

महाराष्ट्र शासन



उद्योग संचालनालय



मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम CMEGP



उद्योजकता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम वाचन साहित्य

सर्वोत्कृष्टतेसाठी प्रशिक्षण

उद्योजकता विकास क्षेत्रात ३४ वर्षापासून कार्यरत संस्था

ध्येय (Mission)

जागतिक पातळीवर उद्योजकीय चैतन्य निर्मिती

दृष्टिकोन (Vission)

ग्राहकांचे समाधान केंद्रस्थानी ठेवून, संघटना व व्यक्ती यांच्या उद्योजकीय व व्यवस्थापकीय क्षमतेत वृद्धी होण्यासाठी, नविनतम तंत्रज्ञानाच्या वापराद्वारे नैतिक मूल्यांची जोपासना करत साह्यभूत ठरणे. कर्मचाऱ्यांचे हित व आकांक्षा जोपासत संस्था आत्मनिर्भर व विश्वात उत्कृष्ट संस्था म्हणून संबोधली जावी.

• ध्येय धोरणे •

- १) होतकरू व नवउद्योजकांचा शोध घेवून त्यांना प्रोत्साहन देणे तसेच प्रशिक्षणाद्वारे यशस्वी उद्योजक घडविणे.
- २) राज्यात उद्योजकतेचा प्रचार व प्रसार करणे. ३) उद्योजकतेच्या क्षेत्रात संशोधन करणे.
- ४) उद्योजकतेशी निगडीत सल्ला सेवा, ट्रेनिंग सेंटर, तांत्रिक वर्कशॉप, इंडस्ट्रियल क्लिनिक, निर्मिती केंद्र सुरू करणे.
- ५) उद्योजकतेच्या क्षेत्रातील माहिती / ज्ञानाचे आदान-प्रदान. ६) संस्थाना प्रशिक्षण गरजांविषयी सहकार्य करणे.
- ७) उद्योजकतेशी निगडीत नियतकालिके/प्रकाशने प्रकाशित करणे.

संस्थेचे प्रमुख उपक्रम

- १) उद्योजकता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम (EDP)
- २) स्वयंरोजगार विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम (DPSE)
- ३) व्यवसाय प्रशिक्षण मार्गदर्शन कार्यक्रम (VTP)
- ४) उद्योजकता परिचय कार्यक्रम (EAP)
- ५) व्याख्याते प्रशिक्षण कार्यक्रम (FDP)
- ६) प्रेरक प्रशिक्षक प्रशिक्षण कार्यक्रम (TTP)
- ७) पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रमा अंतर्गत व्यवसाय व्यवस्थापन प्रशिक्षण कार्यक्रम (PMEG)
- ८) व्यवस्थापन विकास कार्यक्रम/संस्था विकास कार्यक्रम
- ९) उद्योजक मासिक
- १०) माहिती तंत्रज्ञानावर आधारित उद्योजकता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम

उपलब्ध प्रशिक्षणाच्या पायाभूत सुविधा

- १) सुसज्ज प्रशिक्षण हॉल
- २) प्रशिक्षणाच्या अत्याधुनिक सुविधा.
- ३) सुसज्ज असे निवासी बस्तीगृह.
- ४) माहितीने परिपूर्ण असे ग्रंथालय.
- ५) उपहारगृहाची सुविधा.
- ६) इंटरनेट, व्हिडिओ कॉन्फरन्सींग सारख्या अत्याधुनिक सुविधा उपलब्ध.
- ७) स्वतःचे वेब पोर्टल कार्यान्वीत.
- ८) तज्ज्ञ मनुष्यबळ व प्रशिक्षित प्रेरक प्रशिक्षकांचा समूह.
- ९) ११ विशेष कक्ष (सेंटर), ८ विभागीय कार्यालये व प्रत्येक जिल्ह्यात प्रेरक प्रशिक्षकाची उपलब्धता.
- १०) उद्योजकतेच्या क्षेत्रातील राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील संस्थांशी समन्वय.

प्रशिक्षणाच्या गरज पूर्तीसाठी संपर्क साधा.



मा. कार्यकारी संचालक

महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र

अ-३८, एम.आय.डी.सी. रेल्वे स्टेशन औरंगाबाद-४३१ ००५.

Email : executivedirectormced3@gmail.com
udyojakmagazine2@gmail.com
Portal : www.mced.co.in

उद्योजकीय मन घडविणारे मासिक

उद्योजक

Visit us @ <http://www.mced.co.in>

मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम-१ लाख सूक्ष्म व लघुउद्योगातून १० लाख रोजगारांच्या निर्मितीचे लक्ष्य

औद्योगिक गुंतवणुकीमध्ये महाराष्ट्र राज्य अग्रेसर असून देशातील थेट परकीय गुंतवणुकीच्या ५० टक्के गुंतवणूक राज्यात आहे. देशाची ५ ट्रिलियन डॉलरची अर्थव्यवस्था बनवण्याचे पंतप्रधान नरेंद्र मोदी यांचे स्वप्न साकारण्यासाठी राज्य खंबीर पाऊले टाकत आहे. सद्यस्थितीत कार्यरत असलेल्या प्रधानमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (पीएमईजीपी) या केंद्र शासनाच्या स्वयंरोजगार प्रोत्साहन योजनेच्या धर्तीवर राज्याचे नैसर्गिक साधन संपत्ती व अंगभूत क्षमता विचारात घेऊन तसेच राज्याची महत्त्वाकांक्षी अशी स्वतंत्र 'मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम योजना उद्योग विभागाचे पुढाकाराने सन २०१९-२० पासून राज्यात कार्यान्वित करण्यात आली असून सदरील योजनेला खूप चांगला प्रतिसाद मिळत आहे.

महाराष्ट्रातील सुशिक्षित तरुण-तरुणींची वाढती संख्या लक्षात घेऊन, त्यांच्यासाठी रोजगार आणि स्वयंरोजगाराची संधी देण्यासाठी 'मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम' (सीएमईजीपी) ही राज्यस्तरीय योजना आखण्यात आली असून यामध्ये बेरोजगारांना स्वयंरोजगार निर्माण करण्यासाठी १० ते ५० लाखांपर्यंत कर्ज मंजूर केले जात असून कर्जाची हम राज्य सरकार घेत आहे.

राज्यातील युवक-युवतींना स्वयंपूर्ण आत्मनिर्भर बनविण्यासाठी, त्यांचे स्वयंरोजगार प्रकल्प राज्य शासनाच्या आर्थिक साहाय्यातून सुलभतेने स्थापित होऊन पुढील पाच वर्षात सुमारे १ लाख सूक्ष्म, लघु उपक्रम स्थापित होणे व त्या माध्यमातून एकूण १० लाख रोजगार संधी राज्यात उपलब्ध होणे हे प्रमुख उद्दिष्ट आहे.

कायदेशीरररीत्या पात्र असणारे उत्पादन, सेवा उद्योग, कृषिपूरक व्यवसाय, कृषीवर आधारित उद्योग, ई-वाहतूक व त्यावर आधारित व्यवसाय, एकाच नाममुद्रेवर (ब्रॅण्ड) आधारित संघटित साखळी

विक्री केंद्रे, फिरते विक्री केंद्र / खाद्यान्न केंद्र इत्यादी घटक कार्यक्रमांतर्गत पात्र असतील. लाभार्थी स्थानिक रहिवासी ज्यांचे वय १८ वर्षे पूर्ण, अधिकतम मर्यादा ४५ वर्षे (अनुसूचित जाती / जमाती / महिला / अपंग / माजी सैनिक यांच्यासाठी ५ वर्षे शिथिल) पात्र राहतील. उपरोक्तप्रमाणे पात्रता धारण करणारे वैयक्तिक मालकी, भागीदारी, वित्तीय संस्थांनी मान्यता दिलेले बचत गट पात्र राहतील. रुपये १० लाखांवरील प्रकल्पासाठी ७ वी उत्तीर्ण व रु. २५ लाखांवरील प्रकल्पासाठी १० वी उत्तीर्ण असावा.

एका कुटुंबातील एकाच व्यक्तीस कार्यक्रमाचा लाभ घेता येईल. कुटुंबाची व्याख्या ही पती, पत्नी अशी असेल. अर्जदार व्यक्तीने प्रधानमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (पीएमईजीपी) अथवा तत्सम केंद्र अथवा राज्य शासनाच्या अन्य विभागांकडील / महामंडळांकडील अनुदानावर आधारित स्वयंरोजगार योजनेचा लाभ घेतलेला नसावा. पात्र उद्योग / व्यवसायांतर्गत प्रकल्प किंमत कमाल मर्यादा सेवा उद्योग तसेच कृषि पूरक उद्योग / व्यवसायांसाठी रुपये २०.०० लाख व उत्पादन प्रकाराच्या प्रवर्गातील प्रकल्पासाठी

प्रकल्प किंमत मर्यादा रु.५०.०० लाख राहिल. प्रकल्प खर्चाचे वर्गीकरणामध्ये बँक कर्ज ६० टक्के ते ७५ टक्के, अर्जदाराचे स्वभाग भांडवल ५ टक्के ते १० टक्के, शासनाचे आर्थिक साहाय्य अनुदान स्वरूपात (मार्जिन मनी) १५ टक्के ते ३५ टक्के राहिल.

'मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम' अंमलबजावणीसाठी प्रमुख अंमलबजावणी संस्था (नोडल संस्था) म्हणून उद्योग विभागाच्या अधिपत्याखालील उद्योग संचालनालय, मुंबई कार्य करत आहे तसेच कार्यक्रम अंमलबजावणी संस्था म्हणून उद्योग विभागाच्या अधिपत्याखालील उद्योग संचालनालयाच्या अंतर्गत कार्यरत जिल्हा उद्योग केंद्र तसेच खादी व ग्रामोद्योग मंडळ यांच्या अंतर्गत कार्यरत



जिल्हा खादी व ग्रामोद्योग कार्यालय कार्यक्रम अंमलबजावणीसाठी काम करित आहे. 'मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम' अंतर्गत सहयोगी संस्था म्हणून बँका, नोडल बँक, उद्योजकीय प्रशिक्षण संस्था, ऑनलाईन प्रक्रियेसाठी साहाय्यभूत संस्था, अंमलबजावणी संस्था, केंद्र शासनाच्या संस्था यांचे साहाय्य घेण्यात येईल.

मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम अंतर्गत कर्ज प्रस्ताव जिल्हा कार्यबल समितीच्या मंजूरीने संबंधित बँकांकडे कर्ज मंजूरीसाठी शिफारस करण्यात येईल. सरकारी बँका, तसेच खासगी क्षेत्रातील शेड्युल्ड बँका, एचडीएफसी बँक, आयसीआयसीआय बँक इत्यादी प्रमुख बँका सहयोगी संस्था म्हणून कार्यरत राहतील. सदर बँकांमार्फत जिल्हा कार्यबल समितीकडून शिफारस करण्यात आलेल्या कर्ज प्रस्तावांवर कार्यक्रमाचे निकष विचारात घेऊन कर्ज मंजूरीबाबत निर्णय घेण्यात येईल. कर्ज मंजूरीअंती निश्चित केलेल्या प्रकल्प किमतीच्या अनुषंगाने कार्यक्रमातील तरतुदीप्रमाणे राज्य शासनाचे अनुदान (मार्जिन मनी) दावे (क्लेम) संबंधित बँक शाखा सादर करेल. सादर क्लेमची आवश्यक छाननी करून उद्योग संचालनालयांतर्गत 'विशेष कक्षामार्फत राज्य शासनाचे अनुदान संबंधित बँक शाखेत नोडल बँकेद्वारे जमा होईल.

मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रमाची सुलभ अंमलबजावणी होण्याच्या दृष्टीने कर्ज प्रस्तावापासून अनुदान वितरणापर्यंत सर्व प्रक्रिया ऑनलाईन पद्धतीने करण्याचे नियोजन करण्यात आलेले आहे. यासाठी उद्योग संचालनालयाच्या संनियंत्रणाखाली महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र (एमसीईडी) या संस्थेच्या सहयोगातून उद्योग संचालनालयांतर्गत - विशेष आयटी व समन्वयक कक्ष स्थापन करण्यात आला असून या कक्षामार्फत या कार्यक्रमाच्या पोर्टलचे निर्माण, देखरेख व दुरुस्ती, डेटा बेस व एमआयएस सादरीकरण, मार्जिन मनी दावे व तत्संबंधी ताळमेळ, राज्यातील सर्व बँक शाखा व नोडल बँक, अंमलबजावणी संस्था यांच्यामध्ये समन्वयन करणे, वेळोवेळी प्रगती अहवाल व आढावा संनियंत्रण समितींना सादर करणे इत्यादी कामकाज करेल. मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम केंद्र शासनाच्या प्रधानमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रमाच्या धर्तीवर अंमलात येत असल्याने प्रधानमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रमासाठी नोडल संस्था म्हणून यशस्वीपणे कामकाज करणारी केंद्र शासनाच्या अखत्यारीतील कार्यरत खादी व ग्रामोद्योग आयोग (केव्हीआयसी) या संस्थेचे ऑनलाईन प्रक्रिया, पोर्टल व

प्रशासकीय कामकाजातील अनुभव विचारात घेऊन केव्हीआयसी संस्था ही सीएमईजीपी योजनेसाठी मार्गदर्शन संस्था म्हणून सहयोग देईल.

मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रमाच्या अंतर्गत उत्कृष्ट उपलब्धी होण्याच्या दृष्टीने कर्ज प्रस्ताव मंजूर झालेल्या प्रकरणांमध्ये लाभार्थीचे एक व दोन आठवडे कालावधीचे निवासी / ऑनलाईन उद्योजकीय प्रशिक्षण अनिवार्य असून राज्यात उद्योजकता प्रशिक्षण कार्यक्रम देणाऱ्या महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र (एमसीईडी) व मिटकॉन यांच्या सहयोगाने प्रशिक्षण आयोजित करण्यात येईल. महाराष्ट्राचे औद्योगिक क्षेत्रामधले अग्रस्थान अढळ राहावे तसेच राज्यामध्ये मोठ्या प्रमाणावर गुंतवणूक येऊन रोजगाराच्या मोठ्या संधी उपलब्ध व्हाव्यात म्हणून महाराष्ट्र राज्याने नुकतेच नवीन औद्योगिक धोरण २०१९ जाहीर केले आहे. डिजिटल इकॉनॉमी व चौथ्या औद्योगिक क्रांतीला चालना देऊन प्रचंड रोजगार निर्मितीसह, व्यवसाय सुलभीकरणासह पायाभूत सुविधांमधील सार्वजनिक गुंतवणुकीमधील वृद्धी तसेच कृषी प्रक्रिया उद्योगांना चालना देऊन शेतीवर आधारित कामगारांच्या सहभागासह ग्रामीण वृद्धी / विकास कामावर लक्ष केंद्रित करून राज्याची अर्थव्यवस्था गतिमान करण्यात येईल. 'मेक इन इंडिया', 'मॅग्नेटिक महाराष्ट्र' हा एक विश्वासू आणि प्रभावी ब्रँड म्हणून औद्योगिक गुंतवणुकीसाठी प्रचलित होत असून महाराष्ट्र हे गुंतवणुकीसाठी व तंत्रज्ञानासाठी जगातील मोठे केंद्र बनण्यासाठी मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (सीएमईजीपी) पूरक ठरणार आहे.

मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (सीएमईजीपी) योजनेंतर्गत कर्ज प्रस्ताव मंजूर झालेल्या व उद्योजकता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रमात सहभागी होणाऱ्या प्रशिक्षणार्थींना हे पुस्तक दिशादर्शक म्हणून काम करेल. उद्योगाच्या पुढील वाटचालीस मनपूर्वक शुभेच्छा मनःपूर्वक !!!

विकास आयुक्त (उद्योग), भा.प्र.से.
उद्योग संचालनालय, महाराष्ट्र शासन

अनुक्रमाणिका

अ.क्र.	विषय	पृष्ठ क्र.
१.	१.१ महाराष्ट्रातील उद्योजकता १.२ उद्योजकता विकास काळाची गरज १.३ उद्योजकता विकासात उद्योग संचालनालयाची भूमिका	४ ते ७
२.	उद्योग यशस्वीतेसाठी अभिप्रेरणा	८ ते ९
३.	३.१ स्वोट अॅनालिसिस (SWOT Analysis) ३.२ उद्योजकीय गुणसंपदा ३.३ उद्योजकीय व्यक्तिमत्व विकास ३.४ संवाद कौशल्य	१० ते १४
४.	वेळेचे नियोजन व कार्यप्राधान्यक्रम ठरविणे	१५ ते १६
५.	उद्योग उभारणीचे टप्पे	१७ ते १८
६.	उद्योग संधीशोध तंत्र व उद्योग संधी	१९ ते २१
७.	बाजारपेठ सर्वेक्षण व विश्लेषण	२१ ते २२
८.	उद्योगाचे व्यवस्थापन ८.१ खरेदीचे व्यवस्थापन ८.२ उत्पादन व्यवस्थापन ८.३ वित्त व्यवस्थापन ८.४ मनुष्यबळाचे व्यवस्थापन ८.५ विक्री व विपणन व्यवस्थापन	२३ ते ३०
९.	प्रकल्प अहवाल तयार करणे	३१ ते ३३
१०.	डिजिटल मार्केटिंग	३४ ते ३५
११.	वस्तू आणि सेवा कर (GST)	३६ ते ३८
१२.	उद्यम नोंदणी	३९ ते ४०
१३.	उद्योग विकासाशी संबंधित शासकीय योजना व धोरणे	४१ ते ४३

१.१ महाराष्ट्रातील उद्योजकता

उद्योजकता ही देशाची संपत्ती असते आणि अनेक तरुणांच्यामध्ये उद्योजक प्रवृत्ती दडलेली असते. या प्रवृत्तीला प्रेरणा दिली तर त्या तरुणांमधून चांगला उद्योजक जन्माला येतो, जो पुढे चालून देशाच्या संपत्तीत भर घालू शकतो. उद्योजकतेची कक्षा नवीन उद्योगाच्या निर्मितीपुरतीच मर्यादित नाही, हे आता सर्वमान्य झाले आहे. व्यक्तिगत जोखिमेपुढे जाऊन एकटी व्यक्ती आणि संस्था अर्थव्यवस्थेच्या विकासात मुख्य भूमिका बजावताना सध्या दिसत आहेत. यामध्ये उत्तमोत्तम कल्पनांना जन्म सर्जनशील देणाऱ्या 'उद्योजकीय दृष्टिकोना' ला अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त झाले असून, शैक्षणिक संस्थांमध्ये या दृष्टिकोनाला आकार दिला जात आहे. उद्योजक कौशल्य विकसित करणे हे बेरोजगारीच्या नर्मूलनाचे सर्वोच्च तंत्र असल्याचे समोर येत आहे. हे कौशल्य केवळ वैयक्तिक विकासात मदत करत नाही, तर ते स्वयंवास्तविकता म्हणूनही कार्य करते. नवीन उद्योगनिर्मितीत दोन गोष्टी निश्चितच घडतात, त्या म्हणजे वैयक्तिक स्वातंत्र्याची संधी व रोजगारनिर्मिती. किंबहुना यामुळेच उद्योजकता हे उत्कृष्ट करिअर क्षेत्र ठरत आहे.

महाराष्ट्र देशात उद्योजकता विकासात नेहमीच पहिला राहिला आहे. देशीपरदेशी गुंतवणूकदारांची महाराष्ट्र नेहमीच पहिली पसंती राहिली आहे. महाराष्ट्र हे अनेक दशकांतील भारताच्या विकासाचे प्रतिबिंब आहे. भारताच्या जीडीपीमध्ये सर्वात मोठा हातभार लावणारा, महाराष्ट्र हा देशाच्या आर्थिक विकासाच्या बाबतीत नेहमीच आघाडीवर राहिला आहे. जर भारताची वाढ आठ ट्यांनी झाली तर महाराष्ट्राची वाढ दहा टक्के होईल.

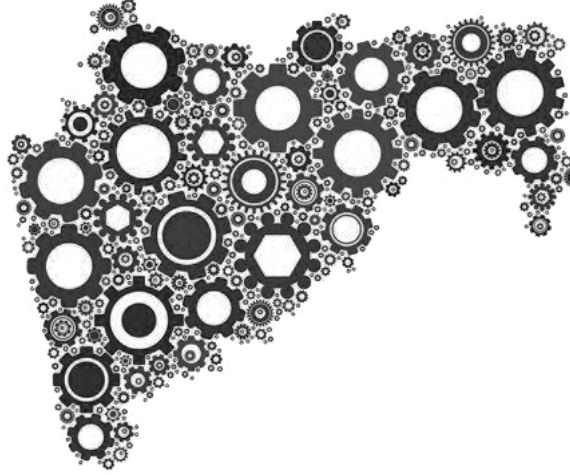
महाराष्ट्र ही अफाट संधींची भूमी आहे आणि जगभरातील गुंतवणूकदारांचे मनापासून स्वागत करते. उत्कृष्ट पायाभूत सुविधा, शक्ती, कुशल मनुष्यबळ आणि इतर संबंधित गोष्टी महाराष्ट्र राज्यात

मुबलक प्रमाणात उपलब्ध आहेत. राज्यात प्रत्येक क्षेत्रात गुंतवणूकीच्या मोठ्या संधी आहेत. राज्यात गुंतवणूक आणि रोजगार आकर्षित करण्याच्या उद्देशाने महाराष्ट्र शासनाने महाराष्ट्र उद्योग, व्यापार आणि गुंतवणूक सुलभता कक्ष (मैत्री)- वन स्टॉप शॉप सुरू केले आहे. या कक्षाने सरकारच्या नियामक होण्यापासून सरकारच्या भूमिकेस प्रतिबिंबित केले आहे.

G2B सेवा विद्यमान आणि संभाव्य गुंतवणूकदारांना त्यांच्या अस्तित्वात असलेल्या युनिटचा विस्तार करण्यासाठी किंवा राज्यात नवीन व्यवसाय युनिट स्थापण्याच्या संदर्भात एक त्रित माहिती मिळविण्यासाठी महाराष्ट्र उद्योग, व्यापार आणि गुंतवणूक सुलभता कक्ष (मैत्री)- वन स्टॉप शॉप उपलब्ध आहे.

खालील उदात्त हेतूने महाराष्ट्र उद्योग, व्यापार आणि गुंतवणूक सुलभता कक्ष (मैत्री) या संस्थेची निर्मिती करण्यात आली आहे.

- ▶ महाराष्ट्रात गुंतवणूकीस प्रोत्साहन देणे आणि व्यवसायातील भागीदारी सुलभ करणे.
- ▶ गुंतवणूकदारांना वेळेवर मान्यता आणि सेवा याची खात्री करून देणे.
- ▶ गुंतवणूक उभारण्यासाठी गुंतवणूकदारांना मदत करणे.
- ▶ वेब-आधारित पोर्टलचे व्यवस्थापन करणे.
- ▶ गुंतवणूकीशी संबंधित तक्रारी हाताळणे.
- ▶ व्यवसायिक उपक्रमांच्या सहजतेसाठी औद्योगिक संघटनांशी समन्वय ठेवणे.
- ▶ गुंतवणूकीशी संबंधित सर्व माहितीसाठी क्लिअरिंग हाऊस म्हणून कार्य करणे.
- ▶ माहितीचे सर्वसमावेशक भांडार म्हणून कार्य करणे.



१.२ उद्योजकता विकास काळाची गरज

उद्योजकतेची मानसिकता

आपल्या देशात औद्योगिकरणाला चालना देण्यासाठी अनेक प्रकारच्या योजना व धोरणे राबविण्यात आल्या, त्यांमध्ये भर खालील बाबींवर होता.

- ▶ उद्योगांना कर सवलती व भांडवली अनुदान
- ▶ स्वस्त दरांत मुलभूत सुविधा व सोयी
- ▶ मागासलेल्या भागात उद्योग काढण्यासाठी परवाना पद्धतीद्वारे सक्ती.
- ▶ शासना द्वारे मागासलेल्या भागात सार्वजनिक क्षेत्रातील प्रकल्प.

अशा योजना व धोरणामुळे देशाच्या औद्योगिकरणाला निश्चितच चालना मिळाली. परंतु मागासलेल्या सर्वच भागाच्या औद्योगिक विकास अपेक्षेप्रमाणे साधना आला नाही. या योजना व धोरणालादेखील मर्यादा आहेत.

केंद्र शासनाच्या व राज्य

शासनाच्या मानव विकास निर्देशक कमी असलेल्या जिल्ह्यासाठी विविध कल्याणकारी विकास योजना कार्यान्वित आहेत. परंतु या जिल्ह्यामध्ये अद्यापही भरीव औद्योगिक प्रगती झाली नसल्याने दिसून येते. औद्योगिक विकासाला केवळ

सुविधा, सवलती, साधनसम्पत्ती उपलब्धता या बाबी उपयोगाच्या नसून त्या त्या प्रदेशातल्या लोकांची मानसिकता महत्वाची आहे हेच सिद्ध होते.

ज्या समाजामध्ये उपलब्ध साधनसामुग्रीचा कार्यक्षम उपयोग करून घेण्याची क्षमता व आर्थिक उत्थानासाठी दुर्गम इच्छाशक्ती हवी असते, त्या समाजाची आर्थिक प्रगती सर्व प्रतिकूलतेवर मात करून देखील होऊ शकते.

कुठल्याही व्यक्तीचे व्यक्तिमत्व तसेच समाजाची सर्वकष

विचारसरणी घडवण्यासाठी प्रशिक्षण हे अत्यंत प्रभावी माध्यम आहे. प्रशिक्षणामधून या बदलांची दखल घेण्याची प्रवृत्ती निर्माण होते. अडचणीवर मात करण्याची शक्ती निर्माण होते. उद्योजकता हा व्यक्तीच्या व्यक्तिमत्त्वाचा एक भाग आहे, तशीच समाजाच्या आर्थिक उत्कर्ष व उत्थानाची ती एक चळवळ आहे.

उद्योजकता विकासाचे महत्त्व :-

- ▶ एखाद्या देशाच्या विकासात उद्योजकता विकासाचे अनन्यसाधारण महत्त्व आहे . देशातील उत्साही व धडाडीची युवाशक्ती एका विधायक कार्याकडे वळविता येते. साधनसंपत्तीचा उत्पादक विनियोग करून ही युवाशक्ती राष्ट्र विकासास हातभार लावते.

▶ उद्योजकता विकासामधून स्वयं रोजगाराच्या मोठ्या संधी निर्माण होऊन बेरोजगारीवर उपाययोजना होते. शासन व मोठे उद्योग हे बेरोजगारांना पुरेशा प्रमाणात रोजगार देऊ शकत नाहीत.

▶ आर्थिक विकेंद्रीकरणामध्ये साधू शकते.

- ▶ देशातून परदेशाकडे जाणाऱ्या, छोट्या शहरातून मोठ्या शहरांकडे जाणारा तसेच गावांकडून शहरामध्ये जाणारा लोंढा स्थानिक उद्योजकता विकासामुळे थांबू शकतो.

त्यामुळे गेल्या काही वर्षांपासून औद्योगिक विकासाच्या धोरणांचा गाभा उद्योग विकासाच्या ऐवजी उद्योजकता विकास शिक्षण व प्रशिक्षण हाच ठरविण्यात आला आहे. सर्वप्रथम राष्ट्रीय पातळीवर उद्योजकता विकास संस्था (ईडीआय) ही अहमदाबादला स्थापन केली.

ह्याच पद्धतीने अनेक राज्यांमध्ये उद्योजकता विकास केंद्रे व संस्था स्थापन झाल्या. ह्यामध्ये महाराष्ट्राचाही समावेश आहे. त्यासाठी महाराष्ट्राच्या उद्योग विभागाने पुढाकार घेतला.



महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र :

अनेक लोकांमध्ये उद्योजकतेची मुलभूत तत्वे असतात. या बाबींना योग्य वेळी प्रोत्साहन मिळाले व त्या अनुषंगाने प्रशिक्षण दिले गेले तर हे लोक यशस्वी उद्योजक होऊ शकतात. उद्योजकता विकास प्रशिक्षणामध्ये सुरुवातीला महाराष्ट्रात सिकॉम, प्रादेशिक विकास महामंडळे, जिल्हा उद्योग केंद्र व बँका यांच्या मार्फत जे प्रशिक्षण कार्यक्रम राबविले जात या सर्व कार्यक्रमांचे सुसूत्रीकरण करण्यासाठी महाराष्ट्र शासनाने एक स्वतंत्र संस्था स्थापन करण्याचे ठरविले. त्यानुसार १ ऑक्टोबर १९८८ मध्ये औरंगाबाद येथे महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र या संस्थेची स्थापना करण्यात आली. आता उद्योजकता विकास कार्यक्रमासाठी महाराष्ट्र उद्योजकता विकास संस्था ही राज्यासाठी एक शिखर संस्था म्हणून काम करीत आहे.

शाळा-महाविद्यालयामधील नियमित व परंपरागत अभ्यासक्रम पूर्ण केल्यावर नोकरी मिळणे दुरापास्थ झाले आहे म्हणून उद्योजकता विकास कार्यक्रमाकडे वळणाऱ्यांची संख्या यात जास्त आहे. उद्योजकतेची उपजत अथवा नैसर्गिक प्रेरणा घेऊन येणारे यात अजूनही कमी असतात असे आढळून आले आहे. या कार्यक्रमातून उद्योजकीय व्यक्तिमत्त्वाची जडणघडण, उद्योगाची निवड, उद्योगाच्या व्यवस्थापनाची मुलभूत तत्वे असे प्रशिक्षण दिले जाते. या कार्यक्रमाचे परिणामही चांगले दिसून आले आहेत. या प्रशिक्षणाचा अनेक लाभार्थींनी लाभ घेऊन स्वतःचे उद्योग सुरु करून ते यशस्वी केले आहेत. संस्थेतर्फे खालील उपक्रम राबविले जातात.

१. उद्योजकता परिचय कार्यक्रम.
२. स्वयंरोजगार विकास कार्यक्रम.

३. निवासी तसेच अनिवासी उद्योजकता विकास कार्यक्रम.
४. क्षमता बांधणी प्रशिक्षण.
५. मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम योजने अंतर्गत प्रशिक्षण.
६. व्यवस्थापन विकास कार्यक्रम.
७. स्वयंरोजगाराभिमुख व्यवसाय प्रशिक्षण.
८. उद्योजक मासिकाचे प्रकाशन.

महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्राची विभागीय कार्यालये प्रत्येक महसूल विभागात असून प्रकल्प अधिकारी प्रत्येक जिल्ह्यात कार्यरत आहेत. बदलत्या काळाप्रमाणे संस्था ही बदलत आहे. आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अंगीकार ह्या संस्थेने केला आहे.

उद्योजकता विकास कार्यक्रम:

एखादे नवीन साहस सुरु करण्यासाठी जोखीम घेणारा व ते यशस्वीरीत्या हाताळणारा हा उद्योजक होय. उद्योजकामध्ये उत्कृष्ट नेतृत्व गुण आणि अडचणी वर कल्पकतेने मात करण्याची क्षमता असते. व्यवस्थापक हा केवळ नेमून दिलेले काम व्यवस्थितरित्या हाताळतो. उद्योजकाप्रमाणे तो जोखीम स्वीकारीत नाही.

उद्योजकता विकास कार्यक्रमांमध्ये खालील बाबींचा समावेश असतो:-

१. उद्योजकासाठी आवश्यक गुणांची ओळख.
२. या गुणांची कमतरता आल्यास त्यांचे संगोपन व असलेल्या गुणांचे संवर्धन करणे.
३. यशस्वी उद्योजकाशी संवाद साधणे.
४. सहयोगीसंस्थाशी संवाद साधणे.
५. संधीचा शोध व प्रकल्प आराखडा तयार करणे.

१.३ उद्योजकता विकासात उद्योग संचालनालयाची भूमिका

उद्योग संचालनालय हे महाराष्ट्र शासनाच्या उद्योग विभागाचे कार्यकारी अंग आहे. उद्योग संचालनालयाची स्थापना महाराष्ट्रातील उद्योगांसाठी प्रोत्साहन विविध योजना, निरीक्षण आणि प्रोत्साहन विकसित करण्यासाठी स्थापन करण्यात आले आहे. राज्यामध्ये उद्योगांना प्रोत्साहित करण्यासाठी तसेच त्यांच्या सर्वांगीण विकासासाठी तयार करण्यात आलेली विविध

शासकीय धोरणे तसेच योजनांची अंमलबजावणी उद्योग संचालनालयामार्फत उद्योगांशी संबंधित राज्यस्तरीय महामंडळे जसे की महाराष्ट्र औद्योगिक विकास महामंडळ, महाराष्ट्र लघु उद्योग विकास महामंडळ, महाराष्ट्र राज्य खादी आणि ग्रामोद्योग मंडळ इत्यादी यांचे समन्वयाने करण्यात येते.

उद्योग संचालनालयाची स्थापना राज्यामध्ये उद्योगांना प्रोत्साहित

करण्याच्या दृष्टीकोनातून विविध योजनांची आखणी, अंमलबजावणी व सनियंत्रणासाठी करण्यात आली आहे. उद्योगांशी संबंधित विविध धोरणे आणि योजना उदा. औद्योगिक धोरण, विशेष आर्थिक क्षेत्र धोरण, माहिती व तंत्रज्ञान धोरण, सामूहिक प्रोत्साहन योजना इत्यादी तयार करणे व राबविण्याकरीता उद्योग संचालनालय राज्य शासनास सहाय्यभूत ठरते. महाराष्ट्र राज्याचा समतोल औद्योगिक विकास घडविण्यासाठी व त्याद्वारे आर्थिक विकास साधण्यासाठी नवीन उद्योग घटकांच्या स्थापनेस चालना देण्यासाठी व रोजगाराच्या भरीव संधी निर्माण करणारे नवीन औद्योगिक धोरण २०१९ जाहीर करण्यात आले आहे.

राज्यात सहा प्रादेशिक कार्यालये व एक उप प्रादेशिक कार्यालय (नांदेड) तसेच प्रत्येक जिल्ह्यामधील जिल्हा उद्योग केंद्र याद्वारे उद्योग संचालनालय समर्थित आहे. विविध शासकीय धोरणे तसेच योजनांची प्रभावी अंमलबजावणी जिल्हा पातळीवरच होण्याकरीता अधिकारांचे विकेंद्रीकरण करण्यात आले असून अधिकांश अधिकार जिल्हा उद्योग केंद्रांना देण्यात आले आहेत.

उद्योग संचालनालय राज्यामध्ये उद्योगांना प्रोत्साहित करण्याच्या दृष्टीकोनातून विविध योजनांची आखणी, अंमलबजावणी व सनियंत्रण करते. उद्योगांशी संबंधित विविध धोरणे आणि योजना उदा. औद्योगिक धोरण, महिला धोरण, विशेष आर्थिक क्षेत्र धोरण, माहिती व तंत्रज्ञान धोरण, सामूहिक प्रोत्साहन योजना इत्यादी तयार करणे व राबविण्याकरीता उद्योग संचालनालय राज्य शासनास सहाय्य करते.

उद्योग संचालनालयाची महत्वाची कार्ये:

१. सार्वजनिक तसेच खाजगी माहिती तंत्रज्ञान / माहिती तंत्रज्ञान सहाय्यभूत सेवा उद्याने व त्यामधिल घटकांना आवेदन पत्र / नोंदणी प्रदान करणे.
२. खाजगी जैव तंत्रज्ञान उद्यानांना आवेदन पत्र / नोंदणी प्रदान करणे.
३. मुंबई कुळवहिवाट व शेत जमिन अधिनियम १९४८ (सुधारणा - १९९४ व २००५) अंतर्गत खऱ्याखुऱ्या

औद्योगिक प्रयोजनार्थ १० हेक्टरपेक्षा जास्त शेत जमिन खरेदी करण्याकरीता परवानगी देणे.

४. सामूहिक प्रोत्साहन योजना २०१९ अंतर्गत पात्र उद्योगांना
५. मुद्रांक शुल्क माफीसाठी प्रमाणपत्र, पात्रता प्रमाणपत्र तसेच औद्योगिक प्रोत्साहन अनुदान व इतर प्रोत्साहनांना मंजूरी देणे.
६. ल्यूब्रिकंट ऑईल आणि ग्रीसकरीता अनुज्ञापत्र प्रदान करणे.
७. औद्योगिक आवेदनपत्र मिळण्यासंदर्भात माहिती देणे.
८. मध्यवर्ती भांडारखरेदी पुरवठादार म्हणून नोंदणी देणे.
९. संघटनेचा मान्यताप्राप्त केंद्र शासनाच्या सूक्ष्म लघु व मध्यम उपक्रम समुह विकास योजने अंतर्गत केंद्र शासनाला प्रस्ताव शिफारस करणे.

जिल्हा उद्योग केंद्राकडून राबविण्यात येणाऱ्या योजना/कार्यक्रम:

- ▶ मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम
 - ▶ पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रम
 - ▶ भांडवल योजना
 - ▶ जिल्हा उद्योग केंद्र कर्ज योजना
 - ▶ जिल्हा पुरस्कार योजना
 - ▶ उद्योजकता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम
१०. सहकारी औद्योगिक वसाहतींना राज्यशासनातर्फे सोयी सुविधा.
 ११. राज्याचे खरेदी धोरणात काही उत्पादने राखीव ठेवणे. १२. देशातील/परदेशातील प्रदर्शनातून भाग घेणाऱ्या लघु उद्योजकांना प्रदर्शनातील जागेच्या भाड्यामध्ये ५० टक्के अनुदान देणे.
 १३. 'उद्योग मित्र' संबंधित सेवा पुरविणे.
 १४. राज्यातील औद्योगिक विकासासाठी अत्यावश्यक पायाभूत सुविधा निर्माण करण्यासाठी अर्थसहाय्य करणे.

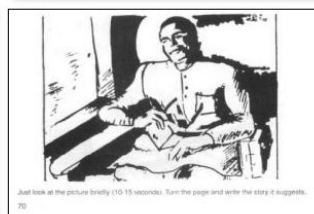
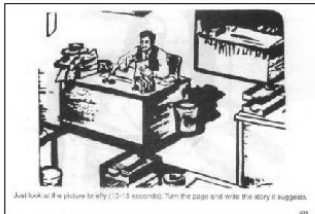
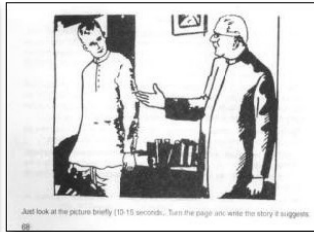
२. उद्योग यशस्वीतेसाठी अभिप्रेरणा

अभिप्रेरणा प्रशिक्षण उद्योजकता विकास प्रशिक्षणाचा मूळ गाभा आहे. आपल्याला यशस्वी होण्यासाठी उद्योजकीय गुणसंपदाची ओळख व आपल्या व्यक्तिमत्वामध्ये अशी गुणसंपदा भिनवावी लागेल. आपल्या व्यक्तिमत्वामधल्या बलस्थानांचा यशस्वितेसाठी कसा उपयोग करावा त्याचप्रमाणे कमतरता कशा कमी कराव्यात त्याचप्रमाणे संधी व अडथळे यांचा मेळ कसा घालावा हे समजणे आवश्यक आहे. आपली उद्योग व्यवसाय उभारणीची ध्येय निश्चिती कशी करावी त्यासाठी स्वमुल्यांकन कसे वापरावे हे अवगत होणे गरजेचे आहे.

संकल्पना परीक्षण पटकन विचार करण्याची क्षमता, कल्पना करण्याची ताकद ही मोठी जमेची बाजू धरली जाते. चित्र पाहून तुम्ही त्यावरून काय शिकता आणि परिस्थितीचा अंदाज बांधू शकता का हे अजमावण्यासाठी पुढील परीक्षेचा उपयोग होईल. तुम्ही तुमच्या संकल्पनेवर आधारित काही गोष्ट लिहिणार आहात. तुम्हला सहा चित्रे दाखवण्यात येतील. प्रत्येक चित्र १० ते १५ सेकंद दाखविण्यात येईल. त्यावरून तुम्हला चित्रावर आधारित गोष्ट लिहिता येईल. या प्रश्नांचा आधार घेऊन गोष्ट लिहावयाची आहे.

सहा चित्रे :

१) काय घडत आहे ? चित्रातील लोक कोण आहेत ?



२) चित्रातील परिस्थिती कशांमुळे निर्माण झाली असावी ?

३) काय विचार चालला आहे ? काय हवे आहे ? कोणाकडून ?

४) पुढे काय होईल ? ते काय करणार आहे ?

प्रत्येक गोष्ट लिहिण्यास पाच मिनिटांचा वेळ दिला जाणार आहे. वरील प्रश्न फक्त विचार करण्यास मार्गदर्शक आहे. परंतु त्यांची तंतोतंत उत्तरे आपेक्षित नाहीत. म्हणजेच तुम्ही लिहिलेली गोष्ट सलग हवी, प्रश्नांची उत्तरे नकोत. तुम्ही गोष्ट बरोबर लिहता कि चूक याला महत्व नसून किती लवकर परिस्थितीचे आकलन करून तुम्ही गोष्ट लिहू शकता हे दाखवण्याची ही एक संधी आहे. तुम्ही काय गोष्ट लिहिता हे महत्वाचे नाही तर चित्रात काय घडत आहे याविषयी संकल्पना मांडा. चित्रे अस्पष्ट आहेत आणि ती पुष्कळ गोष्टी व उद्देश सुचवितात. त्यांचे वर्णन करू नका. चित्रांची गोष्ट लिहितांना फक्त आधार घ्या. तुम्ही लिहिलेल्या गोष्टी मनोरंजक व नात्यात्मक करण्याचा प्रयत्न करा. तुम्ही व्यक्ती व व्याक्तीसंबंधावर आधारित गोष्टी निर्माण करू शकता हे दाखवण्याची ही संधी आहे. आपण लिहिलेल्या गोष्टींचे खालील प्रकारे वर्गीकरण होऊ शकते.

१) असंबद्ध गोष्ट

२) कार्य संकल्पना गोष्ट

३) अभिसंकल्पना गोष्ट

यशस्वितेसाठी आपल्यामध्ये अभिसंकल्पना असायला हवी व त्यासाठी लागणारे गुण आपणास वृद्धिंगत करावयाचे आहे.

आपण काय शिकाल ?

आभिसंकल्पना ही ध्येय प्राप्तीचे प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष प्रकटीकरण आहे. ध्येय प्राप्ती म्हणजे उत्कृष्टतेचा निकम गाठण्याचा प्रयत्न किंवा त्या दिशेने वाटचाल करताना इतरांशी स्पर्धेत यशस्वी होण्याची सरस कामगिरी करण्याची मनात इच्छा.

१. इतरांच्या स्पर्धेत यशस्वी होण्याची इच्छा :- या प्रकारच्या गोष्टीमधील एखादी व्यक्तिरेखा ही काही स्पर्धात्मक कामामध्ये गुंतलेली असते. त्याला जे पाहिजे ते अगदी स्पष्ट लिहिलेले असते. बरेच काही जिंकणे किंवा तसेच काही तरी करणे किंवा इतरांपेक्षा चांगले करणे हे स्पष्ट असते. त्याला सामना जिंकण्याची फार इच्छा होती किंवा त्याला उत्कृष्ट विक्रेता होण्याची इच्छा होती अशा प्रकारची वाक्ये ही त्यांची काही विशेष उदाहरणे होत. जर गोष्टीमधील एखादी व्यक्तिरेखा ही

काही स्पर्धात्मक कामामध्ये गुंतलेली असेल पण तिची जिंकण्याची इच्छा किंवा इतरांशी स्पर्धेत यशस्वी होण्याची इच्छा स्पष्टपणे लिहिली नसेल तर इतर दोन घटक या गोष्टींचा पुरावा म्हणून वापरता येतील. एक म्हणजे ध्येयपुर्तीबद्दलच्या भावना स्पष्टपणे व्यक्त केलेल्या असतील अशी वाक्ये, उदा. स्पर्धा जिंकल्यामुळे तो समाधानी आहे. किंवा त्याला अपेक्षित बढती न मिळाल्यामुळे तो नाराज आहे. दुसरा घटक म्हणजे ज्यात ध्येयपुर्तीसाठीच्या प्रयत्नांचा स्पष्ट उल्लेख केलेला अशी वाक्ये, उदा. भविष्यात विभागाचा प्रमुख होण्याचा दृष्टीने त्याने स्वतःहून जास्त जबाबदारीचे काम मागून घेतले.

२. स्वतःच ठरविलेल्या उत्कृष्ट दर्जाच्या स्पर्धेत यशस्वी होण्याची इच्छा ठेवणे :- बऱ्याच वेळा उत्कृष्ट दर्जाच्या बाबतीत इतरांशी स्पर्धा नसते परंतु स्वतःच ठरवून घेतलेले ध्येय पूर्वीपेक्षा उत्कृष्ट करण्यासाठी प्रयत्न केला जातो आणि तो करीत असलेले काम तो चांगले करण्याची इच्छा ठेवतो हे लिहिलेल्या गोष्टीमध्ये स्पष्टपणे जाणवते. उदा. तो करीत असलेले काम अतिशय कार्यक्षम पद्धतीने करण्याचा मार्ग शोधून काढावा. असे त्याला वाटते. ठरविलेले ध्येय गाठण्याविषयी भावनांवरूनसुद्धा अनुमान काढता येते की तो ठरविलेल्या दर्जाबरोबर स्पर्धा करीत आहे. म्हणजे त्याची योजना यशस्वी झाली म्हणून त्यास फार आनंद झाला. किंवा ध्येयपुर्तीसाठीच्या प्रयत्नांसंबंधीच्या वाक्यावरून ही असे अनुमान काढता येते. उदा. ती त्याच्या कामात आलेल्या प्रश्नाबद्दल विचार करीत आहे. गोष्टीमधील वाक्यातील ध्येयसंबंधीच्या भावनांची तीव्रता व ध्येयाचा दर्जा यातील फरक लक्षात घेतला पाहिजे. उदा. कामाचा वेग किंवा कामातील श्रम या गोष्टी ध्येय सिद्धीसाठी आवश्यक वाटत असतील तरच उत्कृष्टतेचा पुरावा म्हणून धरता येतील. कारण वेग किंवा श्रम या गोष्टी केवळ नेहमीचेच काम लवकर पूर्ण करण्यासाठीही असू शकतात. उदा. त्याला बरोबर पाच वाजता बाहेर पडायचे आहे म्हणून तो जास्त कष्ट घेऊन वेगाने काम संपवत असेल. यात स्वतः ठरविलेल्या उत्कृष्ट दर्जाशी स्पर्धा दिसून येत नाही.

३. नाविन्यपूर्ण कृती :- गोष्टीतील एखादी व्यक्तिरेखा जेव्हा एखादे नाविन्यपूर्ण ध्येय गाठण्यासाठी कार्यरत असते. तेव्हा हा निकष पूर्ण होतो. अशा वेळी कामाच्या उच्च दर्जाविषयीचा स्पष्ट उल्लेख असणे आवश्यक ठरत नाही कारण मुळात ध्येयच नाविन्यपूर्ण आहे. उदा. एखादा मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (CMEGP)

नवीन शोध लावण्यासाठी धडपड. हे ध्येयच इतके अवघड आहे की ही व्यक्ती दर्जाच्या उत्कृष्टतेबाबत जागरूक आहे हे वेगळे सांगायची

गरज नाही.

४. दीर्घ मुदतीचा सहभाग :- यात गोष्टीतील एखादी व्यक्तिरेखा दीर्घ मुदतीच्या ध्येयामध्ये सहभागी झालेली असते. या व्यक्तिरेखेला एक यशस्वी आयुष्य जगायचे असते. उदा. त्याला एक वरिष्ठ अधिकारी व्हायचे आहे. किंवा त्याने डॉक्टर बनण्यासाठी शाळेत असल्यापासून प्रयत्न केले. हि अशी उदाहरणे आहेत की ज्यात उच्च दर्जाची स्पर्धा गृहीतच आहे.

कथा पृथक्करण पद्धत:-

अभिसंकल्पनेचे उपयोग -

१) गरज : जेव्हा व्यक्तीला कोणी तरी बनायचे आहे किंवा कोणी तरी बनण्याची कल्पना करीत आहे.

२) कार्य : जेव्हा व्यक्ती ध्येय न ठेवता ध्येयपूर्तीसाठी नियोजन, प्रयत्न वा कृतीही करतो.

३) ध्येयपूर्तीची अपेक्षा : जेव्हा व्यक्ती आपले ध्येय भविष्यात साध्य होईल अशी आशा ठेवते.

४) अपयशाची शक्यता : जेव्हा व्यक्ती अपयशाच्या शक्यतेची जाणीव व्यक्त करते.

५) व्यक्तिगत अडचणी : जेव्हा व्यक्तीला व्यक्तिगत / वैयक्तिक अडचणी ध्येयपूर्तीच्या मार्गात अडथळे बनतील

असे वाटते किंवा जेव्हा व्यक्तीला अशा अडचणींची स्पष्ट जाणीव असते.

६) बाह्य अडचणी : जेव्हा व्यक्तीला बाह्य जगातील अडचणी किंवा परिस्थितीच ध्येय पूर्तीच्या मार्गात अडथळे बनतील असे वाटते किंवा जेव्हा व्यक्तीला अशा अडचणींनी स्पष्ट जाणीव असते.

७) मदत : जेव्हा कथेमधील एखादी व्यक्तिरेखा मुख्य पात्राला मदतीचा हात देऊ करते किंवा देऊ इच्छिते

उदा. त्याचा शिक्षकांनी त्याला नेहमीच अधिक मार्गदर्शन व प्रोत्साहन दिले.

८) यशाबद्दल आनंद किंवा समाधान : जेव्हा व्यक्ती ध्येयपूर्तीचा आनंद स्पष्टपणे व्यक्त करते.

९) अपयशाचे दुःख किंवा असमाधान : जेव्हा व्यक्ती अपयशाचे दुःख स्पष्टपणे व्यक्त करते.

१०) सूत्र : जेव्हा एखाद्या गोष्टीत सर्व वरील सर्व घटक स्पष्टपणे जाणवतात. म्हणजे जेव्हा ती गोष्ट संपूर्णपणे काच धेयाभावती गुंफलेली असते.

३.१ स्वोट अॅनालिसिस - (SWOT)

स्वोट अॅनालिसिस - (SWOT)

- ▶ Strength - बलस्थाने
- ▶ Weakness - कमतरता
- ▶ Opportunities - संधी
- ▶ Threat - धोका

कुठलाही उद्योग सुरु करण्यापूर्वी स्वताचे ड्यजड विश्लेषण करून घ्यावे स्वोट (SWOT) विश्लेषण म्हणजे -

१) आपली बलस्थाने (Strength) कोणती आहेत - म्हणजे माझ्यात असे काय आहे की मी चांगला उद्योजक बनू शकतो. ते सर्व गुण लिहून काढावेत.

२) आपला कमकुवतपणा (Weakness) काय आहे - आपण सुरु करत असलेल्या उद्योगासाठी माझ्यात कोणते गुण कमी आहेत ते माहित असेल तर त्यावर उपाय करता येऊ शकतात. काही वेळा आपले

निर्णय चुकू शकतात त्यामुळे खूप मोठा आर्थिक किंवा इतर प्रकारचा तोटा होवू शकतो अशा वेळी

धीराने गोष्टी हाताळून त्या परिस्थितीतून मार्ग काढता यायला हवा.

३) आपल्या पुढे कोणत्या संधी (Opportunity) आहेत आपल्याला भविष्यात कोणत्या संधी मिळू शकतील ज्याचे आपण नक्की सोने करू शकतो, नफा मिळवू शकतो त्याचा विचार करून ठेवावा.

४) आपल्याला कशाची भीती (Threat) आहे - कुठल्या गोष्टी करत असताना या आपल्याला झेपत नाहीत असे वाटते ते माहिती असेल तर तो उणीवा भरून काढण्याचे उपाय आधीच करता येतील. व्यवसाय करत असताना कित्येकदा मनासारखा आर्थिक फायदा होत नाही किंवा मंदी आली तर मानसिक स्थिती स्थिर ठेवता आली पाहिजे. तेव्हाचा तान सहन करता येणे महत्वाचे असते.

वरील गोष्टी समजल्या की मग आपले व्यक्तिमत्व नक्की असे याची

पडताळणी करावी, उदा.

१) आपण बोलायला कसे आहोत - खूप बडबडे आहोत की, अत्यंत कमी बोलायला लागते? कारण जेव्हा आपण उद्योग सुरु करणार असतो तेव्हा सुरवातील भांडवल उभारणी पासून आपले उत्पादन विकेपर्यंत सर्व जबादारी आपल्यालाच पार पाडायची असते. तिथे अति बोलूनही काम होत नाही आणि न बोलताही काम होत नाही.

२) आपल्याला नक्की कोणत्या कामात रस आहे हे पक्के माहिती हवे. कारण तुम्हाला जर फक्त बौद्धिक काम करायला आवडत असेल तर इतर कामात तुम्ही कमी पडू शकता त्यामुळे अशा व्यक्तींनी भागीदारीत व्यवसाय करावा.

३) आपला स्वभाव कसा आहे शांत, बडबडा, गंभीर, रागीट, चिडचिडा इ. कारण यातील कुठल्याही गुणाचा अतिरेक व्यवसायासाठी मारक ठरू शकतो.

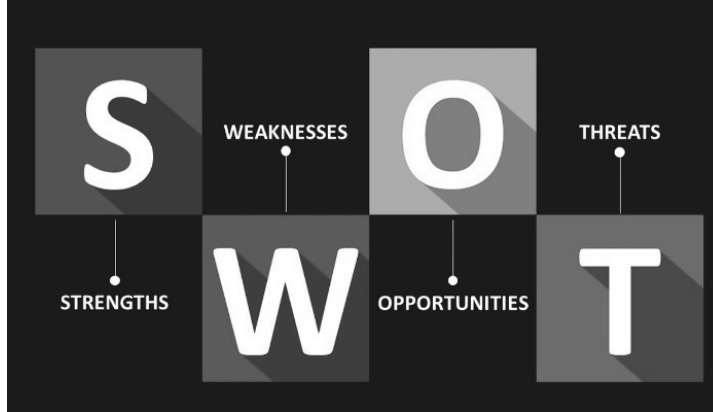
४) आपल्याला सामुहिक कार्याची आवड आहे याचा विचार करावा कारण कोणताही व्यवसाय

संघटीतरित्या ही काम (सांघिक कामगिरी) करण्याची गोष्ट असते त्यात फक्त आपला विचार करून चालत नाही.

५) आपली शारीरिक क्षमता कशी आहे हे माहित हवे - कारण व्यवसाय करत असताना सुरवातीला जास्तीत जास्त तास काम करण्याची आणि सर्व प्रकारची कामे करण्याची तयारी असावी. नाहीतर एक दिवस भरपूर काम झाले की आजारी पडण्याची प्रवृत्ती आहे ते माहिती असावे.

६) आपल्याला कस दाखवणाऱ्या व आवाहनात्मक कार्याची आवड आहे का? याचा विचार करावा कारण एखादे वेळी अत्यंत गंभीर प्रश्न निर्माण होवू शकतो त्यावेळी प्रश्नाला सामोर जावून काम करण्याची तयारी असेल तर व्यवसाय वृद्धीसाठी ती गोष्ट उपयुक्त ठरते.

७) आपल्याला भौतिक सुख कितपत महत्वाचे वाटते आहे याचा पण विचार करून ठेवावा. कारण गाडी, बंगला, दागदागिने उंची वस्त्रे, महागडी घड्याळे अशा श्रीमंतीच्या व चैन विलासाच्या गोष्टी आपल्याला



हव्याच असतील तर त्यासाठी अत्यंत कष्ट आणि पैसे मिळवणे क्रमप्राप्त असते. त्यासाठी भरपूर काम करण्याची मानसिकता अंगी बाणवायला हवी.

८) आपला मित्र परिवार कसा आहे. कोणताही उद्योग सुरु करताना अनेक लोकांची गरज असते. आपला मित्र परिवार मोठा असेल तर याचा अर्थ आपल्यात माणसे जोडण्याची व लोकसंग्रहाची कला आहे असा होतो, तो व्यवसायासाठी अत्यंत उपयुक्त गुण आहे.

आपल्याला नवीन गोष्टी समजून घ्यायची किती आवड आहे हे लक्षात घावे. कारण एकसुरी उद्योग फारकाळ टिकत नाही. त्यासाठी सतत नवीन प्रयोग करावे लागतात. यासाठी समाजात काय चालू आहे, आपले प्रतिस्पर्धी काय करत आहेत, जगात नवीन काय चालू आहे या सर्व गोष्टी महत्वाच्या ठरतात. यासाठी बहुश्रुतता, नाविन्य, वाचन, संशोधन याची आवड असावी लागते.

१०) आपली कौटुंबिक आणि सामाजिक जाणीव कशी आहे. आपल्या कुटुंबाबद्दल आदर आणि जबाबदारीची जाणीव असलेली व्यक्ती आपला उद्योगही जबाबदारीने सांभाळू शकते. तसेच जर व्यक्ती समाजाप्रती संवेदनशील असेल तर प्रामाणिकपणे आणि सचोटीने उद्योग करू शकते.

वरील सर्व गोष्टींचा विचार केल्यावर आपण कुठला व्यवसाय करणार आहोत. त्यासाठी आवश्यक शैक्षणिक पात्रता व अनुभव आपल्याकडे आहे का ? त्या विषयाची माहिती संकलित केली आहे का ? त्यात भविष्यात कितपत संधी आहेत ? किती लोकांना त्यातून आपण रोजगार देऊ शकतो, उद्योगासाठी लागणारे भांडवल आपण कुठल्या पद्धतीने उभारू शकतो ?, त्यासाठी लागणारी सर्व यंत्र सामग्री, साहित्य कुठे मिळते ? या सर्व गोष्टींचा अभ्यास केल्यावर उद्योग प्रकल्प लिहून काढावा, उद्योग उभारणी करावी, यशस्वी व आनंदी उद्योजक / उद्योग स्वामिनी बनाव !

३.२ उद्योजकीय गुणसंपदा

अनेक जन उद्योजक बनण्याचे स्वप्न घेवून त्या दिशेने वाटचाल करतात. पण उद्योजक बनणे, व्यवसाय सुरु करणे व तो यशस्वीरीत्या चालवणे हे काही सोपे काम नाही. अनेक उद्योग अपयशी होतात. अनेक उद्योजक आपला व्यवसाय यशस्वी करण्यात अपयशी ठरतात याचे मुख्य कारण त्यांना व्यवसाय कसा चालवायचा हे माहित नसते.

अनेकांना ते माहिती असले तरीही व्यक्तिगत पातळीवर त्यांना यशस्वीरीत्या व्यवसाय चालवता येत नाही. कारण त्यांच्यात एक यशस्वी उद्योजक बनण्याचे गुण नसतात. पण जर निरीक्षण केले तर यशस्वी उद्योजकांमध्ये आपल्याला अनेक गोष्टी सारख्या दिसून येतात. ते आशावादी आणि आत्मविश्वासू असतात. ते स्वतः अतिशय शिस्तबद्ध असतात. नवनवीन कल्पनांसाठी अशा व्यक्ती नेहमी तयार असतात.

एक यशस्वी उद्योजक बनण्यासाठी प्रत्येकाला काही नियम पाळावे लागतात. त्यांचाकडे काही वैशिष्ट्ये असतात, त्यांच्यात काही गुण / वैशिष्ट्ये असतात, ती पुढीलप्रमाणे. स्वतःचा शिस्तबद्धता: अशा व्यक्ती उद्योग यशस्वी रित्या चालण्यावर लक्ष केंद्रित करतात. शिवाय त्यांच्या आत्मविश्वास: यशाच्या मार्गात येणाऱ्या प्रत्येक समस्या

किंवा अडथळ्यांना ते दूर करतात. त्यांच्याकडे आधीच उत्तमोत्तम रणनीती आणि प्रत्येक नवकल्पना अंमलात आणण्याची रूपरेषा तयार असते. यशस्वी उद्योजक अतिशय शिस्तबद्ध असतात ज्यामुळे त्यांना त्यांच्या ध्येयाकडे वाटचाल करणे सोपे जाते. एक यशस्वी

उद्योजक कधीच मी यशस्वी होणार का किंवा मी यशस्वी होण्यासाठी पात्र ठरेल का या गोष्टींचा विचार करत नाही. त्यांच्याकडे असणाऱ्या ज्ञानाने उद्योग यशस्वी करण्याचा आत्मविश्वास त्यांच्याकडे असतो. या आत्म विश्वासाचा वापर ते उद्योगासाठी करणाऱ्या प्रत्येक कामासाठी करतात.

मोकळी विचारवृत्ती: प्रत्येक घटना आणि

परिस्थिती ही व्यवसायाची संधी असते हे यशस्वी उद्योजकांना समजते. कार्यप्रवाह आणि कार्यक्षमता, लोकांमधील कौशल्य आणि संभाव्य नवीन व्यवसाय याबद्दल सतत नवनवीन कल्पना त्यांना सुचत असतात. सभोवतालच्या सर्व गोष्टींकडे लक्ष देण्याची



आणि स्वतःच्या ध्येयावर लक्ष देण्याची क्षमता त्यांच्यात असते.

सेल्फ स्टार्टर : एका यशस्वी उद्योजकाला माहित आहे की जर काही करणे आवश्यक असेल तर त्यांनी ते स्वतः सुरू करायला हवे. ते यासाठी उद्दिष्ट मापके ठरवितात आणि प्रकल्प त्या मार्गावर असल्याचे सुनिश्चित करतात. ते सक्रिय असतात, परवानगी मिळण्याची प्रतीक्षा ते करीत नाहीत.

स्पर्धात्मकता: बऱ्याच कंपन्या उभारल्या जातात कारण उद्योजकाला माहित असते की ते दुसऱ्या कंपन्यांच्या तुलनेने अधिक चांगले काम करू शकतात. ते नेहमीच बाजारपेठेमध्ये मध्ये स्पर्धात्मक राहतात. त्यांचा सुरू केलेला व्यवसाय इतर व्यवसायाच्या स्पर्धेत जिंकण्यासाठी त्यांना नेहमी तयार राहावे लागते.

नाविन्यपूर्ण कृती : एका यशस्वी उद्योजकाने नेहमी वेगवेगळ्या प्रकारे व्यवसाय वाढवण्यासाठी प्रयत्न करणे आवश्यक आहे. यासाठी उद्योजक क्रिएटिव्ह असणे महत्वाचे असते. उद्योजकाकडे बिझनेस मध्ये येणाऱ्या सर्व समस्यांचे निराकरण करण्याची तयारी असावी लागते. निदान त्याबद्दल विचार करण्याची त्यांची क्षमता असायला हवी.

निर्धार : यशस्वी उद्योजक पराभवामुळे खचून न जाता ते पराभवाकडे यशाची संधी म्हणून पाहतात. पुन्हा यशस्वी होण्यासाठी ते निर्धार

करतात. आणि पुन्हा पुन्हा प्रयत्न करतात. कोणतीही गोष्ट अशक्य आहे असे यशस्वी उद्योजक मानत नाही. त्यांच्यासाठी सर्व गोष्टी शक्य असतात. आणि त्यासाठी ते अतोनात प्रयत्न करण्यास सुद्धा

तयार असतात. शक्तिशाली लोकांची कौशल्ये: उद्योजकाकडे आपली वस्तू विकण्यासाठी आणि आपल्या कर्मचाऱ्यांना प्रेरणा देण्यासाठी उत्तम संवाद कौशल्य असले पाहिजे. अनेक यशस्वी उद्योजकांना माहिती असते की आपल्या कर्मचाऱ्यांना कशा प्रकारे प्रेरणा द्यावी जेणे करून आपला व्यवसाय अधिक पटीने वाढेल. हे कौशल्य उद्योजकाकडे असते. प्रत्येक कार्य करण्याची क्षमता: यशस्वी उद्योजक हे सर्वात पहिले ऑफिस मध्ये येणारे व सर्वात शेवटी ऑफिस मधून निघणारे हवेत. काम असेल तेव्हा सुट्टीच्या दिवशी सुद्धा काम करण्याची उद्योजकाची क्षमता असावी लागते. कोणत्याही जागेवर असतील तरीही त्यांचे मन नेहमी कामात गुंतलेले असते.

आवड: एका यशस्वी उद्योजकामध्ये कोणत्याही गोष्टीची आवड असणे हे मुख्य वैशिष्ट्य आहे. त्यांना त्यांच्या कामाप्रती प्रेम असले पाहिजे. व्यवसाय यशस्वी करण्यासाठी अधिक वेळ त्यांनी काम केले पाहिजे, कारण पैशांपेक्षा कामातून त्यांना जास्त आनंद मिळतो. एक यशस्वी उद्योजक त्याचा बिझनेस मोठा करण्यासाठी कायकाय करावे लागेल याबद्दल नेहमी वाचत असतो किंवा यावर संशोधन करत असतो.

३.३ उद्योजकीय व्यक्तिमत्व

प्रत्येक व्यक्ती जन्मतः वेगळी आणि विशेष आहे. प्रत्येकाच्यात एक वेगळी खासियत आहे जिच्यामुळे आपण इतरांपेक्षा वेगळे असतो. हा वेगळेपणाच ठरवतो की आपण कोण आहोत, कसे आहोत आणि एखाद्या परिस्थितीत आपण कसे वागतो. बहुतेकवेळा ज्या बाबींमुळे आपले नुकसान होते त्यांच्या प्रती आपण जागृत असतो, संवेदनशील असतो. मग त्यांच्यामुळे आपल्यात न्यूनगंड येतो. पण आपण हे जाणतो की येथे प्रत्येक व्यक्ती एकमेवाद्वितीय आहे, बस गरज आहे ती आपली अंतर्गत क्षमता जागवण्याची आणि व्यक्तिमत्व सुधारण्याची. इथेच व्यक्तिमत्व विकासाच्या प्रक्रिया मदत करणे सुरू करतात. व्यक्तिमत्व विकासामुळे आळस आणि, अनुत्साह आणि निरसतेमध्ये अडकलेली व्यक्ती कार्यक्षम, उत्साही, प्रसन्न आणि आपल्या ध्येयाने प्रेरित व्यक्ती बनते. व्यक्तिमत्व विकासाच्या प्रक्रियेमध्ये व्यक्ती आपल्या वैशिष्ट्यांना कोणत्याही प्रतिकाराशिवाय आणि आपल्या सीमांच्या बंधनांना त्यागणे शिकतो, आनंदी राहणे शिकतो आणि हे सर्व अधिक

उत्साहाने आणि चैतन्याने करतो.

प्रोटॉन सारखे सकारात्मक रहा : प्रोटॉन कधीही आपली सकारात्मकता गमावत नाही. तसेच आपण ही बना. कदाचित ती तणावामुळे झाकोळली जाऊ शकते आणि तणाव आपली ऊर्जा कमी करतो. सकारात्मकतेत राहून आपण कठीणातकठीण समस्या देखील सोडवू शकतो. जेणेकरून आपण आणखी सकारात्मकता आणि शक्यतांना आपल्याकडे आकर्षित करतो.

अधिक उत्साही बना : अधिक उत्साहाने काम करणे ही कोणतेही काम करण्याची उत्तम रीत आहे. जेव्हा पूर्ण उत्साहाने आपण प्रयत्न करतो तेव्हा आपल्या जीवनातील श्रेष्ठतांना आपण स्वतः अनुभव करतो.

भावनांना काळजीपूर्वक हाताळा : जेव्हा जीवन तुम्हाला भावनांच्या रोलर कोस्टरमध्ये बसऊन फिरवत असते तेव्हा त्याचा देखील आनंद

ध्या. आपल्या भावनांना आपल्यावर नियंत्रण घेऊ देऊ नका तर त्यांच्यावर आपले नियंत्रण राहू द्या. यामुळे आपण समस्यांमध्ये शांत आणि एकाग्र बनतो.

स्वतःप्रती तसेच इतरांप्रती करुणा ठेवा : करुणामय रहा.

जेंव्हा आपल्या हातून तसेच इतरांच्या हातून चूक घडेल तेंव्हा मनात अढी बनू देऊ नका. सोडून द्या. हे माहित असू द्या की कोणीही परिपूर्ण नाही आणि प्रत्येकजण प्रगती करत आहे. या दृष्टिकोनामुळे स्वतःला तसेच इतरांना स्वीकारण्यास मदत होईल.

प्रशंसा करा : ज्या ज्या वेळी आपण कोणाची तरी खुल्या मनाने प्रशंसा करतो तेंव्हा आपली चेतना विस्तृत होऊ लागते. त्यामुळे आपल्यामध्ये उत्साह आणि ऊर्जेचा

संचार वाढतो. ते गुण आपल्यामध्ये देखील वाढू लागतात आणि आपण आणखी प्रगत मानव बनू लागतो.

प्रभावी संवाद करा : आपण इतरांशी आपल्या हजेरीने, उपस्थितीने किंवा आपल्या भावनांना अभिव्यक्त करत संवाद करत असतो. आपल्या संवादांमध्ये स्पष्टता आणा आणि लक्षात येईल की लोक आपल्याशी चांगल्या प्रकारे प्रतिक्रिया देतील, जे आपल्यासाठी खूप लाभदायी असेल.

संकटांचा सामना धैर्याने करा : जेंव्हा तुम्ही संकटांचा मुकाबला

करण्यासाठी धैर्याने उभे राहता तेंव्हा त्या संकटांना पार करण्याची शक्यता जास्त असते. संकटांचा दबाव घेऊन नका. गळून जाऊ आत्मविश्वासाने त्यांना सामोरे . यामुळे दोन गोष्टी होतील, तुम्ही विजयी तरी व्हाल किंवा जीवनासाठी एक अमुल्य शिकवण, अनुभव मिळेल.

धीर बाळगा : जीवनात यशस्वी होण्यासाठी धीर बाळगणे हे एक रहस्य आहे. गडबड, गोंधळ आणि चंचलते मधील प्रतिक्रियांमुळे फायद्यापेक्षा जास्त नुकसानच होते. ध्यान करा. शांती आणि धीर ठेवा. यामुळे आपण तणावमुक्त राहून जलद निर्णय घेऊ शकतो.

सुदर्शन क्रियाशिका : शेवटचे आणि अत्यंत महत्वाचे, सुदर्शन क्रिया शिका. योग्य प्राणायामांमुळे आपण तणावरहित आणि सकारात्मक जीवन प्राप्त करू शकतो याकडे आपण कधी लक्ष दिलेले नसते. सुदर्शन क्रिया शिका आणि श्वासामध्ये दडलेल्या शक्तीचा वापर करा. योग्य प्रकारे श्वास घेण्याने आपण शारीरिक, मानसिक आणि भावनिक तणावांपासून मुक्त होतो. जेंव्हा आपण सुदर्शन क्रिया शिकून ती करत राहतो तेंव्हा आपापसातील संबंध सुधारण्याची आणि आपले व्यक्तिमत्व आणखी आकर्षित होण्याची प्रक्रिया जाणून घेतो.

३. ४ संवाद कौशल्य

व्यवसाय म्हटला की लोकांशी संबंध आलाच. त्यामुळे तुम्हाला लोकांशी संवाद साधायला आवडतो की नाही हे तपासा. तुम्ही लोकांशी कशाप्रकारे वागता यावर तुमचं यश अवलंबून असते. स्पर्धेच्या युगात ग्राहक सेवा हा तुमचा वेगळेपणा ठरू शकतो. पण सहनशीलता हवीच. आणखी एक महत्त्वाची गोष्ट म्हणजे, ऐकून घेण्याची कला असायला हवी. संभाषण म्हणजे फक्त स्वतःचं बोलणं दुसऱ्याला ऐकवणं नव्हे. तर दुसऱ्याचं बोलणं स्वतः ऐकून घेणं असतं. बोलणाऱ्याला अपेक्षित असलेली माहिती ऐकणाऱ्यापर्यंत पोचविण्यासाठी बोलणाऱ्या व्यक्तीजिळ

संवाद कौशल्याची गरज असते. बोलणाऱ्याजवळ ही कला नसेल तर बोलणाऱ्याला अपेक्षित असलेली माहिती ऐकणारा ऐकतो खरा, पण त्याचा योग्य अर्थ त्याच्यापर्यंत पोचत नाही. यामुळे गैरसमज निर्माण होऊ शकतात.

मानव हा एक समाजप्रिय प्राणी आहे, असं मानसशास्त्रज्ञ म्हणतात. कुणी एकान्त प्रिय असला तरी तो बारा महिने चोवीस तास तसा राहू शकणार नाही. त्याच्या या वृत्तीमुळे कदाचित कुटुंबव्यवस्था तयार झाली असावी. कुणाशी तरी बोलावं, आपले विचार सांगावे ही आंतरिक गरज प्रत्येक मानवी जीवामध्ये

असते. अगदी तान्हं मूलही याला अपवाद नाही.

नव्या जगात आलेलं प्रत्येक बालक सुरुवातीला आपल्या गरजा पूर्ण करण्यात, करवून घेण्यात मशगूल असतं. गरजा पूर्ण करण्यासाठी आई आसपास असते. या निमित्तानं आईशी निर्माण होणाऱ्या जवळीकीनं बालकाच्या सामाजिक गरजेची पूर्तता होते. सुरुवातीला भाषिक संवाद नसतोच. आईच्या मिठीमधून 'मला तू आवडतोस' ही भावना पोचते. बालकाचं वय वाढतं तसं दुसऱ्या-तिसऱ्या वयातलं मूल बघणाऱ्याच्या नजरेला नजर मिळवतं, बोललेल्या शब्दांना हुंकारानं उत्तर देतं. ऐकलेसे शब्द व हुंकार या संवादातून मूल ऐकलेले शब्द उच्चारायला शिकतं. दोन ते अडीच वर्षे वयाचं मूल भोवतीच्या व्यक्तींशी शब्दांनी संवाद साधू लागतं.

खरं तर संवादाच्या व्याख्येमध्ये 'चेहऱ्यावरचे भाव, हावभाव, खुणा व बोललेली भाषा यांच्या माध्यमातून माहितीची देवाण- घेवाण' असं संमिलित असतं.

संवादामध्ये एक व्यक्ती बोलणारी व एक ऐकणारी अशा किमान दोघांची गरज असते. बोलणाऱ्या व्यक्तीनं बोललेले शब्द, त्याच्या चेहऱ्यावरचे भाव, हावभाव हे कान व डोळे या माध्यमातून मेंदूपर्यंत पोचवले जातात. या सगळ्या गोष्टींच्या समन्वयातून व ऐकणाऱ्याच्या आकलनक्षमतेनुसार ऐकणाऱ्याचा मेंदू अर्थ लावतो. बोलणाऱ्याची व ऐकणाऱ्याची भाषा, अनुभव, मानसिक परिस्थिती, भावनिक संतुलन यावर ऐकलेल्या शब्दाचं आकलन होत असतं.

बोलणाऱ्याला अपेक्षित असलेली माहिती ऐकणाऱ्यापर्यंत पोचविण्यासाठी बोलणाऱ्या व्यक्तीजवळ संवाद कौशल्याची गरज

असते. बोलणाऱ्याजवळ ही कला नसेल तर बोलणाऱ्याला अपेक्षित असलेली माहिती ऐकणारा ऐकतो

खरा, पण त्याचा योग्य अर्थ त्याच्यापर्यंत पोचत नाही. यामुळे गैरसमज निर्माण होऊ शकतात आणि बोलणाऱ्याला 'मला असं म्हणायचं नव्हतं' असं बोलून क्षमा मागावी लागते. जो उत्तम वक्ता असतो तो त्याला अपेक्षित असलेला संदेश सगळ्या श्रोत्यांपर्यंत तंतोतंत पोचविण्यात यशस्वी होत असतो. त्यानी

सांगितलेल्या विनोदाला श्रोते हसून दाद देतात. एखादा विचार आवडला तर टाळ्या वाजवून प्रतिक्रिया देतात. अपेक्षित क्षणी बोललेल्या भाष्याला अपेक्षित प्रतिसाद मिळणं ही संवाद कौशल्याची पावती असते. चांगला वक्ता अशावेळी आपलं बोलणं योग्य वेळी थांबवतो व त्यावेळी अपेक्षित असलेला प्रतिसाद हंशा किंवा टाळ्या या स्वरूपात मिळतो.

व्याख्यात्यांच्या कौशल्याचा वापर एका वेळी अनेक श्रोत्यांसाठी असतो. रोजच्या

व्यवहारामध्ये घरी. नातेवाइकांमध्ये कार्यालयांमध्ये शाळा कॉलेजेसमध्ये, डॉक्टरांच्या दवाखान्यात, दुकानांमध्ये या संवाद कौशल्याचा उपयोग होत असतो. संवाद कौशल्य असेल तर माणसं भावनिकरित्या जोडली जातात. एखादा व्यावसायिक, एखादा डॉक्टर, एखादा विक्रेता यशस्वी होण्यामागे त्याच्यातील संवाद कौशल्याचा मोलाचा वाटा असतो.

संवाद कौशल्य हे जन्मजात नसतं, अनुवांशिकरित्याही मिळत नसतं. त्यासाठी घरचं पोषक वातावरण, शाळा-कॉलेजातील शिक्षकांचं मार्गदर्शन, संबंधित व्यक्तीचं वाचन, भाषेवरील प्रभुत्व, त्याचं आत्मभान, आत्मविश्वास, सहसंवेदना ही जीवन कौशल्ये या सगळ्या घटकांचं महत्वपूर्ण योगदान असतं.



४. वेळेचे नियोजन व कार्यप्राधान्य क्रम ठरविणे

मानवाचे आयुष्य मर्यादित आहे. ह्या मर्यादित असलेल्या उपलब्ध वेळेतच आपणास अनेक कामे करावयाची आहेत. क्षण-क्षणाने वेळ ही कमी होत असते. याची जाणीव करून देणारे वरील वचन आहे.

खरोखरच आपले संत वाङ्मय अशा अनेक सुंदर आणि उपयुक्त वचनांचा खजिना आहे. वर्ष, महिना, आठवडा, तास, मिनिटातच नव्हे तर आयुष्यातला क्षण-न-क्षण महत्वाचा आहे. वेळ महत्वाचा आहे असे नुसते

म्हणून चालणार नाही तर या वेळेचा आपण कसा आणि किती उपयोग करून घेतो हे महत्वाचे आहे. आपण काहीही केले नाही, तरी काळ पुढे सरकतच असतो. वेळेचा सदुपयोग करण्यासाठी वेळेचे नियोजन करणे आवश्यक आहे. आपण करत असलेल्या कामांची विभागणी ढोबळमानाने पुढील प्रमाणे करता येते.

अत्यावश्यक कार्य	आवश्यक कार्य	अनावश्यक कार्य
दैनंदिन दिनचर्या	धार्मिक	आळस
व्यायाम	कौटुंबिक	भांडण
विश्रांती	मनोरंजन	विघातक कार्ये
कार्यालयीन	सामाजिक	

अत्यावश्यक कार्ये : या कार्यात अशा कार्यांचा समावेश करण्यात यावा, की जी कामे मनुष्यास जगण्यासाठी प्राथमिक गरज म्हणून अत्यंत आवश्यक आहे. जसे - रोजची झोप, व्यायाम, दैनंदिन दिनचर्या व आर्थिक प्राप्तीसाठी आवश्यक कामकाज. या स्वरूपाची कामे बहुतांशी रोज करणे आवश्यक असते.

आवश्यक कार्ये : या कार्यात अशा कामांचा समावेश करण्यात यावा की जी कामे आपणास आपले आयुष्य चांगल्या प्रतीने व्यतित करण्यास सहाय्यभूत ठरतात जसे कौटुंबिक, सामाजिक, धार्मिक व मनोरंजन, या स्वरूपाची कामे ऐच्छिक स्वरूपाची असतात, मात्र अशा स्वरूपाची कामे टाळण्यात आर्थिक तोटा जरी झाला नाही तरी वैयक्तिक हानी होते व पर्यायाने त्याचा आर्थिक प्राप्तीवर परिणाम होतो.

अनावश्यक कार्ये : या कार्यात अशा कामांचा समावेश करण्यात यावा की जी कामे केल्याने स्वतःचा अथवा दुसऱ्याचा आर्थिक वैयक्तिक फायदा होत नाहीच मात्र नुकसान होण्याची जास्त

खात्री असते. जसे- भांडण, समाजविघातक कामे व आळस. खरे बघता अशी कामे न करणे महत्वाचे असते; पण जर अशी कामे आपणाकडून वारंवार केली गेली तर तशाच स्वरूपाची कामे करण्याची सवय लागते. कुठल्याही वाईट सवयी फार पटकन लागतात व त्या सवयींचे व्यसनात रूपांतर होते. म्हणून अशा स्वरूपाची अनावश्यक कामे टाळणे मात्र अत्यावश्यक ठरते.

वेळेचे नियोजन : कामे भरपूर आणि वेळ मर्यादित, म्हणून वेळेचे नियोजन करणे गरजेचे आहे. वेळेचे नियोजन करताना खालील मुद्दे लक्षात ठेवावे.

- ▶ आपण करत असलेल्या कामाची यादी करणे. कामाची वरील प्रकारे वर्गवारी करणे.
- ▶ वर्गवारी केलेल्या कामाची खालीलप्रमाणे विभागणी करणे.

- ▶ दैनिक
- ▶ साप्ताहिक
- ▶ मासिक
- ▶ प्रासंगिक
- ▶ आकस्मिक
- ▶ जबरदस्तीने थोपलेली कामे

- ▶ उपलब्ध वेळ
- ▶ प्राधान्य क्रमानुसार उपलब्ध वेळेचे वाटप

प्राधान्य क्रम ठरविणे : आयुष्यात प्राधान्यतेला खूप महत्त्व आहे. असे केले नाही तर आपणास पश्चाताप करण्याची वेळ येते. अर्थात वेळ निघून गेली की, परत येत नसल्याने या पश्चात बुद्धीचा उपयोग होत नाही. अगदी लहानपणी आपण उपजत अंगकौशल्यानुसार ही प्राधान्यता संकल्पना नकळत वापरात आणत असतो. पण जसे जसे आपण मोठे होत जातो तसेतसे आपण नैसर्गिक रित्या मिळालेली अनेक कौशल्ये नकळत विसरायला लागतो. थोडे मोठे झाल्यावर शाळेत परीक्षेच्या वेळेत परत एकदा सगळ्याकडून आपणास प्राधान्यतेचे धडे मिळतात. खालील उदाहरणाने समजून घेऊ. अ, ब, क आणि ड हे चार विद्यार्थी परीक्षेस गेले असताना त्यांनी खालील पद्धतीने उत्तरपत्रिका लिहली. (त्यांनी योग्य अभ्यास केलेला आहे.)

१	अ प्रश्नपत्रिका पूर्ण वाचली	वाचल्यानंतर क्रमाने प्रश्न सोडविले	प्रत्येक प्रश्नास वेळ किती द्यायचा याचा विचार केला नाही	वेळ पुरला नाही.	कमी गुण प्राप्त झाले
२	ब प्रश्नपत्रिका पूर्ण वाचली	वाचल्यानंतर येत असलेले प्रश्न प्रथम सोडविले	एका प्रश्नास किती वेळ द्यायचं याचा विचार केला	अनिवार्यता व गुण यांच्या प्रमाणानुसार वेळ दिला नाही.	अपेक्षेपेक्षा कमी गुण मिळाले.
३	क प्रश्नपत्रिका पूर्ण वाचली	अनिवार्य प्रश्न व येत असलेले प्रश्न प्रथम सोडविले	प्रश्नाची अनिवार्यता, प्रश्नास असलेले गुण यानुसार किती वेळ द्यायचा याचा विचार नीट केला.	पेपर वेळेत लिहिला व प्रत्येक प्रश्नास अनिवार्यता व गुणानुसार यथोचित न्याय दिला.	अपेक्षित गुण मिळाले.
४	ड प्रश्नपत्रिका पूर्ण वाचली			वेळ पुरला नाही.	कमी गुण मिळाले.

वरील उदाहरण हे प्रत्येकाच्या आयुष्यातील अगदी ओळखीचे आहे. हातातून पेपर गेल्यानंतर आपणही काही वेळेस हळहळलो आहोत. मात्र ती गेलेली वेळ काही आपणास परत मागे नेता येत नाही हेच सत्य आहे. आयुष्यात अशी परीक्षा प्राधान्यता ठरविताना विचारात घ्यावयाचे मुद्दे -

आपली गरज:

- ▶ आर्थिक अडचण असेल तर अर्थप्राप्ती करून देणारे काम आधी करावे.
- ▶ कौटुंबिक अडचण असेल तर घराकडे योग्य लक्ष देणे आवश्यक आहे.
- ▶ मनुष्य हा सामाजिक घटक आहे, त्यामुळे समाजासाठी विधायक कार्य करणे हे आपले कर्तव्य आहे.
- ▶ देशाप्रती व धर्माप्रती आदर ठेवणे गरजेचे आहे.
- ▶ वरील सर्व कार्ये सक्षमतेने करण्यासाठी स्वतःच्या आरोग्याकडे लक्ष देणे गरजेचे आहे.
- ▶ मनुष्य हे काही यंत्र नाही. मनाच्या आरोग्यासाठी माफक मनोरंजनासाठी गरज असते.

वेळेच्या नियोजनाची आवश्यकता:

- ▶ प्रत्येकाकडे मर्यादित वेळ उपलब्ध आहे.
- ▶ भौतिक प्रगतीसाठी व कुटुंबासाठी आर्थिक प्राप्तीचा चढता आलेख गरजेचा आहे.
- ▶ सर्वांगीण प्रगतीसाठी आवश्यक.

वेळोवेळी द्यावी लागते, म्हणून कायमच कोणतेही काम करताना प्राधान्यतेचा आधी विचार सवय अंगी आणणे यशस्वी जीवनासाठी आवश्यक आहे.

- ▶ उत्तम आरोग्य.
- ▶ सुखी कौटुंबिक वातावरण.
- ▶ सामाजिक प्रतिष्ठा.
- ▶ अनावश्यक कार्यापासून दूर.
- ▶ आत्मिक समाधान. सकारात्मक दृष्टीकोन.
- ▶ बहुआयामी व्यक्तिमत्व.
- ▶ लोकप्रियता.
- ▶ कर्तव्यपूर्तीचे समाधान.
- ▶ समाजाच्या व देशाच्या विकासासाठी आवश्यक.
- ▶ यशाचा मूलमंत्र.

उपरोक्त विवेचनावरून वेळेचे महत्व, नियोजन आणि प्राधान्यता या त्रिसूत्रीची मनुष्याच्या आयुष्यातील अनन्यसाधारण महत्व सहज लक्षात येते. खरे म्हणजे संगणकाच्या भाषेत सांगायचे तर हे सर्व आपल्यात मूलात: असते. संगणक अशा गोष्टी कधी विसरत नाही; विस्मरणाची देणगी मिळालेला मानव मात्र सोयीस्कररीत्या काही काही गोष्टी विसरतो. अधून मधून संत वाङ्मय वाचले कि संतांनी हे सांगितले आहे हे लक्षात येते की जसे अगदी सुरवातीला सांगितलेले.

५. उद्योग उभारणीचे विविध टप्पे

एखादा लघुउद्योग उभारताना विविध बाबींची टप्पा-टप्प्याने पूर्तता करावी लागते. लघुउद्योग उभारतांना सर्व पुढील पद्धत किंवा टप्पे असतात.

१. उत्पादन करावयाच्या वस्तूंची निवड करणे.
२. जागेची निवड .
३. बाजारपेठेची पाहणी .
४. प्रकल्प अहवाल.
५. नियोजित उद्योगाचे/ कंपनीचे स्वरूप ठरविणे.
६. आवश्यक नोंदणी/परवाने मिळवणे.
७. केंद्र/राज्य शासन पुरस्कृत औद्योगिक संस्था / बँकेकडे आर्थिक साहाय्यासाठी अर्ज करणे.
८. मशिनरीची निवड आणि ऑर्डर नोंदविणे.
९. चाचणी स्तरावर उत्पादन.
१०. प्रमुख ग्राहक / मध्यस्थास पुरवठा आणि प्रतिक्रिया घेणे.
११. व्यापारी स्तरावर उत्पन्न.

१. उत्पादन करावयाच्या वस्तूंची निवड करणे : उत्पादन वस्तूंची निवड करणे अत्यंत महत्वाची व तितकीच अवघड बाब आहे. त्यामुळे उद्योजकाला आपली स्वतःची आर्थिक क्षमता, तांत्रिक ज्ञान, उपलब्ध बाजारपेठ आदी बाबींचा विचार करून उद्योगाची निवड करावी लागते. उद्योगाची निवड करताना पुढील बाबींचा विचार करणे गरजेचे आहे.

- ▶ सध्या स्थानिक बाजारात वस्तूंची मागणी किती आहे ?
- ▶ वस्तूंची मागणी परदेशात आहे का व किती ?
- ▶ बाजारातील सरासरी मालाची किंमत काय ?
- ▶ वस्तू बाजारात कोठून येते व तिची किंमत काय ?
- ▶ मागणीत किती वाढ होण्याची शक्यता आहे ?
- ▶ ही वस्तू आयात वस्तूला पर्याय ठरू शकेल काय ?
- ▶ या वस्तूस मोठ्या व मध्यम उद्योग घटकांकडून पूरक वस्तू म्हणून मागणी आहे का ?

उपरोक्त सर्व बाबींची माहिती आपण निरनिराळ्या ठिकाणाहून, नियतकालिकांतून बाजारपेठांतून गोळा करणे आवश्यक आहे.

- ▶ जिल्हा उद्योग केंद्राच्या अधिकारांची भेट घ्या व त्यांच्याकडून

उद्योगाची यादी व माहिती घ्या.

- ▶ आपली आर्थिक क्षमता, ज्ञान व अनुभव विचारात घेऊन ४ ते ५ उद्योग निवडा.
- ▶ निवडण्यात आलेल्या ४ ते ५ उद्योगांना नफा- तोटा, तांत्रिक ज्ञान, बाजारपेठ्याबाबत अधिकार्यांशी चर्चा करा.
- ▶ ४-५ निवडलेल्या वस्तूंची विक्री करणाऱ्या व्यापाऱ्यांकडे जाऊन बाजारपेठेची क्षमता लक्षात घ्या व निवडलेल्या वस्तू उत्पादन करणाऱ्या कारखान्याला भेटी द्या.
- ▶ आपले हितचिंतक याबाबत आपणास साहाय्य भूत होऊ शकतील का ? याचा आढावा घ्या.

खालील मुद्दे साहाय्य भूत होतात का. याचा आढावा घ्या ?

- ▶ कमीत कमी गुंतवणूक कमी व खेळते भांडवल जास्त असे उद्योगाचे स्वरूप आहे का ?
- ▶ भांडवली गुंतवणूक कमी व खेळते भांडवल जास्त असे उद्योगाचे स्वरूप आहे का ?
- ▶ यंत्रसामुग्री चांगली आहे का ?
- ▶ कच्चा माल स्थानिक आहे का ?
- ▶ बाजारपेठ स्थानिक आहे का ?
- ▶ नफ्याचे प्रमाण जास्त आहे का ?
- ▶ वस्तू मागणी असणारी आहे का ?
- ▶ जास्त स्पर्धक नाहीत ना ?

२. जागेची निवड : उद्योगाकरिता आवश्यक जागादेखील निश्चित करणे गरजेचे आहे. परंतु जागा निश्चित करताना निवडलेल्या जागेत ग्रामपंचायत/ महानगरपालिका/ नगर परिषद यांची वस्तूंच्या उत्पादनासाठी काही हरकत नाही हे तपासून पाहिले पाहिजे. शक्य असल्यास महाराष्ट्र औद्योगिक विकास महामंडळाने विक्षित केलेल्या औद्योगिक वसाहतीतील गाळे / भूखंड खरेदी करणे योग्य ठरेल. कारण या ठिकाणी पाणी, वीज, रस्ते, प्रदूषित पाण्याच्या विल्हेवाटीसाठीची यंत्रणा आणि इतर सामाईक सुविधांची व्यवस्था असते हे शक्य नसल्यास औद्योगिक व्यवसायांसाठी राखीव ठेवलेली जागा किंवा शासनाने परवानगी दिलेल्या खाजगी औद्योगिक वसाहतीमधील जागा निवडता येईल.

३. बाजारपेठेची पाहणी : बाजारपेठ पाहणीमध्ये बाजारपेठेच्या

माहिती व्यतिरिक्त उद्योजकाने कच्चा मालाची आणि मशानिरीची पाहणी करणे देखील आवश्यक आहे. तसेच उद्योगासाठी आवश्यक असणारे परवाने, इतर, नियम, अर्थसाह्य देणारे संस्था, मनुष्यबळाची उपलब्धता याची देखील माहिती गोळा केल्यास उद्योजकाना पुढे लागणारा वेळ आणि पैसा यांची बचत होईल. या पाहणीस आपल्या उद्योग उभारणीस योग्य माहिती संकलन अभ्यास असेही म्हणता येईल. बाजापेठ पाहणीचा अभ्यास हा व्यापक दृष्टीकोन ठेऊन केला गेला पाहिजे. या अभ्यासातून मिळणारी माहिती हाच प्रकल्प अहवाल बनवण्याचा पाया असतो. बाजापेठ पाहणीतील माहिती जेवढी अचूक आणि अद्यावत असेल तेवढा प्रकल्प अहवाल सध्याच्या परिस्थितीस धरून आणि सत्य परीस्थितीदर्शक बनेल.

त्यामुळेच बाजारपेठांची पाहणी करणे हा उद्योग उभारणीसाठी एक अतिशय महत्त्वाचा टप्पा ठरतो.

४. प्रकल्प अहवाल : प्रकल्प अहवालात उद्योग उभारण्यास लागणारा खर्च, पैशाची उभारणी कोणत्या स्रोतांमधून करणार, वार्षिक उत्पादन खर्च, वार्षिक उत्पन्न, नफा - तोटा पत्रक, खेळत्या भांडवलाचा हिशोब, ना नफा - ना तोटा बिंदू, निव्वळ नफा आणि नफ्याच्या टक्केवारीचे प्रमाण, गुंतवणुकीवरील पडताळा आदी गोष्टींची माहिती असावी .

५. नियोजित उद्योगाचे / कंपनीचे स्वरूप ठरविणे : उद्योग किती व्यक्तींना एकत्र येऊन सुरु केला आहे आणि त्यांच्या परस्परांतील उद्योगासंबंधीच्या जबाबदाऱ्या, आर्थिक गुंतवणूक, हक्क इत्यादी बाबींनुसार त्या उद्योगाचे स्वरूप ठरू शकते. सर्वसाधारणपणे उद्योगांचे प्रकार

पुढीलप्रमाणे असू शकतील.

- अ) स्वतःचा
- ब) भागीदारीतील
- क) प्रायवेटलिमिटेड
- ड) पब्लिक लिमिटेड
- इ) सहकारी तत्वांवरील
- फ) सेवाभावी संस्था इ.

६. आवश्यक नोंदणी आणि परवाने मिळविणे : जर उद्योगास काही मदतीसाठी शासकीय संस्थाकडे जावयाचे असेल. लघुउद्योग नोंदणी करणे हे उद्योजकाच्या पुढील वाटचालीच्या दृष्टिकोनांतूनच सोयीचे ठरेल. उद्योगास लागणाऱ्या वीजेसाठी आणि केंद्र / राज्य शासन पुरस्कृत आर्थिक संस्था आणि

बँकांकडे, नोंदणी मिळाल्यानंतरच अर्ज करता येतो. या व्यतिरिक्त उद्योजकाने ग्रामपंचायत / महानगरपालिका / नगर परिषदेसारख्या स्थानिक संस्थांचे ना हरकत प्रमाणपत्र आणि आपल्या उद्योगास लागू होणारे परवाने मिळविले पाहिजेत.

७. केंद्र / राज्य शासन पुरस्कृत आर्थिकसंस्था / बँकांकडे अर्थसहाय्यासाठी अर्ज करणे : कोणत्याही उद्योजकास उत्पादन व्यवसाय दोन प्रकारचे आर्थिक साहाय्य मिळू शकेल. उद्योग उभारताना त्यास भांडवली गुंतवणुकीसाठी अर्थसहाय्य लागते आणि त्याचबरोबर तो व्यवसाय चालवितांना त्यास खेळत्या भांडवलासाठी अर्थसहाय्य लागते. या व्यतिरिक्त काही विशिष्ट अटी पूर्ण करणाऱ्या उद्योगास अनुदानदेखील मिळू शकते. यासाठी उद्योजकाने आपल्या आवश्यकतेनुसार आणि सोयीनुसार आर्थिक संस्थांकडे अर्थसहाय्यासाठी त्यांच्या विशिष्ट नमुन्यामध्ये किंवा ऑनलाईन प्रणालीद्वारे अर्ज

करावा.

८. मशिनरीची निवड आणि ऑर्डर नोंदविणे : मशिनरीची माहितीपत्रके वाचून उद्योजकाने आपणास कोणते मॉडेल घ्यावयाचे हे ठरविल्यानंतर त्याची लेखी निविदा मशिनरी उत्पादकाकडून/ डीलरकडून घेणे आवश्यक आहे. लेखी निविदा घेण्याची दोन कारणे आहेत. पहिले म्हणजे या निविदेची एक प्रत आपणास प्रकल्प अहवालास जोडता येऊ शकेल. (ज्याचा उपयोग प्रकल्प अहवालात दाखविलेल्या मशिनरीच्या किमती योग्य आहेत हे दाखवण्यासाठी होऊ शकतो.)

९. चाचणी स्तरावरील उत्पादन : या टप्प्यांमध्ये उद्योजकाने आवश्यक तो कच्चा माल आणि पूरक माल थोड्या प्रमाणात खरेदी करून ठरविलेल्या वस्तूचे चाचणी करणे आवश्यक आहे.

१०. प्रमुख ग्राहक / मध्यास्थांची चाचणी उत्पादनाचा पुरवठा आणि प्रतिक्रिया घेणे : एकदा चाचणी उत्पादन केल्यानंतर उद्योजकाने हे उत्पादन प्रमुख ग्राहकांना किंवा मध्यस्थांना वापरण्यास दिले पाहिजे. तो या वस्तूंच्या कामगिरीबाबत, दर्जाबाबत, पॅकिंगबाबत योग्य त्या प्रतिक्रिया नोंदवेल ग्राहकाने वास्तूमध्ये काही सुधारणा जरी सुचविल्या, तरी उद्योजकाने त्या टीकेच्या स्वरूपात न घेता सकारात्मक दृष्टीकोनातून स्वीकारल्या पाहिजेत. या सूचनांनुसार वस्तू बनविल्यास ग्राहक दर्जाविषयी समाधानी होईल.

११. व्यापारी स्तरावर उत्पादन : चाचणी उत्पादन यशस्वी झाल्यानंतर उद्योजक व्यापारी स्तरावर / मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्यात सुरुवात करू शकेल.

- ६) आपण ४-५ वस्तूंमधून एकाची निवड करून त्या वस्तूच्या उत्पादनास खालील मुद्दे निश्चितपणे साह्यभूत होतात का ते तपासून पाहा.
- ▶ शक्यतो कमीत कमी गुंतवणुकीचे उद्योगाची सुरवात करता येते का ?
 - ▶ भांडवली गुंतवणूक कमी व खेळते भांडवल जास्त असे उद्योगाचे स्वरूप आहे का ?
 - ▶ यंत्रसामुग्री चांगली आहे का ?
 - ▶ कच्चा माल स्थानिक आहे का ? बाजारपेठ स्थानिक आहे का ?
 - ▶ नफ्याचे प्रमाण जास्त आहे का ?
 - ▶ वस्तू मागणी असणारी आहे का ?
 - ▶ जास्त स्पर्धक नाहीत ना ?

उद्योग व्यवसाय निवडताना खालील बाबींचा विचार केला जातो.

- ▶ व्यवसायाच्या ठिकाणाची सुयोग्यता.
- ▶ स्वतःची गुंतवणूक क्षमता.
- ▶ बाजारपेठ.
- ▶ उत्पादनाचे तंत्रज्ञान.
- ▶ उद्योजकाची पार्श्वभूमी (शिक्षण, अनुभव, संपर्क, प्रशिक्षण).
- ▶ व्यवसायाचे ठिकाण.

व्यवसायाच्या ठिकाणी सर्व किमान वीज, पाणी, रस्ते, प्रशिक्षण, कुशल कारागीर असायला हव्यात. तसेच या ठिकाणी उद्योग सुरु करण्यास कायदेशीर परवानगी मिळण्यात अडचण नसावी. व्यवसाय संधीची निवड नीट नियोजन करूनदेखील होऊ शकते. त्यासाठी खालील गोष्टींचा उपयोग होतो.

- ▶ उद्योजकता प्रशिक्षण वर्ग
- ▶ जिल्हा उद्योग केंद्र कार्यालयाकडील प्रकल्प अहवाल
- ▶ वर्तमानपत्रातील जाहिराती
- ▶ तंत्रज्ञान संशोधन संस्था

- ▶ खाजगी सल्लागार
- ▶ खाजगी संशोधक
- ▶ शासकीय खरेदीच्या निविदा

महाराष्ट्र राज्याचे नवीन औद्योगिक धोरण - २०१९ मध्ये उदयोन्मुख उच्च तंत्रज्ञांच्या क्षेत्राकडे औद्योगिक विकास वळविण्यासाठी व रोजगार निर्माण करण्यासाठी राज्य शासनाने खाली क्षेत्रांना प्राधान्य दिले आहे, थ्रस्ट सेक्टर मधील प्रकल्पांना जागावाटपामध्ये प्राधान्य दिले जाईल व त्यांना विशेष प्रोत्साहने देखील देण्यात येतील.

- ▶ विद्युत वाहने (उत्पादने, पायाभूत सुविधा व देखभाल)
- ▶ हवाई व सरंक्षण उत्पादन उद्योग
- ▶ उद्योग ४.० (कृत्रिम बुद्धिमत्ता, त्रिमिती छपाई, महाजाल, यंत्रमानव विज्ञान, अतिसूक्ष्म तंत्रज्ञान इत्यादी)
- ▶ एकात्मिक डेटा सेंटर पार्क्स (IDCP)
- ▶ वस्त्रोद्योग यंत्रसामुग्री उत्पादन
- ▶ जैव तंत्रज्ञान, वैद्यकीय निदान उपकरणे
- ▶ कृषी व अन्न प्रक्रिया उद्योग (फक्त द्वितीय व तृतीय अन्न प्रक्रिया उद्योग)
- ▶ माहिती तंत्रज्ञान (IT) व माहिती तंत्रज्ञान सहाय्यभूत सेवा (ITES)
- ▶ इलेक्ट्रॉनिक प्रणाली संरचना व उत्पादन (ESDM) चे सेमी कंडक्टर फॅब्रिकेशन (FAB)
- ▶ लॉजिस्टिक व वेअर हाऊसिंग
- ▶ हरित उर्जा / जीव इंधनाचे उत्पादन
- ▶ क्रीडा व व्यायामशाळा उपकरण उत्पादन
- ▶ अणुउर्जा प्रकल्पांच्या उपकरणाचे उत्पादन
- ▶ खनिज व वन आधारी उद्योग

तसेच राज्याच्या औद्योगिकीकरणास हातभार लावणारे अभिनव / नाविन्यपूर्ण (Niche Segment / Sunrise Sector) असा दर्जा देवून त्या उद्योगांना सुद्धा थ्रस्ट सेक्टर मध्ये संबोधले जातील.

७. बाजारपेठ सर्वेक्षण व विश्लेषण

आपल्या नियोजित वस्तू, सेवा, उत्पादन यांना बाजारपेठ निश्चितीसाठी तसेच आपला उद्योग बाजारपेठेत तग धरू शकेल की नाही यासंदर्भात उद्योजकाने उद्योग प्रस्थापनेपूर्वी चाचपणी करणे गरजेचे असते. यालाच बाजारपेठ संशोधन म्हणतात. बाजारपेठ संशोधन करण्याच्या विविध पध्दती आहेत. पैकी काही पध्दती आपल्या माहितीस्तव देत आहेत. आपल्या उत्पादनाच्या स्वरूपानुसार योग्य ती पध्दत वापरून आपले बाजारपेठ संशोधन व विश्लेषण करावे.

► उद्योग व्यापार निर्देशिका

- कल्पनाशक्ती
- शासनाकडून प्रसिध्द आकडेवारी
- नमुना सर्वेक्षण
- नमुना बाजारपेठ संशोधन व विश्लेषण आपल्या माहितीस्तव देत आहेत याचा संदर्भ म्हणून उपयोग करावा.

उदा. शहरातील टूथपेस्ट बाजारपेठ नमुना संशोधन ब्रँड अ' ब्रँड ब' ब्रँड क' व अनब्रँडेड टूथपेस्ट वरील मार्गांनी माहिती गोळा केल्यास त्यावर आधारित अंदाज खालीलप्रमाणे करता येईल.

माहिती	संख्या	स्रोत
१. शहरांची एकूण लोकसंख्या	८,००,०००	१९९९ जनगणना
२. एकूण कुटुंबांची संख्या	१,६०,०००	कुटुंब = ५ माणसे ६० टक्के
३. क्रयशक्ती असणारी टूथपेस्ट वापर करणारी कुटुंब संख्या	९६,०००	गृहीत
४. प्रतिकुटुंब प्रतिमहा टूथपेस्टचा वापर	५०० ग्रॅम	नमुना सर्वेक्षण ३ द ४
५. एकूण प्रतिमहा टूथपेस्ट वापर	४८,००० कि. ग्रॅ	सर्वेक्षणावर आधारित अंदाज -
६. पैकी प्रथितयश कंपन्यांची ब्रँडेड टूथपेस्ट वापरणारी कुटुंबे	३८,४०० कि. ग्रॅ	४० टक्के
७. ब्रँडेड टूथपेस्ट प्रतिमहा वापर	१९,२०० कि. ग्रॅ	६ X ४
८. अनब्रँडेड टूथपेस्ट प्रतिमहा वापर	२८,८०० कि. ग्रॅ	५ - ७

यावरून असे दिसते की शहराची टूथपेस्टची एकूण मागणी प्रतिमहा ४८,००० कि. ग्रॅ आहे. त्यापैकी २८,८०० कि. ग्रॅ. माल हा कुठल्याही ब्रँडचा आग्रह न धरता विकला जातो. सुरुवातीला १०० कि. ग्रॅ. प्रतिदिन उत्पादन क्षमतेचे युनिट काढल्यास मासिक सुमारे २५०० कि. ग्रॅ. माल विकायचा आहे. अनब्रँडेड बाजारपेठ २८,८०० कि. ग्रॅ. आहे. म्हणजे तुम्हाला केवळ ९ टक्के बाजारपेठेचा भाग पाहिजे आहे, जो मिळणे सहज शक्य आहे.

बाजारपेठ विश्लेषण : वरील माहितीचे खालीलप्रमाणे विश्लेषण करणे आवश्यक आहे.

उत्पादन	बाजारपेठेतील वाटा टक्के	प्रति कि. किंमत	वैशिष्ट्ये	विक्रेत्यांना कमिशन (टक्के)	उधारी
ब्रँड 'अ'	२० रु.	६०रु.	आकर्षक जाहिरात	१०	नाही
ब्रँड 'ब'	१५ रु.	७५रु.	आकर्षक पॅकिंग	१५	१ महिना
ब्रँड 'क'	५ रु.	५५रु.	भेट वस्तू	८	२ महिने
अनब्रँडेड	६०रु.	४०रु.	-	५	३ महिने

या विश्लेषणाच्या आधारावर आपल्या उत्पादनासंबंधी निर्णय घेता येईल. व्यवसायाची निवड करताना स्पर्धकांवर मात करून तो यशस्वी होण्यासाठी खालील निकषांची गरज आहे.

किंमत : उत्पादनाची किंमत बाजारपेठेतील याच उत्पादनापेक्षा प्रकारच्या जास्त नाही.

दर्जा : उत्पादनाचा दर्जा व गुणवत्ता स्पर्धकापेक्षा चांगली आहे.

उपलब्धता : बाजारपेठेत मागणीनंतर लगेच उत्पादन उपलब्ध होऊ शकते.

कमिशन व उधारी : विक्रेत्यांना योग्य कमिशन व उधारी दिली जाते.

नावीन्यपूर्णता : उत्पादनाची स्पर्धकापेक्षा काही तरी नावीन्यपूर्ण वैशिष्ट्ये आहेत.



कोलगेट व फारेटून्ससारख्या बहुराष्ट्रीय कंपन्यांचे टूथपेस्ट बाजारपेठेत असताना 'विको' या देशी कंपनीने आपल्या आयुर्वेदांवर आधारित नावीन्यपूर्णतेच्या बळावर स्वतःची वेगळी बाजारपेठ निर्माण केली. उद्योगाची निवड ही एक नियोजनबद्ध प्रक्रिया आहे. उद्योजकाने आपल्या डोळ्यांसमोर ४/५ पर्याय ठेवावेत. या पर्यायांचा सर्व बाजूंनी विचार करून वरीलप्रमाणे मिळविलेल्या माहितीच्या आधारावर अंतिम निर्णय घ्यायच असतो.

अ.क्र	उद्योग /बाब	टूथपेस्ट	पीव्हीसी शूज	लाकडी फर्निचर	झेरॉक्स
१	एकूण गुंतवणूक				
२	बाजारपेठ				
३	स्पर्धा				
४	कच्चा मालाची उपलब्धता				
५	ठिकाणाची सुयोग्यता				
६	मजूरी इतर सुविधांवर खर्च				
७	सरासरी प्रतवारी				

प्रत्येक बाबीसाठी खूप, मध्यम, कमी अशी प्रतवारी. सर्व बाबींसाठी समान गुण धरून सरासरी प्रतवारी काढता येईल. सरासरी प्रतवारीच्या गुणक्रमांच्या आधारावर अंतिम निर्णय घेता येईल.

८.१ उद्योगाचे व्यवस्थापन (खरेदीचे व्यवस्थापन)

व्यवस्थापन हे उद्योग व्यवसायाचे दैनंदिन कामकाजाच्या दृष्टीने महत्त्वाचे असते. ज्यामध्ये उद्योगाची ठरवलेली उद्दिष्टे व त्याचप्रमाणे कृती आराखड्याप्रमाणे दैनंदिन कामकाजाची आखणी, अंमलबजावणी व आढावा याचा समावेश असतो.

खरेदीचे व्यवस्थापन

मालाची खरेदी : मालाच्या पुरवठादाराचे (सप्लायर) दोन वर्गांत वर्गीकरण करता येते एक प्रकार म्हणजे तो स्वतःच उत्पादन आहे आणि दुसरा प्रकार म्हणजे अनेक उत्पादकांच्या विविध उत्पादित वस्तूंचा व्यवहार पुरवठ्याच्या स्वरूपावर आधारित मालाचे पुढीलप्रमाणे वर्गीकरण करता येते.



त्यानंतर जसजशी उपलब्धता कमी होत जाते तसतशी त्याची किंमतही वाढत जाते. लाकूड, कागद इत्यादी वस्तू पावसाळ्यात दुर्मिळ होतात. अशा परिस्थितीतील खरेदी पैशाची उपलब्धता आणि किमती तसेच उपलब्धतेमध्ये होणाऱ्या बदलांवर अवलंबून असते. आपल्याला काय आवश्यक आहे आणि काय खरेदी केले यावर लक्ष ठेवले पाहिजे. माल खरेदी करण्याच्या पायऱ्या

१. स्थानिकरीत्या उपलब्ध असलेल्या आणि देशाच्या अंतर्भागातील वस्तू
२. विशिष्ट मार्गांनीच उपलब्ध होणारी वस्तू - प्रणालीत वस्तू (चॅनलाईज्ड आयटेम)
३. शासकीय नियंत्रणाखालील वस्तू
४. खनिज वस्तू

माल केव्हा खरेदी करावा ?

भरणा आणि पुरवठा तसेच इतर आर्थिक परिस्थितीत होत असलेल्या बंदलांमुळे मालाच्या किमती प्रचंड प्रमाणात बदलत असतात. जेव्हा मालाच्या किमती वाढतात तेव्हा उद्योगापुढे खरेदी आधी करावी का नंतर ही समस्या उभी राहते. किमतीच्या बदलाचे पुष्कळसे चांगले निदान करता आल्यास या बाबतीतला अचूक निर्णय घेता येतो. समजा विशिष्ट प्रकारचा स्टीलचा पत्रा दर टनाला १४०० रुपये भावात सध्या विकला जात आहे. तीन महिन्यांत हा भाव २००० रुपयांपर्यंत वाढेल असा अंदाज आहे म्हणून आताच खरेदी करणे एखादा पसंत करील.

विशिष्ट काळात खरेदी (सीझनल पर्वस) : काही वस्तू वर्षात विशिष्ट वेळेतच उपलब्ध होत असतात. उदा. शेंगदाणा पीक आल्यावरच उपलब्ध होतो. यावेळेस किंमतही कमी असते.

- ▶ सप्लायरची निवड करणे
- ▶ सप्लायरकडे ऑर्डर नोंदविणे आणि त्याची स्वीकृती मिळविणे.
- ▶ मालाची पोच घेणे.
- ▶ पैसे देणे.

पुरवठादाराची निवड : निरनिराळ्या वस्तूसाठी निरनिराळ्या सप्लायर्सची माहिती, यामध्ये नवीन सप्लायर्सची मासिके व मित्रांमार्फत माहिती मिळविणे तसेच पूर्वीच्या पुरवठ्यावर नजर ठेवणे आदींचा अंतर्भाव आहे. एखाद्या विशिष्ट गरजेसाठी सप्लायरची निवड करणे पुढील गोष्टींवर अवलंबून असते.

- १) विशिष्ट दर्जाचा माल योग्य किमतीत पुरवठादार पुरवू शकेल का ?
- २) आवश्यकता असेल तेव्हा पुरवठादार वस्तूचा पुरवठा करू शकेल का ?
- ३) एकाच पुरवठादारावर विसंबून राहणे अडचणीचे ठरते. कारण पुरवठा न होण्यासारख्या आणीबाणीच्या परिस्थितीत दुस-याकडे धाव घेता येणे शक्य नसते.
- ४) पुरवठादार उधार माल देईल का ?
- ५) घरपोच डिलिव्हरी, विक्रीनंतरची सेवा इत्यादी सुविधा पुरवठादार पुरवील का ?

ऑर्डर नोंदविणे : एखादी वस्तू विशिष्ट सप्लायरकडून खरेदी करायचे ठरविल्यावर त्याला त्याप्रमाणे कळवावे लागते म्हणजे सप्लायरकडे ऑर्डर नोंदवावी लागते. ऑर्डर टेलिफोनवर किंवा पत्राने दिली तरी चालते. जेव्हा तपशीलवार स्पेसिफिकेशन्स किंवा अनेक वस्तू असतात तेव्हा ऑर्डर पर्चेस ऑर्डरच्या स्वरूपात शक्यतो लेखी द्यावी. त्यामुळे ऑर्डरचा पाठपुरावा करणे शक्य होते. पुरवठा योग्य त-हेने झाला आहे याची खातरजमा करण्यासाठी घातलेल्या अटींना सप्लायरची स्वीकृती मिळवावी.

मालाची पोच : माल स्वतः किंवा रेल्वे वा रस्तामार्गे घेऊन यावा. वाहतुकीच्या प्रकाराची निवड, वाहतुकीचा आकार (चार्जेस) वॅगनची, ट्रकची उपलब्धता आणि मालाची किती लवकर जरूरी आहे आदी बाबी विचारात घेऊन केली जाते. मालाची पोच घेताना विविध महत्त्वाच्या बाबी म्हणजे, मिळालेल्या वस्तूंचे निरीक्षण, त्यांच्यात काही दोष आहेत का हे पाहणे. त्याचप्रमाणे आवश्यक तेवढा माल मिळाला आहे की नाही ते पाहणे.

भंडार व्यवस्थापन (स्टोअर कीपिंग) : स्टोअर कीपिंगचे कार्य पुढीलप्रमाणे आहे.

१) मालाची पोच घेणे : यामध्ये पॅकिंग सोडविणे, संख्येची छाननी, दर्जाची तपासणी आणि भांडारात ठरलेल्या जागी माल ठेवणे आदी बाबींचा अंतर्भाव

आहे.

२) प्रत्येक वस्तूसाठी जागा करणे व प्रत्येक वस्तू जागच्या जागी ठेवणे.

३) माल देणे : प्रथम मागणा-याला प्रथम देणे (FIFO) या नियमाचा अवलंब करून उत्पादनासाठी लागणाऱ्या बाबींची छाननी

करणे. प्रमाणक ठरविणे. यामुळे नैसर्गिक कारणामुळे माल फुकट जाण्याचे प्रभावी नियंत्रण राहते.

४) रेकॉर्ड ठेवणे : मिळालेला दिलेला व शिल्लक माल इत्यादींची नोंद ठेवण्याचा यामध्ये अंतर्भाव आहे.

५) स्टॉकची छाननी : वापराच्या प्रमाणाकांचा योग्य तो अवलंब केला जातो की नाही याची खातरजमा करण्यासाठी मालांच्या स्टॉकची छाननी वारंवार केली जाते. व असलेल्या नोंदी बरोबर आहेत का पडताळून पाहिल्या जातात.

६) खरेदीची पध्दत ठरविणे : पाहिजे त्यावेळी खरेदी करणे शक्य होण्यासाठी स्टॉकचा नियतकालिक आढावा घेणे या बाबतीतील विकसित केलेल्या इनव्हेंटरी नियंत्रण पध्दतीमुळे मार्गदर्शक सूचना मिळतात.

इनव्हेंटरी नियंत्रण : मालाच्या व्यवस्थापनात इनव्हेंटरी नियंत्रणाला अतिशय महत्त्व आहे. आर्थिक मूल्य असलेल्या मालाला इनव्हेंटरी असे म्हणतात. अशा तऱ्हेचे कच्चा माल, कंझुमेबल्स स्टोअर्स स्थितीतील इनव्हेंटरीवर नियंत्रण याचा अर्थ इनव्हेंटरीमध्ये विनाकारण अडकून पडण्यासाठी उपलब्ध पैशाचा काटेकोर वापर करणे. समजा एखादा वस्तूची डिलिव्हरी मिळण्यासाठी ग्राहक ३० दिवस थांबण्यास तयार आहे अशा स्थितीचा विचार करा. यासाठी कच्चा माल सहजतने वळवता येऊन त्या वस्तूचे उत्पादन २५ दिवसांत करता येण्याजोगी स्थिती आहे. अशा प्रमाणात इनव्हेंटरीचा साठा करण्याची अजिबात जरूरी नाही म्हणजे इनव्हेंटरी जवळजवळ शून्य असते. याउलट जेव्हा कच्चा माल दुर्मिळ आहे, उत्पादन प्रक्रिया खूप मोठी आहे व या वस्तूसाठी स्पर्धा जास्त आहे तेव्हा धंद्या टिकविण्यासाठी इनव्हेंटरीचा साठा करण्यात बराचसा पैसा गुंतविण्याची जरूरी आहे.

८.२ उत्पादन व्यवस्थापन

उत्पादन व्यवस्थापन खालील गोष्टींचा समावेश होतो

१. कच्च्या मालाची खरेदी
२. तंत्रज्ञान
३. प्रक्रिया
४. गुणवत्ता नियंत्रण

प्रमाण कमी होते. आवश्यकतेची छाननी केल्यामुळे वापरावर

१. कच्च्या मालाची खरेदी : कच्चा माल खरेदी करताना कच्चा माल हा शक्यतो स्थानिकरित्या उपलब्ध असावा याची खात्री बाळगावी. कारण बाहेरून कच्चा माल खरेदी करणे प्रक्रिया करणे व बाहेरच्या बाजारपेठेत विकण्यासाठी पाठविणे हे आर्थिकदृष्ट्या न परवडणारे आहे.

२. तंत्रज्ञान : उत्पादन करताना आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर केल्यास उत्पादनाची किंमत कमी करता येते व ग्राहकास कमी

किमतीत उत्कृष्ट माल देता येऊ शकतो.

निवडल्यास उत्पादनाची गुणवत्ता व किंमत कमी करता येते.

३. प्रक्रिया : कमी खर्चिक व जास्त उत्पादकता देणारी प्रक्रिया

८.३ वित्त व्यवस्थापन

वित्त व्यवस्थापणाचे पुढील तीन भाग असतात :

- ▶ दीर्घ वित्त व्यवस्थापन.
- ▶ अल्प मुदतीचे वित्त व्यवस्थापन.
- ▶ किफायतशीरता.

दीर्घ मुदतीचे वित्त व्यवस्थापन : कोणत्याही उद्योगात पैशाची गुंतवणूक निरनिराळ्या पध्दतींनी होत असते. उद्योग चालविण्यासाठी मिळविलेला निधी दीर्घ मुदतीचा निधी हा एक किंवा दोन वर्षांच्या अवधीसाठी

मिळविला जातो. उत्पादन आणि विक्रीमध्ये वेळोवेळी होणाऱ्या कालानुसार अशा तऱ्हेने मिळालेल्या निधीतही बदल होत असतो. विविध मार्गांनी पैसा उभा करणे आणि त्याचा विविध कारणांसाठी वापर करणे या प्रक्रियेला भांडवलाचे व्यवस्थापन असे म्हणतात. स्वतःचा निधी हा मालकाने धंद्यात आणलेला पैसा दर्शवितो. हा पैसा आधी सांगितल्याप्रमाणे उद्योगाच्या

विकासासाठी दीर्घ मुदतीत वापरण्यासाठी असतो.

याउलट उसनवारीने उभा केलेला निधी हा मित्र, नातेवाईक, बँकासारख्या वित्तीय संस्थांकडून उसना घेतलेला निधी दर्शवितो. सर्वसाधारणपणे या उसन्या घेतलेल्या पैशाची ५ ते १० वर्षांत किंवा त्यापेक्षा जास्त मुदतीत परतफेड करावयाची असते. मालकीच्या किंवा भागीदारीमधील उद्योगांमध्ये झालेला नफा मालकांच्या निधीमध्ये मिळविला जातो. या फायद्याच्या उसनवारची परतफेड करण्यासाठी तसेच अधिक यंत्रसामुग्री खरेदी करण्यासाठी किंवा विस्तार कार्यासाठी उपयोग करता येतो. दीर्घ मुदतीचा निधी हा दीर्घ मुदतीच्या स्वरूपाच्या तसेच अल्प मुदतीच्या स्वरूपाच्या कारणांसाठी वापरता येतो. उदा. दीर्घ मुदतीच्या निधीचा काही भाग मशिनरी खरेदी करण्यासाठी फॅक्टरी इमारत बांधण्यासाठी

४. गुणवत्ता नियंत्रण : प्रत्येक प्रक्रियेच्या पायरीवर उच्च गुणवत्ता व

सातत्य टिकविण्यासाठी कच्च्या मालाचे प्रमाण व सूत्र हे कायम ठेवावे

५. पॅकेजिंग : ग्राहकाला आकर्षित करणारी व वस्तूचे संरक्षण करणारे पॅकेजिंग असावी

वापरला जाऊ शकतो. तसेच काही भाग मालाची खरेदी करण्यासाठी उपयोगात आणला जाऊ शकतो.

खेळत्या भांडवलाचे नियोजन : उद्योग घटक कच्च्या मालाचे तयार

मालात रूपांतर करण्यात गुंतलेला असतो आणि हा तयार माल नंतर विकण्यात येतो. कच्चा माल खरेदी करून तो उत्पादन कार्यास लावला जातो व अंतिमतः त्याचे तयार मालात रूपांतर करण्यात येते. एका टप्प्यामधून दुसऱ्या टप्प्यामध्ये रूपांतर करण्याची उद्योग घटकांमधील ही प्रक्रिया

मनुष्यबळ आणि मशिनरीच्या साहाय्याने केली जाते. त्यानंतर केलेल्या तयार मालाची विक्री बिलांच्या स्वरूपात दर्शविली जाते आणि ही बिले मान्य झाल्यावर पैशाची आवक होते. रूपांतराच्या टप्प्यांमध्ये उत्पादन खर्च, व्यवस्थापन खर्च आणि विक्री व वितरणासाठीचे खर्च इत्यादी प्रकारचे खर्च होत असतात. विक्रीद्वारे जमा झालेल्या हे सर्व खर्च पैशामधून भागविल्यावर उरलेल्या पैशाचा गोष्टीसाठी विनियोग इतर करता येतो ही रक्कम परतफेड करण्यासाठी तसेच विस्तार कार्यासाठी वापरता येते. उद्योगचक्र चालू ठेवण्यासाठी कच्चा माल तसेच इतर खर्चासाठी लागणा-या पैशाला खेळता निधी असे म्हणतात.

नफा-तोटा समांक विश्लेषण (ब्रेक इव्हन अॅनालिसिस) :

उद्योगाचे उत्पादन सुरू झाल्यावर जसजसा माल विकला जातो तसे नफा अथवा तोट्याचे प्रमाण बदलत जाते. उत्पादनावर होणारा खर्च व विक्रीमधून मिळणारे उत्पन्न यांची एका उत्पादन पातळीच्या



विशिष्ट बिंदूला तोंडमिळवणी होते. त्यावेळी नफा वा नुकसान शून्य राहते. ब्रेक इव्हन पॉईंट म्हणजे मालाची अशी उत्पादन पातळी अथवा विक्रीमूल्य जेणेकरून व्यवसायामधील स्थिर व्यय (खर्च) व चल व्यय पूर्णपणे निघून येते. या पातळीवर उत्पादनावर / विक्री झाल्यास नफा होतो व त्याच्या खाली आल्यास तोटा होतो. उत्पादनावर होणा-या खर्चाचे दोन प्रकार असतात.

स्थिर व्यय : हा खर्च उत्पादन पातळीशी निगडित नसतो. उद्योग चालू असो अगर नसो. विक्री होवो अगर न होवो हा खर्च अपरिहार्य असतो. उदा. भाडे, कर, घसारा, व्यवस्थापकीय वेतन, वीज, पाणी, आकार वगैरे.

चल व्यय : हा खर्च उत्पादन / विक्रीच्या पातळीच्या प्रमाणात होतो. उदा. कामगारांचे वेतन, कच्चा माल खरेदी, विक्री, कमिशन इ.

कोणत्याही धंद्यात प्रभावी आर्थिक व्यवस्थापनासाठी वित्तीय लेखा ठेवणे आणि त्यांचे पृथक्करण करणे आवश्यक असते. बऱ्याच लघुउद्योजकांना योग्य तऱ्हेने हिशेब ठेवण्याचे महत्त्व समजलेले नसते. धंद्याच्या सर्वसाधारण स्थितीबद्दल उद्योजक साधारणपणे निष्काळजी असतो आणि वैधानिक आवश्यकतांसाठी आवश्यक असणारे हिशेब ठेवण्याच्या बाबतीत तो सहायकावर किंवा चार्टर्ड अकॉउंटंट्सच्या फर्मवर अवलंबून असतो. उद्योजकाला हिशेब ठेवण्याच्या पध्दतीचे पुरेसे ज्ञान नसल्याने त्या रेकॉर्डचे महत्त्व आणि त्यांचे धंद्यामधील माहितीचे स्रोत म्हणून महत्त्व ध्यानात येत नाही. कोणत्याही वेळी धंद्याचे संपूर्ण आर्थिक चित्र मिळविण्यासाठी धंद्यातील व्यवहारांचे आर्थिक परिभाषेत संपूर्ण आणि पध्दतशीर रेकॉर्ड ठेवण्याच्या पध्दतीला अकाऊंटिंग म्हणतात.

नफा तोटा लेखा : विशिष्ट कालावधीत जमविलेला महसूल, तो महसूल जमविण्यासाठी आलेला खर्च आणि त्या अनुषंगाने झालेला नफा किंवा तोटा यांचे निदर्शन करणारे विवरण म्हणजे नफा - तोटा लेखा.

ताळेबंद : एका विशिष्ट वेळी कंपनीची मालमत्ता आणि तदनुसृत दायित्वे (मालमत्ता संपादन करण्यासाठी ज्या साधनांनी निधी मिळविला) यांचे निर्देशन करणारे विवरणपत्र म्हणजे ताळेबंद.

ताळेबंदाच्या खात्यांची शीर्षके :

प्रकार १ दायित्वे (लाएबिलिटीज)

प्रकार २ मालमत्ता (अॅसेट्स)

नफा-तोटा खात्यांची शीर्षके :

प्रकार ३ खर्च (एक्सपेन्डिचर)

प्रकार ४ उत्पन्न (इन्कम)

एका सर्वसाधारण उद्योगाच्या मालमत्तेचे पैशामध्ये रूपांतर होण्याच्या उतरत्या क्रमानुसार चार गटांमध्ये पुढीलप्रमाणे वर्गीकरण करता येईल.

१. चालू मालमत्ता (करंट अॅसेट्स)

२. संकीर्ण मालमत्ता (मिसलेनियस अॅसेट्स)

३. स्थिर मालमत्ता (फिक्स्ड अॅसेट्स)

४. अमूर्त मालमत्ता (इन्टॅन्जिबल अॅसेट्स)

उद्योगाचे दैनंदिन व्यवहार चालू ठेवण्यासाठी लागणाऱ्या मालमत्तेला चालू मालमत्ता असे म्हणतात. आपले कामकाज चालविण्यासाठी किंवा कच्च्या मालाचे अंतिम उत्पादनात रूपांतर करण्यासाठी कंपनीने संपादन केलेल्या मालमत्तेस स्थावर मालमत्ता (फिक्स्ड अॅसेट्स) असे म्हणतात. या खात्याचे पुढीलप्रमाणे वर्गीकरण करण्यात येते.

१. चालू दायित्वे (करंट लाएबिलिटीज)

२. स्थगित दायित्वे (डिफर्ड लाएबिलिटीज)

३. भागधारकांचा निधी (शेअरहोल्डर्स फंड)

४. आकस्मिक दायित्वे (कॉन्टिजन्ट लाएबिलिटीज)

लेखा कार्य (बुककीपिंग) :

लेखा कार्याच्या (बुककीपिंग) दोन पध्दती आहेत:

१. सिंगल एंट्री बुककीपिंग

२. डबल एंट्री बुककीपिंग

सिंगल एंट्री बुककीपिंगमध्ये प्रत्येक व्यवहारासाठी हिशेब पुस्तकात फक्त एकच नोंद घेतली जाते. समजा रोखीने खरेदी केलेली बात आणि खर्च झालेली रक्कम दर्शविणारी नोंद खरेदी पुस्तकात घेतली जाईल. त्याचप्रमाणे उधारीवर विक्री केल्यास खरेदीदाराचे नाव आणि रकमेची नोंद सेल्स रजिस्टरमध्ये घेतली जाईल. नंतर रक्कम मिळाल्यावर संबंधित नोंदीच्या समोर टिक केली जाईल. अशा एंट्रीजच्या आणि शिलकी रकमेच्या (हातातील आणि बँकेतील) आधारावर ताळेबंद तयार केला जातो.

तेरीज ट्रायल बॅलेन्स :

प्रत्येक खाते शीर्षकाचे ट्रायल बॅलेन्सेस तयार करून त्यांच्या नियतकालिक मेळाला तेरीज - ट्रायल बॅलेन्स म्हणतात. हिशेबातील अचूकता तपासणीसाठी ट्रायल हा सर्व खाते शीर्षकांचा घातलेला पहिला मेळ असतो. हिशेबाच्या कालावधीत किंवा त्यांच्या शेवटी डेबिटचा अथवा क्रेडिट नोंदमध्ये चूक असते. ट्रायल

बॅलेन्सच्या साहाय्याने मेळ घालणे ही कंपनीची आर्थिक स्थिती दर्शविणारी नफा-तोटा लेखा आणि ताळेबंद ही विवरणपत्र तयार करण्याची पहिली पायरी आहे.

नफा-तोटा लेखा (प्रॉफिट अँड लॉस अकाऊन्ट):

विशिष्ट कालावधीत महसूल निर्माण करण्यासाठी आलेल्या एकंदर खर्चाच्या तुलनेत मिळालेला एकंदर महसूल दर्शविणारा प्रवाही अहवाल म्हणजे नफा-तोटा लेखा. ग्राहकांनी दिलेली उत्पादनांची किंमत (महसूल) मिळविण्यासाठी केलेल्या खर्चाची तुलना करणारे नफा- तोटा लेखा हे एक विवरणपत्र आहे.

नफा-तोटा लेखा म्हणजे विशिष्ट कालावधीत माल आणि सेवा साधनसंपत्तीच्या किमतीच्या (ज्याला खर्च म्हणतात) तुलनेत उद्योगाने मिळविल्या महसुलाचा वृतांत हिशेबाच्या कालावधीतील महसूल हा वसुलीच्या तत्त्वावर काढला जातो. ज्या काळातील

महसुलाचा विचार करायचा असेल त्या काळातील किंमत ही खर्च म्हणून धरली जाते.

जमा - खर्चाच्या साधारण वहा :

सर्व व्यापाऱ्यांनी रोजमेळ व खतावणी या दोन वहा ठेवणे किमान आवश्यक आहे. परंतु धंद्यातील मोठी उलाढाल तसेच विक्रीकर व इतर कायद्यांच्या दृष्टीने ठेवावयाचे रजिस्टर्स विचारात घेता खरेदी रजिस्टर, विक्री रजिस्टर, पेटी कॅश बुक, स्टॉक बुक, इत्यादी आवश्यकतेप्रमाणे ठेवणे सोयीचे असते.

जमा खर्चाच्या वहा :

रोजमेळ (कॅश बुक व बँक बुक): धंद्यातील रोखीने व चेकने झालेल्या सर्व व्यवहारांची नोंद करावयाची असते. जमा रकम डाव्या पानावर व खर्च नावे रकम उजव्या पानावर लिहितात.

८.४ मनुष्यबळाचे व्यवस्थापन

उद्योग व्यवस्थापनातील एक महत्त्वाचा भाग म्हणजे मनुष्यबळ व्यवस्थापन व्यवस्थापन अर्थात ह्युमन रिसोर्स मॅनेजमेंट. कोणत्याही संस्थेला, मग ती व्यावसायिक असो किंवा सामाजिक काम करणारी संस्था असो, मनुष्यबळ व्यवस्थापनाची यामध्ये नितांत गरज असते. संस्था योग्य प्रकारे चालवण्याचे काम हे शेवटी संस्थेचे कर्मचारीच करीत असतात. संस्थेचे यश हेसुद्धा कर्मचाऱ्यांच्या कुशलतेवर आणि कार्यक्षमतेवर अवलंबून असते. यामुळे मनुष्यबळ व्यवस्थापन हे संस्थेचे एक अतिशय महत्त्वाचे कार्य मानले जाते. मनुष्यबळाचे व्यवस्थापन कसे करावे हे समजणे अत्यावश्यक ठरते. मनुष्यबळ व्यवस्थापनामध्ये वेगवेगळ्या कार्याचा समावेश होतो आणि व्यवस्थापन करणे याचा मुख्य अर्थ म्हणजे ही वेगवेगळी कामे योग्य पद्धतीने आणि सुसूत्रीकरण करून पार पाडणे असा होतो. मनुष्यबळ व्यवस्थापनाचे मुख्य उद्देश म्हणजे संस्थेला कुशल व कार्यक्षम



कर्मचारी उपलब्ध करून देणे तसेच कर्मचाऱ्यांना प्रशिक्षण देऊन त्यांच्या कार्यक्षमतेमध्ये वाढ करणे, कर्मचाऱ्यांना अधिक चांगले काम करण्यासाठी सतत प्रोत्साहित करत राहणे, त्यांच्या वेतनाचे प्रमाण ठरवणे इत्यादी आहेत. मनुष्यबळ व्यवस्थापनाचे उद्देश हे संस्थेच्या किंवा कंपनीच्या मूळ उद्देशांबरोबर सुसंगत असायला हवेत. म्हणजेच कंपनीचे व्हिजन, मिशन आणि मनुष्यबळ व्यवस्थापन याचा अतिशय जवळचा संबंध आहे, किंबहुना ते एकमेकांशी जोडलेले असतात. त्या दृष्टीने संपूर्ण मनुष्यबळ व्यवस्थापन विभागाची संरचना केलेली असते.

मनुष्यबळ व्यवस्थापनाचे एक प्रमुख कार्य म्हणजे कर्मचाऱ्यांच्या नेमणुका करणे हे जरी असले तरी प्रत्यक्ष नेमणुका करण्याआधी अनेक महत्त्वाची कामे या विभागाला पार पाडावी लागतात. यामध्ये सुरुवातीला संस्थेला आगामी काळामध्ये किती कर्मचाऱ्यांची गरज आहे, हे ठरवणे आवश्यक असते. संस्थेचे भविष्यकाळातील नियोजन लक्षात घेऊन कर्मचाऱ्यांची गरज ठरवावी लागते. जर एखादी कंपनी

भविष्यकाळामध्ये व्यवसायाचा विस्तार करणार असेल तर अधिक कर्मचाऱ्यांची गरज लागेल, त्यामुळे कंपनीचा विस्तारीकरणाचा आराखडा लक्षात घेऊन मनुष्यबळाचे एक अंदाजपत्रक बनवले जाते आणि सर्व प्रकारच्या नेमणुका या अंदाजपत्रकाप्रमाणेच केल्या जातात. कर्मचाऱ्यांच्या नेमणुकीआधी करायचे आणखी एक महत्त्वाचे काम म्हणजे 'जॉब अॅनालिसिस' - म्हणजेच एका विशिष्ट प्रकारच्या कामाचे विश्लेषण. उदा. उत्पादन विभागामध्ये जर पर्यवेक्षकाची गरज असेल तर पर्यवेक्षकाच्या कामाचे विश्लेषण करून, कोणत्या पद्धतीची कामे त्याला पार पाडावी लागतील हे ठरवणे. यात विविध प्रकारच्या कामांचे विश्लेषण केले जाते आणि त्यानुसार कर्मचारी नेमले जातात. याद्वारे प्रत्येक प्रकारच्या कामाला कार्यपत्रकेचे कर्मचारी लागतील याचा अंदाज घेता येतो. याचप्रमाणे जॉब डिझाइन आणि जॉब डिस्क्रिप्शन या कार्याचाही उपयोग नेमणुका करताना होतो. एखाद्या कामाचे वर्णन करणे - त्यामध्ये कोणकोणती कामे अंतर्भूत होतात, हे लिहून काढणे म्हणजे जॉब डिस्क्रिप्शन. या सर्व गोष्टी कर्मचाऱ्यांच्या नेमणुका करण्याआधी केल्या जातात, म्हणजे योग्य कर्मचारी हा योग्य ठिकाणी नेमणे सोपे होते.

कर्मचाऱ्यांची प्रत्यक्ष नेमणूक किंवा भरती करणे (रिक्रूटमेंट) हा मनुष्यबळ व्यवस्थापनाचा एक महत्त्वाचा भाग आहे. मणुका करताना कोणती पद्धती वापरायची म्हणजे जाहिरात देऊन नेमणुका करायच्या की कंपनीतील नोटीस बोर्डावर नोटीस लावून नेमणुका करायच्या यासंबंधीचे धोरण निश्चित करावे लागते. नेमणुका करताना अनेक प्रश्न मनुष्यबळ व्यवस्थापन विभागाला हाताळावे लागतात. उदा. वरच्या जागेवर नेमणूक करायची असेल तर कंपनीतीलच कर्मचाऱ्यांना बढती द्यायची की बाहेरून कर्मचारी नेमायचा याचा विचार करावा लागतो. बाहेरून कर्मचारी नेमायचा असल्यास, कंपनीमध्ये अंतर्गत असंतोष निर्माण होईल का याकडेही लक्ष द्यावे लागते. जर कंपनीतीलच कर्मचाऱ्यांपैकी काहींना बढती द्यायची असेल तर बढतीचे निकष निश्चित करावे लागतात. नाहीतर पुन्हा अंतर्गत असंतोष निर्माण होण्याची शक्यता असते आणि चांगले कर्मचारी कंपनी सोडून जातात. याव्यतिरिक्त नेमणुका करताना गरज असल्यास लेखी परीक्षा घेणे, वैयक्तिक मुलाखती घेणे, काही प्रसंगी एकापेक्षा अधिक वेळा वैयक्तिक मुलाखती घेणे,

कर्मचाऱ्यांचे मागील रेकॉर्ड तपासणे इत्यादी टप्पे पार पाडावे लागतात. कर्मचाऱ्यांच्या नेमणुका ही अत्यंत महत्त्वाची प्रक्रिया असल्यामुळे चांगले कर्मचारी नेमण्यासाठी जास्तीत जास्त काळजी घ्यायला हवी. कंपनीला, स्पर्धेमध्ये तोंड देण्यासाठी चांगल्या कर्मचाऱ्यांची गरज असते आणि यामुळेसुद्धा नेमणुकींना आज महत्त्व प्राप्त झाले आहे. नेमणुका करण्यासाठी विद्यापीठे, महाविद्यालये, व्यवस्थापन संस्था, प्लेसमेंट एजन्सीज यासारख्या संस्थांचाही उपयोग केला जातो.

मनुष्यबळ व्यवस्थापनाचे पुढील काम म्हणजे नेमणुका केलेल्या कर्मचाऱ्यांना योग्य त्या कामावर नेमणे आणि त्यांना वेळोवेळी प्रशिक्षण देऊन त्यांचे ज्ञान अद्ययावत ठेवणे. प्रशिक्षणाची गरज अनुभवी तसेच अनुभव नसलेले कर्मचारी दोन्ही प्रकारच्या कर्मचाऱ्यांना असते. यासाठी प्रशिक्षणासंबंधीचे धोरण ठरवावे लागते. या धोरणामध्ये प्रशिक्षण कोणाला द्यावे, कोणत्या पद्धतीने द्यावे, प्रशिक्षणाचा कालावधी किती असावा यासंबंधीचा आराखडा असतो. प्रशिक्षणातील सर्वात महत्त्वाची बाब म्हणजे प्रशिक्षणामध्ये कोणत्या बाबींचा समावेश असावा हे ठरवणे तसेच प्रशिक्षण झाल्यानंतर त्याचे मूल्यमापन कसे करावे हे ठरवणे. प्रशिक्षणातील विषय ठरवताना, ते कोणत्या प्रकारच्या कर्मचाऱ्यांना द्यायचे आहे याचा विचार करावा लागतो. जर प्रशिक्षण हे उच्च व्यवस्थापनातील कर्मचाऱ्यांसाठी असेल तर त्यातील विषय व प्रशिक्षणाची पद्धत ही वेगळी असेल. याउलट प्रशिक्षण जर कामगारांना द्यायचे असेल तर वेगळी पद्धत व वेगळे विषय हे द्यावे लागतील. प्रशिक्षण देण्यामागचे उद्देश ठरवावे लागतात आणि हे उद्देश किती प्रमाणात सफल झाले याचा विचार मूल्यमापनामध्ये केला जातो. कर्मचाऱ्यांच्या कामाचे मूल्यमापन करणे हे एक महत्त्वाचे कार्य आहे. यामध्ये मूल्यमापनाच्या वेगवेगळ्या पद्धती वापरल्या जातात. उदा. ३६० डिग्री, ७२० डिग्री तसेच बॅलन्सड स्कोअरकार्ड यासारख्या पद्धती कर्मचाऱ्यांच्या मूल्यमापनासाठी वापरल्या जातात. कोणतीही पद्धत वापरली तरी लक्षात ठेवण्याची बाब म्हणजे मूल्यमापन हे वस्तुनिष्ठ पद्धतीने होणे जरूर आहे. तसेच मूल्यमापनाचे निकष हे अतिशय स्पष्ट आणि समजण्यास सोपे असावेत. मूल्यमापन करताना कर्मचाऱ्यांना विश्वासात घेणे हेसुद्धा तितकेच गरजेचे आहे. मूल्यमापन वस्तुनिष्ठ पद्धतीने न झाल्यास नवीन प्रश्न निर्माण होऊ शकतात.

मनुष्यबळ व्यवस्थापनामध्ये कर्मचाऱ्यांबरोबरचे संबंध सुरळीत ठेवणे हे एक आव्हानच आहे. यासाठी सर्व कामांमध्ये पारदर्शकता, मनुष्यबळविषयक निश्चित असे धोरण, बढत्या आणि बदलत्या याबाबत वस्तुनिष्ठता, एखाद्या कर्मचाऱ्यावर जर शिस्तभंगाची कारवाई करायची असल्यास योग्य त्या

कार्यपद्धतीचे पालन करणे इ. अनेक बाबी अमलात आणाव्या लागतात. कर्मचाऱ्यांशी संबंध सुरळीत राहिले नाहीत तर त्याचा परिणाम संपूर्ण कंपनीवर होतो व एकंदरीत कंपनी अडचणीत येते. यामुळेच मनुष्यबळ व्यवस्थापनाला अतिशय महत्त्व आले आहे.

८.५ विक्री व विपणन व्यवस्थापन

बाजारेपेठेचे स्थूलमानाने दोन विभागांत वर्गीकरण करता येते.

► ग्राहक बाजारपेठ

► औद्योगिक बाजारपेठ

१. **ग्राहक बाजारपेठ** : ग्राहक बाजारपेठेच्या बाबतीत ग्राहकोपयोगी वस्तूंचा समावेश असतो.

२. **औद्योगिक बाजारपेठ** : औद्योगिक बाजारपेठेत तयार मालाचे उत्पादन करण्याच्या हेतूने माल आणि कॉपोनंटस विकत घेतात.

उद्योग संभवनीयता (बिझनेस पोटॅन्शियल) :

उद्योग संभवनेसाठी बाजारपेठेची अधिक सप्लायर्सना सामावून घेण्याची क्षमता असणे आवश्यक आहे. यासंबंधित सध्या अस्तित्वात असलेली बाजारपेठ आणि भविष्यकाळात त्यामध्ये अपेक्षित असलेली वाढ याचा विचार केला जातो. संख्यात्मक आणि उद्योग संभवनीयतेचे गुणात्मक असे दोन पैलू असतात. संख्यात्मक पैलूशी पुढील गोष्टी निगडित असतात.

बाजारपेठ संशोधन :

आपले उत्पादन अथवा सेवा बाजारपेठेत विकण्यापूर्वी बाजारपेठ संशोधन करणे आवश्यक आहे. या संशोधनामधून खालील माहिती मिळते.

- मागणीचे स्वरूप व व्याप्ती
- स्पर्धा
- बाजारपेठेतील व्यापार पध्दती

मोठ्या कंपनी यासाठी तंत्रज्ञांचे सहकार्य घेतात. मात्र ते फार महागडे असते. पण छोट्या उद्योजकाला स्वतःच बाजारपेठ संशोधन करता येते. त्यासाठी पुढील बाबी बघाव्यात :

मार्केटिंग मिक्स : एखादे उत्पादन बाजारपेठेत सादर करताना खालील महत्त्वाच्या घटकांचा विचार करावा लागतो.

- उत्पादन (प्रॉडक्ट)
- किंमत (प्राईस)
- प्रवर्तन (प्रमोशन)

► ठिकाण (प्लेस)
मार्केटिंग विश्वात यांना फोर पी मार्केटिंग मिक्स असे म्हटले जाते. या चार घटकांचे योग्य असे मिश्रण करून उत्पादन बाजारपेठेत सादर केले जाते.

विक्री पश्चात सेवा (आफ्टर सेल्स सर्व्हिस) : एखाद्या उत्पादनाची विश्वासाहता

वाढविण्यासाठी व बाजारपेठेत प्रतिमा ब्रँड प्रस्थापित करण्यासाठी विक्रीनंतर ग्राहकांची सेवा अतिशय गरजेची आहे.

खरेदी विक्रीचे तंत्र / डावपेच : वक्री व्यवस्थापनामध्ये सध्याच्या व भविष्यातील बाजारपेठेतील परिस्थितीची छाननी करणे, पायाभूत माहिती मिळवून त्यांचे विश्लेषण करणे (मार्केट रिसर्च) आणि विक्रीची उद्दिष्टे ठरविणे, ग्राहकांची मागणी पूर्ण करण्याच्या दृष्टीने उत्पादनाची क्षमता विचारात घेऊन उत्पादित वस्तू विकसित करणे (प्रॉडक्ट प्लॅनिंग), किंमत ठरविणे (खर्च आणि मूल्याचे विश्लेषण), मागणी उद्युक्त करण्यासाठी जाहिरात व वितरण (वाहतूक व्यवस्था आणि साठविण्याची सेवा



) या बाबींचा विचार करणे आवश्यक आहे. बाजारपेठेसंबंधी पायाभूत माहिती मिळविण्यास व विश्लेषण करण्यास उपयुक्त ठरणारे आहे.

बाजारपेठ निर्माण करणे :

१. सध्याच्या विक्रीत वाढ करणे.
२. कायम मोठी बाजारपेठ असलेल्या क्षेत्रात शिरकाव करणे
३. नवीन मागणी निर्माण करणे
४. उत्पादित वस्तूंचे व्यवच्छेदन (प्रॉडक्ट डिफरन्सिएशन) या मार्गाचा वापर केला जातो.

जाहिरात धोरण : सर्वसाधारण जाहिरात, पुष्ट्यर्थ जाहिरात (विक्री प्रचालन मोहिमेबरोबर) सहकार्य जाहिरात (वितरकांना साहाय्य) हे जाहिरातीचे प्रकार आहेत.

ब्रँड : बाजारपेठेत सततच्या जाहिरातींनी अनेक उत्पादनांच्या प्रतिमा (ब्रँड) तयार होतात. त्या वस्तूचे नाव कायम त्या ब्रँडबरोबर जोडले जाते.

जाहिरातींची तत्त्वे : फक्त दीर्घ मुदतीत प्रभावी, ब्रँडसाठी मागणी अनुकूल असेल तरच जाहिरात यशस्वी होऊ शकते. मोठ्या

प्रमाणावर जाहिरात करताना वस्तूमधील सुप्त गुणांवर भर दिला गेला पाहिजे.

जाहिरातींचे माध्यम जनसंपर्क माध्यम : दूरदर्शन, रेडिओ, चित्रपट, वृत्तपत्रे, पोस्टर, साईन बोर्ड्स, प्रत्यक्ष संपर्क तांत्रिक आणि व्यावसायिक नियतकालिके, स्त्रियांची मासिके आदी माध्यमांचा उपलब्ध माध्यमांत अंतर्भाव आहे.

विक्री प्रचालन (सेल्स प्रमोशन) : जाहिरात ही अप्रत्यक्ष स्वरूपाची असून त्यामुळे ग्राहक वस्तूजवळ येतो तर विक्री प्रचालन हे प्रत्यक्ष स्वरूपाचे असून वस्तू ग्राहकांपर्यंत नेली जाते. वस्तूच्या विक्रीत वाढ करणे हे विक्री प्रचालनाचे मुख्य उद्दिष्ट आहे.

विक्री प्रचालनाची तंत्रे :

१. किरकोळ स्तरावर विक्री प्रचालन दर्शनी तसेच दुकानात डिस्प्ले करून, प्रदर्शन व सेलमधील जाहिरातींद्वारे, प्रात्यक्षिकांद्वारे, किरकोळ विक्रेत्यांच्या सहकार्याने वस्तूची माहिती करून देणे.
२. नवीन वस्तू प्रस्तुत करणे नमुदे देणे (सॅपल), जाहीर प्रात्यक्षिक, दुकानामध्ये प्रात्यक्षिक विकसनशील देशांतील विक्री प्रचालन सोयीस्कर असते.

९. प्रकल्प अहवाल तयार करणे

आपल्या प्रस्तावित उद्योगाची सुरुवात करण्याचा दृष्टीने प्रत्येक उद्योजकाला (प्रकल्प अहवालाची) केवळ माहिती असून चालणार नाही तर प्रकल्प अहवालातील प्रत्येक गोष्टीचे

प्रकल्प अहवालाचे प्रमुख उद्दिष्टे:

- ▶ प्रकल्प आहवाल तयार करण्यासाठी प्राथमिक माहिती घेणे
- ▶ रोखीचा वित्तीय प्रवाह, व्यावसायिक परीव्ययाची माहिती घेणे.
- ▶ प्रकल्प आहवाल तयार करणे.
- ▶ प्रकल्प अहवालाचे विश्लेषण करणे.

कोणत्याही भावी उद्योजकास जेव्हा आर्थिक सहाय्याची गरज भासते तेव्हा त्या व्यक्तीस ही आर्थिक मदत वित्तीय संस्थांकडून (बँक/पतसंस्था) होते. आर्थिक मदतीची याचना करण्यासाठी उद्योजकास संबंधित वित्तीय संस्थेकडे प्रकल्प अहवाल सादर करणे आवश्यक असते. केवळ कर्ज माजुरीसाठीच नव्हे तर आपल्या नियोजित उद्योग- व्यवसायाचा एक संकल्पनात्मक आराखडा उद्योजकाकडे असणे आवश्यक आहे. हा आराखडा पथदर्शी स्वरूपाचा असतो.

संकल्पनात्मक दृष्टीकोन व वास्तव परिस्थिती यातील अंतर कमी करून पूर्वनिश्चित ध्येय साध्य करण्यासाठी (प्रकल्प अहवालाचा) उपयोग होतो.

अर्थ : प्रकल्प प्रवर्तकाने (उद्योजक) स्वतःच्या उद्योग व्यवसायाची (प्रकल्पाची) केलेली शास्त्रीय व पद्धतशीर कल्पना म्हणजे प्रकल्प अहवाल असे म्हणता येईल.

स्वरूप :

प्रकल्प अहवालामध्ये उद्योजक स्वतः विषयी नव्हे तर उद्योगाविषयी माहिती सादर करित असतो.

- ▶ प्रकल्पाचे नाव
- ▶ स्वरूप
- ▶ व्यवसाय प्रकार
- ▶ निर्मिती व अन्य प्रक्रिया, सारांश

प्रकल्प सुरु झाल्यापासून आगामी ५ वर्षातील प्रकल्पाची विविध अंगाच्या व्यवस्थापन व नियोजनाची माहिती.

विश्लेषण करण्याची क्षमता त्याच्यात असणे आवश्यक आहे.

उद्योगाच्या भविष्यातील अर्थविषयक योजनेचे प्रतिबिंब (प्रकल्प अहवालात) असते.

प्रकल्पाची विविध अंगे – काही संज्ञा व समीकरणे :

- ▶ कच्चा माल.
- ▶ प्रमुख यंत्रसामग्री.
- ▶ दुय्यम यंत्र.
- ▶ उपकरणे.
- ▶ आवरणे (वेष्टने).
- ▶ तयार माल.
- ▶ मानव संपत्ती व आर्थिक चलनवलय यांचा समुच्चय व्यवसायामध्ये होतो.
- ▶ कोणत्याही व्यवसायामध्ये (निर्माती उद्योग, खरेदी विक्री संस्था, सेवा संस्था) वरील घटक अस्तित्वात असतात.
- ▶ कोणत्याही अंगाचा आर्थिक परिणाम मांडणे हा प्रकल्प अहवालाचा प्रमुख हेतू आहे.

आर्थिक परिणाम दोन प्रकारचे असतात:

- ▶ उत्पन्न किंवा जमा
- ▶ खर्च किंवा परीव्यय (उत्पादन प्रक्रियेच्या विविध स्तरावर होणार खर्च)

प्रकल्प आहवाल तयार करतांना व्यवसायासाठी नफा मिळवणे हाच व्यवसायाचा उद्देश आहे हे नेहमी लक्षात ठेवावे.

संज्ञा:

- ▶ परीव्यय-उत्पादन, दुरुस्ती इत्यादी प्रमुख प्रक्रीयांसाठी एकूण खर्च म्हणजे परीव्यय होय. परीव्ययाचे प्रकार.
- ▶ एकूण परीव्यय- सर्व प्रकारच्या परीव्ययांची एकत्रित बेरीज.
- ▶ फरक परीव्यय- उत्पादित मालाच्या कमी-जास्त
- ▶ होणाऱ्या संख्येनुसार होणार परीव्यय. प्रमाणित परीव्याय
- ▶ परीव्ययाएवढाच असणे.

परीव्ययाचे घटक :

- ▶ मालासाठी परीव्यय – उत्पादन निर्मितीसाठी लागणारा प्रमुख / प्रत्यक्ष माल व इतर कच्चा माल यासाठीचा परीव्यय.
- ▶ मालासाठी परीव्यय- प्रत्यक्ष मालासाठी परीव्यय + अप्रत्यक्ष

मालासाठी परीव्यय

- ▶ श्रमासाठी परीव्यय – याचेदेखील प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष श्रम ासाठी परीव्यय असे भाग पाडता येतात.

इतर परीव्यय:

- ▶ कच्चा माल वाहतुक खर्च, जकात हे प्रत्यक्ष इतर खर्च.
- ▶ कार्यालयीन खर्च वीजबिल हे अप्रत्यक्ष इतर खर्च.
- ▶ या सर्व खर्चांमध्ये अपेक्षित नफ्याची रक्कम मिळवल्यास मालाच्या विक्रीपासून प्राप्त होणाराया उत्पानाचे ध्येय व प्रतिनग किंमत निर्धारण होऊ शकते.

प्रकल्प अहवाल मांडणी :

१. मांडणीपूर्व तयारी

बाजारपेठ सर्वेक्षण : उद्योजकाने स्वतःच्या उद्योगाची सक्षमता पडताळून यामध्ये बाजारपेठेचे सर्वेक्षण अत्यावश्यक आहे. यामध्ये व्यवसाय स्थानाच्या परिसरातील अंदाजे लोकसंख्या, त्यातील व्यक्तींचा राहणीमानाचा स्तर, अंदाजे ग्राहक संख्या, ग्राहक वारंवारिता, एक वर्ष कालावधीतील व्यवसायास भेट देणाऱ्या संभाव्य ग्राहक संख्या, ग्राहकांची उत्पादित मालाची / सेवेची अपेक्षित गुणवत्ता व किंमत तसेच स्पर्धक संख्या, स्पर्धकांची समाज मान्यता याचा समावेश होतो.

प्रकल्प अहवाल नमुना:

१. सर्वसाधारण माहिती

- ▶ व्यवसायचे नाव
- ▶ व्यवसाय प्रकार व्यक्तिगत मालकी/ भागादारी/सरकारी संस्था
- ▶ व्यवसाय स्वरूप – निर्मिती उद्योग / खरेदीविक्री संस्था इ. व्यवसायचे प्रक्रिया निर्मिती उद्योगासाठी निर्मिती प्रक्रिया दुकांनासाठी त्यासंबंधी माहिती
- ▶ बाजारपेठ – ग्राहकांची गरज ग्राहकक्षमता यासंबंधी
- ▶ प्रकल्पासाठी लागणारी जागा –....चौ.मी.
- ▶ प्रकल्पासाठी लागणारी इमारतचौ.मी.
- ▶ प्रकल्पासाठी जागा व इमारत यासाठी एकूण खर्च.....रु.

३. आवर्ती खर्च

- ▶ जे परीव्यय एक वर्ष कालावधीत अनेक वेळा करावे लागतात, त्यांचा समावेश करावा.

- ▶ व्यवसायाच्या स्वरूपानुसार वेगवेगळे आवर्ती खर्चे असू शकतात.
- ▶ श्रमासाठी परीव्यय – प्रत्यक्ष श्रमासाठी परीव्यय + अप्रत्यक्ष श्रमासाठी परीव्यय.

प्रकल्प जागा व सुविधा निश्चित व सुधारणा :

- ▶ प्रकल्प स्थान निश्चित करतांना जागेचे स्वरूप (समतल, चढ-उतार इ.) जागेचे बाजारपेठेतील स्थान (मध्यवर्ती, एका बाजूस) मालकी हक्काचे हस्तांतरण इ. गोष्टी बरोबरच ग्राहक पुरवठा क्षमता इ. गोष्टीचा विचार करावा लागतो. जागा ताब्यात घेतल्यावर व्यवसायास अपेक्षित असणाऱ्या मुलभूत गोष्टी उदा. विद्युत पुरवठा, पाणीपुरवठा आदी सुविधा निर्माण कराव्यात.

प्रकल्प क्षमता :

- ▶ वार्षिक उत्पादन दुरुस्ती / नग निश्चिती करून त्यासाठी आवश्यक फर्निचर, यंत्रसामग्री, उपकरणे इ. उपलब्ध कराव्या लागतात. यासाठी आवश्यक किमान मनुष्यबळ निश्चित करावे. हे प्रकल्प अहवाल मांडण्याच्या प्रमुख तयारीचे घटक होत.

२. कायम भांडवल गुंतवणूक

फर्निचर	रु.....
यंत्रसामग्री	रु.....
जकातकर खर्च	रु.....
वेतन खर्च	रु.....
विद्युत बिल खर्च	रु.....
इंधन, वंगण आदी खर्च	रु.....
यंत्रे इ. देखभाल खर्च	रु.....
मजुरी, हमाली खर्च	रु.....
ईतर आवर्ती खर्च	रु.....

- ▶ खर्च रक्कम लिहितांना एक वर्षभर कालावधीचा विचार करावा.
- ▶ प्रकल्प अहवालात आवर्ती खर्च नमुद करताना भाविकाळातील खर्च वाढीची शक्यता गृहीत धरावी उदा. फर्निचर या कायम भांडवलाची गुंतवणूक घसारा व झीज यामुळे १०% ने कमी होत जाते तर कच्चा मालाची किंमत २०% ने वाढते असे गृहीत धरू.

विवरण	वर्ष १	वर्ष २	वर्ष ३	वर्ष ४
भांडवल गुंतवणूक (१०% घसारा)	१०० रुपये	९० रुपये	८१ रुपये	७२.९० रुपये
कच्चा माल (२०% वाढ)	१०० रुपये	१२० रुपये	१४४ रुपये	१७२.८० रुपये

४. उत्पन्न : उत्पन्नामध्ये प्रामुख्याने विक्रीचा किंवा ग्राहकापासून मिळणाऱ्या उत्पन्नाचा समावेश होतो. दरवर्षी विक्री विशिष्ट प्रमाणात वाढत जाणे अपेक्षित आहे.

५. रोखीच्या प्रवाहाचे चित्र:

अंतःप्रवाह	वर्ष ०	वर्ष १	वर्ष २	वर्ष ३	वर्ष ४	वर्ष ५
विक्रीतील उत्पन्न	--	--	--	--	--	--
+ मुदतीचे कर्ज	--	--	--	--	--	--
+ भांडवली सहाय्य.	--	--	--	--	--	--
एकूण - १	--	--	--	--	--	--
उत्पादन खर्च	--	--	--	--	--	--
+ इतर खर्च	--	--	--	--	--	--
एकूण २	--	--	--	--	--	--
एकूण १ - एकूण २	--	--	--	--	--	--
ऋणोत्पन्न पूर्व उत्पन्न						
(कर्ज + व्याज परतावा)	--	--	--	--	--	--
ऋणसेवेनंतरचे उत्पन्न	--	--	--	--	--	--
- (मजुरीच्या पर्यायी परीव्यव)						
+ वाढीव शिल्लक	--	--	--	--	--	--
अंतिम एकूण	--	--	--	--	--	--

वरील नमून उदाहरण स्वरूपाचा आहे त्यातील तपशील कर्ज योजनेमध्ये / वित्त संस्थांच्या निर्देशाप्रमाणे कमी अधिक करावा.

६. व्यवसायासंबंधी उद्योजकाने घेतलेले विशेष प्रशिक्षण : तपशील लिहून प्रमाणपत्र जोडावे.

७. कच्च्या मालाचे पुरवठादार : पुरवठादार संस्थाचे नाव पत्ते आदी लिहून दरपत्रके जोडावीत.

८. यंत्रसामग्रीचे पुरवठादार : पुरवठादार संस्थाचे नाव पत्ते आदी लिहून दरपत्रके जोडावीत.

१०. डिजिटल मार्केटिंग

मार्केटिंग हि संज्ञा संक्षिप्त पणे विक्री म्हणून संबोधली जाते परंतु मार्केटिंग या संज्ञेत व्यापक असा अर्थबोध दडलेला आहे . मार्केटिंग मध्ये वस्तू तयार करण्या पासून ते वस्तूची अंतिम एका प्रसिद्ध विक्री होई पर्यंत संपूर्ण प्रक्रियेचा समावेश होतो मते विचारवंताच्यामार्केटिंग हि अशी प्रक्रिया आहे ज्या मध्ये ग्राहकाच्या अपेक्षा जाणून त्या नुसार वस्तू तयार करून ती वस्तू सदरील ग्राहका पर्यंत प्रभावी पणे पोहचवणे होय. उद्योग व्यवसायात उत्पादित वस्तूची विक्री होणे अतिशय भवितव्य महत्वाचे असते त्यावरच त्या उद्योग व्यवसायाचे उत्पादित वस्तूची विक्री करिता योग्य अवलंबून असते विक्री व, जाहिरात वितरण करणे आवश्यक असते या करिता उद्योग घटकात विपणन विभाग कार्यरत असते उद्योग जगात. होणार्या विविध बदलाला विपणन विभाग सुद्धा अपवाद नाहीत आहेत विपणन प्रक्रियेत सुद्धा विविध असे बदल घडून ये त्या पैकी एक महत्वाचा जाहिरात प्रक्रियेतील बदल म्हणजे डिजिटल पद्धतीने जाहिरात करणे होय.

डिजिटल मार्केटिंग (Digital Marketing): डिजिटल मार्केटिंग च्या सहायाने इंटरनेट व इलेक्ट्रॉनिक उपकरणाचा उपयोग करून योग्य ग्राहका पर्यंत पोहचणे शक्य झाले आहे. या माध्यमाद्वारे विद्यमान आणि संभाव्य ग्राहकांपर्यंत पोहचण्यासाठी शोध इंजिन्स, सामाजिक मीडिया, ईमेल आणि त्यांच्या वेबसाइट्ससारख्या डिजिटल माध्यमाचा उपयोग होतो. सोप्या भाषेत डिजिटल मार्केटिंग म्हणजे इंटरनेट व इलेक्ट्रॉनिक उपकरणाचा उपयोग करून विविध मार्गाने उत्पादित वस्तू व सेवांची जाहिरात करणे होय डिजिटल मार्केटिंगला सामान्य पणे ऑनलाइन विपणन म्हणून संबोधले परंतु, जाते डिजिटल मार्केटिंग हा एक विस्तृत घटक आहे. या बदल विविध गैरसमज असल्याचे दिसून येते डिजिटल मार्केटिंग मध्ये केवळ ऑनलाइन विपणन नसून या मध्ये ऑनलाइन बॅनर जाहिराती शोध इंजिन ऑप्टिमायझेशन, (एसइओ) (Search Engine Optimazation) ई,मेल-, फॅक्स ब्रॉडकास्ट, व्हाईस ब्रॉडकास्ट, आरएसएस फीड, वायरलेस मजकूर संदेशन, व्हिडिओ, पॉडकास्टिंग, ब्लॉगिंग). प्रति क्लिक पे Pay Per Click) आणि इन्स्टंट मेसेजिंग इ. चा समावेश होतो.

डिजिटल मार्केटिंग काय आहे हे स्पष्ट करण्यासाठी या मध्ये कशाचा समावेश होत नाही हे जाणून घेणे अधिक सोयीचे आहे यामध्ये पारंपारिक जाहिरात पद्धतींचा समावेश होत बिलबोर्ड आणि छपाई माध्यमे, टीव्ही, नाही जसे की रेडिओ ज्या मधून ग्राहकांचा जलद

गतीने अभिप्राय व अहवाल आपल्या पर्यंत येऊ शकत नाही. डिजिटल मार्केटिंग चा वापर करून ग्राहकांचा अभिप्राय, अहवाल आणि आवडी निवडी काही क्षणातच आपल्याला मिळू शकतो त्या मुळे व्यवसायातील विविध निर्णय तातडीने घेऊन त्याची प्रभावी पणे अंमलबजावणी करणे शक्य होते. त्या मुळे डिजिटल मार्केटिंग हि काळाची नितांत गरज आहे.



डिजिटल मार्केटिंग केवळ उद्योजकाचा दृष्टीनेच नाही तर ग्राहकाच्या सुद्धा सोयीचे आहे ज्यामध्ये ग्राहकाला एका क्लिक वर त्याला हवी असलेली सेवा वस्तूच्या किमतीचा व गुणवत्तेचा नात्मक अभ्यास करून त्याला योग्य ती वस्तू / विक्रेत्याला सुद्धा त्याच्या सेवा निवडी मध्ये मदत करते मालाची जाहिरात करताना मोठ्या प्रमाणात संभाव्य ग्राहका जलद गतीने व प्रभावीपणे पोहचणे शक्य, पर्यंत कमी खर्चात तसेच उद्योजकाला त्यांनी केलेल्या जाहिरातीची होते परिणामकारकता ग्राहकाकडून प्राप्त अभिप्रायाद्वारे जाणून घेता येतेसेवेमध्ये / यामुळे उद्योजकाला त्याच्या वस्तू आवश्यक ते बदल करून ग्राहकाच्या मागणीनुसार अद्यावत. करणे शक्य होते डिजिटल मार्केटिंगमुळे उद्योजकाने उत्पादित केलेल्या वस्तू व सेवांची विक्री मोठ्या प्रमाणातच नाही तर २४/७ ऑनलाइन सेवेद्वारे ग्राहकाला समाधानीच नाही तर आनंदी. शक्य झाले आहे (Customer Delight) डिजिटल मार्केटिंगमुळे ग्राहकाला असलेल्या शंकेचे निरसन करण्यासाठी ग्राहक सेवा उपलब्ध (Customer Service) केली जाते या अंतर्गत ग्राहक आपल्या शंकेचे निरसन तातडीने व त्याच्या ठिकाणी करू शकतो.

प्रामुख्याने वापरण्यात येणारे डिजिटल मार्केटिंग माध्यमाचे प्रकार:

- ▶ शोध इंजिन ऑप्टिमायझेशन (एसइओ) Search) (Engine

Optimization

- ▶ ई-मेल मार्केटिंग (Email Marketing)
- ▶ पे क्लिक पर - (पीपीसी) (Pay Per Click)
- ▶ संलग्न विपणन (Content Marketing)
- ▶ सामाजिक मीडिया विपणन (Social Media Marketing)

शोध इंजिन ऑप्टिमायझेशन (Search Engine Optimization

also known as SEO) : शोध इंजिन ऑप्टिमायझेशन (एसईओ) ही वेब पेजला प्रभावी करण्याची प्रक्रिया आहे. याअंतर्गत वेब पेजला भेटी (Hits) वाढवण्याच्या दृष्टीकोनातून वेब पेजला विशिष्ट छायाचित्रे, अनीमेशन, चित्रफिती, ई. च्या सहाय्याने आकर्षक बनवून ग्राहकाला आकर्षित केले जाते यालाच शोध इंजिन ऑप्टिमायझेशन असे म्हंटले जाते. शोध इंजिन ऑप्टिमायझेशन करत असताना या मध्ये विविध सॉफ्टवेअरची मदत घेतली जाते यात सशुल्क व काही मोफत स्वरूपाची सॉफ्टवेअरची उपलब्ध आहेत.

ई-मेल मार्केटिंग (Email Marketing) : ई-मेल मार्केटिंग हे एक डिजिटल मार्केटिंग चा भाग आहे. यामध्ये संभाव्य ग्राहकांना ग्रुप ई-मेल द्वारे वस्तू / सेवेची जाहिरात पाठवून उत्पादन / सेवा विकत घेण्यासाठी प्रवृत्त केले जाते. ई-मेल मार्केटिंग करीत असताना संभाव्य ग्राहकांचे ई-मेल अड्रेससची माहिती डेटाबेस सेवापुरवठादार कंपनी काढून विकत घेतला जातो व त्यावर ई-मेल द्वारे उत्पादन / सेवा विकत घेण्यासाठी अह्वान केले जाते. तसेच उत्पादन / सेवा खरेदी पश्चात उत्पादनाची गुणवत्ता तपासणी व ग्राहकाचा अभिप्राय जाणून घेण्यासाठी ई-मेल मार्केटिंग हे उत्तम पर्याय आहे. ई-मेल मार्केटिंग च्या सहाय्याने ग्राहकाशी चांगले संबंध प्रस्तापित करणे शक्य होते. त्यामुळे भविष्यात उत्पादित करण्यात येत असलेल्या उत्पादनांना सहज बाजारपेठ उपलब्ध होणे शक्य होते.

पेक्लिक पर - जाहिरात (Pay Per Click also known as PPC) :

डिजिटल मार्केटिंगमध्ये पेक्लिक हे जाहिरातीचे-पर-माध्यमांतर्गत एखाद्या या प्रभावी माध्यम उपलब्ध आहे जाहिरातीचा संश्लेषण मजकूर तयार करून विविध वेब पेजवर एखाद्याने या जाहिरातीवर क्लिक केल्यास . प्रसिद्ध केले जाते हायपरलिंक द्वारे जाहिरातदाराच्या मुख्य वेब पेजवर पोहचविले जातेया करिता जाहिरातदाराला त्यानी ज्या ज्या जाहिरात प्रसिद्ध केलेली आहे त्या वेब पेज वेब पेजवर आपली या धारकाला प्रति क्लिक प्रमाणे शुल्क अदा करावे लागते माध्यामांतर्गत जाहिरातीचे शुल्क वेब पेजवर प्रसिद्ध केलेल्या जाहिरातीच्या आकार किंवा जाहिरात किती वेळा पाहिल्या गेली यावर नाही तर जाहिरातीवर केलेल्या क्लिक वर

अवलंबून असते नवउद्योजका साठी. पेक्लिक हे त्याच्या-पर-उत्पादित वस्तू व सेवांची जाहिरात करण्यासाठी एक प्रभावी क्लिक या माध्यमाद्वारे जाहिरात प्रसिद्ध - पर-पे. माध्यम आहे करण्यासाठी अनेक डिजिटल मार्केटिंग कंपन्या उपलब्ध आहेत ज्या जाहिराती तयार करणे व त्यांची योग्य प्रसिद्धी करण्यासाठी काम करतात.

संलग्न विपणन (Content Marketing) : संलग्न विपणन हा एक डिजिटल मार्केटिंगचा प्रकार आहेह्यात मुख्यता संभाव्य प्रकाशित, ग्राहकासाठी ऑनलाईन जाहिरात तयार करणे करणे आणि जाहिरातीचे वितरण करणे ह्या बाबींचा समावेश उपयोग उद्योग व्यवसायामध्ये ग्राहकाचे लक्ष ह्याचा . होतो आकर्षित करण्यासाठी आणि लीड तयार करण्यासाठी केला जातोत्याचाच परिणामामुळे उत्पादित वस्तू किंवा सेवाची जागरूकता आणि विश्वासार्हता वाढते व ऑनलाईन विक्री डिजिटल सामग्री विपणन ही एक व्यवस्थापन. मध्ये वाढ होते आहे जी संभाव्य ग्राहकांची आवश्यकता प्रक्रिया ओळखण्यासाठी आणि समाधान करण्यासाठी इलेक्ट्रॉनिक चॅनेलचा वापर करते.

सामाजिक माध्यम विपणन (Social Media Marketing) :

आज बहुतांश लोक स्मार्ट फोन, संगणक ई. चा वापर करून वेगवेगळ्या सामाजिक माध्यमाद्वारे एकमेकांशी जोडली गेलेली आहेत. व्हाटसअप, ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम, स्नपचाट ई. माध्यमाद्वारे विचारांची देवाण घेवाण केली जात आहे. सामाजिक माध्यमांचा उपयोग उद्योग व्यवसायाच्या जाहिराती करिता प्रभावीपणे करून उद्योगाला जलद गतीने नवे शिखर गाठणे शक्य होते. सामाजिक माध्यमाद्वारे करण्यात येणाऱ्या जाहिराती ह्या इतर डिजिटल जाहिराती पेक्षा कमी खर्चाच्या आहेत शिवाय या माध्यमाद्वारे जलद गतीने समाजातील मोठ्या वर्गा पर्यंत / ग्राहकापर्यंत कमीत कमी खर्चात पोहचणे शक्य होते. आजचा उद्योजक वर्ग पारंपारिक जाहिरातीकडे पाठ फिरवून डिजिटल जाहिरातीच्या माध्यमांचा स्वीकार करत आहे.

आजच्या उद्योग जगतातील स्पर्धे मध्ये टिकून राहण्या साठी डिजिटल मार्केटिंग हा एक मोठा घटक आहे. संपूर्ण जग आज इंटरनेट च्या साहाय्याने जवळ येत आहे आणि त्या मुळे उद्योगातील स्पर्धा आणि संधीही वाढत आहेत. काळा नुसार जसे तुम्हा स्वतः ला बदलण्याची गरज असते तश्याच प्रकारे काळा नुसार उद्योगातही लहान मोठे बदल होत असतात, हाय बदलांचं आपण स्वागत करून त्याचा उपयोग आपल्या उद्योग व्यवसायात करून अधिकाधिक नफा मिळवण्यासाठी सदैव प्रयत्नशील राहावे लागते.

११. वस्तू आणि सेवा कर (GST)

वस्तू आणि सेवा कर हा एक गंतव्य स्थान आधारित वस्तू आणि सेवा यांच्या उपभोगावरील कर आहे. यामध्ये निर्मिती उत्पादनापासून ते अंतिम उपभोगपर्यंत प्रत्येक टप्प्यावर कर आकारणी करण्याचे प्रस्तावित केले आहे. मागील टप्प्यांवर अदा केलेल्या कराची जमा रक्कम समायोजित करता येईल. सारांश असा की केवळ वर्धित मूल्यावर कर आकारला जाईल आणि अंतिम उपभोक्ता/ ग्राहकाला कराचे ओझे सहन करावे लागेल.

वस्तू व सेवा कर (जीएसटी) हा भारतातील वस्तू व सेवांच्या पुरवठ्यासाठी अप्रत्यक्ष कर आहे. दुसऱ्या शब्दात सांगावयाचे तर, हा कर आहे जो घरगुती वापरासाठी विकल्या जाणाऱ्या बहुतेक वस्तू आणि सेवांवर लागू होतो. वस्तू व सेवा कायदा २९ मार्च २०१७ रोजी संसदेत मंजूर झाला, त्यात आता भारतातील अनेक करांची जागा घेतली गेली असून यामुळे सरकारला महसूल मिळतो, जीएसटी हा एक सामान्य कर आहे आणि देशभरात एकच म्हणून कर आकारला जातो आणि वाहतूक सेवासह वस्तू आणि सेवासह वस्तू आणि सेवांना लागू होतो.

जीएसटी अंतर्गत यापुढे थेट कर लागू होणार नाही.

- ▶ अबकारी कर्तव्ये
- ▶ केंद्रीय उत्पादन शुल्क
- ▶ अतिरिक्त उत्पादन शुल्क
- ▶ अतिरिक्त सीमाशुल्क कर्तव्ये
- ▶ विशेष अतिरिक्त सीमाशुल्क कर्तव्ये
- ▶ उपकर
- ▶ राज्य व्हॅट
- ▶ मध्यवर्ती विक्री कर
- ▶ खरेदी कर
- ▶ लक्झरी कर



- ▶ करमणूक कर
- ▶ प्रवेश कर
- ▶ जाहिरातीवरील कर
- ▶ लॉटरी, सट्टेबाजी आणि जुगार यावर कर.

वस्तू व सेवा कर (जीएसटी) विशिष्ट वस्तू आणि सेवांच्या किमतीवर लागू केला जातो. वस्तू आणि व्यवहार सेवांचा करणारे व्यवसाय त्यांच्या उत्पादनाच्या किरकोळ किमतीमध्ये कर जोडतात आणि जो ग्राहक रेदी करतो तो ग्राहक जीएसटी उत्पादनाची किरकोळ किंमत भरतो. जीएसटी म्हणून दिलेली रक्कम व्यवसाय किंवा व्यापाऱ्याने सरकारकडे पाठविली आहे.

जीएसटीचे प्रकार :

जीएसटीचे चार प्रकार आहेत आणि ते खालीलप्रमाणे :

केंद्रीय वस्तू व सेवा कर (सीजीएसटी) : सीजीएसटी वस्तू व सेवा कर (जीएसटी) चा एक भाग आहे आणि तो केंद्रीय वस्तू व सेवा कायदा २०१७ अंतर्गत येतो. हा कर केंद्राला देय आहे. ड्युअल जीएसटीच्या नियमांनुसार हा कर आकारला जातो.

राज्य वस्तू व सेवा कर (एसजीएसटी) : ज्या वस्तू व सेवा कर (एसजीएसटी) राज्यभरातील उत्पादनांच्या खरेदीवर आकारला जातो. हे राज्य सरकारच्या अखत्यारीत येते. हा कर राज्य सरकारला देय आहे. एसजीएसटीने करमणूक कर, राज्य विक्री कर, मूल्यवर्धित कर, प्रवेश कर, उपकर आणि अधिभार यासारख्या करांची जागा घेतली आहे.

एकात्मिक वस्तू व सेवा कर (आयजीएसटी) : आंतर-राज्य व्यवहारांवर एकात्मिक वस्तू व सेवा कर (आयजीएसटी) लागू केला जातो. हा कर एका राज्यातून दुसऱ्या राज्यात वस्तू व सेवांच्या हस्तांतरणासाठी लागू होतो. केंद्र सरकार हा कर वसूल करते आणि ते राज्यात वितरीत करते. हा कर राज्यांना प्रत्येक

राज्याऐवजी केंद्र सरकारशी थेट व्यवहार करण्यास मदत करतो.

केंद्र शासित प्रदेश वस्तू व सेवा कर (यूटीजीएसटी) : देशाच्या कोणत्याही केंद्र शासित प्रदेशांना वस्तू व सेवांच्या पुरवठ्यासाठी केंद्र शासित प्रदेश वस्तू व सेवा कर लागू केला जातो. अंदामान निकोबार बेटे, दमण आणि दीव, दादरा आणि नगर हवेली, लक्षद्वीप आणि चंदीगड हे आहेत. हा कर केंद्रीय वस्तू व सेवा कर (सीजीएसटी) सह लागू आहे.

जीएसटीचे फायदे

- ▶ जीएसटीच्या अंमलबजावणीने सामान्य राष्ट्रीय बाजाराच्या जन्मासारखे अनेक फायदे आणले आहेत
- ▶ कॅसकेडिंग कर प्रभाव काढणे
- ▶ छोट्या व्यापाऱ्यांना सूट मर्यादा वाढवा
- ▶ भारतीय वस्तू आणि जागतिक स्तरावर स्पर्धा करू वस्तू शकतात.
- ▶ रचना योजनेच्या माध्यमातून छोट्या उद्योगांना फायदा
- ▶ कर अनुपालन कमी झाले
- ▶ जीएसटीशी संबंधित प्रत्येक गोष्ट ऑनलाइन केली जाते
- ▶ रसदांची कार्यक्षमता वाढवा.

जीएसटीसाठी नोंदणी

- ▶ नोंदणी प्रक्रिया सोपी आहे आणि ती ऑनलाइन करता येते.
- ▶ जीएसटीआयएन नंबर व नोंदणीकृत मोबाइल नंबर हाताने ठेवा.
- ▶ Ewaybill.nic.in पहा
- ▶ जर आपण प्रथमच करदात असाल तर आपल्याला 'ई-वे बिल नोंदणी सह नोंदणी करावी लागेल
- ▶ त्यानंतर आपणास एका पृष्ठाकडे निर्देशित केले जाईल ज्यासाठी आपले नाव, आपला व्यापार, आपला मोबाइल नंबर आणि आपला निवासी पत्ता आवश्यक असेल. त्यानंतर आपल्याला सत्यापनासाठी नोंदणीकृत मोबाइल नंबरवर एक ओटीपी प्राप्त होईल.
- ▶ ओटीपीच्या पडताळणीनंतर तुम्हाला एक यूजर आयडी तयार करण्यास सांगितले जाईल त्यासाठी संकेतशब्द तयार करा

आणि जीएसटी पोर्टलवर आपले खाते पूर्ण होईल.

२०२० साठी जीएसटी कर स्लॅब दर खालीलप्रमाणे आहेत :

१. जीएसटी कर नसलेली वस्तू व सेवा
२. ५% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा
३. १२% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा
४. १८% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा
५. २८% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा

१. जीएसटी कर नसलेली वस्तू व सेवा : सरकारने करांच्या काही वस्तू व सेवांना सूट दिली आहे उदा. सॅनिटरी नॅपकिन्स, बांगड्या, झाडूसाठी वापरलेली कच्ची माल, फळ, मीठ, दही, नैसर्गिक मध, पीठ, अंडी, भाज्या, हातमाग, चिक्की पीठ (बेसन), मुद्रांक, छापील पुस्तके, न्यायिक कागदपत्रे, वर्तमानपत्रे, लाकूड, संगमरवरी, दगडाने बनविलेले देवता, राखीनी सोन्या, चांदीसारख्या मौल्यवान धातूचा वापर न करता केली, किल्लेदार दूध व सालाची पाने.

जीएसटी कर नसलेल्या सेवा आहेत: हॉटेल आणि लॉजचे शुल्क १००० रुपयांपेक्षा कमी आहे आयएमएम कोर्सेस बचत खाती आणि जन धन योजनेवर बँक शुल्क.

२. ५% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा : सरकार पुढील वस्तू व सेवांवर ५% जीएसटी आकारते. स्किम्ड दुधाची पावडर, कोळसा, गोठलेल्या भाज्या, खते, फिश प्लेट, कॉफी, चहा म साले, पिझ्झा ब्रेड, रॉकेल, अनब्रँडेड नमकीन उत्पादने, आयुर्वेदिक औषधे, अगरबत्ती, इन्सुलिन, कापलेला कोरडा आंबा, काजू, लाइफबोट्स, इथेनॉल - घन जैवइंधन उत्पादने, हस्तनिर्मित कार्पेट आणि कापड मजल्यावरील आवरण, हाताने तयार केलेले वेणी आणि सजावटीच्या ट्रिमिंग.

५% जीएसटी कर असणाऱ्या सेवा आहेत : रोडवेज, एअरवेज यासारख्या परिवहन सेवांसह छोटी हॉटेल आणि रेस्टॉरंट्स मद्य, टेकवे फूड सर्व्ह करणारे स्टँडअलोन एसी / नॉन-एसी रेस्टॉरंट्स हॉटेलमध्ये रेस्टॉरंट्स ज्यासाठी रूमचे दर दर ७,५०० पेक्षा कमी आहे. पिलग्रीम्स (इकॉनॉमी क्लास) साठी विशेष उड्डाणे.

३. १२% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा : सरकार पुढील वस्तू व सेवांवर १२% जीएसटी आकारते. गोठविलेले मांस

उत्पादने लोणी चीज तूप लोणचे सॉस फळांचा रस दात पावडर नामकीन औषधे छत्री झटपट अन्न मिसळते भ्रमणध्वनी शिवणकाम चे यंत्र मानवनिर्मित धागा पाउच आणि पर्ससह हँडबॅग ज्वेलरी बॉक्स छायाचित्रे, पेंटिंग्ज, आरसे इत्यादींसाठी लाकडी चौकटी.

१२% जीएसटी कर असलेल्या सेवा आहेत : व्यवसाय वर्ग हवाई तिकिटे १००० च्या खाली चित्रपटाची तिकिटे.

४. १८% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा : सरकार पुढील वस्तू व सेवांवर १८% जीएसटी आकारते. चवदार परिष्कृत साखर, कॉर्नफ्लेक्स, पास्ता, पेस्ट्री आणि केक्स, डिटर्जंट्स, वस्तू धुणे आणि साफ करणे,

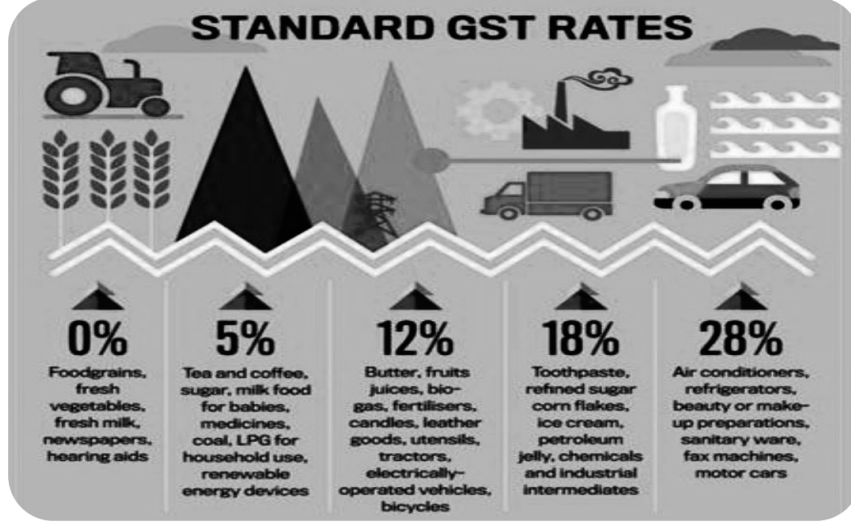
सुरक्षा काच, आरसा, ग्लासवेअर, चादरी, पंप, कंप्रेसर्स, हलकी फिटिंग्ज, चॉकलेट्स, ट्रॅक्टर, आईसक्रीम, सूप्स, शुद्ध पाणी, डीओडोरंट्स, सुटकेस, ब्रीफकेस, व्हॅनिटी केस, चघळण्याची गोळी, शैम्पू, शेव्हिंग आणि नंतरच्या वस्तू, चेहर्यावरील मेक-अप वस्तू, वॉशिंग पावडर, डिटर्जंट्स, रेफ्रिजरेटर, वॉशिंग मशीन, वॉटर हीटर, दूरदर्शन, धूळ साफ करणारा यंत्र, पेंट्स, केस शेवर, कर्लर्स, ड्रायर, परफ्यूम, फ्लोअरिंगसाठी संगमरवरी आणि ग्रॅनाइट दगड, लेदर, कपडे, कुकर, स्टोव्ह, कटलरी, गॉगल, दुर्बीण, कोकाआ बटर, चरबी, कृत्रिम फळे, फुले, पर्णसंभार, शारीरिक व्यायामाची उपकरणे, वाद्ये आणि त्यांचे भाग, क्लिप्स सारख्या स्टेशनरी वस्तू, डिझेल इंजिनचे काही भाग, पंपांचे काही भाग, विद्युत बोर्ड, फलक, तारा वस्तू आणि वस्तू ब्लेड, फर्निचर, चर्टई, काड्रिजेस, बहु-कार्यात्मक प्रिंटर, दारे, विंडोज, अॅल्युमिनियम फ्रेम, मॉनिटर्स आणि दूरदर्शन पडदे, टायर्स, लिथियम-आयन बॅटरीसाठी, उर्जा बँका, व्हिडिओ गेम, अपंग वगैरेसाठी वाहक सामान, एल्युमिनियम, फॉइल, फर्निचर, पॅडिंग पूल तरण, तलाव, बांबू सिगारेट फिलर रॉइस, बायो-इंधन चालित बस, मोठी आणि

मध्यम कार आणि एसयूव्ही.

१८% जीएसटी कर असणाऱ्या सेवा आहेत : ७,५०० रुपयांपेक्षा जास्त दर असलेल्या हॉटेल्स मधील रेस्टॉरंट्स, हॉटेलचे बिल बिल ७,५०० रुपयांपेक्षा कमी आहे, आउटडोअर केटरिंग (इनपुट टॅक्स क्रेडिट उपलब्ध असेल), आयटी आणि

टेलिकॉम सेवा थीम पार्क, वॉटर पार्क आणि एकसारखेच आहेत.

५. २८% जीएसटी करा सह वस्तू व सेवा : सरकार पुढील वस्तू व सेवांवर २८% जीएसटी आकारते. चॉकलेटसह लेपित वाफल्स आणि



वेफर, सनस्क्रीन, डार्ई, केसांची कात्री, कुंभारकामविषयक फरशा, वॉलपेपर, डिशवॉशर, मोटारसायकली, वैयक्तिक वापरसाठी विमान, पान मसाला, तंबाखू, सिगारेट, बिडीस, सिमेंट, नौका, वजनाची मशीन एटीएम, वेंडिंग मशीन, वायूयुक्त पाणी.

२८% जीएसटी कर असणाऱ्या सेवा आहेत : रेस क्लब सड्डा आणि जुगार, हॉटेलचे वास्तविक बिल ७,५०० रुपयांपेक्षा अधिक आहे, पंचतारांकित हॉटेल्स, करमणूक व चित्रपट, हॉटेल, इन्स, गेस्ट हाऊस ज्याच्यासाठी दर रात्री प्रति खोली ५००० रुपये आणि त्यापेक्षा जास्त खोलीचे दर आहेत.

जीएसटी रिटर्न: जीएसटी रिटर्न एक कागदपत्र आहे ज्यात करदात्याने शासकीय अधिकाऱ्याकडे फाइल करावी की उत्पन्नाची माहिती असते. नोंदणीकृत व्यापारी त्यांच्याकडे दाखल होणार आहेत जीएसटी रिटर्न्स त्यांच्या खरेदी, विक्री, इनपुट टॅक्स क्रेडिट आणि आउटपुट जीएसटीसंबंधी तपशीलांसह.

१२. उद्यम नोंदणी

केंद्रीय सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्यम मंत्रालयाने १ जुलै २०२० रोजी 'उद्यम नोंदणी' या नावाने एमएसएमई एंटरप्राइजेसचे चे वर्गीकरण आणि नोंदणीची नवीन प्रक्रिया सुरु केली आहे.

सुधारित MSME वर्गीकरण:

एक सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उपक्रम खाली (एमएसएमई) प्रमाणे वर्गीकृत केले आहे-

वर्गीकरण	वनस्पती आणि यंत्रसामग्री किंवा उपकरणांमध्ये गुंतवणूक	उलाढाल
सूक्ष्म उद्योग	रु. १ कोटीपेक्षा जास्त नाही	रु. ५ कोटीपेक्षा जास्त नाही
लहान उद्योग	रु. १० कोटीपेक्षा जास्त नाही	रु. ५० कोटीपेक्षा जास्त नाही
मध्यम उद्यम	रु. ५० कोटीपेक्षा जास्त नाही	रु. २५० कोटीपेक्षा जास्त नाही

सूक्ष्म, लघु, मध्यम उद्योग स्थापित करण्याचा हेतू असलेली कोणतीही व्यक्ती ऑनलाइन उद्यम नोंदणी दाखल करू शकते.

करण्यासाठी कोणतीही कागदपत्रे किंवा पुरावे अपलोड करण्याची आवश्यकता नाही.

उद्यम नोंदणी ऑनलाईन आवश्यक कागदपत्रे:

ऑनलाईन उद्यम नोंदणी अर्ज प्रक्रिया स्व-घोषणेवर आधारित आहे आणि कोणतीही कागदपत्रे, प्रमाणपत्रे, कागदपत्रे किंवा पुरावे अपलोड करण्याची आवश्यकता नाही.

वापरकर्त्यास नोंदणी प्रक्रियेसाठी केवळ त्यांचे १२ अंकी आधार क्रमांक, पॅन कार्ड आणि बँक खात्याचा तपशील प्रदान करणे आवश्यक आहे.

उद्यम नोंदणी पोर्टलचा वापर करून एमएसएमईची नोंदणी कशी करावी?

नवीन एमएसएमई नोंदणी प्रक्रिया पूर्णपणे ऑनलाइन

(<https://udyamregistration.gov.in>), कागद विरहित आणि स्व-घोषणेवर आधारित आहे. एमएसएमई नोंदणी एका एमएसएमईला उद्यम नोंदणी पोर्टलमध्ये ऑनलाइन उद्यम नोंदणीसाठी अर्ज करणे आवश्यक आहे.

अर्ज यशस्वीपणे सबमिट केल्यावर एंटरप्राइझला 'उद्यम नोंदणी क्रमांक' (म्हणजे कायमस्वरूपी ओळख क्रमांक) नियुक्त केला जाईल.

नोंदणी प्रक्रिया पूर्ण झाल्यावर एंटरप्राइझला 'उद्यम नोंदणी प्रमाणपत्र' दिले जाईल. उद्यम नोंदणी मिळविण्यासाठी आधार

क्रमांक अनिवार्य आहे. फर्मच्या प्रकारानुसार खालील आधार क्रमांक आवश्यक आहे.



उद्योगाचा प्रकार	ज्याचा आधार नंबर आवश्यक आहे प्रोप्रायटर
प्रोप्रायटरशिप फर्म	प्रोप्रायटर
भागीदारी संस्था	व्यवस्थापकीय भागीदार
हिंदू अविभाजित कुटुंब	कर्ता
कंपनी किंवा सहकारी संस्था किंवा ट्रस्ट किंवा मर्यादित उत्तरदायित्व भागीदारी	अधिकृत स्वाक्षरीकर्ता

विद्यमान एमएसएमई व्यवसाय उपक्रमांसाठी/उद्यम नोंदणी :

विद्यमान उपक्रम एकतर ईएम भाग II किंवा यूएम अंतर्गत नोंदणीकृत आहेत किंवा सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग मंत्रालयाच्या अंतर्गत इतर कोणत्याही संस्थेत नोंदणीकृत आहेत, त्यांनी उद्यम नोंदणी पोर्टलवर पुन्हा नोंदणी करणे आवश्यक आहे. अशा उद्योगांना १ जुलै २०२० रोजी किंवा नंतर उद्यम नोंदणी अर्ज करणे आणि घेणे आवश्यक आहे.

- ▶ ३० जून २०२० पूर्वी नोंदणीकृत उद्योजकांनी खालील बाबी लक्षात घ्याव्यात
- ▶ २६ जून २०२० च्या अधिसूचनेनुसार अधिसूचित केलेल्या सुधारित निकषांवर आधारित अशा उपक्रमांचे पुन्हा वर्गीकरण केले जाईल ;

- ▶ ३० जून २०२० पूर्वी नोंदणीकृत असे उपक्रम फक्त ३१ मार्च २०२१ पर्यंत वैध असतील.

उद्यम नोंदणीमधील माहिती अद्यावत करणे:

उद्यम आधीपासूनच उद्यम नोंदणी क्रमांक असलेल्या उद्योजकाला त्यांची माहिती उद्यम नोंदणी पोर्टलवर ऑनलाइन अद्यावत करण्याची आवश्यकता आहे. अयशस्वी झाल्यास, एंटरप्राइझची स्थिती निलंबित करण्यासाठी जबाबदार असेल.

एंटरप्राइझचे वर्गीकरण आयकर विवरण किंवा वस्तू आणि सेवा कर परताव्यामधून गोळा केलेल्या माहितीच्या आधारे अद्यावत केले जाईल. अद्यावत, काही असल्यास, आणि त्याचा परिणाम येथे स्पष्ट केला आहे.

अद्यावत करण्याचा प्रकार	अद्यावताचा परिणाम
वरची पदवी	नोंदणीच्या वर्षाच्या समाप्तीपासून एक वर्षाच्या समाप्तीपर्यंत एंटरप्राइझची सध्याची स्थिती कायम राहिल.
खालची पदवी	आर्थिक वर्षाच्या समाप्तीपर्यंत एंटरप्राइझची प्रचलित स्थिती कायम राहिल. बदललेल्या स्थितीचा फायदा पुढील आर्थिक वर्षापासून उपलब्ध असेल.

उद्यम नोंदणीचे फायदे :

- ▶ उद्यम नोंदणीचे काही फायदे खालीलप्रमाणे आहेत.
- ▶ तारणशिवाय १ कोटी पर्यंत इझी बँक कर्ज.
- ▶ शासकीय निविदा खरेदी करण्यात विशेष पसंती.
- ▶ बँक ओव्हरड्राफ्ट (ओडी) वरील व्याज दरावर १ टक्के सूट.

- ▶ वीज बिलांमध्ये सवलत.
- ▶ खरेदीदारांकडून देय दिरंगाईपासून संरक्षण.
- ▶ करात सूट.
- ▶ ट्रेडमार्क आणि पेटंटच्या शासकीय शुल्कावर ५०% विशेष सवलत.
- ▶ विवादांचे त्वरित निराकरण.

१३. उद्योग विकासाशी संबंधित शासकीय योजना व धोरणे

सुक्ष्म, लघु व मध्यम उपक्रमांच्या सर्वांगीण विकासासाठी शासनाच्या विविध विभागांमार्फत खालील योजना राबविल्या जातात.

मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (CMEGP) : राज्यातील शहरी व ग्रामीण क्षेत्रातील सुशिक्षित युवक-युवतींची वाढती संख्या व उद्योग, व्यवसाय क्षेत्रात राज्यात विविध क्षेत्रात उपलब्ध होत असलेल्या स्वयंरोजगार व रोजगाराच्या विविध संधी विचारात घेवून उद्योजकतेला चालना देणारी व सर्जनशीलतेला कालानुरूप वाव देण्यासाठी तसेच राज्याचे नैसर्गिक

साधन व अंगभूत क्षमता क्षमता विचारात घेवून राज्याची महत्वाकांक्षी अशी स्वतंत्र मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (Chief Minister Employment Generation Programme) योजना सन २०१९-२० या आर्थिक वर्षापासून राज्यात कार्यान्वित करण्यात आली आहे. पुढील पाच वर्षात सुमारे १ लक्ष, लघु उपक्रम स्थापित होणे व त्या माध्यमातून एकूण १० लाख

रोजगार संधी राज्यात उपलब्ध होणे हे प्रमुख उद्दीष्ट आहे. पात्र उद्योग/ व्यवसायांतर्गत प्रकल्प किंमत कमाल मर्यादा सेवा उद्योग तसेच कृषी पूरक उद्योग/ व्यवसायांसाठी रुपये १०.०० लाख व उत्पादन प्रकारच्या प्रवगातील प्रकल्पासाठी प्रकल्प किंमत मर्यादा रुपये ५०.०० लाख राहिल. योजन अंतर्गत रक्कम ₹ १० ते २५ लाखापर्यंतचा लाभ घेण्यासाठी अर्जदाराचे शिक्षण किमान ७ वी पास असणे अनिवार्य आहे तसेच रक्कम ₹ २५ लाखावरील प्रकल्पासाठी किमान शैक्षणिक पात्रता ही १० वी उत्तीर्ण असणे गरजेचे आहे. एका कुटुंबातील एकाच व्यक्तीस काययक्रमाचा लाभ घेता येईल. कुटुंबाची व्याख्या ही पती, पत्नी अशी असेल. अर्जदार व्यक्तीने प्रधानमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (PMEGP) किंवा तत्सम केंद्र अथवा राज्य शासनाच्या अन्य विभागाकडील / महामंडळाकडील अनुदानावर आधारित स्वयंरोजगार योजनेचा लाभ घेतलेला नसावा. सदर योजनेंतर्गत १५% ते ३५% प्रवर्गनिहाय व संवर्गनिहाय अनुदान देय राहिल. यासाठी जिल्हा उद्योग केंद्र व

खादी ग्रामोद्योग मंडळ या दोन यंत्रणेमार्फत योजनेची अंमलबजावणी करण्यात येते.

पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (PMEGP) : केंद्र शासनाने पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रम योजना आणि ग्रामीण रोजगार निर्मिती योजना या दोन योजना एकत्रित करून पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (पीएमईजीपी) १५ ऑगस्ट २००८ पासून जाहीर केली आहे. सदर योजनेचा मुख्य उद्देश हा स्वयंरोजगार उभारणीस

प्रोत्साहन देण्यासाठी सुलभ तत्वावर भांडवल उभारणी करून देणे हा आहे. राज्यात राष्ट्रीयकृत बँकां मार्फत सदर योजनेअंतर्गत अर्थसहाय्य उपलब्ध करून देण्यात येते. यासाठी खादी ग्रामोद्योग आयोग, खादी ग्रामोद्योग मंडळ व जिल्हा उद्योग केंद्र या तीन यंत्रणेमार्फत योजनेची अंमलबजावणी करण्यात येते. राज्य खादी ग्रामोद्योग आयोग, मुंबई सदर

योजनेसाठी नोडल एजन्सी म्हणून काम करते. उत्पादित उद्योग घटकांना कमाल ₹ २५ लाखापर्यंत तसेच व्यवसाय सेवा उद्योग घटकांना कमाल ₹ १० लाखापर्यंतचे अर्थसहाय्य बँकामार्फत केले जाते. उद्योग घटकास ५ ते १० टक्के रक्कम स्वगुंतवणूक करावी लागते. बँकेचा कर्ज समभाग ९० ते ९५ पर्यंत असतो. अर्जदाराचे वय कमीत कमी १८ पूर्ण असावे. योजन अंतर्गत रक्कम ₹ ५ ते २५ लाखापर्यंतचा लाभ घेण्यासाठी अर्जदाराचे शिक्षण किमान ८ वी पास असणे अनिवार्य आहे. वैयक्तिक लाभार्थी, स्वयंसहायता बचत गट, सहकारी सोसायट्या, उत्पादीत सह सोसायटी, चॅरीटेबल ट्रस्ट, इ. सदर योजनेचा लाभ घेण्यास पात्र आहेत. सदर योजनेअंतर्गत फक्त नवीन प्रकल्पाकरिताच अर्थसहाय्य केले जाते. यापूर्वी स्थापित घटकांना लाभ घेता येत, नाही. योजनेचा लाभ मिळण्यास पात्र होण्यासाठी लाभार्थीने किंवा त्याच्या कुटुंबातील इतर सदस्यांनी यापूर्वी इतर कोणत्याही शासकीय अनुदानाचा लाभ घेतलेला नसावा. त्याचप्रमाणे ते कोणत्याही बँकेचे थकबाकीदार नसावे.

महाराष्ट्र राज्य औद्योगिक समूह विकास योजना (एमएसआयसीडीपी): राज्यातील औद्योगिकदृष्ट्या अविकसित क्षेत्रातील सुक्ष्म व लघु समूहांचा विकास होण्यासाठी महाराष्ट्र राज्य औद्योगिक समूह विकास योजना (एमएसआयसीडीपी) जाहीर करण्यात आली आहे. एमएसआयसीडीपी योजनेचा मुख्य उद्देश राज्यातील सुक्ष्म व लघु उपक्रमांची उत्पादकता व स्पर्धात्मकता उंचाविण्यासाठी अतुअधुनिक तंत्रज्ञान सुलभरीत्या उपलब्धतेसाठी सामायिक सुविधा केंद्राची उभारणी करणे हा आहे. योजनेतील तरतुदीनुसार राज्यातील क, ड, ड+, विना उद्योग जिल्हे (नवीन औद्योगिक धोरण - २०१९ नुसार) तसेच नक्षलग्रस्त क्षेत्रे या भागातील कार्यरत असणारे औद्योगिक समूह सदर योजने अंतर्गत पात्र आहेत. उद्योग संचालनालय, मुंबई ही महाराष्ट्र राज्य औद्योगिक समूह विकास योजना (एमएसआयसीडीपी) योजनेकरिता अंमलबजावणी यंत्रणा आहे. सदर योजनेंतर्गत सामायिक सुविधा केंद्र स्थापनेकरीता महाराष्ट्र शासनाची अनुदान मर्यादा रु.१०.०० कोटी किंवा एकूण प्रकल्पाच्या ७०% (१००% अनुसूचित जाती/ अनुसूचित जमाती व १००% महिला उद्योजक सभासद असणाऱ्या उद्योग समूह प्रकल्पास ९०% पर्यंत अनुदान) जी कमी असेल ती रक्कम असेल.

महाराष्ट्र राज्य नाविन्यपूर्ण स्टार्ट-अप धोरण २०१८ : राज्याच्या औद्योगिक तसेच आर्थिक विकासास चालना देण्यासाठी आणि देशातील बेरोजगाराच्या समस्येवर उपाययोजना करण्यासाठी

नाविन्यपूर्ण संकल्पनावर आधारीत उद्योगांना प्रोत्साहन देणे करिता महाराष्ट्र राज्य नाविन्यपूर्ण स्टार्ट-अप धोरण २०१८ सुरु करण्यात आले आहे. या धोरणाच्या माध्यमातून आर्थिक प्रगतीमध्ये राज्याच्या लक्षणीय योगदान देण्यासाठी समाजातील सर्वघटकासाठी रोजगाराच्या संधी निर्माण करणे. सदर धोरणांतर्गत महाराष्ट्रातील नागरिकांसाठी त्यांच्याकडील नाविन्यपूर्ण संकल्पनेस वाव देण्यासाठी एक व्यासपीठ उपलब्ध करून देण्यात आले आहे.

महाराष्ट्र काथ्या उद्योग धोरण - २०१८ : राज्यामध्ये काथ्या उद्योगाच्या माध्यमातून रोजगाराच्या नवीन संधी उपलब्ध करून ग्रामीण ग्रामीण उद्योजकता वाढविणे, काथ्या व कोको पीथ यांच्यापासून काथ्याची मूल्यवर्धित उत्पादनाच्या माध्यमातून महिला उद्योजकता विकास व त्यायोगे महिलांचे सबलीकरण करणे, भारत आणि भारताबाहेर पर्यावरण शाश्वत व पर्यावरणपूरक अश्या काथ्याच्या उत्पादनाच्या वापरास प्रोत्साहित करणे, स्थानिक व आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत काथ्या व काथ्याची उत्पादनासाठी बाजारपेठ विकसित करणे, राज्यातील नारळाच्या सोडणाचा

जास्तीत जास्त वापर करून नारळाच्या लागवडीस प्रोत्साहन प्रोत्साहन देणे या दृष्टीकोनातून राज्यातील काथ्या उद्योग विकासाकरिता राज्य काथ्या उद्योग विकास धोरण - २०१८ ला शासन मान्यता देण्यात आली आहे.

महाराष्ट्र इलेक्ट्रॉनिक्स धोरण - २०१६ : इलेक्ट्रॉनिक्स उद्योग हा झपाट्याने विकसित होणाऱ्या उद्योग क्षेत्रापैकी एक उद्योग क्षेत्र आहे. इलेक्ट्रॉनिक्स क्षेत्राच्या विकासासाठी व या उद्योगांना अनुकूल ठरेल असे राज्याचे इलेक्ट्रॉनिक्स उत्पादनासाठी स्वतंत्र धोरण आखणे आवश्यक असल्याने, महाराष्ट्र इलेक्ट्रॉनिक्स धोरण- २०१६ शासनाने मान्यता दिली आहे. राज्याची एकूण अर्थव्यवस्था आणि समृद्धीमध्ये योगदान देण्याच्या दृष्टीकोनातून राज्यामध्ये जागतिक स्पर्धेत टिकाव धरू शकतील असे इलेक्ट्रॉनिक्स प्रणाली डिझाईन आणि उत्पादन (ESDM) उद्योग निर्माण करणे, ज्यायोगे राज्यामध्ये रोजगाराच्या भरपूर संधी निर्माण होतील आणि आंतरराष्ट्रीय बाजारात एक भक्कम पाया प्राप्त होईल. इलेक्ट्रॉनिक क्षेत्रातील गुंतवणूकदारांच्या सक्रिय सहयोगाने या क्षेत्राकरिता कुशल मनुष्यबळाची उपलब्धता वाढविण्यासाठी उपाययोजना करणे, इलेक्ट्रॉनिक्स रचना प्रणाली व उत्पादक उद्योग आणि नॅनो इलेक्ट्रॉनिक्स क्षेत्रातील संशोधन व विकासासाठी अधिक निधी उपलब्ध करून या क्षेत्रात बौद्धिक मालमत्ता निर्मितीस देणे तसेच ई कचऱ्याचे व्यवस्थापन करण्यासाठी शास्त्रोक्त पध्दतीचा वापर करणे इत्यादी बाबींचा धोरणामध्ये समावेश आहे.

महाराष्ट्राचे लॉजिस्टिक पार्क धोरण - २०१८ : लॉजिस्टिकला आंतरराष्ट्रीय सेवेचा दर्जा मिळाला असून जागतिक व्यापाराद्वारे देशाला परकीय चलन मिळवून देण्याची क्षमता त्यामध्ये निर्माण झाली आहे. आजची वेगवान आर्थिक परिस्थिती, जागतिकीकरण व लॉजिस्टिकमध्ये होणाऱ्या वेगवान प्रगतीचा विचार करता, लॉजिस्टिक हे उद्योगातील एका संकल्पनेत रुपांतरीत झाले आहे लॉजिस्टिक हे देशाच्या आर्थिक विकासात कळीची भूमिका बजावत आहे. एकात्मिक लॉजिस्टिक पार्क (Integrated Logistic Parks) धोरण २०१८ चा प्रमुख उद्देश महाराष्ट्राला जागतिक साखळीचा भाग बनविणे, पारंपारिक गोदामांना अद्ययावतता आणून त्याचे पूर्णतः एकीकृत असलेल्या व मूल्यवर्धित लॉजिस्टिक करणाऱ्या सेवेमध्ये रुपांतर करणे, कार्य क्षमतेत सुधारणा व लॉजिस्टिक खर्चात कपात करणे. राज्यातील लॉजिस्टिक क्षेत्रातील एकूणच पायाभूत सुविधा सुधारून शेवटच्या टोकापर्यंत जोडून घेणे.

वस्त्रोद्योग धोरण २०१८ - २३ : सकल राष्ट्रीय उत्पादनातील मोठा

हिस्सा औद्योगिक उत्पादन, रोजगार निर्मिती, निर्यात उत्पन्न या बाबी विचारात घेता देशाच्या अर्थव्यवस्थेमध्ये वस्त्रोद्योगाची महत्वाची भूमिका आहे. देशाच्या औद्योगिक उत्पादनातील १४ टक्के, राष्ट्रीय सकल उत्पादनातील ४ टक्के व देशाच्या एकूण निर्यातीतील १३ टक्के हिस्सा वस्त्रोद्योगाचा आहे. देशात रोजगार निर्मितीचे वस्त्रोद्योग हे मोठे साधन आहे. वस्त्रोद्योगामध्ये सुमारे ५ कोटी लोक प्रत्यक्ष काम करतात. जगातील वस्त्रोद्योगाच्या एकूण क्षमतेपैकी भारताची वस्त्रोद्योगाची क्षमता दुसऱ्या क्रमांकाची आहे. कच्च्या मालाचे मुबलक उत्पादन, कुशल मनुष्यबळाचा अविरत पुरवठा, उत्पादनाची किमान किंमत, ही भारताच्या वस्त्रोद्योगाची बलस्थाने आहेत. तयार कपड्याची देशातील मागणी साधारणपणे ३ विभागात विभागली जाते. त्यामध्ये घरगुती वापर, औद्योगिक वापर आणि निर्यातक्षेत्र अशी विभागणी आहे. एकूण तयार कपड्यापैकी ६० टक्के तयार कपडा घरगुती क्षेत्रात वापरण्यात येतो, तर २१ टक्के संस्थात्मक क्षेत्रातील वापर असून, निर्यात १९ टक्के इतकी आहे. कापड व तयार कापडाची देशाची निर्यात यापुढील काळात वाढतच राहणार आहे.

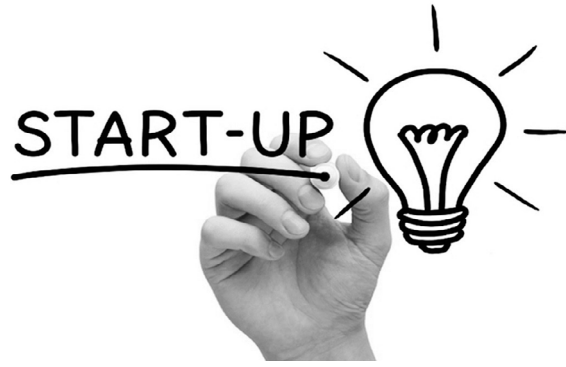
राज्यातील महिला उद्योजकांसाठी विशेष धोरण - २०१७ :

राज्याच्या आर्थिक विकासात महिला उद्योजकता महत्वाचा स्रोत मानली गेली आहे. महिला उद्योजक समाजामध्ये व्यवस्थापन, संघटन व व्यवसायाशी संबंधित बाबींमध्ये निरनिराळे आयाम प्रस्तुत करित आहोत. तथापि, महिलांनी परीचालित केलेल्या उपक्रमांची संख्या ही एकूण उपक्रमाच्या प्रमाणात फारच कमी आहे. आजच्या आधुनिक गतिमान युगात शाश्वत आर्थिक व सामाजिक विकासाच्या जागतिक वाटचालीमध्ये महिला उद्योजकांची महत्वाची भूमिका राहणार आहे. महाराष्ट्र राज्यात महिलांनी समाजामध्ये जरी मोलाची भूमिका निभावली असली तरीही अनेक कारणामुळे त्यांच्यातील उद्योजकीय कार्यक्षमतेला पुरेसा वाव मिळालेला नाही. महिला उद्योजकांसाठी विशेष धोरणाचे उद्दीष्ट महिला परीचालित उद्योगाचे प्रमाण ९% वरून २०% पर्यंत सुधारण्याचे आहे. महिला उद्योजकांच्या वाढीसाठी राज्यात आश्वासक व्यावसायिक वातावरण निर्माण करणे व तांत्रिक, परीचालनात्मक तसेच आर्थिक सहाय्य पुरवून राज्यातील महिलांना अधिक रोजगाराच्या संधी निर्माण करण्याच्या दृष्टीकोनातून राज्यातील महिला उद्योजकांसाठी विशेष

धोरण - २०१७ ला शासन मान्यता देण्यात आली आहे.

भारतरत्न डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर (अनुसूचित जाती / अनुसूचित जमाती) उद्योजकांसाठी विशेष सामुहिक प्रोत्साहन योजना:

भारतरत्न डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांची १२५ व्या जयंती निमित्त राज्यातील अनुसूचित जाती / अनुसूचित जमाती उद्योजकांना उत्तेजन देवून त्यांना स्वयंपूर्ण व आर्थिक दृष्ट्या स्वावलंबी करण्याच्या उद्देशाने भारतरत्न डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर (अनुसूचित जाती/अनुसूचित जमाती) उद्योजकांसाठी विशेष सामुहिक प्रोत्साहन योजना कार्यान्वित करण्यात आली आहे. सदर



योजनेतर्गत अनुसूचित जाती / जमाती या प्रवर्गातील उमेदवारांसाठी विशेष सुविधा पुरविण्यात आलेल्या आहेत जसे महाराष्ट्र औद्योगिक विकास महामंडळाकडे २०% राखीव भूखंड, रु. १०.०० पर्यंत भूखंडासाठी अनुदान, उद्यम भांडवल निधी, भाग भांडवल

अनुदान, वीज शुल्क अनुदान, व्याज अनुदान, समूह औद्योगिक विकास गट, पायाभूत सुविधांचा विकास, उबवण केंद्राची स्थापना, उद्योजकता व कौशल्य विकास प्रशिक्षण, प्रदर्शन व विक्री केंद्र, इ.

राज्यातील इतर आर्थिक विकास महामंडळ :

राज्यातील विविध सामाजिकदृष्ट्या मागासलेल्या प्रवर्गात उद्योजकता रुजवून त्यांचा आर्थिक विकास करण्याकरिता विविध आर्थिक विकास महामंडळे कार्यरत आहेत जसे महाराष्ट्र राज्य खादी व ग्रामोद्योग मंडळ, संत रोहिदास चर्मोद्योग व चर्मकार विकास महामंडळ मर्यादित, मौलाना आज़ाद अल्पसंख्यांक आर्थिक विकास महामंडळ मर्यादित, वसंतराव नाईक विमुक्त जाती व भटक्या जमाती विकास महामंडळ मर्यादित, महात्मा फुले मागासवर्ग विकास महामंडळ मर्यादित, लोकशाहीर अण्णाभाऊ साठे विकास महामंडळ मर्यादित, अण्णासाहेब पाटील आर्थिक मागास विकास महामंडळ मर्यादित, महाराष्ट्र राज्य इतर मागासवर्गीय वित्त आणि विकास महामंडळ लि., महाराष्ट्र राज्य अपंग वित्त आणि विकास महामंडळ मर्यादित, रेशीम संचालनालय, पशुसंवर्धन विभाग, पुण्यश्लोक अहिल्यादेवी महाराष्ट्र मॅट्री व शेळी विकास महामंडळ मर्यादित, महिला आर्थिक विकास महामंडळ, इ. अधिक माहिती करिता संबंधित कार्यालयाशी संपर्क साधावा.

उद्योजक

उद्योजकता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रम, 'उद्योजक' मासिक वर्गणी/जाहिरात

संपर्काचे पत्ते



महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्राचे प्रकल्प अधिकारी गेल्या दीड दशकभरापासून प्रत्येक जिल्ह्यात समाजाच्या उद्योजकीकरणाची मोहीम स्वयंसेवकांच्या निष्ठेने राबवीत आहेत. केंद्राच्या शास्त्रशुद्ध उद्योजकता विकास प्रशिक्षण कार्यक्रमांमुळे महाराष्ट्रात हजारो पहिल्या पिढीचे उद्योजक तयार झाले आहेत. हे लोण तळागाळापर्यंत पोहोचेल असा आम्हाला विश्वास आहे. समृद्धीकरणाचा हा विचार जनसामान्यांपर्यंत सर्वदूर पोहोचविण्यासाठी 'उद्योजक' मासिकही यशस्वीरीत्या उद्योजकतेविषयीचे ज्ञान प्रसार करित आहे. केंद्राच्या कार्यक्रमाविषयी आणि उद्योजकच्या वर्गणी/जाहिरातीविषयी खालील प्रकल्प अधिकारी मित्र चर्चेसाठी सदैव उपलब्ध आहेत. महाराष्ट्रातील तरुणांनी, महिलांनी याचा फायदा जरूर घ्यावा. दहा हजार अधिक वर्गणीदार असलेले 'उद्योजक' कधी कधी परिस्थितीजन्य कारणांमुळे वेळेवर पोहोचत नसल्यास, वर्गणीदाराचा पत्ता बदलला असल्यास, नवीन वर्गणीदार व्हायचे असल्यास किंवा जाहिरात द्यायची असल्यास कृपया खालील पत्त्यावर संपर्क साधून समाजाच्या उद्योजकीकरणाच्या मोहिमेला हातभार लावावा.

महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्राचे (एमसीईडी) राज्यातील कार्यालयांचे पत्ते

मुंबई विभाग : श्री.राजेश कांदळगावकर, विभागीय अधिकारी, कोकण विभाग, श्री.आनंद विद्यार, प्रकल्प अधिकारी, श्री.प्रदीप सावंत, क.प्र.अ. (से.पू.), मुंबई-उपनगर (एमएमआर) व मुख्य समन्वयक (सीएमईजीपी), कोकण भवन, ५वा मजला, रूम क्र.५१२ सी.बी.डी. बेलापूर, नवी मुंबई-४०० ६१४. ☎ २७५६३८९६, २७५६४०२५, द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, जिल्हाधिकारी कार्यालय, प्रशासकीय इमारत-अ, पहिला मजला, कक्ष क्र.१०३, कोळगाव, ता.जि.पालघर, ☎ ८६६९०५४०७८ श्री.प्रदीप सावंत, चारुशिला धर्माधिकारी, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा विकास आयुक्त (उद्योग) उद्योग संचालनालय, दुसरा मजला, नवीन प्रशासकीय भवन, मंत्रालयासमोर, मुंबई-४०० ०३२. ☎ ७९७७२४२९६६, ८८५०२९२८४८. श्री.एस.के.बायस, प्रकल्प अधिकारी, द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, सी.एफ.सी.बिल्डिंग, पहिला माळा, मॉडेल वुलन मिलसमोर, मुलुंड चेक नाका, ठाणे-४०० ६०२. ☎ २५८२५३४८, ७७७४०५३१४. जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), पटेल मोटर्स, नगरपालिकेजवळ, शेतकरी भवनाजवळ, अलिबाग, जि. रायगड-४०२ २०१. ☎ ९८३४२२९६०. पुणे विभाग : श्री.एस.के.थोटे, विभागीय अधिकारी, श्री.एम.डी.शेळके, प्रकल्प अधिकारी, कृषी महाविद्यालय आवार, शिवाजीनगर, पुणे-४११ ००५. ☎ ९४०३०७८७५३, २५५३७७२४/२५५२०३५९. श्री.मिर्लिद लोडे, क.प्र.अ. (से.पू.), एमसीईडी, सी-१८१, एच ब्लॉक, इंजिनअरिंग ऑटो क्लस्टर परिसर, एमआयडीसी, पिंपरी चिंचवड, पुणे-४११ ०१९. ☎ ७३८७०२०२३५. श्री.राजशेखर शिंदे, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, होटगी नाका, किनारा हॉटेलसमोर, सोलापूर-४१३००३. ☎ २६०५०३३, २३२२५२६, ९४०३६८३२१. सौ.शितल पाटील, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, प्लॉट क्र.ए-१३,औद्योगिक वसाहत, सातारा-४१५ ००४. ☎ २४६५५५, २४४६५५, ८७८८१९०१८९. कोल्हापूर विभाग : श्री.एस.के.थोटे, विभागीय अधिकारी, श्री.प्रवीण कायंदे, क.प्र.अ. सौ.वनिता पाटील, क.प्र.अ. (से.पू.), दत्ताजी चेंबर्स, ३१५/ई, न्यू शाहूपुरी, मेरा हॉटेलसमोर, एस.टी.स्टॅंडजवळ, कोल्हापूर-४१६ ००२. ☎ (०२३१) २६६६७४८, २६६२०७९, ९४०३०७८७५३, ९४०३०७८७७४, ९४२२८९०८६३. श्री.दत्तात्रय क्षीरसागर, क.प्र.अ. (से.पू.), एमसीईडी, द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, उद्योग भवन, विश्रामबाग, सांगली-४१६ ४१६. ☎ २६७११६९, ७०५७९९३३०८. श्री.रमेश जाधव, क.प्र.अ. (से.पू.) एमसीईडी, द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, बीडीओ स्टाफ क्वार्टरमार्गे, जेल मार्ग, रत्नागिरी. ☎ २२१९८८, ९४०४९५०००४. श्री.आर.ए.गावडे, क.प्र.अ., द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, दुसरा मजला, ए ब्लॉक, जिल्हाधिकारी कार्यालय परिसर, सिंधुदुर्गनगरी, ओरोस, ता.कुडाळ, जिल्हा सिंधुदुर्ग, ☎ २२१३६२, २२८७०५, ९४०३०७८७६७. नाशिक विभाग : श्री.अलोक मिश्रा, विभागीय अधिकारी, श्री.एस.ए.भामरे, प्रकल्प अधिकारी, श्री.मंगेश बनकर, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), ११, तळमजला, उद्योग भवन, त्र्यंबक मार्ग, सातपूर, नाशिक, ☎ २३५२१५१, २३६३४१४, ९४०३०७८७६३, ७७२००७५९०१, ८२०८०५५०१९. आरती शेलोरकर, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, जमनागिरी मार्ग, धुळे-४२४००१, ८७८८५५७५३०. श्री.टी.पी.जिवडे, क.प्र.अ. (से.पू.) द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, स्टेशन मार्ग, अहमदनगर महाविद्यालयाजवळ, अहमदनगर. ☎ २३२०४८५, ९५६१७३७७४७. श्री.दिनेश गवळे, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, रिंग रोड, राष्ट्रीय महामार्ग, जळगाव-४२५ ००१. ☎ २२५२८३२, ७७२००७५९०१. श्री.डी.एस.ढाकणे, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, प्रशासकीय इमारत, जिल्हाधिकारी कार्यालय, खोली क्र.२८ नंदुरबार. ☎ ०२५६४-२१०५१०, ८८८८५१०४९९. नागपूर विभाग : श्री.प्रदीप इंगळे, विभागीय अधिकारी, श्री.एस.एस.कुलकर्णी, प्रकल्प अधिकारी, शिवानी गायकवाड, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक

(से.पू.), उद्योग भवन, सिव्हिल लाइन्स, उच्च न्यायालयामार्गे, विक्री कर कार्यालयाजवळ, नागपूर. ☎ २५३७०९७, ९४०३०७८७६९ ९४०३०७८७६०. श्री.एच.आर.वाघमारे, प्र.अ., केंद्र प्रमुख, एमसीईडी उपकेंद्र, श्री.पंकज ठाकरे, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), हिंगणा औद्योगिक परिसर, नागपूर, मो. ९४२२२७६७०१, ७७७४०३६२३२, ८९७५०६६३०. श्री.रोशन तायवडे, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, जिल्हाधिकारी कार्यालयाजवळ, वर्धा-४४२ ००१. ☎ २४३४६३, ९८३४३५२२९५. श्री. संदीप जाने, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा उद्योग भवन, ब्लॉक क्र.८, दुसरा मजला, बस स्टॅंडसमोर, रेल्वे स्टेशन मार्ग, चंद्रपूर, ☎ २७४४१६, ९४०३०७८७७३. जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, सिव्हिल लाइन्स, भंडारा. ☎ २५८८६७, २५२३४७१, ७६६६१३६३८९. श्री.जितेंद्र चौर, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), डोरलीकर भवन, नगर परिषदेजवळ, धानोरा मार्ग, गडचिरोली. ☎ २२३३६५. सांगीता ढोणे, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), बोपचे भवन, हॉटेल सागरसमोर, बालाघाट मार्ग, गोंदिया-४४१ ६१४, ☎ २५०२७४, ८७८८६४८९६५. छत्रपती संभाजीनगर विभाग : श्री. डी.यु.शिवारे, विभागीय अधिकारी, सौ.भारती सोसे, क.प्र.अ. (से.पू.) सौ.प्रतिभा निमकर, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), एमसीईडी, अ-३८, रेल्वे स्टेशन परिसर, छत्रपती संभाजीनगर-४३१ ००१. ☎ २३६१२२३. ९४०३०७८७६६, ९४०३६८३१७३, ९८८१३०४९३०. श्री. विनोद तुपे, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, प्लॉट क्र.पी-७, अतिरिक्त औद्योगिक वसाहत, जालना. ☎ २२०२०३०६२८, ९०४९२२८८८८. श्री.खुशाल रोकडे, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, बशीर गंज, बीड-४३१ १२२. ☎ २२२२८५, ७०५७९६८१३१. श्री.पांडुरंग कांबळे, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, मध्यवर्ती प्रशासकीय इमारतीसमोर, उस्मानाबाद-४३१ ५०१. ☎ २२१५०५, ८२७५०९३२२८. नांदेड विभाग : श्री.किशोर अंभोरे, विभागीय अधिकारी, श्री.शंकर पवार, क.प्र.अ. (से.पू.), उद्योग भवन, तळ मजला, शिवाजीनगर, नांदेड. मो. ९४०३०७८७८३, ९४०३६८३१९७. श्री.के.व्ही.राठोड, प्रकल्प अधिकारी, हॉल क्र.७४, सर्व्हे नं. ६२२, वार्ड क्र.२०, चिद्रावार नगर, शासकीय कृषी कार्यालयाजवळ, जुना पेडगाव रोड, परभणी-४३१ ४०१. ☎ २३३२७५, ९४०३०७८७७३. श्री.दिपक गायकवाड, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, प्लॉट क्र. पी-१, एमआयडीसी परिसर, लातूर-४१३ ५३७. ☎ २२११००, ९४०४९५०००४. श्री.सुधीर आठवले, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, एस-१२, मध्यवर्ती प्रशासकीय इमारत, हिंगोली. ☎ २२२२१८, ९७६५२९१७८५. अमरावती विभाग : श्री.पी.व्ही.इंगळे, विभागीय अधिकारी, श्री.पी.व्ही. इंगळे, प्रकल्प अधिकारी, श्री.राजेश सुने, क.प्र.अ. (से.पू.), श्री.नेत्रदीप चौधरी, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), टांक चेंबर्स, गाडगेनगर, व्ही.एम.व्ही.मार्ग, अमरावती-४४४ ६०२. ☎ २६६०३१६, २६६५४७२. ९४०३०७८७६९, ८८५७८६९८८३, ९८२२४४१२०९. श्री.प्रसन्ना रत्नपारखी, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, जुने कांटन मार्केट, अकोला-४४४ ६०२. ☎ २४३५६८, ० ९४०५३१५९४६. श्री.गणेश गुप्ता, क.प्र.अ. (से.पू.), द्वारा जिल्हा उद्योग केंद्र, जतकर भवन, टिळकवाडी, बस स्टॅंड मार्ग, बुलढाणा, ☎ २४२३६७/२४२६०४, ९८६०००६८१. श्री.रूपेश हिरलकर, क.प्रकल्प अधिकारी (से.पू.), उद्योग भवन, अमरावती मार्ग, यवतमाळ. ☎ २५५४१३, ८२७५०९३२३०. श्री.गौरव इंगळे, जिल्हा प्रकल्प समन्वयक (से.पू.), (एमसीईडी), जिल्हा उद्योग केंद्रासमोर, काटा मार्ग, शासकीय दूध डेअरीजवळ, वाशिम, मो. ९४०५५४८३२९





उद्योग संचालनालय, महाराष्ट्र शासन अंतर्गत कार्यरत

महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र

होय, मला उद्योजक व्हायचय..!

महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र आयोजित प्रशिक्षण कार्यक्रमांच्या चौकशीसाठी पुढील बारकोड स्कॅन करून प्रशिक्षणासाठी आपली नोंदणी करा.



होय, मला उद्योजक मासिकाचे वर्गणीदार व्हायचे..!

उद्योग, व्यापार, व्यवसायाद्वारा स्वयंरोजगार मिळविण्यासाठी सर्व काही..

महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्राचे प्रकाशन

मासिक

उद्योजक

उद्योजकीय मन घडविणारा तत्त्वज्ञ मित्र

उद्योजक मासिकाचे वर्गणीदार होण्यासाठी पुढील

बारकोड स्कॅन करून वर्गदार व्हा..!



ऑफिसर कोड 46 टाका. वर्गणीची नोंदणी करताना काही अडचण आल्यास 9403078779 वर संपर्क साधा.



मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम (CMEGP)

मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रमातून उद्योजक बनण्याची संधी

स्वयंरोजगारास देई आधार, हेच आपले सरकार!

- * "नोकरी मागणाऱ्यांपेक्षा नोकरी देणारे व्हा"
- * मार्गदर्शन व गुंतवणूकीसाठी पैशांचा अभाव आहे का?
- * उद्योजक होण्याचे स्वप्न प्रत्यक्षात उतरत नाही का?
- * तर उद्योजक होण्याचे स्वप्न सत्यात उतरविण्यासाठी मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती कार्यक्रम म्हणजेच सीएमईजीपीचा लाभ घ्या.

- * या योजनेअंतर्गत निर्मिती व उत्पादन क्षेत्रासाठी ५० लाख तर
- * सेवा व कृषि पूरक प्रकल्पांसाठी १० लाख रुपयांपर्यंतचे अर्थसहाय्य.
- * मोठ्या प्रमाणात अनुदानही उपलब्ध आहे.
- * तर वाट कशाची बघता... आपले स्वप्न साकारण्यासाठी, स्वतःचा स्वयंरोजगार उभारण्यासाठी आजच सीएमईजीपीचा लाभ घ्या.



: अधिक माहिती व संपर्कासाठी :

राज्यस्तरीय संनियंत्रण : विकास आयुक्त (उद्योग), उद्योग संचालनालय, नवीन प्रशासकीय इमारत, २रा मजला, मंत्रालयासमोर, मुंबई - ४०० ०३२.

हेल्पलाईन नंबर : २२ २२०२ ३९९२.

महाव्यवस्थापक, जिल्हा उद्योग केंद्र (संबंधित जिल्हा) जिल्हा खादी व ग्रामोद्योग अधिकारी (संबंधित जिल्हा)
संकेतस्थळ : www.di.maharashtra.gov.in, www.maha-cmegp.gov.in, www.mced.co.in



Scan Me