

स्मार्ट उद्योजक

मे २०२१


मुल्य
₹ 20

लां
क
डा
उ
न

नंतर

व्यवसाय

उभे करायचे कसे?



कोरोनामुळे मोडलेला व्यवसाय

पुन्हा कसा उभा करावा??

कोरोनाने सगळ्या जगाला धारेवर धरले आहेत. प्रत्येक माणूस किंबहुना प्राणीसुद्धा या विषाणूमुळे प्रभावित झाले आहेत. जीवनशैली बदलली. स्वरूप बदलले. व्यवहार बदलले. वर्क फ्रॉम होम, स्वच्छता, ऑनलाईन बिझनेस याचे प्रस्थ वाढले. भारतात सर्वात जास्त फटका बसला तो छोट्या आणि मध्यम व्यवसायाला आणि व्यावसायिकाला.

काहींची व्यावसायिक गती मंदावली तर काहींचा व्यवसाय पूर्णपणे बंद पडला. या महामारीला मार्च महिन्यात एक

वर्ष पूर्ण झाले, परंतु बरेचशे व्यवसाय आणखीनही रुळावर आलेले नाही. त्यात लॉकडाउनची टांगती तलवार सैदव डोक्यावर. सर्वच व्यवसायिक याच विवंचनेत आहेत हे सर्व कधी थांबणार कधी? व्यवसाय आणि व्यवहार पुन्हा सुरू होईल.

माझ्या मते हे सर्व पूर्ववत होण्यास आणखी बराच कालावधी लागेल आणि तोपर्यंत व्यवसायाचे पूर्ण स्वरूप बदललेले असेल. त्यामुळे आपल्या व्यवसायात आणि व्यवसायपद्धतीत काही बदल करणे अनिवार्य आहे. आपला व्यवसाय पुन्हा जोमाने करण्यासाठी आपल्याला काही गोष्टी नव्याने कराव्या लागतील.

बदललेले स्वरूप ओळखा :

कोरोनाने काही नियम आखले आहेत, जसे सोशल डिस्टंसिंग, स्वच्छता, कमीतकमी भटकंती आणि आरोग्याची काळजी. आपल्याला आपला व्यवसाय अश्याच पद्धतीने आखावा लागेल, कारण ग्राहक म्हणून कोरोनाचे नियम पाळणाऱ्या व्यवसायिकांशीच मी व्यवहार करू इच्छितो. मग ग्राहकांच्या समाधानासाठी मला हे नियम पाळणे आवश्यक आहेत. आपण जर सेवा देत असता तर आपण जास्तीत जास्त स्वच्छता पाळा. खाद्यउत्पादन करत असाल तर आरोग्याची काळजी कशी घेतो याचे

मार्केटिंग करा. ग्राहकांच्या घरी जाऊन विक्री करता येईल का हे बघा. ग्राहक आता चार दुकाने फिरण्याच्या फंदात पडणार नाहीत. ग्राहकांना घरबसल्या आपण काय देऊ शकतो याचा विचार करा आणि प्रक्रियेमध्ये तसे बदल करा.

सेवेमध्ये ऑनलाईन कन्सल्टिंग करता येईल का? या गोष्टींचा अभ्यास करा.

उदा : अर्बन कंपनीने 'सलून अॅट होम' संकल्पना सुरू केली. का? कारण ग्राहकांनी सलून, पार्लर याकडे पाठ फिरवली होती, पण ग्राहकांची ती गरजसुद्धा होती. बदलेले स्वरूप पाहता या कंपनीने होम सर्विस सुरू केले आणि व्यवसाय मार्गावर आणण्याचा प्रयत्न केला.

खरेदी क्षमता जाणून घ्या :

या महामारीमध्ये ग्राहकाचे उत्पन्न प्रभावित झाले आहे. यामुळे ग्राहकाची खरेदीक्षमता आणि प्राधान्यसुद्धा बदलले आहेत. आपला व्यवसाय काय आहे. संभाव्य ग्राहकांची खरेदी क्षमता काय आहे त्यांची प्राधान्य काय असेल याचे विश्लेषण करा आणि त्यानुसार थोडे बदल करा. उत्पादनाचा आकार कमी करा त्यामुळे किंमत कमी होईल. सेवेमध्ये गरजेच्या गोष्टींचाच समावेश ठेवा. आज ग्राहक फक्त गरजेच्या वस्तू खरेदी करण्याच्या मानसिकतेत

आहेत. सध्या तरी कोणताच ग्राहक खरेदीक्षमतेच्या बाहेर जाऊन जोखीम घेण्याच्या तयारीत नाही.

अप्रासंगिक उत्पादन विकण्याचा प्रयत्न करू नका

पुण्यासारख्या काही शहरांमध्ये २००-३०० रुपयांमध्ये संपूर्ण आठवड्याची भाजीचे पॅकेज मिळते, पण २०० रुपयात मला आठवड्याची संपूर्ण भाजी मिळत नाही. प्रमाण आणि माप कमी करून ते शक्य आहेत. हा विचार व्यावसायिकाला करावा लागेल, कारण खरेदी क्षमता किती आहे हे जाणूनच विक्री करणे आवश्यक आहेत.

जुने ग्राहक पुन्हा जोडा :

आपला व्यवसायसुद्धा प्रभावित झाला आहेच. बरेचशे व्यावसायिक नवीन मार्केटिंग धोरणात आणखी पैसे नाही देऊ शकत. त्यांनी आपले जुने ग्राहक पुन्हा जोडा. जुन्या ग्राहकांना फोन करा, त्यांना व्यवसायाच्या नवीन स्वरूपाची माहिती द्या. ऑफर्स द्या. जुने ग्राहक जोडले जाण्याची शक्यता जास्त आहे. अशा जुन्या ग्राहकांकडून नवीन संपर्क जोडण्याचा प्रयत्न करा. ज्या व्यावसायिकांनी पहिले आपल्या ग्राहकांची माहिती संग्रहित केली आहे त्यांना याचा खूप फायदा होईल. ज्यांच्याकडे नाही त्यांनी सोशल मीडियाचा वापर करा.

लॉकडाउन संपल्यानंतर मला माझे जिममधून फोन आला. 'जिम परत सुरू केली आहे फक्त लिमिटेड लोकांसाठीच' जिममालकाने पहिले त्याच्या जुन्या ग्राहकांना फोन करण्याचा विचार केला. १०० लोकांना जरी त्याने फोन केला तरी फोनचा खर्च १०० रुपये. जर त्याने बॅनर किंवा जाहिरात केली असती तर कमीतकमी १० हजार रुपये खर्च आला असता आणि सेवा वा विक्री दोन्हीची शाश्वती नाही. हे एक उदाहरण. त्यामुळे जुन्या ग्राहकांवर आता भर द्या. आपण फक्त जुने ग्राहक जरी परत मिळवले तरी आपण हा कठीण काळ निभावून नेऊच शकतो.

नवीन कौशल्य शिका

नवनवीन कौशल्य आपण नेहमीच शिकत असतो पण या वेळेला आपल्याला व्यवसाय सुरू ठेण्याचे स्किल शिकणे गरजेचे आहे. आपल्या व्यवसायाला लागणाऱ्या नवीन कौशल्याची ओळख करून घ्या ते शिका. त्यांनी आपले आपले पैसे वाचतील. सोशल मीडिया मार्केटिंग, फोन कॉल पीच कशी करावी, पुरवठादार आणि ग्राहक संभाषण हे शिका. याचे सर्व ऑनलाईन साहित्य मोफत उपलब्ध आहे. त्याचा उपयोग करून घ्या. कौशल्याचे सेवेत रूपांतर करा. कौशल्यावर आधारित व्यवसाय

कधीही बंद पडत नाही. तो पुन्हा उभा राहतोच. हे कौशल्य आपल्या व्यवसायाला पूरक असावे. उगाच काहीतरी नवीन प्रयोग नका करू. आता व्यवसाय सुरू ठेवणे हे उद्दिष्ट असावे.

डिजिटल मार्केट इको-सिस्टिम उभे करा

मार्केट इको-सिस्टिम म्हणजे काय ? हे समजणे महत्वाचे आहे. आपल्या सेवेचे किंवा व्यवसायाची पूर्ण चक्र म्हणजे इको-सिस्टिम. जर आपण उत्पादन व्यवसायात असाल तर कच्चा माल, त्याची आयात, त्यावरील प्रक्रिया, पॅकेजिंग, मार्केटिंग, सेल्स सर्विस आफ्टर सेल्स, अॅण्ड महसूल चक्र यातील जास्तीत जास्त कार्यपद्धती डिजिटल पद्धतीने करता येते का ते पाहा. डिजिटलमध्ये तुमचा वेळ आणि पैसे दोन्हीची चांगली बचत होते. मार्केटिंग, सेल्स, ऑर्डर, क्वोटेशन, प्रॉडक्ट ब्रीफिंग, क्लायंट मीटिंग, ऑनलाईन सेवा हे सर्व तुम्ही डिजिटल पद्धतीने करू शकता. हे सर्व आपल्या उत्पादन आणि सेवेवर अवलंबून आहे आणि त्यानुसार त्यात बदल होईल.

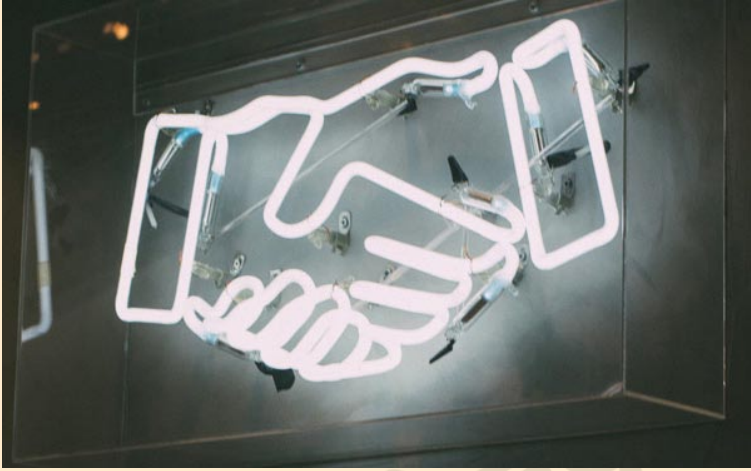
व्यवसाय हा ग्राहकांच्या मानसिकतेवर सुरू असतो. त्यामुळे आताच्या परिस्थितीमुळे जी मानसिकता झाली आहे. त्याला पूरक असे बदल करावे लागतील. ग्राहकांना आता कोणत्याही प्रकाराची जोखीम घ्यायची नाही आणि

त्यांची खरेदी क्षमतासुद्धा पूर्वीपेक्षा कमी आहे. ही गोष्ट डोक्यात ठेऊनच काम करावे लागणार हे नक्की. या चार-पाच पद्धतीने आपण आपला व्यवसायाला संजीवनी देऊ शकतो. पारंपरिक पद्धतीने व्यवसाय आता शक्य नाही. बदल करावेच लागतील.

- मयूर देशपांडे

(लेखक व्यवसाय विश्लेषक आहेत.)

७७२१००५०५१



व्यापार आणि भावना

कोरोनोनंतरच्या काळात अजाणतेपणी खूप गोष्टी बदलल्या आहेत. जितक्या सूक्ष्म स्तरावर विचार करू तितक्या प्रमाणात बरे-वाईट बदल आपणास जाणवतील. मेनस्ट्रीम व्यवसायावर परिणाम झाल्यावर माझ्या एका ज्येष्ठ मित्राने घरी आइस्क्रीम व दुधाचे छोटेखानी व्यवसाय सुरू केला. घरातील आई किंवा पत्नी वेळ मिळेल तसे व्यापार सांभाळतील आणि यात काहीतरी अल्पशा का होईना अर्थार्जन होईल अशी त्यांची आशा. एक छोटी पूजा करून प्रसादासाठी त्यांनी मला निमंत्रित केलं असताना मी त्या दिवशी पोहोचू शकलो नाही. परत

काही दिवसांनी त्यांच्याकडे सहज चक्कर टाकली. मुळात आम्ही सोलापूरकर फार भावनिक व आदरतिथ्य करणारे आहोत. दादानी फार आदरपूर्वक स्वागत करून गेल्या काही दिवसात या व्यवसायातील झालेल्या सकारात्मक बदल सांगत होते. आता किमान शंभर-दोनशे रुपये तरी व्यापार होतो, अमुक ही मागणी असते इत्यादी इत्यादी... आणि त्यांनी मला त्यांच्या उत्पादनाचं एक लोकप्रिय मसाला दुधाची ऑफर केली. आदरातिथ्य म्हणून त्यांनी वारंवार आग्रह केला... आईस्क्रीम घेणार का..? हे घेणार का..? किंवा हे आवडेल का..? मी मनापासून विनवणी करत त्यांना नकार दिला. खरंतर की दुधाची बाटली दहा रुपये विकले जाते आणि नामांकित कंपनी असल्याने फार फार तर ५० पैसे इतकाच नफा त्यांना मिळत असेल. मी जर ते दूध पिलं तर साडेनऊ रुपयाचे नुकसान हे मला दिसत होतं. आपण त्यांचं नुकसान का करावं...? असं मला माझं प्रांजळ मन सांगत होतं. मी स्पष्टपणे नकार दिला आणि घरात वहिनींना आवाज दिला त्यानंतर हक्काने त्यांच्याकडून 'घरातला' चहा पिऊन निघून आलो.

माझे आणखीन एक फार जवळचे नातेवाईक आहेत. त्यांचाही किराणा दुकान आहे. आम्ही दोघे समवयस्क

असल्याने घनिष्ठ मित्रता ही आहे. जेव्हा जेव्हा त्यांच्याकडे जातो तेव्हा तेव्हा ते नवीन बिसलेरी पाण्याची बाटली फोडून पाणी पिण्यास देतात. मी कितीही समजावलं तरी ते ऐकायचे नाहीत. दहा रुपयाची पाण्याची बाटली किमान सात-आठ रुपयाला पडले असेल. दुसऱ्या पेक्षा तीन रुपयांनी स्वस्त पडली तरी किमान सात रुपये देऊनच खरेदी करावी लागली असेल. आणि मी काही यांचा व्यापारी किंवा ग्राहक नाही जेणेकरून भविष्यात याचा फायदा होईल? असे विचार करून मी यापुढे तिथे जाणे बंद केले आहे. जरी काही करणास्तव जावे लागले तरी बाहेरच पाच मिनिटे थांबून पळून जातो.

व्यापारातील ती खोली आपण समजून घ्यावी. सिंधी, गुजराती, मारवाडी ही मंडळी या बाबतीत फार सतर्क आहेत. व्यापारात सख्ख्या भावालासुद्धा हिशोब मागताना दिसतील. ही मंडळी खूपच प्रॅक्टिकल आहे म्हणून यशस्वी सुद्धा आहेत. व्यापार आणि भावना यांचा सरमिसळ ते करत नाहीत. अजिबात करत नाहीत. बर, व्यवसायात सेट झाल्यावर त्यांच्या इतकं दान-धर्म ही कोणी करत नाही हे ही मान्य करावे लागेल. मुळात सांगायचे झाल्यास आपण प्रथम आपला पाया भक्कम करावा आणि व्यापार व्यतिरिक्त इतर ठिकाणी पैशाला

पैसा लागून येत असेल तरच खर्च करावे. अन्यथा परिणाम आपल्या सहित आपल्या अवलंबून असणाऱ्या कुटुंबावार होईल. ही व्यापारी शिस्त फार महत्त्वाचे आहे.

आमचं सोलापूरात वडिलोपार्जीत सायकल दुकान आहे. आयुष्याचे तीस पैकी किमान वीस वर्षे तरी मी इथेच व्यतीत केली आहेत. जिजनातल्या बर्यावाईट प्रसंगांचा अनुभव ही येथेच मिळाले आहेत. माझ्या वडिलांचे घनिष्ठ मित्र एका मोठ्या अधिकारी पदावर आहेत. मी शाळेत असतानाचा प्रसंग; काकांच्या मोटरसायकल मध्ये हवा भरली तर बाबांनी त्यांच्याकडून रोख एक रुपये मागून घेतला. थोड्या वेळानंतर त्या दोघांनी तीन रुपयांचा चहा पिऊन मैत्री सांभाळली. हा आश्चर्यकारक अनुभव पाहून थोडा विचारात पडलो. पुढे खूप वर्षांनी कॉलेजवयात असताना. मी त्या दोघांना या प्रसंगाची आठवण करून दिली त्यावेळी माझ्या वडिलांनी सांगितलेली गोष्ट कायमची मनात घर करून गेली आणि प्रत्येक उद्योजक - व्यापाऱ्यांनी ही गोष्ट कायमची कोरून घ्यावी.

दुकान से मकान बनता है... मकान से दुकान नहीं...

व्यापारातून घर-गाडी इत्यादी मिळवता येतं परंतु घर गाडी असल्याने धंदा होतो, व्यापर वृद्धी होते असे अजिबात नाही. एका दुकानातून तुम्ही आयुष्यभर पुरतील

तेवढे संपत्ती मार्ग, घर-गाडी कधीही निर्माण करू शकता. म्हणून मुख्य धंदा सांभाळला पाहिजे. व्यवसायात भावनिक होऊन चालत नाही. आपल्या हक्काचे पैसे आपण घेतले नाही तर कसे ? कारण दुकानाची मालकी जरी आपली असली तरी त्यावर अवलंबून असलेल्या इतर सर्व कामगार, ट्रान्सपोर्ट, व्हेंडर, मॅन्युफॅक्चर यांचाही असतो. व्यापार करणं हे पूर्ण जबाबदारीचे काम आहे. थोडक्यात काय तर धंद्यातील पैसे धंद्यासाठीच वापरावे. त्यातील झालेला नफा मात्र तुम्ही स्वतः पगार म्हणून घेऊ शकता.

मैत्री-नाती आपल्या जागी आणि व्यापार आपल्या जागी.

‘अरे तू एवढा विचार करू नको... मी बाहेर कुठे गेलो तरी मला तो रुपया द्यावा लागणार होता ना..? मग तो रुपया इथे द्यायला काय अडचण आहे?’ असे म्हणून काकांनी पुष्टी केली हा दृष्टिकोन मला फारच आवडला. खरंच आहे की, एखादी वस्तू आपणास घ्यायची असेल आणि ते आपल्या मित्राकडून नातेवाईक कडून घेतली तर पूर्ण पैसे भरून का घेऊ नये? ही वस्तू किंवा सेवा मोफत थोडीच बनली आहे? त्याची काहीतरी कॉस्टिंग असेलच की? इथे का डिस्काऊंटची आशा बाळगायची?

व्यापार सुरू करण्यासाठी किती हिम्मत लागते

हे आपण जाणतोच. असे असतानाही एखादा नवा उद्योगाबद्दल, सेल्समध्ये काम करण्याबद्दल, मार्केटिंगबद्दल आपल्या भारतीय मनात खच्चून नकारात्मकता भरली आहे. एखादा उद्योजक काही प्रयत्न करत असेल तर हा कधी बुडणार काय माहित? अशा संशयित नजरेने पाहिले जाते बुडायचं म्हटलं तर अंबानीचा भाऊ सुद्धा बुडू शकतो. पण या नवीन कळीला, या नव्या आशांना किमान फाटे तरी फुटू द्या? मुळात उद्योगाबद्दल पाहण्याची नजरच शंकेने भरून फुटत असेल तर कसा होणार भारत महासत्ता? आम्हाला बुडवायला अमेरिका-चायना कशाला हवेत? आम्हीच आपल्या लोकांना गाढण्यासाठी पुरेसे आहोत. या महामारी नंतरही कोणी कुठून उभा राहण्याचा प्रयत्न करत असेल तर खुल्या दिलाने सहकार्य करा. हक्काने सांगा तुला जर व्यापारात पंधरा टक्के मार्जीन असेल तर फक्त पाच टक्के माझ्यासाठी कमी कर पण यापुढे सर्व वस्तू/सेवा मी तुझ्याकडूनच रोखीने घेणार.

याउलट उद्योजकांनीसुद्धा भावनेच्या भरात अथवा स्थिर होण्याच्या नादात आपली किमान विक्री किंमत सोडून व्यवसाय करू नका. जवळचे नातेवाईक असो अथवा मोठा क्लाइंट स्पष्टपणे नकार देत सांगा की... किमान एवढी किंमत माझ्या सेवेची-वस्तूचे आहे यापुढे

मी कमी देऊ शकत नाही.

शत्रुकडून ही शिकावं असं कौटिल्य म्हणतात. तर मग आपण शेजारच्या शत्रू राष्ट्रकडून काहीतरी शिकायला हवं. त्यांच्याकडे विक्री व उत्पादन करण्याची एवढी क्षमता कुठून आली? एका दिवसात घडले नसेल हे? आणि त्यांच्या देशात लोकसंख्या, भाषावाद, दडपशाही इत्यादी इत्यादी अडचणी आहेतच की मग कुठे कमी पडतो आपण? तर फक्त आणि फक्त दृष्टीकोन!

नव्याने व्यापार करणाऱ्या, सेल्स-मार्केटिंग करणाऱ्या व्यक्तींना मानाचं स्थान द्या. कारण, शेतकरी आणि सैनिकांनंतर सर्वात मोठा समाजसेवक म्हणजे उद्योजक होय. उद्योजकाला पीएफ नसतो, पेन्शन नसते. नाही सरकारी इन्शुरन्स, वीज-कर्ज माफी तर अजिबात नाही. ८० वर्षांच्या उद्योजकालासुद्धा काम करावं लागतं आणि सरकारला महसूल भरावा लागतो. उद्योजकाला रिटायरमेंट नसते. कोरोना असो व अन्य तो नेहमीच समाजहितासाठी काम करत असतो.

कोको कोला कंपनीने सुरुवातीच्या दोन वर्षांत फक्त एक बाटली पेय विकले होतं. अमॅझॉन, अॅपल, गुगलसारख्या कंपन्या गॅरेजमध्ये सुरू झाल्या. अशा पोस्ट आपण हिरिरीने शेअर करतो. तर मग तुमच्या

एखाद्या जवळच्या माणसाने उद्योग सुरू केला तर त्यास नकारात्मकतेने का पाहतो आपण? त्या व्यक्तीला सपोर्ट नको करायला? हक्काने सपोर्ट करा. एकमेकांना आधार द्या. अपयश आले तरी प्रेरणा द्या. बघा पाहता पाहता हा आपला भारत उद्योगांचा उद्योगी होणारच.

फुकटचे हुरडा (ज्वारी) खाण्यासाठी आपण मित्राच्या नातेवाईकांचा किंवा ओळख काढून मित्राचे नातेवाईकांच्या शेतात जाऊन पोहोचतो. अरे तो हुरडा म्हणजे शेतकऱ्याने वर्षभर उन्हातानात कष्ट करत, रक्ताचे पाणी करून पिकवलेलं पीक. मग त्याची किंमत नको करायला? सधन शेतकरी असला तर ठीक; पण शेतकरी गरीब असला तर त्याला बाजारभावाप्रमाणे आपण मोबदला द्यायला नको का?

आजही आंब्याचं पहिलं पीक आलं तर सर्वप्रथम गावामध्ये नातेवाईकांना भेट म्हणून वाटले जाते. लोकं आनंदाने खातात. पण प्रथम पीक घ्यायला किमान आंब्याला तीन वर्षे लागतात तरीसुद्धा शेतकरी मोठ्या मनाने आपला अप्रतिम आंबा भेट म्हणून देतात. किती हा मोठा दिलदारपणा. हेच आपल्या भारताचे वैशिष्ट्य आहे. पण मित्रहो आपण प्रत्येक शेतकऱ्याला, व्यापाराला नवीन काही करू इच्छिणाऱ्या उद्योगाला पूर्ण सकारात्मकतेने

पाहून एकमेकांना आधार दिला पाहिजे. अशी व्यापक दृष्टी विकसित केली पाहिजे. असे वर्षानुवर्षे करत गेलो तरच आणि तरच एक दिवस भारत खरोखरचा व्यापारी महासत्ता बनेल.

- नागेश बुद्धे

(लेखक उद्योजक असून 'विक्रम अॅनल्युटीक्स'
या कंपनीचे संस्थापक आहेत.)

९९६०३७७००५

स्मार्ट उद्योजक

लॉस्ट माईल

बिझिनेस कौच

ऑलिम्पिक २००८, प्रथमच टेबल टेनिसचा या खेळांमध्ये समावेश झाला होता. जगातील अनेक खेळाडू अव्वल स्थानासाठी स्पर्धा करित होते. गाओनिंग ही अशीच एक आशा होती. तो फक्त टेबल टेनिस खेळण्याच्या कारणास्तव आपला मूळ देश चीन सोडून सिंगापूरला स्थायिक झाला होता. आंतरराष्ट्रीय स्तरावर टेबल टेनिस खेळण्यासाठी.

तो सिंगापूरचा राष्ट्रीय चॅंपियन होता आणि जागतिक क्रमवारीत तो बाराव्या स्थानावर होता. सिंगापूरच्या



आशा त्याच्यावर केंद्रित होत्या. त्याने प्रथम फेरी सहज जिंकली. दुसऱ्या फेरीत त्याला बाय मिळाला आणि तिसऱ्या फेरीत तो क्रोएशियाच्या टॅन रिव्हियूच्या समोर आला. टॅन रिव्हियूदेखील मूळचा चीनचा, परंतु खेळासाठी क्रोएशियाला स्थायिक झालेला.

अपेक्षा अशी होती किगाओनिंग टॅनरिव्हियूला सहज हरवेल. टेबल टेनिसच्या जागतिक क्रमवारीत गाओनिंग बाराव्या तर टॅन पन्नासाव्या स्थानावर मानांकित होता.

सामना सुरू झाला. गाओनिंग काहीसा अस्वस्थ असल्याचे दिसून आले. बऱ्याच लोकांना वाटले की तो तणावाखाली आहे. त्याचे शॉट्स नेहमीप्रमाणे वाटत नाहीत. खेळादरम्यान गाओनिंगचे बरेच शॉट्स नेटमध्ये अडकले. दर्शकांना वाटले त्याचा खेळ लवकरच वेगवान होईल. टॅन रिव्हियूने पहिला गेम ११-७ ने जिंकला. दुसऱ्या गेममध्ये गाओनिंगने चांगली झुंज दिली, परंतु अखेर तो गेम १२-१४ ने गमावला.

हे चित्र काहीसे वेगळेच होते. गाओनिंग अजूनही चाचपडत होता. अस्वस्थ होता. तणावात होता. हमरस्त्याचे रूपांतर अडथळ्यांच्या शर्यतीत होत होते. आता प्रेक्षकांना लक्षात आले कि काही तरी अघटित घडत आहे. त्यांनी खेळ आणि गाओनिंग यांचे बारकाईने निरीक्षण करण्यास

सुरुवात केली. गाओनिंग एका मागून एक चुका करत होता. त्याचे पठडीतले शॉट्स अपयशी ठरत होते इतकेच नव्हे तर त्याने तीन सर्व्हिस पॉईंटसदेखील गमावले कारण त्याची सर्व्हिस दुसऱ्या बाजूला पोहोचू शकली नाही खेळाच्या त्या जागतिक स्तरावर असे कधीच होऊ दिले जात नाही.

त्यानंतरची घसरण वेगवान, संतापजनक आणि निराशाजनक होती. गाओनिंगने पुढचे दोन सामने ७-११ आणि ४-११ वर गमावले आणि सामना ०-४ वाजता गमावला. त्याने विजयाच्या तोंडातून पराजय खेचून आणला. ज्या खेळाडूला तो सहज पराभूत करणे अपेक्षित होते किंवा ज्याच्यापेक्षा त्याची क्षमता कितीतरी अधिक होती त्याच्याकडूनच तो पराभूत झाला होता. हे कसे घडले? निर्णय घेणारा घटक कोणता होता? कोच किंवा मार्गदर्शकाची किंवा प्रशिक्षकाची अनुपस्थिती. गाओनिंग प्रशिक्षकाशिवाय खेळला. जेव्हा गाओनिंगला सर्वात जास्त आवश्यक होते, नेमका तेव्हा त्याला सल्ला देऊ शकणारा सल्लागार अनुपस्थित होता.

टेबल टेनिस हा एक वेगवान खेळ आहे. विशेषतः सन २००० नंतर, जेव्हा नवीन नियम बनले. एकूण खेळाचे गुण २१ वरून ११ करण्यात आले. बॉलचा आकार ३८

मिमीवरून ४० मिमीपर्यंत बदलला गेला आणि यावर बरेच संशोधन झाले. बॅट बदलल्या. रबर्स बदलली. प्रशिक्षक/मार्गदर्शक येथे खूपच महत्त्वाची भूमिका बजावतात. प्रशिक्षकाला एकीकडे आपल्या खेळाडूची शक्तिस्थाने माहीत असतात आणि दुसरीकडे तो सामन्यादरम्यान प्रतिस्पर्धांच्या डावपेचांना ओळखू शकतो. बऱ्याच वेळा तो प्रतिस्पर्धांसही ओळखत असतो आणि त्याची कमजोर बाजू त्याला माहीत असू शकते.

मार्गदर्शक/प्रशिक्षक गेम स्पीडअप गेम धीमा करा आपल्याकडे असलेली चॉप सर्व्हिस बाहेर काढा आणि तिसरा बॉल अटॅकचा पाठपुरावा करा बॉलनेटच्या जवळ ठेवा. प्रतिस्पर्ध्याला तुमच्या स्पिनचा अंदाज आहे म्हणून स्पिनवर अवलंबून राहू नका, किल शॉटसाठी जा. अशाप्रकारचे आयत्या वेळी उपयुक्त ठरणारे सल्ले मार्गदर्शक देऊ शकतो.

हे उत्तम निरीक्षण करू शकतात. यांनी सांगितलेल्या युक्तीच्या गोष्टी त्यांच्या खेळाडूला अधिक प्रभावी बनवतात. हे माहितीपूर्ण, प्रेरक किंवा चुका कमी करवणारे विविध महत्त्वपूर्ण सल्ले देतात. जरासंधाशी लढताना श्रीकृष्णाने भीमाला अशाच प्रकारचे रिंगसाइड सल्ला दिला होता. प्रत्येक वेळी भीमने जरासंधावर मात केली तेव्हा जरासंध

एका क्षणात परत जोडला. भीमाला कंटाळा आला. दमलाही होता आणि पुढे कसे जायचे हे माहीत नव्हते. श्रीकृष्णाने त्याला एक गवताचे पाते तोडून आणि दोन भाग उलट दिशेने फेकून महत्त्वपूर्ण माहिती दिली. भीमाला हा सल्ला समजला आणि त्याने जरासंधाचा अंत केला.

टेबल टेनिसमध्ये खेळाडू प्रत्येक सेटच्या शेवटी आपल्या प्रशिक्षकाशी संवाद साधतो आणि कोणत्याही सामन्यात एकदा टाइम आऊट कॉल करू शकतो. सर्व खेळाडू या संधीचा उपयोग कसोटीच्या क्षणी करून घेतात. कोच निरीक्षण करतो आणि खेळ चालू असताना विविध बाबींकडे लक्ष वेधतो. या क्षणी फक्त मानसिकतेमुळे खेळाडू सामना गमावण्याची शक्यता असते. खेळाडूचे कौशल्य आणि गुण यांचा पुरेपूर वापर कसा करून घ्यायचा, त्या सामन्यांमध्ये हीच तर प्रशिक्षकाची किंवा मार्गदर्शकाची किमया असते.

या सामन्यात हे महत्त्वपूर्ण स्रोत गहाळ झाले होते. सिंगापूरच्या संघात सहा प्रशिक्षक असले तरी गाओनिंगसाठी कोणीही उपलब्ध नव्हते. त्यापैकी तिघे महिला टीमच्या सरावासाठी व्यस्त होते. दोघे त्यांच्या हॉटेलवर आराम करत होते आणि एकजण त्याच हॉलमध्ये हजर होता पण सिंगापूरच्याच दुसऱ्या खेळाडूंकडे लक्ष देत

होता.

गाओनिंगच्या पराभवाने सिंगापूरला एकेरीत पदकाची आशा संपली. या घटनेने बराच कोलाहल झाला. टीम मॅनेजरने राजीनामा दिला. एकूणच व्यवस्थापनमध्ये मोठे बदल करण्यात आले. या घटनेची पुनरावृत्ती होणार नाही असे नियम केले गेले. कारणांचे विश्लेषण केले गेले आणि त्यावर कार्य केले. आता प्रत्येक सामन्यासाठी दोन मार्गदर्शक नेमले जातात. एक मुख्य आणि दुसरा पर्यायी. यांनी सतत आपल्या टीमच्या खेळाडूंच्या आणि व्यवस्थापनाच्या संपर्कात राहायचे असते. या अपघातातून, अपयशातून सिंगापूरच्या खेळ व्यवस्थापनाने बरेच काही शिकले.

आम्ही या सर्व चर्चा व्यवसायाच्या व्यासपीठावर का करीत आहोत?

आजचा व्यवसाय हा टेबल टेनिस सामन्यासारखाच आहे. व्यवसाय गतिमान आणि चंचल झाला आहे. उत्पादनांचा सायकलींग टाइम मोठ्या प्रमाणात घटला आहे. एका प्रकारचे उत्पादन पूर्णपणे भिन्न श्रेणीतील उत्पादनाद्वारेदेखील बदलले जाते. उत्पादन खर्च, सर्व्हिसिंग, विदेशी स्पर्धा एक व अनेक आव्हाने येतात. हंगामी व्यवसायानंतर हंगामात नवीन हंगाम उभे राहिले

तर पूर्णपणे दिवाळखोरीत निघण्याचादेखील धोका असतो.

येथेच व्यवसाय मार्गदर्शक खूप मोठा फरक घडवून आणू शकतो. तुम्ही व्यवसायात मग्न असता, परंतु मार्गदर्शक बाजूला उभा राहून व्यवसाय निरखित असतो. अभ्यासात असतो आणि वेळोवेळी तुमच्या चुका तुम्हाला लक्षात आणून देतो. तुमची शक्तीस्थानेदेखील पडताळून केव्हा पुढे चाल करायची ते सांगतो. यामुळे व्यवसायात मोठा फरक घडून येतो. विशेषतः जर उत्पादनाचे जीवनचक्र लहान किंवा हंगामी असेल किंवा उत्पादनास स्नॉब अपील असेल किंवा फॅशन उत्पादन असेल किंवा बस जर प्रवेशात कमी अडथळे असतील तर अशा प्रकारचा हस्तक्षेप लास्ट माईल मॅनेजमेंट या नावाने ओळखला जातो.

लास्ट माईल बिझनेस कोच ही पाश्चात्य देशांमधील जुनी परंपरा आहे. सगळेच व्यावसायिक खेळाडू, उद्योजक, व्यापारी, राजकीय नेते मार्गदर्शक किंवा स्वतंत्र सल्लागार यांचा चांगला वापर करून घेतात. एक व्यवसाय प्रशिक्षक याच आधारावर कार्य करतो आणि आवश्यकतेनुसार सल्ला देण्यासाठी उपलब्ध असतो. तो आपल्या व्यवसायाचे शॉर्ट टर्म (अल्पकालीन) विश्लेषण करतो आरि बाजारपेठेच्या

बातम्यांसाठी सजग राहतो.

लास्ट माईल बिझिनेस कोच तीन प्रकारची जबाबदाऱ्या पार पाडतो. १. करार ते करार सल्ला, किंवा कंत्राट ते कंत्राट सल्ला २. पर्यायी साहित्य कच्चा माल, कर्मचारी किंवा पद्धती याबद्दल पर्यायी उपाय. ३. उद्योगाला आणि उद्योजकाच्या मानसिकतेला जपेल अशा प्रकारचा सल्ला.

याप्रमाणे लास्ट माईल बिझिनेस कोच आदर्शपणे व्यावसायिकाच्या किंवा उद्योजकाच्या षष्ठ स्थानात बसलेला असतो आणि रोजच्या व्यवसायात साधारणपणे दुर्लक्षित असणाऱ्या, परंतु महत्त्वाच्या मुद्द्यांकडे लक्ष वेधतो. अशाप्रकारे जेव्हा व्यवसायाला सर्वात जास्त आवश्यकता असते तेव्हा व्यवसायाला तारून नेणारी मदत उपलब्ध करून देतो.

- आनंद घुर्ये

(लेखक उद्योग ज्योतिषी आहेत.)

९८२०४८९४१६

व्यवसायात प्रभावी नेतृत्व कसे असावे ?

जग, देश, समाज, कुटुंब योग्य दिशा आणि प्रगतीसाठी एक नेतृत्वाची आवश्यकता असते. तशीच प्रत्येक व्यवसायाला ही खंबीर, दिशादर्शक नेतृत्वाची गरज असते. प्रत्येक उद्योगाला भविष्यातील दृष्टी विकसित करण्यासाठी आणि दृष्टी मिळविण्यासाठी, आपल्या सोबत काम करणाऱ्यांसाठी नेतृत्व आवश्यक असते.

प्रत्येक नेतृत्व व्यवस्थापकीय कार्यात महत्वाची भूमिका बजावते. प्रत्येक व्यवसायाचा ते अविभाज्य भाग असते. नेतृत्व व्यावसायिक लक्ष्य साध्य करण्यात मदत करते आणि कर्मचार्यांना सोप्या पद्धतीने मार्गदर्शन आणि



आत्मविश्वास प्रदान करते.

व्यवस्थापक हे एक व्यावसायिक नेतृत्व आहे. औद्योगिक आणि व्यावसायिक संस्थांमधील नेत्याची भूमिका ते चोख बजावतात. संघटनात्मक उद्दीष्टे साध्य करण्यासाठी ते काम करतात आणि संस्थेतील व्यक्तींना कर्मचाऱ्यांना कार्य करण्यास सक्षम बनवतात. नेतृत्व हे इतरांवर छाप पाडणारे असते. त्यात इतरांना आकर्षित करण्याची आणि योग्य गोष्टींचे अनुसरण करण्याची क्षमता असते.

प्रभावी नेतृत्वातून, व्यक्तींना संघटनांचे उद्दीष्ट साध्य करण्यासाठी त्यांचे जास्तीत जास्त योगदान देण्यास प्रवृत्त केले जाऊ शकते. व्यावसायिक नेतृत्व संस्थेसाठी भविष्यातील दिशा आणि दृष्टी प्रदान करते.



नेतृत्व वैशिष्ट्ये:

- आपल्या संघटना, व्यवसायाच्या लोकांमध्ये समन्वय साधून, वार्तालाप करून कार्य करण्याचे कौशल्य नेतृत्वात असते.

- व्यावसायिक क्षेत्रात वातावरण हस्तेखेळते ठेवण्यात यांचे मोठे योगदान असते.

- नेत्यात इतरांवर प्रभाव पाडण्याचे गुण असतात.

- नेतृत्व कर्मचाऱ्यांना भविष्यासाठी दृष्टी देते.

- कार्यालयीन कामकाज वेळेत, नीटनेटके, योग्य पद्धतीने करून घेते ते नेतृत्व असते.

नेतृत्व महत्त्व

नेतृत्व व्यवसायांना त्यांचे संस्थात्मक उद्दीष्ट साध्य करण्यात आणि कार्यक्षमता वाढविण्यात मदत करते. हे देखील एक महत्त्वपूर्ण व्यावसायिक कार्य आहे. खालील बाबींवरून आपण व्यवसायातील नेतृत्वाचे महत्त्व समजू शकता.

- नेता ज्या लोकांचे नेतृत्व करतो त्या लोकांचा मित्र म्हणून कार्य करतो. ज्या ठिकाणी कार्य सुरू होते तेथून योजना आखत धोरणांची आणि योजनेद्वारे कार्य सुरू करते. कर्मचारी आणि ग्राहक यांच्यामधील दुवा म्हणून नेतृत्व कार्यरत असते.

- एखाद्या नेत्यात व्यक्तीची क्षमता ओळखण्याची आणि संघटनेतील व्यक्तींचा आत्मविश्वास वाढविण्याची क्षमता असते.

- एक नेता लोकांना संघ म्हणून जोडतो आणि संघभावना निर्माण करतो. तो आपल्या गटात शिस्त राखतो आणि जबाबदारीची भावना विकसित करतो.

- एक नेता संपूर्ण सहकार्य साध्य करून संस्थेच्या व्यक्तींमध्ये उच्च मनोबल तयार करतो, जेणेकरून कर्मचारी उद्दीष्टे साध्य करण्यासाठी कार्य करत असताना, त्यांच्या क्षमतांमध्ये सर्वोत्कृष्ट कामगिरी करू शकतील.

- एखाद्या संस्थेच्या कामकाजात प्रवर्तकांची भूमिका नेता असल्याचे सिद्ध होते. नेता आपल्या लोकांना आर्थिक आणि गैर-आर्थिक बक्षिसांसह लक्ष्य साध्य करण्यासाठी प्रवृत्त करतो.

- टीम स्मार्ट उद्योजक



योग

एक मोठी इंडस्ट्री

शारीरिक असो अथवा मानसिक आज आरोग्याची काळजी घेणे ही खूप मोठी गरज आहे. सध्याच्या कोरोना काळात योगा आणि त्या संबंधित व्यवसायाची मोठी इंडस्ट्री उदयाला येतेय. जपश्रळपश आणि ऑफलाईन दोन्ही प्रकारे उद्योगाची रोजगाराची संधी आपल्याकडे उपलब्ध आहे. योग ही आता एक इंडस्ट्री बनते आहे आणि तिची व्यापकता सध्या दिवसेंदिवस वाढतेय.

आरोग्याशी संबंधित जागरूकता, योगाचा प्रचार- प्रसार हे सारं पाहता नव्या काळात योग करणारे आणि योग शिकवणारे असं मिळून एक नवीन व्यवसाय क्षेत्र वाढतंय. सध्या योग शिक्षक हा ट्रेंड चालू आहे.

भारताने तब्बल पाच हजार वर्ष जुन्या मयोगाफ्ला आंतरराष्ट्रीय मान्यता मिळवून दिली. दर वर्षी २१ जून भारतात आंतरराष्ट्रीय योग दिवस म्हणून साजरा केला जातो.

अर्थात काहीच येत नाही, चला योग करू पैसे कमावू असं करणार्यां थातूरमातूर लोकांना इथं स्थान नाही. मात्र ज्यांना या विषयाची आवड आहे, याचे शास्त्रोक्त ज्ञान आहे अशांना अनेक नवीन संधी येत्या काळात मोठ्या प्रमाणात आहेत. योगातील करिअर असा विचार करताना मात्र हे लक्षात घ्यायला हवं की ही काही हमखास पगाराची, नाकासमोरची नोकरी नाही. योग विषयात एखादी पदवी, पदविका किंवा प्रमाणपत्र मिळवल्यानंतर प्रत्येकाला नोकरी मिळेलच हे सांगता येत नाही. पण स्वतःचा स्वयंरोजगार किंवा उद्योग सुरू करता येईल.

या कामाची सुरुवात आपण आपल्या घरापासून करू शकतो. आपल्या ओळखीतून आपले ग्राहक तयार करता येईल. या कामात घाई करून चालत नाही. छोट्या जागेत

किंवा स्वतःच्या घरी योग क्लास घेऊ शकतो. शिवाय आपल्याकडे ज्यांना येणे शक्य नसेल त्यांना त्यांच्या घरी जाऊन शिकवता येईल. याशिवाय अनेक विविध संधी यात उपलब्ध आहेत.

याशिवाय या कामाची मागणी शाळेत, रुग्णालयात आणि कॉर्पोरेट हाउसमध्ये असते. कोणी ही योग शिकवणारी व्यक्ती शाळेत शिक्षक/शिक्षिका म्हणून काम करू शकते. त्याच प्रमाणे, रुग्णालयात जिथे थेरेपी सेंटर आहेत तेथे आपल्याला इन्स्ट्रक्टर किंवा प्रशिक्षक म्हणून नोकरी मिळू शकते. याशिवाय योग रिसर्च सेंटर, योग अकादमी, हेल्थ रिसॉर्ट्स, जिम, खासगी आरोग्य केंद्र, हौसिंग सोसायटी, कॉर्पोरेट घराणी, प्रसिद्ध व्यक्तींचे योगगुरु अश्या अनेक ठिकाणी योग शिक्षकाची किंवा योग रोजगाराची संधी असते.

अन्य कुठेही काही जमत नाही म्हणून चला योगच्या फिल्डमध्ये नशीब आजमावून पाहू असा विचार असल्यास हाती निराशा येण्याचीच शक्यता अधिक आहे. सध्या योगचा फुगवटा अधिक दिसत असला तरी बहुतेकांना इन्स्टण्ट योगा हवा असतो, म्हणजे महिनाभरात वजन कमी करणारी योगासने वगैरे. पण योगात लगेच बदल घडून येत नसतो. त्यातील सातत्य महत्वाचं आहे.

अर्थात, योगामध्ये आसनांची लोकप्रियता अधिक आहे. पण जेव्हा योग सर्वांगाने शिकला-शिकवला जातो, तेव्हा त्याचं महत्त्व अधिक वाढतं.

योग एक्स्पर्टला कोणत्या व्यक्तीला कोणती योगासनं करायला सांगायची याचं अचूक ज्ञान असणं अत्यंत गरजेचं आहे. यात चूक झाल्यास त्याचे गंभीर परिणाम होऊ शकतात. प्राणायाम, ध्यानधारणा हे विषय संवेदनशील असल्यानं किती प्रमाणात आणि कोणी करायचे हे योगशिक्षकाला माहित असणं आवश्यक आहे. योगशिक्षकाची जडणघडणही या प्रकारची व्हायला हवी. नसेल तर ती शिकून-समजून घेण्याची तयारी हवी.

योग एक्स्पर्ट बनण्यासाठी एखादा कोर्स केल्यानंतर जसाजसा तुमचा अनुभव वाढत जाईल, त्यातून नवीन संधी उपलब्ध होत जातील. स्वतः योग जीवनशैली काही प्रमाणात तरी आत्मसात करायला हवी. त्यासाठीची मानसिकता तयार करूनच या क्षेत्रात प्रवेश करावा.

योग शास्त्र हे खूप प्राचीन आहे. भारताचे हे वैभव आहे. भारत हा योगाचे ग्लोबल कॅपिटल आहे. पण आज यूरोप, अमेरिका, चीन मध्ये मोठ्या प्रमाणात योगाला मागणी आहे. तिथे झपाट्याने योगाचे महत्त्व वाढतंय. मुख्य म्हणजे तेथील लोकांना त्याचे महत्त्व पटतंय.

याउलट भारतातच याचा उगम असला तरी म्हणावे तेवढे लोक आपल्याकडे जागरूक नाहीत. योगाचे दैनंदिनी जीवनातील महत्व आणि व्यावसायिक संधी आशा दोन्ही आघाड्यांवर आपल्याकडे मोठ्या प्रमाणात जागरूकता वाढायला हवीय.

कोरोनाच्या पार्श्वभूमीवर सध्या याचे सकारात्मक चित्र आहेच. ऑनलाईनसुद्धा योगा आणि ध्यानधारणा याविषयी लोक अनुकूलता दाखवतायत हे चांगले आहे. अनेक अब्जावधीची ही व्यवसाय शाखा शास्त्रशुद्ध ज्ञानाच्या संवर्धनाने आपण जतन करू शकतो. आपला झेंडा या क्षेत्रात वर ठेऊ शकतो. अन्यथा पुढील काही वर्षात परदेशातील योग एक्स्पर्ट भारतात येऊन भारतीयांना योगाचे महत्व समजावून सांगतील, आपल्याला ते पटेल, आवडेल आणि आपण त्यांना त्यासाठी हवे तेवढे पैसेही मोजू.

योग कॅपिटल बूम दिवसेंदिवस वाढतोय. तो कायम राहण्याची आणि अधिकाधिक गतीने विकसित होण्याची शक्यता जगभरातील तज्ज्ञ वर्तवत आहेत. त्यामुळे योगाच्या ग्लोबल कॅपिटल असलेल्या भारताने त्यात आघाडी घेण्याची गरज आहे. अन्यथा याही क्षेत्रात चीन, अमेरिका, युरोप आणि रशिया आगेकूच करतील.

सोयाबीन हे एक डाळवर्गीय धान्य आहे. हे धान्य मूळचे चीनमधले. भारतात १९७० पासून म्हणजे गेली ३०-४० वर्षे सोयाबीनची शेती चालू आहे. आपण आपल्या मोबाइलच्या बाबतीत, हा मोबाइल 'चायना मेड' आहे म्हणून मला वापरता येत नाही, असे कधीही म्हणत नाही.

सोयाबीनच्या बाबतीत मात्र खुद्द शेतकऱ्यांनाही सोयाबीन कसे खावे हे माहित नाही. शेतातला सोयाबीन खाण्यापूर्वी त्यावर उष्णतेच्या प्रक्रिया करून अपायकारक घटक नष्ट करावे लागतात. ही माहिती खेड्यापर्यंत

सोयाबीन उद्योगाला मोठी बाजारपेठ



पोहोचलेली नाही. शहरांमध्ये हळूहळू सोयाबीन खाण्याविषयी जागृती होत आहे; पण हे आरोग्यदायक अन्न आहे आणि आपण तर चवदार अन्नपेयांचे ग्राहक आहोत. त्यामुळे अजून तरी सोयाबीनचे प्रक्रिया केलेले पदार्थ मुख्यतः व्यायामशाळांमध्ये-जिममध्ये व्यायाम करणाऱ्या थोड्याशा लोकांपुरतेच मर्यादित आहेत.

लघुउद्योगात ५-७ लाखांच्या गुंतवणुकीत एका खोलीत सोयाबीनचे दूध व पनीर यांचे उत्पादन करण्याविषयी सरकारी सोयाबीन संशोधन केंद्र प्रशिक्षणाचे कार्यक्रम राबवत असते. अनेक उद्योजक होऊ इच्छिणाऱ्यांनी मोठ्या उत्साहाने प्रशिक्षण घेतलेले असते, एवढेच नव्हे तर प्रशिक्षण घेतल्यानंतर अनेकांनी उद्योगही उभारलेले असतात, अगदी कर्ज काढूनसुद्धा. मात्र त्यापैकी यशस्वी झालेल्या प्रकल्पांची संख्या एका हाताच्या बोटावर मोजता येईल एवढीच असते.

असे का होते? तर अपयशाला बाप नसतो. जर आपण यंत्रनिर्मात्यांना विचारले तर ते आपणास त्यांच्या छान छान चांगल्या यंत्रांवर यशस्वी झालेल्या एकाही उद्योगाचे नाव सांगू शकत नाहीत. देशात सोयाबीनचे दूध व पनीरची यंत्रे तयार करणारे डझनाहूनही जास्त मॅन्युफॅक्चरर आहेत. १ किलो सोयाबीनपासून ८-१०

लिटर पर्यायी दूध किंवा दीड किलो टोफू (सोया-पनीर) तयार होत असताना पुण्या-मुंबईत यशस्वी झालेले २-४ च प्रकल्प पाहावयास मिळतात. त्यामुळे खूप वेळा या देशातील जनतेला सोयाबीनची चव आवडत नाही, असा गैरसमज पसरलेला आहे.

मुंबईमध्ये सोयाफिट, विशाल व आई (आई हा जपानी शब्द आहे) हे सोयाबीनच्या दूध व पनीरचे ब्रॅन्ड यशस्वी ठरलेले आहेत. पुण्यात स्पायसर कॉलेज गेली अनेक वर्षे सोया दूध, पनीर व सोयाबीनचे अनेक गोड पदार्थ विकत आहेत. तसेच चेतारानचे श्रीखंड, लस्सी वगैरे उत्पादने लोकप्रिय आहेत. त्यांच्या यशाचे रहस्य काय? हेच नव्हेत, तर जगातला कोणताही उद्योग चालण्याचे एकच रहस्य असते. त्यांनी ग्राहकांची नस ओळखलेली असते. संशोधन केंद्रांनी लिहून दिलेल्या, यंत्रनिर्मात्यांनी 'ठोकून' दिलेल्या पाकक्रियांमध्ये आपणास बदल करावे लागतात. कर्ज काढून यंत्रे घेणाऱ्या उद्योजकांसाठी हे बदल करण्यासाठी आणि मार्केटिंगसाठी खर्चाला पैसे उरत नाहीत. बँका, यंत्रे, तज्ज्ञ आपणास 'यश' देत नाहीत. यश ग्राहक देतो, म्हणून आपण ग्राहकाचा विश्वास संपादन केला पाहिजे.

सोयाबीनचे पौष्टिक मूल्य - आपण ग्राहकांना

सोयाबीनचे फायदे समजावून दिले पाहिजेत. सोयाबीन कांतिवर्धक आहे. सोयाबीन मलवाहक आहे. सोयाबीनमध्ये फायबरचे प्रमाण चांगले आहे. त्यात लोह व कॅल्शियम चांगल्या प्रमाणात असते. सोयाबीनमध्ये कोलेस्ट्रॉल नसते. सोयाबीनमध्ये प्रोटीन मोठ्या प्रमाणात असतात. दूध किंवा मटणाइतकी आणि मटणासारखीच असणारी ही प्रथिने पचण्यासाठी मटणसारख्याच पाकक्रिया केल्या पाहिजेत.

सोयाबीन रक्तदाब नियंत्रित करते. मांसपेशी मजबूत करते. पेशी निर्माण करण्याचे कार्य करते. ते रक्तातील साखर नियंत्रित करते. कोलेस्ट्रॉलची पातळी कमी करते. मलाची मात्रा वाढवते. ते कोलनच्या कॅन्सरला, ब्रेस्ट कॅन्सरला प्रतिबंध करते व पचनसंस्था स्वच्छ ठेवण्यास मदत करते.

सोयाबीनपासून दूध व दुधाचे पदार्थ, ब्रेड, बिस्किटे व इतर बेकरी उत्पादने करता येतात. सोयाबीन ही डाळ आहे आणि देशात डाळींचा सातत्याने तुटवडा असतो.

देशात दरसाल १ कोटी २५ लाख टन सोयाबीनचे उत्पादन होते. हे सर्व सोयाबीन तेल गिरण्यांना तेल काढण्यासाठी पुरवले जाते. तेथे तेल व पेंड मिळते. पेंड कोंबड्यांना, डुकरांना खाऊ घातली जाते.

एकीकडे एकशेवीस कोटी जनतेला प्रथिने पुरवणारे पदार्थ म्हणजे दूध, अंडी, मांस, मासे, अंडी महाग असल्यामुळे परवडत नाहीत, तर दुसरीकडे आपण चीन, जपानमधले लोक जे सोयाबीन रोजच्या आहारात वापरतात, ते सोयाबीन आपण कोंबड्यांना, गुरांना आणि डुकरांना खाऊ घालतो.

सर्वसामान्य उद्योजक हे चित्र बदलू शकतात. ②

१) आपण आपला नोकरी, धंदा चालू ठेवून घरातून सोयाबीनचे पदार्थ बनवून छोट्या प्रमाणावर उद्योग सुरू करावा व वाढवावा. जे उद्योजक कल्पनाची गुंतवणूक करतात ते यशस्वी होतात.

सोया नट्स-soya nuts, इन्स्टंट ढोकळा, सोया उत्तपम्, क्विक सोया डोसा, सोया खाकरे, सोया इन्स्टंट उपमा, कटलेट्स, इन्स्टंट इडली, सोया पकोडा, शुगर फ्री बिस्कीट, सोया स्टिक्स अशी अनेक उत्पादने पुणे-मुंबईच्या बाजारात पाहावयास मिळतात. मात्र ही या उद्योगाची सुरुवात आहे. आम जनतेपर्यंत अजून सोयाबीन रोजचे अन्न म्हणून पुढे आलेले नाही.

सोयाबीनच्या डाळीचा वापर करून पर्यायी डाळ बनवता येते. असे उद्योग आता नुकतेच सुरू होत आहेत. आंध्र प्रदेशात राजमुंद्री येथे असा पहिला प्रकल्प सुरू

झाला आहे. पुढील २-४ वर्षांत एक-दीड कोटीच्या यंत्रांनी अशी उत्पादने सर्रास केली जातील.

यश मिळवणाऱ्या उद्योगांनी प्रथम लहान प्रमाणावर उद्योग सुरू केलेला असतो. आपण शक्यतो प्रथम गृहोद्योग म्हणून सोया दूध व पनीरचा उद्योग सुरू करावा. त्यासाठी स्वयंपाकघरातील उपकरणे पुरेशी होतात. सोया संघ पुणे ह्या 'ना नफा ना तोटा' संस्थेच्या माध्यमातून आम्ही पुण्यात ह्याचे एक-दोन दिवसांचे प्रशिक्षण देतो. प्रथम आपण स्वतः केलेले सोया दूध प्यावे. तसेच पनीर खावे. मित्रांना खिलवावे व मग यंत्रे खरेदी करावीत. खरे तर तेव्हा आपल्या लक्षात येईल की, खास यंत्रांची गरज नाही. इतरही काही चांगल्या कल्पना आहेतच. आताच्या काळात स्मार्टफोनच्या साहाय्याने आपण अनेक ग्राहकांपर्यंत सहज पोहोचू शकता.

- पद्माकर देशपांडे