## THE CONTRARIAN CONSULTANT

**ടിനി ഫിലിപ്പ്**

*ഇന്ത്യയിലും ജിസിസി രാഷ്ട്രങ്ങളിലുമായി 50ൽ അധികം സംരംഭങ്ങളുടെ ബിസിനസ് അഡ്വൈസർ ആയിരുന്ന ടിനി ഫിലിപ്പിന് സ്ഥിരതയും സ്വയം പര്യാപ്തതയുമുള്ള ബിസിനസ് മോഡലുകൾ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിൽ 22 വർഷത്തെ പരിചയ സമ്പത്തുണ്ട്. 1992ൽ ബിസിനസ് അഡ്വൈസർ ആയി പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ച അദ്ദേഹം റിസൾട്ട്, കൺസൾട്ടിംഗ് ഗ്രൂപ്പിന്റെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസറാണ്. ഇ-മെയ്ൽ:* tinyphilip@gmail.com

# നിങ്ങൾ ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നത് എന്തിനു വേണ്ടി?

**നിങ്ങൾക്ക് ഒന്നിലധികം ലക്ഷ്യങ്ങളുണ്ടെങ്കിൽ ഒരു ലക്ഷ്യത്തെ മുൻനിർത്തി നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന തീരുമാനം മറ്റൊരു ലക്ഷ്യത്തെ തളർത്തുന്നതായി മാറാം. ഇവിടെയാണ് 'മുഖ്യലക്ഷ്യം' പ്രസക്തമാകുന്നത്**

ഒരു ബ്രാൻഡ് വളർത്തിയെടുക്കാൻ, ഒരു ബിസിനസ് ലീഡറായി വളരാൻ, ലാഭം നേടാൻ– എന്തിനു വേണ്ടി ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നുവെന്ന ചോദ്യത്തിന് സാധാരണയായി സംരംഭകർ നൽകുന്ന ഉത്തരങ്ങളാണിവ. എന്നാൽ ഇവയിലേതാണ് പ്രധാന ലക്ഷ്യമെന്നു ചോദിച്ചാൽ പലരുമൊന്നു കുഴങ്ങും. ഇവയെല്ലാം പ്രധാനമാണെന്നു പറഞ്ഞ് രക്ഷപ്പെടാനായിരിക്കും അവർ ശ്രമിക്കുക.

സംരംഭത്തിൽ ഏറ്റവും മുഖ്യമായി ഒരു ലക്ഷ്യത്തെ തിരിച്ചറിയേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകതയെന്താണ്? നിങ്ങളുടെ സംരംഭം ഒരു പ്രത്യേക ഘട്ടത്തിനപ്പുറത്തേക്ക് വളർന്നു തുടങ്ങിയെന്നിരിക്കട്ടെ. മാർക്കറ്റിംഗ്, സെയ്ൽസ്, ഉൽപ്പാദനം, വിതരണം എന്നിങ്ങനെ വിവിധ വിഭാഗങ്ങളായി സംരംഭത്തെ ക്രമീകരിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാകും. ഇവയിൽ ഓരോ വിഭാഗത്തിനും അവരവരുടേതായ ആവശ്യങ്ങളും ഉണ്ടാകും. പരിമിതമായ ഇംപ്രൂവ്മെന്റ് ഫണ്ടിൽ നിന്ന് ഏത് വിഭാഗത്തിന്റെ ആവശ്യമാണ് നിങ്ങൾ അംഗീകരിക്കുക. സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ പ്രാപ്തമാകാൻ പര്യാപ്തമായ തീരുമാനമായിരിക്കും നിങ്ങളെടുക്കുക. എന്നാൽ നിങ്ങൾക്ക് ഒന്നിലധികം ലക്ഷ്യങ്ങളുണ്ടെങ്കിൽ ഒരു ലക്ഷ്യത്തെ മുൻനിർത്തി നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന തീരുമാനം മറ്റൊരു ലക്ഷ്യത്തെ തളർത്തുന്നതായി മാറാം. ഇവിടെയാണ് 'മുഖ്യലക്ഷ്യം' പ്രസക്തമാകുന്നത്.

> **നിങ്ങളുടെ സംരംഭം നഷ്ടത്തിലായിരിക്കുമ്പോൾ 'ബ്രാൻഡ് നിർമിതി'യെക്കുറിച്ച് നിങ്ങൾ ചിന്തിക്കുമോ?**

മുഖ്യലക്ഷ്യത്തെ കണ്ടെത്താനായി രണ്ട് ചോദ്യങ്ങളാണ് ഞാൻ സംരംഭകരോട് ചോദിക്കുന്നത്:

- നിങ്ങളുടെ സംരംഭം നഷ്ടത്തിലായിരിക്കുമ്പോൾ 'ബ്രാൻഡ് നിർമിതി'യെക്കുറിച്ച് നിങ്ങൾ ചിന്തിക്കുമോ?
- നിങ്ങളുടെ സംരംഭം നഷ്ടത്തിലായിരിക്കുമ്പോൾ ഒരു ഇൻഡസ്ട്രി ലീഡർ ആയി വളരാനുള്ള ശ്രമത്തിലായിരിക്കുമോ നിങ്ങൾ?

### ആർഎസ്ഐ ആർഒഐ

സാധാരണയായി ഈ രണ്ടു ചോദ്യങ്ങൾക്കും 'ഇല്ല' എന്ന ഉത്തരം തന്നെയാണ് ലഭിക്കുക. അപ്പോൾ ലാഭം എന്നതു തന്നെയാണ് മറ്റു രണ്ടു ലക്ഷ്യങ്ങളെക്കാൾ മുഖ്യമായി വരുന്നത്.

ഇനി മറ്റൊരു സാഹചര്യം പരിഗണനയ്ക്കെടുക്കാം.

ബിസിനസിന്റെ ഭാവി വളർച്ചയ്ക്കായി നിങ്ങളുടെ മുന്നിൽ രണ്ടു പദ്ധതികളുണ്ടെന്നിരിക്കട്ടെ. ഒന്ന് നിങ്ങൾക്ക് ഒരു കോടി രൂപയുടെ വാർഷിക ആദായം ഉണ്ടാക്കിത്തരും, രണ്ടാമത്തെ പദ്ധതി രണ്ടു കോടി രൂപയുടെ ആദായമുണ്ടാക്കും. സ്വാഭാവികമായി രണ്ടാമത്തെ പദ്ധതിയാകും നിങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുക്കുക. പക്ഷേ ആദ്യ പദ്ധതിക്കു വേണ്ട നിക്ഷേപം രണ്ടു കോടി രൂപ മാത്രവും രണ്ടാമത്തേതിന് വേണ്ടത് 20 കോടി രൂപയുമാണെന്ന് കരുതുക. അത്തരമൊരു സന്ദർഭത്തിൽ ആദ്യത്തെ പദ്ധതിയായിരിക്കും കൂടുതൽ പേർ തെരഞ്ഞെടുക്കുക. അതായത് ലാഭത്തിനേക്കാൾ പ്രാധാന്യം നിക്ഷേപത്തിന് ആനുപാതികമായ നേട്ട (Return On Investment- ROI)ത്തിനാണ്. ആദ്യത്തെ പദ്ധതിയിൽ ആർഒഐ 50% ആണെങ്കിൽ രണ്ടാമത്തേതിൽ അത് 10% മാത്രമാണ്.

ഇത് ഒന്നു കൂടി വ്യക്തമാക്കുന്നതിന് ഒരു ചോദ്യം കൂടി ചോദിക്കാം. ഈ വർഷം 40% ആർഒഐ സ്വന്തമാക്കുന്ന നിങ്ങളുടെ കമ്പനി അടുത്ത വർഷം 5% ആർഒഐ മാത്രം സ്വന്തമാക്കുന്നത് നിങ്ങൾക്ക് തൃപ്തികരമാകുമോ? തീർച്ചയായും ഇത്തരം അലസമായൊരു മുന്നോട്ടുപോക്കിൽ നിങ്ങൾ തൃപ്തനാകില്ല.

ഇതിൽ നിന്നെല്ലാം വ്യക്തമാകുന്ന സംരംഭത്തിന്റെ മുഖ്യലക്ഷ്യം ഇതാണ്– മാന്യമായ (Reasonable), സ്ഥിരതയുള്ള (Sustainable), വർധിക്കുന്ന (Increasing) ആർഒഐ.

ചുരുക്കി പറഞ്ഞാൽ ആർഎസ്ഐ ആർഒഐ (RSI ROI).

ബ്രാൻഡ് നിർമാണവും ഇൻഡസ്ട്രിയിൽ ഒന്നാമനാകുന്നതും ലാഭവുമെല്ലാം ആർഎസ്ഐ ആർഒഐ ഉറപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള മാർഗങ്ങളാണ്, ആത്യന്തിക ലക്ഷ്യമല്ല എന്നു തിരിച്ചറിയുക.

ഒരിക്കൽ ഇത് തിരിച്ചറിഞ്ഞാൽ ഏറ്റവും താഴെക്കിടയിലുള്ള ജീവനക്കാരനെ വരെ വിജയത്തിനായി ഇത് ബോധ്യപ്പെടുത്തുക. പ്രത്യേകിച്ചും നിങ്ങളുടെ സംരംഭം അവസരങ്ങൾ കണ്ടറിഞ്ഞ് വളർന്നു തുടങ്ങുമ്പോൾ. ■

THE Raymond SHOP
FROM FORMAL TO FASHIONABLE.
Transform your style with the finest wool jacketing fabric from Raymond
Raymond
PARK AVENUE
parx
ColorPlus
Raymond
CUSTOM TAILORING
M G Road, Marine Drive, Lulu Mall, Chalikkavattom.