THE CONTRARIAN CONSULTANT

ടിനി ഫിലിപ്പ്

ഇന്ത്യയിലും ബിസിസി രാജ്യങ്ങളിലുമായി നിരവധി സംരംഭങ്ങളുടെ ബിസിനസ് അഡൈ്വസറായ ടിനി ഫിലിപ്പിന് സ്വതന്ത്രതയും സ്വയം പര്യാപ്തതയുമുള്ള ബിസിനസ് മോഡലുകൾ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിൽ 22 വർഷത്തെ പരിചയ സമ്പത്തുണ്ട്. ലോക ബിസിനസ് അഡൈ്വസർ ആയി പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ച അദ്ദേഹം സിസാർട്ട്, കൺസൾട്ടിംഗ് ഗ്രൂപ്പിന്റെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടിവ് ഓഫീസറാണ്.
ഇ-മെയിൽ: tinyphilip@gmail.com

റിപ്ലെനിഷ്മെന്റ് ഫ്രീക്വൻസി വർധിപ്പിക്കാം
വിൽപ്പന നഷ്ടപ്പെടുന്നത് ഒഴ

വിൽപ്പനയിലെ ലാഭവും റിപ്ലെനിഷ്മെന്റ് ഫ്രീക്വൻസിയും തമ്മിൽ എങ്ങനെ ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു?

തങ്ങളുടെ ഔട്ട്ലെറ്റുകളിൽ എന്തുമാത്രം സ്റ്റോക്ക് (Inventory) ആവശ്യമാണെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുക എന്നത് റീട്ടെയ്ൽ ബിസിനസിൽ സംരംഭകർ നേരിടുന്ന പൊതുവായ പ്രശ്നങ്ങളിൽ ഒന്നാണ്.

മാതൃകാപരമായ സ്റ്റോക്കിന്റെ അളവ് (Inventory level) ഏതാണ് എന്നതിനെക്കുറിച്ച് ഫിനാൻസ് വിഭാഗവും വിൽപ്പന വിഭാഗവും തമ്മിൽ എപ്പോഴും അഭിപ്രായവ്യത്യാസങ്ങൾ ഉണ്ടാകാറുണ്ട്. സാധാരണഗതിയിൽ, സ്റ്റോക്കിന്റെ കുറവുകാരണം വിൽപ്പന നഷ്ടമായെന്ന് സെയ്ൽസ് വിഭാഗം എന്നും പരാതി പറയുകയും, സ്റ്റോക്ക് കൂട്ടാൻ ആവശ്യപ്പെടുകയും ചെയ്യും. ഇതിനിടയിൽ, ഫണ്ടിന്റെ ലഭ്യതയെക്കുറിച്ചും സ്റ്റോക്കിൽ വലിയ നിക്ഷേപം ആവശ്യമായി വരുന്നതിനാൽ ഉണ്ടാകുന്ന പ്രവർത്തന മൂലധനച്ചെലവിനെക്കുറിച്ചും സാമ്പത്തികവിഭാഗം എപ്പോഴും പരാതി പറയും; സ്റ്റോക്ക് കുറയ്ക്കാൻ ആവശ്യപ്പെടുകയും ചെയ്യും. വ്യത്യസ്തമായ ഈ രണ്ടു കാഴ്ചപ്പാടുകളും സംരംഭകരെ ആശയക്കുഴപ്പത്തിലാക്കും. സാധാരണമായും, സംരംഭകൻ തന്റെ സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ഈ രണ്ട് അഭിപ്രായങ്ങൾക്കുമിടയിൽ ചാഞ്ചാടും.

ഉദാഹരണത്തിന്, ഫണ്ട് കുറവാണെന്നിരിക്കട്ടെ. ഫിനാൻസ് വിഭാഗം, സ്റ്റോക്കിലെ നിക്ഷേപം കുടുതലാണെന്നൊരു കാരണം പുണ്ടിക്കാണിച്ചിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ സ്റ്റോക്ക് കുറയ്ക്കാൻ മാനേജ്മെന്റ് തീരുമാനിക്കും. നേരെമറിച്ച്, വിൽപ്പന കുറവാണെന്നിരിക്കട്ടെ. സ്റ്റോക്ക് കുറവായിരുന്നതുകൊണ്ടാണ് അങ്ങനെ സംഭവിച്ചതെന്ന് സെയ്ൽസ് വിഭാഗം പറഞ്ഞിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ സ്റ്റോക്ക് വർധിപ്പിക്കാൻ മാനേജ്മെന്റ് തീരുമാനിക്കും.

സ്റ്റോക്ക് കുറഞ്ഞാൽ

ഇത് നിർണായകമായ ഒരു പ്രശ്നമായതിനാൽ, വിജയകരമായി ഒരു റീട്ടെയ്ൽ ബിസിനസ് മുന്നോട്ടു കൊണ്ടുപോകുന്നതിനായി സംരംഭകർ ഇതിനെക്കുറിച്ച് വിശദമായി മനസിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്. സ്റ്റോക്കിന്റെ അപര്യാപ്തത മൂലം പല റീട്ടെയ്ൽ വ്യവസായങ്ങളിലും വിൽപ്പന നഷ്ടപ്പെടാറുണ്ടെന്ന് സ്വന്തം അനുഭവത്തിൽ നിന്ന് എല്ലാവർക്കും അറിയാവുന്നതാണ്. ഒരു പ്രത്യേക സാധനം വാങ്ങാനായി കടയിൽ പോകുമ്പോൾ ആ സാധനം ലഭ്യമല്ലെങ്കിൽ, ഒന്നും വാങ്ങാതെ നമ്മളും ഇറങ്ങിപ്പോരാറുണ്ട്. വ്യവസായ മേഖലയിൽ നിന്നുള്ള റിപ്പോർട്ടുകൾ അനുസരിച്ച്, സ്റ്റോക്കിന്റെ കുറവുമൂലം പല റീട്ടെയ്ൽ വ്യവസായങ്ങളിലും 4 മുതൽ 12 ശതമാനം വരെ വിൽപ്പന നഷ്ടപ്പെടുന്നു. റീട്ടെയ്ൽ വ്യവസായത്തിൽ, സ്റ്റോക്കിന്റെ കുറവുമൂലം വിൽപ്പന നഷ്ടപ്പെടുന്നുണ്ട് എന്നതിന്റെ വ്യക്തമായ സൂചനയാണിത്.

> **വിജയകരമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന പല കമ്പനികളും തങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനത്തിൽ റിപ്ലെനിഷ്മെന്റ് ഫ്രീക്വൻസി വർധിപ്പിക്കുന്നതിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു**

മിക്ക കടകളും സാമ്പത്തിക വർഷത്തിന്റെയും ഓരോ സീസണിന്റെയും അവസാനം പഴയ സ്റ്റോക്കുകൾ വലിയ ഡിസ്കൗണ്ടിൽ വിറ്റഴിക്കുന്നതും നമ്മൾ കാണുന്നുണ്ട്. യഥാർത്ഥത്തിൽ പുതിയ മോഡലുകൾ പ്രചരിക്കുന്ന അതേ സമയം തന്നെ, പഴയ മോഡലുകൾക്ക് വലിയ ഡിസ്കൗണ്ട് നൽകുന്നത് ഉപഭോക്താക്കളെ വീണ്ടും ചിന്താക്കുഴപ്പത്തിലാക്കുന്നുണ്ട്. റീട്ടെയ്ൽ വ്യവസായത്തിൽ സ്റ്റോക്ക് അമിതമാകാറുണ്ട് എന്നതിന്റെ വ്യക്തമായ സൂചനയാണ് ഡിസ്കൗണ്ടിൽ വിറ്റഴിക്കുന്നത്.

മുകളിൽ പറഞ്ഞതനുസരിച്ച്, ഫിനാൻസ് വിഭാഗവും സെയ്ൽസ് വിഭാഗവും പറയുന്നത് ശരിയാണെന്ന് സ്പഷ്ടമാണ്. ഈയൊരു ഘട്ടത്തിലാണ് സംരംഭകർ തങ്ങളുടെ സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് മാറിമാറി സ്റ്റോക്ക് കുറയ്ക്കാനും കൂട്ടാനും തീരുമാനിക്കുന്നത്.

ഇനി ഇതേക്കുറിച്ച് കൂടുതൽ വിശദമായി പഠിക്കാം, ഇരുക്കൂട്ടർക്കും തൃപ്തികരമായ വിധത്തിൽ ഈ പ്രശ്നം എങ്ങനെ പരിഹരിക്കാമെന്ന് നോക്കാം.

RSI ROI (Reasonable, Sustainable, Increasing Return on Investment) ആണ് ഏതു ബിസിനസിന്റെയും പ്രധാന ലക്ഷ്യം. നിക്ഷേപത്തിൽ നിന്നുള്ള വരുമാനം (ROI) വർധിപ്പിക്കാനായി വിൽപ്പന നഷ്ടപ്പെടുന്നത് കുറയ്ക്കണമെന്ന് സെയ്ൽസ് വിഭാഗം വിശ്വസിക്കുന്നു. സ്റ്റോക്ക് കുറയുമ്പോൾ വിൽപ്പന നഷ്ടപ്പെടുന്നു. ആവശ്യമുള്ളതിനേക്കാളും സ്റ്റോക്കിന്റെ അളവ് കുറയുമ്പോഴാണ് തികയാതെ വരുന്നത്.

നിക്ഷേപത്തിൽ നിന്നുള്ള വരുമാനം കൂട്ടുന്നതിനായി അമിത നിക്ഷേപം കുറയ്ക്കണമെന്ന് ഫിനാൻസ് വിഭാഗം വിശ്വസിക്കുന്നു. നിക്ഷേപം അമിതമാകുന്നത് ആവശ്യമുള്ളതിലധികം സ്റ്റോക്ക് സൂക്ഷിക്കുമ്പോഴാണ്. നിക്ഷേപത്തിൽ നിന്നുള്ള വരുമാനം വർധിപ്പിക്കാനായി അമിത ചെലവ് കുറയ്ക്കണമെന്നും ഫിനാൻസ് വിഭാഗം വിശ്വസിക്കുന്നു. ആവശ്യത്തിലധികം സ്റ്റോക്ക് സൂക്ഷിക്കുമ്പോൾ, അധിക ചെലവ് പോലെ, പ്രവർത്തന മൂലധന പലിശയും അധികമാകുന്നു.

ഇവിടുത്തെ പ്രധാന പ്രശ്നം, നിക്ഷേപത്തിൽ നിന്നുള്ള വരുമാനം വർധിപ്പിക്കാനായി ബിസിനസിൽ നിലനിർത്തേണ്ട, 'ആവശ്യമുള്ള സ്റ്റോക്കിന്റെ അളവ്' (Required Inventory level) ആണ്. 'ആവശ്യമുള്ള സ്റ്റോക്കിന്റെ അളവ്' നിർണയിക്കുന്നത് എന്താണ്? ഇതേക്കുറിച്ച് കൂടുതൽ വിശദമായി മനസിലാക്കാനായി, A എന്ന ഒരു ഉൽപ്പന്നം മാത്രം വിൽക്കുന്ന ഒരു റീട്ടെയ്ൽ ഷോപ്പിന്റെ ലളിതമായ ഉദാഹരണം മെടുക്കാം.

ഈ ഉദാഹരണത്തിൽ, കട ആഴ്ചയിൽ 7 ദിവസവും പ്രവർത്തിക്കുന്നു. ഉൽപ്പന്നം A യുടെ ഡിമാൻഡ് ദിവസേന പത്ത് പീസ്, അതായത് ആഴ്ചയിൽ 70 പീസ് ആണ്. ഉൽപ്പന്നം A എത്തിച്ചുതരുവാൻ കൃത്യതയുള്ള ഒരു വിതരണക്കാരൻ ഉണ്ടെന്നും, വിതരണം ചെയ്യാനുള്ള ഉൽപ്പാദനപ്രക്രിയയുടെ സമയം ഒരു ദിവസമാണെന്നും അനുമാനിക്കുക.

മുകളിൽ പറഞ്ഞ വിവരങ്ങൾ വെച്ച്, കടയിൽ ഉൽപ്പന്നം A യുടെ, 'ആവശ്യമുള്ള സ്റ്റോക്കിന്റെ അളവ്' കണ്ടുപിടിക്കാൻ സാധിക്കുമോ? ഇല്ല. അതിനായി നമുക്ക് ഒരു കാര്യം കൂടി അറിയേണ്ടതുണ്ട്. ഉൽപ്പന്നം A യുടെ റിപ്ലെനിഷ്മെന്റ് ഫ്രീക്വൻസി (Replenishment frequency) ആണത്.

രണ്ട് മാതൃകകൾ

വ്യത്യസ്തമായ റിപ്ലെനിഷ്മെന്റ് ഫ്രീക്വൻസിയുള്ള രണ്ട് സാങ്കൽപ്പിക സാഹചര്യങ്ങൾ നമുക്ക് പരിശോധിക്കാം.

ആദ്യത്തെ സാഹചര്യത്തിൽ, ആഴ്ചയിൽ ഒരിക്കൽ ഉൽപ്പന്നം A-ക്ക് ഓർഡർ കൊടുക്കുകയും സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കഴിഞ്ഞ കാലങ്ങളിൽ പിൻതുടർന്നുപോന്ന ശീലമോ സപ്ലയർ ഈ റൂട്ടിൽ വരുന്ന