mcia®
मराठा चेंबर ऑफ कॉमर्स, इंडस्ट्रीज अँड ॲग्रिकल्चर
सूक्ष्म, लघू, मध्यम उद्योगांसाठी हेल्पलाइन

कळीचे प्रश्न

उद्योग सुरू कसा करायचा ते उद्योगाचा विस्तार कसा करायचा, यासंबंधी नेहमी विचारले जाणारे महत्त्वाचे प्रश्न आणि त्यांची समर्पक उत्तरे

उद्योग रचना | सरकारी योजना | वित्तपुरवठा | जीएसटी | मार्केटिंग आणि ब्रँडिंग | सरकारी- ई- बाजारपेठ | आयात-निर्यात

प्रकाशक :
मराठा चेंबर ऑफ कॉमर्स, इंडस्ट्रीज अँड ॲग्रिकल्चर

सूक्ष्म, लघू, मध्यम उद्योगांसाठी हेल्पलाइन

२१

- उद्योग रचना ०४
- सरकारी योजना १०
- वित्तपुरवठा १८
- जीएसटी २४
- मार्केटिंग आणि ब्रँडिंग ३०
- सरकारी- ई- बाजारपेठ ३६
- आयात-निर्यात ४४

या पुस्तिकेतील प्रश्नांची उत्तरे देण्यासाठी पुरेशी काळजी घेतली आहे. वाचकांनी त्यांच्या स्तरावर याची खातरजमा अवश्य करावी. तसेच ती उत्तरे वाचून तुम्हाला सुधारणा सुचवायची असेल तर मराठा चेंबर ऑफ कॉमर्स, इंडस्ट्रीज अॅन्ड अॅग्रिकल्चरकडे अवश्य कळवा. त्यामुळे यापुढे ही पुस्तिका वाचणा-यांना सुधारित आवृत्ती सादर करता येईल.

21 FAQs

उद्योग रचना

प्रश्न १ : स्टार्टअपसाठी सर्वात उपयुक्त नोंदणी प्रकार कोणता : – एकल मालकी (Sole Proprietorship), भागीदारी (Partnership), मर्यादित दायित्व असणारी भागीदारी (Limitee Liability Partnership) की खाजगी मर्यादित कंपनी (Private Limited Company)?

तुमच्या स्टार्टअपचे स्वरूप, तुमची उद्दिष्टे, गुंतवणुकीचे प्रमाण, जोखीम पत्करण्याची तयारी आणि व्यवसायवृध्दीची क्षमता या कसोट्यांवर अवलंबून असते. सोल प्रोपायटरशीप वा एकल मालकी ही सर्वांत साधी आणि सर्वांत स्वस्त अशी उद्योग रचना आहे. ती प्रत्यक्षात आणण्यासाठी कमीत कमी प्रक्रिया पार पाडावी लागते. या रचनेत मालक आणि उद्योग यांच्यात कायदेशीर विभागणी नसते. पार्टनरशिप वा भागीदारीतील उद्योग रचना ही संयुक्तपणे उद्योग चालविण्यासाठी योग्य असते. पण, या रचनेत अमर्याद दायित्व वा जबाबदारी पेलावी लागते. एलएलपी- लिमिटेड लायेबिलिटी पार्टनरशिप म्हणजेच मर्यादित दायित्व भागीदारीत उद्योग रचना लवचिक स्वरुपाची असते. दायित्वही मर्यादित असते. सेवा उद्योगासाठी ही रचना उत्तम ठरु शकते. प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी वा खाजगी मर्यादित कंपनी ही उद्योगाची बांधेसूद रचना आहे. स्टार्टअप सुरू करणारे उद्योजक या रचनेला जास्त पसंती देतात. या रचनेत उद्योग वाढण्याची क्षमता, गुंतवणूक आणि विश्वासार्हता यांचा विचार केलेला असतो. मात्र, या रचनेत अधिक नियमांचे पालन करावे लागते. आर्थिक दायित्व, करआकारणी, निधीची उपलब्धता आणि उद्योगाचे गुंतागुंतीचे स्वरुप या गोष्टी लक्षात घेऊन स्टार्टअपसाठीच्या उद्योग रचनेची निवड करावी.

प्रश्न २ : मी माझ्या उद्योगाची रचना स्वतःची मालकी ते एलएलपी वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी अशी बदलू शकतो का ?

तुम्हाला तुमच्या मालकीच्या उद्योगाची रचना थेट पद्धतीने बदलता येत नाही. हा बदल करण्यासाठी तुम्हाला नव्या एलएलपी कंपनीची वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनीची नोंद करावी लागते. त्याकरता उद्योग हस्तांतर करार (बिझनेस ट्रान्स्फर ॲग्रिमेंट-बीटीए) करावा लागतो. या करारामुळे तुमच्या कंपनीचा व्यवसाय हस्तांतरित होतो. या करारात कंपनीशी संबंधित परवाने, मालमत्ता, आर्थिक दायित्व यांच्या तपशिलाचा समावेश असतो. या करारात तुम्ही व्यवहार करत असलेल्या बँका, कंपनीशी संबंधित विक्रेते, ग्राहक यांचाही उल्लेख केला पाहिजे. तुमचे पॅन, जीएसटी, शॉप ॲक्ट आणि उद्यम नोंदणीची कागदपत्रे अद्ययावत असली पाहिजेत. उद्योगाची रचना बदलताना प्रत्येक गोष्टीची कागदोपत्री नोंद व्यवस्थित असली पाहिजे. तुमच्या व्यवसायाची प्रसिध्दी झालेली असेल, तर याकामी अधिक खबरदारी घेतली पाहिजे.

उद्योजक होण्याची इच्छा असणाऱ्यांना उद्योग सुरू करण्यासाठी सर्वांगीण स्वरुपाचे मार्गदर्शन करण्याचा प्रयत्न या भागात करण्यात आला आहे. यामध्ये काही प्रमुख प्रश्नांची उत्तरे देण्यात आली आहेत. उद्योग सुरू करताना कोणते स्वरूप अधिक योग्य आहे, त्याची नोंदणी कशी करायची आणि त्यासाठी कोणकोणते परवाने आवश्यक असतात, उद्योग सुरू केल्यावर कायदेशीर तरतुदींचे पालन आणि स्वतःच्या ब्रँडचे संरक्षण कसे करायचे आदी प्रश्नांची चर्चा करण्यात आली आहे. या सोबतच सेवा क्षेत्रातील स्टार्टअप्सनी कोणत्या अटींचे पालन करावयाचे याची माहिती देण्यात आली आहे. तसेच सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम स्वरुपाच्या उद्योगांसंदर्भात (एमएसएमई) साद्यंत माहितीी देण्यात आली आहे. याद्वारे उद्योग सुरू करण्यासाठी आणि त्यांचे दैनंदिन व्यवस्थापन सुकर करण्यासाठी याची इत्यंभूत माहिती मिळू शकेल. त्यामुळे उद्योगाचा विस्तार करण्यासाठीही उद्योजकांना उपयुक्त सूचना उपलब्ध होतील.

उद्योग रचना

या भागात २१ प्रश्नांपैकी **६७%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ३ : एचआर, सायबर सिक्युरिटी वा मार्केटिंगशी संबंधित सल्लासेवा या स्वरूपाच्या उद्योगाची नोंद मी कशी करू शकतो ?

तुम्हाला स्वतंत्रपणे सल्लागार (कन्सल्टंट) म्हणून व्यवसाय करायचा असेल, तर पॅन, शॉप एक्ट परवाना आणि उद्यम नोंदणी सादर करून तुम्ही स्वतःच्या एकल मालकीचा उद्योग म्हणून नोंद करू शकता. तुम्हाला अन्य भागीदारांसोबत/ संचालकांसोबत काम करायचे असेल, तर तुम्ही एलएलपी वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी या पर्यायांचा विचार करू शकता. उद्योग मंत्रालय वा मिनिस्ट्री ऑफ कॉर्पोरेट अफेअर्सकडे तुम्ही नोंद करू शकता. याकरता वेगळा पॅन नंबर घ्या, बँक अकाऊंट काढा आणि आर्थिक व्यवहारांची नोंद करा.

या स्वरूपात व्यवसाय करण्यासाठी भागीदारी करार अथवा कंपनीसाठीचे आर्टिकल्स आणि मेमोरांडम ऑफ असोसिएशन तयार करवून घ्या.

माहितीच्या गोपनीयतेचा करार (NDAs) आणि इंटरनेट प्रोटोकॉल अॅड्रेस (IP) करण्याची खबरदारी घ्या. कायदेशीर तरतुदींचे पालन आणि सेवेचे ब्रँडिंग काटेकोरपणे केल्यास तुम्ही स्पर्धेत टिकून राहाल.

प्रश्न ४ : मला एकाच ब्रँडखाली विशिष्ट गरजा भागवणारे विविध उद्योग (business verticals) कसे उभे करता येतील ?

एलएलपी वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी स्थापन करून तुम्ही एकाच ब्रँडखाली विशिष्ट गरजा भागवणारे विविध उद्योग उभे करू शकता. त्याकरता करारात तसा स्पष्ट उल्लेख असावा. विविध विभागांमार्फत हे उद्योग तुम्ही चालवू शकता. एका कंपनीच्या अधिपत्याखाली(Holding Company Structure) विविध कंपन्या चालवण्याचाही पर्याय तुम्हाला उपलब्ध आहे. यामुळे व्यवसायातील जोखमींची विभागणी होते. प्रत्येक उद्योगासाठी स्वतंत्र नोंदणी आणि आवश्यक ते परवाने घेणे आवश्यक आहे. या उद्योगांच्या आर्थिक व्यवहारांची नोंद आणि कागदपत्रे काटेकोरपणे ठेवा.

प्रश्न 5 – एकाच पॅन कार्डाचा वा ब्रँडचा वापर करून मी एकापेक्षा अधिक उद्योगांची नोंदणी करू शकतो का ?

तुमची एकट्याची मालकी असेल, तर तुम्ही एकाच पॅनचा वा ब्रँडचा वापर करून एकापेक्षा अधिक उद्योगांची नोंदणी करू शकता. मात्र, हे करताना तुम्ही प्रत्येक उद्योगासाठी स्वतंत्र लायसेन्स वा परवाना घेणे आवश्यक आहे. कंपनी स्थापन करताना तुम्हाला कंपनीची व्याप्ती किती असेल, हे नमूद करावे लागते. त्यानुसार कायदेशीर तरतुदींचे पालन करून एलएलपी वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी स्थापन करून तुम्ही एकाच ब्रँडखाली विशिष्ट गरजा भागवणारे एकापेक्षा अधिक उद्योग चालवू शकता. या प्रत्येक उद्योगासाठीचे व्यापारचिन्ह (ट्रेडमार्क) हे स्वतंत्रपणे घेतलेले असावे. तुमच्या कंपनीच्या रचनेनुसार प्रत्येक उद्योगासाठीची धोक्याची शक्यता (रिस्क फॅक्टर) विभागली जाते.

प्रश्न 6 – प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनीची स्थापना झाल्यानंतर कोणत्या कार्यपद्धतीचे पालन करणे आवश्यक आहे ?

प्रायव्हेट लिमिटेड वा खाजगी कंपनी स्थापन झाल्यानंतर काही गोष्टी करणे बंधनकारक आहे. या गोष्टी याप्रमाणे आहेत- कंपनी स्थापनेनंतरच्या 180 दिवसांत INC-20A हा उद्योग सुरू झाल्याचे जाहीर करणारा फॉर्म भरणे आवश्यक आहे. कंपनीच्या स्थापनेनंतर 30 दिवसांच्या आत ऑडिटरची (ADT-1) नेमणूक करणे बंधनकारक आहे. स्थापनेनंतर 60 दिवसांच्या आत शेअर सर्टिफिकेटस प्रसृत करावी लागतात. कंपनीच्या संचालक मंडळाची पहिली मीटिंग स्थापनेनंतर 30 दिवसांच्या आत घ्यावी लागते. कंपनीचे कायदेशीर रजिस्टर वा नोंदवही ठेवणे बंधनकारक आहे. MGT-7 आणि AOC-4 हे फॉर्म दरवर्षी भरणे आवश्यक असते.

प्रश्न 7- कांदा निर्जलीकरण, व्यावसायिक स्वयंपाकघर (क्लाऊड किचन) यासारख्या अन्नपदार्थ उद्योगासाठी कोणते परवाने आवश्यक असतात ?

अन्नपदार्थ उद्योगांसाठी आवश्यक असणारे परवाने पुढीलप्रमाणे आहेत – FSSAI – फूड सेफ्टी एन्ड स्टॅंडर्ड ऑथॉरिटी ऑफ इंडियाचा परवाना घेणे बंधनकारक आहे.

- शॉप ॲक्ट परवाना
- उद्यम नोंदणी
- स्थानिक आरोग्य आणि पालिका संस्थांचे प्रमाणपत्र
- अग्निशामक दलाचे ना हरकत प्रमाणपत्र आणि यंत्रसामग्रीचा वापर होणार असल्यास प्रदूषण मंडळाचे प्रमाणपत्र
- निर्यातीसाठी आयात निर्यात कोड (आयइसी). निर्यातीसाठीच्या मालाचे पॅकेजिंग आणि लेबलिंग करताना मोजमापाची मानके (मेट्रॉलॉजी स्टँडर्डस) पाळली पाहिजेत, तुमच्या ब्रँडला व्यापारचिन्ह वा ट्रेडमार्क दिला पाहिजे.

प्रश्न ८ : व्यवसायाची सुरुवात करण्यापूर्वी व्यापारचिन्हाची (ट्रेडमार्क) नोंदणी करणे बंधनकारक आहे का ?

व्यवसायाची सुरुवात करण्यापूर्वी व्यापारचिन्हाची नोंदणी करणे बंधनकारक नाही. पण, अशी नोंदणी करणे फायदेशीर ठरते. या नोंदणीमुळे ब्रँडनेम, लोगो आणि टॅगलाइन यांचे संरक्षण होते. अर्ज केल्यानंतर साधारणपणे ६ ते १२ महिन्यांमध्ये मंजुरी मिळून व्यापारचिन्हाची नोंदणी होते. त्याकरता आयपी इंडिया पोर्टलद्वारा अर्ज करता येतो. यासाठी पॅन, उद्यम क्रमांक, लोगो आणि उद्योगाची नोंदणी झाल्याचा पुरावा ही कागदपत्रे आवश्यक असतात.

प्रश्न ९ : ब्रँडची मालकी असणे आणि कंपनीची नोंदणी करणे यामधील कायदेशीर फरक काय ?

कंपनीची नोंदणी केल्यामुळे तुम्हाला व्यवसाय सुरू करता येतो. व्यापारचिन्हाची नोंदणी केल्याने तुमच्या ब्रँडचे संरक्षण होते. एका कंपनीकडे एकापेक्षा अधिक ब्रँडसचे स्वामित्व असू शकते. तुमच्या उद्योगाच्या नावाचे संरक्षण केल्यास त्यातून ब्रँड निर्मिती होऊ शकते. ब्रँडनेम ही तुमच्या कंपनीची व्यावसायिक ओळख असते.

प्रश्न १० : कोचिंग क्लास वा आयटी सेवा यासारख्या सेवा क्षेत्रातील उद्योगांना कायदेशीर संरक्षण देण्यासाठी मी काय केले पाहिजे ?

उत्तर : याकरता प्रथम तुमच्या उद्योगाची नोंदणी करून घ्या. सर्व्हिस लेव्हल एग्रीमेंटस (SLAs) वा सेवा करारांचे मसुदे तयार करा. तुमच्या ब्रँडची नोंदणी करा. उद्योगाशी संबंधित मूळ साहित्याचे कॉपीराइट म्हणजेच स्वामित्वहक्क घ्या. नॉन डिस्क्लोजर ॲग्रिमेंट म्हणजे माहिती गोपनीय ठेवण्यासाठीचे करार, स्पर्धा प्रतिबंधक करार आणि सेवा समाप्तीच्या तरतुदींचा कराराच्या मसुद्यात समावेश करा. तुमच्या कंपनीच्या सेवा-शर्ती आणि तिचे गोपनीयतेचे धोरण याचा तपशील वेबसाइटवर जाहीर करा.

प्रश्न 11 – मी माझ्या कुटुंबाच्या उद्योगाची नोंदणी कशी करू शकतो आणि मर्यादित दायित्व कसे कायम ठेवू शकतो ?

एलएलपी वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी म्हणून नोंदणी करा. एलएलपीसाठीच्या करारात उद्योगाशी संबंधित कुटुंबातील घटकांच्या भूमिका आणि त्यांच्याकडे किती समभाग वा शेअर्स आहेत हे स्पष्ट करा. उद्योगाचे एकच खाते वा अकाउंट ठेवा. आर्थिक व्यवहारांबाबत पारदर्शकता राखा. या उपायांद्वारा तुम्ही तुमच्या कुटुंबाच्या उद्योगाची नोंदणी करून मर्यादित दायित्व कायम राखू शकाल.

प्रश्न १२ : भागीदारी करार (पार्टनरशिप डीड) म्हणजे काय, तो करणे का महत्त्वाचे आहे ?

भागीदारी करारात पुढील महत्त्वाच्या तरतुदींचा तपशील असतो :-व्यवसायाचे स्वरूप, भागीदारांचा भांडवली हिस्सा किती आहे, नफ्याचे वाटप कसे करायचे, निधीचे व्यवस्थापन आणि तंटा वा वादाची सोडवणूक कशी करायची इत्यादी. नोंदणीकृत भागीदारी करारामुळे वेळ पडल्यास भागीदारांना न्यायालयात खटला दाखल करता येतो. या करारामुळे उद्योगाबाबतची विश्वासार्हता वाढते. या कराराची नोंद नोटरीकडे करणे अत्यावश्यक आहे

प्रश्न १३ : वेबसाइटवरून कोणती कायदेशीर धोरणे जाहीर करावीत ?

वेबसाइटवरून पुढील कायदेशीर धोरणे जाहीर करणे अत्यावश्यक आहे :- उद्योगासंबंधीच्या अटी आणि शर्ती, गोपनीयता धोरण (भारतीय माहिती तंत्रज्ञान कायद्यानुसार हे धोरण जाहीर करणे बंधनकारक आहे), ग्राहकांकडून मिळालेली रक्कम परत करणे आणि करार रद्द करण्यासंबंधीची धोरणे, डिस्क्लेमर्स, आणि कुकी धोरण.

प्रश्न 14: एमएसएमई उद्योगांच्या ब्रँड बिल्डिंगसाठी आणि मार्केटिंगसाठी काही योजना आहेत का ?

लघु उद्योगांच्या ब्रँडिंग आणि मार्केटिंगसाठी (विपणन) अनेक योजना आहेत. ZED (झिरो डिफेक्ट) प्रमाणपत्र योजनेअंतर्गत उद्योगांना उत्पादनांचा दर्जा वाढविण्यासाठी मार्गदर्शन आणि आर्थिक सहाय्य मिळते. गुणवत्तेचे प्रमाणीकरण करण्याबरोबरच या योजनेतून ग्राहकांचा विश्वास मिळवण्यास मदत होते.

सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना "टीम" या योजनेमार्फत उत्पादन / सेवांचा कॅटलॉग तयार करणे, ओएनडीसीमध्ये नोंदणी करून ई-कॉमर्सद्वारे व्यवसाय वाढविण्यासाठी, पॅकेजिंग आणि इतर बाबींसाठी मदत मिळते. एमएसएमई मार्केट डेव्हलपमेंट असिसटन्स (एमडीए) या योजनेतून देशांतर्गत बाजारपेठ मिळवण्यासाठी मदत केली जाते. खरेदीदार आणि विक्रेते यांच्या बैठका या योजनेद्वारे आयोजित केल्या जातात. याशिवाय कॅटलॉग, बॅनर्स आणि सँपल किटस यासारख्या मार्केटिंगसाठी आवश्यक साधनांकरताही या योजनेतून मदत मिळते. देशांतर्गत आणि जागतिक व्यापार मेळे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी झाल्याने ब्रँडवाढीस चालना मिळते. या मेळ्यांमधील आणि प्रदर्शनांमधील सहभागासाठी आंतरराष्ट्रीय सहकार्य योजनेतून अनुदाने आणि खर्च केलेल्या रकमेचे परतावे दिले जातात.

प्रश्न १५ : एमएसएमई उद्योगांनी कोणते प्रमुख करार करणे आवश्यक आहे ?

कोणत्याही क्षेत्रातील एमएसएमई उद्योगांकरता काही प्रमुख करारांबाबतची कागदपत्रे तयार ठेवणे महत्त्वाचे ठरते. या कागदपत्रांमुळे वाद वा तंटे रोखता येतात. काही जबाबदाऱ्या पार पाडण्यासाठी संबंधित घटकांना भाग पाडता येते. उद्योगांकडे प्रत्येक ग्राहकाशी संबंधित सर्व्हिस ॲग्रीमेंट वा वर्क कॉन्ट्रॅक्ट म्हणजेच सेवा कराराची कागदपत्रे असणे आवश्यक आहे. या करारात तुम्ही देणार असलेल्या सेवेची व्याप्ती, शुल्क आकारणी आणि वितरणयोग्य बाबींचा स्पष्ट उल्लेख असावा. तुमचा उद्योग संवेदनशील माहितीशी संबंधित असेल वा त्यात इतर कोणीही (थर्ड पार्टी) सहभागी असेल, तर माहितीच्या गोपनीयतेचा करार (NDAs) करणे आवश्यक आहे. कामगारांसाठी आणि बाहेरच्या व्यक्तींकडून (फ्रीलान्सर्स) काम करून घ्यायचे असेल, तर रोजगार करार आणि फ्रीलान्स कॉन्ट्रॅक्ट तसेच इंटेलेक्चुअल प्रॉपर्टी असाइनमेंट ॲग्रिमेंट म्हणजेच बौद्धिक संपदेबाबतचे करार करणे आवश्यक आहे. तुम्ही जर उद्योगाचे सहसंस्थापक वा भागीदार असाल, तर तुम्ही संस्थापकांचा करार, भागीदारीचा करार वा एलएलपी करार करणे गरजेचे आहे. या करारात मालकी, निर्णय प्रक्रिया आणि करारातून बाहेर पडण्याची तरतूद यासंबंधी कलमे असावीत. उद्योगाचे तंत्रज्ञान आणि डिझाइन याकरता परवाना करार उपयुक्त ठरतो. या प्रमुख करारांची कागदपत्रे तुमच्याकडे असल्याने तुमच्या उत्पन्नाचे, बौद्धिक संपदेचे कायदेशीर संरक्षण होते. तुमची प्रतिष्ठाही अबाधित राहते. यामुळे तुमच्या उद्योगात गुंतवणूक करणाऱ्यांचा विश्वासही वाढतो.

प्रश्न १६ : मला माझा व्यवसाय देशातील इतर राज्यांमध्ये कसा वाढवता येईल ?

नव्या राज्यातील उद्योगासाठी शॉप ॲक्टनुसार अर्ज करा. जीएसटी आणि इतर व्यावसायिक कर भरण्यासाठी त्या त्या राज्यात नोंदणी करा. यासंबंधी कंपनीच्या संचालक मंडळाचा ठराव संमत करून घ्या. तुमच्या उद्योगाच्या शाखेचे अकाऊंट सुरू करा. तुमचा पत्ता सरकारी यंत्रणेद्वारा अद्ययावत करून घ्या. तुमचा उद्योग उत्पादन क्षेत्रातील वा गोदाम बांधणीशी संबंधित असेल, तर अतिरिक्त परवाने मिळवा.

प्रश्न १७ : मालकी हक्काचा उद्योग वा एलएलपी बंद कसा करायचा ?

मालकी हक्काचा उद्योग बंद करण्यासाठी संबंधित अधिकाऱ्यांना तसे कळवावे लागते. जीएसटी, शॉप ॲक्ट, उद्यम आदी परवाने रद्द करावे लागतात. शेवटचे रिटर्न्स् भरावे लागतात. एलएलपी उद्योग बंद करण्यासाठी २४ नंबरचा फॉर्म उद्योग मंत्रालयाकडे सादर करावा लागतो. कोणतीही थकबाकी नाही, याची खबरदारी घ्यावी लागते. याचबरोबर आयटीआर, फॉर्म ८ आणि ११ भरावे लागतात. भागीदारी संस्थांमध्ये इतर भागीदारांचे ना हरकत प्रमाणपत्र घ्यावे लागते.

प्रश्न 18- नोंदणी न केलेला उद्योग करण्यात कोणते धोके असतात ?

तुमच्या उद्योगाची नोंदणी झालेली नसेल, तर तुम्ही कोणताही करार लागू करू शकत नाही, तुम्हाला कर्ज मिळत नाही, कोणत्याही सरकारी योजनांचे लाभ घेता येत नाहीत, तुमचे दायित्व अमर्याद पद्धतीने वाढते. तुमच्याकडे परवाने नसतील, तर तुमचा उद्योग बेकायदेशीर मानला जाऊ शकतो.

प्रश्न १९ : कमी मनुष्यबळ असणारा सेवा क्षेत्रातील उद्योग सेवाशर्तींचे पालन कसे करू शकतो ?

तुम्ही एलएलपी वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी म्हणून तुमचा सेवा क्षेत्रातील उद्योग सुरू करा. तुम्ही साधे अकाउंटिंग सॉफ्टवेअर वापरा. केलेल्या करारांचे पालन करा. वैयक्तिक आणि उद्योगाचे व्यवहार वेगळे ठेवा. महत्त्वाची कागदपत्रे सुरक्षित ठिकाणी आणि सहज सापडतील अशी ठेवा. अकाऊंटस् लिहिणे आणि आनुषंगिक कामे काम एखाद्या सनदी लेखापालाकडे(Chartered Accountant) कडे सोपवा.

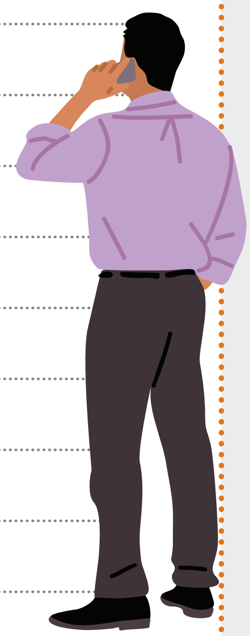
प्रश्न २० : संस्थापकांचा करार (फाउंडर्स ॲग्रिमेंट) म्हणजे काय, त्याची गरज केव्हा भासते ?

संस्थापकांच्या करारात महत्त्वाची माहिती असते. त्यात भागीदारांची भूमिका, त्यांचा मालकी हक्क, इंटरनेट प्रोटोकॉल, भागीदारीतून बाहेर पडावयाच्या अटी आणि भागीदारांमधील तंट्यांची सोडवणूक या गोष्टी स्पष्ट केलेल्या असतात. कंपनी स्थापन करताना भागीदारांनी केलेल्या कराराला संस्थापकांचा करार असे संबोधले जाते.

प्रश्न २१ : उद्यम नोंदणी म्हणजे काय, तिचे लाभ कोणते ?

एमएसएमई उद्योगांच्या नोंदणीसाठीचे उद्यम हे केंद्र सरकारचे पोर्टल आहे. या पोर्टलवर नोंदणी केलेल्या उद्योगांना सरकारी निविदांमध्ये प्राधान्य दिले जाते. त्यांना प्राधान्याने कर्जे दिली जातात. तारणमुक्त कर्जही त्यांना मिळू शकते. व्याजदरात सवलत मिळते. पैशाचा भरणा उशिरा झाल्यास संरक्षण मिळू शकते.

सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या



21
FAQs

सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांसाठी शासकीय योजना

प्रश्न १. उद्योजकांसाठी सरकारच्या कोणत्या सर्वसाधारण योजना उपलब्ध आहेत?

उद्योजकांसाठी उपलब्ध असणाऱ्या सर्वसाधारण सरकारी योजना याप्रमाणे आहेत: PMEGP म्हणजे पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रम, CMEGP अर्थात मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती योजना आणि CGTMSE म्हणजे सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठीचा पतहमी निधी. या तीन प्रमुख योजनांमधून उद्योजकांना निधी उपलब्ध होऊ शकतो. या योजनांद्वारे भांडवली अनुदान आणि तारणमुक्त कर्ज दिले जाते. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना निर्यातवृध्दीसाठी त्या त्या क्षेत्राशी संबंधित निर्यात संवर्धन मंडळांची मदत घेता येते. यात निर्यात बाजारपेठांची ओळख, आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शनांमध्ये सहभाग, आयातदारांशी वैयक्तिक स्वरूपाच्या बैठका, या आणि अशा काही योजनांचा समावेश आहे. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना प्रोत्साहन देण्यासाठी केंद्र सरकारने इतरही विविध योजना अमलात आणल्या आहेत. या योजनांद्वारेही उद्योजकांना त्यांच्या तंत्रज्ञानाच्या क्षमतेत वाढ करता येते. या योजनांचा लाभ घेण्यासाठी सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांनी udyamregistration.gov.in या पोर्टलवर "उद्यम नोंदणी" करणे आवश्यक आहे.

प्रश्न २. मी माझ्या उद्योगाची उद्यम क्रमांक नोंदणी केलेली आहे. यामुळे माझ्या उद्योगाला यामुळे काही शासकीय योजनांचा लाभ मिळू शकतो का?

सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना "उद्यम" नोंदणी केल्यानंतर अनेक शासकीय योजनांचा लाभ मिळण्याची शक्यता निर्माण होते. या नोंदणीमुळे उद्योजकांना तंत्रज्ञान क्षमता वाढ, खेळते भांडवली कर्ज आणि व्यवसाय वाढीसाठी उपलब्ध असलेल्या सरकारी योजनांकरता अर्ज करता येतो. सूक्ष्म आणि लहान उद्योगांसाठी उपलब्ध योजनांचे कर्ज त्यांना मिळू शकते. या कर्जाची हमी सरकार घेत असल्याने बँकांचा कर्ज थकबाकीचा धोका कमी होतो. सरकारी निविदांमध्ये सहभागी होण्यासाठीही उद्योग क्रमांक नोंदणी आवश्यक असते. याचबरोबर केंद्र आणि राज्य सरकारच्या उद्योगांना प्रोत्साहन देणाऱ्या विविध योजनांच्या लाभासाठी ही नोंदणी उपयुक्त ठरते.

शासकीय योजनांचा लाभ घेऊ इच्छिणा-या सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांकरता या भागात ठोस माहिती देण्यात आली आहे. उद्यम नोंदणी, CGTMSE, PMEGP, स्टँड-अप इंडिया आणि ZED प्रमाणपत्र यासारख्या प्रमुख सरकारी योजनांची माहिती देण्यात आली आहे. निधी मिळण्याच्या शक्यता, अनुदान वा सबसिडी, कर्ज सुविधा, निर्यातीसाठीचे सहाय्य आणि तंत्रज्ञानात सुधारणा करण्यासाठीच्या सवलती ठळकपणे मांडण्यात आल्या आहेत. याचा उपयोग उद्योजकांना केंद्र सरकारच्या विविध योजनांचे लाभ परिणामकारकतेने घेण्यासाठी होईल

सरकारी योजना

या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी **९०%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ३. मला माझ्या व्यवसाय वाढीत स्थिर खर्च (fixed costs) आणि निधीच्या कमतरतेमुळे अडथळे येत आहेत. मला सरकारकडून काही मदत मिळू शकते का?

सरकारकडून यासंदर्भात निश्चित मदत मिळू शकते. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना (एमएसएमई) भेडसावणाऱ्या स्थिर खर्च आणि निधीच्या कमतरतेसारख्या समस्या सोडवण्यासाठी सरकारच्या योजना आहेत. या योजनांद्वारे उद्योजकांना आर्थिक मदत मिळू शकते. CGTMSE (क्रेडिट गॅरंटी फंड ट्रस्ट फॉर मायक्रो अँड स्मॉल एंटरप्रायझेस) म्हणजे सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठीचा पतहमी निधी या योजनेसाठी त्यांना अर्ज करता येतो. या योजनेतून मिळणारे कर्ज तारणमुक्त असते. खेळते भांडवल वा तात्पुरत्या वित्तपुरवठ्यासाठी ते उपयुक्त ठरते. एखादा नवा उद्योग सुरू करावयाचा असेल, तर CMEGP (चीफ मिनिस्टर एम्प्लॉयमेंट जनरेशन प्रोग्राम) अर्थात मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती योजना आणि PMEGP (प्राइम मिनिस्टर्स एम्प्लॉयमेंट जनरेशन प्रोग्राम) म्हणजे पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रम या दोन्ही योजना उपयुक्त ठरू शकतात. या योजनांद्वारे भांडवली गुंतवणुकीवर अनुदान (सबसिडी) मिळते. लघु उद्योग विकास बँकेच्या (SIDBI) सक्षम ऊर्जा वापरासाठीच्या आर्थिक योजनांद्वारे मदत मिळवून देखील स्थिर खर्चाचे प्रमाण काही अंशी कमी करता येते. जागेसाठीचे भाडे, पगार, विम्याचे हप्ते या कारणांसाठी करावा लागणारा खर्च म्हणजे स्थिर खर्च. स्थिर खर्चाचे घटक आणि आवश्यक निधी या दोन्ही बाबी ठळकपणे स्पष्ट करणारा उद्योग प्रस्ताव उद्योजकांनी तयार केला पाहिजे. जर असा प्रस्ताव कर्ज अथवा अनुदानास पात्र असेल तर त्याची बँक किंवा संबंधित शासकीय यंत्रणांकडून योग्य छाननी करून त्याला मान्यता मिळते अथवा निकषात बसण्यासाठी काही प्रमाणात सुधारणा करायला सांगितले जाते.

प्रश्न ४ : मला उपलब्ध कर्ज योजना आणि निर्यातीशी संबंधित सरकारने योजलेल्या उपायांची माहिती घ्यायची आहे. या दोन्ही संदर्भात माझ्यासाठी कोणते पर्याय उपलब्ध आहेत?

तुम्ही सूक्ष्म, लघु वा मध्यम स्वरूपाचे उद्योजक असाल, तर कर्ज योजना आणि निर्यातीशी संबंधित सरकारने योजलेल्या उपायांचे अनेक पर्याय तुम्हाला उपलब्ध आहेत. तुम्हाला व्यवसायासाठी कर्ज हवे असेल, तर तुम्हाला मुद्रा (MUDRA) कर्जांचे पर्याय पडताळून पाहता येतील. PMMY Scheme मध्ये प्रथमच लाभ घेणा-यास मुद्रा शिशु(मर्यादा रू. ५०,०००) , त्यानंतर क्रमाक्रमाने मुद्रा किशोर (मर्यादा रू. ५ लाख) - मुद्रा तरूण मर्यादा रू. १० लाख)किंवा मुद्रा तरूण+(मर्यादा रू. २० लाख) या रकमांचे कर्ज मिळू शकते- अर्थात बँकांनी त्या प्रस्तावाची छाननी करून त्यावर अनुकूलता दर्शवली त्यानंतरच. हे कर्ज विनातारण स्वरूपातील असेल. CGTMSE (क्रेडिट गॅरंटी फंड ट्रस्ट फॉर मायक्रो अँड स्मॉल एंटरप्रायझेस) म्हणजे सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठीचा पतहमी निधीतूनही तुम्हाला कर्ज मिळू शकते. ५ कोटी रुपयांपर्यंत मिळणाऱ्या या कर्जाची हमी केंद्र सरकार घेते. महिला आणि अनुसूचित जाती-जमातींमधील उद्योजकांना स्टँड अप इंडिया योजनेतून कर्ज मिळू शकते. या योजनेनुसार नव्याने उभारणी होत असलेल्या उद्योगासाठी (ग्रीनफिल्ड एंटरप्रायझेस) १० लाख ते

१ कोटी रुपयांपर्यंत कर्ज उपलब्ध होते. लघु उद्योग विकास बँक (SIDBI) मशिनरी, खेळते भांडवल आणि उद्योग विस्तार यासाठी कमी व्याजदर असलेली कर्जे (सॉफ्ट लोन्स) उपलब्ध करून देते. विशिष्ट उद्दिष्टांसाठी ती उपयुक्त ठरतात.

निर्यातीचा विचार केला, तर उद्योजकांसाठी काही योजना उपयुक्त ठरू शकतात. RoDTEP (Remission of Duties and Taxes on Export Products) या योजनेतून निर्यात करण्यात येणाऱ्या उत्पादनांवरील आकारणीत सूट मिळू शकते. MEIS (Merchandise Exports from India Scheme) आणि SEIS (Service Exports from India Scheme) या योजनांद्वारेही निर्यातीला प्रोत्साहन मिळते. EPCG (निर्यात प्रोत्साहन भांडवली वस्तू योजना) मुळे उद्योजकांना निर्यातीसाठी आवश्यक असणाऱ्या भांडवली वस्तूंची आयात कोणत्याही आकारणीशिवाय करता येते. TIES (ट्रेड इन्फ्रास्ट्रक्चर फॉर एक्स्पोर्ट स्कीम) या योजनेतूनही निर्यातीसाठी मदत मिळते. याशिवाय निर्यातीसाठी घेतलेल्या कर्जावर कमी व्याज आकारणाऱ्या योजनाही उपलब्ध आहेत. EXIM (एक्स्पोर्ट अँड इंपोर्ट बँक) आणि ECGC (एक्स्पोर्ट क्रेडिट गॅरंटी कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया) या बँकाही निर्यातीसाठी वित्त पुरवठा करतात आणि विम्याची सुविधाही उपलब्ध करतात. १० कोटी रूपयांपर्यंत मिळू शकणा-या कर्जाची हमी केंद्र शासनाने स्थापन केलेला सीजीटीएसएमई हा ट्रस्ट देतो. तसेच स्टार्ट अप ना आणि महिला तसेच अनुसूचित जाती जमातीमधील उद्योजकांना स्टार्ट अप इंडिया/ स्टँड अप इंडिया या योजनांद्वारे जोखीम निधी मिळू शकतो. जागतिक व्यापार मेळ्यांमधील सहभाग आणि खरेदीदार-विक्रेत्यांच्या बैठकांमधील सहभागासाठी त्या निधी उपलब्ध करतात. या सर्व योजनांचा लाभ घेण्यासाठी उद्योजकाकडे इंपोर्ट एक्स्पोर्ट कोड (आयईसी) असणे आवश्यक आहे. याचबरोबर त्याने त्याच्या उद्योगाशी संबंधित निर्यात प्रोत्साहन मंडळात (एक्स्पोर्ट प्रमोशन कॉन्सिल) नोंदणी करणेही गरजेचे आहे.

प्रश्न ५ : मला एमआयडीसीकडून जमीन विकत घ्यायची आहे. त्यासाठीची प्रक्रिया काय आहे आणि त्याकरता कोणती कागदपत्रे आवश्यक आहेत?

महाराष्ट्र औद्योगिक विकास महामंडळाकडून अर्थात एमआयडीसीकडून औद्योगिक कारणांसाठी जमीन विकत घ्यायची असेल, तर प्रथम तुमच्या कंपनीची नोंदणी करणे आवश्यक आहे. त्यानंतर तुम्ही जमिनीसाठी एमआयडीसी पोर्टलवरून अर्ज करू शकता. या प्रक्रियेत उद्योग प्रस्ताव, प्रकल्प अहवाल (प्रोजेक्ट रिपोर्ट) आणि आर्थिक तपशील सादर करावा लागतो. जमिनीसाठी मंजुरी मिळाल्यावर तुम्हाला काही कागदपत्रे सादर करावी लागतात. त्यामध्ये उद्योग क्रमांक, पॅन, कंपनी रजिस्ट्रेशन, डिरेक्टर केवायसी आणि तुम्हाला निधी कोठून मिळाला, याचे पुरावे यांचा समावेश असतो. याचबरोबर तुमचा प्रकल्प किती काळात पूर्ण होणार (टाइमलाइन), त्यासाठी केल्या जाणाऱ्या गुंतवणुकीची आकडेवारी आणि त्यातून किती रोजगार उपलब्ध होणार आहे, ही माहिती तुम्हाला द्यावी लागते. जमिनीसाठी मंजुरी दिल्यानंतर तसे अधिकृत पत्र आणि संबंधित कायदेशीर कागदपत्रे तुम्हाला दिली जातात. त्यानंतर तुम्हाला जमिनीचा ताबा घेता येतो.

प्रश्न ६ : मी CGTMSE, इलेक्ट्रॉनिक्स सबसिडी आणि PLI या योजनांचा आधीच लाभ घेतला आहे. मला उपयुक्त ठरतील अशा इतर योजना कोणत्या?

निधी पुरवठा करणाऱ्या प्रमुख योजनांचा लाभ तुम्ही घेतला असल्याने आता तुम्ही आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत तुमच्या उद्योगाचा विस्तार करू शकता. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग मंत्रालयाची आंतरराष्ट्रीय सहकार्य योजना आहे. जागतिक पातळीवरील औद्योगिक प्रदर्शने आणि व्यावसायिक बैठकांमध्ये सहभागासाठी या योजनेतून सहकार्य केले जाते. विमान प्रवासाचा खर्च, प्रदर्शनांमधील स्टॉल उभारणीचा खर्च आणि उद्योग विस्तारासाठीच्या इतर बाबी याकरता होणाऱ्या खर्चाची भरपाई सरकारकडून केली जाते. निर्यात वाढीसाठी सहाय्य करणाऱ्या इलेक्ट्रॉनिक्स अँड कॉम्प्युटर प्रमोशन कॉन्सिल (ESC) तसेच इंजिनिअरिंग एक्स्पोर्ट प्रमोशन कॉन्सिल (EEPC) यांसारख्या संघटनांशी तुम्ही निर्यात वाढीसाठी, खरेदीदार मिळवण्यासाठी आणि व्यापारी कारणांसाठी संपर्क साधू शकता. या सर्व योजना तुम्हाला नव्या बाजारपेठा मिळवण्याकरता आणि तुमच्या निर्यातीच्या प्रमाणात वाढ करण्यासाठी उपयुक्त आहेत.

प्रश्न ७ : एका महिला उद्योजकाने शेती आधारित व्यवसाय नुकताच सुरू केला आहे. तिला उपयुक्त ठरतील, अशा कोणत्या योजना आहेत?

शेतीशी संबंधित महिला उद्योजकांसाठी काही विशेष सरकारी योजना आहेत. या योजनांद्वारे आर्थिक आणि उद्योगाच्या दैनंदिन कामकाजासाठीही मदत केली जाते. प्रधानमंत्री मुद्रा योजनेतून कमी व्याजदरात १० लाख रुपयांपर्यंतचे कर्ज मिळू शकते. हे कर्ज तारणमुक्त असते. या कर्जाचा उपयोग खेळते भांडवल म्हणून होऊ शकतो. त्यातून मशिनरी विकत घेता येते. काही वस्तूंचा साठा करण्यासाठीही ते उपयोगी पडते. महिला उद्योजकांना बँकांकडून मिळणाऱ्या कर्जांसाठी प्राधान्य दिले जाते. त्यावरील व्याज आकारणीही सुलभ असते. महिला उद्योजकांना त्यांच्या उत्पादनाची निर्यात करावयाची असेल, तर त्या APEDA (एग्रीकल्चरल अँड प्रोसेस्ड फूड प्रॉडक्ट्स एक्स्पोर्ट डेव्हलपमेंट अथॉरिटी) शी म्हणजेच कृषी आणि प्रक्रियायुक्त अन्नपदार्थ निर्यात वृद्धी प्राधिकरणाशी संपर्क साधू शकतात. हे प्राधिकरण उत्पादनाचा आंतरराष्ट्रीय दर्जा राखण्यास मदत करते आणि निर्यातीची प्रक्रिया सुलभ होण्यासाठी प्रयत्नशील आहे. त्यासोबतच मराठा चेंबर ऑफ कॉमर्सच्या कृषी निर्यात सेवा केंद्राच्या मार्गदर्शनाचा लाभ तुम्ही घेऊ शकता.

प्रश्न ८ : मी उद्योग सुरू करून दोन वर्षे झाली आहेत. आता माझ्यासाठी कोणत्या सरकारी योजना उपयुक्त ठरतील?

तुमच्या उद्योगाने दोन वर्षांचा प्राथमिक काळ पूर्ण केला असेल, तर तुम्हाला इतर काही पर्याय व्यवसाय वाढीसाठी उपलब्ध आहेत.

१. CGTMSE

(क्रेडिट गॅरंटी फंड ट्रस्ट फॉर मायक्रो अँड स्मॉल एंटरप्रायझेस) म्हणजे सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठीचा पतहमी निधी. या निधीतून २ कोटी रुपयांपर्यंतचे तारणमुक्त कर्ज मिळू शकते. यात ज्या कारणासाठी कर्ज घेतले असेल, ती मालमत्ता गहाण ठेवण्याव्यतिरिक्त तारण द्यावे लागत नाही. अर्थात हे कर्ज प्रकरण बँकेच्या कर्ज वितरण मापदंडात बसले तरच. त्याकरता तुमच्या बँकेमार्फत तुम्हाला अर्ज करता येतो.

२. प्रधानमंत्री मुद्रा कर्ज योजना:

- सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठी उपयुक्त कर्ज सुविधा.
- या कर्जासाठी कोणतेही तारण ठेवावे लागत नाही वा अनामत रक्कम द्यावी लागत नाही.
- बँकांमार्फत अर्ज केल्यास हे कर्ज मिळू शकते. यासोबतच साहसी भांडवल (Venture Capital) योजनाही उपलब्ध आहेत.

या सर्व योजनांची वैशिष्ट्ये म्हणजे व्यवसाय वाढीसाठी त्या दिल्या जातात, या कर्जांमुळे खेळत्या भांडवलाची गरज भागते आणि ती मिळण्यासाठी कोणतेही तारण द्यावे लागत नाही. या योजनांसोबतच विविध बँका व्यवसायासाठी अर्थिक मदत करतात.

प्रश्न ९ : सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांमधील (एमएसएमई) भांडवली गुंतवणुकीकरता तसेच या उद्योगांमधील यंत्रसामग्रीचा दर्जा वाढविण्यासाठी कोणत्या सरकारी योजना आहेत?

लघु उद्योग विकास बँकेची (SIDBI) भांडवली गुंतवणुकीसाठी मदत करणारी योजना आहे. उद्योगांच्या ऊर्जा वापराची कार्यक्षमता वाढवणे आणि ऊर्जेचा वापर कमी करणे हे या योजनेचे उद्देश आहेत. यंत्रसामग्रीचे आधुनिकीकरण, ऊर्जा वापराची कार्यक्षमता वाढवणे, नूतनीकरणक्षम ऊर्जेच्या वापरास प्रोत्साहन देणे यासाठी सिडबीमार्फत काही योजना राबवल्या जातात. एमएसएमई चॅम्पियन योजनेद्वारे यांत्रिकीकरण, सॉफ्टवेअर वा डिजिटल साधनांसाठी निधी उपलब्ध करून प्रोत्साहन दिले जाते. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांची (MSME) उत्पादकता वाढावी आणि त्यांनी स्पर्धेत टिकून राहावे ही या योजनांची उद्दिष्ट्ये आहेत. यंत्रांच्या खरेदीसाठीचे मागणीपत्र (कोटेशन), उद्योगाचा ताळेबंद (बॅलन्सशीट) आणि गुंतवणुकीची योजना तयार असेल, तर या योजनांमधून मिळणाऱ्या कर्जांसाठी उद्योजकांना अर्ज करता येतो.

प्रश्न १०. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांसाठी (MSME) कोणत्या करसवलती आणि परताव्याच्या तरतुदी उपलब्ध आहेत?

सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांवरील आर्थिक बोजा कमी करण्यासाठी सरकारने अनेक करसवलती देऊ केल्या आहेत. या उद्योगांना त्यांचा लाभ घेता येईल. वस्तू आणि सेवा कर (GST) योजनेनुसार वार्षिक उलाढाल दीड कोटी रुपयांपर्यंत असलेल्या एमएसएमई उद्योगांवर फ्लॅट वा घराप्रमाणे जीएसटी रेट आकारला जातो. या उद्योगांवर जीएसटीची पूर्ण आकारणी केली जात नाही. यामुळे करांचा बोजा कमी होतो. प्राप्तिकर कायद्याच्या विभाग 44AD नुसार (प्रीझम्प्टीव्ह टॅक्सेशन - अनुमानित कर आकारणी) लघु उद्योजकांना महसुलाच्या स्थिर टक्केवारी आधारे नफा जाहीर करता येतो. यामुळे हिशेबाची गुंतागुंतीची प्रक्रिया टाळता येते. DPIIT (डिपार्टमेंट फॉर प्रमोशन ऑफ इंडस्ट्री अँड इंटरनल ट्रेड) या सरकारी विभागात नोंदणी केलेल्या स्टार्टअप्सना प्राप्तिकर कायद्याच्या सेक्शन 80-IAC नुसार पहिली तीन वर्षे प्राप्तिकरातून १०० टक्के सवलत मिळू शकते. निर्यातदारांना RoDTEP (Remission of Duties and Taxes on Export Products) योजनेतून निर्यात केलेल्या वस्तूंवरील आकारणी आणि कराच्या रकमेचा परतावा मिळू शकतो. याशिवाय Duty Drawback Scheme आणि Advance Authorisation Scheme यांसारख्या योजनांद्वारेही करसवलती उपलब्ध आहेत.

प्रश्न ११. औद्योगिक विभागात (Industrial Zones) सुरू केलेल्या उद्योगांसाठी जागा वा विभागानुसार काही प्रोत्साहनात्मक सवलती आणि अनुदान मिळते का?

मागास वा अविकसित विभागातील उद्योगांना प्रोत्साहन देण्यासाठी केंद्र आणि राज्य सरकारांकडून काही सवलती दिल्या जातात. विशिष्ट एमआयडीसी विभाग आणि औद्योगिक संकुलांमध्ये उद्योग सुरू केल्यास जमिनीच्या खरेदी दरात सवलत मिळू शकते. या उद्योगांवर कमी वीजदर आकारणी केली जाते; तसेच त्यांना स्टॅम्प ड्युटीतून सूट दिली जाते. यंत्रसामग्री खरेदीसाठीही सबसिडी दिली जाते. या सवलतींचे स्वरूप प्रत्येक राज्यानुसार वेगळे आहे. कोणत्या विभागात उद्योग स्थापन केला आहे, यावर ते अवलंबून असते. प्रत्येक राज्याचे एमएसएमई खाते आणि जिल्हा उद्योग केंद्र यांच्याकडून विभागानुसार उद्योगांना मिळणाऱ्या सवलती आणि त्यांच्या पात्रतेचे निकष याबद्दल माहिती मिळू शकते.

प्रश्न १२. आंतरराष्ट्रीय व्यापार मेळे वा प्रदर्शनांमधील सहभागासाठी मदत करणाऱ्या सरकारी योजना आहेत का?

आंतरराष्ट्रीय सहकार्य योजनेनुसार (आयसीएस) आंतरराष्ट्रीय व्यापारी मेळे वा प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होणाऱ्या एमएसएमई उद्योगांना मदत केली जाते. या उद्योगांच्या एका प्रतिनिधीचा इकॉनॉमी क्लासचा विमान प्रवासाचा संपूर्ण खर्च सरकार परतावा देऊन करते. या मेळ्यांमधील स्टॉलच्या भाड्यासाठी अनुदान दिले जाते. यंत्रसामग्री वा उपकरणांची जहाजाने वाहतूक केल्यास अनुदान दिले जाते. जागतिक बाजारपेठांसाठी भारतीय उद्योगांना प्रोत्साहन देणे, हा या योजनेचा प्रमुख उद्देश आहे. भारतीय उद्योग आंतरराष्ट्रीय खरेदीदार आणि भागीदारांशी जोडले जावेत, याकरताही या योजनेद्वारे प्रयत्न केले जातात. या योजनेचा लाभ घेण्यासाठी उद्योजकांनी वेळेत अर्ज करणे आवश्यक आहे. कंपनीचे स्वरूप, निर्यातीच्या शक्यता आणि जागतिक प्रदर्शनात सहभागी होण्याचे औचित्य याबाबतचा तपशील उद्योजकांना सादर करावा लागतो. परतावा मिळण्यासाठी प्रदर्शनानंतरचा अहवाल सादर करणे बंधनकारक असते. तसेच वाणिज्य मंत्रालयाद्वारेही आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शन, पुरवठादार खरेदीदारांच्या बैठकांमध्ये सहभागासाठी निर्यात संवर्धन परिषदांमार्फत निर्यातदारांसाठी प्रोत्साहन योजना राबवल्या जातात, ज्यायोगे खर्चाचा काही भाग परत मिळतो.

प्रश्न १३ : मला एक अफलातून कल्पना सुचली आहे. पण तिची पडताळणी घेण्यासाठी वा या कल्पनेआधारे उद्योग सुरू करण्यासाठी माझ्याकडे पैसे नाहीत. यासंदर्भात काही सरकारी मदत मिळू शकते का?

नव्या कल्पना, नवी उत्पादने आणि नवे तंत्रज्ञान याआधारे काम करणाऱ्या स्टार्टअप आणि लघु उद्योगांना एमएसएमई इनोव्हेटिव्ह स्कीमद्वारे मदत केली जाते. प्रोटोटाइप वा प्रारूप विकास, उत्पादनाची चाचणी, बाजारपेठेतील संधी आणि पेटंटसाठी अर्ज करणे याकरता निधी पुरवला जातो. तुम्हाला सुचलेल्या कल्पनेत यशाची शक्यता असेल, तर तुम्ही पोषण सहाय्यासाठी (इन्क्यूबेशन सपोर्ट) अर्ज करू शकता. अनुदान मिळण्यासाठी तुम्हाला प्रकल्प अहवाल सादर करावा लागतो. त्यामध्ये तुम्हाला सुचलेली कल्पना, तिचे अपेक्षित परिणाम आणि ती प्रत्यक्षात आणण्यासाठी अंदाजे खर्च या बाबी स्पष्ट कराव्या लागतात. यासंदर्भात प्रोत्साहन देणाऱ्या संस्थांशी (बिझनेस इन्क्यूबेटर्स) संपर्क साधून तांत्रिक आणि धोरणात्मक मदत तुम्ही मिळवू शकता.

प्रश्न 14: एमएसएमई उद्योगांच्या ब्रँड बिल्डिंगसाठी आणि मार्केटिंगसाठी काही योजना आहेत का?

लघु उद्योगांच्या ब्रँडिंग आणि मार्केटिंगसाठी (विपणन) अनेक योजना आहेत. ZED (झिरो डिफेक्ट झिरो इफेक्ट) प्रमाणपत्र योजनेअंतर्गत उद्योगांना उत्पादनांचा दर्जा वाढविण्यासाठी मार्गदर्शन आणि आर्थिक सहाय्य मिळते. गुणवत्तेचे प्रमाणीकरण करण्याबरोबरच या योजनेतून उद्योजकांना मदत केली जाते. देशांतर्गत आणि जागतिक व्यापार मेळे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी झाल्याने ब्रँडवाढीस चालना मिळते. या मेळ्यांमधील आणि प्रदर्शनांमधील सहभागासाठी आंतरराष्ट्रीय सहकार्य योजनेतून अनुदाने आणि खर्च केलेल्या रकमेचे परतावे दिले जातात. तसेच देशांतर्गत व प्रदेशातील प्रदर्शना व परिषदांमध्येही सहभागासाठी उद्योग संस्थामार्फत सबसिडी उपलब्ध होऊ शकते. सूक्ष्म आणि लघु उद्योजकांना ट्रेड अँड मार्केटिंग असिस्टन्स (TMA) स्कीम द्वारे डिजिटल कॅटलॉग बनवणे, ओएमडीसी (Open Network for Digital Commerce) प्लॅटफॉर्मवर व्यवस्थापन, पुरवठ्यांना मालवाहतूक सबसिडी, साहित्य काही पॅकेजिंगसाठी सबसिडी अशा काही मार्गाने प्रोत्साहन दिले जाते.

प्रश्न १५ : सेवा क्षेत्रात माझा लहान उद्योग आहे. सरकारी योजनांचा लाभ मला मिळू शकेल का?

सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांसाठी (एमएसएमई) असणाऱ्या बहुतेक योजनांचा लाभ उत्पादन क्षेत्राबरोबरच सेवा क्षेत्रालाही घेता येतो. तुमची एखादी कन्सल्टन्सी असेल, सलून असेल, दुरुस्तीचे दुकान असेल वा आयटी सेवेशी संबंधित उद्योग असेल, तर तुम्ही उद्योग क्रमांक मध्ये नाव नोंदवा. या नोंदणीमुळे तुम्हाला पुढीलप्रमाणे लाभ मिळू शकतील:

- CGTMSE या पतहमी निधीद्वारे तारणमुक्त कर्ज.
- पंतप्रधान रोजगार निर्मिती कार्यक्रम तसेच मुख्यमंत्री रोजगार प्रोत्साहन योजना आणि मुद्रा योजनेद्वारे व्यवसायाच्या वाढीसाठी निधी.
- जीएसटी आणि इतर कर आकारणीत सवलती.
- विपणनासाठी (मार्केटिंग) आणि तंत्रज्ञान क्षमता वाढीसाठी एमएसएमई चॅम्पियन्स योजनेतून मदत.

सरकारी योजनांमधून मदत मिळण्यासाठी तुमच्या व्यवसायाची योग्य नोंदणी झाली पाहिजे. तुमची कागदपत्रे व्यवस्थित असली पाहिजेत आणि तुमच्या आर्थिक व्यवहाराच्या नोंदींमध्ये स्पष्टता असायला हवी.

प्रश्न १६ : एमएसएमई उद्योगांना यांत्रिकीकरण करण्यासाठी तसेच डिजिटल साधनांचा अवलंब करण्यासाठी कोणत्या सरकारी योजनांची मदत होते?

तंत्रज्ञान क्षमतेत वाढ करण्यासाठी आणि डिजिटायझेशनसाठी लघु उद्योग विकास बँकेच्या (SIDBI) काही योजना आहेत. सिडबीच्या डिजिटल प्रयास या योजनेद्वारे डिजिटल सिस्टीम स्वीकारणाऱ्या उद्योगांना तातडीने कर्ज उपलब्ध करून दिले जाते. अशा प्रकारच्या सुधारणांमुळे उद्योगांच्या उत्पादकतेत वाढ होते, चुकांचे प्रमाण कमी होते; तसेच उद्योगांना आर्थिक व्यवहार अधिक सक्षमतेने करता येतात. उद्योजकांचा डिजिटल रोडमॅप तयार असेल, तर त्यांना सरकारी योजनांसाठी अर्ज करणे सुलभ ठरते.

प्रश्न १७ : मला ई-कॉमर्स व्यवसायात वाढ करायची आहे. ऑनलाइन प्लॅटफॉर्मद्वारा विक्रीही करायची आहे. याकरता मला सरकारकडून मदत मिळेल काय?

ऑनलाइन बाजारपेठांचा शोध घेण्यासाठी उद्योगांना सरकारकडून नेहमीच प्रोत्साहन दिले जाते. याकरता एमएसएमई डिजिटल सक्षम आणि GEM (गव्हर्नमेंट ई-मार्केटप्लेस) यांसारख्या योजना आखण्यात आल्या आहेत. या योजनांद्वारे थेट अनुदान वा सबसिडी मिळत नसली, तरी या प्लॅटफॉर्मद्वारा उद्योगांना पुढीलप्रमाणे मदत मिळते:

- उत्पादनाची नोंदणी आणि विक्री ऑनलाइन करण्यासाठी मोफत वा अनुदानित प्रशिक्षण सुविधा.
- डिजिटल पेमेंट सिस्टीम, वस्तू आणि साठ्याचे व्यवस्थापन आणि पुरवठ्याच्या व्यवस्थापनासाठी मदत.
- GEM पोर्टलमधील प्रवेशासाठी मदत. या पोर्टलद्वारे उद्योजकांना त्यांच्या उत्पादनांची वा सेवांची विक्री थेट सरकारी विभागांना करता येते.

ई-कॉमर्स व्यवसाय वाढीसाठी जिल्हा उद्योग केंद्रे तसेच एमएसएमई विकास संस्थांची मदत घेता येऊ शकते. प्रशिक्षण आणि तांत्रिक सहाय्य याकरता त्यांचा उपयोग उद्योजकांना होऊ शकतो. याशिवाय ODOP (One District One Product) Scheme अंतर्गत ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मवर विशिष्ट उत्पादनांना प्रोत्साहन देण्यासाठी मदत केली जाते.

प्रश्न १८ : माझी स्टार्टअप कंपनी सध्या कल्पनेच्या पातळीवरच आहे. मी अजून कोणत्याही प्रकारे उत्पन्न मिळवलेले नाही. या स्थितीत मला सरकारी योजनांकडून मदत मिळू शकेल का?

होय, या स्थितीतही तुम्हाला सरकारी मदत मिळू शकेल. उत्पन्न नसलेल्या प्राथमिक टप्प्यातील स्टार्टअप कंपन्या स्टार्टअप इंडिया सीड फंड स्कीम या योजनेसाठी अर्ज करू शकतात. एमएसएमई इनोव्हेटिव्ह स्कीमद्वाराही त्यांना वाढीसाठी मदत मिळू शकते. नफा वा उलाढाल यांची नोंद नसली, तरी या योजनांचा लाभ मिळू शकतो. या मदतीसाठी उद्योजकांनी त्यांची योजना स्पष्टपणे सादर करणे आवश्यक असते. नवीन कल्पनेचे पुरावे आणि बाजारपेठेतून तिला मिळू शकणारा प्रतिसाद याचा तपशील देणे गरजेचे असते. या योजनांद्वारे मिळणारा निधी उत्पादनांच्या विकासासाठी, प्रोटोटाइप वा प्रारुपाची चाचणी आणि बाजारपेठेतील प्रयोगासाठी वापरता येतो. मान्यताप्राप्त प्रोत्साहकांशी (इन्क्यूबेटर) तुम्ही संपर्क साधू शकता. हे प्रोत्साहक तुमची शिफारस निधी देणाऱ्या यंत्रणेकडे करू शकतात. तुमच्या कल्पनेमुळे एखादा भेडसावणारा प्रश्न सुटणार असेल वा उद्योगाची क्षमता वाढणार असेल, तर तुमच्या स्टार्टअपला प्राथमिक टप्प्यातही मदत मिळू शकते. या मदतीकरता उत्पन्न असणे गरजेचे नाही.

प्रश्न १९ : माझा व्यवसाय हंगामी स्वरूपाचा आहे. हंगाम नसताना खर्चाची हातमिळवणी करणे अवघड जाते. मला सरकारी मदत मिळू शकेल काय?

तुमचा व्यवसाय शेती आधारित वा उत्सवाशी संबंधित उत्पादनांचा असल्याने हंगामी स्वरूपाचा असेल, तर तुम्हाला हंगाम नसताना पैशांची चणचण जाणवू शकते. या स्थितीत CGTMSE वा MUDRA योजनांद्वारे मिळणाऱ्या खेळत्या भांडवली कर्जामुळे तुमची गरज भागू शकते. या कर्जाची व्याज आकारणी सुलभ असते. त्यामुळे परतफेड करणे सोपे जाते. तुम्ही कर्जफेडीसाठी काही महिन्यांची मुदतही मागू शकता. यामुळे तुम्हाला कर्जफेडीसाठी वेळही मिळू शकतो. हंगामात होणाऱ्या खर्चाचे नियोजन करणे आणि काही पैसे साठवणे यामुळेही तुमचा प्रश्न सुटू शकतो.

प्रश्न २० : मला एकाच वेळी अनेक सरकारी योजनांसाठी अर्ज करता येऊ शकतो का?

होय, तुम्ही एकाच वेळी एकापेक्षा अधिक सरकारी योजनांसाठी अर्ज करू शकता. फक्त वेगवेगळ्या उद्देशांसाठी तुम्ही अर्ज केलेले असले पाहिजेत. तुम्हाला मिळणारे लाभही वेगवेगळ्या उद्देशांसाठी असले पाहिजेत. अर्ज करताना खालील बाबी तुम्ही लक्षात घेतल्या पाहिजेत:

- खेळत्या भांडवलासाठी वा तात्पुरत्या आर्थिक गरजेसाठी तुम्ही CGTMSE योजनेचा लाभ घेऊ शकता.
- नवे औद्योगिक युनिट सुरू करण्यासाठी मुख्यमंत्री रोजगार प्रोत्साहन योजनेअंतर्गत कर्जासाठी अर्ज करता येऊ शकेल.
- व्यापारी मेळे वा प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होण्यासाठी इंटरनॅशनल कोऑपरेशन स्कीम या योजनेतून मदत मिळण्यासाठी अर्ज करता येईल.

प्रत्येक सरकारी योजनेसाठीचे पात्रतेचे निकष आणि आवश्यक कागदपत्रे वेगळी आहेत. अर्ज करताना तुम्हाला कोणत्या सरकारी

योजनेचा लाभ मिळत आहे, हे नमूद करणे महत्त्वाचे आहे. योजनांमधून मदत मिळावी म्हणून तुम्ही दुहेरी स्वरूपाचे दावे करता कामा नयेत. विशेषत: सबसिडी वा अनुदान यासाठी अर्ज करताना ही दक्षता तुम्ही बाळगली पाहिजे. यामुळे तुम्हाला भविष्यातही अर्ज करून कर्ज वा मदतीसाठी मंजुरी मिळवणे सुलभ होईल.

प्रश्न २१ : सरकारी योजनांसाठीचे अर्ज भरण्यासाठी मला कोठे जावे लागेल? याकरता मला कोणाशी संपर्क साधावा लागेल?

सरकारी योजनांसाठी अर्ज करण्यासाठी तुम्हाला खालील पोर्टल्स आणि कार्यालये उपयुक्त ठरतील:

- **udyamregistration.gov.in** - एमएसएमई उद्योगांच्या नोंदणीसाठी
- **एमएसएमई संपर्क/ चॅम्पियन्स पोर्टल** - सरकारी योजनांची माहिती घेण्यासाठी
- **बँकांच्या शाखा वा नॉन-बँकिंग फायनान्शिअल कंपनी** - CGTMSE, MUDRA, PMEGP या योजनांसाठी अर्ज करण्याकरता
- **जिल्हा उद्योग केंद्र** - स्थानिक स्वरूपाच्या मदतीसाठी आणि कागदपत्रे सादर करण्यासाठी
- **नॅशनल स्मॉल इंडस्ट्रीज कॉर्पोरेशन आणि एक्स्पोर्ट प्रमोशन काउन्सिल** - निर्यातीतील वाढीसाठी
- **मान्यताप्राप्त इन्क्यूबेटर्स (प्रोत्साहक) आणि स्टार्टअप हब्स** - नव्या कल्पना आणि स्टार्टअपच्या निधीसाठी

अर्ज करताना तुमचे आर्थिक तपशील स्पष्ट असले पाहिजेत. तुमचा उद्योग प्रस्ताव, त्याबाबतचा अहवाल तयार असला पाहिजे. केवायसीशी संबंधित कागदपत्रेही उपलब्ध असली पाहिजेत. अनेक सरकारी योजनांसाठी आता ऑनलाइन अर्ज करता येतात. यामुळे प्रत्यक्ष कार्यालयांमध्ये जाण्यासाठीचा वेळ वाचू शकतो. विविध योजनांची औद्योगिक संघटनांकडून विस्तृत माहिती आणि मार्गदर्शन मिळू शकते.

सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

21 FAQs

वित्तपुरवठा

प्रश्न १ : आपण आपल्या उत्पादनाची विक्री किंमत कशी ठरवली पाहिजे ?

ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी आणि बाजारपेठेचा अंदाज घेण्यासाठी सुरुवातीला नफ्याचे प्रमाण कमी ठेवून किंमत निश्चित करा. तुम्हाला तुमच्या उत्पादनाच्या किमतीचा अंदाज आल्यानंतर आणि ग्राहकांचा प्रतिसाद मिळाल्यानंतर तुम्ही किमतीत हळूहळू वाढ करा. ग्राहक देणार असलेले पैसे आणि तुम्हाला मिळणारा नफा यांच्यात तुम्हाला समतोल साधता आला पाहिजे.

प्रश्न २ : उद्योगांना मदत करणारी संघटना वा सल्लागार यांची निधी मिळण्यासाठी कशी मदत होते ?

उद्योगांना मदत करणारी संघटना वा सल्लागार निधी मिळण्याच्या प्रक्रियेत याप्रमाणे सुलभता आणू शकतात :तुमच्या गरजांचे मूल्यमापन करून तुम्हाला योग्य प्रकारचे कर्ज उदा. मुदतीचे कर्ज, खेळते भांडवल वा गुंतवणूदाराकडून निधी घेण्याची शिफारस करणे.व्यावसायिक उद्योग प्रस्ताव तयार करण्यासाठी आणि आवश्यक कागदपत्रांसाठी (पॅन, आधार, जीएसटी) मदत करणे. योग्य गुंतवणूकदाराशी तुमची गाठ घालून देणे, यामुळे तुमचा कर्ज प्रस्ताव मंजूर होण्याची शक्यता वाढते, तुम्हाला चांगल्या अटींवर कर्ज मिळते.

प्रश्न ३ : मोठ्या ऑर्डर्स पूर्ण करताना आम्हाला रोकड प्रवाहाचा (कॅश फ्लो) प्रश्न भेडसावतो. आम्हाला यासंबंधी काय करता येईल ?

वाढणाऱ्या उद्योगांसाठी रोकड प्रवाह हा एक सर्वसाधारण प्रश्न आहे. तुम्हाला मोठी ऑर्डर मिळाल्यानंतर अनेक कारणांसाठी पैसे खर्च करावे लागतात. कच्चा माल, कामगार, पॅकेजिंग आणि वितरण यासाठी पैसे लागतात. पण, ग्राहकाकडून मिळणारे पैसे काही कालावधीनंतर मिळणार असतात. यामुळे रोकड प्रवाहामध्ये अंतर पडते, त्यामुळे व्यवहार सुरू ठेवणे अवघड जाते. मात्र, यामुळे ऑर्डरवर विपरीत परिणाम होऊ न देण्यासाठी आपण नियोजन केले पाहिजे. याकरता काही उपाय याप्रमाणे योजता येतील :कामाला सुरुवात करण्यापूर्वी तुम्ही ग्राहकाकडे काही आगाऊ रक्कम मागू शकता.इनव्हॉईस फायनान्सिंगद्वारा तुम्ही अल्प मुदतीचे कर्ज घेऊ शकता. तुमच्या ग्राहकाकडून मिळणार असलेल्या पैशाच्या आधारे हे कर्ज दिले जाते.ओव्हरड्राफ्ट वा कॅश क्रेडिट यांसारख्या अल्प मुदतीच्या कर्जाकरिता तुम्ही अर्ज करू शकता.एखाद्या उद्योगाबरोबर वा पुरवठादाराबरोबर तुम्ही भागीदारी करू शकता, ज्यामुळे तुम्हाला करावा लागणारा खर्च विभागला जाईल.तुमच्या पुरवठादाराबरोबर चर्चा करून त्याच्या पुरवलेल्या मालाचे पैसे काही काळानंतर देता येतील का याची चाचणी करा.मोठ्या ऑर्डर्स स्वीकारताना कोणताही तणाव येणार नाही, या पद्धतीने तुमच्या आर्थिक तज्ज्ञ रोख रकमेचे व्यवस्थापन झाले पाहिजे. उद्योगाची वाढ होताना आर्थिक स्थिती स्थिर राहील, असे नियोजन केले पाहिजे.

वित्तपुरवठा

वित्तपुरवठाया भागात एमएसएमई उद्योगांपुढील प्रमुख आर्थिक प्रश्नांना उत्तरे देण्यात आली आहेत. त्यामध्ये खेळते भांडवल तसेच गुंतवणूकदारांकडून मिळणारा निधी याबाबतच्या प्रश्नांचा समावेश आहे. रोकड प्रवाह (कॅश फ्लो), नफाक्षमता (प्रॉफिटॅबिलिटी), मालसाठा (इन्व्हेंटरी) याबाबत स्पष्टीकरण करण्यात आले आहे. या माहितीचा उपयोग उद्योजकांना योग्य आर्थिक निर्णय घेण्यासाठी होईल. त्यांच्यात निधी मिळवण्याचा आत्मविश्वास आणि स्पष्टता येईल.

या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी **८७%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ४ : अनेकवेळा आठवण करून देऊनही पैसे देण्यास विलंब लावणाऱ्या ग्राहकांकडून आम्हाला पैसे कसे मिळवता येतील ?

पैसे मिळण्यास विलंब झाल्याने त्याचा तुमच्या रोकड प्रवाहावर विपरीत परिणाम होतो. यामुळे पैसे देण्यास विलंब करणाऱ्या ग्राहकांची हाताळणी दक्षतेने पण ठामपणे केली पाहिजे. याकरता तुम्हाला याप्रमाणे उपाय योजता येतील :प्रथम पैसे देण्याची आठवण ई-मेलवरून वा फोन करून संबंधित ग्राहकाला करून द्या. भाषा नम्र पण ठाम असावी. ई-मेलबरोबर पुन्हा चलन जोडा आणि पैसे देण्याची तारीख नमूद करा.तरीही विलंब होत असेल, तर लेखी नोटीस पाठवा. यामुळे तुम्ही हे प्रकरण गंभीरपणे घेत असल्याची जाणीव ग्राहकाला होईल.आता तुम्हाला विलंब शुल्क आणि वाढीव कराचा समावेश येणे रकमेत करता येईल.येणे रक्कम मोठी असेल, तर तुम्हाला कायदेशीर नोटीस पाठवता येईल. याचबरोबर तुम्हाला पैसे वसूल करणाऱ्या एजन्सीची मदतही घेता येईल.सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांसाठी शासनाने 'फॅसिलिटेशन कौन्सिल' ही व्यवस्था निर्माण केली आहे. विभागीय स्तरावर या यंत्रणांकडे तुम्ही दाद मागू शकता.पत्र पाठवून किंवा प्रत्यक्ष भेटीद्वारे ग्राहकांशी संपर्क साधण्याचा प्रयत्न करा.कोणत्याही व्यवहारात पैसे देण्याबाबतच्या अटी-शर्तींचा लेखी स्पष्ट उल्लेख करा. शक्यतो काही रक्कम आगाऊ घ्या.पैसे मिळण्यावर लक्ष ठेवणारी व्यवस्था विकसित करा.

प्रश्न ५ : अल्प मुदतीच्या आर्थिक गरजा भागवण्यासाठी सर्वोत्तम उपाय कोणते ?

अल्प मुदतीच्या आर्थिक गरजा भागविण्यासाठीचे उपाय याप्रमाणे आहेत :बँकेकडे अर्ज करून तुम्हाला कॅश क्रेडिट वा ओव्हरड्राफ्ट घेता येईल. यामुळे तुम्हाला तुमच्या गरजेनुसार कर्ज मिळू शकेल. तुम्हाला तुम्ही वापरत असलेल्या रकमेवर फक्त व्याज भरावे लागेल.बिले वेळेत पुरवठा केलेल्या वस्तू अथवा सेवांसाठी तयार आणि ग्राहकाकडे पाठवण्याकडे लक्ष द्या. ग्राहकाकडून पैशांची वसुली जलद होईल यावर भर द्या. यामुळे गरज आणि उपलब्धता यातील तफावत वाढणार नाही. तुमच्या काही पुरवठादारांची संमती असेल, तर त्यांना द्यावयाची रक्कम विलंबाने द्या. यामुळे तुम्हाला थोडी उसंत मिळेल. अनावश्यक खर्च टाळा. दररोजच्या रोकड प्रवाहावर (कॅश फ्लो) बारकाईने लक्ष ठेवा.

प्रश्न ६ : गुंतवणूकदाराच्या मदतीने निधी उभा करण्याची आमची इच्छा आहे. ती आम्हाला कशी पूर्ण करता येईल ?

गुंतवणूकदाराला आकर्षित करण्यासाठी तुम्ही योग्य तयारी केली पाहिजे. यामध्ये काही बाबींचा समावेश होतो :तुमच्या उद्योगाचे स्वरूप वा आराखडा आणि त्याचे मूल्य स्पष्ट करणारे प्रभावी सादरीकरण तयार करा.तुमची सध्याची आर्थिक स्थिती आणि भविष्यातील विस्ताराची योजना सादरीकरणातून मांडा. तुम्हाला किती पैशांची गरज आहे, पैसे घेण्यामागचा उद्देश आणि गुंतवणूकदाराला त्यातून मिळणारा परतावा यांची मांडणी करा. तुमच्या उद्योगाच्या स्वरूपाबद्दल, स्पर्धेबद्दल आणि दीर्घकालीन योजनेबद्दल प्रश्न विचारले जातील. त्यांना उत्तरे देण्याची तयारी ठेवा.कायदेशीर आणि नियमपालनाबाबतची कागदपत्रे तयार ठेवण्याची खबरदारी घ्या.

प्रश्न ७ : आमच्या उद्योगाचा विस्तार करण्याची योजना आम्ही आखत आहोत. आम्ही व्यापक प्रमाणावर आमच्या आर्थिक बाबींची रचना कशी करायची ?

उत्तर : तुमच्या उद्योगाचा विस्तार होत असताना तुमच्या आर्थिक बाबींचे काटेकोर नियोजन करणे महत्त्वाचे असते. याकरता तुम्हाला याप्रमाणे उपाय योजता येतील :महिन्याचे बजेट तयार करा. यामुळे तुम्हाला आवक आणि जावक यांचा अंदाज येईल. तुमच्या नोंदी पद्धतशीरपणे ठेवण्यासाठी बेसिक अकाउंटिंग सॉफ्टवेअरचा वापर करा. यामुळे तुमचा वेळ वाचेल; तसेच तुम्हाला करभरणा करणे सुलभ जाईल.मोठ्या ऑर्डर्स आणि खर्च लक्षात घेऊन पुढील ६ ते १२ महिन्यांसाठी तुमच्या रोकड प्रवाहाचे (कॅश फ्लो) नियोजन करा.तुमच्याकडील निधीत वाढ कशी करता येईल, याबाबत निर्णय घ्या. नफा, बँकेचे कर्ज वा नव्या गुंतवणूकदाराचा शोध यांसारख्या पर्यायांचा विचार करा.

प्रश्न ८ : उद्योगाच्या वाढीसाठी बँकेचे कर्ज घेण्याकरता आम्हाला अर्ज करायचा आहे. तो कसा करता येईल ?

बँकेचे कर्ज मिळवण्यासाठी तुमची कागदपत्रे आणि तुमची योजना तयार ठेवा.गेल्या २-३ वर्षांतील तुमच्या आर्थिक व्यवहारांचे ऑडिट झाले असल्याची खातरजमा करा. तुम्ही नव्याने उद्योग सुरू केला असेल, तर तुमच्या विक्रीच्या नोंदी आणि खर्चाचे अहवाल तयार ठेवा.पॅन, आधार, जीएसटी रिटर्न्स आणि बँक स्टेटमेंट्स ही प्रमुख कागदपत्रे गोळा करा.तसेच सविस्तर प्रकल्प अहवाल (Detailed Project Report) तयार करा.तुमचा उद्योग प्रस्ताव तयार ठेवा. त्यात तुम्ही मिळणाऱ्या कर्जाचा वापर कसा करणार आहात, त्यामुळे तुमच्या उद्योगाचा कसा विस्तार होईल आणि तुम्ही कर्जाची परतफेड कशी करणार आहात, या बाबींचे स्पष्टीकरण करा.तुम्ही पूर्वी कर्ज काढले असल्यास त्याबाबतची आणि तुमच्यावरील इतर दायित्वाची माहिती प्रामाणिकपणे द्या. काही बँकांकडे अगदी नवीन असलेल्या उद्योगांना वित्तपुरवठा करण्याच्या विशेष योजना असतात, त्यांची माहिती घ्या.

प्रश्न ९ : मला अर्थकारणाची मूलभूत तत्वे समजून घ्यायची आहेत. मी कोठून सुरुवात करावी ?

प्रमुख अर्थशास्त्रीय संकल्पनांपासून सुरुवात करता येईल. रेव्हेन्यू-उत्पन्न : तुमच्या उद्योगातून मिळणारी एकूण रक्कम. प्रॉफिट-नफा : सर्व खर्च केल्यानंतर शिल्लक राहिलेले उत्पन्न. कॅश फ्लो-रोकड प्रवाहा : तुमच्या उद्योगात येणाऱ्या आणि जाणाऱ्या पैशाचा प्रवाह.बॅलन्सशीट-ताळेबंद : तुमच्या उद्योगाच्या जमेच्या बाजू आणि उणे बाजू. तुमच्या उद्योगाची मालमत्ता आणि उद्योगावर असलेले दायित्व.इन्कम स्टेटमेंट-उत्पन्नाबाबतचे निवेदन : विशिष्ट काळातील तुमचा नफा आणि तोटा.कॅश फ्लो स्टेटमेंट-रोकड प्रवाहाबाबतचे निवेदन : आलेल्या रकमेच्या आणि खर्च झालेल्या रकमेच्या नोंदी.

प्रश्न १० : उद्योग सुरू करण्यासाठी मला पैसा कसा मिळेल ?

नव्याने उद्योग सुरू करण्यासाठी तुम्हाला या उपायांनी पैसा मिळवता येईल :वैयक्तिक बचत, कुटुंब वा मित्रांनी दिलेला निधी.बँका तसेच सरकारी योजनांद्वारे घेतलेले लहान प्रमाणातील व्यावसायिक कर्ज.कर्ज मिळवण्यासाठी तुम्ही तुमचा मूलभूत उद्योग प्रस्ताव तयार करा. पॅन, आधार, बँक खाते ही कागदपत्रे तयार ठेवा.

प्रश्न ११ : आमच्याकडे महिन्याला २६० ते ३०० व्यावसायिक व्यवहारांच्या नोंदी (अकाउंटिंग एन्ट्रीज) होतात. GST, MIS सह त्यांचे परिणामकारक व्यवस्थापन उद्योगाच्या वाढीसाठी कसे करता येईल ?

लेखी नोंदी करण्याऐवजी क्लाऊड बेस्ड अकाउंटिंग सॉफ्टवेअरचा वापर करा. यामुळे इनव्हॉईसिंग, जीएसटी रिपोर्ट्ससारखी कामे स्वयंचलित पद्धतीने होतील. नोंदी अद्ययावत करण्यासाठी महिन्यातील काही दिवस द्या. सर्व कागदपत्रांसाठी शेअर्ड डिजिटल फोल्डर वापरा. यामुळे नोंदींमध्ये स्पष्टता येईल, ज्याचा उपयोग उद्योगाच्या वाढीसाठी होईल.

प्रश्न १२ : परदेशांमधील बाजारपेठांमध्ये विक्री करण्यात मला रस आहे. याकरता कोणते आर्थिक नियोजन मी केले पाहिजे ?

परदेशी बाजारपेठांमध्ये उद्योगाचा विस्तार करायचा असेल, तर आर्थिक नियोजन अधिकच काटेकोरपणे केले पाहिजे. प्रथम या बाजारपेठांमध्ये विक्री करण्यासाठी येणारे सर्व खर्च जाणून घ्या. यामध्ये उत्पादन, लेबलिंग, पॅकेजिंग, वाहतूक, साठवण, वितरण आणि चलनाच्या हस्तांतरणासाठी येणाऱ्या खर्चांचा समावेश असतो. यामध्ये वाहतूक विमा आणि निर्यात ऋण विमा संरक्षण देखील विचारात घ्यावे. या खर्चांमध्ये नफ्याचे प्रमाण समाविष्ट करून मालाची किंमत निश्चित करा. तुमच्या उलाढालीचा आढावा घ्या. तुमचा खर्च किती होतो आहे आणि तुम्हाला नफा किती होत आहे, हे तपासून पाहा. याचा उपयोग तुम्हाला रोकड प्रवाहाचे नियोजन करण्यासाठी आणि अंदाज बांधण्यासाठी होईल. परदेशांमधून मिळणाऱ्या पैशाला नेहमी वेळ लागत असल्याने ते विलंबाने मिळणार असल्याची तयारी ठेवा. तुमचा उद्योग सक्रिय ठेवण्यासाठी खेळत्या भांडवलाची तरतूद करा. तुमच्या उद्योगाचा विस्तार करण्यासाठी किती गुंतवणुकीची गरज आहे हे स्पष्ट करणारे नियोजन आखा. विस्तार करताना तुम्ही निधीचे व्यवस्थापन कसे करणार याचेही नियोजन करा.या विभागातील उत्तरे सध्याच्या आर्थिक परिस्थिती आणि नियमांनुसार अद्ययावत आहेत.

प्रश्न 13: मला माझ्या कर्जावरील व्याजदर कमी करायचा आहे. माझ्यापुढे कोणते पर्याय आहेत?

यासाठीचे पहिले पाऊल म्हणजे आपण आपल्या कर्जदात्याशी संपर्क साधावा आणि त्यांना व्याजदर कमी करण्याची विनंती करावी. आपले कर्जफेडीचे प्रमाण चांगले असल्यास आणि आपली कर्ज फेडण्याची क्षमता वाढली असल्यास, ते व्याजदर कपात करण्यास तयार होऊ शकतात. आपण आपल्या ईएमआयमध्ये (EMI) थोडी वाढ केल्यास, आपला कर्ज फेडण्याचा कालावधी कमी होईल. यामुळे एकूण व्याजदरही कमी होईल. कर्ज फेडण्याची क्षमता (क्रेडिट स्कोअर) चांगली ठेवण्याबरोबरच इतर दायित्वे कमी करणेही उपयुक्त ठरते. त्यामुळे कर्जदात्यांचा आपल्यावरील विश्वास वाढतो. शेवटचा उपाय म्हणजे दरवर्षी आपल्या कर्जासाठीच्या अटी तपासाव्या, कारण वित्तसंस्था त्यांच्या व्याजदरांची नियमितपणे फेररचना करत असतात.

प्रश्न 14: लहान उद्योगात नफाक्षमतेवर लक्ष ठेवण्याचा सर्वोत्तम उपाय कोणता?

नफाक्षमतेवर (प्रॉफिटॅबिलिटी) लक्ष ठेवण्याचा सर्वोत्तम उपाय म्हणजे नफा आणि तोटा विवरणपत्र (निवेदन) तयार करणे. त्यात आपले एकूण उत्पन्न वजा एकूण खर्च असा उल्लेख असतो. महिन्यातील नफ्याचे प्रमाण आपण नफा ÷ महसूल × 100 या सूत्राने निर्धारित करू शकता. या प्रमाणामुळे आपल्याला बाजारपेठेतील ट्रेंड्स समजतात आणि योग्य निर्णय घेता येतात. नफाक्षमतेवर परिणामकारकतेने लक्ष ठेवण्यासाठी याप्रमाणे उपाययोजना करता येतात:उत्पन्नाच्या सर्व स्त्रोतांची नोंद करा. उत्पादनाची विक्री, सेवा आणि इतर मार्गांनी मिळालेल्या उत्पन्नाची दखल घ्या.उद्योगातील सर्व खर्चांची नोंद करा. त्यामध्ये भाडे, पगार, विपणन (मार्केटिंग), मालसाठा (इन्व्हेन्ट्री) यांचा समावेश असावा.एकूण उत्पन्नातून एकूण खर्च वजा करून त्याची नोंद करा.नफ्याच्या प्रमाणावरून आपला उद्योग किती परिणामकारकतेने कार्य करत आहे, हे समजते. दर महिन्याला अथवा तिमाहीनुसार नफाक्षमतेचा आढावा घ्या. या आधारे आपल्याला किंमत वाढवण्याचा तसेच खर्च कमी करण्यासारखे निर्णय घेता येतील.

प्रश्न 15: माझा उद्योग ना नफा-ना तोटा या बिंदूवर (ब्रेक इव्हन पॉइंट) पोहोचला आहे हे मला कसे समजेल?

आपले उत्पन्न जेव्हा आपल्या खर्चाएवढेच असते, तेव्हा आपण ना नफा-ना तोटा बिंदूवर पोहोचलेले असता. हा बिंदू निश्चित करण्याकरता पुढील सूत्राचा वापर करता येईल: ना नफा-ना तोटा बिंदू = स्थिर खर्च ÷ (प्रत्येक घटकाच्या विक्रीची किंमत - प्रत्येक घटकाची बदलती किंमत). यामुळे आपल्याला नफा मिळवण्यासाठी किती युनिट्सची वा नगांची विक्री करणे आवश्यक आहे, हे समजेल.

प्रश्न 16: माझ्या उद्योगाच्या आर्थिक आरोग्याचे मूल्यमापन मी कसे करू शकतो?

याकरता काही प्रमुख निदर्शकांचा नियमित आढावा घ्यावा लागेल:नफाक्षमता (प्रॉफिटॅबिलिटी): आपल्या खर्चापेक्षा आपले उत्पन्न सातत्याने जास्त आहे ना?रोकड प्रवाह (कॅश फ्लो): आपल्याला मिळणारी रक्कम आपली बिले भरण्यासाठी पुरेशी आहे ना?कर्ज पातळी (डेट लेव्हल्स): आपला कर्जभरणा आटोक्यात आहे ना?वाढीचा दर (ग्रोथ रेट): आपले उत्पन्न आणि नफा वाढत आहे ना?

प्रश्न 17: मी माझ्या उद्योगात उत्पन्नाचे अनेक स्त्रोत कसे हाताळले पाहिजेत?

आपल्या उद्योगात आपल्याला विविध उत्पादनांद्वारे आणि विविध सेवांमुळे पैसे मिळत असतील, तर आपण प्रत्येक उत्पन्नाचा स्वतंत्र विचार केला पाहिजे. यामुळे आपल्याला कोणत्या उत्पादनांमुळे आणि सेवांमुळे चांगले उत्पन्न मिळते आणि कोणत्या उत्पादनांमुळे आणि सेवांमुळे मिळत नाही, ते समजू शकेल.आपल्या अकाउंटिंग सॉफ्टवेअरमध्ये स्वतंत्रपणे उत्पन्नांची वर्गवारी करा.प्रत्येक उत्पन्नाशी संबंधित थेट खर्चांचा मागोवा घ्या.उत्पन्नाच्या प्रत्येक स्त्रोतातून मिळणाऱ्या नफ्याची आकडेवारी तयार करा.प्रत्येक महिन्यानंतर वा दर तिमाहीनंतर आढावा घ्या. त्या आधारे कोठे जास्त वेळ वा पैसा यांची गुंतवणूक करणे गरजेचे आहे, याबाबत निर्णय घ्या.

प्रश्न 18: मालसाठ्यावर (इन्व्हेन्ट्री) मी आर्थिकदृष्ट्या कसे लक्ष ठेवू शकतो आणि तोटा टाळू शकतो?

मालसाठ्याचा संबंध आपल्या उत्पन्नाशी आणि आपण करत असलेल्या खर्चाशी असतो. त्यामुळे त्यावर अचूकतेने लक्ष ठेवणे महत्त्वाचे असते. मालसाठ्याच्या व्यवस्थापनाचा समावेश असलेल्या अकाउंटिंग सॉफ्टवेअरचा वापर करा. यामुळे मालाच्या वाहतुकीची नोंद करता येईल.मालाच्या खरेदी आणि विक्रीच्या नोंदी अद्ययावत ठेवा.नोंदींनुसार मालाचा साठा आहे की नाही याची पाहणी जागेवर जाऊन स्वतः करा.ज्या मालाला

उठाव नाही, त्याच्यावर लक्ष ठेवा. तो विकला जाण्यासाठी त्यावर सवलत (डिस्काउंट) द्या.मालसाठा आणि उलाढाल यांचे प्रमाण तपासा. त्या आधारे मालाची लवकरात लवकर विक्री करण्यासंबंधी निर्णय घ्या.मालसाठ्याचा योग्य आढावा घेतला नाही, तर अतिरिक्त साठा होऊ शकतो. कालबाह्य उत्पादनांचे प्रमाण वाढू शकते. चोरी होण्याचीही शक्यता असते. मालसाठ्याच्या योग्य आढाव्यामुळे आपल्याला खर्चांमध्ये बचत करता येते आणि ग्राहकांची सेवा कार्यक्षमतेने करता येते.

प्रश्न 19: उद्योगाचा मालक या नात्याने मला आर्थिक शिस्त कशी पाळता येईल?

आर्थिक शिस्त म्हणजे कामगिरीत सातत्य राखणे आणि पैशाच्या हाताळणीची जबाबदारी घेणे. याकरता याप्रमाणे उपाययोजना करता येतील:काटेकोरपणे आखलेले महिन्याचे अर्थसंकल्प (बजेट) अमलात आणा.वैयक्तिक आणि उद्योगाचे आर्थिक व्यवहार यांची सरमिसळ करू नका.आपली अकाउंटिंग बुक्स म्हणजेच आर्थिक नोंदी अद्ययावत आणि अचूक ठेवा.कर आणि मासिक हप्ते वेळेवर भरा आणि दंड टाळा.खर्च आणि उत्पन्न यांच्यावर लक्ष ठेवण्यासाठी दर महिन्याला आढावा घ्या.भावनेच्या भरात आर्थिक निर्णय घेऊ नका. गुंतवणूक आणि वाढीचे निर्णय नियोजनपूर्वक घ्या.शिस्तबद्ध आर्थिक व्यवस्थापन असेल, तर दीर्घकालीन आर्थिक स्थैर्य निर्माण करता येते. या शिस्तीमुळे निधी उभा करणे सोपे जाते. समस्यांना आत्मविश्वासाने सामोरे जाता येते.

प्रश्न 20: खेळत्या भांडवलाची तूट भरून काढण्यासाठी कोणती आर्थिक उत्पादने उपयुक्त ठरतात?

खेळत्या भांडवलाची तूट भरून काढण्यासाठी याप्रमाणे उपाययोजना करता येतात:ओव्हरड्राफ्ट्स वा कॅश क्रेडिट घेणे.इनव्हॉइस म्हणजेच चलनात तसेच बिलांमध्ये सवलत घेणे.फॅक्टरिंग सर्व्हिसेस - मान्यताप्राप्त तृतीय संस्थेला सवलतीने इनव्हॉइस विकून निधी उभा करणे.पुरवठादारांकडून व्यापारासाठी कर्ज घेणे.खेळत्या भांडवलासाठी कर्ज घेणे.पीओ फायनान्सिंग - यामध्ये तृतीय पक्ष कर्जदाता पुरवठादाराला पैसे देण्यासाठी आगाऊ भांडवल प्रदान करतो.

प्रश्न 21: माझ्या अकाउंटिंग बुक्समध्ये स्पष्ट नोंदी नाहीत. मी नियमित जीएसटी भरलेला नाही, इन्कम टॅक्स रिटर्न्स भरलेले नाहीत. तरीही मला निधी मिळू शकेल का?

खरे सांगायचे झाल्यास, आपल्याला या स्थितीत निधी मिळणे अवघड आहे. आपण जी कागदपत्रे सादर करता, त्या आधारे बहुतेक आर्थिक संस्था निर्णय घेत असतात. जीएसटी रिटर्न्स, इन्कम टॅक्स रिटर्न्स आणि बँक स्टेटमेंट या आधारे आपल्या उद्योगाची स्थिती तपासली जाते. आपल्या व्यवहारांमध्ये अनियमितता असेल, तर तो धोक्याचा इशारा आहे. मात्र, या स्थितीतूनही आपण बाहेर येऊ शकता. त्याकरता याप्रमाणे उपाय योजा:जीएसटीची थकबाकी भरा.आपले उत्पन्न जाहीर करा.उद्योगासाठी स्वतंत्र खाते उघडा.हे उपाय आपण 3 ते 6 महिने अवलंबले, तर आपल्याला भविष्यात निधी मिळण्यासाठी अर्ज करता येईल. आपल्याला एकदम मोठे कर्ज मिळणार नाही. क्रेडिट कार्ड्सचा वापर आपल्याला जपून करावा लागेल. बँक व्यवहारांच्या नोंदी व्यवस्थित ठेवाव्या लागतील. आपली स्थिती सुधारण्यासाठी आपण फिनटेक प्लॅटफॉर्म्सचीही मदत घेऊ शकता.

सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

21 FAQs

जीएसटी

प्रश्न १: GST म्हणजे काय, त्याची नोंदणी करणे कोणासाठी आवश्यक आहे?

GST (गुड्स अँड सर्व्हिसेस टॅक्स) म्हणजेच वस्तू आणि सेवा कर हा भारतातील वस्तूंवर आणि सेवांवर लावला जाणारा एकीकृत अप्रत्यक्ष कर आहे. वस्तूंच्या बाबतीत वार्षिक उलाढाल ४० लाख रुपयांपेक्षा जास्त असलेल्या उद्योगांनी आणि सेवांच्या बाबतीत वार्षिक उलाढाल २० लाख रुपयांपेक्षा जास्त असलेल्या उद्योगांनी जीएसटीसाठी नोंदणी करणे बंधनकारक आहे. ईशान्य भारत आणि डोंगराळ प्रदेशातील राज्यांसाठी जीएसटी आकारणीची करमर्यादा कमी आहे.

प्रश्न २: जीएसटी नोंदणीचा एमएसएमई उद्योगांना काय लाभ होतो?

उद्योगाला कायदेशीर मान्यता मिळते.इनपुट टॅक्स क्रेडिट सुविधेचा लाभ मिळतो. (उद्योगासाठी खरेदी केलेल्या वस्तूंच्या/ कच्च्या मालाच्या किमतीवर भरलेल्या कराच्या आधारे कर सवलत मिळते, जेणेकरून उत्पादनांसाठी वापरलेल्या कच्च्या मालावरील व वस्तूंवरील सेवा कर वाजवी मिळतो.) दोन कंपन्या वा उद्योगांमधील विक्रीसाठीची मान्यता मिळते. ऑनलाइन व्यवहारांना परवानगी मिळते.QRMP (क्वार्टरली रिटर्न, मंथली पेमेंट) योजनेमुळे करभरणा सुलभ होतो.सरकारी निविदा आणि योजनांसाठी अर्ज करता येतात.

प्रश्न ३: जीएसटी अंतर्गत कंपोझिशन योजनेचे स्वरूप काय आहे?

लहान करदात्यांसाठी ही एक सुलभ करयोजना आहे. या योजनेनुसार दीड कोटी रुपयांपर्यंत उलाढाल असणाऱ्या उद्योजकाला फ्लॅट रेटने कर भरावा लागतो. व्यापाऱ्यांसाठी १ टक्का, रेस्टॉरंटसाठी ५ टक्के आणि सेवा पुरवठादारांसाठी ६ टक्के कर आकारणी केली जाते. या योजनेचा लाभ घेणाऱ्या उद्योजकांना इनपुट टॅक्स क्रेडिटसाठी दावा करता येत नाही. या योजनेकरता CMP-08 आणि GSTR-4 रिटर्न भरणे आवश्यक असते.

वस्तू आणि सेवा कर पद्धती (जीएसटी) म्हणजेच सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांसाठी लागू असलेला कर या भागात समजावून सांगण्यात आला आहे. जीएसटी नोंदणी कोणासाठी आवश्यक आहे, या नोंदणीचे प्रमुख लाभ, रिटर्नचे प्रकार आणि कंपोझिशन व QRMP सारख्या योजना यांची माहिती देण्यात आली आहे. इनपुट टॅक्स क्रेडिट, ई-इनव्हॉइसिंग, फेरआकारणी आणि दंड या संकल्पना स्पष्ट करण्यात आल्या आहेत. जीएसटी नियमांचे पालन करण्यासाठी आणि करविषयक क्षमता वाढवण्यासाठी हा भाग उद्योजकांना उपयुक्त ठरू शकतो.

या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी **७८%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ४: जीएसटी हा GeM पोर्टलसाठी कसा काम करतो?

पुरवठादारांनी जीएसटी नोंदणी करणे सरकारी ई-बाजारपेठेसाठी बंधनकारक आहे. GeM पोर्टलसाठी नोंदणी करताना GSTIN क्रमांक देणे आवश्यक असते. GeM पोर्टलवर नोंदवण्यात आलेली सर्व उत्पादने आणि सेवा यांनी त्यांचा HSN/SAC कोड (हार्मोनाइज्ड सिस्टीम ऑफ नॉमेनक्लेचर आणि सर्व्हिस अकाउंटिंग कोड) स्पष्ट करणे आवश्यक असते. याचबरोबर कोणत्या दराने जीएसटी आकारला जातो याचीही माहिती द्यावी लागते. खरेदीसाठीचा आदेश प्रसृत करताना GeM व्यवस्थेद्वारे कररक्कम स्वयंचलित पद्धतीने निश्चित केली जाते. पुरवठादाराचा GSTIN क्रमांक निष्क्रिय राहिला वा रिटर्न न भरल्याने रद्दबातल झाला, तर GeM खातेही रद्दबातल होऊ शकते. याचबरोबर चुकीचा HSN कोड वा चुकीच्या इनव्हॉइसमुळे सरकारकडून मिळणारे पैसे विलंबाने मिळू शकतात वा नाकारलेही जाऊ शकतात. जीएसटी संबंधीच्या चलनाचे विक्रेत्याने पालन करणे सरकारी ई-बाजारपेठेसाठी आवश्यक आहे. जीएसटी रिटर्नमधून B2B व्यवहारही स्पष्ट व्हायला हवेत. GeM द्वारे अखंडित व्यवहार करण्यासाठी जीएसटी दर्जा सक्रिय ठेवणे आणि नियमित रिटर्न भरणे महत्त्वाचे आहे.

प्रश्न ५: एखाद्या कंपनीत जीएसटीची प्रभावी अंमलबजावणी कशी करता येईल?

एखाद्या कंपनीतील जीएसटीच्या अंमलबजावणीची सुरुवात योग्य नोंदणीने करता येईल. योग्य उद्योग रचनेची निवड (एकल मालकी, एलएलपी, प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी), कंपनीच्या जागेची योग्य निवड आणि अचूक HSN/SAC कोड निवड करावी लागेल. जीएसटीस अनुरूप अशा इनव्हॉइस वा चलनाची आणि हिशेब पद्धतीची निवड करावी लागेल. या पद्धतीमुळे करदायित्व तत्काळ समजेल. रिटर्न भरण्याची पद्धत निश्चित होईल आणि इनपुट टॅक्स क्रेडिटचाही विचार केला जाईल. तुमच्या हिशेब आणि विक्री विभागांना जीएसटीच्या मूलभूत संकल्पनांचे प्रशिक्षण द्या. टॅक्स इनव्हॉइस फॉरमॅट्स, ई-वे बिल्स, रिव्हर्स चार्ज मेकॅनिझम (आरसीएम) आणि रिटर्न भरण्याचे वेळापत्रक यासारख्या संकल्पना समजावून सांगा. नियमपालनासाठी एक वेळापत्रक तयार करा. त्यातील नोंदींआधारे दर महिन्याला GSTR-1 vs GSTR-3B vs books चा आढावा घ्या. ५ कोटींपेक्षा जास्त उलाढाल असणाऱ्या उद्योगांनी ई-इनव्हॉइसिंग आणि ई-वे बिल यांचे एकत्रीकरण करावे. जीएसटी चलन, रिटर्न आणि नोटिशी यांच्यासाठी स्वतंत्र फाइल ठेवावी. ऑडिटिंगसाठी ती उपयुक्त ठरते.

प्रश्न ६: निर्यातीवर जीएसटी आकारला जातो का, त्याचा परतावा मिळू शकतो का?

जीएसटी पद्धतीत निर्यातीकडे विनाशुल्क पुरवठा म्हणून पाहिले जाते. याचा अर्थ निर्यातदारांना निर्यात मालावर वा सेवेवर जीएसटी द्यावा लागत नाही. निर्यात दोन प्रकाराने करता येते-१. लेटर ऑफ अंडरटेकिंग (LUT) घेऊन IGST न भरता निर्यात करता येते. या निर्यातीत कच्चा माल आणि सेवांवर भरलेल्या करांचा परतावा इनपुट टॅक्स क्रेडिटनुसार मागता येतो.२. IGST भरून निर्यात करणे आणि नंतर परतावा मागणे.दोन्ही प्रकारच्या निर्यातीत निर्यातदाराला RFD-01 हा अर्ज निर्यातीच्या तारखेनंतर दोन वर्षांच्या आत भरावा लागतो. अर्जाबरोबर मालवाहतुकीचे बिल, इनव्हॉइस आणि FIRC/BRC या प्रमाणपत्रांचा समावेश करावा लागतो. सरकारने आइसगेट आणि जीएसटी पोर्टलद्वारे स्वयंचलित पद्धतीने परतावा मिळण्याची सुविधा उपलब्ध केली आहे. मालाची अचूक वर्गवारी, एचएसएन कोड आणि ई-इनव्हॉइसिंग याबाबत निर्यातदारांनी खबरदारी घेतल्यास त्यांचा परताव्यासाठीचा अर्ज नाकारला जात नाही.

प्रश्न ७: जीएसटी आकारणीनंतर सेवा क्षेत्रातील नफ्याचे प्रमाण कसे वाढवता येईल?

नफ्याचे प्रमाण वाढवण्यासाठी सेवा पुरवठादारांनी इनपुट टॅक्स क्रेडिट (ITC) सुविधेचा पुरेपूर वापर केला पाहिजे. कार्यालयाचे भाडे, इंटरनेट, सॉफ्टवेअरचा वापर, सल्लागार सेवा शुल्क आणि उद्योग विस्तार सेवांसाठी केल्या जाणाऱ्या खर्चावर आयटीसी अंतर्गत परतावा मागता येतो. B2B वा औद्योगिक ग्राहकांना १८ टक्के जीएसटीचा परतावा आयटीसी अंतर्गत मिळू शकतो, हे समजावून सांगा. या परताव्यामुळे त्यांचा खर्च वाढणार नाही. कमी महत्त्वाची कामे आउटसोर्स करून तुम्हाला कामकाजावरील खर्च मर्यादेत ठेवता येईल. कोणताही दंड भरण्याची वेळ येऊ देऊ नका. तुमचे ग्राहक औद्योगिक स्वरूपाचे असतील, तर तुम्ही कंपोझिशन स्कीम घेणे टाळा, कारण या स्कीममुळे आयटीसी अंतर्गत परतावा मागता येत नाही. वस्तूच्या वा सेवेच्या जीएसटी पूर्व किमतीची फेररचना करा. ती करताना नफ्याचे प्रमाण राखले जाईल, याची खबरदारी घ्या.

प्रश्न ८: फाइल करावे लागणारे रेग्युलर जीएसटी रिटर्न कोणते?

GSTR-1: विक्रीसाठी पुरवठा केलेल्या मालाचा तपशील (महिन्याने वा तीन महिन्याने)GSTR-3B: आधीच्या महिन्यात भरलेल्या जीएसटीचा सारांशGSTR-9: दोन कोटींपेक्षा जास्त उलाढाल असलेल्या उद्योगांचा वार्षिक रिटर्नCMP-08 & GSTR-4: कंपोझिशन डीलर्सनी भरावयाचा रिटर्न

प्रश्न ९: मी बिलांमध्ये जीएसटीचा समावेश करावा काय?

तुम्ही नोंदणीकृत जीएसटी करदाते असाल, तरच तुम्ही जीएसटीचा समावेश बिलांमध्ये करणे योग्य ठरेल. कर चलनात GSTIN, HSN/SAC कोड, कराचा दर (उदा. ५ टक्के, १२ टक्के, १८ टक्के) आणि CGST/SGST/IGST यानुसार होणारी वर्गवारी यांचा समावेश अत्यावश्यक आहे. नोंदणी नसताना जीएसटी आकारणी करणे हा जीएसटी कायद्यानुसार गुन्हा आहे. तो केल्यास जबर दंड होऊ शकतो. तुमची उलाढाल २० लाख रुपयांपेक्षा कमी असेल, तर तुम्हाला जीएसटी लागू होत नाही. फक्त वस्तूंचा पुरवठा करणाऱ्या उद्योजकांसाठी ही मर्यादा ४० लाख रुपये आहे. तुम्ही ऑनलाइन प्लॅटफॉर्मवरून मालाची विक्री करत असाल, किंवा आंतरराज्य व्यापार करत असाल, तर तुमची उलाढाल कितीही असली, तरी तुम्ही जीएसटी नोंदणी करणे बंधनकारक आहे.

प्रश्न १०: जीएसटी रिटर्न वेळेवर भरला नाही, तर काय होते?

जीएसटी रिटर्न भरण्यास उशीर झाला, तर दिवसाला ५० रुपये असा दंड होऊ शकतो. त्यावर १८ टक्के दराने व्याजही भरावे लागते. तुम्ही जीएसटी रिटर्न भरण्यात वारंवार हलगर्जीपणा केलात, तर तुमची नोंदणी रद्द होऊ शकते.

प्रश्न ११: त्वचेची काळजी घेणारी वा त्वचा सुरक्षा उत्पादनांसाठी जीएसटी पालनाची प्रक्रिया कशी आहे?

त्वचा सुरक्षा उत्पादने वा स्किनकेअर प्रॉडक्ट्स ही HSN 3304 अंतर्गत येतात आणि त्यांच्यावर साधारणपणे १८ टक्के जीएसटी आकारला जातो. काही विशिष्ट सौंदर्य प्रसाधनांवर २८ टक्के आकारणी केली जाते. आयुर्वेदिक वा वनस्पतिजन्य उत्पादनांवर १२ टक्के जीएसटी आकारला जातो. उत्पादनासाठी वापरले जाणारे घटक आणि वर्गवारी यानुसार ही आकारणी केली जाते. अनेक प्रकारची उत्पादने असतील, तर उद्योगांनी HSN कोड अचूक असल्याची खबरदारी घेणे अत्यावश्यक आहे. GSTR-1 आणि GSTR-3B वेळेवर भरणे, कच्च्या मालाची योग्य नोंद ठेवणे, पॅकेजिंगसाठी केलेल्या खरेदीची नोंद ठेवणे आणि इनपुट क्रेडिट टॅक्ससाठी दावा करणे याचा समावेश जीएसटी पालनात होतो. Nykaa वा Amazon सारख्या ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मचा वापर विक्रीसाठी केल्यास उलाढाल कितीही असली, तरी जीएसटी नोंदणी आवश्यक असते. या प्लॅटफॉर्मसनी गोळा केलेल्या TCS ची (टॅक्स कलेक्टेड अॅट सोर्स) नोंद दर महिन्याला केली पाहिजे. त्वचा सुरक्षा उत्पादनांच्या ब्रँड्सनी वेष्टनविषयक (लेबलिंग) कायद्यांचे पालन केले पाहिजे. याचबरोबर मोजमाप विषयक कायदेशीर तरतुदी आणि FSSAI च्या नियमांचे पालन करणेही आवश्यक आहे.

प्रश्न १२: माझे जीएसटी अकाऊंट दोन वर्षांपासून ब्लॉक करण्यात आले आहे. माझ्यावर नोटीसही बजावण्यात आली आहे. मला काय करता येईल?

तुम्ही रिटर्न भरले नसल्याने तुमचे जीएसटी अकाऊंट दोन वर्षांसाठी बंद असेल, तर ते रद्द वा निलंबित केले असण्याची शक्यता आहे. तुम्हाला REG-17 अर्जानुसार नोटीस मिळाली असण्याची शक्यता आहे. ही स्थिती सुधारण्यासाठी तुम्ही रिटर्नची थकबाकी विलंब शुल्कासह आणि त्यावरील १८ टक्के व्याजासह ताबडतोब भरा. थकबाकी भरण्यासाठी तुम्हाला DRC-03 या अर्जाचा उपयोग करता येईल. नंतर REG-21 क्रमांकाचा अर्ज भरा. थकबाकी भरण्यास विलंब का झाला हे स्पष्ट करणारे पत्र आणि थकबाकी भरल्याचे पुरावे अर्जासोबत जोडा. यामुळे तुमची जीएसटी नोंदणी पुन्हा होऊ शकेल. फेरनोंदणीची मुदत संपली असल्यास तुम्हाला नोंदणीची प्रक्रिया नव्याने करावी लागेल. तुमच्यावर बजावण्यात आलेल्या नोटिशींवरही उपाय योजावा लागेल.

प्रश्न १३: माझा जीएसटी अर्ज नाकारण्यात आला आहे आणि मला दंड करण्यात आला आहे- मला आता काय करता येईल?

तुमचा जीएसटी अर्ज नाकारण्यात आला असेल, तर प्रथम जीएसटी पोर्टलवर लॉग इन व्हा. 'माय अॅप्लिकेशन्स' या कॉलम अंतर्गत अर्ज नाकारला जाण्याची कारणे तपासा. चुकीची कागदपत्रे, चुकीची वर्गवारी आणि अपूर्ण तपासणी अशी कारणे असू शकतात. ही कारणे दूर करून तुम्ही योग्य कागदपत्रांनिशी पुन्हा अर्ज केला पाहिजे. त्याआधी तुम्हाला केलेला दंड DRC-03 अर्जाचा वापर करून भरला पाहिजे. काही प्रकरणांमध्ये संबंधित जीएसटी अधिकाऱ्याची भेट घेऊन तोडगा काढावा लागतो. कारकुनी चुकीमुळे तुमचा अर्ज नाकारण्यात आला असेल, तर तुम्ही अर्ज नाकारण्याच्या तारखेनंतर तीन महिन्यांच्या आत अपील करून अपील प्राधिकरणाकडे दाद मागू शकता.

प्रश्न १४: भंगार मालाच्या खरेदीवर जीएसटी टीडीएस कसा लागू होतो?

एखाद्या सरकारी खात्याने, सरकारी उद्योगाने वा स्थानिक प्राधिकरणाने २.५ लाख रुपयांपेक्षा जास्त रकमेचे पुरवठा कंत्राट मंजूर केले असेल, तरच जीएसटी टीडीएस लागू होतो. एखाद्या खाजगी कंपनीने भंगार माल विकत घेतला असेल, तर जीएसटी टीडीएस लागू होत नाही. सरकारी यंत्रणेने ही खरेदी केली असेल, तर २ टक्के जीएसटी लागू होतो (१ टक्का सीजीएसटी अधिक १ टक्का एसजीएसटी वा २ टक्के आयजीएसटी). हा जीएसटी GSTR-7 या फॉर्मद्वारे भरावा लागतो. पुरवठादाराला हे टीडीएस क्रेडिट त्याच्या GSTR-2A अर्जाद्वारे मिळते. याचा वापर तो त्याचे करदायित्व कमी करण्यासाठी करू शकतो. पुरवठादाराने त्याचे इनव्हॉइस वा चलन, कराराची प्रत आणि पैसे मिळाल्याची कागदपत्रे ऑडिटिंगसाठी तयार ठेवली पाहिजेत.

प्रश्न १५: जीएसटी रिटर्न फायलिंग आणि जीएसटी तरतुदींचे पालन सुलभतेने कसे करता येईल?

जीएसटी तरतुदींचे पालन सुलभतेने करण्यासाठी संरचनात्मक दृष्टिकोन हवा. याकरता प्रथम जीएसटी पोर्टलशी जोडलेले अकाउंटिंग सॉफ्टवेअर वापरा. GSTR-1 (विक्री) आणि GSTR-3B (सारांश) आणि GSTR-9 (वार्षिक) फाइल करण्यासाठी महिन्याची चेकलिस्ट तयार करा. तुमच्या खरेदी नोंदवहीशी GSTR-2B जोडून घ्या. यामुळे तुम्हाला इनपुट क्रेडिट टॅक्सची अचूकता तपासता येईल. तुम्ही कोणतीही व्यावसायिक कृती केली नसेल, तर शून्य रिटर्न भरा, यामुळे विलंब शुल्क टाळता येईल. कंपोझिशन स्कीमनुसार उद्योग असेल, तर प्रत्येक तिमाहीनंतर CMP-08 हा फॉर्म भरा आणि वर्षाखेरीस GSTR-4 हा फॉर्म भरा. प्रत्येक विक्रेत्यानुसार आयटीसीची नोंद ठेवा. तुमची उलाढाल ५ कोटींपेक्षा जास्त असेल, तर ई-इनव्हॉइस तरतुदींचे पालन झाले आहे का हे तपासा. तुमच्यावर बजावण्यात येणाऱ्या कोणत्याही नोटिशीला ताबडतोब प्रतिसाद द्या.

प्रश्न १६: इनपुट टॅक्स क्रेडिटचा (आयटीसी) दावा परिणामकारकतेने कसा करता येईल?

आयटीसीचा दावा करण्यासाठी जीएसटी तरतुदींचे पालन करणाऱ्या विक्रेत्यांकडूनच खरेदी करण्याची दक्षता घ्या आणि त्यानुसार चलन बनवा. या विक्रेत्यांनी GSTR-1 वेळेत भरल्याची खातरजमा करा. या विक्रेत्यांच्या व्यवहारांचे तपशील तुम्ही भरलेल्या GSTR-2B या फॉर्ममध्ये आवर्जून नमूद करा. आयटीसीचा दावा फक्त उद्योगासाठी केलेल्या खर्चासाठीच करा. ज्या खर्चांसाठी आयटीसी दावा करण्यास परवानगी नाही, उदा. अन्नपदार्थ, गिफ्ट्स, वैयक्तिक वापरासाठीची वाहने यासाठीच्या खर्चांसाठी दावा करू नका. चलन काढल्यानंतर १८० दिवसांच्या आत विक्रेत्यांना पैसे द्या; नाहीतर तुम्हाला आयटीसीचा लाभ मिळणार नाही. आयटीसीसाठी दर महिन्याला करण्यात येणारे दावे GSTR-2B मधील तपशिलाशी पडताळून पाहा. यात काही त्रुटी आढळल्यास त्या दूर करा. त्याकरता विक्रेत्यांशी संपर्क साधा वा आवश्यकता भासल्यास DRC-03 फॉर्म भरा. चलनाच्या डिजिटल प्रती, पैसे दिल्याचे पुरावे आणि आयटीसी अहवाल ही कागदपत्रे ऑडिट करण्यासाठी तयार ठेवा.

प्रश्न १७: ऑनलाइन विक्री तसेच निर्यातीवर जीएसटीचे काय परिणाम होतात?

Amazon, Flipkart आणि Meesho यासारख्या ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मवरून विक्री केली जात असेल, तर जीएसटी नोंदणी करणे बंधनकारक आहे. संबंधित उद्योगाची उलाढाल २० लाख रुपयांपेक्षा कमी असली, तरी ही नोंदणी करावी लागते. अशी विक्री करणाऱ्या उद्योगांनी नियमित रिटर्न भरले पाहिजेत. संबंधित प्लॅटफॉर्मसनी गोळा केलेला टीसीएस - टॅक्स कलेक्टेड ॲट सोर्स - नोंदला गेला पाहिजे. त्याचा जीएसटी आकारणी प्रक्रियेत समावेश झाला पाहिजे. जीएसटीनुसार वस्तू व सेवांची निर्यात हा शून्य आकारणीचा पुरवठा मानला जातो. LUT आधारे तुम्ही IGST शिवाय निर्यात करू शकता. तुम्ही IGST भरून त्याचा परतावा RFD-01 फॉर्म भरून मागू शकता. मालवाहतुकीचे बिल, कर चलन (टॅक्स इनव्हॉइस) आणि FIRC/BRC ही कागदपत्रे व्यवस्थित ठेवा. डिजिटल सेवांची निर्यात केली जात असेल, तर OIDAR – ऑनलाइन इन्फॉर्मेशन अँड डेटा बेस ॲक्सेस ऑर रिट्रायव्हल सर्व्हिसेस - नियमांनुसार नोंदणी करावी लागते. कायदेशीर तरतुदींचे पालन केल्यास परतावा नाकारला जात नाही आणि कोणतीही विचारणा केली जात नाही.

प्रश्न १८: जीएसटीनुसार होणारा दंड आणि व्याज आकारणी कशी टाळता येईल?

वेळेवर आणि अचूक रिटर्न भरल्याने दंड टाळता येतो. GSTR-1, GSTR-3B, GSTR-9, आणि GSTR-7 हे फॉर्म भरण्याचे वेळापत्रक आखून घ्या. टीडीएस लागू होत असेल, तर तोही वेळेवर भरला पाहिजे. आयटीसीसाठी दावा करण्यापूर्वी त्यासंबंधीच्या नोंदी GSTR-2B मध्ये समाविष्ट करा. बनावट चलनाचा वापर टाळा. आयटीसीसाठी अपात्र ठरणाऱ्या कारणांसाठी दावे करू नका. त्यामुळे तुम्हाला DRC-01 नुसार नोटीस येऊ शकते. कोणतेही व्यवहार झाले नसले, तरी शून्य रिटर्न भरा. यामुळे विलंब शुल्क टाळता येईल. करभरण्यात त्रुटी आढळल्यास स्वेच्छेने DRC-03 फॉर्मद्वारे करभरणा करा. जीएसटी पोर्टलवर नियमित लक्ष ठेवा. या पोर्टलवरून काही विचारणा झाल्यास मुदतीत तिला प्रतिसाद द्या.

प्रश्न १९: जीएसटीसाठी नोंदणी कशी करायची आणि खाते कसे सुरू करायचे?

नोंदणीसाठी gst.gov.in या पोर्टलवर जा. "New Registration" सिलेक्ट करा. पॅन, आधार, उद्योगाच्या पत्त्याचा पुरावा आणि फोटो यांचा वापर करा. उद्योगाच्या जागेसाठीचे बिल वा भाड्याची रक्कम अपलोड करा. तुमच्या अर्जाची तपासणी झाल्यावर आणि ARN – ॲप्लिकेशन रेफरन्स नंबर मंजूर झाल्यावर तुम्हाला GSTIN सात दिवसांत मिळतो. नोंदणीनंतर जीएसटी सर्टिफिकेट डाऊनलोड करून घ्या. कोणत्याही मान्यताप्राप्त बँकेशी (HDFC, ICICI, SBI) संपर्क साधा आणि GSTIN, पॅन आणि उद्योगाच्या पत्त्याचा पुरावा वापरून तुमचे खाते सुरू करा. अनेक बँकांमध्ये आता जीएसटी तपासणी ऑनलाइन होते.

प्रश्न २०: उद्योगाची नोंदणी आणि कर रचना तुलना यासंबंधी कोणते मार्गदर्शन करता येईल?

एकल मालकीचे उद्योग करणे सोपे असते, पण त्यात अमर्याद दायित्व असते. त्यामध्ये वैयक्तिक स्लॅब रेटनुसार करआकारणी होते. एलएलपी उद्योग हा भागीदारीसाठी चांगला असतो, त्यात दायित्व मर्यादित असते. त्यावर ३० टक्के कर लावला जातो. प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी ही मोठ्या उद्योगांसाठी योग्य अशी मोठी गुंतवणूक होणारी उद्योग रचना आहे. या कंपन्यांवर २२ टक्के कॉर्पोरेट टॅक्स लावला जातो. नव्या उत्पादक कंपन्यांवर १५ टक्के करआकारणी होते. या तिन्ही उद्योग रचनांमध्ये उलाढाल आणि पुरवठ्याचे स्वरूप याआधारे जीएसटी आकारणी केली जाते. महिला उद्योजकांना जीएसटीतून सवलत मिळत नाही, पण त्यांना मुद्रा तसेच सिडबीच्या योजनांचा लाभ घेता येतो. आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील कन्सल्टिंग फर्मसाठी प्रायव्हेट लिमिटेड वा एलएलपी या उद्योग रचना विश्वासार्ह ठरतात. परकीय चलनात पैसे देणे त्यांना या उद्योग रचनांमध्ये सुलभ जाते.

प्रश्न २१: जीएसटी अंतर्गत कंपनीच्या नावात कसा बदल करता येतो?

जीएसटी अंतर्गत कंपनीचे नाव बदलण्यासाठी प्रथम रजिस्टर ऑफ कंपनीकडे जाऊन नावाची नोंद बदलून घ्या. पॅन संदर्भातही हा बदल करा. नंतर REG-14 फॉर्म जीएसटी पोर्टलवर भरा. कोअर फिल्ड्स सिलेक्ट करा. कंपनीच्या संचालक मंडळाने नाव बदलाबाबत केलेला ठराव, नवे पॅन, आरओसी प्रमाणपत्र, बँकेचे पत्र ही कागदपत्रे अपलोड करा. GeM, MSME, DGFT या प्लॅटफॉर्मवर तसेच इनव्हॉइस सॉफ्टवेअर आणि ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्मवर बदललेले नाव अपलोड करा. यामुळे कागदपत्रांमध्ये नावाबद्दलच्या त्रुटी राहणार नाहीत आणि व्यवहार करणे सुलभ होईल

सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

21 FAQs

विपणन (मार्केटिंग) आणि ब्रँडिंग

प्रश्न १ : महानगरांमधील ग्राहकांच्या संख्येत सूक्ष्म, लघु अणि मध्यम उद्योगांना कशी वाढ करता येईल ?

महानगरांमधील ग्राहक संख्येत वाढ करण्यासाठी काही उपाय याप्रमाणे योजता येतील : - स्थानिक SEO (सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशन) तंत्राचा वापर करणे. याकरता गुगल माय बिझनेस या साधनाचा उपयोग करता येईल. स्थानिक विभागांशी संबंधित कीवर्डसचा वापर उपयुक्त ठरु शकतो.

- महानगरांमधील उद्योग मार्गदर्शिकांचा (डिरेक्टरी) वापर करणे आणि स्थानिक बाजारपेठांची माहिती मिळवणे.
- महानगरांमधील B2B ऑनलाइन प्लॅटफॉर्मसमध्ये आणि लिंक्डइन गटांमध्ये सहभागी होणे.
- अपेक्षित ग्राहकांपर्यंत पोहोचू शकणा-या गुगलसारख्या ऑनलाईन माध्यमांवर जाहिराती देणे .
- त्या त्या शहरांमधील फेसबुक गटांवर प्रसिद्धी मोहीम चालवणे.
- उत्पादनांचे डिजीटल ब्रोशर बनवून व्हॉट्सअॅप सारख्या माध्यमांकरवी संभाव्य ग्राहकांपर्यंत पोहोचणे
- उत्पादनांची उपयोगिता दर्शविणारे छोटे व्हिडिओ बनवून विविध ऑनलाईन माध्यमांद्वारे प्रसार करणे

प्रश्न २ : एमएसएमई उद्योगांचे मार्केटिंग वा विपणन करण्यासाठी पहिले पाऊल कोणते टाकावे ?

कोणते ग्राहक तुम्हाला अपेक्षित आहेत, हे निश्चित करण्यापासून सुरुवात करा. तुम्हाला अपेक्षित ग्राहकांच्या गरजा काय आहेत, ते कशाला प्राधान्य देतात आणि त्यांचे वर्तन कसे असते हे जाणून घ्या. तुमच्या सेवेचे वा उत्पादनाचे विक्रीसाठीचे आगळेवेगळे वैशिष्ट्य (युनिक सेलिंग पॉइंट) काय आहे हे स्पष्ट करा आणि त्याप्रमाणे नियोजन करा.

प्रश्न ३ : एमएसएमई उद्योग कमी निधी असतानाही मार्केटिंग कसे करू शकतात ?

फेसबुक,इन्स्टाग्राम आणि लिंक्डइन यासारख्या सोशल नीडिया प्लॅटफॉर्मसचा वापर करणे.

- गुगल बिझनेस प्रोफाइल तयार करणे
- स्थानिक मार्गदर्शक पुस्तिकांमध्ये (डिरेक्टरी) आणि व्यापारी गटांमध्ये सहभागी होणे
- प्रदर्शनांमधील आणि नेटवर्क वाढविणाऱ्या उपक्रमांमधील सहभाग
- प्रभावशाली व्यक्ती (इन्फ्लूअन्सर्स) आणि लघु उद्योगांचे सहकार्य घेणे

विपणन (मार्केटिंग) आणि ब्रँडिंग

सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांसाठी आवश्यक असलेल्या विपणन (मार्केटिंग) आणि ब्रँडिंग उपाययोजनांचा आढावा या भागात घेण्यात आला आहे. कमी खर्चिक असलेल्या डिजिटल साधनांचा वापर, ब्रँडचा प्रसार कसा करायचा, सरकारी योजनांचा लाभ कसा मिळवायचा यासंबंधी चर्चा येथे करण्यात आली आहे. ती करताना सहज अंमलात आणता येतील अशा उपाययोजनांवर भर देण्यात आला आहे. उद्योगाचा विस्तार कसा करायचा याचीही माहिती देण्यात आली आहे. याचा उपयोग लघु उद्योजकांना त्यांचा व्यवसाय वाढवण्यासाठी होईल. त्यांना स्वत:ची विश्वासार्हता निर्माण करता येईल. बाजारपेठेतील स्पर्धेला सामोरे जात ग्राहकांचा पाठिंबा मिळवण्यासाठीही त्यांना ही माहिती उपयुक्त ठरेल.

या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी **६८%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ४ : डिजिटल मार्केटिंग म्हणजे काय आणि एमएसएमई उद्योगांना त्याचा कसा लाभ होतो ?

डिजिटल मार्केटिंगमध्ये ऑनलाइन पद्धतींच्या वापराचा समावेश होतो. उदाहरणार्थ, सोशल मीडिया, सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशन (SEO) इ-मेल, प्रायोजित जाहिराती आदी. या पद्धतींमुळे कमी खर्चात जास्त ग्राहकांपर्यंत पोचता येते. परिणाम पडताळून पाहता येतात. उद्दिष्ट निश्चित करून मार्केटिंग करणे शक्य होते. ग्राहकांचा सहभागही वाढतो.

प्रश्न ५ : ब्रँडचे प्रमुख घटक कोणते ?

नाव, लोगो, टॅगलाइन (कळीचे वाक्य)

- ब्रँडचे मूल्य आणि त्याचे वेगळेपण सांगण्याची तुमची पद्धत
- ब्रँडचे दृश्य स्वरुप-रंग, अक्षरे, प्रतिमा
- ब्रँडची स्टोरी वा गोष्ट
- ग्राहकांचा अनुभव

प्रश्न ६ : ब्रँडची ओळख कशी निर्माण करता येते ?

प्रोफेशनल लोगोचे डिझाइन तयार करणे

- या लोगासाठी उत्पादन वा सेवा यांना अनुरुप असे रंग आणि अक्षरे (फॉन्ट) यांचा वापर करणे
- प्रभावित करेल अशी ब्रँडची गोष्ट तयार करणे
- वेबसाइट, पॅकेजिंग मटेरिअल आणि संपर्कासाठीच्या माध्यमांचा वापर प्रसिद्धीसाठी करणे

प्रश्न ७ : आंतरराष्ट्रीय आणि देशांतर्गत ग्राहक मिळविण्यासाठी प्रभावी उपाय कोणते ?

तुमच्या लिंक्डइन प्रोफाइलचा जास्तीत जास्त वापर करा. हे प्रोफाइल अद्ययावत ठेवा.

- ActiveCampaign एक्टिव्हकँपेन वा Mailchimp मेलचिंप यासारख्या ईमेल मार्केटिंग साधनांचा वापर करा.
- वेबसाइट एसइओ (सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशन) चा वापर वाढवा. देशांतर्गत आणि आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठांसाठीचे कीवर्डस माहीत करून घ्या.
- Indian Trade Portal, IndiaMART, ExportHub आणि Amazon यासारख्या प्लॅटफॉर्मसवर तुमच्या उत्पादनाची नोंद करा.

प्रश्न ८ : फ्रंचाइज बिझनेस मी कसा सुरू करू शकतो आणि वाढवू शकतो ?

तुम्ही करणार असलेल्या फ्रंचायझी उद्योगाबाबतची कादगपत्रे तयार करा. या उद्योगामुळे होणारे फायदे, किंमत वा शुल्करचना आणि उद्योगाची प्रक्रिया ठळकपणे नमूद करा.

- लिंक्डइन, फ्रंचाइज पोर्टल्स आणि IndiaMART यासारख्या प्लॅटफॉर्मसवरून तुमच्या उद्योगाची प्रसिद्धी करा.
- औद्योगिक प्रदर्शने आणि औद्योगिक सादरीकरण उपक्रमांमध्ये सहभागी व्हा.
- फ्रंचाइजी आकर्षित करण्यासाठी त्यांना विपणन सहाय्य (मार्केटिंग सपोर्ट) करा आणि ब्रँडची ओळख स्पष्ट करा.

प्रश्न ९ : लीड सेपरेशन म्हणजे काय ? उद्योग वाढीसाठी त्याचा उपयोग कसा होतो ?

उद्योगासंदर्भात लीड सेपरेशन म्हणजे संभाव्य ग्राहकांची वर्गवारी वा विभागणी करणे. ही विभागणी मूलस्त्रोत (सोर्स), ग्राहकांना असणारा रस, निधीची उपलब्धता आणि ग्राहकांची खरेदीची तयारी याआधारे होऊ शकते. ही विभागणी उद्योगांसाठी लाभदायक ठरु शकते.

- या विभागणीमुळे संभाव्य ग्राहकांना प्राधान्य देता येते
- यामुळे योग्य पाठपुरावा करणारी टीम नेमता येते तसेच विक्रीसाठी फॉलोअप घ्यायचा आहे की इतर कारणांसाठी हे ठरवता
- निर्धारित उद्दिष्टांनिशी प्रयत्न केल्याने मार्केटिंगसाठीच्या खर्चात बचत होते.
- ग्राहकांच्या वर्गवारीचे परिणामकारक व्यवस्थापन करण्यासाठी सीआरएम टूल्स वा स्प्रेडशीटसचा वापर करावा.

प्रश्न १० : प्रोजेक्ट बेस्ड वा प्रकल्पाधारित कंपन्यांनी ग्राहकांशी संपर्क कसा साधावा आणि कामाची कंत्राटे कशी मिळवावीत ?

प्रकल्प व्यवस्थापन सल्लासेवा संस्थांचा लिंक्डइन वा बीटूबी मार्गदर्शिकांद्वारे शोध घेऊन त्यांच्याशी संपर्क साधावा.

- औद्योगिक उपक्रमांमध्ये आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी व्हावे आणि कंपनीच्या सेवेचे सादरीकरण करावे.
- सार्वजनिक उपक्रम, खाजगी उद्योग तसेच सरकारचे विविध विभाग यांनी पोस्ट केलेल्या निविदा आणि RFQ-रिक्वेस्ट फॉर कोटेशन्स, यांना प्रतिसाद द्यावा.
- केंद्र सरकारच्या गव्हर्नमेंट ई मार्केटप्लेस(GeM) या पोर्टलवर नोंदणी करून शासनाचे विविध विभाग आणि शासकीय उपक्रम यांच्याकडून जारी केलेल्या निविदांना प्रतिसाद देणे
- कंपनीच्या कामगिरीचे आणि क्षमतेचे प्रभावी संकलन (पोर्टफोलिओ) करावे. ग्राहकांनी केलेल्या शिफारसींचा उल्लेख त्यात असावा. त्यामुळे विश्वासार्हता वाढते.
- नामवंत प्रकल्पांची यशस्वी अंमलबजावणी यथायोग्य रीतीने दर्शविणारे ग्राफिक्स, व्हिडिओ यांचा वापर करून सेवांचा प्रसार करावा.

प्रश्न ११ : को-ब्रँडिंग म्हणजे काय,एमएसएमई उद्योग त्याचा वापर करु शकतात का ?

दोन कंपन्यांनी वा उत्पादकांनी ब्रँडिंगसाठी केलेले सहकार्य म्हणजे को-ब्रँडिंग. ब्रँडचा प्रभाव वाढवून अधिकाधिक ग्राहकांपर्यंत पोचणे हा या सहकार्याचा उद्देश असतो. एमएसएमई उद्योग मोठ्या कंपन्यांशी वा प्रभावशाली व्यक्तींशी (इन्फ्लूअन्सर्स) सहकार्य करून संयुक्त प्रसिद्धी मोहिमांचे आयोजन करू शकतात. ब्रँड प्रमोशनसाठी अशा सहकार्यातून इव्हेंटसचे आयोजन केले जाऊ शकते. त्याचबरोबर चार-पाच उत्पादने एकत्रित विकण्याचे (बंडलिंग) तंत्रही वापरता येते.

प्रश्न १२ : ब्रँडिंगसाठी फिडबॅकचा कसा उपयोग होतो ?

ब्रँडविषयी ग्राहकांना आणि लोकांना काय वाटते ते फिडबॅकमुळे समजते. या फिडबॅकचा वापर उत्पादनाची गुणवत्ता वाढविण्यासाठी करता येतो. त्याआधारे ग्राहकांना द्यावयाच्या मेसेजची फेररचना करता येते; तसेच ग्राहकांना चांगला अनुभव देण्यासाठी उपाय योजता येतात. फिडबॅक मिळण्यासाठी रिव्ह्यूजना आणि ऑनलाइन प्लॅटफॉर्मसवरील प्रशस्तिपत्रांना प्रोत्साहन दिले पाहिजे.

प्रश्न १३ : लहान अभियांत्रिकी कंपनीने विक्री आणि विपणनाच्या आव्हानांना कसे सामोरे जावे ?

विक्रीची पद्धतशीर व्यवस्था उभी करा. नरसाळ्यातून पाणी विविध टप्प्यांतून झिरपत जाते. तशी ही पद्धत असावी. त्यातील संभाव्य ग्राहक-सादरीकरण-उद्योग प्रस्ताव-विनिमय हे टप्पे स्पष्टपणे दाखवलेले असावेत.

- तुमच्या website SEO मध्ये सुधारणा करा. त्यात ग्राहकांना आकर्षित करणाऱ्या कीवर्डसचा समावेश करा.
- लिंक्डइन आऊटरीच आणि ईमेल मार्केटिंग या तंत्रांचा वापर करा.
- प्रभावी डिजिटल जाहिराती करा. सोशल मीडियातील उपस्थिती वाढवण्यासाठी त्या क्षेत्रातील उद्योगघटकांशी भागीदारी करा.

प्रश्न १४. एमएसएमई उद्योगांच्या ब्रँड बिल्डिंगसाठी आणि मार्केटिंगसाठी काही योजना आहेत का ?

लघु उद्योगांच्या ब्रँडिंग आणि मार्केटिंगसाठी (विपणन) अनेक योजना आहेत. ZED (झिरो डिफेक्ट) प्रमाणपत्र योजनेअंतर्गत उद्योगांना उत्पादनांचा दर्जा वाढविण्यासाठी मार्गदर्शन आणि आर्थिक सहाय्य मिळते. गुणवत्तेचे प्रमाणीकरण करण्याबरोबरच या योजनेतून ग्राहकांचा विश्वास वाढवण्यासठी आणि बाजारपेठ मिळवण्यासाठी उद्योजकांना मदत केली जाते. एमएसएमई मार्केट डेव्हलपमेंट असिसटन्स (एमडीए) या योजनेतून देशांतर्गत बाजारपेठ मिळवण्यासाठी मदत केली जाते. खरेदीदार आणि विक्रेते यांच्या बैठका या योजनेद्वारे आयोजित केल्या जातात. याशिवाय कॅटलॉग, बॅनर्स आणि सँपल किटस यासारख्या मार्केटिंगसाठी आवश्यक साधनांकरताही या योजनेतून मदत मिळते. देशांतर्गत आणि जागतिक व्यापार मेळे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी झाल्याने ब्रँडवाढीस चालना मिळते. या मेळ्यांमधील आणि प्रदर्शनांमधील सहभागासाठी आंतरराष्ट्रीय सहकार्य योजनेतून अनुदाने आणि खर्च केलेल्या रकमेचे परतावे दिले जातात.

प्रश्न १५ : स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी आणि नफा मिळवण्यासाठी एमएसएमई उद्योगांनी किंमतीबाबत कोणते उपाय योजावेत ?

एमएसएमई उद्योगांना याकरता याप्रमाणे उपायांची वा स्ट्रॅटेजीची आखणी करता येईल :-

- कॉस्ट प्लस प्रायसिंग (खर्च आधारित किंमत)- या उपायात उत्पादन खर्चात उत्पन्नाचे प्रमाण मिसळून किंमत ठरवली जाते.
- व्हॅल्यू बेस्ड प्रायसिंग (मूल्याधारित किंमत)- ग्राहकाला द्याव्या लागणाऱ्या मूल्याआधारे किंमत निश्चित केली जाते.
- कॉम्पीटिटीव्ह प्रायसिंग (स्पर्धात्मक किंमत)- स्पर्धकांच्या किंमतीआधारे किंमत ठरवली जाते.
- डायनॅमिक प्रायसिंग (मागणी-पुरवठ्याआधारे किंमत)- बाजारपेठेतील स्थितीनुसार किंमत ठरवली जाते.
- पेन्ट्रेशन प्रायसिंग (कमी प्रवेश किंमत)- बाजारात उत्पादन वा सेवा आणताना कमी किंमत ठेवली जाते. नंतर ती वाढवली जाते.
- प्रिमिअम प्रायसिंग (वाढीव किंमत)- उच्च दर्जाच्या तसेच वैशिष्ट्यपूर्ण उत्पादनांसाठी वाढीव किंमत ठेवली जाते.
- उद्योजकांनी बाजारपेठेशी संबंधित आकडेवारीचे नियमित विश्लेषण करावे. उत्पादन वा सेवांबाबत व्यक्त झालेली मते किंमत ठरवताना विचारात घ्यावीत.

प्रश्न १६ : लिंक्डइन मार्केटिंगमध्ये कशी सुधारणा करता येईल ?

तुमच्या बिझनेस आणि पर्सनल प्रोफाइलमध्ये जास्तीत जास्त सुधारणा करा.

- शैक्षणिक स्वरुपाचा आणि उद्योगासंबंधी विशेष मजकूर पोस्ट करा
- उद्योगांपर्यंत आणि तेथील वरिष्ठ अधिकाऱ्यांपर्यंत पोचण्यासाठी लिंक्डइन जाहिरातींचा वापर करा.
- कंपन्यांमधील निर्णय घेणाऱ्या अधिकाऱ्यांशी संपर्क साधा, त्यांच्या आवडीनिवडी लक्षात घेऊन त्यांना अनुरुप असे प्रभावी मेसेज पाठवा
- तुमच्या उद्योगाशी संबंधित गटांमध्ये आणि चर्चा, परिसंवाद यासारख्या घडामोडींमध्ये सहभागी व्हा.

प्रश्न १६ : विपणन आणि जाहिरात याकरता आम्ही किती गुंतवणूक करावी ?

एमएसएमई उद्योगांनी वार्षिक उत्पन्नाच्या ५ ते १० टक्के रक्कम मार्केटिंग वा विपणनासाठी राखून ठेवावी. नव्याने सुरू केलेल्या उद्योगांचे माध्यमांमधील उपस्थिती वाढवण्याचे उद्दिष्ट असते. हे उद्योग मार्केटिंगसाठी उत्पन्नाच्या १० ते १५ टक्के रक्कम गुंतवू शकतात. प्रस्थापित उद्योगांनी याकरता उत्पन्नाच्या ५ ते ७ टक्के रक्कम खर्च केली, तरी चालते.

विपणन आणि जाहिरातींसाठी उद्योगांना याप्रमाणे तरतुदी करता येतील :-

- SEO आणि कंटेंट वा मजकुराचे मार्केटिंग
- गुगल जाहिराती आणि सोशल मीडियावरील जाहिराती
- प्रभावी व्यक्तींचे (इन्फ्लुअन्सर्स) सहकार्य
- ऑफलाइन इव्हेंटस आणि प्रदर्शने
- उद्योजकांनी गुगल माय बिझनेस, एमएसएमई डिजिटल सक्षम आणि फ्री डिजिटल टूल्स यासारख्या कमी खर्चीक उपायांचा वापर केला पाहिजे.

प्रश्न १७ : ऑफलाइन ब्रँडिंग करण्यासाठी सर्वोत्तम उपाय कोणते ?

उद्योगाशी संबंधित स्थानिक घडामोडींमध्ये , व्यापारी मेळ्यांमध्ये आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी व्हा

- स्थानिक विक्रेते आणि चेंबर ऑफ कॉमर्ससारख्या संस्थांच्या उपक्रमांमध्ये सहभागी व्हा.
- जाहिरात करण्यासाठी वर्तमानपत्रांसारखी मुद्रित माध्यमे, फलक आणि पत्रके, वितरकांच्या स्थळांवर काही प्रमाणात बॅनर/ बोर्ड यांचा वापर करा.
- कम्युनिटी इव्हेंटस पुरस्कृत करा. ओळखचिन्ह असलेल्या उत्पादनाची (ब्रँडेड प्रॉडक्ट) ऑफर ग्राहकांना द्या.
- तुमच्या उत्पादनाची वा सेवेची ग्राहकांकडूनही प्रसार होईल, असे उपाय योजा.

प्रश्न १८ : औद्योगिक वा रासायनिक उत्पादनांसाठी वितरकांचे जाळे कसे निर्माण करायचे ?

वेबसाइटवर तुमच्या उत्पादनाची जास्तीत जास्त माहिती द्या. संभाव्य ग्राहकांकडून माहिती अर्ज (लीड फॉर्मस) भरून घ्या.

- बीटूबी (बिझनेस टू बिझनेस) ग्राहकांसाठी व्हॉटसअप मोहीम चालवा. याकरता एप्लिकेशन प्रोग्रामिंग इंटरफेस या तंत्राचा वापर करा.
- गुगल माय बिझनेसवरून डाटा वा माहिती गोळा करा. या माहितीचा वापर करून फेरविक्रेत्यांपर्यंत पोचा.
- कॉल्स आणि उत्पादनाच्या नमुन्यांचे वितरण याद्वारे पाठपुरावा करा.
- डिलर टिकून राहावेत याकरता प्रोत्साहन सवलती जाहीर करा. पैसे देण्यासाठी त्यांना दिलेल्या मुदतीत (क्रेडिट टर्म्स) वाढ करा.

प्रश्न १९ : निर्याताभिमुख उद्योगाच्या मार्केटिंगमध्ये मला सुधारणा कशी करता येईल ?

तुमच्या उत्पादनाच्या मार्केटिंगसाठी वेबसाइटचा प्रभावी वापर करा. त्याकरता तुम्हाला काही टूल्स वापरता येतील :-

- Seair Export Data सीएअर एक्स्पोर्ट डाटा
- Neil Patel's Ubersuggest नेल पटेल्स उबरसजेस्ट
- PrivateCircle प्रायव्हेटसर्कल

या टूल्सद्वारा तुम्हाला तुमच्या उत्पादनाशी संबंधित गुंतवणुकीची आणि व्यापाराची माहिती मिळू शकते.

- लिंक्डइन आऊटरिच, गुगल जाहिरातींचा वापर करा. परदेशांमधील ग्राहकांपर्यंत माहिती पोचवणाऱ्या ई कॉमर्स प्लॅटफॉर्मसचा उपयोग करा.
- एचएस कोडस (हार्मोनाइज्ड सिस्टम कोडस) आणि कागदपत्रे व्यवस्थित आहेत, याची खबरदारी घ्या.

प्रश्न २० : एमएसएमई उद्योगांसाठी फेसबुक जाहिराती परिणामकारक करण्याचे उत्कृष्ट उपाय कोणते ?

तुमचे जाहिरातीचे बजेट आणि डाटा वा माहिती नियंत्रित करण्यासाठी फेसबुक बिझनेस मॅनेजर टूल तयार करा.

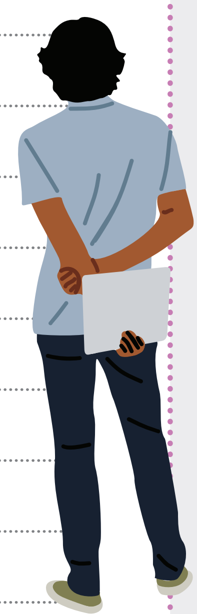
- स्थानिक ग्राहकांपर्यंत पोचण्यासाठी मेटा ॲडस् चा वापर करा. प्रत्येक जाहिरातीसाठी ५० ते ७० रुपये इतका खर्च येईल.
- कमी खर्चात जाहिराती करणाऱ्या, पण मान्यता नसलेल्या एजन्सी टाळा. जाहिरातींच्या परिणामांवर तुम्ही थेट लक्ष ठेवा.
- जाहीरात मोहिमांची वर्गवारी करा. जागरुकता निर्माण करणे, आकर्षित करणे आणि पुन्हा लक्ष्य करणे अशी या मोहिमांची विभागणी होऊ शकते.
- स्वतंत्र वेब पेजेस आणि व्हॉटसअपशी जाहिराती जोडून घ्या.

प्रश्न २१ : मार्केटिंगसाठी तोंडी प्रसिद्धीची मोहीम कशी राबवावी ?

तोंडी प्रसिद्धीच्या मोहिमेसाठी एमएसएमई उद्योगांनी पुढील उपाय योजावेत : - प्रसिद्धीसाठी गोष्ट सांगण्याच्या तंत्राचा वापर करावा. गोष्टीत विनोद, भावना आणि सामाजिक संदर्भ असावेत.

- तुम्हाला जे काही सांगायचे ते थोडक्यात सांगितले पाहिजे. इन्स्टाग्राम रील्स, यूट्यूब्ज शॉर्टस यांचा वापर केला पाहिजे.
- हॅशटॅगसह तुमचा कंटेंट वा मजकूर पोस्ट केला पाहिजे.
- वापरकर्त्यांनी तयार केलेल्या मजकूराला प्रोत्साहन दिले पाहिजे. प्रभावी व्यक्तींचे (इन्फ्लूअन्सर्स) सहकार्यही घेतले पाहिजे.
- व्हॉटसअप फॉरवर्डस, मिम्स आणि ट्रेंडिंग फॉरमॅटसचा वापर वाढवला पाहिजे.
- ग्राहकांच्या प्रतिसादाचे विश्लेषण करा. हा प्रतिसाद तात्काळ मिळेल, याकरता उपाय योजा.

सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या



21 FAQs

शासकीय ई-मार्केटप्लेस (Government e-Marketplace)

प्रश्न १: GeM म्हणजे काय? एमएसएमई उद्योजकांनी त्यावर का नोंदणी करावी?

GeM म्हणजे गव्हर्नमेंट ई-मार्केटप्लेस (Government e-Marketplace) किंवा शासकीय ई-मार्केटप्लेस. हे शासनाद्वारे किंवा त्यांच्या अंगीकृत उपक्रमांद्वारे खरेदी केल्या जाणाऱ्या वस्तू आणि सेवा यांची नोंदणी करण्यासाठीचे व्यासपीठ आहे. सरकारच्या विविध खात्यांना/खरेदी करता यावी यासाठी तयार केलेले हे ऑनलाइन पोर्टल आहे. त्याचा उपयोग करून एमएसएमई उद्योग त्यांची उत्पादने वा सेवा थेट सरकारी खात्यांना वा विभागांना विकू शकतात. या व्यवहारात कोणताही मध्यस्थ नसतो. यामुळे त्यांना वाढत्या बाजारपेठेत प्रवेश मिळतो. त्यांना पैसेही लवकर मिळतात. विशेष म्हणजे ही बाजारपेठ सहज उपलब्ध होते.

प्रश्न २: सेवा पुरवठादारांना GeM वर नोंदणी करता येते का?

आयटी क्षेत्रातील सेवा, मनुष्यबळ पुरवठा, कन्सलटन्सी, प्रशिक्षण यांसारख्या सेवा पुरवठादारांना जीईएम वर नोंदणी करता येते. याकरिता सेवेचे स्वरूप स्पष्ट करावे लागते. तुम्ही केलेल्या कामांसंबंधी माहिती देणारी कागदपत्रे सादर केल्यास तुमचा अर्ज स्वीकारला जाण्याची शक्यता वाढते.

प्रश्न ३: विक्रेत्यांसाठी GeM नोंदणी मोफत आहे का?

विक्रेत्यांसाठी जीईएम पोर्टलवर प्राथमिक स्वरूपाची नोंदणी पूर्णपणे मोफत आहे. या पोर्टलवर खाते उघडण्यासाठी कोणतेही शुल्क द्यावे लागत नाही. नोंदणी मोफत असली, तरी विशिष्ट गरजांनुसार काही प्रासंगिक खर्च विक्रेत्यांना करावा लागतो, उदाहरणार्थ, डिजिटल सिग्नेचर प्रमाणपत्र मिळवण्यासाठी काही खर्च करावा लागतो. जीईएमवरील कागदपत्रांवर डिजिटल सही करण्यासाठी हे प्रमाणपत्र असणे बंधनकारक आहे. याचबरोबर नोंदणीबरोबरच कॅटलॉग व्यवस्थापन तसेच लिलावातील सहभागासाठी विक्रेत्याने तृतीय पक्ष (थर्ड पार्टी) सल्लागार सेवा घेतली असेल, तर त्याला त्यासाठी शुल्क भरावे लागते. ब्रँड मंजुरी मिळणे यांसारख्या सेवांसाठीही शुल्क आकारणी केली जाते.

शासकीय ई-मार्केटप्लेस

शासकीय ई-मार्केटप्लेसमध्ये उद्योजकांनी नोंदणी कशी करायची आणि त्यावरून विक्री कशी करायची हे या विभागात सोप्या भाषेत सांगितले आहे. शासकीय उपक्रमांनी उद्योजकांकडून खरेदी करण्यासाठीच्या पोर्टलवर (GeM) विक्रेत्यांची नोंदणी, आवश्यक कागदपत्रे, उत्पादनाची नोंदणी, लिलावाच्या आणि पैसे भरण्याच्या पद्धती यांचे स्पष्टीकरण करण्यात आले आहे. जीईएमचे उद्योजकांना कोणते लाभ मिळतात हे स्पष्ट करण्यात आले आहे. सरकारकडून केल्या जाणाऱ्या खरेदीचा लाभ घेऊ पाहणाऱ्या लघु उद्योजकांसाठी ही अत्यंत उपयुक्त माहिती आहे.

या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी **९०%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ४: GeM वर विक्रेता म्हणून कशी नोंदणी करता येते?

उत्तर: या नोंदणीसाठी gem.gov.in या पोर्टलवर जावे लागते. 'साइन अप'वर क्लिक केल्यानंतर 'सेलर' हा पर्याय घेता येतो. यानंतर तुमचा आधार क्रमांक, पॅन, तुमच्या औद्योगिक संबंध प्राथमिक माहिती जसे उद्यम क्रमांक, उद्योगाचा तपशील, जीएसटी, बँकखात्याचा पुरावा, पत्त्याचा पुरावा अपलोड करावा लागतो. (उदाहरणार्थ: CIN आणि DIPP प्रमाणपत्र). ओटीपी आणि ई-मेलद्वारे तपासणी करून नोंदणी झाल्याची खातरजमा करता येते.

प्रश्न ४: GeM वर उत्पादने व सेवा यांची नोंदणी कशी करायची?

सेलर डॅशबोर्डवर लॉगइन व्हा.'ॲड न्यू प्रॉडक्ट/सर्व्हिस' सिलेक्ट करा.तुमच्या उत्पादनाचा वा सेवेचा प्रकार आणि श्रेणी निवडा.इमेजेस अपलोड करा आणि उत्पादन व सेवेची किंमत निश्चित करा.तुमचा अर्ज मंजुरीसाठी सादर करा. मंजुरी मिळण्यापूर्वी या अर्जाची तपासणी केली जाते.

प्रश्न ५: जीईएम विक्रेता म्हणून नोंदणी करण्यासाठी कशाची आवश्यकता असते?

जीईएम पोर्टलवर विक्रेता म्हणून नोंदणी करण्यासाठी काही कागदपत्रे आवश्यक असतात, ती याप्रमाणे:ओळखीचा पुरावा: मोबाईल क्रमांकाशी निगडीत असलेला आधार क्रमांक वा अधिकृत पॅन. उद्योगाचा तपशील: उद्योगाचे अधिकृत नाव आणि प्रकार.उद्योग नोंदणी कागदपत्रे: कंपनीचे पॅन कार्ड, कॉर्पोरेट आयडेंटिफिकेशन नंबर (CIN) आणि GSTIN. आर्थिक तपशील: कंपनीच्या बँक खात्याचा तपशील. इतर नोंदणी कागदपत्रे: एमएसएमई उद्योगांसाठी उद्यम नोंदणी, स्टार्टअपसाठी DIPP प्रमाणपत्र. संपर्कासाठीचा तपशील: तुमचा ई-मेल ॲड्रेस.डिजिटल सिग्नेचर सर्टिफिकेट (DSC): वर्ग ३ चे DSC लिलाव आणि कागदपत्रांवर ई-साइनिंग करण्यासाठी असणे बंधनकारक आहे.

प्रश्न ६: उत्पादनाचा विक्रेता आणि सेवेचा पुरवठादार या दोन्ही नात्याने एकच नोंदणी जीईएम पोर्टलवर शक्य आहे का?

GeM वर उत्पादनाचा विक्रेता आणि सेवा पुरवठादार या दोन्ही नात्याने एकच नोंदणी करता येणे शक्य आहे. हा प्लॅटफॉर्म उद्योगांना वस्तू आणि सेवा यांची वर्गवारी एकाच वेळी नोंदविण्याची सुविधा उपलब्ध करतो. या लवचिकतेमुळे उद्योगांना अनेकवेळा नोंदणी न करता विक्रीची व्यापक बाजारपेठ उपलब्ध होते.

प्रश्न ७: माझे पॅन वा जीएसटी कार्ड नोंदणीच्या वेळी अवैध ठरले, तर काय होईल?

दिलेल्या माहितीची पडताळणी होत नसेल, तर पॅन वा जीएसटी अवैध ठरू शकते. जीईएम पोर्टलवर तपशील नोंदवताना तो प्राप्तिकर खात्याला सादर केलेल्या तपशिलाशी आणि GSTIN शी मिळताजुळता आहे, याची खबरदारी तुम्ही घेतली पाहिजे. कंपनीच्या मालकीचा तपशील नोंदवताना पॅन नाव हे तुमच्या अधिकृत सहीशी जुळले पाहिजे. याकरता तुमची वेब ब्राउझिंग हिस्ट्री (ब्राउझर कॅशे) तपासा. त्यातील नोंदींमध्ये फरक नाही, याची खातरजमा करा. फरक आढळल्यास वेगळ्या ब्राउझरचा वापर करून पुन्हा नोंदणी करा. तुम्ही तुमची माहिती तपासल्यानंतरही तुम्ही दिलेली माहिती जुळत नसेल, तर त्रुटी दूर करण्यासाठी संबंधित अधिकाऱ्यांशी संपर्क साधा. यासाठी जीईएम कस्टमर सपोर्टचीही मदत तुम्हाला घेता येईल.

प्रश्न ८: सेकंडरी यूजर म्हणजे काय, तो तयार करणे बंधनकारक आहे का?

सेकंडरी यूजर (दुय्यम वापरकर्ता) हे जीईएम पोर्टलवरील अतिरिक्त खाते असते. खरेदीदार वा विक्रेता अशा प्राथमिक वापरकर्त्याने ते तयार केलेले असते. खरेदीदाराच्या बाजूने पाहिले, तर सेकंडरी यूजर्स म्हणजे अशा व्यक्ती ज्या प्रत्यक्षात खरेदीची प्रक्रिया पार पाडतात. त्या उत्पादनाचा शोध घेतात, मागणी करतात, खरेदीसाठी ऑर्डर्स देतात, प्रोव्हिजनल रिसीट सर्टिफिकेटस (PRC) आणि मालाच्या पावत्या तयार करतात. माल स्वीकारल्याची प्रमाणपत्रेही या व्यक्ती तयार करतात. माल हाताळणीसाठीचा खर्चही त्या देतात. विक्रेत्याच्या दृष्टीने पाहिले, तर सेकंडरी यूजर्स म्हणजे अशा व्यक्ती ज्या कॅटलॉग व्यवस्थापन, लिलावातील सहभाग आणि मिळालेल्या ऑर्डरची पूर्तता अशा स्वरूपाची कामे करतात. एकाच व्यक्तीचा खरेदी-विक्रीत सहभाग असेल, तर सेकंडरी यूजर्स निर्माण करणे बंधनकारक नाही. मात्र, मोठ्या कंपन्या आणि संघटनांसाठी सेकंडरी यूजर्स तयार करणे हे लाभदायक ठरते. कामाची जबाबदारी सोपवणे, कामाची व्यवस्था लावणे आणि कार्यवाहीत सातत्य ठेवणे याकरता सेकंडरी यूजर्स आवश्यक असतात. प्राथमिक वापरकर्ता अनुपस्थित असला, तरी ते आपली जबाबदारी पार पाडतात.

प्रश्न ९: मी माझ्या उत्पादनाची वा सेवेची जीईएमवर नोंदणी कशी करू शकतो?

जीईएमवर नोंदणी केल्यानंतर तुमच्या 'सेलर डॅशबोर्ड'वर 'कॅटलॉग' या विभागात जा.'ॲड न्यू ऑफरिंग' सिलेक्ट करा.उत्पादनाची वा सेवेची योग्य वर्गवारी तुम्ही निवडली पाहिजे.त्यानंतर त्यासंबंधी ठोस तपशील दिला पाहिजे. यामध्ये तांत्रिक तपशील, वस्तूची वा सेवेची वैशिष्ट्ये आणि किंमतीचा समावेश केला पाहिजे.तुम्ही तुमच्या उत्पादनाची किमान तीन उच्च दर्जाची छायाचित्रे अपलोड केली पाहिजेत.सेवेसंदर्भात तिच्या व्याप्तीचा तपशील, तिची वितरण क्षमता आणि किंमत ही माहिती देणे अत्यावश्यक आहे.जीईएम टीम तुम्ही दिलेल्या माहितीचा आढावा घेईल आणि मग मंजुरी देईल.चुकीची वा दिशाभूल करणारी माहिती दिल्यास तुम्हाला ब्लॅक लिस्टमध्ये टाकले जाईल.

प्रश्न १०: जीईएमवर OEM नोंदणी म्हणजे काय, या नोंदणीसाठी कोण पात्र ठरते?

OEM (ओरिजनल इक्विपमेंट मॅन्युफॅक्चरर - मूळ उपकरण निर्माता) ही जीईएमवरील विशेष प्रकारची नोंदणी असून, सखोल तपासणी केल्यानंतर ती केली जाते.विक्रेता हा त्याच्या उत्पादनाचा खरोखरच उत्पादक वा निर्माता आहे का, हे तपासणे हा तपासणीचा उद्देश असतो.ज्या उत्पादकांना त्यांच्या उत्पादनाची जीईएमवर थेट विक्री करायची आहे, त्यांच्यासाठी ही तपासणी बंधनकारक आहे.विशेषत: ज्या उत्पादकांना Quality 1 (उत्कृष्ट गुणवत्ता) आणि Quality 2 (उच्च गुणवत्ता) या दर्जाच्या उत्पादनांची विक्री करायची आहे, त्यांच्यासाठी ही तपासणी अत्यावश्यक आहे.या उत्पादनांबाबत उच्च दर्जाच्या गुणवत्तेचा आणि विश्वासार्हतेचा दावा करण्यात आलेला असतो. तो तपासला जातो.संबंधित विक्रेत्याकडे आवश्यक उत्पादन क्षमता आहे का, दर्जा नियंत्रणाची प्रक्रिया पाळली जाते का आणि विशिष्ट मापदंडांचे पालन केले जाते का, या बाबी काटेकोरपणे पडताळल्या जातात. या पडताळणीमुळे सरकारकडून होणाऱ्या खरेदी प्रक्रियेची विश्वासार्हता वाढते.फेरविक्रेत्यांना मूळ उत्पादकाकडून त्यांची उत्पादने विकण्याची परवानगी देणारे प्रमाणपत्र घ्यावे लागते.

प्रश्न ११: विक्रेत्याच्या मूल्यमापनाची प्रक्रिया काय आहे, ती का आवश्यक आहे?

विक्रेत्याचे मूल्यमापन म्हणजे जीईएमने RITES सारख्या मान्यताप्राप्त तृतीय पक्ष संस्थेकडून केली जाणारी गुणवत्तेची पडताळणी आहे. विक्रेत्याकडून आवश्यक कसोट्यांचे पालन होत आहे की नाही हे निश्चित करणे हा त्यामागील उद्देश आहे. या प्रक्रियेमुळे सरकारला विक्रेत्याच्या खरेपणाची आणि विश्वासार्हतेची तपासणी करता येते. विशेषत: जेव्हा यंत्रसामग्री, इलेक्ट्रॉनिक्स वा रसायने यांसारख्या संवेदनशील बाबींची विक्री केली जाते, तेव्हा अशी तपासणी करणे सरकारी यंत्रणेसाठी आवश्यक असते. ही तपासणी साधारणपणे दोन टप्प्यात केली जाते:डेस्कटॉप मूल्यमापन: याकरता विक्रेत्याला विविध कागदपत्रे अपलोड करावी लागतात. त्यामध्ये अलीकडचे जीएसटी रिटर्न, उत्पादनाबद्दलची संबंधित माहिती, बँक खात्यांबाबतचा तपशील, पत्त्याचा पुरावा आणि कंपनीबद्दलची प्राथमिक माहिती यांचा समावेश असतो.व्हिडिओ तपासणी: विक्रेत्याला व्हिडिओ कॉल केला जातो. त्याला या कॉलद्वारे त्याचे कार्यालय, दुकान वा उत्पादनासाठीची यंत्रणा दाखवण्यास सांगितले जाते. या काटेकोर तपासणीमागे फक्त विश्वासार्ह आणि सक्षम उत्पादकांनाच OEM म्हणून मान्यता मिळावी, हा उद्देश असतो. ही प्रक्रिया पूर्ण होण्यास साधारणपणे कामकाजाचे १० ते १५ दिवस लागतात. याकरता वाजवी मूल्यमापन शुल्कही विक्रेत्याला द्यावे लागते. ते कंपनीच्या उलाढालीवर आणि तिच्या उद्योग रचनेवर आधारीत असते. हे शुल्क मूल्यमापन करणाऱ्या मान्यताप्राप्त तृतीय पक्ष संस्थेला थेट द्यावे लागते, जीईएमला ते द्यावे लागत नाही.

प्रश्न १२: विक्रेत्याच्या मूल्यमापनासाठी कोणती कागदपत्रे आवश्यक ठरतात?

विक्रेता मूल्यमापनासाठी काही कागदपत्रे आवश्यक असतात:नुकताच भरलेला जीएसटी रिटर्न.अतिरिक्त पुरावे.बँक खात्याचा तपशील.पीडीएफ फॉरमॅटमध्ये उत्पादनाची माहिती. कंपनीची संकलित माहिती.कंपनीची वार्षिक उलाढाल, कर्मचाऱ्यांची संख्या यांसारखे आर्थिक तपशील.

प्रश्न १३: जीईएमवरील लिलाव आणि उलट लिलाव (रिव्हर्स ऑक्शन) मध्ये विक्रेत्याला कसे सहभागी होता येईल?

जीईएम पोर्टलवरील लिलावात वा उलट लिलाव मध्ये सहभागी होण्यासाठी विक्रेत्याला विशिष्ट पद्धत अवलंबावी लागते:लॉगिन: जीईएमवरील 'सेलर अकाउंट'वर जा आणि 'बिड/RA' विभाग सर्च करा.सर्च अँन्ड फिल्टर: उपलब्ध फिल्टर्सचा वापर करा, (उत्पादन/सेवा वर्गवारी, ठिकाण, लिलावाची किंमत, सुरू होण्याची आणि बंद होण्याची तारीख) या फिल्टर्सद्वारा विक्रेत्याला त्याच्या क्षमतेस अनुरूप असे लिलाव शोधता येतात.रिव्ह्यू बिड डिटेल्स: तुम्हाला योग्य वाटणाऱ्या बिडवर क्लिक करा. तुम्हाला निविदेची कागदपत्रे दिसतील. त्यातील सर्व विभागांचा सविस्तर आढावा घ्या. उत्पादन/सेवांच्या गुणवत्तेचा उल्लेख, पात्रतेच्या कसोट्या (उलाढाल, अनुभव, प्रमाणपत्रे) वितरणासाठी वेळेची मर्यादा, तपासणासाठीच्या आवश्यकता, पैसे भरण्यासंबंधी अटी आणि इतर विशेष अटी यांचा समावेश कागदपत्रांमध्ये असेल. खरेदीदाराच्या गरजा तुमच्या उत्पादन वा सेवेमुळे भागतील का, हे पडताळून पाहा.प्रॉडक्ट/सर्व्हिस लिस्टिंग: लिलावात सहभागी होण्यापूर्वी तुमचे उत्पादन वा सेवा यांची नोंद जीईएमवर करणे आवश्यक आहे.पार्टिसिपेट: तुम्ही निवडलेल्या लिलावासाठी 'पार्टिसिपेट' ऑप्शनवर क्लिक करा.सबमिट ऑफर: तुम्ही उत्पादन वा सेवेच्या किंमतीची नोंद करा. किंमत ठरवताना त्यात सर्व शुल्कांचा आणि जीएसटीसह इतर करांचा समावेश असेल, याची दक्षता घ्या. उत्पादनाची माहिती, गुणवत्ता प्रमाणपत्र, आर्थिक निवेदन आणि आवश्यक घोषणा यासंबंधीची कागदपत्रे अपलोड करा.ई-साइन अँन्ड सबमिट: तुमच्या Class 3 DSC प्रमाणपत्राचा वापर करून लिलावावर डिजिटल सही करा आणि वेळेत सादर करा. सक्रिय सहभाग, तपशिलाकडे बारकाईने दिलेले लक्ष आणि लिलावासंबंधीच्या कागदपत्रांचे स्पष्ट आकलन हे घटक लिलावातील यशस्वी सहभागासाठी महत्त्वाचे असतात.

प्रश्न १४: लिलावातील सहभागासाठी कोणती कागदपत्रे आवश्यक असतात?

लिलावासाठी सर्वसाधारणपणे आवश्यक असणारी कागदपत्रे:तांत्रिक कागदपत्रे: उत्पादनाच्या गुणवत्तेचा तपशील, माहितीपत्रके, दर्जाबाबतची प्रमाणपत्रे आणि फेरविक्रेत्यांसाठी उत्पादकांनी दिलेली प्रमाणपत्रे.आर्थिक कागदपत्रे: किंमत, ऑडिट झालेली आर्थिक माहिती, लिलाव सुरक्षा घोषणा किंवा अनामत रक्कम (EMD).कायदेशीर कागदपत्रे: पॅन कार्डची प्रत, GSTIN प्रमाणपत्र, कंपनी नोंदणी, ब्लॅक लिस्टमध्ये नसल्याची घोषणा.

प्रश्न १५: मला थेट ऑर्डर मिळू शकते का, त्यासाठी मला प्रत्येक वेळी लिलावातच सहभागी व्हावे लागेल का?

जीईएमवर सरकारी खरेदीदार ५० हजार रुपये किंमतीपर्यंतच्या वस्तूंची थेट खरेदी करू शकतात. याकरता निविदा काढण्याची आवश्यकता नसते. तुमच्या उत्पादनाची गुणवत्ता चांगली असेल आणि तुमची किंमत सर्वात कमी असेल, तर तुम्हाला या मर्यादेत थेट ऑर्डर मिळू शकते. ५० हजार रुपयांपेक्षा जास्त किंमत असेल, तर ऑर्डर देण्यासाठी लिलाव वा उलट लिलाव प्रक्रिया राबवली जाते. मात्र, एमएसएमई उद्योगाने नोंदवलेली किंमत स्पर्धात्मक स्वरूपाची असेल; तसेच फेरपुरवठ्याची गरज असेल, तर जास्त किंमतीच्या वस्तूंसाठीही थेट ऑर्डर सरकारी खरेदीदाराकडून दिली जाऊ शकते.

प्रश्न १६: जीईएमवर ऑर्डर प्लेस केल्यानंतर कोणती प्रक्रिया राबवली जाते?

ऑर्डर प्लेस झाल्यानंतर विक्रेत्याने परचेस ऑर्डर (PO) पोर्टलवरून स्वीकारावी लागते. त्यानंतर विक्रेता दिलेल्या मुदतीत वस्तू वा सेवेचे वितरण करतो. यानंतर विक्रेत्याने ऑनलाइन इनव्हॉइस वा चलन अपलोड केले पाहिजे. यानंतर ज्याच्याकडे माल पाठवला तो ४८ तासांत प्रोव्हिजनल रिसीट सर्टिफिकेट (PRC) पोर्टलवर जनरेट करतो. वस्तू वा सेवा स्वीकारल्याचे प्रमाणपत्रही तपासणीनंतर १० दिवसांत दिले जाते. यानंतर पैसे देण्याची प्रक्रिया सुरू होते. विक्रेत्याला साधारणपणे १० दिवसांच्या आत पैसे वितरित केले जातात.

प्रश्न १७: विक्रेत्यांमध्ये निकोप स्पर्धा होईल, याची खबरदारी जीईएमवर कशी घेतली जाते?

खरेदीच्या प्रक्रियेतील मानवी हस्तक्षेप कमी करून जीईएम निकोप स्पर्धेला प्रोत्साहन देते. नोंदणी केलेल्या सर्व विक्रेत्यांना लिलावाचे तपशील पारदर्शकतेने अभ्यासता येतात. यामुळे त्यांना समानतेच्या तत्वाआधारे स्पर्धा करता येते. कमी ते मध्यम किंमतीच्या खरेदीसाठी किमान तीन विक्रेत्यांची तुलना करणे जीईएम पद्धतीत आवश्यक असते. या तुलनेमुळे अपेक्षा पूर्ण करणाऱ्या आणि सर्वात कमी किंमती आधारे विक्रेत्याची निवड करणे भाग पडते. जास्त किंमतीच्या वस्तूंच्या खरेदीसाठी ई-लिलाव करणे बंधनकारक असते. याचबरोबर उलट लिलाव प्रक्रिया (ज्यामध्ये खरेदीदारच किंमत ठरवतो) राबवून स्पर्धात्मक वातावरण निर्माण केले जाते. नोंदणीची सोपी प्रक्रिया आणि प्राधान्य देणारी धोरणे आखून जीईएम एमएसएमई उद्योगांना आणि स्टार्टअप्सना सरकारी लिलावांमध्ये जास्तीत जास्त सहभागासाठी प्रोत्साहन देते.

प्रश्न १८: जीईएमवर उत्पादन वा सेवेची नोंदणी केल्यानंतर विक्रेता त्यांच्या तपशिलांमध्ये बदल करू शकतो का?

जीईएमवर नोंदणी केल्यानंतरही विक्रेते साधारणपणे त्यांच्या उत्पादनाच्या वा सेवेच्या तपशिलांमध्ये बदल करू शकतात. यामुळे त्यांना तांत्रिक माहिती अद्ययावत करता येते, किंमतीची फेररचना करता येते आणि साठ्याच्या उपलब्धतेची माहिती देता येते. त्यांना उत्पादनाच्या प्रतिमेत सुधारणाही करता येते. मात्र, तपशिलात केलेल्या महत्त्वाच्या बदलांची फेरतपासणी जीईएम टीमने करून मंजुरी देणे आवश्यक असते. चुकीची माहिती दिल्यास दंड आकारला जाऊ शकतो किंवा नोंदणी रद्द केली जाऊ शकते.

प्रश्न १९: तंटे वा तक्रारींची हाताळणी जीईएमवर कशी केली जाते?

खरेदीदार आणि विक्रेते यांच्यातील तंटे सोडवण्यासाठी जीईएमची एक सुव्यवस्थित यंत्रणा आहे. उत्पादनाच्या दर्जाबाबत वा विलंबाने पुरवठ्याबाबत खरेदीदार अधिकृतपणे तक्रार करू शकतो. विक्रेता त्याला डॅशबोर्डद्वारे उत्तर देऊ शकतो. यासंबंधीची प्रश्नोत्तरे पोर्टलवर नोंदवली जातात, त्यातून विक्रेत्याची कामगिरी कशी आहे हे स्पष्ट होते. तंटा वाढल्यास जीईएमवर पर्याय सुचवले जातात, यात जीईएम वरिष्ठांच्या मध्यस्थीचा वा हस्तक्षेपाचा समावेश असतो. अधिक गंभीर प्रकरणांमध्ये दंडनीय कारवाई केली जाते, खाते निलंबित केले जाते किंवा काळ्या यादीत टाकले जाते.

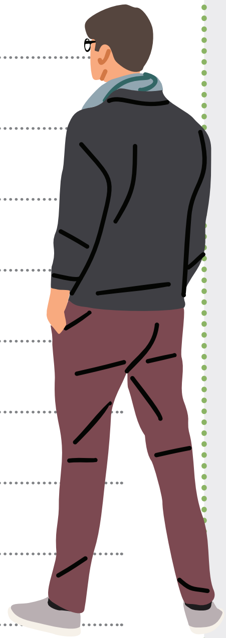
प्रश्न २०: प्रोव्हिजनल रिसीट सर्टिफिकेट (PRC) आणि कन्साइनी रिसीट आणि एक्सटेन्स सर्टिफिकेट (CRAC) यामध्ये काय फरक आहे?

प्रोव्हिजनल रिसीट सर्टिफिकेट (PRC) म्हणजे वस्तू वा सेवेचे वितरण झाले असल्याची माल घेणाऱ्याने दिलेली प्राथमिक सूचना असते. PRC मिळाल्यानंतर ते ४८ तासांत जीईएम पोर्टलवर जनरेट केले पाहिजे. त्यातून माल आला असल्याचे स्पष्ट केले जाते. मात्र, याचा अर्थ मालाचा स्वीकार केला तसेच ऑर्डरनुसार माल ताब्यात आला आहे, असा होत नाही. कन्साइनी रिसीट आणि एक्सटेन्स सर्टिफिकेट (CRAC) ही आणखी ठोस स्वरूपाची कागदपत्रे आहेत. माल स्वीकारणाऱ्याने मालाची सखोल तपासणी केल्यानंतर आणि त्याच्या गुणवत्तेची खात्री केल्यानंतर ही दोन्ही कागदपत्रे दिली जातात. CRAC हे रिसीट मिळाल्यानंतर १० दिवसांत प्रसृत केले जाते. हे प्रमाणपत्र महत्त्वाचे आहे, कारण त्यामुळे विक्रेत्याला पैसे देण्याची प्रक्रिया सुरू होते.

:प्रश्न २१: कन्साइनी रिसीट आणि एक्सेप्टन्स सर्टिफिकेट (CRAC) चा पूर्ण अर्थ मराठीत स्पष्ट करा.

कन्साइनी रिसीट आणि स्वीकृती प्रमाणपत्र (CRAC) हे एक औपचारिक दस्तऐवज आहे. हे दस्तऐवज खरेदीदार किंवा माल प्राप्त करणाऱ्या व्यक्तीद्वारे दिले जाते, जेव्हा त्यांना मिळालेल्या वस्तू किंवा सेवांची सखोल तपासणी पूर्ण होते आणि ते त्या वस्तू किंवा सेवा त्यांच्या अपेक्षेप्रमाणे, निर्दिष्ट गुणवत्ता मानकांनुसार आणि ऑर्डरच्या अटींनुसार असल्याचे सुनिश्चित करतात. या प्रमाणपत्राद्वारे खरेदीदार मिळालेल्या मालाचा किंवा सेवेचा अधिकृतपणे स्वीकार करतो. हे प्रमाणपत्र विक्रेत्याला त्याच्या देयकाची प्रक्रिया सुरू करण्यासाठी अत्यंत महत्त्वाचे असते.

सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या



21 FAQs

आयात-निर्यात

प्रश्न १ : मी माझा निर्यात व्यवसाय कसा सुरू करावा?

प्रथम पॅनच्या सहाय्याने एक खाते सुरू करा. व्यावसायिक वा उद्योजक म्हणून उद्योग आधार (Udyam), वस्तू व सेवा कर (GST), आयात-निर्यात कोड (IEC) अशी नोंदणी करा. त्यानंतर आयात-निर्यात कोड (IEC) मिळवा. हा कोड तुम्हाला डायरेक्टर जनरल ऑफ फॉरेन ट्रेड (DGFT) या कार्यालयाकडून प्राप्त होईल. तुम्हाला ज्या उत्पादनाची निर्यात करावयाची आहे ते स्पष्ट करा. तुम्हाला अपेक्षित असलेल्या बाजारपेठेचा तपशील द्या. तुम्हाला कोणते नियम पाळावे लागणार आहेत ते जाणून घ्या. निर्यात संवर्धन परिषदेकडे (EPC) नोंदणी करा. कमी प्रमाणात माल पाठवून निर्यातीला सुरुवात करा. यामुळे तुम्हाला निर्यातीची प्रक्रिया समजेल.

प्रश्न २ : वस्तूंची निर्यात करावयाची असेल, तर मला व्यवसायाची नोंदणी करणे आवश्यक आहे का?

निर्यातीसाठी व्यवसायाची नोंदणी करणे बंधनकारक नाही. तुम्ही एकलधारक संस्था (Sole Proprietorship) म्हणून तुमच्या पॅनचा वापर करून वस्तूंची निर्यात करू शकता. मात्र, स्वतःच्या मालकीची कंपनी, भागीदारी संस्था, एलएलपी वा खाजगी मर्यादित कंपनी यासारखी अधिकृत उद्योग रचना निर्माण करणे व्यवसायासाठी अधिक उपयुक्त असते.व्यवसायाच्या नोंदणीचे फायदे याप्रमाणे आहेत:यामुळे आंतरराष्ट्रीय खरेदीदारांमधील विश्वासार्हता वाढते.उद्योग वा व्यवसायासाठी बँक खाते सुरू करणे सोपे होते आणि विविध परवाने मिळवणेही सुलभ जाते.निर्यातीसाठीच्या काही प्रोत्साहन तरतुदींसाठी आणि सरकारी योजनांचा लाभ घेण्यासाठी व्यवसाय किंवा उद्योगाची नोंदणी आवश्यक असते.

आयात-निर्यात

आंतरराष्ट्रीय व्यापारात पदार्पण करणाऱ्या एमएसएमई उद्योगांना पुढील वाटचालीसाठी मार्गदर्शन या विभागात करण्यात आले आहे. निर्यात सुरू करण्यासाठी कोणती पावले उचलायची, विदेश व्यापार संचलन (IEC) सारख्या आवश्यक नोंदण्या कशा करायच्या, डीजीएफटीची धोरणे, कागदपत्रांची रचना आणि पैसे भरण्यासाठीच्या यंत्रणा यांचा विचार येथे करण्यात आला आहे. ठळक प्रोत्साहन सवलती, साधनसामग्री विषयक प्रश्नावरील तोडगे आणि निर्यातीसाठीच्या वित्त पुरवठ्याचे पर्याय यासंबंधी स्पष्टीकरण करण्यात आले आहे. याचा उपयोग आंतरराष्ट्रीय व्यापार आत्मविश्वासाने करण्यासाठी उद्योजकांना होऊ शकतो.

या विभागातील
२१ प्रश्नांपैकी **८०%**
प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी
विचारले आहेत

प्रश्न ३ : IEC म्हणजे काय, त्याकरता मला कसा अर्ज करावा लागेल?

IEC म्हणजे आयात-निर्यात कोड (Import Export Code). हा कोड १० अंकी असतो. तो डिरेक्टर जनरल ऑफ फॉरेन ट्रेड (DGFT) यांच्यामार्फत वितरित होतो. त्याकरता dgft.gov.in या पोर्टलद्वारे अर्ज करावा लागतो. अर्जाबरोबर पॅन, बँक खात्याचा तपशील, पत्त्याचा पुरावा सादर करावा लागतो. अर्जासाठीचे शुल्क ५०० रुपये आहे. IEC कोड दोन-तीन दिवसांत मिळतो.

प्रश्न ४ : निर्यातदारांसाठी जीएसटीची नोंदणी बंधनकारक आहे का?

तुम्ही जर देशाबाहेर वस्तूंचा वा सेवांचा पुरवठा करत असाल, तर तुमच्यावर जीएसटी नोंदणी करणे बंधनकारक असते. तुमच्या उद्योगाची उलाढाल मर्यादेपेक्षा जास्त असेल, (राज्यानुसार ही मर्यादा ठरते) तर तुम्हाला जीएसटी नोंदणी करावी लागते. निर्यातीसाठीच्या मर्यादेपेक्षा तुमच्या उद्योगाची उलाढाल कमी असली, तरी इनपुट टॅक्स क्रेडिटसारख्या सवलतीतून परतावा मिळवण्यासाठी जीएसटी नोंदणी गरजेची आहे.जीएसटी नोंदणीचे निर्यातदारांना होणारे लाभ याप्रमाणे आहेत:लेटर ऑफ अंडरटेकिंग (LoU) आधारे जीएसटी आकारणीशिवाय निर्यात करणे शक्य होते.कच्चा माल आणि सेवा यावरील खर्चावर आकारण्यात आलेल्या करांचा परतावा मिळावा, असा अर्ज तुम्ही करू शकता. आयात-निर्यात संबंधित कागदपत्रे आणि सीमाशुल्क विभागाची मंजुरी मिळवण्यासाठी ही नोंदणी आवश्यक आहे.

प्रश्न ५ : अन्नपदार्थांची वा शेतीमालाची निर्यात करण्यासाठी कोणते परवाने आवश्यक आहेत?

अन्नपदार्थ आणि शेतीमालाची निर्यात करण्यासाठी सर्वसाधारण आणि उत्पादनानुसार विशेष प्रकारचे असे दोन्ही प्रकारचे परवाने लागतात. सुरक्षितता, मागोवा घेण्याची क्षमता आणि आयातदार देशामधील नियमांचे पालन याची खातरजमा या परवान्यांद्वारे केली जाते.निर्यातीसाठीचे महत्त्वाचे परवाने याप्रमाणे आहेत:

१. आयातदार निर्यातदार कोड (IEC): देशातून होणाऱ्या सर्व निर्यातींसाठी हा कोड असणे बंधनकारक आहे.

२. FSSAI परवाना: फूड सेफ्टी अँड स्टँडर्ड्स अथॉरिटी ऑफ इंडियाचा परवाना मसाले, चहा, पॅकबंद स्नॅक्स यांसारख्या अन्नपदार्थांच्या निर्यातीसाठी आवश्यक असतो. FSSAI ही यंत्रणा अन्नपदार्थ नियमांनुसार सुरक्षित आहेत ना, याची खातरजमा करते.

३. APEDA नोंदणी: तुम्ही प्रक्रियायुक्त आणि नाशिवंत शेतीमालाची निर्यात करत असाल, तर अपेडा या निर्यात संवर्धन परिषदेत नोंदणी करणे गरजेचे आहे.APEDA (अॅग्रिकल्चरल अँड प्रोसेस्ड फूड प्रोडक्ट्स एक्स्पोर्ट डेव्हलपमेंट अथॉरिटी) या यंत्रणेत एकदाच नोंदणी करावी लागते. त्यामुळे निर्यातीसाठीच्या विविध अनुदान योजनांचा लाभ घेता येतो. व्यापार मेळे आणि प्रदर्शनांमधील सहभागही सुलभ होतो.

४. फायटोसॅनिटरी परवाना: ताजी फळे, भाजीपाला, धान्ये, बियाणे आणि वनस्पतींच्या निर्यातीसाठी हा परवाना आवश्यक असतो. निर्यातीसाठीचे उत्पादन हे किडीपासून वा रोगापासून मुक्त आहे अथवा निर्धारित मर्यादेत आहे, असे प्रमाणपत्र या परवान्यामुळे मिळते.

५. आरोग्य प्रमाणपत्र: प्राणिजन्य पदार्थ आणि पेये उदाहरणार्थ, मांस, दुग्धोत्पादने, मध यासाठी हा परवाना गरजेचा असतो. कोणत्या देशाला निर्यात करावयाची आहे याआधारे त्याचे स्वरूप ठरते.

६. सेंद्रिय प्रमाणपत्र: सेंद्रिय पदार्थांच्या निर्यातीसाठी हा परवाना आवश्यक असतो. अपेडा या यंत्रणेने मान्यता दिलेल्या संस्था हे प्रमाणपत्र देतात. NPOP (नॅशनल प्रोग्राम फॉर ऑरगॅनिक प्रोडक्शन) च्या कसोट्यांआधारे या संस्था प्रमाणपत्रे देतात. निर्यातदार देश काही अतिरिक्त नियमांच्या पालनाचा आग्रह धरू शकतात. वेष्टन वा लेबलिंग करण्याचे नियम, कीटकनाशकांचे अंश राहण्याची मर्यादा आणि पॅकेजिंगबद्दलच्या अपेक्षा या देशानुसार वेगळ्या असू शकतात. यामुळे निर्यातदारांनी मालाची पाठवणी करण्याआधी त्या देशांच्या विशेष सूचना लक्षात घेतल्या पाहिजेत.

प्रश्न ६ : निर्यात करावयाच्या प्रत्येक उत्पादनासाठी मला DGFT लायसेन्स घेणे आवश्यक आहे का?

DGFT (डायरेक्टर जनरल ऑफ फॉरेन ट्रेड) या संस्थेचा परवाना निर्यात करावयाच्या प्रत्येक वस्तूसाठी घेणे आवश्यक नाही. मात्र, काही विशिष्ट बाबतीत तसा परवाना आवश्यक ठरतो. उत्पादन प्रतिबंधात्मक वा निर्बंधयुक्त वर्गवारीतील असेल, तर DGFT चा परवाना घेणे बंधनकारक आहे.भारतीय निर्यात धोरणानुसार उत्पादनांची तीन पद्धतींनी वर्गवारी केली आहे:

१. मुक्त: सर्वसाधारण अन्नपदार्थ, कपडे, ऑटो पार्टस आणि इलेक्ट्रॉनिक्स उपकरणांची आणि बहुतेक सर्व वस्तूंची निर्यात IEC चा वापर करून मुक्तपणाने करता येते. या निर्यातीसाठी विशेष परवान्याची गरज लागत नाही.

२. मर्यादित: माती, दुर्मिळ लाकूड, विशेष रसायने आणि शस्त्रे यांसारख्या वस्तूंच्या निर्यातीसाठी DGFT निर्यात परवाना आवश्यक असतो.

३. प्रतिबंधित: अंमली पदार्थ, चलन आणि काही धोक्यात असलेली वन्य उत्पादने यांच्या निर्यातीवर बंदी घालण्यात आली आहे.तुमचे उत्पादन कोणत्या वर्गवारीतील आहे हे पडताळण्यासाठी डीजीएफटीच्या वेबसाइटवर आयटीसी एचएस क्लासीफिकेशन टूलला भेट द्या. तुमच्या उत्पादनाचे नाव टाकून वा एचएस कोड देऊन शोध घ्या.

प्रश्न ७ : RCMC म्हणजे काय, निर्यातीसाठी त्याची गरज का भासते?

RCMC (रजिस्ट्रेशन कम मेंबरशिप सर्टिफिकेट) हे निर्यात वृद्धी मंडळांकडून (EPC) वा कमोडिटी बोर्डांकडून दिले जाणारे प्रमाणपत्र आहे. विशिष्ट वर्गवारीतील उत्पादनासाठी निर्यातदाराने मान्यताप्राप्त मंडळाकडे नोंदणी केली आहे, हे या प्रमाणपत्राने सिद्ध होते.आरसीएमसी प्रमाणपत्राची आवश्यकता का आहे?विदेश व्यापार धोरणानुसार लाभ मिळवण्यासाठी हे प्रमाणपत्र आवश्यक. यामुळे RoDTEP (रेमिशन ऑफ टॅक्सेस अँड ड्यूटीज ऑन एक्स्पोर्टेड प्रॉडक्ट्स) तसेच MEIS (मर्चंडाइज एक्स्पोर्ट्स फ्रॉम इंडिया स्कीम) यांसारख्या योजनांचे लाभ या प्रमाणपत्रामुळे मिळू शकतात.सरकारी योजनांद्वारा आंतरराष्ट्रीय व्यापार मेळे वा प्रदर्शनांमधील सहभागासाठी हे प्रमाणपत्र लागते.या प्रमाणपत्रामुळे निर्यातदार नियमांचे पालन करत असल्याचे स्पष्ट होते. त्याला निर्यातविषयक सरकारी माहिती (डेटा) उपलब्ध होऊ शकते तसेच सरकारी योजनांची माहिती मिळते.आरसीएमसी प्रमाणपत्र कोठे मिळते?APEDA (अॅग्रिकल्चरल अँड प्रोसेस्ड फूड प्रोडक्ट्स एक्स्पोर्ट डेव्हलपमेंट अथॉरिटी) - शेतीमाल आणि प्रक्रियायुक्त अन्नपदार्थांसाठीMPEDA (मरीन प्रोडक्ट्स एक्स्पोर्ट डेव्हलपमेंट अथॉरिटी) - सागरी उत्पादनांसाठीFIEO (फेडरेशन ऑफ इंडियन एक्स्पोर्ट ऑर्गनायझेशन्स) - सर्वसाधारण निर्यातदारांसाठीEEPC (इंजिनिअरिंग एक्स्पोर्ट प्रमोशन कौन्सिल) - अभियांत्रिकी आणि वाहनांच्या सुट्या भागांसाठीEPCH (एक्स्पोर्ट प्रमोशन कौन्सिल फॉर हँडीक्राफ्ट्स) - हातमाग आणि घरगुती सजावटीच्या वस्तूंसाठीप्रमाणपत्रासाठी अर्ज कसा करायचा?तुमचा IEC, तुमच्या कंपनीचे तपशील, जीएसटी प्रमाणपत्र आणि संबंधित निर्यात वृद्धी मंडळाचे शुल्क सादर करा.या प्रमाणपत्रासाठी आता वेबसाइटद्वारे ऑनलाइन अर्ज करता येतो.आरसीएमसी प्रमाणपत्र हे पाच वर्षांसाठी वैध असते. त्यानंतर त्याचे नूतनीकरण करावे लागते.

प्रश्न ८ : मी माझ्या उत्पादनाच्या निर्यातीसाठी सर्वांत चांगली बाजारपेठ कशी मिळवू शकतो ?*

निर्यातीसाठी योग्य बाजारपेठ मिळवण्याकरिता उपलब्ध माहिती वा डाटाआधारे संशोधन करावे लागते. याचबरोबर उत्पादन कोणत्या बाजारपेठेसाठी योग्य ठरेल हे जाणून घ्यावे लागते. याकरिता काही उपाय योजता येतात:-

१. तुमच्या उत्पादनाला जगात किती मागणी आहे याचे विश्लेषण पुढील साधने वापरून करा-
- इंडियन ट्रेड पोर्टल*
- आयटीसी ट्रेड मॅप- (www.trademap.org) यामध्ये प्रमुख आयातदार देश दाखवलेले असतात.
- यूएन कॉमट्रेड, ट्रेडमो, एक्स्पोर्ट जिनिअस- यामध्ये व्यापारविषयक सखोल माहिती दिलेली असते.

२. मार्केट ट्रेंड्सचा अभ्यास करा- याकरता गुगल ट्रेंड्स, उद्योगांचे अहवाल आणि खरेदीदारांचा प्राधान्यक्रम यांचा वापर करा.

३. आयातीबाबतचे नियम समजावून घ्या- प्रत्येक देशाची आयातीबाबतची विशिष्ट गरज असते, गुणवत्तेचा आग्रह असतो आणि वेगळी शुल्क आकारणी असते.

४. स्पर्धा किती आहे ते तपासा – सध्याची निर्यात, तिचे दर, पॅकेजिंग आणि उत्पादनाचा दर्जा यांचा अभ्यास करा.

५. व्यापारी लाभाचा विचार करा – बाजारपेठेची निवड करताना भारताबरोबर खुला व्यापार करार करणाऱ्या देशांना प्राधान्य द्या. या देशांमध्ये *सीमा शुल्क आकारणी* कमी असते.

बाजारपेठेची निवड करताना लहान प्रमाणात चाचणी घेण्याचा दृष्टिकोन परिणामकारक ठरतो. एक वा दोन बाजारपेठांची निवड करून सुरुवात करा. चाचणी म्हणून माल जहाजाने पाठवा. फीडबॅक घ्या आणि नंतर निर्यातीचे प्रमाण वाढवा.

प्रश्न ९ : माझ्या उत्पादनाला परदेशी बाजारपेठेत परवानगी आहे, हे मी कसे जाणून घेऊ ?

परदेशी बाजारपेठेत निर्यात करण्यासाठी उत्पादनाची पात्रता याप्रमाणे पडताळून पाहता येते :-

१. आयटीसी एचएस कोड वर्गवारी तपासणे : तुमच्या उत्पादनाला आठ आकडी HS Code (हार्मोनाइज्ड सिस्टीम कोड) मिळालेला आहे का याची खातरजमा करा.

२. आयातदार देशाचे ट्रेड पोर्टल तपासा : यामुळे त्या देशाचे आयातीबाबतचे निर्बंध, बंदी घातलेली उत्पादने आणि विशेष नियम समजू शकतात.

३. आयातदार देशातील भारतीय दूतावासाच्या वाणिज्य *विभागाला* भेट द्या- ही शाखा स्थानिक बाजारपेठांबाबतची मार्गदर्शक पुस्तिका नियमित प्रसिद्ध करत असते.

४. इशारे लक्षात घ्या- FDA- फूड अँड ड्रग अॅडमिनिस्ट्रेशन, EU RAPEX- युरोपियन रॅपिड अलर्ट सिस्टीम फॉर डेंजरस प्रॉडक्ट्स यांसारख्या संस्थांनी अन्नपदार्थ, रसायने आणि औषधांबाबत दिलेले इशारे लक्षात घ्यावेत.

जागतिक प्रतिबंधात्मक प्लॅटफॉर्म्सचा वापर करा. उदाहरणार्थ :

- एक्स्पोर्ट.गव्ह (यूएसए)
- असेस २मार्केट्स (ईयू)
- जागतिक व्यापार संघटनेने (WTO) घेतलेले धोरणात्मक आढावे

तुमचे उत्पादन मर्यादित, प्रतिबंधित वा विशिष्ट कोटा या वर्गवारीतील असेल, तर तुम्हाला निर्यातीसाठी विशेष परवानगी घ्यावी लागते. लेबलिंग, पॅकेजिंग, सुरक्षितता याबाबतच्या अटींचे पालन करावे लागते.

प्रश्न १० : निर्यातीसाठी कोणती कागदपत्रे आवश्यक असतात ?

- कमर्शियल इनव्हॉईस म्हणजे व्यावसायिक चलन
- जहाजाद्वारे पाठवायच्या मालाचा तपशील (पॅकिंग लिस्ट)
- *जहाज वाहतूक खर्चाची पावती*
- *विमान वाहतूक खर्चाची पावती*
- उत्पादन वा सेवेचे मूळ प्रमाणपत्र
- जीएसटी चलन आणि कर सवलतीसाठी लेटर ऑफ अंडरटेकिंग- LUT
- FSSAI – फूड सेफ्टी अँड स्टँडर्ड अथॉरिटी ऑफ इंडिया- भारतीय अन्न सुरक्षा आणि मानके प्राधिकरण, फायटोसॅनिटरी म्हणजे वनस्पतींचे आरोग्य आणि सुरक्षितता यासंबंधीचे प्रमाणपत्र.

प्रश्न ११ : कमर्शियल इनव्हॉईस म्हणजे काय, त्यात कशाचा समावेश होतो ?*

कमर्शियल इनव्हॉईस म्हणजे निर्यातदाराकडून परदेशातील खरेदीदाराला देण्यात येणारे कायदेशीर कागदपत्र. या कागदपत्रांआधारे सीमाशुल्क खाते निर्यात मालावरील आकारणीचे मूल्यमापन करते; तसेच या मालाची तपासणीही करते. *येणाऱ्या मालाची किंमत ठरवण्यासाठी आवश्यक असलेले हे एक महत्त्वाचे दस्तऐवज आहे.*

कमर्शियल इनव्हॉईसमध्ये खालील गोष्टी आवश्यक आहेत :-

- आयातदार आणि निर्यातदारांची नावे, पत्ते आणि त्यांच्यातील कराराचा तपशील.
- इनव्हॉईस क्रमांक आणि तारीख
- खरेदीदाराने दिलेल्या ऑर्डरचा क्रमांक
- मालाचे वर्णन (प्रमाण, दर्जा आणि वैशिष्ट्ये)
- उत्पादनाचा एचएस कोड
- नगाची किंमत आणि एकूण किंमत, चलना(currency) चा उल्लेख
- माल देण्याच्या आणि त्याचे पैसे देण्यासंबंधीच्या अटी
- *केला जाणाऱ्या मालांच्या उत्पादनाचे स्थान व देश*
- वाहतुकीचे साधन
- निर्यातदाराचे घोषणापत्र
- सही आणि कंपनीचा शिक्का

स्पष्ट आणि अचूक कमर्शियल इनव्हॉईसमुळे विश्वासार्हता वाढते, तंटे होत नाहीत आणि सीमाशुल्क खात्याच्या नियमांचे पालन होते.

प्रश्न १२ : फायटोसॅनिटरी (वनस्पती आरोग्यविषयक) प्रमाणपत्राची आवश्यकता केव्हा भासते ?*

वनस्पती, वनस्पतीजन्य उत्पादने, बिया, फळे, भाजीपाला, धान्ये आणि इतर शेतीमालाची निर्यात करावयाची असेल, तर वनस्पती आरोग्यविषयक प्रमाणपत्राची आवश्यकता भासते. वनस्पती वा वनस्पतीजन्य उत्पादनांवर कीड वा रोगाचा प्रादुर्भाव होण्याची शक्यता असते. हा प्रादुर्भाव झाला नसल्याची ग्वाही फायटोसॅनिटरी प्रमाणपत्र देते. केंद्रीय कृषी खात्याच्या वनस्पती संरक्षण विभागाकडून हे प्रमाणपत्र दिले जाते. या प्रमाणपत्राद्वारे पुढील गोष्टींची हमी दिली जाते :-

- उत्पादनाची तपासणी केलेली आहे. आवश्यकतेनुसार प्रक्रियाही केली आहे.
- कीड वा रोगापासून हे उत्पादन मुक्त आहे.
- आयातदार देशाच्या वनस्पती आरोग्याच्या कसोट्यांना उतरणारे हे उत्पादन आहे.

वनस्पती आरोग्यविषयक प्रमाणपत्राची आवश्यकता :

- परदेशामधील बंदरांवर माल नाकारणे टाळण्यासाठी
- जागतिक व्यापार संघटनेच्या वनस्पती आरोग्यविषयक तरतुदींचे पालन करण्यासाठी
- नाशवंत आणि नियंत्रित मालाची सुरक्षित निर्यात करण्यासाठी

या प्रमाणपत्रासाठी PQIS portal द्वारे ऑनलाइन अर्ज करता येतो. मालाची तपासणी साधारणपणे बंदरावर वा निर्यातदाराच्या मालकीच्या जागेत केली जाते.

प्रश्न १३ : सर्टिफिकेट ऑफ ओरिजिन म्हणजे मूळ प्रमाणपत्र मला कसे मिळेल ?*

सर्टिफिकेट ऑफ ओरिजिन (CoO) हे निर्यात केल्या जाणाऱ्या वस्तूंचे उत्पादन वा प्रक्रिया कोणत्या देशात झाली हे प्रमाणित करणारे प्रमाणपत्र आहे. ते पुढील कारणांसाठी आवश्यक असते :-

- आयातदार देशात सीमाशुल्क मंजुरी (कस्टम क्लिअरन्स) मिळण्यासाठी
- मुक्त व्यापार करारांतर्गत (उदा. ASEAN, SAFTA) कर आकारणीतील लाभ मिळवण्यासाठी
- पैसे भरताना बँकिंग आणि इतर नियमांचे पालन करण्यासाठी

या प्रमाणपत्राचे दोन प्रकार आहेत :

१. *प्राधान्यक्रम (Preferential) CoO* – मुक्त व्यापार करारांतर्गत निर्यात करण्यासाठी हे प्रमाणपत्र दिले जाते. यामुळे आयातदाराला कमी वा शून्य कर आकारणीसाठी दावा करता येतो.

२. नॉन-प्राधान्यक्रम (Non-Preferential) CoO – सर्वसाधारण स्वरुपाच्या निर्यातीसाठी हे आवश्यक असते. यामुळे मूळ उत्पादक देश स्पष्ट होतो.

हे प्रमाणपत्र कोठून मिळते ?

- निर्यातदारांना हे प्रमाणपत्र मिळवण्यासाठी मान्यताप्राप्त संघटनांकडे अर्ज करावा लागतो. उदा. चेंबर ऑफ कॉमर्स, FIEO, APEDA, EEPC इत्यादी.
- याकरता coo.dgft.gov.in या प्लॅटफॉर्मद्वारा ऑनलाइन अर्ज करता येतो.

आवश्यक कागदपत्रे :

- कमर्शियल इनव्हॉईस
- पॅकिंग केलेल्या मालाची यादी
- जहाज वाहतुकीचे बिल
- मालाचे उत्पादन केल्याचा वा प्रक्रिया केल्याचा पुरावा

कागदपत्रे सादर केल्यानंतर एक-दोन दिवसांत प्रमाणपत्र *ऑनलाइन मिळते*.

- सध्याच्या संदर्भाला जोडून ही उत्तरे आहेत आणि अद्ययावत माहितीनुसार ती योग्य आहेत.*

प्रश्न १४ : निर्यातीसाठी कस्टम क्लिअरन्सची वा सीमाशुल्क खात्याच्या मंजुरीची प्रक्रिया काय आहे ?

भारतीय सीमाशुल्क खात्याने देशाबाहेर वस्तू नेण्याची दिलेली परवानगी म्हणजे कस्टम क्लिअरन्स. या प्रक्रियेचे टप्पे याप्रमाणे आहेत :-

१. कागदपत्रे तयार करणे - तुमच्याकडे आवश्यक कागदपत्रे असल्याची खातरजमा करा. यामध्ये जहाज वाहतुकीचे बिल, इनव्हॉईस, पॅकिंग लिस्ट, *सर्टिफिकेट ऑफ ओरिजिन* इत्यादी कागदपत्रांचा समावेश होतो.
२. जहाज वाहतुकीचे बिल भरणे- ICEGATE या पोर्टलद्वारे तुम्हाला ऑनलाइन बिल भरता येते. कस्टम हाऊस एजंटद्वारे वा स्वतः लॉग इन करून तुम्ही बिल भरू शकता.
३. चाचणी आणि तपासणी- सीमाशुल्क खाते जहाजातील मालाची तपासणी करू शकते. तुमच्या मालासाठी FSSAI सारख्या संस्थांची मंजुरी आवश्यक असेल, तर त्याबाबतची प्रमाणपत्रे सादर करणे बंधनकारक असते.
४. जहाज वाहतुकीच्या बिलाचे मूल्यमापन- तुमच्या बिलाची वर्गवारी करून, एचएस कोडची पडताळणी घेऊन सीमाशुल्क खाते मूल्यमापन करते. तुम्हाला किती निर्यात आकारणी करायची वा सवलत द्यायची हे ठरवले जाते.
५. माल सीलबंद करणे- सीमाशुल्क खात्याच्या देखरेखीखाली तुमचा माल कंटेनरमधून जहाजात भरला जातो आणि सीलबंद केला जातो.
६. निर्यातीसाठीचा आदेश- सर्व बाबी योग्य आहेत, याची खातरजमा झाल्यानंतर सीमाशुल्क खाते लेट एक्स्पोर्ट ऑर्डर (LEO) प्रसृत करते.
७. वाहतूकदाराकडे माल देणे- यानंतर निर्यात करावयाचा माल वाहतूकदाराकडे दिला जातो. *यानंतर शिपिंग लाईन किंवा एअरलाईनद्वारे माल पुढील वाहतुकीसाठी स्वीकारला जातो आणि आवश्यक बिल ऑफ लॅडिंग (B/L) किंवा एअर वेबिल (AWB) दिले जाते.*

कागदपत्रे व्यवस्थित असतील, तर माल वाहतुकीची प्रक्रिया साधारणपणे एक ते दोन दिवसांत पूर्ण होते.

हे उत्तर सध्याच्या नियमांनुसार योग्य आहे.

प्रश्न १५ : सीमाशुल्क वा कस्टम खात्याची मंजुरी मिळण्यास विलंब लागण्याची सर्वसाधारण कारणे कोणती ?

कस्टम खात्याची मंजुरी मिळण्यास अनेक कारणांमुळे उशीर होऊ शकतो. ही कारणे याप्रमाणे आहेत :-

१. चुकीची वा अपूर्ण कागदपत्रे - एचएस कोड नसणे, इनव्हॉईस मूल्य चुकीचे असणे, जहाज वाहतुकीच्या बिलामध्ये चुका असणे.
२. मंजुऱ्या नसणे- FSSAI सारख्या संघटनांची मंजुरी नसणे, औषध नियंत्रकांनी प्रमाणपत्र न देणे यांसारख्या कारणांमुळे विलंब होतो.
३. जहाज वाहतुकीतील धोके- जहाज वाहतुकीतील धोके टाळण्यासाठी कस्टम खाते तपशिलात जाऊन तपासणी करते.
४. अघोषित माल वा वस्तू – मालात अघोषित वस्तू आढळल्यास कस्टम खाते त्या जप्त करते वा फेरआढावा घेते.
५. व्यवस्थेतील दोष- ICEGATE पोर्टलवर तांत्रिक अडचणी येणे, कस्टम खात्याच्या अंतर्गत व्यवस्थेत अडचणी येणे.
६. कंटेनर उपलब्ध नसणे- हंगाम तेजीत असताना कंटेनरची उपलब्धता नसणे.
७. कागदपत्रे उशिरा देणे- कागदपत्रे वेळेत सादर केली नाहीत, तर मंजुरी मिळायला उशीर होतो.

कागदपत्रे चोख ठेवणे, विश्वासार्ह कस्टम एजंटकडे काम सोपवणे आणि मंजुरीच्या प्रक्रियेवर बारकाईने लक्ष ठेवल्यास सीमाशुल्क मंजुरीची प्रक्रिया वेळेत पूर्ण होऊ शकते.

प्रश्न १६ : आयात करताना शुल्क आणि कर आकारणी कशी केली जाते ?

भारतात आयात मालावरील शुल्क आणि कर आकारणी ही त्या मालाच्या मूल्यांकन करण्यायोग्य मूल्याआधारे (assessable value) केली जाते. यामध्ये पुढील गोष्टींचा समावेश होतो :

मूल्यांकन करण्यायोग्य मूल्य = सीआयएफ व्हॅल्यू (माल खर्च + विमा + वाहतूक खर्च)

- विमानतळावर माल उतरवण्यासाठीचे शुल्क साधारणपणे सीआयएफच्या १ टक्का असते.

आयात आकारणीचे मुख्य घटक याप्रमाणे आहेत :

१. बेसिक वा मूळ कस्टम ड्युटी (BCD)- एचएस कोडनुसार ही वेगवेगळी असते.

२. IGST- इंटिग्रेटेड जीएसटी- मूल्यांकन करण्यायोग्य मूल्य + BCD

३. सामाजिक कल्याण अधिभार (SWS)- हा BCD च्या १० टक्के असतो. तो बहुतेक उत्पादनांना लागू होतो.

४. एन्टी डंपिंग/सेफगार्ड ड्युटी – देशातील उद्योगांचे संरक्षण करण्यासाठी ही ड्युटी वा शुल्क आकारले जाते. निवडक वस्तूंसाठीच ही आकारणी असते.

५. CVD/SAD- काऊंटरव्हेलिंग ड्युटीज म्हणजेच प्रतिशुल्क, याची आकारणी काही विशिष्ट आयात प्रकरणांमध्ये केली जाते.

कस्टम टॅरिफ डाटाबेस म्हणजेच सीमाशुल्क आकारणीबाबतच्या माहितीचा वापर करून आयातीसाठी कोणते दर आकारले जाणार आहेत, हे तपासता येते. याकरता ICEGATE पोर्टलही उपयुक्त ठरते. शुल्क आकारणी आणि सीमाशुल्क मंजुरीचे काम आयातदार साधारणपणे कस्टम एजंटवर सोपवतात.

प्रश्न १७ : ICEGATE आणि EDI म्हणजे काय, त्यांचा वापर कसा केला जातो ?

ICEGATE - इंडियन कस्टम्स इलेक्ट्रॉनिक गेटवे हे सीमाशुल्क खात्याचे अधिकृत ई-फायलिंग पोर्टल आहे. त्याद्वारे कागदपत्रांचे सादरीकरण इलेक्ट्रॉनिक पद्धतीने सुलभतेने करता येते. सीमाशुल्क वा कस्टम खाते, निर्यातदार, आयातदार आणि सरकारी संस्था यांना या पोर्टलद्वारे संवाद साधता येतो.

EDI- इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज ही एक डिजिटल पद्धती असून, तिच्याद्वारे कस्टम खात्याच्या मंजुरीची प्रक्रिया पार पाडली जाते.

ICEGATE आणि EDI द्वारे तुम्ही पुढील कामे करू शकता :

- निर्यातीसाठी जहाज वाहतुकीचे बिल भरणे
- आयातीसाठी प्रवेश शुल्काची बिले भरणे
- तुमच्या मालाचे कस्टम स्टेटस काय आहे, यावर लक्ष ठेवणे
- पूरक कागदपत्रे सादर करणे
- इलेक्ट्रॉनिक पोचपावती आणि मंजुरीची कागदपत्रे स्वीकारणे
- कस्टम आकारणीचा ऑनलाइन भरणा करणे
- *निर्यातीसाठी आवश्यक कागदपत्रे सादर करणे*

आइसगेट पोर्टलचा वापर केल्याने कस्टम खात्याशी संबंधित प्रक्रिया सुलभतेने पार पाडता येतात. त्यामुळे पेपरवर्क कमी करावे लागते. मालाची आयात वा निर्यात जलद होते.

हे उत्तर सध्याच्या नियमांनुसार योग्य आहे.

प्रश्न १८ : निर्यातीसाठीचे पैसे मिळवण्याचा सर्वांत सुरक्षित उपाय कोणता ?

निर्यातदार या नात्याने पैसे मिळवण्याचा सर्वांत सुरक्षित उपाय म्हणजे मान्यताप्राप्त लेटर ऑफ क्रेडिट (L/C) मिळवणे. हे हमीपत्र प्रतिष्ठित आंतरराष्ट्रीय बँकेद्वारे *आयातदाराकडून* दिले जाते.

लेटर ऑफ क्रेडिट सुरक्षित का मानले जाते ?

- पैसे देण्याची हमी बँकेकडून दिली जाते, फक्त खरेदीदाराकडून नाही.
- हमीपत्रात पैसे देण्याच्या अटी आणि लागणारा कालावधी स्पष्टपणे नमूद केलेला असतो.
- यामुळे पैसे न मिळण्याचा धोका कमी होतो. पैसे विलंबाने मिळण्याची वा गैरव्यवहार होण्याची शक्यताही कमी होते.

सुरक्षिततेचे अतिरिक्त उपाय याप्रमाणे आहेत :

- किमान २० ते ३० टक्के पैसे मालाच्या उत्पादनापूर्वी आगाऊ मिळावेत अशी विनंती करा. विश्वासार्ह मालवाहतूक एजंट आणि बँका यांच्या मदतीने व्यवहार करा.
- *ECGC (एक्सपोर्ट क्रेडिट गॅरंटी कॉर्पोरेशन) ने दिलेल्या सुविधांचा वापर करून* पैसे बुडून नुकसान होण्याची शक्यता कमी करा.

नव्या खरेदीदाराला तसेच निर्यातीसाठी धोकादायक देशांमध्ये आर्थिक सवलती देऊ नका.

प्रश्न १९ : लेटर ऑफ क्रेडिट (L/C) म्हणजे काय, त्याची कार्यवाही कशी होते ?

उत्तर : लेटर ऑफ क्रेडिट वा एलसी हे एक आर्थिक साधन आहे. खरेदीदाराची बँक पैसे देण्याबाबतचे हमीपत्र निर्यातदाराला देते. त्यासाठी त्याला काही अटींचे पालन करावे लागते. त्याला काही विशिष्ट कागदपत्रे सादर करावी लागतात.

एलसीची कार्यवाही कशी होते ?

१. खरेदीदार आणि विक्रेता एलसीचा वापर करण्याचे मान्य करतात.
२. खरेदीदार त्याच्या बँकेला निर्यातदाराला एलसी देण्याची विनंती करतो.
३. निर्यातदार जहाजाद्वारे माल पाठवतो आणि कागदपत्रे त्याच्या बँकेला सादर करतो. यामध्ये इनव्हॉईस, मालाच्या पॅकिंगची यादी, प्रवेश शुल्काचे बिल यांचा समावेश असतो.
४. निर्यातदाराची बँक ही कागदपत्रे खरेदीदाराच्या बँकेकडे पाठवते.
५. कागदपत्रांमुळे अटींची पूर्तता होत असेल, तर खरेदीदाराची बँक पैशाचा भरणा करते.

एलसीचे प्रकार :

- इररिव्होकेबल एलसी- संबंधित पक्षांनी करार केल्याशिवाय यात बदल करता येत नाही.
- कन्फर्मड एलसी- खरेदीदार आणि निर्यातदार यांच्या बँकांकडून पैसे देण्याची हमी दिली जाते.
- साईट एलसी- कागदपत्रांची तपासणी केल्यानंतर लगेच पैसे दिले जातात.
- युसेन्स एलसी- ठरावीक कालावधीनंतर पैसे दिले जातात. उदा. ३० दिवस, ६० दिवस.

लेटर ऑफ क्रेडिट हे सुरक्षित, बँकेची हमी असलेले आणि व्यापारातील धोका कमी करणारे साधन आहे.

प्रश्न २० : जहाजाने निर्यात करण्यासाठी होणारा खर्च मी निश्चित कसा करू शकेल ?

जहाजाने निर्यात करण्यासाठीचा खर्च विविध घटकांवर अवलंबून असतो. आंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक अटी, मालाचे प्रमाण, वजन, वाहतुकीचे साधन आणि माल पोहोचण्याचे ठिकाण याआधारे हा खर्च निश्चित केला जातो.

जहाजाने निर्यात करण्यासाठीचा खर्च निश्चित करणारे प्रमुख घटक याप्रमाणे आहेत :-

१. मालवाहतुकीचा खर्च

- समुद्रमार्गे- क्यूबिक मीटर (CBM) आधारित वा FCL/ LCL दर
- हवाई मार्गे- वजनानुसार आकारणी

२. देशांतर्गत वाहतूक

- कारखान्यापासून बंदरापर्यंतची वाहतूक

३. निर्यातीसाठीची कागदपत्रे आणि हाताळणी

- मालाची भरती पावती, जहाज वाहतूक आकारणी, कस्टम मंजुरीसाठीचा खर्च, कस्टम हाऊस एजंट फी

४. पॅकेजिंग आणि लोडिंग

- मालाची मांडणी, माल भरणे आणि *ठराविक* वस्तूंचा वापर करून धुरी देणे (fumigation)

५. बंदर आकारणी

- बंदरावरील मालाचा वाहतूक खर्च, इतर आकारणी

६. विमा

- CIF (कॉस्ट, इन्शुरन्स, फ्रेट) शर्तींनुसार

खर्चाचा अंदाज कसा घ्यायचा ?

मालवाहतूक एजंटाशी संपर्क साधा. त्याला एचएस कोड, उत्पादनाचा आणि पॅकिंगचा प्रकार, मालाचे प्रमाण, जेथून माल पाठवायचा ते बंदर, यासंबंधी कागदपत्रे द्या. हा एजंट तुम्हाला निर्यातीसाठी मालवाहतुकीच्या खर्चाचा अंदाज देईल. याआधारे तुम्ही तुमच्या निर्यात मालाचे मूल्य ठरवू शकता.

प्रश्न २१ : जहाजातून माल निर्यात करण्यासाठी मला कोणत्या स्वरुपाचा विमा काढावा लागेल ?

उत्तर : जहाजातून माल पाठवणाऱ्या निर्यातदारांनी मरीन कार्गो इन्शुरन्स (सागरी वाहतूक विमा) काढणे आवश्यक ठरते.

विम्याचे प्रकार

१. मरीन कार्गो इन्शुरन्स- सागरी विमा (कार्गो क्लॉजेस ए, बी, सी)

- निर्यात मालाची नासधूस, चोरी, आगीमुळे नुकसान, बुडण्याची शक्यता वा चुकीच्या हाताळणीमुळे होणाऱ्या हानीपासून या विम्यामुळे संरक्षण मिळते. यातील क्लॉज ए मुळे सर्व प्रकारच्या धोक्यांपासून विमा संरक्षण मिळते.

२. एक्स्पोर्ट क्रेडिट इन्शुरन्स- *निर्यात पत विमा*

- परदेशातील खरेदीदाराने दिवाळखोरी, राजकीय अस्थिरता वा चलनविषयक वादामुळे पैसे देण्यास नकार दिल्यास या विम्यामुळे निर्यातदाराला संरक्षण मिळते.

३. कॅरिअर लायबिलिटी इन्शुरन्स- वाहतूक करणाऱ्या सेवेने दिलेला विमा

- जहाज सेवा वा हवाई सेवेद्वारा हा विमा दिला जातो. तो मर्यादित स्वरुपाचा असतो. तो मालाच्या वजनावर आधारित असतो.

विमा केव्हा बंधनकारक असतो ?

- CIF वा CIP संबंधी आंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक अटी (Incoterms) असतील, तर विमा *उतरवणे* ही निर्यातदाराची जबाबदारी असते.
- लेटर ऑफ क्रेडिट वा पर्चेस ऑर्डरमध्ये विमा उतरविल्याचे पुरावे द्यावेत, अशी मागणी खरेदीदार करू शकतो.

निर्यात केलेल्या वस्तूंची एकत्रित किंमत ही आयातदार देशाच्या चलनाच्या ११० टक्के एवढी असेल, याची दक्षता निर्यातदारांनी नेहमी घेतली पाहिजे. तुम्हाला प्रत्येक जहाजातील मालासाठी विमा काढता येतो वा अनेक जहाजांमधील मालासाठी ओपन मरीन पॉलिसी काढता येते.

सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

LIST YOUR QUESTIONS

MSME Helpline

Expert Guidance

Personalized Solutions

Real Impact

At Zero Cost

Call or WhatsApp us Today:

+91 83088 09334

MAHRATTA CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES AND AGRICULTURE

505, A-Wing, MCCIA Trade Tower,
403, Senapati Bapat Road, Pune-411 016 INDIA.

+91 20 2570 9000 | info@mcciapune.com