

Azim Premji ثروتمندترین مرد کشور هندوستان است که از سال ۱۹۹۹ این عنوان را از آن خود نموده و تا به حال همچنان آن را دارا می باشد Wipro. کمپانی تحت فرمان او سالیانی است که به تولید روغن های هیدروژنی آشپزی مشغول است و نه تنها بازار کشور هند بلکه بازار بسیاری از کشورهای منطقه را در اختیار دارد. نکته جالب در مورد این کمپانی آن است که اگرچه محصول اصلی و اولیه آن روغن های آشپزی می باشد اما در تولید انواع نرم افزار کامپیوتری نیز در کشور هند جز اولین ها به حساب می آید. در سال ۲۰۰۰ برای اولین بار نام او در لیست ۲۰ نفر اول جهان از نظر ثروت و نفوذ اقتصادی جای گرفت و از آن زمان تاکنون همواره نام او در لیست های مختلف اقتصادی مشاهده می گردد. یکی از مهمترین عناوینی که در طی این سال ها به او اعطا شده لقب «بیل گیتس هندی» است که در سال ۲۰۰۳ اولین بار توسط یک گزارشگر شبکه BBC به این نام خوانده شد.

Azim Premji در ۲۴ ژوئای سال ۱۹۴۵ به دنیا آمد. پدرش بنیانگذار کارخانه Wipro بود و از همین رو اوضاع اقتصادی مناسبی را به او راهی نمود. خانواده فراهم آورده بود.

Azim دوران مدرسه را همانند دیگر همسن و سالانش پشت سر گذاشت و برای ادامه تحصیل در رشته مهندسی برق وارد دانشگاه Stanford ایالات متحده شد.

در سال ۱۹۶۶ یعنی در سن ۲۱ سالگی، همزمان با فارغ التحصیلی از دانشگاه وارد کمپانی پدر شد و اندکی بعد در همان سال پدر از دنیا رفت و امور را به دست فرزند سپرد. هنگامی که Azim وارد Wipro شد سرمایه شرکت ۱/۵ میلیون دلار بود حال پس از مدت ها مدیریت او و به کارگیری شیوه های نوین Azim کمپانی Wipro به یک امپراطوری حقیقی با سرمایه ای افزون بر ۱/۴ میلیارد دلار مشغول به فعالیت است.

او که در سنین جوانی کنترل امور را در دست گرفت توانست با درهم آمیختن دانش روز و ابتکار و استعداد خود، اصولی را پایه ریزی نماید که بسیاری از مدیران جوان کشور هند امروزه مشغول آموختن آن اصول هستند. مهم ترین دستاورد مدیریتی او تغییر سیستم ارزش گذاری شرکت های بزرگ بود. همانگونه که مستحضرید بسیاری از کمپانی های بزرگ اهداف خود را به گونه ای ترتیب می دهند که خدمات یا محصولات آنها زندگی مردم را تحت تاثیر قرار دهد و آنها را وسوسه نماید تا از خدمات یا محصولات این شرکت ها استفاده نمایند. به عبارت ساده تر این محصولات کمپانی های بزرگ است که به مردم خط می دهد و مسیر زندگی آنها را مشخص می نماید. اما Azim با نقض آشکار این قاعده و تلقی آن به عنوان یک طعمه تحقیرآمیز برای مصرف کنندگان، روشی را در پیش گرفت که نیاز مردم و سلیقه آنها به محصولات او جهت بخشد و در این راه او همیشه سلاطین عموم طبقات جامعه را جویا می شد. به باور او یک تجارت جهت تحقق بخشیدن به تعهداتش در قبال مردم باید سود و ضررهای بسیاری را متحمل گردد تا به یک تجارت واقعی بدون کلک و در عین حال سود ده تبدیل گردد.

از دیگر علل موفقیت بی نظیر او می توان به نحوه نگرش او به مدیرانش اشاره کرد Premji. در تمامی مراحل مختلف کار همواره در زمان رویارویی با مدیران بخش های مختلف توان کیفی و مدیریتی آنها را به مراتب متذکر می شود و اعلام می کند که با چنین قدرتی آنها بسیار بهتر می توانند جهت پیشبرد اهداف کمپانی قدم بردارند. هنگامی که او اهداف آتی شرکت را

همزمان با بالا بردن روحیه و اعتماد به نفس کارکنانش مطرح می کند، همگان این اهداف را دست یافتنی تلقی می کنند و از همان ابتدای راه با آنها اخت می شوند.

ذکر این مطلب نیز خالی از لطف نیست که در نگرش Azim Premji ارزش های اجتماعی و انسانی در بالاترین جایگاه قرار دارند و این ارزش گذاری او به لایه های مختلف و سطوح متعدد امپراطوری تحت فرمانش نفوذ کرده است و اینگونه است که هر نوع عمل غیراخلاقی توسط تک تک کارکنان زشت و قبیح شمرده شده و همه از آن پرهیز می کنند. در قانون Premji پابندی به اصول اخلاقی و وفاداری به مردم پیش از هر اصل تجاری دیگر جای گرفته است.