May 2019
VYAVASAYA KERALAM
Volume 51 Issue 12

വ്യവസായ കേരളം

ലളിതമായി തുടങ്ങാവുന്ന
4 പുത്തൻ ബിസിനസ്സുകൾ

ഡിജിറ്റൽ സംഗീതവും സംരംഭക സാധ്യതകളും

കോടികളുടെ കച്ചവടവുമായി സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികൾ

A TRUSTED NAME FOR CONSTRUCTION EQUIPMENTS

Since: 1984

- Hydraulic Hollow Block Machines
- Concrete Mixers
- Concrete Sheets
- Piller Boxes
- Adjustable Jacky
- Adjustable Span
- Concrete Door and Window Moulds
- Well & Concrete Pipe Moulds
- Hollow Block Moulds

ASWATHI ENGINEERING WORKS

Agastianmuzhi, Mukkam, Kozhikkode,
Kerala; 673602 . Phone : **9447 076942**

aswathimkm@gmail.com

aswathieng.com

Vyavasaya Keralam
വ്യവസായകേരളം
www.keralaindustry.org

മെയ് 2019 | പുസ്തകം 51 | ലക്കം 12
May 2019 | Volume 51 | Issue 12

ഉള്ളടക്കം

05 ലളിതമായി തുടങ്ങാവുന്ന 4 പുത്തൻ ബിസിനസ്സുകൾ
ടി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

12 റീബ്രാന്റിംഗ് ഭൂതത്തിൽ നിന്നും ഭാവയിലേക്കൊരു യാത്ര
സുധീർ ബാബു

20 ചരക്ക് സേവന നികുതി രജിസ്ട്രേഷൻ ഭേദഗതിയും റദ്ദാക്കലും
ഡോ. ശചീന്ദ്രൻ. വി

24 മധുരക്കിഴങ്ങ് ഒരു സുപ്രധാന മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്നമത്രേ
ആർ. ഹേലി

28 ഡിജിറ്റൽ സംഗീതവും സംരംഭക സാധ്യതകളും
ലോറൻസ് മാത്യു

32 വ്യവസായ മേഖലയിൽ വികസനക്കുതിപ്പുമായി കൊല്ലം
ആർ. ദിനേശ്

32 കോടികളുടെ കച്ചവടവുമായി സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികൾ
മനോജ് മാതിരപ്പള്ളി

40 സ്ത്രീ ശാക്തീകരണം വ്യവസായത്തിൽ
ചിത്രകുമാരി. എസ്

44 പ്രചാരണ വ്യവസായം സാധ്യതകളേറെ
എഴുമാവിൽ രവീന്ദ്രനാഥ്

48 കുർത്തിയിൽ കാമില ടച്ച്
സിന്ധു. പി. കെ

ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസ്

ചുവടുറപ്പിക്കാം പ്രത്യാശാജനകമായ മാറ്റങ്ങൾക്കായി

'നാളത്തെ ലോകത്തിന്റെ ഭാവി' എന്ന് വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നതാണ് ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസ് അഥവാ 'കൃത്രിമ ബുദ്ധി'. പരിഭാഷ മുതൽ ക്യാൻസർ നിർണ്ണയം വരെ, സ്മാർട്ട് ഫോൺ മുതൽ ഡ്രൈവറില്ലാ കാർ വരെ അങ്ങനെ എല്ലാം മാറുന്ന ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ മാറ്റങ്ങൾക്ക് ചുക്കാൻ പിടിക്കുകയാണ് ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസ്. നാളത്തെ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളിൽ പലതും കൃത്രിമ ബുദ്ധിയെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തിയുള്ള തായിരിക്കും. മാത്രമല്ല ഇന്നുള്ള മിക്കവാറും ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങളിലേക്കും അവയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിലേക്കും കൃത്രിമ ബുദ്ധിയുടെ കടന്നുകയറ്റം ഉണ്ടാകും. എല്ലാ കാര്യങ്ങൾക്കും നാം ആപ്പുകളെ ആശ്രയിക്കുമ്പോൾ കൃത്രിമ ബുദ്ധിയാൽ നിയന്ത്രിക്കപ്പെടുന്ന ആപ്പുകളായിരിക്കും വരുംകാല ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങളെ അഥവാ പ്രവർത്തനങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കാൻ പോകുന്നത്.

കെ. ബിജു, ഐ.എ.എസ്
ഡയറക്ടർ, വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ്

ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസ് വരും നാളുകളിൽ നിരവധി തൊഴിലവസരങ്ങൾ ഇല്ലാതെയാക്കുകയോ അവസരങ്ങളെ ഗണ്യമായി കുറക്കുകയോ ചെയ്യുമെന്ന് പഠനങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുമ്പോൾ തന്നെ കൃത്രിമബുദ്ധി അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള സംരംഭങ്ങളും അവസരങ്ങളും വളർന്ന് വരുമെന്ന് കൂടി നാം മനസ്സിലാക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

ഭാവിയിൽ മിക്ക ജോലികളിലും ഓട്ടോമേഷൻ വരുന്നുവെന്ന യാഥാർത്ഥ്യം ഉൾക്കൊള്ളുന്നതോടൊപ്പം പുതിയ തൊഴിലവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ സർക്കാരും സർവ്വകലാശാലകളും വികസന ഏജൻസികളും സജ്ജരാകണം. യു.എ.ഇയിൽ ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസിന്റെ പ്രയോഗവും ഭാവി സാധ്യതകളും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനായി പ്രത്യേക വകുപ്പും മന്ത്രിയെയും നിയമിച്ചു എന്ന് പറയുമ്പോൾ ലോകം ഇതിന്റെ സാധ്യതകൾ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് കാലത്തിനു മുൻപേ സഞ്ചരിക്കുവാൻ തയ്യാറാകുന്നുവെന്നാണ് നാം മനസ്സിലാക്കേണ്ടത്.

പരമ്പരാഗത തൊഴിലവസരങ്ങൾ പലതും ഇല്ലാതാകുമ്പോൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടാൻ സാധ്യതയുള്ള പുത്തൻ തൊഴിലവസരങ്ങൾ മുന്നേ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് ആ ദിശയിൽ മുന്നേറുവാൻ നമുക്ക് കഴിയണം. യന്ത്രങ്ങളെയും അവയെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന കൃത്രിമ ബുദ്ധിയേയും ഭയപ്പാടോടെ കാണാതെ അവയെ പ്രശ്ന പരിഹാരത്തിനായും പുതിയ അവസരങ്ങളെ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനായും ഉപയോഗപ്പെടുത്തണം. നമ്മുടെ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷനും സർവ്വകലാശാലകളും സാങ്കേതിക വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങളും ആസൂത്രണ വിഭാഗവും ഈ ദിശയിൽ ചുവടുവെയ്ക്കുമെന്ന് പ്രത്യാശിക്കാം.

ചീഫ് എഡിറ്റർ

ചീഫ് എഡിറ്റർ
കെ. ബിജു ഐ.എ.എസ്
ഡയറക്ടർ, വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ്

എഡിറ്റർ
ബൈജു ആർ.എസ്.

കവർ, ഡിസൈൻ & ലേഔട്ട്
ദീപക് മൗത്താട്ടിൽ

ടൈപ്പ് സെറ്റിംഗ്
വി. അഭിലാഷ്

എഡിറ്റോറിയൽ ഓഫീസ്
വ്യവസായകേരളം
ഡോക്യുമെന്റേഷൻ സെന്റർ
ഡി.ഐ.സി. ബിൽഡിങ്
വെള്ളയമ്പലം
തിരുവനന്തപുരം - 695 033

ഫോൺ: 6238302158
ഇമെയിൽ-
vyavasayakeralam@gmail.com
വെബ്സൈറ്റ്-
www.keralaindustry.org

പ്രതിനിധികൾ-
- തിരുവനന്തപുരം : [illegible]
- കൊല്ലം : [illegible]
- പത്തനംതിട്ട : [illegible]
- ആലപ്പുഴ : [illegible]
- കോട്ടയം : [illegible]
- ഇടുക്കി : [illegible]
- എറണാകുളം : [illegible]
- തൃശൂർ : [illegible]
- പാലക്കാട് : [illegible]
- മലപ്പുറം : [illegible]
- കോഴിക്കോട് : [illegible]
- വയനാട് : [illegible]
- കണ്ണൂർ : [illegible]
- കാസർഗോഡ് : [illegible]

അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് സപ്പോർട്ട്
എസ്. നിഷാന്ത്,
ലക്ഷ്മി എസ്., ക്ലാരമ്മ ജെയിംസ്,
ആശാലത ടി.,
അരുൺ വി.എൻ., നിഷ,
വിപിൻ വി.എസ്.,
ബേബി. വൈ
രാമകൃഷ്ണൻ എഴുത്തച്ഛൻ

ലേഖകരുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ സർക്കാരിന്റേതായിരിക്കണമെന്നില്ല. അവയുടെ ഉത്തരവാദിത്തം ലേഖകർക്ക് മാത്രമാണ്.

ടി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

ലളിതമായി തുടങ്ങാവുന്ന
4 പുത്തൻ ബിസിനസ്സുകൾ

വളരെ കുറഞ്ഞ മുതൽ മുടക്കിൽ ആരംഭിക്കാവുന്ന 4 ഓൺലൈൻ ബിസിനസ്സ് ഐഡിയകളെക്കുറിച്ചാണ് ഈ ലേഖനത്തിൽ പ്രതിപാദിക്കുന്നത്. ഒഴിവ് സമയം ഉപയോഗിച്ച് മാറ്റാവുന്നതും സ്ത്രീകൾക്ക് നന്നായി ശോഭിക്കാൻ കഴിയുന്നതുമായ പുതു തലമുറ ബിസിനസ്സുകളാണിവ. കൂടാതെ ഇവയ്ക്കുള്ള ലൈസൻസുകൾ വളരെ ലളിതമായി സമ്പാദിക്കാവുന്നതും സ്ഥിരമായ വരുമാനം ഉറപ്പാക്കാവുന്നതുമാണ്.

ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്

അതിവേഗം വളർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു ബിസിനസ്സ് മേഖലയാണ് ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്. കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ അടിസ്ഥാന വിവരങ്ങൾ അറിയാവുന്നവർക്കും, അല്പം പരിചയം ഉള്ളവർക്കും നന്നായി ശോഭിക്കാവുന്ന ബിസിനസ്സ്. ഉല്പന്നങ്ങൾ/ സേവനങ്ങൾ എന്നിവ വിൽക്കുന്നവർക്കും വാങ്ങുന്നവർക്കും അനുയോജ്യമായ പ്ലാറ്റ്ഫോം ഉണ്ടാക്കുകയാണ് ഇതിൽ ചെയ്യേണ്ടത്.

1. ബിസിനസ്സ് ഐഡിയ

ഉല്പന്നങ്ങൾ നിർമിക്കണമെന്നില്ല. വാങ്ങണമെന്നില്ല. വിൽക്കണമെന്നും ഇല്ല. വിൽക്കാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന ഉല്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണഗണങ്ങൾ വാങ്ങാൻ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നവരിൽ എത്തിക്കുകയാണ് ചെയ്യേണ്ടത്. സേർച്ച് എഞ്ചിൻ ഓപ്റ്റിമൈസേഷൻ, മാർക്കറ്റിംഗ് ആട്ടോമേഷൻ, ബിഹേവിയറൽ മാർക്കറ്റിംഗ് തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങൾ ഇതിലുണ്ട്. ഇവയ്ക്കാവശ്യമായ സോഫ്റ്റ്വെയർ ടൂളുകൾ ലഭ്യമാണ്. അവ സമ്പാദിച്ച് കമ്പനികളെ പ്രമോട്ട് ചെയ്യുകയാണ് ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിങ്ങിന്റെ ഐഡിയ.

2. വിപണി

മികച്ച വിപണിയാണ് ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിങ്ങിനുള്ളത്. ഇത് അനുദിനം വളർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ് എന്നതാണ് പ്രധാന സവിശേഷത. ടൂറിസം, ഐ. ടി, അന്തർദേശീയ ചാരിറ്റി സംഘടനകൾ, സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട വ്യവസായ നിർമാണ സ്ഥാപനങ്ങൾ, ഹോം നേഴ്സിംഗ്, ബുക്ക്, മറ്റ് പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ, പഠന ഉപകരണങ്ങൾ, ആരോഗ്യ സംരക്ഷണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ, എക്സിബിഷനുകൾ, ഷോകൾ, മാച്ചുകൾ തുടങ്ങിയ മേഖലകളിൽ ശ്രദ്ധേയമായ വിപണി ലഭ്യമാണ്. ജൈവ കാർഷിക ഉല്പന്ന വില്പനയിലും ഡിജിറ്റൽ വിപണിയിൽ സാധ്യതയുണ്ട്.

3. അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ

വളരെ ചെറിയ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ഇത്തരം പ്രവൃത്തികൾ ഏറ്റെടുക്കാം. ഒരു ഓഫീസ് പോലും വേണമെന്നില്ല. വീട്ടിൽ ഇരുന്നുകൊണ്ടും, യാത്രയ്ക്കിടയിലാണെങ്കിലും അതത് സ്ഥലത്ത് വച്ചും ബിസിനസ്സ് നടത്താം. ഒരു കമ്പ്യൂട്ടറും (ലാപ് ടോപ്പ്) നെറ്റ് കണക്ഷൻ സൗകര്യങ്ങളും ഉണ്ടെങ്കിൽ ചെയ്യാവുന്നതേയുള്ളൂ. കമ്പ്യൂട്ടർ പരിചയം ഉണ്ടായിരിക്കണമെന്ന് മാത്രം. +2 വരെയെങ്കിലും വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത ഉണ്ടായിരിക്കുന്നത് നല്ലതാണ്. വീട്ടമ്മമാർക്കും നന്നായി ശോഭിക്കാം. ഒരു വെബ്സൈറ്റ് വേണം.

4. നേട്ടങ്ങൾ

സ്വയം തൊഴിൽ കണ്ടെത്തുകയും, ഒപ്പം നിരവധിപേർക്ക് തൊഴിൽ നൽകുകയും

ചെയ്യാൻ കഴിയും. ഒഴിവുസമയം ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയും ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് നടത്താം. കുറഞ്ഞ നിക്ഷേപത്തിൽ തുടങ്ങാം. സൈഡ് ബിസിനസ്സ് എന്ന നിലയിലും ഈ ബിസിനസ്സ് നടത്തുന്ന വനിതകളുണ്ട്. സ്ഥിരം കസ്റ്റമേഴ്സിനെ ലഭിക്കാനും അവസരമുണ്ട്. ആദ്യനാളുകളിൽ ചെറിയ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ ഉണ്ടായാലും, തുടർന്ന് മികച്ച വിജയം നേടാനാകും എന്നതാണ് അനുഭവം. മികച്ച ഗ്രാഫിക്സ്, കണ്ടന്റ് റൈറ്റിംഗ് എന്നീ മേഖലകളെ സംയോജിപ്പിക്കാനും മുന്നേറാനും കഴിയും.

മനസ്സുവയ്ക്കുന്ന ഒരു സംരംഭകന് 3 മാസത്തിനുള്ളിൽ പ്രതിമാസം 50,000/- രൂപയെങ്കിലും കുറഞ്ഞത് സമ്പാദിക്കുവാൻ കഴിയും.

ഓൺലൈൻ കോച്ചിംഗ്/ ട്യൂഷൻ

ഓൺലൈൻ കോച്ചിംഗ് ഇന്നത്തെ മികച്ച ഒരു ഡിജിറ്റൽ ബിസിനസ്സ് ആണ്. സംരംഭകന്റെ യോഗ്യതയ്ക്കനുസരിച്ചുള്ള കോഴ്സുകളും പ്രോഗ്രാമുകളും തിരഞ്ഞെടുക്കാം. യൂ-ട്യൂബിൽ ഒരു കോച്ചിംഗ് ക്ലാസ്സ് പോസ്റ്റ് ചെയ്തുകൊണ്ട് ഈ രംഗത്തേയ്ക്ക് കടന്നുവരാം. കോച്ചിംഗ് പാക്കേജുകൾ പ്രഖ്യാപിച്ച്, ആയതിന്റെ നിലവാരവും, മത്സരാർത്ഥികളുടെ എണ്ണവും കണക്കിലെടുത്ത് ഫീസും നിശ്ചയിക്കാം. ഏത് വിഭാഗത്തെ ഉപയോഗിച്ചാണോ കോച്ചിംഗ് നടത്തുന്നത് അവരുടെ വിശ്വാസ്യത പിടിച്ചു പറ്റാൻ കഴിഞ്ഞാൽ മികച്ച വിജയം

യൂ- ട്യൂബിൽ ഒരു കോച്ചിംഗ് ക്ലാസ്സ് പോസ്റ്റ് ചെയ്തുകൊണ്ട് ഓൺലൈൻ കോച്ചിംഗ് / ട്യൂഷൻ രംഗത്തേയ്ക്ക് കടന്നുവരാം. കോച്ചിംഗ് പാക്കേജുകൾ പ്രഖ്യാപിച്ച്, ആയതിന്റെ നിലവാരവും, മത്സരാർത്ഥികളുടെ എണ്ണവും കണക്കിലെടുത്ത് ഫീസും നിശ്ചയിക്കാം.

ഉണ്ടാക്കാം.

1. ബിസിനസ്സ് ഐഡിയ

പി. എസ്. സി, ബാങ്ക് കോച്ചിംഗ്, സ്കൂൾ, കോളേജ് തുടങ്ങി വിവിധങ്ങളായ മേഖലകളിൽ ഓൺ കോച്ചിംഗ് നടത്തുക എന്നതാണ് ബിസിനസ്സ്. ക്രാഷ് കോച്ചിംഗുകളും നടത്താം. കറന്റ് അഫയേഴ്സിൽ മാസംതോറും പ്രത്യേക ബാച്ചുകൾ തുടങ്ങാം. മത്സരപ്പരീക്ഷയ്ക്ക് തയ്യാറെടുക്കുന്നവരെ എല്ലാ തലത്തിലും സഹായിക്കാൻ കഴിയുന്ന പാക്കേജുകൾ വേണം. ആവശ്യമായ മെന്ററിംഗും നടത്തേണ്ടതായിവരും. പൊതുവിജ്ഞാനം, കണക്ക്, ഇംഗ്ലീഷ് എന്നീ വിഷയങ്ങൾക്ക് റെഗുലർ കോച്ചിംഗും, എൽ. ഡി. ക്ലാർക്ക്, ലാസ്റ്റ് ഗ്രേഡ് സർവന്റ്സ്, സാങ്കേതിക യോഗ്യതാ മത്സര പരീക്ഷകൾ പ്രത്യേക കോച്ചിംഗും ഏർപാടാക്കാം. ഒരു മാസം മുതൽ 12 മാസം വരെ നീണ്ടു നിൽക്കുന്ന പാക്കേജുകൾ ഇപ്പോൾ ലഭ്യമാണ്. 50 രൂപ മുതൽ 6,000 രൂപ വരെ ചാർജ്ജ് ചെയ്യുന്ന പാക്കേജുകൾ ഈ രംഗത്ത് നിലനിൽക്കുന്നുണ്ട്.

2. വിപണി

വിദ്യാർത്ഥികളും, ഉദ്യോഗാർത്ഥികളും അടങ്ങുന്ന ഒരു വലിയ സമൂഹം കേരളത്തിലുണ്ട്. ഇവരുടെ സംഖ്യ ശരാശരി എടുത്താൽ 70 ലക്ഷത്തിൽ ഏറെ വരും. ഈ കൊച്ച് കേരളത്തിൽത്തന്നെ മികച്ച ഒരു വിപണി ഓൺലൈൻ കോച്ചിങ്ങിനുണ്ട്. യോഗ്യതയ്ക്കനുസരിച്ച് മാത്രം കോച്ചിംഗിന് രൂപം നൽകണമെന്നില്ല. യോഗ്യതയുള്ളവരെ നിയമിച്ചും വിപണിയിൽ നിന്ന് വരുന്ന ആവശ്യത്തിനനുസരിച്ച് കോച്ചിംഗ് പാക്കേജുകൾ പ്രഖ്യാപിച്ച് നടപ്പിലാക്കാം.

3. അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ

ഓൺലൈൻ കോച്ചിംഗ് തുടങ്ങാൻ വലിയ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ ആവശ്യമില്ല. വലിയ നിക്ഷേപവും വേണ്ട. ഒരു കമ്പ്യൂട്ടറും മികച്ച് നെറ്റ്/ വീഡിയോ കാൾ സംവിധാനവും ഉറപ്പാക്കണമെന്ന് മാത്രം. ഇടയ്ക്ക് ഒരു ഒത്തുചേരലും ഓഫ്ലൈൻ ക്ലാസ്സുകളും സംഘടിപ്പിക്കുന്നതും ഗുണം ചെയ്യും. ഗസ്റ്റ് ഫാക്കൽറ്റികളുടെ സേവനങ്ങളും ഇതിനായി ഉപയോഗിക്കാം.

4. നേട്ടങ്ങൾ

കുറഞ്ഞ മുതൽമുടക്കിൽ മികച്ച ഒരു തൊഴിൽ സംരംഭം കണ്ടെത്താം. നിരവധി വീട്ടമ്മമാർ ഉന്നതവിദ്യാഭ്യാസം നേടി കുടുംബിനികൾ മാത്രമായി കഴിഞ്ഞുകൂടുന്നുണ്ട്. അവർക്ക് ഇതൊരു മികച്ച അവസരമായി ഉപയോഗിക്കാം. ഡിജിറ്റൽ രംഗത്തെ മികവ് ഏതാനും ആഴ്ചകൾ കൊണ്ട് തന്നെ പരിശീലിപ്പിച്ചെടുക്കാവുന്നതേയുള്ളൂ. വളരെ കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ കോച്ചിംഗ് ലഭിക്കുന്നു എന്ന മേന്മയും ഗുണഭോക്താക്കൾക്കുണ്ട്. വീട്ടമ്മമാരുടെ ഗ്രൂപ്പുകൾ രൂപീകരിച്ചും മികച്ച രീതിയിൽ ഈ ബിസിനസ്സിനെ ഏകോപിപ്പിക്കാം. പ്രത്യേക കോച്ചിംഗ് മൊബൈൽ ആപ്പുകളും വളരെ ലളിതമായി ത്തന്നെ വികസിപ്പിച്ചെടുക്കുകയും ചെയ്യാം.

ശ്രമിച്ചാൽ ആറ് മാസത്തിനുള്ളിൽ 60,000/- രൂപയെങ്കിലും പ്രതിമാസം ഈ ബിസിനസ്സിൽ നിന്നും സമ്പാദിക്കുവാൻ കഴിയും എന്നതാണ് ഈ രംഗത്ത് ശോഭിച്ച് നിൽക്കുന്നവരിൽ നിന്നും മനസ്സിലാകുന്നത്.

കണ്ടന്റ് റൈറ്റിംഗ്

കണ്ടന്റ് റൈറ്റിംഗ് മികച്ച ഒരു ബിസിനസ്സായി നടത്തുന്ന നിരവധി സംരംഭകർ ഉണ്ട്. ഈ രംഗത്ത് ഇനിയും ധാരാളം അവസരങ്ങളുണ്ട്. ബി 2 ബി മാതൃകയിൽ ബിസിനസ്സ് ചെയ്യാൻ അവസരമുണ്ട്. ഉല്പന്നങ്ങൾ ഒന്നും തന്നെ ഉണ്ടാക്കേണ്ടതില്ല, വാങ്ങേണ്ടതില്ല, വിൽക്കേണ്ടതില്ല. വാങ്ങുന്നവനും വിൽക്കുന്നവനും തമ്മിൽ ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന കണ്ണിയാവുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. നല്ല രചനാ ചാരുതി ഉണ്ടെങ്കിൽ ആകർഷകമായ വാചകങ്ങളിലൂടെ മികച്ച മുന്നേറ്റം നടത്താം.

ഉല്പന്നങ്ങൾ ഒന്നുംതന്നെ ഉണ്ടാക്കേണ്ടതില്ല, വാങ്ങേണ്ടതില്ല, വിൽക്കേണ്ടതില്ല. വാങ്ങുന്നവനും വിൽക്കുന്നവനും തമ്മിൽ ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന കണ്ണിയാവുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. നല്ല രചനാ ചാരുതി ഉണ്ടെങ്കിൽ ആകർഷകമായ വാചകങ്ങളിലൂടെ മികച്ച മുന്നേറ്റം നടത്താം.

1. ബിസിനസ്സ് ഐഡിയ

പോർട്ടൽ വഴി വിൽക്കാൻ വച്ചിരിക്കുന്ന ഉല്പന്നം സംബന്ധിച്ച മികച്ച വിവരണം ഏതാനും വാക്കുകളിൽ ഒതുക്കി നൽകുകയാണ് കണ്ടന്റ് റൈറ്റിംഗിന്റെ പ്രത്യേകത. രണ്ടോ മൂന്നോ വാക്കുകളിൽ നിന്നും ഉല്പന്നത്തിന്റെ സ്വഭാവം, പ്രത്യേകത, ഉപയോഗം, മേന്മ എന്നിവ ഉപഭോക്താവിലേയ്ക്ക് സന്നിവേശിപ്പിക്കണം. ഇത്തരം വാചകങ്ങൾ ഉല്പാദകർക്കു വേണ്ടി തയ്യാറാക്കി സോഷ്യൽ മീഡിയായിൽ പ്രത്യേകിച്ച് ഫേസ്ബുക്കിൽ എഴുതി പോസ്റ്റ് ചെയ്യണം. വാട്സ് ആപ്പും ഉപയോഗിക്കാം. അത്യാകർഷകരമായ വാചകങ്ങളിലൂടെ ബന്ധപ്പെട്ട വെബ്സൈറ്റിലേയ്ക്ക് വിൽക്കുന്നവരേയും, വാങ്ങുന്നവരേയും ബന്ധിപ്പിക്കുകയാണ് ബിസിനസ്സ് ഐഡിയ. കണ്ടന്റ് വേഡ്, മെസ്സേജ്, ഇമേജുകൾ ഇവ സ്വയം തയ്യാറാക്കണം. കണ്ടന്റിൽ 80% ചിത്രവും, 20% വാക്കുകളും ആയിരിക്കുന്നതാണ് നല്ലത്. കസ്റ്റമറുടെ ലഭ്യതയനുസരിച്ച് ഓരോ മാസവും കണ്ടന്റ് കലണ്ടർ തയ്യാറാക്കി പ്രവർത്തിക്കാവുന്നതാണ്.

2. അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ

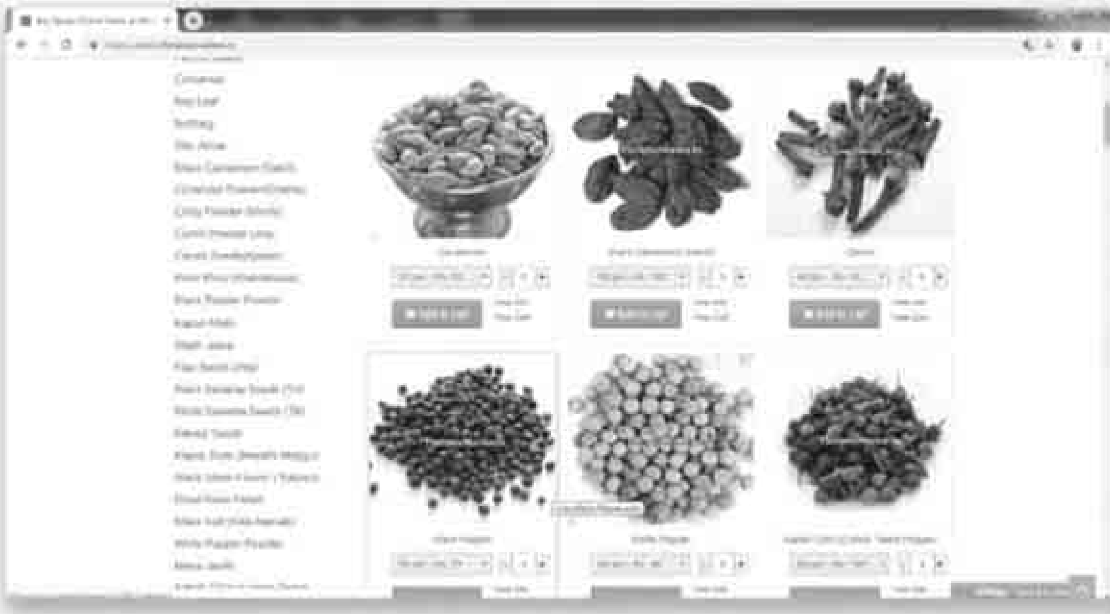
ഒരു ലാപ്ടോപ്പും, നെറ്റ് കണക്ഷനും ആണ് അത്യാവശ്യം വേണ്ടത്. ബി. എസ്. എൻ. എല്ലിന്റെ ഫൈബർ ഓപ്ടിക് ഫൈബർ ടു ഹോം എന്ന പദ്ധതിപ്രകാരം നെറ്റ് ഉപയോഗിച്ചാൽ കുറഞ്ഞനിരക്കിൽ മികച്ച സേവനം കിട്ടും. നന്നായി ഭാഷകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യാനുള്ള കഴിവ് ഒരു പ്രധാന യോഗ്യതയാണ്. മലയാളം/ ഇംഗ്ലീഷ് എന്നീ വിഷയങ്ങളിൽ ബിരുദമോ, ബിരുദാനന്തര ബിരുദമോ ഉണ്ടെങ്കിൽ നന്നായി ശോഭിക്കാനാകും. അനിമേഷൻ ഉൾപെടെയുള്ള ചിത്രങ്ങളും ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയണം. മികച്ച കണ്ടന്റ്, മികച്ച ബിസിനസ്സ് പ്രമോഷൻ എന്നതാണ് രീതി.

3.വിപണി

ഉല്പാദകരെ കണ്ടെത്തുകയാണ് വേണ്ടത്. ടെക്സ്റ്റയിൽ ഉല്പന്നങ്ങൾ, ഭക്ഷ്യ ഉല്പന്നങ്ങൾ, ആരോഗ്യ ഭക്ഷണങ്ങൾ, മൈൻഡ് പവർ ട്രെയിനിംഗ്, സ്കൂൾ ഐഡ്സ്, സർജിക്കൽ ഉപകരണങ്ങൾ, ജ്വല്ലറി ഉല്പന്നങ്ങൾ, സൗന്ദര്യവർദ്ധക വസ്തുക്കൾ, ബ്യൂട്ടി ക്ലിനിക്കുകൾ തുടങ്ങി നിരവധിയായ മേഖലകളിൽ കണ്ടന്റ് റൈറ്റിംഗ് ഉപയോഗപ്പെടുത്തി വരുന്നുണ്ട്. ആഘോഷങ്ങൾ, പാർട്ടി പ്രോഗ്രാമുകൾ എന്നീ രംഗത്തും ശോഭിക്കുന്നുണ്ട്. നല്ല സേവനം നൽകാമെങ്കിൽ മികച്ച ഓഫറുകൾ ലഭിക്കും.

4. നേട്ടങ്ങൾ

വളരെ ചെറിയ തുകകൾ നൽകി



ക്കൊണ്ട് ഉല്പാദകർക്ക് ഈ സൗകര്യം ഉപയോഗപ്പെടുത്താം. എവിടെയിരുന്നും ബിസിനസ്സ് ചെയ്യാം. ബിസിനസ്സ് ലഭിക്കുന്നതനുസരിച്ച് ചെറിയ നിരക്കിൽ കമ്മീഷൻ ലഭിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കും. ഒഴിവ് സമയം ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയും ഇങ്ങനെയുള്ള ബിസിനസ്സുകൾ ചെയ്യാം. കുടുംബിനികൾക്ക് നന്നായി ശോഭിക്കാവുന്ന ഒരു മേഖലയാണ്. നഷ്ടസാധ്യതകൾ ഇല്ലാതെ തന്നെ രംഗപ്രവേശനം നടത്താം. വികസിക്കുന്നതനുസരിച്ച് ഗ്രാഫിക്സ് ഉൾപെടെയുള്ള രംഗങ്ങളിൽ നിരവധി പേർക്ക് തൊഴിൽ നൽകാനും കഴിയും.

സുഗന്ധവ്യഞ്ജനങ്ങളുടെ ലഭ്യത, മികച്ച ക്വാളിറ്റിയിൽ സുലഭമായി ലഭിക്കുന്നു എന്നതും ധാരാളം ആവശ്യക്കാർ ഉണ്ട് എന്നതും ഇതിന്റെ സാധ്യതകൾ വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു. കാര്യമായ നിക്ഷേപം ഒന്നും കൂടാതെ തന്നെ ഇത്തരം ബിസിനസ്സ് ചെയ്യാം എന്നതും അനുകൂല ഘടകങ്ങളാണ്.

ആദ്യമാസങ്ങളിൽ തന്നെ 30,000 രൂപ മുതൽ 60,000 രൂപ വരെ പ്രതിമാസം സമ്പാദിക്കാൻ കഴിയും.

സുഗന്ധവ്യഞ്ജനങ്ങളുടെ ഓൺലൈൻ വ്യാപാരം

ധാരാളം നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങളുടെ ഓൺലൈൻ ബിസിനസ്സുകൾക്ക് വലിയ സാധ്യതകളുണ്ട്. ഇതിൽ ഏറ്റവും മികച്ച ഒരു ബിസിനസ്സ് മേഖലയാണ് സുഗന്ധവ്യഞ്ജനങ്ങളുടേത്. സുഗന്ധവ്യഞ്ജനങ്ങളുടെ ലഭ്യത, മികച്ച ക്വാളിറ്റിയിൽ സുലഭമായി ലഭിക്കുന്നു എന്നതും ധാരാളം ആവശ്യക്കാർ ഉണ്ട് എന്നതും ഇതിന്റെ സാധ്യതകൾ വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു. കാര്യമായ നിക്ഷേപം ഒന്നും കൂടാതെ തന്നെ ഇത്തരം ബിസിനസ്സ് ചെയ്യാം എന്നതും അനുകൂല ഘടകങ്ങളാണ്.

1. ബിസിനസ്സ് ഐഡിയ

കർഷകരിൽ നിന്നും നേരിട്ട് സംഭരിക്കുന്നത് ഗുണം ചെയ്യും. അതുപോലെതന്നെ ചില ഉല്പന്നങ്ങൾ നിർമിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും ശേഖരിക്കാം. പായ്ക്കറ്റുകളിൽ ലഭിക്കുന്നവ അങ്ങനെതന്നെ വിതരണം നടത്താം. അല്ലാത്തവ നന്നായി പായ്ക്ക് ചെയ്ത് വിൽപന നടത്താം. ചുക്ക് കാപ്പി (ചുക്ക്, കുരുമുളക്, കരുപ്പട്ടി, ചക്കര, തിപ്പലി, തുളസി, ജീരകം

എന്നിവ ചേർന്നതാണ് ചുക്കുകാപ്പി) ഗ്രീൻ ടീ (ഡസ്റ്റ് ടീ, ഗ്രീ ടീ, ലീഫ് ടീ, മസാല ടീ എന്നീ വെറൈറ്റികൾ ചേർക്കാം) കുരുമുളക്, ഗ്രാമ്പൂ, ഏലയ്ക്ക, കറുകപ്പട്ട, കശുവണ്ടി, ഉണക്കിയ പഴങ്ങൾ, ഉണങ്ങിയ മഞ്ഞൾ, ചുക്ക് എന്നിവയും ഓൺലൈനിൽ നല്ല ഡിമാന്റുള്ള ഇനങ്ങളാണ്. ചിക്കറി ചേർക്കാത്ത കാപ്പിപ്പൊടിക്ക് വലിയ ഡിമാന്റാണ്. ഒരു പോർട്ടൽ ഉണ്ടാക്കി ഓർഡർ ശേഖരിക്കണം. ഗൂഗിളിന്റെ അവാർഡ് വഴി ചെറിയ തുക മുടക്കി പരസ്യം ചെയ്യാവുന്നതാണ്. വെബ്സൈറ്റിലേയ്ക്ക് കൂടുതൽ പേരെ ആകർഷിക്കാനാകും. സ്ഥിരം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അഡ്വാൻസ് വാങ്ങാതെയും, അല്ലാത്തവർക്ക് വിവിധ നിരക്കിൽ അഡ്വാൻസ് വാങ്ങിയും ഉല്പന്നം വിൽക്കാം. 500 ഗ്രാം വരെയുള്ള ഉല്പന്നങ്ങൾ സ്പീഡ് പോസ്റ്റിൽ അയയ്ക്കാം. കൊറിയർ വഴിയും അയച്ചുനൽകാം. കൃത്യസമയത്ത് എത്തിക്കുക എന്നതാണ് പ്രധാനം.

2. വിപണി

മികച്ച വിപണിയാണ് ഇത്തരം ജൈവ ഉല്പന്നങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നത്. സുഗന്ധവ്യഞ്ജനങ്ങൾ പരമാവധി ജൈവമായവ തന്നെ ശേഖരിച്ച് വിതരണം ചെയ്യാൻ ശ്രമിക്കണം. നവമാധ്യമങ്ങൾ വഴി ലിങ്കുകൾ നൽകി വെബ്സൈറ്റിലേയ്ക്ക് ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കണം. വിശ്വാസ്യത പിടിച്ചുപറ്റാൻ കഴിഞ്ഞാൽ മികച്ച ഓർഡറുകൾ ലഭിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കും.

3. അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ

കമ്പ്യൂട്ടർ, നെറ്റ് എന്നിവ കൂടാതെ ഒരു പായ്ക്കിംഗ് മെഷീൻ കൂടി ആവശ്യമുണ്ട്. റീപായ്ക്കിങ്ങിന് ഒരു മുറി വേണം. അത്യാവശ്യം പായ്ക്കിംഗ് തൊഴിലാളികളും.

4. നേട്ടങ്ങൾ

ചെറിയ മുതൽ മുടക്കിൽ തന്നെ സംരംഭം തുടങ്ങാം. പായ്ക്കിംഗ് രംഗത്ത് നിരവധി പേർക്ക് തൊഴിൽ നൽകാനാവും. ഒരു ലക്ഷം രൂപയുടെ നിക്ഷേപത്തിൽ ആരംഭിക്കാൻ കഴിയും. സുഗന്ധവ്യഞ്ജന മേഖലയിൽ ഓൺലൈൻ ബിസിനസ്സുകൾ തീരെ കുറവാണ്. അതിനാൽ തന്നെ കിടമത്സരം കുറഞ്ഞ ഒരു വിപണിയും ലഭ്യമാണ്. ഫാൻസി, ഭക്ഷ്യം, നാളികേരം, പുസ്തകങ്ങൾ എന്നീ രംഗത്തും ശോഭിക്കാൻ കഴിയുന്നതാണ്.

സുധീർ ബാബു

റീബ്രാന്റിംഗ്

ഭൂതത്തിൽ നിന്നും ഭാവയിലേക്കൊരു യാത്ര

"ബ്രാന്റിന്റെ പേര് ഒന്നു മാറ്റിയാൽ നന്നായിരിക്കും എന്ന് തോന്നുന്നു അദ്ദേഹം പറയുകയാണ് "ഉത്പന്നത്തിന്റെ മേന്മയിൽ ചില വിഷയങ്ങളുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് ബ്രാന്റിന്റെ പേരൊന്നു മാറ്റി റീബ്രാന്റ് ചെയ്താൽ വിപണിയിൽ ഇപ്പോഴുള്ള പല പ്രശ്നങ്ങളും ചിലപ്പോൾ മറികടക്കാൻ സാധിക്കുമായിരിക്കും". "പേര് മാത്രം മാറ്റിയാൽ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കപ്പെടുമോ?" ഞാൻ ചോദിച്ചു.

അദ്ദേഹം അല്പം ചിന്താകുലനായി തീർച്ചയായും ഇല്ല. പേര് മാറ്റിയത് കൊണ്ട്

യഥാർത്ഥത്തിൽ ബ്രാന്റ് എന്നുള്ളത് ഒരു പേരോ, ലോഗോയോ മാത്രമല്ല, ഉപഭോക്താക്കളുടെ അനുഭവങ്ങളുടെയും കാഴ്ചപ്പാടുകളുടെയും പ്രതിഫലനമാണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ ബ്രാന്റ്.

ആശയമല്ലേ റീബ്രാന്റിംഗ്. ഒരു പേരുമാറ്റമോ ലോഗോ മാറ്റമോ മാത്രമാണോ റീബ്രാന്റിംഗ്.

നമുക്ക് ഹാർലി ഡേവിഡ്സൺ ബൈക്കിന്റെ കഥയൊന്നു നോക്കാം. 1985 ൽ വിപണിയിൽ നിന്നും പുറത്താകുന്ന അവസ്ഥയിലായിരുന്നു ലോകപ്രശസ്തമായ ഹാർലി ഡേവിഡ്സൺ ബൈക്കുകൾ. തങ്ങളുടെ എതിരാളികൾക്കൊപ്പം പിടിച്ചു നിൽക്കാൻ സാധിക്കാതെ വന്നതോടു കൂടി അടച്ചുപൂട്ടൽ ഭീഷണിയിലായി ബിസിനസ്. എന്ത് ചെയ്യണം എന്ന ചിന്തകൾക്കൊടുവിൽ റീബ്രാന്റിംഗ് എന്ന ആശയത്തെ അഭയം പ്രാപിക്കാമെന്ന് മാനേജ്മെന്റ് തീരുമാനിച്ചു.

1985 1992 2001 2006

2012

മാത്രം കാര്യമില്ല. ഉത്പന്നങ്ങളുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ കൂടി കണക്കിലെടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. അല്ലെങ്കിൽ അത് തൊലിപ്പുറത്തെ ചികിത്സ മാത്രമാകും.

വെറുമൊരു പേരുമാറ്റം മാത്രമാണോ റീബ്രാന്റിംഗ്

പേര് മാറ്റുന്നതാണോ റീബ്രാന്റിംഗ്. പേര് മാറ്റുന്നത് വെറും പേരുമാറ്റം മാത്രമല്ലേ? നമുക്കതിനെ റീബ്രാന്റിംഗ് എന്ന് വിളിക്കുവാൻ സാധിക്കുമോ? വെറുമൊരു പേരുമാറ്റത്തേക്കാളൊക്കെ ബൃഹത്തായ ഒരു

ഹാർലി ഡേവിഡ്സൺ എന്ന പേര് അവർ മാറ്റിയില്ല. ആ പേര് നിലനിർത്തിക്കൊണ്ടുതന്നെ അവർ തങ്ങളുടെ ബൈക്കുകളെ പുനർ രൂപകൽപന ചെയ്തു. തങ്ങളുടെ എതിരാളികളുടെ ഉത്പന്നങ്ങളെ അവർ ശ്രദ്ധയോടെ പഠിച്ചു. അവയെക്കാൾ മികച്ച ബൈക്കുകൾ അവർ ഉത്പാദിപ്പിച്ചു. തങ്ങളുടെ ഉത്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ വർദ്ധിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് അവർ വിപണിയിലേയ്ക്ക് ശക്തമായ തിരിച്ചുവരവ് നടത്തി.

ഇവിടെ ഹാർലി ഡേവിഡ്സൺ തങ്ങളുടെ നാമം മാത്രം മാറ്റിയിരുന്നാൽ

പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കപ്പെടുമായിരുന്നോ? തങ്ങളുടെ ഉൽപന്നത്തിന്റെ ഗുണമേന്മയിൽ പ്രശ്നം എന്ന് കണ്ടെത്തിയ ഹാർലി ഡേവിഡ്സൺ പേര് മാറ്റി വിപണിയിലേക്ക് പുന:പ്രവേശം നടത്തുന്നതിനല്ല മുതിർന്നത്. ഒരു പേര് മാറ്റം കൊണ്ടുമാത്രം പരിഹരിക്കാവുന്നതല്ല തങ്ങളെ ചൂഴ്ന്നു നിൽക്കുന്ന സമസ്യ എന്നവർ മനസ്സിലാക്കി. അവർ തങ്ങളെ റീബ്രാന്റ് ചെയ്തത് ഉത്പന്നങ്ങളിൽ അടിമുടി വ്യത്യാസങ്ങൾ വരുത്തിക്കൊണ്ടാണ്. വെറുമൊരു പേരുമാറ്റം കൊണ്ട് ഉൽപന്നങ്ങളിൽ ഉപഭോക്താക്കൾ രൂപീകരിച്ചിരിക്കുന്ന അഭിപ്രായം മാറ്റപ്പെടുന്നില്ല. യഥാർത്ഥത്തിൽ ബ്രാന്റ് എന്നുള്ളത് ഒരു പേരോ, ലോഗോയോ മാത്രമല്ല, ഉപഭോക്താക്കളുടെ അനുഭവങ്ങളുടെയും കാഴ്ചപ്പാടുകളുടെയും പ്രതിഫലനമാണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ ബ്രാന്റ്. പേരിനെ ചൂഴ്ന്നു നിൽക്കുന്ന അദൃശ്യമായ ഒരു ശക്തിയായി ഇത് നിലകൊള്ളുന്നു. വളരെ കാലങ്ങൾ എടുത്ത് ഉപഭോക്താക്കൾ ഉൽപന്നങ്ങളിൽ രൂപീകരിക്കുന്ന വിലമതിക്കാനാവാത്ത മൂല്യം ഒരു പേരോ ലോഗോയോ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നു എന്ന് മാത്രമേയുള്ളൂ. അതുകൊണ്ടുതന്നെ റീബ്രാന്റിംഗ് എന്ന പ്രക്രിയയ്ക്ക് നാം കാണുന്നതിനുമപ്പുറം വളരെ വിശാലമായ ഒരു തലമാണുള്ളത്.

HUTCh IS NOW vodafone

റീബ്രാന്റിംഗിനെക്കുറിച്ച് ചിന്തിച്ചു തുടങ്ങുന്നത്

ബിസിനസുകൾക്ക് റീബ്രാന്റിംഗ് ആവശ്യം വരുന്ന സന്ദർഭങ്ങളെക്കുറിച്ച് ചിന്തിച്ചിട്ടുണ്ടോ? പെട്ടെന്നൊരു ദിവസം പേരോ ലോഗോയോ മാറ്റിക്കളഞ്ഞാൽ അത് റീബ്രാന്റിംഗ് ആകും എന്ന വിശ്വാസം ചിലർ വെച്ചു പുലർത്തുന്നുണ്ട്. വ്യക്തവും സമൂലവുമായ ഒരു രൂപരേഖയില്ലാതെ റീബ്രാന്റിംഗ് ചെയ്താൽ ഗുണത്തെക്കാളേറെ ദോഷമായിരിക്കും ഉണ്ടാകുക.

എന്തിനാണ് റീബ്രാന്റിംഗ് ചെയ്യുന്നത്? എന്ന ചോദ്യത്തിൽ നിന്നുവേണം നാം തുടങ്ങുവാൻ സാധാരണ ഗതിയിൽ നല്ല രീതിയിൽ മുന്നോട്ട് പോകുന്ന ഒരു ബിസിനസിന് റീബ്രാന്റിംഗിന്റെ ആവശ്യം വരുമോ? വന്നാൽ തന്നെ അത് എന്തിനായിരിക്കും? ബിസിനസ് മോശമാകുന്ന സന്ദർഭങ്ങളിൽ മാത്രമല്ലേ റീബ്രാന്റിംഗിനെക്കുറിച്ച് ആലോചിക്കേണ്ടതുള്ളൂ? ഈ ചോദ്യങ്ങൾക്കൊക്കെ നമുക്ക് ഉത്തരങ്ങൾ കണ്ടെത്തേണ്ടതുണ്ട്.

പേരോ ലോഗോയോ ഒന്ന് മാറ്റിയാലോ?

ബിസിനസിന്റെ പേര് ഒരു സാമാന്യ നാമമായി തോന്നുകയോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റ് ബിസിനസുകളുടെ നാമങ്ങളുമായി സാദൃശ്യം തോന്നുകയോ ചെയ്താൽ ഒരു പേരുമാറ്റം ആലോചിക്കാവുന്നതാണ്. തികച്ചും സാധരണമായ ഒരു ലോഗോയും വേണമെങ്കിൽ മാറ്റി കൂടുതൽ വ്യക്തിത്വമുള്ള ഒന്ന് തിരഞ്ഞെടുക്കാവുന്നതാണ്.

BACKRUB എന്ന പേരിനാണ് GOOGLE എന്ന പരിവർത്തനം സംഭവിച്ചത്. ലോകോത്തര കൺസൾട്ടിംഗ് കമ്പനിയായ

ACCENTURE ന്റെ ആദ്യനാമം ANDERSON CONSULTING എന്നായിരുന്നു. airbnb യുടെ ലോഗോ മാറ്റവും ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടേണ്ട ഒന്നുതന്നെയാണ്. കാലം മാറുന്നതോടെ പേരിനും ലോഗോക്കും കാലോചിതമായ പരിഷ്കാരങ്ങൾ ആവശ്യമാകുന്ന സന്ദർഭങ്ങളിൽ ചില ബിസിനസുകൾ മാറ്റങ്ങൾ കൊണ്ടുവരുന്നു. പേര് അല്ലെങ്കിൽ ലോഗോ മാറ്റം എന്ന കേവലമായ ചിന്താഗതിയിൽ നിന്നൂന്നി മാത്രമല്ല ഈ മാറ്റങ്ങൾ കൊണ്ട് വരുന്നത്. അതിലുപരി ബിസിനസിന്റെ വ്യക്തിത്വത്തിനും മൂല്യത്തിനുമാണിവിടെ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നത്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ പേരിലോ ലോഗോയിലോ വരുന്ന മാറ്റത്തിലുപരിയാണ് റീബ്രാന്റിംഗ് എന്ന ആശയത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം.

പ്രതിച്ഛായയുടെ മാറ്റം

ബിസിനസുകളെക്കുറിച്ചുള്ള ഉപഭോക്താക്കളുടെ മോശം അഭിപ്രായം മാറ്റുവാൻ റീബ്രാന്റിംഗ് കൊണ്ട് സാധിക്കുമെങ്കിൽ സമൂലമായ ഒരു റീബ്രാന്റിംഗ് ആലോചിക്കാം. ഒരു ഉടച്ചുവാർക്കൽ എന്ന് നമുക്കതിനെ വിവക്ഷിക്കാം. ബിസിനസിനെ വിശദമായ ഒരു പഠനത്തിനും വിശകലനത്തിനും വിധേയമാക്കേണ്ടതുണ്ട്. കാരണം ഒരു പേര് മാറ്റം ഇത്തരം സന്ദർഭങ്ങളിൽ ഗുണം ചെയ്യുകയില്ല. ഉൽപന്നങ്ങളിലും ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളിലും വലിയൊരു അഴിച്ചുപണി ആവശ്യമായി വരാം. ആഴത്തിലുള്ള മാർക്കറ്റ് റിസർച്ചും വേണ്ടിവരും. കൂടുതൽ ശ്രദ്ധയോടെ അവധാവനതയോടെ ചെയ്യേണ്ട ഒന്നാണ് ഇത്തരം റീബ്രാന്റിംഗ്.

ഇവിടെ കമ്പനിയുടെ പഴയ മോശം പ്രതിച്ഛായ ഇല്ലാതെയാകുകയും പുതുമയുള്ള കൂടുതൽ പൊലിമയുള്ള മറ്റൊരു പ്രതിച്ഛായ സൃഷ്ടിക്കുകയും വേണം. ഇതിനായി വലിയൊരു പരിശ്രമം ആവശ്യമാണ്. ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിലേക്ക് ഈ പുതിയ പ്രതിച്ഛായ പകർന്നു നൽകാൻ ബുദ്ധിപരമായി വാർത്തെടുത്ത് നല്ലൊരു ബ്രാന്റിംഗ് ക്യാമ്പയിനിന്റെ ആവശ്യകതയുമുണ്ട്.

മുഖം ഒന്ന് മിനുക്കാം

അവസരങ്ങൾ എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും തുറക്കപ്പെടാം. പുതിയൊരു വിപണിയിലേയ്ക്ക് കാലെടുത്തു വെക്കുന്നതിന് മുമ്പ് ചിലപ്പോൾ ഒരു മുഖം മിനുക്കൽ ആവശ്യമായി വരാം. ആഗോള വിപണിയിൽ ഒരു വ്യക്തിത്വം ഉറപ്പിക്കുവാൻ കഴിയുന്ന ഒരു ബ്രാന്റ് നാമം ചിലപ്പോൾ സ്വീകരിക്കേണ്ടതുണ്ടാവാം. വിപണിയിൽ സ്വീകരിക്കുവാൻ പോകുന്ന വിപണന തന്ത്രത്തിനനുസൃതമാവാം അത്തരമൊരു

മാറ്റത്തിന്റെ ആവശ്യം.

അമേരിക്കൻ ബിയർ ബ്രാന്റ് ആയ Pabst Blue Ribbon അമേരിക്കയിൽ വളരെ വിലക്കുറവുള്ള ഒരു ബ്രാന്റ് ആണ്. അവർ ചൈനീസ് വിപണിയിലേയ്ക്ക് കാലെടുത്തു വെച്ചപ്പോൾ സ്വീകരിച്ച ആദ്യ തന്ത്രം പേരിലൊരു വ്യത്യാസം വരുത്തുക എന്നതായിരുന്നു. നീണ്ട പേര് PBR എന്ന കുറിയ പേരായി മാറി. അമേരിക്കയിൽ കുറഞ്ഞ വില ഈടാക്കിയിരുന്ന ബ്രാന്റ് ചൈനയിലെത്തിയപ്പോൾ തങ്ങളുടെ ബ്രാന്റിനെ പ്രീമിയം ബ്രാന്റ് പദവിയിലേയ്ക്ക് ഉയർത്തി കൂടുതൽ വില ഈടാക്കി. അവർ ബ്രാന്റിനെ പൊസിഷൻ ചെയ്ത രീതി പഠനവിധേയമാക്കേണ്ട ഒന്നു തന്നെയാണ്.

റീബ്രാന്റിംഗ് കാശുപൊട്ടുന്ന പ്രക്രിയയാണ്

വളരെ ബൃഹത്തായ, ചിലവേറിയ ഒരു പ്രക്രിയയാണ് റീബ്രാന്റിംഗ്. മാറ്റങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളിൽ എത്തിയാൽ മാത്രം പോരാ അവർക്കത് ബോധ്യമാവുകയും വേണം. വെറുതെ ഒരു പരസ്യം കൊടുത്താൽ ഇത് സാധ്യമാവുകയുമില്ല. എങ്ങിനെയാവണം മാറ്റങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് മുന്നിൽ അവതരിപ്പിക്കേണ്ടത് എന്നത് തന്നെ കൂലംകുഷമായി ചിന്തിക്കേണ്ട വസ്തുതയാണ്. നടത്തിയ മാറ്റങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കൃത്യമായി മനസ്സിലാക്കിയില്ലെങ്കിലോ? റീബ്രാന്റിംഗിനും പരസ്യത്തിനും മുടക്കിയ പണം പാഴായത് തന്നെ. റീബ്രാന്റിംഗ് പ്രൊമോഷൻ ഒരു മരണക്കിണർ പോരാട്ടമായി മാറുന്നത് അങ്ങിനെയാണ്.

2007 ലാണ് ഹച്ച് വോഡാഫോൺ, വോഡാഫോൺ ആയി രൂപാന്തരത്വം പ്രാപിക്കുന്നത്. ഈ മാറ്റം പൊതുജനങ്ങളിലേയ്ക്ക് എത്തിക്കാൻ അതിവിപുലമായ പരസ്യ ക്യാമ്പയിനാണ് അവർ നടത്തിയത്. Hutch is now Vodafone എന്ന പരസ്യം ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും നമുക്കു ചുറ്റും മുഴങ്ങിക്കൊണ്ടിരുന്നു. ഹോണ്ട-ഹീറോ വേർപിരിഞ്ഞപ്പോഴും നാമിത് കണ്ടു. 2011 ഓഗസ്റ്റ് 15 ൽ എ. ആർ. റഹ്മാൻ സംഗീതം നൽകിയ Hum mein Hai Hero എന്ന പരസ്യഗാനം അവർ പുറത്തിറക്കി. ഈ ഗാനത്തിന്റെ അലയടികൾ ഇന്നും മനസ്സിൽ മുഴങ്ങുന്നു.

ചരിത്രമെടുത്താൽ ഇങ്ങനെ എത്രയോ ബ്രാന്റുകൾ ഡാബർ, സ്നാപ് ഡീൽ, ആപ്പിൾ, ഗോദ്റെജ്, ആക്സിസ് ബാങ്ക്, അനിമൽ പ്ലാനറ്റ്, എവർ നോട്ട്, ഓഗിൽവൈ, യൂബർ പേര് മാറ്റവും ലോഗോ മാറ്റവുമായി ഒരുപിടി ബ്രാന്റുകൾ. ഇതൊന്നും വെറുതെ ചെയ്യുന്നതല്ല. വ്യക്തമായ കാരണങ്ങൾ ഓരോ മാറ്റത്തിന് പിന്നിലുമുണ്ട്. ഓരോ മാറ്റത്തിനും വരുന്ന ചിലവുകൾ അതിഭീമമാണ്. റീബ്രാന്റിംഗ് ചെയ്യുന്നതിന് മുമ്പ് ഗഹനമായ പഠനവും പരിശോധനയും നടത്തുകയും നൂറു തവണ മറിച്ചും തിരിച്ചും ചിന്തിക്കുകയുമൊക്കെ ചെയ്യുന്നതും അതുകൊണ്ടുതന്നെയാണ്.

എന്തൊക്കെ ശ്രദ്ധിക്കണം?

ആദ്യമായി റീബ്രാന്റിംഗ് ദൗത്യവും സന്നിവേശിപ്പിക്കേണ്ട മൂല്യങ്ങളും നിശ്ചയിക്കേണ്ടതുണ്ട്. എന്തിന് വേണ്ടിയാണ് റീബ്രാന്റിംഗ് ചെയ്യുന്നത്? എന്ത് ഫലമാണ് അതിൽ നിന്നും പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്? റീബ്രാന്റിംഗ് എന്തൊക്കെ മൂല്യങ്ങളാണ് ബിസിനസിലേയ്ക്ക് കൂട്ടിച്ചേർക്കുന്നത്? ഇത്തരം ചോദ്യങ്ങൾക്ക് സത്യസന്ധമായ ഉത്തരങ്ങൾ കണ്ടെത്തേണ്ടതുണ്ട്.

അടുത്തതായി വിശദമായ റീബ്രാന്റിംഗ് തന്ത്രത്തിന് രൂപം നൽകണം. റീബ്രാന്റിംഗിൽ നിന്ന് എന്ത് അന്തിമഫലമാണ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത് എന്നതിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് തന്ത്രങ്ങൾ നിശ്ചയിക്കുക. ഇങ്ങനെ രൂപം നൽകിയ റീബ്രാന്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളായിരിക്കണം പടിപടിയായി നടപ്പിലാക്കേണ്ടത്.

ദീർഘദർശിത്വമുള്ള ഒരു കാഴ്ചപ്പാട് ഇവിടെ ആവശ്യമാണ്. ബ്രാന്റിന്റെ പ്രതിച്ഛായ മാറുകയാണ്. ബിസിനസിലേയ്ക്ക് പുതുമയുടെ നിലാവെളിച്ചം കടന്നുവരികയാണ്. വിപണിയും എതിരാളികളും കൃത്യമായ വിശകലനത്തിന് വിധേയമാകണം. ആഴത്തിലുള്ള ഗവേഷണം നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. എതിരാളികളുടെ തന്ത്രങ്ങളും അവരുടെ മാർക്കറ്റിങ്ങും ഇഴനാരിഴ കീറി പരിശോധിക്കണം. ഈ ഗവേഷണം നൽകുന്ന ഉൾകാഴ്ച്ചയ്ക്ക് മേലായിരിക്കണം റീബ്രാന്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ പടുത്തുയർത്തേണ്ടത്.

റീബ്രാന്റിംഗ് വളരെ സൂക്ഷ്മത ആവശ്യമുള്ള ഒരു പ്രവർത്തിയായതിനാൽ മികച്ച ഒരു ടീംവർക്കിന് മാത്രമേ അതിനെ വിജയിപ്പിക്കുവാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. ബിസിനസിലെ വൈവിധ്യമാർന്ന പ്രവർത്തികൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നവരിൽ നിന്നും ആശയങ്ങൾ സ്വരൂപിക്കേണ്ടതുണ്ട്. സഹകാരിത്വം റീബ്രാന്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നതിൽ നിർണായക പങ്ക് വഹിക്കുന്നുണ്ട്.

Opening Soon...

Printomark
digital press

SNDP Building, Near Mini Civil Station,
KOTTARAKARA, KOLLAM Dist.

റീബ്രാന്റിംഗ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കുവാനും ഏകോപിപ്പിക്കുവാനും കൂട്ടായ പ്രവർത്തനം സഹായിക്കുന്നു. റീബ്രാന്റിംഗിന്റെ റിസ്ക് വളരെ വലുതാണ്. പഴയ പ്രതിച്ഛായ തുടച്ചു കളഞ്ഞ് അതിന്റെ സ്ഥാനത്ത് പുതിയൊരു പ്രതിച്ഛായ പ്രതിഷ്ഠിക്കുവാൻ പോകുകയാണ്. ഒരു പടം പൊഴിക്കൽ നടക്കുകയാണ്. ഈ അവസ്ഥാന്തരം സൂക്ഷ്മമായി കൈകാര്യം ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. കമ്പനിക്കുള്ളിലും പൊതുജനങ്ങൾക്കിടയിലും ഒരേസമയം പുതിയ പ്രതിച്ഛായ സൃഷ്ടിക്കണം. കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിലുള്ള പാളിച്ച ചിലപ്പോൾ വിപരീതഫലം ഉളവാക്കാം.

റീബ്രാന്റിംഗ് ഒരു ഡിസൈനർ ജോലി അല്ല

ഒരു ഡിസൈനർ പുതിയൊരു പേരോ ലോഗോയോ ഉണ്ടാക്കുന്നതിലല്ല റീബ്രാന്റിംഗ് എന്നു നമുക്കു മനസ്സിലായി. ആരാണോ ബിസിനസിനെ നയിക്കുന്നത് അവരുടെ ഇടപെടലുകൾ അത്യാവശ്യമാണ്. റീബ്രാന്റിംഗിന്റെ യുക്തിക്കാണ് പ്രാധാന്യം. ബിസിനസിന് എന്ത് മാറ്റമാണ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത് എന്നത് ആഴത്തിൽ അറിയുന്നവർക്ക് മാത്രമേ റീബ്രാന്റിംഗ് ചെയ്യുവാൻ കഴിയൂ. ആ യുക്തിയെ ഒരു ചിഹ്നത്തിലേയ്ക്ക് സ്വാംശീകരിക്കുന്ന ജോലി മാത്രമേ ഡിസൈനർക്കുള്ളൂ.

റീബ്രാന്റിംഗ് ഒരു സൗന്ദര്യവർദ്ധക ചികിത്സയല്ല

പേരിന്റെയോ ലോഗോയുടെയോ സൗന്ദര്യവർദ്ധക ചികിത്സയല്ല റീബ്രാന്റിംഗ്. അതീവ സൂക്ഷ്മ തലങ്ങൾ അതിനുണ്ട്. ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ പതിഞ്ഞ ബിംബങ്ങൾ നാം ഉടച്ച് വാർക്കുകയാണ്. അതൊരു കലയാണ് . അതീവശ്രദ്ധയോടെ ഒരു ശില്പിയുടെ കർമകുശലതയോടെ ചെയ്യേണ്ട പ്രവൃത്തി. പഴയ വീഞ്ഞ് പുതിയ കുപ്പിയിലാക്കുന്ന ലളിതമായ പ്രവർത്തിയല്ല റീബ്രാന്റിംഗ് എന്നു സാരം.

മനസ്സിൽ സൂക്ഷിക്കേണ്ട കാര്യങ്ങൾ

* സാമാന്യമായ പേരു മാറ്റമോ ലോഗോ മാറ്റമോ അല്ല റീബ്രാന്റിംഗ്
* റീബ്രാന്റിംഗ് യുക്തിക്കാണ് പ്രാധാന്യം.
* ഉപഭോക്താക്കളുടെ കാഴ്ചപ്പാടുകളിൽ മാറ്റം കൊണ്ടുവരാൻ റീബ്രാന്റിംഗിന് സാധിക്കണം
* റീബ്രാന്റിംഗ് വളരെയധികം പണച്ചെലവുള്ള ഒരു പ്രവൃത്തിയാണ്. സാഹചര്യങ്ങൾ അതിന്റെ അത്യാവശ്യം ബോധ്യപ്പെടുത്തുകയാണെങ്കിൽ മാത്രം ചിന്തിക്കേണ്ട ഒന്ന്. മാറ്റങ്ങൾ ദീർഘവ്യാപകമായ ഫലങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്നതാണ്.
* റീബ്രാന്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുന്ന പ്രക്രിയ അതിൽ സങ്കീർണമാണ്. ഒരിക്കലും ലാഘവത്തോടെ അത് കൈകാര്യം ചെയ്യരുത്.

വളരെ സാധാരണമായി റീബ്രാന്റിംഗ് എന്ന് പറയുമ്പോൾ ഇനി ചിന്തിക്കുക. അതൊരു സങ്കീർണമായ സമസ്യയാണ്. ഒരു ബിസിനസിന്റെ പുനർജന്മമായി നമുക്കതിനെ കരുതാം. ചിലപ്പോൾ മോശമായ ഭൂതകാലത്തെ തെരുവിലുപേക്ഷിച്ച് കൂടുതൽ ശോഭനമായ ഭാവിയിലേക്കുള്ള ഒരു യാത്ര ഉപേക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന ഭൂതകാലത്തിന്റെ നിഴല് പതിക്കാത്ത പുതിയ പ്രതിച്ഛായ സൃഷ്ടിച്ചെടുക്കുക. അല്ലെങ്കിൽ കൂടുതൽ പുതുമയുള്ള സമകാലീനമായ ഒരു പ്രതിച്ഛായ നൽകുക. എന്തായാലും റീബ്രാന്റിംഗ് ഒരു പുനർജന്മമാണ്. നവപ്രതീക്ഷകളും സ്വപ്നങ്ങളുമായി ഒരു പുതിയ പ്രഭാതം.

കാലാവസ്ഥ വ്യതിയാനമോ, ചിതൽ ശല്യമോ, ഇല്ലാത്തതും
മരത്തിന്റേതു പോലെ തന്നെ അഴകാർന്നതും
പെയിന്റിംഗ് ആവശ്യമില്ലാത്തതുമായ ഫൈബർ ഡോർ (FRP)
24 മോഡലുകളിലും 100ൽ അധികം ഗ്ലാസ്സ് ഡിസൈനുകളിലും

PRODUCTS

Entrance Doors | Bedroom Doors | Bathroom Doors
Kitchen Glass Doors | Designer Glass Doors | Contemporary Doors

Trusted Name In Quality

INDUS
FRP DOORS

Mfd. By: **VIJAY INDUSTRIES**
Palakkad - 678 001. HELPLINE: 9495691266
indusfrpdoors@gmail.com
www.indusfrpdoors.in

ഡോ. ശചീന്ദ്രൻ. വി

ചരക്ക് സേവന നികുതി രജിസ്ട്രേഷൻ ഭേദഗതിയും റദ്ദാക്കലും

ജി. എസ്. ടി രജിസ്ട്രേഷൻ നേടേണ്ടത് ആരൊക്കെയാണെന്നും എങ്ങനെയാണെന്നും കഴിഞ്ഞ ലക്കത്തിൽ പ്രതിപാദിച്ചുവല്ലോ. രജിസ്ട്രേഷൻ നേടേണ്ടവരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അതുപോലെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ് അതിൽ ആവശ്യമെങ്കിൽ ഭേദഗതികൾ വരുത്തേണ്ടതും, അതിന്റെ റദ്ദാക്കപ്പെടലും. രജിസ്ട്രേഷൻ നിലനിർത്താൻ ബാധ്യതപ്പെട്ട വ്യക്തിയാണെങ്കിൽ രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് റദ്ദാക്കപ്പെട്ടാൽ അത് ഗുരുതരമായ പ്രതിസന്ധി സൃഷ്ടിക്കും. കാരണം പിന്നീട് ജി. എസ്. ടി. വാങ്ങാനോ, അടച്ച ഇൻപുട്ട് ടാക്സ് ക്രെഡിറ്റ് നേടാനോ കഴിയാതെ വരുന്നതുമുതൽ നിയമപരമായ ശിക്ഷാ നടപടികൾ വരെയുണ്ടാകും. അതേസമയം രജിസ്ട്രേഷൻ ആവശ്യമില്ലാത്ത ഒരു വ്യക്തി വെറുതെ അത് നിലനിർത്തേണ്ട കാര്യവുമില്ല. അതിനാൽത്തന്നെ ജി. എസ്. ടി. രജിസ്ട്രേഷൻ ഭേദഗതിയും, റദ്ദാക്കലുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിയമവശങ്ങൾ ഓരോ സംരംഭകനും അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. അതിനായി ഈ ലേഖനം പ്രയോജനപ്പെടും.

ജി. എസ്. ടി. രജിസ്ട്രേഷൻ ഭേദഗതി

രജിസ്ട്രേഷൻ ലഭിച്ചതിനുശേഷം, പിന്നീട്, അപേക്ഷയിൽ നൽകിയ വിവരങ്ങളിൽ കാര്യമായ മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിച്ചാൽ അക്കാര്യം നികുതി വകുപ്പിനെ അറിയിക്കുകയും രജിസ്ട്രേഷനിൽ ഭേദഗതികൾ വരുത്തുകയും വേണം. സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേരിലെ മാറ്റം, മുഖ്യ ബിസിനസ് സ്ഥലത്തിന്റെ മേൽവിലാസത്തിലെ മാറ്റം, പാർട്ണർമാരുടെ/ കമ്പനി ഡയറക്ടർമാരുടെ മാറ്റം, ഹിന്ദു അവിഭക്ത കുടുംബമാണെങ്കിൽ കർത്തായുടെ/ ഉത്തരവാദപ്പെട്ടവരുടെ മാറ്റം എന്നിവയാണ് പ്രധാനമായും രജിസ്ട്രേഷനിൽ ഭേദഗതി ആവശ്യമാകുന്ന സാഹചര്യങ്ങൾ.

രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റിൽ ഭേദഗതി ആവശ്യമാണെങ്കിൽ അതിനായി നികുതി ഓഫീസർക്ക് പോർട്ടലിലൂടെ (ഓൺലൈനായി) അപേക്ഷ നൽകണം. അത്തരം മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടായാൽ അതിന്റെ 15 ദിവസത്തിനുള്ളിലാണ് അപേക്ഷ നൽകേണ്ടത് (ഫോറം ജി. എസ്. ടി രജി. 14). അപേക്ഷ നേരിട്ടോ സഹായക കേന്ദ്രം വഴിയോ നൽകാം. അപേക്ഷ നൽകി 15 ദിവസത്തിനുള്ളിൽ തീരുമാനമെടുത്ത് അപേക്ഷകനെ അറിയിക്കണം. ഭേദഗതി അംഗീകരിക്കുകയോ തള്ളുകയോ ചെയ്യാം. തള്ളുന്നതിനു മുമ്പ് അത് തള്ളാതിരിക്കുവാനുള്ള കാരണം കാണിക്കാനുള്ള നോട്ടീസ് അപേക്ഷകന് നൽകുന്നു. നോട്ടീസ് ലഭിച്ച് ഏഴ് ദിവസത്തിനുള്ളിൽ കാരണം അറിയിക്കണം. തള്ളാതിരിക്കുവാനുള്ള കാരണം നൽകിയില്ലെങ്കിലോ, നൽകിയതു തൃപ്തികരമല്ലെങ്കിലോ ഭേദഗതിക്കായി നൽകിയ അപേക്ഷ നിരസിക്കുന്നു. അപേക്ഷ നൽകി 15 ദിവസത്തിനുള്ളിലോ, കാരണം സമർപിച്ച് ഏഴ് ദിവസത്തിനുള്ളിലോ ഓഫീസർ തീരുമാനമൊന്നും എടുക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ ഭേദഗതി അംഗീകരിച്ചതായി കണക്കാക്കും. ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമത്തിലൂടെ പുതിയ

രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നൽകുന്നു.

സംസ്ഥാന ജി. എസ്. ടി/ യു. ടി. ജി. എസ്. ടി രജിസ്ട്രേഷനിലെ ഭേദഗതിക്കായുള്ള അപേക്ഷയിന്മേലുള്ള തീരുമാനം (നിരസിക്കുകയോ/ അംഗീകരിക്കുകയോ ചെയ്തത്), കേന്ദ്ര ജി. എസ്. ടി യുടെ രജിസ്ട്രേഷനുമേലും ബാധകമാണ്.

രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കൽ

ഒരിക്കൽ ലഭിച്ച രജിസ്ട്രേഷൻ പല കാരണങ്ങൾ കൊണ്ടും റദ്ദാക്കപ്പെടാം. ജി. എസ്. ടി. രജിസ്ട്രേഷൻ ഉള്ള വ്യക്തിക്ക് മാത്രമേ ജി. എസ്. ടി നികുതി വാങ്ങാനും മറ്റ് ആനുകൂല്യങ്ങൾക്കും അർഹതയുണ്ടാവുകയുള്ളൂ. അതുപോലെ ജി. എസ്. ടി രജിസ്ട്രേഷൻ ഉള്ളവർ ഈ നിയമപ്രകാരമുള്ള ബാധ്യതകൾ (റിട്ടേൺ സമർപ്പിക്കൽ, നികുതികൾ യഥാസമയം അടയ്ക്കൽ തുടങ്ങിയവ) പാലിക്കാനും ബാധ്യസ്ഥരാണ്. അതിനാൽ തന്നെ രജിസ്ട്രേഷൻ തുടരാൻ ബാധ്യതയില്ലാത്തവർ അത് റദ്ദാക്കുന്നതാണ് നല്ലത്. അതുകൊണ്ട് രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കുന്നത് റദ്ദാവുന്നത് എങ്ങനെയെന്നും അതിൽ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ചും സംരംഭകൻ അറിഞ്ഞിരിക്കണം. അവ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

സാധാരണയായി രണ്ടു രീതിയിലാണ് രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് റദ്ദാവുക. (എ) ജി. എസ്. ടി ഓഫീസറിന്റെ സ്വന്തം തീരുമാനപ്രകാരം (ബി) രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത വ്യക്തിയുടെ അപേക്ഷ പ്രകാരം.

രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദു ചെയ്യാൻ പല കാരണങ്ങളുണ്ട്. (എ) ബിസിനസ് നിർത്തുക. (ബി) ബിസിനസ് മുഴുവനായും മറ്റൊരാൾക്ക് കൈമാറുക (സി) സംരംഭകന്റെ മരണം, യോജിപ്പിക്കൽ/ വേർപെടുത്തൽ/ വില്പന എന്നിവ മൂലം ബിസിനസിന്റെ സ്ഥാപക ഘടനയിൽ മാറ്റം വരിക, (ഡി) നേരത്തെ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യപ്പെട്ട വ്യക്തിക്ക് തുടർന്ന് രജിസ്ട്രേഷൻ നിലനിർത്താൻ ബാധ്യതയില്ലാതാവുക എന്നിവയാണ് ഇതിൽ പ്രധാനം.

ജി. എസ്. ടി. ഓഫീസർ സ്വന്തം തീരുമാനപ്രകാരം രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കുന്നത് താഴെ പറയുന്ന ഏതെങ്കിലും കാരണം കൊണ്ടായിരിക്കും.

1. രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത വ്യക്തി ജി. എസ്. ടി നിയമത്തിനു (ആക്ട്/ റൂൾസ്) വൈരുധ്യമായി പ്രവർത്തിക്കൽ.
2. സംയുക്ത നികുതി (കോമ്പോസിറ്റ് ടാക്സ്) നൽകുന്ന ഒരു വ്യക്തി, തുടർച്ചയായ മൂന്നു വർഷം റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്യാതിരിക്കൽ.
3. സംയുക്തമല്ലാതെയുള്ള നികുതി (നോൺ-കോമ്പോസിറ്റ് ടാക്സ്) നൽകുന്ന ഒരു വ്യക്തി, തുടർച്ചയായ ആറു മാസമായി റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്യാതിരിക്കൽ.
4. രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നേടിയത് വഞ്ചന മനഃപൂർവമായ തെറ്റായ പ്രസ്താവന, വസ്തുതകൾ മറച്ചു വയ്ക്കൽ എന്നിവ മൂലമാണെങ്കിൽ.

കൂടാതെ റൂൾ 21 പ്രകാരം, താഴെ പറയുന്ന കാരണങ്ങൾക്കും രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കാം.

* രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത വ്യക്തി പ്രഖ്യാപിച്ച സ്ഥലത്തിൽ നിന്നല്ല ബിസിനസ് നടത്തുന്നത്.
* സാധനം/ സേവനം വിൽക്കാതെ ഇൻവോയ്സ്/ ബില്ല് നൽകുന്നത്.
* സെക്ഷൻ 171 (ആക്ട്/ റൂൾസ്) ലംഘിക്കുന്നത്.

റദ്ദു ചെയ്യുന്ന രീതികൾ

• ജി. എസ്. ടി. ഓഫീസറിന്റെ തീരുമാനപ്രകാരമുള്ള റദ്ദു ചെയ്യൽ

ജി. എസ്. ടി. ഓഫീസർക്ക് രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കേണ്ടതാണ് എന്ന് കരുതാൻ കാരണമുണ്ടെങ്കിൽ ബന്ധപ്പെട്ട വ്യക്തിക്ക് ഒരു നോട്ടീസ് നൽകുന്നു. നോട്ടീസ് ലഭിച്ച് ഏഴ് ദിവസത്തിനകം രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കാതിരിക്കാൻ കാരണമെന്തെങ്കിലും ഉണ്ടെങ്കിൽ സമർപ്പിക്കാം. ആ വ്യക്തിക്ക് തന്റെ ഭാഗം അവതരിപ്പിക്കാനുള്ള അവസരം നൽകുകയും, ജി. എസ്. ടി ഓഫീസർ അത് പരിഗണിക്കുകയും വേണം. മറുപടി തൃപ്തികരമാണെങ്കിൽ റദ്ദു ചെയ്യാനുള്ള നടപടി നിർത്തിവയ്ക്കുന്നു. അല്ലെങ്കിൽ മാത്രമേ റദ്ദു ചെയ്യുന്ന ഉത്തരവിടുകയുള്ളൂ.

• വ്യക്തിയുടെ അപേക്ഷപ്രകാരം റദ്ദു ചെയ്യൽ

ഒരിക്കൽ ലഭിച്ച രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കാനായി, രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത വ്യക്തി ഓൺലൈനായി നികുതി വകുപ്പിന്റെ പോർട്ടലിൽ കയറി അപേക്ഷ നൽകണം. റദ്ദാക്കാനുള്ള കാരണം സംഭവിക്കുന്നതിൽ നിന്നും 30 ദിവസത്തിനുള്ളിൽ അപേക്ഷ സമർപിക്കേണ്ടതാണ്. അങ്ങനെ നൽകുന്ന അപേക്ഷയിൽ, നിലവിൽ സ്റ്റോക്ക് ചെയ്തിട്ടുള്ള ഇൻപുട്ട്സ്, മൂലധന ആസ്തികൾ, ആസ്തികളിന്മേലുള്ള ബാധ്യത എന്നിവ അറിയിക്കണം. അനുബന്ധ രേഖകൾ കൂടെ

ചേർക്കണം. രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയാൽ, ആ സമയത്തുള്ള സ്റ്റോക്കിന്റെയും മൂലധന ആസ്തിയുടെയും മേൽ ലഭിച്ച ഇൻപുട്ട് ടാക്സ് ക്രെഡിറ്റിന് തുല്യമായ തുക നികുതി വകുപ്പിലേയ്ക്ക് അടയ്ക്കേണ്ടി വരും. രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയാലും നികുതി ബാധ്യതയോ, നിയമപരമായ മറ്റു ബാധ്യതകളിലോ മാറ്റമുണ്ടാകില്ല.

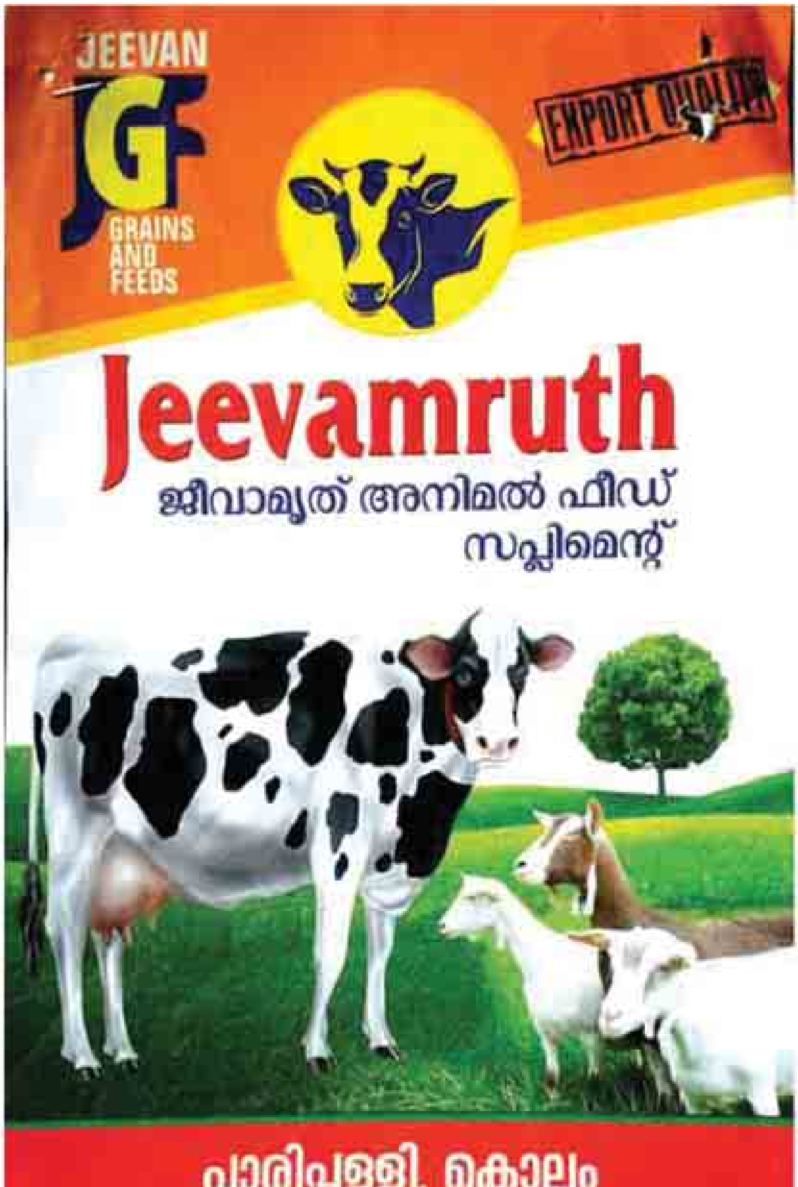
സംസ്ഥാന ജി. എസ്. ടി/ യു. ടി. ജി. എസ്. ടി രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയാൽ, കേന്ദ്ര ജി. എസ്. ടി യുടെ രജിസ്ട്രേഷനും റദ്ദാക്കിയതായി കണക്കാക്കും.

*** രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയത് പിൻവലിക്കൽ (സെക്ഷൻ 30)**

ഒരിക്കൽ രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയാൽ അത് പിൻവലിക്കാൻ നിയമം അനുവദിക്കുന്നുണ്ട്. രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയ നടപടി പിൻവലിക്കുന്നതിനായി ജി. എസ്. ടി ഓഫീസർക്ക് അപേക്ഷ നൽകണം. അപേക്ഷ ലഭിച്ച് 30 ദിവസത്തിനകം രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയ ഉത്തരവ് പിൻവലിക്കുകയോ, അതിനുള്ള അപേക്ഷ നിരസിക്കുകയോ വേണം. നിരസിക്കുകയാണെങ്കിൽ അപേക്ഷകന് തന്റെ ഭാഗം അവതരിപ്പിക്കാനുള്ള അവസരം നൽകണം. എന്നിട്ടും തൃപ്തിയില്ലെങ്കിൽ മാത്രമേ അപേക്ഷ നിരസിക്കാവൂ. സംസ്ഥാന ജി. എസ്. ടി/ യു. ടി. ജി. എസ്. ടി രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയത് പിൻവലിക്കുകയാണെങ്കിൽ, കേന്ദ്ര ജി. എസ്. ടി യുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ റദ്ദാക്കിയതും പിൻവലിക്കപ്പെട്ടതായി കണക്കാക്കും.

ഒരിക്കൽ നേടിയ ജി. എസ്. ടി. രജിസ്ട്രേഷൻ ശാശ്വതമായി തുടരുകയല്ല. മറിച്ച്, ആവശ്യമെങ്കിൽ ഭേദഗതിയും, റദ്ദാക്കലും വേണ്ടിവന്നേക്കാം. ഓരോ ഘട്ടത്തിലും നിയമം അനുശാസിക്കുന്ന കാര്യങ്ങൾ കൃത്യമായി പാലിക്കുകയും അതിനനുസരിച്ച് ബിസിനസ് നടത്തുകയും വേണം. ചുരുക്കത്തിൽ രജിസ്ട്രേഷൻ നേടുന്നത് പോലെ പ്രധാനമാണ് ഭേദഗതിയും റദ്ദാക്കലുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിയമ വശങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുകയും അനുസരിക്കുകയും ചെയ്യേണ്ടത്.

(ലേഖകൻ മഞ്ചേശ്വരം ഗോവിന്ദ പൈ മെമ്മോറിയൽ കോളേജിൽ വാണിജ്യ വിഭാഗം മേധാവിയാണ്)



ആർ. ഹേലി

മധുരക്കിഴങ്ങ്

ഒരു സുപ്രധാന മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്നമത്രേ

ആഹാരമാണ് ഏറ്റവും നല്ല ഔഷധം എന്ന പഴമയുടെ സുവർണ വചനത്തിന്റെ സത്യം നാളുകൾ കഴിയുന്തോറും വളർന്നു വരികയാണ്. ഒട്ടനവധി രോഗങ്ങളെ വൈദ്യശാസ്ത്രത്തിന്റെ മുന്നേറ്റം കീഴടക്കി മനുഷ്യരാശിയുടെ ആയുസിന്റെ ദൈർഘ്യം വർദ്ധിപ്പിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ഇതിൽ നാമെല്ലാം വളരെ അഭിമാനത്തോടെ വാഴ്ത്തിപ്പറയുകയും അതിലഭിമാനം കൊള്ളുകയും ചെയ്യുന്നു. അതേസമയം അർബുദവും പ്രമേഹവുമെല്ലാം ദിനംപ്രതി കൂടുതൽ കൂടുതൽ ജനസമൂഹത്തെ കീഴ്പ്പെടുത്തുകയാണ്. ഇതിൽ അർബുദത്തിന്റെ നീരാളിപ്പിടുത്തത്തിൽ മുമ്പിൽ ലോകം ഏതാണ്ട് വിറങ്ങലിച്ചു നിൽക്കുകയാണ്. രോഗത്തിനെ നേരിടാൻ വേണ്ടിവരുന്ന ദുർവഹമായ ചെലവ് പ്രശ്നത്തെ കൂടുതൽ സങ്കീർണമാക്കുന്നു. ഇതു സംബന്ധിച്ച പഠനങ്ങൾ അത്ഭുതം ജനിപ്പിക്കുന്ന വിവരങ്ങളാണ് നമ്മുടെ മുമ്പിൽ നിരത്തുന്നത്.

നമ്മുടെ നാട്ടിൽ കാലം കഴിയുന്തോറും പ്രാധാന്യം ശോഷിച്ചു വരുന്ന വിളവത്രെ

മധുരക്കിഴങ്ങ്. മധുരക്കിഴങ്ങിനും അതിന്റെ ഇലയ്ക്കും ആഹാരപ്രാധാന്യം നൽകി ഉപയോഗിച്ചാൽ അവ കാൻസറിനെ തടുക്കാനുള്ള കരുത്ത് മനുഷ്യർക്ക് പകരുമെന്ന സത്യം ഇപ്പോഴും ഇംഗ്ലീഷ് പ്രസിദ്ധീകരണത്താളുകളിൽ മാത്രം ഒതുങ്ങിനിൽക്കുകയാണ്.

ദക്ഷിണപൂർവേഷ്യയിലും ദക്ഷിണ അമേരിക്കയിലുമൊക്കെ സമൃദ്ധിയായി കൃഷി ചെയ്യുന്ന മധുരക്കിഴങ്ങ് വർഷം മുഴുവൻ വളർത്താൻ കഴിവുള്ള അങ്ങേയറ്റം അനുകൂല കാലാവസ്ഥയുള്ള ഭൂവിഭാഗമാണ് കേരളം. കരയിലും പാടത്തും ഇത് കൃഷി ചെയ്യാം എന്നും നമുക്കറിയാം. പക്ഷെ ലോകത്തുള്ള മധുരക്കിഴങ്ങ് കൃഷിയുടെ 50%-ൽ ഏറെ കൃഷി ചെയ്യുന്നത് ചൈനയിലാണ്. കൃഷി ചെയ്യുന്ന പല രാജ്യങ്ങളും കിഴങ്ങ് മാത്രമല്ല ഇലയും ധാരാളമായി ഉപയോഗിക്കുന്ന കാലിത്തീറ്റയായിട്ടാണ്.

കിഴങ്ങിന്റെ ആഹാരമൂല്യത്തെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരണങ്ങൾ സുലഭമാണ്. ചുവപ്പുനിറത്തിലും മഞ്ഞനിറത്തിലുമുള്ള മധുരക്കിഴങ്ങ് അവിച്ച് മറ്റൊരു തൊട്ടുകൂട്ടാനുമില്ലാതെ കഴിക്കുന്നതിലൂടെ ഒരു വമ്പിച്ച രോഗപ്രതിരോധശക്തി നമ്മുടെ ശരീരത്തിലേക്ക് കടത്തി വിടുകയാണെന്ന് നമ്മുടെ പൂർവികർ അറിഞ്ഞിരുന്നില്ല. എന്നാലും സസ്നേഹം അവരുടെ ജീവിതചര്യയിലും ആഹാരക്രമത്തിലും ഉൾപ്പെടുത്തിയിരുന്നു. ഇപ്പോഴത്തെ പഠനങ്ങൾ വ്യക്തമാക്കുന്നത് ഇലകൾക്ക് കാൻസർ പ്രതിരോധശക്തി കിഴങ്ങിനേക്കാൾ കൂടുതലാണ് എന്നത്രേ.

മധുരക്കിഴങ്ങിന്റെ ഇലകളിൽ ബീറ്റാകരോട്ടിൻ, വിറ്റാമിൻ ബി, സിങ്ക്, പ്രോട്ടീൻ എന്നിവ സമൃദ്ധമായി കാണുന്നു. പക്ഷേ അതിലടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. ആന്റി ഓക്സിഡന്റുകളായ കരോട്ടിനോയ്ഡ്, ഫ്ളേവനോയ്ഡ്, ക്ലോറോജനിക്കാസിഡ് തുടങ്ങിയവയുടെ സാന്നിദ്ധ്യം ഇതിന്റെ പത്രസമൂഹത്തിന് പുതിയ മാന്യതയും പ്രാധാന്യവും കൈവരുത്തുന്നു.

ഇത്തരം പഠനങ്ങൾ ഇപ്പോഴും വലിയ ദേശീയപ്രാധാന്യം പിടിച്ചുപറ്റുന്നില്ല എന്നത് വളരെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടേണ്ട ഒരു ന്യൂനതയാണ്. ഇവയുടെ ആഹാരത്തിലും രോഗപ്രതിരോധശക്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിലുള്ള കഴിവിലും ഊന്നൽ നൽകിക്കൊണ്ടുള്ള വിപുലമായ ക്ലിനിക്കൽ ടെസ്റ്റുകളും പഠനങ്ങളും ആയുർവേദ സർവകലാശാലയും ഇന്ത്യൻ മെഡിക്കൽ കൗൺസിലും സംയുക്തമായും വെവ്വേറെയും നടത്തേണ്ട കാലം അതിക്രമിച്ചിരിക്കുന്നു. ഗുണമേന്മയേറിയ ഔഷധ നിർമാണത്തിനും ആഹാരരീതിയിലും

മധുരക്കിഴങ്ങിന്റെ ഉപയോഗം സാർവത്രികമാക്കാൻ കഴിയുന്ന ഒരു സ്ഥിതിവിശേഷം സൃഷ്ടിക്കാൻ നമുക്ക് കഴിഞ്ഞേക്കും. വളരെ ആദായം തരുന്നതും സമൂഹം മുഴുവൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നതുമായ ഒരു വിളവായി മധുരക്കിഴങ്ങിനെ മാറ്റിയെടുക്കാൻ നമുക്കു കഴിയണം.

നമ്മുടെ, ഇപ്പോഴും അവഗണന അനുഭവിക്കുന്ന പല വിളകളുടെയും അഭൂതപൂർവ്വമായ ശക്തിയെ കണ്ടെത്താനുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് പുതിയ രൂപവും ഭാവവും കാഴ്ചപ്പാടും മാറേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.
ഇതിന്റെയെല്ലാം പഠനം ഔഷധക്കമ്പനികൾക്ക് തീറെഴുതിക്കൊടുക്കുന്നതായിരുന്നു കഴിഞ്ഞ നൂറ്റാണ്ടിന്റെ അവസാനത്തോടു കൂടി ലോകമൊട്ടാകെ ഉരുത്തിരിഞ്ഞു വന്ന നയം. പുതിയ നൂറ്റാണ്ടിന്റെ പിറവിയോടുകൂടി ചില മാറ്റങ്ങൾ ലോകത്തെമ്പാടും കാണാൻ കഴിഞ്ഞു. അതിനെ പിന്തുടർന്ന് നമ്മുടെ ഗവേഷണ സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും വികസന സംവിധാനങ്ങളുടെയും
പ്രവർത്തനശൈലിയിൽ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിയേ മതിയാവൂ. ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും നല്ല കിഴങ്ങു വർഗ്ഗ ഗവേഷണ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ പ്രമുഖമായ ഒന്ന് കേരളത്തിലെ ശ്രീകാര്യത്താണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. കിഴങ്ങു വർഗ്ഗങ്ങളുടെ കൃഷിയിലും ഉപയോഗത്തിലും അപൂർവങ്ങളിൽ അപൂർവ്വങ്ങളായ നാട്ടറിവുകൾ നിറഞ്ഞ ഭൂവിഭാഗങ്ങളാണ് കേരളവും ഒറീസയും മധ്യപ്രദേശുമെല്ലാം. ഇതെല്ലാത്തിനും പുറമെ മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്നങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കാനും അവയെ വ്യാവസായികാടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉല്പാദിപ്പിച്ച് വിപണനം ചെയ്യുന്നതിനും ഉള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റും കാർഷിക സർവകലാശാലയും ഊർജിതമാക്കി നടത്തുന്നുണ്ട്. ഈ മേഖലയിലെ നൈപുണ്യം വികസിപ്പിക്കുന്നതിനും നവസംരംഭകരെ കണ്ടെത്തി അവർക്ക് സാങ്കേതിക സാമ്പത്തിക ശക്തി പകരുന്നതിന് വ്യവസായ വകുപ്പ് ദേശവ്യാപകമായ യജ്ഞങ്ങൾ നടത്തുകയാണ്. ഇവയ്ക്ക് സംസ്ഥാനാടിസ്ഥാനത്തിൽ ഫലപ്രദമായ ഏകോപനം സൃഷ്ടിക്കുകയെന്നതാണ് കാലഘട്ടത്തിന്റെ ആവശ്യം.

മധുരക്കിഴങ്ങ് കൃഷി ഒരിന്ത്യൻ കണക്കനുസരിച്ച് ലോകത്തിൽ കൃഷി ചെയ്യുന്ന ആഹാര വിളവിൽ ഏഴാം സ്ഥാനം

അലങ്കരിക്കുന്നു എന്നാണ്. ധാന്യസമൃദ്ധിയിലും പയറിനങ്ങളുടെ ലഭ്യതയും വർദ്ധിക്കുന്നതനുസരിച്ച് കിഴങ്ങിനങ്ങളുടെ കൃഷി ചുരുങ്ങിയതായിട്ടാണ് നമ്മുടെ അനുഭവം. ഏതു പുതിയ നാണ്യവിള പടരാൻ തുടങ്ങുമ്പോഴും ആദ്യം പുറത്താക്കപ്പെടുന്നത് കിഴങ്ങുവർഗ്ഗങ്ങളാണ്. റബ്ബർ കൃഷിക്ക് പുതിയമാനം കൈവന്നപ്പോൾ ഏറ്റവും പിന്തള്ളപ്പെട്ട വിളവുകൾ മരച്ചീനിയും മറ്റു കിഴങ്ങു വർഗ്ഗങ്ങളുമാണ്. എന്നാൽ മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്നങ്ങളുടെ നിർമാണവും ഉപഭോഗവും പരക്കുന്നതോടെ ഈ സമീപനത്തിന് മാറ്റം വരും.

കേരളത്തിൽ കൃഷിസ്ഥലം കുറഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു വിളവാണ് മധുരക്കിഴങ്ങ്. അതിന്റെ കിഴങ്ങ് മാത്രമല്ല ഇലയും മികച്ച ആഹാരപദാർത്ഥങ്ങൾ പാകം ചെയ്യാൻ യോജിച്ചതാണെന്ന് വ്യക്തമാക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ഇതു സംബന്ധിച്ച ബോധപൂർവ്വമായ ഉല്പന്ന നിർമ്മാണവും വികസനം ദാഹിച്ചു നിൽക്കുകയാണ്.

കാർഷിക മേഖലയിലെ എല്ലാ പുതുസംരംഭങ്ങൾക്കും ഒഴിച്ചു കൂടാൻ പാടില്ലാത്തതാണ് മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്ന നിർമ്മാണവും കർഷകക്ഷേമവും. കിഴങ്ങുവർഗ്ഗ വികസന യത്നങ്ങൾ നവകേരള നിർമിതിയുടെ ഭാഗമാകുമ്പോൾ ഈ രണ്ടു കാര്യങ്ങൾ കൂടി മറക്കാതിരിക്കണമെന്നു മാത്രം.

ലോറൻസ് മാത്യു

ഡിജിറ്റൽ സംഗീതവും
സംരംഭക സാധ്യതകളും

മാറുകയാണെല്ലാം. കാലഘട്ടത്തിന്റെ മാറ്റത്തിനനുസരിച്ച് മനുഷ്യന്റെ അഭിരുചികളും മാറുന്നു. സംഗീതപ്രേമികൾ ഏറെയുള്ള നാട്ടിൽ ഇത് നേരത്തെ തന്നെ ഒരു വ്യവസായമായി വളർന്നു വന്നിരുന്നു. എന്നാൽ കാലഘട്ടം മാറി. നാം ഡിജിറ്റൽ യുഗത്തിൽ എത്തി നിൽക്കുമ്പോൾ മുൻകാലങ്ങളിൽ കണ്ടിരുന്ന പലതും ഇപ്പോൾ അപ്രത്യക്ഷമായതായി കാണുവാൻ കഴിയും. മുൻ തലമുറയ്ക്ക് പരിചിതമായിരുന്ന ഓഡിയോ കാസറ്റ് തന്നെ ഉദാഹരണം. ഈ അടുത്ത കാലത്തായി സി. ഡി യും വിപണിയിൽ നിന്നും അപ്രത്യക്ഷമായതായി കാണാം. ഒന്നോ രണ്ടോ പാട്ട് കേൾക്കുവാൻ ഒരു സി ഡി തന്നെ വില കൊടുത്ത് വാങ്ങുന്ന കാലഘട്ടത്തിൽ നിന്നും ഇഷ്ടപ്പെട്ട പാട്ട് മാത്രം സി ഡി യുടെ പലമടങ്ങ് ഗുണനിലവാരത്തോടെ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യുവാനുള്ള സൗകര്യം ഒരുക്കി ആപ്പിൽ ഐ ട്യൂൺസുമായി രംഗത്ത് വന്നത് ഈ രംഗത്തെ ശ്രദ്ധേയമായ മാറ്റങ്ങളിലൊന്നായിരുന്നു. ഇത് ബിസിനസ്സിലെ ബ്ലൂ ഓഷ്യൻ സ്ട്രാറ്റജിക്ക് ഉത്തമോദാഹരണം ആയിരുന്നു.

എന്താണ് ഡിജിറ്റൽ ഓഡിയോ

ഡിജിറ്റൽ സിഗ്നലുകളുപയോഗിച്ച് ശബ്ദം റെക്കോർഡ് ചെയ്യുക. എഡിറ്റ് ചെയ്യുക. കൃത്രിമമായി സൃഷ്ടിക്കുക. പുനഃസൃഷ്ടിക്കുക (പ്ലേ ബാക്ക്) തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യുന്നതിനുപയോഗിക്കുന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യയാണ് ഡിജിറ്റൽ ഓഡിയോ. ഏറെ സങ്കീർണമാണ് ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതികവിദ്യ. എന്നാലിത് ഇന്ന് ഏറെ തരംഗങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ട് മുന്നേറുമ്പോൾ ഇത് പ്രത്യക്ഷമായും പരോക്ഷമായും സൃഷ്ടിക്കുന്ന സംരംഭക സാധ്യതകളും തൊഴിലവസരങ്ങളും ഏറെയാണ്. ഏറെ സങ്കീർണമായിട്ടും ഈ സാങ്കേതികവിദ്യ ഏറെ പ്രിയപ്പെട്ടതാവാൻ നിരവധി കാരണങ്ങളുണ്ട്.

1. ശബ്ദത്തിന്റെ ഒരിക്കലും മാറാത്ത ഗുണനിലവാരം. സിഗ്നലുകളിലെ നോയ്സ് വേർതിരിക്കുവാൻ ഇവിടെ വളരെ എളുപ്പം സാധിക്കുന്നു. കാരണം ഡിജിറ്റൽ സിഗ്നലുകൾ 0, 1 എന്ന രൂപത്തിലേ വരികയുള്ളൂ.

2. സുഗമമായ എഡിറ്റിങ്ങ് ആണ് മറ്റൊരു പ്രത്യേക ഡിജിറ്റൽ രൂപത്തിൽ റെക്കോർഡ് ചെയ്ത ശബ്ദത്തെ സോഫ്റ്റ്‌വെയർ ടൂളുകൾ ഉപയോഗിച്ച് എളുപ്പത്തിൽ മാനിപ്പുലേറ്റ് ചെയ്യാം. ഇതിന്റെ ഫലം എളുപ്പത്തിൽ അറിയുവാനും ഒറ്റ ക്ലിക്കിൽ തിരുത്തുവാനും സാധിക്കുന്നുവെന്നത് ഇതിന്റെ മറ്റൊരു ഗുണമാണ്.

എങ്ങനെ പ്രവർത്തിക്കുന്നു

1. സ്രോതസിൽ നിന്നുണ്ടാകുന്ന ശബ്ദ തരംഗങ്ങളെ മൈക്രോഫോൺ അനലോഗ് വൈദ്യുത തരംഗങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്നു.

2. അനലോഗ്- റ്റു- ഡിജിറ്റൽ കൺവേർട്ടറിന്റെ സഹായത്തോടെ വൈദ്യുത തരംഗത്തെ ഡിജിറ്റൽ രൂപത്തിലാക്കി മാറ്റുന്നു. തുടർന്ന് ഡിസ്കിലേക്കോ ടേപ്പിലേക്കോ എഴുതുന്നു. എഡിറ്റിങ്ങ് പ്രക്രിയ ശബ്ദലേഖനത്തിന് മുമ്പോ ശേഷമോ നടക്കാം.

3. ആവശ്യമുള്ള സമയത്ത് ഡിജിറ്റൽ സംഗീത ഫയൽ ഡിസ്കിൽ നിന്ന് വായിച്ച് അനലോഗ് വൈദ്യുത തരംഗങ്ങളാക്കി സ്പീക്കറിലേക്ക് കൈമാറുന്നു.

4. സ്പീക്കർ കമ്പനം ചെയ്ത് തത്തുല്യമായ ശബ്ദ വീചികൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഇത് ശ്രോതാവിലേക്കെത്തുന്നു.

ഡിജിറ്റൽ സംഗീതം വിവിധ മുഖങ്ങൾ

ഡിജിറ്റൽ സംഗീത നിർമാണത്തെ വിവിധ രീതിയിൽ തരം തിരിക്കാൻ കഴിയും.

സംഗീത സൃഷ്ടിയിൽ കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ പങ്കിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കി 4 രീതിയിൽ തരംതിരിക്കാം.

1. ശബ്ദലേഖനം, മിശ്രണം, സംഭരണം എന്നിവയ്ക്ക് മാത്രം
2. മ്യൂസിക് ഷീറ്റുകൾ (നോട്ടേഷൻ) ഭംഗിയാക്കി തയ്യാറാക്കി അച്ചടിക്കാൻ
3. സംഗീതജ്ഞൻ എഴുതിത്തയ്യാറാക്കിയ സംഗീതം ശബ്ദരൂപത്തിലാക്കി മാറ്റാൻ
4. സംഗീതജ്ഞന്റെ സഹായമില്ലാതെ തന്നെ സംഗീതം സൃഷ്ടിക്കാൻ.

ഡിജിറ്റൽ ഓഡിയോ വർക്ക് സ്റ്റേഷൻ (ഡോ)

ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ സഹായത്തോടെ ശബ്ദം രേഖപ്പെടുത്തി വെക്കുവാനും എഡിറ്റ് ചെയ്യുവാനും ആവശ്യമെങ്കിൽ പുന:സൃഷ്ടിക്കുവാനുമെല്ലാം ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു സിസ്റ്റം ആണ് ഡിജിറ്റൽ ഓഡിയോ വർക്ക് സ്റ്റേഷൻ. മ്യൂസിക് സ്വീക്വൻസുകൾ എന്ന വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട കമ്പ്യൂട്ടർ പ്രോഗ്രാമുകൾ ഒരു മിക്സിങ്ങ് കൺസോളിനെ സ്ക്രീനിൽ ഒതുക്കിയതുപോലെ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. വിവിധ ട്രാക്കുകളിലായി ശബ്ദം രേഖപ്പെടുത്തുവാനും ശബ്ദോച്ചത ശ്രുതി പോലുള്ള ഘടകങ്ങൾ പ്രത്യേകമായി നിയന്ത്രിക്കുവാനും ഇവ സൗകര്യമൊരുക്കുന്നു. റോസ് ഗാർഡൻ, അഡോബ് ഓഡിഷൻ, മ്യൂസ്, ആർഡർ എന്നിവ ഇത്തരത്തിൽപ്പെട്ട പ്രോഗ്രാമുകളാണ്.

സംരംഭക സാധ്യതകൾ

ഈ രംഗത്തെ സാങ്കേതികത അന്വേഷിച്ചാൽ വളരെ സങ്കീർണമാണ് എന്നതാണ് സത്യം. എന്നാൽ സാങ്കേതികതക്കപ്പുറം സംരംഭക സാധ്യതകളിലേക്കും തൊഴിൽ സാധ്യതകളിലേക്കും വിരൽ ചൂണ്ടുന്നതാണ് ഈ പരമ്പരയുടെ ഉദ്ദേശമെന്നതിനാൽ പ്രാമുഖ്യം അതിന് കൊടുക്കുന്നതാണ് കരണീയം. ആയതിനാൽത്തന്നെ ഡിജിറ്റൽ സംഗീതത്തിന്റെ വിവിധ സാങ്കേതിക വശങ്ങൾക്കപ്പുറം അത് മുന്നോട്ട് വക്കുന്ന ചില സംരംഭക സാധ്യതകൾ പരിശോധിക്കാം.

റിലയൻസും മ്യൂസിക്കിലേയ്ക്ക്

ഒരു പ്രമുഖ വിനോദ വ്യവസായ സംരംഭമെന്ന നിലയ്ക്ക് വമ്പൻമാരാണ് ഈ രംഗത്തുള്ളത്. റിലയൻസ് ജിയോയുടെ ഭാഗമായ ജിയോ മ്യൂസിക് ഓൺലൈൻ മ്യൂസിക് രംഗത്തെ സാവനുമായി കൈകോർക്കുന്നു എന്നതാണ് പുതിയ വാർത്ത. ഇരുസ്ഥാപനങ്ങളും ചേർന്ന് നൂറ് കോടി ഡോളറിന് (6817 കോടി രൂപ) മുകളിലുള്ള ഒരു ആഗോള ഡിജിറ്റൽ മീഡിയ പദ്ധതിക്ക് തുടക്കം കുറിക്കാനൊരുങ്ങുകയാണ്. ഇതിനോടനുബന്ധിച്ച് ആകാശ് അംബാനിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസും സാവൻ അധികൃതരും തമ്മിൽ കരാറിലെത്തിയിട്ടുമുണ്ട്. ഈ സംയുക്ത സംരംഭത്തിൽ 67 കോടി ഡോളറാണ് (4567 കോടി രൂപ) ജിയോ മ്യൂസിക്കിന്റെ നിക്ഷേപം. ഈ സഖ്യത്തിലൂടെ ജിയോ- സാവൻ സംരംഭത്തെ ഇന്ത്യൻ സ്ട്രീമിംഗ് വിപണിയുടെ മുൻനിരയിലേക്ക് എത്തിക്കുവാനാണ് പദ്ധതി.

ഡിജിറ്റൽ വിനോദ നഗരവുമായി ആന്ധ്ര സർക്കാർ

ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യത്തെ ഡിജിറ്റൽ വിനോദ നഗരം സ്ഥാപിക്കാനുള്ള ശ്രമത്തിലാണ് ആന്ധ്രാ സർക്കാർ. സംസ്ഥാന സർക്കാരും വ്യവസായികളുടേയും സംയുക്ത

സംരംഭമായിട്ടാണ് സംസ്ഥാനത്തിന്റെ തലസ്ഥാന നഗരിയായ ഹൈദ്രാബാദിൽ ഡിജിറ്റൽ വിനോദ നഗരം ഒരുങ്ങുന്നത്. ജെമിനി ടി വി, എഫ് എക്സ് ലാബ്സ്, ഡി ക്യു എന്റർടെയ്ൻമെന്റ്, സുരേഷ് പ്രൊഡക്ഷൻസ് എന്നിവരാണ് ഈ പദ്ധതിക്ക് ചുക്കാൻ പിടിക്കുന്നവരിൽ പ്രധാനികൾ. ഗെയിമിംഗ് അനിമേഷൻ കമ്പനികൾ, സിനിമാ നിർമാണ കമ്പനികൾ, സംഗീത സ്റ്റുഡിയോകൾ തുടങ്ങി വിനോദ രംഗവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് എല്ലാ മേഖലയിലുമുള്ള കമ്പനികളുടെ സാന്നിധ്യം ഡിജിറ്റൽ വിനോദ നഗരത്തിലുണ്ടാവും.

ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളും തൊഴിൽ സാധ്യതകളും

വൻ കമ്പനികൾ വാഴുന്ന ഇടമാണിതെങ്കിലും ചെറുകിട സംരംഭകർക്കും അവരുടേതായ സ്പേസ് ഉള്ളിടമാണിത്. ഡിജിറ്റൽ ഓഡിയോ വർക്ക് സ്റ്റേഷന്റെ സഹായത്തോടെ ശബ്ദ സന്നിവേശവും മിശ്രണവും നടത്തുന്നവരാണ് എഡിറ്ററും മിക്സറും. ഡി. റ്റി. എസ്, മിക്സിങ്ങ് പോലുള്ള ഉപവിഭാഗങ്ങളും ഇതിലുണ്ട്. ഓഡിയോ എഞ്ചിനീയറിങ്ങിന്റെ ഉപ വിഭാഗങ്ങളായി വരുന്നവയാണ് ഇതെല്ലാം. ശബ്ദത്തിന്റെ ശാസ്ത്ര സാങ്കേതിക വശങ്ങൾ നന്നായി അറിയുന്ന ഓഡിയോ എഞ്ചിനിയർ ടെക്നീഷ്യന്മാർക്ക് പരിശീലനവും മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങളും നൽകുവാൻ കഴിവുള്ള ഓഡിയോ എഞ്ചിനീയർമാർക്ക് ഈ രംഗത്ത് സ്വന്തം സംരംഭങ്ങളാരംഭിക്കുവാൻ കഴിയും.

മുൻകൂട്ടി റെക്കോർഡ് ചെയ്ത് വച്ച ശബ്ദം, എഫക്ടുകൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കുന്ന കലയാണ് ഓഡിയോ ഡിസൈനിങ്ങ് (സൗണ്ട് ഡിസൈനിങ്ങ്). ചലച്ചിത്രം വീഡിയോ ഗെയിം തുടങ്ങിയവയിലെല്ലാം ഇതിന് പ്രാധാന്യമുണ്ട്. ഓർക്കസ്ട്രയുടെ സഹായമില്ലാതെ തന്നെ സംഗീതം സൃഷ്ടിക്കാമെന്നത് കൊണ്ട് ഡിജിറ്റൽ കമ്പോസിങ്ങ് പ്രോഗ്രാമുകളുടെ സഹായത്തോടെ സംഗീത സംവിധായകനായി പ്രവർത്തിക്കാവുന്നതാണ്. പരസ്യങ്ങൾക്കും ലഘുചിത്രങ്ങൾക്കുമുള്ള സംഗീതം (ജിംഗിളുകൾ, ബാക്ക് ഗ്രൗണ്ട് സ്കോർ) ഇത്തരം ടൂളുകളുടെ സഹായത്തോടെ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ഫ്രീലാൻസറുകൾക്കും ഈ രംഗത്ത് സാധ്യതയുണ്ട്.

കമ്പോസർ എഴുതുന്ന പ്രധാന സംഗീതം ക്രമീകരിക്കുകയും അതിൽ നിന്നും ഓർക്കസ്ട്രയിലെ ഓരോ ഉപകരണത്തിനുമാവശ്യമായ നോട്ടുകൾ തയ്യാറാക്കുകയുമെല്ലാം ചെയ്യുന്ന വ്യക്തിയാണ് സംഗീത രംഗത്ത് അറേഞ്ചർ അല്ലെങ്കിൽ ഓർക്കസ്ട്രേറ്റർ എന്നറിയപ്പെടുന്നത്. ഡിജിറ്റൽ സംഗീത നിർമാണത്തിന്റെ സാധ്യതകൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുവാനാഗ്രഹിക്കുന്ന സംഗീതജ്ഞർക്ക് കമ്പ്യൂട്ടറിൽ ഇതേ കാര്യം ചെയ്ത് കൊടുക്കുന്നവരാണ് മ്യൂസിക് പ്രോഗ്രാമർമാർ.

മാറ്റങ്ങളുടെ കുത്തൊഴുക്കിൽ ഇനിയും എന്തൊക്കെ ഒലിച്ച് പോകാനിരിക്കുന്നു എന്ന് പ്രവചിക്കുക സാധ്യമല്ല. എന്നിരുന്നാലും വിനോദ വ്യവസായത്തിലെ മുഖ്യ ശാഖയെന്ന നിലയ്ക്ക് ഡിജിറ്റൽ സംഗീതം സംരംഭകത്വത്തിന്റെ പുത്തൻ വാതായനങ്ങളും തൊഴിലവസരങ്ങളും തുറന്നിടുന്നുണ്ടിന്ന്.

ആർ. ദിനേശ്

വ്യവസായ മേഖലയിൽ

വികസനക്കുതിപ്പുമായി കൊല്ലം

വ്യവസായ വികസനത്തിന് ക്രിയാത്മകമായ നടപടികൾ സ്വീകരിച്ച് കേരളത്തിന് മാതൃകയാവുകയാണ് കൊല്ലം ജില്ലാ പഞ്ചായത്തും ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രവും. കേരളത്തിലെ വ്യവസായ മേഖല നേരിടുന്ന ഏറ്റവും വലിയ പ്രശ്നമാണ് വ്യാവസായികാവശ്യത്തിനുതകുന്ന ഭൂമി, കെട്ടിടം എന്നീ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ ദൗർലഭ്യം. അനുയോജ്യമായ ഭൂമി/ കെട്ടിടം ലഭ്യമാകാത്തതു മൂലം തത്പരരായ സംരംഭകർക്ക് സമയബന്ധിതമായി യൂണിറ്റുകൾ സ്ഥാപിച്ച് പ്രവർത്തനം ആരംഭിക്കുവാൻ സാധിക്കുന്നില്ല. അപ്രതീക്ഷിതമായ കാലതാമസം, ആരംഭിച്ചശേഷം സാമൂഹികപ്രശ്നങ്ങൾ മൂലമുണ്ടാകുന്ന തടസ്സങ്ങൾ എന്നിവ കാരണം നഷ്ടത്തിലാകുന്ന യൂണിറ്റുകളുടെ എണ്ണം വർദ്ധിച്ചുവരുന്ന സാഹചര്യമാണുള്ളത്. ഇവയ്ക്കൊക്കെ പരിഹാരം കണ്ടെത്തുന്നതിനായി ത്രിതല പഞ്ചായത്തുകളുടെ വികസനഫണ്ട് വകയിരുത്തി അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ വർദ്ധിപ്പിക്കുക എന്ന ആശയം ഉൾക്കൊണ്ട് കൊല്ലം ജില്ലാപഞ്ചായത്ത് വ്യവസായ എസ്റ്റേറ്റിനായി സ്ഥലം വാങ്ങി കെട്ടിടം

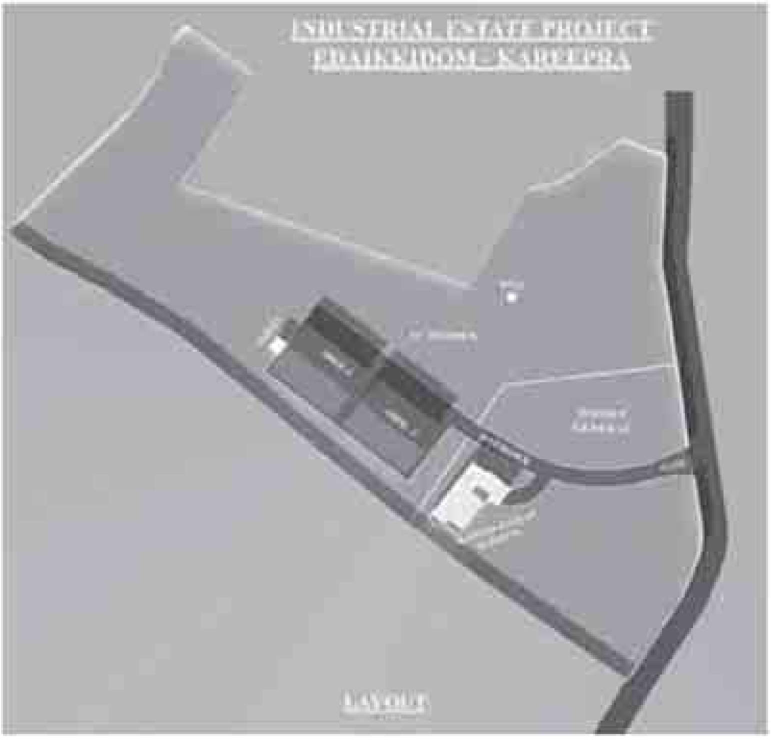
നിർമിക്കാനുള്ള പദ്ധതി രൂപീകരിച്ച് 2017-18, 2018-19 വർഷങ്ങളിലായി നടപ്പാക്കിവരുന്നു.

ജില്ലയിലുടനീളം ചെറുകിട വ്യവസായ എസ്റ്റേറ്റുകൾ സ്ഥാപിച്ച് ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് പ്രവർത്തിക്കുവാൻ അവസരം ഒരുക്കുകയാണ് ജില്ലാപഞ്ചായത്ത്. നിലവിൽ അഞ്ച് വ്യവസായ എസ്റ്റേറ്റുകൾ ജില്ലയുടെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലായി ഗ്രാമപഞ്ചായത്ത്/ ബ്ലോക്ക് പഞ്ചായത്ത് സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ചേർന്ന് പ്രവർത്തിപ്പിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ജില്ലയിലെ പൂയപ്പള്ളി, തലവൂർ, പിറവന്തൂർ, കരവാളൂർ, ചടയമംഗലം എന്നീ പഞ്ചായത്തുകളിലായി സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന വ്യവസായ എസ്റ്റേറ്റുകളിൽ നിലവിൽ 25 ഓളം യൂണിറ്റുകൾ പ്രവർത്തിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. പുതിയ വ്യവസായ എസ്റ്റേറ്റുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിന് 770.4 ലക്ഷം രൂപയാണ് 2018-19 ൽ ചെലവു ചെയ്തിട്ടുള്ളത്.

ജില്ലയിലെ കരീപ്ര, പത്തനാപുരം വില്ലേജുകളിലായി 435 സെന്റ് സ്ഥലം ജില്ലാപഞ്ചായത്ത് പദ്ധതി വിഹിതമായ 364. 6 ലക്ഷം രൂപ ഉപയോഗിച്ച് വാങ്ങുകയുണ്ടായി. ഇതിൽ പത്തനാപുരത്ത് ലഭ്യമാക്കിയ 145 സെന്റിൽ 50 സെന്റ് ഭൂമി ജനറൽ വനിതാ സംരംഭകർക്കും 95 സെന്റ് ഭൂമി പട്ടികാതി വനിതാ സംരംഭകർക്കും വേണ്ടിയാണ് വാങ്ങിയിട്ടുള്ളത്. ആയതിൽ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളായ ചുറ്റുമതിൽ, റോഡ് നിർമാണം, വ്യവസായ കെട്ടിട നിർമാണം, ഓഫീസ് എന്നിവയുടെ നിർമാണത്തിനായി 170. 8 ലക്ഷം രൂപ കേരള സ്റ്റേറ്റ് ഹൗസിംഗ് ബോർഡിന് നൽകി നിർമാണ പ്രവൃത്തികൾ ആരംഭിക്കുന്നതിന് നടപടി സ്വീകരിച്ചുവരുന്നു. നിലവാരമുള്ള റോഡുകളും, വ്യവസായ ഷെഡുകൾക്കായി ആധുനിക സ്റ്റീൽ ബിൽഡിംഗുകളും മറ്റ് അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുമാണ് പദ്ധതിപ്രകാരം നിർമിക്കുന്നത്.

കൊട്ടാരക്കരയ്ക്ക് സമീപമുള്ള കരീപ്രയിൽ വനിതാ സംരംഭകർക്ക് 95 സെന്റ് സ്ഥലവും, പട്ടികജാതി വനിതാ സംരംഭകർക്കായി 195 സെന്റ് സ്ഥലവുമാണ് ലഭ്യമാക്കിയിട്ടുള്ളത്. ആയതിൽ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കുന്നതിന് 235 ലക്ഷം രൂപയുടെ നിർമാണ പ്രവൃത്തികൾക്കായി കേരള സ്റ്റേറ്റ് ഹൗസിംഗ് ബോർഡിന് തുക കൈമാറിയിട്ടുണ്ട്. കരീപ്രയിൽ ആധുനിക സൗകര്യങ്ങളാണ് ഒരുങ്ങിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. രണ്ട് സ്ഥലത്തെയും നിർമാണം പൂർത്തിയാക്കിയാൽ ഏകദേശം 50 സംരംഭങ്ങൾക്ക് പ്രവർത്തനസൗകര്യം ഉണ്ടാകുന്നതാണ്.

ആദ്യഘട്ടത്തിൽ 14 സംരംഭങ്ങൾക്കുള്ള സൗകര്യങ്ങളാണ് നിർമിക്കുന്നത്. പ്രദേശത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക കാർഷിക വ്യാവസായിക വികസനത്തിനായി മറ്റു നൂതന പദ്ധതികളും ജില്ലാപഞ്ചായത്ത് നടപ്പിലാക്കുന്നുണ്ട്. കാർഷിക ഉത്പന്നങ്ങൾ സമാഹരിച്ച് മൂല്യവർദ്ധനവ് നടത്തി സഹകരണ സംഘങ്ങൾ മുഖേന വിപണനം ചെയ്യുന്നതിന്



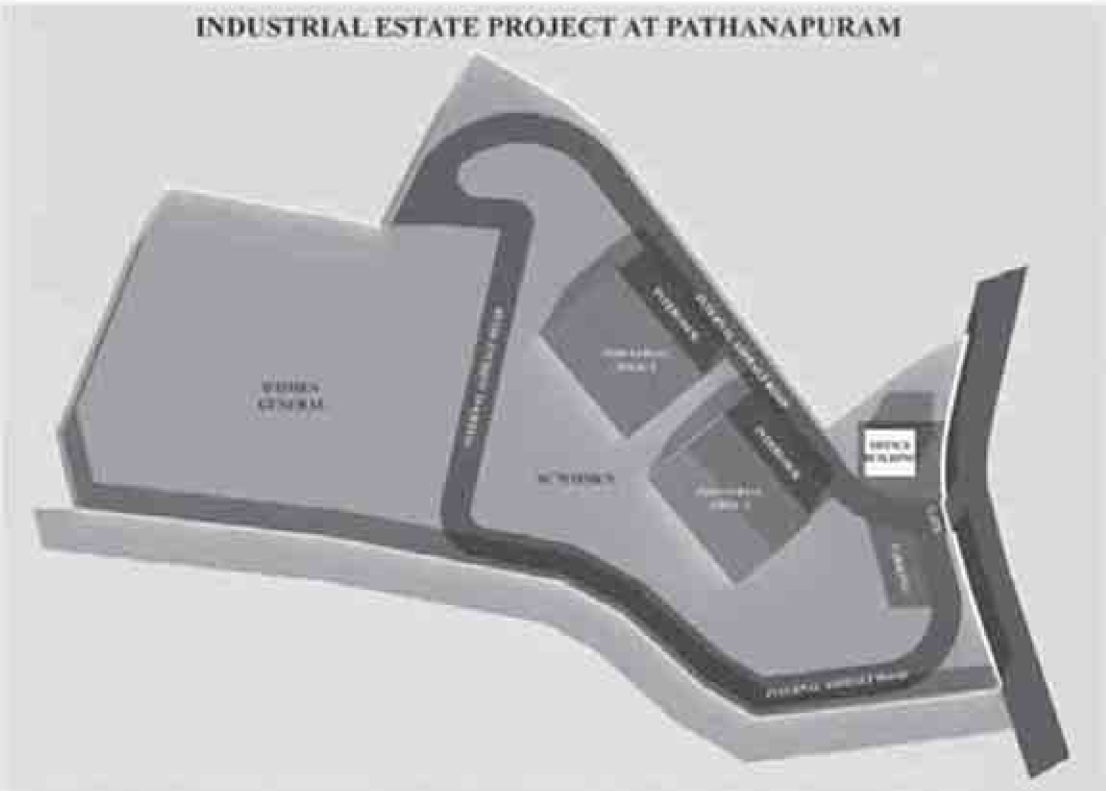
വിപണന കേന്ദ്രം സ്ഥാപിക്കുക, വിപണനവാഹനം മുഖേന നഗരങ്ങളിലെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങളിൽ വിപണനം ചെയ്യുക എന്നിവയ്ക്കായി 40,00,000/- രൂപ ചെലവിൽ പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കി വരികയാണ്. പദ്ധതിയിലുൾപെടുത്തി ജില്ലയിലെ നാല് താലൂക്കുകളിലും ഓരോ സഹകരണ സംഘങ്ങളെ തിരഞ്ഞെടുത്ത് പദ്ധതി പൂർത്തീകരണത്തിന് അടിസ്ഥാന സൗകര്യമൊരുക്കിവരുന്നു. പദ്ധതി പൂർത്തിയാകുമ്പോൾ കാർഷിക ഉത്പന്നങ്ങൾ കൃഷിക്കാരിൽ നിന്ന് നേരിട്ട് ശേഖരിച്ച് ആയവ വൃത്തിയാക്കി ചെറിയ പായ്ക്കറ്റുകളിലാക്കിയും, സംസ്കരണം ആവശ്യമുള്ളവ സംസ്കരിച്ചും ഗ്രാമ, നഗര പ്രദേശത്തെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കുന്നതാണ് പദ്ധതി. ഇതുവഴി നഗരപ്രദേശത്തെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ജൈവ ഭക്ഷ്യ ഉത്പന്നങ്ങൾ മിതമായ നിരക്കിൽ ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് ഗ്രാമീണ വിഭവങ്ങൾക്ക് വിപണി ഉറപ്പാക്കി കർഷകർക്ക് ഉയർന്ന വരുമാനം ഉറപ്പാക്കുവാനും സാധിക്കും.

ഭക്ഷ്യോൽപന്ന നിർമാണ യൂണിറ്റുകൾ ജില്ലയിൽ വളരെ സാധ്യതയുള്ള വ്യവസായ മേഖലയാണ്. ജില്ലയിൽ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നതും പുറമെ നിന്നുള്ളതുമായ കാർഷിക ഉത്പന്നങ്ങൾ സംസ്കരിച്ച് പായ്ക്ക് ചെയ്ത് വിൽപന നടത്തുന്ന ധാരാളം ചെറിയ യൂണിറ്റുകൾ ജില്ലയിലുണ്ട്. ഇത്തരം യൂണിറ്റുകളുടെ ശേഷി വർദ്ധിപ്പിക്കുക, കാർഷിക ഉൽപന്നങ്ങളുടെ മൂല്യവർദ്ധനവ് നടത്തി വിവിധ ഉത്പന്നങ്ങൾ വിപണിയിലിറക്കുക എന്നീ ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ മുൻനിർത്തി ജില്ലാപഞ്ചായത്തിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ മെ. ശൂരനാട് റൈസ് മിൽ & അഗ്രി പ്രോസസിംഗ് കോമൺ ഫെസിലിറ്റി സെന്റർ സ്ഥാപിക്കുന്നതിനായി 600 ചതുരശ്രമീറ്റർ കെട്ടിടത്തിന്റെ നിർമാണം നടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ജില്ലയിലെ വിവിധ ചെറുകിട വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾക്ക് ഉൽപാദനം നടത്തുന്നതിനായി കോമൺ ഫെസിലിറ്റി സെന്ററിനെ ആശ്രയിക്കാവുന്നതാണ്. കോമൺ ഫെസിലിറ്റി സെന്ററിലെ മെഷിനറികൾ നിശ്ചിത നിരക്കിൽ വാടക നൽകി സംരംഭകർക്ക് സ്വന്തം ഉൽപാദനത്തിന് ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്.

കൂടാതെ ജില്ലാപഞ്ചായത്തിന്റെ തനത് ബ്രാന്റിൽ ഉൽപാദനം നടത്തുന്നതിന് ലക്ഷ്യമിടുന്നുണ്ട്. പ്രദേശത്ത് ലഭ്യമായ നെല്ല്, മറ്റ് കാർഷിക ഉത്പന്നങ്ങൾ എന്നിവയുപയോഗിച്ച് അരിപ്പൊടി, വിവിധ ധാന്യപ്പൊടികൾ, വെളിച്ചെണ്ണ എന്നിവ നിർമിച്ച് വിപണനം ചെയ്യുന്നതിനാണ് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. 2,17,00,000 രൂപയാണ് പദ്ധതിച്ചെലവ്.

പദ്ധതി നിർവഹണത്തിന് പുതിയ ദിശാബോധം നൽകുന്നതിനും നൂതന വ്യവസായ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിക്കുന്നതിനും ലക്ഷ്യമിട്ട് ജില്ലയിലെ തദ്ദേശ ഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളെയും പങ്കെടുപ്പിച്ചുകൊണ്ട് 2018 ഫെബ്രുവരി 27 ന് ഇന്നവേറ്റേഴ്സ്മീറ്റ് ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് സംഘടിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി. ഗ്രാമപഞ്ചായത്ത് മുതൽ ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് വരെയുള്ള തദ്ദേശഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വ്യവസായ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിക്കുമ്പോൾ പരിഗണിക്കേണ്ട വ്യവസായ പദ്ധതികളെക്കുറിച്ച് പദ്ധതി ആസൂത്രണ മേഖലയിലെ വിദഗ്ധരും ജില്ലാതല ഉദ്യോഗസ്ഥരും പങ്കെടുത്ത മീറ്റിൽ വിശദമായി ചർച്ച ചെയ്യുകയുണ്ടായി. ഇ. ഡി. ഐ. ഐ .യുടെ സീനിയർ ഫാക്കൽറ്റിയായി ശ്രീ. ശിവൻ അമ്പാട്ട്, സാധ്യമായ പദ്ധതികൾ സംബന്ധിച്ച് നടത്തിയ അവതരണം തദ്ദേശസ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും സംരംഭകർക്കും ഒരുപോലെ പ്രയോജനകരമായിരുന്നു. ജില്ലയിലെ തദ്ദേശഭരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ നടത്തുന്ന വിവിധ നൂതന പദ്ധതികൾ സംബന്ധിച്ച് സംരംഭകർ നേരിട്ട് അവതരണം നടത്തുകയുമായി. സംസ്ഥാനത്താദ്യമായാണ് ഇത്തരമൊരു പരിപാടി ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് സംഘടിപ്പിച്ചത്. ഇന്നവേറ്റേഴ്സ് മീറ്റിനോടനുബന്ധിച്ച് ജില്ലയിലെ വ്യവസായ സാധ്യതകളെക്കുറിച്ച് ഒരു ഡോക്കുമെന്ററി തയ്യാറാക്കിയത് ഏവരുടെയും ശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റുകയുമുണ്ടായി. ജില്ലാപഞ്ചായത്തിനുവേണ്ടി കെ. എസ്. എഫ്. ഡി. സി യാണ് ഡോക്യുമെന്റി തയ്യാറാക്കിയത്.

അടുത്ത സാമ്പത്തിക വർഷവും വ്യവസായ എസ്റ്റേറ്റുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിനും അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ വികസിപ്പിച്ച് പുതിയ വ്യവസായ ഷെഡുകൾ നിർമിക്കുന്നതിനും തുക വകയിരുത്തിയിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ നിലവിലുള്ള വ്യവസായ ഷെഡുകളുടെ അറ്റകുറ്റപ്പണി,



ജില്ലാപഞ്ചായത്തിന്റെ തൊഴിൽ പരിശീലന കേന്ദ്രത്തിൽ സ്മാർട്ട് ക്ലാസ്റൂം നിർമിക്കുക എന്നിവയ്ക്കും പദ്ധതിത്തുക നീക്കിവച്ചിരിക്കുന്നു.

2018-19 വർഷത്തിൽ 10.62 കോടി രൂപയുടെ പദ്ധതികളിൽ 8.17 കോടി രൂപയാണ് വിവിധ പദ്ധതികളിലായി ചെലവ് ചെയ്തിട്ടുള്ളത്. വരുംവർഷത്തിൽ 377. 5 ലക്ഷം രൂപയുടെ പദ്ധതികൾ വിഭാവനം ചെയ്തിട്ടുമുണ്ട്. ഗ്രൂപ്പ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് ആനുകൂല്യം നൽകുന്ന പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാകുന്നതിലെ ബുദ്ധിമുട്ടുകളും അപ്രായോഗികതയും പരിഗണിച്ചാണ് കൊല്ലം ജില്ലാപഞ്ചായത്ത് അടിസ്ഥാന സൗകര്യ വികസന പദ്ധതികൾക്ക് പ്രത്യേക ഊന്നൽ നൽകുന്നത്.

ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രം മാനേജരാണ് ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് വ്യവസായ പദ്ധതികളുടെ നിർവഹണ ഉദ്യോഗസ്ഥൻ. ജനറൽ മാനേജർ അധ്യക്ഷയായ വർക്കിംഗ് ഗ്രൂപ്പ് പദ്ധതികൾ രൂപപ്പെടുത്തുന്നതു മുതൽ നിർവഹണം പൂർത്തീകരിക്കുന്ന കാര്യങ്ങളിൽ പ്രത്യേക ശ്രദ്ധ ചെലുത്തുകയും ആവശ്യമായ മാർഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രത്തിന്റെയും ജില്ലാ പഞ്ചായത്തിന്റെയും ഒത്തൊരുമയോടെയുള്ള പ്രവർത്തനത്താലാണ് ഇത്തരത്തിൽ പദ്ധതികൾ രൂപപ്പെടുത്തുന്നതിനും നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും സാധ്യമാകുന്നത്.

പദ്ധതി നിർവഹണത്തിൽ ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് പ്രസിഡന്റ് ശ്രീമതി. സി. രാധാമണി, വികസന കാര്യ സ്റ്റാന്റിംഗ് കമ്മറ്റി ചെയർപേഴ്സൺ ആശാ ശശിധരൻ, ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രം ജനറൽ മാനേജർ ഹെലൻ ജെറോം, ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് സെക്രട്ടറി കെ. പ്രസാദ്, എന്നിവരുടെയും ജില്ലാ പഞ്ചായത്ത് കമ്മറ്റിയുടെയും സഹായങ്ങൾ പ്രത്യേകം എടുത്തു പറയേണ്ടതാണ്.

മനോജ് മാതിരപ്പള്ളി

കോടികളുടെ കച്ചവടവുമായി
സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികൾ

കുടുംബശ്രീ കൂട്ടായ്മകൾ പോലെ തന്നെ കേരളത്തിൽനിന്നുള്ള മറ്റൊരു ലോകമാതൃകയാണ് വെജിറ്റബിൾ ആൻഡ് ഫ്രൂട്ട് പ്രൊമോഷൻ കൗൺസിലിന്റെ (വിഎഫ്പിസികെ) നേതൃത്വത്തിലുള്ള സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികൾ. വിപണിയിൽ ഇടനിലക്കാരുടെ ചൂഷണം വ്യാപകമായ സാഹചര്യത്തിലാണ് സംസ്ഥാനത്തെ എല്ലാ ജില്ലകളിലും ഇത്തരം സമാന്തരവിപണികൾ ആരംഭിക്കുന്നത്. വിഎഫ്പിസികെയുടെ മേൽനോട്ടത്തിൽ പ്രാദേശികമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്വാശ്രയ കർഷകസമിതികൾക്കാണ് ഇവയുടെ നിയന്ത്രണം. പഴം-പച്ചക്കറികൾ ഏറ്റവുമധികം ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഗ്രാമങ്ങൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചാണ് ഇവിടുത്തെ എല്ലാ സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികളും പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഒന്നര ലക്ഷത്തോളം കർഷകർക്ക് ഇതിന്റെ നേട്ടമുണ്ടാകുന്നുണ്ട്.

"സംസ്ഥാനത്തെ എല്ലാ ജില്ലകളിലും കർഷകവിപണികൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. 287 വിപണികളാണ് രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിട്ടുള്ളതെങ്കിലും 274 എണ്ണമാണ് സജീവമായിട്ടുള്ളത്. നിലവിലെ വിപണികൾക്ക് പുറമെ കൂടുതൽ വിൽപ്പനകേന്ദ്രങ്ങൾ ആരംഭിക്കാനും പദ്ധതിയുണ്ട്", കൊച്ചിയിൽ കാക്കനാട് ആസ്ഥാനമായ വിഎഫ്പിസികെയുടെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസറായ സജി ജോൺ പറയുന്നു. കർഷകർക്ക് ഗുണകര

മായ പ്രവർത്തനപദ്ധതികൾ നടപ്പാക്കുന്നതിനുവേണ്ടി വിഎഫ്പിസികെയ്ക്ക് എല്ലാ ജില്ലകളിലും ഡിസ്ട്രിക്ട് മാനേജർമാരുമുണ്ട്. ഇന്നിപ്പോൾ മൂന്നുകോടി രൂപയുടെയെങ്കിലും പ്രതിവർഷ വിറ്റുവരവാണ് പല വിപണികളിലുമുള്ളത്.

സാധാരണഗതിയിൽ കൃഷിയിടങ്ങളിൽനിന്നും വിളവെടുക്കുന്ന ഉത്പന്നങ്ങളുമായി കർഷകൻ കച്ചവടക്കാരനെ സമീപിക്കുകയും കിട്ടുന്ന വിലയ്ക്ക് അവ വിറ്റഴിക്കുകയും ചെയ്യുകയാണ് പതിവ്. ഇവിടെ ചെറിയ തോതിലുള്ള വിലപേശലുകൾ നടന്നേക്കാമെങ്കിലും കച്ചവടക്കാർ തന്നെയാവും അന്തിമമായി വില നിശ്ചയിക്കുന്നത്. കൃഷിയുടെയും കർഷകന്റെയും നിലനിൽപൊന്നും ഇവിടെ ബാധകമല്ല. സ്വന്തം ലാഭം മാത്രമാണ് കച്ചവടക്കാരന്റെ ലക്ഷ്യം. അത് കിട്ടുമെങ്കിൽ കച്ചവടം ഉറപ്പിക്കുന്നു. പഴങ്ങളും പച്ചക്കറികളും എളുപ്പത്തിൽ കേടാകുമെന്നതിനാൽ കിട്ടുന്ന വിലയ്ക്ക് ഉത്പന്നം വിറ്റഴിക്കാൻ കർഷകനും നിർബന്ധിതനാവും. അതേസമയം കർഷകർ ഉത്പന്നത്തിന്റെ വില നിശ്ചയിക്കുകയും കച്ചവടക്കാർ കർഷകരെ തേടിയെത്തുകയും ചെയ്യുന്ന സംവിധാനമാണ് സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികൾ.

കർഷകവിപണികളുടെ പ്രവർത്തനം

സംസ്ഥാനത്തെ ഗ്രാമീണകർഷകർക്ക് വൻകിടക്കാരും ചെറുകിടക്കാരുമായ കച്ചവടക്കാരുടെ ചൂഷണത്തിൽനിന്നും വലിയൊരു അളവുവരെ രക്ഷനേടാൻ ഇവിടങ്ങളിലെ സ്വാശ്രയവിപണികളിലൂടെ സാധിക്കുന്നുണ്ട്. വിപണിവിലയുടെ നാലിലൊന്നുപോലും ലഭിക്കാതെ തങ്ങളുടെ അദ്ധ്വാനഫലം കച്ചവട മുതലാളിമാർക്ക് അടിയറവെക്കേണ്ടി വന്ന അവസ്ഥയാണ് സ്വാശ്രയചന്തകളിലൂടെ ഇല്ലാതായത്. "കൃഷിയിലും പരമാവധി ഉത്പാദനം നേടുന്നതിലും മാത്രം ശ്രദ്ധിച്ചിരുന്ന കർഷകരുടെ കാഴ്ചപ്പാടും ഇപ്പോൾ മാറുകയാണ്. വിളവെടുപ്പായാൽ കിട്ടുന്ന വിലയ്ക്ക് ഉത്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കുന്നതിന് പകരം ന്യായവില ഉറപ്പാക്കാനും അവർ ശ്രമിക്കുന്നു. സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികൾ പോലെയുള്ള സംവിധാനമാണ് ഇതിന് കർഷകനെ സഹായിക്കുന്നത്", ഇടുക്കി തങ്കമണിയിലെ കർഷകനായ കുഞ്ഞുമോൻ പറയുന്നു.

പതിനഞ്ച് മുതൽ ഇരുപത് വരെ അംഗങ്ങളുള്ള വിവിധ സ്വാശ്രയസംഘങ്ങളിലെ കർഷകരുടെ ഉത്പന്നങ്ങളാണ് ഓരോ വിപണിയിലുമെത്തുന്നത്. ഓരോ മേഖലയിലെയും പഴ

വർഗങ്ങളുടെയും പച്ചക്കറിയുടെയും ഉത്പാദനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലായിരിക്കും അവിടുത്തെ കർഷകവിപണികളുടെ പ്രവർത്തനം. ശരാശരി ഉത്പാദനമുള്ള ഗ്രാമങ്ങളിലാണെങ്കിൽ ആഴ്ചയിൽ ഒരുദിവസം മാത്രമേ വിപണിയുടെ പ്രവർത്തനം ഉണ്ടാവുകയുള്ളൂ. എന്നാൽ വൻതോതിൽ പഴം-പച്ചക്കറി ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന പ്രദേശങ്ങളിൽ ഓരോ ആഴ്ചയും രണ്ടും മൂന്നും ദിവസം വരെ ഇവ പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

നിശ്ചിതദിവസം പുലർച്ചെ മുതൽ വിവിധ തരത്തിലുള്ള കാർഷികോത്പന്നങ്ങളുമായി കർഷകർ വിപണികളിലേക്കെത്തും. കുറഞ്ഞത് ഇരുപതിനം പഴം-പച്ചക്കറികളെങ്കിലും ഓരോ വിപണിയിലും എത്തുന്നുണ്ട്. ഇവ വാങ്ങുന്നതിനായി സമീപനഗരങ്ങളിൽനിന്നും ചെറുപട്ടണങ്ങളിൽനിന്നും കച്ചവടക്കാർ എത്തുകകൂടി ചെയ്യുന്നതോടെ ലേലം ആരംഭിക്കുന്നു. അന്നുരാവിലെ സംസ്ഥാനത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗത്തുള്ള പ്രധാനപ്പെട്ട കമ്പോളങ്ങളിൽ ഓരോ ഉത്പന്നത്തിനും നിലവിലുള്ള വിപണിവിലയെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തിയാണ് ലേലം തുടങ്ങുന്നത്. ഇതോടൊപ്പം തമിഴ്നാട്ടിലെ മേട്ടുപ്പാളയം, കോയമ്പത്തൂർ, നാഗർകോവിൽ, മധുര തുടങ്ങിയ പ്രമുഖ പച്ചക്കറിച്ചന്തകളിലെയും വിലനിലവാരമെടുക്കും. ഇത്തരമൊരു രീതിമൂലം സ്വാശ്രയസമിതികളിൽ അംഗങ്ങളായ കർഷകർക്ക് കൂടുതൽ മെച്ചമുണ്ടാകുന്നുണ്ട്.

പഴം-പച്ചക്കറികളുടെ കച്ചവടത്തിനാണ് സ്വാശ്രയവിപണികൾ ഊന്നൽ കൊടുക്കുന്നത്. സംസ്ഥാനത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ സമൃദ്ധമായി വിളയുന്ന ഏത്തയ്ക്കയും പയറും പാവയ്ക്കയും പച്ചമുളകുമൊക്കെ കർഷകർ തങ്ങൾക്കുകൂടി പങ്കാളിത്തമുള്ള വിപണികളിൽ എത്തിക്കും. മധ്യവർത്തികളുടെയും കച്ചവടക്കാരുടെയും അനാവശ്യമായ ഇടപെടൽ ഇല്ലാതെ ഈ ഉത്പന്നങ്ങൾ അവർ സ്വന്തമായി വിപണനം നടത്തുന്നു. കാർഷികോത്പന്നങ്ങൾക്ക് ഇടനിലക്കാരും വൻകിട കച്ചവടക്കാരുമൊക്കെ വില നിശ്ചയിച്ചിരുന്നതിൽനിന്ന് ഭിന്നമായി ഉത്പാദകൻതന്നെ വിലനിർണയം നടത്തുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ കർഷകർ ഒരു വില പേശൽ ശക്തിയായി മാറുകയാണ്. ഇവർക്ക് ആവശ്യമായ എല്ലാ സഹായവും വിഎഫ്പിസികെ ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

കർഷകരുടെ മറ്റു നേട്ടങ്ങൾ

ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന മുഴുവൻ കാർഷികോത്പന്നങ്ങളും ന്യായവിലയ്ക്ക് വിറ്റഴിക്കാൻ അവസരമൊരുക്കുന്നതിന് പുറമേ മറ്റുചില സൗകര്യങ്ങളും വിഎഫ്പിസികെയും സ്വാശ്രയ കർഷക വിപണികളും കർഷകർക്ക് ലഭ്യമാക്കുന്നുണ്ട്. കർഷകരും കൃഷിയിടങ്ങളും നേരിടുന്ന അടിസ്ഥാനപ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. നടീൽവസ്തുക്കൾ ലഭ്യമാക്കുന്നത് മുതൽ വിപണനം വരെയുള്ള എല്ലാ കാര്യങ്ങളും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടും. ഇത്തരത്തിൽ ദീർഘകാലാടിസ്ഥാനത്തിലെങ്കിലും കാർഷികമേഖല

യുടെ അതിജീവനവും നിലനിൽപും സാധ്യമാകുമെന്ന് കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു.

കാലാവസ്ഥ അനുകൂലമായി കൃഷിയിറക്കേണ്ട സമയത്ത് കർഷകർ നേരിടുന്ന സാമ്പത്തികപ്രതിസന്ധിയാണ് ഈ മേഖലയിലെ അടിസ്ഥാനപ്രശ്നങ്ങളിലൊന്ന്. ഇടനിലക്കാരും കച്ചവടക്കാരും ഈ അവസ്ഥ മുതലെടുക്കുന്നു. വാഴയും പയറും പാവലും ഇഞ്ചിയും മരച്ചീനിയും ചേമ്പുമെല്ലാം നടാൻ മണ്ണിളക്കുമ്പോൾ തന്നെ കർഷകർക്ക് ചെറിയ തോതിൽ അഡ്വാൻസ് പണം നൽകുന്ന രീതിയാണ് പലയിടങ്ങളിലും കച്ചവടക്കാർ സ്വീകരിച്ചിരുന്നത്. അങ്ങനെ കൃഷിയിറക്കുമ്പോൾ തന്നെ കച്ചവടക്കാർ അവയുടെ സ്വയംപ്രഖ്യാപിത ഉടമകളായി മാറുന്നു. സ്വാഭാവികമായും വിളവെടുപ്പാകുമ്പോൾ കച്ചവടക്കാരൻ പറയുന്ന വിലയ്ക്ക് ഉത്പന്നം നൽകാൻ കർഷകനും നിർബന്ധിനാകുന്നു. എന്നാൽ സ്വാശ്രയവിപണികളുടെ വരവോടെ ഇത്തരമൊരു അവസ്ഥയ്ക്ക് ഒരുപരിധി വരെയെങ്കിലും മാറ്റം വന്നിട്ടുണ്ട്.

സ്വാശ്രയസംഘത്തിൽ അംഗങ്ങളായ കർഷകർക്ക് സംസ്ഥാനത്തെ വിവിധ ബാങ്കുകൾ മുഖേന വിഎഫ്പിസികെ വായ്പ ലഭ്യമാക്കുന്നുണ്ട്. വെജിറ്റബിൾ ആൻഡ് ഫ്രൂട്ട് പ്രൊമോഷൻ കൗൺസിലിലിന്റെ ശുപാർശയനുസരിച്ചാണ് ബാങ്കുകൾ വായ്പ നൽകുന്നത്. ഇതുമൂലം കർഷകന്റെ സാമ്പത്തിക പ്രയാസങ്ങൾ പരിഹരിക്കപ്പെടുന്നു. വായ്പ ഉപയോഗിച്ച് ഇവർ കൃഷിയിറക്കുകയും പിന്നീട് വിളവെടുപ്പാകുമ്പോൾ ഈ തുക തിരിച്ചടയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്ന രീതിയാണ് നിലനിൽക്കുന്നത്. ഇതിലൂടെ കർഷകർക്ക് ലഭിക്കുന്നത് വലിയ നേട്ടമാണ്. കൊള്ളപ്പലിശക്കാരുടെ ചൂഷണത്തിൽനിന്ന് മോചിതരാകുന്നുവെന്ന് മാത്രമല്ല, പിന്നീട് ലാഭകരമായ വിലയ്ക്ക് ഉത്പന്നം വിറ്റഴിക്കാൻ സാധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഇതിനുപുറമെ കൃഷി കൂടുതൽ ശാസ്ത്രീയമാക്കുന്നതിനുള്ള ശ്രമങ്ങളും സമാന്തരവിപണികളിലൂടെ നടക്കുന്നുണ്ട്. കർഷകർക്ക് നൽകുന്ന പരിശീലനപദ്ധതികളിലൂടെയും അവർക്കിടയിൽ നടത്തുന്ന ബോധവത്കരണ പരിപാടികളിലൂടെയുമാണ് ഇത് സാധ്യമാക്കുന്നത്. അത്യുത്പാദനശേഷിയുള്ള നടീൽവസ്തുക്കൾ, കാലാവസ്ഥയ്ക്ക് അനുയോജ്യമായ കൃഷിരീതികൾ, വളം-കീടനാശിനി പ്രയോഗം, രോഗപ്രതിരോധ മാർഗങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയിലെല്ലാം കർഷകർക്ക് പരിശീലനം നൽകുന്നു. ഇതിന്റെ നേട്ടം കാർഷികമേഖലയ്ക്കും കൃഷിക്കാർക്കും ലഭ്യമാവുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ഇതോടൊപ്പം വിവിധയിനം വിളകൾ നട്ടുവളർത്തുന്ന കർഷകർ തമ്മിലുള്ള ആശയവിനിമയവും ഈ മേഖലയ്ക്ക് ഏതെങ്കിലും തരത്തിൽ ഗുണകരമാകും.

ഇവിടുത്തെ കർഷകസമൂഹത്തെ പിന്നോക്കക്കാരായും അധഃസ്ഥിതരായും കാണുന്ന സമകാലികസമൂഹത്തിൽ കൃഷിക്കാരന് കൂടുതൽ ആത്മവിശ്വാസം ലഭിക്കാൻ സ്വാശ്രയ കർഷകവിപണികളിലൂടെ സാധിക്കുന്നുണ്ട്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ അവർ ഈ രംഗത്ത് കൂടുതൽ സജീവമായി ഇടപെടുകയും മണ്ണിൽ പുത്തൻ പരീക്ഷണങ്ങൾ നടത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. അന്യനാട്ടിലെ കാർഷികോത്പന്നങ്ങളെ മാത്രം ആശ്രയിച്ച് കഴിയാതെ തന്നിൽത്തന്നെ ആശ്രയിക്കുന്ന സ്വാശ്രയത്വത്തിന്റെ പുതിയ ലോകത്തേക്കാണ് ഇത്തരം സമാന്തരവിപണികൾ കർഷകരെയും അവർകൂടി ഉൾപ്പെടുന്ന പൊതുസമൂഹത്തെയും കൈപിടിച്ചുയർത്തുന്നത്.

ചിത്രകുമാരി. എസ്

സ്ത്രീ ശാക്തീകരണം വ്യവസായത്തിൽ

കേരളത്തിൽ നിലനിന്നിരുന്ന പലവിധത്തിലുള്ള അനാചാരങ്ങൾക്കും അന്ധവിശ്വാസങ്ങൾക്കും എതിരായി ശബ്ദമുയർത്താൻ തുടങ്ങിയത് 19-ാം നൂറ്റാണ്ടുമുതലാണ്. അന്ന് പല നവോത്ഥാന പ്രസ്ഥാനങ്ങളും രൂപംകൊണ്ടു. ആ നവോത്ഥാന പ്രസ്ഥാനങ്ങൾക്ക് ശക്തമായ പല വെല്ലുവിളികളും നേരിടേണ്ടിവന്നു. ഏതു മതമായാലും ജാതിയായാലും സ്ത്രീകളുടെ ജീവിതം ആ കാലഘട്ടത്തിൽ വളരെ ദുരിതപൂർണ്ണമായിരുന്നു. അന്ന് സ്ത്രീകൾ അസ്വതന്ത്രരും നിരക്ഷരരും അടുക്കളയിലെ തീയിലും, പുകയിലും, ദാരിദ്ര്യത്തിലും ശരിയായി വസ്ത്രധാരണത്തിനുപോലും അവകാശമില്ലാതെയും

കഴിഞ്ഞുകൂടിയവരായിരുന്നു. 1829-ൽ ക്രൈസ്തവ സമുദായം മാറുമറയ്ക്കാൻ അവകാശം നേടിയെടുത്തപ്പോൾ അവർക്ക് അതിന് നികുതിയും കൊടുക്കേണ്ടിവന്നു. എല്ലാ സമുദായത്തിലെയും ജാതിയിലേയും സ്ത്രീകൾ അസ്വാതന്ത്രത്തിന്റെയും വിധേയത്വത്തിന്റെയും അവഗണനയുടെയും കയ്പ്പുനീർ കുടിക്കുന്നവരായിരുന്നു. അന്ന് താഴ്ന്ന ജാതിക്കാരും സ്ത്രീകളും വളരെ പിന്നോക്കക്കാരായിരുന്നു.

ഇന്ത്യയ്ക്ക് സ്വാതന്ത്ര്യം ലഭിച്ചപ്പോൾ പുതിയ ഭരണഘടന നിലവിൽ വരികയും പല പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെയും ശക്തമായ ഇടപെടലിന്റെയും സമരങ്ങളുടെയും ഫലമായി ജാതി വിവേചനത്തിന് കാതലമായ മാറ്റങ്ങളുണ്ടായി. എന്നാൽ സ്ത്രീകൾക്ക് അവരുടെ അവകാശങ്ങളിൽ ശക്തമായ മാറ്റങ്ങളുണ്ടാക്കാൻ കഴിഞ്ഞില്ല.

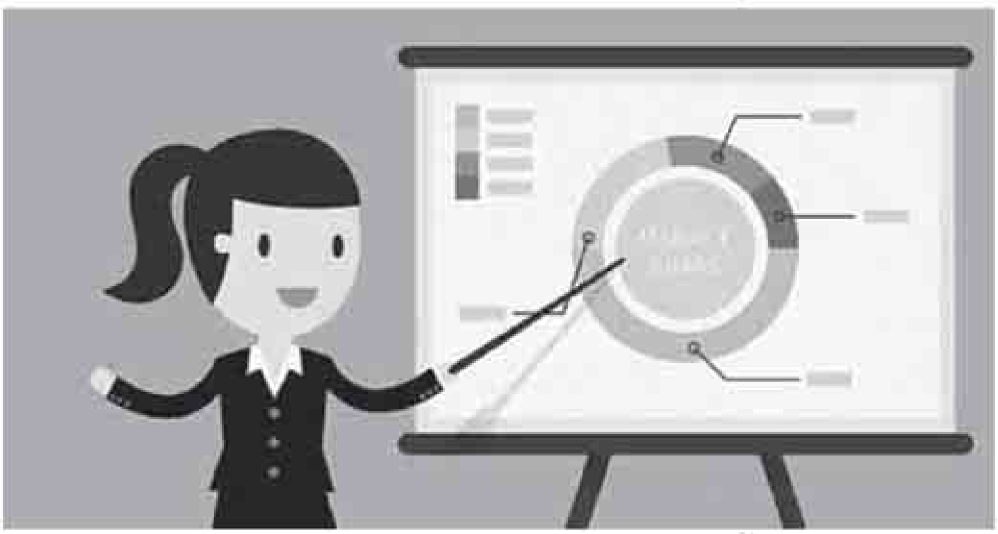
നൂറു ശതമാനം സാക്ഷരത നേടിയ കേരളത്തിൽ വിദ്യാഭ്യാസത്തിൽ മുന്നിട്ടു നിൽക്കുന്നത് പെൺകുട്ടികളാണ്. വിദ്യാഭ്യാസം പൂർത്തിയായിക്കഴിഞ്ഞാൽ തൊഴിലന്വേഷണമാണ്. പഠിത്തത്തിൽ ഉന്നതവിജയം നേടിയ പെൺകുട്ടികൾക്ക് തൊഴിൽ മേഖലകളിൽ ആൺകുട്ടികളോടൊപ്പം എത്താൻ കഴിയുന്നില്ല. അവിടെ അവർ പിൻതള്ളപ്പെടുന്നു. എന്തിനേറെപ്പറയുന്നു കേരളത്തിൽ നിന്ന് ഇതുവരെ ലോകസഭയിലെത്തിയത് ആകെ എട്ട് വനിതകൾ മാത്രം. ഈ സ്ഥിതി മാറണം. എല്ലാ മേഖലകളിലും സ്ത്രീകൾ മുന്നോട്ടു വരണം.

കേരളത്തിലെ ചെറിയൊരു ശതമാനം സ്ത്രീകളെ മാറ്റി നിർത്തിയാൽ ബാക്കിയുള്ളവർ സാമ്പത്തികമായും ശാരീരികമായും വളരെയധികം ചൂഷണം അനുഭവിക്കുന്നവരാണ്. ഇവരെയാണ് ശാക്തീകരിക്കേണ്ടത്. ഇവർക്ക് സ്വയാർജ്ജിതമായ സമ്പത്ത് ഉണ്ടാകണം. അത് കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ സ്വാതന്ത്ര്യവും ഉണ്ടാകണം.

സ്ത്രീയെന്നാൽ ശക്തിയാണ്. അവളെ ശാക്തീകരണം എന്നതിനേക്കാൾ നല്ലത് ഒരു കൈത്താങ്ങ് കൊടുത്ത് സഹായിച്ചാൽ മതി. അത് തുടങ്ങേണ്ടത് കുടുംബത്തിൽ നിന്നാണ്. ആരോഗ്യമുള്ള ഒരു മാതാവിന് മാനസികമായും ശാരീരികമായും ആരോഗ്യമുള്ള ഒരു വ്യക്തിയെ വാർത്തെടുക്കാൻ കഴിയും. ഒരു കുടുംബത്തിൽ ശാരീരികമായും മാനസികമായും ആരോഗ്യമുള്ള സ്ത്രീ ഉണ്ടെങ്കിൽ അവിടെ നിന്ന് ഒരു വ്യക്തിയും അനാരോഗ്യകരമായ ചുറ്റുപാടിലേയ്ക്ക് എറിയപ്പെടുന്നില്ല.

ഒരു സ്ത്രീ ഗർഭിണിയായിരിക്കുമ്പോൾ പോഷകാംശങ്ങൾ ധാരാളം അടങ്ങിയ ഭക്ഷണം, ശുചിത്വം, മാനസിക അസ്വസ്ഥത, പോസിറ്റീവ് തിങ്കിംഗ് എന്നിവയോടൊപ്പം ആരോഗ്യത്തോടെയിരുന്നാൽ ആ കുടുംബത്തിൽ നല്ല കുഞ്ഞ് ജനിക്കുന്നു. ആൺ പെൺ കുഞ്ഞുങ്ങളെ തുല്യരായി കാണാൻ ശ്രമിക്കേണ്ടത് ആദ്യം അമ്മയാണ്. നീ പെൺകുട്ടിയാണ് അടങ്ങിയൊതുങ്ങി കഴിഞ്ഞുകൊള്ളണം - ഇതാണ് ഏതൊരു സാധാരണക്കാരുടെ വീട്ടിലും അമ്മമാർ പറയുന്നത്. ഇത് ആൺകുട്ടികളോടും പറഞ്ഞിരുന്നെങ്കിൽ നമ്മെ വേദനിപ്പിക്കുന്ന പല പത്രവാർത്തകളും ഒഴിവാക്കാമായിരുന്നു.

കേരളത്തിൽ തൊഴിൽ രഹിതരുടെ എണ്ണത്തിൽ കൂടുതൽ സ്ത്രീകളാണ്. വീട്ടുകാര്യങ്ങൾ എല്ലാം നോക്കിക്കഴിഞ്ഞ് ഒരു അല്പസമയം സ്വന്തമായി തൊഴിൽ ചെയ്യുന്നതിന് മാറ്റിവച്ചാൽ അത് സ്വന്തമായി വരുമാനവും കുടുംബഭദ്രതയും അവരുടെ പ്രശസ്തിക്കും കാരണമാകുന്നു.



ഇന്നു നാം കാണുന്ന വികസിത രാജ്യങ്ങളെ വികസനത്തിന്റെ പാതയിലേയ്ക്ക് നയിച്ചത് വ്യവസായം തന്നെയാണ്. കേരളത്തിന്റെ പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങളായിരുന്ന കശുവണ്ടി, കയർ, കൈത്തറി എന്നിവയെല്ലാം ഇന്ന് മറ്റ് സംസ്ഥാനങ്ങളിലേയ്ക്ക് ചേക്കേറിയിരിക്കുന്നു. കേരളം പൂർണമായും ഒരു ഉപഭോക്തൃ സംസ്ഥാനമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. അയൽ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ ഹർത്താലോ സമരമോ ഉണ്ടായാൽ പട്ടിണിയാകുന്നത് ഇവിടത്തെ ജനങ്ങളാണ്. ഈ സ്ഥിതി മാറണം. ധാരാളം പുതിയ സംരംഭങ്ങൾ വനിതകളുടെ മേൽനോട്ടത്തിലും ഉടമസ്ഥതയിലും ഉണ്ടാകുന്നുണ്ട് എന്നാലും ഇനിയും കൂടുതൽ കൂടുതൽ വനിതാസംരംഭകർ മുന്നോട്ടുവരണം. കേന്ദ്ര കേരള ഗവൺമെന്റുകൾ വനിതകൾക്കുവേണ്ടി പല പുതിയ പദ്ധതികളും ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുണ്ട്. വനിതാ സംരംഭകർക്ക് വായ്പകൾ ലഭ്യമാകുന്നതിന് ബാങ്കുകൾക്കും നിർദ്ദേശം നൽകിയിട്ടുണ്ട്. വ്യവസായം വളരുമ്പോൾ തൊഴിൽ അവസരങ്ങൾ വർദ്ധിക്കുന്നു. വ്യവസായത്തിൽ ഇൻവെസ്റ്റ് ചെയ്യാൻ സംരംഭകർ തയ്യാറാകാത്തത് നഷ്ടം സംഭവിക്കുമോ എന്നുള്ള ഭയം കൊണ്ടാണ്. പരമ്പരാഗത വ്യവസായ മേഖലയിൽ പണിയെടുത്തിരുന്നത് കൂടുതലും സ്ത്രീ തൊഴിലാളികളായിരുന്നു. അവയെല്ലാം അടച്ചു പൂട്ടിയപ്പോൾ തൊഴിൽ രഹിതരായിത്തീർന്നത് സ്ത്രീകളാണ്. സ്ത്രീകളുടെ തൊഴിലില്ലായ്മ പരിഹരിക്കാൻ മുന്നോട്ടു വരേണ്ടത് അവർ തന്നെയാണ്. കേരളത്തിലെ പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങളെല്ലാം സ്ത്രീകളുടെ മേൽനോട്ടത്തിൽ ആധുനികയന്ത്ര സംവിധാനങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് തിരികെ കൊണ്ടുവന്നാൽ കേരളത്തിലെ സ്ത്രീകളുടെ തൊഴിലില്ലായ്മയ്ക്ക് കുറച്ചൊക്കെ പരിഹാരമാകും.

മായം കലരാത്ത ശുദ്ധമായ കറി പൌഡറുകൾക്ക്

"പാലശേരിയിൽ ഫ്ലവർ മില്ല്"

കുളപ്പുറം,വിളക്കുടി,പത്തനാപുരം

കറി പൌഡറുകൾക്ക് പുറമേ ഇഡ്ഡലി മാവ്,ദോശമാവ്,പുട്ട് പൊടി-

എന്നിവ ഓർഡർ അനുസരിച്ചും തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നു.

സംരംഭക : റഹുമത്ത്.എ   ഫോൺ : 7025343144

0495 2 536 304
+91 9400 001 304

DGS & D
Approved rate contracts

www.bizarrepower.com | bizarrepower@gmail.com

BIZARRE POWER SOLUTIONS

The ultimate power provider

E3/33/6687, OPAL COMPLEX Water Authority Office Road,
Malaparamba Kozhikode - 673 009 Mob :- +91 9400 623 700

AUTHORIZED SALES AND SERVICING OF BRANDED

UPS - BATTERY - INVERTER - SOLAR PRODUCTS - COMPUTER (LAPTOPS,DESKTOPS & PERIPHERALS) ,SMART CLASS ROOM, CCTV , OFFICE AUTOMATIONS - SERVO STABILISER, NETWORKING - OTHER IT & ELECTRICAL & ELECTRONIC ACCESSORIES

എഴുമാവിൽ രവീന്ദ്രനാഥ്

പ്രചാരണ വ്യവസായം

സാധ്യതകളേറെ

ബോർഡ്, ബാനർ, കട്ടൗട്ട് തുടങ്ങിയവ കാക്കാത്തവരും ശ്രദ്ധിക്കാത്തവരും ആരുമില്ല. നെടുനീളത്തിൽ വെട്ടിത്തയ്ച്ച കട്ടിത്തുണിയിൽ വിവിധ വർണങ്ങളിലുള്ള ചായങ്ങൾ കൊണ്ട് അക്ഷരങ്ങളും അക്കങ്ങളും ചിത്രങ്ങളുമൊക്കെ നിറയുമ്പോൾ അതു ബാനറായി. പാഴ്ത്തടിയിൽ നിന്നുള്ള പട്ടികകൾ കൊണ്ട് ഫ്രെയിം തീർത്ത് തുണിയടിച്ച് അതിലെഴുതുമ്പോൾ ബോർഡായി. ചിത്രങ്ങളുടെ ആകൃതിയൊപ്പിച്ച് തയ്യാറാക്കപ്പെടുന്നത് കട്ട്ഔട്ടായി. തമിഴകത്തു നിന്നായിരുന്നു കട്ടൗട്ട് ജ്വരം കേരളത്തിലേയ്ക്കു പടർന്നത്. എം. ജി. ആർ, ശിവാജി ഗണേശൻ, ജമിനി ഗണേശൻ, ജയലളിത തുടങ്ങിയ മിന്നുംതാരങ്ങളെ നാല്പതും അമ്പതും അടി വലിപ്പമുള്ള കട്ടൗട്ടുകളിലാക്കി തെരുവോരങ്ങളെ ഒരുകാലത്ത് ആവേശം കൊള്ളിച്ചത് തമിഴകമായിരുന്നു. ഇന്നിതാ കായികതാരങ്ങൾ മുതൽ രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കൾ വരെ കട്ടൗട്ടുകളിൽ നിരക്കുന്നു. പരസ്യ പ്രചാരണ വസ്തുക്കളെക്കുറിച്ച് വർണിക്കാനല്ല, മറിച്ച് ആ രംഗത്തെ വ്യവസായ സാധ്യതകൾ വിലയിരുത്താനാണ് ഇവിടെ ലേഖകൻ ശ്രമിക്കുന്നത്.

രണ്ടു ലക്ഷത്തി അമ്പതിനായിരത്തോളം കുടുംബങ്ങളുടെ ഉപജീവനമാർഗ്ഗമാണിത്. മേൽപറഞ്ഞ പരസ്യപ്രചാരണ മേഖല. പ്രതിവർഷം ഇവിടെ അമ്പതു കോടിയുടെ വിറ്റുവരവു നടക്കുന്നു. 26,000 ബ്രാന്റഡ് യൂണിറ്റുകളും മുപ്പതിനായിരം അല്ലാത്തവയും ഈ രംഗത്ത് സജീവമായി നിലനിൽക്കും.

ഉത്സവങ്ങൾ, തെരഞ്ഞെടുപ്പ്, പരീക്ഷാഫലങ്ങൾ, ഉദ്ഘാടനങ്ങൾ തുടങ്ങി എന്തിനും ഏതിനും വലിച്ചുകെട്ടും വെച്ചുകെട്ടും (പ്രചാരണ സാമഗ്രികളുടെ നാടൻ ഭാഷ്യം) ഇല്ലാതെ പറ്റുമോ? സദാ സേവന സന്നദ്ധരായി സംഘാടകരെ കാത്തിരിപ്പുണ്ട് ഓരോ ഗ്രാമത്തിലും പ്രചരണകലയുടെ അമരക്കാർ പാഴ്ത്തടികൾ കൊണ്ടുള്ള പട്ടികകൾ കൃത്യ അളവിൽ മുറിച്ചെടുത്ത് ചട്ടക്കൂടു തീർത്ത് കട്ടിയുള്ള തുണികൾ അതിൽ ആണിയിട്ടുറപ്പിച്ച് ആദ്യഘട്ടം പൂർത്തിയാക്കുന്നു. പണ്ട് തുണിയ്ക്കു പകരം ചാക്ക് ആയിരുന്നു ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. ഇതിൽ കുമ്മായം പൂശി പ്രതലമൊരുക്കിയായിരുന്നു എഴുത്തും വരയും. പിന്നീട് തുണിയിലേയ്ക്കായി മാറ്റം. അതും കടന്ന് ഫ്ളക്സിലേയ്ക്കും സ്ക്രീൻ പ്രിന്റിങ്ങിലേയ്ക്കും ഡിജിറ്റൽ പ്രിന്റിങ്ങിലേയ്ക്കും പ്രചാരണ മേഖല വളർന്നു. എന്നാൽ പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദമല്ലാത്ത പ്ലാസ്റ്റിക്കും, പി വി സി യുമുൾപ്പെടെയുള്ള വസ്തുക്കൾ ഹൈക്കോടതിയും തെരഞ്ഞെടുപ്പു കമ്മീഷനും നിരോധിച്ചതോടെ നോൺ ബയോ-ഡീഗ്രേഡബിൾ ഏതാണ്ട് പൂർണമായും ഒഴിവാക്കപ്പെട്ടു കഴിഞ്ഞു. മണ്ണിൽ പെട്ടെന്ന് ലയിക്കുന്ന വസ്തുക്കൾ കൊണ്ടുള്ള ഷീറ്റുകളും വിപണിയിലെത്തി. അതോടെ പ്രചാരണ വേലകൾ വീണ്ടും സജീവമായി.

സീസണൽ വർക്ക് എന്നായിരുന്നു പണ്ട് പ്രചാരണമേഖലയെ പറഞ്ഞിരുന്നത്. സീസണിൽ തിരക്കുകൂടുമെങ്കിലും അല്ലാത്തപ്പോഴും ബിസിനസിനു കുറവൊന്നുമില്ലെന്ന് ഈ രംഗത്തെ പ്രമുഖർ പറയുന്നു. ഇന്ന് പരസ്യങ്ങളുടെ കാലമാണ്. വിപണനത്തിന് ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളും സോഷ്യൽ മീഡിയയും വളരെയേറെ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നുണ്ടെങ്കിലും പ്രാദേശിക പ്രദർശനം (ലോക്കൽ എക്സിബിറ്റ്സ്) എന്ന നിലയിൽ ഹോർഡിങ്സുകൾക്കും മറ്റുമുള്ള സ്ഥാനം വളരെ വലുതാണ്. ഏതു കോണിൽ ചെന്നാലും ഒരു ബാനറോ ബോർഡോ കണ്ണിൽ പെടാതിരിക്കുമോ?

മുമ്പ് ഒരു ആർട്ടിസ്റ്റും ആശാരിയും ഓരോ യൂണിറ്റുകൾക്കും അത്യന്താപേക്ഷിതമായിരുന്നു. ആവശ്യക്കാരന്റെ ഭാവനയ്ക്കനുസരിച്ച്

ചിത്രങ്ങൾ വരയ്ക്കുകയും എഴുതുകയും ചെയ്യുവാൻ ആർട്ടിസ്റ്റിന്റെ സേവനം അനിവാര്യമാണ്. ഒരേ ശൈലിയിൽ പത്തും നൂറും ബോർഡുകളും ബാനറുകളും ഒരുക്കുക എന്നത് നിസ്സാര കാര്യമായിരുന്നില്ല. അതുപോലെ തന്നെ ഫ്രെയിമുകളുടെ തട്ടിക്കൂട്ടിനും മരപ്പണിക്കാരുടെ സേവനം ഒഴിച്ചുകൂട്ടാനാവാത്തതായിരുന്നു. ഇന്ന് കമ്പ്യൂട്ടറിൽ ഡിസൈൻ ചെയ്താൽ എത്ര കോപ്പികൾ വേണമെങ്കിലും പ്രിന്റ് ചെയ്ത് പുറത്തുചാടിക്കാൻ കഴിയും. ഫ്രെയിമിങ്ങിനും യന്ത്രങ്ങൾ തയ്യാർ. കളർ പാറ്റേൺ, കോമ്പിനേഷൻ എല്ലാം കമ്പ്യൂട്ടർ നിയന്ത്രിതമായതിനാൽ ഫിനിഷിങ്ങ് വളരെ കേമമെന്ന് ഉപഭോക്താക്കൾ പറയുന്നു.

തെരഞ്ഞെടുപ്പുകാലം പ്രചാരണ വേലയിൽ ഏർപ്പെട്ട യൂണിറ്റുകളുടെ ചാകരക്കാലമെന്നു തന്നെ പറയാം. പക്ഷെ, ഒന്നുണ്ട്, പണം മുൻകൂർ വാങ്ങിയില്ലെങ്കിൽ ചിലപ്പോൾ യൂണിറ്റുടമ സ്ഥാനാർത്ഥികൾക്ക് പിന്നാലെ നടന്നുനടന്ന് ചെരുപ്പുതേയും. പണി മെച്ചം കടം മിച്ചം എന്ന അവസ്ഥ പല യൂണിറ്റുകളുടെയും തുടർപ്രവർത്തനങ്ങളെ മുൻകാലങ്ങളിൽ ബാധിച്ചതായി അനുഭവസാക്ഷ്യം. പരസ്യങ്ങൾ കൊണ്ടുമാത്രം മൂവ് ചെയ്യുന്ന ചില ഉല്പന്നങ്ങളുണ്ട്. അത്തരം ഉല്പന്നങ്ങൾക്കായി പരസ്യ സാമഗ്രികൾ സ്ഥിരമായി ഒരുക്കുന്നത് മിക്കവാറും ഒന്നോ രണ്ടോ യൂണിറ്റുകളാവും. അങ്ങനെ നിർമാണ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി അറ്റാച്ച് ചെയ്യപ്പെടുന്ന യൂണിറ്റുകൾക്ക് വേലയ്ക്കും കൂലിക്കും മുടക്കമുണ്ടാവില്ല.

വലിയ മുതൽമുടക്കില്ലാതെ തന്നെ ഇത്തരം യൂണിറ്റുകൾ തുടങ്ങാനാവും. അതിനുമുമ്പേ സാധ്യതാപഠനവും, മത്സരരംഗത്തുള്ള യൂണിറ്റുകളും അവയുടെ പ്രവർത്തനരീതിയും ഒരു സംരംഭകൻ നന്നായി മനസ്സിലാക്കണം. നിലവിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് ബിസിനസ് കാൻവാസ് ചെയ്യാൻ എന്തു തന്ത്രമാണ് അവലംബിക്കേണ്ടതെന്നും സംരംഭകൻ തീരുമാനമെടുത്തിരിക്കണം. അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ വിപണിമൂല്യം, ഫ്രെയിമിങ്ങ്, പ്രിന്റിങ്ങ്, കയറ്റിറക്ക് കൂലികൾ ഇവയെപ്പറ്റി വ്യക്തമായ ധാരണ അയാൾക്ക് ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഉപഭോക്താവിന്റെ താല്പര്യപ്രകാരമുള്ള പെർഫെക്ഷൻ, നിശ്ചിത സമയത്തുള്ള ഡെലിവറി എന്നിവ ബിസിനസിന്റെ വളർച്ചയ്ക്ക് അത്യാവശ്യമാണ്. സ്ഥിരമായി ഉല്പന്നങ്ങൾ വേണ്ട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ക്രെഡിറ്റ് സൗകര്യം നൽകേണ്ടിവരും. ഇതിന് ഒരു സംരംഭകൻ രണ്ടുതരം നടപടികൾ എടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഒന്ന് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ നൽകുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ക്രെഡിറ്റിനുള്ള സൗകര്യമൊരുക്കൽ, ഒന്നോ രണ്ടോ ബാങ്കുകളുമായി ഓവർഡ്രാഫ്റ്റ് ഉൾപെടെയുള്ള സംവിധാനങ്ങളൊരുക്കൽ. മേൽപറഞ്ഞ രണ്ടു കാര്യങ്ങളും പെട്ടെന്നു സാധ്യമാവുകയില്ല.

ഇതിനായി കുറഞ്ഞത് ഒരു വർഷമെങ്കിലും സംരംഭകൻ കാത്തിരിക്കേണ്ടിവരും. ഈ കാലയളവിൽ സംരംഭകന്റെ ഇടപാടുകൾ വളരെ കൃത്യമെങ്കിൽ ക്രെഡിറ്റിന് ഒരു തടസ്സവും ഉണ്ടാവുകയില്ല.

ഇത്തരം യൂണിറ്റുകൾക്ക് വായ്പ നൽകുവാൻ നമ്മുടെ കൊമേഴ്സ്യൽ ബാങ്കുകളും കോ-ഓപ്പറേറ്റീവ് ബാങ്കുകളും സന്നദ്ധമാണ്. വ്യക്തമായ പ്രോജക്ട് റിപ്പോർട്ടുകൾ ഇതിനായി തയ്യാറാക്കണമെന്നു മാത്രം. വൻമുതൽ മുടക്കിൽ യൂണിറ്റുകൾ തുടങ്ങുന്നതിനേക്കാൾ നല്ലത് പ്രധാന വർക്കുകൾ ഔട്ട്സോഴ്സ് ചെയ്യുന്ന രീതി അവലംബിക്കുന്നതാണ്. ഡിജിറ്റൽ പ്രിന്റിങ്ങിനുള്ള യന്ത്രസജ്ജീകരണങ്ങൾ ചെലവേറിയതാണ്. ഡിസൈനിങ്ങ് നടത്തിയശേഷം അവ വൻകിട പ്രിന്റിംഗ് യൂണിറ്റുകൾക്ക് പെൻഡ്രൈവിലോ, സി. ഡി. യിലോ കോപ്പിയെടുത്തു നൽകിയാൽ കൃത്യസമയത്ത് പ്രിന്റഡ് ഷീറ്റുകൾ അവർ നൽകും. ഇവ ഫ്രെയിമുകളിൽ ഘടിപ്പിച്ച് ഡെലിവറി നടത്തുകയാവും യൂണിറ്റുകൾക്ക് ശേഷിക്കുന്ന പണി. ഒരു ഓഫീസ്, ഫ്രെയിമിനുള്ള വർക്ക്ഷോപ്പ്, ഫിനിഷ്ഡ് പ്രോഡക്റ്റിനുള്ള സ്റ്റോർ എന്നിവയാണ് ഒരു യൂണിറ്റിനുണ്ടാവേണ്ടത്. ഡിസൈനിങ്ങ് നടത്താൻ വേണ്ട സംവിധാനവും ഓഫീസിലുണ്ടാവണം. (ഇതും ഔട്ട്സോഴ്സ് ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണിന്നേറെയും). ഈ പറഞ്ഞ യൂണിറ്റുകൾക്ക് ഭീഷണിയായി വൻകിട പരസ്യക്കമ്പനികൾ രംഗത്തുണ്ട്. എന്നാൽ അവയൊന്നും പ്രാദേശികമായ പ്രചാരണവേലകൾക്കുള്ള ഓർഡർ പിടിക്കാറില്ല. യൂണിറ്റുകൾ തുടങ്ങുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർക്ക് താലൂക്ക് തലത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന വ്യവസായ വകുപ്പിന്റെ ആഫീസുകളിൽ നിന്നോ ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രത്തിൽ നിന്നോ മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നതാണ്.

സിന്ധു. പി. കെ

കുർത്തിയിൽ
കാമില ടച്ച്

അനുദിനം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഫാഷൻ ലോക വസ്ത്രസങ്കൽപ്പങ്ങളിലും വസ്ത്രധാരണ രീതികളിലും വരുത്തുന്ന മാറ്റങ്ങൾ വളരെ വലുതാണ്. വസ്ത്രം ഒരു പ്രാഥമികാവശ്യത്തിൽ തുടങ്ങി ഫാഷൻ ലോകത്തെ ഹരമായും വിപണിയിലെ അതിശക്തസാന്നിധ്യവുമായി മാറിയിരിക്കുന്നു. പുതുതലമുറയുടെ വേറിട്ട വസ്ത്രധാരണശൈലി ഈ മേഖലയിലേയ്ക്ക് കടന്നുവരുന്ന സംരംഭങ്ങളുടെ വിജയസാധ്യത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു. ഫാഷനുവേണ്ടി എത്ര പണം ചെലവഴിക്കാനും മടി കാട്ടാത്തവരും താൻ ഇടുന്ന വസ്ത്രങ്ങൾ എല്ലാവരാലും ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടണമെന്നും അത് മറ്റുള്ളവരിൽ പുതുമ തോന്നിപ്പിക്കുന്നതുമാകണമെന്നുള്ള ആഗ്രഹമാണ് പുതുതലമുറയ്ക്ക്. പുതുതലമുറയുടെ ഈ ഫാഷൻ ഭ്രമം മുന്നിൽ കണ്ടുകൊണ്ടാണ് ഫാഷൻ വസ്ത്ര നിർമാണ രംഗത്തേയ്ക്ക് കൂടുതൽ ആളുകൾ കടക്കു വരുന്നത്.

മെട്രോസിറ്റിയായ കൊച്ചിയോട് ഏറ്റവുമടുത്തുള്ള പട്ടണമായ തൊടുപുഴയിൽ ഈ മേഖലയുടെ വിജയസാധ്യത മുന്നിൽ

Mob: 9061007712
Camilla
Garments

കണ്ടുകൊണ്ടാണ് ശ്രീമതി. ടിന്റു ജോസഫ് കാമില ഗാർമെന്റ്സ് എന്ന പേരിൽ ഒരു കുർത്തി നിർമ്മാണ യൂണിറ്റ് ആരംഭിച്ചത്. സ്വന്തം നിലയിൽ മുതൽ മുടക്കി ആരംഭിച്ച് വിപണിയിൽ കാലുറപ്പിച്ചതിനു ശേഷം മുദ്രവായ്പയുടെ സഹായത്തോടുകൂടി വിപുലീകരിച്ച യൂണിറ്റിൽ ഇപ്പോൾ 16 പേർ ജോലി ചെയ്യുന്നു.

ഹാന്റ് എംബ്രോയിഡറി വർക്കുകൾ ചെയ്യുന്നതിനായി എക്സ്പർട്ടുകളായിട്ടുള്ള തൊഴിലാളികൾക്കു പുറമെ മെഷീൻ എംബ്രോയിഡറിയുമുണ്ട്. ഗുജറാത്ത്, മഹാരാഷ്ട്ര എന്നിവിടങ്ങളിൽ നിന്നും ഗുണമേന്മ ഉറപ്പുവരുത്തി നേരിട്ട് വാങ്ങുന്ന സിൽക്ക്, കോട്ടൺ, റയോൺ, ലിനൻ എന്നീ തുണിത്തരങ്ങളിൽ വൈവിധ്യമാർന്ന ഹാന്റ് എംബ്രോയിഡറി ചെയ്ത കുർത്തികൾ കാമിലയുടെ പ്രത്യേകതയാണ്. ഉല്പാദനമനുസരിച്ച് 4 വർഷം പിന്നിടുന്ന ഈ സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉല്പന്നങ്ങൾ കോട്ടയം, പത്തനംതിട്ട, ആലപ്പുഴ, തിരുവനന്തപുരം, എറണാകുളം, ഇടുക്കി എന്നീ ജില്ലകളിലെ വിവിധ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾ വഴിയാണ് വിപണനം നടത്തുന്നത്.

വ്യവസായ വില്പന മേളകളിലെ പുത്തൻ സാന്നിധ്യമാണ് ഈ സ്ഥാപനം. ഫാഷൻ തരംഗം ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രതിഫലിക്കുന്ന വസ്ത്രവിപണിയിൽ ഇടുക്കി ജില്ലയുടെ കൈയൊപ്പ് നേടുവാനാണ് ഈ സ്ഥാപനത്തിന്റെ ശ്രമങ്ങൾ.

കരകൗശല വിദഗ്ധർക്കുള്ള സ്മാർട്ട് കാർഡ് വിതരണം

രാജ്യത്ത് കരകൗശല മേഖലയിൽ ജോലി ചെയ്ത് ഉപജീവനം നടത്തുന്ന നിരവധി തൊഴിലാളികളുണ്ട്. ഇവരിൽ നല്ലൊരു വിഭാഗം അസംഘടിത മേഖലയിൽ ജോലി ചെയ്യുന്നതിനാൽ ഈ വിഭാഗത്തിന്റെ ഉന്നമനത്തിനായി കേന്ദ്ര സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ നിരവധിയായ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പാക്കി വരുന്നു.

കരകൗശല തൊഴിലാളികളെ ഐഡന്റിഫൈ ചെയ്ത് ഒരു കുടക്കീഴിൽ കൊണ്ടുവരുന്നതിനും വിവിധ പദ്ധതികളിലായി അനുവദിച്ചിട്ടുള്ള സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നതിനുമായി സ്മാർട്ട് കാർഡ് അനിവാര്യമാണ്. കൂടാതെ ഈ തിരിച്ചറിയൽ കാർഡ് ഉടമസ്ഥർക്ക് ഇന്ത്യയിൽ എവിടെയും ഗവൺമെന്റും മറ്റ് ഏജൻസികളും നടത്തുന്ന പ്രദർശന വ്യാപാരമേളകളിൽ പങ്കെടുക്കാൻ സാധിക്കുന്നതാണ്. കാർഡ് ഉടമസ്ഥരുടെ കുട്ടികൾക്ക് വിദ്യാഭ്യാസത്തിന് സ്റ്റൈപന്റ് ലഭിക്കുന്നതാണ്.

ഇതിന്റെ ഭാഗമായി ഹാന്റി ക്രാഫ്റ്റ് ഡെവലപ്മെന്റ് കമ്മീഷണറേറ്റിന്റെയും വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പിന്റെയും, ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രം, ഇടുക്കിയുടെയും സംയുക്ത ആഭിമുഖ്യത്തിൽ 2 ഘട്ടങ്ങളിലായി ഇടുക്കി ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രത്തിൽ വച്ച് സ്കിൽ ടെസ്റ്റ് നടത്തുകയുണ്ടായി. പ്രസ്തുത ടെസ്റ്റിൽ ജില്ലയുടെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ നിന്നായി 150 പേർ പങ്കെടുത്തു. പങ്കെടുത്ത ഓരോരുത്തരും അവരവരുടെ മേഖലയിലെ കരവിരുതും പ്രാവീണ്യവും തെളിയിക്കുന്ന മാതൃകകൾ നിർമ്മിച്ചു കാണിക്കുകയുണ്ടായി. സ്കിൽ ടെസ്റ്റിൽ പങ്കെടുത്ത അർഹരായ 150 പേർക്ക് സ്മാർട്ട് കാർഡുകൾ ഇടുക്കി ജില്ലാ വ്യവസായ കേന്ദ്രം ജനറൽ മാനേജർ ശ്രീ. ബിജു കുര്യൻ ജില്ലാ വ്യവസായ കേന്ദ്രത്തിൽ വച്ച് വിതരണം ചെയ്തു.

വ്യവസായ വാണിജ്യ മേഖലയിലെ
സ്പന്ദനങ്ങളറിയാൻ
വായിക്കുക...
വരിക്കാരാവുക...

വാർഷിക വരിസംഖ്യ 300 രൂപ
ഒറ്റപ്രതി 30 രൂപ

നിങ്ങളുടെ ഉത്പന്നമോ സേവനമോ യഥാർത്ഥ ആവശ്യക്കാർക്കിടയിൽ കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ പരസ്യപ്പെടുത്താൻ ഏറ്റവും യോജിച്ച മാസിക
വ്യവസായകേരളം

പരസ്യനിരക്ക്

	കളർ	ബ്ലാക്ക് & വൈറ്റ്
ബാക്ക് കവർ	15,000 രൂപ	
ഫ്രണ്ട് കവർ ഇൻസൈഡ്	10,000 രൂപ	
ബാക്ക് കവർ ഇൻസൈഡ്	9,000 രൂപ	
ഇൻസൈഡ് ഫുൾപേജ്	8,000 രൂപ	5,000 രൂപ
ഇൻസൈഡ് ഹാഫ്പേജ്	4,000 രൂപ	2,500 രൂപ
ഇൻസൈഡ് ക്വാർട്ടർപേജ്	2,500 രൂപ	1,500 രൂപ

"K-Bip, Vyavasayakeralam" എന്ന പേരിൽ തിരുവനന്തപുരത്ത് മാറാവുന്ന ഡി.ഡി/ചെക്ക് ആയി പരസ്യത്തിന്റെ ചാർജും നിങ്ങളുടെ വാർഷിക വരിസംഖ്യയും അയക്കേണ്ട വിലാസം

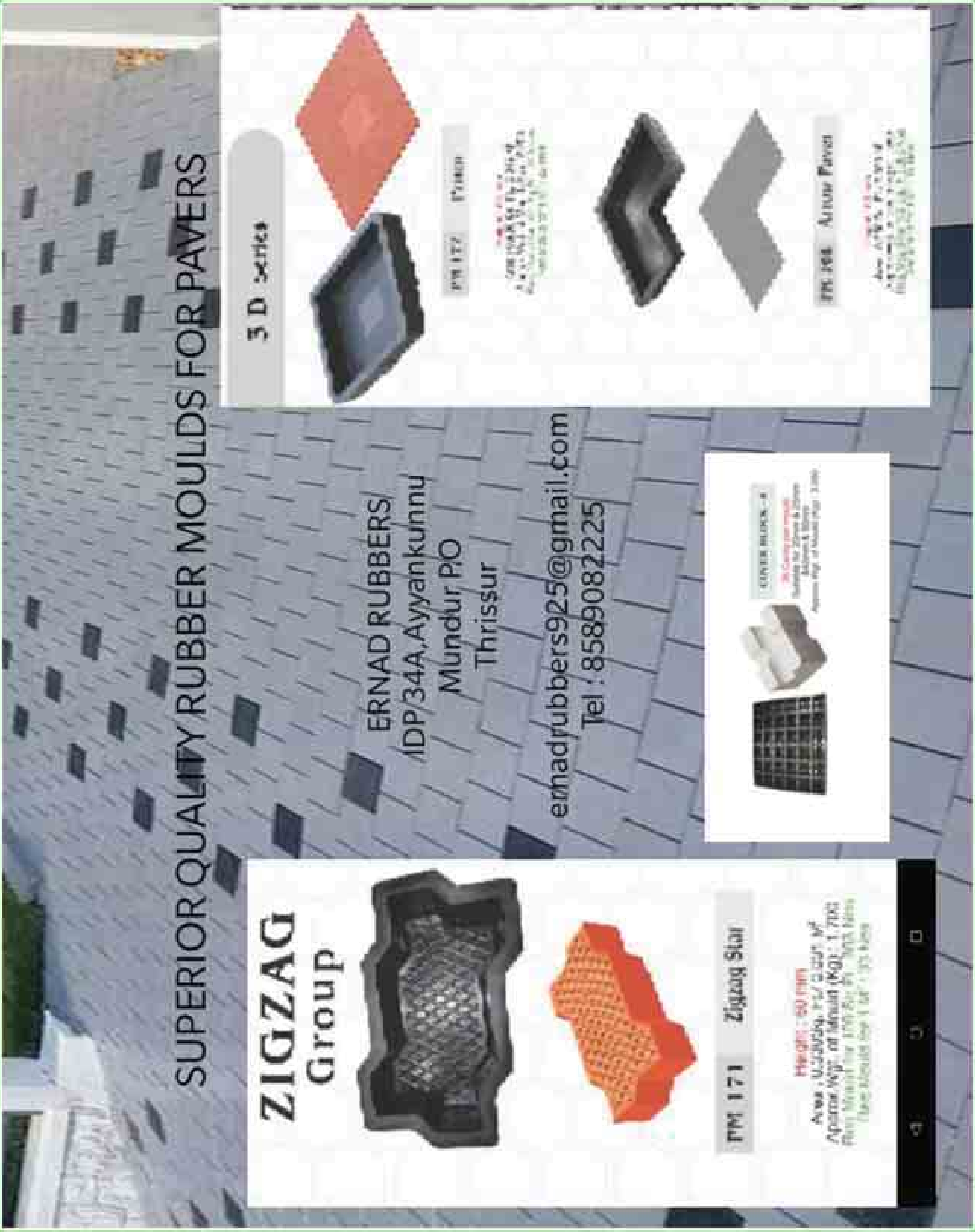
എഡിറ്റർ
വ്യവസായകേരളം
ഡോക്യുമെന്റേഷൻ സെന്റർ
ഡി.ഐ.സി. ബിൽഡിംഗ്, വെള്ളയമ്പലം
തിരുവനന്തപുരം - 695 033
ഫോൺ:

Email: vyavasayakeralam@gmail.com

Regn.No.KL/TV(N)/183/2016-2018
Volume 51 Issue 12
May 2019

Vyavasaya Keralam
MONTHLY

₹ 30
R.N.I. 29441/77
Date of publication-2nd May 2019



Printed and Published by the Kerala Bureau of Industrial Promotion (K-Bip)
on behalf of the Director of Industries & Commerce, Govt. of Kerala, Vikasbhavan, Thiruvananthapuram.
Printed at Sterling Print House (P) Ltd., Door No.49/1849, Ponekkara- cheranelloor Road, AIMS Ponekkara (PO), Cochin-682041

Editor : Baiju R.S.