

सफल बिजनेस के पंङे



एन. रघुरामन

सफल बिजनेस के फंडे

एन. रघुरामन



प्रभात प्रकाशन, दिल्ली™

ISO 9001 : 2008 प्रकाशक



अनुक्रम

दो शब्द

आभार

1. समय के साथ चलें और आगे बढ़ें
2. सीखने के लिए अनुभव एकत्र करें
3. मकसद रहित जीना भी कोई जीना है
4. मन के हारे हार है मन के जीते जीत
5. अपनी परेशानियों के लिए भी थोड़ा वक्त निकालें
6. दूसरों को दोष देने से बचें
7. अपनी जिंदगी पर दूसरों का अधिकार न होने दें
8. हर नाकामी को सफलता में बदल सकते हैं
9. अपने ज्ञान को बढ़ाते रहें
10. उधार लेनेवाले सभी लोग धोखेबाज नहीं होते
11. अगर क्षमता न हो तो महत्वाकांक्षा न पालो
12. समस्या का सामना शांति से करें
13. दिल का दरवाजा खुला रखें
14. हृदय की देखभाल करें
15. आत्मविश्वास है पहली शर्त
16. सफलता के साथ विफलता की धूप भी झेलनी पड़ती है
17. धैर्य व आत्मविश्वास सफलता की कुंजी
18. सपने को साकार करने का लें संकल्प
19. सपनों को संभव बनाने की इच्छाशक्ति जगाएँ
20. आसान बनाएँ हर व्यवस्था को
21. समाधान का जरिया नया नजरिया
22. बन सकती है पहचान छोटी दुकान से भी
23. जादू भरे बोल 'आपको बहुत-बहुत धन्यवाद,
24. सैद्धांतिक ज्ञान ही काफी नहीं

25. सफलता के लिए दूरगामी सोच जरूरी
26. एक गलत कदम और साख खत्म
27. सवा सेर बनने की कोशिश करो
28. आज भी सार्थक है चाणक्य-नीति
29. सुनिश्चित कार्य-योजना जरूरी है
30. समय को अपने अनुकूल करें
31. नई शैली + नई सोच = सफलता
32. सफलता के लिए कॉमन सेंस जरूरी
33. धन से बड़ा काम करती है प्रेरणा
34. जरूरत से ज्यादा की इच्छा न करें
35. उपयोगी विचार तेजी से फैलते हैं
36. सोच-विचारकर ही राय जाहिर करें
37. अपने कार्यक्षेत्र में सर्वश्रेष्ठ बनें
38. जितना गुड़ डालोगे उतना मीठा होगा
39. बाजार के मुताबिक डिग्री करें
40. समझें ग्राहक और बाजार का मूड
41. उपभोक्ता को समझकर प्रोडक्ट करें लॉन्च
42. कारोबार की सफलता का राज
43. कारोबारी रणनीति बनाने का सही तरीका
44. ग्राहकों की सेवा सर्वोपरि
45. ग्राहकों से तालमेल बनाए रखें
46. बेचने से पहले उत्पाद के लाभ और फीचर्स बताएँ
47. समाज-सेवा से भी बिक्री बढ़ती है
48. जितने ज्यादा उपभोक्ता उतना अधिक लाभ
49. सफलता की कहानी दोहराने में देरी न करें
50. कहीं से भी मिल सकता है आइडिया
51. रिटेल बिजनेस ग्राहकों का टोटा नहीं पड़ने देगा
52. बिजनेस में सफलता के रास्ते अनेक
53. बाजार पर पकड़ बनाने का गुर

54. वरिष्ठ ग्राहकों को भी अहमियत दें
55. बड़े काम की है ईमानदारी
56. बाजार की नब्ज़ को पहचानें
57. प्रतिभा पर निवेश करें
58. काम की सही मार्केटिंग से मिलता है वांछित मूल्य
59. लाभ के लिए ग्राहक के पास जाएँ
60. लालसा बेचने की ज़िम्मेदारी
61. ग्रामीण बाजार में छिपी संभावनाएँ पहचानें
62. वरदान है विशाल जनसंख्या
63. व्यापार में कोई शॉर्टकट नहीं
64. उद्यमिता के लिए किताबी ज्ञान काफी नहीं
65. असंतुष्ट ग्राहक पर पहले ध्यान दें
66. व्यापार बन सकता है समस्या का समाधान

दो शब्द



प्रसिद्ध ब्रिटिश दार्शनिक लॉरेंस स्टेम ने 17वीं सदी में कहा था, 'ज्ञान की भूख समृद्धि की भूख की तरह होती है। जितनी मिलती है, भूख उतनी ही बढ़ती जाती है।', लॉरेंस स्टेम की यह छोटी बात बड़ा इशारा करती है। आज का युग ज्ञान का युग है। चहुँओर फैले ज्ञान के इस असीम सागर से कुछ मोती चुनकर लाना आसान नहीं होता। वक्त की आपाधापी में हम अपने बीच ही घटनेवाली कुछ बातों को अनदेखा कर जाते हैं। कुछ ऐसे भी लोग हैं जो इन्हीं बातों का मतलब गहराई से समझते हैं और दूसरों को वही अर्थ सरल भाषा में समझाते हैं। ऐसे ही मानकों पर खरा उतरता है एन. रघुरामन का 'मैनेजमेंट फंडा'। भारी और लच्छेदार वाक्यों का इस्तेमाल किए बगैर, जीवन की हकीकत और जीवन प्रबंधन की कला आम पाठकों तक पहुँचाने का सहज माध्यम साबित हुआ है, दैनिक भास्कर और दिव्य भास्कर का नियमित स्तंभ, 'मैनेजमेंट फंडा'।

वर्ष 2003 में विविध क्षेत्रों से जुड़ी जानकारीयों सहज-सरल भाषा में आम पाठकों तक पहुँचाने के लिए 'मैनेजमेंट फंडा' की शुरुआत हुई। धीरे-धीरे यह स्तंभ लोकप्रियता के नित नए सोपान चढ़ता गया। यहाँ तक कि साल के 365 दिन पाठकों को इसका इंतजार रहने लगा। आज यह स्तंभ गागर में सागर की तर्ज पर ज्ञान समेटे हुए है। इसकी मदद से जीवन के विभिन्न क्षेत्रों और स्थितियों को देखने का नजरिया विकसित होता है। जीवन का कोई क्षेत्र शायद ही रघुरामन की नजर से बचा हो। यह पुस्तक उनके आठ वर्षों में प्रकाशित स्तंभों का चुनिंदा संग्रह है। उम्मीद है कि पुस्तक विभिन्न उम्रवय के पाठकों में मूल स्तंभ की तरह ही लोकप्रिय होगी और उन्हें विभिन्न स्थितियों में आगे बढ़ने की राह दिखाएगी।

—रमेश चंद्र अग्रवाल

अध्यक्ष

भास्कर समूह

आभार

मेरे द्वारा लिखित स्तंभों का इस पुस्तक के रूप में आना कई शुभचिंतकों के सहयोग से ही संभव हो सका है। सबसे पहले मैं दैनिक भास्कर समूह के प्रबंध निदेशक, श्री सुधीर अग्रवाल का आभार व्यक्त करना चाहूँगा, जिन्होंने मुझमें विश्वास व्यक्त किया कि मैं साल के 365 दिन और सालो-साल किसी एक विषय पर लगातार लिख सकता हूँ। उनकी प्रतिबद्धता और मुझमें विश्वास ने मुझे अभिव्यक्ति के लिए मंच प्रदान किया। मैं विज्ञापन पश्चात करने के दबाव से मुक्त होकर निरंतर लेखन कर पा रहा हूँ और इससे मुझे करोड़ों पाठकों का असीम प्रेम मिल रहा है।

अपनी पत्नी प्रेमा और बेटी निशेविता, जिसके क्रमिक विकास से मुझे मैनेजमेंट के नए सिद्धांत और सूत्र मिले, की धैर्यपूर्ण भागीदारी के प्रति भी मैं आभार प्रकट करना चाहूँगा। दैनिक भास्कर और डी.एन.ए. समूह के वरिष्ठजनों और सहयोगियों की चिंतनशील सोच और सहयोग के बिना मेरे लेखन को सार्थकता नहीं मिलती; इन सबका मैं कृतज्ञ हूँ—सर्वश्री रमेश चंद्र अग्रवाल, सुधीर अग्रवाल, गिरीश अग्रवाल, पवन अग्रवाल, के.यू. राव, आर. जगन्नाथन, राजकुमार केसवानी, एन.के. सिंह, विजय शंकर मेहता, निहार रंजन सक्सेना, रवींद्र सोनी, गीत चतुर्वेदी, किशोर राठौर, कल्पित मानकिकर, देवेंद्र गोरेगाँवकर, नारायण साहू।

समय के साथ चलें और आगे बढ़ें

अगर मैं सलाह दूँ कि आग्लोलेसंस (प्रचलन, प्रयोजन से बाहर या निरर्थक) की स्थिति का सामना करने के लिए आप पहले से ही तैयारी शुरू कर दें, तो लोग कह सकते हैं कि मैं सठिया गया हूँ।

दरअसल, सुनियोजित अप्रयोजन एक कारोबारी रणनीतिक शब्द है। इसका इस्तेमाल एक प्रोडक्ट के लिए उस समय किया जाता है, जब वह निर्माण के चरण में होता है। इसका उद्देश्य यह है कि एक निर्माता पुराने उत्पाद की जगह जब नया उत्पाद लाए, तो उपभोक्ता उसे खरीदने को प्रेरित हों। आमतौर पर गारमेंट उद्योग जगत् में फैशन के प्रभाव के चलते इस तरह का रुझान देखने को मिलता है।

उदाहरण के लिए पिछले साल का स्कट्स इस साल के नए मॉडल या फैशन के कारण प्रचलन से बाहर हो गया है, लेकिन अगर निर्माता पुराने प्रोडक्ट की जगह लेने के लिए नए उत्पादों का उत्पादन जारी रखते हैं, तो ऐसे भी हालात आ सकते हैं कि ग्राहक उसे पूरी तरह खारिज कर दें, यानी खरीदना ही बंद कर दें।

इसी संदर्भ में हम मानव संसाधन की चर्चा भी कर सकते हैं। हर इंसान को अपने हुनर के नकारा साबित होने से पहले ही उससे निपटने की तैयारी करके रखनी चाहिए। किसी कंपनी में 25 साल पहले आप जो कर रहे थे, उसी ढर्रे पर आज भी चलते रहते हैं तो आप साल-दर-साल अपनी वेतन-वृद्धि को किस आधार पर तर्कसंगत ठहरा सकते हैं? माना कि 20 साल पहले आप किसी दवा कंपनी में एक दिन की एक पाली में 2000 इंजेक्शन की शीशी तैयार किया करते थे और आज भी उतना ही करते हैं, तो आप खुद सोच सकते हैं कि ऐसे में कंपनी वित्तीय रूप से भला कैसे सक्षम हो सकती है?

इसी आधार पर मार्केटिंग गुरु फिलिप कोटलर कहते हैं कि किसी प्रोडक्ट के लिए सुनियोजित अप्रयोजन सामानों और सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार लाएगा। इस तरह हार्वर्ड यूनिवर्सिटी के प्रोफेसर कहते हैं कि अगर मानवीय हुनर में सुनियोजित अप्रयोजन का नियम लागू किया जाए तो मौजूदा कार्यबल में ही बेहतर और कामकाज की अनूठी प्रणाली का विकास किया जा सकता है।

फंडा यह है कि कोई उत्पाद हो या कर्मचारी या कि वर्क फोर्स, उसे समय के साथ उपयोगी, कार्यकुशल, सक्षम और प्रभावशाली बनाए रखने की निरंतर कोशिश करते रहना चाहिए। इससे न केवल कंपनी के अंदर कामकाजी माहौल बना रहेगा, बल्कि एक व्यक्ति हो या उत्पाद, कंपनी प्रगति के पथ पर अग्रसर रहेगी। समय की आवाज को सुनें और उसके साथ चलें।

सीखने के लिए अनुभव एकत्र करे

आजकल की मार्केटिंग प्रक्रिया उपभोक्ता के अनुभवों पर आधारित रणनीति को ध्यान में रखते हेतु तैयार की जाती है। उपभोक्ता के अनुभवों की फीडबैक हासिल करने के लिए सीमित दायरे में पायलट टेस्ट किए जाते हैं और प्रशंसा जानकारी के आधार पर उत्पाद में और सुविधाएँ जोड़ने के अलावा अन्य सुविधाएँ दी जाती हैं। इसके बाद ही संबंधित उत्पाद को विस्तृत पैमाने पर उपभोक्ता के समक्ष पेश किया जाता है। इसके तमाम उदाहरण आज मौजूद हैं। रीयल इस्टेट से जुड़े लोग फर्निशड अपार्टमेंट के मॉडल पहले पेश करते हैं, जिसमें बाग-बगीचे से लेकर आधुनिक दौर की सारी सुविधाएँ दिखाई जाती हैं। अंतरराष्ट्रीय कंपनी गूगल ने अपने नए नेट ब्राउजर क्रोम के वास्तविक वर्जन को उतारने से पहले सीमित उपभोक्ता से उसके बारे में जानकारी एकत्र की। कार निर्माता कंपनियाँ सीमित कोई मॉडल पेश करने से पहले चुनिंदा लोगों से उसे ड्राइव कराकर राय लेती हैं, फिर उसे बाजार में व्यापक स्तर पर उतारा जाता है। मोबाइल सहित तमाम कंपनियाँ ऐसा कर रही हैं। बिहार में कोसी नदी में आई बाढ़ से उत्पादन हुई जल-प्रलय जैसी स्थिति के बाद अब बारी ब्रह्मपुत्र नदी की है। असम के अभिशाप के रूप में जानी जाने वाली ब्रह्मपुत्र नदी ने एक बार फिर लाखों लोगों को बेघर कर दिया है। असम के लोग हर साल ब्रह्मपुत्र के कोप को झेलते हैं और उससे प्रशंसा अनुभवों ने उन्हें बचाव के कुछ रास्ते भी सुझा दिए हैं। इससे विभीषिका का प्रभाव थोड़ा कम हो जाता है। बिहार में आई बाढ़ पिछली एक सदी में आई भीषणतम बाढ़ है, जिसने व्यापक स्तर पर तबाही मचाई है। हमने ज्योग्राफी में पढ़ा है कि जापान में किस तरह भूकंप आते रहते हैं और वहाँ के लोगों ने इस प्राकृतिक आपदा में जान-माल के नुकसान को कम करने के लिए आवास-निर्माण से लेकर जीवन-शैली तक में व्यापक फेरबदल किए हैं। ऐसे में भूकंप आने पर वे आपदा प्रबंधन के मामले में काफी बेहतर साबित होते हैं। उन्होंने अपने अनुभव से अधिकतम फायदा उठाने की योजनाएँ तैयार की हुई हैं। इस क्रम में मेरी बेटी ने जब मुझसे इतिहास में अपनी रुचि न होने की बात कही तो मैंने उसे डॉट और प्यार से समझाने की कोशिश की। इसकी वजह इतिहास की उपयोगिता वास्तविक अनुभव के बेहतर विकल्प के तौर पर होना थी। तमाम वैश्विक संगठन लाखों रुपए खर्च कर अपने कर्मचारियों के अनुभवों को एकत्र कर रहे हैं। हर उम्र, लिंग, प्रष्टभूमि, क्षेत्रीयता के आधार पर उनके अनुभव संस्था के आगे बढ़ते में मददगार साबित होंगे। कर्मचारी कंपनी के इतिहास से परिचित हो, इसे गाइडलाइन के तौर पर इस्तेमाल कर सकेंगे। सबसे बड़ी बात, डाटा के रूप में एकत्र अनुभव निकट भविष्य में कंपनी के लिए अच्छे-बुरे निर्णय के भेद में मददगार रहेंगे।

फंडा यह है कि शिक्षा, सेवा, सरकारी, राष्ट्रीय, वैश्विक स्तर के बड़े संस्थान वही हैं, जो हर्षसंभव तरीके से अपने लोगों के अनुभवों से प्रभावी ढंग से फायदा उठाने की कोशिश में हैं। बोर्ड मेंबर्स, लीडर्स और महत्त्वपूर्ण लोगों के संयोजन में इसका अक्स प्रतिबिंबित होता है। अनुभवों का यही खजाना दीर्घकालिक स्तर पर उन्हें महान् बनने में मददगार बनता है।

मकसद रहित जीना भी कोई जीना है

अभी कुछ समय पहले मैंने सिफी साइट पर कुछ ऐसे प्रेरणास्पद आलेख पढ़े, जिसमें अपने कामकाज से अलग हटकर आईटी पेशेवरों द्वारा किए जा रहे क्रियाकलापों के बारे में बताया गया है। यहाँ बताना जरूरी है कि आईटी पेशेवरों के बारे में आम राय यह होती है कि वे खूब पैसा कमानेवाले होते हैं और इसके पीछे इतने पागल होते हैं कि बाकी समाज से इनका कुछ लेना-देना नहीं होता। दूसरे शब्दों में, ये सामाजिक दृष्टि से अनफिट होते हैं। लेकिन जिन पेशेवरों के बारे में आलेख पढ़ा, वे अपनी इस रूढ़ छवि को तोड़ते दिखते हैं। कुछ आईटी पेशेवर झूठी के अलावा अपना बहुमूल्य समय समाज की सेवा में समर्पित कर रहे हैं।

उदाहरण के लिए एक वेब-डेवलपर नोएल सेक्रवेरिया ने एक वेबसाइट तैयार की है, जो मुंबई में रक्तदाताओं और इसके जरूरतमंदों के लिए कॉमन प्लेटफॉर्म का काम करती है। इस पोर्टल का नाम है—इब्ल्यूइब्ल्यूइब्ल्यू डॉट मुंबई ब्लडडोनर्स डॉट ऑर्ग। एक दूसरा उदाहरण मयूर गुणवत्ता का है। इन्होंने किसानों को लक्षित क्षेत्रीय भाषा में हेंडस-फ्री वायस एंक्राइरी सिस्टम का विकास किया है। इस सिस्टम के जरिए किसान इंटरनेट से कृषि-उत्पादों की मौजूदा बाजार कीमत की जानकारी हासिल कर सकते हैं। वे अपने सवालों के जवाब भी प्राप्त कर सकते हैं। इनकी जानकारी कंप्यूटर उनकी आवाज के निर्देश को पहचानकर स्क्रीन पर प्रदर्शित कर देता है। एक अन्य नाम संजीव शर्मा का है, जिन्होंने असम राज्य सड़क परिवहन के लिए एक ऑनलाइन केंद्रीकृत टिकट प्रणाली विकसित की है। सेक्रवेरिया, गुणवत्ता और शर्मा की तरह ऐसे सैकड़ों लोग इस देश में हैं, जो अपनी रोजी-रोटी के लिए काम करने के साथ ही समाज के हित में अपने शौक को जुनून की हद तक पूरा करने में जुटे हैं। जीवन का मतलब यह नहीं है कि अपनी जिंदगी में आपने कितनी दौलत कमाई है, बल्कि यह है कि आपने उस समाज के लिए कितना किया है, जिसमें आप रहते हैं, जिससे कि वह और खुशहाल बन सके।

फंडा यह है कि आप जीवन को यूँ ही व्यर्थ न जानें दे—आप एक मकसद लेकर जाएँ, क्योंकि यह आपके द्वारा कमाई गई दौलत से कहीं अधिक खुशियाँ लाता है।

मन के हारे हार है मन के जीते जीत

पुणे में 'स्मार्ट-इन' नाम का एक होटल है। यहाँ पर दो लोगों को एक रात ठहरने के लिए महज 1200 रुपए का भुगतान करना पड़ता है। इसमें कर और पेट भर ब्रेकफास्ट की कीमत भी शामिल है। मुझे इस होटल के 35 वर्षीय मालिक हर्षद तलेरा, जो चलने-फिरने से लाचार होने की वजह से व्हील चेयर पर चलते हैं, से मिलने का सौभाग्य प्राप्त हुआ। तलेरा ने मुझे ऐसी कहानी सुनाई, जिसे हर बिजनेसमैन सुनना पसंद करेगा। बात यह है कि तलेरा हमेशा अपने सपनों का एक न्यारा सा होटल खोलने का सपना देखा करते थे, जिसमें या तो आदमियों की बिलकुल ही जरूरत न हो या उनकी कम-से-कम आवश्यकता हो।

प्रौद्योगिकी से लैस ऐसे होटल को शुरू करने के लिए तलेरा को हॉस्पिटैलिटी मैनेजमेंट की शिक्षा प्रदान करनेवाली कार्नेल यूनिवर्सिटी की कंसल्टेंसी की जरूरत महसूस हुई। इसमें तकरीबन 20 लाख अमेरिकी डॉलर खर्च होने का अनुमान था।

आपको बताते हुए आश्चर्य हो रहा है कि तलेरा ने इसके लिए अपना सबकुछ दाँव पर लगाया और आखिरकार वे अपने मकसद में कामयाब रहे। वे कार्नेल यूनिवर्सिटी में हॉस्पिटैलिटी मैनेजमेंट के दो वर्षीय कोर्स के छात्र बने और आखिरकार 'ओपनिंग होटल विदाउट मैनपावर आर लेस मैनपावर' नामक प्रोजेक्ट को हाथ में लिया। जो कंसल्टेंट्स उन पर 20 लाख डॉलर का शुल्क लगा रहे थे, आखिरकार इसमें एक फूटी कौड़ी की भी लागत नहीं आई, क्योंकि तलेरा स्वयं एक छात्र थे। उन्होंने प्रोजेक्ट पूरा किया, आला दर्जे से यूनिवर्सिटी पास की और पुणे वापस आकर किसी भी समय में महज तीन प्रबंधकों की मदद से चलने वाले 'स्मार्ट-इन' होटल का निर्माण करने का फैसला किया। पूरे होटल का संचालन कंप्यूटरों, गिज्मो और टेक्नोलॉजी के माध्यम से किया जाता है। यदि आपको कंप्यूटर, क्रियास्क आदि के बारे में जानकारी नहीं है तो आपको इस होटल में रूम हासिल करना तकरीबन नामुमकिन है। हालाँकि हर्षद तलेरा शारीरिक रूप से अपंग हैं, लेकिन मुझे उन्हें देखकर खुद मानसिक अपंगता का अहसास होने लगा।

फंडा यह है कि जीवन के किसी भी क्षेत्र में महारत हासिल करने या सफलता की ऊँचाइयाँ छूने में आपकी शारीरिक अपंगता बाधक नहीं हो सकती, बशर्ते आप मानसिक तौर पर इसके लिए प्रतिबद्ध हों।

अपनी परेशानियों के लिए भी थोड़ा वक्त निकालें

आजकल बेंगलूर में मेरा काफी वक्त गुजरता है। यहाँ पर मैं मॉर्निंग वॉक के लिए लालबाग जाता हूँ और देश में एमटीआर नाम से लोकप्रिय मावली टिफिन रूम नामक सबसे प्रसिद्ध टिफिन सेंटर में नाश्ता करता हूँ। चूँकि यहाँ मैं नियमित रूप से पधारता हूँ, इसलिए यहाँ के एक वेटर वेदव्यास से काफी परिचित हूँ, जो कि अकसर मुझे नाश्ता परोसने की ज़िम्मेदारी संभालता है। मुझे उसका नाम काफी प्रभावित करता है। शायद इसलिए उससे मैं काफी बातें करता रहता हूँ। उससे मैंने उसके परिवार के बारे में और उसके नाम की पैदाइश के बारे में पूछा। शुरुआत में वह अपने नाम को लेकर काफी नाखुश दिखाई पड़ा कि यह पौराणिक कथाओं की उपज है। उसको लगता था कि उसके काम से उसके नाम की जोड़ी जमी नहीं। उसने बताया कि एक ऋषि व्यास हुआ करते थे, जो कि एक दरष्टा थे और भगवान् गणेश कर्ता थे। लेकिन अपने मामले में वह पाता है कि वह दरष्टा के बजाय कर्ता है। वेदव्यास बातें काफी करता था। मैंने उससे एक दिन कहा कि वह रेडियो स्टेशन पर भाग्य क्यों नहीं आजमाता? रेडिया जॉकी के रूप में कन्नड़ कार्यक्रम पेश करता। उसने दलील दी कि इसमें उसका नाम सबसे बड़ा रोड़ा साबित हो रहा है और उसकी प्रगति में यही सबसे बड़ी बाधा है। एक दिन मैंने उसे सुझाव दिया कि वह अपने नाम को बदले बिना क्यों नहीं आधुनिक रूप दे देता? उसको बड़ा धक्का लगा और उसकी समझ में नहीं आया कि क्या कहे? अगले दिन उसने बड़े करीने से मेरा नाश्ता परोसा और जकल बेंगलूर में मेरा काफी वक्त गुजरता है। यहाँ पर मैं मॉर्निंग वॉक के लिए लालबाग जाता हूँ और देश में एमटीआर नाम से लोकप्रिय मावली टिफिन रूम नामक सबसे प्रसिद्ध टिफिन सेंटर में नाश्ता करता हूँ। चूँकि यहाँ मैं नियमित रूप से पधारता हूँ, इसलिए यहाँ के एक वेटर वेदव्यास से काफी परिचित हूँ, जो कि अकसर मुझे नाश्ता परोसने की ज़िम्मेदारी संभालता है।

मुझे उसका नाम काफी प्रभावित करता है। शायद इसलिए उससे मैं काफी बातें करता रहता हूँ। उससे मैंने उसके परिवार के बारे में और उसके नाम की पैदाइश के बारे में पूछा। शुरुआत में वह अपने नाम को लेकर काफी नाखुश दिखाई पड़ा कि यह पौराणिक कथाओं की उपज है। उसको लगता था कि उसके काम से उसके नाम की जोड़ी जमी नहीं। उसने बताया कि एक ऋषि व्यास हुआ करते थे, जो कि एक दरष्टा थे और भगवान् गणेश कर्ता थे। लेकिन अपने मामले में वह पाता है कि वह दरष्टा के बजाय कर्ता है। वेदव्यास बातें काफी करता था। मैंने उससे एक दिन कहा कि वह रेडियो स्टेशन पर भाग्य क्यों नहीं आजमाता? रेडिया जॉकी के रूप में कन्नड़ कार्यक्रम पेश करता। उसने दलील दी कि इसमें उसका नाम सबसे बड़ा रोड़ा साबित हो रहा है और उसकी प्रगति में यही सबसे बड़ी बाधा है। एक दिन मैंने उसे सुझाव दिया कि वह अपने नाम को बदले बिना क्यों नहीं आधुनिक रूप दे देता? उसको बड़ा धक्का लगा और उसकी समझ में नहीं आया कि क्या कहे? अगले दिन उसने बड़े करीने से मेरा नाश्ता परोसा और बड़ी शांति से इंतजार करता रहा कि मैं उसके लिए उसका मूल नाम बदले बिना एक नया नाम दूँ। इस मुलाकात के करीब दस दिन बाद मैं उससे मिला और मैंने उस टिफिन रूम में पाया कि जिस लड़के को उसके साथी वेदव्यास के नाम से पुकारते थे, उसे 'वीवी' कहकर बुला रहे हैं। उसे भी यह नाम आधुनिक लगा और वह लोगों को बारंबार अपना नाम 'वीवी' कहकर बताता है। मैंने उसके चेहरे पर गर्व का भाव देखा। उसने मुझे विश्वास दिलाया कि वह रेडियो जॉकी जॉब के लिए अपनी तरफ से हरचंद कोशिश करेगा।

फंडा यह है कि मानव का स्वभाव है कि वह छोटी-छोटी बातों को लेकर स्वयं को तंग करता रहता है और खुश नहीं हो पाता। मगर थोड़ा सा भी ठहरकर उनके समाधान का रास्ता निकाल ले तो जिंदगी में बिना कोई बदलाव किए और बिना किसी परेशानी के मिनटों में सबकुछ हासिल कर सकता है, जिसकी उसे वर्षों से तलाश रहती है।

दूसरों को दोष देने से बचें

सीनेटर बराक ओबामा अमेरिका के 44वें राष्ट्रपति के रूप में निर्वाचित हो चुके हैं। राष्ट्रपति का पदभार ग्रहण करते ही उनके सामने सबसे बड़ी चुनौती है—विश्व के अगुवा और प्रभावी नेतृत्व के तौर पर अमेरिका की साख को बहाल करना। खासकर वेशविक अर्थव्यवस्था के डाँवाँडोल होने के बाद यह साख बहाली बहुत जरूरी है। वह यह कहकर इस ज़िम्मेदारी से नहीं बच सकते कि 'विद्यमान परिदृश्य के लिए वे नहीं, बल्कि जॉर्ज बुश प्रशासन ज़िम्मेदारी था।'

इस ज़िम्मेदारी को सँभालने के साथ ही निर्वाचित अमेरिकी राष्ट्रपति को इराक और अफगानिस्तान युद्ध, अल कायदा, नाभिकीय खतरे और मौसम में आ रहे बदलाव सरीखे मुद्दों से भी जूझना है। इन मुद्दों के प्रभावी हल के लिए उन्होंने सलाहकारों की एक बेहतरीन टीम का गठन किया है। इसके अलावा सुविचारित सिद्धांतों को अमल में लाने के साथ-साथ क्रिया और प्रतिक्रिया के बीच भी एक संतुलन साधना है। अमेरिकी राष्ट्रपति को अपना क्या कोर्स ऑफ़ एक्सन अपनाना होगा, इस पर भूतपूर्व विदेश मंत्री मैडलिन अलब्राइट ने 'मेमो टू द प्रेसिडेंट—हाऊ वी कैन रिस्टोर अमेरिकाज रेपुटेशन एंड लीडरशिप' लेख में विस्तार से प्रकाश डाला है।

अगर हम इस पूरे लेख पर न भी जाएँ और सिर्फ़ उक्त बातों को ही ध्यान में रखें तो पता चलता है कि अगर आप किसी संस्थान में मैनेजर का पदभार ग्रहण करने जा रहे हैं, तो आप यह नहीं कह सकते हैं कि सारी गलतियाँ पूर्व मैनेजर द्वारा ही की गईं। उस ज़िम्मेदारी पद के विद्यमान कर्ता-धर्ता होने के नाते यह ज़िम्मेदारी आपकी होगी कि आप गलतियों को सुधारें। हममें से कोई भी एक ही स्थिति या पद पर ज्यादा देर तक नहीं रहता। हम सतत विकास करते रहते हैं और इसी के साथ हमारी ज़िम्मेदारियाँ भी बढ़ती जाती हैं।

फंडा यह है कि एक अच्छा प्रबंधक अपनी ज़िम्मेदारियों को दूसरे पर नहीं डाल सकता है। वह दूसरों को दोष नहीं देता।

अपनी जिंदगी पर दूसरों का अधिकार न होने दें

मैं इन दिनों वॉरेन बफेट की किताब 'स्नोबॉल' पढ़ रहा हूँ। वह दुनिया के दूसरे नंबर के रईस और ऐसे दानवीर हैं, जिन्होंने 31 बिलियन डॉलर चैरिटी में दे दिए। एक साक्षात्कार में उन्होंने अपने जीवन से जुड़ी कुछ बेहद रोचक बातें उजागर कीं। उन्होंने बताया कि 11 वर्ष की उम्र में शेयर मार्केट से उन्होंने पहला शेयर खरीदा था, लेकिन इसमें हुई देरी का उन्हें बहुत पछतावा है। फंडा यह है कि अपने बच्चों को निवेश के लिए जरूर प्रोत्साहित करें।

उन्होंने 14 वर्ष की उम्र में अखबार की बिक्री से एकत्र किए गए धन से फार्म खरीदा था। फंडा यह है कि अपने बच्चों को कोई भी बिजनेस शुरू करने के लिए प्रोत्साहित करें।

वह आज भी ओमहा में तीन बेडरूम वाले घर में रहते हैं। यह घर उन्होंने पचास वर्ष पहले खरीदा था। उनके बँगले में न तो बाउंड्री है और न ही किसी तरह की कोई बाड़। फंडा यह है कि आवश्यकता से अधिक खरीदारी कतई न करें।

वह कार स्वयं ड्राइव करते हैं। उनके पास न तो ड्राइवर है और न ही किसी तरह का सुरक्षा दस्ता। फंडा यह है कि आप जो हैं, वही रहें।

वह कभी भी प्राइवेट जेट से सफर नहीं करते हैं, जबकि प्राइवेट जेट बनाने वाली दुनिया की सबसे बड़ी कंपनी उनकी ही है। फंडा यह है कि हमेशा सोचते रहें कि किस तरह वाजिब पैसों में काम किए जा सकते हैं।

उनकी मुख्य कंपनी बर्कशायर हैथवे में कुल 63 कंपनियाँ हैं। वह इन तमाम कंपनियों के सीईओ को वर्ष में सिर्फ एक बार एक पन्ने का पत्र लिखते हैं, जिसमें वर्ष भर के भीतर हासिल किए जाने वाले लक्ष्यों का जिक्र होता है। वह न तो उनके साथ कोई मीटिंग करते हैं और न ही नियमित तौर पर उनके संपर्क में रहते हैं। फंडा यह है कि सही व्यक्ति को सही ज़िम्मेदारी दें।

उन्होंने अपने सीईओ को सिर्फ दो नियमों का पालन करने को कहा है। नियम-1. अपने शेयरहोल्डर के धन को बरबाद न होने दें। नियम-2. पहले नियम को कभी भी न भूलें। फंडा यह है कि लक्ष्य बनाएँ और सुनिश्चित करें कि लोग उसे हमेशा ध्यान रखें।

बफेट को पार्टी-समारोहों का कतई शौक नहीं है। वह फुरसत के वक़्त पॉपकॉर्न खाते हुए टीवी देखना पसंद करते हैं। फंडा यह है कि दिखावे से दूर रहें और जिसमें आनंद आता हो, वह काम करें।

वह सेलफोन नहीं रखते हैं और उनकी डेस्क पर कंप्यूटर भी नहीं है। दुनिया के सबसे धनी व्यक्ति बिल गेट्स ने पाँच वर्ष पहले उनसे पहली बार मुलाकात की थी, क्योंकि उन्हें लगता था कि उन दोनों में एक भी समानता नहीं है। फिर भी गेट्स ने बफेट से मीटिंग के लिए 30 मिनट रखे थे, जिसके बाद उन्हें एक बेहद जरूरी मीटिंग में शामिल होना था। हालाँकि वह आधा घंटे की मुलाकात दस घंटे तक चली और गेट्स उनके मुरीद हो गए।

वॉरेन बफेट युवाओं को नसीहत देते हुए कहते हैं, 'क्रेडिट कार्ड से दूर रहो। पैसा इनसान की रचना नहीं कर सकता। जीवन को साधारण तरीके से जियो। जो दूसरे कहें, वही मत करो; हाँ, उनकी बात ध्यान से सुनो, लेकिन करो वही, जो तुम्हे अच्छा लगे। ब्रांड पर मत जाओ, जिसे पहनकर आराम मिले, वे कपड़े पहनो। अनावश्यक खर्च से बचो, आवश्यकता पर बुद्धिमानी से पैसा खर्च करो। यह तुम्हारी अपनी जिंदगी है, फिर दूसरों को उस पर शासन करने का मौका क्यों दें?

फंडा यह है कि जिंदगी बेहद सरल है, बशर्ते उसे दिखावे से दूर, सरलता से जिया जाए। इसके लिए अपने मन की बात सुनें और दूसरों को अपने पर हावी न होने दें।

हर नाकामी को सफलता में बदल सकते हैं

बायोकाॅन लिमिटेड की किरण मजूमदार शाॅ का कहना है कि पराजय अस्थायी होती है, लेकिन उसके आगे हार मान लेना स्थायी होता है। उन्हें अपने जीवन की पहली चुनौती का सामना मेडिसिन की पढ़ाई में प्रवेश न मिलने के रूप में करना पड़ा। ऐसे में उन्हें मजबूरी में बायोलॉजी में स्नातक की पढ़ाई करनी पड़ी। अब आप समझ सकते हैं कि बायोकाॅन का उद्भव कहाँ से हुआ!

उनके जीवन की दूसरी सबसे बड़ी नाकामी तब सामने आई, जब वह ब्रुअर का कोर्स कर रही थीं। उन्होंने यह कोर्स अपने पिता के प्रोत्साहन पर किया था, लेकिन उन्हें महज एक महिला होने के कारण इस क्षेत्र में नौकरी नहीं मिली। इस क्षेत्र में महिलाओं की अनुपस्थिति अपने आप में किसी आश्चर्य से कम नहीं थी। यह वह समय था, जब उन्होंने उद्यमी बनने का निर्णय लिया और बायोकाॅन सामने आई। अपने इसी अनुभव के बलबूते वह सगर्व कहती हैं कि आप जब किसी चुनौती से पार पाते हैं तो अपने भीतर गहरे आत्मविश्वास का अनुभव करते हैं।

वे अपनी बात स्पष्ट करते हुए कहती हैं, 'उन दिनों से मैंने नाकामियों का सामना उसकी आँखों में आँख डालकर करना शुरू किया। अब तो मेरे लिए यह रोजमर्रा की बात बन चुकी है; क्योंकि रिसर्च का काम जबरदस्त जोखिम से भरा हुआ है।' वे यह बात इसलिए कह सकती हैं, क्योंकि वैश्विक स्तर पर किसी ड्रग की खोज से जुड़ी सफलता की दर बहुत अधिक नहीं है। इसके बावजूद बायोकाॅन के अस्सी प्रतिशत रिसर्च प्रोग्राम अपनी गति से आगे बढ़ रहे हैं। सच तो यह है कि बायोकाॅन ने अपने कैंसर ड्रग को वर्ष 2006 की शुरुआत में ही लॉन्च कर दिया था। इस तरह से वह इस क्षेत्र में पहल करनेवाली उद्यमी के तौर पर भी जानी जाती हैं। यही नहीं, बायोकाॅन उन चंद कंपनियों में से एक है जो मरीजों की सेवा और मुनाफे की राह ताकते शेयरहोल्डरों में एक संतुलन कायम रखे हुए है। कोई आश्चर्य नहीं है कि किरण शाॅ इसी वजह से अगले पाँच वर्षों में बायोकाॅन को एक बिलियन डॉलर की कंपनी बनाने को लेकर पूरी तरह से आश्वस्त हैं।

फंडा यह है कि नाकामी को हर बार सफलता में बदला जा सकता है, बशर्ते आपके पास दृढ़ता और समर्पण हो।

अपने ज्ञान को बढ़ाते रहें

एक कंपनी के लिए पाँच वर्षों से पेड़ काटने का काम करने वाले जॉन को एक बार भी वेतन-वृद्धि नहीं मिली थी। उसी कंपनी ने बिल को नौकरी पर रखा और एक वर्ष के भीतर ही उसके वेतन में इजाफा कर दिया। इससे जॉन में बहुत रोष पनपा।

अपने असंतोष को जाहिर करने के लिए वह कंपनी के बॉस के पास गया और अपनी सारी बात रखी। उसकी पूरी बात सुनने के बाद बॉस बोले, 'आज भी तुम उतने ही पेड़ काट रहे हो, जितने पाँच वर्ष पहले काटा करते थे। हमारी कंपनी परिणाम चाहती है और हम तुम्हारे वेतन में भी खुशी-खुशी इजाफा करेंगे, बशर्ते तुम्हारी उत्पादकता में इजाफा हो।' यह सुनकर जॉन लौट आया और दोगुने उत्साह के साथ पेड़ काटने लगा। इसके लिए वह समय की भी परवाह नहीं करता था। इसके बावजूद उसके द्वारा काटे गए पेड़ों की संख्या में कोई वृद्धि नहीं हुई। यह देख वह अपने बॉस के पास फिर गया और अपनी दुविधा से अवगत कराया। अब बॉस ने उसे बिल के पास जाने की सलाह देते हुए कहा, 'देखो, शायद तुम्हारी समस्या का हल बिल के पास हो!' जॉन गया और बिल से बोला कि 'तुम इतने सारे पेड़ों की लकड़ियाँ कैसे काट लेते हो?' जवाब में बिल बोला, 'एक पेड़ काटने के बाद मैं दो मिनट के लिए रुकता हूँ और अपनी कुल्हाड़ी की धार तेज करता हूँ। तुमने अपनी कुल्हाड़ी की धार आखिरी बार कब तेज की थी?'

यह सुनते ही जॉन पूरा मामला समझ गया और उसे अपने प्रश्न का जवाब भी मिल गया था। इससे यह सबक मिलता है कि यदि आप अपनी कंपनी के सबसे पुराने कर्मचारी हैं तो सिर्फ इसी कारण वेतन-वृद्धि और पदोन्नति के हकदार नहीं हो जाते। यही नहीं, इसके अलावा जो एक और बात अनुभरित है, वह यह है कि कितनी बार तुमने अपने ज्ञान को धार दी है, कितना अपने ज्ञान में इजाफा किया है, कौन-कौन से शॉर्ट कोर्स किए हैं, कितने सेमिनार अटेंड किए हैं और दिग्गजों के भाषण सुने हैं? अपने कार्य में और उत्पादकता बढ़ाने के लिए और कितने जतन किए हैं?

फंडा यह है कि अगर आप अपना तेज विकास चाहते हैं तो समय-समय पर अपने ज्ञान में इजाफा करते जाएँ। जितनी तेजी से आप ज्ञान में इजाफा करेंगे, उतनी ही तेजी से आगे बढ़ेंगे।

उधार लेनेवाले सभी लोग धोखेबाज नहीं होते

वर्जिन एयरवेज के सर्वेसर्वा रिचर्ड बैसन एक दिन अफ्रीकी द्वीप समूह में स्थित अपने निजी द्वीप पर गए हुए थे। अचानक उनका सामना समीप के एक गाँव की महिला से हुआ, जो चटख लाल और पीले रंग की वजुलू गाऊन पहने हुए थी। वह उन्हें देखते ही संकोची स्वर में बोली, 'मि. रिचर्ड, क्या आप सिलाई मशीन खरीदने के लिए मुझे कुछ पैसा उधार देंगे?' इसके बाद उसने आगे बताया कि वह एक दक्ष सिलाई कर्मी है और उसे अपना व्यवसाय आगे बढ़ाने के लिए सिलाई मशीन खरीदनी है, जिसके लिए उसे धन उधार चाहिए।

रिचर्ड की जिंदगी में कई लोग ऐसे आए थे, जिन्होंने कभी-न-कभी किसी-न-किसी काम के लिए धन उधार लिया था और कभी वापस नहीं किया। चूँकि रिचर्ड उस महिला को नजरअंदाज नहीं कर सकते थे, तो उन्होंने पूछा, 'कितने धन की जरूरत है?' तुरंत ही महिला का जवाब आया कि उसे 300 अमेरिकी डॉलर चाहिए और वह रकम तीन महीने में लौटा देगी।

रिचर्ड ने उसे उतना धन दे दिया और यह सोचते हुए चले आए कि उस महिला से अब उनकी दोबारा मुलाकात नहीं होनेवाली है। उनकी यह सोच सही भी थी, वह उस महिला से फिर कभी नहीं मिले। लेकिन तीन महीने बाद, जब उस महिला ने धन लौटाने का वादा किया था, उन्हें उस महिला के गाँव से एक कम्यूनिटी सेंटर के उद्घाटन का निमंत्रण मिला। वह उस कार्यक्रम में पहुँचे, जहाँ उनका स्वागत आधा दर्जन महिलाओं ने किया। उन्होंने रिचर्ड को परंपरागत पोशाकें और शानदार सूती तकिए के कवर उपहार-स्वरूप दिए।

इतना ही नहीं, रिचर्ड को तब और आश्चर्य हुआ, जब महिलाओं ने उन्हें 300 अमेरिकी डॉलर वापस किए। अचंभित रिचर्ड ने उन महिलाओं से पूछा कि वह महिला कहाँ है जिसने उनसे धन उधार लिया था? इस पर उन महिलाओं ने जवाब दिया, 'मि. रिचर्ड, इसके लिए हम क्षमा चाहते हैं कि वह व्यक्तिगत तौर पर आपसे मिलने नहीं आ सकीं, क्योंकि वह हमारे द्वारा तैयार किए गए सामान को बेचने बाजार गई हैं।' इसके बाद रिचर्ड यह सोचते हुए अपनी कार की ओर बढ़ गए कि उन्होंने जिन-जिन लोगों को धन उधार दिया, सभी धोखेबाज नहीं थे।

फंडा यह है कि उधार के पैसे लौटाने के मामले में सभी धोखेबाज नहीं होते। कुछ मजबूरीवश नहीं लौटा पाते, तो कुछ आपसे फिर मुलाकात न हो पाने के कारण भी धन वापस नहीं कर पाते हैं।

अगर क्षमता न हो तो महत्वाकांक्षा न पालो

यह कहानी संतश्री नामदेव की है, जिन्हें भगवान् पांडुरंग का आशीर्वाद पश्चात् था। चूँकि वह भगवान् पांडुरंग के प्रिय शिष्य थे। उनके मन के किसी कोने में भगवान् बनने की महत्वाकांक्षा पनप रही थी। इसे भगवान् पांडुरंग ने भी समझ लिया था। एक दिन उन्होंने नामदेव से कहा, 'प्रिय नामदेव, मुझे जनभाई के यहाँ भोजन पर जाना है और आज भक्तों की भी जबरदस्त भीड़ है। क्या तुम मेरी जगह मूर्ति की तरह कुछ देर स्थिर खड़े रह सकते हो, मैं जल्दी से भोजन कर वापस लौट आऊँगा?' नामदेव ने इस पर उन्हें आश्चर्य करते हुए कहा कि वह उनके लिए कुछ भी कर सकते हैं। नामदेव ने यह भी कहा कि उनके लिए यह तो सम्मान की बात है कि वह उनकी जगह खड़े रहेंगे। इस काम के लिए तो कोई भी मना नहीं करेगा।

भगवान् पांडुरंग के जाने के बाद नामदेव उनके स्थान पर स्थिर खड़े हो गए। शुरुआती एक घंटे तो उन्हें गर्व की अनुभूति के साथ-साथ मजा आता रहा, लेकिन उसके बाद उन्हें पैरों में भारीपन और सुन्नता का अहसास होने लगा। हालाँकि वे अपनी जगह से न तो हिले और न ही उन्होंने पैर को खुजलाने का प्रयास किया। उधर भक्तों की लाइन थी, जो कम होने का नाम ही नहीं ले रही थी। इसी बीच उन्हें अपने पैरों पर चीटियाँ रेंगती दिखाई पड़ीं। अब वह भगवान् को याद करने लगे कि वे जल्दी आएँ और उन्हें बचाएँ। भगवान् पांडुरंग एक कोने में खड़े उन्हें देख रहे थे। वे नामदेव के पास आए और बोले, 'मेरे बच्चे! तुम तो भगवान् बनना चाहते थे, फिर अब मना क्यों कर रहे हो? मैं हमेशा अपना पद इच्छुक लोगों के लिए छोड़ने को तैयार रहता हूँ। हालाँकि यह ध्यान रखना कि पहले उस पद के योग्य बनो, फिर उसकी महत्वाकांक्षा पालो।'

फंडा यह है कि भला ऐसा कौन है जो मैनेजर, डायरेक्टर या मैनेजिंग डायरेक्टर नहीं बनना चाहता? प्रश्न यह उठता है कि क्या हम उसके लायक हैं? अगर हैं, तो हमें ऐसी इच्छा करने का अधिकार है।

समस्या का सामना शांति से करें

कुछ महीने पहले की बात है। सिडनी एयरपोर्ट पर वर्जिन एयरलाइंस की उड़ान रद्द कर दी गई थी और एक अकेली अटेंडेंट परेशान यात्रियों की री-बुकिंग कर रही थी। अचानक क्रोध से फुफकारता एक व्यक्ति यात्रियों को धकेलता हुआ डेस्क पर पहुँचा और अपना टिकट फेंकते हुए बोला, 'मुझे इसी फ्लाइट में स्थान दिया जाए और वह भी फ्रूट क्लास में।' इस पर अटेंडेंट बोली, 'सर, मैं माफी चाहूँगी। मुझे आपकी मदद करके खुशी ही होगी, लेकिन पहले मैं इन यात्रियों की समस्या का समाधान कर दूँ। मुझे विश्वास है कि हम किसी-न-किसी हल तक पहुँच जाएँगे।' अटेंडेंट की विनम्रता का यात्री पर कोई असर नहीं पड़ा और अपने पीछे खड़े यात्रियों को सुनाने के लिए चीखते हुए बोला, 'तुम्हे मालूम है कि मैं कौन हूँ?' यह सुनते ही अटेंडेंट ने यात्रियों को संबोधित करने के लिए रखा माइक अपनी ओर खींचा और बोली, 'महोदय, मैं आपका ध्यान चाहती हूँ। कृपया मेरी बात गौर से सुनें। (उसकी आवाज अब टर्मिनल में गूँजने लगी थी।) हमारी डेस्क 14 के पास एक सज्जन खड़े हैं, जिन्हें नहीं मालूम है कि वे कौन हैं? यदि कोई उनकी पहचान को खोजने में उनकी मदद कर सकता है, तो कृपया डेस्क 14 पर तथरीफ ले आए।' यह सुनते ही उस व्यक्ति के पीछे खड़े यात्री हँसने लगे और उस क्रोधित यात्री ने आगबबूला होते हुए अटेंडेंट को भद्दी सी गाली दे डाली। गाली सुनकर भी वह अटेंडेंट मुसकराते हुए बोली, 'महोदय, कृपया आप एक बार फिर मुझे माफ करें। इसके लिए भी आपको लाइन में आना होगा।'

फंडा यह है कि आप विपरीत स्थिति में भी अगर अपना धैर्य बनाए रखकर शांति से काम करते हैं तो गंभीर-से-गंभीर समस्या से भी निपट सकते हैं।

दिल का दरवाजा खुला रखें

एक बार मुझे (स्व.) हरीश भनोतजी से, जब वे हिंदुस्तान टाइम्स के विशेष संवाददाता हुआ करते थे, मुंबई स्थित उनके कार्यालय में मिलने का मौका मिला। जब मैं उनके केबिन में बैठा हुआ था तो मैंने ए.आर. अंतुले जैसे लोगों को सीधे केबिन में आकर उनके पाँव छूते हुए देखा। सच्चाई यह थी कि बॉलीवुड और राजनीतिक क्षेत्र की जानी-मानी हस्तियाँ जब कभी भनोतजी से मिलती थीं, तो उनको ऐसे ही सम्मान दिया करती थीं। यह सब देखते हुए मेरे दिमाग में सबसे पहले यह बात आई कि भनोतजी के साथ लोग इसलिए इस तरह विश्वास और सम्मान से पेश आ रहे हैं क्योंकि उन्होंने अपनी बेटी नीरजा भनोत को हाल ही में खो दिया था। वही नीरजा जो कि पैन ऐम एअरवेज में विमान परिचारिका थी। एक बार वह जब फ्लाइट में थी और विमान कराची में उड़ान भरनेवाला था, अचानक आतंकवादी आ धमके थे। वे विमान का अपहरण करने की फिराक में थे। उसने यात्रियों की सुरक्षा के लिए अपनी जान की परवाह नहीं की। उसकी इस दिलेरी को आतंकवादी पचा नहीं पाए और उसको उन्होंने मार डाला। अस्सी के दशक के मध्य की यह सबसे बड़ी खबर बनी थी।

लेकिन मैंने शीघ्र ही महसूस किया कि जिन्हें हम सब प्यार से भनोत साहब पुकारा करते थे, दरअसल उनकी छवि सिर्फ उतनी नहीं थी, जितनी हम समझा करते थे। ऐसे में बिना हिचकिचाहट और औपचारिकता के मैंने उनसे पूछा, 'भनोत साहब, ऐसा क्या है कि हर वरिष्ठ राजनीतिक या अभिनेता, जो आपके ऑफिस में आता है, आपके पाँव छूने लगता है।' मेरे सवाल पर वे तुरंत अपनी सीट से उठे तथा केबिन के मेन डोर के पास ले गए और कहने लगे, 'तुम जानते हो, जब मैं इस केबिन में पहली बार आया था, तो दरवाजा बाहर की ओर खुला करता था। मैंने मैनेजमेंट से सबसे पहले इस दरवाजे को बदलकर अंदर की ओर खुलने वाला दरवाजा लगाने का अनुरोध किया। ना-नुकुर के बाद ऐसा कर दिया गया।'

भनोतजी ने फिर आगे कहा, 'इसी तरह जिंदगी में अगर आप अपने दिल का दरवाजा अंदर की तरफ खोलते हैं, तो लोग आपको पसंद करेंगे और आपका सम्मान भी करेंगे। मेरे कहने का मतलब है कि अपनी लाइफ में जिस भी नए इंसान से मिलें, उससे किसी तरह का फायदा उठा लेने की जुगत भिड़ाने के बजाय पहले उसकी मदद करने की कोशिश करें। यदि आप किसी की पहले मदद करने का काम करते हैं तो लोग हमेशा आपको तहेदिल से याद करेंगे। पाँव छूना उनकी यादों का ही विस्तार है।'

फंडा यह है कि अगर आप किसी की मधुर यादों का हिस्सा बनना चाहते हैं, तो उससे पहले अपने लिए मदद पाने के बारे में सोचने के बजाय, आप पहले उसकी मदद के बारे में सोचें।

हृदय की देखभाल करें

हाल में विप्रो कर्मचारियों और एक हृदय-विशेषज्ञ डॉ. देवी शेट्टी के बीच हुई बातचीत का मूलपाठ मेरे हाथ लगा। इस बातचीत का कुछ अंश हम यहाँ दे रहे हैं—

हृदय रोग आनुवंशिक होता है। तनावमुक्त होने के लिए जीवन के प्रति अपने दृष्टिकोण में बदलाव लाएँ। जीवन में हर चीज में संपूर्णता के दीवाने न हों। जॉर्गिंग के बजाय टहलना अधिक अच्छा है। जॉर्गिंग से थकावट जल्दी आ जाती है और जोड़ों में दर्द पैदा हो जाता है।

कम रक्तचापवालों को कभी-कभार ही हृदय की बीमारी से ग्रस्त होते देखा गया है। यदि आपको जंक फूड खाने की आदत है और आप खानपान में अनियमितता के शिकार हैं, तो इसका पाचन-शक्ति के लिए जरूरी एंजाइम की आपूर्ति पर खराब असर पड़ता है। सच्चाई यह है कि बचपन से ही कोलेस्ट्रॉल जमा होने लगता है। इस पर संतुलित आहार, टहलने और सूखे मेवों के सेवन से नियंत्रण पाया जा सकता है। फल और शाक-सब्जियाँ हृदय के लिए सर्वोत्तम हैं और सबसे खराब है तेल। कुछ हद तक योग भी हृदय की बीमारी से बचाव करता है। मधुमेह और रक्तचाप की नियमित जाँच कराते रहना चाहिए।

कार्यस्थल पर दिल का दौरा पड़ने पर रोगी को तत्काल लिटा दें। जिह्वा के नीचे एस्पिरीन रखें—अगर उपलब्ध हो तो सार्विट्रेट टेबलेट के साथ। तत्काल अस्पताल पहुँचाएँ, क्योंकि अधिकतम मौतें दौरा पड़ने के पहले एक घंटे के अंदर होती हैं।

फंडा यह है कि स्वास्थ्य की देखभाल स्वयं आपके हाथों में है और इसके प्रति लापरवाही बर्तना स्वतन्त्रताक ही सकता है।

आत्मविश्वास है पहली शर्त

बाजार में ग्राहकों की खर्च संबंधी गतिविधियाँ धीरे-धीरे ठप होती जा रही हैं। इसको देखते हुए और उन्हें अपने उत्पादों की ओर आकर्षित करने के लिए निर्माता उस हर चीज पर 'मनी बैक गारंटी' देने के लिए उतावले दिख रहे हैं, जिसे ग्राहक खरीद सकते हैं। इसका ताजा उदाहरण एक्शन थ्रिलर फिल्म 'मुखबिर' के निर्माता हैं। ये अपनी फिल्म की मार्केटिंग—'इफ यू डोंट लाइक द फिल्म, गेट योर मनी बैक' यानी 'यदि फिल्म पसंद नहीं, तो आपका पूरा पैसा वापस' के साथ करने जा रहे हैं।

इस फिल्म में सुनील शेटी, ओमपुरी आदि ने अभिनय किया है और यह फिल्म शीघ्र ही रिलीज के लिए तैयार है।

ओसियान फेस्टिवल में फिल्म का पहले ही प्रीमियर हो चुका है और इसके शानदार रिव्यू ने निर्माताओं के आत्मविश्वास को सातवें आसमान पर पहुँचा दिया है। लेकिन मार्केटिंग अभियान में एक पेंच भी डाला गया है, वह यह कि पहले 5000 दर्शकों को ही मनी बैक गारंटी का लाभ मिलेगा और यह फिल्म रिलीज होने के पहले सप्ताह के लिए ही वैध होगा। कुछ भी हो, फिल्म उद्योग में 'मनी बैक गारंटी' का यह नया ट्रेंड शुरू होने जा रहा है और यह अपने किस्म का पहला है।

इसमें दो राय नहीं कि इस ट्रेंड की शुरुआत के पीछे निर्माताओं का आत्मविश्वास झलकता है। इस फिल्म से दो सबसे बड़ी सीख मिलती हैं—

1. विश्वास : निर्माताओं को अपनी फिल्म की सफलता पर इतना भरोसा है कि वे समझते हैं कि उन्हें रिफंड की जरूरत नहीं पड़ेगी।
2. निडरता : यह तथाकथित मार्केटिंग का विचित्र तरीका फिल्म को पब्लिकसिटी देगा और साथ में इसके लिए भारी भी पड़ सकता है, जिससे फिल्म का भविष्य तय हो सकता है।

फंडा यह है कि जब भी आप पहली बार किसी नए विचार या नई रीति की शुरुआत करें, तो उसपर आपको पूरा भरोसा होना चाहिए। उसके बाद ही अपने उत्पाद की मार्केट में सफलता के प्रति आश्वस्त हों। इसके बाद दूसरों की राय और सोच से निर्भर हो जाएँ।

सफलता के साथ विफलता की धूप भी झेलनी पड़ती है

कुछ ही समय पहले की बात है, अपने अगले प्रोजेक्ट के सिलसिले में मैं बंगलौर में था। अभ्यर्थियों का साक्षात्कार लेने के क्रम में मेरा सामना एक बेहद रोचक व्यक्त से हुआ। साक्षात्कार क्रम-सूची में उसका 40वाँ नंबर था। इस लंबी-चौड़ी चयन प्रक्रिया के दौरान मैं थकान महसूस करने लगा था। मैंने उससे एक भिन्न किस्म का सवाल किया कि आप अपनी विफलताओं के बारे में क्या जानते हैं?' इसके बाद वह अगले 30 मिनट तक अपनी जिंदगी में आई हर विफलता का सिलसिलेवार विवरण देता रहा, निश्चय ही इससे मुझे थोड़ा आराम का अहसास हुआ। इस दौरान मुझे माइक्रोसॉफ्ट के बिल गेट्स की कही एक बात याद आई—सफलता स्मार्ट लोगों को इस बात का प्रलोभन देती है कि वे कभी फेल नहीं हो सकते।

साक्षात्कारों में मैंने अनेकानेक ऐसे लाल बुझकूड़ देखे हैं, जो हमेशा अपनी जिंदगी के उजले पहलू को सामने रखते हैं और विफलताओं को लपेटकर दिल के तहखाने में रख लेते हैं, मानो जिंदगी ने सफलता हासिल करने के लिए ही उन्हें पैदा किया हो! मतलब कि वे विफलता की चर्चा करने से कतराते हैं। अगर बताते हैं तो चाशनी लगाकार या खूबसूरत नाम देकर। तमाम अपने मजबूत पहलू को बड़े खास अंदाज में पेश करते हैं—'मैं समय के सदुपयोग को लेकर इतना सचेत रहता हूँ कि जब कोई मेरी उम्मीदों पर खरा नहीं उतरता तो मैं बहुत उत्तेजित हो जाता हूँ और मेरा मूड बिल्कुल खराब हो जाता है।' सच्चाई तो यह है कि लोग अपनी टीम के समक्ष विफलतागत अपने अनुभवों को शेयर करके उन्हें लाभ पहुँचा सकते हैं, लेकिन यहाँ पर अपना मजाक बनने के डर से वे कुछ भी कहने से हिचकते हैं। मेरी राय यह है कि हमें अपनी विफलताओं को खुलकर सामने रखना चाहिए और निडरता से उसके बारे में चर्चा करनी चाहिए। इससे एक अंतर्दृष्टि हासिल होती है। ऐसा करने वालों को मैंने अधिकतर मौकों पर लोगों के साथ सहजता से जुड़ाव कायम करते देखा है; क्योंकि बहुत कम लोग होते हैं जो अपनी विफलता को दुनिया के सामने इस तरह रखने का साहस कर पाते हैं। जब हम अपने पुराने अनुभवों का, वे चाहे विफलता के हों या सफलता के, ईमानदारी से अवलोकन करते हैं, तभी सीखते हैं। इससे हमारे अंदर समझ शक्त का भी विकास होता है।

विफलता मनो-मस्तिष्क को शक्तशाली बनने और गर्दिश से बाहर निकलने की संकल्प-शक्त देती है। मैं यहाँ यह नहीं कहता कि विफलता कोई बासंती अनुभव लेकर आती है। सत्य तो यह है कि विफलता के कड़वेपन से खट्टे हुए मन की दवा हमारे खुद के सिवा किसी और के पास नहीं होती।

फंडा यह है कि जीवन के इस लंबे सफर में हमें सफलता के साथ निराशा और विफलता की धूप भी झेलनी पड़ती है। इनसे कैसे निपटना है, इसका फैसला हमारे अपने हाथ में होता है। आपने यह कहावत तो सुनी ही होगी कि 'मन के हारे हार है, मन के जीते जीत।'।

धैर्य व आत्मविश्वास सफलता की कुंजी

हममें से कई लोग अपनी मातृभाषा में सहजता से बोलते-बतियाते हैं। यह भाषा व्यक्ति विशेष के हिसाब से हिंदी या गुजराती कोई भी हो सकती है। लेकिन बाकी दुनिया से हम अंग्रेजी भाषा के जरिए संवाद कायम करते हैं, क्योंकि यह भाषा वैश्विक स्तर पर बिजनेस की भाषा समझी जाती है। हालाँकि ब्रिटेन और अमेरिकी इस बात की शेखी बघारते हैं कि उनकी भाषा दुनिया भर में बोली-समझी जाती है। लेकिन इसमें कोई दो राय नहीं कि आज अंग्रेजी की जो पहुँच और हैसियत है, उसमें भारतीयों का योगदान इन देशों से किसी भी मायने में कम नहीं है। इस अंग्रेजी पर भारतीयता की छाप कितनी गहरी हो चुकी है, इसका अंदाजा हाल ही में सुर्खियों में रही इस खबर से लगाया जा सकता है कि 'वह समय बेहद करीब आ रहा है, जब दुनिया में भारतीय-अंग्रेजी का बोलबाला होगा।'

आखिर यह कैसे संभव है? भारत ऐसा केवल अपनी जनसंख्या की बढ़ती और ब्रिटिश व अमेरिकियों की मातृभाषा को सहजता से अपनाने की क्षमता के कारण कर सकेगा। इसी मूलभूत शक्ति के चलते भारत की अंग्रेजी ने अपनी अलग छाप छोड़ी है। इसी कारण इसे 'भारतीय-अंग्रेजी' का नाम मिल चुका है। इसमें जनसंख्या तो प्रमुख कारक है ही, इसके अलावा दुनिया के अग्रणी संगठनों के कॉल सेंटर भारत में स्थित हैं और युवा भारतीयों की बड़ी संख्या विदेशी लहजे में अंग्रेजी बोलने के बावजूद खाँटी किस्म की भारतीय-अंग्रेजी बोलते हैं। अंग्रेजी भाषा में अहम स्थान रखने वाली 'केंब्रिज एन्साइक्लोपीडिया के रचयिताओं ने भी खुले दिल से स्वीकार किया है कि भारतीय चरित्रवाली मानक अंग्रेजी अमेरिकन अंग्रेजी के अंत का संकेत देती है। उनकी भविष्यवाणी है कि अंग्रेजी का वैश्विक मानक अब अगले दशक में भारतीय अंग्रेजी तय करेगी। जरा इसके इतिहास पर विचार करें! भारतीय दुनिया में एकमात्र ऐसे लोग हैं जो बाहरी दुनिया के साथ संवाद कायम करने के लिए अंग्रेजी सीखने के साथ अपनी-अपनी मातृभाषा भी बोलते रहे। जब दुनिया के जॉब मार्केट में अंग्रेजी बोलने और समझनेवालों की माँग बढ़ी तो इसकी पूर्ति भारतीय लोगों ने की। हमें पता था कि अंग्रेजी कैसे सही-सही ढंग से बोली जाती है और इस भाषा में प्रभावशाली ढंग से किस तरह विचार-विनिमय किया जाता है। इससे हमारी हैसियत काफी बढ़ जाती है और छह दशकों की आजादी के बाद हमने अपनी यानी भारतीय-अंग्रेजी का विकास कर लिया है।

फंडा यह है कि जब आप किसी चीज में भरोसा रखते हैं तो इस पर अधिकार हासिल करने के लिए समय दें, इसके बाद सफलता खुद-ब-खुद आपका अनुसरण करेगी।

सपने को साकार करने का लें संकल्प

बचपन में हममें से हर एक की आँखों में हसीन सपने न केवल आकार ले रहे होते हैं, बल्कि उन्हें साकार होते देखने का एक जुनून भी करवटें ले रहा होता है। ये सपने एक वैज्ञानिक, कवि, पायलट, पत्रकार आदि कुछ भी बनने के हो सकते हैं। दूसरे की तरह मैं भी सोचा करता था कि मेरे दादा या पिता रोज दो-दो घंटे अखबारों में आखिर क्या पढ़ते रहते हैं? उस घड़ी अगर मैं थोड़ा सा भी शोर मचाता पाया जाता तो मेरी माँ दादा की छड़ी या इधर-उधर पड़ा डंडा उठाकर मेरे पीछे पड़ जाती और अपनी जान पर आफत आई समझकर मुझे भागना पड़ता।

एक दिन मेरे दिल में एक चाहत पैदा होने लगी, दूसरे शब्दों में आप यह भी कह सकते हैं कि मेरी आँखों में भी एक सपना जन्म लेने लगा कि काश! मैं भी कभी अखबार में ऐसा कुछ लिखता कि मेरे दादा और पिता वैसे ही उसे एक दिन क्या, हर रोज पढ़ते, जैसे कि वे दूसरों को पढ़ते हैं! दरअसल, वह सपना आने वाले दिनों में मेरा एक संकल्प बन गया।

इस बात में कोई शक नहीं कि हममें से हर एक के अंदर अपने जीवन के शुरुआती दिनों में दुनिया को बदल देने और एवरेस्ट शिखर को लॉघने की एक तमन्ना भरी होती है। लेकिन जैसे-जैसे हमारी उम्र बढ़ती है, जिंदगी हमारे ऊपर अपने रंग और राज को उद्घाटित करने लगती है और हमें धीरे-धीरे अपने आगोश में ले लेती है। हम उसके नियम और कानून के अनुसार आगे बढ़ते लगते हैं।

आहिस्ता-आहिस्ता हमारे पाँव जमीन की सच्चाइयों, इसके उतार-चढ़ावों के अनुसार चलने के लिए तैयार होने लगते हैं। हम इस बात के कायल होने लगते हैं कि हमें बड़ा तो सोचना चाहिए, मगर अपनी सीमाओं में रहकर और उसे समझकर। हम यह मानने लगते हैं कि हमारी सफलता और निर्माण में सिर्फ कामकाज ही नहीं, समाज व आस-पास का माहौल और शिक्षा के अलावा भाग्य का भी बड़ा योगदान होता है।

यह भी एक सच है कि आप बुलंदियाँ छूने, एक मकसद को पूरा करने और वह सबकुछ हासिल करने के लिए इस दुनिया में आए हैं, लेकिन यह इतना खूबसूरत और सार्थक हो कि जब इससे विदा होने का वक्त आए तो साहस के साथ मौत का सामना करने को तैयार हों। आपके दिल से ऐसी आह न निकले कि आपने जीवन को यूँ ही व्यर्थ जाने दिया। मैं एक मकसद, एक संकल्प के साथ आगे बढ़ रहा हूँ : वह है लोगों तक हर सुबह 'दैनिक भास्कर' के माध्यम से (जब तक 'भास्कर' मुझसे अपेक्षा करता है) इसके करोड़ों पाठकों तक अधिक-से-अधिक ज्ञान और जानकारी को पहुँचाना।

'भास्कर' में छपा मेरा कॉलम मेरे पिता रोज पढ़ते हैं और मेरी धर्मपत्नी हर रोज मेरी बेटी से कहती है कि वह शोर न मचाए, क्योंकि उसके पिता (यानी मैं) कॉलम लिख रहे हैं।

फंडा यह है कि हमें बड़ा तो सोचना चाहिए, मगर अपनी सीमाओं में रहकर और उसे समझकर। हमारी सफलता और निर्माण में सिर्फ कामकाज ही नहीं, समाज व आस-पास का माहौल और शिक्षा के अलावा भाग्य का भी बड़ा योगदान होता है।

सपनों को संभव बनाने की इच्छाशक्ति जगाएँ



आपको बाँगलादेश के मोहम्मद यूनुस का नाम तो याद ही होगा, जिन्हें वर्ष 2006 का नोबेल शांति पुरस्कार प्रदान किया गया था। दरअसल उनको यह सम्मान अपने देश में एक पथप्रदर्शक माइक्रो-क्रेडिट संगठन 'ग्रामीण बैंक' के चेयरमैन और निदेशक के रूप में अपने योगदान के लिए मिला था। 31 साल पुराने इस बैंक ने गरीबों को अपना स्वयं का बिजनेस शुरू करने में मदद की। अब यूनुस का यह कार्य एक वैश्विक आंदोलन का रूप ले चुका है।

अब एक बार फिर यूनुस अपनी एक नई अवधारणा 'सोशल बिजनेस' को लेकर चर्चा में हैं। सवाल यह है कि आखिर यह 'सोशल बिजनेस' है क्या? वे इस बारे में बताते हैं कि यह किसी भी दूसरे लाभ कमाए जानेवाले बिजनेस की तरह है, लेकिन दूसरे बिजनेस से सोशल बिजनेस इस मायने में अलग है कि इसमें कमाए गए लाभ को पुनः इसी बिजनेस में लगा दिया जाता है, निवेशकों को किसी तरह का लाभांश दिए बिना। अपनी किताब 'क्रिएटिंग ए वल्ड विदाउट पावर्टी' में यूनुस लिखते हैं—'मैं ऐसी दुनिया का सपना देखता हूँ, जहाँ जब तक लोग गरीब हैं, तब तक हमें लोन पर उनसे ब्याज नहीं वसूलना चाहिए, क्योंकि इससे गरीबी से जल्द निजात मिल सकती है।'

यूनुस का यह गहरा विश्वास है कि धनिकों से भरा यह संसार और गैरलाभकारी संगठन 'सोशल बिजनेस' संबन्धी उनके नए विचारों को स्वीकार करेंगे और उसका समर्थन करेंगे। निवेशक कुछ समय के पश्चात बिना किसी लाभ और ब्याज के अपना पैसा वापस पा लेंगे।

सच्चाई यह है कि इस किताब में एक नए तरह के शेयर बाजार 'सोशल स्टॉक मार्केट' के शुरू किए जाने की बात कही गई है। इसमें केवल वही कंपनियाँ सूचीबद्ध होंगी, जो उनके विचारों पर आधारित होंगी। यूनुस के अनुसार, 'इस तरह की लिस्टिंग से पारदर्शिता आएगी और दाता-निवेशकों को अपना पैसा एक इंटरप्राइज से दूसरे में ले जाने की सुविधा पश्चात होगी।' लेकिन फिलहाल तो यह भरोसा कर पाना मुश्किल है कि लाभ की नींव पर खड़ी बिजनेस की यह दुनिया यूनुस की सोच के प्रति जरा सी भी रुचि दिखाएगी। चूँकि यूनुस साहब पूर्व में इस तरह की कई आशंकाओं को झूठा साबित कर चुके हैं, लिहाजा उनकी किताब निश्चित तौर पर उम्मीद जगाती है कि गरीबी के खिलाफ इस नए विचार पर आधारित बिजनेस में हलचल पैदा होगी।

फंडा यह है कि व्यावहारिक जीवन में हम बाकी दुनिया से कटककर बिल्कुल नहीं रह सकते। समाज और व्यक्ति एक-दूसरे पर निर्भर हैं। इसी तरह दूसरी तमाम क्रियाओं में दूसरों की उपस्थिति और उनके साथ मेलजोल तथा अंतर्क्रिया अनिवार्य होती है। 'आपको बहुत-बहुत धन्यवाद'—एक-दूसरे के अंदर मौजूद भावधार को झकृत करनेवाला मंत्र है। जो एक-दूसरे को अनजान होते हुए भी उनमें एक अदृश्य बंधन की डोर बाँध देता है। जिसका असर हमारी जिंदगी में खुशी और आत्म-संतोष का संचार करता है।

आसान बनाएँ हर व्यवस्था को

मानवीय संवेदना से रहित सेवाएँ एक सीमा के बाद जिंदगी के लिए बोझ बनने लगती हैं। यहाँ हम एक ऐसे पत्र का मजमून पेश कर रहे हैं, जिसे 86 वर्ष की महिला ने एक अमेरिकी बैंक के मैनेजर को भेजा था। मैनेजर को यह पत्र इतना रोचक लगा कि उसने 'न्यूयॉर्क टाइम्स' अखबार में इसे प्रकाशित कराया।

प्रिय महोदय,

मैं इस पत्र के माध्यम से आपका शुक्रिया अदा करती हूँ कि आपने मेरा वह चैक बाउंस करा दिया, जिसे मैंने अपने प्लंबर को उसके काम के एवज में पिछले माह जारी किया था। मेरा आकलन है कि मेरे प्लंबर को आपके बैंक में अपना वह चैक क्लियरेन्स के लिए जमा करने और आपके बैंक के मेरे खाते में पर्याप्त पैसा आने में एक सेकेंड का हजारवाँ हिस्सा लगा होगा, जिससे कि उसका चेक क्लीयर होने में किसी तरह की दिक्कत नहीं होती।

यहाँ मैं आपको अपनी पेंशन के बारे में बताना चाहती हूँ, जिसकी पूरी रकम ऑटोमैटिकली हर माह अपने खाते में जमा हो जाने की व्यवस्था मैंने कर रखी है। हाँ, मैं यह कुबूल करूँगी कि मेरी इस व्यवस्था को अभी मात्र आठ साल ही हुए हैं। शायद इसीलिए इसने अभी सुचारू रूप में काम करना शुरू नहीं किया है और इस बार रकम मेरे खाते में जमा होने में थोड़ी देर हो गई। बैंक को मेरी वजह से जो असुविधा हुई, उसके एवज में आपने मुझ पर 30 डॉलर का दंड लगाने की मेहरबानी दिखाई है।

मैंने नोटिस किया है कि आपके टेलीफोन और पत्रों का जवाब जहाँ मैं खुद देती हूँ, वहीं जब मैं आपसे संपर्क करने की तमीज दिखाती हूँ, तो मेरा सामना पूर्व-रिकॉर्ड किए गए मैसेज से होता है। आपका बैंक बिना चेहरेवाला होकर रह गया है। मैं उम्मीद रखती हूँ कि आगे से आप किसी हाइ-मांस के आदमी को मेरे साथ डीलिंग के लिए रखेंगे। आपने इस पत्र के साथ एक एप्लिकेशन फार्म नत्थी कर रखा है। मुझे दुःख है कि यह आवेदन पूरे आठ पेज का है, लेकिन मेरे पास इसका कोई दूसरा विकल्प नहीं है; क्योंकि आखिरकार मेरे जैसे खातेदार के लिए जितना कुछ जानना आपके लिए जरूरी होता है, जिसके लिए आप लंबे फार्म भरवाते हैं, उतनी ही जानकारी मुझे भी तो उस बैंक कर्मचारी के बारे में चाहिए, जो कि मेरा काम देखेगा।

प्लीज! नोट करें कि कर्मचारी की पूरी मेडिकल हिस्ट्री नोटरी पब्लिक द्वारा प्रमाणित होनी चाहिए और हाँ, कर्मचारी की वित्तीय स्थिति के बारे में जानकारी पूरे डॉक्यूमेंट के साथ होनी चाहिए। याद रखिए, ऐसी स्थिति में अपनी सुविधा के अनुसार आपके कर्मचारी के लिए एक पिन नंबर जारी करूँगी, जिसका इस्तेमाल वह मेरे साथ डीलिंग के दौरान करेगा। मुझे खेद के साथ लिखना पड़ रहा है कि अपने फोन बैंक सर्विस के जरिए मेरा अकाउंट बैलेंस जानने के लिए मैं आपको जो पिन नंबर दूँगी, वह 28 नंबर से कम का नहीं होगा; क्योंकि मेरे अकाउंट तक पहुँचने के लिए यह जरूरी जो है। आपके साथ बराबरी के व्यवहार के लिए यहाँ मैं पूरा तरीका बता देती हूँ—

डायल करने के तत्काल बाद इंग्लिश में बात करने के लिए स्टार का बटन दबाएँ—

1. मुझसे समय लेने के लिए दबाएँ।
2. दबाएँ, मुझसे मीटिंग, पेमेंट के बारे में जानकारी लेने के लिए।
3. दबाएँ, काल ट्रांसफर करने के लिए, अगर मैं अपने लिविंग रूम में हूँ।
4. दबाएँ, काल ट्रांसफर करने के लिए, अगर मैं अपने बैडरूम में सो रही हूँ।
5. दबाएँ, काल ट्रांसफर करने के लिए, अगर मैं अपने टॉयलेट में हूँ।
6. दबाएँ, काल मेरे मोबाइल पर ट्रांसफर करने के लिए, अगर मैं घर पर नहीं हूँ।
7. दबाएँ, मेरे कंप्यूटर पर मैसेज छोड़ने के लिए, जिसके लिए एक पासवर्ड की जरूरत होगी, जिसे बाद में किसी तिथि को भेजा जाएगा।

8. दबाएँ, मेन मैन्यू पर वापस लौटने और एक से सात विकल्पों को सुनने के लिए।
9. दबाएँ, सामान्य शिकायत दर्ज कराने और जानकारी के लिए। कांटैक्ट को होल्ड पर रखा जाएगा, जब तक कि मेरी ऑटोमैटेड आंसरिंग सेवा अटेंड नहीं करती।
10. दबाएँ, मुझे याद दिलाने के लिए। कभी-कभी आपको लंबी प्रतीक्षा करनी पड़ सकती है, लेकिन काल के दौरान सुरीला संगीत बजेगा। खेद के साथ बताना पड़ रहा है कि आपकी तर्ज पर इस व्यवस्था पर आए खर्च के लिए मुझे भी आप पर विशेष शुल्क लगाना है। आपको नए साल की बधाई, थोड़ी गमगीनी के साथ ही सही।

आपकी एक विनम्र ग्राहक'

फंडा यह है कि अगर आपके माता-पिता आपकी पढ़ाई का खर्च उठाने की क्षमता खोते हैं, तो इसका मतलब यह नहीं कि बिना सुस्ताल के ऑनर मूव्क ब्रेमलब पढ़ते जाएँ। सिर्फ सैद्धांतिक ज्ञान और जानकारी को बटोरना निरर्थक है, जब तक कि अध्ययन के दौरान उसके प्रयोजन और प्रायोगिक पहलू को भी समझने और उसका व्यावहारिक अनुभव ग्रहण करने की कोशिश न की जाए। आखिरकार, आजकल की बाजार की दुनिया में कंपनी और उद्योग जगत् अनुभवी लोगों को वरीयता देते हैं और ऐसे ही लोग लंबी रेस में आगे होते हैं।

समाधान का जरिया नया नजरिया

करीब तीस साल पहले की बात है। मैं तब स्कूली छात्र हुआ करता था। मेरा घर वर्धा (महाराष्ट्र) के निकट सेवाग्राम में था। मेरे चाचा उस समय अपने यूटिलिटी वाहन 'लैंड रोवर' में घर आया करते थे। आपको मालूम होगा कि कार बनानेवाली इस कंपनी को रतन टाटा ने खरीद लिया है।

मैं उस वक्त चौथी कक्षा में था। उस समय कारों के बारे में मेरी जानकारी बहुत नहीं थी। कार के नाम पर मैं सिर्फ एंबेसडर को ही जानता था, जिसमें हमारे तत्कालीन राजनेता राष्ट्रपिता महात्मा गांधी को श्रद्धांजलि देने आया करते थे।

मेरे चाचा तब 'हेल्प एज इंटरनेशनल' के निदेशक थे। उन्हें 'ओल्ड एज होम' खोलने के सिलसिले में छोटे कस्बों और दूरदराज के इलाकों में आना-जाना पड़ता था, इसीलिए कंपनी ने उन्हें 'लैंड रोवर' कार दे रखी थी। चूँकि इस कार के बारे में मुझे खास जानकारी नहीं थी, इसलिए मैंने अपने अधकचरे ज्ञान का प्रदर्शन करते हुए चाचा से कह डाला कि आपकी कार एंबेसडर के आगे कुछ भी नहीं है। उन्होंने मेरा कोई विरोध नहीं किया, सिर्फ मुसकरा दिए। मेरी जानकारी को दुरुस्त करते हुए उन्होंने इतना जरूर कहा कि लैंड रोवर एक फोरव्हील- ड्राइव है, जबकि भारत में दूसरी कारें केवल टू-व्हील-ड्राइव होती हैं। मैंने तपाक से कहा—तो आपके कहने का मतलब यह है कि एंबेसडर कार केवल दो पहियों की होती है?' चाचा ने तब भी बड़ी शांति से जवाब दिया—ऑटोमोबाइल की भाषा में फोर-व्हील-ड्राइव का मतलब है कि किसी वाहन के चारों पहिए स्टीयरिंग से संचालित होते हैं।

इस कहानी को सुनाने का मेरा मतलब यही है कि हमारी जिंदगी में कई बार ऐसी स्थितियाँ सामने आती हैं, जब हमें साधारण सी बात को समझने के लिए भी दूसरों के ज्ञान, नजरिए और सोच की मदद लेनी पड़ती है। कई बार ऐसा होता है कि कोई जाँब चूँकि हम वर्षों से कर रहे होते हैं, इसलिए उसे बड़े हलके ढंग से लेते हैं। हम यह समझ बैठते हैं कि इसके बारे में जब हमें मालूम है तो सबको मालूम होगा ही या होना ही चाहिए। हमें खुद की इस नादानी का पता नहीं चलता, क्योंकि हम अपनी दुनिया से बाहर निकलकर दूसरों की नजर से अपने आस-पास की चीजों को देखने की कोशिश नहीं करते। आपने देखा होगा कि किसी फैक्टरी में सालों से चली आ रही समस्या को एक कंसल्टेंट मिनटों में दूर कर देता है, क्योंकि वह इस फैक्टरी से बाहर का होता है। वह खुले दिमाग और नई दृष्टि के साथ आता है, जबकि हमारा दिमाग पुराने ढर्रे का आदी होता है।

फंडा यह है कि जैसे हमारी आँखें खुद को नहीं देख सकतीं। उन्हें आईने की जरूरत होती है, उसी तरह किसी समस्या को समझने, उसका निदान करने और उसे सुलझाने के लिए बाहरी मदद की आवश्यकता होती है।

बन सकती है पहचान छोटी दुकान से भी

रायपुर के देवेंद्र नगर में एक फलों की दुकान है। इस दुकान को दो एमबीए डिग्रीधारी चला रहे हैं। इन दोनों का वेतन निकालने के बाद यह दुकान प्रतिमाह तीस हजार रुपए का शुद्ध मुनाफा कमाकर दे रही है। यह दुकान किसी बड़े मॉल में नहीं है और न ही यह कोई फैसी स्टोर है। यह शहर के अतिविशिष्ट आवासीय क्षेत्र में स्थित किसी आम दुकान की ही तरह है।

इन दोनों लोगों ने सफलता की यह इबारत सामान्य जानकारी के आधार पर गढ़ी है। इन्होंने यह पता लगाया कि इस इलाके में रहनेवाले ऐसे कौन से लोग हैं, जो खुद कार ड्राइव करते हैं और जिन्हें रोज फल खाने की आदत है। लेकिन ये लोग मूल्य बाजार में अपनी कार की पार्किंग को लेकर फिक्रमंद रहते हैं और इसी कारण वहाँ जाने से कतराते हैं। इस जानकारी के बाद इन लोगों ने इस पॉश इलाके में दुकान खोल ली।

आमतौर पर कार मालिक अपने स्वास्थ्य को लेकर काफी गंभीर रहते हैं। ऐसे लोग पूरी जाँच-पड़ताल के बाद ही फल खरीदना चाहते हैं और आवासीय कॉलोनी में फलों की दुकान होने से उनका समय भी बच जाता है।

इन दोनों ने शहर के पॉश इलाके में दुकान खोलने के अलावा एक काम और किया। इन्होंने शहर के लिहाज से नए फल मसलन न्यूजीलैंड की किवी, थाईलैंड की लीची, जापान के खरबूजे, कैलीफोर्निया के संतरे और अमेरिका के सेब भी अपनी दुकान में रखने शुरू किए। इससे भी स्थानीय लोगों की उनकी दुकान की तरफ दिलचस्पी बढ़ी। उन्होंने जानना चाहा कि ये नए-नए फल किस तरह के हैं और इन्हें कैसे खाया जाता है। इन फलों के बारे में और जानकारी उपलब्ध कराने के लिए उक्त दुकादारों ने अपनी दुकान पर लैपटॉप रखना शुरू किया। इसकी मदद से उन्होंने संबंधित फलों के बारे में पूरी जानकारी इंटरनेट से डाउनलोड की। इसके आधार पर वे लोगों को सही तरीके से फल खाना बताते हैं। ऐसा तरीका जिससे हाथ कम-से-कम गंदे हों।

वास्तव में इस दुकान को खोलने का विचार उन्हें कश्मीर यात्रा के दौरान आया। वहाँ उन्होंने पाया कि स्थानीय बाजार में दस रुपए प्रति किलोग्राम की दर से मिलने वाली चैरी रायपुर के बाजार में डेढ़ सौ रुपए प्रति किलोग्राम की दर से बिकती है। यह देख उन्होंने जानना चाहा कि आखिर दस रुपए की चीज अंतिम ग्राहक तक पहुँचते-पहुँचते डेढ़ सौ रुपए की कैसे हो जाती है। उन्हें जानकर आश्चर्य हुआ कि वह फल दस हाथों से होता हुआ ग्राहक तक पहुँचता है, और इसी कारण उसकी कीमत बढ़ जाती है। उन्होंने सोचा कि अगर बिचौलियों को कम कर दिया जाए तो वही फल रायपुर के बाजार में और सस्ता बेचा जा सकता है। ऐसे में उन्होंने किसान के बाद स्वयं को ग्राहक के बीच की कड़ी के रूप में ढाला और उनकी कीमतें कम करने में सफल रहे।

इन दोनों साझेदारों के नाम हैं संदीप रंगा और रवि जैन, जो शहर की अन्य घनी बस्तियों में ऐसी ही दुकानें खोलने की योजना पर काम कर रहे हैं। उन्हें भरोसा है कि उनकी जब सभी दुकानें सुचारु रूप से चलने लग जाएँगी, तो वह प्रतिमाह डेढ़ लाख रुपए तक विशुद्ध लाभ कमा सकेंगे।

फंडा यह है कि रायपुर के दो एमबीए डिग्रीधारी युवा व्यवसायी एक फल की दुकान से प्रतिमाह तीस हजार रुपए का विशुद्ध लाभ कमा रहे हैं। उनका इरादा शहर के अन्य क्षेत्रों में भी ऐसी दुकानें खोलकर अपने कारोबार को और विस्तार देने का है।

जादू भरे बोल 'आपको बहुत-बहुत धन्यवाद,

'आपको बहुत-बहुत धन्यवाद'—यह वाक्य थोड़े से शब्दों का एक खूबसूरत गुलदस्ता है। सच तो यह है कि मैं इन्हें जादुई शब्द-समूह कहना पसंद करूँगा। हाल ही में मुझे होटल मैनेजमेंट का अध्ययन कर रहे कुछ छात्रों के साथ वरगलाप करने का मौका मिला, जो कि अपने होटलों से जुड़े एक प्रोजेक्ट के काम में संलग्न थे। वे शहर में घूम-घूमकर नगरवासियों से कुछ सवाल पूछते और उनके जवाबों को नोट करते।

उनकी प्रश्नावली कठिन लगती थी और काफी लंबी भी थी, ऊपर से गरमी भी थी। शायद यही वजह थी कि काफी लोग उनके सवालों से थोड़ा बिदकने लगते थे और जवाब देने में आनाकानी करते हुए ठहर-ठहरकर जवाब देते थे। इसके बावजूद छात्र बड़ी संख्या में लोगों के विचार लेने में कामयाब रहे। इस सवाल-जवाब के दौरान सबसे गौर करनेवाली एक बात यह थी कि सवाल करने और उसके नोट्स लिखते समय छात्रों के चेहरे न केवल खिले-खिले दिखे, बल्कि उनके होंठों पर मुस्कान बेसाबता बरकरार रही, हर जवाब देनेवाले को वे तहे दिल से धन्यवाद देते रहे। उनके व्यवहार में एक पल के लिए भी झुंझलाहट मैंने नहीं देखी और न ही कोई उदासी देखने को मिली। वे अपने मकसद में कामयाबी हासिल कर खुशी-खुशी अपनी मंजिल की ओर रवाना हुए। मुझे इस पर बेहद आश्चर्य भी हुआ और काफी कुछ सीखने को भी मिला। मैंने उनके सारे क्रिया-कलाप को करीब से और बड़ी ही उत्सुकता से देखा।

मैंने एक बात दिल की गहराई से महसूस की कि यदि आप कोई भी काम करते हैं और दूसरों की सहभागिता से उन्हें पूरा करते हैं, यह सहभागिता कितनी भी मामूली क्यों न हो, उनका धन्यवाद ज्ञापन करने से न चूकें। एक बात और, इसके लिए अपने आप में घमंड की रत्ती भर भी बू न आने दें।

कहने का मतलब है कि आप अपने काम में सहयोग देनेवाले का शुक्रिया अदा करें और उनका अहसान मानें, न कि उन पर अपना अहसान लादने की नादानी करें। मैंने इन चीजों को अपने खुद के व्यावहारिक जीवन में महसूस किया है। मैं समझता हूँ कि दूसरों को धन्यवाद देना और मित्रवत् व्यवहार करना हमारी ज़िम्मेदारी है। इसका पालन हमें अपने दैनिक जीवन में हमेशा करना चाहिए।

फंडा यह है कि व्यावहारिक जीवन में हम बाकी दुनिया से कटककर बिल्कुल नहीं रह सकते। समाज और व्यक्ति एक-दूसरे पर निर्भर हैं। इसी तरह दूसरी तमाम क्रियाओं में दूसरों की उपस्थिति और उनके साथ मेलजोल तथा अंतर्क्रिया अनिवार्य होती है। 'आपको बहुत-बहुत धन्यवाद'—एक-दूसरे के अंदर मौजूद भावधारों को झकृत करनेवाला मंत्र है। जो एक-दूसरे को अनजान होते हुए भी उनमें एक अदृश्य बंधन की डोर बाँध देता है। जिसका असर हमारी जिंदगी में खुशी और आत्म-संतोष का संचार करता है।

सैद्धांतिक ज्ञान ही काफी नहीं

ऐसा क्यों है कि विश्वभर में स्थित आईवी लीग इंस्टीट्यूशनों में स्नातकोत्तर विशेषज्ञता प्रोग्रामों में आगे पढ़ाई शुरू करने से पहले एक निश्चित अवधि का अनुभव रखना जरूरी होता है? दरअसल, ऐसा इसलिए है कि इस पढ़ाई के लिए समझने, विश्लेषण करने की क्षमता और तीव्र व विकसित सोच की योग्यता होनी चाहिए। ऐसे में पूर्व अनुभव काफी सहायक साबित होता है। इस तरह के अनुभव के साथ जिज्ञासु मनोमस्तिष्क और साधारण सी चीजों से कुछ नया सीखने की उत्सुकता काफी महत्व रखती है। शिक्षाविद् और उद्योग जगत् के जानकार इस मामले में एकमत हैं कि पूर्व-विशेषज्ञता अनुभव स्नातकोत्तर विशेषज्ञता प्रोग्रामों की गुणवत्ता को बढ़ा देता है और प्लेसमेंट के समय अधिकतर एमबीए संस्थान अपने छात्रों के इन अनुभवों को प्रभावशाली ढंग से पेश करते हैं। छात्रों के शिक्षा ग्रहण करने के तौर-तरीकों को समझना काफी महत्वपूर्ण होता है। अनुसंधानकर्ताओं का मत है कि शिक्षा-संकायों से प्रत्यक्षतः 10-15 फीसदी ही शैक्षणिक ज्ञान हासिल होता है, बाकी ज्ञान समकक्षी छात्रों, व्यक्तिगत कामकाजी अनुभवों, इंटरनशिप, शैक्षणिक वातावरण आदि के माध्यम से बुद्धिमता का विकास होता है। अच्छे शैक्षणिक संस्थान, जो इस बात को समझते हैं, उनके यहाँ सुविकसित कार्यात्मक शैक्षणिक नेटवर्क होता है। होस्टलों के कमरों का आवंटन बहुत सोच-समझकर किया जाता है। विविध क्षेत्रों का अनुभव रखनेवाले छात्रों को एक साथ रखा जाता है। लंबी अवधि में इसका काफी फायदा होता है।

फंडा यह है कि अगर आपके माता-पिता आपकी पढ़ाई का खर्च उठाने की क्षमता रखते हैं, तो इसका मतलब यह नहीं कि बिना सुस्ताल के और मूढ़कर बेमतलब पढ़ते जाएँ। सिर्फ सैद्धांतिक ज्ञान और जानकारी को बटोरना निरर्थक है, जब तक कि अध्ययन के दौरान उसके प्रयोजन और प्रायोगिक पहलू को भी समझने और उसका व्यावहारिक अनुभव ग्रहण करने की कोशिश न की जाए। आखिरकार, आजकल की बाजार की दुनिया में कंपनी और उद्योग जगत् अनुभवी लोगों को वरीयता देते हैं और ऐसे ही लोग लंबी रेस में आगे होते हैं।

सफलता के लिए दूरगामी सोच जरूरी

सामान्यतः उद्यमी सरकार द्वारा निर्मित नीतियों के अनुरूप काम करते हैं। एक ढाँचागत वातावरण के तहत काम उनके लिए बेहद आसान होता है, लेकिन कम ही ऐसे लोग होते हैं, जो अपने व्यवसाय की बुनियाद खुद रखते हुए सरकार को इसके इर्दगिर्द नीतियाँ बनाने के लिए विवश करते हैं। गुजरात में मुद्रा बंदरगाह का निर्माण करनेवाले गौतम अदानी इसका बेहतरीन उदाहरण हैं। उन्होंने गुजरात सरकार को प्रभावशाली बंदरगाह-नीति बनाने के लिए प्रेरित किया।

आज हालत यह है कि यह नीति अनेक राज्यों के लिए मॉडल बन चुकी है और इसके फलस्वरूप देश में कई निजी बंदरगाहों के आकार लेने के आसार बने हैं। गौतम अदानी ने अपने बंदरगाह का व्यापार बढ़ाने के लिए सरकार की किसी लॉबी से साँठगाँठ नहीं की, बल्कि उन्होंने इंडोनेशिया में कई बड़ी कोयला खदानें क्रय कीं और गुजरात, महाराष्ट्र तथा राजस्थान राज्य के विद्युत बोर्ड से इसके बारे में बातचीत की।

गौतम ने उन्हें बाजार की कीमत पर अच्छी क्वालिटी का कोयला उपलब्ध कराने का प्रस्ताव दिया। पिछले वर्ष तक अदानी मुद्रा के जरिए ढाई मिलियन टन कोयला आयात कर चुके हैं और देश के सबसे बड़े कोयला आयातक हैं।

विशेष आर्थिक क्षेत्र (सेज) के अस्तित्व में आने तक अदानी ने राज्य सरकारों और निजी लोगों से गैर कृषि भूमि बाजार कीमत से करीब 30 प्रतिशत अधिक राशि देकर खरीदी। जब 'सेज' नीति घोषित की गई, तब तक अदानी 15 हजार एकड़ से अधिक भूमि के मालिक बन चुके थे। 'सेज' नीति की अधिसूचना जारी होने पर वे करीब 5 हजार एकड़ भूमि इसके लिए दे सकते हैं।

फंडा यह है कि यदि आपके पास दूरदृष्टि है, तो आप सरकार तक को अपने पक्ष में आने के लिए विवश कर सकते हैं।

एक गलत कदम और साख खत्म

सत्यम कंप्यूटर सर्विसेज को अपनी साख बनाने में 21 वर्ष लगे थे, लेकिन पिछले दिनों मंगलवार की दोपहर को उसकी इतनी मेहनत से बनी-बनाई साख काफूर हो गई। सबब बना एक निर्णय, जो कि उस दिन बाजार बंद होने के बाद सामने आया। यह निर्णय था सत्यम द्वारा अपने ही प्रमोटर्स की प्रॉपर्टी ऐंड डेवलपमेंट से जुड़ी दो कंपनियों के अधिग्रहण का। इससे भी महत्वपूर्ण रहा सत्यम द्वारा मेटास प्रॉपर्टीज की 51 फीसदी हिस्सेदारी खरीदना। इनका सौदा सत्यम को 1.6 बिलियन अमेरिकी डॉलर के लगभग पड़ा। यह अलग बात है कि शेयरधारकों की नाराजगी ने कंपनी को अगले ही दिन यानी बुधवार को अपना फैसला बदलने पर मजबूर कर दिया, लेकिन तब तक जो नुकसान कंपनी की साख को होना था, वह हो चुका था।

मामले की शुरुआत से बात करते हैं। पूरी दुनिया जानती है कि फिलवक्त कन्स्ट्रक्शन बिजनेस की राह रपटीली हो गई है। यहाँ तक कि इसका प्रभाव टेक्नालजी से जुड़ी कंपनियों पर भी पड़ा है। यह अलग बात है कि पिछले 21 वर्षों में सत्यम ने इतना रिजर्व कर लिया था कि उसके प्रमोटर्स को एक अनजान व्यवसाय में हाथ डालने व उसके अधिग्रहण में भी संकोच नहीं हुआ और उन्होंने इस सौदे को अंजाम दे दिया। बाजार पर निगाह रखनेवाले तमाम विश्लेषकों का भी मानना है, 'हम बाजार का रुझान व उसकी विश्वशनीयता घटती देख रहे हैं। साथ ही कारोबार की गति भी घटती दिख रही है। इस सौदे को भारत के कॉरपोरेट जगत् की सबसे खराब घटना के तौर पर निरूपित किया जा सकता है।'

आदर्श स्थिति होती यदि कंपनी के शेयरहोल्डर्स से उनका पैसा कहाँ लगाया जाए, इस बाबत रायशुमारी की जाती, बजाय इसके कि मैनेजमेंट से जुड़े चंद लोग शेयरहोल्डर्स की बिनाह पर निर्णय करते। इस स्तंभ का उद्देश्य यह जाँचना नहीं है कि सत्यम ने जो किया, वह सही है या गलत। इसका उद्देश्य तो देश-विदेश के विभिन्न कॉरपोरेट घरानों से जुड़ी घटनाओं को केस स्टडी के तौर पर प्रस्तुत कर उनसे सबक सीखने का है। पिछले कुछ दिनों में निवेशकों ने कंपनी से जिस तरह से अपना मुँह मोड़ा है, खासकर आर्थिक मंदी के बाद के परिदृश्य में, उससे पता चलता है कि निवेशकों की एक बड़ी संख्या को यह निर्णय रास नहीं आया है। इससे कंपनी की छवि प्रभावित हुई है। कोई आश्चर्य नहीं कि सत्यम इसका शिकार बन जाए।

फंडा यह है कि गलत समय पर उठाया गया एक गलत कदम वर्षों की साख को मिट्टी में मिला सकता है।

सवा सेर बनने की कोशिश करो

एक वकील ने बहुत ही दुर्लभ और महँगे सिगार खरीदे। इसके बाद उसने अन्य चीजों के अलावा इनका भी आग से बीमा कराया। यह अलग बात है कि महीने के भीतर ही वह अपने इन दुर्लभ सिगारों को पी गया। यही नहीं, बीमा पॉलिसी की एक भी किस्त भरे बिना उसने कंपनी पर बीमे की रकम का दावा ठोक दिया। अपने दावे में वकील ने कहा, 'उसके सिगार बेहद मामूली सी आग में ही स्वाहा हो गए।' हालाँकि बीमा कंपनी ने दावे के अनुरूप भुगतान करने से इनकार कर दिया। कंपनी का कहना था कि वकील ने सिगार पी लिये हैं, अतः आग में उनके स्वाहा होने का कैसा मुआवजा? अंततः वकील अदालत गया और मुकदमा जीत भी गया।

मामले में निर्णय देते हुए विद्वान् न्यायाधीश ने बीमा कंपनी से कहा कि वकील द्वारा जताए गए दावे में दम नहीं है। इसके बावजूद चूँकि वकील ने कंपनी से पॉलिसी ली, जिसमें आग से बचाववाली चीजों में सिगार भी शामिल थी। दूसरे, पॉलिसी में यह भी कहीं नहीं स्पष्ट किया गया कि सिगार पर कौन सी आग का दावा नहीं होगा। अतः कंपनी को बीमित राशि वकील को देनी ही पड़ेगी। बीमा कंपनी ने मामले को लंबा खींचे बिना निर्णय स्वीकार कर लिया और वकील को 'आग' में नष्ट उसके दुर्लभ सिगार के लिए 15,000 डॉलर की बीमा राशि प्रदान कर दी। लेकिन जैसे ही वकील ने बीमा राशि का चेक कैश कराया, कंपनी ने उसे बीमा राशि के लालच में जान-बूझकर घर में आग लगाने के आरोप में गिरफ्तार करा दिया। बीमा कंपनी द्वारा चुकाई गई दावा-राशि और वकील द्वारा दायर मामले को बतौर साक्ष्य सही मानते हुए अदालत ने भी वकील पर लगे आरोप सही पाए। नतीजतन, अदालत ने वकील को बीमा राशि हड़पने के लिए घर में जान-बूझकर आग लगाने का दोषी करार दिया और उसे 24 माह की जेल व चौबीस हजार डॉलर की भारी-भरकम राशि का जुर्माना अदा करने को कहा। यह एक सच्ची घटना है, जिसे हाल ही में 'क्रिमिनल लायर्स अवार्ड कांटेस्ट' में पहले पुरस्कार से सम्मानित किया गया।

फंडा यह है कि अंतिम क्षणों तक विजय की योजना बनाकर चलो।

आज भी सार्थक है चाणक्य-नीति

सालों पहले बेहतर प्रबंधन के लिए चाणक्य ने नीतियाँ सुझाई थीं। इनकी सार्थकता आज भी बरकरार है। आइए जानते हैं, सफल प्रबंधन के बरसों पहले तय किए गए फॉर्मूले क्या थे—

- किसी व्यक्ति को ईमानदार नहीं होना चाहिए। जिस तरह सीधे पेड़ को सबसे पहले काटा जाता है, उसी प्रकार ईमानदार व्यक्ति को भी सबसे पहले शिकार बनाया जाता है।
- यदि कोई साँप जहरीला नहीं है, तो भी हम यह मानकर बैठ जाते हैं कि साँप है तो खतरनाक ही होगा।
- सबसे बड़ा गुरुमंत्र है—अपने राज किसी से भी शेयर न करें। यदि आप अपने राज अपने तक नहीं रख सकते हैं, तो यह भूल ही जाएँ कि कोई और भी उन्हें छुपाकर रखेगा। इससे आप खुद अपने पैरों पर कुल्हाड़ी मारेंगे।
- किसी भी काम को शुरू करते समय अपने आप से तीन सवाल पूछें— मैं यह काम क्यों कर रहा हूँ? इसका परिणाम क्या होगा? और क्या मैं इस काम में सफल होऊँगा? गहन चिंतन के बाद यदि आपको इन सवालों के उपयुक्त जवाब मिल जाते हैं तो फिर आप काम में जी-जान से जुट जाएँ।
- जैसे ही डर आपके करीब आने लगे, उस पर हमला करके खत्म कर दें।
- जब भी कोई काम शुरू कर दें, तो फिर मन में यह डर न रखें कि आप कहीं फेल न हो जाएँ! अपने काम को कभी भी अधूरा न छोड़ें। याद रखिए, गंभीरता से काम करनेवाले सबसे खुशहाल व्यक्ति होते हैं।
- फूल की खुशबू हमेशा हवा के बहने की दिशा में ही फैलती है, लेकिन किसी व्यक्ति की अच्छाई सभी दिशाओं में अपनी पहुँच बनाती है।
- कोई भी इंसान अपने कामों की वजह से महान् बनता है, जन्म से नहीं।
- अपने बच्चों को पहले पाँच सालों तक बेहद प्यार से ट्रीट करें। इसके बाद के पाँच सालों में उन्हें डाँटें या फटकारें। जब वे 16 साल के हो जाएँ तो उनके साथ दोस्त की तरह व्यवहार करें। आपके बढ़ते हुए बच्चे ही आपके बेस्ट फ्रेंड हैं।
- किसी भी इंसान की सबसे अच्छी दोस्त शिक्षा होती है। शिक्षित व्यक्ति को हर जगह सम्मान मिलता है। शिक्षा सुंदरता और यौवन को भी मात देने की क्षमता रखती है।

प्रबंधन के ये कुछ मंत्र चाणक्य द्वारा कहे गए सूत्र-वाक्यों में से लिये गए हैं, लेकिन इनमें से हर एक वाक्य का अपना एक फंडा है। यह एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति, एक स्थान से दूसरे स्थान और एक स्थिति से दूसरी स्थिति तक अपनी सार्थकता रक्षते हैं।

सुनिश्चित कार्य-योजना जरूरी है

बेहद सफल पुस्तक 'सेवन हैबिट्स ऑफ हाइली इफेक्टिव पीपुल' के लेखक स्टीफन कोवे कहते हैं कि 'लक्ष्यनिर्धारण विशुद्ध रूप से सनक के सिवाय कुछ नहीं होता, अगर उसे हासिल करने के लिए आपके पास एक सुस्पष्ट कार्य-योजना न हो।'

एक साल या फिर पाँच साल के लिए अपने लक्ष्यों की रूपरेखा बनाने में आप महीनों का वारा-न्यारा कर सकते हैं। उनको लिखकर अपनी अलमारी या किताब की टांड पर चिपका सकते हैं, चाहें तो डेरसिंग-टेबल के शीशे पर लगा सकते हैं, जिससे कि रोज आपको अपना लक्ष्य याद रहे। लेकिन इस लक्ष्य को हासिल करने के लिए समुचित और अनुशासित कार्य-योजना के बिना ये सारे ताम-झाम बेकार और निरर्थक साबित होते हैं। आप जानते हैं क्यों? गोल सिर्फ एक मंजिल होती है। इस सफर को पूरा करने के लिए और निर्धारित लक्ष्य तक पहुँचने के लिए एक रूपरेखा यानी कार्य-योजना असली सवाल पैदा करती है। आप इस समय कहाँ हैं, आप कहाँ जाना चाहते हैं और कैसे जाना चाहते हैं तथा मंजिल पर पहुँचकर क्या हासिल करना चाहते हैं? इन सबके लिए आपको सुनियोजित रणनीति बनानी पड़ती है। हकीकत यह है कि मंजिल की राह में हर छोटे कदम के बाद आपको अपनी उपलब्धिया को मापते रहना पड़ता है।

दरअसल, नापते और मापते रहने से आपको पता रहता है कि आप मंजिल से अभी कितनी दूर हैं और आपको अगला कौन सा रास्ता अख्तियार करना है। ऐसी संभावना रहती है कि कड़ी प्रतिस्पर्द्धा के कारण बीच में ही आपको राह बदलनी पड़े। पहला प्लान तैयार होने के बाद प्लान-बी, प्लान-सी और प्लानवे डी हमेशा तैयार रखें। इससे आपको फायदा यह होगा कि अगर पहला प्लान फेल होता है, तो आप तत्काल दूसरी योजना की शरण ले सकते हैं।

फंडा यह है कि गोल का निर्धारण आपके मकसद के लिए तभी उपयोगी है, जबकि उसको हासिल करने के लिए आपके पास एक रणनीति और कार्य-योजना हो।

समय को अपने अनुकूल करें

हमारे देश में बहुसंख्यक मध्यवर्ग हमेशा से मकान खरीदने या बड़े निवेश से संबंधित अपनी योजनाओं को ठंडे बस्ते में डालते रहने का आदी रहा है। क्योंकि उन्हें इस बात का डर सताता है कि ये कदम उन्हें जोखिम में न डाल दें! यह वर्ग समझता है कि उधार लेकर निवेश करना उनकी समस्या का समाधान नहीं है। फिर यह वर्ग क्या करता है?

अपनी योजनाओं के लिए मध्यम वर्गीय परिवार धीरे-धीरे पैसे का ही जुगाड़ करता है, यानी थोड़े-थोड़े पैसे की बचत करता है और घर खरीदने के लिए बैंक बैलेस बनाने की कोशिश करता है। लेकिन होता कुछ और ही है, क्योंकि एक बड़ी रकम जुटा पाने के बाद एक मकान की कीमत कई गुना बढ़ चुकी होती है। इसका नतीजा आखिरकार शून्य साबित होता है। वह मकान खरीदने के सपने को साकार करने की क्षमता खो चुका होता है। एक बार फिर परिवार अपनी योजना को रद्द कर देता है और दोबारा से एक बड़ी रकम जुटाने की दौड़ में लग जाता है। दरअसल, यह एक कुचक्र बनकर रह जाता है। यह बात एक अदद मकान खरीदने जैसे मामले में ही लागू नहीं होती, बल्कि पत्नी को शादी की सालगिरह पर एक तोहफा देने या बच्चे को उसके बर्थडे पर उसकी पसंद की गाड़ी खरीदकर देने के विषय में भी लागू होती है। कुछ परिवार तो अपने घर का खर्च मामूली से बजट में चलाने को मजबूर होते हैं, जिससे कि सम्मानजनक बचत हो सके। इस तरह वे अपने मन को तसल्ली देते रहते हैं कि एक दिन वे अपनी वर्षों की तमन्ना पूरी करने में कामयाब हो जाएंगे। मैंने ऐसे परिवारों को देखा है, जिन्होंने अपने अकेले कमानेवाले मुखिया को जिंदगी की शुरुआत में ही खो दिया और फिर परिवार को अपने सपनों को ही छोड़ना पड़ा।

फंडा यह है कि हमें चाहिए कि कुछ चीजों को एक सही उम्र में ही हासिल कर लें। जब अवसर मिले तो थोड़ी तकलीफ उठाकर, वक्त रहते हुए अपनी योजना को पूरा करना चाहिए। ऐसा इसलिए, क्योंकि हर समय एक समान नहीं होता और सही समय का इंतजार कभी स्वप्न नहीं होता।

नई शैली + नई सोच = सफलता

क्या आपने वह विज्ञापन देखा है, जिसमें एक किशोरवय लड़के को सिग्नल तोड़ने के आरोप में एक ट्रैफिक सिपाही पकड़ लेता है। लड़का प्रार्थना करता है कि उसके पास जुरमाना भरने के लिए पैसे नहीं हैं। इस पर टस-से-मस न होने वाला कांस्टेबल उसको मोबाइल पर अपने 'पापा' से बात कराने के लिए कहता है। लेकिन जब मोबाइल पर बात होती है तो दूसरी तरफ लड़के के 'पापा' कांस्टेबल पर जोर से चीखते हुए लड़के को जेल में डाल देने के लिए कहते हैं। इस पर कांस्टेबल लड़के को बिना जुरमाना किए छोड़ देता है। दूसरी तरफ इसके लिए लड़का अपने दोस्त को मोबाइल पर उसके 'पापा' की भूमिका अदा करने के लिए धन्यवाद देता है।

यह विज्ञापन उस कंपनी की मोबाइल सेवा का है, जो अपनी अलग तरह की सोच और हमेशा नए अंदाज के विज्ञापनों के लिए जानी जाती है। इस कंपनी के कोला, एयरलाइंस और अब मोबाइल सेवा के विज्ञापनों की शैली पर नजर डालें, तो पाएँगे कि इन विज्ञापनों के चरित्रों का निर्माण कंपनी ने अपने उत्पादों के साथ लंबी अवधि के दौरान किया है। यह चरित्र है—मस्तीखोर। यह कंपनी अब फिर एक नई परंपरा की शुरुआत करने जा रही है। इसके अंतर्गत कंपनी अपने मोबाइल उपभोक्ताओं के साथ अपनी कमाई शेयर करना चाहती है। इसे ही कहा जाता है—नई परंपरा की शुरुआत करना। खेल के नियम को ही बदल डालें। हालाँकि यह अभी शुरुआती समय है। लेकिन उद्योग जगत् को भरोसा है कि कंपनी के इस कदम से निश्चित रूप से मोबाइल बाजार में नए बदलाव देखने को मिलेंगे।

फंडा यह है कि रचनात्मक सोच, साहसिक कदम और नया अंदाज हमेशा आपको सफलता का रास्ता दिखाते हैं। यह चाहे जीवन, कैरियर या फिर बिजनेस का मैदान ही क्यों न हो।



सफलता के लिए कॉमन सेंस जरूरी

विषय की गहरी समझ—अक्सर सुनने में आता है कि किसी मुद्दे या समस्या को हल करने के लिए सबसे अहम है उस विषय की गहरी समझ। सफल पेशेवर भी किसी समस्या के सामने आने पर तत्काल उसे हल करने में नहीं लग जाते। वे सबसे पहले उसके बारे में सवाल करते हैं, उसकी बारीकियों को पकड़ने की कोशिश करते हैं और समस्या के प्रत्येक पहलू की गहरी छानबीन करते हैं। नेतृत्व की महत्वपूर्ण विशेषता उसकी सवाल करने की क्षमता में निहित होती है। इसी के आधार पर वे अंतिम निर्णय पर पहुँचते हैं। सही तरह का सवाल करके ही किसी विषय या समस्या की गहराई को समझा जा सकता है। इसमें सही सोच और विश्लेषण करने की क्षमता काफी मददगार साबित होती है। बिजनेस की दुनिया में इन चीजों की बड़ी अहमियत है।

प्रोजेक्ट प्रबंधन की क्षमता—किसी भी तरह के उद्योग में आजकल पेशेवरों को प्रोजेक्ट, संसाधन, समय और विविध प्रकार के कामकाज के प्रबंधन की आवश्यकता होती है। इसलिए सभी क्षेत्र के प्रोफेशनल्स को इस तरह का कौशल स्वयं में विकसित करना निहायत जरूरी है। ये गुण किसी अनुभवी प्रोजेक्ट मैनेजर के अधीन काम करके, औपचारिक शिक्षा से या बेहतर प्रबंधन में मददगार विविध साधनों के माध्यम से विकसित किए जा सकते हैं।

सहज बुद्धि—मैंने पेशेवरों को निराशा में यह कहते सुना है कि उन्हें अपनी इच्छानुसार उन क्षेत्रों में काम करने का मौका नहीं मिलता, जिसमें उन्हें विशेषज्ञता प्राप्त होती है। इसकी शुरुआत छात्र जीवन से ही होती है, जहाँ उन्हें जरूरी समर प्रोजेक्ट्स में योग्य और अनुभवी लोगों के निर्देशन में काम का प्रायोगिक अनुभव हासिल नहीं हो पाता। इससे वह अपने पसंदीदा क्षेत्र का आधार तय नहीं कर पाते। जिन छात्रों को अपनी पसंद के प्रोजेक्ट्स में काम का अवसर नहीं मिलता, उन्हें मेरी सलाह है कि वे शैक्षणिक गलियारे से बाहर की दुनिया में आकर फील्डवर्क करें और दूसरों के कामकाज का अवलोकन करें। सुबह-सुबह होलसेल वेजिटेबल मार्केट में जाएँ और वहाँ प्रबंधन के हुनर सीखें। यहाँ समाज के बेहद गरीब तबके के लोग सामान खरीदने के लिए अत्यंत ऊँची ब्याज दरों पर पैसे उधार लेते हैं। किसी भी मंडी में जाकर खरीदारी, भेदपूर्ण कीमतनिर्धारण, कार्यशील पूँजी प्रबंधन, ऋण सेवा, सौदेबाजी का हुनर, ग्राहकों का वर्गीकरण, ग्राहक सर्विस जैसी बातों के अलावा तमाम चीजें दो-चार दिनों में ही सीखी जा सकती हैं। एक भेलपुरी वाले के बिक्री के तौर-तरीके और पूरे दिन ग्राहकों से संबंध बनाने की उसकी सहज बुद्धि को उसके पास वक्त बिताकर समझें।

फंडा यह है कि एक सफल पेशेवर बनने के लिए औपचारिक शिक्षा और वहाँ का प्रशिक्षण ही काफी नहीं होता। अगर आप में सीखने और सफल होने की आरजू है तो जिंदगी और बाहर की दुनिया से बड़ी पाठशाला कहीं नहीं है। आपको अपनी सहज बुद्धि विकसित करनेवाली सोच का सहारा लेने की जरूरत है।

धन से बड़ा काम करती है प्रेरणा

दुनिया एक कठिन दौर से गुजर रही है। यह एक सच्चाई है और हम इससे भाग नहीं सकते, न ही इसकी ओर से अपनी आँखें बंद कर सकते हैं। हम यह भी नहीं कह सकते हैं कि भारत में ऐसा कुछ नहीं हो रहा है। उद्यमी कम ब्याज दरों पर ऋण हासिल करने में मुश्किलों का सामना कर रहे हैं। इसलिए वे विस्तार योजनाओं के क्रम में कोई जोखिम उठाने को तैयार नहीं हैं। इसका सीधा असर यह हुआ है कि तरलता का बाजार मंद है, तो रोजगार के क्षेत्र में भी मंदी है। यही नहीं, ग्राहकों की स्थिति भी अच्छी नहीं है, क्योंकि देश भर में मंदी के कारण हो रहे प्रभाव का असर उनकी जेब पर भी पड़ा है।

जाहिर है, ऐसे में हम और आप कुछ बहुत ज्यादा करने की स्थिति में नहीं हैं। सिवाय यह सुझाने कि अपनी कंपनी के लिए आप धन कितनी बुद्धिमानी से खर्च कर सकते हैं। फिर भी हम सभी एक वह चीज कर सकते हैं जो अन्य कोई भी आर्थिक पहलू नहीं कर सकता है। हम सौभ्यता से रह सकते हैं, विनम्रता और सलीके से बोल सकते हैं और अगर हमारे आस-पास कुछ अच्छा घटित होता है तो उसकी सराहना कर सकते हैं। हमें किसी से यह कहने में कितना समय लगता है—'वाह! आज तुमने कितना अच्छा काम किया है। मुझे बहुत पसंद आया है और लगता है कि मैनेजमेंट को भी यह पसंद आएगा। ऐसे ही अच्छा काम करते रहो, इससे तुम जल्द ही एक अलग मुकाम पर होगे।'

कर्मचारियों को प्रेरित करने के नए-नए तरीके खोजकर छोटे-से-छोटा व्यापार भी कड़ी टक्कर दे सकता है। इसमें लगता ही क्या है? तमाम कंपनियाँ जहाँ अभी भी इसका जवाब ढूँढ़ रही हैं, मैं आप सभी को एक बात बताना चाहता हूँ, इसमें सिर्फ समर्पण की आवश्यकता है। ऐसा समर्पण, जिससे कार्यक्षेत्र में अच्छा काम करनेवालों को प्रेरित करने का वातावरण बनाया जा सके। इस फेर में बहुत पैसा खर्च नहीं होता है। यह खबर लघु उद्योगों के लिए अच्छी साबित हो सकती है। खासकर ऐसे लघु उद्योगों के लिए जो आमदनी और खर्च के बीच सामंजस्य बैठाने की जद्दोजहद से जूझ रहे हैं। उससे भी बड़ा संघर्ष तो दक्ष कर्मचारियों को अपने साथ जोड़े रखने का है।

फंडा यह है कि स्थितियों के सुधरने पर तो धन भी मिल सकता है, लेकिन अच्छे कर्मचारियों को ढूँढ़ने के लिए सिर्फ प्रेरणा पर ही भरोसा किया जा सकता है।

जरूरत से ज्यादा की इच्छा न करें

- तीस वर्षीय राजू ने शेयर बाजार में निवेश के लिए 45 लाख रुपए से अधिक का कर्ज लिया और वह सारी रकम गँवा बैठा।
- युवा बैंकर देशमुख ने भी शेयर कारोबार के लिए 20 लाख रुपए से अधिक का कर्ज लिया। जैसे-जैसे बाजार गिरता गया, वैसे-वैसे उसका निवेश भी डूबता गया।
- पिछले वर्ष की शुरुआत में राघवेंद्र राय ने मुंबई के उपनगर खार में छह करोड़ रुपए की कीमतवाला आलीशान फ्लैट खरीदा। अब मंदी में उसकी नौकरी जाती रही और वह अपने सपनों के घर को बचाने के लिए संघर्ष कर रहा है।
- अपने चरम उत्कर्ष के दिनों में फिलीपींस के अपदस्थ तानाशाह की पत्नी इमेल्डा मार्कोस के पास 1400 जोड़ी महँगे जूते, 1000 हैंडबैग और लगभग 50 शानदार गाउन थे। यदि सत्यम के राजू विद्यमान धोखाधड़ी में न उलझे होते तो संभवतः संग्रह के मामले में वे इमेल्डा को कड़ी चुनौती पेश कर सकते थे। यदि इंफोर्समेंट विभाग के सूत्रों पर यकीन किया जाए तो राजू के संग्रह में 1000 डिजाइनर सूट, 300 जोड़ी महँगे जूते और इतनी ही संख्या में ब्रांडेड बेल्ट मौजूद हैं। यही नहीं, दुनिया के 63 देशों में उनके आलीशान घर भी मौजूद हैं। भला कोई व्यक्ति कैसे अलग-अलग देशों में अपने लिए आवास बना सकता है? क्या राजू जैसे व्यस्त रहनेवाले व्यक्ति के लिए संभव था कि वे 10 वर्ष में भी एक बार इन घरों में रहने जाते?

हमारे समाज में सैकड़ों ऐसे लोग रहे हैं, जिन्होंने आलीशान जिंदगी व्यतीत की। कुछ तो आज भी भव्य जिंदगी जी रहे हैं। इस स्तंभ में यह कहना तो उपयुक्त नहीं होगा कि उनकी यह भव्य जीवन-शैली सही है या गलत। लेकिन इतना जरूर कहा जा सकता है कि फैशन और तड़क-भड़क के प्रति उनकी दीवानगी ने आवश्यकता से अधिक सहेजने की प्रवृत्ति को हवा दी। जाहिर है, इसी वजह से उनका पतन हुआ या उन्होंने नकारात्मक विकास का सहारा लिया।

विकास के क्रम में बहुत तेज गति से ऊपर जाने वाली चीज निश्चित तौर पर नीचे गिरती है। कुछ के लिए यह बेहद दुखदायी होता है। इससे यह फंडा सीखा जा सकता है कि किसी नई चीज की खरीद या विकास के पहले अपनी स्थिति को सुदृढ़ करते जाएँ। इसके बाद ही किसी दूसरी वस्तु की खरीद या प्रसार पर विचार करें। अगर आप बिना मजबूती के लगातार बढ़ते जाएँगे, तो दुखदायी पतन की संभावना बढ़ जाती है। अगर आप स्थायित्व देते हुए आगे बढ़ेंगे, तो पतन उतना दुखदायी नहीं होगा। आप एक बेडरूम फ्लैट से तीन बेडरूम फ्लैट खरीद सकते हैं, लेकिन यदि आप एक बेडरूम फ्लैट से सीधे नौ बेडरूम फ्लैट को खरीदते हैं तो निश्चित तौर पर सबकुछ सही नहीं है। इस क्रम में प्रकृति ही न्याय करती है। उसका अपना समय होता है, लेकिन भुगतना जरूर पड़ता है।

फंडा यह है कि जितनी जरूरत है उतने ही साजो-सामान को जुटाना चाहिए। आवश्यकता से अधिक संग्रह करने पर निश्चित तौर पर पतन का सामना करना पड़ता है।

उपयोगी विचार तेजी से फैलते हैं

अगर आपके पास कोई अच्छा विचार है तो निश्चित तौर पर लोग उसे पसंद करेंगे। उदाहरण के लिए गूगल और 'स्लमडॉग मिलियनेअर' को लें। भारत में प्रदर्शन से पूर्व ही 'स्लमडॉग मिलियनेअर' फिल्म पाइरेसी के जरिए बाजार में आ चुकी थी। सबसे खराब बात यह थी कि हिंदी फिल्म उद्योग के अधिकांश सदस्य इसे प्रदर्शन से पहले ही देख चुके थे। विडंबना तो यह थी कि उन्होंने स्क्रीन स्टार टीवी अवार्ड 2009 समारोह में होस्ट द्वारा पूछने पर सार्वजनिक तौर पर इसे स्वीकार भी किया था। इस पर होस्ट को उपस्थित 'प्रतापी' श्रोताओं से गुजारिश करनी पड़ी कि 'अगर आप लोग पाइरेसी को बढ़ावा देंगे तो आम जनता से कैसे अपील की जा सकेगी? कृपया पाइरेटेड सीडी और डीवीडी से फिल्म देखना बंद कीजिए।' इसके बावजूद फिल्म हिट रही और निर्माता को करोड़ों रुपए कमाकर दिए। गोल्डन ग्लोब पुरस्कार जीता, वह अलग बात है। 3 फरवरी को जारी कमाई के आँकड़ों से पता चलता है कि 15 मिलियन डॉलर की मूल लागत की तुलना में फिल्म अब तक 68.5 मिलियन डॉलर की कमाई कर चुकी है।

माइक्रोसॉफ्ट का उदाहरण लें। आज यह कंपनी बहुत बड़ा रूप-स्वरूप अख्तियार कर चुकी है। इसके ज्यादातर उत्पाद सामान्य आदमी के लिए जटिल होते हैं। कम-से-कम हमारे जैसे लोगों के लिए, जो धीरे-धीरे तकनीकी के प्रति समझदार हो रहे हैं। दूसरी तरफ गूगल ने हमारे जीवन में बदलाव लाने का काम किया है। अधिसंख्या भारतीय इससे परिचित हैं और बड़े पैमाने पर इसकी सेवाओं का लाभ उठा रहे हैं।

'स्लमडॉग मिलियनेअर', माइक्रोसॉफ्ट और गूगल से एक सबक सीखा जा सकता है। वह यह है कि अगर अधिसंख्या लोगों का ध्यान आकर्षित करना चाहते हैं, तो विचार सरल रखें। साथ ही वह विचार कुछ भद्रजनों के बजाय आमजनों को आकर्षित करनेवाला होना चाहिए। इसके बाद तो वह विचार और लोगों तक विभिन्न माध्यमों से पहुँचता जाएगा। वह माध्यम एसएमएस, मोबाइल, बातचीत, टीवी, प्रिंट या कुछ भी हो सकता है। आजकल तो ई-मेल ने विचारों के फैलने की प्रक्रिया और भी आसान कर दी है। इस क्रम में गूगल का वास्तव में महत्वपूर्ण योगदान है। कंपनी अपनी जी मेल, गूगल टॉक, गूगल डॉक, गूगल बेस (वर्गीकृत विज्ञापन), गूगल क्रोम (वेब ब्राउसर) जैसी छोटी-छोटी सेवाओं को लॉन्च करने में पीछे नहीं रही। आज गूगल के इतने सारे उत्पाद बाजार में हैं कि कभी-कभी उसके सीईओ को भी याद नहीं रहता होगा कि कंपनी क्या-क्या सेवाएँ प्रदान कर रही है। ऐसा इसलिए हुआ, क्योंकि गूगल ने अपने कर्मचारियों को छोटे-छोटे समूहों में काम करने और ऐसे उत्पाद तैयार करने की छूट दी, जो उनके लिहाज से कंप्यूटर इस्तेमाल करनेवाले उपभोक्ताओं के लिए मददगार साबित हो सकते हैं। इस छूट और सर्वजन हिताय वाली सोच का नतीजा सामने है।

फंडा यह है कि विचार अच्छा और इस्तेमाल में लाए जाने योग्य होना चाहिए। अगर वह लोगों के व्यवसाय में सहायक होगा, तो वे उसे अपनाने में देर नहीं लगाएँगे।

सोच-विचारकर ही राय जाहिर करें

तीन दशक पहले तक बैंकिंग उद्योग में विभिन्न कर्मचारी संगठन बेहद हावी हुआ करते थे। अस्सी के दशक में नंदन नीलकण्ठी ने बैंकिंग उद्योग से जुड़े सभी शीर्ष अधिकारियों को एक प्रेजेंटेशन दिया था। इसमें उन्होंने बताया था कि किस तरह आधुनिक तकनीक बैंक के कामकाज को सुगम बना सकती है। इस पर एक बैंक के चेयरमैन की तुरंत प्रतिक्रिया आई थी, 'कर्मचारी संगठन आपके घरों का घेराव करने उतर आएंगे।' उम्मीद का दामन न छोड़ते हुए नंदन कर्मचारी संघ के नेताओं के पास गए और उन्हें बैंकिंग प्रक्रिया में एटीएम और सूचना प्रौद्योगिकी के लाभ से अवगत कराया। एक कर्मचारी नेता ने कहा, 'मेरे दो बच्चे हैं, एक बोस्टन में है और दूसरा सिएटल में। दोनों ही सॉफ्टवेयर क्षेत्र से जुड़े हैं, इसीलिए आप जो कह रहे हैं, उससे मैं पूरी तरह से सहमत हूँ, लेकिन मैं सार्वजनिक तौर पर आपसे सहमति कैसे जता सकता हूँ?' अपनी किताब 'इमेजिंग इंडिया' में नंदन ने स्वयं इन बातों से सहमति जताई है।

उन दिनों स्टॉक एक्सचेंज, रेलवे, आयकर विभाग जैसे अन्य ऐसे क्षेत्र थे जहाँ कर्मचारी संघ हावी थे और उन्होंने कंप्यूटरीकरण का पुरजोर विरोध किया। उस वक्त मैं फ्री प्रेस जर्नल के साथ काम कर रहा था। वह मुंबई का पहला ऐसा अखबार था, जो पूरी तरह कंप्यूटरीकृत तकनीक पर निकलनेवाला था। मैं जूनियर रिपोर्टर हुआ करता था और हमारी यूनियन ने तर्क दिया कि इस प्रक्रिया से पूरफ रीडर, कॉपी कंपोजर सरीखे कर्मचारी नौकरी से हाथ धो बैठेंगे। यकीन मानिए कि किसी भी कर्मचारी को अपनी नौकरी से हाथ नहीं धोना पड़ा। उन सभी ने कंप्यूटर पर काम करने में दक्षता प्राप्त की और उसी कंपनी में ज्यादा वेतन पाने लगे। इसी तरह ऑनलाइन शेयरों की खरीद-फरोखत होने लगी। सूचनाप्रौद्योगिकी को इस्तेमाल में लाकर ही आयकर विभाग कर जमा न करनेवालों का पता लगा लेता है। इसमें उनके मददगार साबित होते हैं पैन और टिन नंबर। 1993 के बाद निजी बैंकों के आगमन के साथ बैंकिंग उद्योग का स्वरूप तेजी से बदला है।

इससे सिर्फ शहरों को ही नहीं, बल्कि अनाज मंडियों को भी लाभ पहुँचा है। प्रत्येक किसान को मूल्यों की जानकारी होने से वे कम दामों पर अपनी फसल नहीं बेचते। सच तो यह है कि विभिन्न उद्योगों में मानवीय चूक कम होने लगी। इस तरह, जिन लोगों ने तकनीक का विरोध किया था, उन्हें अपने शब्द वापस लेने पड़े। इसके साथ ही तकनीक ग्राहकों के लिए पारदर्शिता और सुविधा की वायस भी बनी। सबसे बड़ी बात तो यह है कि इस तरह भ्रष्टाचार को जबरदस्त मात दी गई। 350 ई. पूर्व एक ग्रीक दार्शनिक पायरोस ने कहा था, 'बुद्धिमान लोग शुरुआत में ही कोई राय नहीं बना लेते और न ही कोई प्रतिक्रिया देते हैं। वह पहले देखते हैं, समझते हैं और फिर कुछ कहते हैं।'

फंडा यह है कि आप तुरंत निर्णय मत करिए। इसके बजाय आप यह जरूर कह सकते हैं कि 'ऐसा प्रतीत होता है, लेकिन हकीकत हम फिलहाल नहीं जानते हैं।' बुद्धिमान लोगों की यही निशानी है।

अपने कार्यक्षेत्र में सर्वश्रेष्ठ बनें

यह बात सोलह आने सच है। हम सभी चीनी लोगों को कोसते रहते हैं कि वे दुनिया के किसी भी कोने में बने डिजायनर हैंडबैग्स, आई-फोंस और अत्याधुनिक उपकरणों की हबहू प्रतिकृति तैयार कर देते हैं। उन्हें इस काम में कभी हफ़ता भर लगता है तो कभी महज कुछ दिन। लेकिन पिछले दिनों उन्होंने कुछ ऐसी चीज की प्रतिकृति तैयार कर ली, जो हम सभी को हमेशा से बेहद कठिन लगती रही है। वह चीज है प्रकृति! जी हाँ, प्रकृति। चीन के मौसम विज्ञानियों ने कृत्रिम बर्फबारी के जरिए बीजिंग में 38 वर्षों से पड़ रहे सूखे को समाप्त कर दिया। मानव सहायता के इतिहास में यह अब तक का सबसे बड़ा सूखा था। बीजिंग के ऊपर छाए बादलों को चीनी विज्ञानियों का हुकम मानना पड़ा। यहाँ तक कि 12 राष्ट्रीय राजमार्ग बर्फबारी के कारण बंद करने पड़े और बीजिंग से सभी उड़ानें विलंब से छूटीं।

पिछले वर्ष ओलंपिक के दौरान भी चीन के यही मौसम विज्ञानी ऐसे बादलों को छितराने के लिए पूरी तरह से तैयार थे जो 91,000 दर्शकों की क्षमता वाले विशालकाय स्टेडियम में आयोजित होने वाले भव्य उद्घाटन समारोह में व्यवधान पैदा कर सकते थे। चीन इस आयोजन को हर लिहाज से यादगार बनाने के लिए प्रतिबद्ध था।

इस बार चीन के मौसम विज्ञानियों ने बीजिंग के आस-पास स्थित रॉकेट लॉन्च के 28 बेसेस का इस्तेमाल कर सिल्वर आयोडाइड की सिगरेट के आकारवाली 450 स्टिक्स आसमान में दागीं। इन्होंने ही बर्फबारी में महती भूमिका अदा की। इस तरह अब उन्होंने सिद्ध कर दिया है कि वे प्रकृति की नकल भी सहायताकर सकते हैं। यही नहीं, उन्होंने यह भी जता दिया है कि वह इस क्षेत्र में भी सर्वश्रेष्ठ हैं। इस घटना से मुझे पंद्रह वर्ष पहले किया गया कमल हसन का साक्षात्कार याद आ गया। मैंने उनसे पूछा था कि अगर वे अभिनेता न होते तो क्या होते? इस पर उनका जवाब था, 'स्वीपर, लेकिन इतना मैं जरूर कहना चाहूँगा कि मैं अपने क्षेत्र का सर्वश्रेष्ठ स्वीपर होता। तब भी आप उसी कला की वजह से मेरा साक्षात्कार कर रहे होते। मेरे जीवन का सिर्फ एक ही उद्देश्य है, और वह यह कि जो भी करो उसमें सर्वश्रेष्ठ रहो। फिर भले ही वह अभिनय हो या साफ-सफाई करना।'

फंडा यह है कि आप कुछ भी करें, लेकिन उसमें सर्वश्रेष्ठ रहें। इससे न सिर्फ आपको सराहना मिलेगी, बल्कि आपकी अलग पहचान भी बनेगी।

जितना गुड़ डालोगे उतना मीठा होगा



हाल ही में अमेरिका से स्थानांतरित होकर भारत आए मेरे एक मित्र को ड्राइवर की आवश्यकता थी, क्योंकि वह मुंबई की सड़कों से परिचित नहीं थे। अपने अन्य कई दोस्तों से इस बाबत कहने-सुनने के बाद कुछ आवेदन-पत्र आए। इनमें से एक आवेदन बेहद रोचक था, क्योंकि अभियार्थी ने उसमें स्पष्ट कर दिया था कि वह तब तक ड्राइवर की नौकरी करने को तैयार नहीं है, जब तक गाड़ी महंगी और आलीशान न हो। चूँकि मैं जानता था कि मेरा दोस्त बीएमडब्ल्यू खरीदनेवाला है, अतः मैंने उसे बुलवा भेजा। अनुभव के नाम पर उसने अभिनेत्री श्रीदेवी और उनके पति बोनी कपूर तथा अनिल कपूर के यहाँ काम किया हुआ था।

बॉलीवुड की इन नामचीन हस्तियों के साथ काम करने के उसके अनुभव के बाद मुझे निश्चित तौर पर लग रहा था कि वह व्यक्ति समय का पाबंद होगा। अतः मैंने हरि प्रसाद सिंह नाम के उस अभियार्थी से पूछा कि वह कितने वेतन की अपेक्षा रखता है। इस पर उसने कहा, 'मैं तीन आधार पर वेतन लेता हूँ। अगर आप पीछे बैठकर मुझे दाएँ या बाएँ मुड़ने या धीमे चलाने की सलाह देते हैं तो मैं महज 5,500 रुपए लेता हूँ। हालाँकि इस तरह से कुछ ही दिनों में गाड़ी की बॉडी क्षतिग्रस्त हो जाती है। यदि आप मुझे सुबह 8.30 बजे बुलाते हैं और घर से 11.30 बजे निकलते हैं तो मैं जल्द ही बोर हो जाता हूँ और पंद्रह-बीस दिन में नौकरी छोड़ देता हूँ। इस तरह आपको नए सिरे से अपने लिए ड्राइवर की खोज करनी पड़ेगी, अतः ऐसी स्थिति में 6,500 रुपए लेता हूँ। अगर आप पीछे चुपचाप बैठते हैं और बस मुझे गंतव्य बता देते हैं, तो मैं निर्धारित समय में बिलकुल सही जगह पर आपको पहुँचा दूँगा। फिर आप चाहे जिस वक्त वापस लौटें, मैं चुपचाप आपको लेकर आऊँगा। इसके लिए मैं कभी आप से ओवरटाइम भी नहीं माँगूँगा, बस वेतन 8,000 रुपए प्रतिमाह लूँगा।' इसके बाद वह एक ही साँस में फिर बोला, 'मैं आपको एक और बात बताना चाहता हूँ। श्रीदेवी गाड़ी में पीछे बैठकर लिपस्टिक लगाती थीं। एक बार भी ऐसा मौका नहीं आया जब उन्हें लिपस्टिक लगाने में कोई दिक्कत हुई हो। मेरी ड्राइविंग की कुशलता को समझने के लिए शायद यह बात पर्याप्त होगी।'

अगले ही क्षण वह बतौर ड्राइवर नौकरी पर रखा जा चुका था और मेरा वह दोस्त भी हर लिहाज से संतुष्ट लग रहा था। वह ड्राइवर मुंबई की सड़कों को अच्छी तरह से जानता था, समय को लेकर बाद में चिल्ल-पों नहीं करनेवाला था और फिर उसे सलीके से पहनना-ओढ़ना भी आता था।

फंडा यह है कि जितना गुड़ डालोगे, उतना ही मीठा होगा।

बाजार के मुताबिक डिग्री करें

एक अनुमान के मुताबिक इस साल देश के संगठित क्षेत्र में 10 लाख से अधिक संख्या में नई नौकरियाँ पैदा होंगी। इसके अलावा असंगठित क्षेत्र में भी अतिरिक्त 20 लाख नौकरियों के नए अवसर पैदा होने की उम्मीद है। इस तरह देखा जाए तो विगत साल की तुलना में इस वर्ष नौकरियों की संख्या में तीन फीसदी की वृद्धि रिकॉर्ड की जा रही है।

आप में से कई लोग यह सोच रहे होंगे कि इनमें से अधिकतर नई नौकरियाँ सूचना प्रौद्योगिकी और रिटेल सेक्टर में पैदा होंगी, लेकिन सच्चाई ये है कि सर्वाधिक नौकरियाँ हॉस्पिटैलिटी क्षेत्र में पैदा होने वाली हैं; 10 लाख नई नौकरियों में से 40 फीसदी इस क्षेत्र में पैदा होने की संभावना है। इसके उलट इस बात की भी आशंका है कि इस साल पोस्ट ग्रेजुएट इंजीनियरिंग की डिग्री हासिल करने वाले छात्रों में कम-से-कम 16 फीसदी को अगले एक साल तक बेरोजगारी से जूझना पड़ सकता है। यह बात एक ह्यूमन रिसोर्स स्टाफिंग सॉल्युशन द्वारा कराए गए सर्वेक्षण में सामने आई है। इस सर्वेक्षण में देश भर के 22 सेक्टरों की कुल 2006 कंपनियों को शामिल किया गया था। इन कंपनियों से साल 2008 की अवधि में उनके द्वारा भरती किए गए जाने वाले नए कर्मचारियों के आँकड़े माँगे गए थे।

हालाँकि रीयल एस्टेट कंपनियों ने पहली बार सीधे कैम्पस के जरिए मैनेजमेंट स्नातक और इंजीनियरों की भरती की, लेकिन इंजीनियरिंग की बजाय दूसरी फैकल्टी से अधिक भर्तियों को प्राथमिकता दी। इस तथ्य को पाँच साल पहले ही एक अग्रणी पत्रिका ने उजागर किया था।

फंडा यह है कि जब भी आप कोई ऐसा कोर्स करने जा रहे हों, जिसमें आपके तीन या पाँच अनमोल वर्ष लगने वाले हैं, तो शुरू में ही इस बात को गहराई से समझ लें कि यह डिग्री आपको पाँच साल बाद किस मुकाम पर ले जाकर खड़ा करेगी। दूसरे शब्दों में कहें तो यह आपके कैरियर को कौन सा रंग-रूप प्रदान करेगी। महज ऊँचे अंकों के साथ किसी डिग्री को हासिल कर लेना मौजूदा दौर में ज्यादा मायने नहीं रखता। संक्षेप में कहें तो आपकी डिग्री जॉब मार्केट की माँग से मेल खानेवाली होनी चाहिए।



समझें ग्राहक और बाजार का मूड

आपके साथ ऐसा कई बार हुआ होगा कि आपका पड़ोसी कोई सब्जी जिस दुकान से खरीदकर लाया होगा, उसी दुकान से वही सब्जी आपको दो रुपए या उससे भी महँगी कीमत पर मिली होगी। ऐसे में आपके मन में ऐसा भाव पैदा हुआ होगा कि सब्जी विक्रेता ने आपके साथ धोखाधड़ी की, यानी आपको सब्जी ऊँचे भाव में बेची और ठग लिया। इसका नतीजा यह निकला कि उस खास दुकान से आपने सब्जी खरीदनी बंद कर दी और किसी दूसरी दुकान से खरीदने लगे।

दरअसल, सब्जी-विक्रेता ने आपके साथ ऐसा कुछ नहीं किया जैसा आप सोच लेते हैं। दूसरे शब्दों में कहें तो सब्जी-विक्रेता की बिजनेस-स्टाइल से आपके अपरिचित होने के कारण ऐसा हुआ। दरअसल, वह विक्री का वह सिद्धांत अपना रहा था जिसे डायनामिक-प्राइसिंग कहा जाता है। यानी वह बाजार के परिवर्तनशील व्यवहार का अनुसरण कर रहा था। इसको इस तरह से समझ सकते हैं कि आपने सब्जी उस समय खरीदी होगी जिस समय खरीद-फरोक्त की खूब गहमागहमी होती है, यानी पीक-ऑवर होता है। ऐसे समय में दुकानदार अधिक कीमत लेते हैं, लेकिन जब बाजार बंद होने का समय होता है, जैसे कि रात के दस या उसके बाद, तब वे कीमत कम कर देते हैं। ऐसे समय में आपके पड़ोसी ने सब्जी खरीदी होगी और उसे वही सब्जी कम कीमत पर मिली।

इस तरह का बिजनेस अब दूसरे क्षेत्रों में भी देखने को मिल रहा है। एयरलाइन टिकट की बिक्री में भी यह फॉर्मूला अपनाया जा रहा है। आप जिस विमान में बैठे हैं, उसमें आपकी बगलवाली सीट पर बैठा यात्री कहता है कि उसे विमान का टिकट महज 500 रुपए में मिला है और आप उसका मुँह ताकते रह जाते हैं। आप किसी होटल में जाते हैं, सोचते हैं कि यह सबसे सस्ता होटल है—पता तब चलता है जब दूसरा ग्राहक आपको सच्चाई बताता है। आप किसी रिसॉर्ट पर जाते हैं और हजारों रुपए खर्च कर आते हैं तथा शेखी मारते हैं कि सस्ते में आपने खूब मजा लिया। मगर आपका मित्र लौटकर आता है और आपको अवाक् कर देता है कि वह आपसे कम कीमत पर कहीं अधिक लुत्फ उठाकर लौटा है। कई बार इसकी वजह यह होती है कि सप्ताहांत जैसे शनिवार या रविवार को जब लोगों की छट्टियाँ होती हैं, लोग मौज मनाने निकलते हैं, तब किसी रिसॉर्ट की कीमत काफी ऊँची होती है, मगर आम दिनों में उसकी कीमत आधी कर दी जाती है। व्हार्टन यूनिवर्सिटी के प्रोफेसरों का मत है कि कीमत संबंधी इस तरह का भेद वफादार ग्राहकों को आप से दूर कर देता है और इस तरह कंपनियाँ अपने ग्राहकों से संबंध खराब कर लेती हैं। हालाँकि चीन के ग्राहक इसकी परवाह नहीं करते कि किसी उत्पाद की किसी ने कितनी कीमत अदा की, लेकिन अमेरिकी या भारतीय ग्राहक कीमत के प्रति काफी संवेदनशील होते हैं। वे एक ही उत्पाद में कीमत संबंधी भेद से खुद को ठगा महसूस करते हैं।

फंडा यह है कि किसी क्षेत्र या इलाके में कीमतों में बदलाव करते समय बाजार को प्रभावित करनेवाले कारकों, अपने ग्राहकों के मूड व झोच को अच्छी तरह से समझें, वरना आपको बिजनेस का फायदा मिलने के बजाय लंबे समय में नुकसान उठाना पड़ सकता है।

उपभोक्ता को समझकर प्रोडक्ट करें लॉन्च

एक हालिया घोषणा में इटली के विश्वविख्यात लक्जरी फैशन ब्रांड अरमानी ने चीन में 25 से 30 स्टोर खोलने की इच्छा व्यक्त की है। ये स्टोर शंघाई या बीजिंग जैसे महानगरों में नहीं, बल्कि शेन्यांग और वेंझाऊ जैसे चीन के छोटे शहरों में खोले जाने की योजना है। यहाँ बता देना जरूरी है कि बॉलीवुड यानी भारत की फिल्म और फैशन राजधानी मुंबई में भी अभी तक अरमानी का कोई शोरूम नहीं है।

एक उल्लेखनीय तथ्य यह भी है कि यूरोप के लक्जरी ब्रांड्स की कुल वैश्विक बिक्री में आज चीन की हिस्सेदारी 15 फीसदी है। दूसरी तरफ समृद्ध और विशाल जनसंख्या के बावजूद इसमें भारत की हिस्सेदारी मात्र 6 फीसदी ही है। उपभोक्ताओं की जीवन-शैली का अध्ययन करने वालों का कहना है कि बड़े लक्जरी ब्रांड्स का भारतीय बाजार में पैठ बनाना काफी कठिन होगा। खास तौर पर तब तक, जब तक कि वे भारतीय उपभोक्ताओं की खरीदारी की प्रकृति को नहीं समझ लेते।

भारत में किसी भी फैशन ब्रांड के लिए अपनी जगह बनाने में सबसे बड़ी बाधा वैल्यू के रूप में खड़ी होती है। भारतीय समाज में किसी चीज की वैल्यू का काफी महत्व है। किसी फैशन ब्रांड को उपभोक्ताओं पर थोपकर आगे नहीं बढ़ाया जा सकता। यहाँ समृद्ध घरों में भी यूरोपियन फैशन की ड्रेस काफी कम या नहीं के बराबर मिलती हैं। वे भी विदेशी दूर के दौरान यूरोपीय शोरूम से लाई गई होती हैं।

भारत में जो सबसे बड़ा बदलाव देखने को मिल रहा है, वह यह कि लोग जीवन का आनंद लेना चाहते हैं। इसमें प्रोडक्ट और ब्रांड एक फैशन के रूप में नहीं, बल्कि सामाजिक बदलाव में भूमिका अदा करने वाले माध्यम के रूप में काम कर रहे हैं, जैसे कि लक्जरी कारों के मामले में हुआ है। फैशन डिजाइनर्स को इससे सबक लेना चाहिए। बदलाव आने में समय लगेगा, क्योंकि जब तक पैसा कुछ लोगों के बजाय बड़ी जनसंख्या के हाथ में नहीं आता, तब तक इंतजार करना पड़ेगा।

फंडा यह है कि भारतीयों की जीवन के प्रति सोच और जीवन जीने के उनके तौर-तरीकों को समझने के बाद ही महँगे फैशन प्रोडक्ट को भारत में लॉन्च करें, तभी इन्हें कारोबारी सफलता मिल सकती है।

कारोबार की सफलता का राज

हाल ही में एक खबर छपी थी, जिसमें कई चौंकाने वाले आँकड़े दिए गए थे, ये सभी बिल्कुल ठीक-ठाक थे, लेकिन हम जिन आँकड़ों की बात कर रहे हैं, वे मैकडॉनल के भारतीय कारोबार के बारे में हैं। इस खबर के अनुसार एक साल में मैकडॉनल के ऑउटलेटों में कम-से-कम 4.6 करोड़ बन (मीठी रोटी), 17 लाख बोतल सॉस (चटनी), 1200 टन सलाद, 6 करोड़ पेटीस और सैकड़ों टन के डेयरी उत्पादों की खपत होती है। इसके अलावा मैकडॉनल के ऑउटलेटों में चिप्स के लिए भी एक खास आकार के आलुओं की आवश्यकता होती है।

इन सामग्रियों की आपूर्ति देश के विभिन्न हिस्सों से होती है। इस बात की आशंका बनी रहती है कि किसी एक राज्य से आपूर्ति किसी प्राकृतिक आपदा, दुर्घटना, राजनीतिक अशांति और तमाम अज्ञात कारणों से बाधित हो सकती है। इसके लिए भी इंतजाम किया गया है, इसे वे प्लान-बी कहकर पुकारते हैं। इसका मतलब यह हुआ कि अगर उनका प्लान-ए विफल होता है, तो प्लान-बी को अमल में लाते हैं। सभी आपूर्ति कॉरपोरेट ऑफिस द्वारा निर्धारित मानकों के अनुसार की जाती है। दरअसल, पूरे देश से होने वाली आपूर्ति की गुणवत्ता नियंत्रण की व्यवस्था है। कोई भी नया ऑउटलेट तब तक नहीं खुलता है, जब तक ये तमाम बातें पक्की नहीं हो जाती हैं। वे आपूर्तिकर्ता की निर्माण इकाई का दौरा करते हैं और देखते हैं कि स्वास्थ्यजनक पहलू का खयाल रखा जाता है कि नहीं। मैकडॉनल ने अपने भारतीय कारोबार के लिए व्यापक योजना और उसके व्यावहारिक पहलू पर काम किया है। इसी का परिणाम है कि ऐसा कभी सुनने को नहीं मिला कि मैकडॉनल ने कभी कहा हो कि 'हमारा स्टॉक खत्म हो गया है'।

फंडा यह है कि किसी भी बड़े कारोबार में प्रवेश करने से पहले अपनी आपूर्ति व्यवस्था को चाक-चौबंद रखें, यह सुनिश्चित करके रखें कि आपूर्ति अनवरत बनी रहे और आपूर्ति का गुणवत्ता से समझौता बिल्कुल न हो।

कारोबारी रणनीति बनाने का सही तरीका

चीनी और भारतीय कंपनियों के उत्थान का स्वरूप अलग-अलग है। चीनी कंपनियाँ अपना विस्तार और विकास पहले अपने विशाल देशी बाजार में करने में लगी हुई हैं। फिर धीरे-धीरे विदेशी बाजार में अपने कदम जमाएँगी। दरअसल, चीन की स्थिति ठीक वैसी ही है जैसे कि कुछ समय पहले जापान की थी। अपने घरेलू बाजार की जरूरतें पूरी करने के बाद चीनी कंपनियों की योजना विदेशी कंपनियों का अधिग्रहण करने या फिर उनमें निवेश कर अपने कारोबार के विस्तार की है।

इसके विपरीत भारतीय कंपनियाँ अपनी खरीदी क्षमता की बढ़ती देशी बाजार में कारोबार करने के साथ-साथ सीधे विदेशी कंपनियों के अधिग्रहण और उनमें निवेश के माध्यम से विश्व बाजार में भी पाँव फैलाने की क्षमता रखती हैं। टाटा संस, आदित्य बिड़ला जैसी भारतीय कंपनियाँ ऐसा ही करती आ रही हैं। इसके अलावा विप्रो जैसी आईटी कंपनियाँ भी दुनिया के विभिन्न हिस्सों में अधिग्रहण के जरिए अपने कारोबार का विस्तार कर रही हैं। आने वाले वर्षों में भारतीय कंपनियों द्वारा विदेशी कंपनियों के अधिग्रहण का सिलसिला और भी आगे जा सकता है।

आज के वैश्विक बाजार में कंपनियों के लिए अपने कारोबार के विस्तार में अधिग्रहण की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इसकी मुख्यतः दो वजह हैं—इसमें समय कम लगता है और कीमतें आमतौर पर तर्कसंगत होती हैं।

फंडा यह है कि हर देश और अर्थव्यवस्था के हालात अलग-अलग होते हैं। ऐसे में किसी भी उद्योग को अपनी माली हालत और देशी व विदेशी बाजार के स्वरूप को देखकर ही कारोबार के विस्तार की योजना बनानी चाहिए।

ग्राहकों की सेवा सर्वोपरि

एक बड़ी संख्या में ऐसे लोग हैं, जो नियमित रूप से शॉपिंग मॉल आते-जाते रहते हैं। ये नए-नवेले खुले मॉल चिकने-चुपड़े, खासे साफ-सुथरे और वातानुकूलित होते हैं। यहाँ से सामान खरीदना लोगों की आदतों में शुमार हो चुका है। इन मॉल्स की ओर लोगों के रुख करने की दो मूल वजह होती हैं। एक तो यहाँ का माहौल और दूसरा अपने पड़ोस के किराना स्टोरों की तुलना में यहाँ पर अधिकतम खुदरा मूल्य से कम कीमत पर सामान का मिलना।

यहाँ पर एक अहम सवाल पैदा होता है कि क्या इन शॉपिंग मॉल्स में ग्राहकों को अच्छी सेवाएँ मिलती हैं? यदि आप इसके बारे में जानने के इच्छुक हैं कि आपको क्या करना चाहिए या इसका क्या उपाय है? चलिए हम आपकी मदद कर देते हैं।

किसी भी शॉपिंग मॉल में ग्राहक सेवा की गुणवत्ता को जानने के लिए कुछ सवाल वहाँ सामने उपस्थित सेल्समैन से पूछ सकते हैं। जैसे कि शेविंग क्रीम का शेल्फ कहाँ है? यदि आपके इस सवाल का जवाब सेल्समैन कुछ इस तरह देता है कि शेविंग क्रीम चौथे नंबर की कतार के पाँचवें शेल्फ में है या वह सेल्समैन खुद आपके साथ चलकर आपकी मदद करने के लिए कहता है, तो समझिए ग्राहक सेवा अच्छी है। लेकिन यदि सेल्समैन का जवाब कुछ इस तरह का होता है—'यह उधर, उस दिशा में कहीं है' और अपनी सीट पर बैठे-बैठे आपको अँगुली से दिशा दिखाता है, तो समझ लीजिए कि स्टोर की सेवा औसत से नीचे स्तर की है।

अमेरिका में इस सिलसिले में एक सर्वे किया गया और वहाँ पाया गया कि देश के 50 फीसदी शॉपिंग मॉल्स में ग्राहक सेवाओं की दशा काफी खस्ता है। इसकी कई वजहें बताई गईं, जिसमें पहली पंक्ति के कर्मचारियों का रुख, जो तय करते हैं कि किसी चीज का स्टॉक कैसे तैयार किया जाए और शॉप में काम-काज कैसा हो। सर्वे के अनुसार पहली पंक्ति के अधिकतर कर्मचारी सुपर मार्केट की परिचालन पद्धति के कारण काम-काज का निर्देश अपने मैनेजरो की जगह अपने समकक्षियों से लेते हैं। सर्वे का निष्कर्ष है कि अगर ये स्टोर जल्दी-से जल्दी अपनी सेवाओं में सुधार नहीं लाते तो उन्हें भारी कारोबारी नुकसान उठाना पड़ सकता है।

फंडा यह है कि रिटेल स्टोर चाहे बड़े हों या छोटे, नए हों या पुराने, अगर वे अपनी सेवा के स्तर में सुधार नहीं करते, तो लंबी अवधि में उन्हें भी अपने कारोबार से हाथ धौना पड़ेगा।

ग्राहकों से तालमेल बनाए रखें

दुनिया भर के रेस्तराओं में अब वेटर के तौर पर इनसानों की जगह ई-वेटरों को आजमाया जाने लगा है और इनको सफलता भी मिल रही है। इसका मतलब साफ है कि जब आप किसी रेस्तराँ में प्रवेश करेंगे तो आपका स्वागत वहाँ मौजूद कोई मानव-वेटर नहीं, बल्कि ई-वेटर यानी कंप्यूटर करेगा, आपको इसके जरिए रेस्तराँ के किचन को अपने खान-पान का ऑर्डर देना पड़ेगा। यदि आप अपने ऑर्डर के बारे में कुछ कहने के इच्छुक हैं तो वहीं रखे छोटे से माइक को उठाएँ और किचन में मौजूद रसोइए से सीधे बात करें। ऑर्डर के बाद खाना तैयार होकर कन्वेयर-बेल्ट के जरिए आपकी टेबल तक पहुँच जाएगा।

जर्मनी, जापान और अमेरिका जैसे कुछ देशों में ग्राहक-सेवा की यह पद्धति सफलतापूर्वक अपनाई जा रही है। ग्राहक इसका खूब लुटफ उठा रहे हैं। युवा-ग्राहक तो इन रेस्तराओं की ओर 'बाइट्स फॉर बाइट्स' (कंप्यूटर के जरिए खाने का ऑर्डर दें) जैसे जुमलों के जरिए खिंचे चले आ रहे हैं। ग्राहक-सेवा के इस कंप्यूटरीकृत रूप का सबसे मनमोहक पहलू यह है कि आप अपनी पसंदीदा डिश का पूरा चित्र देख सकते हैं। इसके अलावा आपका कंप्यूटर आपको इस बात की सलाह भी देता कि किस डिश के साथ कौन सा ड्रिंक लेना ज्यादा अच्छा रहेगा। कुछ रेस्तराओं में तो ग्राहक अपनी टेबल पर बैठकर ही चाही गई डिश को किचन में तैयार होते हुए भी देख सकता है।

इस नई पद्धति को सबसे ज्यादा समर्थन इजरायल में मिल रहा है, जहाँ पर रेस्तराँ जैसे सार्वजनिक स्थलों पर जॉब करनेवाले लोगों की भारी कमी का सामना करना पड़ रहा है। पश्चिम जगत् में ज्यादातर होटल मालिक तो वेटरों की जगह कंप्यूटर को पसंद करने लगे हैं, क्योंकि कुछ समय के पश्चात् मानो वेटरों के चेहरे काटने को दौड़ते लगते हैं। काम के दबाव में वे गलत डिश परोस जाते हैं। फिलहाल ऐसी संभावना नजर आ रही है कि अगले एक दशक में वेटर का जॉब बचेगा ही नहीं।

फंडा यह है कि अगर वेटर जैसे जॉब करनेवालों को व्यवहार और उनका व्यक्तित्व ग्राहकों के साथ सामंजस्य स्थापित करने की क्षमता नहीं रखेगा, तो उनके काम पर मशीनों का कब्जा हो जाएगा।

बेचने से पहले उत्पाद के लाभ और फीचर्स बताएँ

आप जब दाँत के दर्द से परेशान होकर अपने दाँतों के डॉक्टर के पास जाते हैं तो वह सबसे पहले यही बात आप से कहता है—'चिंता की कोई बात नहीं, कुछ दाँतों को छोड़कर सबकुछ दुरुस्त है। खराब दाँतों का मैं उपचार कर देता हूँ। किन्हीं खास कारणों से इन दाँतों में सड़न पैदा हुई है और इसके लिए आपको रूट कैनाल ट्रीटमेंट लेना होगा और कुछ समय तक दवाएँ खाना होंगी। इसके बाद सब ठीक हो जाएगा।' फिर डॉक्टर आपको ट्रीटमेंट का तरीका और अपनी विशेषज्ञता से कुछ हफ्तों में होने वाले फायदे के बारे में भी बताएगा। इसके बाद कहीं जाकर वह उपचार शुरू करेगा। इसी तरह आप जब किसी टूर ऑपरेटर के पास जाते हैं तो वह अपने शब्दों के जरिए पेरिस या न्यूयॉर्क का खाका खींच आपको उसकी सैर कराता है। वह बताता है कि किस तरह आप उसके जरिए वहाँ के होटल और पिकनिक स्पोर्ट्स या लॉस एंजिल्स के कैसीनो में आनंद उठा सकते हैं। इसके बाद कहीं जाकर वह पूरे परिवार के लिए 15 दिन और 14 रातों के पैकेज को आपके सामने रखता है। इन दोनों ही मामलों में प्रोफेशनल्स सर्वप्रथम लाभ और उसमें शामिल प्रमुख बातें रेखांकित करते हैं। मैनेजमेंट की शब्दावली में ग्राहकों को उत्पाद बेचने का एक तय फॉर्मूला होता है, जिसे B+FIL+F+B करार दिया गया है। इसमें बी (बेनिफिट्स) का आशय उत्पाद से होनेवाले लाभ हैं, एफ (फीचर्स) का अर्थ उत्पाद से जुड़ी प्रमुख बातें, आई (इन्फीरिएरटी) का मतलब प्रतिस्पर्धी कंपनी के उत्पाद की खामियाँ, एल (लॉस) का आशय प्रतिस्पर्धी उत्पाद खरीदने से आपको होनेवाले नुकसान के बाद एक बार फिर बी और एफ के अनुरूप उत्पाद से जुड़ी प्रमुख बातें और आपको होने वाले लाभ गिनाए जाते हैं। इसके बाद कहीं जाकर सौदा पक्का होता है।

फंडा यह है कि एक सफल डील को अंजाम देने के लिए उत्पाद की कीमत और डिलीवरी समय से भी पहले उसके लाभ और प्रमुख बातें बताना जरूरी हैं।

समाज-सेवा से भी बिक्री बढ़ती है

15 अक्तूबर को विश्व भर में 'अंतरराष्ट्रीय हाथ धुलाई दिवस' मनाया गया। इसे संयुक्त राष्ट्र संघ ने घोषित किया था। कारण, अपने एक सर्वेक्षण में संयुक्त राष्ट्र ने पाया था कि भारत में पाँच में से चार लोग साबुन से हाथ नहीं धोते हैं। वे सिर्फ पानी से ही हाथ धोकर बाथरूम से बाहर आ जाते हैं। यह बात विभिन्न रेस्तराओं के बाथरूम पर ज्यादा ही लागू होती है। हाथ धोने की महत्व और इसके प्रति लोगों को जागरूक करने के लिए ही यह अभियान चलाया गया।

सच तो यह है कि अफ्रीकी उपमहाद्वीप के प्रमुख क्षेत्रों में साबुन का इस्तेमाल किसी भी सूरत में नहीं होता था। अतः वहाँ यह अभियान दो वर्ष पूर्व शुरू किया गया और देखते-ही-देखते वहाँ साबुन की बिक्री आसमान छूने लगी। इस अभियान को शहरी क्षेत्रों के साथ-साथ ग्रामीण क्षेत्रों में भी शुरू किया गया। उद्देश्य सिर्फ यही था कि शिक्षित और अशिक्षित तबके के बीच साफ-सफाई और कीटाणुओं के बाबत जागरूकता लाई जा सके।

हालाँकि कुछ लोगों का यहाँ तक कहना है कि इस अभियान के पीछे साबुन निर्माताओं की एक लॉबी काम कर रही है। अगर यह सच भी है तो भी लोग इस अभियान का तहेदिल से स्वागत कर रहे हैं।

वजह सीधी सी है कि यह अभियान वैश्विक स्तर पर स्वास्थ्य संबंधी मसले को उठाता है। इससे एक महत्वपूर्ण बक यह जरूर सीखा जा सकता है कि जब किसी उत्पाद की बिक्री में ठहराव सा आ जाए, तो उसे बनानेवाली कंपनी को किसी सामाजिक सरोकार से जुड़ जाना चाहिए। इससे उत्पाद की बिक्री एक नई ऊँचाई तक जा पहुँचती है।

फंडा यह है कि समाज-सेवा से भी बिक्री बढ़ाई जा सकती है।

जितने ज्यादा उपभोक्ता उतना अधिक लाभ

मुंबई से 420 किलोमीटर दूर जलगाँव की अपनी हालिया यात्रा में मैंने यह खास बात नोटिस की कि वहाँ सस्ते अनाज की दुकानों से कहीं ज्यादा मेडिकल स्टोर हैं। फिर पाँच लाख की आबादीवाले इस शहर में प्रति दो अनाज की दुकानों की तुलना में तीन मेडिकल स्टोर हैं। यही नहीं, प्रत्येक तीसरी इमारत में क्लीनिक या पैथोलॉजी सेंटर है।

इसका कारण जानने के लिए मैंने कुछ स्थानीय लोगों से बात की। मुझे इस बात का आश्चर्य इसलिए और भी था कि जलगाँव का औसत व्यक्ति स्वस्थ है। इसकी जो वजह मुझे पता चली, वह शहर की भौगोलिक स्थिति के खासी अनुकूल है। स्थानीय लोगों ने बताया, 'आस-पास स्थित मध्य प्रदेश के अन्य शहरों या महाराष्ट्र के भीतरी क्षेत्रों के लिए जलगाँव तमाम व्यावहारिक कारणों से मेडिकल सेंटर का दर्जा रखता है। इसके आस-पास के छोटे जिलों में रहनेवाली पचास लाख की आबादी की चिकित्सकीय जरूरतें जलगाँव से ही पूरी होती हैं। यहाँ तक कि सूरत के लोग भी बीमारी-हारी में बजाय अहमदाबाद जाने के जलगाँव का ही रुख करते हैं। कारण, जलगाँव की चिकित्सकीय सेवा अपेक्षाकृत सस्ती और गुणवत्ता प्रधान है।

वहाँ के प्रत्येक घर में एक डॉक्टर है, जो शहर में ही प्रैक्टिस कर रहा है। मुझे यह भी बताया गया कि जलगाँव में डॉक्टरों की फीस उस जैसे अन्य शहरों की तुलना में अपेक्षाकृत कम है। शहर के डॉक्टरों को एक बात अच्छी तरह से समझ में आ गई है, और वह यह कि फायदा ज्यादा कीमत वसूलने में नहीं, बल्कि ज्यादा लोगों को जोड़ने में है। यानी कम कीमत पर प्रभावी इलाज करने के कारण यहाँ के डॉक्टर मुंबई के डॉक्टरों की तुलना में स्थानीय लोगों के लिए मसीहा बन गए हैं।

फंडा यह है कि यदि कीमत वाजिब रखी जाए, तो उपभोक्ताओं के बड़े वर्ग को जोड़कर ज्यादा लाभ कमाया जा सकता है। यह बात चिकित्सकीय पेशे के अलावा अन्य क्षेत्रों पर भी लागू होती है।

सफलता की कहानी दोहराने में देरी न करें

विजनेस की दुनिया में हर कोई सफलता की दास्तान सुनने को बेताब रहता है—विशेषकर ऐसे प्रीमियम प्रोडक्टों के बारे में, जो कि एलीट वर्ग के उपभोक्ता या ग्राहक-वर्ग को लक्षित हों। पर्यटकों के लिए दिल्ली से जयपुर, उदयपुर, सर्वाई माधोपुर, जैसलमेर, जोधपुर, भरतपुर और आगरा तक सैर करानेवाली 'पैलेस ऑन व्हील्स' लगजरी ट्रेन का ही उदाहरण लें। यह ट्रेन पिछले कई सालों से विदेशी पर्यटकों के लिए चलाई जा रही है। इसने न केवल राजस्थान और आस-पास के ऐतिहासिक महलों और विरासत को लोकप्रियता प्रदान की, बल्कि भारतीय रेलवे के राजस्व में भी बढ़ोतरी की। इस ट्रेन की सफलता के उपरांत रेलवे ने विभिन्न राज्य सरकारों की मदद से रॉयल ओरिएंट एक्सप्रेस, फेयर क्वीन, डेक्कन ओडिसी, हेरिटेज ऑन व्हील्स जैसी ट्रेनों की भी शुरुआत की। इन ट्रेनों से रेलवे को पर्यटकों के माध्यम से काफी कमाई हो रही है। इस श्रेणी की ट्रेनों की संख्या में इस साल 4 नई ट्रेनें जुड़ जाएंगी। इनमें बंगलौर से गोल्डन चैरिएट, जयपुर से पैलेस ऑन व्हील्स-2, नई दिल्ली से गोल्डन कैरिएज और नागपुर से विदर्भ क्वीन शामिल हैं। सबसे आश्चर्य की बात यह है कि ये ट्रेनें लॉन्च होने से पहले ही पूरे सीजन के लिए बुक हो चुकी हैं।

इन ट्रेनों को चालू करना और फिर इनका रखरखाव काफी महंगा होता है। इसके अलावा साल-दर-साल इनकी मार्केटिंग पर भी भारी खर्च होने जा रहा है। उगते सूरज को भला कौन सलाम नहीं करता! दूसरे शब्दों में, सफलता के अनुयायी काफी होते हैं। इस प्रोजेक्ट पर भारी निवेश के बावजूद विभिन्न राज्य सरकारें इस ओर आगे बढ़ी हैं। इन प्रोजेक्टों से पचास हजार नए रोजगार के अवसर भी पैदा हुए हैं। कई विशेषज्ञों ने आशंका जताई है कि नए साल में शुरू होनेवाली नई ट्रेनों को पूर्व में लॉन्च की गई ट्रेनों की तरह सफलता मिलेगी। हालाँकि यह तो समय ही बताएगा कि नई दास्तान कैसी होगी!

फंडा यह है कि अगर सफलता की दास्तान पहले लिखी जा चुकी है और उसको पुरानी तर्ज पर फिर से दोहराने का फैसला कर लिया गया है, तो देख नहीं करनी चाहिए। यथाशीघ्र नए प्रोजेक्ट को सफल बनाने के लिए कमर कसें। इससे पहले कि बेबुनियाद भय को अपने पाँव जमाने का मौका मिले।

कहीं से भी मिल सकता है आइडिया

आज से सौ साल पहले हेनरी फोर्ड ने जब अपनी पहली कार मॉडल टी लॉन्च की थी, उस वक्त उन्हें यह गुमान था कि उन्होंने बहुत बड़ा काम कर दिखाया है। गर्व से भरे फोर्ड बड़े जोश के साथ अपने घर गए। उन्हें उम्मीद थी कि उन्होंने अपनी टीम के प्रयासों से जो कार बनाई है, उसे देखकर उनकी पत्नी बेहद खुश होगी और उन पर गर्व भी करेगी। वह बड़ी तेजी के साथ उस गाड़ी को लेकर अपने घर पहुँचे। उन्होंने गाड़ी को ऐसे पार्क किया कि वह 75 प्रतिशत पड़ोसी के घर के सामने खड़ी दिखाई देने लगी।

फोर्ड गाड़ी से उतरकर तुरंत घर के अंदर पहुँचे और बड़े ही गर्व से पत्नी से कहा, 'देखो, मे तुम्हारे लिए क्या लेकर आया हूँ? इसे देखकर निश्चित रूप से तुम्हें मुझ पर गर्व होगा।' पत्नी जानती थी कि फोर्ड के साथ उनके कई साथियों ने कड़ी मेहनत करके यह कार बनाई है। फोर्ड की पत्नी बाहर गई और कार को देखा। वह दस मिनट तक कार को देखती रहीं, फिर कुछ निराश हो गई। फोर्ड ने उनसे पूछा कि क्या हुआ? तब उन्होंने कहा कि निश्चित रूप से यह बड़ा आविष्कार है और मुझे आप पर गर्व भी है, लेकिन यह कार तो पड़ोसियों के घर के सामने खड़ी है। सभी लोग यही सोचेंगे कि यह कार हमारी नहीं, पड़ोसियों की है। पत्नी की यह बात सुनकर फोर्ड भी थोड़े उदास हो गए और उन्हें अचानक याद आया कि उन्होंने कार में रिवर्स गियर जैसी चीज तो डाली ही नहीं। इसीलिए वह कार को वापस अपने घर के सामने भी नहीं ला सकते हैं। इसके बाद ही कार के रिवर्स गियर की खोज की गई।

फंडा यह है कि आइडिया आपको कहीं से भी मिल सकता है। आपकी पत्नी, घर का नौकर, एक भिखारी या राह चलनेवाला कोई भी व्यक्ति आपको आइडिया दे सकता है। बस आपको जरूरत है उसे समझने और स्वीकार करने की। क्या पता, कब, कौन सा आइडिया आपको फायदा पहुँचा जाए?

रिटेल बिजनेस ग्राहकों का टोटा नहीं पड़ने देगा

एक शताब्दी से अधिक के इतिहास में संगठित रिटेल ने इस बात को सिद्ध किया है कि डिमांड और सप्लाई यानी माँग और आपूर्ति के व्यापार का यह वास्तविक गतिविधि-स्थल है और विपणन की धारणा की असली जननी है। संगठित रिटेल के बारे में यहाँ दिए गए उल्लेखनीय पहलुओं को देखें और खुद अपना निर्णय लें—

— 'रॉन जॉन सर्फ शॉप' विश्व भर में लाइफ स्टाइल कपड़ों, बोर्ड स्पोर्ट उपकरणों और गोताखोरी के साजो-सामान के व्यापक और उम्दा चयन के लिए जाना जाता है। कोको बीच, फ्लोरिडा, अमेरिका में 52,000 वर्गफीट में फैला स्टोर साल के तीन सौ पैंसठ दिन, चौबीसों घंटे यहाँ के समुद्र तट जैसे ही खुला रहता है।

— रिक्लिंशन इइक्विपमेंट इनकॉर्पोरेट विशालतम आउटडोर स्पेशिएलिटी रिटेलर्स में से एक है और इसके पचास से अधिक स्टोर हैं। इसका मुख्य स्टोर सिएटल में है, जहाँ पर ग्राहकों के आरोहण के लिए 65 फीट ऊँची एक चट्टान है, माउंटेन बाइक ट्रायल्स और रेन रूम हैं। ग्राहक अपने उपकरणों को खरीदकर यहाँ उनका परीक्षण कर सकते हैं।

— जापान का '7 इलेवन स्टोर' हर ग्राहक के बॉस्केट को स्कैन करता है और उससे प्राप्त डाटा को कॉरपोरेट हेडक्वार्टर को भेजा जाता है, फिर वहाँ से इसे सभी 8200 स्टोर और अनगिनत दुकानों को उपलब्ध कराया जाता है। फास्ट-फूड और फ्रेश फूड की आपूर्ति के लिए ऑर्डर हर रोज तीन बार किया जाता है। मैगजीन के लिए दिन में एक बार ऑर्डर किया जाता है। प्रोसेस्ड फूड हर दो दिन में ऑर्डर किया जाता है और हर स्टोर को एक दिन में दस बार डिलीवरी प्राप्त होती है।

— टिफैनी एंड कंपनी 160 साल पुरानी है। यह अमेरिका के शीर्ष ब्रांडों में से एक है। यह सिर्फ एक रिटेलर नहीं है, इसको फिल्मों और गीतों में भी जगह मिली है। यह न्यूयॉर्क में पर्यटन केंद्र जैसा हो गया है।

— वर्ष 1997 में मैक्सिम क्लार्क ने 'बिल्ड ए बीयर वर्कशॉप' खोला, जहाँ बच्चे बेधड़क आते हैं और अपनी पसंद के टेडी बीयर खुद ही बनाते हैं। इसके स्टोर्स की संख्या सौ तक पहुँच गई है और इसकी सालाना बिक्री 200 मिलियन डॉलर की हो गई है।

फंडा यह है कि अगर आप में ग्राहक के मन को पढ़ने समझने और उसकी जरूरत को पूरा करने की क्षमता है, तो रिटेल बिजनेस आपको ग्राहकों का टोटा कभी नहीं पड़ने देगा।

बिजनेस में सफलता के रास्ते अनेक

जो नाथन जॉनसन ने अपने बचपन के दिनों में रिचमांड (वर्जीनिया), अमेरिका में रहते हुए देखा था कि उनके पड़ोसी अपने घरों और समुदाय के कामों में कितना गर्व महसूस करते थे। लेकिन आज वह पड़ोस आर्थिक बदहाली, अपराध और मादक-पदार्थों के गोरखधंधे की खौफनाक दास्तान बयान करता है। इसी पृष्ठभूमि में जॉनसन ने वर्ष 1992 में अपना कम्यूनिटी प्राइड फूड स्टोर शुरू किया। इसका उद्देश्य था—शहर के अंदर लोगों में अपनी कम्यूनिटी को लेकर एक नई भावना का प्रादुर्भाव करना।

रिचमांड शहर में कम्यूनिटी प्राइड के कुल छह साफ-सुथरे और सुव्यवस्थित स्टोर हैं। यहाँ पर लोगों को सही कीमत पर गुणवत्तापूर्ण प्रोडक्ट मिलते हैं। इसके 80 फीसदी कर्मचारी स्टोर के 3 मील के दायरे में ही रहते हैं। हर स्टोर के पास दो बैंक हैं। इनकी सेवा ऐसे ग्राहकों को मिलती है, जो कि इधर-उधर आ-जा नहीं सकते। ग्राहकों को चेक कैश कराने, यूटिलिटी बिलों का भुगतान करने, बस के टिकट, पोस्टेज स्टैप खरीदने और मनीऑर्डर करने की सुविधा स्टोर में ही उपलब्ध है।

जॉनसन शिक्षा पर बेहद जोर देते हैं। कर्मचारियों को विशिष्ट किस्म के प्रशिक्षण लेने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। जो कर्मचारी कॉलेज की पढ़ाई करता है, उसे 5000 डॉलर की छात्रवृत्ति प्रदान की जाती है। चुराई गई शराब की एक बोतल के लिए हुई हाथापाई में जॉनसन को अपने चार दाँत गँवाने पड़े थे। इस घटना का लाभ यह हुआ कि उन्हें चोर-उछकों के नए पहलू के बारे में जानने-समझने को मिला। जॉनसन कहते हैं कि '1992 से अब तक हमने सैकड़ों उच्चको को नौकरियाँ दी हैं और इसमें से 60 फीसदी तीन साल से अधिक समय तक कंपनी के साथ रहे।' कम्यूनिटी प्राइड में कर्मचारियों का टर्नओवर कम है, कुल 47 केंद्रीय मैनेजर्स में से सिर्फ 2 ने ही कंपनी छोड़ी है। जॉनसन सिटी वेलफेयर सूची से बड़ी संख्या में भर्तियाँ करते हैं। कुल 1030 के स्टाफ में वर्ष 1997 से अब तक 300 कर्मचारियों की भरती की। सौ से अधिक कार लोन दिए हैं और आपातकालीन स्थिति में कर्मचारियों को अपने क्रेडिट कार्ड देने में कोई हिचकिचाहट नहीं दिखाई (इस सर्विस के लिए जॉनसन कर्मचारी के अगले साप्ताहिक पे-चेक से 5 फीसदी लेते हैं)।

फंडा यह है कि बिजनेस के हजार रास्ते हैं। मौजूदा हालात को देखते हुए अपने अनुकूल रास्ता चुनने के लिए आप स्वतंत्र हैं।

बाजार पर पकड़ बनाने का गुर

किसी पेंडुलम को जब एक दिशा से छोड़ा जाता है, तो वह तेजी से झूलते हुए दूसरे छोर पर जाता है और फिर वापस आता है। इस तरह वह कुछ समय तक झूलता रहता है और एक समय ऐसा आता है, जब वह ठहर जाता है। एक नियंत्रित और प्रतिबंधित बाजार में उपभोक्ता की आदतें ठीक एक पेंडुलम जैसी ही होती हैं। जरा इस बात को समझें। अगर आप अपने बच्चे पर जरूरत से ज्यादा नियंत्रण करने की कोशिश करते हैं तो उसके द्वारा नियम की धज्जियाँ उड़ाने की संभावना बढ़ जाती है, जो कि आपको अप्रिय लग सकता है। बाजार के प्रेक्षकों की राय में उपभोक्ता बाजार पर भी यही बात लागू होती है।

ऐपल फोन के निर्माताओं ने बाजार से संबंधित इस फलसफे को दूसरी किसी भी कंपनी से कहीं अच्छी तरह समझा है। वरना ऐपल फोन को चीन में लॉन्च करने में बाधा खड़ी करने की क्या आवश्यकता थी? कंपनी का मानना है कि किसी भी उत्पाद के प्रयोग पर अगर अत्यधिक रोक लगाई जाती है और अचानक सरकार ढील देती है, तो लोग इन उत्पादों को खरीदने के लिए दीवाने हो उठते हैं।

इसी तरह यदि किसी बाजार में किसी उत्पाद पर नियंत्रण लागू होता है और सरकार एकाएक इसे हटाने का फैसला करती है, तो उसकी माँग अचानक आसमान छूने लगती है। फिर एक पेंडुलम की भाँति उसमें धीरे-धीरे ठहराव का नियम लागू होने लगता है। यही वजह है कि विश्व व्यापार संगठन ऐसे देशों पर अपनी बाजार अर्थव्यवस्था में उदारीकरण लाने पर दबाव डालता रहा है, जो अत्यधिक नियंत्रण के अनुयायी रहे हैं। हमारे देश में खरीदारी को लेकर लोगों में जुनून देखने को मिल रहा है। भारतीय लंबे समय से ऐसे बाजार में खरीदारी के आदी रहे हैं, जहाँ पर अधिकतर अंतरराष्ट्रीय प्रोडक्ट उपलब्ध नहीं होते थे।

फंडा यह है कि अपने उत्पाद के लिए हमेशा ऐसे बाजार की तलाश करें, जिसके उपभोक्ताओं की भूख आपके जैसे उत्पादों के लिए रही हो। इससे आपके कारोबार को आगे बढ़ने से कोई रोक नहीं सकता।

वरिष्ठ ग्राहकों को भी अहमियत दें

दुनिया में आप कहीं भी रहें, लेकिन गरमी के मौसम में सबसे पसंदीदा पानी ही होता है। हाँ, इसके प्रति लोगों के लगाव का तरीका अलग-अलग हो सकता है। तापमान जैसे-जैसे ऊपर चढ़ता जाता है, बुजुर्ग हों या युवा, गरमी से छुटकारा पाने के लिए पानी की बहुलतावाले स्थलों की शरण में जाते हैं। चिलचिलाती गरमी वाले मौसम में उन्हें इसके लिए समुद्र तट या पूल कहीं भी जाना पड़े, वह मनोरंजन का उनके लिए पसंदीदा स्थल बन जाता है।

इस दौरान ऐसे रिटेलरों को खासी लोकप्रियता हासिल हुई है, जो वॉटरपा र्क की सुविधा प्रदान करते हैं। यहाँ पर रैक्ट-राइड्स, वॉटर स्लाइड्स और फ्लोटिंग की सेवाएँ प्रदान की जाती हैं। ऐसे में आश्चर्य की बात नहीं कि इस तरह की सेवा प्रदाता रिटेलर गरमी के मौसम में मौज-मस्ती के लिए लोगों के आकर्षण का केंद्र बन जाते हैं। लेकिन इन बातों के बीच कभी आपने इस बात पर गौर किया है कि इन वॉटर-पार्क केंद्रों पर किस तरह के खान-पान और विविध प्रकार के उत्पाद बेचे जाते हैं? आम तौर पर वॉटर-पार्कों में नन्हे बच्चों और उनके माता-पिता व युवाओं को ध्यान में रखकर चीजें उपलब्ध कराई जाती हैं, लेकिन इनमें बुजुर्गों के लिए कोई खास जगह नहीं होती। लॉकर सुविधा और सुरक्षा के उपाय के बावजूद माता-पिता अपने बच्चों के लिए हमेशा अपने साथ किसी वरिष्ठ नागरिक की उपस्थिति की जरूरत महसूस करते हैं, क्योंकि वे बच्चों का बेहतर ढंग से खयाल रख सकते हैं। खासतौर पर तब, जब युवा जोड़ा रैट राइड में पानी का मजा ले रहा होता है।

लेकिन चेन्नई के एक वॉटर-पार्क द्वारा कराए गए सर्वे के अनुसार वॉटरदु पार्क में सर्वाधिक खर्च वरिष्ठ नागरिक करते हैं, क्योंकि वे हमेशा कुछ-न-कुछ खाते-पीते रहते हैं। इन नागरिकों को थोड़ी खेल संबंधी गतिविधियों की सुविधा प्रदान करने के क्रम में वॉटर-पार्क ने उनके लिए लेजी रीवर्स में फ्लोट का इंतजाम किया है, जहाँ वरिष्ठ नागरिक फ्लोट पर एक-दो बच्चों के साथ बैठकर घंटों घूमते रहते हैं। इस इंतजाम से वॉटर-पार्क ने अपनी बिक्री दोगुनी करने में सफलता पाई है।

फंडा यह है कि उम्र के आधार पर किसी ग्राहक की उपेक्षा न करें या उनको अपने कारोबार में कम महत्त्व का न समझें।

बड़े काम की है ईमानदारी

उदयपुर की ऐश्वर्या इंफोटेक कंपनी के आईटी सलाहकार ए.के. श्रीवास्तव अपने काम के सिलसिले में हैदराबाद जा रहे थे। अपना काम खत्म करने के बाद वह उदयपुर वापस लौटना चाहते थे और उस वक्त उपलब्ध फ्लाइट हैदराबाद-मुंबई-उदयपुर थी। दुर्भाग्य यह रहा कि उन्हें न तो प्लेन का टिकट मिला, न ही ट्रेन का और न ही सड़क परिवहन निगम की बसों का। सभी में जबरदस्त भीड़ थी। वह उदयपुर जाने को इतने आतुर थे कि एक टिकट हासिल करने के लिए वह अतिरिक्त पैसा खर्च करने तक के लिए तैयार थे। इसके बावजूद वह यात्रा के लिए जरूरी टिकट हासिल करने से वंचित रहे।

अंततः उन्हें मुंबई जानेवाली वोल्वो बस में एक टिकट मिल गया। इससे उत्साहित श्रीवास्तव साहब ने टिकट का जुगाड़ करनेवाले व्यक्ति को कुछ रुपए देने चाहे। इस पर उस व्यक्ति का त्वरित जवाब आया, 'मुझे पैसा नहीं चाहिए, लेकिन अगर आप कभी भी इस रूट पर सफर करें तो हमारी ही वोल्वो बस में करें।' तब से श्रीवास्तवजी न सिर्फ वोल्वो बस में सफर कर रहे हैं, बल्कि जब कहीं भी उन्हें मौका मिलता है, वोल्वो बस सर्विस की तारीफ कर उसे प्रमोट करने से नहीं चूकते।

इसी तरह का एक अलग प्रसंग मुझसे जुड़ा है। मैं लगभग दो वर्ष पूर्व दुबई की एक इलेक्ट्रॉनिक शॉप से एचडी टीवी खरीद रहा था। सौदा तय हो गया और बड़ी रकम के एवज में उस 42 इंच के टीवी सेट को पैक किया जाने लगा। अचानक उस शोरूम के सेल्समैन ने मुझसे पूछा, 'आप भारत जा रहे हैं या इस टीवी का इस्तेमाल यहीं दुबई में करेंगे?' मैंने उसे बताया कि मैं भारत जा रहा हूँ और वहीं पर इसका इस्तेमाल करूँगा। मेरे इतना कहते ही उस सेल्समैन का मुँह लटक गया। उसने बुझी-बुझी आवाज में मुझसे कहा, 'सर, आप इस टीवी को पर्सनल बैगेज के तौर पर नहीं ले जा सकते हैं। इसका वजन 42 किलोग्राम है और अंतरराष्ट्रीय उड़ानों के नियमों के लिहाज से आप 30 किलोग्राम से अधिक बैगेज नहीं ले जा सकते। भले ही आप उस अतिरिक्त वजन के एवज में शुल्क चुकाने को तैयार क्यों न हों!' सामान्य तौर पर नियम के मुताबिक 30 किलोग्राम से अधिक का सामान कार्गो में बुक कराना पड़ता है। यह जानने के बाद मैंने अपना ऑर्डर कैंसिल किया, जिससे उस सेल्समैन की उस दिन की कमाई मारी गई। लेकिन यकीन मानिए, उस दिन के बाद मैंने जितने भी इलेक्ट्रॉनिक उत्पादों की खरीदारी की, सब उसी सेल्समैन की सलाह से की। यहाँ तक कि दुबई जानेवाले या वहाँ से होकर अन्य गंतव्य को जानेवाले अपने मित्रों और परिचितों को भी उस सेल्समैन के बारे में बताता हूँ और उन्हें वहीं से खरीदारी करने की सलाह देता हूँ।

फंडा यह है कि ईमानदार आचरण से भले ही फौरी नुकसान या प्रभाव पड़े, लेकिन आगे चलकर वही आचरण अत्यधिक लाभ में तब्दील हो जाता है।

बाजार की नब्ज़ को पहचानें

मैं हाल ही में विदेशी दौर से लौटा हूँ, और कौन कहता है कि वहाँ के बाजार मंदी से प्रभावित हैं? खासकर अमेरिका के बाजार में तो कहीं ऐसा आलम नहीं है। अमेरिकी बाजार न सिर्फ ओबामा टी-शर्ट्स या बंपर स्टिकर से पटे हुए हैं, बल्कि यहाँ ओबामा जिगसॉ पजल्स, ओबामा मग्स, ओबामा स्केटबोर्ड्स, ओबामा टॉय टैंक्स, डीवीडी, सीडी और हॉ, ओबामा डिनर प्लेट्स भी सब जगह छाई हुई हैं। वहाँ ऐसी दीवानगी है, और खास बात यह है कि इसे प्रोत्साहित करने के लिए ओबामा ने खुद कुछ नहीं किया। बाजार ने ओबामा-फीवर को भुनाने के लिए यह सब किया। कई लोग ओबामा डिनर प्लेट्स खरीदने के लिए पैसा खर्च कर रहे हैं, जबकि इनके घरों में पहले से ही डिनर प्लेट्स मौजूद हैं।

दरअसल, हम ऐसे दौर में रह रहे हैं, जहाँ तरह-तरह के उत्पाद मौजूद हैं। भारत में भी ऐसे विज्ञापन होते हैं, जिनमें देशभक्ति की बातें होती हैं। खासकर अगस्त से जनवरी तक ऐसे विज्ञापन हमारी टीवी स्क्रीनों पर छाए रहते हैं और मेरा मानना है कि देशभक्ति की चाशनी में लिपटे ये विज्ञापन अपनी कंपनी के उत्पादों के लिए बाजार बनाते हैं। इसमें बर्जर पेंट्स, आईएनजी वैश्य, भारती और बजाज जैसी कई और कंपनियों के नाम लिये जा सकते हैं।

यह बुखार उतर सकता है। हो सकता है कुछ महीने बाद ओबामा डिनर प्लेट्स किचन के किसी कोने में पड़ी रहें और डिनर टेबल पर कुछ और चीजें सज जाएँ, लेकिन बाजार इस दौरान लाखों डिनर प्लेट्स बेचने में सफल रहा। हमारे उत्पादकों ने भी इस पाँच महीने के देशभक्ति-काल के दौरान ऐसा ही किया और मुंबई आतंकी हमलों की वजह से यह काफी खास हो गया।

फंडा यह है कि अच्छे कारोबारी वही हैं, जो बाजार की नब्ज़, इसके उतार-चढ़ाव को अच्छी तरह पहचानें और आम जन के मिजाज को भाँपकर ऐसे उत्पाद बनाएँ, जो जनता के बीच चर्चा का विषय बन जाएँ।

प्रतिभा पर निवेश करें

इं वेंटेस कैपिटल के प्रबंध निदेशक कंवल रेखी ने 53 कंपनियों में निवेश किया है। इसके अलावा उन्होंने लगभग 1000 उद्यमियों को अपना-अपना व्यवसाय स्थापित करने में भी मदद की है। वास्तव में रेखी बेहतरीन विचार के साथ शुरुआत करनेवाली कंपनी में निवेश करते हैं। एक ऐसी कंपनी, जो वृहद स्तर पर हर आम और खास के काम की सिद्ध होनेवाली हो। इस परिप्रेक्ष्य में देखा जाए तो गूगल, फेस बुक कुछ बेहतरीन विचार ही तो हैं।

इस संदर्भ में हैरॉल्ड एल. सिरकिन, जेम्स हेमरलिंग और अङ्क्षरधम के. भट्टाचार्य द्वारा लिखित 'ग्लोबेलिटी' पुस्तक की याद आती है। इसमें उल्लेखित सभी उद्यमियों का कहना था कि उन्होंने कंपनी के बजाय व्यक्ति में निवेश किया। उसी किताब में विप्रो प्रमुख अजीम प्रेमजी ने भी अपने विचार व्यक्त किए हैं। वह कहते हैं कि 1960 में उन्होंने अपने ह्यूमन रिसोर्स विभाग के उपाध्यक्ष प्रतीक कुमार से कहा था कि उनका विभाग क्षमतावान् प्रतिभाओं को खोजने का कोई प्रभावी तरीका विकसित करे। उनकी सलाह के अनुरूप विभाग ने मूल्यों और संस्थागत आचार-व्यवहार के अनुरूप लोग ढूँढने शुरू किए। साथ ही उन्हें सिखाना शुरू किया कि उन्हें सार्वजनिक जीवन में किस तरह व्यवहार करना है।

इस किताब से सबसे महत्वपूर्ण सबक मैंने यही सीखा कि प्रत्येक संस्थान की संस्कृति ऐसी होनी चाहिए, जो कर्मचारियों को सही जगह पर होने का अहसास कराए। इस अहसास के बाद ही कर्मचारी वर्षों तक अपनी सेवाएँ संस्थान को दे सकेगा। विकासशील अर्थव्यवस्था में प्रतिभा की समस्या होती है। गुणवत्ता और संख्या में तारतम्य भी नहीं होता है। इसका असर अलग-अलग लोगों द्वारा किए जा रहे काम की गुणवत्ता पर पड़ना लाजिमी है।

फंडा यह है कि किसी संस्थान की संस्कृति ऐसी होनी चाहिए, जो गुणवत्ता और संख्या के बीच सामंजस्य लाए। ऐसा तभी हो सकेगा, जब प्रतिभाशाली और क्षमतावान् लोगों पर निवेश किया जाए।

काम की सही मार्केटिंग से मिलता है वांछित मूल्य

आखिरकार यह हमारी तथाकथित खराब झुग्गी-बस्तियाँ ही हैं, जो पिछले दिनों हमारे लिए प्रतिष्ठीत ऑस्कर पुरस्कार लेकर आईं। वैसे ऐसा नहीं है कि पहले ये झुगियाँ हमारी फिल्मों का हिस्सा नहीं थीं। झुगियाँ हमेशा से ही मुंबई और हमारे देश के व्यापक हिस्से का भाग रही हैं। 'स्लमडॉग मिलियनेयर' ने बॉलीवुड इंडस्ट्री के लिए वही किया, जो आज से दो दशक पहले भारत में निजी बैंकों और निजी विमान सेवाओं ने अपने-अपने क्षेत्रों में किया।

सन् 1990 के दौर में हम सब अपनी बैंकिंग पद्धतियों और प्रक्रियाओं में किसी भी तरह की तकनीकी मदद न मिलने का रोना रो रहे थे। इसी तरह से हम देश में राष्ट्रीयकृत एयरलाइंस द्वारा दी जा रही सेवाओं से भी दुःखी थे। इन दोनों इंडस्ट्रीज ने अपनी कमर कसी और आज वे अपने-अपने कार्यक्षेत्र में निजी प्रतिस्पर्धियों से कहीं बेहतर हालत में लगती हैं। भारतीय स्टेट बैंक की मिसाल ही लें, तो यह देश में मौजूद निजी बैंकों से मीलों आगे है। हमारे यहाँ चेन्नई के कोडंबक्कम में स्थित जेमिनी स्टूडियो में साउंड रिकॉर्डिंग के उत्कृष्ट उपकरण मौजूद हैं, जहाँ बेहतरीन फिल्मों की रिकॉर्डिंग होती है। इसी तरह हमारी फिल्म इंडस्ट्री में अपनी भाषाई विविधता के बावजूद पोकुट्टी जैसे बेहतरीन तकनीशियन भी मौजूद हैं, जिन्हें ऑस्कर पुरस्कार से नवाजा गया। 'स्लमडॉग...' को मिले आठ ऑस्कर पुरस्कारों ने भारत की तकनीकी रूप से सक्षम फिल्म बनाने की क्षमता को दुनिया के सामने प्रमाणित कर दिया।

पिछले दो दशक के दौरान सौंदर्य स्पर्धाओं ने पूरे देश में सौंदर्य उत्पादों के लिए बाजार बनाया और आज आप वैश्विक बाजार में हर तरह के सौंदर्य उत्पाद देख सकते हैं। इनमें से कुछ हमारे देश में निर्मित होते हैं, जिससे हमारे देशवासियों के लिए रोजगार के अवसर भी बढ़े हैं। इसका मतलब यह नहीं है कि 1990 से पहले हमारे देश की महिलाएँ खूबसूरत नहीं थीं। वे खूबसूरत थीं, लेकिन इस खूबसूरती को पहचान नहीं मिली थी।

इसी तरह से भारतीय फिल्मकारों द्वारा निर्मित फिल्मों भी बेहतर और मनोरंजक थीं, लेकिन उन्हें पहचान नहीं मिली थी। अब इस पुरस्कार ने हमारे तकनीशियनों, इंजीनियरों समेत इस क्षेत्र से जुड़े कई और लोगों के लिए अवसरों की नई राह खोल दी है। ऐसी संभावना है कि अब हॉलीवुड के निर्माता, भले ही शुरुआत में विभिन्न और मध्यम बजट के निर्माता, अपनी फिल्मों के निर्माण में हमारी तकनीक का इस्तेमाल करने लगेंगे।

**फंडा यह है कि अपनी ओर से बेहतरीन काम करें और
उसकी सही तरीके से मार्केटिंग करें। इससे काम खुद आपके
द्वारे पर दस्तक देगा।**

लाभ के लिए ग्राहक के पास जाएँ

तीन सप्ताह पहले मैंने अपनी हाउसिंग सोसाइटी में वाहनों की प्रदूषण जाँच का कार्यक्रम चलवाया। मेरा विचार यह था कि वाहनों का प्रदूषण जाँचनेवाली वैन सोसाइटी में आएगी और मामूली फीस पर यह काम करेगी। इस तरह एक पंथ दो काज हो जाएँगे। एक, वाहनों का प्रदूषण स्तर मापा जा सकेगा; दूसरा, सामाजिक कार्य भी इस तरह अंजाम दिया जा सकेगा। मुझे यह विचार एक डॉक्टर से मिलने के बाद आया था, जो प्रत्येक रविवार अपनी वैन लेकर अलग-अलग हाउसिंग सोसाइटी में हैं। वहाँ वह प्रत्येक वरिष्ठ नागरिक के रक्त की जाँच किया करते हैं।

मारुति उद्योग लिमिटेड के भूतपूर्व चेयरमैन और एमडी जगदीश खट्टर ने 'कारनेशन' के नाम से एक सेवा शुरू की है। अगर इसका सरल शब्दों में अनुवाद किया जाए तो इस सेवा का अर्थ सामने आता है 'कार क्लीनिक'। दिसंबर, 2007 में मारुति सुजुकी कंपनी छोड़ने के कुछ ही हफ्तों बाद उन्होंने 'कारनेशन' लॉन्च कर दी। इसका लक्ष्य देश भर में सर्विस सेंटर की शृंखला का बाकायदा एक संजाल बिछाना है, जहाँ भारत की सड़कों पर दौड़नेवाली अस्सी प्रतिशत से ज्यादा मॉडलों और कंपनियों की कारों की देखभाल की जा सके। इस सेवा के बारे में खट्टर बताते हैं, 'विकसित देशों में ब्रांडेड सर्विस प्रदाता एक स्थापित सा चलन है। भारत में मारुति और टाटा कंपनी को छोड़कर अन्य कारनिर्माता कंपनियों ने देखभाल के क्रम में अपने ग्राहकों के समक्ष सीमित विकल्प ही रखे हैं। ऐसे में अगर ग्राहकों को कार की मरम्मत या सर्विसिंग करानी है तो उन्हें कंपनी के डीलर के पास जाना पड़ेगा। इस स्थिति में ग्राहक अपने पड़ोस के गैर-लाइसेंसधारी गाड़ी मेकैनिक से ही अपना काम निकालना उचित समझता है।'

'कारनेशन' ने अपना पहला आउटलेट नोएडा में खोला है। खट्टर की योजना अगले वर्ष के मध्य तक इस सेवा का विस्तार देश भर में करने की है। वह कहते हैं, 'बीमा कंपनियाँ और कारों का काफिला रखनेवाले हमारी सेवाओं में दिलचस्पी दिखा रहे हैं, क्योंकि इस तरह उनकी जबरदस्त कमाई बच रही है।' इस सेवा का प्रारूप ऑटो क्षेत्र से जुड़े विभिन्न ब्रांडों और मेक के वाहनों की मरम्मत तथा रखरखाव करना है। इसके लिए खट्टर साहब ने 108 करोड़ रुपए जुटाए हैं और उम्मीद है, वर्ष 2011 तक यह सेवा लाभ देने की स्थिति में पहुँच जाएगी। इस माह तक इसके तहत 500 कर्मचारी काम कर रहे थे, जबकि वर्ष 2012 तक कुल कर्मचारियों की संख्या 5,000 से अधिक हो जाने का अनुमान है। गौरतलब है कि वाहनों की सर्विसिंग का बाजार ही लगभग 2500 करोड़ रुपए का है और इसे देखते हुए कह सकते हैं कि 'कारनेशन' का भविष्य बहुत उज्ज्वल है। हालाँकि सच्चाई यह है कि खट्टर साहब 66 वर्ष के हो चुके हैं और यह उनके अकेले का विचार था, जो मूर्त रूप लेना शुरू हो चुका है।

फंडा यह है कि अगर ग्राहकों के पास तक कोई सुविधा या चीज लेकर जाएँ, तो कुछ भी बेचा जा सकता है।

लालसा बेचने की ज़िम्मेदारी

सेल्स से जुड़े प्रत्येक व्यक्ति के लिए लालसा मूलमंत्र की तरह होती है, क्योंकि वह प्रत्येक वस्तु के साथ लालसा भी बेच रहे होते हैं। इस दुनिया में प्रत्येक व्यक्ति आगे बढ़ना चाहता है। सेल्स से जुड़े लोग इस इनसानी कमजोरी को समझ हरसंभव चीज बेचते हैं। लोग एक बँगला खरीदने की लालसा रखते हैं, तो बैंक उसके लिए ऋण उपलब्ध कराता है। कुछ लोग कार खरीदने की लालसा रखते हैं, तो डीलर उच्च और शुरुआती रेंज की कारें आसान किस्तों में उपलब्ध कराता है। कुछ लोग तीन सदस्यों के लिहाज से एक उपयुक्त प्लैट खरीदने की लालसा करते हैं, तो रीयल एस्टेट से जुड़े लोग उन्हें आज से 25 वर्ष बाद की आवश्यकता के अनुरूप घर दिला देते हैं। इसके लिए वह उनसे ईएमआई के रूप में मोटी रकम वसूल करते हैं।

हाल में पूरी दुनिया में लालसा की बिक्री में जबरदस्त गिरावट आई है। युवा बीपीओ कर्मचारियों के लगभग 50,000 घर सिर्फ बेंगलूरु में ही बैंकों ने अधिगृहीत कर लिये हैं। कारण, वे आर्थिक मंदी के कारण बैंकों की किस्त चुकाने में असमर्थ रहे। इसी तरह मुंबई में 12,000 से अधिक घर ईएमआई के समय पर न चुकाए जाने के कारण दोबारा बिक्री के लिए उपलब्ध हैं।

हाल-फिलहाल दुनिया में भौतिकता से जुड़ी वस्तुओं को हासिल करने के क्रम में अंधी दौड़ देखने में आई थी। उद्यमियों ने इसका फायदा उठाते हुए वही चीज बेचनी शुरू कर दी, जो सामान्य उपभोक्ता एकमुश्त रकम देकर नहीं खरीद सकते थे। उद्यमियों ने आसान ऋण, आसान किस्तों और अदायगी के अन्य तरीकों का प्रलोभन देकर उपभोक्ताओं की इस परवर्ती को जबरदस्त तरीके से प्रोत्साहित किया। इस जाल में उपभोक्ता फँस भी गए। अब मंदी के दौर में कुछ ने आत्महत्या कर ली है तो कुछ इस सच्चाई से दूर भाग रहे हैं। इनमें से अधिसंख्या यह समझने को तैयार नहीं हैं कि उन्होंने अपनी चादर से कहीं ज्यादा पैर फैलाए, क्योंकि किसी ने उन्हें सपने बेचे।

हॉस्पिटैलिटी इंडस्ट्री ने इस क्रम में जिम्मेदारी से पूर्ण बिक्री का तरीका ईजाद किया है। इस उद्योग में 'रिस्पांसिबल बार-टेंडरिंग' रूपी एक नया शब्द प्रचलन में आया है। गौरतलब है कि तमाम लोग शराब पीते हैं, फिर नशे में गाड़ी चलाकर स्वयं और दूसरों को चोट पहुँचाते हैं। इनमें से कुछ तो अपनी जान तक गँवा देते हैं।

फंडा यह है कि उद्योगों को चाहिए कि वे जिम्मेदारी भरी बिक्री को प्रोत्साहन दें। वे लालसा बेचें जरूर, लेकिन जिम्मेदारी के साथ।

ग्रामीण बाजार में छिपी संभावनाएँ पहचानें

वर्ष 2008-09 में एयरटेल की सर्वाधिक बिक्री ग्रामीण क्षेत्रों में हुई। इनमें भी बिहार उत्तर प्रदेश के गाँवों से। इसी तरह मारुति की छोटी कारों और हीरो होंडा मोटरसाइकिल की बिक्री भी ग्रामीण क्षेत्रों में सर्वाधिक रही। अंतर सिर्फ यह रहा कि मारुति की छोटी कार और हीरो होंडा खरीदनेवालों ने कुल मूल्य का 60 फीसदी नकद भुगतान किया, जबकि शेष 40 फीसदी बकाया मासिक किस्तों के आधार पर अदा किया गया। ग्रामीण क्षेत्रों में बिक्री की दृष्टि से इन तीन कंपनियों का जिक्र उदाहरण मात्र है।

विभिन्न कॉरपोरेशन के सेल्स प्रमुखों के मुताबिक बिक्री के क्रम में उन्होंने अब ग्रामीण भारत की ओर रुख किया है, क्योंकि शहरी भारत के प्रत्येक क्षेत्र में नकारात्मक वृद्धि ही देखने में आ रही है। हालाँकि मुझे यह समझ नहीं आ रहा है कि सारा दोष शहरी भारत को ही क्यों दिया जा रहा है? सच तो यह है कि शुरुआती वर्षों में बिक्री के तमाम लक्ष्य और रिकॉर्ड शहरों में ही बने और टूटे हैं। उदाहरण के तौर पर मोबाइल कंपनियाँ अस्सी फीसदी शहरी बाजार पर कब्जा कर चुकी हैं, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में अभी यह दर महज 10 से 12 फीसदी ही है। ऐसी स्थिति में यदि आप ग्रामीण बाजारों में अपनी मार्केटिंग टीम की संख्या बढ़ा देते हैं तो वहाँ बिक्री का ग्राफ ऊपर बढ़ना लाजिमी है। सिर्फ एक क्षेत्र में विभिन्न कंपनियों को सतर्कता बरतने की जरूरत है, और वह है मासिक वसूली। ग्रामीण बाजार का दायरा बहुत फैला हुआ है। ऐसे में वसूली का खर्च शहरी बाजार के मुकाबले अधिक बैठेगा। कार और बाइक जैसे उत्पाद, जो एकमुश्त रकम पर बिकते हैं, बनानेवाली कंपनियों को वसूली के क्रम में यह समस्या पेश नहीं आने वाली है।

फंडा यह है कि विद्यमान स्थितियों में सेल्स के क्रम में जबर्दस्त रिटर्न देनेवाला बाजार निश्चित तौर पर ग्रामीण क्षेत्र है। ध्यान रखें कि इस वक्त लोहा गरम है, जरूरत बख भरपूर चोट मारने की है।

वरदान है विशाल जनसंख्या

अगर कोई कहता है कि हमारा देश जनसंख्या-विस्फोट का शिकार है और इसी कारण हमारा विकास बाधित हो रहा है, तो उसे उसी वक्त डपट दें। उसे समझाएँ कि वास्तव में यही विशाल आबादी भारत के लिए वरदान है। उपभोक्ता केंद्रित किसी भी उत्पाद के लिए यह एक बहुत बड़ा बाजार है। लखटकिया नैनो कार को मिली शुरुआती सफलता के बाद अब टाटा समूह नैनो घर बनाने जा रहा है। इन छोटे घरों की कीमत पाँच लाख रुपए होगी। मुंबई के बाहर स्थित पालघर में यह आवासीय योजना मूर्त रूप लेगी।

आईआईएम इंदौर के भूतपूर्व निदेशक डॉ. राजन सक्सेना पिछले दिनों मुंबई में थे। वह यहाँ आईआईटी के एक कार्यक्रम में बतौर मुख्य अतिथि भाग लेने आए थे। यह कार्यक्रम ह्यूमन रिसोर्स एंड मार्केटिंग में मैनेजमेंट का सर्टिफिकेट कोर्स पूरा करके निकले छात्रों को सम्मानित करने के लिए आयोजित किया गया था। डॉ. सक्सेना मार्केटिंग के व्यापक प्रोफेसर हैं और वर्तमान में मुंबई के एनएमआईएमएस यूनिवर्सिटी के वाइस चांसलर हैं। उनका भी यही मानना है कि उत्पाद ऐसा होना चाहिए, जो उपभोक्ता और उसके शहर के लिहाज से मुफीद हो। उनका कहना है, 'भारतीय मार्केटिंग परिदृश्य की एक दुर्भाग्यपूर्ण स्थिति यह है कि सभी कंपनियाँ मुंबई, दिल्ली और चन्नई सरीखे शहरों के उपभोक्ताओं को ही लुभाना चाहती हैं। उन्हें लगता है कि इन शहरों में रह रहे लोगों की क्रय शक्ति ज्यादा है।' उनका यह भी कहना था कि कीमत में कमी आने के बाद संबंधित उत्पाद खरीदने के इच्छुक उपभोक्ताओं की संख्या भी कोई कम नहीं है।

डॉ. सक्सेना अपनी जगह बिलकुल सही हैं। मोबाइल फोन का ही उदाहरण लें, कटौती के बाद जैसे ही काल दर 30 पैसे और 50 पैसे पहुँची, तो ग्रामीण क्षेत्रों और दूसरे वर्ग के शहरों में इन्हें खरीदने की होड़ सी मच गई। सच तो यह है कि इन क्षेत्रों में मोबाइल कंपनियाँ न सिर्फ बड़े शहरों से बाहर निकलीं, बल्कि उन्होंने आमजन को ध्यान में रखते हुए कॉल दरों में कटौती करके यह बिक्री दर हासिल की। सच तो यह है कि कुछ छोटे शहरों में लोगों के पास दो वक्त ठीक से खाने के लिए नहीं है, लेकिन उनके पास मोबाइल है। मोबाइल फोन की तर्ज पर नैनो कार भी बिक्री के मामले में हलचल पैदा करने का बायस बनेगी। इसके बाद नैनो घर भी कुछ यही दास्ताँ दोहराएँगे। इसकी वजह है आमजन की आँखों में अपना घर और अपनी कार का पलता सपना! सच तो यह है कि बँगलादेश में भी 300 अमेरिकी डॉलर की लागतवाले घरों का निर्माण चल रहा है। एक सामान्य अमेरिकी इतनी रकम किसी पाँच सितारा होटल में एक वक्त के खाने पर खर्च कर देता है। बँगलादेश के ग्रामीण बैंक के संस्थापक मोहम्मद यूनुस को नोबेल पुरस्कार मिलने की एक वजह यह भी थी कि उन्होंने निर्धन तबके के लिए 300 अमेरिकी डॉलर मूल्य के छोटे घरों का सपना साकार किया।

फंडा यह है कि अगर आप वाजिब कीमत पर अपने उत्पाद को पेश करते हैं, तो देश में उसके लिए बहुत बड़ा बाजार उपलब्ध है।

व्यापार में कोई शॉर्टकट नहीं

इस व्यवसायी का नाम लेना उचित नहीं रहेगा, लेकिन उन्होंने मुझे बताया कि उत्तर भारत के कुछ राज्यों में व्यापार दो-धारी तलवार की तरह है। मैंने इसकी वजह जाननी चाही, तो उन्होंने बेहद साधारण सा तर्क दिया। उनका कहना था कि निजी क्षेत्रों में सारे निर्णय उनके कॉर्पोरेट ऑफिस में लिये जाते हैं, जो दिल्ली, मुंबई, चेन्नई या कोलकाता सरीखे महानगरों में स्थित हैं। देश के अन्य राज्यों में तो उनकी शाखाएँ या प्रोडक्शन प्लांट ही होते हैं, जिनके अधिकारियों के पास निर्णय का अधिकार नहीं होता है। नतीजतन, इन राज्यों में निजी क्षेत्रों का व्यवसाय होते हुए भी नहीं होता। वहाँ एकमात्र अवसर यही बचता है कि आप सरकारी कार्यों को लें, और वहाँ भ्रष्टाचार व रिश्वतखोरी ही आपको काम या व्यापार दिला सकती है। यह तब है, जब अधिकांश व्यवसायी ईमानदारी से अपना धंधा करना चाहते हैं, लेकिन इन राज्यों में साफ-सुधरे धंधे के अवसर ही नहीं हैं। इसके अलावा सरकारी संस्थाओं से जुड़े व्यापार में एक प्रमुख चुनौती भुगतान की भी होती है। किसी योजना के प्रभावी क्रियान्वयन के वहाँ कोई मायने नहीं हैं। इन शहरों में बिचौलियों और दलालों की भरमार है, सरकारी संस्थाओं में जिनकी भीतर तक पैठ रहती है। ये लोग कमीशन या कुछ रकम खर्च करने पर काम करा देने की गारंटी लेते हैं।

इन राज्यों में शायद ही कोई व्यवसायी ईमानदारी से कर अदा करता हो। अगर आप जोर देंगे तो उपभोक्ता को जवाब मिलेगा, 'अगर आप जोर दे रहे हैं तो हम आपको 12.5 अतिरिक्त वसूल करके पक्का बिल बना देंगे।' हाल ही में कुछ लोगों ने व्यापार में आ रही गिरावट को थामने के लिए अन्य शहरों से पेशेवर मदद जुटाने की कोशिश की। दुर्भाग्य से वह यह मदद कम कीमत और औपचारिक कागजी खानापूति के बिना हासिल करना चाहते थे। इसके लिए उन्हें दोषी नहीं ठहराया जा सकता, क्योंकि वह धंधा ही गैर-पेशेवर रवैये के साथ कर रहे हैं। जाहिर सी बात है कि विदेशी पेशेवरों ने भी मदद करने के क्रम में अपने हाथ खड़े कर दिए।

फंडा यह है कि अगर आप अपने व्यापार को पेशेवर रूप देना चाहते हैं, तो उसमें पारदर्शिता लेकर आएं। सारा लेन-देन कर्युक्त और नियम-कायदों के अनुरूप करें। पेशेवर रवैये का कोई शॉर्टकट नहीं होता है। इसकी राह कठिन जरूर है, लेकिन बदले में सफलता अवश्यभावी है।

उद्यमिता के लिए किताबी ज्ञान काफी नहीं

भारत को ऐसे उद्यमियों की बेहद दरकार है, जो बड़ी संख्या में लोगों के लिए ज्यादा-से-ज्यादा रोजगार पैदा कर सकें। इस संदर्भ में गौर करनेवाली बात यह है कि हमारे तमाम शैक्षणिक कार्यक्रमों का मकसद अधिकाधिक कर्मचारी पैदा करना होता है और उद्यमी बनाने की ओर इनका ज्यादा ध्यान नहीं रहता। इसका नतीजा यह है कि उच्च शिक्षित प्रोफेशनल्स में भी ऐसी खूबियाँ नहीं होतीं, जो किसी उद्यमी में होनी चाहिए। ये खूबियाँ हैं— रुझानों, बाजार, वबीज, फंडिंग, व्यक्ति, ग्राहक, लाभ और आपूर्ति संबंधी मूल्य की समझ, जिसे हमेशा से ही हलके में लिया गया है।

इसका नतीजा यह है कि मौजूदा और महत्वाकांक्षी उद्यमियों की सोच में संकीर्णता और किसी भी तरीके से लाभ कमाने की परवर्ती घर कर गई है। जब तक ऐसे मूल्य-आधारित उद्यमियों, जो लघु एवं दीर्घकाल में सार्वभौमिक मूल्य निर्मित करने के लिहाज से सशक्त हों, को तैयार करने के लिए ज्यादा सक्षम शिक्षा प्रणाली को विकसित करने की ओर समुचित ध्यान नहीं दिया जाता, तो भारत को इसी तरह दिक्कतें आती रहेंगी।

जब हम शिक्षा की प्रभावोत्पादकता के बारे में सोचते हैं, तो रविंद्रनाथ टैगोर की ये पंक्तियाँ याद आती हैं—

"जहाँ मन भय रहित और सिर गर्व से तना हुआ हो,

जहाँ ज्ञान मुक्त हो,

जहाँ संकीर्ण घरेलू दीवारों के कारण दुनिया विभाजित नहीं हो,

जहाँ शब्द सत्य की गहराई से निकलते हों,

जहाँ पूर्णता के लिए हाथ बिना थके आगे बढ़ते हों,

जहाँ मृत आदतों के अथाह रेगिस्तान में भी तर्क का झरना रास्ता नहीं भटका हो,

जहाँ विचारों और क्रियाओं के क्रम में मस्तिष्क आगे-से-आगे की सोच रखता हो—

हे परमपिता, स्वतंत्रता के ऐसे स्वर्ग में मेरे देश की आँखें खुलने दो!"

फंडा यह है कि उद्यमियों को तैयार करने के लिए प्रभावी शिक्षा प्रणाली को विकसित करने की ओर समुचित ध्यान देना बहुत जरूरी है।

असंतुष्ट ग्राहक पर पहले ध्यान दें

राजस्थान के राजसमंद जिले के राजपुरा दरीबा माइंस के चंद्रेश खत्री मल्होत्रा समूह द्वारा बनाए जा रहे टिवन ब्लेड्स के नियमित ग्राहक हैं। वह लगभग एक दशक से इसी कंपनी के ब्लेड इस्तेमाल करते आ रहे हैं। हाल ही में उन्होंने संबंधित कंपनी के ब्लेड का एक डिब्बा खरीदा, जिसकी गुणवत्ता कतई संतोषप्रद नहीं थी। इससे खत्री खासे अपसेट हुए और खराब गुणवत्ता के प्रति अपनी नाखुशी जाहिर करने के प्रयास करने लगे। खत्री की प्रतिक्रिया किसी भी समूपत उपभोक्ता की तरह ही थी।

आमतौर पर आजकल के बाजारवादी दौर में अगर कोई उत्पाद गुणवत्ता के मामले में निम्न स्तर का होता है, तो ग्राहक किसी और ब्रांड का दामन थाम लेता है। इसके साथ ही वह पुराने ब्रांड को पानी पी-पीकर कोसता है। ऐसे में एक ही ब्रांड के प्रति दशकों तक समर्पित रहे खत्री को इससे बेहद पीड़ा पहुँची। उनकी पीड़ा इस बात को लेकर तो थी ही कि खरीदा गया उत्पाद गुणवत्ता के पैमाने पर खरा नहीं उतरा है, उससे ज्यादा तकलीफ उन्हें इस बात की थी कि उनकी शिकायत सुननेवाला भी कोई नहीं है। वह जब-जब फोन करते, उन्हें एक से दूसरे व्यक्ति से बात करनी पड़ती और तुरंत यह कि कोई भी खराब गुणवत्ता की जिम्मेदारी लेने को तैयार नहीं था। इस फेर में उन्हें अलग-अलग नंबरों पर संपर्क करने को कहा गया, लेकिन किसी ने भी उनसे खेद व्यक्त करने की कोशिश नहीं की। अगर पहली बार में ही उनकी शिकायत सुन ली जाती, तो खत्री शांत हो जाते और आगे भी मल्होत्रा ग्रुप के समूपत उपभोक्ता बने रहते।

जाहिर सी बात है कि खत्री ने इस अपमान को दिल पर लिया और कंपनी के प्रबंध निदेशक को एक लंबी ई-मेल भेज दी। संभव है कि मेल को खोलकर देखने में कुछ और दिनों का विलंब हो गया, लेकिन उसके बाद की प्रतिक्रिया बेहद त्वरित रही। खत्री के गृह जनपद से लगभग 75 कि.मी. दूर स्थित उदयपुर से एक सेल्समैन उनके घर पहुँचा और उत्तेजित खत्री की पूरी बात सुनी। खत्री ने अपने दिल की सारी पीड़ा उस सेल्समैन के समक्ष उड़ेलकर रख दी। इसके साथ ही उन्होंने अपनी नाखुशी दर्ज कराने के प्रयासों के एवज में मिले व्यवहार पर भी सारी भड़ास निकाली। उनके समक्ष उपस्थित सेल्समैन चुपचाप उनकी बात सुनता रहा। लगभग आधे घंटे तक अपनी भड़ास निकालने के बाद खत्री का क्रोध भी शांत हो गया और उन्हें उस सेल्समैन तथा कंपनी का रवैया सराहनीय लगने लगा। इसी बात से प्रेरित होकर उन्होंने 'दैनिक भास्कर' को एक ई-मेल कर दी। इस मेल का सार था—'अच्छी कंपनी के अच्छा रिस्पांस की यह एक अच्छी मिसाल है। वह साहब मेरे घर आए और मेरी शिकायत सुनी। इस तरह का सुखद अनुभव आपके साथ साझा करना चाहा, तो लिख भेजा।'

फंडा यह है कि उत्पाद में कमी के बावजूद कंपनी यदि असंतुष्ट ग्राहक को संतुष्ट नहीं कर पाती, तो यह नकारात्मक प्रचार का सबब बनेगा। अच्छी कंपनियाँ ग्राहकों को किसी स्तर में असंतुष्ट नहीं रखना चाहतीं।

व्यापार बन सकता है समस्या का समाधान

लोग कोई उत्पाद क्यों खरीदते हैं? क्योंकि उन्हें कुछ-न-कुछ समस्या होती है। लोग शायद वॉशिंग मशीन इसलिए खरीदते हैं, क्योंकि उनके पास हाथ से कपड़े धो सकने लायक लोग नहीं हैं। लोग गैस सिलेंडर इसलिए खरीदते हैं, क्योंकि इससे खाना पकाते समय कपड़े खराब नहीं होते। इसके साथ ही इसका इस्तेमाल चूल्हे पर खाना बनाने जितना थकाऊ भी नहीं है। दुनिया में सभी उत्पाद सिर्फ इसीलिए खरीदे और बेचे जाते हैं, क्योंकि वे किसी-न-किसी समस्या का समाधान पेश कर रहे होते हैं। इसी विचार के साथ मिठाईमेट के चार संस्थापकों ने ऑनलाइन मिठाई डिलीवर करने की सेवा शुरू की। शशांक अग्रवाल, अखिलेश बाली और आशुतोष दीक्षित मुंबई में आईटी इंजीनियरिंग करने के दौरान दोस्त बन गए। उन्होंने महसूस किया कि मिठाई की दुकानों के मालिक नेट सेवी नहीं हैं। इसके इतर मिठाई पहुँचाने के ऑर्डर कम होने के बावजूद वह ग्राहकों से ऊँची कीमत वसूलते हैं। इसके बाद भी मिठाई को गंतव्य तक पहुँचने में दिन या हफ्तों लग जाते हैं।

जनवरी 2009 में इन दोस्तों ने मिठाईमेट पोर्टल शुरू करना तय किया। यह देश की पहली ब्रांडेड मिठाई डिलीवरी सर्विस है। इस काम के लिए अग्रवाल मशहूर मिठाई विक्रेता पंजाबी घसीटाराम हलवाई के पास गए और उन्हें यह विचार समझाया। मिठाई विक्रेता को इसमें तर्क नजर आया और वह अग्रवाल का पार्टनर बनने पर राजी हो गए। इन्होंने दिल्ली और बेंगलुरु के मशहूर मिठाई विक्रेताओं से भी गठबंधन किया। मिठाईमेट की साइट भी इन्हीं तीन इंजीनियरों ने डिजाइन की। इसी बीच बायोटेक इंजीनियर और बाली के दोस्त रचित मेहरा भी उनके प्रोजेक्ट से जुड़ गए। इस टीम ने शुरुआत में तीस हजार रुपए का निवेश किया। मार्केटिंग के लिए इनके पास ज्यादा बजट नहीं था, इसलिए इन्होंने दोस्तों और ब्लॉगर्स को लिखा, जिससे यह सेवा लोगों तक पहुँच सके। अंततः उनकी मेहनत इस वर्ष मार्च में रंग लाई, जब उन्हें ऑट्रेलिया के ग्राहक से मुंबई के पते पर मिठाई भेजने का ऑर्डर मिला। इस काम के लिए अग्रवाल खुद अपनी कार चलाकर पैकेट देने के लिए गए। हालाँकि बेची गई मिठाई की रकम की तुलना में उन्हें वहाँ तक जाने के लिए पेट्रोल का इस्तेमाल महँगा पड़ा।

शुरुआत में एक हजार ग्राहक जुगाड़ पाना भी उनके लिए मुश्किल था, लेकिन इसके बाद स्थिति आसान होती गई। अब मिठाईमेट से जुड़े लोगों को फख्र है कि वह 6-7 घंटों के भीतर दिल्ली, मुंबई, बेंगलुरु और जम्मू मिठाई भेज सकते हैं। ये लोग अब व्यापार को विस्तार देने के लिए कोलकाता, हैदराबाद और जालंधर के मिठाई विक्रेताओं के संपर्क में हैं। मिठाईमेट मिठाई को घर तक पहुँचाने के लिए डिलीवरी बॉयज नियुक्त नहीं करता। इस काम के लिए लड़के स्थानीय मिठाई विक्रेता ही उपलब्ध कराता है। इन्होंने ब्लू डार्ट से कोरियर के मार्फत भी ऑर्डर पहुँचाने के लिए गठजोड़ किया है। मिठाईमेट पर औसतन हर दिन तीन-चार ऑर्डर और वेबसाइट पर लगभग 700 हिट्स मिलती हैं। यह ऑर्डर त्योहारों के समय ज्यादा बढ़ जाता है। मसलन, दीवाली के समय तीस हजार हिट्स मिली थीं और एक महीने में इन्होंने एक लाख रुपए का मुनाफा कमाया था। मिठाईमेट अपनी आमदनी का काफी पैसा व्यापार में ही लगा देते हैं। अब 2010 के रक्षाबंधन तक कंपनी ने दो हजार ऑर्डर्स का लक्ष्य रखा है।

फंडा यह है कि किसी समस्या का समाधान करनेवाली हर चीज बाजार में बिक सकती है। इसकी वजह यह है कि आज के दौर में लोग समस्या के बारे में नहीं, बल्कि उसके समाधान के बारे में सुनना चाहते हैं।

Published by

Prabhat Prakashan

4/19 Asaf Ali Road,

New Delhi-110002

ISBN 978-93-5048-974-1

Safal Business Ke Funde

by N. Raghuraman

Edition

First, 2010