



## எதிர்காலம் 'கான்செப்ட் செல்லிங்கில்' இருக்கிறது

வாசு கார்த்தி

ஊட்டலின் ஒரு பகுதியாக இருந்த ஸ்லீட் விற்பனையை பிரித்து தனிகடையாக ஆரம்பித்து, மைசூர்பாவுக்கு தனி அடையாளம் கொடுத்து பூர் கிருஷ்ணா ஸ்லீட்ஸ் இப்போது இருக்கும் சூழ்நிலையில் இந்த பிலினஸில் இருக்கும் போட்டி, எதிர்காலம் உள்ளிட்ட பல விஷயங்களை பற்றி பேசுவதற்காக அந் நிறுவனத்தின் நிர்வாக இயக்குநர் எம். முரளியை சந்தித்தோம். அந்த விரிவான பேட்டியிலிருந்து...

கிருஷ்ணா ஸ்லீட்ஸ் என்றால் மைசூர் பா என்று மக்கள் மனதில் பதிந்திருக்கிறது. அடுத்தகட்டத்துக்கு இந்த ஒரு புரடக்ட்டுமட்டும் போதுமா?

மக்கள் மனதில் இது பதிந்துவிட்டது என்பதை ஒப்புக்கொள்கிறேன். எங்களுக்கு எது பலமோ அது பலவீனமாக மாறிவிடக்கூடாது என்பதிலும் கவனமாக இருக்கிறோம். இதற்கான வேலையை ஏற்கெனவே ஆரம்பித்துவிட்டோம். இப்போது பல புது புரடக்ட்டுகளை உருவாக்கி அதை அறிமுகப்படுத்துகிறோம். சந்தோஷமான தருணங்களில் இனிப்பை அதிகம் பயன்படுத்துகிறோம். ஒன்று விழாக்கள், அடுத்த கொண்டாட்டங்கள். ஒவ்வொரு விழாவுக்கும் ஏற்றதுபோல விநாயகர் சதுர்த்தி, கிருஷ்ண ஜெயந்தி உள்ளிட்ட விழாக்களுக்கும், வீட்டு கொண்டாட்டங்களுக்கும் தனித்தனி இனிப்புகளை உருவாக்கி வருகிறோம். மைசூர்பா எங்களுடைய யூ.எஸ்.பி. ஆனால் மற்ற இனிப்புகளை வந்து வாங்குபவர்களும் இருக்கிறார்கள்.

இனிப்பு மட்டுமல்லாமல் காரத்தில் அதிக கவனம் செலுத்தி வருகிறோம்.

முன்பு சில கடைகள்தான் இருந்தன. இப்போது நிறைய நிறுவனங்கள் வந்துவிட்டன. இந்த போட்டியை எப்படி பார்க்கிறீர்கள்?

இது போட்டி அல்ல. எங்களை மேலும் பலமாக்கிக்கொள்ள கிடைத்த வாய்ப்பு. சந்தையில் செல்ல வேண்டிய தூரம் அதிகம்.

இப்போதைக்கு பல நிறுவனங்கள் பிரான்லைஸி கொடுத்து வருகிற சூழ்நிலையில் நீங்கள் ஏன் அதற்கான வேலையை இன்னும் ஆரம்பிக்கவில்லை?

அது குறித்து நாங்கள் யோசித்து வருகிறோம். எங்களின் அடிப்படை



எம்.முரளி, நிர்வாக இயக்குநர், பூர் கிருஷ்ணா ஸ்லீட்ஸ்.

கொஞ்சம் தயிர் எப்படி நிறைய லிட்டர் பாலை தயிராக மாற்றுகிறதோ அதுபோல ஒரு பிலினஸ் சமூகத்தில் பல இடங்களில் பல மாற்றங்களை ஏற்படுத்தும். டாக்டர் சிகிச்சை அளித்தது போதும் என்று எப்படி சொல்லமுடியாதோ அப்படித்தான் பிலினஸும்.

கட்டமைப்பு வசதிகளை இன்னும் பலப்படுத்திய பிறகு கொண்டுவருவோம். அதேபோல பிரான்லைஸை மாடல் இல்லாமல் புதுவகையான திட்டத்தை யோசித்துவருகிறோம். மேலும் நல்ல மனிதர், பிலினஸ் மீது ஈடுபாடு உள்ளிட்ட விஷயங்களை ஆராய்ந்த பிறகு இந்த வேலையை ஆரம்பிப்போம்.

உங்கள் விளம்பரங்களை இசைக் கச்சேரிகளில் அதிகமாக பார்க்க முடிகிறது. 45 வயதுக்கு மேலே இருப்பவர்கள்தான் அதிகம் வருவார்கள். அந்த விளம்பரங்கள் விற்பனையில் தாக்கத்தை உண்டாக்குகிறதா?

நான் இதை விளம்பரமாக செய்யவில்லை. Cultural Social Responsibility-யாக இதை நான் செய்கிறேன். இது பணமாக மாறாமல், எல்லாவு மாறும் என்பது எனக்கு தெரியவில்லை. இது ஒரு நீண்ட காலத்திட்டம். அதற்காக இத்யோதும் என்பதல்ல என்பனவை. ஒரு பிலினஸின் 'போதும்' என்று சொல்லக்கூடாது என்று நினைப்பவன் நான்.

கொஞ்சம் தயிர் எப்படி நிறைய லிட்டர் பாலை தயிராக மாற்றுகிறதோ அதுபோல ஒரு பிலினஸ் சமூகத்தில் பல இடங்களில் பல மாற்றங்களை ஏற்படுத்தும். டாக்டர் சிகிச்சை அளித்தது போதும் என்று எப்படி சொல்லமுடியாதோ அப்படித்தான் பிலினஸும்.

இந்தியாவில் சர்க்கரை நோயாளிகளின் எண்ணிக்கை அதிகமாகி வருகிறது. அதனால் இனிப்பு சாப்பிடுபவர்களின் எண்ணிக்கை குறைந்துவருகிறதே?

இனிப்பை யாரும் சாப்பிட மாட்டேன் என்று சொல்ல மாட்டார்கள். அதன் அளவை குறைத்துக்கொள்வார்கள். 'மேலும் இது தப்பான வஸ்து அல்ல. நாம் பயன்படுத்தும் பல பொருட்களில் சர்க்கரை இருக்கிறது. வாங்கும் அளவை குறைக்கும் போது வாடிக்கையாளர் எண்ணிக்கை அதிகரிக்க வேண்டியதுதான். சவால்களை வாய்ப்பாக மாற்றுவதுதான் பிலினஸ். இதுவரை சர்க்கரை இல்லாத இனிப்புகளுக்கான ஆராய்ச்சி நடந்துகொண்டிருக்கிறது. அது மேலும் விலை அதிகமானதாகவும் இருக்கிறது.

இப்போது மைக்ரோ குடும்பங்கள் அதிகரித்துவிட்டன. மேலும் பாதுகாக்கப்பட்ட இனிப்புகளின் விற்பனை அதிகமாக இருக்கிறதா? நீங்கள் என்ன செய்யப்போகிறீர்கள்?

பாதகாக்கப்பட்ட இனிப்பு என்பது அந்த பாக்கெட்டை பிரிப்பது வரைதான். அதன் பிறகு அதுவழக்கம் போல மற்ற இனிப்புகள் எல்லாவை நாளைக்கு தாங்குமோ அவ்வளவு நாளுக்குதான் இருக்கும்.

மேலும் மைக்ரோ குடும்பங்களின் தேவை குறைவான அளவிலான இனிப்புகள்

அதற்கு வசதியாக பாக்கெட்டில் மாற்றம் செய்துவிட்டோம். இதனால் அவர்கள் தேவைப்படும் போது தேவையான அளவில் வாங்கிக்கொள்ளலாம், பிரஷ்ஷாக.

முன்பெல்லாம் கடைகளில் ஒரு கிலோ 150 ரூபாய் என்று இருந்த காலம் மாறி இப்போது 100 கிராம் 55 ரூபாய் என்று விற்க ஆரம்பித்துவிட்டீர்கள். பிரான்லாட்டாக இருப்பதனாலே அதிக விலை இருக்க வேண்டுமா?

எச்சரிக்கையாக கையாளவேண்டிய இடம் இது. எந்த பிலினஸ்மேலும் விலையை அதிகமாக வைக்க வேண்டும் என்று நினைக்கமாட்டார்.

முன்பு சர்க்கரை 15 ரூபாய். இப்போது 40 ரூபாய். மூலப்பொருட்களில் மட்டுமல்லாமல் ரியல் எஸ்டேட், சம்பளம் என உயர்ந்துவிட்டது. இதை தவிர்க்க முடியவில்லை. உண்மையை சொல்ல வேண்டும் என்றால் விலைவாசி உயர்ந்த அளவுக்கு எங்களால் விலையை உயர்த்த முடியவில்லை.

இனிப்புக்கு போட்டியாக சாக்லேட்டின் வளர்ந்து வருகின்றனவே?

சாக்லேட் வேறு இனிப்பு வேறு. இனிப்புகளுக்கு போட்டியாக சாக்லேட்டின் கொண்டு வந்திருக்கிறார்கள்.

இப்போது ஆன்லைன் பிலினஸ் அதிகரித்து வருகிறது. நீங்களும் ஆன்லைனில் இருக்கிறீர்கள். எப்படி இருக்கிறது?

அனைத்து துறைகளும் ஆன்லைன் பிலினஸுக்கு மாறிவருகிறது. மென்மையில் ஆரம்பித்திருக்கிறோம். தியாவனி சமயத்தில் ஆர்டர்கள் வருகிறது. மற்ற நாட்களில் பெரிய அளவில் ஆர்டர்கள் வருவதில்லை. பெரிய நிறுவனங்களுடன் இணைவது உள்ளிட்ட விஷயங்கள் குறித்து பேசி வருகிறோம்.

இந்த துறையின் எதிர்காலம் எப்படி இருக்கும்?

எதிர்காலம் சிறப்பாக இருக்கிறது. ஆனால் இனிமேல் 'புரடக்ட் செல்லிங்' என்பது மாறி 'கான்செப்ட் செல்லிங்' என்பதுதான் வெற்றியடையும் யுக்தியாக இருக்கும். இருந்தாலும் மக்கள்தான் எல்லாமே. மக்கள்தான் அனைத்தையும் முடிவு செய்கிறார்கள்.

karthikeyan.v@thehindutamil.co.in