

## स्वादिष्ट छंद होई चविष्ट व्यवसाय..

### नीमोज एक्झॉटिक आईस्क्रिम

[www.neemosicecream.com](http://www.neemosicecream.com)

माणसाच्या जिभेला दोन बाजू असतात. एक गप्पिष्ट आणि दुसरी चविष्ट ! निवांत शनिवार असावा.. संध्याकाळी मित्रमंडळींबरोबर जिभेच्या गप्पिष्ट बाजूला धार लावावी.. मग चविष्ट रसनेला रिझवावं..त्यातही सुगृहिणीच्या हाताला चवदार बोटे असली तर मग दुग्धशर्करा योगच ! स्मिताच्या हाती त्यावर केशराची रेशमी साय चढते. आणि सुंदरशा नाजूक वाटीतून अनुपम स्वादाचं साजूक आईस्क्रिम समोर येतं !

लॉस एन्जेलिसमधल्या एका कंपनीत सल्लागार म्हणून काम करणाऱ्या "इंडस्ट्रियल सायकॉलॉजी" ची पदवीधर असलेल्या स्मिता साळगावकरचा शनिवार रविवाराचा आवडता छंद म्हणजे मित्रमंडळींना वेगवेगळे आणि नाविन्यपूर्ण पदार्थ करून प्रेमानं खाऊ घालणे ! पाककला ही स्मिताने आईकडून घेतलेली कला ! एकदा तिनं केलेलं केशराचं आईस्क्रिम तिला एका नाविन्यपूर्ण व्यावसायिक जगात घेऊन जाणार आहे ही तिलासुद्धा चार वर्षांपूर्वी " असावा सुंदर चॉकलेटचा बंगला" अशी परिकथेतली वाटणारीच गोष्ट होती....

गोष्टीला सुरवात एका छोट्याशा खरेदीने झाली.

स्मिताने सहज एक आईस्क्रिम बनवण्याचं भांडं दुकानात "सेल"वर आहे म्हणून उचललं. नवीन आलेल्या या खेळण्यावर नेहेमीप्रमाणे तिच्या पाककौशल्याचे प्रयोग सुरू झाले. तिने केलेलं वेलचीच्या नर्म स्वादात भिजलेलं, केशरात रंगलेलं रवाळ रेशमी आईस्क्रिम सर्वांना त्या दिवशी इतकं आवडलं, की " स्मिता, तू खरं तर आता हे मोठ्या प्रमाणावर करून विकायला लाग " असं कोणीतरी म्हणालं तेव्हा सर्वांनी "हो, हो.. खरंच ग स्मिता.." असा कोरस लावला ! असली स्तुती कोणी मनावर का घेतं ? पण मनात एक थेंबभर विचार नकळत सांडला मात्र नक्की !

आता आईस्क्रिम करून विकायचं, म्हणजे गुजराती बायका घरी चकल्या करून विकतात तसं थोडंच करता येणार ? शिवाय उद्योगाचं मानसशास्त्र माहिती असणं वेगळं आणि प्रत्यक्ष उद्योग करणं वेगळं. आईस्क्रिमचं मन तर तपमानाच्या डिग्री डिग्रीला बदलतं. त्यामुळे भांड्याच्या खेळण्यावर आईस्क्रिमच्या व्यवसायाचा खेळ मांडणं शक्य नाही हे लक्षात आल्यवर स्मितानं पध्दतशीर अभ्यास सुरू केला. आईस्क्रिमचा, केशराचा आणि उद्योगाचा ! चित्रकार आई वडिलांच्या एका सरळमार्गी घरात वाढलेली, एक मितभाषी साधी सुधी मराठी मुलगी ! मुंबईतून उटून अमेरिकेत येऊन संसारात मग्न झालेली. अशा मुलीनं अमेरिकन उद्योगाजगात डोकावणं हे धाडस. त्यात अमेरिकेतल्या भल्या भल्या कंपन्यांच्या आईस्क्रिमशी स्पर्धा करणाऱ्या व्यवसायाचा विचार करणं हे आणखीच मोठं धाडस ! त्यातून हा असा नाजूक पदार्थ ! अर्ध्या डिग्रीनं पारा चढला तरी याचा तेरा वितळणार आणि चव बिघडणार ! आईस्क्रिमचं मानसशास्त्र असतं तसं त्याचं एक रसायनशास्त्र आणि गणितशास्त्रही असतं. म्हणजे, घरी गॅलनभर दुधाचं आईस्क्रिम केलं तर तीच कृती वापरून त्याच प्रमाणात पाचपट पदार्थ वापरून पाच गॅलनचं आईस्क्रिम चवीला तसंच लागत नाही. त्याचं रंग रूप,साज,स्वाद, मुलायमता सगळंच बदलतं. पुन्हा ते तयार झाल्यावर बादलीत भरलं जाणार की डबीत यावरही त्याची चव बदलते. कारण ते भरण्याच्या प्रक्रियेला लागणारा वेळ , आणि म्हणून तपमान बदलतं.

हे सर्व शिक्षण स्मिताने स्वतः भरपूर वाचन करून आणि प्रत्यक्ष आईस्क्रिमच्या कारखान्यात स्वतः चिकाटीने प्रयोग करून मिळवलं. ते प्रयोग स्वतःची नोकरी, नोकरीतली फिरती, कारखान्यांच्या उत्पादनाच्या वेळा आणि नवरा ,दोन मुली असा संसार सांभाळून करावे लागत. कधी उत्पादन सुरू होण्यापूर्वी म्हणजे पहाटे पाचला हे प्रयोग करावे लागत. दोन हजार साली स्मिताचं हे संशोधन सुरू झालं आणि दोन हजार एक मध्ये तिची व्यवसायाला प्रत्यक्ष सुरवात झाली. घराजवळच्या एका लहान आईस्क्रिम बनवणाऱ्या कारखान्याने तिला तिच्या कृतीनुसार माल बनवून देण्याचे कबूल केले. एफ.डी. ए.चा परवाना, आणि अन्य व्यावसायिक, कायदेशीर कागदपत्रे, करारपत्रे वगैरे बऱ्याच किचकट गोष्टी तिने चिकाटीने पूर्ण केल्या, तेव्हा कुठे तिच्यातल्या कलावंताला उसंत मिळाली. बॉस्किन रॉबिनसारख्या मातब्बर आईस्क्रिमच्या बरोबर स्पर्धेत उतरायचं तर, नावापासूनच काहीतरी नाविन्यपूर्ण हवं. नीकिता आणि मोनिका या मुलींच्या नावात दडलेला निमो ( Neemo) तिला सापडला.

( Finding Nemo त्यानंतर ती न वर्षांनी आला ! ).

अजूनपर्यंत कोणी न केलेल्या केशर वेलदोड्यात बांधलेल्या सॅफरन सिल्कच्या आईस्क्रिमची नवी चव होतीच.

त्याशिवाय आणखी तीन नव्या पाककृती स्मिताला सुचल्या. मँगो मॅजिक , कॅशू क्रीम आणि चिक्कू वॉलनट !

प्रथम भारतीय गिन्हाईकांवर लक्ष केंद्रित केले. काही दुकाने व काही भारतीय उपहारगृहांनी मागणी नोंदवली.

लग्नाच्या पाठ्यात विचारणा होऊ लागली. तेव्हा मोठ्या बादलीतले आईस्क्रिम न वितळता ( म्हणजे चवीची खुमारी न बदलता) कसे वाटता येईल याचा विचार करून स्मिताने पाच औंसाचे छोटे सीलबंद कप बनवायला सुरवात केली. हे अशा मोठ्या पाठ्यात खूप लोकप्रिय झाले. एका लग्नासाठी २००० कपांची मागणी आली. तर गेल्या वर्षी भारती

यांच्या हॉटेल असाशिएशन च्या अधिवेशनात ५००० कपांची मागणी आली. २००१ साली व्यवसाय सुरू झाला. २००२ साली बघता बघता ११०० गॅलनचे उत्पादन झालेही. त्याच वर्षी न्यूयॉर्कच्या प्रसिध्द रोझेनगार्टन रिपोर्टमध्ये विशेष उल्लेखनीय आईस्क्रीम म्हणून नीमोज आईस्क्रीमचे नाव झळकले. डेव्हिड रोझेनगार्टन हा न्यूयॉर्कचा प्रख्यात खवैया. त्याचे स्वतःचे स्वाद, चवी, वाईन्स आणि पदार्थ विषयक बातमीपत्र आहे. त्याने पदार्थ चाखणे आणि आपल्या बातमीपत्रात त्याची विशेष उल्लेखनीय म्हणून स्तुती करणे हा एक मोठा सन्मान समजला जातो. रोझेनगार्टनने ३०० आईस्क्रीमच्या चवी घेऊन त्यात नीमोजला विशेष ठरवले !

ऑरेंज काउंटीतल्या अमेरिकन जगातही नीमोज आईस्क्रीमचा बोलबाला हळूहळू होऊ लागला. गेल्याच वर्षी एशियन अमेरिकन असोशिएशन ऑफ ऑरेंज काउंटीच्या काही सदस्यांनी पारितोषिकासाठी स्मिताचे नाव सुचवले. २००३ ची "इमर्जिंग बिझिनेस ऑनप्रॉन्युअर ऑफ द इयर". म्हणून स्मिताला पारितोषिक मिळाले.

अवघ्या तीनचार वर्षांत नीमोज आईस्क्रीमची ऑरेंज काउंटीतल अमेरिकन समाजाने सन्मानपूर्वक घेतलेली दखल ही साळगावकर कुटुंबालाच नव्हे तर सर्वच मराठी समाजाला अभिमानास्पद गोष्ट आहे.

स्मिताचा स्वतःचा व्यावसायिक जगातला माणसे जोडण्याचा अनुभव, तिची अभ्यासू वृत्ती, नाविन्याची ओढ, उत्तमाचा हव्यास आणि त्यासाठी चिकाटीने भरपूर कष्ट करण्याची तयारी, कुटुंबीयांचे प्रोत्साहन आणि सक्रीय मदत या सर्वांच्या रसायनाचा हा परिपाक ! ( हो ! मधून मधून मित्रमंडळींनी आईस्क्रीमचा घेतलेला स्वाद आणि दिलेले अभिप्राय यांनाही या श्रेयनामावलीत सरकवायला हरकत नाही ! )

आर्थिक बाजू सांभाळण्यासाठी श्री. जगदीश साळगावकर यांची स्मिताला मदत होते. तर तिच्या वडिलांनी तिला विविध प्रकारची कलात्मक लेबले, वेष्टने बनवून दिली. केशराच्या फुलांचा जांभळा रंग आणि केशराचा पिवळसर रंग यांचा सुंदर उपयोग वेष्टनांपासून वेबसाईटपर्यंत सर्वच टिकाणी केला आहे. नीकिता आणि मोनिका तिला स्टॉल्सवर मदत करतात.

अनेक प्रदर्शनात , प्रसंगात " नीमो " चे नमुने मांडून, मोफत वाटून स्मिताने विक्री आणि जाहिरातीचे तंत्रही सांभाळले आहे. त्याशिवाय राज्य आणि काउंटीच्या व्यवसाय मार्गदर्शनाच्या सेवांचाही ती उपयोग करते. मालाचा दर्जा आणि चव याबाबतीत स्मिता अतिशय दक्ष आणि काटेकोर आहे. आंबा आईस्क्रीमसाठी ती फक्त हापूस आंब्याचाच रस वापरते. तर चिक्कू आईस्क्रीमची जातिवंत चव येण्यासाठी चिक्कूचा भरपूर रस वापरण्यावर तिचा कटाक्ष असतो. बऱ्याच भारतीय दुकानात आईस्क्रीमसाठी वेगळी शीतकपाटे नसतात. अर्थातच तपमानाबद्दल काळजी न घेतल्यामुळे "नीमो"ची चव बदलते हे स्मिताने पाहिले व आपला माल दुकानांतून काढून घेतला. मालाचे उत्पादन चालू असतांना स्मिता स्वतः प्रत्येक 'बॅच' स्वतः पारखून पसंत करते. ( रोज आईस्क्रीम खाऊनही ती चवळीच्या शेंगेत राहू शकते याचे कारण ती रोज न चुकता ४ मैल धावते ! )

अशा तऱ्हेने कल्पना, नियोजन, उत्पादन, दर्जानियंत्रण व विक्री या सर्वच विभागांच्या आघाड्या स्मिता चोख सांभाळते. त्यामुळे चोखंदळ अशा अमेरिकन जगात आता नीमोची शानदार वाटचाल सुरू आहे. यंदाच स्मिताने ऑनलाईनच्या इंटरनेट विक्री 'साईट'वर नीमोची विक्री करण्यासाठी पाऊल उचलले आहे. एका मोठ्या अमेरिकन वितरण कंपनीशी तिचा नुकताच करार झाल्यामुळे लवकरच अनेक अमेरिकन दुकानात तिचे आईस्क्रीम दिसू लागे ल. या प्रगतीची दिशा लक्षात घेऊन स्मिताने गेल्यावर्षीच आपली नोकरी सोडली आणि व्यवसायावर पूर्ण वेळ लक्ष केंद्रित केले. यंदा गेल्या वर्षीच्या दुप्पट विक्री करण्याचे तिचे ध्येय आहे. हायाट आणि हिल्टनसारख्या बड्या हॉटेल्स चे लक्ष नीमो आईस्क्रीमने वेधून घेतले आहे. तसेच आता उच्च प्रकारच्या अमेरिकन उपहारगृहात नीमोला स्थान मिळवून देण्याचा तिचा प्रयत्न चालू आहे आणि त्यात यश मिळेल असा तिला आत्मविश्वासही आहे. उत्पादन आणि विक्रीत प्रगती चालू असतांनाच संशोधन आघाडीवरही तिची आणखी प्रगती चालू आहे. आणखी दोन नवे "आस्वाद" बाजारात आणण्यासाठी तिचे प्रयोग चालू आहेत. विविध व्यावसायिक संघटनांच्या कामात स्मिता रस घेते आणि उत्साहाने काम करते..

स्मिताला या व्यवसायावरची पकड टिकवण्यासाठी तीन आघाड्यांवर लढावं लागतं.

एक म्हणजे स्वतःचा व्यावसायिक नवखेपणा !

आपल्या चुकांतून शिकत रहायचं आणि नाउमेद न होता पुढे चालत जायचं हे तिचं धोरण. कोणत्याही भारतीय दुकानाशी करार करतांना दुकानाच्या शीतकपाटाची ( फ्रीझर ) तपासणी करून घ्यायची हे तिने आपल्या चुकांतून घेतलेल्या शिक्षणाचं एक चांगलं उदाहरण आहे.

घरगुती कृती वापरून कारखान्यात आईस्क्रीम बनवता येत नाही हे शिकण्यासाठी तिला चुका व शिकाचाच मंत्र उपयोगी पडला. आईस्क्रीम वितळू नये व त्याचे स्वरूप, मुलायमता ठराविक पध्दतीची असावी म्हणून कारखान्यातील आईस्क्रीममध्ये बरेच पदार्थ घातलेले असतात. त्यांचे व घरगुती कृतीचे सूत जमतेच असे नाही. काही शेकडे गॅलन आईस्क्रीम वाया घालवूनच हे शिकता येते. घरगुती कृतीत वॉलनटचा अमुक एक आकार छान वाटला तरी कारखान्याच्या "क्रशर"ला तो समजत नाही. मग नवे प्रयोग आणि नव्या तडजोडी कराव्या लागतात.

बाजारूपणाच्या भाऊर्दीत आपल्या मालाचा नुसता दर्जाच नव्हे तर कृतीची गुप्तता जपण्यासाठी करार कसा लिहाव इथपासून ते बोलणी कशी करावीत इथपर्यंत अनेक गोष्टी स्मिता स्वतःच्या चुकांतून शिकली आहे.

दुसरी आघाडी म्हणजे व्यावसायिक आव्हाने !

मालाची किंमत हे मोठेच आव्हान असते. तुमच्या मालाचा दर्जा किंतीही उत्कृष्ट असला तरी ग्राहक त्याची टराविक किंमतच मोजायला तयार असतात. त्यामुळे उत्पादनाची किंमत कमी कशी करता येईल याचा सतत विचार करावा लागतो. अशी अनेक आव्हाने स्मिता कौशल्याने स्वीकारत असते.

तिसरी आघाडी म्हणजे अमेरिकन जगातल्या व्यावसायिक जगात एक अल्पसंख्य आणि तेही स्त्री उद्योजक म्हणून स्वतःचे स्थान निर्माण करण्यासाठी आवश्यक ती आघाडी !

पुरुषी वर्चस्व असलेल्या व्यावसायिक जगात अल्पसंख्य स्त्री उद्योजकाची दखलही घेतली जात नाही. एक प्रकारची कमीपणाची जाणी व तिला दिली जाते. मोठे करार करतांना अडचणी येतात.

यासाठी स्मिता "नॅशनल असोशिएशन ऑफ विमेन बिझिनेस ओनर्स " सारख्या संघटनांमध्ये भाग घेते.

नुसती सभासद म्हणून नव्हे तर मनभरून काम करणाऱ्या कार्यकर्त्यांच्या भूमिकेतून. विविध प्रकारच्या अधिवेशनात आणि संघटनांच्या कामातही ती भाग घेते. अर्थातच लॉस एन्जेलिसच्या मराठी मंडळाच्या कार्यकारिणीवरही तिने काम केले आहे.

आतापर्यंत तिला अमेरिकन जगात जितके चांगले अनुभव आले त्यामानाने भारतीय व्यावसायिकांबरोबरचे अनुभव मात्र फारसे चांगले नाहीत. व्यावसायिक सफाई आणि कौशल्यांचा अभाव, अरेरावी, स्त्रीला यावसायिक म्हणून न स्वीकरण्याचा असमंजसपणा या गोष्टी स्मिताला खटकतात.

पण एक मराठी स्त्री उद्योजक म्हणून ती स्वतः खंबीरपणे उभी आहे आणि मराठी स्त्रियांनी व्यवसायात पडावे असे तिला मनापासून वाटते. मराठी स्त्रियांना काय सांगतील असा प्रश्न विचारला तेव्हा स्मिता म्हणाली.

" स्त्रियांनी आत्मविश्वासाने व्यवसायात पडावे, आपला माल उत्तम आहे यावर स्वतः विश्वास ठेवावा आणि यश मिळेल यावरही ! मात्र त्यासाठी व्यवसायात स्वतःला झोकून देण्याची तयारी हवी. आपल्या व्यवसायावर मनापासून प्रेम करायला हवे. आपल्या ग्राहकांवर नुसता विश्वासच नव्हे तर प्रेमही हवे. आपला माल विकणे हा निव्वळ देवघेवीचा कोरडा व्यवहार नसतो. त्याबरोबर काही चांगली ग्राहकसेवाही द्यावी लागते. ज्याला " व्ह्यू अँड सर्फिस " म्हणतात अशा चांगल्या ग्राहकसेवेचा विचार करायला हवा. छान जेवण बनवणाऱ्या स्त्रीला ते आग्रहाने वाढण्याचे स्त्रीसुलभ कसब उपजत असते. स्त्री व्यावसायिकेला त्या स्त्रीसुलभ गुणाचा उत्तम उपयोग करता येईल. त्याचा विचार मात्र हवा. "

मुलाखतीनंतर अर्थातच "आईस्क्रीम आस्वाद" ( आईस्क्रीम टेस्टिंग) चा कार्यक्रम होता.आईस्क्रीम पुढे आलं ते नुसत्या सुबक वाटीतून नव्हे, तर पेल्याला छान हिरव्या रंगाच्या साखरेचं तोरण बांधून, पिवळसर आईस्क्रीम लाजत साजत आलं. वार्डन आस्वादाचे नानविध साजिरे प्रकार असतात. क्षणाक्षणाला तोरा बदलणाऱ्या आणि जिभेच्या कणाकणावर रंगणाऱ्या आईस्क्रीमचं वार्डनशी साम्य आहे हे माझ्याही मग लक्षात आलं. विविध चवींची झिंग जिभेवर रेंगाळत होती आणि लवकरच आपण तिच्या आहारी जाणार असं वाटलं.. ते लक्षात घेऊनच स्मिताने बरोबर काही उबे भरून दिले. .. स्मिताचे ग्राहक अशा आगत्यपूर्ण सेवेने खूष होतात कसे आणि चवीवरही खूष होऊन पुनः पुनः आपल्या मागण्या नोंदवतात कसे यावढल तिने आणखी काही माहिती सांगण्याची आवश्यकताच मग उरली नाही.

आव्हाने स्वीकारण्याचा उद्योजकाचा आत्मविश्वास आणि नवी स्वप्ने जगण्याचा कलावंताचा ध्यास यांचा दुग्धशर्करा संयोग स्मिता साळगावकरमध्ये तर आहेच. पण स्त्री उद्योजक म्हणून आगत्यशील मायेच्या केशराची सायही तिच्या वृत्तीत आहे. यामुळे नीमोज आईस्क्रीमला भरघोस यश मिळेल यात शंकाच नाही !

विठ्या हर्डीकर

