બિઝનેસ શરૂ કરવા ઉંમર નહીં, સંકલ્પ મહત્ત્વનો

માઇન્ડ યોર બિઝનેસ
★ ડૉ. રિદ્ધીશ જોશી

બિઝનેસ શરૂ કરવા માટે યોગ્ય ઉંમર કઈ? આ પ્રશ્નનો એક જ ચોક્કસ જવાબ આપી શકાય તેમ નથી. સામાન્ય રીતે એવું માનવામાં આવે છે કે યુવાનીમાં જોખમ લેવાની હિંમત વધુ હોય છે અને તેથી વ્યવસાય શરૂ કરવા માટે યુવાની સૌથી યોગ્ય સમય છે. પરંતુ વાસ્તવિક દુનિયાની ઘણી સફળ વાર્તાઓ આ માન્યતાને પડકારે છે. જીવનનો લાંબો અનુભવ, બજારની ઊંડી સમજ, ગ્રાહકોની જરૂરિયાતોનું જ્ઞાન, નાણાકીય શિસ્ત અને યોગ્ય સમયે યોગ્ય નિર્ણય લેવાની ક્ષમતા ઘણી વખત યુવાની કરતાં વધુ શક્તિશાળી સાબિત થાય છે. ભારતમાં એવા અનેક ઉદ્યોગસાહસિકો અને વ્યવસાયિકો જોવા મળે છે જેમણે જીવનના પરિપક્વ તબક્કે નવી શરૂઆત કરી અને પછી પોતાના વ્યવસાયને વિશાળ સફળતામાં પરિવર્તિત કર્યો. તેમની સફર આપણને શીખવે છે કે સફળતા માટે માત્ર શરૂઆતની ઉંમર મહત્ત્વની નથી, પરંતુ વિચારની સ્પષ્ટતા, સતત મહેનત, જોખમ લેવાની તૈયારી અને લાંબા ગાળાની દૃષ્ટિ વધુ મહત્ત્વ ધરાવે છે. તો ચાલો, જોઈએ એવા ઉદાહરણો, જેમણે 45 વર્ષ પછી શરૂઆત કરી અને અપાર સફળતા મેળવી.

ડી-માર્ટ

ડી-માર્ટની સફળતા ભારતીય રિટેલ ક્ષેત્રની સૌથી નોંધપાત્ર ગાથાઓમાંની એક છે. રાધાકિશન દામાણીએ વર્ષો સુધી શેરબજાર અને રોકાણ ક્ષેત્રમાં અનુભવ મેળવ્યા બાદ છૂટક વેચાણ ક્ષેત્રમાં પ્રવેશ કરવાનો નિર્ણય કર્યો. તેમણે આશરે 47 વર્ષની ઉંમરે ડી-માર્ટની શરૂઆત કરી હતી. ડી-માર્ટની સ્થાપના 2002માં થઈ હતી. દામાણીની વિશેષતા એ હતી કે તેમણે વ્યવસાયને માત્ર દુકાન તરીકે જોયો નહીં, પરંતુ ગ્રાહકોને યોગ્ય કિંમતે જરૂરી વસ્તુઓ ઉપલબ્ધ કરાવતી એક સુવ્યવસ્થિત વ્યવસ્થા તરીકે જોયો. ભારતીય ગ્રાહકો કિંમત પ્રત્યે સંવેદનશીલ છે, એ સમજ તેમની વ્યવસાયિક વ્યૂહરચનાનું કેન્દ્ર બની. તેથી ડી-માર્ટે વધુ ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે વાજબી કિંમતો, જરૂરી ચીજવસ્તુઓની ઉપલબ્ધતા અને ખર્ચ નિયંત્રણ પર ભાર મૂક્યો.

ડી-માર્ટની સફળતામાં તેની લાંબા ગાળાની દૃષ્ટિ પણ મહત્ત્વપૂર્ણ રહી છે. અન્ય ઘણા છૂટક વેચાણ વ્યવસાયો ભાડે લીધેલી જગ્યાઓ પર આધાર રાખતા હતા, જ્યારે ડી-માર્ટે પોતાની દુકાનોની માલિકી પર ભાર મૂક્યો. આ અભિગમને કારણે લાંબા ગાળે સંચાલન ખર્ચને નિયંત્રિત કરવામાં મદદ મળી. ધીમે ધીમે કંપનીએ સમગ્ર ભારતમાં પોતાનું વિશાળ જાળું ઊભું કર્યું. રાધાકિશન દામાણીની સફરનો સૌથી મોટો સંદેશ એ છે કે 47 વર્ષની ઉંમરે વ્યવસાય શરૂ કરવો અંતિમ તક નહીં, પરંતુ નવી શરૂઆત બની શકે છે. તેમણે પોતાના અગાઉના અનુભવનો નવા ક્ષેત્રમાં ઉપયોગ કરીને એવું વ્યવસાયિક માળખું ઊભું કર્યું, જે આજે ભારતીય રિટેલ ક્ષેત્રમાં અત્યંત મહત્ત્વનું સ્થાન ધરાવે છે.

નાયકા

નાયકા ભારતની સૌથી પ્રેરણાદાયી મહિલા ઉદ્યોગસાહસિક ગાથાઓમાંની એક છે. ફાલ્ગુની નાયરે લગભગ બે દાયકા સુધી નાણાકીય ક્ષેત્રમાં કામ કર્યા પછી 49 વર્ષની ઉંમરે 2012માં નાયકાની શરૂઆત કરી. તે સમયે તેઓ એક પ્રતિષ્ઠિત રોકાણ બેંકિંગ સંસ્થામાં વરિષ્ઠ જવાબદારી સંભાળી રહ્યાં હતાં. તેમ છતાં તેમણે સ્થિર અને સફળ કારકિર્દી છોડીને સૌંદર્ય અને વ્યક્તિગત સંભાળનાં ઉત્પાદનોના વ્યવસાયમાં પ્રવેશવાનો સાહસિક નિર્ણય લીધો. આ નિર્ણય સરળ નહોતો. લગભગ પચાસ વર્ષની ઉંમરે નવી કંપની શરૂ કરવી અને તે પણ સંપૂર્ણપણે અલગ ક્ષેત્રમાં પ્રવેશ કરવો એ પોતે જ મોટું જોખમ હતું. પરંતુ ફાલ્ગુની નાયરે ભારતીય ગ્રાહકોમાં સૌંદર્ય ઉત્પાદનો અંગે વધતી જતી જાગૃતિ અને વિશ્વસનીય ઉત્પાદનોની જરૂરિયાતને ઓળખી.

નાયકાએ માત્ર ઉત્પાદનો વેચવાનો પ્રયાસ કર્યો નહીં, પરંતુ ગ્રાહકોને માહિતી, પસંદગી અને વિશ્વાસ આપવાનો પ્રયાસ કર્યો. સૌંદર્ય ક્ષેત્રમાં ગ્રાહકો માટે ઉત્પાદનની ગુણવત્તા, તેની વિશ્વસનીયતા અને યોગ્ય માહિતી ખૂબ મહત્ત્વની હોય છે. નાયકાએ આ બાબતોને વ્યવસાયના કેન્દ્રમાં રાખી. સમય જતાં નાયકા માત્ર સૌંદર્ય ઉત્પાદનોનું વેચાણ કરતું નામ ન રહ્યું, પરંતુ એક વિશાળ જીવનશૈલી અને સૌંદર્ય આધારિત વ્યવસાયિક માળખામાં પરિવર્તિત થયું. તેમની સફળતા એ સાબિત કરે છે કે અનુભવ અને ઉંમર ક્યારેક અવરોધ નહીં, પરંતુ શક્તિ બની શકે છે. 49 વર્ષની ઉંમરે શરૂ કરેલી નાયકાની સફર આજે ભારતની જાણીતી વ્યવસાયિક સફળતાઓમાં સ્થાન ધરાવે છે.

શોપર્સ સ્ટોપ

શોપર્સ સ્ટોપની શરૂઆત 1991માં કે. રાહીજા ગ્રુપ દ્વારા કરવામાં આવી હતી અને મુંબઈના અંધેરી ખાતે તેનું પ્રથમ વિશાળ બહુબ્રાન્ડ વેચાણ કેન્દ્ર શરૂ થયું હતું. કંપનીએ ભારતીય ગ્રાહકોને એક જ સ્થળે વસ્ત્રો, પગરખાં, સૌંદર્ય પ્રસાધનો અને જીવનશૈલી સંબંધિત વિવિધ ઉત્પાદનો ખરીદવાનો આધુનિક અનુભવ આપવાનો પ્રયાસ કર્યો. આ વ્યવસાયની વિશેષતા એ હતી કે ભારતમાં સુવ્યવસ્થિત અને આધુનિક રિટેલ માળખું હજી વિકસી રહ્યું હતું ત્યારે શોપર્સ સ્ટોપે ગ્રાહકના અનુભવને કેન્દ્રમાં રાખીને પોતાની ઓળખ ઊભી કરી.

> **જીવનનો લાંબો અનુભવ, બજારની ઊંડી સમજ, ગ્રાહકોની જરૂરિયાતોનું જ્ઞાન, નાણાકીય શિસ્ત અને યોગ્ય સમયે યોગ્ય નિર્ણય લેવાની ક્ષમતા ઘણી વખત યુવાની કરતાં વધુ શક્તિશાળી સાબિત થાય છે**

કંપની સાથે બી. એસ. નાગેશ શરૂઆતથી જ જોડાયેલા રહ્યા અને કંપનીના વિકાસમાં મહત્ત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવી. તેઓ શરૂઆતના તબક્કાથી કંપની સાથે સંકળાયેલા હતા અને આગળ જતાં તેના નેતૃત્વમાં મહત્ત્વપૂર્ણ જવાબદારી સંભાળી. શોપર્સ સ્ટોપની ગાથા આપણને બીજી મહત્ત્વપૂર્ણ બાબત શીખવે છે. દરેક સફળતા એક વ્યક્તિ દ્વારા એક જ દિવસે ઊભી થતી નથી. ઘણી વખત વ્યવસાયમાં જોડાયેલા લોકો પોતાની કારકિર્દીના અલગ અલગ તબક્કે નવી જવાબદારીઓ સ્વીકારીને સંસ્થાને આગળ વધારે છે. અનુભવ સાથે જવાબદારી વધે છે અને એ અનુભવ સંસ્થાની વૃદ્ધિ માટે ઉપયોગી બને છે.

શોપર્સ સ્ટોપે ગ્રાહકોને માત્ર વસ્તુ ખરીદવાની તક નહીં, પરંતુ ખરીદીનો સમગ્ર અનુભવ આપવાનો પ્રયાસ કર્યો. ગુણવત્તા, સેવા, વિશ્વસનીયતા અને વિવિધતાને કારણે તેણે ભારતીય છૂટક વેચાણ ક્ષેત્રમાં પોતાની અલગ ઓળખ બનાવી. આ સફર બતાવે છે કે પરિપક્વતા, અનુભવ અને ગ્રાહકોની બદલાતી જરૂરિયાતોને સમજવાની ક્ષમતા લાંબા સમય સુધી વ્યવસાયને ટકાવી શકે છે.

હોમ ફર્સ્ટ

હોમ ફર્સ્ટ ફાઇનાન્સની ગાથા પણ પરિપક્વ અનુભવને નવી ઉદ્યોગસાહસિક પહેલ સાથે જોડવાનું ઉત્તમ ઉદાહરણ છે. આ કંપનીની સ્થાપના 2010માં જેરી રાવ, પી. એસ. જયકુમાર અને મનોજ વિશ્વનાથન દ્વારા કરવામાં આવી હતી. આ સ્થાપકોની ઉંમર અને કારકિર્દીનો અનુભવ તેમની પહેલ માટે મહત્ત્વપૂર્ણ આધાર બન્યા. કંપનીનો મુખ્ય ઉદ્દેશ સામાન્ય અને મધ્યમ આવક ધરાવતા પરિવારોને ઘર ખરીદવા અથવા ઘર બાંધવા માટે નાણાકીય સહાય પૂરી પાડવાનો હતો.

પી. એસ. જયકુમારની કારકિર્દી ખાસ નોંધપાત્ર છે. તેઓ લાંબા સમય સુધી બેંકિંગ અને નાણાકીય ક્ષેત્રમાં રહ્યા હતા અને સિટીબેંકમાં બે દાયકાથી વધુનો અનુભવ મેળવ્યો હતો. ત્યારબાદ તેમણે ઉદ્યોગસાહસિકતાનો માર્ગ પસંદ કર્યો. 2008માં તેઓ આવાસ ક્ષેત્ર સાથે સંકળાયેલા વ્યવસાયમાં સહસ્થાપક બન્યા અને પછી હોમ ફર્સ્ટ જેવી પહેલ દ્વારા ઓછી અને મધ્યમ આવક ધરાવતા પરિવારો માટે ઘરલક્ષી નાણાકીય સેવાઓના ક્ષેત્રમાં કાર્ય કર્યું.

હોમ ફર્સ્ટે આવા ગ્રાહકોને ધ્યાનમાં રાખીને આવાસ નાણાકીય ક્ષેત્રમાં પોતાનું સ્થાન બનાવ્યું. કંપનીની શરૂઆત પછી તેને રોકાણકારોનો પણ સહકાર મળ્યો અને સમય જતાં તે એક નોંધપાત્ર આવાસ નાણાકીય સંસ્થા બની. આ સફર બતાવે છે કે લાંબા સમયનો વ્યવસાયિક અનુભવ જો ગ્રાહકોની વાસ્તવિક સમસ્યાઓ સાથે જોડાય, તો તે નવી અને અસરકારક ઉદ્યોગસાહસિક તક ઊભી કરી શકે છે.

આ સફળતાનાં ઉદાહરણો દર્શાવે છે કે વ્યવસાય શરૂ કરવા માટે ઉંમર કરતાં વિચાર વધુ મહત્ત્વનો છે. યુવાનીમાં શરૂઆત કરવી ચોક્કસપણે એક તક હોઈ શકે છે, પરંતુ સફળતા માટે માત્ર યુવાની પૂરતી નથી. અનુભવ, બજારની સમજ, ગ્રાહકોની જરૂરિયાતોનું જ્ઞાન, નાણાકીય શિસ્ત, ધીરજ અને સતત પ્રયત્નો લાંબા ગાળાની સફળતાના સાચા આધારસ્તંભ છે.

આ તમામ ઉદાહરણો ખાસ કરીને એવા લોકો માટે પ્રેરણાદાયી છે, જેઓ માને છે કે તેમની ઉંમર વધી ગઈ છે અને હવે નવી શરૂઆત શક્ય નથી. હકીકતમાં, જીવનનાં અગાઉનાં વર્ષોમાં મેળવેલો અનુભવ ઘણી વખત નવી શરૂઆતની સૌથી મોટી મૂડી બની શકે છે.

યોગ્ય વિચાર, યોગ્ય સમય, ગ્રાહકોની જરૂરિયાતની સમજ અને તેને સાકાર કરવાની અડગ ઇચ્છા હોય તો જીવનના કોઈ પણ તબક્કે સફળતાની નવી સફર શરૂ કરી શકાય છે. અંતે કહી શકાય કે સફળતાની કોઈ નિશ્ચિત ઉંમર હોતી નથી; સફળતા માટે યોગ્ય વિચાર અને તેને સાકાર કરવાની હિંમત હોવી જરૂરી છે. ઉંમર તો જીવનનો એક આંકડો છે.