

सब्सक्राइबर कॉपी

भारत

का

पहला

आईपीओ

समर्पित

मैगज़ीन

आईपीओ वर्ल्ड

“आईपीओ: एजुकेशन से एग्ज़िक्यूशन तक”

सातवाँ संस्करण, दिसंबर 2025 □ पेज 146 □ www.indiaipo.in □ ₹ 275

इस महीने की प्रमुख कंपनी

Groww: ऐप से IPO तक का सफ़र

डीमैट अकाउंट्स ने बनाया रिकॉर्ड
21 करोड़ का आँकड़ा पार!

भारत के फिनटेक यूनिकॉर्न:
ग्लोबल-स्केल प्लेटफॉर्म के
निर्माता

कवर स्टोरी

भारत के विकास में फिनटेक की भूमिका

इंडिया: फिनटेक IPO के लिए
दुनिया का सबसे आकर्षक बाज़ार

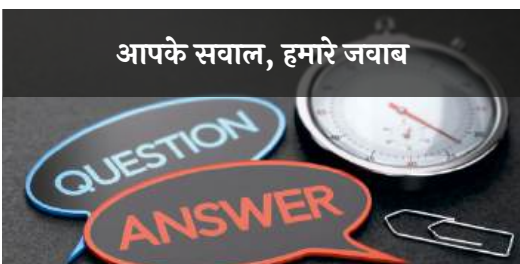
फिनटेक वैल्यूएशन का विश्लेषण



आईपीओ वर्ल्ड की झलकियाँ

सातवाँ संस्करण

दिसंबर 2025



टॉप स्टोरीज़

भारत की विकास गति में फिनटेक की भूमिका

इस फीचर में आपको बताएँगे कि कैसे फिनटेक भारत की आधुनिक अर्थव्यवस्था की 'रीढ़ की हड्डी' बन गया है। UPI की दुनिया भर में धाक से लेकर डिजिटल लेंडिंग, वेल्थ-टेक, इंश्योर-टेक और नियोबैंकिंग तक-जानिए यह सब मिलकर कैसे हमारी GDP ग्रोथ को तेज़ी दे रहे हैं और भारत को दुनिया के सबसे तेज़ डिजिटल फ़ाइनेंशियल इकोसिस्टम में बदल रहे हैं। यह आर्टिकल बताता है कि भारत को \$10-ट्रिलियन की अर्थव्यवस्था बनाने में फिनटेक का सबसे बड़ा रोल क्यों होगा।

डीमैट अकाउंट्स ने बनाया रिकॉर्ड – 21 करोड़ का आँकड़ा पार!



क्या आप जानते हैं कि भारत ने पिछले पाँच सालों में इतने निवेशक जोड़ लिए हैं, जितने कई देशों ने दशकों में भी नहीं जोड़े? आज डीमैट खातों की संख्या 21 करोड़ से ज्यादा हो गई है, तो यह फ़ीचर आपको बताएगा कि इस 'वित्तीय बूम' के पीछे लोगों की सोच में क्या बड़ा बदलाव आया है।

म्युचुअल फंड्स ने Small-Cap IPOs में झाँके ₹8,752 करोड़!

जानें कि कैसे म्युचुअल फंड्स ने Small-Cap IPOs में ₹8,752 करोड़ की रिकॉर्ड रकम लगाई है। यह दिखाता है कि भारत की उभरती हुई कंपनियों में फंड हाउसेज़ का भरोसा कितना बढ़ गया है। हम विश्लेषण करेंगे कि आखिर क्यों यह फंड छोटे, तेज़ी से बढ़ते और भारत की ज़मीनी ज़रूरतों को पूरा करने वाले बिज़नेस पर बड़ा दाँव खेल रहे हैं।

इंडिया: फिनटेक IPO के लिए दुनिया का सबसे आकर्षक बाज़ार

अब भारत, फिनटेक IPO के लिए अमेरिका, UK, सिंगापुर और हॉन्ग कॉन्ग से भी आगे निकलकर ग्लोबल कैपिटल बन चुका है। हमारा फ़ीचर इस बात को डीकोड करेगा कि आखिर क्यों भारत फिनटेक लिस्टिंग के लिए सबसे हॉट डेस्टिनेशन है: यहाँ की बड़ी घरेलू माँग, मज़बूत नियम, फ़ायदेमंद बिज़नेस मॉडल और शानदार डिजिटल पहुँच।

इस महीने की प्रमुख कंपनी – Groww: ऐप से IPO तक का सफ़र



इस बार हम Groww को स्पेशल स्पॉटलाइट में ला रहे हैं, जो भारत का सबसे तेज़ी से बढ़ने वाला इन्वेस्टिंग प्लेटफॉर्म है। हम जानेंगे कि कैसे यह एक साधारण ऐप से पब्लिकली लिस्टेड फिनटेक पॉवरहाउस बन गया। इसमें आपको Groww की IPO रणनीति, बाज़ार में एंट्री और भारत की नई निवेशक पीढ़ी को आकार देने में इसकी भूमिका के बारे में पता चलेगा।

फाउंडर ऑफ़ द मंथ – लोकवीर कपूर (पाइन लैब्स)

मिलिए पाइन लैब्स (Pine Labs) के विज़नरी फाउंडर लोकवीर कपूर से। उनकी कहानी बताती है कि कैसे उन्होंने भारत में मर्चेन्ट पेमेंट्स की शुरुआत की और इसे एक ग्लोबल डिजिटल कॉमर्स प्लेटफॉर्म बना दिया। उनका प्रोफ़ाइल आपको बताएगा कि कैसे उन्होंने दृढ़ता, इनोवेशन और दूर की सोच से भारत के फिनटेक विकास में इतना बड़ा योगदान दिया।

भारत के फिनटेक यूनिर्कॉर्न: ग्लोबल-स्केल प्लेटफॉर्म के निर्माता

यह फ़ीचर भारत के सभी बड़े फिनटेक यूनिर्कॉर्न्स (जैसे Razorpay, PhonePe, Paytm, Pine Labs और Policybazaar) पर एक गहरी नज़र डालता है। हम देखेंगे कि ये कंपनियाँ इनोवेशन, नियम-पालन और शानदार यूज़र बेस के ज़रिए कैसे ग्लोबल फ़ाइनेंस को आकार दे रही हैं। उनकी विस्तार की योजनाएँ, IPO का रास्ता और भारत के नेतृत्व में फिनटेक का भविष्य क्या होगा, यह सब आपको यहाँ पढ़ने को मिलेगा।



संपादक की कलम से

प्रिय पाठकों,

आईपीओ वर्ल्ड के सातवें संस्करण में आपका स्वागत है। इस महीने, हमारा पूरा ध्यान भारत के बाज़ार में आए एक बहुत बड़े बदलाव पर है: स्टॉक मार्केट में फिनटेक का एक मज़बूत ताकत बनकर उभरना।

पिछले एक साल में, भारत ने एक शानदार ट्रेंड देखा है: Groww, Pine Labs, TBO और MobiKwik जैसी कई बड़ी फिनटेक कंपनियाँ पहले ही शेयर बाज़ार में अपनी शुरुआत कर चुकी हैं। वहीं, KreditBee, PayU India और Fractal Analytics जैसी कंपनियाँ भी जल्द ही लिस्ट होने वाली हैं। इन सफल लिस्टिंग से यह साफ हो जाता है कि टेक्नोलॉजी भारत के वित्तीय सिस्टम में कितनी गहराई तक उतर चुकी है और भारत की डिजिटल अर्थव्यवस्था पर देसी और विदेशी निवेशकों का कितना ज़्यादा भरोसा है।

फिनटेक अब सिर्फ़ एक स्टार्टअप की कहानी नहीं रह गया है। यह अब पूंजी बाज़ार की कहानी है, जो मार्केट में लिक्विडिटी, रिटेल निवेशकों की भागीदारी, गवर्नेंस के मानकों और सेक्टर के वैल्यूएशन को प्रभावित कर रहा है। पेमेंट्स, लेंडिंग, वेल्थ मैनेजमेंट, इंश्योरेंस और कंप्लायंस टेक अब भारत के नए वित्तीय आर्किटेक्चर के मज़बूत स्तंभ बन रहे हैं।

इस संस्करण में हम आपके लिए लाए हैं:

- इस बात पर एक गहन नजर कि कैसे UPI, अकाउंट एग्रीगेटर, ONDC और डिजिटल लेंडिंग से जुड़े बदलाव भारत के फिनटेक की नींव को आकार दे रहे हैं।
- बेंगलुरु, मुंबई, पुणे और एनसीआर जैसे फिनटेक IPO हब की क्षेत्रीय जानकारी।
- सेबी के नवीनतम सुशासन और डिस्क्लोज़र नियमों का आसान विश्लेषण, जो हर लिस्टेड या लिस्ट होने वाली फिनटेक कंपनी के लिए बहुत ज़रूरी है।
- लेंडिंगटेक, पे-टेक, इंश्योरटेक, वेल्थटेक, रेगटेक और नियोबैंक्स जैसे हर सेक्टर का विस्तृत विश्लेषण, जो बताता है कि हर क्षेत्र कैसे आगे बढ़ रहा है।
- पाइन लैब्स के लोकवीर कपूर पर एक प्रेरणादायक संस्थापक स्पॉटलाइट, जो भारत के मर्चेन्ट-फर्स्ट फिनटेक मूवमेंट के सच्चे पायनियर हैं।

हमारा लक्ष्य अभी भी आसान है: आपको स्पष्टता, संदर्भ और आत्मविश्वास देना, क्योंकि भारत दुनिया का सबसे गतिशील डिजिटल फाइनेंस इकोसिस्टम बना रहा है।

हमें पढ़ने और IPO World परिवार का हिस्सा बनने के लिए आपका धन्यवाद।

पढ़ने का आनंद लीजिए,



सुश्री अनुष्का नेगी

एडिटर इन चीफ

आईपीओ वर्ल्ड मैगज़ीन

आईपीओ वर्ल्ड

सातवाँ संस्करण, दिसंबर 2025



एडिटर इन चीफ
अनुष्का नेगी

सीनियर एडिटर
मनोज मौर्य

एक्जीक्यूटिव एडिटर्स
पियूष अग्रवाल
शिल्पा जेनेसिस
तानिया गुप्ता
सपना मीना
आरजू ढाका

मार्गदर्शक और सलाहकार
एस. के. टंडन

ग्राफ़िक्स
सुजीत सिंह
लव सोनी

प्रकाशक



संकल्पना एवं स्वामित्व: India IPO
संपर्क एवं सुझाव:

Tel. 011-47008280

E-mail: info@indiaipo.in

कॉर्पोरेट पता:

807-808, 8वीं मंज़िल, D-Mall,
नेताजी सुभाष प्लेस, पीतमपुरा,
दिल्ली - 110034

संपादकीय टीम



अपनी प्रतिक्रिया साझा करें
कृपया इस QR कोड को स्कैन करके
हमें अपनी मूल्यवान प्रतिक्रिया दें।
हम आपके समय की सराहना करते हैं।

इस संस्करण का विषय

“फिनटेक के दिग्गज और भारत की डिजिटल क्रांति का नया युग”



भारत का वित्तीय सिस्टम पहले से कहीं ज्यादा तेजी से बदल रहा है और इस बदलाव के केंद्र में है फिनटेक। इस संस्करण में, हम जानेंगे कि कैसे टेक्नोलॉजी, रेगुलेशन और कैपिटल मार्केट्स एक साथ आ रहे हैं, ताकि देश के लिए एक नई वित्तीय संरचना तैयार हो सके। अब भारत सिर्फ डिजिटल फाइनेंस को अपना नहीं रहा है, बल्कि वह इसे बना रहा है, आकार दे रहा है और पूरी दुनिया में नेतृत्व कर रहा है।

UPI का एक ग्लोबल उदाहरण बनने से लेकर, अकाउंट एग्रीगेटर्स का डिजिटल लेंडिंग को शक्ति देने तक, वेल्थटेक (WealthTech) का करोड़ों नए निवेशकों को बाज़ार से जोड़ने तक और नियोबैंक्स का बैंकिंग की कल्पना को नया रूप देने तक—एक भारतीय ग्राहक की पूरी वित्तीय यात्रा अब एक डिजिटल, पारदर्शी और कनेक्टेड सिस्टम की ओर बढ़ रही है। यह बदलाव फिनटेक कंपनियों को और मज़बूत, अधिक नियम-पालन करने वाला और पब्लिक मार्केट्स के लिए और ज्यादा तैयार बना रहा है।

लेकिन यह अंक सिर्फ टेक्नोलॉजी के बारे में नहीं है। यह उन संस्थापकों, लीडर्स और पॉलिसीमेकर्स के बारे में भी है जो इस नए वित्तीय आर्किटेक्चर को बना रहे हैं। उनके आज के फैसले तय करेंगे कि आने वाले दशक में भारत कैसे बचत करेगा, खर्च करेगा, उधार लेगा, निवेश करेगा और आगे बढ़ेगा।

हमारा नज़रिया

आईपीओ वर्ल्ड में हम मानते हैं कि फिनटेक अब अपने सबसे ज़रूरी दौर में प्रवेश कर रहा है: यह वह दौर है जहाँ नए आविष्कार का मिलन गवर्नेंस से होता है, जहाँ ग्रोथ का मिलन ज़िम्मेदारी से होता है और जहाँ डिजिटल बिज़नेस मॉडल पब्लिक, जवाबदेह और निवेशक-तैयार बनते हैं।

आज एक सफल फिनटेक IPO के लिए सिर्फ एक अच्छा ऐप होना ही काफी नहीं है। इसके लिए स्पष्टता, नियमों का पालन, जोखिम पर नियंत्रण और एक ठोस रोडमैप चाहिए। इस संस्करण के जरिए, हमारा लक्ष्य संस्थापकों और निवेशकों दोनों की मदद करना है ताकि वे समझ सकें कि पब्लिक मार्केट्स में सफल होने वाली फिनटेक कंपनी बनाने के लिए क्या-क्या करना पड़ता है।

इस संस्करण में आपको क्या मिलेगा?

- सेक्टर-वार ग्रोथ इस बारे में गहरी जानकारी मिलेगी कि विभिन्न फिनटेक सेक्टर जैसे लेंडिंगटेक, पे-टेक, इंश्योरटेक, वेल्थटेक, रेगटेक और नियोबैंक्स कैसे विकसित और मज़बूत हो रहे हैं।
- बाज़ार के ताज़ा अपडेट उपलब्ध हैं, जिनमें फिनटेक लिस्टिंग, उनके बाज़ार प्रदर्शन और निवेशकों के रुझान से जुड़ी नई जानकारियाँ शामिल हैं।
- SEBI के नए नियमों को सरल भाषा में समझाया गया है। यह मार्गदर्शन डिजिटल लेंडिंग, साइबर सुरक्षा, डेटा गवर्नेंस और फिनटेक IPO की तैयारी के लिए महत्वपूर्ण है।
- नया तुलनात्मक डेटा प्रस्तुत किया गया है, जो दर्शाता है कि फिनटेक सेक्टर अन्य उद्योगों की तुलना में कैसा प्रदर्शन कर रहा है। यह जानकारी उन फाउंडर्स के लिए विशेष रूप से उपयोगी है जो पब्लिक होने की तैयारी कर रहे हैं।

यह संस्करण उन उद्यमियों, निवेशकों, पॉलिसी पर नज़र रखने वालों और प्रोफेशनल्स के लिए है जो यह समझना चाहते हैं कि फिनटेक कैसे भारत की पूंजी बाज़ार की कहानी का एक अहम हिस्सा बन रहा है और भारत के वित्तीय भविष्य के लिए इसका क्या अर्थ है।

A person in a dark suit and light-colored shirt with a striped tie is shown from the chest up. The background is a composite image featuring a city skyline at sunset, overlaid with various financial charts including candlestick patterns, line graphs, and bar charts. The text is centered over the image in a large, bold, white font with a black outline.

ताज़ा अपडेट्स और मार्केट ट्रेंड्स की झलक

भारत का आर्थिक केंद्र

फ़िनटेक: भारत की विकास रफ़्तार का नया इंजन

UPI, एम्बेडेड फ़ाइनेंस, डिजिटल लेंडिंग, इंश्योरटेक और वेल्थटेक कैसे भारत की अगली आर्थिक छलांग को गति दे रहे हैं

पिछले एक दशक में भारत ने चुपचाप दुनिया के सबसे उन्नत डिजिटल फ़ाइनेंस इकोसिस्टम में अपना नाम दर्ज कर लिया है। जो शुरुआत सिर्फ़ कैशलेस पेमेंट को बढ़ावा देने के एक साधारण प्रयास से हुई थी, वह आज एक मज़बूत राष्ट्रीय ढाँचे में बदल चुकी है—एक ऐसा ढाँचा जो तुरंत पैसे ट्रांसफ़र करता है, लाखों व्यापारियों को डिजिटल रूप से जोड़ता है, छोटे व्यवसायों को आसान कर्ज़ उपलब्ध कराता है, लोगों को बीमा से जोड़ता है और निवेश को एक क्लिक जितना आसान बना देता है।

आज फ़िनटेक भारत की अर्थव्यवस्था का कोई छोटा-सा अध्याय नहीं है। यह पूरी कहानी का केंद्र है।

यही वह इंजन है जो उपभोग को बढ़ा रहा है, व्यवसायों की वृद्धि को गति दे रहा है, वित्तीय समावेशन को नई ऊँचाइयों पर ले जा रहा है और निवेशक भागीदारी को पहले से कहीं अधिक मज़बूत बना रहा है।

इस संस्करण — India's Economic Pulse — में हम देखेंगे कि कैसे UPI, एम्बेडेड फ़ाइनेंस, डिजिटल लेंडिंग, इंश्योरटेक और वेल्थटेक मिलकर भारत की GDP ग्रोथ को आकार दे रहे हैं, MSME सेक्टर को नई ऊर्जा दे रहे हैं और नए BFSI इकोसिस्टम की आधारशिला तैयार कर रहे हैं।

वैश्विक पटल पर UPI: भारत का सबसे शक्तिशाली आर्थिक अस्त्र

भारत जैसा तेज़ डिजिटल परिवर्तन दुनिया के बहुत कम देशों ने देखा है। और इस क्रांति के केंद्र में खड़ा है—UPI, एक ऐसी तकनीक जिसने देश में पैसे के लेन-देन का पूरा तरीका बदल दिया है।

UPI: भारत के अंदर एक अपार शक्ति

आज UPI हर महीने 14 बिलियन से ज़्यादा ट्रांज़ैक्शन प्रोसेस कर रहा है—यह सिर्फ़ बड़ा आँकड़ा नहीं, बल्कि एक स्थायी और मज़बूत डिजिटल आदत का संकेत है।

आज भारत में:

- 350 मिलियन से अधिक लोग नियमित रूप से UPI का इस्तेमाल करते हैं
- भारत के 70% से भी अधिक डिजिटल रिटेल पेमेंट्स UPI के जरिए होते हैं
- टियर-2 और टियर-3 शहरों से आधे से ज़्यादा नए UPI यूज़र्स आते हैं
- छोटे व्यापारी, किराना स्टोर्स, सर्विस प्रोवाइडर्स और फ़्रीलांसर पूरी तरह QR पेमेंट्स अपना चुके हैं

यह व्यापक सहभागिता UPI को देश का सबसे बड़ा रियल-टाइम आर्थिक नेटवर्क बनाती है—किसी भी बैंक से बड़ा, किसी भी कार्ड नेटवर्क से बड़ा और दुनिया में सबसे अधिक ट्रांज़ैक्शन डेंसिटी वाला प्लेटफ़ॉर्म।

UPI का अंतर्राष्ट्रीय विस्तार

अब भारत UPI को वैश्विक मंच पर ले जा रहा है।

UPI पहले ही इन देशों में लाइव या इंटीग्रेशन के चरण में है:

- सिंगापुर (PayNow—UPI लिंक के द्वारा)
- UAE
- फ़्रांस
- नेपाल
- भूटान
- ओमान
- श्रीलंका
- मॉरीशस
- मालदीव

NPCI कई और देशों से बातचीत कर रहा है ताकि एक वैश्विक “डिजिटल रुपी रेल” बनाई जा सके—जहाँ भारतीय दुनिया में कहीं भी आसानी से भुगतान कर सकें।

UPI का आर्थिक प्रभाव

UPI का असर सिर्फ़ पेमेंट्स तक सीमित नहीं है:

- इससे लेन-देन आसान हुआ है और लोगों का खर्च बढ़ा है।
- इसने लाखों छोटे-छोटे लेन-देन को औपचारिक रूप दिया है, जिससे ज्यादा लोग अर्थव्यवस्था से जुड़ पाए हैं।
- छोटे व्यवसायों को डिजिटल फुटप्रिंट मिला, जिससे उनकी क्रेडिट तक पहुँच आसान हुई
- इसने पैसे भेजने-पाने की लागत को बेहद कम कर दिया है, जिससे वित्तीय व्यवस्था और कुशल हो गई है

आज UPI भारत की “आर्थिक ऑक्सीजन” बन चुका है—एक ऐसा सिस्टम जो बिज़नेस को बिना किसी रुकावट के चलाए रखता है

Embedded Finance: MSME विकास के पीछे काम करने वाली “छुपी ताकत”

एक तरफ जहाँ UPI सुर्खियाँ बटोर रहा है, वहीं दूसरी ओर एक शांति भरी लेकिन उतनी ही बड़ी क्रांति चल रही है—एम्बेडेड फ़ाइनेंस।

यह वह मॉडल है जिसमें भुगतान, कर्ज़, बीमा और बैंकिंग जैसी सेवाएँ सीधे ऐप्स, मार्केटप्लेस और SaaS प्लेटफ़ॉर्म के भीतर ही उपलब्ध हो जाती हैं।

भारत के 6.3 करोड़ MSME सालों से इन समस्याओं से जूझते रहे हैं:

- औपचारिक कर्ज़ तक कम पहुँच
- सीमित बैंकिंग सुविधाएँ
- जटिल कागज़ी प्रक्रियाएँ
- वित्तीय सेवाओं की ऊँची लागत

कैसे एम्बेडेड फ़ाइनेंस छोटे व्यवसायों को मज़बूत बनाता है

आज MSME आसानी से:

- QR के ज़रिए तुरंत भुगतान ले सकते हैं
- जिस प्लेटफ़ॉर्म पर वे बिक्री करते हैं, उसी पर वर्किंग कैपिटल पा सकते हैं
- सामान भेजते समय इनवॉइस या लॉजिस्टिक्स बीमा खरीद सकते हैं
- गिरवी रखे बिना, सिर्फ़ लेन-देन के आधार पर लोन ले सकते हैं
- GST डेटा, इनवॉइस गतिविधियों या POS खर्चों के आधार पर क्रेडिट स्कोर बना सकते हैं

Pine Labs, Razorpay, Paytm, PhonePe, Amazon, ONDC ऐप्स और B2B मार्केटप्लेस आज छोटे व्यवसायों के लिए नए-युग के वित्तीय साथी बन गए हैं—वे व्यवसाय जिन्हें कभी बैंक “बहुत छोटे” या “बहुत अनौपचारिक” समझते थे।

कोलैटरल से अधिक व्यवहार पर ज़ोर

पहले कर्ज़ केवल गिरवी पर मिलता था।

एम्बेडेड फ़ाइनेंस में कर्ज़ डेटा व्यवहार पर निर्भर करता है:

- सेटलमेंट पैटर्न
- इनवॉइस की आवृत्ति
- लेन-देन की मात्रा
- ग्राहक आवाजाही
- पेमेंट अनुशासन

इस बदलाव ने लाखों MSME को पहली बार औपचारिक कर्ज़ तक पहुँच दिलाई है।

आर्थिक प्रभाव

MSME भारत की GDP का लगभग 30% योगदान करते हैं और रोजगार का आधार हैं।

एम्बेडेड फ़ाइनेंस उनकी मदद कर रहा है:

- इन्वेंट्री तेज़ी से घुमाने में
- कैश फ्लो बेहतर संभालने में
- कर्ज़ लेने की लागत घटाने में
- क्रेडिट स्कोर सुधारने में
- तेज़ी से विस्तार करने में

फ़िनटेक अब MSME को केवल टिकाए नहीं रख रहा—बल्कि उन्हें बढ़ने, फैलने और स्केल करने में मदद कर रहा है।



Digital Lending: भारत का नया क्रेडिट इंजन



Digital lending कभी एक छोटा सा सेक्टर था, आज यह भारत की अर्थव्यवस्था का मजबूत स्तंभ बन चुका है। इस बदलाव को ताकत देती हैं तीन चीजें: तेज़ी, आसान पहुँच, और पूरी पारदर्शिता—जो फ़िनटेक कंपनियाँ क्रेडिट दुनिया में लाई हैं।

Responsible Lending का उदय

RBI के 2022-24 के दिशानिर्देशों के बाद, डिजिटल लेंडिंग इकोसिस्टम में गहरा बदलाव आया।

आज के समय में:

- लोन केवल नियमित संस्थाओं के माध्यम से दिए जाते हैं
- रिस्क मॉडल का खुलासा अनिवार्य है
- फ़र्स्ट-लॉस गारंटी स्ट्रक्चर औपचारिक रूप से लागू हैं
- KYC और CKYC पूरी तरह डिजिटल हो गए हैं
- रिकवरी और कलेक्शन प्रैक्टिस मॉनिटर की जाती हैं

इस बदलाव ने इकोसिस्टम को साफ़ किया और निवेशकों का भरोसा बढ़ाया।

डिजिटल तरीके से लोन कौन ले रहा है?

सबसे ज़्यादा डिजिटल लेंडिंग अपनाने वाले हैं:

- पहली बार क्रेडिट लेने वाले
- जॉब करने वाले युवा लोग
- स्वरोज़गार करने वाले लोग
- छोटे व्यापारी
- गिग वर्कर्स
- टियर 2/3 शहरों के ग्राहक

भारत में क्रेडिट पहुँच अभी भी वैश्विक मानकों के मुकाबले कम है, लेकिन फ़िनटेक ने लाखों लोगों के लिए बैंकिंग सिस्टम तक पहुँच खोल दी है।

भारत की क्रेडिट अर्थव्यवस्था की नई रीढ़

फ़िनटेक लेंडर्स अब इन सेक्टरों में सपोर्ट करते हैं:

- शिक्षा खर्च
- आपातकालीन मेडिकल जरूरतें
- व्यक्तिगत उपभोग
- व्यापारिक खरीदारी
- छोटे-समय का वर्किंग कैपिटल
- मर्चेन्ट कैश एडवांस

2030 तक भारत में लोन की माँग \$1.7 ट्रिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है। इसलिए, भारत के मिडिल क्लास लोग और बढ़ते बिज़नेस को सहारा देने के लिए डिजिटल लेंडिंग बहुत ज़रूरी है।

InsurTech: विकल्प से ज़रूरत तक

भारत में बीमा पहुँच अभी भी वैश्विक औसत के मुकाबले कम है, लेकिन यह अंतर धीरे-धीरे कम हो रहा है। InsurTech प्लेटफ़ॉर्म बीमा को सुलभ, किफायती और व्यक्तिगत बना रहे हैं।

InsurTech कैसे भारत को बदल रहा है

- आसान डिजिटल ऑनबोर्डिंग
- हेल्थ, ट्रेवल, डिवाइज़िस और छोटे व्यवसायों के लिए माइक्रो-इंश्योरेंस
- तुरंत पॉलिसी इश्यू
- पारदर्शी क्लेम प्रोसेसेज
- डेटा के आधार पर व्यक्तिगत सुझाव

Acko, Digit, Policybazaar और नए API-आधारित प्लेटफ़ॉर्म बीमा को डिजिटल यात्रा का प्राकृतिक हिस्सा बना रहे हैं—उसी तरह जैसे भुगतान अब आसान है।

आर्थिक प्रभाव

बेहतर बीमा पहुँच:

- वित्तीय झटकों को कम करती है
- व्यवसायिक निरंतरता को सहारा देती है
- घरों की आर्थिक स्थिरता बढ़ती है
- दीर्घकालिक बचत को बढ़ावा देती है

InsurTech केवल पॉलिसी बेच नहीं रहा—यह आर्थिक मजबूती और सुरक्षा का निर्माण कर रहा है।

WealthTech: भारत को निवेशकों का राष्ट्र बना रहा है

भारत एक शांत लेकिन शक्तिशाली निवेश क्रांति का अनुभव कर रहा है। Groww, Zerodha, Upstox, Kuvera और Paytm Money जैसे प्लेटफॉर्मों ने निवेश को आम लोगों के लिए सुलभ और लोकतांत्रिक बना दिया है।

मुख्य बदलाव

- हर साल 8-10 मिलियन नए डीमैट अकाउंट खुल रहे हैं
- SIP में उछाल, मासिक निवेश ₹20,000 करोड़ से अधिक
- युवा निवेशक अब मोबाइल ऐप्स के जरिए बाजार में प्रवेश कर रहे हैं
- रिटेल निवेशकों की भागीदारी से दीर्घकालिक पूंजी निर्माण बढ़ रहा है

WealthTech वही गेटवे बन गया है जिससे आम भारतीय औपचारिक निवेश की दुनिया में प्रवेश कर रहे हैं।

आर्थिक महत्व

अधिक रिटेल भागीदारी का अर्थ:

- पूंजी बाजारों में गहराई
- शेयरों में स्थिर प्रवाह
- IPO के लिए अधिक लिक्विडिटी
- घरों की संपत्ति निर्माण में मज़बूती
- सोने और रियल एस्टेट पर निर्भरता में कमी

यह निवेश व्यवहार भारत की वित्तीय नींव को मज़बूत करता है।

फिनटेक: BFSI की नई रीढ़

यदि UPI + डिजिटल लेंडिंग + InsurTech + WealthTech + एम्बेडेड फ़ाइनेंस को एक साथ देखें, तो यह देश के लिए नए वित्तीय ढाँचे का निर्माण कर रहे हैं।

पारंपरिक BFSI संस्थान अभी भी महत्वपूर्ण हैं, लेकिन फिनटेक ने वित्त की गति, पहुँच और सुलभता बदल दी है।

मुख्य परिणाम

- हर किसी तक आसानी से वित्तीय सेवाएँ पहुँचाना
- सेवाओं की लागत कम करना
- कर्ज और भुगतान में साफ़-सुथरी प्रक्रिया
- बीमा के जरिए सुरक्षा का जाल बढ़ाना

- शेयर और निवेश बाजार में नई पीढ़ी के लोग शामिल होना

फिनटेक भारत के वित्तीय इकोसिस्टम को तेज़, सस्ता, समावेशी और डेटा-ड्रिवेन बना रहा है।

अंतिम शब्द: भारत की फिनटेक वृद्धि ही भारत की आर्थिक वृद्धि

फिनटेक अब सिर्फ़ भारत की अर्थव्यवस्था का हिस्सा नहीं है—यह इसके मुख्य विकास इंजन में से एक बन चुका है। यह भुगतान के माध्यम से खर्च बढ़ाता है, कर्ज के जरिए व्यवसायों का समर्थन करता है, बीमा से घरों को सुरक्षित रखता है और निवेश के जरिए धन बनाता है।

आने वाले दशक में फिनटेक:

- GDP की वृद्धि को समर्थन देगा
- MSME विस्तार को गति देगा
- वित्तीय साक्षरता को गहरा करेगा
- पूंजी बाजारों को मज़बूत करेगा
- भारत को \$5 ट्रिलियन+ अर्थव्यवस्था बनने में मदद करेगा

भारत की फिनटेक यात्रा यह साबित करती है कि टेक्नोलॉजी + नियम + भरोसा मिलकर दुनिया के सबसे शक्तिशाली वित्तीय इकोसिस्टम में से एक बना सकते हैं और अब पूरी दुनिया भारत को नेतृत्व करते देख रही है।



IPO राउंड-अप: हाल की झलकियाँ

हाल की लिस्टिंग्स की मुख्य बातें

नवंबर 2025 में भारत का IPO बाजार काफी सक्रिय रहा। बड़े और छोटे दोनों तरह की कंपनियों ने अपने शेयर बाजार में कदम रखा और निवेशकों की उत्सुकता देखने लायक रही। स्टिेल और संस्थागत निवेशकों ने मिलकर कई इश्यूज़ में ज़बरदस्त प्रतिक्रिया दी। मेनबोर्ड आकार में IPO बड़े थे, जबकि SME इश्यूज़ भी अच्छे सब्सक्रिप्शन के साथ सफल रहे।

इस महीने कुछ बड़े मेनबोर्ड IPO में शामिल थे Lenskart Solutions Ltd., जिसने लगभग ₹7,278 करोड़ जुटाए, और Billionbrains Garage Ventures Ltd. (Groww), जिसने लगभग ₹6,632 करोड़ जुटाए। इसके अलावा Capillary Technologies Ltd. ने ₹4,576 करोड़ और Pine Labs Ltd. ने ₹3,900 करोड़ जुटाए। यह बड़े IPO मुख्य रूप से फिनटेक, कंज्यूमर और टेक्नोलॉजी कंपनियों के थे, जो मजबूत ब्रांड्स में निवेशकों के भरोसे को दर्शाते हैं।

SME सेक्टर में भी कुछ नाम प्रभावशाली रहे। Shreeji Global FMCG Ltd. (₹85 करोड़), Mahamaya Lifesciences Ltd.

(₹70 करोड़), और Workmates Core2Cloud Ltd. (₹70 करोड़) ने अच्छा प्रदर्शन किया। इन छोटे इश्यूज़ को मैनेज करने में Kotak Mahindra Capital, ICICI Securities और SBICAP जैसे मर्चेंट बैंक सक्रिय रहे।

कुल मिलाकर, नवंबर में 22 IPO बाजार में आए। मेनबोर्ड कंपनियों ने मिलकर लगभग ₹33,014 करोड़ जुटाए, जबकि SME कंपनियों ने करीब ₹493 करोड़ हासिल किए। इस महीने कई बड़े IPO को Kotak Mahindra Capital, ICICI Securities और SBICAP ने लीड मैनेज किया।

बाजार विशेषज्ञों के अनुसार, कुछ इश्यूज़ का प्राइस थोड़ा ऊँचा रखा गया था, इसलिए लिस्टिंग पर लाभ मामूली रहे। इसके बावजूद निवेशकों की भागीदारी सक्रिय रही और कुल मिलाकर प्रतिक्रिया सकारात्मक रही।

नवंबर का महीना IPO के लिहाज से फिर से मजबूत साबित हुआ, यह दर्शाता है कि भारत का प्राइमरी मार्केट स्वस्थ है और सभी प्रकार के निवेशकों का भरोसा अभी भी बना हुआ है।



कंपनी का नाम	लिस्टिंग की तारीख	सेगमेंट	इश्यू साइज़ (₹ करोड़ में)	लिस्टिंग के दिन लाभ (%)	बिज़नेस डिटेल
वर्कमेट्स Core2Cloud सॉल्यूशन लिमिटेड	18 नवंबर, 2025	SME	69.84	80.51%	HR सेवाएँ और स्टाफिंग समाधान
गैलार्ड स्टील लिमिटेड	26 नवंबर, 2025	SME	37.5	56.17%	स्टील प्रोडक्ट्स मैनुफैक्चरिंग
फिजिक्सवाला लिमिटेड	18 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	3,480.00	42.42%	EdTech और ऑनलाइन टेस्ट तैयारी
बिलियनब्रेन्स गैराज वेंचर्स लिमिटेड	12 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	6,632.30	31.33%	डिजिटल निवेश प्लेटफॉर्म और फिनटेक
सुदीप फार्मा लिमिटेड	28 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	895	30.55%	फार्मास्युटिकल मैनुफैक्चरिंग
टेनेको क्लीन एयर इंडिया लिमिटेड	19 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	3,600.00	23.63%	ऑटोमोटिव उत्सर्जन नियंत्रण समाधान
फिनबड फाइनेंशियल सर्विसेज़ लिमिटेड	13 नवंबर, 2025	SME	71.68	16.09%	वित्तीय सेवाएँ और ऋण देना
पाइन लैब्स लिमिटेड	14 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	3,900.17	13.52%	भुगतान समाधान और फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर
क्यूरिस लाइफसाइंसेज लिमिटेड	14 नवंबर, 2025	SME	27.52	10.16%	फार्मास्युटिकल्स और लाइफ साइंस
गेम चेंजर्स टेक्सफैब लिमिटेड	4 नवंबर, 2025	SME	54.84	7.21%	मीडिया और मनोरंजन कंटेंट उत्पादन
कैपिलरी टेक्नोलॉजीज़ इंडिया लिमिटेड	21 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	877.5	5.11%	SaaS और ग्राहक जुड़ाव प्लेटफॉर्म
एक्सेलसॉफ्ट टेक्नोलॉजीज़ लिमिटेड	26 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	500	4.97%	वर्टिकल SaaS सॉफ्टवेयर समाधान
महामाया लाइफसाइंसेज लिमिटेड	18 नवंबर, 2025	SME	70.44	1.75%	फार्मास्युटिकल्स और लाइफ साइंस
Emmvee फोटोवोल्टिक पावर लिमिटेड	18 नवंबर, 2025	मेनबोर्ड	2,900.00	1.11%	सोलर PV मॉड्यूल और सेल मैनुफैक्चरिंग

भारत के स्टार्टअप फंडिंग की नब्ज़

भारतीय स्टार्टअप्स का दमदार: नवंबर 2025



नवंबर 2025 भारतीय स्टार्टअप की दुनिया के लिए एक बदलाव लाने वाला महीना साबित हुआ। इस महीने, संस्थापकों और निवेशकों ने मिलकर लगभग \$1.7 बिलियन की बड़ी फंडिंग जुटाई। यह फंडिंग करीब 180 से 200 डील्स में हुई। यह नवंबर 2024 की तुलना में तीन गुना (3x) ज्यादा है! यह शानदार प्रदर्शन बताता है कि निवेशकों का भरोसा फिर से मजबूत हो गया है। उनका ध्यान अब इन सेक्टर पर है: फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर, एग्रीकल्चर टेक्नोलॉजी, क्लीनटेक और AI-आधारित प्लेटफॉर्म। यह ग्रोथ भारत की उस स्थिति को और मजबूत करती है, जहाँ वह दुनिया में स्टार्टअप फंडिंग के लिए तीसरा सबसे बड़ा ठिकाना बना हुआ है। भारत का स्टार्टअप इकोसिस्टम अब नई ऊँचाइयों को छूने के लिए तैयार है!

साप्ताहिक फंडिंग की पूरी जानकारी

पहला सप्ताह: 1 से 7 नवंबर

नवंबर का महीना ज़बरदस्त जोश के साथ शुरू हुआ!

पहले ही सप्ताह (1 से 7 नवंबर) में भारतीय स्टार्टअप्स ने कुल 21 सौदों के जरिए ₹2,890 करोड़ (करीब \$346 मिलियन) की बड़ी रकम जुटाई। इस सप्ताह फिनटेक और रियल एस्टेट टेक्नोलॉजी से जुड़े स्टार्टअप्स ने बाज़ी मारी।

Snapmint: ने ₹1,108 करोड़ (\$125 मिलियन) की सीरीज B फंडिंग जुटाई, लीड इन्वेस्टर General Atlantic था, जिसमें Elev8 Venture Partners और Kae Capital भी शामिल थे। मुंबई स्थित यह BNPL प्लेटफॉर्म FY25 में ₹150-158 करोड़ की आय और ₹10-15 करोड़ का शुद्ध मुनाफ़ा कमा चुका है। Snapmint के 7 मिलियन मासिक सक्रिय यूज़र्स हैं और यह 23,000 पिनकोड्स में सेवाएं देता है। कंपनी का लक्ष्य FY26 में ₹300+ करोड़ की आय और मुनाफ़ा बनाए रखना है, जिससे यह पुराने घाटे में चल रहे फिनटेक प्लेटफॉर्म से अलग दिखती है।

Neolivrealty: इसे रियल एस्टेट टेक्नोलॉजी फंडिंग में ₹750 करोड़ मिले। यह एकीकृत रियल एस्टेट प्लेटफॉर्म फंड मैनेजमेंट को प्रॉपर्टी डेवलपमेंट के साथ जोड़ता है। कंपनी का लक्ष्य FY26 में ₹1,000 करोड़ की बिक्री करना है और 10 से ज्यादा प्रोजेक्ट्स में ₹12,000 करोड़ की सकल विकास वैल्यू (Gross Development Value) की योजना है। यह मॉडल अल्टरनेटिव इन्वेस्टमेंट फंड (AIF) की पूंजी को डेवलपर ऑपरेशन से जोड़कर, ऐतिहासिक रूप से बिखरे हुए रियल एस्टेट सेक्टर की समस्या को हल करता है।

Spacewood: मॉड्यूलर फ़र्नीचर और कंस्ट्रक्शन सॉल्यूशंस के लिए इसे A91 पार्टनर्स से ₹300 करोड़ मिले। यह कंपनी टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल करके 'मेक इन इंडिया' मैन्युफैक्चरिंग को आगे बढ़ा रही है। यह टेक्नोलॉजी इंटीग्रेशन और निर्यात पर ध्यान केंद्रित करके 'मेक इन इंडिया' मैन्युफैक्चरिंग को आगे बढ़ा रहा है। कंपनी ऐसे मॉड्यूलर फ़र्नीचर सॉल्यूशन विकसित करती है जो तेज़ी से कस्टमाइज़ेशन करने में मदद करते हैं, बर्बादी कम करते हैं और निर्माण प्रोजेक्ट की इकोनॉमिक्स को बेहतर बनाते हैं।

Mantratec: प्रमाणीकरण और बायोमेट्रिक टेक्नोलॉजी के लिए इसे इंडिया SME इन्वेस्टमेंट्स से ₹125 करोड़ की फंडिंग मिली। यह कंपनी सरकारी डिजिटल पहचान के बुनियादी ढांचे को मजबूत करने का काम करती है। कंपनी की B2B2G (बिज़नेस-टू-बिज़नेस-टू-गवर्नमेंट) स्थिति सरकारी डिजिटल पहचान के बुनियादी ढांचे की महत्वपूर्ण जरूरतों को पूरा करती है।

Kshema: जलवायु परिवर्तन से जुड़े समाधानों के लिए इसे ग्रीन क्लाइमेट फंड से ₹178 करोड़ की फंडिंग मिली। यह दिखाता है कि अब सस्टेनेबिलिटी (टिकाऊपन) से जुड़े अवसर भी बड़े वेंचर फंडिंग को आकर्षित कर रहे हैं। यह फंडिंग जलवायु वित्त (Climate Finance) को एक वेंचर-समर्थित अवसर के रूप में उभरने का एक बेहतरीन उदाहरण है।

इस सप्ताह साफ दिखा कि इन्वेस्टर्स अब ठीस इंफ्रास्ट्रक्चर और मुनाफ़ा कमाने वाले बिज़नेस मॉडल पर ज़्यादा भरोसा कर रहे हैं। पूंजी अब सिर्फ़ बड़े सपने दिखाने वाले उपभोक्ता ऐप्स के बजाय, ज़मीन पर टिके और स्थायी समाधान देने वाले स्टार्टअप्स की ओर जा रही है।

दूसरा सप्ताह: 8 से 14 नवंबर

इस हफ़्ते, लगभग 20 से 24 डीलस के ज़रिए \$172.5 से \$237.8 मिलियन की फंडिंग हुई, जो बाज़ार के स्थिर होने को दर्शाती है। हालांकि, निवेश की गुणवत्ता बहुत ऊंची बनी रही, जिसमें फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर, शिक्षा और D2C प्लेटफॉर्म पर खास दांव लगाए गए।

Finnable: इसे डिजिटल लेंडिंग (कर्ज़ देने) के बुनियादी ढांचे के लिए लगभग ₹500 करोड़ (लगभग \$56 मिलियन) मिले। यह प्लेटफॉर्म NBFCs (गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनियों) और बैंकों को लोन ऑरिजिनेशन सिस्टम और क्रेडिट निर्णय लेने वाले प्लेटफॉर्म प्रदान करता है। यह हर महीने 30,000 से अधिक माइक्रोफाइनेंस उधारकर्ताओं को सेवा देता है और ₹15,000 करोड़ से अधिक के लेंडिंग लेनदेन में मदद करता है। यह B2B2C इंफ्रास्ट्रक्चर स्थिति एक मज़बूत प्रतिस्पर्धात्मक बंदत (Defensible Competitive Moats) बनाती है, क्योंकि यह क्रेडिट जोखिम वित्तीय संस्थानों को सौंपते हुए भी लेंडिंग इकोनॉमिक्स का लाभ उठाता है।

Tetr College: विशिष्ट कॉलेज-स्तर के कौशल प्रशिक्षण (Specialized Skills Training) के लिए एडटेक फंडिंग में \$18 मिलियन मिले। यह प्लेटफॉर्म यूनिवर्सिटी के सिलेबस और नौकरी के लिए ज़रूरी स्किल्स के बीच के गैप को भरता है। सामान्य एडटेक प्लेटफॉर्म के विपरीत, Tetr College नौकरी से संबंधित अपस्किनिंग (कौशल विकास) के लिए भुगतान करने की इच्छा के माध्यम से बेहतर यूनिट इकोनॉमिक्स हासिल करता है।

Brandworks Technologies: D2C (डायरेक्ट-टू-कंज्यूमर) ब्रांड इंफ्रास्ट्रक्चर के लिए \$11 मिलियन मिले। यह फंडिंग भारतीय उपभोक्ता ब्रांडों को सीधे डिजिटल चैनलों के माध्यम से ग्राहकों तक पहुँचने में सक्षम बनाती है। इससे D2C मॉडल के मार्जिन विस्तार लाभों को हासिल करने में मदद मिलती है।

इस हफ़्ते निवेशकों ने उन प्लेटफॉर्म पर ध्यान दिया जो तकनीक के ज़रिए असली बिज़नेस समस्याओं को हल करते हैं, खासकर फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर और खास तरह की एजुकेशन सर्विसेज में—और यह साबित करते हैं कि उनका बिज़नेस मॉडल बहुत मज़बूत है।

तीसरा सप्ताह: 15 से 21 नवंबर

नवंबर के तीसरे सप्ताह में फंडिंग की रफ़्तार फिर से तेज़ हो गई! इस हफ़्ते, 26 डीलस के ज़रिए लगभग \$220.52 मिलियन की फंडिंग हुई। इस बार सबसे खास बात यह रही कि फंडिंग सिर्फ़ फिनटेक तक सीमित नहीं रही, बल्कि दूसरे सेक्टर में भी जोरदार विस्तार देखने को मिला।

Yubi Group: इस AI-पावर्ड फिनटेक प्लेटफॉर्म को ₹411 करोड़ (लगभग \$46.3 मिलियन) मिले। इसमें ₹336 करोड़ कर्ज़ के रूप में और ₹75 करोड़ फाउंडर इक्विटी के रूप में शामिल थे। चेन्नई की इस कंपनी ने FY25 में ₹660 करोड़ का ऑपरेटिंग रेवेन्यू दर्ज किया

(जो पिछले साल से 36% ज़्यादा है)। यह 17,000 से ज़्यादा एंटर-प्राइज़ेज़ और 6,200 से ज़्यादा लेंडर्स को सेवा देती है और अब तक ₹3.2 लाख करोड़ के कर्ज़ लेनदेन में मदद कर चुकी है। Yubi अब भारत से आगे बढ़कर दक्षिण पूर्व एशिया और अमेरिका के बाज़ारों की ओर बढ़ रहा है।

Tractor Junction: ग्रामीण भारत के लिए ट्रैक्टर मार्केटप्लेस को असतानोर ग्लोबल इम्पैक्ट फंड से सीरीज़ ए फंडिंग में ₹200 करोड़ (लगभग \$22.5 मिलियन) मिले। इसने तीन सालों में 7,000 यूनिट बेची हैं और 13 राज्यों में ₹1,500 करोड़ से ज़्यादा के व्हीकल लोन दिए हैं। कंपनी का लक्ष्य FY26 में ₹250 करोड़ से ज़्यादा का रेवेन्यू हासिल करना है। यह कृषि मशीनों को आधुनिक बनाने का एक बेहतरीन उदाहरण है।

AgroStar: एग्रीटेक (कृषि तकनीक) को बढ़ाने के लिए Just Climate से लगभग ₹250 करोड़ (लगभग \$30 मिलियन) मिले। यह प्लेटफॉर्म छोटे किसानों को बाज़ारों और कृषि सेवाओं से जोड़ता है। खास बात यह है कि यह सस्टेनेबल (टिकाऊ) खेती, यानी रीजेनेरेटिव फार्मिंग को भी बढ़ावा देता है।

BigBasket: इस मज़बूत प्लेटफॉर्म को DBS बैंक से ₹200 करोड़ (लगभग \$22.7 मिलियन) की डेट फाइनेंसिंग (कर्ज़ के रूप में फंडिंग) मिली। तीन साल में यह पहला बड़ा निवेश है। शेयरधारकों का हिस्सा कम किए बिना फंडिंग जुटाई गई (Tata Digital ने अपनी बहुमत हिस्सेदारी बनाए रखी)। यह दर्शाता है कि निवेशक कंपनी की क्रेडिट क्वालिटी पर भरोसा करते हैं।

Ace International: डेयरी टेक्नोलॉजी के लिए इसे FMO के नेतृत्व में ₹262 करोड़ (लगभग \$35 मिलियन) मिले। यह फंडिंग जलवायु के अनुकूल कृषि और ग्रामीण विकास को एक साथ जोड़ती है। FMO जैसे डेवलपमेंट फाइनेंस इंस्टीट्यूशन का एग्रीटेक में आना बताता है कि जलवायु-अनुकूल कृषि अब हाइब्रिड कैपिटल को आकर्षित कर रही है।

यह सप्ताह बताता है कि भारतीय स्टार्टअप इकोसिस्टम अब सिर्फ़ फिनटेक पर निर्भर नहीं है। अब एग्रीटेक, क्लीनटेक और बुनियादी ढांचे पर केंद्रित प्लेटफॉर्म तेज़ी से आगे बढ़ रहे हैं, जो टिकाऊ बिज़नेस मॉडल और मुनाफ़े की राह दिखा रहे हैं।



चौथा सप्ताह: 22 से 29 नवंबर

नवंबर का आखिरी सप्ताह शानदार रफ्तार के साथ खत्म हुआ! इस हफ्ते, 35 डील्ल्स के ज़रिए \$353.19 मिलियन की फंडिंग हुई, जिसने साफ कर दिया कि बड़े और स्थापित स्टार्टअप्स में पैसा लग रहा है और क्लीनटेक सेक्टर एक बड़े खिलाड़ी के तौर पर उभर रहा है।

Candi Solar: लोकल रिन्यूएबल एनर्जी समाधानों के लिए ₹436 करोड़ (लगभग \$58.5 मिलियन) की डेट फाइनेंसिंग (कर्ज़ के रूप में फंडिंग) मिली। यह फंडिंग दिखाती है कि क्लीनटेक अब सिर्फ वेंचर कैपिटल (VC) तक सीमित नहीं है। रिन्यूएबल एनर्जी जैसे बुनियादी ढांचे में VC का 5-7 साल का समय-सीमा काम नहीं करता, क्योंकि इसका रिटर्न 10-15 साल में आता है। इसलिए, डेवलपमेंट फाइनेंस इंस्टीट्यूशन अब इस सेक्टर में बड़ा निवेश कर रहे हैं।

Ripplr: इस डिस्ट्रीब्यूशन और सप्लाई चैन प्लेटफॉर्म को सीरीज़ की फंडिंग में SBI और मौजूदा इन्वेस्टर्स से ₹375 करोड़ (लगभग \$45 मिलियन) मिले। यह सप्लायर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स और रिटेलर्स को जोड़ने वाला एक B2B लॉजिस्टिक्स नेटवर्क चलाता है। SBI का इसमें शामिल होना बताता है कि अब पुराने बैंकिंग सेक्टर भी वेंचर कैपिटल के साथ मिलकर निवेश कर रहा है।

Auxilo: स्टूडेंट फाइनेंसिंग (छात्रों को कर्ज़) देने वाली इस एडटेक फिनटेक कंपनी को ₹225 करोड़ की डेट फंडिंग मिली। यह प्लेटफॉर्म शिक्षा क्षेत्र तक पहुँच को आसान बनाता है, जबकि मैनेज्ड डिफॉल्ट दरों के ज़रिए कर्ज़ की इकोनॉमिक्स को आकर्षक बनाए रखता है।

Square Yards: प्रॉपर्टेक और ऑनलाइन रियल एस्टेट लेनदेन को बेहतर बनाने के लिए Smilegate VC से ₹250+ करोड़ (लगभग \$35 मिलियन) मिले। यह रियल एस्टेट टेक्नोलॉजी में निवेशकों के अटूट विश्वास को दिखाता है।

3ev Industries: इलेक्ट्रिक थ्री-व्हीलर मैनुफैक्चरिंग के लिए ₹120 करोड़ (लगभग \$13.4 मिलियन) मिले। यह फंडिंग भारत में कमर्शियल व्हीकल के इलेक्ट्रिफिकेशन (Electricification) को बढ़ावा देगी। थ्री-व्हीलर कमर्शियल वाहन बाज़ार का 40% से ज्यादा हिस्सा है, जो इलेक्ट्रिफिकेशन का एक बड़ा मौका है।

इस सप्ताह ने बड़े स्तर के प्लेटफॉर्म और क्लीनटेक इन्फ्रास्ट्रक्चर के लिए निवेशकों के उत्साह को दर्शाया। डेवलपमेंट फाइनेंस इंस्टीट्यूशन और पुराने बैंकों जैसे बड़े संस्थागत निवेशकों की भागीदारी यह पुष्टि करती है कि स्टार्टअप फंडिंग अब फिनटेक से आगे बढ़कर कई सेक्टरों में फैल चुकी है।

नवंबर 2025 का सारांश

सप्ताह	फंडिंग	डील्ल्स	प्रमुख डील्ल्स	प्रमुख क्षेत्र
1-7 नवम्बर	\$346M	21	Snapmint (\$125M), Neolivrealty	फिनटेक, रियल एस्टेट, क्लाउडमेट
8-14 नवम्बर	\$205M	22	Finnable (\$56M), Tetr College	फिनटेक इन्फ्रास्ट्रक्चर, एजुकेशन टेक
15-21 नवम्बर	\$221M	26	Yubi (\$46M), Tractor Junction, AgroStar	फिनटेक, एग्रीटेक, डेयरी टेक
22-29 नवम्बर	\$353M	35	Candi Solar (\$58M), Ripplr, Auxilo	क्लीनटेक, सप्लाई चैन, एजुकेशन टेक



मेगा डीलस और मार्केट लीडरशिप



Snapmint का BNPL मुनाफा: Snapmint की ₹1,108 करोड़ की सीरीज़ B फंडिंग ने BNPL सेक्टर में मुनाफे की क्षमता को साफ़ कर दिया है। FY25 में ₹150-158 करोड़ की कमाई और ₹10-15 करोड़ का PAT दर्शाता है कि फिनटेक अब “हर कीमत पर ग्रोथ” से आगे बढ़कर स्थायी मुनाफे की ओर बढ़ रहा है। कंपनी FY26 में ₹300 करोड़ से अधिक का रेवेन्यू और लगातार मुनाफा हासिल करने का लक्ष्य रखती है। Snapmint का 23,000 पिनकोड तक का भौगोलिक विस्तार यह दिखाता है कि EMI-on-UPI जैसी सेवाएँ अब केवल शुरुआती यूजर्स तक सीमित नहीं हैं, बल्कि बड़े पैमाने पर अपनाई जा रही हैं। General Atlantic की लीडरशिप इस सीरीज़ B में अमेरिका के PE दिग्गज की भारत में बढ़ती दिलचस्पी को भी दिखाती है, जो डिजिटल अर्थव्यवस्था के वित्तीय इन्फ्रास्ट्रक्चर पर भरोसा करता है।

Yubi का AI-सक्षम फिनटेक इन्फ्रास्ट्रक्चर: ₹411 करोड़ की फंडिंग (डेब्ट और फाउंडर इक्विटी के जरिए) ने Yubi की स्मार्ट पूंजी संरचना को साबित किया है। 36% YoY ग्रोथ के साथ ₹660 करोड़ की कमाई और 17,000+ एंटरप्राइजेज की सेवा यह दर्शाती है कि AI-पावर्ड फिनटेक इन्फ्रास्ट्रक्चर वेंचर स्तर पर बड़ा अवसर है। प्लेटफॉर्म का दक्षिण-पूर्व एशिया और अमेरिका में विस्तार फिनटेक के भारतीय बाज़ार से बाहर अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर फैलने की कहानी कहता है और इसमें भारत के इंजीनियरिंग टैलेंट का बड़ा हाथ है।

Tractor Junction का एग्रीटेक विस्तार: यूरोपीय इम्पैक्ट फंड Astanor की ₹200 करोड़ की Series A फंडिंग एग्रीटेक सेक्टर में संस्थागत निवेशकों के विश्वास को दिखाती है। ₹121 करोड़ FY25 रेवेन्यू और ₹250+ करोड़ FY26 लक्ष्य के साथ Tractor Junction कृषि मशीनरी को आधुनिक बनाने की दिशा में स्थायी विकास का उदाहरण बन गया है। यह सेक्टर ऑपरेशनल एफिशिएंसी, क्लाइमेट अलाइनमेंट और विकास प्रभाव को जोड़ता है।

Candi Solar का क्लीनटेक इन्फ्रास्ट्रक्चर: ₹436 करोड़ की डेब्ट फाइनेंसिंग क्लीनटेक के विकास को दिखाती है, जो अब डेवलपमेंट फाइनेंस इंस्टीट्यूशंस तक पहुँच रही है। यह भारत की रिन्यूएबल एनर्जी महत्वाकांक्षाओं और 2030 तक 500 GW क्षमता लक्ष्य को भी दर्शाता है। फंडिंग का यह पैटर्न बताता है कि भारत में क्लाइमेट निवेश अब केवल वेंचर कैपिटल तक सीमित नहीं है, बल्कि विविध संस्थागत निवेशकों की तरफ बढ़ रहा है।

मुख्य इनसाइट्स और ट्रेंड्स

कुल प्रदर्शन: नवंबर में कुल \$1.7 बिलियन की फंडिंग 180-200 डीलस में वितरित हुई, जो साल-दर-साल 3x ग्रोथ और अक्टूबर के \$1.44 बिलियन से 18% की बढ़त को दर्शाती है। यह पूंजी का व्यापक वितरण यह दिखाता है कि वेंचर कैपिटल अब \$11-12 बिलियन सालाना के स्तर पर स्थिर होता जा रहा है-2021 में ज्यादा अटकलों और सट्टेबाज़ी के बाद, अब बाज़ार धीरे-धीरे समझदारी और स्थिरता की ओर बढ़ रहा है।

सेक्टरल लीडरशिप: फिनटेक और वित्तीय सेवाओं ने 35-40% पूंजी आकर्षित की, जो मुनाफे की दिशा में बदलाव और इन्फ्रास्ट्रक्चर पर फोकस को दिखाता है। एग्रीटेक ने भी अपनी पकड़ बनाई—AgroStar, Tractor Junction और Ace International ने मिलकर ₹87 करोड़ से अधिक की फंडिंग हासिल की। क्लीनटेक (Candi Solar और क्लाइमेट-फोकस्ड फंड्स) ने भी अच्छा आकर्षण दिखाया, जिसमें डेवलपमेंट फाइनेंस इंस्टीट्यूशंस की भागीदारी रही।

स्टेज-वार वितरण: कुल निवेश का लगभग 70% हिस्सा कंपनियों के विकास और मज़बूत चरण की फंडिंग में गया। बड़े - बड़े राउंड्स (Snapmint \$125M, Candi Solar \$58M, Yubi \$46M) विभिन्न सेक्टरों में वितरित हुए। शुरुआती स्टेज के Seed और Series A राउंड्स भी सक्रिय रहे, जो ईकोसिस्टम की गहराई और मल्टी-स्टेज पूंजी लगाने की क्षमता को दिखाते हैं।

भौगोलिक केंद्र: बेंगलुरु ने डीलस की संख्या में 50-55% हिस्सेदारी बनाए रखी। मुंबई ने फिनटेक में अपनी पकड़ मज़बूत की (Snapmint, Yubi-सम्बंधित)। पुणे एग्रीटेक के लिए उभरकर सामने आया (Tractor Junction) और चेन्नई AI और फिनटेक इन्फ्रास्ट्रक्चर क्लस्टरिंग के लिए जाना गया (Yubi Group)।

उभरते हुए ट्रेंड्स

- **फिनटेक में मुनाफे की दिशा बदल रही है:** Snapmint ने ₹150 करोड़ से अधिक की कमाई पर ₹10-15 करोड़ का PAT हासिल करके दिखा दिया कि फिनटेक अब सिर्फ़ ग्रोथ नहीं, बल्कि स्थायी बिज़नेस मॉडल की तरफ बढ़ रहा है। वहीं, Yubi का EBITDA नुकसान कम होना यह साबित करता है कि AI-सक्षम फाइनेंशियल सर्विसेज इन्फ्रास्ट्रक्चर भी बड़े स्तर पर सफल हो सकता है।
- **एग्रीटेक एक बड़ा अवसर:** Tractor Junction की ग्रोथ, AgroStar की मार्केट पोज़िशनिंग और Ace International में FMO जैसी संस्थागत निवेशक भागीदारी यह दिखाती है कि एग्रीटेक अब संस्थागत निवेश का प्रमुख क्षेत्र बन गया है। यह सेक्टर क्लाइमेट अलाइनमेंट, ग्रामीण विकास और बड़े मार्केट अवसर को एक साथ जोड़ता है।
- **क्लीनटेक और डेवलपमेंट फाइनेंस:** Candi Solar की डेब्ट फाइनेंसिंग और कई क्लाइमेट-अलाइन एग्रीटेक राउंड्स यह संकेत देते हैं कि क्लीन-टेक अब केवल वेंचर कैपिटल तक सीमित नहीं है, बल्कि डेवलपमेंट फाइनेंस इंस्टीट्यूशंस (FMO, Green Climate Fund, NIIIF) की भागीदारी के जरिए इन्फ्रास्ट्रक्चर फाइनेंस तक बढ़ रहा है।

- **पारंपरिक वित्तीय संस्थाओं की वेंचर भागीदारी:** SBI का Ripplr में को-इन्वेस्टमेंट और DBS बैंक का BigBasket डेब्ट राउंड दिखाता है कि पारंपरिक बैंकिंग सेक्टर अब वेंचर कैपिटल में सक्रिय हो रहा है। यह डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन और प्लेटफॉर्म इंटीग्रेशन की बढ़ती जरूरत का संकेत है।
- **B2B और इंफ्रास्ट्रक्चर पर फोकस:** पूंजी अब मुख्य रूप से B2B प्लेटफॉर्म (Yubi, Ripplr, Tractor Junction) और इंफ्रास्ट्रक्चर सॉल्यूशंस में जा रही है, न कि B2C ऐप्स में। इसका मतलब है कि यूनिट इकॉनॉमिक्स मज़बूत हैं और रेगुलेटरी स्पष्टता का फायदा मिल रहा है।

निवेशक सक्रियता: General Atlantic की Snapmint में लीडर-शिप ने अमेरिका के इस PE दिग्गज का भारत में बढ़ता फोकस दिखाया। Astanor, FMO और Green Climate Fund जैसी डेवलपमेंट फाइनेंस संस्थाओं ने वेंचर कैपिटल में अपनी भागीदारी बढ़ाई। West-Bridge Capital, Peak XV Partners और Accel ने ग्रोथ-स्टेज राउंड्स में एक्टिव पोर्टफोलियो मैनेजमेंट बनाए रखा।

रणनीतिक कॉर्पोरेट भागीदारी: नवंबर में पुराने बैंकिंग सेक्टर ने भी वेंचर कैपिटल में कदम रखा। SBI का Ripplr में को-इन्वेस्टमेंट इस बात का संकेत है कि फिनटेक और लॉजिस्टिक्स इंफ्रास्ट्रक्चर में संस्थागत निवेशकों की भागीदारी बढ़ रही है।

IPO पाइपलाइन: नवंबर की फंडिंग की रफ्तार 2026 में आने वाली यूनिर्कोर्न IPO के अनुमान से मेल खाती है, जिनमें Zepto, BigBasket, Groww और Lenskart शामिल हैं। यह IPO वेंचर कैपिटल फंड के लिए जरूरी लिक्विडिटी प्रदान करेंगे और अगले निवेश राउंड्स को तेज़ी से आगे बढ़ाने में मदद करेंगे।



रुझान और स्थिरता

नवंबर 2025 ने भारत के स्टार्टअप ईकोसिस्टम की मज़बूती को दोबारा साबित किया। इस महीने \$1.7 बिलियन की पूंजी 180-200 डीलस में वितरित हुई, जो यह दर्शाती है कि ईकोसिस्टम केवल बड़ी राउंड्स तक सीमित नहीं है, बल्कि इसके भीतर गहराई मौजूद है। इस महीने के सेक्टरल डाइवर्सिफिकेशन—फिनटेक में मुनाफ़ा, एग्रीटेक का उभार और क्लीनटेक में संस्थागत निवेश ने दिखाया कि पूंजी अब सिर्फ़ स्पेकुलेटिव ग्रोथ की बजाय स्थायी और लाभकारी बिज़नेस मॉडल की तरफ बढ़ रही है।

तीन प्रमुख कारणों से भविष्य के लिए उत्साह कायम है: (1) फिनटेक कंपनियों का मुनाफ़ा बढ़ रहा है, जैसे Snapmint जैसी कंपनियां अपने व्यवसाय में लगातार टिकाऊ फायदे दिखा रही हैं। (2) एग्रीटेक और क्लीनटेक जैसे क्षेत्र तेज़ी से उभर रहे हैं और इनमें विकास वित्त संस्थाओं और वेंचर कैपिटल का ध्यान खींचा जा रहा है और (3) General Atlantic, Astanor, FMO, SBI जैसी प्रमुख संस्थागत निवेशकों की भागीदारी यह साबित कर रही है कि भारतीय स्टार्टअप्स अब वैश्विक पूंजी निवेश योजनाओं में सक्रिय रूप से शामिल हो रहे हैं।

हालांकि, चुनौतियाँ अभी भी मौजूद हैं। \$1.7 बिलियन की नवंबर फंडिंग साल-दर-साल बढ़त दिखाती है, लेकिन 2025 में कुल फंडिंग \$11-12 बिलियन तक रहने का अनुमान 2021 के \$26+ बिलियन शिखर से 55-65% कम है। पूंजी का अनुशासित आवंटन और यूनिट इकॉनॉमिक्स पर फोकस निवेशकों की अपेक्षाओं को बदल रहा है और अब पैसा ज्यादा भरोसेमंद बिज़नेस मॉडल्स की ओर जा रहा है।

2025 के अंतिम महीने में भारत का स्टार्टअप ईकोसिस्टम नए उत्साह के साथ प्रवेश कर रहा है। फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर (Snapmint, Yubi, Ripplr), एग्रीकल्चरल टेक्नोलॉजी (Tractor Junction, AgroStar, Ace International), क्लीनटेक और रिन्यूएबल एनर्जी (Candi Solar) और AI-पावर्ड एंटरप्राइज प्लेटफॉर्म मज़बूत बुनियाद बनाते हैं। 2026 में आने वाले Zepto, BigBasket, Groww और Lenskart के IPO महत्वपूर्ण लिक्विडिटी इवेंट्स प्रदान करेंगे। साथ ही, सरकार की ₹10,000 करोड़ Fund of Funds विस्तार जैसी पहल भारत को दुनिया के तीसरे सबसे बड़े स्टार्टअप ईकोसिस्टम के रूप में मज़बूत बनाती है।

कुल मिलाकर, नवंबर ने दिखाया कि भारत की स्टार्टअप कहानी ग्रोथ और अनुशासन दोनों का संतुलन बना रही है। फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर, एग्रीटेक और क्लीनटेक में निवेशक रुचि को देखते हुए, ईकोसिस्टम 2026 में स्थायी पूंजी निवेश के लिए अच्छी तरह तैयार दिखाई देता है।



प्रशासन में नया क्या है



कैसे SEBI, RBI और भारत के Controllers 2026 और उसके बाद की Fintech दुनिया को नए नियमों से बदल रहे हैं

लंबे समय तक भारत की फिनटेक ग्रोथ, नियमों से कहीं ज्यादा तेज चली और यह गलती नहीं थी, बल्कि एक जरूरी सफर था। इनोवेशन इतनी तेज़ी से आगे बढ़ा कि कंप्लायंस फ्रेमवर्क, रिपोर्टिंग सिस्टम और पुराने लेंडिंग मॉडल उसके पीछे रह गए। UPI पूरे देश में अपनाया गया, उससे पहले कि उसके सेटलमेंट के नियम पूरी तरह तैयार हों। डिजिटल लोन का बूम आया, उससे पहले कि अंडर राइटिंग के स्टैंडर्ड्स बनें। नियो बैंकिंग का अनुभव आगे निकल गया, जबकि NBFC स्ट्रक्चर पीछे था।

लेकिन बिना मज़बूत गवर्नेंस के ग्रोथ हमेशा नहीं टिकती।

2024 के अंत तक भारत एक मोड़ पर पहुँच चुका था — फिनटेक अब कोई नया प्रयोग नहीं था, बल्कि देश की वित्तीय रीढ़ बन चुका था। लाखों लोग डिजिटल क्रेडिट पर निर्भर थे। UPI से रोज़ अरबों का लेन-देन हो रहा था। घर-परिवार अपनी बचत ऐप्स में रख रहे थे, लॉकरों में नहीं।

ऐसे में एक गलती मतलब — घबराहट, लेनदेन रुकना, शहरों में वित्तीय जोखिम फैलना।

Regulators ने वह समझा, जिसे फाउंडर्स को समझने में समय लगा — Fintech अब इतना बड़ा हो चुका है कि इसे बिना नियमों के नहीं चलाया जा सकता और यहीं से शुरू हुई 1991 की लिबरलाइज़ेशन के बाद भारत की सबसे अहम वित्तीय सुधार यात्रा।

2025-2026 में जो हो रहा है, वह किसी तरह का क्रेकडाउन नहीं है — यह फिनटेक का प्रोफेशनलाइज़ेशन है।

यह बदलाव है —

Startup की स्पीड से → Financial संस्थानों की अनुशासन तक
सिर्फ प्रोडक्ट सोच से → मज़बूत गवर्नेंस तक

ग्रोथ की कहानियों से → रिस्क-अवेयर, IPO-ready कंपनियों तक

अब चलिए देखते हैं वे चार गवर्नेंस पिलर जो भारत की डिजिटल फाइनेंस इंडस्ट्री को पूरी तरह बदल रहे हैं।

सेबी का फिनटेक गवर्नेंस सैंडबॉक्स इनोवेशन का स्वागत है, लेकिन अब एक सुरक्षा पिंजरे के अंदर।

सालों तक, हर बड़ा फिनटेक प्रयोग आम जनता को ही टेस्टिंग फ़ील्ड मानता था। आज एक बीएनपीएल (BNPL) प्रोडक्ट लॉन्च हुआ और छह महीने बाद डिफ़ॉल्ट कर्सेस (कर्ज़ चुकाने में चूक का पैटर्न) सामने आए। एक नया अंडरराइटिंग मॉडल पहले ऐप स्टोर पर रोल आउट हुआ और ऑडिट बाद में आया। एल्गो-आधारित वेल्थ एडवाइजरी बिना किसी रिस्क सिमुलेशन के लाइव हो गई। यह लापरवाही नहीं थी—यह तेज़ इनोवेशन का स्वभाव था।

मगर फिर डिजिटल फाइनेंस बड़े स्केल तक पहुँच गया। अब एक मॉडल में बदलाव लाखों लोगों को प्रभावित करता है। एक पेमेंट आउटलेट ने देशव्यापी व्यापार रोक दिया। एक अंडरराइटिंग त्रुटि ने पूरे समूह में डिफ़ॉल्ट शुरू कर दिया।

नियामकों को एहसास हुआ कि प्रयोगों को रोका नहीं जा सकता, लेकिन अनियंत्रित प्रयोग अर्थव्यवस्था को अस्थिर कर सकते हैं।

इसलिए, सेबी ने एक ऐसी चीज़ बनाई जो भारत में पहले कभी नहीं थी: विशेष रूप से फिनटेक के लिए डिज़ाइन किया गया एक नियामक गवर्नेंस सैंडबॉक्स।

इस नियंत्रित वातावरण के अंदर, कंपनियाँ इन चीज़ों का परीक्षण कर सकती हैं:

- नए अंडरराइटिंग मॉडल
- रिस्क स्कोरिंग फ्रेमवर्क
- रोबो-एडवाइजरी एल्गोरिथम
- API-बेस्ड लेंडिंग संरचनाएँ
- क्रेडिट-लाइन असाइनमेंट मॉडल
- कैशफ्लो-आधारित वैकल्पिक स्कोरिंग
- AI-आधारित धोखाधड़ी निगरानी उपकरण

लेकिन यह परीक्षण लाखों नागरिकों पर नहीं, बल्कि नियंत्रित उपयोगकर्ता समूहों पर होता है, जिसमें नियामक की पूरी निगरानी, तनाव लॉग और बाहर निकलने के प्रोटोकॉल शामिल होते हैं।

यह सैंडबॉक्स कोई बाधा नहीं है—यह एक सीटबेल्ट है। यह कंपनियों को सिस्टेमिक शॉक का जोखिम उठाए बिना नवाचार करने देता है।

IPO लाने वाली फिनटेक कंपनियों के लिए, सैंडबॉक्स अनुपालन जल्द ही रेपुटेशन फ़िल्टर बन सकता है। निवेशक सैंडबॉक्स प्रदर्शन को इस बात के सबूत के रूप में मान सकते हैं कि व्यवसाय बड़े पैमाने पर सुरक्षित है। हम जल्द ही डीआरएचपी (DRHPs - ड्राफ्ट रेड हेरिंग प्रॉस्पेक्टस) में ऐसे शब्द देख सकते हैं जो पहले कभी नहीं देखे गए:

"अंडरराइटिंग मॉडल का परीक्षण सेबी सैंडबॉक्स में किया गया—तनाव की स्थिति में डिफ़ॉल्ट वेरिफ़िकेशन 2% से कम।"

इस तरह इन्वेंशन को संस्थागत बनाया जाता है। फिनटेक भले ही तेज़ बना रहे, लेकिन अब ब्रेक, एयरबैग और टेलीमेट्री के साथ।

डिजिटल लेंडिंग डिस्कलोजर फ्रेमवर्क

अब फिनटेक की प्रगति को लोन वितरण की मात्रा से नहीं, बल्कि जोखिम की स्पष्टता से मापा जाता है।

कई वर्षों तक, डिजिटल लेंडर्स सिर्फ लोन बाँटने के आँकड़ों का जश्न मनाती रहीं:

- ₹1,000 करोड़ वितरित किए गए।
- 60 दिनों में 10 लाख लोन।
- 30 मिनट में KYC से लेकर अकाउंट में पैसा।

लेकिन यह विकास पूरी सच्चाई के बिना ऊपरी दिखावा था।

जिस ऋणदाता में वसूली की अनुशासन नहीं होता, वह असल में ऋणदाता नहीं होता; वह सिर्फ पैसा जलाने वाली मशीन बन जाता है।

इसलिए, नियामकों ने नज़रिया ही पलट दिया। नया डिस्कलोजर रिज़िम लेंडर्स को वह चीज़ दिखाने के लिए मजबूर करता है जो पहले अदृश्य थी:

आप कितनी तेज़ी से लोन देते हैं, यह नहीं, बल्कि आप कितनी जिम्मेदारी से लोन देते हैं। आप कितना सकल व्यापारिक मूल्य (GMV) उत्पन्न करते हैं, यह नहीं, बल्कि आप कितना रिटर्न वसूल करते हैं। आप कितने उधारकर्ताओं को हासिल करते हैं, यह नहीं, बल्कि कितने समय पर भुगतान करते हैं।



अगले 2-3 वर्षों में, DRHP दस्तावेज़ में नाटकीय बदलाव आ सकता है। सामान्य लोन मात्रा तालिकाओं के बजाय, निवेशक अब यह अपेक्षाएँ रख सकते हैं:

पहले (शासन मुधार से पूर्व)	बाद में (शासन मुधार के बाद)
"कुल वितरित लोन"	"6 तिमाहियों के लिए 30+ दिन की चूक (Delinquency) समूह प्रवृत्ति"
"सेवा दिए गए कुल उपयोगकर्ता"	"पहली साइकिल में चूक बनाम दोहराए जाने वाले उधारकर्ता राजस्व हिस्सा"
"वार्षिक वितरण वृद्धि"	"सी.ए.सी. (CAC) वसूली वक्र + क्रेडिट लागत संवेदनशीलता"

एक ही कदम में, नियामकों ने फिनटेक मूल्यांकन के तर्क को बदल दिया।

वितरण केवल दिखावा है।

वसूली और स्थिरता अपने-आप में मूल्य हैं।

बाज़ार आखिरकार अब भेद कर रहा है:

तेज लेंडर्स
स्थायी लेंडर्स

यही डिजिटल लेंडिंग का बड़ा होना है।

साइबर सुरक्षा और डेटा गवर्नेंस अनिवार्यताएँ

फिनटेक में सबसे मूल्यवान मुद्रा पैसा नहीं है - ग्राहक का विश्वास है।

आज फिनटेक प्लेटफॉर्म जमा राशि से भी अधिक शक्तिशाली चीज़ रखते हैं; वे डिजिटल पहचान रखते हैं।

बैंक स्टेटमेंट, आधार-लिंकड प्रोफाइल, UPI लेनदेन लॉग, निवेश इतिहास, जोखिम स्कोर—इस जानकारी में सेंध लगाना यानी एक नागरिक में सेंध लगाना है।

इसलिए साइबर सुरक्षा नियमों को IT दिशानिर्देशों के रूप में नहीं, बल्कि आर्थिक संरक्षण फ्रेमवर्क के रूप में फिर से लिखा गया।

इस बदलाव का मतलब है:

- एन्क्रिप्शन कोई सलाह नहीं, यह अनिवार्य स्थिरता है।
- संघमारी की रिपोर्टिंग वैकल्पिक नहीं; यह अनिवार्य पारदर्शिता है।
- ऑडिट ट्रेल्स आंतरिक लॉग नहीं; वे जिम्मेदारी के सबूत हैं।

पहले डेटा लीक होना एक पीआर संकट होता था।

अब यह एक नियामक घटना हो सकती है, जो IPO. क्लीयरेंस, मूल्यांकन विश्वास, एंकर की रुचि और लिस्टिंग व्यवहार को प्रभावित करती है।

बोर्डरूम की शब्दावली बदल गई है।

संस्थापक अब यह नहीं पूछते: "हम कितनी तेज़ी से लॉन्च कर सकते हैं?"

वे अब पूछते हैं:

"जिस सिस्टम को हम सार्वजनिक कर रहे हैं, वह कितना सुरक्षित है?"

डेटा गवर्नेंस अब मूल शासन है।

साइबर सुरक्षा रीड के बिना एक फिनटेक, तिजोरी के बिना एक बैंक की तरह है।

टेक-इनेबल्ड NBFC IPO उम्मीदवारों के लिए नए नियम

तकनीक पंख देती है। नियमन रनवे बनाता है।

टेक-आधारित NBFC अब IPO उम्मीदवारों का सबसे संवेदनशील वर्ग हैं; वे फिनटेक की तरह लोन देते हैं, लेकिन बैंकों की तरह जोखिम उठाते हैं।

नियामक अब इन बातों की अपेक्षा करते हैं:

- स्वतंत्र बोर्ड, जिसकी अध्यक्षता गैर-संस्थापक विशेषज्ञ करें।
- वीडो शक्ति के साथ जोखिम समितियाँ।
- परियोजनाओं के आधार पर नहीं, बल्कि वास्तविक समूह व्यवहार के आधार पर प्रावधान।
- कई क्रेडिट साइकल्स में तनाव-टेस्टेड बैलेंस शीट।
- अंडरराइटिंग जो केवल मौसमी नहीं, बल्कि विकास और मंदी के दौरान भी काम करे।

यह फिनटेक मज़बूती का अंतिम चरण है:

स्टार्टअप → फिनटेक → लेंडिंग इंजन → एनबीएफसी → पब्लिक वित्तीय संस्थान

बदलाव दार्शनिक है:

पहले:

गति ही सफलता थी।

अब:

स्थिरता ही सफलता है।

पहले:

प्रोडक्ट ही ताकत थी।

अब:

गवर्नेंस सबसे बड़ी ताकत है।

पहले:

निर्णय लेने की शक्ति संस्थापकों के हाथ में थी।

अब:

लंबे समय तक टिके रहने के लिए बोर्ड, शक्ति का सही वितरण करता है।

क्योंकि IPO सिर्फ एक माइलस्टोन नहीं होता, बल्कि जनता के पैसे के प्रति जवाबदेही का अनुबंध होता है।

नई वास्तविकता

फिनटेक अब उस दौर में प्रवेश कर रहा है जहाँ ताकत केवल यूज़र्स या रेवेन्यू से नहीं, बल्कि अनुशासन, पारदर्शिता और जोखिम प्रबंधन की संस्कृति से मापी जाएगी।

भविष्य उन्हीं फिनटेक कंपनियों का है जो कह सकें:

हम साहसपूर्वक इनोवेशन करते हैं, लेकिन जिम्मेदारी से प्रबंधन करते हैं।

यही मज़बूती SEBI विकसित कर रहा है

यही अनुशासन निवेशकों द्वारा पुरस्कृत किया जाएगा।



मार्केट मिरर

डीमैट अकाउंट्स ने बनाया रिकॉर्ड - 21 करोड़ का आँकड़ा पार

अक्टूबर 2025 तक भारत में डीमैट खातों की संख्या रिकॉर्ड 21 करोड़ तक पहुँच गई है। CDSL में 16.77 करोड़ और NSDL में 4.23 करोड़ खाते हैं। यह साफ दर्शाता है कि आम लोग स्टॉक मार्केट निवेश में ज़्यादा रुचि ले रहे हैं।



इतने नए खाते क्यों?

अकेले अक्टूबर में 30 लाख से ज़्यादा नए डीमैट खाते खुले - यह पिछले 10 महीनों में सबसे ज़्यादा है, जो सितंबर से 22% अधिक है। कुल संख्या 20.7 करोड़ से बढ़कर 21 करोड़ हुई। भले ही 2025 की शुरुआत में बाज़ार के उतार-चढ़ाव के कारण थोड़ी सुस्ती आई थी, लेकिन यह आँकड़ा रिटेल निवेशकों की मज़बूत दिलचस्पी को दर्शाता है।

इस उछाल के मुख्य कारण

विदेशी निवेशकों (FIIs) ने महीनों तक बिकवाली करने के बाद अक्टूबर में 1.6 बिलियन डॉलर मूल्य के भारतीय शेयर खरीदे। इससे बाज़ार में अधिक पैसा और विश्वास आया। बड़े IPO की धूम ने भी मदद की - 10 कंपनियों ने ₹44,930 करोड़ से अधिक जुटाए, जिनमें टाटा कैपिटल का ₹15,512 करोड़ का IPO भी शामिल है। म्यूचुअल फंड्स में SIP का प्रवाह सितंबर में ₹29,000 करोड़ को पार कर गया, जिससे नए लोग बाज़ार की ओर आकर्षित हुए।

बाज़ार में क्या बदलाव आया?

RBI ने रेपो दर को 5.5% पर बरकरार रखा और वित्त वर्ष 2026 के लिए आर्थिक विकास दर 6.8% रहने का अनुमान है। सेंसेक्स और निफ्टी दोनों में 3% की वृद्धि हुई, जबकि मिडकैप और स्मॉलकैप ने और बेहतर प्रदर्शन किया। Groww और Zerodha जैसे ऐप्स ने फोन से खाता खोलना आसान बना दिया है। सेबी के नियमों ने जोखिम भरे F&O ट्रेडिंग में कटौती की है, जिससे निवेशकों का ध्यान लंबे समय के निवेश पर ज़्यादा गया है।

आगे का क्या मतलब है?

अब भारत में 13.6 करोड़ अनोखे निवेशक हैं। छोटे शहरों के कई लोग आसान डिजिटल तरीकों से जुड़ रहे हैं। शीर्ष दलालों के पास एक्टिव खाते लगभग 4.52 करोड़ हैं, लेकिन कुल वृद्धि सोने के बजाय शेयरों की ओर बढ़ते झुकाव को दर्शाती है, भले ही इस साल सोने ने अब तक बेहतर रिटर्न दिया हो। यह धन निर्माण के लिए गहरी बाज़ार भागीदारी का संकेत है।

स्मॉल-कैप IPO में म्यूचुअल फंड्स ने डाले ₹8,752 करोड़



वित्त वर्ष 2026 की दूसरी तिमाही (Q2 FY26 - जुलाई से सितंबर 2025) के दौरान, भारत के म्यूचुअल फंड्स ने नए दौर की कंपनियों में अपना आक्रामक निवेश जारी रखा। उन्होंने IPO में ₹8,752 करोड़ लगाए, जिसका अधिकांश हिस्सा स्मॉल-कैप फर्मों में गया। इक्विटी बाज़ारों में अस्थिरता के बावजूद यह मज़बूत समर्थन, अल्पकालिक चुनौतियों के बावजूद भारत की विकास गाथा में उनके ठोस विश्वास का संकेत देता है।

स्मॉल-कैप स्टॉक्स पर म्यूचुअल फंड का प्रभुत्व

म्यूचुअल फंड हाउसों और बाज़ार विश्लेषकों के डेटा से पता चलता है कि म्यूचुअल फंडों द्वारा किए गए शीर्ष 11 IPO निवेशों में से 10 स्मॉल-कैप कंपनियों में थे। यह स्केलेबल प्रारंभिक चरण के व्यवसायों के लिए उनकी लगातार बढ़ती रुचि को दर्शाता है। एंथम बायोसाइंसेज शीर्ष निवेशों में एकमात्र मिड-कैप स्टॉक था। स्मॉल-कैप पर यह ध्यान व्यापक बाज़ार में विपरीत परिस्थितियों के बावजूद भारत के इनोवेशन-ड्रिवेन सेक्टर का समर्थन करने की म्यूचुअल फंड्स की रणनीति को उजागर करता है।

बाज़ार प्रदर्शन और संस्थागत प्रवाह

इस तिमाही में इक्विटी बाज़ारों में काफ़ी नरमी देखने को मिली: निफ्टी 50 इंडेक्स 3.6% गिरा, जबकि स्मॉल-कैप और मिड-कैप इंडेक्स क्रमशः 4.6% और 4.1% गिरे।

इसके बावजूद, घरेलू संस्थागत निवेशकों (DIIs) ने वित्त वर्ष 2026 की पहली छमाही (H1 FY26) के दौरान बड़ी मात्रा में ₹3.63 लाख करोड़ झोंके, जिससे बाज़ार को विदेशी संस्थागत निवेशकों (FIIs) द्वारा की गई ₹37,900 करोड़ की निकासी के खिलाफ तकिया (cushion) मिला (पिछले साल की ₹89,700 करोड़ की आमद की तुलना में)।

SIP प्रवाह ने रिटेल निवेशक के लिक्विडिटी को दर्शाया

इक्विटी म्यूचुअल फंड योजनाओं ने दूसरी तिमाही में ₹1.06 लाख करोड़ की आमद आकर्षित की, जो पिछली तिमाही के ₹66,869 करोड़ से तेजी से ज्यादा है। हाइब्रिड योजनाओं में भी ₹45,570 करोड़ की स्वस्थ आमद देखी गई। इस बीच, सितंबर में SIP प्रवाह ₹29,361 करोड़ प्रति माह के सर्वकालिक उच्च स्तर पर पहुंच गया, जो जून में ₹27,269 करोड़ था। यह लगातार वृद्धि चल रहे बाजार की अस्थिरता के बावजूद व्यवस्थित, दीर्घकालिक निवेश में खुदरा निवेशकों के मजबूत विश्वास को दर्शाती है।

स्मॉल और मिड-कैप फंड AUM वृद्धि में मंदी

जबकि पिछली तिमाहियों में स्मॉल-कैप और मिड-कैप म्यूचुअल फंडों में मजबूत वृद्धि देखी गई थी, दूसरी तिमाही में उनके एसेट ग्रोथ में तेज कमी आई — स्मॉल-कैप के लिए केवल 0.6% और मिड-कैप के लिए 0.4%, जो पिछली तिमाहियों के क्रमशः 20% और 17% से कम है। यह नरमी मुख्य रूप से सेबी की कुछ स्मॉल-कैप सेगमेंट में अत्यधिक तेजी की चेतावनियों के साथ-साथ दुनिया भर के इक्विटी बाजारों को प्रभावित करने वाले ग्लोबल रिस्क-ऑफ ट्रेड के कारण मानी जाती है।

शीर्ष IPO निवेश और संभावित कैप अपग्रेड

म्यूचुअल फंड्स के शीर्ष 10 IPO निवेश (₹20 करोड़ से अधिक मूल्य की होल्डिंग्स के साथ) उच्च विकास क्षमता वाली छोटी कंपनियों में लगातार विश्वास का संकेत देते हैं। वेंचुरा के अध्ययन ने नौ मिड-कैप कंपनियों की भी पहचान की जो जल्द ही लाज-कैप की स्थिति में उन्नत हो सकती हैं और छह स्मॉल-कैप फर्मों की जो अगले AMFI वर्गीकरण अपडेट में मिड-कैप कैटेगरी में स्थानांतरित होने की संभावना है। इन संभावित कैटेगरी अपग्रेड्स निवेशकों के पोर्टफोलियो के लिए महत्वपूर्ण मील के पत्थर साबित हो सकते हैं और सम्भावना है कि यह इन कंपनियों में और अधिक रुचि बढ़ाएंगे।

निवेशकों के लिए इसका क्या मतलब है?

डेटा यह दिखाता है कि भारतीय बाजार अब मजबूत हो रहा है और इसमें घरेलू निवेशकों की भूमिका तेजी से बढ़ रही है, जो विदेशी निवेश के निकलने का संतुलन बना रहे हैं। म्यूचुअल फंड भारत के इनोवेशन और विकास वाले सेक्टर पर मजबूत भरोसा बनाए हुए हैं और उथल-पुथल के बीच भी अगली पीढ़ी की कंपनियों को समर्थन दे रहे हैं। रिटेल निवेशक भी अनुशासन दिखा रहे हैं, क्योंकि SIP नए उच्च स्तरों पर पहुंच रही हैं — जो लंबे समय के व्यवस्थित वेल्थ क्रिएशन की दिशा में एक मजबूत कदम है।

बाजार में उतार-चढ़ाव और वैश्विक पूंजी के सतर्क रुख के बावजूद, म्यूचुअल फंड्स के स्थिर IPO निवेश और DIIs का समर्थन इक्विटी बाजारों के लिए आशा पैदा करता है। रिटेल और संस्थागत निवेशकों — दोनों के लिए, उभरते व्यवसायों पर ध्यान देना, संभावित कैप-अपग्रेड्स को ट्रैक करना और SIP अनुशासन बनाए रखना — भारत की विकास यात्रा का लाभ उठाने के लिए समझदारी भरी रणनीतियाँ हैं।

2030 तक \$1 ट्रिलियन का रियल एस्टेट बाजार — दूसरा सबसे बड़ा विकास इंजन



भारत का रियल एस्टेट सेक्टर 2030 तक ऐतिहासिक \$1 ट्रिलियन के स्तर को छूने की दिशा में है, जिसका आधार मजबूत हाउसिंग मांग और डेटा सेंटर व वेयरहाउसिंग जैसे नए एसेट क्लास की तेज वृद्धि है। बढ़ती होम सेल्स, तेजी से बढ़ती कमर्शियल लीजिंग और व्यापारिक इंफ्रास्ट्रक्चर की बदलती जरूरतों ने रियल एस्टेट को भारत की अर्थव्यवस्था के सबसे मजबूत इंजनों में से एक बना दिया है।

रेजिडेंशियल सेक्टर विकास का प्रमुख चालक

रेजिडेंशियल रियल एस्टेट मार्केट की 88% हिस्सेदारी रखता है, जो परिवारों और निवेशकों दोनों की मजबूत और निरंतर मांग दर्शाता है। टॉप 10 लिस्टेड डेवलपर्स ने वर्ष 2025 की पहली छमाही में ही अपने वार्षिक सेल्स लक्ष्य का 50% से अधिक हासिल कर लिया है। सेल्स वैल्यू 19% YoY बढ़ी है, जिसे बड़े और प्रीमियम हाउसिंग प्रोजेक्ट्स ने आगे बढ़ाया है। वर्ष 2025 में कुल आवासीय बिक्री ₹6.6 लाख करोड़ का रिकॉर्ड स्तर छू सकती है।

नौकरी वृद्धि के साथ कमर्शियल लीजिंग का विस्तार

2024 के पहले नौ महीनों में कमर्शियल प्रॉपर्टी लीजिंग 59 मिलियन वर्ग फुट तक पहुंची और वर्ष के अंत तक 85 मिलियन वर्ग फुट पहुंचने की संभावना है। इस वृद्धि के केंद्र में ग्लोबल कैपबिलिटी सेंटर्स (GCCs) हैं, जिनकी वर्कफोर्स 40% YoY बढ़कर 19 लाख पेशेवर हो गई है — जिससे ऑफिस स्पेस, आवास, रिटेल और हॉस्पिटैलिटी की मांग तेजी से बढ़ी है।

उभरते एसेट क्लास में तेज़ी

प्रमुख उभरते क्षेत्र तेज़ी से आगे बढ़ रहे हैं:

- **हॉस्पिटैलिटी:** Tier-2, 3 और 4 शहरों में 74% नई होटल साइनिंग हो रही है — स्पिरिचुअल टूरिज़्म, मेडिकल ट्रेवल, वेडिंग्स और UDAN जैसी इंफ्रास्ट्रक्चर परियोजनाओं के चलते।
- **वेयरहाउसिंग:** 95% YoY उछाल, ई-कॉमर्स विस्तार और टियर-2/3 मार्केट पहुँच की वजह से।
- **डेटा सेंटर:** 2030 तक \$25 बिलियन निवेश को आकर्षित करने की ओर, AI और क्लाउड कंप्यूटिंग की तेज मांग के कारण।

रिटेल रियल एस्टेट की वैकेंसी सिर्फ 4-5% है, जो मज़बूत कंज़म्पशन और सीमित सप्लाई को दर्शाती है।

बिज़नेस और IPO स्टेकहोल्डर्स के लिए महत्व

भारत का रियल एस्टेट बूम कंपनियों के विकास और IPO बाज़ार दोनों के लिए विशाल अवसर पैदा कर रहा है। बढ़ते कमर्शियल रेंट्स और मज़बूत होती वेयरहाउसिंग क्षमता उभरते शहरों में नए व्यवसायिक अवसर ला रही है। साथ ही, डेटा सेंटर डिजिटल इंफ्रास्ट्रक्चर के रूप में रणनीतिक एसेट बनते जा रहे हैं — विशेष रूप से उन टेक कंपनियों के लिए जो स्टॉक मार्केट में लिस्टिंग की तैयारी कर रही हैं।

रेजिडेंशियल सेगमेंट की रिकॉर्ड बिक्री और मज़बूत प्री-सेल्स एक सकारात्मक लिस्टिंग माहौल का संकेत देती हैं, जबकि छोटे शहरों में हॉस्पिटैलिटी का तेज विस्तार नए निवेश अवसर खोल रहा है। यह समय रियल एस्टेट डेवलपर्स और REITs के लिए वैल्यू अनलॉक करने और पब्लिक ऑफरिंग के माध्यम से ग्रोथ फंड जुटाने का आदर्श अवसर है।



ग्लोबल IPO लेंस

क्यों भारत आज दुनिया का सबसे आकर्षक फिनटेक IPO मार्केट बन गया है?

दुनिया के कैपिटल मार्केट्स में एक बात अब साफ़ दिखाई दे रही है— भारत चुपचाप दुनिया का सबसे आकर्षक फिनटेक IPO मार्केट बन चुका है। यह इसलिए नहीं कि भारत सबसे बड़ा, सबसे अमीर या सबसे पुराना वित्तीय सिस्टम है, बल्कि इसलिए कि दुनिया में किसी भी देश ने डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर को भारत जितना मज़बूत नहीं बनाया। यही डिजिटल इंफ्रास्ट्रक्चर आज फिनटेक बिज़नेस मॉडल्स को अधिक मज़बूत बनाता है, लागत घटाता है, भरोसा बढ़ाता है और फिनटेक कंपनियों को पश्चिमी देशों की तुलना में बहुत जल्दी IPO-ready बनाता है।

यह समझने के लिए कि भारत कैसे आगे निकल रहा है, हमें दुनिया में हो रहे बदलावों को देखना होगा — अमेरिका में फिनटेक वैल्यूएशन का गिरना, लैटिन अमेरिका की कंपनियाँ जैसे Nubank का धीरे-धीरे मज़बूत होना और यूरोप में Revolut जैसी फिनटेक कंपनियों पर बढ़ता रेगुलेटरी दबाव। इन सबकी तुलना में, भारत सिर्फ मुकाबले में नहीं है — बल्कि असाधारण रूप से मज़बूत और आगे है।

Global IPO Lens” सेक्शन यह समझाता है कि अंतर्राष्ट्रीय निवेशक भारत की तरफ क्यों आकर्षित हो रहे हैं, वैश्विक फिनटेक खिलाड़ियों से संस्थापकों के लिए कौन-कौन सी सबक हैं और कैसे भारत की डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर (DPI) — जैसे UPI, आधार, अकाउंट एग्रीगेटर और ONDC ने वो समस्याएँ हल कर दी हैं जिनसे पश्चिमी देश आज भी जूझ रहे हैं।

क्यों भारत आज दुनिया का सबसे आकर्षक फिनटेक IPO मार्केट है?

भारत की सबसे बड़ी ताकत दो चीज़ों का मिलना है—स्केल + स्थिरता। बहुत से देशों में एक चीज़ मिलती है, लेकिन दोनों साथ मिलना बहुत कम देखने को मिलता है।

घरेलू स्तर पर बेजोड़ शक्ति

भारत का डिजिटल फाइनेंस इकोसिस्टम अमेरिका, ब्रिटेन और यूरोप के इकोसिस्टम से भी बड़ा है। UPI अकेले ही हर महीने 14 अरब से ज़्यादा ट्रांज़ैक्शन प्रोसेस करता है। इसका फायदा यह है कि फिनटेक कंपनियों को भारी-भरकम मार्केटिंग पर खर्चा नहीं करना पड़ता। यूज़र खुद जुड़ते हैं, बार-बार इस्तेमाल करते हैं और कम लागत में बड़े पैमाने पर ग्रोथ मिलती है। IPO निवेशकों के लिए यह बहुत बड़ी ताकत है।

भरोसेमंद और स्थिर रेगुलेशन

दुनिया में फिनटेक रेगुलेशन काफी उलझा हुआ — अमेरिका में SEC और CFPB की व्याख्याएँ अक्सर टकराती हैं—खासतौर पर crypto, BNPL और कंज़्यूमर फाइनेंस को लेकर।



यूरोप में नियम सख्त हैं, लेकिन अलग-अलग देशों में बंटे हुए हैं। चीन में नियम अचानक बदल जाते हैं।

भारत कुछ खास पेश करता है:

RBI और SEBI की साफ़, सख्त लेकिन स्थिर नियमावली।

निवेशक सख्त नियमों से नहीं डरते—वे अनिश्चित नियमों से डरते हैं।

भारत में फिनटेक जल्दी मुनाफ़ा कमाने लगते हैं

क्योंकि यहाँ CAC यानी कस्टमर एक्विज़िशन कॉस्ट बहुत कम है, डिजिटल ऑनबोर्डिंग बेहद सस्ता है, डेटा और KYC सिस्टम एक-दूसरे से जुड़े हुए हैं। इससे भारतीय फिनटेक कंपनियाँ पश्चिमी कंपनियों की तुलना में काफी जल्दी ऑपरेटिंग डिसिप्लिन और प्रॉफिटेबिलिटी हासिल कर लेती हैं। IPO मार्केट के लिए यह एक बड़ा प्लस है।

रिटेल निवेशकों की मजबूत भागीदारी

Groww, Zerodha और Upstox जैसी प्लेटफ़ॉर्म ने भारत में एक पूरी नई पीढ़ी तैयार की है—जो सीधे IPO में भाग लेती है। भारत में यह घरेलू निवेशक शक्ति लिस्टिंग के समय अच्छी मांग पैदा करती है, जो बहुत देशों में नहीं दिखती।

इंडिया स्टैक = कम फ्रिक्शन, ज्यादा भरोसा

UPI, आधार, CKYC, DigiLocker, अकाउंट एग्रीगेटर और ONDC जैसे प्लेटफ़ॉर्म ने घर्षण कम किया, भरोसा बढ़ाया और रिस्क को घटाया। इन आधारों पर बनी फिनटेक कंपनियाँ ज्यादा कुशल, भरोसेमंद और सुरक्षित होती हैं।

भारत एक ऐसा अनोखा बाजार है जहाँ फिनटेक कंपनियाँ बड़े पैमाने पर बढ़ सकती हैं, नियमों का सही पालन कर सकती हैं, जल्दी मुनाफ़ा कमा सकती हैं और पूर्वानुमानित तरीके से काम करती हैं। यही गुण उन्हें IPO निवेशकों के लिए सबसे आकर्षक बनाते हैं।

2. ग्लोबल फिनटेक दिग्गजों से सीख: Robinhood, Nubank, Revolut

दुनिया के तीन बड़े फिनटेक नाम—Robinhood, Nubank और Revolut—भारत के लिए बेहतरीन सीख छोड़ते हैं। जो भारतीय फाउंडर्स IPO की तैयारी कर रहे हैं, उनके लिए यह सीख बेहद महत्वपूर्ण हैं।

Robinhood: तेज़ ग्रोथ का हाइप, लेकिन स्थिरता की कमी

Robinhood ने शुरुआत में धमाकेदार ग्रोथ दिखाई। उसके लो-कोस्ट ट्रेडिंग ऐप ने अमेरिकी ब्रोकरेज इंडस्ट्री को हिला दिया। लेकिन 2021 में जब Robinhood ने IPO किया, तब उसकी कमाई का बड़ा हिस्सा एक बहुत ही उतार-चढ़ाव वाले स्रोत से आ रहा था— विशेषकर पेमेंट फॉर ऑर्डर फ्लो (PFOF)।

जैसे ही अमेरिकी बाजारों में माहौल बदला, Robinhood का स्टॉक लगभग 80% गिर गया।

भारत क्या सीख सकता है?

- फिनटेक IPO को एक जोखिम भरे रेवेन्यू मॉडल पर निर्भर नहीं होना चाहिए।
- “हर कीमत पर ग्रोथ” वाला मॉडल मार्केट झटकों के समय सबसे बड़ा खतरा बन जाता है।
- आम जनता में पॉपुलैरिटी अच्छी है, लेकिन तभी काम आती है जब बिज़नेस के नंबर मजबूत हों।
- Compliance और साफ़ disclosures, मार्केटिंग से कहीं ज्यादा मायने रखते हैं।

Robinhood ने बाद में सब्सक्रिप्शन, कैश मैनेजमेंट और लॉन्ग-टर्म इन्वेस्टिंग टूल्स की तरफ मुड़कर थोड़ी स्थिरता वापस पाई—लेकिन उसकी शुरुआती गलती एक बड़ी चेतावनी है।



Nubank: जिम्मेदार ग्रोथ से बनता है निवेशकों का भरोसा

Nubank आज लैटिन अमेरिका में कई बड़े ट्रेडिशनल बैंकों से भी ज्यादा वैल्यू वाला बन चुका है और यह किसी भी नियो-बैंक के लिए बड़ी उपलब्धि है।

उसकी सफलता किसी एक चीज़ से नहीं, बल्कि जिम्मेदारी + समझ + सही टाइमिंग के मेल से बनी:

- स्थिर रेवेन्यू (काइर्स + लोन + डिपॉज़िट्स)
- ग्राहक की जरूरतों की गहरी समझ
- मजबूत रिस्क कंट्रोल
- और IPO का समय, जब कंपनी की प्रॉफिटेबिलिटी दिखाई देने लगी थी।

Nubank ने साबित किया कि फिनटेक की असली ताकत तेज़ ग्रोथ में नहीं, बल्कि भरोसे और अनुशासन में है। यही चीज़ आज भारत का फिनटेक इकोसिस्टम भी तेजी से समझ रहा है— पहले भरोसा, फिर स्केल। पहले क्रेडिट क्वालिटी, फिर एक्सपैंशन। पहले पारदर्शिता, फिर चर्चा।

भारत क्या सीख सकता है?

- नियो-बैंकों को GMV के पीछे भागने से पहले क्रेडिट क्वालिटी और डिपॉज़िट बिहेवियर पर फोकस करना चाहिए।
- IPO के लिए टाइमिंग अहम है—मार्केट में तभी उतरे जब फाइनेंशियल डिस्प्लिन साफ़ दिखाई दे।
- ग्राहक का भरोसा सबसे बड़ी खाई है—रिटेंशन हमेशा रिटेंशन रैपिड ऑन बोर्डिंग से बेहतर होता है।

Revolut: नियामक तालमेल का महत्व

Revolut की कहानी एक बड़ा सबक देती है — सिर्फ़ इनोवेशन काफी नहीं होता; रेगुलेटर्स के साथ तालमेल भी उतना ही जरूरी है। एक तरफ़, कंपनी ने यूरोप में मल्टी-करेंसी वॉलेट, क्रिप्टो, बैंकिंग सेवाएँ और काइर्स के साथ तेजी से ग्रोथ की। दूसरी तरफ़, कंप्लायंस और ऑडिट की समस्याओं के कारण पूरी बैंकिंग लाइसेंसिंग में लंबी देरी हुई।

लेकिन जब बात IPO की आई, तो कंपनी को सबसे बड़ी रुकावट वहीं मिली जहाँ कई फिनटेक्स चूक जाते हैं — रेगुलेटरी क्लैरिटी।

भारत क्या सीख सकता है?

- इनोवेशन तभी टिकाऊ है जब उसके साथ रेगुलेटरी कंप्लायंस भी मजबूत हो।
- अस्पष्ट प्रक्रियाएँ IPO टाइमलाइन को सालों पीछे धकेल सकती हैं।
- फिनटेक्स को अपने सबसे बड़े स्टैकहोल्डर—रेगुलेटर—के साथ साफ़, समय पर और भरोसेमंद बातचीत रखना चाहिए।
- पब्लिक मार्केट्स रचनात्मकता को पसंद करते हैं, लेकिन अनिश्चितता को नहीं।

Revolut का सफर साबित करता है कि रेगुलेटरी अलाइनमेंट के बिना इनोवेशन, पब्लिक मार्केट्स में प्रवेश को सालों तक रोक सकता है।

केस स्टडी: भारत के DPI ने क्या हल किया, जिससे पश्चिम आज भी जूझ रहा है

भारत की असली बढ़त समझने के लिए जरूरी है कि हम देखें भारत ने क्या बनाया — UPI, आधार, CKYC, DigiLocker, अकाउंट एग्रीगेटर (AA) और ONDC और पश्चिमी देशों के पास अभी भी क्या नहीं है।

इसी अंतर की वजह से भारतीय फिनटेक कंपनियाँ आज वैश्विक कंपनियों की तुलना में IPO के लिए ज्यादा तैयार और सक्षम हैं।

पहली समस्या: पश्चिमी देशों में डिजिटल एकजुटता का अभाव

अमेरिका आज भी सोशल सिंक्रोरिटी नंबर पर चल रहा है—जो असली डिजिटल आइडेंटिटी नहीं है। यूरोप के पास नेशनल IDs हैं, लेकिन कोई एक-सा, एकजुट ऑथेंटिकेशन सिस्टम नहीं है।

भारत ने यह समस्या Aadhaar + eKYC से हल कर दी।

इसका असर जबरदस्त रहा:

ऑनबोर्डिंग कॉस्ट ₹700-₹1,200 से घटकर ₹20 से भी कम हो गई फ्रॉड कम हुआ

लोन तेजी से अप्रूव होने लगे

वेलथ-टेक का अपनापन तेजी से बढ़ा

इंश्योरेंस डिस्ट्रीब्यूशन बड़े पैमाने पर स्केल हुआ

सीधी बात—ऑनबोर्डिंग एफिशिएंसी में भारत के बराबर आज कोई भी वेस्टर्न फिनटेक नहीं है।

दूसरी समस्या: पेमेंट सिस्टम का बिखराव vs UPI की एकरूपता

पश्चिम में पेमेंट सिस्टम अब भी बैंकों, कार्ड नेटवर्क्स, प्रोसेसर्स और कई इंटरमीडियरीज़ पर टिके हैं। यानी—फीस ज्यादा, सेटलमेंट धीमा और सिस्टम आपस में जुड़ा हुआ नहीं।

भारत ने इस चुनौती को UPI से सुलझाया, जहाँ हर बैंक, हर ऐप और हर व्यापारी एक ही पेमेंट रेल पर चलता है।

इस एकरूपता ने:

- CAC कम किया
- यूज़र का भरोसा बढ़ाया
- MSME को डिजिटल पेमेंट्स अपनाने में मदद की
- लोगों में डेली डिजिटल फाइनेंस की आदत बनाई

UPI सिर्फ एक पेमेंट सिस्टम नहीं है—यह वह डिस्ट्रीब्यूशन लेयर है जिस पर भारत की फिनटेक कंपनियाँ अपने प्रोडक्ट्स और बिज़नेस मॉडल बनाती हैं।

तीसरी समस्या: अलग-अलग सिस्टम में बंद डेटा vs अकाउंट एग्रीगेटर

पश्चिमी देशों में बैंकों के पास ग्राहक डेटा पर कड़ा नियंत्रण होता है। डेटा साझा करने के लिए कागज़ी प्रक्रिया, समय और कई इंटरमीडियरीज़ की जरूरत पड़ती है।

भारत ने इसे अकाउंट एग्रीगेटर (AA) फ्रेमवर्क से आसान कर दिया — जहाँ वित्तीय डेटा सुरक्षित, तेज़ और ग्राहक की अनुमति से शेयर होता है।

इस सिस्टम ने:

- अंडरराइटिंग को ज्यादा सटीक बनाया
- फ्रॉड कम किया
- लोन अप्रूवल की गति कई गुना बढ़ाई
- फिनटेक्स को पारदर्शी तरीके से क्रेडिट प्रोडक्ट बनाने में मदद की

सीधी बात—डेटा पोर्टेबिलिटी का ऐसा स्केल आज न अमेरिका में है, न यूरोप में।

चौथी समस्या: महंगा डिस्ट्रीब्यूशन vs ONDC का लो-कॉस्ट मॉडल

पश्चिमी देशों में फाइनेंशियल डिस्ट्रीब्यूशन आज भी बहुत महंगा है—एजेंट, कमीशन, ब्रोकर्स, ब्रांच नेटवर्क सब मिलकर लागत बढ़ा देते हैं।

भारत में ONDC का फाइनेंस लेयर इसी समस्या को बदलने की तैयारी में है। यह ऐसा सिस्टम बना रहा है जहाँ हर ऐप एक संभावित डिस्ट्रीब्यूटर बन सकता है— वो भी कम लागत, बराबरी वाले एक्सेस और ज्यादा पारदर्शिता के साथ।

इसका असर साफ़ दिखता है: यूज़र तक पहुँचने की लागत काफी कम होती है, फिनटेक्स तेजी से स्केल कर पाते हैं और भारत के डिजिटल प्रोडक्ट्स वेस्टर्न फिनटेक्स की तुलना में अधिक एफिशिएंट बनते हैं

निष्कर्ष: भारत पीछा नहीं कर रहा—भारत लीड कर रहा है

जब दुनिया के फिनटेक IPO मार्किट्स की तुलना करते हैं, तो एक बात साफ़ दिखाई देती है—भारत की स्थिति बिल्कुल अलग और कहीं ज्यादा मज़बूत है।

- अमेरिका के पास इनोवेशन है, लेकिन एकजुट डिजिटल रेल्स नहीं।
- यूरोप के पास कंप्लायंस है, लेकिन स्केल नहीं।
- लैटिन अमेरिका में ऊर्जा है, लेकिन डिजिटल स्टैक नहीं।
- चीन के पास स्केल है, लेकिन ओपननेस नहीं।

और इन सबके बीच—भारत अकेला देश है जहाँ स्केल, ओपननेस, रेगुलेशन, कम लागत और भरोसा—सब एक ही इकोसिस्टम में मिलते हैं।

इसी वजह से आज ग्लोबल इन्वेस्टर्स भारत को दुनिया का सबसे आकर्षक फिनटेक IPO मार्केट मान रहे हैं और आने वाले 10 सालों में, फिनटेक IPOs का नेतृत्व शायद सिलिकॉन वैली या लंदन नहीं करेंगे—बल्कि बेंगलुरु, मुंबई और गुरुग्राम करेंगे।

A man in a dark suit stands on a rocky cliff, holding a large silver trophy aloft with his right hand. The background is a dramatic sunset over a valley with a city, a river, and a bridge. The sky is filled with golden and orange clouds. The text is overlaid in the center of the image.

उपलब्धियाँ और नेतृत्व

इस महीने की प्रमुख कंपनी



Groww: 'एप' से 'IPO' तक—भारत की रीटेल निवेश कहानी को नई पहचान

12 नवंबर 2025 को बॉम्बे स्टॉक एक्सचेंज (BSE) में ओपनिंग बेल ने केवल एक फ़िनटेक कंपनी की लिस्टिंग की घोषणा नहीं की; इसने भारत की डिजिटल निवेश कहानी की मज़बूती पर मुहर लगाई। स्क्रीन पर जो नाम जगमगा रहा था, वह उन लाखों भारतीयों के लिए जाना-पहचाना था, जिन्होंने फ़ोन पर सिर्फ़ एक टैप से अपनी निवेश यात्रा शुरू की थी: वह था Groww (ग्री)

आँकड़े तो अपने आप में ही काफ़ी प्रभावशाली थे। ₹6,632 करोड़ का IPO, जो 17.6 गुना ओवरसब्सक्राइब हुआ और लगभग ₹76,100 करोड़ (~\$8.6 बिलियन) के वैल्यूएशन के साथ यह साल की सबसे बड़ी लिस्टिंग में से एक बन गया। लिस्टिंग के सिर्फ़ कुछ ही दिनों में, Groww की पैरेंट कंपनी ने ₹1 लाख करोड़ की मार्केट कैप पार कर ली और लगभग ₹1.16 लाख करोड़ तक पहुँच गई — इतना कि कुछ समय के लिए यह 20 से अधिक लिस्टेड भारतीय बैंकों के मार्केट वैल्यू से भी आगे निकल गई।

पहली बार, निवेशकों की एक नई पीढ़ी—युवा पेशेवर, छोटे व्यवसायी, फ्रीलांसर और गृहिणियों को दलाल स्ट्रीट का एक ऐसा हिस्सा नज़र आया, जो उनकी अपना लगता था और इस बदलाव के केंद्र में Groww खड़ा था, एक ऐसा प्लेटफ़ॉर्म जिसने फाइनेंस के डर को निकालकर, उसकी जगह परिचित माहौल पैदा किया।

एक ऐसे माहौल में जहाँ ज़्यादातर फ़िनटेक कंपनियाँ भारी छूट और मार्केटिंग पर बेतहाशा खर्च करके जल्दी बड़ा होने की होड़ में थीं, Groww ने एक शांत रास्ता चुना। उन्होंने लेन-देन से पहले विश्वास बनाया, पेची-दगी से पहले सादगी पेश की और शोरगुल से पहले इन्वेस्टमेंट की आदत डलवाई। उन्होंने फाइनेंसियल लिटरेसी को ही एक बिज़नेस मॉडल बना दिया, जिससे उन लोगों को सशक्त किया गया जिन्होंने पहले कभी निवेश नहीं किया था कि वे स्वयं अपने पैसे का नियंत्रण संभाल सकें।

जब फ़्लिपकार्ट के चार पूर्व सहकर्मियों—ललित केशरे, हर्ष जैन, नीरज सिंह और ईशान बंसल ने 2016 में Groww की शुरुआत की, तो वे सुर्खियाँ बटोरने के पीछे नहीं भाग रहे थे। वे एक आसान लेकिन नज़र-अंदाज़ की गई समस्या का हल खोज रहे थे: जब लग-भग 20 करोड़ भारतीय निवेश कर सकते हैं, तो केवल 2 करोड़ ही क्यों करते हैं? इसी

एक सवाल ने एक ऐसी यात्रा को जन्म दिया, जिसने भारत के बचत करने, निवेश करने और धन कमाने के तरीके को फिर से परिभाषित कर दिया।

आठ साल बाद, Groww का IPO उसी विचार की सबसे बड़ी उपलब्धि साबित हुआ। यह किसी स्टार्टअप की कहानी का अंत नहीं था, बल्कि भारत के रीटेल पूँजी आंदोलन के एक नए अध्याय की शुरुआत थी। 12.58 मिलियन एक्टिव यूज़र, 26.27% NSE मार्केट शेयर और लगभग 46-47% नेट प्रॉफिट मार्जिन के साथ, Groww ने यह साबित कर दिया है कि फ़िनटेक अनुशासन खोए बिना भी विशाल हो सकता है और टेक्नोलॉजी भरोसे को लोकतांत्रिक बना सकती है।

भारत के फाइनेंसियल इकोसिस्टम के लिए, Groww की लिस्टिंग सिर्फ़ इन आँकड़ों से कहीं ज़्यादा मायने रखती है; यह रीटेल निवेशक में अटूट विश्वास का संकेत है। यह दुनिया को बताता है कि देश में निवेश की क्रांति अब केवल बड़ी संस्थाओं के नेतृत्व में नहीं हो रही है, बल्कि उन व्यक्तियों द्वारा संचालित है जो मानते हैं कि वे अपना धन स्वयं बढ़ा सकते हैं।

इस खास फ़ीचर में, हम Groww की असाधारण यात्रा का पता लगाएंगे—कैसे उन्होंने 18 करोड़ लोगों के सामने मौजूद अवसरों की कमी को पहचाना और भारत के सबसे भरोसेमंद डिजिटल निवेश प्लेटफ़ॉर्म में तब्दील हो गए। हम उनकी वैल्यूएशन रणनीति, निवेशकों के आकर्षण और उन सबकों पर गौर करेंगे जो अगली पीढ़ी के स्टार्टअप्स के लिए हैं जो अपने IPO की तैयारी कर रहे हैं।

क्योंकि Groww केवल एक कंपनी नहीं है, यह आधुनिक भारत की वित्तीय जागृति का एक आईना है और 2025 की उस नवंबर की सुबह, जब दलाल स्ट्रीट पर टिकर हरे रंग में चमक उठा, तो लिस्टिंग केवल Groww की नहीं हुई—यह पूरी एक पीढ़ी के विश्वास की लिस्टिंग थी।



भाग I: समस्या से समाधान तक— नौ साल का सफ़र

वह चिंगारी जिसने सब कुछ शुरू किया

हर महान स्टार्टअप की शुरुआत एक ऐसी समस्या से होती है, जिसे नज़रअंदाज़ करना नामुमकिन हो जाता है।

Groww के लिए, वह समस्या बिल्कुल सामने खड़ी थी, लेकिन उसे कोई देख नहीं पा रहा था।

बात 2016 की है, जब भारत में डिजिटल क्रांति धीरे-धीरे अपनी पहचान बना रही थी। फ्लिपकार्ट में काम करने वाले चार सह-कर्मियों—ललित केशरि, हर्ष जैन, नीरज सिंह और ईशान बंसल ने एक अजीब बात पर गौर किया। उनके जान-पहचान वाले हर कोई ऐप के ज़रिए ऑनलाइन शॉपिंग कर रहा था, कैब बुक कर रहा था या खाना ऑर्डर कर रहा था, लेकिन डिजिटल माध्यम से निवेश लगभग कोई नहीं कर रहा था।

यह गैप बहुत बड़ा था। भारत में लगभग 20 करोड़ लोग ऐसे थे जिनकी इनकम इन्वेस्ट करने योग्य थी, फिर भी केवल 2 करोड़ लोग ही म्यूचुअल फंड या स्टॉक मार्केट में भागीदारी कर रहे थे। बाकी के 18 करोड़ लोग—यानी रुचि रखने वाले निवेशकों का लगभग 90% हिस्सा, सिर्फ किनारे बैठकर तमाशा देख रहा था।

सवाल था: आखिर क्यों?

जवाब साफ़ था: क्योंकि हमारा फाइनेंशियल इकोसिस्टम सिर्फ अभिजात वर्ग (Elite) के लिए बनाया गया था।

पुराने ब्रोकर हर एक ट्रेड पर ₹300-₹500 तक का शुल्क लेते थे, म्यूचुअल फंड एजेंट केवल ऊँचे कमीशन वाली स्कीमें बेचते थे और वेल्थ मैनेजर कम से कम ₹50 लाख के निवेश के बिना किसी से बात तक नहीं करते थे। इसमें भ्रम पैदा करने वाले कागज़ात, धीमी ग्राहक ऑनबोर्डिंग प्रक्रिया और डरावनी वित्तीय शब्दावली (Financial Jargon) को जोड़ दीजिए, तो आम भारतीय निवेश शुरू करने से पहले ही हिम्मत हार बैठता था।

फाउंडर्स ने महसूस किया कि समस्या लोगों के इरादों में नहीं, बल्कि अवसर तक उनकी पहुँच में थी। इच्छा सबमें थी, पर व्यवस्था इतनी उलझी हुई थी कि शुरुआत करना ही सबसे बड़ी चुनौती बन गई थी।

पहली कोशिश: जब जटिलता का सामना हकीकत से हुआ

इसी गहरी समझ के साथ, संस्थापकों ने 2016 में अपना पहला प्रोडक्ट रोबो-एडवाइजरी प्लेटफ़ॉर्म के तौर पर लॉन्च किया। उनका विचार था कि यूज़र के लक्ष्यों और जोखिम क्षमता के आधार पर निवेश की सलाह देने के लिए एल्गोरिदम का इस्तेमाल किया जाए, जैसा कि उस समय अमेरिका में चलन में था।

लेकिन भारतीय बाज़ार तैयार नहीं था।

पहली बार निवेश करने वाले ज्यादातर लोग अपनी मेहनत की कमाई मशीन के भरोसे छोड़ने से हिचकते थे। उन्हें चाहिए थी स्पष्टता, न कि जटिलता; सीखने का अवसर, न कि ऑटोमेशन थी।

फाउंडर्स ने जल्द ही समझ लिया कि वे समस्या के गलत हिस्से को सुलझाने की कोशिश कर रहे हैं। भारत को एल्गोरिदम सलाह नहीं, बल्कि निवेश की शुरुआत का आसान रास्ता चाहिए था। और उसी क्षण उन्होंने Groww की यात्रा का सबसे अहम फैसला लिया - उन्होंने दिशा बदली। पहला संस्करण बंद किया और फिर से व्हाइटबोर्ड पर लौट आए।

दिशा बदलना: सरलता ही नई रणनीति

मई 2017 में Groww ने फिर से शुरुआत की — इस बार एक डायरेक्ट म्यूचुअल फंड निवेश प्लेटफ़ॉर्म के रूप में।

उनकी पेशकश बेहद सीधा और साफ़ थी:

- कोई बिचौलिया नहीं
- कोई कमीशन नहीं
- कोई कागज़ी झंझट नहीं

यूज़र अब सिर्फ ₹100 से, बिना किसी छिपे शुल्क के, सीधे ऐप से निवेश शुरू कर सकते थे।

यह मॉडल इंडस्ट्री के पुराने तौर-तरीकों से उलट था। जहाँ बाकी कंपनियाँ निवेशकों से शुल्क लेकर कमाती थीं, वहीं Groww ने भरोसा कमाकर कमाने का रास्ता चुना।

और यह दांव तुरन्त काम कर गया। संस्थापकों ने पहले महीने में 100 यूज़र्स की उम्मीद की थी, लेकिन उन्हें 600 यूज़र मिले। महज़ तीन महीनों के अंदर, यह संख्या 30,000 तक पहुँच गई।

प्रोडक्ट ने आखिरकार अपने लिए सही बाज़ार ढूँढ लिया था।

इसकी सफलता का कारण सिर्फ प्राइसिंग नहीं, बल्कि उसके पीछे की सोच थी।

बुनियाद: Groww के चार सिद्धांत

शुरुआत से ही Groww का DNA तीन स्तंभों पर टिका था — सरलता, भरोसा और सबके लिए पहुँच। चार सिद्धांतों ने हर फैसले की दिशा तय की।

1. ज़ीरो कमीशन इन्वेस्टिंग:

Groww ने सीधे AMCs के साथ साझेदारी कर डायरेक्ट म्यूचुअल फंड्स उपलब्ध कराए। इस कदम ने एक सबसे बड़े मानसिक डर को दूर किया कि निवेश महंगा और धोखाधड़ी से भरा है।



2. मोबाइल-फ़र्स्ट डिज़ाइन:

एक ऐसे देश में जहाँ मोबाइल ने कंप्यूटर की जगह रहे थे, Groww ने शुरुआत से मोबाइल को केंद्र में रखा। ऐप हल्का था, 2G पर भी आसानी से चलता था और सिर्फ कुछ मिनटों में KYC पूरा कर निवेश शुरू किया जा सकता था। यह भारत के टियर 2 और टियर 3 शहरों के लिए बना पहला सच्चा निवेश प्लेटफ़ॉर्म था।

3. मुनाफ़े से पहले शिक्षा:

विज्ञापन चलाने के बजाय Groww ने शिक्षा को मार्केटिंग बनाया — ब्लॉग्स, YouTube वीडियोज़, वेबिनार्स और गाइड्स के ज़रिए निवेश को आसान भाषा में समझाया। उनका टोन दोस्ताना था, डराने वाला नहीं। वे प्रोडक्ट नहीं बेचते थे, समझ देते थे। यही उनकी ब्रांड पहचान बनी।

4. बिना रुकावट ऑनबोर्डिंग:

PAN आधारित eKYC और आधार ऑथेंटिकेशन से खाता खुलने में 3 मिनट से भी कम समय लगता था। न कोई एजेंट, न कागज़ी काम, न देरी। यह डिजिटल सहजता निवेश को तुरंत और भरोसेमंद बनाती थी।

ये सिद्धांत किसी मार्केटिंग स्ट्रेटजी का हिस्सा नहीं थे, बल्कि ऐसे प्रोडक्ट के विचार थे, जिन्होंने पहली बार निवेश करने वालों को जीवनभर का भरोसा दिया।

2018 के अंत तक Groww ने 50,000 से अधिक यूज़र्स का ग्रुप बना लिया था—ज्यादातर 25 से 35 वर्ष के युवा। लेकिन Groww की असली कमाई पैसे में नहीं, बल्कि भरोसे में थी और यही भरोसा, फिनटेक की दुनिया में उसकी सबसे बड़ी पूँजी बना।

पहला चरण (2017–2018): म्यूचुअल फंड की क्रांति

Groww का पहला चरण था — इन्वेस्टमेंट को आदत बनाना।

ऐप का डिज़ाइन सिस्टमैटिक इन्वेस्टमेंट प्लान (SIPs) के इर्द-गिर्द केंद्रित था। ये मासिक निवेश यूज़र्स को लंबी अवधि का वित्तीय अनुशासन बनाने में मदद करते थे। इंटरनल डेटा से एक शक्तिशाली बात सामने आई: जो निवेशक SIP शुरू करते थे, उनके एक साल बाद भी एक्टिव रहने की संभावना वन-टाइम निवेश करने वालों की तुलना में तीन गुना ज्यादा थी।



2018 के अंत तक, Groww के शुरुआती यूज़र्स ने स्वयं ही प्लेटफ़ॉर्म का प्रचार करना शुरू कर दिया था—रेफ़रल, बातचीत और सोशल मीडिया के माध्यम से। बड़े सितारों के विज्ञापन या भारी मार्केटिंग बजट के बिना भी, यह प्लेटफ़ॉर्म स्वाभाविक रूप से आगे बढ़ रहा था।

दूसरा चरण (2019–2020): विस्तार और शुरुआती दबदबा

जैसे-जैसे उनका यूज़र बेस मज़बूत होता गया, Groww के सामने एक नया सवाल बार-बार आने लगा:

"म्यूचुअल फंड तो बहुत बढ़िया हैं, लेकिन क्या हम यहीं से शेयर भी ख़रीद सकते हैं?"

इस सवाल ने कंपनी के अगले बड़े कदम को आकार दिया।

2019 में, Groww ने स्टॉक ट्रेडिंग, ETF और डिजिटल गोल्ड को जोड़ा और 2020 तक, सरकारी बॉन्ड भी पेश कर दिए। यह विस्तार यँ ही बिना सोचे-समझे नहीं किया गया था; निवेशकों की बदलती ज़रूरतों को पूरा करने के लिए इसे रणनीतिक रूप से क्रमबद्ध (Sequenced) किया गया था।

2020 के अंत तक आँकड़े:

- यूज़र बेस: 25 लाख
- रिवेन्यू: लगभग ₹214 करोड़
- औसत पोर्टफ़ोलियो: प्रति यूज़र 2-3 निवेश उत्पाद

कंपनी चुपचाप भारत के सबसे व्यापक रीटेल निवेश प्लेटफ़ॉर्मों में से एक बन चुकी थी।

और उन्होंने यह सब अपनी मूल फ़िलॉसफ़ी (सरल, स्पष्ट, भरोसेमंद) से भटके बिना किया।

तीसरा चरण (2021–2022): रीटेल बूम के दौरान विकास और विश्वास

COVID-19 महामारी ने अचानक गति तेज़ कर दी। जैसे ही वैश्विक बाज़ार तेज़ी से गिरे और बाद में उछले, करोड़ों नए रीटेल निवेशक स्टॉक मार्केट में कूद पड़े।

Groww पूरी तरह से तैयार था।

उन्होंने बहुत तेज़ी से विस्तार किया और एक ही मोबाइल-नेटिव इंटरफ़ेस में IPO सब्सक्रिप्शन, डेरिवेटिव्स (F&O) और इंडाडे ट्रेडिंग को जोड़ दिया।

लेकिन उन्हें जो चीज़ सबसे अलग करती थी, वह यह थी कि उन्होंने इस विकास को कितनी ज़िम्मेदारी से संभाला। सट्टेबाज़ी वाले ट्रेडिंग को बढ़ावा देने के बजाय, Groww ने शिक्षा और निवेशक जागरूकता पर अपना ध्यान दोगुना कर दिया। उनके डेरिवेटिव्स यूज़र्स बाज़ार में सबसे ज्यादा जानकारी रखने वालों में से थे, एक ऐसा तथ्य जिसे बाद में SEBI ने भी सकारात्मक रूप से पहचाना।

इसी के साथ, Groww ने स्थानीय अनुभव पर ज़ोर दिया, उन्होंने हिंदी में लॉन्च किया, जिसके बाद तमिल, तेलुगु, कन्नड़ और मराठी में भी शुरुआत की। 2022 तक, उनके 60% यूज़र्स गैर-मेट्रो शहरों से आ रहे थे, जिससे यह साबित हो गया कि पैसों से जुड़े ख़ाब अब सिर्फ़ शहरों तक सीमित नहीं थे।

उसी साल, Groww ने एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर हासिल किया: उन्होंने NSE पर सक्रिय यूजर की संख्या में Zerodha को पीछे छोड़ दिया।

पाँच साल पुराने एक स्टार्टअप के लिए, बाज़ार के सबसे पुराने खिलाड़ी से आगे निकल जाना महज़ एक जीत नहीं थी; यह इस बात का सबूत था कि रीटेल निवेशक ही भारत की अगली विकास लहर को शक्ति दे रहे हैं।

चौथा चरण (2023-2025): प्लेटफ़ॉर्म से इकोसिस्टम तक

2023 तक, Groww ने वह सब हासिल कर लिया था जिसकी हर फ़िनटेक कंपनी ख्वाहिश रखती है: स्थिरता के साथ विशालता। लेकिन वे केवल एक ट्रेडिंग ऐप बनकर संतुष्ट नहीं थे। अब लक्ष्य था एक संपूर्ण वित्तीय इकोसिस्टम बनना।

वैल्य मैनेजमेंट और एडवाइज़री (2023):

Groww ने ₹80-₹100 करोड़ में डिजिटल वैल्य मैनेजमेंट प्लेटफ़ॉर्म Fisdom का अधिग्रहण किया। इस अधिग्रहण ने पोर्टफ़ोलियो एडवाइज़री, PMS और AIF उत्पादों का रास्ता खोल दिया, इससे ब्रांड की सरल पहचान बरकरार रही और बड़े निवेशक भी आकर्षित हुए।

उधार (Lending) (2023):

अपनी NBFC शाखा, Groww Creditserv के लॉन्च के साथ, कंपनी ने लोन अगेंस्ट सिक्योरिटीज (LAS) और पर्सनल लोन के क्षेत्र में कदम रखा। लेंडिंग कारोबार में साल-दर-साल 150% से अधिक की वृद्धि हुई, जिससे FY25 तक ₹50-₹60 करोड़ का राजस्व प्राप्त हुआ।

मार्जिन ट्रेडिंग फ़ैसिलिटी (2024):

Groww ने MTF पेश किया, जिससे निवेशकों को 50% कोलैटरल के साथ स्टॉक खरीदने की सुविधा मिली। यह कारोबार तेज़ी से ₹1,000 करोड़ के बुक तक पहुँच गया, जिसे FY27 तक ₹5,000 करोड़ तक पहुँचाने की योजना है।

कमोडिटीज और पार्टनरशिप (2024):

Groww ने कमोडिटीज ट्रेडिंग में प्रवेश किया और बैंकों तथा बीमा कंपनियों के साथ B2B साझेदारी के लिए APIs खोले। ICICI बैंक और HDFC लाइफ़ के साथ शुरुआती साझेदारी ने सह-ब्रांडेड यूज़र्स में 30-40% अधिक बरकरार रहने की दर दिखाई।

जब Groww ने 2025 में SEBI के पास अपना DRHP फ़ाइल किया, तब तक वह भारत में सबसे अधिक इस्तेमाल किया जाने वाला निवेश ऐप बन चुका था:

- लगभग 42 मिलियन रजिस्टर्ड यूज़र
- 12.58 मिलियन सक्रिय निवेशक
- वार्षिक रेवेन्यू: ₹3,902 करोड़
- CAGR (2017-2025): 75.6%

हाइप के पीछे की असली वित्तीय सच्चाई



ज्यादातर फ़िनटेक कहानियाँ बड़ी वैल्यूएशन और उससे भी बड़े नुकसानों के साथ खत्म होती हैं। Groww की कहानी अलग थी। यह न केवल बड़े स्तर पर पहुँचा, बल्कि पारदर्शिता के साथ लाभ भी कमाया।

मेट्रिक	वित्त वर्ष 23	वित्त वर्ष 24	वित्त वर्ष 25
रेवेन्यू (₹ करोड़)	1,260	2,617.00	3,902.00
EBITDA (₹ करोड़)	453	941.00	2,372.00
शुद्ध लाभ (₹ करोड़)	457	-(805)*	1,824
EBITDA मार्जिन	36.00%	36%	60.80%

*FY24 में जो नुकसान दिखाई दिया, वह एक साथ ₹1,340 करोड़ के डेफ़र्ड टैक्स एडजस्टमेंट के कारण था, जो कंपनी को वापस भारत में दर्ज कराने की प्रक्रिया के तहत किया गया था। यदि इस एडजस्टमेंट को हटा दिया जाए, तो Groww लगातार मुनाफ़े में रही है।

नतीजा? एक ऐसा दुर्लभ फ़िनटेक, जिसमें तेज़ वृद्धि और उच्च मार्जिन, दोनों मौजूद हैं।

रिटेंशन इंजन: दिखावा नहीं, सीखने की आदत बनाना

Groww को बाकियों से अलग करने वाली बात उसका आकार नहीं, बल्कि उपयोगकर्ताओं का उससे जुड़ा रहना है।

- 3-साल टिकाव दर: 77.7% (उद्योग औसत 45-50% की तुलना में)
- ऑर्गेनिक उपयोगकर्ता जुड़ाव: 83.6% लोग रेफ़रल से
- ग्राहक अधिग्रहण लागत (CAC): ₹1,441
- औसत पेबैक अवधि: 5-6 महीने
- नेट प्रमोटर स्कोर (NPS): 72+

ये आँकड़े एक मूल सच्चाई को साबित करते हैं: Groww विज्ञापनों से नहीं बढ़ा—लोगों की सिफ़ारिशों से बढ़ा।

इसके उपयोगकर्ता सिर्फ़ ग्राहक नहीं थे; वे निवेश को आगे बढ़ाने वाले असली बदलावकर्ता बन गए थे।

भरोसे की बुनियाद

जब संस्थापक अपनी यात्रा को पीछे मुड़कर देखते हैं, तो एक बात सबसे महत्वपूर्ण दिखाई देती है: उन्होंने सिर्फ एक ऐप नहीं बनाया—उन्होंने निवेश करने में लोगों का यकीन बनाया।

वित्तीय समझ को डिज़ाइन में बदलकर, सरलता को बड़े पैमाने से जोड़कर, Groww सिर्फ एक फिनटेक सफलता नहीं रहा—यह भारत के सीखने, कमाने और अब आत्मविश्वास के साथ निवेश करने की कहानी का प्रतीक बन गया।

“और जैसे-जैसे Groww निवेश को आसान बनाता गया, वह एक दिन उसी कंपनी के सामने खड़ा था जिसने ऑनलाइन ट्रेडिंग को परिभाषित किया था—Zerodha”

भाग II: मुकाबले में असली बढ़त — Groww ने कैसे Zerodha को पीछे छोड़ा

जब Groww ने 2016-17 में ब्रोकिंग उद्योग में कदम रखा, उसे ऐसे दिग्गज का सामना करना था जिसने पहले ही भारत की ट्रेडिंग संस्कृति बदल दी थी — Zerodha। 2010 में नितिन और निखिल कामत द्वारा स्थापित Zerodha ने डिस्काउंट ब्रोकिंग में क्रांति ला दी थी—₹300 से घटाकर ₹20 प्रति ट्रेड शुल्क कर दिया और देखते ही देखते यह इस सेक्टर का प्रमुख चेहरा बन गया।

जब तक Groww ने अपना म्यूचुअल फंड प्लेटफॉर्म लॉन्च किया, Zerodha के पास: लाखों सक्रिय ट्रेडर्स, एक cult जैसी फ़ॉलोइंग और पूरा 10 साल का फ़ायदा था। ऐसे दिग्गज से टक्कर लेना लगभग असंभव लगता था।

लेकिन Groww का उद्देश्य Zerodha को “हराना” नहीं था। Groww उन निवेशकों की सेवा करना चाहता था, जिन्हें Zerodha नहीं छू रहा था, वे शांत, पहली बार बचत करने वाले लोग जो खुद को न ट्रेडर मानते थे, न सट्रेबाज़, न फ़ाइनेंस विशेषज्ञ। मगर इसी एक रणनीतिक फैसले ने भारत में रिटेल निवेश करने का पूरा तरीका बदल दिया।



अलग दर्शक, अलग मिशन

Zerodha — ट्रेडर्स द्वारा, ट्रेडर्स के लिए बनाई गई थी। उनके दर्शक तकनीकी जानकार, बाज़ार के प्रति जागरूक और मुनाफा कमाने वाले थे — एक ऐसा समूह जो डेरिवेटिव्स, मार्जिन और चार्टिंग टूल्स को समझता था।

दूसरी ओर, Groww उन आम लोगों के लिए बनाया गया था जिन्होंने कभी डीमैट अकाउंट नहीं बनाया था। उनकी भाषा “ऑर्डर बुक” या “स्टॉप बुक” नहीं थी। “यह उनकी पहली SIP थी” और “इन्वेस्टमेंट की पहली यात्रा की शुरुआत।”

जहाँ Zerodha ने भारत के लगभग 50% ट्रेडर बेस को अपने साथ जोड़ा, वहीं Groww एक कहीं ज़्यादा बड़े और कहीं ज़्यादा टिकाऊ दर्शकों का पीछा कर रहा था—20 करोड़ उभरते बचतकर्ता।

एक संस्थापक ने इसे बेहद साफ़ शब्दों में कहा था:

“हम Zerodha से मुकाबला नहीं कर रहे थे। हम वहाँ गए जहाँ कोई नहीं देख रहा था—जहाँ भारत निवेश करना सीख ही रहा था।”

यही अंतर Groww की सबसे बड़ी ताकत बन गया।

पहली रणनीति: स्टॉक्स से पहले म्यूचुअल फंड — “भरोसे पर बनी बुनियाद”

Groww ने स्टॉक ट्रेडिंग में सीधे कूदने के बजाय म्यूचुअल फंड से शुरुआत की। यह फैसला, जिसे उस समय रुढ़िवादी माना गया था, आगे चलकर एक मास्टरस्ट्रोक साबित हुआ।

म्यूचुअल फंड नए निवेशकों के लिए गेटवे थे। इनमें छोटी राशि की जरूरत होती है, ये निवेश को कई हिस्सों में बाँटने की सुविधा देते हैं और ज़्यादा सुरक्षित महसूस होते हैं। एक बार जब यूज़र्स अपनी SIP शुरू करते थे और रिटर्न देखते थे, तो उनमें Groww के ही इकोसिस्टम के अंदर स्टॉक और ETF को आजमाने का आत्मविश्वास पैदा होता था।

2020 तक, Groww के म्यूचुअल फंड यूज़र सिर्फ निवेशक नहीं थे; वे वफ़ादार बन चुके थे। जब Groww ने स्टॉक इन्वेस्टिंग पेश की, तो इनमें से ज़्यादातर यूज़र्स ने किसी और प्लेटफॉर्म पर जाने के बजाय, स्वाभाविक रूप से यहीं अपग्रेड किया।

वहीं दूसरी ओर, Zerodha अब भी सक्रिय ट्रेडर्स पर बहुत ज़्यादा निर्भर था। उनके औसत यूज़र ज़्यादा उम्र के, शहरी और पहली बार निवेश करने वाले होने की संभावना बहुत कम थी।

Groww की यह सीक्वेंसिंग—पहले भरोसा, फिर लेन-देन—पूरी गेम को बदल गई।

दूसरी रणनीति: मोबाइल-फ़र्स्ट बनाम डेस्कटॉप-फ़र्स्ट

टेक्नोलॉजी Groww के लिए सबसे बड़ा गेम-चेंजर बनी।

टेक्नोलॉजी एक और मुख्य विभेदक कारक (Key Differentiator) बनी। Zerodha का Kite प्लेटफॉर्म शक्तिशाली था, लेकिन उसकी मूल संरचना डेस्कटॉप और प्रोफेशनल ट्रेडिंग इंटरफ़ेस के लिए बनी थी। उसमें एडवांस्ड चार्टिंग टूल, लाइव टिकर्स और एनालिटिक्स शामिल थे—अनुभवी ट्रेडर्स के लिए शानदार, लेकिन नए निवेशकों के लिए डराने वाले।

Groww ने बिल्कुल उलटा रास्ता चुना।

इसे मूल रूप से मोबाइल को ध्यान में रखकर बनाया गया था—सरल, सुगम, तेज़ और हल्का। खाता खोलने से लेकर पहला SIP शुरू करने तक, हर काम मोबाइल पर कुछ ही टैप में हो जाता था। इंटरफ़ेस इतना साफ़ था कि 2G नेटवर्क पर भी बिना रुकावट निवेश हो सके।

ये अंतर सिर्फ़ दिखावटी नहीं था—ये पूरी तरह रणनीतिक था। 2022 तक Groww के 95% लेनदेन मोबाइल पर होते थे, जबकि Zerodha में यह आँकड़ा लगभग 75% था।

मोबाइल-फ़र्स्ट का यह डीएनए Groww के लिए सांस्कृतिक बढ़त बन गया, क्योंकि वही मोबाइल-फ़्रेंडली अनुभव उन कस्बों और छोटे शहरों में निवेश की नई लहर को आकर्षित कर रहा था, जहाँ भारत के अगले करोड़ों निवेशक रहते हैं।

तीसरी रणनीति: टियर-2 और टियर-3 शहरों का फ़ायदा

जहाँ प्रतियोगी मुंबई, दिल्ली और बेंगलुरु जैसे मेट्रो शहरों में ध्यान खींचने के लिए लड़ रहे थे, वहीं Groww चुपचाप इंदौर, जयपुर, नागपुर, कोयंबटूर, विजयवाड़ा और उनसे भी आगे के छोटे शहरों में विस्तार कर रहा था।

उन्हें सेवा देने के लिए, उन्होंने क्षेत्रीय भाषा के वर्जन लॉन्च किए—हिंदी, तमिल, तेलुगु, कन्नड़ और मराठी।

यह केवल स्थानीयकरण नहीं था; यह बड़े पैमाने पर निजीकरण था। छोटे शहरों में समस्या अंग्रेज़ी नहीं थी — भरोसा था। अपने यूज़र की भाषा में वित्तीय चीज़ें समझाकर Groww ने निवेश को आसान और करीब महसूस कराया।

2022 तक, Groww के 65% से अधिक यूज़र्स टियर 2 और टियर 3 शहरों से आते थे, जबकि Zerodha के लिए यह 30% से कम था।

जो Zerodha ने भारत के ट्रेडिंग एलीट वर्ग के लिए बनाया था, Groww ने उसे आम जनता के लिए फिर से बनाया।

चौथी रणनीति: ज़िम्मेदार जोखिम—SEBI-तैयार फ़िनटेक

2024 में, SEBI ने तेज़ी से बढ़ते डेरिवेटिव्स बाज़ार को रेगुलेट करने के लिए बड़े सुधार किए—जैसे कि ऊँचा लॉट साइज़, ज़्यादा मार्जिन और सीमित एक्सपायरी।

इन बदलावों से इंडस्ट्री हिल गई। F&O ट्रेडिंग, जो ब्रोकरेज के लगभग 60% रिवेन्यू का हिस्सा था, अचानक दबाव में आ गया। Zerodha को एक तीखा झटका लगा, जिसका रिवेन्यू इस सेगमेंट पर बहुत ज़्यादा निर्भर था।

Groww पर थोड़ा असर हुआ, लेकिन उसकी रणनीतिक तैयारी ने उसे मज़बूत बनाए रखा। तब तक, यह पहले ही लेंडिंग, MTF (मार्जिन ट्रेडिंग फ़ैसिलिटी) और वेल्थ मैनेजमेंट में विस्तार कर चुका था—ये सभी उच्च-मार्जिन वाले कारोबार थे जिन पर नियामक जोखिम (Regulatory Exposure) कम था।

नतीजा यह हुआ कि जहाँ कई ब्रोकरेज को मुनाफ़े में 30-40% की गिरावट देखने को मिली, वहीं Groww का रिवेन्यू साल-दर-साल केवल 10% ही गिरा और उसकी कमाई मज़बूत बनी रही।

विकास और नियम पालन के बीच बनाया गया यह तालमेल ही Groww की बड़ी ताकत बन गया। SEBI ने भी कंपनी को भारत के फ़िनटेक इकोसिस्टम में एक ज़िम्मेदार, लंबी अवधि का खिलाड़ी माना।

आँकड़ों में छुपी पूरी कहानी

2025 के मध्य तक, आँकड़े खुद सब कुछ कह रहे थे:

मापदंड (जून 2025)	Groww	Zerodha	Angel One	Upstox
एक्टिव NSE यूज़र्स (मिलियन)	13	7.30	6.90	4.50
NSE मार्केट शेयर (%)	26.30%	15.60%	15.20%	10.10%
वार्षिक रिवेन्यू (₹ करोड़)	3,902	3,500-4,000	1,400	800
शुद्ध लाभ (₹ करोड़)	1,824	1,500-2,000	350	100
मुख्य यूज़र बेस	SIP-केन्द्रित	ट्रेडर-केन्द्रित	सब-ब्रोकर नेटवर्क	कमोडिटी ट्रेडर्स

सिर्फ़ दस साल से भी कम समय में Groww सबसे बड़ा यूज़र बेस, ज़्यादा मुनाफ़ा और सबसे व्यापक तरह के ग्राहकों तक पहुँच रखने वाला प्लेटफ़ॉर्म बन गया।

पाँचवी रणनीति: वैल्यूएशन नहीं, भरोसे की कंपाउंडिंग

Groww की असल जीत Zerodha पर मार्केट शेयर में नहीं थी— बल्कि लोगों की नज़रों में थी।

Zerodha अपनी तेज़ और प्रभावी काम करने की शैली के लिए पहचाना जाता था। Groww को उसकी समझदारी और अपनापन के लिए पसंद किया जाता था।

जहाँ Zerodha का फोकस कीमतों में नई सोच और नए तरीके लाने पर था, वहीं Groww ने भरोसा बनाने के अपने तरीके नए किए—ताकि छोटा से छोटा निवेशक भी खुद को महत्वपूर्ण महसूस करे।

Groww ने कम्युनिटी बनाने पर ज़ोर दिया, सीखने-सिखाने के सत्र आयोजित किए और हर स्थिति में चालाकी से ज्यादा पारदर्शिता को महत्व दिया।

जब 2025 में उसका IPO आया, फ़र्क साफ़ दिखा: Zerodha एक मज़बूत प्लेटफ़ॉर्म था - लेकिन Groww एक आंदोलन बन चुका था।

बाज़ार की चुनौतियाँ — Groww के लिए आगे की ज़िम्मेदारियाँ

अपनी बढ़त के बावजूद, Groww चुनौतियों से मुक्त नहीं है।

1. Zerodha की आत्म-गतिशीलता

Zerodha एक प्राइवेट कंपनी है, इसलिए बिना किसी सार्वजनिक दबाव के तेज़ी से बदलाव कर सकती है। वह इंश्योरेंस और PMS जैसे सेक्टरों में भी कदम बढ़ा रही है—जिनसे Groww के HNI ग्राहकों पर असर पड़ सकता है।

2. बिग टेक का प्रवेश

PhonePe, Paytm Money और Google Pay जैसे दिग्गज अब वैल्यू प्रोडक्ट्स में उतर रहे हैं। इनके पास पहले से ही करोड़ों यूज़र्स हैं और ये एंगेजमेंट बढ़ाने के लिए घाटे में भी ऐसे बिज़नेस चला सकते हैं।

3. ग्लोबल ब्रोकरेज कंपनियाँ

Charles Schwab, Interactive Brokers और Revolut जैसी कंपनियाँ भारत की ओर देख रही हैं, जिससे मुकाबला और ज़बरदस्त होगा। लेकिन Groww का स्थानीय नियमों से तालमेल और मज़बूत ब्रांड पहचान उसे स्वाभाविक सुरक्षा देता है।

एक नए तरह का मार्केट लीडर

Groww का उभार Zerodha को हटाकर नहीं हुआ, बल्कि बाज़ार को बड़ा बनाकर हुआ। जहाँ ट्रेडर्स के बीच Zerodha आज भी पसंदीदा है, वहीं आम निवेशकों का प्लैटफ़ॉर्म Groww बन चुका है।

एक प्लैटफ़ॉर्म पेशेवर ट्रेडर्स को सेवाएँ देता है और दूसरा नए निवेशकों को सशक्त बनाता है—यह दोहरी बढ़त दिखाती है कि भारत का वित्तीय बाज़ार दोनों के फलने-फूलने के लिए काफी बड़ा है।

लेकिन Groww को अलग बनाता है उसका सांस्कृतिक प्रभाव। इसने निवेश को डरावने सपने से सुहावना सपना बना दिया, एक विशेषाधिकार से एक सुलभ विकल्प तक।

और यह साबित किया कि सिर्फ तकनीक वित्तीय लोकतंत्रीकरण नहीं लाती—भरोसा लाता है।

भरोसे की संस्कृति — डिज़ाइन, अनुशासन और फैसले



प्रोडक्ट और मुनाफ़े से आगे, Groww की असली ताकत उसकी संस्कृति है—डिज़ाइन की स्पष्टता, संचालन का अनुशासन और संस्थापकों की सादगी का मेल।

कंपनी में सरलता सिर्फ डिज़ाइन की बात नहीं, बल्कि निर्णय लेने का सिद्धांत है। हर फीचर से पहले एक ही सवाल पूछा जाता है: “क्या यह ऐसे व्यक्ति के लिए निवेश आसान बनाएगा जो पहली बार कोशिश कर रहा है?”

इस सोच ने ऐप के सरल ट्यूटोरियल से लेकर पारदर्शी प्राइसिंग तक सब कुछ प्रभावित किया। Flipkart के पुराने संस्थापकों ने ई-कॉमर्स के प्रोडक्ट-फोकस वाली सोच को फाइनेंस में लागू किया, जहाँ पारदर्शिता अक्सर कम ही होती थी।

Groww में, साप्ताहिक डिज़ाइन मीटिंग्स नए फीचर जोड़ने पर नहीं, बल्कि उपयोगकर्ता की झिझक दूर करने पर केंद्रित होती थीं: यूज़र्स कहा झिझक रहे हैं? उन्हें क्या समझने में मुश्किल आ रही है? उनका भरोसा कैसे बढ़ाया जा सकता है? कर्मचारी इस नज़रिए को “आत्मविश्वास के लिए डिज़ाइनिंग” कहते हैं।

जहाँ दूसरी कंपनियाँ वित्तीय साक्षरता (फाइनेंशियल लिटरसी) को समाज सेवा (CSR) मानकर करती थीं, वहीं Groww में यह सीधा बिज़नेस का काम बन गया। उन्होंने YouTube वीडियो, क्षेत्रीय ट्रेनिंग कैंप्स और ऑनलाइन ग्रुप्स का इस्तेमाल किया, जिससे दो-तरफ़ा बातचीत शुरू हुई: सिर्फ यूज़र्स ही Groww से नहीं सिख रहे बल्कि Groww भी यूज़र्स से सिख रहा है।

विश्वास को पहली प्राथमिकता देने की यह संस्कृति कंपनी के आंतरिक कामकाज तक फैली हुई थी। संस्थापकों ने बड़े लीडर्स का वेतन सीमित रखा और बड़े सेलिब्रिटी से विज्ञापन नहीं करवाए, ताकि ब्रांड चमक-धमक से नहीं, बल्कि भरोसे से बने।

कंपनी के एक पुराने कर्मचारी के अनुसार:

“Groww में विश्वास सिर्फ एक मार्केटिंग की बात नहीं है—यह हमारी असली पहचान है।”

एक ऐसी फिन्टेक दुनिया में, जो तेज़ी और ऊंचे वैल्यूएशन पर चलती है, Groww ने धैर्य और मज़बूत सिद्धांतों के साथ अपनी पहचान बनाई और यही इसकी सबसे बड़ी और लगातार बढ़ती हुई ताकत बन गई।

भाग III: IPO का विश्लेषण – संरचना, मूल्यांकन और निवेशक भरोसा



2025 तक आते-आते Groww कोई आम फिनटेक कंपनी नहीं रही थी — वो करोड़ों यूजर्स के भरोसे पर खड़ी, मुनाफ़ा कमाने वाली एक बड़ी डिजिटल कंपनी बन चुकी थी। लेकिन शेयर बाज़ार में लिस्ट होना कोई जल्दबाज़ी में लिया गया फैसला नहीं था। ये कई सालों की तैयारी, पारदर्शिता और लगातार मुनाफ़े की मेहनत का नतीजा था।

स्टार्टअप से शेयर बाज़ार तक: Groww का IPO सफ़र

Groww के IPO का बीज 2022 में ही बो दिया गया था। तब कंपनी पहली बार मुनाफ़े में आई और 75 लाख से ज़्यादा एक्टिव यूजर्स तक पहुँच गई। ज़्यादातर स्टार्टअप्स यहां नए फंडिंग राउंड्स के पीछे भागते। लेकिन Groww ने अलग रास्ता चुना।

ऊँचे वैल्यूएशन पर निजी निवेश लेने के बजाय, संस्थापकों ने पब्लिक लिस्टिंग की तैयारी को चुना।

फाउंडर्स की सोच सीधी थी:

“जब देश के लोग हम पर भरोसा करके पैसा लगाते हैं, तो उन्हें Groww में हिस्सा लेने का हक भी होना चाहिए।”

इसके बाद दो साल तक कंपनी ने चुपचाप IPO की तैयारी की:

- नियम, प्रक्रिया और कंट्रोल को मज़बूत किया
- अपनी पैरेंट कंपनी को U.S. से वापस इंडिया में शिफ्ट किया (बड़ा कानूनी कदम)
- लगातार तीन साल मुनाफ़े में रही
- कमाई के नए-नए तरीके बनाए, ताकि सिर्फ़ ट्रेडिंग पर निर्भर न रहना पड़े

2025 की शुरुआत में Groww ने SEBI को चुपचाप अपना DRHP भेज दिया — और इसके बाद शुरू हुआ साल का सबसे चर्चा में रहने वाला IPO।

IPO इश्यू की संरचना

Groww ने अपना IPO ऐसे बनाया कि शुरुआती निवेशकों को लिक्विडिटी भी मिल जाए और कंपनी को आगे बढ़ने के लिए ताज़ा पैसा भी। पूरा स्ट्रक्चर बहुत सोच-समझकर तैयार किया गया था।

हिस्सा	राशि (₹ करोड़)	उद्देश्य
फ्रेश इश्यू	1,060	लेंडिंग, टेक्नोलॉजी और विस्तार के लिए नई पूँजी
ऑफ़र फॉर सेल (OFS)	5,572.30	शुरुआती निवेशकों (जैसे Sequoia, Tiger Global, YC) की आंशिक निकासी
कुल इश्यू साइज़	6,632	—

सबसे दिलचस्प बात यह रही कि इतने बड़े OFS के बावजूद, फाउंडर्स ने अपनी एक भी शेयर नहीं बेची। उनके पास अब भी 27.96% हिस्सेदारी बनी रही।

यह एक साफ़ संकेत था जो लोग Groww चला रहे हैं, वह लंबे समय तक कंपनी के साथ रहने वाले हैं। उनका यह भरोसा ही लाखों निवेशकों के लिए सबसे बड़ा भरोसेमंद संकेत बना।

वैल्यूएशन: सरलता की कीमत

प्रति शेयर कीमत ₹100 तय होने पर, Groww की कुल वैल्यू लगभग ₹61,735 करोड़ (करीब \$7.4 बिलियन) बैठी।

कुछ लोग इसे Paytm या Policybazaar जैसे घाटे में चलने वाली कंपनियों से तुलना कर रहे थे, लेकिन Groww की हालत बिल्कुल अलग थी — कंपनी मज़बूती से मुनाफ़ा कमा रही थी।

मेट्रिक (FY25)	आँकड़ा
कुल कमाई	₹3,902 करोड़
शुद्ध मुनाफ़ा	₹1,824 करोड़
नेट मार्जिन	47%
प्रति शेयर कमाई	₹2.95
P/E अनुपात	33.8 गुना
कमाई की 5 साल की ग्रोथ (FY20–FY25)	85.00%
EBITDA मार्जिन	60.80%

करीब 47% के नेट मार्जिन के साथ, Groww कोई “जोखिम वाली टेक कंपनी” नहीं थी, उसे एक मज़बूत, मुनाफ़ा कमाने वाली फ़ाइनेंशियल कंपनी की तरह कीमत दी गई।

कई एक्सपर्ट्स ने इसे भारत के इतिहास के सबसे साफ-सुथरे फ़िनटेक IPO में से एक कहा, जहाँ कंपनी की कीमत और उसके असली बिज़नेस प्रदर्शन में पूरा मेल था।

इन्वेस्टर की डिमांड: विश्वास की गवाही

नवंबर 2025 में जब Groww का IPO खुला, तो ऐसा लगा जैसे पूरा बाज़ार बस इसी का इंतज़ार कर रहा था। डिमांड इतनी ज़बरदस्त थी कि IPO 17.6 गुना भर गया!

श्रेणी	कितनी बार भरा (x)
योग्य संस्थागत निवेशक (QIBs)	22.02x
गैर-संस्थागत निवेशक (NIIs)	14.20x
रिटेल निवेशक	9.43x
कुल मिलाकर	17.6x

यह सिर्फ़ नंबर नहीं थे—यह भरोसे की आवाज़ थी।

देश के बड़े म्यूचुअल फंड से लेकर ग्लोबल इन्वेस्टर्स तक सब लाइन में थे और इन सबके बीच लाखों भारतीय रिटेल इन्वेस्टर्स भी थे, जो सालों से Groww ऐप इस्तेमाल कर रहे थे। उनके लिए ये पल कुछ अलग ही था—जिस ऐप ने उन्हें निवेश करना सिखाया... आज उसी ऐप में उन्होंने निवेश किया।

एंकर बुक: ग्लोबल फ़ाइनेंस की बड़ी-बड़ी हस्तियाँ

IPO खुलने से ठीक एक दिन पहले ही Groww ने अपनी एंकर बुक के ज़रिए ₹2,984.54 करोड़ जुटा लिए। इस राउंड में 102 बड़े एंकर निवेशकों ने हिस्सा लिया।

सूची ऐसी थी जैसे दुनिया की फ़ाइनेंस इंडस्ट्री की टॉप हस्तियाँ एक जगह इकट्ठी हो गई हों:

- अबू धाबी इन्वेस्टमेंट अथॉरिटी (ADIA) – ₹300 करोड़
- गवर्नमेंट ऑफ़ सिंगापुर – ₹280 करोड़
- गोल्डमैन सैक्स – ₹250 करोड़
- मॉर्गन स्टैनली – ₹240 करोड़
- HDFC म्यूचुअल फंड, SBI MF, ICICI प्रूडेंशियल और कोटक MF

वैश्विक और भारतीय—दोनों तरह के निवेशकों का यह मेल दिखाता है कि Groww में दोहरी ताकत थी: वैश्विक-स्तर की टेक कंपनी होना और भारतीय निवेशकों का भरोसा जीतना।

बाज़ार ने इसकी कीमत कैसे तय की

ग्रे मार्केट में Groww ने शुरुआत में प्रति शेयर ₹16.5 (16.5%) का प्रीमियम देखा, जो लिस्टिंग से ठीक पहले ₹4-₹5 के करीब स्थिर हो गया।

इसका मतलब है कि निवेशकों का रुख सही और समझदारी भरा था, न कि पहले वाली IPO की तरह जो सिर्फ़ हड़बड़ी और जोश में होती थी।

लिस्टिंग के दिन, Groww ने 12-14% प्रीमियम के साथ ओपन किया और ₹113 प्रति शेयर पर बंद हुआ। सबसे खास बात यह है कि लिस्टिंग के बाद भी इसका प्रदर्शन स्थिर रहा, जो दिखाता है कि निवेशकों का विश्वास लंबे समय के लिए था, सिर्फ़ तुरंत फायदा कमाने के लिए नहीं।

क्या चीज़ Groww के IPO को अलग बनाती है

- मुनाफ़े के साथ लिस्टिंग**
ज्यादातर टेक कंपनियाँ घाटे में रहते हुए ही IPO ले आती हैं। लेकिन Groww ने उल्टा किया — पहले मुनाफ़ा दिखाया, फिर IPO लाया। यानी वो सपने नहीं बेच रहा था, असली प्रदर्शन बेच रहा था।
- फ़ाउंडर्स की पूरी भागीदारी**
Groww के किसी भी फ़ाउंडर ने एक भी शेयर नहीं बेचा। उनकी लगभग 28% हिस्सेदारी आज भी वैसी ही है। यह बात निवेशकों के लिए बहुत बड़ा भरोसा थी, जब फ़ाउंडर खुद पूरी तरह जुड़े हों, तो बाकी लोग भी निश्चित हो जाते हैं।
- आम निवेशकों की बड़ी भागीदारी**
इस IPO में 12 लाख से ज़्यादा रिटेल आवेदन आए, जो फ़िनटेक सेक्टर में सबसे ऊँचे आँकड़ों में से एक है। यह दिखाता है कि Groww की पकड़ सिर्फ़ शहरों में नहीं, नीचे तक, ज़मीनी स्तर तक है।
- ज़रूरत से ज़्यादा कीमत नहीं**
बहुत सी कंपनियाँ IPO के दौरान अपनी वैल्यू ज़रूरत से ज्यादा बढ़ा देती हैं। Groww ने ऐसा नहीं किया। उसका P/E लगभग 33x था जो उसकी कमाई के मुकाबले बिल्कुल ठीक और टिकाऊ माना गया।
- रिटेल निवेशकों की ताकत का प्रतीक**
यह IPO सिर्फ़ पैसों का खेल नहीं था, एक भावना थी। जिस कंपनी ने भारत को निवेश करना सिखाया, आज उसी कंपनी में भारत ने निवेश किया।



ग्लोबल सीन में भारत की धमाकेदार एंट्री — Groww ने दिखाई असली फिनटेक की ताकत

Groww का IPO सिर्फ भारत के बाज़ार के लिए नहीं, बल्कि दुनिया के फिनटेक सेक्टर के लिए भी एक बड़ा मोड़ था।

दुनिया में बहुत कम ऐसी कंपनियाँ हैं जो तेज़ी से बढ़ते हुए साथ-साथ मुनाफ़ा भी कमा पाती हैं। अमेरिका की Robinhood 2021 में लिस्ट हुई, पर लगातार मुनाफ़े में नहीं आ पाई। यूके की Revolut और इज़राइल की eToro अभी तक प्राइवेट ही हैं और उनकी वैल्यूएशन में उतार-चढ़ाव चलता रहता है।

लेकिन इसके मुकाबले Groww एकदम अलग निकला। साफ़-सुथरी बुक्स, 47% नेट मार्जिन और 77% यूज़र रिटेंशन। यह आँकड़े दुनियाभर में बहुत कम कंपनियों के पास होते हैं।

इसने साबित किया कि भारत अब सिर्फ़ उभरता हुआ बाज़ार नहीं, बल्कि सस्टेनेबल डिजिटल फाइनेंस का नया लीडर है। भारत ने दिखा दिया कि फाइनेंशियल इंक्लूज़न (ज्यादा से ज्यादा लोगों को वित्तीय सेवाओं से जोड़ना) भी मुनाफ़े वाला मॉडल बन सकता है।

विश्लेषकों ने लिस्टिंग के बाद एक लाइन कही जो अपने-आप में कहानी है: “अगर रॉबिनहुड स्पेक्युलेटिव फाइनेंस का प्रतीक थी, तो Groww सस्टेनेबल फाइनेंस का प्रतीक बन गया।”

Groww की लिस्टिंग ने दुनिया को दिखाया कि भारत सिर्फ़ यूनिवर्सल नहीं बना सकता —भारत लंबी दौड़ वाली, भरोसेमंद संस्थाएँ भी बना सकता है।

भारत के फिनटेक की मज़बूती का असली मोड़

Groww का IPO कोई अकेली घटना नहीं था। यह भारत के फिनटेक सेक्टर की सोच में आए बड़े बदलाव का संकेत था। जहाँ पहले कंपनियाँ GMV और तेज़ ग्रोथ दिखाकर वैल्यूएशन पाती थीं, अब मॉडल मुनाफ़े पर केंद्रित हो रहा है।

इस लिस्टिंग ने पूरे इकोसिस्टम को तीन साफ़ संदेश दिए:

1. **असली क्रांति रिटेल निवेशकों की है:** 1 करोड़ छोटे निवेशक कई बड़े संस्थागत निवेशकों से ज्यादा प्रभाव डाल सकते हैं।



2. **सादगी हमेशा जीतती है:** तेज़ी से बढ़ना अच्छी बात है, लेकिन लोगों का भरोसा बनाना—ये असली गेम है, और इसका प्रभाव हमेशा रहता है।
3. **फिनटेक भी मुनाफ़ा कमा सकते हैं:** Groww ने दिखा दिया कि लोगों को निवेश सिखाकर, उन्हें साथ जोड़कर भी एक मजबूत, मुनाफ़े वाली कंपनी बनाई जा सकती है।

दलाल स्ट्रीट पर Groww अब CAMS, Angel One और HDFC Securities जैसे उन कुछ फिनटेक नामों की सूची में शामिल हो गया है, जिन्होंने साबित किया कि डिजिटल युग में भी मुनाफ़ा और निवेशक भरोसा साथ-साथ चल सकते हैं।

IPO के बाद की चमक

लिस्टिंग के कुछ ही हफ्तों में Groww का मार्केट कैप ₹65,000 करोड़ के पार पहुँच गया। यह साफ़ दिख रहा था कि बड़े संस्थागत निवेशक लगातार शेयर खरीद रहे थे और IPO के बाद भी भरोसा मजबूत था।

लेकिन असली बात शेयर की कीमत नहीं थी - भावना थी। हज़ारों लोगों के लिए, जिन्होंने अपनी निवेश यात्रा Groww ऐप से शुरू की थी, Groww के शेयर खरीदना एकदम निजी सा एहसास था।

यह वाकई एक खूबसूरत मोड़ था।

जो प्लेटफ़ॉर्म भारत को निवेश सिखाता था, वही अब भारतीयों को उसका हिस्सा बनने का न्योता दे रहा था।

और यही बात Groww के IPO की सबसे बड़ी जीत बनी —एक ऐसा फिनटेक जो अपने यूज़र्स के भरोसे से बढ़ा और आखिरकार उन्हीं के लिए, उन्हीं के साथ और ऊँचा उठा।

भाग IV: चुनौतियाँ, जोखिम और भारत की नई फाइनेंशियल सीमाएँ

रिकॉर्ड तोड़ लिस्टिंग और जबरदस्त निवेशक प्रतिक्रिया के बाद, Groww अब 2026 में एक स्टार्टअप नहीं रहा, बल्कि एक भरोसेमंद सार्वजनिक संस्था बन चुका था। लेकिन फाइंडर्स अच्छी तरह जानते थे IPO मंज़िल नहीं है, ये असली जिम्मेदारियों की शुरुआत है।

अब Groww के सामने दो बड़ी चुनौतियाँ थीं:

1. एक मजबूत होते बाज़ार में तेज़ ग्रोथ को बनाए रखना
2. भीड़भाड़ वाले, सख्त नियमों वाले फिनटेक बाज़ार में अपने “भरोसे के फ़ायदे” को बचाए रखना

Groww की पोस्ट-IPO रणनीति महत्वाकांक्षा और अनुशासन दोनों को दिखाती है—एक ऐसा प्लेबुक जो बढ़त और स्थिरता के बीच संतुलन बनाता है।

अगला अध्याय: IPO के पैसे कहाँ लगाए जा रहे हैं

ज्यादातर नई कंपनियाँ IPO से मिले पैसे नुकसान कवर करने या कर्ज़ चुकाने में लगा देती हैं। लेकिन Groww ने एकदम अलग रास्ता चुना। हर एक रुपये को उसके 5 साल के रोडमैप से जोड़ा गया।

निवेश का क्षेत्र	राशि (₹ करोड़)	उद्देश्य
टेक्नोलॉजी और क्लाउड इंफ्रास्ट्रक्चर	153	नई टेक बनाना, साइबर सिक्योरिटी मज़बूत करना, प्लेटफॉर्म को और तेज़ व भरोसेमंद बनाना
ब्रांड बिल्डिंग और मार्केटिंग	225	Tier-2/3/4 शहरों में जागरूकता बढ़ाना और शिक्षा-आधारित कैंपेन चलाना
NBFC कैपिटल	205	Groww Creditserv को ताकत देना और LAS (Loan Against Securities) को बढ़ाना
मार्जिन ट्रेडिंग सुविधा (MTF)	168	MTF बुक को ₹1,000 Cr से बढ़ाकर ₹5,000 Cr करना (FY27 तक)
इनऑर्गेनिक ग्रोथ (M&A)	309.5	वेल्थटेक, इंश्योरेंस और लेंडिंग वाले स्टार्टअप्स खरीदकर पूरा इकोसिस्टम मज़बूत करना
कुल	1,060 Cr	—————

हर निवेश Groww की एक ही फिलॉसफी पर बना है: “पहले चीज़ें आसान बनाओ, फिर उन्हें बड़ा बनाओ।”

Groww बिना सोचे-समझे नई चीज़ों में हाथ नहीं डाल रहा— वह उसी इकोसिस्टम में नई क्षमताएँ जोड़ रहा है, ताकि यूज़र अनुभव हमेशा पहले जैसा आसान और स्मूद रहे।

1. टेक्नोलॉजी: वह रीढ़ जिसे कोई देख नहीं पाता

Groww की सबसे बड़ी ताकत हमेशा से उसका आसान और साफ़-सुथरा प्रोडक्ट रहा है। लेकिन इस सादगी के पीछे एक बेहद मज़बूत टेक इंफ्रास्ट्रक्चर छिपा है, जो एक साथ लाखों यूज़र्स, रियल-टाइम मार्केट डेटा और तुरंत KYC जैसे भारी काम संभालता है।



IPO के बाद Groww अब टेक में तेज़ी से निवेश करेगा:

- तेज़ स्केलेबिलिटी के लिए माइक्रोसर्विस आर्किटेक्चर
- हर यूज़र के लिए अलग तरह से सीख देने वाला AI बेस्ड इन्वेस्टर एंजुकेशन सिस्टम
- 24/7 भरोसेमंद सिस्टम, ताकि भारी ट्रांज़ैक्शन वाले दिनों में भी डाउन-टाइम न हो
- निवेशकों के डेटा की सुरक्षा के लिए एडवांस सिक्योरिटी फ्रेमवर्क

FY27 तक Groww का लक्ष्य है—निवेश, SIPs, लोन और एडवाइजरी मिलाकर सालाना 10 बिलियन ट्रांज़ैक्शन प्रोसेस करना, जिसे एक मज़बूत, AI-चालित बैकएंड संभालेगा।

2. लेंडिंग इंजन को मज़बूत बनाना

Groww Creditserv—कंपनी की लेंडिंग यूनिट—अब सबसे तेज़ बढ़ने वाले हिस्सों में से एक है।

अभी NBFC विभाग हर साल करीब ₹60 करोड़ की कमाई करता है। आने वाले तीन सालों में यह अपना लोन कारोबार 4 गुना बढ़ाने की योजना बना रहा है, खास ध्यान रखते हुए:

- **लोन अगेंस्ट सिक्योरिटीज (LAS):** पोर्टफोलियो बेचे बिना पैसे उधार लेने की सुविधा
- **मार्जिन ट्रेडिंग फैसिलिटी (MTF):** शॉर्ट-टर्म ट्रेडिंग के लिए क्रेडिट
- **छोटे पर्सनल लोन:** उन्हीं ग्राहकों के लिए जिन्होंने Groww पर अच्छा रिकॉर्ड बनाया है

FY27 तक लेंडिंग का लक्ष्य है, कंपनी की कुल कमाई का 15–18% हिस्सा यहीं से आए। जबकि FY25 में ये 5% से भी कम था

यह बदलाव रणनीतिक है—लेंडिंग से स्थिर, ब्याज-आधारित कमाई मिलती है, जो ब्रोकरेज की उतार-चढ़ाव वाली आय को बैलेंस करती है।

3. ब्रांड बिल्डिंग: विज्ञापन नहीं, भरोसे में निवेश

Groww ने कभी बड़े-बड़े विज्ञापन नहीं किए—न कोई सेलिब्रिटी, न चमकीले ऐड। उसने हमेशा एजुकेशन-फर्स्ट मार्केटिंग पर भरोसा किया।

अब ₹225 करोड़ ब्रांड बिल्डिंग के लिए रखे गए हैं और Groww इसे ऐसे इस्तेमाल करेगा:

- क्षेत्रीय क्रिएटर्स के साथ साझेदारी, जो लोगों को निवेश समझाएँ।
- कॉलेज-ऑफिस में कम्युनिटी इवेंट्स, जहाँ लोग पैसे और निवेश के बारे में सीखें।
- YouTube और लोकल भाषाओं में निवेश शिक्षा सीरीज़, खासकर टियर-3 और टियर-4 के दर्शकों के लिए।

Groww का मकसद सिर्फ Groww को प्रमोट करना नहीं है—बल्कि भारत में निवेश की संस्कृति को बड़ा करना है।

जैसा IPO रोडशो में CEO ललित केशरि ने कहा था:

“जितने ज्यादा भारतीय निवेश करना शुरू करेंगे, उतना हम सभी Groww करेंगे—सिर्फ कंपनी नहीं।”

4. इनऑर्गेनिक ग्रोथ: प्लेटफॉर्म से पूरा पर्सनल फाइनेंस इकोसिस्टम

Groww ने अधिग्रहण के लिए ₹309.5 करोड़ अलग रखे हैं। इसका टार्गेट ऐसे स्टार्टअप्स होंगे जो इसके दीर्घकालिक विज़न को ताकत दें:

- **वेल्थटेक और Robo-Advisory:** बेहतर पोर्टफोलियो मैनेजमेंट टूल्स
- **इंश्योरेंस डिस्ट्रीब्यूशन:** Groww ऐप पर आसान और भरोसेमंद इंश्योरेंस विकल्प।
- **क्रेडिट एनालिटिक्स:** नए तरह के क्रेडिट स्कोरिंग मॉडल, ताकि ज्यादा लोगों को लोन मिल सके।

लक्ष्य एक है—Groww को “ट्रांज़ैक्शन ऐप” से बढ़ाकर “फुल पर्सनल फाइनेंस इकोसिस्टम” बनाना। एक ही जगह निवेश + उधार + सुरक्षा की सुविधा।

5. Groww की अंतर्राष्ट्रीय उड़ान

भले ही भारत Groww का सबसे ज़रूरी बाज़ार बना रहेगा, लेकिन कंपनी के बड़े लीडर्स ने अब शांत तरीके से विदेश में रहने वाले भारतीयों (NRI) और दुनिया भर के निवेशकों के लिए नए निवेश प्रोडक्ट देखना शुरू कर दिया है।

वित्तीय वर्ष 2026 में, Groww की योजना है कि वह सबसे पहले UAE, सिंगापुर और अमेरिका में रहने वाले लोगों के लिए NRI निवेश खाते शुरू करके देखेगा। इससे इन देशों में बसे भारतीय सीधे भारत के शेयरों और म्यूचुअल फंड में पैसा लगा सकेंगे।

अगर यह कोशिश अच्छे से कामयाब होती है, तो Groww को कमाई का एक बिल्कुल नया रास्ता मिल सकता है—यह भारत में हर साल आने वाले \$100 अरब (बिलियन) से ज्यादा के विदेशी पैसे (Remittance, जो लोग विदेशों से घर भेजते हैं) का फ़ायदा उठाएगा।

नई चुनौतियाँ: आगे की असली परीक्षा

तेज़ी से बढ़ते हुए भी Groww अब उन चुनौतियों का सामना कर रहा है, जो हर मार्केट लीडर को करनी पड़ती हैं, कड़ी प्रतियोगिता, सख्त नियम, और टिकाऊ ग्रोथ का दबाव।

1. बढ़ती हुई प्रतियोगिता

PhonePe, Paytm Money, Angel One जैसे बड़े फिनटेक तेज़ी से रिटेल निवेशकों को जोड़ रहे हैं। HDFC और ICICI Direct जैसे बड़े बैंक भी अपने डिजिटल प्लेटफॉर्म को अपग्रेड कर रहे हैं।

Groww का शुरुआती फायदा मज़बूत है, लेकिन “ऐप थकान (app fatigue)” के इस दौर में यूजर को बनाए रखना आसान नहीं होगा। इसे लगातार नई सुविधाएँ और अलग तरह का अनुभव देना होगा।

2. सख्त होते नियम

SEBI और RBI लगातार F&O के नियम बदल रहे हैं, KYC प्रक्रिया और कड़ाई से लागू हो रही है और कंप्लायंस पर खर्च बढ़ रहा है।

Groww ने लोन और एडवाइज़री में कदम रखकर कुछ हद तक जोखिम कम किया है, लेकिन नियमों का पालन एक ऐसा क्षेत्र है जहाँ किसी तरह की ढिलाई नहीं चलेगी।

3. बाज़ार में उतार-चढ़ाव

ब्रोकरेज आय हमेशा उतार-चढ़ाव वाली होती है। अगर बाज़ार लंबे समय तक नीचे रहा या ट्रेडिंग कम हुई, तो ग्रोथ पर असर पड़ सकता है।

Groww का लंबे समय का समाधान यह है कि लेन-देन वाली आय के साथ-साथ स्थिर आय भी बढ़ाई जाए— जैसे एडवाइज़री फीस और लोन से मिलने वाली ब्याज राशि।

4. शहरी बाज़ारों में बढ़त की सीमाएँ

बड़े शहरों में Groww का विस्तार लगभग पूरा हो चुका है। अब अगले 10 करोड़ निवेशक आएँगे छोटे शहरों और गाँवों से।

लेकिन इस इलाकों में समस्या अलग है, दरअसल यहाँ जागरूकता कम है और भरोसा बनाने में समय लगता है। ग्रो को यहाँ आराम से, संयम रखते हुए, प्रशिक्षण(सिखाने) मॉडल पर काम करना होगा।



जोखिम और मज़बूती: Groww का तरीका



चुनौतियों के बावजूद, Groww अपने post-IPO फेज में कुछ बेजोड़ ताकतों के साथ प्रवेश करता है:

- कर्ज़-रहित बैलेंस शीट
- 47% प्रॉफिट मार्जिन
- 77% रिटेंशन रेट
- 26.3% NSE मार्केट शेयर
- 80% से ज़्यादा ऑर्गेनिक यूज़र ग्रोथ

एक ऐसी इंडस्ट्री जहाँ ज़्यादातर कंपनियाँ बड़े स्तर पर पहुँचने के लिए घाटा उठाती हैं, Groww मुनाफ़ा कमाना उसे अपनी शर्तों पर बढ़ने की आज़ादी देता है।

Groww का सबसे बड़ा मुकाबलात्मक फ़ायदा तेज़ी नहीं है—बल्कि उसकी लगातार एक जैसी कंसिस्टेंसी है।

2025 के बाद का सपना

Groww का बड़ा सपना बहुत साफ़ है — “10 करोड़ लोगों को यह सिखाना कि वे विश्वास के साथ निवेश कैसे करें।”

यह कोई दिखावा नहीं है, बल्कि वही सोच है जिस पर कंपनी हर बड़ा फ़ैसला लेती है।

आने वाले सालों में Groww इन चीज़ों पर और जोर देगा:

1. इंश्योरेंस + लोन + निवेश — सब कुछ एक ही जगह पर, एक ही ऐप से।
2. AI सलाह — आपकी पसंद और पैटर्न देखकर ज़्यादा स्मार्ट निवेश सुझाव।
3. दुनिया में कदम — NRI और बाहर रहने वालों को भारत में आसानी से निवेश करने देना।
4. IPO और बॉन्ड आसान — छोटे कारोबारों के IPO और बॉन्ड में भी आम लोगों को आसान रास्ता देना।

अगर ये सब पूरा हो गया, तो Groww सिर्फ़ एक ऐप नहीं रहेगा, यह भारत के नए निवेश युग का चेहरा बन जाएगा।

निवेशकों की नज़र: भरोसा और लगातार बढ़त

लिस्टिंग के बाद बड़े निवेशकों की राय साफ़ है — Groww लंबे समय तक दम दिखाएगा।

- **कमाई की रफ़्तार:** अगले सालों में हर साल लगभग 30–35% बढ़ने का अनुमान
- **मुनाफ़ा मार्जिन:** लगभग 55–60% पर टिकने की उम्मीद
- **रिटर्न:** 33–36% तक का मज़बूत अनुमान

निवेशक इसे एक “compounder stock” मानते हैं — यानि ये धीरे-धीरे नहीं, लगातार और मज़बूत तरीके से बढ़ने वाला स्टॉक है।

एक बड़े फंड मैनेजर ने तो कहा:

“Groww वही है जो भारत की नई निवेश दुनिया बन रही है — आसान, सबके लिए और फायदे वाली।”

एक स्टार्टअप से एक मिसाल तक

Groww की खासियत ये नहीं कि वो लिस्ट हुई। खासियत ये है कि उसने कैसे लिस्ट होकर भी अपनी सादगी और भरोसे को नहीं छोड़ा।

उसने बिना शोर मचाए आगे बढ़ना चुना और उसने करोड़ों आम लोगों का भरोसा चुपचाप जीत लिया।

और ऐसे समय में, जब भरोसा सबसे कीमती चीज़ है — Groww ने उसी को सबसे बड़ा खज़ाना बना लिया।

Groww अब सिर्फ़ एक कंपनी नहीं, लाखों भारतीयों के लिए निवेश का सबसे भरोसेमंद नाम बन चुका है।

निष्कर्ष:

भारत के नए निवेश युग का भविष्य

Groww की कहानी दरअसल उसी पीढ़ी की कहानी है जिसने खुद पर, अपनी कमाई पर और अपने फैसलों पर भरोसा करना सीख लिया।

म्यूचुअल फंड को आसान बनाने से लेकर IPO को सबके लिए खोलने तक... बड़े शहरों के दफ़्तरों से लेकर छोटे कस्बों के घरों तक - Groww ने भारत के पैसे से जुड़े व्यवहार को पूरी तरह बदल दिया है।

Groww का IPO कोई अंत नहीं था। यह तो भारत की नई सोच का आईना था — एक ऐसा भारत जो अब पैसों के फैसले खुद लेना चाहता है।

आज जब भारत का बाज़ार पहले से कहीं ज़्यादा बड़ा और मज़बूत हो रहा है, एक बात बिल्कुल साफ़ है:

अब आम लोग सिर्फ़ देखने वाले नहीं — वह ही असली बाज़ार हैं।

और इस बदलाव की अगुवाई कर रही है वही कंपनी जिसके दिल में शुरू से एक ही सोच थी — निवेश उतना ही आसान होना चाहिए जितना पौधा उगाना।

“सादगी दूर तक जाती है, भरोसा तेज़ी से बढ़ता है — और Groww ने यह दोनों बातें दलाल स्ट्रीट पर साबित कर दी।”

फ़ाउंडर ऑफ़ द मंथ लोकवीर कपूर

 Pine Labs

परिचय - वो इंसान जिसने फिनटेक को उससे भी पहले देख लिया, जब फिनटेक था ही नहीं

आज Pine Labs देश की सबसे बड़ी मर्चेन्ट पेमेंट कंपनियों में से एक है। एक करोड़ से ज़्यादा मर्चेन्ट्स उनके प्लेटफ़ॉर्म का इस्तेमाल करते हैं और हर दिन लाखों ट्रांज़ैक्शन होते हैं। लेकिन यह सब शुरू हुआ एक ऐसे व्यक्ति से, जो भारत में फिनटेक शब्द चलन में आने से बहुत पहले ही भविष्य देख चुका था — लोकवीर कपूर, Pine Labs के फ़ाउंडर।

साल 2000 के आस-पास भारत डिजिटल अर्थव्यवस्था बनने से बहुत दूर था। कार्ड का इस्तेमाल कम था, PoS मशीनें भरोसेमंद नहीं थीं और ज़्यादातर कारोबार अभी भी नकद पर चलता था। पूरे देश में कुल मिलाकर सिर्फ़ 25,000-30,000 PoS डिवाइस थे। डिजिटल पेमेंट लगभग न के बराबर था और बड़े-बड़े रिटेल स्टोर भी बेसिक सेटलमेंट और हिसाब-किताब में परेशान रहते थे।

इसी माहौल में लोकवीर कपूर ने एक साफ़ भविष्य देखा — एक ऐसा भारत जहाँ डिजिटल पेमेंट आम हो जाएगा और मर्चेन्ट्स को ऐसी तकनीक की ज़रूरत पड़ेगी जो तेज़, भरोसेमंद और आसान हो। यही सोच Pine Labs की शुरुआत बनी।

आज के कई फ़ाउंडर मार्केटिंग और हाइप पर ध्यान देते हैं, लेकिन लोकवीर का तरीका बिल्कुल अलग था। उन्होंने Pine Labs को धीरे-धीरे, धैर्य के साथ और मर्चेन्ट्स की असली समस्याएँ समझकर बनाया। वो घंटों दुकानदारों, रिटेल चेन के मैनेजर्स, बिलिंग स्टाफ और बैंक टीम्स से बात करते थे—यह समझने के लिए कि पेमेंट को आसान कैसे बनाया जा सकता है। उसी दौरान उन्हें वो कमियाँ दिखीं, जिन्हें और कोई देख ही नहीं रहा था।

लोकवीर भी चाहते तो एक चमकदार कंज्यूमर ऐप बना सकते थे। लेकिन उन्होंने वो नहीं किया। उन्होंने फैसला लिया कि भारत की असली ज़रूरत है मज़बूत मर्चेन्ट इंफ़्रास्ट्रक्चर—क्योंकि अगर दुकानदार का काउंटर डिजिटल होगा, तो पूरा रिटेल सेक्टर आगे बढ़ेगा। इसीलिए Pine Labs ने फ़ोकस किया—PoS डिवाइस, EMI कैलकुलेशन, लॉयल्टी इंटीग्रेशन और पेमेंट सेटलमेंट पर — और ये सब तब, जब यह शब्द मार्केट में आम भी नहीं थे।

आज जब भारत की डिजिटल पेमेंट सफलता की बात होती है, Pine Labs उन कंपनियों में है जिसने चुपचाप उसकी बुनियाद रखी। लोकवीर कपूर भले शोहरत पसंद फ़ाउंडर नहीं हों, लेकिन उनकी दूरदर्शी सोच ने देश का एक मज़बूत फिनटेक प्लेटफ़ॉर्म खड़ा किया। उनकी कहानी साबित करती है कि बड़ी इनोवेशन हमेशा शोर से नहीं, बल्कि गहरी समझ और समय के साथ किए गए शांत काम से पैदा होती है।

शुरुआती दिन — कैसे एक स्मार्ट-कार्ड आइडिया बना फिनटेक दिग्गज की नींव

Pine Labs की शुरुआत, पेमेंट कंपनी के तौर पर नहीं हुई थी। जब लोकवीर कपूर ने 1990 के आखिरी सालों में इसे बनाना शुरू किया, तब उनकी सोच बहुत सरल थी — कंपनियों और रिटेलर्स के लिए स्मार्ट-कार्ड आधारित समाधान बनाना। उस समय भारत बिल्कुल भी डिजिटल नहीं था। इंटरनेट कम लोगों के पास था, स्मार्टफोन लगभग न के बराबर थे और ज़्यादातर दुकानें पूरी तरह नकद पर चलती थीं।

साल 2000 के आस-पास पूरे देश में सिर्फ़ 25,000-30,000 PoS मशीनें थीं। वो भी अक्सर खराब हो जाती थीं या सिर्फ़ एक बैंक के साथ ही काम करती थीं। मर्चेन्ट्स रोज़ाना परेशान रहते थे जैसे, सेटलमेंट में कई दिन लग जाते, हिसाब-किताब हाथ से करना पड़ता, सर्विस सपोर्ट बेहद धीमा था, किसी एक कंपनी के पास पूरा समाधान नहीं था

इन्हीं समस्याओं को देखते हुए लोकवीर ने एक बड़ा गैप महसूस किया। वह रिटेलर्स और बैंकों के साथ लगातार काम कर रहे थे और उन्हें साफ़ दिख रहा था कि आने वाले सालों में भारत डिजिटल पेमेंट की तरफ़ बढ़ेगा और मर्चेन्ट्स को एक मज़बूत सिस्टम की ज़रूरत पड़ेगी। यही सोच Pine Labs की दिशा बदलने का पहला बड़ा मोड़ बनी।

2003-2004 के आस-पास Pine Labs ने वह फैसला लिया जिसने कंपनी को पूरी तरह बदल दिया— स्मार्ट-कार्ड कंपनी से मर्चेन्ट-फोकस्ड टेक प्लेटफ़ॉर्म बनने का। लोकवीर और उनकी छोटी-सी टीम ने तय किया कि वे एक ऐसा स्मार्ट PoS सिस्टम बनाएंगे, जो सिर्फ़ कार्ड पेमेंट ना ले, बल्कि मर्चेन्ट काउंटर की हर ज़रूरत पूरी करे।

यह एक साहसी फैसला था, क्योंकि उस समय देश डिजिटल होने के लिए तैयार नहीं था। लेकिन लोकवीर का मानना था कि अगर Pine Labs

मर्चेट्स की असली परेशानियाँ— सेटलमेंट, लॉयल्टी, EMI, ऑफर्स और ट्रांज़ैक्शन—इन सब को आसान बना दे, तो लोग खुद उन पर भरोसा करेंगे। और यही सोच Pine Labs को आगे लेकर गई।

मर्चेट्स की बातें ध्यान से सुनकर और उनकी असली परेशानियाँ समझकर, लोकवीर ने Pine Labs को एक छोटी-सी स्मार्ट-कार्ड कंपनी से आगे बढ़ाकर एक उभरती फिनटेक कंपनी में बदल दिया — जो आगे चलकर पूरे भारत में मर्चेट पेमेंट्स की लीडर बन गई।

क्रांतिकारी बदलाव — स्मार्ट कार्ड से फुल मर्चेट पेमेंट प्लेटफॉर्म की ओर

Pine Labs की यात्रा का सबसे बड़ा मोड़ तब आया, जब लोकवीर कपूर ने तय किया कि कंपनी सिर्फ स्मार्ट-कार्ड टेक्नोलॉजी तक सीमित नहीं रहेगी। यही फैसला Pine Labs को पूरी तरह बदलने वाला साबित हुआ और धीरे-धीरे इसे भारत के सबसे मज़बूत मर्चेट-पेमेंट प्लेटफॉर्म में बदल दिया।

2000 के शुरुआती सालों में मॉल्स, रिटेल चेन और बड़े स्टोर्स खुलने लगे थे। भारत की रिटेल सेल्स ₹12 लाख करोड़ के पार पहुँच चुकी थी। लेकिन डिजिटल पेमेंट? लगभग ना के बराबर। 200 में से सिर्फ 1 दुकान में PoS मशीन, रजिस्टर में हाथ से बिल लिखना और बड़े स्टोर भी नकद पर निर्भर थे।

मर्चेट्स की रोज़मर्रा की दिक्कतें

- PoS मशीन सिर्फ एक बैंक के साथ चलती
- भीड़ के समय मशीनें फेल
- सेटलमेंट 2-4 दिन बाद
- EMI विकल्प बहुत कम
- लॉयल्टी चेक नहीं होता
- स्टाफ को सिस्टम मुश्किल लगता
- सर्विस सपोर्ट धीमा और अनिश्चित

लोकवीर ने समझ लिया कि मर्चेट्स को एक सिंगल, भरोसेमंद, ऑल-इन-वन सिस्टम चाहिए जो पेमेंट काउंटर की हर समस्या हल कर दे। 2003-2004 में Pine Labs ने एक साहसिक बदलाव किया: यह स्मार्ट-कार्ड सॉल्यूशंस स्मार्ट, मल्टी-फंक्शन PoS सिस्टम बनाने की दिशा में गया।

यह सिस्टम उस समय भारत की किसी भी PoS मशीन से कई कदम आगे था।

इस दौरान किए गए प्रमुख इन्वेंशनस ये थे:

1. मल्टी-बैंक एक्सेप्टेंस

अब मर्चेट्स एक ही डिवाइस से सभी बड़े बैंकों के कार्ड ले सकते थे। 2007-08 तक Pine Labs 10+ बड़े बैंकों के साथ काम कर रहा था — HDFC Bank, ICICI Bank, Citi, Axis Bank आदि।

2. रिमोट सॉफ़्टवेयर अपडेट

जहाँ दूसरों को मशीनें अपग्रेड करने के लिए सर्विस इंजीनियर भेजने पड़ते थे, Pine Labs मिनटों में रिमोट अपडेट भेज देता था।

3. PoS पर EMI कन्वर्ज़न

यह एक बहुत बड़ी सफलता थी। इलेक्ट्रॉनिक्स, मोबाइल या उपकरण खरीदने वाले ग्राहक अपनी खरीद को कुछ ही सेकंड में EMI में बदल सकते थे। 2010 के दशक की शुरुआत तक, पाइन लैब्स सालाना लाखों EMI लेनदेन संभाल रहा था।

4. लॉयल्टी और ऑफर्स का तुरंत इंटीग्रेशन

अब मर्चेट्स स्टोर पर ही लॉयल्टी पॉइंट चेक और रिडीम कर सकते थे। इससे बड़ी रिटेल चेन में तेजी से इसकी मांग बढ़ी।

इस बदलाव ने सब कुछ बदल दिया।

2010 तक, पाइन लैब्स ने सैकड़ों शहरों में अपनी पकड़ बना ली थी और 1 लाख से ज़्यादा PoS मशीनें लगा दी थीं। यह अब सिर्फ एक छोटी कंपनी नहीं थी—बल्कि यह इंडिया के बढ़ते रिटेल पेमेंट नेटवर्क की रीढ़ बन चुकी थी।

लोकवीर का यह फैसला कि 'ट्रैंड्स' के पीछे भागने के बजाय, मर्चेट्स की मुश्किलों को गहराई से सॉल्व किया जाए, पाइन लैब्स को आज का मर्चेट-टेक लीडर बना गया।



मर्चेट्स पहले — लोकवीर कपूर की कोर फ़िलॉसफी

पाइन लैब्स की सफलता का सबसे बड़ा कारण लोकवीर कपूर का एक सरल लेकिन दमदार विश्वास था:

"अगर मर्चेट्स को हम पर भरोसा होगा, तो बिज़नेस अपने आप आगे बढ़ेगा।"

शुरुआती सालों में, लोकवीर ने बाज़ार की दुकानों, रिटेल चेन्स, बिलिंग काउंटरों, इलेक्ट्रॉनिक्स स्टोर्स और यहाँ तक कि छोटी किराना दुकानों पर बहुत समय बिताया। वह उनकी रोज़मर्रा की समस्याओं को समझना चाहते थे। इस सोच ने उन्हें जटिल समाधानों के बजाय व्यावहारिक तकनीक बनाने में मदद की।



क्या थी मर्चेट्स की समस्या? 2000 के दशक के मध्य में, भारत में 1.2 करोड़ से ज़्यादा रिटेल स्टोर थे, लेकिन 2-3% से भी कम के पास डिजिटल पेमेंट सिस्टम था। जिनके पास PoS मशीनें थीं, उन्हें भी ये दिक्कतें आती थीं:

- डिवाइस का बार-बार खराब होना
- नेटवर्क (Poor connectivity) की समस्या
- पेमेंट सेटलमेंट में 2-4 दिन की देरी
- EMI या लॉयल्टी का इंटीग्रेशन न होना
- स्पष्ट लेन-देन रिपोर्ट का न मिलना
- बहुत धीमा कस्टमर सपोर्ट

व्यापारियों को बस सरल चीज़ें चाहिए थीं: भरोसेमंद मशीन, तेज़ सर्विस, आसान रिपोर्ट और स्मूथ पेमेंट एक्सेस। लोकवीर ने इन्हीं बातों को पाइन लैब्स के प्रोडक्ट्स का आधार बनाया।

A. Pine Labs की पहचान बनी उसकी उच्च भरोसेमंद तकनीक

व्यापारियों को पाइन लैब्स के डिवाइस इसलिए पसंद आए क्योंकि वे शायद ही कभी फेल होते थे। 2012-2013 तक, पाइन लैब्स ने हज़ारों स्टोर्स में इंस्ट्रू की सबसे ज़्यादा अपटाइम दर्ज किया। रिटेल चेन Pine Labs को इसलिए पसंद करती थीं, क्योंकि भीड़ के समय सिर्फ़ 10 मिनट का पेमेंट डाउनटाइम भी उन्हें बड़ा नुकसान पहुँचा सकता था।

B. तेज़ और मददगार सपोर्ट

पाइन लैब्स ने एक मज़बूत सर्विस नेटवर्क तैयार किया:

- डिवाइस का तुरंत बदलना
- 24x7 हेल्पलाइन
- लोकल इंजीनियर्स की सुविधा
- रिमोट ट्रबलशूटिंग

इसकी मदद से पाइन लैब्स ने कम समय में 300+ शहरों में विस्तार किया।

C. PoS पर EMI ने बिक्री बढ़ाई

कई व्यापारियों के लिए, पाइन लैब्स की EMI सुविधा ने ग्राहकों की खरीदारी 20-30% तक बढ़ा दी, खासकर इलेक्ट्रॉनिक्स स्टोर्स में। इससे रिटेलर्स के बीच जबरदस्त वफ़ादारी पैदा हुई।

D. 'वर्ड-ऑफ-माउथ' से ग्रोथ

अन्य फ़िनटेक स्टार्टअप्स के विपरीत, पाइन लैब्स ने ज़्यादा मार्केटिंग पर खर्च नहीं किया। व्यापारियों ने खुद दूसरों को पाइन लैब्स इस्तेमाल करने की सलाह दी। 2015 तक, पाइन लैब्स हर महीने सिर्फ़ सिफारिशों से हज़ारों नए मर्चेट्स जोड़ रहा था।

E. बैंकों और बड़े ब्रांड्स का भरोसा

लगातार शानदार परफॉर्मेंस के कारण, प्रमुख बैंकों ने पाइन लैब्स के साथ पार्टनरशिप की। बड़े रिटेल ब्रांड्स ने भी ऑफर्स, लॉयल्टी और EMI प्रोग्राम्स के लिए इसी प्लेटफॉर्म पर भरोसा किया।

इस "मर्चेट-फस्ट" फ़िलॉसफी ने पाइन लैब्स को भारत की सबसे सम्मानित फ़िनटेक कंपनियों में से एक बना दिया। लोकवीर जानते थे कि जब व्यापारी सफल होंगे, तभी पाइन लैब्स सफल होगा और यह सरल विश्वास पूरी कंपनी की रीढ़ की हड्डी बन गया।

लोकवीर कपूर के प्रमुख इनोवेशन— पाइन लैब्स का निर्माण

पाइन लैब्स अचानक से बड़ी नहीं बन गई। इसकी ग्रोथ इसलिए हुई क्योंकि लोकवीर कपूर ऐसे मज़बूत और व्यावहारिक इनोवेशन लाए, जिन्होंने व्यापारियों की असली समस्याओं का हल किया। हर नए कदम ने वैल्यू जोड़ी, भरोसा बढ़ाया और पाइन लैब्स को बाज़ार में अलग पहचान दिलाई।

यहां वे महत्वपूर्ण इनोवेशन दिए गए हैं, जिन्होंने पाइन लैब्स को एक प्रमुख फ़िनटेक कंपनी का रूप दिया:

A. स्मार्ट और भरोसेमंद PoS टर्मिनल

पाइन लैब्स के PoS टर्मिनल अपनी हाई अपटाइम, दमदार हार्डवेयर और आसान इंटरफ़ेस के लिए मशहूर हुए। 2015 तक, पाइन लैब्स ने पूरे भारत में 1,50,000 से अधिक PoS डिवाइस लगा दिए थे।

ये मशीनें उस समय भारत में मुश्किल थीं क्योंकि इन्होंने ये फीचर्स दिए:

1. कई बैंकों की स्वीकृति

एक ही मशीन सभी प्रमुख बैंकों के कार्ड स्वीकार कर सकती थी, जिससे काउंटर पर कई डिवाइस रखने की ज़रूरत खत्म हो गई। (2010 तक, पाइन लैब्स 10+ प्रमुख बैंकों के साथ काम कर रहा था)।

2. रिमोट सॉफ्टवेयर अपडेट

पाइन लैब्स डिवाइस बदले बिना ही नए फीचर्स जोड़ सकता था। इससे मॉडर्न का खर्च कम हुआ और व्यापारियों को तुरंत लेटेस्ट अपडेट मिल गए।

बिलिंग सिस्टम के साथ आसान इंटीग्रेशन

रिटेलर्स अपने बिलिंग सॉफ्टवेयर को पाइन लैब्स डिवाइस से जोड़ सकते थे, जिससे ऑपरेशन बहुत स्मूथ हो गए।

B. PoS पर EMI – गेम-चेंजिंग इनोवेशन

चेकआउट के समय तुरंत EMI की सुविधा देना पाइन लैब्स की सबसे बड़ी सफलता थी। इससे पहले, EMI के लिए कागजी कार्यवाही, बैंक जाना या विशेष व्यवस्थाएँ करनी पड़ती थीं। पाइन लैब्स ने इसे डिजिटल और सीधा-सादा बना दिया।

PoS पर EMI का बड़ा प्रभाव

- इलेक्ट्रॉनिक्स और मोबाइल स्टोर्स की बिक्री 20-35% तक बढ़ गई।
- ग्राहकों ने ज्यादा प्रीमियम (महंगे) प्रोडक्ट खरीदे।
- व्यापारियों ने ज्यादा ग्राहकों को आकर्षित किया।
- बैंकों ने ज्यादा EMI ट्रांजेक्शन प्रोसेस किए।

आज, पाइन लैब्स हर महीने लाखों EMI ट्रांजेक्शन प्रोसेस करता है और भारत में यह सबसे बड़ा EMI सक्षमकर्ता (Enabler) है।

C. खरीदें अब, भुगतान करें बाद में (BNPL)

BNPL ऐप्स के पॉपुलर होने से पहले ही, पाइन लैब्स ने सरल "पे लेटर" विकल्प पेश किए। इसने ग्राहकों को यह सुविधा दी:

- तुरंत खरीदारी करें
- भुगतान समय के साथ करें
- जल्दी अप्रूवल पाएँ
- कागजी कार्यवाही से बचें

यह सुविधा, खासकर इलेक्ट्रॉनिक्स और फैशन रिटेल में तेज़ी से बढ़ी।

D. लॉयल्टी और रिवाइर्स इंटीग्रेशन

पाइन लैब्स PoS ने व्यापारियों को यह काम करने की अनुमति दी:

- लॉयल्टी पॉइंट्स चेक करना
- रिवाइर्स को रिडीम करना
- ऑफ़र्स चलाना
- स्पेशल डिस्काउंट दिखाना

2019 में Qwikilver के अधिग्रहण के बाद, पाइन लैब्स एशिया के सबसे बड़े गिफ़्ट कार्ड और प्रीपेड समाधान प्रोवाइडर्स में से एक बन गया, जो 250 से ज्यादा ब्रांड्स को सेवा दे रहा है।

E. डिजिटल चेकआउट और ओमनी-चैनल कॉमर्स

पाइन लैब्स ने डिजिटल चेकआउट टूल्स और गिफ़्ट कार्ड समाधानों के साथ ऑनलाइन कॉमर्स में भी विस्तार किया। इससे व्यापारियों को ऑनलाइन और ऑफ़लाइन दोनों बिक्री को एक ही सिस्टम से मैनेज करने में मदद मिली।

आज, पाइन लैब्स यह सब प्रदान करता है:

- पेमेंट गेटवे
- डिजिटल चेकआउट
- मर्चेन्ट वॉलेट
- गिफ़्ट कार्ड्स
- रिवाइर्स
- प्रीपेड समाधान

इन सबने पाइन लैब्स को सिर्फ़ एक PoS कंपनी नहीं, बल्कि एक संपूर्ण कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म बना दिया।



Pine Labs एक उभरता सितारा – भारत से साउथईस्ट एशिया तक

भारत में मज़बूत बिज़नेस बनाने के बाद, Pine Labs धीरे-धीरे दूसरे एशियाई बाज़ारों में फैलने लगा। यह विस्तार जल्दबाजी में नहीं किया गया था। इसे सोच-समझकर और ध्यान से किया गया था। ठीक वैसे ही जैसे लोकवीर कपूर ने हमेशा सब कुछ बनाया।

A. विस्तार से पहले भारत में मज़बूत आधार

2010 के शुरूआती वर्षों तक, Pine Labs ने भारत में एक ठोस पकड़ बना ली थी:

- 1,00,000+ PoS टर्मिनल तैनात
- 300+ शहरों में काम कर रहा है
- HDFC, ICICI, Citi, Axis समेत 20+ बड़े बैंकों के साथ पार्टनरशिप
- Croma, Reliance Retail और Big Bazaar जैसी बड़ी रिटेल चेन के साथ गहरा संबंध
- हर महीने लाखों EMI और कार्ड ट्रांजेक्शन हैंडल करना

यह मज़बूत आधार Pine Labs को नए देशों में कदम रखने का भरोसा देता था। कंपनी पहले ही साबित कर चुकी थी कि इसके सॉल्यूशंस बड़े पैमाने पर काम कर सकते हैं।



B. साउथईस्ट एशिया क्यों सही चुनाव था?

जब Pine Labs ने वैश्विक बाजारों का अध्ययन किया, तो पाया कि साउथईस्ट एशिया (SEA) में व्यापारिक चुनौतियाँ भारत जैसी ही हैं:

- अधिक नकद का इस्तेमाल
- लाखों छोटे और मध्यम व्यापारी
- अलग-अलग पेमेंट सिस्टम
- बढ़ती क्रेडिट कार्ड इस्तेमाल बढ़ा
- कई बैंक, लेकिन कोई यूनिफाइड प्लेटफॉर्म नहीं
- स्मार्टफोन का बढ़ता इस्तेमाल

मलेशिया, सिंगापुर, इंडोनेशिया, वियतनाम और थाईलैंड उस स्थिति में थे, जिसमें भारत 5-7 साल पहले था। यही कारण था कि SEA Pine Labs के लिए परफेक्ट मैच था।

C. विस्तार की रणनीति

Pine Labs ने एक सरल लेकिन असरदार योजना अपनाई:

1. पहले बैंकों के साथ पार्टनरशिप

भारत की तरह, Pine Labs ने SEA के टॉप बैंकों के साथ EMI, PoS और लॉयल्टी सॉल्यूशंस शुरू किए।

2. बड़े रिटेलर्स से शुरुआत

इलेक्ट्रॉनिक्स, फैशन और लाइफस्टाइल चैन Pine Labs को जल्दी अपनाने लगे क्योंकि उन्हें भरोसेमंद पेमेंट सिस्टम चाहिए थे।

3. लोकल टीम बनाना

हर देश को समझने के लिए, Pine Labs ने वहाँ की सेल्स, सपोर्ट और ऑपरेशंस टीम बनाई।

4. प्रोडक्ट्स को एडाप्ट करना

EMI नियम, लॉयल्टी प्रोग्राम और PoS फीचर्स को हर देश के नियमों के अनुसार बदला गया।

इससे Pine Labs ने SEA मार्केट में आसानी से कदम रखा।

D. संख्याओं में विकास

आज, Pine Labs का ग्लोबल स्तर पर मज़बूत प्रभाव है:

- 6+ एशियाई देशों में एक्टिव
- भारत के बाहर 1,00,000+ व्यापारी सर्व कर रहे हैं
- 3,700+ शहरों में ऑपरेशंस
- SEA में हर महीने लाखों ट्रांजेक्शन
- 40+ बैंक और वित्तीय पार्टनर्स के साथ काम

यह विकास दिखाता है कि Pine Labs अब सिर्फ एक भारतीय फिनटेक कंपनी नहीं रही — यह पैन-एशियन मर्चेन्ट कॉमर्स लीडर बन चुकी है।

E. स्मार्ट अधिग्रहण से विस्तार में मदद

1. Qwiksilver (2019)

Pine Labs को एशिया के सबसे बड़े गिफ्ट कार्ड और प्रीपेड सॉल्यूशन प्रोवाइडर्स में से एक बना दिया, 250+ ब्रांड्स को सर्व किया।

2. Fave (2021)

SEA में एक लोकप्रिय डील्स और रिवाइंडर्स प्लेटफॉर्म। मलेशिया और सिंगापुर में Pine Labs की मज़बूत एंट्री में मदद की।

लोकवीर का धीरे-धीरे, स्थिर और सोच-समझकर विस्तार करने वाला दृष्टिकोण Pine Labs को ग्लोबली सफल बनाने में मदद करता है — हाइप के पीछे नहीं, बल्कि असली व्यापारी समस्याओं को हल करके।

नेतृत्व का अंदाज़ — दूरदर्शिता, धैर्य और पेमेंट्स की गहरी समझ

लोकवीर कपूर आधुनिक स्टार्टअप फाउंडर्स से काफी अलग हैं। वह ज्यादा शोर नहीं मचाते, सोशल मीडिया पर एक्टिव नहीं हैं और न ही केवल हाइप पर ध्यान देते हैं। उनकी ताकत है शांत नेतृत्व, स्पष्ट सोच और भारत के पेमेंट सिस्टम की गहरी समझ।

उनकी यह नेतृत्व शैली Pine Labs को एक स्थिर और भरोसेमंद कंपनी बनाने में बड़ी भूमिका निभाई।

A. दूरदर्शी लेकिन व्यावहारिक

लोकवीर हमेशा मानते थे कि भारत एक दिन डिजिटल-फ्रंट अर्थव्यवस्था बनेगा। यह सोच उस समय की थी जब डिजिटल पेमेंट्स लगभग न के बराबर थे। लेकिन दूसरों की तरह उन्होंने अवास्तविक विचारों का पीछा नहीं किया। उनका विज़न हमेशा व्यावहारिक था:

- मज़बूत इंफ्रास्ट्रक्चर तैयार करना
- लंबी अवधि की व्यापारी जरूरतों पर ध्यान देना
- स्थिर प्रोडक्ट्स बनाना
- धीरे-धीरे लेकिन सुरक्षित विकास करना
- बैंकों के साथ पार्टनरशिप करना, उनके खिलाफ नहीं

इस व्यावहारिक सोच ने Pine Labs को उन गलतियों से बचाया जो कई तेज़ी से बढ़ने वाले फिनटेक स्टार्टअप्स करते हैं।

B. व्यापारी समस्याओं की गहरी समझ

लोकवीर जानते थे कि पेमेंट टेक्नोलॉजी को असली समस्याओं को हल करना चाहिए। उनके नेतृत्व में टीम को असली दुकानों में समय बिताने के लिए प्रेरित किया गया ताकि वे समझ सकें:

- PoS फेल क्यों होते हैं
- सेटलमेंट में समय क्यों लगता है
- EMI को सरल क्यों बनाना जरूरी है
- व्यापारी जटिल सिस्टम से क्यों परेशान हैं

इस हैंड्स-ऑन अप्रोच ने Pine Labs को ऐसे प्रोडक्ट्स बनाने में मदद की, जिन्हें व्यापारी आसानी से इस्तेमाल कर सकते थे।

2015 तक, Pine Labs बड़ी रिटेल चेन के लिए सबसे पसंदीदा PoS प्रोवाइडर बन चुका था।

C. हाइप से ज्यादा धैर्य

जहां कई स्टार्टअप्स वैल्यूएशन के लिए तेजी से बढ़ते हैं, लोकवीर ने स्थिर और टिकाऊ विकास चुना। उन्होंने कभी अवास्तविक स्केलिंग के लिए दबाव नहीं डाला।

इस वजह से Pine Labs कुछ ही सालों में लाभकारी बन गया — फिनटेक दुनिया में यह बहुत ही दुर्लभ उपलब्धि है।

Temasek, Sequoia और Mastercard जैसे निवेशकों ने Pine Labs का समर्थन किया क्योंकि उन्हें लोकवीर की अनुशासित शैली पर भरोसा था।

D. मज़बूत टीम बनाना

लोकवीर ने उन लोगों को हायर किया जो समझते थे:

- बैंकिंग
- रिटेल
- टेक्नोलॉजी
- कंप्लायंस
- व्यापारी की जरूरतें

इससे एक ऐसी नेतृत्व टीम बनी जो भारत की जटिलता और ग्लोबल विस्तार दोनों संभाल सकती थी। जब Pine Labs ने साउथईस्ट एशिया में कदम रखा, तब इसकी अंदरूनी क्षमता पहले से मज़बूत थी।



E. पार्टनरशिप का सम्मान

लोकवीर मुकाबले के बजाय सहयोग में विश्वास रखते थे। उन्होंने लंबी अवधि के संबंध बनाए:

- बैंकों के साथ
- NBFCs के साथ
- रिटेलर्स के साथ
- ब्रांड्स के साथ
- टेक्नोलॉजी पार्टनर्स के साथ

इस पार्टनरशिप मानसिकता ने Pine Labs को इकोसिस्टम में सबसे भरोसेमंद खिलाड़ियों में से एक बना दिया।

लोकवीर की शांत, स्थिर और स्पष्ट नेतृत्व शैली ने Pine Labs को धीरे-धीरे लेकिन मज़बूती से बढ़ने में मदद की — और यह भारत की सबसे भरोसेमंद फिनटेक कंपनियों में से एक बन गई।

Pine Labs को बड़े स्तर, फंडिंग और ग्लोबल निवेशकों के लिए तैयार करना



जैसे-जैसे Pine Labs बढ़ता गया, लोकवीर कपूर ने समझ लिया कि मज़बूत टेक्नोलॉजी बनाना सफर का सिर्फ एक हिस्सा है। अगले चरण तक पहुँचने के लिए—चाहे बड़े पैमाने पर काम करना हो, दुनिया के टॉप निवेशकों को लाना हो या आगे चलकर लिस्टिंग की तैयारी करनी हो—Pine Labs को मज़बूत सिस्टम, सही प्रक्रियाएँ, सख्त कंप्लायंस और वित्तीय अनुशासन की जरूरत थी।

यह हिस्सा बताता है कि कैसे लोकवीर ने Pine Labs को एक ग्लोबल-स्केल फिनटेक कंपनी बनने के लिए तैयार किया।

A. बड़ी तरक्की के लिए मज़बूत ढाँचा

जैसे-जैसे लेन-देन बढ़े, Pine Labs को ऐसे सिस्टम बनाने पड़े जो संभाल सकें:

- रोज़ाना लाखों ट्रांज़ैक्शन
- कई बैंकों के साथ इंटीग्रेशन
- 24×7 व्यापारी संचालन
- हजारों डिवाइसेज़ पर रिमोट अपडेट

लोकवीर की दिशा में कंपनी ने साधारण टूल्स से आगे बढ़कर क्लाउड-फ्रस्ट आर्किटेक्चर अपनाया। इस बदलाव ने Pine Labs को 10 लाख से ज्यादा व्यापारियों को बिना रुकावट सेवा देने में सक्षम बनाया।

B. मज़बूत गवर्नेंस और कंप्लायंस

फिनटेक एक बेहद संवेदनशील इंडस्ट्री है—यहाँ बैंकों और रेगुलेटर्स को बहुत अनुशासन चाहिए। लोकवीर ने शुरू से ही ध्यान दिया:

- सही ऑडिट
- स्पष्ट वित्तीय रिपोर्टिंग
- मज़बूत डेटा सुरक्षा
- एंटी-फ्रॉड सिस्टम
- RBI और ग्लोबल नियमों का पालन
- सुरक्षित ट्रांज़ैक्शन फ्लो

इन्हीं कदमों की वजह से Pine Labs बैंकों और बड़े रिटेलर्स का भरोसेमंद पार्टनर बना और भविष्य में IPO के लिए तैयार माना गया।

C. दुनिया के बड़े निवेशकों को आकर्षित करना

Pine Labs की मज़बूत नींव और अनुशासित कामकाज के कारण दुनिया के टॉप निवेशक, कंपनी से जुड़े, जैसे:

- Temasek (Singapore)
- Sequoia Capital
- Mastercard
- PayPal Ventures
- Actis

इन निवेशकों ने Pine Labs को भारत और साउथईस्ट एशिया दोनों जगह तेजी से फैलने में मदद दी। बड़े निवेशकों के साथ कंपनी ने तेजी से ग्रोथ कैपिटल जुटाया। 2022 तक Pine Labs की वैल्यूएशन \$5 बिलियन से ऊपर पहुँच गई—जिसने इसे भारत के सबसे बड़े फिनटेक यूनिवर्स में शामिल कर दिया।

D. सोच-समझकर किए गए अधिग्रहण

लोकवीर जानते थे कि Pine Labs को सिर्फ PoS तक सीमित नहीं रहना चाहिए। इसी दिशा में कंपनी ने दो बड़े अधिग्रहण किए:

1. Qwikilver (2019)

भारत की प्रमुख गिफ्ट कार्ड और प्रीपेड सॉल्यूशन कंपनी इसके साथ 250+ बड़े ब्रांड Pine Labs के नेटवर्क में जुड़े

2. Fave (2021)

सिंगापुर और मलेशिया की टॉप रिवाइर्स और डील्स ऐप इससे Pine Labs उपभोक्ता पेमेंट्स और SEA मार्केट में मज़बूत खिलाड़ी बन गया

इन अधिग्रहणों ने Pine Labs की ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों क्षमताएँ बढ़ाईं।

E. अगले चरण के लिए प्रोफेशनल नेतृत्व

लोकवीर ने अनुभवी प्रोफेशनल्स की टीम तैयार की, जिनकी विशेषज्ञता थी:

- बैंकिंग
- ग्लोबल पेमेंट्स
- रिटेल टेक्नोलॉजी
- रिस्क मैनेजमेंट
- बड़े ऑपरेशंस को स्केल करना

इस मज़बूत नेतृत्व ने Pine Labs को एक मैच्योर कंपनी में बदल दिया जो अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर विस्तार के लिए तैयार थी।

लोकवीर का ध्यान हमेशा स्थिरता, सिस्टम और अनुशासन पर रहा। इसी वजह से Pine Labs सिर्फ तेजी से बढ़ने वाला स्टार्टअप नहीं रहा, बल्कि एक ऐसी कंपनी बन गई, जो ग्लोबल ग्रोथ, बड़े पैमाने पर संचालन और आने वाले पब्लिक मार्केट सफर के लिए पूरी तरह तैयार है।

Pine Labs और IPO इकोसिस्टम — क्यों लोकवीर की नींव आज इतनी महत्वपूर्ण है?

जब लोग भारत की नई और आने वाली टेक लिस्टिंग्स की बात करते हैं, Pine Labs हमेशा एक स्थिर, भरोसेमंद और मज़बूत फिनटेक कंपनी के रूप में सामने आता है। यह ताकत अचानक नहीं आई — यह लोकवीर कपूर की दो दशकों से चली आ रही साफ़, अनुशासित और व्यापारी-प्रथम सोच का परिणाम है। यही लंबी यात्रा नवंबर 2025 में एक बड़े मुकाम पर पहुँची, जब एक लंबे इंतज़ार के बाद Pine Labs ने आखिर-कार अपने IPO के साथ भारतीय शेयर बाज़ार में कदम रखा।

यह IPO सिर्फ फंड जुटाने के लिए नहीं था — यह Pine Labs के स्थिर विकास, मज़बूत बिजनेस मॉडल और भरोसेमंद गवर्नेंस की सार्वजनिक मान्यता थी। बहुत-सी फिनटेक कंपनियों को पब्लिक मार्केट की उम्मीदों पर खरा उतरने में मुश्किल होती है लेकिन Pine Labs शुरू से ही सही दिशा में था क्योंकि लोकवीर कपूर ने शुरुआत से ही तीन बातों पर जोर दिया:

सच्ची समस्याएँ हल करो। भरोसा बनाओ। अनुशासन रखो। धीरे बढ़ो पर मज़बूती से बढ़ो।



आज जब भारत में PhonePe, Razorpay, Cred, MobiKwik जैसी फिनटेक कंपनियाँ IPO की तैयारी कर रही हैं, Pine Labs को सबसे IPO-ready कंपनियों में गिना जाता है — खासकर लोकवीर द्वारा बनाई गई उस मज़बूत नींव की वजह से।

Pine Labs ने कभी हाइप या चकाचौंध पर भरोसा नहीं किया। इसके बजाय, यह कंपनी इन स्तंभों पर बढ़ी:

- भरोसेमंद तकनीक
- मज़बूत बैंक पार्टनरशिप
- टिकाऊ अर्थशास्त्र
- साफ़-सुथरी गवर्नेंस
- वास्तविक व्यापारी उपयोग
- नियमित और स्थिर रिवेन्यू

यही तरीका IPO की सफलता की कुंजी था।

IPO की उपलब्धियाँ – Pine Labs(2025)

IPO टाइमलाइन

- IPO खुलने की तारीख: 7 नवंबर 2025
- IPO बंद होने की तारीख: 11 नवंबर 2025
- एलॉटमेंट डेट: 12 नवंबर 2025
- लिस्टिंग डेट: 14 नवंबर 2025
- एक्सचेंज: BSE & NSE

इश्यू डीटेल्स

- इश्यू प्राइस बैंड: ₹210 – ₹221 प्रति शेयर
- IPO साइज: लगभग ₹3,899.91 करोड़
- लॉट साइज: 67 शेयर
- मिनिमम इन्वेस्टमेंट: ~₹14,807
- इश्यू टाइप: बुक बिल्ट



लिस्टिंग परफॉरमेंस

- डेब्यू प्राइस: ₹242 प्रति शेयर
- लिस्टिंग प्रीमियम: ~9.5%
- लिस्टिंग वाले दिन मज़बूत इंडिस्ट्रियशनल पार्टिसिपेशन देखने को मिला

निवेशकों ने Pine Labs पर भरोसा क्यों किया?

- 1 मिलियन+ व्यापारी साझेदार
- भारत और SEA के 3,700+ शहरों में उपस्थिति
- कई रिवेन्यू स्रोत: PoS, EMI, BNPL, loyalty, gift cards, checkout
- Temasek, Mastercard, Sequoia, PayPal Ventures जैसे टॉप ग्लोबल इन्वेस्टर्स का समर्थन

A. क्यों Pine Labs स्वाभाविक रूप से IPO-के लिए तैयार था

कोई भी कंपनी जब पब्लिक होती है, तीन चीज़ें सबसे महत्वपूर्ण होती हैं:

ज़्यादातर फिनटेक कंपनियाँ जब शेयर बाज़ार में आती हैं, तो उनके खर्च बहुत ज़्यादा होते हैं और कमाई साफ़ दिखाई नहीं देती। लेकिन Pine Labs की कहानी बिल्कुल उलट थी:

1. स्थिर और भरोसेमंद व्यवसाय मॉडल

Pine Labs पैसे कमाता है:

- मर्चेट सर्विस चार्ज
- EMI और BNPL पार्टनरशिप
- लॉयल्टी और गिफ्ट कार्ड सेवाएँ
- डिजिटल चेकआउट समाधान

क्योंकि ये कमाई लाखों व्यापारियों में रोज़ दोहराई जाती है, इसलिए कंपनी की कैश फ्लो अनुमानित रहती है — पब्लिक मार्केट के लिए यह बहुत मूल्यवान है।

2. मज़बूत व्यापारी रिटेंशन

Pine Labs का मर्चेट रिटेंशन रेट हमेशा इंडस्ट्री में सबसे ज़्यादा रहा है।

मर्चेट बने रहते हैं क्योंकि:

- डिवाइस भरोसेमंद हैं
- EMI से बिक्री बढ़ती है
- सेटलमेंट आसान है
- सपोर्ट मज़बूत है

स्थिर व्यापारी = स्थिर राजस्व।

3. लंबे समय की बैंक पार्टनरशिप

20+ बैंक और NBFC साझेदार

- नियामक भरोसा बढ़ता है
- बिज़नेस मॉडल मज़बूत बनता है

B. 20 वर्षों से अधिक के अनुशासन पर आधारित पब्लिक लिस्टिंग

लोकवीर ने कभी तेज़, बिना सोचे-समझे विकास का पीछा नहीं किया।

इसके बजाय, उन्होंने ध्यान रखा:

- मज़बूत अनुपालन
- प्रोफेशनल प्रबंधन
- स्पष्ट ऑडिट सिस्टम
- सुरक्षित लेनदेन प्रक्रियाएँ
- सावधान विस्तार
- हर फ़ैसले में विनम्रता

इस अनुशासन ने Pine Labs को एक जोखिम-न्यून और भरोसेमंद कंपनी बनाया — बिल्कुल पब्लिक मार्केट की पसंद के अनुसार।

C. IPO से पहले वैश्विक मान्यता

पब्लिक मार्केट उन कंपनियों पर ज्यादा भरोसा करते हैं, जिन पर बड़े वैश्विक निवेशक भरोसा करते हैं।

इसी वजह से, पिछले कई सालों में Pine Labs ने दुनिया के जाने-माने निवेशकों से पूँजी जुटाई है:

- टेमासेक (सिंगापुर)
- मास्टरकार्ड
- सीक्योया कैपिटल
- पेपैल वेंचर्स

ऐसे निवेशक Pine Labs के लंबे भविष्य पर भरोसा दिखाते हैं।

पब्लिक मार्केट के लिए यह ग्लोबल मान्यता कंपनी पर उनका भरोसा और मज़बूत कर देती है।

D. मर्चेन्ट-फ़र्स्ट डीएनए = IPO मार्केट में मज़बूती

पब्लिक मार्केट छोटी अवधि की तेज़ ग्रोथ को इनाम नहीं देते; वे स्थिर, भरोसेमंद और लंबे समय तक चलने वाली कमाई को महत्व देते हैं।

क्योंकि लोकवीर ने Pine Labs को “मर्चेन्ट-फ़र्स्ट” मॉडल पर बनाया, इसलिए आज कंपनी के पास है:

- उच्च व्यापारी रिटेंशन
- नियमित ट्रांज़ैक्शन वॉल्यूम
- मज़बूत रेकरिंग रिवेन्यू
- गहरा उत्पाद उपयोग

यही स्थिरता IPO निवेशकों को सबसे ज्यादा पसंद आती है।

E. भारतीय फिनटेक के लिए Pine Labs IPO का महत्व

Pine Labs की सफल लिस्टिंग ने भारत के टेक IPO में नया भरोसा पैदा किया।

इसने साबित किया कि:

- फिनटेक बिना बड़े घाटे के भी सफलतापूर्वक लिस्ट हो सकते हैं
- व्यापारी-केन्द्रित मॉडल टिकाऊ होते हैं
- अनुशासित संस्थापक दीर्घकालिक मूल्य बनाते हैं
- स्थिर डिजिटल कंपनियाँ पब्लिक मार्केट में अच्छा प्रदर्शन कर सकती हैं

Pine Labs का IPO आज दूसरी फिनटेक कंपनियों के लिए ब्लूप्रिंट बन चुका है।

F. आज के टेक फाउंडर्स के लिए सीख

Pine Labs की सबसे बड़ी सीख:

अगर आप वास्तविक समस्याएँ हल करें, अनुशासन रखें और धैर्य से बढ़ें — तो बिना पैसा जलाए भी एक सफल फिनटेक बना सकते हैं।

लोकवीर का नेतृत्व बताता है कि संस्थापकों को पब्लिक मार्किट्स के लिए कैसे तैयार होना चाहिए — हाइप पर नहीं, बुनियादी चीज़ों पर ध्यान दें।

लोकवीर कपूर की 20 साल की यात्रा साबित करती है कि अगर कोई कंपनी धीरे, ईमानदारी से और मज़बूती से बने — तो व्यापारी भी भरोसा करते हैं और पब्लिक निवेशक भी। Pine Labs का IPO किसी किस्मत का खेल नहीं था — यह वर्षों की शांत, स्थिर और अनुशासित मेहनत का परिणाम था।

फाउंडर्स के लिए सबक — नई पीढ़ी के उद्यमी लोकवीर कपूर से क्या सीख सकते हैं

लोकवीर कपूर की यात्रा आज के स्टार्टअप फाउंडर्स के लिए कई महत्वपूर्ण सबक देती है। एक ऐसे दौर में जहाँ कई कंपनियाँ तेज़ी से बढ़ने, भारी फंडिंग जुटाने और हाइप बनाने की कोशिश करती हैं, वहीं लोकवीर का तरीका बिल्कुल अलग था—शांत, स्थिर और लंबे समय की वैल्यू पर केंद्रित। यह सीख खासतौर पर उन फाउंडर्स के लिए उपयोगी है जो एक टिकाऊ कंपनी बनाना चाहते हैं या IPO की तैयारी कर रहे हैं।



नीचे उनकी यात्रा से मिलने वाले सबसे महत्वपूर्ण सबक दिए गए हैं।

1. ट्रेड के लिए नहीं, असली समस्याओं के लिए बनाओ

लोकवीर ने Pine Labs इसलिए नहीं शुरू किया क्योंकि फिनटेक ट्रेड में था। उस समय तो फिनटेक शब्द भी लोकप्रिय नहीं था।

उन्होंने बस व्यापारियों की असली समस्याएँ हल कीं:

- खराब और अविश्वसनीय PoS मशीनें
- धीमी सेटलमेंट
- EMI की सुविधा का अभाव
- लॉयल्टी सिस्टम का न होना

असली समस्याएँ हल करने से बिज़नेस लंबा टिकता है।

2. धीरे बढ़ो, लेकिन मज़बूती से बढ़ो

कई स्टार्टअप बहुत तेज़ी से फैलते हैं और बाद में फँस जाते हैं।

Pine Labs ने सोचा-समझा विस्तार किया:

- पहले भारत में मज़बूत नींव बनाई
- फिर Southeast Asia पर फोकस किया
- सिर्फ उन्हीं बाज़ारों में गया जहाँ उसकी सेवाएँ फिट बैठती थीं

इससे कंपनी ने खर्च, नुकसान और जोखिमों को रोका।

3. तकनीक को यूज़र्स के लिए आसान बनाना

लोकवीर का मानना था कि तकनीक को यूज़र को नहीं, खुद को सुधारना चाहिए।

उनका नियम था:

“अगर बिलिंग स्टाफ डिवाइस आसानी से न चला पाए, तो डिवाइस सुधारो—स्टाफ नहीं।”

इस सोच से बने:

- सरल इंटरफेस
- भरोसेमंद PoS डिवाइस
- आसान EMI विकल्प
- स्पष्ट रिपोर्टिंग

सरलता ने उपयोग बढ़ाया।

4. पार्टनरशिप प्रतिस्पर्धा से ज़्यादा शक्तिशाली है

बैंकों से लड़ने के बजाय Pine Labs ने उनसे साझेदारी की।

स्टिलर्स से प्रतिस्पर्धा करने के बजाय उनके व्यवसाय को मज़बूत किया।

इस तरीके ने Pine Labs को भरोसेमंद बनाया:

- 20+ बड़े बैंक पार्टनर
- 1 मिलियन+ व्यापारी
- 250+ ब्रांड
- वैश्विक निवेशकों का भरोसा

मज़बूत साझेदारियाँ लंबे समय तक टिकती हैं।

5. भरोसा बनाओ — हाइप नहीं

Pine Labs ने भारी विज्ञापन खर्च नहीं किया।

इसका नाम इसलिए बड़ा हुआ क्योंकि व्यापारी उस पर भरोसा करते थे।

यही भरोसा इसकी सबसे बड़ी ब्रांड वैल्यू बना।

6. अनुपालन और गवर्नेंस की तैयारी शुरुआत से करो

कई स्टार्टअप कंप्लायंस को बाद के लिए छोड़ देते हैं।

लोकवीर ने इसके उलट किया—उन्होंने शुरुआत से ही मज़बूत ऑडिट सिस्टम और डेटा सुरक्षा बनाई। इससे Pine Labs निवेशकों और भविष्य के IPO के लिए तैयार हो गया।

7. धैर्य का महत्व

लोकवीर ने व्यापारियों को समझने, समाधान बनाने और सर्विस बेहतर करने में सालों लगाए। उन्होंने कभी जल्दबाज़ी नहीं की।

इस धैर्य ने Pine Labs को एक स्थिर, लाभदायक और वैश्विक कंपनी बनाया।

लोकवीर कपूर की यात्रा दिखाती है कि बेहतरीन कंपनियाँ शॉर्टकट से नहीं, बल्कि स्पष्ट सोच, साहस और निरंतरता से बनती हैं। उनकी कहानी भारत के नए उद्यमियों के लिए एक स्पष्ट और भरोसेमंद मार्गदर्शिका है।

निष्कर्ष — एक शांत फिनटेक निर्माता की विरासत

लोकवीर कपूर भले ही आम लोगों के लिए बहुत बड़ा नाम न हों लेकिन भारत के डिजिटल पेमेंट सिस्टम पर उनका असर बहुत गहरा है। उन्होंने Pine Labs उस समय बनाया जब भारत में न डिजिटल पेमेंट की समझ थी, न तकनीक तैयार थी, न ही व्यापारी किसी सिस्टम के लिए तैयार थे। लेकिन लोकवीर को भरोसा था कि एक दिन हर व्यापारी को मज़बूत डिजिटल टूल्स की ज़रूरत पड़ेगी और इसी विश्वास ने भारत की सबसे महत्वपूर्ण फिनटेक कंपनियों में से एक को जन्म दिया।

आज की स्टार्टअप दुनिया से उनकी कहानी बिल्कुल अलग है। न कोई चमकदार लॉन्च, न भारी मार्केटिंग, न ही सोशल मीडिया पर शोर।

इसके बजाय, लोकवीर ने मूल बातों पर फोकस किया:

- भरोसेमंद प्रोडक्ट बनाओ
- व्यापारियों का विश्वास जीतो
- बैंकों के साथ मिलकर काम करो
- सिस्टम को स्थिर रखो
- बिलिंग काउंटर की असली समस्याएँ समझो
- धीरे, लेकिन मज़बूती से बढ़ो

इसी सरल लेकिन मज़बूत सोच ने Pine Labs को वहाँ पहुँचाया जहाँ वह आज है —हर दिन लाखों ट्रांज़ैक्शन्स चलाना, 3,700+ शहरों में काम करना, 1 मिलियन+ व्यापारियों को सेवा देना और भारत-SEA में सबसे भरोसेमंद फिनटेक प्लेटफॉर्म बनना।

आज Pine Labs को एक स्थिर, मज़बूत और भविष्य-तैयार फिनटेक कंपनी माना जाता है। यह विश्वास इसलिए है क्योंकि उसकी नींव लोकवीर ने बेहद साफ-सुथरे और सोच-समझकर रखी थी। EMI हो, मल्टी-बैंक पेमेंट्स, BNPL, लॉयल्टी प्रोग्राम या डिजिटल चेकआउट—Pine Labs ने हर समाधान इस सोच के साथ बनाया कि व्यापारी का काम आसान हो और ग्राहक का अनुभव बेहतर।

भारत जब तेज़ी से डिजिटल भविष्य की तरफ बढ़ रहा है, तो Pine Labs जैसी कंपनियाँ पीछे से इस बदलाव को मज़बूती दे रही हैं और इस शांत ताकत के पीछे खड़े हैं लोकवीर कपूर।

लोकवीर की कहानी हर फाउंडर को एक बड़ा सबक देती है:

धैर्य, भरोसा और स्पष्ट उद्देश्य से बनाया गया काम, ट्रेंड और हाइप से कहीं ज्यादा लंबा चलता है।

आज, जब Pine Labs दुनिया भर में फैलने और IPO की तैयारी कर रहा है, तब भी उसकी रफ्तार और उसका रास्ता उसी नींव पर टिके हैं जो लोकवीर ने सालों पहले रखी थी।

कई मायनों में Pine Labs की सफलता दिखाती है कि भारत की फिनटेक यात्रा UPI या डिजिटल वॉलेट से नहीं शुरू हुई—यह उससे बहुत पहले शुरू हुई थी, उन शांत पायनियर्स से, जिन्होंने एक-एक ईंट जोड़कर यह आधार खड़ा किया।



भारत के टॉप 10 फिनटेक IPOs: दलाल स्ट्रीट पर डिजिटल वित्तीय क्रांति

भारत का फिनटेक सेक्टर आज दुनिया की सबसे तेज़ बढ़ती डिजिटल अर्थव्यवस्थाओं में से एक है। फिनटेक कंपनियों के IPO ने देश के शेयर बाज़ार में नई दिशा दी है और निवेशकों की उम्मीदों को नया आकार दिया है। भारत का फिनटेक इकोसिस्टम कई तरह के बिज़नेस मॉडल्स को शामिल करता है, जैसे पेमेंट्स, डिजिटल लेंडिंग, इंश्योरेंस टेक (InsurTech), वेल्थ मैनेजमेंट (WealthTech), इन्वेस्टमेंट प्लेटफ़ॉर्म, व्यापारिक भुगतान समाधान और फ़ाइनेंशियल सर्विसेज डिस्ट्रीब्यूशन। मोबाइल वॉलेट से लेकर डिस्काउंट ब्रोकिंग प्लेटफ़ॉर्म तक, पेमेंट प्रोसेसर्स से लेकर इंश्योरेंस एग्रीगेटर्स, लोन मार्केट-प्लेस और इन्वेस्टमेंट एडवाइज़री प्लेटफ़ॉर्म तक — भारत के फिनटेक IPO की कहानी इनोवेशन, स्केल और निवेशकों के भरोसे की मज़बूत मिसाल है।

यहाँ दिए जा रहे हैं टॉप 10 फिनटेक IPO, जिन्हें उनकी परफ़ॉर्मंस, इनोवेशन, मार्केट इम्पैक्ट और निवेशकों के भरोसे के आधार पर रैंक किया गया है।

रैंक	कंपनी का नाम	IPO वर्ष	लिस्टिंग गेन (%)	मार्केट कैप	प्रमुख इनोवेशन / USPP	प्रदर्शन स्थिति
1	Groww	नवम्बर 2025	14%	₹1,07,698 करोड़	WealthTech: ज़ीरो-कमीशन ट्रेडिंग, AI-ड्रिवन इनसाइट्स, 10+ करोड़ यूज़र्स	असाधारण: 49% YoY राजस्व वृद्धि, 44.9% PAT मार्जिन
2	Pine Labs	नवम्बर 2025	9.50%	₹27,610 करोड़	FinTech Infra: फुल-स्टैक मर्चेन्ट कॉमर्स, POS, पेमेंट्स, क्रेडिट	सुधार हो रहा है: 15.7% EBITDA मार्जिन, 9.9 लाख मर्चेन्ट्स
3	Paytm	नवम्बर 2021	-9%	₹83,349 करोड़	PayTech: मल्टी-सेगमेंट पेमेंट्स, वॉलेट, लेंडिंग, कॉमर्स	रिकवरी: 24.2% YoY राजस्व वृद्धि, ₹122.5 करोड़ प्रॉफिट (Q2 FY26)
4	PB Fintech	नवम्बर 2021	17.35%	₹83,658 करोड़	InsurTech & LendTech: इंश्योरेंस एग्रीगेटर, लेंडिंग मार्केटप्लेस (51.4% शेयर)	वृद्धि: 166% प्रॉफिट ग्रोथ YoY, 40% प्रीमियम वृद्धि
5	Angel One	अक्टूबर 2020	-10%	₹23,758 करोड़	WealthTech/Investment: डिस्काउंट ब्रोकिंग, 48 लाख डीमैट अकाउंट्स	लाभप्रदता: 30x P/E, मज़बूत मार्केट शेयर
6	CAMS	अक्टूबर 2020	23.41%	₹19,656 करोड़	FinTech Infra: म्यूचुअल फंड ट्रांज़ैक्शन प्लेटफ़ॉर्म, NPS एजेंसी	स्थिर: KFin के साथ 69% डुओपॉली मार्केट शेयर



रैंक	कंपनी का नाम	IPO वर्ष	लिस्टिंग गेन (%)	मार्केट कैप	प्रमुख इनोवेशन / USPP	प्रदर्शन स्थिति
7	MobiKwik	दिसंबर 2024	57.71%	₹4,700+ करोड़	PayTech: डिजिटल वॉलेट, UPI पेमेंट्स, फाइनेंशियल सर्विसेज	मजबूत: 125.69x सब्सक्रिप्शन, पहले दिन के गेन
8	Kfin Technologies	दिसंबर 2022	1%	₹18,755 करोड़	FinTech Infra: इन्वेस्टर सॉल्यूशंस प्लेटफॉर्म, 59% AMC कवरेज	इन्फ्रास्ट्रक्चर: 32.75% ROCE, स्थिर ऑपरेशन्स
9	Infibeam Avenues	अगस्त 2015	3.19%	₹5,459 करोड़	PayTech Infra: पेमेंट गेटवे (CCAvenue), AI-लीडेड पेमेंट्स	टर्नअराउंड: 93% YoY राजस्व वृद्धि, ₹1 अरब रन-रेट
10	Motilal Oswal Financial	अगस्त 2014	सकारात्मक (ऐतिहासिक)	₹13,500+ करोड़	इन्वेस्टमेंट और एडवाइजरी: फाइनेंशियल सर्विसेज, इन्वेस्टमेंट प्रोडक्ट्स	स्थिर: एसेट मैनेजमेंट में स्थापित खिलाड़ी

टॉप फिनटेक IPOs: विभिन्न क्षेत्रों में प्रदर्शन के सर्वश्रेष्ठ खिलाड़ी और इनोवेशन लीडर्स

1. Groww – वेल्युटेक में क्रांति लाने वाला

Groww के नवंबर 2025 के IPO ने 14% का लिस्टिंग गेन दिया और 18 नवंबर 2025 तक इसका मार्केट कैप ₹1,07,698 करोड़ तक पहुँच गया। बंगलुरु स्थित यह प्लेटफॉर्म भारतीय बाजारों में सफलतापूर्वक लिस्ट होने वाली पहली नई-पीढ़ी की वेल्युटेक कंपनी बनी। इसका स्टॉक इन्ट्रा-डे ट्रेडिंग में ₹1.17 ट्रिलियन के वैल्यूएशन को भी पार कर चुका है, जिससे Groww भारत की 94वीं सबसे मूल्यवान कंपनी बन गई है।

वित्तीय प्रदर्शन: FY25 में Groww की ऑपरेटिंग रेवेन्यू ₹3,901 करोड़ रही, जो साल-दर-साल 49% की बढ़त है। कंपनी ने बड़ा बदलाव दिखाते हुए FY25 में ₹1,824 करोड़ का नेट प्रॉफिट दर्ज किया, जबकि पिछले साल इसे ₹805.5 करोड़ का घाटा हुआ था। EBITDA मार्जिन 60.8% है और नेट प्रॉफिट मार्जिन 51.25% — जो भारत के फिनटेक सेक्टर में सबसे ऊँचे मार्जिन में से हैं। कंपनी 10+ करोड़ यूज़र्स को सेवा देती है और AARPU FY23 के ₹2,541 से बढ़कर FY25 में ₹3,339 हो गया है।

ग्रोथ मेट्रिक्स: FY23-25 के बीच रेवेन्यू CAGR 85%, EBITDA CAGR 135% और PAT CAGR 100% रहा। जून 2025 तक रिटेल ब्रोकिंग में Groww की बाजार हिस्सेदारी लगभग 26% रही, जिसमें 1.26 करोड़ एक्टिव क्लाइंट शामिल हैं।

इनोवेशन की ताकत: Groww ने जीरो-कमिशन ट्रेडिंग शुरू करके पूरी इंडस्ट्री को कॉम्पिटिटिव प्राइसिंग अपनाने के लिए मजबूर किया। इसका मोबाइल-फर्स्ट प्लेटफॉर्म स्टॉक्स, म्यूचुअल फंड्स, डेसिग्नरिक्स और क्रेडिट प्रोडक्ट्स को एक ही जगह जोड़ता है। AI-बेस्ड सुझाव और आसान यूज़र अनुभव इसे रिटेल निवेशकों की पहली पसंद बनाते हैं।

2. Pine Labs – फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर पायनियर

Pine Labs के नवंबर 2025 के IPO ने 9.5% का लिस्टिंग गेन दिया और इसका मार्केट कैप ₹27,610 करोड़ रहा। यह 2025 का दूसरा सबसे बड़ा फिनटेक IPO था। 1998 में एक छोटे PoS वेंडर के रूप में शुरू हुई Pine Labs आज भारत का प्रमुख मर्चेन्ट कॉमर्स प्लेटफॉर्म बन चुकी है।

वित्तीय प्रदर्शन: समायोजित EBITDA मार्जिन FY23 के 2.4% से बढ़कर FY25 में 15.7% हो गया, जो कंपनी की मजबूत संचालन क्षमता को दर्शाता है। Pine Labs वर्तमान में 9.9 लाख व्यापारियों और 700+ उपभोक्ता ब्रांड्स को सेवा देती है। FY25 में कंपनी ने ₹1,424.97 बिलियन का GTV प्रोसेस किया और कुल 5.68 बिलियन लेनदेन पूरे किए। इसकी अंतर्राष्ट्रीय मौजूदगी मलेशिया, सिंगापुर, UAE, ऑस्ट्रेलिया, US और अफ्रीका तक फैली हुई है।



रिवेन्यू मॉडल: Pine Labs की कमाई कई हिस्सों में फैली है — पेमेंट एक्सेस, प्रीपेड कार्ड जारी करना, BNPL सेवाएँ, और मर्चेन्ट फाइनेंसिंग। कंपनी का 40+ वित्तीय संस्थानों और 27 एक्वायरर्स के साथ लंबे समय का सहयोग इसे स्थिर और भरोसेमंद रेवेन्यू देता है, साथ ही स्विचिंग कॉस्ट भी बढ़ाता है।

इनोवेशन की ताकत: Pine Labs ने पेमेंट एक्सेस के साथ जुड़ी मर्चेन्ट फाइनेंसिंग की शुरुआत की, जिससे छोटे दुकानदार अपने लेनदेन इतिहास के आधार पर आसानी से क्रेडिट ले पाए। प्रीपेड कार्ड्स और डिजिटल सुलभता में कंपनी की मज़बूत स्थिति यह दिखाती है कि भारत की फिनटेक इनोवेशन को ग्लोबल स्तर पर भी स्वीकारा जा रहा है।

3. Paytm – पे-टेक की कठिन यात्रा और शानदार बदलाव की कहानी



Paytm के नवंबर 2021 के IPO में 9% का लिस्टिंग लॉस हुआ था, लेकिन इसके बाद कंपनी ने शानदार रिकवरी की। आज ₹83,349 करोड़ के मार्केट कैप के साथ Paytm भारत की सबसे मूल्यवान फिनटेक कंपनी बनी हुई है। ₹1,307.60 का शेयर प्राइस निवेशकों के लंबे समय के भरोसे को दिखाता है।

वित्तीय प्रदर्शन: Q2 FY26 में Paytm ने ₹22.5 करोड़ का कंसोलिडेटेड नेट प्रॉफिट कमाया, यानी कंपनी ने अपने पिछले घाटों को पूरी तरह पलट दिया। रेवेन्यू 24.2% YoY बढ़कर ₹2,060 करोड़ हुआ, जिसमें सबसे ज्यादा योगदान सब्सक्रिप्शन मर्चेन्ट्स और फाइनेंशियल सर्विसेज डिस्ट्रीब्यूशन का था। GMV 27% YoY बढ़कर ₹5.67 ट्रिलियन पहुँच गया और पेमेंट प्रोसेसिंग मार्जिन भी बेहतर हुए।

व्यापार विस्तार: Paytm के मर्चेन्ट सुब्सक्रिप्शन 1.37 करोड़ तक पहुँच चुके हैं, जिनमें 25 लाख नए व्यापारी सिर्फ एक साल में जुड़े। UPI क्रेडिट कार्ड और अफोर्डेबल प्रोडक्ट्स की वजह से पेमेंट प्रोसेसिंग मार्जिन कंपनी के गाइडेड 3 बेसिस पॉइंट्स से ऊपर रहे। पिछले छह महीनों में Paytm का स्टॉक 50% बढ़ा है, जो मार्केट से बेहतर प्रदर्शन दिखाता है।

इनोवेशन की ताकत: Paytm ने भारत में मोबाइल पेमेंट्स की शुरुआत कर एक नई कैटेगरी बनाई और आज भी पेमेंट्स, लेंडिंग और कॉमर्स में लगातार इनोवेशन कर रहा है। Paytm Money के जरिए निवेश रिसर्च और वेल्थ मैनेजमेंट में इसका विस्तार कंपनी को एक पूरी तरह विकसित फिनटेक प्लेटफॉर्म में बदल रहा है।

4. PB फिनटेक (PolicyBazaar) – बीमा और लोन तकनीक का खिलाड़ी

PB फिनटेक के नवंबर 2021 के IPO ने 17.35% का लिस्टिंग गेन दिया और आज इसका मार्केट कैप ₹83,658 करोड़ है। कंपनी PolicyBazaar (इंश्योरेंस) और Paisabazaar (लेंडिंग) दोनों प्लेटफॉर्म चलाती है, जो एक-दूसरे को मज़बूत करते हैं।

वित्तीय प्रदर्शन: Q2 FY26 में कंपनी का मुनाफ़ा 166% YoY बढ़कर ₹134.86 करोड़ हो गया और रेवेन्यू 38.24% बढ़कर ₹1,613.55 करोड़ पहुँचा। FY25 में पूरे साल का मुनाफ़ा 427% की तेज़ वृद्धि के साथ ₹353.01 करोड़ था, जबकि रेवेन्यू 44.78% बढ़कर ₹4,977.21 करोड़ रहा। Q2 FY26 में इंश्योरेंस प्रीमियम ₹7,605 करोड़ तक पहुँचा — 40% YoY वृद्धि, जिसमें से सिर्फ हेल्थ इंश्योरेंस 60% बढ़ा।

बाज़ार की स्थिति: PolicyBazaar डिजिटल इंश्योरेंस पॉलिसियों में 93% मार्केट शेयर रखता है, जबकि Paisabazaar उपभोक्ता लोन डिस्ट्रीब्यूशन में 51.4% हिस्सा रखता है। कंपनी के 51 इंश्योरेंस पार्टनर और 54 लेंडिंग पार्टनर हैं। 4.8 करोड़ से ज्यादा रजिस्टर्ड कंस्यूमर और अब तक 4.68 करोड़ से अधिक पॉलिसियाँ बेच चुकी है।

इनोवेशन की ताकत: इस फिनटेक ने पारदर्शी और डिजिटल प्लेटफॉर्म के जरिए बीमा क्षेत्र में क्रांति ला दी है। इसने पारंपरिक एजेंट-आधारित बीमा उत्पादों को सरल और समझने योग्य बनाया, जिससे वित्तीय समावेशन बढ़ा है। लेंडिंग के साथ मिलकर यह एक संयुक्त मार्केटप्लेस तैयार करता है, जो एक अनोखा फिनटेक इकोसिस्टम बनाता है। FY27 तक 1 ट्रिलियन रुपये का प्रीमियम हासिल करने का लक्ष्य कंपनी की तेजी से बढ़ती क्षमता को दर्शाता है।

5. Angel One – निवेश तकनीक में प्रमुख खिलाड़ी

Angel One के अक्टूबर 2020 के IPO में 10% का लिस्टिंग लॉस हुआ था, लेकिन बाद में इसने तेज़ रिकवरी की। आज इसका ₹23,758 करोड़ का मार्केट कैप इसे भारत के प्रमुख डिस्काउंट ब्रोकर्स में शामिल करता है।

वित्तीय प्रदर्शन: कंपनी ने 40 लाख यूनिक डिमैट अकाउंट्स हासिल किए और Q1 FY21 में नए डिमैट अकाउंट्स में 17.6% मार्केट शेयर लिया। फरवरी 2021 तक, Angel One का औसत दैनिक टर्नओवर ₹4 ट्रिलियन तक पहुँच गया — जो इसकी तेज़ी और व्यापक ग्राहक गतिविधि को दिखाता है। NSE के एक्टिव क्लाइंट्स के हिसाब से मार्च 2021 में Angel One भारत की चौथी सबसे बड़ी ब्रोकिंग कंपनी थी।

ऑपरेशनल मेट्रिक्स: कंपनी का P/E 30x है और आर्थिक मज़बूती बनी हुई है। कम-खर्च वाले टेक्नोलॉजी इंफ्रास्ट्रक्चर के कारण Angel One लाखों रिटेल निवेशकों को कुशल और तेज़ सेवा दे पाता है। इसका डिस्काउंट ब्रोकिंग मॉडल बड़े स्तर पर स्केल होने की क्षमता साबित करता है।

इनोवेशन की ताकत: Angel One ने मोबाइल-फर्स्ट डिस्काउंट ब्रोकिंग को लोकप्रिय बनाया — जिससे पारंपरिक कमिशन मॉडल हट गया और शेयर बाज़ार तक पहुँच लोकतांत्रिक हुई। प्लेटफॉर्म निवेशकों को एक ही ऐप में सुविधाजनक रूप से इक्विटीज, डेरिवेटिव्स और म्यूचुअल फंड में ट्रेडिंग की सुविधा देता है। यूज़र-फ्रेंडली टेक्नोलॉजी और सहज इंटरफेस ने इसे नए और अनुभवी—दोनों प्रकार के निवेशकों के बीच पसंदीदा बनाया।

6. CAMS – FinTech इंफ्रास्ट्रक्चर का पावरहाउस

CAMS के अक्टूबर 2020 के IPO ने 23.41% का लिस्टिंग गेन दिया और आज इसका मार्केट कैप ₹19,656 करोड़ है। कंपनी KFin के साथ मिलकर भारत के म्यूचुअल फंड सर्विसिंग सेक्टर में एक डुओपॉली बनाती है और पूरे उद्योग के 69% AUM को संभालती है।

बाजार में स्थिति: CAMS भारत की म्यूचुअल फंड इंडस्ट्री की अधिकांश सर्विसिंग जरूरतों को संभालता है - चाहे वह ट्रांज़ैक्शन प्रोसेसिंग हो, डेटा मैनेजमेंट या कंप्लायंस सपोर्ट। डुओपॉली की वजह से स्विचिंग कॉस्ट बहुत अधिक है, जिससे कंपनी को मजबूत, लगातार चलने वाली आय मिलती है। यह मॉडल स्थिर कैश फ्लो और लगातार आर्थिक मजबूती को बनाए रखता है - जो किसी भी इंफ्रास्ट्रक्चर बिज़नेस की बड़ी ताकत होती है।

आर्थिक मजबूती: 23.41% का लिस्टिंग गेन दिखाता है कि IPO के समय निवेशकों का भरोसा कितना मजबूत था। म्यूचुअल फंड इंडस्ट्री से लगातार मिलने वाला रेकरिंग रिवेन्यू कंपनी की कमाई को बेहद प्रेडिक्टिबल बनाता है। CAMS की स्थिर वृद्धि दिखाती है कि यह फंड सर्विसिंग इकोसिस्टम का एक अनिवार्य हिस्सा बन चुका है।

इनोवेशन की ताकत: CAMS ने भारत में म्यूचुअल फंड प्रोसेसिंग को मैनुअल सिस्टम से निकालकर डिजिटल इंफ्रास्ट्रक्चर में बदलने में सबसे बड़ी भूमिका निभाई। कंपनी आज भी कंप्लायंस ऑटोमेशन, डिजिटल KYC, निवेशकों के अनुभव और बैकएंड सिस्टम को आसान बनाने में लगातार नए तरीके अपना रही है। इसकी तकनीक-आधारित सेवाओं ने पूरे म्यूचुअल फंड इकोसिस्टम को अधिक तेज़, पारदर्शी और कुशल बनाया है।

7. MobiKwik – पे-टेक वॉलेट इनोवेशन

MobiKwik के दिसंबर 2024 के IPO ने 57.71% का शानदार लिस्टिंग गेन दिया और इसका मार्केट कैप ₹4,700+ करोड़ तक पहुंचा। डिजिटल वॉलेट सेक्टर में नई तेजी के बीच कंपनी ने 125.69x सब्सक्रिप्शन के साथ ₹572 करोड़ जुटाए — जो निवेशकों की मजबूत दिलचस्पी दिखाता है।

बिज़नेस मॉडल: मार्च 2008 में शुरू हुआ MobiKwik डिजिटल वॉलेट, UPI पेमेंट्स, यूटिलिटी बिल पेमेंट्स और फाइनेंशियल सर्विसेज डिस्ट्रीब्यूशन जैसे क्षेत्रों में काम करता है। यह प्लेटफॉर्म रूपे कार्ड के जरिए मोबाइल रिचार्ज, बिजली बिल, क्रेडिट कार्ड भुगतान, पैसे भेजना और QR-आधारित UPI ट्रांज़ैक्शन करने की सुविधा देता है।

बाजार की प्रतिक्रिया: असाधारण 125.69 गुना सब्सक्रिप्शन मजबूत रिटेल निवेशकों के भरोसे को दर्शाता है। 57.71% लिस्टिंग गेन यह दिखाता है कि डिजिटल वॉलेट सेगमेंट में निवेशकों का उत्साह फिर लौट रहा है। पेमेंट्स इकोसिस्टम में इसकी रणनीतिक स्थिति इसे शक्तिशाली बाजार खिलाड़ी बनाती है।

इनोवेशन की ताकत: MobiKwik ने भारत में मोबाइल वॉलेट सेवाओं की शुरुआत करने वाले पायनियर्स में अहम भूमिका निभाई। इसने स्मार्ट-फोन के जरिए बिल भुगतान, ट्रांज़ैक्शंस और डिजिटल मनी मैनेजमेंट को

सरल बनाया — उस समय जब UPI का उदय भी नहीं हुआ था। इसके ऊंचे सब्सक्रिप्शन आँकड़े दिखाते हैं कि वॉलेट कैटेगरी में नई ग्रोथ की संभावनाएँ फिर उभर रही हैं।

8. KFin Technologies – निवेश सेवाओं के लिए आधारभूत ढांचा

KFin Technologies के दिसंबर 2022 IPO ने 1% लिस्टिंग गेन हासिल किया और कंपनी का मार्केट कैप ₹18,755 करोड़ रहा। यह भारत की कैपिटल मार्केट इंफ्रास्ट्रक्चर का एक अहम हिस्सा है, जो एसेट मैनेजर्स, म्यूचुअल फंड्स, पेंशन फंड्स और वेल्थ मैनेजर्स को सेवाएँ प्रदान करता है।

फाइनेंशियल मेट्रिक्स: कठिन IPO बाजार परिस्थितियों के बावजूद 32.75% का Return on Capital Employed इसकी मजबूत ऑपरेशनल दक्षता दिखाता है। KFin भारत की 59% एसेट मैनेजमेंट कंपनियों को सेवाएँ प्रदान करता है और लेनदेन, कंप्लायंस और डेटा विश्लेषण के लिए आधुनिक तकनीकी प्लेटफॉर्म उपलब्ध कराता है।

व्यवसाय की मजबूती: म्यूचुअल फंड सर्विसिंग से आने वाली रेकरिंग रिवेन्यू KFin की वित्तीय स्थिरता को मजबूत करती है। बड़े एसेट मैनेजर्स के साथ लंबी अवधि की पार्टनरशिप उच्च स्विचिंग कॉस्ट बनाती है। इसके स्थिर और भरोसेमंद संचालन इसे भारत की निवेश इंफ्रास्ट्रक्चर का अनिवार्य हिस्सा बनाते हैं।

इनोवेशन की ताकत: कंपनी लेनदेन प्रबंधन, नियम पालन और डेटा विश्लेषण को आसान और तेज़ बनाती है, जिससे पूरे एसेट मैनेजमेंट उद्योग की कार्यकुशलता बढ़ती है। कंपनी लेनदेन प्रबंधन, नियम पालन और डेटा विश्लेषण को आसान और तेज़ बनाती है, जिससे पूरे एसेट मैनेजमेंट इंडस्ट्री की कुशलता बढ़ती है।

9. Infibeam Avenues – पे-टेक इंफ्रास्ट्रक्चर में बदलाव की कहानी

Infibeam Avenues का अगस्त 2015 IPO 3.19% लिस्टिंग गेन के साथ रहा और यह भारत के शुरुआती फिनटेक IPOs में शामिल था। ₹5,459 करोड़ का मार्केट कैप कंपनी की सफल बदलाव की कहानी को दर्शाता है।



वित्तीय प्रदर्शन: Q2 FY26 में कंपनी ने 93% YoY रिवेन्यू वृद्धि दर्ज की, जो बढ़कर ₹1,964.9 करोड़ पर पहुँच गई — कंपनी अपने ₹1 बिलियन वार्षिक रन-रेट के करीब है। डिजिटल अपनाने में तेजी से PAT मार्जिन 42% उछलकर ₹64.9 करोड़ तक पहुँचे। कंपनी CCAvenue का संचालन करती है — भारत का सबसे बड़ा पेमेंट गेटवे — जिसने Q2 में 1,172 बिलियन ट्रांज़ैक्शंस प्रोसेस किए, जो 33% YoY वृद्धि है।

बिज़नेस स्कोप: कंपनी का डिजिटल इकोसिस्टम पेमेंट प्रोसेसिंग, मर्चेंट सर्विसेज और AI-बेस्ड फिनटेक समाधानों को कवर करता है। Rediff.com के अधिग्रहण के बाद इसका “मर्चेंट-प्लस-कंस्यूमर” प्लेटफ़ॉर्म और मज़बूत हुआ है।

इनोवेशन की ताकत: Infibeam ने CCAvenue के माध्यम से भारत के पेमेंट गेटवे लैंडस्केप को नई दिशा दी। कंपनी AI-ड्रिवेन पेमेंट ट्रांस-फ़ॉर्मेशन में लगातार इनोवेशन कर रही है। इसका इंटीग्रेटेड इकोसिस्टम पेमेंट इंफ़्रास्ट्रक्चर को सफलतापूर्वक नए युग में ले जाने का उदाहरण है।

10. Motilal Oswal Financial – निवेश और सलाहकार सेवाओं में लीडर

Motilal Oswal Financial का अगस्त 2014 में हुआ IPO निवेशकों के लिए फ़ायदेमंद रहा और कंपनी का मार्केट कैप ₹13,500 करोड़ से ज़्यादा पहुँचा। यह एक मज़बूत वित्तीय सेवाओं वाली कंपनी है, जो ब्रोकिंग, एसेट मैनेजमेंट, सलाह और निवेश उत्पादों जैसी कई सुविधाएँ देती है।

व्यावसायिक मॉडल: कंपनी रिटेल से लेकर बड़े संस्थागत निवेशकों तक, सभी को सेवाएँ देती है। पारंपरिक ब्रोकिंग मॉडल को डिजिटल समय के अनुसार बदला है—अब ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म और सलाहकारी सेवाएँ साथ मिलकर काम करते हैं।

बाज़ार में स्थिति: यह एक स्थापित और भरोसेमंद नाम है, जिसकी कमाई कई अलग-अलग सेवाओं से आती है। यही विविधता इसे फिनटेक दुनिया में स्थिरता देती है और जोखिम कम करती है।

इनोवेशन की ताकत: यह कंपनी एक पारंपरिक ब्रोकिंग फर्म से बदलकर एक तकनीक-संचालित वित्तीय प्लेटफ़ॉर्म बन गई है। अब ट्रेडिंग, वेल्थ मैनेजमेंट और फ़ाइनेंशियल सलाह—सब एक ही जगह आसान डिजिटल रूप में उपलब्ध हैं। यह दर्शाता है कि पुरानी वित्तीय कंपनियाँ भी सही तकनीक अपनाकर नए दौर में सफल हो सकती हैं।



भारत के फिनटेक IPO बाज़ार को बदलने वाले बड़े रुझान



विभिन्न फिनटेक क्षेत्रों में निवेशकों की बढ़ती रुचि: फिनटेक अब कई सेक्टरों में फैला है—WealthTech (Groww, Angel One), InsurTech (PolicyBazaar), LendTech, FinTech Infrastructure (Pine Labs, CAMS, KFin) और PayTech. इतने अलग-अलग सेक्टरों में IPO आने से दिखता है कि बाज़ार अब मज़बूत हो चुका है और निवेशक फिनटेक के अलग-अलग उपयोगों को समझने लगे हैं।

लिस्टिंग से पहले मुनाफ़े पर जोर: पहले के कई फिनटेक IPO घाटे में चलने वाली कंपनियों के थे, लेकिन अब Groww, Pine Labs और MobiKwik जैसी कंपनियाँ IPO से पहले ही मुनाफ़े में पहुँच चुकी हैं। यह बदलाव बताता है कि निवेशक अब टिकाऊ और मज़बूत बिज़नेस मॉडल चाहते हैं।

असाधारण निवेश में लाभ: Groww का 14% और MobiKwik का 57.71% लिस्टिंग गेन दिखाता है कि निवेशकों का भरोसा अब पहले की तुलना में कहीं ज़्यादा है। संदेह से उठकर अब बाज़ार में फिनटेक को लेकर उत्साह दिख रहा है।

विभिन्न व्यवसाय मॉडल में सफलता: सफल IPO वे हैं जो एक ही स्रोत पर निर्भर नहीं रहते। Groww का ऑल-इन-वन प्लेटफ़ॉर्म, Paytm के कई बिज़नेस सेगमेंट, Pine Labs के मर्चेंट सॉल्यूशन और PB Fin-tech का इंश्योरेंस+लेंडिंग मॉडल—ये सब दिखाते हैं कि विविधता वाला बिज़नेस ज़्यादा टिकाऊ है।

इंफ़्रास्ट्रक्चर कंपनियों की बढ़ती पहचान: CAMS, KFin और Pine Labs जैसी कंपनियाँ जो फिनटेक की “बैकबोन” तकनीक बनाती हैं, अब प्रीमियम वैल्यू पर ट्रेड होती हैं। बाज़ार अब समझ चुका है कि मज़बूत इंफ़्रास्ट्रक्चर पूरे इकोसिस्टम को बढ़ाता है।

वर्टिकल्स में AI और इनोवेशन की एकजुटता: लगभग हर प्रमुख फिनटेक IPO में AI की भूमिका बड़ी है—Groww की AI सिफ़रिशें, Infibeam का AI भुगतान सिस्टम, Pine Labs के मर्चेंट क्रेडिट एल्गोरिदम। साफ़ है कि सिर्फ तकनीक नहीं, बल्कि स्मार्ट और अलग तकनीक सफलता की कुंजी है।

वैश्विक विस्तार की दिशा: Pine Labs (Southeast Asia), Groww (अंतर्राष्ट्रीय विस्तार) और दूसरी कंपनियाँ दुनिया भर में बढ़ रही हैं। इससे भारत का फिनटेक सेक्टर ग्लोबल स्तर पर मज़बूत हो रहा है और विदेशी निवेश को आकर्षित कर रहा है।

नियमों का कुशल प्रबंधन: 2024-2025 के सफल IPO इस बात का प्रमाण हैं कि कंपनियाँ अब SEBI, RBI और IRDAI के नियमों को बेहतर समझकर स्थिर और सुरक्षित बिज़नेस बना रही हैं। नियामक सख्ती के बावजूद टिके रहना अब उनकी क्षमता दिखाता है।

निवेशक सीख: भारत की विविध फिनटेक IPO कहानी से क्या मिलता है

भारत का फिनटेक IPO दौर अब पहले जैसा नहीं रहा। पहले जहाँ हाइप के आधार पर कंपनियाँ लिस्ट होती थीं, अब Groww और Pine Labs जैसी मज़बूत और अच्छी तरह चलने वाली कंपनियाँ निवेशकों का भरोसा जीत रही हैं। Paytm के 9% लिस्टिंग लॉस से लेकर आज के सफल IPO तक की यात्रा बताती है कि बाज़ार अब ज़्यादा समझदार हो चुका है।

सफल फिनटेक IPO कई चीज़ों के मेल से बनते हैं—टिकाऊ यूनिट इकॉनॉमिक्स, कई जगहों से कमाई, बढ़ते मुनाफे के रास्ते, AI-आधारित

तकनीक और मज़बूत execution. Groww, Pine Labs और PB Fintech इसकी बेहतरीन मिसालें हैं, जिनकी संख्याएँ और प्रदर्शन इस बात को साबित करते हैं।

रिटेल निवेशकों को ऐसे बिज़नेस मॉडल चुनने चाहिए जो समय की कसौटी पर टिक सकें—जिनके पास मज़बूत बड़त, समझदारी से खर्च करने की क्षमता और साफ़-सुथरा वित्तीय अनुशासन हो। 2024-2025 के फिनटेक IPO दिखाते हैं कि अब सिर्फ़ कहानियों से नहीं, बल्कि मज़बूत आधार से फर्क पड़ता है। फिनटेक के अंदर पेमेंट्स, लेंडिंग, इंश्योरेंस, इन्वेस्टमेंट, इन्फ्रास्ट्रक्चर जैसे कई अलग-अलग सेक्टर हैं—जो निवेशकों के लिए कई तरह के मौके बनाते हैं।

Groww का ₹1.07 लाख करोड़ तक का मार्केट कैप पहुँचना एक बड़ा संकेत है। यह दिखाता है कि भारत का फिनटेक अब सिर्फ़ काल्पनिक नहीं रहा, बल्कि वास्तविक मूल्य पैदा कर रहा है—और यह दुनिया के सामने भारत की डिजिटल क्षमता का प्रमाण है।

भारत की फिनटेक IPO कहानी अभी शुरुआत ही है। जैसे-जैसे अलग-अलग सेक्टरों में अपनाने की रफ़्तार बढ़ेगी, नियम मज़बूत होंगे और वैल्यूएशन ज़्यादा सटीक होंगे, निवेशकों को ऐसे नए मौके मिलेंगे जो ग्रोथ, इनोवेशन, डिसिप्लिन, इन तीनों को एक साथ लेकर आएँगे। यही फिनटेक की सफलता का असली त्रिकोण है।



विशेष प्रस्तुति

फिनटेक कोड से कैपिटल मार्केट तक: भारत की नई वित्तीय संरचना

कैसे UPI, अकाउंट एग्रीगेटर्स और ONDC-में-फाइनेंस ने दुनिया की सबसे मज़बूत IPO-ready फिनटेक पाइपलाइन तैयार की है।



भारत का फिनटेक सफर सिर्फ स्टार्टअप की कहानी नहीं है। यह वेनचर कैपिटल की कहानी नहीं है। यह पारंपरिक तकनीक की कहानी भी नहीं है। यह कहानी है पब्लिक डिजिटल इंफ्रास्ट्रक्चर की जो जानबूझकर डिज़ाइन किया गया, खुले तौर पर साझा किया गया और व्यापक रूप से अपनाया गया।

यही वह इन्फ्रास्ट्रक्चर है जिसने फिनटेक कंपनियों को तेज़-तर्रार डिसरप्छ से बदलकर स्थिर, पारदर्शी और भरोसेमंद बिज़नेस में बदल दिया है — ऐसे बिज़नेस जो भारत के पब्लिक मार्किट्स के मानकों पर पूरी तरह खरे उतरते हैं। पिछले दस वर्षों में भारत ने पेमेंट सिस्टम, पहचान का मज़बूत ढांचा, डेटा-शेयरिंग फ्रेमवर्क और ओपन नेटवर्क्स बनाए हैं और यही वह बुनियाद है जिस पर भारतीय फिनटेक तेज़ी से और मज़बूती के साथ आगे बढ़ रहे हैं।

यह सिस्टम — UPI, अकाउंट एग्रीगेटर, ONDC का फाइनेंशियल लेयर, Aadhaar-बेस्ड eKYC और DigiLocker — आज एक डिजिटल रीढ़ का काम करते हैं, जो ग्राहकों, व्यापारियों, लेंडर्स, बीमा कंपनियों और सरकारी संस्थाओं को एक साथ जोड़ते हैं और क्योंकि यह बैकबोन सार्वभौमिक और इंटरऑपरेबल है, फिनटेक कंपनियाँ अब अपना समय और संसाधन कागज़ी प्रक्रिया या डेटा इंटीग्रेशन में बर्बाद नहीं करतीं। वे ध्यान केंद्रित कर सकती हैं — बेहतर प्रोडक्ट बनाने पर, जोखिम घटाने पर, गवर्नेंस सुधारने पर और बिज़नेस इकॉनॉमिक्स मज़बूत करने पर।

यही कारण है कि भारत आज दुनिया की सबसे IPO-ready फिनटेक कंपनियों का केंद्र बन चुका है।

भारत की वित्तीय संरचना: गति के लिए नहीं, पैमाने के लिए बनी

ज्यादातर देशों में फिनटेक ग्रोथ प्राइवेट इनोवेशन से आई। भारत में फिनटेक ग्रोथ पब्लिक आर्किटेक्चर से आई।

2014-2024 के प्रमुख आँकड़े:

- आधार ने 1.3 बिलियन से अधिक रजिस्ट्रेशन पूरे किए
- डिजिटलॉकर में 6 बिलियन से अधिक डिजिटल दस्तावेज़ स्टोर किए गए
- यूपीआई 21 मिलियन मासिक ट्रांज़ैक्शन से बढ़कर 14-15 बिलियन हो गया
- अकाउंट एग्रीगेटर नेटवर्क ने 1 बिलियन से अधिक कंसेंट फ्लो प्रोसेस किए
- ONDC 400+ शहरों में 3 मिलियन से अधिक मर्चेन्ट्स तक फैला

भारत ने पहचान, भुगतान, सत्यापन, डेटा-शेयरिंग और मार्केटप्लेस जैसे लेयर्स तैयार किए हैं, जो किसी भी फिनटेक, बैंक, लेंडर या स्टार्टअप के लिए खुले हैं। क्योंकि यह सिस्टम पहले से मौजूद हैं — सुरक्षित, स्केलेबल और व्यापक रूप से अपनाए गए — फिनटेक कंपनियाँ इन्फ्रास्ट्रक्चर बनाने में सालों लगाने के बजाय सीधा ग्रोथ पर ध्यान दे सकती हैं।

यही कारण है कि भारतीय फिनटेक बनाना सस्ता, विस्तार करना तेज़ और नियमन करना आसान है और इसी वजह से वे पब्लिक मार्किट्स के लिए ज्यादा उपयुक्त साबित होती हैं।

UPI: भरोसेमंद और स्थिर विकास का सबसे बड़ा इंजन

UPI सिर्फ एक पेमेंट मेथड नहीं है - यह भारत के इतिहास का सबसे बड़ा और सबसे उपयोग किया जाने वाला डिजिटल फाइनेंशियल सिस्टम है।

2025 तक, UPI हर महीने:

- 14-15 बिलियन ट्रांजैक्शन प्रोसेस करता है
- ₹18-20 लाख करोड़ की वैल्यू हैडल करता है
- 350-400 मिलियन से अधिक एक्टिव यूज़र्स सर्व करता है
- 10 करोड़+ मर्चेन्ट्स से कनेक्टेड है
- टियर 3 और टियर 4 सेक्टर में 50%+ यूज़र पेनिट्रेशन तक पहुँच चुका है

UPI की असली ताकत गति या सुविधा नहीं, बल्कि एकरूपता है।

हर बैंक, हर ऐप और हर यूज़र एक ही सिस्टम, एक ही स्टैंडर्ड और एक ही प्रोसेस का उपयोग करता है। यह निरंतरता आर्टिफिशियल फायदे—जैसे खास साझेदारी, छुपी हुई फीस और मुश्किल प्रक्रिया—को खत्म कर देती है।

कैपिटल मार्केट्स के लिए इसका मतलब है:

- यूज़र व्यवहार मापने योग्य हो जाता है
- ट्रांजैक्शन पैटर्न स्थिर और विश्वसनीय होते हैं
- मोनेटाइज़ेशन स्ट्रक्चर पारदर्शी बना रहता है
- फ्रॉड रिस्क में भारी कमी आती है
- ग्राहक प्राप्ति की लागत में भारी कमी

UPI पर बनने वाले फिनटेक्स को अनपेक्षित इंसेंटिव या भारी डिस्काउंटिंग पर निर्भर नहीं रहना पड़ता। उनकी ग्रोथ वास्तविक उपभोक्ता उपयोग का संकेत देती है—एक ऐसा संकेत जिसपर IPO निवेशक भरोसा कर सकते हैं।

अकाउंट एग्रीगेटर्स: वह फ्रेमवर्क जिसने डेटा को अनुशासन में बदला

अकाउंट एग्रीगेटर (AA) फ्रेमवर्क को भारत के सबसे महत्वपूर्ण वित्तीय इनोवेशन में से एक माना जाता है, UPI के बाद।

AA से पहले, वित्तीय डेटा अलग-अलग साइलो में फंसा रहता था — बैंक, NBFC, इश्योरेंस कंपनियाँ, म्यूचुअल फंड्स और टैक्स सिस्टम्स। इसे शेयर करने के लिए बहुत कागजी कार्रवाई, देरी और अनिश्चितता होती थी।

AA ने यह सब बदल दिया।

आज, यूज़र की सहमति के साथ, लेंडर आसानी से एक्सेस कर सकते हैं:

- बैंक स्टेटमेंट्स
- इनकम के पैटर्न
- GST टर्नओवर
- निवेश का इतिहास
- क्रेडिट व्यवहार
- लोन रीपेमेंट ट्रेन्ड्स

AA ने 1 बिलियन से अधिक डेटा शेयरिंग कंसेंट्स पार कर लिए हैं और लगभग सभी प्रमुख बैंक और NBFC अब इस नेटवर्क से जुड़े हुए हैं।

इस फ्रेमवर्क ने वे समस्याएं हल कर दी हैं जिनसे फिनटेक लेंडर्स सालों से जूझ रहे थे:

बेहतर अंडरराइटिंग

वेरिफाइड डेटा से जोखिम को सही तरीके से आँकना संभव होता है।

कम NPA

साफ़ और रियल-टाइम वित्तीय जानकारी डिफॉल्ट्स को घटाती है।

मज़बूत फ्रॉड कंट्रोल

पहचान और वित्तीय जानकारी सीधे स्रोत से जांची जाती है।

ज़्यादा पारदर्शी कोहॉर्ट्स

निवेशक समय के साथ रीपेमेंट व्यवहार का मूल्यांकन कर सकते हैं।

तेज़ अप्रूवल

लोन अप्रूवल का समय दिनों से घटकर मिनटों में आ जाता है।

वैश्विक बाज़ार इस स्तर की इंटरऑपरेबिलिटी से बहुत दूर हैं:

अमेरिका अभी भी PDF स्टेटमेंट्स पर निर्भर है।

यूरोप में ओपन बैंकिंग में स्थिरता नहीं है।

दक्षिण-पूर्व एशिया में एकजुटता की कमी है।

भारत का AA सिस्टम फिनटेक्स को क्रेडिट डिसिप्लिन देता है और यही सार्वजनिक मार्केट्स में हाई वैल्यूएशन का कारण बनता है।



ONDC में फाइनेंस: वह लेयर जो वितरण को बदल देगी



ONDC की शुरुआत रिटेल कॉमर्स नेटवर्क के रूप में हुई थी, लेकिन इसका दूरगामी प्रभाव फाइनेंशियल सर्विसेज में सबसे बड़ा हो सकता है।

फिनटेक में डिस्ट्रिब्यूशन सबसे महंगा हिस्सा होता है, जैसे:

- क्रेडिट सोर्सिंग
- इंश्योरेंस सेलिंग
- वेल्थ प्रोडक्ट ऑनबोर्डिंग
- मर्चेन्ट अक्विजिशन
- लीड जनरेशन

ONDC का फाइनेंशियल लेयर इसे काफी हद तक कम करने का दम रखता है, क्योंकि यह वित्तीय सेवाओं को इन ऐप्स और प्लेटफॉर्म में डिस्कवर करने योग्य बनाता है:

- पेमेंट ऐप्स
- डिलीवरी ऐप्स
- मार्केटप्लेस
- मोबिलिटी ऐप्स
- B2B कॉमर्स प्लेटफॉर्म
- लॉजिस्टिक्स नेटवर्क
- MSME टूल्स

शुरुआती अनुमान के अनुसार, 2027 तक ONDC के फाइनेंशियल ट्रांज़ैक्शन सालाना \$5-7 बिलियन पार कर सकते हैं।

यह महत्व क्यों रखते हैं:

1. CAC में भारी कमी

फिनटेक अपने प्रोडक्ट्स उन्हीं जगहों पर वितरित कर सकते हैं जहाँ यूज़र्स पहले से मौजूद हैं।

2. छोटे फिनटेक्स को समान अवसर

नए खिलाड़ी भी राष्ट्रीय मार्केटप्लेस तक पहुँच पाते हैं।

3. MSME बनते हैं आसानी से डिस्कवर करने योग्य

व्यापारी बिना अलग आवेदन किए लेंडिंग ऑफ़र्स प्राप्त कर सकते हैं।

4. इंश्योरेंस और वेल्थ की स्वीकार्यता बढ़ती है

प्रोडक्ट्स प्लेटफॉर्म में एम्बेडेड और कॉन्टेक्ट-आधारित बन जाते हैं।

5. फिनटेक्स के लिए उच्च मार्जिन

कम लागत → बेहतर प्रॉफिटेबिलिटी → मज़बूत IPO तैयारी।

ज्यादातर देश अभी भी महंगे ब्रोकर नेटवर्क या बैंक-लीड डिस्ट्रिब्यूशन पर निर्भर हैं। भारत एक ऐसा सिस्टम बना रहा है जहाँ डिस्ट्रिब्यूशन खुला, सस्ता और डिजिटल-फ़र्स्ट होगा।

भारत की डिजिटल ताकत: वो समाधान जो दुनिया नहीं दे पाई

दुनिया भर में फिनटेक कंपनियाँ इन्फ्रास्ट्रक्चर, डेटा, ऑनबोर्डिंग और डिस्ट्रिब्यूशन पर भारी पैसा खर्च करती हैं। लेकिन भारत का डिजिटल ढाँचा इन खर्चों को लगभग खत्म कर देता है - तेज़ी से, सुरक्षित रूप से, और बेहद कम लागत पर।

पहली समस्या: पहचान की पुष्टि धीमी और महंगी

भारत का समाधान: आधार eKYC + CKYC

अमेरिका और ब्रिटेन जैसे देशों में ग्राहक की पहचान करने में कई दिन लग जाते हैं और मैनुअल डॉक्यूमेंट चेक की जरूरत होती है। भारत में आधार eKYC से पहचान कुछ सेकंड में और सिर्फ ₹20-₹70 में हो जाती है। इससे फिनटेक कंपनियाँ लाखों ग्राहकों को आसानी से जोड़ पाती हैं—वो भी कम खर्च और पूरी सुरक्षा के साथ।

दूसरी समस्या: पेमेंट सिस्टम टूटा-फूटा और महंगा

भारत का समाधान: UPI

विदेशों में हर पेमेंट पर कार्ड नेटवर्क और बैंक कई तरह के शुल्क लेते हैं। भारत का UPI एक ही जगह, तुरंत और बेहद कम लागत पर डिजिटल भुगतान की सुविधा देता है। इसने फिनटेक कंपनियों के खर्च कम किए, ट्रांज़ैक्शन की सटीकता बढ़ाई और यूज़र का भरोसा मज़बूत किया।

तीसरी समस्या: फाइनेंशियल डेटा अलग-अलग सिस्टम में बंद

भारत का समाधान: Account Aggregator (AA)

पश्चिमी देशों में बैंक स्टेटमेंट डाउनलोड कर के या लंबी रिक्वेस्ट प्रोसेस के जरिए डेटा शेयर करना पड़ता है। भारत का AA सिस्टम यूजर की मंजूरी पर डेटा तुरंत और सुरक्षित तरीके से साझा करता है। इससे लोन देने की प्रक्रिया ज्यादा सटीक होती है और गलत अनुमोदन कम होते हैं।

चौथी समस्या: वित्तीय उत्पादों का वितरण महंगा और एजेंट-निर्भर

भारत का समाधान: ONDC के लिए फाइनेंस

दुनिया भर में लोन, इंश्योरेंस या इन्वेस्टमेंट बेचने के लिए एजेंट या भारी मार्केटिंग करनी पड़ती है। ONDC का फिनटेक लेयर वितरण को डिजिटल और समान बनाता है - अब छोटी फिनटेक भी कम लागत पर पूरे भारत में ग्राहकों तक पहुंच सकती है। इससे खर्च घटता है और मुनाफा बढ़ता है।

पाँचवीं समस्या: धोखाधड़ी रोकने की क्षमता कमजोर

भारत का समाधान:

वेरिफाइड डिजिटल आइडेंटिटी + डिवाइस सिन्क्रिटी

पश्चिमी देशों में डिजिटल फ्रॉड तेजी से बढ़ रहा है क्योंकि पहचान की सुरक्षा कमजोर है। भारत में आधार, मोबाइल वेरिफिकेशन, डिवाइस बाइंडिंग और मज़बूत ओथेंटिकेशन का संयोजन फ्रॉड को बेहद कम करता है और निवेशकों का भरोसा बढ़ाता है कि बड़े स्तर पर फिनटेक सुरक्षित चल सकती है।

भारत के डिजिटल समाधानों से फिनटेक कंपनियाँ बनती हैं:

- साफ़ और भरोसेमंद डेटा
- कम लागत में संचालन
- पारदर्शी तरीके और पैटर्न
- विश्वसनीय इकॉनॉमिक मॉडल
- मज़बूत अनुपालन और सुरक्षा
- अधिक स्केलेबिलिटी यानी विस्तार की क्षमता

सार्वजनिक बाज़ार के लिए इसका अर्थ:

स्थिर और भरोसेमंद रेवेन्यू, अनुशासित और नियंत्रित जोखिम और लंबे समय में भरोसेमंद लाभ



IPO-Ready फिनटेक्स: भारत का डिजिटल ढाँचा कैसे बढ़ाता है वैल्यूएशन

भारत की फिनटेक कंपनियों के IPO अब पहले से ज्यादा मज़बूत प्रदर्शन दिखा रहे हैं। इसका मुख्य कारण है भारत का डिजिटल ढाँचा, जो सीधे उन मापदंडों को प्रभावित करता है जिन पर पब्लिक निवेशक ध्यान देते हैं।



1. ग्राहक प्राप्ति लागत (CAC) बहुत कम

आधार eKYC और UPI की मदद से ग्राहक तुरंत जुड़ जाते हैं। कंपनियाँ महंगे पेपरवर्क, ब्रांचेज़ या मैनुअल वेरिफिकेशन पर खर्च नहीं करती। कम CAC → जल्दी ब्रेक-ईवन + मज़बूत प्रॉफिट मार्जिन → IPO के लिए आकर्षक।

2. लोन मंजूरी का प्रतिशत (LAR) बेहतर डेटा की वजह से बढ़ता है

अकाउंट एग्रीगेटर(AA) के ज़रिए सही और वेरिफाइड कैश-फ्लो और बैंकिंग जानकारी उपलब्ध होती है। इससे लेंडर्स अधिक भरोसे के साथ लोन देते हैं और जोखिम कम रहता है।

3. गैर-निष्पादित संपत्ति (NPA) स्थिर रहती है

AA सिस्टम से उधारकर्ता की भुगतान क्षमता का सही अंदाज़ा मिलता है। इससे खराब लोन कम होते हैं और NPA अचानक बढ़ने का खतरा घटता है — निवेशकों के लिए यह बहुत महत्वपूर्ण है।

4. व्यापारी बनाए रखते हैं डिजिटल भुगतान

छोटे व्यवसाय UPI, POS, QR कोड और सेटलमेंट टूल आसानी से और भरोसे के साथ इस्तेमाल करते हैं। हाई मर्चेन्ट स्टिकीनेस → स्थिर रेवेन्यू स्रोत → लोन, बिलिंग और पेमेंट सर्विसेज़ में लाभ।

5. नियमों के अनुरूप संचालन निवेशकों का भरोसा बढ़ाता है

RBI और SEBI की सख्त रिपोर्टिंग और गवर्नेंस स्टैंडर्ड्स के भीतर काम करना फिनटेक्स के लिए आसान है। साफ़-सुथरे IPO डिस्कलोजर → निवेशकों का जोखिम कम।

6. रेवेन्यू डाइवर्सिफिकेशन (Revenue Diversification) स्वाभाविक रूप से बढ़ती है

एक बार बड़े यूजर या मर्चेन्ट बेस बनने के बाद, कंपनियाँ पेमेंट्स से लोन, इंश्योरेंस, वेल्थ या MSME टूल्स में विस्तार कर सकती हैं। कई रेवेन्यू स्रोत वैल्यूएशन मज़बूत किसी एक प्रोडक्ट पर निर्भरता कम।

7. लिस्टिंग डे पर बेहतर प्रदर्शन

भारत में ये फिनटेक ब्रांड्स अब घर-घर में पहचाने जाते हैं। इससे रिटेल निवेशक ज़्यादा हिस्सेदारी लेते हैं और सब्सक्रिप्शन बेहतर होता है → लिस्टिंग डे पर मज़बूत वृद्धि।

भारत का डिजिटल ढांचा सिर्फ़ हाई-ग्रोथ नहीं बल्कि नियम, जोखिम और आर्थिक स्थिरता भी देता है, जो इसे वैश्विक स्तर पर अद्वितीय बनाता है।

भारत का मॉडल: एक फिनटेक कैसे बनता है IPO-Ready



एक औसत भारतीय फिनटेक कंपनी इस मॉडल के तहत 7-9 साल में IPO के लिए तैयार हो जाती है।

भारतीय फिनटेक की खासियतें:

- 24 महीनों में 4-6 गुना विकास
- CAC में भारी गिरावट (ग्राहक प्राप्ति लागत कम)
- डिजिटल ऑनबोर्डिंग से बेहतर मार्जिन
- AA-समर्थित अंडरराइटिंग से स्थिर ग्राहक समूह

- आधार-लिंक्ड पहचान के कारण कम धोखाधड़ी
- वर्ष 4-5 तक मल्टी-प्रोडक्ट राजस्व स्रोत
- वर्ष 7-9 में IPO की तैयारी पूरी

US और UK की कंपनियों को समान स्थिरता पाने में अक्सर 10-12 साल लग जाते हैं, क्योंकि वहाँ:

- साझा पहचान
- एकीकृत भुगतान
- एक जगह डेटा तक पहुँच
- किफायती वितरण

इस वजह से भारत में IPO-Ready फिनटेक्स तेजी से उभर रहे हैं।

अंतिम बात: भारत ने इंफ्रास्ट्रक्चर तैयार किया और उस इंफ्रास्ट्रक्चर ने भरोसा

भारत की नई वित्तीय संरचना - UPI, AA, ONDC, DigiLocker, Aadhaar - सिर्फ़ एक डिजिटल कहानी नहीं है। यह भरोसे की कहानी है।

इसने बनाया है:

- पारदर्शी उपयोगकर्ता व्यवहार
- सत्यापित पहचानें
- असली और सुरक्षित डेटा फ्लो
- भरोसेमंद आर्थिक मॉडल
- मज़बूत गवर्नेंस
- नियंत्रित जोखिम
- सस्ती पहुँच
- व्यापक अपनाने की क्षमता

भरोसा ही सार्वजनिक बाज़ारों में सबसे मूल्यवान मुद्रा है।

जो शुरुआत डिजिटल नींव के रूप में हुई थी, वही अब भारत के सबसे सफल फिनटेक IPO चक्र को चला रही है। जो शुरुआत कोड के रूप में हुई थी, वही अब पूंजी में बदल रही है। जो शुरुआत वित्तीय समावेशन के रूप में हुई थी, वही अब वित्तीय स्थिरता बन रही है।

भारत ने सिर्फ़ फिनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर नहीं बनाया —उसने 21वीं सदी के लिए तैयार एक वित्तीय बाज़ार बनाया।



A close-up photograph of a hand moving a wooden chess piece on a board. The piece is a dark wood, possibly a king or queen, and is being lifted by the hand. The background is blurred, showing other chess pieces and a dark surface.

रणनीति और शिक्षा का क्षेत्र

फाउंडर MASTERCLASS

एक फिनटेक कंपनी के रूप में बाज़ार में प्रवेश: चुनौतियाँ और ज़रूरी तैयारियाँ

भारत की फिनटेक क्रांति अब कोई नई कहानी नहीं रही। जो सफ़र साधारण पेमेंट ऐप्स और डिजिटल वॉलेट से शुरू हुआ था, वह अब एक शक्तिशाली वित्तीय इकोसिस्टम बन गया है जो लगभग हर भारतीय परिवार को छूता है। लोग ऑनलाइन बिल भरते हैं, ऐप्स के ज़रिए उधार लेते हैं, कुछ ही टैप में निवेश करते हैं और अपनी पूरी वित्तीय ज़िंदगी डिजिटल तरीके से हैंडल करते हैं। जैसे-जैसे फिनटेक को अपनाने का चलन बढ़ा है, वैसे-वैसे फिनटेक संस्थापकों की महत्वाकांक्षा भी बढ़ी है। अब कई फाउंडर्स अपनी कंपनियों को पब्लिक मार्केट में ले जाना चाहते हैं — ताकि बड़ी पूंजी जुटा सकें, लंबे समय का विश्वास बना सकें और असली वैल्यू को सामने ला सकें।

लेकिन एक फिनटेक कंपनी को पब्लिक ले जाना किसी टेक्नोलॉजी कंपनी को पब्लिक ले जाने जैसा नहीं है। एक प्योर टेक बिज़नेस को इन्वेंशन, पहुँच और प्रोडक्ट की मज़बूती पर आँका जाता है। जबकि एक फिनटेक बिज़नेस को ज़िम्मेदारी, नियमों के पालन, शासन, रिस्क मैनेजमेंट और स्थिरता पर परखा जाता है। अंतर सीधा है: टेक यूज़र्स को संभालता है; फिनटेक पैसों को संभालता है और जैसे ही आप पैसों को संभालते हैं, तो रेगुलेटर्स, निवेशकों और आम जनता की उम्मीदें बहुत ज़्यादा बढ़ जाती हैं।

भारत में, दो शक्तिशाली संस्थाएँ आपके IPO की मंज़िल तय करती हैं — भारतीय रिज़र्व बैंक (RBI) और भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (SEBI)। RBI निगरानी करता है कि आप अपना काम कैसे करते हैं। SEBI निगरानी करता है कि आप कौनसी जानकारी कैसे देते हैं। पब्लिक निवेशक निगरानी करते हैं कि आप कितनी ज़िम्मेदारी से व्यवहार करते हैं। यह तीन-स्तरीय जाँच फिनटेक IPO की तैयारी को फाउंडर्स की उम्मीद से ज़्यादा गहरा, लंबा और अनुशासित बना देती है। यह केवल एक वित्तीय बदलाव नहीं है; यह मज़बूती का बदलाव है। एक फिनटेक कंपनी जो IPO की तैयारी कर रही है, उसे DRHP (ड्राफ्ट रेड हेरिंग प्रॉस्पेक्टस) फाइल करने से बहुत पहले ही, एक पब्लिक वित्तीय संस्था की तरह सोचना और व्यवहार करना शुरू कर देना चाहिए।

फाउंडर्स अक्सर वैल्यूएशन, रिवेन्यू ग्रोथ या ग्राहक जोड़ने पर ध्यान केंद्रित करते हैं। लेकिन पब्लिक मार्केट पूरी तरह से किसी और चीज़ की परवाह करता है: रिस्क को मैनेज करने, ग्राहकों की सुरक्षा करने, नियमों का पालन करने और ऐसे स्थिर सिस्टम बनाने की आपकी क्षमता जो किसी भी तनाव में टिके रह सकें। एक फिनटेक IPO, कहानी सुनाने से नहीं जीता जाता; यह अनुशासन से कमाया जाता है।

यह फाउंडर मास्टरक्लास संस्थापकों को इन वास्तविकताओं को सरल, स्पष्ट और व्यावहारिक तरीके से समझाने के लिए बनाई गई है। यह उन छह सबसे महत्वपूर्ण सेक्टर्स पर प्रकाश डालती है जो यह तय करते हैं कि



कोई फिनटेक कंपनी सफलतापूर्वक पब्लिक हो सकती है या नहीं — नियमों का पालन, डिजिटल लेंडिंग के नियम, रिस्क इंजन को मज़बूत करना, वैल्यूएशन की स्थिरता, पूंजी की मज़बूती और डेटा गवर्नेंस। हर खंड केवल उसी पर ध्यान केंद्रित करता है जो वास्तव में मायने रखता है, जिससे पूरा लेख एक सहज और पढ़ने लायक बना रहे।

लक्ष्य सीधा है: संस्थापकों को केवल पब्लिक लिस्टिंग के लिए नहीं, बल्कि इसके साथ आने वाली ज़िम्मेदारी के लिए तैयार करना।

जैसे ही फिनटेक कंपनियाँ पब्लिक मार्केट के करीब आती हैं, बातचीत बदल जाती है। ध्यान- ग्रोथ, डाउनलोड और प्रोडक्ट के उत्साह से हटकर कहीं ज़्यादा गंभीर चीज़ पर चला जाता है: क्या यह कंपनी एक पब्लिक वित्तीय संस्था होने की ज़िम्मेदारी संभाल सकती है?

लेंडिंग नियमों, रिस्क इंजन या वैल्यूएशन पर चर्चा करने से पहले, एक मूलभूत ज़रूरत है जिसे हर फिनटेक को साबित करना होगा — रेगुलेटरी रेडीनेस। यह हर सफल फिनटेक IPO की शुरुआत है। इसके बिना, कुछ भी आगे नहीं बढ़ सकता।

यह हमें इस मास्टरक्लास के पहले और सबसे महत्वपूर्ण अध्याय तक ले जाता है।

नियमों का पालन ही IPO की असली नींव है

हर फिनटेक संस्थापक बड़े पैमाने पर पहुँच, विकास और बाज़ार में नेतृत्व का सपना देखता है। लेकिन जब एक फिनटेक कंपनी IPO के सफ़र में कदम रखती है, तो खेल पूरी तरह से बदल जाता है। इस स्तर पर, इन्वेंशन हीरो नहीं होता है, बल्कि नियमों का पालन हीरो होता है। इससे पहले कि कोई निवेशक आपकी वैल्यूएशन को देखे और SEBI आपके DRHP की समीक्षा करे, आपके IPO सफ़र की सबसे शक्तिशाली ताकत चुपचाप आपका मूल्यांकन शुरू कर देती है — भारतीय रिज़र्व बैंक (RBI)।

फिनटेक की दुनिया में, नियमों का पालन कोई साइड का काम नहीं है। यह वह आधार है जिस पर पूरा IPO टिका होता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि एक फिनटेक कंपनी किसी सामान्य टेक कंपनी की तरह काम नहीं करती। एक टेक्नोलॉजी कंपनी यूज़र्स और डेटा को संभालती है; एक फिनटेक कंपनी पैसा, पहचान, क्रेडिट और रिस्क संभालती है —

ऐसे तत्व जो भारत के वित्तीय सिस्टम के दिल में बसते हैं। नियामक यहाँ कोई कमजोरी बर्दाश्त नहीं कर सकते, खासकर तब जब आप जनता से पैसा जुटाने की योजना बना रहे हों।

ज्यादातर संस्थापक इस बात को कम आंकते हैं कि RBI और SEBI आपकी कंपनी के हर विवरण को कितनी गहराई से देखते हैं। SEBI जाँचता है कि आप जानकारी कैसे देते हैं। RBI जाँचता है कि आप काम कैसे करते हैं। निवेशक जाँचते हैं कि आप कितनी ज़िम्मेदारी से व्यवहार करते हैं और ऑडिटर जाँचते हैं कि आपकी प्रक्रियाएँ कितनी पारदर्शी हैं। यह संयुक्त जाँच ही कारण है कि फिनटेक IPO की तैयारी के लिए शुरुआती स्टार्टअप की तुलना में ज्यादा अनुशासन, पारदर्शिता और मज़बूती की ज़रूरत होती है।

एक सामान्य टेक IPO का ध्यान रिवेन्यू ग्रोथ, प्रोडक्ट को अपनाने और बाज़ार के आकार पर होता है। लेकिन एक फिनटेक IPO कहीं ज्यादा गंभीर सवालों से शुरु होता है। क्या आपकी प्रक्रियाएँ दस्तावेज़ों में दर्ज हैं? क्या कस्टमर फ्लोस साफ़ और नियमों के अनुकूल हैं? क्या आप डिजिटल लेंडिंग फ्रेमवर्क का ठीक से पालन कर रहे हैं? क्या आपके जोखिम नियंत्रण मज़बूत और स्पष्ट हैं? क्या आपकी जानकारीयों पारदर्शी हैं? क्या आपके डेटा सिस्टम सुरक्षित हैं? क्या आप एक ही पार्टनर पर निर्भर हैं? क्या आपका गवर्नेंस स्ट्रक्चर मज़बूत है? यह वैकल्पिक सवाल नहीं हैं — यह ही नींव हैं।

संस्थापकों की सबसे बड़ी गलती नियमों के पालन को "बाद के चरण का काम" मानना है। कई मानते हैं कि वे KYC की कमियों को बाद में ठीक कर सकते हैं, फंडिंग के बाद लोन के प्रवाह को दोबारा बना सकते हैं, DRHP के करीब आने पर FLDG ढाँचों को दस्तावेज़ में ला सकते हैं या लिस्टिंग की तारीख के करीब गवर्नेंस को ठीक कर सकते हैं। लेकिन जब तक IPO की तैयारी शुरु होती है, कंपनी के इतिहास का महत्व कंपनी की योजनाओं से ज्यादा हो जाता है। ऑडिटर पिछले लॉग और दस्तावेज़ीकरण माँगेंगे। नियामक इरादे की नहीं, निरंतरता की जाँच करेंगे। निवेशक आपके पिछले 12-18 महीनों के अनुशासन की जाँच करेंगे। अतीत का हर शॉर्टकट वर्तमान में एक बाधा बन जाता है।

नियमों के पालन में शॉर्टकट गायब नहीं होते। वे जमा होते जाते हैं और आखिरकार, वह ठीक उसी समय सामने आते हैं जब आपकी कंपनी सबसे कड़ी जाँच के दायरे में होती है।



यही कारण है कि मज़बूती फिनटेक कंपनियों नियमों के पालन को एक चेकलिस्ट नहीं, बल्कि अपनी पहचान का हिस्सा मानती हैं। वे पारदर्शी डिजिटल रिकॉर्ड बनाए रखते हैं। वे हर प्रक्रिया को दस्तावेज़ में दर्ज करते हैं। वे व्यवस्थित KYC प्रवाह बनाते हैं। वे डेटा की पहुँच को सीमित करते हैं। वे इस बारे में पारदर्शी रहते हैं कि एल्गोरिदम कैसे निर्णय लेते हैं। वे गवर्नेंस को सक्रिय रूप से लागू करते हैं, सिर्फ़ दिखावे के लिए नहीं। वे आंतरिक ऑडिट टीमों को जल्दी तैयार करते हैं। वे पब्लिक कंपनी बनने से बहुत पहले ही पब्लिक कंपनियों की तरह काम करते हैं।

नियमों के पालन का एक और महत्वपूर्ण हिस्सा कामकाज में निरंतरता है। पब्लिक मार्केट के निवेशक स्थिरता की उम्मीद करते हैं — न केवल आपके आंकड़ों में, बल्कि इस बात में भी कि आप कंपनी कैसे चलाते हैं। यदि आपकी प्रक्रियाएँ हर तिमाही बदलती हैं, यदि आपकी पार्टनर पर निर्भरता बार-बार बदलती है, यदि आपके क्रेडिट नियम बिना किसी ढाँचे के विकसित होते रहते हैं या अगर आप नियमों के पालन को केवल प्रतिक्रिया के रूप में ठीक करते हैं, तो बाज़ार इसे एक रेड फ्लैग मानता है। मज़बूत फिनटेक कंपनियाँ प्रतिक्रिया में नहीं, बल्कि प्रेडिक्टिव डिसिप्लिन अपनाती हैं।

जो फिनटेक कंपनी पब्लिक होना चाहती है, उसे एक वित्तीय संस्था की तरह सोचना चाहिए। उसे नियमों का पालन डर से नहीं, बल्कि ज़िम्मेदारी से करना चाहिए। नियमों का पालन विश्वास बनाता है और विश्वास ही वैल्यूएशन बनाता है। पब्लिक मार्केट में, सबसे साफ़ नियमों के पालन का रिकॉर्ड रखने वाली कंपनियों को अक्सर बेहतर कीमत, लिस्टिंग की आसान मंजूरी और निवेशकों का मज़बूत भरोसा मिलता है।

फिनटेक के लिए, नियमों का पालन एक बोझ या लागत नहीं है। यह एक रणनीतिक फ़ायदा है। यह नियामक की अड़चन को कम करता है। यह जोखिम को स्थिर करता है। यह बेहतर पार्टनर्स को आकर्षित करता है। यह ऑडिटर्स को स्पष्टता देता है। यह निवेशकों के भरोसे को बढ़ाता है और सबसे महत्वपूर्ण, यह दिखाता है कि कंपनी पब्लिक वित्तीय इकोसिस्टम में प्रवेश करने के लिए पर्याप्त मज़बूत है।

जो संस्थापक कंप्लायंस को आधार मानते हैं, उनका IPO सफ़र सुलभ, तेज़ और भरोसेमंद होगा। फिनटेक में कंप्लायंस अंतिम कदम नहीं, बल्कि सबसे पहला और ज़रूरी कदम है।

डिजिटल लेंडिंग नियम: हर फिनटेक का ऑपरेटिंग सिस्टम

अगर नियमों का पालन किसी फिनटेक IPO की नींव है, तो डिजिटल लेंडिंग नियम वह ऑपरेटिंग सिस्टम हैं जिस पर पूरी मशीन चलती है। चाहे कोई फिनटेक खुद को BNPL प्लेटफ़ॉर्म कहे, एक क्रेडिट मार्केट-प्लेस, एक को-लेंडिंग पार्टनर, एक एम्बेडेड फाइनेंस प्लेयर या सिर्फ़ एक टेक कंपनी जो लेंडिंग में "सपोर्ट" करती है, सच्चाई सीधी है: डिजिटल लेंडिंग नियम आप पर प्रभाव डालते हैं।

यह शुरुआती दौर के संस्थापकों में सबसे ज्यादा गलत समझी जाने वाली हकीकत है। कई यह मान लेते हैं कि ये नियम केवल NBFCs या उन कंपनियों पर लागू होते हैं जो सीधे अपनी बैलेंस शीट से उधार देती हैं। लेकिन आधुनिक फिनटेक इकोसिस्टम पार्टनरशिप के ज़रिए बना है: फिनटेक प्लेटफ़ॉर्म, NBFCs, बैंक, LSPs और टेक्नोलॉजी इंटरमीडियरी

सभी मिलकर काम करते हैं। इसका मतलब है कि हर वह फिनटेक जो किसी भी तरह से क्रेडिट को छूता है, उसे डिजिटल लेंडिंग फ्रेमवर्क का पूरी तरह और लगातार पालन करना होगा।

यह नियम इसलिए बनाए गए क्योंकि डिजिटल क्रेडिट बहुत तेजी से बढ़ा और हमेशा साफ-सुथरे तरीके से नहीं बढ़ा। कुछ ऐप्स ने लोन तेजी से और ज्यादा आकर्षक तरीके से उपलब्ध कराए। कुछ ने फीस छिपाई, कुछ ने डेटा का गलत इस्तेमाल किया, कुछ ने बिना सही वेरिफिकेशन के ग्राहकों को जोड़ा और कुछ ने "प्लेटफॉर्म" और "उधारदाता" के बीच की रेखा को धुंधला कर दिया। RBI ने व्यवस्था, सुरक्षा और निष्पक्षता लाने के लिए हस्तक्षेप किया। आज, जब कोई फिनटेक कंपनी IPO की तैयारी करती है, तो ऑडिटर सबसे पहली चीज़ कंपनी के डिजिटल लेंडिंग आर्किटेक्चर की जाँच करते हैं।

बुनियादी सिद्धांत सरल है: ग्राहकों को पूरी जानकारी मिलनी चाहिए, लेंडर्स पूरी जिम्मेदारी लें और फाइनेंस सिस्टम में पूरी पारदर्शिता होनी चाहिए।

फ्रेमवर्क का पहला स्तंभ है उधार लेने वाले को साफ और सूचित सहमति। उधार लेने वाले को ठीक-ठीक पता होना चाहिए कि वे कौन सा लोन ले रहे हैं, असली उधारदाता कौन है, कौन से शुल्क लागू हैं, APR क्या है, रीपेमेंट शेड्यूल कैसा है, डिफॉल्ट होने पर क्या होगा और उनके डेटा का उपयोग कैसे किया जाएगा। हर डिटेिल को साफ तौर पर दिखाना जरूरी है। कोई छिपा हुआ टेक्स्ट, कोई भ्रमित करने वाली स्क्रीन, कोई छोटे फ्रॉन्ट वाला सरप्राइज नहीं होना चाहिए। IPO चरण के ऑडिट ऐप के प्रवाह की सावधानीपूर्वक जाँच करते हैं ताकि यह तय हो सके कि उधार लेने वाले को कभी गुमराह न किया जाए।

दूसरा स्तंभ है उधारदाता और उधार लेने वाले के बीच सीधा पैसे का प्रवाह (Direct Money Flow)। इस नियम ने भारतीय फिनटेक को हमेशा के लिए बदल दिया। लोन का वितरण सीधे उधारदाता के बैंक खाते से उधार लेने वाले के बैंक खाते में जाना चाहिए। रीपेमेंट उधार लेने वाले से वापस उधारदाता के पास जाना चाहिए। प्लेटफॉर्म बीच में नहीं बैठ सकते। कोई वॉलेट, कोई इंटरमीडियरी बैंक खाता, कोई "अस्थायी होल्डिंग खाता," और कोई पासथ्रू व्यवस्था नहीं। इसका उद्देश्य उधारदाता को क्रेडिट के लिए स्पष्ट रूप से जिम्मेदार बनाना और यह तय करना है कि ग्राहक को ठीक-ठीक पता हो कि उन्हें पैसा कौन दे रहा है। यदि आपका प्रवाह इस नियम से मेल नहीं खाता, तो आपकी IPO की तैयारी पर तुरंत सवाल उठेंगे।

तीसरा स्तंभ है हर शुल्क और शर्त की पूरी जानकारी देना। मुख्य तथ्य विवरण (Key Fact Statement - KFS) सरल, दिखने वाला और समझने में आसान होना चाहिए। इसमें ब्याज दर, प्रोसेसिंग फीस, लेट फीस, पेनल्टी स्ट्रक्चर, क्रेडिट की कुल लागत, उधारदाता का विवरण और रीपेमेंट शर्तें स्पष्ट रूप से लिस्टेड होनी चाहिए। कुछ भी छिपाया या अस्पष्ट सेवा शुल्कों में शामिल नहीं किया जा सकता। जब कोई फिनटेक IPO के लिए फाइल करता है, तो SEBI और ऑडिटर जाँच करते हैं कि क्या KFS लगातार सभी ग्राहकों को, सभी प्रकार के लोन पर और सभी पार्टनर्स के साथ दिखाया गया है।

चौथा स्तंभ है संग्रह (Collections) और ग्राहक संरक्षण के लिए जिम्मेदारी। डिजिटल लेंडिंग को उत्पीड़न, उधार लेने वाले के संपर्कों का दुरुपयोग, आक्रामक या धमकी भरे संदेशों और किसी भी तरह के

सार्वजनिक शर्मिंदगी से बचना चाहिए। RBI साफ शिकायत निवारण, प्रशिक्षित कलेक्शन पार्टनर, लिखित स्क्रिप्ट, उचित ग्राहक सहमति और एक स्पष्ट एस्केलेशन तंत्र की उम्मीद करता है। एक भी गंभीर कलेक्शन घटना निवेशक के भरोसे को नुकसान पहुँचा सकती है और नियामक असहजता पैदा कर सकती है, खासकर IPO के करीब।

एक और जटिल क्षेत्र है—FLDG, को-लेंडिंग और जोखिम-साझेदारी (Risk-Sharing) संरचनाएँ। RBI FLDG की अनुमति देता है, लेकिन तभी जब सही दस्तावेज़ीकरण, वास्तविक वित्तीय सपोर्ट और पारदर्शी रिपोर्टिंग मौजूद हो। को-लेंडिंग में जोखिम-साझेदारी, प्रक्रियाएँ, डेटा फ्लो और जिम्मेदारियाँ साफ परिभाषित होना अनिवार्य है। फाइनेल क्रेडिट निर्णय हमेशा उधार देने वाले (Lender) को ही लेना चाहिए, भले ही स्कोरिंग मॉडल फिनटेक ने बनाया हो। किसी भी प्रकार की "अनौपचारिक गारंटी" या "गैर-आधिकारिक व्यवस्था" IPO की ड्यू डिलिजेंस के दौरान बड़े मुद्दे खड़े कर सकती है।

डिजिटल लेंडिंग नियम KYC की गुणवत्ता पर सीधा असर डालते हैं। सही पहचान सत्यापन, आधार का उचित उपयोग, साफ वीडियो KYC रिकॉर्ड, दस्तावेज़ों का सुरक्षित भंडारण और कड़े ऑनबोर्डिंग कंट्रोल बेहद जरूरी हैं। कमजोर KYC धोखाधड़ी का कारण बनता है, और जब धोखाधड़ी बढ़ती है तो नियामक तुरंत सतर्क हो जाते हैं—जिसे सार्वजनिक बाज़ार बिल्कुल पसंद नहीं करता।

जब कोई फिनटेक कंपनी IPO की तैयारी करती है, तो ऑडिटर पिछले 12-18 महीनों की गतिविधियों का बारीकी से निरीक्षण करते हैं। वे स्क्रीन-शॉट, वर्ज़न हिस्ट्री, डेटा ट्रेल, पार्टनर एग्जिमेंट, FLDG कॉन्ट्रैक्ट, KYC लॉग्स और क्रेडिट फ्लो तक हर चीज़ की जाँच करते हैं। कोई भी छोटी असंगति चर्चा का मुद्दा बन जाती है और हर शॉर्टकट भविष्य का संभावित जोखिम माना जाता है।

इसी वजह से, संस्थापकों को डिजिटल लेंडिंग नियमों को प्रतिबंध नहीं, बल्कि सुरक्षा की परत के रूप में देखना चाहिए। यह नियम ग्राहकों को भ्रम से, लेंडर्स को जोखिम से, फिनटेक कंपनियों को अस्थिरता से और पूरे वित्तीय सिस्टम को दुरुपयोग से बचाते हैं। जिस फिनटेक के पास साफ, अनुशासित और मज़बूत डिजिटल लेंडिंग संरचना होती है, उसे नियामकों के साथ अधिक सुगमता, निवेशकों का मज़बूत भरोसा और IPO प्रक्रिया में काफी सहजता मिलती है।

पब्लिक मार्केट के सफ़र में, इन्वैशेन आपको ध्यान दिलाएगा। मगर साफ-सुथरा लेंडिंग फ्लो आपको मंजूरी दिलाएगा।



रिस्क इंजन और रिस्क का खुलासा: एक फिनटेक का असली प्रोडक्ट



फिनटेक की दुनिया में, संस्थापक अक्सर प्रोडक्ट के इन्वेंशन, ऐप डिजाइन, आसान ऑनबोर्डिंग या तेजी से ग्राहक बढ़ने का जश्न मनाते हैं। लेकिन जब आप पब्लिक लिस्टिंग की तरफ बढ़ते हैं, तो यह सारी चीजें अचानक पीछे छूट जाती हैं। IPO निवेशक, विश्लेषक, ऑडिटर और नियामक केवल एक चीज़ पर ध्यान देना शुरू कर देते हैं: रिस्क। आपका ऐप कस्टमर्स को आकर्षित कर सकता है, लेकिन आपका रिस्क इंजन यह तय करता है कि आप पब्लिक मार्केट के लिए तैयार हैं या नहीं।

फिनटेक को किसी टेक कंपनी की तरह नहीं आँका जाता। टेक में, जोखिम का मतलब आमतौर पर मुकाबला या रिस्क में कमी होती है। फिनटेक में, जोखिम का मतलब पैसे का नुकसान, नियामक (Regulator) कार्रवाई और ग्राहक को हानि होता है। यही कारण है कि एक फिनटेक IPO में सबसे बड़ा सवाल यह नहीं होता कि "आप कितनी तेजी से बढ़ रहे हैं?" बल्कि यह होता है कि "आप जोखिम को कितना बेहतर तरीके से नियंत्रित कर रहे हैं?" अगर आपका रिस्क इंजन भरोसेमंद नहीं है, तो आपको हर चरण में कठिनाई होगी — चाहे वह जाँच हो, वैल्यूएशन हो, प्राइसिंग हो या लिस्टिंग।

एक फिनटेक कई तरह के जोखिम उठाता है: क्रेडिट जोखिम, धोखाधड़ी का जोखिम, परिचालन जोखिम, डेटा जोखिम, एल्गोरिथम जोखिम और नियामक जोखिम। पब्लिक निवेशक इनमें से हर एक पर स्पष्टता चाहते हैं। वे सिर्फ ऊपरी बयानों के बजाय संख्याएँ, रुझान और स्पष्टीकरण चाहते हैं। जोखिम का ईमानदारी और सटीकता से खुलासा करने की आपकी क्षमता ही मज़बूती का सबसे बड़ा संकेत बन जाती है।

एक मुख्य भाग है धोखाधड़ी का जोखिम (Fraud Risk)। ई-कॉमर्स या राइट-हेलिंग के विपरीत, फिनटेक में धोखाधड़ी सीधे पैसे पर हमला करती है। यह आइडेंटिटी फ्रॉड, नकली प्रोफाइल, रीपेमेंट में हेरफेर, मर्चेन्ट की मिलीभगत या चोरी हुए क्रेडेंशियल्स जैसी चीजें हो सकती हैं। निवेशक देखना चाहते हैं कि आप कितनी धोखाधड़ी का सामना करते हैं, आपका कितना पैसा डूबता है, क्या यह रुझान सुधार रहा है, आपके सिस्टम कितनी तेजी से संदिग्ध व्यवहार को पकड़ते हैं और आप कौन से टूल्स इस्तेमाल करते हैं - चाहे वह रूल इंजन हो, डिवाइस सिग्नल हो, व्यवहार पैटर्न हो या मशीन लर्निंग। एक कंपनी जो धोखाधड़ी छिपाती है, वह डर पैदा करती है; एक कंपनी जो खुले तौर पर सुधार दिखाती है, वह विश्वास पैदा करती है।

लेंडिंग फिनटेक में सबसे बड़ा जोखिम क्रेडिट रिस्क होता है, खासकर NPA से जुड़ा हुआ। GNPA, NNPA, पहली किस्त में डिफॉल्ट, शुरुआती देरी, PAR बकेट्स और राइट-ऑफ़ जैसी मैट्रिक्स आपकी अंडरराइटिंग की असली तस्वीर दिखाती हैं। चाहे आपकी कमाई 100% क्यों न बढ़ जाए, लेकिन अगर NPAs बढ़ते हैं तो आपकी वैल्यूएशन तुरंत गिर सकती है। पब्लिक मार्केट परफेक्शन नहीं, बल्कि प्रेडिक्टबल और स्थिर ट्रेंड चाहते हैं। वे जानते हैं कि NPA होना सामान्य है, लेकिन उनका पैटर्न स्थिर होना चाहिए। जिस फिनटेक में डिलिक्वेंसी (delinquency) का व्यवहार स्थिर रहता है, उस पर बाज़ार का भरोसा बढ़ता है; और जिसमें NPA अनियमित हों, उस पर संदेह पैदा होता है। निवेशक कोहोर्ट पर-फॉर्मैस (cohort performance) भी देखते हैं—यानी आपका लोन बुक समय के साथ कैसे व्यवहार करता है—क्योंकि यह अंडरराइटिंग की असली तस्वीर दिखाता है, मार्केटिंग के शोर से दूर।

अगला बड़ा क्षेत्र एल्गोरिथम और AI-ड्रिवेन रिस्क है। आधुनिक फिनटेक लोन देने के लिए मशीन लर्निंग मॉडल, डिवाइस सिग्नल, डिजिटल फूट-प्रिंट्स, लेन-देन पैटर्न और व्यवहार स्कोरिंग पर निर्भर करता है। लेकिन अगर एल्गोरिथम पारदर्शी या समझने लायक न हों तो वे जोखिम पैदा कर सकते हैं। नियामक और निवेशक इस बात पर स्पष्टता चाहते हैं कि निर्णय कैसे लिए जाते हैं। क्या कोई मानवीय निगरानी है? क्या मॉडल का ऑडिट किया गया है? क्या इसमें कोई पक्षपात है? इसे कितनी बार दोबारा प्रशिक्षित किया जाता है? जब यह गलत निर्णय लेता है तो क्या होता है? IPO की तैयारी कर रही फिनटेक कंपनी को अपने मॉडल को सरल शब्दों में समझाना आना चाहिए, साथ ही यह भी साबित करना चाहिए कि जाँच और संतुलन मौजूद हैं।

कलेक्शन रिस्क इंजन का एक और स्तंभ है। किसी लेंडिंग बिज़नेस को केवल इस बात पर नहीं आँका जाता कि वह लोन कैसे मंजूर करता है, बल्कि इस बात पर भी आँका जाता है कि वह उन्हें कितनी असरदार और ज़िम्मेदारी से वसूलता है। कलेक्शन की क्षमता, ग्राहकों का सही वर्गीकरण, बातचीत का तरीका, कॉल की गुणवत्ता, एजेंसी का चयन और शिकायतें निपटाने का तरीका — यह सभी आपके रिस्क प्रोफाइल को प्रभावित करते हैं। आक्रामक, अव्यवस्थित या अनियंत्रित कलेक्शन आपकी छवि को नुकसान पहुँचा सकता है और नियामक का ध्यान खींच सकता है। एक मज़बूत कलेक्शन रणनीति एक मज़बूत फिनटेक की निशानी है।

IPO की तैयारी में रिस्क डिस्कलोज़र का बहुत बड़ा रोल होता है। आपकी डैशबोर्ड, ट्रेंड लाइन, पिछले प्रदर्शन का रिकॉर्ड, स्ट्रेस टेस्ट के नतीजे और व्यवहार में बदलाव के कारण दिखाने होंगे। मुद्दों को छिपाना खतरनाक है। पारदर्शी होना विश्वास बनाता है। मज़बूत संस्थापक जोखिम के खुलासे को खतरा नहीं, बल्कि एक अवसर मानते हैं। वे इसका उपयोग यह दिखाने के लिए करते हैं कि उनका बिज़नेस कैसे सुधर रहा है, उनके सिस्टम कैसे ज्यादा मज़बूत हो रहे हैं और भविष्य के जोखिम को कैसे बेहतर ढंग से नियंत्रित किया जाएगा।

IPO की तैयारी कर रही फिनटेक कंपनी को अनुशासन के मामले में एक बैंक की तरह व्यवहार करना चाहिए: हर महीने जोखिम की जाँच, अलग-अलग कमेटीयों, हर फैसले का रिकॉर्ड, आसान एल्गोरिथम, स्ट्रेस टेस्ट और साफ़ नियम। एक मज़बूत, अनुमानित और ठीक से मैनेज किया गया रिस्क इंजन सीधे आपके IPO की वैल्यू बढ़ाता है। बाज़ार ऐसे अनुशासन को सराहता है। वे उन कंपनियों को पुरस्कृत करते हैं जो अपने रिस्क को बेहतर समझती हैं और ऐसे फिनटेक्स को भी जो नियंत्रण खोए बिना ग्रोथ कर सकती हैं।

आखिर में, एक फिनटेक का असली प्रोडक्ट वह ऐप नहीं है जिसे ग्राहक इस्तेमाल करता है। असली प्रोडक्ट वह रिस्क इंजन है जो पदों के पीछे चुपचाप काम करता है। यही तय करता है कि आपका रिवेन्यू स्थिर है या नहीं, आपकी वैल्यूएशन सही है या नहीं और बाजार आप पर एक पब्लिक कंपनी के रूप में भरोसा करेगा या नहीं।

वैल्यूएशन में उतार-चढ़ाव: फिनटेक वैल्यूएशन तेज़ी से क्यों बढ़ती और गिरती है

फिनटेक में IPO की तैयारी कर रहे फाउंडर्स के लिए सबसे बड़ी हैरानी यह होती है कि उनकी कंपनी की वैल्यू कितनी तेजी से बदलती है। आम टेक कंपनियाँ धीरे-धीरे बढ़ती और धीरे-धीरे गिरती हैं। लेकिन फिनटेक कंपनियों में अचानक उछाल और तेज़ गिरावट आम बात है, यहां तक कि जब ग्राहक बढ़ोत्तरी स्थिर होती है। असल कारण सरल है: फिनटेक ज्यादा जोखिम, ज्यादा नियम और ज्यादा उतार-चढ़ाव लेकर चलता है।

फिनटेक वित्त और टेक्नोलॉजी के बीच बैठा है। वित्त बहुत नियंत्रित होता है और टेक्नोलॉजी तेजी से बदलती है। जब आप दोनों को जोड़ते हैं, तो ऐसा इंडस्ट्री बनती है जहाँ भरोसा तुरंत बढ़ सकता है और तुरंत घट सकता है। पब्लिक मार्केट निवेशक, विश्लेषक और रेगुलेटर फिनटेक को कड़ी नजर से देखते हैं क्योंकि ये कंपनियाँ पैसा, पहचान और क्रेडिट संभालती हैं। यही वजह है कि फिनटेक वैल्यूज़ खबरों, ट्रेड्स और खुलासों पर बेहद संवेदनशील होती हैं।

फिनटेक में वैल्यू में उतार-चढ़ाव के तीन बड़े कारण हैं: नियम, क्रेडिट रिस्क और फ्राँड रिस्क। यह तीनों आपके कंपनी के मूल्य को आपकी कमाई से भी तेज़ी से बदल सकते हैं।

पहली और सबसे बड़ी ताकत नियम हैं। फिनटेक में RBI का एक सर्कुलर आपकी कमाई, खर्च या ग्राहक जोड़ने का तरीका एक रात में बदल सकता है। डिजिटल लेंडिंग, KYC, FLDG, MDR, डेटा यूज़ या कलेक्शन पर कोई भी नया नियम शेर बाज़ार को हिला सकता है। निवेशक नियमों से नहीं डरते—वे उतार-चढ़ाव से डरते हैं। अगर आपका बिज़नेस मॉडल ऐसे किसी "गैप" पर चलता है जिसे नियम एक दिन बंद कर दें, तो वैल्यूएशन गिर सकती है। जो फिनटेक सिर्फ अनुकूल नियमों के कारण चल रही है, उसे स्थिर नहीं माना जाता। लेकिन जो नियम बदलने के बाद भी मज़बूत रहती है, उस पर निवेशकों का भरोसा बढ़ जाता है और उसकी कीमत भी ज्यादा होती है।

दूसरी ताकत है क्रेडिट रिस्क - खासकर NPAs। सामान्य टेक कंपनियों के पास लोन नहीं होते, इसलिए एक खराब तिमाही सिर्फ रिवेन्यू घटाती है। लेकिन फिनटेक में NPAs बढ़े तो मुनाफा, पार्टनर का भरोसा और भविष्य की ग्रोथ—तीनों को एक साथ झटका लगता है। देरी की दर थोड़ी भी बढ़ी तो वैल्यूएशन गिर सकती है, क्योंकि बाज़ार सोचता है: "अगर अभी ऐसा हो गया, तो मुश्किल समय में क्या होगा?" NPAs में स्थिरता भरोसा बनाती है, और उतार-चढ़ाव भरोसा तोड़ते हैं। यही वजह है कि स्थिर बैंकों/NBFCs को ज्यादा वैल्यू मिलती है—और यही नियम फिनटेक पर भी लागू होता है।

तीसरी ताकत है धोखाधड़ी का रिस्क। धोखाधड़ी से सीधे नुकसान होता है। यह दिखाता है कि कंपनी के नियंत्रण, KYC और चेक कमजोर हैं।

मार्केट धोखाधड़ी की खबरों पर तुरंत प्रतिक्रिया देता है—क्योंकि फाइनेंस बिज़नेस की नींव भरोसा होता है। इसलिए IPO की तैयारी कर रही फिनटेक को यह साबित करना होता है कि धोखाधड़ी कम हो रही है और सिस्टम मज़बूत है।

इन तीन बड़े जोखिमों के अलावा कुछ और बातें भी वैल्यूएशन को बहुत संवेदनशील बनाती हैं। फिनटेक की कमाई अनुमानित नहीं होती—क्योंकि यह ग्राहक के व्यवहार, रिपेमेंट और पार्टनरशिप पर निर्भर करती है। अगर पार्टनर बैंक/NBFC अपना हिस्सा बदल दे या रिस्क कम कर दे, तो ग्रोथ तुरंत रुक सकती है। एक या दो ही पार्टनरों पर ज्यादा निर्भर रहना भी बहुत बड़ा खतरा माना जाता है। अगर कोई एक पार्टनर पीछे हट जाए, पूरा मॉडल डगमगा सकता है। इसे कंसन्ट्रेशन रिस्क कहते हैं।

फ़ाउंडर्स रेगुलेशन-प्रूफ और प्रीडिक्टेबल-रिस्क (predictable risk) वाला बिज़नेस मॉडल चलाकर वैल्यूएशन में आने वाले उतार-चढ़ाव को काफी हद तक कम कर सकते हैं। इसका मतलब है—मज़बूत कंप्लायंस, कई पार्टनर, 12-18 महीने तक स्थिर NPAs, सुरक्षित प्रॉविजनिंग, साफ़ डिजिटल लेंडिंग प्रक्रियाएँ और निवेशकों के साथ पारदर्शिता। मज़बूत फिनटेक आश्चर्यों को कम करके भरोसा बढ़ाती हैं। वे दिखाती हैं कि नियम बदलें या बाज़ार बदले—वे स्थिर रह सकती हैं।

पब्लिक मार्केट में वैल्यूएशन सम्मान का पुरस्कार नहीं है—यह स्थिरता का परिणाम है। फाउंडर्स को यह समझना चाहिए कि अचानक बढ़ी वैल्यू-एशन जीत नहीं है; यह संकेत भी हो सकता है कि बाज़ार "परफेक्ट" परफॉर्मेंस की उम्मीद कर रहा है और उस उम्मीद से थोड़ी सी भी चूक कीमत गिरा सकती है। एक स्थिर वैल्यूएशन हमेशा ऊँची लेकिन अस्थिर वैल्यूएशन से बेहतर होती है।

फिनटेक की वैल्यूएशन तेज़ी से बदलती है, क्योंकि यह किसी भी दूसरे सेक्टर से ज्यादा भरोसे पर टिकी होती है। अगर भरोसा बढ़े, तो वैल्यूएशन तेजी से ऊपर जाती है। अगर भरोसा घटे, तो उतनी ही तेजी से गिर जाती है। इसलिए IPO की तैयारी कर रहे संस्थापकों को वैल्यूएशन के पीछे भागने के बजाय—स्थिरता, पूर्वानुमान और ज़िम्मेदारी पर ध्यान देना चाहिए।

फिनटेक में वैल्यूएशन हाइप से नहीं बनती—भरोसे से बनती है।

और भरोसा अनुशासन से आता है, रफ़्तार से नहीं।



पूँजी और नकदी की मज़बूती: एक फ़िनटेक IPO की वित्तीय रीढ़



जब कोई फ़िनटेक कंपनी IPO की तैयारी करती है, तो ज्यादातर फ़ाउंडर्स शुरुआत में ग्रोथ, प्रोडक्ट परफ़ॉर्मेंस या यूज़र स्केल जैसी चीज़ों पर ध्यान देते हैं। लेकिन पब्लिक मार्केट के निवेशक सबसे पहले कहीं और देखते हैं—कंपनी की वित्तीय रीढ़ पर। वे यह जानना चाहते हैं कि क्या फ़िनटेक के पास इतने मज़बूत संसाधन हैं कि वह किसी भी झटके को संभाल सके, अनिश्चितता के दौर में टिक सके और अच्छे-बुरे दोनों समय में बिना रुके काम करता रहे। फ़िनटेक की दुनिया में कैपिटल और लिक्विडिटी स्ट्रैथ सिर्फ़ फ़ाइनेंशियल शब्द नहीं हैं—ये कंपनी के अस्तित्व के लिए सबसे ज़रूरी शर्तें हैं।

एक टेक कंपनी कम पूँजी में भी चल सकती है, क्योंकि उसके पास न तो लोन बुक होती है और न ही डिफ़ॉल्ट का जोखिम। लेकिन फ़िनटेक के मामले में ऐसा नहीं है—उसे लोन का लॉस, कलेक्शन साइकल, रिपेमेंट डिले, फ़ॉड हिट, प्रोविज़निंग और को-लेंडिंग की ज़िम्मेदारियाँ झेलनी पड़ती हैं। बाहर से भले ही कोई फ़िनटेक तेज़ और इनोवेटिव दिखे, लेकिन अगर अंदर उसकी वित्तीय संरचना कमजोर हो, तो पब्लिक इन्वेस्टर्स तुरंत परेशान हो जाते हैं। यही कारण है कि कैपिटल एडिक्वेसी, लिक्विडिटी बफ़र्स और स्थिर फंडिंग फ़िनटेक में पारंपरिक टेक कंपनियों की तुलना में कहीं ज्यादा महत्वपूर्ण मानी जाती हैं।

पहला और सबसे महत्वपूर्ण तत्व है कैपिटल एडिक्वेसी। अगर आपकी फ़िनटेक किसी NBFC या लेंडिंग पार्टनर के साथ काम करती है या फिर आप अपनी रेग्युलेटेड एंटीटी के ज़रिए लोन देते हैं, तो पूँजी ही वह कुशन होती है जो बिज़नेस को सुरक्षा देती है। पब्लिक इन्वेस्टर्स यह देखते हैं कि आपकी नेटवर्थ कितनी मज़बूत है, लॉस झेलने के लिए पर्याप्त प्रोविज़निंग है या नहीं और बिज़नेस को ज़िम्मेदारी से बढ़ाने के लिए पर्याप्त रनवे मौजूद है या नहीं। कैपिटल यह साबित करती है कि आपकी कंपनी कठिन तिमाहियों, बढ़ते NPAs या अचानक आए नियमों के बदलाव को बिना डगमगाए संभाल सकती है। जब किसी फ़िनटेक के पास मज़बूत बफ़र्स होते हैं, तो निवेशकों का भरोसा बढ़ता है कि कंपनी उतार-चढ़ाव को बिना घबराहट के संभाल लेगी। इसके विपरीत, कम पूँजी पर चलने वाली फ़िनटेक हमेशा जोखिम भरी मानी जाती है।

दूसरा बड़ा तत्व है लिक्विडिटी स्टेबिलिटी, जिसे शुरुआती स्टेज के कई फ़ाउंडर्स सही तरह से समझ नहीं पाते। लिक्विडिटी सिर्फ़ बैंक में पड़े कैश

का नाम नहीं है—यह आपकी वह क्षमता है जिससे आप लोन फंड कर सकें, अपनी देनदारियाँ समय पर चुकाएँ, वर्किंग कैपिटल संभालें, और ऑपरेशन्स बिना रुकावट चलाते रहें। अगर लिक्विडिटी कमजोर हो जाए तो डिसबर्सल धीमे पड़ जाते हैं, पार्टनर सेटलमेंट में देरी होती है, ग्रोथ रुकती है, और ग्राहक भरोसा भी खराब हो सकता है। इसलिए पब्लिक इन्वेस्टर्स कंपनी की लिक्विडिटी को बेहद ध्यान से जांचते हैं। वे देखते हैं पैसा कहाँ से आ रहा है और कहाँ जा रहा है, रिपेमेंट कैसा चल रहा है, कैश रिज़र्व कितने मज़बूत हैं और कंपनी कितने शॉर्ट-टर्म प्रेशर को झेल सकती है। वे यह भी देखते हैं कि क्या कंपनी का बिज़नेस लगातार नए फंडिंग राउंड पर निर्भर है। जिन फ़िनटेक कंपनियों को बार-बार नई फंडिंग की ज़रूरत पड़ती है, वे पब्लिक मार्केट में अस्थिर और जोखिम भरी दिखाई देती हैं।

एक और बड़ा कारक है अलग-अलग फंडिंग लाइन्स। अगर कोई फ़िनटेक सिर्फ़ एक NBFC या एक बैंक पार्टनर पर निर्भर है, तो उसे बहुत कमजोर माना जाता है। क्योंकि अगर वही पार्टनर अपना लोन कम कर दे, शर्तें बदल दे या कुछ समय के लिए लोन देना रोक दे, तो पूरा फ़िनटेक मॉडल परेशानी में पड़ सकता है। पब्लिक इन्वेस्टर्स कंसंट्रेशन रिस्क पसंद नहीं करते, क्योंकि यह स्वतंत्रता और दीर्घकालिक सुरक्षा की कमी का संकेत देता है। इसलिए IPO की तैयारी कर रहे फ़िनटेक को चाहिए कि वे कई लेंडिंग पार्टनर बनाएँ, अपने को-लेंडिंग संबंधों में विविधता लाएँ, अलग-अलग पूँजी स्रोतों तक पहुँच बनाएँ और एक ही पार्टनर पर निर्भर न रहें। आपका फंडिंग बेस जितना मज़बूत और विविध होगा, आपकी वैल्यूएशन उतनी ही स्थिर मानी जाएगी।

पूँजी और नकदी की मज़बूती यह भी तय करती है कि बाज़ार आपकी लंबी अवधि की रणनीति को कैसे देखता है। परिपक्व फ़िनटेक सिर्फ़ अगली तिमाही नहीं, बल्कि आने वाले 12-18 महीनों की फंडिंग ज़रूरत की योजना बनाते हैं। वे स्ट्रेस टेस्ट करते हैं ताकि यह समझ सकें कि बढ़ते NPAs या कड़े नियम आने पर बिज़नेस कैसा चलेगा। वे प्रोविज़निंग के लिए स्पष्ट आंतरिक नीतियाँ बनाते हैं, बोर्ड के साथ नियमित रूप से पूँजी की स्थिति की समीक्षा करते हैं और इतने बफ़र रखते हैं कि किसी अचानक बदलाव में घबराकर गलत निर्णय न लेने पड़ें। यह वित्तीय अनु-शासन बताता है कि कंपनी पब्लिक वित्तीय संस्था की तरह गंभीर और ज़िम्मेदार तरीके से काम करने के लिए तैयार है।

पब्लिक मार्केट उन कंपनियों को ज्यादा महत्व देता है जो तेज़ी से बढ़ने के बजाय सुरक्षा और स्थिरता को प्राथमिकता देती हैं। मज़बूत पूँजी और पर्याप्त नकदी वाली फ़िनटेक कंपनियाँ ज़िम्मेदारी से बढ़ती हैं, अच्छे पार्टनर्स को आकर्षित करती हैं, बेहतर शर्तों पर बात कर पाती हैं, क्रेडिट चक्रों को आसानी से संभालती हैं और मुश्किल समय में भी निवेशकों का भरोसा बनाए रखती हैं। इसके उलट, जो फ़िनटेक बिना मज़बूत वित्तीय नींव के बहुत तेज़ी से बढ़ने की कोशिश करती हैं, उन्हें हमेशा शक की नज़र से देखा जाता है। ऐसी कंपनियों को कम वैल्यूएशन मिलता है और एनालिस्ट बार-बार उनकी स्थिरता पर सवाल उठाते हैं।

संक्षेप में, पूँजी की मज़बूती आपकी बीमा पॉलिसी है और नकदी की मज़बूती आपकी रोज़ की लाइफ़लाइन है। दोनों मिलकर आपके IPO की भरोसे की नींव बनाते हैं। जो फ़िनटेक संस्थापक पूँजी और नकदी—दोनों को गंभीरता से लेते हैं, वे न सिर्फ़ IPO यात्रा को आसान बनाते हैं, बल्कि एक ऐसी कंपनी भी तैयार करते हैं जो लंबे समय तक टिकने, बढ़ने और चुनौतियों का सामना करने की क्षमता रखती हो।

डेटा गवर्नेंस और साइबर सुरक्षा: फिनटेक की नई भरोसे की मुद्रा

फिनटेक में, भरोसा ही सब कुछ है। ग्राहक आप पर अपने पैसे, अपनी पहचान, अपनी निजी जानकारी और अपने वित्तीय व्यवहार के लिए भरोसा करते हैं। नियामक आप पर इस डेटा को जिम्मेदारी से संभालने के लिए भरोसा करते हैं। पार्टनर आप पर साइबेसिस्टम को सुरक्षित रखने के लिए भरोसा करते हैं और पब्लिक मार्केट के निवेशक आप पर ऐसी किसी संध (Breaches) से बचने के लिए भरोसा करते हैं जो पूरे बिजनेस को नुकसान पहुंचा सके। यही वजह है कि IPO के सफ़र में, डेटा गवर्नेंस और साइबर सुरक्षा उतने ही ज़रूरी हो जाते हैं जितने कि रेवेन्यू, नियमों का पालन या रिस्क मैनेजमेंट।

क्रेडिट में की गई गलती आपके बैलेंस शीट पर असर डालती है। डेटा में की गई गलती आपकी छवि पर असर डालती है। छवि का नुकसान ठीक करना कहीं ज़्यादा मुश्किल होता है।

फिनटेक डिजिटल अर्थव्यवस्था में सबसे संवेदनशील तरह का डेटा संभालती है — आधार विवरण, पैन नंबर, बैंक स्टेटमेंट, KYC डॉक्यूमेंट, आय की जानकारी, क्रेडिट व्यवहार, लोकेशन पैटर्न, डिवाइस सिग्नल और लेन-देन का इतिहास। यही कारण है कि फिनटेक साइबर अपराधियों के लिए सबसे आकर्षक लक्ष्य बन जाती है और नियामक नज़रिए से भी इन्हें एक हाई-रिस्क कैटेगरी माना जाता है। पब्लिक निवेशक इस खतरे को गहराई से समझते हैं, इसलिए IPO की तैयारी के दौरान वे आपके डेटा सिस्टम को बहुत ध्यान से परखते हैं।

मज़बूत डेटा गवर्नेंस का पहला आधार है — सिर्फ़ ज़रूरी डेटा जुटाना। मज़बूत फिनटेक वही डेटा इकट्ठा करती हैं जिसकी सच में ज़रूरत होती है। वे “शायद आगे काम आए” सोचकर अतिरिक्त जानकारी नहीं लेतीं। वे स्पष्ट सहमति देने वाली स्क्रीन डिज़ाइन करती हैं, अनावश्यक परमिशन से बचती हैं और शुरुआत से ही प्राइवैसी-फ़र्स्ट तरीका अपनाती हैं। पब्लिक मार्केट उन कंपनियों को पसंद नहीं करते जो बिना किसी स्पष्ट उद्देश्य के बहुत अधिक डेटा इकट्ठा करती हैं, क्योंकि ऐसा करना कानूनी, ऑपरेशनल और प्रतिष्ठा के जोखिम को बढ़ाता है। IPO ड्यू डिलिजेंस के दौरान, ऑडिटर यह परखते हैं कि आपका डेटा इकट्ठा करने का पूरा तरीका लगातार एक जैसा रहा है या नहीं, नियमों के अनुरूप है या नहीं, और क्या वह ग्राहक की गोपनीयता का सम्मान करता है या नहीं।

दूसरा महत्वपूर्ण स्तंभ है डेटा की सुरक्षा। डेटा को सुरक्षित तरीके से स्टोर, एन्क्रिप्ट और एक्सेस-नियंत्रित रखना ज़रूरी है, साथ ही इसका नियमित बैकअप और निगरानी भी होनी चाहिए। RBI यह सुनिश्चित करता है कि क्लाउड सुरक्षा, एन्क्रिप्शन, एडमिन लॉग, वेंडर एग्रीमेंट और डिज़ास्टर रिकवरी सही हों। अगर बहुत सारे कर्मचारी बिना रोक-टोक डेटा तक पहुँच सकते हैं, तो यह बड़ी समस्या बन सकती है। पब्लिक निवेशक चाहते हैं कि कंपनी साइबर हमले या आंतरिक दुरुपयोग के बावजूद अपने डेटा की सुरक्षा सुनिश्चित करे।

तीसरा स्तंभ है सुरक्षित डेटा साइबेसिस्टम, जिसे शुरुआती स्टेज के कई फ़ाउंडर्स नजरअंदाज कर देते हैं। फिनटेक कंपनियाँ लेंडर्स, वेरिफिकेशन एजेंसियों, एनालिटिक्स प्रोवाइडर्स, टेक वेंडर्स, कलेक्शन पार्टनर्स और क्लाउड प्लेटफ़ॉर्मर्स के साथ काम करती हैं, और हर पार्टनर एक संभावित जोखिम बन सकता है। नियामक अपेक्षा करते हैं कि साफ़ कॉन्ट्रैक्ट,

मजबूत डेटा-शेयरिंग नियम, वेंडर ऑडिट और डेटा रिवोकेशन अधिकार मौजूद हों। अगर कोई भी बाहरी पार्टनर डेटा का जिम्मेदारी से इस्तेमाल नहीं करता, तो इसका असर फिनटेक पर ही पड़ता है। पब्लिक कंपनियाँ इस जोखिम को बर्दाश्त नहीं कर सकतीं।

सबसे ज़रूरी और अंतिम स्तंभ है साइबर सुरक्षा मजबूती। फिनटेक प्लेटफ़ॉर्म पर साइबर हमले हर साल बढ़ रहे हैं, और हमलावर वित्तीय डेटा को निशाना बनाते हैं क्योंकि उसका मूल्य बहुत अधिक होता है। एक अकेली संध (Breach) भी घबराहट, नकारात्मक मीडिया कवरेज, यूज़र्स का अविश्वास, नियामक की जाँच और वैल्यूएशन को नुकसान पहुँचा सकती है। IPO की तैयारी कर रही फिनटेक को यह साबित करना होता है कि उसके पास मजबूत साइबर सुरक्षा सिस्टम मौजूद हैं — जैसे लगातार निगरानी, घुसपैठ का पता लगाना, पेनेट्रेशन टेस्टिंग, सुरक्षित कोडिंग के तरीके, कर्मचारियों को ट्रेनिंग, पासवर्ड नीतियाँ, टू-फैक्टर ऑथेंटिकेशन, घटना प्रतिक्रिया योजनाएँ और नियमित सुरक्षा ऑडिट।

निवेशक यह देखना चाहते हैं कि आप साइबर खतरों को संभालने के लिए कितने तैयार हैं। वे मजबूती के संकेत ढूँढते हैं — जैसे क्या बोर्ड नियमित रूप से सुरक्षा की स्थिति की समीक्षा करता है, क्या कंपनी के पास आंतरिक सुरक्षा टीम है, घटनाओं को कैसे रिपोर्ट और हल किया जाता है, और पिछली समस्याओं को कितनी जिम्मेदारी से संभाला गया था। यहाँ पारदर्शिता बेहद महत्वपूर्ण है। किसी घटना को छिपाने से नुकसान ज़्यादा होता है, बजाय उसे ईमानदारी से सामने लाने के।

डेटा गवर्नेंस और साइबर सुरक्षा सीधे रेवेन्यू नहीं बढ़ाते, लेकिन वे आपके IPO के लिए उससे भी मूल्यवान चीज़ बनाते हैं: भरोसा। साफ़ और जिम्मेदार डेटा प्रक्रियाएँ वाली फिनटेक नियामकों, पार्टनरों और पब्लिक निवेशकों की पसंद बन जाती है। यह विश्वसनीयता, गंभीरता और लंबी अवधि की सोच को दर्शाता है। जैसे-जैसे फिनटेक का विस्तार होता है, यही गुण आपकी सबसे मजबूती वाली प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त (Competitive Advantage) बन जाते हैं।

पब्लिक मार्केट में भरोसा सिर्फ़ अच्छी वित्तीय स्थिति से नहीं बनता, बल्कि इस आश्वासन से बनता है कि ग्राहक का डेटा पूरी तरह सुरक्षित है। बिना इस भरोसे के, कोई भी फिनटेक आत्मविश्वास के साथ पब्लिक मार्केट में प्रवेश नहीं कर सकती। लेकिन जब यह नींव मजबूत होती है, तो कंपनी एक ऐसी छवि बनाती है जो लंबे समय तक कायम रहती है।



निष्कर्ष

जैसे-जैसे फिनटेक बढ़ता है, शुरुआती दिनों में फ़ाउंडर का ध्यान नई चीज़ें बनाने, नए यूज़र्स लाने और जल्दी बढ़ने पर रहता है। लेकिन जैसे ही कंपनी IPO की तैयारी करती है, सब कुछ बदल जाता है। उम्मीदें बढ़ जाती हैं, जाँच-पड़ताल गहरी हो जाती है और ज़िम्मेदारी भी बहुत बड़ी हो जाती है। फिनटेक का IPO सिर्फ़ एक फ़ाइनेंशियल कदम नहीं होता — यह कंपनी की मज़बूती की परीक्षा होती है और फ़ाउंडर की सोच को भी इस नए चरण के हिसाब से बदलना पड़ता है।

पब्लिक मार्केट तेज़ी से बढ़ने के बजाय स्थिरता को ज्यादा महत्व देते हैं। बड़े-बड़े प्रयोगों से ज्यादा पक्के और भरोसेमंद परिणाम पसंद करते हैं। वे ऐसी कंपनियों को मानते हैं जो दबाव संभाल सकें, नियमों का पालन कर सकें, जोखिम को सही तरीके से मैनेज कर सकें और बड़े स्तर पर ज़िम्मेदारी से काम कर सकें। एक फ़ाउंडर के लिए इसका मतलब है कि सिर्फ़ तेज़ ग्रोथ के पीछे भागने के बजाय लंबी उम्र वाली कंपनी बनाने पर ध्यान देना। “अगले महीने क्या हासिल होगा?” से हटकर “अगले 10 साल कंपनी कैसे मज़बूत चलेगी?” सोचना जरूरी हो जाता है।

इस सोच में बदलाव का मतलब है — समझना कि कम्प्लायंस बोझ नहीं, आपकी नींव है। डिजिटल लेंडिंग के नियम रोक नहीं हैं — वे आपकी सुरक्षा रेखा हैं। रिस्क की जानकारी देना कमजोरी नहीं — ईमानदारी है। कैपिटल बफ़र बेकार पड़ा पैसा नहीं — आपका बीमा है। डेटा सुरक्षा सिर्फ़ टेक्निकल ज़रूरत नहीं — ग्राहक के भरोसे की धड़कन है।

जब फ़ाउंडर इन बातों को अपनाते हैं, तब IPO की यात्रा सरल होती है, भरोसेमंद बनती है और सभी तरफ़ सम्मान मिलता है। निवेशकों को विश्वास होता है। रेगुलेटर्स मज़बूती देखते हैं। टीम ज्यादा स्पष्टता से काम करती है और कंपनी मज़बूत आधार पर खड़ी होती है।

पब्लिक होना सिर्फ़ फंड जुटाने का तरीका नहीं है।

यह साबित करने का तरीका है कि आपकी फिनटेक कंपनी भारत की वित्तीय प्रणाली की उम्मीदों के अनुसार अनुशासन, पारदर्शिता और ज़िम्मेदारी के साथ काम कर सकती है। यह दिखाने का मौका है कि आपकी कंपनी लंबी दौड़ के लिए तैयार है।

जो फ़ाउंडर इस सोच को अपनाते हैं, वे सिर्फ़ एक सफल फिनटेक नहीं बनाते — वे एक भरोसेमंद संस्था बनाते हैं जो आने वाले सालों तक बढ़ सकती है, बदल सकती है और नेतृत्व कर सकती है।



भारत के फ़िनटेक यूनिकॉर्न: वैश्विक मंचों के निर्माता

अध्याय 1: परिचय: फ़िनटेक की शक्ति में बदलाव

पिछले चार दशकों में भारत ने अपने वित्तीय क्षेत्र में एक सबसे बड़ा बदलाव देखा है। हालाँकि, यह बदलाव केवल फ़िनटेक इनोवेशन से ही नहीं आया—इसे बुनियादी तौर पर उपलब्ध सुविधाओं और इंफ़्रास्ट्रक्चर के विकास ने आकार दिया है। मुंबई में 1987 में लगे पहले ATM से लेकर 2025 में हर महीने 20 अरब से ज्यादा UPI लेनदेन तक, भारत का फ़िनटेक सफ़र इस बात की कहानी है कि कैसे इंफ़्रास्ट्रक्चर—जैसे कंप्यूटर, साइबर कैफ़े, मोबाइल फ़ोन, ब्रॉडबैंड, डिजिटल पहचान और स्मार्टफ़ोन—एक साथ आए और दुनिया का सबसे बड़ा डिजिटल पेमेंट इकोसिस्टम बनाया।

सबसे बड़ा मोड़ 2016 में आया जब नोटबंदी हुई और ठीक उसी समय जियो की 4G क्रांति और UPI लॉन्च हुए, रातोंरात बड़ी करेसी बंद हो गई। इस कदम ने करोड़ों लोगों को डिजिटल पेमेंट के विकल्प तलाशने पर मजबूर कर दिया, जिससे टेक्नोलॉजी पर बेस्ड फाइनेंशियल इकोसिस्टम का रास्ता खुल गया। हालाँकि, यह तेज़ी तभी संभव हो पाई क्योंकि लग-भग एक दशक के इंफ़्रास्ट्रक्चर निवेश ने पहले ही नींव तैयार कर दी थी: 50 करोड़ से ज्यादा लोगों के हाथों में सस्ते स्मार्टफ़ोन, बहुत सस्ता डेटा और आधार कार्ड पहचान को सुनिश्चित करता है।

आज, UPI हर महीने 20 अरब से ज्यादा लेनदेन संभालता है, जिससे भारत डिजिटल भुगतान में लीडर बन गया है। इस गति ने भारत को वैश्विक फ़िनटेक की सुर्खियों में ला दिया। भुगतान से आगे बढ़कर, अब यह सेक्टर डिजिटल लोन, वेल्थ और बीमा प्लेटफ़ॉर्म, नियोबैंकिंग और नियामक टेक्नोलॉजी तक फैल चुका है। भारत सिर्फ़ फ़िनटेक के ज़रिए फ़िनटेक पावरहाउस नहीं बन सकता था—इसके लिए कई वर्षों तक चली तकनीकी इंफ़्रास्ट्रक्चर की परतों को व्यवस्थित रूप से एक साथ आने की ज़रूरत थी।

इस गति ने भारत को वैश्विक फ़िनटेक की सुर्खियों में ला दिया। भुगतान से आगे बढ़कर, अब यह सेक्टर डिजिटल लोन, वेल्थ और बीमा प्लेटफ़ॉर्म, नियोबैंकिंग और नियामक टेक्नोलॉजी तक फैल चुका है। हुरुन और ट्रैक्सन (2025) के अनुसार, भारत में 28 से ज्यादा फ़िनटेक यूनिकॉर्न हैं, जिनकी कुल वैल्यू लगभग 130–135 बिलियन डॉलर है, जो यह साबित करता है कि फ़िनटेक ने भारत की स्टार्टअप संस्कृति को अंदर तक बदल दिया है।

यह सफलता भारत की अनोखी ताकतों का नतीजा है: युवा, डिजिटल समझ रखने वाली आबादी, आधार, DigiLocker और UPI जैसी सरकारी पहल और RBI और SEBI जैसे सक्रिय नियामक, जिन्होंने भरोसा सुनिश्चित करते हुए इनोवेशन को बढ़ावा दिया। घरेलू और वैश्विक निवेशक लगातार उन फ़िनटेक कंपनियों को समर्थन दे रहे हैं जो अंतर्राष्ट्रीय महत्व वाली बड़ी चुनौतियों को हल कर रही हैं।

यह क्रांति केवल टेक्नोलॉजी से नहीं, बल्कि उन संस्थापकों द्वारा चलाई जा रही है जिन्होंने वित्तीय सुविधाओं की बुनियादी कमियों को पहचाना और डिजिटल फाइनेंस को सुलभ बनाया—QR-बेस्ड भुगतान अपनाने



वाले छोटे व्यापारियों से लेकर अपनी संपत्ति बढ़ाने के लिए आसान ऐप्स का उपयोग करने वाले पहली बार निवेश करने वालों तक। यह प्लेटफ़ॉर्म अब शहरी और ग्रामीण भारत दोनों में रोज़मर्रा की ज़िंदगी का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन गए हैं।

यह कहानी बताती है कि भारत के फ़िनटेक चैंपियन कैसे फाइनेंस के भविष्य को आकार दे रहे हैं, अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में विस्तार कर रहे हैं और दुनिया के लिए प्रोडक्ट बना रहे हैं। यह सफ़र अभी शुरुआती चरण में है और आने वाला दशक भारतीय फ़िनटेक और इस पर निर्भर करोड़ों लोगों के लिए और भी बड़ी उपलब्धियों का वादा करता है।

अध्याय 2: भारत में फ़िनटेक का विकास (1987–2025)

भारत की फ़िनटेक कहानी टेक्नोलॉजी के दम पर आए एक बदलाव की है जिसने देश के वित्तीय नक्शे को दो दशकों से भी कम समय में पूरी तरह से बदल दिया। जो काम साधारण मोबाइल बैंकिंग के प्रयोगों से शुरू हुआ था, वह अब दुनिया के सबसे सक्रिय डिजिटल फाइनेंस सिस्टम में से एक बन चुका है।

1987 के पहले ATM से लेकर आज के डिजिटल वॉलेट, UPI, नियोबैंकिंग और एम्बेडेड फाइनेंस तक, भारत में फ़िनटेक का विकास देश की बड़ी डिजिटल क्रांति की यात्रा को दिखाता है। इसने न केवल लोगों के बचत करने, उधार लेने और पैसे के लेनदेन के तरीकों को आसान बनाया है, बल्कि उन करोड़ों नागरिकों को भी औपचारिक वित्तीय सिस्टम से जोड़ा है जिनके पास पहले बैंक सुविधा नहीं थी।

KPMG और IBEF की रिपोर्ट के अनुसार, भारत का फ़िनटेक सेक्टर अभी (2025 तक) \$31 अरब से ज्यादा का है और उम्मीद है कि 2030 तक यह \$150 अरब को पार कर जाएगा। 6,600 से ज्यादा स्टार्टअप्स

और दुनिया में सबसे तेजी से बढ़ती लेनदेन दरों के साथ, भारत ने खुद को इनोवेशन, पहुँच और सभी को साथ लेकर चलने की भावना से प्रेरित एक फ़िनटेक पावरहाउस के रूप में स्थापित किया है।

यह विकास एक दिन में नहीं हुआ। बल्कि, इसमें कई साल लगे, जैसा कि चार प्रमुख चरणों से ज़ाहिर होता है जो भारत की प्रगति को बुनियादी मोबाइल बैंकिंग से एक संपूर्ण डिजिटल फाइनेंस इकोसिस्टम तक दर्शाते हैं।

2.1 डिजिटल बदलाव की शुरुआती बुनियाद (1987–2007)

A. डिजिटल बूम से पहले की बैंकिंग: प्रगति के प्रतीक के रूप में ATM



पहले ATM का आगमन

भारत के डिजिटल फाइनेंस की कहानी सही मायनों में 24 मार्च, 1987 को शुरू होती है, जब HSBC ने मुंबई में हॉर्निमन सर्कल ब्रांच में देश का पहला ऑटोमेटेड टेलर मशीन (ATM) स्थापित किया। यह पल मशीनी सुविधा से कहीं ज़्यादा था—यह ऑटोमेशन के लिए भारतीय बैंकिंग के खुलने का प्रतीक था।

हालाँकि, ATM से तुरंत बैंकिंग तक लोगों की पहुँच आसान तो नहीं हुई। लेकिन 1980 के दशक और 1990 के दशक के अधिकांश समय तक, ATM मुश्किल और महँगे स्टेटस सिंबल बने रहे। 1995 तक, भारत में केवल 1,000 के आस-पास ATM थे, जो बड़े महानगरों तक ही सीमित थे और मुख्य रूप से विदेशी बैंकों या नए लाइसेंस प्राप्त निजी क्षेत्र के बैंकों के प्रीमियम ग्राहकों के लिए साधारण थे। बड़े पैमाने पर ATM को अपनाने के लिए असली इंफ्रास्ट्रक्चर 1990 के दशक के अंत और 2000 के दशक की शुरुआत तक नहीं आया, जब 1991 के उदारीकरण के बाद लाइसेंस प्राप्त ICICI, HDFC और UTI Bank जैसे निजी बैंकों ने तेजी से विस्तार शुरू किया।

आंतरिक बैंकिंग प्रक्रियाओं का डिजिटलीकरण

ATM की शुरुआत के साथ-साथ, भारतीय बैंकों ने आंतरिक डिजिटल बदलाव किए। 1980 के दशक में चेक क्लियरिंग के लिए मैग्नेटिक इंक कैरेक्टर रिक्विज़िशन (MICR) टेक्नोलॉजी की शुरुआत हुई। हाथ से छँटाई

के बजाय, MICR ने चेक को मशीन द्वारा पढ़ने, बैंक के हिसाब से खुद से छाँटने और तेजी से प्रोसेस करने की अनुमति दी। इससे गलतियाँ कम हुईं और क्लियरिंग साइकिल दिनों से घटकर घंटों में आ गई।

स्टेट बैंक ऑफ इंडिया, बैंक ऑफ इंडिया, ICICI जैसे प्रमुख बैंकों में बैंक-ऑफिस चलाने के लिए मेनफ्रेम कंप्यूटर आए। 1990 के दशक के मध्य तक, अधिकांश बड़े बैंकों में यह सुविधाएँ थीं:

- कोर बैंकिंग सिस्टम जो जमा और निकासी का प्रबंधन करते थे।
- ग्राहक रिकॉर्ड को डिजिटल किया गया।
- चेक क्लियरिंग और फंड ट्रांसफर के लिए बैच प्रोसेसिंग।
- बुनियादी अकाउंटिंग ऑटोमेशन।

हालाँकि, ग्राहकों के सामने सेवाएँ लगभग पूरी तरह से मैनुअल रहीं। पैसे जमा करना, नकदी निकालना, चेक बुक का अनुरोध करना, या लोन लेना अभी भी बैंक की ब्रांच जाकर ही होता था। आम ग्राहकों के लिए डिजिटल माध्यम मौजूद ही नहीं थे।

क्रेडिट और डेबिट कार्ड इकोसिस्टम का जड़ पकड़ना

भारत में पहला क्रेडिट कार्ड—सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया द्वारा जारी—1980 में आया, लेकिन इसे अपनाने की गति बहुत धीमी थी। कार्ड्स को हैसियत से जोड़ा गया था और इन्हें सरकारी अधिकारियों, कॉर्पोरेट अधिकारियों और अमीर व्यापारियों के पास ही रखा जाता था। इसी तरह, डेबिट कार्ड 1990 के दशक के मध्य में दिखाई देने लगे, लेकिन अधिकांश भारतीयों के पास कभी कार्ड था ही नहीं।

2000 तक, भारत का कार्ड इकोसिस्टम एक छोटा सा हिस्सा बना रहा:

- कुल सक्रिय कार्ड: ~50 लाख डेबिट + ~10 लाख क्रेडिट।
- कार्ड लेनदेन: महानगरों और खास खरीदारी की जगहों तक सीमित थे।
- 99%+ लेनदेन के लिए नकदी ही एकमात्र विकल्प बनी रही।

B. इंटरनेट का आगमन: साइबर कैफ़े के माध्यम से सार्वजनिक पहुँच

VSNL ने सार्वजनिक इंटरनेट लॉन्च किया

15 अगस्त, 1995—एक ऐतिहासिक और महत्वपूर्ण तारीख (भारत का 48वाँ स्वतंत्रता दिवस)—को VSNL ने सार्वजनिक उपयोग के लिए इंटरनेट सेवाएँ लॉन्च कीं। पहली बार, भारतीय नागरिक वैश्विक वेब तक पहुँच सकते थे, हालाँकि इसमें शामिल होने की बाधाएँ बहुत ज़्यादा थीं।



1995 में इंटरनेट एक्सेस करने के लिए ज़रूरत थी:

1. एक पर्सनल कंप्यूटर (₹40,000–₹50,000, जो अधिकांश भारतीयों के लिए कई महीनों की सैलरी थी)।
2. एक टेलीफोन कनेक्शन (अधिकांश शहरों में लंबी प्रतीक्षा)
3. एक इंटरनेट सब्सक्रिप्शन (₹4,000–₹10,000 प्रति माह)
4. मॉडेम, डायल-अप प्रोटोकॉल और ब्राउज़र को कॉन्फ़िगर करने का तकनीकी ज्ञान।
5. उस समय धैर्य की आवश्यकता थी — कनेक्शन धीमे (डायल-अप, अधिकतम 56 Kbps), अविश्वसनीय और अक्सर टूट जाया करते थे।

साइबर कैफ़े क्रांति

यह पहचानते हुए कि घर पर इंटरनेट अफ़ोर्डेबल नहीं था, पूरे भारत में उद्यमियों ने साइबर कैफ़े खोलना शुरू कर दिया। Rediff.com ने 1995 में मुंबई के लीला होटल में पहला आधिकारिक साइबर कैफ़े खोला। जो एक लक्ज़री सुविधा के रूप में शुरू हुआ, वह तेज़ी से ज़मीनी स्तर के आंदोलन में बदल गया।

साल 2000 तक, भारत में लगभग 10,000 साइबर कैफ़े थे। 2005 तक यह संख्या बढ़कर लगभग 2,00,000 हो गई—जो किसी भी अन्य देश से ज्यादा थी। हर कैफ़े में आमतौर पर होता था:

- क्यूबेकल्स में व्यवस्थित 10-50 कंप्यूटर।
- डायल-अप या शुरुआती ब्रॉडबैंड कनेक्शन।
- एक ऑपरेटर जो ग्राहकों को नेविगेट करने में मदद कर सकता था।
- ₹20-₹30 प्रति घंटे का शुल्क (छात्रों, मध्यम वर्ग के ऑफिस कर्मचारियों और उत्सुक युवाओं के लिए अफ़ोर्डेबल)

डिजिटल साक्षरता और वित्तीय समावेशन पर प्रभाव

साइबर कैफ़े सिर्फ़ इंटरनेट एक्सेस देने तक सीमित नहीं थे। वे बन गए:

- **डिजिटल साक्षरता हब:** जहाँ छात्रों ने पहली बार ईमेल, ब्राउज़िंग और ऑनलाइन एप्लिकेशन सीखे।
- **वित्तीय समावेशन के गेटवे:** जहाँ नागरिकों ने ऑनलाइन पोर्टल के माध्यम से बैंक खाते खोले, सरकारी योजनाओं के लिए आवेदन किया और भुगतान किए।
- **सामाजिक कनेक्टर:** जहाँ युवा मिलते थे, नेटवर्क बनाते थे जिसने बाद में ई-कॉमर्स और फ़िनटेक को अपनाने में मदद की।

2009 तक, TCS के रिसर्च के अनुसार, 46% भारतीय इंटरनेट यूज़र्स ने उस महीने साइबर कैफ़े का दौरा किया था। 2000 के दशक में बड़े हो रहे भारतीयों की एक पीढ़ी के लिए, उनका पहला ईमेल एड्रेस (Yahoo, Hotmail, Rediff), उनकी पहली ऑनलाइन खरीदारी और अक्सर डिजिटल बैंकिंग से उनका पहला परिचय एक भीड़ भरे, शोरगुल वाले साइबर कैफ़े में हुआ।

C. मोबाइल फ़ोन:

लक्ज़री से आम ज़रूरत तक का सफ़र



पहला मोबाइल कॉल और शुरुआती खासियत

31 जुलाई, 1995 को, भारत का पहला मोबाइल फ़ोन कॉल पश्चिम बंगाल के मुख्यमंत्री ज्योति बसु (कोलकाता में) और केंद्रीय दूरसंचार मंत्री सुख राम (नई दिल्ली में) के बीच किया गया। यह कॉल मोदी टेलिस्ट्रॉ के GSM नेटवर्क पर नोकिया हैंडसेट का उपयोग करके किया गया था। इस क्षण ने भारत में मोबाइल टेलीफ़ोनी की शुरुआत का प्रतीक बनकर इतिहास रच दिया।

हालाँकि, 1990 के दशक के अंत में मोबाइल फ़ोन बेहद खास लोगों का उपकरण थे:

- **हैंडसेट की कीमत:** ₹20,000–₹30,000 (मध्यम वर्ग के भारतीयों के लिए कई महीनों की सैलरी)
- **प्रीपेड सिम की कीमत:** ₹4,900 (जो 200 से ज़्यादा घंटे के साइबर कैफ़े एक्सेस के बराबर था)
- **कॉल चार्ज:** इनकमिंग और आउटगोइंग दोनों के लिए ₹16 प्रति मिनट।
- **मासिक बिल:** नियमित बिज़नेस उपयोग के लिए ₹15,000–₹20,000 से ज़्यादा हो सकता था।

मोबाइल फ़ोन स्टेटस का सिंबल था जो सरकारी मंत्रियों, कॉर्पोरेट अधिकारियों और बहुत अमीर लोगों के पास होते थे।

कीमतों की क्रांति और बड़े पैमाने पर अपनाया जाना

1995 से 2005 तक, कीमतों में आई क्रांति ने मोबाइल फ़ोन को लक्ज़री से ज़रूरत में बदल दिया:

- **प्रीपेड सिम की कीमत:** ₹4,900 (1995) ₹100 से कम (2005); 98% की कमी।
- **कॉल चार्ज:** ₹16/मिनट (1995) ₹1/मिनट से कम (2005); 94% की कमी।
- **हैंडसेट की कीमत:** ₹30,000 (1997) अच्छे फ़ीचर फ़ोन के लिए ₹3,000–₹8,000 (2005); 75% की कमी।

क्रीमतों में आई इस भारी गिरावट ने ग्राहकों की संख्या में ज़बरदस्त बढ़ोत्तरी की:

- **2000:** 35.8 लाख ग्राहक (0.34% पहुँच)
- **2003:** 4 करोड़ ग्राहक।
- **2005:** 9.01 करोड़ ग्राहक (7.85% पहुँच)
- **2007:** लगभग 250 मिलियन सब्सक्राइबर (19.74% पहुँच)

नोकिया का दबदबा और फीचर फ़ोन का जलवा

नोकिया ने 2005-2007 तक भारत के 60% से ज़्यादा मोबाइल फ़ोन बाज़ार पर कब्ज़ा कर लिया। यह ब्रांड मोबाइल की फ़ोन पहचान बन गया। इसके कुछ आइकॉनिक मॉडल ने एक युग को आकार दिया:

- **नोकिया 1100 (2003):** उभरते बाज़ारों के लिए डिज़ाइन किया गया, इसकी वैश्विक स्तर पर 20 करोड़ से ज़्यादा यूनिट बिकी। इसमें मज़बूत डिज़ाइन, बेहतरीन बैटरी लाइफ (30 दिन तक स्टैंडबाय) और सस्ती कीमत (भारत में ₹4,000-₹5,500) थी। यह श्रमिकों, किसानों और छोटे दुकानदारों की पसंद बन गया।
- **नोकिया 3310 (2000):** छात्रों और युवा पेशेवरों के लिए ट्रेंडी ऑप्शन जो टैट्रिस और स्नेक गेम्स, भरोसेमंद SMS क्षमता और मज़बूती के लिए प्रसिद्ध था।
- **नोकिया 1110 (2005):** और भी सस्ता, यह बड़े पैमाने पर पहली बार फ़ोन खरीदने वालों को निशाना बनाता था।

SMS बैंकिंग: पहला मोबाइल फ़िनटेक माध्यम

2002 तक, भारतीय बैंकों ने पहचान लिया कि SMS—जो सरल, भरोसेमंद और फ़ीचर फ़ोन यूज़र्स के बीच भी बेहद लोकप्रिय था—बुनियादी बैंकिंग सेवाएँ दे सकता है। बैंकों ने SMS-बुनियादी बैंकिंग सेवाएँ शुरू कीं, जिससे ग्राहक यह कर सकते थे:

- खाते का बैलेंस जानना ("BAL" भेजकर तुरंत जवाब पाना)
- मिनी स्टेटमेंट का अनुरोध करना।
- चेक की स्थिति की जाँच करना।
- लेनदेन अलर्ट प्राप्त करना।
- कुछ उन्नत मामलों में फंड ट्रांसफर करना।/ पैसे ट्रांसफर करना (कुछ विशेष मामलों में)

यह एक ऐतिहासिक मोड़ था। एक व्यक्ति जिसके पास ₹4,000 का नोकिया 1100 था, वह अब कंप्यूटर, इंटरनेट कनेक्शन या साइबर कैफ़े गए बिना बैंकिंग सेवाओं तक पहुँच सकता था। बैंकिंग पहली बार मोबाइल बन गई।

2011 तक, भारत में 88.4 करोड़ मोबाइल ग्राहक थे और SMS बैंकिंग को करोड़ों लोगों ने अपना लिया था।

D. राष्ट्रीय डिजिटल भुगतान की नींव तैयार करना

इलेक्ट्रॉनिक क्लियरिंग सिस्टम (ECS)

RBI द्वारा 1990 में लॉन्च किया गया, इलेक्ट्रॉनिक क्लियरिंग सिस्टम (ECS) बड़े पैमाने पर होने वाले भुगतानों—मुख्य रूप से सैलरी, डिविडेंड और यूटिलिटी बिल को संभव बनाता था। हालाँकि इसका असर तुरंत नहीं हुआ, लेकिन ECS ने डिजिटल भुगतान प्रोसेसिंग की नींव रखी।



SWIFT और वैश्विक वित्तीय जुड़ाव

भारत 1991 में SWIFT (सोसाइटी फॉर वर्ल्डवाइड इंटरबैंक फाइनेंशियल टेलीकम्युनिकेशन) नेटवर्क से जुड़ा, जिससे भारतीय बैंक वैश्विक वित्तीय प्रणाली से जुड़ गए। इसने अंतर्राष्ट्रीय वायर ट्रांसफर को संभव बनाया और भारत को वैश्विक डिजिटल भुगतान इकोसिस्टम का एक भागीदार बना दिया।

ATM का इंटरऑपरेबिलिटी और नेशनल फ़ाइनेंशियल स्विच

ATM को अपनी पूरी क्षमता हासिल करने के लिए, ग्राहकों को किसी भी बैंक के ATM का उपयोग करने की क्षमता चाहिए थी—सिर्फ अपने बैंक की मशीन का नहीं। 1990 के दशक में कई साझा नेटवर्क उभरे:

- **स्वाधान (Swadhan):** भारत का पहला साझा ATM नेटवर्क (1997), जो 2000 के दशक की शुरुआत तक 53 बैंकों को कवर करता था।
- **CashTree, Cashnet:** 2000 के दशक में सक्रिय क्षेत्रीय नेटवर्क।
- **नेशनल फ़ाइनेंशियल स्विच (NFS):** IDRBT द्वारा 2004 में लॉन्च किया गया, यह 2007 तक प्रमुख इंफ्रास्ट्रक्चर बन गया, जिससे पूरे देश में इंटर-बैंक ATM लेनदेन संभव हो गया।

NFS बहुत महत्वपूर्ण था—इसका मतलब था कि HDFC का ग्राहक अब ICICI ATM, बैंक ऑफ इंडिया ATM, या किसी भी बैंक की ATM मशीनों से नकद निकाल सकता था। यह इंटरऑपरेबिलिटी (आपस में काम करने की क्षमता) ATM के विस्तार के लिए ज़रूरी थी।

RTGS और NEFT: रियल-टाइम और इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर

दो प्रणालियों ने संस्थागत पैसे के लेन-देन को बदल दिया:

RTGS (रियल टाइम ग्रॉस सेटलमेंट) 26 मार्च, 2004 को लॉन्च हुआ। RTGS ने बैंक खातों के बीच तुरंत, बड़े मूल्य के फंड ट्रांसफर—आमतौर पर ₹2 लाख और उससे ज़्यादा—को संभव बनाया। क्लियरिंग के लिए कोई इंतज़ार नहीं; लेनदेन रियल-टाइम में निपटते थे। यह कॉर्पोरेट, सरकारी और थोक भुगतानों के लिए महत्वपूर्ण था।

NEFT (नेशनल इलेक्ट्रॉनिक फंड्स ट्रांसफर) नवंबर 2005 में लॉन्च हुआ। NEFT ने छोटे, रिटेल फंड ट्रांसफर (आमतौर पर ₹2 लाख से कम) को संभव बनाया, जो तय अंतराल पर बैंचों में प्रोसेस होते थे (पहले प्रति घंटा, बाद में ज़्यादा बार)। हालाँकि RTGS की तरह तुरंत नहीं, मगर NEFT के आने से छोटे-मोटे लेनदेन में अब चेक की आवश्यकता नहीं रही।

दोनों प्रणालियों तक पहुँचना इन माध्यमों से संभव था:

- बैंक शाखाएँ (जिन ग्राहकों के पास ऑनलाइन एक्सेस नहीं था)
- साइबर कैफ़े (जिनके पास इंटरनेट था)
- होम इंटरनेट बैंकिंग (जिनके पास PC था)

चेक ट्रंक्शन सिस्टम (CTS)

2008 में लॉन्च हुआ चेक ट्रंक्शन सिस्टम (CTS) ने चेक प्रोसेसिंग को डिजिटल कर दिया। भौतिक चेक को शाखाओं में भेजने के बजाय CTS ने अनुमति दी कि:

- चेक को स्कैन किया जाए और जमा करने वाले बैंक में डिजिटल किया जाए।
- चेक की छवियों का इलेक्ट्रॉनिक विस्तार हो।
- भौतिक चेक की जगह अब उनकी इमेज से डिजिटल क्लियरिंग होने लगी।

इससे क्लियरिंग का समय 2-3 दिन से घटकर कई मामलों में 24 घंटे से भी कम हो गया, जिससे चेक से जुड़े लेनदेन की गति और विश्वसनीयता में जबरदस्त सुधार हुआ।

E. इकोसिस्टम ने आकार लिया, पर पहुँच से बाहर रहा

2007 तक, भारत ने एक बेहतरीन डिजिटल बैंकिंग और भुगतान इंफ्रास्ट्रक्चर तैयार कर लिया था:

- ATMs की संख्या तेजी से बढ़ रही थी (1987 में 1 से 2007 तक हज़ारों में)
- अधिकांश बैंकों में इंटरनेट बैंकिंग पोर्टल मौजूद थे।
- SMS बैंकिंग ने करोड़ों मोबाइल यूजर्स को जोड़ा।
- RTGS, NEFT और ECS जैसे भुगतान प्रणालियों ने फंड के लेन-देन को ऑटोमैटिक कर दिया।
- कार्ड नेटवर्क (Visa, Mastercard) व्यापारियों के लेनदेन को प्रोसेस करते थे।

हालाँकि, पहुँच अभी भी बहुत सीमित थी:

- 2010 तक केवल 38% शहरी घरों में कंप्यूटर था; ग्रामीण क्षेत्रों में यह पहुँच 4% से भी कम थी।
- ATMs, हालाँकि बढ़ रहे थे, पर वे महानगरों और छोटे शहरों तक ही सीमित थे; ग्रामीण इलाकों में ATM की संख्या लगभग न के बराबर थी।
- इंटरनेट बैंकिंग के लिए कंप्यूटर और इंटरनेट कनेक्शन ज़रूरी था— जो अभी भी अधिकांश भारतीयों के लिए एक सपना था।
- SMS बैंकिंग ही एकमात्र ऐसा माध्यम था जो वास्तव में बड़े पैमाने पर लोगों तक पहुँचा, लेकिन यह केवल बुनियादी जानकारी के लिए सीमित था।

भारत की 1 अरब से ज्यादा आबादी के विशाल बहुमत की इन प्रणालियों तक कोई पहुँच नहीं थी।

विस्फोटक बदलाव के लिए मंच तैयार था। इंफ्रास्ट्रक्चर मौजूद था— लेकिन यह एक विशाल डिजिटल रेगिस्तान में पहुँच के छोटे-छोटे द्वीपों तक ही सीमित रहा। जिस चीज़ की ज़रूरत थी, वह थी एक जोड़ने वाली कड़ी: ऐसा सस्ता स्मार्टफोन जो हर हाथ तक पहुँच सके, हर जगह उपलब्ध सस्ता डेटा और एक डिजिटल पहचान प्रणाली जो तुरंत लोगों को सिस्टम से जोड़ सके। इस तालमेल में एक और दशक लगना था, लेकिन यह पूरी तरह से परिवर्तनकारी साबित होता।

2.2 स्मार्टफोन बदलाव का दौर (2008–2015) - फ़ीचर फ़ोन से डिजिटल क्रांति की ओर

A. स्मार्टफोन का बड़ा बदलाव: iPhone, Android और Nokia का पतन

iPhone की महंगी शुरुआत

2007 के बाद iPhone ने भले ही दुनिया भर के स्मार्टफोन्स को बदल दिया, लेकिन भारत इस मामले में पीछे रहा। पहला iPhone भारत में आया ही नहीं, और 2008 में 3G iPhone ₹31,000 में आया, जो अमेरिका की कीमत से लगभग 3-4 गुना ज्यादा था। Apple ने छह महीने में 50,000 यूनिट में से सिर्फ 12,000 ही बेचे, क्योंकि इसकी कीमत कई परिवारों के मासिक बजट से ज्यादा थी। यह बड़े बाज़ार के लिए नहीं, बल्कि एक लक्जरी उपकरण बनकर रह गया।

Android ने स्मार्टफोन को आम जनता तक पहुँचाया

2008 में लॉन्च हुए Android के मुफ्त और ओपन-सोर्स ऑपरेटिंग सिस्टम ने निर्माताओं को ₹5,000-₹15,000 की रेंज में सस्ते स्मार्टफोन बनाने की अनुमति दी। डुअल-सिम की सुविधा, स्थानीय भाषाओं के लिए कस्टमाइज़ेशन और गूगल प्ले ऐप्स के कारण यह तेजी से लोकप्रिय हुआ।

Nokia की बड़ी गलती

जहाँ Apple प्रीमियम बना रहा और Android ने सस्ते फ़ोन से बाज़ार बढ़ाया, वहीं Nokia अपने पुराने Symbian OS पर अड़ा रहा। उसे टचस्क्रीन, ऐप्स और डेवलपर्स को जोड़ने में मुश्किल हुई। 2007 में भारत में Nokia का बाज़ार हिस्सा 60% से ज्यादा था, जो 2012 तक गिरकर 26% रह गया। 2011 में माइक्रोसॉफ्ट के साथ हाथ मिलाने के फ़ैसले ने उसके पतन पर मुहर लगा दी।

BlackBerry का संक्षिप्त उदय

BlackBerry (2009-2011) सुरक्षित ईमेल और BBM (BlackBerry Messenger) के कारण खूब चला और युवाओं के बीच स्टेटस सिंबल बन गया। एक साल में इसका बाज़ार हिस्सा 8% से बढ़कर 13% हो गया। लेकिन WhatsApp वाले सस्ते Android फ़ोन ने इसे तुरंत पीछे छोड़ दिया, और बार-बार आई नेटवर्क समस्याओं ने इसकी छवि को नुकसान पहुँचाया। 2013 तक, इसका पतन साफ़ हो गया।

Android के साथ भारतीय ब्रांड्स का उभार

Android ने Micromax, Karbonn और Lava जैसे भारतीय खिलाड़ियों को डुअल-सिम, मज़बूत बैटरी और सस्ती कीमतों के ज़रिए बाज़ार में बढ़ने का मौका दिया। 2012 में Micromax ने सबसे तेज़ वृद्धि दर्ज की और 2015 में तो यह Samsung को भी कुछ समय के लिए पीछे छोड़ गया। भारत के फ़ोन बाज़ार में Android का हिस्सा 2012 में 10% से बढ़कर 2025 तक लगभग 97% हो गया, जिससे भारत का बाज़ार Android का केंद्र बन गया।

B. कंप्यूटर का सीमित इस्तेमाल; साइबर कैफ़े का पतन



कंप्यूटर एक खास वर्ग तक सीमित रहे

टेक्नोलॉजी के बढ़ने के बावजूद, घरों में कंप्यूटर का इस्तेमाल सीमित ही रहा: 2010 में केवल 38% शहरी घरों में और 2015 तक 4% से कम ग्रामीण घरों में कंप्यूटर थे। लैपटॉप ने अपनी कम कीमत और आसानी से कहीं भी ले जाने की सुविधा के कारण दबदबा बनाया। ज्यादातर भारतीय या तो ऑफिस में या साझा सुविधाओं (Shared Facilities) के ज़रिए कंप्यूटर तक पहुँच पाते थे।

साइबर कैफ़े का अंत

साइबर कैफ़े 2005 के आस-पास अपने चरम पर (लगभग 200,000) पहुँचे, लेकिन स्मार्टफोन और सस्ते डेटा ने उन्हें तेज़ी से हटा दिया। 2016 तक, केवल 72,000 के आस-पास साइबर कैफ़े ही बचे। 2009 से 2013 के बीच, इंटरनेट यूज़र्स में इसका उपयोग 46% से गिरकर केवल 5% रह गया। मोबाइल को हर व्यक्ति तक पहुँचाने वाला यह बदलाव भारत के नए डिजिटल युग की ओर बढ़ने का संकेत था।

C. मोबाइल बैंकिंग और IMPS: जब बैंक जेब में समा गए

SMS बैंकिंग का विस्तार और मज़बूती

2002 में शुरू हुई SMS बैंकिंग, 2000 के दशक और 2010 की शुरुआत में विकसित हुई। 2011 तक स्थिति यह थी:

- 1.7 करोड़ भारतीय बैंकिंग लेनदेन के लिए मोबाइल फ़ोन का उपयोग कर रहे थे। (जो 88.4 करोड़ मोबाइल ग्राहकों का केवल 2% था)
- अधिकांश लेनदेन बैलेंस चेक और मिनी स्टेटमेंट तक सीमित थे।
- एक छोटा सा हिस्सा फ़ंड ट्रांसफर के लिए SMS का उपयोग करता था, जहाँ बैंक इसकी सुविधा देते थे।

IMPS: तुरंत भुगतान सेवा से लेन देन में बदलाव हुआ

नवंबर 2010 एक महत्वपूर्ण मोड़ था: NPCI द्वारा IMPS (तत्काल भुगतान सेवा) लॉन्च हुआ। IMPS ने 24x7 रियल-टाइम इंटर-बैंक फ़ंड ट्रांसफर को संभव बनाया—जो पुराने बैंकिंग टाइम (जैसे सुबह 9 से शाम 5, सोमवार से शुक्रवार) से एक बड़ा चेंज था।

IMPS की खासियत – कई तरीकों से आसान पहुँच:

- फ़ंक्शनलिटी फ़ोन (Feature Phones) SMS के ज़रिए
- स्मार्टफोन ऐप्स के ज़रिए

- इंटरनेट बैंकिंग साइबर कैफ़े या घर के कंप्यूटर के ज़रिए
- IMPS क्षमता वाले ATM



इसका मतलब था:

- साधारण नोकिया फ़ीचर फ़ोन वाले ग्राहक SMS के ज़रिए तुरंत पेमेंट कर सकते थे।
- शहरी स्मार्टफोन यूज़र्स ऐप्स का इस्तेमाल कर सकते थे।
- जिनके पास इंटरनेट था वे वेब पोर्टल का इस्तेमाल कर सकते थे।
- रूरल कस्टमर, जिनके पास टेक्नोलॉजी नहीं थी, वे अभी भी बैंकों का दौरा कर सकते थे या ATM नेटवर्क पर निर्भर रह सकते थे।

IMPS ने एक ऐसी तकनीक उपलब्ध कराई, जिसने पुराने बैंकिंग सिस्टम और डिजिटल पेमेंट के बीच पुल का काम किया—इसने पुराने (फ़ीचर फ़ोन पर SMS), वर्तमान (इंटरनेट बैंकिंग) और उभरते (स्मार्ट-फोन ऐप्स) चैनलों पर काम किया, यह सुनिश्चित करते हुए कि कोई भी पीछे न छूटे।

डिजिटल पहचान की नींव: आधार की शुरुआत

सितंबर 2009 में UIDAI (भारतीय विशिष्ट पहचान प्राधिकरण) ने आधार के ज़रिए रजिस्ट्रेशन शुरू किया, जिससे दुनिया का सबसे बड़ा बायोमेट्रिक डेटाबेस तैयार हुआ। 2010 के अंत तक, 10 करोड़ से ज्यादा आधार नंबर जारी किए जा चुके थे।

फ़िनटेक पर इसका गहरा असर पड़ा, भले ही वे तुरंत नज़र न आए हों:

- **e-KYC क्षमता:** अब बैंकों को भौतिक दस्तावेज़ जमा करने की ज़रूरत नहीं थी — वे आधार के ज़रिए तुरंत ग्राहक की पहचान साबित कर सकते थे।
- **लागत में कमी:** पुराने तरीके से KYC पर सभी ग्राहक ₹1,000–₹1,200 खर्च आता था; आधार e-KYC इसे घटाकर ₹5–₹6 कर देता (99.5% की कमी)।
- **तेज़ी:** खाता खोलने में लगने वाला समय हफ़्तों से घटकर मिनटों में आ गया।
- **बैंक तक पहुँच:** पहले जो लोग सिस्टम से बाहर थे, उन्हें तुरंत सिस्टम से जोड़ा जा सका।

हालाँकि, आधार का फ़िनटेक के साथ पूरी तरह से जुड़ना 2014–2016 तक ही संभव हो पाया।

D. शुरुआती फ़िनटेक स्टार्टअप्स का उदय

Paytm: पहला फ़िनटेक यूनिकॉर्न बनने की नींव

विजय शेखर शर्मा ने अगस्त 2010 में शुरु किया Paytm, शुरुआत में मोबाइल और DTH (डायरेक्ट-टू-होम) रिचार्ज की सुविधा देता था। इसकी टाइमिंग और रणनीति शानदार थी:

- रिचार्ज छोटे अमाउंट के लेकिन बार-बार होने वाले ट्रांज़ैक्शन थे। (₹50-₹500)
- ग्राहकों में पहले से ही लगातार रिचार्ज की आदत थी।
- **परेशानी साफ़ थी:** दुकान पर जाना, लंबी लाइनें और खुले पैसे की कमी।
- डिजिटल रिचार्ज ने इन सभी मुश्किलों को खत्म कर दिया।

Paytm ने 2011 से 2015 के दौरान तेज़ी से ग्रोथ की, जिसका फ़ायदा उठाया:

- फ़ीचर फ़ोन और शुरुआती स्मार्टफ़ोन की SMS क्षमताओं से।
- कैशबैक ऑफ़र (जैसे, हर रिचार्ज पर ₹2-₹5 की छूट, जो छोटी लेकिन मनोवैज्ञानिक रूप से बहुत असरदार थी)
- बिल पेमेंट, इंश्योरेंस और टिकट जैसी सर्विसेज जोड़कर
- SoftBank और Alibaba जैसे निवेशकों से भारी समर्थन पाकर।

MobiKwik और FreeCharge

- **MobiKwik** (2009) ने रिचार्ज और बिल भुगतान के लिए डिजिटल वॉलेट की शुरुआत की।
- **FreeCharge** (2010) ने भी इसी मॉडल को अपनाया, लेकिन इसने ज़ोरदार कैशबैक ऑफ़र पर ज़ोर दिया और जल्दी ही एक प्रतियोगी बन गया।

दोनों कंपनियों ने एक ही बात को समझा: बार-बार होने वाले रिचार्ज लेनदेन से ऐसी आदतें डाली जा सकती हैं जो आखिरकार लोगों को बड़े पैमाने पर डिजिटल भुगतान अपनाने के लिए तैयार करेंगी।

PolicyBazaar: बीमा हुआ डिजिटल

PolicyBazaar (2008) ने एक अलग रास्ता अपनाया, इसने बीमा की तुलना और खरीद को डिजिटल बना दिया। हालाँकि शुरु में यह केवल कंप्यूटर रखने वाले, इंटरनेट से जुड़े शहरी वर्ग की सेवा करता था, लेकिन इसने भारत में फ़िनटेक B2C (बिज़नेस-टू-कस्टमर) बिज़नेस मॉडल के लिए एक नमूना (टैपलेट) तैयार किया।

E. जब ब्रॉडबैंड रुक गया, तब मोबाइल इंटरनेट ने मंच संभाला

2015 तक, भारत का डिजिटल इंफ़्रास्ट्रक्चर कुछ ऐसा दिखता था:

- **मोबाइल:** 92.9 करोड़ ग्राहक, जिनमें ज़्यादातर फ़ीचर फ़ोन यूज़र्स थे, लेकिन स्मार्टफ़ोन की संख्या तेज़ी से बढ़ रही थी।
- **स्मार्टफ़ोन:** 2015 तक भारत में लगभग 220-250 मिलियन स्मार्टफ़ोन यूज़र थे, जिनमें ज़्यादातर एंड्रॉयड का इस्तेमाल करते थे।

- **कंप्यूटर:** 38% शहरी घरों में, लेकिन 4% से भी कम ग्रामीण घरों में।
- **साइबर कैफ़े:** अपनी अधिकतम संख्या (2 लाख) से घटकर लगभग 1 लाख से ज़्यादा रह गए थे। इंटरनेट यूज़र्स: लगभग 34 करोड़।
- **ब्रॉडबैंड:** सीमित था, लगभग 5 से 8 करोड़ सब्सक्रिप्शन।

खास कमियाँ अभी भी बनी हुई थीं:

- डेटा महँगा था (₹250 per GB)
- नेशनल लेवल पर इंटरनेट की पहुँच अभी भी 30% से कम थी।
- ग्रामीण भारत बड़े पैमाने पर डिजिटल दुनिया से अलग था।
- स्मार्टफ़ोन अब सस्ते थे, लेकिन हर किसी के पास नहीं पहुँचे थे।

फिर भी, तेज़ी से बढ़ती फ़िनटेक क्रांति की बुनियाद रखी जा रही थी। अब सिर्फ़ दो आखिरी बदलाव की कमी थी: अत्यधिक सस्ता डेटा (Jio) और तुरंत डिजिटल पहचान सत्यापन (आधार e-KYC) को पूरी तरह लागू करना। यह दोनों चीज़ें 2016 में आ गईं।

2.3 इंफ़्रास्ट्रक्चर का तालमेल (2014-2016) – जब सब कुछ एक साथ आया

A. चीनी स्मार्टफ़ोन्स ने पहुँच को बनाया आसान



Xiaomi की फ़्लैश-सेल क्रांति

Xiaomi ने 14 जुलाई, 2014 को Mi 3 के साथ भारतीय बाज़ार में कदम रखा। इसकी कीमत महज़ ₹13,999 थी, जो प्रतियोगी कंपनियों के मुकाबले लगभग आधी कीमत में फ़्लैगशिप-लेवल की सुविधाएँ दे रहा था। कंपनी ने Flipkart के ज़रिए केवल ऑनलाइन फ़्लैश सेल की रणनीति अपनाई, जिससे डिस्ट्रीब्यूशन का खर्च कम हुआ और बाज़ार में ज़बरदस्त माँग पैदा हुई। नतीजे चौंकाने वाले थे, इसके फ़ोन पहले मिनटों में और फिर चंद सेकंडों में बिक जाते थे। Xiaomi की सफलता सस्ते 4G हार्डवेयर, मज़बूत ब्रांड चर्चा और डिजिटल-फ़र्स्ट मार्केटिंग पर टिकी थी, जिससे प्रीमियम स्मार्टफ़ोन का फ़ायदा अब हर भारतीय उठा सकता था।

चीनी कंपनियों का दबदबा (2014-2017)

Xiaomi की सफलता ने Vivo, Oppo, OnePlus और Realme जैसे अन्य चीनी ब्रांड्स के लिए रास्ता खोल दिया। उनके आने से भारत का स्मार्टफ़ोन बाज़ार तेज़ी से बदल गया। 2014 की शुरुआत में चीनी कंपनियों का बाज़ार हिस्सा 7% था, जो 2017 तक बढ़कर 51% हो गया,

जबकि Micromax और Karbonn जैसे भारतीय ब्रांड्स का हिस्सा 49% से गिरकर 16% रह गया। फ़र्क साफ़ था: जब Jio लॉन्च हुआ और भारत ने डिजिटली को तेज़ी से अपनाया, तब चीनी कंपनियाँ 4G डिवाइसों और ग्लोबल सप्लायर्स के साथ पूरी तरह तैयार थीं।

स्मार्टफोन क्रांति की शुरुआत

सस्ते चीनी एंड्रॉइड स्मार्टफोन्स ने लोगों के बीच इसे अपनाने में तेज़ी लाई। 2014 में जहाँ भारत में लगभग 20 करोड़ स्मार्टफोन यूज़र्स थे, वहीं 2020 तक यह संख्या 50 करोड़ से ज़्यादा हो गई। औसत स्मार्ट-फोन की कीमत लगभग ₹25,000 से गिरकर महज़ ₹12,000–₹15,000 हो गई, और नए फ़ोन बाज़ार में एंड्रॉइड का हिस्सा 95% से ज़्यादा हो गया। जैसे-जैसे भारतीयों ने साझा कंप्यूटर से व्यक्तिगत स्मार्ट-फोन की ओर रुख किया, ऐप का इस्तेमाल रिकॉर्ड स्तर पर बढ़ गया, जिसने स्मार्टफोन को भारत की डिजिटल अर्थव्यवस्था को आगे बढ़ाने वाला खास डिवाइस बना दिया।

B. रिलायंस Jio: 4G डेटा क्रांति



अब तक का सबसे महंगा नेटवर्क

रिलायंस Jio ने एक बड़े \$31 अरब के निवेश के बाद 5 सितंबर, 2016 को लॉन्च किया। यह दुनिया का पहला नेटवर्क था जो सिर्फ़ 4G VoLTE पर चलता था। इसमें 2G या 3G जैसी पुरानी तकनीक का कोई बोझ नहीं था, इसलिए इसका नेटवर्क पूरे देश में तेज़ी से फैला और यह बहुत आधुनिक और कुशल इंफ्रास्ट्रक्चर वाला नेटवर्क बन गया।

टेलीकॉम इतिहास की कीमतों में सबसे बड़ी गिरावट

Jio ने शुरुआत में 3 महीने के लिए मुफ्त कॉल और डेटा दिया। उसके बाद, इसने ₹99 में 2GB प्रति माह जैसी बेहद सस्ती दरें पेश कीं, और बाद में ₹5–₹10 प्रति GB कर दिया। यह पहले की कीमतों (₹250–₹10,000 प्रति GB) से 96–99 प्रतिशत की ज़बरदस्त कटौती थी। Jio से पहले, भारतीय हर महीने सिर्फ़ लगभग 240 MB डेटा इस्तेमाल करते थे; एक साल के अंदर, डेटा की खपत 5 गुना बढ़ गई और भारत मोबाइल डेटा इस्तेमाल में दुनिया में 155वें स्थान से नंबर 1 पर पहुँच गया।

बड़े पैमाने पर विकास और अपनाया जाना

Jio ने कुछ ही महीनों में 10 करोड़ ग्राहक जोड़े, यह हर सेकंड 7 ग्राहक हासिल कर रहा था। Jio सिम के लिए हर जगह लंबी लाइनें लग गईं, क्योंकि अनलिमिटेड इंटरनेट की सुविधा आखिरकार लाखों लोगों को, जिनमें ग्रामीण यूज़र्स भी शामिल थे, को संभव लगने लगी थी।

साइबर कैफ़े का अंत और व्यक्तिगत इंटरनेट का उदय

जैसे-जैसे सस्ते 4G और स्मार्टफोन फैले, साइबर कैफ़े तेज़ी से खत्म होने लगे। 2005 में उनकी संख्या 2 लाख थी, जो 2016 तक घटकर केवल 72,000 रह गई। साझा कंप्यूटरों से जब में 24x7 व्यक्तिगत इंटरनेट एक्सेस की ओर बदलाव पूरा हो गया, जिसने भारत के डिजिटल बूम को असली ताकत दी।

C. आधार कार्ड और e-KYC: तुरंत डिजिटल पहचान

एक अरब लोगों तक पहुँचा आधार

2016 तक एक अरब से ज़्यादा लोगों ने आधार कार्ड के लिए रजिस्ट्रेशन करा लिया था—जिससे यह दुनिया का सबसे बड़ा बायोमेट्रिक पहचान डेटाबेस बन गया।

e-KYC लागू: 99.5% लागत में कमी

2014–2016 के दौरान, बैंकों ने आधार कार्ड-आधारित e-KYC (अपने ग्राहक को जानें) सत्यापन को लागू करना शुरू कर दिया। यह एक बहुत बड़ा बदलाव था:

पारंपरिक KYC प्रक्रिया:

- इसमें ग्राहक बैंक जाते थे, कागज़ात देते थे,
- बैंक क्लर्क मैन्युअल रूप से जाँच करता था।
- KYC फॉर्म भरा जाता था और उसके साथ ज़रूरी दस्तावेज़ फाइल में जोड़े जाते थे।
- इस काम में 1 से 5 दिन लगते थे
- बैंक का खर्च ₹1,000–₹1,200 प्रति ग्राहक आता था।

आधार e-KYC प्रक्रिया:



- इसमें ग्राहक बस अपना आधार नंबर देता था और सहमति देता था।
- बैंक बायोमेट्रिक या OTP सत्यापन के लिए आधार डेटाबेस से पूछता था
- मंजूरी तुरंत मिल जाती थी।
- प्रोसेसिंग टाइम: 5 मिनट से कम होता था
- लागत केवल ₹5–₹6 प्रति ग्राहक आती थी।

99.5% की लागत में कमी ने सबके लिए बैंकिंग को सुलभ बना दिया और एक क्रांतिकारी बदलाव ला दिया। जो ग्राहक कार्ड के लिए ज़्यादा पैसे और कागज़ी झंझट के कारण पुराने बैंकिंग के लिए क्राबिल नहीं थे, वे अब मिनटों में खाते खोल सकते थे।

प्रधानमंत्री जन धन योजना (PMJDY): बड़े पैमाने पर वित्तीय समावेशन

2014 में लॉन्च की गई PMJDY का लक्ष्य सभी भारतीय परिवारों को औपचारिक बैंकिंग प्रणाली में लाना था। 2016 तक, आधार-आधारित e-KYC के साथ, PMJDY बड़े पैमाने पर काम कर सकती थी:

- **जन धन खाते जारी:** 2017 तक 30 करोड़ से ज्यादा खाते खोले गए।
- खासतौर से उन लोगों को जोड़ा गया जिनतक पहले बैंकिंग सुविधाओं की पहुँच नहीं थी।
- आधार e-KYC के जरिए से डिजिटल ऑनबोर्डिंग की सुविधा मिली।

अचानक, करोड़ों भारतीयों के पास औपचारिक बैंक खाते हो गए— जो फ़िनटेक को अपनाने के लिए सबसे जरूरी था।

D. UPI लॉन्च: अब इंफ्रास्ट्रक्चर तैयार था

11 अप्रैल, 2016: UPI लाइव हुआ

UPI (यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफ़ेस) को NPCI ने ऑफिशियली 11 अप्रैल, 2016 को लॉन्च किया। UPI का डिज़ाइन बहुत ही आसान और शानदार था:

मुख्य सुविधाएँ:

- मोबाइल ऐप्स के जरिए सीधे बैंक खाते-से-खाते में पैसे ट्रांसफर होते थे।
- ट्रांसफर शुरू करने के लिए केवल मोबाइल नंबर या UPI ID (जैसे, "name@bank") का इस्तेमाल होता था।
- 24x7 सुविधा के साथ पैसा तुरंत ट्रांसफर हो जाता था।
- **इंटरऑपरेबिलिटी:** किसी भी प्रोवाइडर के ऐप किसी भी बैंक खाते तक पहुँच सकते थे।
- यूज़र्स को इस सेवा के लिए कोई फीस नहीं देनी पड़ती थी।

UPI क्रांतिकारी क्यों था:

- पिछले सिस्टम में वॉलेट में पैसा लोड करना पड़ता था (Paytm, MobiKwik), जिससे परेशानी होती थी।
- UPI सीधे बैंक खातों से जुड़ा—जो पैसे का असली सोर्स था।
- तुरंत सेटलमेंट का मतलब था कोई इंतज़ार नहीं।
- आसान UPI ID (जटिल खाता संख्या के बजाय) ने पैसे भेजने या लेने का अनुरोध साझा करना आसान बना दिया।

हालाँकि, UPI को शुरू में लोग धीरे-धीरे अपना रहे थे (अप्रैल-अगस्त 2016)। प्लेटफ़ॉर्म तो मौजूद था, लेकिन बड़े पैमाने पर अपनाने के लिए कुछ चीज़ों की जरूरत थी:

- ऐप इस्तेमाल करने के लिए सस्ता डेटा (Jio ने यह प्रदान किया: सितंबर 2016 से)।
- लाखों हाथों में स्मार्टफोन (चीनी ब्रांड्स ने यह हासिल किया)।
- डिजिटल अपनाने को मजबूर करने वाला व्यवहारिक उत्प्रेरक (नोटबंदी ने यह प्रदान किया: नवंबर 2016)

E. नोटबंदी: बदलाव का कारण

8 नवंबर, 2016: करेंसी रद्द

8 नवंबर, 2016 (मंगलवार शाम) को प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने घोषणा की कि ₹500 और ₹1,000 के नोट अब बंद कर दिए गए। यह बड़े नोट भारत में चलन में मौजूद कुल करेंसी का लगभग 86% थे—यह फ़ैसले ने फाइनेंसियल सिस्टम को हिलाकर रख दिया।



- **आधिकारिक कारण:** इसका उद्देश्य काला धन, जाली करेंसी और आतंकवाद को पनपने से रोकना था।
- **तत्काल प्रभाव:** नकदी पर निर्भर अर्थव्यवस्थाओं और व्यवसायों को भारी झटका लगा। ATM के बाहर घंटों लंबी लाइनें लग गईं। छोटे व्यापारी खुले पैसे नहीं दे पा रहे थे। गाँवों के इलाके, जो लगभग पूरी तरह से नकद पर निर्भर थे, गंभीर मुश्किलों का सामना कर रहे थे।

फ़िनटेक क्रांति की शुरुआत

अचानक नकदी संकट का सामना करते हुए, करोड़ों भारतीयों को डिजिटल होने के लिए मजबूर होना पड़ा—और अब उनके पास ऐसा करने के लिए सही टूल थे:

- **स्मार्टफोन:** चीनी ब्रांड्स ने बाज़ार भर दिया था।
- **4G डेटा:** Jio ने अनलिमिटेड डेटा को सस्ता कर दिया था।
- **डिजिटल पहचान:** आधार ने तुरंत बैंक खाता खोलना संभव बना दिया था।
- **पेमेंट इंफ्रास्ट्रक्चर:** UPI पूरी तरह तैयार था।
- **बदलाव का कारण:** नोटबंदी ने बदलाव को मजबूर कर दिया।

नतीजे तुरंत और नाटकीय थे:

- **Paytm:** यूज़र बेस तीन महीनों में 12.5 करोड़ से बढ़कर 18.5 करोड़ हो गया (48% ग्रोथ)।
- डिजिटल वॉलेट डाउनलोड सभी प्लेटफ़ॉर्मों (PhonePe, Google Pay, BHIM, आदि) पर तेज़ी से बढ़े।
- **QR कोड को अपनाया जाना:** छोटे व्यापारियों ने भुगतान लेने के लिए QR कोड तेज़ी से अपनाए—जो सस्ते एंड्रॉइड फ़ोन पर आसानी से दिखाए जा सकते थे और किसी भी फ़ोन से स्कैन हो जाते थे।
- उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव स्थायी हो गया। भले ही ATM में नकदी वापस आ गई (फरवरी 2017 से), डिजिटल भुगतान की मात्रा लगातार बढ़ती रही।

नोटबंदी उस इंफ्रास्ट्रक्चर के बिना सफल नहीं हो पाती जिसे Xiaomi और Jio ने अभी-अभी स्थापित किया था। यह झटका इसलिए सहन करने योग्य था क्योंकि करोड़ों लोगों के पास सस्ते स्मार्टफोन थे, सस्ता 4G डेटा उपलब्ध था, UPI ने एक परेशानी मुक्त भुगतान का रास्ता प्रदान किया और आधार-आधारित तुरंत खाता खोलने की सुविधा ने लोगों को सिस्टम से आसानी से जोड़ दिया।

2.4 फ़िनटेक का विस्फोट (2017-2020) – जब इंफ्रास्ट्रक्चर ने बड़े पैमाने पर काम करना संभव बनाया

A. UPI की बेजोड़ ग्रोथ



जब नोटबंदी ने ग्राहकों को डिजिटल अपनाने के लिए मजबूर किया और Jio के अनलिमिटेड डेटा ने ऐप्स का इस्तेमाल आसान बना दिया, तो UPI ने ज़बरदस्त विस्तार देखा:

UPI लेनदेन में वृद्धि:

- **2017:** साल-दर-साल 900% की ग्रोथ; मासिक लेनदेन 10 करोड़ से ज़्यादा हुए, जिनकी कुल कीमत ₹67 अरब थी।
- **2018:** 246% की ग्रोथ; लेनदेन की कुल कीमत ₹1.5+ ट्रिलियन को पार कर गई।
- **2019:** 67% की ग्रोथ; लेनदेन की कुल कीमत ₹2.9+ ट्रिलियन को पार कर गई।
- **2020:** COVID-19 के बावजूद, 63% की ग्रोथ; लेनदेन की कुल कीमत ₹4.3+ ट्रिलियन को पार कर गई।

यह तेज़ी से हुआ विकास पूरी तरह से इंफ्रास्ट्रक्चर के कारण संभव हुआ: अरबों सस्ते स्मार्टफोन, गीगाबाइट में सस्ता 4G डेटा और डिजिटल पहचान सत्यापन जिसने बिना किसी परेशानी के ग्राहकों को सिस्टम से जोड़ दिया।

B. ऐप इकोसिस्टम: खिलाड़ी अनेक, इंफ्रास्ट्रक्चर एक

UPI के खुले आर्किटेक्चर ने कई ऐप्स को फलने-फूलने का मौका दिया—यह सभी एक ही पेमेंट इंफ्रास्ट्रक्चर का लाभ उठा रहे थे:

- **PhonePe (2015 में शुरू हुई यह कंपनी, 2016 में Flipkart ने इसे अपने साथ मिला लिया):** इसने सस्ते चीनी एंड्रॉइड फोन का फायदा उठाया और करोड़ों लोगों तक अपनी पहुँच बनाई।
- **Google Pay (तेज़, 2017):** इसने Google की फ़िनटेक एक्सपर्टीज़ को बाज़ार में लाया और सस्ते एंड्रॉइड डिवाइसों के लिए खास ऑप्टिमाइज़ किया गया था।
- **BHIM (2016):** यह सरकार का अपना UPI ऐप था।
- **Paytm:** यह डिजिटल वॉलेट से एक बड़े UPI ऐप के रूप में विकसित हुआ।

यह ऐप्स बेहतर यूज़र एक्सपीरियंस, कैशबैक ऑफ़र और व्यापारियों के साथ जुड़ाव के मामले में एक-दूसरे से मुकाबला कर रहे थे—और यह सब स्मार्टफ़ोन की बढ़ती पहुँच और सस्ते डेटा की वजह से ही मुमकिन हो पाया।

C. पेमेंट से आगे फ़िनटेक का विस्तार

जब पूरा इंफ्रास्ट्रक्चर तैयार था और करोड़ों भारतीय स्मार्टफोन का इस्तेमाल करने वाले, डिजिटल रूप से जानकार बन चुके थे, तो फ़िनटेक का विस्तार अब सिर्फ़ पेमेंट तक सीमित नहीं रहा:

लोन और क्रेडिट में इन्वेषण

Capital Float, Lendingkart, और KreditBee जैसी कंपनियों ने स्मार्टफोन ऐप्स के ज़रिए तुरंत डिजिटल लोन देना शुरू कर दिया। उन्होंने लोन देने के लिए पुराने गिरवी (Collateral) या दस्तावेज़ों की ज़रूरत को खत्म करते हुए, ग्राहक के स्मार्टफोन डेटा—जैसे ऐप इस्तेमाल करने के पैटर्न, पेमेंट हिस्ट्री और लोकेशन डेटा—का इस्तेमाल करके उनकी क्रेडिट योग्यता का आकलन किया।

आधार e-KYC ने तुरंत पहचान सत्यापन को संभव बनाया, जिससे खाता खोलने का समय हफ्तों से घटकर 5 मिनट हो गया। इस तरह, जो डिजिटल लोन पहले बैंकिंग सिस्टम से बाहर ग्राहकों के लिए नामुमकिन था, वह अब तुरंत उपलब्ध होने लगा।

वैल्य और इन्वेस्टमेंट टेक्नोलॉजी

Zerodha ने शून्य ब्रोकरेज फीस के साथ स्टॉक ट्रेडिंग में क्रांति ला दी। इसने मोबाइल-फर्स्ट ट्रेडिंग अनुभव दिया। Zerodha का Kite ऐप सस्ते चीनी एंड्रॉइड फोन पर भी आसानी से काम करता था, जिससे उन भारतीयों के लिए इक्विटी निवेश करना आसान हो गया जो पहले पुराने ब्रोकर्स का खर्च नहीं उठा सकते थे।

Groww ने भी इसी तरह म्यूचुअल फंड और स्टॉक निवेश के अनुभव को मोबाइल-फर्स्ट तरीके से पेश किया।

बीमा टेक्नोलॉजी (InsurTech)

Acko (2017 में लॉन्च) ने मोबाइल ऐप्स के माध्यम से पूरी तरह से डिजिटल बीमा की पेशकश की—जिसमें पारदर्शी कीमतें, तुरंत खरीद और डिजिटल क्लेम शामिल थे। यह सब केवल इसलिए संभव था क्योंकि स्मार्टफोन ने एक संपूर्ण डिजिटल चैनल प्रदान किया।

नियोबैंकिंग

Jupiter, Fi, और Open ने आधुनिक बैंकिंग अनुभव पेश किए, जिन्हें विशेष रूप से स्मार्टफोन इंटरफेस के लिए डिज़ाइन किया गया था। इन्होंने उन डिजिटल नेटिव्स (Digital Natives) को टारगेट किया जो बैंक ब्रांचेस के बजाय ऐप्स को पसंद करते थे।

B2B फ़िनटेक

Razorpay (2014 में स्थापित) भारतीय स्टार्टअप्स और व्यवसायों के लिए प्रमुख पेमेंट इंफ्रास्ट्रक्चर प्लेटफॉर्म बन गया।—जिससे पेमेंट कलेक्शन, पेमेंट आउट और अकाउंटिंग ऑटोमेशन जैसी सुविधाएँ संभव हो सकीं।

इन सभी इन्वेषणों को इन चीज़ों की ज़रूरत थी:

- स्मार्टफोन जो जटिल एप्लिकेशन चला सकें।
- सस्ता डेटा जो लगातार ऐप उपयोग को संभव बनाए।

- डिजिटल पहचान जो तुरंत ग्राहकों को जोड़ सके।
 - रियल-टाइम पेमेंट इंफ्रास्ट्रक्चर (UPI) जो पैसे को तुरंत कहीं भी पहुंचा सके।
 - इनोवेशन को बढ़ावा देने वाला नियामकीय माहौल।
- इंफ्रास्ट्रक्चर (हार्डवेयर, डेटा, पहचान, भुगतान) का यह तालमेल अब पूरी तरह से पूरा हो चुका था।

D. अब गाँवों में भी फाइनेंस हुआ आसान

जैसे-जैसे स्मार्टफोन गाँवों और दूरदराज के इलाकों में पहुँचे, फ़िनटेक ने उन लोगों तक भी पहुँच बनाई जो पहले बैंकिंग सुविधाओं से बाहर थे:

- **QR कोड ने ग्रामीण भुगतान में क्रांति ला दी:** गाँव की दुकानें, चाय की स्टॉल और छोटे व्यापारियों ने तेजी से QR कोड को अपना लिया। इसे किसी भी स्मार्टफोन पर आसानी से दिखाया जा सकता था, और किसी भी कैमरे वाले फ़ोन से स्कैन किया जा सकता था। इसके लिए किसी खास हार्डवेयर की जरूरत नहीं थी और न ही किसी खास ट्रेनिंग की।
- **क्षेत्रीय भाषा ऐप्स:** फ़िनटेक ऐप्स ने क्षेत्रीय भारतीय भाषाओं (जैसे हिंदी, तमिल, तेलुगु, कन्नड़, मराठी, आदि) को सपोर्ट करना शुरू कर दिया, जिससे डिजिटल फाइनेंस उन लोगों के लिए भी आसान हो गया जो अंग्रेजी नहीं बोलते थे।
- **माइक्रोफाइनेंस और डिजिटल लोन:** इन प्लेटफॉर्मों ने आधार से KYC और मोबाइल डेटा का इस्तेमाल कर यह तय किया कि कौन लोन चुका सकता है—और इसी से गाँवों तक भी आसान लोन पहुँचने लगे।

E. द यूनिर्कॉर्न बूम



जैसे ही फ़िनटेक इंफ्रास्ट्रक्चर मज़बूत हुआ और यूज़र बेस में ज़बरदस्त वृद्धि हुई, रिकॉर्ड-तोड़ निवेश का सिलसिला शुरू हुआ:

प्रमुख फ़िनटेक यूनिर्कॉर्न (जिनका वैल्यूएशन \$1 अरब+ है):

- **CRED (2018 में लॉन्च):** क्रेडिट कार्ड रिवाइर्स प्लेटफॉर्म।
- **Razorpay (2014 में स्थापित):** भारतीय स्टार्टअप्स के लिए पेमेंट इंफ्रास्ट्रक्चर प्रदान करने वाला।
- **Pine Labs (2010 में स्थापित):** व्यापारियों के लिए पेमेंट और क्लाउड-बेस्ड POS सिस्टम।
- **BharatPe (2018 में स्थापित):** व्यापारियों के लिए QR कोड-बेस्ड पेमेंट की सुविधा देने वाला।
- इनके अलावा Groww, Policybazaar, Lendingkart जैसे दर्जनों और स्टार्टअप्स भी यूनिर्कॉर्न बने।

टोटल फ़िनटेक फंडिंग: 2021 में यह \$6+ अरब के शिखर पर पहुँच गई, जिसका मुख्य कारण था:

- कामयाब बिज़नेस मॉडल (पेमेंट, लोन, निवेश सभी सफल थे)
- बड़ी मार्केट अपॉर्च्युनिटी (1.3 अरब भारतीय)
- बड़े पैमाने पर तैयार इंफ्रास्ट्रक्चर (स्मार्टफोन, डेटा, आधार)
- डिजिटल ट्रांज़ैक्शन को मिली सरकारी ताकत
- भारतीय फ़िनटेक में ग्लोबल इन्वेस्टर्स की बढ़ती दिलचस्पी

2.5 वैश्विक नेतृत्व और मज़बूती (2020-2025)

A. कोविड-19 ने डिजिटल अपनाने की रफ़्तार बढ़ाई

COVID-19 महामारी (मार्च 2020 में शुरू) ने डिजिटल लेनदेन को वैकल्पिक नहीं, बल्कि ज़रूरी बना दिया। लॉकडाउन और सोशल डिस्टेंसिंग के नियमों के कारण, नकद का इस्तेमाल और व्यक्तिगत रूप से लेनदेन करना जोखिम भरा हो गया।

UPI की विस्फोटक ग्रोथ जारी:

- **2021:** 3.8-4.2 अरब मासिक लेनदेन, जिनकी कुल कीमत ₹5.6 खरब थी।
- **2022:** कुल वार्षिक मूल्य ₹125.95 खरब रहा—जो साल-दर-साल 1.75 गुना ज़्यादा था।
- **2025:** 20 अरब से ज़्यादा मासिक लेनदेन—जिसने भारत को डिजिटल भुगतान वॉल्यूम में वैश्विक लीडर बना दिया।

B. भारत का वैश्विक फ़िनटेक नेतृत्व



2025 तक, भारत ने कई पैमानों पर वैश्विक फ़िनटेक नेतृत्व हासिल कर लिया:

UPI वैश्विक मॉडल के रूप में: दुनिया भर के देश UPI के आर्किटेक्चर का अध्ययन कर रहे थे, और सिंगापुर, फिलीपींस और अन्य देशों ने भारत के खुले और इंटरऑपरेबल मॉडल से प्रेरित होकर कई देशों ने ऐसा ही सिस्टम अपनाया।

डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर: आधार का पहचान मॉडल UPI का पेमेंट डिज़ाइन और भारत का डिजिटल पब्लिक गुड्स का दृष्टिकोण, सबके लिए बैंकिंग पहुँच का वैश्विक उदाहरण बन गए।

लेनदेन वॉल्यूम में नेतृत्व: भारत वैश्विक रियल-टाइम भुगतान का 48.5% प्रोसेस करता है—जो दुनिया के कुल वॉल्यूम का लगभग आधा है, और लेनदेन की संख्या में वैश्विक स्तर पर Visa को पीछे छोड़ दिया है।

वित्तीय टेक्नोलॉजी का निर्यात: भारतीय फ़िनटेक कंपनियाँ अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर विस्तार कर रही थीं—जैसे Pine Labs ने दक्षिण पूर्व एशिया में और Razorpay ने मध्य पूर्व में, जिससे भारतीय फ़िनटेक कंपनियों की वैश्विक उपस्थिति स्थापित हुई।

C. इंफ्रास्ट्रक्चर मैच्योरिटी स्टैक

भारत की फ़िनटेक सफलता 38 वर्षों में तैयार किए गए एक संपूर्ण इंफ्रास्ट्रक्चर स्टैक पर टिकी हुई है।

लेयर 1—भौतिक बैंकिंग (1987–2007):

- **ATMs:** 1987 के 1 ATM से शुरू होकर पूरे देश में अधिकतम कवरेज तक पहुँचे।
- **ब्रांच नेटवर्क:** ग्राहकों को जोड़ने और सहायता पहुँचाने के लिए ज़मीनी ढाँचा तैयार किया।
- **टेलीकॉम नेटवर्क:** मोबाइल कनेक्टिविटी की नींव रखी।

लेयर 2—डिजिटल पेमेंट रेल (1990–2015):

- **ECS, RTGS, NEFT, IMPS:** इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर सिस्टम।
- **कार्ड नेटवर्क:** Visa, Mastercard का इंफ्रास्ट्रक्चर।
- **CTS:** चेक को डिजिटल बनाने का सिस्टम।

लेयर 3—मोबाइल क्रांति (1995–2016):

- **मोबाइल फ़ोन:** लक्जरी से आम ज़रूरत बने।
- **फ़ीचर फ़ोन:** SMS बैंकिंग की नींव बने।
- **स्मार्टफोन:** व्यक्तिगत, हमेशा चालू रहने वाले डिजिटल डिवाइज़िज़ बने।
- **एंड्रॉइड प्लेटफॉर्म:** स्मार्टफोन के विकास को सबके लिए आसान बनाया।
- **4G डेटा:** अत्यधिक सस्ती, अनलिमिटेड कनेक्टिविटी प्रदान की।

लेयर 4—डिजिटल पहचान (2009–2016):

- **आधार:** 1.3+ अरब बायोमेट्रिक पहचान पत्र।
- **e-KYC:** तुरंत, 99.5% सस्ते डिजिटल सत्यापन की सुविधा।
- **DigiLocker:** डिजिटल दस्तावेज़ों को स्टोर करने की सुविधा।
- **eSign:** डिजिटल हस्ताक्षर की सुविधा।

लेयर 5—भुगतान इनोवेशन (2010–2025):

- **IMPS:** 24x7 रियल-टाइम भुगतान (2010)।
- **मोबाइल वॉलेट:** Paytm, MobiKwik, FreeCharge (2009–2010)।
- **QR कोड:** व्यापारियों द्वारा सार्वभौमिक रूप से अपनाया जाना (2016+)।
- **UPI:** खुला, इंटरऑपरेबल इंफ्रास्ट्रक्चर (2016)।
- **सुपर ऐप्स:** व्यापक वित्तीय सेवाएँ (2020+)।

D. मानवीय कारक: एक अरब से ज़्यादा यूज़र बेस

स्मार्टफोन और इंटरनेट यूज़र्स (2025):

- लगभग 65 से 70 करोड़ स्मार्टफोन यूज़र्स।
- लगभग 75 करोड़ इंटरनेट यूज़र्स (आबादी का 57%)।
- लगभग 40 करोड़+ एक्टिव फ़िनटेक यूज़र्स।
- विभिन्न ऐप्स पर 50 करोड़+ UPI यूज़र्स।

यह आँकड़ा मानव इतिहास में सबसे बड़ी और सबसे तेज़ डिजिटल बदलाव के सबसे तेज़ दौर में से एक को दर्शाता है।

E. चीनी स्मार्टफोन की नींव (2025 तक कायम)

चीनी ब्रांड्स भारत के स्मार्टफोन बाज़ार पर लगातार हावी बने रहे:

- **चीनी ब्रांड्स:** बाज़ार हिस्सेदारी 60% से ज़्यादा (Xiaomi, Vivo, Oppo, Realme, OnePlus)
- **Samsung:** बाज़ार हिस्सेदारी ~25% (बड़े पैमाने पर एकमात्र अंतर्राष्ट्रीय प्रतियोगी)
- **Apple:** बाज़ार हिस्सेदारी 3–4% (सिर्फ प्रीमियम सेगमेंट तक सीमित)
- **औसत स्मार्टफोन की कीमत:** लगभग ₹19,000 (\$255) (जो आम जनता के लिए आसान है)

चीनी स्मार्टफोन इकोसिस्टम वह हार्डवेयर फ़ाउंडेशन था और आज भी बना हुआ है, जिस पर भारत की फ़िनटेक क्रांति टिकी हुई है।

अध्याय 3: यूनिकॉर्न की दुनिया – कौन है सबसे आगे?



भारत का फ़िनटेक इकोसिस्टम एक ग्लोबल पावरहाउस बन चुका है। इसकी वजह है यूनिकॉर्न स्टार्टअप्स की शानदार ग्रोथ—यह वो फ़िनटेक कंपनियाँ हैं जिनकी वैल्यू \$1 अरब से ज़्यादा है और जो देश-विदेश में वित्तीय सेवाओं को बदल रही हैं। यह यूनिकॉर्न सिर्फ सफल कहानियाँ नहीं हैं; यह AI, बिग डेटा और डिजिटल प्लेटफॉर्म जैसी नई टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल करके नए बिज़नेस मॉडल चलाने वाले इनोवेशन लीडर हैं। जैसे-जैसे यह दिग्गज तेज़ी से बड़े हो रहे हैं और देश की सीमाएँ लांघ रहे हैं, यह ग्रोथ, सबको साथ लेकर चलने और टेक्नोलॉजी-बेस्ड फ़ाइनेंस के लिए नए रिकॉर्ड बना रहे हैं। यह चैप्स बताता है कि यह लीडिंग यूनिकॉर्न कौन हैं, यह पुराने फ़ाइनेंस सिस्टम को कैसे बदल रहे हैं, और भारत के वित्तीय भविष्य को बनाने में यह क्यों इतने ख़ास हैं।

1. दुनिया भर में छा जाने वाले लीडर

भारतीय फ़िनटेक कंपनियाँ न सिर्फ़ भारत में फाइनेंस के काम करने का तरीका बदल रही हैं, बल्कि अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर भी अपनी पहचान बना रही हैं। आइए समझते हैं कि कुछ बड़े यूनिकॉर्न—PhonePe, Pine Labs, Zolve, Leap Finance और Perfios—भारतीय फ़िनटेक के इनोवेशन को ग्लोबल स्टेज पर कैसे ले जा रहे हैं।

बड़ा विचार: ग्लोबल होना क्यों ज़रूरी है?

भारत का फ़िनटेक सेक्टर इसलिए तेज़ी से बढ़ा क्योंकि इसने इतनी बड़ी आबादी की समस्याओं को हल किया—पेमेंट को आसान बनाया, लोन तक पहुँचना सरल किया और निवेश करना आसान बनाया। अब, यह कंपनियाँ अपने समाधानों और टेक्नोलॉजी को दूसरे देशों को भी निर्यात कर रही हैं। इससे दक्षिण पूर्व एशिया, मध्य पूर्व और यहाँ तक कि अमेरिका जैसे बाज़ारों में भी भारतीय डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म की ताकत सामने आई है। जब भारतीय कंपनियाँ विदेश जाती हैं, तो वे ज़्यादा निवेश लाती हैं, ग्लोबल पार्टनरशिप बनाती हैं और पूरे देश के लिए नए अवसर खोलती हैं।

PhonePe: सीमाओं के पार अपने पंख फैलाना

PhonePe ने एक साधारण स्मार्टफोन पेमेंट ऐप के रूप में शुरुआत की और भारत के सबसे बड़े फ़िनटेक यूनिकोर्नर्स में से एक बन गया। अब, यह बहुत कुछ नया कर रहा है:

- **इंडस ऐपस्टोर:** PhonePe ने Google Play को चुनौती देने के लिए भारत का अपना ऐप मार्केटप्लेस लॉन्च किया है, जिसका लक्ष्य डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म को ज़्यादा स्थानीय और सस्ता बनाना है।
- **बीमा और वित्तीय सेवाएँ:** कंपनी हेल्थ और ट्रेवल जैसे बीमा उत्पाद और छोटे निवेश के विकल्प देती है, जिससे आम लोगों के लिए मॉडर्न फाइनेंस आसान हो गया है।
- **ग्लोबल कदम:** PhonePe अब मध्य पूर्व के बाज़ारों में जा रहा है। इसका मक़सद लोकल फ़िनटेक कंपनियों के साथ मिलकर UPI जैसी तेज़ पेमेंट सुविधा को नए क्षेत्रों में पहुँचाना है।

2025 में PhonePe हर महीने लगभग 4.2–4.5 बिलियन UPI लेन-देन प्रोसेस करता है और करीब 48–50% UPI मार्केट शेयर बनाए रखता है। यह उन भारतीय फ़िनटेक कंपनियों के लिए एक रोल मॉडल बन गया है जो ग्लोबल बनने का सपना देखती हैं।

Pine Labs: अंतर्राष्ट्रीय पहुँच वाला मर्चेट पेमेंट

Pine Labs व्यापारियों के लिए पेमेंट सॉल्यूशंस का लीडर है—यह लाखों दुकानों, स्टोरों और ई-कॉमर्स व्यवसायों को स्मार्ट तरीके से पेमेंट लेने में मदद करता है:

- **POS पर पकड़:** इसके पॉइंट-ऑफ-सेल (POS) डिवाइस अब सिर्फ़ भारत में ही नहीं, बल्कि मलेशिया और अन्य दक्षिण पूर्व एशियाई देशों के व्यापारियों द्वारा भी इस्तेमाल किए जा रहे हैं।
- **ग्लोबल पार्टनरशिप:** Pine Labs बड़े बैंकों और ग्लोबल ब्रांड्स के साथ काम करता है, जो भारतीय फ़िनटेक की विशेषज्ञता को विदेश ले जाता है।

- Pine Labs अब सिर्फ़ मलेशिया में ही नहीं, बल्कि सिंगापुर और UAE में भी काम करता है।
- 2025 तक Pine Labs के पास भारत और दक्षिण-पूर्व एशिया (SEA) में कुल मिलाकर 1.7 मिलियन से ज़्यादा व्यापारी जुड़े हुए हैं।

कंपनी का अंतर्राष्ट्रीय कारोबार अब उसके कुल रेवेन्यू का एक बड़ा हिस्सा बन चुका है, जो दिखाता है कि भारतीय पेमेंट टेक्नोलॉजी पर दुनिया भर में कितना भरोसा किया जाता है।

Zolve और Leap Finance: भारतीयों के लिए विदेश में फाइनेंसिंग

ग्लोबल विस्तार सिर्फ़ विदेश में उत्पाद बेचने के बारे में नहीं है—बल्कि विदेश में पढ़ाई करने, यात्रा करने या काम करने वाले भारतीयों की मदद करना भी है।

Zolve

Zolve उन भारतीय छात्रों और पेशेवरों की मदद करता है जो अमेरिका जा रहे हैं, ताकि उन्हें जल्दी से वित्तीय सेवाएँ मिल सकें:

- **क्रेडिट कार्ड, बैंक खाते:** डिजिटल तरीके से, Zolve व्यक्ति के अमेरिका पहुँचने से पहले ही US बैंक खाते और क्रेडिट कार्ड दिलवाता है। यह विदेश जाने वाले युवाओं की एक बड़ी चिंता दूर करता है।
- **सीमा-पार समाधान:** Zolve भारतीय क्रेडिट हिस्ट्री को US के वित्तीय सिस्टम से जोड़ता है—यह भारतीय फ़िनटेक का एक शानदार उदाहरण है जो ग्लोबल बाज़ारों को जोड़ रहा है।
- 2025 तक Zolve ने अमेरिका जाने वाले छात्रों और प्रोफेशनल्स में 5 लाख से ज़्यादा यूज़र्स को सेवाएँ दी हैं।
- Zolve ने 2024 में 'Zolve Credit Builder' लॉन्च किया था।

Leap Finance

Leap Finance मुख्य रूप से भारतीय छात्रों को विदेश में पढ़ने में मदद करने पर केंद्रित है:

- **एजुकेशन लोन:** Leap उन युवा भारतीयों के लिए इंटरनेशनल स्टूडेंट लोन और फ़ाइनेंसियल प्लानिंग सेवाएँ देता है जो खास तौर पर US और कनाडा जा रहे हैं।
- **मज़बूत साझेदारी:** यह सैकड़ों विश्वविद्यालयों के साथ मिलकर काम करता है, लोन देने का काम संभालता है और छात्रों को उनकी पूरी यात्रा में सपोर्ट करता है।
- 2025 तक Leap 750+ से अधिक ग्लोबल यूनिवर्सिटीज़ को सपोर्ट करता है।
- Leap के यूज़र्स की संख्या लगभग 5–6 लाख है।

Zolve और Leap Finance ने मिलकर कई देशों में 500,000 से ज़्यादा यूज़र्स को सेवा दी है, जिससे विदेश में फाइनेंस की प्रक्रिया आसान और सस्ती हो गई है।

Perfios

Lead / Leap

Perfios दिखाता है कि भारतीय फ़िनटेक सिर्फ़ ग्राहकों के लिए नहीं, बल्कि बड़े वित्तीय संस्थानों के लिए भी कितनी जटिल समस्याएँ हल कर रहा है:

- **क्रेडिट फ़ैसला टेक्नोलॉजी:** Perfios ऐसे AI प्लेटफ़ॉर्म बनाता है जो बैंकों को जोखिम का आकलन करने और लोन को तेज़ी से प्रोसेस करने में मदद करते हैं, जिससे धोखाधड़ी और देरी कम होती है।
- **दक्षिण पूर्व एशिया में लीडरशिप:** Perfios की टेक्नोलॉजी अब सिंगापुर, मलेशिया और अन्य एशियाई बाजारों के बैंक इस्तेमाल कर रहे हैं, जो दर्शाता है कि भारतीय तकनीक का दुनिया भर में सम्मान है।
- **डेटा एनालिटिक्स:** हर महीने लाखों क्रेडिट चेक और बैंकिंग लेनदेन को संभालकर, Perfios विदेशों में आधुनिक फाइनेंस के लिए एक ताकतवर इंजन बन गया है।
- 2024 की फ्रंटिंग राउंड के बाद Perfios का वैल्यूएशन 1 बिलियन डॉलर से ऊपर पहुँच गया।
- Perfios भारत और दक्षिण-पूर्व एशिया (SEA) में हर महीने 200 मिलियन से ज़्यादा डेटा ट्रांज़ैक्शन प्रोसेस करता है।

बड़ी तस्वीर

PhonePe, Pine Labs, Zolve, Leap Finance और Perfios जैसे यह सभी यूनिकॉर्न स्पष्ट रूप से दिखाते हैं कि भारतीय फ़िनटेक कंपनियाँ अब सिर्फ़ स्थानीय समाधानों से हटकर वैश्विक प्लेटफ़ॉर्मों की ओर बढ़ रही हैं।

यह कंपनियाँ अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में इसलिए भरोसा बना रही हैं क्योंकि वे ऐसी डिजिटल वित्तीय सेवाएँ दे रही हैं जो भारत के लिए तैयार की गई थीं—यानी वे सुरक्षित, सस्ती और बहुत तेज़ी से विस्तार करने की क्षमता रखती हैं। उनका विदेशों में बढ़ता निवेश और नई साझेदारियाँ यह साबित करती हैं कि “Made in India” फ़िनटेक वैश्विक स्तर पर बड़ी से बड़ी प्रतिस्पर्धा में भी अक्ल आ सकता है। यह भारतीय इनोवेशन की असली जीत है।

2. नेक्स्ट-जेन क्रेडिट इनोवेटर्स

भारत का लोन और क्रेडिट इकोसिस्टम तेज़ी से बदल रहा है। इसका श्रेय उन नए फ़िनटेक स्टार्टअप्स को जाता है जो टेक्नोलॉजी और डेटा का इस्तेमाल करके सुरक्षित, तेज़ और आसान क्रेडिट प्रोडक्ट्स बना रहे हैं। पारंपरिक बैंक करोड़ों युवा पेशेवरों, MSMEs और सीमित क्रेडिट हिस्ट्री वाले लोगों को सेवा देने में संघर्ष कर रहे थे। यह अध्याय पाँच फ़िनटेक यूनिकॉर्न—CRED, Slice, OneCard, MoneyView और BharatPe—पर नज़र डालता है, जो मज़बूत डेटा और नियामक समर्थन के दम पर भारत के क्रेडिट क्षेत्र में क्रांति ला रहे हैं।

क्रेडिट क्रांति का माहौल: कमी और अवसर

भारत का क्रेडिट बाज़ार बहुत बड़ा है, पर इसमें बहुत असंतुलन है। 2025 तक भी, लगभग 60 करोड़ वयस्कों के पास औपचारिक रूप से लोन तक पहुँच नहीं है, और वे अनौपचारिक या महँगे स्रोतों पर निर्भर हैं। RBI की डिजिटल लेंडिंग गाइडलाइन्स (2022) ने नियम बनाए कि लोन देने वाली कंपनियाँ पारदर्शिता रखें, ब्याज दरें सही हों और ग्राहकों को परेशान न करें। इससे डिजिटल लोन देने वाली कंपनियों पर लोगों का भरोसा बढ़ा।

यह स्टार्टअप्स अनोखे डेटा (जैसे फ़ोन यूसेज) और एडवांस तरीकों से बहुत तेज़ी से जोखिम का पता लगाते हैं। इससे वे उन लोगों को भी लोन दे पाते हैं जिनके पास ज़्यादा कागज़ात या क्रेडिट हिस्ट्री नहीं है। इस सही माहौल की वजह से भारत का डिजिटल लोन बाज़ार 2025 में \$150 अरब तक पहुँच गया है, जो 2020 से सालाना 35% की रफ़्तार से बढ़ रहा है।



CRED: प्रीमियम ग्राहकों के लिए खास क्रेडिट सुविधा

15 मिलियन से ज़्यादा यूज़र्स और लगभग 4.7 बिलियन डॉलर की वैल्यूएशन के साथ, CRED ने शहरी भारत में क्रेडिट कार्ड इस्तेमाल करने का तरीका बदल दिया है। यह समय पर क्रेडिट कार्ड बिल भरने पर ग्राहकों को कैशबैक, खास ऑफ़र और इवेंट्स का इनाम देता है, जिससे समझदार और जिम्मेदार उधार लेने वालों का एक प्रीमियम क्लब बनता है।

इसी मज़बूत डेटा की ताकत पर CRED अब औसतन ₹3-5 लाख तक के पर्सनल लोन देता है और कई मामलों में मंजूरी तुरंत मिल जाती है। इंडस्ट्री अनुमानों के अनुसार इसका डेटा-बेस्ड मॉडल बेहद भरोसेमंद है—यही कारण है कि इसकी लोन न चुकाने की दर 2% से भी कम है जो पूरी इंडस्ट्री में सबसे बेहतर मानी जाती है।

CRED का प्लेटफ़ॉर्म यह दिखाता है कि लॉयल्टी और क्रेडिट को मिलाकर लोगों की वित्तीय सेहत को कैसे सुधारा जा सकता है।

Slice और OneCard: युवाओं के लिए खास डिजिटल क्रेडिट कार्ड

दोनों कंपनियाँ टेक-सेवी युवाओं को केंद्र में रखकर काम करती हैं। भारत में 18 से 35 साल के बीच के 50 करोड़ से ज़्यादा लोग हैं, जो सबसे बड़ा ग्राहक समूह है। 2022 में RBI ने प्रीपेड कार्ड पर BNPL (Buy Now, Pay Later) की सुविधा को रोकने के लिए नियम बनाए, जिसके बाद Slice ने बैंकों के साथ मिलकर रेगुलेटेड क्रेडिट कार्ड प्रोडक्ट पर ध्यान देना शुरू किया।

- Slice का दावा है कि 2025 तक उसके 50 लाख से ज्यादा कार्ड यूजर्स हैं, और हर महीने प्रति यूजर औसत खर्च ₹10,000 से ज्यादा है।
- यह BNPL की सुविधा देने में आगे रहा है, जहाँ लोग बिना ब्याज के कुछ समय के लिए पेमेंट टाल सकते हैं, और यह सेक्टर सालाना 45% से ज्यादा बढ़ रहा है।
- OneCard ने 2025 के मध्य तक 42 लाख से ज्यादा मेटल कार्ड जारी किए, जो स्टाइल के साथ-साथ अच्छी सुविधा भी देते हैं। इसके ग्राहकों की औसत क्रेडिट लिमिट लगभग ₹2 लाख है, जो लाइफस्टाइल और जरूरी खर्चों में मदद करती है।

यह कंपनियाँ तेज़ी से डिजिटल तरीके से ग्राहक जोड़ने और पहली बार लोन लेने वालों के लिए क्रेडिट स्कोर बनाने पर जोर देती हैं, इससे देश में डिमैट खातों की बढ़ती संख्या (2025 तक 20 करोड़ से अधिक) को बढ़ावा मिला है जो बढ़ते वित्तीय जुड़ाव को दिखाता है।

MoneyView: भारत की अनौपचारिक लोन समस्या का हल

MoneyView एक NBFC लाइसेंस वाली फ़िनटेक यूनिकॉर्न है, जिसकी वैल्यू \$1 अरब है और यह 12-13 लाख से ज्यादा यूजर्स को सर्विस देती है।

यह उन लोगों की लोन लेने की क्षमता पता करने के लिए अलग तरह के डेटा—जैसे फ़ोन का इस्तेमाल, लेनदेन की हिस्ट्री और बिल भुगतान—का इस्तेमाल करता है, जो औपचारिक बैंकिंग सिस्टम से बाहर हैं। यह बहुत जरूरी है क्योंकि भारत के लगभग 40% कर्मचारी अनौपचारिक तरीकों से लोन लेते हैं।

MoneyView से दिए जाने वाले लोन आमतौर पर ₹50,000 से ₹2 लाख तक के होते हैं। यह ऐसे बेतनभोगी लोगों और छोटे उद्यमियों के लिए है जिनके पास कोई चीज़ गिरवी रखने के लिए नहीं है या औपचारिक क्रेडिट हिस्ट्री नहीं है।

इसकी लोन न चुकाने की दर (NPA) सिर्फ 1.8% है, जो AI पर आधारित इसके मज़बूत जोखिम आकलन मॉडल को दिखाता है। यह मॉडल RBI की गाइडलाइन्स के तहत ग्राहक सुरक्षा को ध्यान में रखकर बनाया गया है।

BharatPe: क्रेडिट इनोवेशन से व्यापारियों को ताक़त

BharatPe पूरे भारत में 70 लाख से ज्यादा छोटे व्यापारियों को सेवा देता है और 2025 तक ₹20,000 करोड़ से ज्यादा का लोन प्रदान कर चुका है। (कंपनी के अनुसार)।

2024 में कुछ अंदरूनी बदलावों के बाद, BharatPe ने तेज़ी से वापसी की और व्यापारियों के लेनदेन डेटा पर आधारित और भी बेहतर लोन प्रोडक्ट पेश किए। यह UPI पेमेंट हिस्ट्री और POS से होने वाले लेन-देन को देखकर ₹1 लाख से ₹10 लाख तक का वर्किंग कैपिटल लोन तुरंत मंजूरी के साथ देता है।

व्यापारियों को लोन देने के लिए उनके रियल-टाइम पेमेंट डेटा को जोड़कर, BharatPe MSME सेक्टर में लोन ग्रोथ को तेज़ कर रहा है। यह सेक्टर भारत की GDP में लगभग 30% का योगदान देता है और 110 मिलियन से ज्यादा लोगों को रोज़गार देता है।

RBI की गाइडलाइन्स ने कैसे इनोवेशन को बढ़ाया

2022 में RBI की डिजिटल लेंडिंग गाइडलाइन्स ने नियम बनाए कि डिजिटल लोन देने वाली कंपनियाँ शर्तें स्पष्ट रखें, उचित ब्याज दरें लें और वसूली के लिए सख्ती न करें। RBI ने अकाउंट एग्रीगेटर (AA) का इस्तेमाल भी जरूरी कर दिया, ताकि ग्राहक की मर्जी से ही डेटा शेयर हो।

इन नियमों ने बाज़ार की अनिश्चितता दूर कर दी, जिससे फ़िनटेक कंपनियों को बड़ा फ़ंड जुटाने में मदद मिली:

- भारतीय डिजिटल लोन कंपनियों ने 2023-25 के दौरान \$3 अरब से ज्यादा की फंडिंग जुटाई।
- इस साफ़-सुथरे माहौल ने Sequoia Capital, Tiger Global और Accel India जैसे बड़े निवेशकों को खींचा।

RBI सैंडबॉक्स के विशेषज्ञों का कहना है कि इन गाइडलाइन्स से ग्राहकों का भरोसा बढ़ा, जिससे फ़िनटेक कंपनियाँ ज़िम्मेदारी के साथ आगे बढ़ सकीं—यह तेज़ी से बढ़ती लोन बुक और घटते डिफॉल्ट का एक मुख्य कारण है।

निवेशकों और विशेषज्ञों की राय

Accel India के एक पार्टनर के मुताबिक, "RBI के फ़्रेमवर्क की स्पष्टता ने पूरा गेम ही बदल दिया। इसने इनोवेशन और ज़िम्मेदारी को बैलेंस किया, जिससे CRED और MoneyView जैसे स्टार्टअप्स को ग्राहक के हितों को सबसे ऊपर रखते हुए आगे बढ़ने का मौक़ा मिला।"

फ़िनटेक लीडर इस बात से सहमत हैं कि नए-जमाने के क्रेडिट मॉडल भारत के बड़े लोन गैप को भरना जारी रखेंगे, खासकर युवाओं और MSMEs के बीच, जिससे उन्हें बड़े पैमाने पर सस्ता और सही फाइनेंस मिल सकेगा।

3. डिजिटल निवेश और धन निर्माता

भारत के रिटेल निवेश क्षेत्र में पिछले एक दशक में एक शानदार उछाल आया है, जिसकी अगुवाई टेक्नोलॉजी से जुड़ी वेल्थ कंपनियाँ कर रही हैं। Zerodha, Groww, Upstox और Navi जैसी कंपनियों ने आम भारतीयों के स्टॉक, म्यूचुअल फंड और बीमा खरीदने के तरीके को पूरी तरह बदल दिया है—इससे वित्तीय समावेशन और साक्षरता की एक नई संस्कृति पैदा हुई है। यह अध्याय बताता है कि यह फ़िनटेक यूनिकॉर्न कैसे भारत की ज़रूरत और सामर्थ्य को ध्यान में रखते हुए रिटेल निवेश बाज़ार को वैश्विक स्तर पर ले गए हैं।

भारत में रिटेल निवेश का उदय

कुछ साल पहले तक, बाज़ार में निवेश करना सिर्फ़ अमीर शहरी लोगों, ब्रोकरों और हाई-नेट-वर्थ व्यक्तियों (HNIs) का काम माना जाता था। लेकिन आज, भारत में स्टॉक और म्यूचुअल फंड्स में लगभग 12 करोड़ (120 मिलियन) रिटेल निवेशक हैं, यह संख्या 2020 के बाद से दोगुनी से भी ज्यादा हो गई है। यह उछाल इन कारणों से आया है:

- सस्ते 4G डेटा प्लान की वजह से स्मार्टफोन और इंटरनेट की पहुँच बढ़ना।
- कंपनियों ने आसान ऐप्स और बहुत कम शुल्क लेकर निवेश को सरल बना दिया।

- SEBI द्वारा निवेशक सुरक्षा और खाता खोलने की प्रक्रिया को आसान बनाने वाले सुधार।
- भारतीय स्टॉक ब्रोकरों और वेल्थटेक फ़र्मों में विदेशी प्रत्यक्ष निवेश (FDI) का भारी मात्रा में आना, जिससे टेक्नोलॉजी और नियमों का पालन विश्व-स्तर का बना रहता है।

Zerodha: अपने दम पर खड़ी हुई प्रमुख कंपनी

Zerodha, भारत की पहली प्रमुख डिस्काउंट ब्रोकर कंपनी, 2010 में एक पारिवारिक स्टार्टअप के रूप में शुरू हुई थी और आज इसका इवैल्यूएशन \$5 अरब है। NSE के 2025 के एक्टिव क्लाइंट डेटा के अनुसार, 12-13 लाख से ज्यादा सक्रिय ग्राहकों के साथ यह भारत की सबसे बड़ी स्टॉक ब्रोकर है।

- Zerodha ने प्रतिशत कमीशन लेने के बजाय फ्लैट फीस लेना शुरू किया, जिससे स्टॉक ट्रेडिंग आम लोगों के लिए सस्ती हो गई और इसने क्रांति ला दी।
- इसने एक पारदर्शी टेक्नोलॉजी प्लेटफ़ॉर्म बनाया जो कम लागत पर निवेश पर पूरा नियंत्रण देता है।
- इसने Kite (ट्रेडिंग प्लेटफ़ॉर्म) और Varsity (मुफ्त शिक्षा संसाधन) जैसे इंस्ट्रू-लीडिंग टूल बनाए, जिससे लोगों की वित्तीय ज्ञान की कमी को दूर किया जा सका।
- इसकी सफलता दिखाती है कि कैसे कम खर्च और क्वालिटी शानदार मार्केटिंग से ज्यादा मायने रखती है, जो कि सिलिकॉन वैली के लीन स्टार्टअप सिद्धांतों जैसा ही है।

Groww: धन को सबके लिए मुलभ बनाना



Groww 2016 में म्यूचुअल फंड बेचने वाले ऐप के तौर पर सामने आया, लेकिन तेज़ी से स्टॉक ट्रेडिंग और दूसरे वेल्थ प्रोडक्ट्स में फैल गया। 2025 तक 6 करोड़ से ज्यादा यूज़र्स को सेवा देने वाली Groww का अब वैल्यूएशन 3 बिलियन डॉलर से ऊपर है।

- यह सरलता और उपयोग में आसानी को प्राथमिकता देता है, जिसका साफ-सुथरा ऐप इंटरफ़ेस पहली बार निवेश करने वालों का मार्गदर्शन करता है।
- यह एक ही प्लेटफ़ॉर्म पर स्टॉक, ETF, SIP, अमेरिकी स्टॉक और गोल्ड जैसे निवेश के सभी विकल्प देता है।
- यह आम भारतीयों के लिए जटिल निवेश विषयों को आसान बनाने के लिए शैक्षणिक ब्लॉग और वीडियो प्रदान करता है।

- यह उन लाखों लोगों की मदद करता है जो जानकारी की कमी के कारण निवेश करने से कतराते हैं।

Upstox: देश भर में वित्तीय साक्षरता बढ़ाना

Upstox के पास अब 4+ करोड़ से ज्यादा रजिस्टर्ड यूज़र्स हैं और यह हर महीने लाखों लेन-देन संभालता है। यह इस्तेमाल में आसान मोबाइल और वेब प्लेटफ़ॉर्म के साथ कम लागत वाली ब्रोकरेज प्रदान करता है।

- यह सामुदायिक संगठनों और ऑनलाइन शिक्षकों के साथ साझेदारी करके वित्तीय साक्षरता कार्यक्रमों को बढ़ावा देता है।
- इसने मार्जिन ट्रेडिंग, डेरिवेटिव्स और फ्यूचर्स कॉन्ट्रैक्ट्स में इनोवेशन किया है, सही जोखिम की जानकारी के साथ जटिल उत्पादों को भी सुलभ बनाया है।
- SEBI के सुधारों ने, e-KYC और पेपरलेस ऑनबोर्डिंग की अनुमति देकर, Upstox को तेज़ी से यूज़र बढ़ाने में मदद की।
- यह टियर-2 और टियर-3 शहरों पर ध्यान केंद्रित करता है, जहाँ सामर्थ्य को शिक्षा के साथ जोड़ा जाता है।

Navi: ऑल-इन-वन वेल्थ और लोन इकोसिस्टम

सचिन बंसल द्वारा 2018 में स्थापित Navi तेज़ी से बढ़कर \$420-450 अरब से ज्यादा के इवैल्यूएशन वाला एक प्रमुख फ़िनटेक यूनिर्कॉर्न बन गया है।

- यह एक ही ऐप पर म्यूचुअल फंड, पर्सनल लोन, बीमा और डिजिटल गोल्ड को जोड़ता है।
- यह मिलेनियल और Gen Z निवेशकों को आकर्षित करने के लिए आसान, पारदर्शिता और ग्राहक-केंद्रितता पर ध्यान केंद्रित करता है।
- यह वित्तीय सलाह और लोन के फैसलों को व्यक्तिगत बनाने के लिए AI और डेटा एनालिटिक्स का उपयोग करता है।
- कंपनी अपने विस्तार को जारी रखते हुए 2026 में IPO लाने की तैयारी में है।

जैसे-जैसे निवेश आम लोगों की आदत बनता गया, नियामक संस्थाएँ पारदर्शिता और निवेशक सुरक्षा को मज़बूत करने के लिए आगे आईं।

निवेशक शिक्षा और SEBI की भूमिका

जैसे-जैसे निवेश मुख्यधारा में आया, नियामकों ने पारदर्शिता और निवेशक सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए कदम उठाए। इस वृद्धि में SEBI ने एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई:

- अनिवार्य e-KYC और डिजिटल हस्ताक्षर के साथ खाता खोलने की प्रक्रिया को सरल बनाना।
- निवेशक सुरक्षा उपाय और पारदर्शी ब्रोकरेज संरचनाएँ पेश करना।
- Groww की Tiger Global और Accel India द्वारा फंडिंग जैसी भारतीय ब्रोकरेज हाउसेस में विदेशी प्रत्यक्ष निवेश (FDI) को मंजूरी देना।
- बड़े पैमाने पर रिटेल भागीदारी और वित्तीय साक्षरता बढ़ाने के लिए अभियान चलाना।

सिलिकॉन वैली की चाल, भारत की किफ़ायती मिशाल

भारत की निवेश फ़िनटेक कंपनियों ने सिलिकॉन वैली की स्टार्टअप संस्कृति के तेज़ बदलाव, यूज़र-केंद्रित डिज़ाइन और डेटा-बेस्ड निर्णयों को भारत की ताकत—किफ़ायती समाधानों और भाषाई विविधताओं की समझ के साथ जोड़ा है।

इस संतुलन ने Zerodha और Groww जैसे प्लेटफ़ॉर्म को उन लाखों नए निवेशकों को जोड़ने की अनुमति दी है, जिन्हें पहले शेयर बाज़ार जटिल और महंगा लगता था। इन यूनिकोर्न्स की सफलता इस बात का एक शक्तिशाली उदाहरण है कि कैसे टेक्नोलॉजी दुनिया के दूसरे सबसे बड़े इंटरनेट बाज़ार की ज़रूरतों को पूरा कर सकती है—यह एक ऐसा फ़ॉर्मूला है जिसे वैश्विक स्तर पर दोहराया जा सकता है।

4. फ़िनटेक-इंश्योरटेक इंफ़्रास्ट्रक्चर के गेमचेंजर

डिजिटल पेमेंट और लोन की दिखाई देने वाली दुनिया के पीछे, एक अदृश्य लेकिन बहुत ज़रूरी टेक्नोलॉजी का आधार है जो पूरे फ़िनटेक इकोसिस्टम को चलाता है। इस अदृश्य परत में सॉफ़्टवेयर, API, ऑटोमैटिक नियम-पालन इंजन और नए ज़माने के बीमा टेक्नोलॉजी समाधान शामिल हैं। Acko, Lentra, Open और Juspay जैसे भारतीय फ़िनटेक यूनिर्कोर्न्स इस क्षेत्र के प्रमुख खिलाड़ी हैं, जो वित्तीय सेवाओं के काम करने के तरीके को पूरी तरह बदल रहे हैं।

Acko: करोड़ों लोगों के लिए बीमा को डिजिटल बनाना



भारत में पारंपरिक बीमा का मतलब अक्सर थकाऊ कागज़ात, देरी और पारदर्शिता की कमी से जोड़ा जाता था। Acko एक ऐसा लीडर है जिसने बीमा को पूरी तरह ऑनलाइन लाकर इन समस्याओं को हल किया है:

- \$3 अरब से ज्यादा के वैल्यूएशन वाला Acko मोटर बीमा से शुरू हुआ और फिर स्वास्थ्य तथा यात्रा बीमा तक फैल गया।
- कंपनी ने डिजिटल पॉलिसी जारी करने और क्लेम सेटलमेंट की प्रक्रिया को बहुत तेज़ कर दिया है। यह 12 लाख से ज्यादा वाहनों को सेवा दे चुका है।
- AI और डेटा एनालिटिक्स की बदौलत Acko अपने प्रीमियम को व्यक्तिगत बनाते हुए धोखाधड़ी की पहचान करता है, जिससे यह बाज़ार में सस्ती दर और 90% से ज्यादा क्लेम सेटलमेंट रेशियो बनाए रखता है।
- इसके API-फ़र्स्ट तरीके से यह कैब कंपनियों और ई-कॉमर्स साइटों जैसे बाहरी प्लेटफ़ॉर्म के साथ आसानी से जुड़ जाता है, जिससे बीमा एक 'एम्बेडेड' वित्तीय उत्पाद बन जाता है।

Lentra और Open: API-फ़र्स्ट नियोबैंकिंग हीरो

Lentra और Open वो मुख्य खिलाड़ी हैं जो बैंकों और व्यवसायों को ताकत देने वाला अदृश्य फ़िनटेक इंजन बना रहे हैं:

- Lentra एक AI-पावर्ड लोन ऑटोमेशन प्लेटफ़ॉर्म देता है, जिसका इस्तेमाल बैंक और NBFCs क्रेडिट जोखिम का पता लगाने, लोन देने और नियमों का पालन करने को आसान बनाने के लिए करते हैं।
- यह हजारों डिजिटल लोन प्रोडक्ट को सपोर्ट करता है जो मिलकर सालाना 1.5 करोड़ से ज्यादा लोन एप्लीकेशन को प्रोसेस करते हैं।
- Open एक नियोबैंकिंग प्लेटफ़ॉर्म है जो छोटे व्यवसायों और फ्रीलांसर्स के लिए खास तौर पर बनाया गया है। यह API के जरिए तुरंत बिज़नेस खाते, खर्चों का मैनेजमेंट, पेमेंट ऑटोमेशन और तुरंत क्रेडिट जैसी सुविधाएँ देता है।
- Open 30 लाख से ज्यादा ग्राहकों को सेवा देता है और हर महीने अरबों रुपयह के लेनदेन को प्रोसेस करता है।
- इन दोनों कंपनियों के API-फ़र्स्ट, क्लाउड-नेटिव मॉडल तेज़ी से प्रोडक्ट को बढ़ाने में मदद करते हैं, जबकि वे नियमों का भी पालन करते हैं—यह वित्तीय इंफ़्रास्ट्रक्चर की फुर्ती के लिए एक नया रिकॉर्ड है।

Juspay: भारत की UPI क्रांति के पीछे की ताकत

जब ग्राहक पेमेंट ऐप्स का उपयोग करते हैं, तो Juspay जैसी कंपनियाँ पदों के पीछे चुपचाप काम कर रही होती हैं:

- Juspay हर महीने 1,000-1,200 करोड़ से ज्यादा लेनदेन के लिए UPI इंटीग्रेशन और पेमेंट गेटवे समाधानों को ताकत देता है।
- इसके SDKs (सॉफ़्टवेयर डेवलपमेंट किट) फ़िनटेक ऐप्स और व्यापारियों को जटिल पेमेंट इंफ़्रास्ट्रक्चर बनाए बिना तेज़ और सुरक्षित तरीके से तुरंत पेमेंट स्वीकार करने में मदद करते हैं।
- Juspay के प्रोडक्ट लेनदेन की असफलता को कम करते हैं और कई पेमेंट विकल्प आसानी से देते हैं, जिससे भारत दुनिया का सबसे बड़ा रियल-टाइम पेमेंट बाज़ार बना हुआ है।
- यह कंपनी भारत की पेमेंट टेक्नोलॉजी की ताकत को निर्यात करने के लिए दक्षिण पूर्व एशिया और मध्य पूर्व को लक्षित करते हुए अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर विस्तार कर रही है।

भारत का डेटा-स्टैक विकास: DPI एक गेम-चेंजर

भारत का फ़िनटेक लीडरशिप इसके इनोवेटिव डिजिटल पब्लिक इंफ़्रास्ट्रक्चर (DPI) द्वारा संचालित है—यह खुले, आपस में जुड़े डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म का एक सेट है जिसका फ़िनटेक तेज़ी से आगे बढ़ने के लिए लाभ उठाते हैं:

- UPI (यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफेस): भारत के तत्काल भुगतान इकोसिस्टम की रीढ़, जो आम लोगों और व्यापारियों दोनों के लिए भुगतान को बेहद आसान बनाता है।
- DigiLocker: लाखों भारतीयों को ज़रूरी दस्तावेजों के लिए सुरक्षित डिजिटल स्टोरेज प्रदान करता है, जो ऑनबोर्डिंग और KYC प्रक्रियाओं के लिए बहुत ज़रूरी है।



अध्याय 4: भारत का फ़िनटेक इनोवेशन इंजन



- **अकाउंट एग्रीगेटर (AA):** यह फ्रेमवर्क ग्राहकों की सहमति से बैंकों, लोन देने वालों और फ़िनटेक ऐप्स के बीच वित्तीय डेटा को सुरक्षित रूप से साझा करने की अनुमति देता है—जो क्रेडिट आकलन और वित्तीय योजना को पूरी तरह बदल देता है।
- **ONDC (डिजिटल कॉमर्स के लिए ओपन नेटवर्क):** एक ओपन-सोर्स ई-कॉमर्स नेटवर्क जिससे फ़िनटेक-सक्षम कॉमर्स के लिए आसान खोज, भुगतान और लॉजिस्टिक्स इंटीग्रेशन की उम्मीद है।

यह सार्वजनिक-हित के प्लेटफ़ॉर्म फ़िनटेक यूनिकॉर्नों को पहियह का आविष्कार करने के बजाय साझा इंफ्रास्ट्रक्चर पर निर्माण करने में सक्षम बनाते हैं—जो तेज़ी से इनोवेशन और बड़े पैमाने पर विकास का एक मुख्य कारण है। (RBI फ़िनटेक विज़न)

संस्थापक और नियामक के विचार

- **अंकित भाटी, Zerodha के सह-संस्थापक:** "भारत के DPI ने न केवल वित्तीय सेवाओं तक पहुँच को, बल्कि वित्तीय अवसरों तक पहुँच को भी लोकतांत्रिक बना दिया है।"
- **RBI गवर्नर:** "हम ऐसी डिजिटल अर्थव्यवस्था गढ़ रहे हैं जो सबके लिए खुली, सुरक्षित और समावेशी हो — जहाँ इनोवेशन को बढ़ावा देने के साथ उपभोक्ता संरक्षण को भी उतना ही महत्व मिले।"
- **Lentra के CEO:** "APIs और क्लाउड-नेटिव इंफ्रास्ट्रक्चर बुनियादी हैं। वे लोन देने वालों को एक विनियमित बाज़ार में नियमों का पालन करते हुए तेज़ी से इनोवेशन करने के लिए सशक्त बनाते हैं।"

जबकि अधिकांश यूजर पेमेंट और लोन पर ध्यान देते हैं, यह अदृश्य आर्किटेक्चर है—जिसे Acko जैसे इंश्योरटेक और Lentra, Open और Juspay जैसी इंफ्रास्ट्रक्चर कंपनियाँ चलाती हैं—जो भारत के फ़िनटेक चमत्कार को संभव बनाता है। जैसे-जैसे वैश्विक फ़िनटेक भारत के मॉडल को देख रहे हैं, यह कंपनियाँ साबित करती हैं कि बढ़ने योग्य, सुरक्षित और नियम-पालन करने वाला वित्तीय इंफ्रास्ट्रक्चर बनाना ही डिजिटल फाइनेंस की सफलता की असली कुंजी है।



भारत की फ़िनटेक सफलता सिर्फ़ कुछ कंपनियों की जीत नहीं है, बल्कि यह एक मज़बूत इनोवेशन इंजन की कहानी है जो देश के बड़े शहरों, संस्थापकों की सोच, पैसे के सही इस्तेमाल और नई टेक्नोलॉजी के दम पर चल रहा है। यह अध्याय भारत के फ़िनटेक इनोवेशन इकोसिस्टम के दिल को टटोलता है। इसमें बताया गया है कि कौन से शहर इस बदलाव को चला रहे हैं, उद्यमियों का खास नज़रिया क्या है, भारत में कम पैसे में ज़्यादा काम करने का तरीका क्या है, और कौन सी टेक्नोलॉजी सबसे बड़ा फ़र्क ला रही है।

फ़िनटेक इनोवेशन के प्रमुख शहर

भारत की फ़िनटेक क्रांति मुख्य रूप से यहाँ के तीन बड़े स्टार्टअप हब्स—बेंगलुरु, मुंबई और दिल्ली-NCR—से आ रही है। यह मिलकर देश का फ़िनटेक हॉटस्पॉट बनाते हैं।

- बेंगलुरु, को अक्सर "भारत की सिलिकॉन वैली" कहा जाता है। यहाँ देश के करीब 35% फ़िनटेक स्टार्टअप्स हैं। इसकी ताकत है यहाँ मौजूद शानदार टैलेंट पूल, टॉप इंजीनियरिंग कॉलेज और वेंचर कैपिटल फ़र्मर्स का मज़बूत नेटवर्क। यहाँ की कंपनियाँ खास तौर पर प्रोडक्ट इनोवेशन, AI-बेस्ड लोन और पेमेंट टेक्नोलॉजी पर जोर देती हैं।
- मुंबई, देश की आर्थिक राजधानी है और RBI, SEBI और बड़े बैंकों का घर है। इसलिए, यह पारंपरिक वित्तीय संस्थानों के साथ मिलकर काम करने वाले फ़िनटेक का केंद्र है। यहाँ पर ज़्यादातर नियम-पालन, वेल्थ-टेक और एंटरप्राइज SaaS जैसे वित्तीय टूल पर काम होता है।
- दिल्ली-NCR, में लोन देने वाले प्लेटफ़ॉर्म, डिजिटल पेमेंट और इंश्योरटेक कंपनियाँ ज़्यादा हैं। सरकार और वित्तीय नियामकों के करीब होने का फ़ायदा यहाँ की फ़िनटेक कंपनियों को नीतियाँ समझने और लागू करने में मिलता है।

इन शहरों ने मिलकर एक ऐसा माहौल बनाया है जो स्टार्टअप्स को तेज़ी से इनोवेट करने और आगे बढ़ने के लिए टैलेंट, सलाह, फंडिंग और नियमों की जानकारी देता है।

संस्थापकों की सोच: जोखिम, नियम और बाज़ार में तेज़ी

भारतीय फ़िनटेक संस्थापकों में साहस और परिस्थितियों के अनुसार ढलने की खासियत है:

- **जोखिम लेने की क्षमता:** पारंपरिक बिज़नेस के उलट, फ़िनटेक संस्थापक जोखिम लेने से नहीं डरते। वे बदलते नियमों के बीच नए लोन मॉडल, पेमेंट के तरीकों और वित्तीय उत्पादों के साथ प्रयोग करते हैं।



टेक्नोलॉजी की भूमिका: AI, APIs और ब्लॉकचेन

एडवांस टेक्नोलॉजी भारत के फ़िनटेक को ग्लोबल स्टेज पर ख़ास बनाती हैं:

- **आर्टिफ़िशियल इंटेलिजेंस (AI):** इसका इस्तेमाल लोन देने की योग्यता जानने, धोखाधड़ी पकड़ने, ग्राहक सेवा को ऑटोमैटिक करने और व्यक्तिगत वित्तीय सलाह देने के लिए होता है। स्टार्टअप्स स्मार्ट लोन फ़ैसले लेने के लिए मोबाइल यूसेज, लेनदेन के तरीके और सोशल बिहेवियर जैसे अनोखे डेटा का विश्लेषण करते हैं।
- **APIs (एप्लिकेशन प्रोग्रामिंग इंटरफ़ेस):** यह फ़िनटेक स्टार्टअप्स को बैंकों, पेमेंट गेटवे और अन्य सेवाओं के साथ आसानी से जुड़ने में मदद करते हैं। यह आसानी Razorpay, Lentra और Open जैसे प्लेटफ़ॉर्म को तेज़ी से नए प्रोडक्ट बनाने और ग्राहकों को बेहतरीन अनुभव देने में मदद करती है।
- **ब्लॉकचेन:** इसका इस्तेमाल पेमेंट, सीमा पार पैसे भेजने और पहचान सत्यापन में पारदर्शिता, सुरक्षा और तेज़ी लाने के लिए किया जा रहा है।

जो स्टार्टअप्स इन टेक्नोलॉजी का सही इस्तेमाल करते हैं, उन्हें बढ़ने योग्य, सुरक्षित और यूजर-फ़्रेंडली वित्तीय प्रोडक्ट देने में दूसरों से ज़्यादा फ़ायदा मिलता है।

भारत का फ़िनटेक इनोवेशन इंजन कुछ ख़ास चीज़ों के तालमेल से चलता है: बड़े शहर जो एक मज़बूत माहौल बनाते हैं, ऐसे संस्थापक जो जोखिम लेते हैं और नियमों को समझते हैं, कम पैसे में ज़्यादा काम करने का मॉडल और नई टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल। इन सब चीज़ों ने मिलकर भारत को केवल डिजिटल फाइनेंस का बाज़ार नहीं, बल्कि फ़िनटेक इनोवेशन का एक वैश्विक हब बना दिया है जो भारत की अनोखी ज़रूरतों को समझते हुए बड़ी वित्तीय समस्याओं को हल कर सकता है।

अध्याय 5: भारतीय फ़िनटेक का वैश्वीकरण (Globalization)

भारतीय फ़िनटेक कंपनियाँ अब महज़ देश की सीमा तक सीमित नहीं हैं; कई कंपनियाँ साहस के साथ दक्षिण पूर्व एशिया, मध्य पूर्व और संयुक्त राज्य अमेरिका जैसे बाज़ारों में विस्तार कर चुकी हैं। यह अंतर्राष्ट्रीय विस्तार एक बड़ा मील का पत्थर है, जो वैश्विक फ़िनटेक पावरहाउस के रूप में भारत के बढ़ते प्रभाव को दिखाता है। यह अध्याय बताता है कि भारतीय फ़िनटेक स्टार्टअप्स रणनीतिक साझेदारियों और प्रमुख निवेशकों के ज़रिए अपने इनोवेटिव प्लेटफ़ॉर्म को विश्व स्तर पर कैसे ले जा रहे हैं।



- **नियमों के हिसाब से चलना:** कई संस्थापकों ने नियामकों के साथ मिलकर काम किया है या RBI के इनोवेशन सैंडबॉक्स में भाग लिया है। यह अनुभव उन्हें भारत के सख्त वित्तीय नियमों के तहत प्रोडक्ट लॉन्च करने में मदद करता है—जो इस रेगुलेटेड इंडस्ट्री में एक बड़ा फ़ायदा है।
- **बाज़ार तक तेज़ी से पहुँचना:** फ़िनटेक बाज़ार बहुत तेज़ी से बदलता है, इसलिए रफ़्तार ज़रूरी है। संस्थापक सबसे पहले एक बुनियादी प्रोडक्ट (MVP) लॉन्च करने, ग्राहकों की राय लेने और फिर उसमें सुधार करने को प्राथमिकता देते हैं। उनका यह तेज़ और लचीला तरीका उन्हें प्रतियोगिता में आगे रखता है।

इस सोच ने भारत के फ़िनटेक लीडर्स को तेज़ सीखने वाला और इनोवेटर बनाया है जो नियमों की मुश्किलों को संभालते हुए तेज़ी से आगे बढ़ सकते हैं।

भारत में कम पैसे में ज़्यादा काम vs सिलिकॉन वैली का ख़र्चीला मॉडल

सिलिकॉन वैली के स्टार्टअप्स की तुलना में, भारतीय फ़िनटेक कंपनियाँ बहुत कम पैसे में और बहुत ज़्यादा कुशलता के साथ काम करती हैं। जहाँ अमेरिकी स्टार्टअप्स अक्सर करोड़ों डॉलर जुटाते हैं और ज़्यादा पैसे खर्च करते हैं, वहीं भारतीय फ़िनटेक सावधानी और जल्दी मुनाफ़ा कमाने पर ध्यान देते हैं।

- भारतीय फ़िनटेक कंपनियाँ टेक्नोलॉजी और ग्राहक जोड़ने पर सोच-समझकर पैसा लगाती हैं ताकि वे जल्दी ब्रेक-ईवन (Break-Even) तक पहुँच सकें।
- उदाहरण के लिए, Zerodha ने भारी वेंचर कैपिटल फ़ंडिंग पर निर्भर रहने के बजाय खुद के पैसे से ही करोड़ों यूज़र्स तक पहुँचाने का रास्ता बनाई।
- भारतीय निवेशक पैसे के सही इस्तेमाल पर ज़ोर देते हैं और ऐसी स्टार्टअप्स को बढ़ावा देते हैं जो मज़बूती से रेवेन्यू कमाती हैं, न कि सिर्फ़ अंधाधुंध ग्रोथ पर ध्यान देती हैं।

इस कम खर्च वाले मॉडल ने एक टिकाऊ फ़िनटेक इकोसिस्टम बनाया है जो वैश्विक प्रतियोगियों की तुलना में आर्थिक मंदी को बेहतर ढंग से झेल सकता है।

ग्लोबल विस्तार क्यों?

भारत के फ़िनटेक स्टार्टअप्स घरेलू मांग और UPI जैसे मज़बूत डिजिटल पब्लिक इंफ़्रास्ट्रक्चर की वजह से बहुत तेज़ी से बढ़े। उनके लिए अगला तर्कसंगत कदम अपनी टेक्नोलॉजी और वित्तीय मॉडल को विदेशों में भेजना है। अंतर्राष्ट्रीय विस्तार से उन्हें यह फ़ायदे मिलते हैं:

- सस्ते, सुलभ डिजिटल फाइनेंस की समान जरूरत वाले एशियाई और मध्य पूर्वी बाजारों का लाभ उठाना।
- वैश्विक बैंकों और निवेशकों के साथ साझेदारी बनाना।
- अपने प्रोडक्ट को बेहतर बनाने के लिए विभिन्न नियामक और उपभोक्ता परिवेश से सीखना।
- एक वैश्विक यूज़र बेस बनाकर अपना वैल्यूएशन और रेवेन्यू बढ़ाना।

केस स्टडी 1: मलेशिया में Pine Labs

Pine Labs भारत के प्रमुख भुगतान समाधान प्रोवाइडर्स में से एक है, जिसने सफलतापूर्वक अंतर्राष्ट्रीय विस्तार किया है।

- Pine Labs ने मलेशिया में मज़बूत उपस्थिति स्थापित की, जहाँ यह देश भर के बड़े रिटेल व्यापारियों को अपना पॉइंट-ऑफ-सेल (POS) भुगतान इंफ़्रास्ट्रक्चर प्रदान करता है। 2025 तक Pine Labs सिंगापुर, UAE और इंडोनेशिया तक फैल गया है और भारत व दक्षिण-पूर्व एशिया में 17 लाख से अधिक व्यापारियों को सेवाएँ दे रहा है।
- इससे मलेशिया के व्यापारियों को, खासकर कोविड के बाद, डिजिटल भुगतान में आसानी से बदलाव करने में मदद मिली।
- Pine Labs की टेक्नोलॉजी भुगतान, फाइनेंसिंग और लॉयल्टी प्रोग्राम्स को मिलाकर व्यापारियों को बिक्री बढ़ाने में मदद करती है—यह मॉडल पहले भारत में सफल हो चुका है।
- अब यह कंपनी कई दक्षिण पूर्व एशियाई देशों को प्रमुख बाज़ार मानती है और अपने अंतर्राष्ट्रीय रेवेन्यू को लगातार बढ़ा रही है।

केस स्टडी 2: दुबई में Razorpay

भारत के भुगतान इंफ़्रास्ट्रक्चर में लीडर Razorpay ने मध्य पूर्व में विस्तार किया है, जहाँ यह 50,000 से ज्यादा ग्राहकों को सेवा दे रहा है।

- दुबई को एशिया, अफ्रीका और यूरोप के बीच गेटवे के रूप में इसकी रणनीतिक स्थिति के लिए चुना गया।
- Razorpay ने सीमा-पार व्यापार और मल्टी-करेंसी लेनदेन को सपोर्ट करने के लिए अपने भुगतान समाधानों को स्थानीय व्यावसायिक परिवेश में फिट करने के लिए ढाला।
- कंपनी ने तेज़ी से नियमों का पालन और वृद्धि सुनिश्चित करने के लिए स्थानीय बैंकों और वित्तीय नियामकों के साथ साझेदारी बनाई।

2025 तक, Razorpay पूरे विश्व में सालाना 100 बिलियन डॉलर से अधिक का भुगतान प्रोसेस करता है, जिसमें मलेशिया में Curlec अधिग्रहण के बाद उसके संचालन भी शामिल हैं।

केस स्टडी 3: लीप फाइनेंस – विदेशी शिक्षा के लिए फंडिंग

लीप फाइनेंस मुख्य रूप से विदेशी शिक्षा फंडिंग पर केंद्रित है, जो मुख्य रूप से अमेरिका, कनाडा और यूरोप जाने वाले भारतीय छात्रों को सेवा प्रदान करता है।

- यह कंपनी अंतर्राष्ट्रीय छात्र ऋण प्रदान करती है जो पारंपरिक रास्तों से आसानी से उपलब्ध नहीं होते।
- लीप फाइनेंस छात्रों के फाइनेंस को आसान बनाने के लिए 2025 तक 750 विश्वविद्यालयों के साथ छात्रों के लिए फाइनेंसिंग को सरल बनाया गया।
- इसका प्लेटफ़ॉर्म भारतीय छात्रों को भारत छोड़ने से पहले ही आसानी से ऋण प्राप्त करने की अनुमति देता है, जिससे शिक्षा क्षेत्र में सबसे बड़ी मुश्किलों में से एक कम होती है।
- 2025 तक, Leap Finance ने 6 लाख से अधिक भारतीय छात्रों को अंतरराष्ट्रीय शिक्षा की योजना बनाने और फाइनेंसिंग में मदद की है।

ग्लोबल वेंचर कैपिटल का समर्थन

वैश्विक स्तर पर जा रहे भारतीय फ़िनटेक स्टार्टअप्स को अंतर्राष्ट्रीय निवेशकों का मज़बूत समर्थन मिल रहा है, जो उनके वैश्विक विज़न को और मज़बूती देता है:

- MUFG (Mitsubishi UFJ Financial Group) ने Pine Labs जैसी फर्मों में निवेश किया है, जिससे उसकी सीमा-पार बैंकिंग क्षमताएँ बढ़ी हैं।
- Tiger Global Razorpay और Groww सहित कई भारतीय फ़िनटेक का समर्थन करता है, जिससे उन्हें अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर आगे बढ़ने में मदद मिलती है। हालांकि Tiger Global ने 2023 के बाद भारत में नई निवेश राशि कम कर दी, लेकिन यह Razorpay, Groww और Upstox में अभी भी एक बड़ा शेयरधारक है।
- Peak XV Partners CRED और अन्य लोन देने वाली फ़िनटेक कंपनियों को फंडिंग देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है जो वैश्विक बाजारों की ओर बढ़ रहे हैं। 2023 में, Peak XV ने भारत और दक्षिण-पूर्व एशिया के लिए 2.85 बिलियन डॉलर का फंड लॉन्च किया, और 2024-25 में भी सक्रिय रूप से निवेश करता रहा।

यह निवेशक न केवल पूंजी, बल्कि वैश्विक बाज़ार विशेषज्ञता और नेटवर्क भी लाते हैं, जो भारतीय फ़िनटेक को उनके विदेशी विस्तार में सहायता करते हैं।

इंडस्ट्री विशेषज्ञों की राय

एक प्रमुख फ़िनटेक निवेशक कहते हैं, "भारतीय फ़िनटेक कंपनियाँ एक अनोखे मोड़ पर हैं, जहाँ वे न केवल भारत की वित्तीय समावेशन की बड़ी चुनौतियों को हल कर रही हैं, बल्कि विश्व स्तर पर बढ़ने लायक प्लेटफ़ॉर्म भी बना रही हैं। मज़बूत तकनीक, नियामक दूरदर्शिता और पूंजी के सही इस्तेमाल का मेल उन्हें दुनिया भर में आकर्षक बनाता है।"

एक अन्य विशेषज्ञ टिप्पणी करते हैं, "भारत फ़िनटेक क्षमता का निर्यात ऐसे कर रहा है जैसे पहले कभी नहीं किया। दुबई में भुगतान से लेकर दक्षिण पूर्व एशिया में क्रेडिट और अमेरिका में शिक्षा फाइनेंस तक, भारतीय स्टार्टअप्स वैश्विक मंच पर अपनी चपलता और इनोवेशन को साबित कर रहे हैं।"

Pine Labs, Razorpay और Leap Finance जैसे भारतीय फ़िनटेक यूनिकॉर्न की वैश्वीकरण यात्रा यह साबित करती है कि भारत की डिजिटल फाइनेंस की ताकत दुनिया के लिए तैयार है। दूरदर्शी निवेशकों और वैश्विक साझेदारियों के समर्थन से, भारतीय फ़िनटेक टेक्नोलॉजी, वित्तीय समावेशन मॉडल और इनोवेशन का निर्यात कर रहे हैं—जो वैश्विक अर्थव्यवस्था में भारत की स्थिति को एक प्रमुख फ़िनटेक फ़ैक्टरी के रूप में मज़बूत करता है।

अध्याय 6: नीति और इंफ्रास्ट्रक्चर का फ़ायदा



भारत की फ़िनटेक ग्रोथ सिर्फ़ अच्छी सोच या टेक्नोलॉजी के कारण नहीं हुई है—इसका एक बड़ा आधार सरकार और नियामकों द्वारा बनाए गए मज़बूत नियमों और डिजिटल सुविधाओं पर टिका है। यह अध्याय RBI के पेमेंट प्लान, डेटा सुरक्षा के कानूनों और NPCI, BHIM, DigiLocker और ONDC जैसे सरकारी प्लेटफ़ॉर्मों की अहम भूमिका को समझाता है। यह भी बताता है कि नियम और इनोवेशन के बीच संतुलन कैसे बन रहा है, और भारत का डिजिटल वित्तीय समावेशन मॉडल दुनियाभर का ध्यान कैसे खींच रहा है।

RBI का पेमेंट विज़न और डेटा सुरक्षा नियम

भारतीय रिज़र्व बैंक दूरदर्शी नीतियाँ बनाकर भारत के पेमेंट सिस्टम को एक नई दिशा दे रहा है:

- RBI का लक्ष्य एक सुरक्षित, असरदार और सबके लिए सुलभ पेमेंट सिस्टम बनाना है जो सबको वित्तीय सुविधाओं से जोड़े।
- RBI के समर्थन से UPI (यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफ़ेस) की सफलता एक बड़ी उपलब्धि है। यह 2025 में हर महीने 20–21 बिलियन से ज्यादा लेनदेन को तुरंत और बहुत कम खर्च में संभव बनाता है।
- RBI ने सख्त डेटा सुरक्षा नियम लागू किए और 2022 में डिजिटल लेंडिंग गाइडलाइन्स जारी की, जिसमें लोन की शर्तों में पारदर्शिता और डेटा शेयर करने के लिए ग्राहक की सहमति ज़रूरी की गई।

- अकाउंट एग्रीगेटर (AA) फ़्रेमवर्क के आने से यूज़र्स सहमति के बाद API के ज़रिए क्रेडिट और वित्तीय डेटा सुरक्षित रूप से साझा कर सकते हैं। इससे लोन के जोखिम का आकलन और प्रोडक्ट को ग्राहक की ज़रूरत के हिसाब से ढालना आसान हुआ है। 2025 तक, अकाउंट एग्रीगेटर फ़्रेमवर्क हर साल 400 करोड़ से अधिक डेटा पुल्स की सुविधा देता है और इसमें 165 से अधिक बैंक, NBFC और फ़िनटेक कंपनियाँ भाग ले रही हैं।
- RBI 'नियमों के साथ इनोवेशन' के तरीके को बढ़ावा देता है। यह सुनिश्चित करता है कि फ़िनटेक इनोवेटर्स को नियामक सैंडबॉक्स जैसे सुरक्षित माहौल में प्रयोग करने की जगह मिले, साथ ही ग्राहकों की सुरक्षा भी बनी रहे।

एम्बेडेड फाइनेंस को सशक्त बना रहे सरकारी डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म

कई ज़रूरी संस्थाओं और प्लेटफ़ॉर्मों ने एम्बेडेड फाइनेंस (रोज़मर्रा के कामों में वित्तीय सेवाओं का जुड़ना) के लिए आधार प्रदान करके भारत के फ़िनटेक सिस्टम को मज़बूत किया है:

- **NPCI (भारतीय राष्ट्रीय भुगतान निगम):** NPCI UPI और RuPay को मैनेज करता है, जिससे पेमेंट में आसानी और कम लागत सुनिश्चित होती है।
- **BHIM (भारत इंटरफ़ेस फॉर मनी):** UPI का मुख्य मोबाइल ऐप BHIM है, जिसने लाखों भारतीयों को, खासकर छोटे शहरों और गाँव के लोगों को, डिजिटल पेमेंट से जोड़ा है।
- **DigiLocker:** नागरिकों के लिए ज़रूरी डिजिटल दस्तावेज़ों को सुरक्षित रखने और साझा करने की सुविधा। DigiLocker, फ़िनटेक और बैंकों के लिए KYC और डिजिटल अकाउंट खोलने का आधार है, जिससे कागज़ात का काम और समय कम होता है। 2025 तक, DigiLocker के 25 करोड़ से अधिक रजिस्टर्ड यूज़र हैं और इसमें 600 करोड़ से ज्यादा जारी किए गए डिजिटल दस्तावेज़ संग्रहीत हैं।
- **ONDC (ओपन नेटवर्क फॉर डिजिटल कॉमर्स):** भारत का महत्वाकांक्षी ओपन-सोर्स ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म जो पेमेंट, क्रेडिट और लॉजिस्टिक्स के लिए फ़िनटेक सेवाओं को एक खुले और आपस में जुड़े तरीके से जोड़ता है, जिससे एम्बेडेड फाइनेंस का एक नया दौर शुरू होने की उम्मीद है। 2025 तक, ONDC ने पूरे भारत में 3.5 लाख से अधिक विक्रेताओं को जोड़ा है और नेटवर्क में UPI पेमेंट और क्रेडिट समाधान को शामिल किया है।

यह प्लेटफ़ॉर्म डिजिटल पब्लिक गुड्स (सार्वजनिक सुविधाएँ) का काम करते हैं, जो फ़िनटेक स्टार्टअप्स को मज़बूत और बड़े होने लायक नींव पर अपने प्रोडक्ट बनाने में मदद करते हैं।

नियम vs इनोवेशन पर बहस

भारत में फ़िनटेक की तेज़ी ग्राहकों की सुरक्षा की ज़रूरत और तेज़ी से नए-नए प्रयोग करने की होड़ के बीच तनाव पैदा करती है:

- नियामकों का लक्ष्य मनी लॉन्ड्रिंग, धोखाधड़ी और डेटा गोपनीयता से जुड़े जोखिमों को कम करना है।
- फ़िनटेक कंपनियाँ नियमों में स्पष्टता, जल्दी मंजूरी और BNPL, क्रिप्टो वॉलेट जैसे नए प्रोडक्ट लॉन्च करने की आज़ादी चाहती हैं।

- RBI के नियामक सैंडबॉक्स और साफ़ नीतिगत बयानों ने इस तनाव को कम किया है, जिससे निगरानी में रहते हुए पेमेंट, लोन और निवेश के साधनों में इनोवेशन हुए हैं। 2024-25 में, RBI ने FLDG व्यवस्थाओं, को-लेंडिंग मॉडल और पेमेंट बैंक संचालन के नियम और सख्त किए, साथ ही डिजिटल गवर्नेंस मज़बूत करने के लिए डिजिटल इंडिया एक्ट का ड्राफ्ट आगे बढ़ाया।
- इंडस्ट्री एक्सपर्ट्स इसे नियामकों और स्टार्टअप्स के बीच "एक अच्छी साझेदारी" कहते हैं—RBI का तरीका "रिस्क-बेस्ड, टेकनोलॉजी-न्यूट्रल और सहायक" है।

यह मॉडल कई वैश्विक बाज़ारों से अलग है और ग्रोथ को ग्राहकों के भरोसे के साथ संतुलित करने के लिए इसकी सराहना की गई है।

भारत का डिजिटल समावेशन मॉडल दुनिया भर में चर्चा में

भारत एक बेहतरीन उदाहरण है कि कैसे एक विकासशील देश बड़ी संख्या में लोगों को वित्तीय सुविधाओं से जोड़ने के लिए टेकनोलॉजी और नीतियों का इस्तेमाल कर सकता है:

- UPI आधारित क्रॉस-बॉर्डर पेमेंट अब UAE, सिंगापुर, नेपाल, श्रीलंका और फ्रांस में चालू हैं, और USA (FedNow), ऑस्ट्रेलिया, इंडोनेशिया, ओमान और कतर के साथ MoU भी साइन किए गए हैं।
- भारत के अकाउंट एग्रीगेटर सिस्टम ने सुरक्षित डेटा-शेयरिंग के नियमों के बारे में वैश्विक चर्चाएँ शुरू की हैं। 2025 में, अकाउंट एग्रीगेटर (AA) फ्रेमवर्क को IMF, वर्ल्ड बैंक और सिंगापुर MAS ने सहमति-आधारित वित्तीय डेटा साझा करने के मॉडल के रूप में संदर्भित किया।
- सरकारी योजनाएँ और NPCI का पेमेंट सिस्टम, डिजिटल फाइनेंस पर सरकारी और निजी भागीदारी के लिए एक नमूना पेश करते हैं।
- वैश्विक निवेशक और अंतर्राष्ट्रीय संस्थान इन मॉडल्स को उन उभरती अर्थव्यवस्थाओं के लिए "ब्लूप्रिंट" मानते हैं जो वित्तीय सेवाओं को डिजिटल बनाना और जिन लोगों के बैंक खाते नहीं हैं उन्हें औपचारिक अर्थव्यवस्था से जोड़ना चाहती हैं।

भारत अब सिर्फ़ फ़िनटेक इनोवेशन का इस्तेमाल नहीं कर रहा—यह वैश्विक मानक तय कर रहा है।

अच्छी नीतियाँ और डिजिटल इंफ़्रास्ट्रक्चर ने भारत के फ़िनटेक यूनिकोर्स को बढ़ने के लिए बेहतरीन ज़मीन तैयार की है। RBI के दूरदर्शी नियमों, NPCI के विश्व स्तरीय पेमेंट सिस्टम और सरकार के डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म के माध्यम से, भारत एक ऐसा फ़िनटेक सिस्टम बना रहा है जो न केवल इनोवेटिव और सबको साथ लेकर चलने वाला है, बल्कि एक वैश्विक मॉडल के रूप में निर्यात करने लायक भी है।



अध्याय 7: निवेशकों की नज़र: पैसा, वैल्यूएशन और भविष्य का रास्ता



भारतीय फ़िनटेक यूनिकोर्स की सफलता इस बात पर टिकी है कि उन्होंने देश-विदेश के निवेशकों से कितनी मज़बूत फंडिंग (पूँजी) जुटाई है। यह चैप्टर बताता है कि हाल के सालों में फ़िनटेक को पैसा कैसे मिला, कौन से बड़े निवेशक इस सिस्टम को दिशा दे रहे हैं, आने वाले IPOs की सूची क्या है, और पब्लिक होने से पहले फ़िनटेक कंपनियों के सामने क्या चुनौतियाँ हैं।

2022-23 की मंदी, 2025 में तेज़ी से वापसी

2022 और 2023 में, पूरी दुनिया में आर्थिक अनिश्चितता और बढ़ती महंगाई के कारण, वेंचर कैपिटल फंडिंग में कमी आई। भारतीय फ़िनटेक स्टार्टअप्स, अपनी बड़ी संभावनाओं के बावजूद, इससे बच नहीं पाए। फंडिंग के राउंड धीमे हो गए, कंपनियों की मार्केट वैल्यूएशन कम हुई और कई कंपनियों ने मुनाफ़ा कमाने और कम खर्च में बिज़नेस चलाने पर ध्यान दिया।

- 2021 में फ़िनटेक को \$6 अरब से ज़्यादा की फंडिंग मिली थी, जबकि 2022 में यह घटकर लगभग \$2.5 अरब रह गई।
- हालाँकि, 2024 और 2025 तक, निवेशकों का भरोसा लौटने के कारण, यह सेक्टर जोरदार तरीके से वापस उछला। 2025 में भारत में फ़िनटेक फंडिंग लगभग 5.3-5.6 बिलियन डॉलर तक पहुंच गई, जिसका नेतृत्व पेमेंट्स, लेंडिंग और वेल्थटेक ने किया।
- 2025 में, ग्राहकों द्वारा डिजिटल सेवाओं को ज़्यादा अपनाने और सरकारी नियमों में स्पष्टता आने के कारण, भारत में कुल फ़िनटेक फंडिंग \$5 अरब को पार कर गई।

भारत की फ़िनटेक ग्रोथ को बढ़ाने वाले प्रमुख निवेशक

कई जाने-माने वैश्विक वेंचर कैपिटल फर्मों ने भारत के फ़िनटेक यूनिकोर्स में पैसा लगाया है, जिससे उन्हें आगे बढ़ने और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर फैलने में मदद मिली है:

- **Sequoia Capital/Peak XV Partners:** Sequoia की गहरी बाज़ार की समझ और Peak XV के ज़रिए मिली पूँजी ने CRED और Groww जैसे बड़े फ़िनटेक को सहारा दिया। 2023 में Peak XV ने भारत और दक्षिण-पूर्व एशिया के लिए 2.85 बिलियन डॉलर का नया फंड घोषित किया, और यह 2024-25 में भी निवेश जारी रखे हुए है।

- **Accel India:** यह भारतीय फ़िनटेक में शुरुआती निवेशक है, जिसने शुरुआती दौर में ही Razorpay और PhonePe सहित कई स्टार्टअप्स को फंड दिया।
- **Tiger Global:** अपने तेज़ और बड़े निवेशों के लिए जानी जाने वाली यह फर्म Groww, Upstox और Razorpay जैसी कंपनियों की ग्रोथ का कारण बनी। Tiger Global ने 2023 के बाद भारत में नई निवेश राशि कम कर दी, लेकिन यह Razorpay, Groww और Upstox में अभी भी एक बड़ा शेयरधारक है।
- **Lightspeed Venture Partners:** Lightspeed ने Slice और OneCard का समर्थन करके शहरी भारत में डिजिटल क्रेडिट की पहुँच बढ़ाने में अहम भूमिका निभाई।

यह निवेशक सिर्फ़ पैसा ही नहीं देते, बल्कि फ़िनटेक की तेज़ी से ग्रोथ और विश्वसनीयता के लिए ज़रूरी अच्छी सलाह, ग्लोबल नेटवर्क और मैनेजमेंट का तरीका भी देते हैं।

आने वाले IPOs की सूची: PhonePe, Navi और CRED

चूँकि कई फ़िनटेक यूनिर्कॉर्न अब मज़बूत हो चुके हैं, इसलिए भारतीय शेयर बाज़ार फ़िनटेक IPOs (शुरुआती पब्लिक ऑफ़र) की एक बड़ी लहर के लिए तैयार है:



- **PhonePe:** 2025 में अपने कागज़ात जमा करने के बाद इसके जल्द ही लिस्ट होने की उम्मीद है। इसका विशाल ग्राहक बेस और पेमेंट वॉल्यूम इसे बाज़ार की एक बड़ी और महत्वपूर्ण पेशकश बनाता है। 2025 के प्राइवेट मार्केट के अनुमान के अनुसार, PhonePe का IPO के लिए अनुमानित वैल्यूएशन लगभग 22-25 बिलियन डॉलर के बीच है।
- **Navi:** सचिन बंसल के इस फ़िनटेक समूह ने, जो वेल्थ, लोन और बीमा पर काम करता है, 2026 में IPO लाने की योजना की घोषणा की है। 2025 तक, Navi की लेंडिंग शाखा का AUM 7,000 करोड़ रुपये से अधिक है, जो इसके IPO रोडमैप का समर्थन करता है।
- **CRED:** अपने ख़ास क्रेडिट सिस्टम और बढ़ते रेवेन्यू के साथ, CRED 2026 या 2027 तक सार्वजनिक लिस्टिंग के रास्ते पर है। 2025 में CRED का वैल्यूएशन लगभग 4.7 बिलियन डॉलर तक बढ़ गया है, जो मज़बूत लोन-बुक वृद्धि से समर्थित है।

इन IPOs का बेसब्री से इंतज़ार है क्योंकि यह भारतीय फ़िनटेक के सफ़र में एक बेंचमार्क तय करेंगे—कि कैसे निजी स्टार्टअप्स अब लिस्टेड वित्तीय संस्थान बनने जा रहे हैं।

आगे की चुनौतियाँ: मैनेजमेंट, मुनाफ़ा और नियमों में स्पष्टता



तेज़ ग्रोथ के बावजूद, भारतीय फ़िनटेक के सामने कई चुनौतियाँ हैं:

- **गवर्नेंस:** पब्लिक होने से पहले कई स्टार्टअप्स को अपनी कंपनी चलाने के तरीकों को मज़बूत करना होगा। भारतीय प्रतिस्पर्धा आयोग (CCI) और अन्य नियामकों ने अपनी निगरानी बढ़ा दी है। हाल ही में RBI की कार्रवाइयों, जैसे 2024 में Paytm Payments Bank पर पाबंदियाँ, ने फ़िनटेक कंपनियों के लिए अनुपालन को लेकर कड़ी नीति का संकेत दिया।
- **मुनाफ़ा:** जहाँ शुरुआती सालों में कंपनियाँ निवेशकों के पैसे पर टिकी रहीं, वहीं लगातार मुनाफ़ा कमाना अभी भी एक मुश्किल काम है। इसके लिए नए ग्राहक जोड़ने के खर्च और लोन वापस न मिलने की समस्या को ध्यान से मैनेज करना ज़रूरी है। 2025 तक, केवल 6-8 प्रमुख फ़िनटेक कंपनियाँ (जैसे Zerodha, Razorpay और Groww) लगातार मुनाफ़ा रिपोर्ट करती हैं।
- **नियामक स्पष्टता:** Buy Now Pay Later (BNPL), डिजिटल लोन और क्रेडिट डेटा के उपयोग जैसे फ़िनटेक लोन देने के मॉडल की RBI और अन्य संस्थाएँ लगातार समीक्षा कर रही हैं। स्थिर ग्रोथ और निवेशकों के भरोसे के लिए स्पष्ट और एक जैसे नियम ज़रूरी हैं।

जो कंपनियाँ तेज़ ग्रोथ को सही मैनेजमेंट और नियमों के पालन के साथ संतुलित करेंगी, वे सफल IPOs और लंबे समय तक वैल्यू बनाने के लिए सबसे अच्छी स्थिति में होंगी।

भारतीय फ़िनटेक में निवेशकों का माहौल उत्साह भरा और मज़बूत हो रहा है, ग्लोबल फ्रंडिंग में मंदी के बाद यह मज़बूत तरीके से उबर रहा है। आने वाले बड़े IPOs और प्रभावशाली वैश्विक VC के नेतृत्व के साथ, भारत का फ़िनटेक इकोसिस्टम सार्वजनिक बाज़ार तक पहुँचने, बेहतर मैनेजमेंट और स्थायी इनोवेशन के एक नए युग के लिए तैयार है।



अध्याय 8: आगे का रास्ता: 'भारत' और दुनिया के लिए तैयारी

भारत की फ़िनटेक क्रांति अभी बस शुरू ही हुई है। जहाँ पहली लहर के यूनिवर्स ने मज़बूत नींव डाली, वहीं फ़िनटेक स्टार्टअप्स की अगली पीढ़ी अब भारत के ग्रामीण इलाकों में वित्तीय समावेशन को गहरा करने और वैश्विक मंच पर भारत की छाप छोड़ने की तैयारी कर रही है। यह अध्याय उभरते खिलाड़ियों, बदलाव लाने वाली नई टेक्नोलॉजी और फ़िनटेक को एक वैश्विक इंफ़्रास्ट्रक्चर निर्यात बनाने के सपने को समझाता है।

भारत में फ़िनटेक यूनिवर्स की अगली लहर

अब कई शानदार स्टार्टअप्स सुर्खियों में आ रहे हैं जो भारत के उन बाज़ारों को बदलने की क्षमता रखते हैं जहाँ अभी तक वित्तीय सेवाएँ ठीक से नहीं पहुँची हैं। यह अगले संभावित यूनिवर्स हैं:



- **DMI Finance:** यह एक प्रमुख NBFC (नॉन-बैंकिंग फ़ाइनेंस कंपनी) है जो छोटे और मध्यम व्यवसायों (MSME) को लोन देने और ग्राहकों को सस्ते फ़ाइनेंस पर ध्यान केंद्रित करती है, जिससे ग्रामीण भारत में बड़े क्रेडिट गैप को भरने में मदद मिल रही है।
- **InCred:** यह मुख्य रूप से व्यक्तिगत लोन और शिक्षा फ़ाइनेंस में विशेषज्ञता रखता है, जो टेक्नोलॉजी का उपयोग करके पहली बार लोन लेने वालों का स्वागत करता है।
- **Vivriti Capital** एक प्रमुख लोन प्लेटफ़ॉर्म है, जो डेटा की मदद से मध्यम आकार की कंपनियों को कर्ज़ उपलब्ध कराता है।
- यह कंपनियाँ दिखाती हैं कि फ़िनटेक के अवसर अब मेट्रो शहरों से निकलकर टियर 2/3 शहरों और छोटे व्यवसायों तक फैल रहे हैं, जो भारत के सकल घरेलू उत्पाद (GDP) में 40% से ज़्यादा का योगदान करते हैं।

AI-बेस्ड निजीकरण और ग्रामीण डिजिटलाइज़ेशन

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) इस नई लहर का आधार है, जो फ़िनटेक कंपनियों को यूज़र के व्यवहार और जोखिम को देखते हुए उनकी ज़रूरत के हिसाब से वित्तीय प्रोडक्ट देने की अनुमति देता है।

- AI एल्गोरिदम पेमेंट हिस्ट्री, मोबाइल फ़ोन डेटा और अन्य वैकल्पिक डेटा स्रोतों का विश्लेषण करते हैं, जिससे बेहतर लोन मंजूरी और धोखाधड़ी पकड़ने में मदद मिलती है।

- वॉयस-बेस्ड इंटरफ़ेस और क्षेत्रीय भाषाओं के चैटबॉट्स जैसे टूल उन ग्रामीण यूज़र्स को सिस्टम से जुड़ने में मदद करते हैं जो जटिल ऐप्स से परिचित नहीं हैं।
- ग्रामीण भारत में स्मार्टफोन के तेज़ी से फैलने और आधार-बेस्ड पहचान सत्यापन के साथ, डिजिटल सेवाओं तक पहुँच पहले से कहीं ज़्यादा आसान हो गई है।
- एम्बेडेड फ़ाइनेंस—यानी कृषि, रिटेल व्यापार और ई-कॉमर्स जैसे क्षेत्रों में लोन, बीमा और भुगतान को जोड़ना—ज़ोर पकड़ रहा है, जिससे वित्तीय सेवाएँ ग्रामीण भारत की रोज़मर्रा की जिंदगी का हिस्सा बन रही हैं।

फ़िनटेक इंफ़्रास्ट्रक्चर: भारत की डिजिटल पूंजी का निर्यात

बड़े और बढ़ने लायक फ़िनटेक ढाँचों को बनाने में भारत की सफलता वैश्विक रुचि को आकर्षित कर रही है:

- भारतीय स्टार्टअप्स और प्लेटफ़ॉर्म अब API और क्रेडिट मूल्यांकन के तरीकों को दक्षिण पूर्व एशिया, अफ्रीका और लैटिन अमेरिका जैसे उभरते बाज़ारों को निर्यात कर रहे हैं।
- UPI जैसे मॉडल को इंडोनेशिया और नाइजीरिया जैसे देशों में अपनाया जा रहा है या उस पर अध्ययन किया जा रहा है, जिसका उद्देश्य भारत के आसान भुगतान अनुभव को वहाँ दोहराना है।
- भारत के नियामक सैंडबॉक्स के अनुभवों पर बने लोन प्लेटफ़ॉर्म, शुरुआती सफलता के साथ विदेशी क्रेडिट बाज़ारों के हिसाब से ढल रहे हैं।
- फ़िनटेक इंफ़्रास्ट्रक्चर का यह साझाकरण भारत के एक बड़े घरेलू बाज़ार से इन्वैशेन का निर्यात करने वाले देश में बदलने का संकेत देता है, जो वैश्विक डिजिटल फ़ाइनेंस को आकार दे रहा है।

भारतीय फ़िनटेक के लिए आगे का रास्ता उम्मीदों और संभावनाओं से भरा है। भारत की विविध ज़रूरतों के लिए काम करके और सीमाओं से परे विस्तार करके, फ़िनटेक स्टार्टअप्स आर्थिक समावेशन को बढ़ावा दे रहे हैं और डिजिटल फ़ाइनेंस की विशेषज्ञता को दुनिया भर में निर्यात कर रहे हैं। AI-आधारित निजीकरण, एम्बेडेड फ़ाइनेंस और वैश्विक इंफ़्रास्ट्रक्चर की महत्वाकांक्षाओं के साथ, भारत का फ़िनटेक इकोसिस्टम वैश्विक वित्तीय क्रांति के अगले अध्याय का नेतृत्व करने के लिए तैयार है।



निष्कर्ष – दुनिया की फ़िनटेक फ़ैक्ट्री

भारत की फ़िनटेक सफलता सिर्फ़ शानदार विचारों या नए ऐप्स के कारण नहीं हुई—यह इसलिए संभव हुई क्योंकि हमने सबके लिए मज़बूत डिजिटल सुविधाएँ बनाई, नियमों को व्यवहारिक रखा, और अपने युवा उद्यमियों पर स्थानीय समस्याओं को हल करने के लिए भरोसा किया। मुंबई के पहले ATM से लेकर हर महीने होने वाले 20 अरब UPI लेनदेन तक, हमारे सफ़र ने बड़े शहरों और छोटे गाँवों को जोड़ा है, और एक अरब से ज़्यादा लोगों तक बैंकिंग और भुगतान की सुविधा पहुँचाई है।

2008 में, जब दुनिया एक ऐसे वित्तीय संकट से गुज़र रही थी जिसने पारंपरिक बैंकिंग सिस्टम की मज़बूती पर सवाल उठाए, उसी समय भारत ने टेक्नोलॉजी पर आधारित फाइनेंस के एक नए युग की नींव रखी। 2008 से 2012 के दौरान मोबाइल बैंकिंग और ऑनलाइन भुगतान के शुरुआती प्रयोगों ने लाखों लोगों को डिजिटल वित्तीय पहुँच से जोड़ा और टेक्नोलॉजी पर आधारित लेनदेन में जनता का भरोसा धीरे-धीरे बढ़ाया।

2010 के दशक के मध्य तक, यह शुरुआती काम एक देशव्यापी डिजिटल लहर में बदल गया। 2010 में IMPS की लॉन्चिंग, फिर डिजिटल इंडिया, आधार और बाद में 2016 में UPI की शुरुआत ने फ़िनटेक को एक बड़ा आंदोलन बना दिया। जो शुरुआत में सीमित बैंकिंग पहुँच की समस्या का हल था, वह समावेशन के एक संपूर्ण इंजन में बदल गया—जिसने हर नागरिक, स्मार्टफ़ोन और छोटे व्यवसाय को एक एकीकृत वित्तीय सिस्टम से जोड़ दिया।

आज, 2025 में, भारत अपनी 1987 की शुरुआत से बहुत आगे निकल चुका है। यह देश अब वैश्विक फ़िनटेक राजधानी बन गया है, जहाँ 130–135 अरब से ज़्यादा के मूल्य वाले 28 से ज़्यादा यूनिคอร์न हैं और 6,600 से ज़्यादा स्टार्टअप्स भुगतान, लोन, वेल्थ और इंश्योरेंस सेक्टर में क्रांति ला रहे हैं। अब हम मॉडल आयात नहीं करते, बल्कि भारत एशिया, अफ़्रीका और लैटिन अमेरिका के बाज़ारों में वित्तीय ढाँचे और API-बेस्ड सिस्टम का निर्यात करता है।

2030 का विज़न साफ़ है। भारत का लक्ष्य है कि वह वैश्विक डिजिटल फाइनेंस क्रांति का नेतृत्व करे, और अपने फ़िनटेक फ़्रेमवर्क, API और वित्तीय समावेशन मॉडल को दक्षिण पूर्व एशिया, अफ़्रीका और लैटिन अमेरिका जैसे उभरते बाज़ारों को निर्यात करे। AI-बेस्ड निजीकरण, खुला डिजिटल इंफ़्रास्ट्रक्चर और मज़बूत नियामक ढाँचों के साथ, भारत का फ़िनटेक इकोसिस्टम दुनिया भर में पैसे के चलने और बढ़ने के तरीके को फिर से परिभाषित करने जा रहा है।

जैसे-जैसे फ़िनटेक के लीडर, निवेशक और नियामक समावेशी, सुरक्षित और इनोवेटिव फाइनेंस के साझा लक्ष्य के लिए एक साथ आ रहे हैं, संदेश ज़बरदस्त है: “अगला दशक भारतीय फ़िनटेक का है।” यह नया युग न केवल भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में वित्तीय समावेशन को गहरा करने का वादा करता है, बल्कि भारत को दुनिया की फ़िनटेक फ़ैक्ट्री के रूप में स्थापित करने का भी वादा करता है—जो वैश्विक प्लेटफ़ॉर्म बनाता है, जो करोड़ों लोगों को सशक्त बनाते हैं और डिजिटल फाइनेंस के भविष्य को नया आकार देते हैं।





IPO 107: फिनटेक वैल्यूएशन का विश्लेषण

कैसे फिनटेक कंपनियाँ डिजिटल भरोसे, यूज़र व्यवहार और ट्रांज़ैक्शन पावर को मार्केट वैल्यू में बदलती हैं

भारत में फिनटेक सबसे तेज़ी से बढ़ने वाले सेक्टर में से एक है। लेकिन इसकी वैल्यू तय करने का तरीका बिल्कुल अलग होता है। जहाँ पारंपरिक बिज़नेस को उनकी दिखाई देने वाली चीज़ों पर आँका जाता है — जैसे बैंक को उसके डिपॉज़िट और लोन बुक पर, मैन्युफैक्चरिंग कंपनी को उसके प्लांट और इन्वेंट्री पर, रिटेलर को फुटफॉल और मार्जिन पर।

वहीं फिनटेक कंपनियों की कीमत उन चीज़ों से तय होती है जो अक्सर दिखाई नहीं देतीं। जैसे: भरोसा, यूज़र व्यवहार, टेक्नोलॉजी की मज़बूती, डेटा की समझ और भविष्य में कमाई की क्षमता। इसी वजह से कुछ फिनटेक IPO ज़बरदस्त डिमांड खींचते हैं, जबकि कुछ अपनी बेसिक वैल्यू तक साबित करने में संघर्ष करते हैं।

इस विस्तृत विश्लेषण में, हम समझेंगे कि फिनटेक असल में वैल्यू कैसे बनाते हैं और कैसे अपनी डिजिटल ताकत को मार्केट वैल्यू में बदलते हैं।

डिजिटल भरोसा: फिनटेक की सबसे बड़ी करंसी

फिनटेक दुनिया में, भरोसा सबसे ताकतवर चीज़ है। जब कोई यूज़र किसी फिनटेक ऐप को डाउनलोड करता है, तो वह सिर्फ एक फीचर इस्तेमाल नहीं करता — वह अपने पैसे, पासवर्ड, निजी जानकारी और कई बार अपनी पूरी वित्तीय आदतें उस कंपनी के भरोसे छोड़ देता है।

अगर कोई फिनटेक लाखों लोगों का भरोसा जीत ले, तो उसकी मार्केट वैल्यू अपने-आप बढ़ जाती है। भरोसा रोज़ाना ऐप इस्तेमाल बढ़ाता है, ग्राहकों को लंबे समय तक जोड़े रखता है, नए यूज़र्स को रेफरल के जरिए लाता है और व्यापारियों को भी प्लेटफॉर्म से जुड़ने में सुरक्षित महसूस कराता है। यही भरोसा एक तरह की “डिजिटल ब्रांड वैल्यू” बन जाता है।

यहाँ तक कि अगर कोई फिनटेक अभी तक मुनाफ़ा नहीं कमा रही है, तब भी मज़बूत भरोसा यह संकेत देता है कि कंपनी आगे आसानी से बढ़

सकती है और भविष्य में प्रॉफ़िटेबल बन सकती है। जिस फिनटेक पर यूज़र सालों तक विश्वास करते हैं, वही रिश्ते उसकी वैल्यू को तेजी से बढ़ाते हैं। निवेशक जानते हैं कि भरोसेमंद प्लेटफॉर्म को बदलना मुश्किल होता है और ग्राहक बार-बार उसी को चुनते हैं। यही भरोसा, असल में, कंपनी की मार्केट वैल्यू बन जाता है।

यूज़र बेस: नया डिजिटल एसेट

फिनटेक कंपनियों के लिए यूज़र सिर्फ एक नंबर नहीं होते - वे लंबे समय तक काम आने वाले डिजिटल एसेट होते हैं। भले ही कोई यूज़र रोज़ ऐप इस्तेमाल न करे, लेकिन उसका प्लेटफॉर्म पर वेरिफ़ाईड होना ही कंपनी को पहुँच और भविष्य की कमाई की संभावना को मज़बूत करता है।

एक बड़ा और लगातार बढ़ता हुआ यूज़र बेस यह दिखाता है कि फिनटेक हर बार भारी मार्केटिंग खर्च किए बिना नए प्रोडक्ट जोड़ सकती है। अगर ग्राहक पहले से ही पेमेंट्स के लिए प्लेटफॉर्म पर भरोसा करते हैं, तो कंपनी बाद में उन्हें आसानी से लोन, सेविंग्स, इंवेस्टमेंट या इंश्योरेंस जैसे प्रोडक्ट बेच सकती है।

इसी वजह से किसी फिनटेक के यूज़र बेस का आकार, उसकी वृद्धि और उसकी गुणवत्ता, कंपनी की वैल्यू पर सीधा असर डालती है। लाखों रजिस्टर्ड और वेरिफ़ाईड यूज़र्स वाली कंपनी को निवेशक हमेशा एक “तैयार मार्केट” मानते हैं, जहाँ से भविष्य में कई तरह के रेवन्यू स्ट्रीम बन सकते हैं।

ट्रांज़ैक्शन वॉल्यूम: असली कमाई का इंजन

फिनटेक कंपनियों की मज़बूती उनकी सिस्टम से गुजरने वाली ट्रांज़ैक्शन्स की संख्या पर टिकी होती है। जितने ज़्यादा लोग प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल करते हैं और जितने ज़्यादा व्यापारी इसे अपनाते हैं, कंपनी की कमाई उतनी ही स्थिर और अनुमानित हो जाती है।

ट्रांज़ैक्शन वॉल्यूम किसी फिनटेक की असली ताकत दिखाता है। जो कंपनी रोज़ लाखों ट्रांज़ैक्शन्स प्रोसेस करती है, वह अपने आप एक नेटवर्क इफ़ेक्ट बनाती है - बैंक उसके साथ काम करना चाहते हैं, व्यापारी उस पर भरोसा करते हैं और ग्राहक उसे अपनी “डिफ़ॉल्ट” चॉइस की तरह इस्तेमाल करते हैं।

भले ही हर ट्रांज़ैक्शन से कमाई बहुत कम हो, लेकिन बड़े पैमाने पर ट्रांज़ैक्शन होने से कुल रेवेन्यू बहुत बढ़ जाता है। इसी वजह से ट्रांज़ैक्शन-ड्रिवन फिनटेक कंपनियों को अक्सर बहुत ऊँची वैल्यूएशन मिलती है, कभी-कभी उनकी कमाई के 10-20 गुना तक। स्केल बढ़ने से लागत घटती है और मुनाफे की संभावना कई गुना बढ़ जाती है।

मोनेटाइज़ेशन पाथ: भविष्य के मुनाफ़े की गारंटी

किसी फिनटेक कंपनी को IPO के दिन ही फ़ायदे में होना जरूरी नहीं है। जरूरी यह है कि वो साफ़, भरोसेमंद और डेटा-बेस्ड तरीके से दिखा सके कि आगे चलकर मुनाफ़ा कैसे कमाएगी।

निवेशक हमेशा एक समझदार मोनेटाइज़ेशन प्लान देखते हैं। उदाहरण के लिए, एक पेमेंट्स फिनटेक आगे चलकर लेंडिंग या BNPL में जा सकती है। एक सेविंग्स ऐप म्यूचुअल फंड या इंश्योरेंस जोड़ सकती है। एक मर्चेन्ट-पेमेंट्स कंपनी बिलिंग, अकाउंटिंग टूल्स या वर्किंग-कैपिटल लोन पेश कर सकती है।

अगर फिनटेक अपनी भविष्य की योजना को असली ग्राहक डेटा, उपयोग पैटर्न और मार्केट ट्रेंड्स से साबित कर दे, तो निवेशक उसे बेहतर वैल्यू-एशन देते हैं। ऐसी कंपनी जिसके पास कमाई के कई रास्ते हों, उसे स्थिर, सुरक्षित और भविष्य के लिए तैयार माना जाता है और यही उसे पब्लिक मार्केट में ज्यादा आकर्षक बनाता है।

टेक्नोलॉजी, सुरक्षा और कंप्लायंस: स्थिरता की रीढ़

फिनटेक एक संवेदनशील बिज़नेस है। एक छोटी गलती भी ब्रांड की छवि को हमेशा के लिए नुकसान पहुंच सकती है। इसलिए, मज़बूत टेक्नोलॉजी इन्फ्रास्ट्रक्चर होना बेहद जरूरी है। निवेशक ऐसे प्लेटफ़ॉर्म पसंद करते हैं जो बिना बार-बार क्रैश हुए, तेज़ प्रदर्शन करें, मज़बूत एन्क्रिप्शन प्रदान करें और लगातार अपडेट्स तय करें।



सुरक्षा और RBI जैसे रेगुलेटर्स के साथ कंप्लायंस भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। जिस फिनटेक का कंप्लायंस रिकॉर्ड साफ़-सुथरा होता है, वह बैंक, पार्टनर्स और ग्राहकों के बीच ज्यादा भरोसा पैदा करता है। मज़बूत कंप्लायंस दीर्घकालिक जोखिम को कम करता है और कंपनी की वैल्यूएशन बढ़ाता है।

जो फिनटेक कंपनियाँ शुरुआत में ही सुरक्षित सिस्टम, ऑडिट प्रोसेस, फ़ॉड मॉनिटरिंग और रेगुलेटरी अलाइनमेंट में निवेश करती हैं, वे निवेशकों की नजर में ज्यादा मज़बूत और भरोसेमंद दिखाई देती हैं। यही स्थिरता उन्हें पब्लिक मार्किट्स में हाई वैल्यूएशन दिलाती है।

इकोसिस्टम स्टिकनेस: वह अदृश्य शक्ति जो मूल्य बढ़ाती है

सबसे सफल फिनटेक वही हैं जिनसे यूज़र या व्यापारी आसानी से अलग नहीं हो पाते। यह स्टिकनेस तब बनती है जब रोज़मर्रा की कई आदतें एक ही प्लेटफ़ॉर्म से जुड़ी हों। कोई यूज़र बिल भर सकता है, पैसे भेज सकता है, क्रेडिट स्कोर चेक कर सकता है, निवेश ट्रेक कर सकता है, लोन चुका सकता है या लॉयल्टी पॉइंट्स इस्तेमाल कर सकता है — और यह सब एक ही ऐप में होता है।

जब यूज़र कई गतिविधियाँ एक ही प्लेटफ़ॉर्म पर करते हैं, तो वह फिनटेक उनके दैनिक वित्तीय जीवन का हिस्सा बन जाती है। इससे यूज़र के किसी दूसरे ब्रांड पर जाने की संभावना कम होती है और हर ग्राहक की लाइफ-टाइम वैल्यू बढ़ जाती है।

इसी तरह, व्यापारी जो PoS डिवाइस का इस्तेमाल करते हैं — पेमेंट, EMI प्रोसेसिंग, सेटलमेंट रिपोर्ट, लॉयल्टी प्रोग्राम या लेंडिंग के लिए — वे आमतौर पर प्लेटफ़ॉर्म छोड़ते नहीं हैं। यह लंबी अवधि का व्यापारी स्टिकनेस कंपनी के लिए एक बड़ा एसेट बन जाता है और सार्वजनिक मार्केट में उसकी वैल्यूएशन को मज़बूत करता है।

मार्केट पोज़िशन: फिनटेक की वित्तीय चैन में जगह

फिनटेक एक बहुत बड़ा क्षेत्र है। कोई कंपनी कंज्यूमर पेमेंट्स, मर्चेन्ट पेमेंट्स, लेंडिंग, BNPL, वेल्थ मैनेजमेंट, इंश्योरेंस, UPI, क्रेडिट कार्ड्स या API बैंकिंग में काम कर सकती है। हर कैटेगरी की वैल्यूएशन व्यवहार अलग होती है।

निवेशक इस बात का विश्लेषण करते हैं कि कंपनी कहाँ फिट होती है और उसका पोज़िशन कितना सुरक्षित है। मज़बूत मर्चेन्ट रिलेशनशिप वाली पेमेंट्स कंपनी को प्रीमियम मिल सकता है। उच्च-गुणवत्ता वाले अंडरराइटिंग वाली लेंडिंग फिनटेक की वैल्यू उसके क्रेडिट पोर्टफोलियो के आधार पर तय हो सकती है। वेल्थटेक कंपनी की वैल्यू एसेट्स अंडर मैनेजमेंट (AUM) के आधार पर आंकी जाती है।

स्पष्ट और मज़बूत मार्केट पोज़िशनिंग सीधे बेहतर वैल्यूएशन में बदलती है।

रेगुलेशन और भविष्य के लिए तैयारी

फिनटेक वैल्यूएशन में रेगुलेटरी एनवायरनमेंट की बहुत बड़ी भूमिका होती है। जिन कंपनियों का गवर्नेंस साफ़-सुथरा होता है, KYC प्रोसेस मज़बूत होती है और जिनके रेगुलेटर्स के साथ सहयोगपूर्ण रिश्ते होते हैं, उन्हें निवेशक ज्यादा वैल्यू देते हैं। इसके उलट, जो कंपनियाँ बार-बार कंप्लायंस इश्यू या रेगुलेटरी चेतावनी का सामना करती हैं, निवेशक उनसे दूरी बनाए रखते हैं।

वो फिनटेक कंपनियाँ जो भविष्य के रेगुलेशंस के लिए तैयार दिखाई देती हैं — जैसे डेटा प्रोटेक्शन कानून और डिजिटल फाइनेंस नियम — उन्हें मार्केट अच्छा इनाम और हाई वैल्यूएशन देती है।

अंतिम सारांश: आखिर फिनटेक की वैल्यूएशन को क्या परिभाषित करता है?

आखिरकार, किसी फिनटेक का मूल्यांकन केवल दिखाई देने वाले नंबरों का ही नहीं, बल्कि अदृश्य ताकतों का भी मिश्रण होता है। विश्वास, व्यवहार, तकनीक, ग्राहक आदतें, व्यापारी निष्ठा और भविष्य की आय की संभावनाएँ वर्तमान मुनाफ़े जितनी ही महत्वपूर्ण होती हैं।

एक फिनटेक जिसकी मज़बूत यूज़र बेस, गहरा भरोसा, उच्च ट्रांज़ैक्शन वॉल्यूम, सुरक्षित टेक्नोलॉजी, साफ़-सुथरी कंप्लायंस, स्पष्ट मोनेटाइज़ेशन योजना और स्टिकी इकोसिस्टम रिलेशनशिप हो, उसे IPO के समय एक मज़बूत मूल्यांकन मिल सकता है। सार्वजनिक बाजार स्थिरता, विश्वसनीयता और दीर्घकालिक संभावनाओं को सबसे अधिक महत्व देते हैं।

फिनटेक का मूल्यांकन सिर्फ़ आज के मुनाफ़े के बारे में नहीं है — यह भविष्य की संभावनाओं के बारे में है।



इस माह का प्रमुख शब्द

DVR (Differential Voting Rights)



सार्वजनिक शेयरधारकों की सुरक्षा करते हुए संस्थापकों को सशक्त बनाना

भारत का बढ़ता हुआ स्टार्टअप उद्योग आज पहले से कहीं ज्यादा फलता-फूलता नज़र आ रहा है। हज़ारों की संख्या में तकनीक पर आधारित (tech-driven) नए उद्यम तेज़ी से आगे बढ़ रहे हैं, ग्लोबल वेंचर कैपिटल को आकर्षित कर रहे हैं और पब्लिक लिस्टिंग के करीब पहुँच रहे हैं। इसके बावजूद, एक बुनियादी सवाल अपनी जगह बरकरार है: किसी कंपनी का संस्थापक पब्लिक मार्केट से भारी भरकम पूँजी कैसे जुटाए और साथ ही अपनी कंपनी पर रणनीतिक नियंत्रण भी बनाए रखे?"

इसका जवाब है Differential Voting Rights, जिसे लोग ज्यादातर डीवीआर के नाम से जानते हैं। यह एक ऐसा तरीका है जो संस्थापकों को कंट्रोल और पूँजी के बीच सही तालमेल बिठाने की आज़ादी देता है। यह तय करता है कि लिस्टिंग के बाद भी, कंपनी के अहम फैसले इन्वेंशन को ध्यान में रखकर ही लिया जाए।

आरंभ: DVR का परिचय

Differential Voting Rights (DVR) का विचार 1900 के आखिर में आया और इसकी शुरुआत ज्यादातर अमेरिका में हुई। शुरु के कई बड़े टेक्नोलॉजी लीडर्स ये चाहते थे कि जब वो पब्लिक इश्यू के ज़रिए अपनी कंपनी में हिस्सेदारी (इक्विटी) कम करें, तब भी कंपनी पर उनका असर और दूर का विज़न बना रहे।

इसी वजह से डुअल-क्लास शेयर स्ट्रक्चर्स का जन्म हुआ। इसके तहत, Google, Meta (पहले Facebook) और Snap Inc. जैसी कंपनियों ने ऐसे शेयर जारी किए, जिनकी वोट देने की शक्ति अलग-अलग थी। मकसद बस इतना था कि कंपनी के विज़न को समझने वाले फाउंडर्स ही उसके फैसले लेते रहें।

भारत में, DVR को कानूनी आधार कंपनी अधिनियम 2013 से मिला। इसने कंपनियों को Differential Voting Rights वाले शेयर जारी करने की इजाज़त तो दी, लेकिन अगले 20 सालों तक यह आइडिया ज़मीन पर नहीं उतर पाया। इसकी कई वजहें थीं: नियमों की साफ़-साफ़ जानकारी (क्लैरिटी) कम थी, कुछ जगह इसका गलत इस्तेमाल हुआ और छोटे शेयरधारकों के हक़ को लेकर चिंताएँ थीं।

इस पूरे मामले को असली रफ़्तार मिली 2019 में। SEBI ने दुनिया भर के ट्रेड्स और भारत की बढ़ती इन्वेंशन इकॉनमी को देखते हुए, खास तौर पर स्टार्टअप्स के लिए एक नया, पक्का ढाँचा पेश किया। खासकर उन स्टार्टअप्स के लिए जो तकनीक और IP पर काम करते हैं। SEBI के 2019 ICDR (Issue of Capital and Disclosure Requirements) नियमों में बदलाव के बाद, सुपीरियर वोटिंग राइट्स (SR) शेयर्स का रास्ता खुल गया।

आखिर इसके पीछे की सोच क्या थी और क्यों इसे इतना अहम माना गया?

भारतीय फाउंडर्स को यह पावर देना कि वे अपने देश में ही IPO ला सकें और इसके लिए उन्हें अपनी कंपनी का कंट्रोल संस्थागत निवेशकों या विदेशी बाज़ारों को देने के लिए मजबूर न होना पड़े।

DVR शेयर्स आखिर होते क्या हैं?

किसी भी पारंपरिक कंपनी में, नियम सीधा होता है: एक शेयर मतलब एक वोट। इसका मतलब है कि शेयरधारकों के बीच, उनकी हिस्सेदारी (इक्विटी) के हिसाब से, शक्ति का बँटवारा होता है।

लेकिन, Differential Voting Rights (DVRs) के मामले में ऐसा नहीं होता। इसके तहत, शेयरधारक अलग-अलग क्लास के शेयर खरीद सकते हैं जिनकी वोटिंग शक्ति अलग होती है। यह स्ट्रक्चर मुख्य रूप से दो तरह का होता है:

- **सुपीरियर वोटिंग राइट्स (SR) शेयर्स:** इनमें प्रति शेयर वोटिंग पावर ज्यादा होती है। ये आमतौर पर फाउंडर्स या प्रमोटर्स के पास होते हैं।
- **ऑर्डिनरी वोटिंग राइट्स (OVR) या साधारण शेयर्स:** ये स्टैंडर्ड "एक शेयर, एक वोट" का अधिकार देते हैं। ये IPO में रिटेल इन्वेस्टर्स को मिलते हैं।

इसे एक उदाहरण से समझिए: मान लीजिए किसी फाउंडर के पास मौजूद एक SR शेयर का वोटिंग अनुपात 10:1 है। इसका मतलब है कि SR शेयर का हर एक यूनिट दस वोटों के बराबर है। ऐसे में, एक फाउंडर के पास हो सकता है कि केवल 10% स्टॉक हो, लेकिन वोटिंग के फैसलों में उसका नियंत्रण बहुमत (Majority Control) वाला होगा।

यह ढाँचा फाउंडर्स को दूर-दूर तक पूँजी जुटाने की आज़ादी देता है, साथ ही उन्हें कंपनी की रणनीतिक बागडोर (जैसे बिज़नेस पॉलिसी, अधिग्रहण, बोर्ड के सदस्य और इन्वोवेशन से जुड़े लंबे विज़न) अपने पास रखने देता है।

सीधी बात करें तो, यह हिस्सेदारी कम किए बिना भी नियंत्रण कम न होने देने की सुविधा देता है, जो तकनीक पर आधारित कंपनियों के लिए एक दमदार कॉम्बिनेशन है।

SEBI ने DVR को मंजूरी क्यों दी?

साल 2018 तक, भारत का नए-ज़माने का टेक इकोसिस्टम एक अहम मोड़ पर पहुँच चुका था। Flipkart, Ola और Paytm जैसे स्टार्टअप्स अरबों डॉलर की वैल्यूएशन तक पहुँच गए थे और अब पब्लिक मार्केट में अपने शेयर लिस्ट करने के लिए तैयार थे। मगर, परेशानी यह थी कि घरेलू बाज़ार के नियम, लिस्टिंग के बाद फाउंडर्स को कंपनी का नियंत्रण बनाए रखने की इजाज़त नहीं देते थे।

इस वजह से, इनमें से कई कंपनियाँ सिंगापुर या अमेरिका जैसे विदेशी बाज़ारों में IPO लाने पर विचार करने लगी थीं, जहाँ डुअल-क्लास स्ट्रक्चर्स पहले से ही मान्य थे। इस स्थिति ने SEBI को तुरंत और ठोस

कदम उठाने के लिए प्रेरित किया, ताकि भारत से प्रतिभा और लिस्टिंग का पलायन रोका जा सके।

2019 में, SEBI ने ICDR नियमों में बदलाव करके सुपीरियर वोटिंग राइट्स शेयर (SR शेयर) के फ्रेमवर्क को पेश किया। यह भारतीय पॉलिसी में एक ऐतिहासिक बदलाव था। इस नए ढाँचे का मकसद यह था:

- फाउंडर्स के नेतृत्व में इन्वोवेशन और फैसलों में तालमेल बनाए रखना।
- भारत की सीमाओं के भीतर ही तकनीकी और डिजिटल उद्यमिता को सपोर्ट करना।
- तेज़ी से बढ़ती भारतीय कंपनियों के IPO को घरेलू बाज़ार में बनाए रखना।
- भारत के निवेश बाज़ार को ग्लोबल स्टैंडर्ड्स के हिसाब से विकसित करना।

यह फ्रेमवर्क SEBI की उस सोच को दिखाता है कि अगर भारत को इन्वोवेशन में दुनिया का लीडर बनना है, तो उसे अपने गवर्नेंस को उद्यमिता की ज़रूरतों के हिसाब से बदलना होगा।

DVR (SR) शेयरों के लिए SEBI के मुख्य नियम

पैरामीटर	नियम / प्रावधान
पात्रता	केवल इन्वेटिव और टेक-आधारित कंपनियाँ ही SR शेयर जारी कर सकती हैं।
होल्डर	केवल संस्थापक या प्रमोटर, जो कार्यकारी (executive) भूमिका में हों, वे ही SR शेयर रख सकते हैं।
वोटिंग अनुपात	अधिकतम 10:1 — यानी प्रत्येक SR शेयर पर 10 वोट।
होल्डिंग अवधि	IPO से पहले SR शेयर कम से कम छह महीने तक रखने आवश्यक हैं।
लॉक-इन अवधि	लिस्टिंग के बाद SR शेयर छह महीने तक लॉक रहते हैं।
सनसेट क्लॉज़	SR शेयर पाँच साल बाद अपने आप सामान्य शेयरों में बदल जाते हैं (शेयरधारकों की मंजूरी से इसे दस साल तक बढ़ाया जा सकता है)।
निवेशक सुरक्षा	SR शेयर रखने वाले फाउंडर्स ऑडिटर, स्वतंत्र निदेशक या कंपनी के खास फैसलों पर वोट नहीं कर सकते।

यह टेबल एक सही संतुलन बनाए रखती है — जहाँ फाउंडर्स को सहयोगी गवर्नेंस और आगे बढ़ने की आज़ादी मिलती है, वहीं बाज़ार सबके लिए बराबरी और भरोसे का माहौल बनाए रखता है।

सीधी बात में कहें तो, भारत में DVR का मतलब है — “फाउंडर्स की स्वतंत्रता, औपचारिक सुरक्षा के साथ।”

भारत का DVR मॉडल वैश्विक स्तर पर कैसा है

भारत के नज़रिए को समझने के लिए यह जानना मददगार होगा कि अन्य प्रमुख देशों में दोहरे शेयर (Dual-Class Share) कैसे नियंत्रित किए जाते हैं।

देश / बाज़ार	सामान्य वोटिंग अनुपात	अवधि / समाप्ति	मुख्य विशेषता
संयुक्त राज्य अमेरिका (NASDAQ / NYSE)	अधिकतम 20:1	कोई तय सीमा नहीं; कंपनी-विशिष्ट	संस्थापकों को अधिकतम लचीलापन प्रदान करता है
यूनाइटेड किंगडम (लंदन स्टॉक एक्सचेंज)	अधिकतम 20:1	सामान्यतः 5 वर्ष की सीमा	हाल ही में टेक IPO के लिए डुअल-क्लास स्ट्रक्चर की अनुमति दी
सिंगापुर (SGX)	अधिकतम 10:1	5 साल बाद अपने आप बदल जाते हैं	संरचना SEBI के मॉडल से मिलती-जुलती है
हांगकांग (HKEX)	अधिकतम 10:1	हर 5 साल में तय समीक्षा की जाती है	केवल "इनोवेटिव कंपनियों" तक सीमित
भारत (NSE / BSE)	अधिकतम 10:1	5 से 10 साल तक की अवधि	निवेशकों की सुरक्षा के लिहाज से सबसे मज़बूत नियम

इसलिए भारत का नज़रिया दोनों—प्रगतिशील और समझदारी भरा—है। यह उद्यमियों को स्वतंत्रता देता है, साथ ही ऐसे नियम लागू करता है जिन्हें अंतर्राष्ट्रीय निवेशक भरोसेमंद मानते हैं।

विश्व से प्रेरणा और भारत में अपनाना

दुनिया भर में, डुअल-क्लास मॉडल ने दूरदर्शी संस्थापकों (visionary founders) को अपनी कंपनियों के भविष्य की बागडोर अपने हाथों में रखने की आज़ादी दी है। इसके बड़े उदाहरण हैं: Meta में मार्क जुकरबर्ग, Google में लैरी पेज और सर्गेई ब्रिन और Snap में ईवन स्पीगल। ये कंपनियाँ भारी वैल्यूएशन पर IPO लाए, लेकिन संस्थापकों को लंबे समय तक कंट्रोल में रखा।

भारत में, DVR जैसे स्ट्रक्चर का शुरुआती प्रयोग 2000 के दशक की शुरुआत में Tata Motors और Jain Irrigation जैसी कंपनियों तक सीमित था। ध्यान दें: ये शुरुआती वर्ज़न संस्थापकों के लिए सुपीरियर वोटिंग पावर के बजाय, पब्लिक शेयरधारकों को दिए गए कम वोटिंग अधिकार पर ज्यादा केंद्रित थे।

असली कामयाबी SEBI के 2019 के सुपीरियर वोटिंग राइट्स फ्रेमवर्क के साथ आई, जिसका फोकस सीधे संस्थापकों पर था।

हालांकि, अभी तक इसे अपनाने की गति धीमी रही है, लेकिन इंडस्ट्री एक्सपर्ट्स का मानना है कि Zerodha, Groww, Razorpay और Zoho जैसी इनिशियल पब्लिक ऑफरिंग (IPO) नए ज़माने की शुरुआती फर्मों में शामिल होंगी जो अपने IPO में DVR-आधारित स्ट्रक्चर का इस्तेमाल करेंगी।

जैसे-जैसे डिजिटल-फर्स्ट कंपनियाँ भारत में IPO की अगली लहर पर हावी होंगी, DVR मॉडल "भारत के इनोवेशन दशक" की एक परिभाषित विशेषता बन सकता है।

Tech IPO के लिए DVR क्यों ज़रूरी है?

भारत में टेक स्टार्टअप्स की अगली लहर के लिए, DVR महज़ एक पूँजी-संरचना का विचार नहीं है — वे एक रणनीतिक हथियार हैं। यह वो तरीका है जिससे संस्थापक लिस्टिंग के बाद भी बोर्डरूम में नियंत्रण कम होने या अन्य शत्रुतापूर्ण कार्रवाइयों (hostile actions) की चिंता किए बिना अपने मूल मिशन को जारी रख सकते हैं।

DVRs संस्थापकों को इन चीज़ों के लिए सशक्त करता है:

- कम समय के मुनाफ़े के दबाव पर लंबे समय के इनोवेशन को प्राथमिकता देना।
- फंडिंग राउंड में संस्थापक की सोच और कंपनी की दिशा को बरकरार रखना।
- IPO के बाद कंपनी पर ज़बरदस्ती कब्ज़े की कोशिशों को रोकना।
- रिटेल और संस्थागत बाज़ारों से आत्मविश्वास के साथ पूँजी जुटाना।



अल्पसंख्यक शेयरधारकों के लिए क्या है? दूसरी तरफ, निवेशकों के लिए, SEBI का नियम आर्थिक समानता तय करता है। भले ही उनके वोटिंग अधिकार 100% और 1% के बीच कहीं भी हों, सभी निवेशकों को डिविडेंड के समान अधिकार मिलते हैं। गवर्नेंस पारदर्शिता और बोर्ड सदस्यों की स्वतंत्रता पर निवेशक सुरक्षा बाजार की ईमानदारी बनाए रखने में मदद करती है।

तो, एक तरह से, DVR वही करते हैं जो आम शेयर ढाँचे अक्सर नहीं कर पाते — कंपनी के संस्थापकों को काम की आज़ादी देते हुए शेयरधारकों का भरोसा बनाए रखना।

चुनौतियाँ और मुख्य बातें



इतनी संभावनाएँ होने के बावजूद, भारत में DVR का सफर अभी शुरुआती दौर में है। ज़मीनी स्तर पर अभी भी कई चुनौतियाँ बनी हुई हैं:

- **सांस्कृतिक झिझक (Cultural Hesitance):** भारतीय प्रमोटर अब तक ऐसे शेयर जारी करने को लेकर हिचकिचाते रहे हैं, जिनमें सामान्य शेयरों से अलग अधिकार या वोटिंग ताकत होती है।
- **सीमित बाज़ार मिसाल (Limited Market Precedent):** चूंकि अभी लिस्टेड कंपनियों के उदाहरण बहुत कम हैं, इसलिए DVR-आधारित कंपनियों के लिए निवेशकों का आराम और वैल्यूएशन के नियम अभी विकसित हो रहे हैं।
- **वैश्विक निवेशक संदेह (Global Investor Skepticism):** कई बड़े निवेशक ड्युअल-क्लास शेयरों से इसलिए सावधान रहते हैं, क्योंकि उन्हें लगता है कि इससे कंपनी के प्रबंधन में संतुलन बिगड़ सकता है।
- **नियामक निगरानी (Regulatory Vigilance):** DVR की कामयाबी इस पर टिकी है कि SEBI सीमाओं और नियमों को कितनी सख्ती से लागू करता है।

हालांकि, जैसे-जैसे भारत के पूँजी बाज़ार गहरे होंगे और नई डिजिटल-फर्स्ट कंपनियाँ हावी होंगी, इन चुनौतियों के कम होने की उम्मीद है।

बड़ा सवाल यह नहीं है कि DVR कामयाब होंगे या नहीं, बल्कि यह है कि वे कब कामयाब होंगे।

DVR और भारत के पूँजी बाज़ार का विज़न

कहीं न कहीं, टेक्नोलॉजी और इनोवेशन पर आधारित कंपनियाँ अगले दस सालों के लिए भारत की आर्थिक योजना के केंद्र में आ चुकी हैं। इन कंपनियों को टिकाऊ तरीके से बढ़ने देने के लिए, पूँजी बाज़ारों को उनकी खास ज़रूरतों को पूरा करना होगा। SR फ्रेमवर्क के ज़रिए से DVR इसी दिशा में उठाया गया एक अहम कदम है।

यह एक मज़बूत नियामक व्यवस्था को दर्शाता है, जो संस्थापकों को नेतृत्व करने का भरोसा तो देती है, लेकिन इसके साथ ही निवेशकों की सुरक्षा के लिए मज़बूत पारदर्शिता भी ज़रूरी है। यही एडवांस्ड पूँजी बाज़ारों की असली पहचान है – जहाँ भविष्य की सोच और लचीलापन, दोनों के बीच संतुलन बनाया जाता है।

SEBI के इस संतुलित नज़रिए के साथ, भारत ने एक ऐसा बीच का रास्ता अपनाया है जो दुरुपयोग को रोकने के लिए काफी सख्त है पर साथ ही इनोवेशन-आधारित गवर्नेंस को बढ़ावा देने के लिए पर्याप्त रूप से खुला भी है।

निष्कर्ष

Differential Voting Rights (DVR) शेयर भारत के वित्तीय विकास में एक महत्वपूर्ण पड़ाव हैं — यह वो जगह है जहाँ इनोवेशन, उद्यमिता और गवर्नेंस एक साथ मिलते हैं। SR शेयर फ्रेमवर्क पेश करके, SEBI ने फाउंडर्स की सोच और पब्लिक मार्केट की उम्मीदों के बीच की खाई को भर दिया है।

जैसे-जैसे भारतीय टेक फर्म की अगली पीढ़ी लिस्टिंग की तैयारी कर रही है, DVR पूँजी बाज़ार की भागीदारी के एक नए मॉडल को परिभाषित कर सकते हैं: एक ऐसा मॉडल जहाँ संस्थापक आत्मविश्वास से नेतृत्व करते हैं, निवेशक भरोसे के साथ भाग लेते हैं और भारत वैश्विक स्तर पर मज़बूत, लेकिन घरेलू स्तर पर लिस्टेड टेक्नोलॉजी चैंपियन तैयार करता है।

संदेश एकदम साफ़ है: DVR का मतलब केवल वोटिंग अधिकारों से नहीं है। यह आधुनिक कॉर्पोरेट लोकतंत्र के दौर में फाउंडर्स की सोच और शेयरहोल्डर्स के हितों की सुरक्षा से जुड़ी बात करते हैं।



संस्थापकों की आम गलतियाँ



IPO की तैयारी में फिनटेक फाउंडर्स द्वारा अनदेखी की जाने वाली छिपी हुई मुश्किलें और उन्हें कैसे टाला जाए

फिनटेक भारत के सबसे तेजी से बढ़ते सेक्टरों में से एक है और हर साल अधिक फाउंडर्स अपने कंपनियों को पब्लिक बनाने का सपना देखते हैं। अपने कंपनी को स्टॉक एक्सचेंज में लिस्टेड देखना, स्थापित बैंकों, NBFCs और वित्तीय दिग्गजों के बीच, किसी भी उद्यमी के लिए एक बड़ा मील का पत्थर लगता है।

लेकिन इस सपने और वास्तविक IPO के बीच की यात्रा ऑडिट, RBI जांच, NBFC नियम, रिस्क मॉडल के विवरण, डेटा ट्रेल और अनगिनत निवेशकों के सवालों से भरी होती है। कई फाउंडर्स इसे कम आंका करते हैं। कुछ प्रक्रिया में जल्दबाजी करते हैं, कुछ कठिन डिस्कलोजर से बचते हैं और कुछ सिर्फ एक चमकदार ग्रोथ स्टोरी पेश करने की कोशिश करते हैं, बुनियादी चीजें सही किए बिना।

परिणाम? एक कमजोर IPO, कम वैल्यूएशन, नियामक चेतावनी या पूरी तरह से लिस्टिंग में देरी।

आइए समझें कि फिनटेक फाउंडर्स अब भी कौन सी सबसे बड़ी गलतियाँ करते हैं और उससे भी महत्वपूर्ण — इन्हें कैसे टाला जा सकता है।

1. मज़बूत RBI/NBFC अनुपालन के बिना लिस्टिंग करना

यह फिनटेक दुनिया में सबसे बड़ी गलती है।

कई फाउंडर्स केवल ग्रोथ, मार्केटिंग और यूजर अक्विज़िशन पर ध्यान देते हैं—लेकिन फिनटेक की रीढ़ यानी कंप्लायंस को नजरअंदाज कर देते हैं।

फिनटेक IPO केवल रिवेन्यू आँकड़ों के बारे में नहीं है। RBI और SEBI यह प्रमाण चाहते हैं कि:

- साफ़-सुथरी गवर्नेंस
- सही KYC सिस्टम
- वेरिफाइड कस्टमर ऑनबोर्डिंग
- लेंडिंग अनुपालन
- डेटा सुरक्षा
- ज़िम्मेदार क्रेडिट प्रैक्टिसेज़

जो फाउंडर्स कंप्लायंस को हल्के में लेते हैं, उन्हें RBI चेतावनी, अतिरिक्त जांच या IPO फाइलिंग के दौरान सुधार करने के लिए मजबूर होना पड़ता है। कमजोर नियामक अनुशासन से सार्वजनिक निवेशक सबसे ज्यादा डरते हैं।

इसे कैसे सुधारें:

पहले दिन से ही कंप्लायंस-फ़र्स्ट कल्चर बनाना शुरू करें।

मज़बूत आंतरिक ऑडिट, स्पष्ट प्रक्रियाएँ और एक कंप्लायंस ऑफिसर रखें जो नियामकों और निवेशकों के सामने आत्मविश्वास से बोल सके।

याद रखें: फिनटेक भरोसे पर चलता है। कंप्लायंस उस भरोसे की रक्षा करता है।

2. केवल GMV और ट्रांज़ैक्शन्स पर ध्यान देना, असली रिवेन्यू पर नहीं



फिनटेक फाउंडर्स के लिए एक बड़ी गलती यह है कि वे सिर्फ बड़े GMV या TPV नंबर दिखाते हैं। हाँ, यह प्रभावित दिखते हैं। हाँ, प्रेज़ेंटेशन में अच्छे लगते हैं। लेकिन IPO निवेशक अब केवल वॉल्यूम के आधार पर फिनटेक का मूल्यांकन नहीं करते।

अगर 100 करोड़ के मासिक ट्रांज़ैक्शन्स से केवल 5-6 करोड़ वास्तविक रिवेन्यू बनता है, तो मार्केट तुरंत कठिन सवाल पूछेगी।

निवेशक असली आँकड़े चाहते हैं जैसे:

- नेट रिवेन्यू
- टेक-रेट
- कॉन्ट्रिब्यूशन मार्जिन
- कलेक्शन्स
- प्रॉफिटेबिलिटी पाथ

उच्च वॉल्यूम लेकिन कमजोर मोनेटाइज़ेशन वाली फिनटेक को IPO में अच्छा मूल्यांकन नहीं मिलेगा।

इसे कैसे सुधारें:

TPV के पीछे छिपना बंद करें।

सस्टेनेबल रेवेन्यू मॉडल पर ध्यान दें—मर्चेंट फीस, लेंडिंग स्प्रेड, सब्सक्रिप्शन इनकम, प्लेटफॉर्म फीस, लॉयल्टी प्रोग्राम या BNPL रेवेन्यू।

ट्रांज़ैक्शन शोर से ज्यादा राजस्व की गुणवत्ता मज़बूत बनाएं।

3. नकली बढ़त दिखाने के लिए कैशबैक और डिस्काउंट पर ज़रूरत से ज्यादा निर्भरता

कैशबैक से यूज़र जल्दी आते हैं—लेकिन ऑफ़र खत्म होते ही उतनी ही जल्दी चले भी जाते हैं।

कई फ़िनटेक कंपनियाँ सिर्फ़ रिपोर्ट्स में “एक्टिविटी” दिखाने के लिए प्रमोशन्स पर करोड़ों खर्च करती हैं।

अब IPO निवेशक इस गेम को अच्छी तरह समझ चुके हैं। अगर आपके यूज़र सिर्फ़ तब बढ़ते हैं जब आप बेहिसाब खर्च करते हैं, तो मार्केट आपके नंबरों पर भरोसा नहीं करेगी।

इसे कैसे सुधारें:

ऑफ़र-आधारित उछाल नहीं, आदत-आधारित उपयोग बनाओ। प्रोडक्ट के अनुभव, भरोसेमंदी, विश्वास और रोज़मर्रा की उपयोगिता पर ध्यान दो। कैशबैक्स यूज़र्स को आकर्षित कर सकते हैं—लेकिन केवल असली वैल्यू ही उन्हें रोके रखती है।

4. NPA, फ़ॉड रिस्क और कमज़ोर अंडरराइटिंग जैसे क्रेडिट क्वालिटी मुद्दों को नज़रअंदाज़ करना

लेंडिंग और BNPL फ़िनटेक्स अक्सर सबसे कठिन सच्चाई छिपाते हैं: क्रेडिट क्वालिटी। लेकिन IPO फ़ाइलिंग के समय यही बातें खुलकर सामने आती हैं और फिर बचना मुश्किल होता है:

- उम्मीद से ज्यादा NPA
- फ़ॉड लॉस का पूरा खुलासा न करना
- कमज़ोर अंडरराइटिंग मॉडल
- खराब कलेक्शन क्षमता
- नई कस्टमर बैच में उच्च डिफॉल्ट रेट
- क्रेडिट ब्यूरो इंटीग्रेशन में कमज़ोरी

किसी भी फ़िनटेक की वैल्यू को सबसे तेज़ नुकसान वही करता है, जो छिपाए गए रिस्क उजागर होने पर दिखता है।

इसे कैसे सुधारें:

ईमानदार और पारदर्शी बनें।

अपना रिस्क इंजन मज़बूत करें, कलेक्शन सिस्टम सुधारें और अंडरराइटिंग नियम बेहतर बनाएं। निवेशकों को यह दिखाएँ कि आपकी लोन बुक असली क्वालिटी पर बनी है, न कि जोखिम भरी लेंडिंग से फुलाकर।

5. GLP या AUM में स्थिर बढ़त के बिना जल्दबाज़ी में IPO लाना

फ़िनटेक लोन कंपनियों की GLP या AUM ऐसी होनी चाहिए जो भरोसेमंद और पहले से अनुमान की जा सके। कई फ़ाउंडर सिर्फ़ एक-दो अच्छे क्वार्टर आते ही जल्दी से IPO लाने की कोशिश करते हैं। लेकिन निवेशक कम से कम तीन साल की स्थिर और अच्छी क्वालिटी वाली लोन बुक देखना चाहते हैं।

इसे कैसे सुधारें:

GLP/AUM का एक स्थिर और स्वस्थ पैटर्न बनाएं। स्पष्ट और लगातार बढ़ने वाला ट्रेंड दिखाएँ—सिर्फ़ एक भाग्यशाली साल नहीं। अचानक होने वाली तेज़ बढ़त से ज्यादा, स्थिरता निवेशकों को ज्यादा पसंद आती है।

6. एल्गोरिदम और रिस्क मॉडल की कमजोरियों को साज़ा न करना

आज के दौर में—चाहे भारत हो या ग्लोबल मार्केट—निवेशक एल्गोरिदम और AI मॉडल्स में पूरी ट्रांसपेरेन्सी चाहते हैं। अगर आपका रिस्क इंजन ग्राहकों की क्रेडिट एलिजिबिलिटी तय करता है, तो DRHP में यह साफ़-साफ़ समझाना ज़रूरी है कि:

- मॉडल कैसे काम करता है
- वह कौन-सा डेटा इस्तेमाल करता है
- मॉडल कैसे काम करता है
- किस तरह के झुकाव या पक्षपात हो सकते हैं
- कितनी बार चीज़ें फेल होती हैं, इसका हाल
- मॉडल के साथ कौन-कौन से जोखिम जुड़े हैं

बहुत से फ़ाउंडर्स यह सोचकर इसे छिपाते हैं कि इससे उनका “सीक्रेट फार्मूला” बाहर आ जाएगा। लेकिन सच तो यह है कि चीज़ें छिपाने से शक बढ़ता है।

इसे कैसे सुधारें:

अपने मॉडल्स को सरल भाषा में समझाइए। जाँच, टेस्टिंग राउंड और बैकअप सिस्टम को दिखाएँ। ज्यादा पारदर्शिता = ज्यादा भरोसा।



7. यूज़र्स के बढ़ने को कामयाबी मान लेना



5 करोड़ यूज़र वाले फिनटेक भी असफल हो सकते हैं अगर यूज़र ट्रांज़ैक्शन नहीं करें, लोन न चुकाएँ या प्लेटफ़ॉर्म पर टिके न रहें।

शेयर बाज़ार असल में यह देखता है:

- बार-बार उपयोग
- लोन चुकाने की आदत
- यूज़र का कुल मूल्य
- यूज़र बनाए रखना
- कलेक्शन

अगर गुणवत्ता कम है, तो बड़ी संख्या का कोई फायदा नहीं।

इसे कैसे सुधारें:

अपना ध्यान 'यूज़र जोड़े जाने' से हटाकर 'यूज़र जो बने रहें' पर लगाएँ। सिर्फ़ इंस्टॉल दिखाने के बजाय, असली परिणाम दिखाएँ: लोन भुगतान, सक्रिय मर्चेन्ट्स, और वास्तविक सहभागिता।

8. अपने कमाई के मॉडल को DRHP में साफ़ नहीं समझाना

कई फिनटेक संस्थापक यह मान लेते हैं कि निवेशक खुद समझ लेंगे कि कंपनी कैसे कमाई करती है। लेकिन सच यह है कि फिनटेक की कमाई का तरीका काफी जटिल होता है।

पेमेंट → बहुत कम मार्जिन
लोन देना → ज़्यादा जोखिम
अभी लो बाद में भरो (BNPL) → देर से कमाई
सदस्यता / सब्सक्रिप्शन → लगातार और बढ़ती कमाई
व्यापारी सेवाएँ → स्थिर और भरोसेमंद कमाई

अगर DRHP को पढ़कर यह साफ़ ना हो कि पैसा कैसे आता है, तो कंपनी का वैल्यूएशन कम हो जाता है।

इसे कैसे सुधारें:

अपनी हर कमाई के स्रोत को अलग-अलग और साफ़ समझाएँ। दिखाएँ कि भविष्य में किस हिस्से से कितनी कमाई बढ़ेगी। कहानी सीधी और आसान रखें, उलझी हुई नहीं।

9. डेटा सुरक्षा, साइबर सुरक्षा और ग्राहक सुरक्षा को नज़रअंदाज़ करना

एक ही डेटा लीक होने से किसी फिनटेक का ब्रांड बर्बाद हो सकता है।

निवेशक यह जानना चाहते हैं कि:

- आप ग्राहक का डेटा कितना सुरक्षित रखते हैं
 - डेटा चोरी या सिस्टम हैक होने पर आप कैसे संभालते हैं
 - आपकी सुरक्षा प्रणाली कितनी मज़बूत है
 - ग्राहकों की शिकायतों का समाधान कितना तेज़ और ईमानदार है
 - क्या आप ग्राहकों के डेटा का इस्तेमाल ज़िम्मेदारी से करते हैं
- कमज़ोर साइबर सुरक्षा = कमज़ोर आईपीओ और बहुत कम निवेशक रुचि

इसे कैसे सुधारें:

मज़बूत साइबर सुरक्षा सिस्टम और नियमित ऑडिट में निवेश करें डेटा सुरक्षा को कंपनी की संस्कृति का मूल हिस्सा बनाएं

10. मुनाफ़े और लंबे समय तक टिकने की साफ़ योजना न होना

अब वह समय नहीं रहा जब कंपनियों को सिर्फ़ तेजी से बढ़ने के लिए ही पुरस्कृत किया जाता था।

निवेशक यह देखना चाहते हैं कि कंपनी के पास:

- मुनाफ़ा कमाने की पक्की योजना है
- खर्च और आय का संतुलन मज़बूत है
- बेचने पर मज़बूत मुनाफ़ा
- नियमित और भरोसेमंद कमाई का मॉडल है
- खर्च पर नियंत्रण है
- जोखिम को संभालने की क्षमता है

अगर फ़ाउंडर इसे साफ़ और भरोसेमंद अंदाज़ में समझा नहीं पाए, तो IPO कमज़ोर होगा और वैल्यू कम मिलेगी।

इसे कैसे सुधारें:

3-5 साल की वास्तविक और मज़बूत मुनाफ़े की योजना बनाएं। दिखाएं कि ग्रोथ, खर्च और जोखिम — तीनों को समझदारी से कैसे चलाया जाएगा।

अंतिम शब्द

फिनटेक IPO सिर्फ़ शानदार प्रेजेंटेशन या बड़े आँकड़ों से नहीं जीतते। वे उन कंपनियों के लिए आते हैं जो परिपक्वता, स्थिरता और पारदर्शिता दिखाती हैं।

वे फाउंडर जो गवर्नेंस, कंप्लायंस, क्रेडिट क्वालिटी, राजस्व की स्पष्टता और दीर्घकालिक स्थिरता पर ध्यान देते हैं, निवेशकों का भरोसा जीतते हैं। जो फाउंडर इन बुनियादी बातों को नजरअंदाज करते हैं, उन्हें IPO में देरी, वैल्यूएशन कट या निराशाजनक लिस्टिंग का सामना करना पड़ता है।

अगर भारतीय फिनटेक फाउंडर सार्वजनिक मंच पर चमकना चाहते हैं, तो उन्हें महत्वाकांक्षा के साथ जवाबदेही और विकास के साथ गवर्नेंस का संतुलन बनाना होगा।

Initial

Public

IPO

Offering

क्विक टिप्स सीरीज़



FINTECH

FINANCIAL TECHNOLOGY

फिनटेक के ज़रूरी मापदंड

फिनटेक IPO की तैयारी कर रहे फ़ाउंडर्स के लिए एक आसान रणनीति

फिनटेक भारत का सबसे तेज़ और रोमांचक सेक्टर है — लेकिन इसके सही मैट्रिक्स को लेकर सबसे ज़्यादा गलतफहमियाँ भी इसी में होती हैं। कई फ़ाउंडर्स GMV, डाउनलोड, इंस्टॉल या मासिक एक्टिविटी जैसी चीज़ों की बात करते हैं — लेकिन यह आँकड़े किसी फिनटेक व्यवसाय की असली वित्तीय सेहत नहीं बताते।

पब्लिक मार्केट के निवेशक, खासकर वे जो फिनटेक IPO का वैल्यूएशन करते हैं, पूरी तरह अलग और ज़्यादा महत्वपूर्ण मापदंडों पर ध्यान देते हैं। यह मापदंड आपकी ग्रोथ की सच्ची कहानी बताते हैं — आपके जोखिम, आपकी स्थिरता और आपके लंबे समय के मुनाफ़े की क्षमता को समझाते हैं। अगर फ़ाउंडर्स इन मापदंडों को नहीं समझते, तो वे अपने DRHP, निवेशकों से मिलने या विश्लेषकों से बात करने में अधूरी तस्वीर पेश कर देते हैं।

इस क्विक टिप्स सीरीज़ में, हम उन छह सबसे महत्वपूर्ण फिनटेक मापदंडों को आसान भाषा में समझा रहे हैं जिन्हें हर फ़ाउंडर को IPO मोड में जाने से पहले पूरी तरह समझना चाहिए।

1. CAC: ग्राहक हासिल करने की लागत

ज्यादातर फ़ाउंडर्स CAC को सिर्फ़ मार्केटिंग का नंबर मानते हैं। लेकिन निवेशकों के लिए यह साफ़ बताता है कि आपकी ग्रोथ प्राकृतिक है या ज़बरदस्ती की गई है। ज़्यादा CAC का मतलब — हर नए ग्राहक को जोड़ने में बहुत पैसा जल रहा है। कम CAC का मतलब - आपका प्रोडक्ट अपने आप ग्राहकों को आकर्षित कर रहा है। मज़बूत फिनटेक कंपनियों में समय के साथ CAC कम होता जाता है। यह दिखाता है कि उनका प्रोडक्ट बाज़ार में बेहतर जम गया है और लोग उसे खुद अपनाने लगे हैं।

IPO के समय यह क्यों ज़रूरी है

निवेशक अब एक बहुत सीधा सवाल पूछते हैं: “क्या आपका CAC, आपके LTV से कम है?”

अगर जवाब “नहीं” है, तो इसका मतलब है कि आपका व्यवसाय सिर्फ़ बड़ा दिखने के लिए पैसा बर्बाद कर रहा है, असल में कमा नहीं रहा।

क्विक टिप्स

CAC को हर अलग कारोबार वाले हिस्से के लिए अलग-अलग ट्रैक करें — जैसे लोन, पेमेंट्स, अभी खरीदो-बाद में भरो, निवेश — क्योंकि हर एक का खर्च और मुनाफ़ा अलग होता है।

2. LTV: ग्राहक से जीवनभर मिलने वाला मूल्य

फिनटेक में एक वफ़ादार ग्राहक, दस गैर-एक्टिव ग्राहकों से ज़्यादा कीमती होता है। LTV बताता है कि एक ग्राहक लंबे समय में आपको कितना कमाकर देता है — जैसे लेन-देन से, ब्याज से, शुल्कों से, सदस्यताओं से या दूसरे प्रोडक्ट बेचकर।

अगर LTV बढ़ रहा है, तो निवेशक समझ जाते हैं कि ग्राहक सिर्फ़ जुड़ नहीं रहे, बल्कि आपके प्लेटफ़ॉर्म पर टिक भी रहे हैं, लेन-देन कर रहे हैं और समय के साथ भरोसा भी कर रहे हैं।

IPO के समय यह क्यों ज़रूरी है

फिनटेक कंपनियों की कीमत (वैल्यूएशन) इस बात पर टिकती है कि ग्राहक कितने समय तक जुड़े रहते हैं। ऊँचा LTV मतलब — आपके उपयोगकर्ता कई सालों तक आपको कमाई देते रहेंगे।

क्विक टिप्स

निवेशक एक आसान पैमाना देखते हैं: LTV कम से कम CAC का 3 गुना होना चाहिए, तभी फिनटेक को टिकाऊ माना जाता है।

3. GLP: ग्रॉस लोन पोर्टफोलियो

GLP किसी भी लेंडिंग फिनटेक का मुख्य केंद्र होता है। यह बताता है कि आपके पास अभी कितने एक्टिव लोन हैं और आपकी क्रेडिट क्वालिटी कितनी मज़बूत है।

लेकिन कई फ़ाउंडर एक बड़ी गलती करते हैं — वे बड़े GLP के पीछे भागते हैं, साफ-सुथरे GLP के पीछे नहीं।

IPO के समय GLP क्यों ज़रूरी है?

सामान्य निवेशक बड़े और जोखिम भरे लोन की तुलना में छोटे लेकिन उच्च गुणवत्ता वाले लोन को पसंद करते हैं। अगर आपका GLP बढ़ रहा है, लेकिन डिफॉल्ट्स भी बढ़ रहे हैं, तो आपका IPO कमजोर पड़ जाता है।

क्विक टिप्स

निवेशक भरोसा तभी करते हैं जब आप पिछले तीन सालों का स्थिर और साफ GLP ग्रीथ दिखा सकें।

4. NNPA: नेट नॉन-परफॉर्मिंग एसेट्स

लेंडिंग फिनटेक में निवेशकों को सबसे ज्यादा डर उस छिपे हुए क्रेडिट रिस्क से लगता है। NNPA बताता है कि आपके लोन बुक में कितना पैसा वापस नहीं आ रहा है।

कम NNPA = आपकी अंडरराइटिंग मज़बूत है।

बढ़ता NNPA = आपके क्रेडिट मॉडल, कलेक्शन या फ़ॉड कंट्रोल कमजोर हैं।

IPO के समय यह क्यों ज़रूरी है

निवेशक NNPA को रिवेन्यू से ज्यादा गंभीरता से देखते हैं, क्योंकि यह आपके लेंडिंग इंजन की असली सेहत दिखाता है।

क्विक टिप्स

हर लेंडिंग सेगमेंट के लिए NNPA साफ-साफ बताएं — पर्सनल लोन, BNPL, मर्चेन लोन, माइक्रो-क्रेडिट — क्योंकि हर सेगमेंट में रिस्क अलग होता है।

5. AUM: एसेट्स अंडर मैनेजमेंट

लेंडिंग, वेल्थ, एसेट मैनेजमेंट या इंश्योरेंस वाले फिनटेक के लिए, AUM दिखाता है कि आप कस्टमर्स के लिए कुल कितनी संपत्ति मैनेज कर रहे हैं।

लेकिन AUM तभी मायने रखता है जब वह:

- स्थिर हो,
- विभिन्न हिस्सों में फैला हुआ और
- मज़बूत नियमों का पालन करता हो।

IPO के समय यह क्यों ज़रूरी है

पब्लिक मार्किट्स संगति और भरोसे को महत्व देते हैं। अगर AUM अचानक बढ़ता है (जैसे एक-बार के डील या आक्रामक सोर्सिंग के कारण), तो वैल्यूएशन कम हो सकती है।

क्विक टिप्स

AUM को स्पष्ट तरीके से समझाएं:

यह बढ़ोत्तरी कहाँ से आ रही है — नए यूज़र्स, रिपीट पुनः निवेश करने वाले निवेशक, क्रॉस-सेल्ड प्रोडक्ट्स या कॉर्पोरेट क्लाइंट्स से?

6. टेक रेट: रेवेन्यू की असली ताकत

फिनटेक अक्सर ट्रांज़ैक्शन वॉल्यूम (TPV) को हाईलाइट करते हैं, लेकिन सिर्फ TPV यह नहीं बताता कि बिज़नेस वास्तव में कितनी कमाई कर रहा है। यही जगह है टेक रेट की अहमियत की।

टेक रेट निवेशकों को बताता है:

“आप ₹100 के ट्रांज़ैक्शन वैल्यू पर कितना रेवेन्यू कमाते हैं?”

एक मज़बूत टेक रेट यह साबित करता है कि आपके पास प्राइसिंग पावर, प्रोडक्ट स्ट्रेंथ और मर्चेन ट्रस्ट है।

IPO के समय यह क्यों ज़रूरी है

अगर किसी फिनटेक का TPV ज्यादा है लेकिन टेक रेट कम है, तो वह बड़ा दिख सकता है — लेकिन प्रॉफिटेबल नहीं। निवेशक उन्हीं फिनटेक को पसंद करते हैं जो एक्टिविटी को असली रेवेन्यू में बदल सकें।

क्विक टिप्स

टेक रेट के ट्रेंड को पिछले 8-12 क्वार्टर में दिखाएं, सिर्फ एक साल नहीं। यह आपके बिज़नेस की मज़बूती का स्पष्ट चित्र पेश करता है।

सब कुछ मिलाकर देखें तो — निवेशक असल में क्या देखना चाहते हैं

जब फाउंडर्स IPO के बारे में सोचते हैं, तो वे अक्सर डाउन्सलोड्स, ऐप रेटिंग्स, GMV या मर्चेन काउंट जैसी चमकदार मेट्रिक्स दिखाते हैं। लेकिन IPO निवेशक गहराई में देखते हैं। वे वास्तव में स्थिरता, स्पष्टता और एक ऐसा बिज़नेस मॉडल देखना चाहते हैं जो अगले दशक तक टिक सके।

यह छह मेट्रिक्स — CAC, LTV, GLP, NNPA, AUM और Take Rate — निवेशकों को असली कहानी बताते हैं:

- CAC आपके एफिशिएंसी को दिखाता है।
- LTV आपके कस्टमर स्ट्रेंथ को दिखाता है।
- GLP आपके क्रेडिट डिसिप्लिन को दिखाता है।
- NNPA आपके रिस्क मैनेजमेंट को दिखाता है।
- AUM आपके मार्केट मैच्युरिटी को दिखाता है।
- Take Rate आपके रिवेन्यू की सच्चाई को दिखाता है।

जब यह नंबर साफ़ और ईमानदारी से समझाए जाते हैं, तो निवेशक बिज़नेस पर अधिक भरोसा करते हैं — और भरोसा ही सफल फिनटेक IPO का सबसे बड़ा ड्राइवर है।

अंतिम विचार

फिनटेक मेट्रिक्स मुश्किल लग सकते हैं, लेकिन यह एक सरल कहानी बताते हैं:

आप कितनी ज़िम्मेदारी के साथ बढ़ रहे हैं?

अगर फाउंडर्स इन मेट्रिक्स को अच्छी तरह समझते और पेश करते हैं, तो वे सिर्फ IPO के लिए बेहतर तैयार नहीं होते — बल्कि एक मज़बूत और स्वस्थ कंपनी भी बनाते हैं। क्योंकि फिनटेक में, नंबर केवल प्रदर्शन को नहीं दर्शाते; वह भरोसे को दर्शाते हैं।

टुकड़ों और संसाधन क्षेत्र



जागन बस्टर – IPO शब्दों की A से Z गाइड (N-सीरीज़)

IPO की “N-सीरीज़” वाले शब्द उन सबसे जरूरी हिस्सों से जुड़े होते हैं, जिनसे तय होता है कि कंपनी को असल में कितना पैसा मिलता है, कौन-कौन से निवेशक हिस्सा लेते हैं, कौन-सी चीजें कंपनी को पब्लिक होने से पहले बतानी होती हैं और लिस्टिंग के बाद शेयरहोल्डिंग कैसी बनती है। यह ठर्म तय करते हैं कि कोई IPO कितना साफ़, पूरा और लंबे समय में कितना मज़बूत होगा। इसलिए, इन बातों को समझना बहुत जरूरी है — स्टार्टअप फाउंडर्स के लिए भी, जो लिस्टिंग की तैयारी कर रहे हैं और निवेशकों के लिए भी, जो किसी IPO की असली तस्वीर समझना चाहते हैं।

नेट ऑफर

परिभाषा:

Net Offer वो हिस्सा होता है जो किसी IPO में आम लोगों और बड़े निवेशकों के लिए उपलब्ध होता है। इसमें कर्मचारियों, एंकर निवेशकों, मार्केट मेकर्स या ग्रुप कंपनियों के शेयरहोल्डर्स के लिए रखी गई आरक्षित हिस्सेदारी निकाल दी जाती है। यानि - जो बचा हुआ हिस्सा है, वही Net Offer है, जिस पर रिटेल, NII और QIB निवेशक बोली लगाते हैं।

उद्देश्य:

Net Offer इसलिए बनाया जाता है ताकि हर कैटेगरी के लिए शेयरों का बँटवारा साफ़ दिखे। आरक्षित हिस्सों को अलग करके, कंपनी बताती है कि असल में कितने शेयर खुले मुकाबले के लिए उपलब्ध हैं।

IPO में महत्व:

- इससे निवेशक समझ सकते हैं कि असली माँग कितनी है और मुकाबला कितना कड़ा होगा।
- सब्सक्रिप्शन रेशियो, अलॉटमेंट के चांस और लिस्टिंग के बाद की लिक्विडिटी इसी पर निर्भर करती है।
- SEBI के नियमों के तहत सही बँटवारे में यह बड़ा रोल निभाता है।

बड़ा Net Offer होने पर संस्थागत निवेशकों की भागीदारी भी बढ़ती है क्योंकि लिक्विडिटी अच्छी रहती है।

प्रक्रिया:

- सबसे पहले कुल IPO साइज तय होता है।
- फिर इसमें से आरक्षित हिस्से (एंकर, कर्मचारी, शेयरहोल्डर आदि) निकाल दिए जाते हैं।
- जो हिस्सा बचता है, वही Net Offer कहलाता है।
- बोली लगाना और अलॉटमेंट इसी Net Offer पर होता है।



प्रभाव:

Net Offer का साइज यह तय करता है कि IPO कितना सब्सक्राइब होगा, लिस्टिंग पर कितनी खरीद-बिक्री होगी और निवेशकों का भरोसा कैसा रहेगा। अगर Net Offer छोटा हो और माँग ज्यादा हो, तो IPO में भारी ओवरसब्सक्रिप्शन देखने को मिलता है।

उदाहरण:

कई टाटा ग्रुप के IPO में, पहले से टाटा मोटर्स के मौजूद शेयरहोल्डर्स के लिए कुछ हिस्सा रिज़र्व होता है। जो हिस्सा बचता है - वही Net Offer कहलाता है, जिस पर रिटेल, NII और QIB निवेशक बोली लगाते हैं।

नेट प्रॉसीड्स

परिभाषा:

Net Proceeds वह असली रकम होती है जो कंपनी को IPO से मिलती है, जब उसमें से सभी खर्च (जैसे मर्चेंट बैंकिंग फीस, लीगल खर्च, रजिस्ट्रार फीस, विज्ञापन खर्च, अंडरराइटिंग चार्ज आदि) निकाल दिए जाते हैं।

उद्देश्य:

इसका मकसद यह दिखाना है कि कंपनी की तिजोरी में असल में कितने पैसे आ रहे हैं। Gross Proceeds बड़े दिख सकते हैं, लेकिन निवेशक और रेटिंग एजेंसियाँ Net Proceeds देखती हैं ताकि समझ सकें कि असल में कंपनी बिज़नेस बढ़ाने के लिए कितना पैसा इस्तेमाल करेगी।

IPO में महत्व:

- यह तय करता है कि कंपनी के पास विस्तार, कर्ज चुकाने या रोज़मर्रा के खर्चों के लिए कितनी पूँजी बचेगी।
- यह बताता है कि कंपनी पैसों का कितना सही उपयोग कर रही है।
- वित्तीय जानकारी को पारदर्शी बनाने में महत्वपूर्ण है।
- कंपनी को Net Proceeds का उपयोग DRHP और RHP में साफ-साफ़ बताना होता है।

प्रक्रिया:

- सबसे पहले Gross Proceeds निकाले जाते हैं: इशू प्राइस x जारी किए गए शेयरों की संख्या
- फिर सभी IPO से जुड़े खर्च जोड़े जाते हैं।
- फिर फॉर्मूला लागू होता है:
$$\text{Net Proceeds} = \text{Gross Proceeds} - \text{Issue Expenses}$$

प्रभाव:

ज़्यादा Net Proceeds कंपनी की बैलेंस शीट को मज़बूत करते हैं और विकास योजनाओं को सपोर्ट करते हैं। अगर Gross Proceeds ज़्यादा हों लेकिन Net Proceeds कम निकले, तो निवेशकों को यह लग सकता है कि खर्चा ज़्यादा हुआ है।

उदाहरण:

अगर किसी IPO से ₹1,500 करोड़ जुटाए गए और खर्च ₹60 करोड़ हुए, तो Net Proceeds होंगे: ₹1,440 करोड़।

NII (गैर-संस्थागत निवेशक)



परिभाषा:

NII वे निवेशक होते हैं जो किसी IPO में ₹2 लाख से ज़्यादा की बोली लगाते हैं। इनमें HNI (अमीर निवेशक), कंपनियाँ, ट्रस्ट, NBFCs और फैमिली ऑफिस शामिल होते हैं। ये न तो रिटेल कैटेगरी में आते हैं और न ही QIB में।

उद्देश्य:

NII कैटेगरी उन बड़े निवेशकों के लिए बनाई गई है जो IPO में अच्छा-खासा पैसा लगाते हैं, लेकिन संस्थागत निवेशकों वाली सरज़ शर्तों में नहीं आते।

IPO में महत्व:

- NII की ज़्यादा बोली बाज़ार के जोश को दिखाती है।
- इससे IPO की चर्चा और भरोसा बढ़ता है।
- NII की भारी माँग अक्सर GMP (Grey Market Premium) को भी ऊपर ले जाती है।

प्रक्रिया:

- निवेशक ₹2 लाख से ज़्यादा की बोली लगाते हैं।
- इस कैटेगरी का तय कोटा होता है। (आमतौर पर Net Offer का 15%)
- NII को शेयर लॉटरी के आधार पर नहीं, बल्कि आनुपातिक (Proportional) आधार पर मिलते हैं।
- बुक-बिल्ड IPO में NII अपनी बोली वापस नहीं ले सकते।

प्रभाव:

NII की तेज़ बोली IPO की कुल सब्सक्रिप्शन को मज़बूत करती है और अच्छे लिस्टिंग की उम्मीद बढ़ाती है। लेकिन अगर NII ज़्यादातर लोन लेकर बोली लगाएँ, तो लिस्टिंग के बाद शेयर में उतार-चढ़ाव बढ़ सकता है।

उदाहरण:

Paras Defence और EMS Ltd जैसे IPOs में NII कैटेगरी 100x से ज़्यादा भरी थी।

NSE नेशनल स्टॉक एक्सचेंज ऑफ इंडिया

परिभाषा:

NSE भारत का प्रमुख स्टॉक एक्सचेंज है, जो पूरी तरह इलेक्ट्रॉनिक ट्रेडिंग, तेज़ लिक्विडिटी और Nifty 50 जैसे बड़े मार्केट इंडिकेटर्स के लिए जाना जाता है। ट्रेडिंग वॉल्यूम के हिसाब से यह दुनिया के सबसे बड़े एक्सचेंजों में शामिल है।

उद्देश्य:

देशभर में शेयर, डेरिवेटिव्स, ETF और बॉन्ड जैसे साधनों की ट्रेडिंग के लिए एक पारदर्शी, तकनीकी और भरोसेमंद प्लेटफॉर्म उपलब्ध कराना।

IPO में महत्व:

- ज़्यादातर कंपनियाँ NSE पर लिस्टिंग चुनती हैं क्योंकि यहाँ घरेलू और विदेशी निवेशकों की व्यापक भागीदारी मिलती है।
- बेहतर मूल्य निर्धारण (price discovery) और गहरी लिक्विडिटी मिलती है।
- कई संस्थागत निवेशकों की शर्त होती है कि कंपनी NSE पर लिस्ट हो।

प्रक्रिया:

- कंपनी NSE में लिस्टिंग आवेदन जमा करती है।
- NSE कंपनी की अनुपालन स्थिति, गवर्नेंस और डिस्कलोज़र की जाँच करता है।
- अलॉटमेंट के बाद शेयर ट्रेडिंग के लिए शामिल किए जाते हैं।
- कंपनी को NSE के लिस्टिंग नियमों का पालन करना होता है।

प्रभाव:

NSE पर लिस्टिंग कंपनी की विश्वसनीयता, ब्रांड पहचान और संस्थागत रुचि को बढ़ाती है। साथ ही, ज्यादा ट्रेडिंग वॉल्यूम से शेयर की कीमत का सही मूल्य निर्धारण होता है।

उदाहरण:

Zomato, Nykaa, Delhivery और MapMyIndia जैसे बड़े IPOs ने अपना प्राथमिक एक्सचेंज NSE चुना।

नामांकन सुविधा

परिभाषा:

Nomination एक ऐसी सुविधा है जिसमें निवेशक अपने खाते में एक “नामांकित व्यक्ति” जोड़ सकता है, जिसे निवेशक के निधन की स्थिति में उसकी सभी प्रतिभूतियाँ (securities) मिल जाती हैं। यह सुविधा डीमेट खाते, ट्रेडिंग खाते और अन्य सिक्योरिटीज होल्डिंग्स पर लागू होती है।

उद्देश्य:

इसका उद्देश्य यह तय करना है कि निवेशक की संपत्तियाँ बिना किसी कानूनी विवाद या देरी के सीधा नामांकित व्यक्ति तक पहुँच जाएँ। इससे परिवार को संपत्ति सौंपने की प्रक्रिया आसान हो जाती है।

IPO में महत्व:

- IPO अलॉटमेंट के बाद मुश्किलें दूर हो जाती हैं।
- डीमेट में मिले IPO शेयर आसानी से ट्रांसफर हो जाते हैं।
- परिवार को लंबे कानूनी प्रोसेस से नहीं गुजरना पड़ता।

प्रक्रिया:

- निवेशक अपने डिपॉजिटरी पार्टिसिपेंट को नामांकित व्यक्ति की जानकारी जमा करता है।
- Nominee की जानकारी दर्ज और सत्यापित की जाती है।
- जरूरी दस्तावेज मिलने पर शेयर सीधे nominee को ट्रांसफर हो जाते हैं।

प्रभाव:

यह सुविधा निवेशक के परिवार को कागजी कार्यवाही, कानूनी झंझट और संपत्ति ट्रांसफर में होने वाली देरी से बचाती है।

उदाहरण:

Zerodha और Groww जैसे ब्रोकर्स अब सुरक्षा और अनुपालन के लिए IPO में निवेश करने से पहले nomination अनिवार्य करते हैं।

नो डिफॉल्ट स्टेटमेंट

परिभाषा:

यह एक औपचारिक घोषणा होती है, जिसमें कंपनी यह बताती है कि उसने अब तक बैंक, वित्तीय संस्थानों, बॉण्डहोल्डर्स या अन्य लेनदारों को भुगतान करने में कोई चूक नहीं की है।

उद्देश्य:

नियामकों और निवेशकों को यह भरोसा दिलाना कि कंपनी की वित्तीय अनुशासन मज़बूत है और उसका पहले का भुगतान साफ है।

IPO में महत्व:

- SEBI को कंपनी की साख समझने में मदद करता है।
- रिटेल और बड़े निवेशकों को भरोसा देता है।
- जिन कंपनियों के रिकॉर्ड में डिफॉल्ट होता है, उनके लिए फंड जुटाना कठिन हो सकता है।

प्रक्रिया:

- ऑडिटर्स सभी कर्ज़ और भुगतान रिकॉर्ड की जाँच करते हैं।
- सर्वेंट बैंकर पूरी तरह से गहन जाँच-पड़ताल करते हैं।”
- यह स्टेटमेंट DRHP और बाद में RHP में शामिल किया जाता है।

प्रभाव:

निवेशकों का भरोसा बढ़ता है और रिस्क कम दिखाई देता है। साफ-सुथरा “नो-डिफॉल्ट” रिकॉर्ड अक्सर वैल्यूएशन पर भी सकारात्मक असर डालता है।

उदाहरण:

ज्यादातर बड़े IPO में रिस्क फैक्टर सेक्शन में साफ लिखा होता है कि “बैंक, वित्तीय संस्थानों या डिबेंचर होल्डर्स को कोई डिफॉल्ट नहीं हुआ है।”



नॉन-रिटेल श्रेणी

परिभाषा:

यह श्रेणी उन सभी निवेशकों को शामिल करती है जो रिटेल निवेशक नहीं होते। इसमें मुख्य रूप से QIBs (Qualified Institutional Buyers) और NIIs शामिल होते हैं।

उद्देश्य:

ताकि बड़े और अनुभवी निवेशकों को IPO में उचित हिस्सा मिल सके, जो भारी पूंजी लाते हैं।

IPO में महत्व:

नॉन-रिटेल कैटेगरी की सब्सक्रिप्शन संख्या अक्सर IPO की वास्तविक मज़बूती और मार्केट के भरोसे को दिखाती है।

प्रक्रिया:

- कैटेगरी का बँटवारा ऑफर डॉक्यूमेंट में तय किया जाता है।
- QIBs और NIIs अपने-अपने कोटे में बोली लगाते हैं।
- आवंटन SEBI के तय दिशानिर्देशों के अनुसार हर कैटेगरी में अलग-अलग किया जाता है।

प्रभाव:

नॉन-रिटेल निवेशकों की मज़बूत भागीदारी IPO की प्रतिष्ठा बढ़ाती है, मीडिया ध्यान आकर्षित करती है और ग्लोबल निवेशकों की रुचि बढ़ाती है। कम भागीदारी यह दिखा सकती है कि वैल्यूएशन या बिज़नेस मॉडल को लेकर निवेशकों में भरोसा कम है।

उदाहरण:

कई SME IPOs में, भले ही रिटेल सब्सक्रिप्शन सामान्य हो, लेकिन NII/QIB की भागीदारी बहुत मज़बूत होती है।



नॉन-प्रमोटर होल्डिंग

परिभाषा:

इसका मतलब उन सभी शेयरों से है जो प्रमोटरों के अलावा बाकी निवेशकों के पास होते हैं। इनमें रिटेल निवेशक, संस्थागत निवेशक, HNI और FPI सभी शामिल होते हैं।

उद्देश्य:

इसका उद्देश्य यह तय करना है कि कंपनी में हिस्सेदारी सिर्फ प्रमोटरों तक सीमित न रहे और सार्वजनिक निवेश पर्याप्त हो।

IPO में महत्व:

- कंपनी को SEBI के नियम के अनुसार कम से कम 25% हिस्सेदारी जनता के पास रखने में मदद करता है।
- बेहतर लिक्विडिटी, पारदर्शिता और गवर्नेंस दर्शाता है।
- इंडेक्स में शामिल होने के लिए ज़रूरी फ्री-फ्लोट पर असर डालता है।

प्रक्रिया:

- इसका हिसाब IPO बँटवारे के बाद लगाया जाता है।
- अगर प्रमोटर हिस्सेदारी MPS नियमों से कम हो तो उन्हें समय के साथ इसे घटाना पड़ता है।
- लगातार नियमों का पालन ज़रूरी होता है।

प्रभाव:

ज़्यादा Non-Promoter Holding का मतलब बेहतर लिक्विडिटी, मज़बूत गवर्नेंस इमेज और संस्थागत रुचि में बढ़ोत्तरी होता है।

उदाहरण:

Infosys और HDFC Bank जैसी बड़ी कंपनियों में नॉन-प्रमोटर होल्डिंग काफी अधिक है, जिसकी वजह से यह बाज़ार में सबसे ज़्यादा ट्रेड होने वाले शेयरों में शामिल हैं।

NAV प्रति शेयर शुद्ध संपत्ति मूल्य

परिभाषा:

NAV बताता है कि कंपनी का एक शेयर उसकी असली संपत्ति के हिसाब से कितना मूल्य रखता है। इसे कंपनी की कुल नेट एसेट्स को कुल शेयरों से बाँटकर निकाला जाता है।

उद्देश्य:

यह बताता है कि कंपनी का वास्तविक मूल्य प्रति शेयर कितना है।

IPO में महत्व:

- वैल्यूएशन सही है या नहीं, इसका अंदाज़ा लगाने में मदद करता है।

- एसेट-हेवी कंपनियों (जैसे NBFC, बैंक, रियल एस्टेट, REIT) के लिए यह विशेष रूप से महत्वपूर्ण है।
- इश्यू प्राइस से तुलना करने के लिए एक मानक की तरह काम करता है।

प्रक्रिया:

इसका उयह प्रति शेयर आधार पर कंपनी के वास्तविक बही मूल्य (Book Value) को मापता है।

$$NAV = \frac{\text{कुल संपत्ति} - \text{कुल देनदारियाँ}}{\text{जारी किए गए इक्विटी शेयरों की संख्या}}$$

प्रभाव:

उच्च NAV आमतौर पर कंपनी की मजबूत वित्तीय स्थिति दिखाता है। NAV और इश्यू प्राइस के बीच बड़ा अंतर निवेशकों में वैल्यूएशन को लेकर सवाल खड़ा कर सकता है।

उदाहरण:

REITs (रियल एस्टेट निवेश ट्रस्ट) और InvITs (इंफ्रास्ट्रक्चर निवेश ट्रस्ट) जैसी कंपनियाँ NAV को एक मुख्य प्रदर्शन मीट्रिक के रूप में प्रमुखता से दर्शाती हैं।

नेट वर्थ सर्टिफिकेट

परिभाषा:

Net Worth Certificate एक चार्टर्ड अकाउंटेंट (CA) द्वारा जारी किया गया प्रमाणपत्र होता है, जिसमें किसी तय तारीख के अनुसार कंपनी की कुल संपत्ति, देनदारियाँ और रिज़र्व देखकर उसकी नेट वर्थ की पुष्टि की जाती है।

उद्देश्य:

कंपनी की वास्तविक वित्तीय स्थिति को प्रमाणित करना और DRHP में दी गई जानकारी को समर्थन देना।

IPO में महत्व:

- SEBI फाइलिंग के दौरान अनिवार्य होता है।
- कंपनी की वित्तीय मजबूती को पारदर्शी तरीके से दिखाता है।
- मर्चेन्ट बैंकर इसे ड्यू-डिलिजेंस प्रक्रिया में उपयोग करते हैं।

प्रक्रिया:

- CA कंपनी के ऑडिटेड वित्तीय दस्तावेज़ और एसेट वैल्यू की जाँच करता है।
- नेट वर्थ की गणना कर उसे प्रमाणित किया जाता है।
- प्रमाणपत्र SEBI और स्टॉक एक्सचेंजों को सौंपा जाता है।

प्रभाव:

निवेशकों का भरोसा बढ़ता है और सही वैल्यूएशन तय करने में मदद मिलती है।

उदाहरण:

प्रमोटर्स जब शेयर गिरवी रखते हैं या प्री-IPO फंडिंग जुटाते हैं, तब भी Net Worth Certificate की आवश्यकता होती है।

अप्रवासी निवेशक (NRI / FPI)

परिभाषा:

वे निवेशक जो भारत के बाहर रहते हैं—जैसे NRI, OCI और Foreign Portfolio Investors (FPI)—और अधिकृत चैनलों के माध्यम से भारतीय IPO में निवेश करते हैं।

उद्देश्य:

भारत के शेयर बाज़ार में वैश्विक निवेश बढ़ाना और लिक्विडिटी को मजबूत करना।

IPO में महत्व:

- FPIs बड़े स्तर पर संस्थागत पूंजी लाते हैं।
- NRIs अक्सर हाई-डिमांड IPO में सक्रिय रहते हैं।
- इनकी भागीदारी IPO की विश्वसनीयता और गुणवत्ता बढ़ाती है।

प्रक्रिया:

- NRIs NRE/NRO खातों के जरिए निवेश करते हैं।
- FPIs SEBI-रजिस्टर्ड कस्टोडियन्स के माध्यम से निवेश करते हैं।
- इनके लिए QIB/NII कैटेगरी के अनुसार आवंटन नियम लागू होते हैं।

प्रभाव:

मजबूत विदेशी भागीदारी अक्सर लिस्टिंग के दिन बेहतर प्रदर्शन का संकेत देती है और भारत की विकास कहानी पर वैश्विक भरोसा दिखाती है।

उदाहरण:

LIC, Paytm और Zomato जैसे बड़े IPO में FPIs की बड़ी भूमिका रही।

अंतिम टिप्पणी

N-series के टर्म्स — Net Proceeds और Net Offer से लेकर NRI participation और Non-Promoter Holding तक — IPO की वित्तीय संरचना की रीढ़ हैं। यह सभी मिलकर पारदर्शिता, नियमों का पालन और हर स्ट्रेकहोल्डर के लिए निष्पक्षता तय करते हैं। जैसे-जैसे भारत के मार्किट्स ग्लोबल और मजबूत होते जा रहे हैं, इन कॉन्सेप्ट्स को समझना फाउंडर्स और निवेशकों दोनों के लिए जरूरी हो गया है।



रिसर्च कॉर्नर



भारत में फिनटेक IPO की धूम – इनोवेशन, जोखिम और नियमन का संतुलन

भारत अब पैसों के लेन-देन के तरीके में एक नए दौर में प्रवेश कर रहा है- यह एक ऐसा समय है जहाँ फिनटेक कंपनियाँ अब ऊँचे जोखिम वाले प्रयोगों के रूप में नहीं देखी जातीं, बल्कि टेक्नोलॉजी पर आधारित विश्वसनीय, स्थिर और यहाँ तक कि मज़बूत वित्तीय संस्थानों के रूप में देखी जाती हैं। यह बदलाव रातों-रात नहीं आया है। इसमें दस साल लगे हैं, जिनमें डिजिटल को अपनाना, नियमों को सख्त करना, बिज़नेस मॉडल में सुधार और "किसी भी कीमत पर बढ़ो" की सोच से "ज़िम्मेदारी के साथ बढ़ो" की सोच में बदलाव शामिल है।

आज, फिनटेक IPO भारत के पब्लिक-मार्केट में सबसे आगे चल रहे हैं। पेमेंट कंपनियाँ, डिजिटल लोन देने वाले, वेल्थ-टेक प्लेटफॉर्म, मर्चेंट-टेक खिलाड़ी और नए ऑनलाइन बैंक (नियो-बैंक) सभी बाज़ार से पैसा जुटाने की तैयारी कर रहे हैं। इस पल को खास बनाने वाली बात यह है कि भारत उन बहुत कम देशों में से एक है जहाँ फिनटेक IPO का डर नहीं है; उनका स्वागत किया जाता है। यह रिपोर्ट पता लगाती है कि यह बदलाव क्यों हुआ है, सिस्टम में क्या बदल गया है, नियमों के फ्रेमवर्क ने फिनटेक को कैसे मज़बूत किया और पब्लिक निवेशक लिस्टिंग की अगली पीढ़ी से क्या उम्मीद करते हैं।

फिनटेक की कहानी का सफ़र: शुरुआती जोश से मज़बूती तक

भारतीय फिनटेक का शुरुआती दौर, 2015 से 2019 के बीच, तेज़ ग्रोथ के उत्साह पर आधारित था। UPI ने ज़बरदस्त उड़ान भरी। वॉलेट कंपनियाँ बाज़ार हिस्सेदारी के लिए लड़ीं। डिजिटल लोन देने वालों ने अक्सर मज़बूत जाँच-पड़ताल (underwriting) के बिना तुरंत लोन दे दिए। वेंचर कैपिटल (निवेश) बहुत ज़्यादा था और फिनटेक फाउंडर्स यूज़र्स, GMV, लेन-देन और डाउनलोड बढ़ाने पर ध्यान केंद्रित करते थे- ये आँकड़े देखने में तो प्रभावशाली थे, पर हमेशा टिकाऊ बिज़नेस मॉडल नहीं बन पाए।

2020 से 2022 के दौरान सब कुछ बदल गया। महामारी ने इसके इस्तेमाल को नई ऊँचाइयों तक पहुँचाया, लेकिन इसने गहरी कमज़ोरियों को भी उजागर किया। लोन न चुकाने की दरें (Default Rates) बढ़ गईं। धोखाधड़ी पकड़ने वाले सिस्टम संघर्ष करने लगे। वसूली का प्रदर्शन कमज़ोर पड़ गया और कई फिनटेक कंपनियों ने महसूस किया कि उनकी तेज़ी से हो रही ग्रोथ कमज़ोर नींव पर टिकी थी।

इस दबाव ने RBI और SEBI के लिए लंबी अवधि के बड़े संरचनात्मक सुधार (structural reforms) लाने का सही माहौल बनाया। इन सुधारों ने फिनटेक की ग्रोथ को रोकने के बजाय, कंपनियों को ज़िम्मेदारी के साथ दोबारा खड़ा होने के लिए मजबूर किया। फिनटेक कंपनियों से अचानक यह उम्मीद की जाने लगी कि वे कंस्यूमर ऐप (Consumer Apps) की तरह नहीं, बल्कि नियमों का पालन करने वाले वित्तीय संस्थानों की तरह व्यवहार करें। यह बदलाव, हालाँकि कुछ स्टार्टअप्स के लिए मुश्किल था, लेकिन यही कारण है कि आज फिनटेक IPO उम्मीदवार कहीं ज़्यादा मज़बूती और भरोसेमंद दिखते हैं।

2023 से 2025 तक, फिनटेक की नई पीढ़ी सिर्फ़ बड़े होने पर ही नहीं, बल्कि लोन देने की सही प्रक्रिया (underwriting discipline), रिस्क मैनेजमेंट, साइबर सुरक्षा, लागत नियंत्रण और पक्की कमाई (predictable revenue) पर भी ध्यान देगी। इन बदलावों ने फिनटेक कंपनियों को पब्लिक मार्केट के लिए ज़्यादा सही बना दिया, जिसने भारत में अब दिख रहे IPO बूम की नींव रखी है।

फिनटेक IPO में तेज़ी क्यों आ रही है: इस उछाल के पीछे बाज़ार का तर्क

फिनटेक IPO की इस लहर के पीछे सबसे ज़रूरी वजह साफ़ है: आज पब्लिक मार्केट (शेयर बाज़ार) फिनटेक पर पहले से कहीं ज़्यादा भरोसा करता है। यह भरोसा कई संरचनात्मक ताकतों के एक साथ काम करने का नतीजा है।

1. रोज़मर्रा का उपयोग निवेशकों का भरोसा बढ़ाता है

UPI अब सिर्फ एक टेक्नोलॉजी नहीं, बल्कि रोज़मर्रा की ज़रूरत बन गया है। जब लगभग हर भारतीय दिन में कई बार डिजिटल भुगतान करता है, तो आम जनता फिनटेक को अति आवश्यक मानती है। इस लगातार अपनाने की प्रक्रिया ने फिनटेक फर्मों को एक ऐसा ज़मीनी आधार दिया है, जिसे उपभोक्ता समझते हैं और जिस पर भरोसा करते हैं।

2. शहरी और अर्ध-शहरी भारत में लोन की माँग बढ़ रही है

छोटी राशि के लोन, क्रेडिट-लाइन प्रोडक्ट्स, BNPL (अभी खरीदें, बाद में भुगतान करें) और व्यापारियों को लोन देना अब आम हो गया है। भारत में अभी भी लोन लेने वालों की संख्या कम है, जिसका मतलब है कि ग्रोथ की संभावना बहुत बड़ी है। पब्लिक निवेशक इस स्पष्ट संभावना को महत्व देते हैं।

3. फिनटेक की मुनाफ़ा कमाने की क्षमता आखिरकार दिख रही है

पहले, फिनटेक कंपनियाँ कैशबैक, रिवाइंड और मार्केटिंग पर बहुत ज्यादा खर्च करती थीं। लेकिन फंडिंग की गिरावट ने कंपनियों को कामकाज में स्मार्ट और प्रभावी बनने पर मजबूर किया। आज, कई फिनटेक बेहतर कॉन्ट्रिब्यूशन मार्जिन, नियंत्रित ग्राहक अधिग्रहण लागत और स्थिर राजस्व दिखा रहे हैं।

4. नियामक माहौल ने जोखिम कम किया

RBI के डिजिटल लेंडिंग दिशा-निर्देश, FLDG नियम, KYC नियम और गवर्नेंस ढांचे ने इस सेक्टर को साफ़ और भरोसेमंद बनाया है। SEBI के कड़े DRHP नियम पारदर्शिता बढ़ाते हैं। पब्लिक मार्केट विशेष रूप से नियामित कंपनियों, को इनाम देता है—खासकर वित्तीय सेवाओं में।

5. वैश्विक उदाहरणों ने भरोसा बहाल किया

स्ट्राइप के फिर से मज़बूत होने, Chime के स्थिर होने और रॉबिनहुड के बिज़नेस मॉडल में सुधार के बाद, वैश्विक स्तर पर फिनटेक IPO के प्रति निवेशकों की माँग बढ़ गई है। भारत की कहानी को इस वैश्विक भावना में बदलाव का फ़ायदा मिल रहा है।

यह सभी कारक मिलकर फिनटेक IPO के लिए एक आदर्श माहौल बनाते हैं।



Pine Labs: भारत की नई फिनटेक मज़बूती का एक केस स्टडी

अगर कोई एक कंपनी भारत के फिनटेक प्रयोग (experimentation) से फिनटेक अनुशासन (discipline) की ओर बदलाव को दर्शाती है, तो वह पाइन लैब्स है। 2025 के आखिर में इसका IPO महज़ एक लिस्टिंग नहीं था—यह एक संकेत था कि भारत का फिनटेक इकोसिस्टम एक नए स्तर की मज़बूती तक पहुँच गया है।

पाइन लैब्स ने तेज़ी से ग्रोथ के पीछे भागने के बजाय, धीरे-धीरे भारत के सबसे मज़बूत मर्चेन्ट-टेक इंफ्रास्ट्रक्चर में से एक का निर्माण किया। इसने POS (प्वाइंट ऑफ़ सेल) टर्मिनलों से EMI (किस्त), लॉयल्टी समाधान, चेकआउट सिस्टम और BNPL (अभी खरीदें, बाद में भुगतान करें) सेवाओं तक अपना विस्तार किया। कंपनी ने लगातार कम मर्चेन्ट छोड़ कर जाने की दर (churn) बनाए रखी और अपनी कमाई के स्रोतों को तब अलग-अलग किया जब बाकी फिनटेक कंपनियों को यह भी नहीं पता था कि यह ज़रूरी है।

पब्लिक मार्केट ने पाइन लैब्स को पुरस्कृत किया क्योंकि इसने अनुशासन दिखाया: पक्का कैश फ्लो, स्थिर मार्जिन, बैंकों और ब्रांडों के साथ मज़बूत पार्टनरशिप और बेहतरीन शासन व्यवस्था। यह "स्थिर, स्केलेबल, अनुपालन को प्राथमिकता देने वाला फिनटेक" का एक आदर्श उदाहरण बन गया। IPO की तैयारी कर रहे फाउंडर्स के लिए, पाइन लैब्स एक स्पष्ट सबक देती है—चकाचौंध वाले आँकड़ों से ज़्यादा, मज़बूत नींव मायने रखती है।

डिजिटल लेंडिंग की दुनिया: विजेता और चुनौतियों में फंसी कंपनियाँ

कोई भी फिनटेक कैटेगरी अनुशासन और अव्यवस्था के बीच के अंतर को डिजिटल लेंडिंग जितना स्पष्ट रूप से नहीं दिखाती। 2017 और 2020 के बीच, दर्जनों कर्जदाताओं ने तेज़ी से लोन बाँटकर ग्रोथ हासिल की, अक्सर वे कम जाँच-पड़ताल (soft underwriting) या उच्च जोखिम वाले ग्राहक वर्गों पर निर्भर रहते थे। लेकिन जब नियम सख्त हुए और वसूली की चुनौतियाँ बढ़ीं, तो उनकी कमज़ोरियाँ सामने आ गईं।



जो डिजिटल कर्जदाता बच गए और मज़बूत हुए, वे थे जिन्होंने अपने सिस्टम को फिर से बनाया—बेहतर जोखिम इंजन में निवेश किया, वेरिफिकेशन के तरीकों को मज़बूत किया, कलेक्शंस में सुधार किया और ग्राहक समूह के व्यवहार पर ध्यान केंद्रित किया। उनके NPA (नॉन-परफॉर्मिंग एसेट्स) नियंत्रण में रहे और निवेशकों ने उनकी स्थिरता को पहचाना।

इसके विपरीत, जिन लेंडर्स को दिक्कत थी, उन्हें बढ़ते हुए NPA, अधिक फ्रॉड और कंप्लायंस की कमी जैसी समस्याओं का सामना करना पड़ा। अब पब्लिक मार्केट बहुत ही सावधान है—सिर्फ वही लेंडर्स जिनके पास अच्छे लोन, समय पर चुकौती करने वाले ग्राहक और साफ़-सुथरी लोन प्रक्रिया है, निवेशकों का भरोसा जीत पाते हैं।

यह अंतर ही तय कर रहा है कि कौन सी लेंडिंग फिनटेक कंपनियाँ IPO के लिए तैयार हो पाएंगी।

रेगुलेटरी फ्रेमवर्क: फिनटेक IPO बूम का आधार



फिनटेक, ई-कॉमर्स या फूड डिलीवरी जैसा नहीं है। यह पैसा, जोखिम, डेटा और नियमों के पालन से जुड़ा है। यही कारण है कि RBI और SEBI फिनटेक की IPO तैयारी के अदृश्य वास्तुकार (silent architects) बन गए हैं।

RBI के सुधार (2021-2024):

- डिजिटल लेंडिंग गाइडलाइंस ने धोखाधड़ी वाले लोन देने के तरीकों को साफ़ किया।
- FLDG नियमों ने फिनटेक और NBFC के बीच जोखिम साझा करने को औपचारिक रूप दिया।
- KYC और CKYC ने पहचान सत्यापन को सख्त किया।
- जोखिम का खुलासा करना अनिवार्य हो गया।
- कलेक्शन के तरीके को अब सभी के लिए समान है।

इन कदमों ने डिजिटल लेंडिंग को सुरक्षित, ज्यादा पारदर्शी और ज्यादा जवाबदेह बना दिया।

SEBI के सुधार (2022-2025):

- फिनटेक DRHP में अब रिस्क मॉडल का विस्तृत खुलासा ज़रूरी है।
- डेटा गवर्नेंस और साइबर सुरक्षा को पारदर्शी तरीके से दर्ज करना ज़रूरी है।
- सेगमेंट के हिसाब से रेवेन्यू, ग्राहक समूह विश्लेषण (cohort analysis) और लोन जाँच-पड़ताल की प्रक्रिया को साफ़-साफ़ समझाना ज़रूरी है।

- फिनटेक को मज़बूत शासन व्यवस्था, स्वतंत्र निदेशक और ठोस ऑडिट सिस्टम दिखाना होगा।

फिनटेक को धीमा करने के बजाय, इन नियमों ने फिनटेक को पब्लिक निवेशकों के लिए इतना भरोसेमंद बना दिया कि वे उनमें निवेश कर सकें।

क्यों भारत को सिंगापुर और UK की तुलना में ज्यादा वैल्यूएशन मिलता है

भारत का फिनटेक सेक्टर आज दुनिया में सबसे तेजी से बढ़ने वाले सेक्टरों में से एक है। इसकी खासियत है—बड़ा बाज़ार, इन्वैशन की रफ़्तार, स्वीकार्यता और साफ़-सुथरा रेगुलेशन। यही वजह है कि भारतीय फिनटेक कंपनियों को सिंगापुर और UK से ज्यादा वैल्यूएशन मिलता है।

- सिंगापुर में गवर्नेंस और सिस्टम बहुत अच्छा है, लेकिन वहाँ का बाज़ार छोटा है।
- UK में वित्तीय ढांचा मज़बूत है, लेकिन वहाँ ग्रोथ धीमी है।
- भारत के पास दोनों हैं—विस्तार भी और रफ़्तार भी।

भारत में फिनटेक अपनाता लगातार बढ़ रहा है—पेमेंट्स, लोन, निवेश, इंश्योरेंस और मर्चेट सर्विसेज सबमें। विदेशी निवेशक मानते हैं कि भारतीय फिनटेक कंपनियों के पास अभी भी कई दशकों की ग्रोथ बाकी है, जबकि कई दूसरे देश पहले ही बढ़त की गुंजाइश कम है।

साथ ही, भारत की कॉस्ट स्ट्रक्चर दुनिया में सबसे बेहतर मानी जाती है। KYC करना सस्ता है, कस्टमर ऑनबोर्डिंग बहुत तेज़ है और UPI लेन-देन में आने वाली रूकावटों को लगभग ख़त्म कर देता है। इसका सीधा असर पड़ता है—बेहतर यूनिट इकॉनॉमिक्स और मज़बूत वैल्यूएशन।

भारत के रेगुलेटर्स—RBI और SEBI—ने साफ़ और भरोसेमंद नियम बनाए हैं। इसी वजह से ग्लोबल इन्वेस्टर्स भारत की फिनटेक ग्रोथ पर दांव लगाने में ज्यादा विश्वास महसूस करते हैं, जबकि कई उभरते बाज़ार अभी भी अनिश्चित नियमों से जूझ रहे हैं।

FIIs का रुख अब फिनटेक की ओर: जानिए विदेशी निवेशक कहाँ लगा रहे हैं दाँव

पिछले दो सालों में FIIs ने भारतीय फिनटेक में अपनी हिस्सेदारी लगभग दोगुनी कर दी है। यह बदलाव बहुत मायने रखता है। पहले FIIs ज्यादातर बैंकों, इंफ्रास्ट्रक्चर और IT सर्विसेज में निवेश करना पसंद करते थे। लेकिन अब उनका रुझान फिनटेक की तरफ काफ़ी बढ़ गया है। यह बदलाव एक गहरी सोच दिखाता है—फिनटेक अब “वित्तीय सेवाओं का भविष्य” माना जा रहा है, न कि कोई जोखिम भरा सेक्टर।

डेटा बताता है कि अब FIIs ऐसे फिनटेक को प्राथमिकता देते हैं जिनके पास:

- साफ़ और मज़बूत फाइनेंशियल्स
- कम NPA
- मल्टी-प्रोडक्ट इकोसिस्टम
- लगातार अच्छा गवर्नेंस
- साइबर सुरक्षा की मज़बूत तैयारी

FIIs की इस दिलचस्पी का असर IPO पर भी पड़ रहा है। फिनटेक IPO में एंकर बुक की डिमांड बढ़ी है, जिससे इन कंपनियों की लिस्टिंग ज्यादा स्थिर और बेहतर दिख रही है।

आगे का सफर: 2026-2030 का फिनटेक भविष्य

भारत में फिनटेक IPO का भविष्य आने वाले सालों में और भी दमदार दिख रहा है। 2026 से 2030 के बीच भारत अमेरिका के बाद दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा फिनटेक IPO मार्केट बन सकता है।

इस तेज बढ़त के पीछे कई बड़े कारण हैं:

- UPI पर आधारित डिजिटल पेमेंट्स का विस्तार
- SME के लिए बने स्मार्ट फिनटेक टूल
- मर्चेन्ट क्रेडिट की तेज बढ़ोतरी
- AI पर आधारित अंडरराइटिंग
- क्रॉस-बॉर्डर पेमेंट्स का बढ़ता उपयोग
- इंश्योरेंस और वेल्थ प्रोडक्ट्स का विस्तार
- टियर 2 और 3 शहरों से बढ़ती लोन डिमांड

आने वाले समय में वही कंपनियाँ सबसे आगे रहेंगी जो इनोवेशन और वित्तीय अनुशासन—दोनों का बैलेंस बनाए रखेंगी। यानि, तेज़ी से बढ़ना भी और मज़बूती से बढ़ना भी।

संस्थापकों के लिए सबक: IPO से पहले फिनटेक लीडर्स को क्या करना चाहिए

फिनटेक फाउंडर्स को समझना होगा कि पब्लिक मार्केट तेज़ी नहीं, स्थिरता को रिवाँड देता है। IPO की तैयारी कर रही किसी भी कंपनी को प्रीडिक्टेबल रेवेन्यू, कंट्रोलड रिस्क और मज़बूत प्रोसेसेज़ दिखाने होते हैं। कंप्लायंस को बोझ नहीं, बल्कि कम्पिटिटिव एडवांटेज की तरह इस्तेमाल करना होगा।



फाउंडर्स को खास तौर पर इन चीज़ों पर ध्यान देना चाहिए:

- साफ़ और स्पष्ट गवर्नेंस स्ट्रक्चर
- रेवेन्यू का पारदर्शी और सही से अलग-अलग रिकॉर्ड
- क्लीन और सही तरीके से डॉक्यूमेंटेड FLDG अरेंजमेंट
- कोहोर्ट एनालिसिस और NPA को सख्ती से कंट्रोल करना
- डेटा प्राइवेसी और साइबर सुरक्षा पर मज़बूत पकड़
- हर क्वार्टर की रिपोर्टिंग में अनुशासन

पब्लिक इन्वेस्टर्स चाहते हैं कि फिनटेक कंपनियाँ एक मज़बूत संस्था की तरह काम करें, न कि किसी एक्सपेरिमेंट की तरह।

निष्कर्ष: इनोवेशन + अनुशासन — यही है भारत की फिनटेक पहचान



भारत में चल रहा फिनटेक IPO बूम कोई बबल नहीं है। यह पिछले दस सालों की कड़ी मेहनत, मज़बूत रेगुलेशन, डिजिटल ढांचे और लगातार मज़बूत होते इकोसिस्टम का सीधा नतीजा है। दुनिया आज देख रही है कि भारत ने किस तरह 1.4 अरब लोगों के लिए ऐसा फिनटेक सिस्टम बनाया जो बड़े पैमाने पर चलता भी है और रिस्क को कंट्रोल भी करता है।

भारत का फिनटेक भविष्य उन कंपनियों का होगा जो इनोवेशन और अनुशासन—दोनों को बराबर महत्व देंगी। जो इस संतुलन को पकड़ पाएंगे, वे न सिर्फ आसानी से पूंजी जुटाएंगे, बल्कि आने वाले दस सालों में भारत की आर्थिक ग्रोथ का अगला अध्याय भी लिखेंगे।

आपके सवाल, हमारे जवाब

फिनटेक IPOs को लेकर फाउंडर्स और इन्वेस्टर्स के आम सवालों के जवाब

भारत का फिनटेक इकोसिस्टम तेज़ी से बढ़ रहा है। कई डिजिटल लेंडर्स, पेमेंट कंपनियाँ, वेल्थ-टेक प्लेटफॉर्म और मर्चेन्ट-टेक फर्म अब पब्लिक होने की तैयारी में हैं। लेकिन यह स्वाभाविक है कि फाउंडर्स और इन्वेस्टर्स के मन में कई सवाल होते हैं: क्या प्रॉफिटेबल होना जरूरी है? क्या बिना लाइसेंस वाला नियो-बैंक लिस्ट हो सकता है? रेगुलेटर्स किस चीज़ पर सबसे ज़्यादा ध्यान देते हैं? साइबर सुरक्षा की कितनी अहमियत है?

इस खास सेक्शन में हम फाउंडर्स और इन्वेस्टर्स के सबसे कॉमन सवालों के जवाब दे रहे हैं—ताकि आप स्पष्टता और आत्मविश्वास के साथ फैसले ले सकें।

संस्थापकों के आम सवाल

पहला सवाल: क्या कोई फिनटेक बिना प्रॉफिट के लिस्ट हो सकता है?

हाँ, एक फिनटेक कंपनी प्रॉफिटेबल न होने के बावजूद लिस्ट हो सकती है—बशर्ते उसके पास स्पष्ट, उचित और डेटा-सपोर्टेड प्रॉफिट की राह हो। लॉस में चल रही कंपनियों को दिखाना होगा कि मार्जिन सुधर रहे हैं, यूनिट कॉस्ट कम हो रहे हैं, ग्राहक आधार स्थिर है, ग्रोथ जिम्मेदारी के साथ हो रही है। आज के निवेशक लॉस को स्वीकार करते हैं, लेकिन अनियंत्रित लॉस को नहीं।

दूसरा सवाल: डिजिटल लेंडर के IPO के लिए न्यूनतम GLP कितना होना चाहिए?

SEBI ने कोई न्यूनतम GLP तय नहीं किया है। लेकिन हाल के IPO ट्रेंड के हिसाब से, ₹3,000 करोड़ से ₹7,000 करोड़ के साफ़ और स्थिर GLP वाले डिजिटल लेंडर्स को मज़बूत माना जाता है।

GLP के आकार से ज्यादा महत्व है:

- प्रेडिक्टेबल कलेक्शन
- कम NNPA
- मज़बूत अंडरराइटिंग
- स्थिर ग्राहक कोहोर्ट

छोटा लेकिन साफ़ और सुरक्षित लोन बुक अक्सर बड़े लेकिन रिस्की लोन बुक से ज्यादा सम्मान पाता है।



तीसरा सवाल: क्या कोई नियो-बैंक बिना NBFC लाइसेंस के पब्लिक हो सकता है?

हाँ। नियो-बैंक अपने रेगुलेटेड पार्टनर्स जैसे बैंक या NBFC के माध्यम से ऑपरेट करते हैं। बस यह जरूरी है कि पार्टनरशिप मॉडल स्पष्ट हो, रेवेन्यू शेयरिंग सही तरीके से डिस्कलोज़ हो, कंप्लायंस जिम्मेदारियाँ दस्तावेज़ीकृत हों। SEBI क्लैरिटी पर ध्यान देता है, न कि सिर्फ़ लाइसेंस के स्वामित्व पर।

चौथा सवाल: IPO से पहले फिनटेक को कौन- से साइबर सुरक्षा मानक पूरे करने चाहिए?

फिनटेक IPOs की मंजूरी के लिए साइबर सुरक्षा सबसे बड़े फोकस क्षेत्रों में से एक है। SEBI अपेक्षा करता है कि कंपनियाँ दिखाएँ कि:

- डेटा सुरक्षित स्टोर और एन्क्रिप्ट किया गया है
- मज़बूत ऑथेंटिकेशन सिस्टम है
- फ़ॉड मॉनिटरिंग और अलर्ट मैकेनिज़्म है
- डिज़ास्टर रिकवरी और बैकअप सिस्टम मौजूद हैं
- किसी भी पिछले डेटा ब्रेच का रिकॉर्ड साफ़ हो

कमजोर साइबर सुरक्षा IPO में देरी या वैल्यूएशन घटा सकती है क्योंकि फिनटेक संवेदनशील वित्तीय डेटा हैंडल करते हैं।

पाँचवा सवाल: फाउंडर्स निवेशकों का विश्वास कैसे जीत सकते हैं?

फाउंडर्स को यह बताना होगा कि उनका बिज़नेस रिस्क, क्रेडिट क्वालिटी, डेटा प्रोटेक्शन और कंप्लायंस कैसे मैनेज करता है। इसके लिए पारदर्शी कम्युनिकेशन, अनुभवी बोर्ड, साफ़ वित्तीय रिपोर्टिंग, मज़बूत कलेक्शन प्रोसेस जरूरी हैं: निवेशक नंबर चाहते हैं, लेकिन साथ ही विश्वसनीयता और भरोसा भी देखना चाहते हैं।

निवेशकों के आम सवाल

पहला सवाल: फिनटेक IPO में निवेश करने से पहले मुझे कौन-से जोखिमों का मूल्यांकन करना चाहिए?

फिनटेक में जोखिम का अंदाज़ा अन्य सेक्टर्स से थोड़ा अलग होता है। निवेशकों को ध्यान देना चाहिए:

- **अंडरराइटिंग क्वालिटी:** लोन कैसे अप्रूव होते हैं
- **क्रेडिट प्रदर्शन:** NPA ट्रेंड्स और ग्राहक कोहोर्ट का व्यवहार
- रेगुलेटरी कंप्लायंस
- प्रॉफिटेबिलिटी और टेक रेट
- डेटा गवर्नेंस और साइबर सुरक्षा की स्थिति
- ग्राहक बनाए रखने की क्षमता vs इंसेंटिव्स

यह फैक्टर्स बताते हैं कि फिनटेक स्थिर है या सिर्फ शॉर्ट-टर्म ट्रिक्स पर निर्भर है।

दूसरा सवाल: निवेशकों को GLP ग्रोथ को कैसे समझना चाहिए?

तेज़ GLP ग्रोथ भले ही प्रभावशाली लगे, लेकिन यह गुमराह भी हो सकता है। अच्छे लेंडर्स नियंत्रित और लगातार GLP बढ़ोत्तरी दिखाते हैं, जो मज़बूत रिटर्न और रैपमेंट बिहेवियर पर आधारित होती है। निवेशकों को GLP के साथ-साथ NNPA, प्रोविज़निंग लेवल और रैपमेंट कोहोर्ट्स का विश्लेषण करना चाहिए ताकि क्रेडिट हेल्थ का सही पता चल सके।



तीसरा सवाल: निवेशक फिनटेक कंपनियों में गवर्नेंस क्वालिटी कैसे आँकते हैं?



फिनटेक में गवर्नेंस की भूमिका साधारण टेक IPO से कहीं बड़ी होती है। निवेशकों को यह देखना चाहिए:

- स्वतंत्र निदेशकों की संरचना
- रिस्क कमेटियाँ और ऑडिट निगरानी
- संबंधित पार्टी लेन-देन की पारदर्शिता
- कंप्लायंस संस्कृति
- डिस्कलोज़र की गुणवत्ता

अच्छा गवर्नेंस लंबे समय की स्थिरता का संकेत देता है और जोखिम को कम करता है।

चौथा सवाल: फिनटेक IPO में प्राइसिंग और वैल्यूएशन कैसे तय होती है?

फिनटेक IPOs आमतौर पर बुक-बिल्डिंग मेथड से आते हैं। इसमें मर्चेन्ट बैंकर बड़े संस्थागत निवेशकों से इंटरेस्ट जुटाते हैं और उसी आधार पर एक सही प्राइस बैंड तय किया जाता है। किसी कंपनी की वैल्यूएशन कई बातों पर निर्भर करती है—कमाई की गुणवत्ता, कमाई का प्रतिशत, कर्ज़ देने में अनुशासन, यूज़र कोहोर्ट का प्रदर्शन, लाभ कमाने का रास्ता और नियमों की स्पष्टता। सिर्फ़ ज़्यादा ट्रांज़ैक्शन वॉल्यूम दिखा देने से प्रीमियम वैल्यूएशन नहीं मिलता।

पाँचवा सवाल: निवेशक फिनटेक की पोस्ट-लिस्टिंग गतिविधियों को कैसे आँकें?

लिस्टिंग के बाद निवेशकों को मॉनिटर करना चाहिए:

- क्वार्टरली रिपोर्टिंग
- NPA और कोहोर्ट बिहेवियर
- ग्राहक बनाए रखने की क्षमता vs CAC
- साइबर सुरक्षा प्रैक्टिसेज
- नए प्रोडक्ट लॉन्च
- गवर्नेंस में बदलाव

जो फिनटेक कम्युनिकेशन और प्रदर्शन में लगातार स्थिर रहता है, वह लंबे समय तक शेयरहोल्डर का विश्वास जीतता है।

संस्थापकों और निवेशकों के लिए ज़रूरी मुझाव

फाउंडर्स के लिए:

जल्दी तैयारी शुरू करें — फिनटेक IPO के लिए मज़बूत डॉक्यूमेंटेशन, साफ़ गवर्नेंस और रिस्क क्लैरिटी ज़रूरी है।

पारदर्शी डिस्कलोज़र और स्थिर, अच्छी तरह मैनेज किए गए क्रेडिट क्वालिटी से विश्वास बनाएं।
DRHP फाइल करने से पहले साइबर सुरक्षा, कंप्लायंस प्रोसेसेस और बोर्ड की स्वतंत्रता मज़बूत करें।

इन्वेस्टर्स के लिए:

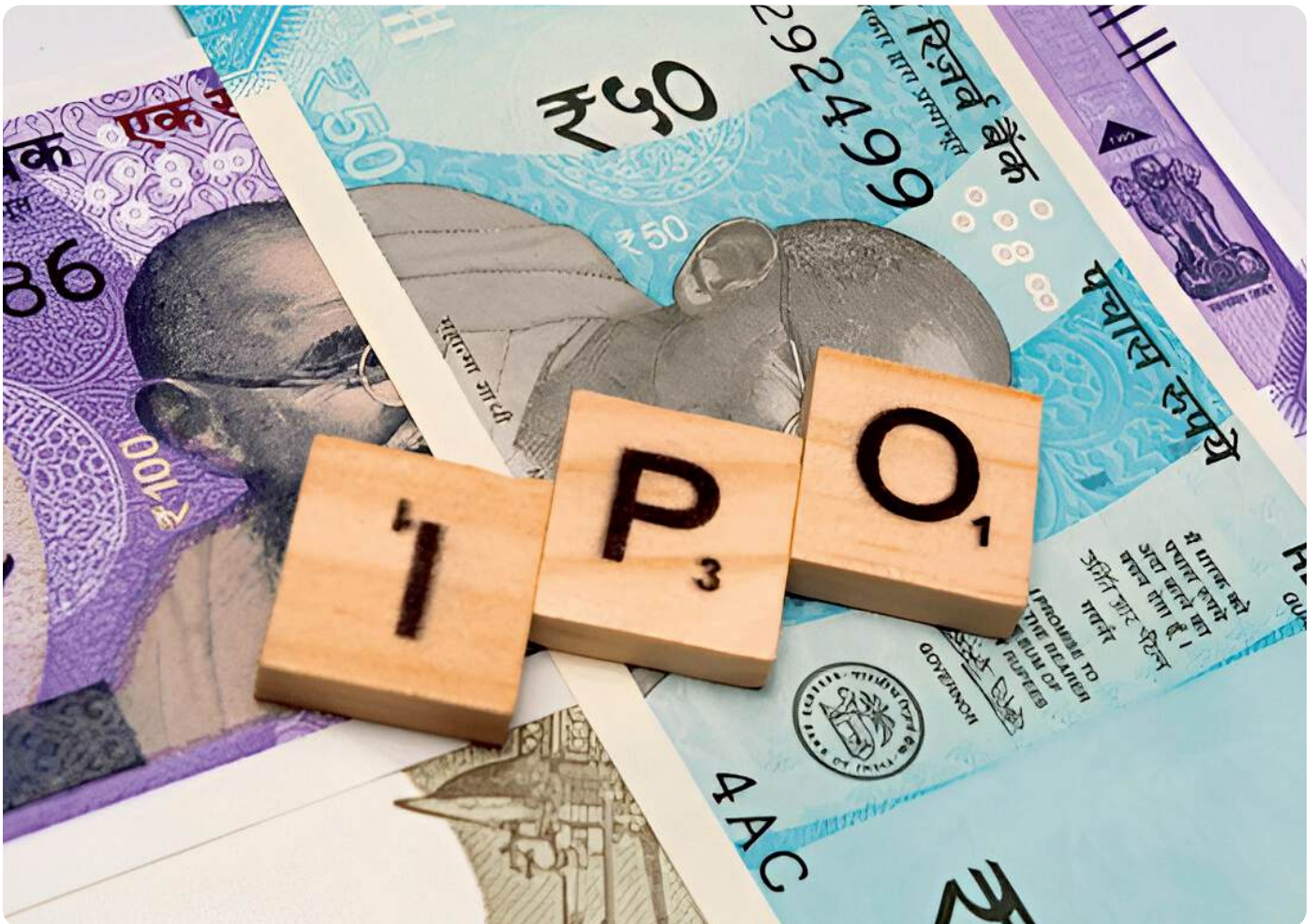
सिर्फ़ लोन वॉल्यूम नहीं, क्रेडिट क्वालिटी पर ध्यान दें।
रेगुलेटरी रिस्क को समझें, खासकर RBI कंप्लायंस।
ऐसे फिनटेक पर फोकस करें जिनकी अलग-अलग प्रकार रेवेन्यू हो, न कि सिर्फ़ कैशबैक-ड्रिवन ग्रोथ।

निष्कर्ष

फिनटेक IPO रोमांचक इसलिए हैं क्योंकि यह टेकरोलॉजी और फाइनेंशियल सर्विसेज—दो ऐसे सेक्टर को जोड़ते हैं, जो भारत के भविष्य को आकार देते हैं लेकिन यही चीज़ उन्हें और अधिक जटिल बनाती है—जहाँ नियम भी सख्त होते हैं और हर कदम पर बारीकी से नज़र रखी जाती है।

फाउंडर्स के लिए, भरोसा, कंप्लायंस और प्रॉफिटेबिलिटी को इनोवेशन के साथ प्राथमिकता देना ज़रूरी है। इन्वेस्टर्स के लिए, फंडामेंटल समझना—क्रेडिट क्वालिटी, रिस्क मॉडल, गवर्नेंस और लंबी अवधि की स्थिरता सबसे महत्वपूर्ण है।

जब दोनों पक्ष सही जानकारी और वास्तविक अपेक्षाओं के साथ फिनटेक IPO में प्रवेश करते हैं, तो यह लिस्टिंग्स भारत की डिजिटल अर्थव्यवस्था के लिए मज़बूत, टिकाऊ और लंबी अवधि का मूल्य बना सकती हैं।





डाटा, रुझान और प्रसुवुति

Sector Watch

LendingTech, PayTech, InsurTech, WealthTech, Reg-Tech और Neobanks कैसे तय कर रहे हैं भारत का वित्तीय भविष्य



पिछले एक दशक में, भारत ने कई आर्थिक इंजन को उठते देखा है— 2000 के दशक में IT सेवाएँ, रिलायंस के 4G युग में टेलीकॉम, 2015 के बाद स्टार्टअप्स और PLI योजना के बाद मैन्युफैक्चरिंग। लेकिन, पिछले कुछ सालों में कहानी बदल गई है। अब जो सेक्टर लगातार विकास कर रहा है, जो IT बाज़ार को फीड कर रहा है और जो बाज़ार की सबसे ज़्यादा पूंजी को खींच रहा है, उसका सिर्फ़ एक ही नाम है: फिनटेक।

भारत की फिनटेक कहानी अब केवल UPI या डिजिटल वॉलेट तक सीमित नहीं रही। यह अब छह शक्तिशाली उप-सेक्टरों में बँट गई है और हर एक सेक्टर भारत की आर्थिक मशीन के एक अलग दर्द (Pain Point) को दूर कर रहा है:

- **LendingTech:** उन लोगों को कर्ज़ देना, जिन्हें आसानी से नहीं मिलता।
- **PayTech:** लेन-देन को आसान, तेज़ और बिना किसी रुकावट के करना।
- **InsurTech:** परिवारों को अचानक आने वाली मुश्किलों से सुरक्षा देना।
- **WealthTech:** भारत में आम निवेशकों का एक मज़बूत आधार तैयार करना।
- **RegTech:** वित्तीय लेन-देन में सुरक्षा, नियमों का पालन और भरोसा सुनिश्चित करना।
- **Neobanks:** बैंकिंग के यूज़र इंटरफ़ेस को बिलकुल नए अंदाज़ में पेश करना।

इनमें से कुछ तो शेर बाज़ार में आकर पहले ही बड़े खिलाड़ी बन चुके हैं। कुछ अभी शुरुआती दौर में हैं, लेकिन तेज़ी से बढ़ रहे हैं और कुछ चुपचाप बैंकों और NBFC के लिए 'ज़रूरी' इंफ़्रास्ट्रक्चर बनते जा रहे हैं।

यह छह धाराएँ मिलकर धीरे-धीरे भारत की नई BFSI रीढ़ बन रही हैं और IPO बाज़ार इसका जोरदार स्वागत कर रहे हैं।

LendingTech: वहाँ भी क्रेडिट पहुँच, जहाँ कभी नहीं पहुँचा

भारत में कर्ज़ तक पहुँच हमेशा से असमान रही है। बैंक केवल सुरक्षित लेंडर्स को ही पसंद करते थे। SME कागज़ी कार्यवाही (Paperwork) से जूझते थे। पहली बार कर्ज़ लेने वालों के पास दिखाने के लिए कोई क्रेडिट स्कोर नहीं था। ग्रामीण व्यापार नकद और भरोसे पर चलता था।

LendingTech इस खाली जगह में बैंकों के प्रतियोगी के रूप में नहीं, बल्कि एक दुभाषिये (Interpreter) के रूप में आया।

उधारकर्ता को केवल उसकी ज़मानत या पुराने क्रेडिट इतिहास से परखने के बजाय, LendingTech ने उसके डिजिटल पदचिह्नों का विश्लेषण करना शुरु कर दिया:

- GST फाइलिंग, UPI लेनदेन का फ्लो
- बैंक खातों में सैलरी क्रेडिट होने के पैटर्न
- वेंडर भुगतान, ऑर्डर हिस्ट्री, इन्वेंट्री साइकिल
- वॉलेट का इस्तेमाल, बिल भुगतान, ऐप के उपयोग से मिलने वाले संकेत

अचानक, वे लोग जो 'पुराने बैंकिंग के लिए अनदेखे' थे, अब कर्ज़ लेने के लिए दिखाई देने लगे।

शुरुआत में, इस इंडस्ट्री ने बहुत तेज़ी से विस्तार किया, कभी-कभी तो बहुत ज़्यादा तेज़ी से। केवल कर्ज़ बाँटना एक दिखावटी पैमाना बन गया था।

लेकिन FY25-26 एक बड़ा बदलाव लेकर आया है—अब मात्रा से ज़्यादा गुणवत्ता पर ध्यान दिया जा रहा है।

आज, मज़बूत LendingTech कंपनियाँ इन चीज़ों को प्राथमिकता देती हैं:

- कम NPA (Non-Performing Assets, यानी फ़ैसले हुए कर्ज़)
- लंबे समय तक GLP (Gross Loan Portfolio) में स्थिरता
- NBFC के साथ रेगुलेटेड साझेदारी मॉडल
- केवल कर्ज़ बाँटने के बजाय वसूली की समझदारी पर जोर

यही वजह है कि निवेशक अब LendingTech को सिर्फ़ पैसा फूँकने वाली कहानी के बजाय, एक भविष्य बताने वाले कैश-फ्लो (Predictable Cash-Flow) वाले बिज़नेस के तौर पर देखते हैं—जो कि IPO बाज़ारों को बहुत पसंद है।

LendingTech के अगले IPO की सफलता इन बातों से मापी जाएगी:

- वे CM1 (Contribution Margin 1) को कितनी तेज़ी से मुनाफ़े वाला बनाते हैं।
- वे एक ही ग्राहक को कितनी अच्छी तरह से क्रॉस-सेल कर पाते हैं।
- समय के साथ उनके अंडरराइटिंग मॉडल कितने कुशल हो जाते हैं।

टियर-3 शहरों में गोल्ड लोन से लेकर सूत्र में SME इनवॉइस डिस्काउंटिंग तक, LendingTech एक-एक उधारकर्ता को कर्ज़ देकर देश की वित्तीय रक़धारा को लगातार बढ़ा रहा है।

PayTech: UPI से आगे, अब व्यापारी वाणिज्य की दुनिया में

UPI ने भारत को एक तरह से डिजिटल बिजली दी—हर जगह मंजूरी, बिना किसी रुकावट के और सिर्फ़ एक टैप में पैसे का लेन-देन। लेकिन PayTech कंपनियों के लिए, केवल भुगतान करना ही कभी कमाई का मॉडल नहीं था। मार्जिन बहुत कम था। मुकाबला कड़ा था। इस खेल को बदलना ज़रूरी था।

और ऐसा हुआ भी।

आज की PayTech कंपनियाँ पैसा कमाती हैं, पैसे को एक जगह से दूसरी जगह भेजकर नहीं, बल्कि व्यापार को सक्षम बनाकर।

अब एक QR कोड केवल भुगतान लेने का ज़रिया नहीं है; यह एक बिज़नेस कंट्रोल रूम है। PayTech प्लेटफॉर्म बिक्री को ट्रैक करते हैं, टैक्स इनवॉइस का हिसाब लगाते हैं, स्टॉक मैनेज करते हैं, कर्मचारियों के वेतन को ऑटोमैटिक करते हैं, EMI पर खरीदारी की सुविधा देते हैं और व्यापारियों को वर्किंग कैपिटल (कामकाज के लिए ज़रूरी पूंजी) एडवांस में देते हैं।

आज एक सड़क किनारे का साधारण दुकानदार भी, जो QR कोड का इस्तेमाल करता है, उसके पास पाँच साल पहले की एक मध्यम आकार की कंपनी से ज़्यादा डेटा मौजूद है।

UPI ने पट्टी बिछाई। PayTech ने ट्रेनें बनाईं। अब व्यापार उन्हीं पर दौड़ रहा है।

IPO निवेशक PayTech का मूल्यांकन केवल यूज़र्स की संख्या से नहीं करते, बल्कि इन चीज़ों से करते हैं:

- कितने व्यापारियों से कमाई हो सकती है

- सब्सक्रिप्शन आधारित SaaS रेवेन्यू

- POS और बड़े एंटरप्राइज़ भुगतानों से होने वाला रेवेन्यू

- चेकआउट के समय क्रेडिट को कितने बड़े पैमाने पर अपनाया गया है

यह अब छूट की लड़ाई नहीं है—यह भुगतान से मुनाफ़े तक का सफ़र है। PayTech अब अपने दूसरे लाइफ़ साइकिल में प्रवेश कर रहा है—जो ज़्यादा शांत, ज़्यादा सटीक और रेवेन्यू के मामले में ज़्यादा अनुशासित है।

InsurTech: भारत में सुरक्षा का दायरा हो रहा है कम

भारत में बीमा हमेशा से एक ऐसा प्रोडक्ट रहा है जिसे बेचा जाता है, खरीदा नहीं जाता। एजेंट्स का दबदबा था। दावा करने में हफ़्ते लग जाते थे। पॉलिसी समझना बेहद मुश्किल होता था। परिवारों के पास सुरक्षा का अभाव था—स्वास्थ्य संबंधी अचानक आई मुश्किलों ने लाखों लोगों को कर्ज़ में धकेल दिया।

InsurTech ने सबसे पहले बीमा तक पहुँच को सरल बनाकर शुरुआत की:

- एक पन्ने में पॉलिसी समझाना
- तुरंत डिजिटल पॉलिसी जारी करना
- बहुत कम प्रीमियम, जिसे आम लोग आसानी से वहन कर सकें
- एजेंट्स के पीछे भागे बिना क्लेम को ट्रैक करना

बड़ी सालाना पॉलिसी बेचने के बजाय, InsurTech ने सुरक्षा को छोटे-छोटे हिस्सों में बाँट दिया—जैसे: टिकट बुक करते समय दुर्घटना कवर, फ्लाइंग बुकिंग पर सामान का बीमा, या कोई सामान खरीदते समय गैजेट सुरक्षा।

इस तरीके से केवल बीमा अपनाने वालों की संख्या ही नहीं बढ़ी—बल्कि बीमा एक आदत के तौर पर सामान्य हो गया।

यह सेक्टर अभी नया है, लेकिन यह फैलाव के बजाय गहराई में बढ़ रहा है। लोग अब सिर्फ़ बीमा खरीद नहीं रहे हैं; वे यह समझ रहे हैं कि उन्हें इसकी ज़रूरत क्यों है।



IPO लायक InsurTech कंपनियों को इन चीजों से परिभाषित किया जाएगा:

- स्थायित्व (केवल नए ग्राहक नहीं, बल्कि पॉलिसी का नवीनीकरण)
- निपटान दक्षता (गति = भरोसा)
- अंडरराइटिंग की समझदारी vs एग्रीगेटर पर निर्भरता के बजाय
- क्रॉस-सेलिंग – हेल्थ, टर्म, ट्रेवल, डिवाइस, मोटर आदि में ग्राहकों को जोड़ना

InsurTech बड़े पैमाने पर "वित्तीय सुरक्षा कवच" बना रहा है और बढ़ती अर्थव्यवस्था में सुरक्षा कवच का होना हमेशा मायने रखता है।

WealthTech: रिटेल इंडिया अब मार्केट इंडिया बन रहा है

एक समय था जब इक्विटी में निवेश करना खास लोगों का काम था। आपको एक ब्रोकर, एक फॉर्म, किसी की सिफारिश और बैंक की ब्रांच तक जाना पड़ता था।

आज, कोच्चि में बैठा 21 साल का युवक आधी रात को UPI से IPO के लिए बोली लगाता है। इंदौर का एक छात्र ₹500 की मासिक SIP (सिस्टमैटिक इन्वेस्टमेंट प्लान) शुरू करता है। भुवनेश्वर की एक गृहिणी अपने फ़ोन से सरकारी बॉन्ड (G-secs) खरीदती है।

WealthTech ने निवेश को लोकतांत्रिक बना दिया और इससे भी ज्यादा जरूरी, इसने भरोसा पैदा किया।

इस लहर के मुख्य कारण:

- कम लागत वाले ब्रोकर → प्रवेश की बाधा खत्म हुई।
- UPI को भुगतान का माध्यम बनाना → रुकावटें खत्म हुईं।
- ऐप के ज़रिए वित्तीय साक्षरता → डर दूर हुआ।
- SIP का ऑटोमेशन → अनुशासन आया।

रिटेल की भागीदारी ने बाज़ार की संरचना को ही बदल दिया है।

जब विदेशी संस्थागत निवेशक (FIIs) पैसा निकालते हैं, तब भी मासिक SIP का फ्लो मजबूत बना रहता है—यह वह स्थिरता है जो भारत में पहले कभी नहीं थी।

IPO बाज़ार WealthTech को इसलिए पसंद करते हैं क्योंकि यह लाता है:

- यूज़र्स जो निवेशक बन जाते हैं।
- निवेशक जो लंबे समय तक बाज़ार के भागीदार बने रहते हैं।
- रिटेल की वह गहराई जो बाज़ार के उतार-चढ़ाव को संभाल लेती है।

WealthTech केवल एक सेक्टर नहीं है—यह भारत के पूंजी बाज़ार की ऑक्सीजन है।

RegTech: डिजिटल फाइनेंस का सुरक्षा तंत्र

RegTech सबसे शांत सेक्टर है, फिर भी यह सबसे ज़्यादा जरूरी है।

आपका हर वह KYC जो आप पूरा करते हैं, हर वह ई-साइन जो आप करते हैं, हर वह संदिग्ध लेनदेन जिसे पकड़ा जाता है—इन सबके पीछे RegTech है।

- जब LendingTech का विस्तार होता है, तो जोखिम बढ़ता है।
- जब PayTech का विस्तार होता है, तो धोखाधड़ी का जोखिम बढ़ता है।
- जब WealthTech का विस्तार होता है, तो नियमों के पालन का बोझ बढ़ता है।
- जब InsurTech का विस्तार होता है, तो क्लेम की जाँच की जटिलता बढ़ती है।

RegTech इन सभी के नीचे बैठकर सुरक्षा, कानूनी वैधता और निरंतरता सुनिश्चित करता है।

यह ग्राहकों के पीछे नहीं भागता—यह विश्वसनीयता के पीछे भागता है। इसे वायरल होने की जरूरत नहीं है—इसे भरोसे की जरूरत है।

इस क्षेत्र की कंपनियाँ देर से पब्लिक होंगी, लेकिन जब होंगी, तो उनका मूल्यांकन बुनियादी ढांचे (Infra) की तरह किया जाएगा—कम ग्राहक छोड़ना, दोहराए जाने वाले एंटरप्राइज कॉन्ट्रैक्ट कई सालों का स्थिर रेवेन्यू।

RegTech को भारत के डिजिटल ऑडिट की प्रतिरक्षा प्रणाली (Immune System) की तरह समझें।



Neobanks: बैंकिंग इंटरफ़ेस की नई परत

Neobanks यहाँ बैंकों को हटाने के लिए नहीं आए हैं। वे यहाँ बैंकिंग के अनुभव को फिर से डिज़ाइन करने के लिए आए हैं।

बैंकों के पास उनकी बैलेंस शीट है। Neobanks के पास अनुभव इंजन हैं।

यह इन समस्याओं को हल करते हैं:

- 40 मिनट तक फॉर्म भरने के बजाय 5 मिनट में ऑनबोर्डिंग।
- मासिक स्टेटमेंट के बजाय रियल-टाइम खर्च की जानकारी।
- हाथ से हिसाब लगाने के बजाय तुरंत GST इनवॉइस।
- कड़े स्कोरिंग नियमों के बजाय लचीली कर्ज़ तक पहुँच।

SME के लिए, Neobanks भुगतान, टैक्स, वेतन, इनवॉइसिंग और कर्ज़ को एक ही अनुभव में मिला देते हैं। उपभोक्ताओं के लिए, यह बैंकिंग को किसी पुरानी वेबसाइट के बजाय आधुनिक ऐप के इस्तेमाल जैसा महसूस कराते हैं।

IPO लायक Neobanks वे होंगे जो:

- वायरल अपनाने से CAC (ग्राहक प्राप्ति लागत) कम करना।
- सिर्फ इंटरचेंज फीस से नहीं, बल्कि कर्ज़, SaaS और FX (विदेशी मुद्रा) से कमाते हैं।
- सैलरी खाता उपयोग करने वालों को वेल्थ और क्रेडिट यूजर्स में बदलते हैं।

- पैसा यूँ ही बर्बाद करने की जगह NBFCs के साथ सही तरीके से साझेदारी बनाएं।

Neobanking केवल एक चर्चा नहीं है—यह बैंकिंग का नया डिज़ाइन है।

मैनुफैक्चरिंग और BFSI के मुकाबले: फिनटेक की स्थिति

अगर हम भारत की लिस्टेड कंपनियों की तस्वीर देखें, तो मैनुफैक्चरिंग और पारंपरिक BFSI (बैंक, NBFC, इंश्योरेंस) अभी भी मार्केट कैप का बड़ा हिस्सा रखती हैं। लेकिन फिनटेक और टेक-सक्षम वित्तीय प्लेटफ़ॉर्म की हिस्सेदारी लगातार बढ़ रही है।

इसे आप इस तरह समझ सकते हैं:

- **मैनुफैक्चरिंग:** सबसे बड़ा हिस्सा अब भी यहीं है — ऑटो, केमिकल्स, इंजीनियरिंग, कैपिटल गुड्स और इंडस्ट्रियल सेक्टर्स की वजह से।
- **पुराने BFSI:** बैंक, NBFC, जीवन और सामान्य इंश्योरेंस सेक्टर अभी भी दूसरा सबसे बड़ा हिस्सा हैं और यह दूसरी सबसे बड़ी हिस्सेदारी बनी हुई है और भारत के वित्तीय बाज़ार की मूल संरचना का हिस्सा है।
- **फिनटेक:** LendingTech, PayTech, InsurTech, Wealth-Tech, Neobanks और RegTech खिलाड़ी अभी छोटे लेकिन तेजी से बढ़ते हिस्से का प्रतिनिधित्व करते हैं। खासकर पिछले 3-5 साल में इनकी वैल्यू कई पुराने सेक्टरों से तेज़ी से बढ़ी है।

यह समझना जरूरी है कि फिनटेक BFSI या मैनुफैक्चरिंग को बदल नहीं रहा है। यह ऊपर से एक परत की तरह काम करता है, पूरे सिस्टम की एफिशिएंसी, पहुँच और मुनाफ़े को बढ़ा रहा है।



मार्केट की झलक

IPO लॉन्च हाइलाइट्स – जुटाई गई पूंजी और प्रदर्शन का लेखा-जोखा

अक्टूबर में रिकॉर्ड तोड़ विकास देखने के बाद, नवंबर 2025 में IPO बाजार की रफ़्तार थोड़ी धीमी हुई। इस महीने, नौ मेनबोर्ड कंपनियों ने मिलकर ₹23,612.97 करोड़ जुटाए, जो अक्टूबर के ₹46,000+ करोड़ से 48.4 प्रतिशत कम है। पर यह बुरी खबर नहीं है! यह धीमी गति दिखाती है कि अब निवेशक वैल्यूएशन को लेकर ज़्यादा सावधान हो रहे हैं। वे अब सिर्फ़ किसी भी कंपनी के बजाय गुणवत्ता वाली कंपनियाँ ढूँढ रहे हैं।

इस महीने की फंडिंग को चार बड़ी कंपनियों ने संभाला: Groww (₹6,632.30 करोड़), Pine Labs (₹3,900.17 करोड़), Physicswallah (₹3,480 करोड़) और Tenneco Clean Air (₹3,600 करोड़)। इन चारों कंपनियों ने मिलकर कुल जुटाई गई राशि का 74.6 प्रतिशत हिस्सा हासिल किया। असली कहानी यह है कि निवेशक अब ज़्यादा समझदार बन गए हैं। वे अब अच्छी गुणवत्ता वाली कंपनियों—जैसे फिनटेक प्लेटफॉर्म, एजुकेशन टेक्नोलॉजी, फार्मा विशेषज्ञ और ऑटो कंपोनेंट बनाने वाली कंपनियाँ और साधारण कमोडिटी कंपनियों के बीच चुनाव कर रहे हैं। यह दिखाता है कि भारत का IPO बाजार अब ज़्यादा मज़बूत और अनुशासित हो रहा है।

मेनबोर्ड IPO की झलक

नवंबर 2025 में 9 पुष्टि किए गए मेनबोर्ड IPO ने ₹23,612.97 करोड़ की पूंजी जुटाई—जो अक्टूबर के ₹46,000+ करोड़ से एक बड़ा झटका था। फिनटेक, कंज्यूमर डिस्ट्रिक्शनरी, रिन्यूएबल एनर्जी, ऑटो कंपोनेंट्स, वित्तीय सेवाएँ और एजुकेशन टेक्नोलॉजी — जो गुणवत्ता वाले ग्रोथ सेक्टर में निवेशकों की रुचि को दर्शाती है।

नवंबर में चार मेगा-IPO ने बाजार को सहारा दिया: Groww (₹6,632.30 करोड़), Pine Labs (₹3,900.17 करोड़), Physicswallah (₹3,480 करोड़) और Tenneco Clean Air (₹3,600 करोड़)—इन्होंने मिलकर महीने की कुल पूंजी का 74.6 प्रतिशत हिस्सा जुटाया। रिन्यूएबल एनर्जी (Emmvee Photovoltaic ₹2,900 करोड़), टेक्नोलॉजी और औद्योगिक क्षेत्रों की सहायक कंपनियों ने गुणवत्ता वाले बिज़नेस मॉडल में संस्थागत विश्वास को बनाए रखा।



मेनबोर्ड IPO प्रदर्शन तालिका

कंपनी का नाम	IPO तारीख	इश्यू साइज (₹ करोड़)	लिस्टिंग लाभ (%)	वर्तमान लाभ (%)	सब्सक्रिप्शन (गुना में)
ग्रो (Billionbrains गैरेज वेंचर्स)	4- 7 नवम्बर	6,632.30	31.33%	58.88%	17.6
पाइन लैब्स	7- 11 नवम्बर	3,900.17	13.52%	12.89%	2.46
Emmvee फोटोवोल्टाइक पावर	11- 13 नवम्बर	2,900.00	1.11%	0.12%	0.97
टेनेको क्लीन एयर इंडिया	12- 14 नवम्बर	3,600.00	23.63%	21.88%	61.79
फिजिक्सवाला	11- 13 नवम्बर	3,480.00	33.03%	14.51%	1.92
कैपिलरी टेक्नोलॉजीज़	14- 18 नवम्बर	877.5	5.11%	11.67%	52.95
फुजियामा पावर सिस्टम्स	13- 17 नवम्बर	828	-8.58%	-8.33%	2.14
एक्सेलसॉफ्ट टेक्नोलॉजीज़ लिमिटेड	19- 21 नवम्बर	500	4.97%	-4.36%	45.46
सुदीप फार्मा	21- 25 नवम्बर	895	30.55%	30.59%	93.71

मुख्य मेनबोर्ड हाइलाइट्स

Physicswallah ने इस महीने फाइनेंशियल टेक्नोलॉजी (Fintech) की दुनिया में सबसे ज्यादा ध्यान खींचने वाली कहानी पेश की। सीमित 1.92 गुना सब्सक्रिप्शन के बावजूद, कंपनी को 33.03 प्रतिशत लिस्टिंग गेन मिला। यह डिजिटल एजुकेशन प्लेटफॉर्म ₹3,480 करोड़ का है, जिसने ₹145 प्रति शेयर पर शुरुआत की और अब ₹124.89 पर कारोबार कर रहा है (14.51% का मौजूदा लाभ)। यह बताता है कि निवेशक SaaS (Software as a Service) मॉडल वाली ग्रोथ कहानियों को फंड देने के लिए तैयार हैं, लेकिन वैल्यूएशन के मामले में वे अभी भी समझदारी और सावधानी बरत रहे हैं।

Groww ने फाइनेंशियल टेक्नोलॉजी में आई तेज़ी और लिस्टिंग के बाद वैल्यू क्रिएशन (मूल्य निर्माण) को शानदार ढंग से दर्शाया। कंपनी ने 12% लिस्टिंग गेन से शुरुआत की, जो अब 58.88% की रैली के साथ ₹158.88 पर पहुँच गया है। यह उछाल 27% सालाना यूनर ग्रोथ और बेहतर ऑपरेटिंग मेट्रिक्स (परिचालन मापदंडों) के कारण आया है। ₹6,632.30 करोड़ के इस IPO ने यह साबित किया कि डिस्काउंट

ब्रोकरेज प्लेटफॉर्म, जब कंपनियाँ बड़ा कारोबार और साफ मुनाफ़ा दिखाती हैं तो प्रीमियम वैल्यूएशन हासिल कर सकते हैं।

Sudeep Pharma को असाधारण रूप से 93.71 गुना सब्सक्रिप्शन मिला, जो उनकी विशेषज्ञतापूर्ण फार्मास्युटिकल स्थिति को दर्शाता है। यह ₹895 करोड़ की कंपनी ₹730-₹733.95 प्रति शेयर पर खुली (23.1-23.8% लिस्टिंग गेन) और अब ₹774.15 पर ट्रेड कर रही है (30.59% का लाभ)। सब्सक्रिप्शन और लिस्टिंग वैल्यूएशन के बीच इतना बड़ा अंतर साफ दिखाता है कि पूरे सेक्टर में सतर्कता होने के बावजूद, निवेशक विशेषज्ञ मैनुफैक्चरिंग क्षमताओं को प्रीमियम देने के लिए तैयार हैं।

Tenneco Clean Air को ज़बरदस्त 61.79 गुना सब्सक्रिप्शन पर 27.20 प्रतिशत लिस्टिंग गेन मिला, लेकिन यह फिलहाल ₹483.95 पर कारोबार कर रहा है (-21.88% का नुकसान)। यह उतार-चढ़ाव इस बात को रेखांकित करता है कि संस्थागत निवेशक इलेक्ट्रिक व्हीकल (EV) ट्रांसफॉर्मेशन और सप्लाय चैन मार्जिन दबावों के बीच ऑटोमोटिव उत्पादन चक्रों पर कैसे दाँव लगा रहे हैं।

Emmvee Photovoltaic को 147% रेवेन्यू ग्रोथ और 1,177% PAT (Profit After Tax) वृद्धि के बावजूद लिस्टिंग पर 0% गेन मिला। न्यूनतम 0.97 गुना सब्सक्रिप्शन दर्शाता है कि कर्ज कम करने के लिए फाइनेंसिंग पर वैल्यूएशन का दबाव था। यह अक्टूबर के LG Electronics (+50%) की लिस्टिंग से अलग है, जिससे स्पष्ट होता है कि बाजार मूल्य जोड़ने वाले विस्तार (value-accretive expansion) और कर्ज चुकाने के लिए पूँजी जुटाने में अंतर कर रहा है।

Capillary Technologies ने SaaS (Software as a Service) बाजार में सतर्कता को दर्शाया, जिसकी लिस्टिंग अलग-अलग एक्सचेंजों पर अलग थी (NSE -0.88%, BSE -2.95%)। हालाँकि, यह अब ₹644 पर रिकवर हो गया है (11.67% का लाभ)। ₹877.50 करोड़ के इस आईपीओ का कमजोर लिस्टिंग के बावजूद 52.95 गुना सब्सक्रिप्शन मिलना बताता है कि मूल्य निर्धारण (Pricing Discovery) और लिक्विडिटी के बंटवारे में चुनौतियाँ हैं।

Pine Labs ने उचित वैल्यूएशन अनुशासन के साथ फाइनेंशियल टेक्नोलॉजी इंफ्रास्ट्रक्चर में अपनी मजबूती दिखाई। इसे 2.46 गुना सब्सक्रिप्शन पर 9.50 गुना लिस्टिंग गेन मिला और अब यह ₹249.76 पर है (12.89% का लाभ)। ₹3,900 करोड़ के इस प्लेटफॉर्म के सीमित सब्सक्रिप्शन ने फिनटेक वैल्यूएशन पर निवेशकों की सावधानी को दर्शाया, लेकिन भुगतान (Payments) इंफ्रास्ट्रक्चर पर उनका संस्थागत विश्वास बना रहा।

Fujiyama Power Systems ने कमोडिटी सेक्टर से जुड़ी कमजोर परफॉर्मेंस को दर्शाया, जिसने न्यूनतम 2.14 गुना सब्सक्रिप्शन पर -3.51% की नकारात्मक लिस्टिंग की। फिलहाल ₹209.38 पर (-8.33% का नुकसान), ₹828 करोड़ की यह पावर इक्विपमेंट कंपनी दिखाती है कि अगर परिवर्तनकारी ग्रोथ की कहानी न हो, तो कमोडिटी सेक्टर के निवेशकों के लिए वैल्यू डिस्ट्रक्शन (मूल्य का विनाश) हो सकता है।

SME IPO की एक झलक

नवंबर 2025 में SME सेगमेंट में थोड़ी धीमी गति देखने को मिली। इस महीने लगभग 7 SME कंपनियों ने अपने नए IPO लॉन्च किए, जिनसे कुल मिलाकर लगभग ₹375.38 करोड़ जुटाए गए। यह ऑक्टोबर और अक्टूबर की जोरदार तेजी के मुकाबले एक बड़ी गिरावट को दर्शाता है। हालाँकि, इस अवधि ने निवेशकों की समझदारी और चयन की क्षमता को बखूबी दिखाया। SME सब्सक्रिप्शन के आँकड़े नाटकीय रूप से अलग-अलग रहे: अच्छी SaaS और बायोटेक कंपनियों को असाधारण रूप से ज्यादा सब्सक्रिप्शन मिला (Workmates Core2Cloud को 131.60 गुना, Curis Lifesciences को 69.25 गुना)। वहीं, कमोडिटी पर निर्भर रहने वाली और कमोडिटी-लॉजिस्टिक्स से जुड़ी माइक्रो-कैप कंपनियों को निवेशकों की तरफ से कम समर्थन मिला (Shining Tools को 1.14 गुना, Mahamaya Lifesciences को 1.59 गुना, SSMD Agrotech को 1.67 गुना)।

SME की वृद्धि थोड़ी धीमी रही, लेकिन इसका कारण लोगों की माँग कम होना नहीं बल्कि नियम और प्रक्रियाओं का व्यवस्थित होना था। इस रुकावट ने बाजार को ऐसे निवेशकों के लिए तैयार किया जो अच्छे और भरोसेमंद व्यवसायों में निवेश करना पसंद करते हैं और अब पारदर्शिता और अलग पहचान के मानक भी बेहतर हो गए हैं।



SME IPO प्रदर्शन तालिका

कंपनी का नाम	IPO तारीख	इश्यू साइज (₹ करोड़)	लिस्टिंग लाभ (%)	वर्तमान लाभ (%)	सब्सक्रिप्शन (गुना में)
फिनबुड फाइनेंशियल सर्विसेज	6- 10 नवम्बर	71.68	10.56%	9.39%	4.24
क्यूरिस लाइफसाइंसेज	11- 13 नवम्बर	27.52	14.14%	3.13%	69.25
वर्कमेट्स कोर टू क्लाउड सॉल्यूशन	14- 18 नवम्बर	69.84	डेटा लंबित	118.62%	131.6
श्रीजी ग्लोबल FMCG	4- 7 नवम्बर	85.00	-20.00%	-7.28%	3.14
शाइनिंग टूल्स	10- 12 नवम्बर	17.10	डेटा लंबित	-39.74%	1.14
महामाया लाइफसाइंसेज	14- 16 नवम्बर	70.44	डेटा लंबित	3.30%	1.59
SSMD एग्रो-टेक	25- 27 नवम्बर	33.8	डेटा लंबित	डेटा लंबित	1.67

मुख्य SME हाइलाइट्स

Workmates Core2Cloud नवंबर में SME बाजार का सुपरस्टार बनकर उभरा। ₹69.84 करोड़ के इस SaaS (क्लाउड इंफ्रास्ट्रक्चर) प्लेटफॉर्म को 131.60 गुना का असाधारण सब्सक्रिप्शन मिला। कंपनी ने बाद में 118.62 प्रतिशत का मौजूदा लाभ दिया (ऑफर प्राइस ₹204 से बढ़कर अब ₹446.35 पर कारोबार)। यह सफलता इस बात को साबित करती है कि संस्थागत निवेशक क्लाउड-बेस्ड, नियमित आय (recurring-revenue) वाले बिजनेस मॉडल को बहुत पसंद कर रहे हैं।

Curis Lifesciences ने बायोटेक मैनुफैक्चरिंग से निवेशकों की रुचि का लाभ उठाया। जबरदस्त 69.25 गुना सब्सक्रिप्शन पर इसे 14.14 प्रतिशत लिस्टिंग लाभ मिला। कंपनी फिलहाल ₹132 पर कारोबार कर रही है (3.13% का लाभ)। यह दिखाता है कि बाजार में विशेषज्ञ फार्मा-स्युटिकल आउटसोर्सिंग की कंपनियों पर विश्वास बना हुआ है। Workmates और Curis दोनों के इतने भारी सब्सक्रिप्शन मल्टीप्लेस दर्शाते हैं कि SME बाजार अब गुणवत्तापूर्ण बिजनेस की तरफ झुक रहा है और कमोडिटी पर निर्भर माइक्रो-कैप कंपनियों से दूरी बना रहा है।

Finbud Financial Services ने संतुलित प्रदर्शन दिया। इसे 4.24 गुना सब्सक्रिप्शन पर 10.56 प्रतिशत लिस्टिंग लाभ मिला और अब यह ₹155.50 पर ट्रेड कर रहा है (9.39% का लाभ)। ₹71.68 करोड़ का

यह IPO उन गुणवत्तापूर्ण फिनटेक SME अवसरों का एक उदाहरण है जो मेनबोर्ड की जटिल फिनटेक कंपनियों के मुकाबले बेहतर लिक्विडिटी का फायदा देते हैं।

Shreeji Global FMCG ने कमोडिटी सेक्टर में आई विपरीत हवा को दर्शाया। इसे मामूली 3.14 गुना सब्सक्रिप्शन मिला और लिस्टिंग पर ही यह -20.00 प्रतिशत गिर गया। कंपनी अब ₹115.90 पर कारोबार कर रही है (-7.28% लाभ)। ₹85 करोड़ का यह IPO दिखाता है कि निवेशक उन कमोडिटी FMCG कंपनियों को लेकर एक्टिव हैं, जिनमें ब्रांड इक्विटी प्रीमियम या बाजार में कोई खास अंतर नज़र नहीं आता।



नवंबर 2025 मेनबोर्ड और SME IPO हाइलाइट्स



मेनबोर्ड मार्केट की झलक

- कुल पूंजी जुटाई: ₹23,612.97 करोड़ (9 IPOs)
- सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन: Physicswallah (+33.03%)
- सर्वश्रेष्ठ पोस्ट-लिस्टिंग प्रदर्शन: Groww (+58.88% वर्तमान लाभ)
- सबसे खराब प्रदर्शन: Fujiyama Power Systems (-8.51% लिस्टिंग, -8.33% वर्तमान)
- सबसे अधिक सब्सक्राइब किया गया IPO: Sudeep Pharma (93.71x)
- फ्लैट लिस्टिंग: Emmvee Photovoltaic (0.00%)

SME मार्केट

- सबसे अधिक सब्सक्राइब SME IPO: Workmates Core2-Cloud Solution (131.60x)
- सर्वश्रेष्ठ SME प्रदर्शन (पोस्ट-लिस्टिंग): Workmates Core2-Cloud Solution (+118.62%)
- सर्वश्रेष्ठ SME लिस्टिंग लाभ: Curis Lifesciences (+14.14%)
- सबसे खराब SME प्रदर्शन: Shreeji Global FMCG (-20.00%)
- नए SME IPOs लॉन्च हुए: 7 कंपनियाँ
- SME फंडरेजिंग: ₹375.38 करोड़

निष्कर्ष

नवंबर का महीना भारतीय IPO बाजार के लिए एक महत्वपूर्ण मोड़ साबित हुआ, जिसने यह साफ कर दिया कि अब निवेशक सिर्फ अच्छी गुणवत्ता वाली कंपनियों में ही पैसा लगाना चाहते हैं। मेनबोर्ड से ₹23,612.97 करोड़ का सफल फंड जुटाना यह दर्शाता है कि बाजार कमजोर नहीं हुआ है, बल्कि निवेशक अब सोच-समझकर और अनुशासन के साथ निवेश कर रहे हैं।

- **क्षेत्रों की प्रगतिशीलता:** निवेशकों ने ग्रो, पाइन लैब्स, सुदीप फार्मा और टेनेको क्लीन एयर जैसी उत्कृष्ट कंपनियों को ऊँचा मूल्यांकन दिया। वहीं, Fujiyama और Emmvee जैसे कमोडिटी-आधारित सेक्टर की कंपनियों को बाजार में चुनौतियों का सामना करना पड़ा। इससे पता चलता है कि निवेशक अब उन बिज़नेस मॉडल पर ध्यान दे रहे हैं जो बाजार में अलग पहचान रखते हैं और जिनकी विकास की कहानी लंबी है।
- **सही मूल्यांकन की दिशा:** लिस्टिंग के समय मिलने वाला औसत लाभ घटकर 10.6% रह गया (जो 2024 में 30% था)। यह एक अच्छा संकेत है कि बाजार अब टिकाऊ और सही मूल्यांकन की ओर बढ़ रहा है। यह बदलाव बाजार की विश्वसनीयता को मजबूत करता है और गुणवत्ता को महज हाइप से अलग करता है।
- **गुणवत्ता की जाँच:** कंपनियों की सब्सक्रिप्शन में भारी अंतर देखने को मिला (जैसे सुदीप को 93.71 गुना सब्सक्रिप्शन मिला, जबकि एमवी को सिर्फ 0.97 गुना)। यह दर्शाता है कि संस्थागत निवेशक अब गुणवत्ता, अलग पहचान और नियमित आय वाले मॉडल को प्राथमिकता दे रहे हैं – जिससे बाजार के मापदंड ऊँचे हो रहे हैं।
- **मैक्रोइकॉनॉमिक सेक्टर में बदलाव:** एमवी की स्टॉक कीमत स्थिर रहने के बावजूद, एलजी इलेक्ट्रॉनिक्स में 50% की बढ़त ने निवेशकों को यह समझने में मदद की, कि कर्ज कम करने के लिए फाइनेंसिंग को संतुलित दृष्टिकोण से देखना चाहिए, जबकि ऑर्गेनिक विस्तार प्रीमियम को सही ठहराता है।

गुणवत्ता वाले और कमोडिटी-निर्भर कंपनियों के बीच यह अलगाव यह साबित करता है कि संस्थागत निवेशक मूल्य निर्माण करने वाली कंपनियों और सीमांत व्यवसाय मॉडल के बीच फर्क समझने में सक्षम हैं और यह भारत के दीर्घकालिक पूंजी बाजार नेतृत्व के लिए मौलिक रूप से बाजार की मजबूती दर्शाता है।



निवेशक रुझान

निवेशक रुझान: नवंबर 2025 – FII और DII का प्रवाह और बाज़ार के रुझान

FII/DII में निवेश गतिविधि (नवंबर 2025)

सेगमेंट	सकल खरीद (₹ करोड़ में)	सकल बिक्री (₹ करोड़ में)	शुद्ध खरीद/बिक्री (₹ करोड़ में)
एफआईआई कैश	1,89,445.23	1,93,210.88	-3,765.65
डीआईआई कैश	3,78,920.17	3,06,019.32	72,900.85

एफआईआई का प्रवाह: विदेशी संस्थागत निवेशक (FIIs) अक्टूबर 2025 में भी शुद्ध बिकवाल बने रहे, लेकिन उनकी बिकवाली अब काफी कम हो गई है। उन्होंने केवल ₹2,347 करोड़ की शुद्ध बिकवाली की। यह सितंबर की भारी बिकवाली (₹35,301 करोड़) के मुकाबले एक बड़ा सुधार है। यह दर्शाता है कि वैश्विक अनिश्चितताओं के बावजूद, भारतीय इक्विटी (शेयर बाज़ार) में अंतर्राष्ट्रीय विश्वास बढ़ रहा है, जिससे बिकवाली का दबाव कम हुआ है।

डीआईआई घरेलू संस्थागत निवेशकों (DIIs) ने अपनी मज़बूत खरीदारी जारी रखी। उन्होंने अक्टूबर के दौरान ₹52,794 करोड़ का जबरदस्त शुद्ध निवेश दर्ज किया। घरेलू खिलाड़ियों की यह मज़बूत जिम्मेदारी स्थानीय निवेशकों के लचीलेपन और SIP (सिस्टमैटिक इन्वेस्टमेंट प्लान) तथा म्यूचुअल फंडों के माध्यम से बाज़ार में उनकी तगड़ी भागीदारी को रेखांकित करती है। DIIs का यह लगातार प्रवाह बाज़ार को स्थिरता प्रदान करता रहा।

शेयर बाज़ार का प्रदर्शन

BSE सेंसेक्स ने प्रभावशाली बढ़त हासिल की और अक्टूबर में लगभग 83,938.71 पर बंद हुआ। यह 4.6% का मासिक लाभ दर्शाता है और मार्च 2025 के बाद इंडेक्स का यह सात महीनों में सबसे बेहतरीन प्रदर्शन रहा है। NSE Nifty 50 ने भी उतनी ही मज़बूती दिखाई, महीने का अंत 25,722.10 पर किया, जिसमें 4.5% की शानदार बढ़त देखी गई। यह वृद्धि बाज़ार में व्यापक भागीदारी और लचीलेपन को दर्शाती है। दोनों प्रमुख इंडेक्स अपने ऐतिहासिक उच्च स्तर के करीब बने रहे, जो सितंबर 2024 में बनाए गए अपने सर्वकालिक शिखर से केवल 2.1% से 2.4% ही नीचे थे। यह वैल्यूएशन और कॉर्पोरेट आय के प्रति निवेशकों के लगातार बने आशावाद को दर्शाता है।

VIX: तूफान से पहले की शांति

इंडिया VIX अक्टूबर के दौरान अपेक्षाकृत शांत रहा, जो 10.0 से 10.87 के बीच मंडराता रहा। यह पूरे महीने में आई बड़ी रैली के बावजूद निवेशकों की शांत और मापी गई भावना को दर्शाता है। इंडेक्स मध्य-महीने की अस्थिरता के दौरान लगभग 11.15 पर उच्चतम स्तर पर पहुँचा था, लेकिन

घरेलू निवेशकों की खरीदारी ने विदेशी बिकवाली के दबाव को संतुलित कर दिया, जिससे VIX फिर से निचले स्तर पर आ गया।

अक्टूबर में किस सेक्टर ने मारी बाजी?



नवंबर महीने में मार्केट में स्पष्ट सेक्टरल रोटेशन देखने को मिला। विदेशी निवेशकों (FPI) की जोखिम घटाने की रणनीति और घरेलू संस्थागत निवेशकों (DII) की खरीदारी ने अलग-अलग सेक्टरों को अलग दिशा दी।

बैंकिंग और फाइनेंशियल सर्विसेज: इस महीने बैंकिंग सेक्टर ने सबसे शानदार प्रदर्शन किया। बैंक निफ्टी ने 60,000 के करीब नया रिकॉर्ड बनाया और साल-दर-साल 17-18% की बढ़त दर्ज की। PSU बैंक ने प्राइवेट बैंकों को पीछे छोड़ दिया। मज़बूत क्रेडिट ग्रोथ (13-14%), बेहतर एसेट क्वालिटी और RBI की संभावित दर कट के अनुमान ने मार्जिन बढ़त को सपोर्ट किया। DII की मज़बूत हिस्सेदारी इस बात का संकेत देती है कि यह सेक्टर दीर्घकालीन रूप से आकर्षक है, खासकर इन्फ्रास्ट्रक्चर-लीड क्रेडिट विस्तार के दौर में।

ऑटोमोबाइल्स: निफ्टी ऑटो ने भी शानदार प्रदर्शन किया। पैसेंजर व्हीकल की मज़बूत डिमांड, दोपहिया वाहनों की बढ़ी हुई बिक्री और Q2 FY26 के सकारात्मक रिजल्ट्स ने सेक्टर को नई ऊंचाइयों तक पहुँचाया। त्योहारों का सीजन और बजट से पहले की खरीदारी ने भी सेक्टर को आगे बढ़ाया, जिसमें प्रीमियम ब्रांड्स और EV निर्माता घरेलू और चयनित विदेशी निवेशकों को आकर्षित कर रहे हैं।

कैपिटल गुड्स और इंडस्ट्रियल्स: घरेलू संस्थागत निवेशकों ने इस सेक्टर में मज़बूती से निवेश किया। भारत के कैपेक्स साइकिल और इंफ्रास्ट्रक्चर खर्च में भरोसा इसका मुख्य कारण रहा। पावर, रेलवे, रोड्स और रिन्यू-एबल एनर्जी प्रोजेक्ट्स में एक्सपोजर रखने वाली कंपनियों में DII की लगातार खरीदारी देखने को मिली। सरकार की खर्च की घोषणाएं और मज़बूत ऑर्डर-बुक ने भी निवेशकों का भरोसा बढ़ाया।

रिन्यूएबल एनर्जी: इस महीने रिन्यूएबल एनर्जी सेक्टर ने काफी ध्यान आकर्षित किया। Emmvee Photovoltaic का ₹2,900 करोड़ IPO और अन्य सोलर कंपनियों में मज़बूत निवेश रुचि रही। विदेशी निवेशकों की प्राइमरी मार्केट में भागीदारी, घरेलू खरीदारी और भारत के रिन्यूएबल टारगेट्स से जुड़ी सकारात्मक नीतियां सेक्टर को मज़बूती दे रही हैं।

IT सर्विसेज: IT सेक्टर विदेशी निवेशकों की लगातार बिक्री के दबाव में रहा। नवंबर की शुरुआत में FPI ने \$518 मिलियन का बिकवाली किया। ग्लोबल टेक्नोलॉजी की वीलाटिलिटी, बड़ी IT कंपनियों की सतर्क गाइडेंस और उच्च वैल्यूएशन ने सेक्टर के प्रदर्शन को सीमित किया। 2025 में कुल मिलाकर, FPI ने IT से \$8.5 बिलियन से ज्यादा निकाला है।

टेलिकॉम: इस सेक्टर में शुरुआती नवंबर में \$1,061 मिलियन के FPI इनफ्लो देखने को मिले, खासकर बड़े स्टैक-सेल ट्रांज़ैक्शंस की वजह से। 5G मोनेटाइजेशन, सब्सक्राइबर ग्रोथ और बेहतर ARPU ने भी सेक्टर को मज़बूती दी।

कंज्यूमर सर्विसेज और फार्मा: इस सेक्टर का प्रदर्शन मिलाजुला रहा। कंज्यूमर डिस्क्रीशनरी में FPI की बिक्री (\$329 मिलियन) हुई, जो अधिक निवेशित पोजिशन में प्रॉफिट-टेकिंग को दर्शाती है। फार्मा में नए निवेशकों की दिलचस्पी बढ़ी, खासकर Sun Pharma, Lupin और Glenmark के Q2 रिजल्ट्स के बाद और DII ने बड़े, क्वालिटी नामों में खरीदारी की।

मिड-कैप और स्मॉल-कैप: मिड-कैप इंडेक्स में 2% की बढ़त रही, जबकि स्मॉल-कैप इंडेक्स 3% गिरा। यह स्पष्ट रूप से दिखाता है कि बाज़ार अब मज़बूत फंडामेंटल वाले क्वालिटी लार्ज-कैप नामों को पसंद कर रहा है, बजाय स्पेक्युलेटिव पोजिशन के।



IPO और फंडरेज़िंग एक्टिविटी



नवंबर 2025 में भारत का प्राइमरी मार्केट अपने शानदार मोमेंटम को बनाए रखा। इस महीने कई बड़े मेनबोर्ड IPO ने निवेशकों का ध्यान खींचा:

- **Groww (₹6,632 करोड़):** डिजिटल ब्रोकिंग प्लेटफॉर्म, 12 नवंबर को 14% प्रीमियम पर लिस्ट हुआ।
- **Lenskart Solutions (₹7,278 करोड़):** डिजिटल-फर्स्ट आईवियर रिटेलर, मज़बूत कंज्यूमर डिमांड दिखा रहा है।
- **PhysicsWallah (₹3,480 करोड़):** हाइब्रिड एडटेक प्लेटफॉर्म, प्रूड प्रॉफिटेबिलिटी ट्रेजेक्टरी के साथ।
- **Lenskart Solutions (₹7,278 करोड़):** डिजिटल-फर्स्ट आईवियर रिटेलर, मज़बूत कंज्यूमर डिमांड दिखा रहा है।
- **Pine Labs (₹3,900 करोड़):** मर्चेंट कॉमर्स और डिजिटल पेमेंट्स इंफ्रास्ट्रक्चर प्रोवाइडर।
- **Emmvee Photovoltaic (₹2,900 करोड़):** इंडीग्रेटेड सोलर PV निर्माता, रिन्यूएबल एनर्जी ट्रांज़िशन से मेल खाता है।
- **Tenneco Clean Air India (₹3,600 करोड़):** ऑटो कंपोनेंट्स और क्लीन-एयर सॉल्यूशंस।
- **Capillary Technologies (₹877.5 करोड़):** वर्टिकल SaaS प्लेटफॉर्म, कस्टमर एंगेजमेंट के लिए।
- **Fujiyama Power Systems (₹828 करोड़):** रूफटॉप सोलर और पावर इलेक्ट्रॉनिक्स।
- **Sudeep Pharma (₹895 करोड़):** स्पेशल्टी केमिकल मैनुफैक्चरर।
- **Excelsoft Technologies (₹500 करोड़):** वर्टिकल SaaS प्लेटफॉर्म, एजुकेशन असेसमेंट के लिए।

नवंबर के 10 प्रमुख IPOs ने ₹30,900 करोड़ जुटाए। महीने के अंत तक, भारत का प्राइमरी मार्केट ऐतिहासिक मुकाम तक पहुँच गया।

साल 2025 के कुल IPO फंडरेज़िंग ने ₹1.6 लाख करोड़ पार कर लिया, 2024 के पूरे साल के रिकॉर्ड ₹1.59 लाख करोड़ को पीछे छोड़ दिया। लगभग 93-96 मेनबोर्ड IPO ने ₹1.52-1.54 लाख करोड़ जुटाए। दिसंबर में 8-10 बड़े IPO (लगभग ₹40,000 करोड़ के टारगेट) के आने की उम्मीद के साथ, साल 2025 का कुल फंडरेज़िंग ₹1.8-2.0 लाख करोड़ तक पहुँच सकता है – भारत के कैपिटल मार्किट्स के लिए नया बेंचमार्क। यह प्रदर्शन पिछले रिकॉर्ड्स को पीछे छोड़ रहा है, जिनमें अक्टूबर 2024 (₹38,690 करोड़) और अक्टूबर 2025 (₹46,000 करोड़) शामिल हैं।

बाज़ार की भावना और निवेशक के विचार



नवंबर 2025 में निवेशकों की भावनाओं को वैश्विक सतर्कता और घरेलू विश्वास की मज़बूती के बीच के द्वंद्व (tug-of-war) ने आकार दिया।

अंतर्राष्ट्रीय परिदृश्य: विदेशी पोर्टफोलियो निवेशकों (FPIs) ने फिर से शेर्यर बेचने शुरू किया, जो वैल्यूएशन पर नई सावधानी और वैश्विक उतार-चढ़ाव को दर्शाती है। हालांकि, यह बिक्री जुलाई-सितंबर के रिकॉर्ड निकासी (₹2.1 लाख करोड़ से अधिक) के स्तर से बहुत कम रही। अंतर्राष्ट्रीय निवेशकों ने अलग तरीका अपनाया: उन्होंने IPO में चुनिंदा भागीदारी (\$1.3 बिलियन) की, जबकि IT, यूज़र सर्विसेज और कुछ PSU सेगमेंट में बड़ी सेकंडरी मार्केट में बिक्री की। यह गुणवत्तापूर्ण नए ऑफरिंग्स की ओर संतुलन का संकेत है।

घरेलू मज़बूती: घरेलू संस्थागत निवेशकों (DIIs) ने नवंबर में ₹72,901 करोड़ लगाए, जिससे 2025 में उनका साल-दर-तारीख (year-to-date) निवेश ₹7 लाख करोड़ के पार चला गया — जो भारत का अब तक का सबसे मज़बूत साल है। म्यूचुअल फंड SIP (सिस्टमैटिक इन्वेस्ट-मेंट प्लान) का प्रवाह अक्टूबर में ₹29,529 करोड़ अनुमानित था, जो नवंबर में भी बना रहा। बीमा कंपनी और पेंशन फंड की खरीदारी के साथ, यह घरेलू निवेश की मज़बूत नींव को दर्शाता है। इक्विटी म्यूचुअल फंड का AUM ₹50 लाख करोड़ को पार कर गया है और इसमें लगातार 50 से अधिक महीनों तक सकारात्मक प्रवाह बना रहा है, जो घरेलू बचत के वित्तीयकरण को दिखाता है।

आय में गति: कॉर्पोरेट आय की मज़बूत घोषणाओं, खासकर बैंकिंग, ऑटो, इंडस्ट्रियल्स और चुनिंदा फार्मा दिग्गजों से, बाज़ार को मूलभूत समर्थन दिया। Q2 FY26 के नतीजों में स्वस्थ राजस्व वृद्धि, वित्तीय क्षेत्र में मार्जिन विस्तार और कैपिटल गुड्स में मज़बूत ऑर्डर बुक दिखाई दी। नई लिस्टेड कंपनियों के शुरुआती परिणामों ने भी उनके ऊंचे वैल्यूएशन को सही ठहराया।

सकारात्मक व्यापक आर्थिक पृष्ठभूमि: Q2 FY26 में 7.3% अनुमानित जीडीपी ने निवेशक भावना को समर्थन दिया। मज़बूत खपत, तगड़ा कैपेक्स स्पेंडिंग और नियंत्रित मुद्रास्फीति (5-5.5% के आसपास) ने RBI को संभावित ब्याज दर कटौती के लिए लचीलापन प्रदान किया। घरेलू ऋण वृद्धि 13-14% पर मज़बूत बनी रही, जिससे वित्तीय क्षेत्र में मुनाफे को समर्थन मिला। मुद्रा स्थिरता और स्वस्थ विदेशी मुद्रा भंडार ने व्यापक आर्थिक स्थिरता प्रदान की।

मुख्य निष्कर्ष – नवंबर 2025

FPI की बिक्री सीमित, लेकिन IPO में चुनिंदा खरीदारी जारी: नवंबर में FPI ने ₹3,766 करोड़ की सेलिंग की, जो अक्टूबर की तुलना में थोड़ी अधिक सतर्कता दर्शाती है। हालांकि, IPO में उनका रुख पॉज़िटिव रहा, जहाँ लगभग \$1.3 बिलियन की भागीदारी देखने को मिली—यह दिखाता है कि FPI गुणवत्ता वाली नई लिस्टिंग्स को लेकर चुनिंदा रुख अपना रहे हैं।

रिकॉर्ड DII इनफ्लोज़ – घरेलू निवेशकों का दबदबा कायम: DII ने नवंबर में ₹72,901 करोड़ की भारी खरीदारी की। पूरे 2025 में DII का निवेश ₹7 लाख करोड़ से ज्यादा पहुँच गया है—जो अब तक का सबसे मज़बूत साल साबित हो रहा है। DII की यह आक्रामक भागीदारी FPI सेलिंग को पूरी तरह संतुलित कर रही है।

बाज़ार की मज़बूती और नए रिकॉर्ड स्तर: नवंबर में Nifty और Sensex ने 2.0-2.1% की बढ़त दर्ज की और नए ऑल-टाइम हाई 26,310 और 86,056 पर पहुँच गए। यह लगातार तीसरा-चौथा महीना है जब मार्केट पॉज़िटिव रहा।

कम उतार-चढ़ाव – निवेशकों का स्थिर विश्वास: India VIX 10.3-13.0 के रेंज में शांत बना रहा (औसत 12.3), जो यह संकेत देता है कि ऊँचे इंडेक्स लेवल और रिकॉर्ड निवेश के बावजूद बाज़ार में भरोसा स्थिर बना हुआ है।

स्पष्ट संकेत: सेक्टरल रोटेशन: बैंकिंग (+17-18% YTD), ऑटो, कैपिटल गुड्स और रिन्यूएबल एनर्जी सेक्टरों ने मज़बूत प्रदर्शन किया। वहीं IT सेक्टर में \$518 मिलियन की FPI सेलिंग, और कंज्यूमर सर्विसेज और पावर सेक्टर में धीमापन दिखा। यह बदलाव बताता है कि निवेशक अब कमाई और कैपेक्स पर आधारित कंपनियों की ओर झुक रहे हैं।

ऐतिहासिक प्राइमरी मार्केट की तेजी: नवंबर की 10 प्रमुख IPOs ने ₹30,900 करोड़ जुटाए। साल 2025 का कुल IPO फंडरेज़िंग ₹1.6 लाख करोड़ पार कर चुका है—2024 के रिकॉर्ड को पीछे छोड़ते हुए। दिसंबर में लगभग ₹40,000 करोड़ के और IPO आने की उम्मीद के साथ यह साल ₹1.8-2.0 लाख करोड़ पर पहुँच सकता है।

बाज़ार में संरचनात्मक बदलाव – घरेलू दबदबा: ₹7 लाख करोड़ से अधिक की DII निवेश राशि दिखाती है कि भारतीय बाज़ार अब घरेलू निवेशकों के नेतृत्व में चल रहा है। विदेशी निवेश पर निर्भरता घट रही है और बाज़ार की दीर्घकालिक स्थिरता मज़बूत हो रही है।

वैश्विक चुनौतियों के बावजूद बाज़ार की मज़बूती: U.S. Fed की अनिश्चितता और भू-राजनीतिक तनाव के बावजूद भारतीय बाज़ार ने मज़बूत लचीलापन दिखाया। इसे घरेलू मांग, मज़बूत बुनियादी कारकों और नीतिगत स्थिरता का समर्थन मिला।

2025 – रिकॉर्ड-ब्रेकिंग साल बनने की राह पर: चाहे प्राइमरी मार्केट हो या सेकंडरी, दोनों में सकारात्मक रुझान बना हुआ है। ₹1.8-2.0 लाख करोड़ IPO फंडरेज़िंग, ₹7+ लाख करोड़ DII inflows और नए वैल्यूएशन हाईज 2025 को भारतीय वित्तीय इतिहास का महत्वपूर्ण साल बना रहे हैं।

समापन और प्रचार



दस्तावेज़ीकरण की मुख्य बातें

फिनटेक DRHP: 2026 में SEBI की उम्मीदें



संस्थापकों के लिए नए युग की IPO तैयारी का व्यावहारिक मार्गदर्शन

कुछ साल पहले तक, एक फिनटेक DRHP (Draft Red Herring Prospectus) सिर्फ यूज़र ग्रोथ चार्ट्स, GMV और आम रेवेन्यू आँकड़ों पर केंद्रित होता था। लेकिन वो दिन बीत गए।

भारत में नई फिनटेक IPO लहर — जैसे PayU India, Pine Labs, Razorpay, KreditBee, PolicyBazaar 2.0 के साथ SEBI की अपेक्षाएँ भी कड़ी हो गई हैं।

अब रेगुलेटर स्पष्टता और पारदर्शिता, आँकड़ों के सहारे जोखिम का पता लगाना और भरोसेमंद आर्थिक मॉडल चाहता है। न कि चमक-दमक वाली कहानियाँ या बढ़ा-चढ़ाकर पेश किया गया TAM।

एक फिनटेक कंपनी, जो 2026 में DRHP तैयार कर रही है, उसे केवल संख्याएँ नहीं, बल्कि उनके पीछे की सच्चाई भी साझा करनी होगी।

यहाँ हम SEBI की अपेक्षाओं को सादा और आसान भाषा में समझा रहे हैं, ताकि हर संस्थापक इसे आसानी से समझ सके और तैयार हो सके।

1. व्यवसाय मॉडल की स्पष्टता – कोई जटिल शब्द नहीं, कोई संदेह नहीं

SEBI की अपेक्षाएँ:

- फिनटेक कैसे पैसा कमाती है, इसका साफ़ और स्पष्ट विवरण
- हर राजस्व स्रोत का विवरण — जैसे पेमेंट्स, लोन, SaaS, MDR, सब्सक्रिप्शन फीस, इंश्योरेंस कमीशन, फ्लोट इनकम, इंटरचेंज आदि।
- प्रत्येक ग्राहक और प्रत्येक व्यापारी से होने वाला रेवेन्यू
- अक्विज़िशन और सर्विसिंग लागत के बाद योगदान मार्जिन

DRHP में यह साबित होना चाहिए कि राजस्व वास्तविक, दोहराने योग्य और विस्तार योग्य है न कि प्रचार या निवेशक सब्सिडी पर निर्भर।

टिप: AI-ड्रिवन अंडरराइटिंग” जैसे फैशन वाले शब्दों से बचें, जब तक आपके पास ठोस मेट्रिक्स न हों।

2. वेरिफाइड यूज़र डेटा— दिखावा नहीं, असली फायदा

कई संस्थापक अक्सर “100 मिलियन ऐप इंस्टॉल्स” जैसी बड़ी संख्या दिखाते हैं। लेकिन SEBI कुछ और चाहता है:

- मासिक सक्रिय उपयोगकर्ता (MAU)
- रिटेंशन और दोहराव वाला उपयोग
- व्यापारी स्टिकीनेस और चर्न (छोड़ने की दर)
- 12/24 महीनों में कोहोर्ट व्यवहार
- ARPU (प्रति उपयोगकर्ता औसत राजस्व) और इसकी वृद्धि

यदि उपयोगकर्ता दोहराव नहीं दिखाते, तो DRHP में स्पष्ट रूप से बताना होगा कि क्यों और कंपनी इसे कैसे सुधार रही है।

टिप: सिर्फ़ उपयोगकर्ता संख्या मायने नहीं रखती। जो उपयोगकर्ता बने रहते हैं, वही असली मूल्य हैं।



3. फिनटेक डिस्कलोजर का नया केंद्र: जोखिम मॉडल

यह वह सेक्टर है जहाँ SEBI अब बेहद सख्त हो गई है।

DRHP में शामिल होना चाहिए:

▪ **अंडरराइटिंग फ्रेमवर्क** — (नियम आधारित, ML मॉडल, या हाइब्रिड?)

▪ **डेटा सोर्स** — AA, GST, ब्यूरो, डिवाइस सिग्नल, बैंकिंग फ्लो

▪ डिफॉल्ट ट्रिगर्स और प्रारंभिक चेतावनी संकेत

▪ रिस्क स्कोरिंग मेट्रोलॉजी, जिसे बोर्ड ने समीक्षा की हो

यदि निर्णय लेने में AI/ML का इस्तेमाल होता है, तो SEBI चाहता है:

▪ मॉडल की अस्पष्टता vs मानव हस्तक्षेप

▪ एल्गोरिदमिक बायस टेस्टिंग

▪ फ्रॉड डिटेक्शन सिस्टम

▪ **मॉडल को पुनः** ट्रेन करने की प्रक्रिया

टिप: SEBI को फैशन वाले शब्द नहीं भाते, ऑडिट ट्रेल और पारदर्शिता ही प्रभावित करती है।

4. लेंडिंग और NPA डिस्कलोजर — 2026 के फिनटेक DRHP का मूल

डिजिटल लेंडर्स के लिए यह सेक्शन सबसे महत्वपूर्ण होता है।

DRHP में यह खुलासा अनिवार्य है:

▪ GNPA, NNPA और 30-90 dpd बकेट्स

▪ राइट-ऑफ्स vs रिकवरेस

▪ प्रोडक्ट के हिसाब से डिफॉल्ट रेट्स

▪ कलेक्शन इंफ्रास्ट्रक्चर

▪ अगले 3 साल के लिए क्रेडिट कॉस्ट प्रोजेक्शन



SEBI खास ध्यान देती है:

✓ विकास क्रेडिट-नेतृत्व वाला है या गुणवत्ता-नेतृत्व वाला

✓ रिटर्न्स मजबूत अंडरराइटिंग पर निर्भर हैं या आक्रामक डिस्बर्सल पर

हाई GLP और कमजोर कोहोर्ट क्वालिटी वाली फिनटेक पब्लिक निवेशकों को मनाना मुश्किल पाएगी।

5. CAC, LTV और यूनिट इकॉनॉमिक्स: आँकड़े वास्तविकता से मेल खाने चाहिए

अब SEBI चाहती है:

▪ ग्राहक प्राप्ति लागत (CAC) के रुझान — (YoY/QoQ)

▪ प्रति उपयोगकर्ता ब्रेक-ईवन महीनों की संख्या

▪ LTV/CAC अनुपात, वास्तविक कोहोर्ट के साथ समझाया हुआ

▪ मार्केटिंग खर्च vs ऑर्गेनिक यूजर वृद्धि

▪ विभिन्न विकास दरों के तहत पैबैक पीरियड

यदि CAC घट रहा है, तो DRHP में स्पष्ट रूप से बताना होगा कि क्यों, सिर्फ दावा करना काफी नहीं।

टिप: निवेशक यह देखना चाहते हैं कि मुनाफा अस्थायी नहीं, बल्कि स्थायी है।

6. अनुपालन और RBI संरेखण — गैर-वार्तालापीय

SEBI फिनटेक के DRHP की जांच RBI के रिकॉर्ड के साथ मिलाकर जाँचती है।

संस्थापकों को खुलासा करना चाहिए:

▪ सभी शी-कॉज़ नोटिस, नियामक चेतावनियाँ, अनुपालन अंतर

▪ डेटा प्राइवैसी फ्रेमवर्क और RBI डिजिटल लेंडिंग पालन

▪ शिकायत निवारण समयसीमा और एस्केलेशन मैट्रिक्स

▪ बोर्ड स्वीकृत जोखिम नीतियाँ

अनुपालन अनुशासन वाली फिनटेक को वैल्यूएशन प्रीमियम मिलता है। नियमों में अड़चन वाली फिनटेक निवेशकों में सतर्कता पैदा करती है।



7. डेटा और साइबर सुरक्षा — अब DRHP का अनिवार्य हिस्सा

2026 के DRHP फॉर्मेट में अब अनिवार्य रूप से शामिल होना चाहिए:

- एन्क्रिप्शन प्रैक्टिसेज
- डेटा रिटेंशन पॉलिसी
- डेटा ब्रीच का इतिहास (यदि कोई हो)
- 24x7 साइबर इंसीडेंट रिस्पॉन्स सिस्टम
- थर्ड-पार्टी API जोखिम मॉनिटरिंग

क्यों जरूरी है?

क्योंकि फिनटेक कंटेंट नहीं, पैसे संभालती है।

नोट: SEBI यह प्रमाण देखना चाहती है कि सिस्टम हाई वॉल्यूम, उतार-चढ़ाव और साइबर हमलों के दौरान भी सुरक्षित रहेंगे।

8. राजस्व की गुणवत्ता > राजस्व का आकार

₹2,000 करोड़ का राजस्व रखने वाली फिनटेक, जिसके पास लाभ-प्रदता का स्पष्ट रास्ता नहीं, उस फिनटेक से ज्यादा जोखिम भरी होती है, जिसका राजस्व ₹400 करोड़ है, लेकिन LTV/CAC अनुशासन साफ़ और प्रमाणित है।

मेट्रिक	SEBI का फोकस
GLP / AUM	तेजी नहीं, स्थिरता
टेक रेट	लंबे समय तक टिकाऊ?
बर्न रेट	समय के साथ कम हो रहा है?
प्रोफिटेबिलिटी	विश्वसनीय टाइमलाइन?

निवेशकों को सिर्फ़ बड़े नंबर नहीं चाहिए — उन्हें स्थिर, लाभदायक और टिकाऊ अर्थशास्त्र चाहिए।

9. भविष्य की दिशा और रोडमैप — बढ़ा-चढ़ाकर किए गए अनुमान नहीं चलेंगे

5 साल में “चाँद पर पहुँचने” जैसी ओवर-एंबिशस प्रोजेक्शन्स का दौर खत्म हो चुका है। अब SEBI यथार्थवादी, डेटा आधारित और जमीन से जुड़े मार्गदर्शन की उम्मीद करता है।

DRHP में स्पष्ट होना चाहिए:

- प्रोफिटेबिलिटी तक पहुँचने का स्पष्ट रास्ता
- नए प्रोडक्ट जोड़ने की योजना

- जोखिम को ध्यान में रखकर तैयार किए गए वृद्धि ग्राफ
 - डाउनसाइड परिस्थितियों के स्ट्रेस-टेस्ट परिणाम
- आत्मविश्वास ठीक है, लेकिन अंधविश्वास नहीं।

10. 2026 में एक शानदार फिनटेक DRHP कैसा होना चाहिए

ईमानदार — अधिक बेचने का दिखावा नहीं

संतुलित — आंकड़ों को बढ़ा-चढ़ाकर पेश न करना

डेटा-सपोर्टेड — फैशन वाले शब्दों से भरा नहीं

पारदर्शी — सिर्फ़ अच्छे पहलुओं को दिखाना नहीं

अगर कोई संस्थापक DRHP किसी अजनबी को 10 मिनट में दे और वो बिज़नेस मॉडल को समझ जाए, तो कंपनी वास्तव में IPO के लिए तैयार है।

संस्थापकों के लिए अंतिम संदेश:

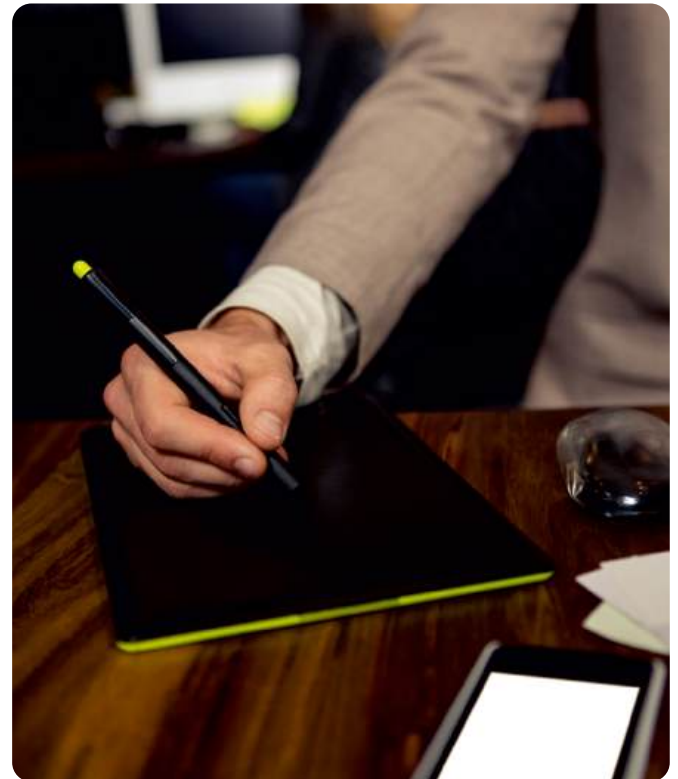
फिनटेक IPO केवल फंडरेज नहीं, यह डिस्कलोज़र इवेंट है।

SEBI सिद्धि नहीं,

बल्कि स्पष्टता, स्पष्टता और स्पष्टता चाहती है।

अगर आपका बिज़नेस वास्तविक, सुरक्षित, अनुपालन में और स्केलेबल है, तो आपका DRHP इसे खुलकर, सरलता से और आत्मविश्वास के साथ दर्शाए।

यही SEBI 2026 में चाहती है।



अंतिम शब्द

"भारत का फिनटेक दौर शुरू हो चुका है और IPO बाज़ार इसे परिभाषित करेगा।"

भारत एक नए आर्थिक दौर में प्रवेश कर रहा है, जिसे सिर्फ डिजिटल टेक्नोलॉजी ही नहीं, बल्कि फिनटेक का उदय आकार दे रहा है। फिनटेक अब हमारे वित्तीय सिस्टम, रोज़मर्रा के लेन-देन और लंबी अवधि में पूँजी जुटाने की नींव बन चुका है। पिछले कुछ सालों में, फिनटेक एक प्रायोगिक क्षेत्र से निकलकर भारत की अर्थव्यवस्था का एक मज़बूत, विनियमित और अत्यधिक विश्वसनीय हिस्सा बन गया है और अब, यह सेक्टर IPO बाज़ारों में अपनी सबसे मज़बूत अभिव्यक्ति पा रहा है।

टेक्नोलॉजी से जुड़ी वित्तीय कंपनियों का पब्लिक में लिस्ट होना अब कोई अनोखी बात नहीं रही। यह एक लगातार चलने वाला आंदोलन बन गया है, जो दिखाता है कि भारत न सिर्फ विश्व स्तरीय वित्तीय टेक्नोलॉजी बना रहा है, बल्कि इन कंपनियों को वैश्विक मानकों के सुशासन, पारदर्शिता और लंबी अवधि के प्रदर्शन के लिए भी तैयार कर रहा है। जैसे-जैसे और फिनटेक कंपनियाँ पब्लिक मार्केट्स में कदम रख रही हैं, भारत वित्तीय समावेशन, निवेशकों की भागीदारी और डिजिटल-फर्स्ट आर्थिक विकास के लिए एक नया बेंचमार्क स्थापित कर रहा है।

इस पल को ऐतिहासिक क्या बनाता है? सिर्फ फिनटेक IPO की संख्या नहीं, बल्कि इसका प्रभाव (Impact):

वैल्यूएक के जरिए लाखों नए निवेशक बाज़ारों में आ रहे हैं।

लेंडिंगटेक MSME की ग्रोथ को शक्ति दे रहा है।

पे-टेक भारत की रोज़मर्रा की अर्थव्यवस्था को चला रहा है।

इंश्योरटेक और रेगटेक भरोसा और सुरक्षा को मज़बूत कर रहे हैं।

नियोबैंक्स पैसे के साथ इंटरैक्ट करने के तरीके को फिर से परिभाषित कर रहे हैं।

यह सभी सेक्टर मिलकर एक अभिनव, पारदर्शी और विश्व स्तर पर प्रतिस्पर्धी वित्तीय इकोसिस्टम बना रहे हैं। आज हम जो गति देख रहे हैं, वह सिर्फ शुरुआत है। मज़बूत नियामक ढाँचे, बढ़ते निवेशक विश्वास और फिनटेक-आधारित बिज़नेस की गहरी पाइपलाइन के साथ, भारत एक ऐसी वित्तीय सदी की नींव रख रहा है जो टेक्नोलॉजी और पूँजी-बाज़ार की मज़बूती से परिभाषित होगी।

IPO बाज़ार न सिर्फ इस सदी का समर्थन करेगा, बल्कि यह इसे आकार देगा, तेज़ करेगा और इसे वैश्विक पहचान दिलाएगा।

भारत का फिनटेक युग आ चुका है।

अगला दशक दुनिया को दिखाएगा कि यह कहानी कितनी बड़ी हो सकती है।



हमारे बारे में

IPO World – संकल्प और सफ़र

हम, IPO World, एक बहुत ही आसान लेकिन ज़बरदस्त इरादे के साथ आपके बीच आए हैं—हमारा मिशन है कि कैपिटल मार्किट तक पहुँचना हर उस इंसान के लिए आसान, सच्चा और सशक्त बन जाए जो खुद का बिज़नेस खड़ा करने का सपना देखता है।

हमने बस एक ही भरोसे से अपनी शुरुआत की: IPO का सफ़र सिर्फ़ बड़ी-बड़ी कंपनियों या पैसे वाले लोगों की जागीर नहीं होना चाहिए, बल्कि यह सबका हक़ है। भारत जैसी तेज़ी से बढ़ती अर्थव्यवस्था में, चाहे कोई स्टार्टअप का मालिक हो, पारिवारिक बिज़नेस चलाता हो, छोटा-मोटा व्यापारी (MSME) हो, या महिला उद्यमी हो—उन सभी को पब्लिक मार्किट के ज़रिए आगे बढ़ने का बराबर मौक़ा मिलना चाहिए।

IPO World इसी दूरी को ख़त्म करने के लिए है। हम IPO और फंडिंग के उलझे हुए प्रोसेस को साफ़-सुथरी और काम आने वाली जानकारी में बदल देते हैं। अगर आप अपनी पहली लिस्टिंग के बारे में सोच रहे हैं, IPO से पहले पैसे जुटाना चाहते हैं, या बस यह सीखना चाहते हैं कि शेयर बाज़ार काम कैसे करता है, तो हम आपके भरोसेमंद साथी हैं।

हमारी पत्रिका, सीखने-सिखाने के प्रोग्राम, एक्सपर्ट्स वेबिनार और सीधी सलाह के ज़रिए एक ऐसा प्लेटफ़ॉर्म बना रहा है जो भारत के बदलते बाज़ार में ईमानदारी, वित्तीय समझ और ग्रोथ को सपोर्ट करता है।

इवेंट्स और वेबिनार्स

हम साल भर फाउंडर-फोकस्ड इवेंट्स, शैक्षिक वेबिनार्स और एक्सपर्ट वर्कशॉप्स आयोजित करते हैं, जिनमें शामिल हैं:

- IPO क्लीनिक्स – DRHP तैयारी, लिस्टिंग स्ट्रैटेजी और मार्केट रेडिनेस पर इंटरैक्टिव वेबिनार्स
- सेक्टर डीप-डाइव्स – टेक, EVs, इन्फ्रा, कंज्यूमर ब्रांड्स और दूसरे सेक्टरों में IPO ट्रेड्स को डिकोड करने वाले पैनल डिस्कशंस
- इन्वेस्टर कनेक्ट्स – फाउंडर्स को VCs, एंकर निवेशकों और मर्चेन्ट बैंकरों से जोड़ने वाले क्यूरेटेड सेशंस
- मास्टरक्लासेस – लीगल कम्प्लायंस, वैल्यूएशन स्ट्रैटेजीज़ और गवर्नेंस बेस्ट प्रैक्टिसेज पर डिटेल्ड वर्कशॉप्स

आगामी घोषणाओं के लिए हमारे साथ जुड़े रहें: www.indiaipo.in

अपने बिज़नेस के लिए IPO परामर्श बुक करें

आत्मविश्वास के साथ अपनी कंपनी को पब्लिक बनाएँ

क्या आप अपनी कंपनी को IPO के ज़रिए शेयर बाज़ार में लाने की सोच रहे हैं? यह किसी भी संस्थापक के लिए एक बहुत बड़ा फ़ैसला होता है! चाहे आप एक छोटी MSME हों, तेज़ी से बढ़ती हुई स्टार्टअप हों, या एक पुरानी और स्थापित कंपनी – पब्लिक में जाने के लिए सही प्लानिंग, क़ानूनी तैयारी, सही समय और शानदार स्ट्रैटेजी की ज़रूरत होती है। India IPO में, हम इस पूरे सफ़र में हर कदम पर, सरल तरीके से और पूरी जानकारी के साथ, आपकी मदद करते हैं।

हमारी सेवाएँ

सम्पूर्ण IPO मार्गदर्शन: कंपनी IPO के लिए तैयार है या नहीं, यह जानने से लेकर क़ानूनी दस्तावेज़ (DRHP) बनाने और लिस्टिंग की पूरी तैयारी तक।

मूल्यांकन से वित्तीय तैयारी तक: हम आपकी कंपनी को ऐसा बनाते हैं कि निवेशक उसमें पैसा लगाने के लिए तैयार हों।

सेबी एवं रेगुलेटरी सहायता: नए नियमों के हिसाब से आपकी कंपनी की पूरी तैयारी करवाते हैं, ताकि कोई परेशानी न हो।

IPO डॉक्यूमेंटेशन सहायता: DRHP, डिस्कलोज़र, भविष्य की योजनाएँ और कंपनी चलाने के नियम तैयार करने में मदद।

फ़ाउंडर को सलाह और ट्रेनिंग: बाज़ार आपसे क्या उम्मीद रखता है, यह हम आपको समझाएँगे।

लिस्टिंग की रणनीति और इन्वेस्टर से मिलना: एंकर इन्वेस्टर्स, एनालिस्ट और लिस्टिंग के बाद का पूरा सपोर्ट।

हमें ही क्यों चुनें?

- अनुभवी टीम जो कई SME और मेनबोर्ड लिस्टिंग संभाल चुकी है
- संस्थापकों के लिए हमारी गाइडेंस एकदम आसान, व्यावहारिक और स्ट्रक्चर्ड है
- टेक, फ़िनटेक, मैन्युफैक्चरिंग, सर्विस और MSME के लिए खास रणनीतियाँ
- पारदर्शी प्राइसिंग, भरोसेमंद सपोर्ट और पूरी गोपनीयता

क्या आप अपने IPO की यात्रा शुरू करने के लिए तैयार हैं?

आपकी कंपनी में संभावनाएँ हैं।

हम आपकी मदद करेंगे इसे सार्वजनिक बाजारों तक पहुंचाने में— सहज और आत्मविश्वास के साथ।

कॉल/व्हाट्सएप: +91 96509 82781

ईमेल: info@indiaipo.in

विज़िट करें: www.indiaipo.in

सब्सक्राइब करें – IPO World Magazine

भारत के IPO परिदृश्य को सरलता से समझें

IPO World भारत की सबसे तेज़ी से बढ़ती मैगज़ीन है, संस्थापकों, निवेशकों, स्टार्टअप लीडर्स और उन सभी के लिए जो भारत के कैपिटल मार्किट्स का भविष्य समझना चाहते हैं।

हर संस्करण में आपको मिलेंगे गहन जानकारी, स्पष्ट विश्लेषण और व्यावहारिक मार्गदर्शन—सब कुछ सरल और स्पष्ट भाषा में।।

क्यों सब्सक्राइब करें?

- खास IPO रिसर्च और रिपोर्ट
- **सेक्टर वॉच:** फिनटेक, टेक, BFSI, मैन्युफैक्चरिंग और बहुत कुछ
- **फाउंडर मास्टरक्लास:** India IPO की स्पेशल कोचिंग सीरीज़
- मार्केट ट्रेन्ड्स, वैल्यूएशन और लिस्टिंग एनालिसिस
- SEBI नियम, DRHP, कंप्लायंस और फंडिंग पर आसान गाइड
- मासिक IPO कैलेंडर + निवेश सलाह
- फाउंडर्स और कंपनियों की सफलता की कहानियाँ
- स्पेशल फीचर्स जो कहीं और नहीं मिलेंगे

किसके लिए उपयुक्त

- फाउंडर्स, एंटरप्रेन्योर और बिज़नेसमेन जो IPO की योजना बना रहे हैं
- निवेशक और मार्केट के शौकीन
- CFO, CA फर्म्स और सलाहकार

- MBA छात्र और फाइनेंस सीखने वाले
- स्टार्टअप और बिज़नेस समुदाय

सब्सक्रिप्शन विकल्प:

फॉर्मेट

डिजिटल • प्रिंट • डिजिटल + प्रिंट

प्लान्स

मासिक

अपनी पसंदीदा फॉर्मेट में सरल मासिक एक्सेस

वार्षिक

पूरे साल का सब्सक्रिप्शन, खास बचत के साथ

मल्टी-ईयर

1 साल — 15% छूट

2 साल — 22% छूट

3 साल — 35% छूट

संगठनों के लिए

कॉर्पोरेट सब्सक्रिप्शन:

टीम, संस्थान और एंटरप्राइज के लिए कस्टम प्लान

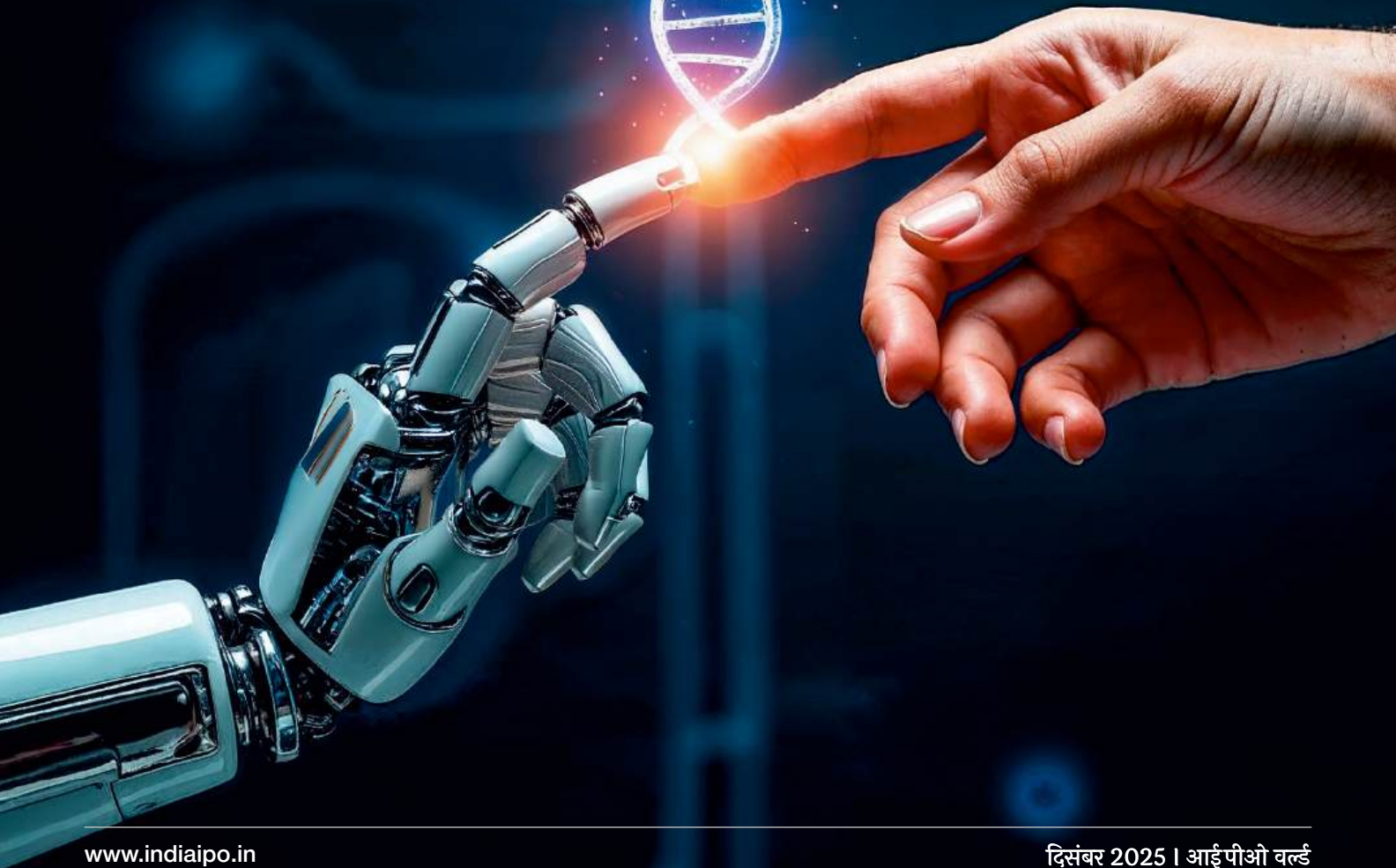
अभी सब्सक्राइब करें

हर महीने हजारों संस्थापक, विश्लेषक और पेशेवर IPO World पढ़ते हैं। स्मार्ट बनें। अपडेट रहें। आत्मविश्वास के साथ नेतृत्व करें।

सब्सक्राइब करें: www.ipoworld.org/subscribe



**“फिनटेक बैंकों
से मुकाबला नहीं कर रहा,
वह पैसे को नए सिरे
से गढ़ रहा है”**



संपर्क करें:



"IPO में हमारी विशेषज्ञता का पूरा लाभ उठाएँ और अपने व्यवसाय को सफलता की नई ऊँचाइयों तक ले जाएँ।"



सब्सक्राइब करें

मुख्य कार्यालय: 807-808, 8वीं मंज़िल, D-Mall, नेताजी सुभाष प्लेस, पीतमपुरा, दिल्ली – 110034

अस्वीकरण:

आईपीओ वर्ल्ड by India IPO में दी गई जानकारी केवल शैक्षिक और सूचनात्मक उद्देश्यों के लिए है। इसमें IPO, पूँजी बाजार और व्यवसाय से जुड़ी शोध-आधारित जानकारियाँ दी गई हैं। India IPO कोई सेबी-पंजीकृत सलाहकार नहीं है, इसलिए किसी भी निवेश या व्यावसायिक निर्णय से पहले लाइसेंस प्राप्त विशेषज्ञों से परामर्श ज़रूरी है। हमारी कोशिश होती है कि जानकारी सही और सटीक हो, लेकिन India IPO किसी भी निर्णय या कार्रवाई के परिणाम के लिए जिम्मेदार नहीं है। सभी ट्रेडमार्क, ब्रांड और कंपनी के नाम उनके वास्तविक मालिकों के हैं और केवल संपादकीय संदर्भ के लिए उपयोग किए गए हैं। बिना लिखित अनुमति के सामग्री की नकल, पुनरुत्पादन या साझा करना निषिद्ध है। सामग्री के गलत उपयोग या गलत प्रस्तुति की स्थिति में कानूनी कार्रवाई की जा सकती है।

अनुमति के लिए संपर्क करें: info@indiaipo.in