NOVEMBER 2024
Volume 57
Issue 2

10 രത്തൻ ടാറ്റയ്ക്കുശേഷം ടാറ്റയുടെ ഭാവി?

42 ആയിരം കോടിയുടെ വിറ്റുവരവ് ലക്ഷ്യമിട്ട് കെൽട്രോൺ

സംസ്ഥാന വ്യവസായവാണിജ്യ വകുപ്പ് പ്രസിദ്ധീകരണം

വ്യവസായ കേരളം

VYAVASAYA KERALAM

കേരളം പുതുചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചു

LASER PRINTING

KONICA MINOLTA xerox RISO EVOLIS

COLOUR AND BLACK

PRODUCTION MACHINE
(13X19 AND 13X46" BANNER SIZE)

FRAME | T-SHIRT | MUG | PVC CARD | PILLOW ETC.,

BARCODE AND NUMBER PRINTING

KT Digital House

A Complete digital solution

Orphanage Road MUKKAM | ktdigitalmkm@gmail.com

8086 1000 75 | 8086 1000 85

File No. DICKKD/1026/2023-F3 (Computer No. 241248)

Vyavasaya Keralam
വ്യവസായകേരളം
www.keralaindustry.org

നവംബർ 2024 | പുസ്തകം 57 | ലക്കം 2
NOVEMBER 2024 | Volume 57 | Issue 2

06
10 കുടുംബങ്ങൾക്ക് തൊഴിൽ നൽകി ഒരു ഗൾഫുകാരന്റെ മാതൃകാ ബിസിനസ്
റ്റി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

10
രത്തൻ ടാറ്റയ്ക്കുശേഷം ടാറ്റയുടെ ഭാവി?
ആഷിക്ക്. കെ. പി

16
അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നർ നിർമ്മാണം
ബൈജു നെടുങ്കേരി

19
പ്രകൃതിദത്ത റബ്ബർ പ്ലാസ്റ്റിക്കിന് ബദൽ
എഴുമാവിൽ രവീന്ദ്രനാഥ്

22
വില കേട്ട് ഞെട്ടേണ്ട! ഇത് വിലയിലെ കളികൾ
ഡോ. സുധീർ ബാബു

26
ബീ ക്രാഫ്റ്റ് ഹണി മ്യൂസിയം: വയനാടിന് ടൂറിസം മേഖലയിലെ മധുരം

28
കേരളം പുതുചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചു
ജി. കൃഷ്ണപിള്ള

36
അർദ്ധ വാർഷിക വിലയിരുത്തൽ

38
ബിസിനസ് ഡിജിറ്റൽ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷൻ
ലോറൻസ് മാത്യു

42
ആയിരം കോടിയുടെ വിറ്റുവരവ് ലക്ഷ്യമിട്ട് കെൽട്രോൺ
മനോജ് മാതിരപ്പള്ളി

48
സംരംഭകർ നേരിടുന്ന നഷ്ട സാധ്യതകൾ
ഡോ. ശചീന്ദ്രൻ. വി

മുഖക്കുറിപ്പ്

ശ്രീ. കെ. ഗോപാലകൃഷ്ണൻ ഐ.എ.എസ്
ഡയറക്ടർ, വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ്

IITF 2024 - അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരോത്സവം

ഇന്ത്യ ഇന്റർ നാഷണൽ ട്രേഡ് ഫെയറിന്റെ (ഐഐടിഎഫ്) 43-ാമത് എഡിഷൻ ന്യൂഡൽഹിയിലെ ഭാരത് മണ്ഡപത്തിൽ (പ്രഗതി മൈതാനം) 2024 നവംബർ 14 മുതൽ 27 വരെ നടക്കും. 'വികസിത് ഭാരത് @2047" എന്നതാണ് ഇന്ത്യ ട്രേഡ് പ്രൊമോഷൻ ഓർഗനൈസേഷന്റെ (ഐടിപിഒ) പ്രധാന പരിപാടിയായ ഇന്ത്യ ഇന്റർനാഷണൽ ട്രേഡ് ഫെയറിന്റെ ഈ വർഷത്തെ പ്രമേയം. 2024 നവംബർ 14 മുതൽ 18 വരെ വ്യാപാര-വാണിജ്യ സംബന്ധമായ ഉദ്ദേശമുള്ള വ്യക്തികൾക്കും, സംഘടനകൾക്കും, നവംബർ 19 മുതൽ പൊതുജനങ്ങൾക്കും മേള സന്ദർശിക്കാം.

'വികസിത് ഭാരത് @2047" പ്രമേയത്തിന് കീഴിൽ കേരളത്തിന്റെ വികസിത ഭാവിയെ സൂചിപ്പിക്കുന്ന സുപ്രധാന പദ്ധതികളും, രൂപപ്പെടുത്തിയ നയങ്ങളും, കൂടാതെ സംസ്ഥാനത്തിന്റെ സാധ്യമായ എല്ലാ വ്യാപാര-വാണിജ്യ മേഖലകളെയും അന്താരാഷ്ട്ര സമൂഹത്തിനു മുൻപാകെ അവതരിപ്പിക്കാൻ പറ്റുന്ന തരത്തിലാവും സംസ്ഥാനം മേളയിൽ പങ്കെടുക്കുന്നത്. മുൻ വർഷങ്ങളിൽ സംസ്ഥാനം അന്താരാഷ്ട്ര ശ്രദ്ധ നേടിയ മേളയിൽ പങ്കെടുക്കുകയും നിരവധി പുരസ്കാരങ്ങൾ കരസ്ഥമാക്കുകയും ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. പാർട്ണർ സ്റ്റേറ്റ് ആയി മേളയിൽ പങ്കെടുക്കുന്ന സംസ്ഥാനത്തിന് പ്രമേയത്തിലധിഷ്ഠിതമായി പുതുമയുള്ളതും, കേരളത്തിന്റെ സ്വന്തം ബ്രാൻഡ് എന്ന നിലയിലുള്ളതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നതിനും ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയിൽ ഭാവിയിൽ സംസ്ഥാനം പുതിയ മാനം കെട്ടിപ്പടുക്കുന്നത് വിശദീകരിക്കുന്നതിനും അനുയോജ്യമായ ഒരു പ്ലാറ്റ്ഫോം ഐഐടിഎഫ് വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു. തീം സ്റ്റാളുകൾ കൂടാതെ കേരളത്തിൽ നിന്നുള്ള സൂക്ഷ്മ, ചെറുകിട, ഇടത്തരം സംരംഭകരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാൻ വകുപ്പ് വാണിജ്യ സ്റ്റാളുകളും ക്രമീകരിക്കുന്നുണ്ട്.

വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള 2700 ഓളം ആഭ്യന്തര, വിദേശ പ്രദർശകർ തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കും. ഖത്തർ, അഫ്ഗാനിസ്ഥാൻ, ബംഗ്ലാദേശ്, ബഹ്റൈൻ, ബെലാറസ്, ഇറാൻ, നേപ്പാൾ, തായ്‌ലൻഡ്, തുർക്കി, യുഎഇ തുടങ്ങിയ രാജ്യങ്ങൾ മേളയിൽ പങ്കെടുക്കും. കരകൗശല മേഖലയിലെ വസ്തുക്കൾ പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന പവലിയനോടെ ആൻഡമാൻ & നിക്കോബാർ അഡ്മിനിസ്ട്രേഷൻ മേളയിൽ ആദ്യമായി പങ്കെടുക്കുന്നത് ഒരു പുതുമയാണ്. മുൻ വർഷങ്ങളിലെ സന്ദർശകരുടെ റെക്കോർഡ് മറികടക്കാനാകുമെന്നും ഐടിപിഒ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നതായി അധികൃതർ അറിയിച്ചു. നവകേരളം വ്യവസായ മേഖലയിൽ കൈവരിച്ചിരിക്കുന്ന നമ്പർ 1 സ്ഥാനം കൂടുതൽ പൊലിമയോടെ സാഭിമാനം ലോകത്തിനു മുന്നിൽ ഉയർത്തിക്കാട്ടാൻ ഈ മേളയിൽ നമുക്കാവുമെന്ന് പ്രത്യാശിക്കാം.

ഒപ്പ്
ചീഫ് എഡിറ്റർ

വ്യവസായ കേരളം

ചീഫ് എഡിറ്റർ
ശ്രീ. കെ. ഗോപാലകൃഷ്ണൻ ഐ.എ.എസ്
ഡയറക്ടർ
വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ്

എഡിറ്റർ
ബിജു പി.ബി.

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-
https://vyavasayakeralam.industry.kerala.gov.in
www.keralaindustry.org
www.industry.kerala.gov.in

അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് സപ്പോർട്ട്
മോഹൻകുമാർ എം.എസ്.,
സാജൻ പി.സി.,
ക്ലാരമ്മ ജെയിംസ്,
അനിത എസ്.,
സംസം എസ്.,
ഡോണാമോൾ ഈനാസ്,
അരുൺ എസ്.,
ബേബി. വൈ.,
രാമകൃഷ്ണൻ എഴുത്തച്ഛൻ

ലേഖകരുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ
സർക്കാരിന്റേതായിരിക്കണമെന്നില്ല.
അവയുടെ ഉത്തരവാദിത്വം
ലേഖകർക്ക് മാത്രമാണ്.

നവകേരളം

ശ്രീ. പി. രാജീവ്

വ്യവസായം, വാണിജ്യം,
നിയമം, കയർ വകുപ്പ് മന്ത്രി

ഇൻവെസ്റ്റ് കേരള ഗ്ലോബൽ സമ്മിറ്റ്

കേരളം പ്രതീക്ഷയോടെ കാത്തിരിക്കുന്ന ആഗോള നിക്ഷേപക സംഗമമായ 'ഇൻവെസ്റ്റ് കേരള ഗ്ലോബൽ സമ്മിറ്റ് 2025 ഫെബ്രുവരി 21, 22 തീയതികളിൽ കൊച്ചിയിൽ വച്ച് സംഘടിപ്പിക്കുകയാണ്. 2025 ഫെബ്രുവരി 21, 22 തീയതികളിൽ കൊച്ചിയിൽ വച്ച് സംഘടിപ്പിക്കുന്ന നിക്ഷേപക സംഗമം കേരളത്തിന്റെ വ്യവസായിക രംഗത്ത് വിപ്ലവകരമായ വിധത്തിൽ നിക്ഷേപങ്ങൾ ആകർഷിക്കും. കേരള വ്യവസായ നയം ലക്ഷ്യമിടുന്ന നൂതന വ്യവസായ മേഖലകളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിച്ചുകൊണ്ട് രാജ്യത്തിന്റെ തന്നെ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ റെവല്യൂഷൻ 4.0 വ്യവസായങ്ങളുടെ ഹബ്ബായി മാറാനാണ് കേരളം ശ്രമിക്കുന്നത്. ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസിൽ രാജ്യത്തുതന്നെ ഒന്നാമതുള്ള കേരളം പല ലോകോത്തര കമ്പനികളുടെയും നിക്ഷേപ കേന്ദ്രമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഘട്ടത്തിലാണ് നിക്ഷേപക സംഗമം കടന്നുവരുന്നത് എന്നത് അനുകൂലഘടകമാണ്. ഒപ്പം ഇതിനായി മികച്ച മുന്നൊരുക്കങ്ങൾ സംസ്ഥാനം നടത്തുന്നുമുണ്ട്.

ചെന്നൈ, ബംഗളൂരു, ഹൈദരാബാദ്, മുംബൈ, ഡൽഹി എന്നീ പ്രധാന നഗരങ്ങളിൽ സംരംഭകരുമായി നടത്തുന്ന റോഡ് ഷോകൾ നടന്നുവരികയാണ്. ഇതിന് ശേഷം വിവിധ വിദേശ രാജ്യങ്ങളിലും കേരളം റോഡ് ഷോകൾ സംഘടിപ്പിക്കും. ഇൻവെസ്റ്റ് കേരള ഗ്ലോബൽ സമ്മിറ്റിന് മുന്നോടിയായി രാജ്യത്തെ ആദ്യ ഇന്റർനാഷണൽ ജെൻ എ ഐ കോൺക്ലേവ്, കേരളത്തിലെ ആദ്യ ഇന്റർനാഷണൽ റോബോട്ടിക്സ് റൗണ്ട് ടേബിൾ കോൺക്ലേവ്, മാരിടൈം ആന്റ് ലോജിസ്റ്റിക്സ് റൗണ്ട് ടേബിൾ, ഫുഡ് ടെക് കോൺക്ലേവ്, ഇന്റർനാഷണൽ ബയോടെക്നോളജി ആന്റ് ലൈഫ് സയൻസ് കോൺക്ലേവ്, റീസൈക്ലിങ്ങ് & വേസ്റ്റ് മാനേജ്മെന്റ് കോൺക്ലേവ് എന്നിവ നമ്മൾ പൂർത്തിയാക്കിയിട്ടുണ്ട്. നഗരവൽക്കരണവും, വ്യവസായ വൽക്കരണവും അതിവേഗം നടന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്ന നമ്മുടെ സംസ്ഥാനത്ത് വിവിധ കോൺക്ലേവുകളിലായി നൂറു കണക്കിന് കമ്പനികളാണ് പങ്കെടുത്തത്. കേരളം രാജ്യത്തെ നിക്ഷേപ സൗഹൃദവും, വ്യവസായ സൗഹൃദവുമായ സംസ്ഥാനങ്ങളുടെ പട്ടികയിൽ ഒന്നാം സ്ഥാനത്താണെന്നുള്ളതിന്റെ ദിശാസൂചികയാണ് ഇത്തരം കോൺക്ലേവുകളിൽ കമ്പനികളുടെ മുന്നേറ്റത്തിലൂടെ നമുക്ക് ദൃശ്യമാകുന്നത്. 12 സെക്ടറൽ കോൺക്ലേവുകളിൽ അവശേഷിക്കുന്നവയും ഗ്ലോബൽ ഇൻവെസ്റ്റേഴ്സ് മീറ്റിന് മുൻപായി സംഘടിപ്പിക്കും. കേരളം ഇന്നേവരെ കാണാത്ത ചരിത്രസംഭവമായി ഈ ആഗോള നിക്ഷേപക സംഗമം മാറും. ■

Invest Kerala
NATURE. PEOPLE. INDUSTRY.

റ്റി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

10 കുടുംബങ്ങൾക്ക് തൊഴിൽ നൽകി ഒരു ഗൾഫുകാരന്റെ മാതൃകാ ബിസിനസ്

ഷാജി വിത്സൻ എന്ന സംരംഭകന്റെ സ്ഥാപനത്തിൽ പോയാൽ തൊഴിലാളികളെ കാണാൻ പറ്റില്ല. പ്രൊഡക്ഷൻ നടക്കുന്നതും കാണാനാകില്ല. കാണാൻ കഴിയുന്നത് കുറച്ച് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളും ഫിനിഷ്ഡ് പ്രോഡക്ട്സും മാത്രമാണ്. സ്ഥാപനം മികച്ച രീതിയിൽ പ്രവർത്തിച്ചു വരുന്ന ഒന്നാണ്. തിരുവനന്തപുരം ജില്ലയിലെ പൂവാറിനടുത്ത് അരുമാനൂരിലാണ് സ്ഥാപനം പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. 'അഭിഷേകം പേപ്പർ പ്രോഡക്ട്സ്' എന്നാണ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേര്. വളരെ റിസ്ക് കുറഞ്ഞ രീതിയിലാണ് ഇതിന്റെ പ്രവർത്തനം രൂപപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്.

25 വർഷം പ്രവാസി

25 വർഷം ഗൾഫ് രാജ്യങ്ങളിൽ ജോലി ചെയ്തു. അതിനുശേഷം തിരിച്ചു വന്ന് സ്വന്തം നിലയിൽ ഒരു സംരംഭം തുടങ്ങണം എന്ന് തീരുമാനിച്ചു. അങ്ങനെയാണ് വലിയ കിടമത്സരം ഇല്ലാത്ത ഒരു ബിസിനസ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. ഗൾഫിലെ പ്രവൃത്തി പരിചയം മുൻനിർത്തിയാണ് ഷാജി വിൽസൺ ഇത്തരത്തിൽ ഒരു ബിസിനസ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. തൊഴിലാളികളെ ജോലി ചെയ്യിക്കുന്നത് ഏറെ റിസ്ക് നിറഞ്ഞ പരിപാടിയാണ്. അത് ഒഴിവാക്കണം. ആ രീതിയിൽ വേണം ബിസിനസ് പ്ലാൻ ചെയ്യാൻ. അതായിരുന്നു ഇത്തരം ഒരു സംരംഭം തിരഞ്ഞെടുത്തതിന്റെ പ്രധാന കാരണം.

ചെറിയ തുകകൾ പ്രതിദിനം സമ്പാദിക്കുവാനും അവർക്ക് കഴിയുന്നു. ഷാജി നിർദ്ദേശിക്കുന്ന നിലവാരം അനുസരിച്ച് തന്നെ വർക്ക് പൂർത്തിയാക്കണം. അത് കൃത്യമായി ഇവിടെ പരിശോധിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ ജോലി ചെയ്യാൻ തയ്യാറായി ധാരാളം കുടുംബങ്ങൾ മുന്നോട്ട് വരുന്നു എന്നതാണ് വസ്തുത.

എന്താണ് ബിസിനസ്

പേപ്പർ ഉൽപന്നങ്ങളാണ് ഷാജിയുടെ ബിസിനസ്. മെഡിക്കൽ ഷോപ്പ് കവറുകളാണ് പ്രധാനമായും നിർമ്മിക്കുന്നത്. ബേക്കറി കവറുകൾ, ടെക്സ്റ്റൈൽ കവറുകൾ, പേപ്പർ ക്യാരി ബാഗുകൾ എന്നിവയാണ് മറ്റ് ഉൽപന്നങ്ങൾ. ബ്രൗൺ കാർട്ടൺ പേപ്പർ ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ടുള്ള ഉൽപന്നങ്ങളാണ് എല്ലാം. പേപ്പർ അസംസ്കൃത വസ്തുവായി ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ടുള്ള ഇത്തരം ഉൽപന്നങ്ങൾക്ക് പുറമെ ഓർഡർ ലഭിക്കുന്ന മറ്റ് കവറുകളും നിർമ്മിച്ച് നൽകും. ഫ്രൂട്ട്സ് കവർ, സ്നാക്സ് കവർ തുടങ്ങിയവയാണ് ഇങ്ങനെ ഓർഡറുകൾ ലഭിക്കാറുള്ളത്.

ഉൽപാദനം 10 വീടുകളിൽ

പേപ്പർ ക്യാരി ബാഗുകളുടെയും, കവറുകളുടെയും ഉൽപാദനം നടക്കുന്നത് സമീപത്തുള്ള 10 വീടുകളിൽ വച്ചിട്ടാണ്. ഇതിനാവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ പകുതി നിർമ്മാണം പൂർത്തിയായ നിലയിൽ (Semi Finished Products) വീടുകളിലേയ്ക്ക് കൊടുത്ത് വിടുന്നു. അവർ ഇവിടെ നിന്ന് ശേഖരിച്ച് കൊണ്ട് പോകുന്നു. ക്യാരി ബാഗിന്റെ വശങ്ങൾ കട്ട് ചെയ്ത് മടക്കൽ, ഹാന്റിൽ ഫിക്സ് ചെയ്യൽ, പ്രിന്റിംഗ് നടത്തൽ (ആവശ്യപ്പെടുന്ന കാര്യങ്ങളിൽ മാത്രം) എന്നിവയെല്ലാം നടത്തുന്നത് അതത് കുടുബാംഗങ്ങളാണ്. ഓരോ വർക്കുകൾക്കും പ്രത്യേകം റേറ്റ് നിശ്ചയിച്ചിട്ടുണ്ട്. അതനുസരിച്ചുള്ള കൂലിയാണ് അവർക്ക് നൽകുന്നത്. പുറത്ത് ജോലിക്ക് പോകാൻ കഴിയാത്തവരും, പ്രായമായവരും, അസുഖ ബാധിതരും അവരുടെ ഭവനങ്ങളിലിരുന്ന് ഇങ്ങനെ ജോലി ചെയ്തു വരുന്നു. ചെറിയ തുകകൾ പ്രതിദിനം സമ്പാദിക്കുവാനും അവർക്ക് കഴിയുന്നു. ഷാജി നിർദ്ദേശിക്കുന്ന നിലവാരം അനുസരിച്ച് തന്നെ വർക്ക് പൂർത്തിയാക്കണം. അത് കൃത്യമായി ഇവിടെ പരിശോധിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ ജോലി ചെയ്യാൻ തയ്യാറായി ധാരാളം കുടുംബങ്ങൾ മുന്നോട്ട് വരുന്നു എന്നതാണ് വസ്തുത.

കാർട്ടൺ കമ്പനിയിൽ നിന്നും വാങ്ങലുകൾ

ഇതിന്റെ മുഖ്യ അസംസ്കൃത വസ്തു ബ്രൗൺ പേപ്പറുകൾ ആണ്. മെഡിക്കൽ ഷോപ്പ് കവറുകൾക്ക്

വൈറ്റ് കളർ പേപ്പറുകളും ഉപയോഗിക്കുന്നു. തിരുവനന്തപുരത്ത് തന്നെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരു കാർട്ടൺ കമ്പനിയാണ് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ലഭ്യമാക്കുന്നത്. ഇവ സുലഭമായി ലഭിച്ചു വരുന്നുണ്ട്. ഷോർട്ടേജ് വരാറില്ല. ക്രെഡിറ്റ് കിട്ടാൻ പ്രയാസമാണ്. വിളിച്ച് പറഞ്ഞാൽ മതി സ്ഥാപനത്തിൽ എത്തിച്ചു തരും.

ഓർഡർ വഴി വിൽപന

മുൻകൂട്ടി ഓർഡറുകൾ ശേഖരിച്ച ശേഷമാണ് നിർമ്മാണത്തിലേക്ക് കടക്കുന്നത്. മെഡിക്കൽ ഷോപ്പുകൾ, ബേക്കറി ഷോപ്പുകൾ, ടെക്സ്റ്റൈൽ ഷോപ്പുകൾ എന്നിവിടങ്ങളിൽ നിന്നുമാണ് ഓർഡറുകൾ ലഭിക്കുന്നത്. തുടക്ക സമയത്ത് നേരിട്ട് പോയി ഓർഡറുകൾ ശേഖരിക്കണമായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ അതിന്റെ ആവശ്യമില്ല. സ്ഥിരം കസ്റ്റമേഴ്സ് ഉണ്ട്. തിരുവനന്തപുരം ജില്ലയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന മിക്കവാറും മെഡിക്കൽ ഷോപ്പുകളിൽ എല്ലാം തന്നെ കവറുകൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നത് ഷാജിയാണ്. 100 കവറുകൾ അടങ്ങിയ കെട്ടിന് 8 രൂപ മുതൽ 25 രൂപ വരെയാണ് വില വരുന്നത്. ബേക്കറി കവറുകൾക്ക് 20 രൂപ മുതൽ 90 രൂപ വരെ വിലയ്ക്കാണ് വിൽപന. ഓർഡറുകൾ ധാരാളം ലഭിക്കുന്നുണ്ട്.

അനുകൂലം

* കുറഞ്ഞ കിടമത്സരം
* സ്ഥിരം കസ്റ്റമേഴ്സ്
* കൂടുതൽ ഓർഡർ പിടിക്കാൻ ശ്രമിച്ചാലും കിട്ടും
* കവറുകളിൽ പരിപൂർണ്ണത ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നു.
* അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ സുലഭം
* അൽപം വൈകിയാലും ചീത്തയായി പോകില്ല
* കൃത്യസമയത്ത് ഡെലിവറി
* ഉൽപാദനം വീടുകളിൽ നടക്കുന്നതിനാൽ കുറഞ്ഞ റിസ്ക്

പ്രതികൂലം

* കുറഞ്ഞ ലാഭവിഹിതം (10 മുതൽ 15% വരെയാണ് ലഭിക്കുന്നത്)
* പേപ്പർ വിലയിൽ വരുന്ന വർദ്ധനവ്
* ക്രെഡിറ്റ് നൽകേണ്ട സാഹചര്യം

15 ലക്ഷം രൂപയുടെ നിക്ഷേപം

ഗൾഫിൽ ജോലി ചെയ്ത് സമ്പാദിച്ച 15 ലക്ഷം രൂപയോളം നിക്ഷേപിച്ചാണ് സംരംഭം തുടങ്ങിയത്. സ്വന്തം സ്ഥലത്താണ് ഫാക്ടറി കെട്ടിടം. ഏകദേശം 800 ച. അടി ഇതിനായി പ്രത്യേകം നിർമ്മിച്ചു. കൂടാതെ കട്ടിംഗ് മെഷീൻ, ഫോൾഡിംഗ് മെഷീൻ, പശ തേയ്ക്കുന്ന മെഷീൻ എന്നീ മെഷിനറികളും വാങ്ങി സ്ഥാപിച്ചു. 6 ലക്ഷം രൂപയുടെ മെഷിനറികളാണ് സ്ഥാപനത്തിൽ സ്ഥാപിച്ചിരിക്കുന്നത്. സ്ഥാപനത്തിൽ സ്ഥിരം ജോലിക്കാർ ആരുമില്ല. 10 വീടുകളിലാണ് പ്രധാനമായും ഉൽപാദനം നടത്തുന്നത്. എന്നാൽ ഭാര്യ ഷീജയാണ് സ്ഥാപനത്തിലെ വരവും ചിലവും എല്ലാം നിയന്ത്രിക്കുന്നത്. 5-6 ലക്ഷം രൂപയുടെ പ്രതിമാസ കച്ചവടം നടക്കുന്നു എന്ന് പറയാം. 10 -15% മാണ് ലഭിക്കുന്ന അറ്റാദായം. ബാങ്ക് വായ്പകൾ ഒന്നും എടുത്തിട്ടില്ല. ഗൾഫിൽ നിന്നും തിരിച്ചെത്തി മന സമാധാനത്തോടെ ഒരു ബിസിനസ് ചെയ്യുന്ന സംതൃപ്തിയിലാണ് ഷാജി. ജ്വല്ലറികളിലും മറ്റും ഉപയോഗിക്കുന്ന വില കൂടിയ പ്രീമിയം ക്യാരി ബാഗുകൾ നിർമ്മിക്കുക എന്നതാണ് ഭാവി പരിപാടി. അതിനായി പുതിയ മെഷീൻ വാങ്ങിക്കഴിഞ്ഞു.

പുതുസംരംഭകർക്ക്

പൊതുവേ ലാഭവിഹിതം കുറഞ്ഞ ഒരു ബിസിനസ് ആണ് പേപ്പർ കവറുകളുടെത്. എന്നിരുന്നാലും 10 - 15 % വിതരണക്കാർ തലത്തിൽ പ്രതീക്ഷിക്കാം. വലിയ നിക്ഷേപം ഇല്ലാതെതന്നെ മെഡിക്കൽ ഷോപ്പ് കവറുകൾ നിർമ്മിക്കാം. വീട്ടിൽ തന്നെ ഇത് ചെയ്യാം. ഒരു കട്ടിംഗ് മെഷീനും മറ്റു സൗകര്യങ്ങളും ഒരുക്കാൻ പരമാവധി ഒരു ലക്ഷം രൂപ മതിയാകും. രണ്ടു പേർക്ക് തൊഴിൽ നൽകാനാകും. 2 ലക്ഷം രൂപയുടെ പ്രതിമാസ കച്ചവടം ലഭിച്ചാൽ പോലും 30,000 രൂപയിൽ അധികം അറ്റാദായം ഉണ്ടാക്കാം.

പൊതുവേ ലാഭവിഹിതം കുറഞ്ഞ ഒരു ബിസിനസ് ആണ് പേപ്പർ കവറുകളുടെത്. എന്നിരുന്നാലും 10 – 15 % വിതരണക്കാർ തലത്തിൽ പ്രതീക്ഷിക്കാം. വലിയ നിക്ഷേപം ഇല്ലാതെതന്നെ മെഡിക്കൽ ഷോപ്പ് കവറുകൾ നിർമ്മിക്കാം. വീട്ടിൽ തന്നെ ഇത് ചെയ്യാം.

(ഷാജിയുടെ മകൻ അഭിഷേക് പ്ലസ് ടുവിനും, അഭിഷ പ്ലസ് വണ്ണിനും പഠിക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥികളാണ്

വിലാസം

ഷാജി വിത്സൻ

അഭിഷേകം പേപ്പർ പ്രോഡക്ട്സ്

പ്ലാങ്കാല, അരുമാനൂർ. പി. ഒ, പൂവാർ

തിരുവനന്തപുരം- 695525

ഫോൺ: 7306791010

ആഷിക്ക്. കെ. പി

രത്തൻ ടാറ്റയ്ക്കുശേഷം ടാറ്റയുടെ ഭാവി?

ചില വ്യക്തികൾ ചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ച് ചരിത്രത്തോടൊപ്പം നീങ്ങിക്കൊണ്ടിരിക്കെ അപ്രത്യക്ഷമാവും. എന്നാൽ അവർക്ക് ശേഷം എന്ത് എന്നത് ചോദ്യചിഹ്നമായി അവശേഷിക്കും. ഗാന്ധിജി സ്വാതന്ത്ര്യാനന്തരം കോൺഗ്രസ് പിരിച്ചുവിടണമെന്ന് ആഗ്രഹിച്ചിരുന്നു. നെഹ്റുവിന് ശേഷം കോൺഗ്രസ് എന്തായി എന്ന് പരിശോധിക്കുമ്പോൾ നെഹ്റുവിനെപ്പോലുള്ളവരുടെ നേതൃത്വത്തിന്റെ പ്രാധാന്യത്തിന് മാറ്റ് കൂടുന്നു. ഇന്ത്യൻ ജനാധിപത്യ വ്യവസ്ഥിതിയിൽ വലിയ അധികാരങ്ങൾ ഇല്ലെങ്കിലും ഡോക്ടർ എപിജെ അബ്ദുൽ കലാം സൃഷ്ടിച്ച മാസ്മരികത ഇന്നും മായാതെ നിൽക്കുന്നു. വ്യവസായ ലോകത്ത് ഇതേ രീതിയിലെ സ്വഭാവ സവിശേഷതകളും പ്രവർത്തന മാതൃകകളും തിരയുമ്പോൾ രത്തൻ ടാറ്റയുടെ ഉജ്വല നേതൃത്വം അതിൽപെടും. ഇന്ന് ടാറ്റാ പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ മുൻപന്തിയിൽ അദ്ദേഹം ഇല്ല. ടാറ്റയ്ക്ക് ശേഷം ഇനി ടാറ്റാ പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ മുൻനിരയിൽ ആര് എന്നത് വലിയ ചോദ്യചിഹ്നമായി നിൽക്കുന്നു. കാരണം ഉയർച്ചകളിലും താഴ്ചകളിലും ടാറ്റാ പ്രസ്ഥാനങ്ങളിൽ എക്കാലത്തും അവസാന ഉത്തരം രത്തൻ ടാറ്റയുടെത് തന്നെയായിരുന്നു. സൈറസ് പല്ലോൺജി മിസ്ത്രിയിൽ നിന്ന് ടാറ്റയുടെ ചെയർമാൻ സ്ഥാനം പിടിച്ച് വാങ്ങേണ്ടി വന്നപ്പോഴും കോർപറേറ്റ്

ലോകത്തും സമൂഹത്തിലും അതൊരു കോളിളക്കം സൃഷ്ടിച്ച് അസ്വസ്ഥത ജനിപ്പിക്കാതിരുന്നത് സംരംഭത്തിലെ സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വം (CSR), നൈതികത എന്ന ടാറ്റയുടെ ഉറച്ച തീരുമാന മായിരുന്നു. ഇടക്കാലത്ത് രത്തൻ ടാറ്റ റിട്ടയർ ചെയ്ത് നേതൃത്വം ഏറ്റെടുത്ത സൈറസ് മിസ്ത്രി ടാറ്റയിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തനായ സംരംഭകനും വ്യവസായിയുമായിരുന്നു. ബിസിനസ്സിന്റെ ആത്യന്തിക ലക്ഷ്യം വൈവിധ്യങ്ങളും ലാഭ വർദ്ധന യും തന്നെയാണെന്ന ബിസിനസ് മാനേജ്മെന്റ് തന്ത്രമായിരുന്നു മിസ്ത്രി നടപ്പിലാക്കാൻ ശ്രമിച്ചത്. ഒരു ബിസിനസ് ടൈക്കൂൺ എന്ന രീതിയിൽ അതൊരു അബദ്ധവുമല്ല. എന്നാൽ അതിനിടയിൽ ഉണ്ടാവേണ്ടതും ഉൾച്ചേർന്നു പോവേണ്ടതുമായ സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളോ സാമൂഹ്യ നീതിയോ

നൈതികതയും മൂല്യവും ഉയർത്തിപ്പിടിച്ച് മുന്നേറി അതിലൂടെ വളർച്ചയും ലാഭവും ഉയർച്ചയും ഉണ്ടാക്കുക എന്നുള്ളതായിരുന്നു. ലാഭം എന്നത് കേവലം അൽപകാലത്തേക്ക് മാത്രമുള്ളതാണെന്നും നീതിബോധത്തോടെയും സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വ ത്തോടെയും സ്ഥാപനം നയിക്കപ്പെടുമ്പോൾ മാത്രമേ വളർച്ച ഉണ്ടാകൂ എന്നുമുള്ള നിലപാടാണ് രത്തൻ ടാറ്റയുടേത്. കാലത്തിനനുസരിച്ച് അടിസ്ഥാന സ്വഭാവത്തെ മാറ്റാതെ മുന്നോട്ടുപോയാലേ ബിസിന സ്സിൽ സ്ഥായിയായ ഉയർച്ച ഉണ്ടാവൂ എന്നും അദ്ദേഹം വിശ്വസിച്ചു. അത്തരം ചിന്തയോടെ ബിസിനസ്സ് മുന്നോട്ടുകൊണ്ടുപോയ ആ മനുഷ്യൻ ഇന്നില്ല.

അർധ സഹോദരൻ നോയൽ ടാറ്റയെ തൽക്കാലം ചെയർമാനായി, പിൻഗാമിയായി

കാലത്തിനനുസരിച്ച് അടിസ്ഥാന സ്വഭാവത്തെ മാറ്റാതെ മുന്നോട്ടുപോയാലേ ബിസിനസ്സിൽ സ്ഥായിയായ ഉയർച്ച ഉണ്ടാവൂ എന്നും അദ്ദേഹം വിശ്വസിച്ചു. അത്തരം ചിന്തയോടെ ബിസിനസ്സ് മുന്നോട്ടുകൊണ്ടുപോയ ആ മനുഷ്യൻ ഇന്നില്ല.

അത്രയേറെ പരിഗണിക്കേണ്ടതില്ല എന്നതാണ് ലാഭ വർദ്ധന കണക്കിലെടുക്കുന്ന സൈറസ് മിസ്ത്രിക്ക് ഉണ്ടായിരുന്നത്.

ബിസിനസ് വിദ്യാർത്ഥിയുടെ കണ്ണിലൂടെ നോക്കിയാൽ സൈറസ് മിസ്ത്രി ചെയ്യുന്നതിൽ അബദ്ധങ്ങൾ കാണാൻ കഴിയില്ല. കാരണം ഒരു സംരംഭം അതിന്റെ സാമ്പത്തിക മാനേജ്മെന്റിൽ ലാഭ വർദ്ധന (Profit Maximisation), ആസ്തി വർദ്ധന (Wealth Maximisation) എന്ന രണ്ട് പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളിൽ തന്നെ മുന്നോട്ടു പോകേണ്ടതുണ്ട്. എന്നാൽ ഇന്ത്യൻ വ്യവസായങ്ങളുടെ മുടിചൂടാമന്നനായ രത്തൻ ടാറ്റയുടെ ലക്ഷ്യം വളർച്ച, മുന്നേറ്റം, ഉയർച്ച എന്നീ മൂന്ന് തത്വങ്ങളിലായിരുന്നു. ലാഭത്തേക്കാളും ധന സമ്പാദനത്തേക്കാളും ഏറെ തന്റെ സംരംഭങ്ങൾ

തിരഞ്ഞെടുത്തിട്ടുണ്ടെങ്കിലും ആര് ടാറ്റയെ നയിക്കും എന്നത് വലിയ ചോദ്യചിഹ്നമായിതന്നെ അവശേഷി ക്കുന്നു. കാരണം നോയൽ ടാറ്റയ്ക്ക് എത്ര മാത്രം ടാറ്റയെ മുന്നോട്ട് പോകാൻ കഴിയുമെന്നത് സംശയാസ്പദമാണ്. രത്തൻ ടാറ്റയുടെ വാക്കുകൾ കടമെടുത്താൽ ഈ ചോദ്യങ്ങൾക്ക്, സംശയങ്ങൾക്ക് പ്രസക്തി ഏറെയുണ്ട്. തന്റെ ഇരുമ്പുരുക്ക് വ്യവസായം ലോകത്തിലെ തന്നെ വൻകിട സ്റ്റീൽ വ്യവസായമായി കാലങ്ങളായി നിലനിൽക്കുന്നതി നെക്കുറിച്ച് ഒരു പത്രക്കാരൻ ചോദിച്ചപ്പോൾ അദ്ദേഹം പറഞ്ഞ മനോഹരമായ മറുപടി "ഇരുമ്പിനെ തകർക്കാൻ മറ്റാർക്കും കഴിയില്ല ഇരുമ്പിനുള്ളിൽ ഉള്ള തുരുമ്പിന് മാത്രമേ അത് കഴിയൂ'' (No one can destroy iron but it's own rust can)എന്നതാണ്.

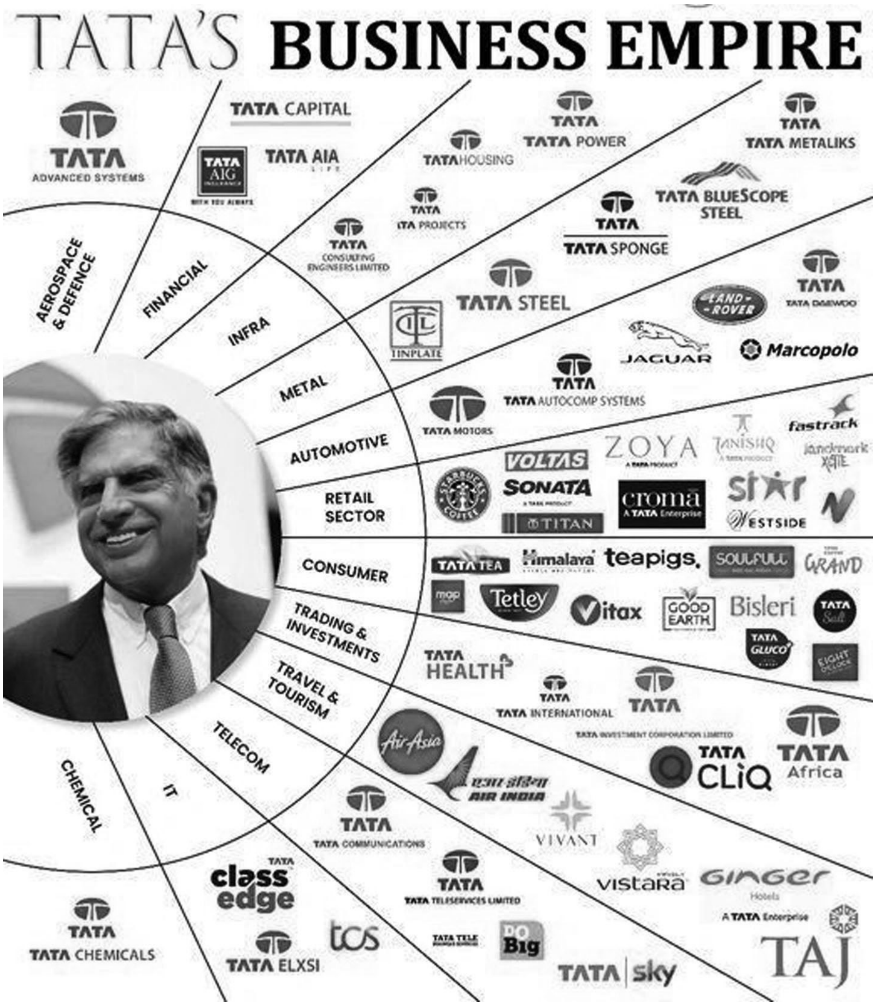
തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുമ്പോൾ രത്തൻ ടാറ്റയുടെ രീതികൾ വ്യത്യസ്തമായിരുന്നു. വളരെ കോളിളക്കം സൃഷ്ടിച്ച മിസ്ത്രിയിൽ നിന്നുള്ള അധികാര കൈമാറ്റം വളരെ ലളിതമായി അദ്ദേഹം അവതരിപ്പിച്ചതും അങ്ങനെ തന്നെയായിരുന്നു. ''ശരിയായ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതിൽ ഞാൻ വിശ്വസിക്കുന്നില്ല. എന്നാൽ ഞാൻ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുകയും അത് പിന്നീട് ശരിയാക്കുകയുമായിരുന്നു. (I don't believe in taking the right decisions I take decisions and then make them right)

ഇതുപോലെ ഒട്ടേറെ സംഭവങ്ങൾ നമുക്ക് കാണാൻ കഴിയും. എന്തുകൊണ്ട് കാലത്തിനനുസരിച്ച് ടാറ്റ മുൻപന്തിയിൽ എത്താതെ തന്റെ സഹപ്രവർത്തകരെ ഒരുമിച്ച് ചേർത്തുകൊണ്ട് അവരെ സ്നേഹിച്ചുകൊണ്ട് അവർക്കൊപ്പം നീങ്ങുന്നു എന്ന ചോദ്യത്തിന് ''നിങ്ങൾക്ക് വേഗത്തിൽ എത്താൻ നിങ്ങൾക്ക് ആരെയും കൂട്ടാതെ ഒറ്റയ്ക്ക് നടന്നാൽ മതി. പക്ഷേ നിങ്ങൾക്ക് വളരെ ദൂരം എത്തണമെങ്കിൽ നിങ്ങൾക്ക് ഒരുമിച്ച് മറ്റുള്ളവരോടൊപ്പം തന്നെ നടക്കേണ്ടിവരും'' എന്നായിരുന്നു മറുപടി. “നിങ്ങളുടെ പ്രവർത്തികളിൽ ആളുകൾ നിങ്ങളെ കല്ലെറിയുമ്പോൾ ആ കല്ലുകൾ ഉപയോഗിച്ച് കൊണ്ട് പടവുകൾ കെട്ടുക, അത്തരം ഹർമ്യങ്ങൾ നിങ്ങൾക്ക് പ്രചോദനവും പരാജയങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള പാഠവുമായി തീരും'' എന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു. കാഴ്ചപ്പാടുകൾകൊണ്ടും ദീർഘവീക്ഷണങ്ങൾ കൊണ്ടും ശുഭാപ്തി വിശ്വാസം കൊണ്ടും വ്യത്യസ്തനായ വ്യവസായി തന്റെ മരണത്തിന്റെ തൊട്ട് മുമ്പത്തെ ആഴ്ചയിലും തന്റെ ജീവിതത്തിൽ ഇനിയുമേറെ സാമൂഹ്യ പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി മുന്നോട്ട് പോകേണ്ടതുണ്ട് എന്നുള്ള വലിയ സൂചനകൾ നൽകിയിരുന്നു. രത്തൻ ടാറ്റയെ വ്യത്യസ്തനാക്കുന്നതും അതുതന്നെയാണ്. വ്യവസായങ്ങൾ സാമൂഹ്യ സൃഷ്ടിയാണെന്നും സമൂഹത്തിന്റെ വസ്തുക്കളും പ്രകൃതി വിഭവങ്ങളും ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ടുതന്നെയാണ് സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നത്, അതുകൊണ്ടുതന്നെ സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്തങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്ന സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധതയുള്ള സംരംഭങ്ങളേ നാട്ടിൽ നടത്താവൂ എന്നും അതിനുവേണ്ടി സംരംഭകൻ മുന്നേറുമ്പോൾ സംരംഭകത്വം വളരുകയും അതോടൊപ്പം ഒരു സാമൂഹ്യ നിർമ്മിതിയുടെ സൃഷ്ടിപ്പ് തന്നെ ഉണ്ടാവുകയും ചെയ്യും എന്നുള്ള വലിയ സങ്കല്പമാണ് അദ്ദേഹത്തെ മുന്നോട്ടു നയിച്ചത്. അതുകൊണ്ടുതന്നെയാണ് ടാറ്റയ്ക്കുശേഷം ആര് എന്ന് ചോദ്യത്തിന് വലിയ ചോദ്യം ഉയരുന്നത്.

വൈവിധ്യവും വ്യത്യസ്തവുമായ ടാറ്റാ പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ വൻ ഓഹരിയുള്ള ടാറ്റ ട്രസ്റ്റ് കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത് വ്യത്യസ്തവും വൈവിധ്യവുമാർന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉള്ള വ്യവസായികളാണ്. അതിൽ ടാറ്റ എന്ന പേരുള്ള വ്യക്തികൾ തന്നെ ഇല്ല. തന്റെ അർദ്ധ സഹോദരൻ നോയൽ ടാറ്റ ഒഴികെ. പേരിന് എന്ത് പ്രസക്തി എന്ന് വേണമെങ്കിൽ ചോദിക്കാവുന്നതാണ്. എന്നാൽ പേരിനും പ്രസക്തി ഉണ്ട് എന്നുള്ളതാണ് വ്യവസായ ലോകത്ത് പ്രത്യേകിച്ച് കമ്പനി വ്യവസ്ഥയിൽ അതിന്റെ സമൂലമായ വികസനത്തിനും വളർച്ചയ്ക്കും പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും മുഖ്യഘടകം ആയിട്ടുള്ളത്. പേരിൽ പോലും ടാറ്റ എന്നത് ഇല്ലെങ്കിൽ ടാറ്റ കമ്പനികളുടെ ബ്രാൻഡിന് ഭാവിയിൽ അതെങ്ങനെ പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കും എന്നുള്ളത് ചോദ്യമായി അവശേഷിക്കുന്നു. ടാറ്റ മരിക്കുന്നതിന് മുമ്പ് തന്നെ ടാറ്റ ട്രസ്റ്റ് ഓഹരി ഉടമകളുടെ ഇടയിൽ അധികാര വടംവലികളും വലിയ പിടിവലികളും നടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ടാറ്റാ പ്രസ്ഥാനങ്ങളിൽ വലിയ ഓഹരികൾ ഉള്ള റുസ്സി മോഡി (സ്റ്റീൽ), അജിത്ത് കേൽക്കർ (ഹോട്ടൽ), ദർബാരി സേത്ത്(സാൾട്ട് ആൻഡ് കെമിക്കൽ) തുടങ്ങിയവരൊക്കെ പല കാരണങ്ങളാലും പടിയിറങ്ങി സ്വന്തം സംരംഭങ്ങൾ വികസിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. അവർ ഇനി കൂടിച്ചേരുകയും അധികാര കേന്ദ്രത്തിൽ എത്തുകയും ചെയ്യുമോ എന്നുള്ളതാണ് വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ചർച്ച.

സൈരസ് മിസ്ത്രിക്കും വലിയ ഓഹരി തന്നെ ടാറ്റാ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഇപ്പോഴും ഉണ്ട്. മിസ്ത്രി ഒരിക്കൽ ചെയർമാനായി, പിന്തുടർച്ചക്കാരനായി വന്നുവെങ്കിലും പിന്നീട് സ്വന്തമായ സംരംഭത്തിലേക്ക് തിരിച്ചുപോവുകയായിരുന്നു. ഇനി വീണ്ടും അദ്ദേഹത്തിന്റെ നേതൃത്വം തന്നെ മടങ്ങിവരുമോ എന്നുള്ളതും പ്രധാനപ്പെട്ട ചോദ്യമായി അവശേഷിക്കുന്നു. ഇത്തരക്കാരെയൊക്കെ നേരിടാൻ രത്തൻ ടാറ്റയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും പരിചയങ്ങൾക്കും കഴിഞ്ഞിരുന്നു. ഇനി അത് അത്ര എളുപ്പമാകില്ലെന്നാണ് തോന്നുന്നത്. ഓരോ മേഖലയിലെയും ഇത്തരം സംഘർഷങ്ങളെ മറികടന്ന്

സൈരസ് മിസ്ത്രിക്കും വലിയ ഓഹരി തന്നെ ടാറ്റാ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഇപ്പോഴും ഉണ്ട്. മിസ്ത്രി ഒരിക്കൽ ചെയർമാനായി, പിന്തുടർച്ചക്കാരനായി വന്നുവെങ്കിലും പിന്നീട് സ്വന്തമായ സംരംഭത്തിലേക്ക് തിരിച്ചുപോവുകയായിരുന്നു.



ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ വ്യത്യസ്ത ആവശ്യങ്ങൾക്കും സമൂഹത്തിന്റെ സൃഷ്ടിപ്പിനും വികസനത്തിനും വിദ്യാഭ്യാസത്തിനും ആരോഗ്യ സംരക്ഷണത്തിനും കൃത്യമായ പ്രസ്ഥാനങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ട് തന്നെയാണ് ഈ കാലയളവിൽ രത്തൻ ടാറ്റ മടങ്ങിയത്.

ടാറ്റ വ്യവസായികരംഗത്തെ മുടിചൂഡാമന്നനായി നിന്നത് രത്തൻടാറ്റയുടെ കാഴ്ചപ്പാടും ബിസിനസ് പരിചയങ്ങളും തന്നെയായിരുന്നു. ഇന്ന് ടാറ്റ ആഗോളവ്യാപകമായ ഒരു പേരായി മാറിയിരിക്കുകയാണ്. ടാറ്റ സൺസ് എന്ന ഒരു പേര് തന്നെ ടാറ്റയും മക്കളും എന്ന തരത്തിലേക്ക് ടാറ്റ പ്രസ്ഥാനങ്ങളെ വളർത്തിയിട്ടുണ്ട്. നാനോ കാർ എന്ന പ്രോജക്ട് കൊണ്ടുവന്നപ്പോൾ അത് കേവലമൊരു കാർ പുറത്തിറക്കിയതിലപ്പുറം സാധാരണക്കാരന്റെ സ്വപ്നങ്ങളെ ഒരു സംരംഭകൻ എങ്ങനെ കാണേണ്ടതുണ്ട് എന്നുള്ള വലിയ സന്ദേശം ലോകത്തിന് നൽകുകയായിരുന്നു രത്തൻ ടാറ്റ. എയർ ഇന്ത്യ എന്ന പ്രസ്ഥാനം ടാറ്റയിലേക്ക് തന്നെ തിരിച്ചുകൊണ്ടു വന്നതും രത്തൻ ടാറ്റയുടെ വലിയ സ്വപ്നവും ദീർഘവീക്ഷണവുമായി കരുതുന്നു. കാഴ്ചപ്പാടുകൾ കൊണ്ടും ചിന്തകൾ കൊണ്ടും പ്രവർത്തി കൊണ്ടും വ്യത്യസ്തനായ ഉജ്ജ്വല നക്ഷത്രം തന്നെയാണ് രത്തൻ ടാറ്റ.

പേരിൽ എന്ത് എന്ന് ചിലപ്പോൾ ചോദിക്കാം പക്ഷേ പേരിലും ചിലത് ഉണ്ട്. ടാറ്റയ്ക്കപ്പുറം മറ്റൊരു നാമവും ഇന്ത്യൻ ഓഹരി വിപണിയിൽ ടാറ്റാ പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ മൂല്യം ഉയർത്തില്ല എന്നതിനാൽ നോയൽ ടാറ്റ എന്ന പിൻഗാമിക്ക് ഒട്ടേറെ സാധ്യതകളുണ്ട് എന്നും കാണാം.

1868ൽ ജാം ഷഡ്ജി ടാറ്റ ആരംഭിച്ച ടാറ്റ ഗ്രൂപ്പ് പിന്നീട് ലോകോത്തര വ്യവസായമായി വ്യത്യസ്ത സംരംഭങ്ങളുമായി 2024 വരെ അനുസ്യൂതം മുന്നോട്ടു നയിക്കുന്നതിന്റെ പിന്നിൽ ടാറ്റ കരങ്ങൾ തന്നെയാണ് ഏറെക്കുറെ മുഖ്യ പങ്കു വഹിച്ചത്. ജംഷഡ്ജി

ടാറ്റ ഇന്നില്ലെങ്കിലും അദ്ദേഹം അവശേഷിപ്പിച്ചുപോയ തന്റെ സംരംഭങ്ങളിൽ മൊട്ടുസൂചി മുതൽ വിമാന എഞ്ചിൻ വരെയും ഉപ്പു മുതൽ കർപ്പൂരം വരെയും ഉണ്ട് എന്നുള്ളതാണ് വസ്തുത.

ടാറ്റയിൽ നിന്ന് ജി.ആർ.ഡി ടാറ്റയിലേക്കും രത്തൻ ടാറ്റയിലേക്കും ടാറ്റ ട്രസ്റ്റ് ചെയർമാൻ സ്ഥാനം എത്തുമ്പോൾ ടാറ്റ എന്ന നാമം തന്നെയാണ് ടാറ്റാ വ്യവസായങ്ങളുടെ അലകും പിടിയും. നടരാജൻ ചന്ദ്രശേഖർ ടാറ്റ ചെയർമാൻ സ്ഥാനം ഏറ്റെടുക്കുമ്പോഴും രത്തൻ ടാറ്റയുടെ നിഴലിൽ തന്നെയായിരുന്നു ഉണ്ടായിരുന്നത് എന്നതാണ് വസ്തുത. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ടാറ്റാപ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ വിശ്വാസ്വതയും ബ്രാൻഡ് ഇമേജും നിലനിർത്താൻ ഒരു ടാറ്റ, അതായത് നോയൽടാറ്റ തന്നെ ട്രസ്റ്റുകളുടെ നിയന്ത്രണം ഏറ്റെടുക്കുന്നത് എന്തുകൊണ്ടും നല്ലതാണ്.

ടാറ്റ ഇന്നില്ലെങ്കിലും അദ്ദേഹം അവശേഷിപ്പിച്ചുപോയ തന്റെ സംരംഭങ്ങളിൽ മൊട്ടുസൂചി മുതൽ വിമാന എഞ്ചിൻ വരെയും ഉപ്പു മുതൽ കർപ്പൂരം വരെയും ഉണ്ട് എന്നുള്ളതാണ് വസ്തുത. ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ വ്യത്യസ്ത ആവശ്യങ്ങൾക്കും സമൂഹത്തിന്റെ സൃഷ്ടിപ്പിനും വികസനത്തിനും വിദ്യാഭ്യാസത്തിനും ആരോഗ്യ സംരക്ഷണത്തിനും കൃത്യമായ പ്രസ്ഥാനങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ട് തന്നെയാണ് ഈ കാലയളവിൽ രത്തൻ ടാറ്റ മടങ്ങിയത്. ഇന്നത്തെ ടാറ്റ സൺസ് ചെയർമാൻ ചന്ദ്രശേഖരൻ ഈ കാര്യങ്ങൾ കൃത്യമായി അവതരിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. രത്തൻ ടാറ്റയുടെ ജീവിതരീതികൾ മുഴുവൻ പഠിച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടും മാനവികത ഉയർത്തിപ്പിടിച്ചുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളും എന്നും ബിസിനസ് ലോകത്തിന് പഠിക്കാനും മുന്നോട്ട് പോകാനുമുള്ള വലിയ സന്ദേശങ്ങൾ നൽകിയിട്ടുണ്ട്. ഉറച്ച ആത്മവിശ്വാസമുള്ള ഒരു വ്യക്തി ആയതുകൊണ്ട് തന്നെ ആയിരിക്കാം വളരെ ശാന്തനായി 86-ാമത്തെ വയസ്സിലും ആരോഗ്യത്തെക്കുറിച്ച് അത്ര വലിയ ഉത്കണ്ഠയില്ലാതെ ഒരു റെഗുലർ ചെക്കപ്പ് എന്ന രീതിയിൽ ആശുപത്രിയിൽ അദ്ദേഹം പോയത്. തന്റെ ആരോഗ്യത്തെക്കുറിച്ച് വ്യത്യസ്ത കോണുകളിൽ പ്രചരിപ്പിക്കുന്ന പലതും ഇല്ലാത്തതാണ് എന്ന് അദ്ദേഹം തന്റെ അടുത്ത സഹപ്രവർത്തകരോട് മരണത്തിന്റെ കുറച്ചു ദിവസങ്ങൾക്കു മുമ്പ് തന്നെ പറഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. 1962ൽ ടാറ്റ ഗ്രൂപ്പിൽ ജോയിൻ ചെയ്യുകയും 1991 അദ്ദേഹം ടാറ്റയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ എത്തുകയുമായിരുന്നു.

2019 ഡിസംബറിൽ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം എന്ന സോഷ്യൽ മാധ്യമത്തിലൂടെ ടാറ്റ പുതുതലമുറ സംരംഭകരെ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിനുള്ള തന്റെ ആഗ്രഹം പങ്കുവെച്ചു. 75-ാമത് വയസ്സിൽ ടാറ്റാ സൺസ് ചെയർമാൻ സ്ഥാനം റിട്ടയർ ചെയ്യുമ്പോൾ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് വേണ്ടി രത്തൻ നോയൽ ട്രസ്റ്റ് അസോസിയേറ്റ്സ് എന്ന സ്വന്തമായ ഒരു ഇൻവെസ്റ്റ്മെന്റ് സംവിധാനം ടാറ്റ ഉണ്ടാക്കിയിരുന്നു. ഇതിലൂടെ ടാറ്റയുടെ ഉപദേശം 2019 മുതൽ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് ലഭിക്കുകയും പല സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെയും വലിയ ഉയർച്ചയിൽ എത്തിക്കുവാനും കഴിഞ്ഞു. യൂണികോൺ പദവിയിൽ(100 കോടി) സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ എത്താൻ എന്തൊക്കെ വേണമെന്നുള്ള കൃത്യമായ ധാരണ കൊടുക്കാൻ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാമിലൂടെയും മറ്റും നടത്തിയ വിവിധ ബോധവൽക്കരണ പ്രവർത്തനത്തിലൂടെ അദ്ദേഹത്തിന് കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. 2015 ഒക്ടോബറിൽ 20 കോടി രൂപ 10 സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് 18 മാസത്തിനിടയിൽ അദ്ദേഹം നൽകി. ഒരു ഘട്ടത്തിൽ മിക്ക വ്യവസായികളെയും അത്ഭുതപ്പെടുത്തിയത് ആയിരുന്നു അത്. പുതുതലമുറയിലെ സംരംഭം തുടങ്ങാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന എന്നാൽ അത് പ്രാവർത്തികമാക്കാൻ സാമ്പത്തികമായി ബുദ്ധിമുട്ടുന്ന കുട്ടികൾക്ക് അവരുടെ ആശയങ്ങൾ, സ്വപ്നങ്ങൾ എന്നിവ പ്രാവർത്തികമാക്കാൻ സാമ്പത്തിക സഹായം, പ്രോത്സാഹനം, ഉപദേശം എന്നിവ പരിചയ സമ്പന്നരായ വ്യവസായികൾ തന്നെയാണ് ചെയ്യേണ്ടത് എന്ന് വലിയ സന്ദേശമാണ് വ്യവസായ ലോകത്തിന് ടാറ്റ നൽകിയത്. ചില നിക്ഷേപം ലക്ഷത്തിൽ ഒതുങ്ങിയപ്പോൾ ചിലത് അതിന്റെ പ്രാധാന്യവും വൈവിധ്യവും അനുസരിച്ച് കോടികളിൽ എത്തി. ഉദാഹരണത്തിന് ഓല എന്ന സംരംഭത്തെ ടാറ്റ സഹായിച്ചത് 6 മുൻഗണന ഓഹരികൾ എടുത്തുകൊണ്ടായിരുന്നു. എന്നാൽ കാർ ദേഖോ കമ്പനിയിൽ ടാറ്റ ഇൻവെസ്റ്റ് ചെയ്തത് 163 ഓഹരികൾ എടുത്തുകൊണ്ടാണ്. 237 ഓഹരികൾ snapdeal എന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പിൽ നിന്ന് ലഭിച്ചു. ഇതൊക്കെ

അത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ വളർച്ചയ്ക്ക് വലിയ ഒരു ഉയർച്ച ഉണ്ടാക്കി. ഇതേ കാലയളവിൽ വിവിധ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളായ ദിവാമി, അർബൻ ലേഡർ, പേ.ടി.എം എന്നിവയ്ക്കും അദ്ദേഹം വലിയ നിക്ഷേപങ്ങൾ നൽകി. അർബൻ കമ്പനി ലെൻസ് കാർട്ട് എന്നീ രണ്ട് കമ്പനികളെ യൂണികോൺ പദവിയിൽ എത്തിച്ചതും ടാറ്റയുടെ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് നിക്ഷേപ സഹായങ്ങൾ തന്നെയാണ്. ഇത്തരത്തിൽ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സഹായിക്കുകയും അതിൽ ഇൻവെസ്റ്റ് ചെയ്യുകയും ചെയ്യുമ്പോൾ എന്തായിരുന്നു ടാറ്റ അർത്ഥമാക്കിയത് എന്ന് 2016ൽ ഒരു ഇന്റർവ്യൂവിൽ ഫൗണ്ടർ കുനൽ ബാഹൽ ബോംബെയിൽ വച്ച് നടന്ന ടൈകോൺ കോൺഫറൻസിൽ ചോദിച്ചപ്പോൾ അദ്ദേഹം പറഞ്ഞത് ഒരാൾ പഠിക്കുന്നു, ജോലി നേടുന്നു, സ്വയംതൊഴിൽ കണ്ടെത്തുന്നു, സംരംഭകരാകുന്നു, അവിടെ തീരുന്നില്ല പിന്നീട് നിക്ഷേപകനായി മാറുന്നു എന്നതാണ് ജീവിതചക്രം എന്നായിരുന്നു. നിക്ഷേപകനായി മാറുമ്പോൾ മാത്രമേ പുതുതലമുറയ്ക്ക് വളരാനും വികസിക്കാനും കഴിയൂ. അതുകൊണ്ടുതന്നെ നിക്ഷേപകർക്ക് മാത്രമേ പൊതു സംരംഭകരെ സൃഷ്ടിക്കാൻ കഴിയൂ എന്നതായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഉപദേശവും. രത്തൻ ടാറ്റയുടെ ദീർഘവീക്ഷണത്തിന് ഇതിനപ്പുറം ഒരു സന്ദേശം വേണ്ടതുണ്ട് എന്ന് തോന്നുന്നില്ല. 2014 ൽ 10 കോടി രൂപയാണ് snapdeal എന്ന സംരംഭത്തിന് അദ്ദേഹം കൊടുത്തത് . സ്നാപ്പ് ഡീലിന്റെ വളർച്ചയ്ക്കും പ്രവർത്തനത്തിനും അതൊരു വലിയ പ്രോത്സാഹനം തന്നെയാണ് നൽകിയത് എന്ന് ഇന്നും സ്നാപ്ഡീൽ ഫൗണ്ടർ കുനാൽ ഓർക്കുന്നു. ബ്ലൂ സ്റ്റോൺ എന്ന ജ്വല്ലറി ബ്രാൻഡിന് ടാറ്റ സഹായിച്ചതും ഈ രീതിയിൽ തന്നെയാണ്.

ഒരു ഇൻവെസ്റ്റ്മെന്റ് ബാങ്കിംഗ് ഇന്റർമീഡിയറിയുടെ സഹായത്തോടുകൂടിയാണ് ബ്ലൂസ്റ്റോണിൽ ടാറ്റ ഇൻവസ്റ്റ് ചെയ്തത്. ജ്വല്ലറി ഡിസൈനിങ്ങിലും മാനുഫാക്ചറിംഗ് സാങ്കേതികവിദ്യയിലും ബ്ലൂസ്റ്റോൺ ലോകത്തിലെ സംവിധാനമായി മാറിയത് രത്തൻ ടാറ്റയുടെ ദീർഘവീക്ഷണം കൊണ്ട് തന്നെയാണെന്ന് സ്ഥാപകനായ ഗൗരവ് സിംഗ് കുശുവ പ്രതിപാദിക്കുന്നുണ്ട്. ഇതിന് പുറമെ സംരംഭകർക്ക് ആവശ്യമായ ഒട്ടേറെ സഹായങ്ങൾ പരിധിക്ക് അപ്പുറത്ത് നിന്നുകൊണ്ട് ചെയ്യാനും ടാറ്റ ശ്രമിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇനിയും പുറത്തു വരാത്ത ആശയങ്ങളെ അവസരങ്ങൾ ആക്കി മാറ്റുന്ന സംരംഭകത്വ പ്രവർത്തനങ്ങളെ ലാഭം നോക്കാതെ സഹായിച്ചതിന്റെയും അവയുടെ വളർച്ചയുടെയും പുരോഗതിയുടെയും നിദാനമായി മാറിയതിനു ഇത്തരത്തിൽ എത്രയോ ഉദാഹരണം ടാറ്റയുടെ അകമഴിഞ്ഞ സഹായത്തിലൂടെ ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. 2020 കോവിഡിന് ശേഷം സംരംഭകർ നേരിടുന്ന വെല്ലുവിളികളെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി ടാറ്റ വ്യാപകമായ പ്രവർത്തനങ്ങളും ബോധവൽക്കരണ പരിപാടികളും നടത്തിയിട്ടുണ്ട്. പല സംരംഭകർക്കും അതിൽനിന്ന് പാഠങ്ങൾ പഠിച്ച് വളരാനും വികസിക്കാനും കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ഇങ്ങനെ തന്റെ സംരംഭങ്ങളെ വിജയിപ്പിക്കുന്നതിനോടൊപ്പം പുതുതലമുറ സംരംഭങ്ങളെ കൂടെ വിജയിപ്പിക്കുന്നതിൽ മുഖ്യപങ്കാണ് രത്തൻ ടാറ്റ വഹിച്ചത്. ടാറ്റയുടെ ജീവിതരീതികളും അതേപോലെ തന്നെയായിരുന്നു. ഒരുഭാഗത്ത് സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധതയിലുന്നികൊണ്ടുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുമ്പോൾ തന്നെ തെരുവിൽ നിന്ന് ലഭിച്ച ഒരു നായക്കുട്ടിയെയും ഒപ്പം അദ്ദേഹം കൂട്ടിയിരുന്നു. ഒഴിവുസമയങ്ങളിൽ ക്രിക്കറ്റ് കളിക്കാനും വ്യായാമത്തിൽ ഏർപ്പെടാനും ശ്രമിച്ചിരുന്ന ഈ വ്യവസായി ഒരു ട്രെയിൻഡ് പൈലറ്റ് കൂടിയായിരുന്നു.

എല്ലാ ബിസിനസ് തീരുമാനങ്ങളും വിജയിക്കണമെന്നില്ല. എന്നാൽ അവ ചില സന്ദേശങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. നാനോ കാർ പുറത്തിറക്കുമ്പോൾ തന്നെ ടാറ്റ ഈ സന്ദേശം നൽകി. ചില സംരംഭങ്ങളിലും മറ്റും നഷ്ടം നേരിടുമ്പോഴും ടാറ്റ അതുതന്നെ ആവർത്തിച്ചു കൊണ്ടിരുന്നു. പ്രവർത്തിക്കുക, മുന്നേറുക, വൈവിധ്യമാർന്ന ആശയങ്ങൾ കൊണ്ടുവരിക എന്നതുതന്നെയാണ് രത്തൻ ടാറ്റ മുന്നോട്ടുവെച്ച ആശയം. പുതിയ തലമുറയ്ക്ക് ഇതൊരു പാഠമാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ രത്തൻ ടാറ്റയ്ക്ക് പകരം മറ്റൊരു ടാറ്റയെ കണ്ടെത്തുക ടാറ്റ ട്രസ്റ്റിന് എളുപ്പമായിരിക്കില്ല.

ബൈജു നെടുങ്കേരി

അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നർ നിർമ്മാണം

സംരംഭക സൗഹൃദ കേരളം യാഥാർത്ഥ്യമായിരിക്കുന്നു. സംരംഭക സൗഹൃദ ആവാസവ്യവസ്ഥയെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്ന റാങ്കിംഗിൽ കേരളം ഇന്ന് ഒന്നാം സ്ഥാനത്താണ്. സംരംഭകത്വ മേഖലയെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകത സമൂഹവും തിരിച്ചറിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. ഇന്ന് രാഷ്ട്രീയ പ്രസ്ഥാനങ്ങളും, സാമുദായിക സംഘടനകളും സംരംഭകത്വ ശില്പശാലകൾ സംഘടിപ്പിച്ച് തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു . മനുഷ്യന്റെ തൊഴിലും വരുമാനവും പ്രധാനമാണെന്ന തിരിച്ചറിവ് രൂപപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. തൊഴിൽ ദാതാക്കളോടുള്ള മനോഭാവത്തിലും ഗുണപരമായ മാറ്റങ്ങൾ വന്നിട്ടുണ്ട്. സംരംഭങ്ങളും സംരംഭകരും നാടിന്റെ പുരോഗതിക്ക് ആവശ്യമാണ് എന്ന നിലയിലേക്ക് മാറ്റം സാധ്യമായിരിക്കുന്നു.

ചെറുകിട ഉല്പാദന സേവന സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിച്ച് കൊണ്ട് സംരംഭകത്വ രംഗത്തേക്ക് കടന്നുവരുന്നതിനാണ് കൂടുതൽ ആളുകളും ആഗ്രഹിക്കുന്നത്. ദൈനംദിന ജീവിതവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അനേകം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് അന്യ സംസ്ഥാനങ്ങളെ ആശ്രയിക്കുന്ന കേരളത്തിൽ നിരവധി ഉല്പാദന സംരംഭങ്ങൾക്ക് സാധ്യതയുണ്ട്.

കേരളത്തിൽ റെഡി-ടു-ഈറ്റ് ഭക്ഷണങ്ങളുടെ പാർസൽ വിപണി കുതിച്ചുയരുകയാണ്. ടെക്നോളജി കമ്പനികൾ കൂടി ഭക്ഷണ വിതരണ രംഗത്തേക്ക് കടന്നു വന്നതോടെയാണ് ഈ കുതിപ്പ്. വീടിനകത്തിരുന്ന് ഓർഡർ ചെയ്യുന്ന ഭക്ഷണം വാതിൽപ്പടിയിലെത്തിച്ച് തരുന്ന സംവിധാനങ്ങളെ രണ്ട് കൈയ്യും നീട്ടിയാണ് ജനം സ്വീകരിച്ചത്.

ഭക്ഷണങ്ങളുടെ പാഴ്സൽ വിപണിക്കൊപ്പം ഡിമാന്റ് വർദ്ധിച്ച ഉല്പന്നമാണ് അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നർ.

അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നർ

ഭക്ഷ്യഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സുരക്ഷിതമായി പായ്ക്ക് ചെയ്ത് നൽകുന്നതിനാണ് അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നറുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. പ്ലാസ്റ്റിക് പായ്ക്കിങ് മെറ്റീരിയലുകളേക്കാൾ സുരക്ഷിതമാണ് അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നറുകൾ. ഹോട്ടലുകളിലും ട്രെയിനുകളിലുമെല്ലാം ഭക്ഷണം പായ്ക്ക് ചെയ്ത് നല്കുന്നതിന് അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നറുകളാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. നിലവിൽ അന്യസംസ്ഥാനങ്ങളിൽ ഉല്പാദിപ്പിച്ച് കേരളത്തിലേക്ക് എത്തുന്നതാണ് ഈ ഉൽപ്പന്നം. അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നറിന്റെ ആവശ്യക്കാർ ഏറെയുള്ളതിനാൽ കേരളത്തിൽ അവയുടെ നിർമ്മാണത്തിന് വലിയ സാധ്യതയുണ്ട്.

സാധ്യതകൾ

കേരളത്തിലെ വിപണി തന്നെയാണ് ഏറ്റവും വലിയ അവസരം. ഹോട്ടലുകൾ, ക്ളൗഡ് കിച്ചണുകൾ, പാഴ്സൽ കൗണ്ടറുകൾ, കാറ്ററിംഗുകാർ, തുടങ്ങി ഭക്ഷണം പായ്ക്ക് ചെയ്ത് നല്കുന്നവർ എല്ലാം അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നറുകൾ വാങ്ങുന്നു. വിവിധ അളവുകളിലുള്ള കണ്ടെയ്നറുകൾക്ക് ആവശ്യക്കാരുണ്ട്. അസംസ്കൃത വസ്തുവായ അലുമിനിയം ഫോയിൽ സുലഭമായി ലഭ്യമാണ്.

വിദഗ്ദ്ധ പരിശീലനം നേടിയ തൊഴിലാളികൾ ആവശ്യമില്ല എന്നുള്ളതും നേട്ടമാണ്.

മാർക്കറ്റിങ്

വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ വിതരണക്കാരെ നിയമിക്കുന്നതാണ് ഉത്തമം. ഹോട്ടലുകൾക്കും ഭക്ഷ്യ ഉൽപ്പന്ന നിർമ്മാതാക്കൾക്കും വിവിധങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിലവിൽ വിതരണം നടത്തുന്നവരെ തന്നെ കണ്ടെത്തുന്നത് വിൽപ്പന സുഗമമാക്കും. നിലവിൽ അന്യസംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്ന് കണ്ടെയ്നർ വാങ്ങി വിൽപ്പന നടത്തുന്നവരെയും ആകർഷിക്കാനാകും. ഭക്ഷ്യ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിന് ആവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന മൊത്ത വ്യാപാര കേന്ദ്രങ്ങൾ വഴിയും വിൽപ്പന നടത്താം. അച്ചടി ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങൾ വഴിയും സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗിച്ചും വിതരണക്കാരെ കണ്ടെത്താം.

അസംസ്കൃത വസ്തു

32 GSM അലുമിനിയം ഫോയിൽ റോളുകളാണ് അസംസ്കൃത വസ്തു. ബാംഗ്ളൂരും ചെന്നൈയിലുമെല്ലാം അലുമിനിയം ഫോയിൽ റോളിന്റെ വിതരണക്കാരുണ്ട്.

കണ്ടെയ്നർ അളവുകൾ

കേരളത്തിൽ കൂടുതലായി ഉപയോഗിക്കുന്ന അലുമിനിയം കണ്ടെയ്നർ 750ml, 600ml, 650ml, 450ml, 250ml അളവുകളിലുള്ളതാണ്.

നിർമ്മാണ രീതി

അലുമിനിയം ഫോയിൽ കണ്ടെയ്നറുകളുടെ നിർമ്മാണത്തിന് AICAM ഫോയിൽ ഫോമിംഗ് യന്ത്രങ്ങളാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത് . യന്ത്രത്തിൽ ഉറപ്പിച്ചിട്ടുള്ള ഡൈയുടെ അളവിലാണ് കണ്ടെയ്നറുകൾ ഫോം ആവുക. 32GSM കനമുള്ള ഫോയിലുകളാണ് നിർമ്മാണത്തിന് ഉപയോഗപ്പെടുത്തുക. ഈ ഫോയിൽ റോളുകളായാണ് ലഭിക്കുന്നത്. കണ്ടെയ്നറുകളുടെ വലിപ്പ ചെറുപ്പം അനുസരിച്ച് വീതി കൂടിയതും കുറഞ്ഞതുമായ ഫോയിലുകളാണ് നിർമ്മാണത്തിന് ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

ഫോയിൽ റോളുകൾ AICAM യന്ത്രത്തിൽ ലോഡ് ചെയ്ത് കഴിഞ്ഞാൽ യന്ത്രത്തിൽ ഉറപ്പിച്ചിട്ടുള്ള ഡൈയിൽ ഫോയിൽ ഫോം ചെയ്ത് കണ്ടെയ്നർ പുറത്ത് വരും. പ്രതിദിനം 30,000 കണ്ടെയ്നർവരെ 8 മണിക്കൂർ പ്രവർത്തിപ്പിച്ചാൽ നിർമ്മിച്ചെടുക്കാൻ കഴിയും. തുടർന്ന് ടി കണ്ടെയ്നറുകൾ 1000 എണ്ണം വീതം കാർഡ്ബോർഡ് ബോക്സുകളിലാക്കിയാണ് വിൽപ്പനയ്ക്ക് എത്തിക്കുന്നത്.

മൂലധന നിക്ഷേപം

1) AICAM ഫോയിൽ ഫോമിംഗ് യന്ത്രം – 9,90,000.00

2) അനുബന്ധ സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കൽ – 1,00,000.00

പ്രവർത്തന മൂലധനം

പ്രവർത്തന മൂലധനം – 2,00,000 .00

പ്രവർത്തന വരവ് ചിലവ് കണക്ക്

(പ്രതിദിനം 30000 കണ്ടെയ്നർ നിർമ്മിക്കുന്നതിനുള്ള ചിലവ്)

1. അലൂമിനിയം ഫോയിൽ 100 kg x 300.00	30,000.00
2. തൊഴിലാളികളുടെ വേതനം, ഇലക്ട്രിസിറ്റി	2000.00
3. പായ്ക്കിങ് ചാർജ്	1500.00
4. മറ്റ് ഇതര ചിലവുകൾ.	300.00
ആകെ	– 33,800.00

വരവ്

(പ്രതിദിനം 30,000 കണ്ടെയ്നറുകൾ വിറ്റഴിക്കുമ്പോൾ ലഭിക്കുന്നത്.)

30000 * 1.50 – 45,000.00

ലാഭം

45000 – 33800 – 11200.00

യന്ത്രങ്ങൾ, പരിശീലനം

AICAM ഫോയിൽ ഫോമിംഗ് യന്ത്രവും പരിശീലനവും പിറവം അഗ്രോപാർക്കിൽ ലഭിക്കും.

0485–2999990

ലൈസൻസുകൾ

ഉദ്യം രജിസ്ട്രേഷൻ, K-SWIFT, ജി എസ് ടി എന്നിവ നേടി വ്യവസായം ആരംഭിക്കാം.

എഴുമാവിൽ രവീന്ദ്രനാഥ്

പ്രകൃതിദത്ത റബ്ബർ
പ്ലാസ്റ്റിക്കിന് ബദൽ

വലിച്ചാൽ നീളുന്നതും വിട്ടാൽ പൂർവസ്ഥിതി പ്രാപിക്കുന്നതും എന്ന് റബ്ബറിനെ കുറിച്ച് നർമ്മം കലർന്ന ഒരു നിർവചനമുണ്ട്. ഒരർത്ഥത്തിൽ അത് ശരിയാണ് താനും. ഈയൊരു സവിശേഷത കൊണ്ടാണല്ലോ പേനയുടെ അതിസൂക്ഷ്മമായ നിബ് ക്യാപ്പ് മുതൽ വിശാലമായ പാതകൾ വരെ നിർമ്മിക്കാൻ ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. റബ്ബർബാൻഡ് പോലെയുള്ള ചെറുകിട വ്യവസായവും ടയർ നിർമ്മാണം പോലെയുള്ള വൻകിട വ്യവസായവും റബ്ബർ എന്ന അസംസ്കൃത വസ്തുവിനെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു. പ്രകൃതിദത്ത റബ്ബറിന്റെ ഇറക്കുമതിയും, കൃത്രിമ റബ്ബറിന്റെ വരവും റബ്ബർ വ്യവസായത്തെ പലപ്പോഴും സ്വാധീനിക്കാറുണ്ട്. ഇതിന്റെ ഫലങ്ങൾ അനുഭവിക്കുന്നത് റബ്ബർ കർഷകരാണ്. ആകെ ഇന്ത്യയിൽ ഉത്പാദിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന റബ്ബറിൽ 74 ശതമാനവും കേരളത്തിന്റെ സംഭാവനയാണ്. പ്രതിവർഷം 4,90,460 ടൺ റബ്ബറാണ് നാം ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്നത്. എന്നാൽ വിപണിയിലെ ചാഞ്ചാട്ടങ്ങൾ റബ്ബർ കർഷകർക്ക് കനത്ത ആഘാതം ഏൽപ്പിക്കാറുണ്ട്. ഉൽപാദന ചിലവുപോലും കിട്ടാതെ കർഷകർ പ്രക്ഷോഭണ പരിപാടികൾ വരെ

ഇവിടെ നടത്താറുണ്ട്. കോട്ടയം, പത്തനംതിട്ട, കൊല്ലം, ഇടുക്കി, എറണാകുളം, കോഴിക്കോട് തുടങ്ങിയ ജില്ലകളിലാണ് ഈ കൃഷി വ്യാപകമായുള്ളത്. ഇവയിൽ കോട്ടയം തന്നെ ഒന്നാം സ്ഥാനത്ത് നിൽക്കുന്നു. 10 സെൻറ് മുതൽ ഹെക്ടർ കണക്കിന് വിസ്തൃതിയിൽ വരെ റബ്ബർ കൃഷി ചെയ്യുന്ന 10 ലക്ഷം കർഷകരാണ് കേരളത്തിലുള്ളത്. മൂന്നര ലക്ഷം തൊഴിലാളികളുടെ അന്നം കൂടിയാണ് റബ്ബർ. 20,000 ഹെക്ടർ സ്ഥലത്താണ് ഇവിടെ റബ്ബർ കൃഷിയുള്ളത്. വൻകിടക്കാർ പലപ്പോഴും സ്വന്തമായ സംരംഭങ്ങളിലും റബ്ബർ വിപണിയിലെ ചാഞ്ചാട്ടത്തെ ഒരു പരിധിവരെ പിടിച്ചുനിർത്തുമ്പോൾ ചെറുകിട ഇടത്തരം കർഷകരാണ് ദുരിതമനുഭവിക്കുന്നത്.

ഇതിനുള്ള ഏക പരിഹാരമാണ് ഓരോ റബ്ബർ കർഷകനും ഓരോ സംരംഭകനായി മാറുക എന്നുള്ളത്. എല്ലാവരും സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങുക എന്നതല്ല ഇതിനർത്ഥം. മറിച്ച് ഓരോ പ്രദേശത്തെയും കർഷക കൂട്ടായ്മകളുടെ ആഭിമുഖ്യത്തിൽ ലാറ്റക്സ് സംഭരണവും സംസ്കരണവും അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളാക്കി വിപണനവും നടത്തുക എന്നതാണ്. ഷീറ്റ്, ബ്ലോക്ക്, സെൻട്രിഫ്യൂജ്ഡ് ലാറ്റക്സ് എന്നിങ്ങനെ വിവിധ വ്യവസായങ്ങൾക്കനുസൃതമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഇന്ന് റബ്ബർ ഉത്പാദക സംഘങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്നുണ്ട്. ഇവ ഇടത്തരം - വൻകിട ഉത്പാദകരിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നു. രാജ്യത്തെ റബ്ബർ വില നിർണയിക്കുന്ന വൻകിട ടയർ ലോബികളുടെ സ്വാധീനത്തെ ഒരു പരിധി വരെ തടയാൻ ഇവയ്ക്ക് സാധിക്കുന്നു.

ജർമ്മനി ആസ്ഥാനമായ ആൻഡ്രിയാസ് ഹെർമിസ് അക്കാദമി (എ. എച്ച്. എ) എന്ന റബ്ബർ കർഷക ശാക്തീകരണ സ്ഥാപനം 2016 മുതൽ 2021 വരെ ഒരു റബ്ബർ കർഷക ബോധവൽക്കരണ പരിപാടി കേരളത്തിൽ നടപ്പാക്കിയിരുന്നു. റബ്ബർ കർഷകരെ ഉത്പാദകർ മാത്രമല്ല, സംരംഭകരുമാക്കി മാറ്റുന്ന ഈ പദ്ധതിയുടെ ഭാഗമായി കോട്ടയം, പത്തനംതിട്ട, ഇടുക്കി, എറണാകുളം ജില്ലകളിലെ 25 റബ്ബർ ഉത്പാദക സംഘങ്ങളിലെ 317 റബ്ബർ കർഷകരെ ഓഹരി ഉടമകളാക്കിക്കൊണ്ടാണ് 2023 മെയ് മാസത്തിൽ റബ്ബ് ഫാം എന്ന ചുരുക്കപ്പേരിൽ ഒരു ഫാർമർ പ്രൊഡ്യൂസർ കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് പ്രവർത്തനമാരംഭിച്ചത്. റബ്ബറിന്റെ കേന്ദ്രമായ പാലായിൽ ആസ്ഥാനവുമായി റബ്ബർ പാലിൽ നിന്ന്

മൂല്യ വർദ്ധിത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിച്ച് വിപണനം ചെയ്യുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ പ്രവർത്തനം തുടങ്ങിയ റബ്ബ് ഫാം 7 റബ്ബർ കർഷകരെ തന്നെയാണ് കമ്പനിയുടെ ഡയറക്ടർമാർ ആക്കിയിരിക്കുന്നത്. പ്രകൃതിദത്ത റബ്ബർ, പ്ലാസ്റ്റിക്കിന് ബദൽ ആക്കുന്നതിലൂടെ മണ്ണിനെയും പ്രകൃതിയെയും സംരക്ഷിക്കുക എന്ന ഒരു മഹിത സന്ദേശവും കമ്പനി മലയാളികൾക്ക് പകർന്നു നൽകുന്നു.

ഗ്രോബാഗുകൾ, ഇൻഡോർ ഔട്ട്ഡോർ ചെടിച്ചട്ടികൾ, കൈയുറകൾ, വിരലുറകൾ, റബ്ബർബാൻഡ്, റബർമാറ്റ് എന്നിവയാണിപ്പോൾ റബ്ബ് ഫാം വിപണിയിലിറക്കിയിരിക്കുന്നത്. 10 വർഷം വരെ പുനരുപയോഗം സാധ്യമാക്കുന്ന ഗ്രോ ബാഗുകൾ, ചെടിച്ചട്ടികൾ എന്നിവ ഗുണമേന്മയിലും കാഴ്ചയിലും ഉന്നത നിലവാരമാണ് പുലർത്തുന്നത്. തന്മൂലം സംസ്ഥാന സർക്കാർ കേരള ഗ്രോ ബ്രാൻഡ് നൽകി വിപണന സൗകര്യവും ഒരുക്കി നൽകിയിരിക്കുന്നു. കേരള അഗ്രോ ഇൻഡസ്ട്രീസ് കോർപ്പറേഷന്റെ അഗ്രോ ബസാറുകൾ, സൂപ്പർമാർക്കറ്റുകൾ, നഴ്സറികൾ, ട്രേഡ് ഫെയറുകൾ എന്നിവയിലെല്ലാം റബ്ബ് ഫാം താരമായി കഴിഞ്ഞു. ഗവൺമെൻറ് പദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തി എല്ലാ ഗ്രാമപഞ്ചായത്തുകളിലും ഗ്രോബാഗുകൾ എത്തിച്ചു നൽകാനുള്ള പദ്ധതി ഇപ്പോൾ തയ്യാറായി വരുന്നു. ആമസോൺ, ഫ്ളിപ്കാർട്ട് തുടങ്ങിയ ഓൺലൈൻ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ റബ്ബ് ഫാം ഉൽപന്നങ്ങളുടെ വിപ ണനത്തിൽ സജീവ പങ്കാളികളാണ് .

കർഷകരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഒരു വരദാന മാണ് ഈ സ്ഥാപനം ലാഭകരമായി മുന്നോട്ടുപോകുന്ന കമ്പനിക്ക് റബ്ബർ വിപണിയിലെ ചാഞ്ചാട്ടം ഒരു പ്രശ്നമേയല്ല. അംഗങ്ങളായ കർഷകർക്ക് കൃത്യമായ ലാഭവിഹിതവും അവർ നൽകുന്ന റബ്ബറിന്റെ മൂല്യവും തൂക്കവും അനുസരിച്ചുള്ള പ്രത്യേക ബോണസും കിട്ടുന്നു എന്നത് റബ്ബ് ഫാമിന്റെ മാത്രം പ്രത്യേകതയായി എടുത്ത് പറയാവുന്നതാണ്. വ്യവസായ സംരംഭകനായി മാറുന്നതിന്റെ സംതൃപ്തി ഓരോ ഓഹരി ഉടമയുടെ മുഖത്തും നിഴലിക്കുന്നുണ്ട്. അത് റബ്ബർ കൃഷിയിൽ തന്നെ ഉറച്ചുനിൽക്കാൻ അവരെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. പിടിച്ചുനിൽക്കാനാവാതെ മറ്റ് കൃഷികളിലേക്ക് മടങ്ങിയ റബ്ബർ കർഷകർക്ക് ഒരു പുനർവിചിന്തനത്തിനും ഇത് ഇടയാക്കുന്നുണ്ട്. ചുരുങ്ങിയ കാലം കൊണ്ട് തന്നെ മികവ് തെളിയിച്ച റബ്ബ് ഫാം ഇനി പ്രകൃതിദത്ത റബ്ബർ കൊണ്ടുള്ള നിരവധി ജനപ്രിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളാവും വിപണിയിൽ എത്തിക്കുക. ഇതിലൂടെ അസംസ്കൃത വസ്തുവായ റബ്ബറിന്റെ ഡിമാന്റും വർദ്ധിക്കും. കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾക്കും ഇത് കാരണമാകും. ഉൽപന്ന ശ്രേണിയുടെ വിപുലീകരണമനുസരിച്ച്

കർഷകരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഒരു വരദാനമാണ് ഈ സ്ഥാപനം ലാഭകരമായി മുന്നോട്ടുപോകുന്ന കമ്പനിക്ക് റബ്ബർ വിപണിയിലെ ചാഞ്ചാട്ടം ഒരു പ്രശ്നമേയല്ല. അംഗങ്ങളായ കർഷകർക്ക് കൃത്യമായ ലാഭവിഹിതവും അവർ നൽകുന്ന റബ്ബറിന്റെ മൂല്യവും തൂക്കവും അനുസരിച്ചുള്ള പ്രത്യേക ബോണസും കിട്ടുന്നു എന്നത് റബ്ബ് ഫാമിന്റെ മാത്രം പ്രത്യേകതയായി എടുത്ത് പറയാവുന്നതാണ്.

ഉത്പാദന കേന്ദ്രങ്ങളും വർദ്ധിക്കും, റബർ മേഖലകളുടെ വികസനത്തിനും ഇത് വഴിതെളിക്കും. ഇത്തരം അഗ്രോ ബേസ്ഡ് ഇൻഡസ്ട്രികൾ മറ്റ് ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കാര്യത്തിലും പരീക്ഷിക്കാവുന്നതാണ്. നെല്ല്, നാളികേരം ഇവ ഇതിന് ഉദാഹരണമായി ചൂണ്ടിക്കാണിക്കാനാവും. തെങ്ങിന് ഓലയും, ഈർക്കിലും, ചിരട്ടയും, ചകിരി പൊടിയും ഉൾപ്പെടെ ഉപോൽപ്പന്നങ്ങൾ കൊണ്ട് മഹേന്ദ്രജാലം സൃഷ്ടിക്കാൻ കർഷക കൂട്ടായ്മകൾക്കാവും. അരി ഉത്പാദനത്തിൽ പുറന്തള്ളുന്ന ഉമിയും, വൈക്കോലും വരെ പ്രകൃതിസൗഹൃദ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കലവറയായി മാറുന്ന കാലം വിദൂരമല്ല. കാർഷികാധിഷ്ഠിത വ്യവസായ ഗ്രാമങ്ങളുടെ മുഖച്ഛായ മാത്രമല്ല നമ്മുടെ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയിലും വലിയ മാറ്റങ്ങൾക്ക് കാരണമാകും.

ഡോ. സുധീർ ബാബു

വില കേട്ട് ഞെട്ടേണ്ട!

ഇത് വിലയിലെ കളികൾ

സ്കിമ്മിംഗ് (Skimming)

വിപണിയിലേക്ക് പുതുതായി അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില കേട്ട് ചിലപ്പോൾ നിങ്ങൾ ഞെട്ടാറുണ്ടാകാം. എന്തുകൊണ്ടാണ് ഈ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഇത്ര വില എന്ന് നിങ്ങൾ അത്ഭുതപ്പെടാം. വില എത്ര ഉയർന്നു നിന്നാൽ പോലും ഇവ വാങ്ങുവാൻ ധാരാളം ഉപഭോക്താക്കൾ തയ്യാറാണ് എന്നതും കാണുവാൻ സാധിക്കും. ഇത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നേടിയെടുക്കുവാൻ വേണ്ടിയുള്ള തിക്കിത്തിരക്കലുകൾ നിങ്ങൾക്ക് വിപണിയിൽ കാണുവാൻ കഴിയും.

സോണിയയുടെ ഏറ്റവും പുതിയ പ്ലേ സ്റ്റേഷൻ വിപണിയിലേക്കെത്തുകയാണ്. ഇറങ്ങുമ്പോൾ തന്നെ ഇത് കയ്യടക്കുവാൻ ഉപഭോക്താക്കൾ തമ്മിൽ മത്സരിക്കുകയാണ്. വില കൂടുതലാണ് എന്നുള്ള ചിന്തയൊന്നും അവരെ അലട്ടുന്നില്ല. വില ഒരു പ്രശ്നമേ ആകുന്നില്ല എന്ന് ചുരുക്കം. തങ്ങളുടെ ഗെയിമിംഗ് കൺസോളുകൾക്ക് ഇത്തരത്തിൽ സോണി വിലയിടുന്നത് എന്തുകൊണ്ടാണ്? ഉയർന്ന വില ഉപഭോക്താക്കളെ പിന്തിരിപ്പിക്കാത്തത് എന്തുകൊണ്ടാണ്?

ആപ്പിളിന്റെ ഐ ഫോണിന്റെ വില ശ്രദ്ധിക്കൂ. അതും ഇതു പോലെ

തന്നെയല്ലേ? കണ്ണ് തള്ളിപ്പോകുന്ന വിലയാണ് ആപ്പിൾ ഐ ഫോണിന് ഈടാക്കുന്നത്. പുതിയ ഫോണുകൾക്ക് വളരെ ഉയർന്ന വില നിശ്ചയിക്കുകയും കാലക്രമേണ വില കുറച്ചു കൊണ്ടു വരികയും ചെയ്യുന്ന തന്ത്രമാണ് ആപ്പിളിന്റേത്. എതിരാളികൾ ഇല്ലാത്ത വിപണി അവർക്ക് അതിനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം നൽകുന്നു. ലക്ഷ്വറി ബ്രാൻഡ് എന്ന ഇമേജും ഇതിനെ പിന്തുണയ്ക്കുന്നു.

സാങ്കേതിക വിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ ബിസിനസുകൾ തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിലയിടുന്നത് സ്കിമ്മിംഗ് (Skimming) എന്ന തന്ത്രത്തിലൂടെയാണ്. എതിരാളികളില്ലാത്ത പുതിയൊരു ഉൽപ്പന്നം അല്ലെങ്കിൽ സേവനം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുമ്പോൾ അവർ ഉയർന്ന വില നിശ്ചയിക്കുന്നു. കാലം കടന്നുപോകെ വില താഴ്ത്തുന്നു ഉയർന്ന വിലയുള്ള മറ്റൊരുൽപ്പന്നം വിപണിയിലേക്ക് കടത്തി വിടുന്നു.

സ്കിമ്മിംഗ് (Skimming) പെനിട്രേഷൻ പ്രൈസിംഗിന് (Penetration Pricing) നേരെ വിപരീത തന്ത്രമാണ്. പെനിട്രേഷൻ പ്രൈസിംഗിൽ ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ വില ഈടാക്കുകയും വിപണിയിൽ പടർന്നു കയറാനുമാണ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ശ്രമിക്കുന്നത്. എന്നാൽ സ്കിമ്മിംഗിൽ ഉയർന്ന വില തന്നെയാണ് ആദ്യമേ ഈടാക്കുന്നത്. ഇതിനെ ചോദ്യം ചെയ്യാൻ വിപണിയിൽ എതിരാളികളില്ല. നൂതനമായ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഏറ്റവും വലിയ സവിശേഷത ഇതാണ്. ഉയർന്ന ലാഭം ഇതിൽ നിന്നും കമ്പനികൾക്ക് കരസ്ഥമാക്കാം.

ഇത്തരം ബിസിനസുകൾ ഗവേഷണങ്ങൾക്കായി വലിയ തുക ചിലവഴിക്കുന്നവരാണ്. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൊണ്ടു വരുന്ന ലാഭം വീണ്ടും ഗവേഷണങ്ങൾക്കായി ഉപയോഗിക്കുകയും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. പുതിയ, ആകർഷകങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഗവേഷണ ശാലയിൽ ഉടലെടുക്കുന്നു. ഉപഭോക്താക്കളെ ഭ്രമിപ്പിക്കുന്ന ഇത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കായി പണം മുടക്കുവാൻ അവർ ക്യൂ നിൽക്കുന്നു. മറ്റൊരാൾക്കും നൽകാൻ കഴിയാത്ത അനുഭവങ്ങൾക്കായി പണം മുടക്കുവാൻ ഉപഭോക്താക്കൾ തയ്യാറായി നിൽക്കുമ്പോൾ തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഉയർന്ന വില തന്നെ നിർമ്മാതാക്കൾ ചുമത്തുന്നു.

വിപണിയിലേക്ക് അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന നൂതന ഇലക്ട്രോണിക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഈ തന്ത്രം മനോഹരമായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. അതേപോലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എതിരാളികൾ എത്തിക്കുന്നതിനു മുമ്പേ പരമാവധി ലാഭം നേടാനും അവർ സ്കിമ്മിംഗ് (Skimming) ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നു. സാംസങ്ങ്, വിവോ, ഒപ്പോ തുടങ്ങിയവയുടെ ഏറ്റവും പുതിയ സ്മാർട്ട് ഫോണുകൾ വിപണിയിലേക്ക് ഇറങ്ങുമ്പോൾ അവയുടെ വില നിങ്ങൾ ശ്രദ്ധിച്ചിട്ടുണ്ടോ? കുറച്ചു നാൾ കഴിയുമ്പോൾ ഈ വില താഴും. മികച്ച ലാഭം ആദ്യമേ തൂത്തുവാരാൻ കമ്പനികൾ ഈ തന്ത്രം പയറ്റുന്നു.

നിങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നം നൂതനവും വിപ്ലവകരവുമാണോ? വിപണിയിൽ എതിരാളികൾ ഇല്ലാത്തതാണോ? എങ്കിൽ എന്തുകൊണ്ട് ഈ തന്ത്രം പരീക്ഷിച്ചു കൂടാ?

ഉപഭോക്താവിന്റെ വഴക്കത്തെ ആശ്രയിച്ച് പ്രൈസിംഗ്

(Pricing based on elasticity of the buyer)

മദ്യത്തിന് വില വർദ്ധിപ്പിക്കുകയാണ്. വില വർദ്ധന നിലവിൽ വന്നു കഴിഞ്ഞു. മുമ്പുണ്ടായിരുന്ന വിലയേക്കാൾ വളരെ ഉയർന്ന വിലയാണ് ഇപ്പോൾ ഈടാക്കുന്നത്. മദ്യത്തിന്റെ വിൽപ്പനയെ ഈ വിലവർദ്ധന ബാധിക്കുമെന്നും മദ്യത്തിന്റെ ഉപഭോഗം കുറയുമെന്നും നമ്മൾ വിചാരിക്കുന്നു. എന്നാൽ നമ്മളെ അത്ഭുതപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് മദ്യത്തിന്റെ ഉപഭോഗം ഒട്ടും കുറയുന്നതായി കാണുന്നില്ല. മദ്യത്തിൽ നിന്നുള്ള വരുമാനം വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

നിങ്ങൾ ഒരു പ്രത്യേക ബ്രാൻഡ് വസ്ത്രങ്ങളാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നതെന്ന് കരുതുക. നിർമ്മാതാക്കൾ അതിന്റെ

വില വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു. ഈ വിലവർദ്ധന നിങ്ങൾക്ക് താങ്ങുവാൻ കഴിയുന്നില്ല അല്ലെങ്കിൽ ആ വില നീതീകരിക്കാനാവാത്തതാണ് എന്ന് നിങ്ങൾ വിശ്വസിക്കുന്നു. അപ്പോൾ നിങ്ങൾ എന്ത് ചെയ്യും? തീർച്ചയായും ആ ബ്രാൻഡ് വസ്ത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് നിർത്തി താങ്ങാവുന്ന വിലയിലുള്ള ബ്രാൻഡിലേക്ക് തിരിയും. അതുമല്ലെങ്കിൽ നിങ്ങൾ വാങ്ങുന്ന വസ്ത്രങ്ങളുടെ എണ്ണം കുറച്ചു കൊണ്ട് ചെലവ് ചുരുക്കും. ഇവിടെ നിങ്ങളുടെ തീരുമാനം വിലയെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ്. നിങ്ങളുടെ സ്വാതന്ത്ര്യം നിങ്ങളിവിടെ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

എന്നാൽ മദ്യത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ ഇത് സംഭവിക്കുന്നില്ല. മദ്യപർ ഉപഭോഗം കുറയ്ക്കുകയോ മദ്യം വാങ്ങുന്നത് നിർത്തുകയോ ചെയ്യുന്നില്ല. മദ്യത്തിനോടുള്ള അവരുടെ ആസക്തി മദ്യത്തിന്റെ അളവ് കുറയ്ക്കുവാനോ ഉപേക്ഷിക്കുവാനോ അവരെ അനുവദിക്കുന്നില്ല. അവരുടെ ആവശ്യകത (Demand) വഴക്കമുള്ളതല്ല (Inelastic). വില എത്ര കൂടിയാലും ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഉപഭോഗം കുറയ്ക്കുവാൻ അവർക്ക് സാധ്യമേയല്ല. വാങ്ങുന്നതും ഉപയോഗിക്കുന്നതും അവർ തുടർന്നുകൊണ്ടേയിരിക്കും.

വഴക്കമുള്ള (Elastic) ആവശ്യകതയുള്ള (Demand) ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഉപഭോഗം അല്ലെങ്കിൽ വാങ്ങൽ തീരുമാനം (Purchase Decision) വിലയെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. വില ഒരു പരിധിയിൽ കൂടിയാൽ അവർ വാങ്ങുന്നത് നിർത്തും അല്ലെങ്കിൽ ഉപഭോഗം കുറയ്ക്കും. അവരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം വിലയാണ് എത്ര വാങ്ങണം അല്ലെങ്കിൽ വാങ്ങേണ്ട എന്ന തീരുമാനത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്നത്. എയർ ടിക്കറ്റ് ചാർജ്ജ് കുറയുമ്പോൾ ടൂറിസ്റ്റുകൾ കൂടുതൽ യാത്ര ചെയ്യും. അത് വല്ലാതെ വർദ്ധിച്ചാലോ അവർ യാത്ര കുറയ്ക്കുകയോ വേണ്ടെന്നു വെക്കുകയോ ചെയ്യും. ആവശ്യകത വഴക്കമുള്ളതാകുമ്പോൾ തീരുമാനമെടുക്കുവാൻ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്വാതന്ത്ര്യം കൂടും.

മദ്യത്തിന്റെ, സിഗരറ്റിന്റെ അല്ലെങ്കിൽ

ആസക്തി ഉടലെടുപ്പിക്കുന്ന ഏത് ഉൽപ്പന്നത്തിന്റേയും വില വർദ്ധന ഉപഭോക്താക്കളെ അത് ഉപയോഗിക്കുന്നതിൽ നിന്നും വിലക്കുന്നില്ല. അതുകൊണ്ടാണ് മദ്യത്തിന്റെ വില വർദ്ധിച്ചാലും ആരും അതിന്റെ ഉപയോഗത്തിൽ നിന്നും പിന്തിരിയാത്തത്. ഇത് നിർമ്മാതാക്കൾക്ക് വില ഏത് സമയത്തും വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനുള്ള സാഹചര്യം സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ആസക്തി ഉടലെടുപ്പിക്കാത്ത, വഴക്കമുള്ള ആവശ്യകതയുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾ വില വർദ്ധനയോട് എതിരായി പ്രതികരിക്കും. അത് വിൽപ്പനയെ ബാധിക്കും. അനാവശ്യമായ വിലവർദ്ധന അത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിനാശകരമായി ത്തീരും.

ചില വിലനിർണ്ണയ തന്ത്രങ്ങൾ (Pricing Strategies) ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഈ വഴക്കത്തെ (Elasticity) ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. ഒരു ഫുഡ് ബ്രാൻഡ് അതിന്റെ വില വലിയ തോതിൽ വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നുവെന്ന് വിചാരിക്കുക. ഒന്നുകിൽ ഉപഭോക്താക്കൾ ആ ബ്രാൻഡ് ഉപയോഗിക്കുന്നത് നിർത്തി വിലക്കുറവുള്ള മറ്റ് ബ്രാൻഡുകളിലേക്ക് തിരിയും അല്ലെങ്കിൽ അവർ ആ ബ്രാൻഡിന്റെ ഉപഭോഗത്തിൽ കുറവ് വരുത്തും. എന്നാൽ ഒരു മദ്യ ബ്രാൻഡ് വില വർദ്ധിപ്പിച്ചാലും അതിൽ ആസക്തരായിട്ടുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾ അത് ഉപേക്ഷിക്കുവാനുള്ള സാദ്ധ്യത വിരളമാണ്. ആസക്തി ഉളവാക്കുന്ന ഏത് ഉൽപ്പന്നവും വില വർദ്ധനവ് നടപ്പിലാക്കുന്നത് ഈ മനശാസ്ത്രം ഉപയോഗിച്ചാണ്.

വില വർദ്ധന നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് മുമ്പ് ആലോചിക്കുക ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യകത (Demand) വഴക്കമുള്ളതാണോ (Elastic)? വഴക്കമില്ലാത്തതാണോ (Inelastic)?

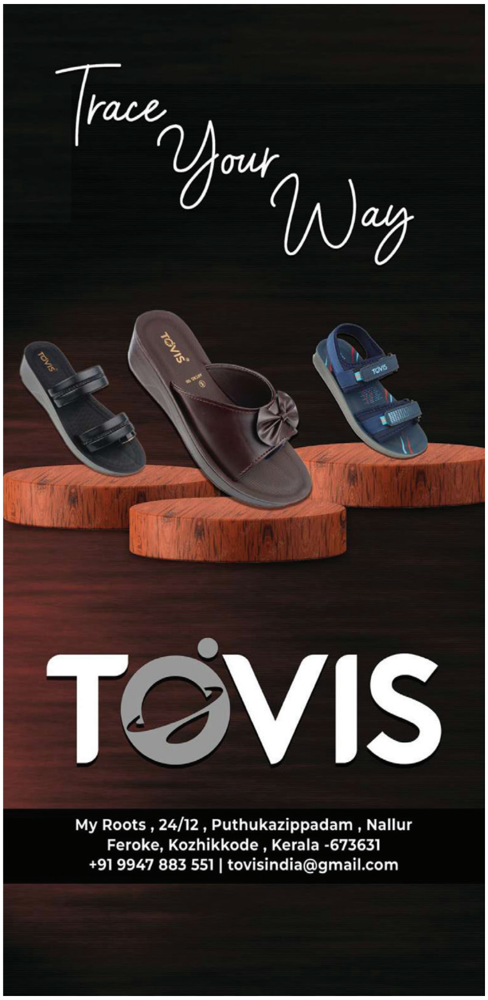
മേന്മ മൂല്യം വില (Quality - Value - Price)

സ്റ്റാർബക്സിലേക്ക് നിങ്ങൾ കടന്നു ചെല്ലുന്നു, ഒരു കപ്പ് കോഫി വാങ്ങി അവിടെ ഇരിക്കുന്നു. ചിലപ്പോൾ മണിക്കൂറുകളോളം നിങ്ങൾ അവിടെ ചെലവഴിക്കാം. അവിടെ ഇരിക്കുമ്പോൾ ഒരു കപ്പ് കോഫിയല്ലാതെ മറ്റൊന്നും നിങ്ങൾ വാങ്ങിയിട്ടേയില്ല. എന്നാൽ നിങ്ങളോട് ആരും കൂടുതൽ എന്തെങ്കിലും വാങ്ങാൻ ആവശ്യപ്പെടുന്നില്ല. ഒന്നും വാങ്ങിച്ചില്ലെങ്കിൽ കൂടി എത്രസമയം വേണമെങ്കിലും നിങ്ങൾക്കവിടെ ചെലവഴിക്കാം.

സ്റ്റാർബക്സ് മുന്നോട്ട് വെക്കുന്ന സംസ്കാരം എന്താണ്? വെറുമൊരു കോഫി ഷോപ്പ് എന്നതിനപ്പുറം അതൊരു സാമൂഹ്യ പരിസരമായി മാറുന്നു. നിങ്ങൾക്ക് വെറുതെയിരിക്കാനും അല്ലെങ്കിൽ കൂട്ടുകാരോടൊത്ത്

ചെലവഴിക്കാനും സാധിക്കുന്ന ഒരു സാമൂഹ്യ ഇടം (Social Space). ഉപഭോക്താക്കളുമായി വൈകാരികമായ ഒരു ബന്ധം സ്റ്റാർബക്സ് ഇങ്ങനെ തുന്നിച്ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

സ്റ്റാർബക്സിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വില കൂടുതലാണ്. അതറിയാമെങ്കിലും കൊടുക്കുന്ന വിലയെക്കാളും മൂല്യം അവിടെ നിന്നും ലഭിക്കുന്നുവെന്ന് നിങ്ങൾ കണക്കാക്കുന്നു. സ്റ്റാർബക്സിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന അനുഭവത്തിന് (Experience) നിങ്ങൾ വലിയ മൂല്യം കൽപ്പിക്കുന്നു. അനുഭവങ്ങളുടെ മൂല്യം ചെലവഴിക്കുന്ന പണത്തെക്കാൾ കൂടുതലാണെന്ന് ഉപഭോക്താക്കൾ തിരിച്ചറിഞ്ഞിടത്താണ് സ്റ്റാർബക്സിന്റെ വിജയം.



നിങ്ങളൊരു ഡയമണ്ട് വാങ്ങുന്നു. ഡയമണ്ടിന് നിങ്ങളൊരിക്കലും കുറഞ്ഞ വില പ്രതീക്ഷിക്കുന്നില്ല. അതിന്റെ മേന്മക്കനുസരിച്ചുള്ള വില കൊടുത്താൽ മാത്രമേ നല്ല ഡയമണ്ട് ലഭിക്കുകയുള്ളൂ എന്ന് നിങ്ങൾക്കറിയാം. ഒരാൾ ഡയമണ്ടിന് വളരെ കുറഞ്ഞ വില (Cheap Price) പറയുന്നു. അപ്പോൾ നിങ്ങളുടെ മനസിലൂടെ കടന്നുപോകുന്നത് എന്തായിരിക്കും? ഈ ഡയമണ്ടിന് മേന്മ (Quality) കുറവായിരിക്കും അതുകൊണ്ടാണ് കുറഞ്ഞ വില വാങ്ങുന്നത് എന്നതായിരിക്കും. അതിനർത്ഥം ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വിലയും അതിന്റെ മേന്മയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തിന് ഉപഭോക്താവ് വലിയ പ്രാധാന്യം കൽപ്പിക്കുന്നു എന്നല്ലേ.

വിലകൂടിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് മേന്മ കൂടുതലാണെന്നും വില കുറഞ്ഞ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് മേന്മ കുറവാണെന്നും ഉപഭോക്താക്കൾ കരുതുന്നു. മികച്ച ഉൽപ്പന്നം കുറഞ്ഞ വിലക്ക് വിൽക്കാൻ ശ്രമിച്ചാലുള്ള അപകടം നിങ്ങൾക്കിപ്പോൾ തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയും. മേന്മയും വിലയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ നിലനിൽക്കുന്നത് കൊണ്ട് അതിനനുസൃതമായി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വില നിശ്ചയിക്കുവാൻ സാധിച്ചില്ലെങ്കിൽ ഉൽപ്പന്നം വിപണിയിൽ പരാജയപ്പെടും.

നിങ്ങളൊരിക്കലും ആപ്പിളിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കുറഞ്ഞ വിലക്ക് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നില്ല. ഇവിടെ ബ്രാൻഡ് (Brand) മേന്മയുമായി (Quality) വളരെയധികം ഇഴുകിച്ചേർന്നിരിക്കുന്നു. ആപ്പിൾ വിലക്കുറവുള്ള ഉൽപ്പന്നവുമായി വിപണിയിലേക്ക് കടന്നു വന്നാൽ നിങ്ങൾ അതിന്റെ മേന്മയിൽ സംശയിച്ചു തുടങ്ങും. കുറഞ്ഞ വിലയിൽ ഒരിക്കലും പ്രതീക്ഷിക്കാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങളുണ്ട്. കാരണം അവയുടെ മേന്മയും വിലയും തമ്മിൽ അഭേദ്യമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

ഓരോ ഉൽപ്പന്നത്തിൽ അല്ലെങ്കിൽ സേവനത്തിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന ഒരു മൂല്യമുണ്ട്. ആ മൂല്യത്തിന് വില നൽകണമെന്ന് ഉപഭോക്താവിന് അറിയാം. തന്റെ ജീവിതാനുഭവങ്ങളെ (Life Experiences) മികച്ചതാക്കുന്ന, ഉയർത്തുന്ന മൂല്യവത്തായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെയാണ് ഉപഭോക്താവ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്. അതിനായി ഉയർന്ന വില നൽകാനും അവർ തയ്യാറാണ്. മൂല്യവും മേന്മയും വിലയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം സംരംഭകൻ തന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിലയിടുമ്പോൾ പരിഗണിക്കണം.

സരോവ്സ്കി ക്രിസ്റ്റലുകൾ ഒരിക്കലും കുറഞ്ഞ വിലക്ക് ആരും പ്രതീക്ഷിക്കുന്നില്ല. ഉപഭോക്താവ് കൽപ്പിക്കുന്ന മൂല്യത്തിനനുസരിച്ചാണ് അവയുടെ വില നിശ്ചയിച്ചിരിക്കുന്നത്. മേന്മ കൂടിയ ഉൽപ്പന്നം വില കുറച്ചു വിറ്റാൽ ഒരിക്കലും ഉപഭോക്താവ് അതിന് മൂല്യം കാണുകയില്ല. നിങ്ങൾ എന്താണ് വിൽക്കുന്നത്? ആർക്കാണ് വിൽക്കുന്നത്? ഇത് വില നിർണ്ണയിക്കുമ്പോൾ അതീവ പ്രാധാന്യമുള്ള വസ്തുതകളാണ്. മികച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് അതിനുസരിച്ചുള്ള വില നൽകാൻ സംരംഭകന് സാധിക്കണം.

ബീ ക്രാഫ്റ്റ് ഹണി മ്യൂസിയം:

വയനാടിന് ടൂറിസം മേഖലയിലെ മധുരം

വയനാട് ജില്ലയിലെ ബീക്രാഫ്റ്റ് ഹണി & സ്പൈസ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് എന്ന കമ്പനിയുടെ കീഴിൽ

പ്രവർത്തിക്കുന്ന ബി ക്രാഫ്റ്റ് ഹണി മ്യൂസിയം പുതിയ ആശയങ്ങളുടെയും ബിസിനസ് സാധ്യതകളുടെയും ഒരു മികച്ച ഉദാഹരണമാണ്. ഫൗണ്ടർ ഉസ്മാൻ മദാരി 2019 ൽ നടത്തിയ യൂറോപ്പ് യാത്രയിൽ കണ്ട കാഴ്ചകളിൽ നിന്നും പ്രചോദിതനായി കോവിഡ് മഹാമാരിയുടെ ആരംഭത്തിൽ വയനാട്ടിലെ വൈത്തിരിയിൽ അടിത്തറ പാകുകയും 2021 ൽ ബീ ക്രാഫ്റ്റ് ഹണി മ്യൂസിയം യാഥാർത്ഥ്യമാക്കുകയും ചെയ്തു. ഇന്ന് ഈ സംരംഭം ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യത്തെയും ലോകത്തിലെ രണ്ടാമത്തെയും ഹണി മ്യൂസിയമായി വയനാട്ടിലെ പ്രവേശന നഗരത്തിൽ തലയുയർത്തി നിൽക്കുന്നു.

ആകർഷണങ്ങൾ

കാർഷിക ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ സംസ്കരണ സാധ്യതകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്ന സംരംഭങ്ങളും ടൂറിസം ആകർഷണങ്ങളെ മാത്രം മാർക്കറ്റ് ചെയ്യുന്ന സംരംഭങ്ങളും നമ്മുടെ നാട്ടിൽ നിരവധി ഉണ്ടെങ്കിലും ബീ ക്രാഫ്റ്റ് എന്ന സംരംഭത്തെ വ്യത്യസ്തമാക്കുന്നത് മേൽപ്പറഞ്ഞ രണ്ടു സാധ്യതകളെയും ഒരു സങ്കര സംരംഭമായി വിഭാവനം ചെയ്യാൻ

കഴിഞ്ഞു എന്നതാണ്. അതിലുപരി തേൻ സംസ്കരണം എന്ന പ്രക്രിയയെ അതിന്റെ തനതായ രീതിയിൽ കാഴ്ചക്കാരുടെ മുന്നിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കത്തക്ക വിധം മ്യൂസിയവും ഒരുക്കി എടുത്തു. ബീ ക്രാഫ്റ്റ് ഹണി മ്യൂസിയം അവതരിപ്പിക്കുന്ന ആധുനിക രീതിയിലുള്ള തേൻ സംസ്കരണ യൂണിറ്റും ബീ ക്രാഫ്റ്റ എന്ന് ഹണി ബ്രാൻഡും വിനോദവും വിജ്ഞാനവും ഒരുമിച്ചുള്ള ടൂറിസം മാതൃകയും കുട്ടികൾ അടക്കമുള്ള വിനോദ സഞ്ചാരികൾക്കായി ഒരു പുതിയ ദൃശ്യാനുഭവം ഒരുക്കുന്നു. ചെറിയ തേൻ, വലിയ തേൻ, പുറ്റ് തേൻ, സിഡാർ ഹണി, കടുക് പൂന്തേൻ, ലിച്ചി തേൻ, അയമോദകം തേൻ തുടങ്ങി ഇന്ത്യയിലെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള നിരവധി തേനുകളുടെ ഒരു ശേഖരമാണ് മ്യൂസിയത്തിന്റെ ഹൈലൈറ്റ്. ജമ്മുകശ്മീർ, ഹരിയാന, പഞ്ചാബ്, ഹിമാചൽ പ്രദേശ്, ബീഹാർ, രാജസ്ഥാൻ തുടങ്ങി രാജ്യത്ത് വ്യത്യസ്ത ഔഷധഗുണങ്ങളുള്ള തേൻ ലഭിക്കാൻ സാധ്യതയുള്ള എല്ലാ സംസ്ഥാനങ്ങളിലും നേരിട്ട് ചെന്ന് പരിശോധന നടത്തിയാണ് സ്ഥാപനം തേൻ എടുക്കുന്നത്. ഈ തേനുകൾ അതിന്റെ യഥാർത്ഥ രൂപത്തിലോ വൈവിധ്യമാർന്ന അതിന്റെ മറ്റു രൂപങ്ങളിലോ സന്ദർശകർക്ക് വാങ്ങാൻ സാധിക്കുന്ന തരത്തിലാണ് മ്യൂസിയത്തിൽ സംസ്കരണം സാധ്യമാക്കിയിരിക്കുന്നത്. ബീ ക്രാഫ്റ്റ് ഹണി മ്യൂസിയത്തിന് സന്ദർശകർ നൽകിയ 16,000 ത്തിലധികം ഗൂഗിൾ റിവ്യൂകൾ 4.8 റിവ്യൂ റേറ്റിംഗും ഈ ദൃശ്യ അനുഭവത്തിന്റെ നേർസാക്ഷ്യമാണ്.

വിപുലീകരണ പദ്ധതികൾ

ഇപ്പോൾ ലീസ് പ്രോപ്പർട്ടിയിൽ ആണെങ്കിലും ബീ ക്രാഫ്റ്റ് അഞ്ചേക്കർ വിസ്തൃതിയുള്ള ഒരു സമ്പൂർണ്ണ ടൂറിസം കേന്ദ്രമാക്കി അത്യാധുനിക സംവിധാനങ്ങളോടെ വിപുലീകരിക്കാൻ തയ്യാറെടുക്കുകയാണ്. 12 കോടിയോളം രൂപയുടെ

ചിലവ് കൂടിയ ഈ പ്രോജക്ട് 15,000 സ്ക്വയർഫീറ്റ് ബിൽഡിങ്ങും ഫാം ടൂറിസവും ആസൂത്രണം ചെയ്തിരിക്കുന്നു. വയനാടിന്റെ തനതായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, സുഗന്ധവ്യഞ്ജന വസ്തുക്കൾ, കരകൗശല ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എന്നിവയുടെ പ്രദർശനവും വിൽപ്പനയും നടത്തുന്ന പുതിയ മ്യൂസിയം സന്ദർശകർക്ക് കൃഷി പ്രവർത്തനങ്ങൾ നേരിട്ട് കാണാനും ആസ്വദിക്കാനും അവസരം ഒരുക്കും.

പ്രതീക്ഷകൾ

ഉസ്മാൻ മദാരിയും ഭാര്യ നജ്മ ഉസ്മാനും നേതൃത്വം നൽകുന്ന ഈ സംരംഭം കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ച് നൂറിലധികം ആളുകൾക്ക് തൊഴിൽ നൽകുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. ബീ ഹണി ആൻഡ് സ്പൈസ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് കമ്പനിയുടെയും ബീ ക്രാഫ്റ്റ് മാർക്കറ്റിംഗ് എൽ. എൽ. പി യുടെയും നേതൃത്വത്തിൽ നിലവിൽ എട്ടു കോടിയുടെ വിറ്റ് വരവാണ് ലഭിച്ചിരിക്കുന്നത്

സമാപ്തി

ബീ ക്രാഫ്റ്റ് ഹണി മ്യൂസിയം ടൂറിസം മേഖലയിലെ ഒരു പുത്തൻ ചുവടുവെപ്പ് മാത്രമല്ല ബിസിനസ് സാധ്യതകളുടെയും സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെയും ഒരു മികച്ച മാതൃക കൂടിയാണ്.

ജി. കൃഷ്ണപിള്ള

കേരളം പുതുചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചു

കേരളം വ്യവസായ സൗഹൃദമല്ലെന്ന അപഖ്യാതി പരത്തുന്നവർക്കുള്ള താക്കീതാണ് കേരളം വ്യവസായ സൗഹൃദ സൂചികയിൽ ഒന്നാം റാങ്ക് എന്ന ചരിത്രനേട്ടം കൈവരിച്ചത്. വ്യവസായ സൗഹൃദമല്ലെന്ന സിനിമാക്കഥയും കുപ്രചാരണങ്ങളും ഇനി വെറും പഴങ്കഥ മാത്രം. ആദ്യമായി വ്യവസായ സൗഹൃദ റാങ്കിങ്ങിൽ ഇന്ത്യയിലെ ഒന്നാമത്തെ റാങ്ക് കേരളത്തിനാണ്. ഇന്ത്യയുടെ വ്യവസായ ഭൂപടങ്ങളിലൊന്നും ഇടമില്ലാതിരുന്ന കാലഘട്ടത്തിൽ നിന്ന് സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ നിശ്ചയദാർഢ്യം ഒന്നുകൊണ്ടു മാത്രമാണ് അപ്രാപ്യമെന്ന് കരുതിയ ഈ നേട്ടം കേരളത്തിന് നേടാനായത്. സംരംഭകർക്ക് അനുകൂലമായ "ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്" പരിഷ്കാരങ്ങൾ വളരെ കാര്യക്ഷമവും ഫലപ്രദവുമായി നടപ്പാക്കാൻ കഴിഞ്ഞതിലൂടെയാണ് ഈ റിക്കാർഡ് നേട്ടം കൈവരിക്കാനായത്.

എന്താണ് 'ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്' ?

ഈസ് എന്ന വാക്കിന്റെ അർത്ഥം പ്രയാസങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ പ്രതിബന്ധങ്ങൾ ലഘൂകരിക്കുകയെന്നതാണ്. വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളുടെ തുടങ്ങൽ നടപടിക്രമങ്ങൾ ലളിതമാക്കുകയെന്നതാണ് ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ്. 2002-ൽ ലോകബാങ്ക് ഗ്രൂപ്പ് നടത്തിയ ഒരു പഠന റിപ്പോർട്ടിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ഒരു സൂചികയാണിത്. ലോക ബാങ്ക് ഗ്രൂപ്പ് ഇതിനെ ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ് സൂചിക എന്ന് നാമകരണം ചെയ്തു (EODB Index). ലോകത്തെ വിവിധ രാജ്യങ്ങളിലുടനീളമുള്ള വ്യവസായ സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള നിയന്ത്രണങ്ങളെ കുറിച്ചുള്ള കൃത്യമായ ഒരു പഠനമാണിത്. ഒരു സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയിൽ ഒരു സംരംഭം ആരംഭിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ലളിതവും കാര്യക്ഷമവുമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ നടപ്പാക്കുകയെന്നതാണ് "ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്"

'ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്' സ്തംഭങ്ങൾ

ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സിന് പ്രധാനമായും മൂന്ന് സ്തംഭങ്ങളാണുള്ളത്.

(1) സാമ്പത്തിക പശ്ചാത്തലം

ഇത് ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സിൽ പ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കുന്നു. സ്തൂല സാമ്പത്തിക സ്ഥിരത, കമ്പോള മത്സരക്ഷമത, അടിസ്ഥാന സൗകര്യ വികസനം, വിഭവങ്ങളുടെ ലഭ്യത എന്നിവ ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ സ്വാധീനിക്കുന്നു.

ഉദാ: കുറഞ്ഞ നികുതി, അനുകൂലമായ വാണിജ്യ നയങ്ങൾ, വൈദഗ്ധ്യമുള്ള തൊഴിലാളികൾ

(2) ധനകാര്യം (Finance)

ഒരു ബിസിനസ് വളർച്ച നേടുന്നതിന് ധനം ആവശ്യമാണ്. നല്ല രീതിയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ധനകാര്യ സംവിധാനം (Financial System) ആവശ്യമാണ്. ബാങ്കുകൾ, മൂലധന വിപണി, വെർചൽ മൂലധനം ഇവയെല്ലാം സംരംഭകന് പല തരത്തിലുള്ള ധനാഗമ സ്രോതസ്സുകൾ (Means of Finance) തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനുള്ള സാഹചര്യം സൃഷ്ടിക്കുന്നു. സുതാര്യവും കാര്യക്ഷമവുമായ ധനകാര്യ നിയന്ത്രണങ്ങൾ, ലളിതമായ വായ്പാ നപടിക്രമങ്ങൾ, നിക്ഷേപത്തിന് അനുകൂലമായ ആവാസ വ്യവസ്ഥ, മൂലധന പ്രവാഹം ഇവയെല്ലാം ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസിന് സഹായകരമായ ഘടകങ്ങളാണ്.

(3) നിയമപരമായ ചട്ടക്കൂട് (Legal Framework)

ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് അനുകൂലമായതും ഫലപ്രദവുമായ നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും (Act & Rules) ആവശ്യമാണ്. സംരംഭങ്ങളുടെ രൂപീകരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ലൈസൻസിങ്ങ്, പെർമിറ്റ്, നികുതി ചുമത്തൽ, സ്വത്തവകാശം എന്നിവയെല്ലാം നിയമപരമായ ചട്ടക്കൂടിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. കാലഹരണപ്പെട്ട നിയമങ്ങളെയും ചട്ടങ്ങളെയും ഭേദഗതി ചെയ്ത് സംരംഭം തുടങ്ങുന്നതിന് ലളിതവും അനുകൂലമാക്കുന്നതിനെയാണ് നിയമപരമായ ചട്ടക്കൂട് എന്നത് കൊണ്ടർത്ഥമാക്കുന്നത്.

ഇന്ത്യയും ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സും

ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക വളർച്ചയ്ക്ക് അനുകൂലമായ ബിസിനസ്സ് പരിത:സ്ഥിതി (Business Environment) ആവശ്യമാണ്. 2024-ലെ ബിസിനസ്സ് പരിത:സ്ഥിതി റാങ്കിങ്ങ് (Business Environment Rankings) പ്രകാരം ലോകത്തിൽ സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിന് അനുകൂലമായ സാഹചര്യം നിലനിൽക്കുന്ന രാജ്യങ്ങളുടെ റാങ്ക് പട്ടികയിൽ സിംഗപ്പൂർ, ഡെൻമാർക്ക്, അമേരിക്ക എന്നിവയാണ് യഥാക്രമം ഒന്നും രണ്ടും മൂന്നും സ്ഥാനങ്ങൾ അലങ്കരിക്കുന്നത്. ആഗോള തലത്തിൽ തെരഞ്ഞെടുത്ത 190 രാജ്യങ്ങളിൽ ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ് റാങ്ക് പട്ടികയിൽ ഇന്ത്യയുടെ സ്ഥാനം 63 ആണ്. 2014- നു ശേഷം ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ് റാങ്കിൽ ഇന്ത്യ അതിന്റെ റാങ്ക് മെച്ചപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഇന്ത്യയിലെ ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ് നടപടികൾ വേഗത്തിലാക്കുന്നതിന്

പ്രവർത്തിക്കുന്ന നോഡൽ ഏജൻസി കേന്ദ്ര- വാണിജ്യ- വ്യവസായ മന്ത്രാലയത്തിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഫോർ പ്രൊമോഷൻ ഓഫ് ഇൻഡസ്ട്രി ആന്റ് ഇന്റേണൽ ട്രേഡാണ് (DPIIT). മേക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ, വിദേശ നിക്ഷേപ നിയമങ്ങളിലെ ഭേദഗതി എന്നിവയെല്ലാം ഇന്ത്യയുടെ ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ് റാങ്ക് പട്ടിക ഉയരുന്നതിന് സഹായകരമായിട്ടുണ്ട്.

സംസ്ഥാനങ്ങളും ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സും

ബിസിനസ് റിഫോംസ് ആക്ഷൻ പ്ലാൻ ഉപയോഗിച്ചാണ് ഇന്ത്യയിലെ സംസ്ഥാനങ്ങളുടെയും കേന്ദ്രഭരണ പ്രദേശങ്ങളുടെയും ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ് റാങ്ക് പട്ടിക നിശ്ചയിക്കുന്നത്. ഗുണഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് ശേഖരിക്കുന്ന നിർവ്വഹണ സ്കോറും ഫീഡ് ബാക്ക് സ്കോറും അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് ഈ റാങ്ക് നിർണ്ണയിക്കുന്നത്. കേന്ദ്ര വ്യവസായ- വാണിജ്യ മന്ത്രാലയം, കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ ഇതര മന്ത്രാലയങ്ങൾ, വകുപ്പുകൾ, സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ, കേന്ദ്ര ഭരണ പ്രദേശങ്ങൾ എന്നിവയുമായി ഏകോപനപരമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തി സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള പൗരന്മാരുടെ പ്രതിബന്ധങ്ങളെ ലഘൂകരിക്കുന്നു. അപേക്ഷ പുതുക്കൽ, പരിശോധന, രേഖകൾ ഫയൽ ചെയ്യൽ എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കാര്യങ്ങൾ ലഘൂകരിക്കുന്നതിന് ശ്രദ്ധ നൽകുന്നു. ബിസിനസ് പരിഷ്കാര കർമ്മ പദ്ധതി നടപ്പാക്കുന്നതിന്റെ മികവ് പരിഗണിച്ചാണ് ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ് റാങ്ക് പട്ടിക തയ്യാറാക്കുന്നത്.

ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സ് റാങ്ക് പട്ടിക നിശ്ചയിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ

1. എളുപ്പത്തിൽ ബിസിനസ്സ് ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള നടപടിക്രമങ്ങൾ
2. എളുപ്പത്തിൽ നിർമ്മാണ അനുമതി
3. വൈദ്യുതി എളുപ്പത്തിൽ ലഭ്യമാക്കുക.
4. സ്വത്തുക്കൾ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിലെ നടപടി ക്രമങ്ങളുടെ ലഘൂകരണം
5. എളുപ്പത്തിൽ സംരംഭകന് വായ്പ ലഭ്യമാക്കുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ
6. ന്യൂനപക്ഷ നിക്ഷേപകരെ പ്രോൽസാഹിപ്പിക്കുക
7. നികുതി അടയ്ക്കൽ ലളിതമാക്കുക.
8. ഓൺലൈൻ വിപണി ഉൾപ്പെടെയുള്ള വിദേശ വ്യാപാരം പ്രോൽസാഹിപ്പിക്കുക
9. കരാറുകൾ നടപ്പാക്കുന്നതിലെ നിയമ സംരക്ഷണം
10. വായ്പ തിരിച്ചടവിലെ നിഷ്ക്രിയത്തിന്റെ ശതമാനം കുറയ്ക്കുക.

കേരളവും വ്യവസായ സൗഹൃദവും

വ്യവസായ സൗഹൃദാന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനായി സംസ്ഥാനങ്ങൾ സ്വീകരിച്ച നടപടികളുടെയും സംസ്ഥാനങ്ങളുടെ പ്രകടനത്തെയും (performance) വിലയിരുത്തി കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഫോർ പ്രൊമോഷൻ ഓഫ് ഇൻഡസ്ട്രി ആന്റ് ഇന്റേണൽ ട്രേഡ് (DPIIT) തയ്യാറാക്കുന്നതാണ് വ്യവസായ സൗഹൃദ സൂചിക. 2022- ലെ വ്യവസായ സൗഹൃദ റാങ്കിങ്ങിൽ കേരളം രാജ്യത്ത് ഒന്നാമതായി ചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചു. ഇത്തവണ 30 സൂചകങ്ങളെയാണ് പരിഗണനയിലെടുത്തത്. അതിൽ ഒൻപതിലും കേരളം ഒന്നാമത് എത്തി ഈ ചരിത്രനേട്ടം കൈവരിച്ചു.

തൊട്ടുപിന്നിൽ ആന്ധ്രാ പ്രദേശ്, ഗുജറാത്ത് എന്നീ സംസ്ഥാനങ്ങൾ യഥാക്രമം രണ്ടും മൂന്നും സ്ഥാനങ്ങൾ പങ്കിട്ടു. ഓൺലൈൻ ഏകജാലക സംവിധാനം, നികുതി അടയ്ക്കൽ, ഓൺലൈൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് വിതരണം, പൊതു വിതരണ സംവിധാനം, ഗതാഗതം, എംപ്ലോയ്മെന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് സേവനം, യൂട്ടിലിറ്റി അനുമതികൾ മുതലായ 9 മേഖലകളിലും 95% മേൽ സ്കോർ നേടിയാണ് കേരളം ചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചത്. വ്യവസായ കേന്ദ്രീകൃത പരിഷ്കാരങ്ങൾ കേരളം അതിവേഗത്തിൽ നടപ്പിലാക്കിയതും കാലഹരണപ്പെട്ട നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും ഭേദഗതി ചെയ്തതും കേരളത്തിന്റെ ഈ നേട്ടത്തിന് കൂടുതൽ തിളക്കം നൽകി. ഉയർന്ന ഉദ്യോഗസ്ഥർ മുതൽ തദ്ദേശ സ്വയം ഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഹെൽപ്പ് ഡസ്ക് വരെയുള്ള സംവിധാനങ്ങൾ ഒരേ മനസ്സോടെ ഒരു എണ്ണയിട്ട യന്ത്രം പോലെ പ്രവർത്തിച്ചതിന്റെ ഫലമായിട്ടാണ് കേരളത്തിന് പുതുചരിത്രം രചിക്കാനായത്. ജന പ്രതിനിധികളും സംരംഭക സമൂഹവും ഇതിന് കൂടുതൽ പിന്തുണ നൽകിയതും ഈ നേട്ടത്തിന് സഹായകരമായിട്ടുണ്ട്. മാധ്യമങ്ങൾ അവരുടെ മനോഭാവത്തിൽ മാറ്റം വരുത്തി ഈ പരിപാടിയ്ക്ക് മതിയായ പ്രചാരണം നൽകുകയും ചെയ്തു. ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സിന്റെ ഭാഗമായി സംസ്ഥാന സർക്കാർ അനവധി പരിപാടികളും പദ്ധതികളും ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു.

1. സംരംഭകത്വ വർഷം (Year of Enterprise)

2022 മാർച്ച് 30 ന് ബഹു. മുഖ്യമന്ത്രി ശ്രീ. പിണറായി വിജയൻ സംരംഭകത്വ വർഷം 2. 0 പരിപാടി ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതി വളരെ അടുക്കും ചിട്ടയുമുള്ള ആസൂത്രണത്തിലൂടെയാണ് നടപ്പിലാക്കിയത്. വളരെ കൃത്യമായ ഒരു ഗെയിം പ്ലാൻ തയ്യാറാക്കി ബഹു. വ്യവസായ വകുപ്പ് മന്ത്രിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ മുതിർന്ന ഉദ്യോഗസ്ഥ തലത്തിൽ തന്നെ സംരംഭകത്വ വർഷം

സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതി വിജയകരമായി നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് അതിന്റെ ആദ്യഘട്ടത്തിൽ തന്നെ എല്ലാ തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളിലും ബി ടെക്ക്/ എം. ബി. എ ബിരുദധാരികളെ നിയമിച്ച് കൊണ്ട് ഹെൽപ്പ് ഡസ്ക്കുകൾ സ്ഥാപിച്ചു.

പദ്ധതിയുടെ വിജയകരത്തിനായി കർമ്മ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചു.

*** ഹെൽപ്പ് ഡസ്ക് (Help Desk)**

സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതി വിജയകരമായി നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് അതിന്റെ ആദ്യഘട്ടത്തിൽ തന്നെ എല്ലാ തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളിലും ബി ടെക്ക്/ എം. ബി. എ ബിരുദധാരികളെ നിയമിച്ച് കൊണ്ട് ഹെൽപ്പ് ഡസ്ക്കുകൾ സ്ഥാപിച്ചു. ഇവരിലൂടെ വ്യവസായ വകുപ്പിന്റെ സേവനങ്ങൾ സംരംഭകർക്ക് കൈ എത്തും ദൂരത്ത് ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് സാധിക്കുന്നുണ്ട്.

*** താലൂക്ക് ഫെസിലിറ്റേഷൻ (Taluk Facilitation)**

സംരംഭകർക്ക് കൂടുതൽ സുതാര്യമായും വേഗത്തിലും വ്യവസായ വകുപ്പിന്റെ ഓൺലൈൻ സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് താലൂക്ക് വ്യവസായ ഓഫീസുകളിൽ താലൂക്ക് റിസോഴ്സ് പേഴ്സൺമാരെ (TRPs) നിയമിച്ചു.

സമന്വയ പ്രവർത്തനം

വ്യവസായ വകുപ്പ് തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ചേർന്ന് സമന്വയ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കുകയും ചെയ്തു. എല്ലാ തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളിലും ജന പ്രതിനിധികളെ തന്നെ മുഖ്യ സംഘാടകരാക്കി പൊതു ബോധവൽക്കരണ പരിപാടി (GoT) സംഘടിപ്പിച്ചു. കൂടാതെ തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ തലത്തിൽ തന്നെ ബാങ്കുകളെയും ലൈൻ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളെയും പങ്കെടുപ്പിച്ച് കൊണ്ട് വായ്പ

വളരെ കൃത്യമായ ഒരു ഗെയിം പ്ലാൻ തയ്യാറാക്കി ബഹു. വ്യവസായ വകുപ്പ് മന്ത്രിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ മുതിർന്ന ഉദ്യോഗസ്ഥ തലത്തിൽ തന്നെ സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതിയുടെ വിജയകരത്തിനായി കർമ്മ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചു.

മേള, ലൈസൻസ് മേള എന്നിവ സംഘടിപ്പിച്ചു. സംരംഭക വർഷം പദ്ധതിയുടെ ലക്ഷ്യം കൈവരിക്കുന്നതിനും വേഗത കൂട്ടുന്നതിനും എല്ലാ നിയമസഭാ മണ്ഡലങ്ങളിലും എം. എൽ. എ മാരുടെ അദ്ധ്യക്ഷതയിൽ അവലോകന യോഗങ്ങൾ സംഘടിപ്പിച്ചു. ഒരു വർഷം ഒരു ലക്ഷം സംരംഭങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കണമെന്നായിരുന്നു സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതി ലക്ഷ്യമിട്ടിരുന്നെങ്കിലും 250 ദിവസം കൊണ്ട് ഈ ലക്ഷ്യം കൈവരിച്ച് കേരളം പുതു ചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചു. ആഗോളതലത്തിൽ തന്നെ ശ്രദ്ധ നേടിയ ഒരു മഹാ സംഭവം എന്ന പെരുമ ഈ പദ്ധതിയ്ക്ക് ലഭിച്ചു. സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതി രാജ്യത്തെ മികച്ച പദ്ധതികളിലൊന്നായി കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ അംഗീകാരം നേടുകയും ചെയ്തു.

സംരംഭക മഹാ സംഗമം

സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതിയുടെ ഭാഗമായി 2023 ജനുവരി 21- ന് എറണാകുളത്ത് സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പ് സംരംഭക മഹാസംഗമം നടത്തിയിരുന്നു. പതിനായിരത്തോളം സംരംഭകർ ഈ മഹാസംഗമത്തിൽ പങ്കെടുത്തു. ഇത് സംസ്ഥാനത്തെ വ്യവസായ സൗഹൃദമാക്കി മാറ്റുന്നതിനുള്ള മറ്റൊരു ചുവടുവയ്പായിരുന്നു.

* വനിതാ സംരംഭക സംഗമം

സംരംഭക വർഷം പദ്ധതിയുടെ ഭാഗമായി 2023 മാർച്ച് 8- ന് വനിത ദിനത്തിൽ സ്ത്രീ ശാക്തീകരണത്തിന്റെ ഭാഗമായി 500 വനിതകളെ പങ്കെടുപ്പിച്ച് കൊണ്ട് വനിത സംരംഭക സംഗമം നടത്തിയത് കേരളത്തിന്റെ സംരംഭക മേഖലയിലെ മറ്റൊരു മുന്നേറ്റമാണ്.

2. നിയമങ്ങളുടെയും ചട്ടങ്ങളുടെയും ഭേദഗതികൾ

ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസ്സിന്റെ ഭാഗമായി 7 നിയമങ്ങളിലും 10 ചട്ടങ്ങളിലും സംസ്ഥാന സർക്കാർ ഭേദഗതി വരുത്തിയിട്ടുണ്ട്. സംസ്ഥാനത്ത് സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നത് ലളിതമാക്കുന്നതിനുവേണ്ടി 2 പ്രധാനപ്പെട്ട ഭേദഗതികൾ താഴെ പരാമർശിക്കുന്നതാണ്:-

(എ) 2018- ലെ കേരള നിക്ഷേപം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കലും സുഗമമാക്കലും നിയമം
(Kerala Investment and Facilitation Act- 2018)

സംസ്ഥാനത്ത് സംരംഭം തുടങ്ങുന്നത് എളുപ്പമാക്കുന്നതിനു വേണ്ടി കേരള പഞ്ചായത്ത് രാജ് കെട്ടിട നിർമ്മാണ ചട്ടങ്ങൾ, കേരള മുൻസിപ്പൽ കെട്ടിട നിർമ്മാണ ചട്ടങ്ങൾ എന്നിവയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ഭേദഗതികൾ വരുത്തിയിട്ടുണ്ട്.

സംരംഭക വർഷം പദ്ധതിയുടെ ലക്ഷ്യം കൈവരിക്കുന്നതിനും വേഗത കൂട്ടുന്നതിനും എല്ലാ നിയമസഭാ മണ്ഡലങ്ങളിലും എം. എൽ. എ മാരുടെ അദ്ധ്യക്ഷതയിൽ അവലോകന യോഗങ്ങൾ സംഘടിപ്പിച്ചു. ഒരു വർഷം ഒരു ലക്ഷം സംരംഭങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കണമെന്നായിരുന്നു സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതി ലക്ഷ്യമിട്ടിരുന്നെങ്കിലും 250 ദിവസം കൊണ്ട് ഈ ലക്ഷ്യം കൈവരിച്ച് കേരളം പുതു ചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചു. ആഗോളതലത്തിൽ തന്നെ ശ്രദ്ധ നേടിയ ഒരു മഹാ സംഭവം എന്ന പെരുമ ഈ പദ്ധതിയ്ക്ക് ലഭിച്ചു.

(ബി) 2019–ലെ കേരള സൂക്ഷ്മ- ചെറുകിട- ഇടത്തരം സംരംഭ ഫെസിലിറ്റേഷൻ നിയമം

ബാങ്ക് വായ്പ എടുത്ത് സംരംഭം തുടങ്ങുന്നതിന് ചട്ടപ്രകാരം കെട്ടിടം നിർമ്മിച്ച് നമ്പർ ലഭിക്കുന്നതിനും തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് പ്രവർത്തന ലൈസൻസ് കിട്ടുന്നതിനും സംരംഭകർ ദീർഘകാലം കാത്തിരിക്കുന്ന ഒരു കാലഘട്ടമുണ്ടായിരുന്നു. സംരംഭകരുടെ ഈ ദുരവസ്ഥ പരിഹരിക്കുന്നതിന് പ്രസ്തുത നിയമം ഭേദഗതി ചെയ്ത് കൊണ്ട് 2019 മുതൽ സംസ്ഥാന സർക്കാർ കെ- സ്വിഫ്റ്റ് എന്ന ഓൺലൈൻ സംവിധാനത്തിന് തുടക്കം കുറിച്ചത്. സംസ്ഥാനത്ത് വ്യവസായ സൗഹൃദാന്തരീക്ഷം സംജാതമാക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെയാണ് ഏറ്റവും അതിവേഗത്തിലുള്ളതും സുതാര്യവുമായ കെ- സ്വിഫ്റ്റ് (K-SWIFT- Kerala Single Window interface for Fast and Transparent Clearance) എന്ന ഓൺലൈൻ സംവിധാനം സജ്ജമാക്കിയിരിക്കുന്നത്. കേരളത്തിലേക്ക് കൂടുതൽ നിക്ഷേപകരെ ആകർഷിക്കുന്നതിനും അതുവഴി കേരളം കൂടുതൽ വ്യവസായ സൗഹൃദമാകുന്നതിനും ഈ ഏകജാലക സംവിധാനം സഹായകരമാകുന്നു. സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള 21 ഏജൻസികളെ കോർത്തിണക്കി കൊണ്ടാണ് ഈ സംവിധാനം ഒരുക്കിയിരിക്കുന്നത്. ഈ ഏകജാലക സംവിധാനത്തിലൂടെ അകനോളജ്മെന്റ് സർട്ടിഫിക്കറ്റ് എടുക്കുന്നവർക്ക് മുൻകൂർ ലൈസൻസില്ലാതെ തന്നെ 3 വർഷത്തേക്ക് സംരംഭങ്ങൾ നടത്താവുന്നതാണ്. 50 കോടി രൂപ വരെയുള്ള നിക്ഷേപമുള്ള സംരംഭങ്ങൾ കെട്ടിട നമ്പരില്ലാതെ തന്നെ തുടങ്ങുന്നതിന് സംരംഭകർക്ക് അവസരം നൽകുന്നതിന് സർക്കാർ വിജ്ഞാപനം പുറപ്പെടുവിച്ചിട്ടുണ്ട്. കെ- സ്വിഫ്റ്റ് നമ്പരിനെ മൂന്ന് വർഷത്തേക്ക് താൽക്കാലിക കെട്ടിട നമ്പരായി അംഗീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്.

3. എം. എസ്. എം. ഇ ക്ലിനിക്കുകൾ

സൂക്ഷ്മ- ചെറുകിട- ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ സംശയരഹിതമായി ആരംഭിക്കുന്നതിനും പ്രവർത്തനങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനും അവരുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനും വിദഗ്ദ്ധമായ ഉപദേശങ്ങൾ നൽകുന്നതിന് വേണ്ടി വിദഗ്ദ്ധരുടെ പാനൽ രൂപീകരിച്ച് കൊണ്ട് എല്ലാ ജില്ലാ വ്യവസായ കേന്ദ്രങ്ങളിലും എം. എസ്. എം. ഇ ക്ലിനിക്കുകൾ എന്ന സംവിധാനം പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

4. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് സംരംഭകർക്ക് പ്രോത്സാഹനം

നൂതനാശയങ്ങളെ സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ സഹായത്തോടെ സംരംഭങ്ങളാക്കി മാറ്റുകയെന്നതാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പിന്റെ അടിസ്ഥാന ആശയം. കേരളത്തിൽ സ്റ്റാർട്ടപ്പിന്റെ അടിസ്ഥാന ആശയം സ്റ്റാർട്ടപ്പ് സംരംഭങ്ങളുടെ ആവാസ വ്യവസ്ഥ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് പ്രോത്സാഹനവും ഇൻകുബേഷൻ സൗകര്യങ്ങളും പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിന് സംസ്ഥാന സർക്കാർ കേരള സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷൻ മുഖേന അനവധി പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുണ്ട്. സ്റ്റാർട്ടപ്പ്

സംരംഭകർക്ക് ഇന്നോവേഷൻ ഗ്രാന്റ്, സീഡ് ഫണ്ട്, പേറ്റന്റ് റീ- ഇംബേഴ്സ്മെന്റ് പദ്ധതി, ഗവേഷണ പ്രോത്സാഹന പദ്ധതി എന്നിവ പ്രദാനം ചെയ്തു വരുന്നു. കേരളം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ വളർച്ചയിൽ അതിവേഗം മുന്നേറുന്നു. കേരളത്തിലെ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് ഏഷ്യയിൽ ഒന്നാം സ്ഥാനവും ലോകത്തിൽ നാലാം സ്ഥാനവുമുണ്ട്.

5. വിദ്യാർത്ഥി സംരംഭകത്വവും ഇൻകുബേഷൻ കേന്ദ്രങ്ങളും

വിദ്യാർത്ഥികളുടെ നൂതനാശയങ്ങളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് ഡ്രീം വെസ്റ്റർ പോലെ നൂതന പരിപാടികൾ സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പ് ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. വിദ്യാർത്ഥികളിൽ സംരംഭകത്വ സംസ്കാരം വളർത്തുന്നതിന് സംരംഭകത്വ വികസന ക്ലബ്ബുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിന് വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പ് ഗ്രാന്റ് നൽകുന്നു. വിദ്യാർത്ഥികളുടെ നൂതനാശയങ്ങളെ സംരംഭങ്ങളാക്കി സാക്ഷാത്കരിക്കുന്നതിന് ഇൻകുബേഷൻ കേന്ദ്രങ്ങൾ വഴി സൗജന്യ സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നു. മതിയായ ഭൂമിയുള്ള വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അവിടെ കിടക്കുന്ന ഭൂമിയിൽ ക്യാമ്പസ് ഇൻഡസ്ട്രിയൽ പാർക്കുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിന് മെഗാ പദ്ധതികളാണ് സംസ്ഥാന സർക്കാർ വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നത്.

6. സ്വകാര്യ വ്യവസായ പാർക്ക്

മതിയായ ഭൂമിയുള്ള സംരംഭകർക്ക് വ്യക്തിപരമായോ ഗ്രൂപ്പായിട്ടോ വ്യവസായ പാർക്കുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിന് വർദ്ധിച്ച തോതിൽ ഗ്രാന്റ് ഉൾപെടെയുള്ള സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നതിന് വ്യവസായ വകുപ്പ് പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുണ്ട്.

7. സ്കെയിൽ അപ്പ് പദ്ധതി

സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങളെ ചെറുകിട- ഇടത്തരം വൻകിട സംരംഭങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്നതിന് സ്കെയിൽ അപ്പ് പദ്ധതി സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പ് ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു.

8. വാണിജ്യ മിഷൻ

സംരംഭകരുടെ ഉൽപന്നങ്ങൾക്ക് ആഗോള വിപണി ഉൾപ്പെടെയുള്ള വിപണി ശൃംഖലകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് സംസ്ഥാന സർക്കാർ വാണിജ്യ മിഷൻ രൂപീകരിക്കുന്നതിനുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് തുടക്കം കുറിച്ച് കഴിഞ്ഞു.

മുകളിൽ പ്രതിപാദിച്ച പദ്ധതികളെല്ലാം തന്നെ കേരളത്തെ കൂടുതൽ വ്യവസായ സൗഹൃദമാക്കുന്നതിന് സഹായകരമായിട്ടുണ്ട്. തുടർ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൊണ്ട് കേരളം വരും വർഷങ്ങളിലും വ്യവസായ സൗഹൃദ പട്ടികയിലുള്ള പ്രഥമ സ്ഥാനം നിലനിർത്തുമെന്ന് പ്രത്യാശിയ്ക്കാം.

കേരളവും എം. എസ്. എം. ഇ യും

ഇന്ത്യയിൽ തന്നെ ഏറ്റവും കൂടുതൽ സൂക്ഷ്മ-ചെറുകിട- ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ കേന്ദ്രീകരിച്ചിരിക്കുന്ന സംസ്ഥാനമാണ് കേരളം. ഭൂവിസ്തൃതി വളരെ കുറവും ജനസാന്ദ്രത വളരെ കൂടുതലുള്ളതുമായ കേരളത്തിന് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായത് എം. എസ്. എം. ഇ കളാണ്. അതുകൊണ്ട് സംസ്ഥാന സർക്കാർ എം. എസ്. എം. ഇ മേഖലയെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് അനവധി പദ്ധതികളും സേവനങ്ങളും നൽകി വരുന്നു. പുതിയതായി നിലവിൽ വന്ന വ്യവസായ വാണിജ്യ നയവും എം. എസ്. എം. ഇ കളുടെ വികസനത്തിന് പ്രത്യേക പ്രാധാന്യം നൽകി വരുന്നു. സംരംഭകത്വ വർഷം പദ്ധതിയുടെ തുടർച്ചയായി നിലവിലുള്ള സംരംഭങ്ങളുടെ സുസ്ഥിര വികസനവും വളർച്ചയും ലക്ഷ്യമാക്കിയിട്ടുള്ള പദ്ധതികളാണ് സംസ്ഥാന സർക്കാർ ആവിഷ്കരിച്ച് കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്.

കേരളം വ്യവസായ സൗഹൃദമല്ലെന്ന അപഖ്യാതി പരത്തുന്നവർക്കുള്ള മറുപടിയാണ് 2022-ലെ വ്യവസായ സൗഹൃദ റാങ്കിങ്ങിൽ കേരളത്തിന്റെ പ്രഥമ സ്ഥാനം. എല്ലാ വകുപ്പുകളുടെയും കൂട്ടായ പ്രവർത്തനത്തിന്റെ ഫലമായിട്ടാണ് കേരളത്തിന് ഈ നേട്ടം കൈവരിക്കാനായത്. കേരളത്തിന്റെ ഈ നേട്ടം കേരളത്തിലെ സംരംഭക സമൂഹത്തിന്റെ നേട്ടം കൂടിയാണ്. വ്യവസായ സൗഹൃദ പട്ടികയിൽ കേരളം കൈവരിച്ച നേട്ടം ആഗോള ശ്രദ്ധയിൽ കൊണ്ടുവന്ന് കൂടുതൽ സംരംഭകരെ കേരളത്തിലേയ്ക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനുള്ള പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിച്ച് ഇതിനോടകം തന്നെ പ്രവർത്തനം തുടങ്ങിക്കഴിഞ്ഞു. പാലക്കാട് വ്യവസായ നഗരം, വിഴിഞ്ഞം തുറമുഖ പദ്ധതി മുതലായവയെല്ലാം കേരളത്തിന്റെ വ്യവസായ വികസനത്തിന് കുതിപ്പേറ്റുന്നതാണ്. ഇന്ത്യയുടെ വ്യവസായ ഭൂപടത്തിൽ അവഗണിക്കാൻ കഴിയാത്ത അടയാളം രേഖപ്പെടുത്തിയത് സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ നിശ്ചയദാർഢ്യം ഒന്നുകൊണ്ട് മാത്രമാണ്. കേരളത്തിന്റെ ഭൂമിശാസ്ത്രപരവും പ്രകൃതിദത്തവുമായ ഘടകങ്ങൾക്ക് യാതൊരു ഭീഷണിയും സൃഷ്ടിക്കാത്ത തരത്തിലുള്ള ഒരു വ്യവസായ സൗഹൃദാന്തരീക്ഷം സജ്ജമാക്കുന്നതിനുള്ള സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ അഭിനന്ദനീയമാണ്.

വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ് മുൻ ഡെപ്യൂട്ടി ഡയറക്ടറാണ് ലേഖകൻ

അർദ്ധ വാർഷിക വിലയിരുത്തൽ

വ്യവസായ വകുപ്പിന് കീഴിലുള്ള പൊതുമേഖല സ്ഥാപനങ്ങളുടെ 2024-25 സാമ്പത്തിക വർഷത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ അർദ്ധ വാർഷിക വിലയിരുത്തൽ 2024 ഒക്ടോബർ 17 തീയതി കൊച്ചിയിൽ വച്ച് ബഹുമാനപ്പെട്ട വ്യവസായ കയർ വകുപ്പ് മന്ത്രി ശ്രീ.പി.രാജീവ് നിർവ്വഹിച്ചു. വ്യവസായ വകുപ്പ് പ്രിൻസിപ്പൽ സെക്രട്ടറി ശ്രീ. എ.പി.എം മുഹമ്മദ് ഹനീഷ് IAS ന്റെ അധ്യക്ഷതയിൽ നടന്ന വിലയിരുത്തലിന് വ്യവസായ വകുപ്പ് -ഓഫീസർ ഓൺ സ്പെഷ്യൽ ഡ്യൂട്ടി ശ്രീമതി.ആനി ജൂല തോമസ് ഐഎഎസ്, ബോർഡ് ഫോർ പബ്ലിക് സെക്ടർ ട്രാൻസ്ഫർമേഷൻ (ബി.പി.റ്റി) എക്സിക്യൂട്ടീവ് ചെയർമാൻ ശ്രീ.അജിത് കുമാർ, മെമ്പർ സെക്രട്ടറി ശ്രീ.സതീഷ് കുമാർ എന്നിവർ സന്നിഹിതരായിരുന്നു.

ഓഫീസർ ഓൺ സ്പെഷ്യൽ ഡ്യൂട്ടി (ഒഎസ്ഡി) ഇൻഡസ്ട്രീസ് സ്വാഗതം ആശംസിക്കുകയും പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന് വ്യവസായ വകുപ്പും ബിപിടിയും നടത്തുന്ന ശ്രമങ്ങളെയും, ഈ മേഖലയിൽ അവതരിപ്പിച്ച ചില പുതിയ നടപടികളെയും അഭിനന്ദിക്കുകയും ചെയ്തു. നിലവിലെ സാഹചര്യത്തിൽ സാമ്പത്തിക പരിമിതികളിൽ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തേണ്ടതിന്റെ പ്രാധാന്യവും ഒഎസ്ഡി അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

വ്യവസായ പ്രിൻസിപ്പൽ സെക്രട്ടറി ശ്രീ. എ.പി.എം മുഹമ്മദ് ഹനീഷ് IAS വ്യവസായ മേഖല തിരിച്ചുള്ള ഒരു ഹ്രസ്വ വിശകലനം നടത്തി, ഈ രംഗത്തെ സമാനമായിട്ടുള്ളവരുടെ കൂടെ മത്സരിക്കുന്നതിന് പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തേണ്ടതിൻറെ പ്രാധാന്യം എടുത്തുകാണിച്ചു. ഓരോ മേഖലയും കേന്ദ്രീകരിക്കേണ്ട വിവിധ നടപടികൾ പ്രിൻസിപ്പൽ സെക്രട്ടറി ഊന്നിപ്പറയുകയും മികച്ച പ്രകടനം കാഴ്ചവെച്ച പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളെ അഭിനന്ദിക്കുകയും ചെയ്തു.

കേന്ദ്ര പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ മാതൃകയിൽ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ വ്യവസായ വകുപ്പുമായി ബിസിനസ്സ് പ്ലാൻ, മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അണ്ടർസ്റ്റാൻഡിങ് (MoU) എന്നിവ ഈ സാമ്പത്തിക വർഷം ഒപ്പ് വച്ചിരുന്നു. ഇതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ 51 പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനത്തിന്റെ നിലവിലെ സ്ഥിതി ബി.പി.റ്റി, എക്സിക്യൂട്ടീവ് ചെയർമാൻ ശ്രീ.അജിത് കുമാർ അവതരിപ്പിച്ചു.

കമ്പനികളിൽ സേഫ്റ്റി ഓഡിറ്റ്, എനർജി ഓഡിറ്റ് എന്നിവ സമയബന്ധിതമായി നടപ്പിലാക്കുക, നിലവിൽ ഉപയോഗശൂന്യമായി കിടക്കുന്ന കമ്പനികളുടെ സ്ഥലങ്ങളിൽ പെട്രോൾപമ്പ്, സിഎൻജി ഫില്ലിംഗ് സ്റ്റേഷനുകൾ, സിഡബ്ല്യുസികൾ, സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ സ്ഥാപിക്കുന്നതിലൂടെ ബദൽ വരുമാന സ്രോതസ്സുകൾ കണ്ടെത്തുക, വാർഷിക അറ്റകുറ്റപ്പണികൾക്കായുള്ള അടച്ചുപൂട്ടൽ ഉൽപാദനത്തെ ബാധിക്കാതെ വ്യവസ്ഥാപിതമായി ആസൂത്രണം

ചെയ്യുക, ബോർഡ് അംഗീകൃത തസ്തികകളുടെ ഒഴിവുകൾ നികത്തുന്നതിന് ഉചിതമായ നടപടി സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ട് മനുഷ്യശക്തി യുക്തിസഹമാക്കുക, തുടങ്ങി ആശയങ്ങൾ ബി.പി.റ്റി ചെയർമാൻ പങ്കുവച്ചു.

കേരള സ്റ്റേറ്റ് കയർ കോർപറേഷന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ വാണിജ്യ സ്ഥാപനമായ വാൾമാർട്ടിൽ ഇടം നേടി. ആലപ്പുഴയുള്ള ഫോമാറ്റിങ്സിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഫ്രാൻസിലേക്ക് കയറ്റുമതി ആരംഭിച്ചു. സ്റ്റീൽ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ ഫോർജിങ്സ്, സ്റ്റീൽ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ കേരള ലിമിറ്റഡ് മുതലായ സ്ഥാപനങ്ങൾ കൊച്ചിൻ ഷിപ്യാർഡ്/ ഡിഫൻസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്കാവശ്യമായ ഉൽപന്നങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചു നൽകുന്നതിനായുള്ള കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെട്ടു. കെൽട്രോണും അതിന്റെ സബ്സിഡറി കമ്പനികളായ കെൽട്രോൺ ഇലക്ട്രോ സെറാമിക്സ് - കെൽട്രോൺ കോമ്പൗണന്റ് കോംപ്ലക്സ് എന്നിവ ഉത്പന്ന ക്ഷമതയിലും, പ്രവർത്തന ലാഭത്തിലും വളരെ അധികം മുന്നേറ്റം നടത്തിയിട്ടുണ്ട് തുടങ്ങി പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ കൈവരിച്ച നേട്ടങ്ങളും അർദ്ധ വാർഷിക അവലോകനത്തിൽ സൂചിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി.

പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനുള്ള മാനവ ശേഷിയുടെ നയ രൂപീകരണവും പ്രസ്തുത യോഗത്തിൽ ചർച്ച ചെയ്തു.

പ്രസ്തുത അവലോകനത്തിന്റെ ഭാഗമായി ബഹുമാനപ്പെട്ട വ്യവസായ കയർ വകുപ്പ് മന്ത്രി ശ്രീ.പി. രാജീവ് പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനം വിലയിരുത്തുകയും സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പുരോഗതികൾക്കായുള്ള നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകുകയും ചെയ്തു. കമ്പനി ബോർഡുകൾ കാര്യക്ഷമമായി പ്രവർത്തിക്കുകയും സർക്കാർ ഇടപെടൽ ആവശ്യമുള്ള വിഷയങ്ങൾ ഒഴികെ പരമാവധി തീരുമാനങ്ങൾ ബോർഡ് തലത്തിൽ എടുക്കുകയും വേണമെന്നും, നിർദ്ദിഷ്ട സാങ്കേതിക/മാനേജീരിയൽ തസ്തികകളിലേക്കുള്ള പ്രമോഷൻ കർശനമായി അഭിമുഖത്തിന് ശേഷമായിരിക്കണമെന്നും, പെർഫോമൻസ് ലിങ്ക്ഡ് പ്രൊമോഷൻ സ്കീം നടപ്പിലാക്കുമെന്നും അദ്ദേഹം അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

സംസ്ഥാന പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ ആദ്യത്തെ ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസ് ചാറ്റ് ബോട്ട് ആയ കെസിസിപിലിന്റെ ക്ലെയ്സിന്റെ ഉദ്ഘാടനം ബഹുമാനപ്പെട്ട വ്യവസായ കയർ വകുപ്പ് മന്ത്രി ശ്രീ.പി. രാജീവ് നിർവഹിച്ചു.

സർക്കാരിന്റെ നൂറുദിന കർമ്മപദ്ധതിയുടെ ഭാഗമായി കെൽട്രോണിന്റെ ഉത്പന്നങ്ങൾ ഡിഫെൻസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ അധികാരികൾക്ക് കൈമാറുന്ന ചടങ്ങും പ്രസ്തുത അവലോകനത്തിൻറെ ഭാഗമായി നിർവഹിച്ചു.

മികച്ച പ്രവർത്തനം കാഴ്ചവച്ച പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർമാർ അവർ അതിനായി അവലംബിച്ച പ്രവർത്തന ശൈലി പങ്കുവെക്കുകയും ചെയ്തു.

ബിസിനസ് ഡിജിറ്റൽ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷൻ

ലോറൻസ് മാത്യു

ആധുനിക സാങ്കേതിക വിദ്യ ഏറ്റവുമധികം മാറ്റം വരുത്തിയ മേഖലയാണ് ബിസിനസ്സിന്റേത്. കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ നിയന്ത്രിക്കുന്ന മെഷിനുകൾ മാത്രമല്ല മാറ്റങ്ങളിൽ ഉള്ളത്. മറിച്ച് ഒരു ബിസിനസ്സിന്റെ സമസ്ത മേഖലകളും ഇപ്പോൾ സാങ്കേതിക വിദ്യയിലധിഷ്ഠിതമാണ്. കൃത്രിമ ബുദ്ധിയും ഡേറ്റാ അനാലിസിസും യാഥാർത്ഥ്യമായപ്പോൾ ബിസിനസുകളെല്ലാം നവീകരിക്കപ്പെട്ടുവെന്ന് മാത്രമല്ല ഇത് വരെയും കാണാതിരുന്ന പുത്തൻ ബിസിനസ്സ് സാധ്യതകളും ഉടലെടുത്തുവെന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം.

ഈയടുത്ത കാലത്തായി ബിസിനസ്സ് ലോകത്ത് ഉയർന്ന് വന്നയൊരു പദമാണ് ഡിജിറ്റൽ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷൻ എന്നത്. സാങ്കേതിക വിദ്യ ബിസിനസ്സിൽ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കുകയെന്നതാണ് ഒറ്റ വാക്കിൽ ഡിജിറ്റൽ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷൻ എന്ന വാക്ക് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. ഒരു പേപ്പറിലുള്ള വിവരങ്ങൾ സ്കാൻ ചെയ്ത് അതിന്റെ ഡിജിറ്റൽ കോപ്പി കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ ഹാർഡ് ഡിസ്കിൽ സൂക്ഷിക്കുന്നത് ഇതിന്റെ ഏറ്റവും ചെറിയ ഒരു ഉദാഹരണമായി പറയുവാൻ കഴിയും. ഒരു ബിസിനസ്സിന്റെ

ഏതാണ്ടെല്ലാ മേഖലകളും ഇപ്പോൾ ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യുവാൻ കഴിയും. ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജെൻസ്, ഇന്റർനെറ്റ് ഓഫ് തിങ്ങ്സ്, ഓഗ്മെന്റഡ് റിയാലിറ്റി എന്നിവയെല്ലാം ഡിജിറ്റൽ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷന് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

ഡിജിറ്റൽ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷന് 4 പ്രധാന മേഖലകളുണ്ട്. ഡിജിറ്റൽ ചാനലുകൾ വഴി ഉപഭോക്താവിനോട് സംവദിക്കുകയെന്നതാണ് ആദ്യത്തേത്. ബിസിനസ്സിന്റെ അകത്തുണ്ടാക്കുന്ന മാറ്റങ്ങൾ വഴി അതിന്റെ കാര്യക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുകയാണ് മറ്റൊന്ന്. ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതിക വിദ്യകളുപയോഗിച്ച് ബിസിനസ്സിൽ ഇന്നോവേഷൻ കൊണ്ട് വരികയാണ് വേറൊരു മേഖല. ഡേറ്റാ അനാലിസിസ് ഉപയോഗിക്കുകയാണ് നാലാമത്തെ മേഖല.

ഒരു ബിസിനസ്സിന്റെ എല്ലാ തലങ്ങളിലും സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ സ്പർശം കൊണ്ട് വരികയാണ് ഡിജിറ്റൽ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷൻ ചെയ്യുന്നത്. സ്ട്രാറ്റജി, ഓപ്പറേഷൻ, മാർക്കറ്റിങ്ങ്, കസ്റ്റമർ റിലേഷൻ മാനേജ്മെന്റ് തുടങ്ങി ഒരു ബിസിനസ്സിന്റെ സമസ്ത മേഖലകളേയും ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യുകയാണിവിടെ.

ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ

കാപ്പി ഇഷ്ടപ്പെടുന്നവരുടെ പ്രിയപ്പെട്ട ബ്രാൻഡ് ആണ് സ്റ്റാർബക്ക്സ് എന്നത്. 80 രാജ്യങ്ങളിലായി 32000 ഷോറൂമുകളുള്ള വലിയൊരു ചെയിനാണിത്. 2017 ൽ ഡിജിറ്റൽ ഫ്ലൈവീൽ എന്ന പേരിൽ കമ്പനിയിൽ ഡിജിറ്റലൈസേഷൻ നടപ്പിലാക്കിയിരുന്നു. കൃത്രിമ ബുദ്ധി ഉപയോഗിച്ച് ഉല്പ്പന്നം കസ്റ്റമൈസ് ചെയ്യുകയുമുണ്ടായി. മൊബൈൽ ഉപയോഗിച്ച് ഓർഡർ എടുക്കുകയും പേയ്മെന്റ് സംവിധാനം ഒരുക്കുകയും ചെയ്തതൊക്കെയും ഇതിന്റെ ഭാഗമായിരുന്നു.

പ്രമുഖ കാർ നിർമ്മാതാക്കളായ AUDI 2012 ൽ തന്നെ ഇത്തരമൊരു സംവിധാനം നടപ്പിലാക്കിയിരുന്നു. ഒരുപാട് കാറുകൾ പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന വലിയ ഷോറൂമുകൾക്ക് പകരമായി മൈക്രോ ഷോറുമുകൾ എന്ന കൺസെപ്റ്റ്. വൈകുന്നേരങ്ങളിൽ അവിടുങ്ങളിൽ സ്ക്രീനിൽ കാറുകളുടെ പ്രദർശനം, വലിയ Exhibitions പോലെ. ഒപ്പം ടാബ്ലെറ്റിൽ കാറുകൾ വിശദമായി കാണുവാൻ കഴിയും. ഓഗ്മെന്റഡ് റിയാലിറ്റി ഉപയോഗിച്ച് കാറുകളുടെ ഉള്ളിൽ കയറുന്നത് അനുഭവിക്കുവാനും കഴിയും. വലിയ ഷോറൂമുകൾ പരിപാലിക്കുന്ന ചിലവ് കുറക്കുന്നതോടൊപ്പം വെറും നാലു കാറുകൾ മാത്രം പ്രദർശിപ്പിച്ച് കൊണ്ട് 60 ശതമാനം കൂടുതൽ വിൽപ്പന നേടുവാൻ കഴിഞ്ഞു.

ചില പരാജയങ്ങൾ

ചെറുതല്ല വമ്പൻ കമ്പനികൾ വരെ വേണ്ട സമയത്ത് ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യാത്തതു കൊണ്ട് പരാജയപ്പെട്ടതിന്റെ വർത്തമാനകാല ഉദാഹരണങ്ങൾ നമ്മുടെ മുമ്പിൽ നിരവധിയുണ്ട്. ഒരു കാലത്ത് ക്യമറയിലെ മുൻ നിരക്കാരായിരുന്ന കൊഡാക്ക് തന്നെ ഉദാഹരണം. ഫോട്ടോഗ്രാഫി ഡിജിറ്റലിലേക്ക് മാറിയത് നാട്ടുമ്പുറത്തെ സാധാരണ സ്റ്റുഡിയോകൾ വരെ തിരിച്ചറിഞ്ഞപ്പോൾ അതിന് കഴിയാതെ പോയതാണ് ആ കമ്പനിയുടെ പരാജയം. സാധാരണക്കാർക്ക് എളുപ്പം മനസ്സിലാകുന്ന ഉദാഹരണമാകും നോക്കിയയുടേത്. മൊബൈൽ ഫോണുകൾ ഇറങ്ങിയ കാലഘട്ടത്തിൽ ഏറ്റവുമധികം

വിപണി വിഹിതമുണ്ടായിരുന്ന ഒരു കമ്പനി ഇന്ന് ഏറെ പിന്നാക്കം പോയതിന്റെ പ്രധാന കാരണം ഇനി കുറേക്കാലത്തേക്ക് മൊബൈൽ ലോകം ഭരിക്കുവാൻ പോകുന്നത് ആൻഡ്രോയിഡ് ആണെന്ന തിരിച്ചറിവ് അവരുടെ മാനേജ്മെന്റിന് ഇല്ലാതെ പോയത് ആയിരുന്നു.

എവിടെയൊക്കെ, എങ്ങനെ

ഒരു കമ്പനിയിൽ പല മേഖലകൾ ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യുവാൻ കഴിയും. ഒരു കമ്പനിയിലെ പരമ പ്രധാനമായ ഒരു വിഭാഗമാണ് HR (Human resource) എന്നത്. കഴിഞ്ഞ ചില നാളുകളായി ഈ വിഭാഗം ഏറെ മാറ്റങ്ങളിലൂടെ കടന്ന് പോവുകയാണ്. ജീവനക്കാരുടെ റിക്രൂട്ട്മെന്റ്, ശമ്പളം, പരിശീലനം, തൊഴിൽ പ്രശ്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത് ഈ വിഭാഗമാണ്. ഇന്നിതെല്ലാം തന്നെ പ്രത്യേക സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകളുടെ സഹായത്തോടെ ചെയ്യുവാൻ കഴിയും. Applicant Tracking Systems (ATS) ഉപയോഗിച്ച് റിക്രൂട്ട്മെന്റ് വേഗത്തിലും കാര്യക്ഷമവുമായി ചെയ്യുവാൻ കഴിയും. Resume വായിക്കുവാനും അത് Scrutinize ചെയ്യുവാനുമെല്ലാം സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകളുപയോഗിക്കുവാൻ കഴിയും. ഒപ്പം നേരിട്ടുള്ള കൂടിക്കാഴ്ച വേണമെങ്കിലൊഴിവാക്കി Virtual Interview ചെയ്യുവാനും ഇന്ന് സാധ്യമാണ്. പഞ്ചിങ്ങ് സംവിധാനം ഓഫീസുകളിൽ വന്നിട്ട് ഏറെക്കാലമായി. എന്നാലിന്ന് അവരവരുടെ മൊബൈൽ ഉപയോഗിച്ച് പഞ്ച് ചെയ്യുവാൻ സാധ്യമാണ്. ഓഫീസ് മേധാവിക്ക് എവിടെയിരുന്നു പോലും തന്റെ ജീവനക്കാരുടെ Attendance details ലാപ് ടോപ്പിലൂടെയോ, മൊബൈലിലൂടെയോ അറിയുവാൻ ഇപ്പോൾ സാധ്യമാണ്. ക്ലൗഡ് സംവിധാനം വ്യാപകമായതോട് കൂടി ജീവനക്കാരുടെ വിവരങ്ങൾ ഒരു കേന്ദ്രീകൃത സംവിധാനത്തിൽ സ്റ്റോർ ചെയ്യുവാനും ഓരോരുത്തരുടേയും പെർഫോർമൻസ് കമ്പനിയുടെ CEO ക്ക് അപ്പപ്പോൾ അറിയുവാനും കഴിയുന്നത് ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ കാര്യക്ഷമത അളക്കുവാൻ ഏറ്റവും സാഹായകരമായ ഒന്നാണ്. ഓൺലൈൻ ട്രെയിനിങ്ങ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ ഏറെയുള്ളതിനാൽത്തന്നെ ജീവനക്കാരുടെ പരിശീലനം കൃത്യമായും കാര്യക്ഷമവുമായി നടത്തുവാൻ ഇപ്പോൾ സാധ്യമാണ്. ഓൺലൈൻ സർവ്വേകൾ നടത്തുവാൻ കഴിയുന്നതിലൂടെ ജീവനക്കാരുടെ Job Satisfaction പോലുള്ളത് കൃത്യമായി മനസ്സിലാക്കുവാനും വേണ്ടതായ ഇടപെടലുകൾ നടത്തുവാനും കഴിയും.

കസ്റ്റമർ റിലേഷൻസ് മാനേജ്മെന്റ് (CRM)

ഒരു കമ്പനിയെ സംബന്ധിച്ച് പരമ പ്രധാനമായ ഒന്നാണ് അവരുടെ കസ്റ്റമേഴ്സ്. കണക്കുകൾ കാണിക്കുന്നത് കമ്പനികളുടെ വരുമാനത്തിന്റെ 40 ശതമാനം കാരണവും വ്യക്തിപരമായ കസ്റ്റമർ സർവീസ് നൽകുവാൻ സാധിക്കുന്നത് കൊണ്ടാണ് എന്നതാണ്. 76 ശതമാനം ഉപഭോക്താക്കളും അഭിപ്രായപ്പെടുന്നത് പല കമ്പനികളും ഇതിൽ പരാജയപ്പെടുന്നു എന്നതാണ്. ഇവിടെയാണ് കസ്റ്റമർ റിലേഷൻസ് മാനേജ്മെന്റ് സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകളുടെ പ്രാധാന്യം വരുന്നത്. ഇന്ന് എല്ലാ പ്രമുഖ കമ്പനികളും തന്നെ CRM Softwares ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. സോഷ്യൽ മീഡിയ ഉൾപ്പെടെയുള്ള പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ ഉപയോഗിച്ച് കസ്റ്റമറുടെ ഡേറ്റ കമ്പനികൾ എടുക്കുന്നുണ്ട്, ഈ ഡേറ്റ മാനേജ്മെന്റ് ആണ് ഏതൊരു CRM ന്റേയും ഹൃദയം. തങ്ങളുടെ കസ്റ്റമേഴ്സിനെ കൂടുതലായി അറിയുവാനും അവർക്ക് മെച്ചപ്പെട്ട സേവനങ്ങൾ കൊടുക്കുവാനുമായിട്ടാണ് ഇത്തരം സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകൾ ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്നത്. ഡേറ്റാ ശേഖരിക്കുക, ഡേറ്റാ അവലോകനം ചെയ്യുക, അതനുസരിച്ച് വിപണി വിശകലനം ചെയ്യുക, കസ്റ്റമറുടെ പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് വേഗത്തിൽ മറുപടി നൽകുക, കസ്റ്റമറുമായിട്ടുള്ള സമ്പർക്കം ഓട്ടോമേറ്റ് ചെയ്യുക തുടങ്ങിയവയെല്ലാം തന്നെ ഇതിന്റെ ഭാഗമാണ്.

ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിങ്ങ്

ഒരു കമ്പനി ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യുന്നതിൽ പരമ പ്രധാനമായ ഒന്നാണ് ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിങ്ങ് എന്ന ആധുനിക മാർക്കറ്റിങ്ങ്. എല്ലാ ഡിജിറ്റൽ ഉപകരണങ്ങളും ഉപയോഗപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടുള്ള മാർക്കറ്റിങ്ങ് രീതിയാണിത്. വെബ് സൈറ്റുകളും, ഇമെയിൽ, സോഷ്യൽ മീഡിയ തുടങ്ങിയവയൊക്കെ ഉപയോഗിച്ച് കൊണ്ടുള്ള മാർക്കറ്റിങ്ങ് രീതി. വാട്സാപ്പ് പോലുള്ള മെസ്സേജിങ്ങ് ആപ്പുകളും ഇതിന്റെ പരിധിയിൽ വരും.

ഫിനാൻസ്

ഏതൊരു കമ്പനിയും ഏറ്റവും

പ്രധാനമായും ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യേണ്ട ഒരു വിഭാഗമാണ് ഫിനാൻസിന്റേത്. അത് ജീവനക്കാരുടെ ശമ്പളമാണെങ്കിലും സെയിൽസായാലും ഒരു പോലെ തന്നെയാണ്. ഇന്നിപ്പോൾ എല്ലാ കമ്പനികളും തന്നെ ഇത് ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ഡിജിറ്റൽ ബാങ്കിങ്ങ് വ്യാപകമായതും ഒപ്പം പേയ്മെന്റ് ഗേറ്റ്‌വേകളുടെ വ്യാപകമായ ഉപയോഗവും ഇതിന് ആക്കം കൂട്ടിയിട്ടുണ്ട്. ഗൂഗിൾ പേ പോലുള്ള പേയ്മെന്റ് ഗേറ്റ് വേ സംവിധാനങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുവാൻ മടി കാണിക്കുന്ന ചെറുകിട ബിസിനസുകാർക്ക് കസ്റ്റമർ നഷ്ടപ്പെടുന്നത് ഇന്നൊരു സാധാരണ കാഴ്ചയാണല്ലോ.

എങ്ങനെ

ഒരു കമ്പനിയെ ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യുന്നതിന് പ്രധാനമായും 7 സ്റ്റെപ്പുകളാണുള്ളത്. ഒന്നാമതായി ചെയ്യേണ്ടത് കൃത്യമായ ഒരു ലക്ഷ്യം നിർണ്ണയിക്കുകയെന്നതാണ്. എന്താണ് ചെയ്യുവനുള്ളത്, ഏത് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റിലാണ് മാറ്റം വരുത്തേണ്ടത് എന്ന് കണ്ടെത്തുകയും കൃത്യമായ ഒരു സ്ട്രാറ്റജി രൂപവൽക്കരിക്കുകയും ചെയ്യുക. അടുത്തതായി കമ്പനി ഇപ്പോൾ നിൽക്കുന്ന അവസ്ഥയെ അനലൈസ് ചെയ്യുകയെന്നതാണ്. ഇപ്പോൾ ഏത് സ്റ്റേജിലാണ് നിൽക്കുന്നത് അതിൽ എന്തൊക്കെ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തുവാൻ കഴിയണം എന്നതൊക്കെ മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്. അടുത്തതായി ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുവാൻ വേണ്ടതായ ഓരോ സ്റ്റെപ്പും നിർവചിക്കുക ആണ് ചെയ്യേണ്ടത്. അതായത് ഒരു റൂട്ട് മാപ്പ് തയ്യാറാക്കുക. പിന്നീട് വേണ്ടത് ഒരു കസ്റ്റമർ സെന്ററിക് അപ്രോച്ച് ആണ്. അതായത് കസ്റ്റമറുടെ ഭാഗത്ത് നിന്ന് ചിന്തിക്കുക. ഈ രീതി ആവിഷ്കരിക്കുമ്പോൾ അതിന്റെ പ്രയോജനം കിട്ടുന്ന വിഭാഗത്തിന്റെ ഭാഗത്ത് നിന്നാവണം ചിന്തിക്കേണ്ടത്. അടുത്തതായി സാധ്യമായ ഇടങ്ങളിലെല്ലാം ഇന്നോവേഷൻ കൊണ്ട് വരുവാൻ ശ്രമിക്കുകയെന്നതാണ്. പിന്നീട് ചെയ്യേണ്ട ആവശ്യമായ ഡിജിറ്റൽ ടൂളുകളുടെ Implementation ആണ്. ഏതൊക്കെ ഭാഗത്ത് ഏതെല്ലാം ടൂളുകളാണ് ഉപയോഗിക്കേണ്ടതെന്ന് മനസ്സിലാക്കി ആയത് ഉപയോഗിക്കണം. ഉദാഹരണമായി ക്ലൗഡോ, ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസോ, ഡേറ്റാ അനലിറ്റിക്സോ ഏതാണ് ആവശ്യമെന്ന് മനസ്സിലാക്കി ആയത് ഉപയോഗിക്കണം.

Implement ചെയ്ത് കഴിഞ്ഞാൽ നിരന്തരമായ Monitoring ആണ് വേണ്ടുന്നത്.

പ്രയോജനം എന്ത്

ഒരു കമ്പനി ഡിജിറ്റലൈസേഷൻ നടത്തുമ്പോൾ കിട്ടുന്ന പ്രയോജനം വളരെ വലുതാണ്. ഒന്നാമതായി വരുമാനത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്ന വളർച്ചയാണ്. ഉദാഹരണമായി പുതിയ ഒരു ഓൺലൈൻ സെയിൽസ് ചാനൽ ഉണ്ടാകുമ്പോൾ സംഭവിക്കുന്നത് വരുമാന വളർച്ചയാണ്. ഒപ്പം ചിലവിലുണ്ടാകുന്ന കുറവാണ് എടുത്ത് പറയേണ്ടത്. നിശ്ചയമായും കസ്റ്റമറുടെ മനോഭാവത്തിലുണ്ടാകുന്ന മാറ്റം എടുത്ത് പറയേണ്ടതാണ്. Customer Satisfaction വളരെ ഉയർന്നതായിരിക്കും എന്നർത്ഥം. മാത്രമല്ല ബിസിനസിലെ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുക എന്നത് വളരെ സുഗമമായി മാറുന്നു. കാരണം ഡേറ്റ കൂടുതൽ കൈകാര്യം ചെയ്യുമ്പോൾ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുക എന്നത് താരതമ്യേന എളുപ്പമായി മാറുന്നു.

മാറാം ഡിജിറ്റലിലേക്ക്

ലോകം മുഴുവൻ ഡിജിറ്റലിലേക്ക് ചുവട് വെക്കുമ്പോൾ അതിന് മടിച്ച് നിൽക്കുന്ന സംരംഭകർ പരാജയപ്പെടുമെന്നത് ഒരു വസ്തുത തന്നെയാണ്. എന്നാൽ വലിയ കമ്പനികൾക്ക് ഇതൊക്കെ സാധ്യമാണ്, അത് പോലെയല്ല ചെറുകിട സംരംഭകരുടെ കാര്യം. ഉയർന്ന ചിലവിൽ സംരംഭം ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യുവാൻ പലർക്കും കഴിവില്ല എന്നതൊരു യാഥാർത്ഥ്യമാണെന്നത് അംഗീകരിക്കുമ്പോൾത്തന്നെ ഈ രംഗത്ത് ചെയ്യുവാൻ കഴിയുന്ന പല കാര്യങ്ങളും ചെയ്യാതെ മാറിനിൽക്കുന്നുണ്ട് എന്നതും കാണാതെ ഇരിക്കുവാൻ കഴിയില്ല. ഇന്നും ഗൂഗിൾ പേ പോലുള്ള പേയ്മെന്റ് ഗേറ്റ് വേയോ, ക്രെഡിറ്റ്, ഡെബിറ്റ് കാർഡോ പോലും ഉപയോഗിക്കാത്ത സംരംഭകരുണ്ട്. മാറേണ്ടത് മനോഭാവം ആണ്. ഒന്നുറപ്പാണ് ലോകം ഡിജിറ്റലിലേക്ക് ചുവടു വെക്കുമ്പോൾ സാധ്യമായ മേഖലകളിലെങ്കിലും ഡിജിറ്റലൈസ് ചെയ്യുവാൻ ചെറുകിട സംരംഭകർ തയ്യാറാകേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

മനോജ് മാതിരപ്പള്ളി

ആയിരം കോടിയുടെ വിറ്റുവരവ് ലക്ഷ്യമിട്ട് കെൽട്രോൺ

ഈ സാമ്പത്തികവർഷം ആയിരം കോടിരൂപയുടെ വിറ്റുവരവ് കൈവരിക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ കീഴിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനമാണ് കെൽട്രോൺ (കേരള സ്റ്റേറ്റ് ഇലക്ട്രോണിക് ഡെവലപ്മെന്റ് കോർപ്പറേഷൻ ലിമിറ്റഡ്). അടുത്ത അഞ്ചുവർഷത്തിനുള്ളിൽ വിറ്റുവരവ് രണ്ടായിരം കോടിരൂപയായി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും പദ്ധതിയുണ്ട്. ഇതിന് ആവശ്യമായ കർമ്മപദ്ധതികളാണ് കഴിഞ്ഞ കുറച്ചു വർഷങ്ങളായി കെൽട്രോൺ ആവിഷ്കരിച്ചിട്ടുള്ളത്. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി, 'ഉത്തരവാദ വ്യവസായം-ഉത്തരവാദ നിക്ഷേപം' എന്ന ലക്ഷ്യം മുൻനിർത്തി കൃത്യമായ മാസ്റ്റർ പ്ലാനും നടപ്പാക്കിവരികയാണ്. പ്രതിരോധ വകുപ്പിൽ നിന്നുള്ളവ ഉൾപ്പെടെ ഇപ്പോൾ ദേശീയതലത്തിൽ കെൽട്രോണുമായി ഒപ്പുവെക്കുന്ന കരാറുകൾ വിലയിരുത്തുമ്പോൾ ലക്ഷ്യം കൈവരിക്കുന്നതിൽ ഒരുതരത്തിലുള്ള പ്രതിസന്ധിയും നേരിടേണ്ടിവരില്ലെന്ന് കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു.

കഴിഞ്ഞ വർഷം 800 കോടിയോളം രൂപയുടെ വിറ്റുവരവാണ് കെൽട്രോൺ നേടിയത്. ഈ സാമ്പത്തികവർഷം ഇതിനകം ലഭി

ച്ചിട്ടുള്ള ഓർഡറുകൾ മാത്രം പരിഗണിച്ചാൽ വിറ്റുവരവ് 1200 കോടിയിലേക്ക് എത്തും. തമിഴ്നാട്ടിലെ സ്മാർട്ട് ക്ലാസ്റൂം പോലെയുള്ള വലിയ ഓർഡറുകൾ ഇതിനകം ലഭിച്ചിട്ടുള്ളവയിൽ ഉൾപ്പെടും. കഴിഞ്ഞ ഏഴുവർഷമായി മികച്ച ലാഭം കൈവരിക്കുന്ന കെൽട്രോണിന്റെ പ്രവർത്തനം മറ്റു പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും മാതൃകയാണ്. ഒരുകാലത്ത്, കേരളത്തിലെ ജനജീവിതത്തിന്റെ തന്നെ ഭാഗമെന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കാവുന്ന കെൽട്രോൺ ടി.വി.യും റേഡിയോയും നിർമ്മിച്ചിരുന്നത് ഈ സ്ഥാപനമായിരുന്നു. കാലം മാറുമ്പോൾ നവീനമായ സാങ്കേതികവിദ്യകളിലേക്കും ഉത്പന്നനിർമ്മിതിയിലേക്കും ചുവടുമാറ്റാൻ കെൽട്രോണിന് സാധിച്ചിട്ടുണ്ട്. അതുതന്നെയാണ് ഈ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനത്തിന്റെ കാലിക പ്രസക്തിയ്ക്കുള്ള മുഖ്യകാരണവും.

അര നൂറ്റാണ്ടിന്റെ പാരമ്പര്യം

ഇലക്ട്രോണിക്സ് രംഗത്ത് ഇന്ത്യയിലെ തന്നെ ആദ്യത്തെ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനമാണ് കെൽട്രോൺ. 1973-ലായിരുന്നു തുടക്കം. സംസ്ഥാനത്ത് ഇലക്ട്രോണിക്സ് മേഖലയ്ക്ക് വലിയ പ്രചാരം ലഭിക്കാതിരുന്ന കാലത്ത് ഇത്തരമൊരു സ്ഥാപനം തുടങ്ങാൻ കഴിഞ്ഞത് സർക്കാരിന്റെ ദീർഘവീക്ഷണം കൊണ്ട് മാത്രമായിരുന്നു. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി, ഇലക്ട്രോണിക്സ് രംഗത്ത് വിദേശരാജ്യങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടെ പ്രവർത്തന പരിചയമുള്ള കെ.പി.പി. നമ്പ്യാർക്ക് ചുമതല നൽകി. അങ്ങനെ, 1973 ഓഗസ്റ്റ് മുപ്പതാം തീയതി കേരള സ്റ്റേറ്റ് ഇലക്ട്രോണിക് ഡെവലപ്മെന്റ് കോർപ്പറേഷൻ ലിമിറ്റഡ് എന്ന കെൽട്രോണിന് തിരുവനന്തപുരത്ത് തുടക്കമായി. സ്ഥാപനത്തിന്റെ ആദ്യ ചെയർമാനും മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറുമായ കെ.പി.പി. നമ്പ്യാർ 1985 വരെ ആസ്ഥാനത്ത് തുടർന്നു. കഴിഞ്ഞ വർഷം സുവർണജൂബിലി ആഘോഷിച്ച കെൽട്രോണിന്റെ വിവിധ യൂണിറ്റുകളിലായി നിലവിൽ രണ്ടായിരത്തഞ്ഞൂറോളം ജീവനക്കാരുണ്ട്.

ഇലക്ട്രോണിക്സ്, വിവരസാങ്കേതികവിദ്യ എന്നീ മേഖലകളിൽ ഊന്നിയാണ് കെൽട്രോണിന്റെ പ്രവർത്തനം. ആദ്യകാലത്ത് ടി.വി.യും റേഡിയോയുമൊക്കെ നിർമ്മിച്ചിരുന്ന കെൽട്രോണിന്റെ ഇപ്പോഴത്തെ ഉത്പന്നങ്ങളിലും കാലാനുസൃതമായ മാറ്റം സംഭവിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഗതാഗതരംഗത്തെ ട്രാഫിക് സിഗ്നൽ ലൈറ്റുകൾ കെൽട്രോണിന്റെ വലിയൊരു സംഭാവനയാണ്. കേരളത്തിന് പുറമെ ഇന്ത്യയിലെ മറ്റു പല നഗരങ്ങളിലും ഗതാഗതം നിയന്ത്രിക്കുന്നതിനായി കെൽട്രോണിന്റെ സിഗ്നൽ ലൈറ്റുകൾ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇതോടൊപ്പം, ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസ് സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന എ.ഐ. ക്യാമറകൾ നിർമ്മിച്ചതും പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നതും കെൽട്രോണിന്റെ നേതൃത്വത്തിലാണ്. ഇന്നിപ്പോൾ രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പ്രതിരോധ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും കെൽട്രോണിൽ നിർമ്മിക്കുന്ന ഉപകരണങ്ങൾ നൽകിവരുന്നു.

പ്രതിരോധ ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഉപകരണങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിൽ കാൽ നൂറ്റാണ്ടിന്റെ അനുഭവസമ്പത്തും കെൽട്രോണിനുണ്ട്. ഇതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഇന്ത്യൻ നാവികസേനയ്ക്കുവേണ്ടി വിവിധ ഉപകരണങ്ങളും നിർമ്മിച്ച്

നൽകുന്നു. എക്കോസൗണ്ടർ, ഇലക്ട്രോമാഗ്നറ്റിക് ലോഗ്, കാൽവിറ്റേഷൻ മീറ്റർ, അണ്ടർവാട്ടർ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ സംവിധാനങ്ങൾ, ഡിസ്ട്രസ് സോണാർ തുടങ്ങിയ ഉപകരണങ്ങളെല്ലാം ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. നാവികസേനയുടെ കപ്പലുകളിലും അന്തർവാഹിനികളിലും ഉപയോഗിക്കുന്ന ഇത്തരം സംവിധാനങ്ങളുടെ രൂപകൽപ്പന നിർവ്വഹിച്ചിട്ടുള്ളത് നേവൽ ഫിസിക്കൽ ആൻഡ് ഓഷ്യാനോഗ്രഫിക് ലബോറട്ടറി, നേവൽ സയൻസ് ആൻഡ് ടെക്നോളജിക്കൽ ലബോറട്ടറി, സി-ഡാക് തുടങ്ങിയ രാജ്യത്തെ സുപ്രധാന സ്ഥാപനങ്ങളാണ്.

ഇതിനുപുറമേ ചന്ദ്രയാൻ, സൂര്യപര്യവേഷണ പേടകമായ ആദിത്യ എൽ-1 തുടങ്ങിയ ബഹിരാകാശ പദ്ധതികളുടെ ഭാഗമായി ഐ.എസ്.ആർ.ഒയുമായും കെൽട്രോൺ സഹകരിച്ച് പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ട്. സാറ്റലൈറ്റ്, റോക്കറ്റ് എന്നിവയ്ക്ക് ആവശ്യമായ ഇലക്ട്രിക്കൽ, ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഘടകങ്ങളാണ് ഐ.എസ്.ആർ.ഒയ്ക്കുവേണ്ടി നിർമ്മിച്ച് നൽകിയത്. ഇതോടൊപ്പം മെഡിക്കൽ ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഉപകരണങ്ങളുടെ രംഗത്തും കെൽട്രോൺ സാന്നിധ്യം ഉറപ്പിച്ചുകഴിഞ്ഞു. 'ശ്രവൺ' എന്ന പേരിൽ രാജ്യമെമ്പാടും വിതരണം ചെയ്യുന്ന കേൾവിസഹായി കെൽട്രോണിന്റെ സംഭാവനയാണ്. സ്വകാര്യകമ്പനികൾ 22,000 രൂപയ്ക്ക് ഇത്തരം കേൾവിസഹായികൾ വിറ്റഴിക്കുമ്പോൾ എണ്ണായിരം രൂപ മാത്രം വിലയുള്ള 'ശ്രവൺ' അനേകം പേർക്കാണ് പ്രയോജനപ്രദമാകുന്നത്.

ദേശീയ-അന്തർദ്ദേശീയ കരാറുകൾ

ഈ സാമ്പത്തികവർഷം 1200 കോടിയുടെ വിറ്റുവരവ് ഉറപ്പാക്കുന്ന തരത്തിൽ ഇതിനകം തന്നെ കെൽട്രോൺ ഒപ്പുവെച്ചിട്ടുള്ള കരാറുകളിൽ ദേശീയതലത്തിലും അന്തർദ്ദേശീയ തലത്തിലുമുള്ളവ ഉൾപ്പെടും. രണ്ടായിരത്തിലധികം ട്രാൻസ്ഡ്യൂസർ എലമെന്റുകൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിനുള്ള 17 കോടിയുടെ കരാർ ലഭിച്ചിരിക്കുന്നത് പ്രതിരോധ മേഖലയിൽ നിന്നുതന്നെയാണ്. കുറ്റിപ്പുറത്തുള്ള കെൽട്രോൺ ഇലക്ട്രോസെറാമിക്സ് ലിമിറ്റഡാവും (കെ.ഇ.എസ്.എൽ.) ഇവയുടെ നിർമ്മാണം നടത്തുക. പ്രതിരോധ ഇലക്ട്രോണിക്സ് രംഗത്തുനിന്നും കെ.ഇ.സി.എല്ലിന് ലഭിച്ചിട്ടുള്ള ഏറ്റവും വലിയ ഓർഡറാണിത്. നാവികസേനയുടെ എ.എസ്.ഡബ്ല്യു. ഷാലോ വാട്ടർക്രാഫ്റ്റിലെ സോണാറുകൾക്ക് ആവശ്യമായ ട്രാൻസ്ഡ്യൂസറുകളാണ് ഇവ. സമുദ്രാന്തർഭാഗത്തെ ശബ്ദതരംഗങ്ങളിലൂടെ മറ്റു കപ്പലുകളുടെയും അന്തർവാഹിനികളുടെയും സാന്നിധ്യം തിരിച്ചറിയുന്നതിനുള്ള ഹൈഡ്രോഫോണുകളുടെ സുപ്രധാന ഘടകമാണ് ട്രാൻസ്ഡ്യൂസറുകൾ. ഈ ഓർഡർ ലഭിച്ചിരിക്കുന്നത് ബാംഗ്ലൂർ ആസ്ഥാനമായ ഭാരത് ഇലക്ട്രോണിക്സ് ലിമിറ്റഡ് മുഖേനെയാണ്.

നോർവെ ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഇലക്ട്രോണിക്സ് ആൻഡ് ഇലക്ട്രിക്കൽ മേഖലയിലെ പ്രശസ്ത സ്ഥാപനമായ എൽടോർക്കുമായിട്ടാണ് കെൽട്രോൺ മറ്റൊരു സുപ്രധാന കരാർ ഒപ്പുവെച്ചിട്ടുള്ളത്. കപ്പലുകൾക്ക് ഉൾപ്പെടെ ആവശ്യമായ ആക്ചുവേറ്ററുകളും കൺട്രോൾ സിസ്റ്റവും നിർമ്മിച്ചു നൽകുന്ന സ്ഥാപനമാണ് എൽടോർക്ക്. ഇത്തരമൊരു സ്ഥാപനവുമായി ഒപ്പുവെച്ചിട്ടുള്ള കരാർ പ്രകാരം ഹൈഡ്രോളിക്, ഇലക്ട്രോ-ഹൈഡ്രോളിക് ആക്ചുവേറ്ററുകളുടെ രൂപകൽപ്പനയും നിർമ്മാണവും കെൽട്രോൺ നിർവ്വഹിക്കും. ഇന്ത്യയിലെ പ്രമുഖ വ്യവസായസ്ഥാപനമായ എൽ ആൻഡ് ടി ഉൾപ്പെടെയുള്ളവയ്ക്ക്

ആവശ്യമായ കൺട്രോൾ ആൻഡ് ഇൻസ്ട്രുമെന്റേഷൻ സംവിധാനങ്ങൾ അരൂരിലുള്ള കെൽട്രോൺ കൺട്രോൾസിൽനിന്നും ഇതിനകം തന്നെ നൽകിവരുന്നുണ്ട്. ഇവയുടെ രൂപകൽപ്പനയും എൻജിനീയറിംഗ്, സിസ്റ്റം ഇന്റഗ്രേഷൻ, പ്രോഗ്രാമിംഗ്, കമ്മീഷനിംഗ് തുടങ്ങിയവയുമെല്ലാം കെൽട്രോൺ ആണ് നിർവ്വഹിക്കുന്നത്.

ഇതുകൂടാതെ, വിശാഖപട്ടണം നേവൽ സയൻസ് ആൻഡ് ടെക്നോളജിക്കൽ ലബോറട്ടറിയിൽ നിന്നുള്ള ഫ്ളൈറ്റ് ഇൻ എയർ മെക്കാനിസം മോഡ്യൂൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിനുള്ള ലെറ്റർ ഓഫ് ഇന്റന്റും, റെക്സി മറൈൻ പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡിൽ നിന്നും ബോ ആൻഡ് ഫ്ളാങ്ക് അറേ നിർമ്മിക്കുന്നതിനുള്ള ലെറ്റർ ഓഫ് ഇന്റന്റും കെൽട്രോൺ സ്വീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ, എൻ.പി.ഒ.എൽ. രൂപകൽപ്പന ചെയ്ത ടോർപ്പിഡോ പവർ ആംപ്ലിഫയർ നിർമ്മിക്കുന്നതിനുള്ള ഓർഡറും സ്വീകരിച്ചു. രാജ്യത്ത് ആദ്യമായി തദ്ദേശീയമായി വികസിപ്പിക്കുന്ന ഈ ഉപകരണത്തിന്റെ നിർമ്മാണം സംബന്ധിച്ച് ഭാരത് ഡൈനാമിക്സ് ലിമിറ്റഡുമായിട്ടാണ് ധാരണയായിട്ടുള്ളത്.

ഇക്കഴിഞ്ഞ മാർച്ചിൽ തമിഴ്നാട്ടിലെ സ്കൂളുകളിൽ സ്മാർട്ട് ക്ലാസ് റൂം സജ്ജീകരിക്കുന്നതിനുള്ള 1076 കോടിരൂപയുടെ മെഗാ ഓർഡർ നേടിയതും കെൽട്രോൺ ആയിരുന്നു. കമ്പനിയുടെ ഐ.ടി. ബിസിനസ് ഗ്രൂപ്പായിരിക്കും ഈ പദ്ധതി യാഥാർത്ഥ്യമാക്കുക. തമിഴ്നാട് ടെക്സ്റ്റ്ബുക്ക് ആൻഡ് എഡ്യൂക്കേഷണൽ സർവ്വീസ് കോർപ്പറേഷന്റെ മൂന്ന് മത്സരാധിഷ്ഠിത ടെണ്ടറുകളിൽ പങ്കെടുത്താണ് കെൽട്രോൺ ഈ നേട്ടം കൈവരിച്ചത്. ഇതുപ്രകാരം തമിഴ്നാടിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലുള്ള 7985 സ്കൂളുകളിലായി 8209 ഹൈടെക് ഐ.ടി. ലാബുകളും അവയുടെ ഏകോപനത്തിനുള്ള കമാൻഡ് ആൻഡ് കൺട്രോൾ സെന്ററുകളും സ്ഥാപിക്കും. ഇവയുടെ പരിപാലനവും അറ്റകുറ്റപ്പണിയും നിർവ്വഹിക്കുന്നത് കെൽട്രോൺ തന്നെയാണ്. കൂടാതെ 22,931 സ്മാർട്ട് ക്ലാസ് റൂമുകളും സ്ഥാപിക്കും. ഇതിനുപുറമേ, പ്രൈമറി സ്കൂളുകളിലെ അധ്യാപകർക്കായി 79,723 ടാബ്ലറ്റ് കമ്പ്യൂട്ടറുകളും നൽകും. ഇത്തരത്തിലുള്ള ഓർഡറുകളിലൂടെ ഭാവിയിൽ ആഗോളതലത്തിൽ തന്നെ പ്രാധാന്യമുള്ള കൂടുതൽ കരാറുകൾ ഒപ്പുവെക്കാൻ കഴിയുമെന്നാണ് കെൽട്രോണിന്റെ വിലയിരുത്തൽ.

മദർ റാപ്പും കെ–ഷോപ്പിയും

പുതിയ സാഹചര്യത്തിനും സംസ്കാരത്തിനും അനുസൃതമായ ഉത്പന്നങ്ങൾ കാലാനുസൃതമായി വിപണിയിൽ എത്തിക്കുന്നതിൽ ജാഗരൂകമായ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനം കൂടിയാണ് കെൽട്രോൺ. ഇത്തരത്തിൽ ഏറ്റവും ഒടുവിൽ എത്തിയത് മദർ റാപ്പാണ്. കുഞ്ഞുങ്ങളുടെ ശരീരത്തിൽ സദാസമയവും കൃത്യമായ താപനില നിയന്ത്രിക്കാൻ ഇത് സഹായകമാകും. മാസം തികയാതെ ജനിക്കുന്ന കുഞ്ഞുങ്ങൾക്ക് മുതൽ ആറു മാസം വരെ പ്രായമുള്ള കുഞ്ഞുങ്ങൾക്ക് വരെ ഇത് ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കാം. എൽ.ഇ.ഡി. ലൈറ്റിൽനിന്നുള്ള ഇൻഫ്രാറെഡ് ലൈറ്റ് ഉപയോഗിച്ചാണ് ഇത്തരത്തിൽ കുഞ്ഞുങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ചൂട് നിലനിർത്തുന്നത്. മെഡിക്കൽ ഉപകരണങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിലുള്ള കെൽട്രോണിന്റെ മുൻപരിചയവും വൈദഗ്ധ്യവും മദർ റാപ്പിന്റെ സ്വീകാര്യതയ്ക്ക് സഹായകമാവുമെന്നാണ് വിലയിരുത്തൽ.

വ്യവസായ വകുപ്പിനുവേണ്ടി 'കെ-ഷോപ്പി' എന്ന ഓൺലൈൻ പോർട്ടൽ അടുത്തയിടെ തയ്യാറാക്കിയതും കെൽട്രോൺ ആണ്. സംസ്ഥാനത്തെ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിർമ്മിക്കുന്ന ഉത്പന്നങ്ങൾക്ക് ഓൺലൈൻ വിപണി കണ്ടെത്തുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെയാണ് ഇതിന്റെ രൂപീകരണം. തുണിത്തരങ്ങൾ, കരകൗശല വസ്തുക്കൾ, ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കൾ, പണിയായുധങ്ങൾ തുടങ്ങി ഇരുപതോളം പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള മുന്നൂറ്റമ്പതിലധികം ഉത്പന്നങ്ങൾ ആദ്യഘട്ടമായി 'കെ-ഷോപ്പി'യിലൂടെ ഓൺലൈനായി വാങ്ങാൻ സാധിക്കും. അടുത്ത ഘട്ടത്തിൽ രാജ്യത്തിന് പുറത്തേക്കും ഇതിന്റെ പ്രവർത്തനം വ്യാപിപ്പിക്കുന്നതിന് പദ്ധതിയുണ്ട്.

2023 ഒക്ടോബറിലാണ് കേരളത്തിൽ ഗ്രഫീൻ പ്രൊഡക്ഷൻ ഫെസിലിറ്റി സെന്റർ ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള തീരുമാനം സംസ്ഥാന സർക്കാർ കൈക്കൊള്ളുന്നത്. കിൻഫ്രയെ സ്പെഷ്യൽ പർപ്പസ് വെഹിക്കിളായി നിയോഗിച്ചുകൊണ്ട് തീരുമാനം പ്രഖ്യാപിച്ച് ഒരു വർഷത്തിനുള്ളിൽ നാല് നിലകളിലായി 60,000 ചതുരശ്ര അടി വിസ്തീർണത്തിൽ നിർമ്മിച്ച അത്യാധുനിക കെട്ടിടം പദ്ധതി നിർവ്വഹണ ഏജൻസിയായ ഡിജിറ്റൽ യൂണിവേഴ്സിറ്റിക്ക് കൈമാറാൻ സാധിച്ചു.

ഗ്രഫീൻ എന്ന അത്ഭുത വസ്തുവിനെ ലോകം പരിചയപ്പെട്ട് തുടങ്ങിയ ഘട്ടത്തിൽ തന്നെ ഈ മേഖലയിൽ കേരളം വലിയ ചുവടുവെച്ചുകഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. ഭാവിയുടെ പദാർഥമെന്ന് അറിയപ്പെടുന്ന ഗ്രഫീനുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുള്ള ഗവേഷണങ്ങൾക്കും വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുമായി ഈ കെട്ടിടം ഉപയോഗിക്കപ്പെടും. അത്യാധുനിക ഗവേഷണം നടത്തുന്നതിനാവശ്യമായ പശ്ചാത്തല സൗകര്യം ലഭ്യമാക്കുന്ന ആദ്യഘട്ടം പൂർത്തിയാക്കിയിരിക്കുന്നു. ഇവിടെ ഗ്രഫീൻ സംബന്ധമായ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെയും എം.എസ്.എം. ഇകളുടെയും വികസനം സുഗമമാക്കുന്നതിനുള്ള പിന്തുണ നൽകുന്നതിനും സർക്കാർ തയ്യാറാണ്.

ലോകമാകെ നടന്നു വരുന്ന അതിനൂതനമായ ഗ്രാഫീൻ ഗവേഷണത്തിൽ പങ്കു ചേരാനും സംഭാവനകൾ നൽകാനും ഗ്രഫീൻ ഇന്നവേഷൻ പദ്ധതിയിലൂടെ കേരളത്തിനു സാധിക്കുമെന്ന് പദ്ധതിയുടെ പ്രഖ്യാപന ഘട്ടത്തിൽ തന്നെ സർക്കാർ പറഞ്ഞിരുന്നു. തുടർന്ന് മാഞ്ചസ്റ്റർ യൂണിവേഴ്സിറ്റി, എഡിൻബർഗ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി, ഓക്സ്ഫോർഡ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി എന്നിവരുമായി ഗ്രഫീൻ ഗവേഷണ വുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ധാരണാപത്രം ഒപ്പുവച്ചു. ഗ്രഫീൻ സംബന്ധിച്ച സുപ്ര ധാനമായ ഗവേഷണങ്ങൾ നടന്നത് മാഞ്ചസ്റ്റർ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിലാണ്. ഗ്രഫീൻ കണ്ടുപിടുത്തത്തിന് 2010 ലെ നോബേൽ സമ്മാന ജേതാവായ ആൻഡ്രു ജീം ധാരണാപത്രം ഒപ്പുവെ ക്കുന്ന ചടങ്ങിൽ പങ്കെടുത്തിരുന്നു. ഒപ്പം ടാറ്റ സ്റ്റീലും പദ്ധതിയിലെ പ്രധാന വ്യവസായ പങ്കാളിയായി. ഇത് സംബന്ധിച്ച ധാരണാപത്രവും ഒപ്പുവച്ചിരുന്നു. അതോടൊപ്പം വ്യവസായ മേഖലയിൽ നിന്നുള്ള നിരവധി മറ്റു കമ്പനികളും പ്ലാന്റിന് പിന്തുണ നൽകി പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്.

വ്യവസായനയത്തിൽ മുൻഗണനാ മേഖലകളിലൊന്നായ ഗ്രഫീന്റെ കാര്യത്തിൽ രാജ്യത്തെ ആദ്യ ഗ്രഫീൻ നയവും കേരളം പ്രഖ്യാപിക്കാനൊരു ങ്ങുകയാണ്. നാം ഈ മേഖലയിൽ ലോകത്തിനൊപ്പം, ഇന്ത്യക്ക് മുന്നേ നടക്കുകയാണ്.

3,00,227 സംരംഭങ്ങൾ... 2022 മാർച്ച് 30നാരംഭിച്ച് രണ്ടര വർഷം പൂർത്തിയാകുന്ന ഈ വേളയിൽ സംരംഭകവർഷം പദ്ധതിയിലൂടെ 3,00,000 സംരംഭങ്ങളെന്ന ചരിത്രനേട്ടം കേരളം കൈവരിച്ചുവെന്ന സന്തോഷം പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു. എം എസ് എം ഇ മേഖലയിൽ ഇന്ത്യയിലെ തന്നെ ബെസ്റ്റ് പ്രാക്റ്റീസായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ഈ സർക്കാരിന്റെ അഭിമാന പദ്ധതി ഇതുവരെയായി കേരളത്തിൽ 3,00,227 സംരംഭങ്ങളും 6,38,322 തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും 19,446.26 കോടി രൂപയുടെ നിക്ഷേപം കൊണ്ടുവരികയും ചെയ്തു. ഈസ് ഓഫ് ഡൂയിങ്ങ് ബിസിനസിൽ രാജ്യത്തു തന്നെ ഒന്നാമതെത്തി നിൽക്കുന്ന ഘട്ടത്തിൽ തന്നെ മറ്റൊരു വലിയ നേട്ടം കൂടി കേരളത്തിന് കൈവരിക്കാൻ സാധിച്ചിരിക്കുന്നു.

93,000 ത്തിലധികം വനിതാ സംരംഭകർ സംരംഭകവർഷം പദ്ധതിയുടെ ഭാഗമായി കേരളത്തിലുണ്ടായി എന്നതും ശ്രദ്ധേയമാണ്. എല്ലാ പഞ്ചായത്തുകളിലും സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നത് സഹായിക്കാൻ എക്സിക്യൂട്ടീവുകളെ (1153 പേരെ) നിയമിക്കുകയും ഹെൽപ് ഡെസ്കുകൾ (1034 എണ്ണം) ആരംഭിക്കുകയും ചെയ്തത് സംരംഭകരാകാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നവർക്ക് പ്രചോദനമായി. ഒപ്പം എം എസ് എം ഇ സംരംഭം ആരംഭിക്കുന്നതിന് 4% പലിശയ്ക്ക് 10 ലക്ഷം രൂപ വരെ വായ്പ നൽകിയതും സംരംഭക ലോകത്തേക്ക് ആളുകളെ ആകർഷിച്ചു. കേരളത്തിലെ എംഎസ്എം ഇകളിൽ നിന്നും തിരഞ്ഞെടുത്ത 1000

എം എസ്സ് എം ഇകളെ നാലു വർഷത്തിനുള്ളിൽ ശരാശരി 100 കോടി വിറ്റുവരവുള്ള ബിസിനസുകളായി ഉയർത്തുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ ഈ സർക്കാർ ആരംഭിച്ച മിഷൻ 1000 പദ്ധതി മുന്നോട്ടുപോകുകയാണ്. ഒപ്പം സംസ്ഥാനത്തെ എംഎസ്എംഇകൾക്ക് അപകട സാധ്യതകളിൽ നിന്ന് സാമ്പത്തിക പരിരക്ഷ നൽകുന്നതിന് മിനിമം ഇൻഷുറൻസ് പരിരക്ഷ നൽകാൻവേണ്ടി എം എസ് എം ഇ ഇൻഷുറൻസ് പദ്ധതിയും വ്യവസായ വകുപ്പ് ആരംഭിച്ചു. കേരളത്തിൽ നിർമ്മിക്കുന്ന ഉത്പന്നങ്ങൾക്കും നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾക്കും ഒരു ആഗോള ഗുണനിലവാരം കൊണ്ടു വരാനും അതു വഴി ഈ ഉത്പന്നങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കും അന്താരാഷ്ട്ര വിപണിയിൽ ഉള്ള വിപണന സാധ്യത കൂട്ടുന്നതിനുമായി 'കേരളാ ബ്രാന്റ്' പദ്ധതിയും സർക്കാർ ആരംഭിച്ചു. രാജ്യത്ത് ഒരുവർഷം ആരംഭിക്കുന്ന എം എസ് എം ഇകളിൽ 30% ആണ് അടച്ചുപൂട്ടുന്നതെങ്കിൽ കേരളത്തിൽ ഇത് 15% മാത്രമാണ്. എല്ലാ ജില്ലകളിലും ആരംഭിച്ചിരിക്കുന്ന ടെക്നോളജി ക്ലിനിക്കുകൾ വഴിയാണ് സംരംഭകരുടെയും സംരംഭങ്ങളുടെയും പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് പരിഹാരം കാണാൻ വ്യവസായ വകുപ്പ് ഇടപെടുന്നത്.

3 ലക്ഷം സംരംഭങ്ങൾ കടന്ന് സംരംഭകവർഷം മുന്നേറുമ്പോൾ കേരളത്തിന്റെ ഈ നേട്ടം നമുക്ക് ആഘോഷിച്ചുകൊണ്ട് ഇനിയും മുന്നോട്ടുപോകാം.

ഡോ. ശചീന്ദ്രൻ. വി

സംരംഭകർ നേരിടുന്ന നഷ്ട സാധ്യതകൾ

സംരംഭകത്വം ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ സമഗ്ര വളർച്ചയ്ക്ക് അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. സാമ്പത്തിക പുരോഗതിയും വളർച്ചയും കൂടാതെ തൊഴിലവസരങ്ങൾ ഉണ്ടാകാനും, പലതരത്തിലുള്ള വിഭവങ്ങൾ ഫലപ്രദമായി വിനിയോഗിക്കാനും, ഭൗതിക സാഹചര്യങ്ങളുടെ വളർച്ചയ്ക്കും സംരംഭകത്വം സഹായിക്കുന്നു. ലാഭകരമായ സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നതിലൂടെ, പൊതുവിൽ സാമ്പത്തിക നേട്ടങ്ങളും, സമൂഹത്തിൽ സ്ഥാനവും അംഗീകാരവും സംരംഭകർക്ക് ലഭിക്കുന്നു. എങ്കിലും സംരംഭകർ പലതരത്തിലുള്ള നഷ്ട സാധ്യതകൾ (risks) അഭിമുഖീകരിക്കേണ്ടി വരുന്നു എന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം. അത്തരം നഷ്ട സാധ്യതകൾ ഏതെല്ലാം ആണെന്ന് മനസ്സിലാക്കുകയും സാധ്യമായ മുൻകരുതലുകൾ എടുക്കുകയും വേണം. അവ നേരിടുവാനുള്ള ബദൽ പദ്ധതികളും തയ്യാറാക്കേണ്ടതുണ്ട്. അത്തരം റിസ്ക്കുകളെ പരിചയപ്പെടുത്തുന്ന താണ് ഈ ലേഖനം.

1. സാമ്പത്തികമായ നഷ്ടസാധ്യതകൾ

സംരംഭകത്വത്തിലെ ഏറ്റവും അപകടകരമായ ഒന്നാണ്

സാമ്പത്തികമായ റിസ്ക്കുകൾ. ലാഭം പ്രതീക്ഷിച്ച് ആരംഭിക്കുന്ന ബിസിനസ്സിൽ നഷ്ടം സംഭവിക്കാനുള്ള സാധ്യതകൾ ഏറെയാണ്. സാമ്പത്തിക നഷ്ട സാധ്യത ഉണ്ടാകാൻ പല കാരണങ്ങളുണ്ട്. ബിസിനസ്സ് തെറ്റായ രീതിയിൽ കൈകാര്യം ചെയ്യൽ, വ്യക്തമായ ധാരണയോ അറിവോ കൂടാതെ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കൽ തുടങ്ങിയവയാണ് അവയിൽ പ്രധാനം. പണം നിക്ഷേപിക്കുമ്പോഴും, ചിലവുകൾ നടത്തുമ്പോഴും യുക്തി ബോധമില്ലാത്ത തീരുമാനങ്ങൾ ഉണ്ടായാൽ നഷ്ടസാധ്യത കൂടും. പുതിയ സംരംഭങ്ങളിൽ മുൻപരിചയ കുറവ് ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ ഉണ്ടാകാറുണ്ട്. ഉപയോഗിക്കാൻ ആവശ്യത്തിന് പണം കൃത്യസമയത്ത് ലഭിക്കാതെ വന്നാൽ ശരിയായ സമയത്ത് ഉൽപാദനം/വിപണനം നടത്താൻ സാധിക്കാതെ വരാം. അപ്പോൾ കെട്ടിടത്തിനും, അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളിലും മറ്റും നടത്തിയ നിക്ഷേപം നഷ്ടപ്പെടുകയോ, ലാഭകരമായി ഉപയോഗിക്കാൻ സാധിക്കാതെയോ വരുന്നു.

സാമ്പത്തിക നഷ്ടങ്ങൾ കുറയ്ക്കാൻ സംരംഭകർ പ്രത്യേകമായ മുൻ കരുതലുകൾ എടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. കാരണം തെറ്റായ സാമ്പത്തിക ഇടപെടലുകൾ സംരംഭത്തിന്റെ അടച്ചു പൂട്ടൽ വരെയുള്ള ഘട്ടത്തിലേക്ക് കാര്യങ്ങൾ എത്തിക്കും. അതിനാൽ സാമ്പത്തികമായ നഷ്ട സാധ്യതകൾ കൃത്യമായ രീതിയിൽ മനസ്സിലാക്കുകയും, അതിനെ അതിജീവിക്കുവാൻ പ്ലാൻ തയ്യാറാക്കുകയും വേണം. ഹ്രസ്വകാല/ദീർഘകാല യളവിൽ എത്രമാത്രം സാമ്പത്തിക ചെലവുകൾ/ നിക്ഷേപങ്ങൾ വേണ്ടിവരും, ഏതൊക്കെ സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്നും ആവശ്യമായ പണം കണ്ടെത്താനാകും, ബദൽ സാധ്യതകൾ എന്തൊക്കെയാണ് എന്നിവ സംരംഭകൻ മുൻകൂട്ടി മനസ്സിലാക്കിയിരിക്കണം. കൃത്യമായ ബജറ്റുകൾ തയ്യാറാക്കുകയും, പണത്തിന്റെ സാധ്യമായ വരവും പോക്കും കണക്കു കൂട്ടുകയും ചെയ്യേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്. അനാവശ്യ ചിലവുകൾ ഒഴിവാക്കണം അടിയന്തര ഘട്ടങ്ങളിൽ സമീപിക്കാവുന്ന സാമ്പത്തിക സ്രോതസ്സുകൾ കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യണം എങ്കിൽ മാത്രമേ അടിയന്തര സാഹചര്യങ്ങളെ നേരിടുവാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ.

2. നിയമപരവും നിയന്ത്രണങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട റിസ്ക്കുകൾ

ഏതൊരു സ്ഥാപനവും ആ രാജ്യത്തെ/ സംസ്ഥാനത്തിലെ/ പ്രാദേശികതലത്തിലെ സർക്കാർ നിയമങ്ങളുടെയും നിയന്ത്രണങ്ങളുടെയും വിധേയമായാണ് പ്രവർത്തിക്കേണ്ടത്. നിയമം ലംഘിച്ചുകൊണ്ട് മുന്നോട്ടുപോകുക സാധ്യമല്ല. പ്രവർത്തിക്കുന്ന വ്യവസായ മേഖലയുടെ മാനദണ്ഡങ്ങളും (standards) നിർദ്ദേശങ്ങളും പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്. നിയമ ലംഘനങ്ങൾ നടത്തിയാൽ പിഴയും മറ്റു ശിക്ഷ നടപടികളും അനുഭവിക്കേണ്ടിവരും. അവ ഉത്പന്നങ്ങളുടെ വിപണനത്തെയും, സ്ഥാപനത്തിന്റെ സൽപ്പേരിനെയും പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കും.

നിയമപരമായ നഷ്ടങ്ങൾ കുറയ്ക്കാൻ സംരംഭകർ സ്ഥാപനത്തിന് ബാധകമായ എല്ലാ നിയമവശങ്ങളും നിയന്ത്രണങ്ങളും കൃത്യമായി അറിഞ്ഞിരിക്കണം. ആവശ്യമെങ്കിൽ ബന്ധപ്പെട്ട മേഖലയിലെ കൺസൾട്ടിങ് ഏജൻസികളെ സമീപിക്കാം. ഉദാഹരണത്തിന് ചരക്ക് സേവന നികുതി സംബന്ധമായ കൃത്യമായ നിർദ്ദേശങ്ങൾ ജി. എസ്. ടി. കൺസൾട്ടന്റ് നൽകും. നിലവിലുള്ള നിയമങ്ങളും നിയന്ത്രണങ്ങളും ശാശ്വതമല്ല. അവ മാറ്റങ്ങൾക്ക് വിധേയമാകും. അത്തരം മാറ്റങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്. ബന്ധപ്പെട്ട ഗവൺമെന്റ് വകുപ്പുകളുടെ വെബ്സൈറ്റുകൾ, സാമൂഹ്യ മാധ്യമങ്ങൾ, ദിന പത്രങ്ങൾ, സംരംഭകരുടെ വാട്സ് ആപ്പ് ഗ്രൂപ്പുകൾ എന്നിവയും നിയമപരമായ ഭേദഗതികൾ അറിയാൻ സഹായിക്കും. അവ മനസിലാക്കുകയും പുതിയ സാധ്യതകൾക്കനുസരിച്ചു മുന്നോട്ടു പോവുകയും വേണം.

3. വിപണിയിലെ നഷ്ട സാധ്യതകൾ (Market Risks)

ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ നിലനിൽപ് തന്നെ എങ്ങനെ വിപണിയിൽ വിജയകരമായി മുന്നോട്ടുപോകുന്നു എന്നതിനെ

ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. ഉപഭോക്താവിന്റെ ആവശ്യങ്ങൾ മുൻകൂട്ടി മനസ്സിലാക്കി അതിനനുസരിച്ച് സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും നൽകാൻ സംരംഭകൻ തയ്യാറാകണം. എങ്കിൽ മാത്രമേ ഉപഭോക്താക്കൾ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വാങ്ങുകയുള്ളൂ. അപ്പോൾ മാത്രമേ ലാഭകരമായി സംരംഭത്തെ മുന്നോട്ട് കൊണ്ടുപോകാനും കഴിയുകയുള്ളൂ. എന്നാൽ വിപണിയിൽ പല കാരണങ്ങളാലും നഷ്ട സാധ്യതകൾ ഉണ്ടാകുന്നു.

സമാന ഉത്പന്നം / സേവനം മികച്ച രീതിയിൽ (വില, ഗുണമേന്മ, പ്രത്യേകതകൾ തുടങ്ങിയവയിൽ) മറ്റൊരു സ്ഥാപനം നൽകുന്നതോടെ വിപണിയിൽ മത്സരം വരികയും, വിൽപ്പനയുടെ കാര്യത്തിൽ കുറവുകൾ ഉണ്ടാവുകയും ചെയ്തേക്കാം. ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഇഷ്ടങ്ങൾ, അഭിരുചികൾ, മുൻഗണനകൾ, ആഗ്രഹങ്ങൾ എന്നിവ മാറുമ്പോഴും നിലവിലുള്ള സാധനങ്ങൾ വിൽക്കാൻ സാധിക്കാതെ വരും. മ്പദ് മേഖലയിലെ ഇടിവുകൾ, തൊഴിലില്ലായ്മ, പണ ലഭ്യത, പലിശ നിരക്ക് തുടങ്ങിയവയും വിപണിയുടെ സാധ്യതകളെ ബാധിക്കും. അവ നിരീക്ഷിക്കുകയും മനസ്സിലാക്കുകയും വേണം.

വിപണിയുടെ പ്രത്യേകതകൾ പഠിക്കുകയും കൃത്യമായി നിരീക്ഷിക്കുകയും വേണം. സാധനം വിൽക്കാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന വിപണി വ്യക്തമായി മനസ്സിലാക്കുകയും, വസ്തുതകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വിപണിയുടെ ചാഞ്ചാട്ടങ്ങൾ പ്രവചിക്കുകയും വേണം. മാറ്റങ്ങൾ നിലവിലെ ഉത്പന്നങ്ങൾക്ക് ഒരു പക്ഷെ ഭീഷണിയായാലും അവ പുതിയ അവസരങ്ങളും സാധ്യതകളും തുറന്നു തരും. അവ പ്രയോജനപ്പെടുത്തണം.

അതിനായി വിപണിയിലെ മാറ്റങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് വൈവിധ്യവൽക്കരണം, പുതിയ സാങ്കേതിക വിദ്യകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള രൂപാന്തരങ്ങൾ എന്നിവയും പരീക്ഷിക്കാവുന്നതാണ്. കാലത്തിനനുസരിച്ചുള്ള പുതിയ ഉത്പന്നങ്ങൾ നൽകുവാനുള്ള ശ്രമങ്ങളും ഉണ്ടാകണം. ഇവ സാധ്യമാകണമെങ്കിൽ വിപണിയുടെ ഗവേഷണം (Market Research) സ്വന്തം നിലയിലോ, ഏജൻസികളുടെ സഹായത്താലോ ആരംഭിക്കണം

ഉപഭോക്താക്കൾ പെട്ടെന്ന് മാറുന്നത് മൂലമുള്ള നഷ്ട സാധ്യത ഒഴിവാക്കാൻ ദീർഘ കാല വിതരണ കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെടുന്നത് ഗുണം ചെയ്യും. അത് പോലെ വ്യത്യസ്ത പ്രദേശങ്ങളിലേക്ക് (ജില്ല/ സംസ്ഥാനം) വിപണി വ്യാപിപ്പിക്കുന്നതും പ്രയോജനപ്പെടും. ഒരു

വിപണിയിൽ ഡിമാൻഡ് കുറഞ്ഞാൽ മറ്റൊരു വിപണിയിൽ നിന്നും വിൽപ്പന കണ്ടെത്താൻ സാധിക്കും.

4. ഉപഭോക്താക്കൾ മൂലമുള്ള നഷ്ട സാധ്യതകൾ

പുതിയ വിപണി കണ്ടെത്തുന്നത് പോലെ തന്നെ പ്രധാനമാണ് നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ നിലനിർത്തുന്നത്. നൽകുന്ന സാധനങ്ങളിലും സേവനങ്ങളിലും നിലവിലുള്ള ഗുണമേന്മ നിലനിർത്താനായില്ലെങ്കിൽ ഉപഭോക്താക്കളെ നഷ്ടപ്പെടും. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വൈവിധ്യം, പ്രത്യേകതകൾ, വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങൾ മുതലായവയിൽ ഉപഭോക്താവ് തൃപ്തനല്ലെങ്കിൽ അടുത്ത തവണ മറ്റൊരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉൽപ്പന്നം തേടി പോകും.

ആധുനിക ലോകത്ത് ഉപഭോക്താക്കളുടെ നിരവധിയായ വിവരങ്ങൾ കമ്പനികൾക്ക് ലഭിക്കുന്നുണ്ട്. അവ സുരക്ഷിതമായി സൂക്ഷിക്കേണ്ടതുണ്ട്. വ്യക്തിപരമായ വിവരങ്ങൾ അനുമതിയില്ലാതെ പുറത്തുവിടുന്നതും, ദുരുപയോഗം ചെയ്യുന്നതും ഉപഭോക്താക്കളുടെ വിശ്വാസം നഷ്ടപ്പെടാനും, നിയമ നടപടികൾക്ക് കാരണമാവുകയും ചെയ്യും. ഉപഭോക്താക്കളെ കുറിച്ച് ശേഖരിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ ശ്രദ്ധാപൂർവം ഉപയോഗിക്കുകയും, സുരക്ഷിതമാണെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുകയും വേണം.

5. ഇതര സംരംഭകർ മൂലമുള്ള നഷ്ട സാധ്യത

ആഗോള വൽക്കരണത്തിന്റെ ഫലമായി ഇന്ത്യയിലെ ഭൂരിഭാഗം ഉൽപ്പാദന-സേവന മേഖലകളിലും വിദേശരാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള കമ്പനികളുടെ കടുത്ത മത്സരം ഇന്ത്യയിൽ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ട്. മികച്ച ഗുണമേന്മയും അതി നൂതനമായ സാങ്കേതിക വിദ്യയും, കൂടാതെ ആകർഷകമായ വിപണന തന്ത്രങ്ങളും, ബ്രാൻഡ് മൂല്യവും വിദേശ കമ്പനികൾക്ക് മേൽകൈയാകുന്നു. രാജ്യത്തെ ആഭ്യന്തര ഉൽപ്പാദകരെ കൂടാതെയാണിത്. അതിനാൽ ഓരോ സംരംഭകനും സ്വന്തം സ്ഥാപനത്തിന്റെ കാര്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കുന്നത്

പോലെ തന്നെ എതിരാളികളുടെ നീക്കങ്ങളും തന്ത്രങ്ങളും മനസ്സിലാക്കുകയും ഉചിതമായ മറു തന്ത്രങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുകയും വേണം.

6. സ്ഥാപനം നടത്തുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട റിസ്കുകൾ (Operational Risks)

ഏതൊരു സംരംഭവും നടത്തിക്കൊണ്ടു പോകുന്നതിന് നിരന്തരമായ റിസ്ക്കുകൾ ഒരു സംരംഭകൻ നേരിടേണ്ടി വരും. നിരന്തരമായി, ശരിയായ ഗുണമേന്മയിലും വിലയിലും അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ലഭിക്കൽ, ശരിയായ തൊഴിലാളികളെ ലഭിക്കാൻ, പരിസ്ഥിസ്തി/ ചുറ്റുപാട് സംബന്ധമായ സാഹചര്യങ്ങളെ നേരിടൽ എന്നിവ ഇതിൽ പ്രധാനമാണ്. അത്തരം വിഷയങ്ങൾ ശരിയായ രീതിയിൽ കൈകാര്യം ചെയ്ത് മുന്നോട്ട് പോകണം. അല്ലെങ്കിൽ നഷ്ടങ്ങൾ വരാൻ സാധ്യതയുണ്ട്. സ്ഥാപനത്തോട് കൂറും അർപ്പണ മനോഭാവവും ഉള്ള ജീവനക്കാരെ ലഭിക്കലും പ്രധാനമാണ്. സമരങ്ങളും, തൊഴിലാളികളുടെ കാര്യക്ഷമതയില്ലായ്മയും നഷ്ട സാധ്യത വർധിപ്പിക്കും. ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയിലെ പോരായ്മകൾ, ആവശ്യത്തിനു വിഭവങ്ങൾ ഇല്ലാതിരിക്കുന്ന അവസ്ഥ, തെറ്റായ മാനേജ്മന്റ് നടപടികൾ/രീതികൾ സംരംഭത്തിന്റെ നഷ്ട സാധ്യത വർധിപ്പിക്കും. അത്തരം കാര്യങ്ങളിൽ കൃത്യമായ ആസൂത്രണവും, നടപ്പിലാക്കലും കൂടിയേ തീരു.

ചുരുക്കത്തിൽ ഓരോ സ്ഥാപനവും നിരവധി നഷ്ട സാധ്യതകളിലൂടെയാണ് കടന്നുപോകുന്നത്. അവ മനസ്സിലാക്കുകയും സാധ്യമായ മുൻകരുതലുകൾ എടുക്കുകയും വേണം. ആവശ്യമായ സുരക്ഷാ ക്രമീകരണങ്ങൾ ഒരുക്കുന്നതും സ്ഥാപനത്തിലെ ഓരോ കാര്യങ്ങൾക്കും ആവശ്യമായ നിയന്ത്രണ സംവിധാനങ്ങളും, നടപടിക്രമങ്ങളും വികസിപ്പിച്ചെടുക്കുന്നതും നഷ്ട സാധ്യതകൾ കുറയ്ക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

മഞ്ചേശ്വരം ഗവൺമെന്റ് ജി. പി. എം.
കോളേജിലെ പ്രൊഫസ്സറും വാണിജ്യ വിഭാഗം
മേധാവിയുമാണ് ലേഖകൻ

RNI NO.KERBIL/29441/1977 Registered No.KL/TV(N)/183/2024-26
Licence No.KL/TV(N)/WPP/182/2024-26 Licensed to post without pre-payment
Volume 57 Issue 2
November 2024

Vyavasaya Keralam
MONTHLY

₹ 30
Date of publication-
16th November 2024

വ്യവസായ വാണിജ്യ മേഖലയിലെ സ്പന്ദനങ്ങളറിയാൻ

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

നിങ്ങളുടെ ഉത്പന്നമോ
സേവനമോ യഥാർത്ഥ
ആവശ്യക്കാർക്കിടയിൽ
കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ
പരസ്യപ്പെടുത്താൻ
ഏറ്റവും യോജിച്ച മാസിക
വ്യവസായ കേരളം

എഡിറ്റർ
വ്യവസായകേരളം
ഡോക്യുമെന്റേഷൻ സെന്റർ
ഡി.ഐ.സി. ബിൽഡിങ്, വെള്ളയമ്പലം
തിരുവനന്തപുരം - 695 033
ഫോൺ: 6238302158
Email: vyavasayakeralam@gmail.com

വാർഷിക വരിസംഖ്യ 300 രൂപ
ഒറ്റപ്രതി 30 രൂപ

VYAVASAYA KERALAM
വ്യവസായ കേരളം
സംസ്ഥാന വ്യവസായവാണിജ്യ വകുപ്പ് പ്രസിദ്ധീകരണം

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.
and printed atAkshara Offset, Vanchiyoor, Thiruvananthapuram. Ph.0471 2471174. and published at Thiruvananthapuram

Editor : Biju P.B.