

SEPTEMBER 2025  
Volume 57  
Issue 12



6 സ്റ്റേക്ക്ഹോൾഡേഴ്സ്  
സംരംഭത്തിന്റെ  
ശില്പികൾ



24 എം എസ് എം ഇ  
സൗഹൃദ കേരളം

സംസ്ഥാന വ്യവസായവാണിജ്യ വകുപ്പ് പ്രസിദ്ധീകരണം

# വ്യവസായ കേരളം

VYAVASAYA KERALAM



വിലയും  
ചെലവും  
ബിസിനസിലെ  
ചില കളികൾ





**MSME**  
MICRO, SMALL & MEDIUM ENTERPRISES  
മി.കു., ചെ.കു. & മ.കു. സ്ഥാപനങ്ങൾ

Department of  
Industries & Commerce  
Government of Kerala

7<sup>th</sup>



DEPARTMENT OF INDUSTRIES & COMMERCE  
GOVERNMENT OF KERALA

2025 September 20 - 23

10 AM to 6 PM

**KINFRA International  
Exhibition Centre**

Infopark Express Way, Kakkkanad, Kochi



[www.machineryexpokerala.in](http://www.machineryexpokerala.in)

# SMALL SCALE INDUSTRIES



**06**

സ്റ്റേഷനേഷൻ സെമിനാർ സംരംഭത്തിന്റെ ശില്പികൾ  
ജി. കൃഷ്ണപിള്ള

**14**

പർപ്പിൾ വിപ്ലവം  
എഴുമാവിൽ രവിന്ദ്രനാഥ്

**16**

ആഴ്ചാവസാനം  
സിനിമാ ടിക്കറ്റിനെക്കാൾ ഇത്ര കൂടുതൽ നിരക്ക്?  
വിലയും ചെലവും ബിസിനസിനെ ചില കളികൾ  
ഡോ. സുധീർ ബാബു

**21**

വീട്ടിൽ ആരംഭിക്കാം ലാഭകരമായ  
ഒരു സേവന സംരംഭം- മൈക്രോ ലോൺട്രി  
ഡോ. ബൈജു നെടുങ്കേരി

**24**

എം എസ് എം ഇ സാഹ്യ കേരളം  
അഡ്വ. അമീർഷാ വി. പി

**27**

വിദ്യാർത്ഥികളെ... വരു നമുക്ക് സ്മാർട്ടുകൾ തുടങ്ങാം  
റ്റി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

**30**

AGMARK: ഗുണനിലവാരത്തിന്റെയും  
വിശ്വാസത്തിന്റെയും കാർഷികമുദ്ര  
റിഷിക് നാരായൺ

**37**

POWER BI:  
ബിസിനസ് ഇന്റലിജൻസിന്റെ പുതിയ മുഖം  
ലോറൻസ് മാത്യു

**44**

'മുടി'യിലൂടെ വളർന്ന സംരംഭം  
ഇന്ദു കെ. പി

**47**

സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ  
പുതിയ നിർവചനം  
ഡോ. ശചിന്ദ്രൻ വി



# മുഖക്കുറിപ്പ്

ശ്രീ. വിഷ്ണുരാജ് പി. ഐ.എ.എസ്  
ഡയറക്ടർ, വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ്

## കേരള ബ്രാൻഡ് ലോക നിലവാരത്തിലേക്ക്...

കേരളത്തിന്റെ യശസ്സ് ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലൂടെയും സേവനങ്ങളിലൂടെയും ലോകമെമ്പാടും എത്തിക്കാനുള്ള ഒരു ചരിത്രപരമായ ചുവടുവെയ്പ്പാണ് കേരള സർക്കാർ വിഭാവനം ചെയ്ത "കേരള ബ്രാൻഡ്" പദ്ധതി. വെറുമൊരു സർക്കാർ പദ്ധതിയെന്നതിലുപരി ഗുണമേന്മ, ധർമ്മികത, ഉത്തരവാദിത്തമുള്ള വ്യവസായ രീതികൾ എന്നിവയോടുള്ള നമ്മുടെ നാടിന്റെ പ്രതിബദ്ധതയുടെ പ്രഖ്യാപനം കൂടിയാണ് ഇത്.

ബ്രാൻഡിംഗ് എന്നത് ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിനോ സംരംഭത്തിനോ ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ മായാത്ത ഒരിടം നേടിക്കൊടുക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ്. ആഗോള വിപണിയിൽ ഉപഭോക്തൃ അവബോധം സൃഷ്ടിക്കാനും ലാഭം വർദ്ധിപ്പിക്കാനും ഇത് സഹായിക്കും. കേരളത്തിൽ നിർമ്മിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കും നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾക്കും ഒരു ആഗോള ഗുണനിലവാരം ഉറപ്പുവരുത്തുക എന്നതാണ് 'കേരള ബ്രാൻഡ്' എന്നതിലൂടെ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. അതുവഴി, ഈ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക്/സേവനങ്ങൾക്കായുള്ള അന്താരാഷ്ട്ര വിപണി സാധ്യതകൾ വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കും. ഇതിലൂടെ കേരളത്തിലെ വ്യവസായങ്ങൾക്ക് പൊതുവായി "MADE IN KERALA" എന്ന സവിശേഷമായ ഒരു സ്വത്വം (identity) സൃഷ്ടിച്ചെടുക്കാൻ സാധിക്കും. ഇത് ആഗോള വിപണിയുടെ സാധ്യതകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്താൻ നമ്മുടെ സംരംഭകരെ പ്രാപ്തരാക്കും.

കേരള ബ്രാൻഡ് വെറുമൊരു ഗുണനിലവാര മുദ്ര മാത്രമല്ല, നമ്മുടെ നാടിന്റെ മുല്യങ്ങളെയും നന്മയെയും പ്രതിഫലിപ്പിക്കുന്ന ചില പ്രധാന സവിശേഷതകൾ കൂടി ഇതിനുണ്ട്. നമ്മുടെ മണ്ണിന്റെ തനത് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകുന്നു, കേരളത്തിലെ തൊഴിൽ ശക്തിയേയും ഉൽപാദനശേഷിയേയും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നു, കൂട്ടികളുടെ അവകാശങ്ങളെ മാനിക്കുകയും അവരെ ചുഷണം ചെയ്യാത്ത വ്യവസായങ്ങളെ പിന്തുണയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നു, സമത്വവും നീതിയും ഉറപ്പാക്കുന്ന തൊഴിൽ സംസ്കാരത്തിന് പ്രാധാന്യം നൽകുന്നു, പ്രകൃതിയെ സംരക്ഷിച്ചുകൊണ്ട് സുസ്ഥിരമായ വികസനം ലക്ഷ്യമിടുന്നു, ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ഉപയോഗത്തിലൂടെ കാര്യക്ഷമതയും ഗുണമേന്മയും ഉറപ്പാക്കുന്നു തുടങ്ങി ഒട്ടനവധി സവിശേഷതകൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ഒന്നു കൂടിയാണ് കേരള ബ്രാൻഡ്.

ഉയർന്ന ഗുണമേന്മ, വിശ്വാസ്യത, സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധത തുടങ്ങിയ നേട്ടങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്കും; ആഗോള വിപണി പ്രവേശനം, വിവിധ സർട്ടിഫിക്കേഷനുകൾക്കുള്ള സാമ്പത്തിക സഹായം, അന്താരാഷ്ട്ര പ്രദർശനങ്ങളിൽ തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കുള്ള പരിഗണന, ബ്രാൻഡ് മുല്യം വർദ്ധനവ് തുടങ്ങിയ നേട്ടങ്ങൾ സംരംഭകർക്കും കേരള ബ്രാൻഡ് പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. പൂർണ്ണമായും കേരളത്തിൽ നിന്ന് സംഭരിക്കുന്ന നാളികേരം / കൊപ്ര മാത്രം ഉപയോഗിച്ച്, കേരളത്തിൽ തന്നെ നിർമ്മിക്കുന്ന വെളിച്ചെണ്ണയാണ് കേരള ബ്രാൻഡ് ആദ്യമായി പരിഗണിച്ച ഉൽപ്പന്നം. വെളിച്ചെണ്ണ കൂടാതെ, പത്ത് പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കൂടി കേരള ബ്രാൻഡ് സർട്ടിഫിക്കേഷനായി തിരഞ്ഞെടുത്തിട്ടുണ്ട്.

നമ്മുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ ലോക വിപണിയിൽ എത്തിക്കാനും, കേരളത്തിന്റെ നന്മയുടെയും നിലവാരത്തിന്റെയും മുല്യങ്ങൾ ആഗോളതലത്തിൽ അടയാളപ്പെടുത്താനും ഈ സംരംഭത്തിലൂടെ സാധിക്കുമെന്ന് നമുക്ക് പ്രത്യംഗിക്കാം. കേരള ബ്രാൻഡിന്റെ ഭാഗമാകുന്നതിലൂടെ, നമുക്ക് ഓരോരുത്തർക്കും കേരളത്തിന്റെ ഈ വളർച്ചയിൽ പങ്കുചേരാം.

ഒപ്പ്  
ചീഫ് എഡിറ്റർ

### വ്യവസായ കേരളം

ചീഫ് എഡിറ്റർ  
ശ്രീ. വിഷ്ണുരാജ് പി. ഐ.എ.എസ്  
ഡയറക്ടർ  
വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ്

---

എഡിറ്റർ  
ബിജു പി.ബി.

---

കവർ ഡിസൈൻ & ലേഔട്ട്  
ദീപക മൗത്താട്ടിൽ

---

ടെക്സ്റ്റ് 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.,  
ലതകുമാരി ആർ.,  
അരുൺ ടി.എസ്.,  
അനീത എസ്.,  
മഞ്ജുഷ ആർ.,  
ജേഫേഴ്സൺ സെബാസ്റ്റ്യൻ,  
ബേബി. ഡെവ.,  
രാമകൃഷ്ണൻ എഴുത്തച്ഛൻ

---

ലേഖകരുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ  
സർക്കാരിന്റേതായിരിക്കണമെന്നില്ല.  
അവയുടെ ഉത്തരവാദിത്വം  
ലേഖകർക്ക് മാത്രമാണ്.



## നവകേരളം

ശ്രീ. പി. രാജീവ്

വ്യവസായം, വാണിജ്യം,  
നിയമം, കയർ വകുപ്പ് മന്ത്രി

# പൊതുമേഖലയ്ക്ക് ഊർജ്ജം പകർന്ന് പി. എസ്. യു പുരസ്കാരങ്ങൾ

മുന്നേറുന്ന പൊതുമേഖലാ വ്യവസായ മേഖല കേരളം രാജ്യത്തിന് മുൻപിൽ വെക്കുന്ന മാതൃകയാണ്. നമ്മുടെ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടർച്ചയായ മുന്നേറ്റം സാധ്യമാക്കുന്ന ഘട്ടത്തിൽ അവർക്ക് പ്രോത്സാഹനം നൽകുന്നതിനായി ഈ സർക്കാരിന്റെ കാലത്ത് ആരംഭിച്ചതാണ് പി.എസ്.യു അവാർഡ്സ്. ഓരോ വർഷവും ഏറ്റവും മികച്ച പി.എസ്.യു ഏറ്റവും മികച്ച മാനേജിങ്ങ് എഡിറ്റർമാർ എന്നിവരെ തിരഞ്ഞെടുത്തുകൊണ്ട് മത്സരക്ഷമതയോടെ പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനുള്ള അവസരം സൃഷ്ടിക്കാനാണ് ഈ അവാർഡിലൂടെ ഞങ്ങൾ ശ്രമിക്കുന്നത്. വ്യവസായ രംഗത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ഏറ്റവും റിപ്പോർട്ടുകൾ നൽകുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കും അവാർഡുകൾ നൽകുന്നുണ്ട്.

വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങളിലായി ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള പുരസ്കാരത്തിൽ ഈ വർഷം, 200 കോടി രൂപയ്ക്ക് മുകളിൽ വിറ്റുവരവുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വിഭാഗത്തിൽ കേരള സ്റ്റേറ്റ് ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഡെവലപ്മെന്റ് കോർപ്പറേഷൻ ലിമിറ്റഡാണ് ജേതാവായിരിക്കുന്നത്. ഒപ്പം 100 കോടി മുതൽ 200 കോടി രൂപ വരെ വിറ്റുവരവുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വിഭാഗത്തിൽ കേരള ഇലക്ട്രിക്കൽ ആൻഡ് അലൈഡ് എഞ്ചിനീയറിംഗ് കമ്പനിയും 50 കോടി മുതൽ 100 കോടി രൂപ വരെ വിറ്റുവരവുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വിഭാഗത്തിൽ കേരള സ്റ്റേറ്റ് ഇൻഡസ്ട്രിയൽ എൻ്റർപ്രൈസസ് ലിമിറ്റഡും 50 കോടി രൂപയിൽ താഴെ വിറ്റുവരവുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വിഭാഗത്തിൽ കെൽട്രോൺ ഇലക്ട്രോ സെറാമിക്സ് ലിമിറ്റഡും സംസ്ഥാനത്തെ മികച്ച പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളായി തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടു. മികച്ച മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ പുരസ്കാരം സ്റ്റീൽ ആൻ്റ് ഇൻഡസ്ട്രിയൽ ഫോർജിങ്ങ്സ് ലിമിറ്റഡ് എം.ഡി കമാൻഡർ (റിട്ട.) പി. സുരേഷ്, കേരള സ്റ്റേറ്റ് കയർ കോർപ്പറേഷൻ ലിമിറ്റഡ് എം.ഡി ഡോ. പ്രതീഷ് പണിക്കർ എന്നിവർക്കാണ്.

പൊതുമേഖല സ്ഥാപനങ്ങൾ ശക്തിപ്പെടുത്തി മുന്നോട്ട് കൊണ്ടുപോയി ലാഭത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കേണ്ടത് നാടിന്റെ പൊതുസമ്പദ്ഘടനയ്ക്ക് അത്യാവശ്യമാണ്. അതിനു വേണ്ട എല്ലാ സഹായങ്ങളും സർക്കാർ ഉറപ്പുവരുത്തിയിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ, സർക്കാർ സഹായങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നതിനപ്പുറം സ്വയം മുന്നേറാനും പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സാധിക്കണം. വൈവിധ്യവൽക്കരണത്തിലൂടെയും പുതിയ മാർക്കറ്റുകളിലേക്ക് കാലെടുത്തുവെച്ചുമൊക്കെ സ്വകാര്യമേഖലയോട് മത്സരിച്ചു മുന്നേറാൻ ഇവർക്ക് സാധിക്കണം. ഇങ്ങനെയുള്ള സമീപനങ്ങളിലൂടെ നമ്മുടെ സ്ഥാപനങ്ങൾ സമീപകാലങ്ങളിൽ ലാഭം വർദ്ധിപ്പിച്ചും നഷ്ടം കുറച്ചും വിറ്റുവരവിൽ റെക്കോർഡ് സൃഷ്ടിച്ചുമെല്ലാം മുന്നോട്ടുപോകുകയാണ്. ഇനിയും ഈ മുന്നേറ്റം തുടരുന്നതിനുള്ള പ്രോത്സാഹനം കൂടിയാണ് ഈ പുരസ്കാരം. നമുക്കിനിയും മുന്നേറാം.



➤ ജി. കൃഷ്ണപിള്ള

# Stakeholders



## സ്റ്റേക്ക്ഹോൾഡേഴ്സ് സംരംഭത്തിന്റെ ശില്പികൾ

ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ വിജയ പരാജയങ്ങളിൽ നിക്ഷിപ്ത താല്പര്യമുള്ള വ്യക്തികളെയോ സംരംഭങ്ങളെയോ അല്ലെങ്കിൽ സ്ഥാപനങ്ങളെയോ പങ്കാളികൾ (Stakeholders) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ തീരുമാനമെടുക്കലിലും പ്രവർത്തനങ്ങളിലും നിക്ഷിപ്ത താല്പര്യമുള്ള ഒരു വ്യക്തി, ഗ്രൂപ്പ് അല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു സംരംഭമാണ് ഒരു പങ്കാളി (Stakeholder)

### സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡർ സിദ്ധാന്തവും (പ്രാധാന്യവും) (Stakeholder Theory and its Importance)

സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡർ സിദ്ധാന്തത്തിന്റെ ഉപജ്ഞാതാവ് എഡ്വേർഡ് ഫ്രീമാനാണ്. 1984- ൽ ആവിഷ്കരിച്ച ഈ സിദ്ധാന്തത്തിന് വളരെയേറെ അംഗീകാരം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. വർത്തമാനകാലഘട്ടത്തിൽ

ലോകരാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള വ്യാപാര കരാറുകളും താരീഫുകളും വിവാദമായി കൊണ്ടിരിക്കുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ ഫ്രീമാന്റെ സിദ്ധാന്തത്തിന്റെ പ്രസക്തി വർദ്ധിച്ചുവരുന്നു.

ആഗോളതലത്തിൽ തന്നെ സംരംഭമേഖല അസ്ഥിരതയുടെയും അനിശ്ചിതത്വത്തിന്റെയും ഒരു കാലഘട്ടത്തിൽ കൂടിയാണ് കടന്നുപോകുന്നത്. സംരംഭത്തിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വവും ധാർമികതയും പരസ്പരപൂരകങ്ങളാണ്. ആഗോള മേധാവിത്വവും മുതലാളിത്ത മനോഭാവമുള്ള സംരംഭകരുടെ ധാർമികതയ്ക്ക് എങ്ങനെ പരിഹാരം കാണുമെന്നുള്ളതാണ് ഈ സാഹചര്യത്തിൽ നേരിടുന്ന പ്രധാന ചോദ്യം. എത്ര വലിയ സാമ്പത്തികശേഷിയുള്ള സംരംഭമായാലും (വലിയ രാജ്യം) അത്രത്തോളം സാമ്പത്തികശേഷിയില്ലാത്ത മറ്റൊരു സംരംഭത്തെ

(സാമ്പത്തികശേഷി കുറവുള്ള രാജ്യം) പങ്കാളിയായി (Stakeholder) പരിഗണിക്കാതെ മുന്നോട്ടുപോകുന്ന പക്ഷം അത്തരത്തിലുള്ള വലിയ സംരംഭങ്ങൾക്ക് ദീർഘകാല വിജയമുണ്ടാകണമെന്നില്ല. പരസ്പര വിശ്വാസവും ശരിയായ ആശയവിനിമയവും മുഖേന സംരംഭത്തിലെ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ പങ്ക് നിലനിർത്തുകയെന്നതാണ് ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ടത്.

**സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ വർഗ്ഗീകരണം**

(Classification of Stakeholders)

പലതരത്തിലുള്ള സ്റ്റേറ്റ് ഹോൾഡേഴ്സ് താഴെപ്പറയുന്നവരാണ്:-

**1. ആന്തരിക സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്**

(Internal Stakeholders)

ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ നേരിട്ട് ഇടപെടുന്നവരും സംരംഭത്തിനുള്ളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നവരുമാണ് ഈ തരത്തിലുള്ള സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്. ഇവരുടെ താൽപര്യങ്ങളും പങ്കും ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ വിജയ- പരാജയങ്ങൾ നിശ്ചയിക്കുന്ന മുഖ്യഘടകങ്ങളാണ്. ഇവരിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടവർ താഴെ പറയുന്നവരാണ്:-

**1. തൊഴിലാളികൾ (Employees)**

സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനത്തിന് വേണ്ടി വൈദഗ്ധ്യവും അധ്വാനവും നൽകുന്നവരാണ് തൊഴിലാളികൾ.



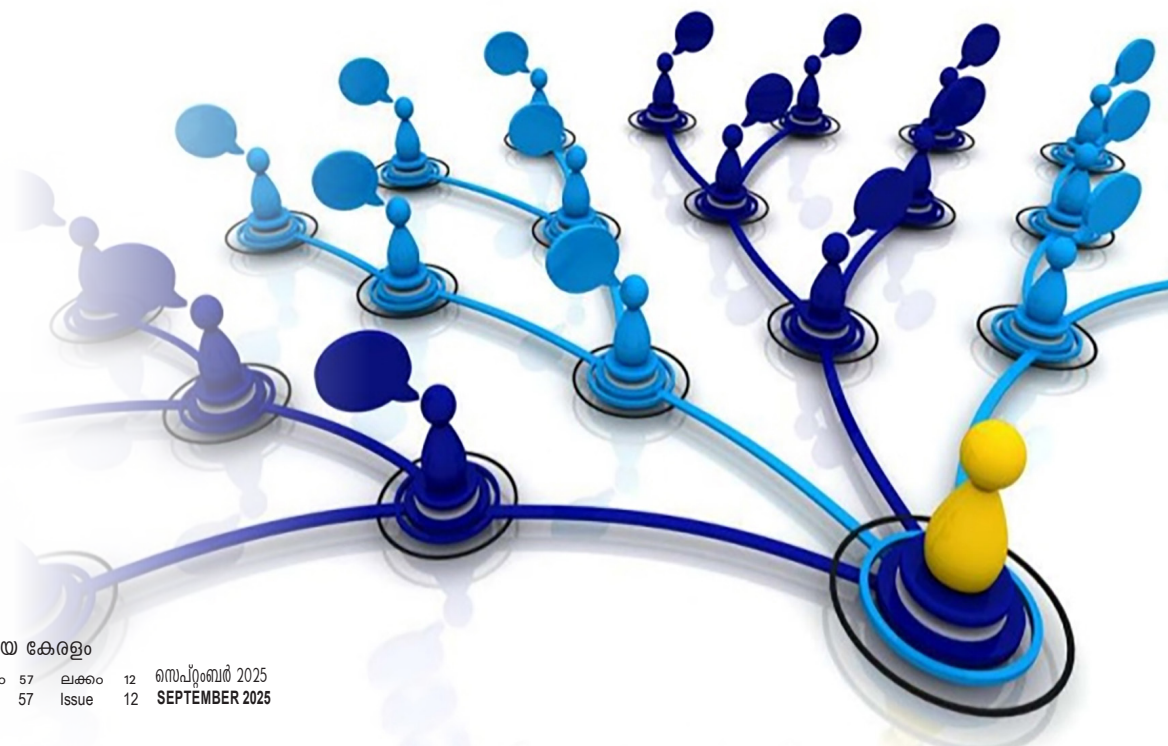
ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ നേരിട്ട് ഇടപെടുന്നവരും സംരംഭത്തിനുള്ളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നവരുമാണ് ഈ തരത്തിലുള്ള സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്. ഇവരുടെ താൽപര്യങ്ങളും പങ്കും ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ വിജയ- പരാജയങ്ങൾ നിശ്ചയിക്കുന്ന മുഖ്യഘടകങ്ങളാണ്.

**2. ഓഹരി ഉടമകൾ (Shareholders)**

സംരംഭത്തിന്റെ വസ്തുവകകളിൽ ഉടമസ്ഥാവകാശമുള്ള വ്യക്തികൾ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റ് സംരംഭങ്ങൾ എന്നിവയൊക്കെയാണ് ഓഹരി ഉടമകൾ എന്ന് പറയുന്നത്.

**3. മാനേജർമാർ (Managers)**

ഒരു സംരംഭത്തിനുള്ളിൽ മറ്റുള്ളവരെ നിയന്ത്രിക്കുകയും മേൽനോട്ടം വഹിക്കുകയും ചെയ്യുന്നത് മാനേജർമാരാണ്





**4. ബോർഡ് ഓഫ് ഡയറക്ടേഴ്സ്**

(Board of Directors)

സംരംഭത്തിന്റെ മേൽനോട്ടം വഹിക്കുന്നവരും തന്ത്രപ്രധാനമായ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നവരാണ് ബോർഡ് ഓഫ് ഡയറക്ടേഴ്സ്.

**II. ബാഹ്യ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്**

(External Stakeholders)

**(എ) ഉപഭോക്താക്കൾ (customers)**

സംരംഭത്തിന്റെ ഉൽപ്പങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വാങ്ങുന്നവരാണ് ഉപഭോക്താക്കൾ എന്നറിയപ്പെടുന്നത്.

**(ബി) സപ്ലൈയേഴ്സ് (Suppliers)**

സംരംഭത്തിനാവശ്യമായ സാധനങ്ങൾ/സേവനങ്ങൾ (supply) പ്രധാനം ചെയ്യുന്നവരാണ് ഇവർ

**(സി) കടം കൊടുക്കുന്നവർ (creditors)**

സംരംഭത്തിന് ആവശ്യമായ പണം അല്ലെങ്കിൽ ഫണ്ട് കടം കൊടുക്കുന്നവരാണ് ക്രെഡിറ്റേഴ്സ്.

**(ഡി) സമൂഹം (community)**

സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ബാധിക്കുന്ന പ്രാദേശിക ജനങ്ങളെയോ ജനക്കൂട്ടത്തെയോ സമൂഹമെന്നു വിളിക്കുന്നു.

**(ഇ) മത്സരാർത്ഥികൾ (Competitors)**

ഒരു വിപണിയിൽ തന്നെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സമാന സ്വഭാവമുള്ള വ്യക്തികളെയോ സംരംഭങ്ങളെയോ മത്സരാർത്ഥികൾ എന്ന് വിളിക്കാവുന്നതാണ്.

**III. മറ്റുള്ള വർഗീകരണം**

(Other Classifications)

**1. പ്രാഥമിക സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡർമാർ**

(Primary Stakeholders)

സംരംഭത്തിന്റെ വിജയത്തിൽ നിർണായക പങ്കുള്ളതും പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി നേരിട്ട് ബന്ധമുള്ളവരാണ് പ്രാഥമിക സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡർമാർ.

**2. ദ്വിതീയ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് (Secondary Stakeholders)**

സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി നേരിട്ട് ബന്ധമില്ലാത്തവരാണ്. എന്നാൽ സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ കൂട്ടർക്ക് താല്പര്യമുണ്ട്. സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഇവരെ ബാധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

**3. പ്രത്യക്ഷ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്**

(Direct Stakeholders)

സംരംഭത്തിന്റെ ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നവരാണ്.

**4. പരോക്ഷ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്**

(Indirect Stakeholders)

സംരംഭത്തിന്റെ പ്രോജക്റ്റിലോ ഉൽപ്പന്നത്തിലോ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നവരാണ് പരോക്ഷ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് എന്നറിയപ്പെടുന്നത്.

## സംരംഭത്തിൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ പങ്ക് (Role of Stakeholders)

ഏതൊരു സംരംഭത്തിന്റെയും വിജയത്തിൽ നിർണ്ണായകമായ പങ്കാണ് സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിനുള്ളത്. സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് നല്ലത് മാത്രം ആഗ്രഹിക്കുന്നവരാണ്. സംരംഭത്തിന്റെ വിജയത്തിലും സുസ്ഥിരതയിലും വളരെ സുപ്രധാനമായ പങ്കാണ് സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിനുള്ളത്. 1984 ഫ്രീമാൻ ആവിഷ്കരിച്ച സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡർ സിദ്ധാന്തം സംരംഭ വിജയത്തിൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ പങ്ക് (Role) വ്യക്തമാക്കുന്നു. ഒരു സംരംഭ വിജയത്തിന് ആവശ്യമായ വിഭവങ്ങൾ (Resources), ഫീഡ്ബാക്ക് (Feedback), സ്വാധീനം (Influence) എന്നിവ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡർമാർക്ക് നിർണ്ണായക പങ്കുണ്ട്. സംരംഭം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ പങ്ക് താഴെപ്പറയുന്ന തരത്തിൽ വിശദീകരിക്കാവുന്നതാണ്:-

### 1. വിഭവങ്ങളും പിന്തുണയും നൽകുന്നു (Providing Resource and Support)

സംരംഭത്തിലേക്ക് ഫണ്ടിംഗ്, മാനവ ശേഷി, അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ എന്നിവ സംഭാവന ചെയ്യുന്നു.

- ഉദാ: നിക്ഷേപകർ - ഫണ്ട്
- തൊഴിലാളികൾ - അധ്വാനവും വൈദഗ്ധ്യവും
- സപ്ലൈയേഴ്സ് - അസംസ്കൃത വസ്തു

### 2. ഉൾക്കാഴ്ചയും പ്രതികരണവും വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു (Offering insight and Feedback)

(എ) തീരുമാനം എടുക്കുന്നതിന് വേണ്ടി വിലപ്പെട്ട പ്രതികരണം, വീക്ഷണം (Valuable Feedback and Vision) സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു.

(ബി) ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് കിട്ടുന്ന പ്രതികരണം (Feedback from Customers) ഉൽപ്പന്ന വികസനത്തിന് ആവശ്യമായ (Product Development) വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നു. അതോടൊപ്പം തൊഴിലാളികളുടെ ക്ഷമതയും തൊഴിൽ സാഹചര്യങ്ങളും മെച്ചപ്പെടുത്താൻ കഴിയുന്നു.

### 3. വിശ്വാസങ്ങളും ബന്ധങ്ങളും സൃഷ്ടിക്കുന്നു (Building Trust and Relationship)

സംരംഭത്തിൽ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതിൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് ഇടപെടുന്നു. ഇങ്ങനെ സംരംഭത്തോടുള്ള സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ വിധേയത്വം അംഗീകരിക്കുന്നു. ഇതിലൂടെ വിശ്വാസവും സുതാര്യതയും പരിപോഷിപ്പിക്കുന്നു.



ഏതൊരു സംരംഭത്തിന്റെയും വിജയത്തിൽ നിർണ്ണായകമായ പങ്കാണ് സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിനുള്ളത്. സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് നല്ലത് മാത്രം ആഗ്രഹിക്കുന്നവരാണ്. സംരംഭത്തിന്റെ വിജയത്തിലും സുസ്ഥിരതയിലും വളരെ സുപ്രധാനമായ പങ്കാണ് സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിനുള്ളത്.



ഉദാ: ഒരു സംരംഭം പാരിസ്ഥിതിക പ്രശ്നങ്ങളോട് അനുഭാവപൂർണ്ണമായ സമീപനം സ്വീകരിച്ച് അതിന് പരിഹാരം കാണുന്നതിലൂടെ സംരംഭത്തിന് കൂടുതൽ പൊതുജന പിന്തുണ (Public Support) നേടുന്നതിന് കഴിയുന്നു. ഇതിലൂടെ സംരംഭത്തിന്റെ സൽപേര് (Goodwill) ഉയരുകയും സംരംഭ വളർച്ച സാധ്യമാകുകയും ചെയ്യുന്നു.

**4. തീരുമാനങ്ങളെയും അതിന്റെ അനന്തരഫലങ്ങളെയും സ്വാധീനിക്കുന്നു (Influencing Decision and its Outcomes)**

സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന് അവരുടെ തീരുമാനങ്ങൾ, പ്രവൃത്തികൾ, ഇടപെടൽ നിലവാരം എന്നിവയിലൂടെ ഒരു സംരംഭത്തെ സ്വാധീനിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

ഉദാ: വോട്ടിംഗ് അല്ലെങ്കിൽ ഹിതപരിശോധന എന്നിവയിലൂടെ നിക്ഷേപകർക്ക് സംരംഭത്തിന്റെ തീരുമാനങ്ങളെ സ്വാധീനിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

**5. സംരംഭത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങളുമായി പൊരുത്തപ്പെടൽ ഉറപ്പാക്കുന്നു (Alignment with Objectives)**

(എ) സംരംഭത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങളുമായി പൊരുത്തപ്പെടുന്നതിനും അതിന്റെ വിജയകരമായ അനന്തരഫലങ്ങൾ ഉറപ്പാക്കുന്നതിനും സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് പ്രതീക്ഷകളും അവരുടെ ആവശ്യങ്ങളുടെ അഭിസംബോധനയും നിർണായകമാണ്.

**6. കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്തം വളർത്തുന്നു (Promoting Corporate Social Responsibility)**

(എ) സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് പ്രാദേശിക സമൂഹത്തിന് വേണ്ടി വാദിക്കുകയും അവർക്കുവേണ്ടി സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വ പ്രോജക്റ്റുകൾ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും മുൻകൈയെടുക്കുന്നു.

(ബി) പാരിസ്ഥിതിക പ്രത്യാഘാതങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന നടപടികളിൽ നിന്ന് സംരംഭങ്ങളെ പിന്തിരിപ്പിക്കുന്നതിന് സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നു.

**സ്റ്റേറ്റ് ഹോൾഡേഴ്സും കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വവും (Stakeholders and Corporate Social Responsibility - CSR)**

ഒരു സംരംഭം ലാഭേച്ഛയോടു കൂടി പ്രവർത്തിക്കുന്നതോടൊപ്പം സാമൂഹ്യവും പരിതസ്ഥിതിയുമായുള്ള പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് പരിഹാരം കാണുകയെന്നതാണ് ആധുനിക കാലഘട്ടത്തിലെ ഒരു നല്ല സംരംഭമാതൃക (Enterprise Model). ഓരോ സംരംഭത്തിനും വ്യത്യസ്തമായ കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളുണ്ടാകും. എന്നാൽ അന്തിമലക്ഷ്യം ഒന്നുതന്നെയായിരിക്കും. പാരിസ്ഥിതിക സാമൂഹിക ഭരണം (Environment Social Governance - ECG) പല സംരംഭങ്ങളുടെയും പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷ്യങ്ങളിലൊന്നാണ്. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി പ്രത്യേക ജനവിഭാഗത്തിന്





**ഒരു സംരംഭം ലാഭേച്ഛയോടു കൂടി പ്രവർത്തിക്കുന്നതോടൊപ്പം സാമൂഹ്യവും പരിതസ്ഥിതിയുമായുള്ള പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് പരിഹാരം കാണുകയെന്നതാണ് ആധുനിക കാലഘട്ടത്തിലെ ഒരു നല്ല സംരംഭമാതൃക (Enterprise Model). ഓരോ സംരംഭത്തിനും വ്യത്യസ്തമായ കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളുണ്ടാകും. എന്നാൽ അന്തിമലക്ഷ്യം ഒന്നുതന്നെ യാഥാർത്ഥ്യമാണ്.**

വേണ്ടി കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വ പ്രോജക്റ്റുകൾ സംരംഭം നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. കേരളസംസ്ഥാന മിനറൽസ് ആൻഡ് മെറ്റൽസ് എന്ന പൊതുമേഖല സ്ഥാപനം ഒരു പ്രത്യേക പ്രദേശത്തെ ജനവിഭാഗത്തിന് വേണ്ടി കുടിവെള്ള പദ്ധതികളും പൊതുജനാരോഗ്യ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് മെഡിക്കൽ ഉപകരണങ്ങളും സംഭാവന ചെയ്യുന്നു. പല സംരംഭങ്ങൾക്കും സാമൂഹ്യ പരിപാടികൾ ആവിഷ്കരിച്ച് നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് പ്രത്യേക മാനേജ്മെന്റ് വിഭാഗം തന്നെയുണ്ട്. ചില സംരംഭങ്ങൾ അവരുടെ ലാഭത്തിന്റെ ഒരു ഭാഗം കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വ ഫണ്ടിലേക്ക് മാറ്റിവയ്ക്കുന്നു. സംരംഭങ്ങൾക്ക് പല മാതൃകയിലുള്ള പരിപാടികൾ ഇതിന്റെ ഭാഗമായി നടപ്പാക്കാവുന്നതാണ്.

**(എ) സുസ്ഥിരത**

ആരോഗ്യകരമായ ഒരു സമൂഹത്തെ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി സംരംഭങ്ങൾ പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദ പാക്കിങ് രീതികൾ സ്വീകരിക്കുന്നു.

**(ബി) മനുഷ്യ സന്ദേഹ മാതൃക**

ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ വരുമാനം വർദ്ധിക്കുന്നത് അനുസരിച്ച് ജീവകാരുണ്യ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ ഫണ്ട് ചെലവഴിച്ചുകൊണ്ട് മനുഷ്യസന്ദേഹ

മാതൃകകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു.

**(സി) സാമൂഹ്യദൗത്യം**

ആരോഗ്യകരവും പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദവുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുകയെന്നുള്ളതും ചില സംരംഭങ്ങളുടെ സാമൂഹ്യ ദൗത്യമാണ്.

**(ഡി) സാമൂഹ്യ സ്വാധീനം**

ചില സംരംഭങ്ങളുടെ കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വ പരിപാടികൾ സാമൂഹ്യ സ്വാധീനം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു. ഇതുവഴി സംരംഭത്തിന്റെ സൽ പേർ (Goodwill) ഉയരുകയും സംരംഭക വളർച്ച നേടുകയും ചെയ്യുന്നു.

**സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്-സംരംഭത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക സ്രോതസ്**

(Stakeholders are the source of Fund for Entrepreneurs)

ഓരോ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് ഗ്രൂപ്പിനും അവരുടേതായ ലക്ഷ്യങ്ങളുണ്ട്. അത് നേടി യെടുക്കുന്നതിന് വേണ്ടി അവർ ആഗ്രഹിക്കുന്നു. ചില സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് സംരംഭമായിട്ടുള്ള പ്രത്യേക ബന്ധത്തിലൂടെയാണ് ഈ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നത്. ഇങ്ങനെയുള്ള സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനത്തിനും വികസനത്തിനും ഫണ്ട് നൽകുന്നു എന്നാൽ ചിലർ ഫണ്ട് നൽകാതെ തന്നെ സംരംഭത്തെ പിന്തുണയ്ക്കുന്നു. അവർ ഇങ്ങനെ പറയുന്നു "No Money, No Honey" സംരംഭത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക സ്രോതസ്സുകളായ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് പ്രധാനമായും നാല് തരത്തിലുണ്ട്. അവർ സംരംഭത്തിന് നൽകുന്ന സംഭാവനയും അവരുടെ സ്വഭാവ സവിശേഷതകളും ഇവിടെ പ്രതിപാദിക്കുന്നതാണ്:-

**1. ഓഹരി ഉടമകൾ (Shareholders)**

ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ യഥാർത്ഥ ഉടമസ്ഥരാണ് (Real Owners) ഓഹരി ഉടമകൾ. ഇവർ സംരംഭത്തിന്റെ ഓഹരികൾ എടുക്കുമ്പോൾ സംരംഭം ആർജ്ജിക്കുന്ന വരുമാനത്തിന്റെ ഒരു ഭാഗം ലാഭവിഹിതമായി ലഭിക്കുന്നു. ഇവരിൽ നിന്നും കിട്ടുന്ന ഓഹരി മൂലധനം ഉപയോഗിച്ചാണ് സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നത് ഇത് തിരിച്ചടയ്ക്കേണ്ടി വരില്ല.

**2. ബാങ്കുകളും മറ്റ് കടം കൊടുക്കുന്നവരും (Banks and other Lenders)**

ബാങ്കുകളും മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും പലിശയ്ക്ക് സംരംഭത്തിന് വായ്പ നൽകുന്നു.

# UNBOX KERALA 2025



Opening up a brand new world of opportunity



വായ്പയുടെ കാലാവധി കഴിയുമ്പോൾ ഇതിന്റെ തിരിച്ചടവ് പൂർണ്ണമാകണം. ഏതൊരു സംരംഭത്തിന്റെയും പ്രവർത്തനത്തിന് സ്വന്തം മൂലധനം കൂടാതെ കടമെടുക്കുന്ന മൂലധനവും ആവശ്യമാണ്. പ്രവർത്തന മൂലധനവായ്പ, ഓവർഡ്രാഫ്റ്റ്, ബാങ്ക് വായ്പകൾ, സൂക്ഷ്മ സാമ്പത്തികം എന്നിങ്ങനെ പലതരത്തിലുള്ള വായ്പകൾ സംരംഭത്തിന് ലഭ്യമാകുന്നു.

### 3. ക്രെഡിറ്റോഴ്സ് (Creditors)

ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ കടമായി സംരംഭത്തിന് നൽകുന്നു. തടസ്സം കൂടാതെ സംരംഭത്തിന്റെ ഉത്പാദന പ്രക്രിയ തുടരുന്നതിന് സപ്ലൈയേഴ്സ് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ സംരംഭത്തിന് നൽകുന്നു. ഇക്കാരണത്തിൽ തടസ്സം കൂടാതെ ഉപഭോക്താവിന് സാധനങ്ങൾ വിൽപന നടത്തുന്നതിന് സംരംഭകർക്ക് സാധ്യമാകുന്നു.

### 4. തൊഴിലാളികൾ (Employee)

ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ ഏറ്റവും താഴെ തലത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നവരാണ് തൊഴിലാളികൾ. സംരംഭത്തിന് വേണ്ടി സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉത്പാദിപ്പിക്കുകയും നൽകുകയും ചെയ്യുന്നവരാണ് തൊഴിലാളികൾ. സംരംഭത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിന് വേണ്ടി മാനേജർ നൽകുന്ന നിർദ്ദേശങ്ങൾ തൊഴിലാളികൾ നടപ്പാക്കുന്നു. മാനേജ്മെന്റിന്റെ ആഹ്വാനപ്രകാരം തൊഴിലാളികൾ സംരംഭത്തിലേക്ക് ചെറിയ നിക്ഷേപങ്ങൾ നൽകുക വഴി ക്രൗഡ് ഫണ്ടിങ്ങിൽ (Crowd Funding) പങ്കാളികളാകുന്നു.

### ഓഹരി ഉടമകളും സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സും (Shareholder and Stakeholders)

കമ്പനിയുടെ ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്ന വ്യക്തികളോ സ്ഥാപനങ്ങളോ ഓഹരിയുടമകൾ ആകാം സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് എന്നാൽ സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിലും വിജയ- പരാജയങ്ങളിലും താല്പര്യമുള്ളവരാണ്. ഓഹരി ഉടമകളുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം സാമ്പത്തിക നേട്ടമാണ്. എന്നാൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് സംരംഭത്തിന്റെ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളിലും താല്പര്യമുള്ളവരാണ്. "സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ്" എന്നത് വ്യാപ്തിയുള്ള ഒരു ആശയമാണ്. എന്നാൽ ഓഹരിയുടമകൾ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ ഭാഗമാണ്.

### സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പും സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സും

സംരംഭവളർച്ചയിൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ പങ്ക് ഇതിനോടകം കേരള സർക്കാർ സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പ് തിരിച്ചറിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പ് "സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് സംഗമം" വർഷംതോറും വിവിധ തലങ്ങളിൽ നടത്താറുണ്ട്. സംസ്ഥാനത്തേക്ക് കൂടുതൽ നിക്ഷേപം ആകർഷിക്കുന്നതിനും സംസ്ഥാനത്തിന്റെ മൊത്തം ആഭ്യന്തര ഉത്പാദനവും തൊഴിലവസരങ്ങളും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും ഇങ്ങനെയുള്ള സംഗമങ്ങൾ

അവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. 2025 ഫെബ്രുവരിയിൽ സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ കൊച്ചിയിൽ നടന്ന "കേരള ആഗോള നിക്ഷേപക സംഗമം" (Kerala Global Investors Meet) പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു സ്റ്റേക്ക് ഹോൾ ഡർ സംഗമമാണ്. ലോകത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലുള്ള 374 കമ്പനികളിൽ നിന്നും 1.53 ട്രില്യൻ രൂപയുടെ നിക്ഷേപ പ്രൊപ്പോസലാണ് ഈ സംഗമത്തിലൂടെ ലഭിച്ചത്. ഈ നിക്ഷേപക സംഗമത്തിലൂടെ ലഭിച്ച മിക്കവാറും പ്രൊപ്പോസലുകൾ ഇതിനോടകം യാഥാർത്ഥ്യമായിരിക്കുന്നു. കേരള ആഗോള നിക്ഷേപക സംഗമത്തിൽ നിന്നും ലഭിച്ച 100 നിക്ഷേപ പ്രോജക്റ്റുകളുടെ പ്രവർത്തനം പുരോഗമിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. മുകളിൽപ്പറഞ്ഞത് കൂടാതെ റീജണൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് മീറ്റ്, ജില്ലാതല നിക്ഷേപക സംഗമം, താലൂക്ക്- തല നിക്ഷേപക സംഗമം എന്നിവ വർഷംതോറും സംസ്ഥാന വ്യവസായ വകുപ്പ് നടത്തിവരുന്നു. ഒരു സംരംഭത്തിൽ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന്റെ സജീവ പങ്കാളിത്തം ഉറപ്പാക്കുന്നതിലൂടെ ശക്തമായ ബന്ധങ്ങൾ, വിജ്ഞാന പ്രദമായ തീരുമാനങ്ങൾ, ദീർഘമായ കാലയളവിലേക്കുള്ള സംരംഭത്തിന്റെ വിജയപ്രയാണം എന്നിവ സാധ്യമാകുന്നു. ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ സുസ്ഥിരതയ്ക്ക് സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് സുപ്രധാനമായ പങ്കാണ് നിർവഹിക്കുന്നത്. ഒരു സംരംഭത്തിന് വളർച്ചയും പുരോഗതിയും സാധ്യമാക്കണമെങ്കിൽ താങ്കളുടെ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സ് ആരാണെന്ന് സംരംഭം തിരിച്ചറിയണം. സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡർ സിദ്ധാന്തത്തിന്റെ പിതാവായ എഡ്വാർഡ് ഫ്രീമാന്റെ വീക്ഷണം ഇങ്ങനെയാണ് "ഒരു സംരംഭം എല്ലാ സ്റ്റേക്ക് ഹോളിഡേഴ്സിന് വേണ്ടിയും മൂല്യം സൃഷ്ടിക്കണം" ഓഹരിയുടെ

മകൾക്ക് വേണ്ടി പണവും ലാഭവും ലക്ഷ്യമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനു പകരം എല്ലാ സ്റ്റേക്ക് ഹോൾഡേഴ്സിന് വേണ്ടിയും പ്രവർത്തിക്കുമ്പോൾ സംരംഭത്തിന് സുസ്ഥിരതയും ദീർഘകാല വിജയവും കൈവരിക്കുവാൻ കഴിയുന്നതാണ്.

(വ്യവസായ വകുപ്പ് മുൻ ഡെപ്യൂട്ടി ഡയറക്ടർ ആണ് ലേഖകൻ)



**രൂപിയറിച്ച്  
: മായമില്ലാതെ**

**SCAN NOW**





TEA & COFFEE	HERBS AND SPICES	SWEETENERS
MILLETS	AYURVEDIC PRODUCTS	SEASONINGS
GRAINS	NUTRACEUTICALS	VEGETABLE OILS

**Shop Now** [www.bioriginonline.com](http://www.bioriginonline.com)

**PDS  
NATURAL  
PRODUCTS**



(A unit of Peermade Development Society)  
Thattathikkanam, Kuttikkanam P.O, Idukki district, Kerala -685531, India.  
Phone : +919400175988, mail: marketing@pdsorganicspices.com,  
[www.pdspeermade.com](http://www.pdspeermade.com) [www.pdsorganicspices.com](http://www.pdsorganicspices.com)



# പർപ്പിൾ വില്ലവം

സുദീർഘമായ പ്രവാസ ജീവിതത്തിന് ശേഷം മലയാള മണ്ണിലേക്ക് മടങ്ങിയെത്തിയ ഇ. എച്ച്. സലീമിന് വ്യത്യസ്തനായ ഒരു സംരംഭകനാകാനായിരുന്നു താൽപര്യം. സ്വന്തമായുള്ള ഒരേക്കർ സ്ഥലത്ത് ജൈവകൃഷി എന്ന ആശയവുമായാണ് അദ്ദേഹം ഇതിനായുള്ള ഗൃഹപാഠം ചെയ്തത്. ഇപ്പോൾ എക്സോട്ടിക് പഴങ്ങളുടെ കാലമാണല്ലോ. റംബൂട്ടാൻ, ദുരിയാൻ, മാങ്കോസ്റ്റിൻ, കിവി, ഡ്രാഗൺ ഫ്രൂട്ട് തുടങ്ങി വിപണിയിലെ വിദേശ ഫലങ്ങളുടെ നിരയങ്ങനെ നീളുകയാണ്. സൂപ്പർമാർക്കറ്റ് ചെയ്നുകളും, ഓൺലൈൻ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളുമാണ് വ്യത്യസ്തത തേടുന്ന ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഹൃദയങ്ങളിൽ എക്സോട്ടിക് ഫ്രൂട്ടുകളുടെ ഷെൽഫുകൾ തീർത്തത്.

പരിചരണം കുറവും, പരിസ്ഥിതിക്കിണങ്ങുന്നതും, ഉപഭോക്താക്കൾ ഏറെയുള്ളതുമായ എക്സോട്ടിക് ഫ്രൂട്ട് എന്ന നിലയ്ക്ക് കള്ളിമുൾച്ചെടി

(കാക്റ്റസ്) വർഗ്ഗത്തിൽപ്പെട്ട സുന്ദരി പഴങ്ങളായ ഡ്രാഗൺ ഫ്രൂട്ടിലാണ് സലീമിന്റെ കണ്ണുകൾ ഉടക്കിയത്. ഉഷ്ണമേഖലാ പ്രദേശങ്ങളിൽ സമൃദ്ധമായി വളരുന്ന ഈ ചെടികൾ മൂന്നു വിധമുണ്ട്. പർപ്പിൾ, മഞ്ഞ, വെള്ള നിറങ്ങളിലുള്ളവ. ഇതിൽ ഏറെ ആകർഷകം പർപ്പിൾ തന്നെ. കൂർത്ത ആഗ്രഹമുള്ള ചെതുമ്പൽ സമാനമായ ആവരണത്തോടുകൂടിയ ഇവയുടെ ഉള്ളിലും ഇതേ നിറം തന്നെ. കറുത്ത കുരു ഇതിൽ സമൃദ്ധമാവാണ്ടാകും. നിറം പോലെ മധുരവും രുചിയും ഹൃദ്യം. ഇതേക്കുറിച്ച് നന്നായി ഗവേഷണം തന്നെ നടത്തിയ ശേഷമാണ് 400 കോൺക്രീറ്റ് തൂണുകളിലായി 1600 തൈകൾ നടത്. ചുവടൊരുക്കി ജൈവവളങ്ങൾ നിറച്ച്, മിതസേചനം നടത്തി കൊണ്ടായിരുന്നു തുടക്കം. ആദ്യം കൊച്ചു കുഞ്ഞുങ്ങൾക്കെന്നപോലെ പരിചരണം അനിവാര്യം. പടർന്നു കയറിയാൽ പിന്നെ അല്പം ശ്രദ്ധ കുറയ്ക്കാം.



നട്ട് ആറുമാസം കഴിഞ്ഞപ്പോൾ തന്നെ ചെടികൾ പൂവിട്ടു. ഒരു മാസം കൊണ്ട് കായ്കൾ വിളവെത്തി. പുറത്താലിയുടെ വർണ്ണ വ്യത്യാസം പഴങ്ങളുടെ പകുതയെ കാട്ടുന്നു. ഇവ തണ്ടോടെ മുറിച്ച് പേപ്പർ പാക്കുകളിൽ ആക്കിയാണ് വിപണനം. വർഷത്തിൽ നാലും അഞ്ചും തവണ വരെ വിളവെടുക്കാം. പരിചരണം പോലെയൊന്നും വിളവും. അഞ്ചു മുതൽ 20 കിലോഗ്രാം വരെ ഒരു ചെടിയിൽ നിന്ന് ലഭിക്കും. 300 ഗ്രാം മുതൽ 700 ഗ്രാം വരെയുള്ള പഴങ്ങൾ സീസണനുസരിച്ച് ലഭിക്കാറുണ്ട്. വിളവെടുക്കുമ്പോൾ തന്നെ എല്ലാം വിറ്റു തീരുന്നു.

കീടബാധകൾ ഇല്ല എന്നതാണ് ഡ്രാഗൺ ഫ്രൂട്ട് കൃഷിയുടെ പ്രധാന സവിശേഷത. തന്മൂലം കീടനാശിനികളെ തോട്ടത്തിലേക്ക് കയറ്റേണ്ടി വരുന്നില്ല. ഇതിനാൽ കുഞ്ഞുങ്ങൾക്ക് പോലും ഈ പഴങ്ങൾ ധൈര്യമായി നൽകാം. വിറ്റാമിൻ സി, ആന്റിഓക്സിഡന്റുകൾ ഇവയാൽ സമ്പന്നമായ ഡ്രാഗൺ ഫ്രൂട്ട് ത്വക്കിന്റെ ആരോഗ്യം കാത്തുസൂക്ഷിക്കുന്നു. തന്മൂലം വാർദ്ധക്യത്തെ ഒരു പരിധിവരെ പ്രകൃതി ദത്തമായി തടഞ്ഞു നിർത്താം.

ജൈവ കാർഷികോല്പന്നങ്ങൾക്ക് ഡിമാൻഡ് ഏറിവരുന്ന കാലമാണിത്. തന്റെ തോട്ടത്തിന് ഓർഗാനിക് സർട്ടിഫിക്കേഷനുള്ള ശ്രമത്തിലാണ് സലിമിപ്പോൾ. ഇതോടൊപ്പം ജൈവകൃഷിയിലൂടെയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിപണിയിലെത്തിക്കാനുള്ള ഒരു വെബ്സൈറ്റും സലിം ഇതിനോടകം ആരംഭിച്ചുകഴിഞ്ഞു. നെല്ല് പത്തായത്തിലുണ്ടെങ്കിൽ എലി കോയമ്പത്തൂരിൽ നിന്നും വരും എന്നൊരു ചൊല്ലുണ്ടല്ലോ. അതുപോലെയാണ് ഓർഗാനിക് ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കാര്യവും. പണമല്ല, ഗുണമാണിത് ഉപഭോക്താക്കൾ നോക്കുന്നത്. ഇത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കായുള്ള സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങാൻ സർക്കാർ മുമ്പോട്ട് വരുന്നു എന്നത് ഏറെ പ്രോത്സാഹനാജനകമാണെന്ന് ഈ സംരംഭകൻ പറയുന്നു.

www.oriomax.com എന്ന വെബ്സൈറ്റ് ആണിപ്പോൾ ഓർഗാനിക് ഫ്രൂട്ട്സിന്റെ വിപണനം, കൃഷി വ്യാപനം എന്നിവയ്ക്കായി ഈ പ്രവാസി സംരംഭകൻ തുടങ്ങിയിട്ടുള്ളത്. പഴം കൂടാതെ ഡ്രാഗൺ ഫ്രൂട്ടിന്റെ ചെടിത്തണ്ടുകളും ഇപ്പോൾ വിപണനം



ചെയ്തുവരുന്നു. മലപ്പുറം ജില്ലയിൽ പെരിന്തൽമണ്ണക്കും നിലമ്പൂരിനുമിടയിൽ കാളികാവിലാണ് (കണാരൻ പടി) ഇദ്ദേഹത്തിന്റെ ഫാം. മറ്റ് പഴവർഗങ്ങൾ കൂടി കൃഷി ചെയ്യാനും, സംഭരിച്ച് സംസ്കരിക്കാനുമുള്ള പ്രാഥമിക നടപടികൾ പൂർത്തിയാക്കി സലിം പറയുന്നു. തന്റെ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും ഭാര്യ സാഹിദയുടെ പൂർണ്ണ പിന്തുണയാണുള്ളത്. മുത്തമകൾ യു. കെയിൽ ഡോക്ടറും രണ്ടാമത്തേയാൾ സൗദിയിൽ നേഴ്സുമാണ്. ഇളയ ആൾ ബി. എസ്സിനു പഠിക്കുന്നു. എന്നും രാവിലെ തന്നെ ഫാമിൽ എത്തുന്നത് മാനസികോല്ലാസം തരുന്നുവത്രേ. ഒപ്പം കായികമായ അധ്വാനവും ലഘുവായ തോതിൽ ഉണ്ടാവും. തോട്ടം തയ്യാറാക്കി വീട്ടിനുള്ളിൽ ഇരുന്നാൽ ചെടികൾ പ്രതീക്ഷയ്ക്കൊത്തു വളരില്ല. ഫലവും തരില്ല. നിത്യവും ഒരു കണ്ണുണ്ടായാൽ കളകളും വരില്ല. കാലവും ചതിക്കില്ല. കൃഷി നഷ്ടമെന്ന് പറയുന്നവരെ ശരിയായ കൃഷി ലാഭമേ തത്രേ എന്ന് തെളിച്ച് സഹിതം തിരുത്താനാണ് സലിം ആഗ്രഹിക്കുന്നത്. വ്യവസായം എന്ന നിലയിൽ പരിസ്ഥിതിക്കിണങ്ങും വിധം കൃഷിയിടത്തിലിറങ്ങും. അതിനുവുമായി ശരിയായി ഗൃഹപാഠം ചെയ്യും. നമുക്ക് മനസ്സുണ്ടെങ്കിൽ സർക്കാർ സംവിധാനങ്ങൾ ഒപ്പമുണ്ടാവും.



➔ ഡോ. സുധീർ ബാബു

# ആഴ്ചാവസാനം സിനിമ ടിക്കറ്റിനെത്താ ഇത്ര കൂടുതൽ നിരക്ക്? വിലയും ചെലവും ബിസിനസിലെ ചില കളികൾ



വ്യത്യസ്ത ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വ്യത്യസ്ത വിലകൾ. ആഴ്ചാവസാനം (Weekend) നിങ്ങളൊരു സിനിമയ്ക്കു പോകാൻ തീരുമാനിക്കുന്നു. തീയേറ്ററിൽ ചെന്ന് ടിക്കറ്റെടുക്കുമ്പോൾ നിങ്ങൾ ഞെട്ടുന്നു. ടിക്കറ്റ് നിരക്കിതാ വല്ലാതെ ഉയർന്നിരിക്കുന്നു. എന്നാൽ ആഴ്ചയിലെ മറ്റു ദിവസങ്ങളിൽ ഇത്ര നിരക്കില്ലല്ലോ! എന്തുകൊണ്ട് തീയേറ്റർ ആഴ്ചാവസാനത്തിൽ കൂടുതൽ നിരക്ക് ഈടാക്കുന്നു? നിങ്ങൾ ചിന്താകുലനാകുന്നു.

വിദേശത്തുള്ള നിങ്ങൾ വെക്കേഷൻ സമയത്ത് കൂടുംബവുമായി നാട്ടിലേക്ക് പുറപ്പെടുവാൻ ആലോചിക്കുന്നു. എന്നാൽ ഫ്ളൈറ്റ് ടിക്കറ്റ് നിരക്ക് കേൾക്കുമ്പോൾ നിങ്ങൾക്ക് ബോധക്കേട് അനുഭവപ്പെടുന്നു. കത്തിനിരക്കാണ് വെക്കേഷൻ സമയത്ത് എയർലൈൻ കമ്പനികൾ ചാർജ്ജ് ചെയ്യുന്നത്. മറ്റ് സമയങ്ങളിലെപ്പോലെ കുറഞ്ഞ നിരക്ക് ഈടാക്കാതെ എന്താണ് തിരക്കുള്ള സീസണിൽ അവർ കൂടുതൽ നിരക്ക്

ഉപഭോക്താക്കളിൽ അടിച്ചേൽപ്പിക്കുന്നത്? അതെ ഡിമാൻഡ് കൂടുമ്പോൾ അവരുടെ നിരക്കും ഉയരുന്നു. അതായത് എല്ലാ സീസണിലും ഒരേ നിരക്കല്ല എയർലൈൻ കമ്പനികൾ ഈടാക്കുന്നത് എന്നർത്ഥം. സാധാരണ സമയങ്ങളിൽ തിങ്കൾ മുതൽ വെള്ളി വരെ ഉയർന്ന നിരക്കുകൾ ഈടാക്കുന്ന ഫ്ളൈറ്റുകൾ ശനിയാഴ്ചയും ഞായറാഴ്ചയും കുറഞ്ഞ നിരക്കുകൾ ഈടാക്കുന്നതും ചിലപ്പോൾ കാണാൻ സാധിക്കും.

**വില വിവേചനം (Price Discrimination)**

നിങ്ങൾ ഒരു മാസം 5000 രൂപ ഒരു സ്റ്റോറിൽ ചെലവഴിക്കുന്നു എന്ന് കരുതുക. ആ സ്റ്റോർ നിങ്ങൾക്കൊരു സ്പെഷ്യൽ ഓഫർ കൂപ്പൺ അയച്ചു നൽകുന്നു. ഈ കൂപ്പൺ പ്രകാരം നിങ്ങൾക്ക് 10% കിഴിവ് ലഭിക്കും. എന്നാൽ ഈ ഓഫർ സ്റ്റോറിൽ കയറി ചെല്ലുന്ന മറ്റൊരു കസ്റ്റമറിന് ലഭിക്കുകയില്ല. നിങ്ങളുടെ പർച്ചേസ് ഹാബിറ്റ് വിശകലനം ചെയ്തിട്ടാണ് അവർ നിങ്ങൾക്കി ഓഫർ നൽകിയിരിക്കുന്നത്. ഒരേ സ്റ്റോറിൽ തന്നെ വ്യത്യസ്ത ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വ്യത്യസ്ത വിലകൾ എന്ന് ഇവിടെ കാണാം.

വില വിവേചനം (Price Discrimination) എന്ന തന്ത്രം ഫലപ്രദമായി പ്രയോഗിക്കുന്ന പല ബിസിനസുകളും വിപണിയിലുണ്ട്. അവർ ഒരേ വില തന്നെയല്ല എല്ലാ ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്നും ഈടാക്കുന്നത്. വരുമാനം വർദ്ധിപ്പിക്കുവാൻ ബിസിനസുകൾ പൊതുവേ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു തന്ത്രമാണിത്. വിലയിൽ വലിയ ശ്രദ്ധ നൽകാത്ത (Less price sensitive) ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്നും ഉയർന്ന വില ഈടാക്കുന്ന രീതിയിലാണ് വില വിവേചനം നടപ്പിലാക്കുന്നത്. ഇവിടെ ഉപഭോക്താക്കളെ തരംതിരിച്ച് വിശകലനം ചെയ്താണ് തന്ത്രത്തിന് രൂപം നൽകുന്നത്.

ഒരു ടൈലറിംഗ് ഷോപ്പ് സ്ത്രീകളുടെ വസ്ത്രം തയ്ക്കുന്നതിന് പ്രത്യേക കിഴിവ് അനുവദിക്കുന്നത്, ഒരു റെസ്റ്റോറന്റ് മുതിർന്ന പൗരന്മാർക്ക് (Senior Citizen) വിലയിൽ പ്രത്യേക പരിഗണന നൽകുന്നത്,



**നിങ്ങൾ ഒരു മാസം 5000 രൂപ ഒരു സ്റ്റോറിൽ ചെലവഴിക്കുന്നു എന്ന് കരുതുക. ആ സ്റ്റോർ നിങ്ങൾക്കൊരു സ്പെഷ്യൽ ഓഫർ കൂപ്പൺ അയച്ചു നൽകുന്നു. ഈ കൂപ്പൺ പ്രകാരം നിങ്ങൾക്ക് 10% കിഴിവ് ലഭിക്കും. എന്നാൽ ഈ ഓഫർ സ്റ്റോറിൽ കയറി ചെല്ലുന്ന മറ്റൊരു കസ്റ്റമറിന് ലഭിക്കുകയില്ല.**

ഒരു ട്രാൻസ്പോർട്ട് കമ്പനി വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് യാത്രാ നിരക്കിൽ ഡിസ്കൗണ്ട് അനുവദിക്കുന്നത് എല്ലാം ഈ വില വിവേചനം (Price Discrimination) എന്ന തന്ത്രത്തിന്റെ ഭാഗമായിട്ടാണ്.

നിങ്ങൾ ഒരു ഷോപ്പിൽ നിന്നും കുറെക്കാലമായി ഒന്നും വാങ്ങുന്നില്ല. നിങ്ങൾ മുൻപവിടെ പോയിട്ടുണ്ട്, സാധനങ്ങൾ വാങ്ങിയിട്ടുണ്ട് എന്നാൽ ഇപ്പോൾ കുറെ നാളായി അവിടെ പോയിട്ട്. അപ്പോഴതാ നിങ്ങളെത്തേടി ആ ഷോപ്പിൽ നിന്നും ഒരു ഓഫർ വരുന്നു. ഞങ്ങളുടെ അടുത്തുനിന്ന് സാധനങ്ങൾ വാങ്ങു വലിയൊരു ഡിസ്കൗണ്ട് നേടു. ഈ ഓഫർ നിങ്ങളെ പ്രലോഭിപ്പിക്കുന്നു. നിങ്ങൾ ആ ഷോപ്പ് സന്ദർശിക്കുന്നു. ആ ബിസിനസ് നിങ്ങളുമായിതാ ബന്ധം പുതുക്കിയിരിക്കുന്നു. ഉപഭോക്താക്കളെ തിരികെ കൊണ്ടുവരാനും ഈ തന്ത്രം ഫലപ്രദമാണ്. വില വിവേചനം (Price Discrimination) പ്രയോഗിക്കുന്നതിനു മുൻപ് ഉപഭോക്താക്കളെ ശരിക്കു മനസ്സിലാക്കുകയും വിശകലനം ചെയ്യേണ്ടതുമാണ്.



# COST LEADERSHIP

## Characteristic of Cost Leaders

- 01 Champion frugality.
- 02 Strict attention to production controls.
- 03 Rigorous use of budgets.
- 04 Little product differentiation.
- 05 Limited market segmentation.
- 06 Emphasis on productivity improvements.
- 07 Distinctive capabilities found in manufacturing & materials Mgmt.
- 08 This is a sample text that you can edit. You can change font (size, color, name),.

എതിരാളികളുടെ (Competitors) വിപണന തന്ത്രങ്ങൾ കൂടി കണക്കിലെടുത്തു വേണം ഈ തന്ത്രം നടപ്പിലാക്കുവാൻ.

### കോസ്റ്റ് ലീഡർഷിപ്പ് (Cost Leadership)

സർക്കുലേഷനിൽ മുൻപന്തിയിൽ നിൽക്കുന്ന ഒരു ദിനപത്രം തങ്ങളുടെ ലാഭത്തിൽ സംഭവിക്കുന്ന ഇടിവിൽ ആശങ്കാകുലരായിരുന്നു. ഏറ്റവും കൂടുതൽ എഡിഷനുകളും വായനക്കാരുമുള്ള പത്രം. പത്രത്തിന്റെ സർക്കുലേഷൻ വർദ്ധിക്കുന്നോടൊപ്പം പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന വരുമാനം ലഭിക്കുന്നില്ല. അവർ അതിന്റെ കാരണം അന്വേഷിച്ചു തുടങ്ങി. തങ്ങളുടെ പ്രവർത്തന ചെലവുകൾ വളരെ യാതൊരു കൂടുതലാണെന്ന കണ്ടെത്തലിലേക്ക് ആ അന്വേഷണം അവരെ നയിച്ചു.

ന്യൂസ്‌പിൻ, പ്രിൻറിംഗ് ഇങ്ക്, കെമിക്കലുകൾ തുടങ്ങിയ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളെല്ലാം ഓരോ എഡിഷനും വാങ്ങിയിരുന്നത് വ്യത്യസ്ത കമ്പനികളിൽ നിന്നായിരുന്നു. ഇത്തരം പർച്ചേസുകൾ അവർ സ്വന്തമായിത്തന്നെ നടത്തിപ്പോന്നു. ഇത് മനസ്സിലാക്കിയ ദിനപത്രം തങ്ങളുടെ എല്ലാ പർച്ചേസുകളും കേന്ദ്രീകൃത (Centralised) സംവിധാനത്തിന്റെ കീഴിലാക്കി. എല്ലായിടത്തേക്കും ആവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ഒരുമിച്ച് ഓർഡർ ചെയ്യാൻ തുടങ്ങിയതോടെ വിലയിൽ വലിയ കുറവ് ലഭ്യമാകുവാൻ തുടങ്ങി. വിൽപനക്കാരുമായി വില

പേരി ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ വിലയിൽ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ വാങ്ങി. ഇതോടു കൂടി അവരുടെ ലാഭം കൂട്ടിച്ചുയർന്നു.

“എല്ലായ്പ്പോഴും ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ വില” എന്നതായിരുന്നു അന്താരാഷ്ട്ര റീറ്റെയിൽ ഭീമനായ വാൾമാർട്ടിന്റെ (Walmart) പരസ്യവാചകം. ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എതിരാളികളെക്കാൾ വിലകുറച്ച് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകാൻ എങ്ങിനെയാണ് വാൾമാർട്ടിന് കഴിയുക? എന്തുകൊണ്ടാണ് വാൾമാർട്ടിനോട് മത്സരിക്കുവാൻ മറ്റുള്ളവർക്ക് സാധിക്കാതെ വരുന്നത്? ചെലവുകൾ പരിമിതപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് പ്രവർത്തിക്കുകയെന്ന തന്ത്രമാണ് ഇവർ നടപ്പിലാക്കുന്നത്. പതിനായിരത്തിലധികം റീറ്റെയിൽ സ്റ്റോറുകളുള്ള വാൾമാർട്ട് ഭീമനായ വിലക്കുറവിലാണ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങി സംഭരിക്കുന്നത്. സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ സഹായത്താലും സ്വന്തം ഡെലിവറി വാഹനങ്ങളുടെ ഉപയോഗത്തിലൂടെയും ചെലവുകൾ പരമാവധി ചുരുക്കി അവർ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. കോസ്റ്റ് ലീഡർഷിപ്പിലൂടെ (Cost Leadership) വിപണിയിൽ എതിരാളികളെക്കാൾ മുന്തിലെത്താൻ ഇതിലൂടെ അവർക്ക് സാധിക്കുന്നു. പ്രവർത്തന ചെലവ് (Operating Cost) കുറച്ച് ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കുവാൻ ഈ തന്ത്രം സഹായിക്കുന്നു.

ഹൂഡ് വ്യവസായത്തിലെ അതികായനാണ് മക്ഡോണാൾഡ്സ് (McDonald's). തങ്ങളുടെ ഓരോ ഔട്ട്ലെറ്റും ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ പ്രവർത്തിപ്പിക്കുവാൻ അവർ സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്ന മൂന്ന് മാർഗ്ഗങ്ങൾ നിരീക്ഷിക്കാം. ഒന്നാമതായി ഭക്ഷണം പാചകം ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയ (Process) അവർ വളരെ ലളിതമാക്കിയിരിക്കുന്നു. പാചക രീതി സിസ്റ്റമാറ്റിക്കും എളുപ്പത്തിൽ പഠിക്കാവുന്നതുമായ തരത്തിലാണ് രൂപകൽപ്പന ചെയ്തിരിക്കുന്നത്. രണ്ടാമത് അവർ അനുഭവ സമ്പത്തുള്ള പാചകവിദഗ്ദ്ധരെല്ലാ ജോലിക്കായി തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. മറിച്ച് കുറഞ്ഞ വേതനം നൽകി പുതിയ ആളുകളെ എടുത്ത് അവർക്ക് പരിശീലനം നൽകി ജോലിയിലേക്ക് നിയോഗിക്കുന്നു. മൂന്നാമതായി തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന ചേരുവകൾ (Ingredients) സ്വന്തം ഫാക്ടറികളിൽ തന്നെ തയ്യാറാക്കുന്നു. ഇതിലൂടെ ചെലവുകളിൽ ശക്തമായ നിയന്ത്രണം മക്ഡോണാൾഡ്സ് നടപ്പിലാക്കുന്നു.

ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെ (Production) കാര്യക്ഷമത (Efficiency) വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെലവുകൾ പരമാവധി കുറച്ചു കൊണ്ട് പ്രവർത്തിക്കുകയും ചെയ്യുകയാണ് കോസ്റ്റ് ലീഡേഴ്സിന്റെ തന്ത്രം. കുറഞ്ഞ പ്രവർത്തന ചെലവ് കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാൻ അവരെ പ്രാപ്തരാക്കുന്നു. കൂടുതൽ മാർക്കറ്റ് ഷെയർ നേടിയെടുക്കാൻ ഇതുമൂലം കഴിയുന്നു. കുറഞ്ഞ വിലയിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുമ്പോൾ നേരിയ ലാഭം മാത്രമാവും ലഭിക്കുക. എന്നാൽ വലിയ അളവിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാൻ സാധിക്കുന്ന

തോടെ കൂടുതൽ ലാഭം നേടാൻ കോസ്റ്റ് ലീഡേഴ്സിന് കഴിയുന്നു.

പ്രവർത്തനച്ചെലവ് കുറവായത് കൊണ്ട് വില കുറച്ച് വിൽക്കണമെന്നുമില്ല. വിപണിയുടെ സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് യുക്തമായ തീരുമാനങ്ങൾ കൈക്കൊള്ളാം. കോസ്റ്റ് ലീഡർഷിപ്പ് (Cost Leadership) നടപ്പിലാക്കുവാൻ നിരന്തരം പുതിയ മാർഗ്ഗങ്ങൾ തേടിക്കൊണ്ടേയിരിക്കണം. ചെലവുകൾ കുറച്ച് പ്രവർത്തിക്കുക എന്നതാണ് ഈ തന്ത്രത്തിന്റെ കാതൽ.



“  
**അപ്പോൾ അതാ പുതിയൊരു മൊബൈൽ കമ്പനി ഉദയം ചെയ്യുന്നു. നിങ്ങൾ കടന്നു വരു, ഫ്രീയായി എത്ര വേണമെങ്കിലും ഫോൺ വിളിക്കൂ, ഇൻറർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കൂ. അഞ്ചു പൈസ തരേണ്ടതില്ല, അടിപൊളി. നിലവിലെ സേവനദാതാവിനെ നിങ്ങൾ പുല്ലുപോലെ വലിച്ചെറിയുന്നു.**

**പ്രൈസ് ലീഡർഷിപ്പ് (Price Leadership)**

നിങ്ങൾ വളരെക്കാലമായി മൊബൈൽ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഫോൺ വിളികൾക്കും മൊബൈൽ ഡാറ്റയ്ക്കുമായി മാസത്തിൽ നല്ലൊരു തുക ചെലവാകുന്നുണ്ട്. ഇന്റർനെറ്റ് ജീവിതത്തിന്റെ ഭാഗമായി കഴിഞ്ഞു. മൊബൈൽ ഡാറ്റ ഇല്ലാതെ കാര്യങ്ങൾ മുന്നോട്ട് നീങ്ങാൻ പറ്റാത്ത അവസ്ഥയായി. അതുകൊണ്ട് ഈ ചെലവ് നിങ്ങൾ സഹിക്കുന്നു.

അപ്പോൾ അതാ പുതിയൊരു മൊബൈൽ കമ്പനി ഉദയം ചെയ്യുന്നു. നിങ്ങൾ കടന്നു വരു, ഫ്രീയായി എത്ര വേണമെങ്കിലും ഫോൺ വിളിക്കൂ, ഇൻറർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കൂ. അഞ്ചു പൈസ തരേണ്ടതില്ല, അടിപൊളി. നിലവിലെ സേവനദാതാവിനെ നിങ്ങൾ പുല്ലുപോലെ വലിച്ചെറിയുന്നു. പുതിയ കമ്പനിയെ സ്വീകരിക്കുന്നു. എല്ലാം പൂർണ്ണമായും ഫ്രീ. ആനന്ദലബ്ധിക്കിനിയെന്തു വേണം. കുറച്ച് മാസങ്ങൾ കടന്നു പോകുന്നു.

നിങ്ങളുടെ പുതിയ മൊബൈൽ സേവനദാതാവ് പറയുന്നു ഇതാ, ഞങ്ങൾ ഇനി നിങ്ങളുടെ കയ്യിൽ നിന്നും ചാർജ്ജ് ഈടാക്കാൻ തുടങ്ങുന്നു. ഇനിയൊന്നും സൗജന്യമല്ല. നിങ്ങൾ അന്തംവിടുന്നു. കാരണം നിങ്ങളത് പ്രതീക്ഷിച്ചതേയില്ല. ഇതെന്നും എക്കാലവും സൗജന്യമായി മുന്നോട്ടു പോകും എന്ന് നിങ്ങൾ തെറ്റിദ്ധരിച്ചു പോയി. ഇനി രക്ഷയില്ല. നിങ്ങൾ പണം നൽകി സേവനം ഉപയോഗിച്ചു തുടങ്ങുന്നു.

റിലയൻസ് ജിയോ ഇങ്ങിനെയാണ് വിപണിയിലേക്ക് ആഴ്ന്നിറങ്ങിയത്. ആദ്യം സൗജന്യമായി സേവനങ്ങൾ നൽകി. പിന്നീട് അവയ്ക്ക് പണം ഈടാക്കി. വിപണിയുടെ വലിയൊരു ഭാഗം പിടിച്ചെടുത്തതിന് ശേഷമാണ് അവർ സൗജന്യ സേവനം അവസാനിപ്പിച്ചത്. മറ്റ് കമ്പനികൾക്ക് അവരുടെ പ്രൈസ് ലിനേഴ്സിംഗ് (Price Leadership) തന്ത്രത്തിലൂടെ വിപണിയിലെ മറ്റു കമ്പനികളെ തങ്ങളെ പിന്തുടരാൻ ജിയോ നിർബന്ധിതരാക്കി. വിപണിയുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഷെയർ കരസ്ഥമാക്കുവാൻ അവർ ആദ്യം ശ്രമിച്ചു. അത് കൈപ്പിടിയിൽ ഒതുങ്ങിയപ്പോൾ സേവനങ്ങൾക്ക് ചാർജ്ജ് ചുമത്തി. വിപണിയിലെ നേതാവിനെ പിന്തുടരേണ്ട അവസ്ഥയിലായി മറ്റെല്ലാ കമ്പനികളും. ജിയോയുടെ നിരക്കുകൾക്കനുസരിച്ചായി മറ്റ് കമ്പനികളുടെ നിരക്ക് മാറ്റങ്ങൾ. ടെലികോം രംഗത്തെ പ്രൈസ് ലീഡർ ജിയോ ആയി മാറി.

എയർലൈൻസുകൾ വലിയ നിരക്കുകൾ ഈടാക്കുന്ന സമയം. നിങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ സൗകര്യങ്ങളുള്ള, മേന്മയുള്ള സേവനങ്ങൾ നൽകുന്ന വിമാനത്തിൽ സഞ്ചരിക്കണോ? അത്തരമൊരു യാത്ര വളരെ ചെലവേറിയതായിരുന്നു. എന്നാൽ നിരക്ക് കുറഞ്ഞ വിമാനത്തിൽ പറക്കാൻ

തീരുമാനിച്ചാൽ അതിലെ സൗകര്യങ്ങൾ തീർത്തും അപര്യാപ്തവും., സേവനത്തിന്റെ മേന്മയോ മഹാമോശവും. ഇത്തരമൊരു സാഹചര്യത്തിലേക്കായിരുന്നു ഇൻഡിഗോ ലാൻഡ് ചെയ്തത്.

ഇൻഡിഗോയുടെ നിരക്കുകൾ പ്രീമിയം ഫ്ലൈറ്റുകളെക്കാൾ കുറവായിരുന്നു. അതേസമയം തന്നെ നിലവിലെ സൗകര്യങ്ങൾ കുറഞ്ഞ മറ്റ് ഫ്ലൈറ്റുകളെക്കാൾ കൂടുതലും. യാത്രക്കാർക്ക് അവർ നിലവിൽ നിരക്ക് കുറഞ്ഞ മറ്റ് വിമാനങ്ങളിലെക്കാളും മികച്ച സൗകര്യങ്ങളും സേവനങ്ങളും നൽകി. യാത്രക്കാർ ഇൻഡിഗോയെ ഇരുകൈകളും നീട്ടി സ്വീകരിച്ചു. ഇൻഡിഗോ പ്രതിനിധാനം ചെയ്യുന്ന വിഭാഗത്തിലെ പ്രൈസ് ലീഡർ അവരായി മാറി. മറ്റ് കമ്പനികൾ യാത്രീകരുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് തങ്ങളുടെ സൗകര്യങ്ങളിലും സേവനങ്ങളിലും മാറ്റങ്ങൾ വരുത്താൻ നിർബന്ധിതരായി. മാർക്കറ്റ് ഷെയർ നിലനിർത്താൻ അതല്ലാതെ മാർഗ്ഗമില്ലെന്നായി.

വിപണിയിലെ ശക്തരായ ബിസിനസുകളാണ് സാധാരണ പ്രൈസ് ലീഡർഷിപ്പ് (Price Leadership) തന്ത്രം പ്രയോഗിക്കുന്നത്. വിപണിയിലെ തങ്ങളുടെ മേൽക്കോയ്മയും സാന്നിധ്യവും പ്രകടമാക്കുവാൻ അവർ ഈ തന്ത്രത്തെ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പ്രൈസ് ലീഡർ മറ്റ് കമ്പനികൾ ശ്രദ്ധയോടെ പിന്തുടരുന്നു. യഥാർത്ഥത്തിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടേയും സേവനങ്ങളുടേയും വില നിശ്ചയിക്കുവാനുള്ള ശക്തി പ്രൈസ് ലീഡർ കൈവശം സൂക്ഷിക്കുന്നു.





▶ ഡോ. ഐഞ്ചു നെടുങ്കേരി



# വീട്ടിൽ ആരംഭിക്കാം ലാഭകരമായ ഒരു സേവന സംരംഭം— മൈക്രോ ലോൺട്രി

ഗാർഹിക സംരംഭകത്വ രംഗത്ത് വിപ്ലവകരമായ മാറ്റമാണ് കേരളത്തിൽ നടന്നു കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. താമസമുള്ള വീടുകളിൽ 50% ഏരിയ വ്യവസായത്തിനായി മാറ്റി വയ്ക്കുന്നതിനും താമസമില്ലാതെ അടഞ്ഞു കിടക്കുന്ന വീടുകൾ പൂർണ്ണമായും വ്യവസായത്തിന് ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നതിനും സാധിക്കുന്ന തരത്തിൽ ചട്ടങ്ങളിൽ ഭേദഗതി വരുത്തി തദ്ദേശ സ്വയം ഭരണ വകുപ്പ് വിജ്ഞാപന മിറക്കിയിട്ടുണ്ട്.

ഇങ്ങനെ വീടുകളിൽ ആരംഭിക്കുന്ന സംരംഭങ്ങൾക്ക് തദ്ദേശ ഭരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ ലൈസൻസുകളും രജിസ്ട്രേഷനുകളും അനുവദിച്ചു നൽകുന്നതിനെ സംബന്ധിച്ചുള്ള ചട്ടങ്ങളും പുതുക്കിയിട്ടുണ്ട്. മുൻപ് ഗാർഹിക സംരംഭങ്ങൾക്ക് അനുമതി ഉണ്ടായിരുന്നെങ്കിലും അവയ്ക്ക് തദ്ദേശ ഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് ലൈസൻസുകൾ ലഭിച്ചിരുന്നില്ല. പുതുക്കിയ തീരുമാനം അനുസരിച്ച് ലൈസൻസുകൾ ലഭിക്കുന്നതോടെ വായ്പകൾ നേടുന്നതിനും ഗുഡ്സ് സർവീസ് ടാക്സ് രജിസ്ട്രേഷൻ എടുക്കുന്നതിനെല്ലാം ഉള്ള തടസ്സങ്ങൾ നീങ്ങും.

വലിയ വീടുകളിൽ കുറച്ച് ആളുകൾ താമസിക്കുന്ന കേരളത്തിലെ വീടുകളിൽ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിന് ധാരാളം സ്ഥലം ലഭ്യമാണ്. വിദേശ മലയാളികളുടെ അടക്കം അടഞ്ഞ് കിടക്കുന്ന ധാരാളം വീടുകളുമുണ്ട്. കേരളത്തിന്റെ ഭൂരിഭാഗം വീടുകളും ടെറസിനു മുകളിൽ ഷീറ്റ് മേഞ്ച് മേൽക്കൂര തീർത്തിട്ടുള്ളവയുമാണ്. ഇവയെല്ലാം ഇനി നമുക്ക് ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്കായി ഉപയോഗപ്പെടുത്താനാകും.

ഗാർഹിക ഉത്തരവാദിത്വമുള്ളവീട്ടമ്മമാർക്ക് അടക്കം വീടിനെ സംരംഭക ശാലകളാക്കി മാറ്റി വരുമാനം ആർജ്ജിക്കാൻ കഴിയും. പുറത്ത് പോയി ഉത്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കുന്നതിനായി ബുദ്ധിമുട്ടുള്ളവർക്ക് വീടുകളിൽ തന്നെ സേവന സംരംഭങ്ങളും ആരംഭിക്കാം. എല്ലായിടത്തും ജനങ്ങൾ തിങ്ങി പാർക്കുന്ന കേരളത്തിൽ സേവന സംരംഭങ്ങൾക്കും വലിയ പ്രസക്തി ഉണ്ട്. കേരളത്തിലെ ഗ്രാമങ്ങളിൽ പോലും ആരംഭിക്കാൻ കഴിയുന്ന സേവന സംരംഭമാണ് മൈക്രോ ലോൺട്രി

## മൈക്രോലോൺട്രി ഹബ്ബ്

വീടുകളിലെ വസ്ത്രങ്ങൾ അലക്കി തേച്ച് നൽകുന്ന സേവന സംരംഭമാണ് മൈക്രോലോൺട്രി ഹബ്ബ്. വലിയ ലോൺട്രികൾ വൻകിട യന്ത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ഹോട്ടലുകൾ, ഹോസ്പിറ്റലുകൾ തുടങ്ങിയ വൻകിട വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ സേവനങ്ങൾ നൽകുമ്പോൾ മൈക്രോലോൺട്രി ഹബ്ബ് വളരെ ചെറിയ യന്ത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ഒരു വീട്ടിലെ വസ്ത്രങ്ങൾ അലക്കി ആവശ്യമായ പശ മുക്കി തേച്ച് നൽകുന്ന നൽകുന്ന സംരംഭമാണ്.

ജീവിതത്തിന് വേഗം വർദ്ധിക്കുകയും ഭാര്യയും ഭർത്താവും ജോലിക്കാരാകുകയും ചെയ്തതോടെ വസ്ത്രങ്ങൾ ലോൺട്രിയിൽ കൊടുത്ത് അലക്കിത്തേച്ച് വാങ്ങുന്ന രീതി ഗ്രാമങ്ങളിൽ പോലും വ്യാപകമായി. കൂടാതെ വസ്ത്രധാരണ രീതിയിൽ വന്ന മാറ്റവും ഗുണകരമാണ്. കോട്ടൺ, ലിനൻ വസ്ത്രങ്ങൾ ഭംഗിയോടെ ധരിക്കാൻ പുതുതലമുറപോലും ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു. വീടുകളിൽ ചെയ്യുന്ന അലക്കിനും തേപ്പിനും ഫിനിഷിംഗ് കുറവായതിനാൽ പ്രാദേശികമായുള്ള ചെറുകിട അലക്കു യൂണിറ്റുകളെ ആശ്രയിക്കാൻ ഭൂരിഭാഗവും തയ്യാറാകും. വൻകിട ലോൺട്രികൾ കളക്ഷൻ സെന്ററുകൾ വഴി തുണി ശേഖരിച്ച് അലക്കി തേച്ച് തിരിച്ചെത്തിക്കാൻ 7 മുതൽ 10 ദിവസം വരെ സമയമെടുക്കുന്നു. പ്രാദേശിക ലോൺട്രി ഹബ്ബുകൾ കുറച്ച് വർക്കുകൾ മാത്രം ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനാൽ രണ്ട് മൂന്ന് ദിവസത്തിനുള്ളിൽ ജോലി പൂർത്തീകരിച്ച് നൽകാൻ കഴിയും.

വീട്ടിലുള്ള അംഗങ്ങളും ചുറ്റുവട്ടത്തുള്ള ഒന്നോ രണ്ടോ സ്ത്രീ തൊഴിലാളികളെയും കൂടി ഉൾപ്പെടുത്തി സുഗമമായി പ്രവർത്തനം മുന്നോട്ട് കൊണ്ട് പോകാം. സുലഭമായി വെള്ളം ലഭിക്കുന്ന



**ജീവിതത്തിന് വേഗം വർദ്ധിക്കുകയും ഭാര്യയും ഭർത്താവും ജോലിക്കാരാകുകയും ചെയ്തതോടെ വസ്ത്രങ്ങൾ ലോൺട്രിയിൽ കൊടുത്ത് അലക്കിത്തേച്ച് വാങ്ങുന്ന രീതി ഗ്രാമങ്ങളിൽ പോലും വ്യാപകമായി. കൂടാതെ വസ്ത്രധാരണ രീതിയിൽ വന്ന മാറ്റവും ഗുണകരമാണ്.**

സ്ഥലത്ത് വേണം മൈക്രോലോൺട്രി ഹബ്ബ് ആരംഭിക്കാൻ. കെമിക്കലുകൾ കൂടുതലായി ഉപയോഗിക്കാത്തതിനാൽ പരിസ്ഥിതി മലിനീകരണം ഉണ്ടാകുന്നില്ല. സോപ്പുപൊടിയോ ലിക്വിഡ് ഡിറ്റർജന്റോ ഉപയോഗിച്ച് യന്ത്രത്തിൽ അലക്കുന്നതിനാൽ യൂണിറ്റിനെ പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദമായിത്തന്നെ നിലനിർത്താം.

### മാർക്കറ്റിംഗ്

പ്രാദേശികമായി സ്ഥാപിക്കുന്ന ചെറിയ പരസ്യ ബോർഡുകൾ തന്നെ ധാരാളം. ആവശ്യക്കാർ ലോൺട്രി തേടിയെത്തും. പ്രാദേശികമായുള്ള സമൂഹ മാധ്യമ കൂട്ടായ്മകൾ വഴിയും പ്രചാരണം നടത്താം.

10 മുതൽ 15 സ്ഥിരം കസ്റ്റമേഴ്സുണ്ടെങ്കിൽ സുഗമമായി ലോൺട്രി മുന്നോട്ടുപോകും.

### മൂലധന നിക്ഷേപം

1. ഹെവി ഡ്യൂട്ടി വാഷിംഗ് മെഷീൻ & സ്പിന്നർ	- 2,50,000
2. തേപ്പ് പെട്ടി	- 10,000
3. അനുബന്ധ ചിലവുകൾ	- 15,000
<b>ആകെ</b>	<b>2,75,000.00</b>
പ്രവർത്തന മൂലധനം	50,000





**പ്രവർത്തന വരവ് ചെലവ് കണക്ക്**

ചിലവ് (പ്രതിദിനം 100 വസ്ത്രങ്ങൾ അലക്കി തേച്ചു നൽകുന്നതിനുള്ള ചിലവ് )

- തൊഴിലാളികളുടെ വേതനം - 1650
- ലികിഡ് സോപ്പ് - 100
- ഇലക്ട്രിസിറ്റി ചാർജ്ജ് - 150
- ഇതര ചിലവുകൾ - 100
- ആകെ 2000.00**

**വരവ്**

(പ്രതിദിനം 100 വസ്ത്രങ്ങൾ അലക്കിത്തേച്ച് നൽകുമ്പോൾ ലഭിക്കുന്നത്.)  
 100 എണ്ണം x 60.00 = 6000.00

**ലാഭം**

വരവ് 6000 -2000=4000

**പ്രവർത്തന രീതി**

വസ്ത്രങ്ങൾ തരം തിരിച്ച് ടാഗ് ചെയ്ത് ലികിഡ് സോപ്പ് പിൻ മുക്കിയെടുക്കും. നിശ്ചിത സമയത്തിന് ശേഷം ഹെവി ഡ്യൂട്ടി വാഷിംഗ് മെഷ്യനിൽ അലക്കിയെടുക്കും തുടർന്ന് സ്പിന്നറിൽ ലോഡ് ചെയ്ത്. പിഴിഞ്ഞെടുക്കും പശ മുക്കേണ്ട തുണികൾ റെഡിമെയ്ഡ് സ്റ്റാർച്ചിലോ

ചൗവുരി പശയിലോ മുക്കിയെടുത്ത് ഉണങ്ങിയെടുക്കും. തുടർന്ന് വെള്ളം നനച്ച് കനമുള്ള തേപ്പ്പെട്ടി ഉപയോഗിച്ച് തേച്ചെടുക്കാം. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അനുസരിച്ച് തരം തിരിച്ച് നൽകും.

**യന്ത്രങ്ങളും പരിശീലനവും**

മൈക്രോ ലോൺട്രി യൂണിറ്റ് ആരംഭിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ചെറുകിട യന്ത്രങ്ങളും പരിശീലനവും പിറവം അഗ്രോപാർക്കിൽ ലഭിക്കും. ഫോൺ നമ്പർ 0485-2999990, 2242310, 9446713767

**ലൈസൻസുകൾ, സബ്സിഡി**

ഉദ്യം രജിസ്ട്രേഷൻ, കെ സിഫ്റ്റ് എന്നിവ നേടി വ്യവസായം ആരംഭിക്കാം. പദ്ധതി ചിലവിന് ആനുപാദികമായി വ്യവസായ വകുപ്പിൽ നിന്ന് സബ്സിഡി ലഭിക്കും.





➤ അഡ്വ. അമീർഷാ വി.പി



# എം എസ് എം ഇ സൗഹൃദ കേരളം

നമ്മുടെ കൊച്ചു കേരളത്തെ സംബന്ധിച്ച് എടുത്തു പറയാവുന്ന ഏറ്റവും വലിയ ഗുണമെന്നത് മൂന്നരക്കോടി ജനസംഖ്യയിൽ 64% ഉം യുവാക്കളാണെന്ന വസ്തുതയാണ്. ഒരു സംസ്ഥാനത്തിന് ജനസംഖ്യയിൽ 60%നു മേലെ യുവജന പ്രാതിനിധ്യം ഉണ്ടെങ്കിൽ ബിസിനസ് വളർച്ചക്കും സാമ്പത്തിക അഭിവൃദ്ധിക്കും അതൊരു വലിയ സാഹചര്യം ഒരുക്കുന്നുവെന്നു പറയാം. യുവാക്കളുടെ ജനസംഖ്യ കൂടിയിരിക്കുന്നതോടൊപ്പം നമ്മുടെ കൊച്ചു കേരളത്തിൽ വളരെയേറെ കുതിച്ചു പായുന്ന ബിസിനസ് മേഖലകളാണ് വിദ്യാഭ്യാസം, ആരോഗ്യം, സ്പോർട്സ്, നിർമ്മാണ മേഖലകൾ, ഫാഷൻ മേഖല, ഫുഡ്സ് ആൻഡ് ബീവറേജ്സ്, ടെക്സ്റ്റൈൽ ...എന്നിവ. പറഞ്ഞു വരുന്നത് യുവജന സാന്നിധ്യം കൂടുംതോറും എല്ലാ ബിസിനസ് മേഖലകളും തഴച്ചു വളരാനും പുതിയ മേഖലകൾ കണ്ടെത്തി കൂടുതൽ ജോലി സാധ്യതകൾ വളർത്തിയെടുക്കാനും ഇന്ന് കേരളത്തിന് സാധിക്കും.

ഇനി പറയാൻ പോവുന്നത് കേരളത്തിന് നേടിയെടുക്കാൻ കഴിയുന്ന ഡൊമസ്റ്റിക് & നോൺ ഡൊമസ്റ്റിക് സാമ്പത്തിക വളർച്ച സാധ്യതകളെക്കുറിച്ചാണ്. കൊച്ചുകേരളം എന്ന് പറയുന്നത് കൊണ്ട് തന്നെ ജനസാന്ദ്രത ഏറ്റവും കൂടിയ സംസ്ഥാനവുമാണ് കേരളം. സ്വാഭാവികമായും കേരളത്തിലെ കാർഷിക മേഖല വർഷാവർഷം



# KERALA

## THE No.1 STATE IN INDIA

കുറഞ്ഞു വരുകയും കേരളത്തിലെ പല കാർഷിക കൃഷി രീതികളും കാലത്തിനനുസരിച്ചു ലഭ്യമാകാതെ അവസ്ഥയും നിലനിൽക്കുന്നു. കാർഷിക മേഖലയിൽ നാനോ എഞ്ചിനീയറിംഗ് നടപ്പിലാക്കിയാൽ മാത്രമേ കാർഷിക രംഗത്ത് കേരളത്തിന് ഇനി മുന്നോട്ട് പോവാൻ കഴിയൂ. ഈ മേഖലയിൽ കൂടുതൽ പഠനങ്ങളും പതിയെ മോഡൽ കൃഷിരീതികളും കേരളത്തിൽ പരീക്ഷിക്കപ്പെടുകയും അത് തെളിയിക്കപ്പെടുകയും ചെയ്യണം. അതേയവസരത്തിൽ മറ്റു മേഖലകളിൽ തീർച്ചയായും കേരളത്തിന് വലിയൊരു കുതിച്ചു ചാട്ടത്തിനു ഇനിയും ധാരാളം അവസരങ്ങളുണ്ട് എന്ന് കൂടി നമ്മൾ തിരിച്ചറിയണം. ഈ അവസരങ്ങൾ നേടിയെടുക്കാൻ ഓരോ കേരളീയനും ഒരു ചെറുകിട സംരംഭകൻ ആവുക എന്നതാണ് നമ്മൾ ലക്ഷ്യം വെക്കേണ്ടത്. പുതിയ തലമുറയിലെ കുട്ടികൾ ഒരു പ്ലസ് ടു ലെവലിൽ എത്തുമ്പോഴേക്കും അവർക്ക് ധാരാളം വ്യാവസായിക സംരംഭക ക്ലസ്റ്ററുകളിൽ പങ്കെടുക്കാനും അവയിൽ നിന്നും പ്രചോദനം ഉൾക്കൊണ്ടുകൊണ്ട് പുതിയ കാൽവെപ്പുകൾ നടത്താനും കുട്ടികൾക്ക് കഴിയണം. ഇത്തരം പ്രോഗ്രാമുകളിൽ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട പ്രധാന വിഷയമെന്തെന്ന് ഏറ്റവും ചിലവ് കുറഞ്ഞ / എന്നാൽ വിജയിക്കാൻ സാധ്യതയുള്ള ബിസിനസ് കണ്ടെത്തി പുതിയ രംഗത്തേക്ക് വരാൻ യുവാക്കളെ സജ്ജരാക്കണം നമ്മൾ.

അതുപോലെ തന്നെ ആൺ പെൺ വ്യത്യാസമില്ലാതെ ഏതൊരു കുട്ടിയിലും ഒരു സംരംഭകനെ കണ്ടെത്താൻ കഴിയുന്ന ട്രെയിനിങ് പ്രോഗ്രാമുകൾ ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്നതോടൊപ്പം കൃത്യമായി ഇത്തരം പ്രോഗ്രാമുകൾ നടക്കുന്നുവെന്നും അതിലൂടെ വർഷംതോറും കേരളത്തിൽ പുതിയ ചെറുകിട സംരംഭകർ വളർന്നുവരുന്നുവെന്നും നമ്മൾ ഉറപ്പുവരുത്തണം. തീർച്ചയായും വളരെ ചെറുപ്പത്തിലേ ഓരോ യുവാക്കളും ഇത്തരം മേഖലകളിൽ കൈവയ്പ്കാൻ തുടങ്ങിയാൽ കേരളത്തിലെ സാമ്പത്തിക മേഖല കൂടുതൽ കരുത്താർജ്ജിക്കുകയും സേവന മേഖലകളിൽ കൂടുതൽ മത്സരം നിലനിൽക്കുന്നതോടൊപ്പം കേരളത്തിലെ വിലക്കയറ്റം ഒരു പരിധിവരെ കുറച്ചു കൊണ്ട് വരാനും നമുക്ക് കഴിയും. കേരളം ഒരു കൺസ്യൂമർ സ്റ്റേറ്റ് എന്ന് പറയുന്നതോടൊപ്പം നമ്മുടെ വരുമാനം കൂടുതൽ ഇതര സംസ്ഥാനങ്ങളിലേക്ക് ഒഴുകുന്നതും കേരളം നേരിടുന്ന വെല്ലുവിളിയാണ്. കേരളത്തിലെ യുവാക്കൾ കൂടുതൽ ഐ ടി, മാനേജ്മെന്റ്, ടൂറിസം, ഫാർമ, ചൈൽഡ് കെയർ, ട്രാൻസ്പോർട്ടേഷൻ, മാർക്കറ്റിംഗ്, ബിസിനസ് ഇന്റഗ്രേഷൻ, ഫിനാൻസ്, ആർക്കിടെക്ചർ, എന്നീ മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നു വരുമ്പോൾ കൂടുതൽ ജോലി സാധ്യതകൾ കേരളത്തിൽ ഉണ്ടാവുകയും മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളിലെ ബിസിനസ്സ് പോലും നമുക്ക് ഇവിടെ നിന്നുകൊണ്ട് നിയന്ത്രിക്കാനും സാമ്പത്തിക ലാഭം നേടാനും കഴിയും.

കേരളവും കേരളത്തിലെ ബിസിനസ്സ് സാധ്യതകളും കൂടുതൽ ശ്രദ്ധയോടെ കേരളത്തിലേക്ക് കൂടുതൽ ചെറുകിട ബിസിനസ്സ് സംരംഭകരെ കൊണ്ട് വരാനും കേരളത്തിലെ യുവാക്കൾക്ക് തങ്ങളുടെ ബിസിനസ്സ് മേഖലകൾ ഒരു തടസ്സവുമില്ലാതെ മുന്നോട്ട് കൊണ്ട് പോവാനും കഴിയും വിധം നമ്മൾ സൂക്ഷ്മതയോടെ ഈ വിഷയങ്ങളെ തുടക്കം മുതൽ തന്നെ കൈകാര്യം ചെയ്യണം. ഒരാൾ ഒരു സംരംഭകപദ്ധതി പദ്ധതിയെടുത്ത് തലം മുതൽ കൊണ്ട് വരാൻ തുടങ്ങിയാൽ വേണ്ടപ്പെട്ട അധികാരികൾ അതിന് വേണ്ടി അഹോരാത്രം ശ്രമം നടത്തി നിയമപരമായി ഇത്തരം പദ്ധതികൾ കേരളത്തിൽ വരാനും കൂടെ നിന്ന് വിജയിപ്പിച്ചെടുക്കാനും ശ്രമങ്ങൾ നടത്തണം. എന്നാൽ മാത്രമേ കേരളത്തിലെ ചെറുകിട സംരംഭക മനോഹതി നേരായ രീതിയിൽ മുന്നോട്ട് പോവുകയുള്ളൂ. അധികാരികൾ ഒരിക്കലും സംരംഭകരെ തളർത്തുംവിധം നിയമങ്ങൾ പറഞ്ഞു പേടിപ്പിക്കാതെ സംരംഭകരെ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തുകഴിഞ്ഞാൽ അത് എവിടെവരെ എത്തിയെന്നു വരെ കണ്ടെത്താൻ നമ്മുടെ പദ്ധതികൾക്കും ഇടപെടലുകൾക്കും കഴിയണം. സംരംഭകസഹൃദം എന്നത് ഗവൺമെന്റ് പറഞ്ഞാൽ മാത്രം നടക്കുന്ന കാര്യമല്ല മറിച്ച്

**ചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ച്**

**കേരളം**

രണ്ടര വർഷം കൊണ്ട്

**3 ലക്ഷം MSMEs**

PRajeeve Minister for Law, Industries & Coir



**Kerala's First Private Industrial Park Unveiled**

**Marking History**



താഴെക്കിടയിൽ നിന്നും നല്ല പ്രവർത്തനം കാഴ്ചവെച്ചു മുന്നോട്ട് വരുകയും ഒന്നിച്ചു വിജയിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യേണ്ട വസ്തുതയാണ്.

ലോകമൊട്ടുക്കും എ ഐ സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ കടന്നു കയറ്റത്തിൽ ബിസിനെസ്സ് മേഖലകളിൽ വളരെയേറെ ശ്രദ്ധേയമായ മാറ്റങ്ങൾ കൊണ്ട് വരുകയും അവസരങ്ങൾക്കും ആവശ്യങ്ങൾക്കും അനുയോജ്യമായ രീതിയിൽ ചടുലമായ നീക്കങ്ങൾ നടത്തുകയും ചെയ്യുമ്പോൾ നമ്മൾക്ക് കേരളീയർക്ക് ഒരിക്കലും കയ്യും കെട്ടി നോക്കി നിൽക്കാൻ കഴിയില്ല. മറിച്ച് ഇത്തരം മേഖലയിൽ തങ്ങളുടെ ബിസിനെസ്സും അതുപോലെ ബിസിനസ് സാധ്യതകളും നിലനിർത്താനും പുതിയ കാൽവെപ്പുകൾ നടത്താനും നമ്മൾക്ക് കഴിയണം. കേരളത്തിലെ ജനങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക അഭിവൃദ്ധി, ആരോഗ്യം, വിദ്യാഭ്യാസം, പുതിയ തൊഴിൽ സംസ്കാരം എന്നിവ ഊർജ്ജസ്വലതയോടെ വളർത്തിയെടുക്കാൻ ഓരോ വ്യക്തിയുടെയും സംരംഭകത്വ മനോഭാവം കൂടിയേ തീരൂ. ഓരോ കേരളീയനും പരസ്പരം കാണുമ്പോൾ ആദ്യം നിങ്ങളുടെ ബിസിനെസ്സ് എന്താണ് എന്ന് ചോദിക്കാനും അത്തരം ചോദ്യങ്ങൾക്ക് തങ്ങളുടെ ബിസിനെസ്സ് പരിചയപ്പെടുത്താനും ഓരോരുത്തർക്കും കഴിഞ്ഞാൽ കേരളം എല്ലാ രംഗത്തും തിളങ്ങി നിൽക്കും.

കേരളത്തിൽ ഒരു സംരംഭം തുടങ്ങാൻ ആർക്കും ഒരു തടസ്സവുമില്ല എന്ന് മാത്രമല്ല ഗവണ്മെന്റ് അതിനു വേണ്ട എല്ലാ പ്രോത്സാഹനവും നൽകിവരുകയും ചെയ്യുന്നു. പക്ഷെ ഓരോ സംരംഭകനും തങ്ങളുടെ ബിസിനെസ്സ് പ്രൊജക്ട് / സംരംഭക പദ്ധതി കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമതയോടെ അവതരിപ്പിക്കുകയും അതിന്റെ വിജയ സാധ്യത 100% ഉണ്ടെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്തുകയും ചെയ്യുകയും വേണം. അറിവുള്ള മേഖലകളിൽ ഓരോ സംരംഭകനും തുടക്കം കുറിക്കുക, നിങ്ങൾ തുടങ്ങുന്ന സംരംഭക പദ്ധതിയെ കുറിച്ച് ഏതൊരാളുടെ മുമ്പിലും അതിനെ ശാസ്ത്രീയമായും സാമ്പത്തികമായും വിജയിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന പദ്ധതിയാണെന്ന് തെളിയിക്കാനും ബോധ്യപ്പെടുത്താനും ഓരോ സംരംഭകനും കഴിയണമെന്നുമാത്രം.

ഇകിറ്റി ഇന്ത്യ & റിസർച്ച്, മൈൻഡ് മാഗ്ന എന്നീ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സാരഥിയാണ് Adv. Ameersha VP. കഴിഞ്ഞ ഇരുപത് വർഷമായി മാർക്കറ്റിങ്, റിസർച്ച്, സെക്കോളജി & കൗൺസിലിംഗ് എന്നീ മേഖലകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. ബന്ധപ്പെടാനുള്ള നമ്പർ 8547484769

➤ നിഷിക് നാരായൺ

# AGMARK:

## ഗുണനിലവാരത്തിന്റെയും വിശ്വാസത്തിന്റെയും കാർഷികമുദ്ര



നാം എന്നത് what we eat ആണെന്നാണ് പറയുന്നത്. എന്നാൽ അതിന്റെ ഉറപ്പു നമ്മൾ വാങ്ങുന്ന ആഹാര വസ്തുക്കളിൽ ഗുണ നിലവാരം ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേയുള്ളൂ. ഭക്ഷ്യ സുരക്ഷയും ഗുണ നിലവാരവും ഉറപ്പാക്കേണ്ടത് ഇന്ന് വെറും ഒരു ഓപ്ഷനല്ല അത് ഓരോ ഉപഭോക്താവിന്റെയും അവകാശമാണ്. അത്തരം സുരക്ഷിതമായ, ശുദ്ധിയേറിയ ഉത്പന്നങ്ങൾ ഉറപ്പാക്കുന്നതിനായി ഇന്ത്യൻ കർഷികമേഖലയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടൊരു പങ്ക് വഹിക്കുന്നതാണ് AGMARK സർട്ടിഫിക്കേഷൻ.

1937-ലെ കാർഷികോത്പന്ന (തരംതിരിക്കലും വിപണനവും) നിയമനിർമ്മാണത്തിനു ശേഷം, 'അഗ്മാർക്ക്' എന്നത് ഇന്ത്യയിൽ ഉത്പന്നങ്ങളുടെ കലർപ്പില്ലായ്മയുടെയും ഗുണത്തിന്റെയും ദേശീയ ചിഹ്നമായിത്തീർന്നിട്ടുണ്ട്. വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിലും വിവിധ സാഹചര്യങ്ങളിലുമുള്ള കാർഷികോത്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണത്തിന് വൻ തോതിൽ വ്യത്യാസമുണ്ടാകുന്നു.

എന്നാൽ ഈ ഗുണവ്യത്യാസം വില നിലവാരത്തിൽ അർഹമാം വിധം പ്രതിഫലിക്കുന്നതുമില്ല. തത്ഫലമായി ഉത്പാദകർക്ക് ഗുണ നിലവാരമുള്ള സാധനങ്ങൾ ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്നതിൽ താല്പര്യം കുറയാൻ തുടങ്ങി. അങ്ങനെ നല്ല സാധനങ്ങൾ ഗൃഹാവശ്യങ്ങൾക്കും വ്യാവസായികാവശ്യങ്ങൾക്കും മറ്റും ലഭിക്കാൻ പ്രയാസം നേരിട്ടു. ഉത്പന്നങ്ങൾക്കു പൊതുവായ ഒരു ഗുണനിലവാരമില്ലെന്നായപ്പോൾ വ്യാപാര രംഗത്ത് മായം ചേർക്കലുൾപ്പെടെയുള്ള അഴിമതികൾ നടമാടാൻ തുടങ്ങി. ഈ പ്രശ്നങ്ങൾക്കെല്ലാമുള്ള ഒരു പരിഹാരമെന്ന നിലയിലാണ് മുൻപൊന്ന നിയമം പ്രാവർത്തികമാക്കിയത്.

"AGMARK" എന്നത് "Agricultural Marketing" എന്ന സംജ്ഞയുടെ ചുരുക്ക രൂപമാണ്. വർഷങ്ങളായി ഇതു കൃഷി ഉത്പന്നങ്ങൾക്കുള്ള ഗുണ നിലവാര ചിഹ്നമായി അറിയപ്പെടുന്നു. ക്ഷീരോത്പന്നങ്ങൾ,

സസ്യ-എണ്ണകൾ, മുട്ടകൾ, പഴവർഗങ്ങൾ, പഴവർഗോൽപന്നങ്ങൾ, കാപ്പി, ഗോതമ്പ്, അരി, പരുത്തി, അടയ്ക്ക, ടർപന്റയിൻ, റബ്ബർ, കമ്പിളി, പുകയില, തുകൽ സാധനങ്ങൾ തുടങ്ങി നാല്പ്പതിലധികം ഉൽപന്നങ്ങളുടെ ഇരുന്നൂറ്റിയൻപതോളം ഇനങ്ങൾക്ക് അഗ്മാർക്ക് നൽകപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന് ഈ മുദ്ര ലഭിച്ചാൽ, ഉപഭോക്താവിന് ആ ഉൽപ്പന്നം സുരക്ഷിതമാണെന്നും ഉയർന്ന നിലവാരത്തിലുള്ളതാണെന്നും തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയുന്നു. അപ്പോൾ തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഈ സർട്ടിഫിക്കേഷൻ നേടുക എന്നുള്ളത് ഓരോ ഉൽപ്പാദകന്റേയും ധർമ്മികമായ ഉത്തരവാദിത്വമായി മാറുന്നു. എന്നാൽ ഇത് ഒരു ഉൽപ്പാദകൻ നിർബന്ധമായി എടുക്കേണ്ടുന്നതല്ല. പക്ഷേ ഇതുണ്ടുവെങ്കിൽ ഗുണനിലവാരം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നത് കൊണ്ട് തന്നെ ബിസിനസ് മെച്ചപ്പെടുവാൻ ഏറെ സഹായപ്രദമായ ഒന്നാണ്.



**AGMARK സർട്ടിഫിക്കേഷൻ നൽകുന്ന ഏജൻസി**

1937-ലെ കാർഷികോൽപന്ന (തരം തിരിക്കലും മാർക്കിംഗും) നിയമം അനുസരിച്ച് ഇന്ത്യയിലെ കൃഷിമന്ത്രാലയത്തിന് കീഴിലുള്ള Directorate of Marketing and Inspection (DMI) ആണ് ഇത് നിയന്ത്രിക്കുന്നത്. DMIയുടെ പ്രധാന ഓഫീസ് ഹരിയാനയിലെ ഫരിദാബാദിലാണ്. വിവിധ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ DMI യുടെ പ്രദേശീയ ഓഫീസുകളും AGMARK ലാബുകളും പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. കേരളത്തിൽ കൊച്ചിയിലാണ് റിജിയണൽ ഓഫീസ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്.

- സാധുവായ ഇമെയിൽ ഐ.ഡി, മൊബൈൽ നമ്പർ ഉണ്ടാവണം
- PAN/TAN നമ്പർ ഉണ്ടാവണം
- രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത ഓഫീസ്/ലാബ് ഉണ്ടായിരിക്കണം
- ഉൽപ്പന്ന ഗുണനിലവാരം ഉറപ്പാക്കാൻ ക്വാളിറ്റി കൺട്രോൾ സംവിധാനം ആവശ്യമാണ്.

**AGMARK സർട്ടിഫിക്കേഷന്റെ ഗുണങ്ങൾ**

1. കർഷകർക്ക് വിപണിയിൽ കൂടുതൽ വില ലഭിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു
2. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ശുദ്ധതയും വിശ്വാസവും സംബന്ധിച്ച് ഉറപ്പ് ലഭിക്കുന്നു
3. അന്താരാഷ്ട്ര വിപണികളിൽ മത്സരിക്കാൻ സാധിക്കും
4. വില സ്ഥിരതയും ഇടനിലക്കാരുടെ അമിതലാഭം തടയാനും സഹായിക്കുന്നു
5. ട്രാൻസാക്ഷൻ റിസ്ക് കുറയും ഉൽപാദകർക്കും വിറ്റു തരുന്നവർക്കും

**ആവശ്യമായ ഡോക്യുമെന്റുകൾ എന്തൊക്കെ**

1. Company documents (Memorandum of Association/Partnership deed)
2. ബിസിനസിന്റെ ബന്ധപ്പെടാനുള്ള വിലാസം
3. ലാബ് സംബന്ധിയായ വിവരങ്ങൾ
4. FSSAI Licence
5. പാക്കിങ്ങ് സംബന്ധിയായ വിവരങ്ങൾ
6. ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ പേര്
7. ലാബ് ടെസ്റ്റ് റിപ്പോർട്ട് (AGMARK അംഗീകൃത ലാബിൽ നിന്നുള്ളത്)
8. സാമ്പത്തിക വിവരം ഉൽപ്പന്നം എത്ര കി.ഗ്രാം വിറ്റു തുടങ്ങിയവ

**AGMARK രജിസ്ട്രേഷനിലേക്ക് അർഹതയുള്ളവർ**

- അപേക്ഷകൻ ഇന്ത്യൻ പൗരൻ ആയിരിക്കണം
- രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത കമ്പനി ആവണം

**AGMARK രജിസ്ട്രേഷൻ നടപടിക്രമം**

ആദ്യമായി നോക്കേണ്ടത് നമ്മുടെ ഉൽപ്പന്നം അഗ്മാർക്ക് ലഭിക്കുവാൻ അർഹതയുള്ളതാണോ എന്നതാണ്. ഇത് <https://dmi.gov.in/> സൈറ്റിൽ നിന്ന് അറിയുവാൻ സാധിക്കും.

**Step 1: അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കുക**

- <https://dmi.gov.in/> എന്ന വെബ്സൈറ്റ് വഴി ഓൺലൈനായി അപേക്ഷിക്കുവാൻ കഴിയും.
- അല്ലെങ്കിൽ DMI ഓഫീസിൽ നേരിട്ട് ഫിസിക്കൽ ഫോമും നൽകാം. Form A ആണ് അപേക്ഷ ഫോം

**Step 2: ഡോക്യുമെന്റുകളും ഫീസും**

- ആവശ്യമായ രേഖകൾ സംയോജിപ്പിച്ച്, ഫോം A-യിലേക്ക് ചേർക്കുക
- Demand Draft വഴി ഫീസ് അടക്കാം
- ഫീസ് ഉൽപ്പന്ന തരം അനുസരിച്ചാണ്

**Step 3: അപേക്ഷ DMIലേക്ക് സമർപ്പിക്കുക**

- മാനദണ്ഡങ്ങൾ പാലിക്കുന്ന ലാബ് ഉണ്ടെന്നു സ്ഥിരീകരിച്ച ശേഷം മാത്രം അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കാൻ കഴിയും

**Step 4: ലൈസൻസ് ലഭിക്കുക**

എല്ലാ പരിശോധനകളും കഴിഞ്ഞാൽ, Grading-approved laboratory access ലഭിക്കും

അപ്പോൾ Form A-3 ഉപയോഗിച്ച് അംഗീകൃത ലാബിന്റെ അനുമതി പത്രം സമർപ്പിക്കണം

പരിശോധനയിൽ പാസാകുന്ന ഉൽപ്പന്നത്തിന് AGMARK ലൈസൻസ് ലഭിക്കും

പിന്നീട് ഉൽപ്പന്നത്തിൽ AGMARK മുദ്ര ഉപയോഗിക്കാം


**മറ്റു വിവരങ്ങൾ**

കാർഷികോത്പന്നങ്ങളുടെ ഭൗതികവും ആന്തരികവുമായ സവിശേഷതകൾ ശരിയായ രീതിയിൽ പരിശോധിച്ച ശേഷമാണ് അവയുടെ തരം തിരിക്കലിനുള്ള നിലവാരം തിട്ടപ്പെടുത്തുന്നത്. ഉത്പന്നങ്ങളുടെ തൂക്കം, ആകൃതി, വലിപ്പം, നിറം, അപദ്രവ്യങ്ങൾ, കേടുപാടുകൾ, ഗുണത്തെ ബാധിക്കുന്ന ഈർപ്പം, ചൂട് തുടങ്ങിയവ കൊണ്ടുണ്ടാകുന്ന കേടുകൾ എന്നിവയെല്ലാം ഇക്കാര്യത്തിൽ പരിഗണിക്കപ്പെടുന്നു. നിയമാനുസരണം തിട്ടപ്പെടുത്തുന്ന നിലവാരത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉത്പന്നങ്ങളെ തരംതിരിച്ച് വിപണനമുദ്ര (അശ്മാർക്ക്) യോടു കൂടി വില്പന നടത്തുവാൻ സന്നദ്ധമാകുന്ന വ്യക്തികൾക്കും സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും അതിന് അധികാരപത്രം നല്കുന്നു. ഗവൺമെന്റിന്റെ കാർഷിക വിപണനോപദേശാവാൻ ഇങ്ങനെ അധികാരപത്രങ്ങൾ അനുവദിച്ചു കൊടുക്കുന്നത്. ചില കയറ്റുമതിച്ചരക്കു

കൾക്ക് ഇത്തരം തരംതിരിക്കലും മുദ്ര ചാർത്തലും നിർവ്വഹിക്കുന്നതിനായിട്ടുണ്ട്.

ക്ഷേമസുരക്ഷയുടെയും ഗുണനിലവാരത്തിന്റെയും കാലഘട്ടത്തിലാണ് നാം ഇന്ന് ജീവിക്കുന്നത്. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ AGMARK പോലുള്ള സർട്ടിഫിക്കേഷനുകൾ കാർഷികോത്പന്നങ്ങൾക്ക് ഗുണനിലവാരത്തിൽ ഒരു ഉറപ്പ് നൽകുകയും ഉപഭോക്താവിന്റെ വിശ്വാസം നേടിയെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കർഷകർക്ക് വിപണിയിൽ കൂടുതൽ വില ലഭിക്കാൻ, ഉത്പാദകർക്ക് അന്താരാഷ്ട്ര തലത്തിൽ വ്യാപാരാവസരങ്ങൾ നേടാൻ, പൊതുവേ കാർഷിക മേഖലയെ വിപുലീകരിക്കാനും പരിഷ്കരിക്കാനും AGMARK ഒരു ശക്തമായ ചുവടു വയ്പാണ്.









എല്ലാ ഉത്പാദകരും ഈ സാധ്യതയിലേക്കു ശ്രദ്ധയൂന്നി, ആവശ്യമായ മാനദണ്ഡങ്ങൾ പാലിച്ച് AGMARK സർട്ടിഫിക്കേഷൻ നേടുകയാണെങ്കിൽ, അത് അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് മാത്രം അല്ല ഉപഭോക്താക്കൾക്കും രാജ്യത്തിനും ഗുണകരമാകുന്ന വലിയൊരു മുന്നേറ്റമായിരിക്കും.



**nishaniya**  
PRINTERS

Office : Santhosh Arcad, Opp. Canara Bank, Shoranur  
Press : Balabhadra Devi Temple Road, Manjakkad, Shoranur

**Mob: 9846 756 756 | 9846 555 265**  
sajunishaniya@gmail.com | www.nishaniya.com

ALL LASER COLOUR PRINTING | BINDING ALL TYPES | CLOTH, PLEX, VINYL PRINTING | THANKS CARD PRINTING | ID CARD & BADGE PRINTING | ENVELOPE PRINTING | TROPHIES & MEMORANDOS | SEAL MAKING | SIGN STAMPER | BIDDING CARD PRINTING | LETTER HEAD PRINTING | BROCHURE PRINTING | BOOK PRINTING | VOTING CARD PRINTING | ECTER PRINTING | LAMINATION | STICKER PRINTING | LOGO DESIGNING | BILL BOOK PRINTING | COLOUR & B/W PHOTOSTAT | NOTICE PRINTING | ALL LASER COLOUR PRINTING | BINDING ALL TYPES | THANKS CARD PRINTING | ID CARD & BADGE PRINTING | ENVELOPE PRINTING



▶ റി. എസ്. ചന്ദ്രൻ

# വിദ്യാർത്ഥികളെ... വരു നമുക്ക് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ തുടങ്ങാം

രണ്ടു വിഷയങ്ങൾക്ക് എ പ്ലസ് കിട്ടാത്തതിനാൽ ആത്മഹത്യ ചെയ്ത കുട്ടിയുണ്ട് നമ്മുടെ പ്രബുദ്ധ കേരളത്തിൽ. എല്ലാത്തിനും എ പ്ലസ് നേടുന്നതാണ് ജീവിതവിജയം എന്ന ഒരു പൊതുബോധം നമ്മളെ എങ്ങനെയോ ബാധിച്ചിരിക്കുന്നു. എ പ്ലസ് ലഭിച്ചവർക്കും ലഭിക്കാത്തവർക്കും വലിയ ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് എത്താൻ കഴിയുന്ന നിരവധി മാർഗ്ഗങ്ങൾ നമുക്ക് ചുറ്റുമുണ്ട്. അതിൽ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ് സംരംഭ മേഖല. അതിൽ തന്നെ യുവാക്കൾക്ക് ശോഭിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഏറ്റവും മികച്ച ഒരു മേഖലയാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ.

സമൂഹത്തിലെ വിവിധ തലങ്ങളിൽ നിലനിൽക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ പിൻബലത്തോടെ പരിഹാരം കണ്ടെത്തുക എന്നുള്ളതാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ അടിസ്ഥാനം. നിലവിൽ ഇല്ലാത്ത ഒരു സംവിധാനം അവതരിപ്പിക്കുന്നു എന്നുള്ളത് കൂടിയാണ്. നിലവിലുള്ള ഒരു പ്രശ്നം പരിഹരിക്കുന്നതിന്

നൂതന സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ സഹായത്തോടെ ഇന്നവേറ്റീവ് ആയ ഒരു ബിസിനസ് ആശയം നടപ്പാക്കുന്നതിനെയാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നത്. ഇതാവട്ടെ ഏറ്റവും ലാഭകരമായും വിജയകരമായും ചെയ്യാൻ സാധ്യതയുള്ള സംരംഭമേഖലയാണ്.

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ തുടങ്ങുന്നതിനും വിജയിപ്പിക്കുന്നതിനും മനസ്സിലാക്കേണ്ട പ്രധാന കാര്യങ്ങളാണ് ഇവിടെ വിവരിക്കുന്നത്.

## 1- പ്രശ്നങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക

നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ നിരവധി പ്രശ്നങ്ങൾ നിലനിൽക്കുന്നു. കാലാവസ്ഥാ വ്യതിയാനം, ജെൻഡർ ഇകാളിറ്റി, വിദ്യാഭ്യാസ സംവിധാനങ്ങൾ, ഭക്ഷണം, പാർപ്പിടം, സാമൂഹ്യ സുരക്ഷ, യുദ്ധം, ക്രിമിനലുകൾ, സമാധാനം, ജയിലുകൾ, ആരോഗ്യരക്ഷ, മാനസിക ആരോഗ്യം, ഗതാഗതം, സ്വത്തു തർക്കങ്ങൾ, അതിർത്തി തർക്കങ്ങൾ, കുടുംബ ബന്ധങ്ങൾ, കുട്ടികളുടെയും വൃദ്ധരുടെയും



പരിപാലനം, സ്ത്രീ സുരക്ഷ, തൊഴിലാളികളെ ലഭിക്കാത്ത അവസ്ഥ, വിദ്യാർത്ഥികളുടെയും യുവാക്കളുടെയും കുടിയേറ്റം, തൊഴിലാളികൾക്ക് വേണ്ടത്ര നൈപുണ്യമില്ലാത്ത അവസ്ഥ, അങ്ങനെ നിരവധി മേഖലകളിൽ പ്രശ്നങ്ങൾ നിലനിൽക്കുന്നു. ഈ പ്രശ്നങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക എന്നുള്ളതാണ് ആദ്യം ചെയ്യേണ്ടത്. സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ തുടങ്ങേണ്ടത് പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്നാണ് എന്ന് ചുരുക്കം.

**2- ആശയങ്ങൾ/പരിഹാരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക**

നിങ്ങൾ കണ്ടെത്തിയ പ്രശ്നങ്ങൾ എങ്ങനെ പരിഹരിക്കാം എന്ന് ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യകളിലൂടെ കണ്ടെത്തുക. ഇതിനായി ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസ്, മെഷീൻ ലേണിംഗ്, ഇന്റർനെറ്റ്, റോബോട്ടിക് ആപ്ലിക്കേഷൻ എന്നിവയെല്ലാം ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കാം. അത്തരം ആശയങ്ങൾ മുന്നോട്ടുവെക്കുക, വൈവിധ്യങ്ങളായ ആശയങ്ങൾ നാം സ്വീകരിക്കുക, അതിൽ ഏറ്റവും യോജ്യമായ ആശയം പ്രായോഗികമായി കൊണ്ടുവരാൻ ശ്രമിക്കുക. പുതുതായുള്ളതും മികച്ച സാങ്കേതിക ക്ഷമതയുള്ളതുമായ ആശയങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ ശ്രമിക്കുമ്പോഴാണ് നിങ്ങൾക്ക് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ പരിഗണനയും പിന്തുണയും ലഭിക്കുക.

**3- ആശയത്തെ ഇൻകുബേറ്റ് ചെയ്യുക.**

പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിന് നാം ഉണ്ടാക്കിയെടുത്ത നിരവധി ആശയങ്ങളിൽ നിന്നും തിരഞ്ഞെടുത്ത ആശയം പ്രായോഗികമായി വിജയിക്കുമോ ഇല്ലയോ എന്നുള്ള പരീക്ഷണമാണ് ഇൻകുബേഷൻ. നമുക്ക് ചുറ്റും നിരവധി ഇൻകുബേഷൻ കേന്ദ്രങ്ങൾ ഉണ്ട്. കാർഷിക അധിഷ്ഠിത ഭക്ഷ്യ സംസ്കരണ സംരംഭങ്ങൾക്ക് കാർഷിക യൂണിവേഴ്സിറ്റികൾ, ഫുഡ് ടെക്നോളജി ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടുകൾ, മാംസം, മുട്ട, പാൽ, ജീവികൾക്കുള്ള ഭക്ഷണം, തുടങ്ങിയവയ്ക്ക് കെ-വാസു (കേരള വെറ്റിനറി ആൻഡ് അനിമൽ സയൻസ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി) മത്സ്യം പോലുള്ള സംരംഭങ്ങൾക്ക് മത്സ്യ ഗവേഷണ സ്ഥാപനങ്ങൾ, സാങ്കേതിക വിദ്യയിൽ ഊന്നിയ സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഐ.ഐ.ടികൾ, എൻ.ഐ.ടി കൾ, എൻജിനീയറിങ് കോളേജുകൾ, പോളിടെക്നിക്കുകൾ അതുപോലെ വിഷയ അധിഷ്ഠിത സാങ്കേതിക സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇവിടെ വിദ്യാർത്ഥികളുടെ ആശയങ്ങൾ ഇൻകുബേറ്റ് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള സൗകര്യം ഉണ്ട്. അതുപോലെ കേരള സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷൻ വളരെ ചുരുങ്ങിയ ചിലവിൽ ഇൻകുബേഷൻ സൗകര്യങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. പിറവം ആഗ്രഹം പാർക്ക് പോലെ സ്വകാര്യ ഇൻകുബേഷൻ കേന്ദ്രങ്ങളും രാജ്യത്ത് ഫലപ്രദമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു.



**പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിന് നാം ഉണ്ടാക്കിയെടുത്ത നിരവധി ആശയങ്ങളിൽ നിന്നും തിരഞ്ഞെടുത്ത ആശയം പ്രായോഗികമായി വിജയിക്കുമോ ഇല്ലയോ എന്നുള്ള പരീക്ഷണമാണ് ഇൻകുബേഷൻ. നമുക്ക് ചുറ്റും നിരവധി ഇൻകുബേഷൻ കേന്ദ്രങ്ങൾ ഉണ്ട്.**

**4- വാണിജ്യവൽക്കരിക്കുക**

ഇൻകുബേറ്റ് ചെയ്തെടുത്ത ആശയങ്ങളുടെ പ്രായോഗിക ക്ഷമതയാണ് വാണിജ്യവൽക്കരണം. എത്ര വിജയകരമായി വാണിജ്യ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രൂപപ്പെടുത്തിയെടുത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വിൽക്കാൻ കഴിയും എന്നുള്ളതാണ് ഈ ഘട്ടത്തിൽ പരിശോധിക്കേണ്ടത്.

പൊതുവേ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ വിജയ നിരക്ക് കുറവാണ് എങ്കിലും വിജയിക്കാനുള്ള സാധ്യതകൾ ഏറെയാണ്. ഒരു ആശയം വിജയിച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ തിരിഞ്ഞു നോക്കേണ്ടി വരില്ല എന്നുള്ളതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം. മികച്ച രീതിയിൽ വാണിജ്യവൽക്കരിക്കുക എന്നുള്ളതാണ് വിജയത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം. അത്തരത്തിൽ ഒരു ലക്ഷ്യം മുന്നിൽ കണ്ടു കൊണ്ട് വേണം ആശയങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുക്കാനും ഇൻകുബേറ്റ് ചെയ്യാനും. എന്നാൽ ഇങ്ങനെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന ആശയങ്ങൾ എല്ലാം അതേ രീതിയിൽ തന്നെ വാണിജ്യവൽക്കരിക്കാൻ കഴിയണമെന്നില്ല. വിജയിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വലിയ നേട്ടം ഉണ്ടാക്കാൻ കഴിയും.

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ വിജയനിരക്ക് ശരാശരി 20% ആണ്. എന്നാൽ ഇതിൽ ആശങ്കപ്പെടേണ്ട യാതൊരു കാര്യവുമില്ല. 2016-ൽ 5000 സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നിടത്താണ് ഇന്ന് ഒന്നര ലക്ഷത്തോളം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ രാജ്യത്ത് കാണുന്നത്. ഇങ്ങനെ വാണിജ്യവൽക്കരിക്കുന്നതിൽ പരാജയപ്പെടുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ പരിഷ്കരിച്ച് പുതിയ മോഡലുകളും പുതിയ രീതികളും ആവിഷ്കരിച്ച് വിജയത്തിലേക്ക് എത്തിക്കുന്ന സാഹചര്യവും നമുക്ക് കാണാൻ കഴിയും.



**ഒരു പ്രശ്നം പരിഹരിക്കാൻ ഒരു മാർഗ്ഗം കണ്ടെത്തിയ സ്ഥാപകൻ അല്ലെങ്കിൽ സംരംഭകനാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഉടമ. സോളോ ഫൗണ്ടർ അല്ലെങ്കിൽ സഹ ഫൗണ്ടർമാർ എന്നാണ് ഇവരെ പൊതുവേ അറിയപ്പെടുന്നത്.**

**5- വൈവിധ്യമാർന്ന മേഖലകൾ - തിരിച്ചറിയുക**

പൊതുവേ വിദ്യാർത്ഥികളും പൊതുസമൂഹവും ധരിച്ചു വെച്ചിരിക്കുന്നത് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് എന്നാൽ സോഫ്റ്റ് വെയർ അധിഷ്ഠിതമായ സംവിധാനങ്ങളും സംരംഭങ്ങളും ഒരുക്കുക എന്നാണ്. മൊബൈൽ ആപ്ലിക്കേഷൻ ആണ് കൂടുതലായും ചെയ്തുവരുന്നത്. എന്നാൽ കാര്മുഖി അധിഷ്ഠിത സംരംഭങ്ങൾ, ആരോഗ്യ സംരക്ഷണ സംരംഭങ്ങൾ, വ്യവസായ സംരക്ഷണ സംരംഭങ്ങൾ, എയ്റോ സ്പേസസ്, ട്രാൻസ്പോർട്ടേഷൻ, കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, കൃഷി, പൊതുജന ആരോഗ്യം, മത്സ്യബന്ധനം, മത്സ്യ ഗവേഷണം, പരമ്പരാഗത തൊഴിലുകൾ, തുടങ്ങി ഒട്ടനവധി മേഖലകളിൽ നിർമ്മാണ / സേവന സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഇവിടെ സാധ്യതകൾ ഉണ്ട്.

എല്ലാത്തിലും പുതുമ വേണം. നൂതന സാങ്കേതികവിദ്യയും! ഇവയായാൽ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് ഉള്ള വിജയ സാധ്യത വളരെ കൂടും. വിജയിക്കാൻ കഴിയുന്ന സാഹചര്യം ഈ സമൂഹത്തിൽ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ട്. നൂതന മെഷീനറികളും ഉപകരണങ്ങളും ഉപയോഗപ്പെടുത്തി കൊണ്ടുള്ള നിർമ്മാണ / സേവന സ്ഥാപനങ്ങളും സ്റ്റാർട്ടപ്പ് എന്ന ആശയത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. സംഭരണ- സംസ്കരണ- വിതരണ സംവിധാനങ്ങൾക്ക് പുതിയ രീതികൾ ആവിഷ്കരിക്കാനും നൂതനവുമായ സാങ്കേതിക വിദ്യകളെ ഉപയോഗപ്പെടുത്താനും, അതുവഴി ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഗുണനിലവാരം മെച്ചപ്പെടുത്താനും ആയുസ്സ് വർദ്ധിപ്പിക്കാനും കഴിഞ്ഞാൽ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്കുള്ള വിജയ സാധ്യതകൾ കൂടി എന്ന് മനസ്സിലാക്കാം.

ഒരു പ്രശ്നം പരിഹരിക്കാൻ ഒരു മാർഗ്ഗം കണ്ടെത്തിയ സ്ഥാപകൻ അല്ലെങ്കിൽ സംരംഭകനാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഉടമ. സോളോ ഫൗണ്ടർ അല്ലെങ്കിൽ സഹ ഫൗണ്ടർമാർ എന്നാണ് ഇവരെ പൊതുവേ അറിയപ്പെടുന്നത്. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് സ്ഥാപകൻ അവരുടെ ബിസിനസ് മോഡലുകൾ വികസിപ്പിക്കുന്നതിനും സാധൂകരിക്കുന്നതിനും ആയി ഏറ്റവും ചിലവ് കുറഞ്ഞതും ലാഭകരമായതും ആയ ഉൽപ്പന്നം അതായത് ഒരു പ്രോട്ടോടൈപ്പ് നിർമ്മിക്കുന്നതിലൂടെ വിപണി മൂല്യനിർണ്ണയം നടത്തുകയും അതനുസരിച്ച് വിജയസാധ്യത ഉറപ്പ് വരുത്തുകയും ചെയ്യും.

**6- സർക്കാർ സഹായങ്ങൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുക**

സ്റ്റാർട്ടപ്പ് കമ്പനികളെ സഹായിക്കുന്നതിന് നിരവധി കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന സർക്കാർ പദ്ധതികൾ നിലവിലുണ്ട്. കേന്ദ്രസർക്കാരിന്റെ കീഴിലുള്ള സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യ, ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഫോർ പ്രമോഷൻ ഓഫ് ഇൻഡസ്ട്രി ആൻഡ് ഇന്റേണൽ ട്രേഡ് (DPIIT), സയൻസ് ആൻഡ് ടെക്നോളജി മിനിസ്ട്രി, ഇലക്ട്രോണിക്സ് ആൻഡ് ഐ ടി മിനിസ്ട്രി, എം എസ് എം ഇ മിനിസ്ട്രി, മിനിസ്ട്രി ഓഫ് ഫുഡ് പ്രോസസിംഗ് ഇൻഡസ്ട്രീസ് (MOFPI), ഡിഫൻസ് മിനിസ്ട്രി, ടൂറിസം മിനിസ്ട്രി, തുടങ്ങിയ മിനിസ്ട്രികളെല്ലാം വൈവിധ്യമാർന്ന പദ്ധതികളിലൂടെ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സഹായിച്ചു വരുന്നു.

സംസ്ഥാനതലത്തിൽ കേരള സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷൻ, കെഎസ്ഐഡിസി, ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഓഫ് ഇൻഡസ്ട്രീസ് ആൻഡ് കൊമേഴ്സ്, കേരള ഫിനാൻഷ്യൽ കോർപ്പറേഷൻ, കൃഷി, മൃഗ സംരക്ഷണം, മത്സ്യം തുടങ്ങിയ വകുപ്പുകൾ വിദ്യാർത്ഥി സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സപ്പോർട്ട് ചെയ്തുവരുന്നു.





**ഇന്ത്യക്ക് രണ്ടാം സ്ഥാനം**

മൈക്രോസോഫ്റ്റ് പുറത്തുവിട്ട കണക്ക് പ്രകാരം 150 ദശലക്ഷം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ ലോകത്തുണ്ട്. ഓരോ ദിവസവും 137000 സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ തുടങ്ങുന്നു. ഒന്നാം സ്ഥാനത്ത് അമേരിക്കയാണ്. ഇന്ത്യയ്ക്ക് രണ്ടാം സ്ഥാനമുണ്ട് എന്നാണ് പറയുന്നത്. എന്നാൽ ഇത് ചൈനയുടെ കണക്ക് പരിഗണിക്കാതെയാണ്. അതുകൂടി പരിഗണിച്ചാൽ മൂന്നാം സ്ഥാനത്ത് ആയിരിക്കും ഇന്ത്യ. 102231 സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ ചൈനയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നു എന്നാണ് രേഖകളിൽ കാണുന്നത്. ചൈന ഒഴികെയുള്ള ആദ്യത്തെ പത്തുരാജ്യങ്ങളിൽ വരുന്ന രാജ്യങ്ങളുടെ നില പരിശോധിക്കാം.

1-അമേരിക്ക	- 82038
2- ഇന്ത്യ	- 17438
3- യുണൈറ്റഡ് കിംഗ്ഡം	- 7500
4- കാനഡ	- 4055
5-ഓസ്ട്രേലിയ	- 3008
6- ഇന്തോനേഷ്യ	- 2653
7 - ജർമ്മനി	- 2523
8- ഫ്രാൻസ്	- 1724
9 - സ്പെയിൻ	- 1544
10 -ബ്രസീൽ	- 1224

**ഇന്ത്യയിൽ മഹാരാഷ്ട്ര സംസ്ഥാനം ഒന്നാമത്ത്**

DPIIT - (ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഫോർ പ്രമോഷൻ ഓഫ് ഇൻഡസ്ട്രി ആൻഡ് ഇന്റേണൽ ട്രേഡ്) 2024 - ജൂൺ 30 - ൽ പുറത്തുവിട്ട കണക്കുപ്രകാരം 1.40 ലക്ഷം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ ആണ് ഇന്ത്യയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിട്ടുള്ളത്. സംസ്ഥാനതലത്തിൽ

പരിശോധിച്ചാൽ മഹാരാഷ്ട്രയാണ് ഒന്നാം സ്ഥാനത്ത്. രണ്ടാം സ്ഥാനത്ത് കർണാടകയാണ്.കേരളത്തിന് ഒമ്പതാം സ്ഥാനമുണ്ട്.

**ആദ്യത്തെ 18 രാജ്യങ്ങളിൽ വരുന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ സംസ്ഥാനതല നിലവാരം ഇങ്ങനെ**

1.-മഹാരാഷ്ട്ര	25044
2-കർണാടക	15019
3-ഡൽഹി	14734
4 -യു.പി	13299
5 -ഗുജറാത്ത്	11436
6 -തമിഴ്നാട്	9238
7-ഹരിയാന	7385
8-തെലുങ്കാന	7336
9-കേരള	5782
10-രാജസ്ഥാൻ	4960
11-മധ്യപ്രദേശ്	4500
12-ബീഹാർ	2786
13-ഒഡീഷ	2484
14 വെസ്റ്റ് ബംഗാൾ	2301
15- പഞ്ചാബ്	1539
16 -ഛത്തീസ്ഗഡ്	1517
17- അസാം	1318
18 ജാർഖണ്ഡ്	1305

ബാംഗ്ലൂരു, ഡൽഹി, മുംബൈ, ഹൈദരാബാദ്, പുനെ, ചെന്നൈ, അഹമ്മദാബാദ്, ജയ്പൂർ എന്നീ നഗരങ്ങളാണ് ആദ്യത്തെ മികച്ച 8 സ്റ്റാർട്ടപ്പ് റാങ്കിങ്ങിൽ (യഥാക്രമം) വരുന്ന നഗരങ്ങൾ. ബാംഗ്ലൂരു ആണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് രംഗത്തെ ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും മികച്ച നഗരം.

2025 ജനുവരി 15 ആയപ്പോഴേക്കും DPIIT യിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിട്ടുള്ള സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ എണ്ണം 1.59 ലക്ഷം ആയി ഉയർന്നിരിക്കുന്നു.

ഓയോ ഹോംസ്, സൊമാറ്റോ, ഊബർ, സിഗ്നി, ഫ്രഷ് 5 ഹോം, ബൈജൂസ് ആപ്പ് എന്നിവയെല്ലാം വിവിധ മേഖലകളിൽ ശ്രദ്ധേയമായ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് സംരംഭങ്ങളാണ്. വളരെ ചെറിയ തലത്തിൽ നിന്നും വലിയ രീതിയിലേക്ക് ഇവർ വളർന്നു വന്നിരിക്കുന്നു. മാനസിക ആരോഗ്യം നിലനിർത്തുന്നതിന് വ്യത്യസ്തമായ ഒരു സ്റ്റാർട്ടപ്പ് കടന്നുവരുന്നു. പാലന എന്നാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പിന്റെ പേര്. ഇവർ ഹാപ്പിനസ് റിജുവിനെഷൻ കേന്ദ്രങ്ങൾ രാജ്യത്തൊട്ടാകെ തുടങ്ങുകയാണ്. സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് അനുകരിക്കാവുന്ന മാതൃകകളാണ് ഇവയെല്ലാം തന്നെ.

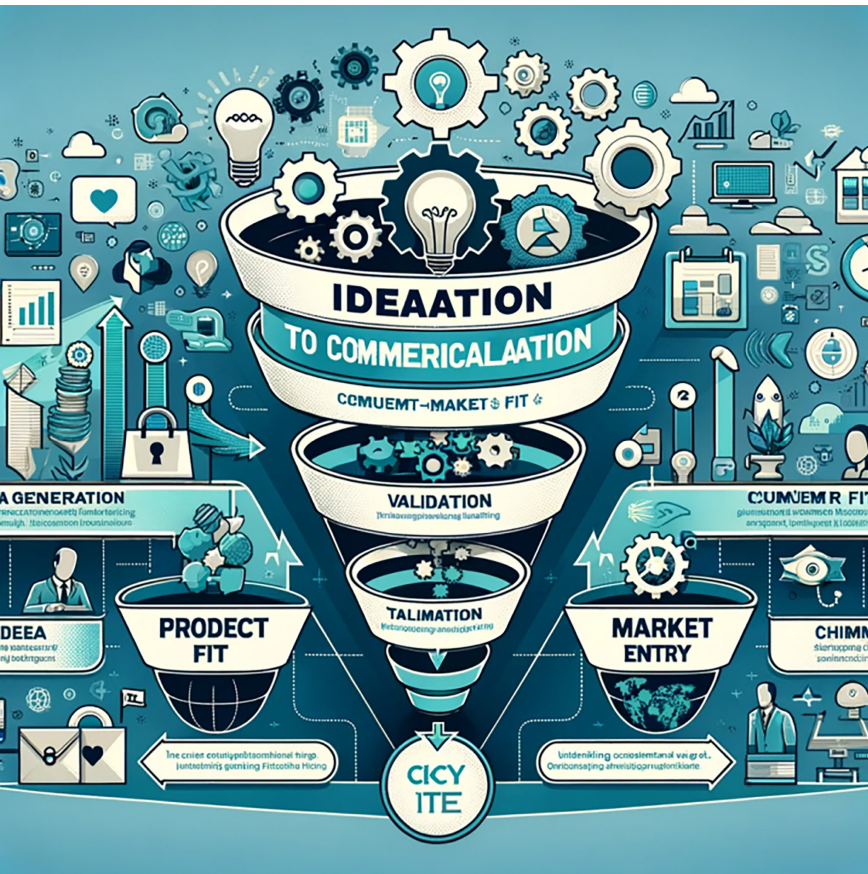
സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സഹായിക്കുന്നതിന് നിരവധിയായ പദ്ധതികൾ കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ ആസൂത്രണം ചെയ്തത് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നുണ്ട്. ഫണ്ടിംഗ്, ടെക്നോളജി, പൊതു സംരംഭം, ഇന്റലക്ചുൽ പ്രോപ്പർട്ടി റൈറ്റ്, നെറ്റ് വർക്കിംഗ്, വിപണനം എന്നീ രീതിയിൽ എല്ലാം തന്നെ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സേവനങ്ങൾ ലഭിക്കും. കൂടാതെ നിരവധി സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സഹായിക്കുന്നതിന് തയ്യാറായി മുന്നിലുണ്ട്.

**ഡി. പി. ഐ. ഐ. ടി യിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക**

ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഫോർ പ്രമോഷൻ ഓഫ് ഇൻഡസ്ട്രി ആൻഡ് ഇന്റേണൽ ട്രേഡ് (DPIIT) എന്ന സ്ഥാപനമാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് പ്രാഥമിക അംഗീകാരം നൽകുന്നത്. അപേക്ഷകൾ ഓൺലൈനായി സമർപ്പിക്കാം. വെബ്സൈറ്റിൽ കയറി അപേക്ഷ അപ്ലോഡ് ചെയ്യാം. രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിന് ആദ്യം ചെയ്യേണ്ടത് ഒരു കമ്പനി രൂപീകരിക്കുക എന്നുള്ളതാണ്. ഇത് പാർട്ണർഷിപ്പ്, പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ്, ലിമിറ്റഡ് ലയബിലിറ്റി പാർട്ണർഷിപ്പ്

എന്നീ ഏതു രൂപവും സ്വീകരിക്കാം. ഇൻകോർപ്പറേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ്, പാൻ നമ്പർ, സംരംഭകരുടെ കൈവെടി, സ്റ്റാർട്ടപ്പ് പ്രോജക്ട് സംബന്ധിച്ച വിശദമായ വിവരങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ അപ്ലോഡ് ചെയ്തു നൽകണം. വീഡിയോ/പിച്ച് ഡെക്ക് / വെബ് ലിങ്ക് തുടങ്ങിയവയും ബാധകമായ കാര്യങ്ങളിൽ നൽകാം. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് പ്രൊഫൈൽ ഉണ്ടാക്കുകയും സമർപ്പിക്കുകയും വേണം. അപേക്ഷ സമർപ്പിച്ചാൽ ഉടൻ തന്നെ ഒരു നമ്പർ ലഭിക്കും. അംഗീകാരം അനുവദിച്ചാൽ അംഗീകാര സർട്ടിഫിക്കറ്റ് പിന്നീട് ഇമെയിൽ വഴിയാണ് ലഭിക്കുക.

ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഫോർ പ്രമോഷൻ ഓഫ് ഇൻഡസ്ട്രി ആൻഡ് ഇന്റേണൽ ട്രേഡ്-ൽ നിന്നും സ്റ്റാർട്ടപ്പ് അംഗീകാരം ലഭിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ അടുത്തതായി യൂണിക് ഐഡന്റിഫിക്കേഷനു വേണ്ടി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക എന്നുള്ളതാണ്. കേരള സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷൻ ആണ് ഈ യൂണിക് ഐഡി തരുന്നത്. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് അംഗീകാരം





**സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് മതിയായ ഫണ്ട് ലഭിക്കുക എന്നത് വളരെ പ്രധാനമാണ്. പല ദേശസാൽകൃത / ഷെഡ്യൂൾഡ് ബാങ്കുകളും വായ്പ നൽകാൻ വേണ്ടത്ര ഉത്സാഹം കാണിക്കാറില്ല. സ്ഥിരമായ ആസ്തികൾ പലപ്പോഴും പ്രോജക്ട് കോസ്റ്റിൽ ഉൾപ്പെടുത്തില്ല എന്നുള്ളതാണ് ഇതിൻറെ ഒരു പ്രധാന കാരണം.**

ലഭിച്ചുകഴിഞ്ഞ് അംഗീകാര സർട്ടിഫിക്കറ്റുമായി വേണം യൂണിക് ഐഡന്റിഫിക്കേഷൻ വേണ്ടി അപേക്ഷിക്കാൻ. കേരള സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷന്റെ വെബ് സൈറ്റിൽ കയറി അപേക്ഷകൾ അപ്ലോഡ് ചെയ്തു കഴിഞ്ഞാൽ ഇമെയിൽ വഴി വിവരം അറിയിക്കും. സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് ലഭിക്കുന്ന എല്ലാത്തരം ആനുകൂല്യങ്ങൾക്കും ഈ ഒരു യൂണിക് ഐഡന്റിഫിക്കേഷൻ അത്യാവശ്യമായ ഒരു രേഖയാണ്.

**ഫണ്ടിംഗ്**

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് മതിയായ ഫണ്ട് ലഭിക്കുക എന്നത് വളരെ പ്രധാനമാണ്. പല ദേശസാൽകൃത / ഷെഡ്യൂൾഡ് ബാങ്കുകളും വായ്പ നൽകാൻ വേണ്ടത്ര ഉത്സാഹം കാണിക്കാറില്ല. സ്ഥിരമായ ആസ്തികൾ പലപ്പോഴും പ്രോജക്ട് കോസ്റ്റിൽ ഉൾപ്പെടുത്തില്ല എന്നുള്ളതാണ് ഇതിൻറെ ഒരു പ്രധാന കാരണം. എയ്ഞ്ചൽ ഫണ്ടിംഗ്, ക്രൗഡ് ഫണ്ടിംഗ് എന്നിവയാണ് പ്രധാനമായും സ്റ്റാർട്ടപ്പ്

സംരംഭകർ സ്വരൂപിക്കുന്ന ധനാഗമ മാർഗം. ഇത് കൂടാതെ കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളും നൽകി വരുന്നുണ്ട്

സ്റ്റാർട്ടപ്പിന്റെ സീഡ് ഫണ്ട് സ്കീം ആണ് ഇതിൽ പ്രധാനമായത്. കേന്ദ്രസർക്കാർ വഴി നടപ്പാക്കിവരുന്ന പദ്ധതിയാണ് ഇത്. ആശയം, അസ്സൽ മാതൃക, പ്രോജക്ട് ട്രയൽ, വിപണി തുടങ്ങിയ എല്ലാ ഘട്ടത്തിലും സാമ്പത്തിക സഹായം ഈ പദ്ധതി ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു. 20 ലക്ഷം രൂപ വരെ ഒന്നാം ഘട്ടത്തിൽ ഗ്രാൻഡ് അനുവദിക്കുന്നു. ആശയം പ്രോട്ടോടൈപ്പ്, പ്രോഡക്റ്റ് ടെസ്റ്റിംഗ്, തുടങ്ങി ഉൽപ്പന്നം വിപണിയിൽ എത്തിക്കാൻ തയ്യാറാകുന്നതുവരെയുള്ള ആവശ്യങ്ങൾക്കാണ് ഈ തുക അനുവദിക്കുക

**50 ലക്ഷം രൂപ വരെ രണ്ടാംഘട്ടമായി നൽകുന്നു.**

ഡിബഞ്ചറുകൾ, കടം / കടവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടവ എന്നീ രീതിയിലാണ് ആനുകൂല്യം നൽകുന്നത്. വാണിജ്യവൽക്കരണം, വിപണി പ്രവേശനം, ഉൽപ്പാദന തോത് ഉയർത്തൽ, എന്നിവക്കാണ് ഈ ആനുകൂല്യം ലഭിക്കുക. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യയുടെ വെബ്സൈറ്റിൽ കയറി സീഡ് ഫണ്ട് എന്ന ലിങ്ക് മുഖേനയാണ് അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടത്. എക്സ്പോർട്ട് അഡ്വൈസറി കമ്മിറ്റി സൂക്ഷ്മമായി പരിശോധിച്ച തിനുശേഷം ആണ് ഇൻകുബേഷൻ കേന്ദ്രങ്ങൾ വഴി ഈ ആനുകൂല്യങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുക.

കെഎസ്ഐഡിസി സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് 25 ലക്ഷം രൂപ സീഡ് ഫണ്ട് വായ്പ നൽകി വരുന്നു. യുവ സംരംഭകർക്ക് നൂതന സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതവും വാണിജ്യവൽക്കരിക്കാൻ സാധ്യതയുള്ളതുമായ സ്റ്റാർട്ടപ്പിന് അർഹത. പ്രാരംഭഘട്ടത്തിൽ സീഡ് ഫണ്ട് തുകയായി 25 ലക്ഷം രൂപ വരെ അനുവദിക്കും. ആരോഗ്യ മേഖല, കൃഷി, വെബ്ബ് ആപ്ലിക്കേഷൻ ആന്റ് ഡെവലപ്മെന്റ്, എൻജിനീയറിങ്, ആയുർവേദം, ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ, സിനിമ, പരസ്യ മേഖല, വിദ്യാഭ്യാസം, എച്ച് ആർ, ബയോടെക്നോളജി, ഡിഫൻസ് ടെക്നോളജി തുടങ്ങിയ മേഖലകൾക്കാണ് സഹായം ലഭിക്കുക. കേരളത്തിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരു കമ്പനി ആയിരിക്കണം. പദ്ധതി ചെലവിന്റെ 90% വരെ ഈ രീതിയിൽ വായ്പയായി ലഭിക്കും.

4.2 ശതമാനം ആണ് നിലവിൽ പലിശ നിരക്ക്. സംരംഭങ്ങൾ വിജയിച്ചാൽ വ്യക്തിഗതമായ ഉറപ്പിൽ 50 ലക്ഷം രൂപ വരെ സ്കെയിൽ അപ് വായ്പ നൽകാനും പദ്ധതിയുണ്ട്. കെ എസ് ഐ ഡി സി യുടെ ഓഫീസുമായി ബന്ധപ്പെടണം.



**ഏറ്റെടുത്ത വർക്കുകളും പ്രോജക്ടുകളും പൂർത്തിയാക്കുന്നതിന് ആണ് സോഫ്റ്റ് ലോൺ അനുവദിക്കുക. സീഡ് ഫണ്ട് ഇനത്തിൽ 15 ലക്ഷം രൂപ 6% പലിശയ്ക്ക് അനുവദിക്കാനും കേരള സ്റ്റാർട്ടർ മിഷനിൽ പദ്ധതി ഉണ്ട്. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷന്റെ വെബ്സൈറ്റിൽ കയറിയാണ് അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടത്.**

കേരള സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷനും വലിയ തോതിലുള്ള പദ്ധതികൾ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്കായി നടപ്പാക്കി വരുന്നുണ്ട്. ഐഡിയ ഗ്രാന്റഡ് - 3 ലക്ഷം രൂപ, വിദ്യാർത്ഥികൾക്കുള്ള ഐഡിയ ഗ്രാന്റഡ് -2 ലക്ഷം രൂപ, വാണിജ്യവൽക്കരണത്തിന് 7 ലക്ഷം രൂപ, വിമൻ / ട്രാൻസ്ജെൻഡർ വിഭാഗത്തിന് ഇത് 12 ലക്ഷം രൂപ, മാർക്കറ്റ് ആക്സിലറേഷൻ ഗ്രാന്റഡ് എന്ന പദ്ധതിയിൽ 10 ലക്ഷം രൂപ, സ്കെയിൽ അപ് ഗ്രാന്റഡ് എന്ന രീതിയിൽ 15 ലക്ഷം രൂപ, ഗവേഷണവും വികസനവും എന്ന രീതിയിൽ 30 ലക്ഷം രൂപ (ഇതിന് 50 ശതമാനം ഗ്രാന്റഡ് ഹാർഡ് വെയർ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിനിയോഗിക്കണം)

സോഫ്റ്റ് ലോൺ എന്ന നിലയിൽ ആറു ശതമാനം പലിശയ്ക്ക് 15 ലക്ഷം രൂപ വരെ വായ്പയായും അനുവദിക്കാൻ പദ്ധതിയുണ്ട്. ഏറ്റെടുത്ത വർക്കുകളും പ്രോജക്ടുകളും പൂർത്തിയാക്കുന്നതിന് ആണ് സോഫ്റ്റ് ലോൺ അനുവദിക്കുക. സീഡ് ഫണ്ട് ഇനത്തിൽ 15 ലക്ഷം രൂപ 6% പലിശയ്ക്ക് അനുവദിക്കാനും കേരള സ്റ്റാർട്ടർ മിഷനിൽ പദ്ധതി ഉണ്ട്. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് മിഷന്റെ വെബ്സൈറ്റിൽ കയറിയാണ് അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടത്.

കേരള ഫിനാൻഷ്യൽ കോർപ്പറേഷനും വായ്പ കൾ നൽകി വരുന്നുണ്ട്. ആശയം, ഉൽപാദനം, എന്നിവയ്ക്ക് 25 ലക്ഷം രൂപ വരെയും വാണിജ്യവൽക്കരണത്തിന് 50 ലക്ഷം രൂപ വരെയും, സ്കെയിൽ അപ് ചെയ്യുന്നതിന് 100 ലക്ഷം രൂപ വരെയുമാണ് ഇങ്ങനെ വായ്പയായി അനുവദിക്കുക. കേരളത്തിൽ തുടങ്ങി യൂണിക് ഐഡന്റിഫിക്കേഷൻ നേടിയിട്ടുള്ള എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ഇതിന് അർഹതയുണ്ട്. 5% പലിശ നിരക്കിൽ വായ്പ ലഭിക്കുന്നു. കേരള ഫിനാൻഷ്യൽ കോർപ്പറേഷൻ ഓഫീസുകളുമായാണ് ബന്ധപ്പെടേണ്ടത്.

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ തുടങ്ങുന്നതിന് എ പ്ലസ് ആവശ്യമേയില്ല എന്നാൽ എ പ്ലസ് ഒരു തടസവും അല്ല.

എന്തുകൊണ്ട് തന്റെ സഹപാഠികൾക്കും, സുഹൃത്തുക്കൾക്കും, ആശ്രയിച്ചു വരുന്നവർക്കും തൊഴിൽ നൽകുന്നതിന്റെ സുഖത്തെ കുറിച്ച് കൂടി യുവാക്കൾക്ക് ചിന്തിച്ചു കൂടാ?

(സംസ്ഥാന വ്യവസായ വാണിജ്യ വകുപ്പ് മുൻ ഡെപ്യൂട്ടി ഡയറക്ടറാണ് ലേഖകൻ)  
9447509915  
chandransreedaran@gmail.com





▶ ലോറൻസ് മാത്യു

# POWER BI:

## ബിസിനസ് ഇൻ്റലിജൻസിൻ്റെ പുതിയ മുഖം

ടെക്നോട്രെൻഡ്



ഇന്നത്തെ കാലത്ത്, ഒരു ബിസിനസിൻ്റെ വിജയമോ പരാജയമോ നിശ്ചയിക്കുന്നത് 'ഡാറ്റ്' ആണെന്ന് പറഞ്ഞാൽ അതിൽ അതിശയോക്തിയില്ല. ഡേറ്റാ എന്നത് ഇന്നത്തെ ബിസിനസ്സുകളുടെ സ്വർണ്ണ തുല്യമായ അസറ്റ് ആണ്. അതിൻ്റെ വാസ്തവ മൂല്യം മനസ്സിലാക്കാനും ഉപയോഗിക്കാനും സഹായിക്കുന്നത് ഡേറ്റാ സയൻസ് ആണ്. ഒരു ബിസിനസ്സിൻ്റെ വിജയത്തിന് അതിൻ്റെ കൈവശമുള്ള ഡാറ്റയെ എത്ര മാത്രം ശരിയായി ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്നത് നിർണായകമാണ്. കണക്കുകൾ മാത്രം നമുക്ക് ഉപയോഗിക്കാനാകില്ല; അവയെ സ്വതന്ത്രമായി വായിക്കാനും, അവയിൽ നിന്നുള്ള വ്യാഖ്യാനങ്ങൾ കൈവരിക്കാനും കഴിയണം. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ Microsoft Power BI എന്ന ബിസിനസ് ഇൻ്റലിജൻസ് (BI)

ഉപാധി, ചെറുതും വലുതുമായ ബിസിനസ്സുകൾക്ക് വലിയൊരു മാറ്റം കൊണ്ടു വരുന്നു. ഡാറ്റയിലൂടെ എന്താണ് നമുക്ക് അറിയാനുള്ളത്? അതാണ് Power BI നമ്മെ പഠിപ്പിക്കുന്നത്.

Microsoft വികസിപ്പിച്ച Power BI എന്ന ബിസിനസ് ഇൻ്റലിജൻസ് ടൂൾ, സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അവരുടെ ഡാറ്റ നന്നായി കാണാനും, വിശകലനം ചെയ്യാനും, അതിൽ നിന്നുള്ള ട്രെൻഡുകളും വ്യക്തതയും മനസ്സിലാക്കുവാനും സഹായിക്കുന്നു

### എന്താണ് പവർ ബി ഐ

Power BI എന്നത് Microsoft വികസിപ്പിച്ച ഒരു ബിസിനസ് ഇൻ്റലിജൻസ് (Business Intelligence) ടൂൾ ആണ്. ഇതിൻ്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം: ഡാറ്റയെ മനസ്സി

ലാക്കാൻ എളുപ്പമാക്കുക, അതിൽ നിന്നും തീരുമാനം എടുക്കാൻ സഹായിക്കുക എന്നിവയാണ്. വില്പന, ലാഭം, ചെലവുകൾ എന്നിവയുടെ റിപ്പോർട്ടുകൾ തൽക്ഷണം കാണാനും ആ ഡാറ്റയിൽ നിന്ന് ട്രെൻഡുകൾ കണ്ടെത്താനും അതിനനുസൃതമായി കാര്യക്ഷമമായ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കാനും ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

### Power BI എങ്ങനെ പ്രവർത്തിക്കുന്നു?

Power BI ഒരു ഡാറ്റാ വിഷ്വലൈസേഷൻ പ്ലാറ്റ്ഫോം ആണ്. വ്യത്യസ്ത ഡാറ്റാ സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്ന് വിവരങ്ങൾ കൊണ്ടു വരികയും, അതിനെ ഗ്രാഫുകളും ചാർട്ടുകളും അടങ്ങുന്ന മനോഹരമായ ഡാഷ് ബോർഡുകളാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. Power BI ഉപയോഗിച്ച് നിരവധി ഡാറ്റാ സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്നുള്ള വിവരങ്ങൾ ശേഖരിച്ച്, അതിൽ നിന്നുള്ള ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കാനും, അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഡാഷ് ബോർഡുകൾ നിർമ്മിക്കാനും കഴിയും. Excel, SQL, Google Analytics, SharePoint തുടങ്ങി പല തരം പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ നിന്ന് ഡാറ്റാ ഇമ്പോർട്ട് ചെയ്യാം. അതിന്റെ ഉന്നതമായ വിഷ്വലൈസേഷൻ ടെക്നോളജി ഉപയോഗിച്ച്, ടെക്നിക്കൽ പരിചയം കുറഞ്ഞവർക്കും എളുപ്പത്തിൽ ഇൻസൈറ്റുകൾ മനസ്സിലാക്കാൻ കഴിയും. ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു റീട്ടെയിൽ സ്ഥാപനത്തിന് Power BI ഉപയോഗിച്ച് ദിവസേനയുള്ള വിൽപനകളുടെ വളർച്ച, സ്റ്റോക്ക് നില, മേഖലയനുസരിച്ചുള്ള ഉപഭോക്തൃ പ്രതികരണങ്ങൾ എന്നിവ മനസ്സിലാക്കാൻ കഴിയും. ഒരേ സമയം, മാനുഫാക്ചറിംഗ് മേഖലയിൽ ഇത് ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെ ഗതിവിഗതികൾ പരിശോധിക്കാൻ, supply chain bottlenecks തിരിച്ചറിയാൻ മുതലായ കാര്യങ്ങളിൽ ഉപകാരപ്പെടുന്നു.

“  
**സാധാരണ ബജറ്റ് കണക്കുകൾ, ലാഭം/നഷ്ടം (ട്രാക്കിംഗ്, ചെലവുകളുടെ വിശദീകരണം, സ്റ്റോക്ക് ലിസ്റ്റുകൾ, ഗ്രാഫുകൾ (ചാർട്ടുകൾ) തുടങ്ങിയ വയ്കെല്ലാം ഏറെ അനുയോജ്യമാണ് എക്സൽ.**

### എക്സലുമായുള്ള വ്യത്യാസം

മൈക്രോസോഫ്റ്റിന്റെ തന്നെ എക്സൽ ഈ ദിശയിലൊക്കെ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന വളരെ നല്ലതൊരു ടൂളാണ്. എന്നാൽ ബിസിനസ്സിൽ അതിലുമേറെ പ്രയോജനപ്പെടുന്നതൊന്നാണ് പവർ ബി ഐ എന്നത്. Excel ഒരു spreadsheet ടൂൾ ആണ്. ഇത് ഡാറ്റയെ ടേബിളുകളായി കൈകാര്യം ചെയ്യാനും, ഫോർമുലകൾ ഉപയോഗിച്ച് കണക്കുകൾ എടുക്കാനും, ഗ്രാഫുകൾ വരയ്ക്കാനും സഹായിക്കുന്നു. Excel വളരെ കാര്യക്ഷമമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നതും ലളിതവുമായ ടൂളാണ്. എന്നാൽ വലിയ ഡാറ്റാ സെറ്റുകൾക്കും റിയൽ ടൈം അനാലിറ്റിക്സിനും Power BI പോലുള്ള ബിസിനസ് ഇൻ്റലിജൻസ് ടൂളുകൾ അനുയോജ്യമാണ്.

സാധാരണ ബജറ്റ് കണക്കുകൾ, ലാഭം/നഷ്ടം ട്രാക്കിംഗ്, ചെലവുകളുടെ വിശദീകരണം, സ്റ്റോക്ക് ലിസ്റ്റുകൾ, ഗ്രാഫുകൾ (ചാർട്ടുകൾ) തുടങ്ങിയ വയ്കെല്ലാം ഏറെ അനുയോജ്യമാണ് എക്സൽ. എന്നാൽ ഡാറ്റയെ സംഗ്രഹിക്കാനും അതിൽ നിന്നുള്ള വിഷ്വലൈസേഷനുകൾ (interactive visuals) നിർമ്മിക്കാനും ഡാഷ് ബോർഡുകൾ ഒരുക്കാനും ഏറെ ഫലപ്രദമായത് പവർ ബി ഐ തന്നെയാണ്. Live ഡാറ്റാ കണക്ഷൻ, സെയിൽസ് ട്രെൻഡുകൾ, ഡിഫെക്റ്റ് അനാലിസിസ്, ബ്രാഞ്ച് ലെവൽ പ്രകടനം, കസ്റ്റമർ ബിഹേവിയർ ട്രാക്കിങ് തുടങ്ങിയ വയ്കെല്ലാം ഏറെ ഫലപ്രദമായത് ഇതാണ്.

### ചെറുകിട സംരംഭകരും പവർ ബി ഐയും

വലിയ എൻ്റർപ്രൈസുകളെ പോലെ ഡാറ്റാ അനാലിസിസിനും മാർക്കറ്റിങ്ങിനും വലിയ തുക ചെലവാക്കാൻ കഴിയാതെ വരുന്ന സാഹചര്യത്തിലാണ് Power BI പോലുള്ള ടൂളുകൾ ചെറുകിട ബിസിനസ്സുകളിൽ മാറ്റം സൃഷ്ടിക്കുന്നത്.

### റിപ്പോർട്ട് ഓട്ടോമേഷൻ

Power BI എന്നത് വെറും ഡാറ്റാ വിഷ്വലൈസേഷൻ ടൂൾ മാത്രമല്ല ഇത് ഒരു ശക്തമായ റിപ്പോർട്ട് ഓട്ടോമേഷൻ സംവിധാനവുമാണ്. ഒരിക്കൽ ഡാറ്റാ കണക്ഷനുകളും ആവശ്യമായ കണക്കുകൾ, ഗ്രാഫുകൾ, ഡാഷ്ബോർഡുകൾ എന്നിവയും സജ്ജമാക്കി കഴിഞ്ഞാൽ, പിന്നീട് ആവർത്തിച്ച് രേഖപ്പെടുത്തേണ്ടതില്ല. ഓരോ തവണയും പുതിയ റിപ്പോർട്ടുകൾ തയ്യാറാക്കേണ്ടതില്ല. ഡാറ്റാ അപ്ഡേറ്റ് ചെയ്താൽ അതിനനുസരിച്ച് റിപ്പോർട്ടുകളും തത്സമയമായി (real-time) അപ്ഡേറ്റ് ചെയ്യും.

ഇത് വഴി സംരംഭകർക്കും സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ലഭിക്കുന്ന പ്രധാന ഗുണങ്ങൾ ചുരുക്കത്തിൽ:



**ആളുകളുടെ ജോലി കുറയുന്നു:** ഓരോ മാസം, ഓരോ ആഴ്ച, ഓരോ ദിവസം പ്രത്യേകിച്ച് റിപ്പോർട്ട് തയ്യാറാക്കാൻ ആളെ വേണം എന്ന ആവശ്യമില്ല.

**സമയം ലാഭിക്കുന്നു:** നിരവധി മണിക്കൂറുകൾ ആവശ്യമായ ജോലികൾ ഓട്ടോമേറ്റ് ചെയ്യുന്നതിലൂടെ ബിസിനസ് ഉടമയ്ക്ക്/ടീമിന് കൂടുതൽ സാങ്കേതിക കാര്യങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാം.

**ചിലവ് കുറയുന്നു:** കൂടുതൽ ജീവനക്കാരെ ഡാറ്റ എടുക്കാൻ, റിപ്പോർട്ടുകൾ തയ്യാറാക്കാൻ നിയോഗിക്കേണ്ടതില്ല; അത് കൊണ്ട് തന്നെ മാനവ വിഭവ സാമ്പത്തിക ലാഭം നടക്കുന്നു.

**തകരാറുകൾ കുറവാണ്:** മാനുവൽ റിപ്പോർട്ടുകളിൽ സംഭവിക്കാവുന്ന കണക്ക് പിഴവുകൾ, ഡാറ്റ മിസ്‌മാച്ചുകൾ എന്നിവ Power BI ഓട്ടോമേഷൻ വഴി ഒഴിവാക്കാം.

**Consistency & Reliability** - ഓരോ തവണയും അതേ രീതിയിൽ, വിശ്വസനീയമായ റിപ്പോർട്ടുകൾ ലഭിക്കുമെന്ന് ബിസിനസിൽ എടുക്കുന്ന തീരുമാനങ്ങൾക്ക് വലിയ സഹായമാണ്.

ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു MSME സ്ഥാപനത്തിന് ഓരോ മാസവും വിൽപ്പന, ലാഭം, ചെലവുകൾ എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട Excel ഫയലുകൾ പേരു മാറ്റി, പുതുക്കി, സ്റ്റാഫ് തയ്യാറാക്കി കൈമാറുന്ന രീതി Power BI ഉപയോഗിച്ച് പൂർണ്ണമായും ഓട്ടോമേറ്റ് ചെയ്യാം. ഒരിക്കൽ സജ്ജമാക്കിയാൽ, ഓരോ മാസം

അവസാനത്തിലും അതേ രേഖകൾ സ്വമേധയാ ഉടനെ ഡാഷ്ബോർഡിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടും.

**വിൽപ്പന ട്രെൻഡുകൾ അറിയാൻ**

Power BI പോലുള്ള ടൂളുകൾ ഉപയോഗിച്ച് MSME സംരംഭങ്ങൾക്ക് അവരുടെ വില്പന ട്രെൻഡുകൾ ശരിയായി തിരിച്ചറിയാൻ കഴിയും. അതിലൂടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിപണിയിലുണ്ടാകുന്ന സ്വീകാര്യത മനസ്സിലാക്കി മാർക്കറ്റിങ് തന്ത്രങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്താം. Power BI-ൽ കസ്റ്റമർ ഓർഡറുകൾ മാസം പ്രതിയുള്ളത് ഗ്രാഫിസമ്മാനത്തിൽ കാണാം. ഏത് മാസത്തിലാണ് വിറ്റു വരവ് കൂടിയത് എന്നത് തിരിച്ചറിയാൻ ഇത് സഹായിക്കും. ഓരോ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെയും വരുമാനം - ചെലവ് = ലാഭം എന്ന സമീകരണത്തിൽ Power BI കണക്കുകൾ ആക്ടിവ് ചെയ്താൽ എന്താണ് കൂടുതൽ ലാഭം നൽകുന്നതെന്ന് കാണാം.

**വ്യവസായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കാണാൻ ലളിതമായ് ഡാഷ്ബോർഡുകൾ**

Dashboards എന്നത് Power BIയിൽ ഒരേ സ്ക്രീനിൽ വിവിധ വിവരങ്ങൾ, ഗ്രാഫുകൾ, ചാർട്ടുകൾ, കണക്കുകൾ, ഫിൽറ്ററുകൾ എന്നിവ സംയോജിപ്പിച്ച് കാണിക്കുന്നതാണ്. അതിലൂടെ വ്യവസായത്തിലെ വിവിധ ഭാഗങ്ങൾ എങ്ങനെ പ്രവർത്തിക്കുന്നു എന്ന് ലൈവ് ആയി കാണുവാൻ കഴിയും. Sales സ്റ്റാഫ്, Accounts, Production, Management എല്ലാം ഒരേ ഡാഷ്ബോർഡിൽ കാണുന്നതിനാൽ എല്ലാവർക്കും

ഒരേ വിഷയം ലഭിക്കുന്നു. തന്മൂലം ആശയ ഭേദഗതികൾ കുറയുന്നു.

### ബിസിനസ്സ് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുവാൻ

ഒരു സംരംഭത്തിൽ ചെലവ്, സ്റ്റോക്ക്, ഉൽപ്പന്ന ലാഭം ഇവ നിർണ്ണായകമാണ്. പവർ ബി ഐ ഉപയോഗിച്ച് എല്ലാ ചെലവുകളും കൃത്യമായി ഗ്രൂപ്പ് ചെയ്ത് ട്രാക്ക് ചെയ്യുവാൻ കഴിയും. ലോജിസ്റ്റിക്സ്, പാക്കേജിംഗ്, വെയ്റ്റ്സ്, തൊഴിലാളികളുടെ ഓവർടൈം തുടങ്ങിയവയെല്ലാം തന്നെ കാണുവാനും നിയന്ത്രിക്കുവാനും കഴിയും. ഓരോ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെയും Profit Margin ഗ്രാഫായി കാണാം. ഏതാണ് ഏറ്റവും എളുപ്പത്തിൽ വിറ്റ് പോയത്, ഏതാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ കാലം വില്ക്കാതെ ഇരിക്കുന്നത് തുടങ്ങിയവയെല്ലാം തന്നെ ലളിതമായി മനസ്സിലാക്കാമെന്നതിനാൽത്തന്നെ ബിസിനസ്സ് തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുവാൻ ഇത് വളരെ നിർണ്ണായകമാണ്.

ഉദാഹരണമായി ഒരു കമ്പനിയിൽ ഉള്ള 3 ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ പവർ ബി ഐ വഴി കണ്ടെത്തുവാൻ



ഒരു സംരംഭത്തിൽ ചെലവ്, സ്റ്റോക്ക്, ഉൽപ്പന്ന ലാഭം ഇവ നിർണ്ണായകമാണ്. പവർ ബി ഐ ഉപയോഗിച്ച് എല്ലാ ചെലവുകളും കൃത്യമായി ഗ്രൂപ്പ് ചെയ്ത് ട്രാക്ക് ചെയ്യുവാൻ കഴിയും.

കഴിഞ്ഞത് Product A കൂടുതൽ വിറ്റതാണെങ്കിലും ലാഭം കുറവാണ്. Product C - Non-moving stock, ഉൽപ്പാദന ചിലവ് കൂടുതൽ, Product B-ൽ അടുത്ത 3 മാസത്തിനിടെ 10% കൂടി. ഇനി അവർക്ക് ചെയ്യാവുന്ന മാറ്റങ്ങൾ:, Product Aയുടെ വില കുറച്ച് പ്രമോഷൻ ചെയ്യുക, Product Cയുടെ ഉൽപ്പാദനം താൽക്കാലികമായി നിർത്തുക, Product Bയുടെ ഇറക്കുമതി സാധനങ്ങൾ negotiation വഴി വില കുറയ്ക്കുക. ഇവയെല്ലാം Power BI ഡാറ്റയിൽ നിന്നുള്ള അറിവുകൾ (insights) ഉപയോഗിച്ച് ഉണ്ടാക്കുന്ന കാര്യക്ഷമമായ തീരുമാനങ്ങളാണ്.

### കസ്റ്റമൈസേഷൻ, ഷെയറിംഗ്, മൊബൈൽ ആക്സസ്

Power BI-ൽ, നമ്മളുടെ ബിസിനസ്സ് ആവശ്യങ്ങൾക്ക് അനുസരിച്ച് റിപ്പോർട്ടുകളും ഡാഷ്ബോർഡുകളും സ്വന്തമായി രൂപപ്പെടുത്താം. Drag & Drop രീതിയിൽ ഗ്രാഫുകളും കണക്കുകളും ചേർക്കാം.

ചിത്രങ്ങൾ, കമ്പനി ലോഗോ, കളർ തീം എന്നിവയും ചേർക്കാം. ഈ വിവരങ്ങൾ സമയബന്ധിതമായി കമ്പനി അംഗങ്ങളുമായി ഷെയർ ചെയ്യാം. Email വഴി ഷെയർ ചെയ്യാം Teams / WhatsApp ലിങ്കുകൾ ആയി അയക്കാം. മറ്റുള്ളവർക്ക് "View only" അല്ലെങ്കിൽ "Edit" ഓപ്ഷൻ കൊടുക്കാം. Microsoft Power BI-യുടെ മൊബൈൽ ആപ് (Android/Apple) ഉപയോഗിച്ച്, ഓഫീസിൽ അല്ലാതെയും, യാത്രയിലായാലും, മീറ്റിംഗിനിടെ പോലും വിവരങ്ങൾ തത്സമയത്തിൽ കാണാൻ സാധിക്കും.

ഉദാഹരണമായി "Sales Target Today not achieved" എന്നത് ഫോൺ സ്ക്രീനിൽ നോട്ടിഫിക്കേഷനായി വരും. Power BI വളരെ എളുപ്പം ഉപയോഗിക്കാവുന്ന,

## BENEFITS OF POWER BI IN DIGITAL MARKETING



- DATA VISUALIZATION
- IMPROVED REPORTING
- COST-EFFECTIVENESS
- REAL-TIME INSIGHTS
- DATA INTEGRATION



പൂർണ്ണമായും കസ്റ്റമൈസ് ചെയ്യാവുന്ന, ഓരോ ബിസിനസ് ഉടമയ്ക്കും സ്വാതന്ത്ര്യത്തോടെ 'ഡാറ്റയിൽ നിന്നുള്ള അറിവുകൾ' ലഭിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നൊരു കരുത്തുറ്റ സംവിധാനമാണ്.

**പവർ ബി ഐ യും ഡിജിറ്റൽ ഇന്ത്യയും**

ഡിജിറ്റൽ യുഗത്തിലേക്ക് കാലെടുത്ത് വെച്ചിരിക്കുന്ന ഇന്ത്യയെന്ന മഹാരാജ്യത്തിന് പവർ ബി ഐ എന്ന ടൂൾ ഏറെ ഉപകാരപ്രദമായിരിക്കും. സർക്കാർ വകുപ്പുകൾക്ക് അവരുടെ പ്രവർത്തനം ലൈവ് ഡാറ്റ ആയി നിരീക്ഷിക്കാൻ Dashboards ഒരുക്കാൻ Power BI ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി ജില്ലയിലെ തദ്ദേശഭരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ വഴി നടപ്പിലാക്കുന്ന വികസന പദ്ധതികളുടെ പുരോഗതി വിലയിരുത്തുവാൻ കഴിയുന്നു.

കോവിഡിന്റെ കാലത്തായിരിക്കും ആരോഗ്യ വകുപ്പിൽ ഡേറ്റയുടെ പ്രാധാന്യം നാം തിരിച്ചറിഞ്ഞത്. രോഗവ്യാപനം, രോഗികളുടെ എണ്ണം, ടെസ്റ്റ് കിറ്റുകൾ, ആശുപത്രി ശേഷി തുടങ്ങിയവയെല്ലാം കൃത്യമായി നിരീക്ഷിക്കുവാനും വേണ്ടതായ തീരുമാനങ്ങൾ തക്ക സമയത്ത് എടുക്കുവാനും ഇത് സഹായിച്ചിരുന്നു. വിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പിന് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ മേൽനോട്ടം, പെർഫോമൻസ്, ഹാജർ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം കൃത്യമായി മനസ്സിലാക്കുവാൻ കഴിയുന്നു. വ്യവസായ വകുപ്പിനാകട്ടെ തങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കുന്ന പദ്ധതികളുടെ പുരോഗതി റിയൽ ടൈം അനലൈസ് ചെയ്യുവാൻ കഴിയുന്നു. പോലീസിന്

ഈ സംവിധാനം ഏറെ പ്രയോജനപ്പെടുന്നതാണ്. ക്രൈം ഡാറ്റ അനലിറ്റിക്സിന് ഏറെ സഹായകരമായ ടൂൾ ആണിത്. Crime & Criminal Tracking Network System (CCTNS), ഡാറ്റ visualization എന്നിവയ്ക്കെല്ലാം ഈ ടൂൾ ഉപയോഗിക്കുവാൻ കഴിയും. ആദായ നികുതി (Income Tax Department) ഉപയോഗങ്ങൾ:, Tax Collection Trend Analysis - മാസ, ജില്ല, മേഖല അടിസ്ഥാനത്തിൽ High Net Worth Individuals (HNWI) ട്രാക്ക് ചെയ്ത്, Refund Status Monitoring - വൈകിയ റീഫണ്ടുകൾ എവിടെ? തുടങ്ങി നിരവധിയായ ഉപയോഗങ്ങളുണ്ട്.

ഇന്നത്തെ ഭരണ സംവിധാനത്തിൽ, ഡാറ്റാ ആധാരിതമായ തീരുമാനമെടുക്കൽ അനിവാര്യമായിരിക്കുകയാണ്. വികസനം എവിടെയാണ് സംഭവിക്കുന്നത്, എവിടെയാണ് പിന്നാക്കം, ഏത് മേഖലയിൽ കൂടുതൽ ധനവിനിയോഗം ആവശ്യമാണ്, ജനങ്ങളുടെ സാമൂഹ്യ-ആർഥിക സാഹചര്യം എങ്ങനെയാണ് എന്നതെല്ലാം കൃത്യമായി തിരിച്ചറിയുന്നത് ഇക്കണോമിക്സ് ആൻഡ് സ്റ്റാറ്റിസ്റ്റിക്സ് വകുപ്പിന്റെ പ്രധാന പങ്കാളിത്തങ്ങളിലൊന്നാണ്. Directorate of Economics and Statistics (DES) പോലുള്ള വകുപ്പുകൾക്ക് വലിയ തോതിൽ ഡാറ്റ ശേഖരിക്കേണ്ടതുണ്ട് ജില്ലാ തലം മുതൽ സംസ്ഥാന തലം വരെ. ഈ ഡാറ്റയെ വിശ്വസനീയമായി, ദൃശ്യവൽകൃതമായി, പൊതു സമൂഹത്തിനും രാഷ്ട്രീയ നേതൃത്വത്തിനും മനസ്സിലാവുന്ന രീതിയിൽ അവതരിപ്പിക്കാൻ Power BI വളരെ ഉപയോഗപ്രദമാണ്.

## BENEFITS OF POWER BI FOR YOUR BUSINESS



Easy to use



Cost effective



Real-time analytics



Simple collaboration



Data analytics & visualization



Rapid prototyping



Good Custom displays



Data modeling



**ചെറിയ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് പോലും കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ വൻ ഡാറ്റാ അനലിറ്റിക്സിന്റെ പ്രയോജനം ലഭ്യമാക്കുന്നുണ്ട് ഈ സംവിധാനം. ഒരു സ്റ്റാർട്ടപ്പിന്റെ തുടക്കം മുതൽ തന്നെ നിരീക്ഷണം, കണക്കെടുപ്പ്, ഉൽപ്പന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ എന്നിവയെക്കുറിച്ചുള്ള തത്സമയ അവബോധം വളരെയധികം സഹായകരമാണ്.**

കേരളത്തിലെ വിവിധ ഗവൺമെന്റ് പദ്ധതികൾ, ജനസംഖ്യ കണക്കുകൾ, വില നിരീക്ഷണം, സാമ്പത്തിക വളർച്ചാ നിരക്കുകൾ തുടങ്ങിയവയാണ് ഈ വകുപ്പുകൾ ശേഖരിക്കുകയും ശാസ്ത്രീയമായി വിശകലനം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നത്. ഇത്തരം വിശാലമായ ഡാറ്റാ സെറ്റുകൾ പ്രയോഗഭരിതവും ദൃശ്യവൽകൃതവുമായ രീതിയിൽ അവതരിപ്പിക്കാൻ Power BI പോലുള്ള ഉപകരണങ്ങൾ ഏറെ സഹായകരമാണ്. Microsoft വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത ഈ ബിസിനസ് ഇൻറലിജൻസ് ടൂൾ എളുപ്പത്തിൽ

ഉപയോഗിക്കാവുന്നതും ശക്തമായ ഡാറ്റാ അനലിറ്റിക്സ് ശേഷിയുള്ളതുമാണ്. സംസ്ഥാനത്തെയും ജില്ലയിലെയും വളർച്ചാ കണക്കുകൾ, ജനസംഖ്യ വിഭജനങ്ങൾ, ഉപഭോഗവിലയുടെ മാറ്റങ്ങൾ, സാമൂഹിക സൂചികകളിലെ മാറ്റങ്ങൾ എന്നിവ യൊക്കെ Power BI ഉപയോഗിച്ച് വസ്തുതാപരമായ കാഴ്ചപ്പാടിൽ അവതരിപ്പിക്കാനാകും.

ജില്ലതലത്തിൽ വരുന്ന ഡാറ്റ, പഞ്ചായത്ത് തലത്തിൽ ശേഖരിച്ച കണക്കുകൾ, ഹൗസ്ഹോൾഡ് സർവ്വേകളുടെ ഫലം, വില നിരീക്ഷണ റിപ്പോർട്ടുകൾ തുടങ്ങി എല്ലാ വിവരങ്ങളും Power BIയിലേക്കു ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതിലൂടെ അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ശക്തമായ ഡാഷ്ബോർഡുകളും ഇന്ററാക്ടീവ് റിപ്പോർട്ടുകളും സൃഷ്ടിക്കാനാകും. ഉദാഹരണത്തിന്, ഓരോ ജില്ലയിലെയും ഉപഭോഗ വിലയുടെ ട്രെൻഡ് വിശദമായി കാണിക്കാൻ Time Series ഗ്രാഫുകൾ ഉപയോഗിക്കാം. ജനസംഖ്യയുടെ വർദ്ധനവോ, സ്ത്രീ-പുരുഷ അനുപാതങ്ങളോ, വിദ്യാഭ്യാസ നിലയിലെ വ്യത്യാസങ്ങളോ District Map Visualizations മുഖേന വ്യക്തമായി അവതരിപ്പിക്കാം.

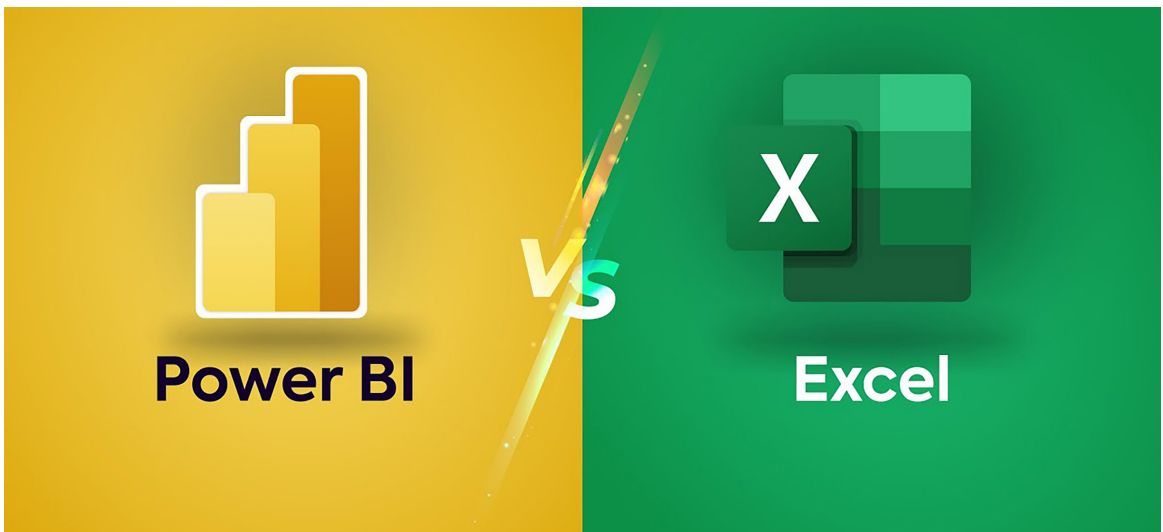
Power BIയുടെ മറ്റൊരു വലിയ പ്രയോജനം അതിന്റെ മൊബൈൽ ആക്സസിബിലിറ്റിയാണ്. വകുപ്പ് തലത്തിലുള്ള ഉദ്യോഗസ്ഥർക്ക് ഓഫീസിൽ മാത്രമല്ല, ഫീൽഡിലായാലും, യാത്രക്കിടയിലായാലും തത്സമയ ഡാറ്റാ നിരീക്ഷിക്കാനും ആവശ്യമായ സമയത്ത് തന്നെ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കാനും സാധിക്കുന്നു. വില വ്യതിയാനങ്ങൾ, പദ്ധതികളുടെ

ധന വിനിയോഗം, ബജറ്റിന്റെ ഉപയോഗ സാധ്യതകൾ എന്നിവയിലുണ്ടാകുന്ന അച്ചടക്കക്കേടുകൾ ഉടൻ തിരിച്ചറിയാനും Power BI സഹായിക്കുന്നു.

സാമൂഹിക വികസന സൂചികകളായാലും ആരോഗ്യ, വിദ്യാഭ്യാസ മേഖലയിലെ വിവരങ്ങളുമായ തുടർച്ചയായ ഡാറ്റയായാലും പൊതുജനങ്ങൾക്ക് മനസ്സിലാക്കുന്ന രീതിയിൽ പോർട്ടലുകൾ വഴിയോ ഔദ്യോഗിക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലൂടെയോ തത്സമയത്തിൽ വെളിപ്പെടുത്താൻ Power BI ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്നു. ഇതു വഴി ഗവൺമെന്റിനും പൗരനും ഇടയിലെ വിവര വെളിച്ചം വളരുകയും, പൊതു

ഇത് കൂടാതെ, സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് വേണ്ടിയുള്ള ബജറ്റിംഗ്, കാഷ്ഫ്ലോ മാനേജ്മെന്റ്, കസ്റ്റമർ അനലിറ്റിക്സ്, ഇൻവെന്ററി നിയന്ത്രണം, സ്റ്റാഫ് പെർഫോമൻസ് തുടങ്ങിയവയെ കുറിച്ചും Power BI അനലിറ്റിക്സ് നൽകുന്നു. ഓരോ ഫീൽഡിനും പ്രത്യേക ഡാഷ്ബോർഡുകൾ ഒരുക്കാനും, ഓരോ കസ്റ്റമർക്കും/ഉൽപ്പന്നത്തിനും പ്രത്യേക ട്രാക്കിംഗ് സംവിധാനവും താൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന രീതിയിൽ കസ്റ്റമൈസ് ചെയ്യാനും കഴിയും.

ഇന്ന് ഒരു ബിസിനസ്സിന്റെ വിജയത്തിന് വേണ്ട ഏറ്റവും വലിയ ശക്തി ഡാറ്റയാണ്. എന്നാൽ, ഡാറ്റ



ജനങ്ങൾക്കുള്ള വിശ്വാസം ഉയരുകയും ചെയ്യുന്നു.

**സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്കൊരു സഹായ ഫസ്റ്റ്**

ചെറിയ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് പോലും കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ വൻ ഡാറ്റാഅനലിറ്റിക്സിന്റെ പ്രയോജനം ലഭ്യമാക്കുന്നുണ്ട് ഈ സംവിധാനം. ഒരു സ്റ്റാർട്ടപ്പിന്റെ തുടക്കം മുതൽ തന്നെ നിരീക്ഷണം, കണക്കെടുപ്പ്, ഉൽപ്പന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ എന്നിവയെ കുറിച്ചുള്ള തത്സമയ അവബോധം വളരെയധികം സഹായകരമാണ്. ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു ഓൺലൈൻ ഹോംമെയ്ഡ് ഫുഡ് ബിസിനസ്സ് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഓരോ ദിവസവും എന്തൊക്കെ വിറ്റു, ഏത് ഉൽപ്പന്നം ലാഭം നൽകുന്നു, ഏത് തിയതികളിലാണ് കൂടുതൽ ഓർഡറുകൾ വന്നത് എന്നതെല്ലാം Power BI ഉപയോഗിച്ച് കാണാനും പഠിക്കാനും കഴിയും. ഇത് വഴി ആ സ്റ്റാർട്ടപ്പിന് കൂടുതൽ ബുദ്ധിപൂർവ്വമായ മാർക്കറ്റിംഗ് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കാൻ കഴിയും.

മാത്രം മതിയാകില്ല; അതിനെ മനസ്സിലാക്കാനും, അതിൽ നിന്ന് അറിവ് സൃഷ്ടിക്കാനും കഴിയണം. അവിടെയാണ് Power BI പോലെയുള്ള ബിസിനസ്സ് ഇൻവെന്ററി ഉപാധികൾ ആധുനിക കാലത്തിന്റെ അനിവാര്യ ഘടകങ്ങളായി മാറുന്നത്. ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ മുതൽ സർക്കാർ സംവിധാനങ്ങൾ വരെയുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് Power BI ഉപയോഗിച്ച് അവരുടെ പ്രവർത്തനം കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമവും വിജയകരമായ പ്രവർത്തനം നയിക്കുവാൻ കഴിയും. സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് അനലിറ്റിക്സ് ഉപയോഗിച്ച് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കാനും, സർക്കാർ വകുപ്പുകൾക്ക് തങ്ങളുടെ പദ്ധതികളുടെ റിയാലിറ്റി അപേക്ഷിച്ച് അവലോകനം നടത്താനും Power BI സഹായകമായി മാറുന്നു. ഡാറ്റയുടെ ലോകത്ത് വിജയം തേടുന്നവർക്കുള്ള വിശ്വാസ്യമായ സഹായാഗ്രഹണമാണ് അതാണ് Power BI.



➔ ഇനു കെ.പി

# 'മുടി'യിലൂടെ വളർന്ന സംരംഭം

'ജീവിതത്തിൽ വിജയിച്ചാലും പരാജയപ്പെട്ടാലും പോരാടി കൊണ്ടിരിക്കുക' എന്ന ഫിഡൽ കാസ്റ്റോയുടെ വാക്കുകളുടെ നേർകാഴ്ചയാണ് സീത എന്ന യുവസംരംഭകയുടെ ജീവിതം. തന്റെ കുടുംബത്തോടൊപ്പം തന്നെ മറ്റു ചില കുടുംബങ്ങൾക്കും വരുമാനം നൽകുകയാണ് സീതാസ് ഹെയർ സൊല്യൂഷൻസ്. സീത അയൽവാസികളുടെ വിഗ് നിർമ്മാണ യൂണിറ്റിൽ ജോലിക്ക് പോയി തുടങ്ങിയത് പതിനെട്ട് വർഷം മുമ്പാണ്. സാമ്പത്തിക ബുദ്ധിമുട്ടും ജോലിയോടുള്ള ആത്മാർത്ഥതയും മൂലം വിഗ് നിർമ്മാണം ഏറ്റവും വേഗത്തിൽ പഠിച്ചെടുക്കുകയായിരുന്നു. എന്നാൽ ചില പ്രത്യേക സാഹചര്യത്തിൽ ആ തൊഴിലിടം ഉപേക്ഷിക്കേണ്ടതായി വന്നു. പക്ഷെ കൂലി പണിക്കാരനായ ഭർത്താവിന്റെ വരുമാനം മാത്രം പ്രതീക്ഷിച്ച് മകന്റെ പഠനവും വീട്ടു ചെലവുകളും സുഗമമായി മുന്നോട്ട് പോകില്ലെന്ന യാഥാർത്ഥ്യം മനസ്സിലാക്കി അറിയാവുന്ന തൊഴിൽ എടുക്കാൻ തീരുമാനിക്കുകയായിരുന്നു. കയ്യിലുണ്ടായിരുന്ന കുറച്ച് സ്വർണ്ണം വിറ്റും സുഹൃത്തുക്കളുടെ സഹായത്തോടെയും ഒരു കിലോ മുടി വാങ്ങി സംരംഭം തുടങ്ങുകയായിരുന്നു. എന്നാൽ 2019 ൽ ഹെയർ ഫിക്സിങ്ങ് ആന്റ് ഹെയർ എക്സ്റ്റൻഷൻ എന്ന ഈ സംരംഭം ആരംഭിച്ചതും കോവിഡ് മഹാമാരിയുടെ ആരംഭവും ഒന്നിച്ചായിരുന്നു. അധികം വൈകാതെ തന്നെ ലോക്ക് ഡൗണും



പ്രഖ്യാപിച്ചു. പിന്നീട് വരുതിയുടെ കാലമായിരുന്നുവെന്ന് സീത ഓർമ്മിക്കുന്നു. ഫോണിലൂടെയും ഓൺലൈനിലൂടെയും ചെറിയ രീതിയിൽ വില്പന നടന്നുവെങ്കിലും സ്ഥാപനത്തിന്റെ വാടക പോലും നൽകാൻ പറ്റാത്ത അവസ്ഥയായിരുന്നു. എന്നാൽ കോവിഡിനു ശേഷം മുദ്രലോണെടുത്തും സുഹൃത്തുക്കളുടെ സഹായത്തോടെയും സംരംഭം വിപുലമാക്കുകയായിരുന്നു.

ജീവിത സാഹചര്യങ്ങൾ, പോഷകാഹാരക്കുറവ്, ഉറക്കം, ജോലിഭാരം, പലതരം രോഗങ്ങൾ എന്നിവയെല്ലാം തലമുടിക്കൊഴിയിനത്തിനുള്ള കാരണങ്ങളാണ്. വിപണിയിലുള്ള പ്രമുഖ ബ്രാൻഡുകൾ എന്ന് അവകാശപ്പെടുന്നവരുടെ ഉല്പന്നങ്ങൾ ഒന്നും തന്നെ ഈ പ്രശ്നത്തിന് ശാശ്വത പരിഹാരമാകുന്നില്ലെന്നതിനാലാണ് പലരും ഇത്തരം ഉറവിടങ്ങളിലെത്തുന്നത്. പുരുഷൻമാരിലാണ് കൂടുതലും കഷണ്ടി കണ്ടു വന്നിരുന്നതെങ്കിലും ഇപ്പോൾ

സ്ത്രീകളെയും ഈ പ്രശ്നം വല്ലാതെ അലട്ടുന്നുണ്ട്. ഹെയർ വിറ്റും ഹെയർ എക്സ്റ്റൻഷനുംമാണ് ഒരു പരിധി വരെ ഇതിന് ഒരു പരിഹാരം. വളരെയധികം സൂക്ഷ്മത ആവശ്യമുള്ള ഒരു തൊഴിലാണ് ഇതെന്ന് സീത പറയുന്നു. തലയുടെ വലിപ്പം, മുടിയുടെ ടെക്സ്ചർ എല്ലാം വലിയ പ്രാധാന്യമുള്ളതാണ്. ഒരു കിലോയ്ക്കു മേൽമേൽ തല മുടിക്ക് ഏകദേശം 35,000 മുതൽ വിലയുണ്ട്. തമിഴ് നാട്ടിൽ നിന്നുള്ള ഏജന്റുമാരിൽ നിന്നാണ് ഇവ ശേഖരിക്കുന്നത്. ഇതിൽ നീളമുള്ളതും ചെറുതുമായ മുടികൾ ഉണ്ടായിരിക്കും. ഇവ തരം തിരിച്ച് കഴുകി ഉണക്കി വൃത്തിയാക്കിയതിനു ശേഷമാണ് ഉപയോഗിക്കുക.

കീമോ തെറാപ്പിക്ക് ശേഷം മുടി നഷ്ടപ്പെടുന്ന അവസ്ഥ രോഗത്തിന്റെ കാഠിന്യത്തോടൊപ്പം മാനസികമായി അലട്ടുമെന്ന് സീതയ്ക്ക് അനുഭവത്തിലൂടെ അറിയാം. സീതയുടെ അമ്മയും സഹോദരിയും കാൻസർ രോഗികളായിരുന്നതിനാൽ ആ വേദനകളെ നന്നായി മനസിലാക്കുവാനും സാധിച്ചിരുന്നു. സാധാരണ രീതിയിൽ തൊപ്പി പോലുള്ള വിറ്റുകളാണ് രോഗികൾ അധികവും ഉപയോഗിക്കാറുള്ളത്. എന്നാൽ അത് ചൂടു കൂടുതലായതിനാൽ രോഗികൾക്ക് അസ്വസ്ഥതയുണ്ടാവുമെന്ന തിരിച്ചറിവിൽ ബേബി ഹെയറും കൃതാവും ഉൾപ്പെടുന്ന സ്കിൻ ടൈപ്പിലുള്ള എയർ ഹോളുള്ള വിറ്റുകളാണ് സീത ഇവർക്ക് നൽകുന്നത്.

തുശൂർ മെഡിക്കൽ കോളജിലെ 'പുനർജനി' എന്ന സന്നദ്ധ സംഘടനയുമായി സഹകരിച്ച് കാൻസർ രോഗികൾക്ക് ആവശ്യമായ വിറ്റുകൾ നിർമ്മിച്ച് നൽകുന്നത് സീതയാണ്. പണമില്ലാത്തതിന്റെ പേരിൽ ഒരു രോഗിയും വിറ്റില്ലാതെ നിരാശപ്പെടരുതെന്നാണ് സീത പറയുന്നത്. ഏത് സ്ഥലത്തുള്ളവരായാലും അത്തരമൊരു ആവശ്യത്തിന് സഹായം ചെയ്ത് നൽകാൻ സീത തയ്യാറാണ്. ഇതിനോടകം തന്നെ നിരവധിയാളു



### Different types of wigs base on Hair Material



Human Hair



Synthetic Hair



Raw/Virgin hair



കൾക്ക് വിശ്വകൾ സൗജന്യമായി നൽകിയിട്ടുണ്ട്. കണ്ണീരുണങ്ങിയ കണ്ണുകളിലെ ആത്മവിശ്വാസത്തിന്റെ തെളിച്ചമുള്ള ഒരു നോട്ടം മാത്രം മതി, പ്രതിഫലത്തെക്കാൾ എത്രയോ മടങ്ങ് വലുതാണ് അതെന്ന് സീത പറയുന്നു. വരുമാന മാർഗ്ഗത്തോടൊപ്പം കുറച്ചു പേരെയെങ്കിലും സഹായിക്കണം എന്ന നിർബന്ധവും സീതയ്ക്കുണ്ട്. ഇതിനകം പല പുരസ്കാരങ്ങളും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ടെങ്കിലും കാൻസർ ദിനത്തോടനുബന്ധിച്ച് തൃശൂർ മെഡിക്കൽ കോളജിലെ പുനർജനി സംഘടിപ്പിച്ച ചടങ്ങിൽ പ്രശസ്ത കാൻസർ രോഗ ചികിത്സാ വിദഗ്ദ്ധൻ ഡോ. ഗംഗാധരൻ സാറിൽ നിന്നും ലഭിച്ച പുരസ്കാരം നിധി ലഭിച്ചതിന് തുല്യമെന്നാണ് സീത പറയുന്നത്.

ഈ മേഖലയിൽ മത്സരങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിലും കൃത്യമായ സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നതു കൊണ്ട് അതൊന്നും തന്നെ ബാധിക്കാറില്ലെന്ന് സീത പറയുന്നു. സ്ഥിരം സ്റ്റാഫുകളായി നാല് പേരാണ് സ്ഥാപനത്തിലുള്ളത്. തിരക്ക് കൂടതലുള്ളപ്പോൾ സഹോദരനും ഭാര്യയും മക്കളും സഹായികളായി എത്താറുണ്ട്. തുടക്കത്തിൽ സ്ത്രീകൾക്ക് മാത്രമാണ് വിശ്വകളും എക്സ്റ്റൻഷനുകളും നൽകിയിരുന്നത്. എന്നാൽ മകൻ രാഹുൽ പഠനശേഷം അമ്മയുടെ സഹായിയാപ്പോൾ പുരുഷന്മാർക്കും ഈ സേവനം ലഭ്യമാക്കാൻ തുടങ്ങി. തൃശൂർ ജില്ലയിലെ തൃപ്രയാറിലാണ് സീതാസ് ഹെയർ സൊല്യൂഷൻസ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. നേരിട്ടും ഓൺലൈൻ ആയും ബിസിനസ്സ് നടത്തുന്നുണ്ട്. അതോടൊപ്പം തന്നെ കോഴിക്കോട് ജില്ലയിലെ കോട്ടുളിയിലെ മോണാലിസ എന്ന ഹെർബൽ ബ്യൂട്ടിപാർലറുമായും സഹകരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. യഥാർത്ഥ മുടി ഉപയോഗിച്ച് വിശ്വകൾ, ത്രീ ക്ലിപ്പ് എക്സ്റ്റൻഷൻ, പോണിടെയിൽ, പെർമനന്റ് എക്സ്റ്റൻഷൻ എന്നിങ്ങനെയുള്ള ലെയ്റ്റ് വെയ്റ്റ് മുടികളുടെ ഉല്പന്നങ്ങൾ ഇവിടെ നൽകുന്നു. 2500 രൂപ മുതൽ അമ്പതിനായിരം രൂപ വരെയുള്ള വിവിധ തരത്തിലുള്ള മുടികൾ ഇവിടെ ലഭിക്കും. നീളത്തിനനുസരിച്ച് വിലയിൽ വ്യത്യാസമുണ്ടാവും. കഠിനാധ്വാനം ചെയ്യാനുള്ള മനസ്സും കൃത്യനിഷ്ഠയും ഉണ്ടെങ്കിൽ സ്ഥിരമായ ഒരു വരുമാനം ലഭ്യമാക്കാൻ സാധിക്കുമെന്നാണ് സീത പറയുന്നത്. ഭർത്താവ് രതീഷും മകൻ രാഹുലും അടങ്ങുന്നതാണ് സീതയുടെ കുടുംബം



➔ ഡോ. ശ്രീനന്ദൻ.വി



# സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ പുതിയ നിർവചനം

എംഎസ്എംഇ (MSMEs) എന്ന ചുരുക്ക പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്ന സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ (Micro Small and Medium Enterprises) രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക പുരോഗതിക്കും വളർച്ചയ്ക്കും നിർണായകമായ പങ്കാണ് വഹിക്കുന്നത്. 2025 ലെ കണക്കുകൾ പ്രകാരം 6.3 ലക്ഷം എം.എസ്.എം.ഇ. സംരംഭങ്ങൾ ഇന്ത്യയിൽ ഉണ്ട്. ഇന്ത്യയുടെ ജിഡിപിയുടെ ഏകദേശം 30% ശതമാനവും എം.എസ്.എം.ഇ. കളാണ് സംഭാവന ചെയ്യുന്നത്. രാജ്യത്തിന്റെ കയറ്റുമതിയുടെ 45 ശതമാനവും, എം.എസ്.എം.ഇ. നൽകുന്നു. 11-25 ആണ് നൽകുന്നത്. കോടീട് മുകളിൽ വ്യക്തികൾക്ക് തൊഴിൽ നൽകുന്ന മേഖലയാണിത്. കാർഷിക മേഖല കഴിഞ്ഞാൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ആളുകൾക്ക് തൊഴിൽ നൽകുന്നതും എം.എസ്.എം.ഇ.കളാണ്. 51 ശതമാനത്തിലേറെ എം.എസ്.എം.ഇ.കളും ഗ്രാമീണ

മേഖലയിലുതിനാൽ ഇന്ത്യയുടെ പിന്നോക്ക മേഖലയുടെ വികസനത്തിൽ കാര്യമായ പങ്കു വഹിക്കാൻ ഇവയ്ക്കാകും.

ഉൽപാദനത്തിന്റെ 31 ശതമാനവും, വ്യാപാര മേഖലയുടെ 36.3 ശതമാനവും, സേവന മേഖലയുടെ 32.7 ശതമാനവും എം.എസ്. എം.ഇ. വഴിയാണ് ലഭിക്കുന്നത്. ഇക്കാരണത്താൽ സാമ്പത്തിക മേഖലയുടെ നട്ടെല്ലാണ് എം.എസ്. എം.ഇ. കൾ എന്ന് നിസംശയം പറയാം. അതിനാൽ തന്നെ കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ നൽകുന്ന സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങളും, മറ്റു അനുകൂല്യങ്ങളും ഇവയ്ക്ക് ലഭിക്കേണ്ടതുണ്ട്. അതിന്റെ ഭാഗമായി, അർഹമായ എല്ലാ സംരംഭങ്ങളെയും എം.എസ്.എം.ഇ നിർവചനത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്. സർക്കാർ നൽകുന്ന അനുകൂല്യങ്ങളും സഹായങ്ങളും ലഭിക്കുന്നതിന്റെ

പ്രാഥമിക അടിസ്ഥാനം ഒരു സ്ഥാപനം എം. എസ്.എം.ഇ എന്ന നിർവചനത്തിൽ വരുന്നുണ്ടോ എന്നതാണ്.

**എം.എസ്.എം.ഇ.കളുടെ നിർവചനം-  
ആദ്യ കാലഘട്ടത്തിൽ**

എം.എസ്.എം.ഇ/ എസ്.എസ്.ഐ.(SSI) യൂണിറ്റുകളുടെ നിർവചനത്തിൽ ഓരോ കാലഘട്ടത്തിലും ഓരോ മാനദണ്ഡമാണ് ഗവൺമെന്റ് പാലിച്ചിരിക്കുന്നത്. കേന്ദ്ര സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളുടെ സാമ്പത്തികവും, സാമ്പത്തികേതരവുമായ അനുകൂല്യങ്ങൾ ലഭിക്കാൻ കൃത്യമായ നിർവചനം ആവശ്യമാണെന്നതിനാൽ, ഇത് അവയുടെ വളർച്ചയെയും പുരോഗതിയെയും ഗണ്യമായി ബാധിക്കുന്നു. ഇവരുടെ സ്വഭാവത്തിന് അനുസരിച്ച് നിക്ഷേപ പരിഗണന നിർവചിച്ചിട്ടുണ്ട്. അവയെ അവലോകനം ചെയ്യുന്നതാണ് ഈ ലേഖനം.

ഇന്ത്യയിൽ 1950 ൽ ധനകാര്യ കമ്മീഷനാണ് ആദ്യമായി ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളെ നിർവചിക്കുന്നത്. 10 മുതൽ 50 വരെ തൊഴിലാളികളുടെ സഹായത്തോടെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സംരംഭങ്ങളെയാണ് ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളായി നിർവചിച്ചത്. 1951ലെ വ്യവസായ (വികസനവും റെഗുലേഷനും) നിയമത്തിൽ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളെ നിർവചിക്കുന്നില്ലെങ്കിലും, കേന്ദ്ര ഗവൺമെന്റിനു നോട്ടീഫൈ ചെയ്ത ഉത്തരവുകളിലൂടെ ചെറുകിട വ്യവസായ സ്ഥാപനം എന്താണെന്ന് നിർവചിക്കാൻ അധികാരം നൽകുന്നു. 1954 ൽ സ്ഥാപിച്ച ചെറുകിട വ്യവസായ ബോർഡിന്റെ നിർവചനപ്രകാരം വൈദ്യുതി ഉപയോഗിക്കുന്നതാണെങ്കിൽ 50 താഴെ തൊഴിലാളികളെ നിയമിച്ചിട്ടുള്ളതും, വൈദ്യുതി ഉപയോഗിക്കാത്തതാണെങ്കിൽ 100 ൽ താഴെ തൊഴിലാളികളെ നിയമിച്ചിട്ടുള്ളതും, 5 ലക്ഷം രൂപയിൽ കവിയാത്ത ആസ്തി ഉള്ളവയുമാണ് ഒരു ചെറുകിട വ്യവസായ സ്ഥാപനം.

2006 വരെ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളെ പലതരത്തിലാണ് നിർവചിച്ചിട്ടുള്ളത്. തൊഴിലാളി അധിഷ്ഠിതമായ രീതികൾ (labour intensive methods) ഉപയോഗിച്ച് പരമ്പരാഗതമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്ന കുടിൽ കരകൗശല യൂണിറ്റുകളെ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളായി കണക്കാക്കിയിരുന്നു. ഭരണപരമായി, ഇന്ത്യയിലെ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളെ താഴെ പറയുന്ന ഏഴ് വിഭാഗങ്ങളായാണ് തരം തിരിച്ചിട്ടുള്ളത്.



सत्यमेव जयते

**MSME**  
MICRO, SMALL & MEDIUM ENTERPRISES  
सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यम

- 1.കരകൗശലം
- 2.ഹാൻഡ്‌ലും
3. ഖാദി-ഗ്രാമീണ-കുടിൽ വ്യവസായം
4. കയർ
5. സെറി കൾച്ചർ
- 6.പവർലും
7. മറ്റു ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ

ഇവയിൽ ആദ്യ 5 വിഭാഗങ്ങളെ പരമ്പരാഗത മേഖലകൾ എന്നും, ബാക്കിയുള്ളവയെ ആധുനിക മേഖലകൾ എന്നും കണക്കാക്കിയിരുന്നു. ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖലയെ അനുബന്ധ യൂണിറ്റുകൾ (Ancillary units), ചെറിയ യൂണിറ്റുകൾ (tiny units), കയറ്റുമതി അധിഷ്ഠിത യൂണിറ്റുകൾ (Export oriented units), സേവന യൂണിറ്റുകൾ എന്നിങ്ങനെയും തരം തിരിച്ചിട്ടുണ്ട്.

**നിക്ഷേപ തുകയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള  
നിർവചനങ്ങൾ**

വ്യവസായങ്ങളുടെ നിർവചനത്തിന് പിന്തുടർന്നിട്ടുള്ള മാനദണ്ഡങ്ങളിൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒന്ന്, യൂണിറ്റുകളിൽ നടത്തിയിട്ടുള്ള നിക്ഷേപ തുകയുടെ അളവായിരുന്നു. അതിന് കാരണം യൂണിറ്റുകളിൽ ഉള്ള നിക്ഷേപം അതിന്റെ ഉല്പാദനത്തിന്റെയും പ്രവർത്തനത്തിന്റെയും വ്യാപ്തി നിശ്ചയിക്കും എന്നുള്ളതാണ്. 1950 ൽ സ്ഥിരം ആസ്തികളിൽ അര മില്യൺ വരെ നിക്ഷേപമുള്ളതും, 50 തൊഴിലാളികൾ വരെയുള്ള, വൈദ്യുതിയുടെ സഹായത്തോടെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന

താണെങ്കിലോ, 100 തൊഴിലാളികൾ വരെയുള്ള വൈദുതിയുടെ സഹായമില്ലാതെ പ്രവർത്തിക്കുന്നതാണെങ്കിലോ, ചെറുകിട യൂണിറ്റുകളായി നിർവചിച്ചിരുന്നു. 1960 ൽ, തൊഴിലാളികളുടെ എണ്ണത്തിലുള്ള നിബന്ധന ഒഴിവാക്കിക്കൊണ്ട്, അര മില്യൻ വരെ സ്ഥിരാസതികളിൽ നിക്ഷേപിച്ചിട്ടുള്ള യൂണിറ്റുകളെ ചെറുകിട യൂണിറ്റുകളായി നിർവചിച്ചു.

1966 ൽ പ്ലാന്റിലും മെഷീനറികളിലുമുള്ള നിക്ഷേപത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലായിരുന്നു ചെറുകിട യൂണിറ്റുകളെ നിർവചിച്ചത്. പ്ലാന്റിലും മെഷീനറികളിലും 0.75 മില്യൻ രൂപ വരെ നിക്ഷേപം നടത്തിയിട്ടുള്ള

യൂണിറ്റുകളെ ചെറുകിട യൂണിറ്റുകളായി നിർവചിച്ചു. 1970 ൽ ഈ പരിധി ഒരു മില്യൻ രൂപയായും, 1980 ൽ അത് രണ്ട് മില്യൻ രൂപയായും, 1985 ൽ 3.5 മില്യൻ രൂപയായും, 1991ൽ അത് 6 മില്യൻ രൂപയായും, 1996 ൽ അത് 10 മില്യൻ രൂപയായും ഉയർത്തി. ഇത്തരത്തിൽ നിക്ഷേപ പരിധി ഉയർത്താനുള്ള ഒരു കാരണം ഓരോ കാലയളവിലും, സ്ഥിരാസതികളിൽ ഉയർന്ന തുകയുടെ നിക്ഷേപം ഒഴിവാക്കാൻ പറ്റാതെ വന്നതായിരുന്നു. രൂപയുടെ മൂല്യത്തിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങളും, സാങ്കേതികമായ മാറ്റങ്ങളും ഇതിനു കാരണമായി. അങ്ങനെയിരിക്കെ നിർവചനത്തിലെ നിക്ഷേപ പരിധി ഉയർത്തിയില്ലെങ്കിൽ, മിക്ക യൂണിറ്റുകളും ചെറുകിട യൂണിറ്റിന്റെ നിർവചനത്തിൽ നിന്നും പുറത്താകും

## 2006 ലെ സമഗ്രമായ മാറ്റം

എം.എസ്.എം. ഇ. വികസന നിയമം 2006 പാസാക്കിയതോടെ വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങളെ ചെറുകിട യൂണിറ്റുകൾ എന്നുമാത്രം വിളിച്ചു വിളിച്ചിരുന്നിടത്ത് സംരംഭങ്ങൾ എന്ന പദം ഉപയോഗിക്കാൻ തുടങ്ങി.

അത്തരത്തിൽ സംരംഭങ്ങളെ ഉത്പാദന മേഖലയിലെയും, സേവന മേഖലയിലെയും എന്ന തരത്തിൽ രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളാക്കി നിർവചിച്ചു. അതുവരെ ചെറുകിട യൂണിറ്റുകൾ എന്ന് മാത്രം പറഞ്ഞിരുന്നതു, സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട- ഇടത്തരം എന്നിങ്ങനെ മൂന്നു വിഭാഗങ്ങളിലായി നിർവചിച്ചു.

എം.എസ്.എം. ഇ. വികസന നിയമം അനുസരിച്ച് ഉത്പാദന മേഖലയിൽ പ്ലാന്റിലും മെഷീനറികളിലുമുള്ള നിക്ഷേപത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് സംരംഭങ്ങളെ തരംതിരിച്ചത്. അത് പ്രകാരം പ്ലാന്റിലും മെഷീനറികളിലുമായി 25 ലക്ഷം രൂപ വരെ നിക്ഷേപങ്ങൾ ഉള്ള സംരംഭങ്ങളെ സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങൾ എന്നും, 25 ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് മുകളിലും എന്നാൽ 5 കോടി രൂപ വരെ നിക്ഷേപം ഉള്ള സംരംഭങ്ങളെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ, എന്നും 5 കോടി രൂപയ്ക്ക് മുകളിലും എന്നാൽ പത്തു കോടി രൂപയ്ക്ക് താഴെയും നിക്ഷേപം ഉള്ളവയെ ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ എന്നും നിർവചിച്ചു. സേവന മേഖലകളിൽ ഉപകരണങ്ങളിലുള്ള നിക്ഷേപത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് സംരംഭങ്ങളെ തരംതിരിച്ചത്. അത് പ്രകാരം ഉപകരണങ്ങളിൽ 10 ലക്ഷം രൂപ വരെ നിക്ഷേപങ്ങൾ ഉള്ള സംരംഭങ്ങളെ സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങൾ എന്നും, 10 ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് മുകളിലും എന്നാൽ 2 കോടി രൂപ വരെ നിക്ഷേപം





ഉള്ള സംരംഭങ്ങളെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ, എന്നും 3 കോടി രൂപയ്ക്ക് മുകളിലും എന്നാൽ 5 കോടി രൂപയ്ക്ക് താഴെയും നിക്ഷേപം ഉള്ളവയെ ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ എന്നും നിർവചിച്ചു.

ചുരുക്കത്തിൽ 2006 ലെ എം.എസ്. എം. ഇ. വികസന നിയമപ്രകാരമുള്ള നിർവചനങ്ങൾ കൂടുതൽ സമഗ്രവും, വിശാലവും ആയിരുന്നു അവ വിവിധതരം സംരംഭങ്ങളെ സൂക്ഷ്മ- ചെറുകിട- ഇടത്തരം എന്നിങ്ങനെ മൂന്നു വിഭാഗങ്ങളിലായി തരം തിരിച്ചു. ഉൽപാദന മേഖലയിലുള്ളവയ്ക്കും സേവനമേഖലയിൽ ഉള്ളവയ്ക്കും വ്യത്യസ്ത നിർവചനങ്ങൾ നൽകി.

എങ്കിലും 2006ലെ നിർവചനത്തിലെ ചില പോരായ്മകൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു:-

1. ഓരോ സ്ഥാപനത്തിന്റെയും വിറ്റു വരവ് നിർവചനത്തിന്റെ ഒരു മാനദണ്ഡമായി വന്നില്ല. അതൊരു പോരായ്മയാണ്. കാരണം വലിയ നിക്ഷേപങ്ങൾ ഉണ്ടായാലും ആവശ്യത്തിന് വിറ്റു വരവ് ലഭിക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ അത് സ്ഥാപനത്തിന്റെ വികസനത്തിന് തടസ്സം സൃഷ്ടിക്കും. അത്തരത്തിൽ കുറഞ്ഞ വിറ്റു വരവ് ഉള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് പ്രത്യേക സഹായങ്ങളും പ്രത്യേക പരിഗണനകളും നൽകേണ്ടതുണ്ട്.

2. ഉൽപാദന മേഖലയിൽ ആയാലും സേവന മേഖലയിൽ ആയാലും സ്ഥിരാസ്തികളിൽ നിക്ഷേപങ്ങൾ നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. സാങ്കേതികവിദ്യ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉള്ള സംരംഭങ്ങളിൽ പ്ലാന്റും

മെഷിനറികളിലും, ഉപകാരണങ്ങളിലുമായി വലിയ നിക്ഷേപം നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. അതിനാൽ തന്നെ സേവനമേഖല- ഉൽപാദന മേഖല എന്നുള്ള വേർതിരിവ് നിർവചനത്തിൽ ആവശ്യമില്ല.

കൂടാതെ 2006ലെ നിർവചനത്തിന് ശേഷം 18 വർഷം കഴിഞ്ഞിട്ടും സംരംഭങ്ങളുടെ നിർവചനത്തിൽ പഴയ നിക്ഷേപ പരിധികൾ തന്നെയാണ് നിലനിന്നിരുന്നത്. അതിനാൽ പുതിയ പരിധികൾ നിശ്ചയിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

## 2025 ലെ നിർവചനം

2025 ഏപ്രിൽ ഒന്നു മുതൽ സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളെ പുതിയ നിർവചനത്തിലൂടെ ആണ് തരംതിരിക്കുന്നത്. അത് പ്രകാരം നേരത്തെ സേവന മേഖലയ്ക്കും, ഉല്പാദന മേഖലയ്ക്കും വെവ്വേറെ നൽകിയിരുന്ന നിർവചനം ഇല്ലാതാക്കി. പകരം വാർഷിക വിറ്റു വരവും ഉൾപ്പെടുത്തി സംയോജിത നിർവചനം കൊണ്ട് വന്നു.

പുതിയ നിർവചന പ്രകാരം പ്ലാന്റുകളിലും മെഷിനറികളിലും, 2.5 കോടി രൂപയിൽ കവിയാത്ത നിക്ഷേപം ഉള്ളതും, വാർഷിക വിറ്റു വരവ് 10 കോടി രൂപയിൽ കവിയാത്തതുമായ സംരംഭങ്ങളെ സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങളായ് നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നു.

പ്ലാന്റുകളിലും മെഷിനറികളിലും, 25 കോടി രൂപയിൽ കവിയാത്ത നിക്ഷേപം ഉള്ളതും, വാർഷിക വിറ്റു വരവ് 100 കോടി രൂപയിൽ കവിയാത്തതുമായ സംരംഭങ്ങളെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളായ് നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നു.

പ്ലാന്റുകളിലും മെഷിനറികളിലും, 125 കോടി രൂപയിൽ കവിയാത്ത നിക്ഷേപം ഉള്ളതും, വാർഷിക വിറ്റു വരവ് 500 കോടി രൂപയിൽ കവിയാത്തതുമായ സംരംഭങ്ങളെ ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളായി നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നു.

സംരംഭങ്ങളുടെ, എം എസ്. എം.ഇ. ആകാനുള്ള തുകകളുടെ പരിധിയിൽ അവയുടെ വാർഷിക വിറ്റു കൂടി പരിഗണിക്കുന്നത്, അവയുടെ സാമ്പത്തിക ആവശ്യങ്ങളോടൊപ്പം, സ്ഥാപനത്തിന്റെ കരുത്തും കൃത്യമായ രീതിയിൽ കണക്കിലെടുക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിലുള്ള പുതൂക്കിയ നിർവചനത്തിലൂടെ കൂടുതൽ സംരംഭങ്ങളെ എം എസ്. എം.ഇ നിർവചനത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്താനും സഹായിക്കും. അതിലൂടെ കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളുടെ സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കാനും സാധിക്കും

ഗവൺമെന്റ് ജി.പി.എം. കോളേജിലെ പ്രൊഫസറും, വാണിജ്യ വിഭാഗം മേധാവിയുമാണ് ലേഖകൻ

  
**BRESSAFE**  
SURGICAL MASK 3 PLY

**DOCTORS NEED  
THE BEST PROTECTION  
BE SURE WITH**

**BRESSAFE  
ULTRA**

ASTM  
F2101

BACTERIAL  
FILTRATION  
EFFICIENCY

99.9%

Ph: 7025 325 952 | 7025 145 325

വ്യവസായ  
 വാണിജ്യമേഖലയിലെ  
 സ്പന്ദനങ്ങളറിയാൻ...

സംസ്ഥാന വ്യവസായവാണിജ്യ വകുപ്പ് പ്രസിദ്ധീകരണം  
**വ്യവസായ കേരളം**  
 VYAVASAYA KERALAM

നിങ്ങളുടെ ഉൽപന്നമോ സേവനമോ യഥാർത്ഥ ആവശ്യക്കർക്കിടയിൽ കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ പരസ്യപ്പെടുത്താൻ ഏറ്റവും യോജിച്ച മാസിക **വ്യവസായ കേരളം**



വാർഷിക വരിസംഖ്യ 300 രൂപ  
 ഒറ്റപ്രതി 30 രൂപ

പരസ്യ നിരക്ക്

	കുളർ	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 ഹാഫ് പേജ്	4,000 രൂപ	2,500 രൂപ
ഇൻസൈഡ് ക്വാർട്ടർ പേജ്	2,500 രൂപ	1,500 രൂപ

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

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



വരിസംഖ്യയും പരസ്യത്തിന്റെ ചാർജും അടയ്ക്കാൻ  
 ക്യാ.ആർ. കോഡ് സ്കാൻ ചെയ്യുക

Email: vyavasayakeralam@gmail.com