સસ્ટેનેબલ સ્ટાર્ટઅપ્સ: ઇકોકારી અને બેકો

ઈકોકારી આઈડિયા

2000ના દાયકાની શરૂઆતમાં નંદન ભાટે તેના મિત્રો સાથે ટ્રેકિંગ કરવાનું શરૂ કર્યું હતું. કેટલાક સમય દરમિયાન, તેણે મુલાકાત લીધેલી ઘણી ટ્રેકિંગ સાઈટ્સ પર પર્યાવરણમાં ફેરફાર જોયો. તેમણે અવલોકન કર્યું કે પ્રવાસીઓ દ્વારા પ્લાસ્ટિક કચરાના બેજવાબદાર નિકાલને કારણે આવા ઘણા સ્થળો પ્રદૂષિત થઈ રહ્યા છે. થોડા સમય પછી, નંદનને સમજાયું કે તે મુખ્યત્વે પ્લાસ્ટિકની કોથળીઓ છે, જે દરેક જગ્યાએ ફેલાયેલી છે, નહી કે બોટલ જેવી અન્ય પ્લાસ્ટિકની વસ્તુઓ. કારણ કે પ્લાસ્ટિક બોટલ અથવા અન્ય પ્લાસ્ટિક હંમેશા લેનારા હોય છે કારણ કે તેમાંથી પૈસા મેળવે છે. પરંતુ પ્લાસ્ટિકની થેલીઓ અને કવરની કોઈએ કાળજી લીધી ન હતી કારણ કે તેની કોઈ વ્યાવસાયિક કિંમત નથી. જેમ જેમ તેણે આ મુદ્દામાં ઊંડા ઊતરવાનું શરૂ કર્યું, તેમ તેમ તેને મામલો પોતાના હાથમાં લેવાની જરૂરિયાત અનુભવાઈ.

શરૂઆત અને નામનો અર્થ

થોડા અજમાયશ અને ભૂલો પછી, 2020માં, નંદને તેમનું સામાજિક સાહસ (સોશ્યલ એન્ટરપ્રાઈઝ) ઈકોકારીની સ્થાપના કરી, જે કારીગરોને આજીવિકા પૂરી પાડતી વખતે હેન્ડલૂમ અને લાકડાના સ્પિન્ડલ (ચરખા) નો ઉપયોગ કરીને હાથથી બનાવેલા કાપડમાં પ્લાસ્ટિકના કચરાનો ઉપયોગ કરે છે. 'ઈકો' એટલે ઈકો-ફ્રેન્ડલી, અને 'કારી' એટલે કારીગરી. આ નામ કારીગરો અને પર્યાવરણ વચ્ચેના સંબંધનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે અને તે બંને એકબીજા સાથે જોડાયેલા અને પરસ્પર નિર્ભર છે.

આઈડિયાથી સ્ટાર્ટઅપ સુધીની સફર

પ્લાસ્ટિક વેસ્ટ મેનેજમેન્ટ નાબૂદી તરફ કામ કરવાનું નક્કી કર્યા પછી, નંદને કોર્પોરેટ સોશ્યલ રિસ્પોન્સિબિલિટી (CSR) ક્ષેત્રમાં કામ કરવાનું શરૂ કરવા માટે 2013માં તેની કોર્પોરેટ નોકરી છોડી દીધી. આ સમયગાળા દરમિયાન તેમને પ્લાસ્ટિકના મેનેજમેન્ટ સાથે કામ કરતી અનેક સંસ્થાઓ સાથે સંકળાયેલા રહેવાની પૂરતી તકો મળી. તેમના કામ દરમિયાન તેમણે મેળવેલ અનુભવે તેમને પોતાની પહેલ શરૂ કરવા માટે માર્ગદર્શન આપ્યું. "રત્નાગીરીમાં એક સરકારી એનજીઓમાં દ્વારા એક સામાજિક પ્રોજેક્ટ હતોઃ જેમાં દરિયાઈ પ્લાસ્ટિકના કચરાનો ઉપયોગ કરીને માછીમાર લોકો માટે વૈકલ્પિક આજીવિકા ઊભી કરવાની વાત હતી. આનાથી તેને જરૂરતમંદો માટે તકો ઊભી કરીને અપસાયકલિંગની વિભાવના શોધવાની પ્રેરણા મળી. આમ 2015માં, નંદને પૂણેમાં તેના એક સહકર્મી સાથે તેની પ્રથમ એન્ટરપ્રાઈઝ શરૂ કરી. તેમણે કેટલાક પરિવારો સાથે કામ કરીને અપસાયકલિંગ પહેલ શરૂ કરી, જેમને તેઓએ હેન્ડલૂમ પર તાલીમ આપી હતી. તેઓ તેમને કાચો માલ પૂરો પાડતા હતા અને તેઓ ઘરે ફેબ્રિક બનાવતા હતા, જે આ સંસ્થા પછીથી એકત્રિત કરતી હતી. પરંતુ કેટલાક કારણોસર, બિઝનેસ મોડલ કામ કરી શક્યું નહીં અને તેમણે સંસ્થા બંધ કરવી પડી. પણ નંદન એ છોડવા માંગતો ન હતો. તેથી, તેની પાસે જે બચત હતી તે સાથે તેણે સંસ્થા ફરી શરૂ કરી, તેણે આ કામ ચાર વર્ષ સુધી ચાલુ રાખ્યું. લોન્ચના થોડા મહિનાઓમાં, એક સોશિયલ મીડિયા ઈનફ્લુએન્સરે તેમની વાર્તાને આવરી લીધી અને વિડિયો વાયરલ થયો. તેનાથી તેમણે સારો બૂસ્ટ મળ્યો અને ઓર્ડર આવવા લાગ્યા.

ઇકોકારીની પ્રક્રિયા અને ઉત્પાદનો

ઈકોકારી ખાતે, અપસાયકલ કરેલ કાપડનો ઉપયોગ રોજિંદી ઉપયોગી વસ્તુઓ જેમ કે હેન્ડબેગ્સ, એસેસરીઝ, ઘર સજાવટની વસ્તુઓ અને ઓફિસ સ્ટેશનરી ઉત્પાદનો બનાવવા માટે થાય છે. પ્રક્રિયા વિવિધ સ્થળોએથી પ્લાસ્ટિક કચરો એકત્ર કરીને શરૂ થાય છે. પરંતુ તેઓ તમામ પ્રકારના પ્લાસ્ટિકને એકત્ર કરતા નથી કારણ કે તેઓ તેને ફેબ્રિકમાં રૂપાંતરિત કરીએ છીએ. તેઓ પોલિથીન બેગ્સ, મલ્ટી-લેયર રેપર્સ (ચિપ્સ, કૂકીઝ, ડિટર્જન્ટ, કઠોળ અને લોટ), પ્લાસ્ટિક ગિફ્ટ રેપર્સ અને જૂની ઑડિયો અથવા વિડિયો કેસેટ ટેપ જેવા સિંગલ-યુઝ પ્લાસ્ટિકને એકત્ર કરવા અથવા સ્વીકારવા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે. જો કે, તેઓ ગંધ અને ગ્રીસને કારણે તેલ અને દૂધના પેકેટો, ચટણીના નાના કોથળા, શેમ્પૂ, ચા અથવા કોફી, સીડી અને અન્ય સ્ટ્રોનો સ્વીકાર કરતા નથી.

પ્લાસ્ટિક કચરો એકત્રિત કરવાના ચાર મુખ્ય સ્ત્રોત છે. કેટલીક એવી સંસ્થાઓ છે, જેઓ પ્લાસ્ટિક કચરો એકઠો કરે છે. જેમની સાથે તેઓએ સહયોગ કર્યો છે. તેઓએ મેન્યુફેક્ચરિંગમાં લાગેલા કેટલાક કોર્પોરેટ પાસેથી પ્લાસ્ટિક કચરો પણ મેળવે છે. ત્યારે કેટલાક પર્યાવરણ પ્રત્યે જાગૃત નાગરિકો કુરિયર દ્વારા પણ પ્લાસ્ટિકનો કચરો તેમણે મોકલે છે. જો આ પૂરતું ન નીવડે તો તેઓ જથ્થાબંધ વેપારીઓ પાસેથી આ મેળવે છે.

બેકો વાંસ આધારિત ડિટરજન્ટ, ફ્લોર ક્લીનર, ડીશ વોશિંગ લિક્વિડ્સ, ગાર્બેજ બેગ્સ, ફરીથી વાપરી શકાય તેવા કિચન ટુવાલ, વાંસના ટીશ્યુ અને ટૂથબ્રશ, ટોઇલેટ રોલ્સ, ફેસિયલ ટીસ્યુ સુધીના પર્યાવરણને અનુકૂળ ઉત્પાદનો પ્રદાન કરે છે. ટકાઉ અને પરવડે એવું ઉત્પાદન એ તેમની પ્રાથમિકતા છે.

સમગ્ર પ્રક્રિયા મેન્યુઅલી કરવામાં આવે છે કારણ કે તેઓ કારીગરો માટે રોજગારીનું સર્જન કરવાનો હેતુ ધરાવે છે. "પ્રક્રિયા પ્લાસ્ટિકના કચરાને ધોવા, સ્વચ્છ કરવા અને સૂકવવાથી શરૂ થાય છે. પછી તેઓ તેમને ગેજ અને રંગ અનુસાર અલગ પાડે છે.

તેઓ પ્લાસ્ટિકને રંગ પ્રમાણે સૉર્ટ કરે છે, કારણ કે તેઓ મૂળ રંગ જાળવી રાખે છે અને કોઈપણ રંગનો ઉપયોગ કરતા નથી. પછી અલગ પડેલા પ્લાસ્ટિકને લાંબી પટ્ટીઓમાં કાપવામાં આવે છે જે પછી ચરખા પર ફેરવવામાં આવે છે અને પછી ફેબ્રિક બનાવવા માટે હેન્ડલૂમ પર વણવામાં આવે છે. તે પછી ડિઝાઈન ટીમ તેનો કબજો લઈ લે છે અને ગુણવત્તા તપાસના અંતિમ રાઉન્ડ સાથે ઉત્પાદનોને બનાવામાં આવે છે.

બેકો - આઈડિયાનો જન્મ અને શરૂઆત

અમુક સમયે, તમે બિઝનેસમાં આવવાની યોજના નથી કરતા. તમે અચાનક બિઝનેસમાં આવી જાવો છો. મુંબઈમાં ત્રણ મિત્રો સાથે આવું જ બન્યું હતું. 2019માં એક સપ્તાહના અંતે બધા કાર્યકરો બીચ ચોખ્ખો કરવા ગયા હતા. ત્યાં અક્ષય વર્મા, આદિત્ય રુઈયા અને અનુજ રુઈયાને ચોકલેટ બ્રાન્ડનું પ્લાસ્ટિક રેપર મળ્યું. બીચ સફાઈમાં ચોકલેટનું રેપર મળવું કઈ નવાઈની વાત નથી પરંતુ તેઓ આઘાત ત્યારે પામ્યા જ્યારે એમનામાંથી કોઈના પિતાએ રેપર ઓળખીને કહ્યું કે આ ચોકલેટ તો 1990માં બંધ થઈ ગઈ હતી. આ આઘાતજનક ઘટનાએ એમને વિચારતા કાર્ય કે આજે વપરાતી દરેક પ્લાસ્ટિકની વસ્તુ એક દિવસ ફરી પછી આવશે. આ કઠોર વાસ્તવિકતાએ તેમના મગજમાં રોજિંદા આવશ્યક ચીજવસ્તુઓ માટે ઈકો-ફ્રેન્ડલી અને ટકાઉ વિકલ્પોના વ્યવસાયમાં પ્રવેશવાની જરૂરિયાતને ઉત્તેજિત કરી. IIT - મદ્રાસના ભૂતપૂર્વ વિદ્યાર્થી અક્ષય વર્માએ આગળ પી. એન્ડ જી.માં કામ કરી ચૂકેલા અનુજ બિટ્સ પિલાનીના સ્નાતક આદિત્ય સાથે 2019માં બેકો શરૂ કરવા માટે હાથ મિલાવ્યા. અક્ષય અને આદિત્યને આગળ સ્ટાર્ટઅપ શરૂ કરવાનો અનુભવ હતો.

બેકો શું છે?

મોટા પાયે આર એન્ડ ડી અને વપરાશ - બજારોના વિશ્લેષણ પછી બેકોની શરૂઆત કરવામાં આવી હતી. બેકો વાંસ આધારિત ડિટરજન્ટ, ફ્લોર ક્લીનર, ડીશ વોશિંગ લિક્વિડ્સ, ગાર્બેજ બેગ્સ, ફરીથી વાપરી શકાય તેવા કિચન ટુવાલ, વાંસના ટીશ્યુ અને ટૂથબ્રશ, ટોઈલેટ રોલ્સ, ફેસિયલ ટીસ્યુ સુધીના પર્યાવરણને અનુકૂળ ઉત્પાદનો પ્રદાન કરે છે. ટકાઉ અને પરવડે એવું ઉત્પાદન એ તેમની પ્રાથમિકતા છે.

તમામ ઉત્પાદનો પ્લાન્ટ આધારિત ઘટકોમાંથી બનાવવામાં આવે છે અને તે ઈકોમર્સ માર્કેટપ્લેસ, ઓનલાઈન ગ્રોસરી ડિલિવરી પ્લેટફોર્મ અને મુંબઈ અને બેંગલુરુમાં 2000થી વધુ ઑફલાઈન સ્ટોર્સ પર ઉપલબ્ધ છે. કંપની તેની પ્રોડક્ટ રેન્જને વિસ્તારવાની યોજના ધરાવે છે. આપણે ઘણી વાર ટકાઉ ઉત્પાદનોને જોતા હોઈએ છીએ પરંતુ તેમની ઉંચી કિંમતો આપણને તે ખરીદતા અટકાવે છે. બેકો આ સ્ટીરિયોટાઈપને તોડવા માંગે છે જે ટકાઉ જીવનશૈલી ન અપનાવવાનું બહાનું પૂરું પાડે છે.

પ્રગતિ અને સેલેબ્રીટી ઇન્વેસ્ટર્સ

ટૂંકા ગાળામાં, બેકો ભારતમાં હોમકેર સ્પેસમાં પ્રથમ ડીટુસી કંપની બની ગઈ છે. આગામી ૩ વર્ષમાં 500 કરોડના મહત્વાકાંક્ષી લક્ષ્યાંક સાથે તે હવે આ ક્ષેત્રમાં વધુ ક્રાંતિ લાવવા માટે કામ કરી રહ્યું છે. ભારતીય ઉપભોક્તાઓની વર્તણૂકમાં સ્પષ્ટ નમૂનારૂપ પરિવર્તનનો લાભ ઉઠાવીને બેકોએ તેના પ્રારંભિક તબક્કામાં બુટસ્ટ્રેપ્ડ સ્ટાર્ટઅપ બનવાથી પ્રભાવશાળી વૃદ્ધિના માર્ગની પ્રગતિ હાંસલ કરી છે. કંપની છેલ્લા ૬ મહિનામાં જ ડિજિટલ વેચાણમાં ૬ ગણી વૃદ્ધિ નોંધાવીને મજબૂત બની છે. જુલાઈ 2021 માં, તેણે રૂ. 4 કરોડનું બીજ ભંડોળ એકત્ર કર્યું.

તેને ક્લાઈમેટ એન્જલ્સ ફંડ, ટાઈટન કેપિટલ, સેક્વોઈયા સ્પ્રાઉટ, બેટર કેપિટલ અને રુકમ કેપિટલ તરફથી પણ મહત્વપૂર્ણ સમર્થન મેળવ્યું હતું. જાગરૂકતા વધારવા અને તેની માર્કેટ પ્રોફાઈલને વધુ મજબૂત કરવાના હેતુથી, કંપનીએ તેના ઉત્પાદનોને સમર્થન આપવા અને કંપનીમાં રોકાણકાર તરીકે અભિનેત્રી અને પર્યાવરણવાદી દિયા મિર્ઝાને પણ જોડ્યા. આ ઉપરાંત રોહિત શર્મા, ભૂમિ પેડનેકર, રણબીર કપૂર અને આમિર ખાન પણ બેકોમાં રોકાણકાર બની ચુક્યા છે.

ફોક્સ

બેકો એક મજબૂત સંદેશ મોકલવા માંગે છે કે, 'હમણાં જ કાર્ય કરો !' પ્લાસ્ટિક આપણને સરળતાથી છોડતું નથી, તે જીવનને ગૂંગળાવે છે. ઈકો-ફ્રેન્ડલી એ ફેડ ન રહેવું જોઈએ પરંતુ જીવનશૈલી બનવું જોઈએ. બેકો એક કેમિકલ-ફ્રી ક્લીનર કેટેગરીનું નિર્માણ ચાલુ રાખવા, વધારાના હોમકેર સેગમેન્ટ્સ બનાવવા અને તેના વર્તમાન 5000 સ્ટોર્સ પરથી 10000 સ્ટોર્સમાં તેના વિતરણને વિસ્તારવા માટે રોકાણ કરવાની યોજના ધરાવે છે. આગામી પાંચ વર્ષમાં, કંપનીએ રૂ. 1000 કરોડની બ્રાન્ડ બનવાનું લક્ષ્ય નક્કી કર્યું છે. તેઓ તેને IPO સ્ટેજ પર લઈ જવા માંગે છે.