ભાતભાતકે લોગ

feedback@bombaysamachar.com
જવલંત નાયક

જુઠ્ઠાણું ભલે થોડો સમય પૂરતું ગ્લેમર આપે, પણ અંતે તો...!

એકસાથે પાંચ રાજ્યમાં ચૂંટણીઓ આવી રહી છે. ચૂંટણીઓ આવે એટલે નેતાઓના સામસામા ગપગોળા ફેંકાવા માંડે છે. આમાંથી એક્કેય પક્ષ બાકાત નથી. નેતાઓ પ્રજાને મૂર્ખ સમજતા હોય એમ નિવેદન પર નિવેદન ફટકારે છે, અને પ્રજા બિચારી લાચાર બનીને જોયા કરે છે. કદાચ પૂરી સ્વસ્થતા અને અપાર આત્મવિશ્વાસ સાથે જુઠ્ઠું બોલવું, એ રાજકારણી બનવાની પ્રાથમિક જરૂરિયાત ગણાતી હશે. રાજકારણમાં સાચું બોલવા જાઓ તો પ્રજા તમને ઊંચકીને અરબી સમુદ્રમાં ફેંકી દે. બીજી તરફ, પ્રજા તરીકે આપણે બધાય ક્યાં રાજા હરિશ્ચન્દ્ર જેવા સત્યવાદી છીએ?! એન્ડ ફોર ધેટ મેટર, દુનિયાનો દરેક માણસ જરૂરિયાત મુજબ ઓછા-વત્તા પ્રમાણમાં રેતીમાં વહાણ ચલાવી નાખે છે. કેટલાક નવરા બેઠેલા વિદેશીઓએ કોણ કેટલું ખોટું બોલે છે, એ જાણવા એક સર્વે કર્યો. એમાં જે તારણો નીકળ્યાં, એ મુજબ સરેરાશ માનવી દિવસમાં ૧.૬૫ વખત જુઠ્ઠું બોલે છે. અમારે મતે આ આંકડો બહુ ઓછો છે. બની શકે કે સર્વેમાં ભાગ લેનાર લોકો પણ ખોટું બોલ્યા હોય!

ખેર, ખોટું બોલ્યા વિના જીવનવ્યવહાર ચલાવવો અશક્યવત હોય છે, પણ કેટલાક લોકો એવું મોટું જુઠ્ઠાણું ચલાવે કે ટૂંકા ગાળામાં જ એમની વાતોનો ફુગ્ગો ફૂટી જાય. આજે એવા જ કેટલાક નમૂનાઓની વાત કરવી છે.

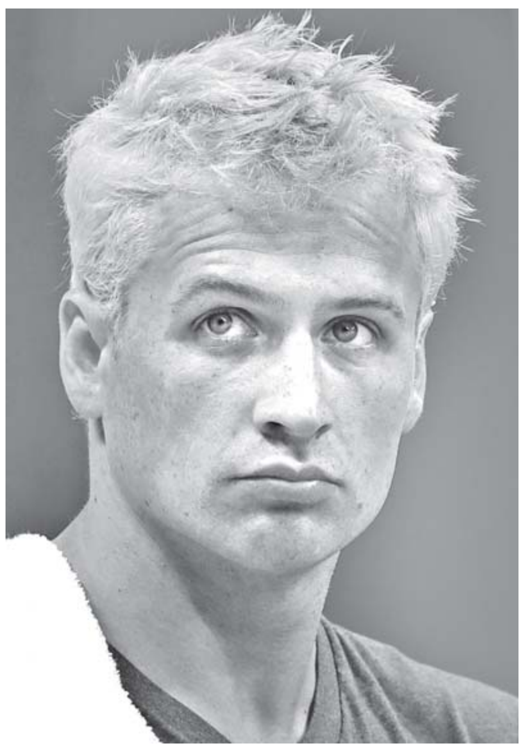
વાંગ વુ-સુક નામના ભાઈ સાઉથ કોરિયાના જાણીતા વૈજ્ઞાનિક હતા, જે સ્ટેમ સેલ બાબતે સંશોધન કરી રહ્યા

હતા. એમની ગણના બહુ જ્ઞાની માણસ તરીકે થતી અને કોરિયા જ નહિ, બલકે જાપાનની યુનિવર્સિટીમાં પણ તેમને લેક્ચર્સ લેવા માટે આમંત્રણ મળતાં. ઘેટાં અને ડુક્કરોના ક્લોનિંગ અંગે તેમણે ઘણા સફળ પ્રયોગો કરેલા. તેમણે 'સ્નુપી' નામના અફઘાન હાઉન્ડ પ્રજાતિના કૂતરાને પણ ક્લોન કર્યો. ઈ. સ. ૨૦૦૨થી આ વાંગ વુ-સુક ભાઈને માનવભ્રૂણને ક્લોન કરવાની ચાનક ચઢી. આ માટે એમણે મૂન શીન-યોંગ નામના પ્રસૂતિવિજ્ઞાનીને સાથે રાખીને પ્રયોગો શરૂ કર્યા. માત્ર બે જ વર્ષના ટૂંકા ગાળા બાદ વાંગે જાહેર કર્યું કે એમણે માનવભ્રૂણને ક્લોન કરવામાં (એટલે કે માનવભ્રૂણની આબેહૂબ પ્રતિકૃતિ બનાવવામાં) સફળતા મેળવી છે. એટલું જ નહિ, પણ ક્લોન દ્વારા મેળવાયેલ માનવભ્રૂણ એવા સ્ટેમ સેલ્સ ધરાવે છે, જેનાથી અલ્ઝાઇમર જેવા રોગની સારવારમા ઉપયોગી નીવડી શકે. વાંગની વાત સાંભળીને સ્વાભાવિક રીતે જ તબીબી જગતમાં મોટી ઊથલપાથલ મચી ગઈ. જો ખરેખર માનવભ્રૂણને ક્લોન કરવામાં સફળતા મળી હોય તો મનુષ્ય જીવનને કંટ્રોલ કરી શકે એવી ચાવી વિજ્ઞાનના હાથમાં આવી ગઈ ગણાય! બીજી તરફ કેટલાક વૈજ્ઞાનિકોએ માનવભ્રૂણનું ક્લોનિંગ નૈતિક રીતે યોગ્ય ગણાય કે કેમ, એની ચર્ચાઓ શરૂ કરી. માનવ અંડકોષ મેળવવા અંગે અને એના પ્રોસેસ અંગે પણ અનેક પ્રશ્નો ઊભા થવા માંડ્યા. હજી તો આ બધી નૈતિક-અનૈતિકની મગજમારી ચાલતી હતી ત્યાં વાંગના એક સહયોગીએ વટાણા વેરી નાખતી જાહેરાત કરી કે વાંગ વુ-સુકભાઈ પોતાના પ્રયોગના ડેટા અંગે કશીક ઘાલમેલ કરી રહ્યા છે! પછી તો કેસ ચાલ્યો અને એમાં દોષિત માલૂમ પડતાં ૨૦૦૯માં વાંગસાહેબને સસ્પેન્ડ કરવામાં આવ્યા. અહીં ખૂબીની વાત એ હતી કે વાંગ વુ-સુકની આવડત વિષે કોઈને શંકા નહોતી. ક્લોનિંગ ક્ષેત્રે એણે મેળવેલી સિદ્ધિઓ પણ અપ્રતિમ હતી. પેલો સ્નુપી નામનો અફઘાન હાઉન્ડ પ્રજાતિનો કૂતરો એની સિદ્ધિઓના જીવતાજાગતા પ્રતીક સમાન હતો, પણ થોડું વધુ નામ કમાઈ લેવાની ઘેલછામાં વાંગ વુ-સુક ન કરવાનું કરી બેઠો, અને મેળવેલી પ્રતિષ્ઠાય ધોઈ નાખી!

રોઝી રુઈઝનો કિસ્સો આજના સમયમાં તો માનવામાંય ન આવે એવો છે. આજે તો સ્પોર્ટ્સની કોઈ પણ પ્રતિયોગિતાનું પળેપળનું વીડિયો રેકોર્ડિંગ થાય છે, આથી એ રીતની કશીક મોટી ગરબડ કરવી શક્ય નથી, પણ ૧૯૮૦ની વાત જુદી હતી. એ સમયે રોઝીબહેને જબરું 'પરાક્રમ' કરેલું. બોસ્ટનમાં યોજાયેલી મહિલાઓ માટેની મેરેથોન દોડમાં રોઝીબહેન પ્રથમ ક્રમે આવ્યાં. ચાલો ફાઈન, કોઈકે તો વિજેતા થવાનું જ હતું, પણ રોઝીનું નામ જાહેર થતાં અનેક જાણકાર લોકોનાં ભવાં ચડી ગયાં. કેમ કે એમણે ક્યારેય રોઝી નામની દોડવીરનું નામ સાંભળ્યું જ નહોતું! વળી રોઝીએ મેરેથોન દોડ માત્ર ૨ કલાક, ૩૧ મિનિટ્સ અને ૫૬ સેકન્ડ્સમાં પૂરી કરીને એક નવો વિક્રમ સ્થાપ્યો હતો, પણ કમાલની વાત એ હતી કે મેરેથોન રેસમાં રોઝી પછી બીજા નંબરે જેકલીન નામની મહિલાએ રેસની શરૂઆતથી માંડીને અંત સુધીમાં રોઝીને ક્યાંય જોઈ જ નહોતી! જેકલીન તો ફિનિશ લાઈન પાર કર્યા બાદ રાજીની રેડ થઇ રહી હતી, ત્યાં એને ખબર પડી કે બીજાં કોઈ બહેન હડી કાઢીને એનાથી પહેલાં પહોંચી ગયાં છે! જેકલીન તો બિચારી આખી રેસ દરમિયાન પોતે જ સહુથી આગળ દોડતી હોવાનું માનતી રહેલી! જેકલીનની વાતેય ખોટી નથી. જો રોઝી પ્રથમ ક્રમે આવી હોય, તો એટલીસ્ટ એના પછીના ક્રમે રેસ પૂરી કરનાર વ્યક્તિએ તો એને ક્યાંક જોઈ હોયને?! પછી તો વાત વધી પડી, હો-હા થઈ! એવામાં પ્રેક્ષકોમાંથી બે અલગ અલગ વ્યક્તિઓએ આવીને કહ્યું કે તમે જેને પ્રથમ નંબર આપ્યો છે એ છોકરી તો પ્રેક્ષકો વચ્ચે, ફિનિશ લાઈનથી માત્ર દોઢેક કિલોમીટર દૂર ઊભેલી હતી. રેસ શરૂ થઈ એ પછી ઘણી વાર રહીને એ અચાનક પ્રેક્ષકો વચ્ચેથી નીકળીને રનિંગ ટ્રેક પર આવી ગઈ, અને ફિનિશ લાઈન તરફ દોટ મૂકી. એ સમયે જેકલીન સહિતની બીજી મહિલાઓ હજી ખાસ્સી દૂર હતી. સ્વાભાવિકપણે રોઝી સૌથી પહેલાં ફિનિશ લાઈન સુધી પહોંચી ગઈ. પ્રેક્ષકોએ આપેલી આવી જુબાની પછી નિરીક્ષકોનુંય ધ્યાન ગયું કે મેરેથોન રેસ પૂરી કર્યા બાદ ભલભલા એથ્લેટ થાકીને ઠૂસ થઈ જાય, પણ રોઝી ખાસ થાકેલી લાગતી નહોતી! પછી તો રેસના જેટલા પણ ફોટોગ્રાફ ઉપલબ્ધ હતા, એ

તમામની ઝીણવટભરી તપાસ થઈ. પણ એક્કેય ફોટોમાં રોઝી દોડતી દેખાઈ નહિ! આખરે રોઝીનું જુઠ્ઠાણું પકડાયું અને એનો મેડલ છીનવીને જેકલીનને આપવામાં આવ્યો.

સ્પોર્ટ્સની વાત નીકળી છે તો એક બીજા સ્પોર્ટ્સમેનનો ઉલ્લેખ કરી જ લઈએ. રોઝી તો ખરી દોડવીર હતી જ નહિ, પણ રાયન લોશે તો ખરો સ્પોર્ટ્સમેન હતો. ૨૦૧૬માં યોજાયેલા રિયો ઓલિમ્પિક્સમાં એણે સ્વિમિંગની રમતમાં અમેરિકાનું પ્રતિનિધિત્વ કર્યું હતું. જોકે એનું જુઠ્ઠાણું એ સ્પર્ધાને લઈને નહોતું, પણ એ પછીના



ઘટનાક્રમ અંગે હતું. થયું એવું કે સ્વિમિંગની સ્પર્ધા પૂરી થયા બાદ રાયન પોતાના બીજા બે સાથીખેલાડીઓ સાથે પાર્ટી કરવા પહોંચી ગયો. પાર્ટીમાં અનાપશનાપ દ્રવ્યોના સેવન બાદ પાછા ફરતી વખતે આ ટોળકીને વોશરૂમમાં જવું પડે એવી નોબત આવી. બધા નજીકના ગેસ સ્ટેશને પહોંચ્યા. ત્યાં 'હળવા' થઈને હાલતા થવાને બદલે નશામાં ધૂત ટોળકી તોફાને ચડી. એક દરવાજો તોડી નાખ્યો અને એક પોસ્ટર ફાડી નાખ્યું! પાછા ફરતી વખતે ગેસ સ્ટેશન

(જુઓ પાનું ૬) ▸▸

ઝાકળની પ્યાલી

feedback@bombaysamachar.com
ડૉ. એસ. એસ. રાહી

તુમ કૌન હો? કહાં હો તુમ?

રાત આધી બીતી હોગી
થકી-હારી
નીંદ કો મનાતી આંખે.

અચાનક વ્યાકુલ હો ઊઠી
કહીં સે આવાઝ આઈ-
''અરે, અભી ખટિયા પર પડી હો!
ઊઠો! બહુત દૂર જાના હૈ
આકાશગંગા કો તૈર કર જાના હૈ''!

મૈં હૈરાન હોકર બોલી-
''મૈં તૈરના નહીં જાનતી
પર લે ચલો,
તો આકાશગંગા મેં ડૂબના ચાહૂંગી!''

એક ખામોશી- હલ્કી હંસી
''નહીં, ડૂબના નહીં, તૈરના હૈ...
મૈં હૂં... ના...''

ઔર ફિર જહાં તક કાન પહુંચતે થે
એક બાંસુરી કી આવાઝ આતી રહી...
- અમૃતા પ્રીતમ

વિખ્યાત-ચર્ચાસ્પદ પંજાબી સર્જક અમૃતા પ્રીતમને ઈ.સ. ૧૯૮૧નો જ્ઞાનપીઠ જાહેર થયો ત્યારે વર્ષ-ક્રમમાં આ સોળમો જ્ઞાનપીઠ પુરસ્કાર હતો, પણ પંજાબી સાહિત્યકારને પહેલી વખત આ સન્માન મળ્યું હતું. ઈ.સ. ૧૯૬૫થી ૧૯૭૪ દરમિયાન પ્રકાશિત પુસ્તકોમાંથી અમૃતાજીના કાવ્યસંગ્રહ ''કાગઝ ઔર કેન્વાસ''ને ધ્યાનમાં રાખીને આ માન અપાયું હતું. ઈ.સ. ૧૯૭૬નો જ્ઞાનપીઠ પુરસ્કાર બંગાળી સાહિત્યકાર શ્રીમતી આશાપૂર્ણા દેવીને તેમની બંગાળી નવલકથા 'પ્રથમ પ્રતિશ્રુતિ' માટે અપાયો હતો. આમ અમૃતા પ્રીતમ જ્ઞાનપીઠ પુરસ્કાર મેળવનાર બીજા મહિલા સાહિત્યકાર હતા. ભારતીય જ્ઞાનપીઠ, દિલ્હીએ તેમના પ્રતિનિધિ કાવ્યોનું પુસ્તક 'અમૃતા પ્રીતમઃ ચુની હુઈ કવિતાએ' ઈ.સ. ૧૯૮૨માં પ્રસિદ્ધ કર્યું હતું.

પંજાબી કવિતાની પોતાની નિરાળી ઓળખ, શક્તિ, ઉષ્મા અને પોતાનું સૌંદર્ય છે. તેની કવિતા વાચકોને પ્રથમ તો બેચેન કરી મૂકે છે, પરંતુ પછીની ક્ષણોમાં તે ભાવકોનાં દિલોને શાતા પણ બક્ષે છે. આ સંદર્ભમાં આ

કવયિત્રીની એક નાનકડી કવિતા તરફ નજર કરીએઃ

ફિર તુમ્હેં યાદ કિયા-
આકાશ ધરતી સે મિલતા રહા
ઔર સપનોં કા ચંપા
રાત ભર ખિલતા રહા...

ફિર તુમ્હેં યાદ કિયા
મૈંને આગ કો ચૂમ લિયા,
ઈશ્ક- એક ઝહર કા પ્યાલા
ઔર એક ઘૂંટ મૈં ને
ફિર સે માંગ લિયા...

પ્રેમ તો ઝેરનો પ્યાલો છે. છતાં આ કવયિત્રી તેનો એક ઘૂંટડો ફરીથી માગી લે છે તેમાં નારીશક્તિનો દર્દસભર છતાં બુલંદ અવાજ સાંભળવા મળે છે.

અમૃતાજીનો જન્મ પંજાબ (પશ્ચિમ પાકિસ્તાન)ના ગુજરાનવાલામાં ૩૧ ઑગસ્ટ ૧૯૧૯ના રોજ થયો હતો. તેમનું બાળપણ લાહોરમાં વીત્યું હતું. તેમ શિક્ષણ ત્યાંથી જ લીધું હતું. પંજાબી ભાષાના સર્વશ્રેષ્ઠ સર્જક તરીકે જેમના પર મ્હોર લાગી છે તેવા આ સાહિત્યકારનાં ૧૦૦થી વધુ પુસ્તકો પ્રગટ થયાં છે તેમાં વાર્તા, નવલકથા, પ્રવાસવર્ણન તથા આત્મકથા સામેલ છે. 'રેવેન્યુ સ્ટેમ્પ' (આત્મકથા), 'પિંજર' (નવલકથા) અને 'કાગઝ ઔર કેન્વાસ' (કાવ્યસંગ્રહ) તેમની વિશિષ્ટ રચનાઓ છે. હિન્દુસ્તાન-પાકિસ્તાનના વિભાજનની પીડા અને સંઘર્ષનું આલેખન કરતી નવલકથા 'પિંજર' પર ઈ.સ. ૨૦૦૪માં ફિલ્મ બની હતી. 'પિંજર'નો અંગ્રેજી અનુવાદ 'ધ સ્કેલેટન' નામથી જાણીતા પત્રકાર ખુશવંતસિંઘે કર્યો છે. '૪૯ દિવસ' નામની તેમની નવલકથા તિબેટી દર્શનશાસ્ત્ર પર આધારિત છે. તે મૃત્યુ પછી અને પુનર્જન્મ પહેલાંની સ્થિતિ વર્ણવે છે. અમૃતાજી ૪૯ દિવસ સુધી તિબેટમાં રહ્યાં હતાં. તેમના કેટલાંક પુસ્તકોનો અન્ય ભાષાઓમાં અનુવાદ થયો છે. સાહિત્ય અકાદમી પુરસ્કાર તેમ જ પદ્મશ્રી અને પદ્મવિભૂષણથી તેમને નવાજાયાં હતાં. ૩૧ ઑક્ટોબર ૨૦૦૫ના રોજ આ પ્રતિમાનું દેહાવસાન થયું હતું.

આ કવિયત્રીને મૃત્યુની આગોતરી જાણ થઈ ગઈ હોય તેનો નિર્દેશ 'મેરા પતા' નામની કવિતામાં કરાયો છેઃ

આજ મૈંને અપને ઘર કા નમ્બર મિટાયા હૈ
ઔર ગલી કે માથે પર લગા ગલી કા નામ હટાયા હૈ
ઔર હર સડક કી દિશા કા નામ પોંછ દિયા હૈ
પર અગર આપ કો મુઝે ઝરૂર પાના હૈ
તો હર દેશ કે, હર શહર કી, હર ગલી દ્વાર ખટખટાઓ
યહ એક શાપ હૈ, વર હૈ
ઔર જહાં ભી આઝાદ રૂહ કી ઝલક પડે
- સમઝના વહ મેરા ઘર હૈ.

વેદના-દર્દના પર્વતની તિરાડમાંથી વહેતું કરુણાનું ઝરણું અને અસ્તિત્વના ખંડેરોમાં પડઘાતી સ્ત્રીની ચીસ આ કવિતામાંથી સાંભળવા મળે છે.

ઈ.સ. ૧૯૯૭માં પ્રકાશિત તેમનો કાવ્યસંગ્રહ 'સાતવી કિરન' અનોખો છે. આ કાવ્યસંગ્રહનું પેટા શીર્ષક સૂચવે છે તેમ તેમાં પ્રણયની આત્મકથા તસવીરો અને નઝમોમાં વ્યક્ત કરાયેલી છે. તેમના અલમ કાવ્યસંગ્રહ 'મૈં તુમ્હેં ફિર મિલૂંગી' (ઈ.સ. ૨૦૦૬)નાં કેટલાંક કાવ્યોમાં આ શાયિરાની આધ્યાત્મિક યાત્રા તરફનો ઝુકાવ-વળાંક ઘૂંટાયેલા અંદાઝમાં વ્યક્ત થતો જોઈ શકાય છેઃ

આજ ફિર જંગલ મેં ઘૂમતી-
એક બહુત હી ખૂબસૂરત તાલાબ પર પહુંચી
ચારોં ઔર પેડ હી પેડ થે-
મૈં ઉસ મેં નહાને લગી-
આવાઝ આઈ- યહ શિવ સાગર હૈ...
એક બાર આગે ભી શિવ સાગર મેં નહાઈ થી...
સોચા- મુજ સે કોઈ ગુનાહ તો નહીં હો રહા?
કિ દેખા ઉસ નીલ સાગર પર સૂર્ય કી
કિરને યું ચમક રહી- જૈસ શિવ
મુસ્કુરા રહે હોં...

માત્ર ૪ પંક્તિની એક કવિતામાં તેમણે પ્રકૃતિ અને રહસ્યવાદના તાણાવાણાનો સમન્વય કરી જાણ્યો છે. તેમાં કલ્પનની સમૃદ્ધિ યે ઓતપ્રોત થયેલી છેઃ

સૂરજ ને આજ મેંહદી ભેજ દી
કિરનોં ને મેરી ઓઢની બુન દી
ઔર તેરી સેજ કે ફૂલોં સે મૈંને
અનાહત નાદ સુના...

અવતરણથી મહા પ્રયાણ સુધીની સફરમાં વ્યક્તિ પોતે કોણ છે? ક્યાં છે? તેની ઓળખ થતી નથી. આવી કશ્મકશમાં જ આખો જન્મારો વીતી જતો હોય છે. તેનો જવાબ તેને મળતો નથી. આ વાતને કવયિત્રી ખૂબસૂરતી સાથે વ્યક્ત કરે છેઃ

તુમ કૌન હો? કહાં હો તુમ?
હકીકત કા એક સાયા
યા મહજ એક ખયાલ હો
ઔર શાયદ ઈસ ઝમીન સે
આકાશ કા સવાલ હો

યે ઝેહન કી મદહોંશિયાં

(જુઓ પાનું ૬) ▸▸

બ્રાન્ડ બનશે બિઝનેસ વધશે

feedback@bombaysamachar.com
સમીર જોશી

બ્રાન્ડ કન્સલ્ટન્ટની ભૂમિકા

કન્સલ્ટન્ટ કે પછી એક્સપર્ટ સર્વિસ આઉટસોર્સ કરવાની વાત આવે ત્યારે અચૂક વેપારી માનસ હંમેશાં વિચારે કે શું જરૂર છે આની અને આવા ખોટા ખર્ચા ન કરાય. આપણે MBA છીએ અર્થાત્ મને બધું આવડે. આ માનસિકતા આપણો ગ્રોથ અટકાવે છે. આ માનસિકતા SME અને નાના વેપારીઓમાં વધુ જોવામાં આવે છે. તેઓની દલીલ હોય છે કે આપણે નાના વેપારી છીએ અને આ બધા ચોચલા મોટા લોકો માટે છે. તેઓ આ રીતે કેમ નથી વિચારતા કે જો મોટી કંપની કે મોટી બ્રાન્ડ જેમાં મોટા પગાર પર પ્રોફેશનલ્સ કામ કરતા હોય છે તેઓ પણ જો કન્સલ્ટન્ટ અને અમુક સ્પેશિયલાઇઝ્ડ સર્વિસીસ આઉટસોર્સ કરતા હોય છે તો તેનું કોઈ કારણ હશે. આ લોકોની સામે હું તો ઘણો નાનો પ્લેયર છું તો મારે તો જરૂરથી આવા કન્સલ્ટન્ટની જરૂર પડે જ, કારણ મારી પાસે તો વેલ ક્વોલિફાઇડ અને પેઈડ પ્રોફેશનલ્સ પણ નથી. આજે ટોપ ચાર કન્સલ્ટિંગ કંપનીની બોલબાલા છે માર્કેટમાં અને લોકો તેમને મોં માગી ફી પણ આપે છે, આ વિચારવાની વાત છે.

જો આપણે બીમાર હોઈએ તો ઘરેલુ ઉપચાર અજમાવીએ, પણ જો પ્રોબ્લેમ વધી જાય તો સ્પેશિયાલિસ્ટને મળવું જ પડે અને આ સ્પેશિયાલિસ્ટ એટલે જ સ્પેશિયલાઇઝ્ડ કન્સલ્ટન્ટ જેઓ પાસે પ્રોબ્લેમ સોલ્વ કરવાની કળા હોય છે. આથી આગળ, મારે બીમાર પડવાની રાહ કેમ જોવી કે પછી બધી વાતો મારી રીતે હલ કરવાની કોશિશ કેમ કરું કારણ હું બધી વાતોમાં માહિર ન હોઈ શકું તે શક્ય છે.

કન્સલ્ટન્ટ પોતાની સાથે તેનો વર્ષોનો અનુભવ લઈને આવે છે. આ ઉપરાંત કન્સલ્ટન્ટ એક ચોક્કસ ભૂમિકા સાથે આવે છે જેની આવશ્યકતા વેપારી વર્ગને વધુ છે. જ્યારે બ્રાન્ડ ઑનર પોતાની બ્રાન્ડ પર કામ કરતો હોય છે ત્યારે તેમાં એટલો ઓતપ્રોત થઈ જાય છે કે તેને પોતાના બાળકની જેમ સાચવે છે. ફક્ત બ્રાન્ડ માટે નહીં, પણ આ વાત કોઈ પણ વેપારીને લાગુ પડે છે પછી તે મોટી કંપની પણ કેમ ન હોય. આવા સમયે કન્સલ્ટન્ટની વેલ્યુ ખબર પડે છે. ઇનહાઉસ ટીમ, મેનેજમેંટ એક જ દિશામાં વિચારતી હોય છે અને સ્ટેગ્નન્સી આવી જાય છે, આવા સમયે બહારનો કે ત્રીજી કોઈ વ્યક્તિનો અભિપ્રાય જરૂરી થઈ જાય છે જે નવી દિશા આપે. ઘણી વાર એમ પણ બને કે મેનેજમેંટ રિજિડ હોય અને બ્યુરોક્રેટિક અપ્રોચના કારણે ટીમના અભિપ્રાયોને અવગણતા ન હોય. આવા સમયે કન્સલ્ટન્ટ તેમની સમક્ષ સાચી તસવીર બતાવવામાં મદદ કરે છે. કન્સલ્ટન્ટ બહારની વ્યક્તિ હોવાથી પોતાની જવાબદારી સમજી નિષ્પક્ષ ઉકેલ આપશે. મેનેજમેંટ કે કોઈ ઇંડિવિડ્યુઅલને ધ્યાનમાં રાખીને નહીં, પણ જે બ્રાન્ડ અને કંપની માટે યોગ્ય છે તેવા ઉકેલો આપશે. પોતાના વર્ષોના અનુભવોના કારણે તેની પાસે અલગ દૃષ્ટિથી સમસ્યાને જોવાની ક્ષમતા હોય છે. કોઈ પણ વેપારને આગળ વધવા માટે એક્સપર્ટ પોઈન્ટ ઓફ વ્યુની જરૂરત પડે જ છે અને આ કામ કન્સલ્ટન્ટ કરે છે.

આમ કોઈ પણ વેપાર માટે બ્રાન્ડ અને માર્કેટિંગ પણ સ્પેશિયલાઇઝ્ડ વિષય છે અને તેના માટેના એક્સપર્ટ કન્સલ્ટન્ટ બ્રાન્ડને બનાવવામાં અને વધારવામાં મદદ કરે છે. બ્રાન્ડ કન્સલ્ટન્ટ વેપારના નીચે જણાવેલા વિસ્તારોમાં પોતાની નિપુણતા પ્રદાન કરશેઃ

સ્પર્ધાત્મક લાભ

તમને તમારો પ્રતિસ્પર્ધી કોણ છે તે ડિફાઇન કરવામાં અને તેનો અભ્યાસ કરી તમારી બ્રાન્ડ માટે સ્ટ્રેટેજિક માર્કેટિંગ પ્લાન બનાવી આપશે. આમ તમને અલાયદું પોઝિશનિંગ આપી તમારા પ્રતિસ્પર્ધીથી અલગ પાડશે જે તમને સ્પર્ધામાં આગળ વધવા સહાય કરશે.

વિઝન સેટિંગ અને ટાર્ગેટ અચીવમેંટ

સૌપ્રથમ તે તમારી કંપનીનો ઉદ્દેશ્ય, વિઝન શું છે તેનો અભ્યાસ કરશે. તમને સેલ્સની પરે જઈ તમારા વિઝનને નવી દિશા આપશે. બ્રાન્ડ માટે વેલ્યુ સેટ કરશે. આના થકી તમારા ટાર્ગેટને નવી ઊંચાઈ આપી તેને સર કરવાના રસ્તા બતાવશે.

કસ્ટમર સેગમેંટેશન

કોઈ પણ બ્રાન્ડ માટેનું મહત્ત્વનું પાસું એટલે તેનો કસ્ટમર. ટાર્ગેટ ઑડિયન્સ ડિફાઇન થવું જરૂરી છે. બ્રાન્ડ કન્સલ્ટન્ટ રિસર્ચ, માર્કેટ ફીડબેક અને વિવિધ અભ્યાસ દ્વારા કસ્ટમર ડિફાઇન કરશે. નિશ્ચિત કસ્ટમર પ્રોફાઇલ બ્રાન્ડની સફળતા માટે જરૂરી છે. આનાથી તમારું કેંપેન ફોકસ્ડ હશે. આની સાથે તમને નવા સેગમેન્ટ ડિફાઇન કરવામાં પણ તે મદદરૂપ થશે. આજના ડિજિટલ યુગમાં સેગમેંટેશનના સહારે નવા કસ્ટમર બનાવી શકાય છે.

સેલ્સ

વિવિધ પ્રમોશનલ સ્ટ્રેટજીના સહારે તમારું સેલ્સ વધારવામાં પણ મદદરૂપ થશે. વિવિધ મીડિયામાં કઈ રીતે બ્રાન્ડને પ્રમોટ કરવી, મેસેજિંગ કેવું ડેવલપ કરવું, ક્રિયેટિવ કેવા બનાવવા વગેરે બાબતોમાં તેમની નિપુણતા કામ લાગશે.

સ્વોટ

તમારી બ્રાન્ડ અને કંપનીનું SWOT (સ્વોટ - સ્ટ્રેન્થ, વીકનેસ, ઑપર્ચ્યુનિટી અને થ્રેટ)નો અભ્યાસ કરી વ્યૂહરચના બનાવશે અને તેના સહારે ગ્રોથ માટેના લાંબા ગાળાના ઉકેલો આપશે.

આ ઉપરાંત તે તમારા વેપારને રી-ઇન્વેન્ટ કરવામાં, બ્રાન્ડની અવેરનેસ વધારવામાં, તમારી કંપની માટે એક ઓળખ બનાવવા, તમારા બ્રાન્ડનું પોઝિશનિંગ સ્થાપિત કરવામાં, તમારો વ્યવસાય તમારા ગ્રાહકો સાથે કેવી રીતે ક્રિયા-પ્રતિક્રિયા કરે છે, તમે વેચાણની પ્રક્રિયા કેવી રીતે કરો છો જેવી ઘણી બધી વાતોનો વિચાર કરી દિશા ચીંધે છે જે તમને તમારા સ્પર્ધકોથી અલગ રહેવામાં મદદ કરે છે.

વાંચવામાં આ બધી વાતો આસાન લાગશે, પણ જ્યારે તમે પોતે આ તમારી રીતે કરવા જશો ત્યારે તમારા પૂર્વગ્રહો તમને ક્લેરિટી અને નવી દિશા પ્રદાન નહીં કરી શકે. આના માટે તમને કન્સલ્ટન્ટની જરૂર પડશે. તમે એક સફળ વેપારી હશો, પણ એક્સપર્ટ ઓપિનિયન હંમેશાં લાભદાયક હોય છે. ઘણી વાર તમે જે વિચારો છો તે સાચું છે કે ખોટું તેની પુષ્ટિ માટે પણ તમે તેમની સહાયતા લઈ શકો. જ્યારે તમે નક્કી કરો કે હવે અમારા વેપારને કે બ્રાન્ડને નેક્સ્ટ લેવલ પર લઈ જવા માટે એક્સપર્ટ કન્સલ્ટન્ટની જરૂર છે ત્યારે તેને ઑનબોર્ડ કરતાં પહેલાં અમુક વાતોનું ધ્યાન રાખો. સૌપ્રથમ તેનો અનુભવ જાણો અને સમજો. કદાચ તમારી ઇંડસ્ટ્રીમાં કામ ન પણ કર્યું હોય, પણ કન્સલ્ટન્ટ પોતાના અનુભવ થકી તમારી ઇંડસ્ટ્રીને ન્યાય આપી શકશે તેની ખાત્રી કરો.

તેનું અને તમારું વિઝન એકસરખું હોવું જોઈએ. તમે જે ચાહો છો તે તેની સાથે શેર કરો અને તેના વિચારો તમારી બ્રાન્ડ માટેના જાણો. તમારા બિઝનેસ અને બ્રાન્ડને તે જે સ્થિતિમાં છે તેવી સ્થિતિમાં સ્વીકારે અને તેને આગળ વધારવા સહમત થાય.

તે અક્કડ ન હોવો જોઈએ અર્થાત્ હું કહું તેમ જ કરવું. તમને સાંભળી, સમજી બ્રાન્ડ માટે જે જરૂરી છે તેવા ઉકેલો આપે અને નહીં કે તમને ખુશ કરવા તમારી હામાં હા મેળવે. આની સામે તમારે પણ તમારી માનસિકતા બદલી સાથે કામ કરવા માટે તૈયાર થવું પડશે. સૌથી મહત્ત્વનું તમારા બન્નેની કેમિસ્ટ્રી જામવી જોઈએ, પોતાની બ્રાન્ડ સમજી તમારો સાથ આપે જે બ્રાન્ડને ઊંચા શિખરે લઈ જાય. નવી વાત કરવા જશો ત્યારે ભૂલો બંને તરફથી થશે, પણ તેમાંથી શીખ મેળવી આગળ વધશો તો સફળતા જરૂરથી મળશે.

બ્રાન્ડ કન્સલ્ટન્ટની ભૂમિકા વિવિધ છે. કંપનીઓને વેચાણ વધારવા અને વ્યાવસાયિક લક્ષ્યો અને ઉદ્દેશ્યો સુધી પહોંચવા માટે ઉકેલો પ્રદાન કરશે. ટૂંકમાં, બ્રાન્ડ કન્સલ્ટિંગની મુખ્ય ભૂમિકા વ્યવસાયો માટે વ્યૂહાત્મક દિશા અને માર્ગદર્શન પૂરાં પાડવાની છે, જે તમારી બ્રાન્ડ અને કંપનીને પ્રતિસ્પર્ધીઓથી ઉપર ઊઠવા અને નવી ઊંચાઈ સુધી પહોંચવામાં સહભાગી થાય. ■