

ആംവേ: എതിർക്കപ്പെടേണ്ട ഒരു ബിസിനസ്

പരസ്യമാണെന്ന് ഒറ്റനോട്ടത്തിൽ തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയാത്തവണ്ണം ലേഖനത്തിന്റെ കെട്ടിടലും മട്ടിലും അവതരിപ്പിച്ച ആംവേയുടെ പരസ്യം (കഴിഞ്ഞ ലക്കം കേരളീയം) കേരളീയം പോലൊരു പ്രസിദ്ധീകരണം സിംഗിൾക്കാനും അച്ചടിക്കാനും പാടില്ലായിരുന്നു. തങ്ങളുടെ പരസ്യം കൂടുതൽ പേരിലെത്തിക്കാൻ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ പല മേഖലകളും കണ്ടെത്തും. ഇത്തരം വേലത്തരങ്ങളെ വിമർശിച്ചു കൊണ്ടിരുന്ന കേരളീയം പോലും അക്കൂട്ടരുടെ വലയിൽവീണു എന്നറിയാൻ വ്യംഗം തോന്നുന്നു.

തങ്ങൾ അച്ചടിച്ച പരസ്യങ്ങളെക്കുറിച്ചോ പരസ്യങ്ങൾ എന്തിനെക്കുറിച്ചോ അതല്ല ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ചോ വിമർശിച്ചെഴുതിയാൽ ഒരു പ്രത്യേക പ്രസിദ്ധീകരിക്കില്ല. പക്ഷേ, ആംവേ പരസ്യത്തിലൂടെ കൂറെ വായനക്കാരെ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കാനിടയാക്കിയ കേരളീയം ആംവേയെ വിമർശിക്കുന്ന ഈ കത്ത് പ്രസിദ്ധീകരിക്കാൻ ബാധ്യസ്ഥമാണെന്നു ഞാൻ കരുതുന്നു. കേരളീയത്തിന്റെ മുഖ്യപരിഗണന വായനക്കാരോടായിരിക്കണം അല്ലാതെ പരസ്യം തരുന്നവരോടായിരിക്കരുത്.

ആംവേ പോലുള്ള പല ഡയറക്ട് മാർക്കറ്റിംഗ് കമ്പനികളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളെക്കുറിച്ചും നേരിട്ടു പരിചയമുള്ള വ്യക്തിയാണ് ഞാൻ. ഡയറക്ട് മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന സംവിധാനം എതിർക്കപ്പെടേണ്ട ഒരു വ്യാപാര സംവിധാനമല്ല. ശരിയായ രീതിയിൽ ആസൂത്രണം ചെയ്യുകയും കൊണ്ടു നടക്കുകയും ചെയ്യുന്നപക്ഷം ഏറെ ഉപകാരപ്രദമായ ഒരു തൊഴിൽ സംരംഭമായി അതു മാറുകയും ചെയ്യും.

ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനിയാണ് എന്ന ഒറ്റക്കാരണംകൊണ്ട് ഏതെങ്കിലും വ്യവസായ സ്ഥാപനത്തെ എതിർക്കുന്നതും ശരിയല്ല. മൂലധനത്തിന്റെ വിദേശീയതയോ സാദേശീയതയോ അല്ല, തദ്ദേശീയർക്ക് ആ സ്ഥാപനം എങ്ങനെയാണോ ഉപകാരപ്പെടുന്നു എന്നു നോക്കിയാണ് ഏതൊരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തെയും വിലയിരുത്തേണ്ടത്.

ആംവേ ഒരു ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനി

യാണെന്നതും അത് ഒരു ഡയറക്ട് മാർക്കറ്റിംഗ് സ്ഥാപനമാണെന്നതും അതിനെ എതിർക്കാൻ പറ്റിയ കാരണങ്ങളായി ഞാൻ എടുക്കുന്നില്ല. പക്ഷേ, അധു മാറ്റിനിർത്തിക്കൊണ്ടു തന്നെ ആംവേ എതിർക്കപ്പെടേണ്ട ഒരു സ്ഥാപനമാണ് എന്നു പറയേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

വിദേശങ്ങളിലെ സമ്പന്ന സമൂഹത്തെ ലക്ഷ്യമാക്കി ഇറക്കിയിരിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രമാണ് ആംവേ ശൃംഖലയിലൂടെ ഇന്ത്യയിൽ വിപണനം നടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ആംവേ ശൃംഖലയിൽ കണ്ണിയാകണമെങ്കിൽ നാലായിരം രൂപയോളം വില വരുന്ന ഒരു സെറ്റ് ആംവേ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർബന്ധമായും വാങ്ങിയിരിക്കണം. ഈ ഒരു സെറ്റ് ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ ഒരു സാധാരണ കേരളീയന് ഉപ

യോഗിക്കേണ്ടി വരുന്ന ഒന്നുമില്ല. വലിയ അധാനം കൂടാതെ ഒഴിവുസമയത്ത് നാലുപേരോടു നാലു വാചകം പറഞ്ഞാൽ തന്റെ ശൃംഖല വികസിപ്പിക്കാമെന്നും ഒരു വർഷത്തിനുള്ളിൽ പതിനായിരക്കണക്കിനു രൂപ പ്രതിഫലം നേടുന്ന തരത്തിൽ ശൃംഖല വിപുലപ്പെടുത്തുമെന്നുമൊക്കെയുള്ള സ്റ്റാഫി ക്ലാസുകൾ കേട്ട് ഓരോരുത്തരും തങ്ങൾക്ക് വേണ്ടാത്ത ഒരു സെറ്റ് വാങ്ങി ശൃംഖലയിൽ കണ്ണിയാകുന്നു. മറ്റുള്ളവരോട് ഇതേ ന്യായം പറഞ്ഞ് അവരെയും കണ്ണികളാക്കുന്നു.

ഇപ്പോൾ 13 ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് ഇന്ത്യയിൽ ആംവേ വിതരണം ചെയ്യുന്നത്. കാർ കഴുകാനുള്ള കാർ വാഷ്, ഗ്ലാസ് ഉപരിതലങ്ങൾ വൃത്തിയാക്കാനുള്ള സി സ്പ്രേ, പാത്രങ്ങൾ വൃത്തിയാക്കാനുള്ള ഡിഷ് ഡ്രോപ്പ്സ്, തലമുടിക്കുള്ള ഒരു ഷാംപു, ശരീരത്തിലു

പയോഗിക്കാനുള്ള ഒരു ഷാംപുവും ലോഷനും തുണികഴുകാനും അടുക്കള ഉപകരണങ്ങൾ വൃത്തിയാക്കാനും മറ്റും ഉപയോഗിക്കാവുന്ന മൂന്നു നാലുതരം ഡിറ്റർജന്റുകൾ, ഗ്ലിസ്റ്റർ എന്നു പേരുള്ള ഒരു ടൂത്ത് പേസ്റ്റ് എന്നിവയാണ് ആംവേ സെറ്റിലുള്ളത്. സമ്പന്നരുടെ നിത്യോപയോഗ ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് എല്ലാ എന്നർത്ഥം. കേരളത്തിലെ അഞ്ചുശതമാനം കുടുംബങ്ങൾപോലും ആംവേ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന നിലവാരത്തിൽ എത്തിയിട്ടില്ല. ഈ പശ്ചാത്തലത്തിൽ ആംവേ ശൃംഖലയിൽ പങ്കാളിയാകാൻവേണ്ടി അനാവശ്യമായ ഈ ആഡംബരവസ്തുക്കൾ വാങ്ങുകയാണ് ആൾക്കാർ ചെയ്യുന്നത്. വാങ്ങിപ്പോയതുകൊണ്ട് അതു തിരിച്ചുവര ഉപയോഗിച്ചെന്നും

വേണക്കാം- അത്രമാത്രം. അടുത്ത പ്രശ്നം ആംവേ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിലയാണ്. സാധാരണ മാർക്കറ്റ് വിലയുടെ അഞ്ചിട്ടിയാണ് ആംവേ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ആംവേ ശൃംഖലയിൽ കണ്ണിയാവാതായിട്ടോ അല്ലെങ്കിൽ കണ്ണിയാ യിപ്പോയ ഏതെങ്കിലും ബന്ധുവിന്റെയോ സുഹൃത്തിന്റെയോ നിർബന്ധം സഹിക്കാവുന്നതിട്ടോ മാത്രമേ ഒരാൾ ആംവേ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങൂ. ഉദാഹരണത്തിന് 75 ഗ്രാമുള്ള ഗ്ലിസ്റ്റർ ടൂത്ത് പേസ്റ്റിന്റെ വില 99 രൂപയാണ്.

"മറ്റു കമ്പനികളെല്ലാം അവയുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിലയുടെ 60 ശതമാനം തുകയും പരസ്യത്തിനും വിതരണച്ചെലവുകൾക്കുമായിട്ട് ഉപയോഗിക്കുന്നു. നമ്മൾ പരസ്യത്തിനും വിതരണത്തിനുമുള്ള ചെലവിന് നമ്മുടെ പ്രവർത്തകർക്കിടയിൽ തന്നെ വീതി

ച്ചെടുക്കുന്നു- " എന്നാണ് പുതിയ കണ്ണികളോട് ആംവേ പറയുന്നത്. അങ്ങനെയൊന്നുകിൽ മറ്റു കമ്പനികളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ അതേവലയ്ക്ക് തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നവും വിറ്റ അതിന്റെ 60 ശതമാനം കമ്മീഷനായി വീതിക്കുകയല്ലേ ആംവേ ചെയ്യേണ്ടത്. അതിനുപകരം ഉൽപ്പന്ന വില അഞ്ചു മടങ്ങ് കൂട്ടിയിട്ട് അതിന്റെ അറുപതു ശതമാനമാണ് ആംവേ കമ്മീഷനായി നൽകുന്നത്. അങ്ങനെ കമ്മീഷൻ കഴിച്ച് കമ്പനി പോക്കറ്റിലാക്കുന്നത് എത്രയാണെന്നു നോക്കുക.

നമ്മൾ പരസ്യം കൊടുക്കുന്നില്ല. ആ പണമാണ് കമ്മീഷനായി നൽകുന്നത് എന്ന് ആംവേ പറയും. അതേ ആംവേയുടെ പരസ്യമാണ് കേരളീയത്തിൽ വന്നത്. സാധാരണ പത്രസ്ഥാപനങ്ങളെയും ലേഖകരെയും വിലയ്ക്കെടുത്ത് ലേഖനരൂപത്തിൽ ബിസിനസ് പേജിൽ ലേഖനങ്ങൾ വരുത്തുകയാണ് ആംവേയുടെ രീതി. കേരളീയത്തിലും അവരതു തന്നെയാണ് ചെയ്തിട്ടുണ്ടാവുക. ലേഖനത്തിനു ചുവടെ ഏ.ഡി.വി.ടി. (Advt.) എന്നെഴുതിയതിനു അർദ്ധപ്പോൾ കേരളീയത്തിനുമേൽ കൃതിക കയറുകയാവുമെന്നു എനിക്കു ഉറപ്പിച്ചു പറയാനാവും. അതിന്റെ പേരിൽ പരസ്യത്തിനും തരം മെനേജിംഗ് പണംപോലും അവർ തരാനില്ലെന്നും വരും. ആംവേയുടെ തന്ത്രങ്ങളും കൃത്യതങ്ങളും കുറച്ചൊക്കെ അറിയാവുന്നതുകൊണ്ടാണ് ഞാനിതു പറയുന്നത്. അവരും അവരുടെ ബിസിനസ്സും അതിനവരുപയോഗിക്കുന്ന തന്ത്രങ്ങളും നമുക്കു ചേർന്നതല്ല.

കേരളീയ ഗൃഹങ്ങളിൽ നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ ന്യായമായ വിലയ്ക്ക് എത്തിച്ചുകൊടുത്ത്, അതിന്റെ കമ്മീഷൻ പങ്കിട്ടെടുക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ഒരു നെറ്റ്വർക്ക് വിപണനത്തെ നമുക്ക് പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കാം. സൗകര്യപ്പെടുമെങ്കിൽ കേരളീയം പ്രവർത്തകർ തന്നെ അതിനു മുൻകൈ എടുക്കണമെന്നും എനിക്കിപ്രായമുണ്ട്.

-ലതാ നായർ, ബോംബെ.

