

बजाज इलेक्ट्रिकल्स: विकास की रफ्तार पर बढ़ते कदम

जितेंद्र कुमार गुप्ता

मूल्यांकन के आधार पर बजाज इलेक्ट्रिकल्स का शेयर अपने प्रतिस्पर्धी हैवेल्स इंडिया के मुकाबले लगभग 30-50 फीसदी के डिस्काउंट पर कारोबार कर रहा है। हैवेल्स इंडिया के शेयर को यह प्रीमियम बढ़त इस धारणा से मिली है कि वह अधिक आक्रामक कंपनी है और उसे अपने नए उत्पादों और सिल्वेनिया अधिग्रहण से मजबूती मिली है। बजाज इलेक्ट्रिकल्स में भी बदलाव आ रहा है और यह शेयर इस मूल्यांकन अंतर को कुछ हद तक पाटने में सफल रह सकता है।

हाल में ही अनंत बजाज को 72 वर्ष पुरानी बजाज इलेक्ट्रिकल्स का संयुक्त प्रबंध निदेशक बनाया गया है। कंपनी अब अपने व्यवसाय के पुनर्गठन और लागत कटौती के जरिये विकास की नई राह पर बढ़ने की तैयारी कर रही है। अपनी ब्रांड इक्विटी का लाभ उठा कर कंपनी अब इंजीनियरिंग व्यवसाय पर अधिक ध्यान देना और निर्यात बाजार में पैठ बढ़ाना चाहती है। बजाज इलेक्ट्रिकल्स के मुख्य प्रबंध निदेशक शेखर बजाज कहते हैं, 'हमारी रणनीति व्यवसाय को आसान बनाए जाने और कंपनी को अगले स्तर पर ले जाने के



आ रहा है सुधार

| In - crore | FY11 | FY12E | FY13E |
|------------|---------|---------|---------|
| Revenue | 2,740.8 | 3,103.5 | 3,611.9 |
| OPM (%) | 9.5 | 7.4 | 8.7 |
| Net profit | 146.7 | 116.0 | 173.5 |
| EPS (-) | 15.3 | 11.7 | 17.6 |
| PE (x) | 13.1 | 17.2 | 11.4 |

E: Estimates

Source: India Infoline Research

लिए विकास पर ध्यान केंद्रित करने की है। पिछले 10 वर्षों में हमारा राजस्व 25-30 फीसदी के दायरे में बढ़ा है और मुनाफा सालाना 30-35 फीसदी की दर से बढ़ा है। भविष्य में हमें इसके लगभग 15-20 फीसदी की सालाना दर से बढ़ने का अनुमान है।'

व्यवसाय

बजाज इलेक्ट्रिकल्स को प्रमुख कंज्यूमर लाइटिंग एवं अप्लायंसेज कंपनी के रूप में जाना जाता है और यह इंजीनियरिंग एवं प्रोक्यूरमेंट (ईएंडपी) व्यवसाय में भी है जिसकी इसके राजस्व में एक-तिहाई की भागीदारी है। पुनर्गठन इसके व्यवसायों को दो वर्टिकलों - कंज्यूमर प्रोडक्ट और बिजनेस टु बिजनेस

(बी2बी) में विभाजित करेगा। कंज्यूमर उत्पादों में अप्लायंसेज, पंखे, कंज्यूमर इयूरेबल्स, लाइटिंग और मर्फी रिकाइर्स शामिल होंगे जबकि ल्युमिनरी और इंजीनियरिंग परियोजनाएं बी2बी वर्टिकल में शामिल होंगी। इस पुनर्गठन के जरिये कंपनी लागत में कटौती के लिए परिचालन दक्षता बढ़ाना चाहती है।

खपत पर जोर

बजाज इलेक्ट्रिकल्स का विकास घरेलू खपत से संबद्ध है। कंपनी 5,000 डीलरों के मजबूत नेटवर्क से लैस है और पूरे भारत में 400,000 रिटेलरों में उसकी उपस्थिति है जिससे उसे आने वाले वर्षों में अपनी ब्रांड इक्विटी एवं विकास का फायदा उठाने में मदद मिलनी चाहिए।

कंपनी ने विपणन एवं वितरण नेटवर्कों पर जोर देकर ग्रामीण बाजारों में विस्तार की योजनाएं तैयार की हैं। इसने प्रीमियम उत्पादों के साथ शहरी और अर्द्ध-शहरी बाजारों में भी अपनी उपस्थिति बढ़ाने की योजना बनाई है।

विश्लेषकों का मानना है कि कंपनी का उपभोक्ता खंड अगले दो वर्षों के दौरान 12-15 फीसदी की दर से बढ़ेगा। महत्वपूर्ण तथ्य यह है कि इसका कारोबार इसके व्यवसाय में लगी निर्धारित परिसंपत्तियों का लगभग 12 गुना है। बजाज खासकर आउटसोर्सिंग मॉडल पर काम करती है जो अधिक मार्जिन वाला व्यवसाय है। निवेश पर प्रतिफल (वित्त वर्ष 2011 में 27.4 फीसदी) में सुधार आएगा और आंतरिक नकदी में भी इजाफा होगा। आंतरिक

प्राप्तियों और बच में काफी कम कर्ज के साथ कंपनी प्रबंधन अधिग्रहणों के लिए स्वतंत्र है और मौजूदा स्तर यह 1000 करोड़ रुपये तक जुटा सकती है।

अपने कंज्यूमर व्यवसाय की तुलना में इंजीनियरिंग व्यवसाय (राजस्व का 30 फीसदी) को अधिक नकदी और कार्यशील पूंजी की जरूरत है। नियोजित पूंजी में यह सेगमेंट 70 फीसदी का योगदान देता है, लेकिन ब्याज एवं कर पूर्व आय में इसकी भागीदारी महज 30 फीसदी की है। इस खंड में कंपनी औद्योगिक एवं सरकारी ग्राहकों को इलेक्ट्रिकल सॉल्यूशन मुहैया कराती है। कंपनी ट्रांसमिशन लाइनों के कार्य से भी जुड़ी हुई है और केईसी इंटरनेशनल, कलपतरू पावर ट्रांसमिशन और ज्योति स्ट्रक्चर्स जैसी बड़ी कंपनियों के साथ प्रतिस्पर्धा करती है। यह सेगमेंट मौजूदा समय में लगभग 700-750 करोड़ रुपये के टेकों से लैस है और कंपनी ने वित्त वर्ष 2013 में 1000 करोड़ रुपये के ईएंडपी राजस्व का लक्ष्य रखा है।

एक नजर

| | |
|-------------------------|--------|
| मौजूदा भाव | 201.50 |
| 52 सप्ताह का निचला स्तर | 132 |
| 52 सप्ताह का ऊंचा स्तर | 296 |