vinetur

मांग कमजोर पड़ने पर अमेरिकी व्हिस्की उत्पादकों ने उत्पादन घटाया

कम बिक्री, भरे गोदामों और कड़ी प्रतिस्पर्धा के बीच नकदी बचाने के लिए डिस्टिलर विस्तार परियोजनाएं टाल रहे हैं

रविवार, 15 नवंबर 2026



मांग कमजोर पड़ने के कारण उद्योग को भंडार खपाने और कठिन बाजार के अनुरूप ढलने की जरूरत पड़ रही है। ऐसे में अमेरिकी व्हिस्की उत्पादक उत्पादन धीमा कर रहे हैं और निवेश योजनाओं पर नए सिरे से विचार कर रहे हैं।

शनिवार, 14 नवंबर को Forbes में प्रकाशित टिप्पणियों में उद्योग विशेषज्ञ Michael Bilello ने कहा कि यह सुस्ती उपभोक्ता मांग में कमी, पीने की बदलती आदतों और अन्य स्पिरिट श्रेणियों से बढ़ती प्रतिस्पर्धा का मिला-जुला असर है। इस बदलाव के चलते डिस्टिलर उत्पादन, पूंजीगत खर्च और विकास योजनाओं को लेकर निकट अवधि के फैसले कर रहे हैं। इससे पहले कई वर्षों तक अमेरिकी व्हिस्की को देश और विदेश में मजबूत दिलचस्पी का फायदा मिला था।

उद्योग की प्रतिक्रिया आपूर्ति और बिक्री के बीच संतुलन बनाने पर केंद्रित है। पहले की रफ्तार से उत्पादन जारी रखने के बजाय कई डिस्टिलरी उत्पादन घटा रही हैं या उसमें बारीक बदलाव कर रही हैं, ताकि ऐसे समय में गोदामों में बहुत अधिक व्हिस्की जमा न हो जब मांग उतनी तेजी से नहीं बढ़ रही, जितनी कई उत्पादकों ने उम्मीद की थी। इसका यह मतलब नहीं कि पूरा भंडार बिना इस्तेमाल पड़ा है। भंडार में मौजूद व्हिस्की का एक बड़ा हिस्सा अब भी परिपक्व हो रहा

है और भविष्य में बिक्री के लिए रखा गया है। इससे उत्पादकों को कुछ समय तो मिलता है, लेकिन उन पीपों में पैसा भी फंसा रहता है जिनसे बाद में ही राजस्व मिलेगा।

Bilello ने कहा कि कंपनियां यह तय करने में भी अधिक छंटनी बरत रही हैं कि पैसा कहां खर्च किया जाए। कुछ उत्पादक नकदी बचाने और बाजार की स्थितियां फिर बदलने पर तेजी से प्रतिक्रिया देने के लिए विस्तार परियोजनाएं टाल रहे हैं, निर्माण योजनाओं की रफ्तार धीमी कर रहे हैं या नए निवेश का दायरा सीमित कर रहे हैं। व्यावहारिक रूप से इसका अर्थ है तेजी से विकास पर बड़े दांव कम लगाना और परिचालन दक्षता, ब्रांड की बाजार में स्थिति तथा उत्पाद की गुणवत्ता पर अधिक ध्यान देना।

यह दबाव ऐसे समय में है जब उपभोक्ताओं का व्यवहार उस दौर के मुकाबले अधिक मिला-जुला नजर आ रहा है, जब प्रीमियम अमेरिकी व्हिस्की तेजी से लोकप्रिय हो रही थी। कुछ लोग एक स्पिरिट श्रेणी से दूसरी श्रेणी की ओर जा रहे हैं, जबकि अन्य खरीदारी की आवृत्ति और मात्रा को लेकर अधिक चयनशील हो रहे हैं। डिस्टिलरों को स्पिरिट की व्यापक श्रेणियों से भी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है, जिससे किसी एक श्रेणी के लिए केवल बाजार की गति के भरोसे रहना कठिन हो गया है।

बिक्री बनाए रखने के लिए उत्पादक अपने उत्पादों की विविधता बढ़ा रहे हैं और चुनिंदा नई पेशकशों तथा गुणवत्ता में सुधार के जरिए उपभोक्ताओं की दिलचस्पी बनाए रखने की कोशिश कर रहे हैं। इसका मकसद व्हिस्की के वफादार उपभोक्ताओं को बनाए रखते हुए उन खरीदारों को भी आकर्षित करना है जिनके पास अब अधिक विकल्प हैं और जो स्पष्ट वजह के बिना ऊंची कीमत चुकाने को शायद तैयार न हों। यह रणनीति ब्रांडों को प्रासंगिक बनाए रखने में मदद कर सकती है, लेकिन ऐसे समय में इसके लिए अनुशासित रुख भी जरूरी है जब कई कंपनियां जोखिम घटाने की कोशिश कर रही हैं।

इस समायोजन का महत्व केवल व्हिस्की तक सीमित नहीं है। अमेरिकी व्हिस्की अमेरिका के डिस्टिल्ड स्पिरिट कारोबार के सबसे प्रमुख हिस्सों में से एक है। उत्पादन या निवेश में कटौती से पेय बाजार के इस बड़े खंड में डिस्टिलिंग क्षमता, वित्तपोषण संबंधी फैसलों और निर्यात योजनाओं पर असर पड़ सकता है। परिपक्वण, बोतलबंदी और लॉजिस्टिक्स से जुड़ी कंपनियों तथा आपूर्तिकर्ताओं और वितरकों के लिए विस्तार चक्र धीमा होने से लागत और योजना पर असर पड़ सकता है, भले ही इससे पूरे उद्योग में व्यापक कटौती न हो।

निर्यात में वृद्धि उद्योग के परिदृश्य का अहम हिस्सा बनी हुई है। घरेलू मांग कम भरोसेमंद होने के कारण उत्पादक विदेशी बाजारों तक पहुंच बनाने या वहां अपनी मौजूदगी मजबूत करने के तरीके तलाश रहे हैं। इससे देश में धीमी बिक्री की भरपाई करने में मदद मिल सकती है, लेकिन यह बाजार तक पहुंच, कीमतों, उपभोक्ताओं की पसंद और उन देशों में प्रतिस्पर्धा करने की ब्रांडों की क्षमता पर निर्भर करेगा जहां स्थानीय उत्पादों और अन्य आयातित स्पिरिट की पहले से मजबूत स्थिति है।

फिलहाल, उद्योग तेजी के बजाय सतर्कता को तरजीह देता दिख रहा है। डिस्टिलर अमेरिकी व्हिस्की के दीर्घकालिक मूल्य को बचाने की कोशिश कर रहे हैं और साथ ही ऐसे अति-उत्पादन से बचना चाहते हैं जो कीमतों पर दबाव डाल सकता है, वित्तीय स्थिति पर बोझ बढ़ा सकता है और कंपनियों के पास निकट अवधि में बिकने से अधिक भंडार छोड़ सकता है। मौजूदा दौर पीछे हटने का कम और उस श्रेणी में सुधार को संभालने का अधिक है जो अब भी महत्वपूर्ण है, लेकिन अब उसी ताकत से आगे नहीं बढ़ रही जैसी उसकी सबसे तेज विकास अवधि में थी।