

P&G MANAGERS ON THE RISE

Ferdinando Frega — Nando the Scribe



উঠতি P&G ম্যানেজাররা

মাত্র ছয় মাস পরে, 1998-এর একেবারে গোড়ায়, সত্যিকারের কোনো দর-কষাকষি ছাড়াই, আঞ্চল ওয়ারেন The Gillette Company-র হাতে Duracell-এর অধিগ্রহণ অনুমোদন করতে রাজি হলেন।

ড্রয়ার থেকে নগদ টাকা বেরোয়নি, কোনো ব্যাংক-ট্রান্সফার করতে হয়নি — শুধু কয়েক টুকরো কাগজ, তাতে একটা সই আর বসানোর মতো কিছু নাম। ওগুলো ছিল শেয়ার।

আর এখানে আমি এক মুহূর্ত থামছি, কারণ পাঠকের মাথায় ঠিক কী ঘুরছে, আমি জানি:

“কিন্তু ফ্রেগা যদি নিছক একজন সাধারণ সেলসম্যানই হয়ে থাকে, তা হলে একটা অধিগ্রহণের গতিপ্রকৃতি সে ছাই জানল কী করে — এমনকি বুঝলই বা কী করে? সে কি শুধু সাহিত্যিক নোয়ার আর লেখকের কল্পনার ওপরেই ভরসা করেছে? নাকি, আরও সোজা কথায়: এ ব্যাটা আসলে কে?”

অল্প কথায় উত্তর দিচ্ছি: 1985 সালে যেদিন Gillette-এর দুনিয়ায় ঢুকলাম, সেদিন থেকেই — এমনকি তারও আগে, যখন খাবার টেবিলে বাবার মুখে নানা কথা শুনতাম — আমি তখনই বুঝে গিয়েছিলাম আমাকে কী কী বিসর্জন দিতে হবে।

খানিকটা ফুটি, টাকা ওড়ানোর খানিকটা রোমাঞ্চ, বেসবল আর বাস্কেটবল ছেড়ে দেওয়া — কিন্তু রাগবি কখনও নয়, ওটা আমি দশ বছর খেলেছি।

শেয়ারের ওঠানামা আর তার পেছনের বিনিয়োগকারীদের অনুসরণ করতে — তাদের আপাত-স্বাভাবিক সিদ্ধান্তগুলো, কোথায় তাকাতে হবে না জানলে যা প্রায় অদৃশ্য — আমার দরকার ছিল শুধু Corriere della Sera পড়া আর Il Sole 24 Ore থেকে তথ্য নামানো, সঙ্গে Milano Finanza।

আমার একমাত্র বন্ধু। একমাত্র যাদের আমি কখনও বিশ্বাস করেছি।

তথ্য আমাকে যতটা চালিয়েছে, প্রবৃত্তিও ততটাই — 2003 সালে যখন Gillette ছাড়ার সিদ্ধান্ত নিলাম, তখনও। আর সেই একই দিনে জেনারেল ম্যানেজার, ডক্টর সালভিওনিও চলে গেলেন।

আমরা দুজনেই বুঝেছিলাম, বিনিয়োগকারীদের সম্পদ থেকে আঞ্চল ওয়ারেনের প্রস্থান একটা স্পষ্ট সংকেত: কোম্পানিকে বিক্রির জন্য তৈরি করা হচ্ছে।

নতুন মালিকানা নিয়ে আসবে আমাদের থেকে সম্পূর্ণ আলাদা এক দর্শন আর সংস্কৃতি। সবাই জানত P&G Gillette-এর প্রেমে পড়েছিল আর অতীতে চেষ্টাও করেছিল — সে চেষ্টা প্রত্যাখ্যাত হয়েছিল, কিন্তু কখনও বৈরী বলে গণ্য হয়নি।

বিক্রয় বিভাগের আমরা জানতাম, শিগগিরই এমন লোকেদের সঙ্গে দেখা হবে, যারা আমাদের মতো করে ভাবে না।

ওরা বেচত ডিটারজেন্ট আর ব্লিচ, আসত Exportex-এর মতো পাইকারদের সঙ্গে পরিবেশন-চুক্তির জগৎ থেকে। ওরা পথে পথে ঘোরা বিক্রেতা ছিল না।

আর আমরা বেচতাম পুরুষের বিলাসদ্রব্য।

তফাত ছিল ওইটুকুই — ব্যাপারটা বরাবরই ছিল স্টাইলের।

অধিগ্রহণটা ঘটল।

শেয়ারবাজার Duracell-এর প্রতি ছিল অত্যন্ত সদয়, যে Duracell এসেছিল ধাতুশিল্পের জগৎ থেকে — ওদের গায়ে লেপা ছিল গ্রিজ, আর ওরা নিজেদের লোকসান কখনও সত্যি করে দেখায়নি। ওদের স্বচ্ছতার অভাব ছিল।

কিন্তু নিজেদের ম্যানেজমেন্টকে ঠিক কোথায় বসাতে হবে, তা নিয়ে দর-কষাকষি করার ক্ষমতা ওদের ছিল: ওরা নিল কর্তৃত্বের দ্বিতীয় সারিগুলো — যেগুলো সোজা বাজারে যায়।

এদিকে উঠতি ম্যানেজাররা পেয়ে গেল ব্লেন্ড আর রেজরের সব ঐতিহাসিক কর্তাকে ঝেড়ে ফেলার নিখুঁত সুযোগ — আর তারা সেটা করল ডলার দিয়ে। অনেক ডলার দিয়ে।

হঠাৎ করে, আয় আর মুনাফার বিচারে যাদের কোনো মানেই ছিল না, সেই সব ম্যানেজার অধিকারবলে পরিচালনা পর্ষদগুলোয় ঢুকে পড়ল।

তবে এ তো বহুজাতিকদের পুরোনো নিয়ম: একজন বসের নিচে সবসময় এমন কেউ থাকে, যার দাম এক কানাকড়িও নয়।

Braun আর Oral-B-র মতো অধীনস্থ কোম্পানি থেকে যারা এল, তারা পদোন্নতি পেল আর নিজেদের সারির লোকেদের সামনে ঠেলে দিল — কেউ কেউ তাদের ঠেলে নিয়ে গেল একেবারে শোবার ঘর পর্যন্ত।

এমন সব লোক, যাদের কোনো কর্পোরেট সংস্কৃতি নেই, কোম্পানির কাঠামো সম্বন্ধে কোনো বোধ নেই।

এমন সব লোক, যাদের পরে লাথি মেরে বার করে দিতে মা P&G-এর কোনো অসুবিধা হয়নি — কিন্তু শেয়ারহোল্ডারদের তারা পড়েছিল বিস্তর টাকায়, আর কেউ তা খেয়ালও করেনি।

Gillette-এর অস্তিত্ব ফুরোল 1999-এ।

সেই মুহূর্ত থেকে আলাদা আলাদা বাস্তব আর আলাদা আলাদা মানুষ একে অন্যের সঙ্গে ধাক্কা খেল — যেখানে একটা কথার আর আগের সেই ওজন রইল না।

পুনশ্চ: Procter & Gamble কিনেছিল পেটেন্ট, পণ্য আর ভৌত সম্পদ। বাকি সবটাই ছিল দুষণ — সাংস্কৃতিক, ব্যবস্থাপনাগত আর কার্যপরিচালনাগত।

নান্দো