

અત્યારે સમય છે હીરા ઉદ્યોગના ભવિષ્યને નવો આકાર આપવાનો

GJEPC દ્વારા "ભારતીય હીરા ઉદ્યોગ - રિકવરી ઓપ્શન" વિષય ઉપર એક વેબિનારનું આયોજન કરવામાં આવ્યું હતું. તેની શરૂઆત ખ્યાતનામ ઉદ્યોગ પત્રકાર અને વિશ્લેષક ખાઇમ ઇવન - ઝીહરના વિશેષ વ્યક્તવ્ય સાથે કરવામાં આવી હતી. આ વેબિનારનું સંચાલન GJEPCની ડાયમંડ પેનલના કન્વિનર સંજય શાહ દ્વારા કરવામાં આવ્યું હતું, જેમાં કિરણ જેમ્સના દિનેશ લાખાણી, ધર્માનંદન ડાયમંડના હિતેશ પટેલ, રોઝી બ્લ્યુ ઇન્ડિયાના રશેલ મહેતા અને એશિયન સ્ટારના વિપુલ શાહ સહિતના પેનાલિસ્ટોએ ભાગ લીધો હતો.

COVID-19ના કારણે અભૂતપૂર્વ કટોકટીની શરૂઆત થઇ ચૂકી છે અને હીરા ઉદ્યોગના સૌથી મોટા કટિંગ અને પોલિશિંગ હબ તરીકે ઓળખાતું ભારત પણ સમગ્ર પરિસ્થિતિની સમીક્ષા કરી રહ્યું છે અને વ્યવસાય કરવાની નવી રીતોને સ્વીકારવા અને અપનાવવાના પગલાઓ પર વિચારણા અને અમલ કરી રહ્યા છે

ભારતીય ડાયમંડ ઉદ્યોગ દ્વારા સૂચનના રૂપમાં કરવામાં આવેલ સામૂહિક પહેલ રફ ડાયમંડ આયાત પર એક મહિનાની સ્વ-શિસ્તબદ્ધ મુદત લાદવાની છે કે જે સપ્લાય ચેઇન પાઇપલાઇન પર વધારે પડતું દબાણ ન આવે તેની ખાતરી કરવા માટેનું પ્રથમ પગલું છે.

ખાઇમ દ્વારા ભારતીય ઉત્પાદકો માટે કેટલાક મહત્વપૂર્ણ મુદ્દાઓ અને સૂચનો આપવામાં આવ્યાં છે:

છેલ્લા 30 વર્ષોથી કાચા હીરાના વેચાણમાં વધારો થયો છે પરંતુ રિટેલ ક્ષેત્રે જ્વેલરીમાં હીરાનો ઉપયોગમાં કોઇ ફેરફાર થયો નથી. ઊંચા ટર્નઓવર અને વધારે ઉત્પાદનમાંથી પૈસા બનાવવામાં આવ્યાં છે તેમ છતાં મિડસ્ટ્રીમ મૂલ્ય ઉમેરો એકસરખો માત્ર 5 બિલિયન ડોલર જ રહ્યો છે. ભારત હીરાના કટિંગ અને પોલિશિંગ ક્ષેત્રમાં ઇજારો ધરાવે છે, આથી હીરાની કિંમતો ઉપર તેની વધારે મજબૂત પકડ અને અધિકાર હોવા જોઇએ.

પ્રોડ્યુસરોએ લાંબા સમયથી ડાયમેન્ટરીઝ ને માત્ર તેમના ડિસ્ટ્રિબ્યુટર્સ અને ડીલર્સ જ માન્યાં છે. આને આથી, કટોકટીમાં, હંમેશા મેન્યુફેક્ચરર્સ જ હોય છે જે નાદાર થાય છે.

બેન એન્ડ કું ના તાજેતરના રિપોર્ટ જણાવ્યું છે કે ખાણો લગભગ 19-21% ઓપરેટિંગ માર્જિનની આવક કરે છે; રિટેલર્સ લગભગ 20% અને સમગ્ર પાઇપલાઇનમાં મહત્તમ જોખમ લીધા હોવા છતાં, મિડસ્ટ્રીમ લગભગ -3% થી + 2% ની વચ્ચે રહે છે. તો, મૂડી પર શું વળતર મળે છે ?

કોરોના બાદ મિડસ્ટ્રીમે તેમની પહેલાની સ્થિતિમાં પાછા ફરવું જોઇએ નહીં કારણ કે તેમાં પૈસાની કમાણી નથી.

કોરોનાનો એક ટર્નિંગ પોઇન્ટ તરીકે ઉપયોગ કરો અને વધુ સંગઠિત બનો. ઉદ્યોગની ક્ષમતાનો ભરપૂર ફાયદો ઉઠાવો અને ઉદ્યોગ જો આમ કરે છે તો તેઓ સમગ્ર સપ્લાય ચેઇનની સૌથી શક્તિશાળી કડી બનવાની ક્ષમતા ધરાવે છે. મિડસ્ટ્રીમ સૌથી વધારે જોખમ ઉઠાવી રહી છે, તે જાણતી નથી કે પોલિશ કરેલો હીરો બજારમાં જઈને શું બનશે? મિડસ્ટ્રીમે વધારે નફો કરવાની જરૂર છે કારણ કે તેઓ જ છે જે મોટાભાગનું જોખમ ઉઠાવી રહી છે.

કોરોના બાદ મુલતવી થયેલાં લગ્નના કારણે ટૂંકાગાળા માટે હીરાની જ્વેલરીની માગમાં વધારો આવી શકે છે. ઉદ્યોગમાં કામગીરીનો ઉછાળો જોવા મળશે પરંતુ આ બાબતે ચોક્કસપણે તાત્કાલિક ધોરણે કટિંગ અને ટ્રેડિંગ સેન્ટર માં નવી ખરીદી જણાશે નહીં.

આ ઉદ્યોગ દરેક કટોકટીમાંથી વધુ શક્તિશાળી બનીને ઉભરી આવ્યો છે, આ વખતે પરિસ્થિતિ સામાન્ય થવામાં થોડો વધારે સમય લાગી શકે છે, જે કોરોના પહેલાના લેવલની સરખામણીએ કિંમતના સંદર્ભમાં આશરે 20-30% ઓછી હોઈ શકે છે.

ભારતને વાસ્તવમાં કાચા હીરાના આયાતની દૃષ્ટીએ ત્રણ મહિનાનો મોરેટોરિયમ જોઈએ છે. સ્વૈચ્છિક કાપ સારા પરિણામો લાવી શકે છે.

કોરોના બાદ પોલિશ કિંમતો શું હશે તે કોઈ જાણતું નથી, આથી વધારે પડતું ઉત્પાદન ન કરો. સક્ષમ બનો અને મિડસ્ટ્રીમમાં મૂલ્યનો ઉમેરો કરો.

એક-બીજા સાથે સ્પર્ધા ન કરો અને પોલિસ કરેલા હીરાનું ઓછી કિંમતે વેચાણ ન કરો. કિંમતમાં સ્થિરતા આવવા દો અને જથ્થા માટે અને જથ્થાબંધ મેન્યુફેક્ચરિંગ પર વધુ પડતા નિર્ભર થવાનું બંધ કરો. કોઈએ નુકસાન સહન કરીને વેચાણ કરવું જોઈએ નહીં. પોતાની વિચારસરણી બદલો અને નફો કમાઓ. આ બાબતને આર્થિક રીતે શક્ય બનાવો કારણ કે ભારતમાં ઉદ્યોગ પાસે 2020ના અંત સુધી ચાલે તેટલા પુરતાં પ્રમાણમાં કાચા હીરા છે. ઉપરાંત સપ્લાય ચેઇનમાં અંદાજિત 2.5 બિલિયન ડોલરના મૂલ્યના પોલિશ હીરા છે. વધારે પડતું ઉત્પાદન રોકો અને નાદારીની હદ સુધી એક-બીજા સાથે સ્પર્ધા કરવાનું બંધ કરો.

આ કટોકટીમાંથી ભારત વધારે મજબૂત બનીને ઉભરશે- પરંતુ GJEPC જેવી સંસ્થાઓની સાથે માર્કેટિંગ ઉપર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરો. લોકોને શિક્ષિત બનાવો, બેઠકો યોજો અને માર્કેટિંગને ખૂબ જ ગંભીરતાથી લો.

હવે સમય આવી ગયો છે કે મેન્યુફેક્ચરર્સને ક્રેડિટ પુરી પાડીને પ્રોડ્યુસર પણ નાણાકીય ભારણ હળવું કરે.

નવા સૌથી અલગ માર્કેટિંગ આઇડિયા વિચારો, લોકો લાભદાયક રીતે સમય પસાર કરી રહ્યાં છે - 9 મહિનાના સમયગાળામાં નવી તેજી હશે.

પેનાલિસ્ટના અભિપ્રાયો

આ સમય છે સકારાત્મક કામગીરી કરવાનો અને નવા આઇડિયા વિશે વિચારવાનો. પરિસ્થિતિ ખૂબ જ અસ્થિર અને જટિલ છે. રિટેલ ડિમાન્ડમાં 30-35%નો ઘટાડો આવી શકે છે, આથી ઓછામાં ઓછું 50% ઉત્પાદન ઘટાડવાની જરૂરિયાત ઊભી થઇ શકે છે.

નાના ઓછી ગુણવત્તા ધરાવતાં હીરાના પોલિશિંગના સંદર્ભમાં કેટલાક લોકો થોડો ઘણાં પ્રમાણમાં સ્થાનફેર પણ જોઇ શકે છે.

ઉદ્યોગ હજું પણ 'ઓપ્પેનહેઇમર્સ' (Oppenheimers) ની માર્કેટિંગ રણનીતિની સફળતા ઉપર આગળ વધી રહ્યો છે, જેણે મહામંદી બાદ હીરાની માંગનું સર્જન કર્યું હતું. હવે સમય છે ફરી થી નવીન ગાથા શોધવાનો.

મૂડી ઊભી કરવા માટે ઇન્વેન્ટરીનો ચોક્કસ કિંમતોએ થોડો ઘણો વટાવ (liquidation) જોવા મળશે - જેની પ્રકૃતિ ટૂંકાગાળા માટેની હશે.

હીરા ઉદ્યોગ માટે સફરતા (solvency) ક્યારેય સમસ્યા બની નથી, ઉદ્યોગે હંમેશા તેમના દેવાની ભરપાઇ કરી છે. એકવખત રિટેલની ઝડપ પકડાશે તેની સાથે જ 1-2 મહિનાઓમાં પેમેન્ટ આવવાની શરૂઆત થઇ જશે.

પ્રમાણિત(certified) હીરાઓની સરખામણીમાં કિંમતોની દૃષ્ટીએ નાના હીરાઓનું ભવિષ્ય વધારે સારું છે.

આ મહામારી કોઇ ઉદ્યોગ કેન્દ્રિત નથી અને દરેક દેશોએ તેની અસર ને હળવી કરવા માટે કેટલાક પ્રોત્સાહક પેકેજની જાહેરાત કરી છે.

ભારતીય ઉદ્યોગોનું બેન્ક સમક્ષ કુલ દેવું ખાસ વધારે નથી. (2020માં 9.5 બિલિયન ડોલર). ઉદ્યોગોએ બેન્કોને તેમના ઘણા બધા નાણાં પાછા આપ્યાં છે અને જો ઉદ્યોગો આગામી ત્રણ મહિના માટે આ મુશ્કેલ સમય પસાર કરી લેશે તો પરિસ્થિતિમાં સુધારો આવી જશે. 2021 સુધીમાં માગ ફરી પુનઃસ્થાપિત થઇ જશે.

પ્રારંભિક સમયમાં કાર્યબળમાં (workforce) 50%નો ઘટાડો જોવા મળી શકે છે. રિટેલ વેચાણમાં આ વર્ષે આશરે 20%નો ઘટાડો થઇ શકે છે.

માંગ મુજબ ઉત્પાદન કરો, વધારે પડતું ઉત્પાદન ન કરો અને એક-બીજા સાથે સ્પર્ધા ન કરો.

તેનું અનુમાન કરવું મુશ્કેલ છે કે આપણે ક્યારે સામાન્ય પરિસ્થિતિ તરફ પાછા ફરીશું, પરંતુ તે દરમિયાન ભારતીય હીરા ઉદ્યોગે સ્વંયશિસ્ત રાખવાની અને સમજદારી પૂર્વક વ્યવસાયિક નિર્ણયો લેવાની ખૂબ જ જરૂર છે.

ઉદ્યોગોના એજિનને ફરી ધમધમતું કરવા માટે માંગ એક મહત્ત્વપૂર્ણ ઇંધણ બની રહેશે.