ISSN No 2455-3948

- **अर्थभान**
  उद्योगातल्या महत्त्वाच्या आर्थिक संज्ञा समजावून सांगणारं सदर.
- **ब्रँडेड गोष्टी**
  विविध ब्रँडस्च्या निर्मितीचा रंजक प्रवास सांगणारं सदर.
- **कल्याणकारी योजना**
  उद्योगांना मिळणाऱ्या सरकारी मदतीविषयी सांगणारं सदर.
- **कादंबरी**
  उद्योजकीय पार्श्वभूमी असलेली 'मेंटॉर' ही कादंबरी

www.deasra.in
de Asra 'दे आसरा फाउंडेशन'चे मासिक

यशस्वी उद्योजक™

वर्ष ५ | अंक ११ | नोव्हेंबर २०१९ | पाने ७२ | किंमत रु.५०/-

विशेष विभाग
बँकिंग, गुंतवणूक, विमा, म्युच्युअल फंड सल्लागार

मिलिंद काळे
कॉसमॉस बँक
उद्योगांसाठी समृद्धीचा महामार्ग

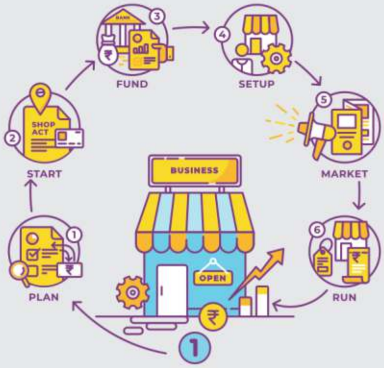
अपर्णा मांडके
गुंतवणूक सल्लागार
स्वयंरोजगाराचा 'ओंकार'स्वरूप पर्याय

शिरीष देशपांडे
बुलडाणा अर्बन
आर्थिक संस्थांमधल्या उद्योजकतेच्या संधी

deAsra
Powering businesses. Creating jobs.

व्यवसायाची सुरवात, व्यवस्थापन व व्यवसाय वाढ.

deAsra फाउंडेशन ही एक ना नफा तत्वावर चालणारी संस्था असून **व्यवसाय सुरु करणे, चालवणे, वाढवणे** यासाठी मार्गदर्शन करते.



लघु-उद्योगांसाठी deAsra तर्फे उपलब्ध सेवा

- व्यवसायाची व्यवहार्यता पडताळून व्यापक योजना तयार करणे.
- व्यावसायिक निधी उभारणीसाठी अचूक व योग्य प्रस्ताव तयार करणे.
- व्यवसायासाठी लागणारे परवाने व नोंदणी अर्ज करण्यासाठी योग्य मार्गदर्शन.
- व्यवसायाची प्रगती तपासणीसाठी सल्ला व मार्गदर्शन.
- व्यवसायाचे अकौंटिंग, टॅक्सेशन, उत्पादनाचे पॅकिंग व लेबलिंग यासंबधी सेवा.
- व्यवसायाचे विपणन, वेबसाईट तयार करणे इ. सेवांचा वापर आपल्या व्यवसायासाठी करून घ्या.
- नवीन तंत्रज्ञान उदा.: वेबसाईट व मोबाईल ॲप्लिकेशन वापरून तुमचा व्यवसाय स्वयंचलित व सुलभ बनवा.
- विविध क्षेत्रातील तज्ञांचे मार्गदर्शन उपलब्ध.

deAsraची लघु उद्योगांसाठी लागणारी सपोर्ट टूल्स

- Business & Compliance Checklists for MSMEs
- Business & Compliance tools for MSMEs
- Business & Compliance templates for MSMEs

संपर्क +९१ ८६६९९ ८५५९९

team@deasra.co.in www.deasra.in

deAsra फाऊंडेशन पर्सिस्टंट सिस्टिम्स लि. ४०२, भगीरथ, एस बी रोड, आय सी सी टेक पार्क जवळ, पुणे ४११ ०१६

पितांबरी शॉपी फ्रँचायसी

दुकानदारीतून यश आणि स्वप्नपूर्ती !

गेल्या ३० वर्षांहून अधिक काळ ग्राहकांच्या मनावर पितांबरीने अधिराज्य गाजवले. विविध अभिनव उत्पादने आणि उत्तम दर्जाची गुणवत्ता यामुळेच पितांबरी घराघरामध्ये पोहोचली. भारताबाहेरही अनेक देशांमध्ये या उत्पादनांची निर्यात होते.

उद्योग विस्तारासोबत उद्यमशीलतेलाही पितांबरी नेहमीच प्रोत्साहन देते. याचाच एक भाग म्हणून पितांबरी घेऊन येत आहे शॉपी फ्रँचायसी. दुकानदारांकडे उपलब्ध असलेल्या जागेचा व्यापारी उपयोग करण्याची ही योजना पितांबरीने आणली आहे. यात सहभागी होणारा दुकानदार प्राथमिक स्वरूपात आणि सोप्या पद्धतीने पितांबरीच्या विक्रीवाढीचा साहाय्यकच होणार आहे. पितांबरीची दर्जेदार नवीन उत्पादने खूप कमी दुकानांमध्ये उपलब्ध आहेत. त्याशिवाय पितांबरीची अनेक नवनवीन उत्पादने बाजारात येत आहेत. या उत्पादनांची जाहिरातदेखील पितांबरी करीत असते. या उत्पादनांना ग्राहकांकडून मागणीदेखील आहे. परंतु असलेल्या दुकानांच्या शेल्फवर त्या उत्पादनांसाठी जागाच नाहिये. त्यामुळे तुम्हांला तुमच्या दुकानांतून पितांबरीच्या नवीन व जुन्या उत्पादनांच्या विक्रीतून दुकानाच्या विक्रीवाढीला वाव आहे.

गेली ३० वर्षे अविरत कार्य करून १ करोड पेक्षा जास्त समाधानी ग्राहक पितांबरीशी जोडले गेले आहेत. ५५ उत्पादने व त्यांचे १२५ उपप्रकार यांमुळे ग्राहकाला विकत घेण्यासाठी वेगवेगळे पर्याय मिळतात व त्यामुळे विक्री करणे सुलभ होते.

जर तुम्हांला काही नवीन करण्याची इच्छा असेल आणि एका ख्यातनाम ब्रँडसोबत जोडले जाण्याची संधी घ्यायची असेल, तर आजच संपर्क करा.

पितांबरी ब्रँडसोबत काम करण्याची संधी

व्यवसाय वृद्धी

आर्थिक प्रगती

पितांबरी प्रॉडक्ट्स प्रा.लि.

डॉ. मंदार फाटक- असिस्टन्ट जनरल मॅनेजर (हेल्थकेअर अँड फ्रँचायझी)

९००४८३३१६६ | mandar.phatak@pitambari.com

नाते विश्वासाचे... नाते समृद्धीचे...

०८

कॉसमॉस बँक: उद्योगांसाठी समृद्धीचा महामार्ग

प्रसाद घारे

१६

आर्थिक संस्थांमधल्या उद्योजकतेच्या संधी

शिरीष देशपांडे

२२

अपर्णा मांडके गुंतवणूक सल्लागार

ज्योत्स्ना नाईक

३२

गुंतवणूक व विमा सल्लागार समृद्ध करणारे करिअर

राधिका लेले

३८

विमा सल्लागार

संधी आहे आपला पगार आपणच ठरवण्याची

प्रसाद घारे

४३

म्युच्युअल फंड ॲडव्हायझर एक वेधक व्यवसाय

भूषण महाजन

४६ अर्थभान

ताळेबंद अर्थात 'बॅलन्सशीट' – भाग २

अतुल कहाते

५२ पासष्टावी कला

जाहिरात

बोलाची कढी न बोलाचा भात

डॉ. मनोहर इंगळे

ब्रँडेड गोष्टी ५८

डिजिटल उद्योग

बापसे बेटी सवाई

सुधीर जोगळेकर

कल्याणकारी योजना ६३

गुंतवणूक विषयी प्रशिक्षण

धन जोडावे उत्तम व्यवहारे

सुरेश वांदिले

कादंबरी - मेन्टॉर - ११ ६६

अजिबात होऊ नका उद्योजक!

संजीव लाटकर

व्यवस्थापकीय संपादक : एस.आर. जोशी
संकल्पना संयोजन : युनिक फीचर्स, पुणे

'दे आसरा फाउंडेशन'
डॉ. आनंद देशपांडे
सोनाली देशपांडे
रिया देशपांडे
अरूल देशपांडे
रविंद्र वंजारवाडकर
एस.आर. जोशी

संपादक मंडळ :
आनंद अवधानी
सुहास कुलकर्णी
प्रज्ञा गोडबोले

सहाय्यक संपादक : वृषाली जोगळेकर
vrushali.joglekar@uniquefeatures.in

मुखपृष्ठ व मांडणी : प्रणव संत

de Asra
'दे आसरा फाउंडेशन'चे मासिक

यशस्वी उद्योजक

वर्ष ५ | अंक ११ | नोव्हेंबर २०१९ | पाने ७२ | किंमत रु.५०/-

अंकात प्रसिद्ध झालेल्या मतांशी अथवा विचारांशी संपादक व प्रकाशक सहमत असतील असं नाही. अंकात प्रसिद्ध झालेल्या जाहिराती व प्रायोजित मजकूर हा संबंधित जाहिरातदारांनी दिल्याप्रमाणेच प्रसिद्ध केला जातो. वाचकांनी जाहिरातीतील माहितीची सत्यता पडताळून व योग्य शहानिशा करुनच संबंधित जाहिरातदारांबरोबर व्यवहार करावेत. जाहिरातींमध्ये करण्यात आलेल्या दाव्यांबाबत कोणत्याही प्रकारची हमी आम्ही घेत नाही, याची कृपया नोंद घ्यावी.

अंकाची वर्गणी :
वार्षिक : रु.५००/- द्वैवार्षिक : रु. ९५०/- त्रैवार्षिक : रु. १४००/-
कृपया वर्गणीचे धनादेश 'दे आसरा फाउंडेशन' या नावाने काढावे व दे आसरा फाउंडेशनच्या कार्यालयाच्या पत्त्यावर पाठवावेत.
वर्गणी या लिंकवर थेट भरु शकता : http://yu.deazzle.in
email: yuteam@deasra.co.in

अंक दर महिन्याच्या १ तारखेला कुरिअर / पोस्टद्वारे रवाना होतो. ज्या वाचकांना २० तारखेपर्यंत अंक मिळत नाही त्यांनी 'दे आसरा'च्या कार्यालयाला त्याच महिन्यात कळवावं. त्यांना अंक पाठवण्याची व्यवस्था केली जाईल. तसेच हे कळवताना पावती क्रमांक सांगणे आवश्यक आहे. त्या महिन्याचा अंक हा त्याच महिन्यात पाठवला जातो याची कृपया नोंद घ्यावी. अंक वितरित न झाल्यास खालील पत्त्यावर परत पाठवावा.
दे आसरा फाउंडेशन
द्वारा : पर्सिस्टंट सिस्टीम्स लि. ४०२ भगीरथ, आय.सी.सी. टेक पार्कजवळ, सेनापती बापट मार्ग, पुणे ४११०१६ **संपर्क : ८६६९९ ८५५९९ / ९१४६० २९१३२**
सोमवार ते शुक्रवार सकाळी १० ते संध्याकाळी ६ वाजेपर्यंत

'यशस्वी उद्योजक' हे मासिक **'दे आसरा फाउंडेशन'** यांच्यासाठी मुद्रक व प्रकाशक **एस.आर.जोशी** यांनी **विक्रम प्रिंटर्स**, ३१/३४ पर्वती इंडस्ट्रिअल इस्टेट, पुणे सातारा रोड, पुणे ४११००९ येथे छापून १०१, वनश्री अपार्टमेंट्स, ९४/२० एरंडवणे, प्रभात रोड लेन नं. ११ पुणे ४११००४ येथे प्रसिद्ध केले.

निवेदन

मराठी समाजात उद्योजकतेचे महत्व स्थापित करण्याच्या उद्देशाने **'यशस्वी उद्योजक'** हे मराठी मासिक आपण फेब्रुवारी २०१५ पासून प्रकाशित करत आहोत.
त्या महिन्यापासून आजपर्यंत आपण अंकाचे आणि वार्षिक वर्गणीचे दर बदललेले नाहीत.
गेल्या पाच वर्षात खर्चामध्ये वाढ झाली आणि त्यामुळे नाईलाजास्तव दर वाढवणे भाग पडत आहे.
सुजाण वाचक असल्याने आपण हे समजून घ्याल अशी खात्री आहे.

नवीन दर पुढील प्रमाणे असतील –
अंकाची किंमत – ७० रुपये.
वार्षिक वर्गणी – ७०० रुपये.
द्वैवार्षिक वर्गणी – १३०० रुपये.
त्र्यैवार्षिक वर्गणी – १९०० रुपये.

वाढीव दर १ जानेवारी २०२० पासून अमलात येतील.

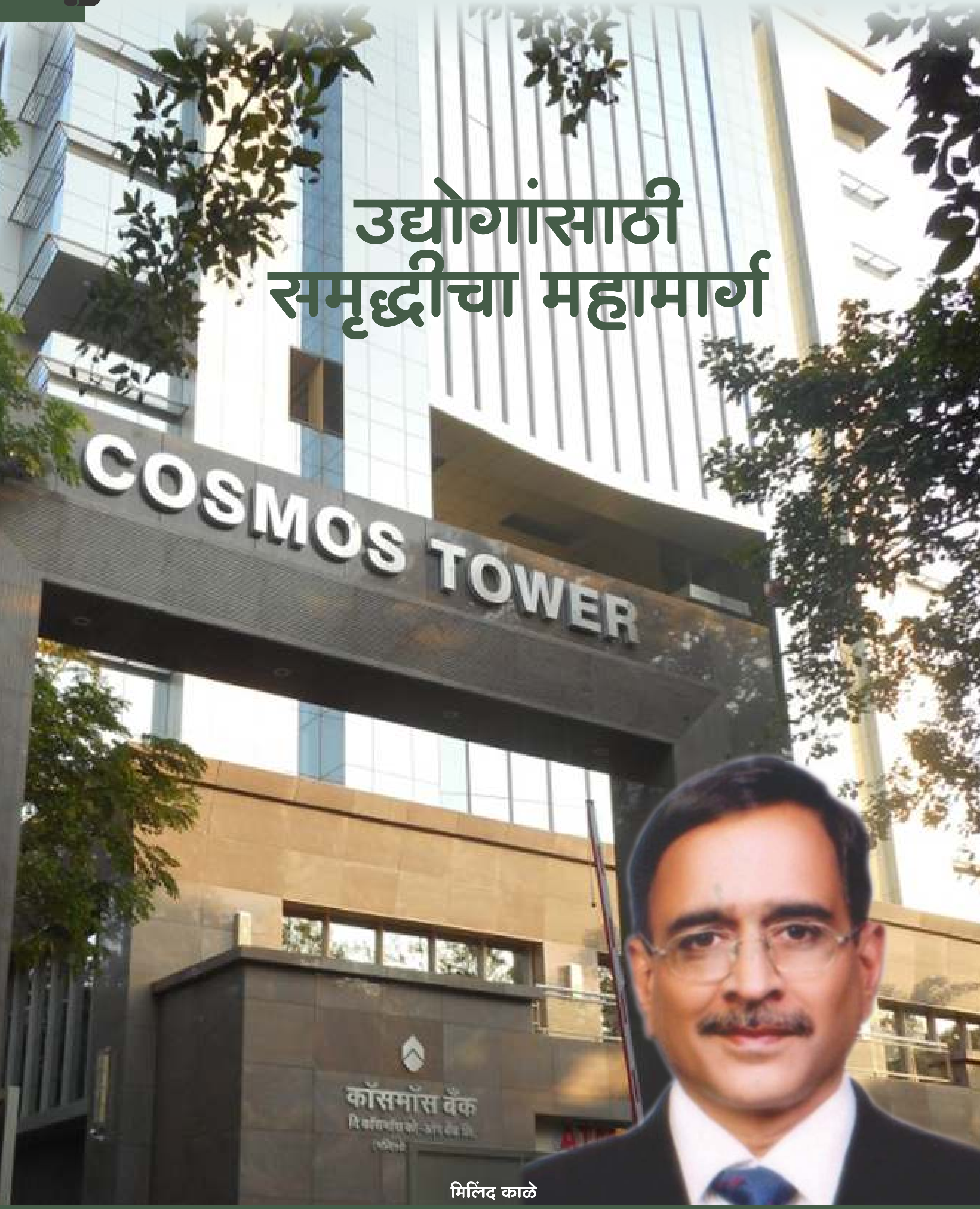
–व्यवस्थापन

अंगात हुशारी आहे. भरपूर कष्ट करण्याची तयारी आहे. पोटासाठी काम करण्याची गरज आहे. पण कोणाच्या हाताखाली काम करायचं नाही. कारण स्वत:च्या हिमतीवर काही तरी उभं करून दाखवायची इच्छा आहे. याचा अर्थ कोणता तरी व्यवसाय केला पाहिजे. पण त्यासाठी लागणारं भांडवल हाताशी नाही. कार्यालय थाटण्यासाठी मालकीची किंवा भाड्याची जागा नाही. घरात कोणी व्यवसाय केलेला नाही. त्यामुळे मार्गदर्शन करायला कोणी नाही. काही तरी करायचं आहे पण काय करावं हे कळत नाही, अशी अवस्था संपत नाही. अशावेळी करायचं तरी काय?

या प्रश्नाचं अचूक उत्तर म्हणजे अर्थ-विमा सल्लागार बनणे असं आहे. अंगभूत हुशारी आणि अंगमेहनत करण्याची तयारी या दोनच बाबींवर हा व्यवसाय करता येतो. शिवाय भरपूर पैसेही कमावता येतात. आधी विम्याचा विचार करू. आपण अचानक वारलो तर काय किंवा आपल्या वाहनाला अपघात झाला तर काय यासारख्या संभाव्य भीतीवर आधारित हा व्यवसाय आहे. घडू नये ते घडलं तर त्यासाठीची पैशांची तरतूद असावी म्हणून लोक विमा उतरवायला तयार होतात. आयुष्यभर दरमहा पैसे द्यायला तयार असतात. तसं करण्यासाठी त्यांचं मन वळवणं आणि त्यांचे विम्याचे हप्ते वेळेत मिळवणं हे कौशल्याचं काम असतं. पण प्रयत्नांनी जमू शकतं. दुसरा विषय आर्थिक सल्लागार बनण्याचा आहे. 'मर्यादित साधन संपत्ती आणि अमर्याद गरजा' हे सूत्र कोणालाही चुकत नाही. त्यामुळे अधिकाधिक पैसा मिळवत राहणं गरजेचं असतं. त्यासाठी शेअर्स आणि म्युच्युअल फंडासारखे पर्याय उपलब्ध असतात. पण त्यासाठी कोणातरी सल्लागाराची प्रत्येकाला गरज असते. त्यातूनच 'अर्थ सल्लागार' बनण्याच्या व्यवसायाला सध्या खूप चांगले दिवस आहे.

चालू महिन्याच्या अंकामध्ये या दोन्ही व्यवसायांच्या बाबतीत जास्तीत जास्त माहिती देण्याचा प्रयत्न केला आहे. त्यावर त्या त्या क्षेत्रातल्या अनुभवी व्यक्तींनी त्यांचे अनुभवाचे बोल सांगितले आहेत. शिवाय काही यशोगाथा आहेत. या सगळ्यातून प्रेरणा घेण्यासारखं खूप काही आहे. शिक्षण संपवून करिअरची सुरुवात करणारी मुलं-मुली या व्यवसायाची वाट चोखाळू शकतात. आयुष्यातल्या सुरुवातीच्या काळात मुलं-संसार यामध्ये वेळ व्यतीत झालेल्या मध्यमवयीन महिलांसाठी तर असे व्यवसाय ही उत्तम संधी आहे. नोकरीला कंटाळलेल्या आणि स्वत:चं काहीतरी सुरू करण्याची इच्छा असलेल्या तरुणांनीही या व्यवसायांचा विचार करायला हरकत नाही. कारण काम केलं तर या व्यवसायात नक्कीच पैसे मिळतात. सतत पैसे मिळतात. इतकंच नाही तर हा व्यवसाय करणारी व्यक्ती भरपूर श्रीमंत होईल इतके जास्त पैसेही मिळू शकतात. त्यामुळे अनेकांना हा व्यवसाय करण्याची प्रेरणा मिळो आणि व्यवसायात भरपूर यश मिळो, याच शुभेच्छा! ◉

उद्योगांसाठी समृद्धीचा महामार्ग



मिलिंद काळे

प्रसाद घारे
prasad.ghare@gmail.com

मुक्त पत्रकार, विमा, गुंतवणूक आणि माध्यमविषयक सल्लागार

नवे उद्योजक घडणं, वाढणं आणि प्रस्थापित होणं ही प्रक्रिया वाटते तेवढी सोपी नसते. अडीअडचणी तर असतातच; पण कधी कधी संकटांची मालिकाही समोर उभी राहते. कोणत्याही उद्योजकासाठी असा काळ मोठा कठीण असतो. अशा कठीण काळात त्याच्या बँकेची भूमिका खूप मोलाची असते. नव्या आणि प्रस्थापित उद्योजकांना प्रत्येक टप्प्यावर अर्थपूर्ण साथ देणारी बँक स्वत: तर मोठी होतेच, पण सोबतच्या उद्योजकांनाही वाढायला मदत करते. 'कॉसमॉस बँक' हे अशा बँकांमधलं ठळक उदाहरण आहे. कसं ते वाचा बँकेच्या अध्यक्षांच्या आणि मान्यवर उद्योजकांच्या शब्दांत.

मेरा देश बदल रहा है..
आगे बढ़ रहा है...
या दोन ओळी काहींना प्रचारकी थाटाच्या नक्कीच वाटतील. मात्र, मला त्या भावल्या. त्याचे कारण त्यामधील 'बदल रहा है' ही ओळ. 'बदल' या शब्दात खूप मोठी ताकद आहे हे सांगण्याची अजिबात आवश्यकता नाही. या 'बदल' शब्दाला सकारात्मकतेची जोड मिळाली की काय चमत्कार घडतो याची देश-विदेशांतील असंख्य उदाहरणे आपल्यासमोर हात जोडून उभी राहतील. बँकिंग क्षेत्रही त्याला अपवाद नाही. सकारात्मक हा शब्द आवर्जुन वापरला कारण बदल हा सकारात्मक आणि नकारात्मक असा दोन्ही असतो. पण इथे आपण फक्त एका महत्त्वाच्या सकारात्मक बदलाचा विचार करणार आहोत.

सन १९९०-९१ मध्ये आपण एका महत्त्वाच्या बदलाचा स्वीकार केला. या बदलाबरोबरच जागतिकीकरण, उदारीकरण आणि खासगीकरणाचे वारे देशाच्या कानाकोपऱ्यांत वाहू लागले आणि हा बदल आपल्याला दिसू लागला. या घडीला देशातील कोणत्याही लहान-मोठ्या शहरांत आपण गेलो तर बदलांच्या खुणा नक्कीच दिसतील. तंत्रज्ञानातल्या प्रगतीने प्रत्येक क्षेत्रात आमूलाग्र बदल घडवले. अगदी घरगुती गोष्टींपासून अवाढव्य कारखान्यांपर्यंत प्रत्येक ठिकाणी ते दिसून येतात.

केंद्र व राज्य शासनाचे रस्ते निर्माण प्रकल्प, रेल्वे, पूल, उड्डाणपूल, मेट्रोची उभारणी, वीज व अपारंपरिक ऊर्जा प्रकल्प, अभियांत्रिकी उद्योग, लघू व कुटिर उद्योग, नवीन तंत्रज्ञानाची कास धरून उभे राहणारे उद्योग, माहिती तंत्रज्ञान व दूरसंचार या क्षेत्रांतील नवनवीन देशी-विदेशी कंपन्या, कृषी व अन्नप्रक्रिया उद्योग, गृहनिर्माण अशा स्वरूपाची अनेक विकासकामे देशाच्या कानाकोपऱ्यांत सध्या चालू आहेत. याच आधुनिक व नव्या भारताच्या पाऊलखुणा आहेत.

विकासकामांसाठी लागणारा पैसा वित्तसंस्था पुरवतात. जागतिक बँक असो की सरकारी, खासगी किंवा नागरी सहकारी बँक, सरकारी असो की खासगी वित्तसंस्था, आर्थिक महामंडळ असो की देशविदेशांतील अनेक वित्तसंस्था. हा पैसा या बँका आणि वित्तसंस्था आपापल्या परीने या विकासाच्या पाऊलखुणांच्या निर्मितीसाठी अटी व नियमांच्या चौकटी घालून सढळ हस्ते देत आहेत.

'कॉसमॉस' हे आजदेखील आधुनिक वाटणारे आणि

आजच्या ग्लोबल व्हिलेजमध्ये चपखल बसणारे नाव सन १९०६ साली, म्हणजे आजपासून ११३ वर्षांपूर्वी पुण्यातील एका सहकारी बँकेने धारण केले. आज शंभरी पार केलेली ही आधुनिक सहकारी बँक नवभारताच्या निर्मितीमध्ये योगदान देणाऱ्या वर उल्लेख केलेल्या विविध लहान-मोठ्या पायाभूत प्रकल्पांना अर्थसाहाय्य करीत आहे.

केवळ पारंपरिक पद्धतीने कर्जपुरवठा करण्यात अडकून न पडता आधुनिक बँकिंगची कास धरून कर्ज वितरणाचे नवनवे मार्ग शोधण्यासाठी सतत प्रयत्नशील असणारे कॉसमॉस बँकेचे अध्यक्ष सी.ए. मिलिंद काळे यांच्याशी मनमोकळ्या गप्पा झाल्या. कॉसमॉस सहकारी बँक म्हणजे देशातील सहकारी बँकिंग विश्वातील क्रमांक दोनवर असणारी बँक, असा या बँकेचा नावलौकिक. काळाची पावले ओळखून आपल्यात सतत बदल करत राहायचे आणि नवीनतेचा अंगीकार करत मळलेल्या वाटा सोडून वेगवेगळ्या वाटा शोधायच्या, हे मिलिंद काळे यांच्या नेतृत्वाखाली काम करणाऱ्या सर्व संचालक मंडळाचे व व्यवस्थापनाचे धोरण आहे.

या धोरणाबद्दल बोलत असताना मिलिंद काळे म्हणाले, की 'केंद्र व राज्य शासनाच्या वतीने देशभरात रस्त्यांचे जाळे विणण्याचे काम चालू आहे. अभियांत्रिकी, पोलाद, टेक्सटाइल अशा वेगवेगळ्या मेगा प्रोजेक्टची उभारणी सध्या सुरू आहे. रस्तेबांधणीचे मोठे प्रोजेक्ट्स म्हणजेच हॅम

प्रोजेक्ट म्हणून ओळख सांगणारे प्रकल्प आकार घेत आहेत. टेक्नॉलॉजी अपग्रेडेशनसाठी केंद्र सरकार काही उद्योगांना सबसिडी देते. यासाठी जे उद्योग सरकार दरबारी पात्र ठरतात अशा उद्योगांना कॉसमॉस आर्थिक मदतीचा हात देते.''
याचबरोबर कृषी व अन्नप्रक्रिया उद्योग, कुटिर उद्योग, महिला बचत गटाच्या माध्यमातून लहान-मोठे घरगुती व्यवसाय यांचीदेखील साखळी गाव पातळीवर उभी राहत आहे. या स्वरूपाच्या उद्योगांना आर्थिक पाठबळ देण्यासाठी कॉसमॉस बँक प्रयत्नशील आहे. यासाठी बँकेने विविध प्रकारच्या कर्जयोजना आखल्या असून याची प्रक्रिया अतिशय सोपी व सुलभ ठेवली आहे. या योजनांचे व्याजदरदेखील माफक व बँकिंग क्षेत्रातील अन्य बँकांच्या तुलनेत स्पर्धात्मक असे आहेत. छोट्या उद्योजकांना आर्थिक पाठबळ मिळण्यासाठी त्यामुळे खूपच फायदा होतो. अन्यथा, छोट्या उद्योगांना कर्ज मिळवण्यासाठी बँकांकडे खूपच हेलपाटे घालायला लागतात असा साधारणपणे अनुभव येतो. कॉसमॉस बँक मात्र छोट्या आणि मोठ्याही उद्योजकांच्या पाठीशी खंबीरपणे उभी आहे.

आज कॉसमॉस बँकेची एकूण उलाढाल २७,००० कोटींच्या आसपास आहे. महाराष्ट्र, गुजरात, कर्नाटक, आंध्र प्रदेश, तेलंगणा, मध्य प्रदेश आणि तामिळनाडू या सात राज्यांत बँकेचा शाखाविस्तार आहे. बँकिंग क्षेत्रातील प्रतिष्ठित आधुनिक तंत्रज्ञानाच्या आधारे बँकेचे दैनंदिन कामकाज चालते. दर्जेदार ग्राहकसेवा आणि ग्राहकांशी तीन पिढ्यांचे नाते, ही बँकेची जमेची बाजू.

सात राज्यांतील काही लाख ग्राहकवर्ग कॉसमॉसशी जोडला गेला आहे. या ग्राहकांच्या गरजा ओळखून बँकेच्या लहान- मोठ्या उद्योग-व्यवसायांसाठी औद्योगिक कर्ज, कॉस्मो मॉर्गेज लोन, कॉस्मो एसएमई लोन, प्रोजेक्ट फायनान्स, वर्किंग कॅपिटल, बिल्स फायनान्स, एलसी डिस्काउंटिंग अशा कर्जयोजना आकर्षक व्याजदरांत उपलब्ध आहेत.

मेसर्स व्हिनटेक इलेक्ट्रॉनिक सिस्टीम्स प्रा. लि. ही आय.टी. प्रॉडक्ट सर्व्हिसेस अ‍ॅन्ड सोल्युशन क्षेत्रातील एक आघाडीची व नावाजलेली कंपनी. लॅपटॉप व डेस्कटॉप, सर्व्हर स्टोअरेज, नेटवर्किंग, डेटा सेंटर आणि बॅकअप सोल्युशनपासून सॉफ्टवेअर व मोबाइल अ‍ॅप्लिकेशन या क्षेत्रात गेली पंधरा वर्षे कार्यरत आहे. कंपनीचे संचालक राजीव पटाईत आणि चिंतामणी लेले यांच्या नेतृत्वाखाली १९९६ मध्ये कंपनीची स्थाना झाली. ग्राहकांना उत्तम सेवा-सुविधा देण्यात या कंपनीचा नावलौकिक आहे. कॉम्पुटर हार्डवेअर, अ‍ॅक्सेसरीज या क्षेत्रात काम करीत असतानाच एचपी, आयएनसी, एचपी एंटरप्रायझेस, युरोटेक, सिस्को, सिटरिक्स, अ‍ॅमेझॉन, मायक्रोसॉफ्ट आणि सॅमसंग यासारख्या नावाजलेल्या देश-विदेशांतील कंपनीचे डीलर्स व फॅन्चायजी म्हणूनदेखील व्हिनटेक इलेक्ट्रॉनिक सिस्टीम्स ही कंपनी कार्यरत आहे. पंधरा वर्षे या क्षेत्रात उल्लेखनीय कामगिरी केल्याबद्दल कंपनी व व्यवस्थापनाला विविध पुरस्कारांनी सन्मानित करण्यात आले आहे. या कंपनीच्या प्रारंभापासूनच कॉसमॉस बँकेशी त्यांचे ऋणानुबंध आहेत. कॉसमॉसच्या साथीने कंपनीने यशाची विविध शिखरे सर केली आहेत.

हार्डवेअर, स्टेशनरी, कटलरी, बेकरी, फर्निचर, कपडे, औषध आणि हॉटेल व्यवसायिकांसाठी खास कॉस्मो स्मॉल बिझनेस लोन योजना आहे. या योजना ग्राहकवर्गात प्रसिद्ध आहेत. महिलावर्गात उद्योजकता विकसित व्हावी यासाठी कॉसमॉस वुमन लोन ही विशेष कर्जयोजना महिलावर्गाला आपलीशी वाटते. याचे कारण म्हणजे व्याजदरात मिळणारी सवलत. या सगळ्या योजना ग्राहकांच्या गरजांचा सविस्तर अभ्यास करून केलेल्या असल्याने त्यांचा व्याजदर स्पर्धात्मक आहे. कमीत कमी वेळात व

बडवे इंजिनियरिंग लिमिटेड

या कंपनीचे व्यवस्थापकीय संचालक (एमडी) श्रीकांत बडवे हे पहिल्या पिढीचे उद्योजक. मराठवाड्यातील औरंगाबाद या शहरात बडवे यांनी एक छोटा उत्पादन प्रकल्प सुरू केला, त्या वेळी या प्रकल्पातून पहिल्या वर्षीची उलाढाल होती केवळ एक लाख रुपये. आज कोणाचाच विश्वास बसणार नाही, की या कंपनीची २०१९-२० या आर्थिक वर्षाची उलाढाल चार हजार कोटींच्या पुढे गेली आहे. यातूनच श्रीकांत बडवे यांची कंपनीला नावारुपाला आणण्यासाठीची धडपड, कामाप्रती समर्पण भावना, धाडस आणि भविष्याचा वेध घेऊन केलेली वाटचाल अधोरेखित होते. कॉसमॉस बँकेने बडवे इंजिनियरिंग या कंपनीला सुरुवातीपासूनच आर्थिक मदतीचा हात दिला. आज कंपनीच्या एकूण जडणघडणीत बँकेचा मोलाचा वाटा आहे. कंपनीच्या सर्व विस्तारयोजनेला बँकेने नेहमीच आर्थिक मदत केली असून कंपनीच्या देशभरातील २८ प्रकल्पांसाठी बँकेने कंपनीला साथ दिली आहे. बजाज ऑटो, होंडा, टाटा मोटर्स, हीरो, महिंद्र, रॉयल एनफील्ड, अशोक लेलँन्ड, जेएलआर आणि एलजी हे कंपनीचे काही महत्त्वाचे ग्राहक. या ग्राहकांचे जेथे उत्पादन प्रकल्प आहेत तेथे बडवे इंजिनियरिंगने आपले उत्पादन प्रकल्प उभारले आहेत. आणि महत्त्वाचे म्हणजे या सर्व ठिकाणी कॉसमॉस बँकेने कंपनीला प्रकल्प उभारणीसाठी लागणारी सर्व प्रकारची आर्थिक मदत केली आहे. यातून बँक आणि बडवे इंजिनियरिंग यांच्यात एक घट्ट नाते निर्माण झाले असून याचा फायदा खऱ्या अर्थाने दोघांनाही होत आहे. आर्थिक मदतीचा हात देताना बँकेने कायम बँकिंगसंबंधीच्या सर्व अटी व नियमांचे पालन करून हे साहाय्य केले असून यामध्ये बँकेच्या व्यवस्थापनाचे व कर्मचारी वर्गाचे मोठे योगदान आहे. कंपनीने उत्पादनांची निर्मिती करताना सर्व प्रकारच्या इंजिनियरिंग कार्यपद्धतींचा अवलंब करत गुणवत्ता, तत्परता आणि नावीन्य याला महत्त्व देऊन ग्राहकांना समाधानी ठेवण्याचा प्रयत्न केला आहे. यामुळेच या मान्यवर ग्राहकांनी कंपनीला विविध प्रकारचे पुरस्कार देऊन सन्मानित केले आहे. वाहन उद्योगांना लागणारी अनेक प्रकारची दर्जेदार उत्पादने तयार करण्यात बडवे इंजिनियरिंग आघाडीवर आहे.

श्रीकांत बडवे हे मेक इन महाराष्ट्रचे ब्रँड ॲम्बॅसडर असून त्यांना केंद्र सरकारनेदेखील विविध पुरस्कारांनी गौरविले आहे. उद्योजकता आणि दर्जेदार उत्पादनांची निर्मिती यासाठी बडवे यांचा राष्ट्रपती शंकरदयाळ शर्मा यांनी गौरव केला असून पंतप्रधान डॉ. मनमोहन सिंग यांच्या हस्ते संशोधन व विकास क्षेत्रातील कामगिरीसाठी विशेष पुरस्कार देऊन गौरवण्यात आले आहे.

कीट्रॉनिक्स
ही वेगवेगळ्या प्रकारचे की-बोर्ड करणारी पुण्याची मराठमोळी कंपनी. पुण्यातील कोथरूड या परिसरात ही कंपनी कार्यरत आहे. राजेश कुलकर्णी, मृणाल कुलकर्णी आणि संजीवनी कुलकर्णी या परिवाराने अतिशय मेहनत घेऊन या कंपनीला चांगले रूप मिळवून दिले. की-बोर्ड निर्मिती क्षेत्रात या कंपनीचे नाव आज आदराने घेतले जाते. त्याशिवाय वैद्यकीय उपकरणे आणि इंधन वितरण मशिन यांचेही उत्पादन ही कंपनी करते. १७० कर्मचारी या कंपनीत काम करतात. कॉसमॉस आणि कीट्रॉनिक्सचे अनेक वर्षांचे ऋणानुबंध आहेत. टचमॅटिक नावाच्या इलेक्ट्रिकल स्विचेसचे उत्पादन कीट्रॉनिक्सने नुकतेच सुरू केले आहे. कीट्रॉनिक्स इंडिया प्रा.लि. ही एक वेगाने वाढणारी कंपनी आहे. मागील २५ वर्षांपासून ती पीसीबी आणि पीसीएफ मेंब्रेन स्विच, नवीन इयुरा स्विच आणि कपॅसिटिव्ह तंत्रज्ञानासह सुसंगत संगणक की-बोर्ड तयार करण्यात माहीर आहेत. कीट्रॉनिक्सचे ग्राहक जगभरात आहेत. युरोप, श्रीलंका, उत्तर अमेरिका, यूके इथे त्यांची उत्पादने निर्यात केली जातात. कॉसमॉस बँकेचा सुरुवातीपासूनच कीट्रॉनिक्सच्या जडणघडणीत मोलाचा वाटा आहे. वेगवेगळ्या मशिन्स घेण्यासाठी व नवीन प्रकल्पांसाठी कॉसमॉसने कीट्रॉनिक्सला वेळोवेळी आर्थिक मदत केलेली आहे.

भाग्यलक्ष्मी रोलिंग मिल्स, जालना

सळई उत्पादन क्षेत्रात महाराष्ट्रात तसेच देशातील काही राज्यांत आघाडीवर असणारी ही कंपनी मराठवाड्यातील जालना या दुष्काळग्रस्त जिल्ह्यात गेली १५-२० वर्षे कार्यरत आहे. आधुनिक तंत्रज्ञान व कुशल कर्मचारी यांच्या साहाय्याने या कंपनीने सळई उत्पादन क्षेत्रात अल्पावधीतच आपली नाममुद्रा उमटविली आहे. कंपनीची कामगिरी आणि तिला मिळालेले कॉसमॉस बँकेचे आर्थिक पाठबळ याबाबत अतिशय भरभरून बोलताना भाग्यलक्ष्मीचे प्रविण गोयल म्हणाले, की, 'सन २००४ च्या सुमारास आम्ही या क्षेत्रात कामाला सुरुवात केली. अगदी प्रारंभापासून कॉसमॉस बँक आमच्यामागे खंबीरपणे उभी राहिली आहे. काही लाख रूपयांचे पहिले कर्ज आम्ही कॉसमॉसकडून घेतले तेव्हापासून आमची भरभराट व्हायला सुरुवात झाली. आजमितीला आमची उलाढाल हजार कोटींच्या जवळपास आहे. आगामी काळात ती दुपटीने वाढविण्यासाठी आम्ही योजना आखली आहे. यासाठी कॉसमॉस बँक आमच्या सोबत असणार आहे.

रस्ते प्रकल्प, धरणे, इमारती, पूल, रेल्वे प्रकल्प आणि घरबांधणी यासाठी आमच्या सळयांचा वापर होतो. पोलाद या नावाने आमचा ब्रॅन्ड ओळखला जातो. जालना येथील आमच्या उत्पादन प्रकल्पाची क्षमता अडीच लाख टनांची असून ती लवकरच दुप्पट करण्याचा आमचा विचार आहे. सध्या कंपनीत ६०० कर्मचारी काम करीत असून त्यात १५० इंजिनियर आहेत. सगळा उत्पादन प्रकल्प संगणक प्रणालीवर चालवला जातो. १५०० डीलर्सच्या माध्यमातून आमची उत्पादने ग्राहकांपर्यंत पाठविली जातात. महाराष्ट्र, गुजरात, कर्नाटक, आंध्र प्रदेश, मध्य प्रदेश आणि राजस्थान या राज्यांत आमची उत्पादने प्रसिद्ध आहेत.''

अतिशय माफक शुल्क आकारून त्वरित कर्जमंजुरी होत असल्याने शेकडो ग्राहक आपल्या व्यवसायासाठी कॉसमॉसची निवड करतात. ३१ मार्च २०१९ अखेरचा विचार केला तर कॉसमॉसने एकूण कर्जांपैकी ४९% औद्योगिक व १७% व्यापारी अशी ६६% कर्जं उद्योग-व्यवसायासाठी वितरित केली आहेत.

गृहकर्जे, वाहनकर्जे किंवा ठेवींवर दिली जाणारी कर्जे या पारंपरिक कर्जयोजना तर आहेतच. मात्र, 'मेरा देश बदल रहा है.. आगे बढ़ रहा है' असे म्हणत जे लहान-मोठे नवीन उद्योग नव्या भारताच्या निर्मितीमध्ये आपले योगदान देत आहेत त्यांच्या पाठीशी कॉसमॉस बँकेचे अर्थबळ नक्कीच आहे. ही कर्जे वितरित करताना जोखमींचा अतिशय काटेकोरपणे अभ्यास करून विश्वासार्ह कर्जदारांची निवड आम्ही करतो, असे मिलिंद काळे आवर्जून सांगत होते. बँकिंग क्षेत्र सतत बदलते आहे. या बदलांचा अभ्यास करून आधुनिकातील आधुनिक बँकिंग सेवा-सुविधा देण्याचा आमचा प्रयत्न आहे. तरुणवर्गाने आता नोकरीच्या मागे न लागता स्वतःचा लहान-मोठा उद्योग-व्यवसाय करावा यासाठी ११३ वर्षांची परंपरा असणारी कॉसमॉस आपल्यामागे खंबीरपणे उभी राहील आणि आपण एका सुरात म्हणू शकू-

मेरा देश बदल रहा है..
आगे बढ़ रहा है... ⊙

www.cosmosbank.com

Tour Code	Days			Tour Code	Days		
UB	17	South America Rio Carnival	7,70,000	EZ	08	Europe Christmas Market	1,54,000
WR	04	Gujarat Rann Utsav	24,500	JI	08	Harbin Ice Festival Beijing Shanghai	1,58,000
EQ	08	Tulip Special with Germany	1,40,000	JF	08	Japan Cherry Blossom	2,10,000
FL	08	Taiwan Lantern Festival Hong Kong	1,44,000	JA	10	Japan Alpine Route-Ashikaga Flower	2,20,000

Mumbai	022-2433 2222	Pune	020-6646 5555	Thane	022-2533 0000	Vasai	0250-238 0444
Girgaon	022-2386 4455	Karve Rd	020-6648 5055	Borivali	022-2893 9999	Panvel	022-2749 1616
Goregaon	022-6829 0333	Nagpur	0712-242 1717	Vashi	022-2780 9999	Kolhapur	0231-253 3222
						Nashik	0253-231 1515

The USD/EURO/AUD will be calculated as per the prevailing rate on the date of payment. All tour prices are per person on twin sharing basis. Indian Tour price do not include to & fro Railfare or Airfare.. For Airport to Airport tours return economy class airfare is included in tour cost. Service taxes & govt taxes are applicable & excluded from tour price. All discounts are subject to availability of the discount slabs. T & C apply. Office Hours: Monday to Saturday 10 am to 7 pm. Sunday Open.

All Kesari offices will be open on Sundays until 24th November from 10 am - 6 pm.

KESARI.in

आज आमच्या म्हणजेच बुलडाणा अर्बनच्या भारतातल्या सात राज्यांमध्ये मिळून ४५० पेक्षा जास्त शाखा आहेत. शेतीला पूरक ठरतील अशा अनेक उद्योगांची निर्मिती आम्ही केलेली आहे. पण फक्त बँकिंगपुरता जरी विचार केला तरी आमची वाटचाल समाधानकारक आणि अभिमानास्पद झालेली आहे आणि होत आहे. मात्र, त्याचं श्रेय कोणा एकट्यादुकट्याचं नाही. हे टीमवर्क आहे. आणि टीम म्हणजे केवळ आमचे भागीदार अथवा कर्मचारी नव्हेत, तर त्यात आमचे ग्राहक आणि पुरवठादार यांचाही समावेश आहे. वित्तसंस्था, मग ती बँक असो अथवा नॉन-बँकिंग क्षेत्रातली पतपेढीसारखी संस्था असो, तिची नवीन शाखा सुरू होते तेव्हापासूनच अनेक प्रकारची मदत बाहेरच्या छोट्या-मोठ्या उद्योजकांकडून लागत असते. त्यामुळेच पुरवठादार हाही एक महत्त्वाचा घटक ठरतो.

याची सुरुवात होते ती बँकेसाठी जागा बघण्यापासून. कोणत्याही नवीन जागेत बँकेची

आर्थिक संस्थांमधल्या उद्योजकतेच्या संधी

शिरीष देशपांडे

मुख्य कार्यकारी अधिकारी,
बुलडाणा अर्बन को-ऑप क्रेडिट सोसायटी

शाखा सुरू करायची असेल तर त्या गावातली जागेची निवड करताना काही गोष्टी बघून घ्याव्या लागतात. मुख्य बाजारपेठ, सरकारी कचेऱ्या, इतर बँका कुठे आहेत वगैरे गोष्टींचा विचार करून जागेची निवड करावी लागते. यासाठी एजन्सीज काम करतात. निवडलेल्या जागेचे भाडेकरार वगैरे व्यवहार पूर्ण करण्यापर्यंत त्यांची जबाबदारी असते. बँकांसाठी जागा प्रशस्त लागते. शक्यतो ती तळमजल्यावर असावी लागते. अशा अनेक बारीकसारीक गोष्टींचा विचार एजंटने करावा लागतो. तसं करणाऱ्या एजन्सीला कामही भरपूर मिळतं.

एकदा जागा मिळाली की इंटीरियर, फर्निचर, रंगकाम या गोष्टी सुरू होतात. बँकेचे काउंटर्स, त्यावरची काच, कॅश काउंटरसाठी संरक्षक जाळ्या या गोष्टी काळजीपूर्वक कराव्या लागतात. काचकामामध्ये काउंटरवरच्या काचा, दरवाज्याच्या काचा, पार्टिशनच्या काचा असं बरंच काम असतं. तसंच फॅब्रिकेटरलासुद्धा भरपूर काम असतं. ही कामं कोणत्याही व्यवसायासाठी अव्वल दर्जाचीच असायला हवीत; पण बँकेसाठी तर त्याच्या दर्जात तडजोड असणं अजिबातच योग्य ठरत नाही. दीर्घकाळ टिकणारं व दर्जेदार काम

कोणत्याही गावात बँकेची किंवा पतपेढीची शाखा सुरू होणं ही महत्त्वाची आर्थिक घडामोड असते. ठेवीदार आणि कर्जदारांसाठी ती संधी असतेच पण त्याहीपेक्षा छोट्या उद्योजकांसाठी तर ती सुवर्णसंधी असते. शेकडो उद्योजकांना सतत छोटं-मोठं काम आणि निश्चित दाम अशा संस्थांकडून मिळू शकतं. काही उद्योजकांना स्थिरस्थावर होण्यासाठी तर काहींना व्यवसाय वाढवण्यासाठी वाव मिळू शकतो. कसा ते वाचा.

असायला हवं. कारण नंतर बँकेच्या दैनंदिन कामकाजांच्या वेळी या गोष्टींची दुरुस्ती, देखभाल यासाठी वेळ देणं आणि कामामध्ये व्यत्यय निर्माण करणं शक्य नसतं. त्यामुळे दर्जेदार कामाची हमी देणाऱ्या उद्योजकांनाच हे काम मिळू शकतं. बँकांमध्ये स्ट्राँग रूम्स बनवणं ही अत्यावश्यक गोष्ट असते. ते एक जोखमीचं काम असतं. त्याला रिझर्व बँकेच्या अटीदेखील पूर्ण कराव्या लागतात. त्यासाठी वापरलं जाणारं स्टील अत्यंत मजबूत असावं लागतं. आरबीआयने प्रमाणित केलेल्या डिझाइननुसारच हे काम करावं लागतं. याचप्रमाणे लॉकर्सचा पुरवठा करणारेदेखील लागतात. उत्तम दर्जाचे, ठराविक आकारांचे लॉकर्स बनवून देणं हा एक उद्योग आहे. या कामांमध्ये जरा जरी गफलत झाली तरी त्याची मोठी किंमत बँकेला चुकवावी लागते.

तसंच, कॉम्प्युटर्सशिवाय आता कामाची सुरुवात होऊच शकत नाही. हार्डवेअर आणि सॉफ्टवेअर या दोन्ही कामांमधल्या तज्ज्ञ उद्योजकांची गरज भासते. लॅन केबल, सर्व्हर्स, यूपीएस, बॅटरी यांचे पुरवठादार लागतात. त्याचबरोबर कॉम्प्युटर स्टेशनरी (पेन ड्राइव्ह, सीडी, डेटा केबल वगैरे) पुरवणारे तर नेहमीच लागत असतात. याशिवाय इतर स्टेशनरीसुद्धा सतत लागत असते. त्यात स्टेपलर व त्याच्या पिना, टाचण्या, पंचिंग मशिन्स, वेगवेगळ्या आकाराच्या फाइल्स आणि फोल्डर्स, पेन, पेन्सिली, कार्बन पेपर्स, कागद, लहान-मोठी पाकिटं अशा असंख्य गोष्टी लागतात. प्रिंटर्सकडे आम्हा लोकांचं बरंच काम असतं. त्यात ॲन्युअल रिपोर्ट्सचं प्रिंटिंग, नवीन स्कीम्सची जाहिरात, अन्य काही जाहीरनामे अशा गोष्टी असतात. नवीन ब्रँच सुरू झाल्यापासूनच स्टँप बनवणाऱ्यांकडे आमचं काम सुरू होतं. या कामातही विश्वासार्हता अत्यंत महत्त्वाची ठरते. कारण त्याचा कोणी गैरफायदा घेतला तर बँकेसाठी ते खूपच धोकादायक ठरतं.

नवीन गावात शाखा सुरू होते तेव्हा आमचा अनुभवी स्टाफ तर आम्ही तिथे नेमतोच, पण त्याच्याच जोडीला स्थानिक लोकांचीही भरती केली

जाते. त्यासाठी चांगले कर्मचारी पुरवण्याचं काम त्या गावातली एजन्सी करू शकते. सुरक्षारक्षक पुरवणारी एजन्सी सिक्युरिटीसाठी माणसं पुरवू शकते. सिक्युरिटीच्या लोकांचे गणवेश पुरवणारे लागतात. त्याशिवाय सिक्युरिटीसाठी सीसी टीव्हींची यंत्रणा, धोक्याचा इशारा देणारे अलार्म वगैरे गोष्टी पुरवणारे कंत्राटदार लागतात. या सगळ्या यंत्रणा, पुरेशी प्रकाशयोजना आणि कॉम्प्युटर प्रणाली यासाठी लागणारे इलेक्ट्रिशियन आणि वायरमन यांच्या सेवा आवश्यक असतात. हाऊसकीपिंग ही एक महत्त्वाची गोष्ट आहे. त्यासाठी एजन्सी काम करू शकते. बँकेचा दर्शनी भागातला साइन बोर्ड, आतमध्ये असलेले बोर्ड्स (संचालक मंडळींची नावं असलेले, बँकेची नियमावली, आरबीआयच्या सूचना) बनवून देणाऱ्या लोकांची गरज असते. शाखेच्या दैनंदिन कामकाजात बाहेरच्या अनेक उद्योजकांची अशी मदत लागत असतेच. रोज ठराविक वेळेला कर्मचाऱ्यांना चहा देणारा चहावाला लागतो. बँकेत येणाऱ्या खास पाहुण्यांसाठी बिस्किटं अथवा इतर स्नॅक्सची व्यवस्था करणारी व्यक्ती लागते. वर्तमानपत्रं, महत्त्वाची मासिकं वगैरे नियमित देणारा पेपरवाला लागतो. बहुतांश शाखांमध्ये एखाद्या देवतेची मूर्ती असते, त्यासाठी हार-फुलं पुरवणारी व्यक्ती लागते. सजावटीसाठी नियमितपणे फ्लॉवर अरेंजमेंट करणारी एजन्सी गरजेची असते, तर तत्पर सेवा देणारी कुरियर एजन्सीसुद्धा आवश्यक असते.

वर्षभरात बँक काही विशेष सोहळे आयोजित करते. कधी गुंतवणूकदारांचे मेळावे, तर कधी गृहकर्ज, वाहनकर्ज वगैरेंसाठी मेळावे आयोजित केले जातात. या कार्यक्रमांची एकूण व्यवस्था बघण्यासाठी इव्हेंट मॅनेजमेंट एजन्सीची मदत घेतली जाते. तशी मदत घेतली नाही तर मग फोटोग्राफर, व्हिडिओग्राफर, सजावट, चहापानाची व्यवस्था यासाठी वेगवेगळ्या लोकांची गरज भासतेच. या सगळ्या कार्यक्रमांना निरनिराळ्या माध्यमांमध्ये प्रसिद्धी मिळवून देणं, बँकेच्या नवीन योजना लोकांपर्यंत पोचवणं आणि बँकेच्या जाहिराती करणं यासाठी एजन्सीज काम करू शकतात.

कर्ज घेताना बँकेकडे जागा अथवा सोनं तारण ठेवलं

जातं. त्या जागेचं, सोन्याचं मूल्यमापन (व्हॅल्युएशन) करणाऱ्या तज्ज्ञांची गरज प्रत्येक बँकेला असते. याशिवाय बऱ्याच व्यवहारांच्या पूर्ततेसाठी कायदेशीर मदत लागते. कायदेविषयक सल्ला देणाऱ्या व्यक्ती अथवा संस्था यांना नियमित स्वरूपात हे काम मिळू शकतं. याशिवाय काही व्यवहारांमध्ये सरकारी कागदपत्रांच्या पूर्तता असतात. त्यासाठी वेगळ्या एजन्सीज काम करू शकतात.

एकंदरीत बघता बँकिंग क्षेत्रात इतर उद्योजकांना भरपूर कामाच्या संधी आहेत हे लक्षात येईल. मात्र, यातल्या प्रत्येक उद्योजकाकडून अपेक्षा असते ती तत्पर आणि विश्वासार्ह सेवेची. महाराष्ट्रात अनेक ठिकाणी आमच्या शाखा आहेत. दुर्दैवाने बऱ्याच ठिकाणी मराठी उद्योजकांकडून समाधानकारक सेवा मिळत नाहीत. पैशांच्या बाबतीत ते तडजोडी करत नाहीत. मी खरं तर अशा उद्योजकाची वाट बघत आहे, की जो म्हणेल, मी दर्जात आणि वेळेत तडजोड करणार नाही, तक्रारीला वाव देणार नाही, पण मी म्हणेन ते त्या कामाचे पैसे तुम्ही मला द्या. आपल्या कामाबद्दल इतकी आत्मीयता आणि खात्री प्रत्येक छोट्या-मोठ्या उद्योजकाला असली पाहिजे. छोट्या प्रमाणात सेवा देणारे उद्योजक असले तरी आदबशीर बोलणं, कामासाठी वेळेत हजर राहणं या गोष्टी त्याने आवर्जून केल्या पाहिजेत. काही कारणाने काम पूर्ण करण्यात अडचण येत असेल, उशीर होत असेल तर त्याची वेळीच कल्पना देणं आवश्यक आहे. तोंडात तंबाखू, गुटखा चघळत बोलणं वा काम करणं योग्य नाही. आपण ज्या बँकेसाठी काम करत आहोत त्याचं आपण एक प्रकारे प्रतिनिधित्व करत असतो याचं भान जपायला हवं.

विश्वासार्हता, गुणवत्ता आणि वेळेच्या मर्यादा पाळण्याची तयारी असेल तर बँकिंग क्षेत्राला पूरक असे अनेक उद्योग आहेत आणि त्यामुळे अनेक उद्योजकांना त्यात संधी आहेत. ◉

www.buldanaurban.in

दीपोत्सवाने आपले
जीवन आनंदाने व
सुखाने उजळू दे
सर्वांना दीपावलीच्या हार्दीक शुभेच्छा
महासुपर वाहन कर्ज
ह्या दीपावलीला तुमची नविन कार स्वतःच्या घरी घेऊन या
व्याज दर प्रति वर्ष
9.00%
मासिक हफ्ता
₹1609/-
प्रति लाख
परतफेड
7 वर्ष
प्रक्रिया शुल्क
नाही
ऑन रोड किंमतीच्या 90% पर्यंत कर्ज उपलब्ध
• कमी व्याजदर • किमान कागदपत्रे • परतफेड सुलभता
• सुलभ अटी • सर्व प्रकारची स्वागतार्ह सेवा
बैंक ऑफ महाराष्ट्र
Bank of Maharashtra
भारत सरकार का उद्यम
एक परिवार एक बैंक
8010 641 641 नंबर वर मिस कॉल द्या.
Follow us @mahabank
*नियम व अटी लागू.

फारशी भांडवली गुंतवणूक न करता, कार्यालय-कर्मचारी असा पसारा न वाढवता काही व्यवसाय करता येईल का, असा प्रश्न अनेकांना पडतो. विमा आणि आर्थिक गुंतवणूक सल्लागार बनणं हे त्याच्यावरचं उत्तर आहे. हा म्हटलं तर साधा स्वयंरोजगार आहे, पण टुकीनं केला तर महिन्याला लाखो रुपयांचं उत्पन्न मिळवून देण्याची क्षमता या व्यवसायात आहे. अपर्णा मांडके आणि त्यांचे चिरंजीव ओंकार यांचं उदाहरण तरी वेगळं काय सांगतं?

'पैसा हे केवळ साधन आहे, साध्य नव्हे' हे जसं महत्त्वाचं आहे, तसंच 'जगण्यासाठी प्रत्येकाला पैसा लागतोच' हेही तितकंच खरं आहे. त्यामुळे आता पैसा कमावणं, पैसा वाचवणं आणि तो वाढवणं हेच जवळजवळ प्रत्येकाच्या आयुष्याचं गणित होऊन बसलंय. यापैकी पैसा कमावणं ही ज्याची त्याची वैयक्तिक बाब; पण त्याचं जतन (बचत) प्रयत्नपूर्वक करावं लागतं आणि संवर्धन (वाढ) करण्यासाठी तो योग्य पद्धतीने गुंतवावा लागतो. ही गुंतवणूक कशी, कुठे आणि नेमकी किती काळासाठी करावी याबाबत उचित सल्ला देण्याचा व्यवसाय करणाऱ्याला 'गुंतवणूक सल्लागार' म्हटलं जातं.

साठी ओलांडलेल्या अपर्णा मांडके या अशाच एक गुंतवणूक सल्लागार आहेत. यजमानांचं अकाली निधन झाल्यावर स्वत:चं आणि दोन लहानग्यांचं पोट भरण्याची जबाबदारी तिशीतच त्यांच्यावर येऊन पडली. त्यातून व्यवसायाची सुरुवात करून गेल्या ३५ वर्षांत त्यांनी ८५० ग्राहक आणि महिना दोन-अडीच लाखांची कमाई, असा पल्ला गाठला आहे. २०१० साली 'सिटी बँके'त १८ लाखांचं पॅकेज आणि 'असिस्टंट व्हाइस प्रेसिडेंट' हे पद असलेला त्यांचा मुलगा ओंकार मांडकेही नोकरी सोडून गेल्या नऊ वर्षांपासून त्यांच्याबरोबर व्यवसायात आला आहे. गृहिणी ते यशस्वी उद्योजिका हा अपर्णा यांचा, तर उच्चपदस्थ अधिकारी ते प्रथितयश उद्योजक हा ओंकार मांडके यांचा प्रवास ८५० कुटुंबांना दिलासा देणारा तर इतर अनेकांना प्रेरणा देणारा ठरला आहे.

'ओंकार मांडके इन्व्हेस्टमेंट'ची मुहूर्तमेढ रोवणाऱ्या अपर्णा मूळच्या पुण्याच्या. रास्ता पेठेतल्या आगरकर हायस्कूलमध्ये शालेय शिक्षण, तर एस.एन.डी.टी. विद्यापीठात बी.एस.सी. (होम सायन्स)चं पदवी शिक्षण झालं. त्याच वर्षी, म्हणजे १९७५ साली त्यांचं लग्न झालं आणि ७५ ते ८५ ही दहा वर्षं स्वयंपाक आणि मुलं सांभाळणं यात कशी गेली हे कळलंच नाही. यजमान आनंद मांडके गरवारे नायलॉन्समध्ये पी.आर.ओ. होते. त्यांनी 'पब्लिक रिलेशन असोसिएशन ऑफ इंडिया' ही संस्था स्थापन केली. त्या वेळी बजाज, थरमॅक्स, फिलिप्स, सँडविक, टेल्को या सगळ्या कंपन्यांची फिक्स्ड डिपॉझिट्सची कामं जोरात होती. त्यामुळे सतीश विद्वांस या गुंतवणूक सल्लागारांनी आनंद मांडके यांच्याबरोबर संस्थेची मीटिंग असताना त्यांना विचारलं, ''वहिनी काय करतात?'' 'गृहिणी आहेत' हे उत्तर मिळाल्यावर ते म्हणाले, ''त्यांना संसार सांभाळून ११ ते ४ या वेळेत हे काम करता येईल.'' विद्वांस 'चंपकलाल इन्व्हेस्टमेंट'चे प्रमुख होते. त्यांचा सल्ला मानून आनंद यांनी अपर्णांना शेअरब्रोकर योगेश शहांकडे पाठवलं. ते एफ.डी. इन्व्हेस्टमेंटचं काम करत होते. रीतसर एजन्सी घेऊन अपर्णा यांनी १९८५ साली उद्योग जगतात पाऊल टाकलं. सुरुवातीला अगदी घरगुती पातळीवरच्या छोट्या म्हणजे हजारांतल्या इन्व्हेस्टमेंट्स मिळत होत्या- ओळखीतल्या लोकांच्या. काही महिन्यांतच गरवारेतील एक तज्ज्ञ भिलवंडीकरांनी आनंद यांना

ज्योत्स्ना नाईक
jyotsna.s.naik@gmail.com

'एचबीजे स्मार्ट लीगसी' या कंपनीच्या संचालक असून पत्रकारितेचा प्रदीर्घ अनुभव गाठीशी आहे.

स्वयंरोजगाराचा 'ओंकार'स्वरूप पर्याय

माहिती पुरवली, की सरकार आता कंपनी डिपॉझिट्सची पॉलिसी बदलतंय. त्या कारणाने वैयक्तिक डिपॉझिट्स घेतली जाणार नाहीत. बँकांमधूनच पैसे घेणं अनिवार्य ठरेल. त्यामुळे अपर्णा यांना पोस्टाची एजन्सी घेऊ देत. त्याला मरण नाही. म्हणून ८५-८६ साली अपर्णा यांनी पोस्टाची एजन्सी सुरू करून फक्त अल्पबचत महिला योजना घेतली. ८६ साली पोस्टाचा व्यवसाय स्थिर होतोय न होतोय तोवर ८७ साली अचानक यजमानांचं निधन झालं आणि विरंगुळा म्हणून सुरू केलेल्या व्यवसायातून चरितार्थ चालवण्याचं मोठं आव्हान अपर्णा यांच्यासमोर उभं राहिलं. मुलगी मेघा १० वर्षांची तर मुलगा ओंकार ७ वर्षांचा. त्यांना एकटं ठेवून नोकरी करणं शक्य नव्हतं. मुलं शाळेत गेल्यावर ११ ते ४ ही पूर्वीचीच वेळ ठेवून अपर्णा यांनी कंबर कसली. एल.आय.सी.त असणाऱ्या सख्ख्या भावाने काही ग्राहक सुचवले आणि दोन महिने त्यांचा पूर्ण आर्थिक खर्च केला. समाजानेही या स्वयंसिद्धेला फार मोठा आधार दिला. 'आपण कुठे तरी इन्व्हेस्टमेंट करतोय ती हिच्याकडेच करू या' असं अनेकांनी ठरवलं. त्यातल्याच एक म्हणजे बँक ऑफ महाराष्ट्रातल्या जोग यांच्या पत्नी. त्यांनी अनेक सूचना केल्या. गुंतवणूक करताना काय बघायचं, काय काळजी घ्यायची हे शिकवलं. मग व्यवसाय रीतसर सुरू झाला. त्या काळात वर्षाकाठी १० ते १२ हजार इतपत कमाई व्हायला लागली कारण महिना २५० रुपयांची नॅशनल सेव्हिंग्ज सर्टिफिकेट घेणाऱ्यांकडेही अपर्णा जात होत्या. मग ५००-१००० आणि आता दोन-दोन लाख एन.एस.सी. करणारेही ग्राहक आहेत.

ठेवी जेमतेम ५००० रुपयांपर्यंत असायच्या. 'ही बाई घरी येऊन सगळं घेऊन जाते, पोटातलं पाणी हलत नाही' असा विचार लोक करायचे. त्यामुळे प्रतिसाद वाढत होता. घरातलं सगळं आवरून मुलं शाळेत गेली की अपर्णा 'बजाज' स्कूटर घेऊन निघायच्या. चारपर्यंत सगळीकडे हिंडून पुन्हा मुलांबरोबर घरी! हळूहळू व्यवसाय वाढला. १९८९ मध्ये वार्षिक उत्पन्नाने एक लाखाचा टप्पा गाठला आणि इन्कमटॅक्स भरायची स्थिती आली. त्या काळात कंपनी डिपॉझिट्स कमी झाली आणि पोस्टातली गुंतवणूक वाढली. त्या वेळच्या सरकारने इन्कमटॅक्समध्ये १०० टक्के सूट देणारा ८० सी सेक्शन काढल्यामुळे पोस्ट आणि एल.आय.सी. व्यवसाय खूप वाढला. एनएसएस ८७च्या स्कीममध्ये जास्तीत जास्त ४०,००० रुपये घालता येत होते. अशी अनेक खाती उघडली. 'जीवनधारा' आणि 'जीवनअक्षय' असे दोन पेन्शन प्लॅन्स बचतीसाठी फार उपयोगी होते. त्यातही भरपूर व्यवसाय झाला. त्यामुळे ८९-९० मध्ये सेक्शन ८० सीसाठी अपर्णा यांनी खूप काम केलं. सुरुवातीचे पाच-सात ग्राहक तोवर ७०-८० पर्यंत वाढले आणि धंद्याचा टर्नओव्हर कोटींमध्ये गेला.

मात्र, धंद्याचं मुख्य सूत्र हे 'अधिक कमिशन' असं न ठेवता व्यक्तीची गरज, तिला कुठल्या सेक्शनसाठी गुंतवणूक करायचीय, तिचे भविष्यातले आडाखे कोणते याचा विचार होत होतं. व्यवसाय सांभाळून मुलांचा अभ्यास, खाणं-पिणं, त्यांचा सहवास- सगळं शक्य झालं.

कधी संध्याकाळी जायची वेळ आली तर मुलांना स्कूटरवर बसवून अपर्णा जात असत.
दरम्यान, एक नाउमेद करणारी घटना घडली. सरकारने ४ टक्के कमिशन कमी कमी करत नेलं. मात्र, धंदा वाढल्याने अपर्णांची प्राप्ती तशीच राहिली. दुसरं म्हणजे आपण स्पर्धेत टिकू का, ही भीती. पण तीही फोल ठरली. एल.आय.सी.च्या पॉलिसी मिळत गेल्या. अनेक पुरस्कार मिळाले आणि ग्राहक वाढतच गेले. अनेक ग्राहकांबरोबर कौटुंबिक नातेसंबंध दृढ झाले हे विशेष!
मग युनिट ट्रस्टचा बोलबाला होऊ लागला.

(स्थापना ६४ सालीच झाली होती.) त्यामुळे वर्षाचं गणित असं असायचं- एप्रिल-मे थंड, जून-जुलै-ऑगस्ट युनिट ट्रस्टच्या वेगवेगळ्या योजना, दिवाळीनंतर टॅक्स सेव्हिंग्ज स्कीम्स! अपर्णांनी घरोघरी जाऊन कलेक्शन करण्याची एजन्सी घेतली नव्हती, मोठ्या रकमेच्या एजन्सीज होत्या. त्यातच पी.पी.एफ.च्या एजन्सीची भर पडली. पी.पी.एफ.चा प्रतिसाद उत्तम होता. अजूनही आहे.
दरम्यान, मुलं स्वावलंबी तर झालीच, पण स्वत:चा अभ्यास सांभाळून ती आईला मदतही करायची. तोपर्यंत संगणक, मोबाइल, नेट नसल्याने सारं डॉक्युमेंटेशन, रिसीट्स, ग्रीटिंग्ज अशा अनेक गोष्टी दोघं बनवून देत. भावाच्या मदतीने पुन्हा अपर्णा यांनी अनेक कंपन्यांच्या एजन्सीज घेतल्या. शिवाय एक महत्त्वाचा बदल म्हणजे ९० साली त्यांनी युनिट ट्रस्टची डायरेक्ट एजन्सी घेतली. त्यामुळे कमिशन भरपूर वाढलं. मग फायनान्स कंपन्या, एच.डी.एफ.सी., आरबीआय, सगळ्यांचीच डायरेक्ट एजन्सी घेता आली. परिणामी, मुबलक कमाई व्हायला लागली.

१९९३ साली अपर्णा यांनी धाडस करून ४५,००० रुपयांचा संगणक घेतला. केतन शहा यांनी घरी येऊन त्यांना प्रशिक्षण दिलं, स्वत: प्रोग्रॅम बनवून दिला. त्यामुळे सगळं रेकॉर्ड फीड केल्याने व्यवसायाला अतोनात फायदा झाला. बहुतेक ग्राहकांना मुलीचं लग्न, मुलांची शिक्षणं असे त्या त्या टप्प्यात पैसे मिळाले. अनेकींना बचतीची सवय लागली.
पोस्टातले पाच वर्षांत दुप्पट पैसे, एलआयसीची मनी बॅक पॉलिसी यामुळे ग्राहकांचा विश्वास वाढला. युनिट ट्रस्टचा व्यवसाय काही कोटींत होऊ लागला.

मात्र, युनिट ट्रस्ट एका रात्रीत अस्त पावलं. मग पोस्ट, एल.आय.सी., एच.डी.एफ.सी. व आर.बी.आय. बॉंड्स यातली गुंतवणूक अपर्णा यांनी वाढवली. हळूहळू लोकांनी टॅक्स सेव्हिंग्ज बॉंडमध्ये

लाखांचं गुंतवणूक सुरू केली. लोकांची एल.आय.सी.बद्दल ची सजगता वाढली. फक्त टॅक्स सेव्हिंग्जपेक्षा आपल्यानंतर काय, पेन्शनची सोय आणि सुरक्षितता या कारणांचाही त्यात समावेश झाला. परिणामी धंदा वाढला.
मधल्या काळात सीआरबी कॅपिटल, लॉइड फायनान्स, चोलामंडल, एशिया पॅसिफिक इन्व्हेस्टमेंट्स, ट्वेटिएट्‌थ सेंच्युरी फायनान्स अशा नॉन-बँकिंग फायनान्स कॉर्पोरेशन आल्या आणि हळूहळू बुडल्यादेखील. सुदैवाने अपर्णा यांनी त्याबद्दल लोकांना फारसं सुचवलं नसलं तरी थोडा फटका बसलाच. पण त्याचं व्याज १८-१८ टक्क्यांनी मिळाल्याने बऱ्याचजणांचं मुद्दल परत मिळालं. त्यामुळे अपर्णांवरचा विश्वास टिकून राहिला. अजूनही महेन्द्र फायनान्ससारख्या कंपन्या असल्या तरी अपर्णा त्या सुचवत नाहीत. लोकांना हवं असल्यास करून देतात. सुरक्षित गुंतवणुकीवर त्यांचा जास्त कटाक्ष आहे.

९३ ते ९८ या काळात त्यांनी एक मदतनीस ठेवला. मात्र १२ वी झाल्यावर ओंकारने बी.कॉम, एम.कॉम. बहि:स्थ विद्यार्थी म्हणून केलं आणि तो व्यवसायात उमेदवारी करू लागला. १९९९ ते २०१० या काळात मुलगी मेघा मदतीला आली. तिचा विवाह, तिची मानसशास्त्रातली पीएच.डी., तिच्या दोन मुलांचं संगोपन हे सारं सांभाळून तिच्याच मदतीने अपर्णा व्यवसाय सांभाळत होत्या. एव्हाना ग्राहक गेले होते ५०० च्या घरात! ओंकारने त्या काळात एम.बी.ए. फायनान्स केलं आणि सात वर्षं मुंबई, पुणे इथे बहुराष्ट्रीय सिटी ग्रुपमध्ये नोकरी करून असिस्टंट व्हाइस प्रेसिडेंट पदापर्यंत मजल मारली. मुलगी मेघा आज फर्ग्युसन कॉलेजमध्ये प्राध्यापक असून प्रसिद्ध समुपदेशकही आहे. ती अनेकांची पीएच.डी.ची गाइड आहे. या कौटुंबिक जबाबदाऱ्यांच्या काळात धंदा वाढला नसला तरी स्थिर राहिला. ९५ साली टॅक्स सेव्हिंगसाठी त्यांनी कार घेतली. कित्येकदा मुलगी, नातवंडं सगळ्यांबरोबर कारने त्या ग्राहकांकडे जायच्या. दोघींपैकी एकजण मुलांना सांभाळायची, दुसरी काम करायची!

२०१० पर्यंत धंदा इतका वाढला की प्रत्येक ग्राहकाला वैयक्तिक सर्व्हिस देणं जिकिरीचं होऊ लागलं. त्याच वेळी ओंकार यांनी मोठी नोकरी सोडून धंद्यात येण्याचा निर्णय घेतला. तो त्यांचा स्वत:चा निर्णय होता. लहानपणापासून आईबरोबर सगळीकडे हिंडतानाच त्यांनी ठरवलं होतं की आपलं शिक्षण व्यवसायाच्याच अनुषंगानेच घ्यायचं, मात्र काही वर्षं या क्षेत्रातला अनुभव आणि थोडे पैसे कमवून मगच. ते धंद्यात आले तेव्हा डेटाबेस आणि ग्राहकांच्या नातेसंबंधातून आलेली विश्वासार्हता अतिशय बळकट होती. या व्यवसायाचा तो मूलभूत आधारच आहे. रस्त्यावरचा बोर्ड पाहून कुणी गुंतवणूकदाराकडे फिरकणार नाही, पण मौखिक प्रसिद्धीमुळे ग्राहक वाढतात. त्यामुळेच अपर्णा यांनी ५०० ग्राहकांचा निर्माण केलेला पसारा ओंकार यांच्या साथीने ८००-८५० पर्यंत पोचला आहे.

ओंकार यांनी मॅक्स न्यूयॉर्कची एजन्सी घेतली. एल.आय.सी.बरोबर जनरल इन्शुरन्सही वाढवला. एव्हाना 'सेबी'ने एएमएफआय ही परीक्षा अनिवार्य केली होती. ती परीक्षा आणि बरोबरीनं अभ्यास करून ओंकार यांनी म्युच्युअल फंडांचीही एजन्सी घेतली; पण त्यातली जोखीम वैयक्तिकरीत्याच समजावून सांगण्यावर कटाक्ष ठेवला. आज २०१९ पर्यंत व्यवसाय काही कोटींमध्ये असून 'ओंकार इन्व्हेस्टमेंट'ची महिन्याची कमाई दोन-अडीच लाख आहे. दोघंही आयकराच्या ३० टक्क्यांच्या स्लॅबमध्ये आहेत. आता व्यवसाय केला नाही तरी महिना एक लाखाच्या पुढे आर्थिक प्राप्ती होईल. आणि ओंकार यांचं वय आहे ३९ वर्षं!
'गुंतवणूक सल्लागार' हा व्यवसाय एक गृहिणी आणि

एक उच्चपदस्थ तरुण दोघांनाही यशदायी ठरल्यामुळे त्यात येऊ इच्छिणाऱ्यांसाठी हे क्षेत्र अनुकूल आहे हे लक्षात येतं. अपर्णा यात आल्या तेव्हापासून १२ वी पास ही किमान शैक्षणिक पात्रता होती. आता जोखमीच्या गुंतवणुकीसाठी (म्युच्युअल फंड, शेअर्स वगैरे) 'सेबी'ने एएमएफआय ही परीक्षा अनिवार्य केली आहे. ती फार अवघड नाही, शिवाय फीसुद्धा फार नाही. या व्यवसायाला मुद्दल, जागा, कर्मचारीवर्ग किंवा तत्सम कोणतीही खर्चिक गोष्ट लागत नाही. स्पर्धा असली तरी जागतिकीकरणानंतर विमा क्षेत्रात अनेक नव्या कंपन्या आल्या. त्यामुळे संभाव्य संधीही खूपच आहेत. विशेषतः ग्रामीण भागातल्या शिक्षित मुलींसाठी हा व्यवसाय खूप अनुकूल आहे. तिथेही पैसा असतो. विशेषतः जमीन खरेदी-विक्रीचा. आर्थिक साक्षरतेअभावी तो नको तिथे खर्च केला जातो. मुलींनी घर-संसार सांभाळून ११ ते ५ या खेळात व्यवसाय करावा, स्वतः एजन्सी घ्यावी आणि गावागावांत विशेषतः स्त्रियांना याबाबत जागरूक करावं, गुंतवणुकीबाबत सजगता वाढवावी, कुटुंबाचा फायदा करून द्यावा असं अपर्णा यांचं मत आहे.

व्यावसायिकाला काळानुरूप ज्ञान अद्ययावत ठेवण्यासाठी एल.आय.सी., प्रायव्हेट कंपन्या या सगळ्यांचं ट्रेनिंग असतं आणि नंतर त्यांच्या परीक्षा असतात. 'इकॉनॉमिक टाइम्स', 'अर्थविश्व'सारखी वर्तमानपत्रं, इतर अनेक वर्तमानपत्रांच्या पुरवण्या, चार्टर्ड अकाऊंटंटने वेळोवेळी दिलेले सल्ले आणि आता तर इंटरनेटवर असलेला माहितीचा खजिना या साऱ्यांचा अपर्णा आणि ओंकार उपयोग करतात. शिवाय सर्व योजनांचा तुलनात्मक अभ्यास करून दोघं त्यांचे तक्ते बनवतात आणि ग्राहकांना देतात. अपर्णा यांचा विशेष अनुभव असा, की 'माझ्या गुंतवणुकीबद्दल पत्नीला शिकवा' असं कित्येक पुरुष कळकळीने सांगतात. आता ज्येष्ठ नागरिक असलेल्या किती तरी शहरी आणि सुशिक्षित स्त्रियांही याबाबत अनभिज्ञ असतात आणि 'नवरा सांगेल तिथे सही करते' अशी प्रौढी मिरवतात. पतिनिधनानंतर त्यांना सगळं जड जातं. मात्र, ३०-३५ वयोगटातल्या शहरी स्त्रिया आता जागरुक होताहेत. तरीही एल.आय.सी.च्या बाबतीत 'जनरल इन्शुरन्स आणि लाइफ इन्शुरन्स' यांचं महत्त्व पटवण्यात, जागरुकता निर्माण करण्यात आम्ही कमी पडतो, अशी खंत अपर्णा यांना वाटते. आताचं उदाहरण पुरेसं बोलकं आहे. पावसामुळे सांगली-कोल्हापुरात प्रचंड नुकसान झालं तेव्हा तिकडच्या दोन-तीन एजंट म्हणाल्या, "डेथ क्लेमचं फारसं कामच नाही. कारण असंख्य लोकांनी विमा उतरवलेलाच नाही." गरिबांच्या बाबतीत झोपड्या जळतात, पूर येतात, डेंग्यू होतो. महिना १००० रुपये, जे हल्ली अनेकजण

ग्राहकाला फसवणुकीपासून वाचवणं हे गुंतवणूक सल्लागाराचं महत्त्वाचं काम. याबाबत ओंकार यांचा एक किस्सा असा : सत्तरीतल्या एका ग्राहकाला अचानक एक कोटी प्राप्ती झाली. त्यांचा स्वतःचा रिटायरमेंट प्लॅन उत्तम होता. गरज फारशी नव्हती. ओंकार यांनी अनेक बैठका करून, अमेरिकेतल्या त्यांच्या मुलीशी बोलून चार-पाच ठिकाणी पैसे गुंतवण्यास सुचवले. त्यांचे सरासरी व्याज ८ टक्के होते.
दुसऱ्या दिवशी त्यांनी ओंकार यांना फोन केला आणि एक पतपेढी चालवणारे १९ टक्के व्याज देत असल्याचं सांगितलं. क्षणभर ओंकार त्या पतपेढीच्या मालकांशी 'ग्राहकाच्या' रूपात बोलले, तेव्हा लक्षात आलं, की पशुसंवर्धन, कुक्कुट-शेळीपालन, टीकवुड प्लँटेशन यासाठी ते कर्ज देत होते. हे सर्व बेभरवशाचे व्यवसाय असून ते बंद पडू शकतात, हे ओंकार यांनी समजावून दिल्यावर त्या गृहस्थांना ते पटलं आणि ते फसवणुकीपासून बचावले.

गुंतवू शकतात, त्या बदल्यात त्यांना संरक्षण मिळेल, संसार उभे राहतील. प्रत्येक वेळी सरकारवर अवलंबून राहायला नको. प्रश्न आहे तो जागरुकता निर्माण करण्याचा. काम भरपूर आहे. तरुणवर्गाने यात यायला हवं. जेवढे कष्ट तेवढा पैसा नक्कीच मिळेल आणि समाजाची सुरक्षितताही वाढेल. वैयक्तिक स्तरावर दोघंही यासाठी काही वर्कशॉप्स घेतात. मात्र, ५ ते १० माणसांच्याच गटांसाठी. ज्येष्ठ नागरिकांची वसाहत असलेल्या 'अथश्री'मध्ये दोघंही गेले आणि 'आम्ही घरी येऊन सेवा देतो' हे त्यांना सांगितलं. व्हीआरएसची योजना आलेल्या व इतरही अनेक कंपन्यांमध्ये जाऊन दोघंही ट्रेनिंग देतात. कुठे आणि कशी गुंतवणूक करायची हे समजावून सांगतात. दोघांनाही युनिट ट्रस्ट, एल.आय.सी., एच.डी.एफ.सी.कडून अनेक पुरस्कार, परदेशी सहली, ट्रॉफी, भेटी वारंवार मिळत असतात. याचं कारण गुंतवणुकीकडे पाहण्याचा दृष्टिकोन. केवळ जास्त कमिशन मिळतंय यासाठी ते सल्ला देत नाहीत; तर सुरक्षितता, व्यक्तींचं राहणीमान, त्यांचे प्राधान्यक्रम, गरजा, कोणत्या कारणासाठी केव्हा पैसा हवा याचं अनुमान, तसंच गुंतवणुकीतला सुटसुटीतपणा, ग्राहकाची प्रायव्हसी जपणं, वेळेचं बंधन पाळणं, फसवणुकीबाबत सजगता निर्माण करून ग्राहकाला मोहाला बळी न पडू देणं, म्युच्युअल फंडाबाबत चढ-उताराकडे लक्ष देणं, अशा अनेक बाबी ते विचारात घेतात. आता पैसे किती आहेत, खर्च किती, तुमच्यावर अवलंबून कितीजण, जबाबदाऱ्या कोणत्या केव्हा येणार (उदा. मुलीचं लग्न, शिक्षणं, व्यवसाय, राहणीमान शेवटपर्यंत असंच ठेवायचंय वगैरे) या सगळ्यांची सांगड घालून योजना सुचवतो तो योग्य सल्लागार! घरात रात्रंदिवस गुंतवणूक बचतीचाच विषय असल्यामुळे ओंकार यांना ते बाळकडू मिळत होतं. याचा फायदा असा झाला, की नोकरीतल्या पैशांतून मोठमोठ्या बाइक्स, महागडे मोबाइल्स यांच्या भानगडीत न पडता ते बचत करत गेले. परिणामी, नोकरीतून धंद्यात शिरताना बरीच शिल्लक होती. मात्र, दर महिन्याला येणाऱ्या घसघशीत पगाराचा मेसेज सुरुवातीला त्यांना विसरता येत नसे. हळूहळू ते रुळायला लागले. त्या वेळच्या ५०० ग्राहकांच्या गुंतवणुकीचं चित्र कसं होतं?

ओंकार म्हणतात, "आईने वयाच्या तिशी-बत्तिशीत सुरुवात केली तेव्हा तिचे क्लाएंट्स तिच्याच वयाचे होते. आईच्या वयाबरोबर त्यांचं वय वाढत गेलं. मी व्यवसायात आलो तेव्हा ते पन्नाशीच्या पुढे होते.

त्यांचे दृष्टिकोन, गरजा, योजनांची निवड बदलू लागली. दरम्यान, इन्शुरन्सचं खासगीकरण झाल्याने मार्केट खुलं झालं. जाहिरातींचा भडिमार सुरू झाला तसा तरुणांचा कलही बदलला. टर्म इन्शुरन्स प्लॅन, एस.आय.पी. यावर तरुण गुंतवणूकदार बोलू लागले. आधीच्या पिढीला सबुरी होती. पावती तीन दिवसांनी बँकेत मिळते हे माहीत होतं. आता मात्र पैसे गुंतवल्याच्या पुढच्या क्षणी पावती लागते. तंत्रज्ञानाचा वापर वाढतोय आणि लोकांच्या अपेक्षाही. गुंतवणुकीचे वेगवेगळे मार्ग त्यांना एकाच वेळी हवे असतात.

सुरुवातीला एफ.डी., डिबेंचर्स, पोस्ट ऑफिस, एल.आय.सी., यू.टी.आय., पी.पी.एफ. हे निश्‍चित इन्कम होतं. नंतर यू.टी.आय. गेल्यावर म्युच्युअल फंड्स थंडावले. मग खासगी म्युच्युअल फंड्स आले. लोकांना त्याचा अर्थ कळायला लागला. ''सध्या मार्केटमध्ये म्युच्युअल फंडांचा अति जोर आहे. लोकांना वाटतं, सगळं त्यातच करू या. मग सांगावं लागतं, की कुठलाही प्रॉडक्ट पूर्णपणे चांगला किंवा वाईट नसतो. तुमची गरज बघा. इकॉनॉमिक टाइम्समध्ये लेख येतात की तुम्ही फक्त टर्म इन्शुरन्स आणि म्युच्युअल फंड करा, बाकी काही नको. पण त्या लोकांना भारतीय मानसिकता माहीत नाही. अमेरिकेचं शेअर मार्केट जितकं जुनं आणि विकसित आहे तेवढं भारतीय मार्केट विकसित नाही. त्यामुळे ग्राहकाला सांगावं लागतं, की पूर्ण कुटुंबाची मानसिकता आणि गरज बघा.''

नवीन पिढी खर्चिक आहे, बचत करत नाही असं म्हटलं जातं. त्यावर ओंकार म्हणाले, ''त्यांना प्रलोभनं खूप आहेत. शिवाय क्रेडिट कार्ड्स, ऑनलाइन खरेदी, जागतिक ब्रँड्स एका क्लिकवर उपलब्ध असणं यातून खर्चाकडे कल वाढतो. मात्र, विवाह, अपत्य, त्यांचे खर्च सुरू झाले की तरुण आपोआप आमच्याकडे येतात. त्यांना समजावून सांगावं लागतं. प्रत्येक गुंतवणुकीची जोखीम, परतावा, खाचखळगे, गोंधळ काय आहेत याविषयी खूप स्पष्टपणे आणि पारदर्शकतेने सांगावं लागतं. राखून ठेवायचं नाही आणि फुलवूनही सांगायचं नाही. लपवालपवी नको. ग्राहक तुम्हाला स्वत:च्या संपत्तीत आतल्या कप्प्यात डोकावायला देतात. तो विश्‍वास कायमचा टिकला पाहिजे. माझ्या ग्राहकाची संपत्ती, समृद्धी हळूहळू वाढावी यासाठी काय काय प्रयत्न करायला हवेत याविषयी सल्ला देणाराच योग्य गुंतवणूक सल्लागार. त्यात प्रथम सुरक्षितता आणि थोडी जोखीमही हवी.

सर्कसमध्ये 'ट्रॅपीज'चा खेळ असतो. ते मोठमोठ्या उड्या मारतात, पण खाली एक नेट बांधून ठेवलेलं असतं. गुंतवणूदाराचा कल अगदी तसा हवा. आधी सुरक्षित गुंतवणूक. ती अशी, की मार्केट पडलं तरी माझ्या रोजच्या गरजा अडणार नाहीत. ती पुरेशी झाली की मग मात्र गतिमानता हवी. वाढ भराभर होण्यासाठी मोअर रिस्क, मोअर गेन. त्यासाठी म्युच्युअल फंड्स, शेअर्स, यूएनआय, जागा, सोनं आणि या सर्वांचं यथायोग्य प्रमाण.

ज्यांना हा व्यवसाय करायचाय त्यांच्यासाठी एएमएफआयचं १५-२० दिवसांचं ट्रेनिंग माफक फी आकारून असतं. ते तुम्हाला फक्त लायसन्स देतात, की तुम्हाला संकल्पना कळल्या आहेत की नाहीत. जर मार्केटमध्ये सल्ला द्यायचा असेल तर तुमच्याकडे विविध प्रॉडक्ट्सचं केवळ ज्ञानच नाही तर चार गोष्टी एकमेकांशी संलग्न करता यायला हव्यात. बदललेल्या ट्रेंडचं भान हवं. उदा. जुन्या पिढीचं मेडिकल इन्शुरन्स पाच लाखांचं, तर नव्या पिढीचं १ कोटींपर्यंत असतात. मेडिकल कव्हर ५०-५० लाखांपर्यंत असतात. कारण मोठा फटका बसू शकतो, याची तरुणांना जाणीव आहे. सुशिक्षित, आय.टी. शिक्षित बँकेतल्या लोकांना आकडे मांडून दाखवले तर लगेच प्रतिसाद मिळतो. मात्र, ही चर्चा एकेकट्याशीच करावी लागते. टु रीड बिटविन द

लाइन्स हे तेव्हाच शक्य होतं. अकाली मृत्यू, अपघात, आजारपण, इमर्जन्सी यासाठी एका बाजूला पैसे उपलब्ध व्हावेत आणि दुसऱ्या बाजूला संपत्तीत वाढही व्हावी. चांगल्या सल्लागाराची ही उद्दिष्टं हवीत.
काही ग्राहकांनी ओंकार यांना उत्तम गोष्टी शिकवल्या. बढती मिळाली की १/५ भाग बचतीकडे जायलाच हवा. १/५ रोजच्या खर्चावर, १/५ आपत्तीसाठी, १/५ समाजसेवेसाठी. हळूहळू ही शिस्त लागत जाते.
बचतीच्या साधनांमध्ये शेती, जमीन, सोनं-चांदी-हिरे, कॅश पैसे, एफ.डीज, सरकारी बाँड्स, इन्फ्रा बाँड्स, मग दीर्घ मुदतीचे इन्शुरन्स (त्यातही युलिप, म्युच्युअल फंड्स), डेट, लिक्विड इक्विटी, मग शेअर्स, आता स्टॉक मार्केटमध्ये कमॉडिटीज करन्सी ट्रेडिंग, अशा एक-एक गोष्टी चढत्या जोखमीने वाढत जातात. ग्राहकाला सुचवताना काय प्राधान्यक्रम असावा?

ओंकार म्हणतात, ''१) ग्राहकाची गरज काय? २) त्याला कधी आणि किती पैसे लागणार? उदा. परदेशवारी करायचीय? केव्हा, कुठे? दोन वर्षांनी युरोप ट्रिपसाठी चार लाख लागतील? मग सुयोग्य गुंतवणूक करा. प्रत्येक स्वप्न, त्याची वेळ, बजेट लिहून काढलं तर पैसे जमवणं अवघड नाही. आपल्याकडे किती अवधी आहे हाही मुद्दा महत्त्वाचा. चाळिशी आणि साठीमध्ये वेगळे दृष्टिकोन हवेत. सातत्य आणि शिस्त गरजेची आहे. कुठल्या साली काय होणार आहे? शिक्षण, नोकरी, विवाह, जबाबदाऱ्या, निवृत्ती याच पायऱ्यांनी ग्राहकांना विचार करायला सांगितला जातो. प्रत्येक वेळी चर्चा केलेला डाटा सेव्ह करून दोन वर्षांनी त्याचा रिव्ह्यू करतो. गरजेप्रमाणे बदलही करतो.''

आजकाल गुंतवणुकीची मानसिकता आहे, पण त्यात बदल काय हवा? ओंकार म्हणतात, ''जास्त परिपक्वता आणि वैचारिक स्थैर्य हवं; अमेरिकेसारखं कन्झुमॅरिझम नको. आधी स्टॅबिलिटी येऊ दे. मग जो पैसा उरेल त्यातून नवीन गाड्या घ्या ना! पण काही नसताना कर्ज घेऊन नको. थोडा जुना विचार वाटला तरी चालेल, पण दिवसेंदिवस जागरुकता वाढायला हवी.

तरुणवर्गाने या क्षेत्रात जरूर यायला हवं. पैसा मिळतोच; पण चिकाटी, सामंजस्य हवं. समाजाला या व्यवसायाची खूप गरज आहे. मात्र, येणाऱ्याने केवळ कमिशनचा विचार न करता ग्राहकाच्या गरजेला अग्रक्रम द्यावा. उत्तम सर्व्हिस, व्यक्तिगत नातेसंबंध खूप महत्त्वाचे.

या क्षेत्रात येण्याचा दुसरा फायदा हा की तुम्ही स्वत:च्या आयुष्याची गुणवत्ता वाढवू शकता. व्यवसाय सांभाळून आरोग्य, छंद जोपासू शकता. उत्तम व्यवसायाबरोबरच अपर्णा योग अध्यापकसुद्धा आहेत. त्या लेखनही करतात. ओंकार ट्रेकिंग, जिम, सहली सारं करू शकतात. आय.टी, बँकिंगसारखे अगणित तास द्यायची गरज नाही. उत्पन्न तर मिळतंच, पण लोकांचं आयुष्य मार्गी लावल्याचं समाधानही. या लोकांचं प्रेम आणि विश्वास भरभरून वाट्याला येतं.''

सचोटी, पारदर्शकता आणि व्यक्तिगत नातेसंबंध या त्रिसूत्रीतून उभा केलेला 'ओंकार इन्व्हेस्टमेंट'चा व्यवसाय अनेकांना पथदर्शक ठरेलच; पण त्याचबरोबर, मोकळा वेळ असलेल्या गृहिणी, ब्रेक घेतलेल्या शहरी तरुणी, ग्रामीण स्त्रिया ते आय.टी.तील तरुण-तरुणी अशा भिन्न भिन्न स्तरांतील व्यक्तींसमोर एक सशक्त पर्याय उभा करू शकेल एवढा त्याचा आवाका आहे. ⊙

संपर्क: ९८६०८ ३३३१०

SAFEST
GIFT
this festive season
starting 6,299/-
Godrej | HOME LOCKERS
BILKUL SAFE HAI!
AVAILABLE IN
10X* PRO STRENGTH
100X* ADVANCED STRENGTH
1000X* EXTREME STRENGTH
LOCKING OPTIONS
BIOMETRIC LOCK
DIGITAL LOCK
KEY LOCK
Disclaimer: *The strength indicated in the commercial is as per controlled tests conducted in-house. For detailed understanding regarding strength please visit: www.godrejhomelockers.com/terms-conditions.
Available at: Godrej interio vijay sales HomeTown The Art Of Better Living Pune's Electronics Mega Store Maharashtra Electronics Corporation
Karve Road & Wakad: Indcon Saleslink Pvt. Ltd. – 9371000789, Camp: Poona Cheap Store – 9822210140, Bajirao Road: Poona Cheap Store – 9822210140, Jaideep Furniture – 9158145333, Nigdi: Shreedhar Enterprises – 7218062364, Baner: Indcon Saleslink Pvt. Ltd. – 9371000789, Vaishnavi Sales Corporation – 8554983936, Singhad Road: Primeliving Enterprises – 7774004942, Bibwewadi: MSR Sales Pvt. Ltd. – 9371033518, Yogesh Furniture – 9518790813, Dhankawdi: Pipada Furniture – 8888888019
*For Bulk Inquiries Please Contact: 9926903716/9545505619/9923003310
1800 108 1400
www.shop.godrejsecure.com
@godrejsecure

आज पुरुषांच्या बरोबरीने महिलावर्ग सर्व क्षेत्रांत सक्रियपणे सहभागी होताना दिसत आहे. नोकरीप्रमाणेच उद्योग क्षेत्रातही अनेक महिला यशस्वीपणे करियर करताना दिसतात. काही महिलांनी चांगले शिक्षण घेतलेले असूनही विवाहानंतर त्यांच्यावर 'टिपिकल गृहिणी'चा (हाऊसवाइफ) शिक्का बसतो. कौटुंबिक जबाबदाऱ्यांत अडकल्याने त्या व्यावहारिक जगापासून काहीशा बाजूला पडतात. विशेषतः आर्थिक वा गुंतवणुकीच्या बाबतीत तर त्या अनभिज्ञ राहताना दिसतात. या क्षेत्राची जबाबदारी पुरुषांचीच, असा समज करून कायम त्यापासून अलिप्त राहिल्याने अनेक सुशिक्षित महिलांना भविष्यात अडचणींशी सामना करावा लागतो. अशी परिस्थिती आपल्या बाबतीत घडू नये यासाठी आता महिलांनीच पुढाकार घ्यायला हवा. फक्त माहिती घेण्यापुरता हा विषय न थांबविता, या क्षेत्रात करियर करता येऊ शकेल का, याचाही विचार करायला हवा. 'गुंतवणूक व विमा सल्लागार' म्हणून तुम्ही यशस्वीपणे काम करू शकता. त्यासाठी या क्षेत्रातील उद्योजकीय बीजे शोधून प्रयत्नपूर्वक मेहनत करण्याची तयारी ठेवायला हवी. ज्यांना दिवसाचा पूर्ण वेळ देणे शक्य नसेल त्यांना घरदार सांभाळून हा उद्योग सहजपणे करता येऊ शकतो. महत्त्वाचे म्हणजे यात आपणच आपले बॉस असतो. आपण स्वतः जेवढी मेहनत जास्त करू तितकी कमाई जास्त, इतके साधे सूत्र यात आहे, हे मी माझ्या अनुभवातून सांगू शकते.

भारतीय संस्कृतीत बचतीला मोठे महत्त्व आहे. या बचतीची योग्य 'ॲसेट क्लास'मध्ये गुंतवणूक होणे आवश्यक असते. प्रत्येक माणूस विविध प्रकारे पैसा कमावीत असतो, संपत्ती निर्माण करीत असतो; पण जमवलेल्या पैशाचे काय करायचे हा प्रश्न अनेकांना सतावत असतो. उपलब्ध पैशाचे योग्य नियोजन करायचे असेल तर गुंतवणुकीशिवाय पर्याय नाही. गुंतवणुकीच्या बरोबरीने येणारा अत्यावश्यक भाग म्हणजे विमा. विम्याद्वारे स्वतःबरोबरच गुंतवणुकीच्या पोर्टफोलिओला भक्कम सुरक्षाकवच प्राप्त होत असते. त्यामुळेच 'गुंतवणूक व विमा सल्लागार' म्हणून यशस्वी करियर घडविता येते.

आजच्या जमान्यात संपत्ती कमाविणे कदाचित सोपे आहे; परंतु ती राखणे, वाढविणे हे खूप अवघड आहे. गेल्या १५ ते २० वर्षांपासून भारताचा आर्थिक चेहरामोहरा बदलत आहे. सरकारी नोकऱ्या जरी कमी होत असल्या, तरी तंत्रज्ञानावर आधारित रोजगाराच्या अनेक संधी निर्माण होत आहेत. पूर्वी पन्नाशी-साठीत पूर्ण होणारी स्वप्ने आता तरुणवयातच आवाक्यात आलेली आहेत. आज पंचविशीतच तीन ते चार लाख रुपयांचा वार्षिक पगार सहजपणे मिळत आहे. इतर अनेक व्यवसायसंधीही वाढत आहेत. यामुळे मध्यमवर्ग, उच्च मध्यमवर्ग, अतिउच्च मध्यमवर्ग यांमध्ये एक नवश्रीमंत वर्ग वेगाने वाढत आहे. विविध मार्गांनी पैसा, संपत्ती निर्माण झाली की तिचे काय करायचे, हा मोठा प्रश्न निर्माण होतो. कमावत्या वयाच्या योग्य टप्प्यावर त्यांना जर चांगला सल्लागार भेटला तर त्यांची आर्थिक उद्दिष्टपूर्ती नियोजनानुसार होऊ शकते. नेमक्या याच ठिकाणी 'गुंतवणूक व विमा सल्लागारा'ची भूमिका महत्त्वाची ठरते; आणि सर्वांत महत्त्वाचे म्हणजे त्याची गरज सर्वांनाच असते.

मुळात आयुष्याची आर्थिक ध्येये कोणती आहेत किंवा असावीत यावर फारसा विचार केला जात नाही, मनमोकळेपणाने चर्चा केली जात नाही. आयुष्यात पैसा ढोबळमानाने कशासाठी, केव्हा, किती लागतो याचे आडाखे बांधता येतात. त्याचे नियोजन करता येते, त्यासाठी रक्कम उभी करता येते. आपण जरा डोळसपणे समाजात पाहिले, तर

राधिका लेले
radhikamlele@gmail.com

गुंतवणूक सल्लागार म्हणून गेली २२ वर्षे कार्यरत

स्वयंरोजगार हा उद्योजकतेचा खूप महत्त्वाचा प्रकार आहे. या प्रकारात खूप मोठी आर्थिक गुंतवणूक, कार्यालय आणि कर्मचारीवर्गाची गरज नसते. एकटी व्यक्ती स्वत:च्या नियोजनाप्रमाणे काम करून छोट्या उद्योजकाइतका नफा दरमहा मिळवू शकते. त्यात चांगली जीवनशैली तर लाभतेच पण त्याचसोबत ‘आपणच आपल्या जीवनाचे शिल्पकार’ असण्याचा आनंदही मिळतो. आजवर अनेक महिलांनी घरचे व्याप सांभाळून हा मार्ग चोखाळला आहे. त्याच मार्गावरचं आणखी एक यशस्वी व्यक्तिमत्त्व म्हणजे राधिका लेले. त्यांचे अनुभवाचे बोल त्यांच्याच शब्दांत.

गुंतवणूक व विमा सल्लागार

समृद्ध करणारे करिअर

सामान्य वकुबाची काही माणसे शिस्तबद्ध गुंतवणुकीच्या जोरावर श्रीमंती थाटात वावरताना दिसतात. संपत्ती मिळविण्यासाठी आणि टिकविण्यासाठी गरज असते ती फक्त नियोजनबद्ध, पद्धतशीर, शिस्तबद्ध गुंतवणुकीची. अशा प्रकारच्या गुंतवणुकीची माहिती देणे, त्यासंबंधी मार्गदर्शन करणे, त्याचे नियोजन करणे, सल्लामसलत करणे, वेळेवर सेवा देणे हेच 'गुंतवणूक व विमा सल्लागारा'चे मुख्य काम असते. अशा प्रकारच्या व्यवसायाला आज खूप वाव आहे.

विविध प्रकारची संधी

गुंतवणुकीचा विचार केला, तर प्रामुख्याने बँक, पोस्ट किंवा कंपन्यांच्या मुदत ठेवी वा रिकरिंग (एफडी व रिकरिंग), रिझर्व्ह बँकेचे बाँड यासारखे निश्चित उत्पन्नाचे पर्याय; शेअर्स, म्युच्युअल फंड, सोने-चांदी आणि रियल इस्टेट या ठिकाणी गुंतवणूक केली जाते. यापैकी पोस्ट किंवा कंपन्यांच्या मुदत ठेवी वा रिकरिंग, रिझर्व्ह बँकेचे बाँड; तसेच शेअर्स, म्युच्युअल फंड यामधील गुंतवणुकीसाठी अधिकृतरीत्या एजन्सी घेऊन महिलांना उद्योग-व्यवसाय सुरू करता येऊ शकतो. (सध्या पोस्टातील गुंतवणुकीसाठी अल्पबचत आणि महिलाप्रधान क्षेत्रीय बचत योजनेची एजन्सी नव्याने देण्याचे सरकारने थांबविले असले, तरी आजही ज्यांच्याकडे जुन्या एजन्सीचे अधिकारपत्र आहे त्या महिला मेहनतीने काम करून उत्पन्न मिळविताना दिसतात.) आज ही संधी नव्या महिलांना उपलब्ध नसली तरी कंपन्यांच्या एफडी व आरडी गुंतवणुकीसाठी एजन्सी घेता येऊ शकते. एचडीएफसी, बजाज फायनान्स, महिंद्रा फायनान्स, पीएनबी हाउसिंग फायनान्स, श्रीराम ट्रान्स्पोर्ट फायनान्स, एलआयसी हाउसिंग फायनान्स या आघाडीच्या बिगरबँकिंग वित्तीय कंपन्या (एनबीएफसी) अशा ठेवी स्वीकारतात, आणि आपण या ठेवी गोळा करणारे अधिकृत प्रतिनिधी म्हणून काम करू शकतो. काही ब्रोकिंग कंपन्यांच्यामार्फतही आपण सब-ब्रोकर म्हणून हे काम करू शकतो. या ठिकाणी आपल्याला नवनव्या योजनांची माहिती, मार्गदर्शन, संबंधित फॉर्म आदी माहिती सहजपणे उपलब्ध होऊ शकते. ठेवी मिळवून देण्याच्या कामातून कमिशनच्या रूपाने उत्पन्न मिळू शकते. ठेवींप्रमाणे विविध कंपन्यांचे डिबेंचर इश्यू येत असतात. त्याचे काम केल्याबद्दलही कमिशन मिळू शकते. रिझर्व्ह बँकेचे बाँड हासुद्धा गुंतवणुकीचा एक चांगला व सुरक्षित प्रकार म्हणून लोकप्रिय आहे. स्टॉक होल्डिंग कॉर्पोरेशन, एसबीआय कॅपिटल, एसएमसी ग्लोबल यासारख्या संस्थांच्या माध्यमातून एजन्सी घेऊन आपण या बाँडमधील गुंतवणुकीसाठीसुद्धा प्रतिनिधी म्हणून काम करू शकतो. त्यातूनही कमाईची संधी साधता येऊ शकते. विशेष म्हणजे या एजन्सींसाठी कोणतीही परीक्षा वगैरे द्यावी लागत नाही.

अलीकडच्या काळात म्युच्युअल फंड हा गुंतवणुकीचा प्रकार मोठ्या प्रमाणात लोकप्रिय होताना दिसत आहे. अनेकांना त्यात गुंतवणूक करण्याची इच्छा असते; पण त्यांना चांगला सल्लागार भेटत नाही, ही खंत असते. पुण्या-मुंबईच्या पलीकडे छोट्या छोट्या शहरांत-गावांतही याची गरज वाढत चालली आहे. अशा वेळी म्युच्युअल फंडाचे अधिकृत सल्लागार वा वितरक होण्याची मोठी संधी आज महिलांना आहे. त्यासाठी अभ्यास करून एनआयएसएमची परीक्षा उत्तीर्ण झाल्यावर आपल्याला अधिकृतपणे कोड मिळू शकतो आणि त्यानंतर योजनांची माहिती देणारे प्रशिक्षण घेऊन आपण सर्व म्युच्युअल फंड कंपन्यांसाठी काम करू शकतो. जसजशी गुंतवणूकदार आणि त्यांची गुंतवणूक वाढत जाते तसतशी 'ट्रेल कमिशन'ची रक्कम वाढत जाते. दीर्घकाळात बाजारानुसार गुंतवणुकीचे मूल्य जसे

वाढत जाते तसेही कमिशन वाढते, ही महत्त्वाची बाब आहे. यासाठी फक्त गरज आहे ती या गुंतवणूक प्रकाराची सविस्तर माहिती घेण्याची, त्यातील खाचाखोचा, जोखीम समजून घेण्याची आणि या बाबतीत सतत अपडेट राहण्याची. शेअर बाजाराबद्दल सखोल माहिती घेऊन काम करण्याची इच्छा असलेल्यांना हे क्षेत्र आज खुणावतेय, आकर्षित करते आहे हे निश्चित.

विमा सल्लागाराला संधी

आपल्या देशात आयुर्विमा, आरोग्यविमा आणि वाहनविमा या तीन प्रकारांची सर्वाधिक गरज असल्याचे जाणवते. गरज असली तरी प्रत्यक्ष विमा घेणाऱ्यांची संख्या खूपच कमी आहे. ज्यांच्याकडे आहे, तोही पुरेशा प्रमाणात नसल्याचे दिसून येते. थोडक्यात, या क्षेत्रात उद्योगविस्तार करायला मोठा वाव आहे. त्याचा लाभ सर्वांनी घेतला पाहिजे. आयआरडीएची परीक्षा उत्तीर्ण होऊन आपण

डिजिटल मार्केटिंगचा प्रभावी वापर

आज इंटरनेटचा जमाना आहे. त्याच्या वापराच्या बाबतीत भारतात वेगाने प्रगती झालेली आहे. आगामी काळात भारतात 'डिजिटल युगा'ची भरभराट होणार, असेच संकेत मिळत आहेत. याचा आपल्याला व्यावसायिक फायदा करून घेता येऊ शकतो. तो कसा करून घेता येईल, याचा विचार केला पाहिजे.

डिजिटल मार्केटिंगचे पुढील प्रकार समजून घेतले पाहिजेत–

१) सोशल मिडिया मार्केटिंग : व्हॉट्सऍप, ट्विटर, फेसबुक, लिंक्ड-इन या सारख्या सोशल मिडीयाकडे आज तरुणपिढी आकर्षित झालेली आहे. या सर्वांवर आपल्या व्यवसायाची माहिती प्रसारित करता येऊ शकते. मार्केटिंगचे हे सहज-सुलभ माध्यम घरबसल्या वापरता येऊ शकते.

२) इंटरनेट मार्केटिंग : आजच्या माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात इंटरनेटचा विविध गोष्टींसाठी वापर केला जात आहे. आज असंख्य वेबसाईट आहेत. आपण आपलीही स्वतंत्र वेबसाईट तयार करून अधिकाधिक ग्राहकांपर्यंत पोहोचू शकतो. उद्योग-विस्तारासाठी विविध वेबसाईटवर जाहिराती दिल्यास खूप लोकांपर्यंत स्वस्तात पोहोचता येते.

३) मोबाईल मार्केटिंग : स्मार्ट फोन आता जवळजवळ घराघरात पोहोचला आहे. अशा वेळेस मोबाईल माध्यम हे मार्केटिंगसाठी प्रभावी ठरू शकते. एसएमएस, व्हॉट्सऍप वरून जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत पोहोचता येऊन मार्केटिंग करता येते.

४) डिजिटल मार्केटिंगसाठी आवश्यक गुण : जनसंपर्काची आवड, सोशल आणि टेक्नोसॅव्ही असावे.

५) डिजिटल मार्केटिंगसाठी आवश्यक साधनसामग्री : स्मार्ट फोन, इंटरनेट कनेक्शन (इंटरनेट डोंगल किंवा हॉटस्पॉट), पीसी किंवा लॅपटॉप, .

अधिकृतपणे विमा सल्लागार म्हणून काम करू शकतो. विमा हा प्रत्येकाच्या कुटुंबाला, गुंतवणुकीला एकप्रकारे संरक्षण पुरवत असतो. एखादी दुर्दैवी घटना घडल्यास आर्थिक नुकसानभरपाई, हे विम्याचे मूळ उद्दिष्ट असते. ग्राहकांच्या सोईने त्यांना भेटून विम्याबद्दल जागृती करणे आणि त्यांचा योग्य तो विमा उतरवणे आदी कामे विमा सल्लागार करतात. ग्राहकांच्या अशा कामातून संबंधित सल्लागाराला विमा कंपनीकडून चांगल्या प्रकारे कमिशन मिळते. हा दीर्घकाळ चालू शकणारा व्यवसाय आहे. त्याचा लाभ महिलांनी अवश्य करून घ्यायला हवा.

ग्राहकसेवेला प्राधान्य

आज सेवा क्षेत्र जोमाने विस्तारत आहे, आणि 'गुंतवणूक व विमा सल्लागार' हे करियरसुद्धा या क्षेत्रात मोडणारे आहे. या क्षेत्रात ग्राहकसेवेला सर्वोच्च प्राधान्य द्यावे लागते. या ठिकाणी थेट पैशाशी खेळ असल्यामुळे अधिक जबाबदारीने काम करण्याची गरज असते. आपल्या ग्राहकाचे उत्पन्नाचे स्रोत समजून घेणे; त्याचे वय, आर्थिक गरजा, उपलब्ध संपत्ती, असलेले कर्ज, आयुर्विमा, आरोग्यविमा, घर, जमीन, भाडेखर्च, आर्थिक जबाबदारी या सर्व गोष्टींचा अभ्यास करून त्याची आर्थिक उद्दिष्टे निश्चित करणे हे गुंतवणूक सल्लागाराचे मुख्य काम आहे. त्यानंतरही आर्थिक उद्दिष्ट गाठण्यासाठी प्राप्त परिस्थितीत कशी गुंतवणूक करता येईल, कोठे करता येईल, किती करावी लागेल, त्यात जोखीम किती आहे आदी गोष्टींची सल्लासेवा द्यावी लागते.

आवश्यक गुण

या उद्योग-व्यवसायात यशस्वी व्हायचे असेल तर संवाद आणि विक्रीकौशल्य यांचा योग्य वापर करता आला पाहिजे. तसेच उत्साह, विश्वास, शिस्त, कष्ट या गुणांबरोबरच ग्राहकांच्या प्रश्नांची सोडवणूक करण्याची तयारी कायम ठेवायला लागते. कोणत्याही किमान पदवीधारक व्यक्तीला हा व्यवसाय करता येईल. यासाठी 'फायनान्शियल प्लॅनिंग'चे अनेक कोर्सेस उपलब्ध आहेत. एक वर्ष ते दोन वर्षे मुदतीचे हे अभ्यासक्रम विविध संस्था तसेच काही विद्यापीठांतूनही चालविले जातात. गुंतवणूक व विमा सल्लागाराची आणखी पुढची पायरी म्हणून सर्टिफाइड फायनान्शियल प्लॅनर (सीएफपी) हा अभ्यासक्रम पूर्ण करून आणखी व्यापक प्रमाणात काम करण्याची आणि पर्यायाने अधिक चांगले उत्पन्न मिळविण्याची संधी उपलब्ध होऊ शकते.

समृद्ध करणारी संधी

पैसा, संपत्ती हा प्रत्येकाच्या जिव्हाळ्याचा विषय आहे. सगळी सोंगे आणता येतात पण पैशाचे सोंग आणता येत नाही, ही शंभर टक्के खरी गोष्ट आहे. आज ही जाणीव संपूर्ण समाजात वाढत आहे. फक्त बचत नव्हे, तर योग्य गुंतवणूक ही काळाची गरज आहे. 'पैशाने पैसा कसा मिळवावा, वाढवावा' याचे शास्त्र म्हणजे गुंतवणूक व्यवस्थापन होय. ही एक आव्हानात्मक तितकीच समृद्ध करणारी करियर संधी आहे. इतरांच्या गुंतवणुकीचे व्यवस्थापन करता करता तुमच्या संपत्तीतही आपोआप भर पडत जाईल. या निमित्ताने महिलांना खूप मोठी संधी आहे हे मी आवर्जून सांगेन. चार पैसे मिळण्याबरोबरच स्वतःच्या व्यावहारिक ज्ञानात पडणारी भर हा एक मोठा प्लस पॉइंट आहे हे लक्षात घ्या. तुमच्या संपत्तीतही भर टाकणाऱ्या या उद्योगाची वाट चोखाळायचा विचार नक्कीच करायला हवा. ◉

संपर्क: ९८८१०९८४५७

A PRICELESS
OFFER FOR
TIMELESS
CELEBRATIONS.

Sinhagad Base
DONJE

1 BHK
₹15.50L

2 BHK
₹24.50L

Price Includes PMAY Subsidy | Homes Nearing Possession

CALL 9225 999 000
gokhaleconstructions.com

GOKHALE
CONSTRUCTIONS

MahaRERA No.: Mist Aqua A - P52100004167 | Mist Aqua B and C - P52100005785 | Mist Air A - P52100010784 | www.maharera.mahaonline.gov.in

SETU | SETUADVERTISING.COM

आपल्याला महिन्याला किती पगार पाहिजे हे आपणच ठरवायचे आणि दरमहा चेकवर स्वतःच आपल्या मनातील रक्कम लिहून आपल्या बँकेत जमा करायची. आणि हो, यासाठी रोज दहा ते पाच काम करायलाच पाहिजे अशी अजिबात अट नाही. सगळ्या सण-समारंभांसाठी सुट्टी मिळेल. वाहनकर्ज, फेस्टिव्हल ॲडव्हान्सदेखील मिळेल. आपल्या नावाचे व्हिजिटिंग कार्ड व दरवर्षीची नवी कोरी डायरीदेखील मिळेल. याचबरोबर तुम्हाला देश-विदेशांत प्रवासाची संधीसुद्धा नक्की मिळेल. आहे की नाही मजा? मग कधी करताय कामाला सुरुवात?

देशभरातील वर्तमानपत्रे रोज न चुकता नोकरी, रोजगार झपाट्याने कमी होत असल्याच्या बातम्यांचे रतीब घालत असतानाही अशी संधी देशात उपलब्ध आहे यावर विश्वास बसत नाही ना? पण हो, ही गोष्ट खरी आहे. यासाठी एक काम करायचे. भारतीय आयुर्विमा महामंडळाच्या (एलआयसी) कोणत्याही कार्यालयात जायचे. तिथे उपलब्ध असणाऱ्या कोणत्याही विकास अधिकारी या पदावर काम करणाऱ्या व्यक्तीला भेटायचे. त्यांना सांगायचे, मला विमा प्रतिनिधी (Insurance agent) व्हायचे आहे. ती व्यक्ती तुमचे पहिल्यांदा अभिनंदन करेल आणि विमा प्रतिनिधी होण्यासाठी काय करायला पाहिजे याची थोडक्यात माहिती सांगेल. त्यांनी सांगितल्यानुसार सगळी प्रक्रिया पूर्ण करायची आणि लगेच कामाला सुरुवात करायची.

आयुर्विमा आणि विमा प्रतिनिधी म्हणजे काय? या व्यवसायाची खासियत काय यासंबंधी भारतीय आयुर्विमा महामंडळाच्या पुण्यातील लक्ष्मी रस्त्यावरील '९५२' या शाखेत गेली ३० वर्षे अतिशय मनापासून काम करणारे विकास अधिकारी रणजित कुलकर्णी यांच्याशी मनमोकळ्या गप्पा मारताना त्यांनी आपले अनुभव सांगितले. विम्याचे सर्वसाधारणपणे दोन प्रकार असतात : एक आयुर्विमा आणि दुसरा सर्वसाधारण विमा. आयुर्विमा म्हणजे थोडक्यात 'ज़िंदगी के साथ भी और बाद भी.' सर्वसाधारण विमा म्हणजे आरोग्य विमा (मेडिक्लेम), वाहन विमा इत्यादी.

आयुर्विमा हा घरातील पैसे मिळवणाऱ्या कर्त्या व्यक्तीचा काढायचा असतो. तो का काढायचा, तर अशा व्यक्तीला जर अचानक मृत्यू आला तर घरावर व्यक्ती गमावल्याचे संकट कोसळते, आर्थिक चणचण निर्माण होते. अशा संकटात पैसा फार महत्त्वाची भूमिका बजावतो. जर का या व्यक्तीचा आयुर्विमा काढला असेल तर विमा कंपनी त्याला आर्थिक मदतीचा हात देते आणि काही प्रमाणात का होईना, ते घर सावरते.

आयुर्विम्याच्या अनेक योजना आहेत. त्यांची सविस्तर माहिती आपल्याला विमा प्रतिनिधी देतीलच. मात्र, मुलांचे शिक्षण, लग्न, निवृत्ती अशा भविष्यकाळात कराव्या लागणाऱ्या विविध खर्चांचा विचार करून त्यांचे नियोजन करण्यासाठी आयुर्विमा योजना उपयोगी पडतात, असा अनुभव देशातील लाखो ग्राहकांनी आजपर्यंत घेतला आहे. आयुर्विमा हा दोन-पाच वर्षांचा विचार करून घ्यायचा नसतो, तर आपण १०० वर्षे जगणार आहोत, असा सकारात्मक विचार करून घ्यायचा असतो. आणि हो, आयुर्विमा घेतला की न चुकता त्याचा हप्ता भरायचा; नाही तर योजना बंद पडते व आपण घेतलेल्या आयुर्विमा योजनेचा फायदा आपल्याला मिळत नाही.

आयुर्विमा हा ग्राहकांपर्यंत पोचविण्याचे काम विमा प्रतिनिधीच करत असतो. त्यासाठी त्याला सगळ्या योजनांचा अभ्यास करावा लागतो. ग्राहकांच्या गरजा ओळखून, त्यांच्या आर्थिक परिस्थितीचा अभ्यास करून त्यांना योग्य योजना सुचविण्याचे काम त्याला करायचे असते. आमच्यासारखे विकास अधिकारी त्यांच्यामागे खंबीरपणे उभे असतात.

प्रसाद घारे
prasad.ghare@gmail.com

मुक्त पत्रकार, विमा, गुंतवणूक आणि माध्यमविषयक सल्लागार

‘युद्धाच्या कथा या त्या युद्धात लढलेल्या वीराच्या तोंडूनच ऐकाव्यात, असं म्हणतात. त्याप्रमाणेच, कोणत्याही व्यवसायाविषयी जाणून घ्यायचं असेल तर त्या व्यवसायात मुरलेल्या व्यक्तीकडूनच माहिती घ्यावी. विमा क्षेत्रात गेली तीस वर्षं काम करणाऱ्या रणजित कुलकर्णी यांचे विचार वाचताना हे जाणवत राहतं. असा व्यवसाय आपणही करावा ही प्रेरणा मनात जागी होते.

संधी आहे आपला पगार आपणच ठरवण्याची

त्यामुळे त्यांचे काम सोपे होते.

आज देशात काही लाख विमा प्रतिनिधी कार्यरत आहेत. आपल्या देशाची लोकसंख्या १३० कोटी आहे. यामध्ये तरुणांची संख्या सर्वाधिक (साधारण ७०-७५ कोटी) आहे. म्हणूनच भारताला तरुणांचा देश म्हटले जाते. या तरुण वर्गाला आयुर्विम्याचे सुरक्षाकवच मिळवून देणे हे विमा प्रतिनिधीचे काम आहे. हे काम जर आपण इमानेइतबारे केले तर विमा प्रतिनिधी आर्थिकदृष्ट्या तर संपन्न होईलच, पण एका कुटुंबाला आयुर्विमा संरक्षण देण्याचे मोठे काम तो करू शकेल.

आज देशात काही लाख विमा प्रतिनिधी हे काम करीत आहेत. त्यांना आपल्या कामाचा घसघशीत आर्थिक मोबदला मिळत आहे. अनेक विमा प्रतिनिधी असे आहेत की त्यांचे दरमहाचे कायदेशीर उत्पन्न एक लाखापासून २५-३० लाख रुपयांपर्यंतसुद्धा आहे. विमा प्रतिनिधी हा एकमेव असा व्यवसाय आहे ज्याला भांडवलाची गरज लागत नाही. किमान बारावी/पदवीपर्यंत शिक्षण झालेली कोणतीही महिला किंवा पुरुष व्यक्ती हा व्यवसाय करू शकते. त्यासाठी विमा प्राधिकरण व नियामक महामंडळ (IRDA) यांनी आखून दिलेल्या नियमानुसार लेखी परीक्षा द्यावी लागते व काही माफक नियमांचे पालन करून कामास सुरुवात करता येते. यासाठीचे प्रशिक्षण देण्याचे काम आमच्यासारखे विकास अधिकारी करत असतात. ज्या व्यक्तींना लोकांशी बोलायला, गप्पा मारायला, वेगवेगळ्या उत्सवांत भाग घ्यायला, सहलींना जायला, मित्रांच्या घोळक्यात राहायला, एखाद्याच्या मदतीला धावून जायला आवडते अशांना विमा प्रतिनिधीचे काम नक्कीच जमेल. याचा अर्थ ज्यांना हे जमत नाही ते यशस्वी होणार नाहीत असे नाही. शेवटी 'प्रयत्ने वाळूचे कण रगडिता तेलही गळे' असे कोणी तरी म्हटले आहेच की.

म्हणूनच तरुणांनी नोकरीच्या रांगेत उभे राहण्यापेक्षा आपल्या पायावर उभे राहून स्वयंरोजगाराची कास धरावी, म्हणजे काही वर्षांतच आपल्याला महिन्याला किती पगार हवा आहे तो आकडा आपणच चेकवर लिहू शकू. आपणच आपले बॉस! दिवसातील किती तास काम करायचे याचा निर्णय आपला आपणच करायचा. ही संधी हात जोडून आपल्यासमोर उभी आहे. या संधीला दार उघडून घरात घ्या आणि या संधीचे सोने करा.

सध्या आर्थिक मंदीचे वारे घोंघावत आहेत. नोकरी मिळणे आणि ती टिकणे दिवसेंदिवस अवघड होत चालले आहे. भारताच्या रोजगार शोधणाऱ्या तरुणांमध्ये दरवर्षी भर पडते आहे. तर गेल्या दोन वर्षांत अशा परिस्थितीत स्वतःचा व्यवसाय सुरू करावा म्हटले तर भांडवलाचा प्रश्न उभा असतो.

• ब्राह्मण व्यावसायिक पत्रिका •

ब्राह्मण समाजातील उद्योजक व व्यावसायिकांना उपयुक्त अशी माहिती देणारे एकमेव मासिक!

• ॥ आम्ही सारे ब्राह्मण ॥ •

ब्राह्मण समाजाचे प्रश्न, अडचणी आणि विविध विषयांकरिता एक

आम्ही सारे ब्राह्मण (पाक्षिक)

- वार्षिक वर्गणी ₹ 300/-
- त्रैवार्षिक वर्गणी ₹ 800/-
- पंचवार्षिक वर्गणी ₹ 1,200/-

ब्राह्मण व्यावसायिक पत्रिका (मासिक)

- पंचवार्षिक वर्गणी ₹ 3,000/-
- e-magazine ₹ 2,500/- (for 5 yrs)

दोन्ही नियतकालिकांसाठी वर्गणी

- वार्षिक वर्गणी ₹ 1,000/-
- त्रैवार्षिक वर्गणी ₹ 2,500/-
- पंचवार्षिक वर्गणी ₹ 4,000/-
- आजीवन (15 वर्षे) ₹ 12,000/-

आता ऑनलाइन वर्गणी भरा आणि सभासद व्हा!
www.payyoursubscription.com

OEM EKVIRA MEDIA PVT. LTD.
Everything in Media
Corporate Office : Office No. 15 & 16, Vishnu Priya Apartment, 5th Floor, Above Nirmitee Show-room, Ganesh Mala, Sinhagad Road, Pune - 411 030
Ph. No. : 88059 81673 / 81490 90765

नव्या उमेदवार तरुणांना भांडवल उभे करण्यासाठी अस्थिर अर्थव्यवस्थेमध्ये अधिकच दुरापास्त असते. या सगळ्या कोंडमाऱ्यामध्ये उमेदीच्या तरुणाईला स्वाभिमानाने उभे राहता येईल, एवढेच नव्हे तर अत्यंत संपन्न व प्रतिष्ठेचे करियर घडवता येईल असा एक मार्ग आहे. म्हटले तर आगळा, म्हटले तर सरधोपट असा.

आगळा-वेगळा अशासाठी, की या व्यवसायासाठी भांडवल लागत नाही, पैसा ओतावा लागत नाही. सरधोपट अशासाठी की हा मार्ग कोणतेही फसवे आश्वासन देत नाही. ही कोणती छुपी पिरॅमिड योजना नाही किंवा आशाळभूत बेरोजगारांना फसवण्याचा गळेकापू धंदा नाही. हा आहे आपल्या सर्वांच्या चांगल्याच परिचयाचा, किंबहुना अतिपरिचयात अवज्ञा होऊन दुर्लक्षिला गेलेला जीवन विमा विक्रीचा व्यवसाय.

जीवन विमा एजंट हा लोकांना न उमगलेला एक व्यवसाय आहे. आपण वेगवेगळ्या नाटक-सिनेमांमधून विमा एजंट बघतो. बऱ्याचदा उपहास केलेले जीवन विमा हे क्षेत्र मुळात बऱ्याचजणांना समजलेले नसते. बऱ्याच तरुणांच्या सुस्थापित नोकरीची संकल्पना बँकेत नोकरी मिळवणे इथपर्यंत जाऊन थांबते; पण विमा एजंटचे करियर त्याला केवळ समजत नसल्याने, त्याची चुकीची माहिती असल्याने खुणावत नाही. कसे आहे हे करियर आणि काय आहेत याच्यात यशस्वी होण्याच्या युक्त्या?

विमा एजंटचे करियर करण्यासाठी भांडवल लागत नाही. तुम्ही फक्त बारावी पास असाल तर विमा नियामक मंडळाचे काही तासांचे प्रशिक्षण घेऊन तुम्ही विमा एजंट बनण्यासाठी परीक्षा देऊ शकता. ही परीक्षा पास झाल्यावर तुम्हाला विमा विक्रीचे लायसन्स मिळते आणि मग तुमच्या खऱ्या परीक्षेला सुरुवात होते. तुमचे भांडवल म्हणजे फक्त तुमची चिकाटी आणि लोकसंग्रह करण्याचे कसब. या बिनभांडवली व्यवसायातून आज एल. आय. सी.मध्ये बऱ्याच एजंटांचे वर्षाचे कमिशन कोटीच्या घरात आहे.

अर्थात बिनभांडवली म्हटला तरी कोणत्याही व्यवसायाप्रमाणे यात यशस्वी होण्यासाठी कष्ट, बुद्धिमत्ता आणि वेळ यांची आवश्यकता असतेच. विमा व्यवसायाचे वैशिष्ट्य असे, की एकदा का तुम्ही हा व्यवसाय सुरू केला की तुम्हाला तुमच्या चालू पॉलिसींवर आयुष्यभर कमिशन मिळते; एवढेच नव्हे, तर तुमच्या वारसालाही हे कमिशन मिळत राहते. जगातला दुसरा कोणताही व्यवसाय असा न आटणारा उत्पन्नाचा झरा देत नाही. अर्थातच, या झऱ्याचे महागंगेमध्ये रूपांतर करणे तुमच्याच हातात असते.

उपयुक्त मजकूर पानोपानी
याची ख्याती कानोकानी..!

ग्राहक चळवळीचे मुखपत्र
ग्राहकहित

'ग्राहकहित' मासिक नेमकं काय करते..?

बाजारपेठेतील तीव्र स्पर्धा, आक्रमक (कधी कधी फसवी) जाहिरातबाजी, सवलतींचा भुलभुलैय्या यात गरगरणारे अनेक ग्राहक आहेत. वस्तू खरेदीत कधी फसतो, कधी तोट्यात जातो. हा अन्याय असला तरी 'दाद' मागण्यासाठी कुठे जायचे? याविषयी सल्ला कोण देणार..?

या प्रश्नांची उत्तरे तुमच्या जवळच आहेत.

ते फक्त लक्षात आणून देण्याचे काम 'ग्राहकहित' करते.
म्हणूनच 'ग्राहकहित' आपल्या घरी असायलाच हवे.
ग्राहक चळवळीचे केवळ साक्षीदार नव्हे तर 'साथीदार' व्हा...

वर्गणी (दिवाळी अंकासहित)
* **वार्षिक वर्गणी : रु.१५०/-**
* **द्वैवार्षिक वर्गणी : रु.२८०/-**

• **संपर्क : ग्राहक पेठ,** २०२० सदाशिव पेठ, टिळक रोड, पुणे ३०
• **फोन** : २४४७१५९२, २४४७५५९२
• **मेल** : grahakhit@gmail.com

विमा प्रतिनिधी झाल्यानंतर त्याला वर्षभरात नवीन बारा पॉलिसी किंवा एक लाख रुपयांचा प्रिमियम आणणे बंधनकारक असते. ही किमान पात्रता विमा प्रतिनिधीला पुढे व्यवसाय सुरू ठेवण्यासाठी दर वर्षी पूर्ण करावीच लागते नाहीतर त्याची एजन्सी बंद होण्याची शक्यता असते. याचा विचार नव्याने विमा प्रतिनिधी होणाऱ्याने करणे आवश्यक आहे.

पण लायक तरुणांनो, ध्येय फक्त चांगला पैसा मिळवण्यापुरते मर्यादित नसते. त्यांना ओढ असते ती लोकमान्यतेची, प्रतिष्ठेची आणि समाजात मानाने वावरण्याची. आयुर्विमा महामंडळाचे विमा व्यावसायिक आज नुसते ऐश्‍वर्यसंपन्नच नाहीत, तर सुप्रतिष्ठित नेतेही आहेत. आयुर्विमा महामंडळाचे व्यावसायिक आज चीफ लाइफ इन्शुरन्स अ‍ॅडव्हायझर बनून आपल्या स्वतःची टीम तयार करून लीड करू शकतात. झोनल आणि चेअरमन क्लब मेंबरना स्वतःचे ऑफिस चालवण्यासाठी एक लाखाच्या वर ऑफिस अलाउन्स, स्टेशनरी, टेलिफोन भत्ता तसेच सवलतीच्या दरात गाडी व घरासाठी कर्ज मिळते. सिटी करियर एजंट स्कीममध्ये नवीन तरुण विमा एजंटांना प्रोत्साहन मिळावे म्हणून दरमहा सात हजार रुपये शिकाऊ भत्ता कमिशनव्यतिरिक्त दिला जातो. यासाठी काही व्यावसायिक अटी आहेत. एवढेच नव्हे, तर विकास अधिकारी भरतीमध्ये विमा एजंटांकरता ठराविक जागा राखीव ठेवण्यात आल्या आहेत.

सर्वांत महत्त्वाचा मुद्दा म्हणजे विमा एजंटचे करियर हे नुसते पैसे मिळवणे, प्रतिष्ठा मिळवणे यासाठीची आप्पलपोटी उपजीविका नाही. हे जणू काही एक राष्ट्रसेवेचे कार्य आहे. आपण हे विसरता कामा नये, की आयुर्विमा महामंडळाची स्थापनाच मुळी ‘विडोज ट्रस्ट’ म्हणजे ‘विधवांचा विश्‍वासू’ अशी झाली आहे. आयुर्विमा महामंडळ सरकारला आपल्या नफ्यातील ५% भाग देते. मागील वर्षी ही रक्कम जवळजवळ २४१७ कोटी होती आणि महामंडळाने आपल्या विमाधारकांना (पॉलिसीहोल्डर्सना) अंदाजे ४६००० कोटी रक्कम नफ्यावरील परतावा म्हणून वाटली. आयुर्विमा महामंडळही भारतातीलच नव्हे तर जगभरातील सर्वांत मोठ्या जीवन विमा कंपन्यांपैकी एक आहे.

भारतातील जीवन विम्याची पातळी इतर राष्ट्रांच्या तुलनेत कमी आहे. इतर प्रगत राष्ट्रांमध्ये प्रतिव्यक्ती विमा गुंतवणुकीचे प्रमाण सरासरी ३५३ डॉलर्स इतके आहे, तर भारतात मात्र फक्त ५५ डॉलर्स इतके कमी आहे. सध्याच्या जगात शिक्षण, आरोग्य आणि पेन्शन या तीन गोष्टींची विवंचना सगळ्यांना आहे. या तिन्ही गोष्टी अत्यंत खर्चिक झालेल्या आहेत. आयुर्विमा महामंडळाच्या विविध योजनांद्वारे आपण याचे उत्तम नियोजन करू शकतो. त्यामुळे या योजनांची विमा विक्री हा ‘स्वार्थात परमार्थ’ साधून देणारा एक आदर्श व्यवसाय आहे.

म्हणजेच भारतामध्ये आयुर्विमा लोकसंख्येच्या मानाने अजून फार कमी आहे. जागतिक सरासरी बघता भारतात आयुर्विम्याला या पातळीवर जाण्याकरता विमा विक्रीस आणि पर्यायाने मिळणाऱ्या कमिशनला ‘ओन्ली स्काय इज द लिमिट’!

राहुल फडतरे व नीलेश ढवळे हे दोन मित्र २००३ साली २२ वर्षांचे असताना त्यांनी विमा एजन्सी घेतली. आज दोघेही दिमाखात आपल्या एसयूव्हीतून फिरत असतात. हा प्रवास १५ वर्षांचा आहे. दोघांचे उत्पन्न वार्षिक ३० लाखांच्या दरम्यान आहे. त्यांचे स्वतःचे ऑफिस व स्वतःचे घर आहे. इतकेच नव्हे, तर पुण्यासारख्या शहरात त्यांनी दोन-दोन घरे घेतली आहेत. मला सांगा, तुम्हाला आजच्या शिक्षणामध्ये /नोकरीमध्ये १५ वर्षांनी तुम्ही मिळवू शकता ३० लाख पगार/उत्पन्न? तेव्हा विचार कसला करता? लागा कामाला. ◉

बँकेत अथवा पोस्टात गुंतवणूक करण्याला आता अनेक पर्याय उपलब्ध आहेत. म्युच्युअल फंड हा त्यातलाच एक. पण बहुतांशी गुंतवणूकदारांना त्याबद्दल फारशी माहिती नसते आणि असली तरी ती अपुरी असते. त्यामुळे चांगला परतावा मिळत असला तरी गुंतवणूकदार त्याकडे फारसे वळत नाहीत. म्युच्युअल फंडांचा अभ्यास करुन गुंतवणूकदारांना त्याबद्दल योग्य ते मार्गदर्शन केलं तर गुंतवणूकदारांना तर फायदा होतोच पण सल्लासेवा देणाऱ्या व्यक्तीला त्याचा उत्तम मोबदला मिळतो. त्यामुळेच म्युच्युअल फंड ॲडव्हायझर हा एक यशस्वी उद्योग उभा राहू शकतो. कसा ते वाचूयात..

म्युच्युअल फंड ॲडव्हायझर एक वेधक व्यवसाय

भूषण महाजन

kreatwealth@gmail.com

लेखक 'अर्थबोध शेअर्स अँड इन्व्हेस्टमेंट्स'चे प्रा. लि.चे व्यवस्थापकीय संचालक आहेत.

म्युच्युअल फंडाचं नावच ऐकलं नाही अशी सुशिक्षित शहरी व्यक्ती सहसा सापडणार नाही. तरीही एकूणच नव्या पिढीचं आर्थिक (अ)ज्ञान बघता, फंडाचं नाव ऐकलं आहे पण म्हणजे नक्की काय ते माहित नाही असं म्हणणारे अनेक मिळतील. मात्र मी जर म्हटलं की दोन तीन वर्षं मेहनत करून व्यवसाय उभा केला तर घरपोच मोबदला तर मिळतोच पण ग्राहकहित मनापासून सांभाळलं तर जसं आपल्या गुंतवणूकदाराचं भलं होईल तसा आपला मोबदलाही आपोआप वाढतो तर हे ऐकून बरेच तरुण/तरुणी या व्यवसायाकडे यात वळतील यात शंका नाही.

शेअरबाजाराबद्दल बरेच गैरसमज आहेत, परंतु दीर्घकाळ थांबण्याची तयारी असेल तर ते एक संपत्ती व समृद्धीचे साधन आहे हे नक्की. शेअरबाजार व रोखेबाजारात तज्ज्ञांमार्फत गुंतवणूक करून, एका ट्रस्टच्या माध्यमातून योग्य तो परतावा देण्याचं काम म्युच्युअल फंड करतात. नफा किंवा तोटा यात फंड भागीदार असत नाही. त्यांच्या कौशल्याची फी मात्र द्यावी लागते. गुंतवणूकदारांकडून जमा केलेल्या फंडाच्या एकूण निधीला ॲसेट अंडर मॅनेजमेंट असे म्हणतात. नव्वदीमध्ये सुरु झालेल्या या फंड्सनी आता चांगलेच बाळसे धरले आहे. गेल्या दहा वर्षात हा निधी चार लाख कोटींवरून आता चोवीस लाख कोटींवर गेला आहे. पुढील पाच वर्षात यात दुपटीने वाढ होईल असा अंदाज आहे. सामान्य निवेशकाला म्युच्युअल फंडाचे बारकावे समजावून सांगण्यासाठी मोठ्या मनुष्यबळाची गरज आहे, त्यामुळेच तरुणांनी या व्यवसायाकडे वळले पाहिजे.

स्वतंत्र आर्थिक सल्लागार (IFA) होण्यासाठी किमान बारावीपर्यंतचे शिक्षण आवश्यक आहे, पण वाणिज्य शाखेचा पदवीधर असणे जास्त सोयीचे आहे. कारण आर्थिक विषय, ताळेबंद, नफा तोटा पत्रक समजणे सोपे जाते. याखेरीज नॅशनल इन्स्टिट्यूट ऑफ सिक्युरिटी मार्केट्सची (NISM) परीक्षा उत्तीर्ण व्हावी लागते. त्यानंतर असोसिएशन ऑफ म्युच्युअल फंड्स इन इंडियाचे (AMFI) प्रमाणपत्र घ्यावे लागते (त्याला ARN असे म्हणतात). वरील निकष पूर्ण केल्यावर चांगल्या परतावा भूतकाळात दिलेल्या म्युच्युअल फंडांचा अभ्यास करून त्याकडे आपले नाव नोंदवावे लागते.

एवढी तयारी झाल्यावर आपल्या परिचितांकडे व्यवसाय करायला आपण मोकळे. या व्यवसायात इन्शुरन्स एजंट इतकी तडतड होत नाही, व गुंतवणुकीचा हा पर्याय लोकमान्य व लोकप्रिय असल्यामुळे चांगला परतावा मिळणारा व निधी व्यवस्थापन उच्च दर्जाचे असलेला फंड सुचवल्यास गुंतवणूकदार गुंतवणुकीला तयार होतो. बाजारात तेजी मंदी असते व मुदत ठेवी सारखे निश्चित उत्पन्न मिळत नाही हे आधीच सांगितलेले बरे. नाहीतर अपेक्षाभंग होण्याचा संभव असतो. दरवर्षी मुदत ठेवीच्या व्याजाएवढा परतावा जरी मिळत नसला

तरी किमान पाच वर्षे गुंतवणूक केल्यास ठेवीपेक्षा अधिक व महागाईवर मात करणारा, कमी कर द्यावे लागणारा करणारा उतारा मिळतो हे नक्की.

ही गुंतवणूक अत्यंत सोयीची आहे. पगारदार व्यक्तीला दरमहा थोडेसे पैसे (अगदी ५०० रुपयेही) गुंतवता येतात. या पर्यायाला सिप असे म्हणतात. आपल्या आयुष्याचे कुठलेही स्वप्न पूर्ण करणे त्यातून शक्य होते. घर, मुलाचे उच्च शिक्षण, लग्न, निवृत्तीनियोजन आदी कुठलेही लक्ष्य साधता येते.

हा सर्व व्यवसायाचे नियमन (SEBI) सेबी ही सरकारी संस्था करते. सल्लागार, तसेच निधी व्यवस्थापनाकडे सेबीचे बारीक लक्ष असते. गुंतवणूकदाराचे संरक्षण हा मूळ हेतू असल्याने यात मिळणारे कमिशन कमी व्हावे असे नियमन सेबी करीत असते. किंबहुना सल्लागाराने कमिशन न घेता आपली फी गुंतवणूकदाराकडून परस्पर घ्यावी असा प्रयास सेबी गेली काही वर्ष करीत आहे. वकिली व डॉक्टरी सल्ला सोडून कुठल्याच सल्ल्याची फी देणे अजून सामान्य माणसाच्या पचनी पडलेले नाही. त्यात भारतीय माणसाची मानसिकता व कल (काही सन्माननीय अपवाद सोडल्यास) प्रत्येक गोष्ट फुकटात पदरात पाडून घेण्याकडे आहे.याचा विचार करता ही मानसिकता बदलण्यासाठी आणखी काही वर्षे जावी लागतील असे वाटते.

व्यवसायात जम बसण्यासाठी स्वतःला सतत सक्षम करीत राहावे लागते. त्यासाठी CFP (सर्टिफाईड फायनान्शियल प्लॅनर) म्हणून प्रमाणपत्र मिळवणे सोयीचे आहे. दोन तीन वर्षे अभ्यास करून हे घेणे शक्य आहे. CFP झाल्याने गुंतवणूकदारापुढे आपली पत वाढते व सल्ल्याला वजन येते. FPSB म्हणजेच फायनान्शियल प्लॅनिंग सर्व्हिसेस बोर्ड ही संस्था हे प्रमाणपत्र देण्याची व्यवस्था करते.

गुंतवणूक सल्लागार म्हणून काम करताना बाजारात उपलब्ध असणाऱ्या गुंतवणुकीच्या सगळ्याच पर्यायांचा अभ्यास असणं गरजेचं आहे. ज्या कंपन्यांचे म्युच्युअल फंड्स/शेअर्स असतात त्या कंपन्यांची एकूण आर्थिक स्थिती आणि वाटचाल कशी आहे याचा बारकाईने विचार करावा लागतो. या पर्यायांमध्ये जोखीम कोणती आणि कितपत आहे याकडे लक्ष द्यावं लागतं. या सगळ्याचा विचार करुन आणि गुंतवणूकदाराची गरज आणि मानसिकता समजून घेऊन सल्ला द्यायला हवा.

थोडाफार जम बसल्यावर अनेक जोडधंदे करता येतात. नोकरी धंद्यामुळे किंवा आवड म्हणून परदेश प्रवास करणारा मध्यम वर्ग वाढत चालला आहे. परदेशी चलन त्यांना उपलब्ध करून देण्याचा व्यवसाय चांगला चालू शकतो. रिझर्व बँकेकडून त्यासाठी लायसन्स मिळू शकते किंवा तोपर्यंत फॉरिन एक्स्चेंज एजंटचा सब ब्रोकर म्हणून काम करता येते. डॉलर मागे २५ पैसे कमिशन मिळू शकते.

तसेच मुदतीचा विमा आता लोकप्रिय होत आहे. मेडिक्लेमची तर प्रत्येकाला आत्यंतिक गरज आहेच! हा जोडधंदाही चांगला चालू शकतो.

काही काळ उमेदवारीची तयारी असली तर आर्थिक सल्लागार होणे ही उज्वल भविष्याची किल्ली आहे हे नक्की! ⊙

आपल्याकडची एकूण मालमत्ता, हातात असणारा पैसा, शिल्लक रक्कम, देणी, कर्ज आणि येणं असलेली रक्कम अशा गोष्टी वैयक्तिक पातळीवर असतात तेव्हा त्यांचे अर्थ आपल्या लक्षात यायला फारशी अडचण येत नाही. पण उद्योगांच्या बाबतीत या संकल्पना थोड्याशा गुंतागुंतीच्या असतात. त्यांचे अर्थ समजून घ्यायचे असतील तर बॅलन्स शीट नीट वाचता यायला पाहिजे. त्याचसाठी हा लेख...

ताळेबंद अर्थात 'बॅलन्सशीट'

- भाग २

अतुल कहाते
akahate@gmail.com

कॉर्पोरेट क्षेत्रातील अनुभव आणि
विविध विषयांवर लेखन करतात.

वैयक्तिक पातळीवर मालमत्ता, देणी किंवा कर्ज आणि आर्थिक स्थिती किंवा 'नेटवर्थ' या सगळ्या गोष्टींचा हिशेब लावणं सोपं असतं हे आपण बघितलं. आता वैयक्तिक पातळीवरच्या गोष्टींचा विचार न करता आपण एखाद्या उद्योजकाच्या किंवा कंपनीच्या संदर्भातल्या आकडेवारीचा विचार करू. कंपनीकडच्या मालमत्तेला तांत्रिक भाषेत 'ॲसेट्स' असं म्हणतात, कंपनीला असलेल्या देण्यांना 'लायबिलिटीज' असं म्हणतात, तर कंपनीकडची मालमत्ता वजा तिला असलेली देणी म्हणजे कंपनीमध्ये गुंतवणूकदारांनी गुंतवलेलं भांडवल. याला 'ओनर्स इक्विटी' किंवा 'शेअरहोल्डर्स इक्विटी' असं म्हणतात. या सगळ्यांचा हिशेब मांडण्यासाठी एक सोपं समीकरण वापरलं जातं:

मालमत्ता वजा देणी म्हणजे गुंतवणूकदारांची गुंतवणूक किंवा त्यांचं भांडवल

हेच समीकरण दुसऱ्याही एका प्रकारे मांडता येतं:

मालमत्ता बरोबर देणी अधिक गुंतवणूकदारांची गुंतवणूक किंवा त्यांचं भांडवल

हे दुसरं समीकरण म्हणजे हिशेबांच्या दुनियेमधलं अगदी मूलभूत समीकरण मांडलं जातं. आर्थिक ताळेबंदाचे दोन भाग केले जातात. एका भागामध्ये कंपनीकडची मालमत्ता असते, तर दुसऱ्या भागामध्ये देणी आणि गुंतवणूकदारांचं भांडवल या गोष्टी असतात. एकीकडची मालमत्ता आणि दुसरीकडची देणी आणि गुंतवणूकदारांचं भांडवल यांची बेरीज यांचे आकडे एकमेकांशी जुळावेच लागतात. म्हणूनच इंग्रजीत ताळेबंदाला 'बॅलन्सशीट' असं म्हणतात. यात 'बॅलन्स' म्हणजे आकडे जुळणं असा अर्थ अभिप्रेत असतो.

आर्थिक ताळेबंदाची म्हणजेच बॅलन्सशीटची संकल्पना समजून घेण्यासाठी आपण अनेक वर्तमानपत्रांमध्ये किंवा वेबसाइट्सवर असलेला कुठल्याही कंपनीचा ताळेबंद बघू शकतो. नमुन्यादाखल सोबत एका काल्पनिक कंपनीचा काही वर्षांपूर्वीचा आर्थिक ताळेबंद जोडला आहे.

आर्थिक ताळेबंदामधली अगदी पहिली गोष्ट म्हणजे कुठलाही आर्थिक ताळेबंद हा 'ठराविक काळासाठी' किंवा 'एखाद्या आर्थिक तिमाहीसाठी/वर्षासाठी' नसतो. आर्थिक ताळेबंद हा एका नेमक्या दिवशीचा असतो. म्हणजेच समजा १ एप्रिल २०१८ ते ३१ मार्च २०१९ हे गेलं आर्थिक वर्ष असेल तर त्या वर्षीसाठीचा आर्थिक ताळेबंद कदाचित '१ एप्रिल २०१९ रोजीचा' असू शकतो, पण तो '१ एप्रिल २०१८ ते ३१ मार्च २०१९' साठीचा कधीच असत नाही. कुठल्याही नेमक्या दिवशी संबंधित कंपनीची आर्थिक परिस्थिती कशी आहे किंवा होती हे दर्शवण्यासाठी आर्थिक ताळेबंदाचा उपयोग केला जातो हे यातून स्पष्ट व्हावं. गेल्या आर्थिक वर्षात कंपनीला किती नफा झाला किंवा तोटा सोसावा लागला हे दाखवण्यासाठीचं इन्कम स्टेटमेंट मात्र ठराविक दिवसांसाठीचं नसतं, ते मुदतीसाठीचं असतं. म्हणजेच इन्कम स्टेटमेंट '१ एप्रिल २०१८ ते ३१ मार्च २०१९' साठीचं असू शकतं, पण ते '१ एप्रिल २०१९ रोजीचं' असू शकत नाही.

सारांश, कुठल्याही कंपनीची आर्थिक कामगिरी तपासायची असेल तर त्या कंपनीचं ठराविक मुदतीमधलं इन्कम स्टेटमेंट आणि त्या मुदतीअखेरचा आर्थिक ताळेबंद या दोन गोष्टी एकत्रितरीत्या तपासणं आवश्यक ठरतं. तसंच इन्कम स्टेटमेंट हे अख्ख्या कंपनीच्या कामगिरीसाठीचं असू शकतं, पण ते कंपनीमधल्या ठराविक विभागांपुरतं मर्यादित पण असू शकतं. आर्थिक ताळेबंद मात्र जवळपास कधीच असा निरनिराळ्या विभागांसाठी तयार केला जात नाही;, तो संपूर्ण कंपनीसाठी तयार केला जातो. अर्थात एखाद्या कंपनीच्या काही उपकंपन्या असल्या तर मात्र त्या उपकंपन्यांसाठी स्वतंत्र आर्थिक ताळेबंद तयार केले जातात आणि त्या

सगळ्या स्वतंत्र आर्थिक ताळेबंदांचं एकत्रीकरण करून एक मुख्य आर्थिक ताळेबंद तयार केला जातो.

आर्थिक ताळेबंद तयार करण्यासाठी दोन प्रकारे त्याची मांडणी करता येते. पहिल्या पद्धतीमध्ये आर्थिक ताळेबंदाचे दोन उभे भाग केले जातात. डावीकडच्या भागामध्ये कंपनीकडे असलेल्या मालमत्तेची मांडणी केली जाते, तर उजवीकडच्या भागात कंपनीला असलेली देणी आणि प्रवर्तकाचं भांडवल या गोष्टी नोंदवल्या जातात. ही मांडणी जवळपास सगळीकडेच वापरली जाते. दुसऱ्या पद्धतीमध्ये आर्थिक ताळेबंदाचे दोन उभे भाग केले जात नाहीत. त्याऐवजी आर्थिक ताळेबंदाचे तीन आडवे भाग केले जातात. पहिल्या भागात कंपनीकडच्या मालमत्तेच्या नोंदी असतात. दुसऱ्या भागात कंपनीला असलेल्या देण्यांच्या नोंदी असतात. तिसऱ्या आणि शेवटच्या भागात कंपनीच्या प्रवर्तकाच्या भांडवलाच्या नोंदी असतात. आधी म्हटल्याप्रमाणे आर्थिक ताळेबंदाची अशा प्रकारची रचना फारशी बघायला मिळत नाही. अर्थात या दोनपैकी कुठलीही पद्धत वापरली तरी आधी उल्लेख झालेलं आणि खाली परत एकदा दिलेलं समीकरण जुळावंच लागतं:

मालमत्ता बरोबर देणी अधिक प्रवर्तकाचं भांडवल

बऱ्याचदा आर्थिक ताळेबंदामध्ये सध्याच्या परिस्थितीबरोबरच बरोबर एक वर्ष किंवा एक तिमाही याआधीच्या कामगिरीचीही नोंद केली जाते. अर्थातच विश्लेषकांना कंपनीच्या आर्थिक परिस्थितीमध्ये होत असलेल्या चांगल्या किंवा वाईट बदलांविषयी सहजपणे समजून घेता यावं तसंच त्यांना याची तुलना करता यावी म्हणून ही माहिती दिलेली असते. उदाहरणार्थ, १ एप्रिल २०१९ रोजी सादर केल्या जात असलेल्या आर्थिक ताळेबंदामध्ये १ एप्रिल २०१९ रोजीच्या परिस्थितीच्या नोंदी तर असतातच, पण त्याच्याच शेजारी १ एप्रिल २०१८ रोजीच्या नोंदीही बहुतेक वेळा पुरवलेल्या असतात. आता आर्थिक ताळेबंदामधल्या महत्त्वाच्या घटकांविषयी बोलू.

मालमत्ता

कंपनीकडे शिल्लक असलेली रक्कम, कंपनीने केलेली आर्थिक गुंतवणूक, यंत्रसामग्री, स्थावर मालमत्ता, जमीन अशा सगळ्या गोष्टींना एकत्रितरीत्या 'मालमत्ता' असं म्हटलं जातं. जर ही मालमत्ता विकून एका वर्षाच्या आत आपण रोख रक्कम उभे करू शकणार असू तर त्या मालमत्तेला 'करंट ॲसेट्स' असं म्हणतात, तर उरलेल्या मालमत्तेला 'लाँग टर्म ॲसेट्स' असं म्हणतात.

देणी आणि गुंतवणूकदारांचं भांडवल

कंपनीच्या डोक्यावर असलेली अल्प मुदतीची तसंच दीर्घ मुदतीची कर्जं, इतर प्रकारची देणी, देय असलेले बोनस, कर वगैरे सगळं 'देणी' या विभागात येतं.

'गुंतवणूकदारांचं भांडवल' या गटात कंपनीमध्ये गुंतवणूक करणाऱ्या गुंतवणूकदारांनी शेअर्सच्या मोबदल्यात कंपनीला वापरण्यासाठी दिलेल्या रकमांचा हिशेब असतो. तसंच कंपनीला आधी झालेला आणि पुन्हा व्यवसायातच गुंतवला जाणारा नफाही याच गटात नमूद केला जातो. अर्थातच हा नफा म्हणजे गुंतवणूकदारांना किंवा शेअरधारकांना त्यांच्या गुंतवणुकीवर व्याज तसंच डिव्हिडंड यांच्यासारखे परतावे दिल्यावर शिल्लक राहिलेली रक्कम असते.

आता सगळ्यात महत्त्वाचा प्रश्न म्हणजे आर्थिक ताळेबंद अर्थात 'बॅलन्सशीट' नेमकं जुळतं कसं? याचाच अर्थ एकीकडे कंपनीची मालमत्ता आणि दुसरीकडे कंपनीला असलेली देणी, तसंच गुंतवणूकदारांचं भांडवल यांची बेरीज यांचा हिशेब जुळावाच लागतो. तो तसा जुळत नसेल तर हिशेब मांडताना नक्कीच काहीतरी चूक झालेली असणार असं आपण खात्रीने म्हणू शकतो. हा हिशेब नेमका कसा जुळतो हे समजून घेण्यासाठी आपण तीन

आर्थिक ताळेबंदाची मूलतत्त्वं समजून घेतली तर आपल्या उद्योगाची नेमकी आर्थिक स्थिती लक्षात येते. त्याप्रमाणे आर्थिक नियोजन करणं सोयीचं होतं. प्रत्येक उद्योजकाचं आपल्या उद्योगाच्या आर्थिक स्थितीकडे बारकाईने लक्ष असायला हवं. वेळीच उपाययोजना करणं त्यामुळे शक्य होतं. गाफील राहिलं तर मोठ्या आर्थिक अडचणींना सामोरं जायची वेळ येते.

गोष्टींचा विचार केला पाहिजे:

१) जसं आपण कुठल्याही माणसाच्या वैयक्तिक आर्थिक परिस्थितीविषयी बोलताना मालमत्ता वजा देणी बरोबर त्याच्याकडे शिल्लक असलेली रक्कम असं म्हणतो, तसंच आपण कुठल्याही कंपनीच्या बाबतीतही म्हणू शकतो. कंपनीच्या बाबतीत तिची मालमत्ता वजा देणी म्हणजे गुंतवणूकदारांचं भांडवल असा हिशेब केला जातो.
२) आपण आर्थिक ताळेबंदाचा विचार केला तर एका बाजूला आपल्याला कंपनीच्या मालमत्तेविषयीचे सगळे तपशील मिळतात, तसंच दुसऱ्या बाजूला कंपनीला असलेली देणी आणि कंपनीमध्ये गुंतवणूकदारांनी केलेली गुंतवणूक याविषयीची माहिती मिळते. या दुसऱ्या बाजूचं वर्णन म्हणूनच आपण 'कंपनीने आपली मालमत्ता नेमकी कुठून पैसे गोळा करून उभी केली, या प्रश्नाचं उत्तर' अशा शब्दांमध्ये करू शकतो. म्हणजेच कंपनीकडे असलेली मालमत्ता काही अचानक हवेतून आलेली नसते. कुणीतरी कंपनीला कर्जं दिलेली असतात, कुणीतरी भांडवल पुरवलेलं असतं, वगैरे. यातूनच कंपनीकडे मालमत्ता येऊ शकते. साहजिकच कंपनीकडे जे आहे (मालमत्ता) ते नेमकं कसं आलं (देणी आणि गुंतवणूक) या दोन्ही गोष्टींचा हिशेब जुळलाच पाहिजे.
३) आर्थिक ताळेबंदाचा विचार करत असताना जसजशा कंपनीच्या व्यवसायामधल्या गोष्टी घडत जातात तसतसा या ताळेबंदावर त्याचा नेमका काय परिणाम होतो याचा आपण विचार करू शकतो. समजा एक छोटा उद्योजक आपला उद्योग सुरू करण्याच्या बेतात आहे. यासाठी त्याने स्वत:चे ५०,००० रुपये भांडवल म्हणून कंपनीमध्ये गुंतवले. साहजिकच कंपनीच्या आर्थिक ताळेबंदामध्ये 'मालमत्ता' भागाच्या 'शिल्लक रक्कम' या भागात ५०,००० रुपये असतील. अजून या कंपनीच्या डोक्यावर कुठलीही कर्जं नसल्यामुळे 'गुंतवणूकदारांचं भांडवल' या विभागामध्ये ५०,००० रुपये येतील. म्हणजेच आपलं खाली नमूद केलेलं महत्त्वाचं समीकरण जुळेल:

मालमत्ता बरोबर देणी अधिक गुंतवणूकदारांचं भांडवल

याचं कारण म्हणजे
५०,००० बरोबर ० अधिक ५०,०००
आता समजा, कंपनीने आपल्या व्यवसायासाठी ३६,००० रुपये किमतीचं एक छोटं यंत्र विकत घेतलं आणि त्यासाठीची रक्कम लगेच अदा केली. आता आपल्या आर्थिक ताळेबंदातल्या नोंदी अशा दिसतील:

मालमत्ता

....	
शिल्लक रक्कम	१४,०००
यंत्रसामग्री	३६,०००
	....
एकूण	५०,०००

म्हणजेच कंपनीकडच्या एकूण मालमत्तेच्या आकड्यात काहीही फरक पडलेला नाही. आता कंपनीच्या आर्थिक ताळेबंदाच्या दुसऱ्या बाजूकडच्या नोंदींचं काय? तिथे काही फरक पडेल का? उद्योजकाने कंपनी सुरू करताना ५०,०००

रुपये भांडवल ओतलं होतं. त्यात काही फरक पडला आहे का? याचं उत्तर अर्थातच नकारार्थी आहे. म्हणजेच दुसऱ्या बाजूला अजूनही देण्यांचा आकडा ० आणि गुंतवणूकदारांच्या भांडवलाचा आकडा ५०,००० अशाच नोंदी असतील. अजूनही आपला आर्थिक ताळेबंद खाली नमूद केलेल्या समीकरणानुसारच वागतो आहे :

मालमत्ता बरोबर देणी अधिक गुंतवणूकदारांचं भांडवल

आता आपला उद्योग नीटपणे चालवण्यासाठी आपल्याला आणखी १०,००० रुपयांची गरज असल्याचं उद्योजकाला वाटल्यामुळे त्याने १०,००० रुपयांचं कर्ज घ्यायचं ठरवलं असं समजू. यासाठी तो बँकेत जातो आणि १०,००० रुपयांचं कर्ज घेतो. आता त्याच्याकडे शिल्लक असलेल्या १४,००० रुपयांमध्ये १०,००० रुपयांची भर पडून त्याच्याकडे शिल्लक असलेली एकूण रक्कम २४,००० रुपये होईल. आता या उद्योजकाचा आर्थिक ताळेबंद कसा दिसेल? आधी आपण त्याच्याकडच्या मालमत्तेचा विचार करू:

मालमत्ता

शिल्लक रक्कम	२४,०००
यंत्रसामग्री	३६,०००
एकूण	६०,०००

साहजिकच उद्योजकाच्या मालमत्तेमध्ये १०,००० रुपयांची वाढ झाल्याचं आपल्या लक्षात येईल. आता त्याची मालमत्ता ५०,००० रुपयांवरून वाढून ६०,००० रुपयांवर गेल्याचं आपल्याला दिसतं. जर अशा प्रकारे उद्योजकाची मालमत्ता वाढलेली असेल तर त्याचा परिणाम त्याच्या आर्थिक ताळेबंदाच्या दुसऱ्या बाजूमध्ये झाल्याचं आपल्याला दिसलंच पाहिजे; अन्यथा आपलं समीकरण बाद ठरेल. म्हणूनच उद्योजकाच्या आर्थिक ताळेबंदाची दुसरी बाजू अशी असेल:

देणी आणि गुंतवणूकदारांचं भांडवल

बँकेकडून घेतलेलं कर्ज	१०,०००
प्रवर्तकाचं भांडवल	५०,०००
एकूण	६०,०००

म्हणजेच आपलं खाली दिलेलं समीकरण पुन्हा जुळलं.

मालमत्ता बरोबर देणी अधिक गुंतवणूकदारांचं भांडवल

याचाच अर्थ कुठल्याही उद्योगाचा आर्थिक ताळेबंद कुठल्याही क्षणी जुळलाच पाहिजे. याची आणखी काही उदाहरणं:

(१) कंपनीने नंतर आपल्याकडे शिल्लक असलेल्या १०,००० रुपयांचा वापर करून बँकेचं कर्ज फेडून टाकलं. आता कंपनीकडच्या शिल्लक रकमेमध्ये म्हणजेच मालमत्तेमध्ये १०,००० रुपयांची घट झालेली असली तरी कंपनीला असलेल्या देण्यांच्या म्हणजेच बँकेकडून घेतलेल्या कर्जाच्या आकड्यात १०,००० रुपयांची घट झालेली आहे. म्हणजेच दोन्हीकडून १०,००० रुपये कमी होऊन कंपनीचा आर्थिक ताळेबंद जुळेल.

(२) कंपनीने १ लाख रुपये किमतीची यंत्रसामग्री विकत घेतली. त्यामधले ५०,००० रुपये कंपनीने लगेच चुकते केले आणि ५०,००० रुपये दोन महिन्यांनी द्यायचं कबूल केलं. आता कंपनीच्या मालमत्तेमध्ये 'यंत्रसामग्री' या ओळीत १ लाख रुपयांची भर पडेल पण शिल्लक रकमेत ५०,००० रुपयांची घट होईल. दुसरीकडे कंपनीला असलेल्या देण्यांच्या आकड्यात ५०,००० रुपयांची वाढ होईल. म्हणजेच नेहमीप्रमाणे आपलं मूळ समीकरण जुळेल!

आर्थिक ताळेबंदाची मूलतत्त्वं म्हणूनच एकदम सोपी असतात हे आता आपल्या लक्षात आलेलं असेल.

⊙

काय?
स्वत:चा व्यवसाय
सुरु करायचाय?
पण कोणता करु
सुचत नाही?

तुमचा व्यवसाय
वाढवायचाय?
त्यात अडचणी
आहेत?

शिक्षण आणि
कामाचा अनुभव
आहे? मग व्यवसाय
नक्की करू शकाल!

नोकऱ्या नाहीत,
पण छोटा मोठा
व्यवसाय नक्की
करू शकाल !

‘यशस्वी उद्योजक’ वाचा... यशस्वी उद्योजक व्हा!

अंकाची वर्गणी
वार्षिक: रु. ५००/-
व्दैवार्षिक: रु. ९५०/-
त्रैवार्षिक: रु. १४००/-

कृपया वर्गणीचे धनादेश
‘देआसरा फाऊंडेशन’
(‘deAsra Foundation’)
या नावाने काढावेत.

deAsra Foundation
अकाउंट नं. ३०९०००२३०८४५
IFSC Code: RATN0000031
RBL BANK LTD. S.B ROAD BRANCH

www.facebook.com/yashaswiudyojak
https://yu.deAzzle.in

de Asra

दे आसरा फाऊंडेशन, व्दारा पर्सिस्टंट सिस्टिम्स लि., ४०२ भगीरथ,
आय.सी.सी.टेक पार्क जवळ, सेनापती बापट मार्ग, गोखलेनगर,
पुणे- ४११०१६. दे आसरा फाऊंडेशन- ८६६९९ ८५५९९

‘देआसरा फाऊंडेशन’चे मासिक
यशस्वी उद्योजक™

+91 91460 29132 yuteam@deasra.co.in www.deasra.in/magazines

आपल्या उत्पादनाची जाहिरात करताना ग्राहकांना आकृष्ट करण्यासाठी अनेक प्रकारचे फसवे दावे केले जातात. ग्राहकही अशा उत्पादनांकडे आकर्षित होतात आणि त्या उत्पादनाचा खप कित्येक पटींनी वाढतो. वास्तविक ग्राहकाला संभ्रमात टाकेल अशी माहिती, संवाद जाहिरात करताना टाळले पाहिजेत. सामाजिक नैतिकतेचा तो अलिखित नियम आहे.

बोलाची कढी न बोलाचा भात

डॉ. मनोहर इंगळे

surmaning@gmail.com

कॉर्पोरेट क्षेत्रात विविध पदांवर काम करण्याचा आणि व्यवस्थापन संस्थांमध्ये अध्यापनाचा अनुभव आहे.

जाहिरातीतील नैतिकतेविषयी आपण मागील लेखात चर्चा करत होतो.
ग्राहकाला भ्रमित करणाऱ्या जाहिरातींची दोन उदाहरणे आपण पहिली. आता आणखी काही उदाहरणे पाहू. विशेष म्हणजे या सर्व जाहिराती अत्यंत लोकप्रिय आणि भरपूर खप असणाऱ्या वस्तूंच्या आहेत.

'माझा'ची ही जाहिरात पहा.
'माझा' हा कोकाकोला कंपनीने उत्पादित केलेला फळांचा रस आहे. याची जाहिरात करताना प्रत्येक मोसमात 'आंबा माझा' असा दावा केला जातो. वास्तविक माझाच्या एका बाटलीमधून ५४ उष्मांक शरीराला मिळतात. शिवाय शरीरात १३.५ ग्रॅम कर्बोदके आणि १३ ग्रॅम साखर जाते. प्रोटिन्स मात्र अजिबात जात नाहीत.
'माझा'च्या एका बाटलीत फक्त १९.५ % आंब्याचा पल्प असतो. उरलेल्या ८०.५ टक्क्यांमध्ये पाणी, साखर, खाण्याचा रंग, आंब्याचा वास देणारी द्रव्ये आणि प्रिझर्वेटिव्ह असतात. (हे माझाच्या वेष्टनावर लिहिलेले आहे.)
जैवतंत्राचा उपयोग करून आंब्याचा पिकण्याचा काळ लांबविता येतो. यासाठी आंब्याच्या जनुकात बदल करावा लागतो. अशा प्रकारे आंब्याचा सीझन संपल्यावरही काही काळ 'माझा' तयार करता येतो; परंतु या प्रक्रियेत आंब्याची आरोग्यमूल्ये कमी होतात.
'माझा'मध्ये खरा फळांचा रस नसतोच. असतात ती चव आणि वास देणारी साखर आणि इतर द्रव्ये आणि प्रीझर्वेटिव्ह!

'कॉम्प्लान' या शक्तिदायी पावडरचा तर असा दावा आहे, की 'कॉम्प्लान' प्यायल्याने मुलांची उंची वाढते. छान! हे जर खरे असेल तर जनुकीय कारणांनी किंवा आनुवंशिकतेने कोणी बुटके राहण्याचे कारणच नाही!
कॉम्प्लानमध्ये प्रत्यक्षात प्रक्रिया केलेली टाकाऊ (junk) साखर, ज्वलनशील अस्थिर मेद, कृत्रिम जीवनसत्त्वे आणि कृत्रिम मिनरल असतात.
खरे तर असे टाकाऊ साखरेचे पाणी मुलांना जबरदस्ती पाजण्यात काही अर्थ आहे का?
Advertising Standards Council of India (ASCI)चे प्रमुख सचिव (Secretary General) गॉलबर्ट परेरा यांनी म्हटले होते, की चित्रवाणीवरील जाहिरातीत असे म्हटले होते की कॉम्प्लान प्यायल्याने मुलांची उंची दुप्पट वाढते. या दाव्याच्या पुष्ट्यर्थ पुरावे मागितले असता कॉम्प्लानचे उत्पादन करणाऱ्या हेन्झ या कंपनीला तसे पुरावे देता आले नाहीत. ग्राहक तक्रार सभेत हेन्झ कंपनीने ASCIच्या आदेशानुसार अशी जाहिरात न करण्याचे मान्य केले होते; तथापि, पोगो, कार्टून नेटवर्क आणि काही प्रादेशिक वाहिन्यांवर अशी जाहिरात दाखविणे चालूच ठेवलेले आहे.

गोरेपण देणाऱ्या आणि केसांना रंगविणाऱ्या जाहिरातींबाबत तर बोलायलाच नको. मुळातच शरीराचा रंग बाह्य प्रसाधनाने बदलता येतो, या चुकीच्या गृहीतकावर या जाहिराती आधारित असतात.
फक्त स्त्रियांमध्येच नव्हे, तर पुरुषांमध्येही असलेल्या गोरेपणाच्या अत्याधिक आकर्षणामुळे चेहरा गोरेपणाने उजळवून टाकणाऱ्या क्रीमची उलाढाल २००० कोटी रुपयांवर गेली आहे, आणि हे सारे खोट्या दाव्यांवर आधारित असलेल्या जाहिरातींमुळे.

अशा क्रीममध्ये असणारी ब्लीचिंग पावडर, स्टिरॉइड, पारा यांसारखी घातक रासायनिक द्रव्ये फक्त कातडीचे नुकसान करतात असे नाही, तर नर्व्हस प्रणालीवरही त्यांचा विपरीत परिणाम होऊ शकतो. अगदी आयुर्वेदिक आणि वनस्पतिजन्य क्रीमच्या बाबतीतही हे खरे आहे.
केस रंगविणारे कलप तर अधिक भयावह आहेत. त्यात असणाऱ्या अमोनिया, पिपिडी, फेनॉल, फॉर्माल्डीहाइड, हैड्रोजन पेरॉक्साइड, कोल टार ही द्रव्ये अत्यंत विषारी असून त्यांच्या वापरामुळे कर्करोग होण्याची शक्यता असते.
काही कंपन्या आपला कलप अमोनियारहित असल्याची जाहिरात करतात. अशा कलपामध्ये अमोनियाऐवजी वापरलेली द्रव्ये तितकीच घातक असतात. जाहिरातीत मात्र चतुराईने हे सत्य सांगितले जात नाही.

पेप्सोडेंटच्या जाहिरातीत असेच काही दावे केले जातात.
तुमचे दात मजबूत ठेवण्यासाठी फ़्लुओराइडयुक्त पेप्सोडेंट मदत करते, असा दावा या पेस्टच्या जाहिरातीतून केला जातो.
दरवेळी पेप्सोडेंटने दात घासताना सहा वर्षांखालच्या मुलांकडून नकळत अथवा चव आवडल्याने सर्वसाधारणपणे ०.३ ग्रॅम ते ०.८ ग्रॅम पेस्ट गिळली जाते. दिवसातून अनेक वेळा पेप्सोडेंटने दात घासल्याने जास्त प्रमाणात फ़्लुओराइड लहान मुलांच्या पोटात जाऊ शकते, जे शरीराला घातक आहे. या कारणास्तव जास्त प्रमाणात फ्लुओराइड असलेल्या पेस्ट सहा वर्षांखालील मुलांसाठी वर्ज्य मानल्या जातात.
पण पेप्सोडेंट आपल्या पेस्टच्या जाहिरातीत यातील कोणत्याच मुद्द्याचा उल्लेख करत नाही.
जाहिरातीतील नैतिकतेतील महत्त्वाचा भाग म्हणजे ग्राहकाला वस्तूबाबत योग्य व खरी माहिती देणे. परंतु या जबाबदारीची ऐशी तैशी करून उलट ग्राहकाला भ्रमित करणाऱ्या वरील काही जाहिरातींचा परामर्श आपण घेतला.
बारकाईने पहिले तर आपल्याला अशा आणखीही काही जाहिराती दिसतील.
(वरील विवेचन https://www.youtube.com/watch?v=Vui9V-cDgš- या चित्रफितीच्या आधारे केलेले आहे. ग्राहकांनी त्याची सत्यासत्यता स्वत: पडताळून पाहावी ही विनंती.)
जाहिरातीतील नैतिकतेतील दुसरा संकेत म्हणजे स्पर्धकाच्या वस्तूचे नाव घेऊन तुलना न करणे. हा संकेतही काही प्रसिद्ध वस्तूंच्या जाहिरातीतून धाब्यावर बसविलेला दिसतो.

रिन विरुद्ध टाइडच्या जाहिरातीत स्पर्धकाचे नाव घेऊन जाहिरात करण्यात आली आहे.
शाळेतून येणाऱ्या आपल्या मुलांच्या बसची वाट पाहणाऱ्या दोन माता शेजारी उभ्या आहेत. एकीच्या

बास्केटमध्ये रिन आहे तर दुसरीच्या टाइड. जिच्या बास्केटमध्ये टाइड आहे ती दुसरीला म्हणते, ‘टाइड आहे, सुवास आहे आणि सफेदीसुद्धा. आणखी काय पाहिजे?’ दुसरी आई तिला थंड प्रतिसाद देते. तेवढ्यात बस येते. दोघींची मुले बसमधून उतरतात. टाइडची स्तुती करणाऱ्या आईच्या मुलापेक्षा दुसऱ्या मुलाचा शर्ट अधिक सफेद असतो. तिला आश्चर्य वाटते. सफेद शर्ट घातलेला मुलगा आईला विचारतो, ‘आई, आन्टीला कसलं नवल वाटलं?’

पार्श्वभूमीवर पुढील संवाद ऐकू येतो :

ङ्गटाइडपेक्षा किती तरी चांगली सफेदी देते रिन. आता आश्चर्यकारक किमतीत. रिन फक्त पंचवीस रुपयात!’

या वेळी स्क्रीनवर दोन शर्ट शेजारी शेजारी ठेवलेले दिसतात. शुभ्र शर्टवर रिन, तर पिवळटसर शर्टवर टाइडचा पुडा ठेवलेला दिसतो.

जाहिरातीतील नैतिक संकेताचे इतके उघड उघड उल्लंघन क्वचितच दिसते.

(मूळ जाहिरात पाहण्यासाठी https://www.youtube.com/watch?v=msczklmNj6E ही लिंक पहा)

पेप्सोडेंटच्या जाहिरातीत सरळ सरळ कोलगेटचे नाव घेऊन तुलना केली आहे.

मजकुरात लिहिले आहे, पेप्सोडेंट आता कोलगेट मजबूत दातांपेक्षा (Colgate Strong Teeth) अधिक चांगली. पेप्सोडेंट जंतुवर हल्ला करण्याची १३० टक्के अधिक शक्ती देते.

जाहिरातीत दोन मुले दाखविली आहेत. एका मुलाजवळ कोलगेट पेस्ट दिसते. त्याचा चेहरा उतरलेला आहे. त्याच्या बाजूला दिसणाऱ्या दातांमध्ये बरेच जंतू दाखविण्यात आले आहेत, तर दुसऱ्या मुलाजवळ पेप्सोडेंट पेस्ट दाखविण्यात आली असून त्याचा चेहरा हसरा दिसतो. त्याच्या बाजूला दिसणाऱ्या दातांमध्ये एकही जंतू दिसत नाही.

जाहिरात करताना पाळण्याच्या नैतिक संकेतांना हे अजिबात धरून नाही.

हॉर्लिक्स आणि कॉम्प्लान यांच्या जाहिरातयुद्धात हॉर्लिक्सने आपल्या जाहिरातीत सरळ सरळ कॉम्प्लान व हॉर्लिक्सचे पुडे दाखवून त्यांच्या गुणांची तुलना करून हॉर्लिक्स कॉम्प्लानपेक्षा कसे श्रेष्ठ आहे हे दाखविले आहे.

रस्त्यात भेटलेल्या दोन आया व त्यांच्या मुलांमधील संवाद या जाहिरातीत दाखविला आहे.

एकीच्या बास्केटमध्ये कॉम्प्लानचा पुडा दिसतो, तर दुसरीच्या बास्केटमध्ये हॉर्लिक्सचा.

त्या मुलांमध्ये असा संवाद होतो :

कॉम्प्लानमध्ये तेवीस आहेत.

हॉर्लिक्समध्ये पण तेवीस आहेत.

कॉम्प्लानमुळे सेहत बनते.

हॉर्लिक्स मला उंच, ताकदवान आणि हुशार बनविते हे सिद्ध झालेले आहे.
मग हॉर्लिक्स विकत घेतलेली आई कॉम्प्लानची किंमत विचारते.
मुलगा म्हणतो, 'एकशे सत्तर रुपये.'
त्यावर दुसरा मुलगा म्हणतो, 'पण हॉर्लिक्स तर फक्त १३१ रुपयांत मिळतो.
अशा प्रकारे स्पर्धकाचा नुसता ब्रँडच जाहिरातीत दाखवून नव्हे, तर आपल्या ब्रँडच्या फायद्यांची नाव घेऊन दुसऱ्या ब्रँडशी तुलना करणे हे जाहिरातीतील नैतिकतेला सोडून आहे.
(मूळ जाहिरात पाहण्यासाठी https://www.youtube.com/watch?v=LcbLBJSTtQg ही लिंक पहा.)

'टाइम्स ऑफ इंडिया' विरुद्ध 'द हिंदू' ही दोन नावाजलेली वृत्तपत्रे. समाजाला नैतिकतेचे महत्त्व सांगण्याचे कार्य त्यांनी करावे ही अपेक्षा. परंतु टाइम्स ऑफ इंडियाने चेन्नईमध्ये 'द हिंदू'ने कायद्याच्या कक्षेत राहून जाहिरातीतील नैतिकता कशी डावलली ते खालील जाहिरातीत दिसते. काही तरुण-तरुणींना सामान्यज्ञानाचे प्रश्न विचारण्यात येतात. त्या साऱ्यांची ते चुकीची उत्तरे देतात. त्यांना फक्त बॉलिवुडमधील घटनांबाबत बरोबर माहिती असते.
मग त्यांना 'तुम्ही कोणते वर्तमानपत्र वाचता' असे विचारले जाते. ते सर्व 'टाइम्स ऑफ इंडिया' असे सांगतात. फक्त या वेळी आवाज बंद ठेवण्यात आला आहे, परंतु त्यांच्या ओठांच्या हालचालीवरून ते काय म्हणत आहेत हे स्पष्ट कळते.
शेवटी स्क्रीनवर 'द हिंदू'ची गुंडाळी दिसते. त्याच्या खाली लिहिलेले असते,
ST-Y -HE-D OF THE TIMES
`Stay ahead of the times' असे मुद्दाम लिहिण्याने वाचणाऱ्याच्या मनात 'दि टाइम्स ऑफ इंडिया' यावे यासाठी ही वाक्यरचना केली आहे. ही जाहिरात अतिशय हुशारीने केली आहे यात शंका नाही; पण हे करताना जाहिरातीतील नैतिकता सांभाळली गेली आहे असे म्हणता येईल का?

जाहिरात करताना सामाजिक आणि सांस्कृतिक मान्यता ओलांडू नये असा नैतिक संकेत आहे. बहुतांश जाहिरातींत तो पाळलाही जातो. सामाजिक आदर असलेल्या व्यक्ती वा स्थळांचा अनादर जाहिरातीतून करू नये असाही नैतिक संकेत आहे. तोही बहुतेक जाहिरातीतून पाळलेला दिसतो. अर्थात, लोकक्षोभ आणि त्याचा विक्रीवर होणारा परिणाम हे त्यामागचे एक कारण असू शकेल. मानवाच्या प्रतिष्ठेला बाधा आणेल अशी जाहिरात

एका राजाच्या दरबारात एकदा एक गरीब मनुष्य आपली गायनकला सादर करतो. त्याच्या एकेका गाण्यावर खूश होत राजा त्याला कधी शेरभर सोनं बक्षीस म्हणून जाहीर करतो तर कधी आलीशान हवेली इनाम दिली असं म्हणतो. गाणं संपल्यावर हा मनुष्य घरी येतो आणि बायकोला इतकं बक्षीस जाहीर झाल्याचं सांगतो. काही दिवस जातात, प्रत्यक्षात बक्षीस काही मिळत नाही. गरीब मनुष्य पुन्हा राजाच्या दरबारात जाऊन राजाला त्याबद्दल विचारतो. त्यावर राजा उत्तर देतो, तुझ्या गाण्यानं माझे कान तृप्त झाले, मी बक्षीस जाहीर केलं त्यामुळे तुझे कान तृप्त झाले. विषय संपला. जाहीर केलेलं बक्षीस द्यायलाच हवं अशी काही सक्ती नाही. गोरेपणा देणारे साबण/क्रीम, उंची/स्मरणशक्ती वाढवणारी हेल्थ ड्रींक्स वगैरे उत्पादनांच्या काही जाहिराती या अशाच असतात.

करू नये या संकेताचे मात्र काटेकोरपणे पालन होताना दिसत नाही. विशेषतः स्त्रीप्रतिष्ठेच्या संदर्भात हे अधिक जाणवते. स्त्री एका पुरुषावर अवलंबून असणारी, त्याची सेवा करणारी तरी दाखविली जाते, नाही तर उपभोग्य वस्तू दाखविली जाते.

प्रेस्टीज प्रेशर कुकरची 'जो अपने बीबीसे करें प्यार, वो प्रेस्टीजसे कैसे करें इन्कार?' ही जाहिरात आठवून पहा. जाहिरातीत कुकर घेण्यासाठी दुकानात आलेली पत्नी दुकानदाराने 'काय पाहिजे' असे विचारल्यावर पतीकडे पाहते आणि पती सांगतो, की 'प्रेशर कुकर पाहिजे.'
प्रेशर कुकरसारखी स्त्रिया मुख्यत्वे वापरत असलेली वस्तू घ्यायलासुद्धा त्यांना पुरुषाची मदत लागते, असा संदेश या जाहिरातीतून जातो तो कितपत योग्य आहे?

रेड लेबल नॅचरल केअरची 'पापा, ये तो सब मम्मीके कपका कमाल है' ही जाहिरात वाचकांना आठवत असेल. एकही दिवस ऑफिसला गैरहजर न राहिल्याबद्दल मिळालेला कप घेऊन घरी आलेल्या वडिलांना मुलगी सांगते, की आई तुम्हाला रोज रेड लेबल नॅचरल केअर चहाचा कप देते, त्यामुळे तुम्ही आजारी पडत नाही आणि म्हणून तुम्हाला हा कप मिळाला.

नवऱ्यासाठी चहा बनविणे हे बायकोचेच काम आहे, हे नकळत या जाहिरातीतून सूचित होत नाही का? अर्थात, स्त्रीच्या या प्रतिमेला छेद देणाऱ्या काही जाहिराती हल्ली दिसू लागल्या आहेत.

रिनच्या एका जाहिरातीत पती आपल्या पत्नीला विचारतो, की माझा शर्ट धुतला का नाही? पुढच्या फ्रेममध्ये एका वॉशिंग मशिनवर रिनचा पुडा ठेवलेला दिसतो आणि पडद्यावर वाक्य येते, 'कपडे धुणे हे काय फक्त बायकांचेच काम आहे?'

प्रियांका चोप्राने केलेली 'हीरो होंडा प्लेझर स्कूटरची सर्व मजा फक्त मुलांनीच का करायची?' ही जाहिरातही स्त्रियांचे नवे रूप दाखवत आहे.
परफ्युमच्या बहुतेक जाहिरातींत पुरुषाने वापरलेल्या परफ्युममुळे स्त्रिया त्याच्यावर फिदा होऊन काहीही करायला तयार होतात, असा संदेश दिला जातो. या जाहिराती स्त्रीप्रतिष्ठेचा अवमान करणाऱ्या नाहीत का?
झटॅक आणि वाइल्ड स्टोनच्या दूरचित्रवाणीवरील जाहिरातींवर या कारणासाठी भारतात बंदी घालण्यात आली होती. ⊙

उद्योजकाच्या मुलामुलीने पहिल्या क्रमांकाच्या पदाची आस धरता धरता वडिलांच्या उद्योगात दोन नंबरचं पदच का स्वीकारावं, त्याने वा तिने भरपूर शिकून शेवटी कुटुंबाच्या उद्योगात व्यवस्थापकीय पदच का सांभाळावं, त्याऐवजी तिने वा त्याने पुढाकार घेऊन स्वत:चाच उद्योग का थाटू नये, हे असे आणखी अनेक प्रश्न जिला पडले आणि त्या प्रश्नांतूनच जिने अमेरिकेतलं शिक्षण पूर्ण झाल्यानंतर कॅलिफोर्नियासारखी उद्योजकीय भूमी सोडून मायभूमीत येणं पसंत केलं, वडिलांचा सॉफ्टवेअरमधला बहरता उद्योग सोडून स्वत:च्या संकल्पनेतला सर्वस्वी नवा उद्योग सुरू करणं पसंत केलं आणि स्वत:ची नाममुद्रा उमटवणारा 'व्हीयू टेलिव्हिजन्स' नावाचा डिजिटल प्रॉडक्ट्स क्षेत्रातला ब्रँड अल्पावधीत सुस्थापित केला, अशी तरुणी म्हणजे देविता राजकुमार सराफ.

'झेनिथ इन्फोटेक लिमिटेड' या सॉफ्टवेअर सोल्युशन्स प्रोव्हायडर कंपनीचे सर्वेसर्वा राजकुमार सराफ यांची देविता ही कन्या. महाविद्यालयीन शिक्षण सुरू असतानाच देविता झेनिथच्या पत्रकार परिषदा, डीलर्स कॉन्फरन्सेसना उपस्थित राहत असे. झेनिथच्या ऑफिसला तर ती वयाच्या सोळाव्या वर्षापासूनच बसत असे. मुंबईतल्या एच. आर. कॉलेजमधून कॉमर्सची पदवी प्राप्त केल्यानंतर देविता बिझनेस ॲडमिनिस्ट्रेशनमधील पदवीसाठी सदर्न कॅलिफोर्निया विद्यापीठात गेली.

आकाश तिचा भाऊ. तोही तिच्याबरोबरच शिकता शिकता वडिलांच्या हाताखाली व्यवस्थापनाचे धडे गिरवत होता. त्या प्रशिक्षणाला त्याने गमतीने नाव ठेवलं होतं, 'एम.आय.एस '. एम.आय.एस म्हणजे मारवाडी इंडक्शन सिस्टीम. देविता तेव्हापासूनच म्हणायची, माझ्या वडिलांची भूमिका तीच होती. मुलांनी शिकता शिकताच व्यवस्थापनाच्या सर्वोच्च पातळ्यांवर काम केलं पाहिजे असं त्यांना वाटे. देविताला मात्र ते पसंत नव्हतं. ती पुढे जाऊन म्हणायची, मी बॉस होण्यासाठीच तर जन्मले होते.

देविताचा जन्म २५ जून १९८१ चा. १९९९ ला, म्हणजे वयाच्या १८ व्या वर्षी तिचं उच्च शिक्षण कॅलिफोर्नियात सुरू झालं आणि २००३ ला ती भारतात परतली. या चार वर्षांत भारतीय उद्योग जगताचा, बाजारपेठेचा चेहरामोहरा पार बदलला होता. खुल्या अर्थव्यवस्थेत वाढलेल्या तरुण पिढीला पैसा तर महत्त्वाचा वाटत होताच; परंतु त्याची मानसिकता स्थिर नोकरीपेक्षाही हाती पैसा खेळू देणाऱ्या आणि चंगळवादी जीवन जगणाऱ्या जीवनशैलीकडे वळू लागली होती. त्याला आकर्षण होतं ते जीवनशैली सुकर करणाऱ्या हायएण्ड प्रॉडक्ट्सचं.

देविताने ते ओळखलं आणि डिजिटल होम्ससाठी उपयोगी पडू शकणारी, नवनवीन डिजिटल प्रॉडक्ट्स बनवणाऱ्या उद्योगाची कल्पना तिने वडिलांपुढे मांडली. त्यांचा विरोध नव्हताच. पण याची पुसटशी कल्पना विक्रेत्यांना आली तेव्हा त्यांनी मात्र शंका घ्यायला सुरुवात केली. ते म्हणायचे, ही मारवाडी मुलगी धंदा सुरू करेल आणि उद्या एखाद्या तरुणाचा हात धरून पुन्हा अमेरिकेतही जाईल. तिने सुरू केलेल्या उत्पादनांसाठी जे सुटे भाग लागतील, जी आफ्टर सेल्स सर्व्हिस लागेल तिचं काय? आम्ही कुणाच्या तोंडाकडे पाहायचं? त्यापेक्षा तूही नको आणि तुझा ब्रँडही नको.

पण देविता तरुण पिढीची प्रतिनिधी. कॅलिफोर्नियात राहिल्याने तरुणाईची एसेमेस भाषा तिच्या अंगवळणी पडलेली. तिने कॅलिफोर्नियात असतानाच आपल्या नव्या संकल्पित कंपनीची मुहूर्तमेढ रोवली. हायएण्ड प्रॉडक्ट्स बनवताना अपयश आलंच तर ते

सुधीर जोगळेकर
sumajo51@gmail.com

वृत्तपत्रीय पत्रकारितेचा अनेक वर्षांचा अनुभव आणि विश्वसंवाद केंद्र, विवेकानंद केंद्र आणि राज्य साहित्य संस्कृती मंडळाशी संबंधित आहेत.

मुलाचे पाय पाळण्यात दिसतात या म्हणीच्या आधारावरच उद्योजकतेचे गुण लहानपणीच दिसतात असं म्हणायला हरकत नाही. या महिन्याची ब्रँडची गोष्ट वाचली तर हे म्हणणं नक्कीच पटेल. डिजिटल प्रॉडक्ट्स क्षेत्रात ब्रँड प्रस्थापित करणाऱ्या देविता राजकुमार सराफ हिच्याविषयी आणि त्याच्या ब्रँडविषयी...

बापसे बेटी सवाई

वारशात मिळालेला उद्योग पुढे मोठा केल्याची अनेक उदाहरणं बघायला मिळतात. पण उद्योग करताना आम्हाला खूप अडचणी आल्या, आता त्या मुलांच्या वाट्याला नकोत, त्यापेक्षा त्यांनी नोकरीच करावी असं म्हणणारे उद्योजक पालकही बघायला मिळतात. असलेल्या उद्योगाच्या वाटेला न जाता आणि नोकरीचाही मार्ग न स्वीकारता स्वत:चा वेगळा उद्योग सुरु करुन तो यशस्वी करण्यासाठी मनात असावी लागते महत्वाकांक्षा आणि त्याच्या जोडीला लागतो तो आत्मविश्वास..

झेनिथच्या माथी मारलं जाऊ नये, इतकी साधी-सोपी अपेक्षा ठेवून २००३ ला ती भारतात परत आली. दोन वर्षांच्या अवधीत तिनेच संकल्पित कंपनीचं डिझायनिंग, डायरेक्शन आणि स्ट्रॅटेजिक प्लॅनिंग पुरं केलं आणि उत्पादनांना प्रारंभही केला. तिच्या प्रकल्पांना हसण्यावारी नेणाऱ्या विक्रेत्यांना तिने थेट उत्तरच दिलं.

तिच्या संकल्पनेत होते स्मार्ट टीव्ही, डिजिटल फोटो फ्रेम्स, थ्री-डी कॅमेरे आणि ब्लू-टूथशी जोडलेले स्पीकर्स. कंपनीचं नाव तर तिने अमेरिकेत असतानाच मनाशी निश्चित केलं होतं. व्ह्यू या इंग्रजी शब्दाच्या अर्थाशी जोडलं गेलेलं, दृक्श्राव्य क्षेत्राशी जुळणारं. ते होतं VIEW या स्पेलिंगऐवजी मोबाइलच्या सांकेतिक भाषेनुसार VU या इंग्रजी अक्षरांनी ओळखलं जाणारं. देविता जे काही करते आहे ते हौसेपोटीच अधिक आहे असं मानणाऱ्या राजकुमार सराफांना कल्पनाच नव्हती, की पहिल्याच आर्थिक वर्षाच्या अखेरीस देविताच्या कंपनीची उलाढाल हजार कोटींची सीमा गाठेल.

कॅलिफोर्नियात राहिल्यामुळे आणि ॲपलची उत्पादनं जवळून अनुभवल्यामुळे स्टीव्ह जॉब्स या व्यक्तिमत्त्वाविषयीचं एक विलक्षण गारूड देविताच्या मनावर होतंच. तिने त्यामुळेच पहिला हात घातला तो स्मार्ट टीव्ही बनवण्याला. रिमोटच्या एका बटणात ग्राहकाला नेटफ्लिक्स, यूट्यूब, ॲमेझॉन-सारं सारं उपलब्ध करून द्यावं, हा विचार मनात धरूनच तिने व्हीयूची निर्मिती केली. त्या उत्पादनांची किंमतही तिने आंतरराष्ट्रीय ब्रँड व

भारतीय ब्रँड यांच्यामध्ये ठेवण्याचा जाणूनबुजून प्रयत्न केला आहे. पण याचा अर्थ तिने महागडे वाटावे असे टीव्ही संच बनवलेच नाहीत असा नाही. वर्षभरापूर्वी देविताने १०० इंचाचा व्हीयू १०० नावाचा हाय डायनामिक रेंजचा टीव्ही संच बाजारात आणला, ज्याची किंमतच मुळात २० लाखांच्या घरात होती.

देविताने एक गोष्ट कटाक्षाने पाळली. तिने व्हीयू टेलिव्हिजन्सची मालकी पूर्णपणे स्वत:कडे ठेवली. त्यात आणला ना कुणी बाहेरचा गुंतवणूकदार, ना काढलं कुणा बँकेचं कर्ज. व्हीयू टेलिव्हिजन्सचे समभाग बाजारात विकून भांडवल उभं करायचा विचार देविताच्या मनात येऊन गेला होता, नाही असं नाही; पण मग भागधारकांची मर्जी वारंवार सांभाळत बसावं लागेल, ही कल्पनाच तिच्या मनाला पटली नाही. त्यांच्याशी जुळवून घेणं जमेल की नाही यापेक्षा विनाकारण डोक्याला भुंगे कशाला लावून घ्यायचे, असा विचार तिने केला आणि तो पर्याय बाजूला सारला. सरकार उद्योगांना प्रोत्साहन देतं, पण उद्योजकांच्या बाजूने उभं राहत नाही, अशी तर देविताची तक्रार आहेच.

पहिली काही वर्षं देविताने आपलं उत्पादन विक्रेत्यांच्या मार्फत ग्राहकांपर्यंत पोचवलं; पण विक्रेत्यांचा रोख तिने पाहिला, त्यांच्यामार्फत होणाऱ्या विक्रीच्या मर्यादा जाणल्या आणि ई-कॉमर्सच्या मार्गाने जायचं ठरवलं. ही गोष्ट २०१४ च्या आसपासची. ई-कॉमर्स तेव्हा नुकतंच बस्तान बसवू लागलं होतं. देविताने फ्लिपकार्टची निवड केली आणि गेल्या पाच वर्षांत दोन-अडीच कोटी रुपयांची सरासरी विक्री गाठली. ई-कॉमर्सद्वारे विकला जाणारा सर्वांत मोठा टेलिव्हिजन ब्रँड बनण्याचं भाग्य तिला लाभलं. फोर्ब्स मासिकाने २०१६ च्या अंकात भारताची मॉडेल सीईओ म्हणून तिची निवड केली.

वर उल्लेख केल्याप्रमाणे रिमोटच्या एक बटणावर नेटफ्लिक्स उपलब्ध करून द्यायचं असं देविताने जेव्हा मनाशी योजलं, तेव्हा तिने त्याची पूर्ण

पानाची जाहिरात वृत्तपत्रात प्रसिद्ध केली आणि त्या जाहिरातीसाठी कुठलाही सेलिब्रिटी चेहरा न वापरता तिने वापर केला तो बोलक्या डोळ्यांच्या स्वत:च्याच हसऱ्या चेहऱ्याचा. करायचेत काय ते क्रिकेटर आणि नटनट्या, असं तिचं रोखठोक म्हणणं. ती म्हणते, तुमचं उत्पादन बोलकं असेल तर त्यासाठी तुमचा चेहरादेखील पुरेसा असतो. देविता इथेच थांबत नाही. ती म्हणते, तुम्ही तरुण असा, स्त्री असा आणि तंत्रकुशल सीईओ असा, यश तुमच्या बाजूला येतं हे ठरलेलंच असतं. दुर्दैव असं, की आपल्याकडे रोल मॉडेल म्हणून ज्यांची निवड केली जाते ती मॉडेल्स धड बारावीही शिकलेली नसतात.

अमेरिकेत असल्यापासूनच तिचा हा विचार बहुधा पक्का झालेला होता. ब्रँडही स्वत:चा आणि ब्रँड ॲम्बॅसडरही स्वत:च, हे उदाहरण तिने मनाशी पक्कं केलं होतं ते ॲपलच्या स्टीव्ह जॉब्सकडे बघत. संधी मिळाली तेव्हा ती रिचर्ड ब्रॅन्सनशी या संदर्भात बोललीही होती. आपल्याच ब्रँडचे आपणच ब्रँड ॲम्बॅसडर बनण्यातले फायदे-तोटे काय, असं तिने त्याला विचारलं होतं. त्यावरचं त्याचं उत्तर होतं, मला तुझा चेहरा माझ्या प्रॉडक्टसाठी मिळाला असता तर मी आणखी यशस्वी झालो असतो.

देविताने स्वत:च्या चेहऱ्याची पूर्ण पान जाहिरात करण्याबरोबरच दुसरी लक्षवेधी जाहिरात केली होती ती तिच्या अमेरिकी राष्ट्राध्यक्ष डोनाल्ड ट्रम्प यांच्याबरोबरच्या छायाचित्राची. ते छायाचित्र तिने मुद्दाम काढून घेतलं होतं ते २०१६ची निवडणूक ट्रम्प यांनी जिंकल्यानंतर ती त्यांचं अभिनंदन करायला गेली तेव्हा. त्या चित्राचंही वेगळेपण असं, की तिने त्या भेटीच्या वेळी हातात धरलं होतं ते ‘बिझनेस झारियन्स’ नावाचं पुस्तक. त्या पुस्तकात अर्थातच तिच्यावरचा लेख छापून आलेला होता हे विशेष. प्रणब मुखर्जी राष्ट्रपती असतानाच्या काळात प्रेम अहलुवालिया यांचं ‘द कॅप्टन्स ऑफ इंडस्ट्री’ नावाचं पुस्तक प्रकाशित झालं होतं. त्यात भारतातील प्रभावशाली महिला व्यावसायिकांचा प्रामुख्याने समावेश होता. देविता ही त्यातली सर्वांत कमी वयाची महिला होती..

देविता केवळ तेवढ्यासाठीच ट्रम्पना भेटलेली नव्हती. २०१६ ची निवडणूक लढण्यापूर्वी ट्रम्प एकदा मुंबईत आले होते. ते जसे व्यवसायात आहेत, तशीच त्यांची कन्याही व्यवसायात आहे हे तिला ठाऊक होतं. व्यवसायातल्या वडील आणि मुलीच्या जोडीबद्दल तुम्हाला काय वाटतं, असा सवाल तिने त्यांना केला होता. इव्हान्का ही ट्रम्प यांची कन्या. तिने ‘द ट्रम्प कार्ड’ नावाचं पुस्तक लिहिलं आहे. देविताने ते वाचलं होतं. ट्रम्प यांनी देवितावरच्या लेखाचं बिझनेस झारियन्स तिला द्यावं असं तिचं म्हणणं होतं व त्यामुळेच ती ते पुस्तक घेऊन ट्रम्प यांना भेटली होती.

स्वत:ला भारताची इव्हान्का असं तिने संबोधलं होतं. एक चहावाला आपल्या देशाचा पंतप्रधान होतो, तर एक उद्योजक अमेरिकेसारख्या महाबलाढ्य राष्ट्राचा महासत्ताधीश होतो. याचं तिला खूप अप्रूप होतं. पित्याने मुलीला वडिलांच्या व्यवसायाचं वारस बनवावं अशी तिची सर्वसाधारण अपेक्षा. ती म्हणते, मी फॅशन दुनियेत वावरते, स्टायलीत राहते. मला टिपिकल साडी परिधान करणारी भारतीय गृहिणी बनायचं नाहीये. ती म्हणते, पुढच्या पिढीतल्या तरुणींनी आपलं व्हिज्युअल रिप्रेझेंटेशन बदललं नाही तर त्या आंत्रप्रेन्युअर बनण्याएवजी एण्टरटेनर अधिक बनल्याचं चित्र पाहावं लागेल. ◉

गुंतवणुकीबाबत सल्ला देण्याचा उद्योग करणं हे जोखमीचं आणि जबाबदारीचं काम आहे यातील व्यवहार पारदर्शी ठेवले तर लोकांचं उत्पन्न योग्य गुंतवणुकीतून वाढवून देतानाच कमिशन म्हणून आपलं उत्पन्न वाढत राहतं. त्यासाठी गुंतवणुकीच्या सर्व पर्यायांचा सखोल अभ्यास असायला हवा. सरकारी आणि खाजगी पातळीवर गुंतवणुकीबाबत मार्गदर्शन करणारे खास प्रशिक्षणवर्ग चालवले जातात. त्यांचीच माहिती देणारा हा लेख..

अर्थसाक्षरता वाढावी आणि अधिकाधिक लोक संपत्ती निर्मितीकडे वळावेत यासाठी वेगवेगळ्या पातळ्यांवर गेल्या काही वर्षांत सामूहिक आणि संस्थात्मक पातळीवर प्रयत्न होत आहेत. विशेषत: स्टॉक मार्केट म्हणजेच शेअरबाजारातले व्यवहार सर्वसामान्यांना करता येणं शक्य व्हावं यासाठी हे प्रयत्न आहेत.

गुंतवणुकीच्या पारंपरिक पद्धतीच्या पलीकडे बघणं सध्याच्या काळात आवश्यक आहे. महागाईचा वाढता दर आणि बचतखात्यांवर मिळणारा व्याजाचा दर यांत बरीच तफावत आहे. त्यामुळे गुंतवलेल्या रुपयांचं मूल्य हे मुदतीनंतर कमी झालेलं असतं.
विमा योजनांना गुंतवणुकीचं साधन समजलं जाण्याकडे कल आहे. पोस्टातल्या ठेवी, बँकेतल्या फिक्स डिपॉझिट्ससारख्या सुरक्षित ठेवींकडेच बहुतेकांचा कल असतो. यात सुरक्षितता असली तरी वृद्धी मात्र साध्य होत नाही. शेअरमार्केट आणि म्युच्युअल फंडातील दीर्घकालीन गुंतवणुकी चांगलं उत्पन्न देतात असं दिसून आलं आहे. या गुंतवणुकीमध्ये अधिक धोका असला तरी मिळकतही तशीच मोठी राहू शकते. मात्र, या सर्व बाबींचा सातत्याने अभ्यास आणि सराव आवश्यक ठरतो.

गुंतवणूक मार्गदर्शन प्रशिक्षण

धन जोडावे उत्तम व्यवहारे

सुरेश वांदिले
ekank@hotmail.com

राज्य शासनामध्ये वरिष्ठ पदावर कार्यरत असून विविध विषयांवर लेखन करतात.

असा अभ्यास करण्याची सोय 'बॉम्बे स्टॉक एक्सचेंज इन्स्टिट्यूट'ने केली आहे. या संस्थेमार्फत शेअरबाजार आणि म्युच्युअल फंडातील गुंतवणुकीबाबत विविध अल्पमुदतीचे अभ्यासक्रम चालवले जातात. हे अभ्यासक्रम दोन दिवस ते एक महिन्यापर्यंतच्या कालावधीचे आहेत. या अभ्यासक्रमानंतर या गुंतवणुकीबाबत प्राथमिक माहिती मिळून बऱ्याच शंका दूर होण्यासाठी साहाय्य होतं. शिवाय हळूहळू करियर वा व्यवसाय करण्यासाठीही हे ज्ञान उपयुक्त ठरू शकतं. सातत्यपूर्ण व्यवहारांतून अधिक तज्ज्ञता व कौशल्य प्राप्त होऊ शकतं. त्याद्वारे व्यवसायाची साखळी अधिक सक्षम करता येऊ शकते.

हे अभ्यासक्रम पुढीलप्रमाणे आहेत : १) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन अँटी-मनी लॉंड्रिंग, कालावधी- दोन दिवस; २) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन वेल्थ ॲण्ड इन्व्हेस्टमेंट मॅनेजमेंट, कालावधी- ८० तास; ३) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन जीएसटी, कालावधी - चार दिवस; ४)सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन सिक्युरिटीज लॉ, कालावधी-आठ दिवस; ५)सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन म्युच्युअल फंड, कालावधी-चार दिवस; ६) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन बिझनेस डाटा अॅनॅलिटिक्स, कालावधी-आठ दिवस; ७) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन स्मार्ट इन्व्हेस्टिंग स्ट्रॅटेजीज ॲण्ड पोर्टफोलिओ मॅनेजमेंट, कालावधी - दोन दिवस; ८) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन स्टॉक मार्केट, कालावधी-चार दिवस; ९) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन म्युच्युअल फंड फॅक्टशीट्स, कालावधी-एक दिवस; १०) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन फायनान्शियल स्टेटमेंट ॲनॅलिसीस, कालावधी-एक दिवस; ११) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन फायनान्शियल प्लॅनिंग ॲण्ड वेल्थ मॅनेजमेंट, कालावधी-एक दिवस; १२) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन इक्विटी पोर्टफोलिओ स्ट्रॅक्चरिंग ॲण्ड स्टॉक अॅनॅलिसिस, कालावधी-एक दिवस; १३) ॲडव्हान्स्ड प्रोग्रॅम ऑन डेरिव्हेटिव्ज, कालावधी-तीन दिवस; १४) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन व्हेंचर कॅपिटल फायनान्सिंग, कालावधी-दोन दिवस; १५) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन व्हॅल्युएशन ऑफ शेअर्स, कालावधी-दोन दिवस; १६) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन अंडरस्टँडिंग ऑफ न्युएल रिपोर्ट्स, कालावधी-एक दिवस; १७) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन मर्जर्स ॲण्ड ॲक्विझिशन्स कन्सेप्ट्स, कालावधी-दोन दिवस; १८) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन फायनान्स ॲण्ड अकाउंट्स, कालावधी-दोन दिवस; १९) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन फॉरिन एक्सचेंजेस रिस्क ॲण्ड मॅनेजमेंट, कालावधी-दोन दिवस; २०) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन टेक्निकल अॅनॅलिसीस, कालावधी-दोन दिवस; २१) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन फंडामेंटल अॅनॅलिसिस, कालावधी-दोन दिवस; २२) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन डेरिव्हिटिव्हज, कालावधी-दोन दिवस; २३) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन लॉगॅरिथम क्वांटिटेटिव्ह ट्रेडिंग, कालावधी-दोन दिवस; २४) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन करन्सी ॲण्ड कमोडिटी मार्केट कालावधी-सात दिवस; २५) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन सिक्युरिटी मार्केट्स, कालावधी-आठदिवस; २६) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन बॉण्ड मार्केट्स, कालावधी-दोन दिवस; २७) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन रिस्क मॅनेजमेंट, कालावधी-आठ दिवस; २८) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन कॅपिटल मार्केट्स, कालावधी- दहा आठवडे. हा अभ्यासक्रम जमनालाल बजाज इन्स्टिट्यूट ऑफ मॅनेजमेंट ॲण्ड रिसर्च या संस्थेच्या सहकार्याने सुरू करण्यात आला आहे. अभ्यासक्रमाच्या पूर्ततेनंतर मुंबई विद्यापीठामार्फत प्रमाणपत्र दिलं जातं; २९) ॲडव्हान्स्ड प्रोग्रॅम ऑन ॲडव्हान्स्ड ट्रेझरी फॉरिन एक्सचेंज रिस्क मॅनेजमेंट, कालावधी-चार दिवस; ३०) सर्टिफिकेट प्रोग्रॅम ऑन इन सॉल्व्हन्सी ॲण्ड बँकरप्सी कोड, कालावधी-दोन दिवस ३१) बेसिक प्रोग्रॅम ऑन लॉगॅरिथमिक क्वांटिटेटिव्ह ट्रेडिंग,

द पेनी सेव्हड इज पेनी अर्न्ड... ही इंग्रजीमधली एक प्रसिद्ध म्हण आहे. त्याचा थोडक्यात अर्थ, पैसा वाचवणं म्हणजेच पैसा मिळवणं असा आहे. कष्टाने मिळवलेले पैसे बाजूला टाकून बचत करण्याकडे सगळ्यांचाच कल असतो. पण तेच पैसे योग्य ठिकाणी गुंतवले तर त्यात वाढ होत रहाते आणि साहजिकच एकूण उत्पन्नातही त्यामुळे वाढ होते. गुंतवणुकीचे अनेक पर्याय आज उपलब्ध आहेत. पण सर्वसामान्य माणसांना त्याबद्दल फारशी माहिती नसते. गुंतवणुकीबद्दल विश्वासार्ह आणि पारदर्शी सल्लासेवा देण्याच्या उद्योगाला त्यामुळेच मोठी मागणी आहे.

कालावधी–दोन दिवस.
संपर्क : बीएसई इन्स्टिट्यूट लिमिटेड, १८ आणि १९वा मजला,पी.जे.टॉवर्स, दलाल स्ट्रीट, मुंबई – ४०० ००१.
ई–मेल–admissionsbseindia.com/ trainingbseindia.com
वेबसाइट–www.bsebti.com, दूरध्वनी : २२७२८८५६

ऑनलाइन अभ्यासक्रम

bsevarsity.com (ऑनलाइन बीएसईव्हर्सिटी.कॉम) या संकेतस्थळाच्या माध्यमातून काही अभ्यासक्रम घरबसल्यासुद्धा करता येतात. या अभ्यासक्रमांमध्ये पोर्टफोलिओ मॅनेजमेंट, बाँड्स अ‍ॅण्ड व्हॅल्युएशन, इंट्रोडक्शन टु फ्युचर अ‍ॅण्ड ऑप्शन्स, स्टॉक चार्टिंग फॉर बिगिनर्स, लर्न हाऊ टु रीड अ‍ॅन्युअल रिपोर्ट्स, हाय प्रॉबेबलिटी ट्रेनिंग, बिल्डिंग वेल्थ वुइथ म्युच्युअल फंड, इंट्रोडक्शन टु कॅपिटल मार्केट्स अ‍ॅण्ड इन्व्हेस्टमेंट, लो रिस्क इन्व्हेस्टमेंट वुइथ पोस्ट ऑफिस, हाऊ टु ऑप्टिमाइज टॅक्स लायबिलिटीज, अ‍ॅण्टी– मनी लाँडरिंग अ‍ॅण्ड केवायसी, अंडरस्टँडिंग इन सॉल्व्हन्सी कोड, इंट्रोडक्शन टु वेल्थ मॅनेजमेंट, इंट्रोडक्शन टु रिस्क मॅनेजमेंट, फॉरेक्स ट्रेडिंग, अ‍ॅडव्हान्स्ड डेरिव्हेटिव्हज ट्रेडिंग स्ट्रॅटेजीज, अ‍ॅडव्हान्स्ड ऑप्शन ट्रेडिंग स्ट्रॅटेजीज, अ‍ॅडव्हान्स्ड ऑप्शन ट्रेडिंग, युजिंग ग्रीक स्ट्रॅटेजीज, इंट्रोडक्शन टु मशिन लर्निंग, इंट्रोडक्शन टु आर्टिफिशिअल इंटेलिजन्स, इंट्रोडक्शन टु अल्गो ट्रेडिंग, इंट्रोडक्शन टु इंडिया अकाउंटिंग स्टँडर्डस, इंट्रोडक्शन टु हेज फंड्स, ट्रेडिंग वुइथ ट्रेडलाइन्स्, टेक्निकल इंडिकेटर्स टु बाय अ‍ॅण्ड सेल स्टॉक, इंट्रोडक्शन टु फायनान्शियल मॉडेलिंग युजिंग एक्सेल, कँडलस्टिक पॅटर्न टु मास्टर फॉरेक्स ट्रेडिंग प्राइस अ‍ॅक्शन.

राजमार्ग

१२वी उत्तीर्ण असलेल्या कोणत्याही उमेदवारास हे अभ्यासक्रम करता येऊ शकतात. अल्पकालावधीचे हे अभ्यासक्रम केल्यावर स्टॉक मार्केटसंबंधातील मूलभूत माहिती मिळते. या अभ्यासक्रमांच्या पूर्ततेनंतर व्यक्तिगत गुंतवणुकीला निश्चित स्वरुपाची शास्त्रीय पद्धतीची शिस्त लावता येणं शक्य होऊ शकतं. या विषयातील आवड अशीच वाढत राहिली तर गुंतवणूक सल्लागार म्हणून हळूहळू कारकीर्द सुरू करता येणं शक्य आहे. गुंतवणूक सल्लागार म्हणून यशस्वी होण्यासाठी अभ्यास, सातत्य, चिकाटी आणि नव्या संकल्पनांबाबत अपडेटेड राहणं आवश्यक ठरतं. त्यासाठी हे अभ्यासक्रम उपयुक्त ठरतात. या अतिशय अल्पमुदतीच्या अभ्यासक्रमांसाठी प्रारंभी केलेली शिकवणी शुल्कातील गुंतवणूक भविष्यातील उत्तम नफ्याकडे नेणारा राजमार्गसुद्धा ठरू शकतो.◉

‘मी तुम्हाला उद्योजक होण्याकरिता मोटिव्हेट करण्यासाठी बिलकूलच आलेलो नाही. किंबहुना, इतक्या वर्षांच्या अनुभवातून शिकलेलं वास्तव, खरं तर दाहक वास्तव सांगायला मी आलोय. मला माझ्या विषयाची पूर्ण कल्पना आहे. माझा विषय आहे-उद्योजक कसे व्हावे?. तुमच्या आदरणीय प्राचार्यांच्या संमतीने मी हा विषय बदलतोय. आता माझा विषय आहे- अजिबात होऊ नका उद्योजक!'' बाबुलालच्या भाषणाची अशी धक्कादायक सुरुवात झाली आणि खच्चून भरलेल्या सभागृहात सन्नाटा पसरला.

‘‘प्रथम हे डोक्यातून काढून टाका, की नोकरी म्हणजे काही तरी कमीपणाचं, गुलामीचं, बिनकण्याचं काम आहे... नोकरीसुद्धा चांगलीच आहे. त्यातसुद्धा तुम्ही खूप मोठा पराक्रम गाजवू शकता, तुमचं कर्तृत्व उजळून निघू शकतं. नोकरी ही तेवढीच रिस्पेक्टेबल गोष्ट आहे जेवढा स्वत:चा बिझनेस असणं रिस्पेक्टेबल मानलं जातं.''

बाबुलालच्या या वाक्याला बहुतेक विद्यार्थ्यांनी टाळ्यांच्या कडकडाटात डोक्यावरच घेतलं. प्राचार्य आणि त्यांचे सहयोगी प्राध्यापक बुचकळ्यात पडले. त्यातले काहीजण गोंधळात पडून एकमेकांकडे पाहू लागले. बोलावलं कशासाठी आणि हे बोलतायत काय, असा भाव त्यांचा चेहराच सांगत होता.

‘‘टाळ्या वाजवणारे कँपस इंटरव्ह्यूची वाट बघतायत याची मला पूर्ण कल्पना आहे,'' असं बाबुलालनी म्हणताच जोरदार हशा पिकला. ‘‘त्यांना मी सात आकडी टॉपमधल्या टॉप पॅकेजच्या शुभेच्छा देतो!'' असं बाबुलाल म्हणताच टाळ्यांचा पाऊस पडला.

‘‘मला कल्पना आहे, की इथे येताना तुमच्यापैकी काहीजणांना वाटत होतं, की हा आजोबा टाइप

अजिबात होऊ नका उद्योजक!

संजीव लाटकर
sanjeevlatkar@hotmail.com

पत्रकार आणि लेखक असून कॉर्पोरेट क्षेत्रात मेंटॉर म्हणून कार्यरत आहेत.

माणूस उद्योजक होण्यासाठी तुम्हाला गळ घालणार, लेक्चर देणार. मग तुम्हाला तुमच्या मनाविरुद्ध मोटिव्हेट करणार. मग तुमच्या मनात कीडा वळवळणार– काय हरकत आहे? ट्राय तर करू! फार तर काय होईल? ब्रेकप! त्याची तर सवयच आहे!'' बाबुलालच्या या षट्‌कारावर तर हास्याचा स्फोट झाला. मुलं इतका वेळ हसत होती की बाबुलालना थांबावं लागलं. आता बाबुलालनी पूर्ण सभागृह आपल्या ताब्यात घेतलं होतं. सगळ्यांचेच कान टवकारले गेले. विरलचा सासरा शोभतो खरा, असं मनातल्या मनात म्हणत प्राचार्यसुद्धा लक्षपूर्वक ऐकू लागले. बाबुलालनी दोन मिनिटांत पूर्ण सभागृह खिशात टाकल्याचं अप्रूप त्यांचा चेहराच सांगत होता.

''इतके का हसताय? मी तुमच्या 'त्या' खासगी उद्योगांबद्दल बोलायला आज तरी आलेलो नाही. तुमची इच्छा असेल आणि प्राचार्यांची परवानगी असेल तर त्यासाठी खास पुन्हा कधी तरी येईन... तोपर्यंत तरी तुमचे उद्योग बुडू देऊ नका. दुर्लक्ष तर अजिबात करू नका! कारण बिझनेस कधी टेकओव्हर झाला हे तुम्हाला कळणार पण नाही!'' एव्हाना गडगंज टाळ्या नि हशा घुमण्याची त्या सभागृहाला सवय झाली होती.
नर्मविनोद, चिमटे, किस्से अशी वळणं घेत भाषण सुरू होतं. मुलं–मुली त्याचा आनंद लुटत होती. एक धम्माल भाषण सुरू आहे, असाल तिथून सभागृह गाठा, असे तातडीचे संदेश मोबाइल नि सोशल मीडियावर क्षणार्धात फिरले. त्यामुळे वर्ग ओस पडले आणि सभागृह ओसंडून गेलं. अक्षरश: पाय ठेवायला जागा उरली नाही.
''माझा प्रेमविवाह नाहीए, प्रपोज्ड मॅरेज आहे. आमच्या काळात बिझनेस प्रपोजल आणि मॅरेज प्रपोजलची टॅम्प्लेट्स सारखीच होती. त्यामुळे मला अडचण आली नाही. त्यात प्रेमात पडण्याचा अनुभव मला अजिबातच नाही. तशी पर्सनॅलिटीही नाही... थ्रिलिंग अनुभवायचं म्हणून मी लेक्चर बंक करायचो इतर टपोरी मुलांबरोबर. प्राध्यापक लोक त्यांना भर वर्गात फैलावर घ्यायचे, उभे करायचे. मलाही त्यांनी शिक्षा करावी असं खूप प्रकर्षाने वाटायचं; पण प्राध्यापक माझ्याकडे लक्षही द्यायचे नाहीत... रेल्वे डब्यात, रेल्वे स्टेशनात आजवर मला एकदाही कुणीही तिकीट विचारलेलं नाही. कारण काय? तर ही माझी पर्सनॅलिटी! खरं तर हा कोट माझाच आहे; पण तो कुणालाही– खरं म्हणजे मलाही– माझा वाटत नाही. का?'' बाबुलालनी मुलांना प्रश्न केला.

''पर्सनॅलिटी!'' एका सुरात आलेल्या उत्तराने हॉल दणाणून गेला. मुलांच्या डोळ्यांत उभं–आडवं हसून पाणी येत होतं. हे सर्व त्यांना स्टँड–अप कॉमेडीपेक्षा भन्नाट वाटत होतं. हसू येत होतं आणि ही आपलीच स्टोरी आहे असंही वाटत होतं.
''मी इंजिनियर झालो. आमच्या काळात पालक सांगतील ते प्रमाण होतं. पँट–शर्टची कापडं कोणती घ्यावीत, कुणाकडे घ्यावीत, कधी घ्यावीत, कुणाकडे शिवायला टाकावीत, आणायला कधी जावं, त्याची घडी कधी मोडावी हे सगळे निर्णय पालक घेत; आणि आम्हाला त्यात काही गैर वाटायचं नाही. मी इंजिनियर झालो ते पालकांमुळेच. मला कॉलेजमधल्या मोजक्या नि सुंदर मुलींकडे बघण्याबद्दलपण संभ्रम होता. न जाणो, पालकांनी नाही दिली परवानगी बघण्याची, तर उगीच रिस्क कशाला घ्या!'' बाबुलालची आणखी एक शैली म्हणजे ते खूप गंभीर चेहरा ठेवून विनोदांची लयलूट करत होते. एव्हाना अनेक

मुलांनी हे भाषण फेसबुकवर लाइव्ह केलं. कित्येकांचा डीपी तत्काळ बाबुलाल झाले.
''मी इंजिनियरिंगला असताना होस्टेलवर राहू लागलो, तेव्हा मला पालकांना न विचारता आयुष्यात किती किती गोष्टी करता येतात याचा शोध लागला. त्या सर्व मी केल्या (हशा). या काळात मला आणखी एक शोध लागला. तो हा, की जवळपास सगळेचजण पालकांची तीव्र इच्छा होती म्हणून जबरदस्तीने इंजिनियरिंगच्या कोंडवाड्यात आले होते. अगदी मीसुद्धा...''
बाबुलाल एक सेकंदासाठी थांबले.
''तुमच्यापैकी कितीजण स्वत:साठी एमबीएला आलेयत असं मी विचारणार नाही. कारण मलाही एमबीएला असताना हा प्रश्न कुणी विचारला नव्हता. इंजिनियरिंग केल्यानंतर एमबीएला प्रवेश नाही घेतला तर पाप लागतं किंवा लग्न जाम जुळत नाही, किंवा नोकरीच्या इंटरव्ह्यूला कधीच बोलवत नाहीत, असा आमचा ठाम समज होता.'' (एकच हशा)
''इंटरव्ह्यूला बोलावतात, पण नोकरी कुणीच देत नाही, हे सत्य उशिरा कळलं!'' बाबुलालच्या या वाक्याला टाळ्यांचा भरभरून प्रतिसाद मिळाला.
''मी इंजिनियरिंग कॉलेज सोडलं, त्यानंतरच मला इंजिनियरिंगमधलं थोडंथोडं समजायला लागलं! इंजिनियरिंगच्या शिक्षणाचा पूर्ण विसर पडण्याच्या सुमारास मी तज्ज्ञ इंजिनियर झालो!'' आता प्राचार्य आणि त्यांचा स्टाफ हसून पुरता बेजार झाला. बहुधा त्यांना त्यांचे कॉलेजचे दिवस आठवले असावेत.
''माझ्या डोक्यावर कुणी बंदूक ठेवून सांगितलं असतं, की खबरदार इंजिनियरिंगला ॲडमिशन घेतलीस तर! तर मी सोडून दिलं असतं इंजिनियरिंग... पण हेच जर मला कुणी म्हणालं असतं, की खबरदार उद्योजक झालास तर– तर मी सांगितलं असतं...'' असं म्हणून बाबुलाल मिश्कीलपणे थांबले.
सभागृहात शांतता पसरली.
''काय सांगितलं असतं?'' बाबुलालनी मुलांना प्रश्न केला. उत्तर देण्याची अहमहमिका सुरू झाली.
''मार गोळी, पण मी उद्योजक झाल्याशिवाय राहणार नाही!'' या एका मुलाच्या उत्तरावर टाळ्या पडल्या.

बाबुलाल गालातल्या गालात हसले.
''कुठलाच हाडाचा उद्योजक असं भावविवश उत्तर कधीच देणार नाही... मी त्याला विचारलं असतं, कितीला घेतलं हे गावठी पिस्तुल? आणि त्याला पटवून दिलं असतं की त्याला याहून स्वस्त पिस्तुल कुठे मिळेल. मृत्यू गाठेपर्यंत ज्याला केवळ नवनवीन संधी खुणावतात आणि जो शेवटपर्यंत या संधींची पाठ सोडत नाही तो खरा उद्योजक!'' बाबुलालच्या

सहकार भारतीचे मुखपत्र
सहकार सुगंध
संपादक : भालचंद्र कुलकर्णी

'सहकार सुगंध' हे सहकार भारतीचे मुखपत्र आहे. भारतीय राष्ट्रीय सहकारी संघ (NCUI) ने गौरविलेले मासिक. सहकार क्षेत्रातील उल्लेखनीय व आवश्यक घडामोडींचा मागोवा घेणारे तसेच सहकाराच्या वाढीसाठी पूरक असलेल्या बाबींना योग्य प्रसिद्धी देणारे पुण्याहून प्रसिद्ध होणारे मासिक.
सहकार चळवळीमधील नागरी बँका, पतसंस्था, सूत गिरण्या, साखर कारखाने, दूध डेअरीज, मच्छिमार संस्था, महिला बचत गट, गृहनिर्माण संस्था अशा सुमारे ५००० सहकारी संस्थांपर्यंत, दरमहा पोहोचणारे 'सहकार भारती'चे मुखपत्र असलेले मासिक!

नागरी सहकारी बँका व पतसंस्थेची वार्षिक अहवाल स्पर्धा दरवर्षी घेण्यात येते.

सहकार सुगंध कार्यालय
ऑफिस नं. १५ व १६, विष्णू प्रिया अपार्टमेंट, ५ वा मजला, निमिर्ती शोरुमच्यावर, गणेशमळा, सिंहगड रोड, पुणे - ४११०३०.
मो.: ८८०५९८१६७३ ईमेल : sahakar.sugandha@gmail.com
जाहिराती आणि वर्गणीसाठी संपर्क : ७३५०००४९१८

ऑनलाइन वर्गणी भरण्यासाठी
www.payyoursubscription.com

सहकार सुगंधची वर्गणी : वार्षिक रु.३००/- व त्रैवार्षिक रु.८००/-

या वाक्यावर टाळ्यांची अक्षरशः बरसात झाली.

‘‘मी तुम्हाला उद्योजक होण्याकरिता मोटिव्हेट करण्यासाठी बिलकूलच आलेलो नाही, असं मी सुरुवातीला म्हटलेलं आठवतंय ना? ते का म्हटलं माहीतेय? कारण मुळात उद्योजकतेचा डीएनए घेऊनच जन्माला आलेल्या माणसाला तुम्ही मोटिव्हेट काय करणार किंवा डी-मोटिव्हेट तरी काय करणार? तुमच्यात ते असेल तर ते उसळून वर येणारच!’’ बाबुलाल आता तिथे बसलेल्या प्रत्येकाचेच प्रेरणास्थान बनले होते. तिथल्या प्रत्येकाला बाबुलालनी अंतर्मुख केलं होतं.

‘‘पण माझ्यात ते स्पिरिट आहे हे कळणार कसं?’’ एका विद्यार्थ्याने उत्स्फूर्त प्रश्न केला.

‘छान प्रश्न आहे. आधी स्वतःला तपासा की आपला इंटर्नल रेझिस्टन्स कशाला आहे. मन आतून प्रबळ विरोध करतं... ते करू नका... इंटर्नल रिदम ऐका. काय केलं म्हणजे जिवाला बरं वाटतं त्याचा शोध घ्या. बाहेरचा गोंगाट आत नेऊच नका. स्वतःचा आवाज ऐका. तो म्हणाला नोकरी, तर नोकरी. तो म्हणाला उद्योग, तर उद्योग... मग दुनिया काहीही म्हणो!’’

बाबुलालचं म्हणणं मुलांना पटलेलं दिसत होतं; पण ते बहुधा आतला आवाज ऐकण्याचा प्रयत्न करत असावेत, म्हणून ते शांत होते.

‘‘बिझनेससाठी काय काय लागतं? भांडवल, स्टाफ...’’प्रश्न.

‘‘आधी प्रचंड अनबीटेबल इच्छाशक्ती लागते. इच्छाशक्ती व ऊर्जा... शिकण्याची, पुन्हापुन्हा उभं राहण्याची, अथक परिश्रम करण्याची, बरोबरच्या लोकांना एकत्र घेऊन पुढे जाण्याची, स्वतःच्या शिरावर जबाबदारी घेण्याची, अडचणींवर मात करण्याची, दूरदृष्टीच्या बळावर लांबचा पल्ला गाठण्याची, नवनवीन कल्पना राबवण्याची, आपलं बॅलन्सशीट मजबूत करण्याची, काळाची पावलं ओळखण्याची, लवचिक राहून मार्ग काढण्याची... इच्छाशक्ती व ऊर्जा- प्रत्येक स्थितीत व्यवसायाची नवी संधी शोधण्याची!’’ बाबुलालचं उत्तर मुलांना पसंत पडलं.

‘ते एक वेगळं रसायन असतं.ते दुर्मिळही असतं. नोकरी करणारे जास्त सापडतात, पण उद्योजकतेची क्षमता व सेन्स असणारे कमी दिसतात. पुन्हा उद्योजकतेची स्वप्नं पाहणारेही खूप आहेत. पण ती पूर्ण करण्याची क्षमता असायला हवी ना! म्हणून तुम्हीच स्वतःचा शोध घ्यायचाय की मी बेस्ट कशात आहे. आपल्याला आपलं सगळंच आवडतं. म्हणून या कामासाठी दुसरी जवळची व्यक्ती मदतीला घेतली तर उत्तमच...’’

काही मुलं चक्क नोट्स काढत होती.

‘‘आधी काही वर्षं नोकरी करायची, मग स्वतःचा व्यवसाय सुरू करायचा, हा पूर्वापार चालत आलेला ट्रेंड आहे. तो तुम्हाला योग्य वाटतो का?’’ एका मुलीचा प्रश्न आला.

‘‘तो ट्रेंड नाहीए फक्त. तुम्ही स्वतःला टेस्ट करता,

व्यापारी मित्राची सदैव ठेवा साथ -
व्यवसायातील अडचणींवर करा मात

व्यापारी, उद्योगपती, चार्टर्ड अकौंटंट, करसल्लागार, करदाते, दिवाणजी, कॉलेज विद्यार्थी सहकारी संस्था, पतसंस्था, कर अधिकारी, कॉलेज व सर्वसामान्य व्यक्ती इ. मध्ये लोकप्रिय असलेले

१९५० पासून नियमित प्रकाशित होणारे व्यापारी मित्र

सर्व कर-कायदे उदा. आयकर, जीएसटी, व्यवसायकर कायदा तसेच व्यापार विषयक विविध कायदे, योग-आरोग्य, निसर्गोपचार संबंधी तज्ञांचे लेख, व्यवस्थापन, व्यक्तित्व-विकास इतर विषयांवर तज्ञांचे लेख.

मासिकाची वार्षिक वर्गणी रुपये ५००

सवलतीची योजना : २ वर्षे ९५०; ३ वर्षे १४००
४ वर्षे १८००; ५ वर्षे २२००

महाराष्ट्र, गोवा आणि कर्नाटकात २५,००० पेक्षा जास्त वर्गणीदार.
आपल्या व्यवसायाची जाहिरात द्या.
वर्गणीची रक्कम पुढील नावाने पाठवावी :

व्यापारी मित्र पब्लिकेशन्स प्रा. लि.
‘परशुराम कुटी’, १०६/९, एरंडवणा,
शामराव कलमाडी हायस्कूलसमोर, प्रभात रोड, पुणे ४११ ००४
फोन : ०२०-२५४३ १०९४/ ९४२१८ ८०२९०

एखाद्या माहितीमुळे आपणास अमाप फायदा होऊ शकेल.
नवीन वर्गणीदार व्हा : बाकी वर्गणी त्वरित पाठवा. मासिक मित्रांना भेट द्या

सज्ज करता, सिद्ध करता. रोज नवनवीन अनुभवांनी समृद्ध होता. अपयशाचं मूल्यमापन करता. यशाचं रहस्य जोखता. एका मोठ्या लढाईच्या आधी अनेक छोट्या छोट्या लढाया लढून पाहता. डावपेच शिकता. संकटं नि आव्हानं पेलता. परिस्थितीशी जुळवून घेता. माणसांना एकत्र आणता. नेतृत्व अंगी बाणता. कॉमनसेन्स वापरायला शिकता. धोरणं आखता. बाजारपेठेचा अभ्यास करायला लागता. डॉलरच्या चढ-उताराचे चटके अनुभवता. जागतिक मंदीतून पोळून निघता. बेसुमार रजा, बेशिस्त, रस्त्यांवरचे खड्डे नि ट्रॅफिकमुळे होणारी हानी स्वत:च्या डोळ्यांनी पाहता. लाचलुचपत कितीही निर्लज्ज आणि निर्वस्त्र असो, तिला स्वीकारता. टेक्नालॉजी समजून घेण्याची संधी मिळते. पर्चेस-सेल्सचे कानमंत्र अमोघ अस्त्रांसारखे तुमच्या भात्यात आपोआप येऊन पडतात. स्पर्धेतून तावून-सुलाखून निघता. टर्नओव्हरचं ताक घुसळून नफ्याचं लोणी काढायचं तंत्र समजून घेता.... हे सगळं ज्ञान अल्पावधीत एकही पैसा खर्च न करता केवळ नोकरीत मिळवणं शक्य असतं.'' बाबुलालनी पॉज घेतला. कारण पॉज घेण्याशिवाय गत्यंतर नव्हतं इतक्या टाळ्या पडल्या...

''सो, माय यंग फ्रेंड्स, प्रत्येकाने आधी नोकरी करा... मला कल्पना आहे, की तुमच्यापैकी काहीजणांच्या मेंदूत स्टार्टअपचं फुलपाखरू दिवस-रात्र रुंजी घालत असतं... त्यात तुम्ही टेक्नोसॅव्ही यंगस्टर्स... एक्सेल नि पीपीटीच्या जोरावर तुम्ही कागदोपत्री कोट्यवधी रुपयांचा नफा कमावू शकता. क्रिकेटच्या व्हर्चुअल गेममध्ये सेंचुरी मारून तुम्ही सचिन-विराटला नाही इम्प्रेस करू शकत, एवढं लक्षात ठेवा.'' बाबुलालनी केलेली थेट टीका समोर बसलेल्या तरुण पिढीने हसून नि टाळ्या देऊन दिलखुलासपणे स्वीकारली.

तुम्ही जन्मत:च उद्योजक असलात तर आनंदच आहे. लताचा आवाज, सचिनची बॅट, अमिताभचा अभिनय, टाटांचं नेतृत्व, धीरूभाईंचं कर्तृत्व हे जसं दैवी आहे तशी तुमच्यातली उद्योजकतेची बीजं दैवी असू शकतात, पण अभावाने. बाकीच्यांची बीजं ही संगोपनाची नि देखभालीची वाट बघत असतात. नोकरीत असताना तुम्ही स्वत:ला वेगवेगळ्या सिच्युएशनमध्ये वर्षभरात बारा वेळा विचारा, की मला माझा व्यवसाय सुरू करणं-चालवणं-वाढवणं जमणार आहे का? उत्तर 'हो' आलं तर तुम्हीच तुमचा मार्ग काढाल. नाही आलं तर नोकरीच्या मार्गावर स्वत:हून चालत राहाल.'' बाबुलालच्या सल्ल्यावर अनेक माना आपसूकच डोलल्या.
'-आणि तरीही मी सल्ला देईन- जो मी सुरुवातीला दिला होता- की अजिबात होऊ नका उद्योजक! कारण मला खात्री आहे, की निष्णात, निश्चयी गिर्यारोहक 'एव्हरेस्ट' चढू की नको हा सल्ला मागत नाही आणि कुणी दिला तरी स्वीकारतही नाही. त्याने सल्ला मागितलाच तर तो एव्हरेस्टचा मार्ग विचारेल, हवामानाबद्दल विचारेल... तसंच हे आहे. 'अजिबात होऊ नका उद्योजक!' हा माझा सल्ला धुडकावून स्वत:चा उद्योग सुरू करणारे धाडसी, निश्चयी, निगर्वी, ध्येयवेडे तरुण मी शोधतो आहे. आज, आत्ता, याक्षणी त्यातले काही मला इथे नक्की भेटतील असं मला माझा आतला आवाज सांगतोय.... धन्यवाद!''

बाबुलाल बोलायचं थांबले.
अख्खं सभागृह त्यांना अभिवादन करायला टाळ्यांच्या गजरातच ऊत्स्फूर्तपणे उभं राहिलं. ◉

deAzzle
sayali ice crea...
₹ १० आजचा संग्रह
deAzzle Tips : deAzzle helps you track the performance of your business anytime, anywhere
व्यवसाय उपक्रम
ग्राहक
ऑर्डर्स/मागण्या
बुकिंग्ज / आगाऊ नोंदविण्यात
ऑफर्सची पूर्वमाहिती
विशेष/खास योजना
चौकश्या
व्यवसायासंबंधित सेटिंग्ज्
PoS
अहवाल
क्रिया
व्यवसाय वाढवायचा आहे ?
ऑनलाईन या डॅझल सोबत!
व्यवस्थापनामध्ये सहजता
चिंतामुक्त व्यवस्थापन
अपॉइंटमेंट व सब्स्क्रिप्शन
सुरक्षित पेमेंट्स
डायरेक्ट ब्रॉडकास्ट सुविधा
बिझनेस रिपोर्ट्स
आता आपल्या लहान व्यवसाय मोठा होण्यातले सगळे अडथळे दूर होतील कारण आपल्या व्यवसायाची परिपूर्ण काळजी घ्यायला आम्ही आणले आहे डॅझल सॉफ्टवेअर व ॲप जे सांभाळते आपल्या व्यावसायिक सगळ्या प्रक्रियेला शिस्तबद्ध रीतीने आणि देते सुरक्षित पेमेंट गेटवेची सुविधा.
deAzzleapp/
deAzzleApp
company/deazzle
(+91) 88055 10944
support@deazzle.in
https://deazzle.in
fireflycreative.in

Yashaswi Udyojak - RNI No. MAHMAR/2015/61654(DECL no. SDO/PUNE/SR/130/2015)
Postal Registration No. PCW/180/2015-2017 (Publication Date -26th of Every Month)
Posting at Model Colony Post office (Model Colony S.O 411016 on 1st of Every Month as Ordinary Post with handling charges).

सर्वात चांगली गुंतवणूक असते विश्वासाची!

गेली तीन दशकांहून अधिक काळ ग्राहकांच्या पिढ्यान्‌पिढ्यांशी विश्वासाचं नातं जोडलं आहे परांजपे स्कीम्स यांनी. सर्वोत्तम लोकेशन्स तसेच ग्राहकांच्या बदलत्या गरजा व आकांक्षा यांच्याशी जुळणाऱ्या सुखसुविधा देण्यासाठी आम्ही नेहमीच वचनबध्द असतो. वन रुम किचनची परवडणारी घरे आणि वन बेडरुम पासून पेंटहाऊसेस व बंगल्यापर्यंतचे असंख्य पर्याय तुम्हाला आमच्याकडे मिळतील... तेही संपूर्ण पारदर्शी व्यवहाराच्या खात्रीसह!

आजच ही विश्वासाची गुंतवणूक करा... आपले मनपसंत घर निवडा... व परांजपे गृहप्रकल्पांमधील आनंदी, चैतन्यशील कम्युनिटी - 'हॅपिनेस नेटवर्क' मध्ये सामील व्हा!

परंपरा विश्वासाची • रिअल इस्टेटमधील ३ दशकांचा अनुभव • २ मेगा टाऊनशिप्स. ब्लू रिज व फॉरेस्ट ट्रेल्स • १९० पूर्ण झालेले प्रकल्प • ४०००० हून अधिक समाधानी रहिवासी • २ कोटी चौ. फुटांची जागा विकसित • ८ शहरांमध्ये उपस्थिती

पुणे | मुंबई | नाशिक | कोल्हापूर | चिपळूण | रत्नागिरी | बेंगलुरु | कोइमतूर | वडोदरा

कॉर्पोरेट ऑफिस: 'PSC हाऊस', डॉ. केतकर रोड, प्रभात रोड जवळ, एरंडवणे, पुणे - 411 004. फोन: **9021 278 678** | www.pscl.in

PARANJAPE®
The Spirit Of New India

www.pratisaad.com