

## स्टार्टअप की सफलता का सफर

Dr. Manoj Kumar Sethia\*

### सार

वैश्विक स्तर पर हो रहे आर्थिक परिवर्तनों के कारण स्टार्टअप की दिशा व दशा में आमूलचूल परिवर्तन घटित हो रहे हैं, किन्तु स्टार्टअप की सफलता को सुनिश्चित करने के लिए जितनी भूमिका यूनिक विचार, बेहतर प्रबंध, सकारात्मक सोच और फेल्योर मैनेजमेंट की है उससे भी अधिक क्राउडफंडिंग, मार्केट रिसर्च, कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट, सीएसआर, पीआर मॉडल, वर्किंग प्लैक्सिबिलिटी, टीमवर्क और प्लान बी की है। यदि इन सब पहलुओं का सही तरीके से प्रबंध और क्रियान्वयन किया जाए तो स्टार्टअप की सफलता सुनिश्चित कही जा सकती है।

**शब्दकोश:** स्टार्टअप, क्राउडफंडिंग, सी.एस.आर., स्टार्टअप इंडिया-स्टैन्डअप इंडिया।

### प्रस्तावना

वैश्विक स्तर पर युवाओं में स्टार्टअप को लेकर जबरदस्त रुझान है, मानो दुनिया में स्टार्टअप की बाढ़ सी आ गई है। भारत में जहां से स्टार्टअप की कहानी प्रारम्भ होती है वह है : फिलपकार्ट। सचिन बंसल और बिन्नी बंसल ने ऑनलाईन प्लेटफार्म बनाकर जब किताबें बेचना प्रारम्भ किया। वर्तमान में दुनिया की सबसे सफलतम स्टार्टअप में से यह एक है। युवाओं को उद्योपति और उद्यमी बनने का अवसर देने की दिशा में पहल करते हुए भारतीय प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने स्वतंत्रता दिवस 2015 के भाषण में इसकी घोषणा "स्टार्टअप इंडिया-स्टैन्डअप इंडिया" के रूप में की।

स्टार्टअप के महासागर में आए दिन नये-नये लोग सफलता की उम्मीद के साथ उतरते रहते हैं, फिर भी बहुत कम लोग ही इसमें आने वाली चुनौतियों की लहरों से जीतकर अपने अस्तित्व को कायम रख पाते हैं। अधिकतर लोग तो एक दो हिलोरों से ही गिरकर भंवर में कुछ ऐसे फंसते हैं कि न आगे तैरते बनता है न ही बाहर निकलना। क्योंकि यहां अच्छे प्रदर्शन हेतु निरन्तर मेहनत, रचनात्मकता और लगन की सख्त जरूरत होती है। दुनिया के 80 प्रतिशत स्टार्टअप प्रारम्भ होने के 18 माह में ही बाजार से बाहर हो जाते हैं, जबकि 10 प्रतिशत 36 माह तक ही अपने अस्तित्व को बचाकर रख पाते हैं लेकिन शेष 10 प्रतिशत ही सफलता के शिखर पर जा पाते हैं।

उपरोक्त अध्ययन बतलाता है कि मौजूदा व्यावसायिक माहौल में शुरुआती चरण में हर तरह के स्टार्टअप को काफी चुनौतियों का सामना करना होता है। ऐसे में स्टार्टअप के महासागर में उतर रहें लोगों में उत्साह के साथ विफलता का डर भी कमोबेश मौजूद रहता है, लेकिन कुछ सावधानियां अपनाकर एक खास रणनीति निर्माण के साथ हम अपने स्टार्टअप जीवन में उन 10 प्रतिशत लोगों में शुमार होकर सफलता के नये कीर्तिमान स्थापित कर सकते हैं।

\* Assistant Professor, B.J.S. Rampuria Jain College, Dauji Road, Bikaner, Rajasthan, India.

## यूनिक बिजनेस आइडियाज

उद्यमी बनने का प्रथम चरण है—बिजनेस आइडिया। उद्यमी बहुत से लोग होते हैं और सभी अपने आइडिया को बेहतरीन मानकर आगे बढ़ते हैं। हालांकि कुछ ऐसे लोग होते हैं जिनके आइडियाज को दुनिया भी बेहतरी और अद्भुत मानती है। जैसे—ईटी—वन, ग्रे मैटर्स, लिआ, डिजी फार्म, हेल्पअस ग्रीन, उमपेटिको, द ह्यूमेनियम मेटल इनिशिएटिव आदि। अतः यह जरूरी है कि आपका बिजनेस आइडिया अनोखा हो, जिससे आप दुनिया का ध्यान अपनी ओर खींच सकें। जो आइडिया भी आप चुन रहे हैं, उसके हर पहलु पर पहले अच्छे से विचार कर लें।

## असल फायदा है लोकेशन

किसी भी नए स्टार्टअप को शुरू करने के लिए विपणन के सिद्धान्तों में जिन 4 पी (Price, Product, Promotion & Place) की बात की जाती है, यह 'स्थान' उन्हीं में से एक है। एक सही 'स्थान' पर खोला गया स्टार्टअप उत्पाद/सेवा की मांग व आपूर्ति में अच्छा संतुलन बैठा सकता है। स्टार्टअप ऐसे राज्य/शहर से शुरू करें, जहां की स्थितियां व्यावसायिक माहौल के अनुकूल हो, जैसे—भौतिक व मानवीय संसाधनों की सहज उपलब्धता, आयकर, अन्य करों में सरकारी रियायत आदि। वर्कप्लेस आपके ग्राहकों की आसान पहुंच में हो। इस हेतु स्टार्टअप की प्रकृति के अनुरूप स्थान का चयन करें। स्थान चयन में अपनी सुविधा के साथ कर्मचारियों व विनियोक्ताओं की सुविधा का भी ख्याल रखें। पार्किंग, आपके ग्राहक, कर्मचारी और क्लाइंट्स की सुरक्षा भी लोकेशन से जुड़ा अहम मुद्दा है। अपने वर्कप्लेस में ये सारी विशेषताएं अपने तय बजट में चुनने से ही आपको असल फायदा होगा।

## स्टार्टअप की प्री प्लानिंग

आखिर ऐसा क्यों होता है कि अधिकतर स्टार्टअप खुलने के साथ ही उनके बन्द होने की भी भूमिका बनने लगती है? ऐसा अक्सर उन स्टार्टअप प्लेयर्स के साथ होता है, जो बिना अच्छी प्री प्लानिंग और विजन के, घर का काम खोलने के नाम पर जमा पूंजी फंसा बैठते हैं। क्योंकि स्टार्टअप शुरू करने का मतलब सिर्फ अपने अधीन लोग हायर करके हुकम चलाना नहीं है। इसके लिए वित्तीय, क्रय-विक्रय, मानवीय संसाधन संबंधी कई मोर्चों पर प्रबंधन करना होता है, वो भी सटीक। स्टार्टअप में लम्बी पारी खेलने के लिए अनिवार्य है—प्री प्लानिंग। जो यथार्थ से जुड़ी हो, ख्यालों से नहीं।

यह ठीक है कि स्टार्टअप फील्ड में बहुत बार अनायास निर्णय लेने होते हैं, लेकिन इस फील्ड में अधिकतर चीजें पहले से योजना बनाकर की जाती हैं। इन्हीं चीजों में से एक है—स्टार्टअप संस्थान की संरचना। कार्यप्रणाली को सरल बनाने हेतु संस्थान की संरचना के स्तर पर "प्री प्लानिंग" जरूर करके चले। इसके अभाव में संसाधनों का समुचित दोहन संभव नहीं है। इस हेतु अपनी टीम की सलाह से स्टार्टअप टारगेट का एक पूरा एक्शन प्लान बनाकर चलें। यह एक्शन प्लान सिर्फ दिमागों में ही घूमता न रहे, इसे कागजांकन भी करें। कागज पर लिखने से वह सब की नजरों से निकलेगा और सब की सहमति बनेगी, जिससे ज्यादा से ज्यादा टीम सदस्यों का जुड़ाव बनेगा।

## समय को भी चाहिए बेहतर प्रबंध

सफल उद्यमी की सबसे बड़ी पहचान यह है कि वह वक्त की कमी का बहाना बनाने की बजाय 24 घण्टों का सम्यक नियोजन करना जानता है। समय प्रबंधन हेतु जरूरी चीजों को पहचानना जितना जरूरी है, उतना ही जरूरी है—गैर आवश्यक चीजों को पहचानना। एक उद्यमी के तौर पर कोई भले ही बहुत अच्छा प्रबंधक हो, जो अपनी टीम को सही तरीके से नियोजित करता हो, काम का अच्छे से प्रबंधन करता है, लेकिन यदि वह अपने मूल्यवान समय का सही तरीके से प्रबंधन नहीं कर पाता, तो सफलता के रास्ते में पिछड़ जाता है। इसी संदर्भ में मशहूर लेखक और व्यवसायी स्टीफन रिचर्ड्स कॉवे ने कहा था कि आपके शिड्यूल में क्या है, उसकी प्राथमिकता तय करना खास बात नहीं है, जरूरी है अपनी प्राथमिकताओं को शिड्यूल करना।

### समय के प्रबन्धन हेतु कुछ तरीके

- दिन की शुरुआत किसी आसान व छोटे काम से करना।
- कठिन टास्क को टुकड़ों में विभाजित कर निष्पादित करना, जिससे उस कार्य को करने की प्रक्रिया सहज हो जाए।
- नियमित ब्रेक्स लेना।
- स्ट्रेटिजी में सुधार करते रहना, चाहे वह उसकी व्यावसायिक क्षमताओं को लेकर हो, व्यापार और व्यक्तिगत विकास को लेकर हो, समय प्रबन्धन को लेकर हो या फिर जिंदगी को बेहतर बनाने के लिए हो।

### क्राउडफंडिंग के जरिये स्टार्टअप को करें स्पीडअप

किसी भी स्टार्टअप की शुरुआत और उसे मजबूती प्रदान करने हेतु एक उद्यमी को विनियोग की आवश्यकता होती है। आज से एक दशक पूर्व तक यह काम बैंक लोन या जमा पूंजी से किया जाता था। छोटे स्तर पर फंड का अहम स्रोत दोस्त व मित्रजन रहे हैं। लेकिन अब क्राउडफंडिंग के जरिये एक उद्यमी अपने विनियोग का इंतजाम कर सकता है। भारत सहित विश्व में कई क्राउडफंडिंग प्लेटफार्म मौजूद हैं। आसपास भी ऐसे कई समूह या सामाजिक संस्थाएं हो सकती हैं, जो स्टार्टअप हेतु निवेश उपलब्ध हेतु तैयार हो। हालांकि इनसे फंड पर सहमति हेतु अपने प्रोजेक्ट, उसके वर्कप्लान, संभावनाओं, जोखिम बचाव जैसी तैयारियां अपेक्षित हैं। भारत में प्रतिमाह 40 प्रतिशत से अधिक युवा उद्यमियों के लोन एप्लीकेशन्स विभिन्न कारणों से रिजेक्ट हो जाती हैं। इस दृष्टि से स्टार्टअप कसल्टेंट कई मायनों में उपयोगी साबित हो सकते हैं। इनके जरिये सही बैंक, स्कीम्स, इन्वेस्टर, फंडिंग सोर्स आदि के बारे में समुचित जानकारी मिल जाती है क्योंकि संस्थाएं लोन देने से पूर्व आपका आइडिया, क्रेडिट हिस्ट्री, नेटवर्क, सेक्टर आदि पर विचार करती हैं।

चूंकि प्रत्येक विनियोगकर्ता पैसा लगाने से पहले आपके स्टार्टअप प्लान से पूरी तरह आश्वस्त होना चाहता है। अतः आपके स्टार्टअप आइडिया के बारे में आपका वित्तीय नियोजन और लिए गए पैसे की शोधन क्षमता की तैयारी भी प्लान में दिखे। अपने व्यापारिक क्षेत्र की ट्रेड एसोसिएशनों और अन्य संस्थाओं के सम्पर्क से भी निवेशक मिल सकते हैं। उद्यमिता प्रोत्साहन में संलग्न विश्वविद्यालयों, कॉलेजों, हरित तकनीक को बढ़ावा देने वाले उद्योगों के लिए भी सरकार से विशेष प्रोत्साहन मिलता है। ऐसी कई साईट्स भी हैं जिन पर व्यापारी विनियोग के लिए आवेदन कर सकते हैं।

### मार्केट रिसर्च

स्टार्टअप की पूरी प्लानिंग के बावजूद भी आशानुरूप परिणाम हासिल न होने का एक बड़ा कारण है—प्रत्याशित ग्राहक समूह की रुचियों में तेजी से निरन्तर आ रहा बदलाव। इस समस्या से निपटने का तरीका यही है कि आप अपने मार्केटिंग टूल्स और अपने प्रत्याशित ग्राहक समूह पर पड़ने वाले प्रभाव को नियमित रूप से मापते रहे। ताकि समयानुरूप व अपेक्षानुरूप बदलाव कर सके। इस दिशा में एक प्रभावी माध्यम है—मार्केट रिसर्च। दरअसल यह ऐसा टूल है जो बाजार के रुख को भांपकर स्टार्टअप—प्लानिंग में मदद करता है। अधिकतम उद्यमी अपने फंड की कमी का हवाला देकर उत्पाद या सेवा को बिना किसी अनुसंधान के बाजार में उतार देते हैं। जबकि सच तो यह है कि बिना बाजार को पूरी तरह समझे अंधाधुंध प्रचार व बेवजह के ऑफर ज्यादा नुकसानदेय साबित हो जाते हैं, क्योंकि आज जमाना कल्कुलेटेड रिस्क उठाने का है। बाजार अनुसंधान के जरिये अपने ग्राहकों, उनकी रुचियों, अपने प्रतिस्पर्धीयों और बाजार के रुख को समझते हुए प्रभावी रणनीति बना सकते हैं।

### मार्केटिंग हो भरपूर

आज विज्ञापनों व प्रमोशनों की भीड़ के बीच आपका लगातार अलग दिखते रहना स्टार्टअप की सफलता की पहली शर्त है। प्रभावी विपणन के अभाव में बिक्री बढ़ाना कठिन है। ग्राहकों को उत्पाद/सेवा की जानकारी देना हेतु अब तक प्रोडक्ट प्रमोशन, ट्रेड फेयर या सोशल मीडिया का उपयोग होता रहा है। लेकिन प्यूचर बिजनेस का नया वैपन बनकर सामने आई है—वर्चुअल रिएलिटी, जिसे आम भाषा में आभासी दुनिया भी

कहा जाता है। इस तकनीक का प्रयोग ग्लोबली तो प्रारम्भ नहीं हुआ, लेकिन अमेरिका में 2 प्रतिशत से अधिक उद्यमियों ने इसका प्रयोग प्रारम्भ कर दिया है। स्टार्टअप को ग्राहकों तक सीधा पहुंचाने का यह सशक्त माध्यम है। छोटे स्टार्टअप के पास विज्ञापन का ज्यादा बजट न होने की वजह से वे न तो शहर भर में बड़े-बड़े बोर्ड लगा पाते हैं, न ही किसी अखबार या मैगजीन में दैनिक विज्ञापन दे पाते हैं, ऐसे स्टार्टअप के लिए मीडिया में लगातार बने रहकर स्मार्ट एडवर्टाईजिंग करना एक अच्छा और कारगर विकल्प है। स्कूलों, कॉलेजों में होने वाले ईवेंट्स, फेस्ट, कम्पिटिशन को स्पॉन्सर करके, ब्लॉगर को इंटरव्यू देकर या अपना खुद का ब्लॉग लिखकर, मीडिया हाऊस के रिपोर्टर से कम्पनी संबंधी बीट करवाकर, मीडिया में प्रेस रिलीज भेजकर यह संभव है।

नये स्टार्टअप उद्यमी अक्सर मार्केटिंग टूल्स चुनने में भारी भूल कर देते हैं, वे सोचते हैं कि जितने ज्यादा माध्यमों से मार्केटिंग की जाएगी, उतना ही ज्यादा प्रचार-प्रसार होगा। हकीकत यह है कि स्टार्टअप के लक्षित क्लाइंट्स के हिसाब से चुना गया मार्केटिंग टूल ही स्टार्टअप को आगे बढ़ाता है। सूचना क्रांति के दौर में मार्केटिंग के लिए बड़ी संख्या में मौजूद विकल्पों में किसी टूल्स को चुनने से पहले आपको आपके टारगेट ऑडियन्स तय करने होंगे, जिनका ध्यान आप मार्केटिंग के माध्यम से आकर्षित करना चाहते हैं। मार्केटिंग टूल अपने स्टार्टअप के साथ ऑडियन्स के भी अनुरूप होना चाहिए, क्योंकि ऐसा संभव नहीं है कि अलग-अलग उम्र या परिवेश के ग्राहकों को एक ही टूल से प्रभावित किया जा सके। अतः प्रत्येक टूल्स की उपयोगिता समझते हुए उसी ग्राहक श्रेणी पर लागू किया जाए, जहां वह ज्यादा कारगर है। बेशक स्टार्टअप ग्रोथ के लिए मार्केटिंग अपरिहार्य है, लेकिन सिर्फ तभी तक जब तक की बाकी कार्यों के लिए पर्याप्त बजट उपलब्ध है, इसलिए जबरन मार्केटिंग को व्यापक बनाने के लिए बजट से छेड़छाड़ न करें।

### करें कुछ खास

अपने पुराने व नए ग्राहकों को आकर्षित करने हेतु नए-नए प्रयास करें। आप वर्कशॉप, इवेंट्स आदि आयोजित करवा सकते हैं, जिससे लोगों को आपके उत्पाद, सेवा के बारे में जानने का मौका मिलेगा। प्रशिक्षण कार्यक्रम भी इस दिशा में बेहतर उपयोगी होगा।

### अलार्म से पहले बनाए लीगल आर्म

उद्यमी और विधि विशेषज्ञ का रिश्ता काफी पुराना है। फर्क इतना है कि कुछ उद्यमी कानूनी सलाह के लिए पहले कानूनी पंचड़ों में फंसने का इन्तजार करते हैं। वहीं कुछ का मानना है कि स्टार्टअप में किसी मुश्किल से बचने के लिए पहले ही कानूनी सलाह लेकर चला जाए। सच्चाई यह है कि नियमित लीगल एडवाइस अक्सर बड़े नुकसानों से कम कीमत पर बचा लेती है। विधि विशेषज्ञ की खोज से पूर्व अपनी जरूरतों को पहचान लें। हो सकता है सिर्फ रोजमर्रा के प्रबन्धन मसलों पर कानूनी राय की जरूरत हो, लेकिन कई बार विवाद किसी क्षेत्र विशेष से जुड़े होते हैं। तब क्षेत्र विशेष के विशेषज्ञ की मदद ले। जैसे-कॉपीराइट, ट्रेडमार्क आदि मसलों पर आम एडवाइजर काम कर सकता है।

### संजीवनी बूटी है CSR

अपने स्टार्टअप की छवि आम जनता के बीच अच्छी बनाने और अपनी सामाजिक जिम्मेदारी निभाने का एक बेहतर कार्यक्रम है- CSR। आज वैश्विक स्तर पर लगभग सभी छोटी-बड़ी कम्पनियां Corporate Social Responsibility के तहत सामाजिक क्षेत्र में कुछ न कुछ काम करते हुए न केवल आमजन को अपने साथ जोड़ने में सफल हो रही हैं, बल्कि एक दृष्टि से अपने ब्रांड को भी समाज में अच्छी तरह से स्थापित किया है। समाज में सामाजिक मुद्दों पर कम्पनी की संवेदनशीलता उजागर होती है, जिससे बाजार के ग्राहक जगत के दिमाग में कम्पनी की छवि एक जिम्मेदार कम्पनी के बतौर उभरकर सामने आती है।

सामाजिक उत्तरदायित्वों के निर्वाह में सामाजिक स्तर पर ग्राहक से लेकर स्थानीय प्राधिकरणों के अधिकारियों तक से संबंध जुड़ते हैं, जो स्टार्टअप के संचालन को सहज व सरल बनाते हैं, इस संबंधों की साख का निश्चित तौर पर प्रभाव उत्पाद/सेवा की खरीद की रुझान पर पड़ता है। इस तरह समाज का बढ़ता विश्वास आपके लिए लोगों में अपने पक्ष में राय बनाने के साथ-साथ विनियोक्ताओं को अपनी ओर आकर्षित

करने का भी माध्यम बनता है। ब्लड शिविर, फ्री ऑपरेशन, ट्रेनिंग प्रोग्राम्स, शिक्षा आदि सीएसआर के विविध पहलू हैं। उल्लेखनीय है कि जब भी सीएसआर चुने, वह ऐसा हो जिसका संबंध आपकी कम्पनी के कार्यों से किसी न किसी तरह से हो।

### **खुद पर संदेह न रखें, लेकिन प्लान बी तैयार रखें**

यदि आपकी कोई योजना विफल हो जाती है अथवा उम्मीद के अनुसार कार्य निष्पादित नहीं होता तो प्लान बी सदैव तैयारी के रूप में रखा जाना चाहिए।

### **कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट**

स्टार्टअप ग्रोथ के लिए एक खास टूल है—

#### **• कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट**

प्रतिस्पर्धा के इस दौर में अपने स्टार्टअप की अलग पहचान बनाने व सफल उद्यमी बनने हेतु रिलेशनशिप मैनेजमेंट प्रमुख स्टार्टअप टूल्स में से एक है। रिलेशनशिप मैनेजमेंट के जरिए अब उद्यमी यह जाने का प्रयास करते हैं कि ग्राहक की अपेक्षा क्या है अर्थात् वह क्या चाहता है, उसका फीडबैक क्या है और वह आपके स्टार्टअप के बारे में क्या सोचता है, परिणामतः ग्राहक मांग का एक अंदाजा मिल जाता है और कंपनी को मांग के अनुसार उत्पादक या सेवा को बेहतर या जरूरत के अनुसार बनाने का मौका मिलता है। जब ग्राहक अपेक्षानुसार मांग पूरी होती है तो बड़ी संख्या में नये ग्राहकों का जुड़ाव होता है। ग्राहकों का भरोसा जीतने हेतु आप लोगो डिजाइन करवाने के लिए किसी फोफेशनल फ्रीलांसर या कंपनी को हायर करें, क्योंकि लोगो स्टार्टअप का चेहरा होता है। उत्पाद/सेवा को रेटिंग देना और रिव्यू करने के लिए अपनी पर ग्राहकों से 5 स्टार रेटिंग्स का सिस्टम बना सकते हैं। ग्राहकों की व्यक्तिगत सूचनाओं को सुरक्षित रखने की अपेक्षा को पूरा करने हेतु प्राइवैसी पॉलिसी बनाई जा सकती है, ताकि ग्राहक आप पर बंद आंखों से विश्वास करें और वेबसाइट पर आए। प्रोफेशनल फोन सिस्टम अर्थात् एक टोल-फ्री नंबर भी कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट की दिशा में प्रभावी उपाय है।

### **स्टार्टअप के लिए जरूरी है पीआर**

बढ़ती प्रतिस्पर्धा और समय के साथ नकारात्मक प्रचार से स्टार्टअप की मार्केट इमेज को सुरक्षित रखते हुए कामयाब बनाने के लिए जरूरी है कि आप एक पब्लिक रिलेशन फर्म हायर करें। यह पीआर फर्म आपके स्टार्टअप की पब्लिसिटी और प्रमोशन में मदद करेगी, और सही मीडिया चैनल्स के जरिये आपके स्टार्टअप को टारगेट कस्टमर्स व क्लाइंट्स के बीच लोकप्रिय बना देगी। पीआर एजेंसी स्टार्टअप के लिए डैमेज कंट्रोल करती है। जरूरी है कि पीआर टीम में वरिष्ठ अधिकारियों के साथ—2 किसी लागत विशेषज्ञ को भी शामिल करें। इससे अपने तंत्र में मौजूद कमियों का पता चलेगा। जोखिम प्रबन्धन की इस प्रक्रिया से किसी स्थिति के नुकसान और उसकी भरपाई के कानूनी पहलू की बेहतर समझ विकसित हो सकेगी।

### **फेम दिलाएगा स्टार्टअप नेम**

संस्थागत साधनों की भाँति नामकरण भी महत्वपूर्ण होता है। सही नाम भी कम्पनी की ओर आकर्षित करने में प्रभावी टूल है। अतः आमचलाऊ रवैया अपनाने के बजाय रचनात्मक ढंग से इसका चयन किया जाए। स्टार्टअप का नाम संस्थागत उत्पाद या सेवा के अनुरूप हो। नाम ऐसा चयन करें जिससे पढ़ने वाले के दिमाग में कोई तस्वीर उभरकर सामने आए। नाम ऐसा हो जिससे स्टार्टअप के बारे में जानकारी मिले। रंगों का चुनाव भी नाम के अनुरूप हो।

### **मेंटर करेगा मदद**

स्टार्टअप जगत में अपनी विशेष पहचान बनाने में अनुभवी व्यक्ति की मेंटरशिप प्राथमिक आवश्यकता है। इसकी सबसे अहम वजह यह होती है कि मेंटर आपकी काबिलियत को भलीभाँति समझता है। इसलिए वह आपकी क्षमताओं के अनुरूप आपसे काम लेना जानता है। एक मेंटर फील्ड में आपके ज्यादा से ज्यादा संपर्क एवं

संबंध बनवाता है। उसकी व्यक्तिगत पहचान का थोड़ा फायदा तो मिलता ही है लेकिन असल फायदा उसके उस अनुभव से मिलता है जिसके आधार पर वह उपयुक्त व्यक्ति की तलाश आपको सिखाता है। स्टार्टअप जगत की बारीकियां समझने वाला मेंटर हर कदम पर आपको दिशा निर्देश देते हुए जब तक आपके साथ रहता है, तब तक आप एक तरह से निश्चितता महसूस करते हैं।

अतः स्टार्टअप में बेहतर प्रदर्शन हेतु संबंधित क्षेत्र के किसी अनुभवी व्यक्ति को अपना मेंटर जरूर बनाए, जो अपने अनुभवों के आधार पर आपके क्षेत्र से संबंधित समुचित प्रशिक्षण और मार्गदर्शन दे सके। सबसे श्रेष्ठ मेंटर वहीं होगा, जिसके मूल्य और कार्य के सिद्धान्त आपके मूल्यों के अनुरूप होंगे। मेंटर का चुनाव स्वयं उद्यमी करे, जिस तक आसानी से पहुंच सकते हो।

### तैयार करें एक बेहतर टैलेंट पूल

आज के व्यापारिक जगत में सब कुछ प्रबन्ध पर निर्भर करता है। फाइनेंस, क्राइसेज, रिसोर्सज मैनेजमेंट आदि के साथ-साथ एक ऐसा मैनेजमेंट भी आ चुका है, जिस पर पूरे स्टार्टअप की ग्रेट टिकी है और वह है—टैलेंट मैनेजमेंट। एक अच्छा उद्यमी अपने टैलेंट पूल का सही इस्तेमाल जानता है, इसलिए वह सिर्फ अच्छे टैलेंट को हायर करने पर ही नहीं, बल्कि उनकी क्षमताओं के अनुरूप उनसे काम लेते हुए कार्यक्षमताओं को निखरने का मौका देते हैं। कम्पनी में नए लोगों को रखने के साथ-साथ पुराने कर्मचारियों पर भी ध्यान दे। यदि संस्था में कर्मचारी आवागमन दर बढ़ रही है तो ध्यान दीजिए कि वे कौनसे कर्मचारी हैं ? उनके नौकरी छोड़ने के कारणों की छानबीन करें। संभव है कि वे आपकी संस्था कि किसी नियम या मौहल की वजह से दूर हो रहे हैं। इन आंकड़ों से समस्या की पहचान कर कदम उठाएं। निष्पादन के अनुरूप कर्मचारी को प्रमोशन जैसे सुखद अहसास का अवसर दे। यदि विभागीय हस्तान्तरण भी हो, तो कोशिश कीजिए कि वह वहां अपने पूर्व पद से निचले पद पर न जाए।

### सकारात्मक सोच—लाईफस्टाइल

व्यावसायिक सफलता धनबल से अधिक इस बात पर निर्भर करती है कि उद्यमी की सोच कैसी है ? सकारात्मक सोच के साथ उद्यमी के जीवन शैली से जुड़ी विशेष आदतें उसे कम समय में ही सफल बना देती है।

स्टार्टअप मोटिवेटर भी इस बात को मानते हैं कि *“स्टार्टअप दिमाग से शुरू होता है और सोच पर जाकर खत्म होता है।”*

विशेषकर जब स्टार्टअप नया है, और आपकी बाजार में खास पहचान नहीं है तो आवश्यक हो जाता है कि व्यस्त दिनचर्या से समय निकालकर सामाजिक संबंधों पर भी फोकस किया जाए। सामाजिक स्तर पर सक्रिय रहे। प्रतिस्पर्धी हो या पूर्तिकर्ता अथवा आपका स्टॉफ सभी के साथ बांडिंग मजबूत होनी चाहिए। सफल उद्यमी की लाइफ स्टाइल का अहम हिस्सा अपने विजन पर फोकस होता है। एक प्रबंध शोध के अनुसार स्टार्टअप की सफलता के दौरान हम नये-नये प्रयोग करने लगते हैं और तय लक्ष्यों से भटक जाते हैं। अतः तय किये गये लक्ष्यों की प्राप्ति के बाद भी 24 माह तक स्टार्टअप में नवीन प्रयोगों से परहेज रखें।

### वर्किंग फ्लेक्सिबिलिटी दे रही लाभ

कर्मचारी का जुड़ाव अपनी कम्पनी से तब खत्म होने लगता है, जब उनका व्यावसायिक जीवन निजी जीवन को प्रभावित करने लगता है। ऐसे में वर्किंग फ्लेक्सिबिलिटी से कर्मचारी उत्पादकता बढ़ती है, कम्पनी के प्रति मन से जुड़ाव बनता है, जिसका प्रत्यक्ष लाभ कम्पनी को मिलता है। कम्पनी के वर्क कल्चर के अनुरूप प्रशिक्षण देना, वर्कशॉप्स योजना, अच्छे उपकरणों की सुविधा इस दिशा में अच्छे साबित होते हैं।

### एटैप्टिविटी बढ़ाएगी—प्रोडक्टिविटी

बदलाव की आंधी में सबसे पहले वे पेड़ ही उखड़ते हैं, जो सीधे तनकर सख्त बनकर खड़े रहते हैं, जबकि कोमल घास खुद को हवा के अनुरूप बहाकर अपने मूल स्थान पर आने में जरा भी संकोच नहीं करती। स्टार्टअप दुनिया में भी समय और उसमें निरन्तर आ रहे बदलाव को देखकर कदम उठाना फायदेमंद रहता है।

अर्थव्यवस्था में तेजी से होते बदलाव, बाजार प्रतिस्पर्धा एवं तकनीकी जगत में निरन्तर सुधार कुछ ऐसे बदलाव हैं, जिनके साथ तालमेल बिटाने के लिए एक उद्यमी को अपनी नीतियों में भी बदलाव करने होते हैं। इसके साथ ही कर्मचारियों के बीच बदलाव के कारण, बदलाव के तरीकों और बदलाव के फायदों का प्रचार कर परिवर्तन के प्रबंध को लागू किया जा सकता है।

### आर्थिक खुलेपन पर लगाएं अंकुश

स्टार्टअप शुरू करने वाले अधिकांश उद्यमी अनुभव के अभाव में प्रमोशन के नाम पर सारा धनमाल खरीदने और कार्यालय सेटअप में ही लगा देते हैं। जबकि व्यापार के दौरान कार्यालय या अन्य स्थानों पर प्रतिदिन होने वाले खर्चें बड़ी चुनौती होते हैं, क्योंकि स्टार्टअप के प्रारम्भिक काल में बिक्री का ग्राफ कम होता है और खर्चों का अधिक। अतः यह जरूरी होता है कि अपने स्टार्टअप हेतु आवश्यक वर्कफोर्स, मार्केटिंग और प्रमोशन के खर्च, अतिरिक्त आकस्मिक खर्चों आदि के लिए पहले से नियोजन करके चले, ताकि बाद में बाहर से फंड ना जुटाना पड़े। ग्राहकों के पास फंडों से पैसों का भी आंकलन करें।

ऐसे सामान की खरीद से भी बचें, जो रोजकाम नहीं आता, लेकिन रख-रखाव खर्च ज्यादा होता है—जैसे फैंक्स मशीन, प्रिंटर आदि। कॉस्ट कटिंग भी एक पारम्परिक तरीका अपनाया जाए, जिसके तहत उन खर्चों को रेखांकित करना होगा, जिनका उत्पादकता बढ़ाने में कोई योगदान नहीं है। वर्कप्लेस को ईको फ्रेंडली बनाना भी एक बेहतर उपाय है।

### स्टार्टअप की हो थीमकस्टमर है सुप्रीम

सच यह है कि स्टार्टअप किसी भी चीज के चले जाने पर सर्वाइव कर सकता है, लेकिन हाथ से यदि ग्राहक ही छूटने लग जाएं तो अस्तित्व की सुरक्षा पर ही प्रश्नचिन्ह लग जाता है। यही वजह है कि अच्छे उद्यमी रणनीतियों के निर्माण के समय स्वयं को ग्राहक की भूमिका में रखकर अच्छी तरह विचार करते हैं कि उनके किसी कदम विशेष से ग्राहकों के हितों पर कैसा प्रभाव पड़ेगा। सिर्फ कागजी आंकड़ों के आधार पर निर्णय के बजाय मौजूदा परिदृश्य के कन्ज्यूमर बिहेवियर पर ध्यान दिया जाए। ग्राहक को सीधे खुद से जोड़ने के लिए कुछ इस तरह प्रचार करें, जो ग्राहकों की जरूरतों की बात उठाता हो और फिर उसके लिए अपने उत्पाद या सेवा के जरिये हल पेश करता हो।

### बिजनेस में करे फेल्योर मैनेजमेंट

बिजनेस में असफलता की संभावना हर नीति, हर फैसले, हर ऑर्डर और हर प्रोजेक्ट से जुड़ी रहती है। प्रत्येक उद्यमी का सबसे बड़ा डर होता है—विफलता यानि फेल्योर का। इस हेतु आप असफलता की संभावना को स्वीकार कर बेहतर ढंग से प्रबन्ध करें। क्योंकि अधिकतर नीतियों की विफलता की वजह यह होती है कि उद्यमी सिर्फ सफलता वाले एंगल की ओर ही देखते रहते हैं। विफलता की आशंका पर गौर न करना ही सफलता की संभावनाओं को कमजोर करना ही है। इसलिए नीति निर्माण के साथ-साथ लूप होल्स, विफलता की वजहों का ब्यौरा रखें। साथ ही जोखिम प्रबन्धन की तैयारी पूरी रखें।

### कामयाबी के लिए गो-गेटर बनना है जरूरी

स्टार्टअप की सफलता में उद्यमी की प्रतिभा से महत्वपूर्ण होता है—उद्यमी का एटीट्यूड। सफलता के रास्ते में उद्यमी का एटीट्यूड ही यह तय करता है कि आप कितनी दूर तक जाएंगे और कहां आकर रुकेंगे। गो-गेटर बनने के लिए आपको अपने मजबूत पक्षों को बढ़ाना होगा। जरूरी है, कि आप अपनी स्ट्रेंथ पर ध्यान दें और अपनी स्विक्स को बेहतर करते रहें। इसके साथ ही विफलता को स्टार्टअप के सफर के रूप में स्वीकार करना होगा। विफलता, चीजों को नये तरीके से देखने, नये आइडिया तलाशने में मददगार होती है। सफलता हासिल करने में अकेले आपका ही हाथ नहीं होता। टीम सदस्यों व अन्य पक्षकारों के मजबूत सपोर्ट के बिना सफलता प्राप्ति असंभव है, अतः शुक्रिया कहा न भूले। यह विनम्रतापूर्ण धन्यवाद बहुत से लोगों को आपके पक्ष में ला देगी।

### न खोए रहें सपनों में

स्टार्टअप दुनिया में सफलता पाने का क मूलमंत्र यह भी है कि उद्यमी सिर्फ सफलता के सपनों की दुनिया में न खोए रहे। स्टार्टअप शुरू करके अगर उद्यमी ऐसा सोचता है कि अब लक्ष्मी का आगमन स्वतः ही होगा, तो यह दिवास्वप्न टूटने में ज्यादा देर नहीं लगती। सपने बेशक देखें, लेकिन मेहनत के दम पर स्टार्टअप करें।

### टीम वर्क से पा सकते हैं—लक्ष्य

अपने टीम सदस्यों के साथ द्विमार्गी सम्प्रेषण रखें, ताकि वे भी कंपनी के लक्ष्यों और उन्हें हासिल करने के लिए अपनी सलाह दे सकें। जिस संगठन में कर्मचारियों को अपनी राय रखने का अधिकार हो, वहां टीम ज्यादा एकजुटता से काम करके अपनी उत्पादकता में सुधार ला सकती है क्योंकि हर टीम सदस्य अपनी सहभागिता को सुनिश्चित करना चाहता है।

उद्यमी को टीम लीडर के लिहाज से टीम के हर सदस्य की भावनाओं को समझने की कला विकसित करनी चाहिए। वह एक ऐसी टीम का निर्माण करे, जो बेहतर प्रदर्शन के साथ-साथ लक्ष्य को सहज ही हासिल कर ले। जरूरी है कि टीम के योगदान को हमेशा सराहे। सही समय पर उनकी प्रशंसा करे। टीम को फ़ैमिली के रूप में स्वीकार करते हुए उनकी हर उपलब्धि पर जश् मनाएं। परिणामतः टीम सदस्य प्रोत्साहित होंगे और अहसास का जनम होगा कि वे अपनी टीम के लिए कितने महत्वपूर्ण हैं।

### References

1. Allen, K. (2001). *Entrepreneurship for Dummies*. New York: Wiley.
2. Allen, K. (2001). *Getting Started in Entrepreneurship*. *Entrepreneurship for Dummies*. New York: Wiley.
3. Baumol, W. J. (2005). *Small Firms: Why Market-Driven Innovation Can't Get Along without Them*. U.S. Small Business Administration, Office of Advocacy.
4. Breitzman, A., & Hicks, D. (2008). *An Analysis of Small Business Patents by Industry and Firm Size*. Office of Advocacy, Small Business Administration.
5. Bruder, J. (2010, August 12). *The Rise Of The Serial Entrepreneur*. *Forbes*. Retrieved from: <http://www.forbes.com/2010/08/12/serial-entrepreneur-start-up-business-forbes-woman-entrepreneurs-management.html>
6. Central Intelligence Agency. (2016). *World Factbook*. CIA.gov. Retrieved from: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html>
7. Chun, J. (1997). *Type E Personality: What makes entrepreneurs tick?* *Entrepreneur*. Retrieved from: <https://www.entrepreneur.com/article/13764>

