

THE CONTRARIAN CONSULTANT



ടിനി ഫിലിപ്പ്

# ബിസിനസ് നിലയില്ലാ കയത്തിലാകുമ്പോൾ ആശയക്കുഴപ്പത്തിൽ നിന്ന് എങ്ങനെ കിരകയറാം?

സന്തം ബിസിനസ് നിലനിൽപ്പിനായി പോരടിക്കുമ്പോൾ ആ സാഹചര്യം അതിജീവിച്ച് വിജയപാതയിലേക്ക് എങ്ങനെ പ്രവേശിക്കാം? ഇതാ ഉദാഹരണ സഹിതം അതിനുള്ള മാർഗ്ഗം

എട്ട് ഘട്ടത്തിലായാലും കുറഞ്ഞേ ബിസിനസ്സുകൾ നിലനിൽപ്പിനായുള്ള പോരാട്ടത്തിലാവാതിടയ്ക്കും അതിൽ വളരെ കഠിനമായ കൈവിലയിലേക്ക് വളരുകയുള്ളൂവെന്ന് നമുക്ക് എല്ലാവർക്കും അറിയാം. ഒരു പ്രത്യേക ഘട്ടത്തിൽ ബിസിനസ്സുകൾ നിലനിൽപ്പിനായി പോരാട്ടമോൾ സമാധാനികമായും അതിൽ നിന്ന് മനസ്സിലാകുന്നത് സംരക്ഷകർ മുൻനോട്ടമുള്ള വഴി എങ്ങനെ കാരുത്തിൽ വ്യക്തമായില്ലെന്നാണ്.

ബസ്സുണ്ടിങ് മോഡ് (നിലനിൽപ്പിനായുള്ള പോരാട്ട മോഡ്) ന്റെ ഡിഫ്ഫറൻഷ്യൽ (വിഭജന രേഖിത മോഡ്) മേൽ എങ്ങനെ തന്റെ ബിസിനസ്സിനെ മാറ്റാനെന്നതിനുള്ള മികച്ച മാർഗ്ഗം അദ്ദേഹത്തിന് കണ്ടെത്താനാകില്ല.

ഇതിനുള്ള ഒരു കാരണം, ഏതാണ്ട് നല്ല വഴി മെന്ന് തീരുമാനിക്കുന്നതിൽ ഓർഗനൈസേഷന്റെ ഇടയിൽ തന്നെ അഭിപ്രായ ഭിന്നതയുള്ളതുകൊണ്ട് ഇത്തരത്തിലുള്ള അഭിപ്രായ ഭിന്നത തീവ്രമാനമെടുക്കുന്നതിനെ മെമ്പർമാർക്കും ഇത്തരവു ഗൗരവമായ പ്രശ്നമാണ്. മുൻനോട്ടപോകാനുള്ള ശരിയായ വഴി കണ്ടെത്താൻ ബിസിനസ്സുകാരന് സാധിച്ചിട്ടില്ലാതെ ബിസിനസ്സിന്റെ അടപ്തമുഖിന് തന്നെ ഇത് വഴി തെളിയിച്ചേക്കാം.

ഈ സാഹചര്യം വിശദമായി മനസ്സിലാക്കാൻ കേരളത്തിലെ കമ്പനി A എന്ന പേരുടെ ഫുൾടൈം നെറ്റ്വർക്ക് കമ്പനിയെ ഉദാഹരണമാക്കട്ടെ. സന്തം ഫാക്ടറിയിൽ പെരുപ്പി നിർമ്മിച്ച് വിൽപിനിയുമുടമമാർ വഴി കേരളത്തിലെ നിരവധി കടകളിലേക്ക് ഇവർ ഉൽപ്പന്നം എത്തിക്കുകയാണ് ചെയ്തിരുന്നത്.

**വേണം വ്യത്യസ്ത കാഴ്ചപ്പാടുകൾ**  
ഒരു മാവൽ പെരുപ്പുകൾ നിർമ്മിക്കുന്ന ഇവരുടെ പ്രതിവർഷം സെയിൽസ് ടേർഗെറ്റ് ഏകദേശം 12 കോടി രൂപയാണ്. വിൽപനയിലുണ്ടായ മാർഗ്ഗവും മോശത്തിൽ സംഭവിക്കുന്ന കരഞ്ഞ ഇടവും മൂലം കമ്പനി A വളരെ സാമ്പത്തികമായി ബിസിനസ്സ് നിലനിൽപ്പിനായുള്ള പോരാട്ടത്തിലാണ്. പ്രതിവർഷം ഏതാണ്ട് 200 കോടി രൂപയുടെ സെയിൽസ് ടേർഗെറ്റ് വീതമുള്ള മുൻ അതിരുകളോടെ കമ്പനികളിൽ നിന്നുള്ള കരഞ്ഞ വെല്ലുവിളിയാണ് ഇതിന് കാരണം. ഈ മുൻ പ്രമുഖ എതിരുകളില്ലാത്ത വിഭാഗത്തിൽ 40 മുതൽ 50 വരെയ്ക്ക് പെരുപ്പുകൾ കേരളത്തിലെ പത്തു ഫാക്ടറികളിലായി നിർമ്മിച്ച് എത്തിക്കുന്നു.

അനുകൂല വർഷങ്ങളായി കമ്പനി A നഷ്ടത്തിലാണ്. കമ്പനിയുടെ പ്രവർത്തനം മുൻനോട്ടമെടുക്കുമ്പോൾ വിലയിലായാലും തുക വാങ്ങാൻ എടുത്തിട്ടുണ്ട്. മൂന്നു സഹോദരന്മാരാണ് കമ്പനി A യുടെ സാമ്പത്തികമേഖലകൾ. ഇവർ മൂവരും ബിസിനസ്സിന്റെ പ്രത്യേക പ്രത്യേക വിഭാഗങ്ങളിൽ നേതൃത്വം നൽകുന്നു.

ഒരു സഹോദരൻ മാർക്കറ്റിലെ വിഭാഗത്തിൽ നേതൃത്വം നൽകുമ്പോൾ മറ്റൊരാൾ സെയിൽസിനും മൂന്നാമത്തെ അൾ മാനുഫാക്ചറർ വിഭാഗത്തിനും സാമ്പത്തികം നൽകുന്നു. എങ്ങനെ ബിസിനസ്സി



**എന്താണ് നല്ല വഴിയെന്ന് തീരുമാനിക്കുന്നതിൽ ഓർഗനൈസേഷന്റെ ഉള്ളിൽ തന്നെ അഭിപ്രായ ഭിന്നതയുള്ളതുകൊണ്ട്, ഇത്തരത്തിലുള്ള അഭിപ്രായ ഭിന്നത തീവ്രമാനമെടുക്കുന്നതിനെ മെമ്പർമാർക്കും ഇത്തരവു ഗൗരവമായ പ്രശ്നമാണ്**

ഒരു വിജയപാതയിലേക്ക് നയിക്കാനും എന്ന കാരുത്തിൽ മുൻ സഹോദരന്മാർക്കും വ്യത്യസ്ത കാഴ്ചപ്പാടാണുള്ളത്. മാർക്കറ്റിലെ നേതൃത്വം നൽകുന്ന സഹോദരൻ, ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾ വഴി വൻതോതിൽ പണം ചെലവഴിക്കുന്ന ഗ്രാൻഡ്ഡിംഗ്, അഡ്വൈസറിയുടെ തീനികളിലൂടെ ഉപയോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കുന്ന ഏക മാർക്കറ്റിലൂടെ മാത്രമേ കമ്പനി വിജയത്തിലേക്ക് എത്തിക്കുകയുള്ളൂവെന്ന് വിശ്വസിക്കുന്നു. ഇവരുടെ പ്രധാന എതിരുകളിൽ ടെലിവിഷൻ പരസ്യത്തിനായി വൻ തോതിൽ പണം ചെലവഴിക്കുന്നതാണ് ഇതിനു കാരണം.

പരസ്യത്തിന്റെ അഭാവമാണ് വിൽപന മാർഗ്ഗത്തിന് കാരണമെന്നാണ് ഇദ്ദേഹത്തിന്റെ വിശ്വാസം. സെയിൽസിന് നേതൃത്വം നൽകുന്ന സഹോദരൻ, കമ്പനി വിജയത്തിലേക്കിറങ്ങാനുള്ള ഏക വഴി വിൽപിനിയുമുടമമാർക്ക് ആകർഷകമായ ഓഫ് സീസൺ വോളം സെക്ടർ ആണെന്ന വിശ്വാസമാണെന്നാണ്. ഓഫ് സീസണിൽ വിൽപന കൂട്ടാനും നിലനിൽപ്പിനായായി എല്ലാ ഫുൾടൈം നെറ്റ്വർക്കുകളും ആകർഷകമായ വോളം സെക്ടറുകൾ വിൽപിനിയുമുടമമാർക്ക് നൽകാനാണ്. സെപ്റ്റംബർ മാസത്തിൽ ഓഫ് സീസൺ വിൽപനയിൽ മെമ്പർമാർ കാരണമെങ്കിൽ സമാനങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യും.

**വിശകലന മനോഭാവമാവാം**  
കമ്പനി A യുടെ വിൽപിനിയുമുടമമാർ ഓഫ് സീസൺ ഓർഗനൈസേഷൻ വളരെയധികം നേടാനുള്ള എതിരുകളിൽ മുൻനോട്ടമെടുക്കുന്ന ഇൻസെന്റീവുകളുടെ അൽ ആകർഷകമല്ല കമ്പനി A യുടെതാണ് എന്നതാണ് ഇതിനു കാരണമായി ഇവർ പറയുന്നത്. മാന്യഫാക്ചററിന് നേതൃത്വം നൽകുന്ന സഹോദരൻ കമ്പനി വിജയത്തിലേക്കിറങ്ങാനുള്ള ഏക വഴി, ഫാക്ടറിയിലെ മാർക്കറ്റിലെ ആകർഷകമായ വോളം അല്ലെങ്കിൽ ഉൽപ്പാദനം വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യേണ്ടതുമാണ് ചെലവ് കുറയ്ക്കേണ്ടതാണ്. ഉൽപ്പാദനക്ഷമത കുറവായതിനാൽ കമ്പനി A യുടെ ഉൽപ്പാദന ചെലവ് അമ്പലൂടെ പ്രമുഖ എതിരുകളിലേക്ക്