કપલપ્રેન્યોર - કૅનેબોટ અને ચુંબક

કપલપ્રેન્યોર એટલે પતિ-પત્ની સાથે મળીને પોતાનો બિઝનેસ અથવા સ્ટાર્ટઅપ શરૂ કરે છે અને તેનું સંચાલન કરે છે. આ શબ્દ Couple અને Entrepreneur એમ બે શબ્દો જોડીને બનાવવામાં આવ્યો છે. કપલપ્રેન્યોર બનવાનો મુખ્ય લાભ એ છે કે દંપતિ વચ્ચે વિશ્વાસ, સમજૂતી અને લાંબાગાળાની પ્રતિબદ્ધતા પહેલેથી જ હાજર હોય છે. આ વિશ્વાસ નિર્ણય લેવામાં ઝડપ લાવે છે અને મુશ્કેલ સમયમાં એકબીજાને ટેકો આપે છે. સાથે જ, જોખમ વહેંચાયેલું હોવાથી આત્મવિશ્વાસ વધે છે. તો ચાલો એવા બે સ્ટાર્ટઅપ્સ વિષે વાત કરીએ.

1. કૅનેબોટ

પુણે સ્થિત દંપતી મિલિંદ અને કિર્તી દાતાર IT ક્ષેત્રમાં કામ કરતા હતા. તેઓ જે વિશાળ IT પાર્કમાં કામ કરતા હતા ત્યાં, રીશેષના સમય દરમિયાન વારંવાર કાફેટેરિયામાં જવું એ તેમના તેમજ અન્ય કર્મચારીઓ માટે સામાન્ય બાબત હતી. ત્યાં બ્રેન્ડેડ ફેન્સી કોફી શોપ્સ તરફ જોતી વખતે તેણે નોંધ્યું કે કેવી રીતે સાધારણ જ્યુસ કાઉન્ટર્સ સમાન ટ્રેક્શન અથવા સમાન ગૌરવ અને આદર મેળવવામાં નિષ્ફળ ગયા છે. તેમણે એ પણ નોંધ્યું કે શેરડીના રસ જેવા દેશી પીણાં સંઘર્ષ કરે છે. શેરડીના રસનો વ્યવસાય મોસમી, અસંગઠિત અને અસ્વચ્છ માનવામાં આવતો હતો. ઘણા લોકોના મતે સ્થાનિક, કુદરતી અને તાજા પીણાને સ્વાસ્થ્યને જોખમમાં મૂકે છે. આ વિચારે એક તક ખોલી જેણે તેના વ્યાવસાયિક જીવનનો માર્ગ બદલી નાખ્યો. તેઓ વિચારતા રહ્યા કે કુદરતી, તાજી અને સ્વાદિષ્ટ શેરડીની સરખામણીએ ખાંડથી ભરેલા અને કાર્બોનેટેડ પીણાં પીરસતી માચો જાહેરાતો સાથેના આ અપમાર્કેટ ફેન્સી કાફે શા માટે લોકપ્રિયતા મેળવી રહ્યા છે. 2010માં તેને સૌપ્રથમ વિચાર આવ્યો, ત્યાર બાદ તેણે તેની પત્ની સાથે ચર્ચા કરવાનું શરૂ કર્યું. 2012માં દંપતીએ શેરડીનો રસ સ્ટાર્ટઅપ, કેનેબોટ શરૂ કરવા માટે તેમની નોકરી છોડી દીધી.

કપલપ્રેન્યોર બનવાનો મુખ્ય લાભ એ છે કે દંપતિ વચ્ચે વિશ્વાસ, સમજૂતી અને લાંબાગાળાની પ્રતિબદ્ધતા પહેલેથી જ હાજર હોય છે. આ વિશ્વાસ નિર્ણય લેવામાં ઝડપ લાવે છે અને મુશ્કેલ સમયમાં એકબીજાને ટેકો આપે છે. સાથે જ, જોખમ વહેંચાયેલું હોવાથી આત્મવિશ્વાસ વધે છે

રિસર્ચ અને ખાસ મશીન

જ્યારે તે અને કીર્તિ બંને બિઝનેસમાં પ્રવેશવા માટે સંમત થયા હતા, ત્યારે તેમની જરૂરી અનુભવ અને જ્ઞાન નહોતું. તેમણે સંશોધન કર્યું અને જોયું કે પીણું પસંદ ન કરવા માટે લોકોમાં સ્વચ્છતા મુખ્ય ચિંતા હતી અને અન્ય પાસું પરંપરાગત શેરડી પિલાણ મશીનો હતું, જે મુખ્યત્વે આયર્નથી બનાવવામાં આવે છે અને ધૂળ અને અન્ય પ્રદૂષકોથી અસુરક્ષિત હોય છે. આ સમસ્યાઓને દૂર કરવા માટે, તેઓએ એક નવું ક્રશ મશીન ડિઝાઇન કરવાનું નક્કી કર્યું જેમાં બહુવિધ ફાયદાઓ હોય. નવા મશીનમાં વધુ સારી ક્રશિંગ ક્ષમતા હતી. રસ કાઢવા માટે શેરડીને વારંવાર પીસવી ન પડી. એક જ ક્રશમાં 95% રસ નીકળી જતો હતો. તદુપરાંત, મશીન નાનું હતું, સરળતાથી ખસેડી શકાય તેવું હતું અને તેને ઢાંકવા માટે કવર પણ હતું. મશીનને ઢાંકવાથી ખાતરી થાય છે કે રસ છલકાયો નથી અથવા બહારના પ્રદૂષકોના સંપર્કમાં નથી આવ્યો. તે પિલાણ દરમિયાન ઉત્પન્ન થતા અવાજને પણ ઘટાડે છે. પરંપરાગત રીતે ઉપયોગમાં લેવાતા લોખંડ અથવા અન્ય સામગ્રીથી વિપરીત ક્રશિંગ યુનિટ ફૂડ-ગ્રેડ સ્ટેનલેસ સ્ટીલમાંથી બનાવવામાં આવ્યું હતું. મશીનનું એકંદર માળખું એવી રીતે કાર્ય કરે છે કે સ્વચ્છતા જાળવવા માટે પાણીની જરૂર ન પડે.

તદુપરાંત, મશીનમાં ઈન્ટરનેટ ઓફ થિંગ્સ દરરોજ કાઢવામાં આવેલ શેરડીના રસની માત્રાની ગણતરી કરી શકતું હતું. તેણે ઈન્ટરનેટ કનેક્ટિવિટી દ્વારા મોનિટરિંગ કામગીરીને સુલભ બનાવી હતી. તેઓએ પીલાણ પહેલા શેરડીને છોલવા માટેની પણ સગવડ કરી હતી. પરંપરાગત પ્રક્રિયામાં 1500 કિલો શેરડીની છાલને કાઢવા માટે 20 મજૂરોને દિવસમાં આઠ કલાક કામ કરવું પડતું હતું. જો કે, તેમનું મશીન બે વ્યક્તિઓ દ્વારા એક કલાકમાં 1000 કિલો શેરડીની છોલવા સક્ષમ હતું. તેનાથી ઉત્પાદન ખર્ચમાં ધરખમ ઘટાડો થયો. તદુપરાંત આ દંપતીએ મહારાષ્ટ્રમાં એવા ખેડૂતોની શોધ કરી કે જેઓ સમગ્ર વર્ષ દરમિયાન શેરડીની ગુણવત્તા, જથ્થા અને પુરવઠાની ખાતરી આપી શકે.

શરૂઆત

આ બધી તૈયારી કર્યા પછી, તેઓએ 2012માં તેમની નોકરી છોડી દીધી અને IT કંપનીઓને લક્ષ્ય બનાવીને ઑક્ટોબરમાં માલિકીની ફર્મ કેન્ક્ટર ફૂડ્સ પ્રા. લિ. શરૂ કરી. ટેકએમ કંપનીના કેમ્પસમાં તેમણે પોતાનું પ્રથમ ઓર્ગેનાઇસ્ડ કેનેજ્યુસ આઉટલેટ (વ્યવસ્થિત શેરડીના રસની દુકાન) શરુ કર્યું. સમય જતાં, તેઓએ દર મહિને આશરે 45000 ગ્લાસ જ્યુસ વેચવા માટે વિવિધ કંપનીઓમાં 12 આઉટલેટ ખોલ્યા, જે દર વર્ષે લગભગ રૂ. 2 કરોડની કમાણી કરતા હતા. તેમણે સારો આવકાર મળ્યો હતો કારણ કે જ્યુસનો એક સરખો સ્વાદ અને ઉચ્ચ ગુણવત્તા જાળવી રાખવામાં આવી હતી. તેઓ શેરડીની પસંદ કરવા માટે ખૂબ જ ચોક્કસ હતા જે અતિમહત્ત્વનું હતું.

ફરી પાછા ઝીરો પર અને નવી શરૂઆત

જો કે, જેમ જેમ સ્ટાર્ટઅપે સ્કેલ કરવાનું નક્કી કર્યું, કોવિડ રોગચાળો ત્રાટક્યો, અને તેમની બધી યોજનાઓ અટકી ગઈ. તેમના તમામ આઉટલેટ IT કંપનીઓમાં આવેલા હતા. રોગચાળાએ તેમણે રાતોરાત તમામ કામગીરી બંધ કરવાની ફરજ પાડી. તેમણે એક અણધારી કટોકટીનો સામનો કર્યો. તેઓએ ફરી IT વર્ક કન્સલ્ટેશન પર પાછા ફરવાનું વિચાર્યું. પરંતુ તેઓ ઘણા દૂર આવી ગયા હતા વધુ પ્રયત્નો કરવાનું નક્કી કર્યું. શેરડીના રસને પ્રિઝર્વેટિવ્સ ઉમેર્યા વિના બોટલિંગ કરવું શક્ય ન હોવાથી, તેને બચાવવા માટે અન્ય કુદરતી એજન્ટની જરૂર હતી. કેટલાક સંશોધનોથી તેમણે ખ્યાલ આવ્યો કે કાચી કેરીનો રસ, પન્ના, જો શેરડીના રસ સાથે ભેળવવામાં આવે તો તે હેતુ પૂરો કરી શકે છે. ઑગસ્ટ 2020માં, કેનેબોટ સ્ટાર્ટઅપ એનર્જી ડ્રિંક, ગન્ના પન્ના સાથે વ્યવસાયમાં પાછું આવ્યું.

માઇન્ડ યોર બિઝનેસ
★ ડૉ. રિદ્ધીશ જોષી

2. ચુંબક

ચુંબકની સ્થાપના દંપતિ વિવેક પ્રભાકર અને શુભ્રા ચડ્ડા દ્વારા કરવામાં આવી હતી. વિવેક પ્રભાકર વિદેશમાં શિક્ષણ મેળવીને ભારતમાં કોર્પોરેટ નોકરી કરતા હતા, જ્યારે શુભ્રા ચડ્ડા પણ એક સ્થિર કારકિર્દી ધરાવતા હતા. બંનેનું જીવન વ્યવસ્થિત અને સુરક્ષિત હતું, પરંતુ અંદરથી તેઓ કંઈક અલગ, સર્જનાત્મક અને પોતાનું બનાવવા માંગતા હતા. તેમને લાગતું હતું કે ભારતીય બજારમાં રોજિંદા જીવનમાં વપરાતી વસ્તુઓમાં ભારતીયતા અને ખુશીના રંગોનો અભાવ છે. ચુંબકનો વિચાર કોઈ બિઝનેસ મીટિંગમાં નહીં, પરંતુ મુસાફરી દરમિયાન જન્મ્યો. વિદેશ પ્રવાસ વખતે વિવેક અને શુભ્રાએ જોયું કે ત્યાંની દુકાનોમાં સ્થાનિક સંસ્કૃતિ, હાસ્ય અને ડિઝાઇનથી ભરપૂર પ્રોડક્ટ્સ મળે છે. જ્યારે તેઓ ભારત પરત ફર્યા, ત્યારે તેમને લાગ્યું કે ભારત જેવી વૈવિધ્યસભર સંસ્કૃતિ હોવા છતાં, ભારતીય થીમ આધારિત આધુનિક લાઇફસ્ટાઇલ પ્રોડક્ટ્સ બહુ ઓછા છે. આ ખાલી જગ્યા જ ચુંબક માટે તક બની.

સ્થિરતા વિરુદ્ધ સપના

સ્થિર નોકરી છોડવી એ કોઈ માટે સહેલો નિર્ણય નથી હોતો, ખાસ કરીને જ્યારે બંને જીવનસાથી કાર્યરત હોય. પરિવાર અને સમાજ તરફથી પ્રશ્નો અને શંકાઓ હતી. “આવું કંઈ ચાલશે?”, “નફો આવશે કે નહીં?” જેવા પ્રશ્નો સામાન્ય હતા. છતાં વિવેક અને શુભ્રાએ નિર્ણય લીધો કે જો હવે પ્રયાસ નહીં કરીએ, તો આખી જિંદગી અફસોસ રહેશે. તેમણે પોતાની નોકરી છોડી અને પોતાના બચતના પૈસાથી ચુંબક શરૂ કર્યું. 2010ની આસપાસ ચુંબકની શરૂઆત થઈ. શરૂઆતમાં તેઓ માત્ર સુવેનીયર અને ગિફ્ટ આઇટમ્સ બનાવતા હતા, જેમ કે મેગ્નેટ, પોસ્ટકાર્ડ, ડાયરી અને નાના એક્સેસરીઝ. દરેક પ્રોડક્ટમાં ભારતીય શહેરો, ભાષા, હાસ્ય અને રંગોનો ઉપયોગ કરવામાં આવતો. આ પ્રોડક્ટ્સ ખાસ કરીને યુવાનો અને પ્રવાસીઓને ખૂબ ગમવા લાગી. શરૂઆતમાં ઓર્ડર ઓછા હતા, પરંતુ પ્રતિસાદ ખૂબ સકારાત્મક હતો.

સંઘર્ષ અને સફળતા

શરૂઆતના વર્ષોમાં ચુંબકને અનેક પડકારોનો સામનો કરવો પડ્યો. ઉત્પાદન ખર્ચ, સપ્લાય ચેઇન, સ્ટોક મેનેજમેન્ટ અને માર્કેટિંગ બધું જ નવું હતું. મોટી બ્રેન્ડ્સ સામે પોતાનું સ્થાન બનાવવું મુશ્કેલ હતું. ઘણી વખત નફો નગણ્ય હતો, પરંતુ ગ્રાહકોના પ્રેમ અને પ્રતિસાદે તેમને આગળ વધવા માટે પ્રેરણા આપી. તેમણે ગુણવત્તા અને ડિઝાઇન સાથે ક્યારેય સમાધાન કર્યું નહીં. સમય સાથે તેમણે પોતાની પ્રોડક્ટ રેન્જ વિસ્તારી. ગિફ્ટ આઇટમ્સ પછી તેમણે હોમ ડેકોર, બેગ્સ, ઘડિયાળો, ફેશન એક્સેસરીઝ અને એપેરલમાં પ્રવેશ કર્યો. દરેક નવી કેટેગરીમાં તેમની ઓળખ જાળવાઈ જે હતી રંગીન, મસ્ત અને ભારતીય. ઑનલાઇન સાથે-સાથે તેમણે ઑફલાઇન સ્ટોર્સ પણ શરૂ કર્યા, જેના કારણે બ્રેન્ડ વધુ લોકો સુધી પહોંચી.

કપલ તરીકે સાથે કામ કરવાનો અનુભવ

વિવેક અને શુભ્રા માટે સાથે કામ કરવું એક શીખવાની પ્રક્રિયા હતી. મતભેદો અને પડકારો હતા, પરંતુ સ્પષ્ટ જવાબદારીઓ અને પરસ્પર વિશ્વાસે તેમને મજબૂત રાખ્યા. એક તરફ સર્જનાત્મકતા અને બીજી તરફ વ્યવસાયિક સમજ. આ સંતુલને ચુંબકને સ્થિર બનાવ્યું. તેમની કહાની બતાવે છે કે પતિ-પત્ની સાથે મળીને પણ સફળ વ્યવસાય ઊભો કરી શકે છે. ચુંબકે સાબિત કર્યું કે ભારતીય સંસ્કૃતિને આધુનિક રીતે રજૂ કરી શકાય છે. તેણે ઘણા યુવા ડિઝાઇનરો, કલાકારો અને સ્થાનિક ઉત્પાદકોને તક આપી. “મેઇડ ઈન ઈન્ડિયા” અને “ડિઝાઇન્ડ ઈન ઈન્ડિયા”ની ભાવનાને મજબૂત બનાવી.

નાના શહેરોના લોકો પણ આ બ્રેન્ડ સાથે જોડાયા, જે સ્ટાર્ટઅપ ઇકોસિસ્ટમ માટે મહત્ત્વપૂર્ણ છે. ચુંબકની સ્ટોરીમાંથી એક મહત્વની શીખ મળે છે. દરેક સફળતા ઝડપથી નથી મળતી. ધીરજ, સ્પષ્ટ વિચાર અને સતત મહેનત જરૂરી છે. મોટી મૂડી વગર પણ, જો વિચાર અનોખો અને દિલથી જોડાયેલો હોય, તો સફળતા શક્ય છે. નોકરી છોડવાનો નિર્ણય જોખમી હોઈ શકે, પરંતુ સાચી દિશા હોય તો તે જીવન બદલનાર સાબિત થાય છે. •