

कला सरुम लर्निंग' ही शिक्षणाची फारच बंदिस्त कल्पना आहे आणि खासकरून अभियांत्रिकी शाखेच्या विद्यार्थ्यांच्या दृष्टीने तर ती एक अपूर्ण योजना आहे, असे अनुभवाअंती वाटते.

व्यावसायिक अभ्यासक्रमास प्रवेश घेतलेल्या विद्यार्थ्यांनी त्यांच्या शिक्षणाचा कालावधी म्हणजे एक गुंतवणूक म्हणूनच पाहिले पाहिजे आणि या गुंतवणुकीवर जास्तीत जास्त परतावा कसा मिळवता येईल याचा विचार सदैवित व्हायला हवा. त्यासाठी महाविद्यालयीन शिक्षणाला अनेक पूरक गोष्टींची जोड देता येऊ शकते. औद्योगिक प्रदर्शने हे त्यापैकीच एक....

नव्वदच्या दशकामध्ये परवानामुक्त उद्योगधंद्याची मुहूर्तमेढ रोवली गेली. आर्थिक उदारीकरणाच्या धोरणामुळे अनेक व्यवसायांना आणि पर्यायाने स्पर्धेला चालना मिळाली. साहजिकच मागणी - पुरवठ्याचे व्यस्त प्रमाण कालबाह्य होऊन पुरवठ्याने जोम धरला. एकच उत्पादन तयार करणाऱ्या स्पर्धक कंपन्या व उद्योजक मग आपले उत्पादन सर्वश्रेष्ठ करण्याच्या ध्यासाने प्रेरित झाले; परंतु भारतासारख्या महाकाय देशामध्ये आपल्या अपेक्षित ग्राहकापर्यंत पोचणे खरे तर जिकीरीचे काम, अमाप पैसा आणि वेळ खर्च होणार. मग बाजारपेठेतील स्पर्धा नवीन कल्पना आणि क्लृप्त्यांना जन्म कसा देऊ शकते? याचे उळक उदाहरण म्हणजे दिल्लीपासून चेन्नईपर्यंत वर्षभर भरणारी औद्योगिक प्रदर्शने आणि ट्रेड फेअर्स.

नवीन तंत्रज्ञान, नवनवीन उत्पादने ग्राहकापर्यंत पोचविण्याचा हा मार्ग Buyer आणि Seller दोघांनाही सोयीचा झाला. ग्राहकासाठी (Buyer) एकाच ठिकाणी विविध कंपन्यांची उत्पादने उपलब्ध झाली. जिथे तो उत्पादन खरेदीचा निर्णय तुलनात्मकदृष्ट्या विचार करून घेऊ शकतो. विक्री करणाऱ्या कंपन्यांसाठी (Seller) ही प्रदर्शने एक व्यासपीठ निर्माण करतात आणि उद्योगधंद्याच्या दृष्टीने गंभीर अशाच ग्राहकांशी (Serious Customer) त्यांचा संपर्क येतो आणि आधी म्हटल्याप्रमाणे वेळ व पैशाचा नाहक अपव्यय टळतो.

Appointments

पुणे, शुक्रवार, ११ फेब्रुवारी २००५ / ५

औद्योगिक प्रदर्शनाचे साधारणतः दोन प्रकार दृष्टिक्षेपास येतात. १) औद्योगिक प्रदर्शने - संमिश्र स्वरूपातील - विशिष्ट शाखा केंद्रित २) ट्रेड फेअर्स संमिश्र स्वरूपातील प्रदर्शने ही बहुतांशी स्थानिक पातळीवर आयोजित केली जातात. जिथे एका विशिष्ट औद्योगिक क्षेत्रातील उद्योगांसाठी प्रदर्शनाची सोय उपलब्ध करून दिलेली असते. अशा उद्योगांचे स्वरूप आणि उत्पादने भिन्न असूनही एका छताखाली अपेक्षित ग्राहकांपर्यंत पोचण्याचा मार्ग असू शकतो.

ट्रेड फेअर्स : नावाप्रमाणेच अशा प्रदर्शनामध्ये ट्रेडिंग हा एकमेव उद्देश असतो आणि उत्पादक कंपन्यांबरोबर/ शिवाय त्यांचे डिलर्स, स्टॉकिस्ट्सही सामील होतात दिसतात. उदा. नामांकित कंपनीचे बेअरिंग विकणारे अनेक डिलर्स, एजन्सीज सहभागी होतात. स्थानिक पातळीवर आयोजित होणाऱ्या ट्रेड फेअर्सची संख्या दिवसेंदिवस वाढतच आहे. नवीन उद्योजकांना नामवंत ग्राहकांपर्यंत पोचण्याची संधीही अशा प्रदर्शनांच्या माध्यमातून मिळते.

विद्यार्थ्यांसाठी अभियांत्रिकीच्या विद्यार्थ्यांसाठी मात्र अशी प्रदर्शने म्हणजे आयत्तच चालून आलेली संधी म्हणावी लागेल. एकाच ठिकाणी देशभरातील नामवंत कंपन्यांचे स्टॉल्स उपलब्ध असतात. त्या उत्पादक कंपन्यांची बाजारपेठेत नव्याने येत असलेली उत्पादने अभियांत्रिकीचा विद्यार्थी पाहू शकतो. कंपनीचा उद्देश

औद्योगिक प्रदर्शने आणि अभियांत्रिकी विद्यार्थी

क्र.	प्रदर्शन	कालावधी	स्थळ
१	India Rubber Expo	२३-२६ फेब्रुवारी	NSE Complex मुंबई
२	PLASTINDIA	१-१४ फेब्रुवारी	प्रगती मैदान, दिल्ली
३	Pune Expo	१०-१४ मार्च	कृषी महाविद्यालय, पुणे
४	Convergence India	२२-२४ मार्च	प्रगती मैदान, दिल्ली

त्यांच्याकडे असलेली अत्याधुनिक तंत्रज्ञाने ग्राहकापुढे मांडणे हा असतो. नेमका हाच फायदा विद्यार्थ्यांना होतो. औद्योगिक जगतामध्ये वेगाने बदल होत आहेत. अभ्यासक्रामामध्ये मात्र हे सगळेच सगळे बदल, नवे तंत्रज्ञान विद्यार्थ्यांना शिकवता

येईल असे नाही. प्रदर्शनामध्ये मात्र अशी नवीन तांत्रिक ज्ञानाची विद्यार्थ्यांना तोंडओळख होते. प्रदर्शनात ग्राहकांना पाहता यावे यासाठी मांडलेली उपकरणे, उत्पादने, मशिन्स, प्रतिकृती, उत्पादन पद्धती, पोस्टर्स ही विद्यार्थ्यांना प्रत्यक्ष ज्ञानाचा खजिनाच आहे. कित्येकदा अभ्यासक्रामात आणि पुस्तकात आणि पुस्तकात असलेले क्लिष्ट ज्ञान प्रदर्शनात प्रत्यक्षात पाहिल्यानंतर समजायला सोपे जाते. काही उत्पादने हाताळायला मिळतात. स्टॉल्सवरील प्रतिनिधित्व करणाऱ्या तज्ञ व्यक्तीकडून सुद्धा खूप चांगल्या प्रकारचे मार्गदर्शन विद्यार्थ्यांना मिळू शकते. विद्यार्थ्यांनी आपल्या वहीत जर अशा प्रकारची वाढीव माहिती लिहून घेतली, तर ती त्यांना निश्चितच उपयुक्त ठरते. आपल्या शंकांचे निरासन करण्यासाठी विद्यार्थी त्या तज्ञांना प्रश्न विचारू शकतात. यातून अभियांत्रिकी शिक्षणाची

गोडी वाढते. आवड निर्माण होते. चार व्यक्तींशी बोलताना संवादकौशल्ये सुधारण्याची संधी मिळते. अनुभव असा आहे, की महाविद्यालयातसुद्धा क्वचितच इंग्रजीतून बोलणारा लाजर

विद्यार्थी या ठिकाणी बुजरा न राहता मार्केटिंग करणाऱ्या व्यक्तींशी आत्मविश्वासाने इंग्रजीतून बोलतो.

औद्योगिक प्रदर्शनात ओळखी होतात. काहीशी मैत्री होते. प्रोजेक्ट व सेमिनारचे विषय निवडताना या प्रदर्शनांद्वारे एक दालन खुले होते. मुलांमध्ये निर्माण होणारी जिज्ञासा सर्वांत महत्त्वाची आहे. ही एकदा जागृत झाली, की मग अंतःप्रेरणेने ते पुढेच काम सहजपणे करू शकतात. नवे तंत्रज्ञान, नवे उद्योगजगत पाहून विद्यार्थींचे काय सर्वच जण अचंबित होतात. आपली खरी पंढरी काय आहे, हे विद्यार्थी जाणू शकतो. मात्र औद्योगिक प्रदर्शनांना भेटी देण्यापूर्वी विद्यार्थ्यांनी पूर्वतयारी करणे गरजेचे आहे. औद्योगिक प्रदर्शनामध्ये Conferences व Seminars चे आयोजन केलेले असते. तज्ञ व अनुभवी व्यक्तींचे विचार ऐकण्याची मोठी व सर्वसमावेशक संधी प्रदर्शनात उपलब्ध होते.

प्रदर्शनांमध्ये सहभागी कंपन्या त्यांची माहितीपत्रके वितरित करीत असतात. अशा पत्रकांमध्ये उत्पादनांची अद्ययावत माहिती, डाटा, रेफरन्सेस, फोटो, आकृत्या, आदींचा अंतर्भाव असतो. ज्याचा वापर तुम्ही असाईनमेंट्स, प्रॉब्लेम्स, नोट्समध्ये मोठ्या खुबीने करू शकता. नोकरी मिळाल्यावरही तुमच्या कामामध्ये या माहितीचा वापर होऊ शकतो.

प्रा. विजय नवल, महेश सु. नारके
पुणे

इंटरनेटच्या सोयीमुळे तुम्ही अशा प्रदर्शनामध्ये ओळख झालेल्या कंपनीच्या प्रतिनिधींच्या संपर्कात राहू शकता. तुमच्या करिअरच्या दृष्टीने एक व्यूहरचना म्हणून याकडे बघा म्हणजे त्याचा फायदा तुमच्या लक्षात येईल. शेवटच्या वर्षाच्या विद्यार्थ्यांनी तर न चुकता त्यांच्या क्षेत्रातील कंपन्यांचा 'डाटाबेस' या प्रदर्शनाच्या निमित्ताने तयार/अपडेट करून घ्यावा. नोकरी शोधताना अथवा कॅम्पस इंटरव्यूच्या वेळी त्याचा निश्चितच फायदा होईल.