THE CONTRARIAN CONSULTANT

ടിനി ഫിലിപ്പ്

ഇന്ത്യയിലും ജിസിസി രാഷ്ട്രങ്ങളിലുമായി 300 ൽ അധികം സംരംഭങ്ങളുടെ ബിസിനസ് അഡ്വൈസർ ആയിരുന്ന ടിനി ഫിലിപ്പിന് സ്ഥിരതയും സ്വയം പര്യാപ്തതയുമുള്ള ബിസിനസ് മോഡലുകൾ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിൽ 22 വർഷത്തെ പരിചയ സമ്പത്തുണ്ട്. 1993ൽ ബിസിനസ് അഡ്വൈസർ ആയി പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ച അദ്ദേഹം റിസൾട്ട്സ് കൺസൾട്ടിംഗ് ഗ്രൂപ്പിന്റെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസറാണ്. ഇ-മെയ്ൽ: tinyphilip@gmail.com

ഒഴിവാക്കാം
മാന്ദ്യകാലത്തെ പിരിച്ചുവിടൽ

മാന്ദ്യകാലത്ത് തൊഴിലാളികളെ പിരിച്ചുവിടുന്നത് കമ്പനിയെ തന്നെയാണ് ആത്യന്തികമായി ബാധിക്കുക. സ്ഥാപനത്തിന്റെ വളർച്ചയെ ബുദ്ധിപരമായി ക്രമീകരിച്ചാൽ ഇത് ഒഴിവാക്കാനാകും

വൈവിധ്യവൽക്കരണം മാന്ദ്യത്തിൽ നിന്നു രക്ഷനേടാനുള്ള മികച്ച മാർഗമാണെന്നത് പൊതുവെയുള്ള വിശ്വാസമാണ്. അതിനാൽ അടിസ്ഥാന ബിസിനസിൽ വിജയം കൈവരിച്ചാൽ മിക്ക സംരംഭകരും മറ്റു മേഖലകളിലേക്കും ശ്രദ്ധ തിരിക്കും. ഏതെങ്കിലും മേഖലയെ മാന്ദ്യം ബാധിച്ചാലും പിടിച്ചുനിൽക്കാൻ ഇതിലൂടെ സംരംഭകന് സാധിക്കും. പക്ഷേ, മാന്ദ്യത്തിന്റെ ദുഷ്ഫലങ്ങളിൽ നിന്ന് രക്ഷ നേടാൻ തൊഴിലാളിയെ ഇത് സഹായിക്കുന്നില്ല.

തൊഴിലാളികളെ കൈയൊഴിയുന്നത് മാന്ദ്യകാലത്തിനു ശേഷം കമ്പനിയെ ആകെ തന്നെയാണ് ബാധിക്കുക. ഉൽപ്പാദനം പഴയ തലത്തിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ വീണ്ടും തൊഴിലാളികളെ കണ്ടെത്തണം. അവർക്കുള്ള പരിശീലനമുൾപ്പടെ എല്ലാ പ്രക്രിയകളും വീണ്ടും ആവർത്തിക്കേണ്ടി വരും. കൂടാതെ പലതവണ തൊഴിലാളികളെ പിരിച്ചുവിട്ട ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ ജീവനക്കാർക്ക് ആത്മാർത്ഥതയും വളരെ കുറയും.

അപ്പോൾ പിരിച്ചുവിടൽ ഒഴിവാക്കി എങ്ങനെ മാന്ദ്യത്തെ മറികടക്കാം? ആദ്യം വേണ്ടത് ഒരിക്കൽ നിങ്ങളുടെ സംരംഭത്തിനും മാന്ദ്യത്തെ നേരിടേണ്ടി വരുമെന്ന് തിരിച്ചറിയുകയാണ്. എന്നിട്ട് തൊഴിലാളികളെ ഒഴിവാക്കാതെ, പ്രയോജനപ്പെടുത്തി മാന്ദ്യത്തെ മറികടക്കാൻ തയാറെടുക്കുക.

വിപണി വിഹിതം കുറയ്ക്കാം

ദീർഘകാലം വിൽപ്പനയിലുണ്ടാകുന്ന ഇടിവ് ഒഴിവാക്കുക എന്നതാണ് പ്രധാനമായി പരിഗണിക്കേണ്ടത്. വിപണി വിഹിതം കുറയ്ക്കുകയാണ് ഇതിനുള്ള മികച്ച മാർഗം. ഇത് വ്യക്തമാക്കുന്നതിന് നമുക്കൊരു സാഹചര്യം പരിഗണിക്കാം.

പ്രതിമാസം 1000 യൂണിറ്റുകളുടെ വിൽപ്പനയുള്ള വിപണിയിൽ ഒരു കമ്പനിക്ക് 50% വിപണി വിഹിതമുണ്ട്, അതായത് 500 യൂണിറ്റ് വിൽപ്പന. രണ്ടാമത്തെ കമ്പനിക്ക് 10% വിപണി വിഹിതം, 100 യൂണിറ്റിന്റെ വിൽപ്പന. മാന്ദ്യമുണ്ടായി 30% വിൽപ്പന കുറഞ്ഞു എന്നു കരുതുക. അപ്പോൾ 700 യൂണിറ്റിന്റെ മൊത്തം വിപണിയിൽ 350 യൂണിറ്റായിരിക്കും ആദ്യത്തെ കമ്പനിയുടെ വിഹിതം. രണ്ടാമത്തെ കമ്പനിയുടെ വിൽപ്പന നൂറിൽ നിന്ന് 70 യൂണിറ്റായി കുറയും. ആദ്യത്തെ കമ്പനിക്ക് 500 യൂണിറ്റിന്റെ വിൽപ്പന തിരിച്ചുപിടിക്കണമെങ്കിൽ മറ്റുള്ളവരുടെ മൊത്തം വിഹിതമായ 350 യൂണിറ്റിൽ നിന്ന് 150 യൂണിറ്റിന്റെ വിൽപ്പന സ്വന്തമാക്കണം. എന്നാൽ രണ്ടാമത്തെ കമ്പനിക്ക് പഴയ 100 യൂണിറ്റിന്റെ വിൽപ്പന തിരിച്ചുപിടിക്കാൻ 630 യൂണിറ്റുകളിൽ 30 എണ്ണത്തിന്റെ വിൽപ്പന സ്വന്തമാക്കിയാൽ മതി. തീർച്ചയായും രണ്ടാമത്തെ കമ്പനിക്കാണ് ഈ സാഹചര്യത്തിൽ കാര്യങ്ങൾ എളുപ്പം. പക്ഷേ, വിപണി വിഹിതം കുറച്ചു നിർത്തുക എളുപ്പമല്ല. എന്തെന്നാൽ വിപണി കുതിക്കുന്ന കാലത്ത് വളർച്ചയ്ക്കുള്ള എളുപ്പ മാർഗം വിപണി വിപുലമാക്കുകയാണ്

> **ദീർഘകാലം വിൽപ്പനയിലുണ്ടാകുന്ന ഇടിവ് മറികടക്കാൻ പ്രധാന മാർഗം വിപണി വിഹിതം കുറച്ചു നിർത്തുക എന്നതാണ്**

അപ്പോൾ സ്വന്തം കമ്പനിയുടെ വിഹിതം കുറച്ചുനിർത്തിക്കൊണ്ട് എങ്ങനെയാണ് വളർച്ച നേടുക? ഒരു യഥാർത്ഥ ഉദാഹരണം വിശദീകരിക്കാം.

നേരത്തെ പറഞ്ഞ ആ കമ്പനികൾ ഒരു നഗരത്തിലെ രണ്ടു ജുവലറി റീട്ടെയ്ൽ സ്ഥാപനങ്ങളാണെന്ന് കരുതുക. ആ നഗരത്തിൽ 50% വിപണി വിഹിതം നേടുന്നതിനായി നിരവധി ഔട്ട്ലെറ്റുകളാണ് ആദ്യത്തെ ഗ്രൂപ്പ് തുറന്നത്. എന്നാൽ രണ്ടാമത്തെ കമ്പനി പത്തു ശതമാനം വിപണി വിഹിതം നേടിയതോടെ അടുത്ത ഔട്ട്ലെറ്റ് തുറന്നത് മറ്റൊരു നഗരത്തിലാണ്. വിപണി വിഹിതം കുറച്ചു നിർത്തുക എന്ന തന്ത്രശാസ്ത്രം പരിഗണിച്ചാൽ രണ്ടാമത്തെ കമ്പനിയാണ് വലുതെന്നു കാണാം.

ഫ്ളെക്സിബിളായ സ്രോതസുകൾ

സാധാരണയായി കമ്പനികൾ പുതിയ വിപണിയിലേക്ക് കടക്കുമ്പോൾ പുതിയ വിഭവങ്ങൾ കണ്ടെത്തുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. എന്നാൽ പല വിപണികൾ കൈകാര്യം ചെയ്യാനാവുന്ന വിധം അടിസ്ഥാന സ്രോതസുകളെ ഫ്ളെക്സിബിളാക്കി സൂക്ഷിക്കുന്നതാണ് മാന്ദ്യകാലത്ത് ഗുണം ചെയ്യുക.

കോഴിക്കോട്ടുള്ള ഒരു മാനുഫാക്ചറിംഗ് കമ്പനിയെ പരിഗണിക്കാം. വടക്കൻ കേരളത്തിൽ പത്തു മണിക്കൂറിന്റെ ഒരു ഷിഫ്റ്റിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഫാക്ടറിയുള്ള കമ്പനിക്ക് പത്തു ശതമാനം വിപണി വിഹിതമാണുള്ളത്. 1000 യൂണിറ്റ് വിൽപ്പന നടക്കുന്ന വിപണിയിൽ 100 യൂണിറ്റിന്റെ വിഹിതം. കമ്പനി തെക്കൻ കേരളത്തിൽ വിപണി കണ്ടെത്താൻ ശ്രമിക്കുമ്പോൾ രണ്ട് സാധ്യതകളാണ് മുന്നിലുള്ളത്.

1. ആലുവയിൽ പുതിയ ഫാക്ടറി സ്ഥാപിച്ച് ഉൽപ്പാദനം ആരംഭിക്കുക. തെക്കൻ കേരളത്തിൽ പത്തു ശതമാനം വിപണി വിഹിതം കണ്ടെത്തിയാൽ 100 യൂണിറ്റിന്റെ ഉൽപ്പാദനം പ്രതിമാസം നടക്കുന്നു.

2. നിലവിൽ കോഴിക്കോട്ടുള്ള ഫാക്ടറിയിൽ പത്തു മണിക്കൂറിന്റെ മറ്റൊരു ഷിഫ്റ്റ് ആരംഭിക്കുക. തെക്കൻ കേരളത്തിൽ പത്തു ശതമാനം വിപണി കണ്ടെത്താനായാൽ ഒരു ഫാക്ടറിയിൽ നിന്ന് 200 യൂണിറ്റിന്റെ ഉൽപ്പാദനം നടക്കുന്നു.

തെക്കൻ കേരളത്തിൽ 30% വിൽപ്പനയിടിഞ്ഞാൽ വിപണിയിലെ കമ്പനിയുടെ വിഹിതം 70 യൂണിറ്റിലേക്കു ചുരുങ്ങും. ആദ്യത്തെ സാധ്യതയാണ് നിങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുത്തതെങ്കിൽ ഉൽപ്പാദനത്തിൽ 30% കുറവു വരുന്നത് ആലുവ ഫാക്ടറിയെ നഷ്ടത്തിലേക്ക് നയിക്കും. മാന്ദ്യം നീണ്ടുനിന്നാൽ ഫാക്ടറി അടച്ചുപൂട്ടേണ്ടിയും വരാം. ഒപ്പം തെക്കൻ കേരളത്തിലെ സാന്നിധ്യവും നഷ്ടപ്പെടും. രണ്ടാമത്തെ സാധ്യതയിൽ കോഴിക്കോട് ഫാക്ടറിക്ക് സംഭവിക്കുന്ന മൊത്തം ഉൽപ്പാദനത്തിലെ കുറവ് 15% മാത്രമാണ്. നഷ്ടമില്ലാതെയോ ചെറിയ ലാഭത്തിലോ പ്രവർത്തിക്കാനാകും. പിരിച്ചുവിടലും തെക്കൻ കേരളത്തിലെ വിപണി നഷ്ടപ്പെടുന്നതും ഒഴിവാക്കുകയും ചെയ്യാം. വടക്കൻ കേരളത്തിലെ വിപണി വിപുലപ്പെടുത്തി വിൽപ്പന നഷ്ടം പരിഹരിക്കാനും ശ്രമിക്കാം.

മുൻകരുതലാണ് നല്ലത്

അതായത് വിപണി വിഹിതം ചുരുക്കി നിർത്തുകയും സ്രോതസുകളെ ഫ്ളക്സിബിൾ ആക്കി നിലനിർത്തുകയും ചെയ്യുന്ന കമ്പനിക്ക് മറ്റു കമ്പനികളെക്കാൾ എളുപ്പത്തിൽ മാന്ദ്യത്തിൽ നിന്ന് കരകയറാം. നിങ്ങളുടെ വലിയ കരുത്തായ തൊഴിലാളികളെ അടുത്ത മാന്ദ്യത്തിൽ പിരിച്ചുവിടാൻ അവസരമുണ്ടാക്കാതെ കുതിപ്പിന്റെ കാലത്തു തന്നെ വളർച്ച ക്രമീകരിക്കുക. 'മുൻകരുതൽ ചികിത്സയേക്കാൾ ഫലപ്രദം' എന്നാണല്ലോ പഴമൊഴി. ■

NAGARJUNA
For Scientific & Authentic Ayurveda Treatments
NAGARJUNA AYURVEDIC CENTRE
Kalady, Kerala India Pin - 683550
Tel : +91 484 246 3350,2460854
Mob : +91 9961800300
E-mail : treatments@nagarjunaayurveda.com
Website : www.nagarjunaayurveda.com