October 2019
Volume 52 Issue 5

VYAVASAYA KERALAM

വ്യവസായ കേരളം

ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റർ
എന്ന ഒളിപോരാളി

സംരംഭങ്ങൾ
പരാജയപ്പെടുന്നത്
എന്തുകൊണ്ട്?

വൈവിധ്യവത്കരണവുമായി
കേരള ബാംബൂ കോർപറേഷൻ

"Feel the Supreme Taste & Quality"

Celebrating 27th YEAR

MODEL

100% NATURAL

SINCE: 1992

MODEL FOOD PRODUCTS

Oorupoika P.O., Attingal. Ph : (Office) **9048002045**. Email: modelfood@gmail.com

Marketing Manager (H.O.)
9526300045, 9605400045
Adoor Branch : **9605500045**

Admin (H.O.) : **9526200045**
9072002045, 9605400045
Adoor Branch : **9526900045**

RETAIL & WHOLESALE

FSSAI LICENCE NO:11312001000248

GST:32AHUPM5463CIZ9

ISO 22000:2018 CERTIFIED
Category Code:FI
Certificate No: IN11503D

H.A.C.C.P.
(HAZARD ANALYSIS AND CRITICAL CONTROL POINTS)
Category Code: #CIV,FI

തുടങ്ങിയ ഗവൺമെന്റ് അംഗീകൃത സർട്ടിഫിക്കേഷനുകൾ
അനുസരിച്ചാണ് ഈ സ്ഥാപനം പൂർണ്ണമായും പ്രവർത്തിക്കുന്നത്

VARIETIES OF BREAD, CAKE, MIXTURE, PAKKAVADA,
MURUKKU, ACHAPPAM, SWEETS
തുടങ്ങിയ 110 ഓളം പ്രോഡക്റ്റ്സ് ലഭ്യമാണ്

maestromania - 9995123200

Vyavasaya Keralam
hyh kmbt I cfw
www.keralaindustry.org

ഒക്ടോബർ 2019 പുസ്തകം52 ലക്കം 5
October 2019 Volume 52 Issue 5

ഉള്ളടക്കം

22 വൈവിധ്യവത്കരണവുമായി കേരള ബാംബൂ കോർപറേഷൻ
മനോജ് മാതിരപ്പള്ളി

30 ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റർ എന്ന ഒളിപോരാളി
സുധീർ ബാബു

06 സംരംഭങ്ങൾ പരാജയപ്പെടുന്നത് എന്തുകൊണ്ട്?
ടി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

12 ഹൈഡ്രജൻ വരും കാലത്തിലെ ഇന്ധനം
ലോറൻസ് മാത്യു

16 ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് നിർമ്മാണം
ബൈജു നെടുങ്കേരി

18 ടി. ഡി. എസ് (സ്രോതസ്സിൽ നിന്നും നികുതി കിഴിക്കൽ) ജി. എസ്. ടി. യിൽ
ഡോ. ശചീന്ദ്രൻ. വി

38 ഭക്ഷ്യ സംസ്കരണ രംഗത്ത് നേട്ടം കൊയ്യാൻ വാഴകൃഷി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കണം
ആർ. ഹേലി

42 മാന്നാറിന്റെ വെള്ളിയാഭരണ നിർമ്മാണ രംഗത്തെ യശസ്സ് വീണ്ടും ഉയരുന്നതും കാത്ത്
സനൽകുമാര പണിക്കർ

46 വൈവിധ്യവൽക്കരണം കരുതലോടെ
എഴുമാവിൽ രവീന്ദ്രനാഥ്

വ്യവസായ രംഗത്തും കേരളം മാതൃകയാകുന്നു

വിദ്യാഭ്യാസ രംഗത്തും ആരോഗ്യരംഗത്തും തനത് മോഡലുകൾ സൃഷ്ടിച്ച് ലോക ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റിയ കേരളം ഇപ്പോഴിതാ വ്യവസായ മേഖലയിലും സ്വന്തമായ മോഡൽ വികസിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. എന്തു ചെയ്യുന്നുവെന്ന ചോദ്യത്തിന് ബിസിനസ്സ് ചെയ്യുന്നു എന്ന് ഉത്തരം പറയുന്നവരുടെ എണ്ണം കൂടി വരുന്നു. സർക്കാർ ജോലി കാത്തിരുന്ന് ജീവിതം പാഴാക്കുന്ന രീതി ഇല്ലാതാവുകയാണ്. കൈയെത്തും ദൂരത്ത് കിട്ടുന്ന വസ്തുക്കൾക്കൊണ്ട് സ്വന്തമായി നിർമ്മിക്കാവുന്നവ ഉണ്ടാക്കി ലഭ്യമായ വിപണികൾ വിറ്റഴിച്ച് വരുമാനം നേടാമെന്ന സംരംഭകത്വ ശൈലിയിലേക്ക് വഴിമാറി നടന്നു തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു.

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

തൊഴിലില്ലായ്മ, സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക വളർച്ച, പരിസ്ഥിതി സംരംക്ഷണം, വിഷരഹിത ഭക്ഷണം തുടങ്ങിയ എല്ലാ വിധ ആവലാതികൾക്കുമുള്ള സുരക്ഷിതമായ ഉത്തരം ഒളിഞ്ഞിരിക്കുന്നത് ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖലയിലാണ്. വിദ്യാഭ്യാസം കൊണ്ടും അദ്ധ്വാന ശേഷികൊണ്ടും മികവുറ്റ മനുഷ്യവിഭവശേഷിയുള്ള ഒരു സംസ്ഥാനത്ത് ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖല മുമ്പെങ്ങുമില്ലാത്ത വിധം ചലനാത്മകമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.

സമൂഹത്തിലെ മാറ്റങ്ങൾ ഉൾക്കൊണ്ട് വ്യവസായം തുടങ്ങാൻ അങ്ങേയറ്റം അനുകൂലമായ സാഹചര്യം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് സർക്കാർ നിയമഭേദഗതി കൊണ്ടുവന്നു. ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിംങ് ബിസിനസിനുവേണ്ടി മാത്രം സവിശേഷമായൊരു നിയമം കൊണ്ടുവന്ന സംസ്ഥാനമാണ് കേരളം. സംസ്ഥാനത്ത് വ്യവസായ വാണിജ്യ സംരംഭങ്ങൾ എളുപ്പത്തിൽ തുടങ്ങാനും സംരംഭങ്ങൾ സുഗമമായി നടത്തിക്കൊണ്ടു പോകാനും ഇത് സാഹചര്യം സൃഷ്ടിച്ചു. വ്യവസായ രംഗത്ത് കേരളത്തിന്റെ സാദ്ധ്യതകൾ പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുവാൻ ഉതകും വിധം നമ്മുടെ സാധ്യതകൾ വിശദമായി പരിശോധിക്കുകയും പുതിയ നിർദ്ദേശങ്ങളിലൂടെ നൂതന സാധ്യതകൾ കണ്ടെത്തി ഈ രംഗത്ത് മാതൃക ആയി നിലകൊള്ളാൻ വ്യവസായ സമൂഹത്തിന്റെ സഹകരണവും, പിന്തുണയും ഉണ്ടാകുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

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** : കെ. നാരായണൻകുട്ടി
- **കൊല്ലം** : കെ.ബി. ലങ്കേഷ്
- **പത്തനംതിട്ട**: ജി. ഷാജി
- **ആലപ്പുഴ** : ബി. സുരേഷ്
- **കോട്ടയം** : ലോറൻസ് മാത്യു
- **ഇടുക്കി** : രഞ്ജിത് ബാബു
- **എറണാകുളം** : പി. സ്വപ്ന
- **തൃശൂർ** : ആർ സ്മിത
- **പാലക്കാട്** : എം.വി. ബൈജു
- **മലപ്പുറം** : എ. അബ്ദുൾ ലത്തീഫ്
- **കോഴിക്കോട്** : കെ. രാധാകൃഷ്ണൻ
- **വയനാട്** : ടി.ആർ. ബാബുരാജ്
- **കണ്ണൂർ** : ഇ.ആർ. നിധിൻ
- **കാസർഗോഡ്** : കെ. പീതാമ്പരൻ

അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് സപ്പോർട്ട്
എസ്. നിഷാന്ദ്,
ലക്ഷ്മി എസ്., ക്ലാരമ്മ ജെയിംസ്,
ആശാലത ടി.,
വിപിൻ വി.എസ്.,
ബേബി. വൈ
രാമകൃഷ്ണൻ എഴുത്തച്ചൻ

ലേഖകരുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ
സർക്കാരിന്റേതായിരിക്കണമെന്നില്ല.
അവയുടെ ഉത്തരവാദിത്വം
ലേഖകർക്ക് മാത്രമാണ്.

ടി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

സംരംഭങ്ങൾ പരാജയപ്പെടുന്നത് എന്തുകൊണ്ട്?

ജയ പരാജയ സാധ്യതകൾ സംരംഭത്തിന്റെ പ്രത്യേകതയാണ്. പരാജയപ്പെടാൻ വേണ്ടി ആരും സംരംഭം തുടങ്ങുന്നില്ല. എന്നാൽ വിവിധ കാരണങ്ങളാൽ അവ പരാജയപ്പെടുന്നു. എന്തുകൊണ്ടാണ് ഒരു സംരംഭം പരാജയപ്പെടുന്നത്? പരാജയപ്പെടുന്നതിന്റെയും അതിന്റെ ഫലമായി ആത്മഹത്യ വരെ ചെന്നെത്തുന്നതിന്റെയും കാരണം എന്താണ്? കഫേ കാഫിഡെയുടെ ഉടമ സിദ്ധാർത്ഥയുടെ ആത്മഹത്യ ഏറ്റവും അവസാനം നാം കണ്ട സംരംഭകന്റെ പരാജയമാണ്. ഇത് ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുമായിരുന്നോ. സൂക്ഷ്മ- ചെറുകിട വ്യവസായ രംഗത്തും നിരവധി സംരംഭകർ പരാജയത്തിന്റെ കൈപ്പുനീർ കുടിക്കുന്നുണ്ട്. ഒരു സംരംഭകൻ പരാജയപ്പെടുന്നതിന്റെ പ്രധാന കാരണങ്ങളും അവയ്ക്കുള്ള പരിഹാരങ്ങളും അന്വേഷിക്കുകയാണ് ഇവിടെ.

വൈവിധ്യവൽക്കരണം, യാഥാർത്ഥ്യ ബോധത്തോടെ മാത്രം

എക്കാലത്തും ഒരുപോലെ ശോഭിക്കുന്ന ബിസിനസ്സുകൾ ഉണ്ടാകണമെന്നില്ല. കാലഘട്ടത്തെ അതിജീവിക്കുന്നതിന് ബിസിനസ്സിൽ വികസനം, ആധുനിക വൽക്കരണം, വൈവിധ്യ വൽക്കരണം എന്നിവ അത്യാവശ്യമാണ്. എന്നാൽ ഇവ യാഥാർത്ഥ്യബോധത്തോടെ പലപ്പോഴും നടത്താറില്ല. വേണ്ടത്ര പഠനമോ നിരീക്ഷണമോ നടത്താതെ വലിയ തുകകൾ ഇത്തരത്തിൽ നിക്ഷേപിക്കുന്നത് പരാജയകാരണം ആകാറുണ്ട്. വിപണിയിൽ നിന്നുള്ള ആവശ്യങ്ങളെ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുവാൻ കഴിയുന്ന വൈവിധ്യവൽക്കരണവും ആധുനിക വൽക്കരണവും വേണം കൊണ്ടുവരാൻ. റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് ബിസിനസ്സിലേക്ക് വളരെ വേഗത്തിൽ എത്തപ്പെടുന്ന പല സംരംഭകരും തകർന്ന് പോകുന്ന കാഴ്ചകൾ ഏറെക്കുറെ സാധാരണമാണ്. പലപ്പോഴും വഴി തെറ്റിക്കുന്നത് ബ്രോക്കർമാർ ആണ്. വേണ്ടത്ര പഠനവും, വിദഗ്ദ്ധരുടെ ഉപദേശവും ഒന്നും സ്വീകരിക്കാതെ വസ്തുവിലും ഫ്ളാറ്റുകളിലും ഉള്ള സമ്പാദ്യം നിക്ഷേപിക്കുന്നു. ചെറിയ നിക്ഷേപത്തെ നിലനിർത്താൻ തുടർ നിക്ഷേപങ്ങൾ ആവശ്യമായി വരുന്നു. നടന്നുവരുന്ന ബിസിനസ്സിൽ നിന്നും പണം വഴി മാറുമ്പോൾ ഉള്ള ബിസിനസ്സും താളം തെറ്റുന്നു. പരാജയത്തിലേയ്ക്ക് കൂപ്പുകുത്തുന്നു. പിടിച്ച് നിൽക്കാൻ കഴിയാതെ ആത്മഹത്യയെ അഭയം പ്രാപിക്കുന്നു.

ക്രെഡിറ്റ് കച്ചവടങ്ങൾ

ബിസിനസ്സുകാരെ പ്രത്യേകിച്ച് സൂക്ഷ്മ-ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭകരെ പരാജയത്തിലേയ്ക്ക് തള്ളിവിടുന്ന മറ്റൊരു പ്രധാന ഘടകം ക്രെഡിറ്റ് കച്ചവടമാണ്. എങ്ങനെയും വിപണി കീഴടക്കണമെന്ന മോഹവുമായി ഇറങ്ങുമ്പോൾ വിറ്റ ഉല്പന്നത്തിന്റെ പണം തിരികെ ലഭിക്കാനുള്ള സാഹചര്യം ഉണ്ടോ എന്ന് വേണ്ടത്ര പരിശോധിക്കാറില്ല. കൃത്യമായ ഒരു എഗ്രിമെന്റിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പോലും പലപ്പോഴും ക്രെഡിറ്റ് വിൽപ്പനകൾ നടത്താറില്ല. 12% പലിശയ്ക്ക് വായ്പ എടുത്ത്, 10% അറ്റാദായം ലഭിക്കുന്ന ബിസിനസ്സിൽ നിക്ഷേപിച്ച് അതിൽ ക്രെഡിറ്റ് വില്പ കൂടി വന്നാൽ എങ്ങനെയാണ് ഒരു സംരംഭം പരാജയപ്പെടാതിരിക്കുക. ക്രെഡിറ്റ് കച്ചവടങ്ങൾ പൂർണ്ണമായും ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. എന്നാൽ ചില ബിസിനസ്സുകൾ ഇക്കാര്യം പരിശോധിച്ച് വേണ്ടെന്ന് വയ്ക്കുന്നതാകും ഉചിതം. ഏറെ ജാഗ്രത ഇക്കാര്യത്തിൽ ആവശ്യമാണ്.

കെട്ടിച്ചമച്ച കണക്കുകളും ബാങ്ക് വായ്പയും

കൂടുതൽ ബാങ്ക് വായ്പ ലഭിക്കാനായി കെട്ടിച്ചമച്ച ലാഭനഷ്ടക്കണക്കും, ബാലൻസ് ഷീറ്റും തയ്യാറാക്കുന്നു. യാതൊരു നിയന്ത്രണവും, പരിശോധനയും കൂടാതെ ചാർട്ടേർഡ് അക്കൗണ്ടന്റുമാർ അംഗീകരിച്ച് നൽകാൻ നിർബന്ധിതരാകുന്നു. അല്ലെങ്കിൽ കസ്റ്റമേഴ്സിനെ നഷ്ടപ്പെടുമെന്ന് ഭയക്കുന്നു. യഥാർത്ഥ കണക്കുകൾ ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും പരിശോധിക്കുന്നില്ല. ഇങ്ങനെ ചെയ്യാത്ത ബിസിനസിന്റേയും, ഇല്ലാത്ത സ്റ്റോക്കിന്റെയും പേരിൽ വായ്പ എടുക്കുകയും വ്യക്തിപരമായ

ആവശ്യങ്ങൾക്കായി അത് ചെലവിടുകയും ചെയ്യുന്നു. ആഡംബര കാറുകളും, ആഭരണങ്ങളും, ഫ്ളാറ്റുകളും വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്നു. കടക്കെണിയിൽ അകപ്പെട്ട് നട്ടം തിരിയുന്നു. സംരംഭ വായ്പകൾ ഒരിക്കലും ഉല്പാദന മേഖലയിൽ അല്ലാതെ ഉപയോഗിക്കാൻ ഇടവരരുത്.

തൊഴിലാളികൾക്ക് ആനുകൂല്യങ്ങൾ നൽകണം

ഇ. എസ്. ഐ, ഇ. പി. എഫ് തുടങ്ങിയ ആനുകൂല്യങ്ങൾ തുടക്കം മുതലെ തൊഴിലാളികൾക്ക് നൽകാൻ ശ്രമിച്ചാൽ വലിയ ഭാവി പ്രതിസന്ധിയിൽ നിന്നും വ്യവസായികൾക്ക് രക്ഷപ്പെടാം. എന്നാൽ ഇത് എങ്ങനെ നൽകാതിരിക്കാം എന്നാണ് പലപ്പോഴും ചിന്തിക്കുന്നത്. ഇങ്ങനെ പുതിയ തൊഴിലാളികളെ ഇ. എസ്. ഐ, പി. എഫിൽ ചേർക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി വരുന്ന അധിക ചെലവിന്റെ സിംഹഭാഗവും തിരികെ നൽകുന്നതിന് കേന്ദ്രസർക്കാർ പദ്ധതി നിശ്ചിത വർഷം വരെ ആയത് ഉപയോഗപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. ജീവനക്കാരുടെ ആത്മാർത്ഥത വർദ്ധിപ്പിക്കുവാൻ ഈ നടപടി ഉപകരിക്കും. ലേബർ കോടതി വിധിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വലിയ തുകകൾ നഷ്ടപരിഹാരം നൽകേണ്ടിവരുന്ന അവസ്ഥ ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയും. സംരംഭത്തെ വിജയകരമായി മുന്നോട്ട് കൊണ്ട് പോകാൻ കഴിയും. ഒന്ന് കൂടി ശ്രദ്ധിക്കണം. ഒരു തൊഴിലാളിയെ നിയമിക്കുമ്പോൾ നൽകേണ്ടിവരുന്ന വേതനത്തേക്കാൾ ഉയർന്ന മൂല്യം അദ്ദേഹത്തിന്റെ സേവനത്തിൽ നിന്നും സംരംഭത്തിന് ലഭിക്കുന്നു എന്ന് ഉറപ്പുവരുത്താൻ കഴിയുകയും വേണം. സ്ഥാപനത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്ന അപകടം മൂലം തൊഴിലാളികൾക്ക് വരുന്ന നഷ്ടപരിഹാര ബാധ്യത ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയും.

റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് ബിസിനസ്സിലേക്ക് വളരെ വേഗത്തിൽ എത്തപ്പെടുന്ന പല സംരംഭകരും തകർന്ന് പോകുന്ന കാഴ്ചകൾ ഏറെക്കുറെ സാധാരണമാണ്. പലപ്പോഴും വഴി തെറ്റിക്കുന്നത് ബ്രോക്കർമാർ ആണ്. വേണ്ടത്ര പഠനവും, വിദഗ്ദ്ധരുടെ ഉപദേശവും ഒന്നും സ്വീകരിക്കാതെ വസ്തുവിലും ഫ്ളാറ്റുകളിലും ഉള്ള സമ്പാദ്യം നിക്ഷേപിക്കുന്നു.

തൊഴിലാളി; വ്യക്തിബന്ധങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കരുത്

ചില സംരംഭങ്ങളുടെ പരാജയ കാരണങ്ങൾ വിലയിരുത്തുമ്പോൾ നമുക്ക് അത്ഭുതം തോന്നും. തൊഴിലാളിയുടെ വ്യക്തിപരമായ വിശേഷങ്ങൾ അറിയാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. അവരെ സഹായിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. സ്ത്രീ തൊഴിലാളിയാണെങ്കിൽ പ്രത്യേകിച്ച്. അത് മറ്റ് തൊഴിലാളികളെ അസ്വസ്ഥരാക്കുക സ്വാഭവികമാണ്. കൂടാതെ രണ്ട് കുടുംബ ബന്ധങ്ങളും അവതാളത്തിലാക്കുന്നു. ഇത് സംരംഭത്തിന്റെ പരാജയത്തിലേക്ക് നയിക്കുന്നു. ഒരിക്കലും ഒരു തൊഴിലാളിയുടെ കുടുംബ ബന്ധങ്ങളിലേക്കും, വൈകാരിക തലങ്ങളിലേക്കും ഇറങ്ങിച്ചെല്ലാൻ ഒരു ബിസിനസ്സുകാരൻ ശ്രമിക്കരുത്. കുടുംബ ബന്ധങ്ങളേയും, സംരംഭത്തേയും രണ്ടായിത്തന്നെ കാണാൻ ശ്രമിക്കണം. എന്നാൽ സ്വന്തം കുടുംബത്തിന്റെ പിന്തുണ വ്യവസായ വികസനത്തിന് ഒഴിച്ച് കൂടാൻ ആകാത്തതും ആണ്. രണ്ടിനേയും സംയോജിപ്പിച്ച് കൊണ്ട്പോകാൻ കഴിയാത്തത് പരാജയങ്ങൾക്ക് കാരണമാകുന്നു.

കൊള്ളാവുന്നവരെ മാത്രമേ പങ്കാളികൾ ആക്കാവൂ

സംരംഭത്തിന് പണം കണ്ടെത്താൻ പങ്കാളികളെ ചേർക്കുക സ്വാഭാവികമാണ്. ലിമിറ്റഡ് സ്വകാര്യ കമ്പനികൾ, പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ എന്നിവിടങ്ങളിൽ പരാജയം സംഭവിക്കു

ന്നതിന്റെ ഒരു പ്രധാന കാരണം പങ്കാളികളുടെ ചേർച്ചയില്ലായ്മയാണ്. ഒരിക്കൽ ഒരു പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനം അങ്കമാലി വ്യവസായ പ്ലോട്ടിൽ ഒരു ഷെഡിന് അപേക്ഷിച്ചു. ഷെഡ് അനുവദിച്ചു. പിന്നീടാണ് സംരംഭകൻ മനസ്സിലാക്കുന്നത് പങ്കാളിക്ക് നിക്ഷേപിക്കാൻ പണവും ഇല്ല, ജാമ്യം നൽകുവാൻ വസ്തുവും ഇല്ല, മറ്റൊരു തലത്തിലും സഹകരണം ലഭിക്കാനില്ല. പ്രസ്തുത പങ്കാളിയെ ഒഴിവാക്കുന്നതാണ് ഉചിതം എന്ന് കണ്ടെത്തി. വലിയ തുക നഷ്ടപരിഹാരം നൽകേണ്ടി വന്നു. ആ പങ്കാളിയെ ഒഴിവാക്കുന്നതിന്. ഇതുപോലെ നിരവധി സംഭവങ്ങൾ അനുഭവത്തിലുണ്ട്. ഏറെ കഷ്ടപ്പെട്ട്, ഏറെ സമയം കളഞ്ഞാണ് പ്രസ്തുത സംരംഭം തുടങ്ങാൻ കഴിഞ്ഞത്. ഭാഗ്യം കൊണ്ട് ആ സംരംഭകന് സംസ്ഥാന തലത്തിൽ മികച്ച സംരംഭത്തിനുള്ള അവാർഡ് പിന്നീട് ലഭിക്കുകയുണ്ടായി. പങ്കാളിയെ ചേർക്കുമ്പോൾ വലിയ തോതിൽ ജാഗ്രത പുലർത്താത്തത് പരാജയകാരണങ്ങളായി കാണാൻ കഴിയും.

കണ്ണടച്ച് ഷെയർ മാർക്കറ്റിലേക്ക്

ഒരു സംരംഭം തുടങ്ങി കുറച്ച് ലാഭമുണ്ടാക്കിക്കഴിഞ്ഞാൽ അവർ പൊതുവെ ചെയ്യുന്ന ഒരു കാര്യം ഷെയർ മാർക്കറ്റിൽ നിക്ഷേപിക്കുക എന്നതാണ്. വേണ്ട പഠനവും, നിരീക്ഷണവും, അനുഭവ സമ്പത്തും ഇല്ലാതെ ഷെയർ മാർക്കറ്റിലെ ചൂതാട്ടങ്ങളിലേക്ക് ഇറങ്ങുന്നത് പൊതുവെ സംരംഭങ്ങളുടെ പരാജയത്തിന് കാരണമാകാറുണ്ട്.

ഇൻഷുറൻസ്; പ്രീമിയം ലഭിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു

വായ്പ അനുവദിക്കുമ്പോൾ ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇൻഷുറൻസ് നിർബന്ധിക്കാറുണ്ട്. പല സംരംഭകരും പ്രീമിയം ലാഭിക്കാൻ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കാൻ വിസമ്മതിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കഴിഞ്ഞ മഹാ പ്രളയത്തിൽ ഏറെ സംരംഭകർ അഭിമുഖീകരിച്ച ഒരു പ്രശ്നം അതായിരുന്നു. അപകടങ്ങൾ എപ്പോഴും പ്രതീക്ഷിക്കണം. ഇൻഷുറൻസ് ഇല്ലാതെ നിക്ഷേപങ്ങൾ നടത്തുന്നതും, നിയമപരമായ ലൈസൻസും ടാക്സും അടക്കാതെ പ്രവർത്തിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതും ദീർഘകാല അടിസ്ഥാനത്തിൽ പരാജയങ്ങൾക്ക് കാരണം ആകുന്നുണ്ട്.

തുടർച്ചയായ മെന്ററിംഗ് നടത്തുന്നില്ല.

സംരംഭ രംഗത്ത് നൈപുണ്യമുള്ളവരുടെ തുടർച്ചയായ മെന്ററിംഗ് പരാജയത്തിൽ നിന്നും രക്ഷപ്പെടുത്തും. ഫണ്ടിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ്, വിപുലീകരണം/ വൈവിധ്യവൽക്കരണം റിസേർച്ച് ആന്റ് ഡെവലപ്മെന്റ്,

സ്റ്റാഫിംഗ് തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളിൽ ഉപദേശം സ്വീകരിക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും. വിജയിച്ച ഒരേ സ്വഭാവത്തിലുള്ള വ്യവസായികൾ, പരിചയ സമ്പന്നരായ സംരംഭ വ്യാപന പ്രവർത്തകർ, റിസേർച്ച് സ്ഥാപനങ്ങൾ, സാങ്കേതിക വിദ്യാലയങ്ങൾ, യൂണിവേഴ്സിറ്റികൾ തുടങ്ങി നൈപുണ്യമുള്ളവരെ മെന്റർമാരായി കണ്ടെത്തുകയാണ് നല്ലത്. കൃത്യമായ ഉപദേശത്തിന്റേയും, നിർദ്ദേശത്തിന്റേയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ സംരംഭകർ പ്രവർത്തിക്കാതെ വരുന്നത് ആയതിന്റെ പരാജയത്തിന് കാരണമാകുന്നുണ്ട്.

ആഡംബരങ്ങളുടെ പുറകെ പോകരുത്

സംരംഭം തുടങ്ങി ലാഭം വന്നു തുടങ്ങിയാൽ പല കോണിൽ നിന്നും സമ്മർദ്ദങ്ങൾ വരിക സ്വഭാവികമാണ്. തന്റെ സാമ്പത്തിക സ്ഥിതി മനസ്സിലാക്കാതെ ആഡംബരങ്ങളുടെ പുറകെ പോകുന്ന പ്രവണത വ്യവസായികളിൽ ഉണ്ട്. വായ്പ എടുത്ത തുക ഒരിക്കലും ഇതിനായി ഉപയോഗിക്കരുത്. ലാഭത്തിന്റെ ഒരു നിശ്ചിത തുക മാത്രമേ സ്വന്തം ആവശ്യത്തിനായി ഉപയോഗിക്കാവൂ. ലാഭം പുനർ നിക്ഷേപത്തിനുള്ളതാണ് എന്ന് കൂടി മനസ്സിലാക്കണം. ക്ലബ്ബ്, വീട്, ബന്ധു വിവാഹങ്ങൾ, വാഹനങ്ങൾ എന്നീ ഇനങ്ങളിൽ ആഡംബരം കാണിക്കുന്നത് പരാജയത്തിന് കാരണമാകുന്നു.

സംരംഭകന്റെ സ്വഭാവം, ബിസിനസ്സിന്റെ രീതി എന്നിവ അനുസരിച്ച് സംരംഭങ്ങൾ പരാജയപ്പെടുന്നതിന്റെ കാരണങ്ങൾ വ്യത്യസ്ഥമായിരിക്കും. പൊതുവിൽ കണ്ടുവരുന്ന പ്രവണതകളാണ് സൂചിപ്പിച്ചത്. ചെറുതായി തുടങ്ങുകയും ഘട്ടം ഘട്ടമായി വളർന്ന് വരികയും വിപണിയിലെ പ്രവണതകൾ മനസ്സിലാക്കി പ്രവർത്തിക്കുകയും ചെയ്താൽ ഇതിന് ഒരു പരിധി വരെ പരിഹാരം ഉണ്ടാക്കാം. 100–ൽ പരം സംരംഭകരെ മെന്ററിംഗ് നടത്തുന്ന എന്ന പരിചയത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് മേൽകാരണങ്ങളിൽ എത്തപ്പെട്ടത്.

തൃശൂർ ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രം മാനേജരാണ് ലേഖകൻ

akay

Taste nature through technology

CELEBRATING 25 YEARS OF INNOVATION

Akay is a full range manufacturer and exporter of whole / ground steam sterilised and organic spices, oleoresins, essential oils, natural colours, natural antioxidants, seasonings, food ingredients and nutraceutical ingredients. With five extraction plants in three sites. We have an extraction capacity of more than 25,000 tons of various raw materials.

Akay has FSSC 22000, ISO 9001, ISO 14001, BS OHSAS, SA 8000 certifications and all products are Kosher and Halal certified.

Spices to Spiceuticals®

Innovation center

Continuous extractor

Spray drier

Akay Flavours & Aromatics Pvt. Ltd.
Malaidamthuruthu P. O., Cochin, India - 683561
info@akay-group.com www.akay-group.com

ജ്വാല ബ്രിക്കറ്റ്

an iso 9001 - 2015 Certified Company

ദീർഘനേരം കൂടിയ ചൂട് നൽകുന്ന
90mm സൂപ്പർ ബ്രിക്കറ്റുകൾ, ISO ഗുണനിലവാരത്തിൽ
ഫാക്ടറി വിലയ്ക്ക് ലഭ്യമാക്കുന്നു.

മിനി ഇൻഡസ്ട്രിയൽ എസ്റ്റേറ്റ്, കട്ടപ്പന

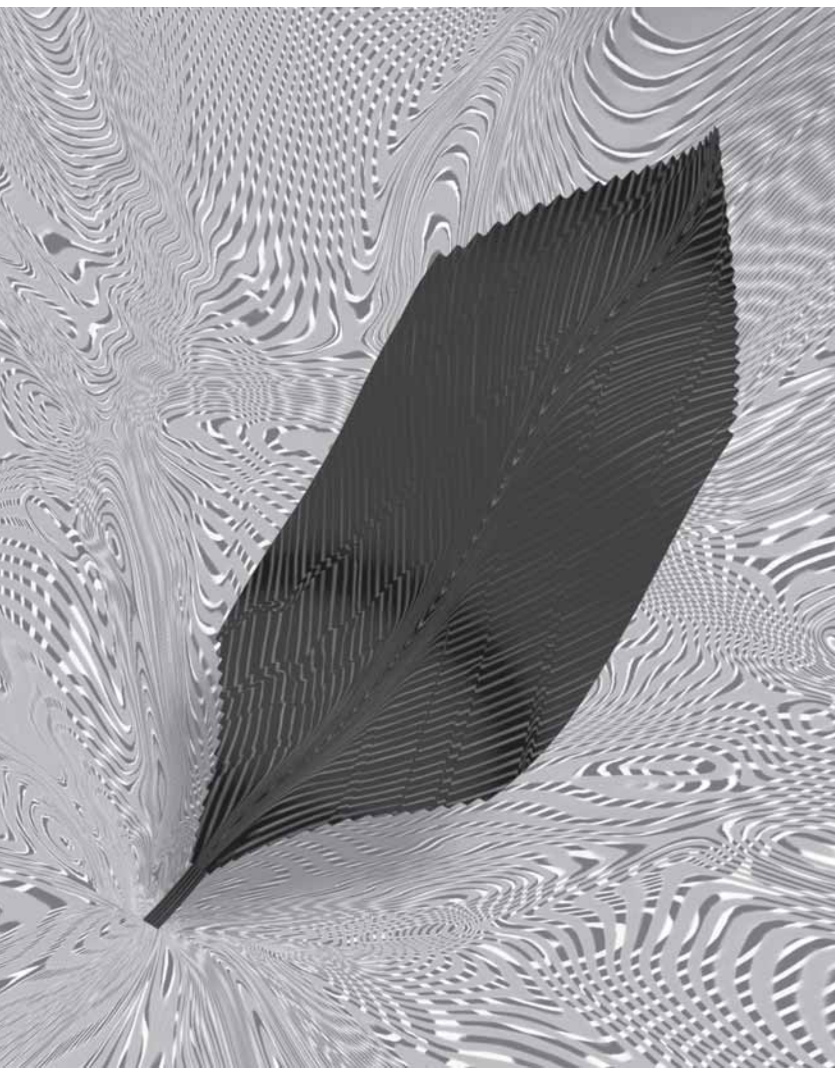
For Marketing Ph: 9961254824, 9447416559
Email - pvsbiomassbriquetteindustry@gmail.com

പി.വി.എസ്. സോമിൽ
മിനി ഇൻഡസ്ട്രിയൽ എസ്റ്റേറ്റ്, കട്ടപ്പന

പി.വി.എസ്. സോമിൽ
ഗവ.ഹയർസെക്കന്ററി സകൂളിന്
എതിർവശം, നെടുങ്കണ്ടം

ടെക്നോട്രെൻഡ്
ലോറൻസ് മാത്യു

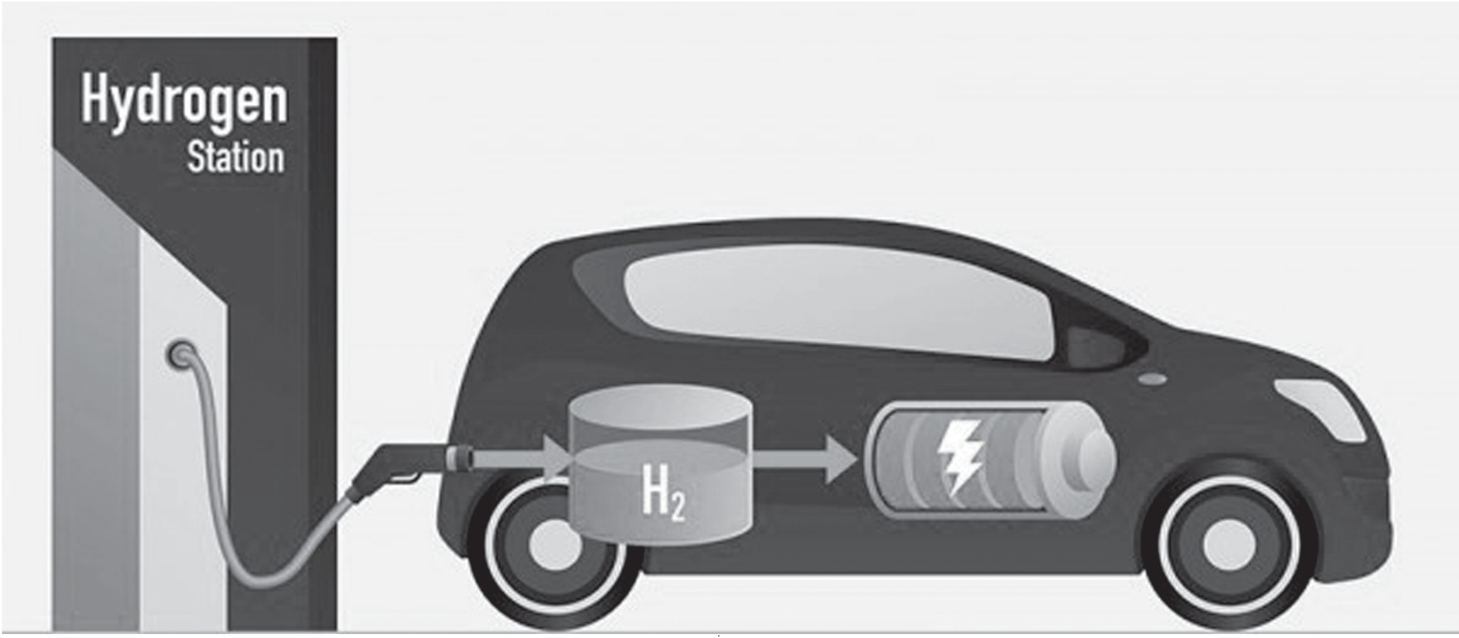
ss l {UP ³
hcpw Ime nse CÔ \w



ലോകം അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന ഏറ്റവും വലിയ ഒരു പ്രശ്നമായിട്ടാണ് ഇന്ധന ക്ഷാമം വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നത്. ഊർജ്ജം ശേഖരിച്ച് വെക്കുവാൻ കഴിവുള്ളതും പിന്നീട് ആ ഊർജ്ജം ആവശ്യാനുസരണം ഉപയോഗിക്കുവാൻ കഴിവുള്ള വസ്തുക്കളാണ് ഇന്ധനങ്ങൾ എന്നത്. പെട്രോളിയം ഉല്പ്പന്നങ്ങളുടെ ഭാവിയിലെ ക്ഷാമത്തെ മുമ്പിൽ കണ്ടും ഒപ്പം പരിസ്ഥിതി സൗഹാർദ്ദവുമായിതിനാലാണ് വാഹനങ്ങൾ ബാറ്ററിയിലേക്ക് മാറ്റുവാൻ പ്രമുഖ കമ്പനികൾ തയ്യാറെടുക്കുന്നത്. ലോകത്തെ മുൻ നിര കമ്പനികളെല്ലാം തന്നെ തങ്ങളുടെ ഇലക്ട്രിക് വാഹനങ്ങൾ പ്രഖ്യാപിച്ച് കഴിഞ്ഞു. പുത്തൻ ഊർജ്ജ സ്രോതസിലേക്കുള്ള മനുഷ്യന്റെ അന്വേഷണമാണ് സോളാർ, വിന്റ്, ടൈഡൽ തുടങ്ങിയ ഊർജ്ജ സ്രോതസുകളിലേക്ക് അവനെ എത്തിച്ചത്. എന്നാൽ ശാസ്ത്ര സാങ്കേതിക ലോകം അതിനുമപ്പുറത്തേക്കാണ് ചിന്തിക്കുന്നത്. അനതി വിദൂര ഭാവിയിലെ ഇന്ധനം ഹൈഡ്രജൻ ആയിരിക്കുമെന്നാണ് ശാസ്ത്ര സാങ്കേതിക മേഖലയിലെ വിദഗ്ദർ വിലയിരുത്തുന്നത്.

പ്രകൃതിയിലെ ഇന്ധന ശേഖരത്തിന് എന്ത് സംഭവിക്കും.

നാം ഇന്നുപയോഗിക്കുന്ന കൽക്കരി, പെട്രോളിയം, പ്രകൃതി വാതകങ്ങൾ (Natural Gases), ഫോസിൽ ഇന്ധനങ്ങൾ (Fossil Fuels) എന്നിവയൊക്കെ വർഷങ്ങൾ കൊണ്ടാണ് പ്രകൃതി ഉല്പ്പാദിപ്പിച്ച് സമാഹരിച്ച് സൂക്ഷിച്ച്



വച്ചിട്ടുള്ളത്. പത്തൊമ്പതാം നൂറ്റാണ്ട് വരെ പ്രകൃതിയുടെ ഈ ഇന്ധന ശേഖരത്തിന് കാര്യമായ കുറവ് ഉണ്ടായിരുന്നില്ല, എന്നാൽ പിന്നീടുള്ള വ്യവസായ മുന്നേറ്റങ്ങൾ മൂലം പ്രകൃതിയുടെ ഇന്ധന ശേഖരം ഗണ്യമായി കുറഞ്ഞ് കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഇപ്പോൾ ഉപയോഗിച്ച് കൊണ്ടിരിക്കുന്ന നിരക്കിൽ മാത്രം ഉപയോഗിച്ചാലും കൽക്കരി നിക്ഷേപം ഇനി ഒരു നൂറ് വർഷത്തേക്ക് മാത്രമേ തികയുകയുള്ളൂ. കൽക്കരി നിക്ഷേപം ലോകത്തിലാകെ നോക്കിയാൽ ഏകദേശം 860938 മില്യൺ ടൺ എന്നാണ് കണക്കുകൾ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നത്. പ്രതിവർഷ ഉപയോഗം 8000 മില്യൺ ടൺ ആണത്രെ. അതായത് നൂറ് കൊല്ലം കഴിഞ്ഞാൽ കൽക്കരിയെല്ലാം മനുഷ്യൻ ഉപയോഗിച്ച് തീർക്കുമത്രെ.

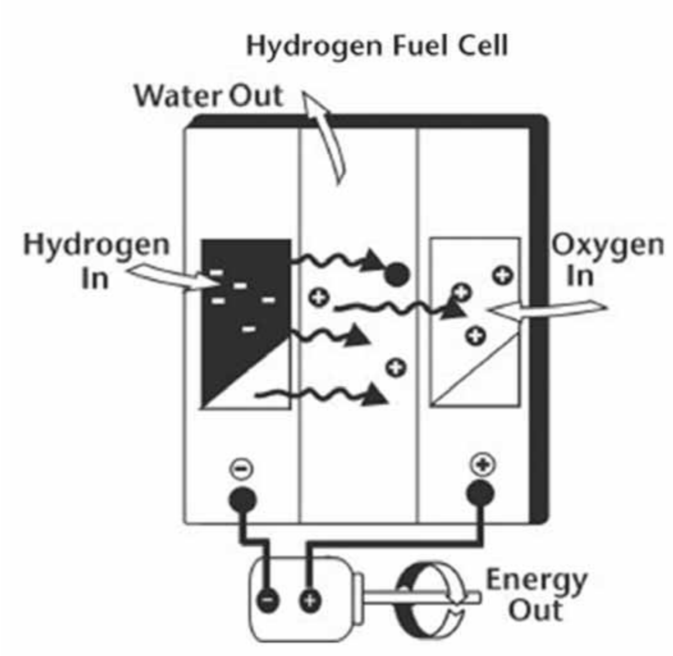
ഇനി പെട്രോളിയത്തിൻ കാര്യമെടുത്താൽ ലോകത്താകെ 1481526 മില്യൺ ബാരൽ എണ്ണ നിക്ഷേപമുണ്ട് എന്നാണ് കണക്കാക്കിയിട്ടുള്ളത്. പ്രതി ദിനം ഏകദേശം 87 മില്യൺ ബാരൽ ലോകമാകെ ഇപ്പോൾ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ഈ തോതിൽ ഉപയോഗം തുടർന്നാൽ 47 വർഷം കൊണ്ട് പ്രകൃതിയുടെ ഈ പെട്രോളിയം ശേഖരം തീർന്ന് പോകുമത്രെ. അതായത് ഏകദേശ കണക്ക് പറഞ്ഞാൽ അടുത്ത 50 കൊല്ലം കൊണ്ട് പെട്രോളിയവും 100 കൊല്ലം കൊണ്ട് കൽക്കരിയും മനുഷ്യൻ ഉപയോഗിച്ച് തീർക്കുമത്രെ. ഇവിടെയാണ് മറ്റ് ഇന്ധനങ്ങളുടെ ആവശ്യകതയും പ്രസക്തിയും.

എന്ത് കൊണ്ട് ഹൈഡ്രജൻ

ഹൈഡ്രജൻ ഒരു ഇന്ധനമായി ഉപയോഗിക്കപ്പെടുവാൻ നിരവധി കാരണങ്ങളുണ്ട്.

ഇനി പെട്രോളിയത്തിൻ കാര്യമെടുത്താൽ ലോകത്താകെ 1481526 മില്യൺ ബാരൽ എണ്ണ നിക്ഷേപമുണ്ട് എന്നാണ് കണക്കാക്കിയിട്ടുള്ളത്. പ്രതി ദിനം ഏകദേശം 87 മില്യൺ ബാരൽ ലോകമാകെ ഇപ്പോൾ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ഈ തോതിൽ ഉപയോഗം തുടർന്നാൽ 47 വർഷം കൊണ്ട് പ്രകൃതിയുടെ ഈ പെട്രോളിയം ശേഖരം തീർന്ന് പോകുമത്രെ.

ഹൈഡ്രജൻ എന്നത് ഒരു എനർജി ക്യാരിയർ ആണ്. അതായത് ഊർജ്ജത്തെ ഒരു സ്ഥലത്ത് നിന്നും മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേക്ക് സുഗമമായി കൊണ്ടു പോകുവാൻ കഴിയുന്നയൊന്ന്. ഏറ്റവും വലിയ പ്രത്യേകത ഹൈഡ്രജൻ കത്തിച്ചാൽ കിട്ടുന്നത് ജലം ആയിരിക്കും എന്നതാണ്. അതിനാൽ തന്നെ വാഹനങ്ങളിൽ ഇതൊരു ഇന്ധനമായി ഉപയോഗിച്ചാൽ പുകക്കുഴലിൽ കൂടി പുറന്തള്ളപ്പെടുന്നത് നീരാവി മാത്രമായിരിക്കുമെന്നതിനാൽ വാഹനങ്ങളിൽ കൂടിയുള്ള അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണം ഇല്ലാതെയായി



മാറുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കപ്പെടുന്നു. ഹൈഡ്രജൻ സംയുക്താവസ്ഥയിൽ പ്രകൃതിയിൽ സുലഭവുമാണ്. ജല തന്മാത്രയിൽ നിന്നും ഹൈഡ്രജൻ വേർതിരിക്കാവുന്നതാണ്. ഒരു ഗ്രീൻ എനർജി എന്നതാണ് ഹൈഡ്രജനുള്ള പ്രത്യേകത.

മാത്രവുമല്ല ജലത്തിൽ നിന്നും വൈദ്യുത വിശ്ലേഷണം വഴി ലഭിക്കുന്ന ഹൈഡ്രജനും ഓക്സിജനും ഉപയോഗിച്ച് Fuel Cells നിർമ്മിച്ച് അവയിൽ നിന്നും വൈദ്യുതി ഉണ്ടാക്കാവുന്നതാണ്.

എങ്ങനെ ഹൈഡ്രജൻ ലഭിക്കും

ഹൈഡ്രജൻ എന്നത് വളരെ ചെറിയ മൂലകമാണ്. എന്നിരുന്നാൽ തന്നേയും അത് ഒരു ഗ്യാസ് ആയി നേരിട്ട് ലഭിക്കുന്ന ഒന്നല്ല. മൂലകാവസ്ഥയിൽ അത് വളരെ കുറച്ചേ ഉള്ളു. അതിനാൽ തന്നെ അത് മറ്റ് സംയുക്തങ്ങളിൽ നിന്നും വേർതിരിക്കണ്ടേതുണ്ട്. ഇലക്ട്രോളൈസിസും സ്റ്റീം റീഫോമിങ്ങുമാണ് സാധാരണയായി ഉപയോഗിക്കുന്ന മാർഗ്ഗങ്ങൾ. സ്റ്റീം റീഫോമിങ്ങിൽ മീഥേനിൽ നിന്നുമാണ് ഹൈഡ്രജൻ വേർതിരിക്കുന്നത്. എന്നാൽ ഈ പ്രക്രിയയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന ഗ്രീൻ ഹൗസ് ഗ്യാസുകൾ ഗ്ലോബൽ വാമിങ്ങിന് കാരണമാവുകയും ചെയ്യും. മറ്റൊരു മാർഗ്ഗമായ ഇലക്ട്രോളൈസിസിൽ വെള്ളത്തിലൂടെ കറണ്ട് കടത്തി വിടുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. അപ്പോൾ വെള്ളമെന്നത് അതിന്റെ ഘടകങ്ങളായ ഹൈഡ്രജൻ, ഓക്സിജൻ എന്നിവയായി വേർ പിരിയും. എന്നാൽ ഇത് വളരെ ചിലവേറിയ ഒന്നാണ്.

Israel Institute of Technology യിലെ ഗവേഷക ഒരു bio-photo-electro-chemical (BPEC) സെൽ രൂപപ്പെടുത്തുന്നതിൽ വിജയിച്ചിട്ടുണ്ട്. സൂര്യപ്രകാശം ഉപയോഗിച്ച് വെള്ളത്തിൽ നിന്നും ഹൈഡ്രജൻ വേർതിരിക്കുന്നതാണിവിടെ സംഭവിക്കുന്നത്.

കൃത്രിമ ഇല ഹൈഡ്രജൻ വേർതിരിക്കുവാൻ

പച്ച വെള്ളത്തിൽ നിന്നും ഹൈഡ്രജൻ വേർ തിരിക്കുവാൻ വളരെ ലളിതമായ ഒരു സാങ്കേതിക വിദ്യയുമായി വന്നിരിക്കുകയാണ് അമേരിക്കയിലെ പ്രശസ്തമായ മസാച്ചു സെറ്റ്സ് ഇന്സ്റ്റി റ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ടെക്നോളജിയിലെ (MIT) ശാസ്ത്രജ്ഞനായ ഡാൻനൊസേറ. കണ്ടാൽ സാധാരണ ഒരു ഇല പോലെ ഇരിക്കുന്ന ഇത് സിലിക്കൺ സോളാർ സെല്ലുകൾ കൊണ്ട് നിർമ്മിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന ഒന്നാണ്. ഇത് വെറുതെ വെള്ളത്തിലിട്ടാൽ മതിയാകും വെള്ളം വിഘടിച്ച് ഹൈഡ്രജനും ഓക്സിജനും ആയി മാറുന്നു. തീരെ ഭാരക്കുറവുള്ള ഈ ഇല സൂര്യ പ്രകാശത്തിന്റെ സാന്നിധ്യത്തിൽ ഒരു ഗ്ലാസ് ജലത്തിലിട്ടാൽ കുമിളകളായി ഒരു വശത്ത് ഓക്സിജനും മറു വശത്ത് ഹൈഡ്രജനും വന്നു കൊണ്ടിരിക്കും. 'സൺ കാറ്റലിറ്റിക്സ്' എന്ന കമ്പനി ഈ ഇല വ്യാവസായിക അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിർമ്മിക്കുവാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നുണ്ട്.

ഹൈഡ്രജൻ ഉപയോഗങ്ങൾ

നാസ തങ്ങളുടെ പ്രധാന ഇന്ധനമായി ഇപ്പോൾത്തന്നെ ഹൈഡ്രജൻ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ദ്രാവകാവസ്ഥയിലുള്ള ഹൈഡ്രജൻ സ്പേസ് ഷട്ടിലിലും റോക്കറ്റിലുമൊക്കെ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. കാരണം ഒരു കിലോഗ്രാം ഏവിയേഷൻ ഫ്യൂവലിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന ഊർജ്ജത്തിന്റെ മൂന്നിരട്ടി ഒരു കിലോഗ്രാം ഹൈഡ്രജനിൽ നിന്നും ലഭിക്കും. ചില വളങ്ങളുണ്ടാക്കുവാനും പ്ലാസ്റ്റിക്കുകളുടേയും ചില മരുന്നുകളുടേയും നിർമ്മാണത്തിനുമൊക്കെ ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. വാഹനങ്ങളിൽ ഇന്ധനം ആയി ഉപയോഗിക്കുവാൻ കഴിയും എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ ഗുണം.

ഹൈഡ്രജൻ ഫ്യൂവൽ സെല്ലുകൾ

ഹൈഡ്രജനിലുള്ള കെമിക്കൽ എനർജിയെ ഇലക്ട്രിസിറ്റി ആക്കി മാറ്റുന്നത് ഹൈഡ്രജൻ ഫ്യൂവൽ സെല്ലുകൾ ആണ്. ജലവും, താപവും ആണ് ഈ പ്രക്രിയയിലെ ഉപോല്പ്പോന്നങ്ങൾ. ഇത് മലിനീകരണം ഉണ്ടാക്കുന്നില്ല എന്ന് മാത്രമല്ല മറ്റ് സാധാരണ സെല്ലുകളെ ആപേക്ഷിച്ച് നോക്കുമ്പോൾ രണ്ടോ മൂന്നോ മടങ്ങ് കാര്യക്ഷമതയും നല്കു ന്ന ഒന്നാണ്. ഈ ഫ്യൂവൽ സെല്ലുകൾ ബസ്, കാർ പോലുള്ള വാഹനങ്ങൾ, മറൈൻ വാഹനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയിലൊക്കെ ഉപയോഗിക്കുന്ന ബാറ്ററികളിൽ ഉപയോഗിക്കുവാൻ കഴിയും.

ഭാവിയിലെ വാഹനങ്ങൾ പെട്രോളിനും ഡീസലിനും പകരം ഹൈഡ്രജൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന

വയായിരിക്കും എന്നാണ് പ്രതീക്ഷിക്കപ്പെടുന്നത്. അങ്ങനെയെങ്കിൽ ഇന്നത്തെ പെട്രോൾ പമ്പുകൾക്ക് പകരം ഹൈഡ്രജൻ പമ്പുകളായിരിക്കും വഴിയോരങ്ങളിൽ കാണപ്പെടുക.

ചിലപ്രശ്നങ്ങൾ

എന്നിരുന്നാലും ചില സാങ്കേതിക പ്രശ്നങ്ങൾ ഈ മേഖലയിലുണ്ട് എന്നത് അവഗണിക്കാവുന്നതല്ല.

1. ജലത്തിൽ നിന്നും വൈദ്യത വിശ്ലേഷണം (Electrolysis) വഴി ഹൈഡ്രജൻ ഉൽപ്പാകദിപ്പിക്കുവാൻ വേണ്ടി വരുന്ന ഊർജ്ജത്തേക്കാൾ കുറവ് ഊർജ്ജം മാത്രമേ ഹൈഡ്രജൻ ഒരു ഇന്ധനമായി ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ നമുക്ക് ലഭിക്കുകയുള്ളു. അതായത് ഊർജ്ജ ബാലൻസ് ഷീറ്റ് (Energy Balance Sheet) നെഗറ്റീവ് ആയിരിക്കും.

2. വളരെ കനം കുറഞ്ഞ മൂലകമാണ് ഹൈഡ്രജൻ എന്നതിനാൽ കാറുകളേക്കാൾ പല മടങ്ങ് വലിപ്പമുള്ള ഇന്ധന ടാങ്ക് വേണ്ടി വരും.

3. ഹൈഡ്രജൻ വാതകത്തെ ദ്രാവക രൂപത്തിൽ ആക്കുന്നതിനായി വളരെ കുറഞ്ഞ താപനിലയും (Temperature) ഉയർന്ന മർദ്ദവും (Pressure) വേണ്ടി വരും. എന്നാൽ ചില പ്രത്യേക ലോഹ മിശ്രിതങ്ങൾ (Alloys) ഉപയോഗിച്ച് അധി ശോഷണം നടത്തി ഈ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുവാൻ സാങ്കേതിക വിദഗ്ദർ ശ്രമിച്ച് കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.

ഈ പ്രതിസന്ധികളെ എല്ലാം മറി കടന്ന് വൻ ഓട്ടോ മൊബൈൽ കമ്പനികൾ പലതും ഹൈഡ്രജൻ കാറുകൾ ഇപ്പോൾ തന്നെ നിർമ്മിച്ച് കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. തെക്കൻ കൊറിയൻ കമ്പനിയായ Hyundai തങ്ങളുടെ ix 35 മോഡൽ കാർ വിജയകരമായി നിർമ്മിച്ച് കഴിഞ്ഞു. ഫ്യൂവൽ സെൽ ടെക്നോളജിയാണ് ഈ കമ്പനി വികസിപ്പിച്ചെടുത്തത്. ജപ്പാൻ കമ്പനികളായ ടെയോട്ടയും ഹോണ്ടയും ഹൈഡ്രജൻ കാറുകൾ വിപണിയിലെത്തിക്കാനുള്ള ശ്രമത്തിലാണ്.

ഇത്തരം വാഹനങ്ങൾ വ്യാപകമാകുന്ന സ്ഥിതി വിശേഷം ഉണ്ടായാൽ അത് പെട്രോളിയം ഇറക്ക് മതി ചെയ്യുന്ന രാജ്യമായ നമ്മുടെ സാമ്പത്തിക മേഖലയിൽ സൃഷ്ടിക്കുന്ന പ്രത്യാഘാതങ്ങൾ അനവധിയായി രിക്കും. പെട്രോൾ, ഡീസൽ വാഹനങ്ങളുടെ അനുബന്ധ വ്യവസായ മേഖലയിലും ഇതുണ്ടാക്കുന്ന മാറ്റങ്ങൾ അനവധിയായിരിക്കും. പുത്തൻ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ ഈ മേഖലയിൽ ഉടലെടുക്കും. കോടിക്കണക്കിന് രൂപ പെട്രോളിയം മേഖലയില്നിപക്ഷേപിച്ചിരിക്കുന്ന വൻ കമ്പനികളെ ഇത് എങ്ങനെ ബാധിക്കുമെന്നതൊക്കെ കണ്ടറിയേണ്ടതാണ്. ഏതായാലും ഭാവിയിലെ ഇന്ധനം ഹൈഡ്രജൻ ആകുമെന്നതിന്റെ സൂചനകൾ നല്കി ലോകമാകെ നിരവധി ശാസ്ത്രജ്ഞർ ഈ രംഗത്ത് ഗവേഷണം നടത്തുന്നുണ്ട്.

പടവുകൾ

ബൈജു നെടുങ്കേരി

ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് നിർമ്മാണം

കേരളത്തെ കൂടുതൽ സംരംഭക സൗഹൃദമാക്കുന്നതിനുള്ള തീവ്രയത്ന പരിപാടികൾക്കാണ് സർക്കാർ രൂപം നൽകിയിട്ടുള്ളത്. ലൈസൻസിംഗ് രംഗത്തെ കാലതാമസം ഒഴിവാക്കി അനുമതികൾ വേഗത്തിൽ ലഭ്യമാക്കുന്നതിനു വേണ്ടി കൈക്കൊണ്ട നടപടികൾ ഫലപ്രാപ്തിയിലേക്ക് എത്തിക്കൊണ്ടിയിരിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിലുള്ള നടപടികൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഗുണം ചെയ്യുക ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖലയിലാണ്. ഉപജീവനത്തിനായുള്ള വ്യവസായങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിന് താല്പര്യമുള്ള നിരവധി ആളുകൾ നമ്മുടെ സംസ്ഥാനത്തുണ്ട്. വീടുകളിൽ ആരംഭിക്കാവുന്ന ചെറുകിട ഇടത്തരം കുടുംബ സംരംഭങ്ങൾ നമ്മുടെ സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയിൽ വലിയ മാറ്റങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുക തന്നെ ചെയ്യും. കൂടുതൽ തൊഴിൽ ദിനങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടും. മാന്ദ്യകാലത്തെ അതിജീവിക്കുന്നതിൽ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് വലിയ പങ്കു വഹിക്കാനാകും.

നമ്മൾ ധാരാളമായി ഉപയോഗിക്കുന്നതും എന്നാൽ ഉൽപാദക കുത്തക അന്യ സംസ്ഥാനങ്ങൾക്കുമായ നിരവധി ചെറുകിട ഉത്പന്നങ്ങളുണ്ട്. ഇത്തരം ഉത്പന്നങ്ങൾ പലതും അന്യസംസ്ഥാനങ്ങളിൽ കുടിൽ വ്യവസായങ്ങളായി നിർമിക്കുന്നവയാണ്. ഇത്തരത്തിലുള്ള ഉൽപന്നങ്ങളുടെ നിർമ്മാണം കുറഞ്ഞ മുതൽമുടക്കിൽ നമ്മുടെ സംസ്ഥാനത്തും ആരംഭിക്കാൻ കഴിയും.

ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ്

ചെറുകിട വ്യവസായമായി ചെറിയ മുതൽ മുടക്കിൽ ആരംഭിക്കാൻ കഴിയുന്ന വ്യവസായ സംരംഭമാണ് ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് നിർമ്മാണം. ഇലക്ട്രിക്കൽ

മേഖലയിൽ ധാരാളമായി ഉപയോഗിക്കുന്ന ഉൽപന്നം എന്ന നിലയിൽ വലിയ വിപണിയാണ് ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പുകൾക്കുള്ളത്. സംസ്ഥാനത്തും അന്യസംസ്ഥാന ങ്ങളിലും വിപണി നേടാൻ കഴിയുന്ന ഉൽപന്നം കൂടി യാണ് ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ്. വളരെ ലളിതമായ ഉല്പാ ദന രീതിയും ചെറിയ മുതൽ മുടക്കും ഈ വ്യവസാ യത്തെ കൂടുതൽ ആകർഷകമാക്കുന്നു. വലിയ സാങ്കേ തിക വൈദഗ്ദ്ധ്യവും ഒന്നും ആവശ്യമില്ലാത്ത നിർമ്മാണ രീതിയാണ് ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പുകളുടെ നിർമ്മാണത്തിന് അവലംബിക്കുന്നത്. ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പുകളിൽ ബ്രാന്റുകൾക്ക് വലിയ പ്രസക്തി ഇല്ലാത്ത തുകൊണ്ട് ചെറുകിട ഉല്പന്നങ്ങൾക്കും വളരെ വേഗം വിപണി നേടാൻ സാധിക്കും.

മാർക്കറ്റിങ്

വിതരണക്കാരെ നിയമിച്ചുള്ള വില്പന രീതി യാണ് കൂടുതൽ അഭികാമ്യം. നിലവിൽ ഇലക്ട്രിക്കൽ ഉല്പന്നങ്ങളുടെ വിതരണത്തിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന വിതരണക്കാരെ കണ്ടെത്തുന്നത് വില്പന കൂടുതൽ എളുപ്പമാക്കും. പ്രാദേശികമായി നേരിട്ടുള്ള വില്പന രീതികളും അവലംബിക്കാവുന്നതാണ്.

നിർമ്മാണരീതി

ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പുകൾ നിർമ്മിക്കുന്നത് BOPP (Biaxially Oriented Polypropylene) മെറ്റീരി യൽ ഉപയോഗിച്ചാണ്. ഒരു മീറ്റർ നീളമുള്ള റോളുകളാ യാണ് ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് ലഭിക്കുന്നത്. ഈ റോളു കൾ വാങ്ങി കട്ടിംഗ് മെഷീൻ ഉപയോഗിച്ച് നിശ്ചിത വീതിയിൽ കട്ട് ചെയ്താണ് ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് നിർമ്മിക്കുന്നത്. തുടർന്ന് ഈ ടേപ്പുകൾ നിശ്ചിത എണ്ണം വീതം കാർട്ടൻ ബോക്സുകളിലോ പ്ലാസ്റ്റിക് കവറുക ളിലോ നിറച്ചാണ് വിൽപനയ്ക്ക് എത്തിക്കുന്നത്. കട്ടിങ്ങ് മെഷീൻ അര എച്ച്. പി. മോട്ടോർ ഉപയോഗിച്ചാണ് പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നത്.

എ. മൂലധന നിക്ഷേപം

1. ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് കട്ടിംഗ് യന്ത്രം	1,10,000
2. അനുബന്ധ സംവിധാനങ്ങൾ ഒരുക്കൽ	25,000
ആകെ	**1,35,000**

ബി. പ്രവർത്തന മൂലധനം

പ്രവർത്തന മൂലധനം	3,00,000

സി. പ്രവർത്തന വരവ് ചിലവ് കണക്ക്

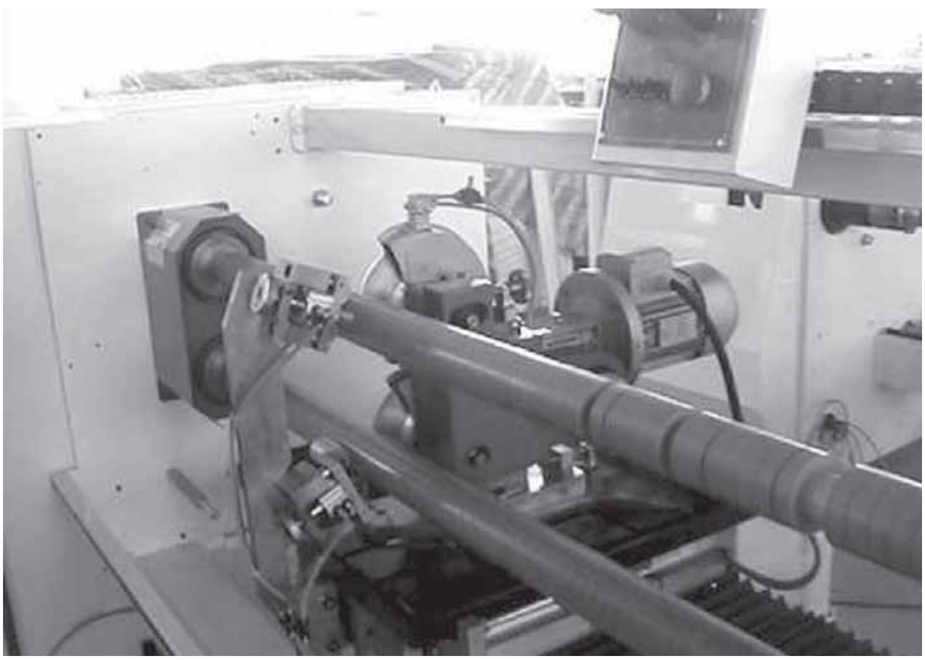
(പ്രതിദിനം 2000 ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പുകൾ നിർമ്മിക്കു ന്നതിന്റെ ചിലവ്)

1. ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് റോൾ 27 എണ്ണം * 300	8,100
2. വേതനം	600
3. പായ്ക്കിംഗ്, മാർക്കറ്റിങ്	200
4. ട്രാൻസ്പോട്ടിംഗ്	200
5. വൈദ്യുതി മറ്റ് ഇതര ചിലവുകൾ	50
ആകെ	**9150**

ഡി. വരവ്

(പ്രതിദിനം ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പുകൾ വിറ്റഴിക്കുമ്പോൾ ലഭിക്കുന്നത്)

1. എം. ആർ. പി. 2,000 * 10	20,000
2. 40% കമ്മീഷൻ കിഴിച്ച് ഉല്പാദകന് ലഭിക്കുന്നത്	6
3. 2000 എണ്ണം * 6	12,000



പ്രതിദിനലാഭം

ലാഭം= 12,000 - 9150 = 2850

ഇ. സാങ്കേതിക വിദ്യയും പരി ശീലനവും

ഇൻസുലേഷൻ ടേപ്പ് നിർമ്മാണത്തിന്റെ പരിശീല നവും, സാങ്കേതിക സഹായവും ചെറുകിട വ്യവസായ ഇൻകു ബേഷൻ സെന്ററായ പിറവം അഗ്രോപാർക്കിൽ ലഭിക്കും. ഫോൺ: 0485-2242310, 0485-2242410.

എഫ്. ലൈസൻസ്, സബ്സിഡി

ഉദ്യോഗ് ആധാർ, ഗുഡ്സ് സർവീസ് ടാക്സ് തുടങ്ങിയ ലൈസൻസുകൾ നേടണം. മൂല ധന നിക്ഷേപത്തിന് ആനുപാതി കമായി വ്യവസായ വകുപ്പിൽ നിന്നും സബ്സിഡി ലഭിക്കും.

ഡോ. ശചീന്ദ്രൻ. വി

ടി.ഡി.എസ്

(TDS- Tax Deducted at Source)

(സ്രോതസ്സിൽ നിന്നും നികുതി കിഴിക്കൽ)

ജി.എസ്.ടി.യിൽ

2017 ജൂലൈ ഒന്നു മുതൽ ഇന്ത്യയിൽ നടപ്പാക്കിയ ചരക്കു സേവന നികുതി (ജി.എസ്.ടി.) നിയമത്തിലെ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട നിയമ വശങ്ങളിലൊന്നാണ് ടി.ഡി.എസ് (TDS- Tax Deducted at Source) (സ്രോതസ്സിൽ നിന്നും നികുതി കിഴിക്കൽ). 2018 ഒക്ടോബർ 1 മുതലാണ് ജി.എസ്.ടി.യിൽ ടി.ഡി.എസ് നിയമം ബാധകമാക്കിയത്. ജി.എസ്.ടി.യിലെ ഭൂരിഭാഗം നിയമങ്ങളും വിതരണക്കാരൻ പാലിക്കേണ്ടിവരുമ്പോൾ, വിതരണം സ്വീകരിക്കുന്നയാൾ പാലിക്കേണ്ട ചില കാര്യങ്ങളുമുണ്ട്. അവയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ് ടി.ഡി.എസ്. ഇതു ബാധകമാകുന്നത് ഗവൺമെന്റ് ഓഫീസുകൾക്കും സമാന സ്വഭാവമുള്ള മറ്റു സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ആണ്. അവർ വിതരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നികുതി നിയമങ്ങളെ കുറിച്ച് താരതമ്യേന അപരിചിതരായതുകൊണ്ട് ടി.ഡി. എസിനെ കുറിച്ചുള്ള കാര്യങ്ങൾ ലളിതമായും വിശദമായും ഉദാഹരണ സഹിതം ഈ ലേഖനത്തിൽ പ്രതിപാദിക്കുന്നു.

എന്താണ് ജി. എസ്. ടി. യിലെ ടി. ഡി. എസ് ?

രണ്ടര ലക്ഷം രൂപയ്ക്കുമേൽ ഒരു കരാറിന്മേൽ നികുതി വിധേയമായ സാധനമോ സേവനമോ രണ്ടുമോ വിതരണം നടത്തിയാൽ, വിതരണം സ്വീകരിച്ചയാൾ അതിന്റെ പണം നൽകുമ്പോൾ 2 ശതമാനം ടി.ഡി.എസ് ഇനത്തിൽ കുറച്ചു വേണം വിതരണക്കാരന് നൽകേണ്ടത്, എന്നാണ് നിയമം. ഇതിനായി രണ്ടര ലക്ഷം രൂപ കണക്കാക്കുമ്പോൾ കേന്ദ്ര ജി.എസ്.ടി (CGST), സംസ്ഥാന ജി.എസ്.ടി /യു.ടി. ജി.എസ്.ടി (SGST/ UTGST), ഇന്റഗ്രേറ്റഡ് ജി.എസ്.ടി. (IGST), സെസ്

എന്നിവ ഒഴിവാക്കി വേണം കണക്കാക്കേണ്ടത്. 2 ശതമാനം ടി.ഡി.എസിൽ ഒരു ശതമാനം കേന്ദ്ര ജി.എസ്.ടി. നിയമത്തിന് കീഴിലും ബാക്കി ഒരു ശതമാനം സംസ്ഥാന ജി.എസ്.ടി. നിയമത്തിന് കീഴിലുമാണ് കിഴിക്കപ്പെടുന്നത്.

ഉദാഹരണത്തിന് ശ്രീ. ദേവദാസ് ഒരു ഗവൺമെന്റ് കോളേജിന് 10 ലക്ഷം രൂപയുടെ (ജി.എസ്.ടി കൂട്ടുന്നതിനുമുമ്പുമുള്ള വില) വിതരണം (supply) നടത്തുന്നുവെന്ന് കരുതുക. ഇതിനു 18 ശതമാനം ജി.എസ്.ടി. ബാധകമാണെന്നു കരുതുക. അതിനാൽ അതിൽ 9 ശതമാനം കേന്ദ്ര ജി.എസ്.ടി. ഇനത്തിലും 9 ശതമാനം സ്റ്റേറ്റ്/യു.ടി.ജി.എസ്.ടി. ഇനത്തിലും നികുതി ചുമത്തും എന്നർത്ഥം. ശ്രീ. ദേവദാസിനു ഇതിന്റെ പണം നൽകുമ്പോൾ, ആ ഗവൺമെന്റ് കോളേജ് 2 ശതമാനം ടി.ഡി.എസ്. കുറച്ച് ബാക്കി മാത്രമേ നൽകാവൂ. അതായത് 10 ലക്ഷം X 2% =20000 രൂപ ടി.ഡി.എസ്. കിഴിച്ചു ബാക്കി മാത്രം നൽകണം. അതിലെ 10000 രൂപ കേന്ദ്ര ജി.എസ്.ടി നിയമപ്രകാരവും, ബാക്കി 10000 രൂപ സംസ്ഥാന/യു.ടി ജി.എസ്.ടി നിയമപ്രകാരവുമാണ്. അങ്ങനെ കുറച്ച തുക അതാത് ഇനത്തിൽ നികുതി വകുപ്പിലേക്ക് അടക്കേണ്ടതാണ്

ആരൊക്കെയാണ് ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കാൻ ബാധ്യതപ്പെട്ടവർ ?

താഴെ പറയുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ രണ്ടര ലക്ഷം രൂപയ്യ്ക്കുമേൽ ഒരു കരാറിന്മേൽ നികുതി വിധേയമായ സാധനമോ സേവനമോ രണ്ടുമോ വിതരണം സ്വീകരിച്ചാൽ അതിന്റെ പണം നൽകുമ്പോൾ ജി.എസ്.ടി നിയമ പ്രകാരം, 2 ശതമാനം ടി.ഡി.എസ് കുറച്ചു വേണം വിതരണക്കാരന് പണം നൽകേണ്ടത്. അതിനാൽ ഇവരാണ് ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കാൻ ബാധ്യതപ്പെട്ടവർ.

കേന്ദ്ര/സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപനം/ വകുപ്പ് പഞ്ചായത്ത് മുൻസിപ്പാലിറ്റി പോലുള്ള പ്രാദേശിക ഭരണകൂടം (local authority) ഗവൺമെന്റ് ഏജൻസികൾ ഗവൺമെന്റ് നോട്ടിഫൈ ചെയ്ത മറ്റു വിഭാഗങ്ങൾ. ഇതിൽ താഴെ പറയുന്നവ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപിച്ചതോ പാർലമെന്റിന്റെയോ സംസ്ഥാന നിയമസഭയുടെ നിയമം മുഖേന സ്ഥാപിച്ചതും, 50 ശതമാനത്തിനു മുകളിൽ ഓഹരി വഴിയോ നിയന്ത്രണം വഴിയോ പങ്കാളിത്തമുള്ള

ബോർഡ്, 1860 ലെ സൊസൈറ്റി റെഗുലേഷൻസ് നിയമ പ്രകാരം കേന്ദ്ര, സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റ്/ലോക്കൽ അതോറിറ്റി സ്ഥാപിച്ച സൊസൈറ്റി, പൊതു മേഖല സ്ഥാപനങ്ങൾ എന്നിവ.

എന്തിനാണ് ടി.ഡി.എസ്. കുറക്കുന്നത് ?

ടി.ഡി.എസ്. കുറക്കാൻ ആവശ്യപ്പെടാനുള്ള ചില കാരണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു

1. ജി.എസ്.ടി. നിയമത്തിന്റെ വ്യാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുക
2. ഇടപാടുകൾ സുതാര്യവും നികുതി വിധേയവും ആക്കുക
3. വിതരണം നടത്തുന്നയാളെ അത്തരം ഇടപാടുകൾ തന്റെ ഓരോ കാലയളവിലുമുള്ള റിട്ടേൺ ഫയൽ

രണ്ടര ലക്ഷം രൂപയ്യ്ക്കുമേൽ ഒരു കരാറിന്മേൽ നികുതി വിധേയമായ സാധനമോ സേവനമോ രണ്ടുമോ വിതരണം നടത്തിയാൽ, വിതരണം സ്വീകരിച്ചയാൾ അതിന്റെ പണം നൽകുമ്പോൾ 2 ശതമാനം ടി.ഡി.എസ് ഇനത്തിൽ കുറച്ചു വേണം വിതരണക്കാരന് നൽകേണ്ടത്, എന്നാണ് നിയമം.

ചെയ്യുമ്പോൾ നികുതി വകുപ്പിനെ അറിയിക്കാൻ നിർബന്ധിതനാക്കുക. (കാരണം ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കുന്ന സ്ഥാപനം അത് റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്ത് നികുതി വകുപ്പിനെ അറിയിക്കും). അതിലൂടെ നികുതി വെട്ടിപ്പ് തടയുക.

ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടാത്ത സാഹചര്യങ്ങൾ

താഴെ പറയുന്ന സാഹചര്യങ്ങളിൽ ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടതില്ല

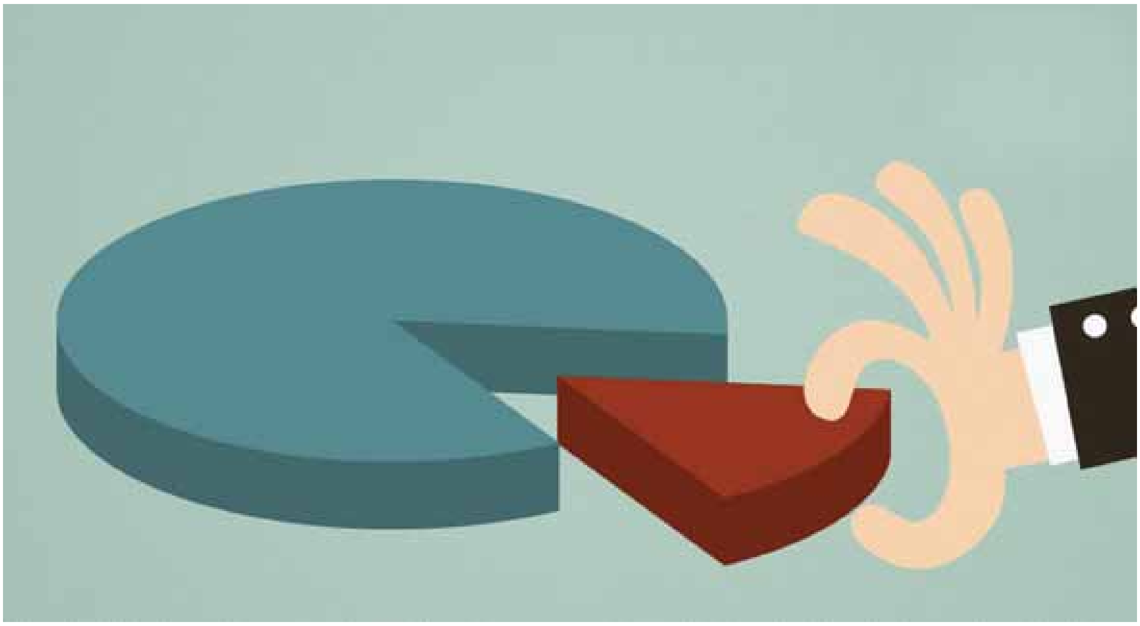
1. ഒരു വ്യക്തിയുമായി ഒരു ഇടപാടിൽ രണ്ടര ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് മുകളിൽ വിതരണം നടത്തുന്നുവെങ്കിൽ മാത്രമേ ടി.ഡി.എസ് കിഴിക്കേണ്ടതുള്ളൂ. അതിൽ താഴെയാണെങ്കിൽ ടി.ഡി.എസ്. കുറയ്ക്കേണ്ടതില്ല
2. ഒരു വ്യക്തിയുമായി ഒരേ സമയം ഒന്നിലധികം ഇടപാടുകളിലായി (ഒറ്റ ഇടപാടിലല്ലാതെ) വിതരണത്തിന്റെ ആകെത്തുക രണ്ടര ലക്ഷം രൂപ കടന്നാലും ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടതില്ല. ഉദാഹരണത്തിന് ശ്രീ. ദേവദാസ് ഒരു ഗവർൺമെൻറ് സ്ഥാപനത്തിന് ഒരു കരാറിന് കീഴിൽ രണ്ടു ലക്ഷം രൂപയുടെ കംപ്യൂട്ടറുകൾ വിതരണം ചെയ്യുകയും അതേ സമയം മറ്റൊരു കരാറിൻ പ്രകാരം ഒരു ലക്ഷത്തിന്റെ ഇൻവെർട്ടറും വിതരണം നടത്തുകയാണെങ്കിൽ, ആകെത്തുക രണ്ടര ലക്ഷം രൂപ കടന്നെങ്കിലും ആ ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപനം ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടതില്ല.
3. വിതരണം സ്വീകരിക്കുന്നയാളിന്റെ സ്ഥലവും വിതരണം നടത്തുന്നയാളിന്റെയും വിതരണം നടത്തുന്നതിന്റെയും സ്ഥലം വ്യത്യസ്തമാണെങ്കിലും ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടതില്ല. ഉദാഹരണത്തിന് കേരളത്തിലെ ഒരു ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപനം തമിഴ് നാട്ടിലെ ഒരു കമ്പനിയിൽ നിന്നും തമിഴ് നാട്ടിൽ വച്ച് ഒരു സേവനം സ്വീകരിച്ചാൽ ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടതില്ല. അതെ സമയം ആ സേവനം കേരളത്തിലാണ് ആ കമ്പനി നൽകുന്നതെങ്കിൽ ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കണം.

ഒരു വ്യക്തിയുമായി ഒരേ സമയം ഒന്നിലധികം ഇടപാടുകളിലായി (ഒറ്റ ഇടപാടിലല്ലാതെ) വിതരണത്തിന്റെ ആകെത്തുക രണ്ടര ലക്ഷം രൂപ കടന്നാലും ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടതില്ല. ഉദാഹരണത്തിന് ശ്രീ. ദേവദാസ് ഒരു ഗവർൺമെൻറ് സ്ഥാപനത്തിന് ഒരു കരാറിന് കീഴിൽ രണ്ടു ലക്ഷം രൂപയുടെ കംപ്യൂട്ടറുകൾ വിതരണം ചെയ്യുകയും അതേ സമയം മറ്റൊരു കരാറിൻ പ്രകാരം ഒരു ലക്ഷത്തിന്റെ ഇൻവെർട്ടറും വിതരണം നടത്തുകയാണെങ്കിൽ, ആകെത്തുക രണ്ടര ലക്ഷം രൂപ കടന്നെങ്കിലും ആ ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപനം ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കേണ്ടതില്ല.

മറ്റു നിയമവശങ്ങൾ

ടി.ഡി.എസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മറ്റു നിയമ വശങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

1. ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കാൻ ബാധ്യതപ്പെട്ടവർ നിർബന്ധമായും ജി.എസ്.ടീ നിയമത്തിനു കീഴിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിരിക്കണം. അതിനു ഈ മാസികയുടെ മുൻലക്കത്തിൽ പ്രതിപാദിച്ചതുപോലെ, വിറ്റുവരവ് പരിധി ബാധകമല്ല . ജി.എസ്.ടി രജിസ്ട്രേഷൻ പാൻ (PAN- Permanent Account Number) ഇല്ലാതെയും ലഭിക്കും. അതിനു നിലവിലുള്ള, ആദായ വകുപ്പ് നൽകിയ ടാൻ (TAN- Tax Deduction and Collection Account Number) മതിയാകും
2. ടി.ഡി.എസ്. കിഴിക്കാൻ ബാധ്യതപ്പെട്ടയാൾ കിഴിക്കാതിരുന്നാൽ പലിശ നൽകേണ്ടി വരും. നിയമപ്രകാരം അത് കണക്കാക്കുകയും ഈടാക്കുകയും ചെയ്യും
3. ടി.ഡി.എസ്. ആയി കിഴിച്ച തുക അടുത്ത മാസം 10 ആം തീയതിക്കകം GSTR-7 ഫോമിൽ ജി.എസ്.ടി. പോർട്ടൽ വഴി ഗവൺമെന്റിലേക്കു അടക്കണം. ഇത്തരത്തിൽ റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്തില്ലെങ്കിൽ ടി.ഡി.എസ് കിഴിച്ചയാൾ പലിശ നൽകേണ്ടി വരും. വൈകിക്കുന്ന ഓരോ ദിവസത്തിനും 100 രൂപ വീതം ഫീസായി, പരമാവധി 5000 രൂപ വരെ നൽകേണ്ടി വരും.
4. ടി.ഡി.എസ് ഗവൺമെന്റിലേക്ക് അടച്ചതിനു ശേഷം 5 ദിവസത്തിനുള്ളിൽ കിഴിക്കുന്നയാൾ, ആരുടെ തുകയാണോ കുറച്ചത് അയാൾക്ക് ടി.ഡി.എസ്. സർട്ടിഫിക്കറ്റ് GSTR 7A യിൽ നൽകണം.ഇല്ലെങ്കിൽ വൈകിക്കുന്ന ഓരോ ദിവസത്തിനും 100 രൂപ വീതം ഫീസായി പരമാവധി 5000 രൂപ വരെ നൽകേണ്ടി വരും.
5. വിതരണം നടത്തിയാൾക്ക് ഫോം GSTR 2A യിൽ ടി.ഡി.എസ്. തുക കാണാൻ സാധിക്കും. ഈ തുക ഇലക്ട്രോണിക് ക്യാഷ് രെജിസ്റ്ററിൽ ലഭിക്കും. അതുപയോഗിച്ചു നികുതിയോ, മറ്റെന്തെങ്കിലും ബാധ്യതയോ അടക്കാനും കഴിയും.



അധികമായോ തെറ്റായോ കിഴിക്കുകയും ഗവൺമെന്റിലേക്കു അടക്കുകയും ചെയ്ത തുക റീഫണ്ട് ആയി ലഭിക്കും. എന്നാൽ കിഴിച്ച തുക വിതരണക്കാരൻ ഇലക്ട്രോണിക് ക്യാഷ് രജിസ്റ്ററിലേക്കു ക്രഡിറ്റ് ചെയ്തു കഴിഞ്ഞാൽ ടി.ഡി.എസ്. റീഫണ്ട് ലഭിക്കില്ല.

6. ജി.എസ്.ടീയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യാത്ത വിതരണക്കാരനിൽ നിന്നാണ് സാധനം /സേവനം വാങ്ങുന്നതെങ്കിൽ, റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്യുമ്പോൾ GSTIN നു പകരം അയാളുടെ പേര് നൽകിയാൽ മതി.
7. അധികമായോ തെറ്റായോ കിഴിക്കുകയും ഗവൺമെന്റിലേക്കു അടക്കുകയും ചെയ്ത തുക റീഫണ്ട് ആയി ലഭിക്കും. എന്നാൽ കിഴിച്ച തുക വിതരണക്കാരൻ ഇലക്ട്രോണിക് ക്യാഷ് രജിസ്റ്ററിലേക്കു ക്രഡിറ്റ് ചെയ്തു കഴിഞ്ഞാൽ ടി.ഡി.എസ്. റീഫണ്ട് ലഭിക്കില്ല.
8. കേന്ദ്ര ജി.എസ്.ടി. ഇന്റഗ്രേറ്റഡ് ജി.എസ്.ടി. നിയമങ്ങൾ പ്രകാരം കുറച്ച ടി.ഡി.എസ്. തുക കേന്ദ്ര ഗവൺമെന്റിന്റെ അക്കൗണ്ടിലേക്കും സംസ്ഥാന ജി.എസ്.ടി. നിയമ പ്രകാരം കുറച്ച ടി.ഡി.എസ്. തുക സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റിന്റെ അക്കൗണ്ടിലേക്കുമാണ് അടക്കേണ്ടത്

ചുരുക്കത്തിൽ, രാജ്യത്തിൽ നടക്കുന്ന സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിതരണം ജി.എസ്.ടി. നിയമത്തിലൂടെ കടന്നു പോകുന്നു എന്ന് ഉറപ്പു വരുത്താനുള്ള മാർഗങ്ങളിലൊന്നാണ് ടി.ഡി.എസ് നിയമം. ഗവൺമെന്റ് തലത്തിൽ നിലവിലുള്ള ഓഫീസ് സംവിധാനം ഉപയോഗിച്ച് വിതരണങ്ങളെ നിരീക്ഷിക്കാനും സാധിക്കുന്നു. തങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്ന സാധന-സേവനങ്ങളുടെ മേൽ ജി.എസ്.ടീയുടെ ടി.ഡി.എസ് കിഴിച് നികുതി വകുപ്പിലേക്ക് അടക്കുന്നതിലൂടെ ആ ഇടപാടുകളെ കുറിച്ചുള്ള കൃത്യമായ വിവരങ്ങൾ നികുതി വകുപ്പിന് ലഭിക്കുന്നു. അവ വിതരണം ചെയ്തയാൾ ആ ഇടപാടുകൾ തന്റെ ബാക്കിയുള്ള ഇടപാടുകളോടൊപ്പം നികുതി വകുപ്പിനെ അറിയിക്കാൻ നിർബന്ധിതനാകുന്നു. അല്ലത്തപക്ഷം വകുപ്പിന് ആ വിതരണത്തെ അനായാസം കണ്ടുപിടിക്കാൻ കഴിയുന്നു. അങ്ങനെ ഇടപാടുകൾ സുതാര്യമായും കൃത്യമായും രേഖപ്പെടുത്തുവാനും, ജി.എസ്.ടി. നിയമത്തിന്റെ വ്യാപ്തി വർധിപ്പിക്കാനും ടി.ഡി.എസ് നിയമം ലക്ഷ്യമിടുന്നു

മഞ്ചേശ്വരം ജി. പി. എം. ഗവൺമെന്റ് കോളേജിലെ വാണിജ്യ വിഭാഗം മേധാവിയാണ് ലേഖകൻ
ഫോൺ: 9497292772

മനോജ് മാതിരപ്പള്ളി

വൈവിധ്യവത്കരണവുമായി

പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനമായ കേരള സ്റ്റേറ്റ് ബാംബൂ കോർപറേഷൻ ലിമിറ്റഡ് വൈവിധ്യവത്കരണത്തിന്റെ പാതയിലാണ്. ലോകകമ്പോളത്തിൽതന്നെ മുളവ്യവസായ രംഗത്ത് നേട്ടമുണ്ടാക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഇതിലൂടെ, പരമ്പരാഗത തൊഴിൽമേഖലയായ ഈറ്റ, പനമ്പ് നെയ്ത്തുതൊഴിലാളികളുടെ വരുമാനസാഹചര്യവും ജീവിതനിലവാരവും കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെടുത്താൻ കഴിയുമെന്നും കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു. പ്രളയത്തെ തകർക്കാൻ മുളയ്ക്ക് കഴിയുമെന്ന തിരിച്ചറിവും ഇക്കോഫ്രണ്ട്‌ലിയായ ജീവിതചുറ്റുപാട് ഇഷ്ടപ്പെടുന്ന സമൂഹത്തിന്റെ പുതിയ കാഴ്ചപ്പാടുമെല്ലാം മുളവ്യവസായത്തിന് അനുകൂലമായിട്ടുണ്ട്.

1971–ലാണ് കേരള സ്റ്റേറ്റ് ബാംബൂ കോർപറേഷൻ ലിമിറ്റഡ് പ്രവർത്തനം ആരംഭിക്കുന്നത്. എറണാകുളം ജില്ലയിലെ അങ്കമാലിയാണ് ആസ്ഥാനം. ആദിവാസികളും പട്ടികവിഭാഗക്കാരുമെല്ലാം നെയ്തെടുക്കുന്ന ഈറ്റ, പനമ്പ്, കുട്ട, വട്ടി, മുറം തുടങ്ങിയവയെല്ലാം സംഭരിച്ച് വിപണിയിൽ എത്തിക്കുകയും അവയ്ക്ക് പരമാവധി വില ലഭിക്കാൻ സാഹചര്യം ഒരുക്കുകയുമാണ് കോർപറേഷൻ ആദ്യകാലങ്ങളിൽ ചെയ്തിരുന്നത്. അര നൂറ്റാണ്ടോളം മുൻപ്, കോർപറേഷൻ രൂപീകരിക്കുന്ന കാലത്ത്, ഒരു ലക്ഷത്തോളം നെയ്ത്തുതൊഴിലാളികൾ ഈ രംഗത്ത് ജോലിചെയ്യുകയും കോർപറേഷനെ

കേരള ബാംബൂ കോർപറേഷൻ

ആശ്രയിക്കുകയും ചെയ്തിരുന്നു. എന്നാൽ പിന്നീടത് വൻതോതിൽ കുറഞ്ഞു. ഇപ്പോൾ 6300 നെയ്ത്തുതൊഴിലാളികളും 3800 ഈറ്റ വെട്ടുകാരുമാണ് ബാംബൂ കോർപറേഷനെ ആശ്രയിക്കുന്നത്. ഇതിൽതന്നെ കൂടുതലും സ്ത്രീകളാണ്.

നിലവിലെ അവസ്ഥയും ഉത്പന്നങ്ങളും

ആദ്യകാല പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുശേഷം 1985-ലാണ് കമ്പോളത്തിലെ കാര്യക്ഷമമായ ഇട പെടലിന്റെ കാര്യത്തിൽ കോർപറേഷൻ പുതി യൊരു തുടക്കം കുറിക്കുന്നത്. അങ്ങനെ, പനമ്പ് ഉപയോഗിച്ചുള്ള ബാംബൂ പ്ലൈ രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുകയും അതിന്റെ നിർമ്മാണത്തിനായി അങ്കമാലിയിൽ ബാംബൂ ബോർഡ് ഫാക്ടറി സ്ഥാപിക്കുകയും ചെയ്തു. 2008 മുതൽ ഇവിടെ നിന്നും 16 എംഎം കനത്തിൽ മുളകൊണ്ടുള്ള ഫ്ളാറ്റൻഡ് ബാംബൂ ബോർഡുകൾ നിർമ്മിച്ചു തുടങ്ങി. പരിസ്ഥിതിസൗഹൃദമായ നിർമ്മാണപ്ര വർത്തനങ്ങൾക്കുവേണ്ടിയാണ് ഇവ ഉപയോഗി ക്കുന്നത്. കെട്ടിടങ്ങളുടെയും ഫർണീച്ചറുകളു ടെയും നിർമ്മാണത്തിൽ തടിക്ക് പകരം ബാംബൂ ബോർഡുകൾ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കാൻ സാധിക്കും. ടൂറിസം രംഗത്തും പരിസ്ഥിതി ദുർബ്ബലമേഖലയിലുമുള്ള കെട്ടിടങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിനും ഇത് ഏറെ സഹായകമായി

സമൂഹത്തിന്റെ കാഴ്ചപ്പാട് മാറുന്നു

പ്രതീക്ഷയുടെ പുതിയ പടവുകളിലാണ് ഇപ്പോൾ ബാംബൂ കോർപറേഷൻ. സർക്കാരിൽനിന്നും ലഭ്യമായിട്ടുള്ള പുതിയ പദ്ധതികളും ലോകജനതയുടെ പരിസ്ഥിതിസൗഹൃദമായ കാഴ്ചപ്പാടും പ്രളയത്തെ അതിജീവിക്കാൻ മുളയ്ക്ക് കഴിയുമെന്ന തിരിച്ചറിവുമെല്ലാമാണ് ഈ പ്രതീക്ഷ നൽകുന്നത്. അങ്ങനെ, ഇപ്പോഴത്തെ പ്രവർത്തനനഷ്ടത്തെ വൈകാതെ മറികടക്കാൻ കഴിയുമെന്നും കരുതപ്പെടുന്നു. ബാംബൂ കോർപറേഷൻ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ എ.എം. അബ്ദുൾ റഷീദിന്റെ വാക്കുകളിലേക്ക്.

കോർപറേഷന്റെ നഷ്ടം എങ്ങനെയാണ് സംഭവിക്കുന്നത്?

ഇത്രത്തോളം പിന്നോക്ക ജനവിഭാഗങ്ങളെ സംരക്ഷിക്കുന്ന മറ്റൊരു കോർപറേഷൻ ഇന്ത്യയിൽതന്നെ പൊതുമേഖലയിലില്ല. ഇപ്പോൾ കാട്ടിൽനിന്നും ഒരു കെട്ട് ഈറ്റ വെട്ടിയെടുത്ത് നെയ്ത്തുകേന്ദ്രത്തിൽ എത്തിക്കാൻ 250 രൂപയോളം ചെലവുവരുന്നുണ്ട്. എന്നാലിത് കോർപറേഷൻ തൊഴിലാളികൾക്ക് നൽകുന്നത് 55 രൂപയ്ക്കാണ്. ഇതു മൂലം പ്രതിവർഷം രണ്ടര കോടി രൂപയോളം നഷ്ടമുണ്ടാകുന്നുണ്ട്. കൂടാതെ പ്രവർത്തന മൂലധനത്തിന്റെ പലിശയായി നാലര കോടിരൂപയും നൽകുന്നു. ഇതു രണ്ടും ഒഴിവാക്കിയാൽ കോർപറേഷന് നഷ്ടം ഇല്ലെന്നുതന്നെ പറയാം.

വിപണിയിലെ വെല്ലുവിളികൾ എന്തൊക്കെയാണ്?

കോർപറേഷന്റെ ഉത്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാൻ ആളുണ്ടെന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം. ഇതിന്റെ പ്രധാന കാരണം ഗുണമേന്മയാണ്. കൂടിയ വിലയായിട്ട് കൂടി നല്ലളത്ത് ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന മുഴുവൻ ടൈലുകളും വിറ്റുപോകുന്നുണ്ട്. മറ്റു ഉത്പന്നങ്ങളുടെ കാര്യവും സമാനമാണ്. പക്ഷേ, നമ്മുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ മാർക്കറ്റ് ചെയ്യാനുള്ള സംവിധാനങ്ങൾ ഫലപ്രദമല്ല. ഇതു പരിഹരിക്കാനായി സംസ്ഥാനത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ ഉടൻ തന്നെ മൂന്ന് ബാംബൂ ബസാറുകൾ സ്ഥാപിക്കും. കൂടാതെ, നൂതന വെബ്സൈറ്റ് രൂപകൽപ്പന ചെയ്തുകൊണ്ട് ഓൺലൈൻ വിപണിയിലേക്കും കടക്കുകയാണ്.

വിപണിയിലെ ഇപ്പോഴുള്ള മാറ്റത്തെ എങ്ങനെ കാണുന്നു?

ഏറെ ആത്മവിശ്വാസം നൽകുന്ന മാറ്റമാണ് മുളയുത്പന്ന വിപണിയിൽ ഉണ്ടായിട്ടുള്ളത്. വൻതോതിൽ പനമ്പും മുളങ്കുറ്റിയും കയറ്റുമതി ചെയ്യാൻ ഇപ്പോൾ ബഹ്റിട്ടുണ്ട്.

2011-ൽ കോഴിക്കോട് ജില്ലയിലെ നല്ലളത്ത് ഹൈടെക് ബാംബൂ ടൈൽ നിർമ്മിക്കുന്നതിനായി നൂതന ഫാക്ടറി സ്ഥാപിച്ചു. 12 കോടി രൂപയാണ് ഇതിനായി മുതൽമുടക്കിയത്. 2012 ഫെബ്രുവരി മുതൽ ഇവിടെനിന്നും വാണിജ്യാടിസ്ഥാനത്തിൽ ബാംബൂ ടൈൽസ് (മുളന്തറയോടുകൾ) വിപണിയിൽ എത്തിതുടങ്ങി. ഗുണമേന്മയുടെ കാര്യത്തിൽ ലോകകമ്പോളത്തിൽ എത്തുന്ന എല്ലാ മുളന്തറയോടുകളുടെയും ഒപ്പമോ, അൽപം മുകളിലോ ആണ് നല്ലളത്ത് നിർമ്മിക്കുന്ന ബാംബൂ ടൈൽസിന്റെ സ്ഥാനം. നല്ലളത്തെ ഫാക്ടറി മുളന്തറയോടുകളുടെ നിർമ്മാണത്തിനുള്ള മദർ യൂണിറ്റാണെങ്കിൽ മാനന്തവാടി, പാലക്കാട്, നാദാപുരം എന്നിവിടങ്ങളിലാണ് ഫീഡർ യൂണിറ്റുകൾ.

ഇന്നിപ്പോൾ, അങ്കമാലിയിലും നല്ലളത്തുമുള്ള രണ്ടു ഫാക്ടറികളും ധാരാളം പനമ്പ് സംഭരണകേന്ദ്രങ്ങളും യന്ത്രവത്കൃത പനമ്പ് നെയ്ത്തുകേന്ദ്രങ്ങളും ഈറ്റസംഭരണ കേന്ദ്രങ്ങളും വിതരണകേന്ദ്രങ്ങളും ഫീഡർ യൂണിറ്റുകളും ബാംബൂ കോർപറേഷന് കീഴിലുണ്ട്.

നിൽനിന്നും ഒരു ഓർഡർ ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. വാക്കിംഗ് സ്റ്റിക്കുകളുടെ ലഭ്യതയ്ക്കായി ജർമ്മനിയിൽനിന്നുള്ള അന്വേഷണവുമുണ്ട്. ആയിരത്തോളം പുട്ടുകുറ്റികളുടെ നിർമ്മാണമാണ് ലഭിച്ചിരിക്കുന്ന മറ്റൊരു ഓർഡർ. ഇതിനുപുറമെ, മുളകൊണ്ടുള്ള ഫർണീച്ചറുകളുടെ വിപണിയിലും ഏറെ പ്രതീക്ഷയാണ്. സമീപകാലത്ത് കണ്ണൂരിലെ ഒരു സ്കൂളിലേക്ക് ആവശ്യമായ മുഴുവൻ ഡെസ്കുകളും ബെഞ്ചുകളും മുള ഉപയോഗിച്ച് കോർപറേഷനാണ് നിർമ്മിച്ചുനൽകിയത്. കണ്ണൂർ വിമാനത്താവളത്തിൽ പന്ത്രണ്ടായിരം ചതുരശ്രയടിയിലധികം സ്ഥലത്ത് നല്ലളത്ത് നിർമ്മിച്ച ബാംബൂ ടൈലുകൾ ഉപയോഗിച്ചിട്ടുണ്ട്.

മുള കൊണ്ടുള്ള ഹട്ടുകളുടെയും മറ്റു കെട്ടിടങ്ങളുടെയും നിർമ്മാണം?

മുള ഉപയോഗിച്ച് ഹട്ടുകളും മറ്റു കെട്ടിടങ്ങളുമെല്ലാം കോർപറേഷൻ നിർമ്മിച്ചു വരുന്നു. ഇതിനായൊരു വിദഗ്ധസംഘവും കോർപറേഷനുണ്ട്. പത്തനംതിട്ട ജില്ലയിലെ അടവി, മലയാറ്റൂർ, കേരള ഫിഷറീസ് കോളേജ്, നിലമ്പൂർ, തേക്കടി എന്നിവിടങ്ങളിലെല്ലാം ഇത്തരത്തിലുള്ള നിർമ്മാണങ്ങൾ നടത്തിവരുന്നു. ചിലതെല്ലാം പൂർത്തിയായിക്കഴിഞ്ഞു. കോർപറേഷന്റെ പുനരുജ്ജീവനത്തിന് സംസ്ഥാന സർക്കാർ സ്വീകരിച്ചിട്ടുള്ള അനുഭാവപൂർണമായ നിലപാടും ഈ മേഖലയ്ക്ക് ഗുണകരമായിട്ടുണ്ട്.

ഇരുനൂറ്റമ്പതോളം ഫാക്ടറി ജീവനക്കാരുള്ള കോർപറേഷന്റെ നിലവിലെ വാർഷിക വിറ്റുവരവ് പന്ത്രണ്ടര കോടി രൂപയാണ്

തൊഴിലാളികളിൽനിന്ന് ശേഖരിച്ചും ഫാക്ടറികളിൽ നിർമ്മിച്ചും ബാംബൂ ടൈൽ, ബാംബൂ പ്ലൈ, ഫർണീച്ചറുകൾ, കുട്ട, വട്ടി, മുറം, കരകൗശലവസ്തുക്കൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം വിപണിയിൽ എത്തിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇരുനൂറ്റമ്പതോളം ഫാക്ടറി ജീവനക്കാരുള്ള കോർപറേഷന്റെ നിലവിലെ വാർഷിക വിറ്റുവരവ് പന്ത്രണ്ടര കോടി രൂപയാണ്.

നേരിടുന്ന വെല്ലുവിളികൾ

മുള, ഈറ്റ തുടങ്ങിയ അസംസ്കൃതവ

ബാംബൂ ടൈലിന്റെ ഉത്പാദ നവും വ്യത്യസ്തമല്ല. ഇപ്പോൾ പ്രതിമാസം മൂവാ യിരം ചതുരശ്രയടി ടൈൽ മാത്രമാണ് നല്ലളത്തെ ഉത്പാദനം. ചതുരശ്രയടിക്ക് 370 രൂപ നിരക്കിൽ കോർപറേഷൻ ഈടാക്കു മ്പോൾ 250–260 രൂപയുടെ ചൈനീസ് മുളന്തറയോടു കൾ വിപണിയിൽ ലഭ്യമാണ്.

സ്തുക്കൾ ആവശ്യത്തിന് ലഭ്യമല്ലാത്തതാണ് ബാംബൂ കോർപറേഷൻ നേരിടുന്ന ഏറ്റവും വലിയ വെല്ലുവിളി. ഇതുമൂലം ഫാക്ടറികളുടെ ഉത്പാദനക്ഷമത പൂർണമായും പ്രയോജനപ്പെ ടുത്താനോ ഉത്പാദനച്ചെലവ് കുറയ്ക്കാനോ സാധിക്കുന്നില്ല. ഓരോ മാസവും ബാംബൂ ബോർഡ് നിർമ്മാണത്തിനായി ഒരു ലക്ഷ ത്തോളം പനമ്പ് ആവശ്യമാണെങ്കിൽ കിട്ടുന്നത് പതിനയ്യായിരം എണ്ണം മാത്രമാണ്. ഇതുമൂലം ഫാക്ടറിയുടെ പ്രവർത്തനം ഒരു ഷിഫ്റ്റിലായി ചുരുങ്ങി. എന്നിട്ടും ആഴ്ചയിൽ അഞ്ചുദിവ സത്തെ പ്രവർത്തനത്തിനുള്ള പനമ്പേ ലഭി ക്കുന്നുള്ളൂ.

ബാംബൂ ടൈലിന്റെ ഉത്പാദനവും വ്യത്യസ്തമല്ല. ഇപ്പോൾ പ്രതിമാസം മൂവായിരം ചതുരശ്രയടി ടൈൽ മാത്രമാണ് നല്ലളത്തെ ഉത്പാദനം. ചതുരശ്രയടിക്ക് 370 രൂപ നിരക്കിൽ കോർപറേഷൻ ഈടാക്കുമ്പോൾ 250–260 രൂപ യുടെ ചൈനീസ് മുളന്തറയോടുകൾ വിപണി യിൽ ലഭ്യമാണ്. കൂടുതൽ അസംസ്കൃതവ സ്തുക്കൾ ശേഖരിക്കുകയും പ്രൊഡക്ടിവിറ്റി വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്താൽ മാത്രമെ ഉത്പാദ നച്ചെലവ് കുറയ്ക്കാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. മറ്റൊരു പ്രശ്നം ടൈൽ നിർമ്മാണത്തിന് ഉപ യോഗിക്കുന്ന യന്ത്രങ്ങളുടെ അപാകതയാണ്. ചൈനീസ് നിർമ്മിതമായ മെഷിനുകളാണ് നല്ല ളത്തെ ഫാക്ടറിയിൽ നിലവിലുള്ളത്. എന്നാൽ ഇവയെല്ലാം ചൈനയിൽ ലഭ്യമാകുന്ന മുളയ്ക്ക് അനുയോജ്യമായ രീതിയിൽ നിർമ്മിക്കപ്പെട്ട

യന്ത്രങ്ങളായതിനാൽ ഇവിടുത്തെ പ്രവർത്തനത്തിൽ ചെറിയ തോതിലുള്ള ബുദ്ധിമുട്ട് ഉണ്ടാകുന്നുണ്ട്.

ഈ മേഖലയിൽ ചുമത്തിയിട്ടുള്ള നികുതിയും മുളയുത്പന്നങ്ങളുടെ വിപണനരംഗത്ത് തിരിച്ചടിയായിരിക്കുകയാണ്. കമ്പോളത്തിൽ പ്ലൈവുഡുമായിട്ടാണ് ബാംബൂ ബോർഡിന്റെ മത്സരം. എന്നാൽ ജി.എസ്.ടി. വന്നതോടെ നേരത്തെ പ്ലൈവുഡുകൾക്ക് ഉണ്ടായിരുന്ന 28 ശതമാനം നികുതി 18 ശതമാനമായി കുറഞ്ഞു. അതേസമയം കെവാറ്റ് അഞ്ചു ശതമാനമായിരുന്ന ബാംബൂ ബോർഡിന്റെ ജിഎസ്ടി 18 ശതമാനമായി വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്തു. ബാംബൂ ടൈലിന്റെ നികുതിയാണെങ്കിൽ നേരത്തെയുണ്ടായിരുന്ന ആറുശതമാനത്തിൽനിന്നും 12 ശതമാനമായി ഉയർന്നു. ഇതെല്ലാം ബാംബൂ കോർപറേഷനെയും കേരളത്തിലെ മുളവ്യവസായത്തെയും പ്രതിസന്ധിയിൽ ആക്കിയിട്ടുണ്ട്.

പുതിയ പദ്ധതികൾ

ബാംബൂ കോർപറേഷന്റെ പ്രവർത്തനം ലാഭകരമാക്കുന്നതിനായി വിവിധ പദ്ധതികളാണ് ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പാക്കുന്നത്. ഇതിൽ ചില തെല്ലാം പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ചുകഴിഞ്ഞു. മറ്റു ചിലത് ദ്രുതഗതിയിലുള്ള നടപടിക്രമങ്ങളിലാണ്. രണ്ടുവർഷം മുൻപ് സംസ്ഥാന ബാംബൂ മിഷൻ മുഖേന ദേശീയ ബാംബൂ മിഷന് കോർപറേഷൻ 11 പദ്ധതികൾ സമർപ്പിച്ചിരുന്നു. ഇവയ്ക്കെല്ലാം അംഗീകാരം ലഭിച്ചതാണ് കോർപറേഷന് നേട്ടമായിരിക്കുന്നത്. മൊത്തം 25 കോടി രൂപ ചെലവുവരുന്ന പദ്ധതിയുടെ 50 ശതമാനം വിവിധ സർക്കാർ ഏജൻസികളും 50 ശതമാനം കോർപറേഷനുമാണ് ചെലവഴിക്കുക.

ഇതിന്റെ ഭാഗമായി സംസ്ഥാനത്തുടനീളം ഹൈ ഡെൻസിറ്റി ബാംബൂ പ്ലാന്റേഷനുകൾ ആരംഭിക്കും. കണ്ണൂരിൽ ആറളം ഫാമിലെ 750 ഏക്കറോളം സ്ഥലം ഏറ്റെടുത്തിരിക്കുന്നത് ഇതിനുവേണ്ടിയാണ്. ഇവിടെ ഉടൻ തന്നെ മുള തൈകൾ നട്ടുപിടിപ്പിക്കും. സമാനമായ രീതിയിൽ സംസ്ഥാനത്തിന്റെ മറ്റു ഭാഗങ്ങളിലും പ്ലാന്റേഷനുകൾ വരും. ഇതിനു ആവശ്യമായ നടീൽവസ്തുക്കളുടെ ഉത്പാദനത്തിന് നഴ്സറിയും തുടങ്ങും. ഇത്തരത്തിൽ അസംസ്കൃതവസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യത കൂട്ടിക്കൊണ്ട് ബാംബൂ ബോർഡിന്റെയും ടൈലിന്റെയും ഉത്പാദനം വർദ്ധിപ്പിക്കാനാണ് ശ്രമം. ഇതോടെ, ടൈലിന്റെ ഇപ്പോഴത്തെ ഉയർന്ന വില കുറയ്ക്കാനും വിപണിയിൽ കൂടുതൽ നേട്ടമുണ്ടാക്കാനും

ഈ മേഖലയിൽ ചുമത്തിയിട്ടുള്ള നികുതിയും മുളയുത്പന്നങ്ങളുടെ വിപണനരംഗത്ത് തിരിച്ചടിയായിരിക്കുകയാണ്. കമ്പോളത്തിൽ പ്ലൈവുഡുമായിട്ടാണ് ബാംബു ബോർഡിന്റെ മത്സരം. എന്നാൽ ജി.എസ്.ടി. വന്നതോടെ നേരത്തെ പ്ലൈവുഡുകൾക്ക് ഉണ്ടായിരുന്ന 28 ശതമാനം നികുതി 18 ശതമാനമായി കുറഞ്ഞു. അതേസമയം കെവാറ്റ് അഞ്ചു ശതമാനമായിരുന്ന ബാംബു ബോർഡിന്റെ ജിഎസ്ടി 18 ശതമാനമായി വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്തു.

സാധിക്കും.

ഇതോടൊപ്പം ക്രഷ്ഡ് ബാംബൂ ബോർഡ് എന്ന പുതിയ ഉത്പന്നവും വ്യാപകമായി നിർമ്മിക്കും. രണ്ടു പനമ്പുകൾക്കിടയിൽ ക്രഷ്ഡ് ബാംബൂ നിറച്ചുകൊണ്ടാണ് ഇവയുടെ നിർമ്മാണം. ഇതുമൂലം ബാംബൂ ബോർഡിന്റെ നിർമ്മാണത്തിന് വേണ്ടിവരുന്ന പനമ്പുകളുടെ എണ്ണം വൻതോതിൽ കുറയ്ക്കാൻ കഴിയുന്നതാണ്. അങ്ങനെ വരുമ്പോൾ കുറഞ്ഞ പനമ്പ് ഉപയോഗിച്ച് കൂടുതൽ ബോർഡുകൾ നിർമ്മിക്കാനാവും. ടൈലിന്റെ നിർമ്മാണത്തിനും ക്രഷ്ഡ് ബാംബൂ ബോർഡ് ഉപയോഗിക്കാം. മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളിലും വൻഡിമാൻഡുള്ള ഉത്പന്നമാണ് ക്രഷ്ഡ് ബാംബൂ ബോർഡ്.

ഇതിനു സമാന്തരമായി പരമ്പരാഗതമേഖലയിൽനിന്നും ഇപ്പോൾ എത്തുന്ന പനമ്പുകളുടെ എണ്ണം വർദ്ധിപ്പിക്കാനുള്ള നടപടികളും പുരോഗമിക്കുകയാണ്. അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ കൂടുതൽ ലഭ്യമാകുമ്പോൾ തന്നെ പനമ്പ് ഉത്പാദനം കൂടും. ഇതോടൊപ്പം, പുതിയ പദ്ധതിയുടെ ഭാഗമായി 15 യന്ത്രവത്കൃത പനമ്പ് നെയ്ത്തുകേന്ദ്രങ്ങളും സ്ഥാപിച്ചുവരികയാണ്. ഇതുവഴി കൂടുതൽ തൊഴിലാളികളെ ഈ രംഗത്തേക്ക് ആകർഷിക്കാൻ കഴിയുമെന്നും കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു.

മറ്റൊന്ന്, റൂഫിംഗ് ഷീറ്റുകൾ എന്ന നിലയിൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന കൊറുഗേറ്റഡ് ഷീറ്റുകളുടെ നിർമ്മാണമാണ്. പനമ്പിന്റെ എണ്ണം

സുലഭമായാൽ കൊറുഗേറ്റഡ് ഷീറ്റ് ഉത്പാദനവും യാഥാർത്ഥ്യമാകും. അങ്കമാലിയിലെ ഫാക്ടറിയിൽ നിലവിലെ സംവിധാനങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചു തന്നെ ഇവ നിർമ്മിക്കാം എന്നതാണ് മറ്റൊരു പ്രത്യേകത. കേന്ദ്രസർക്കാർ സ്ഥാപനമായ ഇന്ത്യൻ പ്ലൈവുഡ് റിസർച്ച് ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടിന്റെ സാങ്കേതികസഹായത്തോടെയാവും ഇത് യാഥാർത്ഥ്യമാക്കുക. 7.8 കോടിരൂപയാണ് ഇതിനായി അനുവദിച്ചിരിക്കുന്നത്. റെയിൽവെയിലും മറ്റും ഇതിനു വൻതോതിലുള്ള ഓർഡറുണ്ട്.

ടൈലിന്റെ നിർമ്മാണത്തിനും ക്രഷ്ഡ് ബാംബൂ ബോർഡ് ഉപയോഗിക്കാം. മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളിലും വൻഡിമാൻഡുള്ള ഉത്പന്നമാണ് ക്രഷ്ഡ് ബാംബൂ ബോർഡ്.

കൂടാതെ മാനന്തവാടിയിൽ ചന്ദനത്തിരി സ്റ്റിക്ക് നിർമ്മാണത്തിനായുള്ള യൂണിറ്റും സ്ഥാപിക്കും. ബംഗലൂരുവിൽനിന്നും ഇതിന് ആവശ്യമായ യന്ത്രങ്ങൾ എത്തിക്കാനാണ് പദ്ധതി. ഇപ്പോൾ ചൈനയിൽനിന്നും മറ്റുമാണ് പല കമ്പനികളും ഇവ വാങ്ങുന്നത്. തൊഴിലാളികൾക്ക് വിദഗ്ധപരിശീലനം നൽകാനുള്ള കേന്ദ്രങ്ങൾ കരകൗശലവസ്തുക്കളുടെ വൈവിധ്യവത്കരണം, പുതിയ ബാംബൂ ഡിപ്പോകൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം കേരള ബാംബൂ കോർപറേഷൻ നടപ്പാക്കാൻ പോകുന്ന വിവിധ പദ്ധതികളാണ്.

സുധീർ ബാബു

sKmdnÃ amÀ ¡ äÀ F ¶ Hfnt] mcmfn

ജെ. കോൺറാഡ് ലെവിൻസൻ പറഞ്ഞ ചെറിയൊരു കഥയാണ്.

നിർഭാഗ്യവാനായിരുന്ന ഒരു ബുക്ക്സ്റ്റോർ ഉടമ ഉണ്ടായിരുന്നു. അയാളുടെ നിർഭാഗ്യം എന്തായിരുന്നു എന്നു വെച്ചാൽ വലിയ രണ്ട് ബുക്ക് സ്റോറുകൾക്കിടയിലായിരുന്നു അയാളുടെ കട. ഒരു ദിവസം നമ്മുടെ ചെറിയ കടയുടമസ്ഥൻ കടയിലെത്തിയപ്പോൾ കാണുന്നത് അയാളുടെ വലതു വശത്തുള്ള കടയിൽ തൂങ്ങുന്ന വലിയൊരു ബാനറായിരുന്നു. “വാർഷിക വില്പന 50% വിലക്കുറവിൽ.” ആ നിർഭാഗ്യവാന്റെ കടയുടെ മുൻഭാഗം മുഴുവൻ ആ വലിയ ബാനർ കവർന്നെടുത്തിരുന്നു.

അപ്പോഴതാ മറ്റൊരു ഗുലുമാൽ കൂടി. ഇടത് ഭാഗത്തുള്ള എതിരാളി മറ്റേ കടക്കാരന്റെ ബാനറിനെക്കാൾ വലുപ്പമുള്ള മറ്റൊരു ബാനർ വലിച്ചു കെട്ടുന്നു “വിപുലമായ കട കാലിയാക്കൽ വില്പന 60% വിലക്കുറവിൽ.” രണ്ട് ബാനറും കൂടി നമ്മുടെ ചെറിയ കടക്കാരന്റെ കടയുടെ മുൻഭാഗം മുഴുവൻ അപഹരിച്ചു. നിർഭാഗ്യവാനായ ആ ചെറുകിട ബിസിനസുകാരൻ ഈ ഭീമന്മാരുടെ മത്സരത്തിനിടയിൽ എന്ത് ചെയ്യാൻ?

അയാളുടെ ഭാവന ഉണർന്നു . അയാൾ തന്റെ കൊച്ചു കടയെ മറച്ചു നിന്ന മറ്റ് ബാനറുകൾക്ക് മുന്നിലായി ഒരു ചെറിയ ബാനർ വെച്ചു. അതിൽ

വളരെ ലളിതമായി ഇങ്ങനെ എഴുതിയിരുന്നു.

"പ്രധാന പ്രവേശന കവാടം"

നമ്മുടെ ഈ കൊച്ചു കടക്കാരനാണ് യഥാർത്ഥ ഗൊറില്ലമാർക്കറ്റർ. തന്റെ ചുറ്റുമുള്ള ഭീമന്മാരോട് പൊരുതാൻ ധനബലം ഇല്ലാത്ത അയാൾ പ്രയോഗിച്ചത് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന ബ്രഹ്മാസ്ത്രമാണ്.

കയ്യിൽ ആവശ്യത്തിന് പണമില്ല പക്ഷേ മാർക്കറ്റ് ചെയ്യണം

എങ്ങിനെ? ചെറുകിട ക്കാർക്ക് മാർക്കറ്റിംഗ് വലിയൊരു കടമ്പ തന്നെയാണ്. മാർക്കറ്റിംഗിന് ശോഷിച്ച ബജറ്റ് മാത്രം ഉള്ള അവർ എങ്ങിനെ തങ്ങളുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് മുന്നി ലെത്തിക്കും. പരമ്പരാഗതമായ മാർക്കറ്റിംഗ് രീതികൾ അവലംബിക്കുവാനുള്ള സാമ്പത്തിക ശേഷി ചെറുകിട ക്കാർക്കില്ല. പത്രപരസ്യങ്ങളോ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളോ ആലോചിക്കുവാൻ കൂടി വയ്യ.

വമ്പൻ കോർപ്പറേറ്റുകൾ നിറഞ്ഞ മടിശീലയുമായി രംഗം വാഴുകയാണ്. പരസ്യങ്ങൾക്കായി പണം വലിച്ചെറിയുവാൻ അവർക്ക് മടിയില്ല. പരമ്പരാഗതമായ എല്ലാ മാർഗ്ഗങ്ങളും അവർ ഉപയോഗിക്കുന്നു പത്ര ടെലിവിഷൻ റേഡിയോ മാധ്യമങ്ങൾ എല്ലാം തന്നെ അവരുടെ പരസ്യങ്ങൾ കൊണ്ട് നിറഞ്ഞിരിക്കുന്നു. ഇതിൽ എവിടെയാണ് ചെറുകിടക്കാർക്ക് നിരന്തരം പരസ്യങ്ങൾ നല്കുവാൻ കഴിയുക. വലുപ്പമുള്ള പോക്കറ്റുകളുള്ള വമ്പൻ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കല്ലാതെ ഇത്തരം പരസ്യങ്ങളെക്കുറിച്ച് ചിന്തിക്ക കൂടി വയ്യ.

ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ്

സാധാരണക്കാരനായ, ചെറുകിട കച്ചവടക്കാരന്റെ ആയുധമാണ് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ്. ഭീമന്മാർ ഭാരമുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് ആയുധങ്ങൾ പ്രയോഗിക്കുമ്പോൾ ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റർ പ്രയോഗിക്കുന്നത് മൃദുവായ മാർക്കറ്റിംഗ് ആയുധങ്ങളാണ്. ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റർ മാർക്കറ്റിങ്ങിൽ പണം എത്ര കുറയ്ക്കാൻ പറ്റും എന്നല്ല ചിന്തിക്കുന്നത് മറിച്ച് പണം എങ്ങിനെ പാഴാക്കാതിരിക്കാം എന്നതിനെക്കുറിച്ചാണ്.

ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിൽ പണമല്ല നിക്ഷേപം. ഇവിടത്തെ നിക്ഷേപങ്ങൾ സമയം, ഊർജ്ജം, സർഗ്ഗാത്മകത, ഭാവന എന്നിവയാണ്. നിങ്ങളുടെ കയ്യിൽ ഇവയുണ്ടോ എങ്കിൽ ഏറ്റവും ചുരുങ്ങിയ ചിലവിൽ എങ്ങിനെ മാർക്കറ്റ് ചെയ്യാം എന്നതിന് ഉത്തരമായി. ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് പണമില്ലാതെ ചെയ്യുവാൻ സാധിക്കുകയില്ല. അതിനായുള്ള മൂലധനം നമ്മുടെ കയ്യിൽ ആവശ്യമാണ്. പക്ഷേ ഉള്ള പണം പാഴാകാതെ മികച്ച രീതിയിൽ ചിലവഴിച്ചു കൊണ്ട് വളരെ കൂടുതൽ പ്രയോജനം എങ്ങിനെ നേടിയെടുക്കാം എന്നതാണ് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ ലക്ഷ്യം.

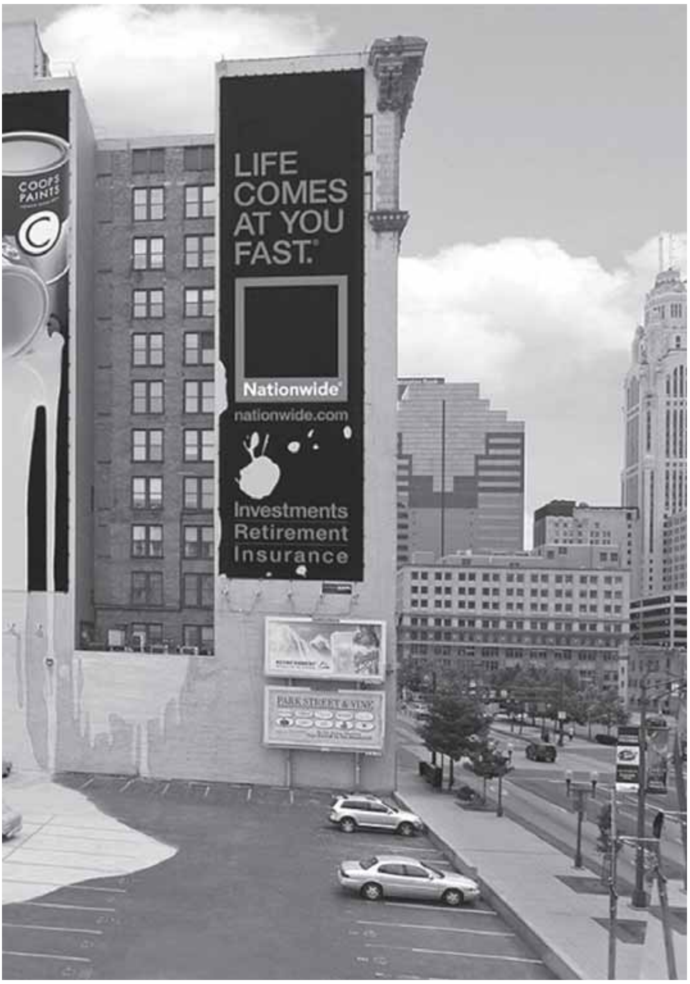
ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് ലാഭത്തെ ലക്ഷ്യമിടുന്നു

വലിയ പരസ്യങ്ങൾ നിരന്തരം ചെയ്യുക. എന്നിട്ട് എത്ര പേർ തങ്ങളുടെ ഷോപ്പ് സന്ദർശിക്കുന്നു, എത്രപേർ വെബ്സൈറ്റ് ഹിറ്റ് ചെയ്യുന്നു, എത്രപേർ സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ പ്രതികരിക്കുന്നു എന്ന വിശകലന രീതികളിൽ പരമ്പരാഗത മാർക്കറ്റിംഗ് ശ്രദ്ധയൂന്നുമ്പോൾ ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ ശ്രദ്ധ ഒന്നിൽ മാത്രമാണ് "ലാഭത്തിൽ." മാർക്കറ്റിംഗ് വിജയകരമാണോ എങ്കിൽ അതിന്റെ ഫലം ലാഭത്തിൽ കാണണം. ലാഭത്തിന്റെ വലുപ്പമാണ് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ വിജയം. അതല്ല മാർക്കറ്റിംഗ് അത്തരമൊരു ലാഭം നൽകുന്നില്ലേ? എങ്കിൽ അത് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് അല്ല തന്നെ.

ഉപഭോക്താവ് ജീവിതകാലം മുഴുവനുമുള്ള കൂട്ടുകാരനാണ്

ഇത് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ ആപ്തവാക്യമാണ്. ഒരിക്കൽ ഒരു ഉപഭോക്താവിനെ ലഭിച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ അയാളെ നിലനിർത്തുക നല്ല മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രമാണ്. ആ ഉപഭോക്താവ് സ്ഥിരം ഉപഭോക്താവായി മാറുന്നു അയാളിലൂടെ മറ്റ് ഉപഭോക്താക്കൾ കടന്നു വരുന്നു. മാർക്കറ്റിംഗ് സർക്കിളിന്

ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് വലിയ പ്രാധാന്യമാണ് നൽകുന്നത്. പരമ്പരാഗത മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കുവാൻ മാത്രം നിരന്തരം ശ്രദ്ധ ചെലുത്തുമ്പോൾ ഗൊറില്ല മാർക്കിറ്റിംഗ് രണ്ടിലും ഒരേസമയം ശ്രദ്ധയൂന്നുന്നു.



ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ തത്വശാസ്ത്രം

നിരന്തരമായ പരസ്യങ്ങൾ ഇല്ലെങ്കിൽ നിങ്ങളുടെ ഉത്പന്നം ആളുകളുടെ ശ്രദ്ധയിൽ പെടുകയില്ല. പത്ര പരസ്യങ്ങളുടെ ആയുസ്സുകൾ കേവലം ഒരു ദിവസം മാത്രമാണ്. ദിവസവും വലിയ വലിയ പരസ്യങ്ങൾ മാധ്യമങ്ങളിൽ വരുത്തുക ചെറിയ കളിയല്ല. പോക്കറ്റിന് അസാധാരണ വലുപ്പമുള്ള വൻകിടക്കാർക്ക് അതൊരു വിഷയമല്ല. എന്നാൽ ശുഷ്ക്കമായ പോക്കറ്റുള്ള സാധാരണ കച്ചവടക്കാർ എന്ത് ചെയ്യും.

ഒരു ദിവസം അര പേജ് പത്രപരസ്യം കൊടുക്കുന്ന പണമുണ്ടെങ്കിൽ ഒരു മാസം തുടർച്ചയായി ചെറിയ പരസ്യങ്ങൾ പത്രങ്ങൾക്ക് നല്കാം. ഒരു ദിവസം മാത്രം വരുന്ന പരസ്യത്തിനേക്കാൾ കൂടുതൽ പ്രയോജനം കിട്ടുക നിരന്തരമായ ചെറിയ പരസ്യങ്ങൾക്കായിരിക്കും. കൂടുതൽ തവണ ആവർത്തിക്കുന്ന ചെറിയ പരസ്യങ്ങൾ കൂടുതൽ ഫലവത്താണ്.

ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളെക്കുറിച്ച് ചെറുകിടക്കച്ചവടക്കാർക്ക് ആലോചിക്കുവാൻ കൂടി വയ്യ. പണം ചൊരിയാതെ പ്രധാനപ്പെട്ട ചാനലുകളിൽ പരസ്യം ചെയ്യുക അസാദ്ധ്യം. എന്നാൽ മുഖ്യ ചാനലുകളിൽ നിന്നുമകന്ന് പ്രാദേശിക കേബിൾ ടിവികളിൽ പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യുന്നത് ചെറുകിടക്കാർക്ക് ഗുണം ചെയ്യും. വലിയ പണചിലവില്ലാതെ തന്നെ ഇത് നിരന്തരമായി നല്കുവാൻ സാധിക്കും.

വലിയ കമ്പനികൾ ബ്രോഡ് കാസ്റ്റിംഗ് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് നാരോകാസ്റ്റിംഗ്, മൈക്രോകാസ്റ്റിംഗ്, നാനോകാസ്റ്റിംഗ് എന്നിവയെ ആശ്രയിക്കുന്നു. അതായത് വലിയ കമ്പനികൾ വലിയ ഗ്രൂപ്പുകളെ ലക്ഷ്യം വെക്കുന്നു. എന്നാൽ ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് ചെറിയ ഗ്രൂപ്പുകളാണ് മികച്ചത് എന്ന തത്വശാസ്ത്രത്തിൽ വിശ്വസിക്കുന്നു.

നിങ്ങൾ ഒരു പ്രധാന ടിവി ചാനലിൽ പരസ്യം നൽകുന്നു എന്ന് കരുതുക. അത് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റിംഗ് ആണ്. നിങ്ങൾ സ്ത്രീകൾക്ക് മാത്രമായുള്ള ഒരു കേബിൾ ചാനലിൽ പരസ്യം നല്കുന്നു എങ്കിൽ അതിനെ നാരോകാസ്റ്റിംഗ് എന്ന് വിളിക്കാം. സ്ത്രീകളുടെ സൗന്ദര്യത്തെ സംബന്ധിച്ച ഒരു കേബിൾ ടിവി പ്രോഗ്രാമിൽ പരസ്യം നല്കുന്നുവെങ്കിൽ അതിനെ നമുക്ക് മൈക്രോകാസ്റ്റിംഗ് എന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കാം. ഇനി സ്ത്രീകളുടെ തൊലി രോഗങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള ഒരു പ്രോഗ്രാമിൽ പരസ്യം ചെയ്യുന്നു എങ്കിൽ അത് നാനോകാസ്റ്റിംഗ് ആയി മാറും. ഗ്രൂപ്പ് എത്ര ചെറുതാണോ അത്രമാത്രം ഫോക്കസ് ആകും മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് വിശ്വസിക്കുന്നു.

ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് വ്യത്യസ്തമാണ്

പരമ്പരാഗത മാർക്കറ്റിംഗ് രീതികളിൽ നിന്നും തികച്ചും വിഭിന്നമാണ് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ്. ബജറ്റ് വളരെ കുറവാണ്. പണം ഒട്ടും പാഴാക്കാനില്ല. എന്നാലോ ചെയ്യുന്നതിൽ നിന്നും മികച്ച ഫലം ലഭിക്കുകയും വേണം. ഇവിടെ വ്യത്യസ്തമായി ചിന്തിച്ചേ തീരൂ. കുറഞ്ഞ ചിലവിൽ മാർക്കറ്റിംഗ് നടന്നേ തീരൂ.

അത് കൊണ്ട് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് എല്ലാ സങ്കേതങ്ങളും ഉപയോഗിക്കുന്നു. എല്ലാ വശങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള ആക്രമണമാണ് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ്. ഒന്നോ രണ്ടോ മാർഗ്ഗങ്ങൾ

ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ ഏഴ് പടവുകൾ

1. മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ ഉദ്ദേശം നിശ്ചയിക്കുക

എന്താണ് തന്റെ മാർക്കറ്റിംഗ് കൊണ്ട് താൻ ലക്ഷ്യം വെക്കുന്നത്? എന്ന് മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിക്കണം. തന്റെ ഷോപ്പിലേക്ക് കൂടുതൽ ആളുകളെ ആകർഷിക്കുവാനാണോ? തന്റെ ടോൾ ഫ്രീ നമ്പറിലേക്ക് വിളിപ്പിക്കുകയാണോ? അതോ തന്റെ വെബ്സൈറ്റിലേക്ക് കൂടുതൽ ട്രാഫിക് കൊണ്ടു വരാനാണോ? എന്താണ് ഉദ്ദേശം എന്ന് നിർവചിച്ച് അതിനനുസൃതമായി വേണം മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രം രൂപപ്പെടുത്താൻ.

2. എങ്ങിനെയാണ് നിങ്ങളുടെ ഉദ്ദേശം നിറവേറ്റുവാൻ പോകുന്നത്?

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭിക്കുന്ന പ്രയോജനങ്ങളും മറ്റ് എതിരാളികളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ തന്റെ ഉത്പ്പന്നങ്ങൾക്കുള്ള

മാത്രമല്ല ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. നൂറുകണക്കിന് സങ്കേതങ്ങളാണ്. പല തലങ്ങളിൽ, പല വശങ്ങളിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവിനെ സമീപിക്കുകയാണ് ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് ചെയ്യുന്നത്. ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് സംസാരിക്കുന്നത് ഉപഭോക്താവിനെ കുറിച്ചാണ്. ഉപഭോക്താവിന് അറിയേണ്ടത് തനിക്ക് എന്ത് ലഭിക്കും എന്നതാണ്. അത് കൃത്യമായി സംവേദിക്കുവാൻ ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിന് കഴിയണം.

ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗിൽ സർഗ്ഗാത്മകതയ്ക്കാണ് പ്രാധാന്യം. നിങ്ങളുടെ ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രം നിങ്ങൾ നടപ്പിൽ വരുത്തുമ്പോൾ അത് നിങ്ങൾക്ക് വലിയ ലാഭം നൽകുന്നുണ്ടോ. ഉണ്ടെങ്കിൽ അതാണ് മികച്ച സർഗ്ഗാത്മകത. എന്നാൽ ആ തന്ത്രം നിങ്ങൾക്ക് ലാഭം കൊണ്ടു വരുന്നില്ലായെങ്കിൽ അതിനെ നമുക്ക് സർഗ്ഗാത്മകമായ ഒന്നായി കാണുവാൻ സാധിക്കുകയില്ല.

മേന്മകളുംസംവേദിക്കുവാൻ സാധിക്കണം.

3. നിങ്ങൾ ലക്ഷ്യം വെക്കുന്ന മാർക്കറ്റ് ഏതാണ്?

ഉത്പന്നം പൊസിഷൻ ചെയ്യുന്നത് ഏറ്റവും പ്രാധാന്യമുള്ള പ്രവർത്തിയാണ്. ആരാണ് നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കൾ എന്ന് കൃത്യമായി നിർവചിച്ച് അവരെ ലക്ഷ്യം വെക്കുന്ന തന്ത്രങ്ങളാകും വിജയം കൈവരിക്കുക. നിങ്ങളുടെ മാർക്കറ്റ് എതാണ് എന്ന വ്യക്തമായ ധാരണ ഉണ്ടാകുകയും അതിനനുസരിച്ച് മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്.

4. ഏതൊക്കെ മാർക്കറ്റിംഗ് ആയുധങ്ങളാണ് ഉപയോഗിക്കുവാൻ പോകുന്നത്?

വിവിധങ്ങളായ സങ്കേതങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാം. ഇത് നിശ്ചയിക്കുന്നത് പോക്കറ്റിന്റെ കനം അനുസരിച്ചാണ്. തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന ആയുധങ്ങൾ അതീവ ശ്രദ്ധയോടെ ഉപയോഗിക്കണം. ഉപഭോക്താക്കളുടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റുന്ന രീതിയിൽ സർഗ്ഗാത്മകമായി വേണം ഇത്തരം ആയുധങ്ങളെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുവാൻ.

5. മാർക്കറ്റിൽ നിങ്ങളുടെ പ്രത്യേക ഇടം ഏതാണ്? എന്തിന് വേണ്ടിയാണ് നിങ്ങൾ നിലകൊള്ളുന്നത്?

തന്റെ "നിഷ് മാർക്കറ്റ്" കണ്ടെത്താൻ കഴിയണം. ഉപഭോക്താവിന്റെ എന്ത് പ്രശ്നമാണ് താൻ അഭിസംബോധന ചെയ്യുന്നത് എന്ന വ്യക്തമായ ധാരണയും നിങ്ങൾക്കുണ്ടാവണം. താൻ എന്തിന് വേണ്ടി നിലകൊള്ളുന്നുവോ അത് ഉപഭോക്താവിനെ

ബോദ്ധ്യപ്പെടുത്തുവാൻ നിങ്ങൾക്കാവണം.

6. നിങ്ങളുടെ ബിസിനസിനെ എങ്ങിനെ തിരിച്ചറിയാം?

ബിസിനസിന്റെ "ഐഡന്റിറ്റി" വളരെ പ്രാധാന്യമർഹിക്കുന്നു. എങ്ങിനെ ഉപഭോക്താക്കൾ നിങ്ങളുടെ ബിസിനസിനെ തിരിച്ചറിയും. എന്തൊക്കെ വ്യത്യസ്തതകളാണ്, സങ്കേതങ്ങളാണ് അതിനായി ഉപയോഗിക്കുക.

7. നിങ്ങളുടെ ബജറ്റ്

എത്ര പണമാണ് മാർക്കറ്റിംഗിനായി ചിലവഴിക്കുവാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. അത് മുൻകൂട്ടി കണക്കുകൂട്ടുന്ന മൊത്ത വരുമാനത്തിന്റെ ഒരു നിശ്ചിത ശതമാനമായി നിശ്ചയിക്കുക. കൃത്യമായ ഒരു ബജറ്റ് മാർക്കറ്റിംഗ് എങ്ങനെ വേണം എന്നതിനെക്കുറിച്ച് വ്യക്തമായ ഒരു ഉൾക്കാഴ്ച നല്കും.

പ്രതിബദ്ധത

നിങ്ങളുടെ മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളിൽ നിങ്ങളുടെ പ്രതിബദ്ധത എന്താണ്? നിങ്ങൾ അതിൽ ഉറച്ചു നിൽക്കുന്നുണ്ടോ? അതല്ല കുറച്ച് നാൾ ഒരു തന്ത്രം പരീക്ഷിക്കുന്നു. അതിൽ നിന്നും പെട്ടെന്ന് ഫലം ലഭിക്കാതെ വരുമ്പോൾ അത് മാറ്റി മറ്റൊരു തന്ത്രം മെനയുന്നു. ഈ രീതി മികച്ച ഫലം നല്കും എന്ന് നിങ്ങൾ വിശ്വസിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിൽ നിങ്ങൾക്കു തെറ്റി.

മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങളുടെ ഫലപ്രാപ്തി അതിൽ നിങ്ങൾക്കുള്ള പ്രതിബദ്ധതയാണ്. ഒരൊറ്റ രാത്രി കൊണ്ട് ഒരു തന്ത്രവും വിജയം കാണുന്നില്ല. ക്ഷമയോടുള്ള കാത്തിരിപ്പും വിശ്വാസവും ആവശ്യമാണ്. ഒരു തന്ത്രം പരീക്ഷിച്ചാൽ അതിൽ വിശ്വസിച്ച് കാത്തിരിക്കുവാനുള്ള പ്രതിബദ്ധതയാണ് മാർക്കറ്റിംഗിൽ വിജയം നൽകുന്നത്. നടപ്പിൽ വരുത്തിയ തന്ത്രം ദീർഘകാലം തുടർച്ചയായി മുന്നോട്ട് കൊണ്ടുപോകുവാനുള്ള മാനസികമായ തയ്യാറെടുപ്പ് ആവശ്യമുണ്ട്.

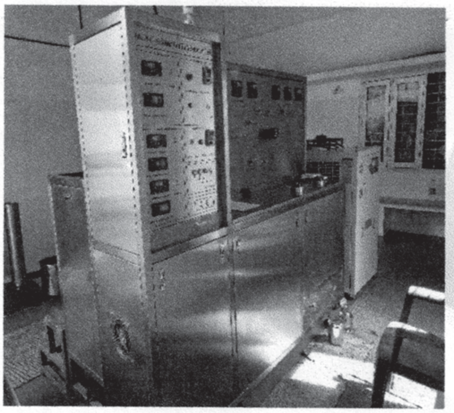
ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് കൃത്യമായ, വ്യക്തമായ ഒരു പ്ലാനോടു കൂടിയാവണം

ആരംഭിക്കേണ്ടത്. ആവർത്തനമാണ് മാർക്കറ്റിംഗിൽ ഫലം ഉറപ്പുവരുത്തുന്നത്. ആവർത്തനമാണ് ഏറ്റവും പ്രാധാന്യം. നിങ്ങൾ വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്ന പ്രയോജനങ്ങൾ ഉപഭോക്താവ് കണ്ടു കൊണ്ടേയിരിക്കണം. ഒരു ദിവസം പരസ്യം നല്കി പിന്നീട് ആറു മാസത്തിന് ശേഷം മറ്റൊരു പരസ്യം. ഇത് വിജയം കാണില്ല. ഉപഭോക്താവിന്റെ തലച്ചോറിൽ തങ്ങളുടെ ഉത്പന്നം പ്രതിഷ്ഠിക്കണം എന്നുണ്ടെങ്കിൽ നിരന്തരമായ സംവേദനം ഉപഭോക്താക്കളുമായി ആവശ്യമാണ്.

നിങ്ങൾക്ക് ഒരു ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റർ ആകാം. വേണ്ടത് സർഗ്ഗാത്മകതയാണ്. ഭീമൻ കമ്പനികൾ പണം വാരി വിതറി മാർക്കറ്റിംഗ് ചെയ്യുമ്പോൾ അവർക്കിടയിൽ സർഗ്ഗാത്മകതയിലൂടെ വിജയം കണ്ടെത്താം. ചെയ്യുന്നത് വ്യത്യസ്തമായി ചെയ്യുക എന്നതാണ് തന്ത്രം. ആളുകളുടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റുന്ന മാർക്കറ്റിംഗ് രീതികൾ പരീക്ഷിക്കാം. ഇവിടെ ഭാവനയാണ് ഏറ്റവും ചിലവേറിയ വസ്തു. അമുലിന്റെ പരസ്യങ്ങൾ നോക്കുക. സമകാലിക സാമൂഹ്യ സംഭവങ്ങളെ കോർത്തിണക്കിക്കൊണ്ടുള്ള പരസ്യങ്ങൾ. അവ ജനങ്ങൾക്ക് പെട്ടെന്ന് മനസിലാകും. അവർക്ക് മനസിലാകുന്ന ഭാഷയിലൂടെ തങ്ങളുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ ജനഹൃദയങ്ങളിലേക്ക് പതിപ്പിക്കുന്ന തന്ത്രമാണ് അവർ ചെയ്യുന്നത്.

നമ്മുടെ ഭാവന ഉണരട്ടെ. പണം പാഴാക്കാതെ മാർക്കറ്റിംഗ് ചെയ്യുവാനുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ ഉരുത്തിരിയട്ടെ. വലിയ എതിരാളികളുമായി മല്ലിടുമ്പോൾ അതീവ ശ്രദ്ധയോടുള്ള ഗൊറില്ലാ യുദ്ധം പോലെയുള്ള ഒളിയാക്രമണങ്ങളാണ് നല്ലത്. ഭാവനയും സർഗാത്മകതയും സമ്മേളിക്കുമ്പോൾ അതിശക്തമായ മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ ഉടലെടുക്കും. മാർക്കറ്റിംഗ് ചെയ്യാൻ പണമില്ല എന്ന് വിഷമിച്ചിരിക്കുവാൻ വരട്ടെ. ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് തന്ത്രങ്ങൾ പഠിക്കുക. അവ പ്രയോഗിക്കുക. ഒരു തവണയല്ല നിരന്തരമായി ക്ഷമയോടെ. വൈറൽ ആകുന്ന ഒരു സാമൂഹ്യ മാധ്യമ പോസ്റ്റ് അല്ലെങ്കിൽ ഒരു വീഡിയോ മതി നിങ്ങളുടെ ജീവിതം മാറ്റി മറിക്കാൻ. ലക്ഷ്യത്തിലെത്താൻ പുതിയ മാർഗ്ഗങ്ങൾ തേടാൻ തയ്യാറെങ്കിൽ ഗൊറില്ല മാർക്കറ്റിംഗ് നിങ്ങളെ ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് കൈപിടിച്ചു നടത്തും.

Naturesprime Organics Private Limited



Our own product range of Organic certified

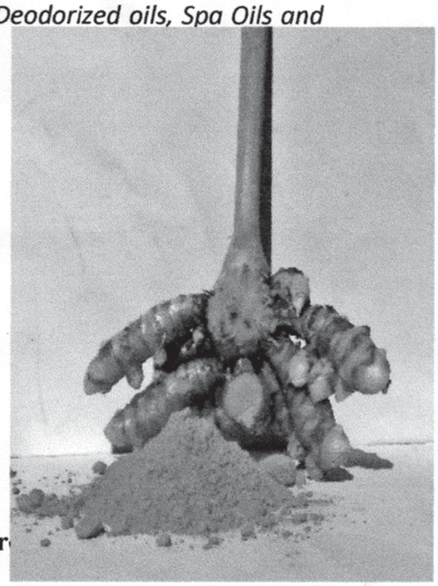
- Essential oils and CO_2 select oils.
- Oleo resins and Total extracts.
- Food additives and Colors.
- Fragrances and Perfumery grade essential oils.

At Naturesprime Organics we offer consultancy services for companies who looks to set up their own Agri business embracing green technologies. Our expertise spans the following areas

- *Organic Cultivation and implementation along with maintenance plans.*
- *Consultation and implementation of various extraction technologies, including steam, solvent and SCFE.*
- *Processing and manufacturing of Essential Oils, Oleoresins, Deodorized oils, Spa Oils and Raw spices and Herbs.*
- *Organic Process development and training.*
- *Product development and optimization.*
- *Aquaculture, Dairy farming and Ecotourism projects.*

For details please contact

Naturesprime Organics Pvt Ltd;
Room No: 3/247 J; First floor ; Parapully Building;
Pattikkad; Thrissur;Kerala
Ph No: +91-9544737121; +91-9995675165
Email: info@naturesprimeorganic.com
processing and sales of Organic raw spices, essential oils and oleor
PRODUCTIVITY; PURITY; PUNTUALITY; PERMEABILITY



ആർ. ഹേലി

ഭക്ഷ്യ സംസ്കരണ രംഗത്ത് നേട്ടം കൊയ്യാൻ

വാഴകൃഷി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കണം

കാർഷിക വിഭവങ്ങളുടെ ഉല്പാദനത്തിൽ ലോകത്തിലെ രണ്ടാം സ്ഥാനം ഭാരതം നേടിയിരിക്കുന്നു എന്നത് സന്തോഷകരമായ വാർത്തയാണ്.. ഭക്ഷ്യധാന്യ രംഗത്ത് സ്വാതന്ത്ര്യാനന്തരം ഇന്ത്യ നേടിയിരിക്കുന്ന അഭൂതപൂർവ്വമായ നേട്ടത്തെക്കുറിച്ച് ഈ പംക്തിയിൽ ഇതിനകം തന്നെ പ്രതിപാദിച്ചു കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ഭാരതം നിർണായകമായ പുരോഗതി നേടിയിട്ടുള്ള മറ്റൊരു രംഗമാണ് പഴം പച്ചക്കറി ഉല്പാദനമേഖല. ഈ മേഖലയിലും ലോകത്ത് രണ്ടാം സ്ഥാനം ഇന്ത്യക്കുതന്നെ.

പഴങ്ങളുടെ കാര്യമെടുക്കുമ്പോൾ ഇന്ത്യയിൽ സർവ്വ വിഭാഗങ്ങളിലും പെട്ട ജനതയുടെ പ്രിയപ്പെട്ട പഴം വാഴപ്പഴം തന്നെയാണ്. ഇന്ത്യ മാത്രമല്ല എല്ലാ ഉഷ്ണമേഖലാ രാജ്യങ്ങളിലും ജനങ്ങളെയാകെ സംതൃപ്തരാക്കുന്ന പഴമെന്ന സ്ഥാനവും ഇതിനുതന്നെ. ഇന്ത്യയിൽ പഴമെന്ന രീതിയിലും നിരവധി പാചകവിഭവങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുന്നതിനും മാത്രമല്ല ഔഷധ നിർമാണത്തിനും വ്യവസായത്തിനും വരെ വാഴയ്ക്ക് സ്ഥാനമുണ്ട്. ഇത്തരമൊരു മഹനീയ സ്ഥാനം ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള പ്രധാനപ്പെട്ട കാരണം വൈവിധ്യമാർന്ന ഇന്ത്യൻ കാലാവസ്ഥകളിൽ മണ്ണിനോടും ഈർപ്പത്തോടും യോജിച്ച് വളരുന്ന ഒട്ടനവധി വാഴയിനങ്ങൾ നമുക്കുള്ളതാണ്. ഇതുകാരണം 365 ദിവസവും രാജ്യത്തിലെ എല്ലാ വിപണികളിലും ലഭിക്കുന്നൊരു പഴമായി വാഴപ്പഴം രൂപപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും കൂടുതൽ സ്ഥലത്ത് വാഴകൃഷി ചെയ്യുന്ന രാഷ്ട്രം ഭാരതമാണെന്നാണ് നാം അവകാശപ്പെടുന്നത്. ആഗോള സ്ഥിതിവിവരക്കണക്കുകളനുസരിച്ച് മൊത്തം വാഴ ഉല്പാദനത്തിന്റെ 29% വും ഭാരതത്തിന്റേതാണെന്നാണ് കാണുന്നത്. ഭാരതത്തിന്റെ ആഭ്യന്തര വിപണിയിൽ വാഴയ്ക്ക് വമ്പിച്ച സ്ഥാനവുമുണ്ട്. മറ്റുപല വിളകളുടെയും പോലെ നമ്മുടെ ഏറ്റവും ദുർബലമായ വശം വിപണന മേഖലയാണ്. ഉല്പാദനത്തിലുള്ള ശ്രദ്ധയും അച്ചടക്കവും ആധുനികവൽക്കരണവും ഇനിയും ഈ രംഗത്തേക്ക് കടന്നുവന്നിട്ടില്ല എന്നതാണ് സത്യം. മൊത്തം ഉല്പാദനത്തിന്റെ വെറും 0.1% മാത്രമാണ് നമുക്ക് കയറ്റി അയയ്ക്കാൻ കഴിയുന്നത്. വിത്തു മുതൽ വിപണി വരെയുള്ള വികസനമാണ് എല്ലാ വിളകളുടെയും കാര്യത്തിൽ നാം ലക്ഷ്യമാക്കുന്നതെന്ന് പറയുന്നുണ്ടെങ്കിലും സമഗ്രമായ അപഗ്രഥനത്തിൽ മനസിലാക്കുന്നത് വാഴയുടെ കാര്യത്തിൽ അത് ശരിയല്ലെന്നാണ്.

ധാന്യങ്ങളുടെ കാര്യത്തിൽ മാത്രമാണ് കുറച്ചെങ്കിലും ഈ തത്വം നടപ്പിലാക്കാൻ കഴിഞ്ഞത്. അതു തന്നെ ഫുഡ് കോർപറേഷൻ പോലുള്ള പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനം സംഭരണ വിപണന രംഗങ്ങളിൽ ഒട്ടനവധി പ്രയാസങ്ങൾ നേരിട്ട് പൊതുമേഖലയിൽത്തന്നെ പിടിച്ചുനിൽക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതുകൊണ്ടാണ്. ധാന്യരംഗത്ത് ഒരു വിപണനശക്തിയായി ഇന്ത്യ മാറിക്കഴിഞ്ഞിട്ടും ഇന്ത്യയുടെ ധാന്യ വിദേശവ്യാപാരം മൊത്തത്തിൽ

നിയന്ത്രിക്കുന്നത് സ്വകാര്യമേഖലയാണെന്നുള്ളത് ശ്രദ്ധേയമായ ഒരു വീഴ്ചയായി പല സാമ്പത്തിക വിദഗ്ദ്ധന്മാരും ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നുണ്ട്.

വാഴക്കൃഷിയുടെ മേഖലയിൽ അഖിലേന്ത്യാതലത്തിൽ സമഗ്രമായി അതിന്റെ ഉല്പാദനം, സംഭരണം, വിപണനം, സംസ്കരണം, മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പാദനം, ആഭ്യന്തര വിപണനം, കയറ്റുമതി എന്നിവയെക്കുറിച്ച് സമഗ്രമായ പഠനം നടത്താൻ ഒരു കമ്മീഷനെപ്പോലും നിയമിക്കാൻ കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല എന്നുള്ളത് ഈ രംഗത്ത് നമ്മുടെ പുരോഗതിക്ക് വിഘാതമായി നിൽക്കുന്ന ഒരു ഘടകമാണെന്ന് നിരവധി കാർഷിക, സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രജ്ഞന്മാർ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നുണ്ട്. ഇന്ത്യൻ കാർഷിക ഗവേഷണ കൗൺസിലിന്റെ നേരിട്ടുള്ള നിയന്ത്രണത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരു കേന്ദ്ര വാഴക്കൃഷി ഗവേഷണസ്ഥാപനം പോലും നമുക്കില്ല എന്നുള്ളത് വളരെ ശ്രദ്ധേയമായ ഒരു ന്യൂനതയാണെന്നും അവർ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ വാഴക്കൃഷി രംഗത്ത് മുമ്പന്തിയിൽ നിൽക്കുന്ന സംസ്ഥാനം തമിഴകമാണ്. ബ്രിട്ടീഷുകാരുടെ കാലത്ത് തന്നെ സമാരംഭിച്ച വാഴക്കൃഷി വികസനത്തിന്റെ ഫലമായി അവരുടെ ഉല്പാദനം ഇപ്പോൾ പ്രതിവർഷം 9 ദശലക്ഷം ടൺ കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു.

ഉല്പാദന മേഖലയിൽ സംസ്ഥാന കൃഷിവകുപ്പും വിശിഷ്യ കർഷകരും നടത്തിയ പരിശ്രമഫലമായി ഉല്പാദനം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും മറ്റു മേഖലകളായ സംഭരണം, സംസ്കരണം, മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്ന നിർമ്മാണം, വിപണനം, കയറ്റുമതി എന്നീ മേഖലകളെല്ലാം താരതമ്യേന വളരെ ശുഷ്കങ്ങളാണ്.

വാഴക്കൃഷി ഇപ്പോഴും ചെറുകിട കർഷകന്റെ ഒരു വിളവായി നിൽക്കുകയാണ്. ഗുജറാത്തിൽ ആരംഭിച്ച ക്ഷീരകർഷകരുടെ സംഘടനയായ അമുൽ പോലുള്ള ഒരു സംഘടനാബലം വാഴക്കൃഷിക്കാർക്ക്

ഉല്പാദന മേഖലയിൽ സംസ്ഥാന കൃഷിവകുപ്പുകളും വിശിഷ്യ കർഷകരും നടത്തിയ പരിശ്രമഫലമായി ഉല്പാദനം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും മറ്റു മേഖലകളായ സംഭരണം, സംസ്കരണം, മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്ന നിർമ്മാണം, വിപണനം, കയറ്റുമതി എന്നീ മേഖലകളെല്ലാം താരതമ്യേന വളരെ ശുഷ്കങ്ങളാണ്.

വാഴക്ക്യഷിയെയും വാഴയെയും വാഴ വിഭവങ്ങളെയും വ്യാവസായി കാടിസ്ഥാനത്തിൽ, ഒരു വ്യാവസാ യിക കാഴ്ചപ്പാടോടു കൂടി കണ്ടു തുടങ്ങേണ്ട കാലം അതിക്രമിച്ചിരി ക്കുന്നു. കർഷകരുടെ നിരന്തര മായ മുറവിളി ചെവിക്കൊണ്ട് വാഴ ക്ക്യഷി രംഗത്ത് ഇൻഷുറൻസ് നവീ കരിക്കുവാൻ അടുത്ത കാലത്ത് തുടങ്ങിയ ശ്രമങ്ങൾ കർഷകർക്ക് താൽക്കാലികമായ ആശ്വാസം മാത്രമേ നൽകുന്നുള്ളു.

വാഴക്കൃഷിയെയും വാഴയെയും വാഴ വിഭവങ്ങ ളെയും വ്യാവസായികാടിസ്ഥാനത്തിൽ, ഒരു വ്യാവസാ യിക കാഴ്ചപ്പാടോടു കൂടി കണ്ടു തുടങ്ങേണ്ട കാലം അതിക്രമിച്ചിരിക്കുന്നു. കർഷകരുടെ നിരന്തരമായ മുറ വിളി ചെവിക്കൊണ്ട് വാഴക്ക്യഷി രംഗത്ത് ഇൻഷുറൻസ് നവീകരിക്കുവാൻ അടുത്ത കാലത്ത് തുട ങ്ങിയ ശ്രമങ്ങൾ കർഷകർക്ക് താൽക്കാലികമായ ആശ്വാസം മാത്രമേ നൽകുന്നുള്ളു. ഇത്തരുണത്തിൽ കേരളത്തിന് വാഴക്ക്യഷി രംഗത്തുള്ള പ്രത്യേകതകൾ നാം കണ്ടെത്തേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. ചെറുകിട കൃഷിയിട ങ്ങളാണെങ്കിലും ഇത്രയധികം വാഴയിനങ്ങൾ വർഷം മുഴുവനും കൃഷി ചെയ്യുന്ന മറ്റൊരു ഭൂവിഭാഗം ഇന്ത്യ യിലില്ല. ഓണം, വിഷു, മണ്ഡലകാലം എന്നിങ്ങനെ മൂന്നു പ്രധാന വിപണന സീസണുകളാണ് കേരളത്തി ലുള്ളതെങ്കിലും ടിഷ്യുക്കൾച്ചർ വാഴകളുടെ ആവിർഭാവ ത്തോടുകൂടി കേരളീയ കാലാവസ്ഥയിൽ വർഷം മുഴു വൻ ഏതു ദിവസം വേണമെങ്കിലും വാഴക്ക്യഷി സമാ രംഭിക്കാം എന്ന നില കൈവന്നിട്ടുണ്ട്. അതുപോലെ വൈവിധ്യമാർന്ന വാഴയിനങ്ങളുടെ കൃഷി, വിപണി യുടെ ആവശ്യമനുസരിച്ച് ക്രമീകരിക്കുന്നതിനും മൂല്യ വർദ്ധിത ഉല്പന്നങ്ങളുണ്ടാക്കി വിപണനം ചെയ്യാനു മുള്ള വ്യവസായ മേഖലയുടെ യത്നങ്ങളുമായി കൂട്ടു ചേർന്നുള്ള ആധുനിക വികസന പ്രവർത്തനശൈലി കളും സമാരംഭിക്കാൻ നമ്മൾ വളരെ വൈകിയിരിക്കു

ഉണ്ടായിട്ടില്ല. തീരെ പ്രാകൃതമായ കൃഷിരീതികളും വിപ ണന സമ്പ്രദായങ്ങളും കൊണ്ട് ഏറ്റവും കൂടുതൽ, വിള വെടുക്കുന്നതിനു മുമ്പ് വിളവ് നശിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന വിള വെന്ന സ്ഥാനം വാഴക്ക്യഷിക്കുള്ളതാണ്. ആധുനിക വൽക്കരണത്തിന്റെ മാറ്റങ്ങളൊന്നും തന്നെ ഈ രംഗത്ത് കടത്തിവിടാൻ സാധിക്കാത്തതു കൊണ്ട് വിപുല മായ സ്വകാര്യ നിക്ഷേപമോ പൊതുമേഖലാ നിക്ഷേ പമോ ഈ രംഗത്തേയ്ക്ക് കടന്നുവന്നിട്ടില്ല.

ന്നു. ഈ മേഖലയുടെ സർഗാത്മകമായ വികസനം മൂലം കൃഷിക്കാരുടെ ആദായം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും പുതിയ വ്യവസായ സംരംഭകരെ പ്രോത്സാഹിപ്പി ക്കാനും അതോടൊപ്പം കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാനും നമുക്കു കഴിയും. ഇപ്പോൾത്തന്നെ കേരളത്തിൽ നിന്നും ഓണത്തിനും വിഷുവിനും ലോറി ക്കണക്കിന് ഏത്തവാഴ അയൽസംസ്ഥാനങ്ങളിലേക്കു മാത്രമല്ല ഡൽഹിയിലേക്കും കയറ്റി അയയ്ക്കുന്നത് ഒരു സാധാരണ കാഴ്ചയാണ്. ഇതിനെല്ലാം ചിട്ടയായ ആസൂത്രണവും സാങ്കേതിക സാമ്പത്തിക പിന്തുണയും ലഭ്യമാക്കുന്ന പദ്ധതികൾ വ്യവസായ വകുപ്പിനും കൃഷി വകുപ്പിനും ഇനിയും ഉണ്ടാകേണ്ടതായിട്ടാണിരിക്കുന്ന ത്. വാഴയും വാഴപ്പഴവും വമ്പിച്ച വ്യാവസായിക സാധ്യ തകൾ തുറന്നിടുന്ന അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ഖനി യായി നാം കാണേണ്ട സമയം അതിക്രമിച്ചിരിക്കുന്നു. നവകേരള നിർമ്മിതിക്കുള്ള പദ്ധതികളിൽ വാഴക്കൃഷി വികസനമെന്നാൽ തൈവിതരണത്തിലും വളം വിതര ണത്തിലും ഒതുങ്ങാതെ വിപുലമായൊരു കാഴ്ചപ്പാടിൽ കർഷക കൂട്ടായ്മകൾ വഴി നടപ്പിലാക്കുകയാണെങ്കിൽ കേരളത്തിലെ വാഴക്കൃഷി രംഗം ഗുജറാത്തിലെ അമുൽ പ്രസ്ഥാനത്തെപ്പോലും കവച്ചു വയ്ക്കുന്ന ഒരു ശക്തികേന്ദ്രമായി മാറും. കേരളത്തിൽ ഒരു വാഴക്കൃഷി വികസന ഗവേഷണകേന്ദ്രം കേരളപ്പിറവിക്കുശേഷം ഗവൺമെന്റ് സമാരംഭിച്ചിട്ട് അരനൂറ്റാണ്ടിലേറെയായി. പ്രസ്തുത സ്ഥാപനത്തെ ഒരു അന്താരാഷ്ട്ര വാഴക്കൃഷി കേന്ദ്രവും മൂല്യവർദ്ധിത ഉല്പന്ന നിർമ്മാണ പരിശീലന

കേരളത്തിൽ നിന്നും ഓണ ത്തിനും വിഷുവിനും ലോറിക്ക ണക്കിന് ഏത്തവാഴ അയൽസംസ്ഥാനങ്ങളിലേക്കു മാത്രമല്ല ഡൽഹിയിലേക്കും കയറ്റി അയയ്ക്കുന്നത് ഒരു സാധാരണ കാഴ്ചയാണ്.

കേന്ദ്രവും ആയി ഉയർത്തുന്നതുൾപ്പെടെയുള്ള വിപുല മായ കാഴ്ചപ്പാടോടുകൂടി ഒരു വാഴക്കൃഷി സംസ്കാരം പടുത്തുയർത്താൻ നമുക്കു കഴിയണം. കേരള നവീകര ണത്തിന്റെ ഭാഗമായി വാഴക്കൃഷി രംഗത്തെ വികസനം കേരളത്തിന് ഇന്ത്യയുടെ മാത്രമല്ല ലോകവാഴക്കൃഷി ഭൂപടത്തിൽ ഒരു സുവർണ്ണ സ്ഥാനം നേടി നൽകുമെന്ന് തീർച്ചയാണ്. നമുക്ക് അതിനുവേണ്ടി കൂട്ടായി യത്നി ക്കാം.

സനൽകുമാര പണിക്കർ

മാന്നാറിന്റെ വെള്ളിയാഭരണ നിർമ്മാണ രംഗത്തെ

യശസ്സ് വീണ്ടും ഉയരുന്നതും കാത്ത്

മാന്നാറിന്റെ യശസ്സ് ഉയർത്തിയിരുന്നതും,സ്വന്തമായിരുന്നതുമായ മറ്റൊരു തൊഴിലായിരുന്നു വെള്ളി ആഭരണ നിർമ്മാണം. മാന്നാറിലെ മഞ്ഞലോഹം പോലെ തന്നെ പ്രസിദ്ധമായിരുന്നു സാധാരണക്കാരുടെയും ഇടത്തരക്കാരുടെയും പാവപ്പെട്ടവരുടെയും പ്രിയംകരമായിരുന്നവെള്ളി ആഭരണങ്ങൾ.

മാന്നാറിന്റെതായപ്രത്യേകതയും, വൈദഗ്ദ്ധ്യങ്ങളിലെ വ്യത്യാസങ്ങളും,മറ്റൊരു പരമ്പരാഗതമായ കരവിരുതിന്റെ മാറ്റ്തെളിയിച്ച മറ്റൊരു മേഖല കൂടിയാണ് വെള്ളിയാഭരണങ്ങൾ. ഗ്രാമത്തിലെകുരട്ടിക്കാട്ട് മേഖലയിലാണ് ഇതിന്റെ സിരാ കേന്ദ്രമായി അറിയപ്പെടുന്നത്. സ്ത്രീകളും പുരുഷൻമാരും അടങ്ങുന്നവർ ഒരു പോലെ ഈ ജോലിയിൽ വ്യാപൃതയായി മാറിയിരുന്നു.

വിശ്വകർമ്മജ സമുദായത്തിൽ പെട്ടവർ പ്രായഭേദമന്യേ,വളരെ ചിട്ടയോടു കൂടി, ശുദ്ധമായ വെള്ളിയിൽ നിർമ്മിച്ച് അത്യധികം കൗതുകവും ഈടുറ്റതുമായ വെള്ളി ആഭരണങ്ങൾക്കു് എവിടെയും വലിയ തോതിൽ ജനപ്രീതി നേടിയെടുക്കുന്നതിനു കഴിഞ്ഞിരുന്നു. കേരളത്തിലങ്ങോളമിങ്ങോളം സ്വർണ്ണ വ്യാപാരശാലകൾ -വെള്ളിയാഭരണ

സ്ഥാപനങ്ങളിലും ഇവ മൊത്തമായും ചില്ലറയായും വാങ്ങുകയും വിൽപ്പന നടത്തുകയും ചെയ്തിരുന്നു. വിവിധങ്ങളായ ജിമിക്കി കമ്മൽ, മാല, മോതിരം, കുലുസുകൾ, കാത്തളകൾ, അരഞ്ഞാണങ്ങൾ, കൈവളകൾ, എന്നിവ ഇവിടെ നിന്നും വിപണിയിൽ എത്തിയിരുന്നു.

ഏതാണ്ട് 10-15 വർഷങ്ങൾക്ക് മുമ്പ് വരെ 500 ഓളം കുടുംബങ്ങളിൽ നിന്നും 1000 ത്തോളം ആളുകൾ ഇതിന്റെ നിർമ്മാണത്തിൽ ഏർപെട്ടിരുന്നു. ഇപ്പോൾ വിരലിൽ എണ്ണാവുന്നവർ മാത്രം. 15 ഓളം പേർമാത്രമാണ് ഈ പൈതൃകമായ തൊഴിലിൽ ചെയ്യുന്നുള്ളൂ. മറ്റു തൊഴിലുകളെ ആശ്രയിച്ചാണ് ഉപജീവന മാർഗ്ഗം കണ്ടെത്തുന്നത്. അന്യസംസ്ഥാനങ്ങളിൽ മറ്റിതര വ്യവസായങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്നതു പോലെയായിരുന്നു ഇവിടെയും ആളുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നത്. കുടിൽ വ്യവസായം പോലെ വളർന്നു പന്തലിച്ചു. കുരട്ടിക്കാട്ടിലെ ഏത് വീടുകളിൽ ചെന്നാലും സ്ത്രീകളും പുരുഷന്മാരും വെള്ളി ആഭരണ നിർമ്മാണത്തിൽ പെട്ട് തിരക്കിലായിരിക്കും. വീടിനോടു ചേർന്നു തയ്യാർ ചെയ്യുന്ന പണിശാലയിരുന്നാണ് തൊഴിലെടുക്കുന്നത്. ജോലി കൂടുമ്പോൾ ആഭരണങ്ങളുടെ കണ്ണികൾ നിർമ്മിച്ച് മറ്റുള്ള ആളുകളുടെ കൈവശം കൊടുത്ത് കണ്ണി കുത്തിക്കുന്ന പതിവ് ഉണ്ടായിരുന്നു അങ്ങനെ കണ്ണി കുത്തി കിട്ടുന്ന കാശുമായി വൈകുന്നേരം ഗ്രാമത്തിലെ പ്രധാന വ്യാപാര - വാണിജ്യ കേന്ദ്രത്തിലെത്തി, വീട്ടിലേക്കാവശ്യമായ പലചരക്ക്. പച്ചക്കറി 'മീൻ എന്നിവയും മേടിച്ച് പോകുന്ന പതിവ് കാഴ്ച ഇപ്പോഴും മനസ്സിൽ നിറഞ്ഞ് നില്ക്കുന്നു. കാലം മാറിയതിനനുസരിച്ച് പാവപ്പെട്ട പണിക്കാരനും മാറിയില്ല എന്നതു തന്നെ അല്ല അന്യസംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്നും കുറഞ്ഞകൂലിയിൽ നിർമ്മിച്ച് വരുന്നതായ റെഡിമെയ്ഡ്(മിഷ്യനറികൾ) ആഭരണങ്ങൾ കച്ചവടക്കാർക്ക് വൻ രീതിയിൽ കടം കിട്ടാൻ തുടങ്ങിയതോടു കൂടി മാന്നാറിലെ വെള്ളി ആഭരണങ്ങൾ വാങ്ങുവാൻ തയ്യാറാകാതെ വന്നു.ഇതോടെ പണികൾ കുറഞ്ഞു കുറഞ്ഞ് വന്ന് നാമമാത്രമായി മാറി.

ഇപ്പോഴും മാന്നാറിൽ കൈ കൊണ്ട് വളരെ ചിട്ടയോടെ നിർമ്മിച്ചെടുക്കുന്ന ചുരുക്കം ചില ആഭരണങ്ങൾക്ക് മാത്രം ഓർഡർ ലഭിക്കുന്നുണ്ട് '

ഈ തൊഴിൽ മാത്രം വശമുണ്ടായിരുന്ന പലരും കുടുംബം പോറ്റാനായി കൂലി പണി എടുക്കാൻ പോലും നിർബന്ധിതരായി പലരും ബാങ്കുകളിൽ നിന്നും വായ്പക്ക് പണം എടുത്ത് ചെറിയ ചെറിയ മിഷ്യനറികൾ എടുത്ത് പണി പുരോഗമിച്ച് വരുന്ന സമയത്താണ് മറ്റ് സംസ്ഥാനങ്ങളുടെ വെള്ളി ആഭരണങ്ങളുമാ യുള്ള കടന്നുകയറ്റമുണ്ടായത്. ഇതേ തുടർന്ന് പണി തീർത്തും നിലച്ചതോടെ സ്വന്തം കിടപ്പാടങ്ങൾ തുച്ഛമായ വിലയ്ക്ക് വിറ്റാണ് കടബാധ്യതയിൽ നിന്നും തലയൂരിയത്.

ഈ തൊഴിൽ മാത്രം വശമുണ്ടായിരുന്ന പലരും കുടുംബം പോറ്റാനായി കൂലി പണി എടുക്കാൻ പോലും നിർബന്ധിതരായി പലരും ബാങ്കുകളിൽ നിന്നും വായ്പക്ക് പണം എടുത്ത് ചെറിയ ചെറിയ മിഷ്യന റികൾ എടുത്ത് പണി പുരോഗമിച്ച് വരുന്ന സമയത്താണ് മറ്റ് സംസ്ഥാനങ്ങളുടെ വെള്ളി ആഭരണങ്ങളുമായുള്ള കടന്നുകയറ്റമുണ്ടായത്.

മാന്നാറിലെ വിശ്വകർമ്മജ സഹോദരന്മാരുടെ കൈകളാൽ തീർക്കപ്പെടുന്ന പൂക്കല കണ്ണി' ഒറ്റ കണ്ണി ഇരട്ട കണ്ണി ചക്ര കണ്ണി കാത്തള എന്നിവയ്ക്ക് നല്ല ഡിമാന്റ് ഉണ്ട്.

അതിപ്രഗത്ഭന്മാരായ ഒരു പറ്റം വിശ്വകർമ്മജരാൽ ലോകം മുഴുവൻ പേരുകേട്ട മാന്നാർ എന്ന കൊച്ചുഗ്രാമത്തിലെ കുരട്ടിക്കാട് എന്ന പ്രദേശത്തിന് വീണ്ടും പഴയ ആഭരണ നിർമ്മാണ പ്രതാപം വീണ്ടെടുക്കാൻ കഴിയണമെന്നു ആഗ്രഹിക്കുന്നവർ ഏറെയാണ്.

നിർമ്മാണ ശാല.

ഒരു കെട്ടിടത്തിന്റെ മുകളിലേക്കുള്ള ചവിട്ടുപടിയുടെ താഴെയുള്ള ഭാഗമോ, കടത്തിണ്ണയുടെ മുൻഭാഗത്തെമൂന്നടിയോ

മുൻ തലമുറയിലുള്ളവർ തങ്ങളുടെ പിൻമുറക്കാരെ ഈ തൊഴിലിനോട് ആഭിമുഖ്യമുള്ളവരാക്കി മായില്ല. ഇപ്പോഴുള്ള വർ,പിൻ വലിയുന്നതോടെ നിർമ്മാണരംഗം ശൂന്യതയിലാകും.

കിട്ടിയാൽ ഒരാൾക്കിരുന്ന് ജോലി ചെയ്യാമെന്നുള്ളതാണ് ഈ തൊഴിലിന്റെ പ്രത്യേകത. അതു കൊണ്ടു തന്നെ വീടുകൾ തന്നെ സൗകര്യപ്രദമായി ഉപയോഗിച്ചു വന്നിരുന്നു.ഇതിനാൽ രാവെന്നോ-പകലെന്നോ ഉള്ള വ്യത്യാസം കൂടാതെ എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും ആഭരണ നിർമ്മാണ പ്രക്രിയ പൂർത്തീകരിക്കാം. മൂശയിലിട്ട് ഉരുക്കി സ്പുടം ചെയ്തെടുക്കുന്ന വെള്ളി ചുറ്റിക കൊണ്ട് അടകല്ലിൽ വെച്ച് അടിച്ചു പരത്തി കത്രിക കൊണ്ട് മുറിക്കും. പിന്നീട് കൈ കൊണ്ട് വലിച്ചു നൂലാക്കി മാറ്റിയും, തകിടിൽ നിന്നും കുമിള കളായ് വെട്ടിയെടുത്ത ശേഷം ബ്ളോ പൈപ്പ്ുപയോഗിച്ച് പിത്തള ചേർത്ത് വിളക്കിയെടുത്താണ് ആഭരണങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തിയെടുക്കുന്നത്. ഇവയോരോന്നും വളരെയധികം സൂഷ്മതയും 'കൃത്യതയോടും കൂടിയാണ് പണിശാലകളിൽ ഉരുത്തിരിയുന്നത്. ഗുണനിലവാരത്തിൽ ഏറെ മുന്നിട്ടു നിന്നിരുന്നതിനാൽ മാന്നാറൻ വെള്ളിയെന്ന പേരിൽ അറിയപെട്ടിരുന്നു. ഒരു തൊഴിലാളിക്ക് ഒരു അരിഞ്ഞാണമേ ഒരു ദിവസം കൊണ്ടു പൂർത്തീകരിക്കുവാൻ സാധിക്കു. മറ്റുള്ളവയാണെങ്കിൽ രണ്ടെണ്ണം പണിയാം. പരമാവധി വേതനം കിട്ടുന്നതാകട്ടെ 500ൽ താഴെ. ഒരു കുടുംബത്തിന്റെ പട്ടിണി മാറ്റുവാൻ തികയില്ല എന്ന അവസ്ഥ സംജാതമായതോടെ ഉദരപൂർണ്ണതക്കായി മനസ്സ് മാറി ചിന്തിക്കേണ്ടതായി വന്നത്.

വെള്ളി നിർമ്മാണത്തിന്റെ പ്രൗഡി നിലനിന്നിരുന്ന കാലയളവിൽ കടക്കാർ കിലോ കണക്കിനുവെള്ളിയാണ് കൊടുത്തു വിട്ട്പണിയിക്കുന്ന രീതിയായിരുന്നു. ഇതു വാങ്ങുന്നയാൾ വേഗം പൂർത്തീകരിച്ചു കൊടുക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി കൂടുതൽ ആളുകളെ ഇതിനായി നിയോഗിക്കുമായിരുന്നു. അതിനാൽ അധിക വരുമാനംകണ്ടെത്തുന്ന തിനായി പാർട്ട് ടൈം ജോലിയാക്കി മാറ്റിയിരുന്നു. അന്ന് ഈ രംഗത്തു മൽസരസ്വഭാവവും കുടിപ്പകയും നിലനിന്നിരുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് നിരവധി സംഭവങ്ങളുണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ഇങ്ങനെ പലരും കേസിലും കോടതി വ്യവഹാരത്തിലും കുടുങ്ങി പിൻമാറേണ്ടി വന്നു.

മുൻ തലമുറയിലുള്ളവർ തങ്ങളുടെ പിൻമുറക്കാരെ ഈ തൊഴിലിനോട് ആഭിമുഖ്യമുള്ളവരാക്കി മാറ്റിയില്ല. ഇപ്പോഴുള്ള വർ പിൻവലിയുന്നതോടെ നിർമ്മാണരംഗം ശൂന്യതയിലാകും. പൈതൃകസ്വത്തായി സംരക്ഷിക്കേണ്ട ഒരുതൊഴിലാണിത്.സർക്കാർ ഉടമസ്ഥതയിൽ സംഘങ്ങൾ രൂപീകരിച്ച് നിലവിലുള്ള തൊഴിലാളികളെ സംരക്ഷിക്കുകയും, ഇവരെ ഉപയോഗിച്ച് പുതിയആളുകളെ പരിശീലിപ്പിക്കുകയും ചെയ്താൽ തൊഴിൽ പുഷ്ടിപ്പെടും.സർക്കാറിന്റെ പൈതൃകഗ്രാമ പദ്ധതിയിൽ കുടിൽ വ്യവസായമായിരുന്ന വെള്ളിയാഭരണവും ഉൾപ്പെടുമെന്നുള്ള വിശ്വാസത്തിലാണ് നാട്ടുകാർ.

SHALINI JAMES
MANTRA
Shop no: 50, First Floor, Lulu mall, Cochin
Shop no: 9, Second Floor, HiLite mall, Calicut
7558891891

എഴുമാവിൽ രവീന്ദ്രനാഥ്

വൈവിധ്യവൽക്കരണം കരുതലോടെ

മൂന്നു ദശകങ്ങൾക്കു മുമ്പാണ് ഒരു പ്രമുഖ സ്ഥാപനത്തിന്റെ മാർക്കറ്റിങ്ങ് മാനേജർ ആയിരുന്നു ലേഖകൻ. അക്കാലത്ത് മധ്യതിരുവിതാംകൂറിലെ ഒരു ചെറിയ ഔഷധ നിർമ്മാണ കേന്ദ്രം ഒരു ആയുർവ്വേദ ഉല്പന്നം വിപണിയിലിറക്കി. അന്നത്തെ ലീഡിങ്ങ് ദിന പത്രങ്ങളിൽ ക്ലാസ്സിഫൈഡ് കോളത്തിൽ ചെറിയ പരസ്യവും ആകാശവാണിയുടെ രാവിലെയുള്ള പ്രാദേശിക വാർത്തകൾക്കു മുമ്പായി ഒരു വോയ്സ് ക്ലിപ്പും മാത്രമായിരുന്നു നിർമ്മാതാക്കൾ പുതിയ ഉല്പന്നത്തിന്റെ പ്രചരണത്തിനായി ഉപയോഗിച്ചത്. കാരണം അതിനപ്പുറത്തേക്കുള്ള സാമ്പത്തികശേഷി അവർക്കുണ്ടായിരുന്നില്ല. എന്ത് ആയാലും ഉല്പന്നം ക്ലിക്ക് ആയി. പ്രതിദിനം 100 ബോട്ടിൽ ഉല്പാദിപ്പിച്ച സ്ഥാനത്ത് പതിനായിരം ഉല്പാദിപ്പിച്ചിട്ടും ഡിമാന്റ് അനുസരിച്ച് സപ്ലൈ ചെയ്യാനാവാത്ത അവസ്ഥ. ഉല്പന്നത്തിന് അഡ്വാൻസ് പേയ്മെന്റ് നൽകി ഉപഭോക്താക്കൾ കാത്തിരിക്കുന്നു എന്നു പറഞ്ഞാൽ ഒട്ടും അതിശയോക്തിയാവില്ല.

ഇതേ സമയത്തു തന്നെ ഈ ഉല്പന്നത്തിന്റെ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ഉപയോഗിച്ച് മറ്റു സ്ഥാപനങ്ങളും തത്തുല്യമായ ഫുഡ് സപ്ലിമെന്റുകൾ വിപണിയിലിറക്കി. ഏതാണ്ട് സാമ്യമുള്ള പേരുകളോടെ. കളർഫുൾ ആയ പരസ്യങ്ങളുടെ പിൻബലത്തോടെയും വമ്പൻ പത്രസമ്മേളനത്തോടെയും ലോഞ്ചിംഗ് സെറിമണികളിലൂടെയും അവർ വിപണിയിലെത്തിയെങ്കിലും ഉപഭോക്താക്കൾ അവയെ നിഷ്കരുണം തള്ളി. അപ്പോഴും സിമ്പിൾ ബോട്ടിലിൽ ഒന്നുമറിയാത്ത മട്ടിൽ ആദ്യത്തെ ഉല്പന്നം സിംഹാസനമേറിത്തന്നെയിരുന്നു.

അങ്ങനെ ആനുവൽ ടേണോവർ ഒന്നിൽ നിന്നും പത്തു കോടി വരെ ഉയർന്നു. ആധുനിക രീതിയിലുള്ള പ്ലാന്റും പുതിയ മാർക്കറ്റിങ്ങ് വിങ്ങും നെറ്റ്വർക്കുമൊക്കെ നിലനിൽക്കുന്നു. വായ്പ കൊടുക്കാൻ ബാങ്കുകൾ എം. ഡി. യുടെ ക്യാബിനു മുമ്പിൽ അപ്പോയ്മെന്റിനായി കാത്തിരുന്നു. മാർക്കറ്റിങ്ങ് കൺസൾട്ടൻസികൾ പുതിയ വിപണനതന്ത്രങ്ങൾ നിറച്ച സ്യൂട്ട്കേസ്സുകളുമായി തലങ്ങും വിലങ്ങും നടന്നു.

ഈ സമയത്താണ് വൈവിധ്യവൽക്കരണത്തിന്റെ പാതയിലേക്ക് കമ്പനി ഒന്നു മാറ്റിച്ചവിട്ടിയത്. അതിനുമുമ്പ് എസ്. എസ്. ഐ. യൂണിറ്റായിരുന്ന സ്ഥാപനം ഇപ്പോൾ പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് കമ്പനിയായി ഉയർന്നിരുന്നു. ഉല്പന്നങ്ങൾ കൃഷി ചെയ്യാൻ ആവശ്യമായ സ്ഥലം കുട്ടനാടിലും പരിസരപ്രദേശങ്ങളിലും കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് ലഭ്യമാണെന്ന ഉപദേശം മാർക്കറ്റിങ്ങ് മാനേജർ ഉടമകളെ അറിയിച്ചു. വിവിധ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്നും ലോഡു കണക്കിനെത്തുന്ന അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളെക്കാൾ ഗുണനിലവാരം സ്വയം കൃഷി ചെയ്തുണ്ടാക്കുന്നവയ്ക്ക് ലഭിക്കുമത്രേ. കാര്യം ശരിയാണ്. പക്ഷെ വ്യത്യസ്ത കാലാവസ്ഥകളിൽ വിളഞ്ഞു പക്വമാകുന്ന

അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളെല്ലാം കൂടി ഒരേ കാലാസ വ്ഥയിൽ, ഒരേ മണ്ണിലെങ്ങനെ വളരും? ആരുമതു ചിന്തിച്ചതേയില്ല. തങ്ങൾക്കു വേണ്ടത്ര കൃഷി ചെയ്തെ ടുത്തശേഷം ബാക്കി മറ്റുള്ള നിർമ്മാതാക്കൾക്കു വിൽക്കുവാനായി മറ്റൊരു കമ്പനിയും കൂടി അങ്ങനെ ആരംഭിച്ചു.

ഒപ്പം പുതിയ ഏതാനും ചില ഉല്പന്നങ്ങൾ കൂടി വിപണിയിലെത്തിച്ച് നിലവിലെ ഗുഡ്‌വിൽ പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്താനും കമ്പനി മുതിർന്നു. പക്ഷെ, ഇവർ ലോഞ്ച് ചെയ്ത ഉല്പന്നങ്ങളൊക്കെ കുത്തക യാക്കി വെച്ച കമ്പനികൾ വിപണിയിലുണ്ടായിരുന്നു. അതോടെ പുതിയ ഉല്പന്നങ്ങൾ വിപണി സ്വീകരി ക്കാതെ വന്നു. മേൽപ്പറഞ്ഞ കൃഷിയും സമ്പൂർണ്ണ പരാജയമായി മാറി. ഇതിനോടകം നല്ലൊരു തുക കമ്പ നിക്കു നഷ്ടമായിക്കഴിഞ്ഞിരുന്നു. മുമ്പ് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ യഥേഷ്ടം സപ്ലൈ ചെയ്ത ഉത്തരേന്ത്യൻ കമ്പനികൾ ക്രഡിറ്റു നിർത്തിയതും ബാങ്കുകൾ രണ്ടും മൂന്നും പ്രോജക്റ്റുകൾക്ക് നൽകിയ വായ്പയ്ക്ക് നോട്ടീ സയച്ചതും, വൻതോതിൽ വാങ്ങിക്കൂട്ടിയ സ്ഥലം വാങ്ങാനാളില്ലാതെ വന്നതും കമ്പനിയെ തളർത്തി. ആദ്യത്തെ ഉല്പന്നം കൃത്യമായി വിപണിയിലെത്തിക്കാ നാവാതെ കമ്പനി കിതച്ചു. കടങ്ങൾ വീട്ടാൻ ഓരോന്നോ രോന്നായി വിറ്റുതുലച്ച കമ്പനി ഒടുവിൽ ബ്രാന്റ് നെയിം വരെ പണയപ്പെടുത്തി കേസുകളിൽ നിന്നും തലയൂരി.

ഇവിടെ വില്ലനായത് വൈവിധ്യവൽക്കരണ ചിന്തകൾ തന്നെയാണ്. ഇതുപോലെ നിരവധി ഉദാഹരണങ്ങൾ കേരളത്തിൽ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുവാൻ കഴിയും. കൃഷിയിലൂടെ വമ്പൻ വിജയം കൊയ്തെടുത്ത ഒരു ചെറുപ്പക്കാരൻ സംസ്ഥാ നത്തെ പ്രമുഖ കേന്ദ്രങ്ങളിലെല്ലാം ജൂവലറി ശൃംഖല സ്ഥാപിച്ച് തകർന്നത് സമീപകാല സംരംഭക ദുരന്തമാണ്. ഒരു രംഗത്ത് തനതായ വ്യക്തിമുദ്ര പതിപ്പിക്കു മ്പോൾ അവിടെ എതിരാളികൾക്കു വൻ പ്രതിരോധം തീർത്തും ഉപഭോക്താക്കളെ പൂർണമായും കൈയിലെ ടുത്തും നിൽക്കാൻ സംരംഭകനു കഴിയണം.

വൈവിധ്യവൽക്കരണമെന്നു കേട്ട് എടുത്തു ചാട്ടം ഒരിക്കലും പാടില്ല. കോസ്റ്റ് ബെനിഫിറ്റ് അനാലി സിസ്, മാർക്കറ്റ് സ്റ്റഡി, ഒപ്പീനിയൽ പോൾ, വിദഗദ്ധ രായ ഒന്നിലേറെപ്പേരിൽ നിന്നുള്ള നിർദ്ദേശങ്ങൾ, പുതു തായി പ്രവേശിക്കാനുദ്ദേശിക്കുന്ന രംഗത്തെപ്പറ്റിയുള്ള ഫീഡ് ബാക്ക്, സിംപിൾ സ്റ്റഡി, ട്രയൽ റൺ ഇവ യൊക്കെ വൈവിധ്യവൽക്കരണത്തിൽ പരമപ്രധാന മാണ്.

പ്രഥമ സംരംഭത്തിലെ ലാഭം കൊണ്ട് നിലവിലെ പ്രോജക്റ്റിന്റെ വിപുലീകരണവും കസ്റ്റമർ കെയറിന്റെ വ്യാപനവുമൊക്കെ നടത്താം. ഉപദേശകർ ധാരാളം വരും, ബാങ്കുകളും ഓഫറുകളുമായെത്തും, ഇവിടെ യെല്ലാം സംയമനത്തോടെ, പക്വതയോടെ പെരുമാറാൻ സംരംഭകനു കഴിയണം. വായ്പകൾ യഥാവിധി പ്രയോ ജനപ്പെടുത്തുകയും വൈവിധ്യവൽക്കരണം വളരെ ആലോചിച്ചു മാത്രം നടപ്പാക്കുകയും ചെയ്യേണ്ട കാര്യ ങ്ങളാണ്. അടുത്തിടെ കോഫി ഡേ എന്ന വമ്പൻ നെറ്റ്‌വർക്കിന്റെ സ്ഥാപകന്റെ ആത്മഹത്യ വാർത്തക ളിൽ നിറന്നുവല്ലോ. ഏറെ ബുദ്ധിമാനും, പരിശ്രമശാ ലിയും ആയിട്ടും ദീർഘവീക്ഷണവും കണക്കു കൂട്ടലു കളും അദ്ദേഹത്തിനു പിഴച്ചത് വൈവിധ്യവൽക്കരണവു മായി ബന്ധപ്പെട്ടാണെന്ന് ബിസിനസ്സ് അനലിസ്റ്റുകൾ പറയുന്നു. ജി. എസ്. ടി. കൂടിയതുകൊണ്ടാണെന്നും സർക്കാർ നയം പാളിയതുകൊണ്ടാണെന്നുമുള്ള വാദഗ തികളെല്ലാം പൊളിഞ്ഞതു നാം കണ്ടതാണ്. ആയതി നാൽ കരുതലോടെ മാത്രം വൈവിധ്യവൽക്കരണത്തെ ആശ്ലേഷിക്കുക. ആദ്യം ഉള്ള കഞ്ഞിയിൽ പാറ്റ വീഴാതെ സൂക്ഷിക്കുക.

പ്രഥമ സംരംഭത്തിലെ ലാഭം കൊണ്ട് നിലവിലെ പ്രോജക്റ്റിന്റെ വിപുലീകരണവും കസ്റ്റമർ കെയ റിന്റെ വ്യാപനവുമൊക്കെ നട ത്താം. ഉപദേശകർ ധാരാളം വരും, ബാങ്കുകളും ഓഫറുകളുമായെ ത്തും, ഇവിടെയെല്ലാം സംയമന ത്തോടെ, പക്വതയോടെ പെരുമാ റാൻ സംരംഭകനു കഴിയണം.

ബാബുരാജ് കെ.കെ.

ഉജ്ജീവന പദ്ധതിയിലൂടെ ഉപജീവനത്തിലേയ്ക്ക്

കേരള സർക്കാർ വ്യവസായ വകുപ്പ് വഴി നടപ്പിലാക്കിയ ഉജ്ജീവന പദ്ധതിയുടെ ഗുണഭോക്താവാണ് ശ്രീ. സതീഷ് കുമാർ.

2017–18 സാമ്പത്തിക വർഷത്തിൽ ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രം ഇടുക്കിയിൽ പി.എം.ഇ.ജി.പി. പദ്ധതിയിലൂടെ സോഡാ നിർമ്മാണ യൂണിറ്റ് ആരംഭിക്കുന്നതിനായി ശ്രീ. സതീഷ് സുകുമാരൻ അപേക്ഷ സമർപ്പിച്ചു. സതീഷ് സുകുമാരന് എസ്.ഐ.ബി. ഇടുക്കി ബ്രാഞ്ചിൽ നിന്നും ലോൺ അനുവദിക്കുകയും ചെറുതോണി പാലത്തിനോട് ചേർന്ന് പുഴയുടെ സൈഡിലായി വാടക കെട്ടിടത്തിൽ സ്ഥാപനം ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ 2018 ജൂലൈ മാസത്തിൽ പൂർത്തീകരിച്ചുവെങ്കിലും 2018 ആഗസ്റ്റ് മാസത്തിലെ മഴപ്രളയത്തിൽ ചെറുതോണി ഡാം തുറന്നു വിട്ടുണ്ടായ വെള്ളപ്പൊക്കത്തിലും പുഴയുടെ അരികിൽ സ്ഥാപിച്ചിരുന്ന സോഡാ നിർമ്മാണ യുണിറ്റ് പൂർണ്ണമായി നശിക്കുകയും, മെഷിനറികളും, കെട്ടിടവും വെള്ളത്തിൽ ഒലിച്ചു പോകുകയും ചെയ്തു

ഉപജീവനത്തിനായി വളരെ പ്രതീക്ഷകളോടെ ആരംഭിച്ച സ്ഥാപനം മഴയുടെ സംഹാര താണ്ഡവത്തിൽ നശിച്ചുപോകുന്നത് നിസ്സഹായനായി നോക്കി നിൽക്കുവാനേ ഈ സംരംഭകന് കഴിഞ്ഞുള്ളൂ. ഈ അവസരത്തിൽ പ്രളയത്തിൽ നാശനഷ്ടം വന്ന സ്ഥാപനങ്ങളെ കണ്ടെത്തുവാനും വിവരശേഖരണം നടത്തുവാനും വ്യവസായ വകുപ്പ് എസ്.എം.ഇ സർവ്വേ ആരംഭിച്ചു. ശ്രീ. സതീഷിന്റെ സ്ഥാപനം ഈ സർവ്വേയിൽ ഉൾപ്പെടുകയും ചെയ്തു.

പ്രളയത്തിൽ നാശനഷ്ടം വന്ന സംരംഭകർക്കായി കേരള ഗവൺമെന്റ് വ്യവസായ വകുപ്പു വഴി നടപ്പിലാക്കിയ ഉജ്ജീവന പദ്ധതി പ്രയോജനപ്പെടുത്തി. ശ്രീ. സതീഷ് സുകുമാരന് പുതിയ സോഡാ നിർമ്മാണ സ്ഥാപനം ആരംഭിക്കുന്നതിനു വേണ്ടിയുള്ള വിശദമായ പ്രോജക്ട് റിപ്പോർട്ടും, അനുബന്ധ രേഖകളും എസ്.ഐ.ബിഇടുക്കി ബ്രാഞ്ചിലേക്ക് തൊടുപുഴ താലൂക്ക് വ്യവസായ ഓഫീസ് മുഖേന അയച്ചു നൽകു

പ്രളയത്തിൽ നാശനഷ്ടം വന്ന സംരംഭകർക്കായി കേരള ഗവൺമെന്റ് വ്യവസായ വകുപ്പു വഴി നടപ്പിലാക്കിയ ഉജ്ജീവന പദ്ധതി പ്രയോജനപ്പെടുത്തി. ഉജ്ജീവന പദ്ധതിയിലൂടെ ലഭിച്ച വായ്പ പ്രയോജനപ്പെടുത്തി ശ്രീ. സതീഷ് തന്റെ സ്വപ്ന പ്രോജക്ടായ പ്രിയം സൂപ്പർ സോഡാ എന്ന സ്ഥാപനം 16/09/2019 –ൽ ചെറുതോണിയിൽ പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ചു.

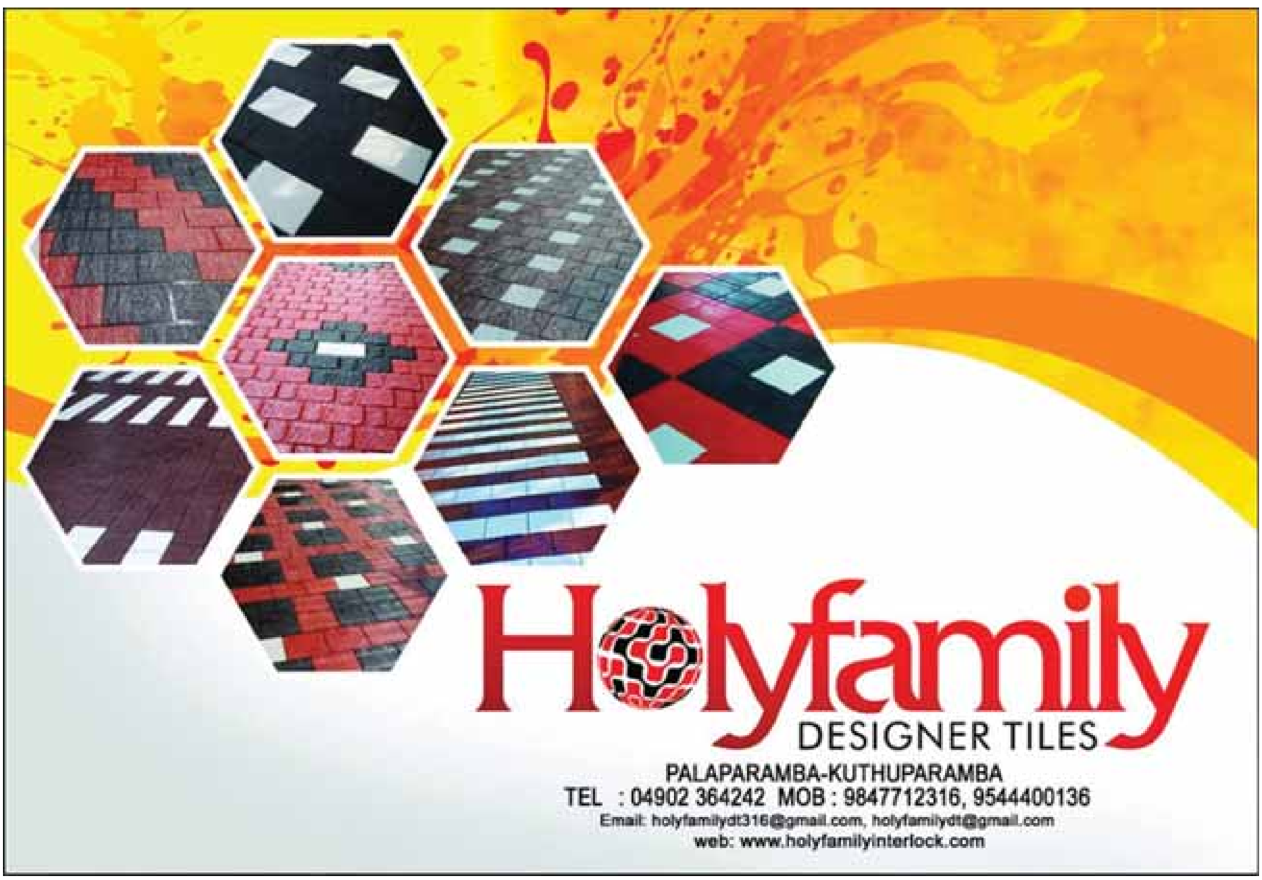
കയും എസ്.ഐ.ബി ഇടുക്കി ബ്രാഞ്ചിൽ നിന്നും ശ്രീ. സതീഷിന് അഞ്ച് ലക്ഷം രൂപ വായ്പ ലഭ്യമാവുകയും ചെയ്തു.

ഉജ്ജീവന പദ്ധതിയിലൂടെ ലഭിച്ച വായ്പ പ്രയോജനപ്പെടുത്തി ശ്രീ. സതീഷ് തന്റെ സ്വപ്ന പ്രോജക്ടായ പ്രിയം സൂപ്പർ സോഡാ എന്ന സ്ഥാപനം 16/09/2019–ൽ ചെറുതോണിയിൽ പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ചു. ടി. സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉദ്ഘാടനകർമ്മം ഇടുക്കി ജില്ലാ വ്യവസായ കേന്ദ്രം ജനറൽ മാനേജർ ശ്രീ. ബിജു കുര്യൻ ഭദ്രദീപം തെളിയിച്ചു നിർവഹിച്ചു. നിലവിൽ സ്ഥാപനത്തിൽ നാല് പേർക്ക് ജോലി നൽകുവാനും സംരംഭകന് കഴിഞ്ഞു.

പ്രതികൂല വേളയിൽ ഒരു വേള പതറിപ്പോയെങ്കിലും വ്യവസായ വകുപ്പിന്റെ സമയാസമയത്തുള്ള സഹായത്തിലും, ബോധവൽക്കരണത്തിലും ശ്രീ. സതീഷ് സുകുമാരൻ ഉപജീവന മാർഗ്ഗം കണ്ടെത്തിയിരുന്നു.

തുടർ നടപടികളായ റീ ബിൽഡ് എസ്.എം.ഇ വഴി മെഷിനറികൾ ഉൾപ്പെടെയുള്ള ഫിക്സഡ് ക്യാപിറ്റലിന് സബ്സിഡി ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തീകരിച്ചു വരുന്നു.

ഇളംദേശം വ്യവസായ വികസന ഓഫീസറാണ് ലേഖകൻ
ഫോൺ: 8547744486



Aqua
REIN
Packaged
Drinking
Water

Veega Industries

Thenguvila , polachira

9895585850, 9895185294
GST : 32AXDPR1760J2ZG
website : www.veegaindustires.com
gmail: mail@veegaindustries.com

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. ബിൽഡിങ്, വെള്ളയമ്പലം
തിരുവനന്തപുരം – 695 033
ഫോൺ: 6238302158

Email: vyavasayakeralam@gmail.com

Regn.No.KL/TV(N)/183/2016-2018
Volume 52 Issue 5
October 2019

Vyavasaya Keralam
MONTHLY

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

Semi Embossed & Plain Film

FOR TYRE, TREAD, BOUNDING GUM AND CONVEYOR BELTING INDUSTRY

LD SEMI EMBOSSED / PLAIN FILM

The semi embossed film is used by Tyre, Bonding Gum, Conveyor Belt and other Rubber Coated Fabric Manufactuers. This film is used as a liner material in rubber industry. The diamond-shaped embossing in the film helps in the easy removal of air between the film and rubber while calendaring.

Range available : From width of 150 mm to 1400 mm and thickness from 50 to 300 micron.

Available colours are milky white, French blue, red, yellow and natural.
Other colours as per customer's requirement can be manufactured and supplied subject to a minimum order quantity.

PRIYA Offset. Ckdy. 2700606

HI-TECH PACKAGING

(An ISO 9001:2008 Certified Company)
Plot No. 41, Kinfra Small Industries Park, Kinfra P.O., Pin - 680 309, Thrissur District, Kerala, India
Phone: 0480 2731412, 09846337143
E-mail: hitechkoratty@gmail.com www.hitechpackagingindia.com

ANNA PLASTICS
Elinjipra P.O., Chalakudy (Via.), Pin - 680 721, Thrissur (Dt.) Kerala State, India. Ph: 0480 2707143, 3250497, 3244396, 7025142227

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.