

# Niches

Original draft of an article in Marathi in the newspaper Sakal

3 min read · Just now



Yogesh Haribhau Kulkarni (PhD)

Share

••• More

## तिसरा मंदू

डॉ. योगेश हरिभाऊ कुलकर्णी

**अ** नेक शहरांमध्ये सकाळी-सकाळी एक नेहमीचे चित्र दिसते, ते म्हणजे भाजीबाजाराचे. अनेक विकले एकच वेळी ओरडून आपापल्या कडे ग्राहकांचे लक्ष वेधण्याचा प्रयत्न करत असतात. सांगे जण थोड्याफार प्रमाणात तेच विकत असतात, तेही त्याच लोकांना, त्याच पद्धतीने. पण या गोंधळात, एका शांत कोपन्यात एक छोटासा, साधा ठेला-स्टॉल असतो, जो काहीसाठी वेळाले करत असतो. इथे फक्त एकच गोष्ट विकली जाते: विदेशी मशरूम्स. ना ओरडणे, ना घासाधीस. त्याचा ग्राहकांना ठरलेला आहे: रेस्त, असेप्याबाबत जागरूक लोक आणि जिज्ञासु, खरेदीदार, ने मुद्दामहून इथेच येतात. इतर विकले जिथे कमी नफ्यावर झाली असतात, तिथे हा विकला मात्र भरभराटीस आलेला दिसतो. कारण तो स्वतंत्र विकत नाही, गोंगाट करत नाही, तर तो इतरांपेक्षा वेगळा आहे.

हे काही योगायेशाने घडलेले नाही. हे आहे 'नीश' (अतिविशेषता) या मन-प्राप्तपाचे एक जिवंत उदाहरण. ही कल्पना मुळची पर्यावरणसामाजिक असली, तरी आजच्या जगात आले काम,

## परी या सम हा...

व्यवसाय आणि आयुष्य समजून घेण्यासाठी ती अस्यात उपर्युक्त ठरते.

मिसांवा 'नीश' म्हणजे एखादा जीवाचे पर्यावरणातील अतिविशेष (स्पेशलिटीज) स्थान. तो काय खाली, कुणे रहातो, आणि इतर जीवांसाठी कसा संवाद साधारणे हे सर्व त्यात येते. दोन प्रजांती एकच 'नीश' मध्ये फर काळ टिकत नाहीत; सर्वेमुळे एकासा स्वतःत बदल करावाच लागती. आपल्या मानवी जागतीही असेच 'नीश' असतात. हे 'नीश' म्हणजे काय? तर, एक असे विशिष्ट स्थान किंवा अडव्याद, जे एखादी व्यक्ती आपल्या कौशलांवर आणि अनुभवावर आधारित मिळवतो, जागातील एक असेहे उदाहरण, कीरामधील दुर्मिळ संशोधनायेशीन, ही सांगी 'नीश' मेंगल महिनोची उदाहरणे आहेत. आपल्याकडे ही याचे अनेक दाखले आहेत. त्यातील एक आपल्या जवळचे आंते म्हणजे, स्वार्गीय लाला मगेशकर. पुलीनी एकदा त्याच्याविषयी म्हटले होते, 'आकाशात सूर्य आहे, चंद्र आहे... आणि लालाच सर आहे!' केवळ याचावर वर्णन, नाही का? सुमिळद वर्णन, 'झाले वृक्ष, होतोले वृक्ष, परी या सम हा', न्हणजे 'नीश' च, एकमेवाहिनीय, या

संकल्पनेची काही अणण्यांत उदाहरणे पाहूयात.

अनेक वस्त्रोद्योगांतील कंबन्या सर्वेसामान्य प्राहकांच्या मांगे घावत असतात. पण ज्या कंबन्या एका विशिष्ट गोजेला लक्ष करातात, त्या अनेकदा अधिक यशस्वी ठरतात. उदाहरणार्थ, एक भारतीय स्टार्टअप जी फक्त वाढासाठी रसायनमुक्त स्प्रॉट (डायरपर्स) बनवते, ही कंबन्य विशेषत: अर्हा पालकांसाठी आहे, जे आपल्या मुलांच्या त्वचेसाठी अविश्वसनीय आहेत. मुळव प्रवाहातील 'स्टरासी' कंबन्या मर्यादित सामोल न होता, ही कंबनी बाजारात स्वतःचे अडव्याद स्थान निर्माण करते. साहजिकच, सर्वांनी कामी असल्याने किमतीवर पकड राहेत.

सर्वेसापर्यंग वकील भरपूरी किंवा नेहमीचे अपराधिक ठेंट चालवाऱ्याले घेतात. पण याडलट, एखादी वकील जर फक्त सायबर क्राईम आणि डिजिटल प्रायव्यक्तीसारख्या अत्याधुनिक आणि तुलनेमे अपरिवित विषयावर काय करत असेल, तर ती नक्कीच जास्त पी आकारू शकते. भारतात ही केवळ अवृद्धांचे विकसित होत आहेत. हजारो सर्वसामान्य वकीलांच्या स्पर्धेत न पडता, ती स्वतःची जागा मजबूत करते. हेच 'नीश'.

रोतीतही हेच तत्त्व लागू होते. एखादा रोतकी पारंपरिक कस, नाहू न विकवता, काळ्या तांदळाची जुनी जात किंवा इतर दुमीळ घास्ये फिकवतो. त्याची पैदायाच कमी असली, तरी अरोग्याबदल जागरूक असलेले ग्राहक ते पीक प्रीमियम दारावे खरेदी करतात. असे करून तो अस्थिर कृपी-च्यवस्थेत स्वतःमांडी स्थैर्य आणि संपत्ती निर्माण करतो.

डिजिटल युगात, 'सर्वांसाठी सर्वकाही' या जागतिक स्पर्धेत, केवळ 'इतरपेक्षा चांगले' (बीऱ्या बेटा) असून भागत नाही, तर 'इतरपेक्षा वेगळे' (बीऱ्या डिफरेंट) असणे पण महत्वाचे ठरते.

पण, 'नीश' निवडणे म्हणजे कायाच्यावरुणी यशाची हमी नव्ये, बदलत्या काळ्यात एखादा 'नीश' काळ्यात दिल्या किंवा नष्टही होऊ शकतो. प्राहकांच्या सवयी बदलतात, तंत्रज्ञान मार्ग पडते. म्हणूनच आपल्या 'नीश' मध्ये तांदेज मासलेल्यांनी सुद्धा बदलांसाठी तयार रहावे लागते. मशरूम विक्रेत्यांचा ग्राहकांच्या बदलत्या चवीतुसार, सायबर वकीलांना तंत्रज्ञानाशी संवर्धित नवविनांन कायदे समजून घ्यावे लागतील. थोडक्यात, 'विशेषज्ञे सोबतच लवचिकात' हाच 'नीश' या मन-प्राप्तपाचा गाघा आहे.

## एकमेवाद्वितीय

(परी या सम हा)

अनेक शहरांमध्ये सकाळी-सकाळी एक नेहमीचे चित्र दिसते, ते म्हणजे भाजीबाजाराचे. अनेक विक्रेते एकच वेळी ओरडून आपापल्या भाजीपाल्याकडे ग्राहकांचे लक्ष वेधण्याचा प्रयत्न करत असतात. सगळे जण थोड्याफार प्रमाणात तेच विकत असतात, तेही त्याच लोकांना, त्याच पद्धतीने. पण या गोंधळात, एका शांत कोपन्यात एक छोटासा, साधा ठेला-स्टॉल असतो, जो काहीतरी वेगळे करत असतो. इथे फक्त एकच गोष्ट विकली जाते: विदेशी मशरूम्स. ना ओरडणे, ना घासाधीस. त्याचा ग्राहकवर्ग ठरलेला आहे: शेफ्स, आरोग्याबाबत जागरूक लोक आणि काही जिज्ञासू खरेदीदार, जे मुद्दामहून इथेच येतात. इतर विक्रेते जिथे कमी नफ्यावर झागडत असतात, तिथे हा विक्रेता मात्र भरभराटीस आलेला दिसतो. कारण तो स्वस्त विकत नाही, गोंगाट करत नाही, तर तो इतरांपेक्षा वेगळा आहे.

हे काही योगायोगाने घडलेले नाही. हे आहे 'नीश' (अतिविशेषता) या मेंटल मॉडेलचे (मनःप्रारूप) एक जिवंत उदाहरण. ही कल्पना मूळची पर्यावरणशास्त्रातील असली, तरी आजच्या जगात आपले काम, व्यवसाय आणि आयुष्य समजून घेण्यासाठी ती अत्यंत उपयुक्त ठरते.

निसर्गात 'नीश' म्हणजे एखाद्या जीवाचे पर्यावरणातील अतिविशिष्ट (स्पेशलाइज्ड) स्थान. तो काय खातो, कुठे राहतो, आणि इतर जीवांशी कसा संवाद साधतो, हे सर्व त्यात येते. दोन प्रजाती एकाच नीशमध्ये फार काळ टिकत नाहीत; स्पर्धेमुळे एकाला स्वतःत बदल करावाच लागतो. आपल्या मानवी जगातही असेच नीश असतात. हे नीश म्हणजे काय? तर, एक असे विशिष्ट स्थान किंवा अढळपद, जे एखादी व्यक्ती आपल्या कौशल्यांवर आणि अनुभवावर आधारित मिळवते. बाजारातील एक अनोखे उत्पादन, करिअरमधील दुर्मिळ स्पेशलायझेशन, ही सगळी 'नीश' मेंटल मॉडेलचीच उदाहरणे आहेत. आपल्याकडे ही याचे अनेक दाखले आहेत त्यातील एक आपल्या जवळचे आहे ते म्हणजे, स्वर्गीय लता मंगेशकर. पुलंनी एकदा त्यांच्याविषयी म्हटले होते, 'आकाशात सूर्य आहे, चंद्र आहे... आणि लताचा स्वर आहे!' केवढे यथार्थ वर्णन, नाही का? सुप्रसिद्ध वचन, "झाले बहू, होतील बहू, परी या सम हा", म्हणजे 'नीश' 'च. एकमेवाद्वितीय. या संकल्पनेची काही अजून उदाहरणे पाहूयात.

अनेक वस्त्रोद्योगातील कंपन्या सर्वसामान्य ग्राहकांच्या मागे धावत असतात. पण ज्या कंपन्या एका विशिष्ट गरजेला लक्ष्य करतात, त्या अनेकदा अधिक यशस्वी ठरतात. उदाहरणार्थ, एक भारतीय स्टार्टअप जो फक्त बाळांसाठी रसायनमुक्त लंगोट (डायपर्स) बनवते. ही कंपनी विशेषत: अशा पालकांसाठी आहे, जे आपल्या मुलांच्या त्वचेसाठी अतिशय जागरूक आहेत. मुख्य प्रवाहातील 'सरासरी' फॅशनच्या गर्दीत सामील न होता, ही कंपनी बाजारात स्वतःचे अढळ स्थान निर्माण करते. साहजिकच, स्पर्धा कमी असल्याने किमतीवर पकड राहते.

सर्वसाधारण वकील घरगुती किंवा नेहमीच्या अपराधिक तंत्यांच्या केसेस घेतात. पण याउलट, एखादी वकील जर फक्त सायबर क्राईम आणि डिजिटल प्रायक्षसीसारख्या अत्याधुनिक आणि तुलनेने अपरिचित विषयांवर काम करत असेल, तर ती नक्कीच जास्त फी आकारू शकते. भारतात ही क्षेत्रे अजूनही विकसित होत आहेत. हजारो सामान्य वकिलांच्या स्पर्धेत न पडता, ती स्वतःची जागा मजबूत करते. हेच 'नीश'.

शेतीतही हेच तत्त्व लागू होते. एखादा शेतकरी पारंपरिक ऊस, गहू न पिकवता, काळ्या तांदळाची जुनी जात किंवा इतर दुर्मिळ धान्ये पिकवतो. त्याची पैदावार कमी असली, तरी आरोग्याबद्दल जागरूक असलेले ग्राहक ते पीक प्रीमियम दराने खरेदी करतात. असे करून तो अस्थिर कृषी-व्यवस्थेत स्वतःसाठी स्थैर्य आणि संपत्ती निर्माण करतो.

डिजिटल युगात, 'सर्वांसाठी सर्वकाही' या जागतिक स्पर्धेत, केवळ 'इतरांपेक्षा चांगले' (बीइंग बेटर) असून भागत नाही, तर 'इतरांपेक्षा वेगळे' (बीइंग डिफरंट) असणे पण महत्त्वाचे ठरते.

पण, 'नीश' निवडणे म्हणजे कायमस्वरूपी यशाची हमी नव्हे. बदलत्या काळात एखादा 'नीश' कालबाब्य किंवा नष्टही होऊ शकतो. ग्राहकांच्या सवयी बदलतात, तंत्रज्ञान मागे पडते. म्हणूनच आपल्या नीशमध्ये तरबेज असलेल्यांनी सुद्धा बदलांसाठी तयार रहावे लागते. मशरूम विक्रेत्याला

ग्राहकांच्या बदलत्या चवीनुसार. सायबर वकिलांना तंत्रज्ञानाशी संबंधित नवनवीन कायदे समजून घ्यावे लागतील. थोडक्यात, 'विशेषतेसोबतच लवचिकता' हाच 'नीश' या मेंटल मॉडेलचा गाभा आहे.

हे मेंटल मॉडेल नवउद्योजक आणि विचारवंत नवल रविकांत यांच्या 'विशिष्ट ज्ञान' (स्पेसिफिक नॉलेज) या कल्पनेशी मिळतेजुळते आहे. तुमचे ज्ञान-कौशल्य असे असावे, की जे अतिविशिष्ट, दुर्मिळ आणि सहजासहजी शिकता येण्यासारखे नसेल. त्यामुळे जागतिक पटलावर तुम्ही एकमेवाद्वितीय ठरू शकता.

अशा प्रकारे, 'नीश' हे केवळ स्पर्धा टाळण्याचे साधन नाही, तर ते स्वतःचे एक वेगळे अस्तित्व निर्माण करण्याचा मार्ग आहे. हे जगापासून दूर जाणे नव्हे, तर आपण निवडलेल्या क्षेत्रात स्वतःला केंद्रस्थानी प्रस्थापित करणे आहे. "परी या सम हा" अशी स्तुती आपल्या वाट्याला आली, तर आयुष्याचे सार्थक झाले असे म्हणता येईल, नाही का?

Mental Models

Sakal

Marathi

Psychology

Niche