

ઝંડિયા ટ્રકે

December, 2017



नया प्रयोग

- » उन्नत रबड़ टेक्नोलॉजी के इस्तेमाल से टिकाऊ और सट्टी चप्पल बनाना शुरू किया
- » रकीन प्रिंटिंग के साथ बदलते फैशन के मुताबिक युवाओं की पसंद के फुटवियर बनाए

निवेश

- » परिवारिक जायदाद को किराए पर उठाकर 10,000 रु. की रकम से मूल पूँजी बनाई
- » 2016 में रिलेक्सो का मार्केट कैप 5,992 करोड़ रु. का था

सम्मान

- » फोर्ब्स पत्रिका की 2017 की वैल्यू क्रिएटर्स की लिस्ट में शामिल
- » विजनेस टुडे की वेस्ट 100 सीईओ की लिस्ट में 2014 और 2015 में शामिल

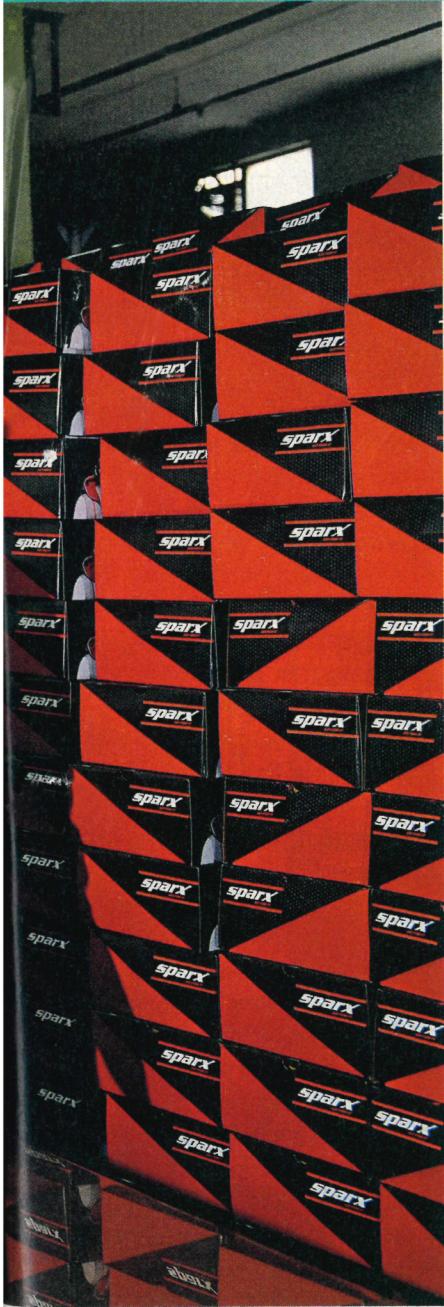
जोखिम

- » कहीं नए प्रयोग और बदलती डिजाइन बाजार में न टिक पाए

प्रतिरक्षण

- » फुटवियर बाजार में कड़ी स्पर्धा, एडिसन, नाइक जैसी अंतरराष्ट्रीय कंपनियों से मुकाबला!

कामयाबी के सधे कदम



राजवंत रावत

रमेश दुआ » 63 वर्ष

ਮੈਨੇਜਿੰਗ ਡਾਯਰੇਕਟਰ

रिलैक्सो फुटवियर्स लिमिटेड

३ प्रतो महज एक संख्या है।''
रिलैक्सो फुटवियर के 63 वर्षीय
प्रबंध निदेशक (एमडी) रमेश
दुआ जब यह कहते हैं तो उनकी
बात को दमदार बनाती है इस उप्र में भी
उनकी सक्रियता। उनके लिए रिलैक्सो
सिर्फ़ एक विश्वसनीय ब्रान्ड ही नहीं, एक
ऐसा बरगद है जिसे उन्होंने सींच-सींचकर
बड़ा किया है। वे आज भी अपने बड़े भाई
मुकुद लाल के साथ फैक्टरी का दौरा
करते हैं, ताकि उपभोक्ताओं की जरूरत के
हिसाब से 'सीख' सकें।

उपभोक्ताओं के लिए रिलैक्सो
भरोसेमंद ब्रान्ड बना हुआ है तो इसके पछे
रमेश दुआ बस एक समीकरण बताते हैं।
वे कहते हैं, ''हम उत्पाद को आकर्षक,
आरामदेह, सस्ता और टिकाऊ बनाने की
कोशिश करते हैं।'' लेकिन कंपनी की
बैलेंस शीट तस्वीक करती है कि वे जनता
की आंखों में चढ़े हुए हैं। आखिर, 2014
में जिस कंपनी का टर्नओवर 1,214 करोड़
रु. था वह 2016-17 में बढ़कर 1,740
करोड़ रु. हो गया है। रिलैक्सो आज की
तरीख में देश की सबसे बड़ी फुटवियर
निर्माता है और यह तकरीबन 6 लाख जोड़े
फुटवियर रोजाना बनाती है।

रिलैक्सो ने सिर्फ एक ब्रान्ड—नीली सफेद रबड़ की चप्पल—के साथ 1971 में शुरूआत की थी। लेकिन आज इसके पास 400 किस्म के डिजाइन हैं जो 10 विभिन्न ब्रान्ड नामों से बिक रहे हैं, इनमें बुनियादी रबड़ चप्पलों से लेकर स्नीकर्स तक शामिल हैं। पिछ्ले साढ़े चार दशक में रिलैक्सो बढ़कर ऐसी बरगदी कंपनी में तब्दील हो गया है जो न सिर्फ संख्या के हिसाब से बल्कि बिक्री के लिहाज से भी सबसे बड़ा ब्रान्ड है। रिलैक्सो ने पिछ्ले साल 13.5 करोड़ जोड़े फुटवियर बेचे। जरा इसकी तुलना उसके दूसरे प्रतिस्पर्धी से करके देखें, बाटा ने उसी साल 2.1 करोड़ जोड़े चप्पल—जूटे बेचे। दोनों के बीच का यह फासला ही रिलैक्सो की कामयाबी है।

दुआ के लिए शुरुआत कुछ आसान नहीं रही थी। बंटवारे के बक्त पाकिस्तान से भारत आए उनके पिता रबड़ की चप्पल समेत साइकिल के पुर्जे बानाने के कारोबार में थे तोकिन 1969 में जायदाद के बंटवारे के साथ पिता पर एक लाख रु. का बड़ा कर्ज आ पड़ा था, जो 1969 के हिसाब

से काफी था। तब इस परिवार ने अपनी जायदाद को किराए पर उठाकर उससे मिली पगड़ी की 10,000 रु. की रकम को अपने कारोबार की मूल पूँजी बना लिया। लैनेडेन का दबाव था और बाजार में साख दांव पर लगी थी।

ऐसे में सिर्फ बारहवीं पास कर पाए
युवा रमेश दुआ को कामकाज में हाथ
बंटाने के लिए कारोबार में आना पड़ा.
तब वे एमबीबीएस की प्रवेश परीक्षा की
तैयारी में लगे थे। लेकिन विज्ञान में गहरी
रुचि रखने वाले दुआ ने रबड़ की चप्पल
के कारोबार को नई पहचान देने के लिए
कुछ नुस्खे अपनाने की तरकीब लगाई।
दुआ को एहसास था कि इस कारोबार में
गहरे उत्तरने के लिए उन्हें अपने सबसे अहम
कच्चे माल रबड़ को बेहतर समझना होगा।
इसलिए वे ब्रिटेन के प्लास्टिक ऐंड रबड़
इंस्टीट्यूट के पाठ्यक्रम में दाखिला चाहते
थे लेकिन वह नहीं मिल पाया। दुआ ने
इसरार किया कि उन्हें बस सीखना है और
डिग्री से मतलब नहीं। आखिरकार, उन्हें
इंस्टीट्यूट का शुल्क चुकाकर जानने-
सीखने आते रहने की अनमति मिल गई।

पढ़ाई के साथ दुआ ने कारोबार भी
जारी रखा और करीब 50 मजदूरों वाली
अपनी छोटी फैक्ट्री से रात 10 बजे लौटने
के बाद वे 2 बजे तक पढ़ाई करते थे। दुआ
ने उस वक्त अपना सारा ध्यान इस बात पर
केंद्रित किया कि श्रमिक वर्ग के लिए ऐसी
टिकाऊ चप्पल बनाई जाए, जो कम से
कम साल भर चलें।

उस वक्त उद्योग चलाने वाले संजीदा लोगों के लिए भी संघर्ष कम नहीं थे। दुआ कहते हैं, “तब हर चीज का लाइसेंस लेना होता था और कभी भी जरूरत के मुताबिक लाइसेंस नहीं मिलता था। उत्पादन के लिए कच्चा माल ही नसीब नहीं होता था। ऐसे में, काला बाजार से खरीदारी करनी होती थी। मजदूर यूनियनों ने नाक में दम कर रखा था।” लेकिन इमरजेंसी के दौर में दुआ के लिए जीवन के मायने बदल गए। बाजार में कई अनाम चप्पलों की भीड़ में पहचान दर्ज कराने के लिए उन्हें अपना ब्रान्ड तैयार करने की खातिर एक अद्द नाम की जरूरत महसूस हुई, तभी रिलैक्ससो नाम खोजा गया। वे कहते हैं, “इमरजेंसी में हर उद्योगपति को मीसा का काफी डर था। लेकिन मैंने उसी समय से नैतिक रूप



राजवंत रावत

“रिलैक्सो की कामयाबी का मंत्र गुणवत्ता और पैरों के आराम पर जोर है। इसके साथ ब्रान्ड स्थापित करने की हमारी कोशिशों का नतीजा है। कंपनी सरते, सुंदर और टिकाऊ जूते-चप्पल बनाने के तरीके पर कायम है।”

से सही कारोबार करने की ठान ली, जिसका फायदा आज भी मिल रहा है।”

1974 में रिलैक्सो का टर्नओवर सालाना करीब 4 लाख रु. था। लेकिन 1977 से चीजें बदलनी शुरू हुईं। तब 1977-78 में कंपनी का कारोबार बढ़कर 12 लाख रु. हो गया। फिर, उदारीकरण के बाद के दौर में, जब फुटवियर उद्योग को बड़े निर्माताओं के लिए भी खोल दिया गया, तो रिलैक्सो ने मौका भुनाने में देर नहीं की। उन्होंने फौरन एक इकाई स्थापित की, जहां 50,000 जोड़ों का उत्पादन रोजाना किया जा सकता था। आज रिलैक्सो के पास आठ उत्पादन इकाइयां हैं और नौवीं इकाई अगले साल तक उत्पादन शुरू कर देगी।

कंपनी ने सालाना करीब 28 फीसदी की राजस्व बढ़ोतरी की विकास दर बनाए रखी है। 2015-16 में कंपनी का कारोबार 1,713 करोड़ रु. था जिसमें 120 करोड़ रु. का मुनाफा था जबकि मार्केट कैप 5,992 करोड़ रु. था। वित्त वर्ष 2017-18 में कंपनी ने दूसरी तिमाही में राजस्व में 16 फीसदी की बढ़ोतरी हासिल की है।

एकमात्र नीली सफेद रबड़ चप्पल बनाने के काम से शुरू हुई रिलैक्सो कंपनी के पास आज की तारीख में 400 से अधिक किस्म के डिजाइन और 10 ब्रान्ड (4 मुख्य) हैं और सभी इकाइयों को मिलाकर कंपनी में 50,000 से अधिक मजदूर काम करते हैं। बदलते फैशन के दौर में रिलैक्सो ने अब रंगीन और स्क्रीन प्रिंटिंग पर ज्यादा ध्यान देना शुरू कर दिया है। पिछले दो साल के भीतर ही रिलैक्सो ने 200 से अधिक नए डिजाइन लॉन्च किए हैं।

ऐसा नहीं है कि रिलैक्सो फुटवियर को बाजार में स्पर्धा नहीं मिल रही है। ऐक्शन, लिबर्टी, लखानी और कई स्थानीय ब्रान्ड हैं जिनसे रिलैक्सो मुकाबिल है। कई रिटेलर भी अब अपने निजी लेबल के साथ फुटवियर बाजार में उतारने की कोशिश में हैं। लेकिन दुआ कहते हैं, “हमारी कभी किसी को हराने की मंशा नहीं रही। हम दूसरों की अच्छी चीज़ सीखने की कोशिश करते हैं।” दुआ के पास कई ऐसी मिसालें हैं जो सकारात्मक रुख की ओर इशारा करती हैं। मसलन, करीब तीन दशक पहले एक मजदूर के तौर पर जुड़े उनके एक साथी को आगे बढ़ने का माहौल और मौका दिया गया। नतीजतन, आज वह कंपनी में

मैन्युफैक्चरिंग के बाइस प्रेसिडेंट हैं।

सीखने की ललक भाई मुकुंद लाल और रमेश दुआ दोनों को कामगारों के निचले तबके के साथ ही सीधे उपभोक्ताओं से भी जोड़ती है। 1980 में किसी ने रबड़ चप्पलों को जांड़े में जुराबों के साथ नहीं पहने जा सकने की शिकायत की तो कंपनी ने क्रॉस फीतों वाली चप्पल बाजार में उतारी, जिन्हें जुराबों के साथ पहनना आसान था। इसी तरह किसी उपभोक्ता ने रबड़ की चप्पल में अंगूठे की रिंग की जरूरत बताई तो ऐसे उत्पाद भी बाजार में लाए गए।

जांड़े से जुड़े अपने उत्पादों में विविधता लाने के साथ ही कंपनी अपने विस्तार की तरफ भी ध्यान दे रही है। आज के दौर में पॉलीथीरेन (पीयू) फुटवियर की लोकप्रियता के मद्देनजर कंपनी ने हरियाणा के बहादुरगढ़ में इसकी इकाई लगाई है। दुआ कहते हैं, “हम इटली से यह तकनीक लाए, लेकिन हमने पीयू तकनीक में भी स्थानीय जानकारी शामिल कर उत्पादों में स्थानीयता का पुट दिया है।” रिलैक्सो के फिलहाल 70 उत्पाद पीयू वर्ग के हैं। कंपनी की एक इकाई राजस्थान के भिवाड़ी में शुरू होने वाली है। 15 एकड़ में फैली यह इकाई कंपनी की मौजूदा इकाइयों से तिक्झी है।

लेकिन कंपनी विस्तार को लेकर जरूरत से अधिक महत्वाकांक्षी नहीं हैं। दुआ कहते हैं, “हम अगले साल तक 25-30 फीसदी उत्पादन बढ़ाने वाले हैं, लेकिन हमने लक्ष्य को अधिक महत्वाकांक्षी नहीं रखा है। हम मजबूत कदम ही रखना चाहते हैं।”

दुआ ने कंपनी के सप्लाई चेन को सुदृढ़ करने पर भी जोर दिया है और आज उसके 275 से अधिक रिटेल आउटलेट हैं। जीएसटी के बाद सप्लाई चेन को फिर से दुरुस्त किया जा रहा है ताकि हर जगह गोदाम न बनाने पड़े। रिलैक्सो के पास आज 800 वितरकों की फौज है और करीब 50,000 मल्टी-ब्रांड आउटलेट तक उसकी पहुंच है।

जहां अन्य कंपनियां काम आउटसोर्स करती हैं, गुणवत्ता बनाए रखने के लिए रिलैक्सो ने 90 फीसदी उत्पादन इन-हाउस कर रखा है। रिलैक्सो के एमटी के लिए कामयाबी का मंत्र गुणवत्ता और पैरों के आराम का ध्यान रखना है। दुआ कहते हैं, “पैरों के लिए चप्पल-जूते बनाना आसान काम नहीं है। हर किसी की चप्पल दूसरे के पांव में नहीं आ सकती।” आखिर, हर एक पांव अलग होता है।

—मंजीत गुरु