

२१

MACCA[®]

मराठा चेंबर ऑफ कॉमर्स, इंडस्ट्रीज अँड अॅग्रिकल्चर
सूक्ष्म, लघू, मध्यम उद्योगांसाठी हेल्पलाइन

कळीचे प्रश्न २.०

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 अॅग्रिकल्चर

सूक्ष्म, लघू, मध्यम उद्योगांसाठी हेल्पलाइन



● 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 msmehelp@mcclapune.com या ई-मेलवर मराठा चॅंबर ऑफ कॉमर्स, इंडस्ट्रीज अँड अॅग्रिकल्चरकडे अवश्य कळवा. त्यामुळे यापुढे ही पुस्तिका वाचना-यांना सुधारित आवृत्ती सादर करता येईल.

उद्योग रचना आणि नियमपालन

प्रश्न १ : एखादा नवा व्यवसाय वा उद्योग सुरु करताना माझ्याकडे कोणती कागदपत्रे असणे आवश्यक आहे ; तसेच कोणत्या स्वरूपाचे परवाने आणि परवानग्या मी घेतल्या पाहिजेत ?

व्यवसाय वा उद्योग सुरु करण्यासाठी आवश्यक नोंदणी कागदपत्रे याप्रमाणे आहेत.

१. मूलभूत स्वरूपाची नोंदणी

अ. पॅन कार्ड (PAN Card) - करआकारणीसाठी गरजेचे

ब. टॅन कार्ड (TAN Card) - उत्पन्नाच्या स्रोतावर

करआकारणीसाठी आवश्यक

क. उद्यम नोंदणी - सूक्ष्म, लघू आणि मध्यम उद्योगांना

मिळणाऱ्या लामासाठी

ड. जीएसटी (GST) नोंदणी : उत्पादित वस्तूंची उलाढाल ४०

लाखांपेक्षा जास्त असल्यास आणि सेवाक्षेत्रातील उलाढाल २०

लाखांपेक्षा जास्त असल्यास ही नोंदणी करणे बंधनकारक आहे.

इ. व्यावसायिक कर नोंदणी - तुम्ही किती किसान कर्मचारी

कामावर ठेवले असतील, तर ही नोंदणी करणे आवश्यक आहे.

२. उद्योग वा व्यवसायाच्या जागेशी संबंधित परवाने

अ. दुकान आणि आस्थापना परवानाब. नागरी व्यापार परवाना

क. उत्पादित वस्तूसाठी कारखाना परवाना

ड. विशिष्ट उद्योगांसाठी घ्याव्या लागणाऱ्या परवानग्या,

उदाहरणार्थ खाद्यपदार्थ, औषध उद्योगांसाठीचे परवाने, FSSAI -

फूड सिक्युरिटी एन्ड स्टॅण्डर्ड ऑथॉरिटी ऑफ इंडिया आणि BIS

- ब्युरो ऑफ इंडियन स्टॅण्डर्डस यासारख्या प्राधिकरणांकडून

घ्यावे लागणारे परवाने.

प्रश्न २ : पर्यावरणविषयक निर्बंधांचे पालन करण्यासाठी माझ्याकडे कोणती कागदपत्रे असणे आवश्यक आहे ?

पर्यावरणविषयक निर्बंधांच्या पालनासाठी पुढील महत्त्वाची कागदपत्रे तुमच्याकडे असणे आवश्यक आहे :

● उद्योग स्थापनेची परवानगी (CTE) - उत्पादन केंद्राची स्थापना करण्यापूर्वी राज्य प्रदूषण नियंत्रण मंडळाकडून परवानगी घेणे आवश्यक

● उत्पादनासाठी परवानगी (CTO) - उत्पादन सुरु करण्यापूर्वी ही परवानगी घेणे बंधनकारक आहे.

● कचरा व्यवस्थापन नियमांतर्गत परवानगी - पर्यावरणास हानिकारक ई कचरा, प्लॅस्टिक वा जैववैद्यकीय कचऱ्याच्या व्यवस्थापनासाठी आवश्यक

● पर्यावरणीय परिणामांचे मूल्यमापन (EIA)- मोठ्या उद्योगांच्या मोठ्या प्रमाणात होणाऱ्या पर्यावरणीय परिणामांसाठी असे मूल्यमापन करणे आवश्यक. उदाहरणार्थ, खाणकाम, अवजड उद्योग, पायामूत सुविधा निर्माण करणारे उद्योग.

● जल कायदा परवानगी : उद्योगाद्वारे सांडपाणी वा रासायनिक कचरा सोडला जाणार असेल, तर १९७४ च्या जल प्रदूषण प्रतिबंध आणि नियंत्रण कायदानुसार परवानगी घेणे गरजेचे ठरते.

● वायू कायदा परवानगी : उद्योगाद्वारे धूर वा रासायनिक वायू हवेत सोडला जाणार असल्यास १९८१ च्या वायू प्रदूषण प्रतिबंध आणि नियंत्रण कायदानुसार परवानगी घ्यावी लागते.

● उद्योगाचे स्वरूप, व्याप्ती आणि त्याचे पर्यावरणीय परिणाम याआधारे संबंधित परवानग्या घ्याव्या लागतात.

उद्योजक होण्याची इच्छा असणाऱ्यांना उद्योग सुरू करण्यासाठी सर्वांगीण स्वरूपाचे 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 कराव्याची आणि त्यासाठी कोणकोणते परवाने आवश्यक असतात, उद्योग सुरू केल्यावर कायदेशीर तरतुदींचे पालन आणि स्वतःच्या ब्रँडचे संरक्षण कसे कराव्याचे 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 स्वरूपाच्या उद्योगांसंदर्भात (एमएसएमई) साद्यंत माहिती 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.



या भागात २१ प्रश्नांपैकी १४% प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ३ : उद्योगाच्या वैयक्तिक मालकीपासून लिमिटेड लायबिलिटी पार्टनरशीप (LLP) म्हणजे मर्यादित दायित्व भागीदारी वा प्रायव्हेट लिमिटेड कंपनी -खाजगी मर्यादित कंपनी यासारख्या औपचारिक रचनेकडे जाण्याचा विचार कोणत्या टप्प्यात करावा ?

वैयक्तिक मालकीपासून औपचारिक रचनेकडे जाण्याचा विचार पुढील टप्प्यांमध्ये करता येईल :

- जेव्हा तुमची वार्षिक उलाढाल ५० लाख ते १ कोटी रुपयांपेक्षा जास्त होईल
- जेव्हा तुम्ही भागीदार वा सहसंस्थापक घेण्याचे नियोजन केलेले असेल
- जेव्हा तुम्ही बाह्य निधी वा बँकेकडून अर्थसहाय्य घेणार असाल
- जेव्हा तुम्हाला ठोस विश्वासाहतेची आणि कायदेशीर ओळखीची गरज भासेल

प्रश्न ४ : हिंदू अविभाजित कुटुंब (HUF) उद्योग रचनेच्या तुलनेत इतर उद्योग रचनांचे कोणते परिणाम कार्यवाहीदरम्यान जाणवतात ?

उत्तर : HUF उद्योग रचनेचे परिणाम याप्रमाणे आहेत :

फायदा	मर्यादा	तुलना
करआकारणीसाठी स्वतंत्रपणे विचार केला जातो. स्वतःचे पॅनकार्ड असते.	दायित्व मर्यादित नसते.कर्त्यावर अमर्यादित वैयक्तिक दायित्व असते.	वैयक्तिक मालकीच्या तुलनेत कुटुंबातील अनेक सदस्यांची मालकी असू शकते.
करआकारणीचे टप्पे, वजावटी आणि सवलती स्वतंत्र असू शकतात.	साधारणपणे भागीदारी उद्योगात भागीदार असू शकत नाहीत.	भागीदारी वा कंपनी या उद्योग रचनेप्रमाणे करारावर आधारित उद्योग नसतो.
उद्योगाची कार्यवाही वैयक्तिक मालकीच्या उद्योगासारखी करता येऊ शकते.	कंपनीत समभागधारक म्हणून थेट समभाग घेता येत नाहीत.	बाह्य निधी मिळवण्यासाठी वा विस्तारासाठी कमी लवचिक असलेली रचना.
जीएसटी नोंदणी आणि उद्योगासाठीच्या परवान्यांसाठी अर्हता असलेली रचना	मालकी आणि नियंत्रण हे कुटुंबातील सदस्यांपुरतेच मर्यादित असते.	

प्रश्न ५ : उद्योग रचनेत बदल करताना मी मालमत्ता, करार आणि दायित्वाचे हस्तांतरण कसे करू शकतो ?

उत्तर : उद्योग रचनेत बदल करताना पुढील निर्बंधांचे पालन करावे लागते :

प्रकार	कसे केले जाते ?
कागदपत्रांचे हस्तांतरण	जुन्या आणि नव्या उद्योगात उद्योग हस्तांतरण करार करा. त्यात मालमत्ता आणि दायित्वाचा उल्लेख करा.
जंगम मालमत्ता	योग्य इनव्हाइसेस आणि नोंदींआधारे ही मालमत्ता विक्री वा हस्तांतर कराराद्वारे हस्तांतरित करा.
स्थावर मालमत्ता	नोंदणीकृत विक्री करा. यासाठीचे मुद्रांकशुल्क आणि नोंदणी शुल्क भरा.
बौद्धिक मालमत्ता	बौद्धिक मालमत्ता करार करा. संबंधित अधिकाऱ्यांकडे यासंबंधीच्या नोंदी अद्ययावत करा.
ग्राहक/पुरवठादार कंत्राटे	संबंधित घटकांच्या संमतीने ही कंत्राटे हस्तांतरित करता येतात.
बँकिंग	जुनी बँक खाती बंद करा आणि नव्या उद्योगाच्या नावाने बँकेत नवे खाते उघडा.
जीएसटी निर्बंध	उद्योग रचनेतील बदलानंतर ३० दिवसांच्या आत फायनल रिटर्नस भरून जुनी जीएसटी नोंदणी रद्द करा. नव्या जीएसटी नोंदणीसाठी अर्ज करा.
इतर परवाने	जुने परवाने परत करा आणि नव्या नोंदणीसाठी अर्ज करा. विशिष्ट उद्योगांसाठीचे परवाने थेट हस्तांतरित होत नाहीत हे लक्षात घ्या.

प्रश्न ६ : कंपनीची कायद्याने स्थापना केल्यानंतर तिच्यात नव्या व्यावसायिक कार्यवाहीचा कसा समावेश करता येईल वा मुख्य व्यावसायिक कार्यवाहीत कसा बदल करता येईल ?

उत्तर : कंपनीचा वा एलएलपी यांच्या स्थापनेच्या वेळी कायदेशीर घटनापत्रात (मेमोरेंडम ऑफ असोशिएशन-(MoA) उद्दिष्टे स्पष्ट करणारे कलम असते. या कलमात कंपनीची व्यावसायिक कार्यवाही कोणत्या स्वरूपाची असेल, हे स्पष्ट केलेले असते. या कार्यवाहीत भर घालायची असल्यास वा तिच्यात बदल करायचा असल्यास ऑब्जेक्ट क्लॉज म्हणजेच उद्दिष्टे स्पष्ट करणाऱ्या कलमात अधिकृत बदल करावा लागतो. हा बदल करण्यासाठी पुढील पावले उचलावी लागतात :

- नव्या कार्यवाहीचा ऑब्जेक्ट क्लॉजमध्ये समावेश आहे का याची प्रथम पडताळणी करा. समावेश केलेला असेल, तर तुम्ही आवश्यक परवाने घेऊन ती कार्यवाही सुरू करू शकता. या कार्यवाहीचा समावेश नसेल, तर तुम्हाला उद्दिष्ट विषयक कलमात अधिकृत बदल करावा लागेल.
- बदल करण्यासाठी कंपनीच्या संचालक मंडळात ठराव संमत करून घ्या.
- यासंदर्भात समभागधारकांना नोटीस प्रसूत करा.
- कंपनीच्या सर्वसाधारण सभेत यासंबंधी विशेष ठराव मांडून तो ७५ टक्के बहुमताने संमत होईल याची दक्षता घ्या.
- ठराव पारित झाल्यानंतर ३० दिवसांच्या आत रजिस्ट्रार ऑफ कंपनीज (ROC) कडे MGT-14 हा अर्ज दाखल करा. जर कंपनीच्या मेमोरेंडम ऑफ असोसिएशन (MOA) मध्ये बदल करण्यात आला असेल, तर बदललेली MOA ची प्रत जोडणे आवश्यक आहे.
- (MoA) आणि कंपनीच्या ठरावाची प्रत जोडा.
- कंपनीच्या उद्दिष्टांमधील बदलाची कायदेशीर नोंद करण्यासाठी ही पावले साधारणपणे उचलावी लागतात. कंपनी वा व्यवसायाच्या रचनेनुसार त्यामध्ये बदल होऊ शकतो.

प्रश्न ७ : उद्योगाची नोंदणी झाल्यानंतर वा उद्योगाची कार्यवाही सुरू होण्यापूर्वी भागीदार/ संचालकांना समाविष्ट करण्याची वा त्यांना हटविण्याची प्रक्रिया काय आहे ?

उत्तर : भागीदार आणि संचालकांना समाविष्ट करण्यासाठी वा त्यांना पदावरून हटविण्यासाठी योग्य कायदेशीर कागदपत्रे असणे आणि ती वेळेवर दाखल करणे गरजेचे आहे.

	खाजगी आणि सार्वजनिक कंपन्यांसाठी	एलएतपीसाठी	भागीदारी कंपन्यांसाठी
संचालक वा भागीदाराचा समावेश करण्याकरता	संचालक मंडळात ठराव संमत करून घ्या. → DIR-2 या अर्जाद्वारे संमती घ्या. → नियुक्ती वैध असल्याची खातरजमा करा. आवश्यकता भासल्यास DIR-3 अर्जाचा अवलंब करा. → कायदेशीर वैधता स्पष्ट करणारा DIR-8 अर्ज भरा → नेमणूक केल्यानंतर ३० दिवसांच्या आत उद्योग मंत्रालयाकडे DIR-12 अर्ज सादर करा. → कायदेशीर नोंदींमध्ये बदल करा. → बँक, जीएसटी आणि इतर नियामक यंत्रणांमधील तपशिलात बदल करून घ्या.	DPIN -डेलिग्रेटेड पार्टनर आयडेंटिफिकेशन नंबर द्या आणि नियोजित भागीदाराची संमती घ्या. → पूरक एलएलपी करारपत्र तयार करा. → DPIN ची खातरजमा करा. → नियुक्तीच्या ३० दिवसांच्या आत अर्ज ३ आणि अर्ज ४ उद्योग कॉर्पोरेट व्यवहार मंत्रालयामध्ये दाखल करा.	बदल स्पष्ट करणारा पूरक भागीदारी करार तयार करा.
संचालक/ भागीदाराला काढून टाकण्यासाठी	संचालक मंडळाची बैठक घ्या → विशेष सर्वसाधारण सभा घेऊन समभागधारकांची मंजूरी घ्या. गरज भासल्यास याकरता विशेष ठराव मांडा → संचालकाला त्याचे म्हणणे मांडण्याची परवानगी द्या → DIR-12 अर्ज ३० दिवसांच्या मुदतीत दाखल करा.	निवृत्ती वा हकालपट्टीसठी करार करा. → एलएलपी करार सुधारणा करा. → अर्ज ३ आणि अर्ज ४ भरा.	बदल स्पष्ट करणारा भागीदारी करार करा.
बदलानंतर करावयाच्या तरतुदी	कंपनीच्या नोंदी, बँक खात्यातील तपशील, जीएसटी आणि इतर नोंदी अद्ययावत करा.	जीएसटी, बँक खाते, करार आणि इतर नोंदी अद्ययावत करा.	पॅन, जीएसटी, बँक खाती आणि स्थानिक परवाने यामध्ये आवश्यक बदल करा.

प्रश्न ८ : एका खाजगी मर्यादित कंपनीच्या संस्थापकांमध्ये मालकी हक्काचे विभाजन मी कसे करू शकतो ? यामध्ये हक्कांसंबंधीची कलमे कोणती असतील ?

उत्तर : कंपनीच्या मालकी हक्काचे विभाजन करण्यासाठी याप्रमाणे उपाय योजता येतील :

- संस्थापकांची भूमिका, त्यांच्यावरील जबाबदारी, वेळेची बांधिलकी, तज्ज्ञता आणि भांडवलातील वाटा याआधारे इक्विटी वा मालकी हक्काचे विभाजन करा.
- सर्व संस्थापकांचा भांडवली वाटा समान असेल, तरच मालकी हक्काचे समान विभाजन होऊ शकते.
- संस्थापकांच्या भूमिका वेगवेगळ्या असतील, तर मालकी हक्काची असमान विभागणी व्यवहार्य ठरते.
- साधारणपणे १० ते १५ टक्के याप्रमाणात मालकी हक्कांचे विभाजन केले जाते. पण, अतिरिक्त संचालक नेमण्याची प्रक्रिया आणि गुंतवणुकीच्या आवश्यकतेनुसार हे विभाजन वेगवेगळे असू शकते.
- भांडवल उभारणीच्या प्रत्येक फेरीत समभागधारकांच्या मालकी हक्कात १५ ते २० टक्के घट अपेक्षित ठेवा.
- मालकी हक्कांच्या कलमानुसार कंपनीच्या संस्थापकांना एकदम सर्व हक्क मिळत नाहीत. त्यांचे हक्क काळानुसार वाढत जातात. या कलमांमुळे एखाद्या संस्थापकाने लगेच माघार घेतली, तरी कंपनीचे संरक्षण होते.

प्रश्न ९ : उलाढालीचा विशिष्ट टप्पा मी गाठल्यानंतर पाळावयाच्या निर्बंधांमध्ये बदल होतात का ?

उत्तर : उलाढालीच्या विशिष्ट टप्प्यानंतर निर्बंधांमध्येही बदल होतात.

विभाग	उलाढालीचा टप्पा	होणारे बदल
जीएसटी	वस्तूबाबत ४० लाख / सेवाबाबत २० लाखांचा टप्पा	जीएसटी नोंदणी बंधनकारक होते. नियमितपणे रिटर्नस भरणे आवश्यक ठरते.
प्राप्तिकर	उद्योगासाठी १ कोटी/ व्यावसायिकांसाठी ५० लाख	करांचे परीक्षण सक्तीचे होते. जास्त कागदपत्रांची आवश्यकता भासते.
कंपनीबाबतचे निर्बंध	जास्त उलाढाल/ निधी उभारणी	इंटरनल ऑडिट, सेक्रेटेरियल ऑडिट, आणि सीएसआर यासारख्या अतिरिक्त नियमांचे पालन करावे लागते.
कामगार कायदे	कर्मचारी संख्येतील वाढ	पीएफ, इएसआयसी आणि कामगार कायदांचे पालन करावे लागते.

प्रश्न १० : फॅक्टरीज अॅक्टनुसार वा शॉप्स एन्ड एस्टॅब्लिशमेंट अॅक्टनुसार परवाना घेणे आवश्यक आहे हे मी कसे ठरवू शकतो ?

उत्तर : या दोन्ही परवान्यांमुळे वेगवेगळी उद्दिष्टे साध्य होतात. ती याप्रमाणे :

निकष	फॅक्टरी एक्ट १९४८ नुसार कारखाना परवाना	दुकाने आणि आस्थापना नोंदणी
कार्यवाहीचे स्वरूप	उत्पादन, प्रक्रिया, जोडणी, मालांमधील फेरबदल	व्यापार, सेवा, कार्यालयीन कामकाज, दुकाने, उपाहारगृहे, हॉटेल्स.
कामगारांची आवश्यकता	विजेसह १० पेक्षा जास्त कामगार, विजेशिवाय २० पेक्षा जास्त कामगार असल्यास	अनेक राज्यांमध्ये एक कामगार असणेही पुरेसे असते.
अधिकार यंत्रणा	राज्य औद्योगिक सुरक्षा आणि आरोग्य संचालनालय/ कारखाने मुख्य निरीक्षक	राज्य कामगार विभाग/ स्थानिक यंत्रणा
नियमपालनाची पातळी	कडक सुरक्षा नियम, कारखाना नियोजन मंजूरी, तपासण्या, वैधानिक नोंदी	नियमपालनाचे साधे स्वरूप, कमी सुरक्षा निर्बंध
मंजूरीची प्रक्रिया	लांबलचक प्रक्रिया (३० ते ६० दिवस चालणारी)	साधारणपणे ऑनलाइन होणारी सोपी प्रक्रिया
केव्हा आवश्यकता भासते ?	उत्पादन हे जर प्राथमिक कार्यवाही असेल, तर	व्यावसायिक वा सेवा क्षेत्रातील उद्योग असेल, तर
विशेष बाब	कार्यालय वा शोरूमसाठी जागा हवी असल्यास दुकाने आणि आस्थापना कायदानुसार परवाना घेण्याची गरज भासू शकते.	संमिश्र स्वरूपाची कार्यवाही असेल, तर कारखाना परवान्याबरोबर दुकाने आणि आस्थापना परवानाही गरजेचा ठरू शकतो.

प्रश्न ११ : कामगार कायद्यांचा वा संहितांचा सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांवर (एमएसएमइ) कसा परिणाम होतो ?

उत्तर : केंद्र सरकारने देशातील २९ कामगार कायद्यांचे रुपांतर ४ प्रमुख कामगार कायद्यांमध्ये केले आहे. वेतन, औद्योगिक संबंध, सामाजिक सुरक्षितता आणि व्यावसायिक सुरक्षा अशा चार प्रकारांमध्ये कायद्यांची वर्गवारी करण्यात आली आहे. या कायद्यांची अंमलबजावणी राज्य सरकारांनी केलेल्या नियमांवर अवलंबून असते. या कायद्यांचा एमएसएमइ उद्योगांवर होणारा परिणाम याप्रमाणे :

- वेतन विषयक कायदा : किमान वेतनाची स्पष्टता या कायद्यामुळे होते. या कायदानुसार महिन्याच्या ७ तारखेपर्यंत पगार करणे उद्योगांसाठी बंधनकारक आहे.
- औद्योगिक संबंध कायदा : औद्योगिक संबंधांमध्ये अधिक लवचिकता आणणे हा या कायद्याचा उद्देश आहे. कामगार कपातीची तसेच कामगार कायदे लागू करण्याची मर्यादा ३०० कामगारांपर्यंत वाढवण्यात आली आहे. निश्चित मुदतीचा करार करून कामगारांची नियुक्ती करण्यास उद्योगांना परवानगी देण्यात आली आहे.
- सामाजिक सुरक्षा कायदा : या कायद्याने भविष्य निर्वाह निधी (PF) आणि कामगार विमा योजनेचे (ESI) फायदे गिग कामगार आणि असंघटित क्षेत्रांमधील कामगारांनाही लागू केले आहेत. यामुळे कंपनीच्या चालकांच्या खर्चात वाढ होऊ शकते. नियमपालनाच्या तरतुदी या कायद्याने सुलभ केल्या आहेत.
- व्यावसायिक सुरक्षितता कायदा : या कायद्यात अधिकाधिक कामगारांची नोंदणी करण्याच्या तरतुदी आहेत. वर्षातून एकदाच रिटर्न भरण्याची तरतूद केल्याने कागदपत्रांच्या पूर्ततेसाठी घट झाली आहे.

प्रश्न १२ : इ-कॉमर्स व्यवसायाकरता मला दुकाने आणि आस्थापना कायद्यांतर्गत नोंदणी करण्याची आवश्यकता आहे का ?

उत्तर : इ-कॉमर्स व्यवसायांकरता दुकाने आणि आस्थापना कायद्यांतर्गत नोंदणी करणे सर्वसाधारणपणे आवश्यक असते. प्रत्यक्षात किरकोळ विक्रीचे दुकान नसले, तरी ही नोंदणी करावी लागते. कर्मचारी कामावर असल्यास वा कार्यालयीन वेळेत कामकाज होत असल्यास घरातून केल्या जाणाऱ्या इ-कॉमर्स व्यवसायांकरताही नोंदणी करणे आवश्यक असते.

प्रश्न १३ : भागधारकांचा करार (Shareholders' Agreement) आणि कंपनीचे घटनापत्र वा नियमावली (Articles of Association) यामध्ये काय फरक आहे ?

उत्तर : भागधारकांचा करार आणि कंपनीचे घटनापत्र यामधील फरक याप्रमाणे आहे :

निकष	कंपनीचे घटनापत्र (AoA)	भागधारकांचा करार (SHA)
स्वरूप	कंपनी कायदा, २०१३ नुसार कायदेशीर स्वरूपातील कागदपत्र	खाजगी स्वरूपातील करार
कोठे दाखल होतो ?	रजिस्ट्रार ऑफ कंपनीज (ROC) कडे दाखल होतो. सार्वजनिक स्वरूपाचे कागदपत्र	ROC कडे दाखल होत नाही. गोपनीय कागदपत्र
उद्देश	कंपनीचे अंतर्गत नियम आणि कार्यवाहीची रचना स्पष्ट करणे	समभागधारकांचे हक्क आणि जबाबदाऱ्या स्पष्ट केल्या जातात.
व्याप्ती	व्यवस्थापन रचना, संचालकांचे अधिकार, समभाग हस्तांतरण, मतदान, लाभांश	गुंतवणूकदारांचे हक्क, संस्थापकांची मालकी, हस्तांतरणावरील मर्यादा, बाहेर पडण्याचे हक्क, तंटा निवारण
कोणावर बंधनकारक ?	कंपनी आणि सर्व समभागधारक	करारावर सह्या करणाऱ्या घटकांनाच लागू
सुधारणा कशी करता येते ?	विशेष ठराव आवश्यक, तो ROC कडे दाखल करावा लागतो.	संबंधित घटकांच्या परस्पर संमतीने सुधारणा करता येते.

प्रश्न १४ : कर्मचाऱ्यांची संख्या १० पेक्षा जास्त वाढवायची असेल, तर कोणत्या निर्बंधांचे पालन करावे लागते ?

उत्तर : दहापेक्षा जास्त कर्मचारी वाढवायचे असतील, तर याप्रमाणे निर्बंधांचे पालन करावे लागते :

- ESIC- कर्मचारी राज्य विमा- अधिसूचित केलेल्या विभागात महिन्याला २१ हजार रुपये वेतन असल्यास लागू होणारे नियम
- भविष्यनिर्वाह निधी (PF) – साधारणपणे २० पेक्षा जास्त कर्मचारी असल्यास नियम लागू (काही क्षेत्रांकरता १० कर्मचारी असल्यासही नियम लागू)
- ग्रॅज्युइटी (उपदान)- १० पेक्षा जास्त कर्मचारी असल्यास या तरतुदीचे पालन करावे लागते.
- व्यावसायिक कर- राज्यांनुसार लागू
- दुकाने आणि आस्थापना कायदा- कर्मचारी नेमले जात असताना लागू
- पगारावरील TDS- करपात्र पगार असल्यास या कराची आकारणी होते
- कायदेशीर नोंदी- कर्मचाऱ्यांना नेमल्यानंतर त्यांच्याबाबतच्या नोंदी ठेवणे बंधनकारक

प्रश्न १५ : वैधानिक लेखापरीक्षण आणि तपसण्या सुलभतेने होण्यासाठी कोणत्या सर्वोत्तम पद्धतीचे पालन झाले पाहिजे ?

उत्तर : सुलभ वैधानिक लेखापरीक्षणासाठी सर्वोत्तम पद्धती याप्रमाणे आहेत :

- नोंदी ठेवणे : खातेपुस्तिका, इनव्हॉइसेस, बँक स्टेटमेंट्स, रजिस्टर, करार आणि परवाने यांची सुसूत्रतेने नोंद ठेवणे.
- नियमित ताळमेळ पत्रक : बँक, जीएसटी, टीडीएस यामधील नोंदी आणि प्रत्यक्षात असणारा वस्तू वा उत्पादनासाठी बनवणे यांचा अढावा महिन्याने वा तीन महिन्यांनी घेणे. यामुळे कोणतीही चूक झाली असल्यास ती लगेच लक्षात येते.
- वेळेवर भरणा : जीएसटी आणि इतर कोणतेही रिटर्नस यांचा भरणा वेळेवर करणे. यामुळे दंड भरावा लागत नाही.
- योग्य कागदपत्रे ठेवणे : प्रत्येक व्यवहाराशी संबंधित कागदपत्रे उपलब्ध आहेत याची खातरजमा करणे.
- इंटरनल ऑडिट : इंटरनल ऑडिट वा अंतर्गत लेखा परीक्षण नियमितपणे केल्यास नियमपालनातील दोष लक्षात येतात.
- ऑडिटर संयोजन : लेखापरीक्षकांची नियुक्ती वेळीच करा आणि वर्षभर त्यांना योग्य ती माहिती द्या.
- तपासणीसाठी सज्जता : तुमच्या उद्योगाच्या परिसरात नियमांचे पालन होत आहे का यावर लक्ष ठेवा. तुमच्याकडील परवाने तयार ठेवा. सुरक्षा उपायांची चाचपणी करा. कामगारविषयक नोंदी अद्ययावत ठेवा.

प्रश्न १६ : TDS म्हणजे काय, माझ्या व्यवसायात वा उद्योगात मला टीडीएसची वजावट करणे आणि तो भरणे केव्हा गरजेचे ठरेल ?

उत्तर : TDS म्हणजे टॅक्स डिडक्टेड एट सोर्स. उत्पन्नाच्या स्रोतस्थानीच या कराची आकारणी केली जाते. त्याला उद्गम कर असेही संबोधले जाते. ही एक अशी करप्रणाली आहे जिच्यामध्ये पैसे भरणारा पैसे भरतानाच पैसे घेणाऱ्याच्या वतीने कर कपात करून तिचा भरणा सरकारकडे करतो. एखाद्या उद्योगाला वा व्यवसायाला टीडीएस या कारणांसाठी लागू होतो :

- जर तुमचा उद्योग कर लेखापरीक्षणासाठी पात्र असेल(उद्योगाची वार्षिक उलाढाल १ कोटी रुपयांपेक्षा जास्त वा व्यवसायाची उलाढाल वार्षिक ५० लाख रुपयांपेक्षा जास्त असल्यास)
 - वर नमूद केलेल्या मर्यादितपेक्षा विशिष्ट कारणांसाठी पैशांचा जास्त भरणा करावा लागत असल्यास, उदाहारणार्थ,
अ. पगाराची रक्कम. (प्राप्तिकर आकारणीच्या श्रेणीनुसार वजावटी, सवलती आणि व्यावसायिक घोषणापत्र या आधारे द्यावी लागणारी रक्कम)
ब. व्यावसायिक/तांत्रिक शुल्क (१० %)
क. भाडे (१०%)
ड. कंत्राटदाराचे देणे (१ ते २ %)
इ. कमिशन (५%)
फ. व्याज (१० %)
- तुम्ही TAN-टॅक्स डिडक्शन एन्ड कलेक्शन अकाउंट नंबर घेणे गरजेचे आहे. पैसे भरताना टीडीएस रकमेची वजावट करून तिचा भरणा महिन्याच्या सात तारखेपर्यंत केला पाहिजे. तीन महिन्यांचा टीडीएस रिटर्नस भरून त्यासंबंधीचे अर्ज १६/१६ ए हे प्रमाणपत्र घेतले पाहिजे.

प्रश्न १७ : एखाद्या ग्राहकाबरोबर करार करत असताना कायदेशीर तंटे निर्माण होऊ नयेत, याकरता कोणती खबरदारी घेतली पाहिजे ?

उत्तर : ग्राहकाशी करार करताना काही प्रमुख मुद्द्यांचा विचार केला पाहिजे.

- संबंधित घटकांची ओळख करून घ्या : कराराशी संबंधित दोन्ही बाजूंचे कायदेशीर तपशील बारकाईने जाणून घ्या.
- कामाची व्याप्ती स्पष्ट करा : ग्राहकाला वितरित करावयाची उत्पादने वा सेवा, गुणवत्तेची पातळी आणि कालमर्यादा यांचा स्पष्ट उल्लेख करणे (आवश्यकता भासल्यास नियोजनासाठी अतिरिक्त वेळ नमूद करणे)
- पैसे देण्याच्या अटी : विविध प्रकारचे शुल्क, कामाचे प्रमुख टप्पे, नियोजित तारखा आणि विलंब झाल्यास दंडाची तरतूद या बाबींचा समावेश करावा.
- कालमर्यादा आणि उत्पादन/सेवांचा स्वीकार : स्वीकारण्याची आणि नाकारण्याची प्रक्रिया आणि विलंबासाठीच्या तरतुदी यांचा उल्लेख करावा.
- बौद्धिक संपदा आणि गोपनीयता : मालकी हक्क आणि डाटा वा माहितीची सुरक्षितता यासंबंधी स्पष्टीकरण करा.
- दायित्व आणि नुकसानभरपाई : दायित्व मर्यादित ठेवा आणि नुकसान झाल्यास भरपाईची तरतूद करा.
- रद्दबातल करण्याचे कलम : करारातून बाहेर पडण्याचा हक्क आणि त्यासाठीच्या अटी नमूद करा.
- तंटे निर्मूलन : संबंधित कायदा, तंटा कोणत्या लवादाकडे सोपवायचा, त्याचे कार्यक्षेत्र यांचा स्पष्ट उल्लेख करा.
- अंमलबजावणी : करारावर अधिकृत, सक्षम प्रतिनिधींच्याच सहाय्या असायला हव्यात.
- फोर्स मॅज्युर (Force Majeure) कलमाचा करारात समावेश करा. यामुळे नियंत्रणापलीकडे असलेल्या स्थितीमुळे (उदा. नैसर्गिक आपत्ती) वस्तू वा सेवा यांच्या पुरवठ्यातील विलंबाची माहिती ग्राहकाला देता येते.
- आयात-निर्यातीशी संबंधित करार असेल, तर अतिरिक्त खबरदारी घ्यावी लागते.

प्रश्न १८ : आंतरराष्ट्रीय पातळीवर रकमेचा स्वीकार करताना वा वस्तूंची निर्यात करताना कोणत्या नियमांचे आणि निर्बंधांचे पालन करावयास हवे ?

उत्तर : आंतरराष्ट्रीय पातळीवर रकमेचा स्वीकार करताना वा निर्यात करताना काही नियमांचे पालन करावे लागते.:

- नियामक रचना : फॉरीन एक्स्चेंज मॅनेजमेंट एक्ट (FEMA), रिझर्व्ह बँक, कस्टम कायदा आणि परकीय व्यापार धोरण यांच्या मार्गदर्शक तत्वांचा अवलंब करा.
- निर्यातीसंबंधी कागदपत्रे : जहाज वाहतुकीचे बिल सादर करा. कस्टम वा सीमाशुल्क खात्याकडून निर्यातीची परवानगी घ्या.
- पैशाची परतपाठवणी : भारतातून निर्यात केल्यानंतर त्याबाबतचे पैसे ९ महिन्यांच्या आत मिळायला हवेत.
- पैसे मिळण्याचा पुरावा : इलेक्ट्रॉनिक बँक रिअलायझेशन सर्टिफिकेट (EBRC) निर्यातदार सादर करू शकतो. हे प्रमाणपत्र पैसे दिल्याचा पुरावा मानले जाते.
- जीएसटी पालन : निर्यातीच्या वेळी जीएसटी पूर्ण भरला असेल, तर निर्यातदार पूर्ण परतावा मागू शकतो. हा परतावा साधारणपणे लेटर ऑफ अंडरटेकिंग (LUT) द्वारा मागितला जातो.
- आरबीआय रिपोर्टिंग : रिझर्व्ह बँकेकडून प्रसृत झालेले निर्यातीबाबतचे तपशील निर्यातदाराच्या बँकेकडून तपासले जातात. मान्यताप्राप्त निर्यातदारांना ही सुविधा मिळते.

प्रश्न १९ : अधिकृत भांडवल आणि भरणा केलेले भांडवल यांच्यात काय फरक आहे, या भांडवलात केव्हा वाढ करता येते ?

उत्तर : अधिकृत भांडवल आणि भरणा केलेले भांडवल यांच्यातील फरक याप्रमाणे आहे :

निकष	अधिकृत भांडवल (Authorized Capital)	भरणा केलेले भांडवल (Paid-Up Capital)
अर्थ	कंपनीला कायदेशीरपणे उभे करता येणारे जास्तीत जास्त समभाग भांडवल (कंपनीच्या घटनापत्रात -MoA मध्ये नमूद केल्याप्रमाणे)	समभाग धारकांकडून प्रत्यक्षात मिळालेले पैसे
स्वरूप	एकप्रकारची मर्यादा	उद्योगात प्रत्यक्ष करण्यात आलेली गुंतवणूक
रक्कम	जास्त असू शकते	अधिकृत भांडवलापेक्षा नेहमीच कमी असते
उद्देश	निधी उभारणीची कंपनीची क्षमता दाखवणे	प्रत्यक्षातील वित्तीय स्थिती दाखवणे

प्रश्न २० : कारखान्याच्या परवान्याचे नूतनीकरण दरवर्षी करणे आवश्यक आहे का ?

उत्तर : कारखान्याच्या परवान्याचे नियमित नूतनीकरण करून घेणे बंधनकारक आहे. बहुतेक राज्यांमध्ये हे नूतनीकरण वार्षिक स्वरूपाचे आहे. काही राज्यांमध्ये या नूतनीकरणाची मुदत तीन ते पाच वर्षे आहे. परवान्याची मुदत संपण्यास ३० ते ६० दिवस बाकी असताना तुम्ही नूतनीकरणासाठी अर्ज केला पाहिजे. हा अर्ज कारखाना महानिरीक्षक वा औद्योगिक सुरक्षा आणि आरोग्य संचालनालयाकडे करता येतो. कारखान्यातील यंत्रसामग्रीत झालेले बदल, कामगारांची संख्या, कारखान्याची रचना, उत्पादनाची प्रक्रिया या माहितीचा अर्जात समावेश असतो. प्रदूषण नियंत्रण मंडळाची संमती, अग्नि सुरक्षा प्रमाणपत्र, बॉयलर/वीज सुरक्षा प्रमाणपत्र ही कागदपत्रेही सादर करावी लागतात. नूतनीकरण शुल्क भरावे लागते.

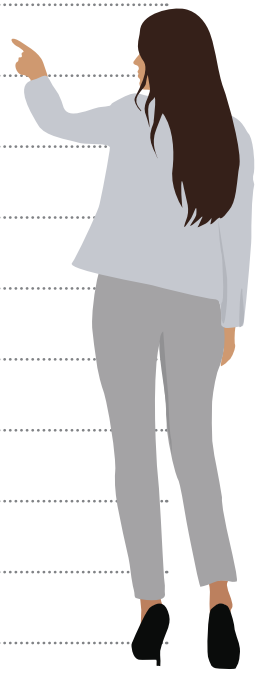
प्रश्न २१ : एमएसएमइ उद्योगांना विम्याची गरज भासते का, कोणत्या स्वरूपाचा विमा त्यांच्यासाठी आवश्यक असतो ?

उत्तर : सूक्ष्म, लहान आणि मध्यम (एमएसएमइ) उद्योगांना विमा संरक्षण असणे आवश्यक आहे. त्यामुळे उद्योगाचे, कर्मचाऱ्यांचे, मालमत्तेचे आणि दायित्वाचे रक्षण होते. बहुतेक विमा तरतुदी या कायद्याने बंधनकारक नाहीत. मात्र, काही प्रकारच्या विमा तरतुदींचे पालन करावेच लागते. या तरतुदी याप्रमाणे आहेत :

- कर्मचारी भरपाई विमा : कारखान्यातील कर्मचारी कामाच्या ठिकाणी जखमी वा मृत झाल्यास या विम्यानुसार भरपाई द्यावी लागते.
- वाहन विमा : व्यावसायिक वाहनांसाठी हा विमा लागू होतो.
- सार्वजनिक दायित्व विमा : धोकादायक पदार्थांची हाताळणी करणाऱ्या कारखान्यांना हा विमा लागू होतो.



सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

A large writing area enclosed by a scalloped orange border. The interior of the border is filled with horizontal dotted lines, providing a guide for writing. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page.



सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांसाठी शासकीय योजना

प्रश्न १ : विविध उद्योगांसाठी असणाऱ्या विविध सरकारी योजनांची माहिती मला कशी मिळवता येईल ?

उत्तर : सरकारी योजनांची माहिती मिळवण्यासाठी तुम्ही केंद्र सरकारच्या पोर्टल्सना भेट देऊ शकता. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग (एमएसएमइ) मंत्रालयाची वेबसाइट msme.gov.in द्वारे तुम्हाला सूक्ष्म, लघु उद्योगांसाठी असणाऱ्या सरकारी योजनांची माहिती मिळू शकते. startupindia.gov.in या वेबसाइटद्वारा स्टार्टअप उद्योगांना मिळणारे सरकारी लाभ, निधी आणि कर सवलती यांची माहिती मिळते. राज्य सरकारच्या उद्योग अथवा सूक्ष्म, लघु खात्याची वेबसाइटही तुमच्यासाठी उपयुक्त ठरू शकते. प्रत्येक जिल्ह्याच्या ठिकाणी असणाऱ्या जिल्हा उद्योग केंद्राशीही तुम्ही संपर्क साधू शकता. या केंद्रातून संबंधित राज्य सरकारच्या उद्योगांसंबंधी विविध योजना आणि अर्थसहाय्य उपक्रम (सबसिडीज) याबद्दल मार्गदर्शन केले जाते.

प्रश्न २ : PMEGP, CMEGP आणि स्टँड अप इंडिया यामध्ये काय फरक आहे ? यापैकी कोणत्या योजनेसाठी मी अर्ज केला पाहिजे ?

उत्तर : PMEGP, CMEGP आणि स्टँड अप इंडिया यामधील फरक याप्रमाणे आहे :

योजना	पंतप्रधान रोजगार निर्मिती योजना (PMEGP)	मुख्यमंत्री रोजगार निर्मिती योजना (CMEGP)	स्टँड-अप इंडिया (सध्या ही योजना स्थगित ठेवण्यात आली आहे. ती लवकरच पुन्हा सुरू करण्यात येईल, असे अर्थमंत्र्यांनी म्हटले आहे.)
योजना कोणासाठी आहे ?	देशभरातील नव्या उद्योगांसाठी	महाराष्ट्रातील नव्या उद्योजकांसाठी	अनुसूचित जाती/जमाती आणि महिला उद्योगांसाठी प्रणीत
निधी उपब्धता	१५ ते २५ टक्के अनुदान, २५ लाख रुपयांपर्यंतचे कर्ज (उत्पादन/ सेवा क्षेत्रासाठी)	२५ ते ३५ टक्के अनुदान, २५ लाखांपर्यंतचे कर्ज (उत्पादन/ सेवा क्षेत्रासाठी)	१० लाख ते १ कोटी रुपये कर्ज (अनुदान नाही)
कोणासाठी सर्वात चांगले?	अनुदानाची गरज असलेल्या लघु उद्योगांसाठी	अनुदानाचा लाभ घेऊन महाराष्ट्रात नवा उद्योग सुरू करणाऱ्यांसाठी (कर्जफेडीच्या तिसऱ्या वर्षाअखेर अनुदानाचा लाभ मिळतो)	मोठ्या निधीची गरज असणारे आणि अविकसित जमिनीवर सुरू केलेल्या प्रकल्पांसाठी

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 २५% प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ३ : सर्व प्रकारच्या योजनांसाठी अर्ज करताना कोणत्या प्रकारची कागदपत्रे बंधनकारक असतात ?

उत्तर : सर्व योजनांसाठी बंधनकारक असलेली कागदपत्रे याप्रमाणे आहेत :

- ओळख आणि पत्त्याचा पुरावा : आधार, पॅन, मतदार पत्र/ पारपत्र/ वाहन चालविण्याचा परवाना
- शैक्षणिक पुरावा : शैक्षणिक पात्रतेची प्रमाणपत्रे
- वर्गवारीचे पुरावे (लागू होत असल्यास) : जातीचे प्रमाणपत्र (अनसूचित जाती/जमाती/ इतर मागासवर्गीय), प्राप्तिकर प्रमाणपत्र (आर्थिक दुर्बल घटकांसाठी), अपंग असल्यास त्याबाबतचे प्रमाणपत्र
- व्यवसायाच्या नोंदणीची कागदपत्रे : उद्यम/ सूक्ष्म आणि लघु नोंदणी, सविस्तर प्रकल्प अहवाल, पुरवठादाराचे दरपत्रक, बँकखात्याचा तपशील, उद्योगाच्या नोंदणीबाबतची कागदपत्रे
- जागेचा पुरावा : मालकीसंबंधीची कागदपत्रे, मालकाच्या ना हरकत प्रमाणपत्रासह भाडेकरार
- पूरक कागदपत्रे : जीएसटी नोंदणी, व्यापार परवाना, प्रशिक्षण प्रमाणपत्रे, छायाचित्रे, स्वघोषणापत्र

प्रश्न ४ : मी अर्ज केल्यानंतर साधारणपणे किती दिवसांत सरकारी योजनेची मंजूरी आणि निधी मिळतो ?

उत्तर : सरकारी कर्ज आणि अनुदान मिळण्याचा कालावधी प्रत्येक योजनेनुसार आणि संस्थेनुसार वेगळा असतो. हा कालावधी साधारणपणे याप्रमाणे असतो :

टप्पा	लागणारा वेळ
अर्जाची छाननी	१५ ते ३० दिवस
प्रकल्पाचे मूल्यांकन	३० ते ४५ दिवस
अंतिम मंजूरी	३० ते ६० दिवस
मंजूरीसाठीचा एकूण वेळ	साधारणपणे २ ते ४ महिने
निधीच्या पहिल्या हप्त्याचे वितरण	मंजूरीनंतर १५ ते ३० दिवसांनी (योजनेच्या स्वरूपावर अवलंबून)
पूर्ण निधीचे वितरण	४ ते ८ महिने (प्रकल्पाच्या प्रगतीवर अवलंबून)

प्रश्न ५ : माझा कर्जासाठीचा वा अनुदानासाठीचा अर्ज नाकारला गेल्यास, मी पुन्हा अर्ज करू शकतो का ?

उत्तर : अर्ज नाकारल्यानंतरही आवश्यक सुधारणा केल्यानंतर तुम्ही पुन्हा अर्ज करू शकता.

- अर्ज नाकारला जाण्याची कारणे कोणती आहेत ते बँकेला वा संबंधित संस्थेला विचारून घ्या. अपुरी कागदपत्रे, कमकुवत प्रकल्प अहवाल, कर्जाबाबतचे प्रश्न अशा स्वरूपाची कारणे नकारामागे असू शकतात.
- प्रश्न सोडवा : राहिलेली कागदपत्रे सादर करा, तपशीलवार प्रकल्प अहवालात सुधारणा करा, पतमानांकन निश्चित करून घ्या, आवश्यकता भासल्यास जामीनदाराचे नाव अर्जात समाविष्ट करा.
- नव्याने अर्ज सादर करा. त्यात आधीच्या अर्जात कोणत्या सुधारणा केल्या आहेत हे नमूद करा.
- काही योजनांसाठी ताबडतोब फेरअर्ज करावा लागतो. काही योजनांसाठी ३ ते ६ महिन्यांच्या कालावधीनंतर अर्ज करावा लागतो.
- तुम्ही वेगळ्या बँकेकडे अर्ज करू शकता. पर्यायी योजनेसाठीही तुम्हाला अर्ज करता येईल.

प्रश्न ६ : एखाद्या योजनेसाठी केलेल्या अर्जाला मंजुरी मिळावी यासाठी मला काय करता येईल ?

उत्तर : एखाद्या योजनेसाठी केलेला अर्ज मंजूर होण्याची शक्यता याप्रमाणे वाढवता येईल :

- पात्रतेच्या कसोट्या काळजीपूर्वक तपासा : योजनेतील निकषांची पूर्तता तुमच्या उद्योगाकडून होईल, याची खबरदारी घ्या.
- प्रकल्पाचा परिणामकारक तपशीलवार अहवाल तयार करा : या अहवालात वस्तुस्थिती स्पष्ट करणारी आकडेवारी, बाजारपेठेचे विश्लेषण आणि योग्य नियोजन यांचा समावेश असावा.
- सर्व कागदपत्रे सादर करा : कागदपत्रांमध्ये अपूर्णता नको. तपशिलांमध्ये विसंगती नको.
- चांगले पतमानांकन ठेवा : ६५० पेक्षा जास्त पतमानांकन असणे चांगले, बँकेच्या नोंदीही स्पष्ट, स्वच्छ असाव्यात.
- आवश्यक प्रशिक्षण घ्या : EDP- उद्योजकता विकास कार्यक्रम, RSETI- ग्रामीण स्वयंरोजगार प्रशिक्षण संस्थेचा अभ्यासक्रम तुम्ही करू शकता. पंतप्रधान रोजगार हमी योजनेतील सहभागासाठी हे प्रशिक्षण उपयुक्त ठरते.
- पुरावे द्या : दरपत्रके, ग्राहकांच्या मागणीबाबतचे पुरावे, प्रमाणपत्रे सादर करा
- माहिती देणे : तुमच्याकडे माहितीबाबत विचारणा केल्यास ती ताबडतोब उपलब्ध करा.
- तुमचे आकलन स्पष्ट करा : तुमचे उद्योगाबाबतचे ज्ञान हे मुलाखतीमधून आणि तुमच्या उद्योगाला भेट देणाऱ्या सरकारी प्रतिनिधींशी होणाऱ्या चर्चेतून स्पष्ट झाले पाहिजे.

प्रश्न ७ : मालकी हक्क ते खाजगी मर्यादित कंपनी असा उद्योग रचनेत बदल केल्यास मला सरकारी योजनेतून मिळणाऱ्या फायद्यांचेही हस्तांतरण करता येते का ?

उत्तर : तुम्ही जर तुमच्या उद्योगाची रचना बदलली, तर तुम्हाला मिळणारे योजनेचे फायदे आपोआप हस्तांतरित होत नाहीत. याचे कारण म्हणजे कर्ज आणि अनुदान ही कायद्याने स्थापन झालेल्या विशिष्ट संस्थेला दिलेली असतात. वैयक्तिक मालकीचे रूपांतर भागीदारी, एलएलपी वा खाजगी कंपनीत केल्याने नवी संस्था अस्तित्वात येते. या संस्थेकडे आधीच्या रचनेत मिळणारे फायदे आपोआप वा स्वयंचलित पद्धतीने हस्तांतरित होत नाहीत. यासंदर्भात उपलब्ध पर्याय याप्रमाणे आहेत :

- बँकेकडे कर्ज हस्तांतरणाची मागणी करणे. उद्योगाचा प्रवर्तक कायम राहात असेल, प्रकल्पात कोणतेही बदल न होता तो चालू राहणार असेल आणि नवी संस्था कर्जाबाबतच्या तरतुदींची पूर्तता करत असेल, तर ही मागणी मान्य होऊ शकते. ही मागणी मान्य करणे ही बँकेच्या अखत्यारीतील बाब असते.
- तुम्ही सध्या असलेले कर्ज फेडू शकता आणि नव्या संस्थेच्या नावावर नव्याने कर्ज घेऊ शकता. योजनेचा लॉक-इन कालावधी ३ ते ५ वर्षांचा असेल, आणि तो पूर्ण झालेला नसेल, तर उद्योग रचनेतील बदलामुळे मिळालेले अनुदान परत करावे लागू शकते. हे अनुदान चालू राहण्यासाठी पूर्वपरवानगी आवश्यक असते.

प्रश्न ८ : प्रत्येक मुद्रा वर्गवारीनुसार कर्जाची जास्तीत जास्त मर्यादा किती असते ?

उत्तर : मुद्रा (मायक्रो युनिट्स डेव्हलपमेंट एन्ड रिफायनान्स एजन्सी) कर्ज हे सूक्ष्म उद्योगांना दिले जाणारे तारणरहित कर्ज आहे. या कर्जाच्या तीन वर्गवारी आहेत. उद्योगाचा टप्पा आणि निधीच्या गरजा यावर आधारित ही वर्गवारी आहे.

- शिशू कर्ज (५० हजार रुपयांपर्यंत) : सुरुवातीच्या टप्प्यातील उद्योगांना हे कर्ज दिले जाते. उदाहरणार्थ, घरगुती उद्योग, रस्त्यांवरील विक्रेते आणि लहान सेवा पुरवठादार. या घटकांना उद्योगाची प्राथमिक घडी बसवण्यासाठी, उपकरणांसाठी वा खेळत्या भांडवलासाठी शिशू कर्ज उपलब्ध केले जाते.
- किशोर कर्ज (५० हजार ते ५ लाखांपर्यंत) : प्रस्थापित झालेल्या उद्योगांना वाढीसाठी वा विस्तारासाठी हे कर्ज दिले जाते. उदाहरणार्थ, मालाच्या वाढीव साठ्यासाठी, यंत्रसामग्रीत सुधारणा करण्यासाठी.
- तरुण कर्ज (५ ते १० लाख रुपये) : सुस्थापित उद्योगांच्या गरजा भागविण्यासाठी हे कर्ज दिले जाते. उद्योगाच्या व्यापक विस्तारासाठी, त्यात वैविध्य आणण्यासाठी या कर्जाचा वापर केला जातो. बँकेच्या म्हणण्यानुसार या कर्जाकरता तारणाची गरज भासू शकते.
- तरुण प्लस कर्ज योजना - ० ते २० लाख रुपये.
- मुदत तरुण योजनेतील कर्ज फेडलेल्या उद्योगांसाठी उपलब्ध आहे.

प्रश्न ९ : स्टार्ट अप इंडिया नोंदणीनुसार DPIIT मंजूरी म्हणजे काय ?

उत्तर : DPIIT- डिपार्टमेंट फॉर प्रमोशन ऑफ इंडस्ट्री एन्ड इंटरनल ट्रेड म्हणजेच उद्योग आणि अंतर्गत व्यापार प्रोत्साहन खात्याची मंजूरी म्हणजे स्टार्टअप दर्जाला दिलेली अधिकृत मान्यता असे मानले जाते. केंद्र सरकारच्या स्टार्टअप इंडिया उपक्रमांतर्गत ही मंजूरी दिली जाते.

या मंजूरीसाठी पुढीलप्रमाणे निकष असतात :

- संबंधित संस्था ही खाजगी मर्यादित कंपनी, एलएलपी वा भागीदारी संस्था असली पाहिजे.
- संस्थेची स्थापना भारतात झालेली असली पाहिजे. स्थापना होऊन १० वर्षांपेक्षा कमी काळ झालेला असावा.
- तिची वार्षिक उलाढाल १०० कोटीपेक्षा कमी असावी.
- संस्था नावीन्यपूर्ण कल्पनेवर काम करणारी असावी वा तंत्रज्ञानाधारित उत्पादन वा सेवा देणारी असावी.
- प्रमुख फायदे :
 - प्राप्तिकर खात्याच्या 80-IAC कलमानुसार तीन वर्षांसाठी प्राप्तिकर आकारणीतून सूट
 - निवडक कामगार आणि पर्यावरण कायद्यांनुसार स्वयंप्रमाणपत्राची परवानगी
 - पेटंट प्रक्रियेतील शुल्क आकारणीत ८० टक्के सूट
 - सरकारी निविदांसाठी सुलभ प्रक्रिया
 - स्टार्टअप इंडिया सीड फंडासाठी पात्र (५० लाख रुपयांपर्यंत निधी)
 - सहाय्य करणाऱ्या संस्था, मार्गदर्शक आणि व्यावसायिक संबंधांतून मदत

प्रश्न १० : मागासवर्गीय जाती/जमाती/महिला/ दिव्यांग उद्योजकांसाठी स्वतंत्र योजना आहेत का ? त्यांना जास्त अनुदान मिळू शकते का ?

उत्तर : अनुसूचित जाती/जमाती/ इतर मागासवर्गीय/ अल्पसंख्याक/ महिला/ दिव्यांग/ माजी सैनिक या विशेष वर्गवारीमधील उद्योजकांना वाढीव अनुदान, प्राधान्य आणि समर्पित भावनेने मदत अनेक सरकारी योजनांद्वारा केली जाते.

- वाढीव अनुदान (PMEGP अंतर्गत) : पात्र लाभार्थी उद्योजकांना पंतप्रधान रोजगार निर्मिती योजनेअंतर्गत शहरी भागांसाठी २५ टक्के, तर ग्रामीण भागांसाठी ३५ टक्के अनुदान मिळते. सर्वसाधारण वर्गवारीतील उद्योजकांना मिळणाऱ्या अनुदानापेक्षा हे अनुदान जास्त आहे.
- राष्ट्रीय अनुसूचित जाती/जमाती केंद्र : खरेदीसाठी मदत आणि बाजारपेठेत प्रवेश मिळवून देणे
- TREAD योजना : ट्रेड रिलेटेड आंत्रप्रेनरशिप असिस्टन्स एन्ड डेव्हलपमेंट- ट्रेड योजनेअंतर्गत महिला उद्योजकांना प्रशिक्षण, समुपदेशन आणि प्रकल्पासाठी स्वयंसेवी संस्थांमार्फत निधी उपलब्ध करून दिला जातो.
- ASPIRE योजना : ए स्कीम फॉर प्रमोशन ऑफ इनोव्हेशन, रुरल इंडस्ट्री एन्ड आंत्रप्रेनरशिप - योजनेद्वारे नव्या कल्पना आणि शेतीआधारित उद्योगांना मदत केली जाते.
- सरकारी खरेदीचे लाभ : अनुसूचित जाती/ जमातीतील सूक्ष्म आणि लघू उद्योजकांसाठी ४ टक्के आरक्षण, महिला उद्योजकांसाठी ३ टक्के आरक्षण

प्रश्न ११ : सविस्तर प्रकल्प अहवाल (DPR) म्हणजे काय ? हा अहवाल मला कसा लिहिता येईल ?

उत्तर : सविस्तर प्रकल्प अहवाल (DPR) म्हणजे सूनियोजित इलेक्ट्रॉनिक दस्तावेज असतो. त्यामध्ये तुमच्या उद्योगाची संकल्पना, व्यवहार्यता, आर्थिक क्षमता आणि कार्यवाहीचे नियोजन यांचा समावेश असतो. सरकारी योजना आणि बँकांची कर्जे यासाठी DPR हा अत्यंत महत्त्वाचा असतो. प्रामुख्याने या अहवालाच्या गुणवत्तेआधारेच तुमच्या प्रकल्पाला मंजुरी मिळते. चांगल्या DPR मध्ये पूढील घटक समाविष्ट असतात :

- कार्यकारी सारांश
- प्रवर्तकाची माहिती
- उत्पादन / सेवेचा तपशील
- बाजारपेठेचे विश्लेषण
- तांत्रिक तपशील
- प्रकल्पाचा खर्च आणि वित्तपुरवठा
- आर्थिक अंदाज
- अंमलबजावणीचे वेळापत्रक
- संभाव्य धोक्यांचे विश्लेषण

सविस्तर प्रकल्प अहवालातील भाषा स्पष्ट असावी, अंदाज वास्तवास अनुसरून असावेत आणि मांडणीला माहितीचा आधार दिलेला असावा.

प्रश्न १२ : माझ्या उद्योगाची नोंदणी एका राज्यात झाली आहे, पण मला दुसऱ्या राज्यात काम करायचे आहे, तर मला कोणत्या राज्याच्या योजना लागू होतील ?

उत्तर : मुद्रा, PMEGP-पंतप्रधान रोजगार निर्मिती योजना आणि CGTSM- क्रेडिट गॅरंटी फंड ट्रस्ट फॉर मायक्रो एन्ड स्मॉल एन्टरप्रायझेस या योजना अखिल भारतीय स्वरूपाच्या आहेत. त्यांचा लाभ कोणत्याही राज्यात घेता येतो. तुमच्या उद्योगाची स्थापना ज्या राज्यात झाली आहे त्या राज्यातील बँक वा संस्थेमार्फत तुम्हाला या योजनांकरता अर्ज करता येतो. याउलट राज्य सरकारच्या ज्या योजना (मांडवलावर वा व्याजावर अनुदान, सवलती) त्या राज्यात उद्योगाची स्थापना करण्यात आली असेल, तरच लागू होतात. तुम्ही जर एकापेक्षा अधिक राज्यांमध्ये कार्यवाही करत असाल, तर तुमच्या उद्योगाचा प्रत्येक पात्र विभाग तो ज्या राज्यात आहे तेथील योजनांचा लाभ घेऊ शकतो. नियमानुसार हा लाभ त्याला एकदाच घेता येतो.

प्रश्न १३ : सरकारी योजनांचा लाभ घेतल्यानंतर उपयोगिता प्रमाणपत्र वा लेखापरीक्षण अहवाल सादर करणे माझ्यासाठी आवश्यक आहे का ? नियमपालनाच्या तरतुदी काय आहेत ?

उत्तर : सरकारी योजनांचा लाभ घेतल्यानंतर नियमपालन याप्रमाणे करता येईल :

- उपयोगिता प्रमाणपत्रे : उपलब्ध निधीचा वापर कसा झाला हे स्पष्ट करणारा अहवाल, कागदपत्रे तीन महिन्यांनी/ वर्षाने सादर करा. यामध्ये बिले तसेच काही वेळा लेखापालांनी प्रमाणित केलेल्या कागदपत्रांचा समावेश होतो.
- लेखापरीक्षण झालेले वित्तीय विवरण : मोठ्या प्रमाणात कर्जे वा अनुदाने घेतली असतील, तर हे विवरण दर वर्षी सादर करणे आवश्यक असते.
- प्रगती अहवाल : उद्योगाची कार्यवाही, विक्री आणि रोजगार यासंबंधी अद्ययावत माहिती ठराविक कालाने सादर करावी लागते.
- तपासणी : बँका वा इतर संस्थामार्फत तुमच्या उद्योगाची प्रत्यक्ष पाहणी केली जाऊ शकते. या पाहणीतून मालमतेचा वापर कसा केला जातो आणि उद्योगाची कार्यवाही कशी होत आहे, याची तपासणी केली जाते.
- लक्ष ठेवण्याचा काळ : पहिली २ ते ३ वर्षे काटेकोरपणे उद्योगावर लक्ष ठेवले जाते. लॉक-इन कालावधी संपेपर्यंत ही प्रक्रिया चालू राहते.

नियमपालन केले नाही, तर तुम्हाला दिलेले अनुदान व्याजासह परत घेतले जाऊ शकते, तुम्हाला दिलेल्या कर्जाची सर्व रक्कम परत मागितली जाऊ शकते, प्रसंगी कायदेशीर कारवाईही होऊ शकते.

प्रश्न १४ : सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना असणाऱ्या करसवलती आणि अंशिक परताव्याचा लाभ कसा घेता येईल ?

उत्तर : प्राप्तिकर आणि वस्तू व सेवा कायदांतर्गत (GST) सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना अनेक प्रकारच्या करसवलती मिळू शकतात. या सवलती याप्रमाणे आहेत :

- उद्यम नोंदणी : सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना मिळणाऱ्या लाभांसाठी पात्र ठरण्याकरता प्रथम उद्यम पोर्टलवर नोंदणी करावी लागते.
अ. अनुमानित करआकारणी (Sec 44AD) : दोन कोटी रुपयांपर्यंत उलाढाल असणाऱ्या पात्र उद्योगांना या स्वरुपाच्या करआकारणीचा लाभ घेता येतो. त्यांना उलाढालीच्या ८ टक्के एवढा नफा जाहीर करता येतो. (डिजिटल पावतीसाठी ६ टक्के नफा जाहीर करता येतो). यामुळे या उद्योगांना नियमपालनाच्या कमी अटींचे पालन करावे लागते.
ब. GST कंपोझिशन योजना: दीड कोटी रुपयांपर्यंत उलाढाल असणारे उद्योग या योजनेचा लाभ घेऊ शकतात. ते कमी टक्केवारीने करभरणा करू शकतात. यामुळे या उद्योगांना नियमपालन करणे सुलभ जाते ; तसेच तपशीलवार विवरणपत्रे सादर करावी लागत नाहीत.
क. कर्मचारी वजावट (Sec 80JJA): निर्धारित अटींचे पालन केल्यास उद्योगांना अतिरिक्त कर्मचाऱ्यांवरील खर्चाच्या ३० टक्के इतकी कर वजावट सलग तीन वर्षांसाठी मिळू शकते
ड. स्टार्टअप टॅक्स हॉलिडे : DPIIT ने नोंदणी केलेल्या स्टार्टअप्सना ३ वर्षे करआकारणीतून सवलत मिळू शकते.
इ. नियमपालन करा : योग्य नोंदी ठेवा. प्राप्तिकर खाते, GST रिटर्नस वेळेवर भरा.

प्रश्न १५ : योजनेच्या अंमलबजावणीत विलंब होत असल्यास वा इतर अडचणी आल्यास मी माझ्या तक्रारी कोठे दाखल कराव्यात ?

उत्तर : विलंब वा इतर अडचणींसाठी तुम्ही तुमच्या तक्रारी याठिकाणी नोंदवू शकता :

- बँक - शाखा व्यवस्थापकाकडे तुमचे म्हणणे मांडू शकता. तेथे दाद न लागल्यास विभागीय कार्यालयात तक्रार करू शकता. मुद्रा आणि इतर काही योजनांसंदर्भात बँकेच्या तक्रार निवारण अधिकाऱ्याशी संपर्क साधू शकता.
- कार्यवाही करणारी संस्था : योजना ज्या यंत्रणेमार्फत अमलात आणली जाते तिच्याशी संपर्क साधू शकता. उदाहरणार्थ, KVIC -खादी एन्ड व्हिलेज इंडस्ट्रीज कमिशन, SIDBI-स्मॉल इंडस्ट्रीज डेव्हलपमेंट बँक ऑफ इंडिया, कॉयबोर्ड.
- जिल्हा उद्योग केंद्र : जिल्हा पातळीवर या केंद्रामार्फत तुम्हाला तक्रार दाखल करता येते.
- ऑनलाइन पोर्टलवर तक्रार करा : CPGRAMS- सॅन्ट्रलाइज्ड पब्लिक ग्रीव्हन्स रिड्रेस एन्ड मॉनिटरिंग सिस्टम -केंद्र सरकारच्या योजनेबाबतच्या तक्रारींसाठी
- सूक्ष्म आणि लघु चॅपियन्स पोर्टल- सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसंबंधीच्या तक्रारींसाठी

प्रश्न १६ : MSE-GIFT- एमएसइ-गिफ्ट आणि MSE-SPICE-एमएसइ-स्पाइस या योजनांचे स्वरुप काय आहे ?

उत्तर : MSE-GIFT- एमएसइ-गिफ्ट आणि MSE-SPICE-एमएसइ-स्पाइस या दोन विशेष उपयोजना असून, त्यांची सुरुवात डिसेंबर २०२३ मध्ये करण्यात आली. RAMP - रेडिंग एन्ड एक्सलरेटिंग सूक्ष्म आणि लघु परफॉर्मन्स या कार्यक्रमांतर्गत या उपयोजना सुरू करण्यात आल्या आहेत. त्यांचा उद्देश देशातील सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांची टिकण्याची क्षमता वाढवणे हा आहे.

योजना	मुख्य आधारभूत तत्त्वे	मुख्य भर कशावर ?
एमएसइ-गिफ्ट (MSE-GIFT) (ग्रीन इनव्हेस्टमेंट एन्ड फायनान्सिंग फॉर ट्रान्सफॉर्मेशन)	२ कोटी रुपयांपर्यंतच्या कर्जावर वर्षाला ५ टक्क्यांपर्यंत व्याज अनुदान,पतहमीसाठी मदत आणि जागृती कार्यक्रम	सौरउर्जेचा स्वीकार, प्रदूषण नियंत्रणाचे उपाय, विद्युत वाहने, उर्जेचा कार्यक्षम वापर करणारे तंत्रज्ञान
एमएसइ-स्पाइस (MSE-SPICE) (स्कीम फॉर प्रमोशन एन्ड इनव्हेस्टमेंट इन सक्च्युरल इकॉनॉमी)	प्रकल्प आणि यंत्रसामग्रीकरता २५ टक्के भांडवली अनुदान (५० लाख मर्यादेपर्यंत), क्षमतावाढीसाठी मदत	फेरवापर, कचऱ्याचे व्यवस्थापन, प्लॅस्टिक, रबर, ई-कचरा यासारख्या घटकांचा कच्चा माल म्हणून उपयोग करण्याचा प्रयत्न

प्रश्न १७ : स्टार्टअप इंडिया म्हणजे काय, त्याचे लाभ कसे घ्यायचे ?

उत्तर : स्टार्टअप इंडिया हा भारत सरकारने २०१६ या वर्षी सुरु केलेला उपक्रम आहे. नाविन्याला चालना देणे, उद्योजकतेला प्रोत्साहन देणे, स्टार्टअपची वाढ करणे हे या उपक्रमाचे प्रमुख उद्देश आहेत. करसवलती, निधीची मदत आणि नियमपालनातून सूट याद्वारे हे उद्देश साध्य करण्याचा प्रयत्न केला जातो. या उपक्रमातून मिळणारे प्रमुख लाभ याप्रमाणे :

- DPIITची मंजूरी असलेल्या उद्योगांना ३ वर्षांसाठी करसवलत
- निवडक कामगार आणि पर्यावरण विषयक कायद्यांनुसार स्व प्रमाणपत्राची सुविधा
- IPR (इंटेलेक्च्युअल प्रॉपर्टी राइट्स) लाभ : पेटंटसाठी केलेल्या अर्जासाठीच्या शुल्काचा ८० टक्के परतावा, जलद गतीने प्रक्रिया
- निधीची मदत : नव्या संकल्पनेचा पुरावा वा प्रारुप सादर केल्यानंतर स्टार्टअप इंडिया सीड फंडाकडून २० लाख रुपयांपर्यंतचे अनुदान, परिवर्तनीय कर्जरोखे तसेच इतर कर्ज साधनांद्वारा उद्योगाच्या वाढीसाठी ५० लाखांपर्यंत मदत, फंड ऑफ फंडस फॉर स्टार्टअप्सकडून अप्रत्यक्ष मालकी हक्कांच्या बदल्यात (इक्विटी) निधी, सेबीमध्ये नोंदणी केलेल्या पर्यायी गुंतवणूक निधीमधून हा निधी दिला जातो. थेट कर्ज वा अनुदान असे त्याचे स्वरूप नसते.
- उलाढालीसंबंधीच्या नियमनातून सूट, सरकारी निविदांसाठी बयाणा रक्कम देण्यात सवलत, नियमपालनाच्या सुलभ तरतुदी
- स्टार्टअप इंडिया योजनेच्या लाभासाठी याप्रमाणे पावले उचलावीत :
 - तुमच्या उद्योगाची खाजगी मर्यादित कंपनी, एलएलपी वा भागीदारी म्हणून नोंद करा.
 - DPIIT ची मंजूरी मिळण्यासाठी स्टार्टअप इंडिया पोर्टलवर अर्ज करा.
 - आवश्यक कागदपत्रे आणि नाविन्यपूर्ण संकल्पनेचे तपशील सादर करा.
 - साधारणपणे २ ते ४ चार आठवड्यांत तुमचा अर्ज मंजूर होतो. मंजूरी मिळाल्यानंतर संबंधित अधिकाऱ्यांकडे लाभ मिळण्यासाठी मागणी करा.

प्रश्न १८ : ZED- झेड प्रमाणपत्राची सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना कशी मदत होते ?

उत्तर : ZED (झिरो डिफेक्ट झिरो इफेक्ट) प्रमाणपत्र हे सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठी दिलेले गुणवत्ता आणि पर्यावरण विषयक प्रमाणपत्र आहे. सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग मंत्रालयाच्या अखत्यारीत काम करणाऱ्या क्वालिटी कॉन्सिल ऑफ इंडिया या राष्ट्रीय संस्थेतर्फे ते दिले जाते. त्याचे प्रमुख लाभ याप्रमाणे आहेत :

- उत्पादनाची गुणवत्ता आणि कार्यवाहीच्या क्षमतेत वाढ दर्शविणारे प्रमाणपत्र
- दोष, मालावर क्रिया करताना वाया जाण्याचे प्रमाण आणि खर्च कमी करण्याचा उद्देश
- विश्वासार्हतेत वाढ होते, जागतिक स्पर्धात्मकता वाढते
- सरकारी खरेदीत प्राधान्य मिळते
- प्रमाणपत्राच्या खर्चावर सरकारी अनुदान :सूक्ष्म उद्योगांना ८० टक्के, लघु उद्योगांना ६० टक्के आणि मध्यम उद्योगांना ५० टक्के खर्चाची परतफेड (reimbursement) सरकारी अनुदानाद्वारे मिळते. महिला / अनुसूचित जाती-जमाती मालकीच्या उद्योगांना तसेच काही विशेष क्षेत्रांतील उद्योगांना अतिरिक्त अनुदानाचा लाभ मिळू शकतो.

प्रश्न १९ : उत्पादनाशी निगडित लाभ (PLI) योजनेचा उत्पादकांना कसा लाभ होतो ?

उत्तर : PLI-(प्रॉडक्शन लिंकड इन्सॅटिव्ह) योजनेद्वारा मेक इन इंडिया अंतर्गत प्राधान्य देण्यात आलेल्या क्षेत्रांमध्ये देशांतर्गत उत्पादन वाढविण्यासाठी उत्पादकांना लाभ देण्यात येतात. हे लाभ याप्रमाणे आहेत :

- आर्थिक लाभ : आधारभूत वर्षाच्या तुलनेत झालेल्या वाढीव विक्रीसाठी ४ ते २० टक्क्यांपर्यंत लाभ ४ ते ७ वर्षांपर्यंत मिळू शकतात.
- उत्पादन आणि विस्ताराला प्रोत्साहन : अधिक उत्पादनासाठी, स्पर्धात्मकतेसाठी आणि देशांतर्गत उत्पादनासाठी प्रोत्साहन दिले जाते.
- अनेक क्षेत्रांचा समावेश : इलेक्ट्रॉनिक्स (मोबाइल आणि त्याच्या भागांचे उत्पादन), औषधे (औषधांचे ठोक उत्पादन, मिश्रण करून केलेली औषधे), वैद्यकीय साधने, ऑटोमोबाइल्स आणि ऑटो पार्ट्स, टेलिकॉम आणि नेटवर्किंग उत्पादने, वस्त्रोद्योग (एमएमएफ आणि टेक्निकल), अन्न प्रक्रिया, ग्राहकांयोग्य वस्तू, उच्च क्षमतेचे सौरऊर्जा मॉड्यूलस, अतिप्रगत रासायनिक सेलवर चालणाऱ्या बॅटऱ्या, ड्रोन आणि ड्रोनचे घटक, विशिष्ट प्रकारचे पोलाद

यासारख्या विविध क्षेत्रांचा समावेश PLI मध्ये करण्यात आला आहे. सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांकडून तसेच मोठ्या उद्योगांकडूनही या क्षेत्रांमध्ये उत्पादन केले जाते. लाभ मिळण्यासाठी उत्पादन देशातच होणे बंधनकारक आहे. उद्योगांनी किमान भांडवली गुंतवणूक करून विक्रीची उद्दिष्टे गाठणे अपेक्षित आहे.

- किमान गुंतवणूक आवश्यक : विभागानुसार आणि उद्योगाच्या आकारमानानुसार आवश्यक गुंतवणुकीचे प्रमाण वेगवेगळे असते. ड्रोन निर्मितीसारख्या सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठी २ ते ५ कोटी ते १०० कोटी रुपयांपर्यंत गुंतवणूक आवश्यक ठरू शकते. इलेक्ट्रॉनिक्स, सौरऊर्जा आणि बॅटरी यासारख्या मोठी भांडवली गुंतवणूक लागणाऱ्या उद्योगांसाठी आवश्यक गुंतवणूक १००० कोटीपर्यंतही असू शकते. गुंतवणूक वाढीव उत्पादनाशी आणि विक्रीच्या उद्दिष्टांशी निगडित असावी, असे PLIच्या मार्गदर्शक तत्वांमध्ये नमूद करण्यात आली आहे.

प्रश्न २० : उद्योगरचना करण्यात आणि निधी मिळविण्यात जिल्हा उद्योग केंद्रांची (DICs) भूमिका काय असते ?

उत्तर : जिल्हा उद्योग केंद्रे (DICs) या सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांच्या विकासाला मदत करणाऱ्या जिल्हा पातळीवरील संस्था असतात. त्यांची भूमिका याप्रमाणे असते :

- एक खिडकी मदत : सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांची नोंदणी आणि व्यावसायिक मंजुर्यांसाठी या केंद्रांकडून मदत केली जाते.
- योजना अंमलबजावणी : पंतप्रधान रोजगार हमी योजना आणि राज्य सरकारच्या सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना प्रोत्साहन लाभ देणाऱ्या योजना यासाठी ही केंद्रे समन्वय संस्था म्हणून काम करतात.
- अर्ज आणि निधीसाठी मदत : या केंद्रांमध्ये अर्जांची छाननी केली जाते आणि बँका वा इतर संस्थांशी समन्वय साधला जातो.
- उद्योजकतेचा विकास : उद्योजकता विकास कार्यक्रम आणि जागरूकता शिबिरांचे आयोजन जिल्हा उद्योग केंद्रांमार्फत केले जाते. प्रकल्पाची निश्चिती करणे, तपशीलवार प्रकल्प अहवाल तयार करणे आणि योग्य तंत्रज्ञानाची निवड करणे याकरता मदत केली जाते. याचबरोबर कर्ज सुलभतेने मिळण्यासाठी मार्गदर्शन, खरेदीदार-विक्रेते मेळावे आणि पुरवठा साखळी बळकट करणे यासाठीही जिल्हा उद्योग केंद्रे सक्रिय असतात.
- तक्रारीचे निवारण : एखाद्या योजनेला विलंब होत असेल वा उद्योजकांच्या योजनेबद्दल तक्रारी असतील, तर त्याचे निवारण केले जाते.

प्रश्न २१ : सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना पैसे मिळण्यास विलंब होत असेल, तर सरकारकडून त्यांना कोणती मदत मिळते ?

उत्तर : मोठ्या खरेदीदारांनी पैसे देण्यास विलंब लावला, तर त्याचा सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांच्या रोकड प्रवाहावर विपरीत परिणाम होतो. या समस्येवर सरकारकडून काही तोडगे सुचविण्यात आले आहेत :

-एमएसएमडी कायदा २००६ नुसार संरक्षण : खरेदीदारांनी सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना ४५ दिवसांच्या आत पैसे दिलेच पाहिजेत. यापेक्षा जास्त वेळ लावल्यास ४६ व्या दिवसांपासून संयुक्त व्याजदराने (३× बँकेचा व्याजदर) आकारणी केली जाते.

- ऑनलाइन तंटा निवारण (ODR) : पैसे मिळण्यास विलंब झाल्यास तक्रार दाखल करा. या ऑनलाइन तक्रारीआधारे समुपदेशन आणि बंधनकारक लवाद असे उपाय केले जातात. याकरता साधारणपणे १० ते १२० दिवस लागतात. तक्रार दाखल करण्यासाठी कोणतेही शुल्क द्यावे लागत नाही.
- TReDS प्लॅटफॉर्म ((RXIL, M1xchange, Invoicemart आदी) : सूक्ष्म आणि लघु उद्योग खरेदीदारांसाठी तयार केलेले इनव्हॉइसेस अपलोड करू शकतात. यामुळे TReDS प्लॅटफॉर्मवर नोंदणी असलेल्या वित्तसंस्थांकडून ८० ते ९५ टक्के येणे रक्कम लवकर मिळू शकते.
- सूक्ष्म आणि लघु समाधान पोर्टल वा ऑनलाइन डिस्प्यूट रिझोल्यूशन- ODR : ही तक्रार नोंदवण्याची ऑनलाइन पद्धती आहे. तिच्यावर पैसे मिळण्यास विलंब झाल्याची नोंद करता येते. त्याआधारे प्रकरणांचा निपटारा केला जातो.



सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

21 FAQs 2.0

वित्तपुरवठा

प्रश्न १ : खेळते भांडवल कर्ज, ठराविक कालावधीसाठी कर्ज आणि ओव्हरड्राफ्ट सुविधा यामध्ये काय फरक आहे ? यापैकी कोणत्या प्रकारामुळे माझ्या व्यावसायिक गरजा भागू शकतात ?

उत्तर : खेळते भांडवल कर्ज, मुदत कर्ज आणि ओव्हरड्राफ्ट यांच्यातील प्रमुख फरक याप्रमाणे आहेत :

प्रकार	उद्देश	सर्वात चांगला उपयोग
खेळते भांडवल कर्ज	मालाचा साठा, कर्मचाऱ्यांचे पगार, भाडे, पुरवठादारांचे देणे यासारख्या दैनंदिन गरजा भागवण्यासाठी कमी मुदतीचा निधी उपलब्ध करणे	तात्पुरत्या गरजा भागवता येतात, दैनंदिन कार्यवाहीचा नियमित खर्च करता येतो.
मुदत कर्ज	यंत्रे, साधने, विस्तार, उद्योग रचना यासारख्या मालमत्ता विषयक कारणांसाठी दीर्घ मुदतीचा निधी उपलब्ध करणे	उद्योगाची वाढ आणि भांडवली गुंतवणूक करता येते
ओव्हरड्राफ्ट	बँकेतील शिलकीपेक्षा अधिक रक्कम एका मर्यादेपर्यंत उपलब्ध करणे	रोकड प्रवाहातील त्रुटींचे आणि पैसे भरणा करण्यातील गफलतींचे व्यवस्थापन करता येते

प्रश्न २ : रोकड प्रवाहाचे (cash flow) रक्षण करण्यासाठी दिलेल्या मालासाठी व सेवेसाठी पैसे मिळवण्यासंबंधी अटीबाबतत ग्राहकांशी मी कशा प्रकारे बोलणी करू शकतो ?

उत्तर : रोकड प्रवाहाचे रक्षण करणे आणि स्पर्धात्मकता कायम ठेवणे यामध्ये समतोल साधावा लागतो. साधण्यासाठी ग्राहकांकडून पैसे भरण्याच्या योग्य अटीची निवड उपयुक्त ठरू शकते.

- **आगाऊ रक्कम घेणे (२० ते ५० टक्के) :** आगाऊ रक्कम घेतल्याने धोका कमी होतो. निधीवरील आगाऊ खर्चही (फ्रंट-एंड लोड) कमी होतो. नव्या ग्राहकांशी व्यवहार करताना तसेच उच्च मूल्य असलेल्या वा वैयक्तिक स्वरूपाच्या ग्राहकांच्या ऑर्डर्स पूर्ण करताना ही पद्धत उपयुक्त ठरते. तुमच्याकडे खेळते भांडवल कमी असेल, तर आगाऊ रक्कम घेणे लाभदायक ठरते.
- **पैसे वसूल होण्यासाठी मुदत देणे (३० ते ९० दिवसांची) :** B2B पातळीवरील हा एक सर्वसाधारण स्वरूपाचा व्यवहार आहे. तुमची रोकड प्रवाह क्षमता, तुमच्या उद्योगाचे नियम आणि तुमच्या ग्राहकांची कर्जफेड क्षमता याआधारे पैसे भरणा करण्याची मुदत देताना वाटाघाटी केल्या पाहिजेत. सुरुवातीला साधारण ३० दिवसांची मुदत तुम्हाला देता येईल. रक्कम नियमितपणे मिळत राहण्याचा विचार करून त्यात वाढ करण्याचा निर्णय तुम्ही घेऊ शकता.
- **प्रकल्पाच्या टप्प्यांनुसार भरणा :** दीर्घकालीन प्रकल्पांसाठी भरण्याची ही पद्धत सर्वोत्तम ठरते. या पद्धतीत प्रकल्पांच्या पूर्वनियोजित टप्प्यांनुसार रकमेचे हप्ते दिले जातात. उदाहरणार्थ,

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.

वित्तपुरवठा



या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी ७% प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

एखाद्या मोठ्या प्रकल्पासाठी ३० टक्के रक्कम आगाऊ दिली जाते, ४० टक्के रक्कम प्रकल्प निम्मा पूर्ण झाल्यावर दिली जाते, तर ३० टक्के रक्कम प्रकल्प पूर्ण झाल्यावर अदा केली जाते. या पद्धतीमुळे रोकड प्रवाहात सुलभता राखली जाते.

प्रश्न ३ : नियोजित मुदत टळलेली असतानाही पैसे देण्यास सातत्याने विलंब करणाऱ्या ग्राहकांविरुधात मला कोणती कायदेशीर पावले उचलता येतील ?

उत्तर : एखाद्या ग्राहकाकडून पैसे देण्यास विलंब होत असल्यास याप्रमाणे पावले उचलता येतील :

- **प्राथमिक पाठपुरावा :** मुदत टळल्यानंतर तत्काळ ई-मेल वा व्हॉट्सअपद्वारा नम्र भाषेतील स्मरणपत्र पाठवा. त्यानंतर संबंधित ग्राहकाला फोन कॉल करा. यामुळे तुम्हाला त्याच्याकडून होणारा विलंब योग्य कारणासाठी होत आहे की तो हेतूपूर्वक केला जात आहे, हे समजेल.
- **औपचारिक मागणी :** संबंधित ग्राहकाला पैशाची मागणी करणारे औपचारिक पत्र पाठवा. त्यात थकबाकीची रक्कम, मुदतीची तारीख, विलंबाचा कालावधी, लागू होणारे व्याज यांचा उल्लेख करा. रक्कम देण्यासाठी त्याला ७ ते १५ दिवसांची मुदत द्या.

- सूक्ष्म आणि लघु उद्योग त्यांच्या थकबाकी वसुलीसाठी विभागीय सूक्ष्म आणि लघु उद्योग सुविधा परिषदेशी संपर्क साधू शकतात. यासंबंधी त्यांना ऑनलाइन डिस्प्यूट रिझोल्यूशन पोर्टलवरून (ODR) तक्रार दाखल करता येते.
- **कायदेशीर नोटीस :** यापुढील महत्त्वाचे पाऊल म्हणजे वकिलामार्फत संबंधित ग्राहकाला कायदेशीर नोटीस पाठवणे. साधारणपणे अशा प्रकारची नोटीस परिणामकारक ठरते.
- **कायदेशीर कारवाई :** एवढे उपाय योजूनही थकबाकी मिळाली नाही, तर लवादाकडे जाण्याचा वा दिवाणी दावा दाखल करण्याचा मार्ग अवलंबता येतो. मात्र, हे दोन्ही उपाय वेळखाऊ आणि खर्चिक आहेत.

प्रश्न ४ : पैसे देण्यासाठी ग्राहकांना मुदत देणे योग्य आहे, की त्यांनी आगाऊ पैसे द्यावेत याकरता आग्रह धरणे बरोबर आहे ?

उत्तर : रोकड प्रवाहाचे रक्षण करत प्रगती साधण्यासाठी चांगले वित्तीय नियोजन असणे आवश्यक आहे. यासाठी प्रथम तुमची खेळत्या भांडवलाची क्षमता तपासून पाहा. ग्राहकांकडून पैसे भरण्यास विलंब झाला, तरीही तुम्ही तुमच्या कामकाजासाठी निधी उपलब्ध करून देऊ शकता का, याचा अंदाज घ्या. तुमच्या उद्योगाचे मानदंड लक्षात घेऊन त्यानुसार तुमच्या अटी ठरवा. तुमची स्पर्धात्मकता कायम ठेवा. काही सावधगिरीची पावले उचला, उदाहरणार्थ, ग्राहकानुसार पैसे भरण्यासाठीची मुदत, लवकर पैसे दिल्यास सवलती, सुरक्षा ठेवी, पोस्ट डेटेड धनादेश तसेच जीएसटी

डाटा, सीबिल अहवाल याआधारे ठरवलेले परधोरण. ३० टक्के रक्कम आगाऊ घेणे, ५० टक्के उत्पादनाच्या वितरणानंतर घेणे आणि उरलेल्या रकमेसाठी ग्राहकांना कमी मुदत देणे हे समतोल धोरण ठरू शकते. त्याची पडताळणी नियमितपणे घ्या. डेज सेल्स आऊटस्टॅंडिंगवर (DSO) म्हणजेच पैसे वसूल करण्यासाठी कंपनीला लागणारे सरासरी दिवस-बारकाईने लक्ष ठेवा. रोकड प्रवाहाच्या रक्षणासाठी ४५ ते ६० दिवसांत वसुलीचे उद्दिष्ट ठेवा.

प्रश्न ५ : इनव्हॉइस डिस्काउंटिंग आणि इनव्हॉइस फॅक्ट्रिंग म्हणजे काय ? त्यामुळे प्रलंबित इनव्हॉइसेसच्या बदल्यात मला तातडीने रोख रक्कम कशी मिळू शकते ?

उत्तर : इनव्हॉइस डिस्काउंटिंग आणि इनव्हॉइस फॅक्ट्रिंग हे कमी मुदतीच्या वित्तपुरवठ्याचे पर्याय आहेत. यामुळे उद्योगांना इनव्हॉइसेसमध्ये अडकून पडलेली रोख रक्कम उपलब्ध होते.

निकष	इनव्हॉइस डिस्काउंटिंग	फॅक्ट्रिंग
अर्थ	तुमचा विक्रीसंबंधीचा दस्तावेज वा इनव्हॉइसेस तारण ठेऊन अधिकृत एजन्सीकडून कर्ज घेतले जाते.	विक्रीशी संबंधित इनव्हॉइसेसची विक्री वित्त पुरवठादाराला केली जाते.
मिळणारे पैसे	इनव्हॉइस मूल्याच्या ७० ते ९० टक्के रक्कम आगाऊ मिळते	इनव्हॉइस मूल्याच्या ७० ते ८० रक्कम आगाऊ मिळते.
पैशांचे संकलन	पैशांचे संकलन तुम्ही ग्राहकाकडून करता	वित्त पुरवठादार ग्राहकाकडून पैसे संकलित करतो
गोपनीयता	गोपनीयता राखली जाते. ग्राहक गुंतलेले नसतात.	गोपनीयता नसते. ग्राहक वित्त पुरवठादाराला पैसे देतो.
खर्च	साधारणपणे कमी खर्चीक	थोडा खर्चीक, पण सुलभ

प्रश्न ६ : मी सुरु केलेल्या उद्योगाला दोन वर्षे पूर्ण झालेली नसतील, तर मला कर्ज वा निधी मिळू शकतो का ? माझ्या आर्थिक व्यवहारांचे लेखापरीक्षण झाले नसले, तरी मला कर्ज मिळू शकते का ?

उत्तर : कोणत्याही उद्योगाला त्याच्या सुरुवातीच्या टप्प्यात देखील कर्ज वा निधी मिळू शकतो. या उद्योगांना मिळणाऱ्या निधीसाठी पात्रतेचे निकष आणि अटी प्रस्थापित उद्योगांपेक्षा वेगळ्या असतात. उद्योगाचे उत्तम नियोजन, प्रवर्तकाची कर्ज फेडण्याची क्षमता (क्रेडिट स्कोअर ७०० पेक्षा जास्त असावा) आणि वैयक्तिक हमी याआधारे कर्ज मिळू शकते. NBFCs (नॉन बँकिंग फायनान्शियल कंपनीज) म्हणून नोंद झालेल्या फिनटेक वा वित्ततंत्रज्ञान कंपन्या या अधिक लवचिक असतात. त्या धोका पत्करून १ ते १.२५ लाखापतचे कर्ज ६ ते १२ महिन्यांसाठी देऊ शकतात. बँक स्टेटमेंट्स, जीएसटी नोंदी आणि डिजिटल नोंदी याआधारे या कंपन्या नव्या उद्योगांना कर्ज देतात. त्यांचे व्याजदर मात्र चढे असतात. मोठ्या प्रमाणात वाढीची शक्यता असलेल्या स्टार्टअप कंपन्यांसाठी मालकी हक्काचे शेअर्स विकून निधी उभा करणे हा चांगला पर्याय आहे. याचबरोबर नव्या उद्योगांना निधी उभारणीसाठी सरकारी योजनांचा लाभही घेता येतो. चांगल्या आर्थिक व्यवहाराच्या नोंदी ठेवल्यास या उद्योगांना निधीचे चांगले पर्याय उपलब्ध होऊ शकतात. काही प्रस्थापित बँकांकडे नुकतीच सुरुवात झालेल्या सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठी तसेच स्टार्टअपसना वित्तपुरवठा करण्यासाठी विविध योजना उपलब्ध असतात.

प्रश्न ७ : इक्विटी फंडिंग आणि डेट फंडिंग यामध्ये काय फरक आहे ? बँकेकडून कर्ज घेण्याऐवजी गुंतवणूकदारांकडून निधी उभा करण्याचा पर्याय निवडणे केव्हा योग्य ठरेल ?

उत्तर : इक्विटी आणि डेट फंडिंग यामधील फरक :

निकष	डेट फंडिंग (कर्ज)	इक्विटी फंडिंग (गुंतवणूकदार)
अर्थ	कर्ज घ्यायचे आणि व्याजासह त्याची परतफेड करायची. (कर्जाचे हप्ते भरायचे-EMI)	उद्योगातील स्वतःच्या मालकीच्या शेअर्सपैकी काही शेअर्स विकायचे
मालकी	पूर्ण मालकी कायम राहते	मालकीचे प्रमाण कमी होते
परतफेड	व्याजासह रक्कम देणे बंधनकारक	परतफेड करावी लागत नाही. व्याज द्यावे लागत नाही
धोका	कर्जफेड न करता येणे/ मालमत्तेचे नुकसान	उद्योगातील तोट्याच्या झळा गुंतवणूकदारांना बसतात
कोणासाठी सर्वोत्तम ?	स्थिर, नफ्यातील उद्योगांसाठी	पहिल्या टप्प्यातील उद्योगांसाठी, वेगाने वाढणाऱ्या स्टार्टअप्स आणि वाढीच्या मोठ्या शक्यता असलेल्या कंपन्यांसाठी

प्रश्न ८ : माझ्या शेअर्सचे मालकी हक्क गुंतवणूकदारांना मी किती प्रमाणात द्यावेत ? निधी उभारणीसाठी कंपनीचे मूल्यांकन कसे करावे ?

उत्तर : दीर्घकालीन प्रेरणा आणि संस्थापकांचे नियंत्रण राखण्यासाठी मालकी हक्काच्या शेअर्स विक्रीचे नियोजन काळजीपूर्वक करायला हवे. यासंबंधी सर्वसाधारण मार्गदर्शक तत्वे याप्रमाणे आहेत :

- मालकी हक्काच्या शेअर्सच्या विक्रीचे आदर्श प्रमाण सीड/ एंजल या भांडवल उभारणीच्या सुरुवातीच्या टप्प्यांमध्ये १० ते २५ टक्के याप्रमाणात असते.
- संस्थापकांचे मालकी हक्क ५१ टक्क्यांपेक्षा जास्त ठेवण्याचा प्रयत्न केला पाहिजे. मालकी हक्काचे दीर्घकालीन प्रमाण ३० ते ४० टक्के एवढे असले पाहिजे.
- ESOP- एम्लॉइज स्टॉक ऑप्शन प्लॅनकरता ५ ते १० टक्के शेअर्स निधी उभारणीपूर्वी वेगळे काढून ठेवले पाहिजेत. कर्मचाऱ्यांना प्रोत्साहित करण्यासाठी या शेअर्सचा वापर करता येतो.

कंपनीचे मूल्यांकन साधारणपणे मूल्यांकनाची तौलनिक साधने वापरून केले जाते. गुंतवणुकीतून भविष्यात मिळणाऱ्या उत्पन्नाआधारे (DCF) कंपनीच्या सध्याच्या रोकड प्रवाहाचा अंदाज बांधला जातो. उत्पन्नाआधी स्टार्टअप्स कंपन्यांचे मूल्यांकन करण्यासाठी बर्कस मेथडचा वापर केला जातो. उत्पन्न, वाढीचा दर, बाजारपेठेचे आकारमान, स्पर्धात्मक लाभ, कर्मचाऱ्यांची गुणवत्ता आणि बाजारपेठेतील स्थिती या घटकांआधारे कंपनीचे मूल्यांकन केले जाते.

प्रश्न ९ : एंजल इन्व्हेस्टर्स, व्हेंचर कॅपिटल आणि प्रायव्हेट इक्विटी यामध्ये काय फरक आहे ? सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांसाठी यातील कोणता प्रकार उपयुक्त ठरू शकतो ?

उत्तर : एंजल इन्व्हेस्टर्स म्हणजे स्टार्टअपसाठी सुरुवातीच्या टप्प्यात भांडवल पुरवणाऱ्या व्यक्ती. व्हेंचर कॅपिटल म्हणजे वेगाने वाढण्याची क्षमता असलेले स्टार्टअप आणि कंपन्यांसाठी धोका पत्करून केलेली खाजगी गुंतवणूक. प्रायव्हेट इक्विटी म्हणजे गुंतवणूकदारांकडून भांडवल उभारणी करून कंपन्यांमध्ये मालकी हक्क घेण्याची प्रक्रिया. या तिन्हीतील फरक याप्रमाणे आहे :

प्रकार	उद्योगाचा टप्पा	गुंतवणुकीचे प्रमाण	प्रमुख वैशिष्ट्ये
एंजल इन्व्हेस्टर्स	सुरुवातीचा टप्पा/ स्टार्टअप	२५ लाख ते २ कोटी रुपये	झटपट निर्णय, अनुभवी व्यक्तींचे मार्गदर्शन, कमी प्रमाणात मालकी हक्क विक्री-१० ते २५ टक्के, संस्थापकांना अनुकूल
व्हेंचर कॅपिटल	मोठी वाढ, झपाट्याने वाढणारा उद्योग	२ ते ५० कोटी रुपये	औपचारिक प्रक्रिया, व्यापक निधी उभारणी, झपाट्याने वाढ अपेक्षित, मालकी हक्क विक्री १५ ते ३० टक्के
प्रायव्हेट इक्विटी	परिपक्व, नफ्यात चालणाऱ्या कंपन्या	मोठ्या प्रमाणात भांडवली गुंतवणूक, साधारणपणे ५० कोटीपेक्षा जास्त, पण, यापेक्षा कमी रकमेची गुंतवणूकही शक्य	प्रस्थापित कंपन्यांमध्ये गुंतवणूक, साधारणपणे मोठ्या प्रमाणात वा बहुसंख्य शेअर्सची खरेदी

प्रश्न १० : माझ्या उद्योगाचे आरोग्य म्हणजे क्षमता कायम राखण्यासाठी नफ्याचे किमान प्रमाण किती राखायला हवे ?

उत्तर : उद्योगाच्या क्षमतेचे मूल्यमापन करण्यासाठी त्याच्या नफ्याचे प्रमाण जाणून घेणे महत्त्वाचे आहे.

- सकल नफ्याचे प्रमाण = (उत्पन्न - विक्री झालेल्या वस्तूसाठीचा खर्च) ÷ उत्पन्न × 100 उद्योगाच्या दैनंदिन खर्चापूर्वीची नफ्याची क्षमता या सूत्रातून समजते.
 - नक्त नफ्याचे प्रमाण = नक्त नफा ÷ उत्पन्न × 100 . सर्व खर्च वजा जाता झालेल्या निव्वळ उत्पन्नामुळे नक्त नफा समजू शकतो.
- नफ्याचे मापदंड प्रत्येक उद्योगानुसार वेगळे असू शकतात. स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी बहुतेक उद्योगांना पुढीलप्रमाणे नफा मिळविण्याची आवश्यकता असते :
- उद्योगांचा दैनंदिन वा संचालन खर्च लक्षात घेता एकूण नफ्याचे प्रमाण उत्पन्नाच्या २५ ते ३० टक्के असणे आवश्यक आहे.
 - पुनर्गुंतवणूक, संकटांचे निवारण आणि कर्जफेड या बाबी लक्षात घेता नक्त नफ्याचे प्रमाण ८ ते १० टक्के असणे आवश्यक आहे.

प्रश्न ११ : नफ्याची पुनर्गुंतवणूक उद्योगात करणे योग्य, की वैयक्तिक उत्पन्न म्हणून नफ्याची रक्कम काढून घ्यावी? यामधील योग्य समतोल कोणता ?

उत्तर : तुमचा उद्योगाचा टप्पा, वाढीच्या संधी, वैयक्तिक गरजा, करआकारणीचे परिणाम, कर्जदायित्व आणि धोका पत्करण्याची क्षमता या घटकांवर किती प्रमाणात नफ्याची पुनर्गुंतवणूक करायाची वा वैयक्तिक उत्पन्न म्हणून तो काढून घ्यायचा यासंबंधीचा निर्णय अवलंबून असतो.

- सुरुवातीच्या टप्प्यातील उद्योगांनी (० ते ३ वर्षे) ८० ते १०० टक्के नफ्याची फेरगुंतवणूक केली पाहिजे. बाजारपेठेतील अस्तित्व ठळक करण्यासाठी, पायाभूत सुविधांसाठी आणि रोख रकमेच्या बचतीसाठी ही फेरगुंतवणूक आवश्यक ठरते. या टप्प्यातील उद्योगांचे नफ्याचे प्रमाणही अल्प असते.
- वाढीच्या टप्प्यातील उद्योग (३ ते ७ वर्षे) साधारणपणे ५० ते ७० टक्के नफ्याची पुनर्गुंतवणूक करतात. त्याचा उपयोग उद्योगांना विस्तार करण्यासाठी होतो. या टप्प्यात उद्योजक नफ्यातून वैयक्तिक उत्पन्न नियमितपणे काढण्यास सुरुवात करतात.
- परिपक्व टप्प्यातील उद्योग (७ ते ७ पेक्षा अधिक वर्षे) साधारणपणे २० ते ४० टक्के नफ्याची पुनर्गुंतवणूक करतात. उर्वरित रक्कम पगार वा लाभांशासाठी वापरली जाते.
- ५०-३०-२० हा यासंदर्भात प्रचलित व्यावहारिक पद्धत आहे. त्यानुसार ५० टक्के नफ्याची पुनर्गुंतवणूक केली जाते, ३० टक्के रक्कम वैयक्तिक कारणांसाठी वापरली जाते आणि २० टक्के रक्कम करदायित्व तसेच राखीव निधी म्हणून ठेवली जाते.

प्रश्न १२ : कर्जासाठी अर्ज केल्यास बँकांकडून कोणत्या प्रकारचे तारण मागितले जाते ?

उत्तर : जास्त रकमेचे कर्ज असेल, तर परतफेडीतील धोका टाळण्यासाठी बँकांकडून विविध प्रकारच्या तारणांची मागणी केली जाते. हे प्रकार याप्रमाणे आहेत :

- **स्थावर मालमत्ता :** निवासी, व्यावसायिक, औद्योगिक स्वरूपाची मालमत्ता, जमीन, वाहने (फक्त खाजगी तसेच सहकारी बँकांकडून मागितले जाणारे तारण)
- **बँकेतील ठेवी :** निश्चित मुदतीच्या ठेवी (FDs), मुदत ठेवी
- **व्यावसायिक मालमत्ता :** यंत्रसामग्री, उपकरणे, मालसाठा, येणे रक्कम
- **वित्तीय मालमत्ता :** शेअर्स वा समभाग, म्युच्युअल फंड्स, बॉन्ड्स, विमा पॉलिसी, सरकारी रोखे.
- **सोने :** सोन्याचे दागिने वा सोन्याची नाणी (कमी रकमेच्या कर्जासाठीचे सर्वसाधारण तारण)

प्रश्न १३ : कर्ज घेण्यासाठी प्रत्यक्षात आलेला खर्च (व्याजदर, प्रक्रिया शुल्क, मासिक हप्ता) आणि घटत्या शिल्लक पद्धतीने आकारले जाणारे व्याज कसे मोजता येईल ?

उत्तर : कोणतेही कर्ज घेण्यापूर्वी व्याज मोजण्याची पद्धत जाणून घेणे महत्त्वाचे आहे. कर्जफेडीची रक्कम खर्च मोजण्यासाठी याप्रमाणे उपाय योजावे लागतील :

- व्याजाचा प्रकार कोणता आहे ते तपासून पाहा.
- स्थिर व्याजदर- कर्जाच्या पूर्ण रकमेवर व्याज आकारले जाते. यामुळे कर्ज घेण्याचा एकूण खर्च वाढतो.
- घटत्या शिल्लक पद्धतीने व्याजआकारणी - कर्जाच्या शिल्लक रकमेवर व्याज आकारले जाते. यामुळे कर्ज फेडायची एकूण रक्कम कमी होते.
- व्याजाचा वार्षिक टक्केवारी दर (APR) याप्रमाणे मोजता येईल : व्याजदर + प्रक्रिया शुल्क (१ ते २ टक्के) + शुल्कावरील जीएसटी + कागदपत्रे/ कायदेशीर आकारणी + विमा + आगाऊ भरलेले पैसे/ विलंबासाठीचा दंड
- समान मासिक हप्ता - EMI कसा परवडेल ? : तुमच्या उद्योगाच्या मासिक रोकड प्रवाहाच्या ४० ते ५० टक्के इतकाच समान मासिक हप्त्याचा दर ठेवल्यास त्याचा भरणा करणे परवडू शकेल.

प्रश्न १४ : आंतरराष्ट्रीय ग्राहकांशी वा पुरवठादारांशी व्यवहार करताना परकीय चलनाचे व्यवस्थापन आणि पैसे देण्याबाबतच्या अटी यातील धोक्याची हाताळणी कशी करता येईल ?

उत्तर : चलनांमधील विनिमय दर बदलत असल्याने परकीय चलनात पैसे देताना वा त्याबाबतचा दस्तावेज (इनव्हॉइस) करताना धोका निर्माण होऊ शकतो. तुमच्या इनव्हॉइसची तारीख आणि प्रत्यक्ष रक्कम देण्याची तारीख या काळात विनिमय दर बदलल्यास, तुम्ही आयातदार असाल तर रुपयांमध्ये जास्त रक्कम भरावी लागू शकते. हा धोका टाळण्यासाठी याप्रमाणे उपाय योजता येतील :

- **धोक्याची तीव्रता कमी करा :** शक्य तिथे भारतीय रुपयातील आकडे वापरून इनव्हॉइस तयार करा.
- **गुंतवणुकीची सुरक्षा वाढवणारी साधने वापरा :** गुंतवणुकीवरील जोखीम कमी करणारी हेजिंग टूल्ससारख्या वित्तीय साधनांचा वापर करा. फॉरवर्ड कॉन्ट्रॅक्ट्स, करन्सी ऑप्शन यासारखी साधने तुम्ही वापरू शकता.
- **पैसे भरण्याबाबतच्या अटी नियंत्रित करा :** आगाऊ रक्कम देणे, कमी मुदतीत पैसे देणे यासारख्या पर्यायांवर वाटाघाटी करा. चलनातील चढउतारांना सामोरे जाण्यासाठी राखीव साठ्याआधारे स्थिर किंमत ठेवण्याच्या (बफर प्रायसिंग) उपायाचाही विचार करा.
- **नियमित लक्ष ठेवा :** परकीय चलनाचे विनिमय दर आणि त्यामुळे निर्माण होणाऱ्या धोक्यांवर बारकाईने लक्ष ठेवा.

तुम्ही निर्यातदार असाल आणि रुपयाचा विनिमय दर वाढला, तर तुम्हाला काही प्रमाणात फायदा होऊ शकतो. मात्र, अशा परिस्थितीत ग्राहक तुमच्याकडे काही सवलत (डिस्काउंट) मागू शकतात. त्यामुळे ग्राहकांशी योग्य प्रकारे संवाद साधून असा मार्ग काढणे आवश्यक असते, ज्यामुळे व्यावसायिक संबंध टिकून राहतील आणि तुम्हालाही नुकसान होणार नाही

प्रश्न १५ : लेटर ऑफ क्रेडिट आणि बँक गॅरंटी म्हणजे काय ? औद्योगिक व्यवहारांमध्ये त्यांची गरज केव्हा भासते ?

उत्तर : लेटर ऑफ क्रेडिट आणि बँक गॅरंटी यांच्यातील फरक याप्रमाणे :

निकष	लेटर ऑफ क्रेडिट (LC)	बँक गॅरंटी (BG)
अर्थ	वस्तूचे वितरण झाल्यानंतर/ जहाजाने माल पोचवल्यानंतर त्यासंबंधीचा कागदपत्रे सादर केल्यानंतर बँक विक्रेत्याला पैसे मिळण्याची हमी देते	कर्जदाराला त्याचे दायित्व पार पाडण्यात अपयश आल्यास बँक लाभार्थ्याला भरपाई देते
उद्देश	पैसे मिळण्याबाबतची ग्वाही	कामगिरी/ सुरक्षितता यांच्याबाबतची ग्वाही
धोक्यापासून संरक्षण	विक्रेत्याचे पैसे न मिळण्यापासून संरक्षण होते	खरेदीदार/ लाभार्थी यांचे करारातील दायित्व पार न पाडण्यापासून संरक्षण होते
सर्वसाधारण उपयोग	आंतरराष्ट्रीय व्यापार, उच्च मूल्य असलेले आर्थिक व्यवहार यासाठी उपयुक्त	सरकारी निविदा, कंत्राटे आणि आगाऊ भरण्यासाठी उपयुक्त

प्रश्न १६ : माझे जीएसटी आणि आयटीआर फायलिंग अनियमित आणि अपूर्ण असल्यास आर्थिक नोंदी नियमित कशा करून घ्याव्यात ? बँकेकडून कर्ज मिळण्यास मी पुन्हा पात्र कसा ठरू शकेन ?

उत्तर : बँकांनी कर्ज देण्यासाठी पात्र ठरवण्याकरता तुमच्या उद्योगाची विश्वासाहता, नियमपालनाची तयारी आणि परतफेडीची क्षमता असणे आवश्यक आहे. यासाठीचे मूल्यमापन बँका पुढील कागदपत्रांआधारे करतात :

- जीएसटी रिटर्नस - याद्वारा तुमच्या उत्पन्नाची नियमित नोंद केली जाते
- आयटीआर फायलिंगज- उत्पन्नाची नोंद आणि करआकारणी पालन
- बँक स्टेटमेंटस- रोकड प्रवाहातील सातत्य तपासण्यासाठी

- सीबिल (CIBIL) स्कोअर म्हणजेच पतमानांकन
- आर्थिक व्यवहारांची मूळ कागदपत्रे

बँकांनी तुमच्यावर विश्वास दाखवण्याकरता तुम्ही पुढील पावले उचला :

- प्रथम जीएसटी आणि प्राप्तिकर विवरणपत्र थकबाकीचा भरणा करा
- सर्व देणी चुकती करा. जीएसटी उलाढाल, प्राप्तिकर भरणा आणि बँकांची कर्जफेड याबाबत सातत्य ठेवा.
- अकाउंटिंग सॉफ्टवेअरचा वापर करून आवश्यक नोंदी ठेवा. उद्योग आणि वैयक्तिक आर्थिक व्यवहार स्वतंत्र ठेवा. दर महिन्याला P&L-प्रॉफिट एन्ड लॉस स्टेटमेंट तयार करा.
- इएमआय वेळेवर भरा. कर्जाचा वापर मर्यादित करा. कर्जासाठी वारंवार अर्ज करणे टाळा. या गोष्टी केल्याने तुमच्यात कर्जविषयक शिस्त निर्माण होईल.

६ ते १२ महिने तुम्ही नियमपालनात सातत्य ठेवले आणि रोकड प्रवाह स्थिर ठेवलात, तर बँकांचा विश्वास तुम्ही पुन्हा संपादन करू शकाल.

प्रश्न १७ : परतफेडीच्या चांगल्या नोंदी असूनही कर्जासाठीचे अर्ज बँकांकडून नाकारले जाण्याची सर्वसाधारण कारणे कोणती ?

उत्तर : कर्जासाठीचे अर्ज नाकारले जाण्यामागे साधारणपणे वित्तीय, नियमपालन विषयक आणि वैयक्तिक माहितीशी संबंधित कारणे असतात. बहुतेक वेळा दिली जाणारी कारणे याप्रमाणे असतात :

- अपुरा रोकड प्रवाह : EMI भरता येईल एवढे उत्पन्न नसते. रोकड प्रवाहाच्या वा हातात येणाऱ्या मासिक उत्पन्नाच्या ५० ते ६० टक्क्यांपेक्षा कमी रकमेचा इएमआय बँकांकडून साधारणपणे मान्य केला जातो.
- कमी व्यावसायिक व्यवहार्यता : उद्योगाची अस्थिर रचना, कमी नफेक्षमता आणि संभाव्य धोके
- अपूर्ण/ सातत्याचा अभाव असलेली कागदपत्रे : जीएसटी, आयटीआर आणि बँक स्टेटमेंट यासंबंधी सदोष कागदपत्रे
- कर्जफेडीची कमी क्षमता/ मोठे कर्ज : वाईट सिबिल स्कोअर, अस्तित्वात असलेली कर्जे तसेच कर्जासाठी वारंवार केलेली मागणी
- नियमपालनातील अनियमितता : उशिरा कर्जाचा भरणा, सदोष आर्थिक नोंदी
- उद्योगाच्या अल्पकालीन नोंदी : नव्या उद्योगाच्या कमी काळातील नोंदी
- तारणाचा अभाव : कर्जासाठी अपुरे तारण
- संदिग्ध कारणे : कर्जासाठीची अवास्तव कारणे, पैशाच्या वापराबाबत स्पष्टता नसणे
- बँकेच्या कसोट्यांना न उतरणारे उद्योग प्रस्तावाचे मूल्यमापन

प्रश्न १८ : माझ्या सामाजिक स्वरूपाच्या उद्योगासाठी CSR (उद्योगाची सामाजिक जबाबदारी) निधी मला कसा मिळविता येईल ?

उत्तर : सीएसआर निधी मिळविण्यासाठी पुढील उपाय योजता येतील :
-पात्र संस्था वा संघटना म्हणून नोंदणी करा : कंपनी कायद्यातील तरतुदीनुसार कलम ८ कंपनी म्हणून उद्योगाची नोंदणी करता येते. या कलमानुसार नफा न मिळवणारी संस्था वा संघटना म्हणून नोंदणी होते.

- **सीएसआर साठी मान्य क्षेत्रांमध्ये काम करा :** शिक्षण, आरोग्य, पर्यावरण या क्षेत्रांमध्ये तुम्ही काम करू शकता.
- **कंपनीच्या सामाजिक दायित्वाशी संलग्न व्हा :** सामाजिक दायित्व पार पाडणारा परिणामकारक प्रकल्प अहवाल तयार करा. त्यात प्रकल्पाचे अपेक्षित परिणाम स्पष्टपणे नमूद करा.
- **सीएसआर प्लॅटफॉर्म्सवर नोंदणी करा.** कंपनीच्या सीएसआर टीमच्या संपर्कात राहा.
- **पारदर्शकता राखा :** हिशेबाच्या आणि लेखा परीक्षांच्या योग्य नोंदी ठेवा. परिणामांबाबत अहवाल तयार करा.

प्रश्न १९ : TReDS (ट्रेड रिसिद्धेबल्स डिस्काउंटिंग सिस्टम) चा वापर जलद भरणा करण्यासाठी मला कसा करता येईल ?

उत्तर : TReDS- ट्रेडस हा रिझर्व्ह बँकेचे नियमन असलेला डिजिटल प्लॅटफॉर्म आहे. त्याचा उद्देश सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांच्या खेळत्या भांडवलाचे सुलभतेने व्यवस्थापन करणे हा आहे. या उद्योगांकडून मोठ्या कंपन्यांनी वा उद्योगांनी खरेदी केलेल्या मालाच्या पावत्यांआधारे (इनव्हॉइसेस) तत्काळ रोख रक्कम नोंदणीकृत वित्तसंस्थांकडून उपलब्ध करून दिली जाते. याचा उपयोग सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना खेळत्या भांडवलासाठी होतो. ट्रेडसचा वापर याप्रमाणे करता येतो :

- ट्रेडस प्लॅटफॉर्म्सवर पुरवठादार म्हणून नोंदणी करा (RXIL, M1xchange, Invoicemart आणि C2FO हे प्रमुख प्लॅटफॉर्म्स आहेत)
- याच प्लॅटफॉर्म्सवर नोंदणी केलेल्या मोठ्या कंपनीला वा उद्योगाला वस्तू वा सेवांचा पुरवठा केल्यानंतर त्यासंबंधीच्या पावत्या वा इनव्हॉइसेस अपलोड करा.
- तुमचा खरेदीदार प्लॅटफॉर्मद्वाराच इनव्हॉइसचा स्वीकार करेल.
- बँका, NBFCs यासारख्या वित्त पुरवठादार संस्था निधी देण्यासाठी तुमच्या इनव्हॉइसवर बोली लावतील. यामध्ये विक्रेत्या कंपनीकडून प्रशासकीय शुल्क, व्याज यांचा स्पर्धात्मक विचार केलेला असेल.
- तुम्हाला सर्वोत्तम वाटणारी बोली स्वीकारा आणि इनव्हॉइसमध्ये नमूद केलेली बहुतांश रक्कम आगाऊ मिळवा.
- वित्त पुरवठादार संस्था खरेदीदाराकडून निर्धारित तारखेला सर्व रक्कम वसूल करेल.

प्रश्न २० : चांगल्या आर्थिक नियंत्रणासाठी नफा-तोटा विवरणपत्राची हाताळणी मला कशी करता येईल ?

उत्तर : नफा-तोटा विवरणपत्राचे (प्रॉफिट एन्ड लॉस स्टेटमेंट) प्रभावी व्यवस्थापन याप्रकारे करता येईल :

- **दर महिन्याला नफा-तोटा विवरणपत्र तयार करणे :** याकरता विश्वासार्ह अकाउंटिंग सॉफ्टवेअर वापरा. नियमितपणे आढावा घ्या.
- **प्रमुख घटकांवर लक्ष ठेवा :** उत्पन्नातील वाढ, एकूण नफा, निव्वळ नफा, EBITDA-परिचालन नफा, खर्च हे प्रमुख घटक आहेत.
- **मुख्य विवरणपत्राशी तुलना करा :** या तुलनेतून तुम्हाला उद्योगाची नियोजित कामगिरी आणि प्रत्यक्षातील कामगिरी समजेल , त्यानुसार त्रुटी समजतील.
- **धोक्याचे इशारे ओळखा :** नफ्याचे घटते प्रमाण, वाढते खर्च, विक्रीतील वाढीच्या तुलनेत नफ्यात वाढ न होणे हे धोक्याचे इशारे आहेत.
- **नफाक्षमतेत वाढ करणे :** जास्त नफा देणाऱ्या उत्पादनांवर लक्ष केंद्रित करा. खर्चावर नियंत्रण ठेवा. किंमतीबाबत योग्य धोरण ठेवा.
- **कामगिरीचे विश्लेषण करा :** उत्पादनांनुसार मिळणारा नफा, ग्राहकांनुसार मिळणारा नफा यांचा आढावा घ्या.
- **रोकड प्रवाह तपासा :** रोकड प्रवाह हा नफा-तोटा विवरणपत्राशी पडताळून पाहा. यातून तुम्हाला काही गोष्टींना विलंब होत आहे का हे समजेल.

प्रश्न २१ : कर्जाच्या फेररचनेचे कोणते पर्याय आर्थिक संकटात असलेल्या उद्योगांसाठी उपलब्ध आहेत ?

उत्तर : कर्जाच्या फेररचनेमुळे आर्थिक ताण असलेल्या उद्योगांना कर्जाबाबतच्या अटींमध्ये सुधारणा करण्याची बँकेकडून संधी मिळते. यामुळे त्यांना दैनंदिन कामकाज सुरू ठेऊन कर्जफेड करण्यासाठी पावले उचलता येतात. आर्थिक संकटात टिकून राहण्यासाठी उद्योगांपुढील पर्याय याप्रमाणे आहेत :
-मुदत वाढवणे : कर्जफेड करण्याची मुदत वाढल्यास इएमआयचा हप्ता कमी रकमेचा होतो.

- **स्थगिती देणे :** कर्जफेड करण्यास म्हणजेच इएमआय भरण्यास काही काळासाठी स्थगिती देणे.
- **व्याजदर कमी करणे :** कर्जफेड सुलभतेने करता येण्यासाठी व्याजदर कमी करणे.
- **अतिरिक्त खेळते भांडवल :** उद्योगाचे दैनंदिन कामकाज सुरू राहण्यासाठी अतिरिक्त निधीचा पुरवठा करणे.
- **कर्ज फेररचना/ रुपांतर :** काही वेळा कर्जाच्या काही भागाचे रुपांतर इक्विटी वा मालकी हक्कात केले जाते.

जीएसटी

प्रश्न १ : भाडे, वीज, दूरध्वनी आणि प्रवास यासारख्या खर्चासाठी मी इनपूट टॅक्स क्रेडिटचा (ITC) दावा करू शकतो का ? यासाठी कोणत्या अटी आहेत ?

उत्तर : इनपूट टॅक्स क्रेडिट - ITC साठीची पात्रता व्यावसायिक वापर आणि GST नियमपालन यावर अवलंबून असते. यासंदर्भात काही अटीचे पालन करावे लागते.

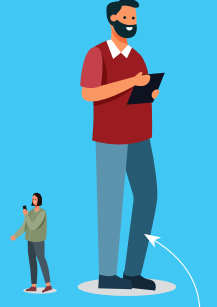
- व्यावसायिक स्वरूपाच्या जागेसाठीचे भाडे हे आयटीसीसाठी तेव्हाच पात्र ठरते ज्यावेळी जागेच्या मालकाने जीएसटीसाठी नोंदणी केलेली असते, तो जीएसटीची आकारणी करत असतो आणि त्याने वैध कर दस्तावेज (इनव्हॉइस) सादर केलेला असतो.
- जीएसटीची आकारणी झालेली असेल, तरच विजेवरील खर्चासाठी आयटीसी मिळू शकतो.
- कंपनीच्या नावावर टेलिफोन/ इंटरनेटचा वापर होत असेल आणि कंपनीवर जीएसटीची आकारणी होत असेल, तरच यासंबंधीचा खर्च आयटीसीसाठी पात्र ठरतो.
- व्यावसायिक कारणांसाठी प्रवास केलेला असेल, तर विमान प्रवास, हॉटेलमध्ये राहणे यासाठीच्या खर्चावर आयटीसीचा दावा करता येतो. मात्र, कार विकत घेण्यासाठी कर्ज काढले असेल, तर त्यावर सीजीएसटी कायद्या २०१७ च्या १७(५) विभागांमध्ये आयटीसी मिळू शकत नाही. याचबरोबर अन्नपदार्थ, एखाद्या क्लबचे सदस्यत्व आणि विम्यासाठी केलेल्या खर्चावर आयटीसी मिळत नाही.

प्रश्न २ : माझ्या पुरवठादाराने जीएसटी रिटर्नस भरला नाही वा त्याने चुकीचे इनव्हॉइसेस अपलोड केले, तर काय होऊ शकते ? यामुळे मला माझा आयटीसी गमवावा लागतो का ?

उत्तर : पुरवठादाराच्या नियमपालनाशी आयटीसीचा जवळचा संबंध आहे. पुरवठादाराने जर GSTR-1 हे विवरणपत्र दाखल केले नाही वा त्याने इनव्हॉइसमध्ये चुकीचे तपशील दिले, तर त्याचा उपयोग तुम्ही GSTR-2B विवरणपत्र दाखल कराल, तेव्हा होणार नाही. विसंगत तपशिलांमुळे छाननीची वेळ योईल. वैध इनव्हॉइसेसच्या आधारेच आयटीसीचा दावा करता येतो. पुरवठादाराने निर्धारित वेळेत जीएसटीचा भरणा केला नाही, तर तुम्हाला आयटीसीचा दावा मागे घ्यावा लागेल. आयटीसीचे रक्षण करण्यासाठी तुमच्या खरेदीची सांगड दर महिन्याला दाखल करण्यात येणाऱ्या GSTR-2B या विवरणपत्राशी घाला. त्यातील तपशील सुधारण्यासाठी पाठपुरावा करा. तुमच्याकडे लेखी पुरावे ठेवा. करारांमध्ये नियमपालनाच्या कलमांचा समावेश करा. जीएसटीचे नियम पाळणाऱ्या विक्रेत्याकडूनच खरेदी करा.

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 कंपोजिशन 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.

जीएसटी



या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी ३% प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ३ : GSTR-2A/2B या विवरणपत्राची सांगड माझ्या खरेदीच्या नोंदींशी कशी घालता येईल, त्याआधारे मला आयटीसीचा दावा कसा करता येईल ?

उत्तर : तुमच्या खरेदीच्या नोंदींची GSTR-2A/2B विवरणपत्राशी सांगड घालणे हे योग्य प्रकारे आयटीसीचा दावा करण्यासाठी आवश्यक असते. यामुळे जीएसटीबाबतचे संभाव्य तंटेही टाळता येतात. GSTR-2A हे एक गतिमान आणि सतत अद्ययावत होणारे विवरणपत्र आहे, तर GSTR-2B हे दर महिन्याला सादर होणारे (साधारणपणे १४ तारखेला) स्थिर स्वरूपाचे विवरणपत्र आहे. आयटीसीचा दावा करण्यासाठी हे विवरणपत्र म्हणजे सुरक्षित आधार मानले जाते.

- या प्रक्रियेत GSTR-2B डाऊनलोड करून घ्यावे लागते. खरेदी वहीतून काही नोंदी वेगळ्या काढाव्या लागतात, इनव्हॉइसेसचा तपशील हा GSTIN, इनव्हॉइस क्रमांक/ तारीख, करपात्र मूल्य आणि कर रकमेशी जुळतो का हे बघावे लागते.
- इनव्हॉइसेसमधील न जुळणारा तपशील साधारणपणे याप्रमाणे असतो : 2B मधील तपशील म्हणजे पुरवठादाराने जीएसटी रिटर्नस भरलेला नसणे वा उशिरा भरलेला असणे, इनव्हॉइसेसमधील रक्कम तुमच्या खरेदी वहीतील नोंदींमध्ये नसणे, त्रुटीमुळे मूल्य/ कर यांच्या वेगवेगळ्या नोंदी असणे

ERP/ अकाउंटिंग साधने वा एकसेलचा वापर महिन्याचा अहवाल तयार करण्यासाठी करा. कादगपत्रे व्यवस्थित ठेवा. वर्षअखेरीस GSTR-3B आणि GSTR-9 या विवरणपत्रांचे लेखा परीक्षण करून घ्या.

प्रश्न ४ : आयटीसीचा दावा करण्यासाठी वेळेची मर्यादा किती आहे ? काही महिन्यांपूर्वीच्या वा वर्षापूर्वीच्या आयटीसीसाठी मी दावा करू शकतो का ?

उत्तर : सीजीएसटी कायदा, २०१७ नुसार आयटीसीचा दावा करण्यासाठी वेळेची मर्यादा काटेकोरपणे नमूद करण्यात आली आहे.

- पुढील आर्थिक वर्षासाठी GSTR-3B हे विवरणपत्र दाखल केल्याची तारीख वा GSTR-9 दाखल करण्याची तारीख यापैकी जी तारीख आधीची असेल, ती आयटीसीचा दावा करण्यासाठी ग्राह्य मानली जाते.
- GSTR-3B दाखल केल्यानंतर काही महिन्यांनी राहून गेलेल्या आयटीसीसाठी दावा करता येतो. मात्र, हा दावा वैध कालावधीतच करावा लागतो. त्याकरता वैध इनव्हॉइस, वस्तू वा सेवा खरेदीच्या पावत्या आणि GSTR-2B विवरणपत्र दाखल करावे लागते.
- तुम्ही जर GSTR-9 विवरणपत्र लवकर दाखल केले, तर तुमची आयटीसी दावा करण्याची कालमर्यादा ताबडतोब बंद होते.

आयटीसी दाव्यांसाठी तुम्ही दर महिन्याला आवश्यक विवरणपत्रांची सांगड घाला. ज्या इनव्हॉइसेसवर दावा केलेला नाही, त्यांचा शोध घ्या आणि GSTR-9 विवरणपत्र दाखल करण्यापूर्वी वर्षभराचा आढावा घ्या. निर्धारित मुदत संपल्यानंतर आयटीसी दावा करण्याची शक्यता संपुष्टात येते.

प्रश्न ५ : मुदतीत जीएसटी रिटर्न दाखल करता आला नाही, तर विलंब शुल्क आणि व्याजदर किती आहे ? मी उशिरा रिटर्नस कसे दाखल करू शकतो ?

उत्तर : जीएसटी रिटर्न भरण्याची मुदत टळली, तर विलंब शुल्क आणि व्याज भरावे लागते. याकरता GSTR-1 आणि GSTR-3B विवरणपत्रांसाठी विलंब शुल्क दर दिवसाला ५० रुपये (२५ रु. CGST + २५ रु. SGST) एवढे आहे. कोणतेही रिटर्नस भरले नसतील, तर जास्तीत जास्त ५ हजार रुपये आहे. करदायित्वासह रिटर्नस भरायचे असतील, तर १० हजार रुपये विलंबशुल्क आहे. कर भरण्यास उशीर झाल्यास वार्षिक १८ टक्के व्याज आकारले जाते. कर भरण्याची मुदत ते कर भरण्याची तारीख एवढ्या काळासाठी हे व्याज द्यावे लागते. कराची रक्कम + व्याज + विलंब शुल्क (चलनाद्वारा) भरल्यानंतरच विलंबित रिटर्नस दाखल करता येतो.

प्रश्न ६ : GSTR-1, GSTR-3B आणि वार्षिक रिटर्न GSTR-9 यांच्यात काय फरक आहे ? यापैकी कोणते विवरणपत्र दाखल करणे माझ्यासाठी बंधनकारक आहे ?

उत्तर : जीएसटी रिटर्नस वेगवेगळ्या कारणांनी दाखल करावी लागतात. त्यांची कालमर्यादा वेगवेगळी असते.

- GSTR-1 या विवरणपत्रात बाह्य पुरवठ्याची म्हणजेच विक्रीची नोंद केली जाते. यामध्ये इनव्हॉइसचा तपशील दिलेला असतो. तो तुमच्या खरेदीदाराला आयटीसीचा दावा GSTR-2B द्वारे करण्यासाठी उपयुक्त ठरतो. ५ कोटीपेक्षा जास्त उलाढाल असल्यास GSTR-1 दर महिन्याला दाखल करावे लागते. ५ कोटीपेक्षा जास्त उलाढाल असल्यास QRMP-क्वार्टरली रिटर्न फायलिंग एन्ड मंथली पेमेंट ऑफ टॅक्सेस अंतर्गत तीन महिन्यांनी रिटर्न दाखल करावा लागतो. ही विवरणपत्रे दाखल करताना करभरणा करावा लागत नाही.
- GSTR-3B हे विवरणपत्र सारांश स्वरूपात असते. त्याद्वारे तुम्ही तुमचे दायित्व जाहीर करता, आयटीसीचा दावा करता आणि जीएसटीचा भरणा करता (सर्वसाधारण करदात्यांसाठी मासिक आणि QRMP अंतर्गत त्रैमासिक तत्वावर PMT-06 या डिजिटल चलनाद्वारे)
- GSTR-9 हे उलाढाल २ कोटीपेक्षा जास्त असल्यास आवश्यक असे वार्षिक विवरणपत्र असून, ते GSTR-1 आणि 3B डाटा यांना बळकटी देते.
- GSTR-9C या विवरणपत्रात ५ कोटीपेक्षा जास्त उलाढाल असणाऱ्या उद्योगाचे ताळमेळ लेखापरीक्षण असते. हे विवरणपत्र उशिरा भरल्यास विलंब शुल्क आणि व्याज भरावे लागते. यामुळे आयटीसी दाव्यावर विपरीत परिणाम होतो. नियमपालन केली नसल्याची नोंद होते.

प्रश्न ७ : इनव्हॉइसमधील तपशील वा कराची रक्कम नोंदवताना माझ्याकडून चूक झाली असल्यास दाखल केलेल्या जीएसटी विवरणपत्राची फेररचना करता येते का, त्यात काही बदल करता येतात का ?

उत्तर : जीएसटी विवरणपत्रातील चुका दुरुस्त करता येतात; पण दाखल केल्यानंतर त्याची फेररचना करता येत नाही.

- GSTR-1 या विवरणपत्रातील चुका पुढील काळासाठी हेच विवरणपत्र दाखल करताना दुरुस्ती कोष्टकांचा (अमेंडमेंट टेबल्स) वापर करून दुरुस्त करता येतात. उदाहरणार्थ, चुकीचा GSTIN -गुडस एन्ड सर्व्हिसेस टॅक्स आयडेंटिफिकेशन नंबर, मूल्य, कर प्रणालीनुसार दर, राहून गेलेले वा पुन्हा पाठवलेले इनव्हॉइसेस. यासंबंधी झालेल्या चुका पुढील आर्थिक वर्षाच्या सप्टेंबर महिन्यापर्यंत तसेच GSTR-9 विवरणपत्र दाखल करण्यापूर्वी कराव्या लागतात.
- GSTR-3B या विवरणपत्रात दुरुस्तीचा पर्याय नसतो. त्यातील चुका दुरुस्त करायच्या असतील, तर वेगवेगळा कर (डिफरन्शियल टॅक्स) भरावा लागतो. एकूण देय रकमेपेक्षा कमी रक्कम भरली असेल, वा अतिरिक्त आयटीसी रद्द करायचा असेल, तर १८ टक्के व्याज भरावे लागते. काही महिन्यांनी चुका दुरुस्त होतात.
- GSTR-9 विवरणपत्र एकदा दाखल केल्यानंतर त्याची फेररचना करता येत नाही. यामुळे ते दाखल करण्यापूर्वीच ते सुसंगत आहे ना, याची खातरजमा करा. इनव्हॉइसेसबाबत खबरदारी घ्या. कालबद्ध क्रमवारी ठेवा. तुम्ही विवरणपत्रात केलेल्या दुरुस्त्या खरेदीदारांनाही कळवा. या दुरुस्त्यांचा परिणाम त्यांच्या आयटीसीवर होऊ शकतो.

प्रश्न ८ : जीएसटी अंतर्गत रिव्हर्स चार्ज मेकॅनिझम (RCM) म्हणजे काय ? पुरवठादाराच्या वतीने जीएसटी भरण्याची वेळ माझ्यावर केव्हा येऊ शकते ?

उत्तर : रिव्हर्स चार्ज मेकॅनिझम (RCM) या प्रक्रियेमुळे जीएसटीचा भरणा पुरवठादाराऐवजी लाभार्थी करतो. अधिसूचित वस्तू/सेवा, आयात केलेल्या सेवा आणि काही विशिष्ट व्यवहारांसाठी नोंदणी नसलेले पुरवठादार या घटकांना ही प्रक्रिया लागू होते. या प्रक्रियेअंतर्गत :

- तुम्ही इनव्हॉइस मूल्याआधारे जीएसटीची मोजणी करता आणि इलेक्ट्रॉनिक लेजरद्वारे रोख रक्कम भरता. नंतर या रकमेची नोंद GSTR-3B मध्ये केली जाते. या नोंदीआधारे आयटीसीचा दावा केला जातो.
- साधारणपणे RCM चा आयटीसीशी थेट संबंध येत नाही. पण, RCM मुळे रोकड प्रवाहात अंतर पडते, कारण आयटीसीचा उपयोग RCM भरण्यासाठी करता येत नाही.
- इनव्हॉइसेस / पैसे भरल्याच्या पावत्या, चलन यांच्या नोंदी व्यवस्थित ठेवा. वस्तू वा सेवेच्या पुरवठ्याच्या वेळेवर बारकाईने लक्ष ठेवा. यामुळे दंड आणि व्याज टाळता येईल.

प्रश्न ९ : ग्राहकांकडून आगाऊ रक्कम मिळालेली असल्यास वा पुरवठादाराला आगाऊ रक्कम दिलेली असल्यास मला जीएसटीची हाताळणी कशी करता येईल ?

उत्तर : जीएसटी नियमावलीनुसार, ग्राहकांकडून आगाऊ रक्कम मिळाल्यास त्याच महिन्यात ताबडतोब करदायित्व लागू होते. या स्थितीची हाताळणी याप्रमाणे करता येते :

- रिसीट व्हाऊचर वा पावती व्हाऊचर तयार करा. जीएसटी भरून GSTR-3B विवरणपत्रात तो भरल्याची नोंद करा. आगाऊ रकमेची नोंद GSTR-1 विवरणपत्रात करा.
- जेव्हा वस्तू वा सेवेचा अंतिम पुरवठा होईल तेव्हा टॅक्स इनव्हॉइस तयार करा. त्यामध्ये आगाऊ रकमेचे समायोजन करून त्याची नोंद करा.

- इनव्हॉइसचे मूल्य आगाऊ रकमेपेक्षा जास्त होत असेल, तर दोन्हीतील शिल्लक रकमेवर जीएसटी भरा. आगाऊ रकमेचा परतावा दिल्यास त्याप्रमाणे कर भरण्यात बदल करा.
- पुरवठादाराला तुम्ही आगाऊ रक्कम दिली असेल, तर वस्तू/सेवा मिळेपर्यंत तसेच टॅक्स इनव्हॉइस दाखल केला जाईपर्यंत तुम्हाला आयटीसीसाठी दावा करता येत नाही. यासंबंधीची नोंद GSTR-2B विवरणपत्रात होते.

प्रश्न १० : आंतरराज्य विरुद्ध राज्यांतर्गत व्यवहारांसाठी जीएसटीची आकारणी कशी केली जाते ? या आकारणीची अचूक नोंद मला कशी ठेवता येईल ?

उत्तर : व्यवहारांमधील मुख्य फरक पुरवठा होण्याचे ठिकाण आणि पुरवठादाराचे ठिकाण यातील फरकामुळे पडतो.

- दोन्ही ठिकाणे एकाच राज्यातील असतील, तर तो राज्यांतर्गत व्यवहार ठरतो. त्यावर CGST - सेंट्रल गुड्स एन्ड सर्व्हिसेस टॅक्स + SGST- स्टेट गुड्स एन्ड सर्व्हिसेस टॅक्स याप्रमाणे जीएसटी आकारणी होते. (उदाहरणार्थ, ९% + ९% = १८ टक्के)
- दोन्ही ठिकाणे वेगवेगळ्या राज्यातील असतील, वा व्यवहार आयात/निर्यात/ एसइझेड स्वरूपाचा असेल, तर त्यावर IGST - इंटिग्रेटेड गुड्स एन्ड सर्व्हिसेस टॅक्स साधारणपणे १८ टक्के आकारला जातो.
- वस्तुसंदर्भात पुरवठा करण्याचे ठिकाण हे साधारणपणे वितरण केंद्र वा आस्थापना ठिकाण असते.
- सेवांबाबत हे ठिकाण साधारणपणे लाभार्थ्याची व्यवसायाची जागा हे असते. याला काही अपवाद आहेत.
- पुरवठा करणारा आणि तो स्वीकारणारा हे दोघेही एकाच राज्यातील असतील, तर तो राज्यांतर्गत व्यवहार ठरतो. त्याची योग्य वर्गवारी केल्यास त्याचा परिणाम इनव्हॉइस कररचनेवर, GSTR-1 मधील नोंदींवर आणि आयटीसीच्या दाव्यांवर होतो. IGST क्रेडिट हे अतिशय लवचिक असते, तर CGST/SGST क्रेडिट मर्यादित स्वरूपाचे असते.

प्रश्न ११ : विक्रीवर आकारला जाणारा कर (आऊटपूट टॅक्स) हा व्यावसायिक कारणांसाठी केलेल्या खरेदीवरील करापेक्षा (इनपूट टॅक्स) कमी असेल, (उदाहरणार्थ निर्यातीसंबंधी करआकारणी) तर मला जीएसटीचा परतावा मिळतो का ? यासंबंधीची प्रक्रिया कशी असते ?

उत्तर : व्यावसायिक कारणांसाठी केलेल्या खरेदीवरील करांचे (इनपूट टॅक्स क्रेडिट) प्रमाण वाढल्यास आणि त्याचा उपयोग होऊ शकत नसल्यास जीएसटीचा परतावा मिळू शकतो. पुरवठ्यावर शून्य टक्के करआकारणी असल्यास (निर्यात वा एसइझेडसाठीचा पुरवठा) इनपूट टॅक्सचे प्रमाण वाढते. कच्च्या मालावरील जीएसटी तयार मालावरील जीएसटीपेक्षा जास्त असेल, तर व्यस्त शुल्क रचना (inverted duty structure) रचना तयार होते. या रचनेमुळे विक्रीवरील करापेक्षा (आऊटपूट टॅक्स) पेक्षा खरेदीवरील कराचे (इनपूट टॅक्स) प्रमाण वाढते.

- लेटर ऑफ अंडरटेकिंग (LUT) अंतर्गत निर्यात करून (IGST वगळून) निर्यातदार परताव्यासाठी दावा करू शकतात. त्यांच्याकडे आयटीसीचा संचय झालेला असल्यास ते परतावा मागू शकतात. IGSTचा भरणा करून निर्यात केल्यास IGST परताव्यासाठी ते दावा करू शकतात.
- परताव्यासाठी RFD-01 हा ऑनलाइन अर्ज केला जातो. या अर्जाबरोबर इनव्हॉइसेस, FIR- फॉरेन इनवर्ड रेमिटन्स सर्टिफिकेट, आयटीसी स्टेटमेंट्स अशी पूरक कागदपत्रे सादर करावी लागतात.
- निर्यातीच्या तारखेपासून साधारणपणे दोन वर्षांच्या आत परताव्यासाठी अर्ज केले पाहिजेत. परताव्याची प्रक्रिया ६० दिवसांत पूर्ण झाली पाहिजे. विलंब झाल्यास व्याजासह तो मिळाला पाहिजे.

प्रश्न १२ : जीएसटीचा परतावा मिळण्यास किती काळ लागतो, त्याकरता अर्ज करण्यासाठी कोणती कागदपत्रे लागतात ?

उत्तर : अर्ज अचूकतेने भरलेला असेल, तर जीएसटी परतावा ६० दिवसांच्या आत मिळायला हवा. साधारणपणे २ लाख रुपयांपेक्षा अधिक रकमेच्या दाव्यांसाठी अर्ज दाखल केल्यानंतर ९० टक्के तात्पुरता परतावा लगेच मिळायला हवा. सर्वसाधारण निर्यातीचा परतावा ६० ते ९० दिवसांत मिळतो. व्यस्त शुल्क रचना म्हणजे

कच्च्या मालावरील जीएसटी हा पक्क्या मालावरील जीएसटीपेक्षा जास्त असेल, तर काटेकोर तपासणीमुळे परतावा मिळण्यासाठी १२० ते १८० दिवस लागू शकतात. जीएसटी परतावा मिळण्यासाठी प्रमुख उपाय याप्रमाणे आहेत :

- RFD-01 अर्ज दाखल करणे, ARN - असोसिएशन ऑफ म्युच्युअल फंड्स इन इंडिया रजिस्ट्रेशन नंबर घेणे, अधिकाऱ्यांनी केलेली छाननी, अधिकाऱ्यांनी दाखवलेल्या त्रुटी दूर करणे, पडताळणी आणि बँकेच्या कर्जापूर्वी RFD-06 प्रसूत करणे.
- अपूर्ण कागदपत्रे, रिटर्न भरलेला नसणे, GSTR-3B/2B या अर्जांमध्ये सुसंगती नसणे या प्रमुख कारणांमुळे परतावा मिळण्यास उशीर होतो.
- परतावा मिळण्यास ६० दिवसांपेक्षा जास्त काळ लागल्यास, ६ टक्के व्याज लागू होते. परताव्यासाठी अर्ज नियमितपणे भरा, कागदपत्रांमध्ये स्पष्टता ठेवा आणि बजावलेल्या नोटिशींना त्वरित उत्तरे द्या. यामुळे तुमच्या खेळत्या भांडवलाचे संरक्षण होईल.

प्रश्न १३ : तपशील सुसंगत नसल्याने, मागणीमुळे वा मूल्यमापनामुळे जीएसटीची नोटीस मिळाली, तर मी काय करणे अपेक्षित आहे ? या नोटीशीला मी उत्तर कसे द्यायचे ?

उत्तर : जीएसटी नोटीशीला जलद आणि व्यावसायिक प्रतिसाद दिला पाहिजे.

- प्रथम नोटीस काळजीपूर्वक वाचा. विषय, कालावधी, विभाग, अंतिम मुदत इत्यादी मुद्दे लक्षात घ्या. नोटीशीला किती दिवसांत उत्तर द्यायचे आहे, याची नोंद घ्या. साधारणपणे १५ ते ३० दिवसांत उत्तर देणे अपेक्षित असते. काही वेळा यापेक्षा कमी मुदत असते.
- इनव्हॉइसेस, GSTR-1/3B, GSTR-2B, चलन, लेजर्स, आर्थिक ताळमेळ यासारखी प्रमुख कागदपत्रे तयार ठेवा. यानंतर मुद्देसूद उत्तर तयार करा. तुमचे म्हणणे स्पष्ट करण्यासाठी पुरावे द्या.
- GSTR-1 मधील माहिती 3B मधील माहितीशी न जुळणे, आयटीसीमधील विसंगती आणि देय रकमेचा अपुरा भरणा यासंबंधात नोटीस असेल, तर आर्थिक ताळमेळ सादर करा. कर वा व्याज देणे असेल, तर ती रक्कम चुकती करा.
- तुमचे उत्तर जीएसटी पोर्टलद्वारे दाखल करा. उत्तर दाखल केल्याचा पुरावा तुमच्याकडे ठेवा. सुनावणीसाठी पाचारण केल्यास उपस्थित राहा. प्रकरणाशी संबंधित कागदपत्रांची फाइल तयार करा.
- जीएसटी नोटीशीकडे कधीही दुर्लक्ष करू नका. मुदतीत उत्तर दाखल न केल्यास एकतर्फी आदेश, अंतिम करदायित्व यासारख्या कार्यवाहीला सामोरे जावे लागू शकते.

प्रश्न १४ : वस्तू आणि सेवा या दोन्हीचा पुरवठा मी करत असेन, तर जीएसटी दायित्व कसे मोजायचे (संयुक्त पुरवठा विरुद्ध मिश्र पुरवठा) ?

उत्तर : संयुक्त पुरवठा (कंपोजिट सप्लाय) म्हणजे दोन किंवा त्यापेक्षा जास्त वस्तूंचे व्यावसायिक एकत्रीकरण. यातील एका वस्तूचा मुख्य पुरवठा केला जातो, दुसरी वस्तू प्रासंगिक स्वरूपाची वा दुय्यम असते. या व्यवहारात जीएसटीची आकारणी मुख्य पुरवठ्याच्या एकूण मूल्यावर केली जाते. उदाहरणार्थ, एअरकंडिशनच्या विक्रीवर २८ % जीएसटी आकारला जातो. तो बसवून देण्यासाठी १८ % आकारणी केली जाते. पण, एकूण मूल्य विचारात घेऊन २८ % च कर आकारणी होते.

मिश्र पुरवठा (मिक्सड सप्लाय) म्हणजे अनेक वस्तू/सेवा यांचे एकत्रीकरण. सुलभतेसाठी वा व्यवसायाच्या वाढीसाठी ते केले जाते. मुख्य पुरवठा नसतानाही प्रत्येक वस्तू वा सेवेची स्वतंत्रपणे विक्री केली जाऊ शकते. या व्यवहारात संपूर्ण एकत्रीकरणाचा विचार करून सर्वाधिक दराने जीएसटीची आकारणी केली जाते.

प्रश्न १५ : व्यवसाय करणे थांबविल्यास वा निर्धारित मर्यादेपेक्षा (threshold limit) कमी कामगिरी झाल्यास जीएसटी नोंदणी मी स्वेच्छेने रद्द करू शकतो का ?

उत्तर : व्यवसाय करणे थांबविल्यास, तो हस्तांतरित केल्यास वा त्याच्या घटनापत्रात बदल केल्यास तसेच निर्धारित मर्यादेपेक्षा कमी उलाढाल झाल्यास तुम्ही तुमची जीएसटी नोंदणी स्वेच्छेने रद्द करू शकता. यासाठीची प्रक्रिया याप्रमाणे आहे :

- जीएसटी पोर्टलवर लॉग इन करा-सर्व्हिसेस -रजिस्ट्रेशनवर जा-नोंदणी रद्द करण्यासाठीचा अर्ज मागवा- REG-16 हा फॉर्म, नोंदणी बंद करण्याचे कारण, संबंधित तारीख आणि नोंदणी बंद करतानाचे शेअर्स वा भांडवली वस्तूंचे तपशील स्पष्ट करून भरा.
- पूरक कागदपत्रे DSC/EVC-डिजिटल सिग्नेजर सर्टिफिकेट आणि इलेक्ट्रॉनिक व्हेरिफिकेशन कोडसह अपलोड करा.
- खात्याकडून REG-17 द्वारे तुमच्याकडे स्पष्टीकरण मागितले जाऊ शकते. तुमचा अर्ज मंजूर झाला, तर REG-19 द्वारे तुम्हाला नोंदणी रद्द झाल्याचा आदेश प्राप्त होतो.
- नोंदणी रद्द करण्यापूर्वी सर्व प्रलंबित विवरणपत्रे वा रिटर्नस भरा तसेच देणे रक्कम चुकती करा.
- नोंदणी रद्द करताना असलेले शेअर्स आणि भांडवली वस्तूंवरील आयटीसी तुम्हाला एकतर भरावा लागेल वा त्याबाबतचा दावा मागे घ्यावा लागेल. नोंदणी रद्द केल्यानंतर तीन महिन्यांच्या आत GSTR-10 भरा.

प्रश्न १६ : मी माझा व्यवसाय बंद केला वा जीएसटी नोंदणी रद्द केली, तर मी न वापरलेल्या माझ्या खातेवहीतील (लेजर) इनपूट टॅक्स क्रेडिटचे (आयटीसी) काय होईल ?

उत्तर : तुम्ही तुमचा उद्योग बंद केला वा तुमची जीएसटी नोंदणी रद्द केलेली असेल, तर तुमच्या इलेक्ट्रॉनिक खातेवहीतील वापरात न आणलेल्या आयटीसीचा वापर होऊ शकत नाही, साधारणपणे तो वाया जातो. उद्योग वा नोंदणी रद्द केल्यानंतर बहुतेक प्रकरणांत आयटीसीचा परतावा मिळत नाही. उद्योग वा नोंदणी रद्द करण्याच्या तारखेला शिल्लक शेअर्स तसेच भांडवली वस्तूंवरील आयटीसीची तुम्हाला परतफेड करावी लागते. तुम्ही आधी केलेल्या खरेदीवर आयटीसी घेतला असल्यास, त्याची परतफेड करावी लागते. सर्व थकबाकी चुकती केल्यानंतर खातेवहीत आयटीसीची नोंद राहात असेल, तर तो निरुपयोगी ठरतो, तुम्हाला तो गमवावा लागतो. याला एकमेव व्यावहारिक अपवाद म्हणजे तुम्ही जर तुमचा व्यवसाय जीएसटी नोंदणी केलेल्या व्यक्तीला हस्तांतरित केल्यास, तुमचा आयटीसीही निर्धारित प्रक्रियेनुसार हस्तांतरित होऊ शकतो.

प्रश्न १७ : ग्राहकांना दिलेला डिस्काउंटस, सेल्स रिटर्नस, क्रेडिट नोटस आणि डेबिट नोटस यावरील जीएसटीची हाताळणी मला कशी करता येईल ?

उत्तर : डिस्काउंटस-सूट, सवलत, सेल्स रिटर्नस-विक्री परतावा, क्रेडिट नोटस-विक्रेत्याने खरेदीदाराला दिलेला कायदेशीर दस्तावेज, डेबिट नोटस -खरेदीदाराने विक्रेत्याला दिलेला कायदेशीर दस्तावेज, यावरील जीएसटीची हाताळणी याप्रमाणे करता येईल :

- इनव्हॉइस करण्यापूर्वी वा इनव्हॉइस करण्याआधी बदल केला आहे का, हे निश्चित करा. या दोन्ही स्थितीत जीएसटी दायित्व बदलते.
- तुम्ही पुरवठ्यापूर्वी डिस्काउंट दिला असेल, तर डिस्काउंट वगळून नक्त मूल्यावर जीएसटी आकारला जातो. कमी झालेल्या करपात्र मूल्याची नोंद GSTR-1 मध्ये केली जाते.
- तुम्ही जर पुरवठ्यानंतर डिस्काउंट दिला असेल, तर क्रेडिट नोट प्रसृत करून तुम्ही जीएसटी कमी करू शकता. यामध्ये करारात/ अटींमध्ये डिस्काउंट देण्यास मान्यता दिलेली असली पाहिजे आणि विशिष्ट इनव्हॉइसेसशी डिस्काउंट निगडीत असला पाहिजे.
- सेल्स रिटर्नस वा विक्री परतावा याची हाताळणीही क्रेडिट नोटद्वारे केली जाते. त्यात मूळ इनव्हॉइसचा उल्लेख असतो. यामुळे क्रेडिट नोट प्रसृत केलेल्या महिन्यातील तुमचे बाह्य करदायित्व (आऊटवर्ड टॅक्स लायबिलिटी) कमी होते.

- करपात्र मूल्य वा कर कमी करण्याची आवश्यकता जेव्हा भासते तेव्हा क्रेडिट नोट प्रसृत केली जाते. ती करताना परतावा, अतिरिक्त आकारणी, दरांमधील त्रुटी यांचा विचार केला जातो. करपात्र मूल्य वा कर वाढवायचा असेल, तर डेबिट नोट प्रसृत केली जाते. ती करताना किमतीतील वाढ, अल्प मुदतीचा कर, अतिरिक्त पुरवठा यांचा विचार केला जातो.
- क्रेडिट/डेबिट नोटसची नोंद GSTR-1 मध्ये (टेबल 9B/9C) केलीच पाहिजे. याचा परिणाम विशिष्ट काळासाठी दाखल केलेल्या GSTR-3B विवरणपत्रावर होतो. तुम्ही क्रेडिट नोट प्रसृत केली की, खरेदीदाराला त्यानुसार आयटीसीची परतफेड करणे भाग पडते. तुम्ही डेबिट नोट प्रसृत केली की, खरेदीदाराला अतिरिक्त आयटीसीचा दावा करता येतो. योग्य वेळी संपर्क साधणे आणि इनव्हॉइसेसशी योग्य ताळमेळ ठेवणे आवश्यक असते.

प्रश्न १८ : जीएसटी लेखापरीक्षण आणि वार्षिक ताळमेळ विवरणपत्र म्हणजे काय ? जीएसटी कायदानुसार, कोणत्या घटकांनी लेखापरीक्षण करून घेणे आवश्यक आहे ?

उत्तर : जीएसटी लेखापरीक्षण आणि वार्षिक ताळमेळ विवरणपत्र म्हणजे नियमपालन तपासणीचे उपाय आहेत. तुमच्या जीएसटी विवरणपत्रातील तपशील तुमच्या हिशेबाच्या नोंदींशी मिळताजुळता असल्याची खबरदारी याद्वारे घेतली जाते. कर आणि आयटीसी यांच्या नोंदी अचूक करण्यात आल्याची खातरजमाही केली जाते.

- GSTR-9 म्हणजे वार्षिक विवरणपत्राचा उपयोग जीएसटी संबंधीची माहिती (GSTR-1 & GSTR-3B मधील तपशील) आणि हिशेब पुस्तिकेतील नोंदी यांचा ताळमेळ घालण्यासाठी केला जातो.
- उलाढाल, करभरणा आणि आयटीसी यांच्या अचूक नोंदींसाठी खबरदारी घेतली जाते.
- आर्थिक वर्षात एकूण उलाढाल २ कोटी रुपयांपेक्षा जास्त असल्यास साधारणपणे अशा ताळमेळाची गरज भासते.
- जीएसटी लेखापरीक्षण आणि वार्षिक ताळमेळ विवरणपत्र सादर करण्याची मुदत आर्थिक वर्षातील ३१ डिसेंबर ही तारीख असते.
- जीएसटी लेखापरीक्षण (GSTR-9C विवरणपत्र) एकूण उलाढाल ५ कोटी रुपयांपेक्षा जास्त असल्यास आवश्यक ठरते.
- GSTR-9C या विवरणपत्रात जीएसटी विवरणपत्र आणि लेखापरीक्षण झालेले वित्तीय तपशील यांचा ताळमेळ घातला जातो.
- या ताळमेळातून उलाढाल, विक्रीवरील कर, आयटीसी (GSTR-2B मधील तपशिलाच्या समावेशासह) आणि RCM-रिव्हर्स चार्ज मेकॅनिझमचे पालन यांची तपासणी केली जाते.

प्रश्न १९ : अनेक ठिकाणांहून माझा व्यवसाय चालू असेल, तर मला जीएसटीच्या नियमांचे पालन कसे करता येईल ?

उत्तर : तुमच्या उद्योगाची कार्यवाही एकाच राज्यातून होते, का अनेक राज्यांमधून होते यावर जीएसटीचे नियमपालन अवलंबून असते. अनेक शाखा आणि ठिकाणे असणाऱ्या उद्योगांसाठी हा मुद्दा महत्त्वाचा ठरतो, कारण जीएसटीची अंमलबजावणी राज्यवार होते.

- तुमच्या उद्योगाची कार्यवाही विविध राज्यांमधून होत असेल, तर तुम्हाला प्रत्येकराज्यासाठी स्वतंत्र जीएसटी नोंदणी करावी लागते. प्रत्येक राज्यासाठी तुम्हाला स्वतंत्र नोंदणी क्रमांक (GSTIN) मिळतो.
- प्रत्येक GSTIN-गुडस एन्ड सर्व्हिसेस टॅक्स आयडेंटिफिकेशन नंबर, म्हणजे नियमपालनासाठी स्वतंत्र उद्योग मानला जातो. या प्रत्येक उद्योगासाठी तुम्हाला स्वतंत्र नोंदी ठेवाव्या लागतात. स्वतंत्रपणे GSTR-1 आणि GSTR-3B ही विवरणपत्रे दाखल करावी लागतात. स्वतंत्रपणे करभरणा करून त्याची नोंद वेगवेगळ्या खातेवह्यांमध्ये करावी लागते.
- वेगवेगळ्या GSTIN क्रमांकांवर शेअर्सचे हस्तांतरण केल्यास (एकाच कंपनीत हा व्यवहार झालेला असला, तरी) तो करपात्र व्यवहार मानला जातो. या प्रत्येक व्यवहारासाठी टॅक्स इनव्हॉइस तयार करावा लागतो. IGST/CGST+SGST भरावा लागतो. शेअर्सचे हस्तांतरण ज्या शाखेत करण्यात येते, त्या शाखेला आयटीसीचा दावा करता येतो.
- एकाच GSTIN वर तुम्ही एकाच राज्यात अनेक ठिकाणांहून तुमच्या उद्योगाची कार्यवाही करत असल्यास, शेअर्सच्या शाखांमधील हस्तांतरणावर कोणतीही करआकारणी होत नाही. त्याकरता इनव्हॉइस करावा लागत नाही. फक्त वितरणाचे चलन तयार करावे लागते. मात्र, हा व्यवहार दक्षतेने करावा लागतो. आवश्यक तेथे इ-वे बिल्स तयार करावी लागतात.

जीएसटी नियमपालन सुरळीतपणे होण्यासाठी केंद्रीय अकाउंटिंग/ERP-एंटरप्राइज रिसोर्स प्लॅनिंगचा वापर करावा. सर्व GSTIN क्रमांकांसाठी जीएसटी नियमपालनाचे वेळापत्रक तयार करावे, प्रत्येक नोंदणीसाठी GSTR-1 आणि GSTR-3B या विवरणपत्रांचे समायोजन दर महिन्याला करावे.

प्रश्न २० : एकाच व्यक्तीच्या मालकीचा उद्योग आणि भागीदारी उद्योग यांच्यावरील जीएसटी आकारणीत काय फरक आहे ?

उत्तर : मालकीचा उद्योग आणि भागीदारी उद्योग यांच्यावरील जीएसटी आकारणीत याप्रमाणे फरक आहे :

निकष	मालकीचा उद्योग	भागीदारी उद्योग
जीएसटी दर आणि आयटीसी नियम	इतर उद्योगांप्रमाणेच	इतर उद्योगांप्रमाणेच
नोंदणीचा आधार	मालकाच्या पॅनशी निगडीत	उद्योगाच्या पॅनशी निगडीत
विवरणपत्र कसे दाखल करायचे ?	GSTR-1 आणि GSTR-3B ही विवरणपत्रे मालकाच्या पॅन आधारित GSTIN वर दाखल करावी लागतात.	GSTR-1 आणि GSTR-3B विवरणपत्रे उद्योगाच्या पॅन आधारित GSTIN वर दाखल करावी लागतात.
जीएसटी थकबाकीचे दायित्व	मालकावर अमर्यादित वैयक्तिक दायित्व	संयुक्त आणि भागीदारांमध्ये विभागले गेलेले दायित्व
आवश्यक कागदपत्रे	मूलभूत KYC + उद्योगाचे पुरावे	भागीदारी करार + कंपनीचे पॅन + भागीदाराचे तपशील
सहीचे अधिकार	मालक	कोणताही अधिकृत भागीदार
बदल केल्यास काय परिणाम होतात ?	उद्योगाची रचना बदलल्यास नव्याने जीएसटी नोंदणी करावी लागते.	उद्योगाची रचना बदलल्यास नव्याने जीएसटी नोंदणी करावी लागते.

प्रश्न २१ : रोकड व्यवहार करताना जीएसटी नियमपालनाचे व्यवस्थापन मला कसे करता येईल ?

उत्तर : रोकड व्यवहारांसाठी जीएसटी नियमपालनाचे व्यवस्थापन याप्रमाणे करता येईल :

- पैसे रोख मिळोत वा डिजिटल माध्यमातून, त्यावर जीएसटी आकारणी केली जातेच. करदायित्व पुरवठ्याआधारे ठरते ; पैसे कोणत्या पद्धतीने दिले याआधारे नव्हे.
- सर्व करपात्र विक्रीसाठी योग्य टॅक्स इनव्हॉइस प्रसूत करा. रोख रकमेने भरणा केला असला, तरी त्यासाठीही इनव्हॉइस हवाच.
- तुमच्या विक्री व्यवहाराची खातेवहीत नोंद करा. नंतर त्याचा समावेश GSTR-1 आणि GSTR-3B विवरणपत्रांमध्ये करा.
- रोख रकमेद्वारे केलेल्या विक्रीचा उलाढालीत समावेश करण्याची दक्षता घ्या. त्यानुसार करभरणा करा.
- तुम्ही जीएसटी कंपोझिशन स्कीमचा स्वीकार केला असेल, तर तुम्हाला जीएसटी स्वतंत्रपणे भरता येत नाही. तुम्हाला पुरवठ्याचे बिल सादर करावे लागते आणि कंपोझिशन दरांप्रमाणे करभरणा करावा लागतो.
- मोठ्या रकमांचे व्यवहार असतील, तर प्राप्तिकर कायदांनुसार त्यांची छाननी केली जाते. रोख रकमेची मर्यादा पाळावी लागते. यामुळे योग्य कागदपत्रे तयार ठेवा. बँकेमध्ये रोख रक्कम नियमितपणे भरा.
- दररोज होणाऱ्या रोख रकमेतील विक्रीची पॉइंट ऑफ सेल- POS / शेअर्सच्या नोंदींशी सांगड घाला. यामुळे लेखापरीक्षणात विसंगती राहणार नाहीत.
- अपुऱ्या माहितीची नोंद होणे टाळण्यासाठी अंतर्गत नियंत्रण व्यवस्था बळकट करा. रोख रक्कम आणि विक्री यातील विसंगतीमुळे बऱ्याच वेळा जीएसटी नोटिसा बजावल्या जातात हे लक्षात घ्या.



सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

ब्रँडिंग आणि विपणन (मार्केटिंग)

प्रश्न १ : एमएसएमइ उद्योगाच्या विपणनासाठी (मार्केटिंग) अंदाजपत्रक मी कसे तयार करू शकतो? विपणनासाठी उत्पन्नाच्या किती टक्के रक्कमेची तरतूद मी केली पाहिजे ?

उत्तर : तुमचा उद्योग कोणत्या टप्प्यात आहे यावर तुमची विपणनासाठीची अंदाजपत्रकीय तरतूद अवलंबून असते. यासंदर्भात काही सर्वसाधारण सूचना मात्र करता येतात.

- एमएसएमइ उद्योग त्यांच्या उत्पन्नाच्या ५ ते १० टक्के रक्कमेची तरतूद विपणनासाठी करू शकतात.
- स्टार्टअप्स आणि नव्या उद्योगांसाठी हे प्रमाण एकूण उत्पन्नाच्या १२ ते २० टक्के एवढे असू शकते.
- मोठी वाढ असलेले उद्योग साधारणपणे उत्पन्नाच्या १५ ते २५ टक्के रक्कम विपणनासाठी खर्च करतात.
- जे उद्योग बाजारपेठेत स्थिरावले आहेत ते उत्पन्नाच्या ३ ते ७ टक्के एवढीच रक्कम विपणनावर खर्च करतात.
- केवळ टक्केवारी विचारात न घेता मूलभूत गोष्टींचा विचार करून त्याआधारे तुमचे विपणनाचे अंदाजपत्रक निश्चित केले पाहिजे. ते निश्चित करताना खालील गोष्टींचा विचार केला पाहिजे :
- तुमची उद्दिष्टे स्पष्ट असली पाहिजेत. नवे ग्राहक, उत्पन्नाचे उद्दिष्ट, नवी बाजारपेठ यांचा विचार तुम्ही केला पाहिजे.
- ग्राहक मिळवण्याचा खर्चाचा (CAC). समावेश तुम्ही विपणन प्रक्रियेचा अंदाजपत्रकात केला पाहिजे.
- ब्रँड तयार करण्यासाठीच्या कार्यवाहीचा समावेश केला पाहिजे. यामध्ये वेबसाइट चालविणे, सोशल मीडियाचे व्यवस्थापन करणे आणि सर्वसाधारण जागरूकता मोहिमांचा समावेश होतो.
- जाहिरातींवरील खर्च, व्यावसायिक उपक्रम आणि प्रदर्शने, प्रचारासाठीचे साहित्य आणि सॉफ्टवेअर यावरील खर्चाचा समावेशही विपणन अंदाजपत्रकात केला पाहिजे.

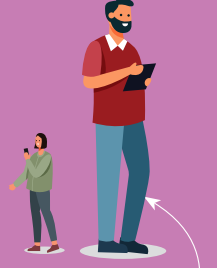
प्रश्न २ : B2B आणि B2C विपणन धोरणांमध्ये कोणता फरक आहे ? या दोन्ही धोरणांचा अवलंब मला कसा करता येईल ?

उत्तर : B2B आणि B2C या विपणन धोरणांमधील फरक याप्रमाणे आहेत :

घटक	B2B (उद्योग ते उद्योग) धोरण	B2C (उद्योग ते वैयक्तिक ग्राहक) धोरण
विक्री साखळी	लांबलचक, काही आठवडे ते काही महिन्यांपर्यंत	लहान, काही मिनिटे ते काही दिवसांचा कालावधी
निर्णय घेणारे	अनेक जण	वैयक्तिक खरेदीदार
खरेदीची कसोटी	तर्कशुद्ध, ROI- म्हणजे गुंतवणुकीवरील परताव्यावर आधारित	भावनात्मक, जीवनशैलीने प्रभावित
हस्तांतरण मूल्य	उच्च मूल्य, कमी विक्री	कमी मूल्य, मोठे प्रमाण
नातेसंबंध	दीर्घकालीन भागीदारी	ब्रँडवरील निष्ठा आणि पुन्हा पुन्हा खरेदी
विपणन धोरण	लिनॅक्डइन कार्यशाळा वापर, ई-मेल मोहिमा, विशेष अभ्यास, प्रात्यक्षिके, व्यापारी प्रदर्शने	सोशल मीडियातील जाहिराती, इन्फ्लुअन्सरची मदत, आकर्षक मजकूर, ऑफर्स आणि डिस्काउंट्स

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 स्वतःची विश्वासार्हता निर्माण करता येईल. बाजारपेठेतील स्पर्धला सामोरे जात ग्राहकांचा पाठिंबा मिळवण्यासाठीही त्यांना ही माहिती उपयुक्त ठरेल.

विपणन (मार्केटिंग) आणि ब्रँडिंग



या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी **९५%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ३ : सोशल मीडिया, जाहिराती आणि प्रदर्शने यासारख्या विपणन मोहिमांमधील ROI अर्थात गुंतवणुकीवरील परतावा मला कसा मोजता येईल ?

उत्तर : ROI चे मुख्य सूत्र याप्रमाणे आहे :

ROI = विपणनातून मिळालेले उत्पन्न - विपणनाचा खर्च × १०० मात्र, तुम्हाला प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्ष अशा दोन्ही निकषांचा विचार करावा लागतो.

- सोशल मीडियातील ROI च्या मोजमापासाठी प्रतिसाद देणाऱ्या बाबींचा मागोवा घ्यावा लागतो, उदाहरणार्थ- लाइक्स, कमेंट्स, शेअर्स आणि सेव्हज. रूपांतर करणाऱ्या बाबी जशा की वेबसाइटवर क्लिक करण्याचा दर आणि सोशल मीडियामुळे प्रत्यक्षात होणारी विक्री यांचे मोजमाप करावे लागते.
- पैसे देउन केलेल्या जाहिरातीसंदर्भात ROI मोजण्यासाठी जाहिरातीचा प्रभाव, जाहिरातीआधारे क्लिक करण्याचा दर, प्रत्येक क्लिकसाठी आलेला खर्च, वेबसाइटला भेट देणाऱ्यांनी प्रत्यक्षात केलेली खरेदी, प्रत्येक संपादनासाठी आलेला खर्च आणि जाहिरातीवरील खर्चावर मिळालेला परतावा यांचे मोजमाप घ्यावे लागते.
- प्रदर्शने आणि व्यापारी मेळावे यातील ROI मोजण्यासाठी बिझनेस कार्ड्स, स्कॅनर डाटा, चौकशीसाठीचे अर्ज यांच्यावरील खर्चाचा अंदाज घ्यावा लागतो. प्रदर्शन वा मेळाव्याच्या ठिकाणी मिळालेल्या खरेदीच्या ऑर्डर्स, तेथे झालेल्या वाटाघाटी, पाठपुरावा करण्यासाठी घ्यावयाच्या बैठका आणि संभाव्य विक्रीचे मूल्य यांचे मोजमाप घ्यावे लागते. प्रदर्शन वा मेळाव्यासाठी आलेला भाड्याचा खर्च, तेथील रचनेसाठी झालेला खर्च, प्रवास आणि राहण्यासाठीचा खर्च, प्रचारासाठीचे साहित्य आणि कर्मचाऱ्यांनी दिलेला वेळ या सर्व बाबींचा विचार खर्चाची रक्कम निश्चित करताना केला पाहिजे.

प्रश्न ४ : विपणनासाठी स्वतःच्या कंपनीची टीम उभारावी का? एखाद्या विपणन एजन्सीची मदत घ्यावी ? कोणता पर्याय खर्चाच्या दृष्टीने फायदेशीर ठरेल ?

उत्तर : या दोन्ही पर्यायांचे काही फायदे आणि काही तोटे आहेत.

पर्याय	कशासाठी चांगला ?	फायदे	खर्चाची पातळी
इन हाऊस टीम	दीर्घ पल्ल्यासाठी चांगला, विपणन चालू असल्यास उपयुक्त	ब्रँडची माहिती होते, पूर्ण नियंत्रण असते, संयोजन जलद करता येते	खर्चाची पातळी वरची, पगार +लाभ
फ्रीलान्सर्स	विशेष कामे / प्रकल्प	लवचिक, विशेष कौशल्ये, कमी निर्धारित खर्च	माफक, बदलती पातळी
विपणन एजन्सी	व्यापक आणि पूर्ण स्वरूपाच्या मोहिमा	तज्ज्ञांचे पथक, बांधेसूद, मोजमाप करता येण्याजोगे धोरण	वरची, प्रकल्पावर आधारित

बहुतेक एमएसएमई उद्योगांसाठी विपणनाकरता संमिश्र पद्धतीचा वापर करणे उपयुक्त ठरते. धोरण ठरवणे आणि त्याची अंमलबजावणी याकरता इन हाऊस टीम नेमायची, डिझाइन, कंटेंट, एसडिओ, व्हिडिओ यासारख्या विशेष कौशल्याच्या कामांसाठी फ्रीलान्सर्सची मदत घ्यायची, तर वेबसाइट रीडिझाइन, मोठी जाहिरात मोहीम वा बाजारपेठेत उत्पादन लॉच करणे यासारखी कामे मार्केटिंग एजन्सीकडे सोपवायची हे धोरण फायदेशीर ठरू शकते.

प्रश्न ५ : मी माझा संभाव्य वा लक्ष्य ग्राहक (target audience) कसा ओळखायचा ? ग्राहककेंद्री विपणन मोहीम कशी राबवायची ?

उत्तर : संभाव्य ग्राहक ओळखणे हा परिणामकारक विपणनाचा पाया असतो.

- तुमच्या सध्याच्या ग्राहकांचे विश्लेषण करण्यापासून सुरुवात करा. त्यातून तुम्हाला तुमच्या उद्योगातील ट्रेंड्स वा प्रवाह लक्षात येतील. लोकसंख्येतील घटक, विभाग वा ठिकाणे, ग्राहकांना जाणवणारे दोष आणि त्यांची खरेदी करण्याची पद्धत या बाबीही तुम्हाला समजतील.
- ग्राहकांनी तुमच्या उत्पादनाची वा सेवेची निवड का केली आहे, कोणत्या पर्यायांचा त्यांनी विचार केला आणि कोणत्या गोष्टीला ते सर्वाधिक महत्त्व देतात हे जाणून घेण्यासाठी पाहण्या आणि मुलाखतींची वापर करा.
- तुमच्या उत्पादनातील दोष समजून घेण्यासाठी तुमच्या स्पर्धकांचा अभ्यास करा. तुमच्या ग्राहकांचे म्हणणे समजून घेण्यासाठी सार्वजनिक व्यासपीठांवर लक्ष ठेवा.
- तुमच्या ग्राहकांची ठळकपणे वर्गवारी करा. प्रत्येक गटाला एक स्वतंत्र नाव द्या. त्यांच्या तक्रारींचे निराकरण करणारे मेसेजेस पाठवा. मेसेजमध्ये ग्राहकांचीच भाषा वापरा. त्यात तुमच्या उत्पादनाची वा सेवेची वैशिष्ट्ये ठळकपणे नमूद करा.
- तुमचे ग्राहक जास्तीत जास्त वेळ ज्या चॅनल्सना देतात त्या चॅनेल्सची निवड करा. उदाहरणार्थ, B2B साठी लिंकडइन, इन्स्टाग्राम/फेसबुक ग्राहकांसाठी, यूट्यूब तांत्रिक उत्पादनांसाठी आणि गुगल, एसइओ स्थानिक सेवांसाठी.
- A/B टेस्टिंगसारख्या तुलनात्मक चाचण्या घ्या. त्यातून मिळणारा प्रतिसाद तपासा. त्यानुसार तुमच्या प्रातिनिधिक नमुन्यांमध्ये नियमितपणे बदल करत राहा.

प्रश्न ६ : माझ्या व्यवसायाच्या विपणनात SEO कोणती भूमिका बजावू शकते ?

उत्तर : SEO - सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशनचा उपयुक्त गुगल वा इतर सर्च इंजिनमध्ये तुमची वेबसाइट उच्च श्रेणीत ठेवण्यासाठी होतो. यामुळे ग्राहकांना तुमच्या उत्पादन/ सेवेपर्यंत पोचण्यास मदत होते. एमएसएमइ उद्योगांसाठी एसइओचा वापर हे कमी खर्चाचे आणि दीर्घकालीन धोरण ठरू शकते. त्यामुळे तुमच्या उत्पादन वा सेवेची विश्वासार्हता वाढते. तुमचे संभाव्य वा लक्ष्य ग्राहक तुमच्यापर्यंत पोचण्याची शक्यता वाढते. पैसे देऊन केलेल्या जाहिरातीच्या तुलनेत एसइओमुळे विशिष्ट कालावधीत गुंतवणुकीवरील परताव्यात वाढ होते. एसइओचे प्रमुख घटक याप्रमाणे आहेत :

- ऑन पेज एसइओ- यामध्ये कीवर्ड्स, दर्जेदार मजकूर, शिर्षके, सारांश, पानांच्या शिर्षस्थानी असलेला मजकूर (हेडर), लिंक्स आणि चांगल्या प्रतिमा यांचा समावेश होतो.

- टेक्निकल एसइओ- मोबाइल अनुकूल साइट, जलद गतीचे HTTPS, स्पष्ट URL, ठिकाणाचे नकाशे.
- ऑफ पेज एसइओ- बॅकलिंक्स, लिस्टिंग वा सूची, परीक्षणे यांचा समावेश होतो.
- लोकल एसइओ- हा अत्यंत महत्त्वाचा असतो. त्यामुळे गुगलवरील बिझनेस प्रोफाइलचा जास्तीत जास्त लाभ घेता येतो. लोकेशन वा ठिकाणाचे कीवर्ड्स तसेच स्थानिक डिरेक्टरी वा सूचीचा यासाठी वापर करता येतो.

प्रश्न ७ : ऑर्गॅनिक मार्केटिंग (SEO, मजकूर) म्हणजे विनाशुल्क विपणन आणि पेड मार्केटिंग (जाहिराती) म्हणजे सशुल्क विपणन यामध्ये काय फरक आहे ? कोणत्या प्रकारच्या विपणनाला मी प्राधान्य दिले पाहिजे ?

उत्तर : विनाशुल्क आणि सशुल्क विपणनातील फरक याप्रमाणे आहे :

निकष	विनाशुल्क विपणन (एसइओ, मजकूर)	सशुल्क विपणन (जाहिराती)
खर्च	प्रत्यक्ष खर्च नाही, पण अप्रत्यक्ष खर्च करावा लागतो. उदाहरणार्थ, मजकूर तयार करणे एसइओ टूल्स, एजन्सी/ कर्मचाऱ्यांचा वेळ	प्रत्येक क्लिकसाठी आणि व्ह्यूसाठी पैसे द्यावे लागतात.
वेग	कमी, ३ ते १२ महिने लागू शकतात	जलद, तत्काळ परिणाम मिळतात
टिकण्याची क्षमता	दीर्घ काळ, चक्रवादीचे लाभ मिळू शकतात.	अंदाजपत्रकीय तरतूद थांबली की जाहिरातीही थांबतात
विश्वासाची पातळी	उच्चस्तरीय विश्वासार्हता	प्रोत्साहनपर स्वरूप
उदाहरणे	एसइओ, ब्लॉग, सोशल मीडिया, ई-मेल	गुगल, मेटा आणि लिंकडइन जाहिराती

एमएसएमइ उद्योगांनी प्रथम विनाशुल्क विपणनाचा अवलंब करावा(एसइओ, मजकूर, सूची यांचा वापर) नंतर त्यांनी चाचणीदारखल काही जाहिराती द्याव्यात आणि परिणाम पाहून त्या वाढवाव्यात. नव्या उद्योगांना तत्काळ परिणामांसाठी सशुल्क जाहिरातीचा पर्याय वापरता येऊ शकतो. प्रस्थापित उद्योगांना दीर्घकालीन वाढ लक्षात घेऊन विनाशुल्क विपणनावर भर देता येईल. विनाशुल्क आणि सशुल्क विपणन या दोन्हीचा वापर करून उद्योगांना विश्वासार्हता प्राप्त करता येते.

प्रश्न ८ : भेटी देणाऱ्या यूजर्सचे ग्राहकांमध्ये रुपांतर करणारी व्यावसायिक वेबसाइट मी कशी तयार करू शकतो ? त्याकरता कोणत्या गोष्टी आवश्यक आहेत ?

उत्तर : उद्योगासाठीची वेबसाइट व्यावसायिक स्वरूपाचीच असली पाहिजे. तिच्यापर्यंत जलद पोचता आले पाहिजे आणि भेट देणाऱ्या यूजर्सचे ग्राहकांमध्ये रुपांतर करण्याची क्षमता तिच्यात असली पाहिजे. याकरता आवश्यक गोष्टी याप्रमाणे आहेत :

- वेबसाइटचे होमपेज तुमच्या उत्पादन वा सेवेचे वेगळेपण स्पष्ट करणारे असावे. तुमच्या स्पर्धकांच्या तुलनेत तुम्ही ग्राहकांना काय देऊ इच्छिता हे त्यातून कळले पाहिजे. तुमच्या उत्पादन/ सेवेपर्यंत ग्राहकांनी पोचण्याचा मार्ग सोपा असला पाहिजे. संभाव्य ग्राहकांना तत्काळ प्रतिसाद देता येईल अशा तरतुदी त्यात असायला पाहिजेत. अधिक माहितीसाठी प्रत्यक्ष भेटीसाठी उदाहरणार्थ, कॉल नाऊ, गेट क्वोट, बुक डेमो, संपर्क करा आदी)
- ग्राहकांना मोबाइल कॉल करून प्रतिसाद देता येईल अशी तरतूद असणे अपरिहार्य आहे. या प्रतिसादाचा वाढवण्याकरिता इमेजेस वा प्रतिमांचा जास्त वापर केला पाहिजे आणि मजकुराचे प्रमाण कमी केले पाहिजे.
- तुमच्या उत्पादनात वा सेवेत रस दाखवणाऱ्या ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी फॉर्मर्स, कॉलबॅक आणि चॅट या तंत्रांचा वापर केला पाहिजे. ई-कॉमर्ससाठी पैसे भरण्याची सुरक्षित व्यवस्था, रिव्ह्यूज, ट्रॅकिंग आणि ग्राहकांकडून केल्या जाणाऱ्या परताव्याबाबतचे स्पष्ट धोरण यांचा समावेश करा.
- एसइओ संबंधीची मूलभूत तत्वे पहिल्या दिवसापासून पाळा. यामध्ये शिर्षके, उपशिर्षके, मजकूर, URL, नकाशा, संगणकीय विश्लेषण-एनालेटिक्सचा समावेश होतो.
- बहुतेक एमएसएमइ उद्योगांकरता वर्डप्रेस या मजकुराचे व्यवस्थापन करणाऱ्या प्रणालीचा वापर उपयुक्त ठरू शकतो. व्यावसायिक संकल्पनेनिशी काम करणाऱ्या या प्रणालीमुळे खर्च आणि लवचिकता यांचा समतोल साधला जातो.

प्रश्न ९ : कमी खर्चात ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी मी व्हॉट्सअप बिझनेस, गुगल माय बिझनेस आणि लिंकडइनचा वापर प्रभावीपणे कसा करू शकतो ?

उत्तर : या तिन्ही प्लॅटफॉर्मचा वापर सातत्याने केल्यास एमएसएमइ उद्योगांना संभाव्य ग्राहकांपर्यंत प्रभावीपणे पोचता येते.

- व्हॉट्सअप बिझनेस हा प्लॅटफॉर्म ग्राहकांशी थेट संवाद साधण्यासाठी सर्वोत्तम आहे. सूची (कॅटलॉग) आणि झटपट उत्तरे या तंत्रांचा वापर करा. ब्रॉडकास्ट लिस्ट आणि स्टेटस याद्वारे अपडेटस पाठवत राहा. प्रत्येक

ठिकाणी क्लिक टू चॅट लिंकस आणि क्यूआर कोडस पाठवायला विसरू नका

- गुगल माय बिझनेसद्वारे स्थानिक दृश्यमानता वाढते. दर्जेदार फोटो अपलोड करा. अपडेटस सातत्याने पोस्ट करा. रिव्ह्यूजना तत्काळ प्रतिसाद द्या. कॉल करणे आणि भेटी देणे याकरता उपलब्ध विश्लेषणावर लक्ष ठेवा.
- लिंकडइन हे B2B साठी उपयुक्त ठरते. याद्वारे तुमच्या कंपनीची आणि तुमची ओळख प्रभावीपणाने मांडता येते. टिप्स, केस स्टडी यासारखा महत्त्वाचा मजकूर पोस्ट करता येतो. निर्णय घेणाऱ्यांशी व्यक्तिशः संपर्क साधता येतो. या प्लॅटफॉर्मचा वापर सातत्याने केला पाहिजे. चांगले परिणाम मिळवण्यासाठी दररोज ३० ते ६० मिनिटे लिंकडइनसाठी द्या.

प्रश्न १० : ग्राहकांशी सातत्याने संपर्कात राहण्यासाठी सोशल मीडियात पोस्टस करण्याकरता कोणत्या प्रकारचा मजकूर मी तयार केला पाहिजे ?

उत्तर : शैक्षणिक, उत्कंठावर्धक आणि लक्षवेधक अशा स्वरूपाचा मजकूर सोशल मीडियात परिणामकारक ठरतो. तुमच्या ब्रँडची वैशिष्ट्ये ठसवण्यासाठी तो आवश्यक असतो.

- शैक्षणिक स्वरूपाचा मजकूर वापरा. लोकांना माहीत नसलेल्या गोष्टींची माहिती द्या. उत्पादनातील घटक समजावून सांगा. हे करत असताना ८०/२० हा नियम पाळा. ८० टक्के भर उत्पादन वा सेवेच्या मूल्यावर द्या, २० टक्के भर विक्रीवर द्या.
- ग्राहकांची प्रशस्तिपत्रे, केस स्टडीज आणि यूजर्सनी पाठवलेला मजकूर वापरून विश्वास निर्माण करा. रील्स, कमी कालावधीचे व्हिडिओज, स्लाइडशो, इन्फोग्राफिक्स आणि प्रश्न-उत्तरे यासारख्या तंत्रांचा वापर करून ग्राहकांपर्यंत पोचण्याची व्याप्ती वाढवा.
- मजकूर पोस्ट करण्याचे आठवड्याचे वेळापत्रक वा कॅलेंडर तयार करा. यामुळे सातत्य राखता येईल. विविध प्लॅटफॉर्मसाठी कंटेनर तयार ठेवा. उदाहरणार्थ, इन्स्टाग्रामसाठी चित्रफिती, विचार मांडण्यासाठी लिंकडइन, सखोल माहितीसाठी यूट्यूब.
- टप्प्याटप्प्याने मजकूर तयार करा. विविध प्लॅटफॉर्मवर त्याचा फेरवापर करा. त्यावरील घडामोडींवर बारकाईने लक्ष ठेवा. कशाला क्लिक केले जाते, काय सेव्ह केले जाते हे लक्षात घेतल्यास तुमची परिणामकारकता तुम्ही वाढवू शकता. दररोज कमी दर्जाचा मजकूर पोस्ट करण्यापेक्षा आठवड्यातून ३-४ वेळा सातत्याने मजकूर पोस्ट करणे केव्हाही चांगले.

प्रश्न ११ : सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म्सवर मी किती वेळा पोस्ट केल्या पाहिजेत ? एमएसएमइसाठी किती वेळा पोस्ट करणे उपयुक्त ठरेल ?

उत्तर : सोशल मीडियावर पोस्ट करण्यात नियमितता कशी ठेवायची हे तुमच्या ग्राहकांवर आणि तुमच्या क्षमतेवर अवलंबून असते. मात्र, संख्येपेक्षाही सातत्य महत्त्वाचे असते. एमएसएमइ उद्योगांकरता सोशल मीडियावर पोस्ट करण्याचे नियोजन करा. हे नियोजन याप्रमाणे असू शकते :

- दर्जेदार पोस्ट्स दर आठवड्याला असायला हव्यात. इन्स्टाग्राम वापरत असाल, तर दररोज स्टोरी पोस्ट करावी. शॉर्ट व्हिडिओ वा रील्स प्रत्येक महिन्याला पोस्ट करा.
- कमी संख्येतील परिणामकारक पोस्ट्स करणे जास्त संख्येने बटबटीत पोस्ट्स करण्यापेक्षा केव्हाही चांगले.
- नियमितता राखण्यासाठी टप्पे आखून घ्या. वेळापत्रक आखा. तुमच्या आकलनाआधारे पोस्ट्स करण्याच्या सर्वोत्तम वेळा ठरवा. ग्राहकांचे लक्ष वेधण्यात कमी पडत असाल, वा मजकूर तयार करण्याचा ताण येत असेल, तर तुमच्या वेळापत्रकात त्यानुसार बदल करून घ्या.
- पोस्ट्सच्या नियमित संख्या इतकीच तिची लक्षवेधकता महत्त्वाची आहे.
- नवे उत्पादन वा सेवा यांच्याबद्दलची माहिती देणारी पोस्ट करणे महत्त्वाचे आहे. याचबरोबर सध्याच्या उत्पादनांमध्ये काही सुधारणा वा बदल केल्यास त्याची माहिती ग्राहकांना देणेही गरजेचे आहे.

प्रश्न १२ : ग्राहकांची प्रशस्तिपत्रे आणि अभिप्राय वा मूल्यमापन मी कसे मिळवू शकतो ? त्यांचा वापर विपणनासाठीच्या साहित्यात कायदेशीररीत्या करता येतो का ?

उत्तर : ग्राहकांची प्रशस्तिपत्रे आणि अभिप्राय यामुळे प्रतिसादाआधारे विश्वास निर्माण केला जातो. त्यांचा वापर विपणनासाठी कायदेशीररीत्या करता येतो.

- प्रशस्तिपत्रे आणि अभिप्राय मिळविण्याचा सर्वात सोपा उपाय म्हणजे समाधानी ग्राहकाकडे योग्य वेळी विचारणा करणे. उत्पादन वा सेवेचे वितरण झाल्यानंतर, तुमच्या प्रकल्पाची पूर्तता झाल्यानंतर तसेच ग्राहकांची चांगली प्रतिक्रिया आल्यानंतर तुम्ही त्यांच्याकडे विचारणा करणे योग्य ठरेल.
- ग्राहकांकडे विचारणा सोप्या आणि कमीत कमी शब्दांत करावी. त्यांना मार्गदर्शक प्रश्न विचारावेत. उदाहरणार्थ, त्यांचा कोणता प्रश्न तुम्ही सोडवला, त्यातून काय परिणाम साधला गेला आणि यासंदर्भात त्यांनी इतरांना काय सांगितले ?

- गुगल बिझनेस प्रोफाइल, फेसबुक, लिंकडइन यासारख्या प्रमुख प्लॅटफॉर्म्सवर ग्राहकांच्या अभिप्रायांची नोंद करावी.
- प्रशस्तिपत्रांचा वापर नैतिकतेने करावा. नाव/कंपनी/फोटो यांचा वापर करण्यासाठी संबंधितांकडून लेखी परवानगी घ्यावी. अर्थ बदलण्यासाठी प्रशस्तिपत्राचे संपादन करणे टाळावे. फेक रिव्यूज वा बनावट अभिप्रायांचा वापरही टाळावा. प्रशस्तिपत्रांचा वापर तुमच्या वेबसाइटवर, प्रॉडक्ट पेज, सोशल मीडिया आणि ई-मेल्सवर करावा.
- ३० ते ९० सेकंदांच्या व्हिडिओद्वारे केलेली प्रशस्ती अत्यंत परिणामकारक ठरते.
- तुमच्याकडे आलेल्या सर्व अभिप्रायांना व्यावसायिक पद्धतीने प्रतिसाद द्या. नकारात्मक अभिप्रायांची हाताळणी शांतपणे करा. तुमच्या प्रत्येक यशस्वी व्यवहारानंतर संबंधितांकडे प्रशस्तिपत्रासाठी विनंती करण्याची पद्धत विकसित करा.

प्रश्न १३ : गुगल, सोशल मीडिया तसेच इ-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म्सवरील नकारात्मक अभिप्राय वा तक्रारींची हाताळणी मी कशी करावी ?

उत्तर : नकारात्मक अभिप्राय वा मूल्यमापन ही न टाळता येणारी बाब आहे. पण, तुम्ही या अभिप्रायांना शांतपणे आणि तत्परतेने प्रतिसाद दिल्यास विश्वास निर्माण करता येतो.

- प्रमुख प्लॅटफॉर्म्सवर नियमितपणे लक्ष ठेवा आणि नकारात्मक अभिप्रायांना २४ ते ४८ तासांत उत्तर द्या.
- या स्वरूपाचा अभिप्राय नोंदविणाऱ्यांचे आभार माना. विषय समजावून घ्या. गरज भासल्यास क्षमा मागा. समस्येची दखल घ्या आणि त्यावर उपाय सूचवा. यासंबंधीची चर्चा ऑफलाइन होईल याची दक्षता घ्या.
- युक्तिवाद टाळा, ग्राहकावर ठपका ठेवू नका. कोणत्याही सबबी देऊ नका. अभिप्रायाकडे दुर्लक्ष करू नका. असत्य सकारात्मक बाजू मांडू नका.
- तक्रार योग्य असेल, तर तुम्ही तिची पुनरावृत्ती कशी टाळाल हे स्पष्ट करा.
- कुचेष्टा करणाऱ्या, बनावट अभिप्रायांना सत्याला अनुसरून आणि व्यावसायिकतेने उत्तरे द्या. ही उत्तरे प्रमुख प्लॅटफॉर्म्सवर पोस्ट करा.
- तुम्ही तक्रारीचे निराकरण केले असेल, तर संबंधिक ग्राहकाला त्याच्या अभिप्रायात बदल करण्याची विनंती करा. काही नकारात्मक अभिप्रायांची हाताळणी योग्य प्रकारे केल्यास तुमची विश्वासार्हता वाढते.

प्रश्न १४ : अनोळखी ग्राहकांशी ई-मेल, लिंकडइन, फोन कॉल्स याद्वारे संपर्क साधण्याचे सर्वोत्तम उपाय कोणते ? हे उपाय योजताना आक्रमकता आणि असंबद्धता कशी टाळता येईल ?

उत्तर : अनोळखी ग्राहकाशी संपर्क साधण्याचे फोनवरून संपर्क हे धोरण B2B संपर्कासाठी सर्वात प्रभावी ठरते. हा संपर्क साधताना आक्रमकता टाळून वैयक्तिक गोष्टींवर, मुल्यांवर तसेच उद्दिष्टांवर भर द्यावा लागतो. त्याकरता काही उपाय योजता येतील :

- तुमच्या दृष्टीने आदर्श असणाऱ्या संभाव्य ग्राहकांची यादी तयार करा. या प्रत्येक ग्राहकाचा अभ्यास करा.
- या ग्राहकांना पाठवण्यात येणारा ई-मेल १५० शब्द मर्यादेचाच असावा. त्यात विषय स्पष्ट करण्यात यावा. लहान प्रस्तावना असावी. तुम्ही संबंधित ग्राहकाचा कोणता प्रश्न सोडवू शकता याचा उल्लेख करावा. याकरता एखादा पुरावा द्यावा. ग्राहकाला कृतीस प्रवृत्त करणारी सूचना असावी.
- साचेबद्ध आराखडे, लांबलचक सादरीकरण, पुरक कागदपत्रे आणि आक्रमक भाषा टाळावी.
- लिंकडइनचा वापर करताना प्रथम तुमचे प्रोफाइल प्रभावी करा. वैयक्तिक संपर्क साधणारी, लक्षवेधक मजकूर असणारी सूचना पाठवा. यानंतर संबंधितांना तुमच्या आकलनाबाबतचा संदेश पाठवा.
- अनोळखी ग्राहकांना कॉल करताना तो नम्रपणे करावा. कॉल करण्याची वेळ योग्य आहे ना हे संबंधितांना विचारावे. कॉल करण्याचे कारण सांगावे. एखादाच पण योग्य प्रश्न विचारावा. त्यानंतर २-३ वेळा फॉलो अप कॉल्स करावेत. त्यात तुमच्या उत्पादन वा सेवेच्या मूल्यांसंबंधी माहिती द्यावी. प्रतिसाद काय मिळतो यावर बारकाईने लक्ष ठेवावे. ग्राहकाला बोलण्याची इच्छा नसेल, तर त्याच्या इच्छेचा आदर करावा.

प्रश्न १५ : केस स्टडीज, यश मिळवलेल्यांच्या कथा आणि पोर्टफोलिओ सादरीकरण यांचा वापर मला B2B ग्राहक वा निविदा मिळवण्यासाठी कसा करता येईल ?

उत्तर : केस स्टडीज म्हणजे एखाद्या विशिष्ट विषयाचा सखोल अभ्यास. हे B2B विक्रीसाठी अत्यंत शक्तिशाली असे विक्रीतंत्र आहे. समान स्वरूपाच्या ग्राहकांसाठी तुम्ही अपेक्षित परिणाम साधू शकता हे केस स्टडीजवरून सिद्ध होते. सखोल अभ्यासातून एक स्पष्ट रचना आकारास येते. ती अशी : ग्राहकाची पार्श्वभूमी- आव्हान - उपाय-अंमलबजावणी-परिणाम-ग्राहकाची प्रतिक्रिया. परिणाम नेहमी ठळकपणे मांडला पाहिजे.

- विविध प्रकारच्या प्रकल्पांची निवड करून त्याआधारे केस स्टडीज तयार केल्या पाहिजेत. ग्राहकांचा आधीचा अनुभव आणि त्यांचा

नंतरचा अनुभव यातील फरक त्यांच्या मुलाखती घेऊन जाणून घेतला पाहिजे. ग्राहकांनी तुमची निवड का केली; तसेच त्यामुळे त्यांना कोणते लाभ मिळाले हे सखोल अभ्यासांमधून स्पष्ट झाले पाहिजे.

- केस स्टडीज या व्यावसायिक स्वरूपाच्या आणि स्कॅनेबल म्हणजेच यंत्राने वाचता येण्याजोग्या असाव्यात. शीर्षक, दृश्ये यांचा उपयोग त्यात केला जावा. वापरकर्त्यांना तत्काळ प्रतिसाद देता येईल, अशा तरतुदी त्यात असाव्यात. साधारणपणे त्या ५०० ते १५०० शब्दमर्यादित असाव्यात. तुमची वेबसाइट, तुम्ही मांडलेले प्रस्ताव, सादरीकरण आणि निविदा याद्वारा केस स्टडीजना प्रसिद्धी द्या.
- सोशल मीडिया आणि ई-मेलमध्ये पोस्ट करावयाच्या यश मिळविलेल्यांच्या कथा संक्षिप्त स्वरूपात असाव्यात.
- सादरीकरण करताना नेहमी ग्राहकांची संमती घ्या. संदिग्ध दावे करू नका. ग्राहकांना काय फायदे मिळाले यावर भर द्या. स्वतःची स्तुती करणे टाळा.

प्रश्न १६ : व्यापारी मेळे, प्रदर्शन आणि औद्योगिक उपक्रमांमध्ये मी सहभाग घ्यावा का ? हा सहभाग मी केलेल्या गुंतवणुकीस पूरक आहे का, याचे मूल्यमापन मला कसे करता येईल ?

उत्तर : व्यापारी मेळ्यांमुळे एमएसएमइ उद्योगांना बिझनेस टू बिझनेस-B2B स्वरूपाचे ग्राहक मिळण्याची मोठी शक्यता असते. मात्र हे ग्राहक मिळवताना गुंतवणुकीवर किती परतावा मिळतो यावर लक्ष ठेवावे लागते. या परताव्याआधारेच खर्चाची योग्यायोग्यता ठरते. व्यापारी मेळ्यांमुळे खरेदीदारांशी थेट संपर्क साधता येतो. थेट भेटिमधून विश्वास निर्माण करता येतो. उत्पादनाचे प्रात्यक्षिक दाखवता येते. या मेळ्यांमुळे नेटवर्क वाढते. प्रतिस्पर्धी काय सादर करतात, याचेही आकलन होते.

- व्यापारी मेळे वा प्रदर्शनांमधील सहभागासाठी किती गुंतवणूक करावी लागते याचा अंदाज घ्या. यामध्ये स्टॉल उभारणी, त्याचे भाडे, प्रवास, साहित्य, व्यवस्थापन आणि कर्मचाऱ्यांच्या वेळेवरील खर्च यांचा समावेश होतो. लहान स्टॉल उभा करायचा असला तरी साधारणपणे १.५ ते ३ लाख रुपयांपर्यंत खर्च येतो.
- व्यापारी मेळ्यातील सहभागानंतर ३ ते ६ महिन्यांनी परिणामांचा अभ्यास करा. यामध्ये ग्राहकांना ठोस लाभ झाला का, किती ऑर्डर्स मिळाल्या, किती बैठकांचे नियोजन झाले आणि उत्पन्न किती मिळाले या मुद्द्यांचा समावेश होतो.
- प्रतिग्राहक किती खर्च आला ही मुख्य कसोटी आहे. एकूण खर्च ÷ मिळालेले ग्राहक आणि गुंतवणुकीवरील परतावा = [(मेळ्यामुळे मिळालेले उत्पन्न - मेळ्यासाठी आलेला खर्च) ÷ एकूण खर्च × १००, या आकडेमोडीतून प्रतिग्राहक खर्च समजू शकतो.
- योग्य व्यापार मेळ्याची वा प्रदर्शनाची निवड केल्यास तुम्हाला जास्तीत जास्त लाभ मिळू शकतील. या मेळ्यातील तुमची उपस्थिती ठळकपणे जाणवली पाहिजे. ग्राहकांशी तपशील तुम्ही योग्य पद्धतीने मिळवले पाहिजेत. ग्राहकांचा पाठपुरावा तुम्ही ४८ ते ७२ तासांत केला पाहिजे.

प्रश्न १७ : वारंवार खरेदी करणाऱ्या ग्राहकांना प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि पुन्हा पुन्हा ग्राहकाकडे होणाऱ्या विपणनासाठी प्रोत्साहन सवलती देण्याचा उपक्रम मी कसा आखू शकतो ?

उत्तर : वारंवार खरेदी करणाऱ्या ग्राहकांना सवलती देण्याच्या उपक्रमाचा सूक्ष्म व लघु उद्योगांना उद्योगांना लाभ होतो. सध्याचे ग्राहक कायम ठेऊन खरेदीत वाढ करता येते आणि कमी खर्चात नवे ग्राहकही मिळवता येतात.

- तुमच्या उत्पादनाची वा सेवेची शिफारस करणाऱ्या ग्राहकांना प्रोत्साहन सवलतींमुळे बक्षीस मिळते. मोफत दुरुस्ती, किंमतीत सवलत अशा साध्या स्वरूपाचे हे बक्षीस असू शकते. यातून ग्राहकांशी संवाद वाढतो. रेफरल कोड, लिंक, मेसेजेस याद्वारे त्यांच्याशी सातत्याने संपर्क ठेवता येतो
- प्रोत्साहनपर सवलतींमुळे फेरखरेदीला चालना मिळते. ग्राहकाला गुण वा पॉइंटस देणे, सदस्यत्व देणे यासारखे उपाय याकरता योजले जातात.
- प्रोत्साहनपर सवलती देण्याचे नियम सोपे असावेत. भरपाईची प्रक्रिया सुलभ असावी.
- प्रत्येक खरेदीच्या वेळी तुम्ही प्रोत्साहनपर सवलती देऊ शकता. यासंबंधीच्या तरतुदी व्हॉटसअप/ई-मेलद्वारे तुम्ही ग्राहकांपर्यंत पोचवू शकता.
- प्रोत्साहनपर सवलतींमुळे ग्राहकांमध्ये किती वाढ झाली, त्यांनी किती वारंवार खरेदी केली, त्यांचा सहभाग वाढला का, ग्राहकाचे दीर्घकालीन मूल्य या बाबींचा सतत पडताळा घेतला पाहिजे.
- या सवलतींचा आढावा प्रथम लिखित नोंदीद्वारे घ्या. गुंतवणुकीवरील परतावा चांगला आहे, असे लक्षात आल्यावर यासंबंधी यांत्रिक नोंदी करा.
- प्रोत्साहनपर सवलतींची परिणामकारकता सतत तपासून पाहिली पाहिजे.

प्रश्न १८ : प्रभावशाली व्यक्तींच्या मदतीने केले जाणारे विपणन (इन्फ्लुअन्सर मार्केटिंग) आणि काही प्रमाणात असलेल्या व्यक्तींशी सहकार्य (मायक्रो इन्फ्लुअन्सर कोलाबोरेशन) म्हणजे काय ? लहान उद्योगांना या विपणन तंत्रांचा लाभ होऊ शकतो का ?

उत्तर : प्रभावशाली व्यक्तींच्या मदतीने केल्या जाणाऱ्या विपणनाचा उपयोग एमएसएमई उद्योगांना संभाव्य ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी होतो. या व्यक्तींनी त्यांचा प्रभाव सिद्ध केलेला असतो. महागड्या बड्या सितान्यांपेक्षा १० हजार ते १ लाख फॉलोअर्स असणारे मायक्रो इन्फ्लुअन्सर आणि १ हजार ते १० हजार फॉलोअर्स असणारे नॅनो इन्फ्लुअन्सर जास्त प्रभावशाली ठरतात. या व्यक्ती अधिक लक्ष वेधून घेतात. त्यांचे चाहते वा फॉलोअर्स विशिष्ट स्वरूपाचे असतात. त्यांच्यासाठीचा खर्चही एमएसएमई उद्योगांना

परवडणारा असतो. नॅनो इन्फ्लुअन्सर साधारणपणे देवाणघेवाण तत्वावर काम करतात. त्यांची प्रति पोस्ट आकारणी ५०० ते ५ हजार रुपयांपर्यंत असते. मायक्रो इन्फ्लुअन्सर्स साधारणपणे प्रतिपोस्ट ५ हजार ते ५० हजार रुपये आकारतात.

- योग्य हॅशटॅज, तुमच्या स्पर्धकांनी कोणाशी सहकार्य केले आहे याबद्दल माहिती आणि तुमचे ग्राहक काय फॉलो करतात याआधारे तुम्ही इन्फ्लुअन्सर्सचा शोध घेऊ शकता.
- इन्फ्लुअन्सर्सचे मूल्यमापन केवळ फॉलोअर्सच्या संख्येआधारे करू नका. त्यांची लक्षवेधकता, ग्राहकांशी असणारी सुसंगती, त्यांच्या मजकुराचा दर्जा आणि त्यांचा अस्सलपणा याआधारे पडताळणी करा.
- पुरस्कृत केलेल्या पोस्ट्स, उत्पादनावरील मोफत अभिप्राय, दलाली वा कमिशनशी संलग्नता, ब्रॅन्ड अॅम्बेसेडर म्हणून काम करणे या गोष्टींचा इन्फ्लुअन्सर्सशी सहकार्य करण्याच्या पर्यायांमध्ये समावेश होतो.
- विशिष्ट लिंक्स/ डिस्काउंट कोडस यांच्या सहाय्याने तुम्ही इन्फ्लुअन्सर्सवरील गुंतवणुकीच्या परताव्याचा आढावा घेऊ शकता. विक्रीचा अंदाजही बांधू शकता. तुमच्या मोहिमांमधील सहभाग आणि ब्रँडचा उल्लेख याचाही तुम्हाला या आढाव्यासाठी उपयोग होऊ शकतो.
- इन्फ्लुअन्सर्सना दिलेल्या सूचना स्पष्ट शब्दांत असाव्यात. त्यांना निर्मितीसाठी स्वातंत्र्य दिले पाहिजे. योग्य माहिती जाहीर होईल याची दक्षता घ्या. लहान प्रमाणात सुरुवात करा. दोन-तीन चाचण्या घ्या आणि मग प्रमाण वाढवा.

प्रश्न १९ : नको असलेला डिजिटल संवाद (स्पॅम) असे स्वरूप न येता प्रभावीपणे ई-मेल विपणन कसे करता येईल ? मोठ्या प्रमाणात ई-मेलस पाठवण्याकरता मी कोणत्या साधनांचा वापर केला पाहिजे ?

उत्तर : ई-मेलस विपणन हे एमएसएमई उद्योगांसाठी गुंतवणुकीवर सर्वाधिक परतावा देणारे माध्यम आहे. विपणन संदेशासाठी परवानगी दिलेल्या सदस्यांची दर्जेदार यादी, सुसंगत मजकूर आणि ई-मेलसचे प्रभावी वितरण यावर या माध्यमाचे परिणाम अवलंबून असतात.

- वेबसाइट फॉर्मर्स, ई-मेलसच्या बदल्यात दिलेले माहितीचे साधन, खरेदीचा तपशील (ग्राहकाच्या संमतीने घेतलेला), इव्हेंटस आणि वेबिनारस यांच्या सहाय्याने यादी तयार करा.
- तुम्ही पाठवलेले मेलस स्पॅमबॉक्समध्ये जाणार नाहीत याची दक्षता घ्या. याकरता विश्वासार्ह साधनांचा वापर करा, उदाहरणार्थ, मेलचिंप, झोहो, सेडीनब्लू, ई-मेलस पाठवताना डबल ऑप -इन तंत्र वापरा. ई-मेलस प्रमाणित करण्यासाठी SPF/DKIM/DMARC या प्रोटोकॉल्सचा वापर करा. त्रासदायक शब्दांचा वापर टाळा. मजकूर आणि छायाचित्र यांच्यात समतोल राखा. अनसबरस्क्राइब यंत्रणेचा वापर करा.

- लोकांना हवा असलेला मजकूर पाठवा. टिप्स, गाइडस, वार्तापत्रे यांचा मेसेजमध्ये समावेश करा. विक्रीशी संबंधित मजकूर मर्यादित ठेवा. ८० टक्के भर मूल्यावर द्या, २० टक्के विक्रीवर द्या.
- बहुतेक सूक्ष्म, लघु व मध्यम उद्योगांसाठी महिन्याला २ ते ४ ई-मेल्स पाठवणे हे प्रमाण चांगले.
- मजकुराची विभागणी करून, त्याला वैयक्तिक स्वरूप देऊन आणि तंत्रज्ञानाचा जास्तीत जास्त वापर करून (उदा. वेलकम सिरीज, री-एंगेजमेंट) ई-मेल्स पाठवा.
- ग्राहकांनी ओपन केलेल्या ई-मेल्सची टक्केवारी, त्यांनी केलेले क्लिक्स, प्रत्यक्षात केलेली खरेदी, बाउन्स झालेले ई-मेल्स, सदस्यता रद्द करण्याची मागणी करणारे ई-मेल्स यांच्यावर बारकाईने लक्ष ठेवा. तुमची प्रतिमा चांगली राखण्यासाठी निष्क्रिय सदस्यांचे संपर्क काढून टाका.

प्रश्न २० : स्पर्धकांकडून माझ्या उत्पादनासारखीच उत्पादने कमी किंमतीत विकली जात असतील, तर माझ्या ब्रँडचे वेगळेपण मला बाजारपेठेतील स्पर्धेत कसे राखता येईल ?

उत्तर : फक्त किंमतीच्या आधारे स्पर्धा केल्यास सूक्ष्म, लघु व मध्यम उद्योगांचे नुकसान होते. यामुळे ब्रँडचे वेगळेपण ठसवणे निष्ठावान ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी आणि जास्त नफा मिळविण्यासाठी कळीचे ठरते.

- अधिक चांगली गुणवत्ता, उत्पादन वा सेवेचे वैयक्तिकस्वरूप (कस्टमायझेशन), जलद वितरण, नाविन्य, ग्राहकाला मिळणारा उच्च दर्जाचा अनुभव (झटपट प्रतिसाद, कोणतेही अडथळे न येता मिळणारी सेवा) आणि कमी खर्चात केली जाणारी देखभाल याद्वारे तुम्ही तुमच्या ब्रँडचे वेगळेपण निर्माण करू शकता.
- तुमच्या ब्रँडची प्रभावशाली प्रतिमा आणि त्यासंबंधी गोष्ट सांगण्याचे तंत्र वापरून तुम्ही ग्राहकांशी भावनिक नाते जोडू शकता. तुम्ही चोखंदळ ग्राहकांची निवड केल्यास तुम्हाला विशिष्ट स्वरूपाची बाजारपेठ मिळू शकते. या ग्राहकांच्या गरजा तुमच्या ब्रँडमुळे भागल्या पाहिजेत.
- तज्ज्ञता, विचार देण्यासाठीचा पुढाकार आणि सुलभता (ऑर्डर करण्याची सोपी पद्धत, पैसे भरण्यातील लवचिकता) या कसोट्यांआधारेही तुम्ही तुमच्या ब्रँडचे वेगळेपण स्थापित करू शकता.
- वेगळेपणाच्या कोणत्या १ ते ३ घटकांबाबत सातत्य राखता येईल, यावर लक्ष केंद्रित करा. या घटकांची माहिती तुमच्या वेबसाइटवरून आणि विक्रीविषयक मजकुरातून द्या. या माहितीला ग्राहकांच्या प्रशस्तिपत्रकांची आणि केस स्टडीजची जोड द्या.
- तुमच्या ब्रँडचे वेगळेपण ग्राहकांसाठी उपयुक्त ठरले पाहिजे. केवळ तुमचा ब्रँड वेगळा आहे, यावर तुम्ही समाधान मानता कामा नये. वेगळेपणा प्रत्यक्षात आणून त्याचे परिणामही तपासले पाहिजेत.

प्रश्न २१ : हंगामी व्यवसायासाठी हंगाम नसतानाच्या काळात ग्राहक टिकवून ठेवण्यासाठी विपणनाची कोणती धोरणे सर्वोत्तम ठरतील ?

उत्तर : हंगामी व्यवसायांना इतर महिन्यांमध्ये ग्राहकांना टिकवून ठेवण्यासाठी प्रयत्न करता येतात. याकरता त्यांना मागणी कमी असतानाही ग्राहकांशी सतत दृश्य, थेट स्वरूपाचा संपर्क साधावा लागेल.

- सोशल मीडियावर सातत्याने ब्लॉग, शॉर्ट व्हिडिओज याद्वारे मजकूर पोस्ट करणे हे परिणामकारक धोरण ठरू शकते. या मजकुराचा वापर ग्राहकांना शिक्षित करण्यासाठी आणि त्यांचे मनोरंजन करण्यासाठी होऊ शकतो. यातून ग्राहकांना टिप्स, मार्गदर्शन, नवी माहिती आणि खरेदीदारांचे अनुभव सादर करता येऊ शकतात.
- ई-मेल मार्केटिंगही महत्त्वाची भूमिका बजावू शकते. हंगामी व्यावसायिकांना वार्तापत्रे, वैयक्तिक शिफारसी, सवलतीविषयक सूचना आणि उत्सुकता वाढवणारी माहिती ई-मेल्समधून देता येते. यामुळे ग्राहकांशी संपर्क राखला जातो.
- उत्पादनाच्या ब्रँडची किंमत कायम राखण्यासाठी हंगाम नसतानाच्या काळात खबरदारीने प्रयत्न केले पाहिजेत. या प्रयत्नांत उत्पादनांचे एकत्रीकरण, निष्ठा दाखवणाऱ्या ग्राहकांना बक्षिसे, ग्राहकांनी केलेली उत्पादनाची शिफारस, तत्काळ कृतीसाठी ग्राहकांना प्रस्ताव या तंत्रांचा समावेश होऊ शकतो.
- हंगामापूर्वी प्रसिद्धी मोहीम हाती घेऊन ग्राहकांच्या अपेक्षा वाढवता येतात. यामध्ये संभाव्य ग्राहकांची यादी करणे, मर्यादित कालावधीसाठी सवलती जाहीर करणे तसेच मर्यादित उपलब्धता जाहीर करणे या तंत्रांचा समावेश होतो.
- भागीदारी करून पूरक ब्रँडसच्या मदतीने संयुक्त विक्री प्रस्ताव जाहीर केल्यानेही जास्तीत जास्त ग्राहकांपर्यंत पोचता येते. यामुळे ग्राहकांचे लक्षही वेधले जाते.
- हंगामी व्यवसायासाठी सशुल्क जाहिरातींचाही धोरण म्हणून वापर करता येतो. या जाहिरातींमुळे ब्रँडबाबत जागरुकता निर्माण करता येते, संभाव्य ग्राहकांपर्यंत पोचता येते आणि जुन्या ग्राहकांशी पुन्हा संपर्क साधता येतो. ग्राहक ब्रँड लक्षात ठेवत असल्याने हंगाम सुरू झाल्यानंतर त्याचा व्यावसायिक लाभ होतो.



सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

शासकीय ई-मार्केटप्लेस (Government e-Marketplace)

प्रश्न १ : GeM नोंदणीसाठी किती काळ लागतो ?

उत्तर : तुमच्याकडे सर्व कागदपत्रे तयार असतील, तर GeM नोंदणी प्रक्रिया ही जलद आणि सुलभतेने होते.

- अर्ज करण्याचा कालावधी : कागदपत्रे तयार असल्यास ३० ते ६० मिनिटे
- तपासणीसाठीचा कालावधी : साधारणपणे कामाचे २ ते ४ दिवस
- काही त्रुटी उद्भवल्यास : ७ ते १० दिवस लागू शकतात विलंब कसा टाळता येईल ?
- सर्व कागदपत्रे स्पष्ट आणि अचूक असल्याची खातरजमा करा.
- कंपनीचे नाव, पत्ता आणि पॅन क्रमांक बरोबर असल्याचे पडताळून पाहा.
- जीएसटी नोंदणी वैध असल्याची खात्री करा.

प्रश्न २ : जर मी माझा GeM यूजर ID विसरलो, तर तो मला परत कसा मिळवता येईल ?

उत्तर : तुम्ही जर तुमचा GeM यूजर ID विसरला असाल, तर तो परत मिळवण्याची प्रक्रिया सोपी आहे. जीईएम पोर्टलच्या सेल्फ सर्व्हिस पर्यायातून तो तुम्हाला परत मिळू शकतो.

- जीईएम पोर्टलच्या लॉग इन पेजवर जा.
- 'फरगेट यूजर आयडी' या लॉग इन बटणखालील पर्यायावर क्लिक करा.
- तुमचा अधिकृत मोबाइल नंबर नोंदवा वा ई-मेल आयडी टाईप करा.
- तुम्हाला तुमचा यूजर आयडी एसएमएस वा ई-मेलद्वारे पाठवला जाईल.

गव्हर्नमेंट 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. जेमचे सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना कोणते लाभ मिळतात हे स्पष्ट करण्यात आले आहे.

शासकीय ई-मार्केटप्लेस



या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी **९९%** प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न ३ : माझे GeM प्रोफाइल मला पूर्णपणे भरायचे असेल, तर कोणत्या माहितीची आवश्यकता भासेल ?

उत्तर : तुम्ही GeM प्रोफाइलवर पूर्णपणे माहिती दिल्यास तुमची विश्वासाहता वाढते. या प्लॅटफॉर्मवरील तुमच्या दृश्यमानतेतही वाढ होते. यासाठी आवश्यक माहिती पुढीलप्रमाणे :

- उद्योगाचा तपशील
- पॅननुसार कंपनीचे नाव
- पॅन क्रमांक
- उद्योगाचा प्रकार -स्वतःच्या मालकीचा/भागीदारीतील/ खाजगी कंपनी आदी.
- जीएसटी क्रमांक – लागू असल्यास
- पिन कोडसह अधिकृत पत्ता
- स्थापनेचे वर्ष
- वार्षिक उलाढाल
- संपर्क आणि बँक तपशील
- नोंदणीकृत मोबाइल क्रमांक आणि ई-मेल
- पॅनशी लिंक असलेला बँक खात्याचा तपशील
- प्रमाणित सहीचा तपशील
- कंपनीची वेबसाइट असल्यास तिची लिंक
- OEM -मूळ उपकरण उत्पादक कंपनी असल्यास त्याबाबतची माहिती

प्रश्न ४ : GeM वरून मिळालेल्या ऑर्डरनुसार उत्पादनाचे वितरण करण्यासाठी मला साठवणूक आणि वाहतूक व्यवस्था करावी लागेल काय?

उत्तर : विक्रेता म्हणून जेमवरून मिळालेल्या ऑर्डरनुसार उत्पादनाचे वितरण करताना साठवणूक आणि वाहतूक व्यवस्थेची जबाबदारी तुम्हाला घ्यावी लागेल. तुमच्याशी करण्यात आलेल्या करारात इतर पर्यायांचा उल्लेख नसेल, तर तुम्हाला तुमचे उत्पादन खरेदीदाराने नमूद केलेल्या ठिकाणी पोहोचवावे लागेल. याकरता तुम्ही पुढील उपाय अवलंबू शकता :

- तुमची स्वतःची वाहतूक व्यवस्था वापरा.
- पार्सल लहान असेल, तर कुरिअर सर्व्हिसचा वापर करा.
- अवजड वस्तू असतील, तर मालवाहतूक कंपन्यांची सेवा वापरा.

जीईएमच्या करारातील अटींमध्ये साधारणपणे वितरणाच्या ठिकाणाचा उल्लेख केलेला असतो. याचबरोबर उत्पादनाचे वितरण किती काळात होणे अपेक्षित आहे, हेही नमूद केलेले असते. उत्पादनाला सुरक्षितपणे वेष्टन घालून, विम्याचे संरक्षण देऊन (असे करणे बंधनकारक नाही) खरेदीदाराच्या पत्त्यावर तयार झालेला माल पोहोचवण्याचा ही विक्रेता म्हणून तुमची जबाबदारी असते.

प्रश्न ५ : वितरणानंतर विक्रेत्याला पैसे मिळण्यास किती दिवस लागतात ?

उत्तर : वितरण व्यवस्थित झाल्यानंतर खरेदीदाराने वस्तू वा सेवांची तपासणी करून त्यांचा स्वीकार केलाच पाहिजे. यासंदर्भात त्याने CRAC- कन्साइनी रिसीट एन्ड एक्सटन्स सर्टिफिकेट (क्रॅक), म्हणजेच ग्राहकाने माल पोहोचल्याची आणि स्वीकारल्याची पावती, जीईएम पोर्टलवर अपलोड केले पाहिजे.

- स्वीकार करण्याची प्रक्रिया वितरणानंतर ७ ते १० दिवसांत होणे अपेक्षित आहे. मात्र, खरेदीदाराच्या अंतर्गत प्रक्रियेनुसार १५ ते २० दिवसही स्वीकृतीसाठी लागू शकतात. खरेदीदाराने क्रॅक अपलोड करून त्याला मंजुरी दिल्यानंतर पैसे मिळण्याची प्रक्रिया सुरू होते.
- सरकारी मार्गदर्शक सूचनांनुसार केंद्र सरकारची खाती आणि संघटना क्रॅक अपलोड केल्यानंतर १० दिवसांत पैसे चुकते करतात.
- राज्य सरकारच्या संस्था आणि सार्वजनिक क्षेत्रातील उपक्रम (PSUs) यांच्याकडून मिळणाऱ्या पैशांसाठीचा कालावधी वेगवेगळा आहे. साधारणपणे त्यांच्याकडून १५ ते ३० दिवसांत पैसे मिळतात. काही संस्था त्यांच्या अंतर्गत वित्त रचनेनुसार, आठवड्याने वा महिन्याने पैशांचा भरणा करतात.
- सर्वसाधारण स्थितीत वितरण ते पैसे मिळणे यासाठीचा कालावधी २० ते ४५ दिवस एवढा असतो.
- थेट खरेदी आणि साध्या उत्पादनांसाठी पैसे नेहमी लवकर म्हणजे १५ ते २५ दिवसांत मिळतात. करारानुसार खरेदीच्या ऑर्डर्स असतील आणि त्यात यंत्रसामग्री बसवणे व ती चालू करणे अशा तरतुदी असतील, तर पैसे मिळण्यास अधिक कालावधी लागू शकतो.

प्रश्न ६ : पैसे मिळण्यास निर्धारित वेळेपेक्षा विलंब लागत असल्यास मी काय करू शकतो?

उत्तर : करारात नमूद केलेल्या वेळेपेक्षा जास्त काळ पैसे मिळण्यासाठी लागत असल्यास तुम्ही पुढील उपाय योजू शकता :

- पोर्टल स्टेटस चेक करा : क्रॅक अपलोड झाले आहे का, त्याला मंजुरी मिळाली आहे का याची खातरजमा करा. इनव्हॉइस बरोबर आहे का हे तपासून पाहा.

- खरेदीदाराकडे पाठपुरावा करा : खरेदीदार वा त्याच्या वतीने खरेदी करणाऱ्याशी संपर्क साधा. त्यांना ई-मेल पाठवून त्यात खरेदी आदेशाचा क्रमांक आणि व्यवहाराची निश्चित केलेली तारीख यांचा उल्लेख करा.
- जेम पोर्टलवर तक्रार नोंदवा : जेम पोर्टलवर लॉग इन होऊन तेथे तुमची तक्रार नोंदवा.
- कठोर पावले उचला : पैसे मिळण्यास विलंब चालू राहिल्यास कठोर पावले उचला. याकरता जीईएम पोर्टलने उपलब्ध केलेल्या यंत्रणेचा वापर करा. सरकारचे संबंधित खाते वा मंत्रालयातील तक्रार कक्षाशीही तुम्ही संपर्क साधू शकता.

प्रश्न ७ : L1- लोएस्ट बिडर स्थितीची हाताळणी मला कशी करता येईल ? माझी बोली किंचित जास्त असेल, पण उत्तम दर्जा देणारी असेल, तर काय होईल?

उत्तर : बोली लावण्याच्या आदर्श स्थितीत L1 म्हणजेच सर्वात कमी रकमेची बोली लावणाऱ्यास आपोआप ऑर्डर मिळेल. तुमची बोली जर दुसऱ्या वा तिसऱ्या क्रमांकाची कमी बोली असेल, तर तुम्हाला ऑर्डर मिळणार नाही. मात्र, काही स्थितींमध्ये जास्त रकमेची बोली लावूनही काम मिळू शकते.

- QCBS- क्वालिटी एन्ड कॉस्ट बेस्ड सिलेक्शन- या खरेदी पद्धतीत गुणवत्ता आणि खर्च याआधारे निविदेची निवड केली जाते. यामध्ये तांत्रिक गुणवत्तेला ६० ते ७० टक्के महत्त्व दिले जाते आणि किंमतीला ३० ते ४० टक्के महत्त्व दिले जाते.
- RFP/ टू बिड सिस्टम : रिक्वेस्ट फॉर प्रपोजल म्हणजे एखाद्या प्रकल्पासाठी विक्रेत्यांना प्रस्ताव पाठवण्याची विनंती केली जाते. दुहेरी निविदा प्रणालीमध्ये तांत्रिक आणि आर्थिक प्रस्ताव वेगवेगळे मागवले जातात. या दोन्ही प्रकारात तांत्रिक गुणवत्तेचे मूल्यमापन पहिल्यांदा केले जाते. नंतर आर्थिक मूल्यमापन केले जाते.
- अव्यवहार्य L1 : अत्यंत कमी रकमेची बोली लावल्यास ती अव्यवहार्य म्हणून नाकारली जाऊ शकते.
- रिव्हर्स ऑक्शन (Reverse Auction)- जर खरेदीदाराने हा पर्याय निविदा सूचनेमध्ये नमूद केला असेल, तर GeM पोर्टलवर ऑर्डर देण्यासाठी हा पर्याय खुला केला जातो. यामध्ये सर्वात कमी किंमतीची निविदा सादर करणाऱ्या कंपनी/संस्थेसोबतच तांत्रिक पडताळणीत योग्य ठरलेल्या इतर काही कंपनी/संस्थांनाही त्यांची किंमत आणखी कमी करण्याची संधी दिली जाते.

प्रश्न ८ : जीईएमवरील थेट खरेदी, रिहर्स ऑक्शन वा उलट लिलाव आणि प्रस्तावासाठी विनंती (RFP) यामध्ये काय फरक आहे ?

उत्तर : जीईएमवरील थेट खरेदी, उलट लिलाव आणि प्रस्तावासाठी विनंती यामधील फरक :

निकष	थेट खरेदी	उलट लिलाव (RA)	प्रस्तावासाठी विनंती (RFP)
प्रक्रियेचा प्रकार	कोणतीही बोली नाही	बाजारमूल्यात स्पर्धा	तांत्रिक + आर्थिक मूल्यमापन
कार्यवाही कशी होते ?	खरेदीदार सूचीतून विक्रेत्याची निवड करतो	विक्रेत्यांमध्ये कमी किंमत लावण्याची स्पर्धा होते	विक्रेते तांत्रिक आणि किंमतविषयक स्वतंत्र बोली सादर करतात
कशावर भर असतो ?	किंमत, दर, पुरवठा	सर्वाधिक कमी किंमतीची बोली लावणारा जिंकतो.	गुणवत्ता + किंमत. तांत्रिक गुणवत्तेत पात्र असणाऱ्यांमधील सर्वाधिक कमी किंमतीच्या बोलीचा विचार होतो.
उपयोग कशासाठी?	साधारण, कमी किंमतीच्या वस्तू	स्पर्धात्मक खरेदी	गुंतागुंतीच्या, उच्च मूल्याच्या वैशिष्ट्यपूर्ण गरजांसाठी

सूचना : उलट लिलाव हा खरेदीदाराने सर्वाधिक कमी किंमतीची बोली नसलेल्या विक्रेत्यांना स्पर्धा करण्याची अंतिम संधी दिल्यास शक्य होतो.

प्रश्न ९ : कॉशन मनी डिपॉझिट म्हणजे काय ?

उत्तर : कॉशन मनी म्हणजे अनामत रक्कम. या रकमेला EMD-अर्नेस्ट मनी डिपॉझिट (बयाणा रक्कम) वा सुरक्षा ठेव असेही म्हणतात. ही रक्कम परतावायोग्य जेम लिलावांमध्ये सहभागी होताना विक्रेत्यांनी ही रक्कम ठेव म्हणून ठेवायची असते. लिलावाची प्रक्रिया संपल्यानंतर ती त्यांना परत केली जाते.

- बोली लावण्यात अपयशी ठरलेल्या विक्रेत्यांना अनामत रक्कम लिलाव संपल्यानंतर ७ ते १५ दिवसांत परत केली जाते.
- बोली लावण्यात यशस्वी ठरलेल्या विक्रेत्यांना त्यांनी कराराची समाधानकारक पूर्तता केल्यानंतर वा कामगिरीसाठी सुरक्षा ठेव ठेवल्यास अनामत रक्कम परत केली जाते.
- विक्रेत्यांनी बोली लावून माघार घेतल्यास, बोलीत यशस्वी ठरल्यानंतर करार करण्यात अपयशी ठरल्यास तसेच कामगिरीसाठी सुरक्षा ठेव निर्धारित मुदतीत न भरल्यास अनामत रक्कम जप्त केली जाते.

सरकारी योजनांमध्ये सहभागी होणाऱ्या, उद्यम पोर्टलवर नोंदणी केलेल्या सूक्ष्म आणि लघू उद्योगांना अनामत रक्कम तरतुदीत नेहमी सवलत दिली जाते. या उद्योगांना प्रोत्साहन देण्याचे सरकारचे धोरण आहे.

प्रश्न १० : खरेदीदाराने ऑर्डर नोंदवल्यानंतर तिच्यात सुधारणा करता येते का, तसेच ही ऑर्डर मला रद्द करता येते का ?

उत्तर : जेम पोर्टलवर खरेदीदाराने ऑर्डर नोंदवली आणि विक्रेता म्हणून ती तुम्ही स्वीकारली, तर तिच्यात सुधारणा करणे वा ती रद्द करणे अवघड असते. परस्पर संमती आणि जेम धोरणांनुसारच यासंदर्भात कार्यवाही होऊ शकते.

- ऑर्डर नोंदवल्यानंतर आणि ती तुम्ही स्वीकारल्यानंतर पहिल्या काही तासांमध्ये तुम्ही ती नाकारू शकता. मात्र, मालाची अनुपलब्धता, सदोष किंमत यासारखी सबळ कारणे असतील, तरच तुम्हाला नकार देता येतो.
- तुम्ही स्वीकारलेली ऑर्डर रद्द करण्याकरता खरेदीदाराची संमती आवश्यक असते. याकरता तुम्ही खरेदीदाराशी संपर्क साधलाच पाहिजे. त्याला तुम्ही ऑर्डर रद्द का करत आहात हे समजावून दिले पाहिजे. त्याला ऑर्डर रद्द करण्यासाठी विनंती केली पाहिजे.
- जेम पोर्टलच्या माध्यमातून एकदा स्वीकारली गेलेली ऑर्डर फक्त खरेदीदारालाच रद्द करता येते.
- ऑर्डरमध्ये सुधारणा करायची असेल, तरीही त्याकरता खरेदीदाराची संमती लागते. ही सुधारणा जेम पोर्टलद्वारा औपचारिकपणेच करावी लागते. सुधारणा करण्याची तुमची विनंती खरेदीदाराने मान्य केली, तरच त्यानुसार कार्यवाही होऊ शकते.

प्रश्न ११ : कामगिरी पूर्तता सुरक्षा ठेवीची तसेच बँक हमीची गरज का भासते ?

उत्तर : कार्यप्रदर्शन सुरक्षा ठेवीला कामगिरी पूर्तता बँक हमी असेही म्हणतात. मान्य करण्यात आलेल्या कराराचे विक्रेत्याने पालन करावे, यासाठीची खबरदारी म्हणून ही ठेव घेतली जाते. करार करण्यात आल्यानंतर निर्धारित मुदतीत कामगिरी पूर्तता सुरक्षा ठेव द्यावी लागते. साधारणपणे हा काळ १० ते १५ दिवसांचा असतो. कराराचे यशस्वी पालन केल्यानंतर आणि दोष दायित्व कालावधी संपल्यानंतर सुरक्षा ठेव परत केली जाते. हा कालावधी कामाला अंतिम मान्यता दिल्यानंतर साधारणपणे ३० ते ६० दिवसांचा असतो. विक्रेत्याला करारातील तरतुदींचे पालन करता आले नाही, त्याने सदोष वस्तू वा सेवेचा पुरवठा केला, करारातील अटींचा भंग केला वा करारापासून फारकत घेतली, तर कार्यप्रदर्शन सुरक्षा ठेव अंशतः वा पूर्णपणे जप्त केली जाते. सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांना साधारणपणे कार्यप्रदर्शन सुरक्षा ठेवीबाबत सवलत दिली जाते वा त्यांच्यासाठी या ठेवीची रक्कम कमी केली जाते.

प्रश्न १२ : कन्साइनी रिसीट आणि क्रॅक प्रमाणपत्र तयार करून ते मला कसे अपलोड करता येईल ?

उत्तर : CRAC- क्रॅक प्रमाणपत्र कन्साइनी वा खरेदीदार तयार करतो.

- विक्रेता म्हणून तुम्ही उत्पादनाचे वितरण केल्यानंतर खरेदीदाराच्या वतीने सक्षम अधिकारी उत्पादनाची तपासणी करतो. तो उत्पादनाचे प्रमाण वा संख्या आणि गुणवत्ता ऑर्डरनुसार आहे ना, याची खातरजमा करतो. त्याचे समाधान झाल्यानंतर तो CRAC जेमवर अपलोड करतो.
- उत्पादनाच्या वितरणानंतर ताबडतोब त्याबाबतची माहिती खरेदीदाराला फोन वा ई-मेलद्वारे द्या. वितरित मालाचे चलन आणि इनव्हॉइसच्या प्रती त्याला पाठवा. वितरित मालाची तपासणी करून लवकरात लवकर क्रॅक अपलोड करण्याची विनंती खरेदीदाराला करा.
- काही वेळा खरेदीदाराकडून तुम्हाला क्रॅकचा मसुदा वा ड्राफ्ट पाठवण्याची वा वितरित मालाचा स्वीकार केल्याबाबतची कागदपत्रे पाठवण्याची विनंती केली जाईल. ही कागदपत्रे तपासून मग मंजुरी देऊ, असे त्यांच्याकडून सांगण्यात येईल.
- एकदा खरेदीदाराने क्रॅक अपलोड केला की, ते तुम्हाला जेम डॅशबोर्डवर ऑर्डरखाली पाहता येईल. यानंतर तुमचे पैसे मिळण्याच्या प्रक्रियेस सुरुवात होईल.

प्रश्न १३ : GeM पोर्टलवर नोंद होण्यासाठी उत्पादनांना गुणवत्तेच्या कोणत्या कसोट्या पूर्ण कराव्या लागतात ; तसेच त्यासाठी कोणती प्रमाणपत्रे आवश्यक असतात ?

उत्तर : GeM पोर्टलवरील नोंदीसाठी प्रमाणपत्रांची आवश्यकता उत्पादनाच्या विशिष्ट वर्गवारीनुसार ठरते.

- BIS-ब्युरो ऑफ इंडियन स्टॅण्डर्ड्स प्रमाणपत्र बीआयएस प्रणालीत समाविष्ट उत्पादनांसाठी बंधनकारक आहे. यामध्ये प्रामुख्याने इलेक्ट्रॉनिक्स, इलेक्ट्रिकल वस्तू, बांधकाम साहित्य आणि ग्राहकोपयोगी वस्तूंचा समावेश होतो.
- BIS अंतर्गत दिले जाणारे ISI चिन्ह हे अधिसूचित मानके जेथे लागू होतात तेथे आवश्यक असते.
- ISO-इंटरनॅशनल ऑर्गनायझेशन फॉर स्टॅण्डर्ड्‌झायझेशन प्रमाणपत्र (ISO 9001, 14001आदी) हे प्रमाणपत्र बंधनकारक नाही, पण ते मिळाल्याने संबंधित उद्योगाची विश्वासार्हता वाढते. त्याच्या कार्यक्षमतेला मान्यता मिळते.
- अन्नपदार्थ उत्पादनांसाठी FSSAI-‘फूड सेफ्टी एन्ड स्टॅण्डर्ड ऑथॉरिटी ऑफ इंडिया’चे प्रमाणपत्र आवश्यक असते.
- विशिष्ट कृषी उत्पादनांसाठी एगमार्क (Agmark) प्रमाणपत्राची आवश्यकता असते.
- सेंद्रिय उत्पादन असल्याचा दावा केला गेल्यास त्यासंबंधीचे प्रमाणपत्र आवश्यक ठरते.
- वैद्यकीय उपकरणांना मंजूरी, ऊर्जा क्षमता तसेच उपकरणांच्या चाचणीसाठी NABL- नॅशनल अॅक्रेडिटेशन बोर्ड फॉर टेस्टिंग एन्ड कॅलिब्रेशन लॅबोरेटरीजचे प्रमाणपत्र आवश्यक ठरते. विशिष्ट क्षेत्रांसाठी विशिष्ट प्रमाणपत्रे आवश्यक असतात.
- विविध सेवांसाठी व्यावसायिक नोंदी वा नियमपालन प्रमाणपत्रे असणे आवश्यक असते. सेवांच्या वर्गवारीनुसार या प्रमाणपत्रांचे स्वरूप ठरते.

प्रश्न १४ : GeM पोर्टलवर दर्जा आणि अभिप्राय देणारी प्रणाली कशी काम करते ?

उत्तर : GeM पोर्टलवरील दर्जा आणि अभिप्राय देणारी प्रणाली या प्लॅटफॉर्मवरील तुमच्या यशासाठी अत्यंत महत्वाची आहे. या प्रणालीचा खरेदीदाराच्या निर्णयांवर थेट परिणाम होतो. या प्रणालीमुळे तुमची जेमवरील अस्तित्व अधोरेखित होऊ शकतो

- यशस्वी वितरणानंतर आणि क्रॅक अपलोड झाल्यानंतर खरेदीदार तुमच्या कामगिरीचा दर्जा ठरवू शकतात.
- हा दर्जा साधारणपणे पाच तारांकित स्वरूपाचा असतो. १ तारा म्हणजे खराब दर्जा, ५ तारे म्हणजे उत्तम दर्जा याप्रमाणे दर्जा दिला जातो.
- उत्पादनाची गुणवत्ता, वेळेवर पुरवठा, पॅकेजिंग, लिखित नोंदी आणि प्रतिसादाची क्षमता, या घटकांआधारे खरेदीदार मूल्यमापन करतो.
- विक्रेता म्हणून तुमचा जेमवरील सर्वसाधारण दर्जा हा तुम्हाला मिळालेल्या एकूण ऑर्डर्ससंबंधी तुमच्या कामगिरीला मिळालेल्या दर्जाची सरासरी असते.
- खरेदीदार त्यांचे अभिप्राय तुमच्या प्रोफाइलवर आणि उत्पादनांच्या सूचीवर नोंदवू शकतात.
- तुम्हाला खरेदीदाराकडून कमी दर्जा मिळाला असेल, तर त्याचे विश्लेषण करा. त्यावर व्यावसायिक तोडगा काढा. तुमच्या प्रक्रियांमध्ये सुधारणा करा. तुम्ही खरेदीदाराशी नम्रपणे संपर्क साधून त्याच्या आक्षेपांबाबत स्पष्टीकरण करू शकता.
- खरेदीदार नेहमी उत्स्फूर्तपणे दर्जा देत नाहीत. यशस्वी मालाच्या पुरवठ्यानंतर तुम्ही त्यांच्याशी संवाद साधून त्यांना प्रतिसाद देण्याची विनंती करू शकता.

प्रश्न १५ : वितरित केलेले उत्पादन खरेदीदाराने नाकारल्यास वा वितरणानंतर त्याने गुणवत्तेबाबत तक्रार केल्यास मला काय करता येईल ?

उत्तर : खरेदीदाराने उत्पादन नाकारल्यास वा गुणवत्तेबाबत तक्रार केल्यास याप्रमाणे उपाय योजता येतात :

● विषय काय आहे ते नेमकेपणाने समजून घ्या. खरेदीदाराकडे उत्पादनातील ठोस दोषांबद्दल विचारणा करा, त्याच्याकडून संबंधित मालाची छायाचित्रे, तपासणीनंतरचे शेरे आणि किती माल सदोष आहे, याचे तपशील मागवून घ्या.

● खरेदीदाराच्या तक्रारीची तुलना तुमच्याकडील नोंदींशी करा. मालासाठीच्या ऑर्डरमधील विशेष बाबी तपासा. वितरणासाठीचे चलन, तपासणी अहवाल आणि संबंधित छायाचित्रे यांची पडताळणी करा.

● दोषांबाबतच्या तक्रारीत तथ्य आढळल्यास :

अ. याची कबुली तत्काळ आणि व्यावसायिक पद्धतीने द्या.

ब. माल बदलून देणे, त्यात दुरुस्ती करणे, सवलत देणे आणि क्रेडिट नोट देणे यापैकी योग्य वाटणारा पर्याय खरेदीदाराला द्या.

● खरेदीदाराने अनुचित पद्धतीने माल नाकारला असल्यास :

अ. तुमचे म्हणणे स्पष्ट करणारे पुरावे द्या. यामध्ये उत्पादनाच्या वैशिष्ट्यांचा तपशील, छायाचित्रे आणि नियमपालनाच्या नोंदी यांचा समावेश होतो.

ब. संयुक्त तपासणी करण्याची वा स्वतंत्र पडताळणीसाठी खरेदीदाराला विनंती करा.

क. आवश्यकता भासल्यास GeM पोर्टलवरील तंटा निवारण यंत्रणेचा वापर करा.

ड. खरेदीदाराबरोबर केलेल्या अटी जाणून घ्या. दंडात्मक तरतुदींचा, परताव्यासाठीच्या अटींचा तसेच हमीपत्राचा (वॉरंटी) आढावा घ्या.

खरेदीदाराच्या तक्रारीनंतर झटपट हालचाली करा. तुम्ही विलंब लावल्यास त्याचा विपरीत परिणाम पैसे मिळण्यावर, तुमच्या दर्जावर तसेच प्रतिष्ठेवर होतो.

प्रश्न १६ : दुसऱ्या कंपनीच्या उत्पादनांचा पुरवठा (खरेदी-विक्री/ फेरविक्री) मी करू शकतो का ? याकरता मला मूळ उत्पादकाकडून(OEM) विशेष परवानगी घ्यावी लागते का ?

उत्तर : GeM पोर्टलवर तुम्ही व्यापारी वा फेरविक्रेते म्हणून निश्चितपणे काम करू शकता आणि इतरांनी उत्पादित केलेल्या उत्पादनांची विक्री करू शकता. अशी विक्री करण्यासाठी तुम्ही उत्पादक असलेच पाहिजे, असे नाही. याकरता तुम्हाला काही पथ्ये पाळावी लागतील.

● तुम्हाला भारतात उत्पादित झालेली उत्पादनेच विकावी लागतील.

● या पोर्टलवर उत्पादनांची नोंदणी करताना तुम्हाला तुम्ही फेरविक्रेते आहात की मूळ उत्पादक आहात, हे स्पष्टपणे नमूद करावे लागेल.

● उत्पादनांच्या अनेक वर्गावारींकरता, विशेषतः इलेक्ट्रॉनिक्स, यंत्रसामग्री आणि ब्रँडेड उत्पादनांसाठी मूळ उत्पादकांकडून अधिकार प्रमाणपत्र असणे गरजेचे ठरू शकते.

● मूळ उत्पादक अधिकृतता प्रमाणपत्र (OEM) याप्रमाणे असले पाहिजे :

अ. ते उत्पादकाच्या लेटरहेडवर असले पाहिजे.

ब. त्यात विशिष्ट उत्पादनांची विक्री करण्याचे अधिकार देत असल्याचे स्पष्ट केलेले असले पाहिजे

क. उत्पादकाची अधिकृत सही त्यावर असली पाहिजे.

ड. त्यामध्ये वैधता कालावधी नमूद केलेला असला पाहिजे.

● OEM अधिकृतता प्रमाणपत्र तुमच्या GeM प्रोफाइलवर वा उत्पादनांच्या यादीबरोबर अपलोड करा.

प्रश्न १७ : GeM वर तारखेवर उपलब्धता (अॅव्हिलेबिलिटी फ्रॉम डेट) म्हणजे काय ? दंडात्मक कारवाई टाळण्यासाठी पुरवठ्याचे वास्तववादी वेळापत्रक मला कसे आखता येईल ?

उत्तर : GeM माल पुरवठ्याची तारीख कोणतीही असेल, याविषयी स्पष्टता.

- उत्पादनांची यादी जीईएमवर नोंदवताना तुम्ही ऑर्डर नोंदवल्यानंतर किती दिवसांत वितरण होईल, हे स्पष्ट करा.
- वितरणाचे वास्तववादी वेळापत्रक तयार करणे अनेक घटकांवर अवलंबून असते. तुमच्याकडे उत्पादनाचा साठा आहे का, तुम्हाला ते मिळवावे लागणार आहे का, कच्च्या मालाची उपलब्धता, उत्पादनासाठी लागणारा वेळ, खरेदीदाराच्या ठिकाणापर्यंतचा वाहतुकीचा कालावधी, कागदपत्रे तयार करणे आणि ती पाठवणे, ऐनवेळी निर्माण होणाऱ्या अडचणी एवढे घटक विचारात घ्यावे लागतात.
- यादीमधील विविध उत्पादनांसाठी तुम्ही पुरवठ्याचा वेगवेगळ्या वेळा नमूद करू शकता. या उत्पादनांची खरेदी प्रक्रिया आणि पुरवठा वैशिष्ट्ये याआधारे त्यांचा पुरवठ्याचा कालावधी ठरवता येईल.
- एकदा तुम्ही पुरवठ्याची वेळ नमूद केली आणि तुम्हाला खरेदीची ऑर्डर मिळाली की, वितरण वेळेवर होईल, यावर तुम्ही बारकाईने लक्ष ठेवा.

प्रश्न १८ : सरकारी खात्यांना वा विभागांना पुरवठा करण्याचा पूर्वानुभव नसतानाही तसेच या स्वरूपाचे काम केल्याच्या नोंदी नसतानाही मी GeM वरील निविदांमध्ये सहभागी होऊ शकतो का ?

उत्तर: पूर्वानुभव नसतानाही नव्या विक्रेत्यांना GeM वरील खरेदी प्रक्रियेत सहभागी होता येते. खरेदीदार पोर्टलवरील सूचीआधारे त्यांना थेट खरेदीचे आदेश देऊ शकतात. स्पर्धात्मक बोलीसाठी होणाऱ्या उलट लिलावातही (reverse auction) त्यांना भाग घेता येतो. प्रस्तावासाठी विनंती (RFP) या प्रक्रियेतही पूर्वानुभव आवश्यक नसतो. वैयक्तिक माहितीची टक्केवारी, तुमच्या उत्पादनाला मिळालेली गुणवत्ता प्रमाणपत्रे, स्पर्धात्मक किंमत, उत्पादनाची योग्य माहिती आणि उत्पादनाची वैशिष्ट्ये या घटकांना GeM वर जास्त महत्त्व असते. खरेदीदारांनी तुमच्या उत्पादनाला दिलेला सकारात्मक दर्जा आणि त्यांचे अभिप्राय हेदेखील परिणामकारक ठरतात. किमान दर्जा आणि काम केल्याच्या किमान ऑर्डर्स या कसोट्या लावून काही खरेदीदार विक्रेत्यांची निवड करतात. या प्रकारच्या निवडीत नवे विक्रेते म्हणून तुमचा समावेश होणार नाही. यामुळे जे खरेदीदार अशा कसोट्या लावत नाहीत त्यांच्याकडून तुमची निवड स्पर्धात्मक किंमतीआधारे होऊ शकते. एकदा अशी निवड झाली की, तुमच्या दर्जात तुम्हाला वाढ करता येते ; तसेच तुमच्या उत्पादन / सेवा क्षेत्रातील अनुभवाचीही नोंद होते.

प्रश्न १९ : GeM डॅशबोर्डवर ऑर्डरची सद्यःस्थिती, जहाजवाहतुकीची स्थिती आणि येणे रक्कम यांचा मागोवा मला कसा घेता येईल ?

उत्तर : GeM यंत्रणेने विक्रेत्यांसाठी व्यापक डॅशबोर्डची सुविधा उपलब्ध केली आहे. त्यावर विक्रेत्यांना त्यांच्या ऑर्डरसंबंधी सर्व घटकांची प्रत्यक्ष वेळोवेळी संबंधित माहिती घेता येते. तुमच्या ऑर्डरचा मागोवा घेण्यासाठी याप्रमाणे उपाय योजता येतील :

- तुमच्या GeM सेलर अकाउंटवर लॉग इन करा. 'ऑर्डर्स' विभागात जा.
- या विभागात तुम्हाला पोर्टलवरील सर्व ऑर्डर्सची यादी त्यांच्या सद्यःस्थितीसह दिसेल. त्यामध्ये ऑर्डर केव्हा नोंदवली गेली, तिचा स्वीकार केव्हा झाला, त्यानुसार कार्यवाही होऊन मालाचे वा सेवेचा पुरवठा केव्हा झाला, CRAC ची स्थिती, पैसे मिळण्यासाठी प्रक्रिया इत्यादी तपशील पाहता येतील.
- विशिष्ट ऑर्डर क्रमांकावर क्लिक केल्यास खालील उपलब्ध होईल :

अ. खरेदीदाराचा आणि माल पुरवठ्याचा पत्ता

ब. उत्पादनाचा तपशील आणि त्याचे प्रमाण वा संख्या

क. वितरणाचे वेळापत्रक

ड. अपलोड केलेली कादगपत्रे (इनव्हॉइस, चलन, कॅक)

इ. पैसे मिळण्याची सद्यःस्थिती

- पैसे मिळण्याचा मागोवा घ्यायचा असेल, तर 'पेमेंट्स' वा 'Financial' या विभागावर क्लिक करा. येथे तुम्हाला खालील गोष्टींची माहिती मिळेल :

अ. प्रलंबित येणे रक्कम

ब. पैसे मिळण्याच्या प्रक्रियेची सद्यःस्थिती

क. आधीच्या ऑर्डरसाठी पैसे मिळाल्याच्या पूर्वीच्या नोंदी

- नव्या ऑर्डरसाठी नोटिफिकेशन्स आणि अलर्ट्स नियमितपणे तपासत जा. यामुळे तुम्हाला कॅकबाबतची अद्ययावत माहिती, खरेदीदाराचे मेसेजेस, तुमच्या खात्यात जमा होणारी रक्कम यासंबंधीही माहिती मिळेल.

प्रश्न २० : GeM पोर्टलवरून विक्रेता निलंबित होण्याची वा त्याच्यावर बंदी घातली जाण्याची सर्वसाधारण कारणे कोणती ?

उत्तर : GeM वरून निलंबित होण्याची वा बंदी घातली जाण्याची सर्वसाधारण कारणे :

- **अकार्यक्षमता :** ऑर्डर स्वीकारल्यानंतर ती वारंवार रद्द करणे, वेळेत उत्पादन वा सेवा पुरवठ्याचा करण्यातील अपयश; तसेच मध्येच कराराचे पालन सोडून देणे.
- **गुणवत्तेचे प्रश्न :** नमूद केलेल्या वैशिष्ट्यांनुसार वस्तूंचा पुरवठा न करणे, उत्पादन पुन्हा पुन्हा नाकारले जाणे
- **फसवणूक करणारी कृत्ये :** बनावट प्रमाणपत्रे आणि कागदपत्रे, चुकीची अधिकारपत्रे सादर करणे, लिलावात फेरफार करणे, स्पर्धा कमी करण्यासाठी गैरप्रकार करणे, ओळखीचा गैरवापर करणे
- **धोरणाचा भंग करणे :** परवानगी न घेता नियंत्रित/ प्रतिबंधित वस्तूंची विक्री करणे, कायदेशीर हमीचे तसेच विक्रीपश्चात बांधिलकीचे पालन न करणे
- **अनैतिक वर्तन :** लाच देणे, त्रासदायक, कुचेष्टा करणारा संवाद करणे
- **वित्तीय अनियमितता :** पुन्हा पुन्हा चुकीचे बँक तपशील देणे, संशयास्पद आर्थिक गैरव्यवहार करणे
- **अनेक खरेदीदारांनी तक्रार करणे :** उत्पादनाची गुणवत्ता, वितरण तसेच विक्रेत्याचे वर्तन याबद्दल खरेदीदारांकडून सतत तक्रारी येणे

प्रश्न २१ : GeM वरील उलाढाल वा ऑर्डर्स याआधारे माझी विश्वासार्हता मान्य करून बँकांकडून तसेच सरकारी योजनांमधून कर्ज मिळू शकेल काय ?

उत्तर : GeM उलाढाल आणि त्यावरील ऑर्डर्स हा तुमच्या विश्वासार्हतेचा पुरावा ठरू शकतो. त्याआधारे बँकांकडून आणि सरकारी योजनांमधून कर्ज मिळू शकते. GeM वरील व्यवहार म्हणजे सरकारी खरेदीच्या अधिकृत नोंदी असतात. या नोंदी अतिशय विश्वासार्ह मानल्या जातात.

कर्ज मिळण्यासाठी तुम्हाला याप्रमाणे कागदपत्रे सादर करावी लागतील :

- GeM ऑर्डर स्टेटमेंट्स (प्रत्येक ऑर्डरचा तपशील, तिचे मूल्य, वितरणाची स्थिती)
- **GeM उलाढाल प्रमाणपत्र :** विशिष्ट काळातील विक्री व्यवहाराचा अधिकृत सारांश
- विक्रेत्याचा दर्जा आणि कार्यक्षमतेचे तपशील

अनेक बँकांनी आता कर्ज देण्यासाठी सूक्ष्म आणि लघु उद्योगांची काही उत्पादने निश्चित केली आहेत. ती निश्चित करताना त्यांच्या GeM वरील उलाढालीचा विचार करण्यात आला आहे. सार्वजनिक क्षेत्रातील काही बँकांनीही GeM बरोबर GeM विक्रेत्यांना प्राधान्याने कर्जपुरवठा करण्यासाठी सहकार्य करार केले आहेत.



सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या



आयात-निर्यात

प्रश्न १ : पुरवठादार निश्चित करण्यापासून सीमाशुल्क खात्याची मंजूरी मिळण्यापर्यंतची आयात प्रक्रिया कशी असते ?

उत्तर : पूर्ण आयात प्रक्रिया याप्रमाणे असते :

- स्रोत आणि वाटाघाटी : पुरवठादार ओळखणे, त्याच्याशी किंमत, मालाचा दर्जा कोणत्या चलनात पैसे द्यायचे आणि आंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक अटींबाबत वाटाघाटी करणे आणि नंतर खरेदीच्या ऑर्डरला अंतिम स्वरूप देणे.
- पैसे देण्याची व्यवस्था : पुरवठादाराला पैसे देण्याच्या अटी ठरवणे, आगाऊ रक्कम, लेटर ऑफ क्रेडिट म्हणजे आयातदाराकडून विक्रेत्याला पैसे मिळतील, अशी बँकेने दिलेली हमी आणि कर्जाच्या शर्ती यासंबंधी निर्णय घेणे.
- IEC मिळवणे : जहाजात माल भरला जाण्यापूर्वी इंपोर्ट एक्स्पॉर्ट कोड- IEC म्हणजेच आयात निर्यात ओळख क्रमांक मिळवणे.
- मालवाहतुकीची पद्धत आणि प्रकार ठरवणे : मालवाहतुकीच्या योग्य पद्धतीची निवड करणे. हवाई/ जल/ जमीन यापैकी कोणत्या प्रकारची वाहतूक करायची आहे ते निश्चित करा. खर्च, तातडी आणि मालाचे स्वरूप याआधारे यासंबंधीचे निर्णय घ्या.
- बंदर/विमानतळ येथे नोंदणी करण्याचा पोर्टलवर: तुमचा

माल आयात होणार आहे अशा बंदर / विमानतळाच्या तपशीलाची नोंदणी करा.

- माल पाठवणे आणि कागदपत्रे : पुरवठादार तुमच्या मालाची पाठवणी करेल आणि तुम्हाला कागदपत्रे पुरवेल. यामध्ये इनव्हॉइस, मालाची यादी, मालवाहतुकीची पावती (बिल ऑफ लॉडिंग), एअरवे बिल (विमान कंपनीशी मालवाहतुकीसाठी केलेला करार) उत्पादनाबाबतचे मूळ प्रमाणपत्र यांचा समावेश असतो.
- बिल ऑफ एन्ट्री दाखल करा : माल आल्यानंतर कस्टम्स हाऊस एजंट (CHA) हा बिल ऑफ एन्ट्री हा दस्तावेज ऑनलाइन दाखल करतो.
- शुल्कांचे मूल्यमापन आणि भरणा : सीमाशुल्क खाते मालाच्या किमतीचे आणि त्यावर लागू होणाऱ्या शुल्कांचे मूल्यमापन करते. यामध्ये सीमाशुल्क + आयजीएसटी (IGST) + इतर आकारणी यांचा समावेश असतो. आवश्यक करांचा भरणा तुम्ही करा.
- सीमाशुल्क मंजूरी : मालाची प्रत्यक्ष तपासणी केली जाते. त्यात धोकादायक बाबी नाहीत ना, याची खातरजमा केली जाते. तपासणी व्यवस्थित पार पाडल्यानंतर सीमाशुल्क खाते मंजूरी देते. मंजूरीनंतर तुम्हाला मालाचा ताबा स्वतः घेता येतो वा कस्टम हाऊस एजंटमार्फत घेता येतो.
- मालाचे वितरण : मालाचा ताबा घेतल्यानंतर तुम्हाला तो तुमच्या गोदामात वा कारखान्यात हलवता येतो.

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.

आयात-निर्यात



या विभागातील २१ प्रश्नांपैकी ९% प्रश्न हे 'एमएसएमई'नी विचारले आहेत

प्रश्न २ : कस्टम हाऊस एजंट (CHA) याची आयातीत काय भूमिका असते ?

उत्तर : कस्टम हाऊस एजंट हा परवानाधारक व्यावसायिक असतो. तो सीमाशुल्क मंजूरी प्रक्रियेसाठी तुमचा प्रतिनिधी म्हणून काम करतो. त्याची कामे याप्रमाणे असतात :

- सीमाशुल्क मंजूरी : तुम्ही आयात केलेल्या मालाला मंजूरी मिळावी म्हणून तो तुमच्या वतीने काम करतो.
- बिल ऑफ एन्ट्री दाखल करतो : आयात माल देशात आल्यानंतर कस्टम हाऊस एजंट बिल ऑफ एन्ट्री हा दस्तावेज तयार करतो आणि तो ऑनलाइन दाखल करतो.
- ITC-HS इंडियन ट्रेड क्लासिफिकेशन-हार्मोनाइज्ड सिस्टम वर्गवारी : आयटीसी-एचएस या प्रणालीआधारे आयात मालाची योग्य वर्गवारी करतो. त्याआधारे शुल्क ठरवले जाते.
- शुल्काची मोजणी आणि भरणा : सीमाशुल्क आणि IGST यांची गणना करतो. यामुळे भरणा करणे सुलभ होते.
- सीमाशुल्क खात्याबरोबर मध्यस्थी : सीमाशुल्क खात्याबरोबर आयातदाराच्या वतीने मध्यस्थ म्हणून काम करताना तो या खात्याच्या शंकांचे निरसन करतो. खात्याच्या पाहणीत सहकार्य करतो. नियमपालनाबाबत दक्षता बाळगतो.
- वितरण सुलभ करतो : बंदर वा विमानतळावरून आयात माल ताब्यात घेऊन त्याची वाहतूक करण्याची प्रक्रिया सुलभ करतो.

प्रश्न ३ : कमर्शियल इनव्हॉइस म्हणजे काय, ते मला कसे तयार करता येईल ?

उत्तर : विक्री झालेल्या मालाचे मूल्य दर्शविणारा दस्तावेज असे कमर्शियल इनव्हॉइसचे स्वरूप असते. त्यात विक्री व्यवहाराबाबतची सर्व आवश्यक माहिती असते. हे इनव्हॉइस तयार करण्यासाठी त्यात पुढील बाबींचा समावेश असावा :

- विक्रेता आणि आयातदार यांचा तपशील : नाव, पत्ता, संपर्कासाठीची माहिती इत्यादी.
- इनव्हॉइस क्रमांक आणि तारीख
- IEC- इंपोर्ट एक्स्पॉर्ट कोड आणि जीएसटी क्रमांक (भारतातून निर्यात करण्यासाठी)
- आंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक अटी (उदाहरणार्थ, FOB, CIF, ITC-HS code)
- मालाचे वर्णन : ITC-HS वर्गवारी, मालाचे मूल्य आणि चलन, प्रत्येक घटकाची किंमत.
- मालवाहतूक आणि विमा आकारणी (लागू होत असल्यास)
- इनव्हॉइसचे एकूण मूल्य आणि चलन
- पैसे देण्याच्या अटी आणि बँकेचे तपशील
- सही आणि कंपनीचा शिक्का

प्रश्न ४ : माल भरण्यापूर्वी आणि माल भरल्यानंतर निर्यात वित्तपुरवठा कशा प्रकारचा असतो ?

उत्तर : माल भरण्यापूर्वीचा आणि माल भरल्यानंतरचा वित्तपुरवठा याप्रमाणे असतो :

निकष	माल तयार व निर्यात करण्यापूर्वी वित्तपुरवठा	माल भरल्यानंतरचा वित्तपुरवठा
केव्हा दिला जातो ?	निर्यात होण्यापूर्वी	निर्यात झाल्यानंतर, पण पैसे मिळण्यापूर्वी
उद्देश	उत्पादन, कच्चा माल, पॅकिंग आणि प्रक्रियेसाठी निधी देणे	निर्यात मालाचे पैसे मिळेपर्यंत निर्यातदाराचे रोकड प्रवाहातील अंतर भरून निघतील.
सुरक्षितता	मंजूर निर्यात ऑर्डरवर वा लेटर ऑफ क्रेडिटवर आधारित	निर्यात केल्याचा कागदपत्रे, इनव्हॉइसेसवर आधारित कागदपत्रे, इनव्हॉइसेसवर आधारित
मिळणारा निधी	उत्पादन खर्च भरून काढण्यासाठी उपयुक्त	निर्यात मूल्याच्या ८० ते ९० टक्के रक्कम बँकेकडून आगाऊ दिली जाते
कालावधी	साधारणपणे १८० ते ३६० दिवस	आयातदार पैसे देईपर्यंत, रिझर्व्ह बँके ऑफ इंडियाने निर्धारित केलेला जास्तीत जास्त कालावधी बंधनकारक, या मुदतीत वाढ करण्यासाठी बँकेची परवानगी आवश्यक, रिझर्व्ह बँकेच्या नियमांनुसार निर्णय

प्रश्न ५ : साधारणपणे कोणत्या आंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक अटी (Incoterms) घातल्या जातात ? यामधील कोणत्या अटी नव्या निर्यातदारासाठी लाभदायक ठरू शकतात ?

उत्तर : मालवाहतूक खर्च, विमा आणि सीमाशुल्क यासाठीची रक्कम कोणी द्यायची हे आंतरराष्ट्रीय व्यापार अटींमध्ये स्पष्ट केलेले असते. विक्रेत्याकडून आयातदाराकडे जोखमीचे हस्तांतरण केव्हा होते याचीही स्पष्टता या अटींमुळे होते. सर्वसाधारणपणे घातल्या जाणाऱ्या अटी याप्रमाणे आहेत :

आंतरराष्ट्रीय व्यापार अटी	निर्यातदाराची जबाबदारी	आयातदाराची जबाबदारी
EXW-Ex Works: विक्रेता स्वतःच्या जागेत माल उपलब्ध करून देतो	कारखाना वा गोदामात माल उपलब्ध करून देणे	मालाची हाताळणी करणे, निर्यात, मालवाहतूक, विमा, आयात, मंजुरी मिळवणे आणि शुल्क भरणे
FOB-Free on Board: माल जहाजावर चढवला जातो	बंदरावरील जहाजात माल चढवणे, निर्यातीसाठीच्या औपचारिकता पूर्ण करणे	मालवाहतुकीचा खर्च देणे, विमा, सीमाशुल्क भरणे, मालाच्या आयातीसाठी मंजुरी मिळवणे
CIF- सागरी वाहतुकीसाठी खर्च, विमा आणि मालवाहतुकीचा खर्च	गंतव्य बंदरापर्यंतची मालवाहतूक आणि विम्यावरील खर्च करतो.	आयातीसाठी मंजुरी मिळवणे, सीमाशुल्क आणि इतर आकारणीचे पैसे देणे आणि स्थानिक वितरण करणे

प्रश्न ६ : धुरीकरण प्रमाणपत्र (Fumigation Certificate) म्हणजे काय ? ते मला कोठे मिळू शकते ?

उत्तर : निर्यात मालासाठी वापरण्यात आलेल्या लाकडाच्या पॅकेजिंग सामग्रीतील कीड आणि कीटक नष्ट करण्यासाठी उपाय योजण्यात आले आहेत, याचा पुरावा म्हणजे धुरीकरण प्रमाणपत्र. हे प्रमाणपत्र मिळवण्यासाठी केंद्र सरकारच्या वनस्पती विलगीकरण विभागाने वा वनस्पती रक्षण संचालनालयाने मान्यता दिलेल्या कोणत्याही धुरीकरण संस्थेशी संपर्क साधा. या संस्थेतर्फे तुमच्या लाकडी पॅकेजिंग सामग्रीची पाहणी केली जाते, आवश्यकता भासल्यास कीड आणि कीटक नष्ट करण्यासाठी उपाय योजले जातात. तुमच्या पॅकेजिंग सामग्रीवर त्यांच्याकडून IPPC-इंटरनॅशनल प्लॅट प्रोटेक्शन कन्व्हेंशनचा शिक्का मारला जातो. यानंतर संस्थेतर्फे तुम्हाला धुरीकरण प्रमाणपत्र दिले जाते. मालाची पाठवणी करण्यापूर्वी हे प्रमाणपत्र घेणे आवश्यक आहे. योग्य लाकडी पॅकेजिंगसाठी धुरीकरण प्रमाणपत्र घेतले नसल्यास अमेरिका, युरोपीअन युनियन, ऑस्ट्रेलिया आणि न्यूझीलंड यासारख्या आयातदारांकडून माल नाकारला जातो. हे टाळण्यासाठी काही निर्यातदार धुरीकरण प्रमाणपत्राची गरज नसलेल्या पर्यायांचा अवलंब करतात, उदाहरणार्थ, प्लॅस्टिकच्या फळ्या, कार्डबोर्ड आणि प्लायवूड.

प्रश्न ७ : मी माझ्या उत्पादनांसाठी योग्य आंतरराष्ट्रीय आयातदार कसा शोधावा ?

उत्तर : योग्य आंतरराष्ट्रीय आयातदार निवडण्यासाठी अनेक मार्गांचा अवलंब करावा लागतो. यापैकी प्रमुख मार्ग याप्रमाणे आहेत :

- आयातदार-निर्यातदार बैठकांमध्ये, व्यापारी प्रदर्शनांमध्ये आणि अन्य उपक्रमांमध्ये सहभागी व्हा. निर्यात संवर्धन मंडळ, ITPO-इंडिया ट्रेड प्रमोशन ऑर्गनायझेशन आणि चेंबर ऑफ कॉमर्स यासारख्या संस्था/ संघटनांकडून व्यापाराला चालना देण्यासाठी उपक्रमांचे आयोजन केले जाते.
- भारतात आणि भारताबाहेर आयोजित केल्या जाणाऱ्या तुमच्या उद्योगाशी संबंधित देशातील आणि आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शनांमध्ये सहभागी व्हा.
- B2B प्लॅटफॉर्मसवर नोंदणी करा, उदाहरणार्थ, अलिबाबा, ग्लोबल सोर्सिस, इंडियामार्ट
- तुम्हाला अपेक्षित असलेल्या लक्ष्य देशातील आयातदारांचा अभ्यास करून आयातदारांशी थेट संपर्क साधा.
- आंतरराष्ट्रीय स्तरावर सोशल मीडियाचा सुयोग्य वापर करा.
- परदेशातील भारतीय दूतावासांच्या मदतीने संभाव्य

आयातदारांच्या संघटना अथवा आयातदारांशी संपर्क प्रस्थापित करा.

- शिफारसपत्रे आणि उद्योगातील संपर्काचा उपयोग विश्वासार्ह आयातदार शोधण्यासाठी करा.
- लक्ष्य बाजारपेठांमध्ये स्थानिक एजंट वा निर्यात सल्लागार नेमा.
- कंपन्यांची नोंदणी आणि त्यांची ऑनलाइन उपस्थिती पडताळून पाहा. आयातदाराची कायदेशीर स्थिती वेबसाइट, डिजिटल पुराव्यांआधारे तपासा.
- ज्या आयातदारांबाबत सावधानतेचा इशारा देण्यात आला आहे, त्यात तुम्ही निवडलेल्या आयातदाराचा समावेश नाही ना, याची खातरजमा करा.
- ECGC - एक्स्पॉर्ट क्रेडिट गॅरंटी कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया या महामंडळाशी संपर्क साधून संभाव्य आयातदाराची कर्जफेडक्षमता जाणून घ्या.
- व्यापारी शिफारसपत्रांची मागणी करा.
- चाचणीदाखल काही लहान ऑर्डरसासून सुरुवात करा. आगाऊ रकमेसाठी विनंती करा.
- सुरक्षित व्यवहारांसाठी लेटर ऑफ क्रेडिटचा वापर करा.
- व्हिडिओ कॉल तसेच तृतीय पक्ष तपासणीद्वारा आयातदाराचा पत्ता तपासून पाहा.

प्रश्न ८ : ऑर्डर निश्चित करणे ते पैसे दिल्याची पावती मिळणे अशी संपूर्ण निर्यात प्रक्रिया पूर्ण होण्यास किती वेळ लागतो ?

उत्तर : निर्यातीची प्रक्रिया पूर्ण होण्यास लागणारा वेळ माल पाठवण्याचे ठिकाण, उत्पादनाचा प्रकार आणि पैसे देण्याबाबतच्या अटी यानुसार वेगवेगळा असू शकतो. मात्र, या प्रक्रियेतील टप्प्यांसाठी लागणारा सर्वसाधारण वेळ याप्रमाणे आहे :

- आयातदाराकडून तपासणीनंतर ऑर्डरला मंजुरी दिली जाते
- मालाचे उत्पादन / खरेदी : १५ ते ४५ दिवस
- माल जहाजात भरण्यापूर्वीची तयारी आणि कागदपत्रे : ५-७ दिवस
- सागरी प्रवास :
अ. जवळच्या देशांसाठी : ७ ते १० दिवस
ब. अमेरिका/ युरोपला माल पोचवण्यासाठी : २० ते ३० किंवा त्यापेक्षा जास्त दिवस
- आयातीसाठी मंजुरी आणि आयातदाराकडून स्वीकृती : ५ ते १० दिवस
- क्रेडिट असल्यास लागणारा कालावधी : ३० ते ९० दिवस
- बँक प्रक्रिया : ३ ते ७ दिवस

प्रश्न ९ : माल मिळाल्यानंतर आयातदाराने मला पैसे देण्यास नकार दिला वा विलंब लावला, तर मला काय करता येईल ?

उत्तर : आंतरराष्ट्रीय पातळीवर आयातदाराने पैसे देण्यास विलंब लावल्यास याप्रमाणे उपाय योजना येतील :

- आयातदाराशी तातडीने संपर्क साधून विलंबाचे कारण जाणून घ्या.
- तुम्ही आयातदाराशी केलेल्या कराराचा आढावा घ्या. त्यातील पैसे देण्याच्या अटी तपासून पाहा. याचा उपयोग तुम्हाला कायदेशीर भूमिका निश्चित करण्यासाठी होईल.
- ECGC शी संपर्क :- आयातदाराने पैसे दिले नसल्यास एक्सपोर्ट क्रेडिट गॅरंटी कॉर्पोरेशन ऑफ इंडियाशी (ECGC) संपर्क साधा. याकरता तुमच्याकडे आयातदाराच्या कर्जफेड क्षमतेबाबतचा अहवाल हवा. याचबरोबर माल पाठवण्यापूर्वी तुम्ही ECGC पॉलिसी घ्यायला हवी. मालाच्या गुणवत्तेवरून वाद असेल, तर पुरावा देण्याची विनंती करा. तोडग्यासाठी आयातदाराशी वाटाघाटी करा. काही प्रमाणात पैसे स्वीकारण्याची तयारी ठेवा.
- आर्थिक प्रश्न असतील, तर हप्त्याने पैसे देण्याचा प्रस्ताव तुम्ही मांडू शकता
- आयातदाराच्या देशातील भारतीय दूतावासाशी संपर्क साधा.
- आयातदाराने कोणताच प्रतिसाद दिला नाही, तर त्याला कायदेशीर नोटीस पाठवा.
- गरज भासल्यास आयातदाराच्या देशातील स्थानिक वकील वा वसुली एजन्सी नेमा.
- शेवटचा उपाय म्हणून लवाद वा कायदेशीर कारवाईचा विचार करा.

प्रश्न १० : शुल्क न भरता निर्यातीसाठी कच्चा माल आयात करणे / स्थानिक बाजारपेठेतून मिळवा, EPCG-निर्यात प्रोत्साहन भांडवली वस्तू योजना आणि ड्युटी ड्रॉबॅक -शुल्क परतावा योजना यामध्ये काय फरक आहे ?

उत्तर : निर्यातीला प्रोत्साहन देणाऱ्या या तीन योजना आहेत :

योजना	बिनाशुल्क कच्चा माल आयात करण्यासाठी परवानगी (Advance Authorization)	EPCG-निर्यात प्रोत्साहन भांडवली वस्तू योजना	शुल्क परतावा (Duty Drawback)
उद्देश	निर्यात उत्पादनासाठी आयात केलेला वा स्थानिक कच्चा माल शुल्क आकारणीतून मुक्त ठेवणे	यंत्रसामग्री/ उपकरणांच्या आयातीवर शून्य टक्के वा सवलतीने आकारणी	आयात केलेल्या कच्च्या मालावरील शुल्काचा परतावा देणे
फायदा	कच्च्या मालावर सीमाशुल्क आकारणी नाही	भांडवली वस्तूवरील अकारणीत बचत	निर्यातीनंतर परतावा मिळतो
निर्यातीसाठीची बंधने	१८ ते २४ महिन्यांत पक्क्या मालाची निर्यात केलीच पाहिजे	भांडवली वस्तूवरील अकारणीत ६ पट निर्यात पहिल्या ६ वर्षात करणे आवश्यक	निर्यात मूल्याशी संबंधित वेगळे बंधन नाही
कोणासाठी सर्वात चांगली ?	कच्चा माल आयात करणाऱ्या निर्यातदारांसाठी	यंत्रसामग्रीचे आधुनिकीकरण करणाऱ्या उत्पादकांसाठी	आयात शुल्क भरणाऱ्या निर्यातदारांसाठी

प्रश्न ११ : RoSCTL आणि RoDTEP म्हणजे काय ? निर्यातीस प्रोत्साहन देणाऱ्या या योजनांचा लाभ मी कसा घेऊ शकतो, हा लाभ मला केव्हा मिळू शकतो ?

उत्तर : या दोन्ही योजनांद्वारा निर्यातदारांना प्रोत्साहन दिले जाते. इतर कोणत्याही मार्गाने परतावा न मिळणाऱ्या करआकारणी आणि शुल्कांसाठी या योजनांद्वारा भरपाई दिली जाते.

- RoDTEP- (रेमिसन ऑफ ड्यूटीज एन्ड टॅक्सेस ऑन एक्स्पॉर्टेड प्रॉडक्ट्स) : या योजनेद्वारे केंद्र, राज्य आणि स्थानिक शुल्क आणि करांचा परतावा दिला जातो. इतर कोणत्याही योजनांद्वारे सवलत न मिळणाऱ्या करआकारणीसाठी आणि शुल्कांसाठी हा परतावा दिला जातो.
- RoSCTL- (रिबेट ऑफ स्टेट एन्ड सेंट्रल टॅक्सेस एन्ड लेव्हीज) : ही योजना प्रामुख्याने कपडे आणि वस्त्रोद्योग उत्पादनांच्या निर्यातीसाठी आहे.
- या योजनांचा लाभ मिळवण्यासाठी तुमची निर्यात उत्पादने HSN codes हार्मोनाइज्ड सिस्टम ऑफ नॉमिनक्लेचर या नामकरण प्रणालीसाठी आणि लक्ष्य देशांसाठी पात्र ठरली पाहिजेत. ICEGATE पोर्टलद्वारे तुमचे मालवाहतुकीचे बिल अपलोड करा. त्यातील सर्व तपशील अचूक असेल, याची खबरदारी घ्या. या बिलावर "with RoDTEP" वा "with RoSCTL" असा उल्लेख आवश्यक आहे. सीमाशुल्क खात्याच्या तपासणीनंतर आणि निर्यातीची परवानगी (LEO -Let Export Order) मिळाल्यानंतर तुम्ही केलेल्या दाव्यावरील प्रक्रियेस आपोआप सुरूवात होते.
- या योजनांमधून मिळणारे लाभ तुमच्या इलेक्ट्रॉनिक खातेवहीत (ड्यूटी क्रेडिट लेजर) जमा होतात. हे लाभ हस्तांतरणीय इलेक्ट्रॉनिक प्रमाणपत्रांच्या स्वरूपात असतात. निर्यातीनंतर साधारणपणे ३० ते ६० दिवसांत हे लाभ मिळतात. आइसगेट पोर्टलवर सर्व्हिसेस विभागात या लाभांची नोंद तुम्हाला पाहता येते. या लाभांचा वा ड्यूटी क्रेडिटचा वापर आयातीवरील मूळ सीमाशुल्क भरणे, इतर आयातदारांना हस्तांतरित करणे वा विकणे तसेच इतर विशिष्ट कारणांसाठी करता येतो.

प्रश्न १२ : आंतरराष्ट्रीय आयातदाराने उत्पादन परत केल्यास, नाकारल्यास वा उत्पादनाच्या गुणवत्तेबाबत वाद निर्माण केल्यास स्थितीची हाताळणी मला कशी करता येईल ?

उत्तर : आयातदाराने उत्पादनाच्या गुणवत्तेबाबत प्रश्न उपस्थित केल्यास याप्रमाणे उपाय योजता येतील :

- ताबडतोब प्रतिसाद द्या : आयातदाराकडे उत्पादनातील दोषाचा तपशील, छायाचित्रे/ व्हिडिओ यांची मागणी करा. नक्की किती उत्पादन सदोष आहे याची आणि तपासणी अहवालाची माहिती घ्या.
- तुमच्या कागदपत्रांचा आढावा घ्या : माल भरण्यापूर्वीच्या तपासणी अहवालांची, गुणवत्ता प्रमाणपत्रांची, नमुन्यांची आणि करारातील अटींची पडताळणी करा.
- तक्रारीचे मूळ कारण निश्चित करा : दोष नक्की केव्हा निर्माण झाला -उत्पादनावेळी, वाहतूक होत असताना की आयातदाराने हाताळणी करताना; हे जाणून घ्या.
- उपलब्ध स्थितीआधारे याप्रमाणे तोडगा काढता येईल :
 - अ. उत्पादनात दोष असेल, तर -आयातदार किमतीत सवलत देऊ शकतो, माल बदलून देण्याची तयारी दाखवा, क्रेडिट नोटचा पर्याय वापरा.
 - ब. दोष किरकोळ असेल, तर - किमान तोडग्यासाठी वाटाघाटी करा.
 - क. वाहतुकी दरम्यान नुकसान - विमा/ जहाज वाहतूक कंपनीकडे दावा दाखल करा.
- उत्पादन वा माल परत केला असल्यास-
 - अ. आयातदार जहाजाने वस्तू परत पाठवेल
 - ब. फेरआयातीसाठी बिल ऑफ एन्ट्री वा प्रवेशपत्र दाखल करा. त्यात शुल्कमाफीसाठी दावा करा.
- मंजुरी मिळाल्यानंतर क्रेडिट घ्या वा माल बदलून घ्या.

प्रश्न १३ : अमेरिका, युरोपियन युनियन तसेच मध्य पूर्वेकडील देशांमध्ये निर्यात करायची असेल, तर पॅकेजिंग आणि लेबलिंगचे कोणते नियम पाळणे बंधनकारक आहे ?

उत्तर : निर्यात करताना पॅकेजिंग आणि लेबलिंगचे नियम हे उत्पादनाचा प्रकार आणि तो कोठे निर्यात करायचा आहे, यावर अवलंबून असतात.

आवश्यकता	अमेरिका (USA)	युरोपीअन युनियन (EU)	मध्य पूर्व
भाषा	इंग्लिश	गंतव्य देशातील भाषा	अरबी, साधारणपणे द्विभाषिक
उत्पादक देशाचा उल्लेख	बंधनकारक, उदा. "मेड इन इंडिया"	बंधनकारक	बंधनकारक
उत्पादकाचे / आयातदाराचे तपशील	आवश्यक	EU आयातदाराचे तपशील आवश्यक	आवश्यक
उत्पादनावरील सुरक्षा चिन्हे	FCC चिन्ह इलेक्ट्रॉनिक्स उत्पादनांसाठी, तर CPSIA चिन्ह बालकांसाठीच्या उत्पादनांसाठी	CE चिन्ह	GSO नियमपालन; SABER (सौदा अरेबियासाठी)
अन्नपदार्थ उत्पादने	FDA लेबल	EU अन्नपदार्थ उत्पादनावरील लेबलिंगच्या नियमांनुसार	HALAL प्रमाणपत्र आवश्यक, ते नेहमी लागते
रासायनिक नियमपालन	उत्पादनाच्या स्वरूपानुसार	REACH नियमपालन	उत्पादनाच्या स्वरूपानुसार

विविध देशांच्या या नियमांमध्ये बदल होत असतात. ताज्या माहितीसाठी भारतातील अधिकृत वेबसाइट्स तसेच आयातदार देशांमधील वेबसाइट्स तपासा.

प्रश्न १४ : विविध देशांमध्ये व्यवसाय करताना FDA, CE, Halal, Organic अशा विविध प्रमाणपत्रांची स्वतंत्रपणे गरज मला भासेल का ?

उत्तर : प्रमाणपत्रे ही साधारणपणे व्यवसायासाठी बंधनकारक असतात. उत्पादनाचा प्रकार आणि गंतव्य म्हणजे माल ज्या देशात निर्यात करायचा त्या देशाच्या नियमांनुसार प्रमाणपत्रे वेगवेगळी असतात. यातील काही प्रमाणपत्रे याप्रमाणे आहेत :

प्रमाणपत्र	केव्हा आवश्यक ?	गंतव्य देश
FDA रजिस्ट्रेशन	अन्न, पेये, सौंदर्यप्रसाधने, वैद्यकीय साधने, औषधी उत्पादने	युनायटेड स्टेट्स ऑफ अमेरिका
CE मार्किंग	इलेक्ट्रॉनिक्स, यंत्रसामग्री, खेळणी, वैद्यकीय साधने, बांधकाम साहित्य	युरोपीअन युनियन
Halal प्रमाणपत्र	अन्नपदार्थ, सौंदर्यप्रसाधने, औषधी उत्पादने	मध्य पूर्वेतील देश, मलेशिया, इंडोनेशिया आदी.
Organic वा सेंद्रिय प्रमाणपत्र	उत्पादनाची सेंद्रिय म्हणून विक्री होत असल्यास	युरोपीअन युनियन (EU Organic), अमेरिका (USDA Organic)

इतर महत्त्वाची प्रमाणपत्रे याप्रमाणे आहेत :

- GMP(गूड मॅन्युफॅक्चरिंग प्रॅक्टिसेस) – औषधी उत्पादने आणि अन्न प्रक्रिया
- ISO (इंटरनॅशनल ऑर्गनायझेशन फॉर स्टॅंडायझेशन)- गुणवत्ता व्यवस्थापन (जागतिक विश्वासार्हता)
- FSSAI(फूड सेफ्टी एन्ड स्टॅंडर्ड्स ऑथॉरिटी ऑफ इंडिया) – भारतातून होणाऱ्या अन्नपदार्थांच्या निर्यातीसाठी
- BIS(ब्यूरो ऑफ इंडियन स्टॅंडर्ड्स) – विशिष्ट नियंत्रित उत्पादने

प्रश्न १५ : परदेशातील आयातदाराकडून अपेक्षित असलेले किमान ऑर्डर प्रमाण (MOQ) म्हणजे काय ? कमी प्रमाणातील चाचणी ऑर्डर घेऊन मी सुरुवात करू शकतो काय ?

उत्तर : उत्पादनाची वर्गवारी, आयातदाराचा प्रकार, आयातदाराची व्याप्ती,वर्तमानातील आवश्यकता आणि पुरवठादार म्हणून तुमचे स्थान यासारख्या घटकांवर किमान ऑर्डर प्रमाण अवलंबून असते. ते वेगवेगळे असू शकते.

- किरकोळ विक्री क्षेत्रातील बड्या कंपन्यांच्या साखळ्या आणि आयातदार हे साधारणपणे कंटेनरमधून माल मागवतात (२० फूटांचे वा ४० फूटांचे कंटेनर). या आकाराच्या कंटेनर्समुळे जहाजवाहतूक परवडू शकते.
- ठोक विक्रेते आणि वितरक लहान प्रमाणातील माल स्वीकारू शकतात. हे प्रमाण काही शेकडा ते काही हजार युनीट्स एवढे असू शकते.
- विशिष्ट वर्गवारीतील वा उच्च मूल्य असलेल्या उत्पादनांसाठी किमान ऑर्डर प्रमाण साधारणपणे कमी असते, कारण प्रतियुनिट मूल्य जास्त असते.
- चाचणी ऑर्डरचे प्रमाण हे नियमित ऑर्डरच्या तुलनेत १० ते ३० टक्के असू शकेल.
अ. चाचणी ऑर्डर्स यशस्वी होण्यासाठी किंमतीतील बदलांबाबत तुमची स्पष्टता हवी. तुमच्या चाचणी ऑर्डरची प्रतिशुल्क किंमत ही कंटेनरने मागवलेल्या मालापेक्षा थोडी जास्त असू शकते.
ब.जलद गतीने वितरण होण्यासाठी तुम्ही हवाई सेवेचा वापर करू शकता. यासाठी जास्त खर्च होत असला, तरी त्यातून तुमची कार्यक्षमता दिसून येते.
क. चाचणीदाखल घेतलेल्या ऑर्डरसाठी तुम्ही गुणवत्तेबाबत उच्च दर्जा राखला पाहिजे, कारण तुम्हाला पुन्हा ऑर्डर मिळणे हे तुमच्या गुणवत्तेवरच अवलंबून असते.
ड. चाचणी ऑर्डरची प्रक्रिया पार पाडताना तुम्ही संवादासाठी पुढाकार घ्या. चाचणी ऑर्डरमध्ये यश मिळाल्यानंतर तुमचा व्यवसाय तातडीने वाढविण्यासाठी सज्ज राहा.
इ. चाचणी ऑर्डरसाठी आयातदार पैसे देण्यास तयार आहे का, याची चाचणी करा.

प्रश्न १६ : बिल ऑफ लेडिंग, शिपिंग बिल आणि एअरवे बिल म्हणजे काय ?

उत्तर : निर्यातीसाठी मालवाहतूक करण्यासाठी ही तिन्ही प्रकारची कागदपत्रे महत्त्वाची आहेत :

कागदपत्रे	कशासाठी वापर ?	कोण देते ?	उद्देश
बिल ऑफ लेडिंग (B/L)	जहाजाने माल पाठवण्या करता	जहाज वाहतूक कंपनी	मालाची पावती + मालवाहतुकीचा करार + दस्तावेज शिर्षक-डॉक्यूमेंट टायटल (मालाचा ताबा घेण्यासाठी आयातदाराला याची गरज भासते) माल पाठवणाऱ्यास मिळणे
शिपिंग बिल	भारतातून निर्यात करण्यासाठी	भारतीय सीमाशुल्क खाते	सीमाशुल्क खात्याकडे निर्यात मंजूरीची कागदपत्रे दाखल करणे
एअरवे बिल (AWB)	हवाई मार्गे माल पाठवण्या करता	विमान वाहतूक कंपनी	मालाची पावती + मालवाहतुकीचा करार मालवाहतूकदारास मिळणे

प्रश्न १७ : मालाची प्रत्यक्ष हाताळणी न करता त्याची निर्यात मला करता येईल का ?

उत्तर : निर्यातीच्या अशा काही पद्धती आहेत की, ज्यात वस्तूची प्रत्यक्ष हाताळणी न करता वा त्यांचे उत्पादन न करता तुम्ही निर्यात करू शकता.

- व्यापारी निर्यातदार : या पद्धतीत तुम्हाला भारतीय उत्पादकांकडून वस्तूची खरेदी करता येते आणि स्वतःच्या नावावर त्यांची निर्यात करता येते. या व्यवहारात व्यापारी निर्यातदार म्हणून तुम्हाला नफा मिळविता येतो.
- फेरनिर्यात : या पद्धतीत वस्तूची आयात करून नंतर त्यांची आहे त्या स्थितीत वा किरकोळ फेरफार करून निर्यात केली जाते.
- मानीव निर्यात (डीम्ड एक्स्पॉर्ट) : वस्तू भारताबाहेर पाठवल्या जात नाहीत; पण काही लाभांसाठी त्या निर्यात केलेल्या वस्तू मानल्या जातात.

प्रश्न १८ : सीमाशुल्क खात्याने दंड करण्याची, माल अडवून ठेवण्याची तसेच माल परत पाठवण्याची सर्वसाधारण कारणे कोणती ?

उत्तर : सीमाशुल्क खात्याने दंड करण्याची तसेच माल अडवून ठेवण्याची सर्वसाधारण कारणे :

- सदोष वा अपूर्ण कागदपत्रे : इनव्हॉइसमधील तपशील मालाच्या यादीशी; तसेच मालवाहतुकीच्या तपशिलाशी न जुळणे, आवश्यक प्रमाणपत्रे नसणे
- मूल्यांकनाचे प्रश्न : मालाचे मूल्य कमी वा जास्त दाखवणे
- गुणवत्ता आणि प्रमाणपत्रांच्या समस्या : आवश्यक प्रमाणपत्रे नसणे(उदाहरणार्थ, FDA, CE), अयोग्य लेबलिंग, मूळ उत्पादक देशाचा शिक्का नसणे.
- निर्बंधांचे पालन न करणे
- सीमाशुल्क मंजूरी प्रक्रियेस विलंब होणे
- माल स्वतः उत्पादन करून त्रयस्थामार्फत निर्यातकर्ता विक्रीकरण

प्रश्न १९ : परकीय चलनातील चढउतारांची हाताळणी मला कशी करता येईल ?

उत्तर : परकीय चलनातील चढउतारांचा निर्यातीतून तुम्हाला मिळणाऱ्या नफ्यावर मोठा परिणाम होतो. तुम्ही परकीय चलनात तुमच्या उत्पादन वा सेवेची किंमत नोंदवलेली असते ; पण तुम्हाला रक्कम भारतीय रुपयात मिळणार असते. परकीय चलनातील चढउतारांच्या धोक्याची याप्रमाणे हाताळणी करता येईल :

- हेजिंगचा वापर करा : परकीय चलनाची आवक आणि जावक यांच्यात समतोल साधा. उदाहरणार्थ, आयात आणि निर्यात अमेरिकी डॉलर या एकाच चलनात करणे.
- फॉरवर्ड कॉन्ट्रॅक्ट्सचा वापर करा : निर्यात केल्यावर मिळणाऱ्या पैशांसाठी बँकेबरोबर परकीय चलनातील विनिमयाचा दर निश्चित करा.
- चलन पर्यायांचा वापर करा : भविष्यातील संभाव्य धोक्यांपासून संरक्षण करण्यासाठी आणि संभाव्य लाभांसाठी चलन पर्यायांचा वापर करा.
- परकीय चलनाचे खाते ठेवा : परकीय चलनात विनिमय करण्यासाठी बँकेत खाते उघडा. त्यात परकीय चलन साठवा आणि विनिमयाचे दर अनुकूल असतील, तेव्हा त्याचे रूपांतर करा. एक्स्चेंज र्नर्स फॉरीन करन्सी खाते निर्यातदारांसाठी उपयुक्त ठरते.
- कमी काळात व्यवहार करा : येणे रक्कम झटपट वसूल करा आणि दीर्घ काळासाठी क्रेडिट देणे टाळा.
- चांगल्या दरांसाठी वाटाघाटी करा : परकीय चलनातील विनिमय करणाऱ्या व्यक्ती वा संस्था यांच्यापेक्षा बँका विनिमयाचे चांगले दर देतात. त्याचा लाभ घ्या. निर्यातीची उलाढाल जास्त प्रमाणात असेल, तर त्याचा फायदा होतो.

प्रश्न २० : मालवाहतुकीवर मला कसे लक्ष ठेवता येईल ; तसेच आयातदाराकडे माल वेळेत पोचेल याची खबरदारी कशी घेता येईल ? वाहतुकीदरम्यान मालाची हानी झाली वा नुकसान झाले, तर काय करता येईल ?

उत्तर : मालवाहतुकीवर याप्रमाणे लक्ष ठेवता येईल :

- सागरी मालवाहतुकीसाठी जहाज वाहतूक कंपनी कंटेनर क्रमांक आणि बिल ऑफ लॉडिंग(B/L) क्रमांक देते. या क्रमांकांआधारे जहाज कंपनीच्या वेबसाइटवर वा एपवर मालवाहतुकीची स्थिती पाहता येईल. जहाजाची सद्य:स्थिती, बंदरावर पोचण्याची आणि तेथून निघण्याची वेळ; तसेच मालवितरणाची अंदाजे तारीख यासंबंधी माहिती तुम्हाला मिळू शकेल.
- विमानाद्वारे मालवाहतूक केली असल्यास, एअरवे बिलाच्या क्रमांकाआधारे लक्ष ठेवता येते. विमान कंपनीची मालवाहतुकीवर लक्ष ठेवणारी व्यवस्था असते. त्याद्वारा विमानाचे उड्डाण, वाहतुकीचा वेळ आणि आगमन यांची अद्ययावत माहिती मिळते. तुम्ही त्रयस्थ ट्रॅकिंग प्लॅटफॉर्मसाठीही उपयोग करू शकता. उदाहरणार्थ, Freightos, Marine Traffic हे जहाज वाहतुकीसाठी आणि FlightAware या प्लॅटफॉर्मद्वारा विमानाद्वारा मालवाहतुकीवर तुम्ही लक्ष ठेवू शकता. हे प्लॅटफॉर्म अनेक मालवाहतूक कंपन्यांची माहिती संकलित करत असतात.
- वाहतुकीदरम्यान मालाचे नुकसान वा हानी झाल्यास याप्रमाणे उपाय योजता येतील :
- वाहतूक सेवेला (जहाज वाहतूक कंपनी वा विमान कंपनी) यासंबंधी तातडीने माहिती द्या.
- तुमच्या विमा कंपनीला याबाबत माहिती द्या.
- नुकसान वा हानीची छायाचित्रे घ्या. नुकसानाची कागदोपत्री नोंद स्पष्टपणे करा.
- गंतव्य ठिकाणी तपासणी करून अहवाल तयार करा.
- पुराव्यादाखल नुकसान झालेल्या मालाचे आणि पॅकेजिंगचे नमुने जपून ठेवा.

प्रश्न २१ : निर्यातीला सुरुवात केल्यानंतर कोणते नियमपालन करणे आवश्यक आहे ; तसेच कोणती वार्षिक विवरणपत्रे भरणे आवश्यक आहे ?

उत्तर : आवश्यक नियमपालन आणि वार्षिक विवरणपत्रे याप्रमाणे आहेत :

- जीएसटी नियमपालन
अ. GSTR-1विवरणपत्र: वस्तू वा सेवांच्या बाह्य पुरवठा वा विक्रीचे मासिक विवरणपत्र, यामध्ये निर्यात केलेल्या मालाचाही समावेश होतो.
ब. GSTR-3B: आर्थिक व्यवहारांचा मासिक सारांश सांगणारे आणि करभरणा तपशील देणारे विवरणपत्र
क. GSTR-9: वार्षिक जीएसटी विवरणपत्र
- प्राप्तिकर नियमपालन
अ. निर्यातीतून मिळालेल्या उत्पन्नाच्या तपशिलासह वार्षिक प्राप्तिकर विवरणपत्र
ब. आगाऊ करभरणा (आवश्यकता भासल्यास तिमाही भरणा)
क. TDS-टॅक्स डिडक्टेड एट सोर्स विवरणपत्र (टीडीएस कापून घेत असल्यास)
- DGFT-डिरोक्टेरेट जनरल ऑफ फॉरीन ट्रेड नियमपालन
अ. वैध IEC तयार ठेवा.
ब. आवश्यक विवरणपत्रे दाखल करा.
- आगाऊ परवाना (AA)/ EPCG- निर्यात प्रोत्साहन भांडवली वस्तू यासारख्या योजनांमध्ये अपेक्षित असलेली कर्तव्ये पूर्ण करा आणि त्याबाबतचे अहवाल सादर करा.
- FEMA-फॉरीन एक्स्चेंज मॅनेजमेंट एक्ट आणि बँकांचे नियमपालन
अ. निर्यातीचे उत्पन्न ठराविक मुदतीत वसूल करा.
ब. निर्यातीचे पैसे मिळाल्याचा पुरावा म्हणून BRC स्वतःचा आवश्यक तपशीलासह मिळवा (फॉरेन इनवर्ड रेमिटन्स सर्टिफिकेट आणि बँक रियलायझेशन सर्टिफिकेट) मिळवा.
क. परकीय चलनाबाबतच्या नोंदी ठेवा.
- इतर नियमपालन (आवश्यकता भासल्यास)
अ. आंतरराष्ट्रीय व्यवहारांतील किंमतीबाबतची कागदपत्रे हस्तांतरित करा.
ब. निर्यातीसंबंधीची कागदपत्रे लेखापरीक्षणासाठी तयार ठेवा.



सविस्तर माहितीसाठी स्कॅन करा आणि आमच्या व्हिडिओ लायब्ररीला भेट द्या

MSME Helpline

Expert Guidance

Personalized Solutions

Real Impact

At Zero Cost



Call or WhatsApp us Today:

+91 83088 09334



MCCIA[®]

MAHARATTA 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