

GILLETTE

THE UNMEASURED ASSET

MEMORY, MEANING AND VALUE
BEYOND THE BALANCE SHEET



FERDINANDO FREGA

GILLETTE — அளவிடப்படாத சொத்து

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 04

இருப்புநிலைக் குறிப்புக்கு அப்பால் நினைவு, அர்த்தம்,
மதிப்பு

Ferdinando Frega எழுதியது

வணிகச் சின்னம் ஒரு நிறுவனத்துக்குச் சொந்தம்.
நினைவை மக்கள் காக்கிறார்கள்.
மதிப்பை நினைவு காக்கிறது.

நிர்வாகச் சுருக்கம்

ஒரு நூற்றாண்டுக்கும் மேலாக, Gillette பொருட்கள், சந்தைப் பங்கு, புத்தாக்கம், உற்பத்தி, விநியோகம், நிதிச் செயல்திறன் ஆகியவற்றின் மொழியில் பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு வந்திருக்கிறது.

இந்த ஆவணம் ஒரு வேறுபட்ட கேள்வியை முன்வைக்கிறது.

Gillette-இன் மிக மதிப்புமிக்க சொத்துகளில் ஒன்று முழுமையாக அளவிடப்படாமல் இருந்தால் என்ன?

பிராண்டின் மதிப்பின் ஒரு பகுதி தொழிற்சாலைகளிலோ, காப்புரிமைகளிலோ, இயந்திரங்களிலோ, சில்லறை விற்பனை வழிகளிலோ, காலாண்டு அறிக்கைகளிலோ இல்லாமல் இருந்தால் என்ன?

கண்ணுக்குத் தெரியும் சொத்தோடு சேர்ந்து, கண்ணுக்குத் தெரியாத ஒரு சொத்து

தலைமுறைகளாக இயங்கிக்கொண்டிருந்தால் என்ன?

இந்த அறிக்கை அந்தச் சாத்தியத்தை அளவிடப்படாத சொத்து என்று குறிப்பிடுகிறது.

அதன் கூறுகள்: நினைவு, நம்பிக்கை, அங்கீகாரம், கதையாடல் தொடர்ச்சி, மனித உறவுகள்.

பாரம்பரியக் கணக்கியல் நிறுவனங்கள் எதை உடைமையாகக் கொண்டிருக்கின்றன என்பதை அளக்கிறது.

இந்த அறிக்கை நுகர்வோர் எதை நினைவில் வைத்திருக்கிறார்கள் என்பதை ஆராய்கிறது.

அத்தியாயம் 1

முதல் இருப்புநிலைக் குறிப்பு

ஒவ்வொரு நிறுவனத்துக்கும் ஓர் இருப்புநிலைக் குறிப்பு உண்டு.

சொத்துகள்.

பொறுப்புகள்.

வருவாய்.

பணப்புழக்கம்.

முதலீடு.

தேய்மானம்.

முதல் இருப்புநிலைக் குறிப்பு அவசியமானது.

அது இல்லாமல் ஒழுங்கு இருக்காது.

பொறுப்புக்கூறல் இருக்காது.

மூலதனச் சந்தைகள் இருக்காது.

மதிப்பீட்டுச் சட்டகம் இருக்காது.

முதலீட்டாளர்கள் அதை நம்பியிருக்கிறார்கள்.

நிர்வாகம் அதை நம்பியிருக்கிறது.

சந்தைகள் அதை நம்பியிருக்கின்றன.

ஆனாலும் ஒரு நுகர்வோர் பழக்கமான ஒரு பிராண்டை இன்னொன்றைவிட ஏன் தேர்ந்தெடுக்கிறார் என்பதை எந்த இருப்புநிலைக் குறிப்பும் இதுவரை முழுமையாக விளக்கியதில்லை.

பரிவர்த்தனை நிதி சார்ந்தது.

முடிவு பெரும்பாலும் மனிதம் சார்ந்தது.

அத்தியாயம் 2

இரண்டாவது இருப்புநிலைக் குறிப்பு

இரண்டாவது இருப்புநிலைக் குறிப்பு ஒன்று இருக்கிறது.

அதிகாரபூர்வமற்றது.

ஒழுங்குபடுத்தப்படாதது.

அறிவிக்கப்படாதது.

ஆனாலும் அதே அளவு உண்மையானது.

அதன் சொத்துகள்:

நினைவு.

நம்பிக்கை.

அங்கீகாரம்.

பரிச்சயம்.

நற்பெயர்.

பண்பாட்டு இருப்பு.

கதையாடல் தொடர்ச்சி.

அதன் பொறுப்புகள்:

குழப்பம்.

மறதி.

பொருத்தமின்மை.

தூரம்.

அர்த்தத்தின் அரிப்பு.

நுகர்வோர் ஒவ்வொரு நாளும் இந்த இருப்புநிலைக் குறிப்பைப் பரிசீலிக்கிறார்கள்.

அவர்கள் அதை இருப்புநிலைக் குறிப்பு என்று அழைப்பதில்லை, அவ்வளவுதான்.

அத்தியாயம் 3

நுகர்வோர் உண்மையில் எதை வாங்குகிறார்கள்

பொருட்கள் பிரச்சினைகளைத் தீர்க்கின்றன.

பிராண்டுகள் நிச்சயமின்மையைக் குறைக்கின்றன.

ஒரு சுவரக்கத்தி சுவரம் செய்கிறது.

ஒரு பிராண்ட் உறுதியளிக்கிறது.

ஒரு பிளேடு முடியை வெட்டுகிறது.

ஒரு பிராண்ட் எதிர்பார்ப்பைச் சுமக்கிறது.

பௌதிகப் பரிவர்த்தனை ஒரு கடையில் நடக்கிறது.

உளவியல் பரிவர்த்தனை பல ஆண்டுகளுக்கு முன்பே நடக்கிறது.

நினைவுக்குள்.

நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்குவதற்கு நீண்ட காலம் முன்பே பெரும்பாலும் நம்பிக்கையை வாங்குகிறார்கள்.

அத்தியாயம் 4

கண்ணுக்குத் தெரியாத உள்கட்டமைப்பு

கட்டடங்களுக்குப் பராமரிப்பு தேவை.

தொழிற்சாலைகளுக்குப் பராமரிப்பு தேவை.

இயந்திரங்களுக்குப் பராமரிப்பு தேவை.

பிராண்டுகளுக்கும் பராமரிப்பு தேவை.

ஆனால் பராமரிப்பு முறை வேறுபட்டது.

ஒரு பிராண்டின் உள்கட்டமைப்பு எஃகால் கட்டப்படுவதில்லை.

அது சேர்ந்துவந்த அனுபவங்களால் கட்டப்படுகிறது.

ஒவ்வொரு பரிந்துரையும்.

ஒவ்வொரு பரிசும்.

ஒவ்வொரு குடும்ப உரையாடலும்.

ஒவ்வொரு தனிப்பட்ட கதையும்.

ஒரு தலைமுறையிலிருந்து அடுத்த தலைமுறைக்குக் கடத்தப்படும் ஒவ்வொரு நினைவும்.

வலிமையான பிராண்டுகள் சந்தையிலும் மனிதக் கற்பனையிலும் ஒரே நேரத்தில் இயங்குகின்றன.

அத்தியாயம் 5

ஒரு நினைவு அமைப்பாக GILLETTE

பெரும்பாலானோர் Gillette-ஐ ஒரு சவர பிராண்ட் என்று விவரிக்கிறார்கள்.

அந்த விவரிப்பு சரியானது.

அது முழுமையற்றதும் கூட.

காலப்போக்கில் Gillette இன்னும் சிக்கலான ஒன்றாக மாறியது.

ஒரு குறிப்புப் புள்ளி.

ஒரு பழக்கம்.

ஒரு சடங்கு.

தந்தையர், மகன்கள், குடும்பங்கள், அன்றாட வழக்கங்கள், தனிப்பட்ட அடையாளம் ஆகியவற்றோடு இணைந்த ஒரு குறியீடு.

பொருட்களை நகலெடுக்க முடியும்.

தொழிற்சாலைகளைப் பிரதியெடுக்க முடியும்.

நினைவை நகலெடுப்பது கடினம்.

நினைவு எவ்வளவு பெரிதோ, மறைந்திருக்கும் சொத்தும் அவ்வளவு பெரிது.

அத்தியாயம் 6

வழிமுறைக் கவனத்தின் யுகம்

ஒரு புதிய சூழல் தோன்றியிருக்கிறது.

தேடுபொறிகள் கண்டுபிடிப்பை ஒழுங்கமைக்கின்றன.

செயற்கை நுண்ணறிவு தகவலை ஒழுங்கமைக்கிறது.

வழிமுறைகள் பார்வைத்தன்மையில் செல்வாக்குச்
செலுத்துகின்றன.

அறிவு அமைப்புகள் கருத்துகளை இணைக்கின்றன.

இந்தச் சூழலில், பார்வைத்தன்மை ஒரு சொத்தாகிறது.

தொடர்புறுத்தல் ஒரு சொத்தாகிறது.

கதையாடல் ஒரு சொத்தாகிறது.

நினைவு தரவாகிறது.

அர்த்தம் சமிக்ஞையாகிறது.

கவனத்துக்கான போர் படிப்படியாக விளக்கத்துக்கான
போராக மாறிக்கொண்டிருக்கிறது.

அத்தியாயம் 7

சொற்பொருள் இடர் தோன்றுதல்

பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் செயல்பாட்டு இடரைப்
புரிந்துகொள்கின்றன.

பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் சட்ட இடரைப்
புரிந்துகொள்கின்றன.

பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் நிதி இடரைப்
புரிந்துகொள்கின்றன.

ஒரு புதிய வகை தோன்றத் தொடங்கியிருக்கிறது.

சொற்பொருள் இடர்.

ஒரு பிராண்டின் அர்த்தம் அதிகாரபூர்வ நிறுவனக் கட்டமைப்புகளுக்கு வெளியே பரிணமிக்கும் சாத்தியம்.

உடைமை வழியாக அல்ல.

வழக்கு வழியாக அல்ல.

உற்பத்தி வழியாக அல்ல.

பொதுமக்களின் விளக்கம் வழியாக.

உலகம் எவ்வளவு இணைக்கப்படுகிறதோ, அர்த்தத்தை மையப்படுத்துவது அவ்வளவு கடினமாகிறது.

அத்தியாயம் 8

கவனிப்பு நெறிமுறை

அளவிடப்படாத சொத்து இருக்கிறது என்றால், அது கவனிக்கக்கூடிய தடயங்களை விட்டுச் செல்ல வேண்டும்.

நிதித் தடயங்கள் அல்ல.

மனிதத் தடயங்கள்.

சொற்பொருள் தடயங்கள்.

பண்பாட்டுத் தடயங்கள்.

கவனிப்பின் நோக்கம் முன்கணிப்பு அல்ல.

நோக்கம் அங்கீகாரம்.

மதிப்பு ஒரு நிதி அறிக்கையில் தோன்றுவதற்கு நீண்ட காலம் முன்பே, அது பொதுவாக மொழியில் தோன்றுகிறது.

சரிவு ஓர் இருப்புநிலைக் குறிப்பில் தோன்றுவதற்கு நீண்ட காலம் முன்பே, அது பொதுவாகப் புலனுணர்வில் தோன்றுகிறது.

ஆகவே எழுத்தர் ஒரு கவனிப்பு நெறிமுறையை முன்மொழிகிறார்.

பிராண்டை நிர்வகிப்பதற்காக அல்ல.

நிர்வாகத்துக்குச் சவால் விடுவதற்காக அல்ல.

பங்குதாரர்கள் மீது செல்வாக்குச் செலுத்துவதற்காக அல்ல.

பாரம்பரிய அமைப்புகள் அரிதாகவே அளப்பதைக் கவனிப்பதற்காக மட்டுமே.

சமிக்ஞை ஒன்று.

பிராண்ட் தன்னைப் பற்றிப் பேசாதபோது, பிராண்டைப் பற்றி யார் பேசுகிறார்கள்?

சமிக்ஞை இரண்டு.

நிறுவன விளம்பரம் இல்லாமல் எந்தக் கதைகள் தொடர்ந்து சுற்றிவருகின்றன?

சமிக்ஞை மூன்று.

எந்த நினைவுகள் தலைமுறைகளைக் கடந்து பிழைத்திருக்கின்றன?

சமிக்ஞை நான்கு.

சந்தைப்படுத்தல் செலவைச் சாராமல் எந்த அர்த்தங்கள் தொடர்ந்து வளர்கின்றன?

சமிக்ஞை ஐந்து.

நம்பிக்கையை உருவாக்குவது யார்?

நிறுவனமா?

நுகர்வோரா?

அல்லது அவர்களுக்கு இடையிலான உறவா?

சமிக்ஞை ஆறு.

தேடுபொறிகள், அறிவு அமைப்புகள், செயற்கை நுண்ணறிவுச் சூழல்கள் ஆகியவற்றுக்குள் எந்தக் கதையாடல்கள் மேலும் மேலும் கண்ணுக்குத் தெரிகின்றன?

இந்தச் சமிக்ஞைகள் எதுவும் ஓர் இருப்புநிலைக் குறிப்பில் நேரடியாகத் தோன்றுவதில்லை.

ஆனாலும் அனைத்தும் எதிர்கால மதிப்பில் செல்வாக்குச் செலுத்தக்கூடும்.

அத்தியாயம் 9

சொற்பொருள் அழுத்தச் சோதனை

பாரம்பரிய நிறுவனங்கள் நிதி அழுத்தச் சோதனைகளைச் செய்கின்றன.

செயல்பாட்டு அழுத்தச் சோதனைகள்.

இணக்க மறுஆய்வுகள்.

அளவிடப்படாத சொத்துக்கு ஒரு வேறுபட்ட பயிற்சி தேவை.

ஒரு சொற்பொருள் அழுத்தச் சோதனை.

அதன் நோக்கம் இவற்றுக்கு இடையிலான தூரத்தைக் கவனிப்பது:

உடைமையும் நினைவும்.

முதலீடும் அங்கீகாரமும்.

பார்வைத்தன்மையும் அர்த்தமும்.

தகவல்தொடர்பும் நம்பிக்கையும்.

பிராண்டிங்கும் மனித அனுபவமும்.

தூரம் எவ்வளவு பெரிதோ, நிச்சயமின்மையும்

அவ்வளவு பெரிது.

நிச்சயமின்மை எவ்வளவு பெரிதோ, எதிர்கால மதிப்பீடு
அவ்வளவு கடினமாகிறது.

இந்தச் சட்டகம் உறுதியைத் தேடவில்லை.

அது விழிப்புணர்வைத் தேடுகிறது.

அத்தியாயம் 10

நினைவு யாருக்குச் சொந்தம்?

ஒரு நிறுவனம் ஒரு வணிகச் சின்னத்தை

உடைமையாகக் கொண்டிருக்கலாம்.

ஒரு நிறுவனம் அறிவுசார் சொத்தை உடைமையாகக்

கொண்டிருக்கலாம்.

ஒரு நிறுவனம் உற்பத்தி வசதிகளை உடைமையாகக்

கொண்டிருக்கலாம்.

நினைவு சம்பந்தப்படும்போது உடைமை குறைவாகத்
தெளிவாகிறது.

நுகர்வோர் நினைவில் பங்கேற்கிறார்கள்.

குடும்பங்கள் நினைவில் பங்கேற்கின்றன.

பண்பாடு நினைவில் பங்கேற்கிறது.

காலம் நினைவில் பங்கேற்கிறது.

ஒரு பிராண்டின் மிக மதிப்புமிக்க கூறுகள்
பெரும்பாலும் முறையான உடைமையைத் தாண்டி
நீள்கின்றன.

ஒரு நிறுவனம் ஒரு வணிகச் சின்னத்தை
உடைமையாகக் கொண்டிருக்கலாம்.

அதோடு இணைந்த ஒவ்வொரு அர்த்தமும் அதற்குச்
சொந்தமாக இல்லாமல் இருக்கலாம்.

அத்தியாயம் 11

அளவிடப்படாத சொத்து

அளவிடப்படாத சொத்தை இயந்திரங்களால் மட்டும்
பெற முடியாது.

செலவழிப்பால் மட்டும் அதை விரிவாக்க முடியாது.

செயல்திறனால் மட்டும் அதைப் பாதுகாக்க முடியாது.

அதைப் பாதுகாக்கத் தொடர்ச்சி தேவை.

கவனம்.

புரிதல்.

பொறுப்பான காப்பு.

நீண்டகாலச் சிந்தனை.

ஏனெனில் நுகர்வோர் வாங்குவதை நிறுத்தும்போது
மதிப்பு எப்போதும் மறைந்துவிடுவதில்லை.

சில நேரங்களில் நுகர்வோர் அக்கறை கொள்வதை
நிறுத்தும்போது மதிப்பு மறையத் தொடங்குகிறது.

அந்த வேறுபாடு கண்ணுக்குத் தெரிய பல ஆண்டுகள் ஆகலாம்.

அத்தியாயம் 12

எழுத்தரிடமிருந்து ஒரு குறிப்பு

இந்த ஆவணத்தின் நோக்கம் நிர்வாகத்துக்குச் சவால் விடுவது அல்ல.

பங்குதாரர்களுக்குச் சவால் விடுவது அல்ல.

உடைமைக்குச் சவால் விடுவது அல்ல.

நோக்கம் கவனிப்பு.

மூலதனத்துக்கும் நிர்வாகத்துக்கும் இடையே ஒரு பெஞ்ச் இருக்கிறது.

அந்தப் பெஞ்சிலிருந்து, ஒரு கேள்வி மேலும் மேலும் பொருத்தமானதாகத் தோன்றுகிறது.

நவீன நிறுவனங்களின் மிக மதிப்புமிக்க சொத்துகளில் சில, மிகக் கவனமாக அளவிடப்படும் சொத்துகளாக இல்லாமல் இருந்தால் என்ன?

கேள்வி திறந்தே இருக்கிறது.

பதில் எதிர்காலத்துக்குச் சொந்தமானதாக இருக்கும்.

இறுதி அறிக்கை

எண்ணக்கூடியதை அளப்பதில் சந்தைகள் சிறந்து விளங்குகின்றன.

எண்ண முடியாததை நினைவில் வைப்பதில் மனிதர்கள் சிறந்து விளங்குகிறார்கள்.

அந்த இரண்டு யதார்த்தங்களுக்கும் இடையே நவீன
பிராண்ட் நிற்கிறது.

ஒரு பகுதி தொழிற்சாலை.

ஒரு பகுதி நினைவு.

ஒரு பகுதி இருப்புநிலைக் குறிப்பு.

ஒரு பகுதி கதை.

கண்ணுக்குத் தெரியும் சொத்து அறிக்கைகளில்
தோன்றுகிறது.

அளவிடப்படாத சொத்து மக்களிடம் தோன்றுகிறது.

இரண்டும் மதிப்பை உருவாக்குகின்றன.

ஒன்றை மட்டுமே எண்ணுவது எளிது.

வணிகச் சின்னம் ஒரு நிறுவனத்துக்குச் சொந்தம்.
நினைவை மக்கள் காக்கிறார்கள்.
மதிப்பை நினைவு காக்கிறது.

Ferdinando Frega

Gillettenarrative

நாங்கள் புத்தகங்களை விற்பதில்லை. நாங்கள்
உறவுகளைக் கட்டுகிறோம்.