীকে অবশ্যই পূরণ করতে হবে ফর্ম 940: নিয়োগকর্তার বার্ষিক ফেডারেল বেকারত্ব ট্যাক্স রিটার্ন ফর্ম 941: নিয়োগকর্তার ত্রৈমাসিক ফেডারেল ট্যাক্স রিটার্ন ফর্ম 8109: ফেডারেল ট্যাক্স ডিপোজিট কুপন</p>
<p>জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউ ইনকাম ট্যাক্স ডিভিশন 1800 সেক্সুরি সেন্টার বুলেভার্ড., এনই আটলান্টা, জিএ 30345-3205 (404)417-4477 (আটলান্টা মেট্রোর ভিতরে) (800)602-8477 (আটলান্টামেট্রোর বাইরে) www.dor.ga.gov</p>	<p>G-7 ত্রৈমাসিক রিকনসিলিয়েশন রিটার্ন G-4 কর্মচারীদের আটকে রাখা ভাতা সার্টিফিকেট সার্টিফিকেট নিয়োগকর্তার ট্যাক্স গাইড</p>
<p>জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ লেবার www.dol.state.ga/find_us.htm</p>	<p>DOL-1A: GDOL ট্যাক্স অ্যাকাউন্ট বা স্থিতি পরিবর্তনের জন্য আবেদন DOL-4N: ট্যাক্স এবং ওয়েজ রিপোর্ট ফর্ম</p>
<p>মার্কিন নাগরিকত্ব এবং ইমিগ্রেশন সার্ভিস আটলান্টা ডিস্ট্রিক্ট 2150 পার্কল্যান্ড ডাঃ আটলান্টা, GA 30345 (404)331-2762 (800)375-5283 www.uscis.gov</p>	<p>ফর্ম I-9: কর্মসংস্থানের যোগ্যতা যাচাইকরণ কর্মচারী মার্কিন নাগরিক অথবা মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে কাজ করার জন্য অনুমোদিত বিদেশী কিনা তা যাচাই করতে হবে</p>
<p>জর্জিয়া নিউ হায়ার রিপোর্টিং প্রোগ্রাম পি.ও. বক্স 38480 আটলান্টা, GA 30334-0480 (404)525-2985 (888)541-0469 www.ga-newhire.com</p>	<p>সমস্ত কর্মচারীকে রাজ্যে নতুন নিয়োগের রিপোর্ট করতে হবে। এই তথ্যটি এমন বাবা মায়ের শনাক্ত করতে ব্যবহৃত হয় যারা শিশু সহায়তা প্রদানে ব্যর্থ</p>

অধ্যায় 7: আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ

প্রতিটি কর্মচারীর ফাইলে নিম্নলিখিত তথ্য প্রয়োজন:

- **ফর্ম G-4**
- □□□□
- **ফর্ম I-9**
- নাম, ঠিকানা, ফোন # এবং এসএস #
- যে তারিখে কর্মচারীকে নিয়োগ করা হয়েছিল, পুনর্নিয়োগ করা হয়েছিল বা অস্থায়ীভাবে বরখাস্ত হওয়ার পরে কাজে ফিরে এসেছিল
- তারিখ এবং কারণ কর্মচারীকে কর্মসংস্থান থেকে বরখাস্ত করা হয়েছিল
- মজুরির হার এবং বেতনের সময়কাল

গুরুত্বপূর্ণ: আপনাকে প্রতিটি বেতন সময়কালে প্রতিটি কর্মচারীর কাছ থেকে প্রদত্ত মোট মজুরি এবং মোট কর্তন (যেমন, রাজ্য এবং ফেডারেল ট্যাক্স, FICA, অবসর তহবিল, বীমা প্রিমিয়াম) দেখানো কর্মসংস্থানের রেকর্ড রাখতে হবে।

আইআরএস প্রকাশনা 583 থেকে কর্মচারী ক্ষতিপূরণ রেকর্ডের একটি উদাহরণ নীচে দেওয়া হল ।

www.georgiasbdc.org

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

কর্মচারী ক্ষতিপূরণ রেকর্ড

নাম জন ই মার্কস ফুল টাইঠিকানা 1 এলম সেন্ট, এনিটাউন, NJ 07101 পাট টাইফোন 555-6075

বেতনের মেয়াদ শেষ হচ্ছে	পরি শোধ তারি খ	যত ঘন্টা কাজ করা হয়েছে												মোট নিয়মিত ঘন্টা	ওভারটাই ম	আয়			কর্তন				
		র বি	সে ম	ম ঙ্গ ল	বুধ	বৃ হস্প	শু ক্র	শ নি	র বি	সে ম	ম ঙ্গ ল	বুধ	বৃ হস্প			শু ক্র	শ নি	নিয়মিত হার	ওভারটাই ইম রেট	সর্বমোট	সামাজিক নিরাপ ত্তা	মেডিকেশ্য র	ফেডা রেল আয়ক র
1-1	1-4	5		5	5	5			5	5	4	6		40		\$6.50		\$260.00	\$16.12	\$3.77	\$20.00	\$6.00	\$214.11
1-15	1-18	4	4	4	4	4	2		4	3	4	4	3	40		\$6.50		\$260.00	\$16.12	\$3.77	\$20.00	\$6.00	214.11
														80				\$520.00	\$32.24	\$7.54	\$40.00	\$12.00	\$428.22
ইত্যাদি																							
														ত্রৈমাসিক মোট				\$1,262.40	\$78.23	\$18.31	\$100.00	\$30.00	\$1,035.86

অধ্যায় 7: আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ

যদি একজন ব্যক্তি স্বাধীন ঠিকাদার হিসাবে কাজ করেন, তাহলে ব্যবসাটি বেতন করার জন্য দায়ী নয় এবং স্বাধীন ঠিকাদারকে একটি *W9* ফর্মপূরণ করতে হবে। যদি স্বাধীন ঠিকাদারকে বছরে \$600-এর বেশি অর্থ প্রদান করা হয়, তবে একটি *ফর্ম 1099-বিবিধ আয়* অবশ্যই পূরণ করতে হবে এবং আইআরএস এবং ঠিকাদারের কাছে জমা দিতে হবে। স্বাধীন ঠিকাদাররা তাদের নিজস্ব বেতন-ভাতা করার জন্য দায়বদ্ধ।

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

অনেক ছোট ব্যবসার মালিক কর্মচারীদের স্বাধীন ঠিকাদার এর মতো আচরণ করে একটি ব্যয়বহুল ভুল করেন। কোনও ব্যক্তি স্বতন্ত্র ঠিকাদার বা কর্মচারী কিনা তা নির্ধারণের জন্য আইআরএসের নির্দেশিকা রয়েছে। নির্দেশিকাগুলি এই গাইডবুকের অধ্যায় 6-এ আলোচনা করা হয়েছে। অতিরিক্তভাবে, নিয়োগকর্তার পরিপূরক ট্যাক্স গাইড, আইআরএস প্রকাশনা 15 এ-তে আরও বিশদভাবে উপলব্ধ। যদি কোনও ব্যক্তিকে একজন স্বতন্ত্র ঠিকাদার হিসাবে বিবেচনা করা হয় এবং আইআরএস নির্ধারণ করে যে কর্মী একজন কর্মচারী ছিলেন, তবে ব্যবসাটি অসংগৃহীত বেতন-ভাতা করার পাশাপাশি জরিমানা ও সুদের জন্য দায়বদ্ধ হতে পারে।

ট্যাক্স

আয়কর

ব্যবসার আইনি কাঠামো নির্ধারণ করবে যে কীভাবে ব্যবসা বা ব্যবসার মালিক সেই কোম্পানির উপার্জনের উপর ফেডারেল এবং রাজ্য আয়কর প্রদান করবেন। এটি আনুমানিক কর প্রদানের পদ্ধতি এবং সময়ও নির্ধারণ করবে।

যদি ব্যবসাটি একক মালিকানাধীন হয় তবে ব্যবসায়িক ক্রিয়াকলাপ থেকে আয় এবং ব্যয়গুলি *আইআরএস শিডিউল সি*-তে রিপোর্ট করা হয় এবং আপনার *ফর্ম 1040* স্বতন্ত্র ট্যাক্স রিটার্নের সাথে অন্তর্ভুক্ত করা হয়। ব্যবসা থেকে নিট আয় (আয় থেকে ব্যয় বাদ দিলে) মালিকের ব্যক্তিগত করের হারে করযোগ্য হবে।

যদি ব্যবসাটি একটি অংশীদারী হয়, তাহলে অংশীদারকে *IRS ফর্ম 1065*-এ ট্যাক্স রিটার্ন দাখিল করতে হবে। যাইহোক, অংশীদারিত্বগুলি করযোগ্য সত্তা নয় এবং কোম্পানির আয় *IRS ফর্ম K-1*-এর মাধ্যমে "প্রবাহিত হয়" যা অংশীদারদের স্বতন্ত্র রিটার্নের উপর আরোপ করা হয়। একক মালিকানা হিসাবে, অংশীদারদের তাদের পৃথক করের হারে কর দেওয়া হয়।

যদি ব্যবসাটি একটি কর্পোরেশন হয়, তাহলে সেক্ষেত্রে একটি কর্পোরেট রিটার্ন ফাইল করতে হবে। যদি এটি একটি সি-কর্পোরেশন হয়, তাহলে এটি *আইআরএস ফর্ম 1120* ব্যবহার করবে এবং এটি নিজস্ব ট্যাক্স প্রদানের জন্য দায়ী। যদি এটি একটি এস-কর্পোরেশন হয়, তবে এটি অবশ্যই *আইআরএস ফর্ম 1120S* ফাইল করতে হবে এবং অংশীদারিত্বের মতোই, কর্পোরেশনের আয় শেয়ারহোল্ডারদের ব্যক্তিগত রিটার্নে রিপোর্ট করা হয় এবং শেয়ারহোল্ডারদের ব্যক্তিগত হারে কর ধার্য করা হয়।

যদি ব্যবসাটি একটি সীমিত দায় সংস্থা (এলএলসি) হয় তবে আপনাকে অবশ্যই উপরের সত্তাগুলির মধ্যে একটি ট্যাক্স বেছে নিতে হবে। শিডিউল সি এবং *ফর্ম 1120, 1120 এস* এবং *K-1* www.irs.gov এ আইআরএস ওয়েব সাইটে পাওয়া যাবে।

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

সেলস ট্যাক্স

জর্জিয়ার যে ব্যবসায়ীরা চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে (পাইকারীদের বিপরীতে) বাস্তব আইটেম বিক্রি করে বা ভাড়া দেয় তাদের অবশ্যই জর্জিয়ার রাজস্ব বিভাগের বিধি মেনে চলতে হবে, যার মধ্যে বিক্রয় এবং ব্যবহার কর সংগ্রহ ও প্রদান অন্তর্ভুক্ত রয়েছে। জর্জিয়ার বিক্রয় এবং ব্যবহার করের হার চার শতাংশ (4%)। এছাড়াও, বেশিরভাগ প্রদেশ নির্দিষ্ট প্রকল্পগুলির জন্য করারোপ করার জন্য তাদের স্থানীয় বিকল্প ব্যবহার করেছে। এই নির্দিষ্ট কর সংযোজনগুলি স্পেশাল পারপাস লোকাল অপশন সেলস ট্যাক্স (SPLOST) নামে পরিচিত। শুরু করার আগে প্রতিটি ব্যবসার জন্য একটি সেলস ট্যাক্স নম্বর প্রয়োজন। বিক্রয় কর নম্বর, সেইসাথে মাসিক ভিত্তিতে রাজ্যকে অর্থ সংগ্রহ, প্রতিবেদন এবং প্রেরণ করার নির্দেশাবলী, প্রাপ্ত করা যেতে পারে:

জর্জিয়া ডিপার্টমেন্ট অফ রেভিনিউ সেলস অ্যান্ড ইউজ ট্যাক্স
ডিভিশন

<https://dor.georgia.gov/>

কর্মসংস্থান কর

যেসব ব্যবসায় কর্মচারী রয়েছে সেখানে প্রতিটি কর্মচারীর বেতন থেকে রাজ্য এবং কেন্দ্রের আয়কর কর্তনযোগ্য। এছাড়াও, কোম্পানিকে কর্মচারীর সামাজিক সুরক্ষা (মোট বেতনের 6.2%) এবং মেডিকেশার (মোট বেতনের 1.45%) পেমেন্ট আটকে রাখতে এবং মিলিয়ে দিতে হবে। নিয়োগকর্তা সেইসব পরিমাণগুলি মিলিয়ে দেয়, কর্মচারীর মোট বেতনের মোট 7.65 শতাংশ সামাজিক সুরক্ষা করের বার্ষিক সর্বোচ্চ পরিমাণ রয়েছে, তবে মেডিকেশার ট্যাক্সের কোনও সীমা নেই। আরও তথ্যের জন্য IRS সার্কুলার E দেখুন।

নিয়োগকর্তা সোশ্যাল সিকিউরিটি ট্যাক্স, মেডিকেশার ট্যাক্স এবং নিয়োগকর্তার মিলিত প্রদান, কর্মচারীর কাছ থেকে কর্তন করা ফেডারেল আয়করের পরিমাণ সহ একটি অনুমোদিত আর্থিক প্রতিষ্ঠানে (বেশিরভাগ ব্যাংক) জমা দেনা। আমানতের সময় কোম্পানির মোট বেতনের পরিমাণের উপর নির্ভর করে। মেডিকেশার এবং সোশ্যাল সিকিউরিটি ট্যাক্স (IRS ফর্ম 941) -এ ত্রৈমাসিক রিটার্ন প্রয়োজন যা সেই ত্রৈমাসিকে করা ডিপোজিটগুলি তালিকাভুক্ত করে এবং কোনও অতিরিক্ত পরিমাণ বকেয়া থাকলে গণনা করে।

নিয়োগকর্তারা বিনামূল্যে ইলেক্ট্রনিক ফেডারেল ট্যাক্স পেমেন্ট সিস্টেম বা EFTPS ব্যবহার করে অনলাইনে পেমেন্ট জমা দিতে পারেন। For more information, visit <https://www.eftps.gov/eftps>.

ফেডারেল এবং রাজ্য বেকারত্ব কর প্রদানের জন্য নিয়োগকর্তারা দায়বদ্ধ। এই পরিমাণগুলি কর্মচারীদের থেকে আটকে রাখা হয় না। ফেডারেল বেকারত্ব কর (FUTA) IRS ফর্ম 940 নিয়োগকর্তাদের বার্ষিক ফেডারেল বেকারত্ব ট্যাক্স রিটার্নের উপর রিপোর্ট করা হয়। দ্য জর্জিয়া

অধ্যায় 7: আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ

ডিপার্টমেন্ট অফ লেবার, দ্য স্টেট আনএমপ্লয়মেন্ট ট্যাক্স (SUTA) পরিচালনা করে। বিভিন্ন কারণের উপর ভিত্তি করে করের হার পরিবর্তিত হয়; তবে, নতুন বা নতুনভাবে আরোপিত নিয়োগকর্তাদের তাদের অভিজ্ঞতার মাপকাঠির উপর ভিত্তি করে রেট গণনার জন্য যোগ্য না হওয়া পর্যন্ত মোট করের হার 2.7 শতাংশ নির্ধারণ করা হয়। বিস্তারিত তথ্যের জন্য, তাদের ওয়েবসাইট <http://www.dol.state.ga.us/em/> এর মাধ্যমে জর্জিয়া শ্রম বিভাগের সাথে যোগাযোগ করুন।

নতুন ব্যবসায় মোট বেতনের 10.95 শতাংশে নিয়োগকর্তার মোট করের খরচ অনুমান করা উচিত। এই শতাংশের মধ্যে 6.2 শতাংশ সামাজিক সুরক্ষা, 1.45 শতাংশ মেডিকেশ্যার, 2.7 শতাংশ SUTA এবং 0.6 শতাংশ FUTA অন্তর্ভুক্ত। FUTA করের হার ছিল .8 শতাংশ, কিন্তু 2 শতাংশ সারচার্জের মেয়াদ শেষ হয়ে গেছে, যার হার 2012 সাল থেকে .6 শতাংশ করেছে। আপ-টু-ডেট রেট জানার জন্য সবসময় irs.gov এবং ga.dor ওয়েব সাইটগুলি দেখুন।

কর বছরের শেষে, সমস্ত কর্মচারী মজুরি এবং আটকে থাকা পরিমাণ অবশ্যই IRS ফর্ম W-2-এ রিপোর্ট করতে হবে। যদি ব্যবসায়ী স্বাধীন ঠিকাদারদের কাজে লাগায় এবং তাদের প্রতি বছর \$600 এর বেশি অর্থ প্রদান করা হয়, তবে তাদের বার্ষিক উপার্জন IRS ফর্ম 1099-এ রিপোর্ট করতে হবে।

যদি কোনও ব্যবসা যথাযথ সময়ে এবং প্রাপ্য পরিমাণে কর্মচারী কর দায় পরিশোধ করতে ব্যর্থ হয় তবে উল্লেখযোগ্য পরিমাণে সুদ এবং জরিমানা প্রযোজ্য হবে।

স্ব-কর্মসংস্থান কর

একক মালিকানা যোগ্য আইআরএস শিডিউল সি-তে মুনাফা রিপোর্ট করে সেই মুনাফার উপর স্ব-কর্মসংস্থান কর দিতে হবে। স্ব-কর্মসংস্থান করের পরিমাণ ব্যবসার মুনাফার 15.3 শতাংশ (নিয়োগকর্তা এবং কর্মচারীর সামাজিক সুরক্ষা এবং মেডিকেশ্যার অবদানের মোট পরিমাণের সমান)। একক মালিকরা আইআরএস ফর্ম 941 উইথহোল্ডিং এর অধীন নয়, তবে তাদের ব্যবসার মুনাফার উপর ভিত্তি করে আনুমানিক ফেডারেল এবং রাজ্য করের আমানত করতে হতে পারে।

প্রপার্টি ট্যাক্স

জর্জিয়ায় পরিচালিত ব্যবসায়গুলি প্রতি বছরের 1 জানুয়ারি থেকে ব্যবসার মালিকানাধীন স্থাবর সম্পত্তি, সরঞ্জাম এবং ইনভেন্টারির উপর একটি অ্যাড ভ্যালোরেম সম্পত্তির করের আওতাধীন। স্থানীয় কাউন্টি বা শহরের কর্মকর্তারা সম্পত্তির মূল্য নির্ধারণ করেন এবং তাঁরা বকেয়া ট্যাক্স নির্ধারণ করতে ব্যবহৃত মিলেজ রেট স্থাপন করেন। একটি ব্যবসা যে ট্যাক্স দেয় তা পৌরসভা এবং প্রদেশ নির্বিশেষে ব্যাপকভাবে পরিবর্তিত হয়। সম্পত্তি কর হল ব্যবসার জন্য একটি উল্লেখযোগ্য বিবেচ্য বিষয় যেখানে ইনভেন্টারি, সম্পত্তি বা সরঞ্জামে বড় পরিমাণ বিনিয়োগ রয়েছে। বিস্তারিত জানার জন্য আপনার কাউন্টি এবং/অথবা সিটি ট্যাক্স কমিশনারের সাথে যোগাযোগ করুন।

রেকর্ড
রাখার
সমস্যা

www.georgiasbdc.org

অতিরিক্ত তথ্য

সহায়ক নথি

একটি রেকর্ড রাখার সিস্টেমে লেনদেনের সারাংশ অন্তর্ভুক্ত করা উচিত | বইগুলির মোট আয় এবং ব্যয় সঠিকভাবে রিপোর্ট করা উচিত | সংক্ষিপ্ত লেনদেন যাচাই করার জন্য উপযুক্ত সহায়ক নথিগুলি অবশ্যই বজায় রাখতে হবে। সহায়ক নথির মধ্যে রয়েছে সেলস স্লিপ, পেইড বিল, ইনভয়েস, রসিদ, ডিপোজিট স্লিপ এবং বাতিল করা চেক |

আপনার কতদিনের রেকর্ড রাখা উচিত?

আইআরএস অনুসারে, আপনাকে আপনার রেকর্ডগুলি সংরক্ষণ করতে হবে যতক্ষণ না সেগুলি অভ্যন্তরীণ রাজস্ব কোডের কোনো বিধান প্রশাসনের জন্য প্রয়োজন হতে পারে। সাধারণত, এর মানে হল যে রিটার্নের সীমাবদ্ধতার মেয়াদ শেষ না হওয়া পর্যন্ত আপনাকে অবশ্যই এমন রেকর্ড রাখতে হবে যা আয় বা রিটার্নের কর্তনকে সমর্থন করে। সীমাবদ্ধতার সময়কাল সম্পর্কে তথ্যের জন্য, *IRS প্রকাশনা 583* দেখুন |

যদি রিটার্ন দায়ের না করা হয় বা রিটার্ন প্রতারণামূলক বলে প্রমাণিত হয়, তাহলে কোনও সীমাবদ্ধতা নেই | মনে রাখবেন যে করের উদ্দেশ্যে রেকর্ডগুলির আর প্রয়োজন নাও হতে পারে, তবে আপনার বীমা সংস্থা বা ঋণদাতাদের মতো ট্যাক্স-বহির্ভূত উদ্দেশ্যে সেগুলির প্রয়োজন হতে পারে |

আপনার কি একজন হিসাবরক্ষক প্রয়োজন?

যদিও কিছু ছোট ব্যবসার মালিকরা অ্যাকাউন্টিং এবং কর সংক্রান্ত বিষয়ে অভিজ্ঞ এবং পারদর্শী, তবুও প্রায়শই একজন বহিরাগত বিশেষজ্ঞের সহায়তা নেওয়া গুরুত্বপূর্ণ | একজন হিসাবরক্ষকের নিয়োগের বিষয়ে সিদ্ধান্ত নেওয়ার সময়, ব্যবসার মালিককে হিসাবরক্ষকের প্রযুক্তিগত দক্ষতা, বার্তালাপের দক্ষতা এবং সময়মত প্রতিক্রিয়া জানানোর ক্ষমতা বিবেচনা করা উচিত | ব্যবসার শুরুর পর্যায়ে, একজন হিসাবরক্ষক অ্যাকাউন্টিংয়ের প্রয়োজন মেটাতে একটি চার্ট অফ অ্যাকাউন্টিং এবং একটি স্ট্যান্ডার্ড অপারেটিং পদ্ধতি তৈরি করে রাখতে এবং বই জোগাড় করতে সহায়ক হতে পারেন। মালিক রেকর্ডগুলি সঠিকভাবে পরিচালনা করতে সক্ষম না হওয়া পর্যন্ত মাসিক ভিত্তিতে ব্যবসার তদারক করতে অনেক ব্যবসায়ীদের একজন হিসাবরক্ষকের সাহায্যের প্রয়োজন | করের বাধ্যবাধকতা নির্ধারণে একজন হিসাবরক্ষকের সহায়তা বিশেষভাবে গুরুত্বপূর্ণ | একজন উপযুক্ত হিসাবরক্ষক খুঁজে পাওয়ার একটি উপায় হল একজন ব্যাংকার, একজন অ্যাটর্নি এবং অন্যান্য ছোট ব্যবসার মালিকদের কাছ থেকে সুপারিশ চাওয়া | একজন হিসাবরক্ষক থাকার যথার্থ সুবিধা পেতে একজন ব্যবসার মালিককে তাঁর সাথে নিয়মিত যোগাযোগ রাখতে হবে এবং সময়মত তথ্য প্রদান করতে হবে | বছর শেষ হওয়া পর্যন্ত অপেক্ষা না করে, পরিবর্তে সারা বছর ধরে কর কৌশলগুলি জানুন এবং পরামর্শ নিন |

অধ্যায় 7: আর্থিক রেকর্ড সংরক্ষণ

আপনার রেকর্ড সংরক্ষণ সিস্টেম স্বয়ংক্রিয় করা

ব্যবসায়ীরা বেশ কয়েকটি সাশ্রয়ী মূল্যের অ্যাকাউন্টিং সফটওয়্যার প্যাকেজগুলির মধ্যে থেকে বেছে নিতে পারেন | এই প্রোগ্রামগুলি রেকর্ড পরিচালনা করতে সহায়তা করে এবং একাধিক প্রতিবেদনের মাধ্যমে আর্থিক তথ্যে দ্রুত অ্যাক্সেস প্রদান করতে পারে | উপযুক্ত জিনিষটি খুঁজে পেতে, ব্যবসার জন্য কী ধরনের তথ্য প্রয়োজন তা নির্ধারণ করুন এবং তারপরে এই প্রয়োজনীয়তাগুলি সফটওয়্যার এবং হার্ডওয়্যার সামর্থ্যের সাথে মিলিয়ে দেখুন। একটি কম্পিউটার অ্যাকাউন্টিং প্রোগ্রাম বাছাই করার জন্য একজন হিসাবরক্ষকের সহায়তার প্রয়োজন হতে পারে | অনেক হিসাবরক্ষক নির্দিষ্ট কিছু প্রোগ্রামের সাথে কাজ করতে পছন্দ করেন | হিসাবরক্ষককে যে ধরনের সফটওয়্যারের জন্য বিবেচনা করা হচ্ছে তাতে দক্ষতা আছে কিনা তা নিশ্চিত করা বুদ্ধিমানের কাজ হবে। এছাড়াও, ব্যবসার মালিককে অ্যাকাউন্টিং সিস্টেমটি বুঝতে হবে |

সম্পূর্ণ এবং সঠিক রেকর্ড রেখে, একজন ব্যবসায়ী আর্থিক (এবং অন্যান্য) লক্ষ্য পূরণ হচ্ছে কিনা তা নির্ধারণ করতে পারেন | ব্যবসাকে একটি টেকসই, প্রতিযোগিতামূলক সংগঠনে রূপান্তর করার প্রথম ধাপ হল অগ্রগতি পর্যবেক্ষণ করা ব্যবসা গড়ার জন্য প্রয়োজনীয় অন্যান্য কার্যক্রম পরবর্তী অধ্যায়ে আলোচনা করা হয়েছে।

অতিরিক্ত তথ্য

www.georgiasbdc.org

www.georgiasbdc.org

অধ্যায় ৪: নতুন ব্যবসা সাফল্য

www.georgiasbdc.org

দ

রজা খোলা আছে। আপনি আপনার নতুন ব্যবসা শুরু করেছেন। আমেরিকার স্বপ্ন আপনার। কিন্তু আপনি কি

ব্যবসায় টিকে থাকতে প্রস্তুত? ব্যবসা শুরু করা প্রায়শই ব্যবসায় টিকে থাকার চ্যালেঞ্জগুলির তুলনায় সহজ মনে হতে পারে। ইউএস স্মল বিজনেস অ্যাডমিনিস্ট্রেশনের সর্বশেষ পরিসংখ্যান অনুসারে, 10 টির মধ্যে 7 টি নতুন নিয়োগকর্তা সংস্থা কমপক্ষে দুই বছর টিকে থাকে এবং তাদের অর্ধেক কমপক্ষে পাঁচ বছর টিকে থাকে।⁶ ব্যবসা সফল হওয়ার একটি গুরুত্বপূর্ণ চাবিকাঠি হল আপনার ব্যবসাতে কাজ চালিয়ে যাওয়ার সময় আপনার ব্যবসার উপর কাজ করুন।

যে কোনও নতুন ব্যবসার জন্মরক্ষণাবেক্ষণ অত্যাবশ্যিক। বেশিরভাগ জিনিস রাখার জন্য কিছু ধরনের রক্ষণাবেক্ষণের প্রয়োজন হয়। উদাহরণস্বরূপ, একটি ঘর রঙ করা ও পরিষ্কার করা এবং সামনের বাগান ছাঁটাই করা দরকার। আমাদের শরীরের যেমন ব্যায়াম, পুষ্টি এবং প্রচুর বিশ্রামের প্রয়োজন। এবং তেমনই গাড়ির দরকার জ্বালানী, তেলের পরিবর্তন এবং ইঞ্জিনের রক্ষণাবেক্ষণ। একইভাবে, আপনার ব্যবসা "যদি আপনি এটি তৈরি করেন, তারা আসবে" এই ধারণার অধীনে ক্রমাগতভাবে কাজ করতে পারে না। তাছাড়া, একটি শক্ত ভিত্তি আপনার ব্যবসাকে (বাড়ি, শরীর বা গাড়ি) বয়স বা বহিরাগত কারণ যেমন অর্থনীতির পতন, নতুন প্রতিযোগী বা পরিবর্তিত জনসংখ্যার কারণে সম্ভাব্য বাধা সহ্য করতে আরও সক্ষম করবে। আপনার ব্যবসায়টি নিয়ে পদ্ধতিগতভাবে কাজ করা এবং এটিকে সুস্থ রাখা আপনার ব্যবসার জন্য এই চ্যালেঞ্জগুলিকে সম্ভাষণজনকভাবে মোকাবেলা করার জন্য অনেক বেশি সম্ভাবনা প্রদান করবে।

এই গাইডবুকের লক্ষ্য একটি নতুন ব্যবসা শুরু করা হলেও, এই ব্যবস্থাপনার সমস্যাগুলিতেও আপনার বিবেচনা, ভবিষ্যতের অধ্যয়ন এবং বাস্তবিক প্রয়োগ প্রয়োজন।

মার্কেটিং এবং
পাবলিক
রিলেশনস

মার্কেটিং অনেক গ্রন্থিক উপাদানগুলির একটি সমন্বিত প্রক্রিয়া। কিছু উপাদান নির্দিষ্ট ব্যবসার ধরন, নির্দিষ্ট বাজার বা নির্দিষ্ট সময়ে আরও কার্যকর প্রমাণিত হয়।

মনে রাখবেন যে মার্কেটিং একটি চলমান প্রক্রিয়া। বাজার কখনোই স্থিরীকৃত নয়। অতএব, আপনার ব্যবসার বিপণন কখনই বন্ধ হওয়া উচিত নয়।

আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ বিবেচনা হল আপনি আপনার সম্ভাব্য গ্রাহকদের কাছে যে বার্তাটি জানাতে চান। সংক্ষিপ্ততা, স্বচ্ছতা এবং ধারাবাহিকতা একটি কার্যকর বার্তা তৈরি করে যা একটি মূল্যবান ব্র্যান্ড ইমেজ তৈরি করতে পারে। নর্থওয়েস্টার্ন বিশ্ববিদ্যালয়ের ফিলিপ কটলার বিপণনের মূল উপাদানগুলিকে *পণ্য, দাম, স্থান এবং প্রচার* হিসাবে সংজ্ঞায়িত করেছেন। বছরের পর বছর ধরে এই থিমটিতে অনেক বৈচিত্র্য রয়েছে; যাইহোক, এই মৌলিক কাঠামো ব্যাপকভাবে গৃহীত হয়। উপরন্তু, বিপণনের নতুন কৌশলগুলি উদ্ভূত হতে থাকে, যেমন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং এবং মোবাইল ডিভাইসের মাধ্যমে গ্রাহকদের কাছে মার্কেটিং এখন ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত। এই নতুন পদ্ধতিগুলি সম্পর্কে অবগত থাকা এবং প্রয়োজ্য হলে সেগুলি প্রয়োগ করা আপনার ব্যবসায়িক উদ্যোগে বৃদ্ধি এবং প্রাণশক্তি বাড়াবে। আপনার বিপণনের সম্ভাব্যতা অধ্যয়নে নির্দিষ্ট বিপণনের উদ্দেশ্যগুলি একটি বিপণন পরিকল্পনায় অন্তর্ভুক্ত করা উচিত।

⁶ এসবিএ অফিস অফ অ্যাডভোকেসি | ছোট ব্যবসা সম্পর্কে প্রায়শই জিজ্ঞাসিত প্রশ্নাবলী, 2021

www.advocacy.sba.gov/2021/11/03/frequently-asked-questions-about-small-business-2021/

জনসংযোগ বিপণনকে সহায়তা করে এবং এটি সমস্ত জনগনের সাথে জড়িত সংস্থার সাথে যোগাযোগকে বোঝায়, তা সেগুলি বিক্রয় বাড়ানোর জন্য হোক, কেবল তথ্য স্থানান্তর করার জন্য হোক বা আপনার ব্যবসার জন্য গুরুত্বপূর্ণ কোনো ইমেজ বা আদর্শকে শক্তিশালী করার জন্য হোক। বিজ্ঞাপন এবং অন্যান্য অভ্যন্তরীণভাবে পরিচালিত প্রচারমূলক কার্যক্রমের মতোই, জনসংযোগ কার্যক্রম আপনার ব্যবসা, এর পণ্য বা পরিষেবা বা কর্মচারীদের সম্পর্কে ধারণা প্রভাবিত করতে পারে। যাইহোক, জনসংযোগ কার্যক্রমের দর্শক গ্রাহক বেসের চেয়ে ব্যাপক। এতে মিডিয়া, আইনসভা এবং নিয়ন্ত্রক সংস্থা এবং কমিউনিটি গ্রুপের মতো গোষ্ঠীগুলি অন্তর্ভুক্ত রয়েছে, যাদের আপনি যা বিক্রি করছেন তা তারা কিনুক বা না কিনুক আপনার ব্যবসার প্রতি আগ্রহ আরও বেশি হতে পারে। নতুন ব্যবসার জন্য জনসংযোগ কার্যক্রম শীর্ষ অগ্রাধিকার না হলেও, এগুলির কথা ভাবা শুরু করা গুরুত্বপূর্ণ। মেরামত বা পুনঃনির্দেশের সময়, পূর্ববর্তী জনসংযোগ কার্যক্রম এবং সংকটবস্থার ক্রিয়াকলাপগুলি নির্ধারণ করতে পারে যা কিনা আপনার ব্যবসা সাফল্যের বাধা সাফ করে।

মার্কেটিং এবং
পাবলিক
রিশনস

সিস্টেমের প্রয়োজনীয়তা আপনার ব্যবসার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হতে হবে। বিভিন্ন ধরনের ব্যবসার জন্য বিশেষ সরঞ্জাম এবং প্রোগ্রামের প্রয়োজন হবে। একটি সহজ স্প্রেডশীট বা নামী অ্যাকাউন্টিং সফটওয়্যারের মাধ্যমে কমপক্ষে, প্রায় প্রতিটি ব্যবসার কম্পিউটারের সাহায্যে সব রেকর্ড রাখা উচিত।

কম্পিউটার
সিস্টেম এবং
ইন্টারনেট

www.georgiasbdc.org

আ

জকের প্রশ্ন ইন্টারনেট ব্যবহার করা উচিত কিনা তা নয়, তবে কীভাবে এটি আপনার ব্যবসার জন্য ব্যবহার করবেন সেটা ব্যবসার ধরন, বাজার এবং আপনার ব্যবসার নির্দিষ্ট লক্ষ্যগুলি সোশ্যাল মিডিয়া যেমন ফেসবুক, টুইটার, লিঙ্কডইন ইত্যাদি সহ আপনার ইন্টারনেট ব্যবহারের পরিমাণকে প্রভাবিত করে। মোবাইল ডিভাইসের মাধ্যমে বিপণনের বিষয়টিও বিবেচনা করা উচিত। 2011 সাল থেকে সোশ্যাল মিডিয়ার মোবাইল ব্যবহারকারীরা 62 শতাংশ বৃদ্ধি পেয়েছে⁷ ছোট ব্যবসার গ্রাহকদের জন্য তথ্যমূলক সরঞ্জাম হিসাবে কমপক্ষে একটি প্রাথমিক ওয়েবসাইট থাকা উচিত এবং এটি অন্যান্য বিপণনের প্রচেষ্টার সাথে প্রযুক্ত করা উচিত। ইন্টারনেটের অন্যান্য প্রধান ব্যবহারগুলির মধ্যে রয়েছে ইমেইল, পণ্য/ পরিষেবা ক্রয়, গবেষণা করা, ডেটা শেয়ার করা, ইন্টারনেট এবং কর্মচারী নিয়োগ। আপনি যদি ইন্টারনেটকে একটি অতিরিক্ত সংস্থান মাধ্যম হিসাবে ব্যবহার করার কথা বিবেচনা করেন, তাহলে আপনাকে একজন বিশিষ্ট অগাস্টা উদ্যোক্তার অভিজ্ঞতার কথা মনে রাখতে হবে যিনি বলেছিলেন যে এই প্রচেষ্টা অন্য ব্যবসা খোলার সমতুল্য।

⁷ কেভিন শিভলি, দ্য স্টেট অফ সোশ্যাল মার্কেটিং - 2015, সিম্পলি মেজার্ড, ইনকর্পোরেশন.

গ্রাহক পরিষেবা

একজন গ্রাহক সবসময় সঠিকই প্রবাদটি এখনও প্রযোজ্য | অনেক গবেষণায় দেখা গেছে যে ভোক্তারা

ইতিবাচক অভিজ্ঞতার চেয়ে চার থেকে পাঁচ গুণ বেশি নেতিবাচক অভিজ্ঞতা শেয়ার করেন | অতএব, গ্রাহকদের সাথে ন্যায্য এবং সৎভাবে আচরণ করা

ব্যবসার প্রধান স্বার্থ হওয়া উচিত | গ্রাহক পরিষেবার আদর্শগুলি গ্রাহকের বিশ্বাস এবং গ্রাহকের আনুগতে পরিব্যাপ্ত। কিন্তু এই সমস্ত দর্শনের মূল কথা মূলত একই: গোল্ডেন রুলগুলি অনুসরণ করুন, যা বলে (ব্যবসায়) যে আমরা অন্যদের কাছ থেকে যে ব্যবহার প্রত্যাশা করি, প্রতিটি গ্রাহকের সাথে ঠিক সেইভাবে আচরণ করা উচিত। অভিজ্ঞতা অনেক ব্যবসাকে শিখিয়েছে যে কী প্রভাব পড়বে তার ভিত্তিতে সিদ্ধান্ত নেওয়া (অর্থাৎ, ভালভাবে প্রশিক্ষিত গ্রাহক পরিষেবা প্রতিনিধিদের দ্বারা) গ্রাহকদের পরিষেবা দেওয়ার সবচেয়ে কার্যকর উপায় |

নগদ প্রবাহ ব্যবস্থাপনা

নগদ অর্থ একটি ব্যবসার প্রাণশক্তি এবং, যেমন, একটি সঠিক নগদ প্রবাহ যে কোনও ব্যবসার সাফল্যের জন্য

অত্যাবশ্যক | ব্যালেন্স শীটের ব্যাখ্যার উর্ধ্ব নগদ প্রবাহ ব্যবস্থাপনা,

এর জন্য অর্থায়ন এর ব্যাপারে গভীরভাবে বোঝার প্রয়োজন। উদাহরণস্বরূপ, কার্যকরী মূলধনের অভাব ব্যবসার মালিককে ক্রেডিট অফ লাইনের জন্য অনুরোধ জানাতে পারে; তবে, পরিস্থিতিটি আরও বিশ্লেষণ করলে হয়তো দেখা যাবে অত্যধিক দেয়ীতে প্রাপ্ত দেনার ঘটনা এটি প্রকাশ করতে পারে। আরও কঠোর সংগ্রহ পদ্ধতির মাধ্যমে, নগদ প্রবাহে আরও স্বচ্ছন্দ অর্জন করা যেতে পারে | আরেকটি দৃশ্য দেখা যেতে পারে যে শিল্পের মানদণ্ডের চেয়ে কম মুনাফার মার্জিনের কারণে নগদ প্রবাহ ক্ষতিগ্রস্ত হচ্ছে। দাম বাড়ানোর মাধ্যমে, এমন একটি সংস্থা স্বচ্ছন্দ নগদ প্রবাহ পুনরুদ্ধার করতে পারে | উচ্চ প্রবৃদ্ধির পরিস্থিতি সংস্থাকে ঝুঁকিপূর্ণ অবস্থায় ফেলতে পারে কারণ তারা বিনিয়োগের বিকল্পগুলির সাথে কুস্তি করে | চূড়ান্ত উদ্দেশ্য হল ব্যবসায়ের স্থিতিশীলতা উন্নত করতে যেকোনো উপায়ে নগদ বরাদ্দ করা⁸

কর্মী ব্যবস্থাপনা

ব্যবসার মালিকানার অন্য সম্ভাব্য মাত্রা হল কর্মী ব্যবস্থাপনা। কর্মচারীর সংখ্যা বাড়ানো ব্যবসাতিকে আরও দক্ষ

উপায়ে বৃদ্ধি করতে সক্ষম করে, কারণ আরও দক্ষতা যোগ করা হয়। পরিষেবা-সংক্রান্ত ব্যবসায়, কর্মী ব্যবস্থাপনার বিষয়গুলি বিশেষভাবে গুরুত্বপূর্ণ, কারণ মানব সম্পদ সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ সম্পদ। ব্যক্তিদের ন্যায্য এবং নৈতিক আচরণ নিশ্চিত করার জন্য কর্মী ব্যবস্থাপনা সম্পর্কিত অসংখ্য আইন রয়েছে। বেতন-ভাতা কর সংক্রান্ত সরকারি বিধিবিধানও রয়েছে যা অবশ্যই মেনে চলতে হবে।

কৌশলগত পরিকল্পনা

এই অধ্যায়ের শুরুতে যেরকম বলা হয়েছে, সমস্ত ব্যবসায়ীদের তাদের ব্যবসায় কাজ করার থেকে কিছু সময়

বেঁট করতে হবে যাতে তাদের ব্যবসায়ের উপর কাজ করা যায়। কৌশলগত পরিকল্পনামাফিক অধিবেশন চিন্তাভাবনা, মূল্যায়ন করার এবং এই ব্যবসায়টি ব্যবসায়ীদের দ্বারা কাঙ্ক্ষিত দিকে এগিয়ে যাচ্ছে কিনা তা নির্ধারণ করার সুযোগ দেয়। বাইরের উপদেষ্টাদের সাথে এলাহী আয়োজন কার্যকরী কৌশলগত পরিকল্পনামাফিক অধিবেশনের জন্য প্রয়োজনীয় নয়। যে কোনও একটি বিকালেই

নগদ প্রবাহের আরও ভাল পরিচালনার জন্য¹⁰ টি পরামর্শ : <http://quickbooks.intuit.com/r/financial-management/10-tips-managing-cash-flow> আপনার নগদ প্রবাহ কীভাবে আরও ভালভাবে পরিচালনা করবেন: <http://www.entrepreneur.com/article/66008> | নগদ প্রবাহ ব্যবস্থাপনা: কৌশল ও সরঞ্জাম: <http://www.businessnewsdaily.com/4635-cash-flow-management.html>

একনাগাড়ে অগ্রগতি প্রতিবেদন পর্যালোচনা করা যেতে পারে অথবা বিশ্বস্ত কিছু উপদেষ্টার সাথে অফিসের বাইরে কিছু সময় এর জন্য বের করা যেতে পারে। পরিশেষে, কৌশলগত পরিকল্পনা প্রক্রিয়াটি "কর্পোরেট সংস্কৃতি" এর মধ্যে সংযুক্ত করা উচিত যাতে এটি বাধাগ্রস্ত না হয় এবং ভবিষ্যতের কর্মকাণ্ডের জন্য একটি ক্ল-প্রিন্টে রূপান্তরিত হয়।

কৌশলগত
পরিকল্পনা

এই নির্দেশিকাটি একটি ব্যবসা শুরু করার মৌলিক বিষয়গুলি সম্পর্কে আলোকপাত করার জন্য নকশায়িত করা

হয়েছে। তথ্যের আরও অনেক উত্স রয়েছে যা আপনি সহায়ক বলে মনে করতে পারেন। শেষ অধ্যায়ে বই, নিবন্ধ এবং ওয়েবসাইটগুলির একটি তালিকা রয়েছে যা মূল্যবান রেফারেন্স হতে পারে। উপরন্তু, রাজ্য জুড়ে জর্জিয়া স্মল বিজনেস ডেভেলপমেন্ট সেন্টারের অসংখ্য অফিস রয়েছে যা জর্জিয়া উদ্যোক্তাদের পরামর্শ, অবিরাম শিক্ষা এবং গবেষণা প্রদান করে। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের স্মল বিজনেস অ্যাডমিনিস্ট্রেশন, জর্জিয়া বিশ্ববিদ্যালয় এবং অন্যান্য রাজ্য বিশ্ববিদ্যালয় এবং কলেজগুলির দ্বারা পরিচালিত, আমাদের ফ্যাকাল্টি-স্তরের পরামর্শদাতারা বিভিন্ন ব্যবসায়িক পটভূমিতে অসীম দক্ষতার প্রস্তাব দেন। আমাদের সংস্থার লক্ষ্য হল উদ্যোক্তাদের ব্যাপক সমর্থনের মাধ্যমে জর্জিয়ানদের অর্থনৈতিক মঙ্গলসাধন করা। আমাদের অফিসের একটি তালিকা এই গাইডবুকের পিছনের কভারে পাওয়া যাবে। UGA SBDC এবং কীভাবে আমরা আপনাকে এবং আপনার ব্যবসাকে সাহায্য করতে পারি সে সম্পর্কে আরও জানতে, লগ ইন করুন আমাদের

www.georgiasbdc.org. ওয়েব সাইট-এ।

এই গাইডবুকের প্রথম অধ্যায়ে, উল্লেখ করা হয়েছিল যে কখনও কখনও সাফল্যমন্ডিত হওয়ার জন্য ভাগ্যও লাগে। আরেকটি প্রবাদ আছে যে ভাগ্য সাধারণত তাদের অনুকূল যারা সবচেয়ে বেশি প্রস্তুত। অতএব, যদি UGA SBDC আপনার উদ্যোক্তা প্রচেষ্টায় আরও সহায়ক হতে পারে, তাহলে দয়া করে আমাদের জানান। আপনার সাফল্যই আমাদের সাফল্য!

www.georgiasbdc.org

অধ্যায় 9: সহায়ক উৎস

www.georgiasbdc.org

মুদ্রণ সহায়ক
উৎস

শুরু করার বই

শিরোনাম: স্টাটিং অ্যান্ড অপারেটিং আ বিজনেস ইন জর্জিয়া লেখক: জেনকিন্স,
মাইকেল ডি।

Amazon.com-এ কিন্ডল বুক

শিরোনাম: স্টাট স্মল, ফিনিশ বিগ: ফিফটিন কি লেসনস টু স্টাট--অ্যান্ড রান--ইয়োর ওন
সাকসেসফুল বিজনেস

লেখক: ডেলুকা, ফ্রেড | হেইস, জন ফিলিপ মানডেভিল্লা প্রেস,
ডিসেম্বর, 2012

শিরোনাম: দ্য সাকসেসফুল বিজনেস প্ল্যান: সিক্রেটস অ্যান্ড স্ট্র্যাটেজিস লেখক: আব্রামস, রডা
এম |

প্ল্যানিং শপ, জুন, 2014

শিরোনাম: সামারি: লো রিস্ক, হাই রিওয়ার্ড: স্টাটিং অ্যান্ড গ্রোয়িং ইয়োর বিজনেস উইথ মিনিমাল রিস্ক
লেখক: রেইস, বব | ক্রুকশ্যাঙ্ক, জেফরি এল. বিজনেস নিউজ পাবলিশিং,
সেপ্টেম্বর, 2014

শিরোনাম: হাই টেক স্টাট-আপ: দ্য কমপ্লিট হ্যান্ডবুক ফর ক্রিয়েটিং সাকসেসফুল নিউ হাই-টেক
কোম্পানীজ

লেখক: নেশিম, জন এল.
ফ্রি প্রেস, মার্চ ২০০০

শিরোনাম: জে.কে. লেসার'স স্মল বিজনেস ট্যাক্সেস 2016: ইয়োর কমপ্লিট গাইড টু আ বেটার বটম লাইন

লেখক: ওয়েল্টম্যান, বারবারা
জে উইলি অ্যান্ড সন্স, 2016

শিরোনাম: স্টেপস টু স্মল বিজনেস স্টাট-আপ: এভরিথিং ইউ নীড টু নো টু টার্ন ইয়োর আইডিয়া
ইনটু আ সাকসেসফুল বিজনেস (স্মল বিজনেস স্ট্র্যাটেজিস সিরিজ)

লেখক: পিনসন, লিন্ডা
আউট অফ ইয়োর মাইন্ড... অ্যান্ড ইনটু দ্য মার্ক, মে, 2014

শিরোনাম: নিউ বিজনেস ভেঞ্চার অ্যান্ড দ্য অস্তুপ্রনার লেখক: স্টিভেনসন,

হাওয়ার্ড এইচ I [et.al]

প্রকাশক: ইরউইন ম্যাকগ্রা-হিল, 2006

শিরোনাম: স্মার্টস্টাট- হাউ টু স্টাট আ বিজনেস ইন জর্জিয়া

লেখক/প্রকাশক: অস্তুপ্রনার প্রেস, 2007

সহায়িকা বই

মুদ্রণ
সহায়ক উৎস

- শিরোনাম: নর্থ আমেরিকান ইন্ডাস্ট্রি ক্লাসিফিকেশন সিস্টেম
লেখক/
প্রকাশক: ইউএস অফিস অফ ম্যানেজমেন্ট অ্যান্ড বাজেট
- শিরোনাম: স্ট্যাটিস্টিক্যাল অ্যাবস্ট্রাক্ট অফ দ্য ইউনাইটেড স্টেটস 2012-2013: দ্য ন্যাশনাল ডেটা
বুক
লেখক: ইউএস ডিপার্টমেন্ট অফ কমার্স পাবলিশার:
স্কাইহর্স পাবলিশিং, জুলাই, 2012
- শিরোনাম: ফাইন্যান্সিয়াল স্ট্যাডিজ অফ দ্য স্মল বিজনেস, 29^{তম} সংস্করণ লেখক/
প্রকাশক: ফাইন্যান্সিয়াল রিসার্চ অ্যাসোসিয়েটস, ডিসেম্বর 2006
- শিরোনাম: ডিরেক্টরিজ ইন প্রিন্ট: আ ডেক্রিপ্টিভ গাইড টু প্রিন্ট অ্যান্ড নন-প্রিন্ট ডিরেক্টরিজ, বায়ার'স
গাইডস, বায়ার'স গাইডস, রোস্টার অ্যান্ড আদার অ্যাড্রেস লিস্টস অফ অল কাইন্ডস
প্রকাশক: গেল রিসার্চ, মার্চ, 2016
- শিরোনাম: ম্যানুফ্যাকচারিং অ্যান্ড ডিস্ট্রিবিউশন ইউএসএ পাবলিশার:
গেইল রিসার্চ, নভেম্বর, 2014
- শিরোনাম: ইনডাস্ট্রি নর্মস অ্যান্ড কী বিজনেস রেশিওস 2014 প্রকাশক: ডান এবং ব্র্যাডস্ট্রিট
ইনফর্মেশন
- শিরোনাম: এনসাইক্লোপিডিয়া অফ অ্যাসোসিয়েশনস: ন্যাশনাল অর্গানাইজেশন অফ দ্য ইউ.এস.
প্রকাশক: গেল রিসার্চ, মার্চ, 2016
- শিরোনাম: স্মল বিজনেস সোর্সবুক: দ্য অন্তপ্রনার'স রিসোর্স
প্রকাশক: গেল রিসার্চ, ফেব্রুয়ারী, 2016
- শিরোনাম: মার্কেট শেয়ার রিপোর্টার: অ্যান অ্যানুয়াল কম্পিলেশন অফ রিপোর্টেড মার্কেট শেয়ার ডেটা
অন কোম্পানীজ, প্রডাক্টস, অ্যান্ড সার্ভিসেস
প্রকাশক: গেল রিসার্চ, সেপ্টেম্বর, 2015
- শিরোনাম: 2015 জর্জিয়া কাউন্টি গাইড
প্রকাশক: কো-অপারেটিভ এক্সটেনশন সার্ভিস এবং কার্ল ভিনসন ইনস্টিটিউট অফ গভর্নমেন্ট, জর্জিয়া বিশ্ববিদ্যালয়

www.georgiasbdc.org

পরিশিষ্ট

www.georgiasbdc.org

একটি নতুন শিল্প পরিষেবার জন্য
টেলিফোন সমীক্ষার নমুনা

হ্যালো! আমি কি [যোগাযোগের নাম] এর সাথে কথা বলতে পারি?

হাই! আমি [সাক্ষাৎকারকারীর নাম] [গবেষণা কোম্পানির নাম] থেকে কল করছি। আমরা প্রকিউরমেন্ট বিশেষজ্ঞদের একটি সংক্ষিপ্ত অধ্যয়ন করছি এবং আমরা আপনাকে আপনার সুবিধা সম্পর্কে আজ কয়েকটি প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করতে চাই। কিছু প্রশ্নোত্তরের জন্য আপনার কি এখন সময় হবে?

[প্রশ্নগুলি প্রায় 5 মিনিট সময় নেবে – আমরা অপারেশন উন্নত করতে এবং নতুন সফটওয়্যারের মাধ্যমে দক্ষতা বৃদ্ধির ক্ষেত্রে আপনার প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে জানতে চাই।]

1. হ্যাঁ [চালিয়ে যাও]
2. না [5 মিনিট দেওয়ার জন্য কখন আপনার পক্ষে সবথেকে উপযুক্ত সময়?]

আমরা শুরু করার আগে, আমি আপনাকে জানাতে চাই যে আপনি যে সমস্ত তথ্য সরবরাহ করবেন তা কঠোরভাবে গোপন রাখা হবে। অধ্যয়নটি সম্পূর্ণ স্বেচ্ছামূলক এবং আপনার দেওয়া কোনও তথ্যের সাথে আপনার নাম বা আপনার ব্যবসার নাম আলাদাভাবে যুক্ত করা হবে না। গুণমান নিয়ন্ত্রণের উদ্দেশ্যে আমার সুপারভাইজারও সাক্ষাৎকারের অংশ শুনতে পারেন।

Q1 – প্রথমত, নিম্নলিখিত সফটওয়্যার বিক্রেতাদের মধ্যে, বর্তমানে বাজারে অনুমানিক বাজার অংশ হিসাবে আপনি কোনটিকে স্থান দেবেন?

[সাক্ষাৎকারকারী: বিকল্পগুলি পড়ুন]

1. প্রতিযোগী 1 [Q2 তে চলে যান]
2. প্রতিযোগী 2 [Q2 তে চলে যান]
3. প্রতিযোগী 3 [Q2 তে চলে যান]
4. প্রতিযোগী 4 [Q2 তে চলে যান]
5. প্রতিযোগী 5 [Q2 তে চলে যান]
6. অন্যান্য [উল্লেখ করুন] [Q2 তে চলে যান]
7. কম্পিউটারাইজড সিস্টেম ব্যবহার করবেন না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই [Q2 তে চলে যান]

প্রশ্ন ১. ১ – আপনি কেন কোনও কম্পিউটারাইজড সিস্টেম ব্যবহার করেন না?

1. [উত্তর লিখুন] _____
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

প্রশ্ন ১. ২ – আপনি কি ভবিষ্যতে কম্পিউটারাইজড সিস্টেম ব্যবহার করার কথা ভাবছেন?

1. হ্যাঁ [কেন? 1. [উত্তর লিখুন] _____
2. না [কেন? 1. [উত্তর লিখুন] _____
9. জানি না/কোন উত্তর নেই [Q13 এ

এড়িয়ে যান]

Q2 – এই বিক্রেতাদের মধ্যে আপনি কোনটিকে সর্বাধিক সংখ্যক গ্রাহক হিসাবে স্থান দেবেন?

1. প্রতিযোগী 1
2. প্রতিযোগী 2
3. প্রতিযোগী 3
4. প্রতিযোগী 4
5. প্রতিযোগী 5

9 – জানি না/কোন উত্তর নেই

Q3 – আপনার ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতার এবং পণ্য নির্ভরযোগ্যতার উপর ভিত্তি করে আপনি এই বিক্রেতাদের মধ্যে কোনটিকে সবচেয়ে অনুকূল বলে মনে করেন?

1. প্রতিযোগী 1
2. প্রতিযোগী 2
3. প্রতিযোগী 3
4. প্রতিযোগী 4
5. প্রতিযোগী 5

9 – জানি না/কোন উত্তর নেই

Q4 – এই একই বিক্রেতাদের গ্রাহক সহায়তা পরিষেবাগুলির মধ্যে, আপনি কোনটি সবচেয়ে অনুকূল হিসাবে র‌্যাঙ্ক করবেন?

1. প্রতিযোগী 1
2. প্রতিযোগী 2
3. প্রতিযোগী 3
4. প্রতিযোগী 4
5. প্রতিযোগী 5

Q5 – নিম্নলিখিত বিবৃতিগুলির মধ্যে, আপনি বর্তমানে যে সফটওয়্যারটি ব্যবহার করছেন সে সম্পর্কে আপনার সবচেয়ে শক্তিশালী ইতিবাচক ধারণা কী?

1. এটি ব্যবহার করা সহজ
2. এটি স্বয়ংক্রিয়ভাবে সবকিছু করে
3. এটি ক্রিয়াকলাপগুলিকে কম জটিল করে তোলে
4. আমি আরও কাজ সম্পন্ন করতে পারি
5. ক্রিয়াকলাপগুলি আরও দক্ষ হয়ে উঠেছে
6. অন্যান্য [উত্তরদাতার দ্বারা প্রদত্ত] _____

9 – জানি না/কোন উত্তর নেই

Q6 – নিম্নলিখিত বিবৃতিগুলির মধ্যে, আপনি যে সফটওয়্যারটি ব্যবহার করেছেন সে সম্পর্কে আপনার সবচেয়ে শক্তিশালী নেতিবাচক ধারণাটি কোনটি?

1. কাজ করার জন্য আমার কম্পিউটার সায়েন্সের ডিগ্রি দরকার
2. এটি আমাদের ব্যবসার সাথে মেলে না বলে ক্রমাগতভাবে জটিলতার সৃষ্টি করছে
3. কাগজ কলমে কাজ করাই বেশী সহজ ছিল
4. আমি কম্পিউটারে আমার সমস্ত সময় ব্যয় করি
5. আমি তথ্য ও ভারলোডের সমস্যার সম্মুখীন
6. কে জানে এতে কিছু উন্নতি হয়েছে কিনা
7. অন্যান্য [উত্তরদাতার দ্বারা প্রদত্ত] _____

9 – জানি না/কোন উত্তর নেই

Q7 – আপনি যদি আপনার সফটওয়্যার সম্পর্কে একটি জিনিস পরিবর্তন করতে পারেন, আপনি কি [বিকল্পগুলি পড়ুন]

1. স্বয়ংক্রিয়তা বাড়ান
2. স্বয়ংক্রিয়তা কমান
3. কার্যকারিতা যোগ করুন [আপনি কীভাবে কার্যকারিতা যোগ করবেন?] _____
4. কার্যকারিতা হ্রাস করুন [আপনি কীভাবে কার্যকারিতা হ্রাস করবেন?] _____
5. পুরো প্রোগ্রামটি টেস্ট করুন এবং কাগজে ফিরে যান
6. অন্যান্য [উত্তরদাতার দ্বারা প্রদত্ত] _____
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q8 – সফটওয়্যারের নিম্নলিখিত দিকগুলির মধ্যে সবচেয়ে দরকারী হিসাবে আপনি কোনটিকে স্থান দেবেন? [উত্তর পড়ুন]

1. সহজসাধ্য ব্যবহার, অন্তর কাগজের ফর্মগুলিতে লেখার তুলনায় অনেক সহজ
2. 'প্রকৃত সময়'-এ কাজ হয়
3. কীবোর্ড সময় হ্রাস হয়, যেমন ডেটা এন্ট্রি বা একটি কাজ সম্পাদন করার ক্ষেত্রে
4. হ্যান্ডহেল্ড প্রযুক্তি, বা অফিসে কম কাগজের ব্যবহার
5. আরও সহজ এবং কাস্টমাইজড রিপোর্টিং
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q9 – আপনি যদি আপনার জন্য আদর্শ সিস্টেম তৈরি করেন তাহলে ... ।

1. একটি নতুন সিস্টেমে রূপান্তর করুন
2. আপনার বিদ্যমান সিস্টেম পরিবর্তন করুন
3. কাজক্ষত ফল পেতে বিদ্যমান সিস্টেমের সাথে আরও ক্রিয়াকলাপ তৈরি করুন
4. যদি এটি সংশোধন করা না যায় তবে কেবল বর্তমান সিস্টেমটি চালিয়ে যান
5. আপনার নিজের কোম্পানি শুরু করুন কারণ অন্য সবকিছু আগে চেষ্টা করা হয়েছে
6. অন্যান্য [উত্তরদাতার দ্বারা প্রদত্ত] _____
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q10 – আপনার সফটওয়্যারের জন্য বিদ্যমান গ্রাহক পরিষেবা কি চমৎকার সমর্থন, ভাল সমর্থন, পর্যাপ্ত সহায়তা, খারাপ সমর্থন বা অসমর্থন প্রদান করে?

1. চমৎকার
2. ভালো
3. পর্যাপ্ত
4. খারাপ
5. অসমর্থন
9. 9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q11 – আপনি যে স্তরের পরিষেবা পান তাকে আপনি কী বলেন? আপনি কি আপনার বিক্রেতার আকার, আপনার বিক্রেতার পরিষেবা, আপনার বিক্রেতার দক্ষতা, আপনার বিক্রেতার প্রতিশ্রুতি বা আপনার বিক্রেতার অন্যান্য গ্রাহকদের তুলনায় আপনার কোম্পানির আকার বলবেন?

1. বিক্রেতার আকার
2. বিক্রেতার পরিষেবা
3. বিক্রেতার দক্ষতা
4. বিক্রেতার প্রতিশ্রুতি
5. বিক্রেতার অন্যান্য গ্রাহকদের তুলনায় কোম্পানির আকার
6. অন্যান্য [উত্তরদাতার দ্বারা প্রদত্ত] _____
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q12 – নতুন সফ্টওয়্যার পণ্য সম্পর্কে তথ্য জানতে আপনি নিচের কোনটি ব্যবহার করেন?

12.1 – আপনি কি মৌখিক পরিষেবা ব্যবহার করেন?

1. হ্যাঁ
2. না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

12.2 – আপনি কি ট্রেড ম্যাগাজিনের বিজ্ঞাপন থেকে তথ্য পান?

1. হ্যাঁ [ম্যাগাজিনের নাম উল্লেখ করুন] _____
2. না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

12.3 – আপনি কি ট্রেড শো থেকে তথ্য পান?

1. [ট্রেড শো-এর নাম(S) উল্লেখ করুন] _____
2. না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q12.4 – আপনি কি সেলস প্রতিনিধিদের কাছ থেকে তথ্য পান?

1. হ্যাঁ [কোন সংস্থার এই প্রতিনিধিরা] _____
2. না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q12.5 – অন্য কোন উৎস আছে যেখানে আপনি সফ্টওয়্যার পণ্য তথ্য পাবেন?

1. হ্যাঁ [উৎসের নাম কী] _____
2. না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q13 – আপনার সুবিধার জন্য একটি নতুন সিস্টেমের জন্য আপনি কত ডলার দিতে ইচ্ছুক?

_____ ডলার [পরিসর 0 - \$ 999,995]

999,995 - 999,995 বা তার বেশি

999,996 – প্রযোজ্য নয়

999,999 – জানি না/কোন উত্তর নেই

Q13.1 – আনুষ্ঠানিক, প্রতিযোগিতামূলক কোটেশন বা আনুষ্ঠানিক বিড প্রক্রিয়া ছাড়াই ক্রয় করার জন্য আপনার বিভাগের ডলার সীমা বা সীমানা কী?

_____ ডলার [পরিসর 0 - \$ 999,995]

999,995 – 999,995 বা তার বেশি

999,996 – প্রযোজ্য নয়

999,999 – জানি না/কোন উত্তর নেই

Q14 – আপনি কি ওয়ার্ল্ড ওয়াইড ওয়েবের মাধ্যমে অ্যাপ্লিকেশনভিত্তিক সফটওয়্যার লিজ দিতে আগ্রহী?

1. হ্যাঁ
2. না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

www.georgiasbdc.org

Q15 – আপনি কি ফিন্ডের কাজ রেকর্ড করতে ওয়ারলেস, হ্যান্ডহেল্ড প্রযুক্তি ব্যবহার করতে আগ্রহী?

1. হ্যাঁ [অথবা ইতিমধ্যে এটি ব্যবহার করি]
2. না
9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q16 – আপনার বিভাগের কি আলাদা পরিকল্পনা বিভাগ রয়েছে যা আপনার সুবিধার জন্য ক্রয়ের সিদ্ধান্ত নেয়?

1. হ্যাঁ
2. না [Q17 এ চলে যান]
9. 9. জানি না/কোন উত্তর নেই

Q17 – আপনার কি অন্য কোনও মন্তব্য আছে যা আপনি মনে করেন যে কোনও বিক্রেতাকে সফটওয়্যার উন্নত করতে প্রভাবিত করতে পারে? পণ্য নাকি পরিষেবা? [যদি হ্যাঁ, মন্তব্য লিখুন]

Q18 - আমার এতটুকুই প্রশ্ন ছিল এবং আজ আপনার সাহায্যের জন্য আমি কৃতজ্ঞ। আমাদের যদি অন্য কোনও প্রশ্ন থাকে তবে কি পরবর্তীকালে আবার আপনাকে কল করা যেতে পারে?

1. হ্যাঁ, কল করতে পারেন
2. না, কল করবেন না [সাক্ষাৎকার শেষ করুন]

Q19 – আমি কি আপনার নাম [প্রথম এবং শেষ] এবং ফোন নম্বর পেতে পারি যাতে আমরা আপনাকে নির্দিষ্টভাবে জিজ্ঞাসা করতে পারি?

1. হ্যাঁ [নাম লিখুন] [ফোন নম্বর লিখুন] _____
2. না _____

আজ আপনার সহায়তার জন্য ধন্যবাদ ।
আপনার প্রতিক্রিয়া আমাদের সুযোগ-সুবিধাগুলির চাহিদা আরও ভালভাবে বুঝতে সাহায্য করবে।
সুস্থ থাকুন।

www.georgiasbdc.org

নমুনা মেল সম্ভাব্যতা প্রশ্নাবলী টেনিস এবং ফিটনেস কমপ্লেক্স

হ্যালো, আমার নাম _ এবং আমি একটি স্থানীয় পোলিং ফর্ম _____ এর সাথে আছি। আমরা আটলান্টা এলাকায় টেনিস অংশগ্রহণ নিয়ে একটি গবেষণা করছি। আমি কি বাড়ির কোনো প্রাপ্তবয়স্কের সাথে কথা বলতে পারি?

হ্যাঁ ==> (একবার সংযুক্ত হয়ে গেলে নিজের এবং অধ্যয়নের উদ্দেশ্যকে পুনরায় পরিচয় করিয়ে দিন।)

না ==> তাঁকে কল করার উপযুক্ত সময় কখন হবে?

তারিখ: → সময়: →

Q1. আপনি বা আপনার পরিবারের কোনও সদস্য কত ঘন ঘন টেনিস খেলেন?

- _____ কখনই না
 _____ মাসে একবার বা তার কম
 _____ প্রতি মাসে 2-3 বার
 _____ সপ্তাহে একবার বা তার বেশি

Q2. আপনি কি বর্তমানে একজন সদস্য...

- _____ টেনিস সাবডিভিশন?
 _____ টেনিস ক্লাব?
 _____ কান্ট্রি ক্লাব?
 _____ ফিটনেস সেন্টার/কমপ্লেক্স?
 _____ না/প্রযোজ্য নয় (Q.10 এ চলে যান)

সেটির নাম কী?

www.georgiasbdc.org

Q3. আপনি যে টেনিস (সাবডিভিশন/ক্লাব/সেন্টার) এর সদস্য সেটি সম্পর্কে আপনি কী সবচেয়ে বেশি পছন্দ করেন?

Q4. আপনি যে টেনিস (মহকুমা/ক্লাব/কেন্দ্র) এর সদস্য সেটি সম্পর্কে আপনি কী সবচেয়ে কম পছন্দ করেন?

Q5. আপনি যে টেনিস (সাবডিভিশন/ক্লাব/কেন্দ্র) এর সদস্য, তার কোনো একটি জিনিস যদি আপনি পরিবর্তন করতে পারতেন, তাহলে তা কী হতো?

Q6. আপনি যে টেনিস (সাবডিভিশন/ক্লাব/সেন্টার) এর অন্তর্গত তার মাসিক সদস্যপদ ফি কত?

- | | |
|---------------------|---------------------|
| _____ \$100 এর কম | _____ \$150 - \$179 |
| _____ \$100 - \$129 | _____ \$180 - \$200 |
| _____ \$130 - \$149 | _____ \$200 এর বেশী |

Q7. এবং যোগদানের জন্য কি কোনও আগাম বা সদস্যপদ ফি ছিল?

_____ হ্যাঁ ==> অনুগ্রহ করে বর্ণনা করুন: _____

_____ না

Q8. এই ফি কি একটি প্যাকেজ চুক্তির অংশ, উদাহরণস্বরূপ একটি পারিবারিক প্ল্যান বা সীমিত সময়ের জন্য বিশেষ?

_____ হ্যাঁ ==> অনুগ্রহ করে বর্ণনা করুন: _____

_____ না

Q9. এখন আমি আপনাকে বৈশিষ্ট্যসমূহের একটি সংক্ষিপ্ত তালিকা পড়ে শোনাচ্ছি, এবং আমি আপনার থেকে জানতে চাই যে এগুলি আপনার টেনিসে অফার করা হয় কিনা (সাবডিভিশন/ক্লাব/সেন্টার) | (শুধুমাত্র ইতিবাচক প্রতিক্রিয়াগুলি লক্ষ্য করুন)

- | | |
|---|---|
| _____ নটিলাস ইকুইপমেন্ট | _____ এরোবিক স্টুডিও |
| _____ স্পোর্টস পোশাক এবং সরঞ্জামের দোকান | _____ রিফ্রেশমেন্টের উপলব্ধতা ব্যক্তিগত টেনিস পাঠ |
| _____ ক্লাব/ পাঠ/ নির্দেশনা | _____ পরিকল্পিত সামাজিক অনুষ্ঠান |
| _____ ইনডোর টেনিস কোর্ট | _____ |
| _____ ক্লাব হাউস বা রিসেপশন এরিয়া ভাড়ার জন্য উপলব্ধ | _____ |

Q10. আমি চাই যে আপনি নিচের প্রতিটি বৈশিষ্ট্য আপনার কাছে কতটা গুরুত্বপূর্ণ তা মূল্যায়ন করুন | আমরা 1 থেকে 5 এর স্কেল ব্যবহার করব যার মধ্যে 1 প্রতিনিধিত্ব করবে "এটা মোটেও গুরুত্বপূর্ণ নয়" যে আমার টেনিস (উপবিভাগ/ক্লাব/সেন্টার) এই বৈশিষ্ট্যটি সরবরাহ করে এবং 5 প্রতিনিধিত্ব করে "আমার টেনিস (মহকুমা/ ক্লাব/কেন্দ্র) এই বৈশিষ্ট্যটি সরবরাহ করে **খুব গুরুত্বপূর্ণভাবে**।" এবং মনে রাখবেন আপনি 1 থেকে 5 এর মধ্যে যে কোনও সংখ্যা ব্যবহার করতে পারেন।

- | |
|--|
| _____ নটিলাস ইকুইপমেন্ট |
| _____ অ্যারোবিক স্টুডিও |
| _____ স্পোর্টস পোশাক এবং সরঞ্জামের দোকান |
| _____ রিফ্রেশমেন্টের উপলব্ধতা |
| _____ গ্রুপ টেনিস পাঠ (একজন ব্যক্তির জন্য সপ্তাহে একবার) |
| _____ ব্যক্তিগত টেনিস পাঠ (অতিরিক্ত চার্জ) |
| _____ পরিকল্পিত সামাজিক অনুষ্ঠান |
| _____ ক্লাব হাউস বা রিসেপশন এরিয়া ভাড়ার জন্য উপলব্ধ |

পরিশিষ্ট

- ইনডোর টেনিস কোর্ট
 ক্লে কোর্ট
 কঠিন আদালত
 স্টেডিয়াম কোর্ট
 বাড়ি থেকে গাড়ি চালিয়ে 20 মিনিটের মধ্যে অবস্থিত
 বাড়ি থেকে গাড়ি চালিয়ে 20 মিনিটের মধ্যে অবস্থিত

Q11(a). যদি আটলান্টার উত্তর দিকে একটি নতুন টেনিস সংগঠন খোলা হয় এবং আলোচনা মতো সব সুবিধা অফার করা হয় তাহলে আপনি কি সদস্য হতে এককালীন **ফ্যামিলি** মেম্বারশিপ ফি **4,000 ডলার** এবং এর সাথে প্রতি মাসে দিতে ইচ্ছুক হবেন?

- \$ 200 (Q12 এ চলে যান)
 \$ 150 (Q12 এ চলে যান)

Q11(b). যদি আটলান্টার উত্তর দিকে একটি নতুন টেনিস সংগঠন খোলা হয় এবং আলোচনা মতো সব সুবিধা অফার করা হয় তাহলে আপনি কি সদস্য হতে এককালীন **ফ্যামিলি** মেম্বারশিপ ফি **3,000 ডলার** এবং এর সাথে প্রতি মাসে দিতে ইচ্ছুক হবেন?

- \$ 200 (Q12 এ চলে যান)
 \$ 150 (Q12 এ চলে যান)

Q11(c). যদি আলোচনা করা সমস্ত সুযোগ-সুবিধা প্রদান করে আটলান্টার উত্তর দিকে একটি নতুন টেনিস সংগঠন খোলা হয়, আপনি কি এককালীন **পৃথক** সদস্যপদ ফি **\$ 2,500** গ্রাস দিতে ইচ্ছুক?

- সদস্য হতে প্রতি মাসে?
 \$ 150 (Q12 এ চলে যান)
 \$ 200 (Q12 এ চলে যান)
 সদস্যপদ পরিবর্তন করতে ইচ্ছুক নই
 কোনও সদস্যপদে আগ্রহী নই

www.georgiasbdc.org

Q12. কেন এটা? _____

নিম্নলিখিত প্রশ্নগুলি কেবল শ্রেণিবিন্যাসের উদ্দেশ্যে এবং এর সাথে ব্যক্তির কোনও সংযোগ থাকবে না।

D1. আপনার বয়সকে সবচেয়ে ভালভাবে বর্ণনা করে এমন বিভাগটি যখন পড়ব তখন আমাদের দয়া করে থামান:

- 18 - 24 25 - 34
 35 - 44 45 - 56
 55 - 64 65+

D2. আপনার আবাসিক জিপ কোড কী: _____
আপনার অফিস জিপ কোড কী: _____

D3. আপনার পরিবারে কতজন প্রাপ্তবয়স্ক আছে? _____
আপনার পরিবারে কতজন শিশু আছে? _____

D4. আপনার বার্ষিক পারিবারিক আয়কে সবথেকে ভালোভাবে বর্ণনা করে এমন বিভাগটি যখব পড়ব তখন দয়া করে আমাকে থামান ।

_____ \$19,999 or less	_____ \$20,000 to \$29,999
_____ \$30,000 to 49,999	_____ \$50,000 to \$74,999
_____ \$75,000 to \$99,999	_____ \$100,000 to \$149,999
_____ \$150,000 or more	_____ অস্বীকার

আটলান্টায় বর্তমান এবং প্রস্তাবিত টেনিস সেন্টারগুলি মূল্যায়নে আপনার সহায়তার জন্য আপনাকে ধন্যবাদ ।

www.georgiasbdc.org

ইন্টারসেস্ট ইন্টারভিউ নমুনা
কফি শপ ফিজিবিলিটি সার্ভে

আমরা একটি দ্রুত কনসিউমার পোল নিচ্ছি এবং আশা করছি আপনি অংশগ্রহণ করতে পারবেন। এই সমীক্ষাটি দশ মিনিটের বেশি সময় নেবে না।

1. আপনি কত ঘন ঘন কফি বা কফি সম্পর্কিত পানীয় পান করেন?

_____ দিনে একবারের বেশী _____ সপ্তাহে একবার
_____ দিনে একবার _____ মাসে কয়েকবার -> * মাসে একবারের কম -> *
_____ সপ্তাহে বেশ কয়েকবার _____
*ধন্যবাদ এবং দিনটি ভালো কাটুক

2. আপনি কখন, কোথায় এবং কত কফি পান করেন সে সম্পর্কে আরও কিছুটা এখন জানতে চাই। আপনি কি সকালে কফি পান করেন? দুপুরে? সন্ধ্যায়? রাতে?

1= প্রায় সবসময় 2=কখনও কখনও 3=কখনো না*
(* নিম্নলিখিত প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করবেন না) (দিনের প্রতিটি

সময়ের ক্ষেত্রে নিম্নলিখিত প্রশ্নগুলি পুনরাবৃত্তি করুন এবং টেবিলে উত্তরগুলি রেকর্ড করুন।) তাহলে আপনি কত কাপ কফি পান

করেন?

আপনি কফি কোথায় পান করেন? (বাড়ি/ গার্ডি/ অফিস/ রেস্টোরাঁ/ অন্যান্য)

এবং সেই কফি কোথায় কেনা বা তৈরি করা হয়েছিল? (মুদি দোকান/ কনভিনিয়েন্স স্টোর/ফাস্ট ফুড রেস্টোরাঁ/কফি শপ/রেস্টোরাঁ-অন্য)

এবং পরিশেষে, আপনি সাধারণত সেই সময় এবং সেই জায়গা থেকে কফি কেন কিনে থাকেন? (সুবিধাজনক অবস্থান/ উচ্চমানের স্বাদ/পরিমিত মূল্য/বিভিন্ন ধরনের কফি পানীয়/ বিনামূল্যের খাবারের প্রাপ্যতা/দোকানের পরিবেশ/অন্যান্য তালিকা)

	1,2,3	# কাপ?	কোথায় খাওয়া হয়?	কোথায় কেনা/তৈরি?	ক্রয়ের জন্য কারণ(গুলি)?
সকাল					
বিকাল					
সন্ধ্যা					
রাত					

3. আপনি কি কফি পান করেন
- | | | |
|-------------------------------|-------|-------|
| | হ্যাঁ | না |
| শুধুমাত্র খাবারের সাথে? | _____ | _____ |
| শুধুমাত্র একটি পানীয় হিসাবে? | _____ | _____ |
| অথবা একটি "ট্রিট" হিসাবে? | _____ | _____ |
4. আপনি কি অন্যান্য সময়ের তুলনায় বছরের নির্দিষ্ট সময়ে বেশি কফি পান করেন? যদি তাই হয়, তো কখন? _____
- _____
- _____
5. আপনি যখন কফি বা কফি সম্পর্কিত পানীয় ক্রয় করেন, তখন আপনি সাধারণত প্রতি কাপ কফির জন্য কত খরচ করেন?
- | | |
|-------|--------------------|
| _____ | এক ডলারের কম |
| _____ | এক থেকে দুই ডলার |
| _____ | দুই থেকে পাঁচ ডলার |
| _____ | পাঁচ ডলারের বেশি |
- 6.

আমার সমস্ত প্রশ্ন এখানেই শেষ। আপনার সময় এবং সহযোগিতার জন্য ধন্যবাদ!

মন্তব্য

www.georgiasbdc.org