ബിസിനസ് സ്റ്റഡീസ്

ക്ലാസ്സ് XI

കേരള സർക്കാർ

വിദ്യാഭ്യാസ വകുപ്പ്

തയ്യാറാക്കിയത്

സംസ്ഥാന വിദ്യാഭ്യാസ ഗവേഷണ പരിശീലന സമിതി, കേരളം

2019

ISBN 81-7450-530-X

First Edition
March 2006 Phalguna 1927

Reprinted
June 2014

PD 120T RNB

© National Council of Educational Research and Training, 2006

Printed on 80 GSM paper

Published by the SCERT,
Thiruvananthapuram
Department of Education,
Government of Kerala
&
Printed at:
Centre for Advanced Printing and Training (C-apt) (Government of Kerala), Thiruvananthapuram

ALL RIGHTS RESERVED

- No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without the prior permission of the publisher.
- This book is sold subject to the condition that it shall not, by way of trade, be lent, re-sold, hired out or otherwise disposed of without the publisher's consent, in any form of binding or cover other than that in which it is published.
- The correct price of this publication is the price printed on this page, Any revised price indicated by a rubber stamp or by a sticker or by any other means is incorrect and should be unacceptable.

ആമുഖം

ഏതു വിജ്ഞാനവും മാതൃഭാഷയിൽ പഠിക്കാനും പ്രകാശനം ചെയ്യാനും സാധിക്കും. അതിനുള്ള അവസരം പഠിതാക്കൾക്ക് ഒരുക്കേണ്ടത്, ഏതൊരു പഠന സമ്പ്രദായത്തിന്റെയും അനിവാര്യതയാണ്. അതിന്റെ തുടക്കമെന്ന നിലയ്ക്കാണ് ഹയർസെക്കന്ററി തലത്തിൽ ഭാഷേതര വിഷയങ്ങളിലെ പാഠപുസ്തകങ്ങൾ മലയാളത്തിൽ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നത്.

മാതൃഭാഷയിലൂടെയുള്ള വിദ്യാഭ്യാസം, ജ്ഞാനസമ്പാദനത്തിനുള്ള സുഗമ മാർഗം എന്നതിനോടൊപ്പം സാംസ്കാരികതനിമയുടെ തിരിച്ചറിയൽ കൂടിയാണ്. അതുകൊണ്ടാണ് വികസിതരാജ്യങ്ങൾ മാതൃഭാഷയെ മുഖ്യ ബോധന മാധ്യമമായി സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇന്ത്യയിലാകട്ടെ, ദേശീയതലത്തിലുള്ള പ്രധാന പരീക്ഷകളെല്ലാം പ്രാദേശിക ഭാഷകളിൽക്കൂടി നടത്തുന്നതിനുള്ള സംവിധാനവും ഉണ്ടായി വരികയാണ്. ഈയൊരു സാഹചര്യത്തിൽ നമ്മുടെ കുട്ടികളും മാതൃഭാഷയുടെ ശക്തിസൗന്ദര്യങ്ങൾ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് വിവിധ വിഷയങ്ങളിൽ ജ്ഞാനനിർമിതിയിൽ ഏർപ്പെടേണ്ടതുണ്ട്. അതിന് അവരെ സജ്ജരാക്കുകയാണ് ഈ പാഠപുസ്തകങ്ങളുടെ മുഖ്യ ലക്ഷ്യം.

പരിഭാഷപ്പെടുത്തിയ പുസ്തകങ്ങളിൽ അതത് വിഷയങ്ങളിലെ സാങ്കേതിക പദങ്ങൾ പരമാവധി മലയാളത്തിലാക്കിയിട്ടുണ്ട്. നമ്മുടെ ഭാഷയിൽ ചിരപരിചിതമായ ഇംഗ്ലീഷ് പദങ്ങളെ അതേപടി സ്വീകരിച്ചിട്ടുമുണ്ട്. വിവർത്തനത്തിന് തീർത്തും വഴങ്ങാത്ത പദങ്ങളെ അതേരീതിയിൽ തന്നെ ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്നു. മാതൃഭാഷയിൽ പഠിക്കുന്നവർക്ക് ആശയഗ്രഹണം സുഗമമാക്കുന്ന വിധത്തിലാണ് പാഠപുസ്തകരചന നടത്തിയിരിക്കുന്നത്. അതോടൊപ്പം മലയാളഭാഷയുടെ വളർച്ചയ്ക്കും ഈ പ്രവർത്തനം സഹായകമാകുമെന്ന് കരുതുന്നു.

പാഠപുസ്തകവിവർത്തന രംഗത്ത് നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് നടന്ന വലിയൊരു കാൽവെപ്പാണ് ഇത്. പ്രഥമ സംരംഭമെന്നനിലയിൽ പല പരിമിതികളും പരിഭാഷയിൽ വന്നിട്ടുണ്ടാകാം. ക്ലാസ്മുറിയിൽ പ്രയോഗത്തിൽ വരുമ്പോഴാണ് അവയെല്ലാം കൂടുതൽ ബോധ്യപ്പെടുക. തുടർന്ന് വരുന്ന ഘട്ടങ്ങളിൽ അവയൊക്കെ പരിഹരിക്കുന്നതിന് എല്ലാ അഭ്യുദയകാംക്ഷികളിൽ നിന്നും വിശിഷ്ട അധ്യാപകർ, വിദ്യാർത്ഥികൾ എന്നിവരിൽ നിന്നും അഭിപ്രായങ്ങളും നിർദേശങ്ങളും പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

ഡോ.ജെ. പ്രസാദ്

ഡയറക്ടർ,

എസ്.സി.ഇ.ആർ.ടി. കേരളം

പാഠപുസ്തക വിവർത്തനം

അധ്യാപകർ

1. **ഷിവി കൃഷ്ണൻ**, പ്രിൻസിപ്പാൾ
   ഗവ. എച്ച്.എസ്.എസ്. വടുവൻചാൽ, വയനാട്
2. **സുകു എസ്.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   ഗവ. എച്ച്.എസ്.എസ്. ആല, ചെങ്ങന്നൂർ, ആലപ്പുഴ
3. **തോമസ് പി. വി.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   ഗവ. എച്ച്.എസ്.എസ്. ആറളം, കണ്ണൂർ
4. **ഹരിദാസ് യു.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   എം.എൻ.കെ.എം.എച്ച്.എസ്.എസ്. ചിറ്റിലംചേരി, പാലക്കാട്
5. **അജിത് പി. പി.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   എസ്.കെ.എം.ജെ. എച്ച്.എസ്.എസ്. കൽപ്പറ്റ, വയനാട്
6. **അനിൽകുമാർ ജി.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   ഗവ. എച്ച്.എസ്.എസ്. അയ്യൻകോയിക്കൽ, കൊല്ലം
7. **അശോക് കുമാർ ടി. എൻ.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   ഗവ. എച്ച്.എസ്.എസ്. ആദൂർ, കാസറഗോഡ്
8. **പ്രകാശ് പി. എൻ.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   ഗവ. എച്ച്.എസ്.എസ്. ആറളം, കണ്ണൂർ
9. **പ്രസാദ്കുമാർ. പി.**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
   ഗവ. എച്ച്.എസ്.എസ്. പുന്നല, കൊല്ലം
10. **പ്രകാശൻ തച്ചോറൻ**, എച്ച്.എസ്.എസ്.ടി. കൊമേഴ്സ്
    എ.കെ.ജി.എം.ജി.എച്ച്.എസ്.എസ്., പിണറായി

വിദഗ്ധർ

1. **ഡോ. കെ. മനോഹരൻ നായർ**, ഫോർമർ അസോസിയേറ്റ് പ്രൊഫസർ & ഹെഡ്,
   പി.ജി.ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആന്റ് റിസർച്ച് സെന്റർ,
   എം.ജി.കോളേജ്, തിരുവനന്തപുരം
2. **ഡോ. ബിനോ ജോയ്**, അസി. പ്രൊഫസർ & ഹെഡ്, കൊമേഴ്സ് വിഭാഗം
   ഗവ. കോളേജ്, കോട്ടയം
3. **സിജു സബാസ്റ്റ്യൻ**, അസി. പ്രൊഫസർ, കൊമേഴ്സ് വിഭാഗം,
   ഗവ. കോളേജ്, മണിമലക്കുന്ന്
4. **ഡോ. നിമ്മി ദേവ്**, അസി. പ്രൊഫസർ, കൊമേഴ്സ് വിഭാഗം
   ഗവ. കോളേജ് ഫോർ വിമൺ, തിരുവനന്തപുരം
5. **ഡോ. ബിജു എ. വി.**, അസി. പ്രൊഫസർ, കൊമേഴ്സ് വിഭാഗം,
   ഗവ. കോളേജ്, നെടുമങ്ങാട്
6. **ഡോ. രതീഷ്. ആർ.**, അസി. പ്രൊഫസർ, കൊമേഴ്സ് വിഭാഗം,
   മാർ ഇവാനിയോസ് കോളേജ്, തിരുവനന്തപുരം
7. **ഡോ. എം. സി. അബ്ദുൾനാസർ.**, അസി. പ്രൊഫസർ, മലയാളം വിഭാഗം,
   ഗവ. ആർട്സ് & സയൻസ് കോളജ്, കോഴിക്കോട്

അക്കാഡമിക് കോഡിനേറ്റർ

രഞ്ജിത് എസ്., റിസർച്ച് ഓഫീസർ, എസ്.സി.ഇ.ആർ.ടി.

FOREWORD

The National Curriculum Framework (NCF), 2005, recommends that children's life at school must be linked to their life outside the school. This principle marks a departure from the legacy of bookish learning which continues to shape our system and causes a gap between the school, home and community. The syllabi and textbooks developed on the basis of NCF signify an attempt to implement this basic idea. They also attempt to discourage rote learning and the maintenance of sharp boundaries between different subject areas. We hope these measures will take us significantly further in the direction of a child-centred system of education outlined in the National Policy of Education (1986).

The success of this effort depends on the steps that school principals and teachers will take to encourage children to reflect on their own learning and to pursue imaginative activities and questions. We must recognise that, given space, time and freedom, children generate new knowledge by engaging with the information passed on to them by adults. Treating the prescribed textbook as the sole basis of examination is one of the key reasons why other resources and sites of learning are ignored. Inculcating creativity and initiative is possible if we perceive and treat children as participants in learning, not as receivers of a fixed body of knowledge.

These aims imply considerable change in school routines and mode of functioning. Flexibility in the daily time-table is as necessary as rigour in implementing the annual calendar so that the required number of teaching days are actually devoted to teaching. The methods used for teaching and evaluation will also determine how effective this book proves for making children's life at school a happy experience, rather than a source of stress or boredom. Syllabus designers have tried to address the problem of curricular burden by restructuring and reorienting knowledge at different stages with greater consideration for child psychology and the time available for teaching. The textbook attempts to enhance this endeavour by giving higher priority and space to opportunities for contemplation and wondering, discussion in small groups, and activities requiring hands-on experience.

The National Council of Educational Research and Training (NCERT) appreciates the hard work done by the textbook development committee responsible for this book. We wish to thank the Chairperson of the advisory group in Social Sciences, Professor Hari Vasudevan and the Chief Advisor for this book, Prof. Sanjay K. Jain, for guiding the work of this committee. Several teachers contributed to the development of this textbook; we are grateful to their principals for making this possible. We are indebted to the institutions and organisations which have generously permitted us to draw upon their resources, materials and personnel. We are especially grateful to the members of the National Monitoring Committee, appointed by the Department of Secondary and Higher Education, Ministry of Human Resource

Development under the Chairpersonship of Professor Mrinal Miri and Professor G.P. Deshpande for their valuable time and contribution. As an organisation committed to systemic reform and continuous improvement in the quality of its products, NCERT welcomes comments and suggestions which will enable us to undertake further revision and refinements.

Director
National Council of Educational
Research and Training

New Delhi
20 December 2005

TEXTBOOK DEVELOPMENT COMMITTEE

CHAIRPERSON, ADVISORY COMMITTEE FOR SOCIAL SCIENCE TEXTBOOKS AT THE HIGHER SECONDARY LEVEL

Hari Vasudevan, *Professor*, Department of History, University of Calcutta, Kolkata

CHIEF ADVISOR

Sanjay K. Jain, *Professor*, Delhi School of Economics, University of Delhi, Delhi

MEMBERS

Anand Saxena, *Reader*, Deen Dayal Upadhyaya College, University of Delhi

Davinder K. Vaid, *Professor*, DESSH, NCERT, New Delhi

Garima Gupta, *Lecturer*, PGDAV College, University of Delhi, New Delhi

G.L. Tayal, *Reader*, Ramjas College, University of Delhi

J.K. Parida, *Professor*, Department of Commerce, Utkal University, Bhubaneswar, Orissa

K.V. Achalapati, *Professor* and *Head*, Department of Commerce, Osmania University, Hyderabad

M.M. Goyal, *Reader*, PGDAV College, University of Delhi

M. Usha, *Associate Professor*, University College of Commerce and Business Management, Osmania University, Hyderabad

Pooja Dasani, *PGT*, Convent of Jesus and Mary School, Gol Dakkhana, New Delhi

Shailendra Nigam, NIILM Centre for Management Studies, Sher Shah Suri Marg, New Delhi

MEMBER-COORDINATOR

Minoo Nandrajog, *Reader*, DESSH, NCERT, New Delhi

THE CONSTITUTION OF INDIA

PREAMBLE

WE, THE PEOPLE OF INDIA, having solemnly resolved to constitute India into a [1]**[SOVEREIGN SOCIALIST SECULAR DEMOCRATIC REPUBLIC]** and to secure to all its citizens :

JUSTICE, social, economic and political;

LIBERTY of thought, expression, belief, faith and worship;

EQUALITY of status and of opportunity and to promote among them all;

FRATERNITY assuring the dignity of the individual and the [2][unity and integrity of the Nation];

IN OUR CONSTITUENT ASSEMBLY this twenty-sixth day of November, 1949 do **HEREBY ADOPT, ENACT AND GIVE TO OURSELVES THIS CONSTITUTION.**

---

1. Subs. by the Constitution (Forty-second Amendment) Act, 1976, Sec.2, for "Sovereign Democratic Republic" (w.e.f. 3.1.1977)
2. Subs. by the Constitution (Forty-second Amendment) Act, 1976, Sec.2, for "Unity of the Nation" (w.e.f. 3.1.1977)

ഉള്ളടക്കം

ആമുഖം

ഭാഗം 1 ബിസിനസിന്റെ അടിത്തറ

അധ്യായം 1 ബിസിനസും വ്യാപാരവും വാണിജ്യവും

അധ്യായം 2 ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ വിവിധ രൂപങ്ങൾ

അധ്യായം 3 സ്വകാര്യ, പൊതു, ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ

അധ്യായം 4 ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ

അധ്യായം 5 ബിസിനസിലെ നൂതന പ്രവണതകൾ

അധ്യായം 6 ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വവും ബിസിനസ് ധർമ്മവും

ഭാഗം 2 കോർപ്പറേറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങൾ, ധനകാര്യവും വ്യാപാരവും

അധ്യായം 7 കമ്പനി രൂപീകരണം

അധ്യായം 8 ബിസിനസ് ധനത്തിന്റെ സ്രോതസ്സുകൾ

അധ്യായം 9 ചെറുകിട ബിസിനസ്

അധ്യായം 10 ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം

അധ്യായം 11 അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസ്

Z8G1C1

ഭാഗം I

ബിസിനസിന്റെ അടിത്തറ

C1X9G5

അധ്യായം 1

ബിസിനസും വ്യാപാരവും വാണിജ്യവും
(BUSINESS, TRADE AND COMMERCE)

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ചു കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ്:

- പ്രാചീനകാലം മുതലുള്ള വ്യാപാരവാണിജ്യ രംഗങ്ങളുടെ പുരോഗതി വിലയിരുത്തുന്നു.
- വ്യാപാര-വാണിജ്യരംഗങ്ങളിൽ പ്രാദേശിക പണമിടപാട് സംവിധാനത്തിന്റെ പങ്ക് വിലയിരുത്തുന്നു.
- ബിസിനസിന്റെ ആശയവും ലക്ഷ്യവും വിശദീകരിക്കുന്നു.
- വിവിധതരം വ്യവസായങ്ങളെക്കുറിച്ച് ചർച്ച ചെയ്യുന്നു
- വാണിജ്യവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുന്നു
- ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യതകളുടെ സ്വഭാവവും കാരണങ്ങളും പ്രസ്താവിക്കുന്നു
- ഒരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ അടിസ്ഥാന ഘടകങ്ങളെ വിശകലനം ചെയ്യുന്നു.

സുനിത, ജഷീന, റിസ്വാൻ, ഷാജി എന്നീ സഹപാഠികൾ പത്താം ക്ലാസ് പരീക്ഷ കഴിഞ്ഞ് മറ്റൊരു സുഹൃത്തായ ബീനയുടെ വീട്ടിൽ ഒത്തുകൂടി. പരീക്ഷാനുഭവങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കുന്നതിനിടെ ബീനയുടെ പിതാവ് ശ്രീ. ജോർജ്ജ് അവരുടെ ചർച്ചയിൽ ഇടപെടുകയും ഭാവി പരിപാടികളെക്കുറിച്ച് ചോദിക്കുകയും ചെയ്തു. എന്നാൽ ആർക്കും തന്നെ വ്യക്തമായ ഭാവി പഠന പരിപാടികൾ അതുവരെ ആസൂത്രണം ചെയ്യാൻ കഴിഞ്ഞിരുന്നില്ല. ബിസിനസുകാരനായ അദ്ദേഹം ബിസിനസിന്റെ സാധ്യതകളെപ്പറ്റിയും ആ മേഖലയുടെ നേട്ടങ്ങളെപ്പറ്റിയും സൂചിപ്പിച്ചു. ഒരു എഞ്ചിനീയർക്കോ ഡോക്ടർക്കോ കഴിയുന്നതിലുപരി പണം സമ്പാദിക്കാനും സമൂഹത്തിനും രാഷ്ട്രത്തിനും നേട്ടമുണ്ടാക്കുന്ന നിരവധി കാര്യങ്ങളും ബിസിനസിലൂടെ സാധ്യമാണെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു. ഇത് അവരുടെ മനസ്സിൽ ചില പുത്തൻ ചിന്തകൾക്ക് തിരികൊളുത്തി. യഥാർത്ഥത്തിൽ ബിസിനസ് എന്നത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നതെന്താണ്? ധനസമ്പാദനമല്ലാതെ മറ്റെന്തെല്ലാം കാര്യങ്ങളാണ് ബിസിനസ് ലക്ഷ്യം വയ്ക്കുന്നത്? ബിസിനസ്സിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണ്? ഇതര പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ നിന്ന് ബിസിനസ് എങ്ങിനെ വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു? ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം ആരംഭിക്കുവാൻ എന്തെല്ലാം ആവശ്യമാണ്? തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ചെല്ലാം അവർ ചർച്ച ചെയ്യുകയുണ്ടായി. മേൽപ്പറഞ്ഞ ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരം കണ്ടെത്തുവാനായി ഒരു കൊമേഴ്സ് അധ്യാപകനെ കാണുവാൻ അവർ തീരുമാനിച്ചു.

1.1 ആമുഖം (Introduction)

മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച സഹപാഠികളുടെ ചർച്ചയിൽ അവർ ഊന്നൽ നൽകിയത് ഒരു ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥവും സ്വഭാവവും ലക്ഷ്യവുമെല്ലാമായിരുന്നു. എല്ലാ മനുഷ്യർക്കും അവരുടെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിന് നിരവധി ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും അനിവാര്യമാണെന്ന് നമുക്കറിയാം. ഈ ആവശ്യകത, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിച്ച് വിൽപന നടത്തുന്നതിലേയ്ക്കും സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിലേക്കും മനുഷ്യരെ നയിച്ചു.

ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ നിർമ്മാണവും വിൽപ്പനയും സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളുമെല്ലാം സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏറ്റവും പ്രധാനമായ ബിസിനസ് ആണെന്ന് നമുക്കറിയാം. ഏതൊരു ബിസിനസിന്റെയും ഉദ്ദേശ്യം മനുഷ്യാവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിലൂടെ ധനസമ്പാദനം എന്നതാണ്. നമ്മുടെ ജീവിതം മുന്നോട്ടു പോകുന്നതിൽ നിരവധി സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സ്വാധീനം ഉണ്ടെന്നുള്ള കാര്യം നിസ്തർക്കമാണ്. വിദ്യാലയങ്ങൾ, കോളേജുകൾ, ആശുപത്രികൾ, രാഷ്ട്രീയപാർട്ടികൾ, മതസംഘടനകൾ എന്നിവ ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. എന്നാൽ ഇവയിൽ നിന്നെല്ലാം വ്യത്യസ്തമായി നമ്മുടെ നിത്യ ജീവിതത്തിൽ ഏറ്റവുമധികം സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്ന സ്ഥാപനം ഏതെന്നു ചോദിച്ചാൽ അതിനുത്തരം ബിസിനസ് ആണെന്ന് നിസ്സംശയം പറയാൻ കഴിയും. ആയതിനാൽ ബിസിനസ് എന്ന ആശയത്തെക്കുറിച്ചും അതിന്റെ സ്വഭാവത്തെക്കുറിച്ചും അവയുടെ ലക്ഷ്യത്തെക്കുറിച്ചുമെല്ലാം അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടത് വളരെ അത്യാവശ്യമാണ്.

ഭാഗം I

വ്യാപാരത്തിന്റെയും വാണിജ്യത്തിന്റെയും ചരിത്രം (History of Trade and Commerce)

ഏതൊരു ഭൂപ്രദേശത്തിന്റെയും സാമ്പത്തിക, വാണിജ്യ പരിണാമം പ്രസ്തുത പ്രദേശത്തിന്റെ ഭൗതിക സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ചായിരിക്കും. വടക്ക് ഭാഗത്ത് ഹിമാലയ മലനിരകളും തെക്ക് ഭാഗത്ത് സമുദ്ര തീരങ്ങളാൽ സമ്പുഷ്ടവുമായ ഇന്ത്യാ ഉപഭൂഖണ്ഡത്തിന്റെ കാര്യത്തിലും ഇത് വാസ്തവമാണ്. 'പട്ടുപാത

കൾ' എന്നറിയപ്പെടുന്ന അനേകം റോഡുകളുടെ ശൃംഖലകൾ അയൽ രാജ്യങ്ങളുമായുള്ള വ്യാപാര ബന്ധങ്ങൾ സുദൃഢമാക്കാൻ സഹായിച്ചു. കടൽ ഗതാഗത മാർഗങ്ങൾ കിഴക്കും പടിഞ്ഞാറുമുള്ള രാഷ്ട്രങ്ങളുമായി വ്യാപാര ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുവാനും അതുവഴി പ്രധാനമായും സുഗന്ധവ്യഞ്ജന കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കപ്പെടുവാനും കാരണമായി. ഈ വ്യാപാര സാധ്യതകളെല്ലാം പുരാതന ഭാരതത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക വളർച്ചയുടെ അടിസ്ഥാനമായി മാറി.

പ്രാചീനകാലത്ത് ആഗോള സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയിൽ ഭാരതത്തിന് പ്രമുഖ സ്ഥാനം നേടിക്കൊടുക്കുന്നതിൽ വ്യാപാര വാണിജ്യ രംഗം സ്തുത്യർഹമായ സ്ഥാനം വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്.

മൂന്നാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ഹാരപ്പ, മോഹൻജൊദാരോ തുടങ്ങിയ സംസ്കാരങ്ങളിൽ വ്യാപാര കേന്ദ്രങ്ങൾ കണ്ടെത്തിയതും, മെസോപൊട്ടോമിയയുമായുള്ള വ്യാപാര ബന്ധവും സ്വർണം, വെള്ളി, ചെമ്പ്, വൈരക്കല്ലുകൾ, പവിഴം തുടങ്ങിയ അമൂല്യ വസ്തുക്കളുടെ വ്യാപാരം വർദ്ധിക്കുവാൻ സഹായകമായി. ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ വിവിധയിനം നാണയങ്ങളും അളവ് തൂക്ക സംവിധാനങ്ങളും ഓരോ പ്രദേശത്തിനും വ്യത്യസ്തമായിരുന്നു. എന്നാൽ പിന്നീട് അവയെല്ലാം പൊതുവായ പണമിടപാട് സംവിധാനത്തിലേക്കും അളവ് തൂക്ക സമ്പ്രദായത്തിലേക്കും മാറുകയുണ്ടായി.

1.2 പ്രാദേശിക ബാങ്കിങ് സംവിധാനം (Indegenous Banking System)

സാമ്പത്തിക രംഗം വികസിച്ചതോടെ സാധനങ്ങളുടെ കൈമാറ്റ പ്രക്രിയ സുഗമമാക്കുന്നതിനായി നാണയങ്ങൾ ആവിർഭവിച്ചു. പണമിടപാടുകൾ എളുപ്പത്തിലാക്കുന്നതിനായി ഹുണ്ടികയും (നിക്ഷേപക്കുറിപ്പ്) ചിട്ടിയും പോലുള്ള പ്രമാണങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുവാൻ തുടങ്ങി. നിയമപരമായ കൈമാറ്റത്തിലൂടെ നിശ്ചിത തുക നൽകാമെന്നുള്ള കരാറാണ് ഹുണ്ടിക (നിക്ഷേപക്കുറിപ്പ്) എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്.

പണം കൊടുത്തും 'ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്' നൽകിയും പ്രാദേശിക ബാങ്കിങ് സംവിധാനം ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തെയും വിദേശ വ്യാപാരത്തേയും ഏറെ പ്രോത്സാഹിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. ബാങ്കിംഗ് രംഗം വികസിച്ചതോടെ അമൂല്യ വസ്തുക്കളിൾ നിക്ഷേപിക്കുന്ന രീതിയും ജനങ്ങൾ അവലംബിച്ചു തുടങ്ങി. ഇത്തരം നിക്ഷേപങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്ന വ്യക്തികളെ ബാങ്കുകളെന്നും സേട്ടുവെന്നും അറിയപ്പെട്ടിരുന്നു. പിന്നീട് പണം ധനവിനിമയ ഉപകരണമായതോടെ ഉൽപ്പാദന രംഗവും വളർച്ച നേടി.

പുരാതന മനുഷ്യർ കൃഷിയും മൃഗപരിപാലനവും ആരംഭിച്ചതോടെ സാമ്പത്തിക രംഗം വീണ്ടും വളർച്ച കൈവരിച്ചു. അനുകൂലമായ കാലാവസ്ഥ കർഷകരെ പ്രതിവർഷം രണ്ടോ മൂന്നോ കൃഷിയെടുക്കുന്നതിന് പ്രേരിപ്പിച്ചു. നൂൽ നൂൽപ്പും, നെയ്ത്തും, വസ്ത്രനിർമാണവും, കളിമൺ പാത്രനിർമാണവും, കരകൗശല വസ്തുക്കളുടെ ഉൽപാദനവും, നിർമാണ പ്രവർത്തനങ്ങളുമെല്ലാം അവരുടെ സാമ്പത്തിക ഉന്നമനത്തിനും നിക്ഷേപ സമാഹരണത്തിനും കാരണമായി.

കരകൗശല വിദഗ്ധർ അവരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പിന്നീട് 'ഖർക്കാന' എന്നറിയപ്പെടുന്ന പണിശാലകളിലേക്ക് മാറ്റി. ഇത്തരം പണിശാലകളിൽ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്ന പ്രവൃത്തിയിലാണ് അവർ കൂടുതലായും ശ്രദ്ധിച്ചിരുന്നത്. ഇത്തരം ഉൽപന്നങ്ങൾക്ക് ആവശ്യക്കാരേറെയും ഉണ്ടായിരു

ഇന്ത്യൻ വ്യാപാര സമൂഹത്തിൽ പ്രചാരത്തിലുണ്ടായിരുന്ന ഹുണ്ടികകൾ

ഹുണ്ടികയുടെ പേര്	പ്രധാന വകഭേദം	ഹുണ്ടികയുടെ ധർമ്മം
ധനി-ജോഗ്	ദർശനി	ആർക്ക് വേണമെങ്കിലും പണം ലഭിക്കാം. സ്വീകർത്താവിന് തുടർന്ന് ബാധ്യതയില്ല.
സഹ്-ജോഗ്	ദർശനി	സമൂഹത്തിലെ ബഹുമാന്യനായ ഒരു നിശ്ചിത വ്യക്തിക്ക് പണം ലഭിക്കുന്നതാണ്. തുടർന്ന് പണം നൽകാനുള്ള ബാധ്യത അദ്ദേഹത്തിനുണ്ട്.
ഫിർമാൻ-ജോഗ്	ദർശനി	ഹുണ്ടികയിൽ പറഞ്ഞിട്ടുള്ള നിശ്ചിത വ്യക്തിക്ക് പണം നൽകേണ്ടതാണ്.
ദേഖൻ-ഹാർ	ദർശനി	കൈവശക്കാരന് അഥവാ സമർപ്പിക്കുന്നയാൾക്ക് പണം ലഭിക്കുന്നു.
ഫിർമാൻ-ജോഗ്	മുടാത്തി	ഹുണ്ടികയിൽ പറഞ്ഞിട്ടുള്ള നിശ്ചിത വ്യക്തിക്ക് നിശ്ചിത കാലാവധിക്കകം പണം നൽകേണ്ടതാണ്.
ജോക്ക്മി	മുടാത്തി	അയച്ചു കഴിഞ്ഞ ചരക്കുകൾക്കായി എഴുതപ്പെട്ടത്. യാത്രാമധ്യേ ചരക്കുകൾ നഷ്ടപ്പെട്ടാൽ ഡ്രോവർ (വിൽപ്പനക്കാരൻ) ചെലവുകൾ വഹിക്കണം. ഡ്രോയിക്ക് യാതൊരു ബാധ്യതയുമില്ല

ന്നു. ഇത്തരം കരകൗശല വിദഗ്ധർ അവരുടെ കഴിവുകൾ പുതിയ തലമുറയ്ക്കായി കൈമാറി വരികയും ചെയ്തിരുന്നു.

1.2.1 ഇടനിലക്കാരുടെ ആവിർഭാവം (Rise of Intermediaries)

വ്യാപാര പുരോഗതിയിൽ ഇടനിലക്കാരുടെ സ്ഥാനം ഒഴിച്ചുകൂടാൻ പറ്റാത്തതാണ്. വിദേശ വ്യാപാരത്തിൽ ആവശ്യമായ സാമ്പത്തിക സുരക്ഷിതത്വം നൽകി ഇവർ ഉൽപ്പാദകരെ സഹായിക്കാറുണ്ട്. മൊത്തക്കച്ചവടത്തിലും ചില്ലറക്കച്ചവടത്തിലും ഇവർ കമ്മീഷൻ ഏജന്റായും ബ്രോക്കർമാരായും പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

ബാങ്ക് വായ്പകളുടെ ലഭ്യതയും കച്ചവടത്തിലെ കടമിടപാടുകളും വ്യാപാരം വർദ്ധിക്കുവാൻ കാരണമായി. പുരാതനകാലത്ത് വിദേശവ്യാപാരത്തിൽ കയറ്റുമതി ഇറക്കുമതി

യേക്കാൾ കൂടുതലായിരുന്നിനാൽ ഇന്ത്യൻ ഉപഭൂഖണ്ഡത്തിന് അനുകൂലമായ വ്യാപാര മിച്ചം കൈവരിക്കാൻ സാധിച്ചിരുന്നു. അതോടൊപ്പം പ്രാദേശിക പണമിടപാട് സംവിധാനം ശക്തമായതോടെ ഉൽപ്പാദകർക്കും വ്യാപാരികൾക്കും തങ്ങളുടെ ബിസിനസ് വളർത്തുവാനും വികസിപ്പിക്കുവാനും സാധിച്ചു. വാണിജ്യവ്യവസായ ബാങ്കുകളും കാർഷിക ബാങ്കുകളും നിലവിൽ വന്നതോടെ പ്രസ്തുത രംഗങ്ങളിലെല്ലാം പുത്തൻ ഉണർവുണ്ടായി.

1.3 ഗതാഗതം (Transport)

പ്രാചീനകാലത്ത് കരഗതാഗതവും ജലഗതാഗതവുമായിരുന്നു പ്രധാന ഗതാഗത മാർഗങ്ങൾ എന്ന് നമുക്കറിവുള്ളതാണ്. അതിനാൽ വ്യാപാരവും പ്രധാനമായും ഈ രണ്ട് മാർഗങ്ങളിലൂടെയായിരുന്നു. ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിലും വിദേശവ്യാപാരത്തിലും റോഡ്ഗതാഗതം സുപ്രധാന പങ്ക് വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ആഗോള വ്യാപാരത്തിൽ കടൽ മാർഗമുള്ള വ്യാപാരത്തിനാണ് കൂടുതൽ സ്ഥാനമുണ്ടായിരുന്നത്. മുസിരിസ് തുറമുഖം സറിതി ചെയ്തിരുന്ന മലബാർ തീരം റോമൻ രാജ ഭരണകാലത്ത് വിദേശ വ്യാപാരത്തിന് ഏറെ സംഭാവനകൾ നൽകിയിട്ടുണ്ടെന്ന വസ്തുത ചരിത്രം സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്നു. കറുത്ത സ്വർണം എന്നറിയപ്പെടുന്ന കുരുമുളക് കയറ്റുമതി ഏറെയും കടൽ മാർഗം വഴിയായിരുന്നു. വിദേശരാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും ഇന്ത്യയിലേക്കുള്ള ഈ കടൽ മാർഗത്തെച്ചൊല്ലി സാമ്രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിൽ പലപ്പോഴും ശത്രുതയുണ്ടായിട്ടുണ്ട്. അതേ തുടർന്ന് ബദൽ മാർഗം അന്വേഷിച്ചുള്ള യാത്രയ്ക്കിടയിലാണ് 15-ാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ അവസാനത്തിൽ കൊളംബസ് അമേരിക്ക കണ്ടുപിടിച്ചതും ഒടുവിൽ 1498 ൽ വാസ്കോഡ ഗാമ മലബാർ തീരത്ത് വന്നിറങ്ങിയതും.

ഏറെ തിരക്കുള്ള വാണിജ്യ കേന്ദ്രമായിരുന്ന കോഴിക്കോട് നിന്നും കുരുമുളകും മറ്റ് സുഗന്ധ വ്യഞ്ജനങ്ങളും ശേഖരിക്കുന്നതിനായി ചൈനീസ് കപ്പലുകൾ നിരന്തരം എത്തിയിരുന്നു. കൊറോമാണ്ടൽ തീരത്തെ പുലിക്കാട് തുറമുഖവും 17-ാം നൂറ്റാണ്ടിലെ പ്രധാന വാണിജ്യ കേന്ദ്രമായിരുന്നു. വസ്ത്രങ്ങളും അനുബന്ധ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായിരുന്നു പുലിക്കാട്ട് തുറമുഖത്തു നിന്നും തെക്ക് കിഴക്കേ ഏഷ്യൻ രാജ്യങ്ങളിലേക്കുള്ള പ്രധാന കയറ്റുമതി ഇനങ്ങൾ.

1.4 വ്യാപാര സമൂഹം ശക്തിയാർജിച്ചു (Trading Communities Strengthened)

ഇന്ത്യയുടെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ വ്യാപാരാധിപത്യം ഓരോ വിഭാഗങ്ങൾക്കായിരുന്നു. വടക്ക് പഞ്ചാബി മുൽത്താനി വ്യാപാരികളും, ഗുജറാത്ത്, രാജസ്ഥാൻ പ്രദേശങ്ങളിൽ 'ഭട്ട്' സമുദായക്കാരും, പടിഞ്ഞാറൻ പ്രദേശങ്ങളിൽ മഹാജനും, തെക്ക് ഭാഗങ്ങളിൽ 'ജാട്ട്' വംശജരുമായിരുന്നു വ്യാപാരത്തിൽ ആധിപത്യം പുലർത്തിയിരുന്നത്.

1.4.1 വ്യാപാരകൂട്ടായ്മകൾ (Merchant Corporations)

വ്യാപാരികളുടെ താല്പര്യങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനും നയങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നതിനുമായി വ്യാപാര കൂട്ടായ്മകൾ രംഗപ്രവേശം ചെയ്തു. അംഗത്വം നൽകിക്കൊണ്ടും പെരുമാറ്റച്ചട്ടം രൂപീകരിച്ചും ഇത്തരം കൂട്ടായ്മകൾ ശക്തിയാർജിച്ചു. ഇവരുടെ തീരുമാനങ്ങളിൽ പലതും രാജാക്കന്മാർക്ക് പോലും അംഗീകരിക്കേണ്ടി വന്നു.

ഓരോ രാജ്യത്തിന്റേയും പ്രധാന വരുമാന മാർഗമായ നികുതി ഘടനയിലും, ഇറക്കുമതി ചുങ്കം ചുമത്തുന്നതിലും, തുറമുഖ ചുങ്കം പിരിക്കുന്നതിലും തൊഴിൽ നികുതി നിർണയത്തിലുമെല്ലാം ഇത്തരം വ്യാപാര സംഘങ്ങൾ കാര്യമായ സ്വാധീനം ചെലുത്തിയിരുന്നു. കൂടാതെ

സമൂഹത്തിന്റെ വിശ്വാസങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനും ക്ഷേത്രങ്ങൾ നിർമിക്കുന്നതിനുമെല്ലാം ഈ വ്യാപാര കൂട്ടായ്മകളുടെ സംഭാവനകൾ എടുത്തു പറയാവുന്നതാണ്.

1.4.2 പ്രധാന വ്യാപാര കേന്ദ്രങ്ങൾ (Major Trade Centres)

പട്ടണങ്ങളും, തുറമുഖ നഗരങ്ങളും, ഉൽപ്പാദന കേന്ദ്രങ്ങളും, വ്യാപാര നഗരങ്ങളും ആരാധനാ കേന്ദ്രങ്ങളും, തീർത്ഥാടന നഗരങ്ങളുമെല്ലാമുൾപ്പെടുന്നതായിരുന്നു പ്രാചീന ഭാരതത്തിന്റെ വ്യാപാര അന്തരീക്ഷം. അവയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ചില കേന്ദ്രങ്ങൾ താഴെ തന്നിരിക്കുന്നു.

1. പാടലിപുത്രം : പുരാതനകാലത്ത് പാടലിപുത്രം എന്നറിയപ്പെട്ടിരുന്ന വാണിജ്യനഗരമാണ് ഇന്ന് ബീഹാർ സംസ്ഥാനത്തിന്റെ തലസ്ഥാനമായ പാട്ന. ഇതൊരു വാണിജ്യ കേന്ദ്രം എന്നതിലുപരി രത്നക്കല്ലുകളുടെ കയറ്റുമതി കേന്ദ്രം കൂടിയായിരുന്നു.

2. **പെഷവാർ :** കമ്പിളി വസ്ത്രങ്ങളുടെ കയറ്റുമതിയിലും കുതിരകളുടെ ഇറക്കുമതിയിലും ഈ നഗരം പ്രശസ്തമായിരുന്നു. എ.ഡി.ഒന്നാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ഇന്ത്യയും, ചൈനയും, റോമും തമ്മിലുള്ള വിദേശവ്യാപാരത്തിൽ ഇത് സുപ്രധാന പങ്കു വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്.

3. തക്ഷശില : ഭാരതവും മധ്യേഷ്യയും തമ്മിലുള്ള റോഡ് ഗതാഗതത്തിനിടയിലെ പ്രധാന കേന്ദ്രമായിരുന്നു തക്ഷശില. വാണിജ്യ ബാങ്കുകളുടെ നഗരം എന്നും ഇതിനെ വിശേഷിപ്പിക്കാം. ബുദ്ധ സന്യാസിമാരുടെ പഠനകേന്ദ്രം എന്നതോടൊപ്പം ലോക പ്രശസ്തമായ തക്ഷശില സർവകലാശാല സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നതും ഇവിടെയാണ്.

4. ഇന്ദ്രപ്രസ്ഥം : പ്രാചീന ഭാരതത്തിന്റെ നാനാഭാഗത്തേക്കും റോഡ് ഗതാഗതം സാധ്യമായിരുന്ന വാണിജ്യക്കവലയായിരുന്നു ഇന്ദ്രപ്രസ്ഥം എന്ന നഗരം.

5. മഥുര : വർത്തമാന ഭാരതത്തിലെ ഉത്തർപ്രദേശിൽ സ്ഥിതിചെയ്യുന്ന മഥുര എന്ന വാണിജ്യനഗരം പുരാതനകാലത്തും വ്യാപാരരംഗത്ത് ഒട്ടനേകം സംഭാവനകൾ നൽകിയിട്ടുണ്ട്. വ്യാപാരത്തിനായി ജനങ്ങൾ ഇവിടെ അധിവസിച്ചതായും ചരിത്രരേഖകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

6. വാരാണസി : ഉത്തർപ്രദേശ് സംസ്ഥാനത്ത് ഗംഗാ നദിയുടെ തീരത്ത് സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന പട്ടണമാണ് ബനാറസ്, കാശി എന്നീ പേരുകളിലറിയപ്പെടുന്ന വാരാണസി. ഇത് ലോകത്തിലെ തന്നെ ഏറ്റവും പഴയ നഗരങ്ങളിലൊന്നായിരുന്നു. പട്ടുവസ്ത്രങ്ങളുടേയും ചന്ദനത്തടിയിലുള്ള കരകൗശലവസ്തുക്കളുടേയും നഗരം എന്ന പേരിൽ ഈ പ്രദേശം ചരിത്രത്താളുകളിൽ ഇടം നേടിയിട്ടുണ്ട്.

7. മിഥില : ബംഗാൾ ഉൾക്കടലിലൂടെ ബോട്ട് മാർഗം സഞ്ചരിച്ച് ചൈനയിലും ജാവ, സുമാത്ര ദ്വീപുകളിലുമെല്ലാം വാണിജ്യം നടത്തിയവരാണ് മിഥിലയിലെ മുൻകാല വ്യാപാരികൾ.

8. ഉജ്ജെയിനി : രത്നങ്ങളുടേയും, വൈരക്കല്ലുകളുടേയും മസ്ലിൻ തുണിത്തരങ്ങളുടേയും പ്രധാന കയറ്റുമതി കേന്ദ്രങ്ങളിലൊന്നായിരുന്നു ഈ നഗരം. തക്ഷശില, പെഷവാർ തുടങ്ങിയ വ്യാപാര കേന്ദ്രങ്ങളുമായാണ് ഇവരുടെ പ്രധാന വാണിജ്യ ഇടപാടുകൾ നടന്നിരുന്നത്.

9. സൂറത്ത്: മുഗൾ രാജ്യഭരണകാലംതൊട്ട് അറിയപ്പെടുന്ന പ്രധാന വാണിജ്യകേന്ദ്രമാണ് സൂറത്ത്. വസ്ത്രനിർമാണ രംഗത്താണ് ഈ നഗരം ഏറെ പ്രശസ്തമായത്. ഇവർ നിർമിക്കുന്ന കസവ് സാരി ജനപ്രിയമാണ്. ഈജിപ്ത്,

ഇറാൻ തുടങ്ങിയ വിപണികളിൽപോലും 'സൂറത്ത് ഹുണ്ടികകൾ' അംഗീകാരം നേടിയിട്ടുള്ള പ്രമാണമാണ്.

10. കാഞ്ചി: പ്രാചീനഭാരതത്തിലെ 'കാഞ്ചി' എന്നറിയപ്പെട്ടിരുന്ന വാണിജ്യ നഗരം ഇന്ന് കാഞ്ചീപുരം എന്ന പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്നു. ചൈനയിൽ നിന്നും ഒട്ടനേകം വ്യാപാരികൾ മുത്തും, പവിഴവും, വൈരക്കല്ലുകളും വാങ്ങുന്നതിനായി കപ്പൽമാർഗം ഇവിടെ എത്താറുണ്ടായിരുന്നു. അതോടൊപ്പം അവർ കൊണ്ടുവന്നിരുന്ന സ്വർണവും സിൽക്കും ഈ വിപണിയിൽ വിൽപന നടത്തിയിരുന്നു.

11. മധുര: പാണ്ഡ്യരാജവംശത്തിന്റെ തലസ്ഥാനനഗരമായിരുന്നു മധുര. ഇവരുടെ അധീനതയിലായിരുന്ന മാന്നാർ കടലിടുക്കിൽ നിന്നും ലഭിച്ചിരുന്ന മുത്തും പവിഴവും വിദേശവ്യാപാരികളെ ഇന്ത്യയിലേക്ക് ആകർഷിച്ചിരുന്നു.

12. ബ്രോച്ച് (ഭറൂച്ച്) : നർമദ നദിയുടെ തീരത്തുള്ള ഭറൂച്ച് തുറമുഖം പ്രാചീന ഭാരതത്തിലെ പ്രധാന വാണിജ്യകേന്ദ്രങ്ങളിലൊന്നായിരുന്നു. രാജ്യത്തിന്റെ നാനാഭാഗത്തേക്കും ഈ തുറമുഖത്തെ റോഡുമാർഗം ബന്ധിപ്പിച്ചിരുന്നു.

13. കാവേരിപട്ടണം: നിർമ്മാണ കലയിൽ ശാസ്ത്രീയവും വൈവിധ്യവും പുലർത്തിയിരുന്ന കാവേരിപട്ടണം പ്രാചീന ഭാരതത്തിലെ പ്രധാന വാണിജ്യകേന്ദ്രങ്ങളിലൊന്നായിരുന്നു. മലേഷ്യ, ഇന്തോനേഷ്യ, ചൈന തുടങ്ങിയ കിഴക്കൻ രാഷ്ട്രങ്ങൾ വ്യാപാരത്തിനായി ഇവിടെ എത്തിയിരുന്നു. സുഗന്ധദ്രവ്യങ്ങൾക്കും, സൗന്ദര്യവർദ്ധക വസ്തുക്കൾ, പട്ട് വസ്ത്രങ്ങൾ, പരുത്തി വസ്ത്രങ്ങൾ എന്നിവയ്ക്കും പ്രശസ്തമായിരുന്നു ഈ വാണിജ്യകേന്ദ്രം.

14. താമ്രലിപ്തി : ബംഗാൾ ഉൾക്കടലിന് സമീപം സ്ഥിതിചെയ്തിരുന്ന തുറമുഖമാണ് 'താമ്രലിപ്തി'. കടൽമാർഗവും കരമാർഗവും ഈ കേന്ദ്രത്തിലേക്ക് എത്തുവാനുള്ള സൗകര്യം ലഭ്യമായിരുന്നു. ബനാറസും തക്ഷശിലയും ഈ തുറമുഖവുമായി വ്യാപാരം നടത്തിയിരുന്ന പ്രധാന വാണിജ്യകേന്ദ്രങ്ങളായിരുന്നു.

1.4.3 പ്രധാന കയറ്റുമതി ഇറക്കുമതി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ (Major exports and imports)

പ്രാചീന ഭാരതത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട കയറ്റുമതിയിനങ്ങൾ സുഗന്ധവ്യഞ്ജനം, ഗോതമ്പ്, പഞ്ചസാര, നീലം, കറുപ്പ്, എള്ളെണ്ണ, പരുത്തി, തത്ത, മൃഗങ്ങൾ, മാംസം, തോല്, രോമം, ശംഖ്, ആമത്തോട്, പവിഴം, ഇന്ദ്രനീലം(വജ്രം), സ്ഫടികം, പളുങ്ക്, ഗ്രാനൈറ്റ്, വൈഡൂര്യം, ചെമ്പ് തുടങ്ങിയവയായിരുന്നു.

പ്രധാന ഇറക്കുമതിയിനങ്ങൾ കുതിരകൾ, മാംസം, ചൈനീസ് സിൽക്ക്, ചണം, ലിനൻ, വീഞ്ഞ്, സ്വർണം, വെള്ളി, ഈയം, ചെമ്പ്, തകരം, പവിഴം, സ്ഫടികം, കുന്തിരിക്കം എന്നിവയാണ്.

1.5 ലോക സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയിൽ ഇന്ത്യൻ ഉപഭൂഖണ്ഡത്തിന്റെ സ്ഥാനം (മൂന്നാം നൂറ്റാണ്ടു മുതൽ 1991 വരെ) (Position of Indian subcontinent in world economy - 1AD upto 1991)

ഒന്ന് മുതൽ ഏഴാം നൂറ്റാണ്ട് വരെ ലോക വിപണിയുടെ ഏകദേശം മൂന്നിൽ ഒന്ന് ഭാഗവും നിയന്ത്രിച്ചിരുന്നത് പ്രാചീന ഇന്ത്യാ ഉപഭൂഖണ്ഡമായിരുന്നു. മെഗസ്തനീസ്, ഹ്യൂവാൻ സാംങ് തുടങ്ങിയ ഒട്ടനേകം എഴുത്തുകാർ പ്രാചീന ഭാരതത്തെ സ്വർണഭൂമിയെന്നും, സ്വർണദ്വീപെന്നും വിശേഷിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത് ഇന്ത്യാ ഉപഭൂഖണ്ഡത്തിന്റെ സമൃദ്ധി കൊണ്ടുതന്നെയാണ്.

ബ്രിട്ടീഷ്ഭരണത്തിനു മുൻപുള്ള കാലഘട്ടത്തെ സമൃദ്ധിയുടെ കാലം എന്നാണ് ഇന്ത്യയുടെ ചരിത്രം വിശേഷിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത്. ബ്രിട്ടീഷുകാർ ഇന്ത്യയിൽ വന്നത് കച്ചവടത്തിനായാണെങ്കിലും ഇവിടുത്തെ സാധ്യതകൾ അവർ മനസിലാക്കിയതോടെ രാജ്യത്തിന്റെ ഭരണം തന്നെ അവർ പിടിച്ചടക്കി. ഈസ്റ്റ് ഇന്ത്യാകമ്പനിയുടെ നയങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ ജനതയെ ദുരിതത്തിലാഴ്ത്തി. വിദ്യാഭ്യാസം, കൃഷി, ശാസ്ത്രം, തുടങ്ങിയ മേഖലകളിലെല്ലാം അവർ നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തിയതോടെ ഭാരതീയരുടെ സ്വാതന്ത്ര്യം തന്നെ നഷ്ടപ്പെട്ട സാഹചര്യമുണ്ടായി.

18-ാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ മധ്യത്തോടെ ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണത്തിൻ കീഴിലായിരുന്ന ഇന്ത്യയിലെ നാട്ടുരാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും ഈസ്റ്റ് ഇന്ത്യാകമ്പനി പിരിച്ചെടുക്കുന്ന നികുതി പണം ഇന്ത്യയിൽ നിന്നും അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളും, സുഗന്ധ വ്യഞ്ജനങ്ങളും മറ്റു വസ്തുക്കളും വാങ്ങുവാനായി കമ്പനി ഉപയോഗിക്കുകയും അതുവഴി വിദേശവ്യാപാരത്തിലൂടെ ഇന്ത്യയിലേക്കുള്ള വിദേശ നാണ്യത്തിന്റെ ഒഴുക്ക് തടസ്സപ്പെടുകയും ചെയ്തു. ഈ അവസ്ഥ ഇന്ത്യയുടെ ഉൽപന്നകയറ്റുമതിയെ സാരമായി ബാധിക്കുകയും രാജ്യത്തിന്റെ സബദ്ഘടനയെ തകർക്കുകയും ചെയ്തു.

1.5.1 ഇന്ത്യ വീണ്ടും വ്യവസായവൽക്കരണത്തിലേക്ക് (India begins to Reindustrialise)

സ്വാതന്ത്ര്യലബ്ധിക്ക് ശേഷം കേന്ദ്രീകൃത ആസൂത്രണത്തിന്റെ ഭാഗമായി ഇന്ത്യൻ സബദ്

കഴിഞ്ഞ സഹസ്രാബ്ദത്തിലെ ലോക സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയിൽ ഇന്ത്യയുടെ സമഗ്ര സംഭാവനകൾ

(അവലംബം: ലോക സമ്പദ്വ്യവസ്ഥ, ചരിത്ര സ്ഥിതിവിവരകണക്ക്)

ഘടനയെ ഉടച്ചുവാർക്കുവാനുള്ള നീക്കം സർക്കാർ ആരംഭിച്ചു. 1952-ൽ പഞ്ചവത്സര പദ്ധതികൾ ആവിഷ്ക്കരിച്ചുകൊണ്ട് ഇന്ത്യാഗവൺമെന്റ് വ്യവസായ വൽക്കരണത്തിന്റെ വേഗം കൂട്ടി. ആധുനികവ്യവസായങ്ങൾക്കും, സാങ്കേതിക വിദ്യകൾക്കും, ശാസ്ത്രസാങ്കേതിക സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും, ആണവ ബഹിരാകാശ പദ്ധതികൾക്കും പ്രാധാന്യം നൽകിയതുവഴി ഇന്ത്യയിൽ വ്യവസായ വിപ്ലവം തന്നെ സാധ്യമായി. മൂലധനസമാഹരണം, ജനസംഖ്യാവർദ്ധനവ്, ഉയർന്ന പ്രതിരോധ ചെലവുകൾ, ഭൗതിക സാഹചര്യങ്ങളുടെ അപര്യാപ്തത തുടങ്ങിയ പ്രശ്നങ്ങൾ ഉണ്ടായിരുന്നെങ്കിലും, വിദേശ രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും വായ്പകൾ സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ടും ഏറ്റവുമൊടുവിൽ 1991-ൽ ഉദാരവൽക്കരണം നടപ്പിൽ വരുത്തിയും ഇന്ത്യാരാജ്യം ഈ പ്രതിസന്ധികളെയെല്ലാം മറികടന്നു.

ഇന്നിപ്പോൾ ലോക രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ തന്നെ ഏറ്റവും വേഗത്തിൽ മുന്നേറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയായിമാറാൻ കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട് എന്നതോടൊപ്പം വിദേശ പ്രത്യക്ഷ നിക്ഷേപത്തിന് (FDI) അനുയോജ്യമായ ഇടമായി മാറാനും ഇന്ത്യൻ വിപണിക്ക് സാധിച്ചു. വരുമാന വർദ്ധനയും, ഉയർന്ന സമ്പാദ്യവും നിക്ഷേപ സാധ്യതകളും ഉയർന്ന ആഭ്യന്തര ഉപഭോഗവും സമ്പദ്ഘടനയെ ഉന്നതിയിലേക്ക് നയിച്ചു. 'മെയ്ക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ', 'ഡിജിറ്റൽ ഇന്ത്യ', 'സ്കിൽ ഇന്ത്യ' തുടങ്ങിയ പദ്ധതികൾ സമ്പദ്ഘടനയുടെ വളർച്ചക്ക് ആക്കം കൂട്ടി. വിദേശ വ്യാപാര രംഗത്ത് ഇറക്കുമതിയേക്കാൾ കയറ്റുമതിയുടെ അളവ് വർദ്ധിപ്പിച്ച് വ്യാപാര മിച്ചം നേടുവാൻ 2015-20'ൽ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനായി വിദേശവ്യാപാരനയം ഗവർമെന്റ് കൊണ്ടുവന്നു.

1850 കളിൽ ഇന്ത്യയിലെ സംരംഭകർ സ്വന്തമായി വസ്ത്രനിർമാണം ആരംഭിച്ചു. ഇതിനായി അവർ തുണിമില്ലുകൾ സ്ഥാപിച്ചു. 1896 ആയപ്പോഴേക്കും ഇന്ത്യയുടെ ആഭ്യന്തര ഉപയോഗത്തിന്റെ 8% തുണിത്തരങ്ങൾ നിർമിക്കുവാൻ സംരംഭകർക്ക് സാധിച്ചു. തുടർന്നുള്ള വർഷങ്ങളിലെ കണക്കുകൾ ഇനി പറയും പ്രകാരമാണ്. 1913-20%, 1936-62%, 1945-76%. 1913 മുതൽ 1938 വരെയുള്ള കാലയളവിൽ ഉൽപാദന വർദ്ധനവ് പ്രതിവർഷം 5-6% ആയിരുന്നു. ഇത് ആഗോളശരാശരിയായ 3.3% നേക്കാൾ ഉയർന്നതായിരുന്നു. 1920-ൽ ബ്രിട്ടീഷ് ഗവർമെന്റ് ഏർപ്പെടുത്തിയ നികുതി സംരക്ഷണം (Tariff Protection) വ്യവസായ മേഖലയുടെ വളർച്ചയ്ക്കും വികാസത്തിനും സഹായകമായി.

1947 ൽ സ്വാതന്ത്ര്യം ലഭിച്ചതോടെ ഇന്ത്യയിലെ സംരംഭകർ കൂടുതൽ കരുത്താർജിച്ചതോടൊപ്പം ഇന്ത്യവിട്ടുപോകുന്ന ബ്രിട്ടീഷുകാരുടെ സംരംഭങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനും അവർക്ക് സാധിച്ചു. 1913ലെ ആഭ്യന്തര ഉൽപാദനതോത് 3.18% ൽ നിന്ന് ഇരട്ടിയായി വർദ്ധിപ്പിച്ച് 1947 ൽ 7.5% ലേക്ക് ഉയർത്തുവാൻ സാധിച്ചു. ഇതേ കാലയളവിൽ ഉൽപാദകരുടെ കയറ്റുമതി വിഹിതം 22.4% മുതൽ 30% വരെ ഉയർത്തുവാൻ കഴിഞ്ഞു.

(അവലംബം: ബി.ആർ.ടേമ് ലിസൺ, ദി എക്കോണമി ഓഫ് മോഡേൺ ഇന്ത്യ, 1870-1970)

ഭാഗം II

ബിസിനസ് എന്ന ആശയവും അതിന്റെ സ്വഭാവവും (Nature and concept of Business)

1.6 ബിസിനസ് എന്ന ആശയം (Concept of Business)

ഉപഭോക്തൃസംതൃപ്തിയിലൂടെ ലാഭം എന്ന ലക്ഷ്യത്തെ മുൻനിർത്തിയുള്ള സാധനങ്ങളുടേയും സേവനങ്ങളുടേയും ഉൽപ്പാദനം, വിതരണം, വിപണനം തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങൾ തുടർച്ചയായി ചെയ്യുന്നതിനെയാണ് ബിസിനസ് എന്നു പറയുന്നത്.

മനുഷ്യൻ തന്റെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനുവേണ്ടി വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്നത് സാധാരണമാണ്. ഈ പ്രവർത്തനങ്ങളെ പ്രധാനമായും രണ്ടായി തരംതിരിക്കാം - സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളും സാമ്പത്തികേതര പ്രവർത്തനങ്ങളും.

ദൈനംദിന ജീവിതത്തിനാവശ്യമായ ധനം സമ്പാദിക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളെ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനമെന്നും, ധനസമ്പാദനത്തെ ലക്ഷ്യം വെയ്ക്കാതെയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളെ സാമ്പത്തികേതര പ്രവർത്തനമെന്നും പറയുന്നു.

ഒരു ഫാക്ടറി തൊഴിലാളി, ആശുപത്രി നടത്തുന്ന ഡോക്ടർ, ഓഫീസ് മാനേജർ, വിദ്യാലയത്തിൽ ജോലിചെയ്യുന്ന അധ്യാപകൻ തുടങ്ങിയവരെല്ലാം സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നവരാണ്. എന്നാൽ തന്റെ കുടുംബാംഗങ്ങൾക്കായി ഭക്ഷണം പാകംചെയ്യുന്ന വീട്ടമ്മ, വഴിയിൽ വീണുകിടക്കുന്നയാളെ ആശുപത്രിയിലെത്തിക്കുന്ന വഴിയാത്രക്കാരൻ തുടങ്ങിയവരെല്ലാം ചെയ്യുന്നത് സാമ്പത്തികേതര പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്. ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പ്രധാനമായും സ്നേഹം, സഹാനുഭൂതി തുടങ്ങിയ വികാരങ്ങളിൽ അധിഷ്ഠിതമായിരിക്കും. സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളെ വീണ്ടും വിദഗ്ധതൊഴിൽ, തൊഴിൽ, ബിസിനസ് എന്നിങ്ങനെ മൂന്നായി തിരിക്കാം. മനുഷ്യാവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി ലാഭേച്ഛയോടു കൂടി ഉൽപ്പാദനം, വിപണനം, സേവനം എന്നീ മേഖലകളിൽ തുടർച്ചയായി നടത്തുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളെ ബിസിനസ് എന്ന് വിളിക്കാം. മനുഷ്യാവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനു വേണ്ടി ലാഭേച്ഛയോടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും വിതരണം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്ന സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനത്തെ ബിസിനസ് എന്ന് നിർവ്വചിക്കാം.

സ്വയം വിവരിക്കുക

താഴെ തന്നിരിക്കുന്നവ ഒരോന്നും സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളാണോ എന്ന് പ്രസ്താവിക്കുക.

1. കർഷകൻ സ്വന്തം ഉപയോഗത്തിനായി നെല്ല് കൃഷിചെയ്യുന്നു. ☐
2. ഒരു ഫാക്ടറി ഉടമ വിപണിയിൽ വിൽപ്പന നടത്തുന്നതിനായി സ്കൂൾ ബാഗുകൾ നിർമ്മിക്കുന്നു. ☐
3. തിരക്കേറിയ ഒരു കവലയിൽ ഒരാൾ ഭിക്ഷാടനം ചെയ്യുന്നു. ☐
4. ഒരു തൊഴിലുടമയുടെ വീട്ടുജോലികൾ ചെയ്യുന്ന പ്രവർത്തനത്തിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന വ്യക്തിയുടെ സേവനങ്ങൾ ☐
5. ഗാർഹികവൃത്തിയിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന ഒരു വീട്ടമ്മയുടെ സേവനങ്ങൾ ☐

1.6.1 ബിസിനസിന്റെ സവിശേഷതകൾ (Characteristics of business activities)

വിവിധ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തന മേഖലകൾ, വലിപ്പം, സ്വഭാവം, ഉടമസ്ഥതാരൂപം എന്നിവയെല്ലാം വ്യത്യസ്തമാണെങ്കിലും എല്ലാറ്റിനും സമാനമായ ചില സവിശേഷതകളുണ്ട്, അവ ഏതെല്ലാമെന്ന് പരിശോധിക്കാം.

i) സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനം (Economic Activity)

ബിസിനസ് ഒരു സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനമാണ്. കാരണം, ധനസമ്പാദനമാണ് ഇവയുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം. അല്ലാതെ സ്നേഹം, ദയ തുടങ്ങിയ വികാരങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളല്ല.

ii) സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ശേഖരണവും ഉൽപ്പാദനവും (Production or procurement of goods and services)

ഉപഭോഗത്തിനായി ജനങ്ങൾക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് മുൻപായി അവ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയോ മറ്റുള്ളവർ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നത് ശേഖരിക്കുകയോ സംഭരിക്കുകയോ ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. ഇവ ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ (മൊബൈൽ ഫോൺ, കമ്പ്യൂട്ടർ, ധാന്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ) മൂലധന ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ (ഫർണിച്ചർ, യന്ത്രസാമഗ്രികൾ തുടങ്ങിയവ) ആവാം. എന്നാൽ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുന്ന സൗകര്യങ്ങളെയാണ് സേവനങ്ങൾ എന്നു പറയുന്നത്. ടെലഫോൺ, വൈദ്യുതി, ജലവിതരണം, ബാങ്കിംഗ്, ഇൻഷൂറൻസ്, ഗതാഗതം തുടങ്ങിയവ സേവനങ്ങൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

iii) മനുഷ്യാവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിൽപന അല്ലെങ്കിൽ കൈമാറ്റം ചെയ്യൽ (Sale or exchange of goods and services for the satisfaction of human needs)

പ്രതിഫലത്തിനായി ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ പ്രത്യക്ഷമായോ പരോക്ഷമായോ കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതും വിൽപന നടത്തുന്നതും ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്. വ്യക്തിപരമായ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി സാധനങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിച്ച് ഉപയോഗിക്കുന്നത് ഒരു ബിസിനസ് പ്രവർത്തനമല്ല. കുടുംബാംഗങ്ങൾക്കായി വീട്ടിൽ ഭക്ഷണം പാചകം ചെയ്യുന്നത് ഒരു ബിസിനസ് പ്രവർത്തനമല്ല, എന്നാൽ തയ്യാറാക്കുന്ന ഭക്ഷണം മറ്റുള്ളവർക്കായി ഒരു ഹോട്ടലിൽ കൂടി വിൽപന നടത്തുമ്പോൾ അതിനെ ബിസിനസായി കണക്കാക്കാം. ഒരു ബിസിനസ് പ്രവർത്തനത്തിൽ വാങ്ങുന്നവനും വിൽക്കുന്നവനും തമ്മിലുള്ള സാധനങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ വിൽപന അല്ലെങ്കിൽ കൈമാറ്റം നിർബന്ധമാണ്.

iv) സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും തുടർച്ചയായി കൈകാര്യം ചെയ്യൽ (Dealings in goods and services on a regular basis)

ലാഭം നേടുന്നതിനായി സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് തുടർച്ചയായി ലഭ്യമാക്കുമ്പോൾ മാത്രമേ അത് ഒരു ബിസിനസ് പ്രവർത്തനമാകുന്നുള്ളൂ. ഒരു വ്യക്തി തന്റെ സ്വകാര്യ വസ്തുക്കൾ ലാഭത്തിന് വിറ്റാൽപോലും അതിനെ ബിസിനസ് ആയി കണക്കാക്കാനാവില്ല. എന്നാൽ അദേഹം പ്രസ്തുത പ്രവർത്തനം തുടർച്ച

യായി ചെയ്യുന്നുണ്ടെങ്കിൽ അതിനെ ഒരു ബിസിനസ് പ്രവർത്തനമായി കണക്കാക്കാം.

v) ലാഭസമ്പാദനം (Proft earning)

ബിസിനസിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാന ലക്ഷ്യമാണ് ലാഭം നേടുകയെന്നത്. ഒരു ബിസിനസിനും ലാഭമില്ലാതെ നിലനിൽക്കാനോ വളരാനോ സാധിക്കില്ല. സ്ഥാപനത്തിന്റെ സൽപ്പേര് നിലനിർത്താനും ലാഭം അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. ഓരോ ബിസിനസുകാരനും തന്റെ ലാഭം വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ ആവശ്യമായ എല്ലാ പരിശ്രമങ്ങളും നടത്താറുണ്ട്.

vi) വരുമാനത്തിലെ അനിശ്ചിതത്വം (Uncertainty of return)

ഭാവിയിൽ ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുള്ള വരുമാനത്തെക്കുറിച്ചുള്ള അനിശ്ചിതത്വം ബിസിനസിന്റെ പ്രത്യേകതയാണ്. പരമാവധി ശ്രമങ്ങൾ നടത്തിയാലും നഷ്ടസാധ്യതകൾ ബിസിനസിൽ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ട്.

vii) നഷ്ടസാധ്യത (Element of risk)

ഓരോ വ്യാപാര സ്ഥാപനവും ഭാവിയിൽ നിരവധി അപ്രതീക്ഷിത സാഹചര്യങ്ങളെ നേരിടേണ്ടി വരാറുണ്ട്. ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകളെ അഭിമുഖീകരിക്കുന്നവർക്ക് മാത്രമേ ലാഭം നേടാനുള്ള അവസരം കൈവരികയുള്ളൂ. അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ദൗർലഭ്യം, മറ്റ് വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളുമായുള്ള മത്സരം, സാങ്കേതികവിദ്യയിലുണ്ടാകുന്ന മാറ്റം, ഉപഭോക്താക്കളുടെ അഭിരുചിയിലുള്ള മാറ്റം എന്നിവ ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. മേൽപ്പറഞ്ഞ അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ ഒറ്റയടിക്ക് ഒഴിവാക്കാൻ ബിസിനസിന് കഴിയണമെന്നില്ല. ദീർഘവീക്ഷണത്തോടെയുള്ള സമീപനം കൊണ്ട് അവയുടെ തീവ്രത കുറയ്ക്കാൻ സാധിക്കും.

സംരംഭ തലത്തിലെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ

(Business Functions at Enterprise Level)

ഓരോ സംരംഭവും വിവിധതരം പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. സാമ്പത്തിക സമാഹരണം, ഉൽപാദനം, വിപണനം, മനുഷ്യ വിഭവ ക്രമീകരണം, എന്നിവയാണ് അവയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടത്. ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകുന്നതിന് ആവശ്യമായ ധനം സമാഹരിക്കുകയും ആയത് പ്രയോജനകരമായ രീതിയിൽ ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനെയാണ് ഫിനാൻസിങ്ങ് എന്നതു കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ആക്കി മാറ്റുകയും മാനവരാശിക്ക് ആവശ്യമായ സേവനങ്ങൾ നൽകുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് ഉൽപ്പാദനം കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. എന്നാൽ വിപണനം എന്നതു കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്, പൊതുജനങ്ങൾക്കാവശ്യമായ വസ്തുക്കളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദകരിൽനിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് ആവശ്യമായ സ്ഥലത്ത്, ആവശ്യമായ സമയത്ത്, ന്യായമായ വിലയിൽ എത്തിച്ചു നൽകുകയെന്നതാണ്. വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് നടത്താനുള്ള നൈപുണ്യം നേടിയവരുടെ ലഭ്യത ഉറപ്പുവരുത്തുകയെന്നതാണ് മനുഷ്യ വിഭവ ക്രമീകരണം എന്നതു കൊണ്ട് ലക്ഷ്യമാക്കുന്നത്.

16.2 ബിസിനസ്, വിദഗ്ധ തൊഴിൽ, തൊഴിൽ എന്നിവയുടെ താരതമ്യം (Comparison of Business, Profession and Employment)

മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളെ ബിസിനസ്, വിദഗ്ധതൊഴിൽ, തൊഴിൽ എന്നിങ്ങനെ മൂന്നായിതരംതിരിക്കാം. ഇവ മൂന്നും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ ചുവടെ ചേർത്തിട്ടുള്ള പട്ടികയിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

അടിസ്ഥാനം	ബിസിനസ്	വിദഗ്ധ തൊഴിൽ	തൊഴിൽ
1. ആരംഭിക്കുന്ന രീതി	സംരംഭകന്റെ തീരുമാനവും നിയമപരമായ അംഗീകാരവും	അംഗീകൃത സമിതിയിലെ അംഗത്വവും നിശ്ചിത യോഗ്യതയും	സേവനക്കരാറും നിയമന ഉത്തരവും
2. പ്രവർത്തനത്തിന്റെ സ്വഭാവം	പൊതുജനങ്ങൾക്കാവശ്യമായ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ലഭ്യമാക്കുന്നു	വൈദഗ്ധ്യമുള്ള വ്യക്തിപരമായ സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നു	തൊഴിൽ ദാതാവിന്റെ നിർദ്ദേശാനുസരണം സരണം പ്രവർത്തിക്കുന്നു
3. യോഗ്യത	പ്രത്യേകമായ വിദ്യാഭ്യാസ യോഗ്യത ആവശ്യമില്ല	പ്രൊഫഷണൽ യോഗ്യതയും പരിശീലനവും നിർബന്ധമാണ്.	തൊഴിലുടമ നിർദ്ദേശിക്കുന്ന യോഗ്യത
4. പ്രതിഫലം	ലാഭം	ഫീസ്	ശമ്പളം/കൂലി
5. മുതൽമുടക്ക്	ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പവും സ്വഭാവവും അനുസരിച്ചുള്ള മുതൽമുടക്ക്	പരിമിതമായ മുതൽമുടക്ക് ആവശ്യമുണ്ട്	മുതൽമുടക്ക് ആവശ്യമില്ല
6. നഷ്ടസാധ്യത	കൂടുതലാണ്	പരിമിതമായ അളവിൽ ഉണ്ട്	ഇല്ല
7. ഉടമസ്ഥാവകാശ കൈമാറ്റം	സാധ്യമാണ്	സാധ്യമല്ല	സാധ്യമല്ല
8. പെരുമാറ്റച്ചട്ടം	ഇല്ല	പ്രതിനിധാനം ചെയ്യുന്ന പ്രൊഫഷണൽ സംഘടന നിർദ്ദേശിക്കുന്നത്	സേവന കരാറിന്റെ നിബന്ധനകൾക്ക് അനുസൃതമായി
9. ഉദാഹരണം	കച്ചവടസ്ഥാപനം, ഫാക്ടറി	വക്കീൽ, ഡോക്ടർ, ചാർട്ടേർഡ് അക്കൗണ്ടന്റ്	ബാങ്ക്, ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികൾ, ഗവ.സ്ഥാപനങ്ങളിലെ ജോലി തുടങ്ങിയവ.

1.7 വിവിധ തരം ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ (Classification of Business Activities)

ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ പ്രധാനമായും രണ്ടായി തരംതിരിക്കാം.

i) വ്യവസായം (Industry)

ii) വാണിജ്യം (Commerce)

ഉൽപ്പാദനം, പരിവർത്തനം, നിർമ്മാണം തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നതാണ് വ്യവസായം. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിനിമയവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങളെ വാണിജ്യം എന്ന് വിളിക്കാം.

താഴെ കൊടുത്തിട്ടുള്ള ചാർട്ടിലൂടെ ബിസിനസിന്റെ തരംതിരിവുകളെ പരിചയപ്പെടാം:

1.7.1 വ്യവസായം (Industry)

വിഭവങ്ങൾ, യന്ത്രസാമഗ്രികളുടെയും സാങ്കേതികജ്ഞാനമുള്ള തൊഴിലാളികളുടെയും സഹായത്തോടെ രൂപമാറ്റം വരുത്തി ഉപയോഗപ്രദമായ സാധനങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയോ നിർമ്മിക്കുകയോ ചെയ്യുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്നതാണ് വ്യവസായം. പരുത്തിത്തുണി വ്യവസായം, ഇലക്ട്രോണിക് വ്യവസായം തുടങ്ങിയവ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. കൂടാതെ, ബാങ്കിങ്, ഇൻഷുറൻസ് തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങളും വ്യവസായത്തിന്റെ പരിധിയിൽ വരുന്നു.

ബാങ്കിങ് വ്യവസായം, ഇൻഷുറൻസ് വ്യവസായം എന്നിവ ഉദാഹരണമാകുന്നു.

വ്യവസായങ്ങളെ പ്രാഥമികം, ദ്വിതീയം, തൃതീയം എന്നിങ്ങനെ മൂന്നായി തരംതിരിക്കാം:

i) പ്രാഥമിക വ്യവസായങ്ങൾ (Primary Industries)

പ്രകൃതിവിഭവങ്ങളുടെ ശേഖരണം, അവയുടെ ഉൽപാദനം എന്നീ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നവയാണ് പ്രാഥമിക വ്യവസായങ്ങൾ. ഇവയെ വീണ്ടും രണ്ടായി തിരിക്കാം.

a) പ്രകൃതിജന്യ വ്യവസായങ്ങൾ (Extractive Industries)

മണ്ണ്, ജലം, വായു തുടങ്ങിയ പ്രകൃതിവിഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് മനുഷ്യരാശിക്ക് ആവശ്യമായ വസ്തുക്കൾ പുറത്തെടുക്കുകയോ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയോ ശേഖരിക്കുകയോ ചെയ്യുന്ന വ്യവസായങ്ങളാണ് പ്രകൃതിജന്യ വ്യവസായങ്ങൾ. ധാതുക്കൾ ഖനനം ചെയ്യൽ, മൽസ്യബന്ധനം, വനവിഭവങ്ങൾ ശേഖരിക്കൽ തുടങ്ങിയവ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഈ വ്യവസായങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നേരിട്ട് ഉപഭോഗം ചെയ്യുകയോ മറ്റു വ്യവസായങ്ങളുടെ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളായി ഉപയോഗിക്കുകയോ ചെയ്യാം.

b) ജനിതക വ്യവസായങ്ങൾ (Genetic Industries)

സസ്യങ്ങളുടെയും മൃഗങ്ങളുടെയും പ്രജനനവും പരിപാലനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വ്യവസായങ്ങളാണിവ. കോഴി വളർത്തൽ, സസ്യങ്ങളുടെ നേഴ്സറി, കന്നുകാലി വളർത്തൽ എന്നിവ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

ii) ദ്വിതീയ വ്യവസായങ്ങൾ (Secondary Industries)

പ്രാഥമിക വ്യവസായങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ വ്യാവസായിക ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ നിർമിക്കുന്നവയാണ് ദ്വിതീയ വ്യവസായങ്ങൾ. ഉദാഹരണമായി മത്സ്യബന്ധനം പ്രാഥമിക വ്യവസായമാകുമ്പോൾ, ഈ മത്സ്യം ഉപയോഗിച്ച് ഭക്ഷ്യ വസ്തുക്കൾ നിർമ്മിക്കുന്നത് ദ്വിതീയ വ്യവസായമാണ്. ഇത്തരം വ്യവസായങ്ങളെ പ്രവർത്തന സ്വഭാവത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രണ്ടായി തിരിക്കാം.

a) ഉൽപ്പാദന വ്യവസായം (Manufacturing industry)

b) നിർമ്മാണ വ്യവസായം (Construction industry)

c) ഉൽപ്പാദന വ്യവസായങ്ങൾ (Manufacturing Industries)

അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്നവയാണ് ഉൽപ്പാദന വ്യവസായങ്ങൾ. ഇരുമ്പയിരിൽ നിന്ന് ഇരുമ്പും ഉരുക്കും ഉൽപാദിപ്പിക്കുക, അസംസ്കൃത എണ്ണയിൽ നിന്ന് പെട്രോളിയം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വേർതിരിച്ചെടുക്കുക എന്നിവ ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇത്തരം വ്യവസായങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ നിത്യോപയോഗ വസ്തുക്കളും (വസ്ത്രങ്ങൾ, സോപ്പ്, പേന, പേപ്പർ, ഭക്ഷ്യ വസ്തുക്കൾ തുടങ്ങിയവ) നിർമ്മാണ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും (സിമന്റ്, ഉരുക്ക്, ഇഷ്ടിക തുടങ്ങിയവ) ഉൾപ്പെടുന്നു. ഈ വ്യവസായത്തിന് താഴെപ്പറയുന്ന നാല് ഉപവിഭാഗങ്ങളുണ്ട്.

- **അപഗ്രഥനാത്മക വ്യവസായങ്ങൾ (Analytical Industries)**

ഒരു അസംസ്കൃത വസ്തുവിൽ നിന്ന് വിവിധ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വേർതിരിച്ചെടുക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് ഇത്തരം വ്യവസായങ്ങൾ നടത്തുന്നത്. എണ്ണ ശുദ്ധീകരണശാല ഇതിനുദാഹരണമാണ്.

- **സംയോജിത വ്യവസായങ്ങൾ (Synthetic Industries)**

ഇത്തരം വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങൾ പലവിധ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ഉപയോഗിച്ച് പുതിയ ഉൽപ്പന്നം ഉണ്ടാക്കുന്നു. പേപ്പർ നിർമ്മാണം, സിമന്റ് വ്യവസായം എന്നിവ ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

- **പ്രക്രിയാധിഷ്ഠിത വ്യവസായങ്ങൾ (Processing Industries)**

ഇത്തരം വ്യവസായങ്ങൾ ഒരു ഉൽപ്പന്നം നിർമിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി അതിന്റെ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളെ വിവിധങ്ങളായ നിർമ്മാണ ഘട്ടങ്ങളിലൂടെ കടത്തി വിടുന്നു. വസ്ത്ര നിർമ്മാണം ഇതിനൊരു മാതൃകയാണ് (നൂൽനൂൽക്കൽ, നിറം മുക്കൽ, നെയ്ത്ത് തുടങ്ങിയ പ്രക്രിയകൾ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു).

- **സംയോജന വ്യവസായങ്ങൾ (Assembling Industries)**

ഇത്തരം വ്യവസായങ്ങൾ വിവിധ ഭാഗങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർത്ത് പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഉദാഹരണം: കമ്പ്യൂട്ടർ, ടെലിവിഷൻ, മൊബൈൽ ഫോൺ തുടങ്ങിയവ.

b) നിർമ്മാണ വ്യവസായങ്ങൾ (Construction Industries)

റോഡ്, കെട്ടിടം, പാലം, അണക്കെട്ട് തുടങ്ങിയവയുടെ നിർമ്മാണ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്ന സംരംഭങ്ങളെ നിർമ്മാണ വ്യവസായങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കാം. ഇതിന് ആവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ പ്രകൃതിജന്യ വ്യവസായങ്ങളിൽ നിന്നും ഉൽപ്പാദന വ്യവസായങ്ങളിൽ നിന്നുമാണ് ലഭിക്കുന്നത്.

iii) തൃതീയ വ്യവസായങ്ങൾ (Tertiary Industries)

പ്രാഥമിക വ്യവസായത്തിനും ദ്വിതീയ വ്യവസായത്തിനും സഹായകരമായ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്ന വ്യവസായങ്ങളെ തൃതീയ വ്യവസായങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കാം. ഗതാഗതം, ഇൻഷുറൻസ്, ബാങ്കിംഗ്, സംഭരണം, പരസ്യം, വാർത്താവിനിമയം, പാക്കേജിങ് എന്നിവ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇവ പ്രധാനമായും സേവനങ്ങളാണ് നൽകുന്നത്.

1.7.2 വാണിജ്യം (Commerce)

വാണിജ്യത്തിൽ രണ്ടുതരം പ്രവർത്തനങ്ങളാണുള്ളത്, കച്ചവടവും കച്ചവടത്തിന് വേണ്ട അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളും. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വാങ്ങലും വിൽക്കലും ആണ് കച്ചവടം എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. ഈ വാങ്ങലും വിൽക്കലും സുഗമമായി നടക്കണമെങ്കിൽ ഒട്ടേറെ പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ പിന്തുണ ആവശ്യമാണ്. ഈ പിന്തുണാപ്രവർത്തനങ്ങളെ കച്ചവടത്തിന്റെ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കാം. ഗതാഗതം, ബാങ്കിംഗ്, ഇൻഷൂറൻസ്, ആശയവിനിമയം, പരസ്യം, പാക്കേജിങ്, സംഭരണം തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഈ പിന്തുണാപ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഉൽപ്പാദകരേയും ഉപഭോക്താക്കളേയും കൂട്ടിയിണക്കുന്നതിനാവശ്യമായ പ്രവർത്ത

നങ്ങൾ വാണിജ്യം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും സുഗമമായ കൈമാറ്റം ഉറപ്പുവരുത്തലാണ് വാണിജ്യത്തിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം.

സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും കൈമാറ്റത്തിൽ വ്യക്തി, സമയം, സ്ഥലം, അറിവ്, ധനം, നഷ്ടസാധ്യത എന്നിവ സംബന്ധിച്ചുണ്ടാകുന്ന പ്രതിബന്ധങ്ങളെ നീക്കം ചെയ്യുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ആകെത്തുകയാണ് വാണിജ്യം എന്നു നിർവ്വചിക്കാം. വിപണനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് പലതരം തടസ്സങ്ങൾ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ട്. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളിലേയ്ക്ക് എത്താൻ സഹായിക്കുന്ന വ്യാപാരത്തിലൂടെ വ്യക്തി എന്ന തടസ്സം ഇല്ലാതാവുന്നു. ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളിലൂടെ സ്ഥലപരമായ തടസ്സത്തെ ഇല്ലാതാക്കുന്നു. സംഭരണശാലകൾ ഏർപ്പെടുത്തുന്നതിലൂടെ സമയമെന്ന തടസ്സവും മാറ്റാവുന്നതാണ്. ഇൻഷൂറൻസ്, നഷ്ടസാധ്യത എന്ന തടസ്സത്തെ ഇല്ലാതാക്കുന്നു. ധനപരമായ തടസ്സത്തെ ബാങ്കിങിലൂടെ പരിഹരിക്കാം. പരസ്യങ്ങൾ, ആശയവിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾ എന്നിവയിലൂടെ സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ലഭ്യതയെക്കുറിച്ചുള്ള അറിവില്ലായ്മ എന്ന തടസ്സത്തെയും പരിഹരിക്കാം.

മെയ്ക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ (Make in India) : 2014 സെപ്തംബർ 25-ാം തീയതി ഇന്ത്യാഗവൺമെന്റ് നടപ്പിൽ വരുത്തിയ നൂതന പദ്ധതിയാണ് 'മെയ്ക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ'. ഇന്ത്യൻ കമ്പനികൾക്കും മൾട്ടിനാഷണൽ കമ്പനികൾക്കും അവരുടെ ഉൽപന്നങ്ങൾ ഇന്ത്യയിൽ തന്നെ നിർമിക്കുവാൻ ആവശ്യമായ പ്രോത്സാഹനം നൽകുകയെന്നതാണ് ഈ പദ്ധതിയുടെ ലക്ഷ്യം. തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുക, തൊഴിൽ നൈപുണി വളർത്തുക തുടങ്ങിയവയാണ് ഈ പദ്ധതിയുടെ മറ്റു ചില ഉദ്ദേശങ്ങൾ. താഴെ തന്നിട്ടുള്ള 25 പ്രധാന മേഖലകളാണ് ഈ പദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളത്.

1 മോട്ടോർ വാഹന നിർമാണ മേഖല	9 ഇലക്ട്രോണിക് സംവിധാനങ്ങൾ	16 ഔഷധ നിർമാണം
2 മോട്ടോർ വാഹന ഘടകങ്ങൾ	10 ഭക്ഷ്യ സംസ്കരണം	17 തുറമുഖവും കപ്പൽഗതാഗതവും
3 വ്യോമ ഗതാഗതം	11 വിവരസാങ്കേതിക വിദ്യ	18 റെയിൽ ഗതാഗതം
4 ജൈവ സാങ്കേതിക വിദ്യ	12 തുകൽ	19 ഊർജപുനരുൽപ്പാദനം
5 രാസവസ്തുക്കൾ	13 മാധ്യമങ്ങളും വിനോദോപാധികളും	20 റോഡുകളും ഹൈവേകളും
6 നിർമാണ മേഖല	14 ഖനനം	21 ബഹിരാകാശവും ജ്യോതിശാസ്ത്രവും
7 പ്രതിരോധ സാമഗ്രികളുടെ നിർമാണം	15 പെട്രോളിയം ഉൽപന്നങ്ങളും വാതകവും	22 വസ്ത്രനിർമാണം
8 വൈദ്യുത യന്ത്രങ്ങൾ		23 താപോർജം
		24 വിനോദസഞ്ചാര വ്യവസായം
		25 ആരോഗ്യപരിപാലനം

1.7.3 വ്യാപാരം (Trade)

വാണിജ്യത്തിലെ അവിഭാജ്യഘടകമാണ് വ്യാപാരം. സാധനങ്ങളുടെ വിൽപ്പന, കൈമാറ്റം, വിതരണം എന്നിവയെല്ലാം വ്യാപാരത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ലാഭപ്രതീക്ഷയോടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് വ്യാപാരം. ഇക്കാലത്ത് ഉൽപ്പാദനം സാധാരണയായി വൻതോതിലാണ് നടക്കാറുള്ളത്. ആയതിനാൽ ഉൽപ്പാദകർക്ക് അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നേരിട്ട് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകാൻ കഴിയുന്നില്ല. വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നവർ മധ്യവർത്തികളായി പ്രവർത്തിച്ച് വിപണികളിലൂടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സാധനങ്ങൾ എത്തിച്ചു കൊടുക്കുന്നു. വ്യക്തിപരമായ തടസ്സം നീക്കം ചെയ്യലാണ് വ്യാപാരം വഴി സാധ്യമാകുന്നത്. വ്യാപാരത്തെ പ്രധാനമായും ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം, വിദേശ വ്യാപാരം എന്നിങ്ങെ രണ്ടായി തരം തിരിക്കാം. ഒരു രാജ്യത്തിനകത്ത് നടക്കുന്ന സാധനങ്ങളുടെ വാങ്ങലും വിൽക്കലും ആണ് ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം. രാജ്യത്തിനകത്ത് സാധനങ്ങൾ എല്ലായിടത്തും ലഭ്യമാക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം. ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തെ വിപണനം ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങളുടെ അളവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്നിങ്ങനെ രണ്ടായി വിഭജിക്കാം. വൻതോതിൽ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് ആവശ്യാനുസരണം നൽകുന്നതിനെയാണ് മൊത്തവ്യാപാരം എന്നു പറയുന്നത്. മൊത്തക്കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്നോ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്നോ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങി ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ചെറിയ അളവിൽ ആവശ്യാനുസരണം വിൽക്കുന്നതിനെയാണ് ചില്ലറവ്യാപാരം എന്നു വിളിക്കുന്നത്. ചില്ലറവ്യാപാരി മൊത്തവ്യാപാരിയുടെയും ഉപഭോക്താവിന്റെയും ഇടയിലുള്ള കണ്ണിയായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വാങ്ങൽ, വിൽക്കൽ പ്രക്രിയയിൽ രണ്ടു രാജ്യങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നുവെങ്കിൽ അതിനെ വിദേശ വ്യാപാരം എന്നു പറയുന്നു. വിദേശ

രാജ്യങ്ങളിലുള്ള കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്ന് നടപടിക്രമങ്ങൾ പാലിച്ചുകൊണ്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതിനെ ഇറക്കുമതി എന്നു പറയുന്നു. വിദേശത്തുള്ള വ്യാപാരികൾക്ക് നിയമപരമായി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിനെ കയറ്റുമതി എന്നു വിളിക്കാം. ഒരു രാജ്യത്ത് നിന്ന് ഇറക്കുമതി ചെയ്ത വസ്തുക്കൾ മറ്റൊരു രാജ്യത്തേക്ക് കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനെയാണ് എൻട്രിപോട്ട് വ്യാപാരം എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.

1.7.4 വ്യാപാര അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ (Auxiliaries to Trade)

വ്യാപാരത്തെ സഹായിക്കുന്ന എല്ലാ ഘടകങ്ങളെയും വ്യാപാരത്തിന്റെ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളായി കണക്കാക്കാം. സാധാരണയായി ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങൾ വ്യവസായങ്ങൾക്കും വ്യാപാരങ്ങൾക്കും വിവിധതരം സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നവയാണ്. ഗതാഗതം, ബാങ്കിംഗ്, ഇൻഷുറൻസ്, സംഭരണം, പരസ്യം തുടങ്ങിയവയെല്ലാം വ്യാപാരത്തിന്റെ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്. ഈ മേഖലയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ വ്യാപാരത്തെപ്പോലെ വ്യവസായങ്ങളും പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നതു കൊണ്ട് ഇവയെല്ലാം ബിസിനസിന്റെ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളായി മാറുന്നു. ഏതാനും ചില അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ താഴെ കൊടുക്കുന്നു:

i) ഗതാഗതവും വാർത്താവിനിമയവും (Transport and Communication)

സാധാരണയായി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കപ്പെടുന്നത് ഒരു സ്ഥലത്തും അവയുടെ ഉപഭോഗം നടക്കുന്നത് രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങളിലുമാണ്. ഉദാഹരണമായി ഗുജറാത്തിൽ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്ന പരുത്തി രാജ്യത്തിന്റെ നാനാഭാഗങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഉത്തർപ്രദേശിലും ബീഹാറിലും ഉൽപാദിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന പഞ്ചസാര രാജ്യത്തെ മുഴുവൻ ജനങ്ങളും ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഇവിടെ സ്ഥലവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട തടസ്സങ്ങൾ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ട്. ഈ തടസ്സങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിനായി ഗതാഗതമാർഗ്ഗങ്ങളെ ആശ്രയിക്കാം. റോഡ് ഗതാഗതം, തീവണ്ടി ഗതാഗതം, ജലഗതാഗതം, വ്യോമഗതാഗതം എന്നിവയാണ് നിലവിലുള്ള ഗതാഗത മാർഗ്ഗങ്ങൾ. അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ ഉൽപ്പാദന കേന്ദ്രങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിനും, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോഗത്തിനായി വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിലേക്ക് കൊണ്ടുപോകുന്നതിനും ഗതാഗതം കൂടിയേ തീരൂ. ഗതാഗതത്തോടൊപ്പം കച്ചവടത്തെ സഹായിക്കുന്നതിനായി വാർത്താവിനിമയ സൗകര്യങ്ങളും അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. ഉൽപ്പാദകരും വ്യാപാരിയും ഉപഭോക്താക്കളും തമ്മിലുള്ള ആശയ വിനിമയത്തിലൂടെയാണ് വ്യാപാരം സാധ്യമാകുന്നത്. ടെലിഫോൺ സൗകര്യങ്ങൾ, തപാൽ സേവനങ്ങൾ, ഇൻറർനെറ്റ് തുടങ്ങിയ ഉപാധികളെ ബിസിനസിന്റെ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളായി കണക്കാക്കാം.

ii) ബാങ്കിങ്ങും ധനകാര്യവും (Banking and Financc)

ബിസിനസിന് ആവശ്യമായ ആസ്തികൾ സ്വന്തമാക്കുന്നതിനും അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ വാങ്ങുന്നതിനും പണം ആവശ്യമാണ്. ബിസിനസിന്റെ ജീവരക്തമാണ് പണം.

ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ പണം കണ്ടെത്തുന്നതിനും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനും ബാങ്കുകൾ നമ്മെ സഹായിക്കുന്നു. ബാങ്കുകൾ പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് നിക്ഷേപങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുകയും ബിസിനസിന് ആവശ്യമായ പണം ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഓവർ ഡ്രാഫ്റ്റ്, ക്യാഷ് ക്രെഡിറ്റ്, വിവിധതരം വായ്പകൾ, ചെക്ക് കളക്ഷൻ, ബിൽ ഡിസ്കൗണ്ടിങ്, വിതരണക്കാർക്കുള്ള പണത്തിന്റെ വിനിമയം തുടങ്ങി ഒട്ടേറെ സൗകര്യങ്ങൾ ബാങ്കുകൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. ഇറക്കുമതിക്കാരിൽ നിന്ന് പണം പിരിച്ചെടുത്ത് കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് നൽകിയും, കമ്പനികളുടെ ഓഹരി മൂലധനം നിക്ഷേപകരിൽ നിന്ന് ശേഖരിച്ചും ബാങ്കുകൾ ബിസിനസ് സമൂഹത്തെ സഹായിക്കുന്നു.

iii) ഇൻഷുറൻസ് (Insurance)

നഷ്ടസാധ്യതകൾക്ക് വിധേയമാണ് ബിസിനസ് എന്ന് നമുക്ക് അറിവുള്ളതാണല്ലോ. ആസ്തികൾക്കുണ്ടാകുന്ന നാശം, ഭൂമികുലുക്കം, അഗ്നിബാധ, മോഷണം, സംഭരിച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കേടാവുക തുടങ്ങിയ നഷ്ടങ്ങൾ ബിസിനസിൽ സർവ്വസാധാരണമാണ്. കൂടാതെ ജീവനക്കാരുടെ സുരക്ഷയും ഒരു പ്രധാന പ്രശ്നമാണ്. ആയതിനാൽ ജീവനും സ്വത്തിനും സംഭവിക്കാവുന്ന ആപത്തുകൾക്കെതിരെ സംരക്ഷണം ഏതൊരു ബിസിനസിലും അത്യാവശ്യമാണ്. ഇവിടെയാണ് ഇൻഷുറൻസിന്റെ പ്രസക്തി. വിവിധതരത്തിലുള്ള ആപത്തുകളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നേടുന്നതിന് ഇൻഷുറൻസ് എന്ന അനുബന്ധ പ്രവർത്തനം ബിസിനസിനെ സഹായിക്കുന്നു. പ്രീമിയം എന്നറിയപ്പെടുന്ന ഒരു ചെറിയ തുക നൽകി ഏതൊരു ബിസിനസിനും ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിയിൽ നിന്ന് അവർക്കുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടങ്ങൾക്ക് പരിഹാരം തേടാവുന്നതാണ്.

iv) സംഭരണം (Warehousing)

ഉൽപാദിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളെല്ലാം ഉടൻ തന്നെ പൂർണമായി വിറ്റ് തീരണമെന്നില്ല. അവ കേടുകൂടാതെ സൂക്ഷിച്ചുവയ്ക്കുകയും ആവശ്യമുള്ള സമയത്ത് വിതരണം ചെയ്യുകയും വേണം. അതിനായി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കുന്നതിനായി പ്രത്യേകം സംവിധാനങ്ങൾ ഒരുക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇത്തരം സംവിധാനങ്ങളെയാണ് പണ്ടകശാല (warehouse) എന്ന് പറയുന്നത്. ആവശ്യാനുസരണം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിതരണം നടത്തുവാനും അതുവഴി വിലസ്ഥിരത ഉറപ്പുവരുത്തുവാനും സംഭരണശാലകൾ സഹായകമാകുന്നു.

iv) പരസ്യം ചെയ്യൽ (Advertising)

ഏതൊരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെയും വിൽപന വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിന് പരസ്യം അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങൾ, വാഹനങ്ങൾ, സോപ്പ് തുടങ്ങിയ എല്ലാ വസ്തുക്കൾക്കും ഇത് ബാധകമാണ്. എണ്ണമറ്റ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും വിൽപന നടത്തുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ഈ ഉൽപ്പാദകർക്ക് കോടിക്കണക്കിനു വരുന്ന ഉപഭോക്താക്കളെ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ നേരിട്ട് അറിയിക്കുവാൻ കഴിയില്ല. അതുകൊണ്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള അടിസ്ഥാന വിവരങ്ങളായ വില, സവിശേഷതകൾ, ഉപയോഗരീതി തുടങ്ങിയവ

പ്രചരിപ്പിക്കേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാൻ താൽപ്പര്യമുള്ളവർക്ക് അവയെപ്പറ്റിയുള്ള വിവരങ്ങൾ എത്തിക്കുന്നതിനും വാങ്ങാൻ അവരെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതിനും പരസ്യങ്ങൾ സഹായിക്കുന്നു.

1.8 ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ (Obectives of Business)

ഏതൊരു ബിസിനസിന്റെയും പ്രധാന ലക്ഷ്യം പരമാവധി ലാഭം നേടുക എന്നതാണ്. ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പ് പോലും നേടുന്ന ലാഭത്തിന്റെ അളവിനെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു. എന്നാൽ സമൂഹത്തിൽ നിന്ന് ഒറ്റപ്പെട്ട് ഒരു ബിസിനസിനും നിലനിൽക്കാനാവില്ല. അതിനാൽ സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾ നിറവേറ്റുന്ന വിധത്തിലായിരിക്കണം ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മുന്നോട്ട് കൊണ്ടുപോകേണ്ടത്. സമൂഹത്തിന്റെ താൽപ്പര്യത്തിനനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിച്ചാൽ മാത്രമേ ഏതൊരു ബിസിനസിനും ദീർഘകാലം തുടരാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ. ആയതിനാൽ ലാഭം നേടലും സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വവും തുല്യപ്രാധാന്യത്തോടെ ബിസിനസുകാർ ഏറ്റെടുക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ലാഭസമ്പാദനം ബിസിനസിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളിൽ ഒന്നായി കണക്കാക്കുന്നതിനുള്ള കാരണം ചുവടെ വിവരിക്കുന്നു.

i) ബിസിനസുകാരന്റെ വരുമാന സ്രോതസ്സും ഉപജീവനമാർഗ്ഗവുമാണ് ലാഭം.

ii) ബിസിനസ് നിലനിർത്താനും വിപുലീകരിക്കാനും ആധുനികവൽക്കരിക്കാനുമുള്ള സാമ്പത്തിക ഉറവിടവും ലാഭമാണ്.

iii) ഉയർന്ന ലാഭനിരക്ക് ബിസിനസിന്റെ വിജയത്തിന്റെയും വളർച്ചയുടെയും സൂചകമാണ്.

iv) ഉയർന്ന ലാഭം ബിസിനസിന്റെ സൽപ്പേര് വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.

v) നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനുള്ള പ്രതിഫലമാണ് ലാഭം.

1.9 ബിസിനസിന്റെ ബഹുമുഖ ലക്ഷ്യങ്ങൾ (Multiple Objectives of Business)

സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ ലാഭസമ്പാദനം മാത്രമേ ഒരു ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പിനും വളർച്ചയ്ക്കും സഹായകമാവുകയുള്ളൂ എന്ന് നാം കണ്ടുകഴിഞ്ഞു. ഏതൊരു ബിസിനസിനും പലതരത്തിലുള്ള ആവശ്യങ്ങളും ലക്ഷ്യങ്ങളുമുണ്ടാവും. ഇവ തമ്മിൽ ഒരു സന്തുലനാവസ്ഥ ആവശ്യമാണ്. ഏതെങ്കിലും ഒരു ലക്ഷ്യം മാത്രം കൈവരിച്ചത് കൊണ്ട് ഒരു ബിസിനസിന് തിളങ്ങാൻ കഴിയണമെന്നില്ല. എല്ലാ മേഖലയിലുമുള്ള ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുമ്പോഴാണ് ഒരു ബിസിനസ് യഥാർഥ വിജയം കാണുന്നത്. ഉദാഹരണത്തിന് മൂലധന സമാഹരണം, ഉൽപ്പാദനം, വിൽപന എന്നിവയിലുള്ള നിശ്ചയിച്ച ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടാൻ സാധിച്ചാൽ പ്രസ്തുത ബിസിനസ് വിജയം കൈവരിച്ചതായി അനുമാനിക്കാം. ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെയും അഭിവൃദ്ധിയേയും സ്വാധീനിക്കുന്ന ഏതാനും ചില ലക്ഷ്യങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

a) വിപണിയിലെ സ്ഥാനം (Market standing)

എതിരാളികളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ ഒരു ബിസിനസിന് വിപണിയിലുള്ള സ്ഥാനം വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്.

ഗുണനിലവാരമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും മിതമായ വിലയിൽ നൽകാൻ കഴിഞ്ഞെങ്കിൽ മാത്രമേ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സംതൃപ്തി പിടിച്ചു പറ്റാനും വിപണിയിൽ ശക്തമായ സ്ഥാനം ഉറപ്പിക്കാനും കഴിയുകയുള്ളൂ.

b) പുതുമകൾ ആവിഷ്കരിക്കൽ/ നവീകരണം (Innovation)

പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുക, പുതിയ ബിസിനസ് ആശയങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുക, വ്യത്യസ്തങ്ങളായ സേവനങ്ങൾ നൽകുക, ഉൽപ്പാദന രീതിയിലും വിതരണത്തിലും നവീന ആശയങ്ങൾ കൊണ്ടുവരിക തുടങ്ങിയവയാണ് നവീകരണം എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. കഠിനമായ മത്സരം നേരിടുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ ഒരു ബിസിനസിന് പിടിച്ചു നിൽക്കണമെങ്കിൽ മേൽപ്പറഞ്ഞ കാര്യങ്ങൾ പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്. നവീകരണം ബിസിനസിന്റെ ബഹുമുഖലക്ഷ്യങ്ങളിലൊന്നായി കണക്കാക്കാം.

c) ഉൽപ്പാദനക്ഷമത (Productivity)

ഉൽപ്പാദനക്ഷമത കണക്കാക്കുന്നത് ഒരു ഉൽപ്പന്നം നിർമ്മിക്കുന്നതിന് ആവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെയും മനുഷ്യപ്രയത്നത്തിന്റെയും മൂല്യത്തെ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ മൂല്യവുമായി താരതമ്യപ്പെടുത്തിയാണ്. ഇത് കാര്യക്ഷമതയുടെ അളവായി കണക്കാക്കുന്നു. ഒരു ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പും വളർച്ചയും ഉറപ്പുവരുത്താൻ ആ സ്ഥാപനം ലഭ്യമായ വിഭവങ്ങളെ പരമാവധി നല്ല രീതിയിൽ പ്രയോജനപ്പെടുത്തി മൂല്യമേറിയ വസ്തുക്കളും സേവനങ്ങളും പ്രദാനം ചെയ്യുകയും അതുവഴി ഉയർന്ന കാര്യക്ഷമത നേടുകയും വേണം.

d) ഭൗതികവും ധനപരവുമായ വിഭവങ്ങളുടെ ലഭ്യത (Availability of physical and financial resources)

ഏതൊരു ബിസിനസിനും ഭൗതികവും ധനപരവുമായ വിഭവങ്ങൾ ഇല്ലാതെ പ്രവർത്തിക്കാനാവില്ല. ഭൂമി, കെട്ടിടം, യന്ത്രസാമഗ്രികൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഭൗതിക വിഭവങ്ങളിൽപ്പെടുന്നു. ഉപഭോക്താക്കൾക്കാവശ്യമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപാദിപ്പിച്ച് വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനാവശ്യമായ പണമാണ് ധനവിഭവങ്ങൾ. കൈവശമുള്ള പണം, ബാങ്കിലുള്ള പണം തുടങ്ങിയവ ധനപരമായ വിഭവങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇത്തരം വിഭവങ്ങൾ ആവശ്യാനുസരണം ലഭ്യമാക്കാനും ഫലപ്രദമായി വിനിയോഗിക്കാനും ഏതൊരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിനും കഴിയണം.

e) ലാഭ സമ്പാദനം (Earning of profits)

മൂലധന നിക്ഷേപത്തിനനുസൃതമായ ലാഭം നേടുക എന്നത് ഏതൊരു ബിസിനസിന്റെയും പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളിലൊന്നാണ്. ലാഭക്ഷമത കണക്കാക്കുന്നത് നേടിയ ലാഭവും മുതൽമുടക്കും തമ്മിലുള്ള അനുപാതത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ്. ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ നിലനിൽപ്പിനും വളർച്ചയ്ക്കും അടിസ്ഥാനം അതിന്റെ ലാഭസമ്പാദനമാണ്.

f) മാനേജർമാരുടെ മികവും വികാസവും (Manager performance and development)

ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ വിജയകരമായ നടത്തിപ്പിനും ഏകോപനത്തിനും കഴിവുറ്റ മാനേജർമാർ ഉണ്ടായേ മതിയാകൂ. അവർ ആത്മാർത്ഥമായും, മികവോടെയും പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനായി അവർക്ക് വേണ്ട

ത്ര പ്രചോദനം ലഭ്യമാകുന്ന പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിച്ച് ഫലപ്രാപ്തിയിലെത്തിക്കുക എന്നത് ഒരു പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷ്യമാണ്.

g) ജീവനക്കാരുടെ മികവും മനോഭാവവും (Worker performance and attitude)

ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയും ലാഭക്ഷമതയും അതിലെ തൊഴിലാളികളുടെ മികവിനെയും സമീപനത്തെയും ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു. അതിനാൽ അവരുടെ നൈപുണികൾ വളർത്താനും അനുകൂല മനോഭാവം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കാനും ആവശ്യമായ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിക്കുന്നത് ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങളിലൊന്നാണ്.

h) സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം (Social responsibility)

സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ഇടപെടലുകൾ നടത്തുകയും, സമൂഹത്തിന് അഭിലഷണീയമായ രീതിയിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ കാഴ്ചവെയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നത് ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വമാണ്.

1.10 ബിസിനസിന്റെ നഷ്ടസാധ്യതകൾ (Business Risks)

പ്രതീക്ഷിച്ച ലാഭം ലഭിക്കാതിരിക്കുകയോ നഷ്ടം സംഭവിക്കുകയോ ചെയ്യുന്നതിനെയാണ് ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യത എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. അനിശ്ചിതത്വം കൊണ്ടും അപ്രതീക്ഷിത സാഹചര്യങ്ങൾ കൊണ്ടും നഷ്ടം സംഭവിക്കാം. ഉപഭോക്താക്കളുടെ അഭിരുചിയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന മാറ്റം മൂലം ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വിൽപ്പനയിലുണ്ടാകുന്ന കുറവ്, വിപണിയിലെ മൽസരം, സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന കുതിച്ചുചാട്ടം, അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ വിലക്കയറ്റം തുടങ്ങിയവ ഇതിന് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. സാധാരണയായി ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രധാന നഷ്ടസാധ്യതകൾ രണ്ടു തരത്തിലുണ്ട് - ഊഹാധിഷ്ഠിതവും, ഉറച്ചതും.

ഊഹാധിഷ്ഠിത നഷ്ടസാധ്യത (Speculative risk)

ഇവിടെ നഷ്ടവും ലാഭവും ഉണ്ടാകുവാനുള്ള സാധ്യതയുണ്ട്. വിപണിയിലെ സാഹചര്യം മാറുന്നതനുസരിച്ച് വിതരണത്തിലും, ആവശ്യകതയിലും, വിലയിലും മാറ്റമുണ്ടാകാം. ഇത്തരം മാറ്റങ്ങൾ അനുകൂലസാഹചര്യങ്ങളിൽ ലാഭമായും, പ്രതികൂലസാഹചര്യങ്ങളിൽ നഷ്ടമായും ഭവിക്കാം.

ഉറച്ച നഷ്ടസാധ്യത (Pure risk)

ഉറച്ച നഷ്ടസാധ്യതയിൽ ഒരു സംഭവം നടന്നാൽ നഷ്ടമുണ്ടാവുകയും, എന്നാൽ അത് നടക്കാതിരുന്നാൽ നഷ്ടം ഉണ്ടാകാതിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. തീപിടിത്തം, മോഷണം, പണിമുടക്ക് തുടങ്ങിയവ ഇതിന് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. മേൽപ്പറഞ്ഞവ സംഭവിക്കുകയാണെങ്കിൽ നഷ്ടമായിരിക്കും ഫലം. മറിച്ചാണെങ്കിൽ നഷ്ടമോ ലാഭമോ ഉണ്ടാവുകയില്ല.

1.10.1 നഷ്ടസാധ്യതകളുടെ സ്വഭാവം (Nature of Business Risks)

ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യതകളുടെ സ്വഭാവം അവയുടെ സവിശേഷതകളിൽ നിന്ന് മനസ്സിലാക്കാം.

i) **അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ നഷ്ടസാധ്യതയ്ക്ക് കാരണമാകുന്നു (Business risks arise due to uncertainties)**

ഭാവിയിൽ സംഭവിക്കാൻ പോകുന്ന കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ച് മുൻകൂട്ടി അറിയാൻ കഴിയില്ല എന്നതിനെയാണ് അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. പ്രകൃതിക്ഷോഭം, ഉപഭോക്താക്കളുടെ അഭിരുചിയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന മാറ്റം, സർക്കാർ നയത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്ന മാറ്റം, സാങ്കേതികവിദ്യയിലെ കുതിച്ചുചാട്ടം തുടങ്ങിയവ അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇത്തരം അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ മൂലം ബിസിനസിന് നഷ്ടം സംഭവിക്കാം.

ii) **ഏതൊരു ബിസിനസിലും നഷ്ടസാധ്യത അനിവാര്യ ഘടകമാണ്**

(Risk is an essential part of every business)

നഷ്ടസാധ്യതയില്ലാത്ത ബിസിനസ് ഇല്ലെന്നു തന്നെ പറയാം. എന്നാൽ ഇതിന്റെ തോത് ഓരോ ബിസിനസിലും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. നഷ്ടസാധ്യത കുറയ്ക്കാൻ കഴിയുമെങ്കിലും പൂർണമായി ഒഴിവാക്കാനാവില്ല.

iii) **നഷ്ടസാധ്യതയുടെ തോത് ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പത്തെയും സ്വഭാവത്തെയും ആശ്രയിച്ചിരിക്കും (Degree of risk depends mainly upon the nature and size of business)**

ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവം എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത് ഏതുതരം സേവനങ്ങൾ അഥവാ ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് ഇവ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത് എന്നാണ്. ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പം എന്നതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത് ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെയും വിപണനത്തിന്റെയും വ്യാപ്തി ആണ്. വൻകിട ബിസിനസിന് ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളേക്കാൾ നഷ്ടസാധ്യത കൂടുതലാണ്. അതുപോലെ പെട്ടെന്ന് മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഫാഷനുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ബിസിനസുകൾക്ക് നഷ്ടസാധ്യത വളരെ കൂടുതലായിരിക്കും.

iv) **നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനുള്ള പ്രതിഫലമാണ് ലാഭം (Profit is the reward for risk taking)**

നഷ്ടവും ലാഭവും ഒരേ നാണയത്തിന്റെ രണ്ടു വശങ്ങളാണ്. നഷ്ടസാധ്യത കൂടുന്തോറും മികച്ച ലാഭം ലഭിക്കാം, നേരെ മറിച്ചാണെങ്കിൽ ലാഭം കുറയാം. ഏതൊരു ബിസിനസുകാരനും ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുത്തെങ്കിൽ മാത്രമേ മികച്ച ലാഭം കൈവരിക്കാനാവൂ. ആയതിനാൽ നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനുള്ള പ്രതിഫലമായി ലാഭത്തെ കണക്കാക്കാം.

1.10.2 ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യതയുടെ കാരണങ്ങൾ (Causes of Business Risks)

വിവിധ കാരണങ്ങൾ കൊണ്ട് ബിസിനസിന് നഷ്ടം സംഭവിക്കാൻ ഇടയുണ്ട്. അവയിൽ ചിലത് താഴെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

i) **പ്രകൃതിദത്ത കാരണങ്ങൾ (Natural causes)**

പ്രകൃതിക്ഷോഭം മൂലം ബിസിനസിന് ഒട്ടേറെ നാശനഷ്ടങ്ങൾ സംഭവിക്കാൻ സാധ്യതയുണ്ട്. ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകളിന്മേൽ ബിസിനസുകാരന് കാര്യമായ നിയന്ത്രണം ഉണ്ടാവില്ല. വെള്ളപ്പൊക്കം, ഭൂമികുലുക്കം,

നഷ്ടസാധ്യത തരണം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ
(Methods of Dealing with Risk)

നഷ്ടസാധ്യതയില്ലാത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ ഇല്ലെന്ന കാര്യം നമുക്ക് അറിവുള്ളതാണല്ലോ? ഇത്തരം പ്രതിസന്ധികളെ പൂർണമായും ഒഴിവാക്കാനാവില്ല എന്നതിനാൽ അവയെ തരണം ചെയ്യാനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കേണ്ടതുണ്ട്. അവയിൽ ചിലത് താഴെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

a) വളരെയേറെ നഷ്ടസാധ്യതയുള്ള ഇടപാടുകൾ ഒഴിവാക്കുക.
b) അഗ്നിശമന ഉപകരണങ്ങൾ പോലുള്ള മുൻകരുതൽ നടപടികൾ ഊർജ്ജിതമാക്കുക.
c) ബിസിനസ് ഇൻഷുർ ചെയ്യുക.
d) കിട്ടാക്കടം പോലുള്ള നഷ്ടങ്ങൾ മറികടക്കാനായി കരുതൽധനം സമാഹരിക്കുക.
e) വിലയിടിവ് മൂലമുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടം ലഘൂകരിക്കാനായി ഉൽപ്പാദകനും മൊത്തക്കച്ചവടക്കാരനും തമ്മിൽ ധാരണയിലെത്തുക.

സുനാമി, ചുഴലിക്കാറ്റ് തുടങ്ങിയവ ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

ii) മനുഷ്യസഹജമായ കാരണങ്ങൾ (Human causes)

ജീവനക്കാരുടെ അശ്രദ്ധ, കള്ളത്തരങ്ങൾ, അവഗണന, മറവി, സമരം, കലാപം, വൈദ്യുതിത്തകരാറുകൾ കാരണം പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിർത്തി വയ്ക്കുക, മാനേജർമാരുടെ സാമർത്ഥ്യക്കുറവ് തുടങ്ങിയവ മനുഷ്യസഹജമായ നഷ്ടസാധ്യതകൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

iii) സാമ്പത്തിക കാരണങ്ങൾ (Economic causes)

ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പനയിലുള്ള അപ്രതീക്ഷിതമായ കുറവ്, കിടമത്സരം, വിലയിലെ വ്യതിയാനം, സാങ്കേതികവിദ്യയിലുള്ള മാറ്റം തുടങ്ങിയ സാമ്പത്തിക കാരണങ്ങൾ കൊണ്ട് ബിസിനസിന് ഭാരിച്ച നഷ്ടം ഉണ്ടായേക്കാം.

iv) മറ്റു കാരണങ്ങൾ (Other causes)

മുൻകൂട്ടി കാണാൻ കഴിയാത്ത ചില കാരണങ്ങളാണ് ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നത്. രാഷ്ട്രീയ അനിശ്ചിതത്വം, യന്ത്രസാമഗ്രികളുടെ തകരാറ്, വിനിമയനിരക്കിൽ ഉണ്ടാകുന്ന മാറ്റം തുടങ്ങിയ കാരണങ്ങളും ബിസിനസിന് നഷ്ടസാധ്യത ഉളവാക്കുന്നു.

1.11 ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള അടിസ്ഥാന ഘടകങ്ങൾ (Starting a Business - Basic Factors)

മറ്റേതൊരു മനുഷ്യപ്രവർത്തനത്തെയും പോലെതന്നെ, ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം ആരംഭിക്കുവാനും ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുവാനും ഒട്ടേറെ വിഭവങ്ങൾ ആവശ്യമുണ്ട്. ഒരു സംരംഭത്തിന്റെ വിജയം പ്രധാനമായും സംരംഭകന്റെ കാര്യപ്രാപ്തിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് നിർണ്ണയിക്കപ്പെടുന്നത്. ആയതിനാൽ ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം ആരംഭിക്കുമ്പോൾ ഏതൊരാളും താഴെപ്പറയുന്ന അടിസ്ഥാനഘടകങ്ങൾ പരിഗണിക്കേണ്ടതാണ്.

i) തുടങ്ങാനുദ്ദേശിക്കുന്ന ബിസിനസ് ഏതെന്ന് കണ്ടെത്തുക (Selection of line of business)

ഏതു തരത്തിലുള്ള ബിസിനസാണ് ആരംഭിക്കേണ്ടത് എന്ന് തീരുമാനിക്കുകയാണ് ഒരു സംരംഭകൻ ആദ്യം ചെയ്യേണ്ടത്. ഇത് തീർച്ചയായും ഒരു വ്യവസായമോ വാണിജ്യമോ ആയിരിക്കും. ഉൽപ്പാദന മേഖലയിലോ, സേവന മേഖലയിലോ ഉള്ള അറിവ്, താൽപ്പര്യം, മുൻപരിചയം എന്നിവ ഈ തീരുമാനത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്നു.

ii) സ്ഥാപനത്തിന്റെ വലിപ്പം (Size of the firm)

സ്ഥാപനത്തിന്റെ വലിപ്പവും പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ തോതും നിശ്ചയിക്കുകയാണ് ഒരു സംരംഭകൻ അടുത്തതായി ചെയ്യേണ്ടത്. തന്റെ ബിസിനസ് സംരംഭം വൻകിട, ചെറുകിട, ഇടത്തരം ബിസിനസുകളിൽ ഏതാണ് വേണ്ടതെന്ന് തീരുമാനിക്കുമ്പോൾ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ സ്വഭാവം, ആവശ്യകത, ലാഭക്ഷമത, മൂലധന ലഭ്യത തുടങ്ങിയവ പരിഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

iii) ബിസിനസിന്റെ ഉടമസ്ഥതാരൂപം (Choice of form of ownership)

ഏകാംഗ ബിസിനസ്, പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്, സഹകരണ സംഘം, ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി എന്നീ ഉടമസ്ഥതാരൂപങ്ങൾ ബിസിനസ് രംഗത്തുണ്ട്. ഇതിൽ ഏത് രൂപമാണ് സംരംഭകൻ തുടങ്ങാനുദ്ദേശിക്കുന്ന ബിസിനസിന് അനുയോജ്യമെന്ന് ഓരോന്നിന്റെയും ഗുണദോഷങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തീരുമാനിക്കണം. അനുയോജ്യമായ ഉടമസ്ഥതാ രൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ, ബിസിനസിന്റെ മേഖല, മൂലധനത്തിന്റെ ആവശ്യകത, ഉടമസ്ഥരുടെ ബാധ്യത, ലാഭവിഹിതം നൽകൽ, നിയമ നടപടിക്രമങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ കൂടി പരിഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

iv) ബിസിനസിന്റെ സ്ഥലം (Location of business enterprise)

ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം എവിടെ തുടങ്ങുന്നു എന്നത് അതിപ്രധാനമായ കാര്യമാണ്. ഈ തീരുമാനം എടുക്കുമ്പോഴും അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യത, വൈദ്യുതി, ജലം, ഗതാഗതം, ബാങ്കിംഗ്, സംഭരണശാലകൾ തുടങ്ങിയ സൗകര്യങ്ങൾ പരിഗണിച്ചേ മതിയാകൂ. അനുയോജ്യമായ സ്ഥലത്തല്ല ഒരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുന്നതെങ്കിൽ, വിജയസാധ്യത തുലോം കുറവായിരിക്കും.

v) മൂലധന സമാഹരണം (Financing the proposition)

ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ തുടക്കത്തിൽ തന്നെ ആവശ്യമായ മൂലധനം ശേഖരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. സ്ഥിരാസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതിനും ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങൾ മുന്നോട്ടു കൊണ്ടുപോകുന്നതിനും മൂലധനം ആവശ്യമാണ്. ആയതിനാൽ ശരിയായ സാമ്പത്തികാസൂത്രണം നടത്തി താഴെപ്പറയുന്ന കാര്യങ്ങൾ തീരുമാനിക്കേണ്ടത് ഒരു സംരംഭകന്റെ ചുമതലയാണ്.

a) മൂലധനത്തിന്റെ അളവ്

b) മൂലധനത്തിന്റെ ഉറവിടം

c) മൂലധനത്തിന്റെ കാര്യക്ഷമമായ ഉപയോഗം

vi) ഭൗതിക സൗകര്യങ്ങൾ (Physical facilities)

ഭൂമി, കെട്ടിടം, യന്ത്രസാമഗ്രികൾ തുടങ്ങിയ ഭൗതിക സൗകര്യങ്ങൾ എല്ലാ ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്കും ആവശ്യമാണ്. ഈ ഘടകങ്ങളെക്കുറിച്ച് സംരംഭകൻ വ്യക്തമായ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവം, വലിപ്പം, മൂലധന ലഭ്യത, ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയ തുടങ്ങിയവയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ആയിരിക്കണം തീരുമാനങ്ങൾ കൈക്കൊള്ളേണ്ടത്.

vii) യന്ത്രസാമഗ്രികളുടെയും മറ്റും വിന്യാസം (Plant layout)

ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയ സുഗമമായി നടക്കുന്നതിന് യന്ത്രസാമഗ്രികളേയും തൊഴിലാളികളേയും മറ്റുപകരണങ്ങളേയും ശാസ്ത്രീയമായി വിന്യസിക്കണം. അനുയോജ്യമായ രേഖാചിത്രം തയ്യാറാക്കി അതിന്റെ സഹായത്തോടു കൂടി യന്ത്രസംവിധാനങ്ങൾ സ്ഥാപിച്ചാൽ ലഭ്യമായ സ്ഥലത്തിന്റെ മെച്ചപ്പെട്ട ഉപയോഗം, ഉൽപ്പാദന നഷ്ടം കുറയ്ക്കൽ, തൊഴിലാളികളുടെ സുരക്ഷിതത്വം എന്നിവ ഉറപ്പുവരുത്താം.

viii) സാമർത്ഥ്യവും അർപ്പണമനോഭാവവുമുള്ള തൊഴിലാളികൾ (Competent and Committed Work force)

ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭകനും തന്റെ സംരംഭനത്തിൽ ആവശ്യമായ എല്ലാ കാര്യങ്ങളും ഒറ്റയ്ക്ക് ചെയ്തു തീർക്കാൻ കഴിയണമെന്നില്ല. ആയതിനാൽ ആത്മാർത്ഥതയും കഴിവുമുള്ള തൊഴിലാളികളെ നിയമിച്ച് തന്റെ ഉത്തരവാദിത്വം ഏൽപ്പിച്ചു കൊടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. തൊഴിലാളികൾക്ക് ആവശ്യമായ പ്രചോദനവും പരിശീലനവും നൽകുന്നതിനു വേണ്ട പദ്ധതികൾ ആവിഷ്കരിക്കേണ്ടത് സംരംഭകന്റെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്.

ix) നികുതി ആസൂത്രണം (Tax planning)

ഇന്നത്തെ സാഹചര്യത്തിൽ അടിയന്തിര ശ്രദ്ധ കൊടുക്കേണ്ട കാര്യമാണ് നികുതി ആസൂത്രണം. രാജ്യത്ത് നിലവിലുള്ള നികുതി സമ്പ്രദായങ്ങളുടെയും അനുബന്ധ നിയമങ്ങളുടെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഓരോ സംരംഭകനും തന്റെ നികുതി ബാധ്യത മുൻകൂട്ടി ആസൂത്രണം ചെയ്യണം.

x) ബിസിനസ് ആരംഭിക്കൽ (Launching the enterprise)

മേൽപ്പറഞ്ഞ വിവിധ ഘടകങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ അനുയോജ്യമായ തീരുമാനങ്ങൾ എടുത്തശേഷം സംരംഭകന് ബിസിനസ് തുടങ്ങാം. ഈ ഘട്ടത്തിൽ അദ്ദേഹം ഭൗതിക സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുകയും ജീവനക്കാരെ നിയമിക്കുകയും ഉൽപ്പാദന-വിപണന പ്രക്രിയ ആരംഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

ബിസിനസ്സ്	നഷ്ടസാധ്യത	തൃതീയ വ്യവസായം
തൊഴിൽ	സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം	സംഭരണശാല/പണ്ടകശാല
വിദഗ്ധ തൊഴിൽ	പ്രാഥമിക വ്യവസായം	ഇൻഷൂറൻസ്
ലാഭം	ദ്വിതീയ വ്യവസായം	വാണിജ്യം

സംഗ്രഹം

ബിസിനസ് എന്ന ആശയവും സവിശേഷതകളും

ലാഭം നേടുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ മനുഷ്യരുടെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും വിൽപ്പന നടത്തുകയും ചെയ്യുന്ന സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളെ ബിസിനസ് എന്ന് നിർവചിക്കാം.

ബിസിനസിന്റെ സവിശേഷതകൾ:

i) സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനമാണ്.

ii) സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയോ ശേഖരിക്കുകയോ ചെയ്യുന്നു.

iii) മനുഷ്യാവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനായി സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിൽപന നടത്തുകയോ കൈമാറ്റം ചെയ്യുകയോ ചെയ്യുന്നു.

iv) സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും തുടർച്ചയായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

v) ലാഭസമ്പാദനം നടത്തുന്നു.

vi) പ്രതിഫലത്തിന് സ്ഥിരതയില്ല.

vii) നഷ്ടസാധ്യത ഉണ്ട്.

ബിസിനസ്, വിദഗ്ധ തൊഴിൽ, തൊഴിൽ എന്നിവയുടെ താരതമ്യം

ലാഭസമ്പാദനം എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും വിതരണം നടത്തുകയും ചെയ്യുന്ന സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനമാണ് ബിസിനസ്. പ്രത്യേക പരിജ്ഞാനവും നൈപുണ്യവും ആവശ്യമുള്ള തൊഴിലാണ് വിദഗ്ധ തൊഴിൽ. പ്രതിഫലത്തിനായി ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തൊഴിൽ ദാതാവിന്റെ കീഴിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നതാണ് തൊഴിൽ. ആരംഭിക്കുന്ന രീതി, പ്രവർത്തനത്തിന്റെ സ്വഭാവം, യോഗ്യത, പ്രതിഫലം, മുതൽമുടക്ക്, നഷ്ടസാധ്യത, ഉടമസ്ഥാവകാശക്കൈമാറ്റം എന്നിവയെല്ലാം മേൽപ്പറഞ്ഞ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളായ ബിസിനസ്സ്, വിദഗ്ധ തൊഴിൽ, തൊഴിൽ എന്നിവയിൽ വ്യത്യസ്തങ്ങളാണ്.

വിവിധ തരം ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ

ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ പ്രധാനമായും വ്യവസായമെന്നും വാണിജ്യമെന്നും രണ്ടായി തിരിക്കാം. അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ഉപയോഗിച്ച് ഉപയോഗപ്രദമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്ന സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനമാണ് വ്യവസായം. പ്രാഥമികം, ദ്വിതീയം, ത്രിതീയം എന്നിങ്ങനെ വ്യവസായങ്ങളെ മൂന്നായി തിരിക്കാം. പ്രകൃതിവിഭവങ്ങളുടെ ശേഖരണം, ജീവ-സസ്യജാലങ്ങളുടെ പുനരുൽപ്പാദനവും പരിപാലനവും എന്നീ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്ന സംരംഭങ്ങളാണ് പ്രാഥമിക വ്യവസായങ്ങൾ. പ്രാഥമിക വ്യവസായങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ഉപയോഗപ്രദമായ മറ്റു വസ്തുക്കൾ നിർമ്മിക്കുന്ന സംരംഭങ്ങളാണ് ദ്വിതീയ വ്യവസായങ്ങൾ. ഉൽപ്പാദനം, നിർമ്മാണം എന്നീ മേഖലകളിലാണ് ഇവ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഉൽപ്പാദന വ്യവസായങ്ങളെ വീണ്ടും അപഗ്രഥനം, ഉദ്ഗ്രഥനം, പ്രക്രിയാപരം, സംയോജനം എന്നിങ്ങനെ തരംതിരിക്കാം. പ്രാഥമിക വ്യവസായങ്ങൾക്കും ദ്വിതീയ വ്യവസായങ്ങൾക്കും വാണിജ്യ പ്രവർത്തനത്തിനും ആവശ്യമായ സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സംരംഭങ്ങളാണ് തൃതീയ വ്യവസായങ്ങൾ.

വ്യാപാരവും വ്യാപാരത്തിനുവേണ്ട അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉൾക്കൊള്ളുന്നതാണ് വാണിജ്യം. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വാങ്ങലും വിൽപ്പനയുമാണ് കച്ചവടം. ഇവയെ ആഭ്യന്തര വ്യാപാര

മെന്നും വിദേശ വ്യാപാരമെന്നും തരംതിരിക്കാം. മൊത്തവ്യാപാരവും ചില്ലറവ്യാപാരവും ആഭ്യന്തര കച്ചവടത്തിന്റെ ഉപവിഭാഗങ്ങളാണ്. കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതി, എൻട്രിപോട്ട് വ്യാപാരം എന്നിവയാണ് വിദേശ കച്ചവടത്തിന്റെ ഉപവിഭാഗങ്ങൾ. കച്ചവടത്തെ സഹായിക്കുന്ന എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളെയും വ്യാപാരത്തിനുവേണ്ട അനുബന്ധ ഘടകങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഗതാഗതം, വാർത്താവിനിമയം, ബാങ്കിംഗ്, ഇൻഷൂറൻസ്, സംഭരണ കേന്ദ്രങ്ങൾ, പരസ്യം തുടങ്ങിയവ വ്യാപാരത്തിന്റെ അനുബന്ധ ഘടകങ്ങളാണ്.

ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ

ലാഭസമ്പാദനമാണ് ബിസിനസിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യമെങ്കിലും, ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പിനും വികസനത്തിനും ഉതകുന്ന തരത്തിൽ ബിസിനസിന് ബഹുമുഖമായ ലക്ഷ്യങ്ങളുമുണ്ട്. അവയിൽ ചിലത് ചുവടെ ചേർക്കുന്നു;

- വിപണിയിൽ ശക്തമായ സ്ഥാനം ഉറപ്പിക്കുക.
- പുതുമകൾ ആവിഷ്ക്കരിക്കുക.
- ഉൽപ്പാദനക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുക.
- ഭൗതിക-ധന വിഭവങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക.
- ലാഭം നേടുക.
- മാനേജർമാരുടെ മികവിനും വികാസത്തിനും വേണ്ട പ്രചോദനം നൽകുക.
- ജീവനക്കാരെ മികവും അനുകൂല മനോഭാവമുള്ളവരുമാക്കുക
- സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തോടെ പ്രവർത്തിക്കുക.

ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യതകൾ

അപ്രതീക്ഷിത സാഹചര്യങ്ങൾ കൊണ്ടോ അനിഷ്ടസംഭവങ്ങൾ കൊണ്ടോ ബിസിനസിന്റെ ലാഭം കുറയുകയും നഷ്ടം സംഭവിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനെ നഷ്ടസാധ്യത എന്നു പറയുന്നു. ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യതയുടെ സ്വഭാവങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു;

i) അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ നഷ്ടസാധ്യതയ്ക്ക് കാരണമാകുന്നു.

ii) നഷ്ടസാധ്യത എല്ലാ ബിസിനസിനും ഒഴിച്ചുകൂടാനാവാത്തതാണ്.

iii) നഷ്ടസാധ്യതയുടെ തോത് ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പത്തെയും സ്വഭാവത്തെയും ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു.

iv) നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനുള്ള പ്രതിഫലമാണ് ലാഭം.

നഷ്ടസാധ്യതയുടെ കാരണങ്ങൾ

പ്രകൃതിദത്ത കാരണങ്ങൾ, മനുഷ്യസഹജമായ കാരണങ്ങൾ, സാമ്പത്തിക കാരണങ്ങൾ, മറ്റു കാരണങ്ങൾ എന്നിവ.

ബിസിനസ്സ് ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള അടിസ്ഥാനഘടകങ്ങൾ

പുതിയൊരു ബിസിനസ് സംരംഭം ആരംഭിക്കുമ്പോൾ താഴെ പറയുന്ന ഘടകങ്ങൾ പരിഗണിക്കേണ്ടതാണ്. ഏത് ബിസിനസ് തുടങ്ങണമെന്ന തീരുമാനം, സ്ഥാപനത്തിന്റെ വലിപ്പം, ഉടമസ്ഥതാരൂപം, സ്ഥലം, മൂലധന സമാഹരണം, ഭൗതികസാഹചര്യങ്ങൾ, യന്ത്രസംവിധാനങ്ങളുടെയും മറ്റും വിന്യാസം, കഴിവുള്ളതും അർപ്പണമനോഭാവവുമുള്ള ജീവനക്കാരെ നിയമിക്കൽ, നികുതി ആസൂത്രണം, ബിസിനസ് ആരംഭിക്കൽ എന്നിവ.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയായ ഉത്തരം തെരഞ്ഞെടുത്തെഴുതുക.

1. താഴെ തന്നിട്ടുള്ളതിൽ ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവമല്ലാത്തത് ഏത്?
   a) സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ഉൽപ്പാദനം
   b) നഷ്ടസാധ്യത
   c) സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിൽപനയും കൈമാറ്റവും
   d) ശമ്പളം/കൂലി
2. എണ്ണ ശുദ്ധീകരണവും പഞ്ചസാര ഉൽപ്പാദനവും ഏതു വ്യവസായ വിഭാഗത്തിൽ പെടുന്നു?
   a) പ്രാഥമികം b) ദ്വിതീയം
   c) ത്രിതീയം d) ഇവയൊന്നുമല്ല
3. വ്യാപാരത്തിന്റെ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനം അല്ലാത്തത് ഏത് ?
   a) ഖനനം b) ഇൻഷൂറൻസ്
   c) സംഭരണം d) ഗതാഗതം
4. പ്രതിഫലത്തിനു വേണ്ടി മറ്റുള്ളവരുടെ കീഴിൽ ജോലി ചെയ്യുന്ന സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനത്തിന്റെ പേര് ..... എന്നാണ്.
   a) ബിസിനസ്സ് b) തൊഴിൽ
   c) വിദഗ്ധ തൊഴിൽ d) ഇവയൊന്നുമല്ല
5. മറ്റു വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ സഹായക പ്രവർത്തനങ്ങളിലേർപ്പെടുന്ന വ്യവസായങ്ങളുടെ പേര് :
   a) പ്രാഥമിക വ്യവസായം b) ദ്വിതീയ വ്യവസായം
   c) വാണിജ്യ വ്യവസായം d) തൃതീയ വ്യവസായം
6. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങളിൽപ്പെടാത്തത്:
   a) നിക്ഷേപം b) ഉൽപാദനക്ഷമത
   c) നവീകരണം d) ലാഭ സമ്പാദനം
7. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ നഷ്ടസാധ്യതയ്ക്ക് കാരണമാവാത്തത് ഏത് ?
   a) സർക്കാർ നയത്തിലുള്ള മാറ്റം b) കാര്യക്ഷമതയുള്ള മാനേജ്മെന്റ്
   c) ജീവനക്കാരുടെ വഞ്ചന d) വൈദ്യുതി തടസ്സം

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. പുരാതന ഭാരതത്തിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഏതെങ്കിലും അഞ്ച് വാണിജ്യനഗരങ്ങളുടെ പേരെഴുതുക.
2. ഹുണ്ടിക എന്നാലെന്ത്?
3. പുരാതന ഭാരതത്തിലെ പ്രധാന കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതി ഉൽപന്നങ്ങളേതെല്ലാം?
4. പുരാതനകാലത്ത് വ്യാപാരികൾ ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന പ്രധാന ഹുണ്ടികകൾ ഏതെല്ലാം?
5. മാരിടൈം ട്രെയ്ഡ് എന്നാലെന്ത്?
6. വിവിധതരം സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് പ്രതിപാദിക്കുക.
7. ബിസിനസിനെ ഒരു സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനമായി കണക്കാക്കുന്നത് എന്തുകൊണ്ട്?

8. ബിസിനസ് എന്ന ആശയം വിശദീകരിക്കുക.
9. ബിസിനസിനെ ഏതെല്ലാം വിധത്തിൽ തരം തിരിക്കാം?
10. വിവിധ തരം വ്യവസായങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?
11. കച്ചവടത്തിന്റെ അനുബന്ധ ഘടകങ്ങളായ ഏതെങ്കിലും രണ്ട് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
12. ബിസിനസിൽ ലാഭത്തിന്റെ പങ്ക് എന്ത് ?
13. ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യത എന്നാലെന്ത് ? അതിന്റെ സ്വഭാവമെന്ത്?

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. പണ്ടുകാലത്ത് ഇന്ത്യാഉപഭൂഖണ്ഡത്തിൽ നിലനിന്നിരുന്ന പ്രാദേശിക പണമിടപാട് സംവിധാനത്തിന്റെ പുരോഗതി വിശകലനം ചെയ്യുക.
2. ബിസിനസിന്റെ നിർവചനം എഴുതുക. ബിസിനസിന്റെ പ്രത്യേകതകൾ വിശദീകരിക്കുക.
3. ബിസിനസിനെയും വിദഗ്ധ തൊഴിലിനെയും താരതമ്യം ചെയ്യുക.
4. വിവിധതരം വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളെ ഉദാഹരണസഹിതം വിശദമാക്കുക.
5. വാണിജ്യവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിവരിക്കുക.
6. ബിസിനസിൽ ബഹുമുഖ ലക്ഷ്യങ്ങളുടെ ആവശ്യമെന്ത്? ഏതെങ്കിലും അഞ്ച് ബഹുമുഖ ലക്ഷ്യങ്ങൾ വിവരിക്കുക.
7. ബിസിനസിലെ നഷ്ടസാധ്യത എന്നതിന്റെ ആശയവും അതിനുള്ള കാരണങ്ങളും വിശദമാക്കുക.
8. ഒരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുമ്പോൾ പരിഗണിക്കേണ്ട ഘടകങ്ങൾ ഏതെല്ലാം? വിവരിക്കുക.

പ്രായോഗിക ചോദ്യങ്ങൾ

1. സമീപപ്രദേശത്തുള്ള ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം തെരഞ്ഞെടുക്കുക. അവർ നേരിടുന്ന നഷ്ടസാധ്യതകളും അവയെ മറികടക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങളും നൽകുക.
2. പ്രദേശത്തുള്ള ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം പിൻതുടരുന്ന ലക്ഷ്യങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണെന്ന് കണ്ടെത്തുക. എന്തുകൊണ്ട് മറ്റു ലക്ഷ്യങ്ങളൊന്നും പ്രസ്തുത ബിസിനസ് പിൻതുടരുന്നില്ലായെന്ന് പരിശോധിക്കുക.
3. 'മെയ്ക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ' ലക്ഷ്യം വയ്ക്കുന്ന ഏതെങ്കിലും അഞ്ച് മേഖലകളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുക. കഴിഞ്ഞ രണ്ട് വർഷങ്ങളിൽ ഈ മേഖലകളിലെ നിക്ഷേപത്തുക എത്രയെന്ന് കണ്ടെത്തുക.

   നിക്ഷേപകർക്ക് ഈ മേഖലകളോട് താല്പര്യം ജനിക്കാനുള്ള കാരണങ്ങൾ എന്തെല്ലാം? നിങ്ങളുടെ റിപ്പോർട്ട് താഴെ തന്നിട്ടുള്ള പട്ടികാരൂപത്തിൽ അവതരിപ്പിക്കുക.

മേഖല	ഒന്നാം വർഷത്തിലെ നിക്ഷേപം	രണ്ടാം വർഷത്തിലെ നിക്ഷേപം	മാറ്റത്തിനുള്ള കാരണങ്ങൾ

F6B5L2

അധ്യായം 2

ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ വിവിധ രൂപങ്ങൾ
[FORMS OF BUSINESS ORGANISATION]

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ്:

- വിവിധയിനം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളെ തിരിച്ചറിയുന്നു.
- വിവിധയിനം ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ സവിശേഷതകളും, ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളും വിശദീകരിക്കുന്നു.
- വിവിധയിനം ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളെ താരതമ്യം ചെയ്യുന്നു.
- അനുയോജ്യമായ ബിസിനസ് സംരംഭം തുടങ്ങുന്നതിനുള്ള ഘടകങ്ങൾ ചർച്ചചെയ്യുന്നു.

മികവുറ്റ വിദ്യാർഥിനിയായ നേഹ, അവളുടെ അവസാനവർഷ ഫലപ്രഖ്യാപനത്തിനായി കാത്തിരിക്കുകയായിരുന്നു. വീട്ടിലായിരിക്കുമ്പോൾ വേനൽ ഒഴിവുസമയം ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കുവാൻ അവൾ തീരുമാനിച്ചു.
പെയിന്റിംഗിൽ അഭിരുചി ഉള്ളതിനാൽ കളിമൺ കലങ്ങളും, പാത്രങ്ങളും ഡിസൈൻ ചെയ്ത് അലങ്കരിക്കാൻ അവൾ ശ്രമിച്ചു. അവളുടെ പുതിയ ജോലിയിലുള്ള മികവിനെക്കുറിച്ച്, സുഹൃത്തുകളും, പരിചയക്കാരും നൽകിയ പ്രശംസയിൽ അവൾ ആവേശഭരിതയായി. അവളുടെ കോളനിയിലും പരിസരത്തും താമസിക്കുന്ന ആളുകൾക്ക് ഏതാനും മൺപാത്രങ്ങൾ വിൽക്കുവാനും അവയ്ക്ക് കഴിഞ്ഞു. വീട്ടിൽ നിന്നു തന്നെ പ്രവൃത്തികൾ ചെയ്യുന്നതിനാൽ വാടക ചെലവുകൾ ലാഭിക്കാൻ കഴിഞ്ഞു. സ്വന്തമായുള്ള സ്ഥാപനത്തെക്കുറിച്ച് നേരിട്ടുള്ള പ്രചരണത്തിലൂടെ വളരെയധികം പ്രശസ്തിനേടാനും അവൾക്ക് കഴിഞ്ഞു. മൺപാത്രങ്ങളിൽ വരയ്ക്കുന്നതിനുള്ള അവളുടെ കഴിവുകൾ കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെടുകയും പുതിയരൂപങ്ങളും, ഡിസൈനുകളും സൃഷ്ടിക്കുവാനും അവൾക്ക് കഴിഞ്ഞു. ഇതെല്ലാം അവളുടെ ഉപഭോക്താക്കളിൽ വലിയ താല്പര്യം സൃഷ്ടിക്കുകയും, ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ആവശ്യകത വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു. വേനൽ കാലത്തിന്റെ അവസാനത്തോടെ മൺപാത്രങ്ങൾ, ഡ്രോയിംഗ് ഷീറ്റുകൾ, നിറങ്ങൾ എന്നിവയ്ക്കുള്ള തുച്ഛമായ നിക്ഷേപത്തിൽ നിന്ന് 2,500 രൂപ ലാഭമുണ്ടാക്കാൻ അവൾക്ക് കഴിഞ്ഞു. അതിലൂടെ പുതിയ ജോലി ഒരു കരിയറായി ഏറ്റെടുക്കാൻ അവൾക്ക് പ്രചോദനമായി. അതിനാൽ സ്വന്തമായി ഒരു ആർട്ട് ബിസിനസ് സ്ഥാപനം ആരംഭിക്കാൻ അവൾ തീരുമാനിച്ചു. ഏക ഉടമസ്ഥയെന്ന നിലയിൽ സ്വന്തമായി ബിസിനസ് തുടർന്നു കൊണ്ടുപോകുന്നതിന് അവൾക്ക് പ്രയാസമുണ്ടായിരുന്നില്ല. എന്നാൽ വലിയതോതിൽ ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നതിന് അവൾക്ക് കൂടുതൽ പണം ആവശ്യമായിരുന്നു. അധിക ഫണ്ടുകളുടെ ആവശ്യകത നിറവേറ്റുന്നതിനും, ഉത്തരവാദിത്തങ്ങളും അപകടസാധ്യതകളും പങ്കുവയ്ക്കുന്നതിനും അവളുടെ കസിനുമായി ഒരു പങ്കാളിത്തം ഉണ്ടാക്കുവാൻ സ്വന്തം പിതാവ് ഉപദേശിച്ചു. കൂടാതെ, ബിസിനസ് കൂടുതൽ വളരാൻ സാധ്യതയുണ്ടെന്നും അതിനാൽ ഒരു കമ്പനിയായി രൂപീകരിക്കണമെന്നും അദ്ദേഹം അഭിപ്രായപ്പെട്ടു. ഏതുതരം ബിസിനസ് സംരഭമാണ് തനിക്ക് കൂടുതൽ അനുയോജ്യമെന്ന തീരുമാനമെടുക്കേണ്ട ഘട്ടത്തിലാണ് അവളിപ്പോൾ.

2.1 ആമുഖം [INTRODUCTION]

ഒരു പുതിയ ബിസിനസ് സംരംഭം ആരംഭിക്കുന്നതിനോ നിലവിലുള്ളത് വിപുലപ്പെടുത്തുന്നതിനോ ആഗ്രഹിക്കുന്നവർ ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ വിവിധ രൂപങ്ങളെക്കുറിച്ച് അറിഞ്ഞിരിക്കണം. അതിൽ നിന്ന് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായത് തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിന് മുമ്പായി ഓരോ സംരംഭത്തിന്റെയും പ്രത്യേകതകളും ഗുണദോഷങ്ങളും കൃത്യമായി പഠനവിധേയമാക്കണം. ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ വിവിധരൂപങ്ങൾ താഴെ ചേർക്കുന്നു:

a) ഏകാംഗ വ്യാപാരം
b) ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്
c) പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്
d) സഹകരണ സംഘങ്ങൾ
e) ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി

2.2 ഏകാംഗ വ്യാപാരം [SOLE PROPRIETORSHIP]

നമ്മൾ സാധാരണയായി നിത്യോപയോഗ വസ്തുക്കളും സ്റ്റേഷനറി സാധനങ്ങളുമൊക്കെ വാങ്ങുന്നതിനായി സമീപ പ്രദേശത്തുള്ള പല സ്ഥാപനങ്ങളെയും ആശ്രയിക്കാറുണ്ട

ല്ലോ? ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ മിക്കവാറും ഏകാംഗ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളാണ്. അതായത്, ഒരാളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലും നിയന്ത്രണത്തിലുമുള്ള ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ.

ഏകാംഗ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഇന്ന് വിപണിയിൽ എണ്ണത്തിൽ കൂടുതലായി കാണപ്പെടുന്നത്. കാരണം ചെറുകിട ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ. ഒരു വ്യക്തിയുടെ ഉടമസ്ഥതയിലും നിയന്ത്രണത്തിലുമുള്ള ബിസിനസ് സംരംഭമാണിത്. ഇതിൽ ഒരു വ്യക്തി തന്നെ മൂലധനം നിക്ഷേപിക്കുകയും ഭരണകാര്യങ്ങൾ നിർവഹിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഈ ബിസിനസിലെ മുഴുവൻ ലാഭവും അതിന്റെ ഉടമസ്ഥന് തന്നെ ലഭിക്കുന്നു. അതുപോലെ നഷ്ടവും ബാധ്യതയും അദ്ദേഹം തന്നെ സഹിക്കേണ്ടി വരുന്നു. കൂടാതെ ബിസിനസിന്റെ നടത്തിപ്പുമായി ബന്ധപ്പെട്ട തീരുമാനങ്ങളെല്ലാം ഇദ്ദേഹം തന്നെയാണ് കൈക്കൊള്ളേണ്ടത്.

വ്യക്തിപരമായ സേവനങ്ങൾ നൽകുന്ന ബ്യൂട്ടിപാർലറുകൾ, ബാർബർ ഷോപ്പുകൾ, തയ്യൽക്കടകൾ, ചെറുകിട ചില്ലറ വിൽപ്പന കേന്ദ്രങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയ്ക്കെല്ലാം ഇത്തരം ഏകാംഗ വ്യാപാര സംരംഭങ്ങൾ അനുയോജ്യമാണ്.

(i) രൂപീകരണവും അടച്ചുപൂട്ടലും [Formation and closure]:

ഏകാംഗ വ്യാപാരത്തെ സംബന്ധിക്കുന്ന പ്രത്യേക നിയമങ്ങളൊന്നും തന്നെ നിലവിലില്ലാത്തതിനാൽ ഇത്തരം ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിനും അവസാനിപ്പിക്കുന്നതിനും വളരെ ലളിതമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ മാത്രമേയുള്ളൂ. ചില സന്ദർഭങ്ങളിൽ ലൈസൻസ് സമ്പാദിക്കേണ്ട ആവശ്യമുണ്ടാകാം. ആയതിനാൽ ഏകാംഗ വ്യാപാരം ആരംഭിക്കുവാനും അതുപോലെ തന്നെ അവസാനിപ്പിക്കുവാനും വളരെ എളുപ്പമാണ്.

(ii) ബാധ്യത [Liability]: ഏകാംഗ വ്യാപാരിയുടെ ബാധ്യത ക്ലിപ്തമല്ല. ആയതിനാൽ ബിസിനസ്സിന്റെ എല്ലാ ബാധ്യതകൾക്കും അദ്ദേഹം വ്യക്തിപരമായി ബാധ്യസ്ഥനായിരിക്കും. ബിസിനസിലെ ബാധ്യതകൾ തീർക്കാനുള്ള ആസ്തികൾ ബിസിനസിൽ ഇല്ലാതെ വന്നാൽ തന്റെ സ്വകാര്യ സ്വത്തിൽ നിന്ന് പോലും അത്തരം ബാധ്യതകൾ കൊടുത്തു തീർക്കുവാനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം അദ്ദേഹത്തിന് ഉണ്ടായിരിക്കും. ഉദാഹരണമായി അഞ്ജലി ഡ്രൈക്ളീനേഴ്സ് എന്ന ഏകാംഗ വ്യാപാരസ്ഥാപനം ബിസിനസ് അവസാനിപ്പിക്കുമ്പോൾ, അവരുടെ ബാഹ്യ ബാധ്യത 80,000 രൂപയും, എല്ലാ ആസ്തികളും വിറ്റ് ലഭിച്ച തുക 60,000 രൂപയും ആണെങ്കിൽ, ബാധ്യതകൾ മുഴുവൻ തീർക്കാൻ ആവശ്യമായ 20,000 രൂപ കൂടി ഉടമസ്ഥൻ തന്റെ സ്വകാര്യ സ്വത്തിൽനിന്ന് കൊണ്ടു വരേണ്ടതുണ്ട്.

> ഒരു വ്യക്തി മാത്രം മുതൽ മുടക്കുകയും, നഷ്ട സാധ്യതകൾ ഏറ്റെടുക്കുകയും, ഭരണ കാര്യങ്ങൾ നിർവഹിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളെ ഏകാംഗ വ്യാപാരം എന്നു പറയുന്നു.
>
> *ജെ. എൽ. ഹാൻസെൻ*
>
> ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ തലപ്പത്ത് ഒരു വ്യക്തി മാത്രം എല്ലാ കാര്യങ്ങൾക്കും ഉത്തരവാദിയാവുകയും, എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും നിയന്ത്രിക്കുകയും, നഷ്ട സാധ്യതകൾ മുഴുവൻ ഏറ്റെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നുവെങ്കിൽ അതിനെ ഏകാംഗ വ്യാപാരം എന്നു വിളിക്കാം.
>
> *എൽ. എച്ച്. ഹാനെ*

സവിശേഷതകൾ [Features]

ഏകാംഗ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രധാന സവിശേഷതകൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്:

(iii) സ്വയം നഷ്ടം സഹിക്കലും, ലാഭം നേടലും [Sole risk bearer and profit recipient]:

ബിസിനസിലുള്ള നഷ്ടസാധ്യതകൾ മുഴുവൻ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വം ഏകാംഗ വ്യാപാരിക്ക് മാത്രമാണ്. അതുപോലെ ലാഭം മുഴുവൻ നേടാനുള്ള അവകാശവും അദ്ദേഹത്തിന് മാത്രമായിരിക്കും. തന്റെ ബിസിനസിലെ ലാഭം, അദ്ദേഹം ഏറ്റെടുക്കുന്ന നഷ്ടസാധ്യതയ്ക്കുള്ള പ്രതിഫലമായി കണക്കാക്കാം.

(iv) നിയന്ത്രണം [Control]: ഏകാംഗ വ്യാപാര സംരംഭങ്ങളുടെ പരിപൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം അതിന്റെ ഉടമസ്ഥനായിരിക്കെ, എല്ലാ തീരുമാനങ്ങളും എടുക്കുവാനുള്ള അധികാരം അദ്ദേഹത്തിന് മാത്രമായിരിക്കും. ആസൂത്രണം ചെയ്യപ്പെട്ടിട്ടുള്ള പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കുമ്പോൾ മറ്റുള്ളവരുടെ ഇടപെടൽ ഉണ്ടാവാറില്ല.

(v) വേറിട്ട നിലനിൽപ് ഇല്ലായ്മ [No separate entity]: നിയമത്തിന്റെ കണ്ണിൽ ബിസിനസിന് സംരംഭകനിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്ഥമായ നിലനിൽപില്ല. ആയതിനാൽ ബിസിനസിലെ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും സംരംഭകൻ ഉത്തരവാദിയാകുന്നതാണ്.

(vi) തുടർച്ചയില്ലായ്മ [Lack of business continuity] :

ഏകാംഗ ബിസിനസ് സംരംഭകനും ബിസിനസും വ്യത്യസ്ത അസ്തിത്വങ്ങൾ അല്ലാത്തതിനാൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ മരണം, പാപ്പരത്തം, മനോരോഗം, ജയിൽവാസം എന്നിവയെല്ലാം പ്രസ്തുത ബിസിനസിന്റെ അടച്ചുപൂട്ടലിന് കാരണമാകുന്നു.

ഗുണങ്ങൾ [Merits]

ഏകാംഗ വ്യാപാരത്തിന്റെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പ്രതിപാദിക്കുന്നു:

(i) സത്വര തീരുമാനം [Quick decision making]:

ബിസിനസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കാനുള്ള അധികാരവും സ്വാതന്ത്ര്യവും ഉടമയിൽ മാത്രം നിക്ഷിപ്തമായതിനാൽ അടിയന്തരഘട്ടങ്ങളിൽ വേഗത്തിലുള്ള തീരുമാനങ്ങളെടുക്കാൻ അദ്ദേഹത്തിന് സാധിക്കുന്നു. സത്വര തീരുമാനങ്ങൾ പലപ്പോഴും ഒരു ബിസിനസിന്റെ വിജയത്തിന് വഴിയൊരുക്കുന്നു.

ഒരു പുതിയ തുടക്കം : കൊക്കോകോളയുടെ ആരംഭം ഒരു ഏകാംഗ വ്യാപാരമായി ! [A Refreshing Start: Coca Cola Owes its Origin to a Sole Proprietor !]

കാർബണേറ്റ് ചെയ്യപ്പെട്ട ലഘുപാനീയം എന്നറിയപ്പെടുന്ന കൊക്കകോള ആദ്യമായി ഉൽപാദിപ്പിച്ചത് അമേരിക്കയിലെ ജോർജിയ സംസ്ഥാനത്തിലെ അറ്റ്ലാന്റ എന്ന പട്ടണത്തിലാണ്. 1886 മെയ് 8 ന് ഒരു മരുന്ന് കടയുടെ ഉടമയായ ഡോ. ജോൺ സ്റ്റിത്ത് പെംബേർട്ടൻ എന്നയാളാണ് ഈ പാനീയം നിർമ്മിച്ചത്. അദ്ദേഹം ഈ പാനീയം തന്റെ മരുന്നുകടയിൽ വിൽപനയ്ക്ക് വച്ചു. കേവലം 5 സെന്റിനാണ് ഒരു ഗ്ലാസ് പാനീയം വിൽപ്പന നടത്തിയത്. എന്നാൽ ഈ പാനീയം പ്രചരിപ്പിക്കുന്നതിൽ ഡോ. ജോൺ സ്റ്റിത്ത് വിജയിച്ചില്ല. തുടർന്ന് ഇതിന്റെ ഉടമസ്ഥാവകാശം ആസാ ഗ്രിഗ്സ് കാന്റ്ലർ എന്നയാൾക്ക് കൈമാറി. തുടർന്ന് 1889 ൽ ആസാ ഗ്രിഗ്സ് കാന്റ്ലർ കൊക്കക്കോള എന്ന ഏകാംഗ വ്യാപാര സ്ഥാപനം ആരംഭിച്ചു. പത്രപരസ്യങ്ങളിലൂടെ അദ്ദേഹം തന്റെ ഉൽപ്പന്നത്തെ ജനപ്രിയമാക്കി മാറ്റി. 1892 ൽ അദ്ദേഹം തന്റെ സ്ഥാപനം ഒരു കമ്പനിയായി രൂപീകരിച്ച് പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിപുലപ്പെടുത്തി. ആ സ്ഥാപനമാണ് ഇന്ന് നാം കാണുന്ന കൊക്കകോള കോർപ്പറേഷൻ.

(ii) ബിസിനസ് രഹസ്യം [Confidentiality of information]:

ഒരു വ്യക്തിതന്നെ ബിസിനസിന്റെ ഭരണം നിർവഹിക്കുന്നതിനാൽ ബിസിനസിന്റെ രഹസ്യവിവരങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കുന്നത് എളുപ്പമാണ്. ഇത്തരം ബിസിനസിന്റെ കണക്കുകൾ പൊതുവായി പ്രസിദ്ധീകരിക്കുവാൻ ഒരു നിയമവും അനുശാസിക്കുന്നില്ല എന്നതും രഹസ്യവിവരങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കുന്നതിന് സഹായകരമാകുന്നു.

(iii) നേരിട്ടുള്ള പ്രചോദനം [Direct incentive]:

ഏകാംഗ വ്യാപാര സ്ഥാപനത്തിലെ മുഴുവൻ ലാഭവും മറ്റാർക്കും പങ്കുവെക്കാതെ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥന് തന്നെ ലഭിക്കും എന്നത് അദ്ദേഹത്തെ പരമാവധി കാര്യക്ഷമതയോടെ പ്രവർത്തിക്കുവാൻ പ്രചോദിപ്പിക്കുന്നു.

(iv) നേട്ടം കൈവരിച്ചു എന്ന സംതൃപ്തി [Sense of accomplishment]:

ഒരാൾ സ്വന്തം നേട്ടത്തിനായി പ്രവർത്തിക്കുകയും അതിലൂടെ പ്രതീക്ഷിച്ച വിജയം നേടുകയും ചെയ്യുമ്പോൾ അദ്ദേഹത്തിന് ആത്മസംതൃപ്തി ലഭിക്കുന്നു. ഏകാംഗ വ്യാപാര സംരംഭങ്ങളുടെ കാര്യത്തിലും ഇത് ശരിയാണ്. കാരണം സംരംഭകൻ സ്വന്തം ബിസിനസിൽ ആത്മാർഥമായി പ്രവർത്തിക്കുകയും വിജയം കൈവരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് അദ്ദേഹത്തിന്റെ ആത്മവിശ്വാസം വർധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യും.

(v) രൂപീകരണവും അവസാനിപ്പിക്കലും എളുപ്പമാണ് [Ease of formation and closure]:

ഒരു ഏകാംഗ വ്യാപാര സംരംഭം ആരംഭിക്കുവാനും അവസാനിപ്പിക്കുവാനും എളുപ്പമാണ്. ഇത്തരം ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നതിനായി പ്രത്യേക നിയമങ്ങളൊന്നും നിലവിലില്ലാത്തതിനാൽ നടപടിക്രമങ്ങൾ വളരെ ലളിതവുമാണ്.

പരിമിതികൾ [Limitations]

മേൽപ്പറഞ്ഞ മേന്മകളെല്ലാം ഒരു ഏകാംഗ വ്യാപാരിക്ക് ഉണ്ടെങ്കിലും ചില പരിമിതികളും ഈ സംരംഭങ്ങൾക്കുണ്ട്. അവ ഏതെല്ലാമെന്ന് പരിശോധിക്കാം.

(i) പരിമിതമായ വിഭവങ്ങൾ [Limited resources]:

ഏകാംഗ വ്യാപാരിയുടെ മൂലധനം സാധാരണയായി പരിമിതമായിരിക്കും. അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വകാര്യ സമ്പാദ്യവും മറ്റു വായ്പകളുമാണ് മൂലധന ഉറവിടങ്ങളായി ഉള്ളത്. പരിമിതമായ മൂലധനവുമായി ആരംഭിക്കുന്ന ഒരു സംരംഭം സാധാരണഗതിയിൽ ചെറുകിട സംരംഭമായിരിക്കും. അതിനാൽ ബാങ്കുകളും മറ്റു ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും വായ്പ നൽകാൻ മടികാണിക്കും. വിഭവ പരിമിതി ഏതൊരു സ്ഥാപനത്തിന്റെയും വളർച്ചയുടെ തോത് കുറയ്ക്കാൻ ഇടയാക്കും.

(ii) പരിമിതമായ ആയുസ്സ് [Limited life of a business concern] :

ഏകാംഗ വ്യാപാരങ്ങൾക്ക് നിയമപരമായ പ്രത്യേക നിലനിൽപ്പില്ലെന്ന വസ്തുത നമുക്കറിയാം. അതിനാൽ സംരംഭകന്റെ മരണം, മനോരോഗം, പാപ്പരത്തം തുടങ്ങിയവ ബിസിനസിന്റെ ഭാവിയെ ബാധിക്കുകയും അതുവഴി ബിസിനസിന്റെ അടച്ചുപൂട്ടലിന് കാരണമാകുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iii) പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യത [Unlimited liability]:

ഏതൊരു ഏകാംഗ ബിസിനസ് സംരംഭകന്റെയും ബാധ്യത അക്ലിപ്തമാണ്. ആയതിനാൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വകാര്യ സമ്പാദ്യം പോലും ബിസിനസിന്റെ ബാധ്യതകൾ തീർക്കുന്നതിനായി ഉപയോഗിക്കേണ്ടി വന്നേക്കാം. ഒരു പ്രത്യേക സാഹചര്യത്തിൽ കൈക്കൊള്ളുന്ന

തീരുമാനം ചിലപ്പോൾ വലിയ നഷ്ടം വരുത്താൻ ഇടയുണ്ട്. അങ്ങനെ വരുമ്പോൾ സ്വകാര്യസ്വത്ത് പോലും നഷ്ടപ്പെടുമെന്ന ചിന്ത സംരംഭകനെ പിന്തിരിപ്പിക്കുകയും തന്മൂലം ബിസിനസിന്റെ വളർച്ചയേയും വികാസത്തേയും ബാധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iv) ഭരണ നൈപുണ്യത്തിന്റെ കുറവ് [Limited managerial ability]:

ഒരു ബിസിനസ് വിജയകരമായി നടത്തണമെങ്കിൽ പലതരത്തിലുള്ള വൈദഗ്ധ്യം ആവശ്യമാണ്. ഉദാഹരണമായി വാങ്ങൽ, വിൽപ്പന, ധനകാര്യ നിർവഹണം തുടങ്ങിയവ. ഈ മേഖലകളിലെല്ലാം ഒരുപോലെ വൈദഗ്ധ്യമുള്ള ഒരാൾ അപൂർവ്വമാകാം. ഒരു വ്യക്തിയെ മാത്രം ആശ്രയിച്ച് നിലകൊള്ളുന്ന ഏകാംഗ വ്യാപാരസ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഇതൊരു വലിയ പോരായ്മയാണ്. വിദഗ്ധരായ ജീവനക്കാരെ നിയമിച്ച് ഭരണം നടത്താൻ എല്ലാ ഏകാംഗ സംരംഭങ്ങൾക്കും കഴിയണമെന്നില്ല.

മേൽപ്പറഞ്ഞ പരിമിതികൾ നിലവിലുണ്ടെങ്കിലും ഭൂരിഭാഗം ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളും ഏകാംഗ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളായാണ് ആരംഭിക്കാറുള്ളത്. അതിന് പല കാരണങ്ങളുണ്ട്. കുറഞ്ഞ മുതൽമുടക്ക്, ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്കുള്ള അനുയോജ്യത, വ്യക്തിപരമായ സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്കുള്ള പ്രത്യേകതകൾ തുടങ്ങിയവയാണിവ.

2.3 ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ് [JOINT HINDU FAMILY BUSINESS]

ഏറ്റവും പഴക്കം ചെന്നതും, ഇന്ത്യയിൽ മാത്രം നിലനിന്നു വരുന്നതുമായ ഒരു പ്രത്യേകതരം ബിസിനസ് സംരംഭമാണ് ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്. ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നത് ഹിന്ദു അവിഭക്ത കുടുംബങ്ങളാണ് (Hindu Undivided Family/ HUF). ഹൈന്ദവ നിയമങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഇവ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഈ ബിസിനസിലെ അംഗത്വം പ്രസ്തുത കുടുംബത്തിലെ എല്ലാ പുരുഷ അംഗങ്ങൾക്കും അവകാശപ്പെട്ടതാണ്. കുടുംബത്തിലെ മൂന്ന് തലമുറകൾക്ക് ഈ അവകാശം ലഭ്യമാണ്.

ഈ ബിസിനസിന്റെ നിയന്ത്രണം കുടുംബത്തിലെ ഏറ്റവും മുതിർന്നയാളായ 'കർത്ത' (Karta) യുടെ കൈകളിലാണ്. പരമ്പരാഗതസ്വത്തിൽ കുടുംബത്തിലെ എല്ലാ പുരുഷ അംഗങ്ങൾക്കും തുല്യ അവകാശമാണുള്ളത്. ഈ അംഗങ്ങളെ കൂട്ടവകാശികൾ (കോ-പാർസനേർസ്) എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

സവിശേഷതകൾ [Features]

ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിന്റെ പ്രധാന സവിശേഷതകൾ താഴെ ചേർക്കുന്നു:

(i) രൂപീകരണം [Formation]: ഇവ രൂപീകരിക്കുന്നതിന് അവിഭക്ത കുടുംബത്തിൽ നിന്നുള്ള രണ്ട് അംഗങ്ങളെങ്കിലും ഉണ്ടാവണം. അംഗത്വം ലഭിക്കുന്നത് ജന്മം കൊണ്ടായതിനാൽ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നത് ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലല്ല. 1956 ലെ ഹിന്ദു പിന്തുടർച്ചാവകാശ നിയമപ്രകാരമാണ് ഹിന്ദു അവിഭക്ത കുടുംബ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നത്.

(ii) ബാധ്യത [Liability]: അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യത പരിമിതമായിരിക്കും. എന്നാൽ കർത്തയുടെ ബാധ്യത പരിധിയില്ലാത്തതാണ്.

(iii) നിയന്ത്രണം [Control]: കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിന്റെ മുഴുവൻ നിയന്ത്രണവും കർത്തയുടെ കൈകളിലാണ്. തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുവാനും ബിസിനസ്സിന്റെ ഭരണ നിർവഹണത്തിനുമുള്ള അധികാരം അദ്ദേഹത്തിനാണ്. കർത്തയുടെ തീരുമാനങ്ങൾ മറ്റ് അംഗങ്ങൾക്കും ബാധകമായിരിക്കും.

(iv) തുടർച്ച [Continuity]: കർത്തയുടെ മരണം ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കുന്നില്ല. അടുത്ത തലമുതിർന്ന അംഗം ബിസിനസിന്റെ ഭരണം ഏറ്റെടുക്കുകയും പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്യും. എന്നിരുന്നാലും എല്ലാ അംഗങ്ങളുടെയും പരസ്പര സമ്മതത്തോടെ ആവശ്യമെങ്കിൽ ബിസിനസ് അവസാനിപ്പിക്കാവുന്നതാണ്.

(v) പ്രായപൂർത്തിയാവാത്ത അംഗങ്ങൾ [Minor Members]:

ബിസിനസിലെ അംഗത്വം ജന്മം കൊണ്ട് ലഭിക്കുന്നതിനാൽ പ്രായപൂർത്തിയാവാത്ത അംഗങ്ങൾ ഉണ്ടാവുക സാധാരണമാണ്.

ഗുണങ്ങൾ [Merits]

കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിന്റെ മേന്മകൾ താഴെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു:

(i) കാര്യക്ഷമമായ നിയന്ത്രണം [Effective control]:

തീരുമാനങ്ങൾ കൈക്കൊള്ളുവാനുള്ള അധികാരം കർത്തയ്ക്ക് ആയതിനാൽ സത്വരവും ഫലപ്രദവുമായ തീരുമാനങ്ങൾ ഉണ്ടാകുന്നതോടൊപ്പം മറ്റ് അംഗങ്ങളുടെ അനാവശ്യ ഇടപെടലുകൾക്കോ തർക്കങ്ങൾക്കോ സാധ്യതയില്ല.

(ii) ബിസിനസ്സിന്റെ തുടർച്ചയായ നിലനിൽപ്പ് [Continued business existence]:

കർത്തയുടെ മരണമോ മാനസിക രോഗമോ പാപ്പരത്തമോ ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കുന്നില്ല. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ അടുത്ത മുതിർന്ന അംഗം ബിസിനസിന്റെ ചുമതല ഏറ്റെടുത്തു കൊള്ളും.

(iii) അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യത പരിമിതമാണ് [Limited liability of members]:

കർത്ത ഒഴികെയുള്ള മറ്റെല്ലാ അംഗങ്ങളുടെയും ബാധ്യത പരിമിതമാണ്. ഓരോരുത്തർക്കും അവരവരുടെ ഓഹരിക്കനുപാതമായ ബാധ്യത മാത്രമേയുള്ളൂ. അംഗങ്ങൾ സ്വന്തമായി ആർജ്ജിച്ച സ്വത്തുവകകൾ ബിസിനസിന്റെ കടങ്ങൾ തീർക്കുന്നതിനായി വിട്ടുനൽകേണ്ടതില്ല.

(iv) ഉയർന്ന തോതിലുള്ള വിശ്വാസ്യതയും സഹകരണവും [Increased loyalty and cooperation]: ഒരു കുടുംബത്തിലെ അംഗങ്ങൾ ചേർന്ന് നടത്തുന്ന ബിസിനസ് ആയതുകൊണ്ടുതന്നെ പരസ്പര വിശ്വാസവും സഹകരണവും ഇതിന്റെ മുഖമുദ്രയാണ്. ബിസിനസിന്റെ വളർച്ചയും വികാസവും കുടുംബത്തിന്റെ സൽപ്പേര് കൂടി ഉയർത്തുമെന്നതിനാൽ എല്ലാ അംഗങ്ങളും ആത്മാർഥമായി സഹകരിക്കുവാനിടയുണ്ട്.

പരിമിതികൾ [Limitations]

കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസുകളുടെ പ്രധാന പോരായ്മകൾ ചുവടെ പറയുന്നു:

ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ വ്യവസ്ഥയിലെ ലിംഗസമത്വം ഒരു യഥാർഥ്യം (Gender Equality in the Joint Hindu Family a Reality)

ഹിന്ദു പിൻതുടർച്ചാവകാശ നിയമം (ഭേദഗതി) 2005 പ്രകാരം ഒരു ഹിന്ദുകുടുംബത്തിൽ ജനിക്കുന്ന പെൺകുട്ടികൾ പ്രസ്തുത കുടുംബം നടത്തുന്ന ബിസിനസിലും കോ-പാർസനറാണ്. കുടുംബസ്വത്ത് ഭാഗം വെയ്ക്കുമ്പോൾ ആൺ പെൺ വ്യത്യാസമില്ലാതെ എല്ലാവർക്കും തുല്യ അവകാശമാണുള്ളത്. കുടുംബത്തിലെ ഏറ്റവും മുതിർന്ന സ്ത്രീയോ പുരുഷനോ ആയിരിക്കും 'കർത്ത'. വിവാഹിതരായ പെൺമക്കൾക്കും കുടുംബസ്വത്തിൽ തുല്യ അവകാശമാണുള്ളത്.

(i) വിഭവങ്ങളുടെ അപര്യാപ്തത [Limited resources]:

പാരമ്പര്യ സ്വത്തിനെ മാത്രം അടിസ്ഥാനമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനമായതിനാൽ മൂലധന സമാഹരണം ഒരു വലിയ പ്രശ്നം തന്നെയാണ്. കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസുകൾക്കുള്ള ഈ പരിമിതി, ബിസിനസ്സിന്റെ വളർച്ചയെയും വികാസത്തെയും സാരമായി ബാധിക്കാനിടയുണ്ട്.

(ii) കർത്തയുടെ പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യത [Unlimited liability of *kartaf*:

കർത്തയ്ക്ക് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കേണ്ടതിന്റെയും കാര്യനിർവഹണത്തിന്റേയും ഉത്തരവാദിത്വം മാത്രമല്ല, ബിസിനസിന്റെ എല്ലാ ബാധ്യതകളും കൂടി ഏറ്റെടുക്കേണ്ടി വരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വകാര്യ സ്വത്ത് പോലും ബിസിനസ്സിനുണ്ടാകുന്ന ബാധ്യതകൾ തീർക്കുന്നതിനു വേണ്ടി ഉപയോഗിക്കേണ്ടി വരുമെന്നത് ഇത്തരം ബിസിനസ്സുകളുടെ ഒരു പോരായ്മയാണ്.

(iii) കർത്തയുടെ ആധിപത്യം [Dominance of *kartaf*:

കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്സിൽ തീരുമാനമെടുക്കുന്നതിലും കാര്യങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കുന്നതിലും ആധിപത്യം കർത്തയ്ക്കാണ്. ഇത് മറ്റ് അംഗങ്ങളെ പലപ്പോഴും അലോസരപ്പെടുത്തിയേക്കാം. തന്മൂലം അംഗങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള സംഘർഷത്തിനും കുടുംബത്തിന്റെ തകർച്ചയ്ക്കും കാരണമാകും.

(iv) ഭരണ നൈപുണ്യത്തിലെ പോരായ്മ [Limited managerial skills]:

കർത്ത വേണ്ടത്ര ഭരണ നൈപുണ്യമുള്ളയാളല്ലെങ്കിൽ പലപ്പോഴും തെറ്റായ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുവാനും അത് ബിസിനസിന്റെ തകർച്ചയ്ക്ക് കാരണമാകുവാനും ഇടയുണ്ട്. ഇത്തരം തെറ്റായ തീരുമാനങ്ങൾ ഒരുപക്ഷേ ബിസിനസ്സിന്റെ ലാഭം കുറയ്ക്കുവാനോ നഷ്ടത്തിൽ കലാശിക്കുവാനോ കാരണമായേക്കാം.

കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസുകളുടെ എണ്ണം ഇന്ത്യയിൽ ഇന്ന് വളരെയധികം കുറഞ്ഞു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ് എന്നതാണ് വസ്തുത. ഇത്തരം വ്യവസ്ഥിതിയിൽ ഉള്ള കുടുംബങ്ങളുടെ എണ്ണം കുറഞ്ഞു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ് എന്നതാണ് ഇതിന് പ്രധാന കാരണം.

2.4 പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് [PARTNERSHIP]

1932 ലെ ഇന്ത്യൻ പങ്കാളിത്ത നിയമമനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനമാണ് പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്. മൂലധനസമാഹരണത്തിൽ ഏകാംഗ വ്യാപാരസ്ഥാപനങ്ങളും കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസുകളും അനുഭവിക്കുന്ന ബുദ്ധിമുട്ടുകൾ തരണം ചെയ്യുന്നതിന് വേണ്ടിയാണ് പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ രൂപം കൊണ്ടത്. ഇത്തരം ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളിൽ രണ്ടോ അതിലധികമോ വ്യക്തികൾ തങ്ങളുടെ മൂലധനശേഷിയും വൈദഗ്ധ്യവും ഉപയോഗിച്ച് ബിസിനസ് നടത്തുന്നു. ഇതിലെ അംഗങ്ങളെ പങ്കാളികൾ (Partners) എന്നും അവർ രൂപീകരിച്ച ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തെ പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനം (Firm) എന്നും വിളിക്കുന്നു.

1932 ലെ ഇന്ത്യൻ പങ്കാളിത്ത നിയമം, പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിനെ നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നത് താഴെ പറയും പ്രകാരമാണ്. 'ലാഭം പങ്കിട്ടെടുക്കുന്നതിനുവേണ്ടി, രണ്ടോ അതിലധികമോ വ്യക്തികൾ ചേർന്ന്, ഒരു ധാരണയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, എല്ലാവരും കൂടി ചേർന്നോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റുള്ളവർക്കുവേണ്ടി അവരിലാരെങ്കിലുമോ നടത്തുന്ന ബിസിനസ്' സംരംഭത്തെ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് എന്നു പറയുന്നു.

സവിശേഷതകൾ [Features]

(i) രൂപീകരണം [Formation]: 1932 ലെ ഇന്ത്യൻ പങ്കാളിത്ത നിയമമനുസരിച്ച് ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നത്. ഈ കരാറിൽ പങ്കാളികളുടെ അവകാശങ്ങളും

ചുമതലകളും ലാഭനഷ്ടങ്ങളുടെ പങ്കിടൽ തുടങ്ങിയവ പരാമർശിച്ചിട്ടുണ്ടാകും. കൂടാതെ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾ നിയമാനുസൃതമായ ബിസിനസ്സ് ചെയ്യുന്നവയും ലാഭം ലക്ഷ്യമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്നവയും കൂടിയാവണം. ഉദാഹരണമായി രണ്ടോ അതിലധികമോ ആളുകൾ ചേർന്ന് ജീവകാരുണ്യ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി രൂപീകരിച്ച ഒരു സ്ഥാപനം പങ്കാളിത്ത ബിസിനസായി കണക്കാക്കുന്നില്ല.

(ii) ബാധ്യത [Liability]: പങ്കാളികളുടെ ബാധ്യത പരിധിയില്ലാത്തതാണ്. സ്ഥാപനത്തിന് എന്തു ബാദ്ധ്യത ഉണ്ടായാലും അംഗങ്ങൾ ഒറ്റയ്ക്കോ കൂട്ടായോ അത് കൊടുത്തു തീർക്കാൻ ബാധ്യസ്ഥരാണ്. ബിസിനസിലെ ആസ്തികൾ കൊണ്ട് ബാധ്യതകൾ തീർക്കാൻ കഴിയാതെവന്നാൽ പങ്കാളികളുടെ സ്വകാര്യസ്വത്തുക്കൾ പോലും അതിനായി ഉപയോഗപ്പെടുത്തേണ്ടതാണ്. ഇങ്ങനെയുണ്ടാകുന്ന അധിക ബാധ്യതകൾ ഓരോ പങ്കാളിയും സാധാരണയായി അവരവരുടെ ലാഭവിഹിതത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് സഹിക്കേണ്ടത്.

(iii) നഷ്ടം സഹിക്കൽ [Risk bearing]: ഒരു പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്ന നഷ്ടസാധ്യത എല്ലാ അംഗങ്ങളും നേരിടേണ്ടതുണ്ട്. കരാറനുസരിച്ചുള്ള അനുപാതത്തിൽ എല്ലാ പങ്കാളികൾക്കും പരസ്പരം ലാഭം പങ്കിടാം. നഷ്ടം സംഭവിച്ചാലും ഇതേ അനുപാതത്തിൽ തന്നെയാണ് ഏറ്റെടുക്കേണ്ടത്.

(iv) തീരുമാനമെടുക്കലും നിയന്ത്രണവും [Decision making and control]: ഒരു പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനത്തിലെ ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുന്നതും തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുന്നതും പങ്കാളികൾ പരസ്പരധാരണയോടെ ആയിരിക്കും.

(v) തുടർച്ച [Continuity]: ഏതെങ്കിലുമൊരു പങ്കാളിയുടെ മരണം, മനോരോഗം, പാപ്പരത്തം എന്നിവ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കാനിടയുണ്ട്. എന്നാൽ ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ ഒരു പുതിയ കരാർ പ്രകാരം താൽപ്പര്യമുണ്ടെങ്കിൽ മറ്റ് പങ്കാളികൾക്ക് ബിസിനസ് തുടർന്ന് നടത്താവുന്നതാണ്.

(vi) അംഗങ്ങളുടെ എണ്ണം [Number of partners]:
ഒരു പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സ്ഥാപനം തുടങ്ങണമെങ്കിൽ കുറഞ്ഞത് രണ്ട് പേരെങ്കിലുമുണ്ടായിരിക്കണം. 2013 ലെ കമ്പനി നിയമം സെക്ഷൻ 464 പ്രകാരം ഒരു പങ്കാളിത്തസ്ഥാപനത്തിലെ പരമാവധി അംഗങ്ങളുടെ എണ്ണം 100 ആയി നിജപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ടെങ്കിലും, സർക്കാർ തീരുമാനത്തിന് വിധേയമായി മാറ്റം വരുത്താവുന്നതാണ്. 2014ലെ കമ്പനി നിയമത്തിലെ ഭേദഗതി റൂൾ 10 പ്രകാരം ഇപ്പോൾ പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങളിലെ പരമാവധി അംഗങ്ങളുടെ എണ്ണം 50 മാത്രമാണ്.

(vii) പരസ്പര പ്രാതിനിധ്യം [Mutual agency]: പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിന്റെ നിർവചനത്തിൽ പ്രതിപാദിച്ചതുപോലെ ഈ ബിസിനസ് സംരംഭം ഒന്നുകിൽ എല്ലാവരും കൂടിയോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റുള്ളവർക്കുവേണ്ടി അവരിലാരെങ്കിലുമോ നടത്തുന്നതാണ്.

> ലാഭസമ്പാദനത്തിനായി ഒന്നിലധികം ആളുകൾ ഒരു ഉടമ്പടിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിയമപരമായ ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം നടത്തുന്നതിനെ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് എന്നു വിളിക്കുന്നു.
>
> എൽ. എച്ച്. ഹാനെ
>
> ഒന്നിലധികം പേർ ചേർന്ന് ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തങ്ങളുടെ ആസ്തികളും മനുഷ്യ ശേഷിയും നൈപുണികളും ഒരു ബിസിനസിനു വേണ്ടി നൽകുകയും അതിൽ നിന്നുണ്ടാകുന്ന ലാഭം വീതം വയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനെ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് എന്നു പറയുന്നു.
>
> ഇന്ത്യൻ കരാർ നിയമം 1872

ആയതിനാൽ ഓരോ പങ്കാളിയും മറ്റ് പങ്കാളികളുടെ പ്രതിനിധിയായും മേധാവിയായും പ്രവർത്തിക്കേണ്ടിവരും. അതായത് ഓരോ പങ്കാളിയുടെയും പ്രവർത്തനം മറ്റു പങ്കാളികളെയും ബാധിക്കുന്നുവെന്നർത്ഥം.

ഗുണങ്ങൾ [Merits]

ഒരു പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിന്റെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഗുണങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു:

(i) രൂപീകരിക്കുവാനും അടച്ചുപൂട്ടുവാനും എളുപ്പമാണ് [Ease of formation and closure]:

ഒരു പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനം രൂപീകരിക്കുവാനും അടച്ചുപൂട്ടാനും വളരെ ലളിതമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ മാത്രമേയുള്ളൂ. പങ്കാളികളാകാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നവർ തമ്മിൽ ഒരു കരാർ തയ്യാറാക്കി അംഗീകരിച്ചാൽ ബിസിനസ് രൂപീകരിക്കാം. പരസ്പര ധാരണകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പ്രസ്തുത ബിസിനസ് ഭാവിയിൽ എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും അവസാനിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യാം. പങ്കാളിത്ത നിയമപ്രകാരം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമില്ല.

(ii) മെച്ചപ്പെട്ട തീരുമാനങ്ങൾ കൈക്കൊള്ളാൻ സാധിക്കുന്നു [Balanced decision making]:

ബിസിനസിൽ തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുമ്പോൾ പങ്കാളികൾ പരസ്പരം ചർച്ച ചെയ്യുകയും വിശകലനം നടത്തുകയും ചെയ്യുന്നതിനാൽ കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെട്ട തീരുമാനങ്ങൾ നടപ്പിൽ വരുത്താൻ കഴിയുന്നു.

(iii) കൂടുതൽ ധനം [More funds]: ഒരു പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിൽ ഒന്നിൽ കൂടുതൽ പങ്കാളികൾ ഉള്ളതിനാൽ കൂടുതൽ മൂലധന സമാഹരണം സാധ്യമാകുന്നു. കൂടാതെ ബിസിനസിന്റെ വികാസത്തിന് കൂടുതൽ മൂലധനം ആവശ്യമുള്ളപ്പോൾ പുതിയ പങ്കാളികളെ ചേർത്ത് ആവശ്യമായ ധനം സമാഹരിക്കാം.

(iv) നഷ്ടസാധ്യത പങ്കിടൽ [Sharing of risks]:

പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളിൽ ഉണ്ടാകുന്ന നഷ്ടസാധ്യതകൾ എല്ലാ പങ്കാളികളും ഒരുമിച്ച് നിന്നാണ് നേരിടുന്നത്. ആയതിനാൽ ഓരോ പങ്കാളിക്കും അധിക ബാധ്യതയോ തന്മൂലമുള്ള മാനസിക പിരിമുറുക്കമോ ഉണ്ടാവുന്നില്ല.

(v) രഹസ്യം [Secrecy]: നിയമപ്രകാരം ഒരു പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭം അവരുടെ വാർഷിക കണക്കുകൾ പൊതുജനത്തിന്റെ മുമ്പിൽ പ്രസിദ്ധപ്പെടുത്തേണ്ടതില്ല. മാത്രമല്ല, വളരെക്കുറച്ച് അംഗങ്ങളേയുള്ളുവെന്നതിനാൽ ബിസിനസിന്റെ രഹസ്യ സ്വഭാവം നിലനിർത്താനും സാധിക്കുന്നു.

പരിമിതികൾ [Limitations]

ഒരു പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ പരിമിതികൾ താഴെ പറയുന്നു.

(i) പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യത [Unlimited liability]:

പങ്കാളികളുടെ അക്ലിപ്ത ബാധ്യതയാണ് അംഗങ്ങളുടെ ഏറ്റവും വലിയ പരിമിതി. പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിലെ മുഴുവൻ ബാധ്യതയും എല്ലാ പങ്കാളികളും ഒറ്റയ്ക്കും കൂട്ടായും ഏറ്റെടുക്കേണ്ടി വരുന്നു എന്നു മാത്രമല്ല, അവരുടെ സ്വകാര്യസ്വത്ത് പോലും ഇതിനായി വിനിയോഗിക്കേണ്ടി വന്നേക്കാം.

(ii) പരിമിത വിഭവങ്ങൾ [Limited resources]: പങ്കാളികളുടെ എണ്ണത്തിൽ പരിധി നിശ്ചയിച്ചിട്ടുള്ളതിനാൽ വിഭവസമാഹരണം ഒരു പരിധി വരെ മാത്രമേ സാദ്ധ്യമാകൂ. ആയതിനാൽ വൻകിട സംരംഭങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് നടത്താൻ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കഴിയാറില്ല.

(iii) തർക്കസാധ്യത [Possibility of conflicts]:

തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുമ്പോൾ എല്ലാവരുടെയും അഭിപ്രായങ്ങൾ ആരായേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാ

യതിനാൽ വിവിധതരത്തിലുള്ള അഭിപ്രായവ്യത്യാസങ്ങൾ സ്വാഭാവികമാണ്. എന്നുമാത്രമല്ല ഏതെങ്കിലുമൊരു പങ്കാളിയുടെ അപക്വമായ തീരുമാനങ്ങൾ മറ്റു പങ്കാളികൾക്കും ധനനഷ്ടം വരുത്തിവയ്ക്കാൻ ഇടയുണ്ട്. ഇത് തർക്കത്തിൽ കലാശിക്കാൻ കാരണമാകുന്നു.

(iv) സുസ്ഥിരമായ നിലനിൽപ്പില്ലായ്മ [Lack of continuity]:

പങ്കാളിയുടെ ബിസിനസിൽ നിന്നുള്ള വിരമിക്കൽ, മരണം, പാപ്പരത്തം, മനോരോഗം തുടങ്ങിയവ ഒരു പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കുന്നു. എന്നിരുന്നാലും മറ്റു പങ്കാളികൾക്ക് താൽപ്പര്യമുണ്ടെങ്കിൽ പുതിയ കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഈ ബിസിനസ് ഏറ്റെടുത്ത് തുടർന്ന് നടത്താവുന്നതാണ്.

(v) പൊതുജനങ്ങൾക്കുള്ള വിശ്വാസക്കുറവ് [Lack of public confidence]:

പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ സാമ്പത്തിക വിവരങ്ങൾ പ്രസിദ്ധപ്പെടുത്തണമെന്ന് ഒരു നിയമവും അനുശാസിക്കുന്നില്ല. ഇക്കാരണത്താൽ പൊതുജനത്തിന് പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനത്തിന്റെ യഥാർത്ഥ സാമ്പത്തിക അവസ്ഥ മനസ്സിലാക്കാൻ കഴിയുന്നില്ല. ഈ അവസ്ഥ പൊതുജനത്തിന് പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങളോടുള്ള വിശ്വാസം കുറയാൻ കാരണമാകുന്നു.

2.4.1 വിവിധ തരം പങ്കാളികൾ [Types of Partners]

പങ്കാളിത്ത കരാറിന്റെ സ്വഭാവമനുസരിച്ചും ബിസിനസിലുള്ള താൽപ്പര്യമനുസരിച്ചും പങ്കാളികളെ പലതരത്തിൽ വിഭജിക്കാം:

(i) സജീവ പങ്കാളി [Active partner]: ബിസിനസിന് ആവശ്യമായ മൂലധനം കൊണ്ടുവരികയും ദൈനംദിന ബിസിനസ് കാര്യങ്ങളിൽ സജീവമായി ഇടപെടുകയും ചെയ്യുന്ന പങ്കാളിയെ സജീവ പങ്കാളി എന്ന് വിളിക്കാം. ഇത്തരം പങ്കാളികൾ സാധാരണയായി ബിസിനസിന്റെ നടത്തിപ്പ് കാര്യങ്ങളിൽ സജീവമായി ഇടപെടുകയും ലാഭനഷ്ടങ്ങൾ പങ്കിട്ടെടുക്കുകയും ചെയ്യാറുണ്ട്. അതുപോലെ തന്നെ ബിസിനസിനുള്ള ബാധ്യത ഇവരുടെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ ഇത്തരം പങ്കാളികളാണ് ഒരു പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിന്റെ അടിസ്ഥാനം. പ്രവർത്തന പങ്കാളി (working partner), നടത്തിപ്പ് പങ്കാളി (managing partner) എന്നീ പേരുകളിലും ഇവർ അറിയപ്പെടുന്നു.

(ii) സുഷുപ്ത പങ്കാളി [Sleeping or Dormant Partner]: ദൈനംദിന ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടാതിരിക്കുന്നയാളാണ് സുഷുപ്ത പങ്കാളി എന്നറിയപ്പെടുന്നത്. എങ്കിലും ഇദ്ദേഹം ആവശ്യമായ മൂലധനം കൊണ്ടുവരികയും ലാഭനഷ്ടങ്ങളിൽ പങ്കാളിയാവുകയും ചെയ്യുന്നതോടൊപ്പം അക്ലിപ്ത ബാധ്യതയ്ക്ക് ഉത്തരവാദിയും ആണ്. ഇവരെ നിഷ്ക്രിയ പങ്കാളികൾ (Dormant Partner) എന്നും വിശേഷിപ്പിക്കാറുണ്ട്.

(iii) രഹസ്യ പങ്കാളി [Secret partner]: മറ്റു കാര്യങ്ങളിലെല്ലാം സജീവ പങ്കാളിയെപ്പോലെയാണെങ്കിലും പൊതുജനങ്ങൾക്ക് ഇയാളുടെ സാന്നിധ്യം അജ്ഞാതമായിരിക്കും. അദ്ദേഹവും ബിസിനസിൽ മുതൽ മുടക്കുകയും ലാഭ നഷ്ടങ്ങളിൽ ഭാഗഭാക്കാവുകയും പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യതയ്ക്ക് ഉത്തരവാദിയാവുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iv) നാമമാത്ര പങ്കാളി [Nominal partner]: ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഗുണത്തിനായി ഒരാളുടെ പേരും പ്രശസ്തിയും ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നതിനാണ് ഇത്തരം പങ്കാളികളെ ഉൾപ്പെടുത്താറുള്ളത്. എന്നാൽ ഇദ്ദേഹം മുതൽ മുടക്കുകയോ, ബിസിനസ് കാര്യങ്ങളിൽ ഇടപെടുകയോ ചെയ്യുന്നില്ല. ഇദ്ദേഹത്തിന് ലാഭ വിഹിതത്തിന് അർഹതയില്ലെങ്കിലും സ്ഥാപനത്തിന്റെ ബാധ്യതകൾക്ക് ഉത്തരവാദിയായിരിക്കും.

(v) സ്വയം പ്രഖ്യാപിത പങ്കാളി [Partner by estoppel]: ഒരാൾ തന്റെ പ്രവൃത്തി കൊണ്ടോ

പട്ടിക 2.1 വിവിധ തരം പങ്കാളികൾ (Types of partners)

തരം	മൂലധനനിക്ഷേപം	കാര്യനിർവഹണം	ലാഭനഷ്ടം പങ്കിടൽ	ബാധ്യത
സജീവ പങ്കാളി	മൂലധനം മുടക്കുന്നു	കൃത്യനിർവഹണത്തിൽ പങ്കാളിയാണ്	പങ്കിടുന്നു	പരിധിയില്ല
സുഷുപ്ത പങ്കാളി	മൂലധനം മുടക്കുന്നു	കൃത്യനിർവഹണത്തിൽ പങ്കാളിയല്ല	പങ്കിടുന്നു	പരിധിയില്ല
ഗുപ്ത (രഹസ്യ) പങ്കാളി	മൂലധനം മുടക്കുന്നു	കൃത്യനിർവഹണത്തിൽ രഹസ്യമായി പങ്കാളിയാണ്	പങ്കിടുന്നു	പരിധിയില്ല
നാമമാത്ര പങ്കാളി	മൂലധനം മുടക്കുന്നില്ല	കൃത്യനിർവഹണത്തിൽ പങ്കാളിയല്ല	സാധാരണയായി പങ്കിടുന്നില്ല	പരിധിയില്ല
പ്രതീതി പങ്കാളി	മൂലധനം മുടക്കുന്നില്ല	കൃത്യനിർവഹണത്തിൽ പങ്കാളിയല്ല	പങ്കിടുന്നില്ല	പരിധിയില്ല
പ്രഖ്യാപിത പങ്കാളി	മൂലധനം മുടക്കുന്നില്ല	കൃത്യനിർവഹണത്തിൽ പങ്കാളിയല്ല	പങ്കിടുന്നില്ല	പരിധിയില്ല

വാക്കുകൾ കൊണ്ടോ മറ്റുള്ളവരെ താൻ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ പങ്കാളിയാണെന്ന് തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുകയാണെങ്കിൽ അത്തരം വ്യക്തിയെ അനിഷേധ്യ പങ്കാളിയെന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കാം. അദ്ദേഹം മൂലധനം ഇറക്കുകയോ, ബിസിനസ് കാര്യനിർവ്വഹണത്തിൽ പങ്കെടുക്കുകയോ ചെയ്യുന്നില്ല. ലാഭനഷ്ടം പങ്കിടുന്നില്ല. എങ്കിലും സ്ഥാപനത്തിന്റെ ബാധ്യതകൾക്ക് ഉത്തരവാദിയായിരിക്കും. കാരണം പൊതുജനങ്ങളുടെ മുമ്പിൽ ഇദ്ദേഹവും പ്രസ്തുത ബിസിനസിന്റെ പങ്കാളിയാണ്.

(vi) പരപ്രഖ്യാപിത പങ്കാളി [Partner by holding out]:

ഒരു വ്യക്തി, ഒരു പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനത്തിലെ പങ്കാളിയാണെന്ന് മറ്റുള്ളവർ പ്രഖ്യാപിക്കുകയും പ്രസ്തുത വിവരം അദ്ദേഹം അറിഞ്ഞിട്ടും നിഷേധിക്കാതിരിക്കുകയും ചെയ്താൽ അദ്ദേഹത്തെ പ്രഖ്യാപിത പങ്കാളിയെന്ന് വിളിക്കാം. ഇയാളും ബിസിനസ്സിൽ പങ്കെടുക്കുകയോ മുതൽമുടക്കുകയോ ലാഭനഷ്ടങ്ങൾ പങ്കിടുകയോ ചെയ്യുന്നില്ലെങ്കിലും സ്ഥാപനത്തിന്റെ ബാധ്യതകൾ തീർക്കുന്നതിന് ഉത്തരവാദിയാണ്.

2.4.2 വിവിധതരം പങ്കാളിത്തങ്ങൾ [Types of Partnerships]

പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിന്റെ കാലയളവിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കി പങ്കാളിത്തത്തെ രണ്ടായി തിരിക്കാം.

i) യഥേഷ്ട പങ്കാളിത്തം (Partne-rship at will)
ii) നിശ്ചിത പങ്കാളിത്തം (Particular partne-rship)

പങ്കാളികളുടെ ബാധ്യതയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലും പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിനെ രണ്ടായി തരംതിരിക്കാം.

i) സാധാരണ പങ്കാളിത്തം (General partnership)

പ്രായപൂർത്തിയാകാത്ത പങ്കാളി (Minor partner)

പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുന്നത് ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് എന്ന വസ്തുത നമുക്ക് അറിവുള്ളതാണല്ലോ. എന്നാൽ പ്രായപൂർത്തിയാകാത്ത ഒരാൾക്ക് കരാറിലേർപ്പെടാൻ നിയമപരമായി അവകാശമില്ലെങ്കിലും ബിസിനസിന്റെ ആനുകൂല്യങ്ങൾ കൈപ്പറ്റുന്നതിന് വേണ്ടി മറ്റ് പങ്കാളികളുടെ സമ്മതത്തോടെ അയാളെ ബിസിനസ്സിൽ ഉൾപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ബാധ്യത തന്റെ മുതൽമുടക്കിന് തുല്യമായി ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.

ഒരു മൈനർ പങ്കാളിക്ക് ബിസിനസിന്റെ കാര്യനിർവ്വഹണത്തിൽ പങ്കെടുക്കാനാവില്ല. ലാഭം പങ്കിടാൻ അവകാശമുണ്ടെങ്കിലും നഷ്ടം സഹിക്കുവാൻ അദ്ദേഹത്തോട് ആവശ്യപ്പെടാൻ കഴിയില്ല. അദ്ദേഹത്തിന്റെ താൽപര്യപ്രകാരം ആവശ്യമെങ്കിൽ കണക്കുകൾ പരിശോധിക്കാൻ അവകാശമുണ്ട്. പ്രായപൂർത്തിയാകുന്നതോടെ അദ്ദേഹം ഒരു സാധാരണ പങ്കാളിയുടെ പദവിയിലേക്ക് ഉയരുന്നു. ഇത്തരം ഒരു പങ്കാളിക്ക് പ്രായ പൂർത്തിയാകുമ്പോൾ, സ്ഥാപനത്തിൽ പങ്കാളിയായി തുടരുവാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നുണ്ടോ എന്ന് തീരുമാനിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇതിനായി പ്രായപൂർത്തിയായി ആറുമാസത്തിനുള്ളിൽ അയാൾ തന്റെ തീരുമാനത്തെക്കുറിച്ച് ഒരു പൊതു അറിയിപ്പ് നൽകണം. യഥാസമയം അറിയിപ്പ് നൽകുന്നതിൽ പരാജയപ്പെട്ടാൽ അയാളെ ഒരു പൂർണ്ണപങ്കാളിയായി കണക്കാക്കുകയും മറ്റ് സജീവ പങ്കാളികളെപ്പോലെ തന്നെ കമ്പനിയുടെ കടങ്ങൾക്ക് പരിധിയില്ലാതെ ബാധ്യസ്ഥനായിത്തീരുകയും ചെയ്യും.

ii) ക്ലിപ്ത പങ്കാളിത്തം
(Limited partnership)

ഇവയെക്കുറിച്ച് താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

കാലയളവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള തരംതിരിക്കൽ (Classification on the basis of duration):

(i) യഥേഷ്ട പങ്കാളിത്തം [Partnership at will]:

പങ്കാളിത്ത കരാറിൽ ബിസിനസിന്റെ കാലാവധി കൃത്യമായി പറഞ്ഞിട്ടില്ലെങ്കിൽ അത്തരം പങ്കാളിത്തത്തെ യഥേഷ്ട പങ്കാളിത്തം എന്നു വിളിക്കുന്നു. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ പങ്കാളികളുടെ താൽപ്പര്യമനുസരിച്ച് എത്ര കാലം വേണമെങ്കിലും നിലനിൽക്കും. എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും എല്ലാ പങ്കാളികളുടെയും സമ്മതത്തോടെ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ അടച്ചുപൂട്ടുവാൻ സാധിക്കും. ഏതെങ്കിലുമൊരു പങ്കാളിക്ക് ബിസിനസിൽ തുടരാൻ താൽപ്പര്യമില്ലെങ്കിൽ ആ കാര്യം കാണിച്ച് സ്ഥാപനത്തിന് നോട്ടീസ് നൽകിയും പങ്കാളിത്തസ്ഥാപനം അവസാനിപ്പിക്കാവുന്നതാണ്.

(ii) നിശ്ചിത പങ്കാളിത്തം [Particular partnership]:

ഒരു പ്രത്യേക പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കുന്നതിനു വേണ്ടി മാത്രമോ, ഒരു നിശ്ചിത കാലയളവിലേക്ക് വേണ്ടിയോ രൂപീകരിക്കുന്ന പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങളെ നിശ്ചിത പങ്കാളിത്തം എന്നു വിളിക്കാം. ഒരു വർഷം മാത്രം നീണ്ടു നിൽക്കുന്ന പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനം, ഒരു പാലം പണിയുന്നതിനുള്ള പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് എന്നിവയെല്ലാം ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. പദ്ധതി പൂർത്തിയാക്കുന്ന മുറയ്ക്ക് അഥവാ കാലാവധി പൂർത്തിയായിക്കഴിഞ്ഞാൽ ഈ ബിസിനസ്സ് അവസാനിക്കുന്നു.

ബാധ്യതയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള തരം തിരിവ് (Classification on the basis of liability):

(i) സാധാരണ പങ്കാളിത്തം [General Partnership]: സാധാരണ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിൽ പങ്കാളികളുടെ ബാധ്യത പരിധിയില്ലാത്തതും കൂട്ടായതുമാണ്. എല്ലാ പങ്കാളികൾക്കും ബിസിനസ് മാനേജ്മെന്റിൽ ഇടപെടാ

നുള്ള അവകാശം ഉണ്ടായിരിക്കും എന്നതോടൊപ്പം ഓരോ പങ്കാളിയുടേയും പ്രവർത്തനങ്ങൾ ബിസിനസിനെ ഒന്നാകെയും മറ്റു പങ്കാളികളേയും ബാധിക്കുന്നതാണ്. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമല്ല. പങ്കാളികളുടെ മരണം, മാനസികവിഭ്രാന്തി തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഈ സ്ഥാപനത്തിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കും.

(ii) ക്ലിപ്ത പങ്കാളിത്തം [Limited Partnership]: ക്ലിപ്ത പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളിൽ ചുരുങ്ങിയത് ഒരു പങ്കാളിയെങ്കിലും പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യതയ്ക്ക് ഉത്തരവാദിയാണ്. എന്നാൽ മറ്റ് പങ്കാളികളുടെ ബാധ്യത ക്ലിപ്തമായിരിക്കും. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ ക്ലിപ്ത പങ്കാളികളുടെ മരണമോ പരപ്പരത്തമോ മൂലം പിരിച്ചു വിടേണ്ടതില്ല. ക്ലിപ്തപങ്കാളികൾക്ക് സാധാരണയായി മാനേജ്മെന്റ് കാര്യങ്ങളിൽ പങ്കെടുക്കാൻ അവകാശമില്ലെന്ന് മാത്രമല്ല, ഇവരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മറ്റു പങ്കാളികളേയും ബാധിക്കാറില്ല. ക്ലിപ്ത പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടത് നിർബന്ധമാണ്.

ആദ്യകാലങ്ങളിൽ ഇന്ത്യയിൽ ഇത്തരം ക്ലിപ്ത പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ അനുവദിച്ചിരുന്നില്ല. 1991 ലെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ സംബന്ധിച്ച പുതിയ നയം നിലവിൽ വന്നതിനുശേഷമാണ് ക്ലിപ്ത പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ അനുവദിക്കപ്പെട്ടത്. സാധാരണ പങ്കാളികളുടെ ബാധ്യത പരിധിയില്ലാത്തതായതിനാൽ ഇത്തരം ബിസിനസ്സിൽ മുതൽമുടക്കാൻ തയ്യാറാവാതിരുന്നവരെക്കൂടി ഈ മേഖലയിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതിനു വേണ്ടിയാണ് സർക്കാർ ഇങ്ങനെയൊരു നയം സ്വീകരിച്ചത്.

2.4.3 പങ്കാളിത്ത പ്രമാണം [Partnership Deed]

പൊതുവായ ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനു വേണ്ടി ഒന്നിലധികം ആളുകൾ സ്വമേധയാ കൂടിച്ചേർന്ന് ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രൂപീകരിക്കുന്ന ബിസിനസ് സംരംഭമാണല്ലോ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ. പങ്കാളികൾ തമ്മിൽ ഭാവിയിൽ തർക്കങ്ങളും തെറ്റിദ്ധാരണകളും ഉണ്ടാവാതിരിക്കാൻ വ്യക്തമായ ഒരു കരാർ കൂടിയേ തീരൂ. എന്നാൽ ഈ കരാർ വാക്കാലുള്ളതോ എഴുതപ്പെട്ടതോ ആകാമെങ്കിലും, എഴുതപ്പെട്ട കരാറുകൾ ഭാവിയിൽ സുഗമമായ പ്രവർത്തനത്തിന് സഹായകമാവും. പങ്കാളികൾ തമ്മിലുള്ള കൃത്യമായ ധാരണയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ കരാർ വ്യവസ്ഥകൾ പാലിച്ചുകൊണ്ട് പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് നടത്തുന്നതിനായി എഴുതി തയ്യാറാക്കിയ കരാറിനെ പങ്കാളിത്ത പ്രമാണം എന്നു പറയുന്നു.

പ്രൈസ് വാട്ടർഹൗസ് കൂപ്പേഴ്സ് ഒരു പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനമായിരുന്നു
[Price Waterhouse Coopers was a Partnership Firm earlier]

1998 ൽ പ്രൈസ് വാട്ടർഹൗസ്, ലൈബ്രാൻഡ് ആന്റ് കൂപ്പർ എന്നീ കമ്പനികളുടെ ലയനത്തിലൂടെ ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും മികച്ച അക്കൗണ്ടൻസി സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഒന്നായ പ്രൈസ് വാട്ടർഹൗസ് കൂപ്പേഴ്സ് നിലവിൽ വന്നു. 19-ാം നൂറ്റാണ്ടിലെ ഗ്രേറ്റ് ബ്രിട്ടനിലേക്ക് തിരികെപ്പോയാൽ രണ്ട് സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും 150 വർഷം പഴക്കമുള്ള ചരിത്രപരമായ വേരുകൾ കാണാം. 1850 ൽ സാമുവൽ ലോവൽ പ്രൈസ് ലണ്ടനിൽ തന്റെ അക്കൗണ്ടിംഗ് ബിസിനസ് ആരംഭിച്ചു. 1865 ൽ വില്യം എച്ച് ഹോളിലാൻഡ്, എഡ്വിൻ വാട്ടേഴ്സ് എന്നിവർ പങ്കാളികളായി ചേർന്നു. കമ്പനിയായി വളർന്നപ്പോൾ, പ്രൊഫഷണൽ സ്റ്റാഫിലെ യോഗ്യതയുള്ള അംഗങ്ങളെക്കൂടി പങ്കാളികളാക്കി. 1600 കളുടെ അവസാനത്തോടെ പ്രൈസ് വാട്ടർഹൗസ് ഒരു അക്കൗണ്ടിംഗ് സ്ഥാപനമായി വളരെയധികം അംഗീകാരം നേടിയിരുന്നു.

ഗ്രാവിടാ: കൊളംബിയ സർവകലാശാലയിലെ പ്രൈസ് വാട്ടർഹൗസ് കൂപ്പേഴ്സ് ചരിത്രരേഖകൾ.

സാധാരണയായി താഴെപ്പറയുന്ന വ്യവസ്ഥകൾ ഒരു പങ്കാളിത്ത കരാറിൽ ഉൾപ്പെടുത്തും:

- സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേര്
- ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവവും സ്ഥാപിച്ചിരിക്കുന്ന സ്ഥലവും
- ബിസിനസിന്റെ കാലാവധി
- ഓരോ പങ്കാളിയുടെയും മുതൽമുടക്ക്
- ലാഭനഷ്ടങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കുന്നതിന്റെ അനുപാതം
- പങ്കാളികളുടെ കർത്തവ്യങ്ങളും ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളും
- പങ്കാളികളുടെ ശമ്പളവും വ്യക്തിഗത ആവശ്യങ്ങൾക്കായി പിൻവലിക്കാവുന്ന തുകയുടെ പരിധിയും
- പങ്കാളികളുടെ പ്രവേശനം, വിരമിക്കൽ, പുറത്താക്കൽ എന്നിവയെ സംബന്ധിച്ച വ്യവസ്ഥകൾ
- മൂലധനത്തിനും സ്വകാര്യ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി പിൻവലിക്കുന്ന തുകയ്ക്കുമുള്ള പലിശ
- സ്ഥാപനം അടച്ചുപൂട്ടുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വ്യവസ്ഥകൾ
- കണക്കുകൾ തയ്യാറാക്കുന്നതും അവയുടെ പരിശോധനയെക്കുറിച്ചുമുള്ള (ഓഡിറ്റ്) വ്യവസ്ഥകൾ
- തർക്കപരിഹാര വ്യവസ്ഥകൾ

2.4.4 രജിസ്ട്രേഷൻ [Registration]

രജിസ്ട്രേഷൻ എന്നതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത് സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേരും മറ്റുവിവരങ്ങളും പങ്കാളിത്ത രജിസ്ട്രാറുടെ രജിസ്റ്ററിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുക എന്നതാണ്. രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെ സൂചിപ്പിയ്ക്കുന്ന അടിസ്ഥാന രേഖയാണ്. പങ്കാളിത്ത നിയമപ്രകാരം പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങളുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമല്ല. എന്നാൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഒട്ടേറെ നേട്ടങ്ങളുണ്ട്. രജിസ്ട്രേഷൻ നടത്താതിരുന്നാലുള്ള അനന്തരഫലങ്ങൾ താഴെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു:

a) രജിസ്റ്റർ ചെയ്യാത്ത സ്ഥാപനത്തിലെ പങ്കാളിക്ക് സ്ഥാപനത്തിനെതിരെയോ, മറ്റൊരു പങ്കാളിക്കെതിരെയോ കേസ് കൊടുക്കാൻ കഴിയില്ല.

b) സ്ഥാപനത്തിന് മൂന്നാം കക്ഷികൾക്കെതിരെ കേസ് കൊടുക്കാനാവില്ല.

c) സ്ഥാപനത്തിന് സ്വന്തം പങ്കാളികൾക്കെതിരെ കേസ് കൊടുക്കാനാവില്ല.

മേൽപ്പറഞ്ഞ വസ്തുതകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഒരു പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനം രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകത വ്യക്തമാണല്ലോ. 1932 ലെ ഇന്ത്യൻ പങ്കാളിത്ത നിയമപ്രകാരം രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടത് അതാതു സ്ഥലത്തെ പങ്കാളിത്ത രജിസ്ട്രാറുടെ മുൻപാകെയാണ്. സ്ഥാപനത്തിന്റെ രൂപീകരണസമയത്തോ മറ്റേ

"തങ്ങളുടെ ക്ഷേമത്തിനായി കുറേപേർ സ്വമേധയാ കൂടിച്ചേർന്ന് രൂപീകരിക്കുന്ന സ്ഥാപനമാണ് സഹകരണ സംഘങ്ങൾ".

ഇ. എച്ച്. കാൽവെർട്ട്

"സഹകരണ തത്വങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കി സംഘാംഗങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക ക്ഷേമം ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനായി രൂപീകരിക്കപ്പെട്ട സ്ഥാപനമാണ് സഹകരണസംഘങ്ങൾ".

ഇന്ത്യൻ സഹകരണ നിയമം 1912

തെങ്കിലും ഘട്ടത്തിലോ രജിസ്ട്രേഷൻ ആവാം. രജിസ്ട്രേഷൻ നടത്തുന്നതിനുള്ള നടപടി ക്രമങ്ങൾ ഏതൊക്കെയെന്നു നോക്കാം:

1. നിശ്ചിത അപേക്ഷാ ഫോറത്തിൽ പങ്കാളിത്ത രജിസ്ട്രാർക്ക് അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കുക. ഈ അപേക്ഷയിൽ താഴെ പറയുന്ന കാര്യങ്ങൾ ഉണ്ടായിരിക്കണം:
   a) സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേര്
   b) സ്ഥാപനം സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന സ്ഥലം
   c) മറ്റേതെങ്കിലും സ്ഥലങ്ങളിൽ ബിസിനസ് നടത്തുന്നുണ്ടെങ്കിൽ അതിന്റെ വിശദാംശങ്ങൾ
   d) ഓരോ പങ്കാളിയും ബിസിനസിൽ ചേർന്ന തീയതി
   e) പങ്കാളികളുടെ പേരും വിലാസവും
   f) ബിസിനസിന്റെ കാലാവധി

ഈ അപേക്ഷയിൽ എല്ലാ പങ്കാളികളും ഒപ്പ് വച്ചിരിക്കണം:

2. നിശ്ചിത ഫീസ് രജിസ്ട്രാറുടെ പക്കൽ അടയ്ക്കുക.
3. അപേക്ഷ പരിശോധിച്ച് ബോധ്യപ്പെട്ടുകഴിഞ്ഞാൽ ഈ സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേര് പങ്കാളിത്ത രജിസ്റ്ററിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുകയും രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നൽകുകയും ചെയ്യും.

2.5 സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Cooperative Society]

സഹകരണം എന്ന വാക്കുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്, പൊതു ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനായി എല്ലാവരും ഒരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുക എന്നതാണ്. തങ്ങളുടെ ക്ഷേമത്തിനായി പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി കുറേപ്പേർ സ്വമേധയാ കൂടിച്ചേർന്ന് രൂപീകരിക്കുന്ന സ്ഥാപനമാണ് സഹകരണ സംഘങ്ങൾ. മറ്റു ബിസിനസുകളിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി മധ്യവർത്തികളുടെ ചൂഷണത്തിൽ നിന്ന് മോചനം നേടുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെയാണ് ഇത്തരം സംഘങ്ങൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. 1912 -ലെ സഹകരണ നിയമമനുസരിച്ച് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യണം എന്നത് നിർബന്ധമാണ്.

ഒരു സഹകരണസംഘം ആരംഭിക്കുന്നതിന് താരതമ്യേന ലളിതമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ മാത്രമേയുള്ളൂ. പ്രായപൂർത്തിയായ 10 പേരെങ്കിലും ഉണ്ടെങ്കിൽ ഒരു സംഘം ആരംഭിക്കാവുന്നതാണ്. ഇവയുടെ മൂലധനം അംഗങ്ങൾക്ക് ഓഹരികൾ നൽകിക്കൊണ്ടാണ് സമാഹരിക്കുന്നത്. രജിസ്ട്രേഷനോടുകൂടി ഈ സ്ഥാപനത്തിന് നിയമപരമായി പ്രത്യേകമായ നിലനിൽപ്പുണ്ടാകും.

സവിശേഷതകൾ [Features]

സഹകരണസംഘങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾ എന്തൊക്കെയെന്ന് പരിശോധിക്കാം:

(i) സ്വമേധയാലുള്ള അംഗത്വം [Voluntary membership]:

സഹകരണ സംഘങ്ങളിൽ അംഗത്വമെടുക്കുന്നത് സ്വന്തം ഇഷ്ടപ്രകാരമാണ്. ഇക്കാര്യത്തിൽ ഒരാളെയും നിർബന്ധിക്കേണ്ട എന്നതുപോലെ തന്നെ ഒരാൾക്ക് എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും തന്റെ അംഗത്വം യഥാവിധി നോട്ടീസ് നൽകിയ ശേഷം ഉപേക്ഷിക്കുകയുമാകാം. സഹകരണ സംഘങ്ങളിലെ അംഗത്വം എല്ലാവർക്കും ഒരുപോലെ ലഭ്യമാണ്. ജാതി, മതം, ലിംഗം എന്നിവയൊന്നും ഇതിനൊരു തടസ്സമല്ല.

(ii) നിയമപരമായ പദവി [Legal status]: സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ നിയമപരമായി നിർബന്ധമാണ്. രജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ സഹകരണസംഘങ്ങൾക്ക് നിയമപരമായ വ്യക്തിത്വം (നിലനിൽപ്പ്) ഉണ്ടാകുന്നു. അതിനാൽ ഇത്തരം സംഘങ്ങൾക്ക് സ്വന്തം പേരിൽ കരാറിലേർപ്പെടാനും സ്വത്ത് സമ്പാദിക്കാനും വ്യവഹാരങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടാനും സാ

ധിക്കും. പുതിയ അംഗങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതും നിലവിലുള്ള അംഗങ്ങളുടെ പിരിഞ്ഞുപോക്കും സഹകരണസംഘങ്ങളുടെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കുകയില്ല.

(iii) ക്ലിപ്ത ബാധ്യത [Limited liability]: സഹകരണ സംഘങ്ങളിലെ അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യതയുടെ പരിധി അവരുടെ മുതൽമുടക്കിന് തുല്യമായി ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. ആയതിനാൽ ഓരോ അംഗവും ഏറ്റെടുക്കേണ്ട ബാധ്യത എത്രയാണെന്ന് അവരവർക്ക് മുൻകൂട്ടി അറിയാൻ കഴിയുന്നു.

(iv) നിയന്ത്രണം [Control]: സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ ഭരണം നിയന്ത്രിക്കുന്നത് മാനേജിംഗ് കമ്മിറ്റിയാണ്. ഈ കമ്മിറ്റിയിലേക്ക് അംഗങ്ങളെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത് എല്ലാ അംഗങ്ങളെയും പങ്കെടുപ്പിച്ചുകൊണ്ടുള്ള വോട്ടെടുപ്പിലൂടെ ആയിരിക്കും. ആയതിനാൽ സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ജനാധിപത്യ രീതിയിലാണ് നിയന്ത്രിക്കപ്പെടുന്നത്.

(v) സേവനമാണ് ലക്ഷ്യം [Service motive]: സഹകരണസംഘങ്ങളുടെ പ്രധാനലക്ഷ്യം അതിലെ അംഗങ്ങൾക്ക് സേവനം ലഭ്യമാക്കുക എന്നതാണ്. ആയതിനാൽ ലാഭത്തേക്കാളുപരി പരസ്പര സഹകരണത്തോടെയുള്ള സേവനത്തിന് പ്രാമുഖ്യം നൽകുന്നു. എങ്കിലും പ്രവർത്തനങ്ങളിൽനിന്ന് ഉണ്ടാകുന്ന ലാഭം, സംഘത്തിന്റെ നിയമാവലിക്കനുസൃതമായി അംഗങ്ങൾക്ക് വിതരണം ചെയ്യും.

മേന്മകൾ [Merits]

സഹകരണ സംഘങ്ങൾ തങ്ങളുടെ അംഗങ്ങൾക്ക് ഒട്ടേറെ നേട്ടങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യാറുണ്ട്. അവയിൽ ചിലത് താഴെ പറയുന്നു:

(i) തുല്യമായ വോട്ടവകാശം [Equality in voting status]: ഒരാൾക്ക് ഒരു വോട്ട് എന്ന തത്വത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായാണ് സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നയിക്കപ്പെടുന്നത്. എത്ര ഓഹരികൾ ഉണ്ടെങ്കിലും ഒരു അംഗത്തിനു ഒരു വോട്ട് മാത്രമേ ഉണ്ടായിരിക്കുകയുള്ളൂ. ആയതിനാൽ എല്ലാവർക്കും തുല്യമായ വോട്ടവകാശമാണുള്ളത്.

(ii) ക്ലിപ്ത ബാധ്യത [Limited liability]: സഹകരണ സംഘങ്ങളിലെ അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യത അവരുടെ മുതൽമുടക്കിന് ആനുപാതികമായി നിജപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. ആയതിനാൽ അവരുടെ സ്വകാര്യ സ്വത്ത് യാതൊരു കാരണവശാലും ബിസിനസിന്റെ കടങ്ങൾ തീർക്കുന്നതിനായി ഉപയോഗിക്കേണ്ടി വരുന്നില്ല.

(iii) സ്ഥായിയായ നിലനിൽപ്പ് [Stable existence]: അംഗങ്ങളുടെ മരണം, പാപ്പരത്തം, മനോരോഗം തുടങ്ങിയവയൊന്നും സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കില്ല. അംഗങ്ങൾ മാറിമാറി വന്നാലും സ്ഥാപനം എന്നെന്നും നിലനിൽക്കും.

(iv) കുറഞ്ഞ പ്രവർത്തനച്ചെലവ് [Economy in operations]: സഹകരണ സംഘങ്ങളിലെ അംഗങ്ങൾ സാധാരണയായി സംഘത്തിന് ആവശ്യമായ സേവനങ്ങൾ സൗജന്യമായി നൽകാറുണ്ട്. മധ്യവർത്തികളെ പരമാവധി ഒഴിവാക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. അതോടൊപ്പം പ്രവർത്തനച്ചെലവ് ചുരുക്കാനും ഇത് സഹായിക്കുന്നു. ഇവരുടെ ഉപഭോക്താക്കളും ഉൽപ്പാദകരും സംഘത്തിലെ അംഗങ്ങൾ തന്നെയായതിനാൽ കിട്ടാക്കടം പോലുള്ള നഷ്ട സാധ്യതകളും കുറവാണ്.

(v) സർക്കാർ സഹായം [Support from government]: ജനാധിപത്യ വ്യവസ്ഥയിൽ അധിഷ്ഠിതമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനാൽ സർക്കാർ ഏജൻസികളുടെ സഹായം ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് ലഭ്യമാണ്. നികുതി ആനുകൂല്യം, കുറഞ്ഞ പലിശനിരക്ക്, സബ്സിഡി തുടങ്ങിയ സാമ്പത്തിക പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

(vi) രൂപീകരിക്കുവാൻ എളുപ്പം [Ease of formation]: കേവലം 10 അംഗങ്ങൾ എങ്കിലും ഉണ്ടെങ്കിൽ ഒരു സഹകരണസംഘം ആരംഭിക്കാം. രജിസ്ട്രേഷൻ നടപടിക്രമങ്ങളും വളരെ ലളിതമാണ്. 1912 ലെ സഹകരണ നിയമമനുസരിച്ചാണ് ഇവ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടത്.

പരിമിതികൾ [Limitations]

സഹകരണ സംഘങ്ങൾ സാധാരണയായി നേരിടേണ്ടി വരുന്ന പരിമിതികൾ എന്തൊക്കെയാണെന്ന് നോക്കാം:

(i) വിഭവങ്ങൾ പരിമിതമാണ് [Limited resources]:
സഹകരണസംഘങ്ങളുടെ മൂലധന സമാഹരണം അംഗങ്ങളിൽ നിന്നുമാണ്. എന്നാൽ കുറഞ്ഞ നിരക്കിലുള്ള ലാഭവിഹിതം നൽകുന്നത് കൂടുതൽ നിക്ഷേപം നടത്തുന്നതിൽ നിന്ന് അംഗങ്ങളെ പിന്തിരിപ്പിക്കുന്നത് മൂലം സംഘങ്ങളുടെ മൂലധന വിഭവശേഷി പരിമിതപ്പെടുത്തുന്നു.

(ii) മാനേജ്മെന്റിലുള്ള കാര്യക്ഷമതക്കുറവ് [Inefficiency in management]: ഉയർന്ന വേതനം നൽകി മിടുക്കരായ മാനേജർമാരെ നിയമിക്കാനുള്ള സാമ്പത്തികാവസ്ഥ എല്ലാ സഹകരണ സംഘങ്ങൾക്കും ഉണ്ടാവണമെന്നില്ല. അംഗങ്ങൾ നൽകുന്ന സൗജന്യ സേവനം വൈദഗ്ധ്യം നിറഞ്ഞതാവാൻ ഇടയില്ലാത്തതിനാൽ സംഘങ്ങളുടെ കാര്യനിർവഹണ ശേഷി തുലോം കുറവായിരിക്കും.

(iii) രഹസ്യം സൂക്ഷിക്കാൻ കഴിയുന്നില്ല [Lack of secrecy]:
അംഗങ്ങളുടെ പൊതുയോഗങ്ങളിൽ തുറന്ന ചർച്ച നടക്കുന്നതിനാലും സഹകരണ സംഘ നിയമം അനുസരിച്ചുള്ള വെളിപ്പെടുത്തൽ ബാധ്യതമൂലവും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തന കാര്യങ്ങളുടെ രഹസ്യങ്ങൾ കാത്തുസൂക്ഷിക്കുക ഏറെ പ്രയാസകരമാണ്.

(iv) സർക്കാർ നിയന്ത്രണം [Government control]:
സഹകരണ സംഘങ്ങൾക്ക് പലതരത്തിലുള്ള സർക്കാർ സഹായങ്ങൾ ലഭ്യമാണെന്ന കാര്യം മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചുവല്ലോ. അതിനാൽ ചില സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങളും ഇവർക്ക് ബാധകമാണ്. ഓഡിറ്റും വാർഷിക കണക്കുകളുടെ സമർപ്പണവുമെല്ലാം ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. കൂടാതെ സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള സംസ്ഥാന സഹകരണ വകുപ്പിന്റെ ഇടപെടൽ പലപ്പോഴും ഇവയുടെ പ്രവർത്തനസ്വാതന്ത്ര്യത്തെ ബാധിക്കുന്നു.

(v) അഭിപ്രായ വ്യത്യാസം [Differences of opinion]:
സംഘത്തിലെ അംഗങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള അഭിപ്രായ ഭിന്നതകളും വ്യക്തി താൽപ്പര്യങ്ങളും സ്വജനപക്ഷപാതവും സംഘത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കും.

2.5.1 വിവിധതരം സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Types of Cooperative Societies]

പ്രവർത്തന സ്വഭാവത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ സഹകരണ സംഘങ്ങളെ താഴെപ്പറയുന്ന രീതിയിൽ തരംതിരിക്കാം:

(i) ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Consumer's cooperative societies]: സാധാരണക്കാരായ ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനു വേണ്ടിയാണ് ഇത്തരം സംഘങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നത്. മധ്യവർത്തികളെ ഒഴിവാക്കി ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്നോ മൊത്തക്കച്ചവടക്കാരിൽ നിന്നോ കുറഞ്ഞ നിരക്കിൽ ഗുണനിലവാരമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വലിയതോതിൽ വാങ്ങി സംഘത്തിലെ അംഗങ്ങൾക്ക് പരമാവധി കുറഞ്ഞ വിലയിൽ വിൽക്കുകയാണ് ഈ സംരംഭങ്ങൾ ചെയ്യുന്നത്. ഇതിൽ എന്തെങ്കിലും ലാഭം ഉണ്ടാവുകയാണെങ്കിൽ അംഗങ്ങളുടെ മുതൽമുടക്കിന്റെ

അടിസ്ഥാനത്തിലോ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങിയതിന്റെ അനുപാതത്തിലോ വീതം വെച്ചു നൽകുന്നു.

(ii) ഉൽപ്പാദക സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Producer's cooperative societies]: ചെറുകിട ഉൽപ്പാദകരെ സഹായിക്കുന്നതിനു വേണ്ടിയാണ് ഇത്തരം സംഘങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നത്. ഇതിലെ അംഗങ്ങളെല്ലാവരും ചെറുകിട ഉൽപ്പാദകരായിരിക്കും. അവർക്കാവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ശേഖരിച്ച് കുറഞ്ഞ വിലയിൽ ലഭ്യമാക്കുകയെന്നതാണ് ഈ സംഘങ്ങളുടെ പ്രവർത്തന ലക്ഷ്യം. കുത്തക ശക്തികൾക്കെതിരെ പോരാടുകയും ചെറുകിട ഉൽപ്പാദകരുടെ വിലപേശൽ ശേഷി ഉയർത്തുകയും അസംസ്കൃതവസ്തുക്കളോടൊപ്പം ഉപകരണങ്ങളും മറ്റ് ആവശ്യമായ വസ്തുക്കളും വിതരണം ചെയ്യുകയും, അംഗങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയുമാണ് ഇവയുടെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ. ഇവർക്ക് ലഭ്യമാകുന്ന ലാഭം അംഗങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചുനൽകിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ അളവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലോ അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ വാങ്ങിയതിന്റെ അനുപാതത്തിലോ വിതരണം ചെയ്യുന്നു.

(iii) വിപണന സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Marketing cooperative societies]: ചെറുകിട ഉൽപ്പാദകരെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിൽ സഹായിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയാണ് ഇത്തരം സംഘങ്ങൾ നിലകൊള്ളുന്നത്. തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഉയർന്ന വില ലഭിക്കണമെന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്ന ഏതൊരാൾക്കും ഈ സംഘത്തിലെ അംഗമാവാം. ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കി ചെറുകിട ഉൽപ്പാദകരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് മൊത്തമായി വിപണിയിൽ എത്തിക്കുകയും അതിനാവശ്യമായ ഗതാഗത സൗകര്യങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തുകയും സംഭരണ സൗകര്യങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുകയും പായ്ക്കിങ്ങിൽ സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതോടൊപ്പം വിപണിയിലെ ഉയർന്നവില നേടിയെടുക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ നടത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. സംഘത്തിന്റെ ലാഭം ഓരോ അംഗവും നൽകുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ അളവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വീതിച്ചു നൽകുന്നതും ഇവയുടെ പ്രത്യേകതയാണ്.

അമൂൽ സഹകരണമേഖലയിലെ അത്ഭുതം!
(Amul's amazing Cooperative ventures!)

ദിനംപ്രതി 4,47,000 ലിറ്റർ പാൽ സംഭരണം, 2.12 ദശലക്ഷം ക്ഷീരകർഷകർ (ഭൂരിഭാഗവും നിരക്ഷരർ), ഇവരുടെ കഠിനാധ്വാനത്തിലൂടെ, പ്രശസ്തമായ 'അമൂൽ' എന്ന ബ്രാൻഡ് നാമത്തിൽ പാലും പാലുൽപന്നങ്ങളും, ആകെ വിറ്റുവരവ് ദിവസം തോറും 6 കോടി രൂപ, അഞ്ചുലക്ഷത്തോളം ചെറുകിട വില്പന കേന്ദ്രങ്ങൾ. ഇതിനെല്ലാം തുടക്കം 1946 ഡിസംബറിൽ ഗുജറാത്തിലെ ആനന്ദ് എന്ന ഗ്രാമത്തിൽ ആരംഭിച്ച അമൂൽ പാൽ സഹകരണ സംഘം എന്ന സ്ഥാപനത്തിന്റെ വരവാണ്. ആനന്ദ് ഗ്രാമത്തിൽ ആസ്ഥാനമായുള്ള കേര ജില്ലാ പാൽ സഹകരണ യൂണിയൻ (അമൂൽ എന്നറിയപ്പെടുന്നു) ഗണ്യമായി വളർന്നുവന്നു. മറ്റ് പാൽ സഹകരണ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ഇത് കൈകോർത്തു. ഗുജറാത്ത് ശൃംഖലയിൽ ഇപ്പോൾ 2.12 ദശലക്ഷം കർഷകരും 10,411 ഗ്രാമതല പാൽ ശേഖരണ കേന്ദ്രങ്ങളും 14 ജില്ലാതല പ്ലാന്റുകളും (യൂണിയനുകൾ) ഉൾപ്പെടുന്നു. അമൂൽ ഇന്ന് ലോകമെമ്പാടും അറിയപ്പെടുന്ന ബ്രാൻഡ് ആയി മാറിക്കഴിഞ്ഞു. ഇവർ പാൽ, പാൽപ്പൊടി, വെണ്ണ, നെയ്യ്, ഐസ്ക്രീം, അമൂല്യ, ന്യൂട്രമൂൽ എന്നിവയോടൊപ്പം പാചക എണ്ണ, മിനറൽ വാട്ടർ തുടങ്ങിയ ഉത്പന്നങ്ങളും ഉത്പ്പാദിപ്പിച്ച് വിതരണം ചെയ്യുന്നു.

ഉറവിടം : പങ്കജ് ചന്ദ്ര, "റെഡിഫ് ഡോട്ട് കോം", ബിസിനസ് സ്പെഷ്യൽ 2005 ൽ നിന്ന് സ്വീകരിച്ചത്

(iv) കർഷക സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Farmer's cooperative societies]:

ഇത്തരം സംഘങ്ങൾ പ്രധാനമായും കർഷകരുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനായി നിലകൊള്ളുന്നു. കർഷകരാണ് ഇതിലെ അംഗങ്ങൾ. കാർഷികാവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ, വിത്ത്, വളം, യന്ത്രസാമഗ്രികൾ, നൂതന സാങ്കേതികവിദ്യകൾ തുടങ്ങിയവ ലഭ്യമാക്കുകയാണ് ഇവരുടെ ലക്ഷ്യം. കൂട്ടുകൃഷി സമ്പ്രദായത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് മുൻഗണന നൽകാറുണ്ട്. കർഷകർക്ക് ഉയർന്ന തോതിലുള്ള വിളവ് ലഭിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ സഹായങ്ങൾ ചെയ്യുന്നതോടൊപ്പം തുണ്ട് കഷണങ്ങളായ ഭൂമിയിൽ കൃഷി ചെയ്യുമ്പോൾ ഉണ്ടാകുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ ലഘൂകരിക്കുവാനും ഇത്തരം സംഘങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കാറുണ്ട്.

(v) വായ്പാ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Credit cooperative societies]:

കുറഞ്ഞ പലിശ നിരക്കിലും ലളിതമായ നടപടിക്രമങ്ങളിലൂടെയും ആവശ്യക്കാർക്ക് വായ്പകൾ നൽകുന്നതിനു വേണ്ടിയാണ് വായ്പാ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നത്. സാധാരണയായി വായ്പ ലഭിക്കണമെന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്നവരാണ് ഈ സംഘത്തിൽ അംഗമായി ചേരുന്നത്. അംഗങ്ങളുടെ മുതൽമുടക്കും മറ്റ് നിക്ഷേപങ്ങളും ഉപയോഗിച്ചാണ് വായ്പകൾ നൽകുന്നത്. അതിലൂടെ കൊള്ളപ്പലിശക്കാരിൽനിന്നും മറ്റ് പണമിടപാട് ചൂഷകരിൽ നിന്നും അംഗങ്ങളെ സംരക്ഷിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

(vi) ഭവന നിർമ്മാണ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Cooperative housing societies]

കുറഞ്ഞ വരുമാനക്കാരായവർക്ക് ന്യായമായ ചെലവിൽ വീടുകൾ നിർമിക്കുന്നതിന് ആവശ്യമായ സഹായങ്ങൾ ചെയ്യുന്നതിനുവേണ്ടിയാണ് ഭവന നിർമ്മാണ സംഘങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നത്. കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ ഒരു വീട് സ്വന്തമാക്കണം എന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്നവരാണ് ഇതിലെ അംഗങ്ങൾ. അംഗങ്ങളായവർക്ക് തവണ വ്യവസ്ഥയിൽ വീട് നിർമ്മിക്കാൻ ആവശ്യമായ സൗകര്യങ്ങളും ഇവർ ഒരുക്കി കൊടുക്കാറുണ്ട്. കെട്ടിട സമുച്ചയങ്ങൾ നിർമിച്ചും വീട് നിർമ്മിക്കാൻ അനുയോജ്യമായ സ്ഥലസൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കിക്കൊടുത്തും ഇവർ അംഗങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു.

2.6 ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി/കൂട്ടുടമ കമ്പനി [JOINT STOCK COMPANY]

ഒരു ബിസിനസ് നടത്തുന്നതിനുവേണ്ടി ഒരു കൂട്ടം വ്യക്തികൾ സ്വമേധയാ ഒത്തുചേർന്ന് രൂപീകരിക്കുന്ന സംരംഭത്തെ ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയെന്നു വിളിക്കാം. ഇതിന് അംഗങ്ങളിൽ നിന്ന് വേറിട്ട വ്യക്തിത്വം ഉണ്ട്. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നത് 2013 ലെ ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമമാണ്. ഈ നിയമത്തിലെ സെക്ഷൻ 2(20) പ്രകാരം ഒരു കമ്പനി എന്നാൽ ഈ നിയമം മൂലമോ മറ്റേതെങ്കിലും പഴയ കമ്പനി നിയമം മൂലമോ രൂപീകൃതമായ സ്ഥാപനം എന്നതാണ്. കൃത്രിമ വ്യക്തിത്വവും സ്ഥായിയായ നിലനിൽപ്പും അംഗങ്ങളിൽ നിന്നും വേറിട്ട അസ്തിത്വം പൊതു മുദ്രയും ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനികളുടെ സവിശേഷതകളാണ്.

ഓഹരി ഉടമകളാണ് ഒരു കമ്പനിയുടെ യഥാർത്ഥ ഉടമസ്ഥർ. എന്നാൽ ഭരണനിർവഹണത്തിനായി ഒരു മാനേജിംഗ് കമ്മിറ്റിയെ അംഗങ്ങൾ വോട്ടെടുപ്പിലൂടെ തിരഞ്ഞെടുത്ത് ചുമതലപ്പെടുത്താറുണ്ട്. ഒരു കമ്പനിയുടെ ആകെ മൂലധനത്തെ തുല്യമായി വിഭജിച്ചതിൽ ഒരു ഭാഗത്തെയാണ് ഓഹരി (share) എന്നു വിളിക്കുന്നത്.

ഈ ഓഹരികൾ ഒരാളിൽ നിന്ന് മറ്റൊരാളിലേക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്നതാണ് (സ്വകാര്യ കമ്പനികളുടെ ഓഹരി കൈമാറ്റത്തിന് നിബന്ധനകളുണ്ട്).

സവിശേഷതകൾ [Features]

ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയുടെ സവിശേഷതകൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

(i) കൃത്രിമ വ്യക്തിത്വം [Artificial person]: നിയമംമൂലം സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ട ബിസിനസ്സ് സംരംഭമായതിനാലാണ് ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയെ കൃത്രിമ വ്യക്തിത്വം എന്നു വിളിക്കുന്നത്. ഒരു സാധാരണ മനുഷ്യനെപ്പോലെ കമ്പനികൾക്കും സ്വന്തമായി സ്വത്ത് കൈവശം വയ്ക്കുവാനും ധനസമ്പാദനം നടത്തുവാനും, കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെടുവാനും വായ്പകൾ സ്വീകരിക്കുവാനും വ്യവഹാരങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുവാനുമുള്ള അവകാശമുണ്ട്. എന്നാൽ യഥാർത്ഥ മനുഷ്യരെപ്പോലെ ശ്വസിക്കുവാനോ ഭക്ഷണം കഴിക്കാനോ ഓടാനോ നടക്കാനോ കഴിയാത്തതിനാൽ അവയെ കൃത്രിമ വ്യക്തി എന്നു വിളിക്കാം.

(ii) നിയമപരമായ പ്രത്യേക നിലനിൽപ്പ് [Separate legal entity]: രജിസ്ട്രേഷൻ മുതൽ തന്നെ ഒരു കമ്പനിക്ക് അംഗങ്ങളിൽ നിന്ന് വേറിട്ട നിയമപരമായ നിലനിൽപ്പ് ലഭിക്കുന്നു. ആയതിനാൽ ഒരു കമ്പനിയുടെ ആസ്തികളും ബാധ്യതകളും ഓഹരി ഉടമകളുടേതിൽ നിന്ന് വേറിട്ട് നിലകൊള്ളുന്നു.

(iii) രൂപീകരണം [Formation]: കമ്പനി രൂപീകരണം വളരെ സമയമേറിയതും ചെലവുള്ളതും സങ്കീർണവുമായ പ്രക്രിയയാണ്. ഇതിനായി നിയമം അനുശാസിക്കുന്ന ഒട്ടനേകം പ്രമാണങ്ങൾ തയ്യാറാക്കേണ്ടതുണ്ട്. 2013 ലെ കമ്പനി നിയമം അനുസരിച്ചോ മറ്റേതെങ്കിലും പഴയ കമ്പനി നിയമങ്ങളനുസരിച്ചോ ഒരു ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി നിർബന്ധമായും രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിരിക്കണം. അങ്ങനെ രജിസ്റ്റർ

ലീഗ് ഓഫ് ഫോർച്യൂൺ ഗ്ലോബൽ ഓർഗനൈസേഷന്റെ പട്ടികയിൽ ഇടംപിടിച്ച ഇന്ത്യൻ കമ്പനികൾ

കമ്പനിയുടെ പേര്	ആഗോള റാങ്കിംഗ്	ഇന്ത്യയിലെ റാങ്ക്	വരുമാനം (ദശലക്ഷം)	വെബ്സൈറ്റ്
ഇന്ത്യൻ ഓയിൽ കോർപ്പറേഷൻ ലിമിറ്റഡ്	161	1	54,711	www.iocl.com
റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസ് ലിമിറ്റഡ്	215	2	43,437	www.ril.com
ടാറ്റ മോട്ടോഴ്സ് ലിമിറ്റഡ്	226	3	42,092	www.tatamotors.com
സ്റ്റേറ്റ് ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യ	232	4	41,681	www.sbi.co.in
ഭാരത് പെട്രോളിയം കോർപറേഷൻ ലിമിറ്റഡ്	350	5	20,082	www.bharatpetroleum.in
ഹിന്ദുസ്ഥാൻ പെട്രോളിയം കോർപറേഷൻ ലിമിറ്റഡ്	367	6	28,820	www.hindustanpetroleum.com
രാജേഷ് എക്സ്പോർട്ട് കോർപറേഷൻ ലിമിറ്റഡ്	423	7	25,237	www.rajeshindia.com

ചെയ്യപ്പെട്ട സ്ഥാപനങ്ങൾ മാത്രമേ ഇന്ത്യൻ കമ്പനികളുടെ പട്ടികയിൽ ഉൾപ്പെടുകയുള്ളു.

(iv) സ്ഥായിയായ നിലനിൽപ്പ് [Perpetual succession]: നിയമം മൂലം രൂപീകൃതമായ ഒരു കമ്പനിയുടെ അടച്ചുപൂട്ടലും നിയമപ്രകാരം മാത്രമേ സാധ്യമാകൂ. കമ്പനി നിയമം അനുശാസിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള നടപടിക്രമങ്ങളിലൂടെ മാത്രമേ ഒരു കമ്പനിയുടെ ബിസിനസ് അവസാനിപ്പിക്കാൻ കഴിയൂ. ഇതിലെ അംഗങ്ങൾ മാറിമാറി വന്നേക്കാമെങ്കിലും അതൊന്നും കമ്പനിയുടെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കുന്നില്ല.

(v) നിയന്ത്രണം [Control]: കമ്പനികളുടെ ഭരണം നടത്താനുള്ള അധികാരം ഓഹരി ഉടമകളാൽ തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്ന ഡയറക്ടർ ബോർഡിന്റെ കരങ്ങളിലാണ്. അവരെ സഹായിക്കുന്നതിനായി യോഗ്യരായ മാനേജർമാരെ നിയമിക്കുന്നതും ഭരണകാര്യങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുന്നതും ഡയറക്ടർ ബോർഡിലെ അംഗങ്ങളായിരിക്കും. ആയതിനാൽ എല്ലാ ഓഹരിയുടമകൾക്കും ഭരണകാര്യങ്ങളിലും ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളിലും ഇടപെടാൻ കഴിയാറില്ല.

(vi) ബാധ്യത [Liability]: അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യത അവരുടെ ഓഹരിയിലുള്ള നിക്ഷേപത്തിന്റെ മുഖവില വരെയുള്ള തുകയ്ക്ക് സമാനമായി നിജപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. കമ്പനിയുടെ കടബാധ്യതകൾ തീർക്കുന്നതിനായി കമ്പനിയുടെ ആസ്തികൾ ഉപയോഗിക്കാമെന്നല്ലാതെ അംഗങ്ങളുടെ സ്വകാര്യ ആസ്തികൾ ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയില്ല. കമ്പനിക്ക് ഉണ്ടാകുന്ന നഷ്ടം നികത്തുന്നതിനായി ഓഹരി ഉടമകൾ അവരുടെ ഓഹരികളിന്മേൽ അടയ്ക്കാനുള്ള ബാക്കിതുക ഉണ്ടെങ്കിൽ അതു മാത്രമേ കൊടുക്കേണ്ടതുള്ളൂ. ഉദാഹരണം: ശ്രീ. അക്ഷയ് ഒരു കമ്പനിയുടെ 10 രൂപ വിലയുള്ള 2000 ഓഹരികൾ വാങ്ങുകയും നാളിതുവരെ ഏഴു രൂപ അടയ്ക്കുകയും ചെയ്തുവെങ്കിൽ, ഇനിയുള്ള അദ്ദേഹത്തിന്റെ ബാധ്യത കേവലം 6000 രൂപ (2000 x 3) മാത്രമായിരിക്കും.

(vii) പൊതു മുദ്ര [Common seal]: ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി ഒരു കൃത്രിമ വ്യക്തി ആയതിനാൽ അതിന്റെ ഡയറക്ടർ ബോർഡിലെ അംഗങ്ങളാണ് കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെടാറുള്ളത്. ഈ കരാറുകളുടെ സാധുത ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനായി കമ്പനിയുടെ പേരോടുകൂടിയ പൊതു മുദ്ര ഒപ്പായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഈ പൊതു മുദ്ര പതിക്കാത്ത ഒരു കരാറിൽ കമ്പനിക്ക് യാതൊരു ഉത്തരവാദിത്വവും ഉണ്ടായിരിക്കില്ല. 2013 ലെ കമ്പനി നിയമത്തിൽ 2015 ൽ വരുത്തിയ ഭേദഗതി അനുസരിച്ച് ഒരു ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയ്ക്ക് പൊതുമുദ്ര വേണമെന്ന് നിർബന്ധമില്ല.

(viii) നഷ്ടം സഹിക്കൽ [Risk bearing]: ഒരു ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയുടെ കടബാധ്യതകൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നത് അതിന്റെ എല്ലാ ഓഹരി ഉടമകളും ചേർന്നായതിനാൽ ഓരോരുത്തരുടെയും നഷ്ടം വളരെ ചെറുതായിരിക്കും.

മുൻകാലങ്ങളിൽ നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന കമ്പനി നിയമങ്ങൾ:

1. 1866 ന് മുൻപ് നിലനിന്നിരുന്ന കമ്പനി നിയമങ്ങൾ.
2. ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമം, 1866 (1866 ലെ 10)
3. ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമം 1882 (1882 ലെ 6)
4. ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമം 1913 (1913 ലെ 6)
5. രജിസ്ട്രേഷൻ ഓഫ് ട്രാൻസ്ഫേർഡ് കമ്പനീസ് ഓർഡിനൻസ്, 1942 (ഓർഡിനൻസ് 1942 ലെ 42)
6. ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമം, 1956.

അത് അവരുടെ ഓഹരി മുഖവിലയ്ക്ക് അപ്പുറത്തേക്ക് പോവുകയുമില്ല. എന്നാൽ ഒരു ഏകാംഗ വ്യാപാരമാണെങ്കിൽ എല്ലാം നഷ്ടവും ഒരാൾ തന്നെ വഹിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഗുണങ്ങൾ [Merits]

കമ്പനി സംരംഭങ്ങൾക്ക് മറ്റ് ബിസിനസ്സുകളെക്കാൾ നിരവധി മേന്മകളുണ്ട്. അവയിൽ ചിലത് താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു:

(i) ക്ലിപ്ത ബാധ്യത [Limited liability]: ഓരോ ഓഹരി ഉടമയുടേയും ബാധ്യത അദ്ദേഹം വാങ്ങിയിട്ടുള്ള ഓഹരികളുടെ മുഖവിലയിൽ അടയ്ക്കാൻ ബാക്കിയുള്ള തുകയ്ക്ക് തുല്യമായി നിജപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നതിനാൽ അംഗങ്ങളുടെ സ്വകാര്യ സ്വത്തിനെ കമ്പനിയുടെ ബാധ്യതകൾ ബാധിക്കുന്നില്ല. അതിനാൽ കമ്പനിയുടെ അടച്ചുപൂട്ടലിലൂടെ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് കാര്യമായ നഷ്ടം സംഭവിക്കാനിടയില്ല.

(ii) ഉടമസ്ഥാവകാശകൈമാറ്റം [Transfer of interest]: ഒരു പബ്ലിക് കമ്പനിയുടെ ഓഹരികൾ യഥേഷ്ടം കൈമാറ്റം ചെയ്യാമെന്നതിനാൽ ഓഹരി ഉടമയ്ക്ക് എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും തന്റെ ഓഹരികൾ മറ്റൊരാൾക്ക് കൈമാറിക്കൊണ്ട് പണമാക്കി മാറ്റാൻ സാധിക്കുന്നു. ഇത് കൂടുതൽ നിക്ഷേപകരെ കമ്പനിയുടെ ഓഹരി ഉടമകളാവാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. എന്നാൽ സ്വകാര്യ കമ്പനികളിൽ ചില നിബന്ധനകൾക്ക് വിധേയമായി മാത്രമേ ഉടമസ്ഥാവകാശം കൈമാറാൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ.

(iii) സ്ഥായിയായ നിലനിൽപ്പ് [Perpetual existence]: അംഗങ്ങളിൽ നിന്ന് വേറിട്ട് നിലനിൽപ്പുള്ളതിനാൽ, ഒരു കമ്പനിയിലെ അംഗങ്ങളുടെ മരണം, പാപ്പരത്തം, പിരിഞ്ഞുപോകൽ, മനോരോഗം തുടങ്ങിയവയൊന്നും തന്നെ പ്രസ്തുത കമ്പനിയുടെ നിലനിൽപ്പിനെ ബാധിക്കുന്നില്ല. ഒരു കമ്പനിയിലെ മുഴുവൻ അംഗങ്ങളും മരിച്ചുപോയാൽ പോലും പ്രസ്തുത കമ്പനി നിലനിൽക്കുമെന്നതാണ് വാസ്തവം. ഒരു കമ്പനി അടച്ചുപൂട്ടണമെങ്കിൽ കമ്പനി നിയമപ്രകാരമുള്ള നടപടിക്രമങ്ങൾ പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

(iv) വിപുലീകരണ സാധ്യത [Scope for expansion]: ഏകാംഗ വ്യാപാരങ്ങളുമായോ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുമായോ താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ ഒരു കമ്പനിക്ക് വളരെയേറെ സാമ്പത്തിക വിഭവങ്ങൾ സമാഹരിക്കുവാൻ സാധിക്കുന്നു. ക്ലിപ്തബാധ്യതയും ഓഹരി കൈമാറ്റവും പോലുള്ള സവിശേഷതകളും നിക്ഷേപകരെ കമ്പനിയിൽ മുതൽ മുടക്കുവാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. അതിനാൽ കമ്പനി സംരംഭങ്ങൾക്ക് വൻതോതിലുള്ള മൂലധനം സമാഹരിക്കുവാനും അതുവഴി ബിസിനസ് വിപുലീകരിക്കുവാനും സാധിക്കുന്നു.

(v) വിദഗ്ധ മാനേജ്മെന്റ് [Professional management]: ഉയർന്ന പ്രതിഫലം നൽകി പ്രഗൽഭരായ മാനേജർമാരെ നിയമിക്കുവാൻ കമ്പനികൾക്ക് സാധിക്കുന്നു. തന്മൂലം കമ്പനികൾക്ക് നല്ല പ്രവർത്തനം കാഴ്ചവയ്ക്കാനും ഉയർന്ന ലാഭം നേടാനും കഴിയുന്നു. വൻകിട ബിസിനസ് സംരംഭമായതിനാൽ കമ്പനികളിൽ തൊഴിൽവിഭജനം സാധ്യമാണ്. ആയതിനാൽ ഓരോ വിഭാഗത്തിലും അതാത് മേഖലയിലെ പ്രാവീണ്യമുള്ളവരെ നിയമിക്കുവാൻ കമ്പനിക്ക് സാധിക്കും. പ്രഗൽഭരായ മാനേജർമാരുടെ മേൽനോട്ടത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന വിഭാഗങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ തീരുമാനങ്ങളിലൂടെ ഉയർന്ന കാര്യക്ഷമത കൈവരിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

പരിമിതികൾ [Limitations]

ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനികളുടെ പ്രധാന പോരായ്മകൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു:

(i) രൂപീകരണത്തിലെ സങ്കീർണ്ണത [Complexity in formation]:

കമ്പനി രൂപത്തിലുള്ള ബിസിനസ് സംരംഭം ആരംഭിക്കുവാൻ ഒട്ടേറെ നടപടിക്രമങ്ങൾ പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്. അതിന് വളരെയധികം സമയവും പ്രയത്നവും ആവശ്യമാണ്. മറ്റ് ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളായ ഏകാംഗ വ്യാപാരവും പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ കമ്പനി രൂപീകരണം വളരെ സങ്കീർണ്ണമാണെന്നു പറയാം.

(ii) രഹസ്യം സൂക്ഷിക്കാൻ കഴിയുന്നില്ല [Lack of secrecy]: കമ്പനി നിയമപ്രകാരം കാലാകാലങ്ങളിൽ കമ്പനിയെ സംബന്ധിച്ച വിവരങ്ങളെല്ലാം കമ്പനി രജിസ്ട്രാറെ അറിയിക്കണമെന്നുണ്ട്. ഈ വിവരങ്ങൾ പലതും പൊതുജനങ്ങൾക്കും ലഭ്യമാകുന്നു. അതിനാൽ രഹസ്യസ്വഭാവം നിലനിർത്തുവാൻ കഴിയുന്നില്ല.

(iii) വ്യക്തി സൗഹൃദപരമല്ലാത്ത തൊഴിൽസാഹചര്യം [Impersonal work environment]:

ഉടമസ്ഥാവകാശവും മാനേജുമെന്റും രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളുടെ കൈവശമായതിനാൽ ബിസിനസിന്റെ വിജയത്തിനായി മാനേജർമാരുടേയും അധികാരികളുടേയും ഭാഗത്തു നിന്ന് വേണ്ടത്ര ഇടപെടലോ പ്രയത്നമോ ഉണ്ടാവണമെന്നില്ല. മാത്രവുമല്ല വൻകിട സ്ഥാപനമായതിനാൽ ഓഹരി ഉടമകൾക്കും മാനേജ്മെന്റിനും തൊഴിലാളികളുമായോ ഉപഭോക്താക്കളുമായോ ക്രെഡിറ്റേഴ്സുമായോ വ്യക്തിപരമായ ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുവാൻ കഴിയുകയില്ല.

(iv) നിരവധി നിയന്ത്രണങ്ങൾ [Numerous regulations]: കമ്പനികളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിരവധി നിയമങ്ങൾക്ക് വിധേയമാണ്. ഈ നിയമങ്ങൾ അനുസരിച്ചുള്ള കണക്ക് പരിശോധനകളും റിപ്പോർട്ട് തയ്യാറാക്കലും വിവിധ രേഖകൾ രജിസ്ട്രാറിൽ നിന്നും, സെബി (SEBI-Securities and Exchange Board of India)യിൽ നിന്നും സംഘടിപ്പിക്കലുമെല്ലാം വളരെ പ്രയാസമേറിയ കാര്യങ്ങളായതിനാൽ കമ്പനിയുടെ പ്രവർത്തനസ്വാതന്ത്ര്യം നിഷേധിക്കപ്പെടുന്നു.

(v) തീരുമാനമെടുക്കാനുള്ള കാലതാമസം [Delay in decision making]: ജനാധിപത്യ രീതിയിൽ തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ബോർഡ് ഓഫ് ഡയറക്ടേഴ്സാണ് കമ്പനിയുടെ ഭരണം നിയന്ത്രിക്കുന്നത്. അതിനാൽ ഏതൊരു തീരുമാനവും വിവിധ തലത്തിലുള്ള മാനേജ്മെന്റുകളുടെ (ഉന്നതതലം, മധ്യതലം, താഴ്ന്ന തലം) അറിവോടും അംഗീകാരത്തോടും കൂടി മാത്രമേ സാധ്യമാവുകയുള്ളൂ എന്നതിനാൽ, കാലതാമസം ഉണ്ടാവാനിടയുണ്ട്.

(vi) ചുരുക്കം പേർ ചേർന്നുള്ള ഭരണം [Oligarchic management]: തത്വത്തിൽ ഒരു കമ്പനിയുടെ ഭരണം ജനാധിപത്യപരമാണെങ്കിലും യഥാർത്ഥത്തിൽ ഭരണനിർവ്വഹണം നടത്തുന്നത് ഡയറക്ടർമാരാണ്. വളരെയധികം ഓഹരികളുള്ള വൻകിട സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഭൂരിപക്ഷം ഓഹരി ഉടമകൾക്കും ഭരണ കാര്യങ്ങളിൽ കാര്യമായ സ്വാധീനം ചെലുത്താൻ കഴിയാറില്ല. ഈ ഓഹരി ഉടമകൾ രാജ്യത്തിന്റെ നാനാഭാഗത്തുനിന്നുള്ളവരും, അവരിൽ തന്നെ വളരെ കുറഞ്ഞ ആളുകൾ മാത്രമേ ജനറൽബോഡി മീറ്റിംഗിൽ പങ്കെടുക്കുകയും ചെയ്യാറുള്ളൂവെന്നതാണ് അതിനുള്ള കാരണം. അതിനാൽ കമ്പനി ഉടമകളുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾക്ക് വിരുദ്ധമായ തീരുമാനങ്ങൾ ഡയറക്ടർ ബോർഡ് കൈക്കൊള്ളാൻ ഇടയുണ്ട്. അതിൽ അതൃപ്തിയുള്ളവർക്ക് കമ്പനിയിൽ നിന്ന് പിരിഞ്ഞു പോകാമെന്നല്ലാതെ മറ്റു മാർഗമൊന്നുമില്ല. ഇത്തരത്തിൽ ചിന്തിക്കുമ്പോൾ യഥാർഥത്തിൽ കമ്പനിയുടെ ഭരണം ചുരുക്കം ചിലർ മാത്രം ചേർന്ന് നടത്തുന്ന സാഹചര്യം സംജാതമാകുന്നു.

തൂലികയാണ് പടവാളിനെക്കാൾ മഹത്തരം [Pen is mightier than the Sword:]
ലക്സർ റൈറ്റിംഗ് ഇൻസ്ട്രുമെന്റ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡിന്റെ അനുഭവകഥ
[The Case of Luxor Writing Instruments Pvt. Ltd.]

1963 ൽ ആഗ്രഹങ്ങളും കഠിനാധ്വാനവും കൈമുതലായുള്ള ഒരു യുവാവ്, ദേവീന്ദർ കുമാർ ജെയ്ൻ (Davinder Kumar Jain) 5,000 രൂപ മുടക്കുമുതലുമായി എഴുത്തുപകരണ രംഗത്ത് ഒരു പുതുയുഗത്തിന് ആരംഭം കുറിച്ചു. ചെറുപ്രായത്തിൽത്തന്നെ, 19-ാം വയസ്സിൽ അദ്ദേഹം ഡൽഹിയിലെ സദർ ബസാറിൽ കൈകൊണ്ട് പേനയുണ്ടാക്കുന്ന ഒരു ചെറിയ അസംബ്ലിംഗ് ഷോപ്പ് ആരംഭിച്ചു. അവിടെ അദ്ദേഹം ലക്സർ റൈറ്റിങ് ഇൻസ്ട്രുമെന്റ്സ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് (LWIPL) എന്ന പേരിൽ ഫൗണ്ടൻ പേന നിർമ്മാണം തുടങ്ങി.

തുടർച്ചയായി മൂന്ന് വർഷക്കാലം അരെയും കൊതിപ്പിക്കുന്ന 'നമ്പർ വൺ റൈറ്റിങ് ഇൻസ്ട്രുമെന്റ് എക്സ്പോർട്ടർ' അവാർഡ് കിട്ടിയതോടുകൂടി പൈലറ്റ്, പേപ്പർമേറ്റ്, പാർക്കർ, വാട്ടർമാൻ എന്നീ നാലു അന്താരാഷ്ട്ര ബ്രാൻഡുകൾ ഇൻഡ്യയിൽ നിർമ്മിക്കുന്നതിനും വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനുമുള്ള അവകാശം ലക്സർ റൈറ്റിംഗ് ഇൻസ്ട്രുമെന്റ്സ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡിന് മാത്രമായി ലഭിച്ചു.

ഇന്ന് ലക്സർ റൈറ്റിംഗ് ഇൻസ്ട്രുമെന്റ്സ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് 500 കോടി രൂപയിലധികം വിറ്റുവരവുമായി വിപണിയുടെ 20% ൽ കൂടുതൽ വിഹിതവുമായി മുന്നിലാണ്. ഇന്ന് ഇന്ത്യയിലെ മുൻനിര പേന ഉൽപ്പാദകരും കയറ്റുമതിക്കാരും ലക്സർ ആണ്. നിലവിൽ ഉൽപാദനത്തിന്റെ 15 ശതമാനവും കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നുണ്ട്. നിലവിൽ ഡൽഹിയിൽ നാലും മുംബൈയിൽ മൂന്നും നിർമ്മാണശാലകൾ ഉണ്ട്. ആയിരത്തോളം പേർക്ക് തൊഴിൽ നൽകുന്നു. വിവിധ ആവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള വൈവിധ്യമാർന്ന പേനകൾ വിതരണം ചെയ്തുകൊണ്ട് മാർക്കറ്റിന്റെ മിക്ക മേഖലകളിലും മുന്നേറ്റം തുടരുന്നു.

വെബ്സൈറ്റ് : http://www.luxorparker.com

(vii) വിഭിന്ന താൽപര്യങ്ങളുടെ സംഘർഷം [Conflict in Interest]: കമ്പനിയുമായി ബന്ധപ്പെടുന്ന വിവിധ വിഭാഗങ്ങൾക്കും വ്യത്യസ്തമായ താൽപര്യങ്ങളാണുള്ളത്. ഉദാഹരണത്തിന് ജീവനക്കാർ കൂടുതൽ വേതനം ലഭിക്കണമെന്ന് ആഗ്രഹിക്കുമ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കൾ കുറഞ്ഞവിലയ്ക്ക് ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും കിട്ടണമെന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്നു. എന്നാൽ ഇതേസമയം ഓഹരി ഉടമകളുടെ താൽപര്യം ഉയർന്ന ലാഭം കിട്ടണമെന്നായിരിക്കും. ഈ വിഭാഗങ്ങളുടെയെല്ലാം താൽപര്യങ്ങളെ കോർത്തിണക്കികൊണ്ടുപോകുന്നത് ഏറെ പ്രയാസകരമാണ്.

2.6.1 വിവിധതരം കമ്പനികൾ [Types of Companies]

കമ്പനികളെ സാധാരണയായി സ്വകാര്യകമ്പനികളെന്നും പൊതുകമ്പനികളെന്നും തരം തിരിക്കാം. ഇവയെക്കുറിച്ചുള്ള വിശദവിവരങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു:

സ്വകാര്യ കമ്പനി [Private Company]

ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനി എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്:

a) ഓഹരികൾ കൈമാറാനുള്ള അവകാശം നിയന്ത്രിച്ചിരിക്കുന്നു.
b) നിലവിലുള്ളതും മുൻകാലങ്ങളിലുണ്ടായിരുന്നതുമായ ജീവനക്കാരൊഴികെയുള്ള ഓഹരി ഉടമകളുടെ എണ്ണം 2 മുതൽ 200 വരെയാകാം.
(c) ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നതിനായി പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നില്ല.

കൂടാതെ ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനി അവരുടെ പേരിന് ശേഷം പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് (Private Ltd.) എന്ന് ചേർത്തിരിക്കണം. മേൽപ്പറഞ്ഞ ഏതെങ്കിലും നിബന്ധനകൾക്കെതിരായി പ്രവർത്തിച്ചാൽ സ്വകാര്യ കമ്പനി എന്ന പദവി ഇല്ലാ

ഭാരത് ഹെവി ഇലക്ട്രിക്കൽസ് ലിമിറ്റഡ്-ഒരു പൊതുകമ്പനിയുടെ ഗുണമേന്മാ യാത്ര (Bharath Heavy Eletcricals Limited – A Public Company's Journey in Quality)

ഇന്ത്യയിലെ മുൻനിര പൊതുകമ്പനികളിൽ ഒന്നായ 'ഭെൽ' (BHEL) കഴിഞ്ഞ 40 വർഷങ്ങളായി ഊർജ്ജോൽപ്പാദന രംഗത്ത് ആവശ്യമായ ഉപകരണങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിൽ വ്യാപൃതരാണ് .

ഊർജ്ജ ഉൽപാദനം, വിതരണം, ഗതാഗതം, വാർത്താവിനിമയം തുടങ്ങിയ മേഖലകൾക്കാവശ്യമായ 180 ൽ അധികം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായി ഇന്ത്യൻ സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥയ്ക്ക് ഒരു നെടുംതൂണായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഭെൽ അനേകം ഗുണമേന്മാ അവാർഡുകൾ നേടിയിട്ടുണ്ട്. ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 തുടങ്ങിയവ ഇതിൽ ചിലതാണ്.

ഭെല്ലിന്റെ പ്രധാന നേട്ടങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നത്:

- യൂട്ടിലിറ്റികൾ, ക്യാപ്റ്റീവ്, വ്യാവസായിക ഉപഭോക്താക്കൾ എന്നിവയ്ക്കായി 90,000 മെഗാവാട്ട് വൈദ്യുതി ഉൽപ്പാദനത്തിനായി സ്ഥാപിച്ച ഉപകരണങ്ങൾ.
- 400 കിലോവാട്ട് (K.V) (എസി, ഡിസി) വരെയുള്ള ട്രാൻസ്മിഷൻ, വിതരണ ശൃംഖലയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന 225000 എം.വി.എ (MVA) ട്രാൻസ്ഫോർമറുകളുടെയും അനുബന്ധ ഉപകരണങ്ങളുടെയും വിതരണം.
- പവർ പ്രോജക്ടുകൾ, പെട്രോകെമിക്കൽസ്, റിഫൈനറികൾ, സ്റ്റീൽ അലുമിനിയം, വളം, സിമന്റ് പ്ലാന്റും തുടങ്ങിയവയിലേക്ക് ഡ്രൈവ് കൺട്രോൾ സിസ്റ്റം ഉപയോഗിച്ചു പ്രവർത്തിക്കുന്ന 25000 മോട്ടോറുകൾ വിതരണം ചെയ്തു.
- 12000 കിലോമീറ്ററിലധികം റെയിൽവെ ശൃംഖലയിലേക്ക് വൈദ്യുതി എത്തിക്കുന്നതിന് ട്രാക്ഷൻ ഇലക്ട്രിക്സും, എസി/ഡിസി ലോക്കോസും നൽകി.
- ഊർജനിലയങ്ങൾക്കും മറ്റ് വ്യവസായങ്ങൾക്കും ഒരു ദശലക്ഷത്തിലധികം വാൽവുകൾ വിതരണം ചെയ്തു.

കമ്പനിയുടെ ഗുണഭോക്താക്കളുടെ മൂല്യവർദ്ധനവ് ലക്ഷ്യമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന 'ഭെൽ' വിഭാവനം ചെയ്യുന്നത് ലോകോത്തര എഞ്ചിനിയറിംഗ് സ്ഥാപനമായി വളരുകയെന്നതാണ്. രാജ്യത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾക്കനുസരിച്ച്, ആഗോളതലത്തിൽ ശ്രദ്ധേയമായ സ്ഥാനം നേടാനുള്ള ശ്രമങ്ങളുമായി കമ്പനി മുൻപോട്ട് കുതിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.

ഭെല്ലിന്റെ പ്രധാന ശക്തി അവരുടെ 43,500 ൽ അധികം വരുന്ന തൊഴിലാളികളാണ്. ഓരോ തൊഴിലാളിക്കും സ്വയം വികസിക്കാനുള്ള അവസരങ്ങൾ നൽകിക്കൊണ്ടാണ് ഈ സ്ഥാപനത്തിന്റെ പ്രവർത്തനം മുന്നോട്ട് പോകുന്നത്. അതിനാവശ്യമായ പരിശീലനപരിപാടികളും ആരോഗ്യകരമായ പ്രവർത്തനാന്തരീക്ഷവും ഒരുക്കാൻ മാനേജ്മെന്റ് സദാ ജാഗരൂകരാണ്. അതിലൂടെ 'ഭെൽ' ഉയർന്ന ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയും ഗുണമേന്മയും ഇന്നും നിലനിർത്തുന്നു.

അവലംബം : *ഭെൽ വെബ്സൈറ്റ്*

താവുകയും അവർക്കുള്ള വിശേഷാധികാരങ്ങൾ നഷ്ടമാവുകയും ചെയ്യും.

പൊതുകമ്പനികളിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി സ്വകാര്യ കമ്പനികളുടെ വിശേഷാധികാരങ്ങൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

1. ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനി രൂപീകരിക്കാൻ

പൊതുകമ്പനിയും സ്വകാര്യ കമ്പനിയും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ

അടിസ്ഥാനം	പൊതുകമ്പനി	സ്വകാര്യ കമ്പനി
അംഗങ്ങൾ	കുറഞ്ഞത് 7 പരമാവധി പരിധിയില്ല	കുറഞ്ഞത് 2 പരമാവധി 200
ഡയറക്ടർമാരുടെ എണ്ണം	കുറഞ്ഞത് 3	കുറഞ്ഞത് 2
അംഗങ്ങളുടെ പട്ടിക	നിർബന്ധമാണ്	നിർബന്ധമില്ല
ഓഹരി കൈമാറ്റം	യഥേഷ്ടം കൈമാറാം	നിബന്ധനകൾക്ക് വിധേയം
ഓഹരികൾ വാങ്ങുവാൻ പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നത്	ക്ഷണിക്കാൻ കഴിയും	ക്ഷണിക്കാൻ പാടില്ല

കേവലം 2 അംഗങ്ങൾ മാത്രം മതിയാകും, എന്നാൽ ഒരു പൊതുകമ്പനിയിൽ 7 അംഗങ്ങൾ നിർബന്ധമാണ്.

2. പൊതുജനങ്ങളെ ഓഹരികൾ വാങ്ങാൻ ക്ഷണിക്കാത്തതിനാൽ പ്രോസ്പെക്ട്സ് വിതരണം ചെയ്യേണ്ടതില്ല.
3. ഓഹരികൾ അനുവദിക്കുന്നതിന് കുറഞ്ഞ വരിസംഖ്യ (Minimum Subscription) ലഭിക്കണമെന്നില്ല. രജിസ്ട്രേഷൻ കഴിഞ്ഞ് രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം (Certificate of incorporation) ലഭിച്ചാലുടൻ, സ്വകാര്യ കമ്പനികൾക്ക് ബിസിനസ് ആരംഭിക്കാം.
4. ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനിക്ക് ചുരുങ്ങിയത് രണ്ടു ഡയറക്ടർമാർ മാത്രം മതിയാകുമ്പോൾ, ഒരു പൊതുകമ്പനിക്ക് മൂന്ന് ഡയറക്ടർമാർ എങ്കിലും ഉണ്ടാകണം. എന്നാൽ പരമാവധി ഡയറക്ടർമാരുടെ എണ്ണം രണ്ട് തരം കമ്പനികളിലും പതിനഞ്ചായി നിജപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു.
5. സ്വകാര്യ കമ്പനികൾ അംഗങ്ങളുടെ പേരു വിവരങ്ങളുള്ള പട്ടിക തയ്യാറാക്കണമെന്നില്ല. എന്നാൽ പൊതുകമ്പനികൾക്ക് ഇത് നിർബന്ധമാണ്.

പൊതുകമ്പനി [Public Company]

സ്വകാര്യകമ്പനികളല്ലാത്ത കമ്പനികളെ പൊതുകമ്പനികൾ എന്നു വിളിക്കുന്നു. ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമപ്രകാരം പൊതുകമ്പനി എന്നത് കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്:

(a) അടച്ചുതീർത്ത മൂലധനം കുറഞ്ഞത് അഞ്ചു ലക്ഷമോ അല്ലെങ്കിൽ കാലാകാലങ്ങളിൽ നിഷ്കർഷിക്കപ്പെടുന്ന തുകയോ ആയിരിക്കണം.

b) ചുരുങ്ങിയത് 7 അംഗങ്ങളെങ്കിലും ഉണ്ടാവുകയും പരമാവധി എത്രയെന്ന് നിശ്ചയിച്ചിട്ടില്ലാത്തതുമായ കമ്പനി.

c) ഓഹരി കൈമാറ്റത്തിന് നിബന്ധനകളൊന്നുമില്ല.

d) ഓഹരികളോ നിക്ഷേപങ്ങളോ സ്വീകരിക്കുന്നതിന് പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നതിൽ വിലക്ക് ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടില്ല.

അതോടൊപ്പം ഒരു പൊതുകമ്പനിയുടെ അനുബന്ധ കമ്പനിയായ (Subsidiary Company) സ്വകാര്യ കമ്പനിയും പൊതുകമ്പനിയായി കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു.

2.7 ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ രൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കൽ [CHOICE OF FORM OF BUSINESS ORGANISATION]

വിവിധ തരം ബിസിനസ് സംഘടനാ രൂപങ്ങളെക്കുറിച്ച് നാം മനസ്സിലാക്കിക്കഴിഞ്ഞു. ഓരോന്നിനും അതിന്റേതായ ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളുമുണ്ടെന്ന് തിരിച്ചറിയുകയും ചെയ്തു. ഈ പശ്ചാത്തലത്തിൽ ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ ഒന്ന് തിരഞ്ഞെടുക്കൽ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട കാര്യമാണ്. അനുയോജ്യമായ ബിസിനസ് രൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിന് താഴെ പറയുന്ന ഘടകങ്ങൾ പരിഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്:

(i) സ്ഥാപിക്കാനുള്ള ചെലവും രൂപീകരിക്കാനുള്ള എളുപ്പവും [Cost and case in setting up the organisation]: രൂപീകരിക്കാനുള്ള എളുപ്പവും രൂപീകരണച്ചെലവും പരിഗണിക്കുമ്പോൾ ഏറ്റവും ചെലവു കുറഞ്ഞത് ഏകാംഗ വ്യാപാരം തന്നെയാണ്. കൂടാതെ നടപടിക്രമങ്ങൾ ലഘുവായതും പ്രവർത്തനതോത് വളരെ ചെറുതുമായിരിക്കും. പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിനും മേൽപ്പറഞ്ഞവ ബാധകമാണ്. എന്നാൽ സഹകരണ സംഘങ്ങളും കമ്പനികളും നിർബന്ധമായും രജിസ്റ്റർ ചെയ്യപ്പെടണമെന്നുണ്ട്. കമ്പനിയുടെ രൂപീകരണം ദൈർഘ്യമേറിയതും വളരെ ചെലവേറിയതുമാണ്. പ്രാരംഭച്ചെലവുകളുടെ കാര്യം പരിഗണിച്ചാൽ ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ രൂപീകരിക്കാവുന്ന സ്ഥാപനം ഏകാംഗ വ്യാപാരമാണെന്ന് ഇതിൽ നിന്ന് മനസ്സിലാക്കാം. കമ്പനികൾ രൂപീകരിക്കുവാൻ വളരെയേറെ പണച്ചെലവുള്ളതോടൊപ്പം നടപടിക്രമങ്ങൾ സങ്കീർണ്ണവുമാണ്.

(ii) ബാധ്യത [Liability]: ഏകാംഗ വ്യാപാരങ്ങളിലും പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിലും ഉടമസ്ഥരുടെ ബാധ്യത പരിധി ഇല്ലാത്തതാണ്. അതിനാൽ അംഗങ്ങളുടെ സ്വകാര്യസ്വത്ത് പോലും ബിസിനസ്സിന്റെ കടങ്ങൾ തീർക്കുന്നതിനായി ഉപയോഗിക്കേണ്ടി വരും. ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിലാണെങ്കിൽ കർത്തയ്ക്ക് മാത്രമാണ് പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യതയുള്ളത്. എന്നാൽ സഹകരണസംഘങ്ങളിലും കമ്പനികളിലും ക്രെഡിറ്റേഴ്സിന്, അവർക്ക് കിട്ടാനുള്ള തുക ഈടാക്കാൻ സ്ഥാപനത്തിന്റെ ആസ്തികൾ ഉപയോഗിക്കാൻ മാത്രമേ അവകാശമുള്ളൂ. ആയതിനാൽ നിക്ഷേപകരുടെ ഭാഗത്തു നിന്ന് ചിന്തിക്കുമ്പോൾ കമ്പനി രൂപമാണ് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമെന്നു കാണാം.

(iii) തുടർച്ച [Continuity]: ഏകാംഗ വ്യാപാരത്തിലും പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സിലും അംഗങ്ങളുടെ നിലനിൽപ്പിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് സ്ഥാപനത്തിന്റെയും നിലനിൽപ്പ്. അതായത് അംഗങ്ങളുടെ മരണം, പാപ്പരത്തം തുടങ്ങിയവ സ്ഥാപനത്തിന്റെ അടച്ചുപൂട്ടലിന് കാരണമാകുന്നു. എന്നാൽ ഈ ഒരു പ്രശ്നം കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്സുകൾക്കും സഹകരണ സംഘങ്ങൾക്കും കമ്പനികൾക്കും ബാധകമല്ല. ദീർഘകാലം നിലനിൽക്കേണ്ട ബിസിനസ്സാണ് ആരംഭിക്കുന്നതെങ്കിൽ കമ്പനിരൂപമാണ് ഏറ്റവും അനുയോജ്യം. കുറഞ്ഞ കാലത്തേക്ക് മാത്രമായുള്ള ബിസിനസ്സുകൾക്ക് ഏകാംഗ വ്യാപാരമോ പങ്കാളിത്തമോ ആയിരിക്കും നന്നാവുക.

(iv) കാര്യനിർവഹണശേഷി [Management ability]: എല്ലാ മേഖലകളിലും പ്രാഗത്ഭ്യം തെളിയിക്കുക എന്നത് ഒരു ഏകാംഗ ബിസിനസ്സിന് എളുപ്പമുള്ള കാര്യമല്ല. എന്നാൽ പങ്കാളിത്ത സംരംഭങ്ങൾക്കും കമ്പനികൾക്കും ഇതൊരു പ്രശ്നമല്ല. ഇത്തരം സംരംഭങ്ങളിൽ തൊഴിൽ വിഭജനം സാധ്യമാവുമെന്നതിനാൽ ഓരോരുത്തർക്കും അവരവരുടെ മേഖലകളിൽ പ്രാഗൽഭ്യം നേടാനാകുന്നതോടൊപ്പം കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെട്ട തീരുമാനങ്ങളെടുക്കാനും

കഴിയുന്നു. മേൽപ്പറഞ്ഞ ഗുണങ്ങളോടൊപ്പം അഭിപ്രായ വ്യത്യാസങ്ങൾക്കുള്ള സാധ്യതയും തള്ളിക്കളയാനാവില്ല.

കൂടാതെ സങ്കീർണ്ണവും വൈദഗ്ധ്യവും ആവശ്യമുള്ള സ്ഥാപനമാണ് തുടങ്ങാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നതെങ്കിൽ കമ്പനികളാണ് കൂടുതൽ നന്നാവുക. നേരെമറിച്ച് ലളിതമായ പ്രവർത്തനങ്ങളും പരിമിതമായ ശേഷികളും മാത്രം ആവശ്യമായ സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഏകാംഗ വ്യാപാരമോ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസോ ആയിരിക്കും കൂടുതൽ അഭികാമ്യം. അത്തരത്തിൽ ചിന്തിക്കുമ്പോൾ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ പ്രവർത്തന സ്വഭാവവും മാനേജ്മെന്റിനാവശ്യമായ വൈദഗ്ധ്യവും കണക്കിലെടുത്തുവേണം ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ രൂപം തീരുമാനിക്കാൻ.

(v) മൂലധന പരിഗണന [Capital considerations]:

വളരെയധികം മൂലധനം ആവശ്യമുള്ള ബിസിനസ് സംരംഭം തുടങ്ങാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നവർ കമ്പനികൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതാണ് നല്ലത്. കാരണം ഓഹരികൾ നൽകിക്കൊണ്ട് നിക്ഷേപകരിൽ നിന്ന് ആവശ്യമായത്ര മൂലധനസമാഹരണം കമ്പനികൾക്ക് സാധ്യമാണ്. പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്സുകൾക്ക് ഒരുപരിധിവരെ തങ്ങളുടെ പങ്കാളികളിൽ നിന്ന് ഉയർന്ന മൂലധനം സമാഹരിക്കാൻ കഴിയുന്നു. എന്നാൽ ഏകാംഗ വ്യാപാരം ഇക്കാര്യത്തിൽ വളരെ പിന്നിലാണ്. വൻകിട ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായത് കമ്പനികൾ തന്നെയാണ്. എന്നാൽ ചെറുകിട ഇടത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളാണെങ്കിൽ ഏകാംഗ വ്യാപാരമോ പങ്കാളിത്ത സംരംഭമോ ആയിരിക്കും കൂടുതൽ അനുയോജ്യം. അതോടൊപ്പം ഭാവിയിൽ വിപുലീകരണ സാധ്യതകൾ ലക്ഷ്യം വച്ച് നീങ്ങുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണെങ്കിൽ, ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയായി ആരംഭിക്കുന്നതാണ് കൂടുതൽ മെച്ചം.

(vi) നിയന്ത്രണത്തിന്റെ തോത് [Degree of control]:

ബിസിനസ്സിന്റെ പരിപൂർണ്ണ അധികാരവും തീരുമാനം എടുക്കാനുള്ള അവകാശവും ഉടമസ്ഥനിൽതന്നെ നിക്ഷിപ്തമാവണമെന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്നുവെങ്കിൽ ഏകാംഗ വ്യാപാരമാണ് അനുയോജ്യമാവുക. എന്നാൽ അധികാരം പങ്കുവയ്ക്കുന്നതിന് മടിയില്ലാത്തവരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം പങ്കാളിത്ത ബിസിനസോ, കമ്പനിയോ ആരംഭിക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും. ഇതിൽത്തന്നെ കമ്പനികളുടെ കാര്യത്തിൽ ഉടമസ്ഥാവകാശവും മാനേജ്മെന്റും വ്യത്യസ്ത കരങ്ങളിലായതിനാൽ പ്രഗത്ഭരായവരെ മാത്രമേ കമ്പനിയുടെ നടത്തിപ്പ് ചുമതല ഏൽപ്പിക്കാനിടയുള്ളൂ എന്നത് കാര്യക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുവാൻ കാരണമാകുന്നു. ഇത് കമ്പനികൾക്ക് മാത്രമുള്ള ഒരു നേട്ടമാണ്.

(vii) ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവം [Nature of business]: ഉപഭോക്താക്കളുമായി നേരിട്ടുള്ള വ്യക്തിബന്ധം ആവശ്യമുള്ള ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഏകാംഗ വ്യാപാരമായിരിക്കും കൂടുതൽ അനുയോജ്യം. നേരെമറിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളുമായി നേരിട്ട് സമ്പർക്കം ആവശ്യമില്ലാത്ത ഉൽപ്പാദനകേന്ദ്രങ്ങളാണെങ്കിൽ ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയായി രൂപീകരിക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും. എന്നാൽ അക്കൗണ്ടിംഗ്, നിയമസഹായം തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങൾ നൽകുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് രൂപങ്ങളാണ് കൂടുതൽ യോജിക്കുക.

മേൽപറഞ്ഞ ഘടകങ്ങളെല്ലാം പരസ്പരം ബന്ധപ്പെട്ടവയും പരസ്പരം സ്വാധീനിക്കുന്നവയുമാണ്. അനുയോജ്യമായ സ്ഥാപനത്തിന്റെ രൂപം തെരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ മൂലധന വ്യാപ്തി, നഷ്ടസാധ്യതയുടെ തോത്, ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവം, വലിപ്പം തുടങ്ങിയ എല്ലാ ഘടകങ്ങളെയും വിശകലനം ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി, ഒരു കേക്ക് നിർമ്മാണ യൂണിറ്റ് വൻ

കിട രീതിയിൽ ആരംഭിക്കണമെങ്കിൽ ഭീമമായ മൂലധനനിക്ഷേപം ആവശ്യമുള്ളപ്പോൾ, ഒരു കുടിൽ വ്യവസായമായി ഈ ഉൽപ്പന്നം നിർമ്മിക്കുവാൻ വളരെ കുറഞ്ഞ മൂലധനമേ ആവശ്യമുള്ളൂ. ആയതിനാൽ അനുയോജ്യമായ ബിസിനസ് രൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ പ്രസ്തുത ബിസിനസ്സുമായി ബന്ധപ്പെട്ട എല്ലാ ഘടകങ്ങളും വിശകലനം ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. (പട്ടിക 2.4 കാണുക).

പട്ടിക 2.4 ബിസിനസ് രൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ പരിഗണിക്കേണ്ട ഘടകങ്ങൾ

ഘടകങ്ങൾ	ബിസിനസ് സംഘടനാരൂപം	
	ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായത്	അനുയോജ്യത കുറഞ്ഞത്
മൂലധന ലഭ്യത	കമ്പനി	ഏകാംഗ വ്യാപാരം
രൂപീകരണച്ചെലവ്	ഏകാംഗ വ്യാപാരം	കമ്പനി
രൂപീകരിക്കാൻ എളുപ്പം	ഏകാംഗ വ്യാപാരം	കമ്പനി
ഉടമസ്ഥാവകാശക്കൈമാറ്റം	കമ്പനി (സ്വകാര്യ കമ്പനി ഒഴികെ)	പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്
കാര്യനിർവ്വഹണ ശേഷി	കമ്പനി	ഏകാംഗ വ്യാപാരം
നിയന്ത്രണങ്ങൾ	ഏകാംഗ വ്യാപാരം	കമ്പനി
ആയുസ്സുള്ളത്	ഏകാംഗ വ്യാപാരം	കമ്പനി
തുടർച്ച	കമ്പനി	ഏകാംഗ വ്യാപാരം
ബാധ്യത	കമ്പനി	ഏകാംഗ വ്യാപാരം

പ്രധാന പദങ്ങൾ

ഏകാംഗ വ്യാപാരം
പരസ്പര പ്രാതിനിധ്യം
സുസ്ഥിരമായ നിലനിൽപ്പ്
കൂട്ടവകാശികൾ (കോ പാർസനേർസ്)
പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്
സഹകരണ സംഘങ്ങൾ
കൃത്രിമ വ്യക്തിത്വം
കമ്പനി രൂപീകരണം
ഹിന്ദുകൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്
ജോയിന്റ് സ്റ്റോക് കമ്പനി
ഹോൾഡിംഗ് കമ്പനി.

പട്ടിക 2.5

വിവിധയിനം ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ താരതമ്യ പഠനം

താരതമ്യത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം	ഏകാംഗ വ്യാപാരം	പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്	ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബം	സഹകരണ സംഘം	ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി
രൂപീകരണം	രൂപീകരണം വളരെ എളുപ്പവും നിയമപരമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ ലളിതവുമാണ്.	രൂപീകരണം എളുപ്പമാണ്, രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമില്ല	രജിസ്ട്രേഷൻ ആവശ്യമില്ല, രൂപീകരണം എളുപ്പം	രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമാണ്, നിയമപരമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ കൂടുതലാണ്	രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമാണ്, നടപടിക്രമങ്ങൾ കൂടുതലും ചെലവേറിയതുമാണ്
അംഗങ്ങൾ	ഉടമസ്ഥൻ മാത്രം	കുറഞ്ഞത് : 2 കൂടിയത് : 50	കുറഞ്ഞത് 2 കൂടിയത് പരിധിയില്ല	കുറഞ്ഞത് 10 കൂടിയത് പരിധിയില്ല	കുറഞ്ഞത് : സ്വകാര്യകമ്പനി 2 പൊതുകമ്പനി 7 കൂടിയത്: സ്വകാര്യകമ്പനി 200 പൊതുകമ്പനി - പരിധിയില്ല
മുതൽമുടക്ക്	ചെറിയ മുതൽമുടക്ക്	ഏകാംഗ വ്യാപാരത്തെക്കാൾ കൂടുതൽ	പരമ്പരാഗത സ്വത്ത്	പരിമിതമായ മുതൽമുടക്ക്	വളരെ വലിയ മുതൽമുടക്ക്
ബാധ്യത	പരിധിയില്ല	ഒറ്റയ്ക്കും കൂട്ടായും പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യത	കർത്തയുടെ ബാധ്യതയ്ക്ക് പരിധിയില്ല, മറ്റ് അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യത പരിമിതം	ക്ലിപ്ത ബാധ്യത	ക്ലിപ്ത ബാധ്യത
മാനേജ്മെന്റും നിയന്ത്രണവും	ഏകാംഗ വ്യാപാരിയിൽ നിക്ഷിപ്തം, പെട്ടെന്ന് തീരുമാനം എടുക്കുന്നു	പങ്കാളികൾ കൂട്ടായി തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നു	കർത്ത തീരുമാനമെടുക്കുന്നു	തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട പ്രതിനിധികൾ തീരുമാനമെടുക്കുന്നു	ബോർഡ് ഓഫ് ഡയറക്ടേഴ്സ് തീരുമാനമെടുക്കുന്നു
തുടർച്ച	ഇല്ല, ബിസിനസും ബിസിനസുകാരനും ഒന്നാണ്.	സ്ഥിരത ഏകാംഗ വ്യാപാരത്തേക്കാൾ കൂടുതൽ	തുടർച്ചയുണ്ട്, കർത്ത മരണപ്പെട്ടാലും ബിസിനസ് തുടരും	പ്രത്യേക നിലനിൽപ്പുള്ളതിനാൽ സ്ഥിരതയുണ്ട്	പ്രത്യേക നിലനിൽപ്പുള്ളതിനാൽ സ്ഥിരതയുണ്ട്

സംഗ്രഹം

ബിസിനസിന്റെ വിവിധരൂപങ്ങൾ തരംതിരിക്കപ്പെടുന്നത് ഓരോ ബിസിനസിന്റെയും ഉടമസ്ഥാവകാശത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ്. ഏകാംഗ വ്യാപാരം, പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്, ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്, സഹകരണ സംഘങ്ങൾ, ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനികൾ എന്നിവയാണ് പ്രധാനപ്പെട്ട ബിസിനസ് സംഘടനാ രൂപങ്ങൾ.

ഏകാംഗ വ്യാപാരം : ഒരാൾ തന്നെ മുതൽ മുടക്കുകയും ഭരണം നടത്തുകയും നിയന്ത്രിക്കുകയും എല്ലാ നഷ്ടസാധ്യതകളും സഹിക്കുകയും മുഴുവൻ ലാഭം നേടുകയും ചെയ്യുന്ന സംരംഭങ്ങളെ ഏകാംഗ വ്യാപാരം എന്നുവിളിക്കാം. ഇവയുടെ പ്രധാന നേട്ടങ്ങൾ; പെട്ടെന്നുള്ള തീരുമാനം, വ്യക്തിപരമായ സംതൃപ്തി, നേരിട്ടുള്ള പ്രോത്സാഹനം, രൂപീകരിക്കാനുള്ള എളുപ്പം തുടങ്ങിയവയാണ്. ഇത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രധാന പരിമിതികൾ; വിഭവങ്ങളുടെ ദൗർലഭ്യം, ബിസിനസിന്റെ അസ്ഥിരത, പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യത, കാര്യനിർവഹണത്തിലുള്ള മികവില്ലായ്മ എന്നിവയാണ്.

പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് : രണ്ടോ അതിലധികമോ ആളുകൾ ചേർന്ന് ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലാഭനഷ്ടങ്ങൾ വീതിച്ച് നടത്തുന്ന ബിസിനസ് സംരംഭത്തെ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് എന്നു പറയുന്നു. ഇവയുടെ പ്രധാന നേട്ടങ്ങൾ; എളുപ്പത്തിൽ രൂപീകരിക്കാം, കൂടുതൽ മൂലധനലഭ്യത, നഷ്ടസാധ്യതയുടെ വിഭജനം എന്നിവയാണ്. പരിധിയില്ലാത്ത ബാധ്യത, സംഘർഷസാധ്യത, തുടർച്ചയില്ലായ്മ, പൊതുജനങ്ങളുടെ വിശ്വാസക്കുറവ് തുടങ്ങിയവ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിന്റെ പ്രധാന പോരായ്മകളാണ്. സജീവപങ്കാളി, സുഷുപ്ത പങ്കാളി, ഗുപ്തപങ്കാളി, നാമമാത്ര പങ്കാളി, പ്രതീതി പങ്കാളി, പ്രഖ്യാപിത പങ്കാളി എന്നിവരാണ് പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളിലെ വിവിധതരം പങ്കാളികൾ.

ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ് : ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബത്തിലെ അംഗങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ബിസിനസ് സംരംഭമാണിത്. കുടുംബത്തിലെ ഏറ്റവും മുതിർന്ന അംഗമായ കർത്തയാണ് ഈ ബിസിനസിനെ നിയന്ത്രിക്കുന്നത്. ഇവയുടെ പ്രധാന ഗുണങ്ങൾ; കാര്യക്ഷമമായ നിയന്ത്രണം, സുസ്ഥിരമായ നിലനിൽപ്പ്, ക്ലിപ്ത ബാധ്യത, ഉയർന്നതോതിലുള്ള പൊതുജന വിശ്വാസം തുടങ്ങിയവയാണ്. മൂലധന ദൗർലഭ്യം, പ്രോത്സാഹനക്കുറവ്, കർത്തയുടെ ആധിപത്യം, പരിമിതമായ കാര്യനിർവഹണശേഷി തുടങ്ങിയവ ഇവയ്ക്കുള്ള ചില പോരായ്മകളാണ്.

സഹകരണസംഘങ്ങൾ : പൊതുവായ താൽപര്യങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി സ്വമേധയാ ഒത്തുചേരുന്ന വ്യക്തികളുടെ ഒരു കൂട്ടായ്മയാണിത്. തുല്യ വോട്ടവകാശം, ക്ലിപ്ത ബാധ്യത, സുസ്ഥിരമായ നിലനിൽപ്പ്, കുറഞ്ഞ പ്രവർത്തനച്ചെലവ്, സർക്കാർ സഹായം, രൂപീകരിക്കാനുള്ള എളുപ്പം തുടങ്ങിയവ സഹകരണസംഘങ്ങളുടെ പ്രധാന ഗുണങ്ങളാണ്. എന്നാൽ മൂലധന ദൗർലഭ്യം, പരിമിതമായ കാര്യനിർവഹണ ശേഷി, രഹസ്യസ്വഭാവമില്ലായ്മ, സർക്കാർ നിയന്ത്രണം, അഭിപ്രായവ്യത്യാസങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ സഹകരണസംഘങ്ങളുടെ പ്രധാന പോരായ്മകളാണ്. സഹകരണ സംഘങ്ങളെ രൂപീകരണലക്ഷ്യത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പലതായി തരംതിരിക്കാം. ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ, ഉൽപ്പാദക സഹകരണ സംഘങ്ങൾ, വിപണന സഹകരണ സംഘങ്ങൾ, കർഷക സഹകരണ സംഘങ്ങൾ, വായ്പാ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ, ഭവന നിർമ്മാണ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ എന്നിവ ചില ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി : ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനികളെ നിയമം സൃഷ്ടിച്ച കൃത്രിമവ്യക്തികളായി പരിഗണിക്കാം. ഇവ നിയമത്തിന്റെ പിൻബലത്തോടെ രൂപീകൃതമായതും സ്ഥായിയായി നിലനിൽക്കുന്നതും പ്രത്യേകമായ വ്യക്തിത്വമുള്ളതും പൊതു മുദ്രയുള്ളതുമായ ബിസിനസ്

സംരംഭങ്ങളാണ്. അംഗങ്ങളുടെ ക്ലിപ്ത ബാധ്യത, ഓഹരി കൈമാറ്റം, സ്ഥായിയായ നിലനിൽപ്പ്, വിപുലീകരണ സാധ്യതകൾ, വൈദഗ്ധ്യമുള്ള മാനേജ്മെന്റ് എന്നിവ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ നേട്ടങ്ങളാണ്. എന്നാൽ രൂപീകരണത്തിലുള്ള സങ്കീർണത, നിരവധി നിയന്ത്രണങ്ങൾ, തീരുമാനമെടുക്കാനുള്ള കാലതാമസം, ചുരുക്കം ചിലർ ചേർന്നുള്ള ഭരണം, ഓഹരി ഉടമകൾ തമ്മിലുള്ള അഭിപ്രായവ്യത്യാസങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ചില ദോഷങ്ങളാണ്. സാധാരണയായി രണ്ടുതരം കമ്പനികളാണുള്ളത്; സ്വകാര്യ കമ്പനികൾ, പൊതുകമ്പനികൾ എന്നിവ. ഓഹരി കൈമാറ്റത്തിൽ നിയന്ത്രണമുള്ളതും ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നതിനായി പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നതിന് വിലക്കുള്ളതുമായ കമ്പനികളെയാണ് സ്വകാര്യ കമ്പനികൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നത്. നേരെമറിച്ച് ഓഹരികൾ യഥേഷ്ടം കൈമാറുവാനും ഓഹരി വിതരണത്തിനായി പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കാൻ അവകാശമുള്ളതുമായ കമ്പനികളെ പൊതുകമ്പനികൾ എന്ന് വിളിക്കാം.

ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ രൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കൽ : ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം ആരംഭിക്കുമ്പോൾ അനുയോജ്യമായ ഒരു സംഘടനാരൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കുവാൻ പല ഘടകങ്ങളും പരിഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്. പ്രാരംഭ ചെലവുകൾ, ബാധ്യത, തുടർച്ച, മൂലധന പരിഗണനകൾ, കാര്യനിർവഹണ ശേഷി, നിയന്ത്രണത്തിന്റെ തോത്, ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവം തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാവണം അനുയോജ്യമായ സംഘടനാരൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടത്.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയുത്തരം തിരഞ്ഞെടുത്തെഴുതുക

1. ഉടമസ്ഥാവകാശവും മാനേജ്മെന്റും വേറിട്ടു നിൽക്കുന്ന ബിസിനസ് സംഘടനാ രൂപത്തിന്റെ പേര്:
   a) ഏകാംഗ വ്യാപാരം b) പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്
   c) കമ്പനി d) എല്ലാ ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളും
2. ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്സിൽ കർത്തയുടെ ബാധ്യത:
   a) ക്ലിപ്ത ബാധ്യത b) അക്ലിപ്ത ബാധ്യത
   c) കടബാധ്യത ഇല്ല d) കൂട്ടായ ബാധ്യത
3. സഹകരണ സംഘങ്ങൾ പിൻതുടരുന്ന തത്വം:
   a) ഒരു ഓഹരിക്ക് ഒരു വോട്ട് b) ഒരു അംഗത്തിന് ഒരു വോട്ട്
   c) വോട്ടവകാശമില്ല d) ഒന്നിലധികം വോട്ടുകൾ ചെയ്യാം
4. ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനിയിലെ ഡയറക്ടർ ബോർഡ് അംഗങ്ങളെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്:
   a) പൊതുജനം b) സർക്കാർ പ്രതിനിധികൾ
   c) ഓഹരി ഉടമകൾ d) ജീവനക്കാർ
5. 'ലാഭം പങ്കുവയ്ക്കേണ്ടതില്ല' ഈ പ്രസ്താവന അനുയോജ്യമാവുന്നത്:
   a) പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ് b) ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്
   c) ഏകാംഗ വ്യാപാരം d) കമ്പനി
6. ഒരു കമ്പനിയുടെ മൂലധനം പലഭാഗങ്ങളായി വിഭജിച്ചതിൽ ഒരു ഭാഗത്തെ വിളിക്കുന്ന പേര്:
   a) ഡിവിഡന്റ് b) ലാഭം
   c) പലിശ d) ഓഹരി

7. ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിലെ തലവനെ വിളിക്കുന്ന പേര്:
   a) ഉടമസ്ഥൻ b) ഡയറക്ടർ
   c) കർത്ത d) മാനേജർ
8. അംഗങ്ങൾക്ക് ന്യായമായ നിരക്കിൽ താമസസൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്:
   a) ഉൽപ്പാദക സഹകരണ സംഘങ്ങൾ b) ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ
   c) ഭവന നിർമ്മാണ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ d) വായ്പാ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ
9. ഒരു പങ്കാളിയുടെ പങ്കാളിത്തം പൊതുജനം അറിയുന്നില്ലെങ്കിൽ അദ്ദേഹത്തെ വിളിക്കുന്ന പേര്:
   a) സജീവ പങ്കാളി b) സുഷുപ്ത പങ്കാളി
   c) നാമമാത്ര പങ്കാളി d) രഹസ്യ പങ്കാളി

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിലെ പ്രായപൂർത്തിയാകാത്ത അംഗത്തെയും പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിലെ പ്രായപൂർത്തിയാകാത്ത അംഗത്തെയും താരതമ്യം ചെയ്യുക.
2. പങ്കാളിത്ത സംരംഭങ്ങളുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ നിർബന്ധമല്ലെങ്കിലും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്വമേധയാ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യാറുണ്ട്. എന്തുകൊണ്ട്? വിശദീകരിക്കുക.
3. സ്വകാര്യ കമ്പനികൾക്കുള്ള വിശേഷാധികാരങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?
4. ജനാധിപത്യവും മതേതരത്വവും മുഖമുദ്രയാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന സംരംഭമാണ് സഹകരണസംഘങ്ങൾ. എങ്ങനെയെന്ന് വിശദീകരിക്കുക.
5. പ്രതീതി പങ്കാളി എന്നാലെന്ത്? വിശദീകരിക്കുക.
6. താഴെപ്പറയുന്നവ വിശദീകരിക്കുക.
   a) സ്ഥായിയായ നിലനിൽപ്പ് b) പൊതു മുദ്ര
   c) കർത്ത d) കൃത്രിമ വ്യക്തിത്വം

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. ഏകാംഗ വ്യാപാരം എന്നാൽ എന്ത്? അതിന്റെ ഗുണദോഷങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
2. താരതമ്യേന ജനപ്രീതി കുറഞ്ഞ ബിസിനസ് രൂപമായി പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിനെ ചിലർ കണക്കാക്കുന്നു. എന്തുകൊണ്ട്? പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിന്റെ നേട്ടങ്ങളും പോരായ്മകളും വിശദീകരിക്കുക.
3. ഏതൊരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുമ്പോഴും അനുയോജ്യമായ രൂപം തിരഞ്ഞെടുക്കണമെന്ന് പറയുന്നതിന്റെ പ്രാധാന്യമെന്ത്? ബിസിനസ് തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ പരിഗണിക്കേണ്ട ഘടകങ്ങൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് വിശദീകരിക്കുക.
4. സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾ, ഗുണങ്ങൾ, ദോഷങ്ങൾ എന്നിവ ചർച്ച ചെയ്യുക. വിവിധതരം സഹകരണ സംഘങ്ങളെക്കുറിച്ച് വിശദീകരിക്കുക.
5. കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിന്റെയും പങ്കാളിത്ത ബിസിനസിന്റെയും വ്യത്യാസങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക.

6. ഒട്ടേറെ പരിമിതികൾ ഉണ്ടെങ്കിലും ധാരാളമാളുകൾ ഏകാംഗ വ്യാപാര സംരംഭങ്ങൾക്കാണ് മുൻഗണന നൽകാറുള്ളത് എന്തുകൊണ്ട്?

പ്രായോഗിക ചോദ്യങ്ങൾ

1. ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഒന്നിലധികം പേർ ചേർന്ന് രൂപീകരിക്കുന്ന ബിസിനസ്സ് സംരംഭം ഏതെന്നു തിരിച്ചറിയുക. നിങ്ങളുടെ അഭിപ്രായത്തെ സാധൂകരിക്കുക.
2. ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ആസ്തികളുടെ മൂല്യം 50,000 രൂപയാണ്. അവരുടെ ആകെ ബാധ്യത 80,000 രൂപയും. താഴെപ്പറയുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ ക്രെഡിറ്റേർസിന് സ്വീകരിക്കാവുന്ന നടപടി വിശദമാക്കുക.
   a) സ്ഥാപനം ഒരു ഏകാംഗ വ്യാപാരമാണ്
   b) അലിയും മഹേഷും ചേർന്നു നടത്തുന്ന പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനമാണെങ്കിൽ ക്രെഡിറ്റേർസിന് അവർക്ക് ലഭിക്കാനുള്ള തുക തിരികെ കിട്ടുന്നതിനുവേണ്ടി ഇവരിൽ ആരെയാണ് സമീപിക്കേണ്ടത്? നിങ്ങളുടെ പ്രതികരണത്തെ സാധൂകരിക്കുക.
3. കഴിഞ്ഞ ഒരു ദശാബ്ദക്കാലമായി അഭിജിത്ത് തന്റെ സ്റ്റേഷനറി ബിസിനസ്സും ആഭരണശാലയും ബാഗ് വിൽപ്പനകേന്ദ്രവും നഗരത്തിന്റെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങളിൽ വിജയകരമായി നടത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും പ്രവർത്തനങ്ങൾ നോക്കി നടത്തുവാൻ കഴിയുന്നുണ്ടെങ്കിലും തന്റെ സ്ഥാപനം ഒരു ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനി ആക്കി മാറ്റാൻ അദ്ദേഹം ആഗ്രഹിക്കുന്നു. അതോടൊപ്പം രാജ്യത്താകമാനം പുതിയ ശാഖകൾ തുറക്കാനും പദ്ധതിയുണ്ട്.
   a) ഈ സ്ഥാപനം ഒരു ഏകാംഗ വ്യാപാരമായി തുടരുന്നതിന്റെ 2 ഗുണങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
   b) ഒരു കമ്പനിയാക്കി മാറ്റുന്നതിന്റെ 2 ഗുണങ്ങൾ വിശദമാക്കുക.
   c) അദ്ദേഹം തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന ബിസിനസ് സംഘടനാരൂപം രാജ്യവ്യാപകമായി ശാഖകൾ ആരംഭിക്കണമെന്ന തീരുമാനത്തിൽ വഹിക്കുന്ന പങ്ക് വിശദമാക്കുക.
   d) കമ്പനിയായി പ്രവർത്തനമാരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള നിയമപരമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ എന്തെല്ലാം?

പ്രോജക്റ്റ് / അസൈൻമെന്റ്

താഴെപ്പറയുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനായി വിദ്യാർഥികളെ വിവിധ ഗ്രൂപ്പുകളായി തിരിക്കുക.

a) സമീപപ്രദേശത്തുള്ള ഏതെങ്കിലും 5 പലവ്യഞ്ജന വിൽപ്പനശാലകളുടേയോ സ്റ്റേഷനറി വിൽപ്പനശാലകളുടേയോ ഉടമസ്ഥാവകാശവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിവരങ്ങൾ (profile) പഠനവിധേയമാക്കുക.

b) ഒരു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പഠനവിധേയമാക്കുക.

c) ഏതെങ്കിലും 5 പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിവരങ്ങളെക്കുറിച്ച് (profile) അന്വേഷണം നടത്തി റിപ്പോർട്ട് തയ്യാറാക്കുക.

d) പ്രദേശത്തുള്ള സഹകരണസംഘങ്ങൾ പിൻതുടരുന്ന തത്വങ്ങളും പ്രവർത്തനരീതികളും പഠനവിധേയമാക്കുക.

e) ഏതെങ്കിലും 5 കമ്പനികളുടെ (സ്വകാര്യകമ്പനികളും പൊതുകമ്പനികളും) വിവരങ്ങൾ (profile) ശേഖരിക്കുക.

കുറിപ്പുകൾ

1. മേൽസൂചിപ്പിച്ച പഠനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിനായി താഴെപ്പറയുന്ന സൂചനകൾ വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് നൽകാവുന്നതാണ്:

ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവം, മൂലധനനിക്ഷേപത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സ്ഥാപനത്തിന്റെ വലിപ്പം, ജീവനക്കാരുടെ എണ്ണം, വിറ്റുവരവ്, സ്ഥാപനം അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ, പ്രസ്തുത ബിസിനസ് സംഘടനാരൂപം തിരഞ്ഞെടുത്തതിന് പിന്നിലുള്ള കാരണങ്ങൾ, തീരുമാനങ്ങൾ കൈക്കൊള്ളുന്ന രീതി, വിപുലീകരണ സാധ്യതകൾ, തിരഞ്ഞെടുത്ത സംഘടനാ രൂപത്തിന്റെ ഉപയുക്തത തുടങ്ങിയവ.

2. മേൽപ്പറഞ്ഞ പഠനങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള പ്രോജക്ട് റിപ്പോർട്ടുകളും മൾട്ടിമീഡിയ പ്രസന്റേഷനുകളും തയ്യാറാക്കി വരുന്നതിനായി വിദ്യാർത്ഥികളെ പ്രേരിപ്പിക്കാവുന്നതാണ്.

E9Y1A6

അധ്യായം 3

സ്വകാര്യ, പൊതു, ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ

(PRIVATE, PUBLIC AND GLOBAL ENTERPRISES)

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- ബിസിനസ് എന്ന ആശയവും അതിന്റെ സവിശേഷതകളെ കുറിച്ചും വിവരിക്കുന്നു.
- വിവിധ പൊതുമേഖല സംരംഭങ്ങളായ വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾ, പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ, സർക്കാർകമ്പനികൾ എന്നിവയുടെ പ്രത്യേകതകൾ വിശദീകരിക്കുന്നു.
- പൊതുമേഖലയുടെ മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പങ്കിനെ കുറിച്ച് വിമർശനാത്മകമായി പരിശോധിക്കുന്നു.
- ആഗോള സംരംഭങ്ങളുടെ സ്വഭാവ സവിശേഷതകൾ വിശദീകരിക്കുന്നു.
- സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ നേട്ടങ്ങളെക്കുറിച്ച് വിവേചിച്ചറിയുന്നു.

പതിനൊന്നാം ക്ലാസ് വിദ്യാർത്ഥിനിയായ അനിത പത്ര വായനക്കിടയിൽ ചില തലക്കെട്ടുകൾ ഏറെ ശ്രദ്ധിച്ചു. അവയിൽ ചിലത് സർക്കാർ ചില കമ്പനികളിലെ അവരുടെ നിക്ഷേപം പിൻവലിക്കാൻ തീരുമാനിക്കുന്നത് സംബന്ധിച്ചായിരുന്നു. പിറ്റേദിവസം ഒരു പുതിയ വാർത്ത കൂടി കാണാൻ ഇടയായി. അത് ഭീമമായ നഷ്ടം വരുത്തിവച്ച പൊതുമേഖലാ കമ്പനി അടച്ചു പൂട്ടുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതായിരുന്നു. ഈ വാർത്തയ്ക്ക് വിരുദ്ധമായി പല സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളും നല്ല രീതിയിൽ ലാഭം നേടുന്ന വാർത്തകളും അവളുടെ ശ്രദ്ധ ആകർഷിച്ചു. സ്വകാര്യമേഖല (Private sector), ഓഹരി വിറ്റഴിക്കൽ (Disinvestment), സ്വകാര്യവൽക്കരണം (Privatisation) എന്നീ വാക്കുകൾ അനിതയിൽ ജിജ്ഞാസ ഉളവാക്കി. റെയിൽവേ പോലെയുള്ള ചില മേഖലകളിൽ സർക്കാർ മാത്രമേ പ്രവർത്തിക്കുന്നുള്ളൂ എന്നും മറ്റു ചില മേഖലകളിൽ സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിലും സ്വകാര്യവ്യക്തികളുടെ നിയന്ത്രണത്തിലുമുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ടെന്നും അവൾ മനസ്സിലാക്കി. ഘനവ്യവസായ സംരംഭങ്ങളിൽ സ്റ്റീൽ അതോറിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യ ലിമിറ്റഡ്(SAIL), ഭാരത് ഹെവി ഇലക്ട്രിക്കൽസ് ലിമിറ്റഡ് (BHEL), ടാറ്റാ സ്റ്റീൽ ലിമിറ്റഡ് (Tata Steel Ltd.), റിലയൻസ് (Reliance), ബിർലാ (Birla) തുടങ്ങിയ കമ്പനികൾ നിലനിൽക്കുന്നു. ടെലികോം മേഖലയിൽ ടാറ്റ (Tata), റിലയൻസ് (Reliance), എയർടെൽ (Airtel) തുടങ്ങിയ സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളും ബി.എസ്.എൻ.എൽ (BSNL), എം.ടി.എൻ.എൽ (MTNL) തുടങ്ങിയ സർക്കാർ സംരംഭങ്ങളും തോളോടുതോൾ ചേർന്നു പ്രവർത്തിക്കുന്നു. വ്യോമയാന മേഖലയിൽ സർക്കാർ സംരംഭങ്ങളായ ഇന്ത്യൻ എയർലൈൻസ് (Indian Airlines), എയർ ഇന്ത്യ (Air India) എന്നിവയോടൊപ്പം സ്വകാര്യ മേഖലയിൽ നിന്ന് എയർലൈൻസ് സഹാറാ (Airlines Sahara), ജെറ്റ് (Jet), ഇൻഡിഗോ (Indigo) തുടങ്ങിയവയും പ്രവർത്തിക്കുന്നു. കൊക്കക്കോള (CocoCola), പെപ്സി (Pepsi), ഹ്യുണ്ടായി (Hundai) എന്നിവ ഇവിടെത്തന്നെ ഉള്ളവ ആയിരുന്നോ അതോ മറ്റേതെങ്കിലും രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിച്ച് കൊണ്ടിരുന്നവയായിരുന്നോ എന്നായി അവളുടെ അടുത്ത ചിന്ത. അവൾ വായനശാലയിലേക്ക് പോവുകയും അവിടെ കണ്ട പുസ്തകങ്ങളിലും ബിസിനസ് വാരികകളിലും വർത്തമാന പത്രങ്ങളിലും തന്റെ സംശയങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനായി ഇത്രയധികം വിജ്ഞാനങ്ങൾ ലഭ്യമാണല്ലോ എന്ന് കണ്ട് അതിശയിക്കുകയും ചെയ്തു.

3.1 ആമുഖം

നമ്മൾ എല്ലാവരും തന്നെ ദൈനംദിന ജീവിതത്തിൽ പലതരം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെടാറുണ്ട്. നമ്മുടെ സമീപ പ്രദേശങ്ങളിൽ ഏകാംഗ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള വ്യാപാരസ്ഥാപനങ്ങളും വലിയ കമ്പനികളുടെ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളും ഒന്നിൽക്കൂടുതൽ വ്യക്തികൾ ചേർന്നു നടത്തുന്ന പങ്കാളിത്ത ബിസിനസുകളും കാണപ്പെടുന്നുണ്ട്. ഇവയൊക്കെത്തന്നെ സ്വകാര്യ വ്യക്തികളുടെ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളാണ്. അതുപോലെ തന്നെ സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള അനേകം സ്ഥാപനങ്ങളും നമുക്കു പരിചയമുണ്ട്. ഇന്ത്യൻ റെയിൽവേ, കെ.എസ്.ആർ.ടി.സി (KSRTC), പോസ്റ്റോഫീസ് തുടങ്ങിയവ പൂർണമായും സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളാണ്. പണ്ടുകാലത്ത് കത്തിടപാടുകൾ നടത്തുവാൻ നാം പോസ്റ്റ് ഓഫീസിനെ മാത്രമാണ് ആശ്രയിച്ചിരുന്നതെങ്കിൽ ഇപ്പോൾ വ്യത്യസ്ത രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്വകാര്യ കൊറിയർ സേവന സ്ഥാപനങ്ങളെ വേഗത്തിലുള്ള കത്തിടപാടുകൾക്കായി നാം ആശ്രയിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ ഒന്നിൽ കൂടുതൽ രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ ആഗോള സ്ഥാപനങ്ങൾ എന്ന് അറിയപ്പെടുന്നു. പൊതുമേഖല എന്നോ സ്വകാര്യ മേഖല എന്നോ ആഗോള മേഖലയെന്നോ തരംതിരിവില്ലാതെ എല്ലാത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളും രാജ്യത്ത് ബിസിനസ് നടത്തുന്നതായി കാണുവാൻ കഴിയും. ഈ അധ്യായത്തിൽ ഇത്തരത്തിലുള്ള വിവിധ സ്ഥാപനങ്ങളെക്കുറിച്ചാണ് പ്രതിപാദിക്കുന്നത്.

3.2 സ്വകാര്യമേഖലയും പൊതുമേഖലയും (PRIVATE SECTOR AND PUBLIC SECTOR)

നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് വിവിധ തരത്തിലുള്ള ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ഇവ സ്വകാര്യ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ളതോ സർക്കാർ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ളതോ ആകുന്നു. നമ്മുടെ ദൈനംദിന സാമ്പത്തിക കാര്യങ്ങളെ സ്വാധീനിക്കുന്നതിനാൽ ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയുടെ പ്രധാന ഭാഗമാകുന്നു. ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയിൽ സ്വകാര്യമേഖലയിലും പൊതുമേഖലയിലും പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉള്ളതിനാൽ നമ്മുടെ സമ്പദ്ഘടന ഒരു മിശ്ര സമ്പദ്ഘടന (Mixed Economy) എന്നറിയപ്പെടുന്നു. ഭാരത സർക്കാർ സ്വകാര്യ മേഖലയുടെയും പൊതുമേഖലയുടെയും പങ്കാളിത്തമുള്ള മിശ്ര സമ്പദ്ഘടനയാണ് സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയെ പ്രധാനമായും സ്വകാര്യമേഖലയെന്നും പൊതുമേഖലയെന്നും രണ്ടായി തരം തിരിക്കാം.

സ്വകാര്യവ്യക്തികളോ സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളോ നടത്തുന്ന ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളാണ് സ്വകാര്യ മേഖലയിൽ ഉൾപ്പെടുന്നത്. ഏകാംഗ വ്യാപാരം, പങ്കാളിത്ത വ്യാപാരം, ഹിന്ദു അവിഭക്ത കുടുംബ ബിസിനസ്, സഹകരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ, കമ്പനികൾ തുടങ്ങിയവ സ്വകാര്യ മേഖലയിലെ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

സർക്കാരിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലും നിയന്ത്രണത്തിലും ഉള്ള സ്ഥാപനങ്ങളാണ് പൊതുമേഖലാസ്ഥാപനങ്ങൾ. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ പൂർണമായോ ഭാഗികമായോ കേന്ദ്രസർക്കാരിന്റെയോ സംസ്ഥാനസർക്കാരിന്റെയോ ഉടമസ്ഥതയിൽ ആയിരിക്കും. ഇവ പാർലമെന്റ് പാസാക്കിയ പ്രത്യേക നിയമത്തിന്റെയോ ഏതെങ്കിലും മന്ത്രാലയത്തിന്റെയോ ഭാഗമാകാം. രാജ്യത്തെ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഇടപെടുന്നതിനുള്ള മാർഗ്ഗമായി പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളെ സർക്കാർ ഉപയോഗിക്കുന്നു.

സർക്കാർ കാലാകാലങ്ങളിൽ വ്യവസായ നയ പ്രമേയങ്ങളിലൂടെ കൃത്യമായി സ്വകാര്യമേഖലയുടെയും പൊതുമേഖലയുടെയും പ്രവർത്തനങ്ങളെപ്പറ്റി പ്രതിപാദിക്കാറുണ്ട്. 1948 ലെ വ്യവസായ നയ പ്രമേയത്തിൽ സർക്കാർ വ്യവസായ മേഖലയുടെ പുരോഗതിക്ക് വേണ്ട സമീപനം മുന്നോട്ടുവച്ചു. ഇതിലൂടെ സർക്കാർ സ്വകാര്യ മേഖലയുടെയും പൊതുമേഖലയുടെയും പങ്ക് വ്യക്തമാക്കുകയും വിവിധ നിയമങ്ങളിലൂടെയും നിയന്ത്രണങ്ങളിലൂടെയും ഇവയുടെ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മേൽനോട്ടം വഹിക്കുകയും ചെയ്തു. 1956 ലെ വ്യവസായ നയ പ്രമേയം വ്യവസായവൽക്കരണവും വളർച്ചാനിരക്കും ത്വരിതപ്പെടുത്തുന്നതിനു വേണ്ടി പൊതുമേഖലയ്ക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകി ചില ലക്ഷ്യങ്ങൾ മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുകയും അതോടൊപ്പംതന്നെ സ്വകാര്യ മേഖലയുടെ സാന്നിദ്ധ്യം ഉറപ്പു വരുത്തുകയും ചെയ്തു. എന്നാൽ 1991 ലെ വ്യവസായ നയ പ്രമേയം മുൻ നയ പ്രമേയങ്ങളിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി സ്വകാര്യ മേഖലയ്ക്ക് കൂടുതൽ ഊന്നൽ നൽകുന്നതും ഇന്ത്യയിലേക്ക് നേരിട്ട് വിദേശനിക്ഷേപം ആകർഷിക്കുന്നതും ആയിരുന്നു. അതുവഴി ഒന്നിൽ കൂടുതൽ രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ആഗോള സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ് ഘടനയിലേക്ക് പ്രവേശിച്ചു. നമ്മുടെ സമ്പദ്ഘടനയിൽ പൊതുമേഖല, സ്വകാര്യ മേഖല, ആഗോള ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ എന്നിവ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ട്.

3.3 പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സംഘടനാ രൂപങ്ങൾ (FORMS OF ORGANISING PUBLIC SECTOR ENTERPRISES)

സ്വകാര്യ മേഖലയിലെ വിവിധ തരം ബിസിനസ് സംഘടനാ രൂപങ്ങളായ ഏകാംഗ വ്യാപാരം, പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്, ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബ ബിസിനസ്സ്, സഹകരണ സ്ഥാപനങ്ങൾ, കമ്പനി എന്നിവയെക്കുറിച്ച് കഴിഞ്ഞ അധ്യായത്തിൽ നാം പരിചയപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്.

അതുപോലെതന്നെ ബിസിനസ് രംഗത്ത് സർക്കാരിന്റെ ഇടപെടലുകൾക്ക് ചില സംഘടനാരൂപങ്ങൾ ആവശ്യമുണ്ട്.

പൊതുമേഖലയുടെ രൂപീകരണത്തിൽ സർക്കാരിന് നിർണായകമായ സ്ഥാനം ഉള്ളതിനാൽ അവ എങ്ങനെ രൂപീകരിക്കണം ഏത് സംഘടനാരൂപം സ്വീകരിക്കണം എന്നുള്ളത് സർക്കാരിനെ സംബന്ധിച്ച് പ്രധാനപ്പെട്ട കാര്യം തന്നെയാണ്. എന്നാൽ സർക്കാർ അവിടുത്തെ ജനങ്ങൾ, ഓഫീസുകൾ, ജീവനക്കാർ എന്നിവയിലൂടെ പ്രവർത്തിക്കുകയും സർക്കാരിന് വേണ്ടി അവർ തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. രാജ്യത്തെ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ പങ്കെടുക്കുക എന്ന ഉദ്ദേശ്യത്തോടെയാണ് സർക്കാർ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ രൂപീകരിച്ചിട്ടുള്ളത്. മാത്രമല്ല ഇന്നത്തെ ഉദാരവൽക്കൃത മത്സരലോകത്ത് ഇവ രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക പുരോഗതിക്ക് നേട്ടമുണ്ടാക്കും എന്നും പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. പൊതു ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ അവയുടെ കണക്ക് പാർലമെന്റിലൂടെ പൊതു ജനങ്ങളെ ബോധ്യപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്. പൊതു ഉടമസ്ഥത, പൊതുമുതൽ ഉപയോഗം, പൊതുജനങ്ങളോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം തുടങ്ങിയവയാണ് ഇവയുടെ പ്രത്യേകതകൾ.

ഒരു പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനത്തിന് അതിന്റെ പ്രവർത്തന സ്വഭാവത്തിന്റെയും സർക്കാരുമായുള്ള ബന്ധത്തിന്റെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഏതുതരം സംഘടനാരൂപവും സ്വീകരിക്കാവുന്നതാണ്. എന്നാൽ അവയുടെ ആവശ്യകതയ്ക്ക് അനുസരിച്ചായിരിക്കും അനുയോജ്യമായ സംഘടനാരൂപം തീരുമാനിക്കുക. പൊതുമേഖലയിലെ ഏതൊരു സ്ഥാപനവും പൊതുതത്വങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് സംഘടനാപരമായ ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയും ഗുണനിലവാരവും ഉറപ്പാക്കേണ്ടതുണ്ട്. പ്രധാനമായും മൂന്ന് രൂപത്തിലാണ് പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ സംഘടിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്.

1. വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾ (Departmental Undertaking)
2. പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ (Statutory Corporation/Public Corporation)
3. സർക്കാർ കമ്പനികൾ (Government Company)

3.3.1 വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾ (Departmental Undertakings)

സർക്കാരിന്റെ ഒരു പ്രത്യേക മന്ത്രാലയത്തിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണ് വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾ. പൊതുമേഖലാസ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഏറ്റവും പഴക്കം ചെന്നതും പാരമ്പരാഗതമായിട്ടുള്ളവയുമാണിവ. ഇവ സ്വയം ഭരണാവകാശമുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളല്ല. കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെയോ സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെയോ ഉദ്യോഗസ്ഥന്മാരാണ് വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുന്നത്. ഇവ കേന്ദ്രസർക്കാരിന്റെയോ സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെയോ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ളതും അതത് സർക്കാരിന്റെ നിയമങ്ങൾക്ക് വിധേയവുമാണ്. ഇന്ത്യൻ റെയിൽവേ, ഇന്ത്യൻ പോസ്റ്റൽ സർവ്വീസ്, ആകാശവാണി, ദൂരദർശൻ മുതലായവ വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

പ്രത്യേകതകൾ (Features)

വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രത്യേകതകൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

1. ഇത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനത്തിന് ആവശ്യമായ പണം സർക്കാർ ഖജനാവിൽ നിന്ന് പൊതുബജറ്റ് വഴി അനുവദിക്കുന്നു. ഇവയുടെ വരുമാനം സർക്കാർ ഖജനാവിലേക്ക് നൽകുന്നു.
2. എല്ലാ സർക്കാർ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുമുള്ള സാമ്പത്തിക പരിശോധനാ സംവിധാനം ഇവയ്ക്കും ബാധകമാണ്.
3. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിലെ ജീവനക്കാർ സർക്കാർ ജീവനക്കാരായിരിക്കും. അവരുടെ നിയമന സേവന വ്യവസ്ഥകൾ സർക്കാർ ജീവനക്കാരുടേതിന് തുല്യമാണ്. ഇവയുടെ മേധാവികൾ ഐ.എ.എസ് (IAS) തലത്തിലുള്ള ഉദ്യോഗസ്ഥനായിരിക്കും.
4. ഇവ സർക്കാർ മന്ത്രാലയത്തിന്റെ നേരിട്ടുള്ള നിയന്ത്രണത്തിൽ ആയിരിക്കും.
5. മാനേജ്മെന്റ് ബന്ധപ്പെട്ട മന്ത്രാലയത്തിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിലായതിനാൽ മന്ത്രാലയത്തോട് ഉത്തരം പറയാൻ ഇവർ ചുമതലപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

മേന്മകൾ (Merits)

വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങളുടെ മേന്മകൾ ചുവടെ വിവരിക്കുന്നു.

1. ഇവയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ പാർലമെന്റിന്റെ കാര്യക്ഷമമായ ഇടപെടലുകളും നിയന്ത്രണവും സാധ്യമാകുന്നു.
2. സാമൂഹികപ്രതിബദ്ധത ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു.
3. ഇവയിൽ നിന്നുള്ള വരുമാനം സർക്കാർ ഖജനാവിൽ മുതൽ കൂട്ടുന്നു.
4. ബന്ധപ്പെട്ട മന്ത്രാലയത്തിന്റെ നേരിട്ടുള്ള മേൽനോട്ടത്തിലും നിയന്ത്രണത്തിലുമായതിനാൽ ദേശീയ സുരക്ഷയ്ക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമാണിത്.

പരിമിതികൾ (Demerits)

വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങളുടെ പോരായ്മകൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു

1. ബിസിനസിന്റെ സുഗമമായ പ്രവർത്തനത്തിന് വേണ്ടവിധത്തിൽ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തുവാൻ സാധിക്കുന്നില്ല.
2. ബന്ധപ്പെട്ട മന്ത്രാലയത്തിന്റെ മുൻകൂർ അനുമതി അവശ്യമായതിനാൽ തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുന്നതിൽ കാലതാമസം ഉണ്ടാകുന്നു.
3. ഉദ്യോഗസ്ഥരുടെ അമിത ജാഗ്രതയും യാഥാസ്ഥിതിക സമീപനവും മൂലം പുതിയ ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുവാൻ സാധിക്കാതെ വരുന്നു.
4. ചുവപ്പുനാട സമ്പ്രദായം (Red tapism) ഇവയുടെ ദൈനം ദിന പ്രവർത്തനങ്ങളെ തളർത്തുന്നു.
5. രാഷ്ട്രീയ ഇടപെടലുകൾ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സുഗമമായ പ്രവർത്തനത്തെ തടസ്സപ്പെടുത്തുന്നു.
6. ഉപഭോക്താവിന്റെ ആവശ്യങ്ങളോട് അനുഭാവപൂർണമായ സമീപനം സ്വീകരിക്കണമെന്നില്ല.

3.3.2 പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ (Statutory Corporations/Public Corporations)

പാർലമെന്റോ നിയമസഭയോ പാസ്സാക്കുന്ന നിയമത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രൂപീകരിക്കപ്പെടുന്ന സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളാണ് പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സർക്കാർ വകുപ്പുമായുള്ള ബന്ധത്തെയും നടപടിക്രമങ്ങളെയും അധികാരങ്ങളെയും ജീവനക്കാരെയും സംബന്ധിക്കുന്ന കാര്യങ്ങൾ ഇവയുടെ നിയമത്തിൽ വ്യക്തമാക്കിയിരിക്കും.

ഒരു പ്രത്യേകതരം വാണിജ്യ പ്രവർത്തനത്തിലോ മേഖലയിലോ പൂർണ നിയന്ത്രണമുള്ള, നിയമനിർമ്മാണസഭയിലൂടെ സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ട, വ്യക്തമായ അധികാരങ്ങളും ചുമതലകളും സാമ്പത്തിക സ്വാതന്ത്ര്യവുമുള്ള നിയമപരമായ സമിതിയാണ് പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ. സ്വന്തം നിലയ്ക്ക് പ്രവർത്തിക്കുവാൻ കഴിയുന്ന നിയമ പദവിയുള്ള ഒരു സ്ഥാപനമാണിത്. ആയതിനാൽ ഇവയ്ക്ക് സർക്കാരിന്റെ അധികാരങ്ങളും സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനക്ഷമതയും ഉണ്ടായിരിക്കും. റിസർവ്വ് ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യ (RBI), സ്റ്റേറ്റ് ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യ (SBI), എയർ ഇന്ത്യ (Air India), എൽ.ഐ.സി (LIC), കെ.എസ്.ആർ.ടി.സി (KSRTC) തുടങ്ങിയവ പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾക്ക് ഉദാഹരണ ങ്ങളാണ്.

പ്രത്യേകതകൾ (Features)

പൊതു കോർപ്പറേഷനുകളുടെ പ്രത്യേകതകൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. നിയമനിർമ്മാണസഭകളുടെ പ്രത്യേക നിയമത്താൽ രൂപീകരിക്കപ്പെട്ടതാകുന്നു. ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങളും അധികാരങ്ങളും പ്രസ്തുത നിയമത്തിൽ വ്യക്തമാക്കിയിരിക്കും.
2. ഇവ പൂർണമായും സർക്കാർ ഉടമസ്ഥതയിലാണ്. ഇതിന്റെ സാമ്പത്തിക ഉത്തരവാദിത്വവും ലാഭനഷ്ടങ്ങളും സർക്കാരിൽ നിക്ഷിപ്തമാണ്.
3. പ്രത്യേകം നിയമപരമായ പദവിയുള്ളതിനാൽ സ്വന്തം പേരിൽ കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെടാനും സ്വത്ത് സമ്പാദിക്കുവാനും, വ്യവഹാരം നടത്തുവാനും സാധിക്കും.
4. ഇവയ്ക്ക് സാമ്പത്തിക സ്വാതന്ത്ര്യമുള്ളതിനാൽ സ്വന്തം വരുമാനം ഉപയോഗിക്കാൻ സാധിക്കുന്നതിനോടൊപ്പം പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്നോ സർക്കാരിൽ നിന്നോ വായ്പയും സ്വീകരിക്കാം.
5. സർക്കാരിന്റെ അക്കൗണ്ടിംഗിനോ പരിശോധനാ നിയമങ്ങൾക്കോ വിധേയമല്ല. കേന്ദ്ര ബജറ്റുമായും ഇതിന് ബന്ധമില്ല.
6. ഇതിലെ ജീവനക്കാർ സർക്കാർ ജീവനക്കാർ അല്ലാത്തതിനാൽ അവരുടെ നിയമനവും സേവനരീതികളും കോർപ്പറേഷന്റെ നിയമത്തിലെ വ്യവസ്ഥകൾക്കനുസരിച്ച് മാത്രമായിരിക്കും. എന്നാൽ സർക്കാർ വകുപ്പുകളിൽ നിന്ന് ജീവനക്കാരെ ഇവിടേക്ക് നിയുക്ത നിയമനാടിസ്ഥാനത്തിൽ (deputation) ഉൾപ്പെടുത്താറുണ്ട്.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

പൊതു കോർപ്പറേഷനുകളുടെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. വളരെയധികം പ്രവർത്തനസ്വാതന്ത്ര്യം ഉള്ളതിനാൽ സർക്കാരിന്റെ അനാവശ്യമായ നിയന്ത്രണങ്ങളും നടപടിക്രമങ്ങളും ഇവയെ ബാധിക്കാറില്ല.
2. ഇവയുടെ സാമ്പത്തികസ്രോതസ്സ് സർക്കാരിന്റെ ബജറ്റിൽ നിന്ന് അല്ലാത്തതിനാൽ സാമ്പത്തിക കാര്യങ്ങളിൽ സർക്കാരിന്റെ ഇടപെടലുകൾ ഉണ്ടാകാറില്ല.
3. സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനമായതിനാൽ നിയമ പരിധിക്കുള്ളിൽ നിന്നുകൊണ്ട് നയങ്ങളും നടപടിക്രമങ്ങളും സ്വമേധയാ രൂപീകരിക്കാൻ കഴിയുന്നു.
4. സർക്കാർ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പദവിയും സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യവും ഉള്ളതിനാൽ ഇവയ്ക്ക് ഉയർന്ന കാര്യക്ഷമതയോടെ പ്രവർത്തിക്കാൻ കഴിയും.

പരിമിതികൾ (Demerits)

പൊതു കോർപ്പറേഷനുകളുടെ ദോഷങ്ങൾ താഴെപ്പറയുന്നവയാണ്.

1. പൊതു കോർപ്പറേഷനുകളുടെ പ്രവർത്തനം അനേകം നിയമങ്ങളുടെയും നടപടിക്രമങ്ങളുടെയും അടിസ്ഥാനത്തിലായതിനാൽ ഇവയ്ക്ക് പരിമിതമായ പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യം മാത്രമേയുള്ളൂ.
2. സർക്കാരിന്റെയും രാഷ്ട്രീയക്കാരുടെയും ഇടപെടലുകൾ പ്രധാന തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതിൽ തടസ്സമായി നിൽക്കുന്നു.
3. പൊതുജനങ്ങളുമായി ഇടപെടുന്ന മേഖലയായതിനാൽ വ്യാപകമായ അഴിമതിക്ക് ഇടവരുത്തുന്നു.
4. സർക്കാർ നിയമിച്ച ഉപദേശകസമിതി പൊതു കോർപ്പറേഷനുകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനാൽ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതിനുള്ള ഇവയുടെ സ്വാതന്ത്ര്യത്തെ പരിമിതപ്പെടുത്തുന്നു. അഭിപ്രായ വ്യത്യാസമുണ്ടായാൽ അന്തിമ തീരുമാനത്തിനായി സർക്കാർ ഉപദേശത്തിനായി കാത്തിരിക്കേണ്ടി വരുന്നു.

3.3.3 സർക്കാർ കമ്പനികൾ (Government Companies)

ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമപ്രകാരം രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് ആരംഭിച്ചിട്ടുള്ള പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളാണ് സർക്കാർ കമ്പനികൾ. പൂർണമായും വ്യാപാരത്തിന് വേണ്ടിയും സ്വകാര്യമേഖലയിലെ കമ്പനികളുമായി മത്സരിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയുമാണ് സർക്കാർ കമ്പനികൾ ആരംഭിച്ചിട്ടുള്ളത്. ഹിന്ദുസ്ഥാൻ മെഷീൻ ടൂൾസ് ലിമിറ്റഡ് (HMTL), ഇന്ത്യൻ ഓയിൽ കോർപ്പറേഷൻ (IOC), സ്റ്റീൽ അതോറിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യ ലിമിറ്റഡ് (SAIL) തുടങ്ങിയവ സർക്കാർ കമ്പനികൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമത്തിന്റെ ഭാഗം 2 (45) അനുസരിച്ച് ഒരു കമ്പനിയുടെ 51 ശതമാനത്തിൽ കുറയാത്ത അടച്ചുതീർത്ത ഓഹരി മൂലധനം കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെയോ ഏതെങ്കിലും സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെയോ അല്ലെങ്കിൽ ഭാഗികമായി കേന്ദ്രസർക്കാരും സംസ്ഥാനസർക്കാരും അതുമല്ലെങ്കിൽ ഒന്നിൽ കൂടുതൽ സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ ഒരുമിച്ചോ കൈവശം വച്ചിരിക്കുന്നുവെങ്കിൽ അവയെ സർക്കാർ കമ്പനി എന്നു വിളിക്കുന്നു. ഒരു സർക്കാർ കമ്പനിയുടെ അനുബന്ധ കമ്പനിയും ഈ ഗണത്തിൽപ്പെടുന്നു. കമ്പനി നിയമത്തിലെ എല്ലാ വ്യവസ്ഥകളും സർക്കാർ കമ്പനികൾക്കും ബാധകമാണ്. സർക്കാർ കമ്പനി പൊതുകമ്പനിയായോ സ്വകാര്യ കമ്പനിയായോ രൂപീകരിക്കാം. ഇത്തരം കമ്പനികളിലെ ഡയറക്ടർമാരുടെയും മറ്റ് ഭരണനിർവാഹകരുടെയും നിയമനം, വിരമിക്കൽ എന്നിവ ചില വ്യവസ്ഥകൾക്ക് വിധേയമായിട്ടായിരിക്കും.

ഇത്തരം കമ്പനികളിലെ അടച്ചു തീർത്ത ഓഹരി മൂലധനത്തിന്റെ നിയന്ത്രണം സർക്കാരിന് ആയിരിക്കും. കമ്പനിയുടെ ഓഹരികൾ ഇന്ത്യൻ രാഷ്ട്രപതിയുടെ പേരിലാണ് വാങ്ങുക. ഇതിന്റെ പ്രധാന ഓഹരിയുടമയും ഭരണ നിയന്ത്രണവും സർക്കാരിൽ തന്നെ ആയതിനാൽ ഇവ സർക്കാർ കമ്പനികൾ എന്ന് അറിയപ്പെടുന്നു.

പ്രത്യേകതകൾ (Features)

സർക്കാർ കമ്പനികളുടെ പ്രത്യേകതകൾ താഴെപ്പറയുന്നവയാണ്.

(i) 1956 ലെയോ 2013 ലെയോ കമ്പനി നിയമങ്ങൾ അനുസരിച്ചാണ് ഇത് രൂപീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്.

(ii) ഇവയ്ക്ക് സ്വന്തമായ അസ്തിത്വമുള്ളതിനാൽ സ്വന്തം നിലയ്ക്ക് കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെടാനും സ്വത്തുക്കൾ സമ്പാദിക്കുവാനും സാധിക്കും .

(iii) കമ്പനിക്ക് സ്വന്തം നിലയ്ക്ക് വ്യവഹാരം ചെയ്യാനും വ്യവഹാരപ്പെടുവാനും സാധിക്കും.

(iv) ഇവയുടെ മാനേജ്മെന്റ് മറ്റ് ഏത് പൊതു ക്ലിപ്ത കമ്പനികളേയും പോലെ കമ്പനി നിയമത്തിലെ വ്യവസ്ഥകൾക്കനുസരിച്ചായിരിക്കും.

(v) കമ്പനിയുടെ ലക്ഷ്യങ്ങളും നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും പ്രതിപാദിക്കുന്ന മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസോസിയേഷനും ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസോസിയേഷനും ഇവയുടെ പ്രധാന രേഖകളാണ്. ഈ രേഖകളിൽ പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുള്ള നിയമങ്ങൾക്കും നടപടിക്രമങ്ങൾക്കുമനുസരിച്ചാണ് ഇവയുടെ ജീവനക്കാരെ നിയമിക്കുന്നത്.

(vi) സർക്കാർ വകുപ്പുകൾക്ക് ബാധകമായ അക്കൗണ്ടിംഗ് പരിശോധനാ നടപടി ക്രമങ്ങൾ ഇവയ്ക്ക് ബാധകമല്ല. സർക്കാർ ഇവയ്ക്കായി പ്രത്യേകം പരിശോധകനെ നിയമിക്കുകയും വാർഷിക കണക്ക് വിവരങ്ങൾ നിയമ നിർമ്മാണസഭക്ക് സമർപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(vii) സർക്കാർ കമ്പനികളുടെ മൂലധനം സ്വകാര്യ വ്യക്തികളിൽ നിന്നും സർക്കാരിൽനിന്നുമാണ് സ്വരൂപിക്കപ്പെടുന്നത്. അതുപോലെ തന്നെ ഇവയ്ക്ക് ധനകാര്യ വിപണിയിൽ നിന്ന് മൂലധനം കണ്ടെത്താവുന്നതാണ്.

നേട്ടങ്ങൾ (Merits)

സർക്കാർ കമ്പനികളുടെ നേട്ടങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു.

(i) എളുപ്പത്തിൽ രൂപീകരിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. കാരണം പാർലമെന്റിൽ പ്രത്യേക നിയമം പാസാക്കേണ്ടതില്ല.

(ii) സർക്കാരിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി ഇവയ്ക്ക് സ്വന്തമായ അസ്തിത്വമുണ്ട്.

(iii) ഭരണകാര്യങ്ങളിൽ ദീർഘവീക്ഷണത്തോടെ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുവാനും അവ വേഗത്തിൽ നടപ്പിലാക്കുവാനും കഴിയുന്നു.

(iv) സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും മിതമായ നിരക്കിൽ നൽകുന്നതിനാൽ ഇവയ്ക്ക് വിപണിയെ നിയന്ത്രിക്കുവാനും അനാരോഗ്യ ബിസിനസ് സമ്പ്രദായങ്ങളെ ഒഴിവാക്കാനും സാധിക്കുന്നു.

ദോഷങ്ങൾ (Limitations)

സർക്കാർ കമ്പനികളുടെ ദോഷങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

(i) സർക്കാർ കമ്പനികളുടെ ഓഹരിയുടമകൾ സർക്കാർ മാത്രമായതിനാൽ കമ്പനി നിയമത്തിലെ വ്യവസ്ഥകൾക്ക് വേണ്ടത്ര പ്രാധാന്യം ലഭിക്കുന്നില്ല.

(ii) ഇവയുടെ സാമ്പത്തിക സഹായം സർക്കാർ ഖജനാവിൽ നിന്നാണെങ്കിലും പാർലമെന്റിനോട് നേരിട്ട് ഉത്തരം പറയേണ്ടതില്ല. അതിനാൽ ഭരണഘടനാപരമായ ഉത്തരവാദിത്വത്തിൽ നിന്ന് ഒഴിഞ്ഞുമാറുന്നു.

(iii) കമ്പനിയുടെ നിയന്ത്രണവും നടത്തിപ്പും പൂർണമായി സർക്കാരിൽ നിക്ഷിപ്തമായതിനാൽ നിയമപ്രകാരം രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത സർക്കാർ കമ്പനിയുടെ പ്രധാന ഉദ്ദേശ്യത്തെ പരിഗണിക്കുന്നില്ല .

3.4 പൊതുമേഖലയുടെ മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പങ്ക് (Changing Role of Public Sector)

പൊതുമേഖല സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് നേരിട്ട് ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങളിലേർപ്പെട്ടു കൊണ്ടോ അല്ലെങ്കിൽ അതിന് സഹായകരമായ ക്രമീകരണങ്ങൾ നൽകിക്കൊണ്ടോ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയുടെ ചില ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിൽ നിർണ്ണായകമായ സ്ഥാനം വഹിക്കാൻ കഴിയും എന്ന് ഇന്ത്യ സ്വാതന്ത്ര്യം നേടിയ സമയത്ത് പ്രതീക്ഷിച്ചിരുന്നു. പൊതുമേഖല, തന്ത്രപ്രധാന മേഖലകളിൽ നിക്ഷേപിക്കുകയും മറ്റു മേഖലകൾക്കു വേണ്ട അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിൽ ഏർപ്പെടുകയും ചെയ്തു. ദീർഘകാല കാത്തിരിപ്പും കൂടുതൽ

മുതൽമുടക്കും വേണ്ടി വരുന്ന പദ്ധതികളിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുവാൻ സ്വകാര്യമേഖല വിമുഖത കാട്ടിയിരുന്നു. ആയതിനാൽ ഇത്തരം അടിസ്ഥാന സൗകര്യ വികസനത്തിലും സമ്പദ്ഘടനയ്ക്ക് വേണ്ട അവശ്യ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും നൽകുന്നതിനും വേണ്ട കാര്യങ്ങൾ സർക്കാർ സ്വയം ഏറ്റെടുക്കുകയാണുണ്ടായത്.

ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടന മാറ്റത്തിന്റെ പാതയിലാണ്. പൊതുമേഖലയ്ക്ക് കൂടുതൽ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നവയായിരുന്നു ആദ്യകാല പഞ്ചവർഷ പദ്ധതികൾ. എന്നാൽ 90 കളിലെ പുത്തൻ സാമ്പത്തിക നയത്തിലൂടെ ഉദാരവൽക്കരണം, സ്വകാര്യവൽക്കരണം, ആഗോളവൽക്കരണം എന്നിവക്ക് തുടക്കം കുറിച്ചു. ഇതിലൂടെ പൊതുമേഖലയുടെ സ്ഥാനം പുനർനിർവചിക്കപ്പെട്ടു. പൊതുമേഖല അതേ വ്യവസായത്തിലെ സ്വകാര്യ മേഖലാ സംരംഭങ്ങളുമായി മത്സരത്തിലേർപ്പെട്ടുകൊണ്ട് കൂടുതൽ സജീവമാകുവാൻ ശ്രമിച്ചതിനാൽ ഇവയ്ക്ക് അവയുടെ ലാഭനഷ്ടങ്ങളിലും നിക്ഷേപപ്രതിഫലത്തിന്റെ കാര്യത്തിലും ഉത്തരവാദിത്വമുണ്ട്.

ഒരു പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനം തുടർച്ചയായി നഷ്ടത്തിലായാൽ അത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പുനർനിർമ്മാണത്തിനായി അല്ലെങ്കിൽ അടച്ചുപൂട്ടുന്നതിന് വേണ്ടി വ്യാവസായിക ധനകാര്യ പുനർനിർമ്മാണ സമിതിയെ (Board for Industrial and Financial Reconstruction (BIFR)) ചുമതലപ്പെടുത്തുന്നു. കാര്യക്ഷമമല്ലാത്ത പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനം വിലയിരുത്തുന്നതിനും അവയുടെ ഭരണനിർവഹണവും ലാഭക്ഷമതയും എങ്ങനെ മെച്ചപ്പെടുത്താമെന്ന് പരിശോധിക്കുന്നതിനും വേണ്ടി പലതരം സമിതികളെ നിയോഗിച്ചിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ തീർച്ചയായും നിലവിൽ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സ്ഥാനം അറുപതുകളിലും എഴുപതുകളിലും വിഭാവനം ചെയ്തതുപോലെയല്ല എന്ന് കാണാം. ഇതിനുള്ള കാരണങ്ങൾ പലതാണ്. അവയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടവ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

(i) അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ വികസനം (Development of Infrastructure)

രാജ്യത്തിന്റെ പുരോഗതിക്ക് അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ വികസനം ഏറ്റവും അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന് മുൻപുള്ള കാലയളവിൽ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ വികാസം ഇല്ലാതിരുന്നതിനാൽ വ്യവസായവൽക്കരണം മന്ദഗതിയിലായിരുന്നു. മതിയായ വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾ, ഇന്ധനം, ഊർജം, മറ്റ് അടിസ്ഥാനവ്യവസായങ്ങൾ എന്നിവയുടെ അഭാവത്തിൽ ശരിയായ വ്യവസായവൽക്കരണ പ്രക്രിയ സാധ്യമായിരുന്നില്ല. അടിസ്ഥാന വ്യവസായങ്ങളുടെ വികാസത്തിനും അവയിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുന്നതിനും സ്വകാര്യമേഖല മുൻകൈയെടുത്തിരുന്നില്ല. മാത്രവുമല്ല ഇവ ആരംഭിക്കുവാൻ വേണ്ട വിദഗ്ധ പരിശീലനം ലഭിച്ച ജീവനക്കാരോ മതിയായ സാമ്പത്തികശേഷിയോ അവർക്ക് ഇല്ലായിരുന്നു.

സർക്കാരിനു മാത്രമേ വലിയ മൂലധനം സ്വരൂപിക്കുന്നതിനും വ്യാവസായിക നിർമ്മാണം ഏകോപിപ്പിക്കുന്നതിനും സാങ്കേതിക വിദഗ്ധർക്കും മറ്റ് തൊഴിലാളികൾക്കും വേണ്ട പരിശീലനം നൽകുന്നതിനും സാധിച്ചിരുന്നുള്ളൂ. റെയിൽ, റോഡ്, വ്യോമ ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനം സർക്കാരിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വത്തിൽ ആയിരുന്നതിനാൽ വ്യാവസായികവൽക്കരണത്തിന്റെ ആക്കം വർധിക്കുകയും അതിലൂടെ ഭാവിയിലെ സാമ്പത്തിക വളർച്ച ഉറപ്പാക്കുകയും ചെയ്തു. അതേ സമയം ചില മണ്ഡലങ്ങളിൽ മാത്രമേ പൊതുമേഖല പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നുള്ളൂ. എന്നാൽ ചുവടെ സൂചിപ്പിക്കുന്ന ചില മേഖലകളിൽ കൂടി സർക്കാർ നിക്ഷേപം ഉണ്ടാകേണ്ടതുണ്ട്.

(a) വലിയ മുതൽമുടക്കും ഉയർന്ന സാങ്കേതികവിദ്യയും വലിയ സംഘടനാസംവി

ധാനവും ആവശ്യമായ സംരംഭങ്ങളായ സ്റ്റീൽ പ്ലാന്റ്, വൈദ്യുത ഉൽപ്പാദന പ്ലാന്റ്, വ്യോമയാനം, റെയിൽവേ, കൽക്കരി മുതലായവ.

(b) സ്വകാര്യമേഖലയുടെ പ്രവർത്തനം കൃത്യമായ രീതിയിലില്ലാത്ത മേഖലകളായ പെട്രോകെമിക്കൽസ്, രാസവളങ്ങൾ, ഫാർമസ്യൂട്ടിക്കൽസ് തുടങ്ങിയവ.

(c) ഹോട്ടൽ, കൺസൾട്ടൻസീസ്, വസ്ത്ര നിർമ്മാണം, വാഹന നിർമ്മാണം തുടങ്ങിയ സംരംഭങ്ങൾ.

(ii) പ്രാദേശിക സന്തുലനം (Regional Balance)

രാജ്യത്തെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള സാമ്പത്തിക അസന്തുലിതാവസ്ഥ പരിഹരിക്കുക എന്നത് സർക്കാരിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന് മുമ്പുള്ള വ്യാവസായിക വികസനം പ്രധാനമായും നഗര കേന്ദ്രീകൃതമായിരുന്നു. എന്നാൽ 1951 നു ശേഷം ഉണ്ടായ പഞ്ചവത്സര പദ്ധതികളിലൂടെ സാമ്പത്തികമായി പിന്നോക്കം നിൽക്കുന്ന പ്രദേശങ്ങൾക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകി പൊതു മേഖലാ വ്യവസായങ്ങൾ ആരംഭിച്ചു. ഇതിന്റെ ഭാഗമായിട്ടാണ് രാജ്യത്തെ പ്രധാനപ്പെട്ട 4 സ്റ്റീൽ പ്ലാന്റുകൾ സാമ്പത്തികമായി പിന്നോക്കം നിൽക്കുന്ന പ്രദേശങ്ങളിൽ സ്ഥാപിക്കുകയും അതുവഴി അവിടങ്ങളിലെ സാമ്പത്തികവളർച്ച മെച്ചപ്പെടുത്താനും കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുവാനും അനുബന്ധ വ്യവസായങ്ങളുടെ വളർച്ച സാധ്യമാക്കാനും കഴിഞ്ഞത്. രാജ്യത്തെ പ്രാദേശിക സന്തുലനം ഉറപ്പാക്കുന്നതിന് പിന്നോക്ക പ്രദേശങ്ങളുടെ വികസനം ആസൂത്രിതമായ വികസനത്തിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളിലൊന്നാക്കേണ്ടതാണ്. ആയതിനാൽ സർക്കാർ പുതിയ സംരംഭങ്ങൾ പിന്നോക്ക പ്രദേശങ്ങളിൽ ആരംഭിക്കുകയും അതേസമയം വികസിത പ്രദേശങ്ങളിലുള്ള സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളുടെ പെട്ടെന്നുള്ള വളർച്ചയെ നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്താൽ പ്രാദേശിക സന്തുലനം സാധ്യമാക്കി തീർക്കാം .

(iii) വൻതോതിലുള്ള ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ (Economies of Scale)

സമ്പദ്ഘടനയുടെ പുരോഗതിക്ക് ഉയർന്ന മൂലധനനിക്ഷേപമാവശ്യമായ വൻകിട വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങൾ ആരംഭിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇവയുടെ പ്രയോജനം നേടാൻ പൊതു മേഖലാസ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കഴിഞ്ഞു. ഇലക്ട്രിക് പവർ പ്ലാന്റ്, പ്രകൃതിവാതകം, പെട്രോളിയം, ടെലിഫോൺ വ്യവസായം തുടങ്ങിയ വൻകിട വ്യവസായങ്ങൾ ആരംഭിക്കുവാൻ സർക്കാർ വിഭവങ്ങളിലൂടെ മാത്രമേ സാധിക്കൂ എന്നതിനാൽ ഇവ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളായി രൂപീകരിക്കേണ്ടതാണ്.

(iv) സമ്പത്തിന്റെ കേന്ദ്രീകരണത്തെ നിയന്ത്രിക്കുന്നു (Check over Concentration of Economic power)

പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്വകാര്യ മേഖലയുടെ മേൽ ഒരു നിയന്ത്രണമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു. വൻകിട വ്യവസായ മേഖലയിൽ മുതൽമുടക്കാൻ സ്വകാര്യ മേഖലയിൽ നിന്ന് കുറച്ചു പേർ മാത്രമേ താൽപ്പര്യം കാണിക്കുന്നുള്ളൂ. ഇതിന്റെ ഫലമായി ചിലരുടെ കൈകളിൽ മാത്രമായി സമ്പത്ത് കുമിഞ്ഞുകൂടുകയും അത് കുത്തകവൽക്കരണത്തിന് കാരണമാവുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് സമൂഹത്തിന് ദോഷകരമായ വരുമാനത്തിന്റെ അസന്തുലിതാവസ്ഥയ്ക്ക് കാരണമാകുന്നു. എന്നാൽ പൊതുമേഖല വൻകിട വ്യവസായങ്ങളിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുന്നത് വഴി ലഭിക്കുന്ന അധിക ലാഭം തൊഴിലാളികൾക്കും മറ്റുമായി വീതം വെച്ച് നൽകുന്നു. ഇത് സ്വകാര്യമേഖലയിൽ സമ്പത്ത് കുമിഞ്ഞുകൂടുന്നത് നിയന്ത്രിക്കുന്നു.

(v) ഇറക്കുമതിക്ക് പകരം വയ്ക്കൽ (Import Substitution)

രാജ്യം സ്വയംപര്യാപ്തതയിൽ എത്തിച്ചേരുക എന്നത് രണ്ടാമത്തെയും മൂന്നാമത്തെയും പഞ്ചവത്സര പദ്ധതികളുടെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷ്യമായിരുന്നു. വിദേശ നാണ്യലഭ്യത ഒരു പ്രശ്നമായിരുന്നതിനാൽ ശക്തമായ വ്യവസായ അടിത്തറ കെട്ടിപ്പടുക്കുവാൻ ആവശ്യമായ യന്ത്രസാമഗ്രികൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നതിന് തടസമായിരുന്നു. അതിനാൽ ഇറക്കുമതി ചെയ്തുകൊണ്ടിരുന്ന സാധനങ്ങൾക്ക് പകരം സാമഗ്രികൾ പൊതുമേഖല സ്ഥാപനങ്ങളിലൂടെ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും ഇതിലൂടെ സ്വയം പര്യാപ്തത നേടുന്നതോടൊപ്പം തന്നെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കയറ്റുമതിയിലൂടെ വിദേശ നാണ്യം നേടുവാനും സാധിക്കുന്നു.

(vi) 1991 മുതലുള്ള സർക്കാരിന്റെ പൊതുമേഖലാ നയം (Government Policy towards Public Sector since 1991)

1991 ലെ പുതിയ വ്യവസായ നയത്തിന്റെ ഭാഗമായി സർക്കാർ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കായി ഭാരതസർക്കാർ നാല് പരിഷ്കാരങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കുകയുണ്ടായി.

(i) ഭാവിയിൽ വളർച്ചാ സാധ്യതയുള്ള പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളെ പുനരുജ്ജീവിപ്പിക്കുകയും പുനഃസംഘടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക.

(ii) പുനരുജ്ജീവിപ്പിക്കാൻ സാധ്യതയില്ലാത്ത പൊതുമേഖലാ സംരംഭങ്ങൾ അടച്ചുപൂട്ടുക.

(iii) തന്ത്രപ്രധാനമല്ലാത്ത (Non-strategic) പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ സർക്കാർ ഓഹരി വിഹിതം 26 ശതമാനത്തിൽ താഴെയായി പരിമിതപ്പെടുത്തുക.

(iv) ജീവനക്കാരുടെ താൽപര്യങ്ങളെ പൂർണമായും സംരക്ഷിക്കുക.

(a) പൊതു മേഖലയ്ക്കായി മാറ്റിവയ്ക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ള വ്യവസായങ്ങളുടെ എണ്ണം പരിമിതപ്പെടുത്തുന്നു. (Reduction in the number of industries reserved for Public Sector)

1956 ലെ വ്യവസായ നയപ്രമേയത്തിൽ 17 വ്യവസായങ്ങൾ പൊതുമേഖലയ്ക്കായി മാറ്റിവച്ചിരുന്നു. 1991 ൽ ഇതിന്റെ എണ്ണം എട്ടായി ചുരുക്കി. എന്നാൽ 2001 ആയപ്പോഴേക്കും ആണവോർജ്ജം, റെയിൽവേ, ആയുധ നിർമ്മാണം എന്നീ മൂന്ന് മേഖലകളിൽ മാത്രമായി ആ മാറ്റിവയ്ക്കൽ ചുരുക്കി. സ്വകാര്യമേഖലയ്ക്ക് ബാക്കി എല്ലാ മേഖലകളിലേക്കും കടക്കുവാൻ സാധിക്കുക വഴി പൊതുമേഖലയ്ക്ക് അവരുമായി ശക്തമായി മത്സരിക്കേണ്ടി വന്നു.

സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയുടെ വികാസത്തിൽ പൊതുമേഖല സുപ്രധാന പങ്കുവഹിക്കുന്നു. അതുപോലെതന്നെ രാജ്യനിർമ്മാണ പ്രക്രിയയിൽ ഗണ്യമായ സംഭാവന നൽകുവാൻ സ്വകാര്യമേഖലക്കും കഴിയുന്നു. അതിനാൽ പൊതുമേഖലയും സ്വകാര്യമേഖലയും ദേശീയ വികസനത്തിന്റെ പരസ്പരപൂരക ഘടകങ്ങളായി കാണുവാൻ സാധിക്കും. എന്നാൽ ഇതിനായി സ്വകാര്യമേഖലാസംരംഭങ്ങൾ കൂടുതൽ പൊതു ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കേണ്ടതായിട്ടുണ്ട്. അതേസമയം തന്നെ ഉയർന്ന മത്സരസ്വഭാവമുള്ള വിപണിയിൽ നിന്ന് കൂടുതൽ ഉയരങ്ങൾ നേടുവാൻ പൊതുമേഖലയും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

(b) തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഓഹരി വിറ്റഴിക്കൽ. (Disinvestment of Shares of a Select Set of Public Sector Enterprises)

സ്വകാര്യമേഖലയ്ക്കോ പൊതുജനങ്ങൾക്കോ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഓഹരികൾ വിൽക്കുന്നതിനെയാണ് ഓഹരി വിറ്റഴി

ക്കൽ (Disinvestment) എന്ന് പറയുന്നത്. പൊതുജനങ്ങളുടെയും തൊഴിലാളികളുടെയും പങ്കാളിത്തം ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഉറപ്പാക്കി മൂലധനം സമാഹരിക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. വ്യവസായ മേഖലയിൽ നിന്ന് പിൻവലിയുവാനും എല്ലാ സംരംഭങ്ങളിലെയും ഓഹരി പങ്കാളിത്തം കുറയ്ക്കാനും സർക്കാർ തീരുമാനിച്ചു. ഇതിലൂടെ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഭരണപരമായ ശേഷിയും സാമ്പത്തിക അച്ചടക്കവും വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിച്ചിരുന്നു. എന്നാൽ ഈ മേഖലയിൽ ഇനിയും കൂടുതൽ കാര്യങ്ങൾ മുന്നോട്ട് പോകാനുണ്ട്.

പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സ്വകാര്യവൽക്കരണത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

- തന്ത്രപ്രധാനമല്ലാത്ത പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ കെട്ടിക്കിടക്കുന്ന വിപുലമായ സമ്പത്ത് സാമൂഹിക ക്ഷേമപ്രവർത്തനങ്ങളായ പ്രാഥമിക ആരോഗ്യം, കുടുംബ ക്ഷേമം, പ്രാഥമിക വിദ്യാഭ്യാസം തുടങ്ങിയ മേഖലകൾക്ക് ഉപയോഗപ്പെടുത്തുക.
- പൊതുകടത്തിന്റെയും പലിശയുടെയും ഭാരം കുറയ്ക്കുക.
- പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ നഷ്ടസാധ്യത സ്വകാര്യമേഖലയ്ക്ക് കൈമാറുകയും മൂലധനക്ഷമതയുള്ള പദ്ധതികളിൽ നിക്ഷേപിക്കുകയും ചെയ്യുക.
- സർക്കാർ നിയന്ത്രണം കുറച്ച് കോർപറേറ്റ് ഭരണനിർവഹണം നടപ്പിലാക്കുക.
- പൊതുമേഖലയുടെ കുത്തക കുറച്ച് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഗുണനിലവാരമുള്ള സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനുള്ള അവസരം നൽകുക.

(c) നഷ്ടത്തിലായ സംരംഭങ്ങളെ സ്വകാര്യ മേഖലയ്ക്ക് തുല്യമായി കരുതുക (Policy regarding sick unit to be the same as that for the private sector)

നഷ്ടത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളെ അടച്ചുപൂട്ടണോ പുനരുദ്ധരിക്കണോ എന്ന കാര്യം തീരുമാനിക്കുന്നതിനായി വ്യാവസായിക ധനകാര്യ പുനർനിർമ്മാണ ബോർഡിന്റെ (Board for Industrial and Financial Reconstruction) പരിഗണനയ്ക്ക് വിടുന്നു. ബോർഡ് അവയിൽ ചിലതിന് വേണ്ട പുനരുദ്ധാരണ, പുനരധിവാസ വ്യവസ്ഥകൾ പുനഃപരിശോധിക്കുകയും മറ്റു ചിലവ അടച്ചുപൂട്ടാൻ നിർദേശിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ അടച്ചു പൂട്ടാൻ നിർദേശിക്കപ്പെട്ട സ്ഥാപനങ്ങളിലെ തൊഴിലാളികൾ ഇതിനെതിരെ ശക്തമായ പ്രതിഷേധം പ്രകടിപ്പിച്ചു. അടച്ചുപൂട്ടപ്പെടുന്ന സ്ഥാപനത്തിലെ തൊഴിലാളികളെ പുതിയ ജോലിക്ക് നിയോഗിക്കുക, സ്വയം വിരമിക്കുന്നവർക്കും ഒഴിവാക്കപ്പെടുന്നവർക്കും വേണ്ട ധനസഹായം നൽകുക തുടങ്ങിയ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി സർക്കാർ ഒരു ദേശീയ നവീകരണ നിധി (National Renewal Fund) രൂപീകരിച്ചു.

കുന്നുകൂടിയ നഷ്ടം വളരെ കൂടുതലായതിനാൽ പുനരുദ്ധാരണ ശേഷിയില്ലാത്ത അനേകം പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉണ്ട്. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളെ കേന്ദ്ര, സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾക്ക് പൊതുഖജനാവിലെ പണം ഉപയോഗിച്ച് കൂടുതൽ കാലം നിലനിർത്തുവാൻ സാധിക്കുകയില്ല. ആയതിനാൽ അവിടങ്ങളിലെ ജീവനക്കാർക്ക് ആവശ്യമായ സുരക്ഷാവലയം ഒരുക്കിക്കൊണ്ട് ഇവയെ അടച്ചുപൂട്ടുക മാത്രമാണ് സർക്കാരുകൾക്ക് മുന്നിലുള്ള ഏക മാർഗ്ഗം. എന്നാൽ ദേശീയ നവീകരണ നിധി ഇത്തരത്തിൽ ഒഴിവാക്കപ്പെടുന്ന അല്ലെങ്കിൽ സ്വയം വിരമിക്കുന്നവർക്ക് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകുന്നതിന് പര്യാപ്തമല്ല എന്നതാണ് സത്യം.

d) ധാരണാപത്രം ഉണ്ടാക്കുക (Memorandum of Understanding (MoU))

പൊതുമേഖലാസ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനുവേണ്ടി മാനേജ്മെന്റിന് കൂടുതൽ അധികാരങ്ങൾ നൽകികൊണ്ട് സർക്കാരുമായി ധാരണാപത്രം ഉണ്ടാക്കുന്നു. ഇതനുസരിച്ച് പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് പൂർത്തീകരിക്കേണ്ട ലക്ഷ്യങ്ങളും അവ പൂർത്തീകരിക്കാനാവശ്യമായ പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യവും നൽകുന്നു. ബന്ധപ്പെട്ട പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനവും അവരുടെ ഭരണമന്ത്രാലയവും തമ്മിൽ അവരുടെ ബന്ധങ്ങളും അധികാരങ്ങളും വ്യക്തമാക്കിക്കൊണ്ടാണ് ധാരണാപത്രം ഉണ്ടാക്കുന്നത്.

3.5 ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ (Global Enterprises)

നമ്മുടെ ദൈനംദിന ജീവിതത്തിൽ നാം ഉപയോഗിക്കാറുള്ള പല ഉൽപ്പന്നങ്ങളും ലോകത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ നിന്ന് ലഭിക്കുന്നവയാണ്. അതായത് അവയൊക്കെത്തന്നെ ഏതെങ്കിലും ആഗോള കമ്പനികളുടെ നിർമ്മിതിയിൽ ഉള്ളവയാണ്. കഴിഞ്ഞ 20 വർഷത്തിനിടയിൽ ആഗോള കമ്പനികൾ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയിൽ നിർണ്ണായകമായ സ്ഥാനം വഹിക്കുന്നുണ്ട്. ഇവ ലോകത്തിലെ എല്ലാ വികസ്വര രാജ്യങ്ങളിലെയും ഒരു പ്രത്യേകതയായി മാറിയിരിക്കുന്നു. ഒന്നിൽ കൂടുതൽ രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന വലിയ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ എന്നറിയപ്പെടുന്നത്. ഭീമമായ വലിപ്പം, ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വൈവിധ്യം, നൂതന സാങ്കേതികവിദ്യ, വിപണന തന്ത്രം, ലോകം മുഴുവൻ വ്യാപിച്ച് കിടക്കുന്ന വിതരണ ശൃംഖല എന്നിവയാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾ. ലോകമെമ്പാടുമുള്ള ശാഖകളുടെ ശൃംഖല വഴി അവയുടെ വ്യാവസായിക വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങൾ വ്യാപിപ്പിക്കുന്ന വൻകിട വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ. ഇവയുടെ ശാഖകൾ ഭൂരിപക്ഷ വിദേശ ഉടമസ്ഥതാ സംരംഭങ്ങൾ (Majority Owned Foreign Affiliates [MOFA]) എന്നറിയപ്പെടുന്നു. വ്യത്യസ്ത മേഖലകളിലായി ഒന്നിൽക്കൂടുതൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിച്ചു കൊണ്ട് വിവിധ രാജ്യങ്ങളിലായി വ്യാപിച്ചു കിടക്കുന്ന ബിസിനസ് രീതിയാണ് ഇവയുടേത്. കുറച്ച് ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ നിന്ന് കൂടുതൽ ലാഭം നേടുക എന്നതിനുപകരം പരമാവധി രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രവർത്തനം വ്യാപിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് ഇവയുടെ ലക്ഷ്യം. അന്താരാഷ്ട്ര സമ്പദ്ഘടനയിലും ഇവയ്ക്ക് വ്യക്തമായ സ്വാധീനമുണ്ട്. ലോകത്തെ വലിയ 200 ആഗോള സംരംഭങ്ങളുടെ വരുമാനം ലോകത്തെ ആകെ ആഭ്യന്തര ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെ 30 ശതമാനം വരുന്നു എന്നതു തന്നെ ഇതിന്റെ വ്യാപ്തി മനസ്സിലാക്കുവാൻ സഹായിക്കുന്നു. തന്മൂലം ആഗോള സംരംഭങ്ങൾക്ക് അവയുടെ വിപുലമായ മൂലധനവിഭവങ്ങൾ, പ്രശസ്തി, ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യ എന്നിവയാൽ അന്താരാഷ്ട്ര സമ്പദ്ഘടനയെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ശക്തിയാകാൻ കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ഇതിലൂടെ ഏതുതരം ഉൽപ്പന്നങ്ങളും എവിടെയും വിറ്റഴിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. വികസ്വര രാജ്യങ്ങൾക്ക് എല്ലായ്പ്പോഴും അത്യാവശ്യമില്ലാത്ത ഉപഭോഗവസ്തുക്കളും ആഡംബര വസ്തുക്കളും കൂടുതൽ വിറ്റഴിക്കുന്നതിലൂടെ ഇത്തരം രാജ്യങ്ങളെ ഒരു പരിധിവരെ ആഗോളസംരംഭങ്ങൾ ചൂഷണം ചെയ്യുകയാണ്. സാംസങ്, ടൊയോട്ട, ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ലീവർ, കൊക്കകോള, പെപ്സി തുടങ്ങിയവ ഇന്ത്യയിൽ പ്രവർത്തനമുള്ള ആഗോള സംരംഭങ്ങളാണ്.

പ്രത്യേകതകൾ (Features)

ആഗോള സംരംഭങ്ങൾക്ക് സ്വകാര്യ, പൊതുമേഖലാ സംരംഭങ്ങൾ എന്നിവയിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി താഴെപ്പറയുന്ന പ്രത്യേകതകൾ ഉണ്ട്.

(i) വിപുലമായ മൂലധന വിഭവങ്ങൾ (Huge Capital resources)

വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങളിൽ നിന്ന് വലിയ തോതിൽ മൂലധനം സമാഹരിക്കുവാൻ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് സാധിക്കുന്നു. ഓഹരി വിപണികളിൽ നിന്നും ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും അതോടൊപ്പം അന്തർദേശീയ ബാങ്കുകൾ വഴിയും എളുപ്പത്തിൽ മൂലധനം സമാഹരിക്കാൻ കഴിയുന്നു. ഓഹരി വിപണിയിൽ ഇവയ്ക്ക് ഏറെ വിശ്വാസ്യതയുണ്ട്. ഇവ പ്രവർത്തിക്കുന്ന രാജ്യത്തെ ബാങ്കുകളും മറ്റു നിക്ഷേപകരും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുവാൻ താൽപ്പര്യം കാണിക്കുന്നു. വലിയ സാമ്പത്തിക ഭദ്രതയുള്ളതിനാൽ ഏതു പ്രതിസന്ധികളെയും മറികടക്കാൻ ഇവയ്ക്ക് സാധിക്കുന്നു.

(ii) വിദേശ സഹകരണം (Foreign Collaboration)

ആഗോള സംരംഭങ്ങളിൽ ഇന്ത്യൻ കമ്പനികളുമായി ഉൽപ്പാദനത്തിനോ, സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ കൈമാറ്റത്തിനോ, ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ബ്രാൻഡ് പേര് ഉപയോഗിക്കുന്നതിനോ വേണ്ടി ഉടമ്പടിയിൽ ഏർപ്പെടാറുണ്ട്. ഇവ പൊതു മേഖലയിലെയും സ്വകാര്യ മേഖലയിലെയും കമ്പനികളുമായി സഹകരണത്തിൽ ഏർപ്പെടാറുണ്ട്. ഇത്തരം കരാറുകളിൽ സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ കൈമാറൽ, സാധനത്തിന്റെ വില നിർണ്ണയിക്കൽ, ലാഭവിഹിതം നൽകൽ, വിദേശ സാങ്കേതിക വിദഗ്ധരുടെ ഇടപെടൽ തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളിൽ പ്രത്യേക നിബന്ധനകൾ ഉണ്ടാകാറുണ്ട്. കൂടുതൽ മേഖലകളിലേക്ക് കടക്കുവാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന വലിയ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ആഗോള സംരംഭകരുമായുള്ള സഹകരണം കൂടുതൽ നേട്ടം ഉണ്ടാക്കുന്നു. എന്നാൽ ഇതുവഴി കുത്തകകളുടെ വളർച്ചയ്ക്കും ചുരുക്കം ചിലരുടെ പക്കൽ സമ്പത്ത് കുമിഞ്ഞുകൂടുന്നതിനും സാഹചര്യമുണ്ടാകുന്നു.

(iii) അത്യാധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യ (Advanced Technology)

ആഗോള സംരംഭങ്ങളുടെ ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയിൽ അത്യാധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നതിനാൽ ലോകോത്തര നിലവാരമുള്ള സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ലഭ്യമാക്കുവാൻ സാധിക്കുന്നു. ഇവ പ്രവർത്തിക്കുന്ന രാജ്യത്തെ വിഭവങ്ങളെ പരമാവധി ഉപയോഗപ്പെടുത്തി അവിടുത്തെ വ്യവസായ വളർച്ചയെ സഹായിക്കുന്നു. കമ്പ്യൂട്ടർവൽക്കരണവും മറ്റു കണ്ടുപിടിത്തങ്ങളും ഒക്കെ ആഗോള സംരംഭങ്ങളുടെ സാങ്കേതിക ഉന്നമനത്തിന്റെ ഭാഗമായി ഉണ്ടായവയാണ്.

(iv) ഉൽപ്പന്ന നവീകരണം (Product Innovation)

ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികളിൽ പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കുന്നതിനും നിലവിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനുമായി വിപുലമായ ഗവേഷണ വികസന വിഭാഗം പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ഗുണാത്മകമായ ഗവേഷണങ്ങൾക്ക് വലിയ മുതൽമുടക്ക് ആവശ്യമായതിനാൽ ആഗോള സംരംഭകർക്ക് മാത്രമേ അവ സാധ്യമാവുകയുള്ളൂ.

(v) വിപണന തന്ത്രം (Marketing Strategies)

ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾ മറ്റ് കമ്പനികളെ അപേക്ഷിച്ച് ചുരുങ്ങിയ കാലയളവിനുള്ളിൽ പരമാവധി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കാൻ കഴിയുന്ന തരത്തിലുള്ള കൃത്യവും ഫലപ്രദവുമായ വിപണന തന്ത്രങ്ങളാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. വിശ്വസനീയവും ആധുനികവുമായ വിപണി വിവര സംവിധാനം ഇവർക്കുണ്ട്. ഇവയുടെ പരസ്യങ്ങളും മറ്റു വിപണന സമ്പ്രദായങ്ങളും കൂടുതൽ ഫലപ്രദമാണ്. ആഗോള വിപണിയിൽ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് ഒരു പ്രത്യേക

സ്ഥാനം ഉള്ളതിനാലും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കുള്ള സ്വീകാര്യതയും അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പനയെ സഹായിക്കുന്നു.

(vi) വിപണിപ്രദേശത്തിന്റെ വിപുലീകരണം (Expansion of market territory)

ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തന മേഖല അവരുടെ മാതൃരാജ്യത്തിന് പുറത്തേക്ക് വ്യാപിച്ചുകിടക്കുന്നു. ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾ ഒന്നിൽ കൂടുതൽ രാജ്യങ്ങളിലായി പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനാൽ ഇവയ്ക്ക് അന്തർദ്ദേശീയ മുദ്രയായി മാറുവാൻ കഴിയുന്നു. ഇവയുടെ ശാഖകൾ, കീഴ്ഘടകങ്ങൾ, പങ്കാളികൾ എന്നിവ വഴിയാണ് ഇവ മറ്റു രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഭീമ സ്വരൂപം ഇവയ്ക്ക് വിപണിയിൽ ആധിപത്യം ലഭിക്കാൻ കാരണമാകുന്നു.

(vii) കേന്ദ്രീകൃത നിയന്ത്രണം (Centralised Control)

ആഗോള സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നത് അതിന്റെ മാതൃ രാജ്യത്തുള്ള കേന്ദ്ര ഓഫീസ് വഴിയാണ്. കേന്ദ്ര ഓഫീസാണ് നയപരമായ ചട്ടക്കൂടിന് രൂപം നൽകുന്നതെങ്കിലും ശാഖകളുടെ ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ അവർ ഇടപെടാറില്ല.

3.6 സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ (Joint Ventures)

വിവിധ തരം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളെപ്പറ്റി നാം പരിചയപ്പെട്ടു കഴിഞ്ഞു. അങ്ങനെയുള്ള ഏതൊരു ബിസിനസിനും അവ ആഗ്രഹിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിൽ മറ്റേതൊരു ബിസിനസുമായും പരസ്പരം നേട്ടങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക എന്ന ഉദ്ദേശ്യത്തോടുകൂടി ഒരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കാൻ സാധിക്കും. അങ്ങനെ പരസ്പര ലാഭത്തിനും പൊതുവായ ലക്ഷ്യത്തിനും വേണ്ടി രണ്ടോ അതിലധികമോ ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ ഒരുമിച്ച് ചേരുന്നതാണ് സംയുക്ത സംരംഭം. ഇവ സ്വകാര്യമേഖലയിലുള്ളതോ, പൊതുമേഖലയിലുള്ളതോ, വിദേശ കമ്പനികളോ ആകാം. ഏതു തരത്തിലുള്ള ബിസിനസുകൾക്കും ദീർഘകാലത്തെയോ ഹ്രസ്വകാലത്തെയോ പദ്ധതികൾക്ക് വേണ്ടി സംയുക്ത സംരംഭം ആരംഭിക്കാം. സംയുക്ത സംരംഭത്തിലെ കക്ഷികളുടെ രീതിക്കനുസരിച്ച് ഇവയിൽ മാറ്റം സാധ്യമാണെങ്കിലും ഭാവിയിൽ ഉണ്ടായേക്കാവുന്ന തർക്കങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ഇതിലെ അംഗങ്ങൾ തമ്മിൽ സംയുക്ത സംരംഭ കരാർ ഉണ്ടാക്കാറുണ്ട്.

വ്യത്യസ്ത രാജ്യങ്ങളിലെ രണ്ട് ബിസിനസുകൾ തമ്മിൽ സംയുക്ത സംരംഭം ആരംഭിക്കുമ്പോൾ അതാതു രാജ്യത്തെ സർക്കാരുകൾ മുന്നോട്ട് വയ്ക്കുന്ന ചില വ്യവസ്ഥകൾ പാലിച്ചിരിക്കണം. ഒരു പ്രത്യേക ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനുവേണ്ടി രണ്ടോ അതിലധികമോ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ വിഭവങ്ങളും വൈദഗ്ധ്യവും സമാഹരിക്കലാണ് സംയുക്ത സംരംഭത്തിലൂടെ ചെയ്യുന്നത്. ഇവ ബിസിനസിന്റെ നഷ്ടസാധ്യതയും പ്രതിഫലങ്ങളും പങ്കുവയ്ക്കുന്നു. സാധാരണഗതിയിൽ സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കാറുള്ളത് ബിസിനസിന്റെ വിപുലീകരണം, പുതിയ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വികാസം, അല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു രാജ്യത്തെ പുതിയ വിപണിയിലേക്ക് കടക്കുക എന്നിങ്ങനെയുള്ള ഉദ്ദേശ്യത്തോടെ ആയിരിക്കാം. വിതരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾ, സാങ്കേതികവിദ്യ, പണം തുടങ്ങിയ മേഖലകളിലെ അപര്യാപ്തതകൾ പരിഹരിക്കുന്നതിലേക്കായി വ്യത്യസ്ത ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്ന രീതി ഇപ്പോൾ പതിവായിട്ടുണ്ട്. ഇത്തരം സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളിലൂടെ രണ്ടോ അതിലധികമോ കമ്പനികൾ അവയുടെ വിഭവങ്ങളായ മൂലധനം, സാങ്കേതികവിദ്യ, മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ, നഷ്ടസാധ്യത, പ്രതിഫലം എന്നിവ ഒരു പുതിയ സംരംഭത്തിനു വേണ്ടി യോജിച്ചുള്ള നിയന്ത്രണത്തിൽ വീതം വയ്ക്കുന്നു.

ഇന്ത്യയിൽ സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾക്ക് മാത്രമായി നിയമങ്ങൾ ഇല്ലാത്തതിനാൽ ഇവിടെ ബിസിനസ് ചെയ്യാനുള്ള ഏറ്റവും നല്ല മാർഗ്ഗമായി സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളെ കണക്കാക്കുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ ആരംഭിക്കുന്ന സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളെ ആഭ്യന്തര കമ്പനികളുടെ ഗണത്തിലാണ് കാണുന്നത്.

സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ രണ്ട് തരത്തിലുണ്ട്

- കരാറിടസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ
- ഉടമസ്ഥാടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ

3.6.1 സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ വിവിധ തരങ്ങൾ (Types of Joint Ventures)

(i) കരാറടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ (Contractual Joint Ventures)

ഒരു പുതിയ സംയുക്ത ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള സംരംഭം കരാറടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭത്തിൽ സൃഷ്ടിക്കുന്നില്ല. ഇതിൽ ഒരുമിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനുള്ള ഒരു ഉടമ്പടി മാത്രമാണുള്ളത്. ഇതിലെ കക്ഷികൾ തമ്മിൽ ബിസിനസിന്റെ ഉടമസ്ഥത പങ്ക്വെയ്ക്കുന്നില്ല, എന്നാൽ സംയുക്ത സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ചില നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തുന്നു. കരാറടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭത്തിന് ഏറ്റവും നല്ല ഉദാഹരണമാണ് ഫ്രാഞ്ചൈസി ബന്ധം. ഇത്തരം ബന്ധം സ്ഥാപിക്കലിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ താഴെപ്പറുന്നവയാണ്.

എ) ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം നടത്തുന്നതിനുള്ള പൊതുവായ താല്പര്യം രണ്ടോ അതിലധികമോ കക്ഷികൾക്കുണ്ടാവണം.

ബി) ഇതിലെ ഓരോ കക്ഷികളും സംരംഭത്തിലേക്ക് വിഭവങ്ങൾ കൊണ്ടു വരണം.

സി) ഓരോ കക്ഷികൾക്കും ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ചില നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഉണ്ടായിരിക്കും.

ഡി) കക്ഷികൾ തമ്മിലുള്ള ബന്ധം കേവലം ഇടപാടുകൾക്കപ്പുറം ദീർഘകാല അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ളതായിരിക്കും.

(ii) ഉടമസ്ഥാടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ (Equity- based Joint Ventures)

രണ്ടോ അതിലധികമോ കക്ഷികൾ കരാറടിസ്ഥാനത്തിൽ സംയുക്ത ഉമടസ്ഥതയിൽ ഒരു പുതിയ ബിസിനസ് സംരംഭം രൂപീകരിക്കുന്നതാണ് ഉടമസ്ഥാടിസ്ഥാന

ത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭം. ഈ സംയുക്ത സംരംഭത്തിന്റെ പ്രധാന സവിശേഷത രണ്ടോ അതിലധികമോ കക്ഷികൾ തമ്മിലുള്ള സംയുക്ത ഉടമസ്ഥതയാണ്. കമ്പനി, പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനം, ട്രസ്റ്റുകൾ, ക്ലിപ്ത ബാധ്യത പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങിയ വിവിധ ബിസിനസ് രൂപങ്ങളിൽ ഇവ പ്രവർത്തിക്കാറുണ്ട്. സംയുക്ത ഉടമസ്ഥാടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രധാന പ്രത്യേകതകൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

എ) ഒരു കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രണ്ടോ അതിലധികമോ കക്ഷികൾ തമ്മിൽ ഒരു സ്ഥാപനം രൂപീകരിക്കുകയോ അല്ലെങ്കിൽ നിലവിലുള്ള ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉമടസ്ഥതയിലേക്ക് ഏതെങ്കിലും ഒരു കക്ഷി പ്രവേശിക്കുകയോ ചെയ്യുന്നു.

ബി) ഇതിലെ കക്ഷികൾ തമ്മിൽ ഉമടസ്ഥത പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു.

സി) സംയുക്ത ഉമടസ്ഥതയിലുള്ള സംരംഭത്തിന്റെ മാനേജ്മെന്റ് കക്ഷികൾ പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു.

ഡി) മൂലധന നിക്ഷേപത്തിന്റെയും മറ്റ് സാമ്പത്തിക ക്രമീകരണങ്ങളുടേയും ഉത്തരവാദിത്വം കക്ഷികൾ തമ്മിൽ പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു.

ഇ) കരാർ പ്രകാരം സംരംഭത്തിന്റെ ലാഭവും നഷ്ടവും പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു.

ഒരു സംയുക്ത സംരംഭം അതിന്റെ സംയുക്ത സംരംഭ കരാറിലെ വ്യവസ്ഥകളെ ഉയർത്തിക്കാട്ടി രണ്ട് അംഗങ്ങൾ ഒപ്പിട്ട് തയ്യാറാക്കിയ ഒരു ധാരണാപത്രത്തെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ളതാണ്. പിൽക്കാലത്ത് ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുള്ള നിയമപരമായ പ്രശ്നങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ഇവയുടെ വ്യവസ്ഥകൾ കൃത്യമായ ചർച്ചകളിലൂടെയും കൂടിയാലോചനകളിലൂടെയും അതോടൊപ്പംതന്നെ അംഗങ്ങളുടെ സാമൂഹികവും നിയമപരവുമായ പശ്ചാത്തലവും കൂടി പരിഗണിച്ചുവേണം തീരുമാനിക്കേണ്ടത്. സംയുക്ത സംരംഭ ഉടമ്പടിയിൽ ആവശ്യമായ എല്ലാ സർക്കാർ അനുവാദങ്ങളും നടപടിക്രമങ്ങളും ഒരു നിശ്ചിത സമയത്തിനുള്ളിൽ പൂർത്തീകരിക്കുമെന്നും വ്യക്തമാക്കേണ്ടതുണ്ട്.

സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾക്കുള്ള ഉദാഹരണങ്ങൾ (Examples of Joint Ventures)

1. എ.വി.ഐ. ഓയിൽ ഇന്ത്യ പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് (AVI Oil India Pvt. Ltd.)

   സ്ഥാപിതമായത് : 1993 നവംബർ 4

   സംയുക്ത സംരംഭത്തിലെ കക്ഷികൾ : ബാമർ ലാറി ആന്റ് കമ്പനി ലിമിറ്റഡ് (Balmer Lawrie & Co. Ltd.)

   നൈകോ (NYCO), ഫ്രാൻസ്

   പ്രവർത്തന മേഖല : ധാതുക്കൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള എണ്ണ, പ്രതിരോധ വൈമാനിക ആവശ്യങ്ങൾ

2. ഗ്രീൻ ഗ്യാസ് ലിമിറ്റഡ് (Green Gas Ltd.)

   സ്ഥാപിതമായത് : 2005 ഒക്ടോബർ 7

   സംയുക്ത സംരംഭത്തിലെ കക്ഷികൾ : ഗ്യാസ് അതോറിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യ ലിമിറ്റഡ് (GAIL)

   ഇന്ത്യൻ ഓയിൽ കോർപ്പറേഷൻ ലിമിറ്റഡ് (IOCL)

   പ്രവർത്തന മേഖല : ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സുരക്ഷിതവും വിശ്വസനീയവുമായ പ്രകൃതി വാതകം നൽകുക.

3. ഡൽഹി എവിയേഷൻ ഫ്യൂവൽ ഫെസിലിറ്റി പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ് (Delhi Aviation Fuel Facility Pvt. Ltd.)

   സ്ഥാപിതമായത് : 2010 മാർച്ച് 28

   സംയുക്ത സംരംഭത്തിലെ കക്ഷികൾ : ഭാരത് പെട്രോളിയം കോർപ്പറേഷൻ ലിമിറ്റഡ് (BPCL)

ഡൽഹി ഇന്റർനാഷണൽ എയർപോർട്ട് ലിമിറ്റഡ് (DIAL)

പ്രവർത്തന മേഖല : നിർമ്മാണം, നടത്തിപ്പ്, സംരക്ഷണം, വികസനം, രൂപകൽപ്പന

ഡൽഹി ഇന്റർനാഷണൽ എയർപോർട്ട് ലിമിറ്റഡും, എയർപോർട്ട് അതോറിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യ ലിമിറ്റഡും തമ്മിൽ വിമാനത്താവളത്തിന്റെ സംരക്ഷണം, രൂപ കൽപ്പന, നവീകരണം, എന്നിവയ്ക്കായി സംയുക്ത സംരംഭമായാണ് ഈ കമ്പനി രൂപീകരിച്ചത്.

3.6.2 നേട്ടങ്ങൾ (Benefits)

ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന് പങ്കാളിയുമായി ചേർന്നുള്ള സംയുക്ത സംരംഭത്തിലൂടെ അപ്രതീക്ഷിത നേട്ടങ്ങൾ കൈവരിക്കാൻ സാധിക്കും. സംയുക്ത സംരംഭം ഇതിൽ ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുള്ള രണ്ട് കക്ഷികൾക്കും ഗുണം ചെയ്യും. വിഭവങ്ങളും സാങ്കേതിക വൈദഗ്ധ്യവും ശേഷിയും കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെടുത്തുവാൻ സംയുക്ത സംരംഭത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിലൂടെ ഓരോ കക്ഷിക്കും കഴിയുന്നു. സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ എടുത്തു പറയേണ്ട നേട്ടങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

(i) വിഭവങ്ങളുടെയും ശേഷിയുടെയും വർദ്ധനവ് (Increase of resources and capacity)

മറ്റൊരു സ്ഥാപനവുമായി ചേർന്ന് പ്രവർത്തിക്കുന്നതു വഴി നിലവിലുള്ള വിഭവങ്ങളും ശേഷികളും കൂടുതൽ ഉയരങ്ങളിലേക്ക് വളരെ വേഗത്തിൽ വ്യാപിപ്പിക്കുവാൻ കഴിയുന്നു. സാമ്പത്തികവും മാനുഷികവുമായ വിഭവങ്ങളുടെ സമാഹരണവും അതുവഴി വിപണിയിലെ വെല്ലുവിളികളെ തരണം ചെയ്ത് പുതിയ അവസരങ്ങൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുവാനും സംയുക്ത സംരംഭത്തിലൂടെ കഴിയുന്നു.

(ii) പുതിയ വിപണിയും വിതരണ ശൃംഖലയും കണ്ടെത്തൽ (Access to new markets and distribution networks)

ഒരു വിദേശ പങ്കാളിയുമായി ചേർന്നുള്ള സംയുക്ത സംരംഭം പുതിയ വിശാലമായ വിപണി കണ്ടെത്താൻ സഹായിക്കുന്നു. ഉദാഹരണം: മാരുതിയും സുസുക്കിയും സംയുക്ത സംരംഭത്തിൽ ഏർപ്പെട്ടതിലൂടെ ഇന്ത്യൻ കാർ വിപണിയുടെ പരമാവധി സാധ്യതകളെ പ്രയോജനപ്പെടുത്താൻ കഴിഞ്ഞു. സ്വദേശ വിപണിയിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽപ്പനയുടെ പാരമ്യത്തിലെത്തിയാൽ പുതിയ വിപണി കണ്ടെത്തുന്നതിലൂടെ അവ വിറ്റഴിക്കാൻ കഴിയുന്നു. വ്യത്യസ്ത പ്രാദേശിക വിപണികളിലെ ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകളുടെ വിതരണ ശൃംഖലകൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തി നേട്ടം കൊയ്യാനും സാധിക്കുന്നു. അല്ലാത്തപക്ഷം സ്വന്തമായി ചില്ലറ വിൽപനശാലകൾ ആരംഭിക്കുകയെന്നത് വളരെ ചെലവേറിയ ഒന്നായി മാറും.

(iii) സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗപ്പെടുത്തൽ (Access to Technology)

മിക്ക ബിസിനസുകളും സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടാനുള്ള പ്രധാന കാരണം സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ സേവനം പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നതിനാണ്. ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ഉൽപ്പാദന രീതിയിലൂടെ ഉയർന്ന നിലവാരമുള്ള സാധനങ്ങൾ കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് ഉൽപാദിപ്പിക്കുവാൻ സാധിക്കുന്നു. ഇത്തരം സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ സ്വന്തമായുള്ള വികാസത്തിന് വളരെ കൂടുതൽ നിക്ഷേപം വേണ്ടതിനാൽ സംയുക്ത സംരംഭത്തിലൂടെ ഇവയുടെ സേവനം ഉപയോഗപ്പെടുത്തി കാര്യക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.

(iv) പുതുമകൾ കണ്ടെത്തൽ (Innovation)

വിപണി എപ്പോഴും പുതുമയോട് താൽപ്പര്യം കാട്ടാറുണ്ട്. സംയുക്ത സംരംഭം ബിസിനസിനെ നിലവിലുള്ള വിപണിയിലേക്ക് പുതിയതും ഉന്നത നിലവാരമുള്ളതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അവതരിപ്പിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

സംയുക്ത സംരംഭത്തിലെ വിദേശ പങ്കാളിക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ നവീകരിക്കാനുള്ള കഴിവും സാങ്കേതികവിദ്യയും കൂടുതലായി ഉള്ളതിനാൽ ഏറെ പുതുമകളോടെ ഉൽപ്പന്നം അവതരിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.

(v) കുറഞ്ഞ ഉൽപ്പാദനച്ചെലവ് (Low cost of production)

അന്തർദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇന്ത്യയിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുന്നതിന്റെ ഏറ്റവും പരമപ്രധാനമായ ഉദ്ദേശ്യം കുറഞ്ഞ ചിലവിൽ സാധനങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയും എന്നതാണ്. ഇവിടെനിന്ന് നിലവാരമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് ആഗോള ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ഉൽപാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്നു. ഇന്ത്യ ഒരു പ്രധാനപ്പെട്ട ആഗോള ഉറവിടവും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ വിപണിയും ആകുന്നു. വിദേശ പങ്കാളിക്ക് അവരുടെ മാതൃരാജ്യത്ത് ലഭിക്കുന്നതിനേക്കാൾ കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ സാധനങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ ആവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ, തൊഴിലാളികൾ, വ്യത്യസ്ത മേഖലയിലുള്ള സാങ്കേതിക വിദഗ്ധരായുള്ള അഭിഭാഷകർ, എൻജിനീയർമാർ, ശാസ്ത്രജ്ഞന്മാർ, ചാർട്ടേഡ് അക്കൗണ്ടന്റുമാർ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇവിടെ ധാരാളമായി ലഭിക്കുന്നതിനാൽ അവർ ഇന്ത്യൻ കമ്പനികളുമായി സംയുക്ത സംരംഭത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നു.

(vi) അംഗീകരിക്കപ്പെട്ട ബ്രാന്റ് നാമം (Established Brand Name)

രണ്ട് ബിസിനസുകൾ തമ്മിൽ സംയുക്ത സംരംഭത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിലൂടെ ഓരോ കക്ഷിക്കും നിലവിൽ വിപണിയിൽ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ട സൽപ്പേരിന്റെ ഗുണം പരസ്പരം അനുഭവിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. ഇന്ത്യയിലെ ഒരു കമ്പനിയുമായി സംയുക്ത സംരംഭത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിലൂടെ അവരുടെ ഉൽപ്പന്ന ത്തിന്റെ ബ്രാന്റ് നാമം വികസിപ്പിക്കുന്നതിനോ വിതരണ ശൃഖല സ്ഥാപിക്കുന്നതിനോ വേണ്ടി സമയമോ പണമോ ചെലവാക്കേണ്ടി വരുന്നില്ല. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിറ്റഴിക്കാൻ പാകത്തിലുള്ള വിപണി ഇതുവഴി ലഭിക്കുന്നതിലൂടെ കൂടുതൽ പണം ലാഭിക്കാൻ സാധിക്കും.

3.7 പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത സംരംഭങ്ങൾ (Public Private Partnership)

സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളും സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളും തമ്മിൽ ദീർഘകാലാടിസ്ഥാനത്തിൽ ഒരു പ്രത്യേക മേഖലയിൽ യോജിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനായി കരാറിൽ ഏർപ്പെട്ട് പ്രവർത്തിക്കുന്നതാണ് പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത സംരംഭങ്ങൾ. ഇതിലൂടെ പൊതു സംരംഭങ്ങളും സ്വകാര്യ പങ്കാളികളും തമ്മിൽ സംരംഭത്തിന്റെ കർത്തവ്യങ്ങൾ, ചുമതലകൾ, നഷ്ട സാധ്യത എന്നിവ അനുയോജ്യമായ രീതിയിൽ പങ്ക് വെയ്ക്കുന്നു. ഏതെങ്കിലും മന്ത്രാലയങ്ങൾ, സർക്കാർ വകുപ്പുകൾ, നഗരസഭകൾ, സർക്കാർ ഉമടസ്ഥതയിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയാണ് പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത മാതൃകയിലെ പൊതു പങ്കാളികളാകുന്നത്. ഇതിലെ സ്വകാര്യ പങ്കാളികൾ പ്രസ്തുത സംരംഭത്തിൽ സാങ്കേതികമോ സാമ്പത്തികമോ ആയ വൈദഗ്ധ്യമുള്ള തദ്ദേശിയമായോ ആന്തർദേശിയമായോ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളോ വ്യക്തികളോ ആകാം. പ്രസ്തുത പദ്ധതിയിൽ താല്പര്യമുള്ള സർക്കാരിതര സന്നദ്ധ സംഘടനകൾക്കും പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത സംരംഭത്തിൽ പങ്കാളികളാകാം. അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളും മറ്റ് സേവനങ്ങളും ലഭ്യമാക്കുന്നതിനായി പൊതു സംരംഭങ്ങളും സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും ഒത്ത് ചേർന്ന് പ്രവർത്തിക്കുന്നതാണ് പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത സംരംഭങ്ങൾ. പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളത്ത മാതൃകയിൽ പൊതു മേഖലയ്ക്ക് ഗണ്യമായ സ്ഥാനം ഉള്ളതിനാൽ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നുണ്ടെന്നും

അതോടൊപ്പം തന്നെ പൊതു നിക്ഷേപവും സാമൂഹിക പരിഷ്കരണങ്ങളും ഫലപ്രദമായി നടപ്പിലാക്കുന്നുണ്ടെന്നു ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു. പ്രസ്തുത പങ്കാളിത്ത സംരംഭത്തിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ, പരിസ്ഥിതി അവബോധം, പ്രാദേശിക പരിജ്ഞാനം എന്നിവ നിർവഹിക്കുന്നതിനൊപ്പം ഇവയ്ക്കു വേണ്ട മൂലധനം, ആസ്തികൾ എന്നിവയും പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത സംരംഭത്തിൽ, സർക്കാർ വിഹിതമായി നൽകുന്നു. സംരംഭത്തിന്റെ പ്രവർത്തനത്തിലും നടത്തിപ്പിലും സ്വകാര്യ മേഖലയുടെ വൈദഗ്ധ്യം ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നു എന്നുള്ളതാണ് ഇതിൽ സ്വകാര്യ മേഖലയുടെ പങ്ക്.

ഊർജ്ജോൽപാദനവും വിതരണവും, മാലിന്യ സംസ്കരണം, ജലശുചീകരണം, പൈപ്പ് ലൈൻ, ആശുപത്രികൾ, സ്കൂൾ കെട്ടിടങ്ങൾ, മൈതാനം, ഗതാഗത നിയന്ത്രണ സംവിധാനം, ജയിലുകൾ, റെയിൽവേ, റോഡുകൾ, മറ്റ് വിവര സാങ്കേതിക സമ്പ്രദായങ്ങൾ തുടങ്ങിയ മേഖലകളിലാണ് പ്രധാനമായും പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത സംരംഭങ്ങൾ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ളത്.

പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത മാതൃക (PPP Model)

പ്രത്യേകതകൾ

- പൊതു സൗകര്യങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിനായി സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി കരാറിൽ ഏർപ്പെടുന്നു.
- ഇതിന്റെ സാമ്പത്തികവും ഉടമസ്ഥതയും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത് പൊതു മേഖലയാണ്.
- പദ്ധതിയുടെ രൂപകല്പനയും നിർമ്മാണവും നടത്തുന്നതിനുള്ള അവകാശം സ്വകാര്യ മേഖലയ്ക്ക് കൈമാറുന്നു.

പ്രയോഗം

- ചെറിയ പ്രവർത്തന ആവശ്യകതകയുള്ള മൂലധന പദ്ധതികൾക്ക് അനുയോജ്യം
- പൊതുമേഖല പ്രവർത്തന ഉത്തരവാദിത്വം നിലനിർത്താൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന മൂലധന പദ്ധതികൾക്ക് അഭികാമ്യം

ശക്തി

- രൂപകല്പനയും നിർമ്മാണത്തിലുള്ള അപകട സാധ്യതയും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നു.
- പദ്ധതിയുടെ വളർച്ച ത്വരിതപ്പെടുത്തുന്നു.

ന്യൂനതകൾ

- പരിസ്ഥിതി സംബന്ധമായ വിഷയത്തിൽ പങ്കാളികൾ തമ്മിൽ അഭിപ്രായ വ്യത്യാസം ഉണ്ടായേക്കാം.
- സ്വകാര്യ സമ്പത്ത് കണ്ടെത്തുവാൻ പ്രയാസമാണ്.

ഉദാഹരണം

- 135 കി.മീ. ദൈർഘ്യമുള്ള കുണ്ട്ലി മനേസർ എക്സ്പ്രസ് പാതയുടെ നിർമ്മാണത്തിനായി രൂപീകരിക്കപ്പെട്ട കുണ്ട്ലി മനേസർ എക്സ്പ്രസ് വേ ലിമിറ്റഡ് എന്ന കമ്പനി പാതയുടെ നിർമ്മാണത്തിനായി സർക്കാർ ഭൂമി നൽകിയപ്പോൾ കമ്പനി പാത നിർമ്മിച്ചു നൽകി.

പ്രധാനപദങ്ങൾ

പൊതുമേഖല	വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾ	സ്വകാര്യവൽക്കരണം
പൊതു സംരംഭങ്ങൾ	സർക്കാർ കമ്പനികൾ	ആഗോളവൽക്കരണം
പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ	ഓഹരി വിറ്റഴിക്കൽ	ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ
സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ	പൊതു ഉത്തരവാദിത്വം	പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ
പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്തം		

സംഗ്രഹം

സ്വകാര്യമേഖലയും പൊതുമേഖലയും: നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് വിവിധ തരത്തിലുള്ള ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. നമ്മുടെ ദൈനംദിന സാമ്പത്തിക കാര്യങ്ങളെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയുടെ പ്രധാന ഭാഗമാകുന്നു. പൊതുമേഖലയും സ്വകാര്യമേഖലയും ഒരുപോലെ പ്രവർത്തിക്കാൻ അനുവദിക്കുന്ന മിശ്ര സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയാണ് ഇന്ത്യയുടേത്. അതിനാൽ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയെ പൊതുമേഖലയെന്നും സ്വകാര്യമേഖലയെന്നും രണ്ടായി തരംതിരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഒരു വ്യക്തിയുടെയോ ഒരുകൂട്ടം വ്യക്തികളുടെയോ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളാണ് സ്വകാര്യ മേഖലയിൽ ഉൾപ്പെടുന്നത്. ഏകാംഗ വ്യാപാരം, പങ്കാളിത്ത ബിസിനസ്, ഹിന്ദു കൂട്ടുകുടുംബം, സഹകരണ സംഘങ്ങൾ, കമ്പനി തുടങ്ങിയവ സ്വകാര്യ മേഖലയിൽ വരുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണ്. സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളാണ് പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ. ഇവ പൂർണ്ണമായോ ഭാഗികമായോ കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെയോ സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെയോ ഉടമസ്ഥതയിൽ ആകാം.

പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സംഘടനാ രൂപങ്ങൾ

രാജ്യത്ത് ബിസിനസ്, സാമ്പത്തിക മേഖലകളിലുള്ള സർക്കാരിന്റെ ഇടപെടലുകൾക്ക് ചില സംഘടനാ രൂപങ്ങൾ ആവശ്യമുണ്ട്. ഒരു പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനത്തിന് അതിന്റെ പ്രവർത്തന സ്വഭാവത്തിന്റെയും സർക്കാരുമായുള്ള ബന്ധത്തിന്റെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഏതുതരം സംഘടനാ രൂപവും സ്വീകരിക്കാവുന്നതാണ്. എന്നാൽ അവയുടെ ആവശ്യകതയ്ക്ക് അനുസരിച്ചായിരിക്കും അനുയോജ്യമായ സംഘടനാ രൂപം തീരുമാനിക്കുക. പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ താഴെപ്പറയുന്ന രീതികളിൽ സംഘടിപ്പിക്കാം.

1. വകുപ്പുതല സംരംഭം (Departmental Undertaking)
2. പൊതു കോർപ്പറേഷൻ (Statutory Corporation/Public Corporation)
3. സർക്കാർ കമ്പനി (Government Company)

വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾ

സർക്കാരിന്റെ ഒരു പ്രത്യേക മന്ത്രാലയത്തിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണ് വകുപ്പുതല സംരംഭങ്ങൾ. ഇവയെ മന്ത്രാലയത്തിന്റെ ഒരു ഭാഗമായോ അല്ലെങ്കിൽ തുടർച്ചയായോ കരുതാം. സർക്കാർ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിലൂടെ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. ഇവയുടെ പ്രവൃത്തികൾ സർക്കാരിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ഒഴിച്ചുകൂടാനാവാത്ത ഭാഗമാണ്.

പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ

പാർലമെന്റോ നിയമസഭയോ പാസ്സാക്കുന്ന നിയമത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രൂപീകരിക്കപ്പെടുന്ന സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളാണ് പൊതു കോർപ്പറേഷനുകൾ. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സർക്കാർ വകുപ്പുമായുള്ള ബന്ധത്തെയും നടപടിക്രമങ്ങളെയും അധികാരത്തെയും ജീവനക്കാരെ സംബന്ധിക്കുന്ന കാര്യങ്ങളെയും പറ്റിയൊക്കെ ഇവയുടെ നിയമത്തിൽ വ്യക്തമാക്കിയിരിക്കും. ഒരു പ്രത്യേകതരം വാണിജ്യ പ്രവർത്തനത്തിലോ മേഖലയിലോ പൂർണ നിയന്ത്രണമുള്ള, നിയമനിർമ്മാണസഭയിലൂടെ സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ട വ്യക്തമായ അധികാരങ്ങളും ചുമതലകളും സാമ്പത്തിക സ്വാതന്ത്ര്യവുമുള്ള നിയമപരമായ സമിതിയാണ് പൊതുകോർപ്പറേഷനുകൾ.

സർക്കാർ കമ്പനി

1956 ലെയോ 2013 ലെയോ കമ്പനി നിയമപ്രകാരം സ്ഥാപിതമായവയാണ് ഇത്തരം കമ്പനികൾ. സർക്കാർ കമ്പനികൾ സ്വകാര്യമേഖലയിലുള്ള മറ്റു കമ്പനികളെ പോലെ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിട്ടുള്ളതും നിയന്ത്രിക്കപ്പെടുന്നതും കമ്പനി നിയമത്തിലെ വ്യവസ്ഥകൾ അനുസരിച്ചാണ്. കമ്പനി നിയമപ്രകാരം ഒരു കമ്പനിയുടെ 51 ശതമാനത്തിൽ കുറയാത്ത കൊടുത്തുതീർത്ത ഓഹരി മൂലധനം കേന്ദ്രസർക്കാരിന്റെയോ ഏതെങ്കിലും സംസ്ഥാനസർക്കാരിന്റെയോ അല്ലെങ്കിൽ ഭാഗികമായി കേന്ദ്രസർക്കാരും സംസ്ഥാനസർക്കാരും അല്ലെങ്കിൽ ഒന്നിൽ കൂടുതൽ സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ ഒരുമിച്ചോ കൈവശം വച്ചിരിക്കുന്നുവെങ്കിൽ അവയെ സർക്കാർ കമ്പനി എന്നു വിളിക്കുന്നു.

പൊതുമേഖലയുടെ മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പങ്ക്

പൊതുമേഖല സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് നേരിട്ട് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിലേർപ്പെട്ടുകൊണ്ടോ അല്ലെങ്കിൽ അതിനു സഹായകരമായ ക്രമീകരണങ്ങൾ നൽകിക്കൊണ്ടോ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയുടെ ചില ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിൽ നിർണായകമായ സ്ഥാനം വഹിക്കാൻ കഴിയും എന്ന് ഇന്ത്യ സ്വാതന്ത്ര്യം നേടിയ സമയത്ത് പ്രതീക്ഷിച്ചിരുന്നു. ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടന മാറ്റത്തിന്റെ പാതയിലാണ്. 90 കൾക്ക് ശേഷം പുത്തൻ സാമ്പത്തിക നയത്തിലൂടെ ഉദാരവൽക്കരണം, സ്വകാര്യവൽക്കരണം, ആഗോളവൽക്കരണം എന്നീ നയങ്ങൾക്ക് തുടക്കം കുറിച്ചു. ഇതിലൂടെ പൊതുമേഖലയുടെ സ്ഥാനം പുനർനിർവചിക്കപ്പെട്ടു. എന്നാൽ പൊതുമേഖല അതേ വ്യവസായത്തിലെ സ്വകാര്യമേഖലാ സംരംഭങ്ങളുമായി മത്സരത്തിലേർപ്പെട്ടുകൊണ്ട് കൂടുതൽ സജീവമാകുവാൻ ശ്രമിക്കുകയാണ് ചെയ്തത്.

അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ വികസനം

മതിയായ വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾ, ഇന്ധനം, ഊർജം, മറ്റ് അടിസ്ഥാന വ്യവസായങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയുടെ അഭാവത്തിൽ ശരിയായ വ്യവസായവൽക്കരണ പ്രക്രിയ സാധ്യമല്ല. സർക്കാരിന് മാത്രമേ വലിയ മൂലധനം സ്വരൂപിക്കുന്നതിനും വ്യാവസായിക നിർമ്മാണം ഏകോപിപ്പിക്കുന്നതിനും സാങ്കേതിക വിദഗ്ധർക്കും മറ്റ് തൊഴിലാളികൾക്കും വേണ്ട പരിശീലനം നൽകുന്നതിനും സാധിച്ചിരുന്നുള്ളു.

പ്രാദേശിക സന്തുലനം

രാജ്യത്തെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള സാമ്പത്തിക അസന്തുലിതാവസ്ഥ പരിഹരിക്കുക എന്നത് സർക്കാരിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. രാജ്യത്തെ പ്രാദേശിക സന്തുലനം ഉറപ്പാക്കുന്നതിന് പിന്നോക്ക

പ്രദേശങ്ങളുടെ വികസനം ആസൂത്രിതമായ വികസനത്തിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളിലൊന്നാക്കേണ്ടതാണ്. സർക്കാർ പുതിയ സംരംഭങ്ങൾ പിന്നോക്ക പ്രദേശങ്ങളിൽ ആരംഭിക്കുകയും അതേസമയം വികസിത പ്രദേശങ്ങളിലുള്ള സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളുടെ പെട്ടെന്നുള്ള വളർച്ചയെ നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്താൽ പ്രാദേശിക സന്തുലനം സാധ്യമാക്കി തീർക്കാം.

സമ്പദ്വ്യവസ്ഥകളുടെ തോത്

സമ്പദ്ഘടനയുടെ പുരോഗതിക്ക് ഉയർന്ന മൂലധനനിക്ഷേപം ആവശ്യമായ വൻകിട വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങൾ ആരംഭിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇവയുടെ പ്രയോജനം നേടാൻ പൊതുമേഖലാസ്ഥാപനങ്ങൾ നിർബന്ധിതരായി.

സമ്പത്തിന്റെ കേന്ദ്രീകരണത്തെ നിയന്ത്രിക്കുന്നു

പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്വകാര്യ മേഖലയുടെ മേൽ ഒരു നിയന്ത്രണമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു. വൻകിട വ്യവസായ മേഖലയിൽ മുതൽ മുടക്കാൻ സ്വകാര്യ മേഖലയിൽ നിന്ന് കുറച്ചു പേർ മാത്രമേ താൽപ്പര്യം കാണിക്കുന്നുള്ളൂ. ഇതിന്റെ ഫലമായി ചിലരുടെ കൈകളിൽ മാത്രമായി സമ്പത്ത് കുമിഞ്ഞു കൂടുകയും അത് കുത്തകവൽക്കരണത്തിന് കാരണമാവുകയും ചെയ്യും.

ഇറക്കുമതിക്ക് പകരം വയ്ക്കൽ

രാജ്യം വ്യത്യസ്തമേഖലകളിൽ സ്വയംപര്യാപ്തതയിൽ എത്തിച്ചേരുക എന്നത് ആദ്യകാല പഞ്ചവത്സരപദ്ധതികളുടെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷ്യമായിരുന്നു. ഇതിന്റെ ഭാഗമായി ഇറക്കുമതി ചെയ്തുകൊണ്ടിരുന്ന സാധനങ്ങൾക്ക് പകരമായി ഘന നിർമ്മാണ വ്യവസായത്തിൽ ഏർപ്പെട്ടിരുന്ന പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ അവ ഉൽപാദിപ്പിക്കുവാൻ തുടങ്ങി.

1991 മുതലുള്ള സർക്കാരിന്റെ പൊതുമേഖലാ നയം

ഇവയുടെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ

(i) ഭാവിയിൽ വളർച്ചാ സാധ്യതയുള്ള പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളെ പുനരുജ്ജീവിപ്പിക്കുകയും പുനഃസംഘടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക.

(ii) പുനരുജ്ജീവിപ്പിക്കാൻ സാധ്യതയില്ലാത്ത പൊതുമേഖലാ സംരംഭങ്ങൾ അടച്ചു പൂട്ടുക.

(iii) തന്ത്രപ്രധാനമല്ലാത്ത പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ സർക്കാർ ഓഹരി വിഹിതം 26 ശതമാനത്തിൽ താഴെയായി പരിമിതപ്പെടുത്തുക.

(iv) ജീവനക്കാരുടെ താൽപര്യങ്ങൾ പൂർണമായും സംരക്ഷിക്കുക.

(a) പൊതുമേഖലയ്ക്കായി മാറ്റിവയ്ക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ള വ്യവസായങ്ങളുടെ എണ്ണം പരിമിതപ്പെടുത്തുക

സ്വകാര്യമേഖലയ്ക്ക് പൊതുമേഖലയ്ക്കായി മാത്രം മാറ്റിവച്ച മുന്ന് വ്യവസായങ്ങളിൽ ഒഴികെ ബാക്കി എല്ലാ മേഖലകളിലേക്കും കടക്കാൻ സാധിക്കുകയും പൊതുമേഖലയ്ക്ക് അവരുമായി ശക്തമായി മത്സരിക്കേണ്ടിയും വന്നു.

(b) തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഓഹരി വിറ്റഴിക്കൽ

സ്വകാര്യമേഖലയ്ക്കോ പൊതുജനങ്ങൾക്കോ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഓഹരി വിറ്റഴിക്കുന്നതിനെയാണ് ഓഹരിവിറ്റഴിക്കൽ എന്നു പറയുന്നത്. പൊതുജനങ്ങളുടെയും തൊഴിലാളി

കളുടെയും പങ്കാളിത്തം ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഉറപ്പാക്കി മൂലധനം സമാഹരിക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. വ്യവസായ മേഖലയിൽ നിന്ന് പിൻവലിയുവാനും എല്ലാ സംരംഭങ്ങളിലെയും ഓഹരി പങ്കാളിത്തം കുറയ്ക്കുവാനും സർക്കാർ തീരുമാനിച്ചു.

(c) നഷ്ടത്തിലായ സംരംഭങ്ങളെ സ്വകാര്യമേഖലയ്ക്ക് തുല്യമായി കണക്കാക്കുന്ന സമീപനം

നഷ്ടത്തിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളെ അടച്ചുപൂട്ടണോ പുനരുദ്ധരിക്കണോ എന്നകാര്യം തീരുമാനിക്കുന്നതിനായി വ്യാവസായിക ധനകാര്യ പുനർനിർമ്മാണ ബോർഡിന്റെ (Board for Industrial and Financial Reconstruction) പരിഗണനയ്ക്കു വിടുന്നു.

d) ധാരണാപത്രം

പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനു വേണ്ടി മാനേജ്മെന്റിന് കൂടുതൽ അധികാരങ്ങൾ നൽകിക്കൊണ്ട് സർക്കാരുമായി ധാരണാപത്രം ഉണ്ടാക്കുന്നു. ഇതനുസരിച്ച് പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് പൂർത്തീകരിക്കേണ്ട ലക്ഷ്യങ്ങളും അവ പൂർത്തീകരിക്കാനാവശ്യമായ പ്രവർത്തനസ്വാതന്ത്ര്യവും നൽകുന്നു.

ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ

കഴിഞ്ഞ 20 വർഷമായി ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയിൽ നിർണ്ണായകമായ സ്ഥാനം ചെലുത്തി വരുന്നു. ഭീമമായ വലിപ്പം, ഉത്പന്നങ്ങളുടെ വൈവിധ്യം, നൂതന സാങ്കേതികവിദ്യ, വിപണന തന്ത്രം, ലോകം മുഴുവൻ വ്യാപിച്ച് കിടക്കുന്ന വിതരണ ശൃംഖല തുടങ്ങിയവയാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾ. വിവിധ രാജ്യങ്ങളിലായി ശാഖകളുടെ ശൃംഖല വഴി വ്യാവസായിക വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങൾ വ്യാപിപ്പിക്കുന്ന വൻകിട വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ആഗോള സംരംഭങ്ങൾ.

പ്രത്യേകതകൾ

ആഗോള സംരംഭങ്ങൾക്ക് സ്വകാര്യമേഖലാകമ്പനികൾ, പൊതുമേഖലാ സംരംഭങ്ങൾ എന്നിവയിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായ സവിശേഷതകളാണുള്ളത്.

(i) വിപുലമായ മൂലധന വിഭവങ്ങൾ

(ii) വിദേശ സഹപ്രവർത്തനം

(iii) അത്യാധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യ

(iv) ഉൽപ്പന്ന നവീകരണം

(v) വിപണന തന്ത്രം

(vi) വിപണി പ്രദേശത്തിന്റെ വിപുലീകരണം

(vii) കേന്ദ്രീകൃത നിയന്ത്രണം

സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ

സംയുക്ത സംരംഭം എന്നതിനെ നാം ഉപയോഗിക്കുന്ന സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് പലതരത്തിൽ വ്യാഖ്യാനിക്കാം. വിശാല അർത്ഥത്തിൽ സംയുക്ത സംരംഭം എന്നാൽ ഒരു പ്രത്യേക ലക്ഷ്യം

നേടുന്നതിനു വേണ്ടി രണ്ടോ അതിലധികമോ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ വിഭവങ്ങളും വൈദഗ്ധ്യവും സമാഹരിക്കലാണ്. ഇവ ബിസിനസിന്റെ നഷ്ടസാധ്യതയും പ്രതിഫലങ്ങളും പങ്ക് വയ്ക്കുന്നുണ്ട്. സാധാരണഗതിയിൽ സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കാറുള്ളത് ബിസിനസിന്റെ വിപുലീകരണം, പുതിയ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വികാസം അല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു രാജ്യത്തെ പുതിയ വിപണിയിലേക്കു കടക്കുക എന്നീ ഉദ്ദേശ്യത്തോടു കൂടിയാകാം.

നേട്ടങ്ങൾ:

ബിസിനസിന് ഒരു പങ്കാളിയുമായി ചേർന്നുള്ള സംയുക്ത സംരംഭത്തിലൂടെ അപ്രതീക്ഷിത നേട്ടങ്ങൾ കൈവരിക്കാൻ സാധിക്കും. സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ എടുത്തുപറയേണ്ട നേട്ടങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

(i) വിഭവങ്ങളും ശേഷിയും വർധിപ്പിക്കുന്നു.

(ii) പുതിയ വിപണിയുടെയും വിതരണ ശൃംഖലയുടെയും കണ്ടെത്തൽ.

(iii) സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തൽ.

(iv) പുതുമകൾ കണ്ടെത്തൽ

(v) കുറഞ്ഞ ഉൽപാദനച്ചെലവ്.

(vi) സ്ഥാപിത ബ്രാന്റ് നാമം

പൊതുസ്വകാര്യ പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ - വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി പൊതുമേഖലയും സ്വകാര്യമേഖലയും തമ്മിൽ യോജിച്ചു പ്രവർത്തിക്കുന്നതാണിത്.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയുത്തരം തിരഞ്ഞെടുത്തെഴുതുക

(1) ഒരു കമ്പനിയിലെ സർക്കാരിന്റെ കൈവശമുള്ള അടച്ചുതീർത്ത മൂലധനത്തിന്റെ പങ്ക് _____ശതമാനത്തിൽ കുറയാതിരുന്നാൽ അവയെ സർക്കാർ കമ്പനി എന്ന് വിളിക്കാം.

(a) 49 ശതമാനം (b) 51 ശതമാനം

(c) 50 ശതമാനം (d) 25 ശതമാനം

(2) ആഗോള സംരംഭങ്ങളിലെ കേന്ദ്രീകൃത നിയന്ത്രണം എന്നതുകൊണ്ടു ഉദ്ദേശിക്കുന്നത് _____ വഴിയുള്ള നിയന്ത്രണമാണ്.

(a) ശാഖകൾ (b) അനുബന്ധ കമ്പനികൾ

(c) കേന്ദ്ര ആസ്ഥാനം (d) പാർലമെന്റ്

(3) ആരുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളെയാണ് പൊതുമേഖല സ്ഥാപനങ്ങൾ എന്നു പറയുന്നത്?

(a) ഹിന്ദു അവിഭക്ത കുടുംബം (b) സർക്കാർ

(c) വിദേശ കമ്പനികൾ (d) സ്വകാര്യസംരംഭകർ

(4) നഷ്ടത്തിലായ പൊതുമേഖലാസ്ഥാപനങ്ങളുടെ പുനർനിർമ്മാണം നടത്തുന്നത് ആരുവഴിയാണ്?

(a) എം.ഒ.എഫ്.എ (b) എം.ഒ.യു

(c) ബി.ഐ.എഫ്. ആർ (d) എൻ.ആർ.എഫ്

(5) പൊതുമേഖലാ സംരംഭങ്ങളുടെ ഓഹരി വിറ്റഴിക്കൽ എന്നാൽ :

(a) സ്വകാര്യമേഖലയ്ക്കോ പൊതുജനങ്ങൾക്കോ ഓഹരി വിൽക്കുക.

(b) പ്രവർത്തനം അവസാനിപ്പിക്കുക.

(c) പുതിയ മേഖലകളിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുക.

(d) പൊതുമേഖലാ സംരംഭങ്ങളുടെ ഓഹരി വാങ്ങുക.

(6) ഉടമസ്ഥാടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംയുക്തസംരംഭങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടാത്തത് ഏത്?

(a) സഹകരണ സംരംഭങ്ങൾ

(b) കമ്പനി

(c) പങ്കാളിത്ത സംരംഭം

(d) ക്ലിപ്തബാധ്യത പങ്കാളിത്തം

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1) പൊതുമേഖലയേയും സ്വകാര്യമേഖലയേയും കുറിച്ച് വിശദീകരിക്കുക?
2) സ്വകാര്യ മേഖലയിലെ വിവിധ സംഘടനാ രൂപങ്ങളെപ്പറ്റി വ്യക്തമാക്കുക?
3) പൊതുമേഖലയിലെ വിവിധ സംഘടനാ രൂപങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?
4) പൊതുമേഖലയിലെ മറ്റ് സംഘടനാരൂപങ്ങളേക്കാൾ സർക്കാർ കമ്പനികൾക്ക് പ്രാധാന്യം ലഭിക്കുന്നത് എന്തുകൊണ്ട്?
5) എങ്ങനെയാണ് സർക്കാർ രാജ്യത്ത് പ്രാദേശിക സന്തുലനം നിലനിർത്തുന്നത്?
6) പൊതുമേഖലയിലെ ചില സംരഭങ്ങളുടെ പേരുകൾ രേഖപ്പെടുത്തി അവയെ വിവിധ രൂപങ്ങളായി തരംതിരിച്ച് പട്ടികപ്പെടുത്തുക.
7) പൊതുസ്വകാര്യ പങ്കാളിത്തം എന്നത് എന്ത് എന്ന് വിശദമാക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1) പൊതുമേഖലയോടുള്ള 1991 ലെ വ്യവസായ നയത്തെ കുറിച്ച് വിശദമാക്കുക?
2) 1991 ന് മുമ്പുള്ള പൊതുമേഖലയെപ്പറ്റി വിവരിക്കുക?
3) പൊതുമേഖലാ കമ്പനികൾക്ക് സ്വകാര്യമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ലാഭത്തിന്റേയും കാര്യക്ഷമതയുടെയും കാര്യത്തിൽ മത്സരിക്കാൻ സാധിക്കുമോ? നിങ്ങളുടെ അഭിപ്രായം വിശദമാക്കുക.
4) ആഗോള സംരംഭങ്ങളെ മറ്റ് ബിസിനസ് സംഘടനാ രൂപങ്ങളിൽ നിന്ന് മേന്മ യേറിയതായി കണക്കാക്കുന്നതിനുള്ള കാരണം വിശദമാക്കുക?
5) സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ നേട്ടങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക?

പ്രോജക്റ്റ് / അസൈൻമെന്റ്

1) വിദേശ കമ്പനികളുമായി സംയുക്ത സംരംഭത്തിലേർപ്പെട്ട ഇന്ത്യൻ കമ്പനികളുടെ പട്ടിക തയ്യാറാക്കുക. ഇത്തരം സംരംഭത്തിലൂടെ ഉണ്ടായ നേട്ടങ്ങളെപ്പറ്റി വിശദീ കരിക്കുക.

J9T8X2

അദ്ധ്യായം 4

ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ
[BUSINESS SERVICES]

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- സേവനങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾ വിവരിക്കുന്നു.
- സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വേർതിരിക്കുന്നു.
- വിവിധ തരം ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ തരം തിരിക്കുന്നു.
- ഇ-ബാങ്കിംഗ് എന്ന ആശയം വിശദീകരിക്കുന്നു.
- വിവിധയിനം ഇൻഷുറൻസ് പോളിസികൾ തിരിച്ചറിയുകയും തരംതിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.
- വിവിധ തരം സംഭരണശാലകളെക്കുറിച്ച് വിവരിക്കുന്നു.

ഒരു പെട്രോൾ പമ്പ് കാണാത്തവർ ആരുമുണ്ടാവില്ലല്ലോ. ഒരു പെട്രോൾ പമ്പ് ഉടമ ഒരു ഗ്രാമപ്രദേശത്ത് അയാളുടെ ബിസിനസ് നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകുന്നത് എങ്ങിനെയാണ് എന്ന് നിങ്ങൾ എപ്പോഴെങ്കിലും ചിന്തിച്ചിട്ടുണ്ടോ? ഉൾപ്രദേശത്തുള്ള ഗ്രാമത്തിലേക്ക് എങ്ങിനെയാണ് പെട്രോളും ഡീസലും എത്തിക്കുന്നത്? വലിയ അളവിൽ പെട്രോളും ഡീസലും വാങ്ങുന്നതിന് എവിടെ നിന്നാണ് പണം ലഭിക്കുന്നത്? പെട്രോൾ ഡിപ്പോകളെ അയാളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ എങ്ങിനെയാണ് അറിയിക്കുന്നത്? തന്റെ ബിസിനസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പല നഷ്ടസാധ്യതകൾ എങ്ങിനെയാണ് അയാൾ മറികടക്കുന്നത്? ബിസിനസ് സേവനങ്ങളെ കുറിച്ച് മനസ്സിലാക്കിയാൽ മുകളിലെ എല്ലാ ചോദ്യങ്ങൾക്കുമുള്ള ഉത്തരം ലഭിക്കും. ട്രെയിനുകളിലൂടെയും ടാങ്കറുകളിലൂടെയും ആണ് എണ്ണ ശുദ്ധീകരണശാലയിൽ നിന്ന് പെട്രോളും ഡീസലും പമ്പിൽ എത്തിക്കുന്നത്. രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ നഗരങ്ങളിലും പട്ടണങ്ങളിലുമായി സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ള എണ്ണക്കമ്പനികളുടെ ഡിപ്പോകളിൽ (സംഭരണശാലകൾ) അവ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നു. പെട്രോൾ പമ്പ് ഉടമകൾ പോസ്റ്റർ, ഇമെയിൽ, ടെലിഫോൺ സൗകര്യങ്ങളുപയോഗിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളുമായും ബാങ്കുകളുമായും ഡിപ്പോകളുമായും അവരുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി തുടർച്ചയായി ബന്ധപ്പെടുന്നു (വാർത്താ വിനിമയ സേവനങ്ങൾ). എണ്ണക്കമ്പനികൾ എല്ലായ്പ്പോഴും മുൻകൂർ പണം വാങ്ങി മാത്രം പെട്രോളും ഡീസലും വിൽക്കുന്നതുകൊണ്ട് പമ്പുടമകൾക്ക് ചരക്ക് വാങ്ങുന്നതിനുവേണ്ട പണത്തിനായി ബാങ്കുകളിൽ നിന്ന് വായ്പ എടുക്കേണ്ടി വരും (ബാങ്കിംഗ് സേവനങ്ങൾ). പെട്രോളും ഡീസലും ഉയർന്ന അപകട സാധ്യതയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളായതിനാൽ, ഉടമസ്ഥർക്ക് അവരുടെ ബിസിനസ്, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, തൊഴിലാളികളുടെ ജീവൻ തുടങ്ങിയവ സംരക്ഷിക്കാൻ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കേണ്ടി വരും (ഇൻഷുറൻസ് സേവനങ്ങൾ). അങ്ങിനെ നോക്കിയാൽ പെട്രോളും ഡീസലും പെട്രോൾ പമ്പിലൂടെ വിൽക്കുക എന്ന ഒരു ബിസിനസ് യഥാർത്ഥത്തിൽ കുറേ ബിസിനസ് സേവനങ്ങളുടെ ആകെത്തുകയാണ് എന്ന് മനസ്സിലാക്കാം. എണ്ണ ശുദ്ധീകരണശാലയിൽ നിന്ന് പെട്രോളും ഡീസലും കപ്പലിൽ കയറ്റി വിൽപന കേന്ദ്രമായ പെട്രോൾ പമ്പിൽ എത്തിക്കുന്നതുവരെ ഇത്തരം നിരവധി സേവനങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട് എന്ന് മനസ്സിലാക്കാം.

4.1 ആമുഖം

നാമെല്ലാവരും തന്നെ ഒരു തരത്തിലല്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു തരത്തിൽ ഏതെങ്കിലുമൊക്കെ ബിസിനസുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടാകുമല്ലോ. എന്നല്ല, നിത്യേന ബന്ധപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ് ശരി. നമുക്ക് ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ പരിശോധിക്കാം. ഒരു കടയിൽ നിന്ന് ഐസ്ക്രീം വാങ്ങുന്നു. അതുപോലെ ഒരു റസ്റ്റോറന്റിൽ പോയി ഐസ്ക്രീം കഴിക്കുന്നു. ഒരു സിനിമാ തിയേറ്ററിൽ പോയി സിനിമ കാണുന്നു. അതുപോലെ സിനിമയുടെ ഒരു സി.ഡി വാങ്ങുന്നു. ഒരു സ്കൂൾ ബസ് വാങ്ങുന്നു. ഒരു ബസ്സ് കമ്പനിയിൽ നിന്നും പാട്ടത്തിനെടുക്കുന്നു. ഇവയെല്ലാം ഓരോ തരത്തിലുള്ള ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്. ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്താൽ നിങ്ങൾക്ക് ഈ പ്രവൃത്തികൾ തമ്മിൽ ചില വ്യത്യാസങ്ങൾ കാണാൻ കഴിയും. ഐസ്ക്രീം കഴിക്കുന്നതിലും വാങ്ങുന്നതിലും സിനിമ കാണുന്നതിലും സി.ഡി. വാങ്ങുന്നതിലും ബസ് വാങ്ങുന്നതിലും പാട്ടത്തിനെടുക്കുന്നതിലും ഒക്കെത്തന്നെ ചില വ്യത്യാസങ്ങൾ നമുക്ക് കാണാൻ സാധിക്കും. ഇതിൽ പൊതുവായി കാണാവുന്നത് എന്തെന്നാൽ ഒന്നിൽ ഒരു സാധനം വാങ്ങുമ്പോൾ അടുത്തതിൽ ഒരു സേവനം ലഭിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. വാങ്ങിക്കുന്ന സാധനങ്ങൾ തമ്മിലും

ലഭിക്കുന്ന സേവനങ്ങൾ തമ്മിലും ഏറെ വ്യത്യാസങ്ങളുണ്ട്.

ഒരു സാധാരണക്കാരനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം സേവനങ്ങൾ എന്നത് തൊടാൻ കഴിയാത്തവയാണ്. സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാകുന്നതിലൂടെ ഭൗതികമായ ഒന്നിന്റെയും ഉടമസ്ഥാവകാശം ലഭിക്കുന്നയാൾക്ക് കിട്ടുന്നില്ല. ഉദാഹരണമായി നിങ്ങൾക്ക് ഒരു ഡോക്ടറുടെ സേവനം ലഭ്യമാക്കുകയാണെന്നിരിക്കട്ടെ. ഡോക്ടറെ നമുക്ക് വാങ്ങുവാൻ കഴിയുകയില്ല. സേവനദാതാക്കളും ഉപഭോക്താക്കളും തമ്മിലുള്ള ഇടപെടലുകളിലൂടെ അനുഭവവേദ്യമാകുന്ന അദൃശ്യമായ എല്ലാ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളെയും സേവനം എന്ന് പറയാം.

അതായത് പ്രത്യേകം വേർതിരിച്ച് അറിയാൻ കഴിയുന്നതും ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതും, അദൃശ്യമായതും എന്നാൽ മറ്റൊരു സാധനത്തിന്റെ വിൽപ്പനയുമായോ മറ്റേതെങ്കിലും സേവനത്തിന്റെ വിൽപ്പനയുമായോ ബന്ധമുണ്ടാകണമെന്ന് നിർബന്ധമില്ലാത്തതുമായ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളെയാണ് സേവനങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.

ഭൗതികമായ ഒരു ഉൽപ്പന്നം വിൽപ്പനക്കാരനിൽ നിന്ന് ഉടമസ്ഥാവകാശത്തോടെ വാങ്ങുന്നയാളിന് അഥവാ ഉപഭോക്താവിന് കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്നതാണെങ്കിൽ അതിനെ സാധനം എന്ന് വിളിക്കാം.

സേവനങ്ങൾ (service) ഒഴികെയുള്ള എല്ലാ വസ്തുക്കളും അതിലെ വിവിധ ഇനങ്ങളും വാണിജ്യത്തിലോ കച്ചവടത്തിലോ ഉൾക്കൊണ്ടിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ അതിനെ ചരക്ക് (goods) എന്ന് വിളിക്കാം.

4.2 സേവനങ്ങളുടെ സ്വഭാവം (Nature of Service)

ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾക്ക് അഞ്ച് അടിസ്ഥാന സ്വഭാവങ്ങളുണ്ട്. താഴെ കൊടുത്തിട്ടുള്ള സവിശേഷതകൾ അവയെ ചരക്കുകളിൽ നിന്ന് വേർതിരിക്കുന്നു.

1. അദൃശ്യത [Intangibility]:

സേവനങ്ങൾ എല്ലാം തന്നെ അദൃശ്യങ്ങളാണ്. അതായത് അവയെ കാണുവാനോ സ്പർശിക്കുവാനോ കഴിയുകയില്ല. പ്രകൃത്യാൽ തന്നെ അനുഭവവേദ്യമാകുന്നവയാണ് സേവനങ്ങൾ. ഉദാഹരണത്തിന് ഒരാൾക്ക് ഡോക്ടറുടെ സേവനങ്ങളെ രുചിച്ച് നോക്കാനോ, ഒരു വിനോദ പ്രവർത്തനത്തെ തൊട്ടു നോക്കാനോ കഴിയില്ല. നിങ്ങൾക്ക് ഇവ അനുഭവിച്ചറിയാം എന്ന് മാത്രം. സേവനങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ നിങ്ങൾക്ക് അത് വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുന്നതിന് മുൻപ് അറിയാനുള്ള മാർഗ്ഗമില്ല. അക്കാരണത്താൽ സേവനദാതാക്കൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അനുയോജ്യമായതും മേന്മയുള്ളതുമായ സേവനം അനുഭവവേദ്യമാകുന്നതിന് എല്ലായ്പ്പോഴും ശ്രമിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കും. ഉദാഹരണമായി, ഒരു ഡോക്ടർ തന്റെ രോഗിയുടെ അസുഖം ഭേദമാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി നിരന്തരം പരിശ്രമിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കും.

2. സ്ഥിരതയില്ലായ്മ [Inconsistency]:

അസ്ഥിരതയാണ് സേവനങ്ങളുടെ രണ്ടാമത്തെ സവിശേഷത. സാധനങ്ങൾ പോലെ ഒരു നിശ്ചിതവും ദൃശ്യവുമായ ഉൽപ്പന്നമല്ലാത്തതുകൊണ്ട് സേവനങ്ങൾ ആവശ്യാനുസരണം പ്രദാനം ചെയ്യേണ്ടി വരുന്നു. കാരണം ഓരോ ഉപഭോക്താവിന്റെയും ആവശ്യകതയും പ്രതീക്ഷകളും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് സേവനങ്ങളുടെ സ്വഭാവങ്ങളിൽ മാറ്റം വരുത്താൻ ദാതാക്കൾക്ക് കഴിയണം. മൊബൈൽ ഫോൺ സേവനങ്ങൾ ഇതിന് ഉത്തമ ഉദാഹരണമാണ്.

3. വേർപ്പെടുത്താനാവായ്മ [Inseparability]:

ഉൽപ്പാദനവും ഉപഭോഗവും ഒരേ സമയത്ത് തന്നെ നടക്കുന്നു എന്നതാണ് സേവനങ്ങളുടെ മറ്റൊരു പ്രധാന സവിശേഷത. അതായത് സേവനങ്ങളുടെ ഉൽപ്പാദനവും ഉപഭോഗവും വേർതിരിക്കാൻ കഴിയില്ല എന്നതുതന്നെ. ഒരു കാർ നമുക്ക് ഇപ്പോൾ നിർമ്മിച്ച് ഒരു മാസമോ, ഒരു പക്ഷെ ഒരു വർഷമോ കഴിഞ്ഞ് വിൽക്കാം. പിന്നീട് വർഷങ്ങൾ കഴിഞ്ഞാലും ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യാം. എന്നാൽ സേവനങ്ങൾ ഇങ്ങനെ ഭാവിയിലേക്ക് ഉപയോഗിക്കാനായി മാറ്റിവയ്ക്കാൻ കഴിയില്ല. ഒരു ടാക്സി കാർ വാടകയ്ക്ക് വിളിച്ചാൽ ആ സമയത്ത് മാത്രമേ നമുക്ക് സേവനം ലഭ്യമാവുകയുള്ളൂ. ഒരു സിനിമ തിയേറ്ററിൽ പോയി അവിടെ പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന വേളയിൽ മാത്രമേ നമുക്ക് ആസ്വദിക്കാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. സേവന ദാതാക്കൾ ഒരു പക്ഷെ സാങ്കേതികവിദ്യകൾ ഉപയോഗിച്ച് സേവനം നൽകുന്നയാളിന് പകരം സംവിധാനം കണ്ടെത്തിയേക്കാം. പക്ഷെ, ഉപഭോക്താവുമായുള്ള ഇടപെടലുകൾ ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. ഉദാഹരണത്തിന് ബാങ്കുകളിൽ നിന്ന് പണം പിൻവലിക്കാനും പണം നിക്ഷേപിക്കാനും ബാങ്കിലെ ഗുമസ്തന് പകരം എ.ടി.എം. യന്ത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാം. പക്ഷെ, അപ്പോഴും ഇടപാട് നടക്കാൻ ഈ യന്ത്രങ്ങളുമായി ഉപഭോക്താവ് സംവദിക്കേണ്ടി വരും.

4. ചരക്ക് നീക്കിയിരുപ്പിന്റെ അഭാവം [Inventory (Less)]:

സേവനങ്ങൾക്ക് കാണാവുന്നതോ സ്പർശിക്കാവുന്നതോ ആയ രൂപമില്ലാത്തതുകൊണ്ട് ഭാവിയിലെ ഉപയോഗത്തിനായി സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കാൻ കഴിയില്ല. അതായത്, ഉടൻ തന്നെ ഇല്ലാതാകുന്നവയാണ് സേവനങ്ങൾ എന്നർത്ഥം. ഒരു പക്ഷെ സേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ചില സാധനങ്ങൾ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കാൻ കഴിഞ്ഞേക്കും. പക്ഷെ സേവനങ്ങൾ ഒരിക്കലും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കാൻ കഴിയില്ല. ഇതിനർത്ഥം, സേവനങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾ ആവശ്യപ്പെടുന്ന സമയത്ത് പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിന് വേണ്ടി ചോദനത്തിനനുസൃതമായി സൃഷ്ടിച്ച് വിതരണം ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. കാരണം പിന്നീട് ആവശ്യം വരുമ്പോൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനായി മുൻകൂട്ടി സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കാൻ കഴിയില്ല. ഉദാഹരണമായി, നിങ്ങൾക്കൊരു ട്രെയിൻ ടിക്കറ്റ് മുൻകൂട്ടി എടുത്ത് വയ്ക്കാം. പക്ഷെ യാത്ര അതിന്റെ സമയത്ത് മാത്രമേ ചെയ്യാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ.

5. ഇടപെടലുകൾ [Involvement]:

സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിൽ ഉപഭോക്താവിന്റെ ഇടപെടൽ എന്നത് സേവനങ്ങളുടെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട സവിശേഷതയാണ്. ഉപഭോക്താവിന് ആവശ്യമെങ്കിൽ സേവനങ്ങളിൽ മാറ്റം വരുത്താം. പക്ഷെ ഉപഭോക്താവിന്റെ സാന്നിദ്ധ്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.

4.2.1. സേവനങ്ങളും സാധനങ്ങളും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം (Difference between Services and Goods)

മുകളിലെ ചർച്ചയിൽ നിന്ന് നമുക്ക് മനസ്സിലാക്കാവുന്നത് സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും തമ്മിൽ പ്രധാനമായും രണ്ട് വ്യത്യാസങ്ങളാണുള്ളത് എന്നാണ്. അതായത് ഉടമസ്ഥാവകാശത്തിന്റെ കൈമാറ്റമില്ലായ്മയും ഉപഭോക്താവിന്റെയും ദാതാവിന്റെയും സാന്നിദ്ധ്യവും. സാധനങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കപ്പെടുമ്പോൾ സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യപ്പെടുകയാണ്. ഉപഭോക്താവിൽ ചെലുത്തുന്ന സേവനത്തിന്റെ

സ്വാധീനം വീട്ടിൽ കൊണ്ടുപോകാൻ കഴിഞ്ഞേക്കാം. പക്ഷെ അയാൾക്ക് സേവനം വീട്ടിൽ കൊണ്ടുപോയി ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. ഉൽപ്പാദന സമയത്തുതന്നെ ഉപയോഗിക്കുന്നതുകൊണ്ട് സേവനങ്ങൾക്ക് നീക്കിയിരുപ്പ് ചരക്ക് ഉണ്ടാവുകയില്ല എന്ന് മാത്രമല്ല ഉൽപ്പാദന സമയത്ത് തന്നെ ഉപയോഗിച്ചില്ലെങ്കിൽ അത് ഇല്ലാതാവുകയും ചെയ്യും. ഈ വ്യത്യാസങ്ങളെല്ലാം ഒരു പട്ടിക രൂപത്തിൽ താഴെ കൊടുക്കുന്നു.

4.3 വിവിധ തരം സേവനങ്ങൾ (TYPES OF SERVICES)

സേവനമേഖലയെക്കുറിച്ച് ചർച്ച ചെയ്യുമ്പോൾ, സേവനങ്ങളെ വിശാലമായ അർത്ഥത്തിൽ ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ, സാമൂഹ്യ സേവനങ്ങൾ, വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങൾ, എന്നിങ്ങനെ മൂന്ന് വിഭാഗങ്ങളാക്കി തരം തിരിക്കാം.

1. **ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ [Business Services]:**

ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിനായി

സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം

അടിസ്ഥാനം	സേവനം	സാധനം
സ്വഭാവം	ഒരു പ്രവർത്തനം അല്ലെങ്കിൽ പ്രക്രിയ ആണ്. ഉദാഹരണമായി, തിയേറ്ററിൽ സിനിമ കാണുക.	ഒരു ഭൗതിക വസ്തുവാണ്. ഉദാഹരണം, സിനിമയുടെ സി.ഡി.
തരം	പൊതുവിൽ വ്യത്യസ്തങ്ങളാണ്.	മിക്കപ്പോഴും സമാനങ്ങളാണ്
അദൃശ്യത	അദൃശ്യമാണ്. ഉദാഹരണം, ഡോക്ടറുടെ ചികിത്സ.	ദൃശ്യമാണ്. ഉദാഹരണം മരുന്ന്.
അസ്ഥിരത	ഓരോ ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ വ്യത്യസ്തങ്ങളായിരിക്കും. ഉദാഹരണം, മൊബൈൽ സേവനങ്ങൾ	ഓരോ ഉപഭോക്താക്കൾക്കും ലഭിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിലവാരപ്പെടുത്തിയവയായിരിക്കും. ഉദാഹരണം, മൊബൈൽ ഫോണുകൾ
വേർതിരിക്കാൻ കഴിയാത്തത്	ഉൽപ്പാദനവും, ഉപയോഗവും ഒരേ സമയത്ത് നടക്കുന്നതിനാൽ വേർതിരിക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. ഉദാഹരണം, ബേക്കറിയിൽ നിന്നും ഒരു ഐസ്ക്രീം വാങ്ങി കഴിക്കുന്നു.	ഉൽപ്പാദനവും, ഉപയോഗവും വ്യത്യസ്ത സമയത്ത് നടക്കുന്നതിനാൽ വേർതിരിക്കാൻ കഴിയുന്നതാണ്. ഉദാഹരണം, ബേക്കറിയിൽ നിന്നും ഒരു ഐസ്ക്രീം വാങ്ങിക്കൊണ്ടുപോകുന്നു.
നീക്കിയിരിപ്പ്	നീക്കിയിരിപ്പ് അസാദ്ധ്യം. ഉദാഹരണം, ട്രെയിൻ യാത്ര.	നീക്കിയിരിപ്പ് സാധ്യമാണ്. ഉദാഹരണം പല വ്യജ്ഞനകടയിൽ നീക്കിയിരിപ്പുള്ള ധാന്യങ്ങൾ
ഇടപെടലുകൾ	സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിന് ഉപഭോക്താക്കളുടെയും നിർമാതാക്കളുടെയും പങ്കാളിത്തം ആവശ്യമാണ്.	സാധനങ്ങൾ കൈമാറുന്നതിന് നിർമ്മാതാവിന്റെ പങ്കാളിത്തം ആവശ്യമില്ല.

ഉപയോഗിക്കുന്ന സേവനങ്ങളെ ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ എന്ന് പറയാം. ഉദാഹരണമായി ബാങ്കിംഗ്, ഇൻഷുറൻസ്, ഗതാഗതം, പണ്ടകശാലകൾ അഥവാ സംഭരണശാലകൾ, വാർത്താവിനിമയ സേവനങ്ങൾ എന്നിവ.

2. സാമൂഹ്യ സേവനങ്ങൾ [Social Services]:

ചില സാമൂഹ്യ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിനായി സ്വമേധയാ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സേവനങ്ങളാണ് സാമൂഹ്യ സേവനങ്ങൾ. സമൂഹത്തിലെ പിന്നോക്ക വിഭാഗക്കാരുടെ ജീവിത നിലവാരം ഉയർത്തുക, അവരുടെ കുട്ടികൾക്ക് വിദ്യാഭ്യാസം നൽകുക, ചേരി പ്രദേശങ്ങളിലെ ശുചിത്വം, ആരോഗ്യ സംരക്ഷണം തുടങ്ങിയവ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. സാധാരണയായി ഈ സേവനങ്ങൾ സ്വമേധയാ ഏറ്റെടുത്ത് ചെയ്യാറുള്ളതാണെങ്കിലും അവയുടെ ചെലവ് നികത്തുന്നതിനുള്ള ചില പരിഗണനകൾ ഉണ്ടാകാറുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി വിദ്യാഭ്യാസം, ആരോഗ്യം തുടങ്ങിയ മേഖലകളിൽ സർക്കാരും സർക്കാരിതര സംഘടനകളും ഒരുമിച്ചുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നുണ്ട്.

3. വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങൾ [Personal Services]:

ഓരോ ഉപഭോക്താവിനും വ്യത്യസ്ത രീതിയിൽ അനുഭവപ്പെടുന്ന സേവനങ്ങളാണ് വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങൾ. ഇവയ്ക്ക് സാധാരണ സ്ഥിരതയുണ്ടാകാറില്ല. സേവനദാതാക്കളെ ആശ്രയിച്ചും ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യകതയും താൽപ്പര്യവും അനുസരിച്ചും അവ വ്യത്യാസപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കും. ഉദാഹരണമായി വിനോദസഞ്ചാരം, വിനോദ സേവനങ്ങൾ, റസ്റ്റോറന്റുകൾ തുടങ്ങിയവ.

ബിസിനസ് സേവനങ്ങളെക്കുറിച്ച് കൂടുതൽ വിശദമായി മനസ്സിലാക്കുന്നതിലേക്കായി ബിസിനസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സേവനങ്ങളുടെ മേഖലയിലേയ്ക്ക് മാത്രമായി നമ്മുടെ ചർച്ചകൾ പരിമിതപ്പെടുത്താം.

4.3.1. ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ (Business servies)

ഇന്നത്തെ ശക്തമായ മത്സരാധിഷ്ഠിത ലോകത്ത് കഴിവുള്ളവർ നിലനിൽക്കും എന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം. മികവ് ഇല്ലാത്തവർക്ക് നിലനിൽപ്പില്ല എന്നതുകൊണ്ട് എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങളും ഏറ്റവും മികച്ച പ്രകടനം കാഴ്ചവയ്ക്കാൻ ശ്രമിക്കും. മത്സരക്ഷമത നിലനിർത്താനായി എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങളും ഏറ്റവും മികച്ച സേവനങ്ങളെ തന്നെ ആശ്രയിക്കും. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ പണത്തിനായി ബാങ്കുകളെയും ചരക്കുകൾ, യന്ത്രസാമഗ്രികൾ, തുടങ്ങിയവയ്ക്കുണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടസാധ്യതകളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണത്തിനായി ഇൻഷുറൻസ് സ്ഥാപനങ്ങളെയും അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ, നിർമ്മാണം പൂർത്തിയായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ കടത്തുന്നതിനായി ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളും വിൽപ്പനക്കാർ, വിതരണക്കാർ, ഉപഭോക്താക്കൾ എന്നിവരുമായി ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നതിന് വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനങ്ങളെയും ആശ്രയിക്കുന്നു. ആഗോളവൽക്കരണത്തിന്റെ ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ ഭാരതത്തിലും സേവന മേഖല അഭൂതപൂർവ്വമായ വളർച്ച കൈവരിച്ചിട്ടുണ്ട്. മറ്റ് രാജ്യങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് വികസിത സമ്പദ് വ്യവസ്ഥകൾക്ക് അതായത് വികസിത രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിൽ ഭാരതത്തിന് ശക്തമായ നേട്ടമുണ്ടാക്കാൻ കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. പല വിദേശ കമ്പനികളും അവരുടെ മിക്കവാറും ബിസിനസ് സേവന ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി ഭാരതത്തെയാണ് ആശ്രയിക്കുന്നത്. പലരും അവരുടെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ഒരു ഭാഗം തന്നെ ഭാരതത്തിലേക്ക് മാറ്റുന്നുണ്ട്.

4.4 ബാങ്കിംഗ് (Banking)

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്ഥാപന വായ്പകൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട സ്ഥാപനങ്ങളാണ് വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ. ഭാരതത്തിലെ ബാങ്കിംഗ് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്ന, അതായത് വായ്പകൾ നൽകുകയും ചെക്കുകൾ, ഡ്രാഫ്റ്റുകൾ, ഓർഡറുകൾ തുടങ്ങിയവ മുഖേന ആവശ്യപ്പെടുമ്പോൾ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റേതെങ്കിലും തരത്തിൽ പണം പിൻവലിക്കാവുന്ന, നിക്ഷേപങ്ങൾ പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് സ്വീകരിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളെയാണ് ബാങ്കിംഗ് കമ്പനികൾ എന്ന് പറയുന്നത്. ലളിതമായി പറഞ്ഞാൽ, ആവശ്യപ്പെടുമ്പോൾ തിരികെ നൽകാമെന്ന വ്യവസ്ഥയിൽ നിക്ഷേപങ്ങളായി പണം സ്വീകരിക്കുകയും അത് വായ്പയായി നൽകി കിട്ടുന്ന വരുമാനത്തിലെ വ്യത്യാസം ലാഭമായി സമ്പാദിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളെ ബാങ്കുകൾ എന്ന് പറയാം. ബാങ്കുകൾ പണമിടപാടുകളിലൂടെ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളെ ത്വരിതപ്പെടുത്തുന്നു. പൊതുജനങ്ങളുടെ സമ്പാദ്യങ്ങൾ സ്വരൂപിച്ച് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ മൂലധന ചെലവുകൾ, പ്രവർത്തന ചെലവുകൾ എന്നിവക്കാവശ്യമായ ധനം ലഭ്യമാക്കുന്നു. ബാങ്കുകൾ ധനകാര്യ പ്രമാണങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുകയും അതുപോലെ തന്നെ പലിശ, കിഴിവ്, കമ്മിഷൻ തുടങ്ങിയ വരുമാന നേട്ടങ്ങൾക്കായി ധനകാര്യ സേവനങ്ങൾ നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു.

വിവിധ തരം ബാങ്കുകൾ [Type of Banks]

വിവിധങ്ങളായ ലക്ഷ്യങ്ങളും വൈവിധ്യപൂർണ്ണമായ ആവശ്യങ്ങളും വ്യത്യസ്തങ്ങളായ രീതികളും ഉൾക്കൊണ്ടുകൊണ്ട് ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി വിവിധ തരത്തിലുള്ള ബാങ്കുകൾ ആവശ്യമാണ്. ഇവയെ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന രീതിയിൽ തരം തിരിക്കാം.

1. വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ [Commercial banks]
2. സഹകരണ ബാങ്കുകൾ [Co-operative banks]
3. സവിശേഷ ബാങ്കുകൾ [Specialised banks]
4. കേന്ദ്ര ബാങ്ക് [Central bank]

1. വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ [Commercial banks]: പണമിടപാടുകൾ നടത്തുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണ് വാണിജ്യബാങ്കുകൾ. 1949 ലെ ബാങ്കിംഗ് നിയന്ത്രണ നിയമം അനുസരിച്ചാണ് ഇവ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഈ നിയമമനുസരിച്ച്, പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് പണം നിക്ഷേപമായി സ്വീകരിക്കുകയും അവ വായ്പകളായി പൊതുജനങ്ങൾക്കും സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും നൽകുകയും ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ബാങ്കുകൾ.

പൊതുമേഖലാ ബാങ്കുകൾ എന്നും സ്വകാര്യ മേഖലാ ബാങ്കുകൾ എന്നും വാണിജ്യ ബാങ്കുകളെ രണ്ടായി തിരിക്കാം.

(a) ഉടമസ്ഥാവകാശം സർക്കാരിൽ നിക്ഷിപ്തമായതും ലാഭക്ഷമതയെക്കാൾ സാമൂഹ്യ ലക്ഷ്യങ്ങൾക്ക് മുൻഗണന നൽകുന്നതുമായ ബാങ്കുകളാണ് പൊതുമേഖലാ ബാങ്കുകൾ. ഉദാഹരണം, ഭരതീയ സ്റ്റേറ്റ് ബാങ്ക്, പഞ്ചാബ് നാഷണൽ ബാങ്ക്, ഇന്ത്യൻ ബാങ്ക്, കാനറാ ബാങ്ക് തുടങ്ങിയവ.

(b) സ്വകാര്യ സംരംഭകരുടെ ഉടമസ്ഥതയിലും നിയന്ത്രണത്തിലുമുള്ളതും വിപണി സ്വാധീനമനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കാൻ സ്വാതന്ത്ര്യമുള്ളതുമായ ബാങ്കുകളെ സ്വകാര്യമേഖലാ ബാങ്കുകൾ എന്ന് പറയാം. എച്ച്.ഡി.എഫ്.സി ബാങ്ക്, കൊടാക് മഹീന്ദ്ര ബാങ്ക്, ഐ.സി.ഐ.സി.ഐ ബാങ്ക്, ധനലക്ഷ്മി ബാങ്ക്, ജമ്മു ആന്റ് കാശ്മീർ ബാങ്ക് തുടങ്ങിയവ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

2. സഹകരണ ബാങ്കുകൾ [Co-operative Banks]:

അംഗങ്ങൾക്ക് കുറഞ്ഞ പലിശ നിരക്കിൽ വായ്പ ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി രൂപീകരിച്ചിരിക്കുന്നതും സംസ്ഥാന സഹകരണ നിയമത്തിനനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുന്നതുമായ ബാങ്കുകളെ സഹകരണ ബാങ്കുകൾ എന്ന് പറയാം. ഭാരതത്തിലെ ഗ്രാമീണ കാർഷിക മേഖലയ്ക്ക് വായ്പ ലഭ്യമാകുന്നതിനുള്ള പ്രധാന സ്രോതസ്സാണ് സഹകരണ ബാങ്കുകൾ.

3. സവിശേഷ ബാങ്കുകൾ [Specialised Banks]:

സവിശേഷമായ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റാൻ സഹായിക്കുന്ന വിദേശ വിനിമയ ബാങ്കുകൾ, വ്യാവസായികബാങ്കുകൾ, വികസന ബാങ്കുകൾ, കയറ്റുമതി ഇറക്കുമതി ബാങ്കുകൾ തുടങ്ങിയവയെ സവിശേഷ ബാങ്കുകൾ എന്ന് പറയാം. വ്യവസായങ്ങൾക്കും വിദേശ വ്യാപാരങ്ങൾക്കും മറ്റും സാമ്പത്തിക സഹായം നൽകുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണിവ.

4. കേന്ദ്ര ബാങ്ക് [Central Bank]:

ഒരു രാജ്യത്തെ വാണിജ്യ ബാങ്കുകളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ മേൽനോട്ടം വഹിക്കുകയും ക്രമപ്പെടുത്തുകയും നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ബാങ്കാണ് കേന്ദ്ര ബാങ്ക്. രാജ്യത്തെ കറൻസി നോട്ടുകൾ, വായ്പാനയങ്ങൾ എന്നിവ നിയന്ത്രിക്കുകയും ഏകോപിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതും ഗവൺമെന്റിന്റെ ബാങ്ക് എന്നറിയപ്പെടുന്ന കേന്ദ്ര ബാങ്കാണ്. ഭാരതീയ റിസർവ്വ് ബാങ്കാണ് നമ്മുടെ കേന്ദ്ര ബാങ്ക്.

4.4.2 വാണിജ്യ ബാങ്കുകളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ [Functions of Commercial Banks]

വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ വിവിധ തരം ധർമ്മങ്ങൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നുണ്ട്. അവയിൽ ചിലത് അടിസ്ഥാന ധർമ്മങ്ങളാണെങ്കിൽ ബാക്കിയുള്ളവയെ ഏജൻസി അഥവാ പൊതു ഉപയുക്തതാ സേവനങ്ങൾ എന്ന് പറയാം. വാണിജ്യ ബാങ്കിന്റെ പ്രധാന ധർമ്മങ്ങൾ നമുക്ക് ചർച്ച ചെയ്യാം.

1. നിക്ഷേപങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുക [Acceptance of deposits]:

നിക്ഷേപങ്ങളാണ് ബാങ്കുകളുടെ വായ്പാ പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനം. കാരണം ബാങ്കുകൾ ഒരേ സമയം പണം കടം വാങ്ങുകയും കൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അവർ കടം വാങ്ങുന്നവരെന്ന നിലയിൽ പലിശ നൽകുകയും വായ്പാദാതാക്കളെന്ന നിലയിൽ പലിശ വാങ്ങുകയും ചെയ്യുന്നു. സാധാരണയായി കറന്റ് അക്കൗണ്ട്, സേവിംഗ്സ് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ട്, സ്ഥിര നിക്ഷേപങ്ങൾ തുടങ്ങിയ രീതിയിൽ ആണ് ബാങ്കുകൾ നിക്ഷേപങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്നത്. മുൻകൂർ അറിയിക്കാതെ തന്നെ അക്കൗണ്ടിലുള്ള പണത്തിന്റെ എത്ര ഭാഗവും എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും പിൻവലിക്കാവുന്ന അക്കൗണ്ടാണ് കറന്റ് അക്കൗണ്ട്. വ്യക്തികളിൽ സമ്പാദ്യശീലം വളർത്താനുദ്ദേശിച്ചുള്ള അക്കൗണ്ടുകളാണ് സേവിംഗ്സ് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടുകൾ. ഈ നിക്ഷേപങ്ങൾക്ക് ഭാരതീയ റിസർവ്വ് ബാങ്ക് നിർദ്ദേശിക്കുന്ന നിരക്കിൽ പലിശ നൽകാറുണ്ട്. ഇത്തരം അക്കൗണ്ടുകളിൽ നിന്നുമുള്ള പിൻവലിക്കലുകൾക്ക് എണ്ണത്തിലും തുകയിലും ചില നിയന്ത്രണങ്ങൾ ബാങ്കുകൾ ഏർപ്പെടുത്താറുണ്ട്. നിശ്ചിത കാലത്തേയ്ക്ക് ഒരു നിശ്ചിത തുക നിക്ഷേപിക്കുന്നതിനെയാണ് സ്ഥിര നിക്ഷേപങ്ങൾ എന്ന് പറയുന്നത്. ബാങ്കുകൾ ഇതിന് സേവിംഗ്സ് അക്കൗണ്ടുകളെക്കാൾ ഉയർന്ന നിരക്കിൽ പലിശ നൽകാറുണ്ട്. പലിശയിൽ കുറവ് വരുത്തി നിശ്ചിത കാലാവധിക്ക് മുൻപ് ഇത്തരം നിക്ഷേപങ്ങൾ പിൻവലിക്കാൻ അനുവദിക്കാറുമുണ്ട്.

ബാങ്കിംഗും സാമൂഹിക ലക്ഷ്യങ്ങളും

[Banking and Social Objectives]

അടുത്ത കാലത്തായി ബാങ്കിംഗ് മേഖലയെ സാമൂഹിക ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടാനുതകുന്ന തരത്തിലേക്ക് പരിവർത്തനം ചെയ്യുന്നതിനാവശ്യമായ നയരൂപീകരണം നടത്താൻ ശ്രദ്ധാപൂർവ്വം പ്രയത്നിക്കുന്നുണ്ട്. രാജ്യത്തെ ബാങ്കിംഗ് നയത്തിൽ തന്നെ ശ്രദ്ധേയമായ മാറ്റം വന്നിട്ടുമുണ്ട്. അതായത്

1. നഗര കേന്ദ്രീകൃതത്തിൽ നിന്ന് ഗ്രാമീണ മേഖലയിലേക്ക്
2. പ്രത്യേക തലത്തിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് എല്ലാവരിലേക്കും
3. പരമ്പരാഗത രീതിയിൽ നിന്ന് പുതുമകൾ നിറഞ്ഞ ശൈലിയിലേക്ക്
4. ഹ്രസ്വകാല ലക്ഷ്യങ്ങളിൽ നിന്ന് വികസനാത്മക ലക്ഷ്യങ്ങളിലേക്ക്

2. പണം കടം കൊടുക്കൽ [Lending of funds]:

നിക്ഷേപമായി ലഭിച്ച പണം വായ്പയായി നൽകുകയാണ് വാണിജ്യ ബാങ്കുകളുടെ രണ്ടാമത്തെ പ്രധാന ധർമ്മം. ഓവർഡ്രാഫ്റ്റുകൾ, വായ്പകൾ, ബില്ലുകളുടെ ഡിസ്കൗണ്ടിംഗ്, നിശ്ചിത കാലാവധിക്കുള്ള വായ്പകൾ, ഉപഭോക്താക്കൾക്കുള്ള വായ്പകൾ തുടങ്ങി പലവിധ വായ്പകൾ ബാങ്കുകൾ അനുവദിക്കാറുണ്ട്. വാണിജ്യം, വ്യവസായം, ഗതാഗതം തുടങ്ങി മറ്റ് എല്ലാ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളുടെയും വളർച്ചയ്ക്ക് സഹായകരമായ പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് ഇത്തരത്തിലുള്ള ബാങ്കുകൾ നൽകുന്നത്.

3. ചെക്ക് സൗകര്യം [Cheque facility]:

മറ്റ് ബാങ്കുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകിയ ചെക്കുകൾ സ്വീകരിക്കുക എന്ന പ്രധാന ധർമ്മം ബാങ്കുകൾ നിർവ്വഹിക്കാറുണ്ട്. ബാങ്കിലുള്ള പണം പിൻവലിക്കുന്നതിനുള്ള ഉപകരണമാണ് ചെക്ക്. പണം കൈമാറ്റത്തിന് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായതും ചെലവ് കുറഞ്ഞതുമായ രീതിയാണ് ചെക്കുകൾ. സാധാരണയായി രണ്ട് തരം ചെക്കുകൾ ഉണ്ട്. ഒന്ന്, ബാങ്കിൽ നേരിട്ട് നൽകി ഉടൻ പണമാക്കി മാറ്റാവുന്ന കൈവശ ചെക്കുകൾ (bearer cheques), രണ്ട്, നൽകുന്നയാളുടെ അക്കൗണ്ടിൽ മാത്രം പണം നിക്ഷേപിക്കുന്ന കുറുകെ വരച്ച ചെക്കുകൾ, അതായത് ക്രോസ്ഡ് ചെക്കുകൾ (Crossed cheques).

4. പണമടയ്ക്കൽ [Remittance of funds]: ബാങ്കിന്റെ ശാഖകൾ പരസ്പരം ബന്ധിപ്പിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നതുകൊണ്ട് ഒരു സ്ഥലത്തു നിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേയ്ക്കോ, മറ്റൊരാൾക്കോ അക്കൗണ്ടിലൂടെ പണം കൈമാറ്റം ചെയ്യുക എന്ന ധർമ്മവും ബാങ്കുകൾ എളുപ്പത്തിൽ നിർവ്വഹിക്കുന്നു. ബാങ്ക് ഡ്രാഫ്റ്റ്, പണം നൽകാൻ ആജ്ഞ നൽകൽ, മെയിൽ എന്നീ മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെയാണ് ഇത്തരം പണം കൈമാറ്റം നടത്താറുള്ളത്. ബാങ്കുകൾ പണം ലഭിക്കേണ്ട സ്ഥലത്തെ സ്വന്തം ശാഖയിലേക്കോ ആ സ്ഥലത്തുള്ള മറ്റ് ബാങ്കുകളിലേക്കോ ഡ്രാഫ്റ്റ് നൽകുന്നു. പണം ലഭിക്കേണ്ടയാൾക്ക് ഡ്രാഫ്റ്റ് പ്രസ്തുത ബാങ്കിൽ നൽകി പണം വാങ്ങാവുന്നതാണ്.

5. അനുബന്ധ സേവനങ്ങൾ [Allied services]:

മേൽപ്പറഞ്ഞ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൂടാതെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വേണ്ടി പണമടയ്ക്കുക, ലോക്കർ സൗകര്യങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുക, ഓഹരി വിതരണത്തിലെ അണ്ടർറൈറ്റിംഗ് നടത്തുക, ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വേണ്ടി നിർദ്ദേശാനുസരണം ഓഹരികളും കടപ്പത്രങ്ങളും വാങ്ങുകയും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുക, ഇൻഷു

റൻസ് പ്രീമിയം അടയ്ക്കുക, ലാഭവീതം ശേഖരിക്കുക, തുടങ്ങി വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങളും വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ നൽകുന്നുണ്ട്.

4.4.3 ഇ-ബാങ്കിംഗ് [e-Banking]

ആഗോളതലത്തിൽ ചലനമുണ്ടാക്കിയ വികസനങ്ങളിലൊന്നാണ് ഇന്റർനെറ്റിന്റെയും ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെയും വളർച്ച. ഡബ്ലിയു. ഡബ്ലിയു.ഡബ്ലിയു (w.w.w). [വേൾഡ് വൈഡ് വെബ്], ഇ-കൊമേഴ്സ് എന്നിവ ലോകത്തെയാകെ ഒരൊറ്റ വാണിജ്യ ഗ്രാമമായി മാറ്റിയിരിക്കുന്നു. വിവര സാങ്കേതികവിദ്യയിലെ അടുത്ത കാലത്ത് ഉണ്ടായ വിപ്ലവമാണ് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്വതന്ത്രമായി സാങ്കൽപ്പിക സേവനങ്ങൾ നൽകുന്ന ഇന്റർനെറ്റ് ബാങ്കിംഗ്. ലളിതമായി പറഞ്ഞാൽ, ഇന്റർനെറ്റ് സംവിധാനമുള്ള ഒരു കമ്പ്യൂട്ടർ ഉപയോഗിച്ച് ബാങ്കിന്റെ വെബ്സൈറ്റിൽ പ്രവേശിച്ച് ആവശ്യമായ ബാങ്കിംഗ് ധർമ്മങ്ങളും സേവനങ്ങളും സ്വയം ലഭ്യമാക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് ഇന്റർനെറ്റ് ബാങ്കിംഗ് എന്ന് പറയുന്നത്. ഇത്തരത്തിൽ സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് ബാങ്കുകളുമായോ ബാങ്ക് ഉദ്യോഗസ്ഥരുമായോ ഉപഭോക്താവിന് നേരിട്ട് ബന്ധപ്പെടേണ്ട ആവശ്യമില്ല. ബാങ്കുകൾക്ക് ഇന്റർനെറ്റുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തിയ ഡാറ്റയുടെ കേന്ദ്രീകൃത ശേഖരം ഉണ്ടായിരിക്കും. ബാങ്കുകൾ അനുവദിക്കുന്ന എല്ലാ സേവനങ്ങളും കമ്പ്യൂട്ടറിൽ തെളിയുകയും അതിലെ നിർദ്ദേശങ്ങളനുസരിച്ച് ഉപഭോക്താവിന് നേരിട്ട് അവ ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യാം.

ഇത്തരത്തിൽ ബാങ്കുകളും മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേന പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന ഇന്റർനെറ്റ് ബാങ്കിംഗ് അഥവാ ഇ-ബാങ്കിംഗ്, കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ ബാങ്കിംഗ് സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതിനും ഉപഭോക്താക്കളുമായി നല്ല ബന്ധം നിലനിർത്തുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു. ഇ-ബാങ്കിംഗ് സംവിധാനത്തിലൂടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്വന്തം കമ്പ്യൂട്ടർ ഉപയോഗിച്ചോ സ്വന്തം മൊബൈൽ ഫോൺ ഉപയോഗിച്ചോ അവരുടെ സമ്പാദ്യങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുക, അക്കൗണ്ടുകൾ പരിശോധിക്കുക, വായ്പാ അപേക്ഷ നൽകുക, ബില്ലുകൾക്ക് പണമടയ്ക്കുക തുടങ്ങിയ ബാങ്കിംഗ് സേവനങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാം. ഇലക്ട്രോണിക് ഫണ്ട് ട്രാൻസ്ഫർ (EFT), ഓട്ടോമേറ്റഡ് ടെല്ലർ മെഷീൻ (ATM), പോയിന്റ് ഓഫ് സെയിൽ (POS) അഥവാ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതിന് കാർഡ് ഉപയോഗിച്ച് പണം നൽകുക, ഇലക്ട്രോണിക് ഡാറ്റാ ഇന്റർചെയിഞ്ച് (EDI), ഡിജിറ്റൽ ക്യാഷ് തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങളും ഇ-ബാങ്കിംഗ് മുഖേന ലഭ്യമാക്കാം.

ഇ-ബാങ്കിങ്ങിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ [Benefits of e-Banking]

ഇ-ബാങ്കിംഗ് ഉപയോഗിക്കുന്നതുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാകുന്ന നേട്ടങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

1. തുടർച്ചയായി ദിവസത്തിലെ ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും വർഷത്തിലെ മുന്നൂറ്റി അറുപത്തിയഞ്ച് ദിവസവും ബാങ്കിംഗ് സേവനം ലഭ്യമാക്കാൻ ഇ-ബാങ്കിംഗ് സഹായിക്കുന്നു.
2. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ബാങ്ക് അനുവദിക്കുന്ന സേവനങ്ങൾ ഓഫീസിൽ നിന്നോ വീട്ടിൽ നിന്നോ മൊബൈൽ ഫോൺ വഴിയോ നടത്താം.
3. ഇടപാടുകൾ സ്വയം നടത്തുന്നതുകൊണ്ട് സ്വയം ഒരു സാമ്പത്തിക അച്ചടക്കം ഉണ്ടാകാൻ സഹായിക്കുന്നു.
4. ബാങ്കുകൾ നാല് ചുമരുകൾക്കുള്ളിൽ നിന്ന് മാറി ഉപഭോക്താക്കളുടെ അടുത്തേയ്ക്ക്

ഇ-ബാങ്കിംഗ് പണമിടപാടുകളുടെ ചട്ടക്കൂട്

വരുന്നതുകൊണ്ട് എത്ര പ്രാവശ്യം വേണമെങ്കിലും ഇടപാടുകൾ നടത്താം. പണം കൊണ്ട് യാത്ര ചെയ്യുമ്പോഴുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടസാധ്യത ഇല്ലാതാക്കൽ തുടങ്ങി മറ്റ് അനവധി നേട്ടങ്ങളും ഇ-ബാങ്കിംഗ് നൽകുന്നു.

ഇ-ബാങ്കിംഗ് മുഖേന ഇടപാടുകൾ നടത്തുന്നതുകൊണ്ട് ബാങ്കുകൾക്കുള്ള ഗുണങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

1. ഇ-ബാങ്കിംഗ് ബാങ്കുകൾക്ക് കൂടുതൽ മത്സരക്ഷമത നൽകുന്നു.
2. ഈ സംവിധാനം ബാങ്കുകൾക്ക് അസംഖ്യം ബ്രാഞ്ചുകളുടെ സാന്നിദ്ധ്യം നൽകുന്നു. ഇന്റർനെറ്റ് ഉള്ള എല്ലാ കമ്പ്യൂട്ടറുകളും ഉപഭോക്താവിന് ബാങ്കിന്റെ ഉപയോഗം നേടിക്കൊടുക്കുന്നു.
3. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് പ്രവേശനം അനുവദിക്കുന്ന ഒരു കേന്ദ്രീകൃത ഡാറ്റാ ശേഖരത്തിലൂടെ ബാങ്കുകളുടെ ജോലി ഭാരം ഗണ്യമായി കുറയ്ക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

4.5 ഇൻഷുറൻസ് (Insurance)

ജീവിതം എല്ലാ കാലത്തും അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ നിറഞ്ഞതാണ്. ഏതൊരു ബിസിനസ് പ്രവർത്തനവും നഷ്ടത്തിൽ അവസാനിക്കാനുള്ള സാധ്യത തള്ളിക്കളയാൻ കഴിയുകയില്ല. നഷ്ടസാധ്യതകൾ പല തരത്തിലുണ്ട്. ഒരു പക്ഷെ ജീവൻ തന്നെ അപകടത്തിലാകുന്ന അവസരങ്ങൾ, തീപിടുത്തം, മോഷണം, അപകടം തുടങ്ങിയവ മൂലമുണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടങ്ങൾ, കപ്പലിനും മറ്റും കടലിൽ വച്ചുണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടങ്ങൾ എന്നിവയെല്ലാം ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇത്തരം അപകടങ്ങളിൽ ഏതെങ്കിലും ഒന്ന് സംഭവിച്ചാൽ വ്യക്തികൾക്കോ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കോ ചിലപ്പോഴെങ്കിലും താങ്ങാൻ കഴിയാത്ത നഷ്ടങ്ങൾ ഉണ്ടായേക്കാം. ഇത്തരം നഷ്ടങ്ങളുടെ സ്വാധീനം പരമാവധി കുറയ്ക്കാൻ ഇൻഷുറൻസ് സഹായിക്കുന്നു. യന്ത്രസാമഗ്രികൾ, കെട്ടിടങ്ങൾ, മറ്റ് ആസ്തികൾ എല്ലാം തന്നെ ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകൾ ഉള്ളവയാണ്. ഇവ പരിഹരിക്കപ്പെടാൻ കഴിയുന്നില്ലെങ്കിൽ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകാനും കഴിയുകയില്ല. അതുകൊണ്ടാണ് ഒരേ തരത്തിലുള്ള നഷ്ടസാധ്യതകൾ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന ഒരു കൂട്ടം ആളുകൾ കുറച്ച് വീതം പണം സമാഹരിച്ച് പൊതു ഫണ്ട് സ്വരൂപിക്കുകയും ഇങ്ങനെ വ്യക്തികൾക്ക് ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടസാധ്യത എല്ലാവരും കൂടി പങ്ക് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നത്.

4.5.1 ഇൻഷുറൻസിന്റെ അടിസ്ഥാന തത്വങ്ങൾ [Fundamental Principles of Insurance]

ഭാവിയിൽ ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുള്ള അനിശ്ചിതമായ ഒരു വലിയ നഷ്ടം നികത്തുന്നതിനായി ഒരു വ്യക്തിയോ സ്ഥാപനമോ ഒരു നിശ്ചിത തുക ചിലവഴിക്കാൻ തയ്യാറാകുന്നതാണ് ഇൻഷുറൻസ്. അതായത് ഒരു വലിയ നഷ്ടസാധ്യത നേരിടുന്നതിന് വേണ്ടി ഒരു ചെറിയ തുക (പ്രീമിയം) കാലാകാലങ്ങളിൽ ചിലവഴിക്കുന്നതാണ് ഇൻഷുറൻസ്. നഷ്ടസാധ്യത അതേ പോലെ നിലനിൽക്കുന്നു എങ്കിലും സമാന നഷ്ടസാധ്യതയുള്ള ഇൻഷുർ ചെയ്തിട്ടുള്ള മുഴുവൻ ആളുകളിലേക്കും വ്യാപിപ്പിച്ച് നഷ്ടസാധ്യത ലഘൂകരിക്കാൻ ഈ സംവിധാനം സഹായിക്കുന്നു. ഇവർ നൽകുന്ന പ്രീമിയം തുകകൾ ഒരുമിച്ച് കൂട്ടി അതിൽ നിന്ന് നഷ്ടം സംഭവിക്കുന്നയാൾക്ക് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകുന്നു. മുൻകാല അനുഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് ഇൻഷുറർക്ക് ഓരോ തരം അപകടങ്ങളിൽ നിന്ന് സംഭവിക്കാവുന്ന നഷ്ടങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഏകദേശം ധാരണ ഉണ്ടായിരിക്കും.

അതുകൊണ്ടുതന്നെ, സാമ്പത്തിക നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ലഭ്യമാക്കുന്ന ഒരു തരത്തിലുള്ള നഷ്ടസാധ്യത കൈകാര്യം ചെയ്യലാണ് ഇൻഷുറൻസ് എന്ന് പറയാം.

കൃത്യമായി പറഞ്ഞാൽ ഏതെങ്കിലും സ്ഥാപനം (Insurance Company) ഉചിതമായ തുകയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ (Premium) വ്യക്തികളുടെയും സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും (Insured) നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്ന പ്രക്രിയയെയാണ് ഇൻഷുറൻസ് എന്ന് പറയുന്നത്.

	മേഖല	വർദ്ധിച്ച മൂല്യത്തോടുള്ള മൊത്തവരുമാനം നിലവിലെ വിലയിൽ (കോടിയിൽ)						
		2011 – 12	2012 – 13	2013 – 14	2014 – 15	2015 – 16	2016 – 17	2017 – 18
1	കാർഷിക മേഖല	1,501,816	1,680,798	1,932,692	2,067,935	2,172,910	2,382,289	17.32%
1.1	കൃഷി, വനം, മത്സ്യബന്ധനം	1,501,816	1,680,798	1,932,692	2,067,935	2,172,910	2,382,289	17.32%
2	വ്യവസായ മേഖല	2,635,052	2,921,262	3,188,270	3,455,221	3,683,358	3,989,791	29.02%
2.1	ഖനനം	261,035	285,776	295,716	313,844	296,041	309,178	2.25%
2.2	ഉൽപ്പാദനം	1,409,986	1,572,830	1,713,445	1,883,929	2,065,093	2,278,149	16.57%
2.3	വൈദ്യുതി, ഗ്യാസ്, ജലവിതരണം, മറ്റ് ഉപയുക്ത സേവനങ്ങൾ	186,668	215,164	259,840	279,456	321,765	338,396	2.46%
2.4	നിർമ്മാണം	777.363	847,492	919,269	9,77,992	1,000,459	1,064,068	7.74%
3	സേവനമേഖല	3,969,789	4,603,255	5245305	5,947,260	6,595,670	7,378,705	53.66%
3.1	വ്യാപാരം, ഹോട്ടൽ, വാർത്താവിനിമയം, മറ്റു പ്രക്ഷേപണ സേവനങ്ങൾ	1,413,116	1,664,083	1,874,443	2,095,337	2,294,367	2,538,162	18.46%
3.2	സാമ്പത്തിക സേവനങ്ങൾ, ഭൂമിയിടപാട്	1,530,691	1,776,023	2,069,386	2,363,328	2,632,432	2,896,300	21.06%
3.3	പൊതുഭരണം, പ്രതിരോധം, മറ്റ് സേവനങ്ങൾ	1,025,982	1,163,149	1,301,476	1,488,595	1,668,871	1,944,243	14.14%
	മൊത്തം കൂട്ടിച്ചേർത്ത മൂല്യം അടിസ്ഥാന വിലയിൽ	**8,106,656**	**9,205,315**	**10,366,266**	**11,470,415**	**12,451,938**	**13,750,786**	**100.00%**

ഇന്ത്യൻ സാമ്പത്തിക മേഖലയും മൊത്ത ആഭ്യന്തര ഉല്പാദനവും

ഇന്ത്യൻ സമ്പത്ത് വ്യവസ്ഥയെ മൂന്ന് മേഖലകളായി തിരിക്കാം – കൃഷിയും അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളും, വ്യവസായം, സേവനം എന്നിങ്ങനെ. അതിൽ സേവനമേഖലയാണ് ഏറ്റവും വലുത്. 2016–17 സാമ്പത്തിക വർഷത്തിൽ സേവനമേഖലയിലെ വർധിച്ച മൂല്യത്തോടുള്ള മൊത്ത വരുമാനം (GVA) നിലവിലെ വിലസൂചികയുടെ ഏകദേശം 73.79 ലക്ഷം കോടി രൂപയാണ്. ഇന്ത്യയുടെ ആകെമാനമുള്ള വർദ്ധിച്ച മൂല്യത്തോടുള്ള മൊത്ത വരുമാനം 137.51 ലക്ഷം കോടി രൂപയുടെ 53.66% ത്തോളം വരുമിത്. എന്നാൽ വ്യവസായ മേഖലയിൽ നിന്നുള്ള സംഭാവന 29.05% വും മൂല്യം 39.90 ലക്ഷം കോടി രൂപയുമാണ്. കാർഷിക മേഖല 17.32% ത്തോടുകൂടി വർദ്ധിച്ച മൂല്യത്തോടുള്ള മൊത്തവരുമാനം 23.82 ലക്ഷം കോടി രൂപയുമായി മൂന്നാം സ്ഥാനത്ത് നിൽക്കുന്നു. 2011–12 കാലയളവിൽ കാർഷിക അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളും കൃഷിയും സേവനമേഖലയും യഥാക്രമം 15.11%, 31.12%, 53.77% എന്ന തോതിലാണ്.

Source: http://statisticstimes.com/economy/sectorwisegdpcalculationofindia.php

വെളിപ്പെടുത്തേണ്ട വിവരങ്ങൾക്കുള്ള ഉദാഹരണം
(Examples of facts to be disclosed)

തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ്: കെട്ടിട നിർമ്മാണ രീതി, തീപിടുത്തം കണ്ടുപിടിക്കാനും അണയ്ക്കാനുമുള്ള ഉപകരണങ്ങളുടെ ലഭ്യത, അതിന്റെ ഉപയോഗ രീതി
മോട്ടോർ വാഹന ഇൻഷുറൻസ്: വാഹനത്തിന്റെ തരം, ഡ്രൈവറുടെ വിവരങ്ങൾ.
വ്യക്തിഗത അപകട ഇൻഷുറൻസ്: പ്രായം, ഉയരം, തൂക്കം, തൊഴിൽ, മുൻ രോഗവിവരങ്ങൾ
ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ്: പ്രായം, മുൻ രോഗവിവരങ്ങൾ, പുകവലി/മദ്യപാന ശീലങ്ങൾ

4.5.2. ഇൻഷുറൻസിന്റെ ധർമ്മങ്ങൾ (Functions of Insurance)

ഇൻഷുറൻസിന്റെ വിവിധ ധർമ്മങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

1. നഷ്ടപരിഹാരം ഉറപ്പ് നൽകുന്നു [Providing certainity]:

നഷ്ടം ഉണ്ടാകാനുള്ള സാധ്യതയ്ക്ക് നഷ്ട പരിഹാരം നൽകും എന്ന ഉറപ്പ് ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്നു. നഷ്ടത്തിന്റെ വലിപ്പത്തിലും സമയത്തിലും അനിശ്ചിതത്വം ഉണ്ടായേക്കാം. ഇൻഷുറൻസ് ഈ അനിശ്ചിതത്വം നീക്കി ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാൾക്ക് നഷ്ടപരിഹാരം ഉറപ്പ് നൽകുന്നു. ഈ ഉറപ്പ് നൽകുന്നതിന് ഇൻഷുറർ പ്രീമിയം എന്ന പേരിൽ നിശ്ചിത തുക ഈടാക്കുന്നു.

2. സംരക്ഷണം [Protection]:

നഷ്ടസാധ്യതകളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നൽകുക എന്നതാണ് ഇൻഷുറൻസിന്റെ രണ്ടാമത്തെ പ്രധാന ധർമ്മം. നഷ്ടമുണ്ടാകുന്നത് തടയാൻ ഇൻഷുറൻസിന് കഴിയുകയില്ല. പക്ഷെ നഷ്ടമുണ്ടായാൽ അത് നികത്തിക്കൊടുക്കാൻ കഴിയും.

3. നഷ്ടസാധ്യത പങ്കുവയ്ക്കുന്നു [Risk sharing]:

ഒരു നഷ്ടം സംഭവിക്കുമ്പോൾ ഇൻഷുറൻസിലൂടെ ആ നഷ്ടസാധ്യത ഉള്ള എല്ലാവരും കൂടി ആ നഷ്ടം പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു. ഓരോ കക്ഷികളിൽ നിന്ന് പിരിച്ചെടുക്കുന്ന പ്രീമിയത്തിലൂടെയാണ് ഈ തുക പങ്ക് വയ്ക്കുന്നത്.

4. മൂലധന സ്വരൂപണത്തിന് സഹായിക്കുന്നു [Assist in capital formation]:

പ്രീമിയത്തിലൂടെ പിരിച്ചെടുക്കുന്ന തുക ഇൻഷുറർക്ക് വരുമാനമുണ്ടാക്കുകയും ഉൽപ്പാദനക്ഷമമായ വിവിധ പദ്ധതികളിൽ നിക്ഷേപിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതായത് ഇങ്ങനെ ശേഖരിക്കുന്ന പ്രീമിയം മൂലധനമായി മാറുന്നു.

4.5.3 ഇൻഷുറൻസിന്റെ തത്വങ്ങൾ [Principles of Insurance]

ഇൻഷുറൻസിൽ ഉൾപ്പെടുന്ന കക്ഷികൾ തമ്മിലുള്ള ചില പ്രവർത്തനരീതികളെ ഇൻഷുറൻസിന്റെ തത്വങ്ങൾ എന്ന് പറയാം. താഴെ വിശദീകരിക്കുന്ന തത്വങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഇൻഷുറൻസ് എന്ന സംവിധാനം പ്രവർത്തിക്കുന്നത്.

1. പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസം [Utmost good faith]: പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ് (Contract of Uberrimae fidei) ഇൻഷുറൻസ്. കരാറിനെ സംബന്ധിച്ച് അതിലുൾപ്പെടുന്ന രണ്ട് കക്ഷികളും പരസ്പരം ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിലായിരിക്കണം ഇടപാടുകൾ നടത്തേണ്ടത്. ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്ന വിഷയത്തെ സംബന്ധിച്ച് പ്രസക്തവും സമ്പൂർണ്ണവുമായ വിവരങ്ങൾ സ്വമേധയാ തന്നെ ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്നയാളോട് വെളിപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്. തിരിച്ചും കരാറിനെക്കുറിച്ചും ലഭ്യമാകുന്ന നഷ്ടപരിഹാരങ്ങളെക്കുറിച്ചും വ്യക്തമായ ധാരണ ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്നയാളും രേഖാ മൂലം തന്നെ വിശദീകരിക്കണം. ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്ന വിഷയത്തെ സംബന്ധിച്ച് ഇൻഷെർഡിനെ ബാധിക്കാവുന്ന കരാറിനെയോ പ്രീമിയത്തെയോ സ്വാധീനിക്കാവുന്ന എന്തും ഇൻഷുറൻസിനെ സംബന്ധിച്ച് പ്രസക്തമാണ്. ഇത്തരം പ്രസക്തമായ കാര്യങ്ങൾ വെളിപ്പെടുത്തുന്നതിൽ വീഴ്ച വരുത്തിയാൽ ഇൻഷുറൻസ് കരാർ അസാധുവാക്കാം.

2. ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം [Insurable Interest] :

ഇൻഷുർ ചെയ്യപ്പെടുന്ന വസ്തുവിൻമേൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്ക് ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഇൻഷുറൻസിനെ സംബന്ധിച്ച അടിസ്ഥാന പ്രമാണങ്ങളിലൊന്ന് 'വീടോ, വസ്തുക്കളോ, കപ്പലോ, യന്ത്രസാമഗ്രികളോ ഒന്നുമല്ല, മറിച്ച് ഇവയിൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്കുള്ള സാമ്പത്തിക താൽപര്യങ്ങളെയാണ് ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്നത്' എന്നതാണ്. ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാളെ സംബന്ധിച്ച് ഇൻഷുറൻസ് എടുത്ത വിഷയത്തിൽ അത് വസ്തുക്കളോ ജീവനോ ആയിക്കൊള്ളട്ടെ, അപകടം സംഭവിക്കുന്നതു കൊണ്ട് അയാൾക്ക് ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള നഷ്ടം സംഭവിച്ചിരിക്കണം. ഒരു വസ്തുവിന്റെ ഇൻഷുറൻസിൽ ഈ താൽപര്യം യഥാർത്ഥത്തിൽ നഷ്ടം സംഭവിക്കുമ്പോൾ ഉണ്ടായിരിക്കണം. അതിന് അയാൾ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥനായിരിക്കണം എന്ന് നിർബന്ധമൊന്നുമില്ല. ഒരു ആസ്തിയുടെ കൈവശാവകാശിക്കോ, അത് വാങ്ങാൻ കടം കൊടുത്തയാൾക്കോ ഇൻഷുറൻസ് താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കും.

3. നഷ്ടത്തിനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം [Indemnity]:

തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് (Fire Insurance), സമുദ്രമാർഗ്ഗ ഇൻഷുറൻസ് (Marine Insurance) തുടങ്ങിയ പൊതു ഇൻഷുറൻസിന് ബാധകമായ തത്വമാണ് നഷ്ടത്തിനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം. ഇതനുസരിച്ച് ഇൻഷുർ ചെയ്ത വസ്തുവിന് എന്തെങ്കിലും നാശനഷ്ടങ്ങൾ സംഭവിച്ചാൽ ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്നയാൾ

അതെടുത്തയാൾക്ക് പ്രസ്തുത വസ്തുവിനെ സംബന്ധിച്ച് നഷ്ടം സംഭവിക്കുന്നതിന് തൊട്ട് മുൻപുള്ള സ്ഥിതി പുനഃസ്ഥാപിച്ച് നൽകും. മറ്റൊരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, ഇൻഷുർ ചെയ്ത വസ്തുവിന് എന്തെങ്കിലും നാശനഷ്ടങ്ങൾ സംഭവിച്ചാൽ ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്നയാൾ അതെടുത്തയാൾക്ക് ഉണ്ടായ നാശനഷ്ടം നികത്തിക്കൊടുക്കും. അതുകൊണ്ട് തന്നെ, ഇൻഷുർ ചെയ്ത വസ്തുവിന് ഉണ്ടാകുന്ന ഇത്തരം നഷ്ടം പണത്തിന്റെ രൂപത്തിൽ അളക്കാൻ കഴിയുന്നതായിരിക്കണം. വ്യക്തികളുടെ ജീവൻ ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്നതിന് ഈ തത്വം ബാധകമല്ല.

4. സമീപസ്ഥ കാരണം [Proximate Cause]: ഈ തത്വമനുസരിച്ച്, ഏത് കാരണം കൊണ്ടുണ്ടാകുന്ന നാശനഷ്ടത്തിനാണോ ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തിട്ടുള്ളത്, ആ പ്രത്യേക കാരണം കൊണ്ട് നഷ്ടമുണ്ടായാൽ മാത്രമേ നഷ്ടപരിഹാരം ലഭിക്കുകയുള്ളൂ. സമീപസ്ഥ കാരണം എന്നതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്, ഏറ്റവും പ്രധാന കാരണം അഥവാ മൂലകാരണം എന്നാണ്. ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു വീടിന് തീപിടുത്തത്തിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണത്തിനായി ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തിട്ടുണ്ട് എന്ന് കരുതുക. ഒരു ഭൂകമ്പം ഉണ്ടാവുകയും അതിന്റെ ഫലമായി തീപിടിച്ച് നഷ്ടം സംഭവിച്ചു എന്നും കരുതുക. ഇവിടെ തീപിടുത്തം ഉണ്ടായെങ്കിലും അതിനുള്ള യഥാർത്ഥ കാരണം ഭൂകമ്പമായിരുന്നു. ഭൂകമ്പത്തിൽ നിന്നുള്ള പരിരക്ഷയ്ക്ക് ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തിട്ടില്ലെങ്കിൽ നഷ്ടപരിഹാരം നൽകാൻ ബാധ്യതയില്ല എന്നർത്ഥം. ഒരപകടത്തിന് ഒന്നിലധികം കാരണങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ ഈ തത്വത്തിന് പ്രസക്തിയുള്ളൂ. വ്യക്തികളുടെ ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നതിൽ ഈ തത്വം ബാധകമല്ല.

5. പരിത്യാഗം [Subrogation]: ഈ തത്വമനുസരിച്ച് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകിക്കഴിഞ്ഞാൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുത്ത വ്യക്തിക്ക് ആ വസ്തുവിലുള്ള എല്ലാ അവകാശങ്ങളും പരിരക്ഷ നൽകിയാളിലേക്ക് (ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനി) കൈമാറ്റം ചെയ്യപ്പെടും. അതിലൂടെ ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിക്ക് നഷ്ടമുണ്ടാവാൻ കാരണക്കാരായവരിൽ നിന്ന് നിയമപരമായി നഷ്ടം ഈടാക്കാനുള്ള അവകാശം ലഭ്യമാകുകയും ചെയ്യും.

6. വിതാംശം [Contribution]:

ഈ തത്വമനുസരിച്ച് ഒരു ഇൻഷുറർക്ക് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകിക്കഴിഞ്ഞാൽ ബാധ്യതയുള്ള മറ്റ് ഇൻഷുറർമാരിൽ നിന്ന് ആനുപാതികമായ തുക പിരിച്ചെടുക്കാനുള്ള അവകാശം ഉണ്ടായിരിക്കും. ഇതിനർത്ഥം, ഒരേ വിഷയത്തിന് രണ്ട് ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ നഷ്ടം സംഭവിച്ചാൽ എല്ലാ ഇൻഷുറർമാർക്കും ആനുപാതിക ബാധ്യത ഉണ്ടായിരിക്കും എന്നാണ്. ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഏത് ഇൻഷുററിൽ നിന്നും നഷ്ടപരിഹാരം അവകാശപ്പെടാം. അങ്ങിനെ നഷ്ടപരിഹാരം അവകാശപ്പെട്ടാൽ മറ്റ് ഇൻഷുറർമാരിൽ നിന്നും നഷ്ടപരിഹാരം നൽകിയ ഇൻഷുറർക്ക് ആനുപാതിക നഷ്ടം ഈടാക്കാവുന്നതാണ്. ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാൾക്ക് ഏതെങ്കിലും ഒരു ഇൻഷുറർ നഷ്ടപരിഹാരം പൂർണ്ണമായും നൽകിയാൽ മറ്റുള്ള ഇൻഷുറർമാരിൽ നിന്നും നഷ്ടപരിഹാരം ലഭിക്കാനുള്ള അവകാശം നഷ്ടപ്പെടും. ഇൻഷുറൻസിൽ നിന്ന് ലാഭം എടുക്കൽ ഇല്ലാതാക്കുക എന്നതാണ് ഈ തത്വം കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. വ്യക്തികളുടെ ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നതിൽ ഈ തത്വവും ബാധകമല്ല.

7. നഷ്ട ലഘൂകരണം [Mitigation of Loss]: ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തിട്ടുള്ള വസ്തുവിന് എന്തെങ്കിലും അപകടം സംഭവിച്ചാൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാൾ ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടം കഴിയുന്നത്ര ലഘൂകരിക്കാൻ ഒരു സാധാരണ

വ്യക്തി ശ്രമിക്കുന്ന രീതിയിൽ പരമാവധി ജാഗ്രതയോടുകൂടി തന്നെ ശ്രമിക്കേണ്ടതാണ്. അപകട സമയത്ത് സാമാന്യ ശ്രദ്ധ പോലും ചെലുത്തിയില്ല എങ്കിൽ ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനി നഷ്ടപരിഹാരം നിഷേധിക്കാൻ വരെ സാധ്യതയുണ്ട്.

4.5.4 വിവിധ തരം ഇൻഷുറൻസുകൾ [Types of Insurance]

ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികളുടെ നയങ്ങൾക്കനുസരിച്ച്, രാജ്യത്ത് കാലാകാലങ്ങളിൽ നിലനിൽക്കുന്ന ഇൻഷുറൻസിനെ സംബന്ധിച്ച വിവിധ നിയമങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഇൻഷുറൻസിനെ താഴെ പറയുന്ന രീതിയിൽ തരം തിരിക്കാം.

ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ്/ ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് (Life Insurance)

ജീവൻ തന്നെ അനിശ്ചിതത്വം നിറഞ്ഞതായതുകൊണ്ട് ഭാവിയിൽ ഉണ്ടായേക്കാവുന്ന, മുൻകൂട്ടി കാണാൻ കഴിയാത്ത സംഭവങ്ങൾ നേരിടുന്നതിനായി സാധാരണ ആളുകളെല്ലാം അവരവരുടെയും തനിക്ക് വേണ്ടപ്പെട്ടവരുടെയും ജീവൻ ഒരു നിശ്ചിത തുകയ്ക്ക് ഇൻഷുർ ചെയ്യാറുണ്ട്. ജീവനെ സംബന്ധിച്ച് നഷ്ടസാധ്യത എന്ന് പറയുന്നത് യഥാർത്ഥത്തിൽ എല്ലാവരുടെ ജീവിതത്തിലും ഉറപ്പായി സംഭവിക്കാവുന്ന മരണമാണ്. ആ അർത്ഥത്തിൽ നഷ്ടസാധ്യത എന്ന് പറയുന്നത് ആ വ്യക്തിക്കല്ല മറിച്ച് അയാളെ ആശ്രയിച്ച് ജീവിക്കുന്ന വ്യക്തികൾക്കാണ്. പ്രത്യേകിച്ച് ആ വ്യക്തിയുടെ വരുമാനത്തെ ആശ്രയിച്ച് ജീവിതം മുൻപോട്ട് കൊണ്ടുപോകുന്ന കുടുംബമാകുമ്പോൾ. മറ്റൊരു സാധ്യത, പ്രസ്തുത വ്യക്തി ദീർഘകാലം ജീവിക്കുകയും പ്രായമാകുമ്പോൾ സമ്പാദ്യശേഷി നഷ്ടമാവുകയും ഒപ്പം ചികിത്സയ്ക്കും മറ്റും കൂടുതൽ ചെലവ് വരികയും ചെയ്യും എന്നതാണ്. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങൾ നേരിടുന്നതിന് ആളുകൾ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കാറുണ്ട്. ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികൾ ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകൾക്ക് സംരക്ഷണം നൽകുന്ന പോളിസികൾ നൽകാറുമുണ്ട്.

ആദ്യകാലത്ത് ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് പോളിസികൾ എടുത്തിരുന്നത് ജീവിതത്തിലെ അനിശ്ചിതത്വങ്ങൾ നേരിടുന്നതിന് വേണ്ടി മാത്രമായിരുന്നു. പിന്നീട് ഇൻഷുറൻസിന് പലവിധ വകഭേദങ്ങൾ വന്നു. പലവിധ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി വിവിധ തരം പോളിസികൾ ലഭ്യമാക്കാൻ തുടങ്ങി. ഉദാഹരണമായി വൈകല്യ ഇൻഷുറൻസ്, ആരോഗ്യ ഇൻഷുറൻസ്, ചികിത്സാ ഇൻഷുറൻസ്, പെൻഷൻ ഇൻഷുറൻസ്, യഥാർത്ഥ ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് തുടങ്ങിയവ. ഒന്നിച്ചോ കാലാകാലങ്ങളിൽ ചെറിയ തുകകളായോ നൽകുന്ന പ്രീമിയം എന്ന പ്രതിഫലത്തിന് പകരമായി നിശ്ചിത കാലത്തിന് ശേഷം, അല്ലെങ്കിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്ത അപകടം സംഭവിച്ചാൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്ന വ്യക്തിക്കോ, അല്ലെങ്കിൽ ആ വ്യക്തി നിർദ്ദേശിക്കുന്ന വ്യക്തിക്കോ, അതുമല്ലെങ്കിൽ ആരുടെ സംരക്ഷണത്തിന് വേണ്ടിയാണോ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നത് ആ വ്യക്തിക്കോ മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച തുക നൽകാം എന്ന കരാറിനെയാണ് ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് എന്ന് പറയുന്നത്. അതായത്, പ്രീമിയം എന്ന പേരിൽ നൽകുന്ന പണത്തിന് പകരമായാണ് ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനി ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്നത്. പ്രീമിയം ഒന്നുകിൽ മുഴുവൻ തുകയും ഒരുമിച്ച് നൽകാം അല്ലെങ്കിൽ കാലാകാലങ്ങളിൽ മാസം തോറുമോ ദ്വൈമാസികമോ ത്രൈമാസികമോ അർദ്ധ വാർഷികമോ വാർഷികമോ ആയി നൽകാം. അതേ സമയം

കമ്പനി, ഇൻഷുറൻസ് എടുത്ത വ്യക്തി മരണപ്പെട്ടാലോ, ആ വ്യക്തിക്ക് നിശ്ചിത പ്രായമാകുമ്പോഴോ, നിശ്ചിത കാലാവധിക്ക് ശേഷമോ നിശ്ചയിച്ച തുക നൽകുന്നു. അതായത്, ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്ന വ്യക്തിക്ക് കരാർ പ്രകാരമുള്ള പണം ഉറപ്പായും ലഭിക്കും. ഒന്നുകിൽ അയാൾക്ക് നിശ്ചിത പ്രായമാകുമ്പോൾ അല്ലെങ്കിൽ അയാളുടെ മരണശേഷം അയാളുടെ അനന്തരാവകാശികൾക്ക് പണം ലഭ്യമാക്കുന്നു.

ഇൻഷുറൻസിനെ സംബന്ധിച്ച എല്ലാ നിബന്ധനകളും രേഖാമൂലം ഉൾക്കൊള്ളിച്ചു കൊണ്ടുള്ള കരാറിനെ അഥവാ രേഖയെ ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി എന്ന് പറയുന്നു. ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാളെ അഷോർഡ് എന്നും ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്ന കമ്പനിയെ ഇൻഷുറർ എന്നും പ്രതിഫലമായി നൽകുന്ന തുകയെ പ്രീമിയം എന്നും പറയുന്നു.

ഇത്തരം ഇൻഷുറൻസ് വ്യക്തിയുടെ അകാല

മരണം സംഭവിച്ചാൽ കുടുംബത്തിനും അല്ലെങ്കിൽ പ്രായമായി വരുമാനശേഷി നഷ്ടപ്പെടുമ്പോൾ ആ വ്യക്തിക്കും നിശ്ചിത തുക നൽകുന്നു. ഈ ഇൻഷുറൻസ് യഥാർത്ഥത്തിൽ സംരക്ഷണം മാത്രമല്ല നിക്ഷേപ ലക്ഷ്യം കൂടി ഉൾക്കൊള്ളിച്ചുകൊണ്ടാണ് എടുക്കാറുള്ളത്. എന്തുകൊണ്ടെന്നാൽ മരണം സംഭവിച്ചാൽ മാത്രമല്ല, നിശ്ചിത പ്രായമായാലും ആ വ്യക്തിക്ക് കരാർ പ്രകാരമുള്ള തുക ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനി നൽകുന്നുണ്ട്.

പ്രീമിയം തുടർച്ചയായി നൽകേണ്ടതുകൊണ്ട് ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് ജനങ്ങളിൽ സമ്പാദ്യശീലം വളർത്താനും സഹായിക്കുന്നു. അതുമൂലം ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്കും അയാളുടെ ആശ്രിതർക്കും സുരക്ഷിതത്വബോധം നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഇൻഷുറൻസിന് ബാധകമായ പൊതു തത്വങ്ങളിൽ ചിലതൊഴിച്ച് ബാക്കിയെല്ലാം ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസിനും ബാധകമാണ്. ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

1. സാധുവായ കരാറിനുണ്ടായിരിക്കേണ്ട എല്ലാ സവിശേഷതകളും ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസിനും ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഒരു വാഗ്ദാനം, അംഗീകാരം, സ്വതന്ത്രമായ സമ്മതം, കരാറിൽ ഏർപ്പെടാനുള്ള യോഗ്യത, നിയമാനുസൃതമായ പ്രതിഫലം, നിയമാനുസൃതമായ ലക്ഷ്യം തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ കരാറിന് സാധുതയുണ്ടാവുകയുള്ളൂ.
2. പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ് ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ്. ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾ, അയാളെ സംബന്ധിച്ച വിവരങ്ങൾ ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിക്ക് നൽകുന്നതിൽ സത്യസന്ധതയും വിശ്വസ്ഥതയും പുലർത്തേണ്ടതാണ്. അയാളുടെ ആരോഗ്യത്തെ സംബന്ധിച്ച് പ്രസക്തമായ എല്ലാ കാര്യങ്ങളും ഇൻഷുറർ ചോദിച്ചില്ലെങ്കിൽ പോലും തുറന്ന് പറയുക എന്നത് അയാളുടെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്.
3. മറ്റൊരാളുടെ ജീവിതമാണ് ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്നതെങ്കിൽ, ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്ക് അപരന്റെ ജീവനിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഇല്ലാത്ത ഇൻഷുറൻസ് അസാധുവായിരിക്കും. ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്ന സമയത്ത് ഉണ്ടായിരിക്കണം. പക്ഷെ അപകടം നടക്കുന്ന സമയത്ത് ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഇല്ലെങ്കിലും കുഴപ്പമില്ല. ഉദാഹരണമായി, ഒരാൾക്ക് സ്വന്തം ജീവനിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കും. സ്വന്തം കുടുംബാംഗങ്ങളുടെ ജീവനിലും ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കും. കടം നൽകുന്നയാൾക്ക് അത് വാങ്ങുന്നയാളുടെ ജീവനിൽ, കമ്പനി ഉടമയ്ക്ക് അയാളുടെ ജീവനക്കാരനിൽ തുടങ്ങി പലവിധ ബന്ധങ്ങളിലും ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം കാണാൻ കഴിയും.
4. ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് മറ്റ് ഇൻഷുറൻസ് പോലെ ഒരു നഷ്ടോത്തരവാദിത്വ കരാറല്ല. കാരണം ഒരിക്കലും ഒരാളുടെ ജീവന്റെ വില പണത്തിന്റെ മൂല്യത്തിൽ അളക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. അപകടം സംഭവിച്ചാൽ നിശ്ചിത തുക നൽകാമെന്ന കരാർ മാത്രമാണിത്. അതുകൊണ്ട്, ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നതിന് മുൻപ് തന്നെ തിരികെ നൽ

കേണ്ട തുക നിശ്ചയിച്ചിരിക്കും. അതുകൊണ്ടാണ് ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് കരാർ ഒരു നഷ്ടോത്തരവാദിത്വ കരാറല്ല എന്ന് പറയുന്നത്.

വിവിധ തരം ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് പോളിസികൾ [Types of life insurance policies]

ഇൻഷുറൻസ് കരാറിലേർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന വ്യക്തികൾ തമ്മിൽ അതിന്റെ നിബന്ധനകൾ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചുകൊണ്ട് രേഖാമൂലമുണ്ടാക്കുന്ന കരാറിനെയാണ് പോളിസി എന്ന് പറയുന്നത്. ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾ അതിനുള്ള അപേക്ഷ പൂരിപ്പിച്ച് നൽകി ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനി അത് അംഗീകരിച്ച് പ്രീമിയം തുക സ്വീകരിച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ ഇൻഷുറർക്ക് പോളിസി രേഖ കൈമാറും.

ഇൻഷുറൻസ് സംബന്ധിച്ച് ആളുകളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ വ്യത്യസ്തങ്ങളായത് കൊണ്ട് അവർക്ക് ആവശ്യമുള്ള പോളിസികളും വ്യത്യസ്തങ്ങളായിരിക്കും. കുടുംബപരമായ ആവശ്യങ്ങൾ, കുട്ടികൾക്കുള്ള ആവശ്യങ്ങൾ, പ്രായമാകുമ്പോഴുള്ള ആവശ്യങ്ങൾ, ഏതെങ്കിലും ചില പ്രത്യേക ആവശ്യങ്ങൾ എന്നിങ്ങനെ പലവിധ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റാവുന്ന പോളിസികൾ കമ്പനികൾ നൽകാറുണ്ട്. ജീവിതാവസാനം വരെയുള്ള പോളിസി, എൻഡോവ്മെന്റ് പോളിസി, സംയുക്ത ലൈഫ് പോളിസി, കുട്ടികൾക്കുള്ള പോളിസി, ആന്വിറ്റി പോളിസി തുടങ്ങിയ വിവിധ തരത്തിലുള്ള പോളിസികൾ നിലവിലുണ്ട്. അവയിൽ ചിലത് താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

1. ജീവിതാവസാനം വരെയുള്ള പോളിസി [Whole Life Policy]: പേര് സൂചിപ്പിക്കുന്നത് പോലെ ഇൻഷൂർ ചെയ്തയാളിന്റെ മരണശേഷം അനന്തരാവകാശിക്ക് മാത്രം നഷ്ടപരിഹാരം നൽകുന്ന പോളിസികളാണ് ഇവ. മരിക്കുന്നതിന് മുൻപ് ഒരിക്കലും പണം നൽകുകയില്ല. നിശ്ചിത കാലത്തേയ്ക്കോ ചിലപ്പോൾ മരണം വരെയോ പ്രീമിയം അടയ്ക്കേണ്ടി വരും. വ്യക്തിയുടെ മരണം വരെയും പോളിസി തുടരും.

2. നിശ്ചിത കാലാവധി വരെയുള്ള പോളിസി [Endowment Life Assurance Policy]:

ഒരു വ്യക്തി മരണപ്പെടുമ്പോഴോ അല്ലെങ്കിൽ നിശ്ചിത പ്രായമാകുമ്പോഴോ, അതായത് പോളിസി കാലാവധി, ഏതാണോ ആദ്യം വരുന്നത് അതിന് ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനി നിശ്ചയിച്ച് ഉറപ്പിച്ച തുക ആ വ്യക്തിക്കോ അല്ലെങ്കിൽ അയാളുടെ അനന്തരാവകാശിക്കോ അയാൾ നാമനിർദ്ദേശം ചെയ്തയാൾക്കോ നൽകുന്നു. അതായത് എൻഡോവ്മെന്റ് ലൈഫ് അഷ്വറൻസ് പോളിസി നിശ്ചിത വർഷം വരെ മാത്രം നിലനിൽക്കുന്നതാണ്.

3. സംയുക്ത ലൈഫ് പോളിസി [Joint Life Policy]: രണ്ടോ അതിലധികമോ വ്യക്തികൾ ചേർന്ന് എടുക്കുന്ന പോളിസികളാണ് സംയുക്ത ലൈഫ് പോളിസി. എല്ലാവരും കൂടിയോ അല്ലെങ്കിൽ ആരെങ്കിലും ഒരാളോ ഒറ്റത്തവണയായോ, ഗഡുക്കളായോ പ്രീമിയം അടയ്ക്കുന്നു. ഇൻഷുറൻസിൽ ഉൾപ്പെട്ട ഏതെങ്കിലും ഒരു വ്യക്തി മരണപ്പെട്ടാൽ മറ്റേയാൾക്ക് ഇൻഷുറൻസ് തുക നൽകുന്നു. സാധാരണയായി ഇത്തരം പോളിസികൾ എടുക്കുന്നത് ഭാര്യയും ഭർത്താവും ചേർന്നോ, കുടുംബാംഗങ്ങൾ ചേർന്നോ പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനത്തിലെ പങ്കാളികൾ ചേർന്നോ ആയിരിക്കും. ഒരാൾ മരണപ്പെട്ടാൽ മറ്റേയാൾക്ക് ഇൻഷുറൻസ് തുക ലഭിക്കും.

4. ആന്വിറ്റി പോളിസി [Annuity Policy]: ഈ പോളിസി പ്രകാരം അഷ്വർ ചെയ്ത തുക, പോളിസി എടുത്തയാൾക്ക് നിശ്ചിത പ്രായമാ

കുമ്പോൾ, അതായത് നിശ്ചിത കാലാവധിക്ക് ശേഷം മാസം തോറുമോ ത്രൈമാസികമായോ അർദ്ധ വാർഷികമായോ വാർഷികമായോ ഗഡുക്കളായി തിരിച്ച് നൽകുന്നു. പ്രീമിയം ഒറ്റത്തവണയായോ ഗഡുക്കളായോ നൽകാവുന്നതാണ്. തുടർച്ചയായ സുനിശ്ചിത വരുമാനം ആഗ്രഹിക്കുന്നവർക്ക് പ്രത്യേകിച്ച് പ്രായമായവർക്ക് അനുയോജ്യമായ പോളിസിയാണിത്. സാധാരണയായി പെൻഷൻ പദ്ധതികൾ എന്ന പേരിലാണ് കമ്പനികൾ ഈ പോളിസി നൽകുന്നത്.

5. കുട്ടികളുടെ എൻഡോവ്മെന്റ് പോളിസി [Children's Endowment Policy]: കുട്ടികൾക്ക് അവരുടെ ഭാവിയിലെ വിദ്യാഭ്യാസം, വിവാഹം തുടങ്ങിയ ചെലവുകൾ നടത്തുന്നതിന് വേണ്ടി രക്ഷിതാക്കൾ കുട്ടികളുടെ പേരിൽ എടുക്കുന്ന പോളിസികളാണിവ. കുട്ടികൾക്ക് നിശ്ചിത പ്രായമാകുമ്പോൾ ഇൻഷുറർ നിശ്ചിത തുക നൽകുന്നു. ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാൾ പ്രീമിയം അടയ്ക്കുന്നു. പക്ഷെ ഈ വ്യക്തി കാലാവധിക്ക് മുൻപ് മരണപ്പെട്ടാൽ പിന്നീട് പ്രീമിയം തുക അടയ്ക്കേണ്ടതില്ല.

തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് [Fire Insurance]

അടയ്ക്കുന്ന പ്രീമിയത്തിന് പകരമായി നിശ്ചിത കാലത്തിനുള്ളിൽ സംഭവിക്കുന്ന തീപിടുത്തം കൊണ്ടുണ്ടാകുന്ന, പോളിസിയിൽ സമ്മതിച്ചിരിക്കുന്ന തുക വരെയുള്ള നാശനഷ്ടങ്ങൾ ഇൻഷുറർ നികത്തിക്കൊടുക്കാം എന്ന കരാറാണ് തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ്. സാധാരണഗതിയിൽ തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് ഒരു വർഷത്തേക്കാണ് നൽകാറുള്ളത്. പിന്നീട് കാലാകാലങ്ങളിൽ പോളിസി പുതുക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. പ്രീമിയം ഒറ്റത്തവണയായോ ഗഡുക്കളായോ നൽകാവുന്നതാണ്. പോളിസി പ്രകാരം നഷ്ടപരിഹാരം ലഭിക്കുന്നതിന് രണ്ട് നിബന്ധനകൾ പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

1. യഥാർഥത്തിൽ നഷ്ടം സംഭവിച്ചിരിക്കണം.
2. നഷ്ടം സംഭവിക്കാനുള്ള കാരണമായ തീപിടുത്തം അപകടം മൂലമോ മനഃപൂർവ്വമല്ലാത്തതോ ആയിരിക്കണം.

തീപിടുത്തം മൂലമായിരിക്കണം നാശനഷ്ടം സംഭവിച്ചിരിക്കേണ്ടത്. അതായത്, ഒരു പക്ഷെ ചൂട് കൊണ്ട് നാശനഷ്ടമുണ്ടായാൽ പോലും തീപിടുത്തമുണ്ടായില്ലെങ്കിൽ നഷ്ടപരിഹാരം ലഭിക്കില്ല എന്നർത്ഥം.

ഇൻഷുറൻസിന്റെ പൊതു തത്വങ്ങളിൽ വിശദീകരിച്ചിരിക്കുന്ന തത്വങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള കരാറാണ് തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ്. ഇതിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

1. തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്ക് ആ വസ്തുവിൽ ഇൻഷർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഇതിൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുമ്പോഴും നഷ്ടം സംഭവിക്കുമ്പോഴും ഇൻഷർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഉദാഹരണമായി, ഒരു ബിസിനസ്സുകാരന് തന്റെ നീക്കിയിരുപ്പ് ചരക്കുകളിൽ ഇൻഷർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കും. എന്നാൽ അത് വിറ്റ് കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നീട് അയാൾക്ക് ഇൻഷർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം നഷ്ടപ്പെടും. അതുകൊണ്ട് വിൽപ്പനയ്ക്ക് ശേഷമുള്ള അപകടത്തിന് നഷ്ടപരിഹാരം ലഭിക്കുകയില്ല.
2. ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ് പോലെ തന്നെ ഈ ഇൻഷുറൻസും പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ്. ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്ന വിഷയത്തെ സംബന്ധിച്ച എല്ലാ വിവരങ്ങളും വിശ്വസനീയ

യോടും സത്യസന്ധതയോടും കൂടി തന്നെ ഇൻഷുറർക്ക് വിശദീകരിച്ച് നൽകേണ്ടതുണ്ട്. വസ്തുവിനെ സംബന്ധിച്ച എല്ലാ വസ്തുതകളും നഷ്ടസാധ്യതകളും ചോദിച്ചില്ലെങ്കിൽ പോലും വിശദീകരിക്കേണ്ടത് അയാളുടെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിയും കരാറിനെ സംബന്ധിച്ച എല്ലാ വസ്തുതകളും ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാളെ അറിയിക്കേണ്ടതാണ്.

3. തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് പൂർണ്ണമായും ഒരു നഷ്ടോത്തരവാദിത്വ കരാറാണ്. നഷ്ടം സംഭവിച്ചാൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാൾക്ക് യഥാർത്ഥ നഷ്ടം പരിഹരിച്ച് കിട്ടാൻ അർഹതയുണ്ട്. പക്ഷെ പരമാവധി ഇൻഷർ ചെയ്ത തുക വരെ മാത്രമേ നഷ്ടപരിഹാരമായി ലഭിക്കുകയുള്ളൂ. ഉദാഹരണമായി, ഒരാൾ തന്റെ വീട് നാല് ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് ഇൻഷർ ചെയ്തു എന്ന് കരുതുക, വീട് പൂർണ്ണമായും നശിച്ചാൽ പോലും മുഴുവൻ തുകയും നഷ്ടപരിഹാരമായി ലഭിക്കണമെന്നില്ല. വീടിന്റെ വിലയിൽ നിന്ന് തേയ്മാനം കുറച്ചുള്ള തുകയോ അല്ലെങ്കിൽ നാല് ലക്ഷം രൂപ ഏതാണ് ചെറുത്, ആ സംഖ്യ മാത്രമേ ഇൻഷുറർ നൽകുകയുള്ളൂ. ഇൻഷുറൻസിൽ നിന്ന് ലാഭം ഉണ്ടാക്കരുത് എന്ന തത്വം അനുസരിച്ചാണിത്.

4. നഷ്ടമുണ്ടാകാനുള്ള സമീപസ്ത കാരണം തീപിടുത്തമാണെങ്കിൽ മാത്രമേ ഇൻഷുറർക്ക് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകാനുള്ള ബാധ്യതയുള്ളൂ.

മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് [Marine Insurance]

ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്ക് പോളിസിയിൽ പറഞ്ഞ പ്രകാരം കടലിൽ വച്ചുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടങ്ങൾ ഇൻഷുറർ നികത്തിക്കൊടുക്കാമെന്ന കരാറാണ് മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ്. സാധാരണയായി കടൽ യാത്രകളിൽ നിന്നുമുണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടങ്ങൾ നികത്തുന്നതിന് വേണ്ടിയുള്ള ഇൻഷുറൻസാണിത്. കപ്പൽ കടലിലെ പാറക്കെട്ടിലും മറ്റും ഇടിച്ചോ മറ്റ് കപ്പലുകളുമായി കൂട്ടിയിടിച്ചോ, ശത്രുക്കളുടെ ആക്രമണങ്ങൾ, കടൽ കൊള്ളക്കാരുടെ തട്ടിക്കൊണ്ടുപോകൽ, തീപിടുത്തം തുടങ്ങിയവ മൂലമോ, കപ്പിത്താന്റെയോ മറ്റ് ജീവനക്കാരുടെയോ അശ്രദ്ധ മൂലമോ കടലിൽ വച്ച് നാശനഷ്ടങ്ങൾ ഉണ്ടാകാം. ഇവ മൂലം കപ്പലിനോ, കപ്പലിലുള്ള ചരക്കുകൾക്കോ കേടുപാടുകൾ സംഭവിക്കുകയോ നശിപ്പിക്കപ്പെടുകയോ ഒരു പക്ഷെ കടത്ത് കൂലി കിട്ടാതിരിക്കുകയോ ചെയ്യാം. അതുകൊണ്ട് തന്നെ മറൈൻ ഇൻഷുറൻസിൽ കപ്പൽ, അതിലുള്ള ചരക്ക്, കടത്ത് കൂലി എന്നിവയെല്ലാം ഇൻഷുർ ചെയ്യാറുണ്ട്. ചുരുക്കത്തിൽ കടലിൽ വച്ച് മുഴുവനായോ ഭാഗികമായോ ഉണ്ടാകുന്ന നാശനഷ്ടങ്ങൾക്ക് കപ്പലിന്റെയോ ചരക്കിന്റെയോ ഉടമസ്ഥന് നഷ്ടപരിഹാരം ലഭ്യമാക്കുന്ന ഇൻഷുറൻസ് ആണ് മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ്. മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് മറ്റ് ഇൻഷുറൻസുകളിൽ നിന്ന് അൽപ്പം വ്യത്യസ്തമാണ്. ഇതിൽ മൂന്ന് വസ്തുതകൾ ഉൾക്കൊണ്ടിട്ടുണ്ട്: കപ്പൽ, കപ്പലിലുള്ള ചരക്ക്, കടത്ത് കൂലി എന്നിവ.

1. കപ്പൽ ഇൻഷുറൻസ് [Ship or hull insurance]: കടലിൽ വച്ച് കപ്പലിന് പലവിധ നാശനഷ്ടങ്ങൾ ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുള്ളതുകൊണ്ട് അത്തരം നഷ്ടങ്ങൾ നികത്തുന്നതിന് വേണ്ടിയുള്ള ഇൻഷുറൻസ് എന്നാണ് ഈ ഇൻഷുറൻസ് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.

2. ചരക്ക് ഇൻഷുറൻസ് [Cargo Insurance]: കപ്പലിൽ കടത്തുമ്പോൾ പലതരത്തിൽ ചരക്കു

കൾ നഷ്ടപ്പെടാനുള്ള സാധ്യതകൾ ഉണ്ട്. യാത്രയ്ക്കിടയിൽ നശിച്ച് പോവുകയോ, കടൽ കൊള്ളക്കാർ തട്ടിക്കൊണ്ടു പോവുകയോ, കപ്പലിനുണ്ടാകുന്ന അപകടം മൂലമോ ഒക്കെ ഇത്തരം നഷ്ടം സംഭവിക്കാം. ഇത്തരം നഷ്ട സാധ്യതകളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നൽകുന്ന ഇൻഷുറൻസ് ആണിത്.

3. കടത്ത് കൂലി ഇൻഷുറൻസ് [Freight insurance]: അപകടം മൂലമോ, നാശനഷ്ടങ്ങൾ മൂലമോ, മോഷണം മൂലമോ കൊണ്ടുപോകുന്ന

ലൈഫ്, തീപിടുത്ത, മറൈൻ ഇൻഷുറൻസുകൾ തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം
(Difference between Life, Fire and Marine Insurance)

	താരതമ്യത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം	ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ്	തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ്	മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ്
1	ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്ന വസ്തു	മനുഷ്യ ജീവൻ ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്നു	ഏതെങ്കിലും ഭൗതിക വസ്തുക്കൾ	കപ്പൽ, അതിലെ ചരക്കുകൾ, കടത്തുകൂലി
2	ഘടകം	സംരക്ഷണവും നിക്ഷേപവും; രണ്ട് ഘടകങ്ങളുമുണ്ട്	നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്നുള്ള സംരക്ഷണം മാത്രം	നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്നുള്ള സംരക്ഷണം മാത്രം
3	ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം	ഇൻഷുർ ചെയ്യുമ്പോൾ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം. അപകടം നടക്കുമ്പോൾ ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്ന് നിർബന്ധമില്ല.	ഇൻഷുർ ചെയ്യുമ്പോഴും അപകടം നടക്കുമ്പോഴും ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.	ഇൻഷുർ ചെയ്യുമ്പോൾ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്ന് നിർബന്ധമില്ല. പക്ഷെ അപകടം നടക്കുമ്പോൾ ഉണ്ടായിരിക്കണം.
4	കാലാവധി	ദീർഘ കാലത്തേക്കായിരിക്കും. സാധാരണയായി 5 മുതൽ 30 വർഷം വരെ ആകാം.	സാധാരണയായി ഒരു വർഷം വരെ.	ഒരു നിശ്ചിത കാലമോ, ഒരു യാത്രയോ, രണ്ടും കൂടിയോ ആകാം.
5	നഷ്ടം നികത്തൽ	നഷ്ടം നികത്തൽ എന്ന തത്വം ബാധകമല്ല. നിശ്ചിത കാലത്തിന് ശേഷമോ, അപകടം നടന്നാലോ ഉറപ്പ് നൽകിയ പണം നൽകുന്നു.	നഷ്ടം നികത്തൽ തത്വത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമാണ്. നഷ്ടം സംഭവിച്ചാൽ യഥാർത്ഥ നഷ്ടമോ, ഇൻഷുർ ചെയ്ത തുകയോ ഏതാണ് കുറവ് അത് നൽകും.	നഷ്ടം നികത്തൽ തത്വത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമാണ്. നഷ്ടം സംഭവിച്ചാൽ കപ്പലിന്റെ വിപണി വിലയും ചരക്കുകളുടെ നഷ്ടവും നികത്തപ്പെടും.
6	നഷ്ടം അളക്കൽ	നഷ്ടം അളക്കാൻ കഴിയുകയില്ല.	നഷ്ടം അളക്കാൻ കഴിയും.	നഷ്ടം അളക്കാൻ കഴിയും.
7	തിരിച്ചേൽപ്പിക്കുമ്പോഴുള്ള വിലയും അടച്ച് തീർത്ത വിലയും.	തിരിച്ചേൽപ്പിക്കുമ്പോഴുള്ള വിലയും അടച്ച് തീർത്ത വിലയും ഉണ്ടായിരിക്കും.	തിരിച്ചേൽപ്പിക്കുമ്പോഴുള്ള വിലയും അടച്ച് തീർത്ത വിലയും ഉണ്ടായിരിക്കില്ല.	തിരിച്ചേൽപ്പിക്കുമ്പോഴുള്ള വിലയും അടച്ച് തീർത്ത വിലയും ഉണ്ടായിരിക്കില്ല.

8	പോളിസി തുക	എത്ര തുകയ്ക്ക് വേണമെങ്കിലും ഇൻഷ്വർ ചെയ്യാം	സാധനത്തിന്റെ യഥാർത്ഥ മൂല്യത്തേക്കാൾ ഇൻഷുർ ചെയ്യാൻ കഴിയുകയില്ല.	ചരക്കിന്റെയോ കപ്പലിന്റെയോ വിപണി വില വരെ ഇൻഷുർ ചെയ്യാം.
9	അപകടം സംഭവിക്കാനുള്ള സാധ്യത	ഇത് ഉറപ്പായും സംഭവിക്കുന്നതാണ്. ഒന്നുകിൽ മരണം അല്ലെങ്കിൽ കാലാവധിയെത്തൽ. അതുകൊണ്ട് ഉറപ്പായും നഷ്ടപരിഹാരം ഉണ്ടാകും.	നഷ്ടസാധ്യത മാത്രമാണ്. അപകടം നടക്കാം നടക്കാതിരിക്കാം. അതുകൊണ്ട് നഷ്ടപരിഹാരം ഉണ്ടാകണം എന്ന് നിർബന്ധമില്ല	നഷ്ടസാധ്യത മാത്രമാണ്. അപകടം നടക്കാം, നടക്കാതിരിക്കാം. അതുകൊണ്ട് നഷ്ടപരിഹാരം ഉണ്ടാകണം എന്ന് നിർബന്ധമില്ല

ചരക്കുകൾ ഉദ്ദേശിച്ച സ്ഥലത്ത് എത്തിക്കാൻ കഴിഞ്ഞില്ലെങ്കിൽ, കപ്പൽ കമ്പനിക്ക് കടത്ത് കൂലി ലഭിക്കുകയില്ല. നല്ലൊരു സംഖ്യ കടത്ത് കൂലി വരുന്നതുകൊണ്ട് ഈ നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ലഭിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയും ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കാറുണ്ട്.

പൊതു ഇൻഷുറൻസിന്റെ തത്വങ്ങൾ തന്നെയാണ് മറൈൻ ഇൻഷുറൻസിനും ബാധകമായിട്ടുള്ളത്. മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് കരാറിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു:-

1. ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് ഒരു നഷ്ടോത്തരവാദിത്വ കരാറാണ്. അപകടം സംഭവിച്ചാൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാൾക്ക് യഥാർത്ഥ നഷ്ടം നികത്തിക്കൊടുക്കും എന്നല്ലാതെ ലാഭമുണ്ടാക്കാൻ അനുവദിക്കുകയില്ല. പക്ഷെ ചരക്ക് പോളിസിയിൽ, കൃത്യമായ നഷ്ടോത്തരവാദിത്വം എന്നതിലുപരി വാണിജ്യപരമായ നഷ്ടം നികത്തലായിരിക്കും ഉണ്ടാവുക. ഇൻഷുറർ ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തയാൾക്ക് മുൻകൂട്ടി സമ്മതിച്ച രീതിയിലുള്ള നഷ്ടപരിഹാരം ആയിരിക്കും നൽകുക. കപ്പൽ പോളിസിയിൽ കമ്പോള വിലയേക്കാൾ അൽപം ഉയർന്ന വിലയായിരിക്കും നിശ്ചയിക്കുക.
2. തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് പോലെയും ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് പോലെയും മറൈൻ ഇൻഷുറൻസും പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ്. കരാറിനെ സ്വധീനിക്കാവുന്ന വസ്തുവിനെ സംബന്ധിച്ച എല്ലാ പ്രസക്ത വസ്തുതകളും ഇരുകക്ഷികളും പരസ്പരം അറിയിച്ചിരിക്കണം. വസ്തുവിന്റെ സ്വഭാവവും അതിന്റെ അപകട സാധ്യതകളും എല്ലാം തന്നെ ഇൻഷുററെ അറിയിക്കുക എന്നത് ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാളുടെ ചുമതലയാണ്.
3. മറൈൻ ഇൻഷുറൻസിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം അപകടം നടക്കുന്ന സമയത്ത് ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്നേ നിർബന്ധമുള്ളൂ. കരാറിൽ ഏർപ്പെടുമ്പോൾ ഈ താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്ന് നിർബന്ധമില്ല.
4. സമീപസ്ഥ കാരണം എന്ന തത്വം ഈ ഇൻഷുറൻസിനും ബാധകമാണ്. നഷ്ടം സംഭവിക്കുന്നതിന് ഒന്നിലധികം കാരണങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിൽ നഷ്ടം സംഭവിച്ചതിന്റെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട കാരണം പോളിസിയിൽ ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട് എങ്കിൽ മാത്രമേ ഇൻഷുറർക്ക് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകാനുള്ള ബാധ്യതയുള്ളൂ.

4.6. വാർത്താവിനിമയ സേവനങ്ങൾ [COMMUNICATION SERVICES]

വിതരണക്കാർ, ഉപഭോക്താക്കൾ, ബിസിനസ് പ്രതിയോഗികൾ, പൊതുസമൂഹം തുടങ്ങിയ ബിസിനസിന് പുറത്തുള്ള ആളുകളുമായി സമ്പർക്കം പുലർത്തുന്നതിന് സഹായിക്കുന്ന സേവനങ്ങളാണ് വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾ. സമൂഹത്തിൽ ഒറ്റപ്പെട്ട് നിൽക്കുന്ന സ്ഥാപനമല്ല എന്നതുകൊണ്ട് തന്നെ ബിസിനസിന്റെ ആശയങ്ങളും മറ്റ് വിവരങ്ങളും പലരുമായും കൈമാറ്റം ചെയ്യേണ്ടി വരും. ആശയവിനിമയം കാര്യക്ഷമമാകണമെങ്കിൽ, അത് കഴിവുറ്റതും കൃത്യതയുള്ളതും വേഗതയാർന്നതും ആയിരിക്കണം. വളരെ വേഗം സഞ്ചരിക്കുന്ന ഇന്നത്തെ മത്സരാധിഷ്ഠിത ലോകത്ത് വളരെ വേഗം ആശയിനിമയം നടത്തുന്നതിന് ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യയെ ആശ്രയിക്കേണ്ടി വരിക സ്വാഭാവികം മാത്രമാണ്. ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളുടെ കടന്നുവരവ് ഈ മേഖലയിലും വിപ്ലവകരമായ മാറ്റങ്ങളുണ്ടാക്കി. ബിസിനസിന് സഹായകരമായ ആശയവിനിമയ സേവനങ്ങളെ പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങൾ എന്നും ടെലികോം സേവനങ്ങൾ എന്നും രണ്ടായി തിരിക്കാം.

പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങൾ [Postal Services]

ഭാരത സർക്കാരിന്റെ ഒരു വകുപ്പുതല സംരംഭമായ ഭാരതീയ പോസ്റ്റൽ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ഭാരതത്തിലുടനീളം വിവിധ തപാൽ സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നു. ഇത്തരം സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിനായി ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് രാജ്യത്തെ ഒട്ടാകെ ഇരുപത്തിരണ്ട് സർക്കിളുകളായി വിഭജിച്ചിരിക്കുന്നു. ഇത്തരം സർക്കിളുകളാണ് അവയ്ക്ക് കീഴിലുള്ള പ്രധാന പോസ്റ്റ് ഓഫീസ്, ഉപ പോസ്റ്റ് ഓഫീസ്, ശാഖാ പോസ്റ്റ് ഓഫീസ് എന്നിവ കൈകാര്യം ചെയ്യുകയും നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്യുന്നത്. പോസ്റ്റൽ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സേവനങ്ങളെ താഴെ പറയുന്ന രീതിയിൽ തരം തിരിക്കാം.

1. ധനകാര്യ സേവനങ്ങൾ [Financial facilities]:

പൊതു പ്രോവിഡന്റ് ഫണ്ട്, കിസാൻ വികാസ് പത്ര, ദേശീയ സമ്പാദ്യ പദ്ധതികൾ തുടങ്ങിയവ കൂടാതെ സാധാരണ ബാങ്കിംഗ് ധർമ്മങ്ങളായ മാസ വരുമാന പദ്ധതികൾ, ആവർത്തന നിക്ഷേപ പദ്ധതികൾ, സേവിംഗ്സ് അക്കൗണ്ടുകൾ, സ്ഥിര നിക്ഷേപ പദ്ധതികൾ, പണമയക്കുന്ന മണി ഓർഡർ സംവിധാനങ്ങൾ തുടങ്ങി പല വിധത്തിലുള്ള ധനകാര്യ സേവനങ്ങൾ പോസ്റ്റ് ഓഫീസുകൾ നൽകുന്നുണ്ട്.

2. മെയിൽ സേവനങ്ങൾ [Mail facilities]: ഒരു സ്ഥലത്തു നിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേയ്ക്ക് കത്തുകളും പാഴ്സലുകളും അയയ്ക്കുന്നതിനുള്ള സൗകര്യങ്ങൾ പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. കൂടുതൽ സുരക്ഷിതമായി പാഴ്സലുകൾ സ്വീകർത്താവിന് ലഭിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി രജിസ്ട്രേഷൻ സംവിധാനവും കൈമാറുന്നതിനിടയിൽ വസ്തുക്കൾക്ക് നഷ്ടം സംഭവിച്ചാൽ, നഷ്ടപരിഹാരം ലഭ്യമാക്കുന്ന ഇൻഷുറൻസ് പദ്ധതികളും ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് ലഭ്യമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

ഇവ കൂടാതെ പോസ്റ്റ് ഓഫീസുകൾ മറ്റ് ചില അനുബന്ധ സേവനങ്ങളും പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു.

1. ആശംസാ സന്ദേശം [Greeting Post]: ഓരോ തരം സന്ദർഭങ്ങൾക്കും അനുയോജ്യമായ തരത്തിലുള്ളതും ആസ്വാദ്യകരവുമായ ആശംസാ കാർഡുകൾ.

2. മാധ്യമ പോസ്റ്റുകൾ [Media post]: ഭാരതീയ കമ്പനികൾക്കും കോർപ്പറേറ്റുകൾക്കും അനുയോജ്യമായ വളരെ പുതുമയാർന്നതും കാര്യക്ഷമവുമായ സംവിധാനമാണ് പോസ്റ്റ് കാർഡുകൾ, കവറുകൾ തുടങ്ങിയവയിൽ അവരുടെ പരസ്യങ്ങൾ പതിപ്പിക്കുക എന്നത്.

വിവിധ തരം പൊതു ഇൻഷുറൻസ്
(Different types of General Insurance)

1. ആരോഗ്യ ഇൻഷുറൻസ് [Health Insurance]

ഉയർന്നുവരുന്ന ചികിത്സാ ചെലവുകളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നൽകുന്നതാണ് ആരോഗ്യ ഇൻഷുറൻസ്. മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച ഫീസ് അഥവാ പ്രീമിയം നൽകിയാൽ ചില പ്രത്യേക ആരോഗ്യ പ്രശ്നങ്ങൾ ചികിത്സിക്കുന്നതിന് ഇൻഷുറൻസ് പരിരക്ഷ നൽകാം എന്ന് ഒരു ഇൻഷുററും ഒന്നോ ഒരു കൂട്ടം വ്യക്തികളോ തമ്മിൽ ഉണ്ടാക്കുന്ന കരാറാണ് ആരോഗ്യ ഇൻഷുറൻസ്. പോളിസിക്കനുസരിച്ച് പ്രീമിയം ഒറ്റത്തവണയായോ, തവണകളായോ നൽകാം. ആരോഗ്യ ഇൻഷുറൻസ് സാധാരണയായി അസുഖത്തിനോ പരുക്കിനോ ഉള്ള ചികിത്സാ ചെലവുകൾ നേരിട്ട് നൽകുകയോ ചെലവുകൾ പിന്നീട് തിരിച്ചു കൊടുക്കുകയോ ചെയ്യുന്നു. നൽകുന്ന സംരക്ഷണത്തിന്റെയും ചെലവിന്റെയും പരിധി പോളിസിയെയും അത് നൽകുന്നയാളെയും ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. ഇന്ത്യയിൽ പ്രധാനമായും ആരോഗ്യ ഇൻഷുറൻസ് നൽകുന്നത് മെഡിക്ലെയിം പോളിസിയുടെ രൂപത്തിൽ ഒരു വ്യക്തിക്കോ ഒരു കൂട്ടം വ്യക്തികൾക്കോ സ്ഥാപനത്തിനോ അല്ലെങ്കിൽ കോർപറേറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്കോ ആണ്.

2. മോട്ടോർ വാഹന ഇൻഷുറൻസ് [Motor Vehicle Insurance]

പൊതു ഇൻഷുറൻസ് വിഭാഗത്തിൽ വരുന്നതാണ് മോട്ടോർ വാഹന ഇൻഷുറൻസ്. ദിനംപ്രതി ഇതിന്റെ പ്രാധാന്യം കൂടി വരുന്നതുകൊണ്ട് എല്ലാവർക്കും പരിചിതമായ ഇൻഷുറൻസ് ആണിത്. മോട്ടോർ വാഹന ഇൻഷുറൻസിൽ ഡ്രൈവറുടെ അശ്രദ്ധ മൂലമോ, അപകടം മൂലമോ ആർക്കെങ്കിലും പരിക്കേൽക്കുകയോ മരണപ്പെടുകയോ ചെയ്താൽ നഷ്ടപരിഹാരം നൽകേണ്ട ബാധ്യത വാഹന ഉടമസ്ഥനിൽ നിന്ന് ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിക്ക് കൈമാറുന്നു. മോട്ടോർ വാഹന ഇൻഷുറൻസ് പ്രീമിയം തുക വാഹനത്തിന്റെ വിലയ്ക്ക് അനുസൃതമായിരിക്കും.

3. ഭവനഭേദന ഇൻഷുറൻസ് [Burglary Insurance]

വസ്തുക്കളുടെ ഇൻഷുറൻസ് വിഭാഗത്തിൽ വരുന്നതാണ് ഭവനഭേദന ഇൻഷുറൻസ്. ഇത് പ്രകാരം മോഷണം, അപഹരണം, ഭവനഭേദനം തുടങ്ങിയ തരത്തിലുള്ള സംഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് വീട്ടുസാധനങ്ങൾ, സ്വകാര്യ വസ്തുവകകൾ തുടങ്ങിയവയ്ക്കുള്ള യഥാർത്ഥ നഷ്ടം നികത്തിക്കൊടുക്കും.

ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുമ്പോൾ ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്ന് നിർബന്ധമില്ല. പക്ഷെ നഷ്ടം സംഭവിക്കുമ്പോൾ ഉണ്ടായിരിക്കണം. സമീപസ്ത കാരണം എന്ന തത്വം ഇവിടെ ബാധകമാണ്. ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി കൊണ്ട് നഷ്ടം സംഭവിക്കാനുള്ള യഥാർത്ഥ കാരണം, അഥവാ തൊട്ടടുത്ത കാരണം സംരക്ഷിക്കപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനി നഷ്ടപരിഹാരം നൽകുകയുള്ളൂ.

4. കന്നുകാലി ഇൻഷുറൻസ് [Cattle Insurance]

കാള, എരുമ, പോത്ത്, പശു തുടങ്ങിയ വളർത്തുമൃഗങ്ങൾ മരണപ്പെട്ടാൽ ഇൻഷുർ ചെയ്ത കർഷകന് നിശ്ചിത തുക നൽകാമെന്ന് ഉറപ്പ് നൽകുന്ന പോളിസിയാണ് ഇത്. അപകടം, അസുഖങ്ങൾ, ഗർഭാവസ്ഥ തുടങ്ങിയ കാരണങ്ങളാൽ മരണം സംഭവിക്കുമ്പോൾ നഷ്ടപരിഹാരം നൽകാം എന്ന കരാർ ആണിത്. നഷ്ടം സംഭവിച്ചാൽ ഇൻഷുറർ സാധാരണയായി അധികം വരുന്ന നഷ്ടം മാത്രമേ നൽകുകയുള്ളൂ.

5. വിള ഇൻഷുറൻസ് [Crop Insurance]

വരൾച്ച, വെള്ളപ്പൊക്കം തുടങ്ങിയവ മൂലം വിളകൾക്ക് സംഭവിക്കുന്ന നാശനഷ്ടങ്ങൾക്ക് ധനസഹായം നൽകുന്ന ഇൻഷുറൻസ് ആണിത്. നെല്ല്, ഗോതമ്പ്, എണ്ണക്കുരുക്കൾ, ധാന്യങ്ങൾ, ചോളം, തിന തുടങ്ങി എല്ലാ വിളകൾക്കും സംഭവിക്കുന്ന നഷ്ടങ്ങൾക്ക് വിള ഇൻഷുറൻസ് പ്രകാരം സംരക്ഷണം ലഭിക്കുന്നു.

6. കായിക ഇൻഷുറൻസ് [Sports Insurance]

സാധാരണ കായിക താരങ്ങൾക്ക് അവരുടെ കായിക ഉപകരണങ്ങൾ, വ്യക്തിപരമായ പ്രശ്നങ്ങൾ, നിയമ തലത്തിലുള്ള ബാധ്യതകൾ, വ്യക്തിഗത അപകടങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയിൽ നിന്ന് വിശദമായ സംരക്ഷണം നൽകുന്ന പോളിസിയാണിത്. വേണമെങ്കിൽ താരത്തിനൊപ്പം താമസിക്കുന്നവരുടെ കുടുംബാംഗങ്ങളെ കൂടി പോളിസിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്താം. ഈ പോളിസി സ്പോർട്സ് ജീവനോപാധിയാക്കിയ വിദഗ്ദ കായിക താരങ്ങൾക്ക് ലഭ്യമല്ല. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ ഒന്നോ അതിലധികമോ കായിക ഇനങ്ങൾക്ക് ഇൻഷുറൻസ് പരിരക്ഷ ലഭ്യമാണ്. അത്‌ലറ്റിക്സ്, ബാറ്റ്മിന്റൻ, ക്രിക്കറ്റ്, ഗോൾഫ്, ലോൺ ടെന്നിസ്, സ്ക്വാഷ്, സ്പോർട്സ് തോക്കുകൾ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ ഉണ്ടാകുന്ന അപകടങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ.

7. അമർത്യാ സെൻ ശിക്ഷാ യോജന [Amatrya Sen Siksha Yojana]

ആശ്രിതരായ കുട്ടികളുടെ വിദ്യാഭ്യാസം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനായി പൊതു ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികൾ നൽകുന്ന പോളിസിയാണ് ഇത്. ഇൻഷുറൻസ് പരിരക്ഷ ലഭിക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥിയുടെ മാതാപിതാക്കൾക്കോ രക്ഷിതാവിനോ അപകടങ്ങളിൽ നിന്ന് ഏതെങ്കിലും ശാരീരികമായ പരിക്ക് സംഭവിക്കുകയാണെങ്കിൽ സംഭവം നടന്ന് 12 മാസങ്ങൾക്കുള്ളിൽ അയാളുടെ മരണത്തിനോ, സ്ഥിരമായ ശേഷിയില്ലായ്മക്കോ കാരണമായാൽ, അപകടം നടന്ന ദിവസം മുതൽ പോളിസി കാലാവധി അവസാനിക്കുന്നതുവരെയോ അല്ലെങ്കിൽ പോളിസി സംരക്ഷണം നൽകുന്ന പഠനം പൂർത്തിയാക്കുന്നത് വരെയോ ഏതാണോ ആദ്യം സംഭവിക്കുന്നത് അതുവരെയുള്ള, പരിരക്ഷയ്ക്ക് അർഹതപ്പെട്ട വിദ്യാർത്ഥിയുടെ എല്ലാ ചെലവുകളും ഇൻഷുറർ നികത്തിക്കൊടുക്കും. ഈ തുക പോളിസി ഷെഡ്യൂളിൽ പറഞ്ഞിരിക്കുന്ന തുകയേക്കാൾ കൂടുകയില്ല.

8. രാജേശ്വരി മഹിളാ കല്യാൺ ഭീമാ യോജന [Rajeswari Mahila Kalyan Bima Yojana]

സ്ത്രീകൾക്ക് മാത്രം സംഭവിക്കാവുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ മൂലമോ, അപകടം മൂലമോ ഇൻഷുർ ചെയ്ത സ്ത്രീകൾ മരണപ്പെടുകയോ ശേഷിയില്ലാതാവുകയോ ചെയ്താൽ ആ സ്ത്രീയുടെ കുടുംബാംഗങ്ങൾക്ക് സാമ്പത്തിക ആശ്വാസം നൽകുന്ന പോളിസിയാണ് ഇത്.

സാമൂഹിക സുരക്ഷ പദ്ധതികൾ

1.അടൽ പെൻഷൻ യോജന : 18 നും 40 നും ഇടയ്ക്കു പ്രായപരിധിയുള്ള വ്യക്തികൾക്കാണ് ഈ പദ്ധതി വിഭാവനം ചെയ്യുന്നത്. 60 വയസ്സ് പൂർത്തിയാകുന്നത് വരെ വ്യക്തി ഈ പദ്ധതിയിൽ പണം നിക്ഷേപിക്കണമെന്ന് വ്യവസ്ഥ ചെയ്യുന്നു. വാർധക്യ കാലത്ത് പെൻഷൻ ലഭ്യമാകുന്നതിനുള്ള ഒരു ക്ഷേമ നിക്ഷേപ പദ്ധതിയാണിത്.

2. പ്രധാൻ മന്ത്രി സുരക്ഷാ ബീമാ യോജന : ഈ പദ്ധതി പ്രകാരം പ്രതിവർഷം 12 രൂപ പ്രീമിയത്തിൽ ആകസ്മികമായി ഉണ്ടാകുന്ന അപകടങ്ങളാൽ ശാരീരിക വൈകല്യം സംഭവിച്ചവർക്ക് 2ലക്ഷം രൂപ വരെ പരിരക്ഷ നൽകുന്നു. സേവിംഗ്സ് അക്കൗണ്ടുള്ള ഏതു വ്യക്തിക്കും ഈ പദ്ധതിയിൽ അംഗമാകാവുന്നതാണ്.

3.പ്രധാൻ മന്ത്രി ജൻ ധൻ യോജന : കുറഞ്ഞ തുക നീക്കിയിരിപ്പില്ലാത്ത സേവിംഗ്സ് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടുകൾക്കാണ് ഈ പദ്ധതി വിഭാവനം ചെയ്യുന്നത്. റുപേയ് എ.ടി.എം ഡെബിറ്റ് കാർഡുള്ള ഉപഭോക്താവിന് ഒരു ലക്ഷം രൂപയുടെ അപകട ഇൻഷുറൻസും 30,000 രൂപയുടെ ജീവൻ പരിരക്ഷയും നൽകുന്നു. സമൂഹത്തിൽ സാമ്പത്തികമായി ദുർബലരായ വിഭാഗങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ പദ്ധതിയാണിത്.

4.പ്രധാൻ മന്ത്രി ജീവൻ ജ്യോതി ബീമാ യോജന : പോളിസി ഉടമയുടെ ആശ്രിതർക്ക് 2 ലക്ഷം രൂപ പരിരക്ഷ നൽകുന്ന ഇൻഷുറൻസ് പദ്ധതിയാണിത്. വാർഷിക പ്രീമിയ തുകയായ 330 രൂപ അടച്ചാൽ 18 നും 70 വയസ്സിനും ഇടയിലുള്ള സേവിംഗ്സ് അക്കൗണ്ടുള്ള ഏതൊരു വ്യക്തിക്കും ഈ പദ്ധതിയിൽ അംഗത്വം നേടാം

3. നേരിട്ടുള്ള പരസ്യത്തിനായി നേരിട്ടുള്ള പോസ്റ്റുകൾ [Direct post is for direct advertising]. ഇത് വ്യക്തികൾക്ക് അഡ്രസ്സ് ചെയ്യുന്നതോ പൊതുവായിട്ടുള്ളതോ ആകാം.

4. അന്തർദ്ദേശീയ പണ കൈമാറ്റം [International Money Transfer]:

പണ കൈമാറ്റ ധനകാര്യ സേവനദാതാക്കളുമായി ചേർന്ന് ലോകത്തെ ഇരുനൂറോളം രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്ന് ഭാരതത്തിലേക്ക് പണം അയക്കുന്നതിനുള്ള സൗകര്യം ലഭ്യമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

5. പാസ്പോർട്ട് സൗകര്യങ്ങൾ [Passport Facilities]: വിദേശകാര്യ മന്ത്രാലയവുമായി ചേർന്ന് പാസ്പോർട്ട് അപേക്ഷകൾക്കുള്ള സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

6. സ്പീഡ് പോസ്റ്റ് [Speed Post]: ഭാരതത്തിലെ ആയിരത്തിലധികം പട്ടണങ്ങളും നൂറോളം വിദേശരാജ്യങ്ങളും സ്പീഡ് പോസ്റ്റുമായി ബന്ധിപ്പിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

7. ഇ-ബിൽ പണം നൽകൽ [e-bill post] ബി.എസ്.എൻ.എൽ., ഭാരതി എയർടെൽ തുടങ്ങിയ കമ്പനികളുടെ ഇലക്ട്രോണിക് ബില്ലുകൾ സ്വീകരിക്കുന്നതിനുള്ള സൗകര്യങ്ങൾ.

ടെലികോം സേവനങ്ങൾ [Telecom Services]

ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക സാമൂഹിക വികസനത്തിൽ നിർണ്ണായക സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്ന പ്രധാന ഘടകങ്ങളിൽ ഒന്നാണ് വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ. യഥാർത്ഥത്തിൽ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ നട്ടെല്ലാണ് മികവാർന്ന വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾ. ബിസിനസ് ആഗോളവ്യാപകമായ വളർച്ച സ്വപ്നം കാണുമ്പോൾ അതിൽ നിർണ്ണായകമായ സ്വാധീനം വാർത്താവിനിമയത്തിനുണ്ട്. ലോകത്തെമ്പാടുമുള്ള ടെലികോം, വിവര സാങ്കേതികവിദ്യ, ഉപഭോക്തൃ ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഉപകരണങ്ങൾ, മാധ്യമ വ്യവസായം തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഒരേ തോതിൽ വികസിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ജനങ്ങളുടെ ജീവിത നിലവാരം ഉയർത്തുന്നതിനും 2025-ാം ആണ്ടോടുകൂടി ലോകത്തിലെ തന്നെ വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയിലെ അതിശക്തമായ രാഷ്ട്രമാവുക എന്ന ലക്ഷ്യം മുൻനിർത്തിയുമാണ് ഭാരത സർക്കാർ 1999-ലെ ടെലികോം നയ ചട്ടക്കൂടും 2004-ലെ ബ്രോഡ്ബാൻഡ് നയവും വികസിപ്പിച്ചത്. ഈ ചട്ടക്കൂടുകളിലൂടെ രാജ്യത്തെല്ലായിടത്തും ഇത്തരം സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക എന്നതും രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക ആവശ്യങ്ങൾക്ക് ഉതകുന്ന തരത്തിലുള്ള ഉയർന്ന നിലവാരത്തിലുള്ള സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക എന്നതുമാണ് സർക്കാർ ഉദ്ദേശിച്ചത്.

വിവിധ തരത്തിലുള്ള ടെലികോം സേവനങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

1. സെല്ലുലാർ മൊബൈൽ സേവനങ്ങൾ [Cellular mobile services]: ഇന്ന് വളരെ പ്രചാരത്തിലുള്ള മൊബൈൽഫോൺ സേവനങ്ങളിൽ ശബ്ദ, ശബ്ദരഹിത സന്ദേശങ്ങൾ, ഇന്റർനെറ്റ് തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാണ്. ടെലികോം സേവനം നൽകുന്ന ഏതൊരു തരത്തിലുള്ള സേവന ദാതാവിലൂടെയും മറ്റുള്ളവരെ ബന്ധപ്പെടുന്നതിന് സെല്ലുലാർ ഫോണുകൾ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്.

2. സ്ഥിരം ലൈൻ സേവനങ്ങൾ [Fixed line services]: അകലെയുള്ള സ്ഥലങ്ങളിൽ നിന്ന് പരസ്പരം ശബ്ദ സന്ദേശങ്ങളോ ശബ്ദരഹിത സന്ദേശങ്ങളോ കൈമാറുന്നതിനും ഇന്റർ

നെറ്റ് വഴി ദത്തങ്ങൾ അഥവാ ഡാറ്റ കൈമാറുന്നതിനും സഹായിക്കുന്ന സംവിധാനമാണ് ഇത്. രാജ്യമെമ്പാടും വ്യാപിച്ച് കിടക്കുന്ന ഒപ്റ്റിക്കൽ ഫൈബർ കേബിളുകൾ മുഖേന ബന്ധിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന ഏത് തരം ഉപകരണങ്ങളും ആശയവിനിമയത്തിനായി ഉപയോഗിക്കാം. ഇവ മറ്റ് ടെലികോം സേവനങ്ങളുമായും ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

3. കേബിൾ സേവനങ്ങൾ [Cable services]: ഇവ പ്രാഥമികമായി ഒരു ദിശയിൽ മാത്രമുള്ള ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾ പോലെയുള്ള വിനോദോപാധികളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സേവനങ്ങൾ സംപ്രേക്ഷണം ചെയ്യാൻ ഉപയോഗിക്കുന്നവയാണ്. ഇരുവശത്തേയ്ക്കും ശബ്ദ, ശബ്ദരഹിത സന്ദേശങ്ങളും ഡാറ്റകളും കൈമാറാവുന്ന കേബിൾ സേവനങ്ങൾ പ്രചാരത്തിലായി വരുന്നുണ്ട്.

4. വി.സാറ്റ് സേവനങ്ങൾ [VSAT services]: (Very Small Aperture Terminal) കൃത്രിമ ഉപഗ്രഹങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ആശയവിനിമയ സേവനങ്ങളാണ് ഇവ. സർക്കാർ, സർക്കാരേതര ഏജൻസികൾ ഗ്രാമ, നഗര വ്യത്യാസങ്ങളില്ലാതെ വിശ്വസനീയവും ആവശ്യത്തിനനുസരിച്ച് അയവുള്ളതുമായ വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നു. സ്ഥിരം ലൈൻ സേവനങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് വിശ്വസനീയവും തടസ്സമില്ലാത്തതുമായ സേവനങ്ങൾ ഈ സംവിധാനം ഉറപ്പ് നൽകുന്നു. വളരെ പുതുമയാർന്ന ഓൺ ലൈൻ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള ടെലി മെഡിസിനുകൾ, ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾ, ഓൺലൈൻ വിദ്യാഭ്യാസം, ഓഹരികളുടെയും മറ്റും തൽസമയ വിലകൾ അറിയിക്കൽ എന്നിങ്ങനെയുള്ള സേവനങ്ങൾ രാജ്യത്തിന്റെ മുക്കിലും മൂലയിലും എത്തിക്കാനുമെല്ലാം ഈ സംവിധാനം ഉപയോഗിക്കാം.

5. ഡി.ടി.എച്ച് സേവനങ്ങൾ [DTH services]: സെല്ലുലാർ ഫോൺ കമ്പനികൾ ഉപഗ്രഹ സഹായത്തോടെ വിനോദ മാധ്യമ സംപ്രേക്ഷണം നടത്തുന്നതാണ് ഡി.ടി.എച്ച്. അഥവാ ഡയറക്റ്റ് ടു ഹോം സേവനങ്ങൾ. ചെറിയ ഒരു ഡിഷ് ആന്റിനയും സെറ്റ് ടോപ്പ് ബോക്സും ഉപയോഗിച്ച് വിനോദ വാർത്താ മാധ്യമ സന്ദേശങ്ങൾ നേരിട്ട് വീട്ടിൽ ടെലിവിഷനിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കാൻ ഈ സാങ്കേതികവിദ്യ സഹായിക്കുന്നു. ഡി.ടി.എച്ച് സേവനദാതാക്കൾ പണം നൽകുന്നതിനനുസരിച്ച് ഒരു കൂട്ടം ചാനലുകൾ നമ്മുടെ ടെലിവിഷനിൽ ലഭ്യമാക്കുന്നു. അത് കേബിൾ ഓപ്പറേറ്റർമാരുടെ സഹായമില്ലാതെ തന്നെ നമുക്ക് ആസ്വദിക്കാൻ കഴിയും.

4.7. ഗതാഗതം [Transportation]

യാത്രക്കാരെയോ ചരക്കുകളോ ഒരു സ്ഥലത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേക്ക് സഞ്ചരിക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന സേവനങ്ങളാണ് ഗതാഗത മാർഗ്ഗങ്ങൾ. റോഡ്, റെയിൽ, കടൽ, വ്യോമ മാർഗ്ഗങ്ങൾ ഇതിനായി ലഭ്യമാണ്. വിവിധ തരം ഗതാഗത മാർഗ്ഗങ്ങളെക്കുറിച്ചും അവയുടെ താരതമ്യം, മേൻമകളും പരിമിതികളും എല്ലാം മുൻ ക്ലാസുകളിൽ നാം ചർച്ച ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. എല്ലാത്തരം ഗതാഗത മാർഗ്ഗങ്ങളും ബിസിനസിന് അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. കാരണം കഴിയുന്നത്ര വേഗത്തിൽ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉപഭോക്താവിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ അനുയോജ്യമായ ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്. ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളാണ് വിപണനത്തിലെ സുഗമ തടസ്സം നീക്കം ചെയ്യുന്നത്. അതായത്, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദന സ്ഥലത്ത് നിന്നും ഉപഭോക്താക്കളുടെ അടുത്തേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിന് കാര്യക്ഷമമായ ഗതാഗത സംവിധാനം അത്യാവശ്യ

ഗതാഗത മേഖലയിലെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ (Infrastructure in Transportation)

സ്വാതന്ത്ര്യത്തിന് ശേഷമുള്ള ആദ്യത്തെ 50 വർഷം കൊണ്ട് ഇന്ത്യയിൽ 13,000 കിലോമീറ്റർ ദേശിയപാത നിർമ്മിച്ചു. ഭാരത സർക്കാരിന്റെ സ്വപ്ന പദ്ധതിയായ ഭാരതീയ ദേശിയപാത അതോറിറ്റി, തെക്ക്വടക്ക്, കന്യാകുമാരി മുതൽ ശ്രീനഗർ വരെയും കിഴക്ക്പടിഞ്ഞാറ് സിൽചാർ മുതൽ പോർബന്തർ വരെയും ഡൽഹി, കൊൽക്കൊത്ത, ചെന്നൈ, മുംബൈ എന്നി മഹാനഗരങ്ങളെ യോജിപ്പിക്കുന്ന സുവർണ്ണ ചതുഷ്കോണ പദ്ധതിയും ഉൾപ്പടെ, 13,151 കിലോമീറ്റർ ദേശിയപാത അടുത്ത എട്ട് വർഷം കൊണ്ട് പൂർത്തിയാക്കും. ഈ സ്വപ്ന പദ്ധതി ഇന്ത്യയിലെ റോഡ് ഗതാഗതത്തിന്റെ മുഖച്ഛായ തന്നെ മാറ്റും എന്ന് മാത്രമല്ല, നമ്മുടെ സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയിൽ ദൂരവ്യാപകമായ സ്വാധീനം ചെലുത്തുകയും ചെയ്യും. ബിസിനസ് സമൂഹത്തിന്റെ ആവശ്യം മുൻനിർത്തി റയിൽവേ മന്ത്രാലയവും ചരക്കുവണ്ടികളുടെ നീക്കങ്ങളിലും നിരീക്ഷണങ്ങളിലും ബൃഹത്തായ നവീകരണപ്രവർത്തനങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു.

ഭാരതസർക്കാർ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ഉണർവ്വ് നൽകുന്നതിനായി തുറമുഖങ്ങളിലും വിമാനത്താവളങ്ങളിലും കൂടുതൽ സൗകര്യങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. നിലവിലുള്ള തുറമുഖങ്ങൾ വിപുലീകരിക്കുന്നത് കൂടാതെ, തന്ത്രപ്രധാനമായ സ്ഥലങ്ങളിൽ പുതിയ ആധുനിക തുറമുഖങ്ങൾ നിർമ്മിക്കാനും പദ്ധതിയിടുന്നുണ്ട്.

കുറിപ്പ്: 2001 ൽ നിർമ്മാണം ആരംഭിച്ച സുവർണ്ണ ചതുഷ്കോണ പദ്ധതി 2012ൽ പണി പൂർത്തികരിച്ച് പ്രവർത്തനക്ഷമമാക്കി. 5846 കിലോമിറ്റർ ദൈർഘ്യമുള്ള പ്രസ്തുത പദ്ധതി ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും ദൈർഘ്യമേറിയ അഞ്ചാമത്തെ ദേശിയപാതയാണ്. ദേശിയപാതാ വികസന പദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തി നടപ്പിലാക്കിയ ഈ പദ്ധതി ഭാരതീയ ദേശിയപാതാ അതോറിറ്റിയാണ് ഇപ്പോൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്.

മാണ്. രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക വികസനത്തിന് ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരമുള്ള ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളും അതിന്റെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുമെല്ലാം വികസിക്കേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്. നമുക്ക് അനവധി തുറമുഖങ്ങളും വിമാനത്താവളങ്ങളുമെല്ലാം ഉണ്ട്. എങ്കിലും ബിസിനസിന്റെ ത്വരിതഗതിയിലുള്ള വളർച്ചയ്ക്ക് സർക്കാരുകളും ഗതാഗത വ്യവസായവും ഈ മേഖലയ്ക്ക് കൂടുതൽ പ്രാധാന്യം കൊടുക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇന്ന് പ്രത്യേകിച്ച് കാർഷിക, ഭക്ഷ്യധാന്യ മേഖലകളിൽ വളരെയധികം ഉൽപ്പന്നനഷ്ടം ശരിയായ ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളുടെ അപര്യാപ്തത മൂലം സംഭവിക്കുന്നുണ്ട്.

പണ്ടകശാലകളിൽ സംഭരിക്കൽ [Warchousing]

രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക വികസനത്തിൽ സംഭരണശാലകൾക്ക് ഗണ്യമായ സ്വാധീനം ഉണ്ട്. കാരണം ഉൽപ്പാദനം മുതൽ ഉപഭോഗം വരെയുള്ള കാലയളവിൽ പ്രത്യേകിച്ച് ഇവ രണ്ടും തമ്മിലുള്ള സമയദൈർഘ്യം കൂടുതലാണെങ്കിൽ, ഉദാഹരണമായി കാർഷികോൽപ്പന്നങ്ങൾ, സീസണുകളിൽ മാത്രം ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്ന വസ്തുക്കൾ തുടങ്ങിയവ കേടുകൂടാതെ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കേണ്ടതുണ്ട്. സംഭരണശാലകളെ മുൻപ് കണ്ടിരുന്നത് സാധനങ്ങൾ കേടു കൂടാതെയും അവയുടെ യഥാർത്ഥ രൂപത്തിലും സ്വഭാവത്തിലും തനിമയിലും മൂല്യവും ഉപയോഗക്ഷമതയും നഷ്ടപ്പെടാതെയും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കാനുള്ള സ്ഥലം എന്ന നിലയിൽ മാത്രമായിരുന്നു. ട്രെയിനിലും ട്രക്കുകളിലും കാളവണ്ടികളിലും വരുന്ന ചരക്കുകൾ തൊഴിലാളികൾ തന്നെ സ്വീകരിച്ച് സംഭരണശാലകളിൽ അടുക്കി വയ്ക്കുക മാത്രമാണ് ചെയ്തിരുന്നത്. ഉൽപ്പാദകർ, കയറ്റുമതിക്കാർ, ഇറക്കുമതിക്കാർ, മൊത്തക്കച്ചവടക്കാർ, കസ്റ്റംസ് അധികാരികൾ തുടങ്ങിയവരെല്ലാം സംഭരണശാലകളുടെ സേവനം ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയിരുന്നു.

ഇന്നത്തെ സംഭരണശാലാ സേവനങ്ങളുടെ വ്യാപ്തി വെറും ചരക്ക് സംഭരണം എന്നതിൽ നിന്ന് മാറി ഏറ്റവും കാര്യക്ഷമമായതും വിശാലമായതുമായ ചരക്ക് നീക്ക സേവനമായി വളർന്നിരിക്കുന്നു. അതായത് ശരിയായ അളവിൽ, ശരിയായ സ്ഥലത്ത്, ശരിയായ സമയത്ത്, ശരിയായ രൂപത്തിൽ, ശരിയായ ചെലവിൽ, ശരിയായ വിലയ്ക്ക് ചരക്കുകൾ എത്തിക്കുക എന്നായി മാറി. ആധുനിക സംഭരണശാലകൾ സാധനങ്ങൾ മാറ്റുന്നതിന് വേണ്ടി സ്വയം പ്രവർത്തനക്ഷമമായ കൺവെയർ ബെൽറ്റുകളും കമ്പ്യൂട്ടർ നിയന്ത്രിത ക്രെയിനുകളും ഫോർക്ക് ലിഫ്റ്റുകളും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനുവേണ്ട ആധുനിക സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകളും എല്ലാം കൂടി ച്ചേർന്ന ചരക്ക് നീക്ക സേവനമായി മാറിയിരിക്കുന്നു.

വിവിധ തരം സംഭരണശാലകൾ [Types of Warehouses]

1. സ്വകാര്യ സംഭരണശാലകൾ [Private warehouses]: പല ബ്രാന്റുകളോ പല ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ചില്ലറ വിൽപ്പന വിതരണ ശൃംഖലകളോ മറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങളോ സ്വന്തം സാധനങ്ങൾ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നതിന് വേണ്ടി സ്വന്തമായോ പാട്ടത്തിനെടുത്തോ ഉപയോഗിക്കുന്ന സംഭരണശാലകളാണ് സ്വകാര്യ സംഭരണശാലകൾ. ചരക്ക് നീക്കത്തിൽ പരമാവധി കാര്യക്ഷമത ഉറപ്പാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി ഒരു പൊതുതത്വം എന്ന നിലയിൽ സാധാരണഗതിയിൽ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിന് സമീപത്തായിരിക്കും ഇവ സ്ഥാപിക്കുക. സമ്പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം, സൗകര്യത്തിനനുസരിച്ച് മാറ്റം വരുത്താവുന്നത്, കക്ഷികളുമായി നല്ല ബന്ധം തുടങ്ങിയ മേന്മകൾ ഇത്തരം സംഭരണശാലകൾ ഉടമസ്ഥർക്ക് നൽകുന്നു.

2. പൊതു സംഭരണശാലകൾ [Public warehouses]: കച്ചവടക്കാർക്കോ ഉൽപ്പാദകർക്കോ പൊതുജനങ്ങൾക്കോ നിശ്ചിത ഫീസ് നൽകി ചരക്കുകൾ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കാവുന്ന സംഭരണശാലകളാണ് പൊതു സംഭരണശാലകൾ. സർക്കാർ നിയന്ത്രണത്തിൽ ലൈസൻസോടുകൂടി സ്വകാര്യ വ്യക്തികളുടെയോ കമ്പനികളുടെയോ ഉടമസ്ഥതയിലാണ് ഇവ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്.

ചരക്ക് ഉടമകളുടെ ഏജന്റ് എന്ന നിലയിൽ ചരക്കുകൾ കേടുകൂടാതെ സൂക്ഷിക്കുക സംഭരണശാലാ ഉടമസ്ഥരുടെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. റോഡ്/റെയിൽ മുഖേനയുള്ള ചരക്ക് നീക്കം തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങളും ഇവർ ഏറ്റെടുക്കാറുണ്ട്. സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്ന ചരക്കുകളുടെ സമ്പൂർണ്ണ ഉത്തരവാദിത്വം സംഭരണശാലകൾക്കാണ്. സ്വന്തമായി സംഭരണശാലകൾ നിർമ്മിക്കാൻ കഴിയാത്ത ചെറുകിട ഉൽപ്പാദകർക്ക് അനുയോജ്യമായ സംഭരണശാലകളാണിത്. നിരവധി സ്ഥലങ്ങളിൽ ലഭ്യമാണ് എന്നതും സ്ഥിരം ചെലവുകളുടെ അഭാവവും പാക്കേജിംഗ്, ലേബലിംഗ് തുടങ്ങിയ മൂല്യ വർദ്ധിത സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതും ഇത്തരം സംഭരണശാലകളുടെ ഗുണങ്ങളാണ്.

3. ബോണ്ടഡ് സംഭരണശാലകൾ [Bonded warehouses]: ഇറക്കുമതി ചെയ്ത സാധനങ്ങൾ കസ്റ്റംസ് തീരുവയോ മറ്റ് നികുതികളോ നൽകാതെ തന്നെ സ്വീകരിക്കാൻ അനുവാദമുള്ള സർക്കാർ ലൈസൻസോടുകൂടി പ്രവർത്തിക്കുന്ന സംഭരണശാലകളാണ് ബോണ്ടഡ് വെയർഹൗസുകൾ. കസ്റ്റംസ് തീരുവ അടയ്ക്കാതെ ഇറക്കുമതിക്കാർക്ക് തുറമുഖത്ത് നിന്നോ, വിമാനത്താവളങ്ങളിൽ നിന്നോ ചരക്കുകൾ കൊണ്ടുപോകാൻ കഴിയുകയില്ല. ഇങ്ങനെ തീരുവ അടയ്ക്കാത്ത ചരക്കുകൾ ഇത്തരം സംഭരണശാലകളിൽ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും തീരുവ അടയ്ക്കുന്ന മുറയ്ക്ക്,

സംഭരണശാലകളുടെ വാടക ഉൾപ്പടെ നൽകി ചരക്ക് കൊണ്ടുപോകാവുന്നതുമാണ്. ഇവയെ ബോണ്ടിലുള്ള ചരക്കുകൾ എന്നാണ് പറയുക. ഇത്തരം സംഭരണശാലകളിൽ ബ്രാന്റിംഗ്, ലേബലിംഗ്, പാക്കേജിംഗ്, ഗ്രേഡിംഗ്, തുടങ്ങിയ മൂല്യവർദ്ധിത സേവനങ്ങൾക്കുള്ള സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമായിരിക്കും. ഇറക്കുമതിക്കാർക്ക് അവരുടെ ഉപഭോക്താക്കളെ കൊണ്ടുവന്ന് ചരക്കുകൾ കാണിച്ച് കൊടുക്കുവാനും പരിശോധിക്കാനും അവസരം ലഭ്യമാക്കും. വേണമെങ്കിൽ, അവ രണ്ടാമതും വാങ്ങുന്നയാളുടെ സൗകര്യത്തിനനുസരിച്ച് പായ്ക്ക് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള സൗകര്യവും ഈ സംഭരണശാലകൾ ചെയ്തുതരും. ചുരുക്കത്തിൽ ചരക്കുകളുടെ വിപണനത്തിനുള്ള എല്ലാ സൗകര്യങ്ങളും ലഭ്യമാണ് എന്ന് സാരം.

ചരക്കുകൾ ഭാഗികമായി എടുക്കുന്നതിനുള്ള സൗകര്യവും ലഭ്യമാണ്. അതിനനുസരിച്ചുള്ള തീരുവ മാത്രം ഗഡുക്കളായി നൽകിയാൽ മതി.

ചുരുക്കത്തിൽ ഇറക്കുമതി തീരുവ നൽകാതെ സാധനങ്ങൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുകയും ആവശ്യം വരുമ്പോൾ മാത്രം തീരുവ നൽകി സാധനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുകയും ചെയ്യാൻ ഈ സംഭരണശാലകൾ സഹായിക്കുന്നു. അഥവാ സാധനങ്ങൾ നേരിട്ട് കയറ്റുമതി ചെയ്യാനുള്ള അവസരം ലഭിച്ചാൽ തീരുവ അടയ്ക്കാതെ തന്നെ അവ കയറ്റുമതി ചെയ്യുകയും ചെയ്യാം. അങ്ങിനെ എൻട്രിപോട്ട് വ്യാപാരത്തിനും ഇവ സഹായകരമാണ്.

4. സർക്കാർ സംഭരണശാലകൾ [Government warehouses]: സർക്കാരിന്റെ പൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലും നിയന്ത്രണത്തിലുമുള്ള പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളാണിവ. ഫുഡ് കോർപറേഷൻ ഓഫ് ഇന്ത്യ, സ്റ്റേറ്റ് ട്രേഡിംഗ് കോർപറേഷൻ, സെൻട്രൽ വെയർഹൗസിംഗ് കോർപറേഷൻ തുടങ്ങിയവ ഉദാഹരണങ്ങൾ.

5. സഹകരണ സംഭരണശാലകൾ [Cooperative warehouses]:

ചില വിപണന സഹകരണ സംഘങ്ങളും കാർഷിക സഹകരണ സംഘങ്ങളും സ്വന്തമായി അംഗങ്ങളുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി സംഭരണശാലകൾ നടത്തുന്നുണ്ട്. ഇവയാണ് സഹകരണ സംഭരണശാലകൾ.

സംഭരണശാലകളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ [Functions of warehousing]:

സംഭരണശാലകളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

1. സംയോജനം [Consolidation]: പല ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് ഉൽപ്പന്നങ്ങളും അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളും സ്വീകരിക്കുകയും സ്വരൂപി

ക്കുകയും അവ ഒരു പ്രത്യേക ഉപഭോക്താവിന് അയച്ച് കൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

2. കൂട്ടമായതിനെ വിഭജിക്കുക [Break the bulk]: പലപ്പോഴും ഉൽപ്പാദനശാലകളിൽ നിന്ന് സ്വീകരിക്കുന്ന മൊത്തം ഉൽപ്പന്നത്തെ കക്ഷികളുടെ ആവശ്യാനുസരണം ചെറിയ ഭാഗങ്ങളാക്കി വിഭജിച്ച് അവർ ആവശ്യപ്പെടുന്ന സ്ഥലത്തേയ്ക്ക് അയച്ച് കൊടുക്കുന്നു.

3. നീക്കിയിരുപ്പ് ചരക്ക് സംഭരണം [Stock piling]: സീസണുകളിൽ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ആവശ്യം വരുന്നതുവരെ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുക എന്നതാണ് സംഭരണ ശാലകളുടെ അടുത്ത ധർമ്മം. ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ പലതും സീസണുകളിൽ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും വർഷം മുഴുവൻ ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഉദാഹരണം: കാർഷിക ഉൽപ്പന്ന ങ്ങൾ. എന്നാൽ മറ്റ് ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വർഷം മുഴുവൻ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും സീസണുകളിൽ മാത്രം ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കുടകൾ, സ്കൂൾ ബാഗുകൾ, തണുപ്പ് കാലത്തേയ്ക്കുള്ള കമ്പിളി വസ്ത്രങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ഉദാഹരണം. രണ്ടാണെങ്കിലും ഉൽപ്പാദനവും ഉപഭോഗവും തമ്മിൽ സമയ വ്യത്യാസങ്ങൾ ഉള്ളതുകൊണ്ട്, ഉപഭോക്താ ക്കൾ ആവശ്യപ്പെടുന്നതുവരെ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കാൻ സംഭരണശാലകൾ ആവശ്യമാണ്.

4. മൂല്യ വർദ്ധിത സേവനങ്ങൾ [Value added services]:

സംഭരണശാലകൾ പലപ്പോഴും ഗ്രേഡിംഗ്, പാക്കേജിംഗ്, ലേബലിംഗ്, തുടങ്ങിയ മൂല്യവർ ദ്ധിത സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യാറുണ്ട്. പല പ്പോഴും വാങ്ങുന്നവർക്ക് മുൻപിൽ പായ്ക്ക് ചെയ്തുവച്ച സാധനങ്ങൾ പരിശോധനക്കായി തുറക്കുകയും വീണ്ടും പായ്ക്ക് ചെയ്യേണ്ടി വരികയും പലപ്പോഴും വിപണനത്തിന്റെ സൗകര്യത്തിനായി ചെറിയ പാക്കറ്റുകളാക്കി മാറ്റുകയും ചെയ്യാറുണ്ട്.

കേന്ദ്ര വെയർഹൗസിംഗ് കോർപറേഷൻ [Central Warehousing Corporation]

നിലവിൽ കേന്ദ്രസർക്കാർ സ്ഥാപനമായ കേന്ദ്ര വെയർ ഹൗസിംഗ് കോർപറേഷനാണ് രാജ്യത്തൊട്ടാകെ ഈ സേവനം നൽകുന്നത്. സ്വകാര്യ വെയർഹൗസിംഗ് കമ്പനികളായ ടി.സി.ഐ., ശങ്കർ ഇന്റർനാഷണൽ, ബ്ലു ഡാർട്ട്, ഡി.എച്ച്.എൽ. തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങൾ കാർഗോ സൗകര്യങ്ങളായ ഗതാഗതവും വെയർ ഹൗസിംഗും പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു.

5. വില സ്ഥിരതയ്ക്ക് സഹായിക്കുന്നു [Price stabilisation]: ചോദനത്തിനനുസരിച്ച് വിതരണം ക്രമപ്പെടുത്തി സാധനങ്ങളുടെ വിലയ്ക്ക് സ്ഥിരത കൈവരുത്തുന്നതിന് സംഭരണശാലകൾ സഹായിക്കുന്നു. വില കുറയുമ്പോൾ വിതരണം കുറച്ച് സംഭരണ ശാലകളിൽ പിടിച്ച്വെച്ച് വില വർദ്ധനവിന് സഹായിക്കുന്നു. എന്നാൽ, വില കൂടുമ്പോൾ വിതരണം ഊർജ്ജിതമാക്കി വിലയിൽ കുറവ് ഉണ്ടാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. തുടർച്ചയായ ഈ പ്രക്രിയയിലൂടെ വില സ്ഥിരത കൈവരിക്കാൻ സംഭരണശാലകൾ സഹായിക്കുന്നു.

6. ധനശേഖരണത്തിന് ഉപകരിക്കുന്നു [Financing]: സംഭരണശാലകളുടെ ഉടമസ്ഥർ സൂക്ഷിച്ചുവെച്ച വസ്തുവിന്റെ ഈടിൻമേൽ വായ്പകൾ നൽകാറുണ്ട്. അത്യാവശ്യ സന്ദർഭങ്ങളിൽ സംഭരണശാലകളിൽ സൂക്ഷിച്ചുവെച്ച വസ്തുക്കളുടെ രസീത് പണയമായി സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ട് ബാങ്കുകളും മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളും വായ്പകളും നൽകാറുണ്ട്.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ	പരിത്യാഗം	ബാങ്കിംഗ് സേവനം
ഇ-ബാങ്കിംഗ്	നഷ്ട ലഘൂകരണം	വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ
ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ്	ഇൻഷുറൻസ്	തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ്
ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം	കപ്പൽ ഇൻഷുറൻസ്	നഷ്ടം നികത്തൽ
ടെലികോം സേവനങ്ങൾ	സമീപസ്ഥ കാരണം	സംഭരണശാലകൾ
വിതാംശം		

സംഗ്രഹം

സേവനങ്ങളുടെ പ്രകൃതം: സേവനങ്ങൾ എന്നത് പ്രധാനമായും വേർതിരിച്ച് കണ്ടെത്താവുന്നതും അദൃശ്യമായതും വ്യക്തികളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതും മറ്റൊരു വസ്തുവിന്റെയോ സേവനത്തിന്റെയോ വിൽപ്പനയുമായി ബന്ധമുണ്ടായിരിക്കണം എന്ന് നിർബന്ധമില്ലാത്തതുമായ പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്. സേവനങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാന സ്വഭാവങ്ങളും അവയെ ചരക്കുകളിൽ നിന്ന് വേർതിരിക്കുന്ന സവിശേഷതകളും ഇവയാണ്. സേവനങ്ങളുടെ 5 ഐ.കൾ: അദൃശ്യമായത് [Intangibility], അസ്ഥിരമായത് [Inconsistency], വേർതിരിക്കാൻ കഴിയാത്തത് [Inseparability], നീക്കിയിരുപ്പ് ചരക്ക് ഇല്ലാത്തത് [Inventory Less], ഇടപെടൽ [Involvement] എന്നിവ

സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം: ചരക്കുകൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുമ്പോൾ സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുകയാണ്. സേവനം വീട്ടിൽ കൊണ്ടുപോയി ഉപയോഗിക്കാവുന്ന ഒരു പ്രവർത്തനമല്ല. സേവനത്തിന്റെ പ്രഭാവം മാത്രമാണ് വീട്ടിൽ കൊണ്ടുപോകാവുന്നത്. ഉപഭോഗ സ്ഥലത്ത് തന്നെ വിൽപ്പന നടത്തണം എന്നതുകൊണ്ട് നീക്കിയിരുപ്പ് ചരക്കുകൾ ഉണ്ടാവുകയില്ല.

വിവിധ തരം സേവനങ്ങൾ: ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ, സാമൂഹ്യ സേവനങ്ങൾ, വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങൾ

ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ: കൂടുതൽ മത്സരക്ഷമത നേടുന്നതിനുവേണ്ടി ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ കൂടുതൽ വിദഗ്ധ ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ ആശ്രയിക്കുക പതിവാണ്. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ പണത്തിന്റെ ആവശ്യം നിറവേറ്റുന്നതിനായി ബാങ്കുകളെ സമീപിക്കുന്നു. യന്ത്രസാമഗ്രികൾ, ചരക്ക് തുടങ്ങിയവ ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്നതിന് ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികളെ സമീപിക്കുന്നു. അസംസ്കൃതവസ്തുക്കളും ഉൽപ്പന്നങ്ങളും ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്ത് എത്തിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി ഗതാഗത സ്ഥാപനങ്ങളെ ആശ്രയിക്കുന്നു. കച്ചവടക്കാരെയും വിതരണക്കാരെയും ഉപഭോക്താക്കളെയും ബന്ധപ്പെടുന്നതിന് വേണ്ടി ടെലികോം, പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങളെ ആശ്രയിക്കുന്നു.

ബാങ്കിംഗ്: ഭാരതത്തിലെ ഒരു ബാങ്കിംഗ് കമ്പനി എന്ന് പറയുന്നത് പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് ആവശ്യപ്പെടുമ്പോഴോ മറ്റേതങ്കിലും സമയത്തോ ചെക്ക്, ഡ്രാഫ്റ്റ്, ആജ്ഞ, അല്ലെങ്കിൽ മറ്റേതെങ്കിലും രൂപത്തിൽ പിൻവലിക്കാവുന്ന നിക്ഷേപങ്ങൾ കടമായോ, നിക്ഷേപത്തിന് വേണ്ടിയോ നൽകുന്നതിന് വേണ്ടി സ്വീകരിക്കുന്ന സ്ഥാപനമാണ്.

വിവിധ തരം ബാങ്കുകൾ: ബാങ്കുകളെ വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ, സഹകരണ ബാങ്കുകൾ, സവിശേഷ ബാങ്കുകൾ, കേന്ദ്ര ബാങ്ക് എന്നിങ്ങനെ തരം തിരിക്കാം.

വാണിജ്യ ബാങ്കുകളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ: ചിലത് പ്രാഥമിക അഥവാ അടിസ്ഥാന ധർമ്മങ്ങളും ബാക്കിയുള്ളവ ഏജൻസി അഥവാ പൊതു ഉപയുക്തതാ സേവനങ്ങളുമാണ്. നിക്ഷേപങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുക, പണം കടം കൊടുക്കുക, മറ്റ് പണമടയ്ക്കൽ, അനുബന്ധ സേവനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയാണ് ഈ ധർമ്മങ്ങൾ.

ഇ-ബാങ്കിംഗ്: വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയിലെ ഏറ്റവും പുതിയ തരംഗമാണ് ഇന്റർനെറ്റ് ബാങ്കിംഗും മൊബൈൽ ബാങ്കിംഗും. ബാങ്കിംഗിന്റെ ഒരു വിഭാഗവും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സേവനം ലഭ്യമാക്കുന്ന രീതിയുമാണിത്. ഇ-ബാങ്കിംഗ് എന്നാൽ ഇലക്ട്രോണിക് ബാങ്കിംഗ് അഥവാ ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ബാങ്കിംഗ് രീതി എന്നാണർത്ഥം. അതായത്, ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ട് സമ്പാദ്യങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുക, അക്കൗണ്ടുകൾ പരിശോധിക്കുക, വായ്പാ അപേക്ഷ നൽകുക, ബില്ലുകൾ അടയ്ക്കുക തുടങ്ങിയ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഇന്റർനെറ്റ് സൗകര്യമുള്ള വ്യക്തിഗത കമ്പ്യൂട്ടർ, മൊബൈൽ ഫോൺ തുടങ്ങിയവ ഉപയോഗിച്ച് ചെയ്യാവുന്ന രീതിയാണ് മിക്കവാറും എല്ലാ ബാങ്കുകളും നൽകുന്ന ഇ-ബാങ്കിംഗ് സേവനങ്ങൾ.

ഇൻഷുറൻസ് : അനിശ്ചിതത്വമുള്ള ഏതെങ്കിലും സംഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടം അത്തരത്തിൽ നഷ്ടം സംഭവിക്കാൻ സാധ്യതയുള്ളതും അത്തരം സംഭവങ്ങളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ലഭിക്കാൻ വേണ്ടി ഇൻഷുർ ചെയ്യാൻ താൽപര്യമുള്ളതുമായ ഒരുപാട് പേരിലേക്ക് വിഭജിച്ച് കൊടുക്കുന്ന സംവിധാനമാണ് ഇൻഷുറൻസ്. ഒരു കക്ഷി നിശ്ചിത പരിഗണന അഥവാ വിലയ്ക്ക് പകരമായി മറ്റൊരു കക്ഷിക്ക് കേടുപാടുകളിൽ നിന്നോ പരിക്കുകളിൽ നിന്നോ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്ക് സാമ്പത്തിക താൽപര്യമുള്ളതും മൂല്യമുള്ളതുമായ എന്തി

നെങ്കിലും അപ്രതീക്ഷിതമായി ഉണ്ടാകുന്ന സംഭവങ്ങൾ മൂലം ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടം നികത്തുന്നതിന് നിശ്ചയിച്ച തുക നൽകാം എന്ന കരാറാണ് ഇൻഷുറൻസ്.

ഇൻഷുറൻസിന്റെ അടിസ്ഥാന തത്വങ്ങൾ : ഒരു വ്യക്തിക്കോ ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിനോ അനിശ്ചിതത്വത്തിലുള്ള ഭാവിയിൽ ഉണ്ടാകാവുന്ന ഒരു വലിയ നഷ്ടം നേരിടുന്നതിന് പകരമായി ഒരു നിശ്ചിത സംഖ്യ മുൻകൂട്ടി ചെലവഴിക്കാൻ തയ്യാറാകുന്നതാണ് ഇൻഷുറൻസ്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഇൻഷുറൻസ് എന്ന് പറയുന്നത് പ്രാഥമികമായി ഭാവിയിലുണ്ടാകാവുന്ന സാമ്പത്തിക നഷ്ടത്തിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ലഭ്യമാക്കുന്ന ഒരു തരം നഷ്ടസാധ്യത കൈകാര്യം ചെയ്യലാണ്.

ഇൻഷുറൻസിന്റെ ധർമ്മങ്ങൾ: നഷ്ടപരിഹാരം ഉറപ്പ് നൽകുന്നു, സംരക്ഷണം നൽകുന്നു, നഷ്ടസാധ്യത പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു, മൂലധന സ്വരൂപണത്തിന് സഹായിക്കുന്നു.

ഇൻഷുറൻസിന്റെ തത്വങ്ങൾ

പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസം : പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ് ഇൻഷുറൻസ്. കരാറിനെ സംബന്ധിച്ച് ഇൻഷുററും ഇൻഷേർഡും പരസ്പരം പൂർണ്ണ വിശ്വാസം പുലർത്തിയിരിക്കണം.

ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം: ഇൻഷേർഡിന് ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്ന വസ്തുവിൽ അല്ലെങ്കിൽ വിഷയത്തിൽ സവിശേഷമായ താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.

ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം എന്നത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത് കരാറിൽ ഉൾപ്പെട്ട വസ്തുവിലുള്ള സാമ്പത്തികമോ വൈകാരികമോ ആയ താൽപര്യം എന്നാണ്.

നഷ്ടോത്തരവാദിത്വം : ഈ തത്വമനുസരിച്ച് നഷ്ടം സംഭവിക്കുകയാണെങ്കിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്ത വസ്തുവിനെ അപകടം നടക്കുന്നതിന് തൊട്ടു മുൻപുള്ള അതേ സ്ഥിതിയിലാക്കി നൽകാം എന്ന് ഇൻഷുറർ ഉറപ്പ് നൽകുന്നു.

സമീപസ്ഥ കാരണം: സമീപസ്ഥ കാരണം എന്നതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്, നഷ്ടം സംഭവിക്കുന്നതിന് രണ്ടോ അതിലധികമോ കാരണങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിൽ, നേരിട്ട്, ഏറ്റവും കൂടുതൽ, ഏറ്റവും പ്രസക്തമായ നഷ്ടമുണ്ടാകാനുള്ള സ്വാഭാവിക കാരണം എന്നാണ്.

പരിത്യാഗം: നഷ്ടപരിഹാരം നൽകിക്കഴിഞ്ഞാൽ ഇൻഷുറർ ഇൻഷേർഡിന്റെ സ്ഥാനത്ത് നിൽക്കും. അതായത്, ഇൻഷുർ ചെയ്ത വസ്തുവിനെ സംബന്ധിച്ച എല്ലാ അവകാശങ്ങളും ഇൻഷുറർക്ക് ലഭ്യമാകും എന്നർത്ഥം.

വീതാംശം: ഈ തത്വമനുസരിച്ച് ഒന്നിൽ കൂടുതൽ ഇൻഷുറർമാർ ഉണ്ടെങ്കിൽ കരാർ പ്രകാരമുള്ള നഷ്ടപരിഹാരം നൽകിയ ഇൻഷുറർക്ക് ബാക്കിയുള്ള ഇൻഷുറർമാരിൽ നിന്ന് അവർ ഏറ്റെടുത്ത ബാധ്യതയ്ക്ക് ആനുപാതികമായ തുക ലഭിക്കാനുള്ള അവകാശം ഉണ്ടായിരിക്കും.

നഷ്ട ലഘൂകരണം: ഈ തത്വം അനുസരിച്ച് അപകടമുണ്ടാകുമ്പോൾ ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടം പരമാവധി കുറയ്ക്കാൻ ഒരു സാധാരണ വ്യക്തി ചെയ്യാവുന്ന എല്ലാ ശ്രമങ്ങളും ഇൻഷേർഡ് നടത്തിയിരിക്കണം.

വിവിധ തരം ഇൻഷുറൻസുകൾ

ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ്: തവണകളായോ ഒരുമിച്ചോ നൽകുന്ന പ്രീമിയത്തിന് പ്രതിഫലമായി നിശ്ചയിച്ച് ഉറപ്പിച്ച ഒരു തുക ഇൻഷുറൻസ് എടുത്ത വ്യക്തിക്കോ അല്ലെങ്കിൽ ആരുടെ നേട്ടത്തിന് വേണ്ടിയാണോ ഇൻഷുറൻസ് എടുത്തത് ആ വ്യക്തിക്കോ മനുഷ്യ ജീവിതത്തിൽ

സംഭവിക്കാവുന്ന ഏതെങ്കിലും പ്രത്യേക സംഭവം നടന്നാലോ അല്ലെങ്കിൽ നിശ്ചിത കാലാവധിക്ക് ശേഷമോ നൽകാം എന്ന് ഇൻഷുറർ ഇൻഷെർഡിന് നൽകുന്ന ഉറപ്പാണ് ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ്. ഈ ഇൻഷുറൻസ് വ്യക്തിയുടെ അകാല മരണത്തിൽ കുടുംബാംഗങ്ങൾക്ക് അല്ലെങ്കിൽ പ്രായമായി സമ്പാദ്യശേഷി കുറയുമ്പോൾ ആ വ്യക്തിക്ക് സാമ്പത്തിക സംരക്ഷണം നൽകുന്നു. ഇൻഷുറൻസ് ഒരു സംരക്ഷണം മാത്രമല്ല, ഒരു നിക്ഷേപം കൂടിയാണ്. കാരണം ഒന്നുകിൽ മരണ സമയത്തോ അല്ലെങ്കിൽ നിശ്ചിത കാലത്തിന് ശേഷമോ മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച തുക തിരിച്ച് നൽകും.

ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ

- ഒരു കരാറിന് ഉണ്ടായിരിക്കേണ്ട എല്ലാ വസ്തുതകളും ജീവൻ ഇൻഷുറൻസിനും ഉണ്ടായിരിക്കണം.
- ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ് പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ്.
- ജീവൻ ഇൻഷുറൻസിൽ ഇൻഷർ ചെയ്യപ്പെടുന്നയാളുടെ ജീവനിൽ ഇൻഷർ ചെയ്യുന്നയാൾക്ക് ഇൻഷർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.
- ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ് ഒരു നഷ്ടോത്തരവാദിത്വ കരാറല്ല.

വിവിധ തരം ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് പോളിസികൾ: ജനങ്ങളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ വ്യത്യസ്തമായതുകൊണ്ട് അവ നിറവേറ്റുന്നതിനായി വിവിധ തരം പോളിസികൾ ആവശ്യമുണ്ട്. അത് കുടുംബപരമായ ആവശ്യങ്ങളാകാം, കുട്ടികളുടെ ആവശ്യങ്ങളാകാം, പ്രായത്തിന്റെയോ, മറ്റെന്തെങ്കിലുമോ ആകാം. ആളുകളുടെ ഇത്തരം ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി കമ്പനികൾ ആജീവനാന്ത പോളിസി, ധനവിനിയോഗ തരത്തിലുള്ള പദ്ധതികൾ, സംയുക്ത ജീവൻ പോളിസി, കുട്ടികളുടെ പദ്ധതികൾ, പെൻഷൻ പദ്ധതികൾ തുടങ്ങി പലതരത്തിലുള്ള പോളിസികൾ നൽകുന്നുണ്ട്.

തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് :

പ്രീമിയം നൽകുന്നതിന് പകരമായി ഇൻഷുറർ നിശ്ചിത കാലയളവിൽ, പോളിസിയിൽ പറഞ്ഞ തുക വരെ തീപിടുത്തം മൂലമുണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടങ്ങൾ നികത്തി നൽകാം എന്ന കരാറാണ് തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ്.

തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ

- തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസിൽ ഇൻഷുറൻസ് എടുക്കുന്നയാൾക്ക് ആ വസ്തുവിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.
- ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ് പോലെത്തന്നെ തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസും പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ്.
- കർശനമായ നഷ്ടം നികത്തൽ കരാറാണ് തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ്.
- നഷ്ടം സംഭവിക്കാനുള്ള യഥാർത്ഥ കാരണം തീപിടുത്തമാണെങ്കിൽ മാത്രമേ ഇൻഷുറർക്ക് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകാൻ ബാദ്ധ്യതയുള്ളൂ.

മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് : മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് എന്നത് സമുദ്ര സംബന്ധിയായ നഷ്ടങ്ങൾ നികത്തി നൽകാമെന്നുള്ള കരാറാണ്. കടലിൽ നിന്നോ കപ്പൽ യാത്രയിൽ നിന്നോ ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടങ്ങളിൽ നിന്ന് മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് സംരക്ഷണം നൽകുന്നു. ഇതിൽ മൂന്ന് വസ്തുതകൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്നു: കപ്പൽ, കപ്പലിലുള്ള ചരക്ക്, കടത്തുകൂലി.

മറൈൻ ഇൻഷുറൻസിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ

- മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് ഒരു നഷ്ടോത്തരവാദിത്വ കരാറാണ്.
- ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ് പോലെയും തീപിടുത്ത ഇൻഷുറൻസ് പോലെയും മറൈൻ ഇൻഷുറൻസും പരമമായ ഉത്തമ വിശ്വാസത്തിൽ അധിഷ്ഠിതമായ കരാറാണ്.
- നഷ്ടം സംഭവിക്കുമ്പോൾ ഇൻഷുർ ചെയ്യാനുള്ള താൽപര്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.
- സമീപസ്ഥ കാരണം എന്ന തത്വം ഇതിൽ ബാധകമാണ്.

വാർത്താവിനിമയ സേവനങ്ങൾ: ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന് വിതരണക്കാർ, ഉപഭോക്താക്കൾ, എതിരാളികൾ തുടങ്ങിയവരുമായി ബന്ധം പുലർത്തുന്നതിന് വാർത്താവിനിമയ സേവനങ്ങൾ സഹായിക്കുന്നു. ബിസിനസ്സിന് സഹായകരമായ ഇത്തരം സേവനങ്ങളെ രണ്ടായി തിരിക്കാം: പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങളും, ടെലികോം സേവനങ്ങളും.

പോസ്റ്റൽ അഥവാ തപാൽ സേവനങ്ങൾ: തപാൽ വകുപ്പ് നൽകുന്ന സേവനങ്ങളെ ധനകാര്യ സേവനങ്ങൾ എന്നും കത്തിടപാട് സേവനങ്ങൾ എന്നും രണ്ടായി തിരിക്കാം.

ടെലികോം സേവനങ്ങൾ : സെല്ലുലാർ മൊബൈൽ ഫോൺ സേവനങ്ങൾ, റേഡിയോ പേജിംഗ് സേവനങ്ങൾ, സ്ഥിരം ലൈൻ സേവനങ്ങൾ, കേബിൾ സേവനങ്ങൾ, വി.എസ്.എ.ടി. സേവനങ്ങൾ, ഡി.ടി.എച്ച് സേവനങ്ങൾ എന്നിവയാണ് വിവിധ തരം ടെലികോം സേവനങ്ങൾ.

ഗതാഗതം: ചരക്ക് നീക്ക സേവനങ്ങളും അതോടൊപ്പം എല്ലാത്തരം റോഡ്, റെയിൽ, വ്യോമ, കടൽ മാർഗ്ഗങ്ങളിലുള്ള ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളുൾപ്പെടെ ചരക്കുകളുടെയും ജനങ്ങളുടെയും അന്തർദ്ദേശീയമുൾപ്പെടെയുള്ള സഞ്ചാരത്തിന് സഹായകരമായതും അനുബന്ധവുമായ സേവനങ്ങളും ഉൾക്കൊള്ളുന്നതാണ് ഗതാഗതം.

സംഭരണശാലകൾ : മുൻ കാലങ്ങളിൽ ചരക്കുകൾ ശാസ്ത്രീയമായും അടുക്കും ചിട്ടയോടും കൂടി അവയുടെ യഥാർത്ഥ ഗുണമേന്മയും മൂല്യവും ഉപയുക്തതയും നഷ്ടപ്പെടാതെ സൂക്ഷിക്കുന്നതിനുള്ള ഒരു നിശ്ചലമായ സംവിധാനമായിരുന്നു സംഭരണശാലകൾ. ഇന്നത്തെ സംഭരണശാലകൾ ഒരു സംഭരണ സേവനദാതാക്കൾ എന്നതിലുപരി ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ ചരക്ക് നീക്ക സേവനദാതാക്കളായി മാറി.

വിവിധ തരം സംഭരണശാലകൾ : സ്വകാര്യ സംഭരണശാലകൾ, പൊതു സംഭരണശാലകൾ, ബോണ്ടഡ് സംഭരണശാലകൾ, സർക്കാർ സംഭരണശാലകൾ, സഹകരണ സംഭരണശാലകൾ.

സംഭരണശാലകളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ: സംഭരണശാലകളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു. സമാഹരണം, കൂട്ടായതിനെ വേർതിരിക്കുക, ചരക്കുകൾ കൂട്ടി വയ്ക്കുക, മൂല്യവർദ്ധിത സേവനങ്ങൾ, വിലസ്ഥിരത വരുത്തുക, ധനശേഖരണത്തിന് സഹായിക്കുക.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയായ ഉത്തരം തെരഞ്ഞെടുക്കുക

1. ഡി.ടി.എച്ച് സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നത്
   a. ഗതാഗത കമ്പനികൾ
   b. ബാങ്കുകൾ
   c. സെല്ലുലാർ കമ്പനികൾ
   d. ഇവയൊന്നുമല്ല
2. പൊതു സംഭരണശാലകളുടെ ഗുണങ്ങളല്ലാത്തത് ഏത്?
   a. നിയന്ത്രണം
   b. അയവുള്ളത്
   c. ഇടപാടുകാരുമായുള്ള ബന്ധം
   d. ഇവയൊന്നുമല്ല
3. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ ഇൻഷുറൻസിന്റെ ധർമ്മമല്ലാത്തത് ഏത്?
   a. നഷ്ടസാധ്യത പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു
   b. മൂലധന സ്വരൂപണത്തെ സഹായിക്കുന്നു
   c. പണം കടം കൊടുക്കുന്നു
   d. ഇവയൊന്നുമല്ല
4. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ ജീവൻ ഇൻഷുറൻസ് കരാറിന് ബാധകമല്ലാത്തത് ഏത്?
   a. നിബന്ധനകളുള്ള കരാറാണ്
   b. ഏകപക്ഷീയമായ കരാറാണ്
   c. നഷ്ടം നികത്തൽ കരാറാണ്.
   d. ഇവയൊന്നുമല്ല
5. സി.ഡബ്ല്യു.സി. യുടെ പൂർണ്ണരൂപം
   a. സെൻട്രൽ കമ്മിഷൻ
   b. സെൻട്രൽ വെയർഹൗസിംഗ് കമ്മിഷൻ
   c. സെൻട്രൽ വെയർഹൗസിംഗ് കോർപറേഷൻ
   d. സെൻട്രൽ വാട്ടർ കോർപറേഷൻ

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. "സാധനങ്ങൾ", "സേവനങ്ങൾ" എന്നീ പദങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
2. ഇ-ബാങ്കിംഗ് എന്നാലെന്ത്? അതിന്റെ ഗുണങ്ങൾ എന്തെല്ലാം?
3. ബിസിനസിന് സഹായകരമായ വിവിധ ടെലികോം സേവനങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഒരു കുറിപ്പ് എഴുതുക.
4. ഉചിതമായ ഉദാഹരണങ്ങളിലൂടെ ഇൻഷുറൻസിന്റെ തത്വങ്ങൾ ചുരുക്കി വിവരിക്കുക.
5. സംഭരണശാലകളെയും അതിന്റെ ധർമ്മങ്ങളെയും പറ്റി വിശദീകരിക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. സേവനങ്ങൾ എന്നാലെന്താണ്? അവയുടെ സവിശേഷമായ പ്രത്യേകതകൾ വിശദീകരിക്കുക.
2. വാണിജ്യ ബാങ്കുകളുടെ ധർമ്മങ്ങൾ ഉദാഹരണ സഹിതം വിശദീകരിക്കുക.
3. ഭാരതീയ തപാൽ വകുപ്പ് നൽകി വരുന്ന സേവനങ്ങളെപ്പറ്റി വിശദമായ കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കുക.
4. വിവിധതരം ഇൻഷുറൻസുകൾ എന്തെല്ലാമെന്ന് വിശദീകരിക്കുകയും ഓരോ തരത്തിലുള്ള ഇൻഷുറൻസുകൾക്കുമുള്ള നഷ്ട സാധ്യതകളുടെ സ്വഭാവം പരിശോധിക്കുകയും ചെയ്യുക.
4. സംഭരണശാലാ സേവനങ്ങളെക്കുറിച്ച് വിശദീകരിക്കുക.

പ്രോജക്റ്റുകൾ/അസൈൻമെന്റുകൾ

1. നിങ്ങൾ തുടർച്ചയായി ഉപയോഗിക്കുന്ന സേവനങ്ങളുടെ പട്ടിക തയ്യാറാക്കുകയും അവയുടെ പ്രത്യേക സവിശേഷതകൾ കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യുക.
2. ബാങ്കിംഗ് സേവനങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഒരു പ്രോജക്റ്റ് തയ്യാറാക്കുക. പരിസരത്തുള്ള ഒരു ബാങ്ക് സന്ദർശിച്ച് അവർ നൽകുന്ന വിവിധ സൗകര്യങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങളും അവരുടെ വിവിധ പദ്ധതികളെക്കുറിച്ചുള്ള ലഘുലേഖകളും ശേഖരിക്കുക. അവ വിശകലനം ചെയ്ത് ബാങ്കുകളിൽ നിന്ന് നിങ്ങൾ പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന അധിക സേവനങ്ങൾ എന്തെല്ലാം എന്ന് നിർദ്ദേശിക്കുക.

U7T5J7

അധ്യായം 5

ബിസിനസിലെ നൂതന പ്രവണതകൾ
[EMERGING MODES OF BUSINESS]

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- ഇ-ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥം പ്രസ്താവിക്കുന്നു.
- ഇ-ബിസിനസിന്റെ ഭാഗമായിട്ടുള്ള ഓൺലൈൻ വാങ്ങൽ-വിൽപനയുടെ നടപടി ക്രമങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസ്സും തമ്മിൽ വേർതിരിക്കുന്നു.
- ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിലേക്ക് ബിസിനസ് ഇടപാടുകൾ മാറുന്നതുകൊണ്ടുള്ള നേട്ടങ്ങൾ പ്രസ്താവിക്കുന്നു.
- ഒരു സ്ഥാപനം ഇ-ബിസിനസിലേക്ക് ചുവട്വയ്ക്കേണ്ടതിന്റെ ആവശ്യകത വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിലുള്ള ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിലെ സുരക്ഷാ പ്രശ്നങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുന്നു.
- ബിസിനസ് പുറംകരാർ പ്രക്രിയയുടെ ആവശ്യകത ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.
- ബിസിനസ് പുറംകരാർ പ്രക്രിയയുടെ വ്യാപ്തി വിലയിരുത്തുന്നു.

"നമുക്ക് ഒരു ഷോപ്പിംഗ് നടത്താം" റീത്ത തന്റെ നാട്ടിലെ ഗ്രാമത്തിൽ നിന്ന് ഒഴിവുകാലം ചിലവഴിക്കാൻ ഡൽഹിയിൽ വന്ന സുഹൃത്ത് രേഖയെ വിളിച്ചുണർത്തി പറഞ്ഞു. "ഈ പാതിരാത്രി കഴിഞ്ഞ സമയത്തോ?" കണ്ണ് തിരുമ്മിക്കൊണ്ട് രേഖ ചോദിച്ചു. "ഈ നേരത്ത് ആരാ നിനക്ക് വേണ്ടി കടയും തുറന്നു വച്ചിരിക്കുന്നത്?" "ഓ! ഞാനത് പറയാൻ വിട്ടുപോയി. നമ്മൾ എവിടെയും പോകുന്നില്ല!. ഞാൻ പറഞ്ഞത് ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിച്ച് ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിംഗ് നടത്തുന്ന കാര്യമാണ്." റീത്ത പറഞ്ഞു. "ഓ! അതുശരി, ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിങ്ങിനെ കുറിച്ച് ഞാനും കേട്ടിട്ടുണ്ട്, പക്ഷെ ഇതുവരെ ഒന്നും വാങ്ങിയിട്ടില്ല." രേഖ പറഞ്ഞു. "ഇന്റർനെറ്റ് വഴി എന്താണ് അവർ വിൽക്കുന്നത്, എങ്ങനെ അവർ സാധനം വാങ്ങിയവർക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യും. എങ്ങിനെ പണം നൽകും.... എന്തുകൊണ്ടാണ് ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ ഈ രീതി ഇപ്പോഴും അത്ര പ്രചാരത്തിലെത്താത്തത്?" രേഖ ഈ ചോദ്യങ്ങൾ ഉന്നയിക്കുമ്പോൾ തന്നെ റീത്ത ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ ഷോപ്പിംഗ് മാളിലേക്ക് തന്റെ കമ്പ്യൂട്ടറിലൂടെ പ്രവേശിച്ച് കഴിഞ്ഞിരുന്നു.

5.1 ആമുഖം (INTRODUCTION)

കഴിഞ്ഞ ഒന്നോ രണ്ടോ ദശാബ്ദക്കാലത്തിനിടയിൽ സാങ്കേതിക രംഗത്തുണ്ടായ വളർച്ച ജീവിതത്തിന്റെ സമസ്ത മേഖലകളെയും സ്വാധീനിക്കുകയും അഭൂതപൂർവ്വമായ മാറ്റങ്ങൾക്ക് വഴിവയ്ക്കുകയും ചെയ്തു എന്ന് എല്ലാവർക്കും അറിയാം. സ്വാഭാവികമായും ബിസിനസ് രംഗത്തും ഏറെ പ്രകടമായിത്തന്നെ ഈ സ്വാധീനം കാണാൻ കഴിയും. ഇക്കാലത്തിനിടയ്ക്ക് ബിസിനസ് നടത്തുന്ന രീതികളിൽ ദൃശ്യമായ മാറ്റങ്ങൾ പരിശോധിച്ചാൽ വിവരസാങ്കേതിക വിദ്യയിലും ആശയവിനിമയ രംഗത്തും ഉണ്ടായ എല്ലാ മുന്നേറ്റങ്ങളും ബിസിനസ് രംഗങ്ങളിലും നമുക്ക് ദർശിക്കാൻ കഴിയും. മാത്രമല്ല, ഈ പ്രവണത തുടർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. നൂതന ബിസിനസ് രീതികളെ രൂപപ്പെടുത്തുന്ന പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ പരിശോധിച്ചാൽ മൂന്ന് സവിശേഷതകൾ നമുക്ക് കാണാൻ കഴിയും: (1) ഡിജിറ്റലൈസേഷൻ (Digitalisation), അതായത് എഴുത്തുകൾ, ശബ്ദം, ചിത്രങ്ങൾ, വീഡിയോകൾ തുടങ്ങിയവയെ ഒന്നിന്റെയും പൂജ്യത്തിന്റെയും ശൃംഖലകളാക്കി ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്ന തരത്തിലേക്ക് മാറ്റുക (2) പുറംകരാർ ഏൽപ്പിക്കൽ (Outsourcing), (3) അന്തർദ്ദേശീയവൽക്കരണവും, ആഗോളവൽക്കരണവും (Internationalisation and Globalisation). അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനെക്കുറിച്ച് 11-ാം അധ്യായത്തിൽ നാം ചർച്ച ചെയ്യുന്നുണ്ട്. മറ്റ് രണ്ട് നൂതന പ്രവണതകളെക്കുറിച്ച്, അതായത്, ഇലക്ട്രോണിക് ബിസിനസ് അഥവാ ഇ-ബിസിനസ് എന്ന് പറയുന്ന ബിസിനസ്സിന്റെ ഡിജിറ്റലൈസേഷൻ, ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറം കരാർ നൽകൽ എന്നിവയെപ്പറ്റി ഈ അദ്ധ്യായത്തിൽ ചർച്ച ചെയ്യാം.

ബിസിനസിലെ പുതിയ രീതികൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ പുതിയ ബിസിനസല്ല, മറിച്ച് പരിതസ്ഥിതിക്കനുസരിച്ച് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്ന രീതികളിലുണ്ടാകുന്ന വ്യത്യാസങ്ങളാണ്. വ്യാവസായികവും ഗാർഹികവുമായ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനായി സാധനങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കും ഉപയുക്തതയും മൂല്യവും സൃഷ്ടിക്കുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് ബിസിനസ് എന്ന് നിങ്ങൾക്കറിയാമല്ലോ. പ്രക്രിയകൾ, അത് വാങ്ങലോ ഉൽപ്പാദനമോ വിപണനമോ ധനകാര്യമോ മനുഷ്യവിഭവ ശേഷി കൈകാര്യം ചെയ്യലോ എന്തുമാകട്ടെ, ബിസിനസുകാരും ബിസിനസിനെപ്പറ്റി ചിന്തി

ക്കുന്നവരും ബിസിനസ് പ്രക്രിയകൾ കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനായി നിരന്തരം ശ്രമിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരം, കുറഞ്ഞ വില, വേഗതയാർന്ന വിതരണം തുടങ്ങി എപ്പോഴും വർദ്ധിച്ച് വരുന്ന ഉപഭോക്താക്കളുടെ സമ്മർദ്ദം അഭിമുഖീകരിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉപയുക്തത സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും മൂല്യം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിനുമുള്ള അവരുടെ കഴിവ് പരമാവധി ശക്തിപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്.

5.2 ഇ-ബിസിനസ് (E-BUSINESS)

വ്യവസായം, വ്യാപാരം, വാണിജ്യം തുടങ്ങി വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന പദമാണ് ബിസിനസ്. അതുപോലെ തന്നെ ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളുപയോഗിച്ച്, പ്രത്യേകിച്ച് കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിച്ച് വ്യവസായം, വ്യാപാരം, വാണിജ്യം, തുടങ്ങിയ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതാണ് ഇ-ബിസിനസ് എന്ന് നിർവ്വചിക്കാം. ഇന്റർനെറ്റ് ആണ് നമുക്കെല്ലാവർക്കും സുപരിചിതമായ കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല. എന്നാൽ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമവും ഫലപ്രദവും ആകുന്നതിന് വേണ്ടി പലപ്പോഴും ഉപയോഗിക്കുന്നത് അവരുടേതായ കൂടുതൽ സുരക്ഷിതത്വമുള്ള കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖലകളായിരിക്കും.

ഇ-ബിസിനസും, ഇ-കൊമേഴ്സും [e-Business versus e-commerce] :

ഇ-ബിസിനസും ഇ-കൊമേഴ്സും പലപ്പോഴും പരസ്പരം മാറി ഉപയോഗിക്കുന്ന പദങ്ങളാണ്. എങ്കിലും അവയുടെ യഥാർത്ഥ നിർവചനങ്ങൾ പരിശോധിച്ചാൽ കൊമേഴ്സ് എന്ന പദത്തെക്കാൾ ഏറെ വ്യാപ്തിയുള്ള പദമാണ് ബിസിനസ് എന്നതുപോലെ ഇ-ബിസിനസ് എന്ന പദം ഇ-കൊമേഴ്സിനെക്കാൾ വ്യാപ്തിയുള്ളതാണ്. ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് നടത്തുന്ന ക്രയവിക്രയങ്ങൾ, ഒരു സ്ഥാപനം അവരുടെ ഉപഭോക്താക്കളുമായും വിതരണക്കാരുമായും ഇൻറർനെറ്റ് മുഖേന നടത്തുന്ന ഇടപാടുകളായ ഇ-കൊമേഴ്സ് ഉൾപ്പടെ, ഉൾക്കൊള്ളുന്ന വിശാലമായ പദമാണ് ഇ-ബിസിനസ്. ഇ-കൊമേഴ്സ് മാത്രമല്ല, ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ഉൽപ്പാദനം, ചരക്കുകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യൽ, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കൽ, കണക്ക് സൂക്ഷിക്കൽ, മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യൽ ഉൾപ്പടെയുള്ള എല്ലാ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളും ഇ-ബിസിനസ് എന്നതിൽ ഉൾക്കൊള്ളുന്നു. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഇ-ബിസിനസ് എന്നത് ഇ-കൊമേഴ്സ് എന്ന ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിച്ചുള്ള വാങ്ങൽ-വിൽപ്പനയേക്കാൾ വിശാലമായ അർത്ഥമുള്ള പദമാണെന്ന് പറയാം.

5.2.1. ഇ-ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി [Scope of e-Business]

മുകളിലെ ചർച്ചയിൽ സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ ഇ-ബിസിനസ്സിന്റെ വ്യാപ്തി വളരെ വിശാലമാണ്. ഉൽപ്പാദനം, വിപണനം, ധനകാര്യം, മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യൽ തുടങ്ങി എല്ലാ തരത്തിലുള്ള ബിസിനസ് ധർമ്മങ്ങളും മാനേജ്മെന്റിന്റെ ധർമ്മങ്ങളായ ആസൂത്രണം, സംഘാടനം, ഉദ്യോഗവൽക്കരണം, നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകൽ, നിയന്ത്രണം തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങളുമെല്ലാം ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേന നിർവഹിക്കാം. മറ്റൊരുതരത്തിൽ, ഇടപെടുന്ന ആളുകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഇ-ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി നോക്കുകയാണെങ്കിൽ ഇന്റർനെറ്റ് അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള ബിസിനസിനെ മൂന്ന് ദിശകളിലൂടെ നമുക്ക് നോക്കിക്കാണാം. ഒന്നാമതായി ബി 2ബി

ചിത്രം 5.1. ബി 2 ബി ഇ-കൊമേഴ്സ്

(B2B), അതായത് ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം മറ്റ് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുമായി നടത്തുന്ന ഇടപാടുകൾ. രണ്ടാമത് ബി 2സി (B2C), അതായത് ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളുമായി നടത്തുന്ന ഇടപാടുകൾ, മൂന്നാമത്തേത് ഇൻട്രാ ബി. (Intra B) അതായത് സ്ഥാപനത്തിനകത്ത് നടക്കുന്ന ഇടപാടുകൾ.

ഇ-ബിസിനസുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ബിസിനസ്സിനകത്തും ബിസിനസുകൾ തമ്മിലുമുള്ള വിവിധ ഇടപാടുകളെക്കുറിച്ച് താഴെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

1. ബി 2ബി കൊമേഴ്സ് [B2B Commerce]: ഇത്തരം ക്രയവിക്രയങ്ങളിൽ ഇടപെടുന്ന രണ്ട് ഇടപാടുകാരും ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ആയിരിക്കും. അതുകൊണ്ടാണ് ഇതിനെ ബി 2ബി കൊമേഴ്സ് എന്ന് പറയുന്നത്. ഒരു വസ്തുവിന് ഉപയുക്തത സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന് മറ്റ് പല സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെടേണ്ടിവരും. വിതരണക്കാർ, വിൽപ്പനക്കാർ, സ്ഥാപനം അതിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിതരണം ചെയ്യാൻ ആശ്രയിക്കുന്ന വിതരണ ശൃംഖലയിലുൾപ്പെടുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവരെല്ലാം ഇതിലുൾപ്പെടുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഒരു വാഹന നിർമ്മാണ കമ്പനിക്ക് നിരവധി ചെറു ഘടകങ്ങൾ ആവശ്യമുണ്ടെന്ന് കരുതുക. അവ ഒരു പക്ഷെ കമ്പനിയുടെ സമീപ സ്ഥലങ്ങളിൽ തന്നെ നിർമ്മിക്കുന്നുണ്ടാകാം, അല്ലെങ്കിൽ വളരെ അകലെ ആയിരിക്കാം നിർമ്മിക്കുന്നത്. ഇവയ്ക്കായി ഒരു വിതരണക്കാരനെ മാത്രം ആശ്രയിക്കുന്നതിന് പകരം ഓരോ ഘടകങ്ങൾക്കും ഒന്നിലധികം വിതരണക്കാരെ ഏർപ്പെടുത്താം. ഇവരെല്ലാവരെയും ഒരു കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല മുഖേന ബന്ധിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് സാധനങ്ങൾക്കുള്ള ഓർഡറുകൾ നൽകുക, ഉൽപ്പാദനം നിരീക്ഷിക്കുക, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിച്ച് കൊടുക്കുക, പണം നൽകുക തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഈ ശൃംഖല മുഖേന നടത്താം. അതുപോലെതന്നെ തങ്ങളുടെ വിതരണ ശൃംഖല മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനും ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനുമായി ചരക്ക് നീക്കങ്ങളുടെ തൽസമയ നിയന്ത്രണം, വിവിധ തലങ്ങളിലും സ്ഥലങ്ങളിലുമുള്ള ഇടനിലക്കാരെ നിരീക്ഷിക്കുന്നതുൾപ്പടെയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ, എല്ലാം ബി 2ബി ഇടപാടുകളായി കണക്കാക്കാം. ഉദാ

ഹരണമായി, വിതരണക്കാരുടെ കൈവശമുള്ള നീക്കിയിരുപ്പും സംഭരണശാലയിൽ നിന്നുള്ള ചരക്ക് നീക്കങ്ങളും നിരീക്ഷിച്ച് ആവശ്യമായ പുനഃസ്ഥാപനവും നിയന്ത്രണവും സാധ്യമാക്കാൻ കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിക്കാം. അതുപോലെ ഏതെങ്കിലും ഉപഭോക്താവിന്റെ പ്രത്യേക ആവശ്യങ്ങൾ വിതരണക്കാരിലൂടെ ഉൽപ്പാദകർക്കും അവിടെ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിന് ഫാക്ടറിയിലേക്കും ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയിലേക്കും എത്തിക്കുന്നതിനും കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിക്കാം. ചരിത്രപരമായി ഇ-കൊമേഴ്സ് എന്ന പദം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ തമ്മിൽ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാനുള്ള ഓർഡറുകളും ഇൻവോയ്സുകളും ഉൾപ്പെടെയുള്ള രേഖകളുടെ ഇലക്ട്രോണിക് ഡാറ്റ കൈമാറ്റവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഇടപാടുകളായിരുന്നു.

(ii) ബി 2സി കൊമേഴ്സ് [B2C Commerce]: ബിസിനസിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താവിലേക്ക് എന്ന പേര് സൂചിപ്പിക്കുന്നതുപോലെ തന്നെ ഒരു ഭാഗത്ത് ബിസിനസ് സ്ഥാപനവും മറുവശത്ത് ഉപഭോക്താവും ഉൾപ്പെടുന്ന ഇലക്ട്രോണിക് ഇടപാടുകളാണ് ബി 2സി ഇടപാടുകൾ. ഇതിൽ നിന്നും ഒരാളുടെ മനസ്സിൽ ആദ്യം ഉണ്ടാകുന്ന ആശയം 'ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിംഗ്' ആയിരിക്കുമെങ്കിലും ഓർത്തിരിക്കേണ്ട വസ്തുത വിപണന പ്രക്രിയയുടെ ഒരു ഘടകം മാത്രമാണ് വിൽപ്പന എന്നതാണ്. ഒരു ഉൽപ്പന്നം വിൽപ്പനയ്ക്ക് വയ്ക്കുന്നതിന് എത്രയോ മുൻപ് തന്നെ ആരംഭിക്കുകയും വിൽപ്പനയ്ക്ക് ശേഷവും തുടരുന്നതുമായ പ്രക്രിയയാണ് വിപണനം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ, ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ കണ്ടെത്തൽ, വിൽപ്പന പ്രോത്സാഹന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, സംഗീതം, സിനിമ തുടങ്ങിയവയുടെ വിതരണം ഉൾപ്പെടെ ഓൺലൈൻ ആയി നടത്തപ്പെടുന്ന വളരെ വിശാലമായ എല്ലാ വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങളും ബി 2 സി കൊമേഴ്സിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങളെല്ലാം ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലും ചുരുങ്ങിയ സമയം കൊണ്ടും നടത്തുവാൻ ഇ-കൊമേഴ്സ് സഹായിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, എ.ടി.എമ്മുകളിൽ നിന്ന് പണം പിൻവലിക്കുന്നത് എത്ര എളുപ്പമാണെന്ന് ആലോചിച്ച് നോക്കൂ. ഇന്നത്തെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സവിശേഷത അവർ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിന് ഏറെ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നവരും വ്യക്തിഗതമായ പരിഗണന ആഗ്രഹിക്കുന്നവരുമാണ് എന്നതാണ്. അവരുടെ വ്യക്തിഗത ആവശ്യങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കണം എന്ന് മാത്രമല്ല, അവർക്ക് സൗകര്യപ്രദമായ രീതിയിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിച്ച് കൊടുക്കുകയും അനുയോജ്യമായ രീതിയിൽ വില നൽകാനുള്ള അവസരമുൾപ്പെടെ ലഭ്യമാക്കണം എന്നും ആഗ്രഹിക്കുന്നു. ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ വരവോടുകൂടി ഇതെല്ലാം യാഥാർത്ഥ്യമായി എന്നതാണ് വസ്തുത.

ഒപ്പം തന്നെ ബി 2സി വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട ഇ-കൊമേഴ്സ് ബിസിനസ് വർഷം മുഴുവനും ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും ഉപഭോക്താക്കളുമായി സംവദിക്കുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു. കമ്പനികൾക്ക് ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യം, അവരുടെ സംതൃപ്തി, വാങ്ങൽ രീതികൾ, ആര്, എന്ത്, എപ്പോൾ, എങ്ങനെ വാങ്ങുന്നു എന്നെല്ലാം കണ്ടെത്തുന്നതിന് ഓൺലൈനിലൂടെയുള്ള വിവരശേഖരണത്തിലൂടെ കഴിയുന്നു.

ഇത്രയും ചർച്ച ചെയ്തതിൽ നിന്ന് ബി 2 സി ഇടപാടുകൾ ബിസിനസ്സിന് ഉപഭോക്താക്കളോടുള്ള ആശയവിനിമയം മാത്രമാണ് എന്ന ധാരണ ഉണ്ടാക്കിയേക്കാം. എന്നാൽ നാം ഓർ

ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ

1. ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നവ
   - i. ഉൽപ്പന്ന വിപണിയെ ദേശീയ അന്തർദേശീയ വിപണികളിലേക്ക് വ്യാപിപ്പിക്കുന്നു.
   - ii. പ്രവർത്തന ചെലവിന്റെ ക്രമാനുഗതമായ കുറവ്.
   - iii. പുൾ സപ്ലൈ ശ്രേണീ മാനേജ്മെന്റിനെ സുഗമമാക്കുന്നു.
   - iv. വിപണിയിലെ പ്രതിയോഗികൾക്ക് മേൽ നേട്ടം കൈവരിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
   - v. ബിസിനസ് ഇടപാടുകളുടെ കാലതാമസം കുറയ്ക്കുന്നു.
   - vi. ചെറുകിട വൻകിട വ്യത്യാസമില്ലാതെ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ നിലനിൽപ്പ് സാധ്യമാക്കുന്നു. (win-win).
2. ഉപഭോക്താക്കൾക്കും സമൂഹത്തിനും ലഭിക്കുന്നവ
   - i. ഇടപാടുകൾ സുഗമമായി നടക്കുന്നു.
   - ii. മികച്ച വില/ഇളവുകൾ/കിഴിവുകൾ/സൗജന്യ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എന്നിവ നേടിയെടുക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
   - iii. അഭിരുചിക്കനുസൃതമായി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ബൃഹത്തായ ഉൽപ്പന്ന ശ്രേണിയിൽ നിന്നും തെരഞ്ഞെടുക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
   - iv. വേഗത്തിലും സമയോചിതവുമായി ഉൽപ്പന്ന വിതരണത്തിന് സഹായിക്കുന്നു.
   - v. തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു.
   - vi. ഇ- ലേലത്തിനും ഇ-ദർഘാസിനും സഹായിക്കുന്നു.
   - vii. ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള വിനിമയം സുഗമമാക്കുന്നു.
   - viii. വിശാലമായ ഉൽപ്പന്ന വിപണി സാധ്യമാക്കുന്നു.

ക്കേണ്ട കാര്യം ഇത് ഇരുവശത്തേക്കുമുള്ള ആശയവിനിമയം സാധ്യമാക്കുന്നു എന്നതാണ്. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഇഷ്ടമുള്ള സമയത്ത്, സ്വതന്ത്രമായി ഓൺലൈനിലൂടെ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതിന് കഴിയുന്നു. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കമ്പനികൾ ഒരുക്കിയിരിക്കുന്ന പ്രത്യേക കേന്ദ്രങ്ങളിലൂടെ ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും പണം നൽകേണ്ടാത്ത ഫോൺ വിളികളിലൂടെ വിവരങ്ങൾ അറിയാനും പരാതികൾ നൽകുവാനും കഴിയുന്നത് ബി 2 സി അഥവാ സി 2 ബി കൊമേഴ്സിന് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇതിന്റെ മറ്റൊരു സവിശേഷത കമ്പനികൾ ഇവയൊന്നും സ്വന്തമായി സജ്ജീകരിക്കണം എന്നില്ല. ഇവയെല്ലാം പുറംകരാർ നൽകാവുന്നതേയുള്ളൂ. (പുറംകരാറിനെപ്പറ്റി ഈ അദ്ധ്യായത്തിന്റെ അവസാനം വിശദീകരിക്കാം.)

(iii) ഇൻട്രാ ബി കൊമേഴ്സ് : ഇവിടെ ഇലക്ട്രോണിക്സ് മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ ആശയവിനിമയം നടത്തുന്ന കക്ഷികൾ എല്ലാവരും തന്നെ ഒരേ സ്ഥാപനത്തിനകത്തുള്ളവരായിരിക്കും. ഇ-ബിസിനസ് കുറേക്കൂടെ വിശാലമായ പദമായതുകൊണ്ട് ഒരു സ്ഥാപനത്തിനകത്തെ വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങൾ (Departments) തമ്മിലോ, വ്യക്തികൾ തമ്മിലോ ഉള്ള ഇൻട്രാനെറ്റ് മുഖേനയുള്ള ആശയവിനിമയവും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ഉൽപ്പാദനത്തിലുൾപ്പടെ സൗകര്യപ്രദമായ രീതിയിൽ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്താൻ കഴിയുന്നത് ഒരു പരിധി വരെ ഇൻട്രാ ബി കൊമേഴ്സിന്റെ ആവിർഭാവത്തോടെയാണ്. കമ്പ്യൂട്ടർ ശൃംഖല ഉപയോഗിച്ച് വിപണന വിഭാഗത്തിന് ഉൽപ്പാദന വിഭാഗവുമായി നിരന്തരം ആശയവിനിമയം നടത്തുന്ന

എ.ടി.എം -പണം പിൻവലിക്കുന്നതിന്റെ വേഗത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു

ഇ-കൊമേഴ്സ് പൊതുവേ ബി 2സി പ്രക്രിയകളുടെ വേഗത വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും അതിനു വേണ്ട സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഉദാഹരണത്തിന് മുൻപ് ഒരാൾക്ക് ബാങ്കിൽ നിന്ന് പണം പിൻവലിക്കുന്നത് ഏറെ ബുദ്ധിമുട്ടുള്ള പ്രക്രിയയായിരുന്നു. അയാൾക്ക് പണം ലഭിക്കുന്നതിന് ഒരുപാട് നടപടിക്രമങ്ങളിലൂടെ കടന്നു പോകണമായിരുന്നു. പക്ഷെ എ.ടി.എമ്മുകളുടെ വരവോടു കൂടി അതെല്ലാം ചരിത്രത്തിന്റെ ഭാഗമായി മാറി. ഇന്ന് അത്തരം നടപടികൾ പൂർത്തിയാക്കാതെ തന്നെ ഉപഭോക്താവിന് തന്റെ പണം പിൻവലിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.

തിനും ഓരോ ഉപഭോക്താവിന്റെയും ആവശ്യാനുസരണമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ രൂപകൽപ്പന ചെയ്ത് നിർമ്മിക്കുന്നതിനും കഴിയുന്നു. അതുപോലെ തന്നെ വിവിധ വിഭാഗങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള തുടർച്ചയായ ആശയവിനിമയം ചരക്കുകളും പണവും മറ്റും കാര്യക്ഷമമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനും യന്ത്രസാമഗ്രികളുടെയും മറ്റും പരമാവധി ഉപയുക്തത ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനും ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഓർഡറുകൾ കാര്യക്ഷമമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനും മനുഷ്യവിഭവശേഷി നല്ല രീതിയിൽ വിനിയോഗിക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു.

ആഭ്യന്തര വാചിക ആശയവിനിമയത്തിൽ ഇന്റർകോമിന്റെ ഉപയോഗം സഹായകരമാകുന്നതുപോലെ ഇൻട്രാനെറ്റ് മുഖേന സ്ഥാപനത്തിനകത്തെ വിവിധ വിഭാഗങ്ങൾക്ക് മൾട്ടിമീഡിയയും ത്രിമാന (3D) ഗ്രാഫിക് രൂപത്തിലുമുള്ള ആശയവിനിമയങ്ങൾ വളരെ നന്നായി അറിയിക്കാനും മികച്ച ഏകോപനത്തിനും സത്വര തീരുമാനങ്ങൾക്കും അവ വേഗത്തിൽ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു. ബി 2 ഇ (B2E) എന്ന് പറയുന്ന സ്ഥാപനവും ജീവനക്കാരും തമ്മിലുള്ള ആശയവിനിമയം തന്നെ എടുക്കാം. കമ്പനികൾ ജീവനക്കാരെ റിക്രൂട്ട് ചെയ്യുന്നതിനും പിന്നീട് അഭിമുഖം, തെരഞ്ഞെടുപ്പ്, പരിശീലനം, തുടർ വിദ്യാഭ്യാസം തുടങ്ങി എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോഗങ്ങളായി കാണാം. ജീവനക്കാർക്ക് ഡിജിറ്റൽ രൂപത്തിലുള്ള കാറ്റലോഗുകളും ഓർഡർ ഫോറങ്ങളും ഉപയോഗിക്കാം. ചരക്കുകളുടെ സ്ഥിതി വിവരങ്ങൾ തൽസമയം അറിയുന്നതിനും അത് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കൈമാറുന്നതിനുമെല്ലാം ഇ-കൊമേഴ്സ് സഹായകരമാണ്. പ്രവർത്തനസ്ഥലത്ത് നിന്നുതന്നെ റിപ്പോർട്ടുകളും മറ്റ് വിവരങ്ങളും ഇ-മെയിൽ മുഖേന അറിയിക്കാം. പ്രസ്തുത വിവരങ്ങൾ തത്സമയം മേലധികാരികൾക്ക് അറിയുന്നതിനും കഴിയും. യഥാർത്ഥത്തിൽ വെർചൽ പ്രൈവറ്റ് നെറ്റ്വർക്ക് (VPN) സംവിധാനം ജീവനക്കാർ ഓഫീസിൽ വരേണ്ട ആവശ്യമില്ല എന്ന തലത്തിലേക്ക് കാര്യങ്ങൾ എത്തിച്ചിരിക്കുന്നു. ഒരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ ഓഫീസ് ജീവനക്കാരുടെ കൂടെ സഞ്ചരിക്കുകയും എവിടെ നിന്നും അവരുടെ സൗകര്യത്തിനനുസരിച്ച്, വേഗതയിലും സമയത്തും അവർക്ക് പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള അവസരം ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. യോഗങ്ങൾ കൂടുന്നതിന് ടെലികോൺഫറൻസുകളും വീഡിയോ കോൺഫറൻസുകളും ഉപയോഗിക്കാം. ഏറെ പണവും സമയവും ലാഭിക്കാൻ ഇവ സഹായിക്കുന്നു.

(iv) സി 2 സി കൊമേഴ്സ് [C2C Commerce]:

ഇവിടെ ബിസിനസ് ഒരു ഉപഭോക്താവിൽ നിന്ന് ആരംഭിക്കുകയും മറ്റൊരു ഉപഭോക്താവിൽ അവസാനിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതാ

യത് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനത്തിന്റെ രണ്ട് അറ്റങ്ങളിലും ഉപഭോക്താക്കളായിരിക്കും എന്ന് സാരം. സംഘടിത വിപണി ലഭ്യമല്ലാത്ത ഉപയോഗിച്ച വസ്തുക്കൾ വിപണനം ചെയ്യുന്നതിന് അനുയോജ്യമായ സംവിധാനമാണ് സി 2 സി കൊമേഴ്സ്. ഉദാഹരണമായി ഉപയോഗിച്ച പുസ്തകങ്ങളോ വീട്ടുപകരണങ്ങളോ വാഹനങ്ങളോ വിലയ്ക്കോ കൈമാറ്റമായോ വിപണനം ചെയ്യാൻ ഇതുപയോഗിക്കാം. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വിശാലലോകം ലോകത്തെവിടെയുമുള്ള വാങ്ങാൻ സാധ്യതയുള്ള ആളുകളെ എളുപ്പത്തിൽ കണ്ടെത്താൻ സഹായിക്കും. ഇത്തരം ഇടപാടുകൾ നടത്താൻ സഹായിക്കുന്ന സുരക്ഷിതമായ നിരവധി വെബ്സൈറ്റുകൾ ഇന്ന് ലഭ്യമാണ്. ഇടപാടുകാർ തമ്മിൽ പരസ്പരം കാണാതെ നടത്തുന്ന ഇടപാടുകളിലുള്ള സുരക്ഷിതത്വമില്ലായ്മ വലിയ പ്രശ്നമാകാവുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ സുരക്ഷിതമായ സി 2 സി കൊമേഴ്സ് വാങ്ങുന്നയാൾക്കും വിൽക്കുന്നയാൾക്കും വളരെ സഹായകരമാണ്. ഈ-ബേ (E-bay), ഒ.എൽ.എക്സ് (OLX) തുടങ്ങിയ വെബ്സൈറ്റുകൾ മികച്ച ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഇടപാടുകാർ പരസ്പരം കാണാതെയുള്ള ഇത്തരം വ്യാപാരങ്ങൾ കൂടുതൽ സുരക്ഷിതവും ശക്തവുമാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി നിരവധി സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ രൂപകൽപ്പന ചെയ്യപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. വെബ്സൈറ്റുകൾ ഇടപാടുകാരെ പരസ്പരം വിലയിരുത്താൻ ആവശ്യപ്പെടാറുണ്ട്. ഇതിൽ നിന്ന് ഭാവിയിൽ ഇടപെടുന്ന ആളുകൾക്ക് ഇവരെക്കുറിച്ചുള്ള വ്യക്തമായ ചിത്രം ലഭ്യമാകുന്നു. ഇടപാട് നടത്തിയവരെല്ലാം മികച്ച സ്കോർ നൽകിയവരുമായി സധൈര്യം ഇടപാട് നടത്താൻ സാധിക്കും. മറ്റൊരു രീതി ഉടലെടുത്തത്, പണമിടപാടുകൾക്കുള്ള ഇടനിലക്കാർ എന്ന നിലയ്ക്കാണ്. അപരിചിതനായ ഒരു വിൽപ്പനക്കാരന് പണം നേരിട്ട് നൽകുന്നതിന് പകരം വെബ്സൈറ്റ് പണം സ്വീകരിക്കുകയും വാങ്ങുന്നയാളുടെ കൈവശം ഉൽപ്പന്നം ലഭിച്ച ശേഷം മാത്രം പണം വിൽപ്പനക്കാരന് കൈമാറുകയും ചെയ്യും. ഇത് ഇരുകക്ഷികൾക്കും വിശ്വാസ്യത ഉളവാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

സി 2 സി കൊമേഴ്സിന്റെ സംവേദനാത്മക പ്രയോഗമാണ് സമ്മർദ്ദ ഗ്രൂപ്പുകളുടെയും ഉപഭോക്തൃസമിതിയുടെയും രൂപീകരണം. ഏറെ പരിചിതമായ വാട്ട്സ് ആപ്പ്, ഫേസ് ബുക്ക് പോലുള്ള സമൂഹ മാധ്യമ ഗ്രൂപ്പുകൾ മികച്ച ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. അംഗങ്ങൾ തമ്മിൽ ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നതിന് ഇത്തരം ഗ്രൂപ്പുകൾ കാര്യക്ഷമമായി ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി ഒരാൾ വാഹനമോടിക്കുമ്പോൾ ഒരു പ്രത്യേക സ്ഥലത്ത് ഗതാഗത കുരുക്ക് ഉണ്ടാവുകയാണെങ്കിൽ ഗ്രൂപ്പിലെ മറ്റംഗങ്ങൾക്ക് എളുപ്പം വിവരം കൈമാറുകയും അതിനനുസരിച്ച് അവരുടെ യാത്രാ പദ്ധതികൾ തയ്യാറാക്കുകയും ചെയ്യാം. അതുപോലെ തന്നെ ഏതെങ്കിലും ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തെയോ സേവനത്തെയോ സംബന്ധിച്ചോ ഏതെങ്കിലും ഒരു വിതരണക്കാരനെക്കുറിച്ചോ ഉള്ള നമ്മുടെ അഭിപ്രായങ്ങൾ ഗ്രൂപ്പുകളിൽ പങ്ക് വയ്ക്കുന്നത് പിന്നീട് വങ്ങാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നവർക്ക് ഉപകാരപ്രദമായിരിക്കും. മാത്രമല്ല ഇത്തരം ഗ്രൂപ്പുകളുടെ സമ്മർദ്ദം പലപ്പോഴും ഗുണപരമായ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നതിന് സഹായിച്ചിട്ടുമുണ്ട്.

ഇ-ബിസിനസ്സിന്റെ വ്യാപ്തിയെ സംബന്ധിച്ച ചർച്ചകളിൽ നിന്ന് ഇ-ബിസിനസിന്റെ പ്രസക്തി വളരെ വിപുലവും വൈവിധ്യം നിറഞ്ഞതുമാണെന്ന് നമുക്ക് മനസ്സിലാക്കാം.

ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള താരതമ്യം [e-Business versus Traditional Business]

ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളുടെ ഉപയോഗം ബിസിനസ് നടത്തിപ്പ് രീതിയിൽ സമൂലമായ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കിയിട്ടുണ്ട്. പട്ടിക 5.1 ൽ ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള താരതമ്യം വിശദമാക്കുന്നു.

ഇ-കൊമേഴ്സ്, ഇഷ്ടാനുസരണമുള്ള ഉൽപ്പാദനവും വൻതോതിലുള്ള വ്യക്തിഗത ഉൽപ്പാദനവും സാധ്യമാക്കുന്നു.

പരമ്പരാഗതമായി കരകൗശല വിദഗ്ധർ വ്യക്തികളുടെ ഇഷ്ടത്തിനനുസരിച്ചുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അവരുടെ ആവശ്യമനുസരച്ച് മാത്രമായിരുന്നു തയ്യാറാക്കിയിരുന്നത്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ അവ വളരെ ചെലവേറിയതും ഉപഭോക്താവിന്റെ കൈകളിലെത്താൻ കൂടുതൽ സമയം എടുക്കുകയും ചെയ്തിരുന്നു. വ്യാവസായിക വിപ്ലവത്തിന്റെ ഫലമായി സ്ഥാപനങ്ങൾ വൻതോതിൽ ഒരേ തരത്തിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുകയും തന്മൂലം, വൻതോതിൽ ഉൽപ്പാദനം നടത്തുന്നതുമൂലമുണ്ടാകുന്ന ചെലവ് ചുരുക്കൽ സാധ്യമാവുകയും ചെയ്തു. മുൻകാലങ്ങളിൽ വൻതോതിൽ ഉൽപ്പാദനം നടത്തിയിരുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് മാത്രം സാധ്യമായിരുന്ന ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലുള്ള ഉൽപ്പാദനവും വിതരണവും ഇ-കോമേഴ്സിന്റെ വരവോടുകൂടി വ്യക്തിഗതമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും വരെ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ ഉൽപ്പാദപ്പിക്കാനും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിതരണം ചെയ്യാനും സ്ഥാപനങ്ങളെ പ്രാപ്തമാക്കി. ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ ചുവടെ കൊടുക്കുന്നു.

401 (കെ) ഫോറം	: വ്യക്തിഗത അഭിമുഖങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വിദ്യാഭ്യാസ ഉള്ളടക്കവും നിക്ഷേപ ഉപദേശവും ഓരോ വ്യക്തിയ്ക്കും അനുസൃതമായി കൊടുക്കുന്നു.
അക്യൂമിൻ കോർപറേഷൻ	: ജീവിത ശൈലിയെയും ആരോഗ്യത്തെയും സംബന്ധിച്ച് ഉപഭോക്താക്കൾ ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ പൂരിപ്പിക്കുന്ന ചോദ്യാവലിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ആവശ്യക്കാരുടെ ഇച്ഛയ്ക്കനുസരിച്ച് വിറ്റാമിൻ ഗുളികകൾ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നു.
ഡെൽ (യു എസ്)	: നിങ്ങളുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് വ്യക്തിഗത കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമ്മിച്ച് നൽകുന്നു.
ഗ്രീൻ മൗണ്ടൻ എനർജി റിസോഴ്സസ്	: വൈദ്യുതി വിതരണക്കാരായ (ജനറേറ്ററുകൾ അല്ല) ഈ സ്ഥാപനത്തിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവരവർക്കാവശ്യമായ വൈദ്യുതി സ്രോതസ്സ് (സൗരോർജം, ജലവൈദ്യുതി തുടങ്ങിയവ) തെരഞ്ഞെടുക്കാം.
ലെവി ജീൻസ് (യഥാർത്ഥ സ്പിൻ) (യു എസ്)	: ജീൻസുകൾ ആവശ്യാനുസരണം തുന്നി നൽകുന്ന സേവനം ചെയ്യുന്നു. വെബ്സൈറ്റിലൂടെയുള്ള സേവനങ്ങൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികളിൽ നിന്നുള്ള പരാതികൾ മൂലം നിർത്തിവച്ചു. എന്നാൽ ഇപ്പോൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ മുഖേന സേവനം പുനരാരംഭിച്ചു. 49,500 വ്യത്യസ്ത അളവുകളിലും 30 ഫാഷനുകളിലും ഏതാണ്ട് 1.5 ദശലക്ഷം തരം ജീൻസുകളിൽ നിന്ന് വെറും 55 ഡോളറിന് തെരഞ്ഞെടുക്കാൻ അവസരം നൽകുന്നു. ഓർഡറുകൾ ഇൻറർനെറ്റ് മുഖേന സ്വീകരിച്ച് 2-3 ആഴ്ചകൾക്കുള്ളിൽ ജീൻസ് തയ്യാറാക്കി അയച്ചു കൊടുക്കുന്നു.
എൻ.വി.ന്ട്സ് ബെഡ്റിഫ് വെസ്റ്റ്ലാൻഡ് (ന്യൂസിലാന്റ്)	: നെതർലൻഡ്സിലെ നിരവധി പൂവരശ് പൂച്ചെടി കർഷകർക്ക് (tulip growers) പ്രകൃതി വാതകം വിതരണം ചെയ്യുന്നു. ഹരിതഗൃഹങ്ങളിലെ (greenhouse) ഊഷ്മാവ്, പുറത്ത് വിടുന്ന കാർബൺഡയോക്സൈഡിന്റെ തോത്, ഈർപ്പം, വെളിച്ചം, തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങൾ ഏറ്റവും ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലും കാര്യക്ഷമമായ രീതിയിലും നിലനിർത്താൻ അവിടെ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ള കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ ഹരിതഗൃഹ ഉടമകളെ സഹായിക്കുന്നു.
നാഷണൽ ബൈസിക്കിൾ (ജപ്പാൻ)	: ഓർഡറുകൾ ലഭിച്ച് 2-3 ദിവസത്തിനുള്ളിൽ ആവശ്യാനുസരണമുള്ള സൈക്കിളുകൾ നിർമ്മിച്ച് നൽകുന്നു.
സൈമൺ ആൻറ് ഷുസ്റ്റർ (യു എസ്)) സ്കൈവേ (യു എസ്)	: അദ്ധ്യാപകർക്ക് വ്യക്തിഗതമായ പാഠ്യപദ്ധതി അനുസരിച്ചും ഓരോ വിദ്യാർത്ഥിയുടെയും ആവശ്യം അനുസരിച്ചും ഇഷ്ടാനുസൃതമാക്കിയ പുസ്തകങ്ങൾ (customised books) ഓർഡർ ചെയ്യാവുന്നതാണ്. സീറോക്സ് ഡോക്യൂടെക് പ്രിൻറേഴ്സ് (Xerox DocuTech printers) ഒരോ മാസവും ഏകദേശം 1,25,000 ഇത്തരത്തിൽ ഇഷ്ടാനുസൃതമാക്കിയ പുസ്തകങ്ങൾ പുറത്തിറക്കുന്നുണ്ട്. ഓർഡറനുസരിച്ചുള്ള മുഴുവൻ ഉല്പന്നങ്ങളും എത്തിച്ച് കൊടുക്കുന്ന ചരക്കു കടത്ത് (logistics) കമ്പനിയാണ് സ്കൈവേ. പലവിധ ഗതാഗതമാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ പല സ്ഥലങ്ങളിൽ നിന്നും വരുന്ന ചരക്കുകൾ നീക്കത്തിനിടയിൽ ഒരുമിച്ച് ചേർത്ത് ഒറ്റ ഓർഡറാക്കി, കടലാസ് പ്രവർത്തനം ഒരുമിച്ചാക്കി മാറ്റി ഈ സ്ഥാപനം ഉപഭോക്താവിന് എത്തിച്ചുകൊടുക്കുന്നു.
സ്മിത്ത് ക്ലൈൻ ബീക്കാം (യു എസ്)	: ഉപഭോക്താക്കൾക്കായി ഇഷ്ടാനുസൃതമാക്കിയ പുകവലി നിർത്തൽ പദ്ധതികൾ ആവിഷ്ക്കരിക്കുന്നു. ഇതിനായി കാൾ സെന്ററുകൾ വഴി ചോദ്യാവലിയുടെ സഹായത്തോടെ വ്യക്തിഗത ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നു.

അവലംബം : *http://www.managingchange.com*

ചിത്രം 5.2 ഉപഭോക്താവിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താവിലേക്ക് ഇ- കൊമേഴ്സ് (C2C)

5.3. ഇ- ബിസിനസിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ [Benefits of e-Business]

(i) രൂപീകരിക്കാൻ എളുപ്പവും ചുരുങ്ങിയ നിക്ഷേപ ആവശ്യകതയും [Ease of formation and lower investment requirements]: ഒരു വ്യവസായം രൂപീകരിക്കുന്നതിന് വേണ്ട നടപടിക്രമങ്ങൾ പരിഗണിക്കുമ്പോൾ, ഇ-ബിസിനസ് എളുപ്പത്തിൽ രൂപീകരിക്കാം. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ ചെറിയ ബിസിനസിനും വലിയ ബിസിനസിനും ഒരുപോലെയാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ 'വ്യക്തികളുടെയോ സ്ഥാപനങ്ങളുടെയോ കൂട്ടായ്മയാണ് കൂടുതൽ അറ്റ ആസ്തിയുള്ള സ്ഥാപനത്തേക്കാൾ നല്ലത്' എന്ന ശൈലി തന്നെ ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വരവോടുകൂടിയാണ് ഉണ്ടായത്. ഇതിനർത്ഥം നിങ്ങൾക്ക് അധികം മൂലധന നിക്ഷേപമൊന്നുമില്ലെങ്കിലും കൂടുതൽ ആളുകളുമായി ബന്ധമുണ്ടെങ്കിൽ വിജയകരമായി ബിസിനസ് നടത്താം എന്ന് തന്നെയാണ്.

ഭൗതികമായ യാതൊരു സൗകര്യങ്ങളുമില്ലാത്ത ഒരു റസ്റ്റോറന്റ് ഒന്നാലോചിച്ച് നോക്കാം. നിങ്ങളുമായി ഓൺലൈനായി ബന്ധപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള ലോകത്തെവിടെയുമുള്ള മികച്ച റസ്റ്റോറന്റുകളിലെ മികച്ച അടുക്കളകളിലെ വിഭവങ്ങളുടെ മെനു നിങ്ങൾക്ക് ലഭ്യമാകുന്നു എന്ന് കരുതുക. ഉപഭോക്താവ് നിങ്ങളുടെ വെബ്സൈറ്റ് സന്ദർശിക്കുകയും മെനു പരിശോധിച്ച് ആവശ്യമായ വിഭവങ്ങൾ ഓർഡർ ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. ആ ഓർഡർ പ്രസ്തുത ഉപഭോക്താവിന്റെ തൊട്ടടുത്തുള്ള റസ്റ്റോറന്റിലേക്ക് തിരിച്ച് വിടുന്നു. റസ്റ്റോറന്റ് ജീവനക്കാർ ഭക്ഷണം ഉപഭോക്താവിന് എത്തിച്ച് കൊടുക്കുകയും പണം സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കക്ഷികളുടെ പ്രയോക്താക്കൾ എന്ന നിലക്കുള്ള വിഹിതം ഓൺലൈനായിത്തന്നെ ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടിലേക്ക് നിക്ഷേപിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഇത്തരമൊരു ഓൺലൈൻ സ്ഥാപനം തുടങ്ങി, നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകുന്നത് എത്രമാത്രം എളുപ്പമാണെന്നും ചെലവ് കുറഞ്ഞതാണെന്നും ഈ പ്രക്രിയ പരിശോധിച്ചാൽ നമുക്ക് കാണാം. ഇന്ന് ലോകത്ത് ഏറെ പ്രചാരമുള്ള

ടാക്സി സർവ്വീസുകൾ, ഹോട്ടൽ ശൃംഖലകൾ, എയർലൈൻ സർവ്വീസുകൾ എല്ലാം ഇത്തരത്തിൽ ഇ-ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നവരാണ്.

(ii) സൗകര്യപ്രദം [Convenience]: വർഷം മുഴുവൻ ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും പ്രവർത്തനം ലഭ്യമാകുന്ന സംവിധാനമാണ് ഇൻറർനെറ്റ്. ഇത് ബിസിനസിന് ഏറെ സൗകര്യം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. പാതിരാത്രി പോലും ഇടപാടുകൾ നടത്തുന്നതിനും ജീവനക്കാർക്ക് ഓഫീസ് പരിമിതികളില്ലാതെ ഏത് സമയത്തും ഏത് സ്ഥലത്ത് വച്ചും ജോലി ചെയ്യാനും ഇ-ബിസിനസ് സഹായിക്കുന്നു. ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ അഭിവൃദ്ധിപ്പെടുത്തുന്നതിനും നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും ഇലക്ട്രോണിക് സംവിധാനങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതിയാണ് ഇ-ബിസിനസ്. അത് എന്തും എവിടെയും, എപ്പോഴും ലഭ്യമാക്കുന്നു.

3. വേഗത [Speed]: മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ എല്ലാ ബിസിനസ് ഇടപാടുകൾക്കും അത്യാവശ്യമായ ആശയവിനിമയം ഇന്റർനെറ്റിന്റെ സഹായത്തോടെ ഒരൊറ്റ മൗസ് ക്ലിക്കിൽ സാധ്യമാകുന്നു. ഓൺലൈനായി ഉടനെ തന്നെ വിതരണം ചെയ്യാവുന്ന സോഫ്റ്റ് വെയറുകൾ, സംഗീതം, സിനിമ തുടങ്ങിയ ഡിജിറ്റൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഏറെ ഗുണപ്രദമായ രീതിയാണ് ഇ-ബിസിനസ്. ഓർഡർ ചെയ്യുന്നതോടൊപ്പം തന്നെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കാൻ ഈ രീതി സഹായിക്കുന്നു. ഒരു വ്യാപാരചക്രം, അതായത്, ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിനുള്ള ചോദനം ഉടലെടുക്കുന്ന സമയം മുതൽ അത് തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതുവരെ എടുക്കുന്ന സമയം, ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ ക്രമാനുഗതമാകുന്നതിനു പകരം ഉടനടിയാകുന്നതിന് ഇ-ബിസിനസ് സഹായിക്കുന്നു. ഇന്നത്തെ ഈ ഡിജിറ്റൽ യുഗത്തിൽ പണത്തെ നമുക്ക് വെളിച്ചത്തേക്കാൾ വേഗതയുള്ള ഇലക്ട്രോണിക് തരംഗങ്ങളായി വിശേഷിപ്പിക്കാം. ഇത് സാധ്യമാകുന്നത് ഇ-കൊമേഴ്സിലെ ഇലക്ട്രോണിക് പണ കൈമാറ്റം (Electronic Fund Transfer - EFT) എന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ സഹായത്താലാണ്.

4. ആഗോള വ്യാപ്തി [Global reach/access]: ഇൻറർനെറ്റിന് ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ അതിരുകളില്ല. ഒരു വശത്ത് വിൽപ്പനക്കാരൻ ലോകമെമ്പാടുമുള്ള വിപണി ലഭ്യമാക്കുമ്പോൾ തന്നെ, മറുവശത്ത് വാങ്ങുന്നയാൾക്ക് ലോകത്തിന്റെ ഏത് കോണിൽ നിന്നും ഉൽപ്പന്നം തെരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവസരം നൽകുന്നു. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ അഭാവത്തിൽ ആഗോളവൽക്കരണത്തിന്റെ വ്യാപ്തിയും വേഗതയും ഏറെ പരിമിതമാകുമായിരുന്നു എന്നത് ഒട്ടും അതിശയോക്തിപരമല്ല.

5. കടലാസ് രഹിത സമൂഹത്തിലേക്കുള്ള ചുവടുവയ്പ് [Movement towards a paperless society]:

ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വരവ്, കടലാസുകളെ ആശ്രയിക്കുന്നതിലും അതുവഴിയുള്ള 'ചുവപ്പ് നാട' പ്രശ്നങ്ങളിലും ഗണ്യമായ കുറവ് വരുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി, മാരുതി ഉദ്യോഗ് ലിമിറ്റഡ് അവരുടെ അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ പരമാവധി ശേഖരിക്കുന്നത് കടലാസ് രഹിത രീതികളെ ആശ്രയിച്ചാണ്. സർക്കാർ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളും നിയന്ത്രണ അധികാരികളും അവരുടെ റിപ്പോർട്ടും മറ്റും നൽകുന്നത് ഈ രീതിയിലാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ, ഇ-കൊമേഴ്

ചില ഇ-ബിസിനസ് പ്രയോഗങ്ങൾ (Some e-Business Applications)

ഇ-ശേഖരണം (e-Procurement) : വാങ്ങുന്ന ഒരു ബിസിനസ്സുകാരനും നിരവധി വില്പനക്കാർക്കും ഇടയിൽ ഓൺലൈൻ കച്ചവടം സാധ്യമാക്കുന്ന റിവേഴ്സ് ഓക്ഷനും നിരവധി വാങ്ങുന്നവരും വില്പനക്കാരും തമ്മിൽ ഓൺലൈൻ കച്ചവടം സാധ്യമാക്കുന്ന ഡിജിറ്റൽ വിപണന കേന്ദ്രവും ഉൾപ്പെടുന്ന, ഇന്റർനെറ്റ് അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള വില്പന ഇടപാടുകളാണിത്.

ഇ-ലേലം (e-Bidding/e-Auction) : നിങ്ങൾക്ക് വാങ്ങിക്കാവുന്ന വില നിങ്ങളോട് തന്നെ പറയാൻ ആവശ്യപ്പെടുന്ന നിരവധി ഷോപ്പിംഗ് സൈറ്റുകളിൽ കയറി നിങ്ങൾക്ക് സാധന-സേവനങ്ങളിൽ ലേലം നടത്താവുന്നതാണ്. ഇ-ടെണ്ടറുകൾ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഇ-ആശയവിനിമയം/ഇ-പ്രോത്സാഹനം (e-Communication/e-Promotion) : ഇമെയിൽ മുതൽ ഓൺലൈൻ കാറ്റ്ലോഗുകളുടെ പ്രസിദ്ധീകരണം, സാധനങ്ങളുടെ ചിത്രങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കൽ, ബാനറുകൾ, പോപ്പ് അപ്പുകൾ കൂടിയുള്ള പരസ്യങ്ങൾ നൽകൽ, അഭിപ്രായ വോട്ടെടുപ്പ്, ഉപഭോക്തൃ സർവ്വേകൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. യോഗങ്ങളും മറ്റ് തരത്തിലുള്ള കൂടിയാലോചനകളും വീഡിയോ കോൺഫറൻസിലൂടെ നടത്താവുന്നതേയുള്ളൂ.

ഇ-വിതരണം (e-Delivery) : കമ്പ്യൂട്ടർ സോഫ്റ്റ്‌വെയർ, ഫോട്ടോകൾ, വീഡിയോകൾ, ഇ-പുസ്തകങ്ങൾ, ഇ-പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ, മറ്റ് മൾട്ടിമീഡിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇലക്ട്രോണിക് ആയി ഉപഭോക്താവിന്റെ കമ്പ്യൂട്ടറിലേക്ക് നേരിട്ട് എത്തിച്ചു കൊടുക്കാം. നിയമപരമായതോ, അക്കൗണ്ടിംഗ് സംബന്ധിച്ചുള്ളതോ വൈദ്യശാസ്ത്രപരമായതോ ആയ വിദഗ്ധോപദേശങ്ങൾ ഓൺലൈനായി നൽകാം. വാസ്തവത്തിൽ, ഇപ്പോൾ ഇന്റർനെറ്റ് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ നിരവധി സേവനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകാനുള്ള അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു. ബിസിനസിന്റെ പുറംകരാർ പ്രക്രിയ എന്ന ഭാഗത്ത് ആ വിഷയം ചർച്ച ചെയ്യാം. എന്തിനേറെ, ലോകത്തെവിടെയും യാത്ര ചെയ്യാനുള്ള ഏത് തരം യാത്രാ ടിക്കറ്റും വ്യോമ, റയിൽ, റോഡ് ഏതുമായിക്കൊള്ളട്ടെ നിങ്ങൾക്ക് വീട്ടിൽ ഇരുന്നുകൊണ്ട് തന്നെ ഏതുസമയത്തും എടുക്കുവാൻ കഴിയുന്നതേയുള്ളൂ.

ഇ-വ്യാപാരം (e-Trading) : ഓഹരികൾ തുടങ്ങിയ ധനകാര്യ പത്രികകൾ കക്ഷികൾക്ക് നേരിട്ട് വിപണനം ചെയ്യാൻ ഓഹരി ദല്ലാളന്മാർ ഓൺലൈൻ വ്യാപാര സേവനങ്ങൾ വഴി അവസരം നൽകുന്നുണ്ട്.

സ് രീതികൾ അനുവാദങ്ങളും അംഗീകാരങ്ങളും ലൈസൻസുകളും മറ്റും നൽകുന്നതിന്റെ വേഗത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതുൾപ്പെടെയുള്ള ഭരണ പരിഷ്കാരങ്ങൾക്ക് സഹായകരമായിട്ടുണ്ട്. ഇതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട 2000 ലെ വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യാനിയമവും പിന്നീട് വന്ന 2006 ലെയും 2015 ലെയും ഭേദഗതികളും ശ്രദ്ധേയമാണ്.

5.4 ഇ-ബിസിനസിന്റെ പരിമിതികൾ [Limitations of e-Business]

ഇ-ബിസിനസ് അത്ര എളുപ്പവും സുഗമവുമായ പ്രവൃത്തിയൊന്നുമല്ല. ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ചില പരിമിതികളുണ്ട്. ഈ പരിമിതികളെ പറ്റി ബോധവാൻമാരായിരിക്കുന്നത് എല്ലായ്പോഴും നന്നായിരിക്കും.

1. വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെ കുറവ് [Low personal touch]: സാങ്കേതിക വിദ്യ എത്രയൊക്കെ ഉയർന്ന തലത്തിൽ അഥവാ ഹൈടെക്ക് ആയാലും വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെയും ഇടപെടലുകളുടെയും ഊഷ്മളത ഇ-ബിസിനസിൽ ലഭ്യമാവുകയില്ല. വസ്ത്രങ്ങൾ, സൗന്ദര്യ വർദ്ധക വസ്തുക്കൾ തുടങ്ങി കൂടുതൽ വ്യക്തിപരമായ ശ്രദ്ധ ആവശ്യമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഇ-കൊമേഴ്സ് രീതി ഒട്ടും അനുയോജ്യമല്ല.

2. ഓർഡർ നൽകുന്നതിനും അത് നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും ഇടയിലുള്ള വേഗതക്കുറവ് [Incongruence between order taking/giving and order fulfillment speed:]: വിവരങ്ങൾ ഒരു മൗസ് ക്ലിക്കിൽ കൈമാറാൻ സാധിക്കും. എന്നാൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഭൗതിക വിതരണം സമയമെടുക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ്. ഈ പൊരുത്തക്കേട് പലപ്പോഴും ഉപഭോക്താക്കളുടെ ക്ഷമയെ പരീക്ഷിച്ചേക്കാം. ചിലപ്പോഴെങ്കിലും സാങ്കേതിക തകരാർ മൂലം വെബ്സൈറ്റ് തുറക്കുന്നതിന് അസാധാരണമായ കാലതാമസം നേരിട്ടേക്കാം. ഇത് ഉപഭോക്താക്കളെ അസ്വസ്ഥരാക്കാം.

3. സാങ്കേതികമായ നൈപുണിയും കാര്യശേഷിയുമുള്ള കക്ഷികളുടെ ആവശ്യകത [Need for technology capability and competence of parties to e-business]: സാധാരണ എഴുത്തിനും വായനയ്ക്കും ഗണിതത്തിനും അപ്പുറം ഇ-ബിസിനസിന് കമ്പ്യൂട്ടർ ലോകത്ത് ഉയർന്ന പരിജ്ഞാനമുള്ള കക്ഷികൾ ആവശ്യമാണ്. ഈ ആവശ്യകതയാണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ ഡിജിറ്റൽ വിഭജനത്തിലേക്ക് (സമൂഹത്തെ കമ്പ്യൂട്ടർ പരിജ്ഞാനം ഉള്ളവരെന്നും ഇല്ലാത്തവരെന്നുമുള്ള വിഭജനം) നയിച്ചത്.

4. കക്ഷികൾ തമ്മിൽ പരസ്പരം അറിയാത്തത് കൊണ്ടും കണ്ടെത്താൻ കഴിയാത്തതു കൊണ്ടും ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടസാധ്യത [Increased risk due to anonymity and non traceability of parties]: ഇന്റർനെറ്റ് ഇടപാടുകൾ നടക്കുന്നത് എല്ലായ്പ്പോഴും സൈബർ വ്യക്തിത്വങ്ങൾ തമ്മിലാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ കക്ഷികളുടെ വ്യക്തിത്വം തിരിച്ചറിയുകയും ബന്ധം സ്ഥാപിക്കുകയും എളുപ്പമല്ല. മാത്രമല്ല, എവിടെ നിന്നാണ് ഇവർ പ്രവർത്തിക്കുന്നത് എന്ന് പോലും മറ്റൊരാൾക്ക് അറിയണമെന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഇന്റർനെറ്റ് വഴിയുള്ള ഇടപാടുകളിൽ നഷ്ടസാധ്യത കൂടുതലാണ്. ഇ-ബിസിനസ്സിന്റെ നഷ്ടസാധ്യത പിന്നെയും കൂടുതലാണ്. കാരണം, ഒരാളുടെ പേരിൽ മറ്റാരെങ്കിലും ഇടപാട് നടത്തുക, ലളിതമായി പറഞ്ഞാൽ ആൾമാറാട്ടം, ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് വിവരങ്ങൾ പോലുള്ള രഹസ്യാത്മക വിവരങ്ങൾ ചോർന്നുപോകാനുള്ള സാധ്യത എന്നിവയും തള്ളിക്കളയാൻ കഴിയില്ല. കമ്പ്യൂട്ടർ അധിഷ്ഠിത പ്രശ്നങ്ങളായ വൈറസ്, ഹാക്കിംഗ്, തുടങ്ങിയ കുഴപ്പങ്ങൾ വേറെയുമുണ്ട്. ഓൺലൈൻ ബിസിനസിന്റെ സുരക്ഷിതത്വത്തിന്റെയും, ഭദ്രതയുടെയും ആശങ്കകളെ പറ്റി ചർച്ച ചെയ്യുമ്പോൾ നമുക്ക് ഈ വിഷയം കൂടുതൽ പരിശോധിക്കാം.

5. ആളുകളുടെ വിമുഖത [People's resistance]: പുതിയ പ്രവണതകൾ ശീലിക്കുന്നതിനും പുതിയ സങ്കേതങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് പരിശീലിക്കുന്നതിനുമുള്ള വിമുഖത ആളുകളിൽ മനഃക്ലേശവും ബുദ്ധിമുട്ടും ഉണ്ടാക്കുകയും അവരിൽ അരക്ഷിതത്വ ബോധം സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതുകൊണ്ട് തന്നെ, ഇ-ബിസിനസ്സിലേക്ക് തിരിയാനുള്ള സ്ഥാപനത്തിന്റെ പരിശ്രമങ്ങളെ ജീവനക്കാരും മറ്റുള്ളവരും എതിർത്തേക്കാം.

6. ധാർമ്മികമായ വീഴ്ചകൾ [Ethical fallouts]: 'നിങ്ങൾ സ്ഥാപനം വിട്ടുപോകാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്നുവെങ്കിൽ ഇപ്പോൾ തന്നെ വിട്ടുപൊയ്

പട്ടിക 5.1 : പരമ്പരാഗത ബിസിനസ്സും ഇ-ബിസിനസ്സും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം

വ്യത്യാസത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം	പരമ്പരാഗത ബിസിനസ്	ഇ- ബിസിനസ്
രൂപീകരണത്തിനുള്ള എളുപ്പം	ബുദ്ധിമുട്ടേറിയതാണ്	താരതമ്യേന എളുപ്പമാണ്
കക്ഷികളുടെ ഭൗതികമായ സാന്നിദ്ധ്യം	ആവശ്യമാണ്	ആവശ്യമില്ല
സ്ഥലപരമായ ആവശ്യം	അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ ലഭ്യമാകുന്ന സ്ഥലത്തോ വിപണിയുടെ സമീപത്തോ ആയിരിക്കും.	ഇത്തരം പ്രത്യേക ആവശ്യങ്ങൾ ബാധകമല്ല.
രൂപീകരണ ചെലവ്	കൂടുതൽ	ഭൗതിക സാഹചര്യങ്ങളുടെ കുറഞ്ഞ ആവശ്യകത മൂലം വളരെ കുറവ്.
പ്രവർത്തന ചെലവുകൾ	സംഭരണത്തിനും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നതിനും ഉൽപ്പാദനത്തിനും വിപണനത്തിനും വിതരണത്തിനുമെല്ലാം ആവശ്യമായ സ്ഥിരം ചെലവുകൾ ഉള്ളതുകൊണ്ട് വളരെ കൂടുതൽ.	ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സ്വന്തമായി സൂക്ഷിക്കുന്നതിനേക്കാൾ വേഗത്തിൽ ബന്ധപ്പെടാൻ കഴിയുന്ന ശൃംഖലയ്ക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകുന്നതുകൊണ്ട് കുറവാണ്
വിതരണക്കാരും ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള ഇടപെടലിന്റെ പ്രകൃതം.	ഇടനിലക്കാരിലൂടെ പരോക്ഷമായി.	നേരിട്ട്
ആഭ്യന്തര ആശയവിനിമയ രീതികൾ	ശ്രേണീ ബന്ധിതമാണ്. ഉന്നതതലത്തിൽ നിന്ന് മദ്ധ്യ തലത്തിലേക്കും മദ്ധ്യതലത്തിൽ നിന്ന് കീഴ് തലത്തിലേക്കും പിന്നീട് പ്രവർത്തന തലത്തിലേക്കും.	ശ്രേണീബന്ധിതമല്ല. നെടുകെയും കുറുകെയും കോണോടുകോൺ ഉള്ളതുമായ ആശയവിനിമയം.
ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളോടുള്ള പ്രതികരണ സമയം.	ദൈർഘ്യമേറിയത്	തൽക്ഷണം
സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഘടനാപരമായ രൂപം.	ആജ്ഞാ ശ്രേണിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉള്ളതുകൊണ്ട് നെടുകെ ഉയരത്തിലുള്ള ഘടന.	നേരിട്ടുള്ള ആജ്ഞകളും ആശയവിനിമയവും ആയതുകൊണ്ട് കുറുകെ പരന്ന ഘടന.
വ്യാപാരചക്രവും ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളും.	ക്രമമായ മുൻ-പിൻ ബന്ധങ്ങൾ. അതായത്, വാങ്ങൽ/ഉൽപ്പാദനം, പ്രവർത്തനം, വിപണനം, വിൽപ്പന എന്നതുകൊണ്ട് സുദീർഘമായ വ്യാപാര ചക്രം.	തത്സമയത്തുള്ള വിവിധ പ്രക്രിയകൾ, അതുകൊണ്ട് തന്നെ താരതമ്യേന ചെറിയ വ്യാപാര ചക്രം.
വ്യക്തിബന്ധങ്ങൾക്കുള്ള സാധ്യത	വളരെ കൂടുതൽ	തീരെയില്ല

ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മുൻപേ പരിശോധിക്കാനുള്ള അവസരം.	വളരെ കൂടുതൽ	കുറവ്. പക്ഷെ ഡിജിറ്റൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളായ സംഗീതം, സിനിമകൾ, പുസ്തകങ്ങൾ, സോഫ്റ്റ് വെയറുകൾ തുടങ്ങിയവ പരിശോധിക്കാൻ കഴിയും.
ആഗോള വിപണിയിലേക്കുള്ള സുഗമമായ പ്രവേശനം	കുറവാണ്	സൈബർ ലോകത്തിന് അതിരുകളില്ലാത്തതുകൊണ്ട് കൂടുതലാണ്.
സർക്കാർ അനുഭാവം	കുറഞ്ഞു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.	വിവര സാങ്കേതിക മേഖലയ്ക്ക് ഉയർന്ന പ്രാധാന്യം നൽകുന്നതുകൊണ്ട് സർക്കാർ ഉയർന്ന പരിഗണന നൽകുന്നു.
മനുഷ്യവിഭവശേഷിയുടെ പ്രകൃതം	അവിദഗ്ദ്ധ, അർദ്ധ വിദഗ്ദ്ധ തൊഴിലാളികൾ മാത്രമേ ആവശ്യമുള്ളൂ.	സാങ്കേതികമായും വൈദഗ്ദ്ധ്യപരമായും യോഗ്യരായ ജീവനക്കാർ ആവശ്യമുണ്ട്.
ഇടപാടുകളിലെ നഷ്ടസാധ്യത	മുഖാമുഖം, കയ്യെത്തും ദൂരത്തുള്ള ഇടപാടുകൾ ആയതുകൊണ്ട് തീരെ കുറവ്	ഇടപാടുകാർ അകലങ്ങളിലുള്ളവരായതുകൊണ്ടും പരിചയമില്ലാത്തവരായതുകൊണ്ടും നഷ്ട സാധ്യത കൂടുതലാണ്.

ക്കോളൂ' സബീന തന്റെ സുഹൃത്തിനയച്ച ഇ-മെയിൽ കാണിച്ചുകൊണ്ട് സ്ഥാപനത്തിലെ മനുഷ്യ വിഭവശേഷി മാനേജർ പറഞ്ഞപ്പോൾ, തന്റെ വ്യക്തിപരമായ ഇ-മെയിൽ അക്കൗണ്ട് എങ്ങിനെ തന്റെ മേധാവി കണ്ടു എന്ന് അത്ഭുതപ്പെടുകയും അമ്പരക്കുകയും ചെയ്തു. പല സ്ഥാപനങ്ങളും തങ്ങളുടെ ജീവനക്കാർ ഉപയോഗിക്കുന്ന കമ്പ്യൂട്ടർ ഫയലുകൾ, ഇ-മെയിൽ അക്കൗണ്ടുകൾ, സന്ദർശിക്കുന്ന വെബ്സൈറ്റുകൾ തുടങ്ങിയവ നിരീക്ഷിക്കുന്നതിനായി ഒരു ഇലക്ട്രോണിക് കണ്ണ് (Electronic eye) ഉപയോഗപ്പെടുത്താറുണ്ട്. ഇത് ധാർമ്മികതയ്ക്ക് നിരക്കുന്നതാണോ എന്ന് സ്വയം വിലയിരുത്തുക.

പരിമിതികൾക്കുള്ളിലും ഇ-കൊമേഴ്സാണ് ഇനിയുള്ള മാർഗ്ഗം. [Despite limitations, e-commerce is the way]

ഇ-ബിസിനസിനെ കുറിച്ചുള്ള മിക്കവാറും പരിമിതികൾ മറികടന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ് സൂചിപ്പിക്കേണ്ട പ്രധാന വസ്തുത. വെബ്സൈറ്റുകൾ സൗഹൃദരഹിതമാണ് എന്ന പരാതി ഒഴിവാക്കാനായി കൂടുതൽ പാരസ്പര്യമുള്ളവാക്കുന്നതായി മാറ്റുന്നു. ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേനയുള്ള ആശയവിനിമയം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി വേഗതയും ഗുണമേന്മയും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്ന നൂതന ആശയവിനിമയ സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ തുടർച്ചയായി ഉരുത്തിരിഞ്ഞു വരുന്നുണ്ട്. സർക്കാർ, സർക്കാരിതര ഏജൻസികളും മറ്റ് അന്താരാഷ്ട്ര സംഘടനകളും

ഗ്രാമങ്ങളിലും നാട്ടിൻപുറങ്ങളിലുമെല്ലാം സാമൂഹ്യ ടെലിസെന്ററുകളും അക്ഷയ കേന്ദ്രങ്ങൾ പോലുള്ള കമ്പ്യൂട്ടർ സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളും ആരംഭിച്ച് ഡിജിറ്റൽ വിഭജനം ഒഴിവാക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ നടത്തിവരുന്നുണ്ട്. ഭാരതത്തിന്റെ എല്ലാ മുക്കിലും മൂലയിലും ഇ-കൊമേഴ്സ് എത്തിക്കുന്നതിനായി ഇത്തരത്തിലുള്ള ഏകദേശം നൂറ്റിയമ്പതോളം പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നുണ്ട്.

ഇന്നത്തെ സാഹചര്യത്തിൽ, ഭാരതം കമ്പ്യൂട്ടർ സാക്ഷരതയുടെയും ഉപയോഗത്തിന്റെയും കാര്യത്തിലും ഇന്റർനെറ്റ് സേവനങ്ങളുടെ ലഭ്യതയുടെ കാര്യത്തിലും ഏത് വികസിത രാജ്യങ്ങളോടും കിടപിടിക്കുന്ന രീതിയിൽ വികസിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്ന് നിസ്സംശയം പറയാം.

മുകളിലെ ചർച്ചകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഇ-ബിസിനസ്, ഭാരതത്തിലെ ബിസിനസ് ഭരണരംഗത്ത് മാത്രമല്ല, സാമ്പത്തിക രംഗത്തും ആകെ രൂപമാറ്റം വരുത്തും എന്നതിൽ തർക്കമില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഇ-ബിസിനസ് രീതികൾ എങ്ങനെയാണ് നടത്തുന്നത് എന്ന് അറിഞ്ഞിരിക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും.

5.5. ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകൾ [Online Transactions]

പ്രവർത്തനപരമായി ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ മൂന്ന് ഘട്ടങ്ങൾ നമുക്ക് ദർശിക്കാൻ കഴിയും. ഒന്നാമതായി, പരസ്യം ഉൾപ്പടെയുള്ള വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്ന വാങ്ങൽ വിൽക്കലിന് മുൻപുള്ള ഘട്ടം. രണ്ടാമതായി, വില തീരുമാനിക്കുന്നതും ഇടപാട് ഉറപ്പിക്കുന്നതും വില നൽകുന്നതുമായ ഘട്ടം. മൂന്നാമതായി ഉൽപ്പന്നം എത്തിച്ച് കൊടുക്കുന്ന ഘട്ടം. ഇതിൽ മൂന്നാമത്തെ ഘട്ടം ഒഴികെ രണ്ട് ഘട്ടങ്ങളിലും വിവരങ്ങൾ കൈമാറുക മാത്രമാണ് ചെയ്യുന്നത്. പരമ്പരാഗത ബിസിനസ് രീതിയിലും ഇത്തരം ആശയവിനിമയം നടക്കുന്നുണ്ട്, പക്ഷെ കൂടുതൽ ചെലവും സമയവും വേണ്ടി വരുമെന്ന് മാത്രം. ഉദാഹരണമായി, പരമ്പരാഗത ബിസിനസിൽ മുഖാമുഖം സംവദിക്കുന്നതിനും ഒരു കക്ഷിക്ക് മറുകക്ഷിയുടെ സമീപമെത്താനും അത്രയും ദൂരം യാത്ര ചെയ്യേണ്ടി വരും. അതിന് കൂടുതൽ ചെലവും സമയവും അദ്ധ്വാനവും വേണ്ടി വരും. വിവരങ്ങൾ തപാൽ വഴി അയക്കുകയാണെങ്കിലും ഒരുപാട് സമയം വേണ്ടിവരും. ഇന്ന് ഇന്റർനെറ്റും മൊബൈൽ ഫോണും ആശയവിനിമയം തത്സമയം ലഭ്യമാക്കുന്ന തലത്തിലേക്ക് മാറിയിരിക്കുന്നു. സോഫ്റ്റ്‌വെയർ, സംഗീതം, സിനിമ തുടങ്ങിയ വിവരസാങ്കേതിക വിദ്യയിലധിഷ്ഠിതമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിതരണം പോലും ഓൺലൈനായി ചെയ്യാൻ കഴിയും.

ഇതുവരെ ഇവിടെ വിവരിച്ചത് ഉപഭോക്താവിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിലൂടെയുള്ള ഓൺലൈൻ വ്യാപാരത്തെക്കുറിച്ചാണ്. ഒരു വിൽപ്പനക്കാരന്റെ കാഴ്ച്ചപ്പാടിലൂടെയുള്ള ഓൺലൈൻ വ്യാപാരത്തെക്കുറിച്ച്, ഇ-ബിസിനസ്സിന് ആവശ്യമുള്ള വിഭവങ്ങൾ എന്ന ഭാഗത്ത് വിശദീകരിക്കാം. ഇപ്പോൾ നമുക്ക് സാധനങ്ങൾ ഷോപ്പിംഗ് മാളിൽ പോയി വാങ്ങുന്നതിന് പകരം ഓൺലൈനായി വാങ്ങുന്നതിനുള്ള നടപടിക്രമങ്ങൾ പരിചയപ്പെടാം.

1. **രജിസ്ട്രേഷൻ [Registration]**: ഓൺലൈൻ ഷോപ്പിംഗ് നടത്താനുദ്ദേശിക്കുന്ന എല്ലാവരും ഓൺലൈൻ വിൽപ്പന വെബ്സൈറ്റുകളിൽ ഒരു രജിസ്ട്രേഷൻ ഫോറം ഓൺലൈനായിത്തന്നെ പൂരിപ്പിച്ച് രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിരിക്കണം. ഇപ്പോൾ എല്ലാവരും ഒന്നുകിൽ ഇ-മെയിൽ അല്ലെങ്കിൽ മൊബൈൽ നമ്പർ ഉപയോഗിച്ച്

വിവരസാങ്കേതികവിദ്യ ചട്ടം 2000 – കടലാസ് രഹിത സമൂഹത്തിലേക്കുള്ള ചുവടുവയ്പ് (Information Technology Act 2000 Paves way for paperless Society)

ബിസിനസ് ലോകത്തെയും സർക്കാർ സംവിധാനങ്ങളെയും കടലാസ് രഹിത ഇടപാടുകളിലേക്ക് നയിച്ച 2000 ലെ വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യ ചട്ടത്തിലെ ചില പ്രസക്ത ഭാഗങ്ങൾ താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

ഇലക്ട്രോണിക് രേഖകൾക്ക് നിയമപരമായ അംഗീകാരം [ഭാഗം 4] : എന്തെങ്കിലും വിവരങ്ങൾ രേഖാമൂലമോ ടൈപ്പ് ചെയ്തോ പ്രിൻറ് ചെയ്തോ അറിയിക്കണം എന്ന് ഏതെങ്കിലും നിയമത്തിൽ അനുശാസിക്കുന്നു എങ്കിൽ, അത്തരം നിയമങ്ങൾ എന്തൊക്കെ പറഞ്ഞാലും ആ വിവരങ്ങൾ ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന രീതിയിലോ കൈകാര്യം ചെയ്യാവുന്ന രീതിയിലോ ലഭ്യമാക്കിയാൽ ആ ആവശ്യം സാധ്യമാക്കപ്പെട്ടു എന്ന് നിയമപരമായി തന്നെ കരുതാം എന്ന് ഈ ഭാഗം വ്യക്തമാക്കുന്നു.

ഡിജിറ്റൽ ഒപ്പുകൾക്ക് നിയമപരമായ അംഗീകാരം [ഭാഗം 5] : എന്തെങ്കിലും വിവരങ്ങൾ ഒപ്പുവച്ച് അംഗീകരിക്കണം എന്നോ അല്ലെങ്കിൽ ഏതെങ്കിലും രേഖകളിൽ ആരുടെയെങ്കിലും ഒപ്പ് ഉണ്ടായിരിക്കണം എന്നോ ഏതെങ്കിലും നിയമത്തിൽ അനുശാസിക്കുന്നു എങ്കിൽ, അത്തരം നിയമങ്ങൾ എന്തൊക്കെ പറഞ്ഞാലും അത്തരം വിവരങ്ങളിൽ കേന്ദ്ര സർക്കാർ അനുശാസിക്കുന്ന രീതിയിലുള്ള ഡിജിറ്റൽ ഒപ്പ് വച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ ആ ആവശ്യം സാധ്യമാക്കപ്പെട്ടു എന്ന് നിയമപരമായി തന്നെ കരുതാം എന്ന് ഈ ഭാഗം വ്യക്തമാക്കുന്നു.

സർക്കാരിലും സർക്കാർ ഏജൻസികളിലും ഇലക്ട്രോണിക് രേഖകളും ഡിജിറ്റൽ ഒപ്പുകളും ഉപയോഗിക്കൽ [ഭാഗം 6-1] ഏതെങ്കിലും നിയമത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഏതെങ്കിലും ഫോറങ്ങളോ അപേക്ഷകളോ മറ്റെന്തെങ്കിലും രേഖകളോ ഏതെങ്കിലും പ്രത്യേക രീതിയിൽ അതാത് സർക്കാരുകളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലോ നിയന്ത്രണത്തിലോ ഉള്ള ഏതെങ്കിലും ഓഫീസിലോ അധികാരികൾക്കോ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കോ ഏജൻസികൾക്കോ ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള ലൈസൻസ്, അനുമതിപത്രം, അംഗീകാരം നൽകൽ എന്നിങ്ങനെ ഏതു പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്നതായാലും ഏതെങ്കിലും രീതിയിലുള്ള പണം നൽകലോ സ്വീകരിക്കലോ, ഇന്നത്തെ സ്ഥിതിയിൽ നിലവിലുള്ള നിയമങ്ങളിൽ എന്തൊക്കെ പറഞ്ഞാലും അതത് സർക്കാരുകൾ പറയുന്ന രീതിയിൽ ഇലക്ട്രോണിക് ആയി സമർപ്പിക്കപ്പെടുക, വിതരണം ചെയ്യുക, അനുവദിക്കുക, പണം നൽകുക, അല്ലെങ്കിൽ വാങ്ങുക എന്താണോ അത്, ചെയ്തു കഴിഞ്ഞാൽ അത്തരം ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റപ്പെട്ടതായി കണക്കാക്കും.

ഇലക്ട്രോണിക് രേഖകൾ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കൽ [ഭാഗം 7-1] ഏതെങ്കിലും നിയമം അനുശാസിക്കുന്നു എങ്കിൽ പ്രമാണങ്ങളോ രേഖകളോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റെന്തെങ്കിലും വിവരങ്ങളോ നിശ്ചിത കാലത്തേക്ക് സൂക്ഷിച്ച് വെക്കേണ്ട ആവശ്യമുണ്ടെങ്കിൽ ആ രേഖകളോ പ്രമാണങ്ങളോ വിവരങ്ങളോ ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ നിലനിർത്തിയിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ പ്രസ്തുത ആവശ്യം തൃപ്തിപ്പെടുത്തിയതായി കണക്കാക്കാം.

അവലംബം: *വിവരസാങ്കേതികവിദ്യ ചട്ടം, 2000*

രജിസ്റ്റർ ചെയ്യാനാണ് ആവശ്യപ്പെടുന്നത്. രജിസ്ട്രേഷൻ എന്നത് കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത് നിങ്ങൾ ഓൺലൈൻ വിൽപ്പന വെബ്സൈറ്റിൽ ഒരു അക്കൗണ്ട് തുടങ്ങുന്നു എന്നാണ്. വിവരങ്ങൾ നൽകുന്ന കൂട്ടത്തിൽ നിങ്ങൾ ഒരു രഹസ്യ പാസ്സ്‌വേർഡ് നൽകിയിരിക്കണം. നിങ്ങളുടെ അക്കൗണ്ടും സാധനങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുത്ത് വയ്ക്കുന്ന ഷോപ്പിങ്ങ് കാർട്ടും ഈ പാസ്സ്‌വേർഡ് ഉപയോഗിച്ച് സംരക്ഷിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നതാണ്. അല്ലെങ്കിൽ മറ്റാരെങ്കിലും നിങ്ങളുടെ അക്കൗണ്ടിൽ കയറി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുകയോ മറ്റോ ചെയ്യാം. അത് നിങ്ങൾക്ക് ചിലപ്പോൾ കുഴപ്പങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാം.

2. ഓർഡർ നൽകുക [Placing an order]: നിങ്ങൾക്ക് താൽപര്യമുള്ള വസ്തുക്കൾ വാങ്ങാൻ തീരുമാനിക്കുന്നതിന് മുൻപ് അവ തെരഞ്ഞെടുത്ത് ഷോപ്പിങ്ങ് കാർട്ടിൽ സൂക്ഷിക്കാം. ഓൺലൈനായി സാധനങ്ങൾ തിരയുമ്പോൾ നിങ്ങൾ മാറ്റി വയ്ക്കുന്ന സാധനങ്ങളുടെ പട്ടികയാണ് 'ഷോപ്പിങ്ങ് കാർട്ട്'. സാധാരണ കടയിൽ സാധനങ്ങൾ മാറ്റി വയ്ക്കുന്നതുപോലെ ഓൺലൈനിൽ സാധനങ്ങൾ മാറ്റി വയ്ക്കുന്ന രീതിയാണിത്. ഏത് സാധനമാണ് വാങ്ങേണ്ടത് എന്ന് തീരുമാനിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ നിങ്ങൾക്ക് പണം നൽകാനുള്ള രീതികൾ തിരഞ്ഞെടുക്കാം.

3. പണം നൽകുന്ന രീതികൾ [Payment mechanism]: ഓൺലൈനായി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുമ്പോൾ പണം നൽകുന്നതിനായി പല മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കാം.

1. സാധനം നൽകുമ്പോൾ പണം നൽകൽ [Cash on Delivery (CoD)]: പേര് സൂചിപ്പിക്കുന്നതുപോലെ തന്നെ ഓൺലൈനായി ഓർഡർ ചെയ്ത സാധനങ്ങൾ നമ്മുടെ കൈവശം എത്തുമ്പോൾ മാത്രം പണം നൽകുകയാണ് ഇവിടെ ചെയ്യുന്നത്.

2. ചെക്ക് മുഖേന [Cheque]: ഓൺലൈൻ വിൽപ്പനക്കാർ ഉപഭോക്താവിന്റെ കൈയ്യിൽ നിന്ന് ചെക്ക് സ്വീകരിക്കാനുള്ള സൗകര്യം ചെയ്യുകയും അത് പണമാക്കി മാറ്റിയ ശേഷം സാധനം അയക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

3. നെറ്റ് ബാങ്കിംഗ് മുഖേന [Net banking Transfer]: എല്ലാ ബാങ്കുകളും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഇന്റർനെറ്റ് മുഖേന പണം കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള സൗകര്യം ചെയ്തുകൊടുക്കാറുണ്ട്. ഇതുവഴി വാങ്ങുന്നയാൾ വിൽപ്പനക്കാരന്റെ അക്കൗണ്ടിലേക്ക് പണം കൈമാറ്റം ചെയ്യുകയും അതിനനുസരിച്ച് സാധനം അയക്കാനുള്ള നടപടികൾ ആരംഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

4. ക്രെഡിറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ ഡെബിറ്റ് കാർഡുകൾ [Credit or Debit Cards]: ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ പണം നൽകുന്നതിന് ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതിയാണ് പ്ലാസ്റ്റിക് മണി എന്നറിയപ്പെടുന്ന ക്രെഡിറ്റ്, ഡെബിറ്റ് കാർഡുകൾ. ഏതാണ്ട് തൊണ്ണൂറ്റിയഞ്ച് ശതമാനം ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളും നടക്കുന്നത് ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് മുഖേനയാണ്. ഈ കാർഡ് കൈവശമുള്ളവർക്ക് കടമായി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുവാൻ സാധിക്കും. ഓൺലൈൻ വിൽപ്പനക്കാരന് കാർഡ് ഉടമ നൽകാനുള്ള തുക കാർഡ് വിതരണം ചെയ്ത ബാങ്ക് നൽകുകയും വാങ്ങുന്നയാളുടെ അക്കൗണ്ടിൽ തുക ചെലവായി കാണിക്കുകയും ചെയ്യും. ഈ തുക പലപ്പോഴും തവണകളായി അടയ്ക്കാനുള്ള സൗകര്യം ബാങ്കുകൾ നൽകാറുണ്ട്. ഡെബിറ്റ് കാർഡ് ഉടമയ്ക്ക് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടിലുള്ള അത്രയും തുകയ്ക്ക് സാധനം വാങ്ങാം. ഇടപാട് നടത്തിയ ഉടൻ തന്നെ അത്രയും തുക അക്കൗണ്ടിൽ നിന്ന് കുറവ് ചെയ്യും.

പണമിടപാടിന് ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് അംഗീകരിക്കണമെങ്കിൽ വിൽപ്പനക്കാരന് ഉപഭോക്താവിന്റെ ക്രഡിറ്റ് കാർഡ് വിവരങ്ങൾ സുരക്ഷിതമായി ശേഖരിക്കുന്നതിനുള്ള സംവിധാനം ആവശ്യമാണ്. കാർഡുകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള പണമിടപാട് പ്രക്രിയ ഒന്നുകിൽ നേരിട്ട് ചെയ്യാം അല്ലെങ്കിൽ ഓൺലൈനായി എസ്.എസ്.എൽ. സർട്ടിഫിക്കറ്റ് (SSL -Secure Sockets Layer) Certificate സംവിധാനത്തിലൂടെ ചെയ്യാം.

5. ഡിജിറ്റൽ പണം [Digital cash]:

സൈബർ സ്ഥലത്ത് മാത്രം സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിലുള്ള ഈ പണത്തിന് ഭൗതിക രൂപമില്ലെങ്കിലും യാഥാർത്ഥ പണം ഉപയോഗിക്കുന്നത് പോലെ തന്നെ ഇലക്ട്രോണിക് രൂപത്തിൽ ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയും. ഇതിന് വേണ്ടി ആദ്യം ചെയ്യേണ്ടത്, ഡിജിറ്റൽ പണം നൽകുന്ന ബാങ്കിന് ആവശ്യമായ മുൻകൂർ പണം നൽകി നിങ്ങളുടെ പേരിൽ ഡിജിറ്റൽ പണം അനുവദിപ്പിക്കുക എന്നതാണ്. അതിന് ശേഷം ബാങ്ക് നിങ്ങൾക്ക് ഒരു സോഫ്റ്റ്‌വെയർ അയച്ചുതരികയും അത് നിങ്ങളുടെ കമ്പ്യൂട്ടറിൽ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യാം. ആവശ്യം വരുമ്പോൾ ഈ ഡിജിറ്റൽ പണം ഉപയോഗിച്ച് ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാം. ഇത്തരം സംവിധാനം ക്രഡിറ്റ് കാർഡ് നമ്പറുകൾ ഇന്റർനെറ്റിൽ നൽകുന്നത് വഴിയുള്ള സുരക്ഷിതത്വ പ്രശ്നങ്ങൾ ഇല്ലാതാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

5.6 ഇലക്ട്രോണിക് ഇടപാടുകളിലെ സംരക്ഷണവും സുരക്ഷിതത്വവും : ഇ-ബിസിനസ് നഷ്ടസാധ്യതകൾ [Security and Safety of e-Transactions: e-Business Risks]

ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകൾക്ക് പരമ്പരാഗതമായ മുഖാമുഖ ഇടപാടുകളെ അപേക്ഷിച്ച് നഷ്ടസാധ്യതകൾ ഏറെയുണ്ട്. നഷ്ടസാധ്യത എന്ന് പറയുന്നത് ഇടപാടിൽ ഉൾപ്പെടുന്ന ആളു

ചിത്രം 5.3 (A) യും (B) യും :
ഇ-ബിസിനസ്സിലൂടെ ഉൽപ്പന്ന വിതരണ ശൃംഖല ദൈർഘ്യം കുറയ്ക്കുന്ന വിധം

കൾക്ക് ഏതെങ്കിലുമൊക്കെ അനിഷ്ടസംഭവങ്ങൾ മൂലം ഉണ്ടാകാവുന്ന ധനപരമായതോ മാനസികമായതോ യശസ്സിനെ ബാധിക്കുന്നതോ ആയ ഏത് തരം നഷ്ടങ്ങളും ആകാം. ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകൾ കൂടുതലായതുകൊണ്ട് ഇ-ബിസിനസ്സിൽ ഇലക്ട്രോണിക് ഇടപാടുകളിലെ സംരക്ഷണവും സുരക്ഷിതത്വവും ഏറ്റവും നിർണ്ണായകമായ വിഷയമാകുന്നു. ഇത്തരം വിഷയങ്ങളെ വിശാലമായ അർത്ഥത്തിൽ ഇടപാടുകളിലെ നഷ്ടസാധ്യത, വിവരങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് വയ്ക്കുന്നതിലെയും കൈമാറുന്നതിലെയും നഷ്ടസാധ്യത, ബൗദ്ധിക സ്വത്തവകാശത്തിനും സ്വകാര്യതയ്ക്കും നേർക്കുള്ള ഭീഷണി എന്നിങ്ങനെ മൂന്ന് വിഭാഗങ്ങളായി ചർച്ച ചെയ്യാം.

1. ഇടപാടുകളിലെ നഷ്ട സാധ്യത [Transaction risks]:

ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിൽ പലവിധ നഷ്ടങ്ങൾ സംഭവിക്കാൻ സാധ്യതയുണ്ട്.

- ഉപഭോക്താവ് നൽകിയ ഓർഡർ ലഭിച്ചിട്ടേയില്ല എന്ന് വിൽപ്പനക്കാരന് നിഷേധിക്കാം. അല്ലെങ്കിൽ ഓർഡർ നൽകിയിട്ടേയില്ല എന്ന് ഉപഭോക്താവിന് നിഷേധിക്കാം. ഇതിനെ ഓർഡർ നൽകുന്നതിലെ അല്ലെങ്കിൽ എടുക്കുന്നതിലെ വീഴ്ച എന്ന് പറയാം.
- ഉദ്ദേശിച്ച ഉൽപ്പന്നം ലഭിക്കാതിരിക്കുക, ഉൽപ്പന്നം തെറ്റായ വിലാസത്തിൽ വിതരണം ചെയ്യുക, ഓർഡർ ചെയ്യാത്ത മറ്റൊരു ഉൽപ്പന്നം വിതരണം ചെയ്യുക എന്നിങ്ങനെയുള്ള ഉൽപ്പന്ന വിതരണത്തിലെ വീഴ്ചകൾ സംഭവിക്കാവുന്നതാണ്.
- വിതരണം ചെയ്ത വസ്തുവിന് ഉപഭോക്താവ് പണം നൽകി എന്ന് അവകാശപ്പെടുകയും വിൽപ്പനക്കാരൻ പണം ലഭിച്ചില്ല എന്ന് പരാതിപ്പെടുകയും ചെയ്യുക. ഇതിനെ പണം നൽകുന്നതിലുണ്ടാകുന്ന വീഴ്ച എന്ന് പറയുന്നു.

ഇത്തരത്തിൽ ഇ-ബിസിനസ്സിലുള്ള നഷ്ടസാധ്യത വിൽപ്പനക്കാരനിൽ നിന്നോ വാങ്ങുന്നയാളിൽ നിന്നോ ഓർഡർ നൽകുന്നതിലോ എടുക്കുന്നതിലോ ഉൽപ്പന്നം വിതരണം ചെയ്യുന്നതിലോ പണം നൽകുന്നതിലോ ഉടലെടുക്കാം. ഇത്തരം പ്രശ്നങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി വ്യക്തിവിവരങ്ങളും വിലാസവും പരിശോധിച്ച് മാത്രം രജിസ്ട്രേഷൻ അനുവദിക്കുകയും തുടർന്ന് ഓർഡറും പണവും സ്വീകരിക്കാവുന്നതുമാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് ഉപഭോക്താവ് തന്റെ വ്യക്തിവിവരങ്ങൾ രജിസ്ട്രേഷൻ ഫോമിൽ കൃത്യമായാണ് രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത് എന്ന് ഉറപ്പിക്കാൻ വിൽപ്പനക്കാരൻ കുക്കീസിൽ നിന്ന് പരിശോധിച്ച് ഉറപ്പ് വരുത്താവുന്നതാണ്. (ടെലിഫോണിലെ വിളിക്കുന്നയാളെ തിരിച്ചറിയുന്ന സംവിധാനം പോലെ ടെലിവിപണനക്കാർക്ക് ഉപഭോക്താക്കളുടെ പേര്, വിലാസം, മുൻപ് വാങ്ങിയതിന്റെയും പണമിടപാടിന്റെയും വിവരങ്ങൾ തുടങ്ങിയ പ്രസക്തമായ വിവരങ്ങൾ നൽകുന്ന സംവിധാനമാണ് കുക്കീസുകൾ). പരിചയമില്ലാത്ത വിൽപ്പനക്കാരുമായി ഇടപെടുമ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സുരക്ഷിതത്വം ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിന് പ്രശസ്തമായ ഷോപ്പിംഗ് വെബ്സൈറ്റുകളിൽ നിന്നു മാത്രം ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകൾ നടത്തുക എന്നതാണ് എളുപ്പമാർഗ്ഗം. ഇത്തരം വിതരണക്കാരെ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഓൺലൈനായി വിൽക്കാൻ അനുവദിക്കുമ്പോൾ പ്രശസ്ത വെബ്സൈറ്റുകൾ വിതരണക്കാരുടെ വിലാസവും വ്യക്തിവിവരങ്ങളും മുൻകാല സേവനരീതികളും എല്ലാം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കാറുണ്ട്. ഇ-ബേ (E-bay) പോലുള്ള സൈറ്റുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽപ്പനക്കാരെ ഗ്രേഡ് ചെയ്യാനുള്ള അവസരം പോലും നൽ

കാറുണ്ട്. ഈ സൈറ്റുകൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിലുള്ള പിഴവുകളിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സംരക്ഷണം നൽകുന്നു. പലപ്പോഴും നൽകിയ പണം തിരിച്ച് നൽകുക പോലും ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

പണം നൽകുന്ന കാര്യത്തിൽ, മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചത് പോലെ, തൊണ്ണൂറ്റിയഞ്ച് ശതമാനം ആളുകളും ഓൺലൈൻ വാങ്ങലുകൾക്കായി ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് ആണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഓർഡർ ഉറപ്പിക്കുന്ന സമയത്ത് വാങ്ങുന്നയാൾ ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് നമ്പർ, കാർഡ് വിതരണം ചെയ്ത സ്ഥാപനം അല്ലെങ്കിൽ ബാങ്ക്, കാർഡിന്റെ കാലാവധി തുടങ്ങിയ വിവരങ്ങൾ ഓൺലൈനായി നൽകേണ്ടതുണ്ട്. ഈ വിവരങ്ങൾ ഓഫ് ലൈനായും വിശകലനം ചെയ്യാറുണ്ട്. അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, കടത്തിന്റെ പരിധി ലഭ്യമാണ് എന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തിയ ശേഷം മാത്രമേ വിൽപ്പനക്കാരൻ സാധനം വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ ആരംഭിക്കുകയുള്ളൂ. ഇതിന് പകരമായി ക്രെഡിറ്റ്കാർഡ് വിവരങ്ങൾ ഓൺലൈനായി തന്നെ പരിശോധിക്കുന്നതിനുള്ള സാങ്കേതികവിദ്യയും ഇ-ബിസിനസിലുണ്ട്. ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് വിവരങ്ങൾ സുരക്ഷിതമാക്കുന്നതിനും അവ ദുരുപയോഗം ചെയ്യുന്നത് തടയുന്നതുമായി ഷോപ്പിംഗ് മാളുകളും, ഷോപ്പിംഗ് വെബ്സൈറ്റുകളും എൻക്രിപ്ഷൻ എന്ന സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. വിവരങ്ങളെ പാസ്സ്‌വേർഡ് ഉപയോഗിച്ച് സംരക്ഷിക്കുകയും യഥാർത്ഥ ഗുണഭോക്താക്കൾക്ക് മാത്രം ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്ന സംവിധാനമാണ് എൻക്രിപ്ഷൻ സാങ്കേതികവിദ്യ. ആദായനികുതി വകുപ്പ് നികുതിദായകരുമായുള്ള എല്ലാ ആശയവിനിമയങ്ങളിലും ഈ സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. വരുന്ന ഭാഗങ്ങളിൽ ഓൺലൈൻ ഇടപാടുകളിലെ വിവരം കൈമാറുന്നതിലെ നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നൽകുന്ന എൻക്രിപ്ഷൻ, ക്രിപ്റ്റോഗ്രാഫി എന്നീ സാങ്കേതികവിദ്യകളെ കുറിച്ച് നമുക്ക് പരിചയപ്പെടാം.

2. വിവരങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കുന്നതിലും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിലുമുള്ള നഷ്ടസാധ്യത [Data storage and transmission risks]: വിവരങ്ങൾ അതീവ പ്രാധാന്യമുള്ളതാണ്. അത് തെറ്റായ ആളുകളുടെ കൈവശം എത്തിയാൽ എന്താകും അവസ്ഥ എന്ന് ആലോചിച്ച് നോക്കൂ. കമ്പ്യൂട്ടറിൽ സൂക്ഷിച്ച് വച്ചിരിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾക്കും അവ സഞ്ചരിക്കുന്ന വഴികളിലും ഏറെ അപകടസാധ്യതകൾ ഉണ്ട്. സുപ്രധാന വിവരങ്ങൾ സ്വാർത്ഥലാഭത്തിനായോ, പലപ്പോഴും തമാശക്കോ സാഹസികതക്ക് വേണ്ടിയോ മോഷ്ടിക്കുകയോ രൂപമാറ്റം വരുത്തുകയോ ചെയ്യാറുണ്ട്. കമ്പ്യൂട്ടർ വൈറസുകളെപ്പറ്റിയും ഹാക്കിംഗിനെപ്പറ്റിയുമെല്ലാം നിങ്ങൾ കേട്ടിരിക്കും. 'VIRUS' എന്ന ചുരുക്കപ്പേരിന്റെ പൂർണ്ണരൂപം നിങ്ങൾക്കറിയാമോ? Vital Information under Siege അഥവാ സുപ്രധാന വിവരങ്ങൾ വളയപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു അല്ലെങ്കിൽ അപകടത്തിലാക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു എന്നർത്ഥം. യഥാർത്ഥത്തിൽ വൈറസ് എന്നത് മറ്റൊരു കമ്പ്യൂട്ടർ പ്രോഗ്രാം ആണ്. അവ സ്വമേധയാ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾക്ക് ആജ്ഞകൾ നൽകുകയും, യഥാർത്ഥത്തിൽ നൽകുന്ന ആജ്ഞകളെ കുഴപ്പത്തിലാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കമ്പ്യൂട്ടർ വൈറസുകളുടെ സ്വാധീനം പല തരത്തിലുണ്ട്. ചിലപ്പോൾ വെറുതെ സ്ക്രീനിൽ ചില കുസൃതികൾ കാണിച്ച് ശല്യം ചെയ്യുന്ന ഒന്നാം നിര വൈറസുകൾ, പ്രവർത്തനങ്ങളെ തടസ്സപ്പെടുത്തുന്ന രണ്ടാം നിര വൈറസുകൾ, സൂക്ഷിച്ച് വച്ചിരിക്കുന്ന വിവരങ്ങളെ കടന്നാക്രമിച്ച് കേടുവരുത്തുന്ന മൂന്നാം നിര വൈറസുകൾ, കമ്പ്യൂട്ടറുകളെ മുഴുവനായും കേടുവരുത്തുന്ന നാലാം നിര വൈറസുകൾ എന്നിങ്ങനെ പല നിരയി

ലുള്ള വൈറസുകൾ ഉണ്ട്. ആൻറി വൈറസ് പ്രോഗ്രാമുകൾ സ്ഥാപിക്കുകയും അവയെ കാലാനുസൃതമായി നവീകരിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നത് മാത്രമാണ് ഇതിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ലഭിക്കാനുള്ള പോംവഴി. അവ നിങ്ങളുടെ ശേഖരിച്ച വിവരങ്ങളെയും ഫയലുകളെയും കമ്പ്യൂട്ടറുകളെത്തന്നെയും വൈറസിൽ നിന്ന് ഒരു പരിധിവരെ സംരക്ഷിക്കും.

വിവരങ്ങൾ കൈമാറുന്നതിനിടക്ക് ചിലപ്പോൾ മറ്റുള്ളവർ ഇടപെട്ട് കൈമാറ്റം തടസ്സപ്പെടുത്തിയേക്കാം. ക്രിപ്റ്റോഗ്രാഫി എന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നതിലൂടെ ഇതിനെ നേരിടാം. ദത്തങ്ങളെയും വിവരങ്ങളെയും വായിക്കാൻ കഴിയാത്ത സൈഫർടെക്സ്റ്റ് രൂപത്തിലേക്ക് മാറ്റി [എൻക്രിപ്ഷൻ] സംരക്ഷിക്കുന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യയാണിത്. പ്രത്യേകമായുള്ള രഹസ്യ ഡിജിറ്റൽ താക്കോൽ അഥവാ പാസ്സ്‌വേർഡ് ഉപയോഗിച്ച് മാത്രമേ ഇത് തുറക്കാൻ [ഡെസിഫർ, അഥവാ ഡീക്രിപ്റ്റ്] ചെയ്യാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. മറ്റൊരാളുമായി കോഡ് ഭാഷയിൽ ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നതു പോലെയാണിത്. വേറൊരാൾക്കും നിങ്ങളുടെ സംഭാഷണം മനസ്സിലാവുകയില്ല.

3. ബൗദ്ധിക സ്വത്തവകാശത്തിന്മേലും സ്വകാര്യതയ്ക്ക് മേലുമുള്ള ഭീഷണി [Risks of threat to intellectual property and privacy]: ഇന്റർനെറ്റ് ഒരു തുറസ്സായ സ്ഥലമാണ്. നിങ്ങളുടെ ഏതെങ്കിലും വിവരം ഇൻറർനെറ്റിന് കൈമാറിയാൽ, അത് നിങ്ങളുടെ സ്വകാര്യതയിൽ നിന്ന് പുറത്തായി എന്നതാണ് വസ്തുത. അത് മറ്റുള്ളവർ കോപ്പിയടിക്കുന്നത് തടയാൻ എളുപ്പമല്ല. ഓൺലൈൻ ഇടപാടിനായി വിവരങ്ങൾ നൽകുമ്പോൾ അത് മറ്റുള്ളവർക്ക് നൽകുകയും അവർ നിരവധി പരസ്യങ്ങളും മറ്റും നിങ്ങളുടെ ഇ-മെയിലിൽ നിക്ഷേപിക്കുകയും ചെയ്യും. ഇത്തരം ശല്യങ്ങളിൽ നിന്ന് രക്ഷ നേടാൻ പ്രത്യേക മാർഗ്ഗമൊന്നുമില്ല.

5.7 ഇ-ബിസിനസ് വിജയകരമായി നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് വേണ്ട വിഭവങ്ങൾ

[Resources Required for Successful e-business Implementation]

ഏതൊരു ബിസിനസ് സംരംഭം തുടങ്ങുന്നതിനും ഭൗതിക, സാമ്പത്തിക, മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്. ഇ-ബിസിനസ് തുടങ്ങുന്നതിന് കൂടുതലായി, നന്നായി വികസിപ്പിച്ച, തുടർച്ചയായി നവീകരിച്ചും സംരക്ഷിച്ചും കൊണ്ടിരിക്കുന്ന പ്രവർത്തനക്ഷമമായ ഒരു വെബ്സൈറ്റ് ആവശ്യമാണ്. സൈറ്റ് എന്നത് ഒരു സ്ഥലവും വെബ് എന്നത്, വേൾഡ് വൈഡ് വെബ് എന്നുമാകുന്നു. ചുരുക്കത്തിൽ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് എന്നത് വേൾഡ് വൈഡ് വെബിലെ അതിന്റെ സ്ഥാനമാണ്. വെബ് സൈറ്റ് എന്നത് ഒരു ഭൗതികമായ ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ സ്ഥലമല്ല എന്ന് പ്രത്യേകം പറയേണ്ടതില്ലല്ലോ. അതായത്, ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ മറ്റുള്ളവർക്ക് നൽകേണ്ട വിവരങ്ങളെല്ലാം ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ഓൺലൈൻ സ്ഥലമാണ് വെബ് സൈറ്റ് എന്നത്.

5.8. പുറംകരാർ - ആശയം

[Outsourcing: Concept]

ബിസിനസ് രംഗത്ത് സമൂലമായ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കിയ മറ്റൊരു നൂതന പ്രവണതയാണ് പുറംകരാർ നൽകൽ. വിദഗ്ദ്ധരായ മൂന്നാമതൊരാളുടെ പരിചയസമ്പത്തും പ്രാഗൽഭ്യവും കഴിവും ഒരു പക്ഷെ നിക്ഷേപവും പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നതിന് വേണ്ടി സ്വന്തം നിയന്ത്രണത്തിലുള്ളതോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റ് വിദഗ്ദ്ധരോ

ആയ ആളുകളെ സ്ഥാപനത്തിലെ അത്ര പ്രാധാന്യമല്ലാത്ത പ്രവൃത്തികൾ (ഈ അടുത്തകാലത്തായി പ്രധാന പ്രവൃത്തികൾ പോലും) ദീർഘകാലത്തേയ്ക്ക് കരാർ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചെയ്യാൻ ഏൽപ്പിക്കുന്നതിനെയാണ് പുറം കരാർ നൽകൽ എന്ന് പറയുന്നത്. ഏതെങ്കിലും ഒരു വ്യവസായത്തിലോ, ബിസിനസിലോ ഏതെങ്കിലും ഒരു രാജ്യത്തോ മാത്രമല്ല ലോകമെമ്പാടും വ്യാപിച്ചിരിക്കുന്ന ഒരു പ്രതിഭാസമാണ് എന്നതാണ് ഈ ആശയത്തിന്റെ സവിശേഷത.

1. പുറംകരാർ ജോലി എന്നത് പുറമെയുള്ളവർക്ക് കരാർ നൽകലാണ് [Outsourcing involves contracting out]: പുറംകരാർ എന്നത്, അതിന്റെ വാചിക അർത്ഥത്തിൽ തന്നെ, ഇതുവരെ നിങ്ങൾ സ്ഥാപനത്തിനകത്ത് ചെയ്തുകൊണ്ടിരുന്ന പ്രവൃത്തി പുറത്തുള്ള സ്രോതസ്സ് ഉപയോഗിച്ച് ചെയ്യുക എന്നതാണ്. ഉദാഹരണമായി, മിക്കവാറും എല്ലാ കമ്പനികളും അവരുടെ പരിസരം വൃത്തിയാക്കുന്നതിനും മറ്റ് ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുമായി അവരുടെതായ ശുചീകരണ ജീവനക്കാരെ നിയമിച്ചിരുന്നു. അതായത്, ഇത്തരം ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ സ്വന്തം ജീവനക്കാരാണ് ചെയ്തു വന്നിരുന്നത്. എന്നാൽ അടുത്തകാലത്തായി മിക്ക കമ്പനികളും ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകിത്തുടങ്ങി; അതായത്, അവരുടെ സ്ഥാപനത്തിലെ ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മറ്റൊരു എജൻസിയെക്കൊണ്ട് കരാർ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചെയ്യിക്കാൻ തുടങ്ങി എന്നർത്ഥം.

2. സാധാരണയായി അത്ര പ്രാധാന്യമില്ലാത്ത ജോലികളാണ് പുറംകരാർ നൽകാറുള്ളത് [Generally noncore business activities are outsourced]: മിക്ക സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ സാധാരണയായി അത്ര പ്രാധാന്യമില്ലാത്ത ജോലിയാണ്. എന്നാൽ ശുചീകരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് നടത്തുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക്, അതുപോലെ മുനിസിപ്പാലിറ്റി പോലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ശുചീകരണ പ്രവർത്തനം പ്രധാന പ്രവൃത്തി തന്നെയാണ്. മുറികൾ വൃത്തിയായി സൂക്ഷിക്കുക എന്നത് ഒരു ഹോട്ടലിനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം പ്രധാന പ്രവൃത്തി തന്നെയാണ്. മറ്റൊരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, ഒരു കമ്പനി ഏത് ബിസിനസാണോ ചെയ്യുന്നത്, അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചില നിർണ്ണായകമായതും കേന്ദ്രസ്ഥാനത്തുള്ളതുമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ അതിന്റെ ബിസിനസ് ലക്ഷ്യങ്ങളോട് ചേർന്ന് ഉണ്ടായിരിക്കും. മറ്റ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ അതിന്റെ രണ്ടാം നിര അഥവാ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കുന്നതിന്റെ കൂടെ വന്നുചേരുന്ന അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മാത്രമാണ്. ഉദാഹരണമായി, ഒരു സ്കൂളിന്റെ പ്രാഥമിക ധർമ്മം അഥവാ പ്രധാനപ്രവർത്തനം, കുട്ടികളുടെ പഠന, പഠനേതര പ്രവർത്തനങ്ങളിലുള്ള കഴിവുകൾ വികസിപ്പിക്കുക എന്നുള്ളതാണ്. അതിനുതകുന്ന എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും സ്കൂളിന്റെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങളാണ്. സ്കൂളിൽ ഒരു ലഘുഭക്ഷണശാലയോ പുസ്തകശാലയോ പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നത് തീർച്ചയായും അനുബന്ധ പ്രവർത്തനം മാത്രമാണ്.

സ്ഥാപനങ്ങൾ പുറംകരാർ പരീക്ഷണങ്ങൾ ആരംഭിച്ച സമയത്ത് അപ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ മാത്രമാണ് പുറംകരാർ നൽകിയിരുന്നത്. പക്ഷെ പിന്നീട് ഈ പരസ്പര ആശ്രയത്വം കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ ശീലിച്ചതോടുകൂടി സ്ഥാപനങ്ങൾ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ പോലും പുറത്തുള്ളവരെക്കൊണ്ട് ചെയ്യിച്ചു തുടങ്ങി. ഉദാഹരണമായി ഒരു സ്കൂളിന് പുറത്തുള്ള ഒരു കമ്പ്യൂട്ടർ പരിശീലന സ്ഥാപനവുമായി ചേർന്ന് സ്കൂളിലെ കുട്ടികൾക്ക് കമ്പ്യൂട്ടർ പരിശീലനം നൽകാവുന്നതാണ്.

ചിത്രം 5.4 പുറംകരാർ സേവനദാതാക്കളുടെ തരം തിരിവ്

3. നമുക്ക് വേണ്ടി മാത്രം പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്ഥാപനത്തിനോ മൂന്നാമതൊരാൾക്കോ പുറംകരാർ നൽകാം [Processes may be outsourced to a captive unit or a third party] : വൈവിധ്യങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതും അവയെ അനവധി രാജ്യങ്ങളിൽ വിപണനം ചെയ്യുന്നതുമായ ഒരു ആഗോള കോർപ്പറേഷനെക്കുറിച്ച് ഒന്നാലോചിച്ച് നോക്കൂ, മനുഷ്യവിഭവശേഷിയെ സംബന്ധിച്ച് അംഗങ്ങളെ സമാഹരിക്കൽ, തിരഞ്ഞെടുപ്പ്, പരിശീലനം, ഹാജർ രേഖപ്പെടുത്തലും അതിനനുസരിച്ച് ശമ്പളരേഖ തയ്യാറാക്കൽ തുടങ്ങിയ നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങളും ധനകാര്യവും കണക്ക് സൂക്ഷിക്കുന്നതും സംബന്ധിച്ച് കിട്ടാനും കൊടുക്കാനുമുള്ള പണം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്, വിപണനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഉപഭോക്തൃ സേവനങ്ങളും പരാതികൾ കൈകാര്യം ചെയ്യലും പരിഹരിക്കലും തുടങ്ങിയ അനുബന്ധപ്രവർത്തനങ്ങളും നിരവധി രാജ്യങ്ങളിൽ ചെയ്യേണ്ടി വരുന്നു. ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങളെല്ലാം അതിനുവേണ്ടി മാത്രമായി രൂപീകരിച്ച ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിൽ ഒരു സ്ഥലത്ത് കേന്ദ്രീകൃതമായി പൂർത്തീകരിക്കുകയാണെങ്കിൽ വിഭവങ്ങളുടെയും മറ്റും ഇരട്ടിപ്പ് ഒഴിവാകുകയും പരമാവധി കഴിവ് പ്രയോജനപ്പെടുത്തുകയും ഒരേ പ്രവൃത്തികൾ ഒന്നോ രണ്ടോ സ്ഥലത്ത് വലിയ തോതിൽ ചെയ്യുമ്പോഴുണ്ടാകുന്ന ചെലവ് ചുരുക്കലിന്റെ നേട്ടം തുടങ്ങി എല്ലാ തരത്തിലും കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ കാര്യങ്ങൾ നടത്താൻ കഴിയുകയും ചെയ്യും. അതുകൊണ്ട് തന്നെ, ഏതെങ്കിലും ഒരു പ്രത്യേക പ്രവർത്തനം ആഭ്യന്തരമായി ചെയ്യുന്നതിന് തന്നെ സാമാന്യം കൂടുതൽ ഉണ്ടെങ്കിൽ, അതിനു മാത്രമായുള്ള പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള, നമുക്ക് വേണ്ടി മാത്രം പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് പുറംകരാർ നൽകുന്നതായിരിക്കും നല്ലത്. ഇത്തരത്തിലെ ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ നിയന്ത്രിത സ്ഥാപനമായ ജനറൽ ഇലക്ട്രിക്കൽസ് അമേരിക്കയിലുള്ള അവരുടെ മാതൃ കമ്പനിക്കും അവരുടെ അനുബന്ധ കമ്പനികൾക്കും പല തരത്തിലുള്ള സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. അല്ലെങ്കിൽ, ഇത്തരം സേവനങ്ങളെല്ലാം വിപണിയിൽ സ്വതന്ത്രമായി ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചെയ്യുന്ന പുറമേയുള്ള മൂന്നാമതൊരു കക്ഷിക്ക് കരാറായി നൽകാം. ഇവർ നമുക്ക് മാത്രമല്ല, മറ്റുള്ളവർക്കും ഇത്തരം സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു.

ചിത്രം 5.3, ഒരു സ്ഥാപനം എങ്ങിനെ അതിന്റെ നിയന്ത്രിത സ്ഥാപനത്തിന് അല്ലെങ്കിൽ മൂന്നാം കക്ഷി സേവനദാതാവിന് അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ പുറം കരാർ നൽകുന്നു എന്ന് വിശദമാക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ വാടകയ്ക്കെടുത്ത മൂന്നാം കക്ഷി സേവനദാതാക്കൾ മനുഷ്യ വിഭവ

ശേഷി കൈകാര്യം ചെയ്യൽ തുടങ്ങിയ ഏതെങ്കിലും ഒരു മേഖലയിൽ പ്രാവീണ്യമുള്ളവരായിരിക്കും. മാത്രമല്ല, പല മേഖലകളിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും അവർ സേവനം നൽകുന്നുണ്ടായിരിക്കും. ഇത്തരം സേവനദാതാക്കളെ പുറംകരാർ പദാവലിയിൽ തിരശ്ചീന സേവനദാതാക്കൾ എന്ന് പറയുന്നു. മറ്റൊരു വിഭാഗമുണ്ട്. അവർ ഏതെങ്കിലും ഒന്നോ രണ്ടോ വ്യവസായങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും അവർക്ക് പ്രധാനപ്പെട്ടതും അല്ലാത്തതുമായ നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചെയ്തുകൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇവരെ ലംബ സേവനദാതാക്കൾ എന്ന് പറയുന്നു. ഈ രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളും കാലക്രമേണ വളർന്ന് തിരശ്ചീനവും ലംബവും ആയി ഒരേ സമയം പ്രവർത്തിക്കും.

പുറം കരാർ നൽകുന്നതിന്റെ ഏറ്റവും അടിസ്ഥാന കാരണം മറ്റുള്ളവരുടെ കഴിവും പരിചയസമ്പത്തും നമ്മുടെ നേട്ടത്തിനായി ഉപയോഗിക്കുക എന്ന് തന്നെയാണ്. സ്കൂളുകൾ, കമ്പനികൾ, ആശുപത്രികൾ, തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങൾ അവിടുത്തെ ലഘുഭക്ഷണശാല അഥവാ കഫ്റ്റീരിയ പോലുള്ള സേവനങ്ങൾ പ്രധാന പ്രവർത്തനമാക്കിയ ഭക്ഷണ വിതരണക്കാർക്കോ പോഷകാഹാര വിതരണ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കോ പുറംകരാറായി നൽകുന്നു. പുറംകരാർ നൽകൽ എന്നത് ഒരു വിലപ്പെട്ട ആശയമാണ്, കാരണം അതുകൊണ്ട് നിങ്ങൾക്ക് അവരുടെ കഴിവും പരിചയസമ്പത്തും അതുവഴിയുള്ള കാര്യക്ഷമതയും നേടാം എന്ന് മാത്രമല്ല, നിങ്ങൾക്ക് അതിന് വേണ്ടിവരുന്ന നിക്ഷേപവും ലാഭിക്കാം, ഒപ്പം നിങ്ങളുടെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും ചെയ്യാം.

പുറംകരാർ രീതികൾ വളരെ വേഗം വികസിച്ച് വരുന്നതിൽ അത്ഭുതപ്പെടേണ്ട കാര്യമൊന്നുമില്ല. മറ്റുള്ളവർക്ക് കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായും കഴിവുറ്റതായും ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന ഒന്നോ അതിലധികമോ കാര്യങ്ങൾ സ്ഥാപനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകിത്തുടങ്ങിയിട്ട് കാലങ്ങളായി. പുറംകരാർ ഒരു ബിസിനസ് രീതിയായി വികസിച്ചുവരാനുള്ള പ്രധാന കാരണം അതിന് മുൻകാല ബിസിനസ് നയമായ 'എല്ലാം സ്വയം ചെയ്യുക' എന്നതിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി അടിസ്ഥാന ബിസിനസ് നയങ്ങളിലും തത്ത്വങ്ങളിലും ലഭിച്ച് വരുന്ന സ്വീകാര്യത തന്നെയാണ്.

5.8.1 പുറംകരാറിന്റെ വ്യാപ്തി [Scope of Outsourcing]

പുറംകരാറിൽ പ്രധാനമായും കരാർ ഉൽപ്പാദനം, കരാർ ഗവേഷണം, കരാർ വിൽപ്പന, വിവരശാസ്ത്രം (Informatics) എന്നിങ്ങനെ നാല് വിഭാഗങ്ങളുണ്ട് (ചിത്രം 5.4 ശ്രദ്ധിക്കുക). ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറംകരാർ; വിവര സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ സേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് പുറംകരാർ എന്ന പദം കൂടുതൽ പ്രചാരത്തിൽ വന്നത്. യഥാർത്ഥത്തിൽ കൂടുതൽ പ്രചാരമുള്ള പദം ഉപഭോക്താക്കളെ ഉദ്ദേശിച്ചുള്ള ശബ്ദാധിഷ്ഠിത സേവനങ്ങളായ കാൾ സെൻററുകൾ ആണ്. ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറം കരാർ വരുമാനത്തിന്റെ ഏതാണ്ട് എഴുപത് ശതമാനത്തോളം വരുന്നത് കാൾ സെൻററുകളിൽ നിന്നും, ഇരുപത് ശതമാനം കൂടുതൽ ജോലിയും കുറഞ്ഞ മൂല്യവുമുള്ള ദത്തങ്ങളുടെ (ഡാറ്റകൾ) പ്രയോഗങ്ങളുമാണ്. ബാക്കി പത്ത് ശതമാനത്തോളം മാത്രമാണ് ഉയർന്ന മൂല്യവും കുറഞ്ഞ ജോലിയുമുള്ള വിവരാധിഷ്ഠിത പ്രവർ

ചിത്രം 5.5 – പുറംകരാറിന്റെ അപഗ്രഥനം

ത്തനങ്ങൾ വരുന്നത്. വർഷം മുഴുവനും ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂറും പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഉപഭോക്തൃസേവനങ്ങളാണ് കാൾ സെൻററുകളിൽ ബഹുഭൂരിഭാഗവും. ഇതിൽ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സംശയങ്ങൾ, പരാതികൾ തുടങ്ങി പുറമേ നിന്ന് ആവശ്യപ്പെടുന്നവയും, വിവരശേഖരണം, ലഭിക്കാനുള്ള പണം ഉറപ്പാക്കൽ, ടെലി വിപണനം തുടങ്ങി സ്ഥാപനം മുൻകൈയ്യെടുക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉൾപ്പെടുന്നു. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന ചിത്രം വിവിധ തരം പുറം കരാറുകളെപ്പറ്റി വിശദമാക്കുന്നു.

(ചിത്രം 5.5 ശ്രദ്ധിക്കുക)

5.8.2 പുറംകരാറിന്റെ ആവശ്യകത [Need for Outsourcing]

ആവശ്യങ്ങളാണ് സൃഷ്ടിയുടെ മാതാവ്. പുറംകരാർ ജോലി എന്ന ആശയത്തിന്റെ കാര്യത്തിലും ഇതുതന്നെയാണ് ശരി. ഈ അദ്ധ്യായത്തിന്റെ ആമുഖത്തിൽ സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ ഉയർന്ന ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ചുരുങ്ങിയ വിലയ്ക്ക് ലഭിക്കണമെന്ന ആഗോള മത്സര സമ്മർദ്ദങ്ങളും എല്ലായ്പോഴും ആവശ്യങ്ങൾ വർദ്ധിച്ച് വരുന്ന ഉപഭോക്താക്കളും സ്ഫോടനാത്മകമായി വികസിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന സാങ്കേതിക വിദ്യകളും ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെക്കുറിച്ച് പുതിയ കാഴ്ചപ്പാടുകളും പുനർവിചിന്തനങ്ങളും ആവശ്യപ്പെടുന്നു. ഇതുതന്നെ ആയിരിക്കാം പുറംകരാർ ഒരു ബിസിനസ് രീതിയെന്ന നിലയിൽ വികസിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതിന്റെ കാരണവും. യഥാർത്ഥത്തിൽ പുറം കരാർ എന്നത് ഇന്ന് ഒരു ആവശ്യകതയല്ല മറിച്ച് അതൊരു സാധ്യതയാണ്. പുറംകരാർ വികസിക്കാനുള്ള ചില കാരണങ്ങൾ [അതിന്റെ നേട്ടങ്ങളും] ചുവടെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

1. **പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാൻ കഴിയുന്നു [Focusing of attention on core activities]:** നിങ്ങൾ ഒരു പക്ഷെ അനവധി പഠനാനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ കഴിവുള്ളവരായിരിക്കാം, എന്നാലും കൂടുതൽ കഴിവും കാര്യക്ഷമതയും നേടുന്നതിന് വേണ്ടി നിങ്ങളുടെ ലഭ്യമായ കഴിവും വിഭവങ്ങളും സമയവും ധനവുമെല്ലാം ഏറ്റവും മികച്ച ചില മേഖലകളിൽ മാത്രം വിനിയോഗിക്കുകയാണെങ്കിൽ തീർച്ചയായും കൂടുതൽ ഉയരങ്ങളിലെത്താൻ നിങ്ങൾക്ക് കഴിയും. അതുപോലെ തന്നെ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളും തങ്ങൾക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായതും വ്യത്യസ്തമായ കഴിവുള്ളതുമായ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും ബാക്കി പ്രവർത്തനങ്ങൾ തങ്ങളുടെ പുറംകരാർ പങ്കാളികൾക്ക് നൽകുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് നല്ലത് എന്ന് തിരിച്ചറിയുന്നു. ഉപയുക്തത അഥവാ മൂല്യം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനായി ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം വാങ്ങൽ, ഉൽപ്പാദനം, വിപണനം, വിൽപ്പന, ഗവേഷണവികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, ധനകാര്യവും കണക്ക് സൂക്ഷിക്കലും മനുഷ്യവിഭവശേഷി വികസനം, ഭരണനിർവ്വഹണം തുടങ്ങി നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചെയ്യുന്നുണ്ട് എന്ന് നിങ്ങൾക്കറിയാമല്ലോ. ഇത് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അവരെത്തന്നെ നിർവചിക്കേണ്ട അഥവാ പുനർനിർവചിക്കേണ്ട സാഹചര്യത്തിലേക്ക് എത്തിച്ചിരിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഒരു സ്ഥാപനം അവരെ ഉൽപ്പാദകർ എന്നാണോ വിപണന സ്ഥാപനം എന്നാണോ വിളിക്കേണ്ടത് എന്ന് ചിന്തിക്കണം. ഇത്തരത്തിൽ അവരുടെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ പരിധികളിൽ നിന്ന് മോചിപ്പിക്കുന്നത് അവരെ തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ചുരുക്കം ചില പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നതിനും അതുവഴി കഴിവും കാര്യക്ഷമതയും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു.

2. **മികവിനുള്ള അദമ്യമായ ആഗ്രഹം [Quest for excellence]:** തൊഴിൽ വിഭജനത്തിന്റെയും വൈദഗ്ധ്യവർക്കരണത്തിന്റെയും മേന്മകൾ നിങ്ങൾക്കറിയാമല്ലോ. പുറംകരാർ രണ്ട് തരത്തിൽ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വൈദഗ്ദ്ധ്യം സാധ്യമാക്കുന്നു. ഒന്ന്, അവർക്ക് നന്നായി ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന ചുരുക്കം പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നതുകൊണ്ട് ആ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മികവ് പുലർത്താൻ കഴിയുന്നു. രണ്ടാമതായി, ബാക്കിയുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ പുറംകരാർ നൽകുന്നത് ആ മേഖലയിലെ പ്രഗൽഭർക്കാണ് എന്നതുകൊണ്ട് അവരുടെ വൈദഗ്ദ്ധ്യം കൂടി സ്ഥാപനത്തിന്

ലഭ്യമാകുന്നു. ഇങ്ങനെ മികവിനുള്ള അദമ്യമായ ആഗ്രഹം ഉള്ളവർ തങ്ങൾ ഏതെല്ലാം പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കണം എന്ന് മാതമല്ല മറ്റുള്ളവർ നിങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി എന്തൊക്കെ ചെയ്യണം എന്ന് കൂടി അറിഞ്ഞിരിക്കണം.

3. ചെലവ് ചുരുക്കുന്നു [Cost reduction]: ആഗോള മത്സരക്ഷമത അന്തർദ്ദേശീയ ഗുണനിലവാരം മാത്രമല്ല, അന്തർദ്ദേശീയതലത്തിൽ മത്സരക്ഷമമായ വില നിർണ്ണയം കൂടി ആവശ്യപ്പെടുന്നു. മത്സരക്ഷമത വിലകൾ താഴേക്ക് തിരിക്കുമ്പോൾ ചെലവ് ചുരുക്കൽ മാത്രമാണ് ലാഭക്ഷമതയ്ക്കും നിലനിൽപ്പിനുമുള്ള ഏക മാർഗ്ഗം. തൊഴിൽ വിഭജനവും വൈദഗ്ധ്യവൽക്കരണവും ഗുണനിലവാരം ഉയർത്തുന്നതിനൊപ്പം ചെലവ് ചുരുക്കാനും സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. ഇത് സാധ്യമാകുന്നത് പുറംകരാർ ഏറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളികൾ അതേ സേവനം ഒരുപാട് പേർക്ക് നൽകുന്നതുകൊണ്ട് വലിയ തോതിൽ പ്രവർത്തനം നടത്തുന്നതിന്റെ സാമ്പത്തിക നേട്ടം ലഭ്യമാകുന്നതുകൊണ്ടാണ്. രാജ്യത്തൊട്ടാകെയുള്ള ഉൽപ്പാദനഘടകങ്ങളുടെ വിലയിലുള്ള വ്യതിയാനവും ചെലവ് കുറയ്ക്കുന്നതിന് കാരണമാകുന്നു. ഉദാഹരണമായി ഭാരതത്തിൽ, ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരമുള്ള മനുഷ്യ വിഭവങ്ങൾ ലഭ്യമായതുകൊണ്ട് ലോക രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ താൽപര്യത്തിനനുസരിച്ച് ഗവേഷണം, ഉൽപ്പാദനം, സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകൾ വികസിപ്പിക്കൽ, വിവര സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ സേവനങ്ങൾ നൽകൽ തുടങ്ങിയവ ലഭ്യമാക്കാൻ കഴിയുന്നു.

4. പരസ്പര ബന്ധത്തിലൂടെയുള്ള വളർച്ച [Growth through alliance-]: നിങ്ങൾ എത്രമാത്രം സേവനങ്ങൾക്കായി മറ്റുള്ളവരെ ആശ്രയിക്കുന്നുവോ അത്രയും നിങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക നിക്ഷേപം കുറയ്ക്കാം. കാരണം അത്രയും നിക്ഷേപം സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നവർ നിങ്ങൾക്ക് വേണ്ടി നടത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഇനി അഥവാ പുറംകരാർ നൽകുന്ന സ്ഥാപനത്തിൽ നിങ്ങൾ നിക്ഷേപം നടത്തിയിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ അവർ നൽകുന്ന ചെലവു ചുരുക്കലിന്റെയും ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരത്തിന്റെയും നേട്ടത്തിനൊപ്പം അവർ ചെയ്യുന്ന മൊത്തം ബിസിനസിന്റെ ലാഭത്തിന്റെ പങ്കും നിങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് നിങ്ങളുടെ കൈവശമുള്ള നിക്ഷേപിക്കാവുന്ന അത്രയും ധനം നിങ്ങളുടെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിപുലപ്പെടുത്തുന്നതിന് ഉപയോഗിക്കാം. സാമ്പത്തിക വരുമാനത്തിന് പുറമേ പുറംകരാർ സ്ഥാപനങ്ങൾ തമ്മിൽ അറിവുകൾ പങ്ക് വയ്ക്കുന്നതിനും സഹകരണാത്മകമായ പഠനത്തിനും വഴിവയ്ക്കുന്നുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് തന്നെയായിരിക്കും ഇന്ന് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ നിത്യേനയുള്ള അപ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കൊപ്പം ഗവേഷണ വികസനമുൾപ്പടെയുള്ള തന്ത്രപ്രധാനമായ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൂടി പുറംകരാർ നൽകാൻ താൽപര്യപ്പെടുന്നത്.

5. സാമ്പത്തിക വികസനത്തിനുള്ള പ്രോത്സാഹനം [Fillip to economic development] : പുറംകരാർ, പ്രത്യേകിച്ച് മറ്റ് രാജ്യങ്ങളിലേക്കുള്ള പുറംകരാർ ആതിഥേയ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ അതായത്, പുറംകരാറായി പ്രവൃത്തികൾ ഏറ്റെടുത്ത് ചെയ്യിക്കുന്ന രാജ്യങ്ങളിൽ സംരംഭകത്വം, തൊഴിലവസരങ്ങൾ, കയറ്റുമതി എന്നിവയിലെല്ലാം ഉണർവ്വ് സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഭാരതത്തിലെ വിവരസാങ്കേതികവിദ്യാ മേഖല സംരംഭകത്വത്തിലും

തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലും കയറ്റുമതിയിലും അഭൂതപൂർവ്വമായ വളർച്ച കൈവരിക്കുകയും സോഫ്റ്റ്‌വെയർ വികസനം, വിവര സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യൽ എന്നിവയിൽ ലോകത്തിലെ തന്നെ ചോദ്യം ചെയ്യപ്പെടാത്ത പുറംകരാർ ഏറ്റെടുക്കൽ ശക്തിയായി മാറുകയും ചെയ്തു. ഇപ്പോൾ ആഗോള വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യാമേഖലയിലെ അറുപത് ശതമാനത്തിലധികം പുറംകരാർ സേവനങ്ങളും പ്രദാനം ചെയ്യുന്നത് ഭാരതമാണ്.

5.8.3. പുറംകരാർ മേഖലയിലെ ആശങ്കകൾ [Concerns over Outsourcing]

പുറംകരാർ മേഖലയെ ചുറ്റിപ്പറ്റിയുള്ള ചില ആശങ്കകളെ അറിയാതിരിക്കുന്നത് ശരിയല്ല.

1. രഹസ്യാത്മകത ഇല്ലാതാക്കുന്നു [Confidentiality]: പുറംകരാർ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് സുപ്രധാനമായ വിവരങ്ങളുടെയും അറിവുകളുടെയും പങ്കുവയ്ക്കൽ അനിവാര്യമാണ്. പുറംകരാർ ഏറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളി ഈ രഹസ്യാത്മകത കാത്തുസൂക്ഷിക്കാതിരുന്നാൽ (ഉദാഹരണമായി സ്ഥാപനത്തിന്റെ വിവരങ്ങൾ മത്സര എതിരാളികൾക്ക് കൈമാറുക) കരാർ നൽകുന്ന സ്ഥാപനത്തിന്റെ താൽപര്യങ്ങളെ ദോഷകരമായി ബാധിക്കും എന്നതിൽ തർക്കമില്ല. സേവനമോ ഉൽപ്പന്നമോ പൂർണ്ണമായും പുറംകരാർ നൽകുകയാണെങ്കിൽ മറ്റൊരു പ്രശ്നം കൂടി ഉണ്ടാകാം, അതായത് കരാർ ഏറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളി സ്ഥാപനത്തിന്റെ ബിസിനസ് സ്വയം തുടങ്ങുകയും വിപണിയിലെ എതിരാളിയായി മാറുകയും ചെയ്യാം.

2. അധ്വാനിക്കാതെ ഫലം കൊയ്യൽ [Sweat shopping]: ചെലവ് ചുരുക്കലിന്റെ ഭാഗമായി പുറംകരാർ നൽകുമ്പോൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ ചെയ്യുന്നത് ആതിഥേയ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലുള്ള തൊഴിലാളികളെക്കൊണ്ട് ജോലി ചെയ്യിപ്പിച്ച് പരമാവധി നേട്ടം ഉണ്ടാക്കുക എന്നത് തന്നെയാണ്. മാത്രമല്ല, ഉൽപ്പാദന മേഖലയിലായിക്കൊള്ളട്ടെ വിവരസാങ്കേതിക മേഖലയിലായിക്കൊള്ളട്ടെ പുറംകരാർ നൽകുന്ന പ്രവൃത്തികൾ ഒരിക്കലും അത് ഏറ്റെടുക്കുന്ന പങ്കാളികളുടെ കഴിവിനെയോ ശേഷിയെയോ വികസിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ളതല്ല, മറിച്ച് അവരുടെ പ്രവൃത്തികൾ ചെയ്യുന്നതിന് ആവശ്യമായ കൃത്യമായി രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള നടപടിക്രമങ്ങളും രീതികളും മാത്രമാണ്. അതായത് പുറംകരാർ നൽകുന്നവർ എല്ലായ്പ്പോഴും നോക്കുന്നത് ചിന്താശേഷി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനേക്കാൾ പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള ശേഷി ഉപയോഗിക്കലാണ്.

3. ധാർമ്മികമായ പ്രശ്നങ്ങൾ [Ethical concerns]: ഒരു പാദരക്ഷ നിർമ്മാണ കമ്പനി അവരുടെ ഉൽപ്പാദനം ബാലവേലയും സ്ത്രീ തൊഴിലാളികളെ ഫാക്ടറികളിൽ ജോലി ചെയ്യിക്കലും ഉള്ള ഒരു വികസ്വര രാജ്യത്തേയ്ക്ക് പുറംകരാർ നൽകി എന്ന് കരുതുക. സ്വന്തം രാജ്യത്ത് ബാലവേല നിരോധിക്കുന്ന ശക്തമായ നിയമങ്ങൾ ഉള്ളതുകൊണ്ട് അവർക്ക് അത് സ്വന്തം നാട്ടിൽ ചെയ്യാൻ കഴിയുകയില്ല. ബാലവേല നിയമവിരുദ്ധമല്ലാത്ത അല്ലെങ്കിൽ ദുർബലമായ നിയമസംവിധാനങ്ങളുള്ള രാജ്യങ്ങളിലെ ബാലവേല ഉപയോഗിച്ച് ഉൽപാദന ചെലവ് കുറയ്ക്കുന്നത് യഥാർത്ഥത്തിൽ ധാർമ്മികമാണോ? അതുപോലെത്തന്നെ പ്രതിഫലത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ സ്ത്രീപുരുഷ വിവേ

ചനം നിലനിൽക്കുന്ന രാജ്യങ്ങളിലേയ്ക്ക് പ്രവൃത്തികൾ പുറംകരാർ നൽകുന്നതും ധാർമ്മികമാണോ എന്നും ചിന്തിക്കുക.

4. പുറംകരാർ നൽകുന്ന രാജ്യങ്ങളിലെ അതൃപ്തി [Resentment in the home countries]: ഉൽപ്പാദനം, വിപണനം, ഗവേഷണ വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, വിവരസാങ്കേതികവിദ്യയിലധിഷ്ഠിതമായ സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യൽ തുടങ്ങി പ്രവർത്തനങ്ങൾ എന്തുമായിക്കൊള്ളട്ടെ, പുറംകരാർ നൽകുക എന്നതിനർത്ഥം, ആത്യന്തികമായി തൊഴിൽ അഥവാ തൊഴിലവസരങ്ങൾ പുറം രാജ്യങ്ങൾക്ക് നൽകുക എന്നുതന്നെയാണ്. ഇത് ആ രാജ്യങ്ങളിൽ, അതായത് പുറംകരാർ നൽകുന്ന രാജ്യങ്ങളിലെ ജനങ്ങളിൽ അതൃപ്തിയും അസഹിഷ്ണുതയും സൃഷ്ടിക്കും, പ്രത്യേകിച്ച് തൊഴിലില്ലായ്മ പ്രശ്നമാകുന്ന രാജ്യങ്ങളിൽ.

മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച പ്രശ്നങ്ങളൊക്കെ ഉണ്ടെങ്കിലും ആഗോളതലത്തിൽ പുറംകരാർ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് വലിയ കുഴപ്പമൊന്നും സംഭവിച്ചിട്ടില്ല എന്ന് മാത്രമല്ല ഈ രീതി കൂടുതൽ കൂടുതൽ വികസിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ് വസ്തുത. ഭാരതം പുറംകരാറിന്റെ ഒരു കേന്ദ്രമെന്ന നിലയിൽ 1998 ലെ 23,000 ആളുകളും പത്ത് മില്ല്യൻ ഡോളറും എന്ന നിലയിൽ നിന്നും 2008 ൽ ഒരു മില്ല്യൺ ജോലിക്കാരും ഇരുപത് ബില്ല്യൻ ഡോളറും എന്ന നിലയിലേക്കും ഇന്നത്തെ അവസ്ഥയിൽ അതിന്റെ പതിന്മടങ്ങും വളർച്ച നേടിയിരിക്കുന്നു എന്നത് വസ്തുതയാണ്.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

ഇ-ബിസിനസ്	ഇ-കൊമേഴ്സ്	ബ്രൗസർ
വൈറസ്	സെക്വർ സോക്കറ്റ് ലെയർ (SSL)	ഇ - പണം
ഓൺലൈൻ വ്യാപാരം	ഇ-സംഭരണം	ഇ-ലേലം കൊള്ളൽ
കാൾ സെന്ററുകൾ	ബിസിനസ് പ്രക്രിയകളുടെ പുറംകരാർ	

സംഗ്രഹം

ആഗോള ബിസിനസിൽ ഒരുപാട് മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഈ മാറ്റത്തിൽ ഏറെ പ്രകടമായവ ഇ-ബിസിനസും പുറംകരാർ ജോലിയുമാണ്. ആഭ്യന്തരവും ബാഹ്യവുമായ പ്രേരകങ്ങളാണ് ഇത്തരം മാറ്റങ്ങൾക്ക് തുടക്കം കുറിച്ചത്. ആഭ്യന്തരമായി സ്ഥാപനത്തിന്റെ വളർച്ചയ്ക്കും കാര്യപ്രാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുമുള്ള ത്വരയാണ് ഇ-ബിസിനസിലേക്കും പുറംകരാറിലേക്കും നയിച്ചതെങ്കിൽ ബാഹ്യമായി എപ്പോഴും ചെലുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന മത്സര സമ്മർദ്ദവും എപ്പോഴും കൂടുതൽ കൂടുതൽ ആവശ്യപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കളും ഇത്തരം ചുവടുവയ്പുകൾക്ക് കാരണമായിട്ടുണ്ട്.

ഇലക്ട്രോണിക് രീതിയിൽ ഉള്ള ബിസിനസ് അഥവാ ഇ-ബിസിനസ്, സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്ഥലകാല ഭേദമന്യേ എന്തും എപ്പോഴും എവിടെയും ലഭ്യമാക്കുന്നതിനുള്ള അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു. അതുവഴി തങ്ങളുടെ പ്രകടനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനുള്ള എല്ലാ

തടസ്സങ്ങളും നീക്കം ചെയ്യുന്നു. ഹൈടെക്ക് ആണെങ്കിലും ഇ-ബിസിനസ്സിന് വ്യക്തിബന്ധങ്ങളില്ല എന്നൊരു പോരായ്മയുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽപ്പനക്കാരുമായി നേരിട്ടുള്ള ബന്ധം ലഭ്യമാവുകയില്ല. കൂടാതെ ഇടപാടുകളുടെ സുരക്ഷിതത്വം സംബന്ധിച്ചും ഇൻറർനെറ്റ് വഴി ഇടപാട് നടത്തുന്നവരുടെ സ്വകാര്യതയെ സംബന്ധിച്ചുമൊക്കെ ആശങ്കകൾ ഉണ്ട്. ഇ-ബിസിനസിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ വിവിധ രാജ്യങ്ങൾക്കിടയ്ക്കും ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ പ്രദേശങ്ങൾക്കിടയ്ക്കും ഒരേ പോലെയല്ല ലഭ്യമായിട്ടുള്ളത്.

ഡിജിറ്റൽ ആകുന്നതിന് പുറമേ, സ്ഥാപനങ്ങൾ മുൻപുണ്ടായിരുന്ന 'എല്ലാം സ്വയം ചെയ്യുക' എന്ന മാനസികാവസ്ഥയിൽ നിന്ന് മാറി ചിന്തിച്ചു തുടങ്ങിയിട്ടുമുണ്ട്. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ പല പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉൽപ്പാദനം, ഗവേഷണ വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, മറ്റ് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ (വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായതോ അല്ലാത്തതോ) പുറംകരാർ നൽകിത്തുടങ്ങി. ഇന്ത്യ പുറംകരാർ മേഖലയിൽ അതിവേഗം മുന്നേറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നുണ്ട്. ഒപ്പം തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലും കഴിവുകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലും കയറ്റുമതിയിലും മൊത്തം ആഭ്യന്തര ഉൽപ്പാദനം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിലുമൊക്കെ പുറംകരാർ സംഭാവന നൽകുന്നു.

ഇ-ബിസിനസും പുറംകരാറും ഒരുമിച്ച് ബിസിനസിന്റെയും ബിസിനസ് ചെയ്യുന്ന രീതിയുടെയും മുഖച്ഛായ തന്നെ മാറ്റി എന്ന് പറയാം. സവിശേഷമായ കാര്യം ഇ-ബിസിനസും പുറം കരാറും ഇനിയും ഉരുത്തിരിഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതാണ്. അതുകൊണ്ടാണ് ഇവയെ ബിസിനസിലെ നൂതന പ്രവണതകൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയുത്തരം തിരഞ്ഞെടുക്കുക.

1. ഇ-കൊമേഴ്സിൽ ഉൾപ്പെടാത്തത് ഏത്?
   a) ബിസിനസും വിതരണക്കാരുമായുള്ള ഇടപാടുകൾ
   b) ബിസിനസും ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള ഇടപാടുകൾ
   c) ബിസിനസിനകത്തെ വിവിധ ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറുകൾ തമ്മിലുള്ള ഇടപാടുകൾ
   d) ബിസിനസിന്റെ വ്യത്യസ്ഥ സ്ഥലങ്ങളിലുള്ള യൂണിറ്റുകൾ തമ്മിലുള്ള ഇടപാടുകൾ
2. പുറം കരാർ
   a) വിവര സാങ്കേതിക വിദ്യയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സേവനങ്ങൾ മാത്രം കരാർ നൽകാൻ അനുവദിക്കുന്നു.
   b) പ്രാധാന്യമില്ലാത്ത ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ മാത്രം കരാർ നൽകാൻ അനുവദിക്കുന്നു.

c) ഗവേഷണവികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ, പ്രധാനവും അപ്രധാനവുമായ സേവന പ്രക്രിയകൾ ഉൾപ്പടെ കരാർ നൽകുന്നു, പക്ഷെ സ്വന്തം രാജ്യത്തിനകത്ത് മാത്രം പരിമിതപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു,

d) വിദേശ രാജ്യങ്ങളിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നു.

3. ഇ-ബിസിനസിലെ ഏറ്റവും മാതൃകാപരമായ പണം നൽകൽ രീതി.

a) സാധനം ലഭിക്കുമ്പോൾ പണം നൽകുക

b) ചെക്ക്

c) ക്രെഡിറ്റ് കാർഡും ഡെബിറ്റ് കാർഡും

d) ഇ-പണം.

4. കാൾ സെൻററുകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്

a) ഇങ്ങോട്ട് വരുന്ന ശബ്ദാധിഷ്ഠിത സേവനങ്ങൾ മാത്രം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

b) പുറത്തേക്ക് പോകുന്ന ശബ്ദാധിഷ്ഠിത സേവനങ്ങൾ മാത്രം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

c) ശബ്ദാധിഷ്ഠിതവും അല്ലാത്തതുമായ സേവനങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

d) ഉപഭോക്താവിനോട് നേരിട്ടുള്ളതും ഓഫീസിൽ നിന്നുള്ളതും ആയ ബിസിനസ്.

5. ഇതൊരു ഇ-ബിസിനസിന്റെ പ്രയോഗമല്ല.

a) ഓൺലൈൻ ലേലം കൊള്ളൽ

b)) ഓൺലൈൻ സംഭരണം

c) ഓൺലൈൻ വിപണനം

d) കരാർ ഗവേഷണ വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ.

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ [Short Answer Type Questions]

1. ഇ-ബിസിനസും പരമ്പരാഗത ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള ഏതെങ്കിലും മൂന്ന് വ്യത്യാസങ്ങൾ എഴുതുക.

2. പുറംകരാർ എങ്ങനെയാണ് നൂതന ബിസിനസ് രീതിയെ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നത്?

3. ഇ-ബിസിനസിന്റെ ഏതെങ്കിലും രണ്ട് പ്രയോഗങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.

4. പുറംകരാറിൽ ഉണ്ടാകാവുന്ന ധാർമ്മിക പ്രശ്നങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?

5. ഇ-ബിസിനസിലെ വിവരങ്ങൾ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നതിലെയും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിലെയും നഷ്ടസാധ്യതകൾ വിശദീകരിക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ [Long Answer Type Questions]

1. എന്തുകൊണ്ടാണ് ഇ-ബിസിനസും പുറംകരാറും ബിസിനസിലെ നൂതന പ്രവണതകളായി പറയപ്പെടുന്നത്? ഇത്തരം പ്രവണതകളുടെ പ്രാധാന്യം വർദ്ധിച്ച് വരുന്നതിനുള്ള കാരണങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
2. ഓൺലൈൻ വ്യാപാരത്തിന്റെ ഘട്ടങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
3. പുറംകരാറിന്റെ ആവശ്യകതയും അതിന്റെ പരിമിതികളും വിലയിരുത്തുക.
4. ബി 2 സി കൊമേഴ്സിന്റെ സവിശേഷതകൾ ചർച്ച ചെയ്യുക
5. ഇലക്ട്രോണിക് രീതിയിൽ ബിസിനസ് നടത്തുന്നതിന്റെ പരിമിതികൾ ചർച്ച ചെയ്യുക. ഈ പരിമിതികൾ അതിന്റെ വ്യാപ്തിയെ പരിമിതപ്പെടുത്താൻ മാത്രം ശക്തമാണോ? ഉത്തരത്തിന് സാധൂകരണം നൽകുക.

പ്രോജക്റ്റ്/അസൈൻമെന്റ് [Project and Assignment]

1. ചെറുകിട വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും ഇന്റർനെറ്റിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും അവയുടെ വിലയേയും താരതമ്യം ചെയ്യുക. അവയുടെ ഗുണമേന്മ, ഉപഭോക്തൃ സംതൃപ്തി തുടങ്ങിയവ സമാനമാണോ എന്ന് പരിശോധിക്കുക.
2. ബിസിനസ് രീതിയെന്ന നിലയിൽ ഇ-ബിസിനസ് അഥവാ ഇ-കൊമേഴ്സ് ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനത്തെ കുറിച്ച് പഠിക്കുക. ആ സ്ഥാപനത്തിൽ ജോലി ചെയ്യുന്ന ആരെങ്കിലുമായി അഭിമുഖ സംഭാഷണം നടത്തി പ്രായോഗിക ബിസിനസിൽ അതിന്റെ മെച്ചങ്ങളും സാമ്പത്തിക നേട്ടവും വിശകലനം ചെയ്യുക.

B7X3K3

അധ്യായം 6

ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വവും ബിസിനസ് ധാർമ്മികതയും
[SOCIAL RESPONSIBILITIES OF BUSINESS AND BUSINESS ETHICS]

പഠനനേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്ന ആശയം വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ ആവശ്യകതയെക്കുറിച്ച് ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.
- ബിസിനസിന് വ്യത്യസ്ത തൽപരകക്ഷികളോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുന്നു.
- ബിസിനസ് ധാർമ്മികതയും പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം വിശകലനം ചെയ്യുന്നു.
- ബിസിനസ് ധാർമ്മികത എന്ന ആശയവും അതിന്റെ ഘടകങ്ങളും നിർവചിക്കുന്നു.

മണി എന്ന പത്രലേഖകൻ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങൾ, മായം ചേർത്ത ഉൽപന്നങ്ങളുടെ വിപണനം, തൊഴിൽ സ്ഥിതി, അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണം, സർക്കാർ ഉദ്യോഗസ്ഥർക്ക് കൈക്കൂലി നൽകൽ തുടങ്ങിയ വിവാദ വിഷയങ്ങളെക്കുറിച്ച് ലേഖനങ്ങൾ എഴുതുകയുണ്ടായി. വ്യാപാരികൾ പണം നേടുന്നതിനായി ഏത് മാർഗ്ഗവും സ്വീകരിക്കുമെന്ന് അദ്ദേഹം വിശ്വസിക്കാൻ തുടങ്ങി. അങ്ങനെയിരിക്കെ, ഉപഭോക്താക്കളോടും തൊഴിലാളികളോടും നിക്ഷേപകരോടും മറ്റു സാമൂഹിക വിഭാഗങ്ങളോടും നല്ല ഇടപാടുകൾ നടത്തുന്നതിൽ പ്രശസ്തനായ, മുഖ്യധാരയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഒരു പ്രമുഖ ലോറി നിർമാണക്കമ്പനിയുടെ അധ്യക്ഷസ്ഥാനം അലങ്കരിക്കുന്ന, ശ്രീരാമൻ ജൂഗൻവാലയുമായി സംഭാഷണത്തിൽ ഏർപ്പെടാൻ അദ്ദേഹത്തിന് കഴിഞ്ഞു. ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തോടും ധാർമ്മികതയോടും അതോടൊപ്പം തന്നെ മികച്ച ലാഭത്തോടും കൂടി പ്രവർത്തിക്കാൻ സാധിക്കും എന്ന് പ്രസ്തുത സംഭാഷണത്തിലൂടെ അദ്ദേഹത്തിനു മനസ്സിലായി. അതോടെ ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം, ബിസിനസ്സ് ധാർമ്മികത എന്നിവയെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനങ്ങളിൽ അദ്ദേഹം കൂടുതൽ വ്യാപൃതനായി.

6.1 ആമുഖം [Introduction]

ഓരോ വ്യക്തിയ്ക്കും സമൂഹത്തോട് ചില ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളുണ്ട്. അവന് അതിന്റെ സാമൂഹികമായ മൂല്യങ്ങളും പെരുമാറ്റച്ചട്ടങ്ങളും പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്. അതുപോലെ തന്നെ ഓരോ ബിസിനസ് സ്ഥാപനവും ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നതും അതിലൂടെ ലാഭം നേടുന്നതും സമൂഹത്തിന്റെ കൂടി പ്രതീക്ഷകൾക്കനുസരിച്ചായിരിക്കണം. ബിസിനസിന് വാണിജ്യ പ്രവർത്തനമോ വ്യാവസായിക പ്രവർത്തനമോ നടത്തുവാനും അതിലൂടെ ലാഭം നേടുന്നതിനുമുള്ള അവസരം നൽകുന്നത് സമൂഹമാണ്. അതുകൊണ്ട് സമൂഹത്തിന് ദോഷകരമാകുന്ന ഒരു പ്രവൃത്തിയും ബിസിനസിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്ന് ഉണ്ടാകുന്നില്ല എന്ന് ഉറപ്പാക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ മായം ചേർത്ത് വിൽപ്പന നടത്തുക, തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങൾ നൽകുക, അടയ്ക്കേണ്ട നികുതി അടയ്ക്കാതിരിക്കുക, അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണം നടത്തുക, തൊഴിലാളികളെ ചൂഷണം ചെയ്യുക തുടങ്ങിയവ ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹികമായി അഭികാമ്യമല്ലാത്ത നടപടികളാണ്. ഇത്തരം പ്രവൃത്തികളിലൂടെ സ്ഥാപനത്തിന്റെ ലാഭം താത്കാലികമായി വർദ്ധിക്കുമെങ്കിലും സമൂഹത്തിന്റെ താൽപര്യത്തെ വലിയ തോതിൽ ദോഷകരമായി ബാധിക്കും. എന്നാൽ നിലവാരമുള്ള സാധനങ്ങൾ വിൽക്കുക, ആരോഗ്യമായ തൊഴിൽ അന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിക്കുക, നികുതികൾ കൃത്യമായി അടക്കുക, ഫാക്ടറിയിൽ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ ഉപകരണങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കുക, ഉപഭോക്താക്കളുടെ പരാതികളോട് അനുഭാവപൂർണമായ സമീപനം സ്വീകരിക്കുക മുതലായവയാണ് ബിസിനസിന്റെ സമൂഹത്തോടുള്ള അഭികാമ്യമായ പ്രവൃത്തികൾ. അതുവഴി സ്ഥാപനത്തിന്റെ പ്രശസ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനും കൂടുതൽ ലാഭം നേടുവാനും സാധിക്കുന്നു. ചുരുക്കത്തിൽ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളും ധാർമ്മിക മൂല്യങ്ങളും പിൻതുടരുന്ന ബിസിനസിന് മാത്രമേ ദീർഘകാല വിജയം നേടുവാനും അത് നിലനിർത്താനും സാധിക്കൂ.

6.2 സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്ന ആശയം [Concept of Social Responsibility]

സമൂഹത്തിന്റെ മൂല്യങ്ങൾക്കും ലക്ഷ്യങ്ങൾക്കും അഭികാമ്യമായ തരത്തിലുള്ള തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതിനും പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്ന

തിനുമുള്ള ഒരു ബിസിനസിന്റെ ചുമതലകളാണ് അതിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്നതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്. സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകളെ മാനിക്കുകയും ലാഭം ലക്ഷ്യം വെക്കുന്നതോടൊപ്പം തന്നെ സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾ നിറവേറ്റുന്നതിനുവേണ്ട പരമാവധി ശ്രമങ്ങൾ ബിസിനസിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്ന് ഉണ്ടാവുക എന്നതാണ് ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം. ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യം ഉടമസ്ഥന് പരമാവധി ലാഭം നേടിക്കൊടുക്കുക മാത്രമാണെന്നും അല്ലാതെ പൊതുനന്മയ്ക്കുവേണ്ടി പ്രവർത്തിക്കാനുള്ളതല്ല എന്നുമുള്ള സാധാരണ സങ്കൽപ്പത്തിന് എതിരാണ് ഈ ആശയം. സമൂഹത്തിലെ ഉത്തരവാദിത്വമുള്ള ഏതു ബിസിനസ്സും, ഏതു പൗരനും ജനങ്ങളുടെ ജീവിതത്തെ ബാധിക്കുന്ന കാര്യങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട് എന്നതാണ് ഇതിന്റെ അടിസ്ഥാനം.

ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം അതിന്റെ നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വത്തേക്കാൾ വിശാലമായ തലത്തിലുള്ളതാണ്. ബിസിനസിന്റെ നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വം നിയമം പാലിക്കുന്നതിലൂടെ പൂർത്തീകരിക്കാൻ കഴിയുമെങ്കിൽ അതിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ സ്ഥാനം അതിനും മുകളിലാണ്. ഒരു ബിസിനസിന്റെ നിയമം അനുശാസിക്കുന്ന കടമകൾക്കൊപ്പം തന്നെ നിയമത്തിന്റെ നിർബന്ധമില്ലാതെ നിർവഹിക്കാനുള്ള സാമൂഹിക ബാധ്യതകളെയാണ് അവയുടെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്. മറ്റൊരുതരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ സമൂഹത്തിന്റെ നന്മയ്ക്കുവേണ്ടി ബിസിനസിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്ന് സ്വമേധയാ ഉണ്ടാകുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് അവരുടെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ.

കോർപ്പറേറ്റ് മേഖലയുടെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം [Corporate Social Responsibility (CSR)]

രാജ്യത്തിന്റെ സുസ്ഥിര വികസനം, സാമ്പത്തിക പുരോഗതി, സാമൂഹിക പുരോഗതി, പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണം എന്നിവയിൽ കമ്പനികൾക്ക് വഹിക്കാവുന്ന പങ്കിനെയാണ് കോർപ്പറേറ്റ് സുസ്ഥിരത എന്നത് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്.

കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തെ (CSR) നിർവചിക്കുന്നതിനായി സാർവത്രികമായി അംഗീകരിക്കപ്പെട്ട പ്രത്യേക നിർവചനങ്ങളൊന്നും തന്നെയില്ല. എന്നിരുന്നാലും നിലവിലുള്ള എല്ലാ നിർവചനങ്ങളും പ്രതിപാദിക്കുന്നത് ബിസിനസിന് സമൂഹത്തിലുള്ള സ്വാധീനവും അതിനുമേലുള്ള സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകളുമാണ്.

1. യൂറോപ്പ്യൻ കമ്മീഷൻ സി.എസ്.ആറിനെ (CSR) നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നത്. "ബിസിനസിന്റെ സമൂഹത്തിലെ സ്വാധീനത്തിനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം."
2. സുസ്ഥിര വികസനത്തിനായുള്ള ലോക ബിസിനസ് ഉപദേശക സമിതി സി.എസ്.ആറിനെ (CSR) നിർവചിക്കുന്നത്, "സാമ്പത്തിക പുരോഗതിക്കും, തൊഴിലാളികളുടെയും അവരുടെ കുടുംബത്തിന്റെയും ജീവിത നിലവാരം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനും സമൂഹത്തിന്റെ മൊത്തത്തിലുള്ള വികാസത്തിനുമായുള്ള നിരന്തരമായ ബിസിനസ് പ്രതിബദ്ധതയാണിത്."
3. ഐക്യ രാഷ്ട്രസഭയുടെ വ്യവസായ വികസന സംഘടന (United Nation Industrial Development Organisation) കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തെ നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നത്, "കമ്പനികൾ അവരുടെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിലും തൽപ്പര കക്ഷികളുമായുള്ള ഇടപാടുകളിലും സാമൂഹികവും പാരിസ്ഥിതികവുമായ വിഷയങ്ങളെ സംയോജിപ്പിക്കുന്ന മാനേജ്മെന്റ് ആശയമാണിത്. ഒരു കമ്പനി അതിന്റെ ഓഹരിയുടമകളുടെയും മറ്റ് ഗുണഭോക്താക്കളുടെയും താൽപര്യങ്ങൾ പരിഗണിക്കുന്നതോടൊപ്പം, അതിന്റെ സാമ്പത്തിക, പാരിസ്ഥിതിക സാമൂഹിക വിഷയങ്ങളിൽ സമതുലിതമായ നേട്ടം കൈവരിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി നടത്തുന്ന ശ്രമങ്ങളെയാണ് സാധാരണയായി സി.എസ്.എർ. (CSR) എന്നത് കൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കുന്നത്.

സി.എസ്.ആർ. എന്നതിനെ തന്ത്രപരമായ ഒരു മാനേജ്മെന്റ് ആശയം എന്ന നിലയിലും, ഒരു ദാനശീല പ്രവർത്തി എന്ന നിലയിലും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഒരു ദാനശീല പ്രവർത്തി എന്ന രീതിയിൽ സി.എസ്.ആർ. (CSR) ദാരിദ്ര്യ നിർമാർജനത്തിനും കമ്പനിയുടെ സൽപ്പേരും, ബ്രാൻഡ് മൂല്യം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും നേരിട്ട് സഹായകരമാണെങ്കിലും, സി.എസ്.ആർ. (CSR) എന്ന ആശയം ഇതിനും മുകളിലാണ്."

ഇന്ത്യൻ പാർലമെന്റിന്റെ ഇരുസഭകളും അംഗീകരിച്ച് ഇന്ത്യൻ രാഷ്ട്രപതി 2013 ആഗസ്റ്റ് 23ന് അനുമതി നൽകിയ ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമം 2013 ന്റെ ഉപവാക്യം 135 അനുസരിച്ചാണ് ഇന്ത്യയിൽ സി.എസ്.ആർ. എന്ന ആശയം നിലകൊള്ളുന്നത്.

കമ്പനി നിയമത്തിലെ സി.എസ്.ആർ. (CSR) വ്യവസ്ഥകൾ, ആയിരം കോടി രൂപയോ അതിനു മുകളിലോ വാർഷിക വിറ്റുവരവ് അല്ലെങ്കിൽ 500 കോടി രൂപയോ അതിനു മുകളിലോ അറ്റ ആസ്തികൾ അല്ലെങ്കിൽ 5 കോടി രൂപയോ അതിനു മുകളിലോ അറ്റലാഭം ഉള്ള കമ്പനികൾക്ക് ബാധകമാണ്.

1. 2014 - 15 സാമ്പത്തിക വർഷം മുതൽ പ്രാബല്യത്തിൽ വന്ന പുതിയ നിയമപ്രകാരം സി.എസ്.ആർ. (CSR) ബാധകമായ എല്ലാ കമ്പനികളും നിർബന്ധമായും ഏറ്റവും ചുരുങ്ങിയത് ഒരു സ്വതന്ത്ര ഡയറ്ടർ ഉൾപ്പെടെ അവരുടെ ബോർഡ് അംഗങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തി ഒരു സി.എസ്.ആർ. (CSR) കമ്മിറ്റി രൂപീകരിക്കേണ്ടതാണ്.
2. കമ്പനികൾ അവരുടെ കഴിഞ്ഞ മൂന്നു വർഷത്തെ അറ്റ ലാഭത്തിന്റെ ശരാശരിയുടെ 2% സി.എസ്.ആർ. (CSR) പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കു വേണ്ടി ചെലവഴിക്കണമെന്ന് നിയമം അനുശാസിക്കുന്നു.
3. സി.എസ്.ആർ. (CSR) പ്രകാരം കമ്പനികൾക്ക് ഏറ്റെടുക്കാവുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണ് നിയമത്തിന്റെ സെക്ഷൻ VII ൽ പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുണ്ട്.
4. ഇന്ത്യയിൽ നടത്തപ്പെട്ട സി.എസ്.ആർ. (CSR) പ്രവർത്തനങ്ങൾ മാത്രമേ കണക്കിലെടുക്കുകയുള്ളൂ.
5. ജീവനക്കാർക്കും അവരുടെ കുടുംബാംഗങ്ങൾക്കും മാത്രമായുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ സി.എസ്.ആർ. (CSR) പ്രവർത്തനങ്ങളായി കണക്കാക്കില്ല.

6.3 സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ ആവശ്യകത [Need for Social Responsibility]

സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് എന്താണ് ബിസിനസ് ചെയ്യേണ്ട ശരിയായ കാര്യം? ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം, പരമാവധി ലാഭം പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന ഉടമയുടെ താൽപര്യങ്ങൾക്ക് മാത്രമായി പ്രവർത്തിക്കണോ അതോ സമൂഹത്തിലെ വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങളായ ഉപഭോക്താക്കൾ, തൊഴിലാളികൾ, വിതരണക്കാർ, സർക്കാർ, പൊതു സമൂഹം എന്നിവരുടെ താൽപര്യങ്ങൾ കൂടി സംരക്ഷിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി പ്രവർത്തിക്കണോ എന്നതാണ് ചോദ്യം. ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ധാർമ്മികമായി എന്താണ് ശരി അല്ലെങ്കിൽ തെറ്റ് എന്ന ചോദ്യം ഉൾപ്പെടുന്നതിനാൽ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്നത് അടിസ്ഥാനപരമായി ഒരു ധാർമ്മിക പ്രശ്നമായാണ് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളിൽ ബിസിനസുകാരന്റെ ഭാഗത്തു നിന്ന് അത്തരം ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ സ്വമേധയാ നിർവഹിക്കുന്നതിനോ അല്ലെങ്കിൽ അവ ചെയ്യാതിരിക്കുന്നതിനോ ഉള്ള ഘടകം കൂടി ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. സമൂഹത്തിലെ വിവിധ മേഖലകൾക്ക് നൽകേണ്ട സേവനത്തിന്റെ തോത് തീരുമാനിക്കുന്നതിനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം അവർ ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയേക്കാം. യഥാർത്ഥത്തിൽ എല്ലാ ബിസിനസുകാരും സമൂഹത്തോട് ഒരേ പോലെ ഉത്തരവാദിത്വം കാട്ടുന്നില്ല. ബിസിനസ് അതിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കണമോ വേണ്ടയോ എന്നതിൽ

ഇപ്പോൾ ചർച്ചകൾ നടക്കുന്നുണ്ട്. അതിൽ ചിലർ ബിസിനസിന് അതിന്റെ ഉടമസ്ഥനുമായി മാത്രമേ ഉത്തരവാദിത്വമുള്ളൂ എന്നതിൽ ഉറച്ചുവിശ്വസിക്കുന്നു. എന്നാൽ മറ്റുചിലർ ബിസിനസിന് അതിന്റെ തീരുമാനങ്ങളും പ്രവൃത്തികളും സമൂഹത്തിലെ ഏതൊക്കെ മേഖലകളെ ബാധിക്കുമോ അവരോടെല്ലാം അതിന് സാമൂഹികമായ ഉത്തരവാദിത്വം ഉണ്ടാകും എന്നതിൽ ഉറച്ചുനിൽക്കുന്നു. ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വമെന്ന ആശയത്തെ അനുകൂലിച്ചും എതിർത്തുമുള്ള വാദങ്ങളെക്കുറിച്ച് അറിഞ്ഞിരിക്കുന്നത് ഗുണകരമായിരിക്കും.

6.3.1 സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന് അനുകൂലമായ വാദങ്ങൾ [Arguments for Social Responsibility]

(i) നിലനിൽപ്പിനും വളർച്ചയ്ക്കും വേണ്ടിയുള്ള നീതീകരണം [Justification for existence and growth]: മനുഷ്യന്റെ ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതിനാവശ്യമായ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും നൽകുന്നതിനു വേണ്ടിയാണ് ബിസിനസ് നിലകൊള്ളുന്നത്. ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട പ്രചോദനം ലാഭം നേടുക എന്നതാണെങ്കിലും ഇതിനെ ജനങ്ങളോടുള്ള സേവനത്തിന്റെ ഫലമായി മാത്രം കണക്കാക്കുക എന്നതാണ് അഭികാമ്യം. ബിസിനസിന്റെ വളർച്ചയും അഭിവൃദ്ധിയും സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധത വഴി മാത്രമേ യാഥാർഥ്യമാവുകയുള്ളൂ എന്നതാണ് സത്യം. ആയതിനാൽ ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം അതിന്റെ നിലനിൽപ്പിന്റെയും വളർച്ചയുടെയും ന്യായീകരണമായി കരുതാം.

(ii) സ്ഥാപനത്തിന്റെ ദീർഘകാല താൽപര്യം [Long-term interest of the firm]:

സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധത പ്രധാന ലക്ഷ്യമായി സ്വീകരിക്കുമ്പോൾ മാത്രമേ ബിസിനസിനും അതിന്റെ പ്രതിച്ഛായക്കും സ്ഥായിയായ നേട്ടം കൈവരിക്കാൻ സാധിക്കൂ. ബിസിനസ് അതിന്റെ സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധത ശരിയായ രീതിയിൽ നിർവഹിക്കുന്നില്ല എന്ന് ബോധ്യപ്പെട്ടാൽ സമൂഹത്തിലെ വിവിധ വിഭാഗങ്ങളായ തൊഴിലാളികൾ, ഉപഭോക്താക്കൾ, ഓഹരിയുടമകൾ, സർക്കാർ തുടങ്ങിയവർ അത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുമായി നിസ്സഹകരിക്കുന്നതിന് കാരണമായിത്തീരും. ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വ നിർവഹണം അവരുടെ തന്നെ താൽപര്യത്തിന്റെ ഭാഗമാണ്. ഏതൊരു സ്ഥാപനത്തിന്റെയും പ്രതിച്ഛായ സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധതയിലൂടെ വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iii) സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഒഴിവാക്കൽ [Avoidance of government regulations]: ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഒഴിച്ചു കൂടാനാവാത്ത വസ്തുതയാണ്. എന്നാൽ സ്വയം സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം നിറവേറ്റുന്നതിലൂടെ ബിസിനസ് അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തുവാനുള്ള സാഹചര്യം ഒഴിവാക്കുന്നു.

(iv) സമൂഹത്തിന്റെ സംരക്ഷണം [Maintenance of society]: എല്ലാ സാഹചര്യങ്ങൾക്കും അനുയോജ്യമായ തരത്തിലുള്ള നിയമം നിർമ്മിക്കുക എന്നത് അപ്രായോഗികമായ വസ്തുതയാണ് എന്നതാണ് ഈ ആശയത്തിന്റെ ആധാരം. ബിസിനസിൽ നിന്ന് വേണ്ടവിധത്തിലുള്ള സേവനങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നില്ലെന്ന് ജനങ്ങൾക്ക് ബോധ്യമായാൽ അവർ നിയമത്താൽ നിയന്ത്രിക്കപ്പെടാൻ സാധിക്കാത്ത സാമൂഹിക വിരുദ്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടേക്കാം. ഇത് ബിസിനസിനെ ദോഷകരമായി ബാധിക്കും. അതിനാൽ ബിസിനസ് അവരുടെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുന്നതാണ് അഭികാമ്യം.

(v) ബിസിനസിന്റെ പക്കലുള്ള വിഭവങ്ങളുടെ ലഭ്യത [Availability of resources with business]: സമൂഹത്തിന്റെ പ്രശ്നങ്ങളെ ഫലപ്രദമായി പരിഹരിക്കുവാൻ കഴിയുന്ന തരത്തിലുള്ള സാമ്പത്തികവും മാനുഷികവുമായ വിഭവങ്ങൾ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളിലുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി

വർഷങ്ങളോളം ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ സംഘടിപ്പിച്ചതിലൂടെ ആർജ്ജിച്ചെടുത്ത ഭരണ നിർവഹണ പാടവവും മൂലധനവിഭവങ്ങളും ബിസിനസിന്റെ പക്കലുണ്ട്. ഇത്തരത്തിൽ ബിസിനസിന്റെ പക്കലുള്ള ഭീമമായ ധന, മാനുഷിക വിഭവങ്ങളെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് സമൂഹത്തിന്റെ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുവാൻ കഴിയും.

(vi) പ്രശ്നങ്ങളെ അവസരങ്ങളാക്കി മാറ്റുന്നു [Converting problems into opportunities]: നഷ്ടസാധ്യത കൂടുതലായി നിലനിൽക്കുന്ന സാഹചര്യങ്ങളെപ്പോലും ലാഭകരമായ തരത്തിൽ മാറ്റാൻ സാധിക്കുന്ന ബിസിനസിന് സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനോടൊപ്പം, വെല്ലുവിളികൾ ഏറ്റെടുത്തുകൊണ്ട് അവയെ ഫലപ്രദപ്രമായി നേരിടുന്നതിനും കഴിയുന്നു.

(vii) ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള മികച്ച പരിസ്ഥിതി [Better environment for doing business]: ഒരു ബിസിനസ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത് വളരെയധികം വൈവിധ്യവും സങ്കീർണ്ണവുമായ പ്രശ്നങ്ങൾ നിലനിൽക്കുന്ന സമൂഹത്തിലാണെങ്കിൽ അത് വിജയിക്കുവാനുള്ള സാധ്യത വളരെ കുറവായിരിക്കും. അതുകൊണ്ട് ബിസിനസിന്റെ നിലനിൽപ്പിനെ തന്നെ ബാധിച്ചേക്കാവുന്ന ഇത്തരം സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ നടപടികൾ ബിസിനസിന്റെ ഭാഗത്തുനിന്നും ഉണ്ടാകണം. കുറഞ്ഞ പ്രശ്നങ്ങളുള്ള ഒരു സമൂഹത്തിന് മാത്രമേ ബിസിനസിന് പ്രവർത്തിക്കുവാനാവശ്യമായ ഒരു നല്ല അന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിക്കുവാൻ സാധിക്കൂ.

(viii) സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിൽ ബിസിനസിനും ഉത്തരവാദിത്വമുണ്ട് [Holding business responsible for social problems]: ചില സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതോ അല്ലെങ്കിൽ നിലനിർത്തുന്നതോ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ തന്നെയാണ് എന്ന വാദം നിലനിൽക്കുന്നു. പരിസ്ഥിതി മലിനീകരണം, സുരക്ഷിതമല്ലാത്ത തൊഴിലിടം, പൊതുസ്ഥാപനങ്ങളിലെ അഴിമതി, തൊഴിലിടങ്ങളിലെ വിവേചനം തുടങ്ങിയവ ഇതിൽ ചിലതാണ്. അതുകൊണ്ട് ഇത്തരം പ്രശ്നങ്ങൾ മറ്റാരെങ്കിലും പരിഹരിക്കുമെന്ന് കാത്തുനിൽക്കാതെ അവ പരിഹരിക്കുവാനുള്ള ധാർമ്മിക ഉത്തരവാദിത്വം ബിസിനസിനുണ്ട്.

6.3.2 ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിനു എതിരായ വാദങ്ങൾ [Arguments against Social Responsibility of business]

ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന് എതിരായ വാദങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു :

(i) പരമാവധി ലാഭം എന്ന ലക്ഷ്യത്തിൽ നിന്നുള്ള വ്യതിചലനം [Violation of profit maximisation objective]: ബിസിനസ് നിലകൊള്ളുന്നത് പരമാവധി ലാഭം നേടുന്നതിനു വേണ്ടിയാണ് എന്നതാണ് ഈ വാദഗതിയുടെ അടിസ്ഥാനം. അതുകൊണ്ട് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്നു പറയുന്നതുപോലും ഈ ലക്ഷ്യത്തിന് എതിരാണ്. വാസ്തവത്തിൽ, ഒരു ബിസിനസിന് അതിന്റെ കാര്യക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിച്ചും ചെലവ് കുറച്ചും പരമാവധി ലാഭം നേടുന്നതിലൂടെ അതിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം നിറവേറ്റാൻ കഴിയും.

(ii) ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അധിക ഭാരം നൽകുന്നു [Burden on consumers]: മലിനീകരണ നിയന്ത്രണം, പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണം തുടങ്ങിയ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിന് വളരെയധികം ചെലവും മുതൽ മുടക്കും ആവശ്യമാണ്. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ ബിസിനസ് അവർ വഹിക്കേണ്ട സാമ്പത്തിക ചെലവിന്റെ ഭാരം സാധനങ്ങളുടെ വില വർദ്ധിപ്പിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് കൈമാറുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം നിറവേറ്റുന്നതിന് ചെലവായ തുക ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് ഈടാക്കുന്നത് അനീതിയാണ്.

(iii) സാമൂഹിക വൈദഗ്ധ്യത്തിന്റെ അഭാവം [Lack of social skills]: ബിസിനസിന്റെ പ്രശ്ന

ങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്ന തരത്തിൽ സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാൻ സാധ്യമല്ല. ബിസിനസുകാർ സമൂഹത്തിന്റെ പ്രശ്നങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുന്നതിനും അവ പരിഹരിക്കുന്നതിനും പ്രത്യേക പരിശീലനം നേടിയിട്ടുള്ളവരുമല്ല. അതിനാൽ, സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രത്യേക വിഭാഗം ആളുകൾ പരിഹരിക്കേണ്ട വിഷയമാണ് എന്നതാണ് ഈ വാദത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം.

(iv) പൊതുജന പിന്തുണയുടെ അഭാവം [Lack of broad public support]: സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങളിൽ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഇടപെടലുകൾ പൊതുസമൂഹം ഇഷ്ടപ്പെടുന്നില്ല. സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിൽ പൊതുജന വിശ്വാസവും സഹകരണവും ഇല്ലാത്തതിനാൽ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അവ വേണ്ടവിധത്തിൽ നടപ്പിലാക്കാൻ കഴിയാതെ പോകുന്നു.

6.3.3 സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ യാഥാർത്ഥ്യം [Reality of Social Responsibility]

ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന് അനുകൂലവും പ്രതികൂലവുമായ വാദങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്ത് കഴിഞ്ഞു. എന്നാൽ ബിസിനസുകാരൻ യഥാർത്ഥത്തിൽ ഇതിലേതു വാദത്തിനൊപ്പം നിൽക്കും? പരമാവധി ലാഭം നേടുക എന്നതിനോ അതോ സാമൂഹിക ലക്ഷ്യം എന്ന ആശയത്തിനോ? ബിസിനസുകാരുടെ മനോഭാവത്തിൽ അടുത്തകാലത്തുണ്ടായ ഏറ്റവും ശ്രദ്ധേയമായ മാറ്റം, ലാഭകരമായ പ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെ സ്വന്തം നിലനിൽപ് ഉറപ്പാക്കുന്നതോടൊപ്പം സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ കൂടി നിറവേറ്റണമെന്ന തിരിച്ചറിവാണ്. എന്നാൽ ഇതിനെ സ്വകാര്യ സംരംഭങ്ങളുടെ നിലനിൽപിനു വേണ്ടിയുള്ള ഒരു ഭംഗിവാക്കായി മാത്രമേ കാണേണ്ടതുള്ളൂ. ഒരു ജനാധിപത്യ സമൂഹത്തിൽ ജനങ്ങൾക്ക് വ്യക്തമായ മനുഷ്യാവകാശങ്ങൾ ഉള്ളതിനാൽ അവർ ബിസിനസിൽ നിന്ന് ഉത്തരവാദിത്വപ്പെട്ട പെരുമാറ്റം ആവശ്യപ്പെടാം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഇത്തരം വെല്ലുവിളികളെ തിരിച്ചറിയുവാനും അംഗീകരിക്കുവാനും സ്വകാര്യ ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ ഭാഗികമായെങ്കിലും തയ്യാറാവുന്നു എന്ന യാഥാർത്ഥ്യം നിഷേധിക്കാൻ കഴിയില്ല. ഇത്തരത്തിൽ ബിസിനസ് അതിന്റെ പ്രവർത്തന ക്രമത്തിലും വീക്ഷണത്തിലും മാറ്റം വരുത്താതിരിക്കുകയും അതിന്റെ നിയമാനുസൃതമായ പങ്ക് വഹിക്കാൻ തയ്യാറാകാതിരിക്കുകയും ചെയ്താൽ അതിന് വിജയിക്കാനുള്ള സാധ്യത ഇല്ലാതാകുന്നു. സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുന്നതിന് ബിസിനസുകാരനെ നിർബന്ധിക്കുന്നതും പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതുമായ ഘടകങ്ങളും കാരണങ്ങളും ഏതൊക്കെയാണെന്നും അതോടൊപ്പം തന്നെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിലൂടെ ബിസിനസിന്റെ വികാസത്തിന് അനുയോജ്യമായ സാഹചര്യങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണെന്നും അറിഞ്ഞിരിക്കുന്നത് പ്രയോജനകരമായിരിക്കും. അവയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടവ താഴെ പറയുന്നു.

(i) പൊതു നിയന്ത്രണങ്ങൾ [Threat of public regulation]: ജനാധിപത്യ പ്രക്രിയയിലൂടെ തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട സർക്കാരുകൾ സമൂഹത്തിലെ വ്യത്യസ്ത ജനവിഭാഗങ്ങളുടെ ഉന്നമനത്തിനുവേണ്ടി കർമ്മപരിപാടികളുമായി മുന്നോട്ടു പോകുന്നു. സമൂഹത്തിൽ നിരുത്തരവാദപരമായ രീതിയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ബിസിനസുകൾക്കെതിരെ ജനങ്ങളുടെ താൽപര്യം സംരക്ഷിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തുന്നു. ബിസിനസ് അതിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വ നിർവഹണത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിനുള്ള ഒരു പ്രധാന കാരണം ഇത്തരത്തിലുള്ള സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങളോടുള്ള ഭയമാണ്.

(ii) തൊഴിലാളി പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ സമ്മർദ്ദം [Pressure of labour movement]: തൊഴിലാളി സമൂഹം ഇപ്പോൾ കൂടുതൽ വിദ്യാസമ്പന്നരും

സംഘടിതരുമാണ്. ലോകമെമ്പാടുമുള്ള തൊഴിലാളി സമൂഹത്തിന് നേട്ടം ഉണ്ടാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി തൊഴിലാളി പ്രസ്ഥാനങ്ങൾ വളരെ ശക്തരായി തീർന്നിട്ടുണ്ട്. ഇത് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളെ തങ്ങളുടെ ഇഷ്ടമനുസരിച്ച് തൊഴിലാളികളെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന രീതിയായ 'ഹയർ ആൻഡ് ഫയർ' എന്നതിനുപകരം തൊഴിലാളികളുടെ ക്ഷേമത്തിന് പ്രാധാന്യം നൽകുന്ന നടപടികളുമായി മുന്നോട്ടുപോകുവാൻ കാരണമായി.

(iii) പ്രബുദ്ധരായ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സ്വാധീനം [Impact of consumer consciousness]: വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെയും ബഹുജന മാധ്യമങ്ങളുടെയും വികാസവും വിപണിയിലെ മത്സരവും ഉപഭോക്താവിനെ വിപണി ശക്തികളെ നിശ്ചയിക്കുന്നതിനുവേണ്ട തങ്ങളുടെ അവകാശങ്ങളെപ്പറ്റിയും അധികാരങ്ങളെപ്പറ്റിയും ബോധമുള്ളവരാക്കി. ഉപഭോക്താവ് കൂടുതൽ ശ്രദ്ധിക്കുക (കവിയറ്റ് എംപ്റ്റർ) എന്ന വിപണന രീതിക്കു പകരമായി ഉപഭോക്താവിനെ വിപണിയുടെ രാജാവായി കണക്കാക്കുന്ന പുതിയ രീതി അവലംബിച്ചു. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉപഭോക്തൃ അധിഷ്ഠിതമായ വിപണന നയങ്ങൾ ആരംഭിച്ചു.

(iv) ബിസിനസിനു വേണ്ട സാമൂഹിക നിലവാരത്തിന്റെ വികാസം [Development of social standard for business]: ഏതു തരം ബിസിനസ് പ്രവൃത്തിയിലൂടെയും എങ്ങനെയും ധനം സമ്പാദിക്കാൻ കഴിയുന്ന തരത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളായി ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളെ കണക്കാക്കാൻ സാധ്യമല്ല. പുതിയ സാമൂഹിക നിലവാര പ്രകാരം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളെ സാമൂഹിക ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുക എന്ന നിബന്ധനയോടെ നിയമാനുസൃതമായി കണക്കാക്കുന്നുണ്ട്. ഒരു ബിസിനസിനെ നിലനിർത്തുന്നതും വളർത്തുന്നതും സമൂഹമായതിനാൽ അവയ്ക്ക് സമൂഹത്തിൽ നിന്ന് ഒറ്റപ്പെട്ട് നിലനിൽക്കാൻ സാധ്യമല്ല. അതോടൊപ്പംതന്നെ ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ ആത്യന്തികമായി വിലയിരുത്തുന്നത് അവയുടെ സാമൂഹിക നിലവാരത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ്.

(v) ബിസിനസ് വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ വികാസം [Development of business education]: സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തോടെയുള്ള ബിസിനസ് വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ വികാസം കൂടുതൽ ആളുകളെ ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ആവശ്യത്തെക്കുറിച്ച് ബോധവാന്മാരാക്കിയിട്ടുണ്ട്. ഉപഭോക്താക്കൾ, നിക്ഷേപകർ, തൊഴിലാളികൾ, ഉടമസ്ഥർ തുടങ്ങിയ വിദ്യാസമ്പന്നരായ ആളുകൾ വിവിധ തലങ്ങളിൽ എത്തിയതിലൂടെ സാമൂഹിക വിഷയങ്ങളിൽ മുമ്പുണ്ടായിരുന്നതിനേക്കാൾ കൂടുതൽ തീവ്രമായ ഇടപെടലുകൾ നടക്കുന്നു.

(vi) സാമൂഹിക താൽപര്യവും ബിസിനസ് താൽപര്യവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം [Relationship between social interest and business interest] : ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സാമൂഹിക താൽപര്യവും ബിസിനസ് താൽപര്യവും പരസ്പര വിരുദ്ധമല്ലെന്നും അവ പരസ്പര പൂരകങ്ങളാണെന്നുമുള്ള വസ്തുത ബിസിനസ് തിരിച്ചറിഞ്ഞു തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു. ബിസിനസിന്റെ വികാസം സമൂഹത്തെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നതിലൂടെ മാത്രമേ സാധ്യമാകൂ എന്ന വസ്തുത ബിസിനസിന്റെ ദീർഘകാല നേട്ടങ്ങൾ അവയുടെ സാമൂഹികമായ സേവനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു എന്ന വിശ്വാസത്തിന് വഴിതെളിച്ചു. അങ്ങനെ ബിസിനസ് ആധുനിക നാഗരിക സമൂഹത്തിന്റെ അവശ്യഘടകമായി അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടു.

(vii) പ്രൊഫഷണൽ ഭരണ നിർവഹണ വിഭാഗത്തിന്റെ വികാസം [Development of professional managerial class]: സർവകലാശാലകളിലെയും പ്രത്യേക മാനേജ്മെന്റ് സ്ഥാപനങ്ങളിലെയും മാനേജ്മെൻറ് വിദ്യാഭ്യാസം വഴി

പ്രത്യേക പ്രൊഫഷണൽ ഭരണ നിർവാഹകരെ സൃഷ്ടിക്കാൻ സാധിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇത്തരം ഉദ്യോഗസ്ഥർക്ക് ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ നേരത്തെ ഉണ്ടായിരുന്നതിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായ സമീപനമാണുള്ളത്. ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനം വിജയകരമായി മുന്നോട്ടു കൊണ്ടുപോകാൻ ലാഭം എന്ന ലക്ഷ്യത്തിനപ്പുറത്ത് സമൂഹത്തിലെ വിവിധ വിഭാഗങ്ങളുടെ താൽപര്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിലാണ് ഇവർ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധിച്ചിരിക്കുന്നത്.

അനേകം സാമൂഹികവും സാമ്പത്തികവുമായ ഘടകങ്ങൾ ഒരുമിച്ച് പ്രവർത്തിച്ചാണ് ബിസിനസിനെ ഒരു സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തിയായി മാറ്റുന്നത്. ബിസിനസ് എന്നത് കേവലമായ ഒരു തൊഴിൽ മാത്രമല്ല മറിച്ച് അത് പ്രവർത്തിക്കുന്ന സമൂഹത്തിന്റെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് അവയുടെ ഹ്രസ്വകാല ദീർഘകാല സാമ്പത്തിക താൽപര്യങ്ങൾ ഏകോപിപ്പിക്കുന്ന ഒരു സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനമാണ്. ഇതാണ് ബിസിനസിന്റെ പൊതുവായതും നിർദ്ദിഷ്ടവുമായ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനം. എന്നാൽ ബിസിനസ് എന്നത് അടിസ്ഥാനപരമായി ഒരു സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനമാണെന്നും ആത്യന്തികമായി അതിനെ വിലയിരുത്തേണ്ടത് അതിന്റെ സാമ്പത്തിക പ്രകടനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണെന്നുമുള്ള വസ്തുത വിസ്മരിച്ചുകൂടാ. അതേസമയം തന്നെ ബിസിനസ് സമൂഹത്തിന്റെ ഭാഗമായതിനാൽ അതിനു സമൂഹത്തോടുള്ള കർത്തവ്യങ്ങളും ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളും നിറവേറ്റുക കൂടി ചെയ്യണം.

6.4 വിവിധതരം സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ [Kinds Of Social Responsibility]

ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളെ താഴെ പറയുന്ന നാല് ശീർഷകങ്ങളായി തരം തിരിക്കാം :

(a) സാമ്പത്തിക ഉത്തരവാദിത്വം [Economic responsibility]:

ബിസിനസ് അടിസ്ഥാനപരമായി ഒരു സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനമാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ അതിന്റെ പ്രഥമ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം സാമ്പത്തികമാണ്. അതായത് സമൂഹത്തിന്റെ ആവശ്യത്തിനനുസരിച്ച് സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപാദിപ്പിച്ച് വിതരണം ചെയ്യുന്നു. ഈ ഉത്തരവാദിത്വ നിർവ്വഹണത്തിൽ സ്ഥാപനത്തിന് ചെറിയ വിവേചന അധികാരമുണ്ട്.

(b) നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വം [Legal responsibility]: ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ അവ പ്രവർത്തിക്കുന്ന പ്രദേശത്തെ നിയമവ്യവസ്ഥകൾക്ക് അനുസരിച്ചായിരിക്കണം പ്രവർത്തിക്കേണ്ടത്. നിയമങ്ങൾ സമൂഹത്തിന്റെ നന്മയ്ക്ക് വേണ്ടിയുള്ളതായതിനാൽ നിയമങ്ങൾ അനുസരിക്കുന്ന ബിസിനസ് ഒരു സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വമുള്ള സ്ഥാപനമായിരിക്കും.

(c) ധാർമ്മിക ഉത്തരവാദിത്വം [Ethical responsibility]: നിയമത്തിന്റെ നിർബന്ധമില്ലാതെ സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾക്ക് അനുസരിച്ചുള്ള ബിസിനസിന്റെ പെരുമാറ്റമാണ് ധാർമ്മിക ഉത്തരവാദിത്വം. ഉല്പന്നങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങളിൽ പൊതുവികാരവും അന്തസ്സും മാനിക്കുന്നത് ഇതിന് ഉദാഹരണമാണ്. ഈ ഉത്തരവാദിത്വ നിർവഹണം സ്വമേധയാ ഉള്ള പ്രവർത്തനമാണ്.

(d) വിവേചനപരമായ ഉത്തരവാദിത്വം [Discretionary responsibility]:

ഒരു സ്ഥാപനം പൂർണമായും സ്വമേധയാ ഏറ്റെടുക്കുന്ന ഉത്തരവാദിത്വമാണിത്. വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സഹായം നൽകുക, പ്രകൃതിദുരന്തങ്ങളിൽ ദുരിതമനുഭവിക്കുന്നവർക്ക് വേണ്ട സഹായം നൽകുക തുടങ്ങിയവ ഇതിന് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. നിക്ഷേപത്തിന് ഉയർന്ന പ്രതിഫലം കിട്ടത്തക്കവിധത്തിൽ മൂലധനം ശരിയായ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ വിനിയോഗിക്കേണ്ട ഉത്തരവാദിത്വവുമുണ്ട്.

6.5 വ്യത്യസ്ത തൽപ്പരകക്ഷികളോടുള്ള സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ [Social Responsibility Towards Different Interest Groups]

ബിസിനസ് അതിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം തിരിച്ചറിഞ്ഞുകഴിഞ്ഞാൽ അതിന് ആരോടൊക്കെ എന്തുതരം ഉത്തരവാദിത്വമാണ് നിർവഹിക്കേണ്ടത് എന്ന് അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. തീർച്ചയായും ഏത് മേഖലയിലാണ് തങ്ങളുടെ സാമൂഹിക ലക്ഷ്യം നിറവേറ്റേണ്ടതെന്ന് ബിസിനസ് തീരുമാനിച്ചിരിക്കണം. ഒരു ബിസിനസിന്റെ വ്യത്യസ്ത തൽപ്പരകക്ഷികളോടുള്ള സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളിൽ ചിലത് താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) ഓഹരി ഉടമകളോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം [Responsibility towards the shareholders or owners]: ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന് അതിന്റെ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് അവരുടെ മുതൽ മുടക്കിന് അനുസരിച്ചുള്ള പ്രതിഫലം നൽകുന്നതിലും മുതൽമുടക്കിന്റെ സുരക്ഷിതത്വം ഉറപ്പാക്കുന്നതിനുമുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം ഉണ്ട്. കമ്പനികൾ അതിന്റെ ഓഹരിയുടമകൾക്ക് അവയുടെ പ്രവർത്തനത്തിന്റെയും പുരോഗതിയുടെയും കൃത്യവും പൂർണ്ണവുമായ വിവരങ്ങൾ മുടങ്ങാതെ നൽകണം.

(ii) തൊഴിലാളികളോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം [Responsibility towards the workers]: ഒരു സ്ഥാപനത്തിലെ മാനേജ്മെന്റിന് അതിന്റെ തൊഴിലാളികൾക്ക് കാര്യക്ഷമമായി ജോലി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള അവസരം ഒരുക്കി കൊടുക്കുന്നതിനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വമുണ്ട്. തൊഴിലാളികളുടെ പൂർണ സഹകരണം ആർജ്ജിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി ശരിയായ തൊഴിൽ സാഹചര്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാൻ ശ്രമിക്കണം. തൊഴിലാളികളുടെ തൊഴിൽ സംഘടനകൾ രൂപീകരിക്കുന്നതിനുള്ള ജനാധിപത്യ അവകാശങ്ങളെ മാനിക്കുക. തൊഴിലാളികൾക്ക് മാനേജ്മെന്റിൽ നിന്ന് മാന്യമായ വേതനവും പരിഗണനയും ലഭിക്കുന്നുണ്ടെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്തുക എന്നിവയും ഇതിൽപെടുന്നു.

(iii) ഉപഭോക്താക്കളോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം [Responsibility towards the consumers]: ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ശരിയായ ഗുണനിലവാരത്തിലും അളവിലും സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ന്യായമായ വിലയ്ക്ക് ലഭ്യമാക്കുക എന്നത് ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് അതിന്റെ ഉപഭോക്താക്കളോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. മായം ചേർക്കൽ, ഗുണമേന്മയില്ലായ്മ, അവശ്യസാധനങ്ങൾ നൽകാതിരിക്കുക, അപകീർത്തികരവും തെറ്റിദ്ധാരണാജനകവുമായ പരസ്യങ്ങൾ നൽകുക തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾക്കെതിരെ ബിസിനസ് ശരിയായ മുൻകരുതലുകളെടുക്കണം. ഉപഭോക്താവിന് തങ്ങളുടെ വാങ്ങൽ തീരുമാനത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഉൽപന്നത്തെ സംബന്ധിക്കുന്ന കൃത്യമായ വിവരങ്ങൾ നൽകണം.

(iv) സമൂഹത്തോടും സർക്കാരിനോടുമുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം [Responsibility towards the government and community]: രാജ്യത്ത് നിലനിൽക്കുന്ന നിയമങ്ങളെ മാനിക്കുകയും കൃത്യമായും സത്യസന്ധമായും നികുതികൾ അടയ്ക്കുകയും ചെയ്യുക. സമൂഹത്തിലെ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ട മൂല്യങ്ങൾക്ക് അനുസരിച്ച് ഉത്തമ പൗരനായി പെരുമാറുക, എല്ലാത്തരത്തിലുമുള്ള മാലിന്യങ്ങളെ ഒഴിവാക്കി പ്രകൃതിയെ പരമാവധി സംരക്ഷിക്കുക, സമൂഹത്തിലെ വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങളുമായുള്ള നിരന്തരമായ ഇടപെടലുകളിലൂടെ ഒരു നല്ല പ്രതിച്ഛായ സൃഷ്ടിക്കുക എന്നിവയെല്ലാം ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹ്യ ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളാണ്.

6.6 ബിസിനസും പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണവും [Business and Environmental Protection]

പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണമെന്നത് ബിസിനസ് നേരിടുന്ന ഗുരുതരമായ പ്രശ്നമാണ്. പ്രകൃതിദത്തവും മനുഷ്യനിർമ്മിതവുമായി നമുക്ക് ചുറ്റും കാണുന്നവയുടെ ആകെത്തുകയാണ് പരിസ്ഥിതി എന്നു പറയുന്നത്. ഈ ചുറ്റുപാടിൽ ഉള്ള വിഭവങ്ങളായ ജലം, വായു, ജന്തുജാലങ്ങൾ, സസ്യജാലങ്ങൾ, അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ തുടങ്ങിയവയെ പ്രകൃതിദത്ത വിഭവങ്ങളെന്ന് വിളിക്കുന്നു. സംസ്കാരിക പൈതൃകം, സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനങ്ങൾ, ജനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെ മനുഷ്യനിർമ്മിത വിഭവങ്ങൾ എന്നും വിളിക്കുന്നു. വലിയ തോതിലുള്ള വ്യാവസായിക പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ ഫലമായി പരിസ്ഥിതിനാശം വളരെ വേഗത്തിൽ സംഭവിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്ന യാഥാർഥ്യം അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. കാൺപൂർ, ജയ്പൂർ, ഡൽഹി, പാനിപ്പട്ട്, കൊൽക്കത്ത തുടങ്ങിയ പട്ടണങ്ങളിലും രാജ്യത്തെ മറ്റു പ്രദേശങ്ങളിലും വ്യാവസായിക മലിനീകരണം സർവസാധാരണ കാഴ്ചയായി മാറിയിരിക്കുന്നു. വ്യവസായശാലകൾ പുറംതള്ളുന്ന മാലിന്യങ്ങൾ ജനങ്ങളുടെ ആരോഗ്യത്തെ ദോഷകരമായി ബാധിക്കുന്നു. വ്യാവസായിക ഉൽപാദനത്തിന്റെ ഫലമായി പരിസ്ഥിതിയിലേക്ക് വിനാശകരമായ വിഷവസ്തുക്കൾ പുറംതള്ളുന്നതാണ് മലിനീകരണം. കുറഞ്ഞ അളവിലെങ്കിലും ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഉൽപ്പാദനത്തിൽ ഒഴിച്ചുകൂടാനാകാത്ത ഘടകമാണ് മലിനീകരണം. അതിനാൽ ഉചിതമായ സാങ്കേതികവിദ്യകൾ ഉപയോഗിച്ച് മലിനീകരണത്തിന്റെ പ്രത്യാഘാതങ്ങളുടെ തോത് കുറയ്ക്കുക എന്നത് ഉൽപാദകർ നേരിടുന്ന ഏറ്റവും വലിയ വെല്ലുവിളിയാണ്. പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണം ബിസിനസിനും സമൂഹത്തിനും ഏറെ ഗുണകരമാണ്. മലിനീകരണം വായു, മണ്ണ്, ജലം എന്നിവയുടെ ഭൗതികവും രാസപരവും ജൈവികവുമായ സ്വഭാവത്തിൽ മാറ്റം വരുത്തുന്നു. മലിനീകരണം മനുഷ്യന്റെയും മറ്റ് ജീവജാലങ്ങളുടെയും ജീവന് ഭീഷണിയാകുന്നതോടൊപ്പം തന്നെ അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ പാഴാക്കുകയോ നശിപ്പിക്കുകയോ ചെയ്യുന്നതിലൂടെ ഇത് ജീവിതനിലവാരത്തെ തകർക്കുന്നു. രാജ്യത്തെ സംസ്കാരിക പൈതൃകത്തെയും ചരിത്രസ്മാരകങ്ങളുടെ നിലനില്പിനേയും ഇത് ദോഷകരമായി ബാധിക്കുന്നു. പരിസ്ഥിതിക്ക് വളരെ കുറഞ്ഞ അളവിൽ മാത്രമേ മാലിന്യങ്ങളെ ആഗിരണം ചെയ്യാൻ കഴിയൂ എന്നതിനാലാണ് മലിനീകരണം ഉണ്ടാകുന്നത്. ചില അപകടകരമായ മാലിന്യങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ വിഷ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, രാസവസ്തുക്കൾ എന്നിവയെ അപകടകരമായ മലിനീകരണമായി കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു. ഇത് വിഷാംശം വമിപ്പിക്കുന്നതിനാൽ പരിസ്ഥിതിക്ക് ഇവയെ സംസ്കരിക്കാൻ കഴിയുന്നില്ല. അങ്ങനെ മലിനീകരണം പരിസ്ഥിതിയുടെ ഗുണനിലവാരത്തെയും മനുഷ്യന്റെ ആരോഗ്യത്തെയും ദോഷകരമായി ബാധിക്കുകയും പ്രകൃതിദത്തവും മനുഷ്യനിർമ്മിതവുമായ വിഭവങ്ങൾക്ക് ക്ഷതം ഉണ്ടാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണം മലിനീകരണ നിയന്ത്രണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

6.6.1 മലിനീകരണത്തിനുള്ള കാരണങ്ങൾ [Causes of Pollution]

ഉൽപ്പാദനം അല്ലെങ്കിൽ ഉപഭോഗ പ്രക്രിയയിൽ ഉപേക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന രാസവസ്തുക്കളാണ് പ്രധാനമായും മാലിന്യങ്ങൾ. സമൂഹത്തിന്റെ വിവിധ മേഖലകളായ വ്യവസായങ്ങൾ, കൃഷി, ഖനനം, ഊർജം, ഗതാഗതം, നിർമാണപ്രവർത്തനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇത്തരത്തിൽ മാലിന്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നുണ്ട്. ഇവ പുറത്തുവിടുന്ന മാലിന്യങ്ങൾ പരിസ്ഥിതിക്ക് ഉൾക്കൊ

ള്ളാൻ കഴിയുന്ന പരിധിക്ക് അധികമാകുമ്പോഴാണ് മലിനീകരണത്തിന് കാരണമാകുന്നത്. മലിനീകരണത്തിന്റെ പ്രധാന ഉറവിടം അളവിലും വിഷബാധയിലും വ്യവസായങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന മാലിന്യങ്ങളാണ്. ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളായ സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ഉൽപാദനം, വിതരണം, ഗതാഗതം, സംഭരണം, ഉപഭോഗം തുടങ്ങിയവയും വലിയതോതിലുള്ള പരിസ്ഥിതി മലിനീകരണം സൃഷ്ടിക്കുന്നുണ്ട്. പല ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളും വായു, ജലം, മണ്ണ്, ശബ്ദം തുടങ്ങിയവയുടെ മലിനീകരണത്തിന് ഉത്തരവാദികളാകുന്നു.

ഇത്തരം മലിനീകരണങ്ങളെ കുറിച്ച് താഴെ പ്രതിപാദിക്കുന്നു.

(i) വായു മലിനീകരണം [Air pollution]: അന്തരീക്ഷത്തിലെ വായുവിന്റെ ഗുണനിലവാരം കുറയ്ക്കുന്ന വിവിധ ഘടകങ്ങളുടെ സംയോജന ഫലമാണ് വായു മലിനീകരണം. പ്രധാനമായും വാഹനങ്ങൾ പുറംതള്ളുന്ന വിഷ വാതകമായ കാർബൺ മോണോക്സൈഡിന്റെ സാന്നിധ്യമാണ് വായു മലിനീകരണത്തിന് കാരണമാകുന്നത്. അതുപോലെതന്നെ ഫാക്ടറികൾ പുറംതള്ളുന്ന പുകയും മറ്റ് രാസവസ്തുക്കളും വായുവിനെ മലിനമാക്കുന്നു. വായു മലിനീകരണം ഓസോൺ പാളികളിൽ വിള്ളൽ ഉണ്ടാക്കുന്നതിന്റെ ഫലമായി അന്തരീക്ഷതാപം ക്രമാതീതമായി വർധിക്കാൻ കാരണമാകുന്നു.

(ii) ജല മലിനീകരണം [Water pollution]: രാസവസ്തുക്കൾ മറ്റ് മാലിന്യ നിക്ഷേപങ്ങൾ എന്നിവയിലൂടെയാണ് പ്രധാനമായും ജലം മലിനമാകുന്നത്. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ അവയുടെ മാലിന്യങ്ങൾ നദികൾ, പുഴകൾ, തടാകങ്ങൾ എന്നിവയിലേക്ക് തള്ളുന്നത് ഗുരുതരമായ ജല മലിനീകരണത്തിന് കാരണമാകുന്നു. ഇത് നിരവധി ജീവജാലങ്ങളുടെ നാശത്തിന് കാരണമാകുന്നു.

(iii) മണ്ണ് മലിനീകരണം [Land pollution]: വിഷം കലർന്ന ഖരമാലിന്യങ്ങൾ മണ്ണ് മലിനീകരണത്തിന് കാരണമാകുന്നു. ഇത് മണ്ണിന്റെ വളക്കൂറ് ഇല്ലാതാക്കി കൃഷിക്ക് അനുയോജ്യമല്ലാതാക്കിതീർക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ മലിനീകരണം സംഭവിച്ച മണ്ണിന്റെ ഗുണനിലവാരം പുനസ്ഥാപിക്കുന്നത് പ്രയാസകരമാണ്.

(iv) ശബ്ദ മലിനീകരണം [Noise pollution] : വാഹനങ്ങളും ഫാക്ടറികളും പുറപ്പെടുവിക്കുന്ന ശബ്ദം അരോജകമാണെന്നു മാത്രമല്ല ഗുരുതരമായ ആരോഗ്യ പ്രശ്നങ്ങൾക്കും കാരണമാകുന്നു. കേൾവി നഷ്ടപ്പെടുക, ഹൃദയസംബന്ധമായ പ്രശ്നങ്ങൾ, മാനസിക അസ്വാസ്ഥ്യം തുടങ്ങി പല രോഗങ്ങൾക്കും ശബ്ദമലിനീകരണം ഇടയാക്കുന്നു.

പാരിസ്ഥിതിക പ്രശ്നങ്ങൾ [Environmental Problems]

ഐക്യരാഷ്ട്രസഭ പരിസ്ഥിതിക്ക് കോട്ടംവരുത്തുന്ന 8 പ്രശ്നങ്ങളാണ് തിരിച്ചറിഞ്ഞിട്ടുള്ളത്. അവ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

(i) ഓസോൺ പാളികളുടെ ശോഷണം.
(ii) ആഗോളതാപനം.
(iii) ഖരാവസ്ഥയിൽ ഉള്ളതും ആപത്കരവുമായ മാലിന്യങ്ങൾ
(iv) ജലമലിനീകരണം.
(v) ശുദ്ധജല ഗുണമേന്മയും വ്യാപ്തിയും.
(vi) വനനശീകരണം.
(vii) ഭൂമിയുടെ അപചയ മാലിന്യങ്ങൾ.
(viii) ജൈവവൈവിധ്യത്തിന് മേലുള്ള അപായം.

6.6.2 മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന്റെ ആവശ്യകത [Need for Pollution Control]

പരിസ്ഥിതി വിഭവങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കാനും പരിസ്ഥിതിയുടെ ഗുണനിലവാരം മെച്ചപ്പെടുത്താനും മലിനീകരണ നിയന്ത്രണം ആവശ്യമാണ്. ഇതിലൂടെ സംരക്ഷിത വിഭവങ്ങളെ മനുഷ്യരാശിയുടെ നേട്ടത്തിനായും ജനങ്ങളുടെ ആരോഗ്യക്ഷേമ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മെച്ചപ്പെടുത്താൻ വേണ്ടിയും ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയും. മാലിന്യത്തിന്റെ തരം, മാലിന്യത്തിന്റെ അളവ്, മലിനീകരണ സ്രോതസ്സിൽ നിന്നുള്ള അകലം എന്നിവയനുസരിച്ച് ഓരോ പ്രത്യേക മേഖലയിലും (അതായത് ജലം, വായു, മണ്ണ്) ഉണ്ടാകുന്ന നാശത്തിന്റെ അളവ് വ്യത്യാസപ്പെടുന്നു. എന്നാൽ എല്ലാ മലിനീകരണങ്ങളും പരിസ്ഥിതിയുടെ ഗുണനിലവാരത്തെ ദോഷകരമായി ബാധിക്കുന്നതിലൂടെ സാധാരണ ജീവിതം നയിക്കുന്നതിന് അനുയോജ്യമല്ലാതായിത്തീരുന്നു. മലിനീകരണം സൃഷ്ടിക്കുന്ന പ്രത്യാഘാതങ്ങൾക്കെതിരെ ജനങ്ങൾ ഇപ്പോൾ ശക്തമായി പ്രതികരിച്ചു തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. പരിസ്ഥിതി നശീകരണത്തിനെതിരെ പ്രവർത്തിക്കാതെ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് നിലനിൽക്കാൻ സാധ്യമല്ല. അതുകൊണ്ട് അവർ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന് ആവശ്യമായ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കേണ്ടതാണ്. എന്നാൽ ഇത്തരം നടപടികൾ അവർക്കെതിരെയുള്ള വിമർശനങ്ങളെ ഒഴിവാക്കാൻ വേണ്ടി മാത്രമുള്ളതായി മാറരുത്. മറിച്ച് ഇതിലൂടെ ലഭിക്കാവുന്ന നേട്ടങ്ങൾ ആസ്വദിക്കുന്ന തരത്തിലാവണം. മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന് ആധാരമായ പ്രധാനപ്പെട്ട കാരണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു.

(i) ആരോഗ്യ പ്രശ്നങ്ങൾ കുറയ്ക്കുന്നു [Reduction of health hazards]: പരിസ്ഥിതി മലിനീകരണം മൂലം ഹൃദ്രോഗം, കാൻസർ, ശ്വാസകോശസംബന്ധമായ അസുഖങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ഉണ്ടാകാൻ കാരണമാകുന്നു. മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ നടപടികളിലൂടെ ഇത്തരം അസുഖങ്ങളുടെ വ്യാപ്തി കുറയ്ക്കാൻ സഹായിക്കുന്നതിനൊപ്പം ഭൂമിയിൽ ആരോഗ്യകരമായ ജീവിതം നയിക്കുന്നതിനുള്ള സാഹചര്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും കഴിയുന്നു.

(ii) നഷ്ടസാധ്യത കുറയ്ക്കുന്നു [Reduced risk of liability]: വിഷാംശം കലർന്ന ഖര-ദ്രാവക-വാതക രൂപത്തിലുള്ള മാലിന്യങ്ങൾ പുറന്തള്ളുന്നതിലൂടെ ഉണ്ടാകുന്ന മലിനീകരണത്തിന്റെ ഭാഗമായി ദുരിതമനുഭവിക്കുന്നവർക്ക് ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങൾ നഷ്ടപരിഹാരം കൊടുക്കേണ്ടി വരും. അതുകൊണ്ട് സ്ഥാപനങ്ങളിൽ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ മാർഗ്ഗങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്നതിലൂടെ ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകൾ കുറയ്ക്കാൻ സാധിക്കും.

(iii) ചെലവ് ചുരുക്കുന്നു [Cost savings]: ഫലപ്രദമായ രീതിയിൽ ഉള്ള മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ പരിപാടിയിലൂടെ ഒരു ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനച്ചെലവ് കുറയ്ക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. അനുചിതമായ സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയ വഴി വളരെ കൂടുതൽ മാലിന്യങ്ങൾ ഉണ്ടാകുന്നതിനാൽ ഇവ സംസ്കരിക്കുന്നതിനും പ്ലാന്റ് വൃത്തിയാക്കുന്നതിനും കൂടുതൽ പണം ചെലവാകുന്നു. ശരിയായ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിലൂടെ ഈ ചെലവ് കുറയ്ക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.

(iv) പ്രതിച്ഛായ വർദ്ധിക്കുന്നു [Improved public image]: പൊതുസമൂഹം പരിസ്ഥിതിയുടെ ഗുണനിലവാരത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ അതീവ ശ്രദ്ധാലുക്കളായതിനാൽ മാലിന്യങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുന്നതിനുള്ള ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ നയങ്ങളും നടപടികളും അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളോടുള്ള ജനങ്ങളുടെ മനോഭാവത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്നു. പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്ന സ്ഥാപനത്തിന് നല്ല പ്രശ

സ്തി ലഭിക്കുവാനും സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വമുള്ള സംരംഭമായി അറിയപ്പെടാനും കഴിയുന്നു.

(v) മറ്റ് സാമൂഹിക നേട്ടങ്ങൾ [Other social benefits]: മലിനീകരണ നിയന്ത്രണം വഴി പൊടിപടലങ്ങളില്ലാത്ത അന്തരീക്ഷം, വൃത്തിയുള്ള കെട്ടിടങ്ങൾ, മെച്ചപ്പെട്ട ജീവിതനിലവാരം, മലിനമാകാത്ത പ്രകൃതിവിഭവങ്ങളുടെ ലഭ്യത എന്നീ നേട്ടങ്ങൾ കൂടി ലഭിക്കുന്നു.

6.6.3 പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിൽ ബിസിനസിനുള്ള പങ്ക് [Role of Business in Environmental Protection]

പരിസ്ഥിതിയുടെ ഗുണനിലവാരം നമ്മൾക്കെല്ലാവർക്കും ഒരുപോലെ പ്രധാനപ്പെട്ടതായതിനാൽ അവ നശിച്ചുപോകാതെ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനുള്ള കൂട്ടായ ഉത്തരവാദിത്വം നമുക്കുണ്ട്. പരിസറിതിയുടെ മലിനീകരണം തടയുന്നതിന് വേണ്ടി സർക്കാർ, ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ, ഉപഭോക്താക്കൾ, തൊഴിലാളികൾ തുടങ്ങി സമൂഹത്തിലെ ഏതൊരംഗത്തിനും അവരുടെതായ രീതിയിൽ തങ്ങളുടെ പങ്ക് നിർവഹിക്കാൻ കഴിയും. സർക്കാരിന് അപകടകരമായ ഉൽപന്നങ്ങളെ നിയമം മൂലം നിരോധിക്കാൻ കഴിയും. ഉപഭോക്താക്കൾ, തൊഴിലാളികൾ, സമൂഹത്തിലെ മറ്റ് അംഗങ്ങൾ തുടങ്ങിയവർക്ക് ചില ഉൽപന്നങ്ങളുടെ ഉപയോഗം ഒഴിവാക്കാനും പരിസറിതി സൗഹൃദമല്ലാത്ത പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടാതിരിക്കാനും സാധിക്കും.

പരിസറിതി പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് സ്വന്തമായ പരിഹാരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നതിനുള്ള നേതൃത്വം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കണം. എല്ലാത്തരം മലിനീകരണങ്ങളും പരിശോധിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുന്നതിനോടൊപ്പം തന്നെ പരിസറിതി വിഭവങ്ങളെ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനുള്ള സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എല്ലാ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്കുമുണ്ട്. സമ്പത്ത്, തൊഴിൽ, വ്യാപാരം, സാങ്കേതികവിദ്യ എന്നിവയുടെ മുൻനിര സൃഷ്ടാക്കളായ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ വലിയ അളവിൽ സാമ്പത്തിക ഭൗതിക മനുഷ്യ വിഭവങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നു. മാലിന്യങ്ങളെ അവയുടെ സ്രോതസ്സിൽ തന്നെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന പ്രതിരോധാത്മക സമീപനത്തിലൂടെ പരിസ്ഥിതി മലിനീകരണ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാനുള്ള കഴിവ് അവർക്കുണ്ട്. ഉൽപാദന പ്രക്രിയയിൽ മാറ്റം വരുത്തുന്നതിലൂടെയോ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഉപകരണങ്ങളുടെ രൂപകല്പന മാറ്റുന്നതിലൂടെയോ നിലവാരം കുറഞ്ഞ സാധനങ്ങൾക്ക് പകരമായി മെച്ചപ്പെട്ടവ ഉപയോഗിക്കുന്നതിലൂടെയോ അല്ലെങ്കിൽ നവീനമായ സമീപന മാർഗം സ്വീകരിക്കുന്നതിലൂടെയോ മിക്കവാറും സാഹചര്യങ്ങളിൽ മലിനീകരണത്തിന്റെ അളവ് കുറയ്ക്കാനോ പൂർണമായി ഒഴിവാക്കാനോ സാധിക്കും. പരിസറിതി സംരക്ഷണത്തിനുവേണ്ടി ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് നടപ്പാക്കാൻ കഴിയുന്ന ചില പ്രധാനപ്പെട്ട നടപടികൾ താഴെപ്പറയുന്നു.

(i) മലിനീകരണം തടയുന്നതിനും പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിനും ഉപകരിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള തൊഴിൽ സംസ്കാരം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും പരിപാലിക്കുന്നതിനും വികസിപ്പിക്കുന്നതിനും സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഉന്നതാധികാരികൾക്ക് കഴിയണം.

(ii) പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിൽ സ്ഥാപനത്തിലെ എല്ലാ തൊഴിലാളികളുടെയും വിഭാഗങ്ങളുടെയും പങ്കാളിത്തം ഉറപ്പുവരുത്തണം.

(iii) ഗുണനിലവാരമുള്ള അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ വാങ്ങുക, മികച്ച സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുക, മാലിന്യങ്ങൾ നീക്കം ചെയ്യുന്നതിലും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിലും

ശാസ്ത്രീയമാർഗങ്ങൾ അവലംബിക്കുക തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങളിൽ കൃത്യമായ നയങ്ങളും പരിപാടികളും ആവിഷ്കരിക്കുക. കൂടാതെ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന് കഴിയുന്നതരത്തിൽ തൊഴിലാളികളുടെ വൈദഗ്ധ്യം വികസിപ്പിക്കുക.

(iv) മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന് സർക്കാർ നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുള്ള നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും അനുസരിക്കുക.

(v) അപകടകരമായ വസ്തുക്കളുടെ നിയന്ത്രണം, മലിനമായ നദികളുടെ ശുദ്ധീകരണം, മരങ്ങൾ നട്ടുപിടിപ്പിക്കുക, വനനശീകരണം തടയൽ തുടങ്ങിയ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിനായുള്ള സർക്കാർ പരിപാടികളിൽ പങ്കാളികളാവുക.

(vi) പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിന്റെ പുരോഗതി മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനായി വരവുചെലവുകൾക്കനുസൃതമായി മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ പരിപാടികളെ കാലാനുസൃതമായി വിലയിരുത്തുക.

(vii) വിതരണക്കാരെയും ഉപഭോക്താക്കളെയും മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ പരിപാടികളിൽ സജീവമായി പങ്കാളികളാകുന്നതിനു വേണ്ടിയുള്ള വിദ്യാഭ്യാസ ശിൽപ്പശാലകൾ സംഘടിപ്പിക്കുകയും പരിശീലന സാമഗ്രികൾ തയ്യാറാക്കി നൽകുകയും ചെയ്യുക.

6.7 ബിസിനസ് ധാർമ്മികത [Business Ethics]

സാമൂഹിക കാഴ്ചപ്പാടിൽ ആളുകൾക്ക് സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിനു വേണ്ടിയാണ് ബിസിനസ് നിലകൊള്ളുന്നത്. എന്നാൽ ബിസിനസിന്റെ പ്രഥമ ലക്ഷ്യം ലാഭം നേടുക എന്നുള്ളതാണ്. ബിസിനസിന്റെ വ്യക്തിഗത ലക്ഷ്യങ്ങളും സാമൂഹിക ലക്ഷ്യങ്ങളും തമ്മിൽ പൊരുത്തക്കേട് ഉണ്ടാകാതെ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്. എന്നിരുന്നാലും ബിസിനസ് നടത്തുന്നത് വ്യക്തികൾ ആയതിനാൽ അവരുടെ തീരുമാനങ്ങളും പ്രവർത്തനങ്ങളും എല്ലായിപ്പോഴും സമൂഹത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾക്കനുസരിച്ച് ആയിരിക്കണമെന്നില്ല. സാമ്പത്തിക പ്രകടനത്തിന്റെ (വരവ്, ചെലവ്, ലാഭം തുടങ്ങിയവ) അടിസ്ഥാനത്തിൽ നല്ല രീതിയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക പ്രകടനം അത്ര മെച്ചമായിരിക്കണമെന്നില്ല. അതായത് നിലവാരമുള്ള സാധനങ്ങൾ ന്യായമായ വിലയ്ക്ക് നല്കുക എന്നുള്ള കാര്യത്തിൽ പിന്നോട്ട് പോയേക്കാം. ഇത് സമൂഹത്തിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ നിന്ന് എന്താണ് ശരി അല്ലെങ്കിൽ തെറ്റ് എന്ന ചോദ്യമുയർത്തുന്നു. ഈ ചോദ്യത്തിനുള്ള ഉത്തരവും വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്. കാരണം ബിസിനസ് സമൂഹത്തിന്റെ സ്വാധീനത്തിലുള്ള ഒരു സംവിധാനമായതിനാൽ സമൂഹത്തിന്റെ മൂല്യങ്ങൾക്കും മുൻഗണനകൾക്കും അനുസരിച്ച് അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ക്രമീകരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. വ്യക്തിഗത നന്മകളും സാമൂഹിക നന്മകളും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം സ്ഥാപിക്കലാണ് ധാർമികത എന്നത് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്.

6.7.1 ബിസിനസ് ധാർമ്മികത എന്ന ആശയം [Concept of Business Ethics]

സ്വഭാവം എന്നർത്ഥം വരുന്ന എതോസ് (ethos) എന്ന ഗ്രീക്ക് വാക്കിൽ നിന്നാണ് എത്തിക്സ് (ethics) എന്ന വാക്കുണ്ടായത്. ഒരു സമൂഹത്തിലോ ഏതെങ്കിലും കൂട്ടത്തിലോ നിലനിന്നുപോരുന്ന സദാചാരമോ, നിയമമോ, ആദർശങ്ങളോ ആണ് ഇത്. മനുഷ്യന്റെ പെരുമാറ്റത്തിലെ ശരിയും തെറ്റും എന്താണെന്നുള്ളതിനെക്കുറിച്ചാണ് ധാർമ്മികത പ്രതിപാദിക്കുന്നത്. ഒരു പ്രത്യേക പ്രവർത്തനമേഖലയിൽ സമൂഹം അംഗീകരിച്ച പെരുമാറ്റത്തിന്റെ നിലവാരം അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് ഇത് തീരുമാനിക്കുന്ന

ഇന്ത്യയിലെ പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണം – സർക്കാർ സ്വീകരിച്ച നടപടികൾ
(Environmental Protection in India - Steps taken by the Government)

1. **നിയമങ്ങൾ :** ഇന്ത്യൻ ഭരണഘടനയിലെ നിർദേശക തത്വങ്ങൾ (Directive principles of state policy) പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിന് ഊന്നൽ നൽകിയിട്ടുണ്ട്. അതിൽ ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുള്ള ചില നിയമങ്ങൾ താഴെപ്പറയുന്നു.
   i. വന്യജീവി സംരക്ഷണ നിയമം 1972
   ii. ജലം (മലിനീകരണം തടയലും നിയന്ത്രണവും) നിയമം 1974, 1974 ലും 1988 ലും ഭേദഗതി വരുത്തിയത്.
   iii. വായു (മലിനീകരണം തടയലും നിയന്ത്രണവും) നിയമം 1974 ,1974 ലും 1988ലും ഭേദഗതി വരുത്തപ്പെട്ടവ (The Air (Prevention and Control of Pollution) Act, 1974)
   iv. പരിസ്ഥിതി (സംരക്ഷണ) നിയമം 1986
   v. വനം (സംരക്ഷണ) നിയമം 1980 (1988 ൽ ഭേദഗതി വരുത്തി)
   vi. അപകടകരമായ മാലിന്യങ്ങളുടെ നിയമം 1989 (Hazardous Wastes Act, 1989)
2. **നിയന്ത്രണങ്ങൾ :** ഭരണപരമായ നടപടികളും മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങളും സർക്കാർ പ്രാവർത്തികമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.1980 ൽ പരിസ്ഥിതിക്കു വേണ്ടി മാത്രമായി ഭാരത സർക്കാർ ഒരു പ്രത്യേക പരിസ്ഥിതി വകുപ്പ് രൂപീകരിച്ചു.
3. **സമിതികൾ :** ചില നിയന്ത്രണങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ നിയമപരമായ അധികാരമുള്ള സമിതികൾ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുണ്ട് :
   - ദേശീയ വനവൽക്കരണ പരിസ്ഥിതി വികസന ഭരണസമിതി (National Afforestation and Eco-development Board)
   - ദേശീയ പാഴ്നില വികസന സമിതി |National Wastelands Development Board|
4. **കോടതി ഇടപെടലുകൾ :** നഗരങ്ങളിലെ ഉൽപാദന സ്ഥാപനങ്ങൾ അടച്ചുപൂട്ടി ഡൽഹി ഹൈക്കോടതി അവിടുത്തെ ഉൽപ്പാദന സംരംഭങ്ങൾ ഡൽഹിക്ക് പുറത്തേക്കു മാറ്റി സ്ഥാപിക്കാനോ അല്ലെങ്കിൽ അടച്ചുപൂട്ടാനോ ഉത്തരവിറക്കുകയുണ്ടായി. ഇതിനു സമാനമായി ആഗ്ര നഗരത്തിൽനിന്ന് ലോഹ നിർമാണശാലകളെ ഒഴിവാക്കുന്നതിനും കാൺപൂരിൽ നിന്ന് ഉൽപ്പാദന ശാലകൾ മാറ്റി സ്ഥാപിക്കുന്നതിനും കോടതി ഉത്തരവിടുകയുണ്ടായി.
5. **കാര്യപരിപാടികളും ബോധവൽക്കരണവും** : പരിസ്ഥിതി ശിക്ഷണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് പലതരം കാര്യപരിപാടികളും പ്രകൃതി വിഭവങ്ങളെ കുറിച്ചുള്ള അവബോധം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയുള്ള ചർച്ചാ യോഗങ്ങളും നിരന്തരമായി സംഘടിപ്പിക്കാറുണ്ട്.
6. **പദ്ധതികൾ** : സർക്കാർ പരിസ്ഥിതി കർമ്മ പദ്ധതി (Environment Action plan (EAP)) രൂപീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ത്. ധാർമ്മികത എന്നാൽ മുഴുവൻ സദാചാര മൂല്യങ്ങളെയും മനുഷ്യന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെടുന്നതാണ്. ധാർമ്മിക മാനദണ്ഡങ്ങൾ മിക്കപ്പോഴും നിയമങ്ങൾ ആയിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ ധാർമ്മിക പെരുമാറ്റം സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങൾക്കും നിയമങ്ങൾക്കും പുറത്തുള്ള ന്യായവും ഉചിതവുമായ പ്രവർത്തി മാത്രമാണ്. പ്രത്യേക മൂല്യങ്ങളാൽ നയിക്കപ്പെടുന്ന സദാ

ചാര തത്ത്വങ്ങൾക്ക് അനുസൃതമായി ജനങ്ങൾ പെരുമാറാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന വിധത്തിൽ പെരുമാറുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ അർത്ഥം. ധാർമ്മികത എന്നത് എഴുതപ്പെട്ടതോ എഴുതപ്പെടാത്തതോ ആയ നിയമാവലികളുടെ കൂട്ടമോ അല്ലെങ്കിൽ തൊഴിൽ പ്രവർത്തനങ്ങളെയോ മാനുഷിക പ്രവർത്തനങ്ങളെയോ നിയന്ത്രിക്കുന്ന തത്ത്വങ്ങളോ ആകുന്നു.

ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ, പ്രവൃത്തികൾ, സമ്പ്രദായങ്ങൾ, സമൂഹത്തിന്റെ നന്മ ഇവ തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തെപ്പറ്റിയാണ് ബിസിനസ് ധാർമ്മികത പ്രതിപാദിക്കുന്നത്. ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന സമൂഹം അംഗീകരിച്ചിട്ടുള്ള സദാചാര മൂല്യങ്ങളെയാണ് ബിസിനസ് ധർമ്മം എന്നു പറയുന്നത്. ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് മാന്യമായ വില ഈടാക്കുക, ന്യായമായ അളവ് തൂക്കങ്ങൾ, തൊഴിലാളികളോട് മാന്യമായ പെരുമാറ്റം, ന്യായമായ ലാഭം നേടുക തുടങ്ങിയവ ബിസിനസ് ധർമ്മങ്ങൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്. ഒരു വ്യാപാരിയുടെ പ്രവർത്തികൾ ശരിയായ രീതിയിൽ ആയിരിക്കുകയും അത് സമൂഹത്തിന്റെ താൽപര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ആവുകയും ചെയ്യുമ്പോഴാണ് അദ്ദേഹം ധാർമ്മികമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു എന്ന് പറയാൻ സാധിക്കുന്നത്. ബിസിനസിന് പുറത്തുള്ളവർക്കും ഇത് ബാധകമാണ്. എന്നാൽ ഇവർ തമ്മിലുള്ള എടുത്തുപറയേണ്ട വ്യത്യാസം വ്യാപാരികൾക്ക് സമൂഹത്തിന്റെ വിഭവങ്ങളുടെ മേൽ വ്യാപകമായ നിയന്ത്രണം ഉള്ളതിനാൽ മറ്റ് മേഖലകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നവരെ അപേക്ഷിച്ച് സമൂഹത്തിൽ നടക്കുന്ന കാര്യങ്ങളിൽ വലിയ സ്വാധീനം കാണാവുന്നതാണ്. വ്യാപാരികളും രാഷ്ട്രീയക്കാരും ഉയർന്ന നിലവാരത്തിൽ ചിന്തിക്കണമെന്നും ഉചിതമായ തീരുമാനങ്ങളെടുത്ത് പ്രർത്തിക്കണമെന്നും പൊതുസമൂഹം ആഗ്രഹിക്കുന്നു. പൊതുസമൂഹത്തിനു ഗുണകരമായ തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുന്നതിനുള്ള സാമൂഹികമായ ഉത്തരവാദിത്വം നിറവേറ്റാൻ ഇവർക്ക് ബാധ്യതയുണ്ട്.

സമൂഹത്തിന്റെ പുരോഗതിക്കും ഏതൊരു ബിസിനസിനും വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട വസ്തുതയാണ് ധാർമ്മികത എന്നത്. ഇത് ലോകമെമ്പാടും അംഗീകരിക്കപ്പെട്ട യാഥാർത്ഥ്യമായി മാറിയിട്ടുണ്ട്. ധാർമ്മികതയുള്ള ബിസിനസ് വളരെ നല്ലരീതിയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നതായിരിക്കും. ബിസിനസിന്റെ ധാർമ്മികത അവയുടെ പ്രതിച്ഛായ വർധിപ്പിക്കുകയും പൊതുജന വിശ്വാസം നേടിക്കൊടുക്കുകയും അവയെ വലിയ വിജയത്തിലേക്ക് നയിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ധാർമ്മികതയും ലാഭവും ദീർഘകാലാടിസ്ഥാനത്തിൽ ഒന്നിച്ചു പോകുന്നു. എന്നാൽ സർക്കാർ നിയമങ്ങളേക്കാൾ ധാർമ്മികതയ്ക്ക് മാത്രമേ സമൂഹത്തെ മഹത്തരമാക്കാൻ സാധിക്കൂ. ധാർമ്മികമായി ഉത്തരവാദിത്വമുള്ള ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം പരിസ്ഥിതിയെയും സമൂഹത്തെയും പരിപാലിക്കുന്ന ഒരു സംസ്കാരം വളർത്തുന്നതോടൊപ്പം മറ്റുള്ളവരുമായുള്ള ഇടപെടലുകളിൽ ഉന്നതമായ ആത്മാർത്ഥത പുലർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. ധാർമ്മിക പ്രവർത്തികൾ നമ്മുടെ ജീവിതത്തിന്റെയും ചെയ്യുന്ന ജോലിയുടെയും നിലവാരം മെച്ചപ്പെടുത്തും എന്നതിനാൽ ഇത് തീർച്ചയായും മൂല്യവത്തായവയാണ്.

6.7.2 ബിസിനസിന്റെ ധാർമ്മികതയുടെ ഘടകങ്ങൾ [Elements of Business Ethics]

ബിസിനസിന്റെ ധാർമ്മികത ബിസിനസിനും സമൂഹത്തിനും ഒരുപോലെ ഗുണകരമായതിനാൽ ഇത്തരം ധാർമ്മികത ബിസിനസിന്റെ ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ എങ്ങനെ പരിപോഷിപ്പിക്കാൻ സാധിക്കും എന്നതിനെക്കുറിച്ച് അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനത്തിലെ ധാർമ്മികതയുടെ ചില ഘടകങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

(i) ഉന്നതതല മാനേജ്മെന്റ് പ്രതിബദ്ധത [Top management commitment]: ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തെ ധാർമ്മികമായി മെച്ചപ്പെട്ട തലത്തിലേക്ക് നയിക്കുന്നതിൽ അതിലെ ഉന്നതതല മാനേജുമെന്റിന് നിർണായക പങ്കാണുള്ളത്. ഇതു കൈവരിക്കുന്നതിലേക്കായി അവിടുത്തെ സി.ഇ.ഒ മാരും (CEO) മറ്റ് ഭരണനിർവാഹകരും ധാർമ്മിക പെരുമാറ്റത്തിനു വേണ്ടി ശക്തമായി പ്രവർത്തിക്കണം. സ്ഥാപനത്തിന്റെ മൂല്യങ്ങളെ വികസിപ്പിക്കുന്നതിനും ഉയർത്തിപ്പിടിക്കുന്നതിനും അവർ നിരന്തരം നേതൃത്വം നൽകണം.

(ii) നിയമാവലിയുടെ പ്രകാശനം [Publication of a 'Code']:

ഫലപ്രദമായ ധാർമ്മിക പരിപാടികൾ നടപ്പിലാക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളിൽ അവയുടെ പ്രവർത്തനത്തിലുള്ള പെരുമാറ്റച്ചട്ടം എഴുതപ്പെട്ട രൂപത്തിൽ തയ്യാറാക്കുന്നു. ഇത് 'കോഡ്' (code) എന്നറിയപ്പെടുന്നു. അടിസ്ഥാന സത്യസന്ധത, നിയമങ്ങൾ അനുസരിക്കൽ, ജോലിയിടങ്ങളിലെ ആരോഗ്യവും സുരക്ഷയും, താൽപര്യങ്ങളിലെ വൈരുദ്ധ്യങ്ങൾ, തൊഴിൽ സമ്പ്രദായങ്ങൾ, വിപണന സമ്പ്രദായത്തിലെ ന്യായം, സാമ്പത്തിക വിവരങ്ങളുടെ അറിയിപ്പ് തുടങ്ങിയ രേഖകൾ ഇതിന്റെ പരിധിയിൽ വരും.

(iii) പരിശോധനാ സമ്പ്രദായം സ്ഥാപിക്കുക [Establishment of compliance mechanisms]: ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ യഥാർത്ഥ തീരുമാനങ്ങളും പ്രവർത്തനങ്ങളും അവയുടെ ധാർമ്മിക രീതികൾക്കനുസരിച്ചാണെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഇതിനായി അനുയോജ്യമായ സംവിധാനം സ്ഥാപിക്കണം. തൊഴിലാളികളെ തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ മൂല്യങ്ങൾക്കും ധാർമ്മികതയ്ക്കും പ്രാധാന്യം നൽകുക, പരിശീലനങ്ങളിൽ കോർപ്പറേറ്റ് ധാർമ്മികത ഉറപ്പു വരുത്തുക, പ്രവർത്തനങ്ങളെ കൃത്യമായി വിലയിരുത്തുക, ധാർമ്മികമല്ലാത്ത പെരുമാറ്റങ്ങൾ അറിയിക്കുന്നതിലേക്കായി ജീവനക്കാരെ സഹായിക്കാൻ വേണ്ടി ശരിയായ വാർത്താവിനിമയ സംവിധാനം നടപ്പിലാക്കുക തുടങ്ങിയവ ഇത്തരം സംവിധാനങ്ങൾക്കുള്ള ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

(iv) എല്ലാതലത്തിലുമുള്ള തൊഴിലാളികളുടെ പങ്കാളിത്തം [Involving employees at all levels]: ബിസിനസിന്റെ വ്യത്യസ്ത തലങ്ങളിൽ ജോലി ചെയ്യുന്ന തൊഴിലാളികൾ ആണ് അതിന്റെ ധാർമ്മിക നയങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കേണ്ടത്. എന്നാൽ മാത്രമേ ബിസിനസ് ധാർമ്മികത എന്ന ആശയം പ്രാവർത്തികമാകൂ. അതുകൊണ്ട് ധാർമ്മിക നടപടികളിൽ അവരുടെ പങ്കാളിത്തം ഉറപ്പാക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി പ്രധാനപ്പെട്ട ധാർമ്മിക വിഷയങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുന്നതിനായി തൊഴിലാളികളുടെ ചെറിയ കൂട്ടങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നതിലൂടെ തൊഴിലാളികളുടെ ഇത്തരം നയങ്ങളോടുള്ള മനോഭാവം പരിശോധിക്കുവാൻ സാധിക്കുന്നു.

(v) ഫലം വിലയിരുത്തുക [Measuring results]:

ധാർമ്മിക പരിപാടികളുടെ കൃത്യമായ ഫലം വിലയിരുത്തുക എന്നത് പ്രയാസമേറിയ കാര്യമാണ്. എങ്കിലും ധാർമ്മികത എത്രത്തോളം പരിപാലിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്ന് പരിശോധിക്കേണ്ടതാണ്. തുടർ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി ഈ ഫലത്തെ ഉന്നത ഉദ്യോഗസ്ഥരും മറ്റു തൊഴിലാളികളും കൂടി ചർച്ച ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്.

ധാർമ്മികതയ്ക്കാവശ്യമായ അടിസ്ഥാന തത്വങ്ങൾ [Ground Rules of Ethics]

എല്ലാ മനുഷ്യരും അവരുടെ ജീവിതത്തിൽ ധാർമ്മികത പുലർത്തുന്നതിനു വേണ്ടി താഴെപ്പറയുന്ന സാർവത്രിക മൂല്യങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുകയും വികസിപ്പിക്കുകയും ശീലമാക്കുകയും ചെയ്യേണ്ടതാണ്.

(a) വിശ്വസ്തത പുലർത്തുക.

(b) മറ്റുള്ളവരെ ആദരിക്കുക.

(c) ഉത്തരവാദിത്വം സ്വയം ഏറ്റെടുക്കുക.

(d) ഇടപാടുകളിൽ ന്യായമായ സമീപനം സ്വീകരിക്കുക.

(e) മറ്റുള്ളവരുടെ ക്ഷേമത്തിനായി ജാഗ്രത കാട്ടുക.

(f) പൊതു മൂല്യങ്ങളിലൂടെയും കടമകളിലൂടെയും ഒരു നല്ല പൗരനാണെന്ന് തെളിയിക്കുക.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം
പരിസ്ഥിതി
പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണം
ധാർമ്മികതയുടെ നീതിശാസ്ത്രം
ബിസിനസ് ധാർമ്മികത
മലിനീകരണം
ജലമലിനീകരണം
ശബ്ദമലിനീകരണം
വായുമലിനീകരണം
മണ്ണ് മലിനീകരണം
നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വം

സംഗ്രഹം

സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്ന ആശയം : സമൂഹത്തിന്റെ മൂല്യങ്ങൾക്കും ലക്ഷ്യങ്ങൾക്കും അഭികാമ്യമായ തരത്തിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളും തീരുമാനങ്ങളും എടുക്കുന്നതിനു വേണ്ടിയുള്ള ബിസിനസിന്റെ ചുമതലകളാണ് അതിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്നതു കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.

സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ ആവശ്യകത : ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ ആവശ്യകത അതിന്റെ ബിസിനസ് താത്പര്യങ്ങളുടേയും സാമൂഹിക താത്പര്യങ്ങളുടേയും ഭാഗമായിട്ടുള്ളതാണ്. എന്നിരുന്നാലും സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിനു അനുകൂലവും പ്രതികൂലവുമായ വാദങ്ങൾ നിലനിൽക്കുന്നു.

സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന് അനുകൂലമായ വാദങ്ങൾ : പ്രധാനപ്പെട്ട അനുകൂലമായ വാദങ്ങൾ: (i) നിലനിൽപ്പിനും വളർച്ചയ്ക്കും വേണ്ടിയുള്ള നീതീകരണം (ii) ദീർഘകാലാടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള താല്പര്യം (iii) സർക്കാർ നിയന്ത്രണങ്ങളുടെ ഒഴിവാക്കൽ (iv) സാമൂഹ്യ സംരക്ഷണം (v) ബിസിനസിന്റെ പക്കലുള്ള വിഭവങ്ങളുടെ ലഭ്യത (vi) പ്രശ്നങ്ങളെ അവസരങ്ങളാക്കി മാറ്റൽ (vii) ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള മികച്ച പരിസ്ഥിതി (viii) സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങളിൽ ബിസിനസും ഉത്തരവാദിയാണ് എന്ന തിരിച്ചറിവ്.

സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിനു എതിരായ വാദങ്ങൾ : (i) പരമാവധി ലാഭം എന്ന ലക്ഷ്യത്തിൽ നിന്നുള്ള വ്യതിചലനം (ii) ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അധിക ഭാരം (iii) സാമൂഹിക വൈദഗ്ധ്യത്തിന്റെ അഭാവം (iv) പൊതുജനപിന്തുണയുടെ അഭാവം.

സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ യാഥാർത്ഥ്യം : ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് വ്യത്യസ്ത വാദങ്ങൾ നിലനിൽക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനു ബിസിനസുകാരനെ നിർബന്ധിക്കുന്നതും പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതുമായ നിരവധി ഘടകങ്ങളും കാരണങ്ങളും ഉണ്ട്. അവയിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടവ : (i) പൊതു നിയന്ത്രണങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള ഭീഷണി (ii) തൊഴിലാളി പ്രസ്ഥാനങ്ങളുടെ സമ്മർദ്ദം (iii) പ്രബുദ്ധരായ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സ്വാധീനം (iv) ബിസിനസിനു വേണ്ട സാമൂഹിക നിലവാരത്തിന്റെ വികാസം (v) ബിസിനസ് വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ വികാസം (vi) സാമൂഹിക താൽപര്യവും ബിസിനസ് താൽപര്യവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം (vii) പ്രൊഫഷണൽ ഭരണനിർവഹണ വിഭാഗത്തിന്റെ വികാസം.

വ്യത്യസ്ത തൽപ്പരകക്ഷികളോടുള്ള സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ : ബിസിനസിന് വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങളോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ ; (i)ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് അവരുടെ മുതൽ മുടക്കിന് അനുസരിച്ചുള്ള പ്രതിഫലം നൽകുന്നതിലും അവരുടെ മുതൽമുടക്കിന്റെ സുരക്ഷിതത്വം ഉറപ്പാക്കുന്നതിനുമുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം ഉണ്ട്. (ii) തൊഴിലാളികൾക്ക് കാര്യക്ഷമമായി ജോലി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള അവസരം ഒരുക്കി കൊടുക്കുന്നതിനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വമുണ്ട് (iii) ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ശരിയായ ഗുണനിലവാരത്തിലും അളവിലും സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ന്യായമായ വിലയ്ക്ക് ലഭ്യമാക്കുക എന്നത് ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് അതിന്റെ ഉപഭോക്താക്കളോടുള്ള

ഉത്തരവാദിത്വം ആകുന്നു (iv) രാജ്യത്ത് നിലനിൽക്കുന്ന നിയമങ്ങളെ മാനിക്കുകയും കൃത്യമായും സത്യസന്ധമായും നികുതികൾ അടയ്ക്കുകയും ചെയ്യുക, പരിസ്ഥിതിയെ സംരക്ഷിക്കുക എന്നുള്ളതും സമൂഹത്തോടും സർക്കാരിനോടുമുള്ള ഉത്തരവാദിത്വമാകുന്നു.

ബിസിനസും പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണവും : പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണമെന്നത് ബിസിനസ് നേരിടുന്ന ഗുരുതരമായ പ്രശ്നമാണ്. പ്രകൃതിദത്തവും മനുഷ്യനിർമ്മിതവുമായി നമുക്ക് ചുറ്റും കാണുന്നവയുടെ ആകെത്തുകയാണ് പരിസ്ഥിതി എന്നു പറയുന്നത്. വ്യാവസായിക ഉത്പാദനത്തിന്റെ ഫലമായി പരിസ്ഥിതിയിലേക്ക് വിനാശകരമായ വിഷവസ്തുക്കൾ കുത്തിവയ്ക്കുന്നതാണ് മലിനീകരണം. മലിനീകരണം മനുഷ്യന്റെയും മറ്റ് ജീവജാലങ്ങളുടെയും ജീവന് ഭീഷണിയാകുന്നു.

മലിനീകരണത്തിനുള്ള കാരണങ്ങൾ : മലിനീകരണത്തിന്റെ പ്രധാന ഉറവിടം അളവിലും വിഷസാന്ദ്രതയിലും വ്യവസായങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന മാലിന്യങ്ങളാണ്. പല ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളും വായു, ജലം, മണ്ണ്, ശബ്ദം തുടങ്ങിയവരുടെ മലിനീകരണത്തിന് ഉത്തരവാദികളാകുന്നു.

മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന്റെ ആവശ്യകത : മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന് ആധാരമായ പ്രധാനപ്പെട്ട കാരണങ്ങൾ : (i) ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങൾ കുറയ്ക്കുന്നു (ii) നഷ്ടസാധ്യത കുറയ്ക്കുന്നു (iii) ചെലവ് ചുരുക്കുന്നു (iv) പ്രതിച്ഛായ വർദ്ധിക്കുന്നു (v) മറ്റ് സാമൂഹിക നേട്ടങ്ങൾ.

പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിൽ ബിസിനസിനുള്ള പങ്ക് : പരിസ്ഥിതിയുടെ ഗുണനിലവാരം നമ്മൾക്കെല്ലാവർക്കും ഒരുപോലെ പ്രധാനപ്പെട്ടതായതിനാൽ അവ നശിച്ചുപോകാതെ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനുള്ള കൂട്ടായ ഉത്തരവാദിത്വം നമുക്കുണ്ട്. പരിസ്ഥിതി പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് സ്വന്തമായ പരിഹാരങ്ങൾ നൽകുന്നതിനുള്ള നേതൃത്വം ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കണം. പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തിനുവേണ്ടി ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് നടപ്പാക്കാൻ കഴിയുന്ന ചില പ്രധാനപ്പെട്ട നടപടികൾ താഴെപ്പറയുന്നു; ഉന്നതാധികാരികളുടെ ഭാഗത്തുനിന്നുള്ള ഇടപെടലുകൾ, കൃത്യമായ നയങ്ങളും പരിപാടികളും ആവിഷ്കരിക്കുക, സർക്കാർ നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുള്ള നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും അനുസരിക്കുക, സർക്കാർ പരിപാടികളിൽ പങ്കാളികളാവുക, മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ പരിപാടികളെ കാലാനുസൃതമായി വിലയിരുത്തുക, വിദ്യാഭ്യാസ ശിൽപശാലകളും പരിശീലന സാമഗ്രികളും തയ്യാറാക്കി നൽകുക.

ബിസിനസ് ധാർമികത എന്ന ആശയം: മനുഷ്യന്റെ പെരുമാറ്റത്തിലെ ശരിയും തെറ്റും എന്താണെന്നുള്ളതിനെക്കുറിച്ചാണ് ധാർമ്മികത പ്രതിപാദിക്കുന്നത്. ഒരു പ്രത്യേക പ്രവർത്തന മേഖലയിൽ സമൂഹം അംഗീകരിച്ച പെരുമാറ്റത്തിന്റെ നിലവാരം അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് ഇത് തീരുമാനിക്കുന്നത്. ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ, പ്രവൃത്തികൾ, സമ്പ്രദായങ്ങൾ, സമൂഹത്തിന്റെ നന്മ ഇവ തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തെ പറ്റിയാണ് ബിസിനസ് ധാർമ്മികത പ്രതിപാദിക്കുന്നത്. ധാർമ്മികത ഏതൊരു ബിസിനസിനും വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്.

ബിസിനസ് ധാർമ്മികതയുടെ ഘടകങ്ങൾ : ചുവടെ കൊടുത്തിട്ടുള്ള ബിസിനസ് ധാർമ്മികതയുടെ ഘടകങ്ങൾ പരിപാലിക്കുന്നതിലൂടെ ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് തൊഴിലിടങ്ങളിൽ ധാർമ്മികത നടപ്പിലാക്കുവാൻ സാധിക്കുന്നു; (i) ഉന്നതതല മാനേജ്മെന്റ് പ്രതിബദ്ധത (ii) നിയമാവലിയുടെ പ്രകാശനം (iii) പരിശോധനാ സമ്പ്രദായം സ്ഥാപിക്കുക (iv) എല്ലാത്തരത്തിലുമുള്ള തൊഴിലാളികളുടെ പങ്കാളിത്തം (v) ഫലം വിലയിരുത്തൽ.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

1. സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്നത്.....
   a. നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വത്തിന് സമാനമാണ്
   b. നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വത്തേക്കാൾ വിശാലമാണ്
   c. നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വത്തേക്കാൾ ചുരുങ്ങിയതാണ്
   d. ഇവയൊന്നുമല്ല
2. ഒരു ബിസിനസ് നിലനിൽക്കുന്നത് വൈവിധ്യവും സങ്കീർണ്ണവുമായ പ്രശ്നങ്ങൾ നിറഞ്ഞ ഒരു സമൂഹത്തിൽ ആണെങ്കിൽ അത്.....
   a. വിജയിക്കാനുള്ള സാധ്യത കുറവാണ്
   b. വിജയിക്കുവാനുള്ള സാധ്യത കൂടുതലാണ്
   c. പരാജയപ്പെടാനുള്ള സാധ്യത കുറവാണ്
   d. വിജയവും പരാജയവുമായി ബന്ധമില്ല
3. ബിസിനസിന് പരിഹരിക്കാൻ വൈദഗ്ധ്യം ഉള്ളവ
   a. എല്ലാ സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങളും
   b. കുറച്ച് സാമൂഹികപ്രശ്നങ്ങൾ
   c. സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ ഒന്നും തന്നെ പരിഹരിക്കാൻ സാധ്യമല്ല
   d. എല്ലാ സാമ്പത്തിക പ്രശ്നങ്ങളും
4. ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം ഒരു ഉത്തമ പൗരനെപ്പോലെ പെരുമാറണം എന്നുള്ളത് അതിന്റെ ആരോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വമാണ്?
   a. ഉടമകൾ
   b. തൊഴിലാളികൾ
   c. ഉപഭോക്താക്കൾ
   d. പൊതുസമൂഹം

5. പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണം ഏറ്റവും ഫലപ്രദമായി നടപ്പിലാക്കാൻ സാധിക്കുന്നത് ആരുടെ ശ്രമഫലമായിട്ടാണ്?

a. ബിസിനസ് b. സർക്കാർ

c. ശാസ്ത്രജ്ഞർ d. എല്ലാത്തരം വിഭാഗങ്ങളും

6. വാഹനങ്ങളിൽ നിന്ന് പുറത്തേക്കു വരുന്ന കാർബൺമോണോക്സൈഡ് ..... ന് കാരണമാകുന്നു?

a. ജല മലിനീകരണം b. ശബ്ദമലിനീകരണം

c. മണ്ണ് മലിനീകരണം d. വായു മലിനീകരണം

7. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണത്തിന്റെ ആവശ്യകത വിശദമാക്കുന്നത് ഏത്?

a. ചെലവുചുരുക്കൽ b. നഷ്ടസാധ്യത കുറയ്ക്കൽ

c. ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങളുടെ കുറവ് d. ഇവയെല്ലാം

8. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ സമൂഹത്തിന് പരമാവധി ഗുണം നൽകാൻ സാധിക്കുന്നവ ഏത്?

a. ബിസിനസിന്റെ ഉയർച്ച b. നിയമങ്ങളും നിയന്ത്രണങ്ങളും

c. ധാർമ്മികത d. പ്രൊഫഷണൽ മാനേജ്മെൻറ്

9. ധാർമ്മികത താഴെപ്പറയുന്നവരിൽ ആർക്കാണ് കൂടുതൽ പ്രധാനപ്പെട്ടത്?

a. ഉന്നത മാനേജ്മെൻറ്

b. മധ്യ തല മാനേജ്മെന്റ്

c. ഭരണ നിർവ്വാഹകർ അല്ലാത്ത തൊഴിലാളികൾ

d. ഇവർ ഒന്നുമല്ല

10. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ ഏതിനു മാത്രമാണ് സ്ഥാപനത്തിൽ ഫലപ്രദമായ ധാർമ്മിക പരിപാടികൾ ഉറപ്പുവരുത്താൻ സാധിക്കുന്നത്?

a. നിയമാവലിയുടെ പ്രകാശനം b. തൊഴിലാളികളുടെ പങ്കാളിത്തം

c. പരിശോധനാ സമ്പ്രദായം സ്ഥാപിക്കൽ d. ഇവയെല്ലാം

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1) ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്നാൽ എന്ത്? ഇത് നിയമപരമായ ഉത്തരവാദിത്വത്തിൽ നിന്ന് എങ്ങനെ വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു?

2) പരിസ്ഥിതി എന്നാൽ എന്ത്? പരിസ്ഥിതി മലിനീകരണം എന്നാൽ എന്ത്?

3) ബിസിനസ് ധാർമ്മികത എന്നാൽ എന്ത്? ബിസിനസ് ധാർമ്മികതയുടെ അടിസ്ഥാന ഘടകങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുക?

4) ചുവടെ ചേർത്തിട്ടുള്ളവ ചുരുക്കി വിശദീകരിക്കുക.

a) വായു മലിനീകരണം b) ജല മലിനീകരണം c) മണ്ണ് മലിനീകരണം

5) ബിസിനസിന്റെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ വിവിധ തലങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?

6) ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമം 2013 പ്രകാരമുള്ള കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം എന്ന ആശയം വ്യക്തമാക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1) സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന് അനുകൂലവും പ്രതികൂലവുമായ വാദങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക?

2) ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളോടുള്ള ആശങ്ക വർധിപ്പിക്കുന്നതിന് കാരണമായ ഘടകങ്ങളെക്കുറിച്ച് പ്രതിപാദിക്കുക.

3) 'ബിസിനസ് അടിസ്ഥാനപരമായി ഒരു സാമൂഹിക സ്ഥാപനമാണ്, കേവലം ലാഭമുണ്ടാക്കുന്ന ഒരു പ്രവർത്തനം മാത്രമല്ല'. വിശദീകരിക്കുക.

4) ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങൾ എന്തുകൊണ്ട് മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ നടപടികൾ കൈക്കൊള്ളണമെന്ന് വിശദീകരിക്കുക.

5) മലിനീകരണത്തിന്റെ അപകടങ്ങളിൽ നിന്ന് പരിസ്ഥിതിയെ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനു ഒരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം സ്വീകരിക്കേണ്ട നടപടികൾ വിശദമാക്കുക.

6) ബിസിനസ് ധാർമ്മികതയുടെ വിവിധ ഘടകങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.

7) കമ്പനി നിയമം 2013 പ്രകാരം കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വത്തിന്റെ ഭാഗമായിട്ടുള്ള മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ വിവരിക്കുക.

പ്രോജക്ട്/അസൈൻമെന്റ്

1) നിങ്ങളുടെ ക്ലാസ് മുറിക്ക് ആവശ്യമായ ഒരു നിയമാവലി എഴുതി തയ്യാറാക്കുക. ഇതിൽ വിദ്യാർഥികൾക്കും അധ്യാപകർക്കും പ്രിൻസിപ്പലിനും ബാധകമായ പൊതുവായ മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ ഉൾപ്പെടണം.

2) വർത്തമാന പത്രങ്ങൾ, മാസികകൾ, മറ്റ് ബിസിനസ് സൂചകങ്ങൾ എന്നിവ ഉപയോഗപ്പെടുത്തി സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വം നിറവേറ്റുന്നതും നിറവേറ്റാത്തതുമായ മൂന്ന് കമ്പനികളെ വീതം കണ്ടെത്തി വിശദീകരിക്കുക.

3) ഒരു കമ്പനി തെരഞ്ഞെടുത്ത് അത് ഏറ്റെടുത്തിട്ടുള്ള കോർപ്പറേറ്റ് സാമൂഹിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങളുടെ റിപ്പോർട്ട് തയ്യാറാക്കുക.

(*സൂചന* : സ്വച്ഛ്ഭാരത് പദ്ധതി, പുതിയ കലാകാരൻമാരെ പ്രോൽസാഹിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള ഫണ്ട്, സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ, വിദ്യാഭ്യാസം, നൈപുണി ഇന്ത്യ, സ്ത്രീകളും മറ്റ് പാർശ്വവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട വിഭാഗങ്ങളും)

ഭാഗം – 2

കോർപ്പറേറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങൾ, ധനകാര്യവും വ്യാപാരവും

P2Z4Z1

അദ്ധ്യായം 7

കമ്പനി രൂപീകരണം

[FORMATION OF A COMPANY]

പഠനനേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ്;

- കമ്പനി രൂപീകരണത്തിന്റെ പ്രധാന ഘട്ടങ്ങൾ പ്രസ്താവിക്കുന്നു.
- കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ വിവരിക്കുന്നു.
- കമ്പനി രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കേണ്ട പ്രമാണങ്ങൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് പ്രസ്താവിക്കുന്നു.
- രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റിന്റേയും വ്യാപാരം ആരംഭിച്ച സർട്ടിഫിക്കറ്റിന്റേയും ആവശ്യകത വിശദീകരിക്കുന്നു.

ഏകാംഗ വ്യാപാരിയായ അരുൺ എന്ന സമർഥനായ ഓട്ടോമൊബൈൽ എഞ്ചിനീയർ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഫാക്ടറിയിൽ അടുത്തകാലത്ത് ഒരു പുതിയ കാർബറേറ്റർ വികസിപ്പിച്ചെടുത്തു. ഈ പുതിയ കാർബറേറ്ററിന് പെട്രോൾ ഉപഭോഗം 40 ശതമാനം കുറയ്ക്കാൻ കഴിയും. ഇപ്പോൾ അദ്ദേഹം ഈ കാർബറേറ്റർ വ്യാവസായിക അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉൽപാദിപ്പിക്കാൻ ആലോചിക്കുന്നു. ഇതിന് വലിയ തോതിൽ മൂലധനം ആവശ്യമാണ്. അദ്ദേഹത്തിന് കാർബറേറ്റർ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നതിനും വിപണനം ചെയ്യുന്നതിനും പര്യാപ്തമായ ബിസിനസ് ഏതാണെന്നറിയാൻ വിവിധ രൂപത്തിലുള്ള ബിസിനസുകളെക്കുറിച്ച് വിലയിരുത്തേണ്ടതുണ്ട്. പുതിയ ഉൽപന്നമായതുകൊണ്ടും കൂടുതൽ മൂലധനം ആവശ്യമായി വരുന്നതുകൊണ്ടും നഷ്ടസാധ്യത കൂടുതലാകാൻ ഇടയുള്ളതിനാൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഏകാംഗ ബിസിനസിനെ പങ്കാളിത്ത ബിസിനസായി മാറ്റുന്നത് അഭികാമ്യമല്ല എന്ന് അദ്ദേഹം തീരുമാനിച്ചു. കമ്പനി ആരംഭിക്കുന്നതാണ് ഉചിതമെന്ന് അദ്ദേഹത്തിന് ഉപദേശം ലഭിക്കുന്നു. കമ്പനി രൂപീകരിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണെന്ന് അദ്ദേഹത്തിന് അറിയേണ്ടതുണ്ട്.

7.1 ആമുഖം [INTRODUCTION]

ആധുനിക കാലത്തെ ബിസിനസുകൾക്ക് കൂടുതൽ മൂലധനം ആവശ്യമാണ്. മാത്രവുമല്ല, വർധിച്ച് വരുന്ന കിടമത്സരവും സാങ്കേതിക വിദ്യയിലുള്ള ത്വരിത മാറ്റങ്ങളും ബിസിനസിന്റെ നഷ്ടസാധ്യതകൾ വർധിപ്പിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് ഇടത്തര-വൻകിട ബിസിനസ് ആരംഭിക്കാൻ തയ്യാറെടുക്കുന്നവർ കമ്പനി രൂപത്തിലുള്ള ബിസിനസുകൾക്കാണ് ഉയർന്ന പരിഗണന നൽകുന്നത്.

ഒരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുക എന്ന ആശയം ഉടലെടുക്കുന്നതു മുതൽ നിയമപരമായി ബിസിനസ് പ്രവത്തനങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നത് വരെ ആവശ്യമായി വരുന്ന വിവിധ നടപടികളെ കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ എന്ന് പറയുന്നു. കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ നടപടി ക്രമങ്ങളും ഈ ഘട്ടങ്ങളിലുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടസാധ്യതകളും ഏറ്റെടുക്കുന്ന ആളുകളെ പ്രോമോട്ടർമാർ (Promoters) എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങളും ഓരോ ഘട്ടത്തിലും ആവശ്യമായി വരുന്ന വിവിധ നടപടിക്രമങ്ങളുമാണ് ഈ അദ്ധ്യായത്തിൽ വിവരിക്കുന്നത്.

7.2 കമ്പനിയുടെ രൂപീകരണം [Formation of a Company]

നിയമപരമായ നടപടിക്രമങ്ങളും പ്രക്രിയകളും ആവശ്യമായതിനാൽ കമ്പനി രൂപീകരണം ഒരു സങ്കീർണ്ണമായ പ്രവർത്തനമാണ്. കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ വിവിധ നടപടിക്രമങ്ങളെ മൂന്ന് വ്യത്യസ്ത ഘട്ടങ്ങളായി തരം തിരിക്കാം: 1. പ്രാരംഭം (Promotion) 2. രൂപീകരണം (Incorporation) 3. മൂലധന സമാഹരണം (Subscription of Capital) എന്നിവയാണിവ.

സ്വകാര്യ കമ്പനികൾക്ക് (Private Companies) പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് മൂലധനം സമാഹരിക്കാൻ പാടില്ലാത്തതിനാൽ ഇത്തരം കമ്പനികൾക്ക് ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നതിന് പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നതിനുള്ള ക്ഷണപത്രിക (Prospectus) തയ്യാറാക്കേണ്ടതില്ല. ഇത്തരം കമ്പനികൾക്ക് ചുരുങ്ങിയ മൂലധനം (Minimum Subscription) ആർജ്ജിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കേണ്ട ആവശ്യവുമില്ല.

തുടർന്ന് വരുന്ന ഭാഗങ്ങളിൽ കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ വിശദമായി പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്നു.

7.2.1 പ്രാരംഭം [Promotion of a Company]

കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ ഒന്നാമത്തെ ഘട്ടമാണ് പ്രാരംഭം. ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ മുതലെടുക്കുന്നതിനായി ബിസിനസ് ആശയങ്ങൾ ആവിഷ്കരിക്കുകയും ഇങ്ങനെ രൂപം നൽകിയ ആശയങ്ങളെ ഭൗതിക രൂപത്തിലുള്ള കമ്പനിയായി രൂപാന്തരപ്പെടുത്തുന്നതിനാവശ്യമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് മുൻകൈ എടുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ് പ്രാരംഭം. പ്രായോഗികമായ ബിസിനസ് ആശയങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നതോടുകൂടി പ്രാരംഭം എന്ന ഘട്ടം ആരംഭിക്കുന്നു. ഒരു വ്യക്തിക്കോ, ഒരു കൂട്ടം വ്യക്തികൾക്കോ, കമ്പനികൾക്കോ പുതിയ ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്താവുന്നതാണ്. അത്തരം വ്യക്തിയോ, വ്യക്തികളോ, കമ്പനികളോ ഇങ്ങനെ കണ്ടെത്തിയ ബിസിനസ് ആശയങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ തുടർന്നു പോകുകയാണെങ്കിൽ അവരെ കമ്പനിയുടെ പ്രൊമോട്ടർ (Promoter) എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

ഒരു ബിസിനസ് ആശയത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, അത് നടപ്പിലാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ കമ്പനി രൂപീകരിക്കുകയും ആ കമ്പനി പ്രവർത്തിക്കുന്നതിന് സജ്ജമാകുന്ന വിധത്തിൽ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ആളുകളെ പ്രൊമോട്ടർ എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഒരു പ്രൊമോട്ടർ ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നതിന് പുറമേ, അത്തരം അവസരങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്യുകയും അവയുടെ സാധ്യതകൾ പരിശോധിക്കുകയും അവ പ്രാവർത്തികമാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ വ്യക്തികൾ, വസ്തുക്കൾ, യന്ത്രങ്ങൾ, ഭരണപരമായ കഴിവുകൾ, ധനം എന്നിവ സംഘടിപ്പിക്കുകയും കമ്പനിയെ പ്രവർത്തനസജ്ജമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

കമ്പനി നിയമത്തിലെ 69-ാം വകുപ്പ് പ്രകാരം താഴെ തന്നിരിക്കുന്ന സൂചനകൾ ഉള്ള വ്യക്തികളെയോ കമ്പനികളെയോ പ്രൊമോട്ടർ എന്ന് വിളിക്കാം.

1. കമ്പനിയുടെ ഓഹരി ക്ഷണപ്പത്രികയിൽ (Prospectus) പ്രൊമോട്ടർ എന്ന് പേര് ചേർത്തിരിക്കുന്നയാൾ.
2. ഓഹരി ഉടമകൾ എന്ന നിലയ്ക്കോ ഡയറക്ടർ എന്ന നിലയ്ക്കോ കമ്പനി കാര്യങ്ങളിൽ നേരിട്ടോ, പരോക്ഷമായോ നിയന്ത്രണമുള്ളയാൾ.
3. കമ്പനിയുടെ ഡയറക്ടർമാർ ആരുടെ ഉപദേശ, നിർദ്ദേശങ്ങൾക്കനുസരിച്ചാണോ കമ്പനി കാര്യങ്ങൾ നടത്തി വരുന്നത്, ആ വ്യക്തി.

എന്നാൽ ഒരു പ്രൊഫഷണൽ പ്രൊമോട്ടർക്ക് ഈ വ്യവസ്ഥകൾ ഒന്നും ബാധകമാകണമെന്നില്ല.

ബിസിനസിന്റെ ആശയ രൂപീകരണത്തിന് ശേഷം പ്രൊമോട്ടർ ഈ ആശയത്തിന്റെ സാധുത പരിശോധിക്കുകയും ആവശ്യമായ പ്രമാണങ്ങളും വിഭവങ്ങളും ലഭ്യമാക്കുകയും സംഘടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതോടൊപ്പം കമ്പനിക്ക് ഒരു പേര് നൽകുകയും കമ്പനിയുടെ വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ സർട്ടിഫിക്കറ്റുകൾ സംഘടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ കമ്പനി നിലവിൽ വരുന്നതിനാവശ്യമായ നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങൾ പ്രൊമോട്ടർ നിർവ്വഹിക്കുന്നു.

പ്രൊമോട്ടറുടെ ധർമ്മങ്ങൾ (Functions of a Promoter)

പ്രൊമോട്ടറുടെ പ്രധാന ധർമ്മങ്ങൾ താഴെ ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

(1) ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുക (Identification of business opportunities): ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക എന്നതാണ് ഒരു പ്രൊമോട്ടറുടെ പരമപ്രധാനമായ ധർമ്മം. ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാകാം:-

- ഒരു പുതിയ ഉൽപ്പന്നം ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയോ വിൽക്കുകയോ ചെയ്യുക.
- പുതിയ സേവനം ലഭ്യമാക്കുക.
- ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പുതിയ രീതിയിലോ ശ്രേണികളിലൂടെയോ ലഭ്യമാക്കുക.
- മറ്റേതെങ്കിലും നിക്ഷേപ സാധ്യതകളുള്ള അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക.

മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്തിക്കഴിഞ്ഞാൽ അവയുടെ സാമ്പത്തികവും സാങ്കേതികവുമായ സാധ്യതകൾ പ്രൊമോട്ടർ വിശകലനം ചെയ്യുന്നു.

(2) സാധ്യതാ പഠനം (Feasibility studies) : പ്രൊമോട്ടർ തിരിച്ചറിഞ്ഞ എല്ലാ അവസരങ്ങളും ലാഭകരമായി നടപ്പിലാക്കാൻ സാധിക്കണമെന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് പ്രൊമോട്ടർ ആരംഭിക്കാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന ബിസിനസിന്റെ എല്ലാ ഘടകങ്ങളും വിശദമായ സാധ്യതാ പഠനത്തിന് വിധേയമാക്കുന്നു. ഏറ്റെടുക്കാൻ പോകുന്ന ബിസിനസ് പ്രവർത്തനം ലാഭകരമാണോ എന്ന് വിശകലനം ചെയ്യുന്നതിനായി പ്രൊമോട്ടർ എഞ്ചിനിയർമാർ, ചാർട്ടേർഡ് അക്കൗണ്ടന്റ് തുടങ്ങിയവരുടെ വിദഗ്ദ്ധ സേവനം ഉപയോഗിക്കുന്നു. പദ്ധതികളുടെ സ്വഭാവത്തിനനുസരിച്ച് താഴെ പറയുന്ന തരത്തിലുള്ള സാധ്യതാ പഠനങ്ങൾ നടത്താവുന്നതാണ്.

(i) സാങ്കേതിക സാധ്യതാ പഠനം (Technical feasibility) : ചില ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ ആശയപരമായി നല്ലതായിരിക്കുമെങ്കിലും നടപ്പിലാക്കാൻ സാങ്കേതികമായി ബുദ്ധിമുട്ടുള്ളതായിരിക്കും. ആവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളും സാങ്കേതികവിദ്യകളും എളുപ്പത്തിൽ ലഭ്യമാകാത്തതുകൊണ്ടാണ് ഇങ്ങനെ സംഭവിക്കുന്നത്. ഉദാഹരണത്തിന്, നേരത്തേ സൂചിപ്പിച്ച കഥയിൽ അരുണിന് കാർബറേറ്റർ ഉൽപാദിപ്പിക്കാൻ ഒരു സവിശേഷ ലോഹം ആവശ്യമാണെന്ന് കരുതുക. പ്രസ്തുത ലോഹം നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് ഉൽപാദിപ്പിക്കാത്തതാണെങ്കിൽ അരുണിന് അത് ഇറക്കുമതി ചെയ്യേണ്ടതായി വരും. എന്നാൽ രാഷ്ട്രങ്ങൾക്കിടയിൽ തമ്മിൽ പ്രതികൂല രാഷ്ട്രീയ സാഹചര്യമാണ് നിലനിൽക്കുന്നതെങ്കിൽ അരുണിന് ഇറക്കുമതി സാധ്യമാകാതെ വരികയും മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ കഴിയാത്ത പക്ഷം പദ്ധതി സാങ്കേതികമായി അസാധ്യമായിത്തീരുകയും ചെയ്യുന്നു.

(ii) ധനപരമായ സാധ്യതാ പഠനം (Financial feasibility) :

എല്ലാ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും മൂലധനം ആവശ്യമാണ്. പ്രൊമോട്ടർ കണ്ടെത്തിക്കഴിഞ്ഞ ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾക്ക് എത്രമാത്രം ധനം ആവശ്യമായി വരുമെന്ന് കണക്കാക്കണം. ഒരു പദ്ധതിക്കാവശ്യമായ മൂലധനം വളരെ കൂടുതലാവുകയും അത്രയും ഭീമമായ തുക ലഭ്യമായ ധനാഗമ മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ സ്വരൂപിക്കാൻ കഴിയാതെ വരികയും ചെയ്താൽ പദ്ധതി ഉപേക്ഷിക്കേണ്ടതായി വരും. ഉദാഹരണമായി, പുതിയതായി ഒരു ടൗൺഷിപ്പ് (Township) വികസിപ്പിച്ചെടുക്കുക എന്നത് വളരെ ലാഭകരമായ പ്രവർത്തനമായി തോന്നിയേക്കാം. എന്നാൽ ഇതിനാവശ്യമായ കോടിക്കണക്കിന് രൂപ ഒരു കമ്പനി രൂപീകരിക്കുന്നതിലൂടെ ഒരു പ്രൊമോട്ടർക്ക് ലഭ്യമാക്കാൻ കഴിയ

ണമെന്നില്ല. തന്മൂലം പദ്ധതി ധനപരമായി അസാധ്യമാകുകയും ഉപേക്ഷിക്കേണ്ടതായി വരികയും ചെയ്യുന്നു.

(iii) സാമ്പത്തിക സാധ്യതാ പഠനം (Economic Feasibility): ചിലപ്പോഴൊക്കെ ഒരു പദ്ധതി ധനപരമായും സാങ്കേതികമായും സാധ്യമാണെങ്കിലും ലാഭകരമാകണമെന്നില്ല. അത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ പദ്ധതികൾ ഉപേക്ഷിക്കേണ്ടതായി വന്നേക്കാം. ഇത്തരം പഠനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിനായി പ്രൊമോട്ടർമാർ വിദഗ്ദ്ധരുടെ സഹായം തേടാറുണ്ട്. ഇത്തരം വിദഗ്ദ്ധർ, പ്രൊമോട്ടർമാരെ സഹായിക്കുമെങ്കിലും ഇവർ കമ്പനിയുടെ പ്രൊമോട്ടർമാരാകുന്നില്ല.

ഇത്തരത്തിലുള്ള അന്വേഷണങ്ങളും പഠനങ്ങളും അനുകൂലമായ ഫലങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ ഒരു പ്രൊമോട്ടർ കമ്പനി ആരംഭിക്കാൻ ശ്രമിക്കുകയുള്ളൂ.

(3) പേര് അംഗീകരിക്കൽ (Name approval): ഒരു കമ്പനി ആരംഭിക്കാൻ തീരുമാനിച്ച് കഴിഞ്ഞാൽ പ്രൊമോട്ടർ കമ്പനിക്ക് ഒരു പേര് തെരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടതും ആ പേരിന് അംഗീകാരം ലഭിക്കുന്നതിനായി കമ്പനി സമിതി ചെയ്യുന്ന സംസ്ഥാനത്തെ കമ്പനി രജിസ്ട്രാർ മുൻപാകെ അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടതുമാണ്. അംഗീകാരം ലഭിക്കുന്നതിനായി നിർദ്ദേശിച്ച പേര് അഭികാമ്യമാകുന്ന പക്ഷം രജിസ്ട്രാർ ആ പേരിന് അനുമതി നൽകുന്നു. അംഗീകാരത്തിനായി നിർദ്ദേശിച്ച പേര് നിലവിലുള്ള മറ്റൊരു കമ്പനിയുടേതോ അതിന് സമാനമായതോ ആയ പേര് ആകുകയോ അല്ലെങ്കിൽ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള പേര് ആകുകയോ ചെയ്താൽ അത്തരം പേരിന് അനുമതി ലഭിക്കുകയില്ല. അതുകൊണ്ട്, പേരിന്റെ അനുമതിക്കായി കമ്പനി രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കുന്ന അപേക്ഷയിൽ മുൻഗണനാ ക്രമത്തിൽ മൂന്ന് പേരുകൾ നിർദ്ദേശിക്കാറുണ്ട്. (പേരിന്റെ അനുമതിക്കായി സമർപ്പിക്കുന്ന അപേക്ഷയുടെ (Form 1A) മാതൃക ഈ പാഠഭാഗത്തിന്റെ അവസാനം നൽകിയിരിക്കുന്നു.)

(4) മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ ഒപ്പ് വയ്ക്കുന്നവരെ തീരുമാനിക്കുക (Fixing up Signatories to the Memorandum of Association) : രൂപീകരിക്കാൻ പോകുന്ന കമ്പനിയുടെ മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ ഒപ്പിടുന്നതിനുള്ള അംഗങ്ങൾ ആരൊക്കെയാണെന്ന് പ്രൊമോട്ടർ തീരുമാനിക്കണം. സാധാരണയായി മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസോസിയേഷനിൽ ഒപ്പ് വയ്ക്കുന്നവർ തന്നെ ആയിരിക്കും ആ കമ്പനിയുടെ ആദ്യത്തെ ഡയറക്ടർമാർ. കമ്പനിയുടെ ഡയറക്ടർമാരായി പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനും യോഗ്യതാ ഓഹരികൾ (Qualification shares) വാങ്ങുന്നതിനുമുള്ള ഇവരുടെ സമ്മതപത്രം എഴുതി വാങ്ങേണ്ടത് ആവശ്യമാണ്.

(5) വിദഗ്ദ്ധരെ നിയമിക്കൽ (Appointment of professionals): കമ്പനി രജിസ്ട്രാർ മുൻപാകെ സമർപ്പിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ പ്രമാണങ്ങൾ തയ്യാറാക്കുമ്പോൾ പ്രൊമോട്ടറെ സഹായിക്കുന്നതിനായി ഓഡിറ്റർമാർ, മർച്ചന്റ് ബാങ്കുകൾ എന്നിവരെ നിയമിക്കാറുണ്ട്. ഓഹരി ഉടമകളുടെ പേര്, വിലാസം, അവർക്ക് ഓരോരുത്തർക്കും അനുവദിക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ള ഓഹരികളുടെ എണ്ണം എന്നീ വിവരങ്ങൾ രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കണം. ഇങ്ങനെ നൽകുന്ന പ്രസ്താവനയെ ഓഹരി അനുവദിക്കൽ പത്രിക (Return of allotment) എന്നു പറയുന്നു.

(6) ആവശ്യമായ രേഖകൾ തയ്യാറാക്കൽ (Preparation of necessary documents): കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് കിട്ടുന്നതിനായി കമ്പനി രജി

സ്ട്രാർക്ക് മുൻപാകെ സമർപ്പിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ചില നിയമ പ്രമാണങ്ങൾ (Legal documents) പ്രൊമോട്ടർ തയ്യാറാക്കണം. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ, ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ, ഡയറക്ടർമാരുടെ സമ്മതപത്രം എന്നിവയാണ് അവയിൽ പ്രധാനം.

രജിസ്ട്രേഷനായി സമർപ്പിക്കേണ്ട രേഖകൾ: (Documents Required to be submitted)

I. കമ്പനിയുടെ ബാഹ്യകാര്യ നിയമാവലി/ മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ (Memorandum of Association):

കമ്പനിയുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നിർവചിക്കുന്ന പ്രമാണം എന്ന നിലയിൽ കമ്പനിയുടെ ഏറ്റവും പ്രധാന രേഖയാണ് ഇത്. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുപരിയായി ഒരു പ്രവർത്തനവും നിയമപരമായി കമ്പനികൾക്ക് ഏറ്റെടുക്കാൻ സാധ്യമല്ല. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ വിവിധ വകുപ്പുകളായാണ് തയ്യാറാക്കിയിരിക്കുന്നത്. അത്തരം വകുപ്പുകൾ താഴെ തന്നിരിക്കുന്നു.

1. നാമവകുപ്പ് (Name clause): കമ്പനി രജിസ്ട്രാർ അംഗീകാരം നൽകിയതും ഇനി മുതൽ കമ്പനി അറിയപ്പെടുന്നതുമായ പേരാണ് ഈ വകുപ്പിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്.

2. രജിസ്റ്റേർഡ് ഓഫീസ് വകുപ്പ്/ഡൊമിസൈൽ വകുപ്പ് (Registered office clause) : കമ്പനിയുടെ രജിസ്റ്റേർഡ് ഓഫീസ് സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന സംസ്ഥാനത്തിന്റെ പേരാണ് ഈ വകുപ്പിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്ന സമയത്ത് രജിസ്റ്റേർഡ് ഓഫീസിന്റെ കൃത്യമായ മേൽവിലാസം ഇതിൽ ചേർക്കണമെന്നില്ല. എന്നാൽ കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് മുപ്പത് ദിവസങ്ങൾക്കുള്ളിൽ തന്നെ രജിസ്റ്റേർഡ് ഓഫീസിന്റെ വിലാസം രജിസ്ട്രാറെ അറിയിക്കേതാണ്.

3. ലക്ഷ്യ വകുപ്പ് (Object clause): മെമ്മോറാണ്ടത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട വകുപ്പാ

നാമവകുപ്പ് [Name Clause]

താഴെ പറയുന്ന സാഹചര്യങ്ങളിൽ പേര് അഭികാമ്യമല്ലാത്തതായി പരിഗണിക്കുന്നു:

1. നിലവിലുള്ള ഒരു കമ്പനിയുടെ പേര്, അല്ലെങ്കിൽ അതിനോട് അടുത്ത സാദൃശ്യമുള്ള പേര് ആണെങ്കിൽ;
2. തെറ്റിദ്ധാരണ ഉളവാക്കുന്ന പേര് ആണെങ്കിൽ; കമ്പനിയുടേതല്ലാത്ത ബിസിനസ് ആയി തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന പേരുകളാണ് തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്ന പേരുകളായി പരിഗണിക്കുന്നത്.
3. മുദ്രകളുടേയും പേരുകളുടേയും ശരിയായ രീതിയിലല്ലാത്ത ഉപയോഗം തടയുന്നതിനായി 1950 ൽ നിലവിൽ വന്ന നിയമത്തിലെ പട്ടിക പ്രകാരം വ്യവസ്ഥകൾക്ക് വിരുദ്ധമായ പേര് ആണെങ്കിൽ; ഈ നിയമത്തിലെ പട്ടിക പ്രകാരം, UNO, WHO, UNESCO, ഭാരത സർക്കാർ, സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ, രാഷ്ട്രപതി, സംസ്ഥാന ഗവർണ്ണർ, ദേശീയ പതാക മുതലായവയുടെ പേരുകളോ, മുദ്രകളോ കമ്പനിയുടെ പേരുകളോടൊപ്പം ഉപയോഗിക്കാൻ പാടില്ല. ഈ നിയമമനുസരിച്ച് ഭാരത സർക്കാരിന്റെയോ, സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെയോ, തദ്ദേശീയ വകുപ്പുകളുടേയോ സഹായമോ പിന്തുണയോ സൂചിപ്പിക്കുന്ന പേരുകളും ഉപയോഗിക്കാൻ പാടില്ല.

ണിത്. കമ്പനിയുടെ രൂപീകരണ ലക്ഷ്യമാണ് ഇതിൽ പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്നത്. ലക്ഷ്യവകുപ്പിൽ പ്രസ്താവിച്ചിരിക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കതീതമായി ഒരു പ്രവർത്തനവും നിയമപരമായി ഏറ്റെടുക്കാൻ കമ്പനിക്ക് അധികാരമില്ല. ലക്ഷ്യ വകുപ്പിനെ ഉപവകുപ്പുകളായി തരംതിരിച്ചിരിക്കുന്നു.കമ്പനിയുടെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ലക്ഷ്യമാണ് ഈ ഉപവകുപ്പിൽ ചേർത്തിരിക്കുന്നത്. ഈ ഉപവകുപ്പിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടില്ലെങ്കിൽ കൂടിയും കമ്പനിയുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനായി ഏറ്റെടുക്കുന്ന എല്ലാ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളേയും സാധുതയുള്ളവയായി പരിഗണിക്കാവുന്നതാണ്.

4. ബാധ്യതാ വകുപ്പ് (Liability clause): ഈ വകുപ്പ് പ്രകാരം അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യത, അവരുടെ ഓഹരികളിന്മേൽ അടയ്ക്കാൻ ബാക്കിയുള്ള തുകയായി പരിമിതപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഒരു ഓഹരി ഉടമ 10 രൂപ മുഖവിലയുള്ള 1000 ഓഹരികൾ വാങ്ങുകയും ഓരോ ഓഹരിക്കും 6 രൂപ നിരക്കിൽ പണമടയ്ക്കുകയും ചെയ്തിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ബാധ്യത ഓരോ ഓഹരിക്കും 4 രൂപ വീതമായി പരിമിതപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് കമ്പനിയുടെ പ്രതികൂല സാഹചര്യങ്ങളിൽ പോലും പരമാവധി 4000 രൂപ മാത്രമേ അദ്ദേഹത്തിനോട് അടയ്ക്കുവാൻ ആവശ്യപ്പെടുകയുള്ളൂ.

5. മൂലധന വകുപ്പ് (Capital clause): ഓഹരികൾ പുറപ്പെടുവിക്കുന്നതിലൂടെ ഒരു കമ്പനിയ്ക്ക് സമാഹരിക്കാൻ അധികാരപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള പരമാവധി മൂലധനമാണ് ഈ വകുപ്പിൽ സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. ആരംഭിക്കാൻ പോകുന്ന കമ്പനിയുടെ അംഗീകൃത മൂലധനം, അതിന്റെ ഓഹരികളായുള്ള വിഭജനം, ഓരോ ഓഹരികളുടേയും നിശ്ചിത മുഖവില എന്നിവയെല്ലാം ഈ വകുപ്പിൽ പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, ഒരു കമ്പനിയുടെ അംഗീകൃത മൂലധനം 25 ലക്ഷം രൂപയുടെ 10 രൂപ മുഖവിലയുള്ള 2.5 ലക്ഷം ഓഹരികളാണെന്നിരിക്കട്ടെ. ആ കമ്പനിക്ക് ഈ വകുപ്പിൽ സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നതിൽ കൂടുതൽ തുക ഓഹരി മൂലധനമായി സമാഹരിക്കാൻ സാധിക്കില്ല.

II. കമ്പനിയുടെ ആഭ്യന്തര കാര്യ നിയമാവലി (Articles of Association) : ഒരു കമ്പനിയുടെ ആഭ്യന്തര ഭരണകാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള ചട്ടങ്ങളാണ് ആഭ്യന്തര കാര്യ നിയമാവലി അഥവാ ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ. ഇതിൽ പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്ന ചട്ടങ്ങൾ മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷന്റെ വകുപ്പുകൾക്ക് വിധേയമായിരിക്കും എന്നതിനാൽ മെമ്മോറാണ്ടത്തിന് വൈരുധ്യമാകുന്നതോ മറികടക്കുന്നതോ ആയ നിയമങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുത്താൻ പാടില്ല. കമ്പനീസ് ആക്ട് 2013 സെക്ഷൻ 2(5) പ്രകാരം 'ആർട്ടിക്കിൾസ്' എന്നത് ഒരു കമ്പനിയുടെ പ്രാരംഭത്തിലുണ്ടായിരുന്നതോ, യഥാസമയങ്ങളിൽ ഭേദഗതി വരുത്തിയതോ അല്ലെങ്കിൽ കമ്പനി നിയമത്തിലെ മുൻ വ്യവസ്ഥകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തയാറാക്കിയതോ ആയ ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷ

മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷന്റെ അനുബന്ധ മാതൃകകൾ

1	പട്ടിക. എ	ഓഹരി ക്ലിപ്ത ബാധ്യതാ കമ്പനിയുടെ എം.ഒ.എ
2	പട്ടിക. ബി	ഓഹരി മൂലധനമില്ലാതെ വാഗ്ദാനത്താൽ ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയ കമ്പനിയുടെ എം.ഒ.എ
3	പട്ടിക. സി	ഓഹരി മൂലധനമുള്ളതും വാഗ്ദാനത്താൽ ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയ കമ്പനിയുടെ എം.ഒ.എ
4	പട്ടിക. ഡി	ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്താത്തതും ഓഹരി മൂലധനമില്ലാത്തതുമായ കമ്പനിയുടെ എം.ഒ.എ
5	പട്ടിക. ഇ	ബാധ്യത ക്ലിപ്തമല്ലാത്ത ഓഹരി മൂലധനമുള്ള കമ്പനിയുടെ എം.ഒ.എ

കമ്പനിയുടെ ആർട്ടിക്കിൾസിന്റെ അനുബന്ധ മാതൃകകൾ

6	പട്ടിക. എഫ്	ഓഹരികളാൽ ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയ കമ്പനിയുടെ എ.ഒ.എ
7	പട്ടിക. ജി	ഓഹരി മൂലധനമുള്ളതും വാഗ്ദാനത്താൽ ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയ കമ്പനിയുടെ എ.ഒ.എ
8	പട്ടിക. എച്ച്	ഓഹരി മൂലധനമില്ലാതെ വാഗ്ദാനത്താൽ ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്തിയ കമ്പനിയുടെ എ.ഒ.എ
9	പട്ടിക. ഐ	ഓഹരി മൂലധനമുള്ള ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്താത്ത കമ്പനിയുടെ എ.ഒ.എ
10	പട്ടിക. ജെ	ഓഹരി മൂലധനമുള്ള ബാധ്യത ക്ലിപ്തപ്പെടുത്താത്ത കമ്പനിയുടെ എ.ഒ.എ

നാണ്. കമ്പനി ആക്ടിലെ ഷെഡ്യൂൾ 1 ൽ ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുള്ള പട്ടിക എഫ്, ജി, എച്ച്, ഐ, ജെ എന്നീ മാതൃകകൾ ആർട്ടിക്കിൾസായി സ്വീകരിക്കാവുന്നതാണ്. എന്നിരുന്നാലും പട്ടിക എഫ്, ജി, എച്ച്, ഐ, ജെ എന്നിവയിലെ വ്യവസ്ഥകൾക്ക് വിരുദ്ധമായ കാര്യങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നവയാണെങ്കിൽ കമ്പനിക്ക് സ്വന്തമായി ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസോസിയേഷൻ തയാറാക്കാനും പ്രയോഗിക്കാനും സാധിക്കുന്നതാണ്.

III. നിയുക്ത ഡയറക്ടർമാരുടെ അനുമതി (Consent of proposed directors) : മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനും ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനും പുറമേ, കമ്പനിയുടെ ഡയറക്ടർമാരായി പേര് ചേർക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ളവരിൽ നിന്ന് ആ നിലയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നതിനും ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോ

ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ
പൊതുവായി ഉൾപ്പെട്ടിട്ടുള്ള കാര്യങ്ങൾ താഴെ കൊടുക്കുന്നു

1 പട്ടിക എഫ് പൂർണമായോ ഭാഗികമായോ ഒഴിവാക്കൽ
2 പ്രാരംഭകരാറിൽ ഏർപ്പെടുന്നത്
3 ഓഹരികളുടെ എണ്ണവും വിലയും
4 മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ ഇറക്കുന്നത്
5 ഓഹരി അനുവദിച്ചു നൽകൽ
6 ഓഹരികളുടെ വിളിയടവ്
7 ഓഹരികളിലുള്ള അവകാശം
8 സ്വമേധയാലും പിൻതുടർച്ചാപ്രകാരവും ലഭിക്കുന്ന ഓഹരികളുടെ കൈമാറ്റം.
9 നാമനിർദേശം
10 ഓഹരികളുടെ കണ്ട്കെട്ടൽ
11 മൂലധന ഭേദഗതി
12 തിരികെ വാങ്ങൽ
13 ഓഹരി പത്രം
14 ഡീമറ്റീരിയലൈസേഷൻ
15 ഓഹരികളെ സ്റ്റോക്കായി മാറ്റൽ, കമ്പനികളുടെ രജിസ്ട്രേഷനും അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളും
16 വോട്ടവകാശവും പകരക്കാരും
17 കമ്മറ്റിയോഗങ്ങളും നിയമങ്ങളും
18 ഡയറക്ടർമാരുടെ നിയമനവും അധികാര കൈമാറ്റവും
19 നിർദ്ദേശിക്കപ്പെട്ട ഡയറക്ടർമാർ
20 ഓഹരികളുടെയും കടപ്പത്രത്തിന്റെയും അനുവദിക്കൽ
21 കണക്ക് പരിശോധന സമിതി
22 മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ, മുഴുവൻ സമയ ഡയറക്ടർ, മാനേജർ, സെക്രട്ടറി
23 അഡീഷണൽ ഡയറക്ടർ
24 മുദ്ര
25 ഡയറക്ടർമാരുടെ പ്രതിഫലം
26 പൊതുയോഗം
27 ഡയറക്ടർമാരുടെ യോഗങ്ങൾ
28 കടംവാങ്ങൾ ശേഷി
29 ലാഭവിഹിതവും കരുതൽ ധനവും
30 കണക്കുകളും കണക്ക് പരിശോധനയും
31 അടച്ചു പൂട്ടൽ
32 നഷ്ടോത്തരവാദിത്തം
33 കരുതലുകളുടെ മൂലധനവത്കരണം

സിയേഷനിൽ സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന പ്രകാരം യോഗ്യതാ ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നതിനുമുള്ള സമ്മതപത്രവും കൂടി ആവശ്യമാണ്.

IV. കരാർ പ്രമാണം (Agreement): കമ്പനി നിയമപ്രകാരം കമ്പനികൾ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിന്, കമ്പനിയുടെ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ/മുഴുവൻ സമയ ഡയറക്ടർ/മാനേജർ ആയി നിയമിക്കുന്നതിന് നിയോഗിക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ള വ്യക്തികളുമായി ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള കരാറിൽ ഏർപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ ആ പ്രമാണങ്ങൾ കൂടി രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

V. നിയമപരമായ പ്രതിജ്ഞാപത്രം (Statutory declaration): നിയമപ്രകാരം കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിന് ആവശ്യമായ എല്ലാ ഘടകങ്ങളും പൂർത്തീകരിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്ന് പ്രസ്താവിക്കുന്ന പ്രതിജ്ഞാപത്രം മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച പ്രമാണങ്ങളോടൊപ്പം രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. ഹൈക്കോടതിയിലേയോ സുപ്രീം കോടതിയിലേയോ അഭിഭാഷകൻ, ചാർട്ടേർഡ് അക്കൗണ്ടന്റ്, ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ പേര് ചേർത്തിട്ടുള്ള ഡയറക്ടർ, കമ്പനിയുടെ മാനേജർ, സെക്രട്ടറി എന്നിവരിലാരെങ്കിലും ഈ പ്രതിജ്ഞാപത്രത്തിൽ ഒപ്പുവയ്ക്കേണ്ടതാണ്.

VI. ഫീസ് നൽകൽ (Payment of fees): കമ്പനിയുടെ രജിസ്ട്രേഷന്, മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച രേഖകളോടൊപ്പം ആവശ്യമായ ഫീസ് കൂടി നൽകേണ്ടതാണ്. രജിസ്ട്രേഷൻ ഫീസ് ഒരു കമ്പനിയുടെ അംഗീകൃത മൂലധനത്തെ (Authorised capital) ആശ്രയിച്ചിരിക്കും.

പ്രൊമോട്ടർമാരുടെ സ്ഥാനം (Position of promoters):

ഒരു കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് അതിന്റെ ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും ഒരു പ്രോമോട്ടർ ഏറ്റെടുക്കുന്നു. എന്നാൽ ഒരു പ്രൊമോട്ടർ കമ്പനിയുടെ ഏജന്റോ ട്രസ്റ്റിയോ അല്ല. ഈ ഘട്ടത്തിൽ കമ്പനി രൂപീകൃതമായിട്ടില്ലാത്തതിനാൽ ഇവർക്ക് കമ്പനിയുടെ ഏജന്റാവാൻ കഴിയില്ല. രൂപീകരണത്തിന് ശേഷം ഏറ്റെടുക്കാൻ കമ്പനി തയ്യാറാകാത്ത പക്ഷം, കമ്പനി രൂപീകരണത്തിന്റെ ഭാഗമായി പ്രൊമോട്ടർ ഏർപ്പെടുന്ന എല്ലാ കരാറുകളുടേയും ബാധ്യത അദ്ദേഹത്തിന് മാത്രമായിരിക്കും. പ്രൊമോട്ടറും കമ്പനിയും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം വിശ്വാസാധിഷ്ഠിതമാണ്. അതുകൊണ്ട് കമ്പനിയും പ്രൊമോട്ടർമാരും ഈ ബന്ധം ദുരുപയോഗപ്പെടുത്താൻ പാടില്ല. പ്രൊമോട്ടർ അദ്ദേഹത്തിന്റെ പദവി ഉപയോഗിച്ച് എന്തെങ്കിലും ലാഭമുണ്ടാക്കുകയാണെങ്കിൽ അത് വെളിപ്പെടുത്തേണ്ടതാണ്. പ്രൊമോട്ടർ എന്ന പദവി ഉപയോഗിച്ച് അദ്ദേഹം യാതൊരു രഹസ്യ ലാഭവും ഉണ്ടാക്കാൻ പാടില്ല. പ്രൊമോട്ടർ ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള ലാഭം ഉണ്ടാക്കുകയും ആ വസ്തുത വെളിപ്പെടുത്താതിരിക്കുകയും ചെയ്താൽ അദ്ദേഹവുമായുണ്ടാക്കിയ കരാർ റദ്ദാക്കുന്നതിനും അദ്ദേഹത്തിന് നൽകിയിട്ടുള്ള കരാർ തുക തിരിച്ച് വാങ്ങുന്നതിനും കമ്പനിക്ക് അവകാശമുണ്ട്. സുപ്രധാന വിവരങ്ങൾ വെളിപ്പെടുത്താതിരിക്കുന്നതിലൂടെ എന്തെങ്കിലും നഷ്ടം കമ്പനിക്കുണ്ടാകുകയാണെങ്കിൽ നഷ്ടപരിഹാരം ലഭിക്കുന്നതിനും കമ്പനിക്ക് അവകാശമുണ്ട്. കമ്പനി രൂപീകരണ ഘട്ടത്തിലുണ്ടാകുന്ന ചെലവുകൾ തിരിച്ച് കിട്ടുന്നതിന് പ്രൊമോട്ടർക്ക് നിയമപരമായ അവകാശമില്ല. എങ്കിലും കമ്പനികൾ രജിസ്ട്രേഷൻ, പ്രാരംഭ ചെലവുകൾ എന്ന നിലയ്ക്ക് ഇത്തരം ചെലവുകൾ മടക്കി നൽകാറുണ്ട്. അതോടൊപ്പം പ്രതിഫലമായി ഒരു നിശ്ചിത തുകയോ, ആസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന കമ്മീഷനോ, ഓഹരികൾ വിൽക്കുന്നതിന്റെ കമ്മീഷനോ പ്രതിഫലമായി പ്രൊമോട്ടർക്ക് നൽകാറുണ്ട്. അതുപോലെ തന്നെ പ്രൊമോട്ടർമാർക്ക് കമ്പനികളുടെ

ഓഹരികളോ കടപ്പത്രങ്ങളോ അനുവദിച്ച് നൽകുകയും ഭാവി വിലയ്ക്ക് നിക്ഷേപപത്രങ്ങൾതെരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവകാശം ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

7.2.2 രൂപീകരണം (Incorporation)

മുകളിൽ പറഞ്ഞ നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തീകരിച്ചതിന് ശേഷം പ്രൊമോട്ടർ, കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിനുള്ള അപേക്ഷ തയ്യാറാക്കുന്നു. രജിസ്ട്രേഷനുള്ള അപേക്ഷ, കമ്പനിയുടെ രജിസ്റ്റേർഡ് ഓഫീസ് ആരംഭിക്കാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന സംസ്ഥാനത്തെ കമ്പനി രജിസ്ട്രാർ മുൻപാകെ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. നേരത്തേ പ്രതിപാദിച്ച പ്രമാണങ്ങൾ കൂടി ഈ അപേക്ഷയോടൊപ്പം സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. അത്തരം പ്രമാണങ്ങൾ ഇവിടെ ചുരുക്കി വിവരിക്കുന്നു.

1. വേണ്ടവിധത്തിൽ മുദ്ര പതിപ്പിച്ചതും ഒപ്പ് വെച്ചതും സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തിയതുമായ മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ. ഒരു പൊതു കമ്പനി (public company) ആണെങ്കിൽ ഏറ്റവും കുറഞ്ഞത് ഏഴ് അംഗങ്ങളെങ്കിലും ഇതിൽ ഒപ്പുവെച്ചിട്ടുണ്ടാവണം. എന്നാൽ ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനിയിൽ (private company) രണ്ട് അംഗങ്ങളുടെ ഒപ്പ് മതിയാകും. ഇതിൽ ഒപ്പു വെച്ചിരിക്കുന്നവർ അവരുടെ മേൽവിലാസം, തൊഴിൽ, അവരുടെ ഓഹരികളുടെ എണ്ണം എന്നീ വിവരങ്ങൾ കൂടി നൽകേണ്ടതാണ്.

2. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിലേത് പോലെ മുദ്ര പതിപ്പിച്ചതും ഒപ്പ് വെച്ചതും സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തിയതുമായ ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ. എന്നാൽ, നേരത്തേ പ്രസ്താവിച്ചതുപോലെ, ഒരു പൊതു കമ്പനിക്ക്, കമ്പനി നിയമത്തിൽ നൽകിയിട്ടുള്ള ആർട്ടിക്കിൾസിന്റെ മാതൃകയായ 'ടേബിൾ എഫ്, ജി, എച്ച്, ഐ, ജെ' എന്നിവ സ്വീകരിക്കാവുന്നതാണ്. അത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷന് പകരമായി ടേബിൾ എയുടെ പകർപ്പ് രജിസ്ട്രാർ മുൻപാകെ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

3. കമ്പനി ഡയറക്ടർമാർ എന്ന നിലയിൽ പ്രവത്തിക്കുന്നതിനും യോഗ്യതാ ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നതിനും സമ്മതമാണെന്ന് അറിയിച്ചുകൊണ്ട് നിയുക്ത ഡയറക്ടർമാർ നൽകുന്ന സമ്മതപത്രം.

4. നിയുക്ത മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ, മാനേജർ, മുഴുവൻ സമയ ഡയറക്ടർ എന്നിവരുമായി ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള കരാർ ഉണ്ടാക്കിയിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ ആ കരാറിന്റെ പകർപ്പ് അപേക്ഷയോടൊപ്പം സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

5. കമ്പനിയുടെ പേരിന് കമ്പനി രജിസ്ട്രാർ നൽകിയ അനുമതിപത്രത്തിന്റെ പകർപ്പ്.

6. രജിസ്ട്രേഷനാവശ്യമായ എല്ലാ നടപടിക്രമങ്ങളും പൂർത്തീകരിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്ന് പ്രസ്താവിച്ചിട്ടുള്ള സത്യപ്രസ്താവന. ഹൈക്കോടതിയിലേയോ സുപ്രീം കോടതിയിലേയോ വക്കീൽ, ചാർട്ടേർഡ് അക്കൗണ്ടന്റ്, ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ പേര് ചേർത്തിട്ടുള്ള ഡയറക്ടർ, കമ്പനിയുടെ മാനേജർ, സെക്രട്ടറി എന്നിവരിലാരെങ്കിലും ഈ പ്രതിജ്ഞാ പത്രത്തിൽ ഒപ്പുവെക്കേണ്ടതാണ്.

7. കമ്പനിയുടെ രജിസ്റ്റേർഡ് ഓഫീസിന്റെ കൃത്യമായ മേൽവിലാസം സൂചിപ്പിക്കുന്ന കുറിപ്പ് കൂടി ഈ പ്രമാണങ്ങൾക്കൊപ്പം സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. എന്നാൽ രജിസ്ട്രേഷൻ നടത്തുന്ന സമയത്ത് മേൽവിലാസം നൽകാൻ കഴിയുന്നില്ലെങ്കിൽ കമ്പനിയുടെ

യോഗ്യതാ ഓഹരികൾ (Qualification Shares)

ഡയറക്ടർമാർക്ക് നിയുക്ത കമ്പനിയിൽ നിക്ഷിപ്ത താൽപര്യമുണ്ടെന്ന് ഉറപ്പാക്കുന്നതിനായി അവർ ഒരു നിശ്ചിത തുകയ്ക്കുള്ള ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നതിന് ആർട്ടിക്കിൾസിൽ വ്യവസ്ഥ ചെയ്തിരിക്കുന്നു. കമ്പനിക്ക് അതിന്റെ വ്യാപാര ആരംഭ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ലഭിക്കുന്നതിന് മുമ്പ് തന്നെ അവർ ഈ ഓഹരികളുടെ തുക നൽകേണ്ടതാണ്. ഈ ഓഹരികളെ യോഗ്യതാ ഓഹരികൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം ലഭിച്ച് 30 ദിവസത്തിനകം ഈ കുറിപ്പ് സമർപ്പിച്ചാൽ മതിയാകും.

8. രജിസ്ട്രേഷൻ ഫീസ് അടച്ചതിനുള്ള രേഖാപരമായ തെളിവ്.

രജിസ്ട്രേഷനുള്ള അപേക്ഷയും ആവശ്യമായ രേഖകളും ലഭിച്ച് കഴിഞ്ഞാൽ എല്ലാ രേഖകളും കൃത്യമാണോ എന്നും ആവശ്യമായ എല്ലാ നടപടിക്രമങ്ങളും പാലിച്ചിട്ടുണ്ടോ എന്നും രജിസ്ട്രാർ ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു. എന്നാൽ രജിസ്ട്രേഷനായി സമർപ്പിച്ച എല്ലാ രേഖകളിലും പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്ന വസ്തുതകളുടെ ആധികാരികത വിശദമായി പരിശോധിക്കേണ്ടത് രജിസ്ട്രാറുടെ കടമ അല്ല.

രജിസ്ട്രേഷനാവശ്യമായ നടപടികൾ യഥാക്രമം പൂർത്തീകരിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്ന് ബോധ്യമായാൽ രജിസ്ട്രാർ കമ്പനിക്ക് രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രമായ രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് (Certificate of Incorporation) അനുവദിച്ച് നൽകുന്നു. ഇത് കമ്പനിയുടെ നിയമപരമായ ജനനത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട്, രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രത്തെ കമ്പനിയുടെ ജനന സർട്ടിഫിക്കറ്റ് എന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കുന്നു.

2000 നവംബർ 1 മുതൽ കമ്പനികൾക്ക് സി.ഐ.എൻ (കോർപ്പറേറ്റ് ഐഡന്റിറ്റി നമ്പർ) കൂടി കമ്പനി രജിസ്ട്രാർ അനുവദിച്ച് നൽകുന്നുണ്ട്.

രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രത്തിന്റെ പ്രഭാവം (Effect of the Certificate of Incorporation):

രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രത്തിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയ തീയതിയിലാണ് ഒരു കമ്പനി നിയമപ്രകാരം രൂപീകൃതമാകുന്നത്. ആ തീയതി മുതൽ കമ്പനിക്ക് സ്ഥായിയും നിയമപരവുമായ അസ്തിത്വം ലഭിക്കുന്നു. നിയമസാധുതയുള്ള കരാറുകളിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിന് കമ്പനിക്ക് അർഹത ലഭിക്കുന്നു. നിയമപരമായി ഒരു കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിട്ടുണ്ട് എന്നതിന്റെ ആധികാരികമായ തെളിവാണ് രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം. രജിസ്റ്റർ ചെയ്യപ്പെടാത്തതും രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം ഇല്ലാത്തതുമായ ഒരു കമ്പനിയുമായി ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള കരാറിൽ ഏർപ്പെടുകയും പിന്നീട് ആ വസ്തുത തിരിച്ചറിയുകയും ചെയ്താൽ, പ്രസ്തുത കരാർ അസാധുവായി തീരുന്നതാണ്. രജിസ്ട്രേഷൻ പ്രക്രിയയിൽ ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള ന്യൂനതകളുണ്ടെങ്കിൽ പോലും, ഒരിക്കൽ രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം ലഭിച്ച് കഴിഞ്ഞാൽ കമ്പനി നിയമാനുസൃതമായ ബിസിനസ് സ്ഥാപനമായിത്തീരുന്നു. അതുകൊണ്ട് രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം ഒരു കമ്പനിയുടെ നിയമാനുസൃതമായ നിലനിൽപ്പിനുള്ള ആധികാരികമായ തെളിവാണ്. രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം ആധികാരികമായ തെളിവാണ് എന്ന് വ്യക്തമാക്കുന്ന ഏതാനും ഉദാഹരണങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു:

പ്രാരംഭ കരാറുകൾ

കമ്പനിയുടെ പ്രൊമോഷൻ കാലയളവിൽ, പ്രൊമോട്ടർ കമ്പനിക്ക് വേണ്ടി മൂന്നാം കക്ഷികളുമായി കരാറിൽ ഏർപ്പെടാറുണ്ട്. ഈ കരാറുകളെ പ്രാരംഭ കരാറുകളെന്നോ രജിസ്ട്രേഷൻ പൂർവ്വ കരാറുകളെന്നോ പറയുന്നു. ഈ കരാറുകൾ മൂലം കമ്പനിക്ക് നിയമപ്രകാരം ബാധ്യത ഉണ്ടാകുന്നില്ല. എന്നാൽ, കമ്പനി രൂപീകരണത്തിന് ശേഷം, ഇത്തരം കരാറുകൾ അതേ വ്യവസ്ഥകളോടെ പുതുക്കുന്നതിനും ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനുമുള്ള തീരുമാനം കമ്പനിക്ക് എടുക്കാവുന്നതാണ്. പ്രാരംഭ കരാറുകൾ അംഗീകരിക്കുന്നതിന് ഒരു കമ്പനിയെ നിർബന്ധിക്കാൻ പാടില്ല. ഇത്തരം പ്രാരംഭ കരാറുകൾ കമ്പനി ഏറ്റെടുക്കാത്ത പക്ഷം ഈ കരാർ പ്രൊമോട്ടറുടെ വ്യക്തിഗതമായ ബാധ്യതയായി തുടരുന്നു.

(i) ഒരു കമ്പനിയുടെ രജിസ്ട്രേഷനാവശ്യമായ രേഖകൾ സമർപ്പിച്ചത് ജനുവരി 6–ാം തിയതിയാണ്. ജനുവരി 8നാണ് രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം ലഭിച്ചത്. എന്നാൽ രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രത്തിൽ സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന തീയതി ജനുവരി 6 ആണ്. അതുകൊണ്ട്, ജനുവരി 6 ന് കമ്പനി നിലവിൽ വന്നതായി പരിഗണിക്കുകയും ജനുവരി 6 മുതൽ ഉണ്ടാക്കിയ എല്ലാ കരാറുകളും നിയമ സാധുത ഉള്ളവയായി പരിഗണിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(ii) കമ്പനിയുടെ അംഗങ്ങളിൽ ഒരാൾ മറ്റുള്ളവരുടെ ഒപ്പ് മെമ്മോറാണ്ടത്തിൽ കൃത്രിമമായി ചേർത്ത് കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നു. പ്രസ്തുത വിവരം തിരിച്ചറിയാതെ രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം അനുവദിച്ചാൽ പോലും ആ രജിസ്ട്രേഷൻ സാധുതയുള്ളതായി പരിഗണിക്കുന്നു.

അതുകൊണ്ട്, രജിസ്ട്രേഷൻ പ്രക്രിയയിൽ എന്തെല്ലാം ന്യൂനതകൾ സംഭവിച്ചാലും ഒരിക്കൽ രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം അനുവദിച്ച് കഴിഞ്ഞാൽ അത് കമ്പനിയുടെ നിയമപരമായ നിലനിൽപ്പിനുള്ള ആധികാരിക രേഖയായി മാറുന്നു. കമ്പനി ഒരു നിയമവിരുദ്ധമായ പ്രവർത്തനത്തിന് വേണ്ടി രൂപീകരിച്ചതാണെങ്കിൽ പോലും ഒരിക്കൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യപ്പെട്ടു കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നീട് കമ്പനിയുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ ചോദ്യം ചെയ്യപ്പെടാനാവില്ല. അഥവാ അങ്ങനെ സംഭവിച്ചാലുള്ള പരിഹാരം കമ്പനി പിരിച്ചുവിടൽ മാത്രമാണ്. രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം അത്രമാത്രം നിർണ്ണായകമായതിനാൽ ഈ സാക്ഷ്യപത്രം അനുവദിക്കുമ്പോൾ രജിസ്ട്രാർ വളരെയധികം ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

രൂപീകരണ സാക്ഷ്യപത്രം ലഭിച്ചാൽ ഉടനെ തന്നെ ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനിക്ക് (Private company) അതിന്റെ ബിസിനസ് ആരംഭിക്കാൻ കഴിയും. അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കാവശ്യമായ മൂലധനം, അംഗങ്ങളിൽ നിന്നോ അവരുടെ സുഹൃത്തുക്കൾ, ബന്ധുക്കൾ എന്നിവരിൽ നിന്നോ, മറ്റ് സ്വകാര്യ ക്രമീകരണങ്ങളിലൂടെയോ സ്വരൂപിക്കാവുന്നതും ബിസിനസ് ആരംഭ പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി മുമ്പോട്ട് പോകാവുന്നതുമാണ്. എന്നാൽ ഒരു പൊതുകമ്പനിക്ക് (Public company) രണ്ട് ഘട്ടങ്ങൾ കൂടി പൂർത്തീകരിച്ചാൽ മാത്രമേ ബിസിനസ് ആരംഭിക്കാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ.

7.2.3 മൂലധനം സ്വരൂപിക്കൽ (Capital Subscription)

ഒരു പൊതുകമ്പനിയ്ക്ക് ഓഹരികൾ, കടപ്പത്രങ്ങൾ എന്നിവ ഉപയോഗിച്ച് മൂലധനം സമാഹരിക്കാൻ കഴിയും. ഓഹരികളും കടപ്പത്രങ്ങളും വാങ്ങുന്നതിന് പൊതു ജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നതിനായി ഒരു ക്ഷണപത്രിക (Prospectus) ഇറക്കുന്നതിനോടൊപ്പം വിവിധ നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കേണ്ടതുമുണ്ട്. പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് മൂലധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന് താഴെപറയുന്ന നടപടിക്രമങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്.

1. സെക്യൂരിറ്റീസ് ആന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യ (SEBI) യുടെ അനുമതി (SEBI Approval) : നിക്ഷേപകരുടെ താൽപര്യങ്ങൾസംരക്ഷിക്കുന്നതിനും കമ്പനിയെ സംബന്ധിച്ചുള്ള സുപ്രധാന വിവരങ്ങൾ വെളിപ്പെടുത്തുന്നതിനുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ചില മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ, രാജ്യത്തെ ഓഹരി വിപണിയുടെ നിയന്ത്രണ ഏജൻസിയായ സെക്യൂരിറ്റീസ് ആന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യ പുറപ്പെടുവിച്ചിട്ടുണ്ട്. പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് ധനം സമാഹരിക്കുന്ന കമ്പനി അതിന്റെ എല്ലാ സുപ്രധാന വിവരങ്ങളും നിക്ഷേപകരോട് വെളിപ്പെടുത്തേണ്ടതാണ്. ഇത് നിക്ഷേപകരുടെ താൽപര്യങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിന് അത്യാവശ്യമാണ്. അതുകൊണ്ട് പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് ധനം സമാഹരിക്കുമ്പോൾ സെക്യൂരിറ്റീസ് ആന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ മുൻകൂർ അനുമതി നേടേണ്ടതാണ്.

2. പ്രോസ്പെക്ടസ് സമർപ്പിക്കൽ (Filing of Prospectus) : കമ്പനിയുടെ പ്രോസ്പെക്ടസോ അതിന് പകരമായിട്ടുള്ള പ്രസ്താവനാപത്രമോ രജിസ്ട്രാർ മുൻപാകെ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. ഒരു കമ്പനിയുടെ ഓഹരികളോ, കടപ്പത്രങ്ങളോ വാങ്ങുന്നതിന് പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നതിനായി കമ്പനി പുറത്തിറക്കുന്ന നോട്ടീസ്, വിജ്ഞാപനം, പരസ്യം, മറ്റ് രേഖകൾ മുതലായവയെ ക്ഷണപത്രിക (Prospectus) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. മറ്റൊരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, കമ്പനിയിൽ മൂലധനം നിക്ഷേപിക്കുന്നതിനോ, ഓഹരികളും കടപ്പത്രങ്ങളും വാങ്ങുന്നതിനോ പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്ന പത്രികയാണിത്. ഈ പത്രികയിൽ പ്രതിപാദിച്ചിരിക്കുന്ന വസ്തുതകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലായിരിക്കും പ്രാഥമികമായി നിക്ഷേപകർ അവരുടെ നിക്ഷേപ തീരുമാനം എടുക്കുന്നത്. അതുകൊണ്ട്, ഈ പത്രികയിൽ കമ്പനിയെക്കുറിച്ചുള്ള എല്ലാ സുപ്രധാന വിവരങ്ങളും ഉൾപ്പെടുത്തുന്നതോടോപ്പം തെറ്റിദ്ധാരണ ജനിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള പ്രസ്താവനകൾ ഒഴിവാക്കേണ്ടതുമാണ്.

3. ബാങ്കുകൾ, ബ്രോക്കർമാർ, അണ്ടർ റൈറ്റേഴ്സ് എന്നിവരെ നിയമിക്കൽ (Appointment of Bankers, Brokers, Underwriters)

ഡയറക്ടർ തിരിച്ചറിയൽ നമ്പർ

Director Identification Number (DIN)

ഒരു കമ്പനിയുടെ ഡയറക്ടറായി നിയമിക്കപ്പെടാൻ സാധ്യതയുള്ള ഏതൊരു വ്യക്തിയും ഡയറക്ടർ തിരിച്ചറിയൽ നമ്പർ (DIN) ലഭിക്കുന്നതിനായി നിശ്ചിത മാതൃകയിൽ, നിശ്ചിത ഫീസ് ഒടുക്കിക്കൊണ്ട് കേന്ദ്രസർക്കാരിൽ അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. അപേക്ഷ ലഭിച്ച് ഒരു മാസത്തിനുള്ളിൽ കേന്ദ്രസർക്കാർ അപേക്ഷകന് ഡയറക്ടർ തിരിച്ചറിയൽ നമ്പർ അനുവദിക്കുന്നു. ഒരിക്കൽ ഡയറക്ടർ തിരിച്ചറിയൽ നമ്പർ ലഭിച്ച വ്യക്തി, തുടർന്ന് പുതിയ തിരിച്ചറിയൽ നമ്പറിന് അപേക്ഷിക്കാനോ മറ്റൊരു നമ്പർ നേടിയെടുക്കാനോ പാടുള്ളതല്ല.

പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് ധനം സമാഹരിക്കുന്നത് വളരെ ബൃഹത്തായ ജോലിയാണ്. ഓഹരികളുടെ അപേക്ഷാഫീസ് കമ്പനിയുടെ അക്കൗണ്ടുള്ള ബാങ്കുകളിൽ സ്വീകരിക്കണം. ഓഹരി ദല്ലാൾ (share brokers) ഓഹരികളുടെ അപേക്ഷകൾ വിതരണം ചെയ്യുകയും ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നതിന് അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കാൻ പൊതുജനങ്ങളെ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും വേണം. ഓഹരി വിതരണത്തിന് പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് വേണ്ടത്ര പ്രതികരണം ലഭിക്കുമെന്ന് ഉറപ്പില്ലെങ്കിൽ കമ്പനിക്ക് ജാമ്യക്കാരെ (underwriters) നിയമിക്കേണ്ടതായി വന്നേക്കാം. പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് ഓഹരികൾക്ക് വേണ്ടത്ര അപേക്ഷകൾ ലഭിക്കാത്തപക്ഷം അത്തരം ഓഹരികൾ അണ്ടർറൈറ്റേഴ്സ് ഏറ്റെടുത്തുകൊള്ളും. ഇങ്ങനെ ഓഹരികൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിന് കമ്പനിയിൽ നിന്ന് അണ്ടർറൈറ്റർമാർക്ക് കമ്മീഷൻ കൊടുക്കുന്നു. അണ്ടർറൈറ്റർമാരുടെ നിയമനം നിർബന്ധമല്ല.

4. ചുരുങ്ങിയ മൂലധന തുക (Minimum Subscription) : നിശ്ചിത എണ്ണം ഓഹരികൾക്ക് അപേക്ഷ ലഭിച്ചാൽ മാത്രമേ ഓഹരികൾ അനുവദിച്ച് നൽകുന്ന പ്രക്രിയയുമായി കമ്പനികൾക്ക് മുന്നോട്ട് പോകാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. അപര്യാപ്തമായ മൂലധന വിഭവങ്ങൾ കൊണ്ട് കമ്പനികൾ വ്യാപാരം ആരംഭിക്കുന്നത് തടയുന്നതിന് ഇത് സഹായകമാണ്. കമ്പനി നിയമപ്രകാരം ഇത്തരം നിശ്ചിത എണ്ണം ഓഹരികളുടെ തുകയെ ചുരുങ്ങിയ മൂലധന തുക എന്ന് പറയുന്നു. വിതരണത്തിനുള്ള ഓഹരികളുടെ 90 ശതമാനം ആണ് ചുരുങ്ങിയ മൂലധന തുകയുടെ പരിധിയായി നിശ്ചയിക്കുന്നത്. അപേക്ഷ ലഭിച്ച ഓഹരികളുടെ തുക വിതരണം ചെയ്ത ഓഹരികളുടെ തുകയുടെ 90 ശതമാനത്തിൽ കുറവാകുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ ഓഹരികൾ അനുവദിച്ച് നൽകാൻ കഴിയാതെ വരികയും അതിനാൽ അതുവരെ ലഭിച്ച അപേക്ഷാഫീസ് അപേക്ഷകർക്ക് തിരിച്ച് നൽകുകയും വേണം.

5. ഓഹരി വിപണിയിൽ അപേക്ഷ നൽകുക (Application to Stock exchange): കമ്പനിയുടെ ഓഹരികളും കടപ്പത്രങ്ങളും ഓഹരി വിപണയിലൂടെ കൈമാറ്റം ചെയ്യപ്പെടുന്നതിനുള്ള അനുമതി ലഭിക്കുന്നതിനായി ചുരുങ്ങിയത് ഒരു ഓഹരി വിപണയിലെങ്കിലും അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. ഓഹരികൾക്കുള്ള അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള തീയതി കഴിഞ്ഞ് പത്ത് ആഴ്ചക്കുള്ളിൽ ഇത്തരം അനുമതി ലഭിക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ ഓഹരി വിതരണ പ്രക്രിയ അസാധുവായി കണക്കാക്കുകയും എട്ട് ദിവസത്തിനുള്ളിൽ തന്നെ എല്ലാ അപേക്ഷാഫീസും അപേക്ഷകർക്ക് തിരിച്ച് നൽകുകയും വേണം.

6. ഓഹരികൾ അനുവദിച്ച് നൽകൽ (Allotment of Shares) : അപേക്ഷിച്ചതിനേക്കാൾ കുറഞ്ഞ എണ്ണം ഓഹരികൾ അനുവദിച്ച് നൽകുകയോ ഒരു ഓഹരി പോലും അനുവദിച്ച് നൽകാതിരിക്കുകയോ ചെയ്യുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ അധികം വരുന്ന അപേക്ഷാഫീസ് അപേക്ഷകർക്ക് തിരിച്ച് നൽകുകയോ അവരുടെ ഓഹരി അനുവദിക്കൽ തുകയിലേക്ക് വരവ് വെക്കുകയോ ചെയ്യുന്നു. ഓഹരികൾ അനുവദിക്കപ്പെടുന്നവർക്ക് ഓഹരി അനുവദിക്കൽപത്രം (Allotment letters) നൽകുന്നു. ഓഹരി അനുവദിക്കൽ പ്രക്രിയ അവസാനിച്ച് 30 ദിവസത്തിനകം കമ്പനി സെക്രട്ടറിയോ ഡയറക്ടറോ ഒപ്പിട്ട ഓഹരി അനുവദിക്കൽ പത്രിക കമ്പനി രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

ഒരു പൊതുകമ്പനി തങ്ങളുടെ ഓഹരികളോ കടപ്പത്രങ്ങളോ വാങ്ങുന്നതിനായി എപ്പോഴും പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കണമെന്നില്ല. പകരം, സുഹൃത്തുക്കളിൽ നിന്നോ ബന്ധുക്കളിൽ നിന്നോ അല്ലെങ്കിൽ സ്വകാര്യ കമ്പനികളിലേതു പോലെയുള്ള ക്രമീകരണങ്ങളിലൂടെയോ മൂലധനം സമാഹരിക്കാവുന്നതാണ്. ഇത്തരം പൊതു കമ്പനികൾ പ്രോസ്പെക്ടസ് തയ്യാറാക്കേണ്ടതില്ല. എന്നാൽ ഓഹരികൾ അനുവദിച്ച് നൽകുന്നതിന് 3 ദിവസം മുൻപ് പ്രോസ്പെക്ടസിനു പകരമായ പ്രസ്താവന (Statement in Lieu of Prospectus) കമ്പനി രജിസ്ട്രാർക്ക് മുമ്പാകെ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനും ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ

വ്യത്യാസത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം	മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ	ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ
ലക്ഷ്യങ്ങൾ	മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ കമ്പനിയുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണെന്ന് നിർവ്വചിക്കുന്നു	കമ്പനിയുടെ ആഭ്യന്തര ഭരണ കാര്യങ്ങളുടെ നിയമാവലിയാണ് ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ. കമ്പനിയുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ എങ്ങനെയാണ് കൈവരിക്കുന്നതെന്ന് ഇതിലൂടെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു.
സ്ഥാനം	കമ്പനി നിയമത്തിന് വിധേയമായി കമ്പനിയിൽ സൂക്ഷിക്കേണ്ട ഏറ്റവും പ്രധാന പ്രമാണമാണിത്.	മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനും കമ്പനി നിയമത്തിനും വിധേയമായിട്ടുള്ള അനുബന്ധ പ്രമാണമാണിത്.
ബന്ധം	കമ്പനിക്ക്, അതിന്റെ പുറത്തുള്ളവരുമായുള്ള ബന്ധം നിർവ്വചിച്ചിരിക്കുന്ന പ്രമാണമാണ് മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ	കമ്പനിയും അതിന്റെ അംഗങ്ങളും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം നിർവ്വചിച്ചിരിക്കുന്നപ്രമാണമാണ് ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ.
സാധുത	മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ പറയുന്നതിന് വിരുദ്ധമായിട്ടുള്ള കമ്പനിയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ അസാധുവായി പരിഗണിക്കുന്നു. അംഗങ്ങളുടെ ഏകകണ്ഠമായ വോട്ടെടുപ്പിലൂടെ പോലും ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് അംഗീകാരം നേടിയെടുക്കാൻ സാധിക്കില്ല.	മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷന് വിധേയമായതും ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ പറയാത്തതുമായ കാര്യങ്ങൾക്ക് അംഗീകാരം നേടിയെടുക്കാൻ അംഗങ്ങൾക്ക് സാധിക്കും.
ആവശ്യകത	രജിസ്ട്രേഷന് വേണ്ടി എല്ലാ കമ്പനികളും നിർബന്ധമായും സ്വന്തം മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ തയാറാക്കി സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.	ക്ലിപ്ത ബാധ്യതയുള്ള പൊതു കമ്പനിയിൽ ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ ഉണ്ടായിരിക്കണമെന്ന് നിർബന്ധമില്ല. ഇത്തരം കമ്പനിക്ക് കമ്പനിനിയമം 2013 ലെ പട്ടിക 'എഫ്' അനുവർത്തിക്കാവുതാണ്.

ഏക വ്യക്തി കമ്പനി
(One Person Company)

2013 ലെ കമ്പനി നിയമം നിലവിൽ വന്നപ്പോൾ ഏക വ്യക്തി കമ്പനി (OPC) എന്ന ആശയത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഒരു വ്യക്തിക്ക് കമ്പനി രൂപീകരിക്കാവുന്നതാണ്. ഒ.പി.സി അവതരിപ്പിക്കുന്നതിലൂടെ നിയമ സംവിധാനത്തിനുള്ളിൽ ചെറുകിട കച്ചവടക്കാരെയും സംരംഭകരെയും കോർപ്പറേറ്റ് വത്കരിക്കുന്നതിന് പ്രോത്സാഹനമാകുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ 2005ൽ തന്നെ ജെ.ജെ ഇറാനി കമ്മറ്റി ഏക വ്യക്തി കമ്പനിരൂപീകരിക്കാൻ നിർദേശിക്കുകയുണ്ടായി. കമ്മിറ്റി നിർദേശിച്ച് ഇത്തരം വ്യക്തിത്വങ്ങൾക്ക് ലളിതമായ നിയമ സംവിധാനം നിലനിർത്തുന്നതിലൂടെ സംരംഭകർക്ക് സങ്കീർണമായ നിയമം പാലിക്കുന്നതിനായി ചെലവഴിക്കേണ്ട വിലപ്പെട്ട സമയവും ഊർജവും വിഭവങ്ങളും ലാഭിക്കുവാൻ സാധിക്കും.

ഒരു വ്യക്തി മാത്രം അംഗമായിട്ടുള്ള കമ്പനിയാണ് ഏക വ്യക്തികമ്പനി. അതായത് കമ്പനിയുടെ ഓഹരി ഉടമ ആ വ്യക്തി മാത്രമായിരിക്കും. ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനിക്ക് ലഭിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന പ്രത്യേകതകളായ നൈയാമിക വ്യക്തിത്വം, ബിസിനസിന്റെ ബാധ്യതയിൽ നിന്ന് സ്വകാര്യ ആസ്തികളുടെ സംരക്ഷണം, സ്ഥായിയായ തുടർച്ച എന്നീ മേന്മകളും ഒരു ഏക വ്യക്തികമ്പനിക്ക് അനുഭവിക്കാവുന്നതാണ്.

സവിശേഷതകൾ

(1) ഇന്ത്യൻ പൗരനും ഇന്ത്യയിൽ താമസിക്കുന്നതുമായ ഒരു സാധാരണ വ്യക്തി

(എ) ഒരു ഏക വ്യക്തി കമ്പനി രൂപീകരിക്കുന്നതിന് യോഗ്യനാണ്

(ബി) ഒരു ഏക വ്യക്തി കമ്പനിയുടെ ഒരേയൊരു നിയുക്താംഗമാകാവുന്നതാണ്.

വിശദീകരണം : 'ഇന്ത്യയിൽ താമസിക്കുന്ന' എന്ന പദം അർത്ഥമാക്കുന്നത് ഒരു വ്യക്തി ഒരു കലണ്ടർ വർഷത്തിൽ ചുരുങ്ങിയത് 182 ദിവസമെങ്കിലും ഇന്ത്യയിൽ താമസിച്ചിരിക്കണം.

(2) ഒന്നിൽ കൂടുതൽ ഏക വ്യക്തികമ്പനികളിൽ അംഗമാകാനോ നിയുക്താംഗമാകാനോ ഒരാൾക്കും സാധിക്കില്ല.

(3) ഒരു ഏക വ്യക്തി കമ്പനിയുടെ അംഗമാകാമെന്ന നിലയ്ക്ക് ഒരു സാധാരണ വ്യക്തിക്ക് മറ്റേതെങ്കിലും കമ്പനിയിൽ അംഗമാകുന്നതോ നിയുക്താംഗമാകുന്നതോ ആയിവരുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ ഏക വ്യക്തി കമ്പനിയുടെ ഉപവ്യവസ്ഥ (2) പരാമർശിക്കുന്ന യോഗ്യതാ മാനദണ്ഡം 182 ദിവസങ്ങൾക്കുള്ളിൽ തെളിയിക്കേണ്ടതാണ്.

(4) ഒരു ഏക വ്യക്തികമ്പനിയിൽ അംഗമാകുന്നതിനോ നിയുക്താംഗമാകുന്നതിനോ നേട്ട താല്പര്യങ്ങൾക്കായി ഓഹരി കൈവശം വെക്കുന്നതിനോ ഒരു മൈനറായ വ്യക്തിക്ക് അവകാശമുണ്ടായിരിക്കില്ല.

(5) കമ്പനി ആക്ടിലെ സെക്ഷൻ 8 -ൽ ഉള്ള വ്യവസ്ഥകൾ പ്രകാരം അത്തരം കമ്പനികളെ മറ്റ് കമ്പനികളായി മാറ്റാനോ ലയിപ്പിക്കാനോ സാധിക്കുന്നതല്ല.

(6) അത്തരം കമ്പനികൾക്ക് ബാങ്കിംഗ് ഇതര സാമ്പത്തിക നിക്ഷേപ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മറ്റ് കമ്പനികളുടെ സെക്യൂരിറ്റികളിൽ നിക്ഷേപിക്കുന്നതുൾപ്പെടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്താൻ സാധിക്കുന്നതല്ല.

(7) രൂപീകരണത്തിനുശേഷം 2 വർഷം പിന്നിട്ട ഏക വ്യക്തി കമ്പനിക്ക് അടച്ച് തീർക്കപ്പെട്ട മൂലധനം 50 ലക്ഷം രൂപയിൽ കൂടുതലോ ശരാശരി വാർഷിക വിറ്റുവരവ് 2 കോടിയിൽ കൂടുതലോ ആണെങ്കിൽ അവയ്ക്ക് സ്വമേധയാ മറ്റൊരു കമ്പനി രൂപത്തിലേക്കുള്ള മാറ്റം സാധ്യമാണ്.

"SCHEDULE I"

(See sections 4 and 5)

Table A

MEMORANDUM OF ASSOCIATION OF A COMPANY LIMITED BY SHARES

1st. The name of the company is "..... Limited/Private Limited".

2nd The registered office of the company will be situated in the State of .....

3rd (a) The objects to be pursued by the company on its incorporation are:-

.....

.....

(b) Matters which are necessary for furtherance of the objects specified in clause 3 (a) are:-

.....

.....

4th The liability of the member(s) is limited and this liability is limited to the amount unpaid, if any, on the shares held by them.

5th The share capital of the company is ..... rupees, divided into ..... shares of ..... rupees each.

6th We, the several persons, whose names and addresses are subscribed, are desirous of beingformed into a company in pursuance of this memorandum of association, and we respectively agree to take the number of shares in the capital of the company set against our respective names:-

Names, addresses, descriptions and occupations of subscribers	No. of shares taken by each	Signature of subscriber	Signature, names addresses, descriptions and occupations of witnesses
A.B. of .....Merchant	.....		Signed before me: Signature .....
C.D. of ..... Merchant	.....		Signed before me: Signature .....
E.F. of ..... Merchant	.....		Signed before me: Signature .....

G.H. of ..... Merchant	.....		Signed before me: Signature .....
I.J. of ..... Merchant	.....		Signed before me: Signature.....
K.L. of ..... Merchant	.....		Signed before me: Signature.....
M.N. of ..... Merchant	.....		Signed before me: Signature.....
Total shares taken :			

7th I, whose name and address is given below, am desirous of forming a company in pursuance of this memorandum of association and agree to take all the shares in the capital of the company (Applicable in case of one person company):-

Names, addresses, occupations of Subscribers	Signature of subscribed	Signature, name, address, description and occupation of witness

8th Shri/Smt ....., son/daughter of .....,
resident of ..... aged .....
years shall be the nominee in the event of death of the sole member (Applicable in case of one person company)

Dated ..... The day of .....

പ്രധാനപദങ്ങൾ [Key Terms]

പ്രാരംഭം	ആർട്ടിക്കിൾ ഓഫ് അസോസിയേഷൻ	മൂലധനം സ്വരൂപിക്കൽ
രൂപീകരണം	മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസോസിയേഷൻ	പ്രോസ്പെക്ടസ്
പ്രാരംഭ കരാറുകൾ	വ്യാപാര ആരംഭ സർട്ടിഫിക്കറ്റ്	നിയമപരമായ സത്യപ്രസ്താവന

സംഗ്രഹം

ഒരു സ്വകാര്യ കമ്പനിയുടെ രൂപീകരണത്തിന് പ്രൊമോഷൻ, രജിസ്ട്രേഷൻ എന്നീ രണ്ട് ഘട്ടങ്ങളുണ്ട്. ഒരു പൊതുകമ്പനിക്ക്, മൂലധന സ്വരൂപണം, വ്യാപാര ആരംഭ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നേടൽ എന്നീ രണ്ട് ഘട്ടങ്ങൾ കൂടിയുണ്ട്.

1. **പ്രാരംഭം:** ബിസിനസ്സ് ആശയ രൂപീകരണത്തോടെ ഈ ഘട്ടം ആരംഭിക്കുന്നു. ഇത്തരം ആശയം ലാഭകരമായി നടപ്പിലാക്കാൻ കഴിയുന്നതാണോ എന്ന് തീരുമാനിക്കുന്നതിനായി ചില സാധ്യതാപഠനങ്ങൾ നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഉദാ: സാങ്കേതിക സാധ്യതാപഠനം, ധനകാര്യ സാധ്യതാപഠനം, സാമ്പത്തിക സാധ്യതാപഠനം. ഇത്തരം പഠനങ്ങൾ അനുകൂലമായ ഫലങ്ങളാണ് നൽകുന്നതെങ്കിൽ, പ്രൊമോട്ടർമാർ കമ്പനി രൂപീകരണത്തിനുള്ള തീരുമാനം എടുക്കുന്നു. ബിസിനസ്സ് ആശയം രൂപീകരിക്കുകയും കമ്പനി രൂപീകരിക്കുന്നതിനുള്ള തീരുമാനമെടുക്കുകയും അതിനാവശ്യമായ നടപടികൾ ഏറ്റെടുക്കുകയും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നഷ്ട സാധ്യതകൾ ഏറ്റെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ആളുകളെ പ്രൊമോട്ടർമാർ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

പ്രാരംഭത്തിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ:

1. കമ്പനി രജിസ്ട്രാറിൽ നിന്ന് കമ്പനിയുടെ പേരിനുള്ള അനുമതി നേടുക.
2. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനിൽ ഒപ്പുവെയ്ക്കേണ്ട ആളുകളെ നിശ്ചയിക്കുക.
3. പ്രൊമോട്ടർമാരെ സഹായിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ വിദഗ്ദ്ധരെ നിശ്ചയിക്കുകയും നിയമിക്കുകയും ചെയ്യുക.
4. രജിസ്ട്രേഷനാവശ്യമായ പ്രമാണങ്ങൾ തയ്യാറാക്കുക.

ആവശ്യമായ രേഖകൾ :

1. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ
2. ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ
3. നിയുക്ത ഡയറക്ടർമാരുടെ അനുമതി പത്രം
4. നിയുക്ത മാനേജറുമായോ മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറുമായോ എന്തെങ്കിലും കരാർ ഉണ്ടെങ്കിൽ അത്തരം കരാർ.
5. നിയമപരമായ സത്യപ്രസ്താവന

2. **രജിസ്ട്രേഷൻ:** കമ്പനി രജിസ്ട്രേഷനാവശ്യമായ രേഖകളും രജിസ്ട്രേഷൻ ഫീസും അടങ്ങുന്ന അപേക്ഷ പ്രൊമോട്ടർ രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. ഈ രേഖകൾ സൂക്ഷ്മമായി പരിശോധിച്ചതിന് ശേഷം രജിസ്ട്രാർ കമ്പനിയ്ക്ക് രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നൽകുന്നു. ഇത്തരം രേഖകളിൽ സുപ്രധാനമായ എന്തെങ്കിലും പോരായ്മകളുണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ രജിസ്ട്രേഷൻ നിരസിക്കപ്പെടുകയുള്ളൂ. ഒരു കമ്പനിയുടെ നിയമപരമായ നിലനിൽപ്പിനുള്ള തെളിവായി രജിസ്ട്രേഷൻ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് പരിഗണിക്കപ്പെടുന്നു.

3. **മൂലധന സമാഹരണം :** പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് മൂലധനം സമാഹരിക്കുന്ന കമ്പനികൾക്ക് താഴെ പറയുന്ന നടപടിക്രമങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്:

    1. സെക്യൂരിറ്റീസ് ആന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ അനുമതി നേടുക.
    2. ഓഹരി വാഗ്ദാന പത്രികയുടെ പകർപ്പ് കമ്പനി രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കുക.
    3. ഓഹരിഇടനിലക്കാർ, ബാങ്കുകൾ, അണ്ടർറൈറ്റർമാർ എന്നിവരെ നിയമിക്കുക.
    4. ചുരുങ്ങിയ മൂലധനം ലഭിക്കുന്നുണ്ടെന്ന് ഉറപ്പ് വരുത്തുക.
    5. ഓഹരികൾ ഓഹരി വിപണിയിൽ ലിസ്റ്റ് ചെയ്യുന്നതിന് അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കുക.
    6. അധികമായി ലഭിച്ച അപേക്ഷാ തുക ഉണ്ടെങ്കിൽ തിരിച്ച് നൽകുകയോ ഓഹരി അനുവദിക്കൽ തുകയിലേക്ക് നീക്കി വെയ്ക്കുകയോ ചെയ്യുക.
    7. ഓഹരികൾ അനുവദിക്കപ്പെടുന്നവർക്ക് ഓഹരികൾ അനുവദിച്ചുകൊണ്ടുള്ള കത്ത് നൽകുക.
    8. ഓഹരി അനുവദിക്കൽ പത്രിക കമ്പനി രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കുക.

പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്നല്ലാതെ മൂലധനം സമാഹരിക്കുന്ന പൊതുകമ്പനികൾ ഓഹരികൾ അനുവദിച്ച് നൽകുന്നതിന് മൂന്ന് ദിവസം മുൻപ് ഓഹരി വാഗ്ദാന പത്രത്തിന് പകരമായ പ്രസ്താവന രജിസ്ട്രാർക്ക് സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. ഓഹരികൾ അനുവദിക്കൽ പ്രക്രിയ പൂർത്തിയായതിന് ശേഷം ഓഹരി അനുവദിക്കൽ പത്രികയും രജിസ്ട്രാർ മുമ്പാകെ സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

പ്രാരംഭ കരാറുകൾ : കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിന് മുമ്പ് പ്രൊമോട്ടർ ഒപ്പുവെച്ചിട്ടുള്ള കരാറുകളാണിത്.

താൽക്കാലിക കരാറുകൾ : കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യപ്പെട്ടതിന് ശേഷം ബിസിനസ്സ് ആരംഭിക്കുന്നതിന് മുമ്പ് ഉണ്ടാക്കിയിട്ടുള്ള കരാറുകളാണിത്.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയുത്തരം തെരഞ്ഞെടുത്തെഴുതുക.

1. സ്വകാര്യ കമ്പനി (Private company) രൂപീകരണത്തിനാവശ്യമായ ചുരുങ്ങിയ അംഗങ്ങളുടെ എണ്ണം

(a) 2 (b) 3 (c) 5 (d) 7

2. പൊതുകമ്പനി (Public company) രൂപീകരണത്തിനാവശ്യമായ ചുരുങ്ങിയ അംഗങ്ങളുടെ എണ്ണം

(a) 5 (b) 7 (c) 12 (d) 21

3. കമ്പനിയുടെ പേരിന് അനുമതി ലഭിക്കാൻ അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കേണ്ടത്.....ആണ്

(a) സെക്യൂരിറ്റീസ് ആന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യയ്ക്ക്

(b) കമ്പനി രജിസ്ട്രാർക്ക്

(c) ഭാരത സർക്കാർ മുമ്പാകെ

(d) കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യപ്പെടുന്ന സംസ്ഥാനത്തെ സർക്കാർ മുമ്പാകെ.

4. കമ്പനിയ്ക്കായി നിർദ്ദേശിക്കപ്പെട്ട പേരുകൾ അഭികാമ്യമല്ലാതാകുന്നത് താഴെ പറയുന്ന ഏത് സാഹചര്യത്തിലാണ്?

(a) നിലവിലുള്ള മറ്റൊരു കമ്പനിയുടെ പേരാകുമ്പോൾ

(b) നിലവിലുള്ള മറ്റൊരു കമ്പനിയുടെ പേരിനോട് സാദൃശ്യമുണ്ടെങ്കിൽ

(c) ഐക്യരാഷ്ട്രസഭയുടെയോ ഭാരത സർക്കാരിന്റേയോ മുദ്രകളായി പരിഗണിക്കപ്പെടുന്ന പേരുകളാണെങ്കിൽ

(d) മുകളിൽ പറഞ്ഞ എല്ലാ സാഹചര്യങ്ങളിലും

5. പ്രോസ്പെക്ടസ് പുറപ്പെടുവിക്കുന്നത്.....ആണ്

(a) സ്വകാര്യ കമ്പനി

(b) പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് മൂലധനം രൂപീകരിക്കുന്ന പൊതുകമ്പനികൾ

(c) പൊതുസ്ഥാപനങ്ങൾ

(d) പൊതുകമ്പനികൾ

6. കമ്പനി രൂപീകരണത്തിലെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങളുടെ ശരിയായ ക്രമം ഏത്?

   (a) പ്രൊമോഷൻ, വ്യാപാര ആരംഭം, രജിസ്ട്രേഷൻ, മൂലധന സ്വരൂപണം

   (b) രജിസ്ട്രേഷൻ, മൂലധന രൂപീകരണം, വ്യാപാര ആരംഭം, പ്രൊമോഷൻ

   (c) പ്രൊമോഷൻ, രജിസ്ട്രേഷൻ, മൂലധന രൂപീകരണം, വ്യാപാര ആരംഭം

   (d) മൂലധന രൂപീകരണം, പ്രൊമോഷൻ, രജിസ്ട്രേഷൻ, വ്യാപാര ആരംഭം.

7. പ്രാരംഭ കരാറുകൾ ഒപ്പ് വെക്കുന്നത്

   (a) രജിസ്ട്രേഷന് മുമ്പ്

   (b) രജിസ്ട്രേഷൻ കഴിഞ്ഞ് മൂലധന സ്വരൂപണത്തിന് മുമ്പ്

   (c) രജിസ്ട്രേഷൻ കഴിഞ്ഞ് ബിസിനസ്സ് ആരംഭിക്കുന്നതിന് മുമ്പ്

   (d) ബിസിനസ്സ് ആരംഭിച്ചതിന് ശേഷം

8. പ്രാരംഭ കരാറുകൾ

   (a) കമ്പനിയുടെ ബാധ്യതയാണ്

   (b) രജിസ്ട്രേഷനു ശേഷം കമ്പനി അംഗീകരിച്ചാൽ മാത്രം കമ്പനിയുടെ ബാധ്യതയാകുന്നു

   (c) രജിസ്ട്രേഷനു ശേഷം കമ്പനിയുടെ ബാധ്യതയാകുന്നു.

   (d) കമ്പനിയുടെ ബാധ്യത അല്ല

ശരിയോ തെറ്റോ എന്നെഴുതുക

1. എല്ലാ പൊതു കമ്പനികളും സ്വകാര്യ കമ്പനികളും രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടത് ആവശ്യമാണ്.

2. പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് മൂലധനം സമാഹരിക്കാൻ പോകുന്ന പൊതു കമ്പനി പ്രോസ്പെക്റ്റസ്സിനു പകരമായ പ്രസ്താവന സമർപ്പിച്ചാൽ മതിയാകും.

3. രജിസ്ട്രേഷൻ കഴിഞ്ഞാൽ ഉടനെ തന്നെ സ്വകാര്യ കമ്പനിയ്ക്ക് ബിസിനസ്സ് ആരംഭിക്കാൻ കഴിയും.

4. കമ്പനി രൂപീകരണ പ്രക്രിയയിൽ പ്രൊമോട്ടറെ സഹായിക്കുന്ന വിദഗ്ധരെയും പ്രൊമോട്ടർമാർ എന്നു വിളിക്കുന്നു.

5. രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് കഴിഞ്ഞാൽ കമ്പനിയ്ക്ക് അതിന്റെ പ്രാരംഭ കരാറുകൾ അംഗീകരിക്കാവുന്നതാണ്.

6. ഒരു കമ്പനി കപടമായ പേരിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുകയാണെങ്കിൽ അതിന്റെ രജിസ്ട്രേഷൻ അസാധുവാകുന്നതാണ്.

7. ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ ഒരു കമ്പനിയുടെ സുപ്രധാന രേഖയാണ്.

8. എല്ലാ കമ്പനികളും ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ സമർപ്പിക്കണം.

9. ഒരു കമ്പനി ഭാരിച്ച പ്രശ്നങ്ങളിൽ അകപ്പെടുകയും അതിന്റെ ബാധ്യതകൾ കൊടുത്തു തീർക്കാൻ ആസ്തികൾ തികയാതെ വരികയും ചെയ്യുന്ന പക്ഷം ബാക്കി ബാധ്യതകൾ കൊടുത്തു തീർക്കുന്നതിനുള്ള തുക അംഗങ്ങളുടെ സ്വകാര്യ ആസ്തികളിൽ നിന്ന് ഈടാക്കുന്നതാണ്.

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. കമ്പനി രൂപീകരണത്തിന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?

2. കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിനാവശ്യമായ പ്രമാണങ്ങൾ പട്ടികപ്പെടുത്തുക.

3. പ്രോസ്പെക്റ്റസ് എന്നാൽ എന്ത്? എല്ലാ കമ്പനികളും നിർബന്ധമായി പ്രോസ്പെക്റ്റസ് സമർപ്പിക്കേണ്ടതുണ്ടോ?

4. ഓഹരി അനുവദിക്കൽ പത്രിക എന്താണെന്ന് ചുരുക്കി വിശദീകരിക്കുക.

5. കമ്പനി രൂപീകരണത്തിന്റെ ഏത് ഘട്ടത്തിലാണ് സെക്യൂരിറ്റീസ് ആന്റ് എക്സ്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യയുമായി ഇടപെടേണ്ടി വരുന്നത്?

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. പ്രൊമോഷൻ എന്ന പദം കൊണ്ട് എന്താണ് അർത്ഥമാക്കുന്നത്? പ്രൊമോട്ടർ രൂപീകരിക്കുന്ന കമ്പനിയിൽ അദ്ദേഹത്തിനുള്ള നിയമപരമായ സ്ഥാനം എന്താണെന്ന് ചർച്ച ചെയ്യുക.

2. കമ്പനി രൂപീകരണത്തിൽ പ്രൊമോട്ടർ ഏറ്റെടുക്കുന്ന വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് വിശദീകരിക്കുക.

3. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷൻ എന്നാൽ എന്ത്? ഇതിന്റെ വിവിധ വകുപ്പുകൾ ചുരുക്കി വിശദീകരിക്കുക.

4. മെമ്മോറാണ്ടം ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനും ആർട്ടിക്കിൾസ് ഓഫ് അസ്സോസിയേഷനും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ എന്തെല്ലാം?

5. കമ്പനി രജിസ്ട്രേഷൻ പ്രമാണത്തിന്റെ അർത്ഥം വിശദമാക്കുക.

6. ഒരു കമ്പനി രൂപീകരിക്കുന്നതിന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുക.

പ്രോജക്ട്/അസൈൻമെന്റ്

ഒരു കമ്പനി രജിസ്ട്രാറുടെ ഓഫീസിൽ നിന്ന് കമ്പനി രൂപീകരണത്തിനുള്ള യഥാർത്ഥ നടപടി ക്രമങ്ങൾ എന്തെല്ലാമെന്ന് കണ്ടെത്തുക. നിങ്ങൾ പാഠഭാഗത്ത് പഠിച്ചതുമായി താരതമ്യം ചെയ്ത് രണ്ടും തമ്മിലുള്ള പൊരുത്തങ്ങൾ പരിശോധിക്കുക. കമ്പനി രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുമ്പോൾ നേരിടേണ്ടി വരുന്ന പ്രധാന തടസ്സങ്ങൾ എന്തെല്ലാമെന്ന് കണ്ടെത്തുക.

R5S7U4

അധ്യായം 8

ബിസിനസ് ധനത്തിന്റെ സ്രോതസ്സുകൾ
[SOURCES OF BUSINESS FINANCE]

പഠനനേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ചുകഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് ;

- ബിസിനസ് ധനത്തിന്റെ അർത്ഥം, സ്വഭാവം, പ്രാധാന്യം എന്നിവയെപ്പറ്റി വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ബിസിനസ് ധനത്തിന്റെ വിവിധ സ്രോതസ്സുകൾ തരംതിരിക്കുന്നു.
- വിവിധ ബിസിനസ് ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളും വിശകലനം ചെയ്ത് വിശദീകരിക്കുന്നു.
- അന്തർദേശീയ ധനമാർഗങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുന്നു.
- അനുയോജ്യമായ ധനമാർഗങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനുള്ള വിവിധ ഘടകങ്ങൾ വിവരിക്കുന്നു.

ശ്രീ. അനിൽ രണ്ട് വർഷക്കാലമായി ഒരു റസ്റ്റോറന്റ് നടത്തുന്നു. ഭക്ഷണത്തിന്റെ ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരം കൊണ്ട് ഈ സ്ഥാപനം വളരെ പെട്ടെന്ന് തന്നെ പ്രശസ്തമായി തീർന്നു. റസ്റ്റോറന്റിന്റെ വിജയത്തിൽ നിന്ന് പ്രചോദനമുൾക്കൊണ്ട് വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിൽ റസ്റ്റോറന്റ് ശൃംഖല തുടങ്ങാൻ അനിൽ ആലോചിക്കുന്നു. എന്നാൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വന്തം ധനം ഈ വിപുലീകരണ ആവശ്യങ്ങൾക്ക് തികയുന്നില്ല. ഇതിന് പ്രതിവിധി എന്ന നിലയ്ക്ക്, മറ്റൊരു റസ്റ്റോറന്റ് ഉടമയുമായി പങ്കാളിത്ത കരാറിൽ ഏർപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ അദ്ദേഹം കൂടി മൂലധനം കൊണ്ടുവരികയും ലാഭ-നഷ്ടങ്ങൾ പങ്കിടുകയും ചെയ്യുന്നതിലൂടെ ബിസിനസ് വിപുലീകരിക്കാൻ കഴിയുമെന്ന് അനിലിന്റെ പിതാവ് നിർദ്ദേശിക്കുന്നു. ബാങ്കിൽ നിന്ന് വായ്പ എടുക്കുന്നതിനെ കുറിച്ചും അദ്ദേഹം ആലോചിക്കുന്നു. എവിടെ നിന്ന് എങ്ങനെ ധനം സമാഹരിക്കുമെന്നതിൽ അദ്ദേഹത്തിന് ഒരു ധാരണയുമില്ല. അദ്ദേഹം, സുഹൃത്തായ രമേഷുമായി ഇക്കാര്യം ചർച്ച ചെയ്തപ്പോൾ, ധനസമാഹരണത്തിന് ഓഹരികളും കടപ്പത്രങ്ങളും ഉപയോഗിക്കാമെന്ന് രമേഷ് പറയുകയുണ്ടായി. എന്നാൽ ഇത്തരം മാർഗ്ഗങ്ങൾ കമ്പനികൾക്ക് മാത്രമേ ഉപയോഗിക്കാൻ പറ്റുകയുള്ളൂ എന്നും അദ്ദേഹം സൂചിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി. എന്നാൽ ഓരോ ധന സമാഹരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾക്കും അതിന്റേതായ ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളും ഉള്ള വസ്തുത രമേഷ് അനിലിന്റെ ശ്രദ്ധയിൽപ്പെടുത്തി. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ധനസമാഹരണത്തിനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ അന്തിമമായി തീരുമാനിക്കുമ്പോൾ, ധനത്തിന്റെ ആവശ്യകത, കാലദൈർഘ്യം എന്നിങ്ങനെയുള്ള ഘടകങ്ങൾ കൂടി അടിസ്ഥാനമാക്കേണ്ടതാണെന്ന് അനിൽ മനസ്സിലാക്കി. വിവിധ ധന സമാഹരണ മാർഗ്ഗങ്ങളെക്കുറിച്ച് കൂടുതൽ അറിയാൻ അദ്ദേഹത്തിന് ഏറെ ആഗ്രഹം തോന്നി.

8.1 ആമുഖം [INTRODUCTION]

ഒരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുന്നതിനും പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്നതിനും ആവശ്യമായ ധനം ഏതെല്ലാം ഉറവിടങ്ങളിൽ നിന്ന് കണ്ടെത്താമെന്ന് ഈ പാഠഭാഗത്തിൽ പ്രതിപാദിക്കുന്നു. ധനത്തിന്റെ ഇത്തരം ഉറവിടങ്ങളുടെ ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളും അനുയോജ്യമായ ധന ഉറവിടങ്ങളുടെ തെരഞ്ഞെടുപ്പിനെ നിർണ്ണയിക്കുന്ന ഘടകങ്ങളും ഇവിടെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. ഒരു ബിസിനസിനാവശ്യമായ പണം ഏതെല്ലാം മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ ആർജ്ജിക്കാൻ കഴിയുമെന്ന് ഒരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കാൻ പോകുന്ന ഏതൊരാളും അറിഞ്ഞിരിക്കണം. ഇത്തരത്തിലുള്ള ഓരോ ധന ഉറവിടങ്ങളുടേയും നേട്ടങ്ങളും കോട്ടങ്ങളും അറിഞ്ഞാൽ മാത്രമേ ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ ധന മാർഗ്ഗങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ സാധിക്കുകയുള്ളൂ.

8.2 ബിസിനസ് ധനം-ആശയം, സ്വഭാവം, പ്രാധാന്യം [MEANING, NATURE AND SIGNIFICANCE OF BUSINESS FINANCE]

സമൂഹത്തിന്റെ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിനാവശ്യമായ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും വിതരണം നടത്തുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രവർത്തനമാണല്ലോ ബിസിനസ്. വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിന് ബിസിനസിന് പണം അത്യാവശ്യമാണ്. അതുകൊണ്ട് ധനത്തെ ബിസിനസിന്റെ 'ജീവരക്തം' എന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കുന്നു. ബിസിനസിന്റെ വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ സമ്പത്തിനെയാണ് ബിസിനസ് ധനം എന്ന് പറയുന്നത്.

ആവശ്യമായ ധനം യഥാസമയത്ത് ലഭ്യമാകുന്നില്ലെങ്കിൽ ബിസിനസിന് ശരിയായി പ്രവർ

ത്തിക്കാൻ കഴിയില്ല. ബിസിനസ്സിന്റെ ഉടമസ്ഥൻ ബിസിനസിൽ നിക്ഷേപിക്കുന്ന പ്രാരംഭ മൂലധനം മാത്രം ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് പര്യാപ്തമാകണമെന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് മറ്റേതെല്ലാം മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ ബിസിനസിനാവശ്യമായ ധനം സമ്പാദിക്കാമെന്ന് കൂടി അദ്ദേഹം ആരായേണ്ടതുണ്ട്. ബിസിനസിന് ആവശ്യമായ ധനം എത്രയാണെന്ന് വ്യക്തമായി വിലയിരുത്തേണ്ടതും വിവിധ ധനാഗമന മാർഗ്ഗങ്ങൾ തിരിച്ചറിയേണ്ടതും ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനത്തിനാവശ്യമായ രണ്ട് പ്രധാന ഘടകങ്ങളാണ്.

ഒരു സംരഭകൻ ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുന്നതിനുള്ള തീരുമാനമെടുക്കുന്നതു മുതൽ ബിസിനസ് ധനത്തിനുള്ള ആവശ്യവും ആരംഭിക്കുന്നു. ചില ആവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള ധനം ബിസിനസ് തുടങ്ങുമ്പോൾ തന്നെ വേണ്ടി വരുന്നു. ഉദാ: യന്ത്രസാമഗ്രികൾ, ഫർണിച്ചർ എന്നിവ വാങ്ങുന്നതിനാവശ്യമായ ധനം. അതുപോലെ ബിസിനസിന്റെ ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും ധനം ആവശ്യമാണ്. ഉദാ: അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ വാങ്ങുന്നതിനും തൊഴിലാളികൾക്ക് വേതനം നൽകുന്നതിനും ബിസിനസിന്റെ വിപുലീകരണത്തിനും ധനം ആവശ്യമാണ്.

ബിസിനസിന്റെ സാമ്പത്തികാവശ്യങ്ങളെ താഴെ പറയും പ്രകാരം തരം തിരിക്കാം.

1. സ്ഥിര മൂലധന ആവശ്യങ്ങൾ (Fixed capital requirements):

ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുമ്പോൾ സ്ഥലം, കെട്ടിടം, യന്ത്രസാമഗ്രികൾ, ഫർണിച്ചർ മുതലായ സ്ഥിര ആസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതിന് ധനം ആവശ്യമാണ്. ഇതിനെ സ്ഥിര മൂലധനാവശ്യങ്ങൾ എന്നു പറയുന്നു. സ്ഥിര ആസ്തികളിൽ ദീർഘകാലത്തേക്ക് ധനം നിക്ഷേപിക്കപ്പെടുന്നു. ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പം, സ്വഭാവം മുതലായവയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വിവിധ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വ്യത്യസ്ത അളവിലുള്ള സ്ഥിര മൂലധനം ആവശ്യമായി വരുന്നു. ഒരു വ്യാപാര സ്ഥാപനത്തിന് ഉൽപാദന പ്രക്രിയയിലേർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന ബിസിനസിനേക്കാൾ കുറഞ്ഞ അളവിലുള്ള സ്ഥിര മൂലധനമായിരിക്കും ആവശ്യമായി വരുന്നത്. അതുപോലെ തന്നെ ഒരു വൻകിട വ്യാപാരസ്ഥാപനത്തിന് ചെറുകിട സ്ഥാപനത്തേക്കാൾ കൂടുതൽ അളവിലുള്ള സ്ഥിര മൂലധനം ആവശ്യമായി വരുന്നു.

2. പ്രവർത്തന മൂലധന ആവശ്യങ്ങൾ (Working capital requirements):

സ്ഥിര ആസ്തികൾ ആർജ്ജിക്കുന്നതോടെ ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭത്തിന്റെ ധന ആവശ്യങ്ങൾ അവസാനിക്കുന്നില്ല. ഒരു ബിസിനസ് ചെറുകിട സ്ഥാപനമായാലും വൻകിട സ്ഥാപനമായാലും ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ധനം ആവശ്യമാണ്. ഇത്തരം ധനത്തിനെ ഒരു ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തന മൂലധനം എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിലുള്ള പ്രവർത്തന മൂലധനം ഒരു ബിസിനസിന്റെ ഹ്രസ്വകാല ആസ്തികൾ, അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ മുതലായവ വാങ്ങുന്നതിനും ശമ്പളം, കൂലി, വാടക, നികുതി മുതലായ പ്രവർത്തന ചെലവുകൾ കൊടുക്കുന്നതിനും ഉപയോഗിക്കുന്നു. പല ഘടകങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, ഓരോ ബിസിനസിനും ആവശ്യമായ പ്രവർത്തന മൂലധനത്തിന്റെ തുക വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. ഉദാഹരണത്തിന്, പതിവായി ഉൽപന്നങ്ങൾ കടമായി വിൽക്കുന്ന ഒരു ബിസിനസിന് രൊക്കം പണത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ മാത്രം ഇടപാടുകൾ നടത്തുന്ന ബിസിനസിനെക്കാൾ കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമായി വരുന്നു.

ബിസിനസിന്റെ വളർച്ചയുടേയും വിപുലീകരണത്തിന്റേയും ഘട്ടത്തിലും സ്ഥിര മൂലധനത്തിന്റേയും പ്രവർത്തന മൂലധനത്തിന്റേയും ആവശ്യം വർദ്ധിക്കുന്നു. ഉത്സവ കാലങ്ങളിലുണ്ടായേക്കാവുന്ന വർധിത ചോദനത്തിന് ഉതകുന്ന വിധം ഉയർന്ന അളവിൽ സ്റ്റോക്ക് സൂക്ഷിക്കുന്നതിനും കൂടുതൽ പ്രവർത്തന മൂലധനം ആവശ്യമാണ്.

8.3 ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ തരം തിരിക്കൽ [Classification of Sources of Funds]

ഏകാംഗ വ്യാപാരങ്ങൾക്കും പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ആവശ്യമായ ധനം, ബിസിനസിന്റെ ഉടമസ്ഥന്റെ സ്വകാര്യ സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്നോ സുഹൃത്തുക്കളിൽ നിന്നോ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നുള്ള വായ്പകളിലൂടെയോ ആർജ്ജി

ചിത്രം 8.1 ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ തരംതിരിക്കൽ

ക്കാവുന്നതാണ്. കമ്പനി ഉടമസ്ഥതാ ബിസിനസ്സുകൾക്ക് മൂലധനം ശേഖരിക്കുന്നതിന് അനുയോജ്യമായ വിവിധ ധന ഉറവിടങ്ങൾ ചിത്രം 8.1 ൽ നൽകിയിരിക്കുന്നു.

ചിത്രത്തിൽ കാണിച്ചിരിക്കുന്നതു പോലെ സ്രോതസുകളെ കാലയളവ്, ഉടമസ്ഥത, ഉറവിടം എന്നീ വിവിധ ഘടകങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തരം തിരിക്കാവുന്നതാണ്. ധനത്തിന്റെ വിവിധ സ്രോതസ്സുകളും അവയുടെ വിഭജനവും താഴെ വിശദീകരിക്കുന്നു.

8.3.1 കാലയളവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള തരം തിരിക്കൽ [Period Basis]

കാലയളവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ധന സ്രോതസ്സുകളെ മൂന്നായി തരം തിരിച്ചിരിക്കുന്നു; ദീർഘകാല സ്രോതസ്സുകൾ, മധ്യകാല സ്രോതസ്സുകൾ, ഹ്രസ്വകാല സ്രോതസ്സുകൾ.

അഞ്ച് വർഷത്തിൽ കൂടുതൽ കാലയളവിലേക്കുവേണ്ട സാമ്പത്തികാവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിന് ദീർഘകാല ധന സ്രോതസ്സുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഓഹരികൾ, കടപ്പത്രങ്ങൾ, ബാങ്കുകൾ പോലുള്ള ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള ദീർഘകാല വായ്പകൾ എന്നിവ ദീർഘകാല ധന സ്രോതസ്സുകളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇത്തരം ധനം, ദീർഘകാല ആസ്തികളായിട്ടുള്ള യന്ത്രസാമഗ്രികൾ, കെട്ടിടം, ഫർണിച്ചർ മുതലായവ വാങ്ങുന്നതിന് ഉപയോഗിക്കുന്നു.

ഒരു വർഷത്തിലധികവും എന്നാൽ അഞ്ച് വർഷത്തിൽ താഴെയുമുള്ള കാലയളവിലേക്കാവശ്യമായ ധനത്തിന് മധ്യകാല മൂലധന സ്രോതസ്സ് ഉപയോഗിക്കുന്നു. വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നും മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള വായ്പകൾ, പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ, പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥയിലൂടെയുള്ള സാമ്പത്തിക മാർഗങ്ങൾ മുതലായവ ഇത്തരം സ്രോതസ്സുകളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

ഒരു വർഷത്തിൽ കവിയാത്ത കാലയളവിലേക്കാവശ്യമായ ധനമാണ് ഹ്രസ്വകാല ധനം. വ്യാപാര കടം, വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ, വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നുള്ള ഹ്രസ്വകാല വായ്പകൾ എന്നിവ ഹ്രസ്വകാല സ്രോതസ്സുകൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

8.3.2 ഉടമസ്ഥതയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള തരം തിരിക്കൽ [Ownership Basis]

ഉടമസ്ഥതയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ധനസ്രോതസ്സുകളെ ഉടമസ്ഥതാധനമെന്നും (Owner's Fund) വായ്പാധനമെന്നും (Borrowed Fund) രണ്ടായി തിരിച്ചിരിക്കുന്നു. ഏകാംഗ വ്യാപാരിയോ, പങ്കാളികളോ, ഓഹരി ഉടമകളോ കൊണ്ടുവരുന്ന ധനത്തെ ഉടമസ്ഥതാധനം എന്ന് പറയുന്നു. ഉടമസ്ഥൻ പിൻവലിക്കാതെ ബിസിനസിൽ കരുതിവെച്ച ലാഭവും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഉടമസ്ഥതാധനം ബിസിനസിൽ നിക്ഷേപമായി ദീർഘകാലം നിലനിൽക്കുന്നു. ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തന കാലയളവിനുള്ളിൽ ഇത് തിരിച്ച് നൽകേണ്ടതില്ല. ഈ ധനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഉടമസ്ഥർക്ക് ബിസിനസിന്റെ ഭരണകാര്യങ്ങളിൽ നിയന്ത്രണാധികാരം ലഭിക്കുന്നത്. സാധാരണ ഓഹരികൾ, കൈവശ കരുതൽ ലാഭം എന്നിവയാണ് ഉടമസ്ഥതാധനത്തിന്റെ രണ്ട് പ്രധാന സ്രോതസ്സുകൾ.

വായ്പകളിലൂടെയും കടം വാങ്ങലിലൂടെയും ബിസിനസ് സ്വരൂപിക്കുന്ന ധനമാണ് 'വായ്പാധനം'. വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നുമുള്ള വായ്പകൾ, ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള വായ്പകൾ, കടപ്പത്രങ്ങൾ, പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ, വ്യാപാര കടങ്ങൾ എന്നിവയാണ് വായ്പാധനത്തിനുള്ള സ്രോതസ്സുകളിൽ

ഉൾപ്പെടുന്നത്. ഇത്തരം സ്രോതസ്സുകൾ നിശ്ചിത വ്യവസ്ഥകളോടെ നിശ്ചിത കാലത്തേക്ക് ധനം നൽകുകയും പ്രസ്തുത കാലാവധിക്ക് ശേഷം ഇവ തിരിച്ച് നൽകേണ്ടതുമാണ്. ഇത്തരം ധനം കടം വാങ്ങുന്നവർ, വായ്പകൾക്ക് നിശ്ചിത നിരക്കിലുള്ള പലിശ നൽകേണ്ടതാണ്. ബിസിനസിന് ലാഭം കുറവുള്ളപ്പോഴും നഷ്ടം സംഭവിക്കുന്ന സാഹചര്യത്തിലും നിശ്ചിത നിരക്കിൽ പലിശ കൊടുക്കേണ്ടതിനാൽ ബിസിനസിന് ഇതൊരു ഭാരമായി ഭവിക്കുന്നു. സാധാരണയായി സ്ഥാവര ആസ്തികളുടെ ഈടിലാണ് വായ്പാധനം ലഭിക്കാറുള്ളത്.

8.3.3 ഉറവിടത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള തരം തിരിക്കൽ [Source of Generation Basis]

ഉറവിടത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ധന സ്രോതസ്സുകളെ ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സുകളെന്നും ബാഹ്യ സ്രോതസ്സുകളെന്നും രണ്ടായി തരം തിരിച്ചിരിക്കുന്നു. ബിസിനസിനുള്ളിൽ നിന്നു തന്നെ ഉളവാകുന്ന ധനമാർഗ്ഗങ്ങളെ ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സുകളെന്നു വിളിക്കുന്നു. കൈവശ കരുതൽ ലാഭത്തിലൂടെയും നീക്കിയിരിപ്പ് ചരക്ക് വിറ്റൊഴിവാക്കുന്നതിലൂടെയും കടം നൽകിയ തുക തിരിച്ച് വാങ്ങുന്നത് ത്വരിതപ്പെടുത്തുന്നതിലൂടെയും ഒരു ബിസിനസിന് ആഭ്യന്തരമായി ധനം സ്വരൂപീകരിക്കാൻ കഴിയുന്നു. ബിസിനസിന്റെ പരിമിതങ്ങളായ ധന ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിന് മാത്രമാണ് ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഉൽപ്പന്ന വിതരണക്കാർ, വായ്പാദാതാക്കൾ, നിക്ഷേപകർ മുതലായ ബാഹ്യ കക്ഷികളിൽ നിന്നുമുള്ള ധന സമാഹരണ മാർഗ്ഗമാണ് ബാഹ്യ സ്രോതസ്സുകൾ എന്നറിയപ്പെടുന്നത്. ബിസിനസിന് വലിയ അളവിലുള്ള പണം ആവശ്യമായി വരുമ്പോൾ സാധാരണയായി ബാഹ്യ സ്രോതസ്സുകളെ ആശ്രയിക്കുന്നു. ആന്തരിക സ്രോതസ്സുകളെ അപേക്ഷിച്ച് ബാഹ്യ സ്രോതസ്സുകളിലൂടെയുള്ള ധന സമാഹരണം ചിലവേറിയതാകാം. ചില സാഹചര്യങ്ങളിൽ, ബാഹ്യസ്രോതസ്സുകളിലൂടെ ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന് ബിസിനസിന്റെ ആസ്തികൾ പണയപ്പെടുത്തേണ്ടതായി വന്നേക്കാം. കടപ്പത്രമിറക്കൽ, വാണിജ്യബാങ്കുകളിൽ നിന്നും ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള വായ്പകൾ, പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾ സ്വീകരിക്കൽ മുതലായവ ബാഹ്യ സ്രോതസ്സുകൾക്കുള്ള ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

8.4 ധനത്തിന്റെ സ്രോതസ്സുകൾ [Sources of Finance]

ഒരു ബിസിനസിന് വിവിധ സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്ന് ധനം ആർജ്ജിക്കാൻ കഴിയും. ഓരോ സ്രോതസ്സുകൾക്കും തനത് സവിശേഷതകൾ ഉള്ളതിനാൽ അവ ശരിയായി മനസ്സിലാക്കേണ്ടതും ധനം സ്വരൂപിക്കുന്നതിന് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ സ്രോതസ് ഏതാണെന്ന് തിരിച്ചറിയേണ്ടതുമാണ്. ബിസിനസിന്റെ സാഹചര്യങ്ങൾ, ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ, നഷ്ടസാദ്ധ്യതകൾ മുതലായവയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉചിതമായ സ്രോതസ് തെരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടതാണ്. ഉദാഹരണത്തിന്, ഒരു ബിസിനസിന്റെ സ്ഥിര മൂലധന ആവശ്യത്തിന്, ദീർഘകാല അടിസ്ഥാനത്തിൽ ധനം ആവശ്യമുള്ളതിനാൽ പ്രസ്തുത ധനം ഉടമസ്ഥത ധനത്തിലൂടെയോ വായ്പാധനത്തിലൂടെയോ ആർജ്ജിക്കാവുന്നതാണ്. അതുപോലെ തന്നെ, ഒരു ബിസിനസിന്റെ ദൈനംദിന ആവശ്യത്തിനുള്ള ധനം ഹ്രസ്വകാല ഉറവിടങ്ങളിൽ നിന്ന് സമാഹരിക്കാവുന്നതാണ്. വിവിധ ധന സ്രോതസ്സുകളെക്കുറിച്ചും അവയുടെ ഗുണദോഷങ്ങളെക്കുറിച്ചും താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

8.4.1 കരുതൽ ലാഭം [Retained Earnings]

സാധാരണയായി കമ്പനികൾ അതിന്റെ മുഴുവൻ ലാഭവും ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് ലാഭവിഹിതമായി വിതരണം ചെയ്യാറില്ല. കമ്പനിയുടെ അറ്റാദായത്തിന്റെ (Net profit) ഒരു ഭാഗം കമ്പനിയിൽ തന്നെ കരുതിവയ്ക്കുകയും ഭാവി ആവശ്യങ്ങൾക്കായി ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇതിനെ 'കരുതൽ ലാഭം'എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഇത് 'ആഭ്യന്തര മുതൽ മുടക്ക്' എന്നും 'ലാഭം ബിസിനസിൽ ഇറക്കൽ' എന്നും 'സ്വധനം ഉപയോഗിക്കൽ' എന്നും അറിയപ്പെടുന്നു. ഒരു ബിസിനസിന്റെ കരുതൽ ലാഭത്തിന് ലഭ്യമാകുന്ന തുക, അറ്റാദായം, ലാഭവിഹിതനയം, സ്ഥാപനത്തിന്റെ പ്രായം എന്നിങ്ങനെ വിവിധ ഘടകങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

ധന സമാഹരണത്തിനുള്ള മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ കരുതൽ ലാഭത്തിന്റെ ഗുണങ്ങൾ ചുവടെ ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

1. കരുതൽ ലാഭം ബിസിനസിന് ധന സമാഹരണത്തിനുള്ള സ്ഥിര സ്രോതസ്സാണ്.
2. കരുതൽ ലാഭത്തിന് പലിശ, ലാഭവിഹിതം, വിതരണ ചിലവുകൾ തുടങ്ങിയ സ്പഷ്ട ചിലവുകൾ (Explicit cost) ഒന്നുമില്ല.
3. ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സായതിനാൽ ധനവിനിയോഗത്തിൽ ഉയർന്ന പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യവും അയവും ഉണ്ടായിരിക്കും.
4. അപ്രതീക്ഷിത നഷ്ടങ്ങൾ അഭിമുഖീകരിക്കാനുള്ള ശേഷി ബിസിനസിന് ലഭിക്കുന്നു.
5. കമ്പനിയുടെ സാധാരണ ഓഹരികളുടെ വിപണി മൂല്യം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

ധന സമാഹരണത്തിനുള്ള മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ കരുതൽ ലാഭത്തിന്റെ ദോഷങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

1. അമിതമായി കരുതൽലാഭം സ്വരൂപിക്കുന്നത് ഓഹരി ഉടമകളുടെ ലാഭവിഹിതം കുറയ്ക്കുകയും അവരിൽ അതൃപ്തി ഉളവാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.
2. ബിസിനസിൽ ലാഭ വ്യതിയാനമുണ്ടാകുന്നതിനാൽ എല്ലായ്പ്പോഴും ഒരു നിശ്ചിത തുക കരുതൽലാഭമായി മാറ്റിവെയ്ക്കാൻ കഴിയില്ല.
3. കരുതൽലാഭത്തിൻമേലുള്ള സന്ദർഭവ്യയം (Opportunity cost) പല സ്ഥാപനങ്ങളും പരിഗണിക്കാറില്ല. ആയതിനാൽ ധനത്തിന്റെ ഉപയോഗം കാര്യക്ഷമമാകണമെന്നില്ല.

8.4.2 വ്യാപാര കടം [Trade Credit]

ഒരു വ്യാപാരി മറ്റൊരു വ്യാപാരിയെ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും കടമായി വാങ്ങാൻ അനുവദിക്കുന്ന സൗകര്യത്തെ വ്യാപാര കടം എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഉടനടി പണം നൽകാതെ തന്നെ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാനുള്ള സൗകര്യം വ്യാപാര കടം ഒരുക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ സാധനങ്ങൾ കടമായി വാങ്ങുന്ന വ്യക്തികളുടെ കണക്കുബുക്കിൽ കടം 'സൺട്രി ക്രെഡിറ്റേർസ്' (Sundry Creditors) എന്നോ 'അക്കൗണ്ട് പേയബിൾ' (Account payable) എന്നോ രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. വ്യാപാര കടങ്ങൾ സാധാരണ ഗതിയിൽ ഹ്രസ്വകാല ധന ഉറവിട മാർഗ്ഗമായി ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഉയർന്ന സൽപ്പേരും സാമ്പത്തിക നിലയുമുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് മാത്രമേ വ്യാപാര കടം അനുവദിക്കാറുള്ളൂ. കടം അനുവദിക്കുന്നതിന്റെ പരിധിയും കാലയളവും ഒരു ബിസിനസിന്റെ കീർത്തി, സാമ്പത്തിക സ്ഥിതി, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്ന അളവ്, മുൻകാലങ്ങളിലെ കടം തിരിച്ചടവിന്റെ രീതി, വിപണിയിലെ കിടമത്സരങ്ങൾ എന്നിവയെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു. വ്യാപാര കടത്തിനുള്ള വ്യവസ്ഥകൾ ഓരോ വ്യവസായത്തിനും ഓരോ വ്യക്തിക്കും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

വ്യാപാര കടത്തിന്റെ പ്രധാന ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. സൗകര്യപ്രദവും നിരന്തരം ധനം ലഭ്യമാക്കുന്നതുമായ സ്രോതസ്സാണിത്.
2. ഉപഭോക്താവിന്റെ കടമെടുക്കൽ ശേഷി വിതരണക്കാരന് ബോധ്യമുള്ളതാണെങ്കിൽ വ്യാപാര കടം ലഭിക്കുന്നതിന് എളുപ്പമാണ്.
3. വ്യാപാര കടം ഒരു ബിസിനസിന്റെ വിൽപ്പന വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.
4. ഒരു ബിസിനസിന് സമീപ ഭാവിയിൽ വിപണനവ്യാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കേണ്ട സാഹചര്യത്തിൽ കൂടുതൽ ചരക്ക് നീക്കിയിരിപ്പിനായി വ്യാപാര കടം ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്.
5. വ്യാപാര കടത്തിന് സ്ഥാവര ആസ്തികൾ പണയപ്പെടുത്തേണ്ടതില്ല

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

ഒരു ധന സമാഹരണ മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ വ്യാപാര കടത്തിന് ചില ദോഷങ്ങളുണ്ട്. അവ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

1. വ്യാപാര കടത്തിന്റെ ലഭ്യത എളുപ്പവും അയവുള്ളതുമായതിനാൽ ബിസിനസിൽ വർദ്ധിത വ്യാപാരം ഉണ്ടാക്കുകയും അതുവഴി നഷ്ട സാധ്യത വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.
2. വ്യാപാര കടത്തിലൂടെ വളരെ പരിമിതമായ ധനം മാത്രമേ ആർജ്ജിക്കാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ.
3. മറ്റ് ധനസ്രോതസ്സുകളെ അപേക്ഷിച്ച് കൂടുതൽ ചിലവേറിയ മാർഗ്ഗമാണിത്.

8.4.3 കടം പിരിച്ചെടുക്കൽ സേവനം - ഫാക്ടറിംഗ് [Factoring]

കടം പിരിച്ചെടുക്കൽ (ഫാക്ടറിംഗ്) ഒരു സാമ്പത്തിക സേവനമാണ്. ഈ പ്രക്രിയയിൽ, കടം പിരിച്ചെടുക്കുന്ന ആൾ (ഫാക്ടർ) താഴെ പറയുന്ന സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നു.

(i) കൈമാറ്റ ബില്ലുകൾ ഡിസ്കൗണ്ട് ചെയ്യുകയും കക്ഷികളുടെ കടം പിരിച്ചെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഈ പ്രക്രിയയിൽ സാധനങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിലൂടെയുള്ള കടങ്ങളും കൈമാറ്റ ബില്ലുകളും ഫാക്ടർക്ക് ഒരു നിശ്ചിത ഇളവിൽ വിൽക്കുന്നു. പ്രസ്തുത കടങ്ങൾ പിരിച്ചെടുക്കുന്നതിനുള്ള മുഴുവൻ ഉത്തരവാദിത്വവും ഫാക്ടറുടേതാകുകയും കിട്ടാക്കടത്തിലൂടെയുണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടത്തിനെതിരെ സംരക്ഷണം നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. ഫാക്ടറിംഗിന് രണ്ട് രീതികളുണ്ട്. 1. വസൂലധികാരമുള്ള ഫാക്ടറിംഗ് (Recourse factoring) 2. വസൂലധികാരമില്ലാത്ത ഫാക്ടറിംഗ് (Non-recourse factoring). വസൂലധികാരമുള്ള ഫാക്ടറിംഗിൽ കിട്ടാക്കടം മൂലമുള്ള നഷ്ടത്തിന് കക്ഷികൾക്ക് സംരക്ഷണം ലഭിക്കില്ല. എന്നാൽ വസൂലധികാരമില്ലാത്ത ഫാക്ടറിംഗിൽ കടവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മുഴുവൻ നഷ്ടസാധ്യതയും ഫാക്ടർ ഏറ്റെടുക്കുന്നു. ഈ രീതിയിൽ, കടം കിട്ടാക്കടം ആയാൽ പോലും പറ്റുവിലച്ചീട്ടിൽ (Invoice) സൂചിപ്പിച്ച മുഴുവൻ തുകയും ഫാക്ടർ കക്ഷികൾക്ക് നൽകേണ്ടതാണ്.

(ii) വിവിധ കക്ഷികളുടെ ഋണശേഷിയെ കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ നൽകുന്നു. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക അവസ്ഥയെക്കുറിച്ച് വലിയ തോതിലുള്ള വിവരങ്ങൾ അടങ്ങിയ രേഖകൾ ഫാക്ടർ സൂക്ഷിക്കാറുണ്ട്. ഇത്തരത്തിലുള്ള രേഖകൾ ഫാക്ടറിംഗ് സേവനം ഉപയോഗിക്കുന്ന കക്ഷികൾക്ക്, കടം തിരിച്ച് കൊടുക്കുന്നതിൽ വീഴ്ച വരുത്തുന്ന ഇടപാടുകാരെ ഒഴിവാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു. സാമ്പത്തിക-വിപണന മേഖലകളിൽ വിവിധ തരത്തിലുള്ള വിദഗ്ദ്ധ അഭിപ്രായങ്ങൾ തേടുന്നതിന് ഫാക്ടർമാരെ ആശ്രയിക്കാവുന്നതാണ്.

ഫാക്ടർ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾക്ക് ഫീസ് ഈടാക്കുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ ഫാക്ടറിംഗ് സേവനം തൊണ്ണൂറുകളുടെ ആരംഭത്തിലാണ് തുടങ്ങിയത്. എസ്. ബി. ഐ. ഫാക്ടേർസ് ആന്റ് കൊമേഴ്സ്യൽ സർവ്വീസസ്, കാൻബാങ്ക് ഫാക്ടേർസ്, ഫോർമോസ്റ്റ് ഫാക്ടേർസ്, ഭാരതീയ സ്റ്റേറ്റ് ബാങ്ക്, കാനറ ബാങ്ക്, പഞ്ചാബ് നാഷണൽ ബാങ്ക്, അലഹബാദ് ബാങ്ക് എന്നിവയാണ് പ്രധാനമായും ഫാക്ടറിംഗ് സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ. ഇതിനു പുറമേ ധാരാളം ബാങ്കിതര സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനങ്ങളും മറ്റ് ഏജൻസികളും ഫാക്ടറിംഗ് സേവനം നൽകുന്നു.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ ഫാക്ടറിംഗിന്റെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു.

1. ബാങ്ക് വായ്പകൾ പോലെയുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് ഫാക്ടറിംഗിലൂടെയുള്ള ധനസമാഹരണം ചിലവ് കുറഞ്ഞതാണ്.
2. ഫാക്ടറിംഗിലൂടെ കടം തിരിച്ചു കിട്ടുന്നത് ത്വരിത ഗതിയിലായതിനാൽ കക്ഷികൾക്ക് അവരുടെ ബാധ്യതകൾ കൃത്യസമയത്ത് കൊടുത്തു തീർക്കാൻ കഴിയുന്നു.
3. ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ കടങ്ങൾ തിരിച്ച് കിട്ടുന്നതിനുള്ള സുരക്ഷിത മാർഗ്ഗമാണ് ഫാക്ടറിംഗ്.
4. ഫാക്ടറിംഗിന് ബിസിനസിന്റെ സ്ഥാവര ആസ്തികൾ പണയപ്പെടുത്തേണ്ടതില്ല.
5. കടം തിരിച്ചു പിടിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഫാക്ടർ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിനാൽ കക്ഷികൾക്ക് ബിസിനസിന്റെ മറ്റ് പ്രവർത്ത മേഖലകളിൽ ശ്രദ്ധ ചെലുത്താൻ കഴിയുന്നു.

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ ഫാക്ടറിംഗിന്റെ ദോഷങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

1. കുറഞ്ഞ തുകയ്ക്കുള്ള പറ്റുവിലച്ചീട്ടുകളുടെ എണ്ണം കൂടുതലാകുമ്പോൾ ഈ മാർഗ്ഗം ചിലവേറിയതാണ്.
2. ഫാക്ടർ മുൻകൂറായി നൽകുന്ന ധനത്തിന്റെ പലിശ നിരക്ക് മറ്റ് സ്രോതസ്സുകളുടെ പലിശ നിരക്കിനേക്കാൾ കൂടുതലാണ്.
3. പണം നൽകുന്നതിനുള്ള ആളെ (Debtor) സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഫാക്ടർ ഒരു മൂന്നാം കക്ഷി ആയതിനാൽ ഇടപാടുകളിൽ അതൃപ്തി ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുണ്ട്.

8.4.4 പാട്ടക്കരാർ [Lease Financing]

പാട്ടക്കരാർ എന്നത് രണ്ട് വ്യക്തികൾ തമ്മിലുള്ള കരാർ വ്യവസ്ഥയാണ്. ഈ കരാർ പ്രകാരം ഒരു ആസ്തിയുടെ ഉടമ ഒരു നിശ്ചിത കരാർ തുകയ്ക്ക് മറ്റൊരാൾക്ക് പ്രസ്തുത ആസ്തി ഉപയോഗിക്കാനുള്ള അവകാശം നൽകുന്നു. മറ്റൊരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ ഒരു ആസ്തി നിശ്ചിത കാലത്തേക്ക് ഒരു പ്രതിഫലം വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കാൻ നൽകുന്നതിനെ പാട്ടക്കരാർ എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ആസ്തിയുടെ ഉടമസ്ഥനെ 'പാട്ടത്തിന് കൊടുത്തയാൾ' അഥവാ 'ലെസ്സർ' (Lessor) എന്നും ആസ്തി നിശ്ചിത കാലത്തേക്ക് ഉപയോഗിക്കുന്ന ആളെ 'പാട്ടത്തിന് എടുത്തയാൾ അഥവാ 'ലെസ്സി' (Lessee) എന്നും വിളിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ ആസ്തി ഉപയോഗിക്കുന്നതിലേക്കായി ലെസ്സി, ലെസ്സർക്ക് ഒരു നിശ്ചിത തുക പ്രതിഫലമായി നൽകുന്നു. ഇതിനെ പാട്ടത്തുക (Lease rent) എന്ന് പറയുന്നു.

പാട്ടക്കരാറിന്റെ കാലാവധി അവസാനിക്കുമ്പോൾ ആസ്തി ലെസ്സർക്ക് തിരിച്ച് നൽകുന്നു. ബിസിനസിന്റെ ആധുനികവൽക്കരണത്തിനും വൈവിധ്യവൽക്കരണത്തിനും ആവശ്യമായ ധനം കണ്ടെത്താൻ ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ സ്രോതസ്സായി പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥ

യെ കണക്കാക്കുന്നു. സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ദ്രുതഗതിയിലുള്ള പുരോഗതികൊണ്ട് വളരെ വേഗത്തിൽ കാലഹരണപ്പെട്ടു പോകുന്ന കമ്പ്യൂട്ടർ, ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങൾ എന്നിവയ്ക്കുള്ള ധനസ്രോതസ്സായി ഇതിനെ പരിഗണിക്കാം. എന്നാൽ പാട്ടക്കരാറിലൂടെ ആസ്തികൾ നേടുന്നതിനുള്ള ചെലവും ആസ്തികൾ സ്വന്തമായി വാങ്ങുന്നതിനുള്ള ചെലവും താരതമ്യം ചെയ്യേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥയുടെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. കുറഞ്ഞ നിക്ഷേപം കൊണ്ട് ആസ്തികൾ നേടുന്നതിന് ബിസിനസിനെ സഹായിക്കുന്നു.
2. ലളിതമായ പ്രമാണങ്ങളിലൂടെ ആസ്തികൾ നേടുന്നത് എളുപ്പമാക്കുന്നു.
3. നികുതി കണക്കാക്കാൻ പരിഗണിക്കുന്ന ലാഭത്തിൽ നിന്ന് പാട്ടത്തുക കുറവ് ചെയ്യുന്നതിനാൽ ബിസിനസിന്റെ നികുതി ഭാരം കുറയുന്നു.
4. നിലവിലുള്ള ഉടമകളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശത്തിലും നിയന്ത്രണാധികാരത്തിലും ഒട്ടും കുറവ് വരാതെ തന്നെ ധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിനുള്ള മാർഗ്ഗമാണിത്.
5. ഭാവിയിൽ ധനം കടം വാങ്ങുന്നതിനുള്ള ബിസിനസിന്റെ ശേഷിയെ പാട്ടക്കരാർ സ്വാധീനിക്കുന്നില്ല.
6. ആസ്തികൾ കാലഹരണപ്പെടുന്നതിലൂടെ ഉണ്ടായേക്കാവുന്ന നഷ്ടം ലെസ്സർ വഹിക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് ലെസ്സിയ്ക്ക് എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും ആസ്തികൾ പുന:സ്ഥാപിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

പാട്ടക്കരാറിന്റെ ദോഷങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥയിൽ ആസ്തികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിന് ലെസ്സർ ചില വ്യവസ്ഥകൾ നിർദ്ദേശിക്കാറുണ്ട്. ഉദാഹരണത്തിന്, ഉപയോഗിക്കുന്ന ആസ്തികളിൽ ലെസ്സി യാതൊരു വിധത്തിലുമുള്ള ഭേദഗതികളും വരുത്താൻ പാടില്ല.
2. പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥകൾ കാലോചിതമായി പുതുക്കാത്ത പക്ഷം ബിസിനസിന്റെ സാധാരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ തടസ്സപ്പെട്ടേക്കാം.
3. പാട്ടക്കാലാവധി അവസാനിക്കുന്നതിന് മുമ്പ്, ആസ്തികൾ പ്രവർത്തനരഹിതമാകുന്ന പക്ഷം പാട്ടക്കരാർ അവസാനിപ്പിച്ച് പുതിയ ആസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതിന് ലെസ്സിക്ക് ഭാരിച്ച ചെലവ് ഉണ്ടായേക്കാം.
4. ലെസ്സി ഒരിക്കലും പാട്ടത്തിനെടുത്ത വസ്തുവിന്റെ ഉടമസ്ഥനാകുന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് ഉപയോഗശേഷമുള്ള ആസ്തിയുടെ ആക്രി വില (scrap value) ലഭിക്കുന്നതിന് അദ്ദേഹത്തിന് അർഹത ഇല്ല.

8.4.5 പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ [Public Deposits]

ഒരു ബിസിനസ് പൊതുജനങ്ങളിൽ നിന്ന് നേരിട്ട് സ്വീകരിക്കുന്ന നിക്ഷേപങ്ങളെ പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ എന്നു പറയുന്നു. പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾക്ക് നൽകുന്ന പലിശയുടെ നിരക്ക് സാധാരണ ബാങ്ക് നിക്ഷേപത്തിന്റെ പലിശ നിരക്കിനേക്കാൾ അധികമായിരിക്കും. ഒരു നിശ്ചിത ഫോറം പൂരിപ്പിച്ച് സമർപ്പിച്ചുകൊണ്ട് താല്പര്യമുള്ള ഏതൊരാൾക്കും ബിസിനസിൽ പണം നിക്ഷേപിക്കാൻ സാധിക്കുന്നതാണ്.

നിക്ഷേപത്തിന് പകരമായി ബിസിനസ്സ് നിക്ഷേപകന് കൈപ്പറ്റ് രസീത് (Deposit Receipt) നൽകുന്നു. പൊതുനിക്ഷേപം സാധാരണയായി ബിസിനസ്സിന്റെ മധ്യകാല ധന സ്രോതസ്സാ

ബോക്സ് . എ

ആസ്തികൾ പാട്ടത്തിന് കൊടുക്കുന്നവർ :

1. **വിദഗ്ദ്ധ പാട്ടക്കരാർ കമ്പനികൾ** : ആസ്തികൾ പാട്ടത്തിന് നൽകുന്നതിന് ഊന്നൽ നൽകുന്ന നാനൂറിലധികം വൻകിട കമ്പനികൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ഇവയെ പാട്ടക്കരാർ കമ്പനികൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

2. **ബാങ്കുകളും അനുബന്ധ സ്ഥാപനങ്ങളും** : പാട്ടക്കരാറിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിന് ബാങ്കുകൾക്ക് റിസർവ് ബാങ്ക് 1994 ഫെബ്രുവരി മുതൽ അനുമതി നൽകിയിട്ടുണ്ട്. അതുവരെ പാട്ടക്കരാറിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിന് മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് മാത്രമേ അനുമതി ഉണ്ടായിരുന്നുള്ളൂ. 1994 ന് മുമ്പ് പാട്ടക്കരാറിനെ റിസർവ് ബാങ്ക് ഒരു ബാങ്കിംഗ് ഇതര പ്രവർത്തനമായിട്ടാണ് പരിഗണിച്ചിരുന്നത്.

3. **വിദഗ്ദ്ധ ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ** : പരമ്പരാഗത രീതിയിലുള്ള ധന ഇടപാടുകളോടൊപ്പം പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥയിൽ ധനം ലഭ്യമാക്കുന്ന നിരവധി ബാങ്കിംഗ് ഇതര ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇന്ത്യയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ഐ.സി.ഐ.സി.ഐ ഇത്തരത്തിൽ മുൻ നിരയിലുള്ള ധനകാര്യ സ്ഥാപനമാണ്.

4. **ഉൽപാദക ലെസ്സർ** : വിപണിയിലെ കിടമത്സരത്തെ അതിജീവിക്കുന്നതിനും വിൽപ്പന വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും ഉൽപ്പാദകർ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥയിൽ വിൽക്കാറുണ്ട്. ഇക്കാലത്ത് വാഹനങ്ങളും അതുപോലെയുള്ള ദീർഘകാല ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും വിൽക്കുന്നവർ പാട്ടക്കരാർ കമ്പനികളുമായി സഖ്യം ചേരുകയും കൂട്ടു സംരംഭത്തിലൂടെ പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥയിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

പാട്ടക്കരാർ ധന സ്രോതസ്സായി ഉപയോഗിക്കുന്നവർ:

1. **പൊതുമേഖലാ സംരംഭങ്ങൾ** : ധാരാളം കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങൾ ആസ്തികൾ ആർജ്ജിക്കുന്നതിനായി പാട്ടക്കരാർ രീതി ഉപയോഗപ്പെടുത്താറുണ്ട്.

2. **മിഡ് – മാർക്കറ്റ് കമ്പനികൾ** : ന്യായമായ വിധത്തിൽ വായ്പാ ശേഷിയുള്ളതും എന്നാൽ അധികം പ്രശസ്തമല്ലാത്തതുമായ സ്ഥാപനങ്ങളെയാണ് മിഡ്-മാർക്കറ്റ് കമ്പനികൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നത്. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നോ അതുപോലെയുള്ള ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നോ വായ്പ എടുക്കുന്നതിനു പകരമായി പാട്ടക്കരാർ സമ്പ്രദായത്തിലൂടെയുള്ള ധന സ്രോതസ്സുകളെയാണ് കൂടുതൽ ആശ്രയിക്കുന്നത്.

3. **ഉപഭോക്താക്കൾ** : ധനസഹായം നൽകുന്നതിലെ കേർപ്പറേറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുമുണ്ടാകുന്ന മോശം അനുഭവങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളെ പാട്ടക്കരാർ പോലുള്ള ധന സ്രോതസ്സുകളിലേക്ക് ശ്രദ്ധ തിരിക്കുന്നതിന് പ്രേരിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. ഉദാഹരണത്തിന് കാർ പാട്ടത്തിനെടുത്ത് ഉപയോഗിക്കുന്നത് ഇന്ന് ഇന്ത്യയിൽ സാധാരണ സംഭവമാണ്.

4. **സർക്കാർ വകുപ്പുകളും അധികൃതരും** : ഈ അടുത്ത കാലത്ത് പാട്ടക്കരാർ സമ്പ്രദായത്തിലേക്ക് സർക്കാരും കടന്ന് വന്നിട്ടുണ്ട്. ഉദാഹരണത്തിന്, വാർത്ത വിനിമയ വകുപ്പിനുവേണ്ടി ഏകദേശം 1,000 കോടി രൂപയ്ക്കുള്ള ധനസമാഹരണത്തിനായി കേന്ദ്ര സർക്കാർ പാട്ടക്കരാർ സമ്പ്രദായം ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്.

യും ഹ്രസ്വകാല ധന സ്രോതസ്സായും ഉപയോഗിക്കുന്നു. പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ നിക്ഷേപകനും ബിസിനസിനും ഒരുപോലെ ഉപകാരപ്രദമാണ്. നിക്ഷേപകന് ബാങ്ക് നിക്ഷേപത്തേക്കാൾ ഉയർന്ന പലിശ ലഭിക്കുമ്പോൾ ബാങ്ക് വായ്പയുടെ പലിശ നിരക്കിനേക്കാൾ കുറഞ്ഞ പലിശ നിരക്കിൽ ബിസിനസിന് ധനം ലഭ്യമാകുന്നു. കമ്പനികൾ സാധാരണയായി മൂന്ന് വർഷം വരെയുള്ള കാലയളവിലേക്കാണ് പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ ക്ഷണിക്കുന്നത്. ബിസിനസുകൾ പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്നത് റിസർവ് ബാങ്കിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിലാണ്.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

പൊതുനിക്ഷേപങ്ങളുടെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്:

1. ബാങ്ക് വായ്പകൾക്കുള്ളതുപോലുള്ള നിബന്ധനകളും നടപടിക്രമങ്ങളും പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾക്കില്ലാത്തതിനാൽ പൊതുനിക്ഷേപങ്ങളിലൂടെയുള്ള ധനസമാഹരണം വളരെ ലളിതമാണ്.
2. പൊതുനിക്ഷേപങ്ങളിലൂടെ ധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിനുള്ള ചെലവ് സാധാരണയായി ബാങ്ക് വായ്പകളിലൂടെയുള്ള ധനസമാഹരണ ചെലവിനേക്കാൾ കുറവാണ്.
3. പൊതുനിക്ഷേപങ്ങളിലൂടെയുള്ള ധനസമാഹരണത്തിന് കമ്പനിയുടെ ആസ്തികൾ പണയപ്പെടുത്തേണ്ടതില്ല. അതുകൊണ്ട് കമ്പനിയുടെ ആസ്തികൾ, ആവശ്യമെങ്കിൽ, മറ്റ് സ്രോതസ്സുകളിലൂടെയുള്ള ധനസമാഹരണത്തിനുള്ള പണയ വസ്തുക്കളായി ഉപയോഗപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്.
4. പൊതുനിക്ഷേപകർക്ക് വോട്ടവകാശമില്ലാത്തതിനാൽ ഓഹരി ഉടമകളുടെ നിയന്ത്രണാധികാരം കുറയുന്നില്ല.

ദോഷങ്ങൾ

പൊതുനിക്ഷേപങ്ങളുടെ പോരായ്മകൾ താഴെ ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

1. പുതിയതായി രൂപീകരിക്കപ്പെട്ട, പ്രശസ്തി മൂല്യം കുറഞ്ഞ കമ്പനികൾക്ക് പൊതുനിക്ഷേപങ്ങളിലൂടെയുള്ള ധനസമാഹരണം അനുയോജ്യമല്ല.
2. കമ്പനികൾക്ക് ധനം ആവശ്യമായി വരുന്ന സാഹചര്യങ്ങളിൽ നിക്ഷേപകരിൽ നിന്ന് അനുകൂല പ്രതികരണം ലഭിക്കാത്ത പക്ഷം ഈ മാർഗ്ഗം അഭികാമ്യമല്ല.
3. വലിയ തുക ആവശ്യമായി വരുമ്പോൾ പൊതുനിക്ഷേപ മാർഗ്ഗങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് ബുദ്ധിമുട്ടാണ്.

8.4.6 വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ [Commercial Papers] (CP)]

വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ ധന സ്രോതസ്സായി ഇന്ത്യയിൽ ഉപയോഗിച്ച് തുടങ്ങിയത് തൊണ്ണൂറുകളുടെ ആരംഭത്തിലാണ്. 90 മുതൽ 364 ദിവസം വരെയുള്ള കാലയളവിലേക്ക് ആവശ്യമായ ഹ്രസ്വകാല ധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി ബിസിനസ് പുറത്തിറക്കുന്ന ഈടില്ലാത്ത വാഗ്ദത്ത പത്രങ്ങളാണ് വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ. ഇത്തരം പത്രങ്ങൾ ഒരു ബിസിനസ്സ് മറ്റ് ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്കോ ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികൾക്കോ ബാങ്കുകൾക്കോ നൽകുന്നു. വളരെ കൂടിയ അളവിലുള്ള ധനം വാണിജ്യ പത്രങ്ങളിലൂടെ സമാഹരിക്കാൻ കഴിയും. ഈട് നൽകൽ ആവശ്യമില്ലാത്ത ധന സമാഹരണ മാർഗ്ഗമെന്നനിലയിൽ നല്ല ഋണമൂല്യമുള്ള ബിസിനസുകൾക്ക് വാണിജ്യപത്രം പുറപ്പെടുവിക്കാൻ കഴിയും. വാണിജ്യ പത്രങ്ങളുടെ ഇടപാടുകൾ ഭാരതീയ റിസർവ് ബാങ്കാണ് നിയന്ത്രിക്കുന്നത്.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

വാണിജ്യപത്രങ്ങളുടെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ കൊടുക്കുന്നു.

1. ഈട് നൽകൽ ആവശ്യമില്ലാത്ത, കടുത്ത നിബന്ധനകളും വ്യവസ്ഥകളുമില്ലാത്ത ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗമാണ് വണിജ്യ പത്രങ്ങൾ.
2. വളരെ സ്വതന്ത്രമായി കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്ന പ്രമാണമായതിനാൽ വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾക്ക് ദ്രവത്വം (Liquidity) വളരെ കൂടുതലാണ്. അതായത് അവ പെട്ടെന്ന് പണമാക്കി മാറ്റാൻ കഴിയും.
3. വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ മറ്റ് സ്രോതസ്സുകളെ അപേക്ഷിച്ച് കൂടുതൽ ധനം ലഭ്യമാക്കാൻ കഴിയുന്ന ധന സ്രോതസ്സാണ്. വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ പുറപ്പെടുവിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ചെലവ് ബാങ്ക് വായ്പകളിലൂടെ ധനം

സമാഹരിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ചെലവുകളേക്കാൾ കുറവാണ്.

4. നിരന്തരം ധനം ലഭ്യമാക്കാൻ കഴിയുന്ന ധനസ്രോതസ്സാണ് വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ. എന്തുകൊണ്ടെന്നാൽ, ഒരു ബിസിനസിന് ധനം ആവശ്യമുള്ള കാലയളവുകൾക്കനുസൃതമായ കാലാവധിയുള്ള വാണിജ്യപത്രങ്ങൾ പുറപ്പെടുവിക്കാവുന്നതാണ്. കൂടാതെ, ഒരു വാണിജ്യപത്രത്തിനു പകരമായി മറ്റൊരു വാണിജ്യ പത്രമിറക്കികൊണ്ട് ആദ്യത്തെ പത്രത്തിന്റെ ഇടപാടുകൾ തീർക്കാവുന്നതാണ്.

5. കമ്പനികളിൽ അധികം വരുന്ന ധനം വാണിജ്യ പത്രങ്ങളിൽ നിക്ഷേപിക്കുന്നതിലൂടെ നല്ല വരുമാനം നേടാൻ കഴിയുന്നു.

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

1. സാമ്പത്തികമായി നല്ല ഭദ്രതയുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് മാത്രമേ വാണിജ്യ പത്രങ്ങളിലൂടെ ധനസമാഹരണം നടത്താൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. പുതിയതും സാമ്പത്തിക ഭദ്രത കുറഞ്ഞതുമായ സ്ഥപനങ്ങൾക്ക് ഈ മാർഗ്ഗത്തിലൂടെ ധനം ആർജ്ജിക്കാൻ സാധിക്കില്ല.

2. വാണിജ്യ പത്രം വാങ്ങുന്നവരുടെ കൈവശം ഒരു നിശ്ചിത സമയത്ത് ലഭ്യമായ അധിക ധനത്തിനനുസരിച്ച് മാത്രമേ വാണിജ്യപത്രത്തിലൂടെ പണം സമാഹരിക്കാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ.

3. വാണിജ്യ പത്രം വ്യക്തിപരമായ പരിഗണന വളരെ കുറഞ്ഞ ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗമാണ്. അതുകൊണ്ട്, കാലാവധിയായ വാണിജ്യപത്രങ്ങൾ തിരിച്ച് നൽകേണ്ട സാഹചര്യത്തിൽ സാമ്പത്തിക ബുദ്ധിമുട്ട് അനുഭവിക്കുന്ന ബിസിനസിന് വാണിജ്യ പത്രത്തിന്റെ കാലാവധി ദീർഘിപ്പിച്ച് കിട്ടുന്നതിനുള്ള സാധ്യതയില്ല.

8.4.7 ഓഹരികളിറക്കൽ [Issue of Shares]

ഓഹരികൾ ഇറക്കിക്കൊണ്ട് സമാഹരിക്കുന്ന മൂലധനത്തെ ഓഹരി മൂലധനം എന്ന് പറയുന്നു. ഒരു കമ്പനിയുടെ മൂലധനം ചെറിയ ഘടകങ്ങളായി വിഭജിച്ചിരിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെയുള്ള ഓരോ ഘടകത്തെയും ഓഹരി (Share) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഓരോ ഓഹരിക്കും നിശ്ചിക തുക മുഖവില ഉണ്ടായിരിക്കും. ഉദാഹരണത്തിന്, 10,00,000 രൂപ ഓഹരി മൂലധനമുള്ള ഒരു കമ്പനിക്ക് 10 രൂപ മുഖവിലയുള്ള 1,00,000 ഓഹരികൾ പുറത്തിറക്കാൻ കഴിയുന്നതാണ്. കമ്പനിയുടെ ഓഹരികൾ കൈവശം വെക്കുന്നയാളെ ഓഹരി ഉടമകൾ (Shareholders) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. സാധാരണയായി കമ്പനികൾക്ക് സാധാരണ ഓഹരികൾ, മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ എന്നീ രണ്ട് തരത്തിലുള്ള ഓഹരികൾ പുറപ്പെടുവിക്കാൻ കഴിയും. സാധാരണ ഓഹരികൾ വിതരണം ചെയ്തുകൊണ്ട് ആർജ്ജിക്കുന്ന മൂലധനത്തെ സാധാരണ ഓഹരി മൂലധനമെന്നും മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ വിതരണം ചെയ്തുകൊണ്ട് ആർജ്ജിക്കുന്ന മൂലധനത്തെ മുൻഗണനാ ഓഹരി മൂലധനമെന്നും വിളിക്കുന്നു.

a. സാധാരണ ഓഹരികൾ (Equity Shares)

ദീർഘ കാലത്തേക്ക് മൂലധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട സ്രോതസ്സാണ് സാധാരണ ഓഹരികൾ. സാധാരണ ഓഹരികൾ ബിസിനസിന്റെ ഉടമസ്ഥതാ ഓഹരികൾ ആയതിനാൽ ഇവ ഉപയോഗിച്ച് സ്വരൂപിച്ച മൂലധനത്തെ ഉടമസ്ഥതാ മൂലധനമെന്ന് വിളിക്കുന്നു. സാധാരണ ഓഹരി മൂലധനം ഒരു കമ്പനിയുടെ രൂപീകരണത്തിന് അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്കുള്ള ലാഭവിഹിതം ഓരോ വർഷത്തേയും ലാഭത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിശ്ചയിക്കുന്നതിനാൽ അവർക്ക് സ്ഥിരമായ നിരക്കിലുള്ള ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുന്നില്ല. കമ്പനിയുടെ വരുമാനങ്ങളും ആസ്തികളും മുൻഗണനയുള്ള എല്ലാ കക്ഷി

കൾക്കും വീതം വെച്ചതിനുശേഷം ശിഷ്ടമായവ മാത്രമാണ് സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് ലഭിക്കുന്നത്. അതുകൊണ്ട് ഇത്തരം ഓഹരി ഉടമകളെ 'ശിഷ്ട ഉടമസ്ഥർ' എന്നും വിളിക്കുന്നു. ബിസിനസിന്റെ ഉടമസ്ഥ അവകാശം ഇവർക്കായതിനാൽ നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കേണ്ടതും പ്രതിഫലമായി ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. എന്നാൽ ഇവരുടെ പരമാവധി ബാധ്യത ഇവർ ബിസിനസിൽ നിക്ഷേപിച്ച മൂലധനത്തിൽ പരിമിതപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. വോട്ടവകാശമുള്ള ഓഹരി ഉടമകളായതുകൊണ്ട് ഇവർക്ക് കമ്പനിയുടെ ഭരണകാര്യങ്ങളിൽ പങ്കെടുക്കുന്നതിന് അവകാശമുണ്ട്.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

സാധാരണ ഓഹരികളിലൂടെ മൂലധനം സമാഹരിക്കുന്നതുകൊണ്ടുള്ള ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു.

1. ഉയർന്ന നഷ്ടസാധ്യതയ്ക്ക് കൂടുതൽ പ്രതിഫലം ലഭിക്കുന്ന നിക്ഷേപങ്ങളിൽ മുതൽമുടക്കാൻ താൽപര്യമുള്ളവർക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ മാർഗ്ഗമാണിത്.
2. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് ലാഭവിഹിതം നൽകേണ്ടത് നിർബന്ധമല്ലാത്തതിനാൽ കമ്പനികൾക്ക് ഇതൊരു നിരന്തര ഭാരമായി മാറുന്നില്ല.
3. കമ്പനി പിരിച്ചുവിടുമ്പോൾ മാത്രം ഇത്തരം മൂലധനം തിരിച്ച് നൽകിയാൽ മതി എന്നതിനാൽ സാധാരണ ഓഹരി മൂലധനം കമ്പനിയുടെ സ്ഥിര മൂലധനമായിരിക്കും.
   സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളുടെ മൂലധനം ഏറ്റവും അവസാനം മാത്രം തിരിച്ച് നൽകുന്നതിനാൽ കമ്പനി പിരിച്ച് വിടുന്ന ഘട്ടത്തിൽ മറ്റ് നിക്ഷേപകർക്ക് ആശ്വാസമാണ്.
4. സാധാരണ ഓഹരി മൂലധനം കൂടുതൽ ഋണമൂല്യം നൽകുന്നതിനാൽ കമ്പനിയ്ക്ക് കടം നൽകുന്നവർക്ക് കൂടുതൽ ആത്മവിശ്വാസം നൽകുന്നു.
5. കമ്പനിയുടെ ആസ്തികൾ പണയപ്പെടുത്താതെ തന്നെ ധനം സ്വരൂപിക്കാൻ കഴിയുന്ന മാർഗ്ഗമാണ് സാധാരണ ഓഹരികൾ. അതുകൊണ്ട്, കൂടുതൽ ധനം ആവശ്യമായി വരുന്ന സാഹചര്യത്തിൽ, ഇത്തരം സ്വതന്ത്ര ആസ്തികൾ പണയപ്പെടുത്തി മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ ധനം ആർജ്ജിക്കുവാൻ കഴിയും.
6. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളുടെ വോട്ടവകാശം ഉപയോഗിച്ച് ബിസിനസിന്റെ ഭരണാധികാരികളെ വോട്ടെടുപ്പിലൂടെ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനാൽ, ബിസിനസിന്റെ ഭരണ നിയന്ത്രണം ജനാധിപത്യ രീതിയിലുള്ളതായിരിക്കും.

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

സാധാരണ ഓഹരികളിലൂടെ മൂലധനം സമാഹരിക്കുന്നതുകൊണ്ടുള്ള ദോഷങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളുടെ ലാഭവിഹിതം സ്ഥിരമല്ലാത്തതിനാൽ നിക്ഷേപത്തിലൂടെ സ്ഥിരവരുമാനം പ്രതീക്ഷിക്കുന്നവർക്ക് ഇതൊരു അനുയോജ്യമായ നിക്ഷേപ മാർഗ്ഗമല്ല.
2. സാധാരണ ഓഹരികളിലൂടെയുള്ള ധന സമാഹരണം മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് ചിലവ് വളരെ കൂടുതലാണ്.
3. ഭാവിയിൽ മൂലധനാവശ്യങ്ങൾക്കായി വീണ്ടും സാധാരണ ഓഹരികൾ പുറപ്പെടുവിക്കേണ്ടി വരുന്ന സാഹചര്യങ്ങളിൽ പുതിയ ഓഹരി ഉടമകൾ ബിസിനസിലേക്ക് കടന്നുവരുന്നതിനാൽ നിലവിലുള്ള സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളുടെ നിയന്ത്രണാധികാരം കുറയാൻ സാധ്യതയുണ്ട്.
4. സാധാരണ ഓഹരികളിലൂടെ മൂലധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന് ഒരുപാട് നടപടിക്രമങ്ങൾ ഉള്ളതിനാൽ കാലതാമസമുണ്ടാകാൻ ഇടയുണ്ട്.

b. മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ (Preference Shares)

മുൻഗണനാ ഓഹരികളിലൂടെ സമാഹരിക്കുന്ന മൂലധനത്തെ മുൻഗണനാ ഓഹരി മൂലധനം എന്ന് പറയുന്നു. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളെ അപേക്ഷിച്ച് മുൻഗണനാ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് രണ്ട് പ്രധാന തരത്തിലുള്ള മുൻഗണനകൾ ലഭിക്കുന്നു. 1. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്കുള്ള ലാഭവിഹിതം പ്രഖ്യാപിക്കുന്നതിന് മുമ്പ് തന്നെ ഒരു നിശ്ചിത നിരക്കിൽ ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള അവകാശം, 2. കമ്പനി പിരിച്ചുവിടുന്ന ഘട്ടത്തിൽ, കടം നൽകുന്നവരിൽ നിന്ന് (creditors) നിന്ന് കടം വാങ്ങിയ തുക തിരിച്ച് നൽകിയ ഉടനേ തന്നെ, മുൻഗണനാ ഓഹരി ഉടമകളുടെ മൂലധനം തിരിച്ച് നൽകുന്നു. (സാധാരണ ഓഹരികൾ തിരിച്ച് നൽകുന്നതിന് മുമ്പ് തന്നെ ഇത്തരം ഓഹരികളുടെ തുക തിരികെ നൽകുന്നു.) മറ്റൊരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുന്നതിലും കമ്പനി പിരിച്ച് വിടുന്ന ഘട്ടത്തിൽ മൂലധനം തിരികെ ലഭിക്കുന്നതിലും സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളേക്കാൾ മുൻഗണനാ അവകാശമുള്ള ഓഹരികളാണ് മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ. നിശ്ചിത നിരക്കിൽ ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുന്നതിനാൽ മുൻഗണനാ ഓഹരികൾക്ക് കടപ്പത്രങ്ങളോട് സാദൃശ്യമുണ്ട്. എന്നാൽ നികുതി നൽകിയതിന് ശേഷമുള്ള ലാഭത്തിൽ നിന്ന് കമ്പനി ഡയറക്ടേഴ്സിന്റെ വിവേചനാധികാരാടിസ്ഥാനത്തിൽ മാത്രം ലാഭ വിഹിതം ലഭിക്കുന്നതിനാൽ ഇത്തരം ഓഹരികൾക്ക് സാധാരണ ഓഹരികളുമായും സാദൃശ്യമുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് മുൻഗണനാ ഓഹരികൾക്ക് സാധാരണ ഓഹരികളുടേയും കടപ്പത്രങ്ങളുടേയും ചില സവിശേഷതകളുണ്ട്. മുൻഗണനാ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് സാധാരണയായി കമ്പനിയുടെ ഭരണ കാര്യങ്ങളിൽ വോട്ടവകാശമുണ്ടായിരിക്കില്ല. കമ്പനികൾ വിവിധ തരത്തിലുള്ള മുൻഗണന ഓഹരികൾ ഇറക്കാറുണ്ട്.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

മുൻഗണനാ ഓഹരികളുടെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. മുൻഗണനാ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് നിശ്ചിത നിരക്കിലുള്ള സ്ഥിരവരുമാനം ലഭിക്കുന്നതോടൊപ്പം ഇത്തരം ഓഹരികൾ സുരക്ഷിതമായ നിക്ഷേപ മാർഗ്ഗവുമാണ്.
2. താരതമ്യേന നഷ്ടസാധ്യത കുറഞ്ഞതും സ്ഥിര വരുമാനമുള്ളതുമായ നിക്ഷേപങ്ങൾക്ക് മുൻഗണന നൽകുന്നവർക്ക് ഇത്തരം ഓഹരികൾ അനുയോജ്യമാണ്.
3. മുൻഗണനാ ഓഹരികൾക്ക് വോട്ടവകാശമില്ലാത്തതിനാൽ സധാരണ ഓഹരി ഉടമകളുടെ നിയന്ത്രണാധികാരത്തിൽ കുറവുണ്ടാകുന്നില്ല.
4. കമ്പനിക്ക് ധാരാളം ലാഭമുണ്ടാകുന്ന സാഹചര്യങ്ങളിലും മുൻഗണനാ ഓഹരി ഉടമകൾ നിശ്ചിത നിരക്കിലുള്ള ലാഭവിഹിതം മാത്രം നൽകിയാൽ മതി എന്നതിനാൽ ഇത്തരം കാലങ്ങളിൽ സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് ഉയർന്ന ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുന്നു.
5. കമ്പനി പിരിച്ചുവിടുന്ന സമയത്ത്, സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് പണം തിരിച്ച് നൽകുന്നതിന് മുമ്പ് മുൻഗണനാ ഓഹരികളുടെ പണം തിരിച്ച് ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള മുൻഗണന അവകാശമുണ്ട്.
6. ഇത്തരം ഓഹരികളിലൂടെ മൂലധനം രൂപീകരിക്കുന്നതിന് കമ്പനിയുടെ ആസ്തികൾ പണയ വസ്തുക്കളായി നൽകേണ്ടതില്ല.

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

മൂലധന സ്രോതസ്സെന്ന നിലയിൽ മുൻഗണനാ ഓഹരികളുടെ ദോഷങ്ങൾ താഴെപറയുന്നവയാണ്.

1. കൂടുതൽ നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്നതിന് കൂടിയ നിരക്കിലുള്ള ലാഭവിഹിതം പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന നിക്ഷേപകർക്ക് മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ അഭികാമ്യമല്ല.

2. മുൻഗണനാ ഓഹരി മൂലധനം, സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് കമ്പനിയുടെ ആസ്തികളിന്മേലുള്ള അവകാശം കുറയ്ക്കുന്നു.
3. മുൻഗണനാ ഓഹരികളുടെ ലാഭവിഹിത നിരക്ക് സാധാരണയായി കടപ്പത്രങ്ങളുടെ പലിശ നിരക്കിനേക്കാൾ അധികമായിരിക്കും.
4. കമ്പനിയ്ക്ക് ലാഭമുണ്ടാകുന്ന വർഷങ്ങളിൽ മാത്രമേ ലാഭവിഹിതം ലഭിയ്ക്കൂ എന്നതിനാൽ മുൻഗണനാ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് എല്ലായ്പ്പോഴും സ്ഥിരമായ വരുമാനം ഉണ്ടാകണമെന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് ഇത്തരം ഓഹരികൾ നിക്ഷേപകർക്ക് ആകർഷകമാകണമെന്നില്ല.
5. മുൻഗണനാ ഓഹരികൾക്ക് നൽകുന്ന ലാഭവിഹിതം ചെലവിനത്തിൽ കുറയ്ക്കാൻ കഴിയാത്തതിനാൽ കമ്പനി കൂടുതൽ നികുതി നൽകേണ്ടി വരുന്നു. അതുകൊണ്ട്, വായ്പകളുടേതു പോലുള്ള പലിശ കൊണ്ടുള്ള നികുതി കുറയ്ക്കൽ സാധ്യമാകുന്നില്ല.

8.4.8 കടപ്പത്രങ്ങൾ [Debentures]

ദീർഘകാല കട മൂലധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിനുള്ള പ്രധാന മാർഗ്ഗമായി കടപ്പത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. കടപ്പത്രങ്ങളുടെ പലിശ നിശ്ചിത നിരക്കിലുള്ളതായിരിക്കും. ഭാവിയിൽ ഒരു നിശ്ചിത കാലാവധിക്ക് ശേഷം തിരിച്ച് നൽകാം എന്ന വാഗ്ദാനത്തോടെ ഒരു നിശ്ചിത തുക കമ്പനി കടം വാങ്ങിയിട്ടുണ്ട് എന്ന അറിയിപ്പാണ് കടപ്പത്രം. കടപ്പത്ര ഉടമകളെ കമ്പനിക്ക് വായ്പ്പ നൽകിയിട്ടുള്ളവരായാണ് (creditors) പരിഗണിക്കുന്നത്. ഒരു വർഷമോ ആറ് മാസമോ ഉള്ള ഇടവേളകളിൽ കടപ്പത്ര ഉടമകൾക്ക്

ബോക്സ്. ബി

വിവിധതരം മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ (Types of Preference shares)

1. **കുടിശ്ശിക ഉള്ള മുൻഗണനാ ഓഹരികളും കുടിശ്ശിക രഹിത മുൻഗണനാ ഓഹരികളും (Cumulative and Non cumulative)**: ലാഭം കുറവായിരുന്നതിനാൽ ലാഭവിഹിതം നൽകാൻ കഴിയാതിരുന്ന വർഷത്തെ ലാഭവിഹിതം കുടിശ്ശികയാക്കി മാറ്റിവെച്ച് വരും വർഷങ്ങളിലെ ലാഭവിഹിതത്തോടൊപ്പം വാങ്ങാൻ കഴിയുന്ന മുൻഗണനാ ഓഹരികളെ കുടിശ്ശിക ഉള്ള മുൻഗണന ഓഹരികൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു. എന്നാൽ, കുടിശ്ശിക രഹിത മുൻഗണനാ ഓഹരികളുടെ ലാഭവിഹിതം ഏതെങ്കിലും വർഷം ലഭിക്കാതിരുന്നാൽ പ്രസ്തുത ലാഭവിഹിതം കുടിശ്ശികയാക്കി മാറ്റി വെക്കാൻ കഴിയില്ല.
2. **പങ്ക് പറ്റുന്ന മുൻഗണനാ ഓഹരികളും പങ്ക് പറ്റാൻ കഴിയാത്ത മുൻഗണനാ ഓഹരികളും (Participating and Non participating)**: നിശ്ചിത നിരക്കിലുള്ള ലാഭവിഹിതത്തിന് പുറമേ സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് നിശ്ചിത നിരക്കിൽ ലാഭവിഹിതം നൽകിയതിന് ശേഷം അവശേഷിക്കുന്ന ലാഭം കൂടി പങ്ക് വെക്കാൻ അവകാശമുള്ള ഓഹരികളാണ് പങ്ക് പറ്റുന്ന മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് നിശ്ചിത നിരക്കിൽ ലാഭവിഹിതം നൽകിയതിന് ശേഷം അവശേഷിക്കുന്ന ലാഭം പങ്ക് വെക്കാൻ അവകാശമില്ലാത്ത ഓഹരികളെ പങ്ക് പറ്റാൻ കഴിയാത്ത മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ എന്ന് പറയുന്നു.
3. **രൂപാന്തരപ്പെടുത്താൻ കഴിയുന്ന മുൻഗണനാ ഓഹരികളും രൂപാന്തരപ്പെടുത്താൻ കഴിയാത്ത മുൻഗണനാ ഓഹരികളും (Convertible and Non-convertible)**: ഒരു നിശ്ചിത കാലയളവിനു ശേഷം സാധാരണ ഓഹരികളാക്കി മാറ്റാൻ കഴിയുന്ന മുൻഗണനാ ഓഹരികളാണ് രൂപന്തരപ്പെടുത്തുവാൻ കഴിയുന്ന മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ. എന്നാൽ, സാധാരണ ഓഹരികളായി മാറ്റാൻ കഴിയാത്ത മുൻഗണനാ ഓഹരികളെ രൂപാന്തരപ്പെടുത്താൻ കഴിയാത്ത മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ എന്ന് പറയുന്നു.

നിശ്ചിത നിരക്കിൽ പലിശ ലഭിക്കുന്നു. കടപ്പത്രങ്ങൾ പൊതുവിതരണത്തിന് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ 'ക്രിസിൽ' (CRISIL-Credit Rating and Information Services of India Ltd) പോലെയുള്ള ഋണശേഷി നിലവാര നിർണ്ണയ (Credit rating) ഏജൻസികളെക്കൊണ്ട് നിലവാരപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്. കമ്പനിയുടെ പൂർവ്വകാല ചരിത്രം, ലാഭശേഷി, പൂർവ്വകാല കടം തിരിച്ചടവ് രീതി, ഋണശേഷി എന്നിവയുടെയൊക്കെ നിലവാരം വിലയിരുത്തേണ്ടതാണ്. ഒരു കമ്പനിക്ക് വിവിധ തരത്തിലുള്ള കടപ്പത്രങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യാൻ കഴിയും. പലിശ രഹിത കടപ്പത്രങ്ങളാണ് ഇപ്പോൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രചാരത്തിലുള്ളത്. ഇത്തരം കടപ്പത്രങ്ങൾ മുഖവിലയേക്കാൾ കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്കാണ് വിതരണം ചെയ്യുന്നത്. മുഖവിലയും വിൽപനവിലയും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസമാണ് ഇത്തരം കടപ്പത്രങ്ങൾ വാങ്ങുന്നവരുടെ ലാഭം.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

കടപ്പത്രത്തിന്റെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. നഷ്ടസാധ്യത കുറവുള്ളതും സ്ഥിരവരുമാനം ലഭിക്കുന്നതുമായ നിക്ഷേപങ്ങളിൽ മുതൽ മുടക്കാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നവർക്ക് അനുയോജ്യമായ നിക്ഷേപമാണ് കടപ്പത്രങ്ങൾ.
2. കടപ്പത്ര ഉടമകൾക്ക് സ്ഥിരമായ പലിശ മാത്രം നൽകിയാൽ മതി. ഇവർക്ക് കമ്പനിയുടെ ലാഭത്തിന്റെ വിഹിതം നൽകേണ്ടതില്ല.
3. കമ്പനിയുടെ വിൽപ്പന വരുമാനവും ലാഭവും സ്ഥിരമായിയാണെങ്കിൽ കടപ്പത്രത്തിലൂടെയുള്ള മൂലധന രൂപീകരണമാണ് ഉചിതം.
4. കടപ്പത്ര ഉടമകൾക്ക് വോട്ടവകാശമില്ലാത്തതിനാൽ കടപ്പത്രമുപയോഗിച്ച് മൂലധനം സമാഹരിക്കുമ്പോൾ, കമ്പനിയുടെ ഭരണകാര്യങ്ങളിൽ സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകൾക്കുള്ള നിയന്ത്രണാധികാരം കുറയുന്നില്ല.
5. കടപ്പത്രങ്ങളിലൂടെയുള്ള മൂലധന രൂപീകരണ ചെലവ്, സാധാരണ ഓഹരികൾ, മുൻഗണന ഓഹരികൾ എന്നിവയുടെ ചെലവിനേക്കാൾ കുറവാണ്. നികുതി കണക്കാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ലാഭം കണ്ടെത്തുമ്പോൾ കടപ്പത്രങ്ങളുടെ പലിശ വാർഷിക വരുമാനത്തിൽ നിന്ന് കുറവ് ചെയ്യാൻ കഴിയും.

ദോഷങ്ങൾ (Demerits)

കടപ്പത്രങ്ങൾക്ക് ചില പോരായ്മകളുണ്ട്. അവ താഴെ ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

1. കടപ്പത്രങ്ങൾക്ക് എല്ലാ വർഷവും നിശ്ചിത തുക പലിശയിനത്തിൽ കൊടുക്കേണ്ടതിനാൽ കമ്പനികൾക്ക് ഇതൊരു ഭാരമായി മാറുന്നു. കമ്പനിയുടെ ലാഭത്തിൽ കുറവുണ്ടാകുന്ന വർഷങ്ങളിൽ കമ്പനിയ്ക്ക് വലിയ നഷ്ടസാധ്യതയുണ്ടാകുന്നു.
2. നിശ്ചിത കാലാവധിയ്ക്ക് ശേഷം മടക്കിനൽകേണ്ട കടപ്പത്രങ്ങൾ തിരിച്ച് നൽകേണ്ടതിലേയ്ക്ക്, കമ്പനിയ്ക്ക് ലാഭമാണെങ്കിലും നഷ്ടമാണെങ്കിലും കരുതൽ ശേഖരം നീക്കിവെയ്ക്കേണ്ടതായി വരുന്നു.
3. ഓരോ കമ്പനിക്കും അവരുടേതായ ഋണശേഷി ഉണ്ടായിരിക്കും. എന്നാൽ, കടപ്പത്രങ്ങൾ ഇറക്കുന്ന കമ്പനികൾക്ക് പിന്നീട് കടം വാങ്ങുന്നതിനുള്ള ഋണശേഷി കുറയുന്നു.

8.4.9 വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ [Commercial Banks]

വൈവിധ്യമാർന്ന ആവശ്യങ്ങൾക്ക് വ്യത്യസ്തമായ കാലയളവിലേക്ക് ആവശ്യമായ തുക ലഭ്യമാക്കുന്ന പ്രധാനപ്പെട്ട ധന സ്രോതസ്സാണ് വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ. ബാങ്കുകൾ വലുതും ചെറുതുമായ എല്ലാത്തരം ബിസിനസ്സുകൾക്കും വിവിധ തരത്തിലുള്ള വായ്പകൾ നൽകാറുണ്ട്.

ക്യാഷ് ക്രെഡിറ്റ്, ഓവർഡ്രാഫ്റ്റ്, ബിൽ ഡിസ്കൗണ്ട് ചെയ്യൽ, ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് (Issue of Letter of Credit) എന്നിവയാണ് വായ്പ അനുവദിക്കുന്നതിന് ബാങ്കുകൾ സ്വീകരിക്കുന്ന പ്രധാന മാർഗ്ഗങ്ങൾ. സാമ്പത്തിക വിപണിയിൽ നിലവിലുള്ള പലിശ നിരക്ക്, വായ്പയെടുക്കുന്ന ബിസിനസിന്റെ സ്വഭാവം എന്നീ വിവിധ ഘടകങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് ബാങ്ക് വായ്പകളുടെ പലിശ നിശ്ചയിക്കുന്നത്. വായ്പാ തുക ഒരുമിച്ചോ തവണകളായോ അടച്ചു തീർക്കാവുന്നതാണ്.

ബാങ്ക് വായ്പകൾ സ്ഥിര മൂലധനത്തിനുള്ള സ്രോതസ്സ് ആയി പരിഗണിക്കുന്നില്ല. ബാങ്കുകൾ വായ്പാ കാലാവധി ദീർഘകാലത്തേക്ക് അനുവദിക്കാറുണ്ടെങ്കിലും സാധാരണയായി ഇത്തരം വായ്പകൾ ഹ്രസ്വ- മധ്യകാല ധന ആവശ്യങ്ങൾക്കാണ് ഉപയോഗിക്കാറുള്ളത്. വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്ന് ഇത്തരം വായ്പകൾ ലഭ്യമാകുന്നതിന് സാധാരണയായി കമ്പനിയുടെ ആസ്തികൾ ഈടായി നൽകുകയോ പണയപ്പെടുത്തുകയോ ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നുള്ള വായ്പകളിലൂടെ ധനം സമാഹരിക്കുന്നതുകൊണ്ടുള്ള ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. ബിസിനസിന് ആവശ്യമായ തുക യഥാസമയത്ത് ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് സഹായകമാകുന്ന ധന സ്രോതസ്സാണ് ബാങ്ക് വായ്പകൾ.
2. വായ്പ എടുക്കുന്ന ബിസിനസിനെക്കുറിച്ച് ബാങ്കിന് നൽകുന്ന വിവരങ്ങൾ രഹസ്യമായി സൂക്ഷിക്കപ്പെടുന്നതിനാൽ, അത്തരം ബിസിനസിന്റെ സ്വകാര്യത കാത്ത് സൂക്ഷിക്കാൻ കഴിയുന്നു.
3. ഓഹരികളിറക്കുമ്പോൾ ആവശ്യമായ ക്ഷണപത്രമിറക്കൽ, ഓഹരികൾ ഏറ്റെടുക്കൽ കരാറുണ്ടാക്കൽ, മുതലായ നടപടിക്രമങ്ങൾ ബാങ്ക് വായ്പകൾക്കാവശ്യമില്ലാത്തതിനാൽ വളരെ ലളിതമായ ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗമാണിത്.
4. ബിസിനസിന്റെ ധനകാര്യ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസൃതമായി വായ്പാ തുക വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്നതുകൊണ്ടും അധിക ധനമുണ്ടാകുന്ന സന്ദർഭങ്ങളിൽ കാലാവധി തീരും മുമ്പേ വായ്പാ ധനം തിരിച്ച് നൽകാൻ കഴിയുന്നതുകൊണ്ടും ബാങ്ക് വായ്പകൾ ഒരു അയവുള്ള ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗമാണ്.

ദോഷങ്ങൾ (Limitations)

ഒരു ധനസമാഹരണ സ്രോതസ്സ് എന്ന നിലയിൽ ബാങ്ക് വായ്പകളുടെ പോരായ്മകൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. ബാങ്ക് വായ്പകളിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന ധനം ചെറിയ കാലയളവിലേയ്ക്കുള്ളതായിരിക്കും. ഇത്തരം വായ്പകളുടെ കാലാവധി ദീർഘിപ്പിക്കുന്നതും വായ്പകൾ പുതുക്കുന്നതും അനിശ്ചിതവും പ്രയാസമേറിയതുമാണ്.
2. ബാങ്ക് വായ്പകൾ ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള നടപടിക്രമങ്ങൾ വളരെ ബുദ്ധിമുട്ടുള്ളതാണ്. ഇത്തരം വായ്പകൾ നൽകുമ്പോൾ കമ്പനിയുടെ ആഭ്യന്തര കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ചും സാമ്പത്തിക ഘടനയെക്കുറിച്ചും ബാങ്കുകൾ വിശദമായ അന്വേഷണം നടത്തുകയും വായ്പാ തുകയ്ക്ക് ആനുപാതികമായ വ്യക്തി ജാമ്യമോ പണയ ആസ്തികളോ ആവശ്യപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു.
3. ചില സാഹചര്യങ്ങളിൽ, ബാങ്ക് വായ്പ അനുവദിക്കുന്നതിന് ബാങ്കുകൾ സങ്കീർണ്ണമായ വ്യവസ്ഥകൾ നിർദ്ദേശിച്ചേക്കാം. ഉദാ

ബോക്സ്. സി

വിവിധതരം കടപ്പത്രങ്ങൾ (Types of Debentures)

1. **ഈടുള്ളതും ഈടില്ലാത്തതുമായ കടപ്പത്രങ്ങൾ (Secured and Unsecured) :** കമ്പനിയുടെ ആസ്തികൾ ഈടായി നൽകിക്കൊണ്ട് പുറപ്പെടുവിക്കുന്ന കടപ്പത്രങ്ങളെയാണ് ഈടുള്ള കടപ്പത്രങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നത്. എന്നാൽ ആസ്തികൾ ഈടായി നൽകാതെ പുറപ്പെടുവിക്കുന്ന കടപ്പത്രങ്ങളെ ഈടില്ലാത്ത കടപ്പത്രങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.
2. **രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത കടപ്പത്രങ്ങളും വാഹക കടപ്പത്രങ്ങളും (Registered and Bearer):** കമ്പനിയിൽ സൂക്ഷിച്ചിരിക്കുന്ന, കടപ്പത്ര ഉടമകളുടെ രജിസ്റ്ററിൽ ചേർക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ള കടപ്പത്രങ്ങളെ രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത കടപ്പത്രങ്ങൾ എന്ന് പറയുന്നു. ഇത്തരം കടപ്പത്രങ്ങൾ കൈമാറ്റം ചെയ്യുമ്പോൾ രജിസ്ട്രേഷൻ ആവശ്യമാണ്. ഇവ സ്വതന്ത്രമായി കൈമാറാൻ കഴിയില്ല. നേരേ മറിച്ച്, സ്വതന്ത്രകൈമാറ്റം സാധ്യമായ കടപ്പത്രങ്ങളാണ് വാഹക കടപ്പത്രങ്ങൾ. ഇത്തരം കടപ്പത്രങ്ങളുടെ വാഹകരായിരിക്കും ഇതിന്റെ ഉടമകൾ.
3. **രൂപാന്തരപ്പെടുത്താവുന്നതും രൂപാന്തരപ്പെടുത്താനാകാത്തതുമായ കടപ്പത്രങ്ങൾ (Convertible and Non-convertible)** : ഒരു നിശ്ചിത കാലാവധിക്ക് ശേഷം സാധാരണ ഓഹരികളായി മാറ്റാവുന്ന കടപ്പത്രങ്ങളെ രൂപന്തരപ്പെടുത്താവുന്ന കടപ്പത്രങ്ങളെന്ന് വിളിക്കുന്നു. എന്നാൽ രൂപാന്തരപ്പെടുത്താനാകാത്ത കടപ്പത്രങ്ങൾ സാധാരണ ഓഹരികളായി മാറ്റാൻ കഴിയില്ല.
4. **ഒന്നാം തരം കടപ്പത്രങ്ങളും രണ്ടാം തരം കടപ്പത്രങ്ങളും (First and Second)** : കാലാവധിയ്ക്ക് ശേഷം കടപ്പത്രങ്ങളുടെ പണം മടക്കി നൽകുമ്പോൾ ഏറ്റവും ആദ്യം പണം തിരികെ ലഭിക്കുന്ന കടപ്പത്രങ്ങളെ ഒന്നാം തരം കടപ്പത്രമെന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഒന്നാം തരത്തിൽ പെട്ട കടപ്പത്രങ്ങളുടെ തുക തിരിച്ച് നൽകിയതിന് ശേഷം മാത്രം തുക തിരികെ ലഭിക്കുന്ന കടപ്പത്രങ്ങളെ രണ്ടാം തരം കടപ്പത്രങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

ഹരണത്തിന്, ബാങ്ക് വായ്പ അനുവദിക്കുന്നതിന് പണയപ്പെടുത്തിയ ആസ്തികൾ വിൽക്കാൻ പാടില്ല എന്ന വ്യവസ്ഥ ബിസിനസിന്റെ സധാരണ പ്രവർത്തനങ്ങളെ ബാധിക്കാനിടയുണ്ട്.

8.4.10 ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ [Financial Institutions]

ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് സാമ്പത്തിക സഹായം ലഭ്യമാക്കുന്നതിനുവേണ്ടി കേന്ദ്രസർക്കാരും സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ ബിസിനസിന് മൂലധനവും ദീർഘ-ഹ്രസ്വ കാല വായ്പയും നൽകുന്നതോടൊപ്പം വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ പോലെയുള്ള പരമ്പരാഗത സാമ്പത്തിക ഏജൻസികളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് പിന്തുണ നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. രാജ്യത്തിന്റെ വ്യവസായ വികസനത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതുകൊണ്ട് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളെ 'വികസന ബാങ്കുകൾ' (Development Banks) എന്നും വിളിക്കുന്നു. സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നതിന് പുറമേവിപണിയിൽ സർവ്വേകൾ നടത്തുകയും ബിസിനസ്സ് സംരംഭകർക്ക് സാങ്കേതിക സഹായവും ഭരണപരമായ സേവനങ്ങളും നൽകുന്നു. ഒരു ബിസിനസ്സ് സംരംഭത്തിന്റെ ആധുനികവൽക്കരണം, പുനഃസംഘടന, വിപുലീകരണം എന്നീ ആവശ്യങ്ങൾക്ക് വലിയ തുക ദീർഘകാലത്തേക്ക് വേണ്ടി വരുമ്പോൾ പരിഗണിക്കാവുന്ന അനുയോജ്യമായ ധന സ്രോതസ്സാണ് ഇത്തരം ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ.

ഗുണങ്ങൾ (Merits)

ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിലൂടെ ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന്റെ ഗുണങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു.

1. വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾക്ക് നൽകാൻ കഴിയാത്ത ദീർഘകാല വായ്പകൾ ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ നൽകുന്നു.
2. ധനം ലഭ്യമാക്കുന്നതിനോടൊപ്പം ഇത്തരം ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ ബിസിനസിന്റെ സാമ്പത്തിക, സാങ്കേതിക, ഭരണ കാര്യങ്ങൾക്കാവശ്യമായ ഉപദേശ സേവനങ്ങളും നൽകുന്നു.
3. ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും വായ്പ ലഭിക്കുന്ന ബിസിനസ്സുകൾക്ക് മൂലധന വിപണിയിൽ ഉയർന്ന സൽപ്പേരുണ്ടാക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. അതിന്റെ ഫലമായി ഇത്തരം ബിസിനസ്സുകൾക്ക് മറ്റ് ധന സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്ന് എളുപ്പത്തിൽ മൂലധനം സമാഹരിക്കാൻ സാധിക്കുന്നു.
4. ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള വായ്പകൾ തവണകളായി തിരിച്ച് നൽകാം എന്നതിനാൽ കമ്പനികൾക്ക് തിരിച്ചടവ് ഒരു ഭാരമായി മാറുന്നില്ല.
5. മറ്റ് സാമ്പത്തിക സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്ന് വിഭിന്നമായി സാമ്പത്തിക മാന്ദ്യ കാലഘട്ടങ്ങളിലും ഇത്തരം ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് ധനം ലഭ്യമാകുന്നു.

ദോഷങ്ങൾ (Limitations)

ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന്റെ പോരായ്മകൾ താഴെ തന്നിരിക്കുന്നു.

1. ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ വായ്പകൾ അനുവദിക്കുന്നതിന് വളരെ കർക്കശമായ മാനദണ്ഡങ്ങൾ ഉണ്ട്. ഒരുപാട് നടപടിക്രമങ്ങൾ ഉള്ളതിനാൽ വായ്പയെടുക്കൽ പ്രക്രിയ സുദീർഘവും ചിലവേറിയതുമായിത്തീരുന്നു.
2. വായ്പ എടുക്കുന്ന കമ്പനികളുടെ ലാഭവിഹിത തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതുപോലുള്ള അധികാരങ്ങളുടെ മേൽ ചില നിബന്ധനകൾ ഇത്തരം ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തിയേക്കാം.
3. ഇത്തരം ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ പ്രതിനിധികളെ വായ്പ എടുക്കുന്ന കമ്പനിയുടെ ഭരണസമിതിയിൽ നിയോഗിക്കുന്നതിനാൽ കമ്പനിയുടെ അധികാരങ്ങളിൽ നിയന്ത്രണങ്ങളുണ്ടായേക്കാം.

8.5 അന്തർദേശീയ ധനമാർഗ്ഗങ്ങൾ [International Financing]

മുകളിൽ പ്രതിപാദിച്ച ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾക്ക് പുറമേ ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങൾക്ക് അന്തർദേശീയതലത്തിലും ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന് വിവിധ വഴികളുണ്ട്. സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയും ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളും ആഗോള തലത്തിലേക്ക് വഴി തുറന്നതിനാൽ ഇന്ത്യൻ കമ്പനികൾക്ക് ആഗോള മൂലധന വിപണിയിലേക്ക് പ്രവേശനം ലഭിച്ചു. വിവിധ അന്തർദേശീയ ധന സ്രോതസ്സുകൾ താഴെ തന്നിരിക്കുന്നു.

1. വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ (Commercial Banks): ലോകമെമ്പാടുമുള്ള വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ ബിസിനസ്സ് ആവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള വിദേശനാണ്യ വായ്പകൾ നൽകാറുണ്ട്. അന്തർദേശീയ കച്ചവടേതര പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് സാമ്പത്തിക സഹായം ലഭ്യമാക്കുന്ന പ്രധാന സ്രോതസ്സുകളാണ് വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ. വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ നൽകുന്ന വായ്പകളും സേവനങ്ങളും രാജ്യങ്ങൾ തോറും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. 'സ്റ്റാൻഡേർഡ് ചാർട്ടേർഡ്' എന്ന ധനകാര്യ സ്ഥാപനം ഇൻഡ്യയിലെ വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വിദേശ നാണ്യവായ്പകൾ നൽകുന്ന ഒരു പ്രമുഖ വാണിജ്യബാങ്കാണ്.

ബോക്സ്. ഡി
പ്രത്യേക സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനങ്ങൾ
[Special Financial Institutions]

1. **ഭാരതീയ വ്യവസായ ധനകാര്യ കോർപ്പറേഷൻ** (Industrial Finance Corporation of India (IFCI)): 1948 ലെ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ ഫിനാൻസ് കോർപ്പറേഷൻ ആക്ട് അനുസരിച്ച് നിലവിൽ വന്ന സ്ഥാപനമാണിത്. വിവിധ മേഖലകളുടെ സന്തുലിതമായ വികസനത്തിനും സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയുടെ മുഖ്യധാരാ മേഖലകളിൽ സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നതിന് സംരംഭകരെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതിനുമാണ് ഈ സ്ഥാപനം നിലവിൽ വന്നത്. രാജ്യത്തെ മാനേജ്മെന്റ് വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ വികസനത്തിന് ഐ.എഫ്.സി.ഐ ഒരുപാട് സംഭാവനകൾ നൽകിയിട്ടുണ്ട്.

2. **സംസ്ഥാന ധനകാര്യ കോർപ്പറേഷൻ** (State Financial Corporations (SFC)): ഐ.എഫ്.സി.ഐയുടെ പ്രവർത്തനമേഖലകളിൽ പെടാത്ത മധ്യകാല-ഹ്രസ്വകാല ധനാവശ്യങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിലേക്കായി ബന്ധപ്പെട്ട മേഖലകളിൽ സംസ്ഥാന ധനകാര്യ കോർപ്പറേഷനുകൾ ആരംഭിക്കുന്നതിന് 1951 ലെ സ്റ്റേറ്റ് ഫിനാൻഷ്യൽ കോർപ്പറേഷൻ ആക്റ്റ് സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളെ അധികാരപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. എസ്.എഫ്.സി.യുടെ പ്രവർത്തന വ്യാപ്തി ഐ.എഫ്.സി.ഐയുടേതിനേക്കാൾ കുടുതലാണ്. എന്തുകൊണ്ടെന്നാൽ, ഇത് പൊതുകമ്പനികൾക്ക് പുറമേ സ്വകാര്യ കമ്പനികൾക്കും പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ഏകാംഗ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും സാമ്പത്തിക സഹായം നൽകാറുണ്ട്.

3. **ഇന്റസ്ട്രിയൽ ക്രെഡിറ്റ് ആൻഡ് ഇൻവെസ്റ്റ്മെന്റ് കോർപ്പറേഷൻ ഓഫ് ഇൻഡ്യ** (Industrial Credit and Investment Corporation of India (ICICI)): ഇന്ത്യൻ കമ്പനി നിയമമനുസരിച്ച് 1955 ൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് നിലവിൽ വന്ന പൊതുകമ്പനിയാണ് ഐ.സി.ഐ.സി.ഐ. ഈ സ്ഥാപനം വ്യവസായ സംരംഭങ്ങൾക്ക് (പ്രധാനമായി സ്വകാര്യ മേഖലയ്ക്ക്) അവയുടെ രൂപീകരണത്തിനും വിപുലീകരണത്തിനും ആധുനികവൽക്കരണത്തിനും ആവശ്യമായ ധന സഹായം നൽകുന്നു. ഈ കോർപ്പറേഷൻ രാജ്യത്തെ വിദേശ മൂലധന പങ്കാളിത്തം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

4. **ഭാരതീയ വ്യവസായ വികസന ബാങ്ക്** (Industrial Development Bank of India (IDBI)): വാണിജ്യ ബാങ്കുകളുടേയും മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളുടേയും പ്രവർത്തനങ്ങളെ ഏകോപിപ്പിക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ 1964 ലെ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ ഡവലപ്പ്മെന്റ് ബാങ്ക് ഓഫ് ഇൻഡ്യ ആക്ട് അനുസരിച്ച് 1964ൽ നിലവിൽ വന്ന സ്ഥാപനമാണ് ഇത്. മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സാമ്പത്തിക സഹായം നൽകുക, വ്യവസായ സംരംഭങ്ങൾക്ക് നേരിട്ട് ധനസഹായം നൽകുക, സാമ്പത്തിക-സാങ്കേതിക സേവനങ്ങളെ ഏകോപിപ്പിക്കുകയും പ്രചരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നിങ്ങനെയുള്ള മൂന്ന് പ്രാധാന ധർമ്മങ്ങളാണ് ഈ ബാങ്കുകൾ ചെയ്യുന്നത്.

5. **സംസ്ഥാന വ്യവസായ വികസന കോർപ്പറേഷൻ** (State Industrial Development Corporation (SIDCO)): പല സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളും അവരുടെ സംസ്ഥാനത്തിലെ വ്യവസായ വികസനം പരിപോഷിപ്പിക്കുന്നതിനായി സംസ്ഥാന വ്യവസായ വികസന കോർപ്പറേഷനുകൾ രൂപീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇവയുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ ഓരോ സംസ്ഥാനങ്ങളിലും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും.

6. **യൂണിറ്റ് ട്രസ്റ്റ് ഓഫ് ഇൻഡ്യ** (Unit Trust of India (UTI)): 1963 ലെ യൂണിറ്റ് ട്രസ്റ്റ് ഓഫ് ഇൻഡ്യ ആക്ട് അനുസരിച്ച് 1964ൽ ഭാരത സർക്കാർ സ്ഥാപിച്ചതാണിത്. സമൂഹത്തിലെ സഞ്ചിത ധനം

(Savings) സമാഹരിച്ച് അവ ഉൽപാദനപരമായ മേഖലകളിൽ നിക്ഷേപിക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ അടിസ്ഥാന ലക്ഷ്യം. ഇതിനായി, ഈ സ്ഥാപനം വ്യവസായ സംരംഭങ്ങൾക്ക് നേരിട്ട് സഹായങ്ങൾ അനുവദിക്കുകയും അവയുടെ ഓഹരികളിലും കടപ്പത്രങ്ങളിലും ധനം നിക്ഷേപിക്കുകയും മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി യോജിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

7. **ഭാരതീയ വ്യവസായ നിക്ഷേപ ബാങ്ക്(ക്ലിപ്തം)** (Industrial Invesment Bank of India Ltd): ആദ്യകാലങ്ങളിൽ, പീഢിത വ്യവസായങ്ങളുടെ പുനഃരുദ്ധാരണത്തിനായാണ് ഈ ബാങ്കുകൾ ആരംഭിച്ചത്. മുൻകാലങ്ങളിൽ ഇതിനെ ഭാരതീയ വ്യവസായ പുനഃസംഘടന കോർപ്പറേഷൻ എന്നാണ് വിളിച്ചിരുന്നത്. 1985ൽ ഈ സ്ഥാപനം പുനഃസംഘടിപ്പിക്കുകയും ഇൻഡസ്ട്രിയൽ റീകൺസ്ട്രക്ഷൻ ബാങ്ക് ഓഫ് ഇൻഡ്യ എന്ന് പുനർനാമകരണം ചെയ്യുകയും ചെയ്തു. വീണ്ടും 1997ൽ ഇതിന്റെ പേര് ഭാരതീയ വ്യവസായ നിക്ഷേപ ബാങ്ക് എന്നാക്കി മാറ്റി. പീഢിത വ്യവസായങ്ങളുടെ ഓഹരി മൂലധനം പുനഃസംഘടിപ്പിക്കുന്നതിനും ഇത്തരം ബിസിനസ്സുകളുടെ ഭരണസംവിധാനം മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനും ഉദാരമായ വ്യവസ്ഥകളോടെ ധനം ലഭ്യമാക്കുന്നതിനും ഇത്തരം ബാങ്കുകൾ സഹായകമാകുന്നു.

8. **ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് കോർപ്പറേഷൻ ഓഫ് ഇൻഡ്യ** (Life Insurance Corporation of India (LIC)): നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന 245 ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനികൾ ദേശസാൽക്കരിച്ചതിനു ശേഷം 1956ലെ എൽ.ഐ.സി. ആക്ട് അനുസരിച്ച് ആ വർഷം നിലവിൽ വന്ന സ്ഥാപനമാണിത്. ഈ സ്ഥാപനം, ഇൻഷുറൻസ് പ്രീമിയത്തിന്റെ രൂപത്തിൽ സമൂഹത്തിലെ സഞ്ചിത ധനം സമാഹരിക്കുകയും അവ സ്വകാര്യ-പൊതുമേഖല വ്യവസായ സംരംഭങ്ങൾക്ക്, നേരിട്ടുള്ള വായ്പകളിലൂടെയോ, ഓഹരികളും കടപ്പത്രങ്ങളും വാങ്ങുന്നതിലൂടെയോ, ഓഹരി വിൽപ്പനയുടെ ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുന്നതിലൂടെയോ ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

2. അന്തർദേശീയ ഏജൻസികളും വികസന ബാങ്കുകളും (International Agencies and Development Banks): അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരങ്ങൾക്കും കച്ചവടങ്ങൾക്കും ധന സഹായം നൽകുന്നതിന് ധാരാളം അന്തർദേശീയ ഏജൻസികളും വികസന ബാങ്കുകളും പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ഇത്തരം ഏജൻസികൾ, ലോകത്തിലെ ധനപരമായി പിന്നോക്കം നിൽക്കുന്ന പ്രദേശങ്ങളുടെ വികസനത്തിനായി, ദീർഘ-ഹ്രസ്വകാല വായ്പകളും സഹായങ്ങളും ലഭ്യമാക്കുന്നു. വിവിധതരം പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ധന സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നതിനായി വികസിത രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ സർക്കാരുകൾ പ്രാദേശിക, ദേശീയ, അന്താരാഷ്ട്ര തലത്തിൽ രൂപീകരിച്ചിട്ടുള്ളതാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ. അന്തർദേശീയ ഫിനാൻസ് കോർപ്പറേഷൻ, എക്സിം ബാങ്ക്, ഏഷ്യൻ ഡെവലപ്പ്മന്റ് ബാങ്ക് എന്നിവ ഇത്തരത്തിലുള്ള ശ്രദ്ധേയമായ ചില ഏജൻസികളാണ്.

3. അന്തർ ദേശീയ മൂലധന വിപണി (International Capital Markets) : ആധുനിക ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങൾക്കും ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികൾക്കും വലിയ തോതിൽ ഇന്ത്യൻ, വിദേശ നാണ്യ വായ്പകൾ ആവശ്യമാണ്. ഇത്തരം വായ്പകൾ നൽകുന്നതിനുപയോഗിക്കുന്ന പ്രധാനപ്പെട്ട സാമ്പത്തിക ഉപാധികൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

(a) ആഗോള നിക്ഷേപക പത്രം (Global Depository Receipts (GDR's): ഇതു പ്രകാരം ഒരു കമ്പനി അതിന്റെ പ്രാദേശിക ഓഹരികൾ ഒരു നിക്ഷേപക ബാങ്കിന് കൈമാറുന്നു. ബാങ്ക്, ഇത്തരം ഓഹരികൾക്ക് പകരമായി തത്തുല്യ വിലയ്ക്കുള്ള നിക്ഷേപ പത്രങ്ങൾ കമ്പനിക്ക് നൽകുന്നു. ഇത്തരം നിക്ഷേപക പത്രങ്ങളുടെ

വില അമേരിക്കൻ ഐക്യനാടുകളുടെ നാണയമായ ഡോളർ ആയിട്ടാണ് രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. ഇതിനെ ആഗോള നിക്ഷേപക പത്രങ്ങൾ (Global Depository Recipts (GDR)) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ജി.ഡി.ആർ കൈമാറ്റപത്രമായതിനാൽ മറ്റേതൊരു സാമ്പത്തിക പ്രമാണവും പോലെ എളുപ്പത്തിൽ സ്വതന്ത്രമായി കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്നതാണ്. ഇന്ത്യൻ കമ്പനികൾ ഇത്തരം നിക്ഷേപക പത്രങ്ങൾ വിദേശ മൂലധന വിപണികളിൽ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനും വിദേശ ഓഹരി വിപണന കേന്ദ്രങ്ങളിലൂടെ കച്ചവടം ചെയ്യുന്നതിനും ഉപയോഗിക്കുന്നു. അതു വഴി വിദേശ നാണയം ശേഖരിക്കുവാൻ കഴിയുന്നു. ജി. ഡി. ആർ. എപ്പോൾ വേണമെങ്കിലും പൂർവ്വ അവസ്ഥയിലുള്ള ഓഹരികളായി രൂപാന്തരപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. ജി.ഡി. ആർ. ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് കമ്പനിയിൽ വോട്ടവകാശമുണ്ടായിരിക്കില്ല. എന്നാൽ അവർക്ക് ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുന്നതിനും നിക്ഷേപങ്ങളുടെ വിപണിമൂല്യം വർദ്ധിക്കുന്നതിലൂടെയുള്ള നേട്ടങ്ങൾക്കും അർഹതയുണ്ടായിരിക്കും. ഇൻഫോസിസ്, റിലയൻസ്, വിപ്രൊ, ഐ.സി.ഐ.സി.ഐ എന്നിവ ജി.ഡി.ആർ ഉപയോഗിച്ച് ധനസമാഹരണം നടത്തിയിട്ടുള്ള ഇന്ത്യൻ കമ്പനികളാണ്.

(b) അമേരിക്കൻ നിക്ഷേപക പത്രങ്ങൾ (American Depository Receipts (ADR's): അമേരിക്കൻ ഐക്യനാടുകളിലെ കമ്പനികൾ പുറത്തിറക്കുന്ന നിക്ഷേപക പത്രങ്ങളെ അമേരിക്കൻ നിക്ഷേപക പത്രങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു. എ.ഡി.ആർ. അമേരിക്കയിലെ മൂലധന വിപണികളിൽ സാധാരണ ഗതിയിലുള്ള ഓഹരികളെ പോലെ തന്നെ വിൽക്കുകയും വാങ്ങുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇവ ജി.ഡി.ആർ പോലെ തന്നെയാണെങ്കിലും അമേരിക്കയിലെ ഓഹരി വിൽപ്പന വിപണിയിലൂടെ അവിടുത്തെ പൗരൻമാർക്ക് മാത്രമേ നൽകുകയുള്ളൂ.

(c) ഇന്ത്യൻ നിക്ഷേപക പത്രം (India Depository Receipt (IDR's)): ഇന്ത്യൻ രൂപയിൽ പ്രസ്താവിച്ചിട്ടുള്ള സാമ്പത്തിക നിക്ഷേപക പ്രമാണമാണ് ഇന്ത്യൻ നിക്ഷേപക പത്രങ്ങൾ. ഇന്ത്യൻ ഓഹരി വിപണിയിൽ നിന്ന് വിദേശ കമ്പനികൾക്ക് ഫണ്ട് സ്വരൂപിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി ഇന്ത്യൻ ഡെപ്പോസിറ്ററി രൂപം നൽകിയതാണ് ഇന്ത്യൻ നിക്ഷേപക പത്രം. ആഗോള നിക്ഷേപക പത്രത്തിന് സമാനമായ ഇന്ത്യൻ പതിപ്പെന്നു ഇതിനെ വിശേഷിപ്പിക്കാം.

ഐ.ഡി.ആർ. ഇറക്കുന്ന വിദേശ കമ്പനികൾ ഓഹരി ഇന്ത്യൻ ഡെപ്പോസിറ്ററി (സെക്യൂരിറ്റീസ് ആന്റ് എക്ചേഞ്ച് ബോർഡ് ഓഫ് ഇന്ത്യയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിട്ടുള്ള സെക്യൂരിറ്റീസ് കൈവശം വയ്ക്കുന്നയാൾ) യിൽ നിക്ഷേപിക്കുന്നു. ഇത്തരം ഓഹരികളിൽ മേലുള്ള എല്ലാ ആനുകൂല്യങ്ങളും (ബോണസ്, ലാഭവിഹിതം തുടങ്ങിയവ) ഐ.ഡി.ആറിന്റെ ഇന്ത്യൻ കൈവശക്കാരനാണ് ലഭിക്കുന്നത്.

SEBI യുടെ മാർഗ നിർദ്ദേശപ്രകാരം ആഭ്യന്തര ഓഹരികൾ ഇറക്കുന്ന സമാനമായ രീതിയിൽ ഐ.ഡി.ആർ. ഉം ഇറക്കാവുന്നതാണ്. ഐ.ഡി. ആർ. പുറത്തിറക്കുന്ന കമ്പനി ഇന്ത്യയിൽ അതിനായുള്ള പബ്ലിക്ക് ഓഫർ നടത്തുന്നു. ഇന്ത്യൻ ഓഹരികൾ ലേലം (bid) കൊള്ളുന്നതിന്റെ സമാനമായ രൂപത്തിലും രീതിയിലുമാണ് ഐ.ഡി.ആർ ഇറക്കുന്നത്. 2010 ജൂൺ മാസത്തിൽ 'സ്റ്റാന്റേർഡ് ചാർട്ടേഡ് പി.എൽ.സി' എന്ന കമ്പനിയാണ് ഇന്ത്യൻ ഓഹരി വിപണിയിൽ ആദ്യമായി ഐ.ഡി.ആർ. ഇറക്കിയത്.

(d) വിദേശ നാണ്യ പരിവർത്തന ബോണ്ടുകൾ (Foreign Currency Convertible Bonds (FCCB's)): സാധാരണ ഓഹരികളുമായി ബന്ധിപ്പിച്ചിട്ടുള്ള കടപ്രമാണങ്ങളെയാണ് വിദേശ നാണ്യ പരിവർത്തന ബോണ്ടുകൾ എന്ന് പറ

ബോക്സ് ഇ

ഇന്റർ കോർപറേറ്റ് ഡെപ്പോസിറ്റ് (ഐ.സി.ഡി)

ഒരു കമ്പനി മറ്റൊരു കമ്പനിയിൽ നടത്തുന്ന സുരക്ഷിതമല്ലാത്ത ഹ്രസ്വകാല നിക്ഷേപത്തെയാണ് ഇന്റർ കോർപ്പറേറ്റ് ഡെപ്പോസിറ്റ് എന്ന് പറയുന്നത്. വൻകിട കോർപ്പറേറ്റുകൾ ഹ്രസ്വ കാലത്തേക്കുള്ള പണത്തിന്റെ ക്രമീകരണത്തിനു ഐ.സി.ഡി വിപണി ഉപയോഗിക്കുന്നു. റിസർവ് ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ മാർഗനിർദ്ദേശ പ്രകാരം ചുരുങ്ങിയത് ഏഴ് ദിവസമാണ് ഇതിന്റെ കാലാവധി ഒരു വർഷം വരെ ദീർഘിപ്പിക്കാവുന്നതാണ്. ഇന്റർ കോർപറേറ്റ് ഡെപ്പോസിറ്റിന്റെ മൂന്ന് തരങ്ങളാണ്.

(1) മൂന്ന് മാസക്കാല നിക്ഷേപങ്ങൾ

(2) ആറ് മാസക്കാല നിക്ഷേപങ്ങൾ

(3) ആവശ്യപ്പെടുമ്പോൾ പണം ലഭിക്കുന്ന നിക്ഷേപങ്ങൾ

ഐ.സി.ഡിയുടെ പലിശനിരക്ക് സ്ഥിരമായതോ മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതോ ആവാം. ഇവയുടെ പലിശ നിരക്ക് ബാങ്ക് പലിശനിരക്കിനേക്കാൾ ഉയർന്നതായിരിക്കും. കമ്പനികൾക്കുണ്ടാകുന്ന ഹ്രസ്വ കാല സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധി പരിഹരിക്കുന്നതിനുവേണ്ടിയാണ് ഇത്തരം നിക്ഷേപങ്ങൾ സാധാരണയായി സ്വീകരിക്കുന്നത്.

ബോക്സ് എഫ്

ജി.ഡി.ആർ ഇടപാടുകൾക്കായി കമ്പനികൾ കുതിക്കുന്നു

(Companies rush to float GDR issues)

ആഗോള നിക്ഷേപ പത്രത്തിലൂടെ രാജ്യാന്തര ധനസമ്പാദനത്തിനായി സാധാരണയായി ചെറുകിട ഇടത്തരം കമ്പനികൾ അവരുടെ പ്രാരംഭ പൊതുവാഗ്ദാന വിപണയിൽ നിന്നും മാറിക്കൊണ്ട് സജീവമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തിവരികയാണ്. അന്താരാഷ്ട്ര വിപണിയിൽ നിന്ന് അഞ്ച് കമ്പനികൾ ചേർന്ന് ഈ വർഷം 464 മില്യൺ ഡോളർ (ഏകദേശം 2,040 കോടി രൂപ) ഫണ്ട് ജി.ഡി.ആർ ഉപയോഗിച്ച് സ്വരൂപിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇത് 2004 ൽ 9 കമ്പനികൾ ചേരന്ന് സ്വരൂപിച്ച തുകയായ 228.6 മില്യൻ ഡോളറിന്റെ ഇരട്ടി വരും. 2003 ൽ നാല് കമ്പനികൾ ചേർന്ന് സ്വരൂപിച്ചത് 63.09 മില്യൻ ഡോളറായിരുന്നു. ഏകദേശം 20 ഓളം കമ്പനികൾ ചേർന്ന് ജി.ഡി.ആർ ഉപയോഗിച്ച് വരും മാസങ്ങളിലായി 1 ബില്യൺ ഡോളറിൽ ധനം സമാഹരിക്കാൻ ഒരുങ്ങുന്നുണ്ട്. മറ്റൊരു രീതിയിൽ പറഞ്ഞാൽ പ്രകടമായ നിബന്ധനകളും അയഞ്ഞ രീതിയിലുള്ള നിയമങ്ങളും കാരണം പല കമ്പനികളും എഫ്.സി.സി.ബി (ഫോറിൻ കറൻസി കൺവേർട്ടബിൾ ബോണ്ട്) ഇടപാടിൽ നിന്നും പിന്നോട്ടു വന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. എന്നാൽ ആരതി ഡ്രഗ്സ് ലിമിറ്റഡ് 12 മില്യൺ ഡോളർ എഫ്.സി.സി.ബി ഇഷ്യുവിലൂടെ നേടിയെടുക്കാൻ തീരുമാനിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഇപ്പോൾ ചെറിയ തുകയ്ക്ക് വേണ്ടിയാണെങ്കിൽ പോലും ചെറുകിട ഇടത്തരം കമ്പനികൾ ജി.ഡി.ആർ മാർഗത്തിലൂടെ ധനം ശേഖരിച്ച് വരുന്നു. ഉദാ– ഓപ്ടോ സർക്യൂട്ട്സ് എന്ന കമ്പനി 20 മില്യൺ ഡോളർ അവരുടെ 5 മില്യൺ ഡോളർ വിലമതിക്കുന്നു ഗ്രീൻ ഷൂ ഓപ്ഷനിലൂടെ സ്വരൂപിക്കാൻ തീരുമാനിച്ചിട്ടുണ്ട്. സോഫ്റ്റോക്സ് അവരുടെ ഓഹരി വില 370 ശതമാനം കണ്ട് വർദ്ധിച്ച് 2004 മേയ് 17 ആകുമ്പോഴേക്കും 160 രൂപയിലേക്ക് ഉയർന്നിട്ടുണ്ട്. വീഡിയോകോൺ ഇൻസ്ട്രീസ്, ലൈക്ക് ലാബ്, ഇന്ത്യൻ ഓവർസീസ് ബാങ്ക്, ജൂബിലന്റ് ഓർഗാനൈസിസ് മഹാരാഷ്ട്രാ സീലെസ്സ്, മോഷിപ്പ് സെമി കണ്ടക്ടർ ക്രൂ ബോസ് തുടങ്ങിയ കമ്പനികളും ജി.ഡി.ആർ. ഇറക്കാൻ ആലോചിക്കുന്നു. അടുത്തിടെയായി യു.ടി.ഐ ബാങ്കും (240 മില്യൺ ഡോളർ) സെഞ്ചൂറിയൻ ബാങ്ക് (70 മില്യൺ ഡോളർ) ജി.ഡി.ആർ വിപണിയിലൂടെ സ്വരൂപിച്ചിട്ടുണ്ട്. നിലവിൽ കമ്പനികൾ വിദേശത്ത് ഉയർന്ന പലിശ നിരക്ക് നൽകേണ്ടി വരുന്നു എന്ന ധാരണയിൽ എഫ്.സി.സി.യിൽ നിന്നുമാണ് ജി.ഡി.ആർ തെരഞ്ഞെടുക്കാൻ തീരുമാനിച്ചിട്ടുള്ളത്.

യുന്നത്. ഒരു നിശ്ചിത കാലാവധിക്ക് ശേഷം ഇത്തരം ബോണ്ടുകളെ സാധാരണ ഓഹരികളായോ നിക്ഷേപക പത്രങ്ങളായോ മാറ്റാവുന്നതാണ്. ഇവയുടെ വില കണക്കാക്കുന്നത് വിദേശ നാണയത്തിലാണ്. ഇതിന് ഒരു നിശ്ചിത നിരക്കിലുള്ള പലിശ ഉണ്ടായിരിക്കുമെങ്കിലും പരിവർത്തനം ചെയ്യാൻ കഴിയാത്ത മറ്റ് കട പ്രമാണങ്ങളേക്കാൾ കുറഞ്ഞ നിരക്കായിരിക്കും. ഈ ബോണ്ടുകൾ വിദേശ ഓഹരി വിപണികളിൽ (stock exchanges) അംഗീകൃത പട്ടികയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുകയും വിൽക്കുകയും വാങ്ങുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇവ ഇന്ത്യയിലെ പരിവർത്തനം ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന കടപ്പത്രങ്ങൾക്ക് സമാനമാണ്.

8.6 ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ തെരഞ്ഞെടുക്കലിനെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ [Factors Affecting the Choice of the Source of Funds]

ബിസിനസിന്റെ സാമ്പത്തിക ആവശ്യങ്ങൾ ദീർഘകാലം, ഹ്രസ്വകാലം, സ്ഥിരമായവ, വ്യതിയാനമുള്ളവ എന്നിങ്ങനെ പലതരത്തിലുണ്ട്. അതുകൊണ്ട്, ധനസമാഹരണത്തിനായി ബിസിനസ്സ് വിവിധ സ്രോതസ്സുകളെ ആശ്രയിക്കുന്നു. ഹ്രസ്വകാല വായ്പകൾ എടുക്കുന്നതിലൂടെ അനാവശ്യ മൂലധന സൂക്ഷിപ്പ് ഒഴിവാക്കി മൂലധന ചെലവ് കുറയ്ക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. എന്നിരുന്നാൽത്തന്നെയും ദീർഘകാല ധനം പല കാരണങ്ങൾ കൊണ്ടും അത്യാവശ്യവുമാണ്. അതുപോലെ തന്നെ കോർപ്പറേറ്റ് മേഖലയിലേക്ക് ധനം സ്വരൂപിക്കുന്നതിൽ സാധാരണ ഓഹരികൾക്ക് വലിയ പങ്കാണുള്ളത്. ഒരു മൂലധന സ്രോതസ്സും പോരായ്മകളിൽ നിന്ന് മുക്തമല്ല എന്നതിനാൽ ഏതെങ്കിലും ഒരു സ്രോതസ്സിനെ മാത്രം ആശ്രയിക്കുന്നതിന് പകരം വിവിധ സ്രോതസ്സുകളെ മിശ്രണം ചെയ്ത് ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നതായിരിക്കും അഭികാമ്യം. ഇത്തരത്തിൽ സ്രോതസ്സുകളുടെ സമ്മിശ്രണം തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ വിവിധ ഘടകങ്ങൾ പരിഗണിക്കേണ്ടതുകൊണ്ട്, ബിസിനസ്സുകൾക്ക് ഇതൊരു സങ്കീർണ്ണമായ തീരുമാനമെടുക്കൽ പ്രക്രിയ ആയിത്തീരുന്നു. ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ സമ്മിശ്രണം തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ പരിഗണിക്കേണ്ട ഘടകങ്ങൾ താഴെ ചുരുക്കി വിവരിച്ചിരിക്കുന്നു.

1. ചെലവ് (Cost): മൂലധനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ധനസമാഹരണ ചെലവ്, ധന ഉപയോഗ ചെലവ് എന്നീ രണ്ട് തരം ചെലവുകളുണ്ട്. ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ മൂലധന സ്രോതസ്സുകൾ തീരുമാനിക്കുമ്പോൾ ഈ രണ്ട് തരം ചെലവുകളും പരിഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

2. സാമ്പത്തിക ദൃഢതയും പ്രവർത്തന സ്ഥിരതയും (Financial strength and stability of operation): ധന സ്രോതസ്സുകൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിൽ ആ ബിസിനസിന്റെ സാമ്പത്തിക ഭദ്രത ഒരു സുപ്രധാന ഘടകമാണ്. വിവിധ ധന സ്രോതസ്സുകൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ, കടം വാങ്ങുന്ന തുകയും അതിന്റെ പലിശയും യഥാസമയത്ത് തിരിച്ചു നൽകാനുള്ള സാമ്പത്തിക ഭദ്രത ഉണ്ടോ എന്ന് പരിശോധിക്കേണ്ടതാണ്. ബിസിനസിന്റെ വാർഷിക ലാഭം അസ്ഥിരമാണെങ്കിൽ, സ്ഥിരമായ പലിശ ബാധ്യതയുള്ള ധന സ്രോതസ്സുകളായ മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ, കടപ്പത്രങ്ങൾ എന്നീ സ്രോതസ്സുകൾ കരുതലോടെ തിരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടതാണ്. അല്ലാത്ത പക്ഷം, ലാഭം കുറഞ്ഞ കാലഘട്ടങ്ങളിൽ ബിസിനസിന് അമിത സാമ്പത്തിക ഭാരം ഉണ്ടാകാനിടയുണ്ട്.

3. ബിസിനസിന്റെ തരവും നിയമപരമായ സ്ഥിതിയും (Form of organization and legal status):

ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ തരവും നിയമപരമായ സ്ഥിതിയും ഒരു ബിസിനസിന്റെ ധനസമാഹരണ സ്രോതസ്സുകൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനെ സ്വാധീനിക്കുന്ന പ്രധാന ഘടകമാണ്. ഉദാഹരണത്തിന്, സാധാരണ ഓഹരികൾ ഉപയോഗിച്ച് കമ്പനികൾ ധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതു പോലെ, പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഓഹരികളിലൂടെ ധനസമാഹരണം സാധ്യമല്ല.

4. ധനത്തിന്റെ ആവശ്യവും കാലയളവും (Purpose and time period):

ധനസമാഹരണ സ്രോതസ്സുകൾ ആസൂത്രണം ചെയ്യുമ്പോൾ ധന ഉപയോഗത്തിന്റെ കാലയളവ് കൂടി പരിഗണിക്കേണ്ടതാണ്. ഉദാഹരണമായി, ഹ്രസ്വകാല ധന ആവശ്യങ്ങൾക്കായി പലിശ നിരക്ക് കുറഞ്ഞ ധനസ്രോതസ്സുകളായ വ്യാപാര കടം, വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ മുതലായ മാർഗ്ഗങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതാണ്. എന്നാൽ ദീർഘകാല ആവശ്യങ്ങൾക്ക് ഓഹരികൾ, കടപ്പത്രങ്ങൾ എന്നിവയാണ് ഉചിതമായ ധന മാർഗ്ഗങ്ങൾ. അതുപോലെ തന്നെ ധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിന്റെ ആവശ്യകതയ്ക്കനുസരിച്ചാണ് ധന സ്രോതസ്സുകൾ തിരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടത്. ഉദാഹരണമായി, ദീർഘകാല അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള ബിസിനസ്സ് വിപുലീകരണത്തിനാവശ്യമായ ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന്, ചെറിയ കാലയളവിൽ തന്നെ തിരിച്ച് നൽകേണ്ട തരത്തിലുള്ള ബാങ്ക് ഓവർഡ്രാഫ്റ്റ് പോലുള്ള ധന മാർഗ്ഗങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്നത് അഭികാമ്യമല്ല.

5. നഷ്ടസാധ്യത (Risk profile):

ധനം സമാഹരിക്കുമ്പോൾ ഓരോ ധനസ്രോതസ്സുകളുടേയും നഷ്ടസാധ്യത കൂടി വിലയിരുത്തേണ്ടതാണ്. ഉദാഹരണത്തിന്, ബിസിനസിന് ലാഭമുണ്ടെങ്കിൽ മാത്രം ലാഭ വിഹിതം നൽകുന്നത് കൊണ്ടും ബിസിനസ്സ് പിരിച്ച് വിടുമ്പോൾ മാത്രം മൂലധനം തിരിച്ച് നൽകിയാൽ മതി എന്നതിനാലും സാധാരണ ഓഹരികൾക്ക് നഷ്ടസാധ്യത വളരെ കുറവാണ്. എന്നാൽ, വായ്പകളുടെ തിരിച്ചടവിനും പലിശ കൊടുക്കുന്നതിനും നിശ്ചിത കാലയളവുകളുണ്ട്. ബിസിനസിന് ലാഭമായാലും നഷ്ടമായാലും വായ്പകളുടെ പലിശ നൽകേണ്ടതുണ്ട്.

6. നിയന്ത്രണം (Control):

ചില ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾ സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളുടെ നിയന്ത്രണാധികാരത്തിൽ കുറവുണ്ടാക്കാൻ സാധ്യതയുണ്ട്. സാധാരണ ഓഹരികൾ ഇറക്കുന്നത് മൂലം നിലവിലുള്ള ഓഹരി ഉടമകളുടെ നിയന്ത്രണാധികാരം കുറയുന്നു. വായ്പകൾ നൽകുമ്പോൾ ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ വായ്പ എടുക്കുന്ന ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ആസ്തികളുടെ മേൽ നിയന്ത്രണം ഏർപ്പെടുത്തുകയോ വായ്പാ കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചില നിയന്ത്രണവ്യവസ്ഥകൾ നിർദ്ദേശിക്കുകയോ ചെയ്യാനിടയുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ ധനം സമാഹരിക്കുമ്പോൾ ബിസിനസിന്റെ ഉടമകൾ അവരുടെ നിയന്ത്രണാധികാരം എത്രമാത്രം പങ്ക് വെക്കാൻ തയ്യാറാണ് എന്ന വസ്തുത കൂടി പരിഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

7. വായ്പാശേഷിയുടെ മേലുള്ള സ്വാധീനം (Effect on creditworthiness):

ചില ധന സ്രോതസ്സുകളെ മാത്രം ആശ്രയി

ക്കുന്നത് ഒരു ബിസിനസിന്റെ വായ്പാ ശേഷിയെ ബാധിക്കാനിടയുണ്ട്. ഉദാഹരണത്തിന്, ഈട് കടപ്പത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ധനം സമാഹരിക്കുമ്പോൾ നിലവിലുള്ള ഈടില്ലാത്ത കടപ്പത്ര ഉടമകളുടെ താൽപ്പര്യങ്ങളെ ദോഷകരമായി ബാധിക്കുകയും ഭാവിയിൽ വായ്പ നൽകുന്നതിന് ഈടില്ലാത്ത കടപ്പത്ര ഉടമകളുടെ താൽപ്പര്യം കുറയുകയും ചെയ്യുന്നു.

8. വഴക്കവും എളുപ്പവും (Flexibility and Ease):

ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ വഴക്കവും സമാഹരണത്തിനുള്ള എളുപ്പവും ധന സ്രോതസ്സുകൾ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനെ സ്വാധീനിക്കുന്ന മറ്റൊരു ഘടകമാണ്. മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ ധനം വളരെ എളുപ്പത്തിൽ സമാഹരിക്കാൻ കഴിയുമ്പോൾ തന്നെ, അധികരിച്ച നിബന്ധനകളും വിശദമായ അന്വേഷണങ്ങളും വിവിധ പ്രമാണങ്ങൾ തയ്യാറാക്കലും ആവശ്യമായ ബാങ്ക് വായ്പകൾക്ക് ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങൾ മുൻഗണന നൽകാറില്ല.

9. നികുതി നേട്ടം (Tax benefits):

വിവിധ ധന സ്രോതസ്സുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിലൂടെയുള്ള നികുതി നേട്ടങ്ങൾ കൂടി പരിഗണിച്ചു കൊണ്ടാണ് സ്രോതസ്സുകൾ തിരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടത്. ഉദാഹരണത്തിന്, നികുതി കണക്കാക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ലാഭം കണ്ടെത്തുന്നതിന് വായ്പകളുടേയും കടപ്പത്രങ്ങളുടേയും പലിശ കുറവ് ചെയ്യാൻ അനുവദിക്കുന്നതിനാൽ ബിസിനസിന്റെ ലാഭം കുറയുകയും അതിനാൽ നികുതി ഭാരം കുറയുകയും ചെയ്യുന്നു. എന്നാൽ സാധാരണ ഓഹരികളുടേയും മുൻഗണനാ ഓഹരികളുടേയും ലാഭവിഹിതം ഇത്തരത്തിൽ കുറവ് ചെയ്യാൻ അനുവദിക്കാത്തതിനാൽ ബിസിനസിന് നികുതി നേട്ടം ലഭിക്കുന്നില്ല.അതുകൊണ്ട്, ലാഭനേട്ടം പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങൾ വായ്പകളിലൂടെയും കടപ്പത്രങ്ങളിലൂടെയും ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിനാണ് മുൻഗണന നൽകുന്നത്.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

ധനം
ഉടമസ്ഥതാ മൂലധനം
സ്ഥിര മൂലധനം
പ്രവർത്തന മൂലധനം
വായ്പാമൂലധനം
ഹ്രസ്വകാല ധന ഉറവിടം
ദീർഘകാല ഉറവിടം
ആസ്തികളിലുള്ള അവകാശം
വോട്ടവകാശം
സ്ഥിര ഈടുള്ള ധനം
കിട്ടാനുള്ള പണം
ബില്ലുകളുടെ ഡിസ്കൗണ്ടിംഗ്
കടം പിരിച്ചെടുക്കൽ സേവനം
ആഗോള നിക്ഷേപക പത്രങ്ങൾ
വിദേശ നാണ്യ പരിവർത്തന ബോണ്ടുകൾ
അമേരിക്കൻ നിക്ഷേപക പത്രങ്ങൾ

സംഗ്രഹം

ബിസിനസ്സ് ധനം : ബിസിനസ്സ് ആരംഭിക്കുന്നതിനും അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തിക്കൊണ്ട് പോകുന്നതിനും ആവശ്യമായ ധനത്തെ ബിസിനസ്സ് ധനം എന്ന് പറയുന്നു. ആവശ്യമായ ധനമില്ലാതെ ഒരു ബിസിനസിനും അതിന്റെ വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകാൻ കഴിയില്ല. ഒരു ബിസിനസിന് അതിന്റെ സ്ഥിര ആസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതിനും (സ്ഥിര മൂലധനം), ദൈനം ദിന പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിനും, (പ്രവർത്തന മൂലധനം) വിപുലീകരണ പ്രവത്തനങ്ങൾക്കും ധനം ആവശ്യമാണ്.

ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ തരം തിരിക്കൽ : ബിസിനസിന് ധനം ലഭ്യമാകുന്ന സ്രോതസ്സുകളെ മൂന്ന് ഘടകങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തരം തിരിക്കാം. 1. കാലയളവിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ (ഹ്രസ്വകാല സ്രോതസ്സ്, മധ്യകാല സ്രോതസ്സ്, ദീർഘകാല സ്രോതസ്സ്), 2. ഉടമസ്ഥതയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ (ഉടമസ്ഥതാധനം, വായ്പാധനം), 3. ഉറവിടത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ (ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സുകൾ, ബാഹ്യ സ്രോതസ്സുകൾ)

ദീർഘ-മധ്യ-ഹ്രസ്വകാല ധന സ്രോതസ്സുകൾ : 5 വർഷത്തിൽ കൂടുതൽ കാലയളവിലേക്ക് ധനം ലഭ്യമാക്കുന്ന സ്രോതസ്സുകളെ ദീർഘകാല സ്രോതസ്സുകൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഒരു വർഷത്തിൽ കൂടുതലും 5 വർഷത്തിൽ താഴെയുമുള്ള കാലയളവിലേക്ക് ധനം ലഭ്യമാക്കുന്ന സ്രോതസ്സുകളെ മധ്യകാല സ്രോതസ്സുകളെന്നും, ഒരു വർഷത്തിൽ കുറഞ്ഞ കാലയളവിലേക്ക് ധനം ലഭ്യമാക്കുന്ന സ്രോതസ്സുകളെ ഹ്രസ്വകാല സ്രോതസ്സുകളെന്നും വിളിക്കുന്നു.

ഉടമസ്ഥതാധനവും വായ്പാ ധനവും : ഒരു ബിസിനസിൽ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥർ നിക്ഷേപിക്കുന്ന ധനത്തെ ഉടമസ്ഥതാധനം എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ബാങ്ക് വായ്പകളിലൂടെയോ വ്യക്തികളിൽ നിന്നോ മറ്റ് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നോ കടം വാങ്ങുന്നതിലൂടെയോ ബിസിനസ്സ് സമാഹരിക്കുന്ന ധനമാണ് വായ്പാധനം.

ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സുകളും ബാഹ്യ സ്രോതസ്സുകളും : കൈവശ ലാഭത്തിലൂടെയും മറ്റും ബിസിനസ്സ് ആന്തരികമായി തന്നെ ധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിന് ഉപയോഗിക്കുന്ന മാർഗ്ഗമാണ് ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സുകൾ. എന്നാൽ ബിസിനസിന് പുറത്തുള്ള ഉൽപ്പന്ന വിതരണക്കാരിൽ നിന്നോ വായ്പാദാതാക്കളിൽ നിന്നോ നിക്ഷേപകരിൽ നിന്നോ ആണ് ധനം സമാഹരിക്കുന്നതെങ്കിൽ അതിനെ ബാഹ്യ ഉറവിടങ്ങൾ എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

ബിസിനസ്സ് ധനത്തിന്റെ ഉറവിടങ്ങൾ : കൈവശ ലാഭം, വ്യാപാര കടം, പാട്ടക്കരാർ, ഫാക്ടറിംഗ്, പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾ, വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ, ഓഹരികൾ, കടപ്പത്രങ്ങൾ, വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നും ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള വായ്പകൾ, അന്തർദേശീയ സ്രോതസ്സുകൾ എന്നിവയാണ് പ്രധാനപ്പെട്ട ധന സ്രോതസ്സുകൾ.

കൈവശ ലാഭം : കമ്പനിയുടെ ലാഭത്തിൽ നിന്ന് ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് ലാഭവിഹിതമായി നൽകാതെ മാറ്റി വെച്ചിരിക്കുന്ന തുകയാണ് കൈവശലാഭം. കൈവശലാഭത്തിന്റെ തുക കമ്പനിയുടെ ലാഭവിഹിത നയത്തിന് അനുസരിച്ചാണ് തീരുമാനിക്കുന്നത്. ഈ ധനം സാധാരണയായി കമ്പനിയുടെ വളർച്ചയ്ക്കും വികസനത്തിനുമാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

വ്യാപാര കടം : ഒരു കച്ചവടക്കാരൻ, സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വാങ്ങുന്നതിന്, മറ്റൊരാൾക്ക് കടം അനുവദിച്ച് നൽകുന്നതാണ് വ്യാപാര കടം. വ്യാപാര കടത്തിന്റെ വ്യവസ്ഥകൾ ഓരോ വ്യവസായങ്ങളിലും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. ഈ വ്യവസ്ഥകൾ ഇൻവോയ്സിൽ സൂചിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ടാകും.

പുതിയ ബിസിനസ്സുകൾക്കും ചെറുകിട ബിസിനസ്സുകൾക്കും മറ്റ് സ്രോതസ്സുകളിൽ നിന്ന് ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന് ബുദ്ധിമുട്ടുള്ളതുകൊണ്ട് സാധാരണയായി വ്യാപാര കടത്തെയാണ് ആശ്രയിക്കുന്നത്.

ഫാക്ടറിംഗ് : സമീപ കാലത്ത് ഉപയോഗിച്ച് വരുന്ന ഒരു ഹ്രസ്വകാല ധന സ്രോതസ്സാണ് ഫാക്ടറിംഗ്. ഈ സാമ്പത്തിക സേവനപ്രകാരം ഫാക്ടർ ഒരു ബിസിനസിന്റെ ഡെബ്റ്റേഴ്സിൽ നിന്ന് തുക പിരിച്ചെടുക്കുന്നതിനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുകയും ബിസിനസിന് കിട്ടാക്കടം മൂലമുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. വസൂലധികാരമുള്ള ഫാക്ടറിംഗ്, വസൂലധികാരമില്ലാത്ത ഫാക്ടറിംഗ് എന്നിങ്ങനെ രണ്ട് തരം ഫാക്ടറിംഗ് നിലവിലുണ്ട്.

പാട്ടക്കരാർ : ഈ കരാർ പ്രകാരം ഒരു ആസ്തിയുടെ ഉടമ (ലെസ്സർ) ഒരു നിശ്ചിത കരാർ തുകയ്ക്ക് മറ്റൊരാൾക്ക് (ലെസ്സി) പ്രസ്തുത ആസ്തി ഉപയോഗിക്കാനുള്ള അവകാശം നൽകുന്നു. ആസ്തികൾ പാട്ടം നൽകുന്നതിന് പകരമായി ലെസ്സർ ഈടാകുന്ന തുകയെ പാട്ടവാടക (ലീസ് റെന്റ്) എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ : പൊതുജനങ്ങളുടെ സഞ്ചിതധനം കമ്പനികളിൽ നിക്ഷേപിക്കുന്നതിന് പൊതുജനങ്ങളെ ക്ഷണിക്കുന്നതിലൂടെ കമ്പനികൾക്ക് ധനം സമാഹരിക്കാൻ കഴിയും. ദീർഘകാല ധന ആവശ്യങ്ങൾക്കും ഹ്രസ്വകാല ധന ആവശ്യങ്ങൾക്കും പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. ഇത്തരം നിക്ഷേപങ്ങളുടെ പലിശ നിരക്ക് സാധാരണ ബാങ്ക് നിക്ഷേപങ്ങളുടെ പലിശ നിരക്കിനേക്കാൾ കൂടുതലായിരിക്കും.

വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ : ഹ്രസ്വകാല ധനം ആർജ്ജിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ബിസിനസ്സ് പുറത്തിറക്കുന്ന ഈടില്ലാത്ത വാഗ്ദത്ത പത്രങ്ങളെയാണ് വാണിജ്യ പത്രങ്ങളെന്ന് പറയുന്നത്. വാണിജ്യ പത്രങ്ങളുടെ കാലാവധി സാധാരണയായി 90 മുതൽ 364 ദിവസം വരെ ആയിരിക്കും.

ഈട് നൽകാത്ത വായ്പാ മാർഗ്ഗമായതിനാൽ, നല്ല വായ്പാശേഷി ഉള്ള ബിസിനസ്സുകൾക്ക് മാത്രമേ വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ ധന സ്രോതസ്സായി ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. ഇന്ത്യയിൽ വാണിജ്യ പത്രങ്ങളുടെ ഇടപാടുകളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നത് ഭാരതീയ റിസർവ് ബാങ്ക് ആണ്.

സാധാരണ ഓഹരികൾ : സാധാരണ ഓഹരികൾ കമ്പനികളുടെ ഉടമസ്ഥതാ മൂലധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന് ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഓരോ വർഷത്തേയും ലാഭത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലാഭവിഹിതം കണക്കാക്കുന്നതിനാൽ ഇത്തരം ഓഹരികളുടെ ഉടമകൾക്ക് ലഭിക്കുന്ന ലാഭവിഹിതം സ്ഥിരമായിരിക്കില്ല. അതുകൊണ്ട് ഇത്തരം ഓഹരി ഉടമകളെ കമ്പനിയുടെ നഷ്ടസാധ്യതാവാഹകർ എന്ന് വിളിക്കുന്നു. എന്നാൽ കൂടുതൽ ലാഭമുണ്ടാകുന്ന വർഷങ്ങളിൽ ഇവർക്ക് കൂടുതൽ നേട്ടമുണ്ടാകുന്നു. വോട്ടിംഗ് അവകാശമുള്ളതിനാൽ ഇത്തരം ഓഹരി ഉടമകൾക്ക് കമ്പനിയുടെ ഭരണകാര്യങ്ങളിൽ ഇടപെടാൻ കഴിയുന്നു.

മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ : ലാഭവിഹിതം ലഭിക്കുന്നതിനും മൂലധന തുക തിരിച്ച് ലഭിക്കുന്നതിലും സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളേക്കാൾ മുൻഗണന ലഭിക്കുന്ന ഓഹരികളാണ് മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ. അമിത നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കാൻ താൽപര്യമില്ലാത്തവരും സ്ഥിര ലാഭവിഹിതം പ്രതീക്ഷിക്കുന്നവരുമായ നിക്ഷേപകരാണ് സാധാരണയായി ഇത്തരം ഓഹരികൾ വാങ്ങുന്നത്. ഒരു കമ്പനിക്ക് വിവിധ തരത്തിലുള്ള മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ ഇറക്കാവുന്നതാണ്.

കടപ്പത്രങ്ങൾ : കടപ്പത്രം കമ്പനിയുടെ വായ്പാ മൂലധനമാണ്. കടപ്പത്ര ഉടമകൾ കമ്പനിയുടെ ക്രെഡിറ്റേഴ്സ് ആണ്. ഇവയുടെ പലിശ നിശ്ചിത നിരക്കിലുള്ളതായിരിക്കും. വിൽപന വരുമാനത്തിലും ലാഭത്തിലും സ്ഥിരതയുള്ള കമ്പനികൾക്ക് ധനസമാഹരണത്തിനുള്ള അനുയോജ്യമായ സ്രോതസ്സാണ് കടപ്പത്രങ്ങൾ.

വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ : വാണിജ്യ ബാങ്കുകൾ എല്ലാതരത്തിലുമുള്ള ബിസിനസ്സുകൾക്ക് ആവശ്യമായ ഹ്രസ്വ-മധ്യകാല വായ്പകൾ ലഭ്യമാക്കുന്നു. വായ്പാ തുക മുഴുവൻ ഒരുമിച്ചോ തവണകളായോ തിരിച്ചടയ്ക്കാവുന്നതാണ്. സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയിൽ നിലനിൽക്കുന്ന പലിശ നിരക്ക്, വായ്പ എടുക്കുന്നതിന്റെ സ്വഭാവം മുതലായ ഘടകങ്ങൾക്കനുസരിച്ചാണ് ബാങ്ക് വായ്പകൾക്ക് പലിശ ഈടാക്കുന്നത്.

ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ : കമ്പനികൾക്ക് ധനസഹായം നൽകുന്നതിനായി കേന്ദ്ര സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ രാജ്യവ്യാപകമായി ധാരാളം ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇവയെ വികസന ബാങ്കുകൾ എന്നും വിളിക്കുന്നു. വിപുലീകരണം, പുനഃസംഘടന, ആധുനികവൽക്കരണം എന്നീ ആവശ്യങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ തുക ആവശ്യമായി വരുന്ന ഘട്ടത്തിൽ ബിസിനസുകൾക്ക് അനുയോജ്യമായ ധന സ്രോതസ്സാണ് ഇത്തരം ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾ.

അന്തർ ദേശീയ ധനമാർഗ്ഗങ്ങൾ : ഉദാരവൽക്കരണത്തിന്റേയും ആഗോളവൽക്കരണത്തിന്റേയും വരവോടു കൂടി ഇന്ത്യൻ കമ്പനികൾ ധനസമാഹരണത്തിന് വേണ്ടി അന്തർദേശീയ ധന വിപണിയെ ആശ്രയിച്ച് തുടങ്ങി. വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നുള്ള വിദേശ നാണ്യ വായ്പകൾ, വികസന ബാങ്കുകളും അന്തർദേശീയ ഏജൻസികളും നൽകുന്ന ധനസഹായങ്ങൾ, അന്തർദേശീയ മൂലധന വിപണിയിൽ ഇറക്കുന്ന ധനകാര്യ പ്രമാണങ്ങൾ (ജി.ഡി.ആർ, എ.ഡി.ആർ) എന്നിവയാണ് പ്രധാനപ്പെട്ട അന്തർദേശീയ ധനസമാഹരണ മാർഗ്ഗങ്ങൾ.

മൂലധന സ്രോതസ്സുകളുടെ തെരഞ്ഞെടുപ്പിനെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ : മൂലധന രൂപീകരണത്തിനുള്ള ചിലവ്, ബിസിനസിന്റെ സാമ്പത്തിക ദൃഢത, നഷ്ടസാധ്യത, നികുതി നേട്ടം, എന്നിങ്ങനെ വിവിധ ഘടകങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് അനുയോജ്യമായ ധന സ്രോതസ്സുകൾ തെരഞ്ഞെടുക്കേണ്ടത്.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയുത്തരം തിരഞ്ഞെടുത്തെഴുതുക.

1. സാധാരണ ഓഹരി ഉടമകളെ കമ്പനിയുടെ.....എന്ന് വിളിക്കുന്നു.
   (a) കമ്പനിയുടെ ഉടമസ്ഥർ (b) കമ്പനിയുടെ പങ്കാളികൾ
   (c) കമ്പനിയുടെ ഭാരവാഹികൾ (d) കമ്പനിയുടെ രക്ഷകർത്താവ്

2. "റഡീമബിൾ"(തിരിച്ച് കൊടുക്കുന്നത്) എന്ന പദം താഴെ തന്നിരിക്കുന്നവയിൽ ഏതുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്?
   (a) മുൻഗണനാ ഓഹരികൾ (b) വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ
   (c) സാധാരണ ഓഹരികൾ (d) പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾ

3. താഴെ തന്നിരിക്കുന്നവയിൽ ഹ്രസ്വകാല ആസ്തികൾ വാങ്ങുന്നതിനാവശ്യമായ ധനം ഏത്?
   (a) സ്ഥിര മൂലധനം (b) കൈവശ ലാഭം
   (c) പ്രവർത്തന മൂലധനം (d) പാട്ടക്കരാർ വ്യവസ്ഥയിലുള്ള ധനം

4. എ.ഡി. ആർ പുറപ്പെടുവിക്കുന്നത് .....രാജ്യത്താണ്.
   (a) കനഡ (b) ചൈന
   (c) ഇന്ത്യ (d)അമേരിക്കൻ ഐക്യ നാടുകൾ

5. പൊതു നിക്ഷേപങ്ങൾ.....ൽ നിന്ന് നേരിട്ട് സ്വീകരിക്കുന്ന നിക്ഷേപമാണ്.
   (a) പൊതുജനങ്ങൾ (b) ഡയറക്ടർമാർ
   (c) ഓഡിറ്റർമാർ (d) ഉടമസഥർ

6. പാട്ടക്കരാർ പ്രകാരം ലെസ്സിക്ക്..... അവകാശം ലഭിക്കുന്നു.
   (a) ലെസ്സറുടെ ലാഭത്തിന്റെ ഒരു വിഹിതം
   (b) ബിസിനസിന്റെ ഭരണകാര്യങ്ങളിൽ പങ്കെടുക്കുന്നതിനുള്ള അവകാശം
   (c) നിശ്ചിത കാലത്തേക്ക് ആസ്തികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനുള്ള അവകാശം
   (d) ആസ്തികൾ വിൽക്കുന്നതിനുള്ള അവകാശം

7. കടപ്പത്രങ്ങൾ.....നെ പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നു.
   (a) കമ്പനികളുടെ സ്ഥിര മൂലധനം (b) കമ്പനികളുടെ സ്ഥായിയായ മൂലധനം
   (c) കമ്പനികളുടെ വ്യതിചലിക്കുന്ന മൂലധനം (d) കമ്പനിയുടെ വായ്പാ മൂലധനം.

8. ഫാക്ടറിംഗ് കരാർ പ്രകാരം, ഫാക്ടർ.....
   (a) സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപാദിപ്പിച്ച് നൽകുന്നു.
   (b) കരാറിൽ ഏർപ്പെടുന്നവർക്കു വേണ്ടി പണം നൽകുന്നു.
   (c) കരാറിൽ ഏർപ്പെടുന്നവരുടെ ഡെബ്റ്റേഴ്സിൽ നിന്ന് പണം പിരിച്ചെടുക്കുന്നു.
   (d) ഒരു സ്ഥലത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേക്ക് സാധനങ്ങൾ കൊണ്ടുപോകാൻ സഹായിക്കുന്നു.

9. വാണിജ്യപത്രങ്ങളുടെ കാലയളവ്.....ആണ്.
   (a) 20 മുതൽ 40 ദിവസങ്ങൾ (b) 60 മുതൽ 90 ദിവസങ്ങൾ
   (c) 120 മുതൽ 365 ദിവസങ്ങൾ (d) 90 മുതൽ 364 ദിവസങ്ങൾ

10. മൂലധനത്തിന്റെ ആഭ്യന്തര ഉറവിടമെന്നത്.....
   (a) ഉൽപ്പന്ന വിതരണക്കാർ പോലെയുള്ള ബിസിനസിന്റെ ബാഹ്യമായ ആൾക്കാർ ഉൾപ്പെടുന്നതാണ്.
   (b) വാണിജ്യ ബാങ്കുകളിൽ നിന്ന് വായ്പ എടുക്കുന്നതാണ്.
   (c) ഓഹരികൾ പുറപ്പെടുവിക്കുന്നതാണ്.
   (d) ബിസിനസിന്റെ ഉള്ളിൽ നിന്ന് തന്നെ ആർജ്ജിക്കുന്നതാണ്.

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. ബിസിനസ്സ് ധനം എന്നാൽ എന്താണ്? എന്തുകൊണ്ടാണ് ബിസിനസിന് ധനം ആവശ്യമായി വരുന്നത്? വിശദമാക്കുക.
2. ദീർഘകാല ധനത്തിന്റേയും ഹ്രസ്വകാല ധനത്തിന്റേയും സ്രോതസ്സുകൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് എഴുതുക.
3. ആഭ്യന്തര സ്രോതസ്സുകളിലൂടെയും ബാഹ്യസ്രോതസ്സുകളിലൂടെയും ധനം സമാഹരിക്കുന്നതിന്റെ വ്യത്യാസങ്ങൾ എന്തെല്ലാമെന്ന് വിശദമാക്കുക.
4. മുൻഗണനാ ഓഹരി ഉടമകൾക്കുള്ള മുൻഗണനകൾ എന്തെല്ലാമാണെന്ന് വിശദീകരിക്കുക
5. ഏതെങ്കിലും മൂന്ന് വിദഗ്ദ്ധ ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പേരെഴുതുക. അവയുടെ ധർമ്മങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുക.
6. ജി.ഡി.ആറും എ.ഡി.ആറും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ എന്താണെന്ന് വിവരിക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. ഒരു ബിസിനസിന്റെ ഹ്രസ്വകാല ധന സ്രോതസ്സുകളായ വ്യാപാര കടം, ബാങ്ക് വായ്പ എന്നിവയെക്കുറിച്ച് വിവരിക്കുക.
2. ഒരു വൻകിട വ്യവസായ സംരംഭത്തിന് അതിന്റെ ആധുനികവൽക്കരണത്തിനും വിപുലീകരണത്തിനും ആവശ്യമായ മൂലധനം സ്വരൂപിക്കുന്നതിന് അനുയോജ്യമായ സ്രോതസ്സുകളെക്കുറിച്ച് വിവരിക്കുക.
3. സാധാരണ ഓഹരികളേക്കാൾ കടപ്പത്രങ്ങൾക്കുള്ള നേട്ടങ്ങൾ എന്തെല്ലാം?
4. പൊതുനിക്ഷേപങ്ങൾ, കൈവശ ലാഭം എന്നീ ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ ഗുണങ്ങളും പോരായ്മകളും പ്രസ്താവിക്കുക.
5. അന്തർദേശീയ ധനസമാഹരണത്തിനുപയോഗിക്കുന്ന മാർഗ്ഗങ്ങൾ വിശദമാക്കുക.
6. വാണിജ്യ പത്രങ്ങൾ എന്നാൽ എന്ത്? ഇതിന്റെ ഗുണങ്ങളും പോരായ്മകളും എന്തെല്ലാം?

പ്രോജക്ട്/അസൈൻമെന്റ്

1. സമീപ കാലങ്ങളിൽ കടപ്പത്രങ്ങൾ പുറത്തിറക്കിയിട്ടുള്ള കമ്പനികളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുക. കടപ്പത്രങ്ങളെ കൂടുതൽ ജനസമ്മതിയുള്ളതാക്കുന്നതിന് വേണ്ട നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകുക.
2. ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അടുത്തകാലത്തായി പ്രാധാന്യം കൂടി വരുന്നുണ്ട്. ഈ പശ്ചാത്തലത്തിൽ, ഇന്ത്യയിൽ കമ്പനികൾക്ക് ധനസഹായം നൽകുന്ന ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളെക്കുറിച്ച് വിവരങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് കുറിപ്പുകൾ തയ്യാറാക്കുക.
3. പാഠഭാഗത്ത് വിവരിച്ച വിവിധ ധന സ്രോതസ്സുകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ, റസ്റ്റോറന്റ് ഉടമയുടെ ധനആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിന് യോജിച്ച ധന സ്രോതസ്സുകൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് നിർദ്ദേശിക്കുക.
4. വിവിധ ധന സ്രോതസ്സുകളെ താരതമ്യം ചെയ്തുകൊണ്ടുള്ള ചാർട്ട് തയ്യാറാക്കുക.

Q9F3I8

അദ്ധ്യായം 9

ചെറുകിട ബിസിനസ്
[SMALL BUSINESS]

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- ചെറുകിട ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥവും പ്രകൃതവും വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ഭാരതത്തിൽ ചെറുകിട ബിസിനസിന്റെ പ്രസക്തി വിലയിരുത്തുന്നു.
- ചെറുകിട ബിസിനസിന്റെ പ്രശ്നങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്യുന്നു.
- ചെറുകിട ബിസിനസ്സുകൾക്ക് പ്രത്യേകിച്ച് ഗ്രാമീണ മലയോര മേഖലകളിലെ ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സർക്കാർ നൽകുന്ന വിവിധ സഹായങ്ങൾ വിലയിരുത്തുന്നു.

അമർ, അക്ബർ, ആന്റണി എന്നിവർ സ്കൂൾ വിദ്യാഭ്യാസത്തിനുശേഷം സംരഭക കോഴ്സ് പൂർത്തിയാക്കിയ മൂന്ന് സുഹൃത്തുക്കളാണ്. നല്ലൊരു ജോലി കണ്ടുപിടിക്കുവാൻ സാധിക്കാതെ വന്നപ്പോൾ തങ്ങളുടെ പഠനമേഖലയിൽ നിന്നും ലഭിച്ച കഴിവുകൾ ഉപയോഗിച്ച് ഒരു ചെറുകിട ബിസിനസ് സ്ഥാപിക്കുവാനുള്ള ആശയത്തിൽ അവർ എത്തിച്ചേർന്നു. എന്നിരുന്നാലും, ബിസിനസിനെക്കുറിച്ച് ഇവർക്ക് വളരെക്കുറച്ചുമാത്രമേ അറിവുണ്ടായിരുന്നുള്ളു. ബിസിനസ് എവിടെ തുടങ്ങണം? ബിസിനസിന് ആവശ്യമായ മെഷിനറികളും വസ്തുക്കളും എങ്ങനെ ശേഖരിക്കണം? എവിടെ നിന്നും എങ്ങനെയെല്ലാം പണം സമാഹരിക്കണമെന്നും എങ്ങനെ കമ്പോളത്തിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിപണനം ചെയ്യുമെന്നുമുള്ള കാര്യങ്ങളെ കുറിച്ചും ഒന്നും തന്നെ ഒരു വ്യക്തതയും ഇവർക്കില്ലായിരുന്നു. ഇവർ കൊല്ലം ജില്ലയിലെ ആശ്രാമം ഇൻഡസ്ട്രിയൽ എസ്റ്റേറ്റിനു സമീപത്തുള്ള ജില്ലാ ഇൻഡസ്ട്രിയൽ സെന്റർ യുവസംരംഭകർക്ക് ഒരു ചെറുകിട ബിസിനസ്സ് തുടങ്ങുന്നതിന് സർക്കാർ നൽകുന്ന സഹായത്തേയും അവർക്ക് നൽകുന്ന പ്രോത്സാഹനത്തേയും കുറിച്ച് നടക്കുന്ന സെമിനാറിനെക്കുറിച്ചറിഞ്ഞു. ഈ മൂന്ന് സുഹൃത്തുക്കളും ഈ സെമിനാറിൽ പങ്കെടുക്കുവാൻ തീരുമാനിച്ചു. വിദ്യാസമ്പന്നരായ യുവാക്കൾക്ക് ഗ്രാമീണ തൊഴിലുൽപ്പാദന പദ്ധതി(Rural Employment Generation Programme) യുടെ കീഴിൽ കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ നൽകുന്ന സാമ്പത്തിക സാങ്കേതിക സഹായങ്ങളും മറ്റ് സഹായങ്ങളും സെമിനാറിൽ നിന്നും മനസ്സിലാക്കി കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്ന ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുവാൻ അവർ തീരുമാനിച്ചു. അങ്ങനെ ഖാദി ആന്റ് വില്ലേജ് ഇൻഡസ്ട്രീസ് കമ്മീഷന്റെ സഹായത്തോടെ സാമ്പത്തിക സഹായം സ്വീകരിച്ച് അവരുടെ ഗ്രാമത്തിൽ ഒരു ചെറുകിട വ്യവസായം ആരംഭിച്ചു. ഇന്ന് അവർ വിജയകരമായി കളിപ്പാട്ട നിർമാണവും വിപണനവും നടത്തുന്നു. സമീപഭാവിയിൽ അവർ കയറ്റുമതി വിപണിയും ലക്ഷ്യമിടുകയാണ്.

9.1 ആമുഖം [INTRODUCTION]

മുൻ അധ്യായങ്ങളിൽ ബിസിനസ്, വ്യാപാരം, വാണിജ്യം, വ്യവസായം എന്നീ ആശയങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുകയുണ്ടായി. ഈ അധ്യായത്തിൽ ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പം എന്ന ആശയം വ്യാപാരവുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തി ചർച്ച ചെയ്യുന്നു. ചെറുകിട ബിസിനസുകളുടെ പങ്ക്, ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾ നേരിടുന്ന പ്രധാന പ്രശ്നങ്ങൾ എന്നിവയും പരാമർശിക്കുന്നു. കൂടാതെ വിവിധ സർക്കാരുകൾ ഗ്രാമീണ മലയോര മേഖലകളിൽ ചെറുകിട ബിസിനസിനായി നൽകുന്ന വിവിധ സഹായങ്ങളും പരാമർശിക്കുന്നു.

9.2 ചെറുകിട ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥവും സ്വഭാവവും [Meaning and Nature of Small Business]

ഇന്ത്യയിലെ ചെറുകിട ഗ്രാമീണ വ്യവസായ മേഖലയിൽ പരമ്പരാഗതവും ആധുനികവുമായ വ്യവസായങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഈ മേഖലയ്ക്ക് വിവിധ വിഭാഗങ്ങളുണ്ട്. കൈത്തറി, കരകൗശലം, കയർ, ഖാദി, ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങൾ, ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ, യന്ത്രവൽകൃത കൈത്തറി, പട്ടുനൂൽ വ്യവസായം തുടങ്ങിയവ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇവയിൽ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ, യന്ത്രവൽകൃത കൈത്തറി എന്നിവ ആധുനിക ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ എന്ന ഗണത്തിൽ പെടുന്നു. മറ്റുള്ളവ പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന വിഭാഗമാണ് ഗ്രാമീണ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ.

ചെറുകിട ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥവും പ്രകൃതവും മനസ്സിലാക്കുന്നതിന് മുമ്പ് ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പം എന്ന ആശയത്തെ എങ്ങനെയാണ് നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നത് എന്ന് അറിയേണ്ടതുണ്ട്. ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പം അളക്കുന്നതിന് വേണ്ടി വ്യത്യസ്ത മാനദണ്ഡങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ബിസിനസിൽ ജോലി ചെയ്യുന്ന ജീവനക്കാരുടെ എണ്ണം, ബിസിനസിൽ നിക്ഷേപിച്ച മൂലധനം, ഉൽപ്പാദന അളവ്, ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ഉപയോഗി

ക്കുന്ന ഊർജ്ജത്തിന്റെ അളവ് തുടങ്ങിയവ ഇവയിൽപ്പെടുന്നു. എന്നാൽ, ഈ മാനദണ്ഡങ്ങളൊന്നും തന്നെ പൂർണ്ണമായി പരിമിതി വിമുക്തമല്ല.

ചെറുകിട ബിസിനസിനെ സൂചിപ്പിക്കുന്നതിനായി ഇന്ത്യാ ഗവൺമെന്റ് ഉപയോഗിക്കുന്ന മാനദണ്ഡം യന്ത്രസാമഗ്രികളിലുള്ള മൂലധന നിക്ഷേപമാണ്. ഈ മാനദണ്ഡം മൂലധനം പരിമിതവും തൊഴിലാളികൾ യഥേഷ്ടവുമായ ഇന്ത്യയിലെ സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക പരിസ്ഥിതിയെ മുൻനിർത്തിയാണ് സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്.

സേവനമേഖലയുടെ വലിയ തോതിലുള്ള ആവിർഭാവത്തോടെ ചെറുകിട വ്യാപാര മേഖലയിലെ സ്ഥാപനങ്ങളേയും മറ്റ് അനുബന്ധ സേവനങ്ങളേയും ഒരേ കുടക്കീഴിൽ കൊണ്ടുവരാൻ ഗവൺമെന്റ് ശ്രമിക്കുകയുണ്ടായി. ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ വികാസം ഇടത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിലേക്ക് എത്തിനിൽക്കുമ്പോൾ ഉയർന്ന തലത്തിലുള്ള സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ ഉപയോഗം വളരുന്ന ആഗോളീകരണ ലോകത്ത് അനിവാര്യമാകുന്നു. അതുകൊണ്ട് അത്തരത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ ഒരു നിയമ ചട്ടക്കൂടിൽ കൊണ്ടുവരേണ്ടതുണ്ട്. 2006-ലെ മൈക്രോ, സ്മോൾ ആന്റ് മീഡിയം എന്റർപ്രൈസസ് ഡവലപ്മെന്റ് നിയമം (MSMED) ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ നിർവ്വചനം, കടം, വിപണനം, സാങ്കേതികവിദ്യ എന്നിവയുടെ പരിഷ്ക്കരണം ലക്ഷ്യം വയ്ക്കുന്നു. ഇടത്തരം വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളും, സേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സംരംഭങ്ങളും ഈ നിയമത്തിന്റെ പരിധിയിൽ വരുന്നു. എം.എസ്.എം.ഇ.ഡി (MSMED)നിയമം, 2006 ഒക്ടോബറിലാണ് നിലവിൽ വന്നത്. ഇത്തരത്തിൽ സ്ഥാപനങ്ങളെ ഉൽപ്പാദനമേഖലയെന്നും സേവനമേഖലയെന്നും രണ്ട് പ്രധാന വിഭാഗങ്ങളായി തിരിക്കുന്നു.

ഉൽപ്പാദനം [Manufacturing]

1951 ലെ ഇൻഡസ്ട്രീസ് ഡവലപ്മെന്റ് ആന്റ് റെഗുലേഷൻ നിയമത്തിലെ ഷെഡ്യൂൾ ഒന്ന് പ്രകാരം ഉൽപ്പാദനം, നിർമ്മാണം എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സ്ഥാപനങ്ങളെ മൂന്നായി തരം തിരിച്ചിരിക്കുന്നു.

1. **സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങൾ (Micro Enterprises) :**

   യന്ത്രസാമഗ്രികളിലുള്ള നിക്ഷേപം 25 ലക്ഷം രൂപയിൽ കവിയാത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ

2. **ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ (Small Enterprises)**

   യന്ത്രസാമഗ്രികളിലുള്ള നിക്ഷേപം 25 ലക്ഷത്തിനും 5 കോടിക്കും ഇടയിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾ.

3. **ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ (Medium Enterprises)**

   യന്ത്രസാമഗ്രികളിലുള്ള നിക്ഷേപം 5 കോടിക്കും 10 കോടിക്കും ഇടയിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങൾ.

സേവനങ്ങൾ [Services]

സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളെയും മൂന്ന് വിഭാഗങ്ങളായി തരം തിരിക്കാം.

1. **സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങൾ (Micro Enterprises)**

   യന്ത്രസാമഗ്രികളിലുള്ള നിക്ഷേപം 10 ലക്ഷത്തിൽ കവിയാത്തവ.

2. **ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ (Small Enterprises)**
   യന്ത്രസാമഗ്രികളിലുള്ള നിക്ഷേപം 10 ലക്ഷത്തിനും 2 കോടിക്കും ഇടയിലുള്ളവ.

3. **ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ (Medium Enterprises)**

   യന്ത്രസാമഗ്രികളിലുള്ള നിക്ഷേപം 2 കോടിക്കും 5 കോടിക്കും ഇടയിൽ വരുന്നവ.

(1) ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങൾ (Village Industtrires)

ഗ്രാമീണ മേഖലയിൽ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന ഊർജം ഉപയോഗിച്ചോ അല്ലാതെയോ ഏതെങ്കിലും ഉൽപ്പന്നം നിർമിക്കുന്നതോ സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതോ ആയതും ഒരു കരകൗശല വിദഗ്ധൻ അല്ലെങ്കിൽ ഒരു തൊഴിലാളിക്ക് വേണ്ടി വരുന്ന ആളോഹരി സ്ഥിര മൂലധന നിക്ഷേപം കേന്ദ്രസർക്കാർ കാലാകാലങ്ങളിൽ

4. മൂലധന നിക്ഷേപം വളരെ കുറവായിരിക്കും.
5. തങ്ങളുടേതായ ഭൗതിക സൗകര്യങ്ങളിൽ നിർമ്മിക്കുന്ന ലളിതമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണിവ.
6. തനതായ പരമ്പരാഗത സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്നു.

വിഭാഗം	ഉൽപ്പാദനം നിക്ഷേപ പരിധി	സേവന നിക്ഷേപ പരിധി
സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങൾ	25 ലക്ഷം	10 ലക്ഷം
ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ	25 ലക്ഷത്തിനും 5 കോടിക്കും ഇടയിൽ	10 ലക്ഷത്തിനും 2 കോടിക്കും ഇടയിൽ
ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾ	5 കോടിക്കും 10 കോടിക്കും ഇടയിൽ	2 കോടിക്കും 5 കോടിക്കും ഇടയിൽ

* യന്ത്ര സാമഗ്രികളിലുള്ള നിക്ഷേപം കണ്ടു പിടിക്കുമ്പോൾ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ സംവിധാനങ്ങൾക്കും ഗവേഷണ വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും, വ്യാവസായിക സുരക്ഷയ്ക്കും മാറ്റി വയ്ക്കുന്ന തുക ഒഴിവാക്കേണ്ടതാണ്.

വ്യക്തമാക്കുന്നതുമായ വ്യവസായങ്ങളെ ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങൾ എന്ന് നിർവ്വചിക്കാം.

(2) കുടിൽ വ്യവസായങ്ങൾ [Cottage Industries]:

ഇവയെ ഉൾനാടൻ വ്യവസായങ്ങൾ എന്നും പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങൾ എന്നും അറിയപ്പെടുന്നു. മറ്റുള്ള ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളെപ്പോലെ ഇവയെ മൂലധന നിക്ഷേപത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നിർവചിച്ചില്ല. എന്നിരുന്നാലും ഗ്രാമ വ്യവസായങ്ങൾക്ക് താഴെപ്പറയുന്ന പ്രത്യേകതകൾ ഉണ്ട്.

1. ഇവ സ്വകാര്യ വിഭവങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് വ്യക്തികൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നവയാണ്.
2. സാധാരണയായി കുടുംബാംഗങ്ങൾക്കുള്ള വൈദഗ്ദ്ധ്യവും പ്രാദേശികമായി ലഭ്യമായ കഴിവുകളും ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നു.
3. ലളിതമായ ഉപകരണങ്ങളാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

9.3 ചെറുകിട, കാർഷിക, ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങളുടെ ഭരണസംവിധാനം

[Administrative setup for the Small Scale, Agro and Rural Industries]

കേന്ദ്രസർക്കാരിന്റെ കീഴിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന മൈക്രോ, സ്മാൾ ആന്റ് മീഡിയം എന്റർപ്രൈസസ് മന്ത്രാലയം ഈ മേഖലയിൽ നയങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നതിനും കേന്ദ്ര സഹായങ്ങളെ ഏകോപിപ്പിക്കുന്നതിനും, മേഖലയുടെ വികസനത്തിന് സഹായിക്കുന്നതുമായ വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നു. ഈ മന്ത്രാലയവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഡവലപ്മെന്റ് കമ്മീഷണറുടെ ഓഫീസ് ആ മേഖലയിൽ നടപ്പിലാക്കുന്ന വിവിധ നയങ്ങളുടേയും പദ്ധതികളുടേയും ഉത്തരവാദിത്വം വഹിക്കുന്നു. ഈ ഓഫീസിനെ സ്മോൾ ഇൻഡസ്ട്രീസ് ഡവലപ്മെന്റ് ഓർഗനൈസേഷൻ (SIDO) എന്നും അറിയപ്പെടുന്നു. പ്രസ്തുത മന്ത്രാലയം ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ വളർച്ചക്കും വികാസത്തിനുമായുള്ള

പദ്ധതികളും നയങ്ങളും രൂപകൽപ്പന ചെയ്ത് നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. കൂടാതെ കേന്ദ്ര മന്ത്രാലയത്തിന് കീഴിലുള്ള പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനങ്ങളായ നാഷണൽ സ്മോൾ ഇൻഡസ്ട്രീസ് ഡവലപ്മെന്റ് കോർപ്പറേഷൻ (NSIC) വിപണി സഹായ പദ്ധതിയിലൂടെ ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളെ സഹായിക്കുന്നു.

കാർഷിക ഗ്രാമ വ്യവസായ മന്ത്രാലയം, ഗ്രാമീണ ഖാദി വ്യവസായ മേഖലയുടെയും നഗരപ്രദേശങ്ങളിലും ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിലുമുള്ള ചെറുകിട സൂക്ഷ്മവ്യവസായങ്ങളുടെയും ഏകോപനത്തിനുള്ള നോഡൽ ഏജൻസിയായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു. പ്രധാനമന്ത്രിയുടെ തൊഴിൽദാന പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കുന്നതും ഈ ഏജൻസിയിലൂടെയാണ്. ഈ മന്ത്രാലയം കാർഷിക ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പദ്ധതികളും നയങ്ങളും ഖാദി വ്യവസായ കമ്മീഷൻ, കരകൗശല ബോർഡ്, കയർ ബോർഡ്, സിൽക്ക് ബോർഡ് എന്നിങ്ങനെയുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളിലൂടെ നടപ്പിലാക്കുന്നു.

വിവിധ സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ ചെറുകിട മേഖലയുടെ വളർച്ചക്കും വികസനത്തിനുമായി വ്യത്യസ്ത പദ്ധതികളും പരിപാടികളും വ്യവസായ വകുപ്പിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ ജില്ലാവ്യവസായ കേന്ദ്രങ്ങൾ മുഖേന നടപ്പിലാക്കുന്നുണ്ട്.

9.4 ഇന്ത്യയിൽ ചെറുകിട ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങളുടെ പങ്ക് [Role of Small Business in India]

ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ രാജ്യത്തിന്റെ സാമൂഹ്യ സാമ്പത്തിക വികസനത്തിന് പ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കുന്നു. താഴെ പറയുന്നവ ചെറുകിട ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രാധാന്യം സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

1. രാജ്യത്തെ ആകെയുള്ള വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളിൽ 95 ശതമാനവും ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളാണ്. മൊത്തം വ്യാവസായിക മൂല്യത്തിന്റെ ഏകദേശം 40 ശതമാനവും ആകെ കയറ്റുമതിയുടെ 45 ശതമാനവും ഈ മേഖലയുടെ സംഭാവനയാണ്.
2. തൊഴിൽ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതിൽ കാർഷിക മേഖലയ്ക്ക് പിറകിൽ രണ്ടാം സ്ഥാനത്താണ് ചെറകിട വ്യവസായ മേഖല. കൂടുതൽ

പട്ടിക എ

ചെറുകിട മേഖലയിലെ പ്രധാന വ്യവസായങ്ങൾ

- ഭക്ഷ്യ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ
- രാസവസ്തുക്കളും രാസോൽപ്പന്നങ്ങളും
- അടിസ്ഥാന ലോഹ വ്യവസായങ്ങൾ
- വൈദ്യുത യന്ത്രസാമഗ്രികളും ഭാഗങ്ങളും
- റബ്ബറും പ്ലാസ്റ്റിക് ഉൽപ്പന്നങ്ങളും
- വൈദ്യുത ഉപകരണങ്ങൾ ഒഴികെയുള്ള യന്ത്രോപകരണങ്ങൾ
- റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്രങ്ങളും കമ്പിളി ഉൽപ്പന്നങ്ങളും
- അലോഹ ധാതു ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കടലാസ് ഉൽപ്പന്നങ്ങളും അച്ചടിയും
- ഗതാഗത ഉപകരണങ്ങളും ഭാഗങ്ങളും
- തുകലും തുകൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും
- പലവക ഉൽപ്പാദക വ്യവസായങ്ങൾ
- ലഘുപാനീയങ്ങൾ, പുകയിലയും അനുബന്ധ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും
- റിപ്പയർ സേവനങ്ങൾ
- കൈത്തറി വസ്ത്രങ്ങൾ
- കമ്പിളി, സിൽക്ക്, കൃത്രിമ നാരുകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ
- ചണം, ചണനാര് എന്നിവ കൊണ്ടുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ
- മറ്റ് സേവനങ്ങൾ

നിക്ഷേപം ആവശ്യമുള്ള വൻകിട വ്യവസായങ്ങളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ തൊഴിലവസരങ്ങൾ കൂടുതലായി പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന മേഖലയാണിത്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ കുറഞ്ഞ മൂലധന പ്രാധാന്യമുള്ള മേഖലയായും മനുഷ്യവിഭവശേഷി പ്രാധാന്യമേറിയ മേഖലയായും പരിഗണിക്കപ്പെടുന്നു. മനുഷ്യവിഭവശേഷി ഏറെയുള്ള ഇന്ത്യയെപോലുള്ള രാജ്യത്ത് ഇത് ഒരു അനുഗ്രഹമാണ്.

3. റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്രങ്ങൾ, സ്റ്റേഷനറി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, സോപ്പ്, സോപ്പുപൊടി, ഗാർഹിക ഉപകരണങ്ങൾ, തുകൽ, പ്ലാസ്റ്റിക്, റബർ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, സംസ്കരിച്ച ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കൾ, പച്ചക്കറികൾ, ഫർണ്ണിച്ചറുകൾ, പെയിന്റ്, വാർണിഷ്, തീപ്പെട്ടി എന്നിങ്ങനെ വിവിധതരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖല കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നുണ്ട്. അത്യാധുനിക ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽപ്പെടുന്ന ഇലക്ട്രിക്, ഇലക്ട്രോണിക് വസ്തുക്കളായ ടെലിവിഷൻ, കാൽക്കുലേറ്റർ, മെഡിക്കൽ ഉപകരണങ്ങൾ, ഇലക്ട്രോണിക് ബോധന സഹായിയായ ഓവർ ഹെഡ് പ്രൊജക്ടറുകൾ, മരുന്നുകൾ, ചികിത്സാ ഉപകരണങ്ങൾ, കാർഷിക ഉപകരണങ്ങൾ, എഞ്ചിനിയറിംഗ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഈ മേഖല ലഭ്യമാക്കുന്നുണ്ട്. കയറ്റുമതി പ്രാധാന്യം പരിഗണിക്കുമ്പോൾ കൈത്തറി, കരകൗശലവസ്തുക്കൾ പോലുള്ളവ പ്രത്യേകം പരാമർശിക്കപ്പെടേണ്ടതാണ്.

സർക്കാരിന്റെ മാനദണ്ഡങ്ങൾ പ്രകാരം ചെറുകിട വ്യാവസായിക മേഖലയിലെ പ്രധാന വ്യവസായങ്ങളെ എങ്ങനെ തരം തിരിക്കുന്നുവെന്ന് പട്ടിക എ യിൽ സൂചിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു.

4. ഗ്രാമീണ മേഖലയുടെ സന്തുലിതമായ വികസനത്തിൽ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ വഹിക്കുന്ന പങ്ക് നിസ്തുലമാണ്. ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ ലളിതമായ സാങ്കേതിക വിദ്യ ഉപയോഗിച്ചും പ്രാദേശിക വിഭവങ്ങളുടെ സഹായത്തോടെയും രാജ്യത്തെവിടെയും പ്രവർത്തിക്കാൻ പ്രാപ്തമാണ്. പ്രാദേശികമായ പ്രതിബന്ധങ്ങളില്ലാതെ വ്യവസായവൽക്കരണത്തിന്റെ ഗുണഫലങ്ങൾ എല്ലാ മേഖലകളിലും കൊണ്ടുവരാൻ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളിലൂടെ സാധിക്കുന്നു. അത്തരത്തിൽ ഇവ രാജ്യത്തിന്റെ സുസ്ഥിര വികസനത്തിൽ വലിയ പങ്ക് വഹിക്കുന്നു.

5. ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ സ്വയം സംരംഭകത്വത്തിന് അനന്തമായ അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു. നടപടിക്രമങ്ങൾ തീരെയില്ലാതെ, കുറഞ്ഞ മൂലധനം ഉപയോഗിച്ച്, സാധാരണക്കാരുടെ കഴിവുകളെയും നൈപുണികളെയും ഉപയോഗിച്ച്, അവരുടെ ബിസിനസ് ആശയങ്ങളെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ രൂപീകരണത്തിലേക്ക് നയിക്കുന്നു.

6. കുറഞ്ഞ ചെലവിലുള്ള ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെ മേന്മകൾ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്നു. പ്രാദേശികമായി ലഭ്യമായ വിഭവങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനാൽ ചെലവ് കുറവായിരിക്കും. കുറഞ്ഞ മീതിച്ചെലവുകൾ (Over head expenses) മാത്രമേ ഉണ്ടാകുന്നുള്ളൂ എന്നതിനാൽ സ്ഥാപന ചെലവുകളും, ദൈനംദിന ചെലവുകളും കുറയുന്നു.

7. വലിയ ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വലിപ്പം തീരെ കുറവായതിനാൽ സമയബന്ധിതമായും വേഗത്തിലും തീരുമാനങ്ങളെടുക്കാൻ സാധിക്കും. പുതിയ ബിസിനസ് അവസരങ്ങൾ യഥാസമയം ഉപയോഗപ്പെടുത്താനും കഴിയും.

8. ഉപഭോക്താക്കളെ മുന്നിൽ കണ്ടുകൊണ്ടുള്ള ഉൽപ്പാദനരീതിക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമാണ് ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾ. അതായത് ഓരോ വ്യക്തിയുടെയും ഇഷ്ടങ്ങൾക്കും പരിഗണനകൾക്കും ആവശ്യങ്ങൾക്കും അനുസൃതമായി ഉൽപ്പന്ന നിർമ്മാണം സാധ്യമാകും. ഉദാഹരണത്തിന് ഒരു തയ്യൽക്കാരൻ ഷർട്ട്, പാന്റ് എന്നിവ ഓരോ ഉപഭോക്താവിന്റെയും ഇഷ്ടപ്രകാരമാണ് തയ്ക്കുന്നത്. കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ പോലുള്ള പരമ്പരാഗതമല്ലാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ നിർമ്മിതിയിൽ പോലും ഓരോ ഉപഭോക്താവിനെയും പ്രത്യേകം പരിഗണിച്ചുകൊണ്ടുള്ള രീതിയാണ് അവലംബിക്കുന്നത്. ലളിതവും അയവുള്ളതുമായ ഉൽപ്പാദന രീതികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനാൽ ഓരോ ഉപഭോക്താവിന്റെയും ഇഷ്ടങ്ങൾ പരിഗണിക്കാൻ സാധിക്കും.

9. ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഓരോ ഇടപാടുകാരനുമായും തൊഴിലാളികളുമായും വ്യക്തിബന്ധം സ്ഥാപിക്കുന്നതിനും വ്യക്തിപരമായ ശ്രദ്ധ നൽകുന്നതിനും സാധിക്കും. സാധാരണയായി, ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനത്തിൽ സർക്കാർ ഇടപെടാറില്ല. സമൂഹത്തിനും സമ്പദ്ഘടനയിലും ഗുണകരമായ മത്സരത്തിനുള്ള അവസരവും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു.

9.5 ഗ്രാമീണ ഇന്ത്യയിൽ ചെറുകിട ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങൾക്കുള്ള പങ്ക് [Role of Small Business in Rural India]

വികസ്വര രാജ്യങ്ങളിൽ പരമ്പരാഗതമായി ജനങ്ങൾ പ്രധാനമായും കാർഷികവൃത്തിയിലാണ് ഏർപ്പെടുന്നത്. ഗ്രാമീണ മേഖലയിലെ ജനങ്ങൾ വരുമാനത്തിനായി വ്യത്യസ്തവും ബഹുവിധവുമായ മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കുന്നുണ്ട് എന്നതിന് നിരവധി തെളിവുകൾ നിരത്താൻ കഴിയും. പരമ്പരാഗതമായ കാർഷിക പ്രവർത്തനങ്ങളോടൊപ്പം കാർഷികേതരമായ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ, വാണിജ്യവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കൂലിവേലകൾ, സ്വയംതൊഴിലുകൾ എന്നിവയും ഉൾപ്പെടുന്നുണ്ട്. ഇതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വിവിധ പദ്ധതി രൂപീകരണ ഘട്ടങ്ങളിൽ കാർഷികാനുബന്ധിതമായ വ്യവസായങ്ങൾക്ക് സർക്കാർ പ്രാധാന്യം നൽകുകയും അവരുടെ വളർച്ചക്കും വികാസത്തിനും പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ നൽകി വരികയും ചെയ്യുന്നു.

ഇന്ത്യയിലെ വ്യവസായിക വികസന തന്ത്രത്തിൽ ഗ്രാമീണ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾക്ക് എല്ലായ്പ്പോഴും പ്രധാന്യം നൽകി വരുന്നു. പ്രത്യേകിച്ച് രണ്ടാം പഞ്ചവൽസരപദ്ധതിക്ക് ശേഷം, ഗ്രാമീണ മേഖലയിൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിൽ ഗ്രാമീണ-കുടിൽ വ്യവസായങ്ങൾക്ക് വലിയ പങ്കുണ്ട്. ഇതിലൂടെ പരമ്പരാഗത കരകൗശല തൊഴിലാളികളെ പോലുള്ള സമൂഹത്തിലെ ദുർബലവിഭാഗങ്ങൾക്ക് വലിയ പ്രയോജനം ലഭിക്കുന്നു. തൊഴിലന്വേഷകരായി ഗ്രാമീണർ പട്ടണങ്ങളിലേക്ക് ചേക്കേറുന്നതിനെ ഇത് ഫലപ്രദമായി പ്രതിരോധിക്കുന്നു.

ഗ്രാമീണ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളിലൂടെ അധികമുള്ള മനുഷ്യവിഭവശേഷി ഉപയോഗപ്പെടുത്തി വിവിധ ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും അതുവഴി ദാരിദ്ര്യം, തൊഴിലില്ലായ്മ എന്നീ പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാൻ സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. വരുമാനത്തിലുള്ള അസമത്വം ഇല്ലാതാക്കാൻ വ്യവസായങ്ങ

ളുടെ സമഗ്ര വികസനം, സമ്പദ്ഘടനയിലെ മറ്റ് വികസനങ്ങളുമായുള്ള ബന്ധം തുടങ്ങിയ സാമൂഹ്യ സാമ്പത്തിക വശങ്ങളെയും ഈ മേഖല പ്രയോഗികമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു.

ഗ്രാമീണ പിന്നോക്ക മേഖലകളുടെ അതിവേഗ വ്യവസായവൽക്കരണവും തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കലും എന്ന ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുന്നതിന് ഏറ്റവും ഫലപ്രദമായ മാർഗ്ഗം എന്ന നിലയിൽ ചെറുകിട വ്യവസായിക മേഖലയുടെ വളർച്ചയ്ക്കും ഗ്രാമീണ വ്യവസായവൽക്കരണത്തിനും കേന്ദ്ര സർക്കാർ പ്രത്യേക പ്രാധാന്യം നൽകി വരുന്നു.

എന്നിരുന്നാലും ചെറുകിട വ്യസായങ്ങളുടെ വ്യാപ്തി പൂർണ്ണാർത്ഥത്തിൽ ഇനിയും മനസ്സിലാക്കപ്പെട്ടിട്ടില്ല. ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഗ്രാമീണ നഗര മേഖലകളിൽ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ എന്തൊക്കെയെന്ന് നമുക്ക് പരിശോധിക്കാം.

9.6 ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ

[Problems of Small Business]

വൻകിട വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് പലതരത്തിലുള്ള പരിമിതികളാണുള്ളത്. വ്യാപാരപ്രവർത്തനങ്ങളുടെ വ്യാപ്തിക്കുറവ്, പണത്തിന്റെ ലഭ്യതക്കുറവ്, ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനുള്ള പരിമിതികൾ, അസംസ്കൃതവസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യതയില്ലായ്മ എന്നിവയെല്ലാം ഈ മേഖലയിലെ പ്രശ്നങ്ങളാണ്. ഇത് പല വിധത്തിലുള്ള ബുദ്ധിമുട്ടുകൾക്ക് കാരണമാകുന്നു.

ചെറുകിട ബിസിനസ് മേഖലയിലെ പ്രധാന പ്രശ്നങ്ങൾ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വലിപ്പമില്ലായ്മയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതാണ്. അതുമൂലം വൻകിട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്ന പല ഗുണങ്ങളും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കാതെ പോകുന്നു. എന്നിരുന്നാലും എല്ലാത്തരം ചെറുകിട വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങളും അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ എല്ലാം ഒരേ തരത്തിലുള്ളവയല്ല. ഉദാഹരണത്തിന് ചെറുകിട അനുബന്ധ സ്ഥാപനങ്ങൾ അനുഭവിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ പ്രധാനമായും സമയത്ത് സാമ്പത്തിക ഉത്തരവാദിത്വങ്ങൾ നിർവഹിക്കാൻ കഴിയാതിരിക്കൽ, ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയിൽ ഉണ്ടാകുന്ന നിരന്തര മാറ്റങ്ങൾ, ഓർഡറുകൾ കിട്ടുന്നതിനുള്ള കാലതാമസം തുടങ്ങിയവയാണ്. പരമ്പരാഗത വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രശ്നങ്ങളിൽ പ്രധാനമായും വേണ്ടത്ര വികസിതമല്ലാത്ത ഭൗതിക സൗകര്യങ്ങൾ, നേതൃത്വപാടവത്തിന്റെ അഭാവം, ഗുണമേന്മ ഇല്ലായ്മ, പരമ്പരാഗതമായ സാങ്കേതികവിദ്യ, പണത്തിന്റെ അപര്യാപ്തത എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു.

കയറ്റുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രശ്നങ്ങൾ വിദേശ വിപണികളെക്കുറിച്ചുള്ള സ്ഥിതി വിവരക്കണക്കുകളുടെ അഭാവം, വിപണി വൈദഗ്ദ്യത്തിന്റെ അഭാവം, വിദേശനാണ്യ വിനിമയനിരക്കുകളിലുള്ള വ്യതിയാനങ്ങൾ, ഗുണമേന്മാനിലവാരം തുടങ്ങിയവയാണ്. പൊതുവിൽ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രധാന പ്രശ്നങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1) പണലഭ്യത (Finance) : ചെറുകിട വ്യവസായസംരംഭങ്ങൾ നേരിടുന്ന ഏറ്റവും പ്രധാന പ്രശ്നം വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കാവശ്യമായ ധനലഭ്യതയുടെ അപര്യാപ്തതയാണ്.

സാധാരണയായി ഒരു ചെറുകിട ബിസിനസ് കുറഞ്ഞ മൂലധനം ഉപയോഗിച്ചാണ് ആരംഭിക്കുക. ഈ മേഖലയിലുള്ള പല സ്ഥാപനങ്ങളുടേയും മൂലധന വിപണിയിൽനിന്നുള്ള വിഭവസമാഹരണ ശേഷി വളരെ ദുർബലമാണ്. അതു കൊണ്ടുതന്നെ ഇവർ സാമ്പത്തിക സ്രോതസ്സുകൾക്കായി പ്രാദേശികമായി ലഭ്യമായ സൗകര്യങ്ങളെ ആശ്രയിക്കേണ്ടി വരികയും സ്വകാര്യ പണമിടപാടുകാരുടെ ചൂഷണത്തിന് വിധേയരാകുകയും ചെയ്യുന്നു. കടങ്ങൾ യഥാസമയം കൊടുത്തുതീർക്കാൻ കഴിയാത്തതുകൊണ്ടും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ യഥാസമയം വിറ്റ് പോകാതെ കെട്ടിക്കിടക്കുന്നതുകൊണ്ടും ആവശ്യത്തിന് പ്രവർത്തന മൂലധനമില്ലാതെ ഇവർ പ്രയാസപ്പെടുന്നു. ബാങ്കുകൾ ആവശ്യപ്പെടുന്ന തരത്തിലുള്ള ഈടുകൾ നൽകാനാവാത്തതിനാൽ ബാങ്ക് വായ്പകളും ലഭിക്കുന്നില്ല.

2. അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ (Raw materials) : അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യതക്കുറവാണ് ഈ മേഖലയുടെ മറ്റൊരു പ്രധാന പ്രശ്നം. ആവശ്യത്തിനനുസരിച്ച് വസ്തുക്കൾ ലഭിക്കാതെ വരുമ്പോൾ ഗുണമേന്മയിൽ വിട്ടുവീഴ്ച ചെയ്യേണ്ടി വരികയും അല്ലെങ്കിൽ ഉയർന്ന ഗുണമേന്മക്കായി വളരെ ഉയർന്ന വില നൽകേണ്ടി വരികയും ചെയ്യുന്നു. സാധാരണയായി ഇവർ ചെറിയ അളവിലാണ് വസ്തുക്കൾ വാങ്ങുന്നത് എന്നതിനാൽ ഇവരുടെ വിലപേശൽ ശേഷിയും താരതമ്യേന ദുർബലമായിരിക്കും. വസ്തുക്കൾ സൂക്ഷിച്ച്വയ്ക്കാനുള്ള സൗകര്യങ്ങൾ കുറവായതിനാൽ ഒന്നിച്ചു വാങ്ങി സൂക്ഷിച്ചു വയ്ക്കലും സാധ്യമാകുന്നില്ല. ലോഹങ്ങളുടെ പൊതുവിലുള്ള ലഭ്യതക്കുറവ്, രാസവസ്തുക്കളുടെയും ഖനനം ചെയ്തെടുക്കുന്ന അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടേയും കുറവ് എന്നിവ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ബാധിക്കുന്നത് ചെറുകിട മേഖലയെയാണ്. ഉൽപ്പാദനശേഷി പൂർണ്ണമായും ഉപയോഗിക്കപ്പെടാതെ പോകുന്നതും സമ്പദ്ഘടനയിൽ നഷ്ടത്തിന് കാരണമാകുന്നു.

3. കാര്യനിർവ്വഹണ ശേഷി (Managerial Skill) : സാധാരണഗതിയിൽ ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കാവശ്യമായ കാര്യനിർവ്വഹണ ശേഷിയിൽ അത്രയൊന്നും പ്രാഗൽഭ്യമില്ലാത്ത വ്യക്തികളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലായിരിക്കും ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾ. പല ബിസിനസ്സ് സംരംഭകർക്കും ഉയർന്ന സാങ്കേതിക പരിജ്ഞാനം ഉണ്ടെങ്കിലും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിപണനം ചെയ്യുന്നതിൽ പരാജയപ്പെടുന്നതായി കാണാറുണ്ട്. മാത്രമല്ല വിവിധ പ്രവർത്തനധർമ്മങ്ങൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നതിന് ഇവർ പലപ്പോഴും സമയം നീക്കിവയ്ക്കാറുമില്ല. അതേസമയം വിദഗ്ധ മാനേജർമാരെ നിയമിക്കാനുള്ള സാമ്പത്തികശേഷിയും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾക്കില്ല. ഇതെല്ലാം ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ കാര്യനിർവ്വഹണശേഷിയെ പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കുന്നു.

4. തൊഴിലാളികൾ (Labour): തൊഴിലാളികൾക്ക് ഉയർന്ന ശമ്പളം നൽകാൻ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് സാധിക്കാത്തതിനാൽ കഠിനാധ്വാനം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള തൊഴിലാളികളുടെ സന്നദ്ധതയും കൂടുതൽ ഉൽപ്പാദനം എന്ന ലക്ഷ്യവും സാധ്യമാകുന്നില്ല. ആയതിനാൽ തൊഴിലാളികളുടെ ഉൽപ്പാദനക്ഷമത കുറയുകയും കൊഴിഞ്ഞുപോക്ക് വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കുറഞ്ഞ പ്രതിഫലം മാത്രം നൽകുന്നതിനാൽ പ്രാഗൽഭ്യമുള്ള തൊഴിലാളികളെ സ്ഥാപനത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കാൻ ഇവർക്ക് കഴിയുന്നില്ല. അവിദഗ്ദ്ധ തൊഴിലാളികൾ താരതമ്യേന കുറഞ്ഞ കൂലിക്ക് ലഭ്യമാണെങ്കിലും അവർക്ക് തൊഴിൽപരിശീലനം

നൽകുന്നതിനായി വലിയ ചെലവും സമയവും വേണ്ടിവരുന്നു. വലിയ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ പോലെ തൊഴിൽ വിഭജനം സാധ്യമാകാത്തതിനാൽ സവിശേഷവർക്കരണത്തിന്റെ ഗുണഫലം നഷ്ടപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു.

5. വിപണനം (Marketing):

വരുമാനം നൽകുന്ന പ്രക്രിയ എന്ന നിലയിൽ വിപണനത്തിന് വലിയ പ്രാധാന്യമുണ്ട്. ഫലപ്രദമായ വിപണനത്തിന് ഉപഭോക്താവിന്റെ ആവശ്യങ്ങളെപ്പറ്റി വ്യക്തമായ അറിവ് ആവശ്യമാണ്. മിക്കവാറും ചെറിയ ബിസിനസുകളിൽ വിപണനമെന്നത് ദൗർബല്യ മേഖലയാണ്. ഇതിനാൽ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇടനിലക്കാരെ വലിയ തോതിൽ ആശ്രയിക്കുകയും തർഫലമായി ചെറിയ വിലമാത്രം നൽകിയും യഥാസമയം പണം നൽകാതെയുമുള്ള അവരുടെ ചൂഷണത്തിന് വിധേയരാവുകയും ചെയ്യുന്നു. അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ അഭാവം നിമിത്തം നേരിട്ടുള്ള വിപണനം എന്നത് പ്രയാസകരവുമാണ്.

6. ഗുണമേൻമ (Quality) :

പല ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്കും നിശ്ചിത ഉൽപ്പന്ന ഗുണമേന്മ ഉറപ്പുവരുത്താൻ കഴിയുന്നില്ല. പകരം അവർ ഉൽപ്പാദന ചെലവ് കുറക്കാനും അതുവഴി ഉൽപ്പന്നവില കുറച്ചു കൊണ്ടുവരാനും ശ്രമിക്കുന്നു. നിശ്ചിതനിലവാരം ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ, ഗുണമേൻമ സംബന്ധിച്ച പഠനം എന്നിവ നടത്തുന്നതിനോ നിലവിലുള്ള സാങ്കേതികവിദ്യ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനോ ഉള്ള ശ്രമങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയ്ക്ക് പണം ചെലവഴിക്കാൻ ഇവർക്ക് കഴിയുന്നില്ല. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ആഗോള വിപണിയിൽ ഗുണമേന്മക്കുറവ് ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ ഏറ്റവും പ്രധാന ദൗർബല്യമായി മാറുന്നു.

7. ഉൽപ്പാദനശേഷിയുടെ ഉപയോഗം (Capactiy Utilization) :

വിപണന ശേഷിയുടെ അഭാവവും പരിമിതമായ ചോദനവും നിമിത്തം പല ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളും അവരുടെ ഉൽപ്പാദനശേഷി ഭാഗികമായി മാത്രം ഉപയോഗിക്കുകയും തർഫലമായി അവയുടെ പ്രവർത്തനചെച്ചലവ് വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് ക്രമേണ രോഗാതുരസംരംഭമായി (sick unit) മാറുന്നതിന് വഴിവെയ്ക്കുകയും ക്രമേണ അടച്ചുപൂട്ടലിലെത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

8. സാങ്കേതിക വിദ്യ (Technology)

കാലഹരണപ്പെട്ട സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ ഉപയോഗം ഈ മേഖലയിൽ ഏറ്റവും ഗുരുതരമായ പ്രതിബന്ധമാണ്. കുറഞ്ഞ ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയും ലാഭകരമല്ലാത്ത ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയുമാണ് ഇതിന്റെ പരിണിതഫലം.

9. രോഗാതുരത (Sickness)

നയരൂപീകരണം നടത്തുന്നവർക്കും സംരംഭകർക്കും ഒരുപോലെ പ്രയാസമുണ്ടാക്കുന്നതാണ് ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ രോഗാതുരത. ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ രോഗാതുരതയിൽ ബാഹ്യവും ആന്തരികവുമായ ഘടകങ്ങൾ കാരണമാകുന്നുണ്ട്. ആന്തരിക പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിൽ പരിശീലനം ലഭിച്ച വിദഗ്ദരായ തൊഴിലാളികളുടെ അഭാവം, കാര്യനിർവ്വഹണശേഷിയുടെയും വിപണനശേഷിയുടെയും കുറവ് എന്നിവ ഉൾപ്പെടുന്നു. യഥാസമയം പണം നൽകാതിരിക്കൽ, അപര്യാപ്തമായ പ്രവർത്തന മൂലധനം, അക്ലിപ്ത ബാധ്യത, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വേണ്ടത്ര ചോദനമില്ലാതിരിക്കുക എന്നിവയാണ് മറ്റ് മുഖ്യ പ്രശ്നങ്ങൾ.

10. ആഗോളതലത്തിലുള്ള മൽസരം (Global Competition)

ലോകത്താകമാനമുള്ള വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ ആഗോളവൽക്കരണ, ഉദാരവൽക്കരണ, സ്വകാര്യവൽക്കരണ നയങ്ങൾ നടപ്പാക്കുന്നതിലൂടെ ഗ്രാമീണ കുടിൽ വ്യസായങ്ങൾക്കു ചോദനക്കുറവ് സംഭവിക്കുകയും നഷ്ടസാധ്യതയ്ക്ക് വഴിവയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. 1991-ന് ശേഷം ഇന്ത്യയും പുതിയ സാമ്പത്തികനയങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കി വരികയാണ്. ആഗോളതലത്തിലുള്ള മൽസരം ഏതെല്ലാം മേഖലകളെ എങ്ങിനെയെല്ലാമാണ് ബാധിക്കുന്നതെന്ന് പരിശോധിക്കാം.

1. വലിപ്പത്തിലും വിൽപ്പനയിലും ഭീമാകാരമായ ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികളിൽ നിന്നും ഇടത്തരം വൻകിട സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും മത്സരം നേരിടേണ്ടി വരുന്നു. ഇത് ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങളെ പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കുന്നു.
2. വലിയ വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങളുടേയും ബഹുരാഷ്ട്ര കമ്പനികളുടേയും ഗുണമേന്മാ നിലവാരം, സാങ്കേതികശേഷി, സാമ്പത്തിക വിഭവ സമാഹരണശേഷി എന്നിവയോട് മത്സരിക്കാൻ ചെറുകിടസ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കഴിയുന്നില്ല.
3. ഐ.എസ്.ഒ. 9000 പോലുള്ള ഗുണമേന്മാ സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തലുകളുടെ നിബന്ധനകൾ നിറവേറ്റാൻ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് പ്രയാസമാണ്.

9.7 ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾക്കും ചെറുകിട ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്കുമുള്ള സർക്കാരിന്റെ വിവിധ സഹായങ്ങൾ [Government Assistance to Small Industries and Small Business Units]

തൊഴിലവസരങ്ങളുടെ ലഭ്യത, രാജ്യത്തിന്റെ സന്തുലിതമായ പ്രാദേശികവികസനം, കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹനം തുടങ്ങിയവയിൽ ചെറുകിട മേഖലയുടെ പ്രാധാന്യം മനസ്സിലാക്കി ഈ മേഖലയുടെ വികാസത്തിനായി സർക്കാർ വിവിധ നയങ്ങൾ, പദ്ധതികൾ എന്നിവ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. പിന്നോക്ക മേഖലകളിലെ ഗ്രാമീണ, കുടിൽ വ്യവസായങ്ങൾക്കായി പ്രത്യേക സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നു. ഗ്രാമീണ മേഖലകളിൽ സ്വയം തൊഴിൽ അവസരങ്ങൾ വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനായി ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യ വികസനം, മൂലധന ലഭ്യത, സാങ്കേതികവിദ്യ, തൊഴിൽപരിശീലനം, അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ, ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിപണനം തുടങ്ങിയ മേഖലകളിൽ കേന്ദ്ര സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ പ്രത്യേക പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. സർക്കാർ സഹായത്തിനുള്ള നയങ്ങളും പദ്ധതികളും, പ്രാദേശിക വിഭവങ്ങൾ, അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ, പ്രാദേശിക മാനുഷികവിഭവങ്ങൾ എന്നിവ ഉപയോഗപ്പെടുത്തണമെന്ന് നിർദ്ദേശിക്കുന്നു. ഇവ വിവിധ ഏജൻസികളുടെയും വകുപ്പുകളുടെയും സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും സഹായത്തോടെ വ്യവസായ വകുപ്പ് നടപ്പിലാക്കുന്നു. ഇവയെല്ലാം തന്നെ പ്രാഥമികമായി ചെറുകിട ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങളുടെ വികസനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു.

ചെറുകിട ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങളുടെ വികസനത്തിനായി നടപ്പിലാക്കുന്ന ചില പദ്ധതികളും പിന്തുണാ സംവിധാനങ്ങളും താഴെ പറയുന്നു.

എ) സ്ഥാപനപരമായ പിന്തുണ (Institutional Support)

1. **ദേശീയ ഗ്രാമീണ കാർഷിക വികസന ബാങ്ക്**
   (National Bank for Agriculture and Rural Development [NABARD])

സമഗ്ര ഗ്രാമീണ വികസനം ലക്ഷ്യമാക്കി 1982-ലാണ് നബാർഡ് നിലവിൽ വന്നത്. അന്നു മുതൽ വിവിധ വികസനോന്മുഖ പ്രവർത്തനങ്ങൾ സ്ഥാപനം ഏറ്റെടുത്ത് നടപ്പിലാക്കുന്നു. കാർഷിക മേഖല കൂടാതെ ചെറുകിട, ഗ്രാമീണ, കുടിൽ വ്യവസായങ്ങൾ ഗ്രാമീണ കൈത്തൊഴിലുകാർ എന്നീ വിഭാഗങ്ങൾക്ക് വിവിധ തരത്തിലുള്ള സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നു. ഗ്രാമീണ സംരംഭങ്ങൾക്കായി ഉപദേശങ്ങളും മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങളും നൽകുകയും പരിശീലന പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

2. ഗ്രാമീണ ചെറുകിട വ്യാപാര വികസന കേന്ദ്രം
(The Rural Small Business Development Centre [RSBDC])

നബാർഡിന്റെ സാമ്പത്തിക സഹായത്തോടെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഈ സ്ഥാപനം ആഗോളതലത്തിലുള്ള ചെറുകിട, ഇടത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ സംയുക്ത നേതൃത്വത്തിൽ സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ട ഏക സ്ഥാപനമാണ്. സാമൂഹികമായും സാമ്പത്തികമായും പരിമിതികൾ നേരിടുന്ന വ്യക്തികൾക്കും ഗ്രൂപ്പുകൾക്കും സഹായം നൽകുകയാണ് പ്രധാന ഉദ്ദേശ്യം. വളരെ സൂക്ഷ്മവും ചെറുതുമായ സംരംഭങ്ങൾക്ക് മാനേജ്മെന്റ്, സാങ്കേതിക പിന്തുണകൾ നൽകുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഗ്രാമീണ മേഖലയിൽ സംരംഭകത്വ വികസനം, നൈപുണ്യ വികസനം, പരിശീലകരുടെ പരിശീലനം എന്നീ മേഖലകളിൽ നിരവധി പദ്ധതികൾ ഗാസിയാബാദ്, നോയിഡ എന്നിവിടങ്ങളിലെ വിവിധ ഗ്രാമങ്ങളിൽ സംഘടിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഭക്ഷ്യ സംസ്കരണം, കളിപ്പാട്ട നിർമ്മാണം, റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്ര നിർമ്മാണം, മെഴുകുതിരി നിർമ്മാണം, ചന്ദനത്തിരി നിർമ്മാണം, ഇരുചക്ര വാഹനങ്ങളുടെ റിപ്പയറിംഗ്, മണ്ണിര കമ്പോസ്റ്റ്, പരമ്പരാഗതമല്ലാത്ത കെട്ടിട നിർമ്മാണവസ്തുക്കൾ എന്നിങ്ങനെ വിവിധ മേഖലകളിൽ സ്ത്രീകൾ, യുവജനങ്ങൾ എന്നിവരെ ലക്ഷ്യമാക്കി നിരവധി പദ്ധതികൾ സംഘടിപ്പിച്ചുവരുന്നു.

3. ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ കോർപ്പറേഷൻ
(National Small Industries Corporation [NSIC])

രാജ്യത്തുടനീളമുള്ള ചെറുകിട വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രോത്സാഹനം, അവയ്ക്കുള്ള വിവിധ സഹായങ്ങൾ എന്നിവ ലഭ്യമാക്കുന്നതിനായി 1955-ൽ സ്ഥാപിതമായ ഈ സ്ഥാപനം താഴെപ്പറയുന്ന വാണിജ്യപരമായ ധർമ്മങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു.

- പരമ്പരാഗതമായതും ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നതുമായ യന്ത്രോപകരണങ്ങൾ ലളിത വ്യവസ്ഥയിൽ ലഭ്യമാക്കുക.
- പരമ്പരാഗതവും ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നതുമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ വാങ്ങൽ, വിതരണം എന്നിവ ഉറപ്പുവരുത്തുക.
- ചെറുകിട വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കയറ്റുമതിയും വ്യാപ്തിയും വർദ്ധിപ്പിക്കുക.
- ഉപദേശക, മാർഗ്ഗദർശക സേവനങ്ങൾ നൽകുക.
- ബിസിനസ്സിന്റെ സാങ്കേതിക പിന്തുണാ സംവിധാനമായി പ്രവർത്തിക്കുക.

- സാങ്കേതിക നവീകരണത്തെക്കുറിച്ച് അവബോധം സൃഷ്ടിക്കുക.
- സോഫ്റ്റ്‌വെയർ സാങ്കേതികവിദ്യാ പാർക്കുകളും സാങ്കേതികവിദ്യാ കൈമാറ്റ കേന്ദ്രങ്ങളും വികസിപ്പിക്കുക.

ദേശീയ ചെറുകിട സംരംഭകത്വ വികസന കോർപ്പറേഷനുകളിലൂടെ **'പെർഫോമൻസ് ആന്റ് ക്രെഡിറ്റ് റേറ്റിംഗ്'** എന്ന നൂതന പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. ഇതിന്റെ പ്രധാന ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ ഇവയാണ്.

1. ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങളെ, അവയുടെ കടം വായ്പാലഭ്യത ക്ഷമതയെപ്പറ്റി ബോധവൽക്കരിക്കൽ.
2. അനുകൂലമായ സാമ്പത്തിക ഇടപാട് പശ്ചാത്തലം സൃക്ഷിക്കുവാൻ ഇവരെ പ്രേരിപ്പിക്കൽ.

പ്രവർത്തന മൂലധനത്തിനും നിക്ഷേപത്തിനുമായി സാമ്പത്തികസ്ഥാപനങ്ങളെ സമീപിക്കുമ്പോൾ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് മുഖ്യപരിഗണന ലഭിക്കുകയെന്നതാണ് ആത്യന്തിക ലക്ഷ്യം.

വിപണന സഹായ പദ്ധതി (Marketing Assistance Scheme)

സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട, ഇടത്തരം സംരംഭകരുടെ വികസനത്തിനും നിലനിൽപ്പിനും വിപണനമെന്ന തന്ത്രത്തിന്റെ ഫലപ്രദമായ ഉപയോഗം അനിവാര്യമാണ്. ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭ മന്ത്രാലയം ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ കോർപ്പറേഷൻ (National Small Industries Corporation (NSIC)) മുഖേന, ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് വിപണന സഹായ പദ്ധതിയിലൂടെ പിന്തുണ നൽകി വരുന്നു.

ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ (Objectives)

ഈ പദ്ധതിയുടെ പ്രധാന ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

1. ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ വിപണി മികവും വിപണനശേഷിയും വർദ്ധിപ്പിക്കുക.
2. ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ ശേഷികൾ അവതരിപ്പിക്കുക.
3. നിലവിലുള്ള വിപണി അവസരകളും അവയുടെ പ്രത്യാഘാതങ്ങളും സംബന്ധിച്ച് ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് വിവരങ്ങൾ നൽകുക.
4. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിപണനത്തിനുവേണ്ടി സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ കൂട്ടായ്മ രൂപീകരിക്കുന്നതിന് സഹായിക്കുക.
5. ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് വൻകിട സംരംഭകരുമായി ഇടപെടുന്നതിനുള്ള അവസരങ്ങൾ ഒരുക്കുക.
6. സർക്കാരിന്റെ വിവിധ പരിപാടികൾ നടപ്പിലാക്കുകയും പ്രചരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക.
7. ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ വിപണന ശേഷികൾ വർദ്ധിപ്പിക്കുക.

സൂക്ഷ്മ, ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭകർക്കുള്ള വിപണി പിന്തുണ (Marketing Support to MSMES)

ഈ പദ്ധതി പ്രകാരം വിവിധ പ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിപണനക്ഷമത, മത്സരക്ഷമത എന്നിവ വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി താഴെ പറയുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നു.

1. വിദേശ രാജ്യങ്ങളിൽ ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ കോർപ്പറേഷന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ അന്തർദേശീയ സാങ്കേതിക മേളകൾ സംഘടിപ്പിക്കുകയും അത്തരം മേളകളിൽ പങ്കെടുക്കുകയും ചെയ്യുക. (Organising International technology exhibitions in foreign countries by NSIC and participation in international exhibitions)

ആധുനിക നൂതന വിപണികളുടെ സാധ്യതകൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നതിനായി ഇന്ത്യയിലെ ചെറുകിട -ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് അവസരങ്ങൾ നൽകുന്ന വിധത്തിൽ അന്തർദേശീയ സാങ്കേതിക മേളകൾ, വിൽപ്പന മേളകൾ എന്നിവ ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ കോർപ്പറേഷന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു.

ഇത് ചെറുകിട-ഇടത്തരം വ്യാപാരമേഖലയുമായി ബന്ധിപ്പിച്ച് വ്യാപാരം, സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ, സാങ്കേതികവിദ്യാ കൈമാറ്റം, വിപണി സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കൽ എന്നിവയും അതുവഴി ഇന്ത്യയിലെ ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് വിദേശ രാജ്യങ്ങളിൽ നല്ല പ്രതിഛായ സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അന്തർദേശീയ മേളകളുടെ സംഘാടനം കൂടാതെ ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ കോർപ്പറേഷന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട അന്തർദേശീയ മേളകളിലും മറ്റും ഇന്ത്യയിലെ ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്ക് അവസരങ്ങൾ ഒരുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത്തരം അവസരങ്ങൾ അന്തർദേശീയ വ്യാപാരരീതികളുമായി പരിചയപ്പെടാൻ ഇവരെ സഹായിക്കുന്നു.

2. ആഭ്യന്തര മേളകളുടെ സംഘാടനവും അവയിലെ പങ്കാളിത്തവും (Organising Domestic Exhibitions and Participations in Exhibitions / Trade Fairs in India)

വ്യവസായ സൂക്ഷ്മ ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളെ ലക്ഷ്യമാക്കി ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ വികസന കോർപ്പറേഷന്റെ (NSIC) നേതൃത്വത്തിൽ ചില പ്രത്യേക ആശയങ്ങളിലൂന്നിയുള്ള മേളകൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു. പുതിയ സാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ മേഖലയിലുള്ള തൊഴിലവസരങ്ങളുടെ നിർമ്മിതി, ചില പ്രത്യേക മേഖലകളിൽ നിന്നുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ പരിചയപ്പെടുത്തൽ (ഭക്ഷ്യ സംസ്കരണം, യന്ത്രോപകരണങ്ങൾ, ഇലക്ട്രോണിക്സ്, തുകൽ ഉൽപന്നങ്ങൾ) എന്നിവയും ഈ പരിപാടിയുടെ ലക്ഷ്യത്തിൽപെടുന്നു.

ഇത്തരം പരിപാടികളിലുള്ള പങ്കാളിത്തം, പുതിയ വിപണി സാധ്യതകളുടെ കണ്ടെത്തൽ, നിലവിലുള്ള വിപണിയുടെ വിപുലീകരണം എന്നിവയിലൂടെ ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ സാധ്യതകൾ വർദ്ധിപ്പിക്കുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു.

3. മറ്റ് സംഘടനകളും വ്യാവസായിക ഏജൻസികളും സംഘടിപ്പിക്കുന്ന മേളകളിലെ പങ്കാളിത്തവും പിന്തുണ നൽകലും

(Support for Co-sponsoring of Exhibitions Organised by other Organisations/Industry / Associations / Agencies)

ഈ പിന്തുണ ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ വികസന കോർപ്പറേഷന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ നടക്കുന്ന പരിപാടികളുടെ സംഘാടനത്തിലുള്ള പങ്കാളിത്തം എന്ന നിലയിലാണ്. ഇത്തരം പരിപാടികളുടെ സംഘാടനത്തിലുള്ള പങ്കാളിത്തം ലഭിക്കുന്നതിനായി നിശ്ചിത നിബ

ന്ധനകൾ പാലിച്ച് അപേക്ഷ നൽകേണ്ടതുണ്ട്.

4. **വാങ്ങുന്നവരുടെയും വിൽപ്പനക്കാരുടെയും കൂടിക്കാഴ്ചകൾ സംഘടിപ്പിക്കൽ (Buyer Seller Meets)**

ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ കമ്പോള മത്സരക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി റെയിൽവെ, പ്രതിരോധവകുപ്പ്, വാർത്താവിനിമയവകുപ്പ് എന്നിങ്ങനെയുള്ള വൻകിട ഉപഭോക്താക്കൾ, വലിയ കമ്പനികൾ എന്നിവരുമായുള്ള അഭിമുഖങ്ങൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു. ഇത്തരം മുഖാമുഖങ്ങളിലൂടെ വൻകിട ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങളെപ്പറ്റി മനസ്സിലാക്കുന്നതിന് ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് കഴിയുന്നു. കൂടാതെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ ശേഷികൾ തിരിച്ചറിയുന്നതിന് വൻകിട ഉപഭോക്താക്കളെ സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

5. **ഊർജ്ജിത ബോധവൽക്കരണ പരിപാടികളും വിപണന പ്രോത്സാഹന പരിപാടികളും (Intensive campaigning and Marketing Promotion Events)**

ചെറുകിട-ഇടത്തരം വ്യാപാരങ്ങൾക്കായുള്ള വിവിധ പദ്ധതികളെപ്പറ്റി അവരെ ബോധവൽക്കരിക്കുന്നതിനായി വിവിധ പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു. ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നൂതനപ്രവണതകൾ, ഗുണമേന്മാ മാനദണ്ഡങ്ങൾ എന്നിങ്ങനെയുള്ള കാര്യങ്ങളെപ്പറ്റി മനസ്സിലാക്കുന്നതിനും അതുവഴി വിപണന വ്യാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും കഴിയുന്നു.

6. **മറ്റ് പിന്തുണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ (Other Support Activities)**

- ചെറുകിട-ഇടത്തരം വ്യാപാരമേഖലയിൽ നിന്നുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കാനായി പ്രദർശന കേന്ദ്രങ്ങൾ, ബോർഡുകൾ തുടങ്ങിയവ സ്ഥാപിക്കുക.
- പ്രചാരണത്തിനായി ബ്രോഷറുകൾ, കൈപ്പുസ്തകങ്ങൾ, കാറ്റലോഗുകൾ, സി.ഡി. കൾ, ഹ്രസ്വചിത്രങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ നിർമ്മിക്കുക.
- ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും സേവനത്തിന്റെയും വിപണനത്തിനായി വെബ്സൈറ്റ്/പോർട്ടൽ വികസിപ്പിക്കുക.
- പരസ്യത്തിനും പ്രചാരണത്തിനുമായി വിവിധ പരിപാടികൾ, പദ്ധതികൾ തുടങ്ങിയവ സംഘടിപ്പിക്കുക.
- ചെറുകിട ഇടത്തരം മേഖലയിലെ ഉൽപ്പാദകർ /വിതരണക്കാർ /കയറ്റുമതിക്കാർ എന്നിവരുടെ ഡയറക്ടറി പ്രസിദ്ധീകരിക്കുക.
- ചെറുകിട ഇടത്തരം വ്യാപാര സംരംഭങ്ങളുടെ വിജയകഥകൾ പ്രചരിപ്പിക്കുക.
- ദേശീയ അന്തർദേശീയ വിപണികളിലെ സാധ്യതകളെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നതിനായി പഠനം നടത്തുക.
- അന്തർദേശീയ പ്രതിനിധി സംഘങ്ങൾക്കും അവരുടെ അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും ആദിത്യം അരുളുക.

4. **ഇന്ത്യൻ ചെറുകിട വ്യാപാര വികസന ബാങ്ക് (Small Industries Development Bank of India (SIDBI)**

ചെറുകിട മേഖലയിലെ വായ്പ സംബന്ധിച്ച ആവശ്യങ്ങൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി രൂപീകരിച്ചിട്ടുള്ള ഉന്നതതല ബാങ്കാണിത്. സമാനമായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്ന മറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങളെ ഏകോപിപ്പിക്കുന്നതിനും ഈ സ്ഥാപനം സഹായിക്കുന്നു.

5. അസംഘടിത മേഖലയിലെ സംരംഭങ്ങൾക്കായുള്ള ദേശീയ കമ്മീഷൻ (The National Commission for Enterprises in the Unorganised Sector (NCEUS))

2004 സെപ്തംബറിലാണ് ഇത് രൂപീകരിക്കപ്പെട്ടത്. ഇതിന്റെ ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു.

- അനൗപചാരിക മേഖലയിലെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ ഉൽപ്പാദനക്ഷമത മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന് നടപടികൾ നിർദേശക്കുക.
- ഗ്രാമീണ മേഖലയിൽ സുസ്ഥിരമാകുന്ന വിധത്തിലുള്ള തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുക.
- ഉയർന്നു വരുന്ന ആഗോള സാഹചര്യങ്ങളെ അതിജീവിക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന വിധത്തിൽ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളുടെ മത്സരക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുക.
- ചെറുകിട വ്യവസായമേഖലയെ വായ്പ, അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ, സാങ്കേതിക വിദ്യ, വിപണനം തുടങ്ങിയ മേഖലകളിലുള്ള മറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ബന്ധിപ്പിച്ച് പ്രവർത്തിക്കുക.

  കമ്മീഷൻ താഴെ പറയുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ വിശദമായ പരിഗണനയ്ക്കായി കണ്ടെത്തിയിരിക്കുന്നു.

- അസംഘടിതമേഖലയുടെ വളർച്ചയ്ക്കായി, പുറത്തുനിന്നുള്ള സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നതിനായി ക്ലസ്റ്ററുകൾ രൂപീകരിക്കൽ.
- പൊതു-സ്വകാര്യ മേഖലകളുടെ പങ്കാളിത്തത്തിലൂടെ അസംഘടിതമേഖലയെ ശക്തിപ്പെടുത്തൽ.
- സൂക്ഷ്മ സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങൾ (Micro-finance) ഉൾപ്പെടെയുള്ള സേവനങ്ങൾ അസംഘടിത മേഖലയ്ക്ക് ലഭ്യമാക്കൽ.
- അസംഘടിത മേഖലയിലെ തൊഴിലാളികൾക്ക് സാമൂഹിക സുരക്ഷിതത്വം ഉറപ്പുവരുത്തൽ.

6. ഗ്രാമീണ സ്ത്രീ സംരംഭകത്വ വികസനം (Rural & Women Entreprenеurship Development [RWED])

ബിസിനസിന് അനുയോജ്യമായ വിധത്തിൽ പരിസ്ഥിതി ഘടകങ്ങളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഈ ഉദ്ദേശ്യത്തിനായി ഗ്രാമീണ സ്ത്രീകൾക്ക് ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിനായി സ്ഥാപനപരവും മനുഷ്യശേഷിയിലധിഷ്ഠിതവുമായ പിന്തുണകൾ നൽകുന്നു. ഗ്രാമീണ സ്ത്രീ സംരംഭകത്വ വികസനത്തിലൂടെ താഴെ പറയുന്ന സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നു.

- ഗ്രാമീണ സ്ത്രീ സംരംഭകർക്ക് സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങുന്നതിനാവശ്യമായ സാഹചര്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു.
- ഉൽപ്പാദനക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനായി മാനുഷികവും സ്ഥാപനപരവുമായ ശേഷി ഉയർത്തുന്നു.
- സ്ത്രീ സംരംഭകർക്കായി വിവിധ പരിശീലന പരിപാടികൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു.
- വിവിധ കാര്യങ്ങളിൽ ആവശ്യമായ ഉപദേശങ്ങൾ നൽകുന്നു.

7. ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്കായുള്ള ലോക കൂട്ടായ്മ

(World association for Small and Medium Enterprises [WASME])

ചെറുകിട-ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ഇന്ത്യയിൽ രൂപീകൃതമായതും ലോകത്തിൽ ആദ്യത്തേതുമായ അന്താരാഷ്ട്ര സർക്കാരേതര സംഘടനയാണിത്. ഗ്രാമീണ

വ്യവസായവൽക്കരണത്തിനായി ഇതിന്റെ കീഴിൽ ഒരു ആഗോള സംഘടന രൂപീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഗ്രാമീണ വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളുടെ വളർച്ചയും വികസനവുമാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. കാർഷികേതര വിഭാഗങ്ങളെ സഹായിക്കുന്നതിനായി കേന്ദ്ര സർക്കാർ നടപ്പിലാക്കുന്ന വിവിധ പദ്ധതികൾ ഇവർ നടപ്പിലാക്കി വരുന്നു. ഐ.ആർ.ഡി.പി. (IRDP) പി.എം.ആർ.വൈ. (PMRY), ട്രൈസം (TRYSEM) തുടങ്ങിയവ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇവ കൂടാതെ ജെ.ആർ.വൈ. (JRY), ജോലിക്ക് കൂലി ഭക്ഷണം തുടങ്ങിയ പദ്ധതികളുമുണ്ട്. ഇതിനു പുറമെ ഖാദി, കൈത്തറി, കരകൗശല മേഖലകൾക്കായുള്ള പ്രത്യേക പദ്ധതികളുമുണ്ട്.

8. പാരമ്പര്യ വ്യവസായങ്ങളെ പുനരുജ്ജീവിപ്പിക്കാനുള്ള ഫണ്ടുകൾ

(Scheme of Fund for the Regeneration of Traditional industries [SFURTI])

സുസ്ഥിരവികസനം എന്ന ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുന്നതിനുവേണ്ടി പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങളെ ഉൽപ്പാദനക്ഷമത, മത്സരക്ഷമത, സുസ്ഥിരവികസനം എന്നിവയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതിന് സർക്കാർ 100 കോടി രൂപയുടെ ഫണ്ട് സ്വരൂപിച്ചിട്ടുണ്ട്. 2005 മുതൽ വിനിയോഗം ചെയ്യത്തക്ക വിധത്തിലാണ് ഈ തുക നീക്കി വച്ചിട്ടുള്ളത്. വിവിധ സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളുടെ സഹായത്തോടെ കാർഷിക, ഗ്രാമീണ വ്യവസായ മന്ത്രാലയമാണ് പദ്ധതി നടപ്പിലാക്കുന്നത്. ഈ ഫണ്ട് രൂപീകരണത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

- രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിൽ പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങളുടെ ക്ലസ്റ്ററുകൾ വികസിപ്പിക്കൽ.
- പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങളെ മത്സരോന്മുഖവും ലാഭകരവും സുസ്ഥിരവുമാക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ പുതുമയാർന്നതും പരമ്പരാഗതവുമായ ശേഷികൾ വികസിപ്പിക്കുക, സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുക, പൊതുസ്വകാര്യ പങ്കാളിത്തങ്ങൾ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക, വിപണി വൈദഗ്ധ്യം വികസിപ്പിക്കുക തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങൾ.
- പരമ്പരാഗത വ്യവസായ മേഖലയിൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കൽ.

9. ജില്ലാ വ്യവസായ കേന്ദ്രങ്ങൾ

(The District Industries Centres [DIC's])

ചെറുകിട വ്യവസായ സംരംഭകരുടെ വിവിധ ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുക എന്ന ഉദ്ദേശ്യത്തോടെ 1978 മെയ് മാസത്തിൽ ജില്ലാതലങ്ങളിൽ സ്ഥാപിതമായതാണ് ജില്ലാ വ്യവസായ കേന്ദ്രങ്ങൾ. വിവിധ സർക്കാർ വകുപ്പുകളുടെയും ഏജൻസികളുടെയും പ്രവർത്തനങ്ങളെ ഏകോപിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് ഇവയുടെ പ്രധാന ധർമ്മം. ചെറുകിട വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ നടത്തേണ്ടത് ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രങ്ങളിലാണ്. ഇവയ്ക്കാവശ്യമായ എല്ലാ തരത്തിലുള്ള പിന്തുണയും ഇവിടെ നിന്ന് ലഭിക്കും. ഗ്രാമീണ സംരംഭകരുടെ മനോഭാവത്തിൽ അനുകൂലമായ മാറ്റം വരുത്തുന്നതിനും ഗ്രാമീണ മേഖലയുടെ വികസനത്തിനും ഈ സ്ഥാപനം വലിയ പങ്ക് വഹിക്കുന്നുണ്ട്. അനുയോജ്യമായ വിവിധ പദ്ധതികൾ കണ്ടെത്തൽ, സാധ്യതാപഠനങ്ങൾ നടത്തൽ, ആവശ്യമായ മൂലധന സ്വരൂപണം, യന്ത്രസാമഗ്രികളുടെയും അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെയും ലഭ്യത ഉറപ്പാക്കൽ, മറ്റ് അനുബന്ധ സേവനങ്ങൾ എന്നിവയിലെല്ലാം ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രങ്ങൾ സഹായിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക വ്യാവസായിക വളർച്ചയിൽ വലിയ പങ്കാണ് ഈ സ്ഥാപനം നിർവ്വഹിക്കുന്നത്.

B. പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ (Incentives)

വിവിധ പഞ്ചവത്സര പദ്ധതികളിൽ ആദിവാസി പിന്നോക്ക പ്രദേശങ്ങളിലെ വ്യവസായ വികസനത്തിന് സർക്കാർ മുൻഗണന നൽകിയിട്ടുണ്ട്. പിന്നോക്ക മേഖലയുടെ വികസനം എന്നത് ഒരു ദീർഘകാല പ്രക്രിയയാണ് എന്ന തിരിച്ചറിവിൽ വിവിധ കമ്മിറ്റികൾ ഈ മേഖലയെപ്പറ്റി വിശദമായ പഠനത്തിനായി നിയോഗിക്കപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. സന്തുലിത വികസനമെന്ന അത്ര എളുപ്പമല്ലാത്ത ലക്ഷ്യം നേടിയെടുക്കുന്നതിന് വിവിധ നിർദ്ദേശങ്ങൾ ഈ കമ്മിറ്റികൾ മുന്നോട്ട് വച്ചിട്ടുണ്ട്. സംയോജിത ഗ്രാമീണ വികസന പരിപാടി (IRDP) ഇത്തരത്തിലുള്ള നിർദ്ദേശങ്ങളുടെ ഫലമായി ഉണ്ടായതാണ്. കേന്ദ്രസർക്കാർ മുന്നോട്ട് വച്ച ഗ്രാമീണ വ്യവസായ പദ്ധതി ഗ്രാമീണ മേഖലയിലെ ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളെ ലക്ഷ്യം വച്ചുള്ളതാണ്. വിവിധ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ ഈ പദ്ധതിയുടെ നടത്തിപ്പ് വ്യത്യസ്ത രീതിയിലാണെങ്കിലും പിന്നോക്ക മേഖലകളിലെ വ്യവസായങ്ങൾക്ക് പ്രോത്സാഹനം നൽകുന്ന പരിപാടി എന്ന നിലയിൽ ഐക്യരൂപം നേടിയിട്ടുണ്ട്. സാധാരണയായി ചെറുകിട മേഖലയ്ക്കായി നൽകുന്ന പ്രധാന പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

ഭൂമി (Land)

വിവിധ സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ വ്യവസായകൾക്ക് വിധേയമായി, അടിസ്ഥാന സൗകര്യ ലഭ്യതയുള്ള ആവശ്യമായ ഭൂമി പ്ലോട്ടുകളായി നൽകുന്നു. ചില സംസ്ഥാനങ്ങൾ നിശ്ചിത വർഷത്തേക്ക് സൗജന്യവാടക ഈടാക്കുന്നില്ല. മറ്റ് ചിലർക്ക് വാടക ഗഡുക്കളായി അടയ്ക്കാൻ അനുവാദം നൽകുന്നു.

ഊർജ്ജം (Power)

ചില സംസ്ഥാനങ്ങൾ വൈദ്യുതോർജ്ജത്തിന് 50% കിഴിവ് നൽകുമ്പോൾ മറ്റ് ചില സംസ്ഥാനങ്ങൾ പ്രാരംഭകാലത്ത് അത് പൂർണ്ണമായി ഒഴിവാക്കി കൊടുക്കുന്നു.

വിൽപ്പന നികുതി (Sales tax)

എല്ലാ കേന്ദ്രഭരണ പ്രദേശങ്ങളിലും വ്യവസായങ്ങളെ പൂർണ്ണമായും വിൽപ്പന നികുതിയിൽ നിന്ന് ഒഴിവാക്കിയിരിക്കുന്നു. എന്നാൽ ചില സംസ്ഥാനങ്ങൾ ആദ്യ 5 വർഷക്കാലത്തെ നികുതി ഒഴിവാക്കി കൊടുക്കുന്നു.

കടത്തുചുങ്കം (Octroi)

ഏതാണ്ട് എല്ലാ സംസ്ഥാനങ്ങളിലും കടത്തുചുങ്കം പൂർണമായും ഒഴിവാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ (Raw materials)

പിന്നോക്കമേഖലകളിൽ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾക്ക്, ദൗർലഭ്യം നേരിടുന്ന സിമന്റ്, ഇരുമ്പ്, കമ്പി എന്നിങ്ങനെയുള്ള അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ലഭ്യതയിൽ മുൻഗണന നൽകി വരുന്നു.

സാമ്പത്തികം (Finance)

മൂലധന ആസ്തികൾക്ക് 10 മുതൽ 15 ശതമാനം വരെ സബ്സിഡിയും വായ്പകളുടെ പലിശ നിരക്കിൽ ഇളവുകളും ലഭ്യമാക്കുന്നു.

വ്യാവസായിക എസ്റ്റേറ്റുകൾ (Industrial Estates)

ചില സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ, പിന്നോക്ക മേഖലകളിൽ വ്യാവസായിക എസ്റ്റേറ്റുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിന് പ്രോത്സാഹനം നൽകുന്നു.

നികുതി അവധിക്കാലം (Tax Holiday)

പിന്നോക്ക, ആദിവാസി, മലയോരപ്രദേശങ്ങളിൽ വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കുന്നവർക്ക് 5 മുതൽ 10 വർഷം വരെ നികുതി ഒഴിവാക്കിക്കൊടുക്കുന്നു.

ചുരുക്കിപ്പറഞ്ഞാൽ ഇന്ത്യൻ ചെറുകിട ബിസിനസ് മേഖലയ്ക്ക് പലവിധ രീതികളിൽ പലതരം ആവശ്യങ്ങൾക്കായി സർക്കാരിൽ നിന്ന് വിവിധങ്ങളായ സഹായങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നുണ്ട്. സവിശേഷമായ ശ്രദ്ധനൽകിയിട്ടുകൂടി പിന്നോക്കമേഖലയുടെ വികസനത്തിൽ അസന്തുലിതാവസ്ഥ നിലനിൽക്കുന്നു എന്ന് കാണാം. എത്രമാത്രം സബ്സിഡികളും കിഴിവുകളും നൽകിയാലും അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ അപര്യാപ്തത എന്ന സ്വാഭാവിക പരിമിതി മറികടക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. എന്നതുകൊണ്ട് ഈ പിന്നോക്ക പ്രദേശങ്ങളിൽ ഇത്തരം സൗകര്യങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്.

9.8 ഭാവി (The Future)

നാം ജീവിക്കുന്നത് ലോകവ്യാപാര സംഘടന നിലനിൽക്കുന്ന കാലഘട്ടത്തിലാണ്. വ്യാപാരമേഖലയിലെ നിയമങ്ങൾ, ലോകത്തിന്റെ പ്രതീക്ഷകൾ മാറുന്നതിനൊപ്പം നിരന്തരമായ മാറ്റത്തിന് വിധേയമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. സ്ഥാപക അംഗം എന്ന നിലയിൽ ഭാരതവും ലോക വ്യാപാരസംഘടനയുടെ നയരൂപീകരണങ്ങൾക്കൊപ്പം നിൽക്കാൻ ബാധ്യസ്ഥമായിരിക്കുന്നു. ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾക്കും ഇത് ബാധകമാണ്. ഇന്ത്യൻ സമ്പദ്ഘടനയും ആഗോള സമ്പദ്ഘടനയുമായി താദാത്മ്യം പ്രാപിച്ച നിലയ്ക്ക് പുതിയ വിപണികൾ കണ്ടെത്താൻ ചെറുകിട വ്യവസായമേഖല ഉണർന്നു പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതുണ്ട്. അവ കൂടുതൽ മത്സരക്ഷമത നേടണം. ആഭ്യന്തരതലത്തിൽ മാത്രമല്ല ആഗോളതലത്തിലും ഇത് അനിവാര്യമാണ്. സർക്കാർ നിയന്ത്രകൻ എന്ന നിലയിലല്ലാതെ സഹായിയായും പ്രോത്സാഹകനായും ചെറുകിട മേഖലയിൽ പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതുണ്ട്. വൻകിട ചെറുകിട സംരംഭങ്ങളുടെ പങ്കാളിത്ത പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് കരുത്തേകുന്നതിന് പുതിയ പദ്ധതികൾ രൂപപ്പെടുത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഊർജ്ജസ്വലത, അയവ്, നൂതന പ്രയോഗങ്ങൾ എന്നിവ വിപണി കേന്ദ്രീകൃത സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയിൽ ആവശ്യമാണ്. ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖല ആഗോളവൽക്കരണത്തെ ഒരു അവസരമായി കണ്ടുകൊണ്ട് വേഗത്തിൽ പരിണാമപ്പെട്ടുവരേണ്ടതാണ്. സർക്കാർ ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖലയ്ക്ക് നിയന്ത്രകൻ എന്ന നിലയിൽ നിന്നും സംരക്ഷകനായും സേവന വിഭവ ദാതാവായും പിന്തുണക്കാരനായും മാറണം. ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് പുതിയ തന്ത്രങ്ങൾ രൂപീകരിക്കേണ്ടതുണ്ട്. വ്യവസായ കൂട്ടായ്മ രൂപീകരിക്കുക, ക്രിയാത്മക വിപണനം വികസിപ്പിക്കുക, നൂതനസാങ്കേതിക വിദ്യയുടെ കഴിവുകൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുകയും മെച്ചപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുക, മെച്ചപ്പെട്ട കയറ്റുമതി മത്സര ക്ഷമത ഉണ്ടാക്കുക, ചെറുകിട ബിസിനസുകാരുടെ സുപ്രധാന കഴിവുകൾ തിരിച്ചറിയുക എന്നിവയും സർക്കാരിന്റെ പദ്ധതികളാണ്.

വാസ്തവത്തിൽ ആഗോളവൽക്കരണത്തെ ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖല സജീവമായി പങ്കെടുക്കുന്നതിനുള്ള അവസരമായി കണ്ട് അതിനുതക്ക ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും നിർമ്മിക്കുകയാണ് വേണ്ടത്. ചെറുകിട ബിസിനസുകൾ അവരുടെ വിപണി വിഹിതവും ആരോഗ്യകരമായ വളർച്ചയും നിലനിർത്തുന്നതിനുവേണ്ടി സ്വയം ഒരു പ്രവർത്തനതലം സൃഷ്ടിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ചെറുകിട ബിസിനസ്സുകൾ തങ്ങളുടെ കിടമത്സരശേഷിയുടെ ദൈർഘ്യം അവരുടെ മത്സരാധിഷ്ഠിതമായ ബലത്തിന്റെ അളവിനെയും മാറ്റത്തെ ഉൾക്കൊള്ളുന്നതിനുള്ള പ്രാപ്തിയെയുമാണ് ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നത്.

ചുരുക്കത്തിൽ, ഈ ആധുനിക കാലത്തെ ചെറുകിട ബിസിനസുകാരുടെ വിജയ മന്ത്രം "ആഗോളമായി ചിന്തിക്കണം, പ്രദേശികമായി പ്രവർത്തിക്കണം" എന്നതാകണം.

ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സർക്കാർ നൽകുന്ന പിന്തുണകൾ
[Forms of Support Offered to Small Industries by the Government]

- വായ്പാസൗകര്യം ലഭ്യമാക്കുന്നു.
- ഷെഡ്ഡുകൾ നിർമിക്കാനാവശ്യമായ സ്ഥലം വികസിപ്പിക്കുന്നതിന് സാഹചര്യമൊരുക്കുന്നു.
- പരിശീലന സൗകര്യം ലഭ്യമാക്കുന്നു.
- യന്ത്രസാമഗ്രികൾ ഹയർ പർച്ചേസ് വ്യവസ്ഥയിൽ വാങ്ങാൻ സൗകര്യമൊരുക്കുന്നു.
- ആഭ്യന്തര-കയറ്റുമതി വിപണനത്തിന് സഹായിക്കുന്നു.
- സാങ്കേതിക മുന്നേറ്റത്തിന് ആവശ്യമായ സാമ്പത്തിക-സാങ്കേതിക സഹായം നൽകുന്നു.
- പിന്നോക്ക മേഖലകളിൽ സ്ഥാപനങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നതിന് പ്രത്യേക പ്രോത്സാഹനം നൽകുന്നു.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ
ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങൾ
സ്ത്രീ സംരംഭങ്ങൾ
കയറ്റുമതി അധിഷ്ഠിത സംരംഭങ്ങൾ
ഖാദി വ്യവസായങ്ങൾ
സൂക്ഷ്മ സംരംഭങ്ങൾ.
കുടിൽ വ്യവസായങ്ങൾ
ലഘുവ്യാപാര സംരംഭങ്ങൾ

സംഗ്രഹം

മൂലധനനിക്ഷേപത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചെറുകിട വ്യാപാര സംരംഭങ്ങളെ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ, അനുബന്ധ ചെറുകിട വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾ, കയറ്റുമതി അധിഷ്ഠിത യൂണിറ്റുകൾ, സ്ത്രീകളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ചെറുകിട വ്യവസായ സംരംഭങ്ങൾ, തീരെ ചെറിയ വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾ, ചെറുകിട സേവനങ്ങൾ, വ്യാപാര സംരംഭങ്ങൾ, കുടിൽ വ്യവസായങ്ങൾ, മൈക്രോ സംരംഭങ്ങൾ, ഗ്രാമീണ വ്യവസായങ്ങൾ എന്നിങ്ങനെ തരം തിരിച്ചിരിക്കുന്നു.

ഭരണനിർവ്വഹണ സംവിധാനം

ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളുടെ ഭരണനിർവ്വഹണ സംവിധാനം രണ്ട് മന്ത്രാലയങ്ങൾക്ക് കീഴിലാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. അവ ചെറുകിട വ്യവസായ മന്ത്രാലയവും കാർഷിക ഗ്രാമീണ വ്യവസായ മന്ത്രാലയവും ആണ്. കേന്ദ്രസർക്കാരിന് കീഴിലുള്ള ചെറുകിട വ്യവസായ മന്ത്രാലയം നോഡൽ ഏജൻസിയായി പ്രവർത്തിച്ച് നയരൂപീകരണവും വികസനവും ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു.

അതുപോലെ തന്നെ, കാർഷിക ഗ്രാമീണ മന്ത്രാലയം ഗ്രാമീണ ഖാദി വ്യവസായങ്ങളുടെ ഏകോപനത്തിനായുള്ള നോഡൽ ഏജൻസിയായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു. ഓരോ സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളും വിവിധ പ്രോത്സാഹന വികസന പദ്ധതികളിലൂടെ ചെറുകിട വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾക്കായി നിരവധി സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നു.

ഭാരതത്തിൽ ചെറുകിട ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾക്കുള്ള പങ്ക്

രാജ്യത്തിന്റെ സാമൂഹ്യ സാമ്പത്തിക വികസനത്തിൽ ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ വലിയ പങ്കാണ് വഹിക്കുന്നത്. രാജ്യത്ത് ആകെയുള്ള സംരംഭങ്ങളിൽ 95 ശതമാനം വരും ഇവ. 40 ശതമാനത്തോളം മൊത്ത വ്യാവസായിക ഉൽപ്പാദനവും 45ശതമാനത്തിൽപരം ആകെ കയറ്റുമതിയും ഈ മേഖല പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. കാർഷികമേഖല കഴിഞ്ഞാൽ ചെറുകിട വ്യവസായ മേഖലയാണ് രാജ്യത്തെ രണ്ടാമത്തെ വലിയ തൊഴിൽ പ്രദാന മേഖല. ഇത് സമ്പദ്ഘടനയ്ക്ക് വൈവിധ്യമാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചു നൽകുന്നു. പ്രാദേശികമായി ലഭ്യമായ വിഭവങ്ങളും പരമ്പരാഗത സാങ്കേതികവിദ്യയും ഉപയോഗിച്ച് ഇത് രാജ്യത്തിന്റെ സന്തുലിത വികസനത്തിനായി കാര്യമായ സംഭാവന ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ഇവ സംരംഭകത്വത്തിനായി അനന്ത സാധ്യതകൾ നൽകുകയും ചെലവ് കുറഞ്ഞ ഉൽപ്പാദനം സാധ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കൂടാതെ വേഗത്തിൽ തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുന്നതിനും ഉപഭോക്തൃ അഭിരുചിക്കനുസരിച്ചുള്ള ഉൽപ്പാദനം സാധ്യമാക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു.

ഇന്ത്യയിലെ ഗ്രാമീണ മേഖലയിൽ ചെറുകിട ബിസിനസിനുള്ള പങ്ക്

ഗ്രാമീണ മേഖലകളിൽ ചെറുകിട വ്യവസായ സംരംഭങ്ങൾ വ്യത്യസ്ത തരത്തിലുള്ള വരുമാന സ്രോതസ്സുകൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. കൂടാതെ കാർഷികേതര പ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെ ഗ്രാമീണ മേഖലകളിൽ നിരവധി തൊഴിൽ അവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. പ്രത്യേകിച്ച് പരമ്പരാഗത-കരകൗശല തൊഴിലാളികൾ പോലുള്ള സമൂഹത്തിലെ ദുർബല വിഭാഗങ്ങളുടെ ഉന്നമനത്തിന് ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളുടെ സംഭാവനകൾ വലുതാണ്.

ചെറുകിട സംരംഭകർ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ

ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ വിവിധതരത്തിലുള്ള പ്രശ്നങ്ങൾ അഭിമുഖീകരിക്കുന്നുണ്ട്. സാമ്പത്തികം, അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ദൗർലഭ്യം, മാനേജ്മെന്റ് ശേഷിക്കുറവ്, തൊഴിൽ വൈദഗ്ദ്യത്തിന്റെ അഭാവം, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിപണി കണ്ടെത്തൽ, ഗുണനിലവാരം നിലനിർത്തൽ, പരമ്പരാഗത സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ഉപയോഗം, ആഗോളതലത്തിലുള്ള മത്സരങ്ങൾ എന്നിവയെല്ലാം ഇവയുടെ പ്രശ്നങ്ങളാണ്.

ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾക്കുള്ള സർക്കാർ സഹായങ്ങൾ

തൊഴിൽ അവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കൽ, സന്തുലിത ഗ്രാമീണ വികസനം, കയറ്റുമതി മേഖലയിലെ സേവനങ്ങൾ എന്നിവ മുൻനിർത്തി ചെറുകിട ബിസിനസ് മേഖലയ്ക്ക് കേന്ദ്ര സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ വിവിധ തരത്തിലുള്ള സഹായങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. അടിസ്ഥാന സൗകര്യവികസനം, സാമ്പത്തികം, സാങ്കേതികവിദ്യ, തൊഴിലാളികൾക്കുള്ള പരിശീലനം എന്നിവ ഇതിൽപെടുന്നു.

ഈ മേഖലയെ സഹായിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ദേശീയ ഗ്രാമീണ കാർഷിക വികസന ബാങ്ക്, ഗ്രാമീണ ചെറുകിട വ്യാപാര വികസന കേന്ദ്രം, ദേശീയ ചെറുകിട വ്യവസായ കോർപ്പറേഷൻ, ഇന്ത്യൻ ചെറുകിട വ്യാപാര വികസന ബാങ്ക്, അസംഘടിത മേഖലയിലെ സംരംഭകർക്കായുള്ള ദേശീയ കമ്മീഷൻ, ഗ്രാമീണ വനിതാ സംരംഭകത്വ വികസനം, ചെറുകിട ഇടത്തരം സംരംഭകർക്കായുള്ള ആഗോള കൂട്ടായ്മ, പാരമ്പര്യ വ്യവസായങ്ങളെ പുനരുജ്ജീവിപ്പിക്കാനുള്ള ഫണ്ടുകൾ, ജില്ലാ വ്യവസായകേന്ദ്രങ്ങൾ എന്നിവ പ്രവർത്തിച്ചു വരുന്നു.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. ഒരു ബിസിനസിന്റെ വലിപ്പം നിശ്ചയിക്കുന്നതിനായി ഉപയോഗിക്കുന്ന വ്യത്യസ്ത മാനദണ്ഡങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണ്?
2. ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങളെ കേന്ദ്രസർക്കാർ നിർവചിച്ചിരിക്കുന്നതെങ്ങനെ?
3. അനുബന്ധ ബിസിനസ് യൂണിറ്റുകളുടെയും ലഘു യൂണിറ്റുകളെയും എങ്ങനെ വേർതിരിക്കും?
4. കുടിൽ വ്യവസായങ്ങളുടെ പ്രത്യേകതകൾ വിശദീകരിക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. ഇന്ത്യയുടെ സാമൂഹിക, സാമ്പത്തിക വികസനത്തിന് ചെറുകിട വ്യവസായങ്ങൾ എങ്ങനെയെല്ലാം സഹായിക്കുന്നുണ്ട്?
2. ഗ്രാമീണ ഭാരതത്തിൽ ചെറുകിട വ്യാപാര സംരംഭങ്ങളുടെ പങ്ക് വിശദീകരിക്കുക.

3. ചെറുകിട വ്യാപാര സംരംഭങ്ങൾ നേരിടുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുക.
4. ചെറുകിട വ്യാപാര മേഖലയുടെ സാമ്പത്തിക വിപണന പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിന് എന്തെല്ലാം നടപടികളാണ് സർക്കാർ സ്വീകരിച്ചിട്ടുള്ളത്?
5. പിന്നോക്ക-മലയോര മേഖലകളിലെ വ്യവസായങ്ങളെ സഹായിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി എന്തെല്ലാം പ്രോത്സാഹനങ്ങളാണ് സർക്കാർ നൽകി വരുന്നത്?

പ്രൊജക്ട്/അസൈൻമെന്റ്

1. ഒരു ചെറുകിട വ്യവസായ യൂണിറ്റിന്റെ ഉടമ നേരിടുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുന്നതിനു വേണ്ടി ചോദ്യാവലി തയ്യാറാക്കുക. അതിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ഒരു പ്രൊജക്റ്റ് റിപ്പോർട്ട് തയ്യാറാക്കുക.
2. നിങ്ങളുടെ പ്രദേശത്തുള്ള ഏതെങ്കിലും 5 ചെറുകിട ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങൾ സന്ദർശിച്ച് അവരെ സഹായിക്കുന്നതിനായി സർക്കാർ രൂപീകരിച്ചിട്ടുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് ലഭിച്ചിട്ടുള്ള സഹായങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക.

I3W2H5

അദ്ധ്യായം 10

ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം
[INTERNAL TRADE]

പഠനനേട്ടങ്ങൾ

ഈ അദ്ധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിന്റെ അർത്ഥവും വിവിധ തരങ്ങളും വിശദീകരിക്കുന്നു.
- മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പാദകർക്കും ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്കും നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ വ്യക്തമാക്കുന്നു.
- ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുന്നു.
- വിവിധ തരം ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ തരം തിരിക്കുന്നു.
- ചെറുകിട, വൻകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികളുടെ വിവിധ രൂപങ്ങൾ വിശദീകരിക്കുന്നു.
- ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം പ്രോൽസാഹിപ്പിക്കുന്നതിൽ ചേംബർ ഓഫ് കൊമേഴ്സ് ആന്റ് ഇൻഡസ്ട്രിയുടെ പങ്ക് വിശദീകരിക്കുന്നു.

വിപണികളില്ലാത്ത ഒരു അവസ്ഥയെക്കുറിച്ചോ, അങ്ങനെയെങ്കിൽ വിവിധ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എങ്ങിനെ നമുക്ക് ലഭ്യമാകുമെന്നോ നിങ്ങൾ എപ്പോഴെങ്കിലും ചിന്തിച്ചിട്ടുണ്ടോ? നമ്മുടെ സമീപ പ്രദേശങ്ങളിലുള്ള നമുക്കാവശ്യമായ നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ വിൽക്കുന്ന പലവ്യഞ്ജനക്കടയെക്കുറിച്ച് നിങ്ങൾക്കെല്ലാവർക്കും അറിയാം. പക്ഷെ അതുമാത്രം മതിയോ നമുക്ക്? ചിലപ്പോഴെങ്കിലും ചില പ്രത്യേക സവിശേഷതകളുള്ള സാധനങ്ങൾ വാങ്ങേണ്ടി വരുമ്പോൾ കൂടുതൽ വലിയ സ്ഥാപനങ്ങളിലേക്കും വിപണികളിലേക്കും നാം പോകാറുണ്ട്. വിവിധ തരത്തിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, ചില സവിശേഷ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ നമ്മുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് വിൽക്കുന്ന പല തരത്തിലുള്ള കടകളും വിപണികളും ഒന്ന് നിരീക്ഷിച്ചാൽ നമുക്ക് കാണാൻ കഴിയും. ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ പച്ചക്കറികൾ, തുണിത്തരങ്ങൾ തുടങ്ങിയ വിലകുറഞ്ഞ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തെരുവോരങ്ങളിലും മറ്റും വിൽക്കുന്ന ആളുകളെയും നിങ്ങൾ കണ്ടിരിക്കും. നഗരപ്രദേശങ്ങളിൽ കാണുന്നതിൽ നിന്ന് തികച്ചും വിഭിന്നമായ കാഴ്ചകളാണ് ഇത്. ഇങ്ങനെയുള്ള എല്ലാ തരം വിപണികളും ഒത്തൊരുമിച്ച് സഹവർത്തിത്വത്തോടുകൂടി പ്രവർത്തിച്ചുവരുന്നത് നമ്മുടെ രാജ്യത്തിന്റെ സവിശേഷതയാണ്. ഇറക്കുമതി ചെയ്ത വസ്തുക്കളുടെയും ആഗോള ബിസിനസ്സ് സംരംഭങ്ങളുടെയും വരവോടുകൂടി അത്തരം അന്തർദ്ദേശീയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്ന കടകളും ഉണ്ടായിത്തുടങ്ങി. നഗരങ്ങളിലും പട്ടണങ്ങളിലും ചില പ്രത്യേക ബ്രാൻഡ് ചെയ്യപ്പെട്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രം വിൽക്കുന്ന കടകൾ കാണാം. എങ്ങിനെയാണ് ഈ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെല്ലാം ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് കടകളിൽ എത്തുന്നത് എന്നുകൂടി നാം ആലോചിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഈ പ്രവൃത്തി ഏറ്റെടുത്ത് ചെയ്യുന്ന ഇടനിലക്കാരിൽ കൂടി മാത്രമേ ഇത് സാധ്യമാവുകയുള്ളൂ. യഥാർത്ഥത്തിൽ ഈ ഇടനിലക്കാർ ആവശ്യമുണ്ടോ? അതോ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില വർധിപ്പിക്കാൻ മാത്രമേ ഇവർ ഉപകരിക്കുകയുള്ളോ?

10.1 ആമുഖം [Introduction]

ലാഭം എന്ന ലക്ഷ്യം മുൻനിർത്തി സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വാങ്ങുകയും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്ന പ്രവർത്തനത്തെയാണ് വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്. നാഗരികതയുടെ തുടക്കം മുതൽ തന്നെ ജനങ്ങൾ ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടിരുന്നു. നിത്യേന പുതിയ പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വികസിപ്പിക്കുകയും ആഗോളതലത്തിൽ തന്നെ ഉപയോഗത്തിന് അവ ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ഈ ആധുനിക കാലഘട്ടത്തിൽ വ്യാപാരത്തിന്റെ പ്രസക്തി നാൾക്കുനാൾ വർദ്ധിച്ചു കൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു. ഒരു വ്യക്തിക്കും ഒരു രാഷ്ട്രത്തിനും അവർക്ക് വേണ്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നതിൽ സ്വയം പര്യാപ്തമാണെന്ന് അവകാശപ്പെടുവാൻ കഴിയുകയില്ല. തൻമൂലം ഓരോ രാജ്യവും അവർക്ക് ഏറ്റവും ഫലപ്രദമായി ഉൽപാദിപ്പിക്കുവാൻ കഴിയുന്ന വസ്തുക്കൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും അധികമുള്ള സാധനങ്ങൾ മറ്റുള്ളവരുമായി കൈമാറ്റം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു.

വാങ്ങുന്നവരുടെയും വിൽക്കുന്നവരുടെയും ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ സ്ഥാനം അടിസ്ഥാനമാക്കി വ്യാപാരത്തെ വിശാല അർത്ഥത്തിൽ രണ്ടായി തരം തിരിക്കാം. (i) ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം (ii) വിദേശ വ്യാപാരം. ഒരു രാജ്യത്തിനകത്ത് നടക്കുന്ന വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം. മറിച്ച് രണ്ടോ അതിലധികമോ രാഷ്ട്രങ്ങൾ തമ്മിൽ നടത്തുന്ന വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് വിദേശ വ്യാപാരം. ഈ അദ്ധ്യായത്തിൽ ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിന്റെ അർത്ഥവും സ്വഭാവവും, അതിന്റെ വിവിധ തരങ്ങൾ, ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിൽ ചേംബർ ഓഫ് കൊമേഴ്സിന്റെ പങ്ക് എന്നിവ വിശദമായി ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

10.2 ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം [INTERNAL TRADE]

ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ അതിർത്തിക്കുള്ളിൽ നടത്തുന്ന സാധനങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ വാങ്ങലും വിൽപ്പനയും ആണ് ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്നത് തൊട്ടടുത്തുള്ള കടയിൽ നിന്നോ ഒരു കേന്ദ്രീകൃത വിപണിയിൽ നിന്നോ ഒരു ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് സ്റ്റോറിൽ നിന്നോ ഒരു ഷോപ്പിംഗ് മാളിൽ നിന്നോ അല്ലെങ്കിൽ വീടുവീടാന്തരം നടന്ന് വിൽപ്പന നടത്തുന്ന വഴിവാണിഭക്കാരിൽ നിന്നോ ചില പ്രദർശന നഗരികളിൽ നിന്നോ ആയിക്കൊള്ളട്ടെ, സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നത് രാജ്യത്തിനകത്തുള്ള സ്ഥാപനത്തിൽ നിന്നോ വ്യക്തിയിൽ നിന്നോ ആയതുകൊണ്ട് ഇവയെല്ലാം ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം തന്നെയാണ്. സാധനങ്ങളെല്ലാം രാജ്യത്തിനകത്ത് തന്നെ ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയും ഇവിടെ തന്നെ ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിൽ കസ്റ്റംസ് തീരുവയോ ഇറക്കുമതി തീരുവയോ ചുമത്താറില്ല. രാജ്യത്തിനകത്ത് ഉപയോഗിക്കുന്ന കറൻസിയിൽ അല്ലെങ്കിൽ അനുവദിക്കപ്പെട്ട മറ്റേതെങ്കിലും രീതിയിലായിരിക്കും ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിൽ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില നൽകുന്നത്.

ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തെ (i) മൊത്ത വ്യാപാരം എന്നും (ii) ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്നും രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളായി തരം തിരിക്കാം. സാധാരണയായി രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലായി വ്യാപിച്ച് കിടക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിക്കുക എന്നത് ഉൽപ്പാദകരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഏറെ ബുദ്ധിമുട്ടാണ്. ഉദാഹരണത്തിന്, രാജ്യത്തിന്റെ പല ഭാഗങ്ങളിലുള്ള വ്യവസായശാലകളിൽ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്ന ഭക്ഷ്യ എണ്ണകൾ, വസ്ത്രങ്ങൾ, സോപ്പ്, ഉപ്പ് തുടങ്ങിയവ രാജ്യത്താകമാനം വ്യാപിച്ചുകിടക്കുന്ന ദശലക്ഷക്കണക്കിന് ഉപഭോക്താക്കളിൽ എത്തിക്കുന്നതിൽ മൊത്ത വ്യാപാരികളുടെയും ചില്ലറ വ്യാപാരികളുടെയും സേവനങ്ങൾ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്.

പുനർവിൽപ്പനയ്ക്കായി വലിയതോതിൽ സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് വാങ്ങുന്നതിനെയാണ് മൊത്ത വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്.

നേരെ മറിച്ച്, താരതമ്യേന ചെറിയ അളവിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങി ആത്യന്തിക ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽപ്പന നടത്തുന്നതിനെയാണ് ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്. മൊത്ത വ്യാപാരത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്ന വ്യാപാരികളെ മൊത്ത വ്യാപാരികൾ എന്നും ചില്ലറ വ്യാപാരത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നവരെ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ എന്നും പറയുന്നു. സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിൽ വിപണി ഇടനിലക്കാരെന്ന നിലയ്ക്ക് മൊത്ത വ്യാപാരികളും ചില്ലറ വ്യാപാരികളും നിരവധി ധർമ്മങ്ങൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നുണ്ട്. ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലും കൂടുതൽ വേഗത്തിലും രാജ്യം മുഴുവൻ സാധനങ്ങൾ എത്തിക്കുന്നതിൽ ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം ഗണ്യമായ പങ്ക് വഹിക്കുന്നു.

10.3 മൊത്ത വ്യാപാരം [Wholesale Trade]

മുൻഭാഗങ്ങളിൽ വിശദീകരിച്ച പോലെ പുനർവിൽപ്പനയ്ക്കായി വൻതോതിൽ സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് വാങ്ങുകയും ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനെയാണ് മൊത്ത വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്.

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ട് വിൽക്കാതെ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്കോ മറ്റ് വ്യാപാരികൾക്കോ മറ്റ് വ്യാവസായിക ഉപഭോക്താക്കൾക്കോ ഇടനിലക്കാർക്കോ വിൽപ്പന നടത്തുന്നതിനായിരിക്കും മൊത്ത വ്യാപാരികൾ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ ചെലുത്തുക. ഉൽപ്പാദകരെയും ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാരെയും തമ്മിൽ ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന ഇടനിലക്കാരാണ് മൊത്ത വ്യാപാരികൾ. ഇവർ, ചില്ലറ വ്യാപാരികളിലൂടെ രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ ഭാഗങ്ങളിലായി വ്യാപിച്ച് കിടക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് എത്താൻ ഉൽപ്പാദകരെ സഹായിക്കുക മാത്രമല്ല, സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിതരണത്തിനാവശ്യമായ മറ്റനവധി ധർമ്മങ്ങൾ കൂടി നിർവ്വഹിക്കുന്നു. അവർ സാധാരണയായി സാധനങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശം ഏറ്റെടുത്ത് സ്വന്തം പേരിൽ വാങ്ങലും വിൽക്കലും നടത്തുന്നതുകൊണ്ട് ബിസിനസ് നഷ്ടസാധ്യത സ്വയം ഏറ്റെടുക്കുന്നു. ഇവർ വലിയ തോതിൽ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങി ചെറിയ അളവിൽ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്കും മറ്റ് വ്യാവസായിക ഉപഭോക്താക്കൾക്കും വിൽക്കുന്നു. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഗ്രേഡ് ചെയ്യുക, ചെറിയ ഭാഗങ്ങളാക്കി പായ്ക്ക് ചെയ്യുക, സാധനങ്ങളുടെ സംഭരണം, കടത്ത്, വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ, വിപണി വിവര ശേഖരണം, ചില്ലറ വ്യാപാരികളിൽ നിന്ന് ഓർഡറുകൾ സ്വീകരിച്ച് അവർക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുക തുടങ്ങി നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഇവർ ഏറ്റെടുക്കുന്നുണ്ട്. വലിയ തോതിൽ ചരക്ക് നീക്കിയിരുപ്പ് സൂക്ഷിക്കുക എന്ന ബുദ്ധിമുട്ടിൽ നിന്ന് ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ ഒഴിവാക്കാൻ സഹായിക്കുകയും അവർക്ക് വായ്പയായി സാധനങ്ങൾ നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. അതുകൊണ്ട് തന്നെ മൊത്ത വ്യാപാരികൾ നിർവ്വഹിക്കുന്ന പല ധർമ്മങ്ങളും ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഇല്ലായിരുന്നുവെങ്കിൽ ഈ പ്രവർത്തനങ്ങളെല്ലാം ഒന്നുകിൽ ഉൽപ്പാദകരോ അല്ലെങ്കിൽ ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാരോ ഏറ്റെടുക്കേണ്ടിവരുമായിരുന്നു.

മൊത്ത വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ [Services of Wholesalers]

സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിതരണത്തിൽ മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പാദകർക്കും ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്കും പലവിധ സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ആവശ്യമുള്ള സ്ഥലത്ത് ആവശ്യമുള്ള സമയത്ത് ഉപയോഗത്തിന് ലഭ്യമാക്കുന്നതിലൂടെ അവർ ഒരേ സമയം സ്ഥല ഉപയുക്തതയും സമയ ഉപയുക്തതയും സൃഷ്ടിക്കുന്നു. മൊത്ത വ്യാപാരികൾ വിവിധ വിഭാഗങ്ങൾക്ക് നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ ചുവടെ വിവരിക്കുന്നു.

10.3.1. ഉൽപ്പാദകർക്കുള്ള സേവനങ്ങൾ [Services to Manufacturers]

സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നവർക്ക് മൊത്തവ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) **വലിയ തോതിലുള്ള ഉൽപ്പാദനം സാധ്യമാക്കുന്നു (Facilitating large scale production)**: മൊത്ത വ്യാപാരികൾ അനേകം ചില്ലറ വ്യാപാരികളിൽ നിന്ന് ചെറിയ ചെറിയ ഓർഡറുകൾ ശേഖരിക്കുകയും അവ മൊത്തമായി ഉൽപ്പാദകർക്ക് കൈമാറി വലിയ തോതിലുള്ള വാങ്ങലിന് ഇടയാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് ഉൽപ്പാദകരെ വൻതോതിലുള്ള ഉൽപ്പാദനത്തിന് സഹായിക്കുകയും അതിന്റേതായ നേട്ടം ലഭ്യമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(ii) നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്നു (Bearing the risk): മൊത്ത വ്യാപാരികൾ സ്വന്തം പേരിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് മൊത്തമായി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുകയും സ്വന്തം സംഭരണശാലകളിൽ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഈ പ്രക്രിയയിലൂടെ അവർ ഭാവിയിലുണ്ടാകാവുന്ന വിലക്കുറവ്, മോഷണം, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് കേടുപാടുകൾ സംഭവിക്കുക, തീപിടുത്തം തുടങ്ങിയ നഷ്ടസാധ്യതകൾ ഏറ്റെടുക്കുകയും അതുവഴി ഉൽപ്പാദകരെ ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യതകളിൽ നിന്ന് ഒഴിവാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iii) സാമ്പത്തിക സഹായങ്ങൾ (Financial assistance): സാധാരണയായി മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് രൊക്കം പണത്തിന് മാത്രമേ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുകയുള്ളൂ. തന്മൂലം ഉൽപ്പാദകർക്ക് നീക്കിയിരുപ്പ് ചരക്കിൽ മൂലധനം കെട്ടിക്കിടക്കുക എന്ന സ്ഥിതിവിശേഷം ഒഴിവാകുന്നു. മാത്രവുമല്ല, പലപ്പോഴും വലിയ തോതിലുള്ള ഓർഡറുകൾക്ക് ഇവർ മുൻകൂറായി പണം നൽകാറുമുണ്ട്.

(iv) വിദഗ്ദ്ധ ഉപദേശം (Expert advice): ചില്ലറ വ്യാപാരികളുമായി നേരിട്ട് ബന്ധപ്പെടുന്നതുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾ, വിപണിയിലെ സ്ഥിതിവിവരങ്ങൾ, മത്സരം, വാങ്ങുന്നവരുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെപ്പറ്റി ഉൽപ്പാദകർക്ക് വേണ്ട നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകാൻ ഇവർക്ക് സാധിക്കും. ഇത്തരം വസ്തുതകളെ സംബന്ധിച്ച സുപ്രധാന വിപണി വിവരങ്ങളായി ഇവയെ കണക്കാക്കാം.

(v) വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ സഹായിക്കുന്നു (Helping in marketing functions): മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് എത്തിക്കുന്നതിന് വേണ്ട നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുകയും അവർ അത് രാജ്യമെമ്പാടും വ്യാപിച്ച് കിടക്കുന്ന അനവധി ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത് ഉൽപ്പാദകരെ വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ നിന്ന് മാറി നിൽക്കാനും ഉൽപ്പാദന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാനും സഹായിക്കുന്നു.

(vi) തുടർച്ചയായ ഉൽപ്പാദനം സാധ്യമാക്കുന്നു (Facilitate production continuity): വ്യവസായശാലകളിൽ ഉൽപ്പാദനം നടന്ന് വൈകാതെ തന്നെ മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയും പിന്നീട് ചില്ലറ വ്യാപാരികളോ ഉപഭോക്താക്കളോ ആവശ്യപ്പെടുന്നതുവരെ അവരുടെ സംഭരണശാലകളിൽ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതുവഴി വർഷം മുഴുവൻ ഉൽപ്പാദനം നടത്താൻ ഉൽപ്പാദകർക്ക് സാധിക്കുന്നു.

(vii) സംഭരണം (Storage): ഉൽപ്പാദനം നടന്നയുടൻ തന്നെ മൊത്തവ്യാപാരികൾ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുകയും അവരുടെ സംഭരണശാലകളിൽ അഥവാ പണ്ടകശാലകളിൽ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് ഉൽപ്പാദകർക്ക് അവ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കേണ്ട ബാധ്യത ഇല്ലാതാകുന്നു. അതുവഴി സമയ ഉപയുക്തതയും ലഭ്യമാകുന്നു.

10.3.2 ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്കുള്ള സേവനങ്ങൾ [Services to Retailers]

മൊത്തവ്യാപാരികൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) സാധനങ്ങളുടെ ലഭ്യത (Availability of goods): ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വൈവിധ്യമാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നൽകുന്നതിന് വേണ്ടി ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ വേണ്ടത്ര ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നീക്കിയിരുപ്പ് വയ്ക്കേണ്ടതുണ്ട്. എന്നാൽ മൊത്ത വ്യാപാരികൾ വിവിധ ഉൽപ്പാദകരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ആവശ്യപ്പെടുമ്പോൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതുകൊണ്ട് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് നിരവധി ഉൽപ്പാദകരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ശേഖരിക്കുകയും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യുക എന്ന ബുദ്ധിമുട്ട് ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുന്നു.

(ii) വിപണന പിന്തുണ (Marketing support): മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഏറ്റെടുക്കുന്ന നിരവധി വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് ഏറെ സഹായകരമാണ്. ഉപഭോക്താക്കളെ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുവാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങൾ, വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ഇവർ ഏറ്റെടുക്കുന്നുണ്ട്. ഇവയെല്ലാം തന്നെ പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ആവശ്യകത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതുകൊണ്ട് ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാർക്കും അതിന്റേതായ ഗുണം ലഭിക്കും.

(iii) വായ്പ അനുവദിക്കൽ (Grant of credit): മൊത്ത വ്യാപാരികൾ അവരുടെ സ്ഥിരം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സാധാരണയായി വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ അനുവദിക്കാറുണ്ട്. ഇത് ചില്ലറവ്യാപാരികൾക്ക് പൊതുവേ ചുരുങ്ങിയ പ്രവർത്തന മൂലധനം കൊണ്ട് അവരുടെ ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകാൻ സഹായിക്കുന്നു.

(iv) സവിശേഷമായ അറിവുകൾ (Specialised Knowledge) : മൊത്ത വ്യാപാരികൾ സാധാരണയായി ഒരു തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നവരായതുകൊണ്ട് അതിനെ സംബന്ധിച്ച വിപണിയുടെ സ്പന്ദനം അവർക്ക് വ്യക്തമായി അറിയാം. ഈ സവിശേഷ അറിവ്, പ്രത്യേകിച്ച് പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, അവയുടെ ഉപയോഗം, വില, ഗുണനിലവാരം തുടങ്ങിയവ അവർ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് കൈമാറുന്നു. ചില്ലറ വ്യാപാരശാല ഒരുക്കുന്നതും, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഷെൽഫുകളിലും മറ്റും അടുക്കി വയ്ക്കുന്നതും പല ഉൽപ്പന്നങ്ങളും പ്രദർശിപ്പിക്കേണ്ട രീതികളും ഒക്കെ ഇവർ ഉപദേശിക്കാറുണ്ട്.

(v) നഷ്ടസാധ്യത പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു (Sharing the risk): മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വലിയ തോതിൽ വാങ്ങുകയും താരതമ്യേന ചെറിയ അളവിൽ ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാർക്ക് വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ചെറിയ തോതിൽ വാങ്ങിയാൽ മതി എന്നതുകൊണ്ട് തന്നെ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുക, മോഷണം, പഴകികേടുവരിക, വിലക്കുറവുണ്ടാവുക, ആവശ്യകതയിലെ വ്യതിയാനങ്ങൾ തുടങ്ങിയ നഷ്ടസാധ്യതകൾ മൊത്ത വ്യാപാരികളുടെ അഭാവത്തിൽ ഏറ്റെടുക്കേണ്ടി വരുന്നത് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുന്നു.

10.4 ചില്ലറ വ്യാപാരം [Retail Trade]

സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ട് വിൽപ്പന നടത്തുന്ന വ്യാപാരികളെയോ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളെയോ ആണ് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ എന്ന് പറയുന്നത്. സാധാരണയായി ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ വലിയ തോതിൽ മൊത്ത വ്യാപാരികളിൽ നിന്ന് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയും അവ ചെറിയ അളവിൽ അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മൊത്ത വിതരണക്കാരിൽ നിന്നോ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്നോ വാങ്ങി അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് വിതരണ ശൃംഖലയിലെ അവസാന പടിയാണ് ചില്ലറ വിൽപ്പന എന്ന് പറയാം. അതുകൊണ്ട് അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവരുടെ വ്യക്തിപരമായതും ബിസിനസ് പരമല്ലാത്തതുമായ ആവശ്യങ്ങൾക്കായി സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിൽപ്പന നടത്തുന്ന ബിസിനസിന്റെ ശാഖയെ ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്ന് പറയാം.

സാധനങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിന് നേരിട്ടോ ടെലഫോൺ മുഖേനയോ വെൻഡിംഗ് മെഷിനുകൾ മുഖേനയോ ഒക്കെ പല മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കാം. സാധനങ്ങൾ പല സ്ഥലത്തും വിൽപ്പന നടത്താം. ഉദാഹരണമായി ഒരു സ്റ്റോറിലോ, ഉപഭോക്താവിന്റെ വീട്ടിലോ, മറ്റേതെങ്കിലും സ്ഥലത്തോ ഒക്കെ ആകാം. നമ്മുടെ നിത്യ ജീവിതത്തിൽ കണ്ടിട്ടുള്ള ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ നോക്കാം: വില കുറഞ്ഞ പേനകൾ, മാന്ത്രിക സിദ്ധിയുണ്ടെന്ന് അവകാശപ്പെടുന്ന മരുന്നുകൾ, ചില തമാശ പുസ്തകങ്ങൾ മുതലായവ ബസ്സുകളിലും റോഡ് വക്കിലുമൊക്കെ വിൽപ്പന നടത്തുന്നത്. സൗന്ദര്യവർദ്ധകവസ്തുക്കൾ, സോപ്പ് തുടങ്ങിയവ വീടുകളിൽ കൊണ്ടുവന്ന് വിൽക്കുന്നത്, വഴിയോരങ്ങളിൽ പച്ചക്കറികൾ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന ചെറുകിട കർഷകർ തുടങ്ങിയവയൊക്കെ നാം നിത്യേന കാണാറുണ്ട്. പക്ഷെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽക്കുന്നതുകൊണ്ട് ഇവയെല്ലാം ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്ന് തന്നെ പറയാം. അതുകൊണ്ട് എങ്ങനെയാണ് വിൽക്കുന്നത് എന്നോ എവിടെയാണ് വിൽക്കുന്നത് എന്നോ ഉള്ള പരിഗണന കൂടാതെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ടാണ് വിൽപ്പന നടത്തുന്നത് എങ്കിൽ അതിനെ ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്ന് വിളിക്കാം.

സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിതരണത്തിൽ ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാർ നിരവധി സേവനങ്ങൾ അഥവാ ധർമ്മങ്ങൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നുണ്ട്. മൊത്ത വിതരണക്കാരിൽ നിന്നും മറ്റുള്ളവരിൽ നിന്നുമെല്ലാം വിവിധങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുക, അവ ശരിയായി സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുക, ചെറിയ അളവിൽ വിൽപ്പന നടത്തുക, ബിസിനസ്സിന്റെ നഷ്ടസാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുക, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഗ്രേഡ് ചെയ്യുക, വിപണി വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുക, വാങ്ങുന്നവർക്ക് വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ അനുവദിക്കുക, പ്രദർശനങ്ങളിലൂടെയും മറ്റും വിൽപ്പന പ്രോത്സാഹന പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുകയും അതിനായുള്ള പദ്ധതികളിലും മറ്റും പങ്കെടുക്കുകയും ചെയ്യുക തുടങ്ങി അനവധി ഉദാഹരണങ്ങൾ നമുക്ക് കാണാം.

ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാർ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ (Services of Retailers)

സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിതരണം ചെയ്യുന്നതിൽ ഉൽപ്പാദകരെയും അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കളെയും തമ്മിൽ ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന സുപ്രധാന കണ്ണിയാണ് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ. അവർ ഉൽപ്പാദകർക്കും

മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും ഉപഭോക്താക്കൾക്കും വളരെ ഉപയോഗപ്രദമായ സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന ചില പ്രധാന സേവനങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

10.4.1 ഉൽപ്പാദകർക്കും മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ [Services to Manufacturers and Wholesalers]

മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും ഉൽപ്പാദകർക്കും ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

(i) സാധനങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു (Help in distribution of goods): ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും ഉൽപ്പാദകർക്കും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിൽ നൽകുന്ന ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട സേവനം, ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായി വ്യാപിച്ച് കിടക്കുന്ന പ്രദേശങ്ങളിലെ അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു എന്നതുതന്നെയാണ്. അതുവഴി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് സ്ഥല ഉപയുക്തത സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(ii) വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന (Personal Selling): മിക്കവാറും ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പനയിൽ കുറെയെങ്കിലും വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന ആവശ്യമായി വരും. ഇത്തരം വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിലൂടെ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പാദകരെ ഈ ബുദ്ധിമുട്ടിൽ നിന്ന് ഒഴിവാക്കുകയും ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പന സഫലീകരിക്കാൻ സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iii) വൻ തോതിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ സാധ്യമാക്കുന്നു (Enabling large scale operations): ചില്ലറ വ്യാപാരികളുടെ സഹായത്താൽ ഉൽപ്പാദകർക്കും മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും ചെറിയ അളവിൽ ഓരോ ഉപഭോക്താവിനും നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുക എന്ന ബുദ്ധിമുട്ട് ഒഴിവാക്കാൻ സാധിക്കുന്നു. ഇത് അവർക്ക് അവരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നതിനും താരതമ്യേന വലിയ തോതിൽ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിന് സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iv) വിപണി വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്നു (Collecting market information) : ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്നവരുമായി നേരിട്ട് സ്ഥിരമായി ബന്ധപ്പെടുന്നതുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യങ്ങളും മുൻഗണനകളും മനോഭാവങ്ങളുമെല്ലാം ഉൾക്കൊള്ളുന്ന വിപണി വിവരങ്ങൾ അറിയുന്നതിനുള്ള പ്രധാന സ്രോതസ്സായി ഇവർ വർത്തിക്കുന്നു. ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ വിപണന തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതിൽ ഇത്തരം വിവരങ്ങൾ ഏറെ ഉപകാരപ്രദമാണ്.

(v) വിൽപ്പന വർദ്ധനയെ സഹായിക്കുന്നു (Help in promotion): കാലാകാലങ്ങളിലായി ഉൽപ്പാദകർക്കും മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും വിതരണക്കാർക്കും ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പന വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനായി വിവിധ തരം വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടപ്പിലാക്കേണ്ടി വരും. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങൾ നൽകുക, കൂപ്പണുകൾ, സമ്മാനങ്ങൾ, വിപണന മത്സരങ്ങൾ, ഹ്രസ്വകാല പ്രോത്സാഹനങ്ങൾ മുതലായവ ഉദാഹരണങ്ങൾ. ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാർ ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ പങ്കാളികളാവുകയും അതുവഴി ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽ

പ്പന വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിന് സഹായിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

10.4.2 ഉപഭോക്താക്കൾക്കുള്ള സേവനങ്ങൾ [Services to Consumers]

ഉപഭോക്താക്കളുടെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ നിന്ന് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്ന സേവനങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ തുടർച്ചയായ ലഭ്യത (Regular availability of products): വ്യത്യസ്തരായ ഉൽപ്പാദകർ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന വിവിധതരം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ലഭ്യത ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നു എന്നതാണ് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുന്ന ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട സേവനം. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ആവശ്യമുള്ളപ്പോൾ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

(ii) പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നു (Providing New product information): കാര്യക്ഷമമായ ജാലക പ്രദർശനത്തിലൂടെയും വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന ശ്രമങ്ങളിലൂടെയും പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ലഭ്യതയും പ്രത്യേക സവിശേഷതകളുമെല്ലാം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കുന്നു. ഇവ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വാങ്ങൽ തീരുമാനത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്ന പ്രധാന ഘടകങ്ങളാണ്.

(iii) വാങ്ങൽ സൗകര്യപ്രദമാക്കുന്നു (Convenience in buying): ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാർ സാധാരണയായി കൂടിയ അളവിൽ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുകയും ആവശ്യാനുസരണം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ചെറിയ അളവിൽ വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ സാധാരണയായി ഉപഭോക്താക്കൾ താമസിക്കുന്ന സ്ഥലത്തിന് സമീപത്തായി സ്ഥിതി ചെയ്യുകയും കൂടുതൽ നേരം തുറന്നിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇതെല്ലാം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ആവശ്യമുള്ള വസ്തുക്കൾ ഏറെ സൗകര്യപ്രദമായി വാങ്ങുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു.

(iv) വിശാലമായ തെരഞ്ഞെടുപ്പ് (Wide selection): ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ സാധാരണയായി വിവിധ ഉൽപ്പാദകരുടെ വൈവിധ്യമാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽപ്പനയ്ക്ക് വയ്ക്കാറുണ്ട്. ഇത് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഇഷ്ടമുള്ള സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാൻ സഹായിക്കുന്നു.

(v) വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങൾ (After-sales services): സാധനങ്ങൾ വീട്ടിൽ കൊണ്ടുപോയി കൊടുക്കുക, കേടുപാടുകൾ തീർക്കുന്നതിനുള്ള സംവിധാനം ലഭ്യമാക്കുക, പരാതികൾ കേൾക്കുക തുടങ്ങിയ പല പ്രധാനപ്പെട്ട വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങളും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് പ്രദാനം ചെയ്യുന്നത് ചില്ലറ വ്യാപാരികളാണ്.

(vi) വായ്പ അനുവദിക്കൽ (Provide credit facilities): പല ചില്ലറ വ്യാപാരികളും തങ്ങളുടെ സ്ഥിരം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സാധനങ്ങൾ കടമായി നൽകാറുണ്ട്. ഇത് അവരുടെ ഉപഭോഗം വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും അതുവഴി അവരുടെ ജീവിത നിലവാരം ഉയർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

10.5 വിവിധ തരം ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ [Types of Retailers]

ഇന്ത്യയിൽ പല തരത്തിലുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ ഉണ്ട്. കൃത്യമായി മനസ്സിലാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി അവയെ ചില പൊതു വിഭാഗങ്ങളായി തരം തിരിക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും. പല വിദഗ്ദ്ധരും ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാരെ പല രീതിയിൽ തരം തിരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഉദാഹരണത്തിന്, വലിപ്പ

വ്യാപാരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പദങ്ങൾ

വ്യാപാരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഉപയോഗിക്കുന്ന പദങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നു.

1. കാഷ് ഓൺ ഡെലിവറി (COD)

   സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും യഥാർത്ഥത്തിൽ കൈമാറ്റം ചെയ്യപ്പെടുന്ന സമയത്ത് ഇടപാട് തീർക്കുന്നതാണ് ക്യാഷ് ഓൺ ഡെലിവറി. എന്തെങ്കിലും കാരണവശാൽ ഈ സമയത്ത് ഇടപാട് തീർക്കാൻ ഉപഭോക്താവിന് സാധിക്കാതെ വന്നാൽ സാധനങ്ങൾ തിരികെ നൽകേണ്ടിവരും.

2. ഫ്രീ ഓൺ ബോർഡ്/ഫ്രീ ഓൺ റെയിൽ (FOB or FOR)

   ഇവിടെ വിൽപ്പനക്കാരനും വാങ്ങുന്നയാളും തമ്മിലുള്ള ധാരണയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉൽപ്പന്നം കയറ്റി അയക്കുന്ന വാഹനത്തിൽ എത്തുന്നത് വരെയുള്ള ചെലവുകൾ വിൽപ്പനക്കാരൻ വഹിക്കുന്നു.

3. ചെലവ്, ഇൻഷുറൻസ്, കടത്തുകൂലി (CFF)

   ഇതിൽ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ചെലവിനോടൊപ്പം ഇൻഷുറൻസ്, കടത്തുകൂലി എന്നിവ കൂടി ഉൾപ്പെടുന്നു.

4. പ്രതീക്ഷിത തെറ്റുകളും ഒഴിവാക്കലുകളും (E & OE)

   ഏതെങ്കിലും തരത്തിലുള്ള തെറ്റുകളും, ഒഴിവാക്കലുകളുമുണ്ടെങ്കിൽ പരിഗണിക്കപ്പെടേണ്ടതുണ്ട് എന്ന് സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

ത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ അവയെ വൻകിടക്കാർ, ചെറുകിടക്കാർ, ഇടത്തരക്കാർ എന്നിങ്ങനെ തരം തിരിക്കാം. ഉടമസ്ഥതയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഏകാംഗ വ്യാപാരികൾ, പങ്കാളിത്ത സ്ഥാപനങ്ങൾ, സഹകരണ സ്റ്റോറുകൾ, കമ്പനികൾ എന്നിങ്ങനെ തരം തിരിച്ചിട്ടുണ്ട്. കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ സവിശേഷ ഉൽപ്പന്ന കടകൾ (speciality stores), സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ, ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ എന്നിങ്ങനെയാണ് തരം തിരിവ്. തരം തിരിവിന് സാധാരണ ഉപയോഗിക്കുന്ന മറ്റൊരു അടിസ്ഥാനം അവർക്ക് ബിസിനസ്സ് ചെയ്യുന്നതിന് സ്ഥിരമായ സ്ഥലമുണ്ടോ എന്നതാണ്. ഈ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ രണ്ടായി തരം തിരിക്കാം.

എ) സഞ്ചാരപ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ

ബി) സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ

ഈ രണ്ട് വിഭാഗം ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ സംബന്ധിച്ചും ഇനി വരുന്ന ഭാഗങ്ങളിൽ വിശദമായി പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുണ്ട്.

10.5.1 സഞ്ചാരപ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ [Itinerant Retailers]

ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി സ്ഥിരമായ ഒരു സ്ഥലമില്ലാത്ത ചില്ലറ വ്യാപാരികളെയാണ് സഞ്ചാരപ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ എന്ന് പറയുന്നത്. ഇവർ ഒരു സ്ഥലത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേക്ക് അല്ലെങ്കിൽ

ഒരു തെരുവിൽ നിന്ന് മറ്റൊരു തെരുവിലേക്ക് വ്യാപാര സാധനങ്ങളുമായി ഉപഭോക്താക്കളെ തേടി സഞ്ചരിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കും.

സവിശേഷതകൾ [Characteristics]

എ) പരിമിതമായ വിഭവങ്ങളുമായി പ്രവർത്തനം നടത്തുന്ന ചെറുകിട വ്യാപാരികളാണ് ഇവർ.

ബി) പഴങ്ങൾ, പച്ചക്കറികൾ തുടങ്ങിയ താരതമ്യേന വില കുറഞ്ഞ നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങളാണ് ഇവർ സാധാരണയായി കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്.

സി) ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളുടെ വീട്ടുപടിക്കൽ ലഭ്യമാക്കുന്നതിലൂടെ കൂടുതൽ ഉപഭോക്തൃ സേവനങ്ങളും സംതൃപ്തിയുമാണ് ഇത്തരം വ്യാപാരികൾ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

ഡി) ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നതിന് സ്ഥിരമായ സ്ഥാപനം ഇല്ലാത്തതുകൊണ്ട് ഇത്തരം ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് വിൽപ്പനയ്ക്കുള്ള സാധനങ്ങളും മറ്റും സ്വന്തം വീടുകളിലോ മറ്റേതെങ്കിലും സ്ഥലത്തോ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കേണ്ടി വരുന്നു.

ഇന്ത്യയിൽ സാധാരണയായി കണ്ടുവരുന്ന സഞ്ചാരപ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികളുടെ വിവിധ തരങ്ങൾ ചുവടെ കൊടുക്കുന്നു.

(i) നടന്ന് വിൽപ്പനക്കാർ (Peddlers and Hawkers): വിപണിയിൽ കാണപ്പെടുന്ന ഏറ്റവും പഴക്കം ചെന്ന ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാരായ നടന്ന് വിൽപ്പനക്കാരുടെ പ്രസക്തി ഈ ആധുനിക കാലത്തും നഷ്ടപ്പെട്ടിട്ടില്ല എന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം. സൈക്കിളുകളിലും ഉന്തുവണ്ടികളിലും സൈക്കിൾ റിക്ഷകളിലും തലച്ചുമടായും ഓരോ സ്ഥലത്തും മാറി മാറി ഉപഭോക്താക്കളുടെ വീട്ടുപടിക്കൽ പോയി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്ന തീരെ ചെറുകിട ഉൽപ്പാദകരോ വ്യാപാരികളോ ആണ് ഇത്തരക്കാർ. സാധാരണയായി നിലവാരവും വിലയും കുറഞ്ഞ കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ, പച്ചക്കറികൾ, പഴങ്ങൾ, തുണിത്തരങ്ങൾ, പരവതാനികൾ, ഐസ്ക്രീം, ലഘു ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കൾ തുടങ്ങിയവയാണ് ഇത്തരക്കാർ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്. ജനവാസ കേന്ദ്രങ്ങൾ, പ്രദർശനങ്ങളും മേളകളും നടക്കുന്ന സ്ഥലങ്ങൾ, ഉച്ച ഭക്ഷണ സമയത്ത് സ്കൂളുകൾക്ക് മുൻപിൽ, വേല, പൂരം തുടങ്ങിയ ആഘോഷങ്ങൾ നടക്കുന്ന സ്ഥലങ്ങളിൽ ഒക്കെ ഇവരെ കാണാൻ കഴിയും.

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സൗകര്യപ്രദമായ സേവനം എന്നതാണ് ഇത്തരം ചില്ലറ വിൽപ്പനയുടെ പ്രധാന ഗുണം. പക്ഷെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണനിലവാരവും വിലയും വിശ്വസനീയമല്ലാത്തതുകൊണ്ട് ഇത്തരക്കാരുമായുള്ള ഇടപാടുകളിൽ കൂടുതൽ സൂക്ഷ്മത പുലർത്തേണ്ടതുണ്ട്.

(ii) ചന്തക്കച്ചവടക്കാർ (Market Traders): നിശ്ചിത ദിവസങ്ങളിൽ ഉദാഹരണമായി എല്ലാ ഞായറാഴ്ചയും പ്രത്യേകം സ്ഥലങ്ങളിൽ താൽക്കാലിക കടകൾ തുറന്ന് വിൽപ്പന നടത്തുന്ന ചില്ലറ വ്യാപാരികളെയാണ് ചന്തകച്ചവടക്കാർ എന്ന് പറയുന്നത്. സാധാരണയായി വസ്ത്രങ്ങൾ, കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ, മൺപാത്രങ്ങൾ, പലവ്യഞ്ജനങ്ങൾ മുതലായവയാണ് ഇവർ വിൽപ്പന നടത്തുക. പ്രധാനമായും താഴ്ന്ന വരുമാനക്കാരായ ഉപഭോക്താക്കളെ ലക്ഷ്യമിട്ട് വില കുറഞ്ഞ നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങളായിരിക്കും ഇവർ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്.

(iii) തെരുവ് കച്ചവടക്കാർ (Sreet Traders/ Pavement Vendors): കൂടുതൽ ആളുകൾ വന്നു പോകുന്ന റെയിൽവേ സ്റ്റേഷൻ, ബസ് സ്റ്റാൻഡ് തുടങ്ങിയ സ്ഥലങ്ങളിൽ കാണപ്പെടുന്ന തീരെ ചെറിയ ചില്ലറ വ്യാപാരികളാണ് തെരുവ് കച്ചവടക്കാർ. നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങളായ സ്റ്റേഷനറി വസ്തുക്കൾ, ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കൾ, വസ്ത്രങ്ങൾ, ദിനപ്പത്രങ്ങൾ, മാസികകൾ തുടങ്ങിയ വില കുറഞ്ഞ വസ്തുക്കളാണ് ഇവർ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്. ചന്തക്കച്ചവടക്കാരും തെരുവ് കച്ചവടക്കാരും തമ്മിലുള്ള പ്രധാന വ്യത്യാസം ഇവർ കച്ചവടം നടത്തുന്ന സ്ഥലം പെട്ടെന്ന് മാറുകയില്ല എന്നതാണ്.

(iv) ചീപ് ജാക്സ് (Cheap Jacks) : വലിയ ആൾക്കൂട്ടം വരുന്ന സ്ഥലത്ത് തീരെ ചെറിയ താൽക്കാലിക ഷോപ്പുകൾ നടത്തുന്ന തീരെ ചെറുകിട ചില്ലറ വിൽപ്പനക്കാരാണ് ചീപ് ജാക്സ്. അതാത് സ്ഥലങ്ങളുടെ സാധ്യതകൾക്കനുസരിച്ച് ഇക്കൂട്ടർ ഒരു സ്ഥലത്തുനിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേയ്ക്ക് മാറിക്കൊണ്ടേയിരിക്കും. പക്ഷെ തെരുവ് കച്ചവടക്കാരെയോ വഴിവാണിഭക്കാരെയോ പോലെ അത്ര വേഗം സ്ഥലം മാറുകയില്ല എന്ന് മാത്രം. നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതോടൊപ്പം വാച്ച്, കുട, ചെരുപ്പ് തുടങ്ങിയവ നന്നാക്കുക മുതലായ ചെറിയ സേവനങ്ങളും ഇത്തരക്കാർ നൽകുന്നു.

10.5.2 സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ [Fixed Shop Retailers]

വിപണിയിൽ സർവ്വ സാധാരണമായ ചില്ലറ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഇവ. പേര് സൂചിപ്പിക്കുന്നത് പോലെ തന്നെ സാധനങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിന് സ്ഥിരമായ സ്ഥാപനങ്ങളുള്ള ചില്ലറ വിൽപ്പന ശാലകളാണ് ഇത്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഉപഭോക്താക്കളെ തേടി ഒരു സ്ഥലത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേക്ക് ഇവർ പോകാറില്ല. ഇത്തരം വ്യാപാരികളുടെ മറ്റ് ചില സവിശേഷതകൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

സവിശേഷതകൾ [Characteristics]

എ) സഞ്ചാര പ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ അപേക്ഷിച്ച് കൂടുതൽ വിഭവങ്ങളുള്ള ഇവർ താരതമ്യേന വലിയ തോതിൽ വ്യാപാര പ്രവർത്തനം നടത്തുന്നവരായിരിക്കും. എങ്കിലും തീരെ ചെറിയതു മുതൽ പല വലിപ്പത്തിലും ഇത്തരം ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകൾ ഉണ്ട്.

ബി) കാല ദൈർഘ്യം ഉള്ളതും ഇല്ലാത്തതുമായ വ്യത്യസ്തങ്ങളായ ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഇവർ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നുണ്ട്.

സി) ഇത്തരം ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഇടയിൽ കൂടുതൽ അംഗീകാരം ഉണ്ടായിരിക്കും. മാത്രമല്ല, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വീട്ടിലെത്തിക്കുക, ഗ്യാരണ്ടി നൽകുക, കേടുപാടുകൾ തീർത്ത് കൊടുക്കുക, വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക തുടങ്ങിയ മറ്റ് സേവനങ്ങൾ കൂടി ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുന്നു.

വിവിധ തരങ്ങൾ [Types]

സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ അവയുടെ പ്രവർത്തന വ്യാപ്തിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രണ്ട് വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങളായി തരം തിരിക്കാം.

എ) ചെറുകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ

ബി) വൻകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ

മുകളിലെ രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളിൽ വരുന്ന വിവിധ യിനം ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള ചെറുകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ (Fixed shop small retailers)

(i) പൊതു സ്റ്റോറുകൾ (General Stores): ആളുകൾ കൂടുതൽ താമസിക്കുന്ന പ്രദേശങ്ങളിലും പ്രാദേശിക വിപണികളിലും ഏറ്റവും കൂടുതൽ കണ്ടുവരുന്ന ചില്ലറ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളാണ് പൊതു സ്റ്റോറുകൾ. പേര് സൂചിപ്പിക്കുന്നതുപോലെ സമീപ പ്രദേശങ്ങളിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ദൈനം ദിന ആവശ്യങ്ങൾക്കുള്ള വിവിധ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഇവർ ലഭ്യമാക്കുന്നു. ഇത്തരം കടകൾ ഉപഭോക്താക്കളുടെ സൗകര്യാർത്ഥം കൂടുതൽ സമയം തുറന്ന് വയ്ക്കുകയും പലപ്പോഴും സ്ഥിരം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സാധനങ്ങൾ കടമായി വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഏറ്റവും വലിയ ഗുണം അവ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുന്ന സൗകര്യങ്ങളാണ്. നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങളായ പലവ്യഞ്ജനങ്ങൾ, ലഘു പാനീയങ്ങൾ, സ്റ്റേഷനറി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ഏറ്റവും സൗകര്യപ്രദമായി ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാക്കുന്നു. മിക്കവാറും ഉപഭോക്താക്കൾ ഒരു ചെറിയ പ്രദേശത്തുള്ളവരായതുകൊണ്ട് ഉടമസ്ഥന്റെ പ്രതിഛായയും ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള വ്യക്തിബന്ധങ്ങളും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വിജയത്തിന് സഹായകരമാണ്.

(ii) സവിശേഷ ഉൽപ്പന്ന കടകൾ (Speciality Shops): ഈ അടുത്തകാലത്ത് പ്രത്യേകിച്ച് നഗരപ്രദേശങ്ങളിൽ പ്രചാരത്തിൽ വന്ന ചില്ലറ വിൽപ്പന ശാലകളാണ് സവിശേഷ ഉൽപ്പന്ന കടകൾ. വിവിധ തരത്തിലുള്ള വ്യത്യസ്തങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിന് പകരം ഇത്തരം കടകൾ ഏതെങ്കിലും ഒരു തരം ഉൽപ്പന്നത്തിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി കുട്ടികൾക്കുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ, പുരുഷൻമാർക്കുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ, സ്ത്രീകൾക്കാവശ്യമായ വസ്തുക്കൾ, കളിപ്പാട്ടങ്ങളും സമ്മാനങ്ങളും, സ്കൂൾ യൂണിഫോമുകൾ, കോളേജ് പുസ്തകങ്ങൾ, വൈദ്യുത ഉപകരണങ്ങൾ, മരുന്നുകൾ തുടങ്ങിയ ഒരേ തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രം വിൽക്കുന്നവയാണ് ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ.

സാധാരണയായി ധാരാളം ആളുകളെ ആകർഷിക്കാൻ കഴിയുന്ന പ്രധാന കേന്ദ്രങ്ങളിലായിരിക്കും സവിശേഷ ഉൽപ്പന്ന കടകൾ സ്ഥാപിക്കുക. അവ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സാധനങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിൽ ഒരുപാട് വൈവിധ്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നു.

(iii) തെരുവ് സ്റ്റാൾ നടത്തുന്നവർ (Sreet Stall Holders) : വളരെയധികം ആളുകൾ കടന്നുപോകുന്ന തെരുവോരങ്ങളിലും മറ്റും കാണപ്പെടുന്ന ചെറിയ കടകൾ നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകുന്ന ചില്ലറ വ്യാപാരികളാണ് ഇക്കൂട്ടർ. കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ, റെഡിമെയ്ഡ് വസ്ത്രങ്ങൾ, സിഗരറ്റുകൾ, ലഘു പാനീയങ്ങൾ തുടങ്ങിയ വിലകുറഞ്ഞ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ കൂടുതലായും സഞ്ചരിക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കളെ ലക്ഷ്യം വച്ചുള്ളവയായിരിക്കും. തീരെ ചെറിയ സ്ഥലത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്നതുകൊണ്ടുതന്നെ ചെറിയ തോതിൽ മാത്രം വ്യാപാരം നടത്തുന്നവരാണ് ഇവർ. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ആവശ്യമുള്ള സാധനങ്ങൾ സൗകര്യപ്രദമായി വാങ്ങുന്നതിനുള്ള അവസരം ലഭ്യമാക്കുന്നു എന്നതാണ് ഇവരുടെ പ്രധാന ഗുണം.

(iv) ഉപയോഗിച്ച സാധനങ്ങളുടെ വിൽപ്പനശാലകൾ (Second Hand Goods Shops) : ഉപയോഗിച്ച പുസ്തകങ്ങൾ, വാഹനങ്ങൾ, ഫർണിച്ചറുകൾ മറ്റ് വീട്ടുസാധനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകളാണ് ഇവ. കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്ന ഇവരുടെ ഉപഭോക്താക്കൾ സാധാരണയായി വരുമാനം കുറഞ്ഞ ആളുകളായിരിക്കും. അപൂർവ്വമായി മാത്രം ലഭ്യമാകുന്ന ചരിത്രപരമായ മൂല്യമുള്ളതും പുരാവസ്തുക്കളുമൊക്കെ അവയോട് പ്രത്യേക മമതയുള്ള ആളുകൾക്ക് വളരെ ഉയർന്ന വിലയ്ക്ക് വിൽക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളും ഇത്തരത്തിലുണ്ട്.

തിരക്കേറിയ തെരുവുകളിലും കവലകളിലും തീരെ ചെറിയ താൽക്കാലിക തട്ടുകളിലോ മേശകളിലോ ഒക്കെയായിരിക്കും പുസ്തകങ്ങളും മറ്റും വിൽപ്പനയ്ക്കായി പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നത്. വാഹനങ്ങളും ഫർണിച്ചറുകളും പുരാവസ്തുക്കളുമൊക്കെ വിൽക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കുറച്ച് കൂടി മെച്ചപ്പെട്ട സൗകര്യങ്ങൾ ഉണ്ടായിരിക്കും.

സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള വൻകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ (Fixed shop large stores)

1. ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ (Departmental stores)

ഒരു കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ വിവിധ വിഭാഗങ്ങളായി വേർതിരിക്കപ്പെട്ടതും എല്ലാത്തരം ഉപഭോക്താക്കളുടെയും ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതും വളരെയേറെ വൈവിധ്യങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതുമായ വളരെ വലിയ ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകളാണ് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഒരു പ്രത്യേക ഇനത്തിൽപ്പെട്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രം വിൽപ്പന നടത്തുന്ന പല വിഭാഗങ്ങൾ അഥവാ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകൾ ഉണ്ടായിരിക്കും. ഉദാഹരണമായി ഒരേ സ്റ്റോറിൽ തന്നെ ടോയ്‌ലറ്റ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, മരുന്നുകൾ, തുണിത്തരങ്ങൾ, കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ, ഫർണിച്ചറുകൾ, പലവ്യഞ്ജനങ്ങൾ, ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയ്ക്കെല്ലാം പ്രത്യേകം പ്രത്യേകം ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറുകൾ ഉണ്ടായിരിക്കും. അതുവഴി ഏറെ വിഭിന്നങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കിക്കൊണ്ട് വിവിധ വിഭാഗം ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്താൻ ശ്രമിക്കുന്നു. 'സൂചി മുതൽ വിമാനം വരെ', 'എല്ലാ ഷോപ്പിങ്ങും ഒരു കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ', 'മൊട്ടുസൂചി മുതൽ ആന വരെ' തുടങ്ങിയ തലക്കെട്ടുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അന്വർത്ഥമാണെന്ന് പറയാം. ഇന്ത്യയിൽ ചില്ലറ വ്യാപാര മേഖലയിൽ യഥാർത്ഥ രൂപത്തിലുള്ള ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ വലിയ തോതിൽ നിലവിൽ വന്നിട്ടില്ല എന്ന് പറയേണ്ടി വരും. എന്നിരുന്നാലും മുംബൈയിലെ 'അക്ബറേലി' ചെന്നൈയിലെ 'സ്പെൻസേഴ്സ്' തുടങ്ങിയവ ഇത്തരത്തിലുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളാണെന്ന് പറയാം. ഈ അടുത്തകാലത്തായി മിക്കവാറും മഹാനഗരങ്ങളിലും മറ്റ് നഗരങ്ങളിലുമെല്ലാം വൻകിട മാളുകൾ ഈ രൂപത്തിൽ തുടങ്ങി വരുന്നുണ്ട്. ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകളുടെ സവിശേഷതകൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

എ) ആധുനിക ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ റസ്റ്റോറൻറ്, യാത്രാ വിവരങ്ങൾ നൽകുന്ന കേന്ദ്രങ്ങൾ, വിശ്രമ മുറികൾ തുടങ്ങിയ അധിക സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നുണ്ട്. അതുവഴി സാധനങ്ങളുടെ വിലയ്ക്ക് വലിയ പ്രാധാന്യം നൽകാത്ത ഉയർന്ന

വരുമാനക്കാരായ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് പരമാവധി സേവനങ്ങൾ നൽകുക എന്നതാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ അനുവർത്തിക്കുന്ന രീതി. അനേകം ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കുന്ന തരത്തിൽ നഗരങ്ങളുടെ ഹൃദയഭാഗങ്ങളിലാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നത്.

ബി) വളരെ വലിയ തോതിൽ മാത്രം പ്രവർത്തിക്കുന്നതുകൊണ്ട് സാധാരണയായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ഡയറക്ടർ ബോർഡ് അംഗങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ജോയിന്റ് സ്റ്റോക്ക് കമ്പനികളായിട്ടായിരിക്കും ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുക. അതിന് ഒരു മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടറും സഹായിക്കാനായി ജനറൽ മാനേജർ, ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് മാനേജർമാർ തുടങ്ങിയവരും ഉണ്ടായിരിക്കും.

സി) ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ ചില്ലറ വിൽപ്പനയുടെയും സംഭരണശാലയുടെയും ധർമ്മങ്ങൾ ഒരേ സമയം നിർവ്വഹിക്കുന്നു. അവർ ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്ന് നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയും സ്വന്തമായ സംഭരണശാലകളിൽ സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. അതുവഴി ഉൽപ്പാദകരുടെയും ഉപഭോക്താക്കളുടെയും ഇടയിലുള്ള അനഭിലഷണീയമായ മധ്യവർത്തികളെ ഒഴിവാക്കുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു.

ഡി) അവർക്ക് കേന്ദ്രീകൃതമായ വാങ്ങൽ സംവിധാനങ്ങൾ ഉണ്ടായിരിക്കും. സ്ഥാപനത്തിലെ എല്ലാ ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറുകൾക്കും ആവശ്യമായ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നത് അതിന് വേണ്ടി മാത്രം രൂപീകരിക്കപ്പെട്ട പർച്ചേസ് ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറാണ്. എന്നാൽ വ്യത്യസ്ത ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറുകളിലൂടെ വികേന്ദ്രീകൃതമായിട്ടായിരിക്കും വിൽപ്പന നടത്തുന്നത്.

മേന്മകൾ [Advantages]

ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകളിൽ കൂടിയുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരത്തിന്റെ പ്രധാന നേട്ടങ്ങൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു:

(i) ധാരാളം ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കാൻ കഴിയുന്നു (Attract large number of customers) : സാധാരണയായി ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ നഗര കേന്ദ്രങ്ങളിൽ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് ദിവസത്തിന്റെ മിക്കവാറും സമയങ്ങളിലും അനേകം ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കാൻ ഇവർക്ക് കഴിയുന്നു.

(ii) വാങ്ങൽ സൗകര്യപ്രദമാക്കുന്നു (Convenience in buying): ഒരേ കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ തന്നെ വൈവിധ്യമാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവർക്ക് ആവശ്യമുള്ള ഏല്ലാ സാധനങ്ങളും ഒരേ സ്ഥലത്തുനിന്ന് തന്നെ വാങ്ങുന്നതിനുള്ള സൗകര്യം ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ ലഭ്യമാക്കുന്നു. തന്മൂലം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഒരു സ്ഥലത്തുനിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേയ്ക്ക് കൂടുതൽ യാത്ര ചെയ്യേണ്ട ആവശ്യം ഉണ്ടാകുന്നില്ല.

(iii) ആകർഷകമായ സേവനങ്ങൾ (Attractive services):: ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് പരമാവധി സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നു. സൗജന്യമായി സാധനങ്ങൾ വീടുകളിൽ എത്തിച്ച് കൊടുക്കുക, ടെലിഫോൺ വഴി ആവശ്യപ്പെടുന്ന സാധനങ്ങൾ

എത്തിച്ച് കൊടുക്കുക, വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക, വിശ്രമമുറികൾ, റസ്റ്റോറൻറ് തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങളെല്ലാം ഇവർ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു.

(iv) **വൻകിട പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ നേട്ടങ്ങൾ (Economy of large scale operations)**: ഇത്തരം സ്റ്റോറുകൾ വലിയതോതിലുള്ള വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്നതുകൊണ്ട് അതിന്റേതായ ഗുണം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമാകുന്നു.

(v) വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ (Sales promo into): ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾക്ക് പരസ്യത്തിനും മറ്റ് വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കുമെല്ലാം വലിയതോതിൽ പണം ചെലവഴിക്കാനുള്ള സാമ്പത്തിക ശേഷി ഉണ്ട്. അതെല്ലാം അവരുടെ വിൽപ്പന വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

പരിമിതികൾ (Limitations)

ഇങ്ങനെയൊക്കെ ആണെങ്കിലും ഇത്തരം ചില്ലറ വ്യാപാരത്തിനും ചില പരിമിതികളുണ്ട്. അവ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) വ്യക്തിഗത ശ്രദ്ധയുടെ അഭാവം (Lack of personal attention): ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ വലിയ തോതിലുള്ള വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്നതുകൊണ്ട് ഓരോ ഉപഭോക്താക്കൾക്കും വേണ്ടത്ര വ്യക്തിഗത പരിഗണന നൽകുക ബുദ്ധിമുട്ടായിരിക്കും.

(ii) ഉയർന്ന പ്രവർത്തനച്ചെലവ് (High operating cost): ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ അധിക സൗകര്യങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നതുകൊണ്ട് സ്വാഭാവികമായും അവരുടെ പ്രവർത്തനച്ചെലവും കൂടുതലായിരിക്കും. തൻമൂലം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിലയും കൂടുതലായിരിക്കും. അതുകൊണ്ട് താഴ്ന്ന വരുമാനക്കാരായ ആളുകൾക്ക് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ അത്ര ആകർഷണീയമല്ല.

(iii) ഉയർന്ന നഷ്ടസാധ്യത (High possibility of loss): വലിയ തോതിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉയർന്ന പ്രവർത്തനച്ചെലവുകളും ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾക്ക് ഉയർന്ന നഷ്ടസാധ്യത സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യത്തിലോ ഫാഷനിലോ മാറ്റം വരുന്നതിലൂടെ നിലവിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കെട്ടിക്കിടക്കുന്നത് ഒഴിവാക്കാൻ വേണ്ടി അവ വലിയ വിലക്കുറവിലൂടെ വിറ്റഴിക്കേണ്ടതായി വരും.

(iv) സൗകര്യപ്രദമല്ലാത്ത സ്ഥാനം (Inconvenient location): സാധാരണയായി കേന്ദ്രീകൃത സ്ഥാനത്ത് സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ ചുരുങ്ങിയ സമയത്തിനുള്ളിൽ ആവശ്യം വരുന്ന സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതിന് അനുയോജ്യമല്ല.

ഇത്തരം പരിമിതികൾ ഉണ്ടെങ്കിലും ചില പ്രത്യേക വിഭാഗത്തിൽപ്പെട്ട ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അനുയോജ്യമായതുകൊണ്ട് പാശ്ചാത്യ രാജ്യങ്ങളിൽ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ കൂടുതൽ പ്രചാരത്തിലുണ്ട്.

2. ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ അഥവാ മൾട്ടിപ്പിൾ ഷോപ്പുകൾ [Chain Stores or Multiple Shops]: ഉൽപ്പാദകരുടെയോ ഇടനിലക്കാരുടെയോ ഉടമസ്ഥതയിൽ അവർ നേരിട്ട് നടത്തുന്ന ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകളുടെ ശൃംഖലയാണ് ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ അഥവാ മൾട്ടിപ്പിൾ ഷോപ്പുകൾ. ഈ സംവിധാനത്തിൽ ഒരേ തരത്തിലും രൂപത്തിലുമുള്ള അനവധി സ്ഥാപനങ്ങൾ രാജ്യത്തിന്റെ വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിലായി

സ്ഥാപിക്കുന്നു. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ സാധാരണയായി കൂടുതൽ വിറ്റുവരവുള്ള ബ്രാൻഡ് ചെയ്യപ്പെട്ടതും നിലവാരപ്പെടുത്തിയതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് വിൽപ്പന നടത്തുന്നത്. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളെല്ലാം ഒരേ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ളതും ഒരേ തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നവയുമാണ്. ഇവരുടെ വിൽപ്പന തന്ത്രങ്ങളും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ക്രമീകരിക്കുന്നതും ഒരേ പോലെ ആയിരിക്കും. ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട സവിശേഷതകൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

a) താരതമ്യേന ജനവാസമുള്ളതും വേണ്ടത്ര ഉപഭോക്താക്കൾ ലഭ്യമാകുന്നതുമായ പ്രദേശങ്ങളിലാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കുക. ഉപഭോക്താക്കളെ സ്ഥാപനത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുക എന്നതിലുപരി ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവരുടെ വാസസ്ഥലത്തിനടുത്ത് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക എന്നതാണ് ഇതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.

b) എല്ലാ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ആവശ്യമായ ഉൽപന്നങ്ങൾ കേന്ദ്ര കാര്യാലയം കേന്ദ്രീകൃതമായി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയോ വാങ്ങുകയോ ചെയ്ത് ആവശ്യാനുസരണം ഓരോ സ്ഥാപനത്തിനും വിതരണം ചെയ്യുന്നു. ഈ രീതി ഇത്തരം സ്റ്റോറുകളുടെ പ്രവർത്തനച്ചെലവ് കുറയ്ക്കുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു.

c) ഓരോ ശാഖയും അവയുടെ ദൈനം ദിന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ചുമതലപ്പെടുത്തിയ ഒരു മാനേജരുടെ നേരിട്ടുള്ള മേൽനോട്ടത്തിലായിരിക്കും. ഈ മാനേജർ പ്രസ്തുത ശാഖയിലെ വിൽപ്പന, ബാങ്കിൽ നിക്ഷേപിച്ച പണം, സാധനങ്ങളുടെ ആവശ്യകത തുടങ്ങിയവയെ സംബന്ധിച്ച നിത്യേന യുള്ള വിവരണം കേന്ദ്ര കാര്യാലയത്തിലേക്ക് അയച്ചു കൊടുക്കുന്നു.

d) എല്ലാ ശാഖകളെയും നിയന്ത്രിക്കുന്നതും അവയെ സംബന്ധിച്ച നയങ്ങൾ തീരുമാനിക്കുന്നതും അത് നടപ്പിലാക്കുന്നതും കേന്ദ്ര കാര്യാലയമാണ്.

e) ഈ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് എല്ലായിടത്തും ഒരേ വിലയായിരിക്കും. മാത്രമല്ല എല്ലായ്പ്പോഴും ഒരൊക്കം വിൽപ്പന മാത്രമേ ഉണ്ടാവുകയുള്ളൂ. നിത്യേന വിറ്റുകിട്ടുന്ന പണം അതാതു ദിവസങ്ങളിൽ കേന്ദ്ര കാര്യാലയത്തിന്റെ പേരിൽ ബാങ്കിൽ നിക്ഷേപിക്കുകയും അതിന്റെ റിപ്പോർട്ട് കേന്ദ്ര കാര്യാലയത്തിലേക്ക് അയക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

f) സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നൽകുന്ന ഉപഭോക്തൃ സേവനങ്ങളുടെ ഗുണനിലവാരം, കേന്ദ്ര കാര്യാലയം നിശ്ചയിക്കുന്ന നയങ്ങൾ അനുവർത്തിക്കുക തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾ ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനായി സ്റ്റോറുകളിൽ നിരീക്ഷകരെ നിയോഗിക്കാറുണ്ട്.

ഉയർന്ന തോതിൽ വിൽപ്പനയുള്ളതും വർഷം മുഴുവൻ ആവശ്യകതയുള്ളതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിന് ഏറ്റവും കാര്യക്ഷമമായ സംവിധാനമാണ് ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ. ഭാരതത്തിൽ ഇത്തരം സ്റ്റോറുകൾക്ക് ഏറ്റവും നല്ല ഉദാഹരണമാണ് ബാറ്റാ ഷൂ സ്റ്റോറുകൾ. മറ്റ് പല ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കും ഇത്തരം ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ തുടങ്ങിവരുന്നുണ്ട്. ഡി.സി.എം., റെയ്മണ്ട്സ്, മാക്ഡോണാൾഡ് തുടങ്ങിയവ ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് മറ്റുദാഹരണങ്ങളാണ്.

മേന്മകൾ (Advantages)

ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നൽകുന്ന വിവിധ നേട്ടങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) വൻകിട പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ നേട്ടങ്ങൾ (Economies of scale): കേന്ദ്രീകൃതമായി സംഭരണം നടത്തുന്നതുകൊണ്ട് ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾക്ക് വലിയ തോതിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൊണ്ടുള്ള സാമ്പത്തിക നേട്ടങ്ങൾ ലഭ്യമാകുന്നു.

(ii) ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുന്നു (Elimination of middlemen): ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ട് വിൽപ്പന നടത്തുന്നതുകൊണ്ട് സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിൽപ്പനയിൽ ആവശ്യമില്ലാത്ത ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കാൻ ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾക്ക് സാധിക്കുന്നു.

(iii) കിട്ടാക്കടം ഉണ്ടാകുന്നില്ല (No bad debts): രൊക്കം പണത്തിനുള്ള വിൽപ്പന മാത്രമേയുള്ളൂ എന്നതുകൊണ്ട് കിട്ടാക്കടം എന്ന നഷ്ടം ഉണ്ടാകാനുള്ള സാധ്യത തീരെയില്ല.

(iv) സാധനങ്ങളുടെ കൈമാറൽ (Transfer of goods): ഏതെങ്കിലും ചില പ്രത്യേക ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഒരു സ്ഥലത്ത് ആവശ്യകത കുറവാണെങ്കിൽ ആ ഉൽപ്പന്നത്തിന് ആവശ്യകത കൂടുതലുള്ള മറ്റ് സ്ഥലത്തേക്ക് മാറ്റി നൽകാൻ കഴിയുന്നു. ഇത് സാധനങ്ങൾ കെട്ടിക്കിടക്കുക എന്ന നഷ്ടസാധ്യത ഒഴിവാക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

(v) നഷ്ടസാധ്യത ലഘൂകരിക്കുന്നു (Diffusion of risk): ഏതെങ്കിലും ഒരു സ്റ്റോറിൽ ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടം മറ്റൊരു സ്റ്റോറിലെ ലാഭം കൊണ്ട് നികത്താം എന്നതുകൊണ്ട് സ്ഥാപനത്തിന്റെ ആകെയുള്ള നഷ്ടസാധ്യത ലഘൂകരിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

(vi) കുറഞ്ഞ പ്രവർത്തനച്ചെലവ് (Low cost): കേന്ദ്രീകൃത വാങ്ങലുകൾ, ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കൽ, കേന്ദ്രീകൃത വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ, വലിയ തോതിലുള്ള വിൽപ്പന തുടങ്ങിയവ ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകളുടെ ആകെ പ്രവർത്തനച്ചെലവ് കുറയ്ക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

(vii) **അയവ്/വഴക്കം (Flexibility):** ഈ സംവിധാനത്തിൽ ഏതെങ്കിലും ഒരു സ്റ്റോർ ലാഭകരമല്ലെങ്കിൽ മാനേജ്മെന്റിന് ആവശ്യമെങ്കിൽ സ്ഥാപനത്തിന്റെ ആകെ ലാഭക്ഷമതയെ കാര്യമായി ബാധിക്കാത്ത തരത്തിൽ ആ സ്റ്റോറിന്റെ പ്രവർത്തനം അവസാനിപ്പിക്കുകയോ അനുയോജ്യമായ മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേയ്ക്ക് മാറ്റി സ്ഥാപിക്കുകയോ ചെയ്യാം.

പരിമിതികൾ [Limitations]

(i) ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വൈവിധ്യമില്ലായ്മ (Limited selection of goods): മിക്കവാറും ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകളെല്ലാം ചുരുങ്ങിയ ഇനം ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നവയാണ്. പ്രത്യേകിച്ച് ഉൽപ്പാദകരുടെ ഉടമസ്ഥതയിൽ തന്നെയുള്ള ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ. മറ്റ് ഉൽപ്പാദകരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാത്തത് കൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വൈവിധ്യമാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭിക്കാനുള്ള അവസരം ഇല്ലാതാകുന്നു.

(ii) മുൻകൈ എടുക്കാനുള്ള വിമുഖത (Lack of initiative) : ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകളുടെ മാനേജർമാർക്ക് കേന്ദ്ര കാര്യാലയത്തിന്റെ നിർദ്ദേശങ്ങൾ അനുസരിച്ചു മാത്രമേ പ്രവർത്തി

ക്കാനാകുകയുള്ളൂ. ഇത് അവരെ എല്ലായ്പ്പോഴും കേന്ദ്ര കാര്യാലയത്തിലെ നിർദ്ദേശങ്ങൾക്കായി കാത്തിരിക്കാൻ ശീലിപ്പിക്കുകയും ഉപഭോക്താക്കളെ തൃപ്തിപ്പെടുത്താൻ ശ്രമിക്കുന്ന അവരുടെ ക്രിയാത്മകതയെ നിരുൽസാഹപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iii) വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെ അഭാവം (Lack of personal touch): ജീവനക്കാരുടെ മുൻകൈ എടുക്കാനുള്ള വിമുഖത പലപ്പോഴും അവരുടെയിടയിൽ നിസ്സംഗത സൃഷ്ടിക്കുകയും അത് വ്യക്തിബന്ധങ്ങളിൽ വിടവ് സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iv) ചോദനത്തിൽ മാറ്റം വരുത്തുന്നതിനുള്ള ബുദ്ധിമുട്ട് (Difficult to change demand): ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കുള്ള ചോദനം വളരെ വേഗം മാറാൻ സാധ്യതയുള്ളതുകൊണ്ട് കേന്ദ്ര ഡിപ്പോയിൽ വിൽക്കാതെ കിടക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മൂലം സ്ഥാപനത്തിന് വലിയ നഷ്ടം ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുണ്ട്.

ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകളും ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകളും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം (Difference between Departmental Stores and Multiple Shops)

ഈ രണ്ട് തരം ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകളും വൻകിട സ്ഥാപനങ്ങളാണെങ്കിലും അവ തമ്മിൽ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന വ്യതാസങ്ങൾ കാണാൻ കഴിയും.

(i) സ്ഥാനം (Location): ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ സാധാരണയായി ഒരുപാട് ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കാൻ കഴിയുന്ന കേന്ദ്രീകൃതമായ പ്രദേശത്താണ് ആരംഭിക്കുക. എന്നാൽ ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ ഉപഭോക്താക്കൾ കൂടുതലായി താമസിക്കുന്നതിനടുത്തായാണ് ആരംഭിക്കാറുള്ളത്. അതുകൊണ്ടു തന്നെ കേന്ദ്രീകൃത സ്ഥാനം എന്നത് ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം പ്രസക്തമായ കാര്യമല്ല.

(ii) ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലെ വൈവിധ്യം (Range of products): ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ ഉപഭോക്താക്കളുടെ എല്ലാത്തരം ആവശ്യങ്ങളെയും ഒരേ കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ തന്നെ തൃപ്തിപ്പെടുത്താൻ ശ്രമിക്കുന്നതുകൊണ്ട് വിവിധയിനം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യേണ്ടി വരുന്നു. എന്നാൽ ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്ന നിശ്ചിത തരം ഉപഭോക്താക്കളെ മാത്രം ലക്ഷ്യം വയ്ക്കുന്നു.

(iii) ലഭ്യമായ സേവനങ്ങൾ (Services offered): ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ അവരുടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് പരമാവധി സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി വസ്ത്രങ്ങൾക്ക് രൂപമാറ്റം വരുത്തുക, റസ്റ്റോറൻറുകൾ തുടങ്ങിയവ. നേരെ മറിച്ച് ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ വിൽക്കുന്ന സാധനങ്ങൾക്ക് എന്തെങ്കിലും കുഴപ്പങ്ങൾ ഉണ്ടെങ്കിൽ കേടുപാടുകൾ തീർത്തു കൊടുക്കുക, ഗ്യാരന്റി നൽകുക തുടങ്ങി ചുരുങ്ങിയ സേവനങ്ങൾ മാത്രമേ നൽകുന്നുള്ളൂ.

(iv) വില നിശ്ചയിക്കൽ (Pricing): ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ എല്ലാ ഷോപ്പുകൾക്കും ഒരേ വിലനയം പിൻതുടരുകയും എല്ലാ സ്റ്റോറുകളിലും നിശ്ചിത വിലയ്ക്ക് മാത്രം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകളിൽ എല്ലാ ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറുകൾക്കും പൊതുവായ വിലനയം ഉണ്ടാകാറില്ല. പല

പ്പോഴും കെട്ടിക്കിടക്കുന്ന ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് മാത്രമായി വിലയിൽ കിഴിവ് അനുവദിക്കാറുമുണ്ട്.

(v) ഉപഭോക്താക്കളുടെ വിഭാഗം (Class of customers) : ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിലയേക്കാൾ ലഭ്യമാകുന്ന സേവനങ്ങൾക്ക് പ്രാധാന്യം നൽകുന്ന താരതമ്യേന ഉയർന്ന വരുമാനക്കാരായ ഉപഭോക്താക്കളുടെ ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു. നേരെ മറിച്ച് ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മിതമായ വിലയ്ക്ക് വാങ്ങാൻ താൽപ്പര്യപ്പെടുന്ന താഴ്ന്ന വരുമാനക്കാർ ഉൾപ്പടെ പല തട്ടിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ തൃപ്തിപ്പെടുത്താൻ ശ്രമിക്കുന്നു.

(vi) വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ (Credit facilities) : ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ രൊക്കം വിൽപ്പന മാത്രം പിൻതുടരുമ്പോൾ ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറ് സ്റ്റോറുകൾ അവരുടെ പതിവ് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വായ്പാ സൗകര്യം അനുവദിക്കാറുണ്ട്.

(vii) അയവ്/വഴക്കം (Flexibility):

ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകൾ വൈവിധ്യമാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് വിപണനം ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ ഒരു പരിധി വരെ മാറ്റം വരുത്താൻ സാധ്യമാണ്. എന്നാൽ ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ ചുരുങ്ങിയ ഇനം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് അതിൽ മാറ്റം വരുത്താനുള്ള സാധ്യത പരിമിതമാണ്.

മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾ [Mail Order Houses]

മെയിൽ അഥവാ പോസ്റ്റ് ഓഫീസ് മുഖേന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്ന ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകളാണ് മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾ. ഇത്തരം വ്യാപാരങ്ങളിൽ വിൽപ്പനക്കാരും വാങ്ങുന്നവരും തമ്മിൽ വ്യക്തിപരമായി നേരിട്ട് ബന്ധപ്പെടുന്നില്ല. പത്രങ്ങളിലും മാസികകളിലും നൽകുന്ന പരസ്യങ്ങളിൽ കൂടി വാങ്ങാൻ സാധ്യതയുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ കണ്ടെത്തുകയും അവർക്ക് സർക്കുലറുകൾ, കാറ്റലോഗുകൾ, സാമ്പിളുകൾ, ബില്ലുകൾ, വില വിവരപ്പട്ടിക തുടങ്ങിയവ അയച്ചുകൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ വില, സവിശേഷതകൾ, വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനും പണം നൽകുന്നതിനുമുള്ള നിബന്ധനകൾ തുടങ്ങിയ പ്രസക്തമായ എല്ലാ വിവരങ്ങളും പരസ്യങ്ങളിൽ നൽകിയിട്ടുണ്ടാകും. ഓർഡറുകൾ ലഭിച്ച് കഴിഞ്ഞാൽ ഉപഭോക്താക്കൾ ആവശ്യപ്പെട്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾ സസൂക്ഷ്മം വിശകലനം ചെയ്ത് പോസ്റ്റ് ഓഫീസ് മാർഗ്ഗം അയച്ച് കൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾ പണം ലഭിക്കുന്നതിന് വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കാറുണ്ട്. ഒന്നാമത്, ഉപഭോക്താക്കളോട് മുഴുവൻ വിലയും മുൻകൂറായി നൽകാൻ ആവശ്യപ്പെടുന്നു. രണ്ടാമതായി, സാധനം കൈമാറുമ്പോൾ മാത്രം വില നൽകാമെന്ന നിബന്ധനയിൽ Value Payable by Post (VPP) പോസ്റ്റ് ഓഫീസ് വഴി അയച്ചു കൊടുക്കുന്നു. ഈ സംവിധാനത്തിൽ സാധനങ്ങൾ പോസ്റ്റ് ഓഫീസ് വഴി ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അയക്കുകയും മുഴുവൻ പണം നൽകിയാൽ മാത്രം പോസ്റ്റ്മാൻ ഉൽപ്പന്നം ഉപഭോക്താവിന് കൈമാറുകയും

ചെയ്യുന്നു. മൂന്നാമത്തെ രീതി, ഉൽപ്പന്നം ഒരു ബാങ്കിന് അയച്ചുകൊടുക്കുകയും അവരോട് ഉപഭോക്താവിന് കൈമാറാൻ നിർദ്ദേശിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഈ രീതിയിലും കിട്ടാക്കടം എന്ന നഷ്ടസാധ്യത ഉണ്ടാകുന്നില്ല. കാരണം ഉപഭോക്താവ് മുഴുവൻ പണവും നൽകിയതിന് ശേഷം മാത്രമേ ഉൽപ്പന്നം കൈമാറുകയുള്ളൂ. പക്ഷെ ഇവിടെ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട വസ്തുത ഉപഭോക്താക്കളുടെ നിർദ്ദേശങ്ങൾ അനുസരിച്ചുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തന്നെയാണ് അയച്ചത് എന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തേണ്ടതുണ്ട്.

ഈ ബിസിനസ് രീതി എല്ലാത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കും അനുയോജ്യമല്ല. ഉദാഹരണത്തിന്, പെട്ടെന്ന് കേടുവരുന്നതോ ഏറെ വലിപ്പമുള്ളതോ ആയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾ വഴി വിൽപ്പന നടത്തുക അഭിലഷണീയമല്ല. ഗ്രേഡ് ചെയ്യാവുന്നതും നിലവാരവൽക്കരിക്കപ്പെട്ടതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ എളുപ്പത്തിൽ കടത്തികൊണ്ടുപോകാവുന്ന സാധനങ്ങൾ, വിപണിയിൽ സ്ഥിരം ആവശ്യകതയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, വർഷം മുഴുവൻ വലിയ അളവിൽ ലഭ്യമാകുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, വിപണിയിൽ തീരെ മത്സരമില്ലാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, ചിത്രങ്ങളിലൂടെയും മറ്റും വിവരിച്ചുകൊടുക്കാവുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇത്തരം ചില്ലറ വിൽപ്പന ശാലകൾക്ക് അനുയോജ്യമാണ്. മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച മറ്റൊരു വസ്തുത, ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഉയർന്ന വിദ്യാഭ്യാസം ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ ഇവ വിജയകരമാവുകയുള്ളൂ എന്നതാണ്. കാരണം അക്ഷരജ്ഞാനമുള്ള ആളുകളിലേക്ക് മാത്രമേ പരസ്യങ്ങളിൽക്കൂടിയും മറ്റു രേഖകളിലൂടെയും ആശയവിനിമയം സാധ്യമാവുകയുള്ളൂ.

മേന്മകൾ [Advantages]

(i) ചുരുങ്ങിയ മൂലധന ആവശ്യകത (Limited capital requirement) : കെട്ടിടങ്ങൾ തുടങ്ങിയ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളിൽ വലിയ മുതൽ മുടക്ക് മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമില്ല. ആയതുകൊണ്ട് താരതമ്യേന കുറഞ്ഞ മൂലധനം കൊണ്ട് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങുവാൻ കഴിയും.

(ii) ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുന്നു (Elimination of middlemen): ഉപഭോക്താക്കളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഏറ്റവും പ്രധാന നേട്ടം, വിൽക്കുന്നവരുടെയും വാങ്ങുന്നവരുടെയും ഇടയിലുള്ള ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കാൻ കഴിയുന്നു എന്നതാണ്. ഇത് ഇരുകൂട്ടർക്കും ഒരുപോലെ പണം ലാഭിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

(iii) കിട്ടാക്കടത്തിന്റെ അഭാവം (Absence of bad debt): ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കടമായി സാധനങ്ങൾ വിൽക്കാത്തതുകൊണ്ട് കിട്ടാക്കടം എന്ന പ്രശ്നം മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഉണ്ടാകുന്നതേയില്ല.

(iv) വിശാലമായ വിപണി (Wide reach): ഈ സംവിധാനത്തിൽ പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമായ എല്ലാ സ്ഥലങ്ങളിലേക്കും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അയക്കാൻ കഴിയും. ഇത് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വിശാലമായ സാധ്യതകൾ തുറന്നുകൊടുക്കുന്നു. കാരണം പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമായ രാജ്യത്തെ എല്ലാ സ്ഥലങ്ങളിലുമുള്ള ആളുകളുമായി ഇടപാടുകൾ നടത്താൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

(v) സൗകര്യപ്രദം (Convenience): ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വീട്ടുപടിക്കൽ എത്തിക്കും എന്നതുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഏറെ സൗകര്യ

പ്രദമായി സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുവാൻ മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾ സഹായകരമാണ്.

പരിമിതികൾ (Limitations)

(i) വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെ അഭാവം (Lack of personal contact): മെയിൽ ഓർഡർ വിൽപ്പനയിൽ വാങ്ങുന്നവരും വിൽക്കുന്നവരും നേരിൽ കാണാത്തതുകൊണ്ട് അവർ തമ്മിൽ വ്യക്തിബന്ധങ്ങൾ ഉണ്ടാവുകയില്ല. ഇത് പലപ്പോഴും തെറ്റിദ്ധാരണകൾക്കും പരസ്പര വിശ്വാസമില്ലായ്മക്കും കാരണമാകാം. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വാങ്ങുന്നതിന് മുൻപായി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പരിശോധിക്കുന്നതിനോ വിൽക്കുന്നവർക്ക് വാങ്ങുന്നവരുടെ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുന്നതിനോ സാധ്യമല്ല. പരസ്യങ്ങളിലൂടെയും കാറ്റലോഗുകളിലൂടെയും വ്യക്തിഗത പരിഗണനകൾ മനസ്സിലാക്കാനും സംശയ ദൂരീകരണത്തിനും സാധ്യത കുറവാണ്.

(ii) ഉയർന്ന വിൽപ്പന പ്രോത്സാഹനച്ചെലവ് (High promotion cost): വാങ്ങാൻ സാധ്യതയുള്ളവരെ കണ്ടെത്തുന്നതിനും അവരെക്കൊണ്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതിനും മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വലിയ തോതിൽ പരസ്യങ്ങളെയും മറ്റ് വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങളെയും ആശ്രയിക്കേണ്ടി വരും. വിൽപ്പന വർദ്ധക ചെലവുകൾ ഗണ്യമായി വർദ്ധിക്കുന്നതിന് ഇത് കാരണമാകുന്നു.

(iii) വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങളുടെ അഭാവം (Absance of after sales service): മെയിൽ ഓർഡർ വ്യാപാരങ്ങളിൽ വിൽക്കുന്നവരും വാങ്ങുന്നവരും ഒരു പക്ഷെ വളരെ അകലെയായിരിക്കാൻ സാധ്യതയുണ്ട്. ഇത് ഇവർ തമ്മിലുള്ള വ്യക്തിബന്ധം അസാധ്യമാക്കുന്നു. തൽഫലമായി ഉപഭോക്തൃസംരക്ഷണത്തിൽ ഏറെ പ്രധാനപ്പെട്ട വിൽപ്പനാനന്തര സേവനം ഇത്തരം വ്യാപാരത്തിൽ അസാധ്യമാകുന്നു.

(iv) വായ്പാ സൗകര്യങ്ങളുടെ അഭാവം (No credit facilities): മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വായ്പാ സൗകര്യം അനുവദിക്കാറില്ല. അതുകൊണ്ടു തന്നെ ചുരുങ്ങിയ വരുമാനക്കാരായ ആളുകൾക്ക് ഇത്തരം വ്യാപാരങ്ങളിൽ താൽപര്യം കുറവായിരിക്കും.

(v) ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എത്തിക്കുന്നതിലുള്ള കാലതാമസം (Delayed delivery): പോസ്റ്റർ വഴി ഓർഡറുകൾ ലഭിക്കുന്നതിനും അതിനനുസരിച്ച് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനും കൂടുതൽ സമയം ആവശ്യമുണ്ട്. ഇത് ഓർഡർ ചെയ്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കൈയിൽ കിട്ടുന്നതിന് കാലതാമസം ഉണ്ടാക്കുന്നു.

(vi) വഞ്ചിക്കപ്പെടാനുള്ള സാധ്യത (Possibility of abuse) : സത്യസന്ധരല്ലാത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ച് തെറ്റായ അവകാശവാദങ്ങൾ ഉന്നയിച്ചും പരസ്യങ്ങളിലും മറ്റും നടത്തുന്ന വാഗ്ദാനങ്ങൾ പാലിക്കാതെയും ഉപഭോക്താക്കളെ വഞ്ചിക്കാനുള്ള സാധ്യത ഇത്തരം വ്യാപാരങ്ങളിൽ കൂടുതലാണ്.

(vii) പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങളിലുള്ള അമിത ആശ്രയത്വം (High dependence on postal services) : മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വിജയം വ്യാപാര പ്രദേശങ്ങളിലുള്ള കാര്യക്ഷമമായ പോസ്റ്റർ സേവനങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കും. പക്ഷെ പലയിടങ്ങളിലും പോസ്റ്റൽ സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമല്ലാത്ത ഇന്ത്യ പോലുള്ള വിശാലമായ ഒരു രാജ്യത്ത് ഇത്തരം ബിസിനസ്സ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സാധ്യതകൾ പരിമിതമാണ്.

ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ [Consumer Cooperative Stores]

ഉപഭോക്താക്കളുടെ സ്വന്തം ഉടമസ്ഥതയിൽ സ്വയം കൈകാര്യം ചെയ്യുകയും നിയന്ത്രിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ചില്ലറ വ്യാപാരശാലകളാണ് ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില വർദ്ധനവിന് കാരണക്കാരാകുന്ന ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കി അതിന്റെ നേട്ടം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കൈമാറുക എന്നതാണ് ഇത്തരം സംഘങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യം. ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ സാധാരണയായി ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്നോ മൊത്ത വ്യാപാരികളിൽ നിന്നോ നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയും അവ മിതമായ വിലയ്ക്ക് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കുകയോ കുറയ്ക്കുകയോ ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് അംഗങ്ങൾക്ക് ചുരുങ്ങിയ വിലയ്ക്ക് ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നു. ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ നേടുന്ന ലാഭം അംഗങ്ങൾക്ക് ബോണസ് നൽകുന്നതിനും പൊതു റിസർവ്വ് ഫണ്ട്, പൊതു ക്ഷേമ ഫണ്ട്, അംഗങ്ങളുടെ സാമൂഹിക വിദ്യാഭ്യാസ ക്ഷേമങ്ങൾക്ക് വേണ്ടിയുള്ള ഫണ്ട് എന്നിവ സ്വരൂപിക്കുന്നതിനും ഉപയോഗിക്കാം.

ഒരു ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘം രൂപീകരിക്കുന്നതിന് ചുരുങ്ങിയത് പത്ത് അംഗങ്ങളെങ്കിലും സ്വമേധയാ സന്നദ്ധരായി സഹകരണ സംഘം ചട്ടങ്ങളനുസരിച്ച് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. അംഗങ്ങൾക്ക് ഓഹരികൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിലൂടെയാണ് സംഘത്തിനാവശ്യമായ മൂലധനം സ്വരൂപിക്കുന്നത്. സംഘത്തിന്റെ ഭരണവും കാര്യനിർവ്വഹണവും ഒരംഗത്തിനു ഒരു വോട്ട് എന്ന തത്വത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ജനാധിപത്യരീതിയിൽ തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ഭരണ സമിതിയാണ് കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്. അംഗങ്ങളുടെ ബാധ്യത സാധാരണയായി അവർ നൽകുന്ന ഓഹരി മൂലധനത്തിന് തുല്യമായി പരിമിതപ്പെടുത്തിയിരിക്കും. ശരിയായ രീതിയിൽ ഫണ്ടുകളും മറ്റും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു എന്ന് ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നതിനായി സംഘങ്ങളുടെ കണക്കുകൾ എല്ലാ വർഷവും സഹകരണ സംഘം രജിസ്ട്രാർ അല്ലെങ്കിൽ അദ്ദേഹം ചുമതലപ്പെടുത്തിയ മറ്റാരെങ്കിലും ഓഡിറ്റ് അഥവാ പരിശോധന നടത്താറുണ്ട്.

മേന്മകൾ (Advantages)

ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ പ്രധാന മേന്മകൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) എളുപ്പത്തിൽ രൂപീകരിക്കാം (Ease of formation): ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുന്നത് വളരെ എളുപ്പമാണ്. പത്തോ അതിലധികമോ വ്യക്തികൾ സ്വമേധയാ ഒരുമിച്ച് കൂടി തീരുമാനിച്ച് നിശ്ചിത നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തീകരിച്ച് സംഘം റജിസ്റ്റർ ചെയ്യാം.

(ii) പരിമിതമായ ബാധ്യത (Limited liability): സാധാരണയായി സഹകരണ സ്റ്റോറിലെ അംഗങ്ങളുടെ പരമാവധി ബാധ്യത അവർ നൽകിയ മൂലധനത്തിന് തുല്യമായിരിക്കും. സംഘത്തിലെ ആകെ ബാധ്യത ആകെ ആസ്തിയെക്കാൾ കൂടുതലാണെങ്കിലും നൽകിയ മൂലധനത്തെക്കാൾ കൂടുതലായി ഒരു തുകയും നൽകാൻ അംഗങ്ങൾക്ക് ബാധ്യതയില്ല.

(iii) ജനാധിപത്യപരമായ കാര്യനിർവ്വഹണം (Democratic Management) : സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ ഭരണം നിർവ്വഹിക്കുന്നത് അംഗങ്ങളിൽ നിന്ന് ജനാധിപത്യപരമായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്ന ഭരണസമിതിയാണ്. എല്ലാ അംഗങ്ങൾക്കും അവർക്ക് എത്ര ഓഹരികൾ കൈവശം ഉണ്ടെങ്കിലും ഒരു വോട്ട് മാത്രമേ ഉണ്ടാവുകയുള്ളൂ.

(iv) കുറഞ്ഞ വിലകൾ (Lower prices): ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ സാധാരണയായി ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്നോ, മൊത്ത വ്യാപാരികളിൽ നിന്നോ നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയും അത് അംഗങ്ങൾക്കും മറ്റുള്ളവർക്കും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കുന്നത് മൂലം അംഗങ്ങൾക്ക് കുറഞ്ഞ വിലയ്ക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാകുന്നു.

(v) രൊക്കം പണത്തിന് വിൽപ്പന (Cash sales): ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ സാധാരണയായി രൊക്കം പണത്തിന് മാത്രമേ വിൽപ്പന നടത്തുകയുള്ളൂ. അത് മൂലം, കുറഞ്ഞ പ്രവർത്തന മൂലധനം മാത്രമേ ആവശ്യം വരികയുള്ളൂ. മാത്രമല്ല കിട്ടാക്കടം എന്ന നഷ്ടസാധ്യത ഒഴിവാകുകയും ചെയ്യും.

(vi) സൗകര്യപ്രദമായ സ്ഥാനം (Convenient location) : അംഗങ്ങൾക്ക് എളുപ്പത്തിൽ എത്തിച്ചേരാവുന്നതും ആവശ്യാനുസരണം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാവുന്നതുമായ പൊതുസ്ഥലങ്ങളിലായിരിക്കും സാധാരണയായി ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ സ്ഥാപിക്കുക.

പരിമിതികൾ [Limitations]

ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ പരിമിതികൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു :

(i) മുൻകൈ എടുക്കലിന്റെ അഭാവം (Lack of initiative): ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ ഭരണ നിർവ്വഹണം നടത്തുന്നത് സന്നദ്ധസേവന രീതിയിൽ ആയതുകൊണ്ട് മാനേജർമാർക്ക് കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായി പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള പ്രചോദനമോ മുൻകൈ എടുക്കാനുള്ള താൽപ്പര്യമോ കുറവായിരിക്കും.

(ii) ധനത്തിന്റെ അപര്യാപ്തത (Shortage of funds) : സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ പ്രധാന മൂലധന സ്രോതസ്സ് അംഗങ്ങളിൽ നിന്ന് ശേഖരിക്കുന്ന ഓഹരി മൂലധനമാണ്. അംഗങ്ങൾ പലപ്പോഴും കുറവായതുകൊണ്ട് മൂലധനവും താരതമ്യേന കുറവായിരിക്കും. ഇത് സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ വളർച്ചയ്ക്കും വികസനത്തിനും പലപ്പോഴും തടസ്സം സൃഷ്ടിക്കുന്നു.

(iii) പ്രതിബദ്ധതയുടെ അഭാവം (Lack of Patronage) : പലപ്പോഴും അംഗങ്ങൾ പോലും സഹകരണ സംഘങ്ങളോട് വലിയ പ്രതിബദ്ധത കാണിക്കാറില്ല. തരൾഫലമായി ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ വിജയകരമായി നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകാൻ ബുദ്ധിമുട്ടുണ്ടാകാറുണ്ട്.

(iv) ബിസിനസ്സ് പരിശീലനത്തിന്റെ അഭാവം (Lack of business Training): സഹകരണ സംഘങ്ങളുടെ മാനേജ്മെൻറ് കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന വ്യക്തികൾക്ക് ബിസിനസ്സ് നടത്തിക്കൊണ്ടു പോകുന്നതിനുള്ള സവിശേഷ പരിശീല

നം ലഭ്യമല്ലാത്തതുകൊണ്ട് വലിയ വൈദഗ്ദ്ധ്യ മൊന്നും ഉണ്ടാവുകയില്ല.

സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ [Super Markets]

കുറഞ്ഞ വിലയിലൂടെയും വൈവിധ്യങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നൽകിയും ചില്ലറ വ്യാപാരം നടത്തുന്ന വൻകിട സ്ഥാപനങ്ങളാണ് സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ. സ്വയം സേവനം, ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വർഗ്ഗീകരണം, ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലൂടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റുക എന്നിവ ഇവരുടെ പ്രത്യേകതയാണ്. പലവ്യഞ്ജനങ്ങൾ, നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ, തുണിത്തരങ്ങൾ, ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങൾ, വീട്ടുസാധനങ്ങൾ തുടങ്ങിയ ബ്രാൻഡ് ചെയ്യപ്പെട്ടതും താരതമ്യേന വില കുറഞ്ഞ ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കളും ഒക്കെ ഉൾപ്പെടുന്ന സാധനങ്ങളാണ് സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളിൽ വിപണനം ചെയ്യുന്നത്. പ്രധാന ഷോപ്പിംഗ് കേന്ദ്രങ്ങളിലായിരിക്കും സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നത്. സാധനങ്ങൾ കൃത്യമായ വിവരണത്തോടും വില പ്രദർശിപ്പിക്കുന്ന ടാഗുകളോടും കൂടി റാക്കുകളിൽ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നന്നായി കാണുന്ന വിധത്തിൽ പ്രദർശിപ്പിച്ചിരിക്കും. ഉപഭോക്താക്കൾ കടയിലേക്ക് ചെല്ലുകയും ആവശ്യമായ സാധനങ്ങൾ സ്വയം തെരഞ്ഞെടുക്കുകയും അതുമായി കൗണ്ടറിൽ വന്ന് ബിൽ പ്രകാരം പണം നൽകിയ ശേഷം കൊണ്ടുപോവുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഒരേ കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ നിന്ന് വിവിധയിനം സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാവുന്ന തരത്തിൽ ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റുകളായാണ് സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ സംഘടിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നത്. എന്നിരുന്നാലും ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോറുകളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വീട്ടിൽ എത്തിച്ച് കൊടുക്കുക, വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്തുക തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങളൊന്നും നൽകുന്നില്ല. മാത്രമല്ല, ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഉപഭോക്താക്കളെ ബോധ്യപ്പെടുത്തുന്നതിനോ അവരുടെ സംശയങ്ങൾ ദൂരീകരിക്കുന്നതിനോ വിൽപ്പന സഹായികളെയും നിർത്താറില്ല. സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട സവിശേഷതകൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

(i) സാധാരണയായി സൂപ്പർമാർക്കറ്റുകളിൽ വിവിധ തരത്തിലുള്ള ഭക്ഷ്യ വസ്തുക്കൾ, പലവ്യഞ്ജനങ്ങൾ, മറ്റ് ഉപഭോഗ വസ്തുക്കൾ എന്നിവ വിൽക്കപ്പെടുന്നു.

(ii) ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ആവശ്യമുള്ള എല്ലാ വസ്തുക്കളും ആവശ്യാനുസരണം ഒരേ കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ നിന്ന് വാങ്ങുവാൻ ഇത്തരം മാർക്കറ്റുകളിൽ സാധ്യമാകും.

(iii) സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ സ്വയം സേവന മാതൃകയിലാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഇത് പ്രവർത്തനച്ചെലവ് കുറയ്ക്കുന്നതിന് സഹായിക്കുന്നു.

(iv) വലിയ തോതിൽ വാങ്ങുന്നത് കൊണ്ടും കുറഞ്ഞ പ്രവർത്തനച്ചെലവും ചുരുങ്ങിയ ലാഭവും ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പന വില കുറയ്ക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

(v) സാധനങ്ങൾ രൊക്കം പണത്തിന് മാത്രമേ വിൽക്കുകയുള്ളൂ.

(vi) കൂടുതൽ വിൽപ്പന ലക്ഷ്യമാക്കി കേന്ദ്രീ

കൃതമായ പ്രദേശങ്ങളിലാണ് സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ സ്ഥാപിക്കുക.

മേന്മകൾ [Advantages]

സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളുടെ മേന്മകൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

(i) ഒരു കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ, ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ (One roof, low cost): സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ വൈവിധ്യങ്ങളായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഒരേ കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ ലഭ്യമാക്കുന്നു. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഇത്തരം വിൽപ്പന ശാലകൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സൗകര്യപ്രദമാണ്. മാത്രമല്ല ഇവിടെ നിന്ന് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്നത് ലാഭകരം കൂടിയാണ്.

(ii) കേന്ദ്രീകൃത സ്ഥാനം (Central location): സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ സാധാരണയായി നഗരങ്ങളുടെ ഹൃദയ ഭാഗത്തായിരിക്കും സ്ഥാപിക്കുക. തൽഫലമായി ചുറ്റുപാടുമുള്ള പ്രദേശങ്ങളിൽ താമസിക്കുന്ന വലിയൊരു വിഭാഗം ജനങ്ങൾക്ക് ഈ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ എളുപ്പത്തിൽ എത്തിച്ചേരാൻ കഴിയുന്നു.

(iii) വിശാലമായ തെരഞ്ഞെടുക്കൽ (Wide selection): സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ വിവിധ നിറങ്ങളിലും രൂപകൽപ്പനയിലുമുള്ള വൈവിധ്യങ്ങളാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നതുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് മെച്ചപ്പെട്ട തെരഞ്ഞെടുക്കലുകൾ സാധ്യമാകുന്നു.

(iv) കിട്ടാക്കടം ഉണ്ടാകുന്നില്ല (No bad debt): സാധാരണയായി രൊക്കം പണത്തിനുള്ള വിൽപ്പന മാത്രമായതുകൊണ്ട് സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളിൽ കിട്ടാക്കടം എന്ന നഷ്ടസാധ്യത ഉണ്ടാവുകയില്ല.

(v) വൻ തോതിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക നേട്ടം (Benefits of being large scale): ഒരു വൻകിട ചില്ലറ വിൽപ്പന ശാലയായതുകൊണ്ട് വലിയ തോതിലുള്ള വാങ്ങലുകളുടെയും വിൽക്കലുകളുടെയും എല്ലാ നേട്ടങ്ങളും സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾക്ക് ലഭ്യമാകും.

പരിമിതികൾ [Limitations]

സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളുടെ പ്രധാന പരിമിതികൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

(i) വായ്പാ സൗകര്യമില്ലായ്മ (No credit): സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളിൽ സാധാരണയായി രൊക്കം പണത്തിനുള്ളവിൽപ്പന മാത്രമേയുള്ളൂ. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കടമായി സാധനങ്ങൾ വിൽക്കാറില്ല. ഇത് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതിനുള്ള ഉപഭോക്താക്കളുടെ താൽപ്പര്യം കുറയ്ക്കുന്നു.

(ii) വ്യക്തിഗത ശ്രദ്ധ ലഭ്യമല്ല (No personal attention): സ്വയം സേവനം എന്ന തത്വം അടിസ്ഥാനമാക്കിയാണ് സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. അതുകൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വ്യക്തിഗതമായ ശ്രദ്ധ ലഭ്യമാവുകയില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ വിൽപ്പനക്കാരുടെ വ്യക്തിഗത ശ്രദ്ധയും സംശയ നിവാരണവുമൊക്കെ ആവശ്യമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾക്ക് അനുയോജ്യമല്ല.

(iii) സാധനങ്ങൾ അശ്രദ്ധമായി കൈകാര്യം ചെയ്യുക (Mishandling of goods):

ചില ഉപഭോക്താക്കൾ, പ്രത്യേകിച്ച് കൂടെ വരുന്ന കുട്ടികളും മറ്റും, പ്രദർശിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന സാധനങ്ങൾ അശ്രദ്ധയോടെ കൈകാര്യം ചെയ്യുകയും അതുവഴി നഷ്ടങ്ങൾ കൂടുകയും ചെയ്യുന്നു.

(iv) ഉയർന്ന പുറംചെലവുകൾ (High overhead expenses): സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകളുടെ പുറംചെലവുകൾ സാധാരണയായി കൂടുതലായിരിക്കും. അത് മൂലം ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഇടയിൽ വിലക്കുറവ് എന്ന പ്രതീതി സൃഷ്ടിക്കാൻ ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കഴിയാറില്ല.

(v) വലിയ മൂലധന ആവശ്യകത (Huge capital requirement): ഒരു സൂപ്പർ മാർക്കറ്റ് സ്ഥാപിച്ച് നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകുന്നതിന് വളരെ വലിയ മുതൽമുടക്ക് ആവശ്യമായി വരും. വളരെ ഉയർന്ന തോതിലുള്ള വിൽപ്പനയുണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ മീതിച്ചെലവുകൾ സാമാന്യ നിലവാരത്തിൽ പിടിച്ച് നിർത്താൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. ഇത് സാധാരണയായി വലിയ നഗരങ്ങളിൽ മാത്രമേ സാധ്യമാവുകയുള്ളൂ. ചെറിയ പട്ടണങ്ങളിൽ ഇത് അപ്രായോഗികമാണ്.

വെൻഡിംഗ് മെഷിനുകൾ അഥവാ സ്വയം വിൽപ്പന യന്ത്രങ്ങൾ (Vending Machines)

വിപണന രീതികളിലെ താരതമ്യേന പുതിയ സംവിധാനമാണ് വെൻഡിംഗ് മെഷിനുകൾ. നാണയങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് പ്രവർത്തിപ്പിക്കുന്ന വെൻഡിംഗ് മെഷിനുകൾ ചായ, കാപ്പി പോലുള്ള ചൂട് ലഘു പാനീയങ്ങൾ, റെയിൽവേ പ്ലാറ്റ്ഫോം ടിക്കറ്റ്, പാൽ, ചോക്കലേറ്റ്, പത്രങ്ങൾ, തുടങ്ങിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിന് വളരെ സൗകര്യപ്രദമാണ്. ബാങ്കിംഗ് എന്ന ആശയം തന്നെ മാറ്റിമറിച്ച എ.ടി.എം ഇത്തരം വെൻഡിംഗ് മെഷീനുകളുടെ മറ്റൊരു പതിപ്പാണ്. നാമെല്ലാവരും ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടിലെ പണം പിൻവലിക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന എ.ടി.എം. അഥവാ ഓട്ടോമേറ്റഡ് ടെല്ലർ മെഷിനുകളിലൂടെ ഏതു സമയത്തും മറ്റാരുടെയും സഹായമില്ലാതെ തന്നെ ബാങ്കിൽ പോകാതെ പണം പിൻവലിക്കാൻ സാധിക്കും.

ഒരേ വലിപ്പത്തിലും അളവിലും ഉള്ളതും മുൻകൂട്ടി പായ്ക്ക് ചെയ്തതും, ബ്രാൻഡ് ചെയ്യപ്പെട്ടതും കുറഞ്ഞ വിലയുള്ളതും ഉയർന്ന വിൽപ്പനയുള്ളതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിന് വെൻഡിംഗ് മെഷിനുകൾ വളരെ സൗകര്യപ്രദമാണ്. പക്ഷെ വെൻഡിംഗ് മെഷിനുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിനുള്ള പ്രാരംഭച്ചെലവും നിത്യേനയുള്ള പരിപാലനച്ചെലവും താരതമ്യേന കൂടുതലാണ്. ഒപ്പം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതിന് മുൻപ് അത് കാണുന്നതിനോ അനുഭവിച്ച് നോക്കുന്നതിനോ ആവശ്യമില്ലെങ്കിൽ സാധനം തിരിച്ച് നൽകുന്നതിനോ സാധ്യമല്ല. അതുപോലെ തന്നെ, യന്ത്രങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ രീതിയിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സവിശേഷമായി പായ്ക്ക് ചെയ്യേണ്ടതായും വരുന്നു. യന്ത്രങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ വിശ്വാസ്യത ഉണ്ടാവുകയും വേണം. ഇത്തരം പരിമിതികൾക്കുള്ളിലും സാമ്പത്തിക മേഖല വളരെ വേഗം വികസിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഇക്കാലത്ത് ചെറിയ മൂല്യമുള്ളതും ഉയർന്ന വിൽപ്പനയുള്ളതുമായ ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ചില്ലറ വിൽപ്പന രംഗത്ത് വെൻ

ഡിംഗ് മെഷിനുകൾക്ക് ശോഭനമായ ഭാവിയുണ്ടായിരിക്കും.

ചരക്ക് സേവന നികുതി നിയമം [Goods and Service Tax Act (GST)]

രാജ്യം മുഴുവൻ സാധനങ്ങളുടെ സുഗമമായ ലഭ്യത ഉറപ്പാക്കുന്നതിനുവേണ്ടി, രാജ്യത്തെ ഒരൊറ്റ വിപണിയായി കണക്കാക്കിക്കൊണ്ട് 'ഒരു രാജ്യം ഒരു നികുതി' എന്ന സിദ്ധാന്തത്തിലൂന്നി 2017 ജൂലൈ 1 മുതൽ ഭാരത സർക്കാർ ചരക്ക് സേവന നികുതി നടപ്പിലാക്കി. ഉൽപ്പാദകർ നിർമ്മാതാക്കൾ, നിക്ഷേപകർ, ഉപഭോക്താക്കൾ എന്നിവരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൂടുതൽ ലളിതമാക്കുക എന്ന ഉദ്ദേശ്യം കൂടി ഇതിന്റെ പിന്നിൽ ഉണ്ടായിരുന്നു. ഇന്ത്യൻ നികുതി വ്യവസ്ഥയുടെ ചരിത്രത്തിലെ ഏറ്റവും വിപ്ലവകരമായ നികുതി പരിഷ്കരണമായി ഈ സമ്പ്രദായത്തെ കണക്കാക്കുന്നു. വളർച്ചയ്ക്കുള്ള പ്രധാന വരുമാന ശ്രോതസ്സ് എന്നതിനപ്പുറം നികുതി, രാജ്യത്തിന് അതിന്റെ നികുതിദായകരോടുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം നിറവേറുന്നതിലും പ്രധാന പങ്കുവഹിക്കുന്നു. കാര്യമായ നികുതി സമ്പ്രദായങ്ങൾ സുസ്ഥിര വികസനം ലക്ഷ്യമാക്കിയുള്ള സാമൂഹിക ലക്ഷ്യങ്ങൾ സാക്ഷാത്കരിക്കുന്നതിനായി പൊതുമുതലുകളുടെ കാര്യക്ഷമമായ വിനിയോഗം ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു. സുസ്ഥിര വികസനത്തിനായി പൊതുമുതൽ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നു.

ഉൽപ്പാദകരിൽ നിന്നും ഉപഭോക്താക്കളിലേക്കുള്ള സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിതരണത്തിൽ കേന്ദ്രസംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ ചുമത്തിയിരുന്ന വിവിധ പരോക്ഷ നികുതികൾക്ക് പകരമായി ലക്ഷ്യസ്ഥാനം അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള ഏക നികുതിരീതിയാണ് ജി.എസ്.ടി (GST). ഇതിലൂടെ രാജ്യം ഒരു ഏകീകൃത വിപണിയായി മാറുന്നു. വ്യാപാരത്തിലെ നികുതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് നികുതിയ്ക്ക്മേൽ നികുതി ചുമത്തപ്പെടുന്ന സാഹചര്യം ഒഴിവാക്കുക, നികുതി നടപ്പിലാക്കൽ മെച്ചപ്പെടുത്തുക, നികുതിവെട്ടിപ്പ് തടയുക, ഇവയിലൂടെ സമ്പദ്ഘടനയെ കൂടുതൽ ശക്തിപ്പെടുത്തുകയും നികുതി വരുമാനം വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നിവയാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം. 8 കേന്ദ്ര നികുതികളും 9 സംസ്ഥാന നികുതികളും ഉൾപ്പെടെ 17 പരോക്ഷ നികുതികളെ നിർത്തലാക്കാൻ ചരക്ക് സേവന നികുതിയിലൂടെ സാധിക്കുന്നു. കൂടാതെ കേന്ദ്ര സംസ്ഥാന സർക്കാരുകളും 23 സെസ്സുകളും ഇല്ലാതെയാകുന്നു. ഉൽപ്പാദകനും ഉപഭോക്താവിനും ഇടയിലുള്ള റിട്ടേണുകൾ, വിലയിരുത്തലുകൾ എന്നിവയെ ഒഴിവാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. മുൻപ് കേന്ദ്ര, സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ ചുമത്തിയിരുന്ന നികുതികൾ ചേർന്നതാണ് ചരക്ക് സേവനനികുതി (കേന്ദ്ര ചരക്ക് സേവന നികുതി + സംസ്ഥാന ചരക്ക് സേവന നികുതി). മൂല്യവർദ്ധനവിന്റെ വിവിധ ഘട്ടങ്ങളിലായി ചുമത്തിയിരുന്ന നികുതി പുതിയ സംവിധാനപ്രകാരം ഈ ശൃംഖലയുടെ അവസാന കണ്ണിയായ ഉപഭോക്താവിലേക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യപ്പെടുന്നു.

ചരക്ക് സേവനനികുതി - ചില വസ്തുതകൾ

1. രാജ്യത്തുടനീളമുള്ള വൈവിധ്യമാർന്ന നികുതികളെ ഏകീകരിക്കുകയും ഒരേപോലെ വില നിർണ്ണയിക്കലുമാണ് ചരക്ക് സേവന നികുതിയിലൂടെ ലക്ഷ്യം വയ്ക്കുന്നത്.

2. ചരക്ക് സേവന നികുതി നടപ്പിലാക്കുന്നതിലൂടെ ആഡംബര വസ്തുക്കൾക്ക് വിലയേറുകയും വൻകിട ഉപഭോഗമുള്ള വസ്തുക്കൾക്ക് വില കുറയുകയും ചെയ്യുന്നു.

3. ഉറവിടത്തിൽ തന്നെ നികുതി നിശ്ചയിക്കുന്ന രീതിയല്ല ചരക്ക് സേവന നികുതി. ചരക്ക് സേവന നികുതി പ്രകാരം തമിഴ്നാട്ടിൽ നിർമ്മിച്ച ഒരു ഉൽപ്പന്നം രാജ്യത്തുടനീളം സഞ്ചരിച്ച് ഡൽഹിയിൽ എത്തിച്ചേരുമ്പോൾ ആ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ നികുതി ഡൽഹിയിലെ ഉപഭോക്താവാണ് നൽകുന്നത്. ചരക്ക് സേവന നികുതി സമ്പ്രദായം ഒരു സ്വയം നിയന്ത്രിത സംവിധാനമാണ്. ഈ നികുതിയിൽ കേന്ദ്രത്തിനും സംസ്ഥാനത്തിനും അതിന്റേതായ വിഹിതം ഉണ്ടായിരിക്കും.

4. ഇന്ത്യയിലെ ചരക്ക് സേവനനികുതി സമ്പ്രദായം ഇൻവോയിസുകളുടെ പൊരുത്തപ്പെടുത്തൽ സംവിധാനം കൂടിയാണ്. വാങ്ങിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും നികുതി, ഈ ഉൽപ്പന്നം വിതരണക്കാരൻ സ്വീകരിക്കുമ്പോഴേ ലഭ്യമാകുന്നുള്ളൂ. ചരക്കു സേവന നികുതി സമ്പ്രദായമെന്നത് നികുതി തട്ടിപ്പുകളെയും മറ്റും തടയുക മാത്രമല്ല കൂടുതൽ വ്യാപാര സംരംഭങ്ങളെ ഔപചാരിക സമ്പദ് ഘടനയിലേക്ക് കൊണ്ടു വരികയും ചെയ്യുന്നു.

5. അതി ലാഭേച്ഛയോടെയുള്ള വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളെ പ്രതിരോധിക്കുന്ന ചില പ്രത്യേകതകൾ നിലവിൽ നടപ്പിലാക്കിയ ചരക്ക് സേവനനികുതിയുടെ പ്രത്യേകതയാണ്. ഈ രീതികൾ സ്ഥാപനങ്ങളെ അമിതലാഭമുണ്ടാക്കുന്നതിൽ നിന്ന് തടയുന്നു. ചെലവുകളിലുണ്ടാകുന്ന കുറവിന്റെ യഥാർത്ഥ ഗുണം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭിക്കണമെന്ന ഉദ്ദേശ്യത്തോടെ ദേശീയതലത്തിൽ ആന്റി പ്രോഫിറ്റയറിങ്ങ് അതോറിറ്റി എന്ന സ്ഥാപനവും രൂപീകരിച്ചിരിക്കുന്നു. ചരക്ക് സേവനനികുതിയുടെ പേര് പറഞ്ഞ് ഉൽപ്പന്നവിലയിൽ അമിതമായ വർദ്ധനവ് വരുത്തുന്നുണ്ടോയെന്ന് ആ ഏജൻസിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ പരിശോധിക്കുന്നു.

ചരക്ക് സേവന നികുതി ഏതെല്ലാം വിധത്തിൽ രാജ്യത്തെ പൗരൻമാർക്ക് ഗുണകരമാകുന്നു?

- മൊത്തത്തിലുള്ള നികുതിഭാരത്തിൽ കുറവ്.
- ഒളിഞ്ഞിരിക്കുന്ന നികുതികളില്ല
- സാധനങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കുമായുള്ള സൗഹാർദ്ദപരമായ ദേശീയവിപണിയുടെ വികസനം.
- വിദ്യാഭ്യാസത്തിനും അവശ്യവസ്തുക്കൾക്കും വേണ്ടി ഉയർന്ന വിതരണ വരുമാനം

- ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വിപുലമായ തെരഞ്ഞെടുക്കൽ അവസരം
- വർദ്ധിതമായ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങൾ
- കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ

ചരക്ക് സേവന നികുതയുടെ പ്രധാന പ്രത്യേകതകൾ

1 ജമ്മുകാശ്മീർ ഉൾപ്പെടെ രാജ്യത്തുടനീളം നിലവിലുള്ള നികുതി സംവിധാനമാണിത്.

2. ഉൽപ്പാദനത്തിന് മേലുള്ള നികുതി, വിൽപനനികുതി, സേവനനികുതി എന്നിങ്ങനെ നിലവിലുള്ള രീതികൾക്ക് പകരം ഉൽപ്പാദനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിതരണത്തിൽ നികുതി ചുമത്തുന്ന രീതിയാണിത്.

3. നിലവിലുള്ള ഉത്ഭാവാടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള നികുതി സമ്പ്രദായത്തിന് ബദലായി അന്തിമവിതരണത്തിന് തയ്യാറായ അവസ്ഥയ്ക്ക് മേലുള്ള നികുതി രീതിയാണ് ചരക്ക് സേവനനികുതി.

4. സേവനങ്ങളുടെയും സാധനങ്ങളുടെയും ഇറക്കുമതിയെ സംസ്ഥാനാന്തര വിതരണം പോലെ പരിഗണിക്കുകയും സാധാരണ കസ്റ്റംസ് തീരുവകൾക്ക് പുറമേ അന്താരാഷ്ട്ര സാധന, സേവനനികുതി ചുമത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

5. അന്തരാഷ്ട്ര ചരക്ക് സേവനനികുതി, കേന്ദ്ര ചരക്ക് സേവനനികുതി, സംസ്ഥാന ചരക്ക് സേവനനികുതി നിരക്കുകൾ കേന്ദ്രസംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾ പരസ്പര ധാരണയോടെ ജി.എസ്.ടി കൗൺസിൽ അംഗീകാരത്തോടെ തീരുമാനിക്കുന്നു.

6. 5 ശതമാനം, 12 ശതമാനം, 18 ശതമാനം, 28 ശതമാനം എന്നിങ്ങനെ നാല് തട്ടുകളാണ് ജി,എസ്.ടി.ക്കുള്ളത്.

7. പ്രത്യേക സാമ്പത്തിക മേഖലയിലെ കയറ്റുമതിയും വിതരണവും ടാക്സിൽ നിന്നും ഒഴിവാക്കിയിരിക്കുന്നു.

8. ഡെബിറ്റ് ക്രെഡിറ്റ് കാർഡുകൾ, ഇന്റർനെറ്റ് ബാങ്കിങ്ങ്, ഇലക്ട്രോണിക് ഫണ്ട് ട്രാൻസ്ഫർ (EFT) സംവിധാനം, റിയൽ ടെം ഗ്രോസ് സെറ്റിൽമെന്റ് എന്നിങ്ങനെയുള്ള വിവിധ രീതികളിൽ നികുതി അടയ്ക്കൽ സംവിധാനം ലഭ്യമാണ്.

ജി.എസ്.ടി കൗൺസിൽ – രൂപഘടന

- ചെയർപേഴ്സൺ – കേന്ദ്രധനകാര്യമന്ത്രി
- വൈസ് ചെയർപേഴ്സൺ – സംസ്ഥാന ധനകാര്യവകുപ്പുമന്ത്രിമാരിൽ നിന്ന് തെരഞ്ഞെടുത്ത ഒരാൾ
- അംഗങ്ങൾ : ഓരോ സംസ്ഥാനത്തിലെയും ധനകാര്യവകുപ്പുമന്ത്രിമാർ
- ക്വോറം : – ആകെ അംഗങ്ങളുടെ 50%
- സംസ്ഥാന സർക്കാരുകൾക്ക് 2/3 പ്രാധാന്യവും കേന്ദ്രത്തിന് 1/3 പ്രാധാന്യവും.
- തീരുമാനങ്ങൾ 75% അംഗങ്ങളുടെ പിന്തുണയോടെ മാത്രം
- ചരക്ക് സേവനനികുതി, നിയമാവലികൾ, നിരക്കുകൾ തുടങ്ങിയ വിവിധ കാര്യങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ശുപാർശകർ നൽകാൻ ജി.എസ്.ടി കൗൺസിലിന് അധികാരമുണ്ട്.

10.6 ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിന്റെ വളർച്ചയിൽ വാണിജ്യ വ്യവസായ സംഘടകളുടെ പങ്ക്. [Role of Commerce and Industry Associations in Promotion of Internal Trade]

പൊതു ലക്ഷ്യം നേടുന്നതിനും പൊതു താൽപ്പര്യങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനുമായി ബിസിനസ്സ് വ്യാവസായിക മേഖലകളിൽ വിവിധ സംഘടനകൾ രൂപീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഇന്ത്യയിലും അസ്സോസിയേറ്റഡ് ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രി (ASSOCHAM), കോൺഫെഡറേഷൻ ഓഫ് ഇന്ത്യൻ ഇൻഡസ്ട്രീസ്(CII), ഫെഡറേഷൻ ഓഫ് ഇന്ത്യൻ ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രി (FICCI) തുടങ്ങിയ സംഘടനകൾ പ്രവർത്തിച്ച് വരുന്നുണ്ട്. ഇത്തരം സംഘടനകൾ വ്യാപാര വാണിജ്യ വ്യവസായ മേഖലകളുടെ സംരക്ഷകരായി പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

ഇത്തരം സംഘടനകൾ രാജ്യത്തിന്റെ മൊത്തം സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിന്റെ പ്രസക്തി ശക്തിപ്പെടുത്തുന്നതിൽ സുപ്രധാനമായ പങ്ക് വഹിക്കുന്നു. വാണിജ്യ വ്യവസായ ചേംബറുകൾ വിവിധ തലങ്ങളിലുള്ള സർക്കാരുകളുമായി സംവദിക്കുകയും ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിന് ബുദ്ധിമുട്ടുണ്ടാക്കുന്ന നയങ്ങളും നടപടിക്രമങ്ങളും കുറയ്ക്കുന്നതിനും അന്തർ സംസ്ഥാന ചരക്ക് നീക്കം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും പല തട്ടിലുള്ള പരിശോധനകൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിനും ഉദ്യോഗസ്ഥതല തടസ്സങ്ങൾ നീക്കുന്നതിനുമൊക്കെയുള്ള ഇടപെടലുകൾ നടത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. അത് കൂടാതെ ചേംബറുകൾ സുശക്തമായ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുന്നതിനും വിവിധ തലങ്ങളിലുള്ള നികുതി ഘടനകൾ ലളിതവൽക്കരിക്കുന്നതിനും താദാത്മ്യം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും നിരന്തരം ശ്രമിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന മേഖലകളിലെല്ലാം ഇവർ ഇടപെടലുകൾ നടത്താറുണ്ട്.

(i) അന്തർ സംസ്ഥാന ചരക്ക് നീക്കം (Inter state movements of goods): അന്തർ സംസ്ഥാന ചരക്ക് നീക്കവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വാഹനങ്ങളുടെ രജിസ്ട്രേഷൻ, ഉപരിതല ഗതാഗത നയങ്ങൾ, റോഡുകളുടെയും ഹൈവേകളുടെ

യും നിർമ്മാണം തുടങ്ങിയ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ വ്യവസായ വാണിജ്യ ചേംബറുകൾ ഇടപെടലുകൾ നടത്തുന്നു. ഉദാഹരണമായി ആഭ്യന്തര ചരക്ക് നീക്കത്തിന് കരുത്തേകാൻ ഉതകുന്ന ഇന്ത്യയിലെ ബൃഹത്തായ ദേശീയപാതാ പദ്ധതിയായ സുവർണ്ണ ചതുഷ്കോണ ഇടനാഴി അന്നത്തെ പ്രധാനമന്ത്രി പ്രഖ്യാപിച്ചത് ഫെഡറേഷൻ ഓഫ് ഇന്ത്യൻ ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രി (FICCI) യുടെ വാർഷിക പൊതുയോഗത്തിലാണ്.

(ii) പ്രവേശന ചുങ്കവും പ്രാദേശിക നികുതികളും (Otcroi and other local levies): പ്രാദേശിക സർക്കാരുകളുടെ പ്രധാന വരുമാന സ്രോതസ്സാണ് കടത്തുചുങ്കവും പ്രാദേശിക നികുതികളും. സംസ്ഥാനത്ത് വിൽക്കുന്ന ചരക്കുകളിൽ നിന്നും സംസ്ഥാനത്തേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്ന വ്യക്തികളിൽ നിന്നുമാണ് ഇവ പിരിച്ചെടുക്കുന്നത്. ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിന്റെയോ സുഗമമായ യാത്രാ സൗകര്യങ്ങളുടെയോ ചെലവിലല്ല ഇവ ഈടാക്കുന്നത് എന്ന് ഉറപ്പ് വരുത്താൻ ചേമ്പർ ഓഫ് കൊമേഴ്സ് ശ്രമിക്കുന്നു.

(iii) വിൽപ്പന നികുതിയുടെയും ചരക്ക് സേവന നികുതിയുടെയും പൊരുത്തപ്പെടുത്തൽ (Harmonisation of sales tax structure and GST): വിവിധ സംസ്ഥാനങ്ങളിലെ നികുതി ഘടനകൾ ഏകീകരിക്കുന്നതിൽ സുപ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കുകയും അതിനായി അതത് സർക്കാരുകളുമായി നിരന്തരം സമ്പർക്കം പുലർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. സംസ്ഥാനങ്ങളുടെ പ്രധാന വരുമാന സ്രോതസ്സാണ് വിൽപ്പന നികുതി. യുക്തിസഹമായ വിൽപ്പന നികുതി ഘടനയും സംസ്ഥാനങ്ങൾ മുഴുവനായും ഉള്ള ഏകീകൃത നിരക്കും വ്യാപാര സന്തുലനം നിലനിർത്തുന്നതിന് അത്യാവശ്യമാണ്. സർക്കാരിന്റെ പുതിയ നയമനുസരിച്ച് വിൽപ്പന നികുതിയുടെ ഇരട്ടിപ്പ് ഒഴിവാക്കുന്നതിന് പകരമായി ചരക്ക് സേവന നികുതിയാണ് ചുമത്തുന്നത്.

(iv) കാർഷികോൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിപണനവും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രശ്നങ്ങളും (Marketing of agro products and related issues): കർഷകരുടെ സംഘടനകളും മറ്റ് ഫെഡറേഷനുകളും കാർഷികോൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിപണനത്തിൽ സുപ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കുന്നു. പ്രാദേശിക സബ്സിഡികൾ ലഭ്യമാക്കുക, കാർഷികോൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്ന സംഘടനകളുടെ വിപണന നയങ്ങൾ തീരുമാനിക്കുക തുടങ്ങിയ മേഖലകളിൽ ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രിക്ക് ശക്തമായി ഇടപെടാനും കർഷക സഹകരണ സംഘങ്ങൾ പോലുള്ള സംഘടനകളുമായി സംവദിക്കാനും കഴിയുന്നു.

(v) അളവ് തൂക്ക നിയന്ത്രണങ്ങളും ബ്രാൻഡുകളുടെ വ്യാജ ഉപയോഗം തടയലും (Weights and Measures and prevention of duplication brands): വ്യാപാരികളുടെയും ഉപഭോക്താക്കളുടെയും താൽപ്പര്യങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കുന്നതിനായി അളവ് തൂക്ക നിയന്ത്രണങ്ങളും ബ്രാൻഡുകളുടെ വ്യാജ ഉപയോഗം തടയലും സംബന്ധിച്ച നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും ആവശ്യമാണ്. ഇവ ശക്തമായി നടപ്പിലാക്കുകയും വേണം. ഇത്തരം നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും നിർമ്മിക്കുന്നതിനും അത് ശരിയായ രീതിയിൽ നടപ്പിലാക്കുന്നതിനും അവ ലംഘിക്കുന്നവർക്കെതിരെ നടപടികൾ എടുക്കുന്നതിനും ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രി സർക്കാരുകളു

മായി ചർച്ചകൾ നടത്തുന്നു.

(vi) എക്സൈസ് തീരുവ (Excise duty): കേന്ദ്ര സർക്കാർ വിവിധ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ വിൽക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ ചുമത്തുന്ന എക്സൈസ് തീരുവയാണ് സർക്കാരിന്റെ പ്രധാന വരുമാന സ്രോതസ്സ്. എക്സൈസ് നയം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില നിർണ്ണയത്തിൽ പ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കുന്നുണ്ട്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ എക്സൈസ് തീരുവകൾ ക്രമീകരിക്കുന്നതിന് വ്യാപാര സംഘടനകൾ സർക്കാരുമായി ചർച്ചകൾ നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. *(ജി.എസ്.ടി നിലവിൽവന്നതോടുകൂടി എക്സൈസ് തീരുവ ജി.എസ്.ടി യിൽ ലയിപ്പിച്ചു.)*

(vii) ശക്തമായ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുക (Promotion of sound infrastructure): റോഡ്, തുറമുഖങ്ങൾ, വൈദ്യുതി, റയിൽവേ, വിമാനത്താവളങ്ങൾ തുടങ്ങിയ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ വ്യാപാരം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിൽ ത്വരകങ്ങളായി വർത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രി സർക്കാർ ഏജൻസികളുമായി ചർച്ച നടത്തി ഇത്തരം പദ്ധതികളിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുന്നു.

(viii) തൊഴിൽ നിയമ നിർമ്മാണം (Labour legislation) : വ്യവസായങ്ങൾ നല്ല രീതിയിൽ നടത്തിക്കൊണ്ടുപോകുന്നതിനും ഉൽപ്പാദനം പരമാവധി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനും കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും ലളിതവും അയവുള്ളതുമായ തൊഴിൽ നിയമങ്ങൾ ആവശ്യമാണ്. ചേംബർ ഓഫ് കോമേഴ്സ് ആൻഡ് ഇൻഡസ്ട്രിയും സർക്കാരുകളും തൊഴിൽ നിയമങ്ങൾ, തൊഴിലാളികളെ കുറയ്ക്കൽ, തൊഴിൽ ചെലവ് കുറയ്ക്കൽ തുടങ്ങിയ പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിരന്തരം ഇടപെടലുകൾ നടത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കും.

പ്രധാനപദങ്ങൾ

ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം	മൊത്ത വ്യാപാരം	വിപണി വ്യാപാരികൾ
ചീപ് ജാക്സ്	ചില്ലറ വ്യാപാരം	മൊത്ത വ്യാപാരികൾ
സവിശേഷ സ്റ്റോറുകൾ	നടന്ന് വിൽപ്പന നടത്തുന്ന ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ	ആഭ്യന്തര ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ
ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറൽ സ്റ്റോറുകൾ	ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ	സ്വയം വിൽപ്പന യന്ത്രങ്ങൾ (വെന്റിംഗ് മെഷിനുകൾ)

സംഗ്രഹം

വ്യാപാരം: ലാഭം സമ്പാദിക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വാങ്ങുകയും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനെയാണ് വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്. വാങ്ങുന്നവരുടെയും വിൽക്കുന്നവരുടെയും ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ സ്ഥാനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വ്യാപാരത്തെ ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം എന്നും വിദേശ വ്യാപാരം എന്നും രണ്ടായി തിരിക്കാം.

ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം: ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ അതിർത്തിക്കുള്ളിൽ നടത്തുന്ന സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വാങ്ങൽ വിൽപ്പനകളെയാണ് ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്. ആഭ്യന്തര ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഭാഗമായതിനാലും ആഭ്യന്തര ഉപഭോഗത്തിനുള്ളതായതിനാലും ഇത്തരം വ്യാപാരങ്ങളിൽ കസ്റ്റംസ് നികുതിയോ ഇറക്കുമതിച്ചുങ്കമോ ചുമത്താറില്ല. ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തെ മൊത്ത വ്യാപാരം എന്നും ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്നും രണ്ട് വിശാല വിഭാഗങ്ങളാക്കി വീണ്ടും തരം തിരിക്കാം.

മൊത്ത വ്യാപാരം: പുനർവിൽപ്പന നടത്തുന്നതിനായി സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വലിയ തോതിൽ വാങ്ങുന്നതിനെയാണ് മൊത്ത വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്. മൊത്ത വ്യാപാരികൾ സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിതരണത്തിൽ നിരവധി ധർമ്മങ്ങൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നുണ്ട്. ഒപ്പം തന്നെ ഉൽപ്പാദകർക്കും ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്കും നിരവധി സേവനങ്ങൾ പ്രദാനം ചെയ്യുന്നുമുണ്ട്.

മൊത്ത വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ: ചില്ലറ വ്യാപാരികളേയും ഉൽപ്പാദകരേയും തമ്മിൽ ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന സുപ്രധാന കണ്ണിയാണ് മൊത്ത വ്യാപാരികൾ. സമയ-സ്ഥല ഉപയുക്തത സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലൂടെ അവർ വസ്തുക്കളുടെ മൂല്യം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു.

ഉൽപ്പാദകർക്ക് നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ: മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പാദകർക്ക് നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ ഇവയെല്ലാമാണ്. (i) വൻ തോതിലുള്ള ഉൽപ്പാദനം സാധ്യമാക്കുന്നു. (ii) നഷ്ട സാധ്യത ഏറ്റെടുക്കുന്നു. (iii) സാമ്പത്തിക സഹായം നൽകുന്നു. (iv) വിദഗ്ധോപദേശം ലഭ്യമാക്കുന്നു. (v) വിപണന ധർമ്മങ്ങളിൽ സഹായിക്കുന്നു. (vi) തുടർച്ച ഉറപ്പ് വരുത്തുന്നു. (vii) സംഭരണ ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുന്നു.

ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ: മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾക്ക് നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ ഇവയെല്ലാമാണ്. (i) സാധനങ്ങളുടെ ലഭ്യത. (ii) വിപണന സഹായങ്ങൾ. (iii) വായ്പാ ലഭ്യത (iv) വിദഗ്ധോപദേശം ലഭ്യമാക്കുന്നു. (v) നഷ്ടസാധ്യത പങ്ക് വയ്ക്കുന്നു.

ചില്ലറ വ്യാപാരം: അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് നേരിട്ട് സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വിൽപ്പന നടത്തുന്നതിനെയാണ് ചില്ലറ വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്നത്.

ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ: ഉൽപ്പാദകരേയും അന്തിമ ഉപഭോക്താക്കളേയും ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന സുപ്രധാന കണ്ണിയാണ് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ. അവർ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിതരണം ചെയ്യുന്നതിൽ ഉപഭോക്താക്കൾക്കും മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും ഉൽപ്പാദകർക്കും വിലപ്പെട്ട സേവനങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്.

മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും ഉൽപ്പാദകർക്കും നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ: ഇവർക്ക് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ (i) സാധനങ്ങളുടെ വിതരണത്തിൽ സഹായിക്കുന്നു. (ii) വ്യക്തിഗത വിൽപ്പന (iii) വൻകിട പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് സഹായകരമായിരിക്കും (iv) വിപണി വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നു (v) സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിൽപ്പന വർദ്ധനയ്ക്ക് സഹായിക്കുന്നു.

ഉപഭോക്താക്കൾക്കുള്ള സേവനങ്ങൾ: ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന സേവനങ്ങളിൽ (i) സാധനങ്ങളുടെ തുടർച്ചയായ ലഭ്യത ഉറപ്പ് നൽകുക (ii) പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക (iii) സൗകര്യപ്രദമായ വാങ്ങലുകൾക്ക് സഹായിക്കുക (iv) വിപണി തിരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള അവസരം (v) വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങൾ (vi) വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ എന്നിവ ഉൾക്കൊള്ളുന്നു.

വിവിധതരം ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ: ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ അവരുടെ വ്യാപ്തി അല്ലെങ്കിൽ വലിപ്പം, ഉടമസ്ഥതാ രീതി, കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന വസ്തുക്കൾ, സ്ഥിരമായ കച്ചവടസ്ഥലം എന്നതിന്റെയെല്ലാം അടിസ്ഥാനത്തിൽ തരം തിരിക്കാറുണ്ട്. ചില്ലറ വ്യാപാരികളെ പ്രാഥമികമായി സഞ്ചാരപ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ എന്നും സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ എന്നും തരം തിരിക്കാം.

സഞ്ചാരപ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ: ബിസിനസ്സ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി സ്ഥിരമായ സ്ഥലമില്ലാത്തവരാണ് ഈ വിഭാഗത്തിലുള്ളവർ. ഉപഭോക്താക്കളെ തേടി തെരുവുകൾ തോറുമോ ഒരു സ്ഥലത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു സ്ഥലത്തേക്കോ സ്ഥിരമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന, വളരെ കുറച്ച് മാത്രം വിഭവങ്ങളുമായി വ്യാപാരം നടത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന തീരെ ചെറിയ വ്യാപാരികളാണിവർ. ഇത്തരത്തിലുള്ളവരിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടത്:

നടന്ന് വിൽപ്പനക്കാർ: സൈക്കിളുകളിലോ ഉന്തുവണ്ടികളിലോ തലച്ചുമടായോ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളുടെ വീടുകൾക്ക് മുൻപിൽ കൊണ്ട് ചെന്ന് വിൽക്കുന്ന തീരെ ചെറിയ ഉൽപ്പാദകരോ ചെറുകിട വ്യാപാരികളോ ആണിവർ.

വിപണി വിൽപ്പനക്കാർ: ആഴ്ചയിലെ നിശ്ചിത ദിവസങ്ങളിലോ തീയതികളിലോ വ്യത്യസ്ത സ്ഥലങ്ങളിലായി താഴ്ന്ന വരുമാനക്കാരെ ലക്ഷ്യം വച്ചുകൊണ്ട് വില കുറഞ്ഞ നിത്യോപഗ സാധനങ്ങൾ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന തീരെ ചെറുകിട വ്യാപാരികളാണിവർ.

തെരുവ് കച്ചവടക്കാർ: ഒരുപാട് ജനങ്ങൾ വന്നുപോകുന്ന സ്ഥലങ്ങളിൽ, തെരുവോരങ്ങളിൽ വ്യാപാരം നടത്തുന്നവരാണ് ഈ വിഭാഗക്കാർ.

ചീപ് ജാക്സ്: വലിയ ബിസിനസ്സ് നടക്കുന്ന സ്ഥലങ്ങളിലും മറ്റും താൽക്കാലിക ഷെഡുകളിൽ തീരെ ചെറിയ തോതിൽ ചില്ലറ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന വ്യാപാരികളാണിവർ.

സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ: വലിപ്പത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഇത്തരക്കാരെ ചെറുകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ എന്നും വൻകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ എന്നും തരം തിരിക്കാം.

പൊതു സ്റ്റോർ : ഉപഭോക്താക്കളുടെ നിത്യേനയുള്ള ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നതിന് വേണ്ട പലവ്യഞ്ജനങ്ങൾ, ലഘു പാനീയങ്ങൾ, ടോയ്‌ലറ്റ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, ചോക്ലേറ്റ് പോലു

ള്ള ഭക്ഷ്യ വസ്തുക്കൾ, സ്റ്റേഷനറി സാധനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന കടകളാണിവ. കൂടുതൽ ആളുകൾ താമസിക്കുന്നതിന് സമീപത്തായിരിക്കും ഇത്തരം കടകൾ ഉണ്ടാവുക.

സവിശേഷ ഷോപ്പുകൾ: കുട്ടികൾക്കുള്ള വസ്തുക്കൾ, സ്ത്രീകൾക്കോ പുരുഷന്മാർക്കോ മാത്രമായുള്ള വസ്ത്രങ്ങൾ, പുസ്തകങ്ങൾ, മരുന്ന്, ഇലക്ട്രോണിക് ഉപകരണങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയിൽ ഏതെങ്കിലും ഒരു തരം പ്രത്യേക തരം ഉൽപ്പന്നം മാത്രം വിൽപ്പന നടത്തുന്നവരാണ് ഇക്കൂട്ടർ.

തെരുവ് സ്റ്റാളുകൾ: കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ, സിഗരറ്റ്, ലഘുപാനീയങ്ങൾ, ചെറിയ തുണിത്തരങ്ങൾ, പുസ്തകങ്ങൾ തുടങ്ങിയ വിലകുറഞ്ഞ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിനായി ആളുകൾ കൂടുതലായി യാത്ര ചെയ്യുന്ന തെരുവോരങ്ങളിലും മറ്റും സാധാരണയായി കണ്ടുവരുന്ന ചെറുകിട സ്ഥാപനങ്ങൾ നടത്തുന്ന കച്ചവടക്കാരാണ് ഇക്കൂട്ടർ.

ഉപയോഗിച്ച സാധനങ്ങളുടെ വിൽപ്പനശാല : ഒരിക്കൽ ഉപയോഗിച്ച ഫർണിച്ചർ, പുസ്തകങ്ങൾ, വസ്ത്രങ്ങൾ, മറ്റ് ഗൃഹോപകരണങ്ങൾ, തുടങ്ങിയവ വളരെ വില കുറച്ച് വിൽപ്പന നടത്തുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഇവ.

വൻകിട സ്ഥിരം വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾ: വിവിധ തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വലിയതോതിൽ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന സ്ഥിരം വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഇവ.

ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോർ: വൈവിധ്യമാർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഒരു കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ നന്നായി രൂപകൽപന ചെയ്ത വിഭാഗങ്ങളായി തരം തിരിച്ച് എല്ലാത്തരം ഉപഭോക്താക്കളുടെയും ആവശ്യങ്ങൾ തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്ന രീതിയിൽ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന വൻകിട ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലയാണ് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റൽ സ്റ്റോർ.

മേന്മകൾ: (a) വലിയ തോതിൽ ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കുന്നു (b) വാങ്ങലുകൾക്ക് കൂടുതൽ സൗകര്യപ്രദം (c) ആകർഷകമായ മറ്റ് സേവനങ്ങൾ (d) വൻതോതിലുള്ള പ്രവർത്തനം നൽകുന്ന സാമ്പത്തികനേട്ടം (e) പരസ്പരമുള്ള വിൽപ്പന വർദ്ധന സഹായം

പരിമിതികൾ : (a) വ്യക്തിഗത പരിഗണനയുടെ അഭാവം (b) ഉയർന്ന പ്രവർത്തന ചെലവ് (c) ഉയർന്ന നഷ്ടസാധ്യത (d) സൗകര്യപ്രദമല്ലാത്ത സ്ഥാനം.

ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകൾ അല്ലെങ്കിൽ മൾട്ടിപ്പിൾ സ്റ്റോറുകൾ : വളരെ വേഗം വിറ്റുപോകുന്ന നിലവാരപ്പെടുത്തിയതും ബ്രാൻഡ് ചെയ്യപ്പെട്ടതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്നതിനായി ഉൽപ്പാദകരോ ഇടനിലക്കാരോ നടത്തുന്ന വിൽപ്പനശാലകളുടെ ശൃംഖലയാണ് ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾ.

മേന്മകൾ : (a) വൻതോതിലുള്ള പ്രവർത്തനത്തിന്റെ ഗുണം. (b) ഇടനിലക്കാരുടെ അഭാവം (c) കിട്ടാക്കടം ഇല്ലായ്മ (d) ചരക്ക് കൈമാറ്റം (e) നഷ്ടസാധ്യതയുടെ ലഘൂകരണം (f) ചുരുങ്ങിയ ചെലവ് (g) അയവുള്ള പ്രവർത്തനരീതി.

പരിമിതികൾ : (a) ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലെ വൈവിധ്യമില്ലായ്മ (b) മുൻകൈയ്യെടുക്കാനുള്ള താൽപ്പര്യമില്ലായ്മ (c) വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെ അഭാവം (d) ചോദനത്തിൽ വ്യതിയാനമുണ്ടാക്കാനുള്ള ബുദ്ധിമുട്ട്.

ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറൽ സ്റ്റോറും ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകളും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം : (a) സ്ഥാനം (b) ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലെ വൈവിധ്യം (c) വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്ന സേവനങ്ങൾ (d) വില നിർണ്ണയിക്കൽ (e) ഉപഭോക്താക്കളുടെ നിലവാരം (f) വായ്പാ സൗകര്യങ്ങൾ (g) പ്രവർത്തന രീതിയിലുള്ള അയവ് തുടങ്ങിയവയിലെല്ലാം ഇവ തമ്മിൽ വ്യത്യാസങ്ങളുണ്ട്.

മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങൾ : ഉപഭോക്താക്കളുമായി നേരിട്ട് ബന്ധമില്ലാതെ മെയിൽ അഥവാ പോസ്റ്റ് ഓഫീസ് മുഖേന ഉൽപന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന ചില്ലറ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഇവ.

മേന്മകൾ : (a) ചുരുങ്ങിയ മൂലധന ആവശ്യകത (b) ഇടനിലക്കാരുടെ അഭാവം (c) കിട്ടാക്കടത്തിന്റെ അഭാവം (d) വിശാലമായ വിപണി (e) കൂടുതൽ സൗകര്യപ്രദം.

പരിമിതികൾ : (a) വ്യക്തിബന്ധങ്ങളുടെ അഭാവം (b) ഉയർന്ന പരസ്യ ചെലവ് (c) വിൽപ്പനാനന്തര സേവനങ്ങളുടെ അഭാവം (d) വായ്പാ ലഭ്യതയില്ലായ്മ (e) വിതരണത്തിലെ കാലവിളംബം (e) വഞ്ചിക്കപ്പെടാനുള്ള സാധ്യത (f) പോസ്റ്റൽ സേവനങ്ങളിലുള്ള അമിത ആശ്രയത്വം.

ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ : ഇടനിലക്കാരെ ഒഴിവാക്കി അംഗങ്ങൾക്ക് സേവനം പ്രദാനം ചെയ്യുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ തന്നെ ഉടമസ്ഥതയിലും നിയന്ത്രണത്തിലും പ്രവർത്തിക്കുന്ന ചില്ലറ വ്യാപാരസ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ.

മേന്മകൾ: (a) എളുപ്പത്തിൽ രൂപീകരിക്കാം (b) പരിമിതമായ ബാധ്യത (c) ജനാധിപത്യപരമായ ഭരണം (d) കുറഞ്ഞ വില (e) രൊക്കം വിൽപ്പന (f) സൗകര്യപ്രദമായ സ്ഥാനം.

പരിമിതികൾ : (a) മുൻകൈ എടുക്കലിന്റെ അഭാവം (b) സാമ്പത്തിക വിഭവങ്ങളുടെ ലഭ്യതക്കുറവ് (c) പിൻബലത്തിന്റെ അഭാവം (d) ബിസിനസ്സ് പരിശീലനത്തിന്റെ അഭാവം.

സൂപ്പർ മാർക്കറ്റുകൾ: ഏറെ വൈവിധ്യങ്ങളായ നിത്യോപയോഗ സാധനങ്ങൾ ചുരുങ്ങിയ ലാഭത്തിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വൈവിധ്യത്തിനും ആകർഷകത്വത്തിനും ഊന്നൽ നൽകിക്കൊണ്ട് വിൽപ്പന നടത്തുന്ന വൻകിട ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലയാണ് സൂപ്പർ മാർക്കറ്റ്.

മേന്മകൾ : (a) ഒരു കൂരയ്ക്ക് കീഴിൽ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ (b) കേന്ദ്രീകൃത സ്ഥാനം (c) വൈവിധ്യപൂർണ്ണം (d) കിട്ടാക്കടമില്ലായ്മ (e) വലിയ തോതിലുള്ള പ്രവർത്തനത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക നേട്ടം.

പരിമിതികൾ : (a) വായ്പയുടെ അഭാവം (b) വ്യക്തിഗത ശ്രദ്ധയുടെ അഭാവം (c) സാധനങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിലെ അലംഭാവം (d) ഉയർന്ന മീതിച്ചെലവ് (e) വൻ തോതിലുള്ള മൂലധന ആവശ്യകത.

വെൻഡിംഗ് മെഷിനുകൾ /സ്വയം വിൽപ്പന യന്ത്രങ്ങൾ : ഉയർന്ന വിൽപ്പനയുള്ളതും ഒരേ വലിപ്പവും ഭാരവുമുള്ളതും ചുരുങ്ങിയ വിലയുള്ളതുമായ ബ്രാൻഡ് ചെയ്യപ്പെട്ടതും മുൻകൂട്ടി പായ്ക്ക് ചെയ്തതുമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിൽപ്പനയ്ക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ സംവിധാനമാണ് വെൻഡിംഗ് മെഷിൻ അഥവാ സ്വയം വിൽപ്പന യന്ത്രങ്ങൾ.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1) ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം എന്താണെന്ന് എഴുതുക.

2) സ്ഥിരം സ്ഥാപനമുള്ള ചില്ലറ വ്യാപാരികളുടെ സവിശേഷതകൾ വിശദീകരിക്കുക.

3) മൊത്ത വ്യാപാരികൾ പണ്ടകശാലാ സൗകര്യങ്ങൾ നൽകുന്നതിലൂടെ എന്ത് ഉദ്ദേശ്യമാണ് സഫലീകരിക്കപ്പെടുന്നത്?

4) മൊത്ത വ്യാപാരികൾ നൽകുന്ന വിപണി വിവരങ്ങൾ ഉൽപ്പാദകർക്ക് എങ്ങനെയാണ് സഹായകരമാകുന്നത്?

5) വലിയ തോതിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക നേട്ടം എങ്ങനെയാണ് മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പാദകർക്ക് ലഭ്യമാക്കുന്നത്?

6) തെരുവ് വ്യാപാരികളെയും തെരുവ് സ്റ്റോറുകളെയും എങ്ങനെയാണ് വേർതിരിക്കാൻ കഴിയുക?

7) മൊത്ത വ്യാപാരികൾ ഉൽപ്പാദകർക്ക് നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ വിവരിക്കുക.

8) ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ മൊത്ത വ്യാപാരികൾക്കും ഉപഭോക്താക്കൾക്കും നൽകുന്ന സേവനങ്ങൾ വിവരിക്കുക.

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1) ഭാരതത്തിലെ ആഭ്യന്തര വ്യാപാരത്തിലെ അവിഭാജ്യ ഘടകമാണ് സഞ്ചാരപ്രകൃതരായ ചില്ലറ വ്യാപാരികൾ. വൻകിട ചില്ലറ വ്യാപാരികളിൽ നിന്നുമുള്ള ശക്തമായ മൽസരങ്ങൾക്കിടയിലും ഇവർ നിലനിന്നുപോകുന്നതിനുള്ള കാരണങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്യുക.

2) ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റ് സ്റ്റോറുകളുടെ സവിശേഷതകൾ ചർച്ച ചെയ്യുക. അവ ശൃംഖലാ സ്റ്റോറുകളിൽ നിന്ന് എങ്ങനെ വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു?

3) ഉപഭോക്തൃ സഹകരണ സംഘങ്ങൾ താരതമ്യേന ചെലവ് കുറഞ്ഞവയാണ് എന്ന് പറയാൻ കാരണമെന്ത്? മറ്റ് വൻകിട ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകളെ അപേക്ഷിച്ച് ഇവയ്ക്കുള്ള മേന്മകൾ എന്തെല്ലാം?

4) പ്രാദേശിക വിപണി ഇല്ലാത്ത ജീവിതം ഒന്നാലോചിച്ച് നോക്കൂ! ചില്ലറ വ്യാപാരികളുടെ അഭാവത്തിൽ ഉപഭോക്താക്കൾ അഭിമുഖീകരിക്കേണ്ടിവരുന്ന പ്രയാസങ്ങൾ എന്തെല്ലാമായിരിക്കും എന്ന് വിശകലനം ചെയ്യുക.

5) മെയിൽ ഓർഡർ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഉപയോഗം വിശദീകരിക്കുക. സാധാരണയായി ഏതുതരം ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത്? വ്യക്തമാക്കുക.

പ്രോജക്റ്റുകൾ/ അസൈൻമെന്റുകൾ

1. നിങ്ങളുടെ പ്രദേശത്തുള്ള വിവിധ ചില്ലറ വിൽപ്പനശാലകൾ കണ്ടെത്തി അവയെ നിങ്ങൾ പഠിച്ച് വിവിധ തരം ചില്ലറ വിൽപ്പന ശാലകളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തരം തിരിക്കുക.

2. നിങ്ങളുടെ പ്രദേശത്ത് ഒരിക്കൽ ഉപയോഗിച്ച വസ്തുക്കൾ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന വ്യാപാരികളെ ആരെയെങ്കിലും അറിയാമോ? ഏതു തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് അവർ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നത് എന്ന് കണ്ടെത്തുക. ഏതെല്ലാം ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് പുനർ വിൽപ്പനയ്ക്ക് അനുയോജ്യം? നിങ്ങൾ കണ്ടെത്തിയ അനുയോജ്യമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പട്ടികപ്പെടുത്തുക. അതിൽ നിന്ന് നിങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്ന നിഗമനങ്ങൾ എന്തെല്ലാം?

3. പിൽക്കാലത്തെ ചില്ലറ വ്യാപാരവും ഇനി വരാൻ പോകുന്ന കാലത്തെ ചില്ലറ വ്യാപാരവും തമ്മിൽ നിങ്ങളുടെ നിരീക്ഷണത്തിൽ എന്തെങ്കിലും വ്യത്യാസങ്ങൾ കാണുന്നുണ്ടോ? ഒരു കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കി അത് ക്ലാസ്സിൽ ചർച്ച ചെയ്യുക.

4. നിങ്ങളുടെ സ്വന്തം അനുഭവത്തിൽ നിന്ന് ഒരേ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കുന്ന രണ്ട് ചില്ലറ വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾ താരതമ്യം ചെയ്യുക. ഉദാഹരണമായി, ഒരേ ഉൽപ്പന്നം തൊട്ടടുത്തുള്ള ചെറുകിട ചില്ലറ വ്യാപാരസ്ഥാപനമായ പലവ്യഞ്ജനക്കടയിൽ വിൽക്കുന്നതും അതേ ഉൽപ്പന്നം ഒരു വൻകിട ചില്ലറ വ്യാപാരസ്ഥാപനമായ ഡിപ്പാർട്ട്മെൻറൽ സ്റ്റോറിൽ വിൽക്കുന്നതും താരതമ്യം ചെയ്യുക. വില, സേവനങ്ങൾ, വിവിധ തരങ്ങൾ, സൗകര്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയിൽ നിങ്ങൾ കാണുന്ന സാമ്യങ്ങളും വ്യത്യാസങ്ങളും എന്തെല്ലാം എന്ന് വിശദമാക്കുക.

K4L2Y2

അദ്ധ്യായം 11

അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസ്
[INTERNATIONAL BUSINESS]

പഠന നേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിച്ച് കഴിയുമ്പോൾ പഠിതാവ് :

- അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥം വിശദീകരിക്കുന്നു.
- അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസ് ആഭ്യന്തര ബിസിനസിൽ നിന്ന് എങ്ങനെ വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു എന്ന് വിശദീകരിക്കുന്നു.
- അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസ് ഉരുത്തിരിയാനുള്ള കാരണങ്ങൾ വിശദമാക്കുന്നു.
- അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി വ്യക്തമാക്കുന്നു.
- അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസുകൊണ്ട് രാജ്യത്തിനും സ്ഥാപനങ്ങൾക്കുമുള്ള നേട്ടങ്ങൾ വിശദമാക്കുന്നു.
- അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങൾ തിരിച്ചറിയുകയും അവ വിലയിരുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.
- ഇറക്കുമതി കയറ്റുമതി ഇടപാടുകൾക്ക് ആവശ്യമായ രേഖകൾ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.
- അന്തർദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ലഭ്യമായ പ്രോത്സാഹനങ്ങളും പദ്ധതികളും കണ്ടെത്തുന്നു.
- അന്തർദേശീയ ബിസിനസ് പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിൽ വിവിധ സ്ഥാപനങ്ങൾ വഹിക്കുന്ന പങ്ക് ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.
- അന്തർദേശീയ വ്യാപാരത്തിന്റെ പ്രോത്സാഹനത്തിനും വികസനത്തിനും വേണ്ടി ആഗോളതലത്തിലുള്ള പ്രധാന അന്തർദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങളും കരാറുകളും പട്ടികപ്പെടുത്തുന്നു.
- അന്താരാഷ്ട്ര ബിസിനസിൽ ഭാരതത്തിനുള്ള പങ്കും അതിന്റെ പ്രവണതകളും വിശകലനം ചെയ്യുന്നു.

വാഹനങ്ങളുടെ വിവിധ ഭാഗങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്ന ഒരു ചെറുകിട നിർമ്മാതാവാണ് ശ്രീ സുധീർ മാൻചന്ദ്. ഗുർഗാവിലുള്ള അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഫാക്ടറിയിൽ ഏകദേശം 55 ജീവനക്കാരും ഒരു കോടിയോളം രൂപ വിലവരുന്ന യന്ത്രസാമഗ്രികളും ഉണ്ട്. ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ സാമ്പത്തിക മാന്ദ്യം മൂലം വരും വർഷങ്ങളിൽ വിൽപനയിൽ കുറവുണ്ടാകുമെന്ന് അദ്ദേഹം പ്രതീക്ഷിക്കുന്നു. ഈ സാഹചര്യത്തിൽ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേയ്ക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിനെക്കുറിച്ച് അദ്ദേഹം ആലോചിക്കുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ ചില പ്രതിയോഗികൾ ഇപ്പോൾ തന്നെ കയറ്റുമതി ബിസിനസിൽ പ്രവേശിച്ചിട്ടുണ്ട്. വാഹനങ്ങളുടെ ടയർ ബിസിനസ് ചെയ്യുന്ന തന്റെ അടുത്ത സുഹൃത്തുമായുള്ള സൗഹൃദ സംഭാഷണത്തിൽനിന്ന് തെക്ക് കിഴക്കൻ ഏഷ്യയിലും മദ്ധ്യപൂർവ്വ രാജ്യങ്ങളിലുമൊക്കെ വാഹന ഘടകങ്ങൾക്കും അനുബന്ധ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കും മികച്ച വിപണി ലഭ്യമാണ് എന്ന് അദ്ദേഹത്തിന് മനസ്സിലായി. സുഹൃത്ത് ഒന്നുകൂടി പറഞ്ഞു, സ്വന്തം രാജ്യത്ത് ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നതുപോലെയല്ല. അന്തർദ്ദേശീയ തലത്തിൽ ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നത്. സ്വന്തം രാജ്യത്ത് ബിസിനസിൽ അഭിമുഖീകരിക്കേണ്ടിവരുന്ന സാഹചര്യമല്ല, മറിച്ച് വിവിധ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ വിപണി സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് പ്രവർത്തിക്കേണ്ടിവരുന്നതുകൊണ്ട് ഏറെ സങ്കീർണ്ണമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്. മാൻചന്ദിനുള്ള മറ്റൊരു ആശയക്കുഴപ്പം എങ്ങിനെയാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കേണ്ടത് എന്നതിനെ സംബന്ധിച്ചാണ്. നേരിട്ട് വിദേശത്തുള്ള ഉപഭോക്താവിനെ കണ്ടെത്തി അവർക്ക് നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യണോ, അല്ലെങ്കിൽ മറ്റുള്ളവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന ഏതെങ്കിലും വിദഗ്ദ്ധരായ കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങളെ കണ്ടെത്തി അവരിലൂടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാൻ ശ്രമിക്കണോ എന്നൊക്കെയുള്ള ആശയക്കുഴപ്പങ്ങൾ അദ്ദേഹത്തിനുണ്ട്.

ഈ അടുത്ത കാലത്ത് യു.എസ്.എ യിൽ നിന്ന് എം.ബി.എ. വിജയിച്ച് വന്ന മാൻചന്ദിന്റെ മകൻ അഭിപ്രായപ്പെട്ടത്, തെക്ക് കിഴക്കൻ ഏഷ്യയിലും മദ്ധ്യ പൂർവ്വ രാജ്യങ്ങളിലുമൊക്കെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനായി ബാങ്കോക്കിൽ പൂർണ്ണമായും സ്വന്തം ഉടമസ്ഥതയിൽ ഒരു ഫാക്ടറി സ്ഥാപിക്കാം എന്നാണ്. അവിടെ ഒരു ഉൽപ്പാദനശാല സ്ഥാപിക്കുന്നത് ഇന്ത്യയിൽ നിന്നുള്ള കടത്തുകൂലി ലാഭിക്കാൻ സഹായിക്കും എന്നാണ് അവന്റെ അഭിപ്രായം. വിദേശ ഉപഭോക്താക്കളുമായി കൂടുതൽ അടുപ്പം സൂക്ഷിക്കുന്നതിനും ഇത് സഹായിക്കും. ആകെപ്പാടെ എന്താണ് ചെയ്യേണ്ടത് എന്ന് മാൻചന്ദിന് ആശയക്കുഴപ്പമായി. വിദേശ ബിസിനസിലുള്ള ബുദ്ധിമുട്ടുകൾ സുഹൃത്ത് വിശദീകരിച്ചപ്പോൾ, ആഗോള ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കണോ എന്ന് പോലും മാൻചന്ദിന് സംശയമായി. ഏത് രീതിയിലാണ് വിദേശ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കേണ്ടത്? ഏത് രീതിയാണ് തന്റെ ബിസിനസിന് ഏറ്റവും അനുയോജ്യം? എന്നെല്ലാം അദ്ദേഹം ആശങ്കപ്പെട്ടു.

11.1 ആമുഖം [INTRODUCTION]

ലോകത്തെ എല്ലാ രാജ്യങ്ങളും വിവിധ തരം സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിലും വിപണനം ചെയ്യുന്നതിലും അടിസ്ഥാനപരമായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഇതുവരെ സ്വാശ്രയത്വം ലക്ഷ്യമാക്കി മുന്നോട്ട് പോയിരുന്ന രാഷ്ട്രങ്ങളൊക്കെത്തന്നെ വിവിധ തരം സാധ നങ്ങളും സേവനങ്ങളും ലഭ്യമാക്കുന്നതിനും വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനും മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളെ ആശ്രയിക്കുന്ന പ്രവണത കൂടിക്കൂടി വരുന്നു. അതിർത്തി കടന്നുള്ള വ്യാപാരവും നിക്ഷേപവും കൂടി വരുന്നതോടുകൂടി രാഷ്ട്രങ്ങൾ ഒറ്റ പ്പെട്ട് നിൽക്കുക എന്ന സ്ഥിതിവിശേഷം തീരെ ഇല്ലാതായതായി കാണാം.

ഇത്തരം അടിസ്ഥാനപരമായ മാറ്റത്തിനുള്ള പ്രധാന കാരണം, ആശയവിനിമയരംഗത്തും സാങ്കേതികവിദ്യയിലും അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളിലും ഉണ്ടായ വികാസം തന്നെയാണ്. പുതിയ ആശയവിനിമയ രീതികളും അതിവേഗത്തിലുള്ളതും കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമവുമായ ഗതാഗത സംവിധാനങ്ങളും രാഷ്ട്രങ്ങളെ തമ്മിൽ കൂടുതൽ അടുപ്പിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ അകൽച്ച കൊണ്ടും സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക വ്യത്യാസങ്ങൾ കൊണ്ടും വേറിട്ട് നിന്നിരുന്ന രാഷ്ട്രങ്ങൾ പരസ്പരം ഇടപഴകുന്നത് കൂടിത്തുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. ലോക വ്യാപാര സംഘടനയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളും വിവിധ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ സർക്കാരുകൾ നടത്തിയ പരിഷ്കാരങ്ങളും രാഷ്ട്രങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള ഇടപെടലുകൾ, ബിസിനസ് ബന്ധങ്ങൾ എന്നിവ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിൽ ഗണ്യമായ സംഭാവന നൽകുന്നുണ്ട്.

നാമിന്ന് ജീവിക്കുന്ന ലോകത്ത് അതിർത്തികൾക്കപ്പുറത്തേക്ക് ആളുകളും സാധനങ്ങളും സഞ്ചരിക്കുന്നതിനുള്ള തടസ്സങ്ങൾ ഗണ്യമായി കുറഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ദേശീയ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയുടെ അതിരുകൾ ഇല്ലാതായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയും ലോക സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയോട് കൂടുതൽ ഇഴചേർന്നുകൊണ്ടിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ലോകം ഇന്ന് ഒരു ആഗോള ഗ്രാമമായി മാറിയതിൽ അത്ഭുതമൊന്നുമില്ല. ഇന്നത്തെ ലോകത്ത് ഒരു ബിസിനസും ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ മാത്രം അതിർത്തികൾക്കുള്ളിൽ തളച്ചിടപ്പെടുന്നവയല്ല. കൂടുതൽ കൂടുതൽ സ്ഥാപനങ്ങൾ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേയ്ക്ക് ചുവടുവയ്ക്കുകയും അത് അവർക്ക് വളർച്ചയ്ക്കും ഉയർന്ന ലാഭക്ഷമതയ്ക്കുമുള്ള എണ്ണമറ്റ അവസരങ്ങൾ നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു.

വളരെക്കാലം മുൻപേ തന്നെ ഇന്ത്യ മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളുമായി വ്യാപാരങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്നുണ്ട്. എന്നിരുന്നാലും ഈ അടുത്തകാലത്തായി ലോക സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയുമായി ഇഴുകിച്ചേരുന്നതിനും വിദേശ വ്യാപാരത്തിലും, നിക്ഷേപങ്ങളിലുമെല്ലാം ഇന്ത്യ ഗണ്യമായ പുരോഗതി കൈവരിച്ചിട്ടുണ്ട്. [ഇന്ത്യ ആഗോളവൽക്കരണത്തിന്റെ പാതയിലേക്ക് എന്ന അനുബന്ധം-എ കാണുക]

11.1.1. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥം [Meaning of International Business]

ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ അതിർത്തികൾക്കുള്ളിൽ നടക്കുന്ന ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ ആഭ്യന്തര ബിസിനസ് അല്ലെങ്കിൽ ദേശീയ ബിസിനസ് എന്ന് പറയാം. ഒരാളുടെ സ്വന്തം രാജ്യത്തിന്റെ അതിർത്തിക്ക് പുറത്ത് നടത്തുന്ന വ്യാപാരത്തെയോ ഉൽപ്പാദനത്തേയോ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് എന്ന് പറയാം. അതായത് രാജ്യത്തിന്റെ അതിർത്തിക്ക് പുറത്തേക്ക് നടത്തുന്ന ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ അന്തർദ്ദേശീയ അഥവാ വിദേശ ബിസിനസ് എന്ന് പറയാം. ഇതിൽ അന്തർദ്ദേശീയമായി സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും നീക്കം മാത്രമല്ല, മൂലധനം, തൊഴിലാളികൾ, സാങ്കേതികവിദ്യ, പേറ്റന്റ്, ട്രേഡ്മാർക്ക്, കോപ്പി റൈറ്റ് തുടങ്ങിയ ബൗദ്ധിക സ്വത്തുക്കളും ഉൾപ്പെടുന്നു.

ആഗോള ബിസിനസും ആഗോള വ്യാപാരവും ഒന്നാണ് എന്ന് ചിന്തിക്കുന്നവരാണ് മിക്കവാറും ആളുകൾ. ചരിത്രപരമായിത്തന്നെ, യഥാർത്ഥത്തിൽ കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ആഗോള വ്യാപാരം തന്നെയാണ് ആഗോളബിസിനസിന്റെ പ്രധാന ഘടകം എന്ന് നിസ്സംശയം പറയാം. പക്ഷെ പിൽക്കാലത്ത് ആഗോള ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി വളരെയധികം വികസിച്ചു എന്നതാണ് വാസ്തവം. അന്തർദ്ദേശീയ വിനോദ സഞ്ചാര യാത്രകൾ,

ബോക്സ്– എ

ഇന്ത്യ ആഗോളവൽക്കരണത്തിന്റെ പാതയിലേയ്ക്ക്

അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് പരിഷ്കരണത്തിന്റെ കാലഘട്ടത്തിലേക്ക് പ്രവേശിച്ച് കഴിഞ്ഞു. ഇന്ത്യയ്ക്ക് മാത്രമായി ഈ സംഭവ വികാസങ്ങളിൽ നിന്ന് മാറി നിൽക്കാൻ കഴിയുകയില്ല. ഗുരുതരമായ കടക്കെണിയിൽപ്പെട്ട ഇന്ത്യയ്ക്ക് വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് കൊടുക്കാനുള്ള പണം കൊടുക്കാൻ കഴിയാത്ത സാഹചര്യം വരെ ഉണ്ടായി. ഇത് മറികടക്കാൻ 1991ൽ ധനസമാഹരണത്തിനായി അന്തർദ്ദേശീയ നാണയ നിധിയെ (ഐ.എം.എഫ്) ഇന്ത്യ സമീപിച്ചു. കടം തിരിച്ചടക്കുന്നതിന് കഴിയുന്ന തരത്തിൽ സാമ്പത്തിക നയങ്ങളിൽ ഇന്ത്യ ഘടനാപരമായ മാറ്റം വരുത്തണം എന്ന ഉപാധിയോടുകൂടി പണം അനുവദിക്കാം എന്ന് ഐ.എം.എഫ് സമ്മതിച്ചു.

അന്നത്തെ സാഹചര്യത്തിൽ ഈ നിർദ്ദേശം ആംഗീകരിക്കുകയല്ലാതെ ഇന്ത്യയ്ക്ക് മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങളൊന്നും ഇല്ലായിരുന്നു. അന്തർദ്ദേശീയ നാണയ നിധി മുന്നോട്ട് വച്ച നിബന്ധനകളായിരുന്നു യഥാർത്ഥത്തിൽ ഇന്ത്യയുടെ സാമ്പത്തിക നയങ്ങളെ ഉദാരവൽക്കരിക്കുന്നതിന് നിർബന്ധിതമാക്കിയത്. അതിന് ശേഷം സാമാന്യം വലിയ തോതിൽ തന്നെ ഇന്ത്യയിൽ സാമ്പത്തിക ഉദാരവൽക്കരണം നടപ്പിലാക്കിക്കൊണ്ടിരുന്നു.

പിന്നീട് പരിഷ്കരണങ്ങളുടെ വേഗത അൽപ്പം കുറഞ്ഞെങ്കിലും ഇന്ത്യ ആഗോളവൽക്കരണത്തിന്റെയും ലോക സമ്പദ്വ്യവസ്ഥയുമായി ഇഴുകിച്ചേരുന്നതിന്റെയും പാതയിൽ എത്തിക്കഴിഞ്ഞിരുന്നു. ഒരു വശത്ത് പല ആഗോള കമ്പനികളും (മൾട്ടി നാഷണൽ കോർപറേഷൻ –എം.എൻ.സി.) അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിറ്റഴിക്കുന്നതിനായി നമ്മുടെ വിപണിയിലേക്ക് വന്നപ്പോൾ ഇവിടത്തെ പല കമ്പനികളും അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിദേശത്തുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് എത്തിക്കാനാവശ്യമായ ഉദ്യമങ്ങളിൽ ഏർപ്പെട്ടു.

ഗതാഗതം, വാർത്താ വിനിമയം, ബാങ്കിംഗ്, സംഭരണശാലകൾ, വിതരണം, പരസ്യം തുടങ്ങിയ സേവന മേഖലകളിലും ആഗോള വ്യാപാരം ഗണ്യമായ തോതിൽ വർദ്ധിച്ചിട്ടുണ്ട്. വിദേശ നിക്ഷേപത്തിന്റെയും ചരക്കുകളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും രാജ്യാന്തര ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെയും വളർച്ചയാണ് മറ്റൊരു പ്രധാന കാര്യം. വിദേശ ഉപഭോക്താക്കളോട് കൂടുതൽ അടുക്കുന്നതിനും അവർക്ക് കാര്യക്ഷമമായ സേവനങ്ങൾ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ നൽകുന്നതിനും കമ്പനികൾ വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ ധാരാളം നിക്ഷേപങ്ങൾ നടത്തുകയും അവിടങ്ങളിൽ ചരക്കുകളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങൾ എല്ലാം ആഗോള ബിസിനസ്സിന്റെ ഭാഗമാണ്. ചുരുക്കിപ്പറഞ്ഞാൽ രാജ്യാതിർത്തികൾക്ക് പുറത്ത് നടക്കുന്ന വ്യാപാരമുൾപ്പെടെ, സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ഉൽപ്പാദനവും വിതരണവും എല്ലാം ഉൾക്കൊള്ളുന്ന പദമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്.

11.1.2 അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനുള്ള കാരണങ്ങൾ [Reasons for International Business]

അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനുള്ള അടിസ്ഥാന കാരണം രാജ്യങ്ങൾക്കൊന്നും തന്നെ അവർക്കാവശ്യമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളെല്ലാം നല്ല രീതിയിലും ചുരുങ്ങിയ ചെലവിലും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുകയില്ല എന്നതാണ്. രാജ്യങ്ങളിലെ പ്രകൃതിവിഭവങ്ങളുടെ അസന്തുലിതമായ വിതരണവും ഉൽപ്പാദനശേഷിയിലുള്ള വ്യത്യാസവുമാണ് ഇതിന് കാരണം. വിവിധ

രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ അതിർത്തികൾക്കപ്പുറത്ത് നടക്കുന്ന വാണിജ്യ പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്. ***– റോജർ ബെന്റ്***

വ്യക്തികളുടെയും കമ്പനികളുടെയും സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും ലക്ഷ്യങ്ങൾ സാക്ഷാൽകരിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി രാജ്യങ്ങളുടെ അതിർത്തികൾക്കപ്പുറത്ത് നടത്തപ്പെടുന്ന ഇടപാടുകളാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്. ***– മൈക്കിൾ ആർ സിൻകോട്ട***

രണ്ടോ അതിലധികമോ രാജ്യങ്ങൾ ഇടപെടുന്ന എല്ലാത്തരം സ്വകാര്യ, സർക്കാർ ബിസിനസ് ഇടപാടുകളും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് എന്ന് പറയാം. സ്വകാര്യ കമ്പനികൾ ഇത്തരം ഇടപാടുകൾ ലാഭത്തിന് വേണ്ടി ചെയ്യുമ്പോൾ സർക്കാർ അങ്ങിനെയാവണം എന്നില്ല.

– ജോൺ ഡി ഡാൻറ്ർൽസും ലീ എച്ച് റാഡിബൊയും

വസ്തുക്കളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ അസംസ്കൃതവസ്തുക്കൾ, മൂലധനം, തൊഴിലാളികൾ തുടങ്ങിയവയുടെ ലഭ്യത വിവിധ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ വ്യത്യസ്തമാണ്. മാത്രവുമല്ല, ഭൂമിശാസ്ത്രപരവും രാഷ്ട്രീയ, സാമ്പത്തിക, സാമൂഹിക കാരണങ്ങളാലും, ഉൽപ്പാദന ക്ഷമതയും ഉൽപ്പാദന ചെലവും വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കും.

ഇത്തരം കാരണങ്ങൾ കൊണ്ടുതന്നെ ഒരു പ്രത്യക രാഷ്ട്രത്തിന് ഉയർന്ന ഗുണനിലവാരമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ മറ്റ് പല രാഷ്ട്രങ്ങളെയും പോലെ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയാത്തതിൽ അസാധാരണത്വമൊന്നുമില്ല. മറ്റൊരു തരത്തിൽ പറഞ്ഞാൽ, ചില രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് ചില തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ ഫലപ്രദമായും കാര്യക്ഷമമായും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് ചില മേൽക്കൈ ഉണ്ടായിരിക്കും. തൽഫലമായി ഈ രാഷ്ട്രങ്ങൾ, അവർക്ക് ഫലപ്രദമായും കാര്യക്ഷമമായും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും സ്വയം ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും ബാക്കി ആവശ്യമുള്ളത് ഫലപ്രദമായും കാര്യക്ഷമമായും ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നിന്ന് വ്യാപാരത്തിലൂടെ ശേഖരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇതാണ് രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിൽ വ്യാപാരബന്ധത്തിനുള്ള പ്രധാന കാരണം.

ഇന്ന് കാണപ്പെടുന്നതുപോലുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ പ്രധാന കാരണം, മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചത് പോലെ ഒരു പരിധി വരെ ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ വൈവിദ്ധ്യവൽക്കരണം തന്നെയാണ്. അടിസ്ഥാനപരമായി ഒരു രാജ്യത്തിനകത്തെ രണ്ട് സംസ്ഥാനങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ പ്രദേശങ്ങൾ തമ്മിൽ വ്യാപാരബന്ധത്തിലേർപ്പെടാനുള്ള അതേ കാരണം തന്നെയാണ് ഇവിടെയും പ്രസക്തമാകുന്നത്. ഒരു രാഷ്ട്രത്തിനകത്തെ മിക്ക സംസ്ഥാനങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ പ്രദേശങ്ങൾ അവർക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിൽ മാത്രം വൈദഗ്ദ്ധ്യം നേടാൻ എപ്പോഴും ശ്രമിക്കും. ഉദാഹരണത്തിന് ഭാരതത്തിൽ പശ്ചിമ ബംഗാൾ ചണം ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുമ്പോൾ മഹാരാഷ്ട്രയിൽ പരുത്തി വസ്ത്ര നിർമാണത്തോടാണ് പ്രിയം. പ്രാദേശിക വിഭജനത്തിന്റെ അതേ തത്വം തന്നെയാണ് ആഗോളതലത്തിലും പ്രയോഗിക്കുന്നത്. തൊഴിലാളികൾ ഏറെയുള്ള മിക്ക വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളും വസ്ത്രങ്ങളുടെ നിർമ്മാണത്തിലും കയറ്റുമതിയിലും ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു. ഒപ്പം വേണ്ടത്ര മൂലധനമോ സാങ്കേതിക വിദ്യയോ ഇല്ലാത്തതുകൊണ്ട് അവർക്ക് വേണ്ട വസ്ത്രനിർമ്മാണ യന്ത്രസാമഗ്രികൾ

കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന വികസിത രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നിന്ന് ഇറക്കുമതിയും ചെയ്യുന്നു.

ഇക്കാര്യത്തിൽ രാഷ്ട്രങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച അതേ വസ്തുതകൾ തന്നെയാണ് സ്ഥാപനങ്ങളെ സംബന്ധിച്ചുമുള്ളത്. സ്ഥാപനങ്ങൾ അവർക്ക് വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നിന്ന് ചുരുങ്ങിയ വിലയ്ക്ക് ലഭിക്കുന്ന വസ്തുക്കൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുകയും അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഉയർന്ന വില കിട്ടുന്ന രാഷ്ട്രങ്ങളിലേക്ക് അവ കയറ്റുമതി ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. വിലയിലുള്ള നേട്ടത്തിനു പുറമേ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് രാജ്യങ്ങൾക്കും സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും മറ്റനവധി നേട്ടങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നുണ്ട്. ഒരു തരത്തിൽ ഈ ഗുണങ്ങളും രാജ്യങ്ങളെയും സ്ഥാപനങ്ങളെയും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ വക്താക്കളാക്കാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് മൂലം രാഷ്ട്രങ്ങൾക്കും സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ലഭ്യമാകുന്ന നേട്ടങ്ങൾ നമുക്ക് പിന്നീട് ചർച്ച ചെയ്യാം.

11.1.3. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസും ആഭ്യന്തര ബിസിനസും ഒരു താരതമ്യം [International Business vs. Domestic Business]

ആഭ്യന്തര ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളേക്കാൾ സങ്കീർണ്ണമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ. കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന രാഷ്ട്രീയ, സാമൂഹിക, സാംസ്കാരിക, സാമ്പത്തിക സാഹചര്യങ്ങൾ എല്ലാം വ്യത്യസ്തമായതുകൊണ്ട് ആഭ്യന്തര ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ അതേ തന്ത്രങ്ങൾ വിദേശ വിപണിയിൽ പ്രയോഗിക്കുന്നതിന് കഴിയാതെ വരുന്നു. വിദേശ വിപണിയിൽ വിജയിക്കണമെങ്കിൽ ഉൽപ്പന്നം, വില നിശ്ചയിക്കൽ, വിൽപ്പന വർദ്ധക പ്രവർത്തനങ്ങൾ, വിതരണം തുടങ്ങി എല്ലാ തന്ത്രങ്ങളും മൊത്തം ബിസിനസ് പദ്ധതികളും ലക്ഷ്യം വയ്ക്കുന്ന വിദേശ വിപണി ആവശ്യപ്പെടുന്ന തരത്തിൽ ആസൂത്രണം ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. (സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സാഹചര്യങ്ങളെപ്പറ്റി അറിവുണ്ടായിരിക്കണം എന്ന ബോക്സ്-ബി കാണുക) അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്സും ആഭ്യന്തര ബിസിനസും തമ്മിൽ വ്യത്യാസമുള്ള പ്രധാന മേഖലകൾ ചുവടെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

1. ഇടപാടുകാരുടെ പൗരത്വം [Nationaltiy of buyers and sellers]: അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലെയും ആഭ്യന്തര ബിസിനസിലെയും പ്രധാന പങ്കാളികളുടെ (വാങ്ങുന്നയാളുടെയും, വിൽക്കുന്നയാളുടെയും) പൗരത്വം വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. ആഭ്യന്തര ബിസിനസിൽ വാങ്ങുന്നയാളും വിൽക്കുന്നയാളും ഒരേ രാജ്യത്തിൽ നിന്നുള്ളവർ തന്നെയായിരിക്കും. ഇത് രണ്ടുപേർക്കും എളുപ്പത്തിൽ പരസ്പരം മനസ്സിലാക്കുന്നതിനും ബിസിനസ് ഇടപാടുകളിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിനും സഹായിക്കുന്നു. എന്നാൽ വാങ്ങുന്നയാളും വിൽക്കുന്നയാളും വ്യത്യസ്ത രാജ്യക്കാരായ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ സ്ഥിതി വ്യത്യസ്തമാണ്. അവരുടെ ഭാഷ, മനോഭാവങ്ങൾ, സാമൂഹിക ആചാരങ്ങൾ, ബിസിനസ് ലക്ഷ്യങ്ങൾ, ശീലങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം വ്യത്യസ്തങ്ങളായതുകൊണ്ട് തമ്മിൽ ഇടപെടുന്നതിനും ബിസിനസ് ഇടപാടുകളിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിനും കൂടുതൽ ബുദ്ധിമുട്ടുണ്ട്.

2. മറ്റ് തൽപ്പരകക്ഷികളുടെ പൗരത്വം [Nationality of other stakeholders]: അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലെയും ആഭ്യന്തര ബിസിനസിലെയും മറ്റ് തൽപ്പരകക്ഷികളായ ജീവനക്കാർ, വിതരണക്കാർ, ഓഹരി ഉടമകൾ അല്ലെങ്കിൽ പങ്കാളികൾ, സ്ഥാപനവുമായി ഇടപെടുന്ന പൊതുജനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവരുടെയും പൗരത്വം വ്യത്യസ്തങ്ങളായിരിക്കും. ആഭ്യന്തര ബിസിനസിൽ ഇവരെല്ലാവരും ഒരേ രാജ്യത്തുള്ളവരായതുകൊണ്ട് അവരുടെ പെരുമാറ്റ രീതികളിലും മൂല്യബോധങ്ങളിലുമെല്ലാം ഒരു ആപേക്ഷി

ബോക്സ് – ബി

സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് സാഹചര്യങ്ങളെപ്പറ്റി അറിവുണ്ടായിരിക്കണം

[Firms need to be Cognisant of Environmental Differences]

അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് നടത്തുന്നതും കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതും അത്ര എളുപ്പമുള്ള കാര്യമല്ല എന്ന് മനസ്സിലാക്കണം. ഓരോ രാജ്യത്തെയും വ്യത്യസ്ത രാഷ്ട്രീയ, സാമൂഹിക, സാംസ്കാരിക, സാമ്പത്തിക പരിതസ്ഥിതികൾ മൂലം അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുക ഏറെ ബുദ്ധിമുട്ടുള്ള പ്രവൃത്തിയാണ്.

ഈ വ്യത്യാസങ്ങൾ അറിഞ്ഞിരുന്നത് കൊണ്ട് മാത്രം കാര്യമൊന്നുമില്ല. ബിസിനസ് തന്ത്രങ്ങളിലും വിപണന പദ്ധതികളിലും അതിനനുസൃതമായ സംവേദനക്ഷമതയും പ്രതികരണവും ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഉദാഹരണമായി, കുറഞ്ഞ ആളോഹരി വരുമാനമുള്ള ഏഷ്യൻ, ആഫ്രിക്കൻ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ഉപഭോക്താക്കൾ വില വ്യതിയാനത്തോട് സജീവമായി പ്രതികരിക്കുന്നവരാണെന്നും അതുകൊണ്ട് തന്നെ വില കുറഞ്ഞ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാൻ താൽപര്യപ്പെടുന്നു എന്നും നമുക്ക് എല്ലാവർക്കും അറിയാവുന്ന കാര്യമാണ്. പക്ഷെ ജപ്പാൻ, അമേരിക്ക, കാനഡ, ഫ്രാൻസ്, ജർമ്മനി, സ്വിറ്റ്സർലൻഡ് തുടങ്ങിയ വികസിത രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ഉപഭോക്താക്കൾ കൂടുതൽ പണം ചിലവഴിക്കാൻ കഴിവുള്ളവരായതുകൊണ്ട്, കൂടിയ വിലയാണെങ്കിലും ഉയർന്ന ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രമേ വാങ്ങുകയുള്ളൂ. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ആ രാജ്യങ്ങളിൽ ബിസിനസ് നടത്താൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന ബിസിനസുകാർ ഇത്തരം വ്യത്യാസങ്ങളെക്കുറിച്ച് നല്ല മുൻകരുതൽ എടുത്തിരിക്കണം. അതിനനുസരിച്ചുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ മെനയുകയും വേണം. ഏഷ്യൻ, ആഫ്രിക്കൻ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ഉപഭോക്താക്കളെ ഉദ്ദേശിച്ച് കയറ്റുമതി ആഗ്രഹിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ വില കുറഞ്ഞ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും ജപ്പാൻ, യൂറോപ്യൻ, വടക്കേ അമേരിക്കൻ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ഉപഭോക്താക്കളെ ലക്ഷ്യമിടുന്നവർ ഉയർന്ന ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളും രൂപകൽപന ചെയ്യുന്നതായിരിക്കും കൂടുതൽ നല്ലത്.

കമായ സ്ഥിരത കാണാൻ കഴിയും. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പല രാജ്യങ്ങളിലെ തൽപ്പരകക്ഷികളുടെ മൂല്യങ്ങളിലും പ്രതീക്ഷകളിലുമൊക്കെ ഉള്ള വൈരുദ്ധ്യങ്ങൾ കണക്കിലെടുക്കേണ്ടതുകൊണ്ട് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുക ഏറെ സങ്കീർണ്ണമായിരിക്കും.

3. ഉൽപ്പാദന ഘടകങ്ങളുടെ ചലനാത്മകത [Mobility of factors of production] : മൂലധനം, തൊഴിലാളികൾ തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങളുടെ ചലനാത്മകത അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ ആഭ്യന്തര ബിസിനസിനെ അപേക്ഷിച്ച് താരതമ്യേന കുറവായിരിക്കും. രാജ്യത്തിനകത്ത് ഇത്തരം ഘടകങ്ങൾക്ക് സ്വതന്ത്രമായി സഞ്ചരിക്കാമെങ്കിൽ മറ്റ് രാജ്യങ്ങളിലേയ്ക്ക് സഞ്ചരിക്കുന്നതിന് പലവിധ നിയന്ത്രണങ്ങളുണ്ട്. നിയമപരമായ നിയന്ത്രണങ്ങൾക്ക് പുറമേ സാമൂഹിക സാംസ്കാരിക പരിസ്ഥിതികളിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ, ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ സ്വാധീനം, സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥിതി തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഇത്തരം ചലനങ്ങൾക്ക് തടസ്സം സൃഷ്ടിക്കാം. തൊഴിലാളികളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഇത് കൂടുതൽ ശരിയാണ്, പ്രത്യേകിച്ച് വ്യത്യസ്ത കാലാവസ്ഥയും സാമ്പത്തികവും സാമൂഹികവും സാംസ്കാരികവുമായി വേറിട്ട് നിൽക്കുന്ന രാജ്യങ്ങളുമാകുമ്പോൾ.

4. വിവിധ വിപണികളിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളിലെ വൈവിധ്യം [Customer heterogeneity across markets]: അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലെ ഉപഭോക്താക്കൾ വിവിധ രാജ്യങ്ങളിലുള്ളവരായതുകൊണ്ട് അവരുടെ സാമൂഹിക സാം

സ്കാരിക പശ്ചാത്തലവും വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. അവരുടെ അഭിരുചികൾ, വേഷവിധാനങ്ങൾ, ഭാഷകൾ, വിശ്വാസങ്ങൾ, ആചാരങ്ങൾ, മനോഭാവങ്ങൾ, ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലെ മുൻഗണന തുടങ്ങിയവയിലെ വൈരുദ്ധ്യങ്ങൾ വിവിധ സാധനങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കുമുള്ള ആവശ്യകതയെ മാത്രമല്ല അവരുടെ ആശയവിനിമയ രീതികളിലും സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്ന രീതികളിലും എല്ലാം വൈരുദ്ധ്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഉദാഹരണമായി, കൃത്യമായ സാമൂഹിക സാംസ്കാരിക വൈരുദ്ധ്യത്തിന്റെ ഫലമാണ് ചൈനക്കാർ സൈക്കിൾ താൽപ്പര്യപ്പെടുമ്പോൾ ജപ്പാൻകാർ മോട്ടോർ ബൈക്ക് ആഗ്രഹിക്കുന്നത്. അതുപോലെ തന്നെയാണ് ഭാരതീയർ വലത് വശത്തു സ്റ്റിയറിംഗ് ഉള്ള കാറുകൾ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ അമേരിക്കക്കാർ ഇടത് വശത്ത് സ്റ്റിയറിംഗും ബ്രേക്കും ഉള്ള കാറുകൾ ഓടിക്കുന്നത്. അതുപോലെ അമേരിക്കക്കാർ അവരുടെ ടെലിവിഷൻ, ബൈക്ക് തുടങ്ങിയ ഉപഭോക്തൃ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങി രണ്ടോ മൂന്നോ വർഷങ്ങൾക്കുള്ളിൽ തന്നെ മാറ്റി വാങ്ങുമ്പോൾ ഇന്ത്യക്കാർ കൈവശമുള്ള ഉൽപ്പന്നം പൂർണ്ണമായും ഉപയോഗശൂന്യമാകുന്നത് വരെ മാറ്റി വാങ്ങുകയില്ല. ഇത്തരം വ്യതിയാനങ്ങൾ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ രൂപകൽപ്പന ചെയ്യുന്നതിലും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അനുസരിച്ചുള്ള വിപണന തന്ത്രങ്ങൾ ആവിഷ്കരിക്കുന്നതിലും കൂടുതൽ സങ്കീർണ്ണത സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഒരു രാജ്യത്തിനകത്തുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾ തന്നെ താൽപ്പര്യങ്ങളിലും മുൻഗണനകളിലും ഒരു പരിധി വരെ വ്യത്യസ്തരാണ്. രാജ്യം മുഴുവനുമുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ താരതമ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ നമുക്കിത് കൂടുതൽ വ്യക്തമാകും.

5. ബിസിനസ് രീതികളിലും ശൈലികളിലുമുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ [Differences in business systems and practices]: ആഭ്യന്തര ബിസിനസിനെ അപേക്ഷിച്ച് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലെ രീതികളിലും ശൈലികളിലും ഏറെ വ്യത്യാസങ്ങൾ ഉണ്ട്. ഓരോ രാഷ്ട്രവും സാമ്പത്തിക സാമൂഹിക വികസനത്തിലും സാമ്പത്തിക അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളുടെ ലഭ്യതയിലും ചെലവിലും കാര്യക്ഷമതയിലും വിപണി സേവനങ്ങളിലും ബിസിനസ് അനുഷ്ഠാനങ്ങളിലും ശൈലികളിലും ഒക്കെ അവരുടെ സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക സങ്കീർണ്ണതകൾ കൊണ്ടും ചരിത്രപരമായ യാദൃശ്ചികത കൊണ്ടും വ്യത്യസ്തങ്ങളായിരിക്കും. ഇത്തരത്തിലുള്ള എല്ലാ വൈരുദ്ധ്യങ്ങളും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് അതിന്റെ ഉൽപ്പാദനം, ധനം, മനുഷ്യവിഭവങ്ങൾ, വിപണന പദ്ധതികൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം തന്നെ അന്തർദ്ദേശീയ വിപണിക്ക് അനുസൃതമായി രൂപകൽപ്പന ചെയ്യാൻ നിർബന്ധിതമാക്കുന്നു.

6. രാഷ്ട്രീയ സംവിധാനങ്ങളും നഷ്ടസാധ്യതകളും [Political systems and risks]: ഒരു രാജ്യത്തെ രാഷ്ട്രീയ സിദ്ധാന്തം, രാഷ്ട്രീയ വ്യവസ്ഥിതികൾ, രാഷ്ട്രീയ നഷ്ടസാധ്യത, രാഷ്ട്രീയ പാർട്ടി സംവിധാനം തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങളെല്ലാം അവിടുത്തെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ അതിശക്തമായ സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നുണ്ട്. ഒരു ബിസിനസ്സുകാരന് തന്റെ രാജ്യത്തെ രാഷ്ട്രീയ പരിതസ്ഥിതിയെ കുറിച്ച് പരിചയമുള്ളതുകൊണ്ട് അത് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളെ എങ്ങിനെ സ്വാധീനിക്കും എന്ന് മുൻകൂട്ടി അറിയാൻ കഴിയും. എന്നാൽ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ സ്ഥിതി അങ്ങിനെയല്ല. ഓരോ രാജ്യത്തെയും രാഷ്ട്രീയ പരിതസ്ഥിതി വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും. ഈ വ്യത്യസ്ത രാഷ്ട്രീയ സാഹചര്യങ്ങളെയും അത് ബിസിനസിൽ ചെലുത്തുന്ന സ്വാധീനത്തെയും കുറിച്ച് മനസ്സിലാക്കുന്നതിന് ബിസിനസുകാർ സവിശേഷ ശ്രദ്ധ ചെലുത്തേണ്ടി വരും. മാത്രമല്ല, രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ രാഷ്ട്രീയ സാഹചര്യങ്ങൾ എല്ലായ്പ്പോഴും

മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നതിനാൽ അവ തുടർച്ചയായി നിരീക്ഷിക്കുകയും വിഭിന്നങ്ങളായ രാഷ്ട്രീയ നഷ്ടസാധ്യതകൾ നേരിടുന്നതിനുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ ആവിഷ്കരിക്കുകയും വേണം.

ഏതൊരു രാഷ്ട്രത്തിലെയും രാഷ്ട്രീയ പരിതസ്ഥിതിയിലെ പ്രധാന പ്രശ്നം അതത് രാഷ്ട്രങ്ങൾ വിദേശ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് സ്വന്തം രാജ്യത്ത് ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളെയും സേവനങ്ങളെയും അനുകൂലിക്കുന്നു എന്നതാണ്. ആഭ്യന്തരമായി മാത്രം ബിസിനസ് ചെയ്യാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് ഇത് പ്രശ്നമല്ലെങ്കിലും ആഗോള വിപണിയിലേക്ക് സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അല്ലെങ്കിൽ വിദേശ വിപണിയിൽ ഉൽപാദന യൂണിറ്റ് തുടങ്ങാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന സ്ഥാപനത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഇത് വലിയ പ്രശ്നങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കും.

7. ബിസിനസ് നിയന്ത്രണങ്ങളും നയങ്ങളും [Business regulations and policies]: സാമൂഹ്യ സാമ്പത്തിക പരിതസ്ഥിതിക്കും രാഷ്ട്രീയ സിദ്ധാന്തങ്ങൾക്കും ഒപ്പം ഓരോ രാഷ്ട്രവും അവരുടേതായ ബിസിനസ് നിയമങ്ങളും നിയന്ത്രണങ്ങളും രൂപീകരിക്കാറുണ്ട്. ഈ നിയമങ്ങളും നിയന്ത്രണങ്ങളും സാമ്പത്തിക നയങ്ങളുമെല്ലാം ഒരു രാജ്യത്തിനകത്ത് എല്ലായിടത്തും ഏതാണ്ട് ഒരുപോലെ ബാധകമാണെങ്കിലും മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ ഏറെ വിഭിന്നമായിരിക്കും. താരിഫുകളും നികുതി നയങ്ങളും ഇറക്കുമതി വിഹിതം അഥവാ ഭാഗം, കിഴിവുകളും മറ്റ് നിയന്ത്രണങ്ങളും എല്ലാം ഒരു രാജ്യം അനുവർത്തിക്കുന്നതുപോലെ ആകണമെന്നില്ല മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നടപ്പിലാക്കുന്നത്. മാത്രമല്ല പലപ്പോഴും വിദേശ ഉൽപ്പന്നങ്ങളോടും സേവനങ്ങളോടും മൂലധനത്തോടും വിവേചനമുൾപ്പടെ കാണിക്കാറുമുണ്ട്.

8. ബിസിനസ് ഇടപാടുകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന കറൻസി അഥവാ പണം [Currency used in business transactions]: അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസും ആഭ്യന്തര ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള മറ്റൊരു പ്രധാന വ്യത്യാസം അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പലവിധ കറൻസികൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്നതാണ്. ഒരു രാജ്യത്തെ കറൻസിയും മറ്റൊരു രാജ്യത്തെ കറൻസിയും തമ്മിലുള്ള വിനിമയ നിരക്ക് എപ്പോഴും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത് മൂലം അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില നിശ്ചയിക്കുന്നതിലും വിദേശനാണയ വിനിമയ നഷ്ടസാധ്യതകളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ഉറപ്പാക്കുന്നതിനും ബുദ്ധിമുട്ടുകൾ ഉണ്ടാകുന്നു.

11.1.4 അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി [Scope of International Business]

മുമ്പ് സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ ആഭ്യന്തര ബിസിനസിനേക്കാൾ ഏറെ വിശാലമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്. അതിൽ ചരക്കുകളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും മാത്രം ഉൾപ്പെടുന്ന വിദേശ വ്യാപാരം മാത്രമല്ല സ്ഥാപനങ്ങൾ ആഗോളതലത്തിൽ നടത്തുന്ന വിവിധങ്ങളായ നിരവധി പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൂടിയുണ്ട്. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ ഭാഗമായി സ്ഥാപനങ്ങൾ നടത്തുന്ന പ്രധാന ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

1. ചരക്കുകളുടെ കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും [Merchandise exports and imports]: ഇന്ദ്രിയഗോചരമായ, അതായത് തൊടാനും കാണാനും കഴിയുന്ന വസ്തുക്കളെയാണ് ചരക്കുകൾ എന്ന് പറയുന്നത്. ഈ കാഴ്ചപ്പാടിൽ നിന്ന് നോക്കിയാൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മറ്റൊരു രാജ്യത്തേക്ക് വിൽപ്പനയ്ക്ക് അയക്കുന്നതിനെ ചരക്കുകളുടെ കയറ്റുമതി എന്ന് പറയാം. അതു

പട്ടിക 11.1 അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസും ആഭ്യന്തര ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള പ്രധാന വ്യത്യാസങ്ങൾ

താരതമ്യത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം	ആഭ്യന്തര ബിസിനസ്	അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്
ഇടപാടുകാരുടെ പൗരത്വം	ഒരു രാഷ്ട്രത്തിനകത്തുള്ള വ്യക്തികളോ സ്ഥാപനങ്ങളോ മാത്രം പങ്കെടുക്കുന്നു.	വിവിധ രാഷ്ട്രങ്ങളിലുള്ള വ്യക്തികളോ സ്ഥാപനങ്ങളോ പങ്കെടുക്കുന്നു.
മറ്റ് തൽപ്പരകക്ഷികളുടെ പൗരത്വം	മറ്റ് തൽപ്പരകക്ഷികളായ ജീവനക്കാർ, വിതരണക്കാർ, ഓഹരി ഉടമകൾ, പങ്കാളികൾ, സ്ഥാപനവുമായി ഇടപെടുന്ന പൊതുജനങ്ങൾ എല്ലാവരും ഒരേ രാജ്യത്തെ പൗരന്മാരായിരിക്കും.	മറ്റ് തൽപ്പരകക്ഷികളായ ജീവനക്കാർ, വിതരണക്കാർ, ഓഹരി ഉടമകൾ, പങ്കാളികൾ, സ്ഥാപനവുമായി ഇടപെടുന്ന പൊതുജനങ്ങൾ എല്ലാവരുടെയും പൗരത്വം വ്യത്യസ്തങ്ങളായിരിക്കും.
ഉൽപ്പാദന ഘടകങ്ങളുടെ ചലനക്ഷമത	മൂലധനം, തൊഴിലാളികൾ തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങളുടെ ചലനക്ഷമത രാജ്യത്തിനകത്ത് താരതമ്യേന കൂടുതലായിരിക്കും.	മൂലധനം, തൊഴിലാളികൾ തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങളുടെ വിവിധ രാജ്യങ്ങളിലേക്കുള്ള ചലനക്ഷമത താരതമ്യേന കുറവായിരിക്കും.
വിവിധ വിപണികളിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളിലെ വൈരുദ്ധ്യം.	ആഭ്യന്തര വിപണി താരതമ്യേന സമാന സ്വഭാവമുള്ളതായിരിക്കും.	ഭാഷ, സംസ്കാരം, മറ്റ് താൽപര്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ വ്യത്യസ്തങ്ങളായതുകൊണ്ട് വിപണികളിൽ സമാന സ്വഭാവം കുറവായിരിക്കും.
ബിസിനസ് രീതികളിലും ശൈലികളിലുമുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ	ബിസിനസ് രീതികളും ശൈലികളും താരതമ്യേന സമാന സ്വഭാവമുള്ളതായിരിക്കും	ബിസിനസ് രീതികളും ശൈലികളും വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ ഏറെക്കുറെ വ്യത്യസ്തമായിരിക്കും.
രാഷ്ട്രീയ സംവിധാനങ്ങളും നഷ്ടസാധ്യതകളും	ആഭ്യന്തര ബിസിനസിന് ഒരു രാജ്യത്തെ മാത്രം രാഷ്ട്രീയ വ്യവസ്ഥിതിയും നഷ്ടസാധ്യതയും ബാധകമായിരിക്കും.	അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന് വിവിധ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ രാഷ്ട്രീയ വ്യവസ്ഥിതിയും നഷ്ടസാധ്യതയും ബാധകമാകും.
ബിസിനസ് നിയന്ത്രണങ്ങളും നയങ്ങളും	ഒരു രാജ്യത്തെ മാത്രം നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും നയങ്ങളും നികുതി സമ്പ്രദായങ്ങളും മറ്റും ബാധകമാകും.	പല രാജ്യങ്ങളിലെ നിയമങ്ങളും ചട്ടങ്ങളും നയങ്ങളും നികുതി സമ്പ്രദായങ്ങളും മറ്റും ബാധകമാകും.
ബിസിനസ് ഇടപാടുകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന കറൻസി അഥവാ പണം	സ്വന്തം രാജ്യത്തെ കറൻസി അഥവാ പണം ഉപയോഗിക്കുന്നു.	വിവിധ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ കറൻസി അഥവാ പണം ഉപയോഗിക്കുന്നു.

പോലെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മറ്റൊരു രാജ്യത്തുനിന്ന് സ്വന്തം രാജ്യത്തേക്ക് കൊണ്ടുവരുന്നതാണ് ഇറക്കുമതി. ചരക്കുകളുടെ വ്യാപാരം എന്ന് പറയുന്ന കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രം ഉൾക്കൊള്ളുന്നതാണ്. അതിൽ സേവനങ്ങളുടെ വ്യാപാരം ഉൾപ്പെടുന്നില്ല.

2. സേവനങ്ങളുടെ കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും [Service exports and imports]: കാണാനും തൊട്ടുനോക്കാനും കഴിയാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വ്യാപാരമാണ് സേവനങ്ങളുടെ കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും. സേവനങ്ങളുടെ സവിശേഷതയായ കാണാനും തൊട്ടുനോക്കാനും കഴിയാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ എന്ന ഘടകം ഉൾക്കൊള്ളുന്നതുകൊണ്ട് സേവനങ്ങളുടെ വ്യാപാരത്തെ അദൃശ്യ വ്യാപാരം എന്നും പറയാറുണ്ട്. യാത്ര, വിനോദസഞ്ചാരം, താമസ-ഭക്ഷണ സൗകര്യം, വിനോദം, ഗതാഗതം, വിദഗ്ദ്ധ സേവനം [പരിശീലനം, അംഗങ്ങളെ ചേർക്കൽ, ഗവേഷണം തുടങ്ങിയവ] ആശയവിനിമയം [പോസ്റ്റൽ, ടെലഫോൺ, ഫാക്സ്, മറ്റ് ദൃശ്യ ശ്രാവ്യ സേവനങ്ങൾ] നിർമ്മാണം, എഞ്ചിനീയറിംഗ്, വിപണനം [മൊത്തക്കച്ചവടം, ചില്ലറക്കച്ചവടം, പരസ്യം, വിപണി ഗവേഷണം, സംഭരണശാലകൾ] വിദ്യാഭ്യാസപരം, സാമ്പത്തിക സേവനങ്ങൾ [ബാങ്കിംഗ്, ഇൻഷുറൻസ്] മുതലായ വളരെ വൈവിധ്യങ്ങളായ സേവനങ്ങൾ അന്തർദ്ദേശീയമായി വ്യാപാരം ചെയ്യപ്പെടുന്നുണ്ട്. ഇവയിൽ വിനോദസഞ്ചാരം, ഗതാഗതം, ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ എന്നിവയാണ് ആഗോള സേവന വ്യാപാര മേഖലയിലെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ.

3. ലൈസൻസിംഗും ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗും [Licensing and franchising]: വിദേശ രാജ്യത്തുള്ള ഒരു കക്ഷിയ്ക്ക് നമ്മുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിശ്ചിത തുക പ്രതിഫലമായി വാങ്ങി നമ്മുടെ വ്യാപാരമുദ്ര അഥവാ ട്രേഡ്മാർക്ക്, പേറ്റൻറ്, പകർപ്പവകാശം അഥവാ കോപ്പി റൈറ്റ് തുടങ്ങിയവ ഉപയോഗിച്ച് സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ നിർമ്മിക്കുന്നതിനും വിൽക്കുന്നതിനും അനുവദിക്കുന്നതും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാനുള്ള വേറൊരു മാർഗ്ഗമാണ്. അതാത് രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ പ്രാദേശിക ഉൽപ്പാദകരിലൂടെ ലൈസൻസിംഗ് മുഖേനയാണ് പെപ്സി, കൊക്കൊകോള തുടങ്ങിയ ശീതള പാനീയങ്ങൾ ലോകമെമ്പാടും വിൽക്കുന്നത്. ലൈസൻസിംഗ് പോലെ തന്നെയാണ് ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗും. പക്ഷെ സേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഉപയോഗിക്കുന്ന പദമാണ് ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ്. മക്ഡൊണാൾഡ്സ് ചിക്കിംഗ്, തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങൾ ലോകത്താകമാനം പ്രവർത്തിക്കുന്നത് ഫ്രാഞ്ചൈസികളിലൂടെയാണ്.

4. വിദേശ നിക്ഷേപങ്ങൾ [Foreign Investments]: അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് നടത്തുന്നതിനുള്ള മറ്റൊരു രീതിയാണ് വിദേശ നിക്ഷേപം. സാമ്പത്തിക നേട്ടത്തിനായി മറ്റൊരു രാജ്യത്ത് പണം നിക്ഷേപിക്കുന്നതിനെയാണ് വിദേശ നിക്ഷേപം എന്ന് പറയുന്നത്. വിദേശ നിക്ഷേപങ്ങൾ രണ്ട് തരത്തിലുണ്ട്; നേരിട്ടുള്ള നിക്ഷേപവും പോർട്ട് ഫോളിയോ നിക്ഷേപങ്ങളും.

ഒരു കമ്പനി വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉൽപ്പാദിപ്പിച്ച് വിപണനം ചെയ്യുക എന്ന ഉദ്ദേശ്യത്തോടുകൂടി ആ രാജ്യത്ത് യന്ത്രസാമഗ്രികൾ പോലുള്ള ആസ്തികളിൽ സ്വന്തമായി സാമ്പത്തിക നിക്ഷേപം നടത്തുന്നതിനെയാണ് നേരിട്ടുള്ള നിക്ഷേപം എന്ന് പറയുന്നത്. നേരിട്ടുള്ള നിക്ഷേപം നിക്ഷേപകന് വിദേശ കമ്പനിയിൽ നിയന്ത്രണാധികാരം ലഭ്യമാക്കുന്നു. ഇതിന് പറയുന്ന മറ്റൊരു പേരാണ് നേരിട്ടുള്ള വിദേശ നിക്ഷേ

ബോക്സ് സി

വിനോദസഞ്ചാരം, ഗതാഗതം, ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ എന്നിവ സേവനങ്ങളുടെ അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരത്തിൽ മുന്നിട്ട് നിൽക്കുന്നു

വിനോദസഞ്ചാരവും ഗതാഗതവും സേവനങ്ങളുടെ അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരത്തിൽ മുൻപന്തിയിൽ നിൽക്കുന്ന ഘടകങ്ങളാണ്. മിക്ക വ്യോമയാന കമ്പനികളും കപ്പൽ കമ്പനികളും ട്രാവൽ ഏജൻസികളും വൻകിട ഹോട്ടലുകളുമെല്ലാം അവരുടെ വരുമാനത്തിന്റെ വലിയൊരു പങ്ക് വിദേശ ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്നുമാണ് സമ്പാദിക്കുന്നത്. തൊഴിലവസരങ്ങൾക്കും വിദേശ നാണ്യം നേടുന്നതിനും സേവനങ്ങളെ ശക്തമായി ആശ്രയിക്കുന്ന നിരവധി രാജ്യങ്ങളുണ്ട്. ഉദാഹരണത്തിന് ഭാരതം നേടുന്ന വിദേശ നാണ്യത്തിൽ നല്ലൊരു പങ്ക് ഗതാഗത വിനോദസഞ്ചാര മേഖലകളിൽ നിന്നാണ്.

ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ: ഒരു രാഷ്ട്രം മറ്റൊരു രാഷ്ട്രത്തിന് സേവനങ്ങൾ നൽകുകയും, ആ പ്രക്രിയയിൽ വിദേശനാണ്യം നേടുകയും ചെയ്യുകയാണെങ്കിൽ അതും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസായി കണക്കാക്കാം. വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നൽകുന്ന ബാങ്കിംഗ്, ഇൻഷുറൻസ്, എഞ്ചിനീയറിംഗ്, മാനേജ്മെൻറ് തുടങ്ങിയ സേവനങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്ന ഫീസ് രാജ്യത്തിന്റെ വിദേശനാണ്യത്തിന്റെ ഭാഗം തന്നെയാണ്. വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ നിർമ്മാണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് നടത്തുന്നതും ബിസിനസ് സേവനങ്ങളുടെ കയറ്റുമതിക്ക് ഉദാഹരണമാണ്. ഒരു രാജ്യത്തെ കമ്പനി മറ്റൊരു രാജ്യത്തെ കമ്പനികൾക്ക് പ്രത്യേകമായതോ, പൊതുവായതോ ആയ മാനേജ്മെന്റ് പ്രവൃത്തികൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നതിനായി ആളുകളെ വിട്ട് നൽകുന്നതും ഇത്തരം സേവനങ്ങൾക്ക് ഉദാഹരണമാണ്.

പം അഥവാ ഫോറിൻ ഡയറക്ട് ഇൻവെസ്റ്റ്മെന്റ്, അതായത് എഫ്.ഡി.ഐ. ഉൽപ്പാദനത്തിനോ വിപണനത്തിനോ ഉള്ള നിക്ഷേപങ്ങൾ ഒന്നോ അതിലധികമോ വിദേശ പങ്കാളികളുമായി ചേർന്ന് നടത്തുകയാണെങ്കിൽ അതിനെ കൂട്ട് സംരംഭം അഥവാ ജോയിന്റ് വെഞ്ചർ എന്ന് പറയുന്നു. ഒരു കമ്പനിക്ക് താൽപര്യമുണ്ടെങ്കിൽ വിദേശ സംരംഭത്തിൽ മുഴുവൻ നിക്ഷേപവും നടത്തി പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണത്തിലും ഉടമസ്ഥതയിലുമുള്ള ഒരു സ്ഥാപനം വിദേശത്ത് സ്ഥാപിക്കാം. അതുവഴി സ്ഥാപനത്തിന്റെ വിദേശ വിപണിയിലെ പരിപൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം നേടിയെടുക്കാം.

എന്നാൽ, ഒരു കമ്പനി വിദേശത്തുള്ള മറ്റൊരു കമ്പനിയുടെ ഓഹരികൾ വിപണിയിൽ നിന്നോ കമ്പനിയിൽ നിന്ന് നേരിട്ടോ സ്വന്തമാക്കിയോ, ആ കമ്പനിക്കാവശ്യമായ വായ്പകൾ നൽകിയോ സാമ്പത്തിക നിക്ഷേപം നടത്തിയോ പലിശയോ ലാഭവിഹിതമോ സമ്പാദിക്കുന്ന രീതിയാണ് പോർട്ട് ഫോളിയോ നിക്ഷേപം. നേരിട്ടുള്ള വിദേശ നിക്ഷേപം പോലെ പോർട്ട് ഫോളിയോ നിക്ഷേപങ്ങളിൽ കമ്പനികൾ നേരിട്ട് ഉൽപ്പാദന വിപണന പ്രക്രിയകളിൽ ഇടപെടാറില്ല. മറിച്ച് കമ്പനികളുടെ ഓഹരികളിലോ ബോണ്ടുകളിലോ ബില്ലുകളിലോ നിക്ഷേപിക്കുകയും അല്ലെങ്കിൽ വിദേശ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വായ്പ നൽകുകയും ചെയ്ത് വരുമാനം സമ്പാദിക്കുക മാത്രമാണ് ചെയ്യുന്നത്.

11.1.5. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ നേട്ടങ്ങൾ [Benefits of International Business]

ഒരുപാട് സങ്കീർണ്ണതകളും നഷ്ടസാധ്യതകളുമൊക്കെ ഉണ്ടെങ്കിലും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് രാഷ്ട്രങ്ങൾക്കും കമ്പനികൾക്കും ഒരുപോലെ പ്രധാനപ്പെട്ടതാണ്. അത് അവർക്ക് ഒരുപാട് ഗുണങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്. കാലങ്ങളായുള്ള ഈ നേട്ടങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കിയതുകൊണ്ടാണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ രാഷ്ട്രങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള വ്യാപാരവും നിക്ഷേപവും വർദ്ധിക്കുകയും ആഗോളവൽക്കരണം എന്ന പ്രതിഭാസത്തിലേക്ക് എത്തിച്ചേരുകയും ചെയ്തത്. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് മൂലം രാഷ്ട്രങ്ങൾക്കും സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും ഉണ്ടാകുന്ന ചില നേട്ടങ്ങൾ നമുക്ക് ചർച്ച ചെയ്യാം.

രാഷ്ട്രങ്ങൾക്കുള്ള നേട്ടങ്ങൾ [Benefits to Nations]

1. വിദേശനാണ്യം നേടിത്തരുന്നു [Earning of foreign exchange]: തദ്ദേശീയമായി ലഭ്യമല്ലാത്ത മൂലധന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, സാങ്കേതിക വിദ്യ, പെട്രോളിയം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, രാസവളങ്ങൾ, ആതുരശുശ്രൂഷാ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തുടങ്ങി ഒട്ടനവധി ഉപഭോക്തൃ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നതിനാവശ്യമായ വിദേശനാണ്യം നേടുന്നതിന് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് സാഹചര്യം ഒരുക്കുന്നു.

2. വിഭവങ്ങളുടെ കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായ വിനിയോഗം [More efficient use of resources]: മുമ്പ് സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ തങ്ങളുടെ രാജ്യത്ത് ഏറ്റവും കാര്യക്ഷമമായി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്നത് ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും അങ്ങിനെ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിൽ ബാക്കിയാകുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് വിപണനം ചെയ്യുകയും മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അവിടെ നിന്ന് സംഭരിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്ന ലളിതമായ വസ്തുതയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. രാഷ്ട്രങ്ങൾ ഈ തത്വത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വ്യാപാരം നടത്തുമ്പോൾ, ഒരു രാജ്യത്തിനാവശ്യമായ എല്ലാ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സ്വയം ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ ശ്രമിക്കാതെ, ഉൽപ്പാദന ക്ഷമത കൂടിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പരമാവധി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും ബാക്കിയുള്ളവ മറ്റു രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നും ഇറക്കുമതി ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്. ഇങ്ങനെ ഉണ്ടാകുന്ന സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും അധിക ഉൽപ്പാദനം എല്ലാ രാഷ്ട്രങ്ങളും വിതരണം ചെയ്യുമ്പോൾ വ്യാപാരത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്ന എല്ലാ രാഷ്ട്രങ്ങൾക്കും അതിന്റെ നേട്ടമുണ്ടാകും.

3. വളർച്ചാ സാധ്യതകളും തൊഴിൽ സാധ്യതകളും വർദ്ധിക്കുന്നു [Improving growth prospects and employment potential]: ആഭ്യന്തര ഉപഭോഗത്തിന് വേണ്ടി മാത്രം ഉൽപ്പാദനം നടത്തുന്നത് രാജ്യത്തിന്റെ വളർച്ചാ സാധ്യതയെയും തൊഴിലവസരങ്ങളെയും ഗണ്യമായി സ്വാധീനിക്കും. നിരവധി രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക്, പ്രത്യേകിച്ച് വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് അവരുടെ ആഭ്യന്തര വിപണിയിൽ കൂടുതലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളാനുള്ള ശേഷി ഇല്ലാത്തതുമൂലം വൻതോതിലുള്ള ഉൽപ്പാദനം എന്ന നയം നടപ്പിലാക്കാൻ കഴിയാതെ വരികയും അതുവഴി ലഭ്യമാക്കാവുന്ന തൊഴിലവസരങ്ങൾ നഷ്ടപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു. ദക്ഷിണ കൊറിയ, സിങ്കപ്പൂർ, ചൈന തുടങ്ങിയ രാഷ്ട്രങ്ങൾ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിദേശ വിപണി കണ്ടെത്തുകയും 'കയറ്റുമതിയിലൂടെ സമ്പന്നരാവുക' എന്ന തന്ത്രം സ്വീകരിക്കുകയും വൈകാതെ വ്യാവസായിക ഭൂപടത്തിൽ ലോകത്തിലെ തന്നെ മികച്ച പ്രകടനം കാഴ്ചവയ്ക്കാൻ കഴിയുകയും ചെയ്തു. ഇത് അവരുടെ വളർച്ചാ സാധ്യത ഏറെ വർദ്ധിപ്പിച്ചു എന്ന് മാത്രമല്ല, ആ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ജനങ്ങൾക്ക് ധാരാളം തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്തു.

4. ഉന്നത ജീവിത നിലവാരം [Increased standard of living]: : സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരം ഇല്ലായിരുന്നു എങ്കിൽ ആഗോള സമൂഹത്തിന് മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതും അവിടുത്തെ ആളുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതും അവരുടെ ജീവിതനിലവാരത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്നതും വൈവിധ്യമാർന്നതും ഉന്നത നിലവാരമുള്ളതുമായ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും ഉപയോഗിക്കാൻ അവസരം ലഭിക്കുമായിരുന്നില്ല.

സ്ഥാപനങ്ങൾക്കുള്ള നേട്ടങ്ങൾ [Benefits to Firms]

1. ഉയർന്ന ലാഭസാധ്യത [Prospects for higher profits]: ആഭ്യന്തര ബിസിനസിനെ അപേക്ഷിച്ച് കൂടുതൽ ലാഭകരമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്. ആഭ്യന്തര വിപണിയിൽ വില കുറയുമ്പോൾ കൂടുതൽ വില ലഭിക്കുന്ന വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കൂടുതൽ ലാഭം സമ്പാദിക്കാൻ കഴിയുന്നു.

2. ഉയർന്ന ഉൽപ്പാദനശേഷി ഉപയോഗിക്കൽ [Use of increased capacity utilisation]: പല സ്ഥാപനങ്ങളും അവരുടെ ആഭ്യന്തര ആവശ്യത്തെ അപേക്ഷിച്ച് ഉയർന്ന ഉൽപ്പാദനശേഷിയുള്ള സംവിധാനങ്ങൾ ഒരുക്കാറുണ്ട്. വിദേശ വിപണി വികസനം ലക്ഷ്യമിട്ടുകൊണ്ടും വിദേശ ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് വാങ്ങാനുള്ള ഓർഡറുകൾ സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ടും ഇത്തരത്തിലുള്ള അധിക ഉൽപ്പാദന ശേഷി ഉപയോഗപ്പെടുത്താമെന്നും അതുവഴി പ്രവർത്തന ലാഭക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കാം എന്നും അവർ കരുതുന്നു. വൻതോതിലുള്ള ഉൽപ്പാദനം സാമ്പത്തിക നേട്ടത്തിനും ഉൽപ്പാദന ചെലവ് കുറയുന്നതിനും ഒരു യൂണിറ്റ് ഉൽപ്പന്നത്തിൽ നിന്നുമുള്ള ലാഭം വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

3. വളർച്ചാ സാധ്യത [Prospects for growth]: ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ ആവശ്യകത മുരടിക്കുമ്പോൾ സ്ഥാപനങ്ങൾ വളരെയധികം അസ്വസ്ഥരാകാറുണ്ട്. അത്തരം സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വിദേശ വിപണിയെ ആശ്രയിച്ചുകൊണ്ട് അവരുടെ വളർച്ചാ സാധ്യത വളരെയധികം വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ കഴിയും. വികസിത രാഷ്ട്രങ്ങളിലുള്ള നിരവധി ആഗോള കമ്പനികളെ വികസ്വര രാജ്യങ്ങളിലേക്ക് അവരുടെ വിപണി വ്യാപിപ്പിക്കാൻ പ്രേരിപ്പിച്ച പ്രധാന ഘടകം ഇതുതന്നെയാണ്. ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ ആവശ്യകത ഏതാണ്ട് സ്ഥായിയായപ്പോൾ വേഗത്തിൽ ആവശ്യകത വർദ്ധിക്കുന്ന വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ആവശ്യകത ഉണ്ടെന്ന് അവർ മനസ്സിലാക്കി.

4. ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ കടുത്ത മത്സരത്തിൽ നിന്ന് രക്ഷ നേടാനുള്ള മാർഗ്ഗം [Way out to intense competition in domestic market]: ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ മത്സരം കടുത്തതാകുമ്പോൾ അന്തർദ്ദേശീയവൽക്കരണം മാത്രമാണ് ഗണ്യമായ വളർച്ച നേടാനുള്ള ഏക മാർഗ്ഗം. ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ കടുത്ത മത്സരം പല കമ്പനികളെയും അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിദേശ വിപണി തേടാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നു. അതുവഴി അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് വളർച്ചയ്ക്കും വികസനത്തിനുമുള്ള ഉൾപ്രേരകമായി വർത്തിക്കകയും ചെയ്യുന്നു.

5. മെച്ചപ്പെട്ട ബിസിനസ് കാഴ്ചപ്പാട് [Improved business vision]: പല കമ്പനികളുടെയും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലെ വളർച്ച യഥാർത്ഥത്തിൽ അവരുടെ ബിസിനസ് നയങ്ങളുടെയും മാനേജ്മെന്റ് തന്ത്രങ്ങളുടെയും ഭാഗമാ

ണ്. അന്തർദ്ദേശീയമാകണം എന്ന കാഴ്ചപ്പാടിനുള്ള പ്രചോദനം, വളർച്ചയ്ക്കുള്ള ത്വര, കൂടുതൽ മത്സരക്ഷമത ഉണ്ടാകണം എന്ന ആഗ്രഹം, വൈവിധ്യവൽക്കരണത്തിനും അന്തർദ്ദേശീയവൽക്കരണം എന്ന തന്ത്രപരമായ മേൽക്കൈ ലഭിക്കുന്നതിനും ഉള്ള ആഗ്രഹം തുടങ്ങിയ പല കാരണങ്ങൾ കൊണ്ടായിരിക്കും ഇത്തരം മെച്ചപ്പെട്ട കാഴ്ചപ്പാട് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഉണ്ടാവുക.

11.2 അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ [MODES OF ENTRY INTO INTERNATIONAL BUSINESS]

ഒരു കമ്പനിക്ക് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിന് വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങൾ അവലംബിക്കാവുന്നതാണ്. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ അർത്ഥവും വ്യാപ്തിയും ചർച്ച ചെയ്യുന്ന ഭാഗത്ത് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള ചില മാർഗ്ഗങ്ങൾ നാം പരിചയപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. താഴെ വരുന്ന ഭാഗത്ത് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള വിവിധ മാർഗ്ഗങ്ങളും ഒപ്പം അവയുടെ മേന്മകളും പരിമിതികളുമെല്ലാം നമുക്ക് വിശദമായി പരിശോധിക്കാം. ഇത്തര മൊരു ചർച്ച നിങ്ങൾക്ക് ഏതെല്ലാം സാഹചര്യങ്ങളിൽ ഏതെല്ലാം മാർഗ്ഗങ്ങളാണ് അനുയോജ്യം എന്ന് മനസ്സിലാക്കുവാൻ സഹായിക്കും.

11.2.1 കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും [Exporting and Importing]

സ്വന്തം രാജ്യത്ത് നിന്ന് മറ്റൊരു വിദേശ രാജ്യത്തേക്ക് സാധനങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ അയയ്ക്കുന്നതാണ് കയറ്റുമതി. അതുപോലെ തന്നെ വിദേശ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങി സ്വന്തം രാജ്യത്തേക്ക് കൊണ്ടുവരുന്നതിനെയാണ് ഇറക്കുമതി എന്ന് പറയുന്നത്. ഒരു സ്ഥാപനത്തിന് കയറ്റുമതിയോ ഇറക്കുമതിയോ ചെയ്യുന്നതിന് പ്രധാനമായും രണ്ട് മാർഗ്ഗങ്ങളുണ്ട്; നേരിട്ടും അല്ലാതെയും. നേരിട്ടുള്ള കയറ്റുമതിയിൽ അഥവാ ഇറക്കുമതിയിൽ സ്ഥാപനം നേരിട്ട് തന്നെ വിദേശത്തുള്ള വാങ്ങുന്നയാളെയോ വിതരണക്കാരെയോ സമീപിക്കുകയും സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വ്യാപാരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ചരക്ക് കപ്പലിൽ കയറ്റൽ, പണമിടപാട് ഉൾപ്പടെ എല്ലാ നടപടിക്രമങ്ങളും സ്വയം കൈകാര്യം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. മറിച്ച്, നേരിട്ടല്ലാതെയുള്ള വ്യാപാരത്തിൽ സ്ഥാപനത്തിന്റെ നേരിട്ടുള്ള പങ്ക് വളരെ പരിമിതമായിരിക്കും. സാധനങ്ങളുടെ കയറ്റുമതി അഥവാ ഇറക്കുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മിക്കവാറും പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തുന്നത് രാജ്യത്തെ എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസുകൾ അല്ലെങ്കിൽ സ്വന്തം രാജ്യത്തുള്ള വിദേശ ഉപഭോക്താവിന്റെ വാങ്ങൽ ഓഫീസുകൾ, ഇറക്കുമതിയെ സംബന്ധിച്ച് ഇറക്കുമതി മൊത്ത കച്ചവടക്കാർ തുടങ്ങിയ ഏതെങ്കിലും ഇടനിലക്കാർ ആയിരിക്കും. ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ സാധാരണയായി കയറ്റുമതിയിൽ വിദേശത്തുള്ള ഉപഭോക്താവുമായോ അല്ലെങ്കിൽ ഇറക്കുമതിയിൽ വിതരണക്കാരുമായോ നേരിട്ട് സംവദിക്കാറില്ല.

നേട്ടങ്ങൾ [Advantages]

താഴെ പറയുന്നവയാണ് കയറ്റുമതി/ഇറക്കുമതിയുടെ പ്രധാന ഗുണങ്ങൾ.

- അന്തർദ്ദേശീയ വിപണിയിലേക്കും ബിസിനസിലേക്കും പ്രവേശിക്കുന്നതിന് മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് ഏറെ എളുപ്പമുള്ള മാർഗ്ഗമാണ് കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും. വിദേശത്ത് ഒരു സംയുക്ത സംരംഭമോ

പൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള സ്ഥാപനമോ തുടങ്ങുന്നതിനെ അപേക്ഷിച്ച് സങ്കീർണ്ണത കുറഞ്ഞ പ്രവർത്തനമാണിത്.

- കയറ്റുമതി/ഇറക്കുമതി ബിസിനസിൽ സ്ഥാപനത്തിന്റെ ഇടപെടൽ കുറവാണ്. അതായത്, ആതിഥേയ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ ഒരു സംയുക്ത സംരംഭം തുടങ്ങുന്നത് പോലെയോ ഉൽപ്പാദനത്തിനുള്ള പ്ലാൻറുകളും മറ്റ് സൗകര്യങ്ങളും ഒരുക്കുന്നതുപോലെയോ അത്ര പണമോ സമയമോ കയറ്റുമതി/ഇറക്കുമതി ബിസിനസ് തുടങ്ങുന്നതിന് ചിലവഴിക്കേണ്ടി വരുന്നില്ല.
- കയറ്റുമതി/ഇറക്കുമതി ബിസിനസിന് വിദേശത്ത് കൂടുതൽ നിക്ഷേപം ആവശ്യമില്ലാത്തതുകൊണ്ട് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് വിദേശ നിക്ഷേപ നഷ്ടസാധ്യത തീരെ കുറവാണ് അല്ലെങ്കിൽ ഇല്ല എന്ന് തന്നെ പറയാം.

പരിമിതികൾ [Limitations]

അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതിക്കുള്ള പരിമിതികൾ താഴെ പറയുന്നു.

- കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതി എന്നിവകളിൽ ചരക്കുകൾ ഒരു രാജ്യത്തുനിന്ന് മറ്റൊരു രാജ്യത്തേയ്ക്ക് കൊണ്ടുപോകേണ്ടതുകൊണ്ട് സുരക്ഷിതമായ പായ്ക്കിങ്ങ്, കടത്തുകൂലി, ഇൻഷുറൻസ് തുടങ്ങിയ അധിക ചെലവുകൾ ഉണ്ടാകും. പ്രത്യേകിച്ച് വളരെ ഭാരമുള്ള വസ്തുക്കളാണെങ്കിൽ കടത്തുകൂലി തന്നെ കയറ്റുമതി/ഇറക്കുമതിയിൽ നിന്നും പിൻതിരിക്കുന്ന ഘടകമാകും. വിദേശരാഷ്ട്രങ്ങളുടെ തീരത്ത് ചരക്കുകൾ എത്തുമ്പോൾ അവിടെ കസ്റ്റംസ് നികുതി പോലുള്ള പലവിധ ചുങ്കങ്ങളും നൽകേണ്ടിവരും. ഇത്തരം ചെലവുകളും പണമൊടുക്കലുകളും കണക്കിലെടുക്കുമ്പോൾ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ആകെ ചെലവ് ഗണ്യമായി വർദ്ധിക്കുകയും മത്സരക്ഷമത കുറയുകയും ചെയ്യുന്നു.
- വിദേശ രാജ്യങ്ങളിൽ ഇറക്കുമതി നിയന്ത്രണങ്ങൾ ഉള്ള സാഹചര്യത്തിൽ കയറ്റുമതി അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്കുള്ള മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ പ്രായോഗികമാവുകയില്ല. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങളിൽ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വിദേശ രാജ്യങ്ങളിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിച്ച് വിപണിയിൽ ലഭ്യമാക്കാൻ സാധിക്കുന്ന ലൈസൻസിംഗ്/ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് അല്ലെങ്കിൽ സംയുക്ത സംരംഭം പോലുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങൾ മാത്രമായിരിക്കും പ്രായോഗികം.
- കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങൾ അടിസ്ഥാനപരമായി അവരുടെ സ്വന്തം രാജ്യത്ത് നിന്നാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. അവർ സ്വന്തം രാജ്യത്ത് ചരക്കുകൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും അവ വിദേശരാജ്യങ്ങളിലേക്ക് കപ്പൽ മാർഗ്ഗം അയക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രതിനിധികൾ, ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിപണനം ചെയ്യുന്നതിനായി തുടക്കത്തിൽ ചില സന്ദർശനങ്ങൾ നടത്തുന്നതൊഴിച്ചാൽ വിദേശ വിപണിയുമായി ഇവർക്ക് വലിയ ബന്ധമൊന്നുമുണ്ടാവില്ല. ഇത് കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പരിമിതിയാണ്. എന്നാൽ ഉപഭോക്താക്കളോട് ഏറെ അടുത്തുള്ള തദ്ദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ഉപഭോക്താക്കളെ നന്നായി മനസ്സിലാക്കാനും അതിനനുസരിച്ച് സേവനങ്ങൾ നൽകാനും കഴിയുന്നു.

മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ച പരിമിതികളൊക്കെ ഉണ്ടെങ്കിലും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്ന തുടക്കക്കാർ ഏറ്റവും താൽപര്യപ്പെടുന്നത് കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും തന്നെയാണ്. സാധാരണയായി സ്ഥാപനങ്ങൾ അവരുടെ രാജ്യാന്തര പ്രവർത്തനങ്ങൾ കയറ്റുമതിവഴിയും ഇറക്കുമ

തിവഴിയും തുടങ്ങുകയും ക്രമേണ വിദേശ വിപണിയുമായും പ്രവർത്തന രീതികളുമായും പരിചിതമാകുമ്പോൾ സാഹചര്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നതിനുള്ള മറ്റ് മാർഗ്ഗങ്ങളിലേക്ക് മാറുകയും ചെയ്യുന്നു.

11.2.2 കരാറടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള ഉൽപ്പാദനം [Contract Manufacturing]

ഒരു സ്ഥാപനം വിദേശരാജ്യങ്ങളിലെ ഒന്നോ അതിലധികമോ തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകരുമായി ചില സാധനങ്ങളോ അതിന്റെ ഘടകങ്ങളോ സ്ഥാപനത്തിന്റെ നിർദ്ദേശാനുസരണം ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള കരാറിൽ ഏർപ്പെടുന്നതിനെയാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലെ കരാർ ഉൽപ്പാദനം എന്ന് പറയുന്നത്. പുറംകരാർ എന്നറിയപ്പെടുന്ന കരാർ ഉൽപ്പാദനം മൂന്ന് വിധത്തിൽ നടത്താം.

- ചില ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഭാഗങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിന് പുറം രാജ്യങ്ങളിൽ കരാർ നൽകുന്ന രീതി. ഉദാഹരണത്തിനു ഒരു കാർ നിർമ്മാണ കമ്പനി അവരുടെ സ്പെയർ പാർട്സ് മറ്റൊരു രാജ്യത്ത് ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കരാർ നൽകുന്നു.
- മറ്റ് സ്ഥലങ്ങളിൽ നിർമ്മിച്ച ഘടകങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർത്ത്, ഉദാഹരണമായി ഹാർഡ് ഡിസ്ക്, മദർ ബോർഡ്, സി.ഡി.ഡ്രൈവ്, മോഡം ചിപ്പ് തുടങ്ങിയ ഘടകങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് കമ്പ്യൂട്ടർ നിർമ്മിക്കുന്നതുപോലെ അന്തിമ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുക.
- തുണിത്തരങ്ങൾ പോലെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പൂർണ്ണമായും നിർമ്മിക്കുക.

  തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകർ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുകയോ ഘടകങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർക്കുകയോ ചെയ്യുന്നത് വിദേശ കമ്പനികൾ നൽകുന്ന നിർദ്ദേശങ്ങൾക്കനുസരിച്ചും സാങ്കേതികവിദ്യ അനുസരിച്ചും ആയിരിക്കും. ഇങ്ങനെ തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകർ ഉൽപ്പാദിപ്പിച്ചതോ ഘടകങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർത്ത് ഉണ്ടാക്കിയതോ ആയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ആഗോള സ്ഥാപനത്തിലേക്ക് അവരുടെ അന്തിമ ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ കൂട്ടിച്ചേർക്കാനോ അല്ലെങ്കിൽ ഉൽപ്പാദനം പൂർത്തിയാക്കിയ ഉൽപ്പന്നമായി അവരുടെ ബ്രാൻഡ് പേരിൽ തന്നെ സ്വന്തം രാജ്യവും വിദേശ രാജ്യവും ഉൾപ്പടെ വിവിധ രാജ്യങ്ങളിൽ വിൽപ്പന നടത്താനോ ആയി എത്തിച്ച് കൊടുക്കുന്നു. പ്രധാനപ്പെട്ട ആഗോള കമ്പനികളായ നൈക്ക്, റീബൊക്ക്, ലെവീസ്, റാംഗ്ളർ തുടങ്ങിയ കമ്പനികൾ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും ഘടകങ്ങളുമെല്ലാം ഇത്തരത്തിൽ വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ കരാർ ഉൽപ്പാദനത്തിലൂടെയാണ് നിർമ്മിക്കുന്നത്.

നേട്ടങ്ങൾ [Advantages]

കരാർ ഉൽപ്പാദനം കൊണ്ട് വിദേശ രാജ്യങ്ങളിലുള്ള തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകർക്കും ആഗോള കമ്പനികൾക്കും ഒരുപോലെ നേട്ടങ്ങൾ ഉണ്ട്.

ഉൽപ്പാദന സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുന്നതിന് വേണ്ട നിക്ഷേപങ്ങളൊന്നും നടത്താതെ തന്നെ ആഗോള സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വൻതോതിൽ ചരക്കുകൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കരാർ ഉൽപ്പാദനം സഹായിക്കുന്നു. ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾ വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നിലവിൽ ഉള്ള ഉൽപ്പാദന സൗകര്യങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നു.

- വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിൽ നിക്ഷേപങ്ങളൊന്നും ആവശ്യമില്ലാത്തതുകൊണ്ട് കരാർ ഉൽപ്പാദനം വഴിയുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ നിക്ഷേപ നഷ്ടസാധ്യത തീരെയില്ല എന്ന് പറയാം.
- അസംസ്കൃതവസ്തുക്കളുടെയും തൊഴിലാളികളുടെയും ചെലവ് കുറവുള്ള രാഷ്ട്രങ്ങ

ളിലെ ഉൽപ്പാദകരെക്കൊണ്ട് ഉൽപ്പാദനം നടത്തുന്നതുകൊണ്ട് കരാർ ഉൽപ്പാദനം നടത്തുന്ന ആഗോള കമ്പനികൾക്ക് ചുരുങ്ങിയ ചെലവിൽ ഉൽപ്പാദനം നടത്താൻ കഴിയുന്നു.

- വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ തദ്ദേശീയ കമ്പനികൾക്കും കരാർ ഉൽപ്പാദനം കൊണ്ട് നേട്ടങ്ങൾ ഉണ്ട്. അധികമുള്ള അവരുടെ ഉൽപ്പാദനശേഷി കരാർ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലഭിക്കുന്ന ഉൽപ്പാദനജോലികളിലൂടെ ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുകയും അങ്ങിനെ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഉടൻ വിപണി ലഭ്യത ഉറപ്പാവുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത്തരത്തിലാണ് ഭാരതത്തിൽ ഗോദ്റെജ് ഗ്രൂപ്പ് കമ്പനികൾ കരാർ ഉൽപ്പാദനത്തിലൂടെ നേട്ടങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്നത്. അവർ കരാർ അടിസ്ഥാനത്തിൽ റോക്കിറ്റ് ആൻറ് കോൾമാൻ എന്ന ആഗോള കമ്പനിക്ക് വേണ്ടി ഡെറ്റോൾ സോപ്പ് ഉൾപ്പടെ നിരവധി ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നു. ഇത് അവരുടെ അധികമുള്ള സോപ്പ് ഉൽപ്പാദനശേഷി ഫലപ്രദമായി വിനിയോഗിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു.

- തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകർക്ക് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാനുള്ള അവസരം കൂടി കരാർ ഉൽപ്പാദനത്തിലൂടെ ലഭിക്കുന്നു. ഒപ്പം തന്നെ കരാർ നൽകുന്ന ആഗോള സ്ഥാപനം ഇങ്ങനെ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അവരുടെ രാജ്യത്തോ മറ്റേതെങ്കിലും വിദേശരാജ്യത്തോ നൽകണം എന്ന് ആവശ്യപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ കയറ്റുമതിക്ക് ലഭിക്കുന്ന ആനുകൂല്യങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള അവസരവും ഇവർക്ക് ലഭിക്കുന്നു.

- വിദേശ രാജ്യങ്ങളിൽ നിക്ഷേപങ്ങൾ കുറവായതിനാൽ നിക്ഷേപ നഷ്ട സാദ്ധ്യത കുറവായിരിക്കും.

പരിമിതികൾ [Limitations]

ആഗോള കമ്പനികൾക്കും വിദേശ രാജ്യങ്ങളിലെ തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകർക്കും കരാർ ഉൽപ്പാദനം കൊണ്ടുണ്ടാകാവുന്ന പരിമിതികൾ ചുവടെ വിവരിക്കുന്നു.

- തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകർ പലപ്പോഴും ഗുണമേന്മയുടെ കാര്യത്തിലും രൂപകൽപനയുടെ കാര്യത്തിലും മറ്റും നിശ്ചിത നിലവാരം കാത്തുകൊള്ളണമെന്നില്ല. തന്മൂലം ആഗോള കമ്പനികൾക്ക് ഗുരുതരമായ ഗുണനിലവാര പ്രശ്നങ്ങൾ നേരിടേണ്ടി വന്നേക്കാം.

- വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ തദ്ദേശീയ ഉൽപ്പാദകർക്ക് ഉൽപ്പാദന പ്രക്രിയയിലെ നിയന്ത്രണം പൂർണ്ണമായും നഷ്ടപ്പെടും. കാരണം സാധനങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നത് കരാറിൽ പറഞ്ഞിരിക്കുന്ന കൃത്യമായ നിബന്ധനകൾക്കും മാനദണ്ഡങ്ങൾക്കും അനുസരിച്ചായിരിക്കണം.

- കരാർ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന തദ്ദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കരാറിൽ ഉൾപ്പെട്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സ്വതന്ത്രമായി വിൽക്കാനുള്ള അധികാരമില്ല. ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ആഗോള കമ്പനിക്ക് മുൻകൂട്ടി നിശ്ചയിച്ച വിലയ്ക്ക് തന്നെ വിൽക്കുകയും വേണം. ഇത് അവരുടെ ലാഭം കുറയ്ക്കുന്നതിന് കാരണമാകും, പ്രത്യേകിച്ച് പുറം വിപണിയിൽ ഈ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് കരാറിൽ സമ്മതിച്ച വിലയേക്കാൾ കൂടുതൽ വിലയുണ്ടെങ്കിൽ.

11.2.3 ലൈസൻസിംഗും ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗും [Licensing and Franchising]

ഒരു സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേറ്റന്റുകൾ, വ്യാപാര രഹസ്യങ്ങൾ, അല്ലെങ്കിൽ സാങ്കേതിക വിദ്യ തുടങ്ങിയവ വിദേശത്തുള്ള മറ്റൊരു സ്ഥാപനത്തിന് റോയൽറ്റി എന്ന പേരിൽ നിശ്ചിത ഫീസ്

ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് എന്നത് അടിസ്ഥാനപരമായി ലൈസൻസിംഗിന്റെ സവിശേഷ രൂപമാണ്. ഇതിൽ ഫ്രാഞ്ചൈസർ ഫ്രാഞ്ചൈസിക്ക് അദൃശ്യമായ വസ്തുക്കൾ (വ്യാപാരമുദ്രപോലുള്ള) വിൽക്കുന്നു എന്ന് മാത്രമല്ല ബിസിനസിൽ നിലനിൽക്കുന്ന കർശനമായ നിയമങ്ങൾ നടപ്പിൽ വരുത്തുന്നതിന് ഫ്രാഞ്ചൈസിയെ നിർബന്ധമായും സമ്മതിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ചാൾസ് ഡബ്ല്യൂ. എൽ. ഹിൽ

ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് എന്നത് ലൈസൻസിംഗിന്റെ ഒരു രൂപമാണ്. ഇതിൽ മാതൃകമ്പനി (ഫ്രാഞ്ചൈസർ) മറ്റൊരു സ്വതന്ത്ര വ്യക്തിത്വത്തിന് (ഫ്രാഞ്ചൈസിക്ക്) നിർദേശിക്കുന്ന രീതിയിൽ ബിസിനസ് നടത്തുന്നതിനുള്ള അവകാശം നൽകുന്നു. ഈ അവകാശ പ്രകാരം ഫ്രാഞ്ചൈസറുടെ ഉല്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാനും അവരുടെ ബ്രാന്റ് നാമം 'ഉൽപ്പാദന വിപണനതന്ത്രങ്ങൾ', പൊതുവ്യാപാര സമീപനങ്ങൾ എന്നിവ ഉപയോഗിക്കാനും കഴിയുന്നു.

ഡൊണാൾഡ്. ഡബ്ല്യൂ. ഹാക്കറ്റ്

വാങ്ങി വ്യാപാര ആവശ്യങ്ങൾക്ക് ഉപയോഗിക്കാൻ അനുവദിക്കുന്ന കരാറിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള സംവിധാനമാണ് ലൈസൻസിംഗ്. ഇങ്ങനെ അനുവാദം കൊടുക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളെ ലൈസെൻസർ എന്നും സാങ്കേതികവിദ്യയും മറ്റും ഉപയോഗിക്കാൻ അനുവാദം കിട്ടുന്ന വിദേശരാജ്യത്തിലെ സ്ഥാപനത്തെ ലൈസെൻസി എന്നും പറയുന്നു. ഇവിടെ സൂചിപ്പിക്കേണ്ട പ്രധാന വസ്തുത സാങ്കേതിക വിദ്യ മാത്രമല്ല ഇത്തരത്തിൽ ലൈസൻസ് ചെയ്യപ്പെടുന്നത് എന്നതാണ്. ഉദാഹരണമായി ഫാഷൻ വ്യവസായങ്ങളിൽ ഒരുപാട് വസ്ത്രാലങ്കാര വിദഗ്ധർ അവരുടെ പേര് ലൈസൻസ് ചെയ്യാറുണ്ട്. ചില സന്ദർഭങ്ങളിൽ രണ്ട് സ്ഥാപനങ്ങൾ തമ്മിൽ സാങ്കേതിക വിദ്യകൾ പരസ്പരം കൈമാറുന്നു. പലപ്പോഴും ഇത്തരത്തിൽ അറിവും സാങ്കേതികവിദ്യയും പേറ്റന്റുകളും ഒക്കെ പരസ്പരം കൈമാറാറുണ്ട്. ഇതിനെ പാരസ്പര്യ ലൈസൻസിംഗ് അഥവാ ക്രോസ് ലൈസൻസിംഗ് എന്ന് പറയാം.

ലൈസൻസിംഗ് പോലെ തന്നെയുള്ള ഒരു പദമാണ് ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ്. ഇവ രണ്ടും തമ്മിലുള്ള പ്രധാന വ്യത്യാസം, ലൈസൻസിംഗ് ചരക്കുകളുടെ ഉൽപ്പാദനവും വിപണനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഉപയോഗിക്കുന്ന പദമാണ്. എന്നാൽ ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് എന്ന പദം സേവനങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. മറ്റൊരു വ്യത്യാസം ലൈസൻസിംഗിനേക്കാൾ കൂടുതൽ കർശനമാണ് ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് എന്നതാണ്. ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗിൽ ഫ്രാഞ്ചൈസർ സാധാരണയായി എങ്ങിനെയാണ് ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തേണ്ടത് എന്നതിന് കർശനമായ നിയമങ്ങളും നിയന്ത്രണങ്ങളും ഫ്രാഞ്ചൈസിക്കുമേൽ ഏർപ്പെടുത്താറുണ്ട്. ഈ രണ്ട് വ്യത്യാസങ്ങൾ മാറ്റി നിർത്തിയാൽ ലൈസൻസിംഗും ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗും ഏതാണ്ട് ഒന്നുതന്നെയാണ് എന്ന് പറയാം. ലൈസൻസിംഗിനെപ്പോലെ തന്നെ ഒരു കക്ഷി നിശ്ചിത ഫീസ് വാങ്ങി നിശ്ചിത കാലയളവിലേക്ക് അവരുടെ സാങ്കേതികവിദ്യ, ട്രേഡ്മാർക്ക്, പേറ്റൻറ് തുടങ്ങിയവ ഉപയോഗിക്കാനുള്ള അവകാശം വിദേശത്തുള്ള മറ്റൊരു സ്ഥാപനത്തിന് നൽകുന്നതാണ് ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് കരാറിലും സംഭവിക്കുന്നത്. അനുവാദം നൽകുന്ന മാതൃകമ്പനിയെ ഫ്രാഞ്ചൈസർ എന്നും അതുപയോഗിക്കുന്ന കരാറിലെ രണ്ടാമത്തെ കമ്പനിയെ ഫ്രാഞ്ചൈസി എന്നും പറയുന്നു. ഫ്രാഞ്ചൈസർ ഏതെങ്കിലും ഒരു സേവന ദാതാവായിരിക്കും. അത് സ്വന്തമായി ഒരു ട്രേഡ്മാർക്ക് അഥവാ വ്യാപാരമുദ്രയിൽ സേവനങ്ങളുടെ ഉൽപ്പാദനത്തിലും വിപണനത്തിലും അനുപമമായ ഒരു രീതി അല്ലെങ്കിൽ തന്ത്രം സൃഷ്ടിക്കാൻ കഴിവുള്ള ഒരു റസ്റ്റോറൻറ്,

ഹോട്ടൽ, ട്രാവൽ ഏജൻസി, ബാങ്ക്, മൊത്തക്കച്ചവടക്കാർ അല്ലെങ്കിൽ ഒരു ചില്ലറക്കച്ചവടക്കാരൻ തുടങ്ങി ആരുമാകാം. തന്ത്രങ്ങളുടെ അതുല്യതയാണ് ഫ്രാഞ്ചൈസർക്ക് വിപണിയിൽ പ്രതിയോഗികളെ അപേക്ഷിച്ച് മുൻകൈ നൽകുന്നതും വരാൻ പോകുന്ന സേവനദാതാക്കളെ ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് സംവിധാനത്തിലേക്ക് ആകർഷിക്കുന്നതും കരാറിലേർപ്പെടാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നതും. മക്ഡൊണാൾഡ്, പിസ്സാ ഹട്ട്, വാൾമാർട്ട് തുടങ്ങിയ കമ്പനികൾ ലോകമെമ്പാടും പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഫ്രാഞ്ചൈസർമാരാണ്.

മേന്മകൾ [Advantages]

സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളെയും പൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ഉപകമ്പനികളെയും അപേക്ഷിച്ച്, അംഗീകരിക്കപ്പെട്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായോ സാങ്കേതിക വിദ്യകളുമായോ വൻ നിക്ഷേപമോ നഷ്ടസാധ്യതകളോ ഇല്ലാതെ വിദേശ വിപണിയിൽ പ്രവേശിക്കാനുള്ള എളുപ്പമാർഗ്ഗമാണ് ലൈസൻസിംഗും ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗും. സവിശേഷമായ ചില നേട്ടങ്ങൾ താഴെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

- ലൈസൻസിംഗ്/ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് രീതികളിൽ ലൈസൻസി അല്ലെങ്കിൽ ഫ്രാഞ്ചൈസി ആണ് ബിസിനസ് യൂണിറ്റ് തുടങ്ങുന്നതും സ്വന്തമായി മുതൽ മുടക്കുന്നതും. അതിനാൽ ലൈസൻസർ അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസർക്ക് വിദേശത്ത് പ്രായോഗികമായി പ്രത്യേകിച്ച് നിക്ഷേപങ്ങളൊന്നും വേണ്ടി വരുന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ആഗോള ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാനുള്ള ഏറ്റവും ചെലവ് കുറഞ്ഞ മാർഗ്ഗമാണ് ലൈസൻസിംഗും ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗും.
- ലൈസൻസർ അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസർ വിദേശ ബിസിനസിൽ നിക്ഷേപങ്ങളൊന്നും നടത്താത്തതിനാൽ ബിസിനസിന് എന്തെങ്കിലും നഷ്ടം സംഭവിച്ചാൽ അവർക്ക് അതിൽ പങ്കുകൊള്ളേണ്ടി വരില്ല.
- വിദേശ രാജ്യത്തെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ നോക്കി നടത്തുന്ന ലൈസൻസി അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസി ആ രാജ്യത്തെ പ്രാദേശിക വ്യക്തിയായതുകൊണ്ട് ബിസിനസ് സർക്കാർ ഏറ്റെടുക്കാനോ, സർക്കാരിന്റെ അമിതമായ ഇടപെടലിനോ സാധ്യത കുറവാണ്.
- ലൈസൻസി അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസി ഒരു പ്രാദേശിക വ്യക്തിയായതുകൊണ്ട് വിപണിയെക്കുറിച്ച് നല്ല അറിവും നല്ല ബന്ധങ്ങളും ഉണ്ടാവുകയും അത് ലൈസൻസർ അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസർക്ക് ആ രാജ്യത്തെ വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങൾ വിജയകരമായി നടത്താൻ സഹായകരമാവുകയും ചെയ്യും.
- ലൈസൻസിംഗ് അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ് കരാർ അനുസരിച്ച് കരാറിൽ ഉൾപ്പെട്ട കക്ഷികൾക്ക് മാത്രമേ വിദേശ രാജ്യങ്ങളിൽ നിയമപരമായി ലൈസൻസറുടെ അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസറുടെ പകർപ്പവകാശം, പേറ്റന്റ്, ബ്രാൻഡ് പേര് തുടങ്ങിയവ ഉപയോഗപ്പെടുത്താൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. തൽഫലമായി വിദേശ വിപണിയിൽ മറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്കൊന്നും ഈ വിപണി മുദ്രയോ പേറ്റൻറോ ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയില്ല.

പരിമിതികൾ [Limitations]

ലൈസൻസിംഗ് അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗിന് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനുള്ള മാർഗ്ഗമെന്ന നിലയിൽ താഴെ പറയുന്ന പരിമിതികൾ ഉണ്ട്.

- ലൈസൻസി അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസി ലൈസൻസ് അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസ് ചെയ്യപ്പെട്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിലും വിപണനം ചെയ്യുന്നതിലും വൈദഗ്ധ്യം നേടിക്കഴിഞ്ഞാൽ അതേ തരത്തിലുള്ള ഉൽപ്പന്നം ബ്രാൻഡ് പേരിൽ ചെറിയൊരു മാറ്റത്തോടെ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാനും വിപണനം ചെയ്യാനും ആരംഭിക്കാം. ഇത് ലൈസൻസർ അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസർക്ക് ശക്തമായ മത്സരം സൃഷ്ടിച്ചേക്കാം.

- കൃത്യമായി സൂക്ഷിച്ചില്ലെങ്കിൽ വ്യാപാര രഹസ്യങ്ങൾ വിദേശ വിപണിയിലെ മറ്റുള്ളവർ കൈവശപ്പെടുത്താം. ലൈസൻസി അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസിയുടെ ഭാഗത്ത് ഉണ്ടാകാവുന്ന ഇത്തരം വീഴ്ചകൾ ലൈസൻസർ അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസർക്ക് ഗണ്യമായ നഷ്ടം ഉണ്ടാക്കിയേക്കാം.
- കാലക്രമേണ ലൈസൻസർ അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസറും ലൈസൻസി അഥവാ ഫ്രാഞ്ചൈസിയും തമ്മിൽ കണക്ക് സൂക്ഷിക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ടോ റോയൽറ്റി നൽകുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ടോ ഉൽപ്പാദനത്തിലോ ഗുണനിലവാരത്തിന്റെ കാര്യത്തിലോ ഒക്കെ പലകാരണങ്ങളാലും അഭിപ്രായ വ്യത്യാസങ്ങൾ ഉണ്ടായേക്കാം. ഈ അഭിപ്രായ വ്യത്യാസങ്ങൾ ഇരു കക്ഷികൾക്കും നഷ്ടമുണ്ടാക്കുന്ന നിയമ നടപടികൾക്ക് വരെ കാരണമാകാം.

11.2.4 സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ [Joint Ventures]

വിദേശ വിപണിയിൽ പ്രവേശിക്കുന്നതിന് സാധാരണയായി ഉപയോഗിക്കുന്ന തന്ത്രമാണ് സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ. രണ്ടോ അതിലധികമോ സ്വതന്ത്രമായ സ്ഥാപനങ്ങൾ കൂട്ടായ ഉടമസ്ഥതയിൽ ഒരു സ്ഥാപനം തുടങ്ങുന്നതിനെയാണ് സംയുക്ത സംരംഭം എന്ന് പറയുന്നത്. വിശാലമായ അർത്ഥത്തിൽ ഒരു നിശ്ചിത കാലത്തേക്കെങ്കിലും സഹകരണം ഉറപ്പാക്കുന്ന ഏതൊരു കൂട്ടുകെട്ടിനെയും സംയുക്ത സംരംഭം എന്ന് പറയാം. പ്രധാനമായും മൂന്ന് രീതിയിൽ സംയുക്ത ഉടമസ്ഥതാ സംരംഭങ്ങൾ ആരംഭിക്കാം.

i. വിദേശ നിക്ഷേപകർ ഒരു തദ്ദേശ കമ്പനിയുടെ അവകാശം വില കൊടുത്ത് വാങ്ങാം.
ii. ഒരു തദ്ദേശ സ്ഥാപനം നിലവിലുള്ള ഒരു വിദേശ സ്ഥാപനത്തിലെ അവകാശം വില കൊടുത്ത് വാങ്ങാം
iii. തദ്ദേശ സംരംഭകരും വിദേശ സംരംഭകരും കൂടി പുതിയ ഒരു സ്ഥാപനം തുടങ്ങാം.

മേന്മകൾ [Advantages]

സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രധാന മേന്മകൾ ഇവയാണ്.

- തദ്ദേശ പങ്കാളികൾ കൂടി ഇത്തരം സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഓഹരി മൂലധനം നൽകുന്നതുകൊണ്ട് അന്തർദ്ദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ആഗോളതലത്തിലേക്ക് വ്യാപിപ്പിക്കുന്നതിന് വലിയ മുതൽമുടക്ക് വേണ്ടിവരില്ല.
- ഭീമമായ മൂലധന നിക്ഷേപവും കൂടുതൽ മാനുഷിക വിഭവശേഷിയും ആവശ്യമുള്ള പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കാൻ സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ ഏറെ സഹായകരമാണ്.
- മത്സര നിബന്ധനകൾ, സംസ്കാരം, ഭാഷ, രാഷ്ട്രീയ വ്യവസ്ഥിതി, ബിസിനസ് വ്യവസ്ഥിതി തുടങ്ങിയവയെ സംബന്ധിച്ച് തദ്ദേശ പങ്കാളികൾക്കുള്ള അറിവും പരിജ്ഞാനവും വിദേശ ബിസിനസ് സ്ഥാപനത്തിന് മെച്ചമുണ്ടാകാൻ ഉപകരിക്കും.
- പല സാഹചര്യങ്ങളിലും വിദേശ വിപണിയിൽ പ്രവേശിക്കുന്നത് ഏറെ ചെലവ് വരുന്നതും നഷ്ടസാധ്യതയുള്ളതും ആയിരിക്കും. സംയുക്ത സംരംഭത്തിലെ തദ്ദേശ പങ്കാളികളുമായി ചെലവും നഷ്ടസാധ്യതയും പങ്ക് വയ്ക്കുന്നതിലൂടെ ഇത് ലഘൂകരിക്കാൻ വിദേശ കമ്പനികൾക്ക് കഴിയും.

പരിമിതികൾ [Limitations]

സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളുടെ പ്രധാന പരിമിതികൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

- സംയുക്ത സംരംഭങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുന്ന വിദേശ കമ്പനികൾക്ക് അവരുടെ സാങ്കേതികവിദ്യയും വിപണന രഹസ്യങ്ങളുമെല്ലാം തദ്ദേശ പങ്കാളികളുമായി പങ്ക് വയ്ക്കുന്നതിലൂടെ അവ മറ്റുള്ളവർക്ക് ലഭ്യമാകാം എന്ന നഷ്ടസാധ്യത എല്ലായ്പ്പോഴും അഭിമുഖീകരിക്കേണ്ടിവരും.

- ഇരട്ട ഉടമസ്ഥത അഭിപ്രായ വ്യത്യാസങ്ങൾക്ക് കാരണമാവുകയും പിന്നീട് നിക്ഷേപ സ്ഥാപനങ്ങൾ തമ്മിൽ അധികാര തർക്കത്തിലേക്ക് നീങ്ങുകയും ചെയ്യാം.

11.2.5 പരിപൂർണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനങ്ങൾ [Wholly Owned Subsidiaries]

വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ പരിപൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം ആഗ്രഹിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ അനുവർത്തിക്കുന്ന അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിലേക്കുള്ള പ്രവേശന രീതിയാണ് പരിപൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനങ്ങൾ. വിദേശ കമ്പനിയിലെ നൂറ് ശതമാനം ഓഹരി മൂലധന നിക്ഷേപവും സ്വന്തമായി നടത്തി മാതൃകമ്പനി അതിന്റെ പരിപൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം സ്വായത്തമാക്കുന്നു. വിദേശ വിപണിയിലെ പരിപൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനം താഴെ പറയുന്ന രണ്ടിൽ ഏതെങ്കിലും ഒരു രീതിയിൽ സ്ഥാപിക്കാം.

i. പൂർണ്ണമായി പുതിയതായ ഒരു സ്ഥാപനം വിദേശത്ത് സ്ഥാപിച്ച് പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആരംഭിക്കുക. ഇതിനെ ഹരിതമേഖലാ സംരംഭം എന്നും പറയും.
ii. വിദേശരാജ്യത്ത് നിലവിലുള്ള സ്ഥാപനം സ്വന്തമാക്കി ആ സ്ഥാപനത്തിലൂടെ തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും വിപണനം നടത്തുകയും ചെയ്യുക.

മേന്മകൾ [Advantages]

വിദേശരാജ്യത്തുള്ള പരിപൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രധാന മേന്മകൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

- വിദേശ രാജ്യത്തുള്ള സ്ഥാപനത്തിന്റെയും പ്രവർത്തനങ്ങളുടെയും പരിപൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം മാതൃകമ്പനിക്ക് ലഭിക്കും.

വിദേശ വ്യാപാര നയം 2015 – 20 (Foreign Trade Policy (FTP) 2015-20)

2015 - 20 ലെ വിദേശ വ്യാപാര നയം സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വിദേശ വ്യാപാരത്തിൽ ഭാരതത്തിന്റെ വ്യാപാര അസന്തുലിതാവസ്ഥ കുറയ്ക്കുന്നതിനുള്ള പരിശ്രമത്തിന്റെ ഭാഗമായി ആഗോള വ്യാപാരത്തിന്റെ അടിത്തറ സൃഷ്ടിച്ച് ഇന്ത്യൻ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയുടെ വിവിധ മേഖലകൾക്ക് വേണ്ട സഹായങ്ങൾ നൽകി. മേക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ, ഡിജിറ്റൽ ഇന്ത്യ, സ്കിൽ ഇന്ത്യ, എക്സ്പോർട്ട് പ്രൊമോഷൻ മിഷൻ തുടങ്ങിയ പദ്ധതികളിലൂടെ ഭാരതത്തിന്റെ കയറ്റുമതി മേഖലയിൽ വൈവിധ്യവൽക്കരണം സാധ്യമാക്കി, ഒപ്പം കയറ്റുമതി ഇറക്കുമതിക്കുള്ള നിയമങ്ങളും ആനുകൂല്യങ്ങളും പരസ്പരം ബന്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്ത് ആഗോള മത്സരക്ഷമത നേടുന്നതിനായി സുസ്ഥിരമായതും ദീർഘകാലം നിലനിൽക്കുന്നതുമായ നയപരിതസ്ഥിതി പ്രദാനം ചെയ്യുന്നു. 2015 - 20 ലെ വിദേശ വ്യാപാര നയം രണ്ട് പ്രധാന പദ്ധതികൾ അവതരിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്.

1. പഴവർഗ്ഗങ്ങൾ, പൂക്കൾ, പച്ചക്കറികൾ, തേയില, കാപ്പി, സുഗന്ധവ്യഞ്ജനങ്ങൾ തുടങ്ങിയ കാർഷിക ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, കരകൗശല വസ്തുക്കൾ, കൈത്തറികൾ, ചണ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, തുണിത്തരങ്ങളും വസ്ത്രങ്ങളും, ഔഷധ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, ആയുർവേദ ഔഷധങ്ങൾ, വാഹന ഘടകങ്ങൾ, വാർത്താവിനിമയം, ഗതാഗതം, റെയിൽവേ, തുകൽ, മരം, കടലാസ് തുടങ്ങിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കയറ്റുമതിക്കുള്ള പദ്ധതികൾ. (Merchandise Exports from India Scheme)
2. ഭാരതത്തിന്റെ സേവന കയറ്റുമതി പദ്ധതി (Service Exporst from India Scheme [SEIS]): നിയമം, അക്കൗണ്ടിംഗ്, വാസ്തുശിൽപം, എഞ്ചിനീയറിംഗ്, വിദ്യാഭ്യാസം, ആശുപത്രി, ഹോട്ടൽ, റെസ്റ്റോറന്റ്, ട്രാവൽ ഏജന്റുമാർ, ടൂർ ഓപ്പറേറ്റർമാർ, മറ്റ് ബിസിനസ് സേവനങ്ങൾ എന്നിവയുടെ കയറ്റുമതിക്കുള്ള പദ്ധതികൾ

അവലംബം: വാണിജ്യ മന്ത്രാലയത്തിന്റെ വാർഷിക റിപ്പോർട്ട് 2016 – 17

- വിദേശ രാജ്യത്തെ ആശ്രിത കമ്പനിയുടെ മുഴുവൻ പ്രവർത്തനങ്ങളും നോക്കി നടത്തുന്നത് മാതൃകമ്പനിയായതുകൊണ്ട് സാങ്കേതിക വിദ്യയോ വ്യാപാര രഹസ്യങ്ങളോ മറ്റാരോടും വെളിപ്പെടുത്തേണ്ടതില്ല.

പരിമിതികൾ [Limitations]

വിദേശരാജ്യത്തുള്ള പരിപൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പ്രധാന പരിമിതികൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

- മാതൃകമ്പനിക്ക് വിദേശത്തുള്ള ആശ്രിത കമ്പനിയിൽ നൂറ് ശതമാനം ഓഹരി മൂലധന നിക്ഷേപം നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ വിദേശ നിക്ഷേപത്തിന് വേണ്ടത്ര സാമ്പത്തിക ശേഷി ഇല്ലാത്ത ചെറുകിട ഇടത്തരം കമ്പനികൾക്ക് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗം എന്ന നിലയിൽ ഈ രീതി അനുയോജ്യമല്ല.
- ആശ്രിത കമ്പനിയിലെ നൂറ് ശതമാനം ഓഹരി മൂലധന നിക്ഷേപവും മാതൃകമ്പനിയുടേതായതുകൊണ്ട് വിദേശത്തെ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ പരാജയപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ ഉണ്ടാകാവുന്ന നഷ്ടം മുഴുവനും മാതൃകമ്പനി സ്വയം വഹിക്കേണ്ടിവരും.
- ചില രാഷ്ട്രങ്ങൾ വിദേശ കമ്പനികളെ അവരുടെ രാജ്യത്ത് ഇത്തരത്തിലുള്ള നൂറ് ശതമാനം പൂർണ്ണ ആശ്രിത കമ്പനികൾ സ്ഥാപിക്കാൻ അനുവദിക്കാറില്ല. അതുകൊണ്ട് ഇത്തരം അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ഉയർന്ന തോതിലുള്ള രാഷ്ട്രീയ നഷ്ടസാധ്യതകൾ അഭിമുഖീകരിക്കേണ്ടിവരും.

11.3 കയറ്റുമതി-ഇറക്കുമതി നടപടിക്രമങ്ങളും രേഖകളും (Export- Import Procedures And Documentation)

ആഭ്യന്തര വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങളെക്കാൾ സങ്കീർണ്ണമാണ് അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങൾ. ആഭ്യന്തര വിപണിയിൽ സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുകയും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിന്റെ അത്രയും എളുപ്പമല്ല കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും. വിദേശ വ്യാപാരത്തിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ രാജ്യാതിർത്തി കടന്നു പോകുന്നതിനാലും വിദേശ വിനിമയ ഇടപാട് ഉള്ളതിനാലും ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ അതിർത്തി കടന്ന് മറ്റൊരു രാജ്യത്ത് എത്തുന്നതിന് മുമ്പായി നിരവധി നടപടിക്രമങ്ങൾ പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്. കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതി ഇടപാടുകൾ പൂർത്തീകരിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുകയാണ് തുടർന്ന് വരുന്ന ഭാഗങ്ങളിൽ.

11.3.1 കയറ്റുമതി നടപടിക്രമങ്ങൾ (Export Procedures)

ഒരോ കയറ്റുമതി ഇടപാടിന്റെയും ഘട്ടങ്ങളും നടപടിക്രമങ്ങളും വ്യത്യസ്തമാണ്. ഒരു സാധാരണ കയറ്റുമതി ഇടപാടിൽ ഉൾപ്പെടുന്ന നടപടിക്രമങ്ങൾ ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.

I) അന്വേഷണങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുകയും ക്വട്ടേഷനുകൾ അയക്കുകയും ചെയ്യൽ (Receipt of enquiry and sending quotations) : ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യാനുള്ളവർ കയറ്റുമതിക്കാരോട് കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വില, ഗുണനിലവാരം, കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള നിബന്ധനകൾ, വ്യവസ്ഥകൾ എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിവരങ്ങൾ അറിയുന്നതിനായി അന്വേഷണം നടത്തുന്നു. ഈ ആവശ്യത്തിനുവേണ്ടി ഇറക്കുമതിക്കാർ കൊടുക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളിലൂടെയും കയറ്റുമതിക്കാരന് ഇക്കാര്യം അറിയാൻ കഴിയും. ഈ അന്വേഷണത്തിന് മറുപടിയായി കയറ്റുമതിക്കാ

രൻ ഇറക്കുമതിക്കാരന് വിലനിരക്ക് (quotations) അയച്ചുകൊടുക്കുന്നു. ഈ പ്രമാണത്തെ പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സ് (Proforma invoice) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. കയറ്റുമതിക്കാരൻ വിൽക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിലയെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾക്ക് പുറമെ സാധനങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ, നിലവാരം, വലിപ്പം, തൂക്കം, ചരക്കുകൾ എത്തിച്ചുകൊടുക്കുന്ന രീതി, പാക്കിംഗ് രീതി, പണമിടപാട് രീതി തുടങ്ങിയ വിവരങ്ങളും പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നു.

II) ഓർഡർ അല്ലെങ്കിൽ ഇൻഡന്റ് സ്വീകരിക്കൽ (Receipt of order or indent) : കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ നിർദ്ദേശങ്ങളും വ്യവസ്ഥകളും വിലയും ഇറക്കുമതിക്കാരന് സ്വീകാര്യമായാൽ അയാൾ സാധനങ്ങൾ അയക്കുന്നതിനുള്ള ഓർഡർ കൊടുക്കുന്നു. ഈ ഓർഡറിനെ 'ഇൻഡെന്റ്' എന്നു വിളിക്കുന്നു. ഇതിൽ ഓർഡർ ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരണങ്ങൾ, വിലവിവരം, ചരക്കുകൾ എത്തിച്ചുകൊടുക്കുന്ന രീതി, പാക്കിംഗ് രീതി തുടങ്ങിയ വിവരങ്ങൾ കാണിക്കുന്നു.

III) ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ തിരിച്ചടവു ശേഷി പരിശോധിക്കുകയും പണം ലഭിക്കുമെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുകയും ചെയ്യുക (Assessing importer's credit worthiness and securing a guarantee for payment): ഇൻഡെന്റ് കിട്ടിയതിനുശേഷം കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ തിരിച്ചടവുശേഷി പരിശോധിക്കുന്നു. ഉൽപ്പന്നം ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ കയ്യിൽ എത്തിയതിനുശേഷം പണം തരാതിരുന്നാലുള്ള നഷ്ടസാധ്യത കണ്ടെത്തുന്നതിന് വേണ്ടിയാണ് ഇത്തരം അന്വേഷണങ്ങൾ നടത്തുന്നത്. ഇത്തരം നഷ്ടസാധ്യത ലഘൂകരിക്കുന്നതിന് എല്ലാ കയറ്റുമതിക്കാരും ഇറക്കുമതിക്കാരിൽ നിന്ന് ഒരു ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് (Letter of Credit) വാങ്ങുന്നു. കയറ്റുമതി ബില്ലിലെ നിശ്ചിത തുക കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്കിന് നൽകാമെന്ന് പറഞ്ഞു കൊണ്ട് ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്ക് കൊടുക്കുന്ന ഉറപ്പാണ് ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്. അന്താരാഷ്ട്ര പണമിടപാടുകൾ തീർപ്പാക്കുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും അനുയോജ്യവും സുരക്ഷിതവുമായ രീതിയാണ് ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്.

IV) കയറ്റുമതി ലൈസൻസ് കരസ്ഥമാക്കുക (Obtaining export licence): പണം കിട്ടുമെന്ന് ഉറപ്പാക്കിയതിനു ശേഷം കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനം കയറ്റുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിയമപരമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ നിന്നുള്ള കയറ്റുമതി ഇന്ത്യൻ കസ്റ്റംസ് നിയമ പ്രകാരമാണ് നടക്കുന്നത്. ഇതിൻപ്രകാരം കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനം നിർബന്ധമായും കയറ്റുമതി ലൈസൻസ് എടുത്തിരിക്കണം. കയറ്റുമതി ലൈസൻസ് ലഭിക്കുന്നതിന് താഴെപ്പറയുന്ന മുൻകൂർ നടപടികൾ ആവശ്യമാണ്.

- റിസർവ്വ് ബാങ്ക് ഓഫ് ഇന്ത്യ അംഗീകരിച്ച ഏതെങ്കിലും ഒരു ബാങ്കിൽ അക്കൗണ്ട് തുടങ്ങി അക്കൗണ്ട് നമ്പർ നേടേണ്ടതാണ്.
- ഡയറക്ടർ ജനറൽ ഓഫ് ഫോറിൻ ട്രെയിഡിൽ നിന്നോ കയറ്റുമതി-ഇറക്കുമതി റീജിയണൽ ലൈസൻസ് അതോറിറ്റിയിൽ നിന്നോ ഒരു ഇറക്കുമതി-കയറ്റുമതി കോഡ് നമ്പർ (IEC Number) ലഭിക്കണം.
- അനുയോജ്യമായ കയറ്റുമതി പ്രോൽസാഹന സമിതിയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്തിരിക്കണം.
- പണമിടപാട് നടക്കാത്തതുമൂലം ഉണ്ടാവാൻ സാധ്യതയുള്ള നഷ്ടത്തിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം കിട്ടുന്നതിനുവേണ്ടി എക്സ്പോർട്ട് ക്രെഡിറ്റ് ഗ്യാരണ്ടി കോർപ്പറേഷനിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടതാണ്.

കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രമാണങ്ങളിൽ IEC നമ്പർ (Import Export Code Number) കാണിക്കേണ്ടതിനാൽ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ നിർബന്ധമായും ഈ നമ്പർ കരസ്ഥമാക്കിയിരിക്കണം. ഇറക്കുമതി

ക്കാരനെയോ കയറ്റുമതിക്കാരനെയോ സംബന്ധിച്ച ചെറുവിവരണം (പ്രൊഫൈൽ), ആവശ്യമായ ഫീസ് അടച്ചതിന്റെ ബാങ്ക് രസീത്, ബാങ്കിൽ നിന്ന് നിർദ്ദിഷ്ട ഫോറത്തിൽ വാങ്ങിയ സാക്ഷ്യപത്രം, ബാങ്കർ സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തിയ രണ്ട് ഫോട്ടോ, കരിമ്പട്ടികയിൽപ്പെടുത്തിയ സ്ഥാപനങ്ങളുമായി ബന്ധമില്ല എന്ന് കാണിക്കുന്ന സത്യവാങ്മൂലം എന്നിവയുൾപ്പെടെ ഡയറക്ടർ ജനറൽ ഫോർ ഫോറിൻ ട്രേഡിന് (Director General for Foreign Trade -(DGFT)) അപേക്ഷ സമർപ്പിച്ചാൽ ഐ.ഇ.സി നമ്പർ ലഭിക്കും.

എല്ലാ കയറ്റുമതിക്കാരും അവർക്കനുയോജ്യമായ കയറ്റുമതി വികസന സമിതിയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യണമെന്ന് നിർബന്ധമാണ്. പലതരത്തിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനുവേണ്ടി എഞ്ചിനീയറിംഗ് എക്സ്പോർട്ട് പ്രമോഷൻ കൗൺസിൽ (Engineering Export Promotion Council (EEPC)), അപ്പാരൽ എക്സ്പോർട്ട് പ്രമോഷൻ കൗൺസിൽ (Apparel Export Promotion Council (AEPC)) എന്നിങ്ങനെ പലതരത്തിലുള്ള കയറ്റുമതി വികസന സമിതികൾ ഭാരത സർക്കാർ രൂപീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. കയറ്റുമതി വികസന സമിതിയെക്കുറിച്ച് ഈ അധ്യായത്തിലെ മറ്റൊരു ഭാഗത്ത് ചർച്ച ചെയ്യുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ, ഇക്കാര്യം ഇവിടെ സൂചിപ്പിക്കാൻ കാരണം, കയറ്റുമതിക്കാരൻ നിർബന്ധമായും അനുയോജ്യമായ ഒരു കയറ്റുമതി വികസന സമിതിയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് രജിസ്ട്രേഷൻ കം മെമ്പർഷിപ്പ് സർട്ടിഫിക്കറ്റ് (Registration cum Membership Certificate (RCMC)) കരസ്ഥമാക്കിയാൽ മാത്രമേ അവർക്ക് സർക്കാരിൽ നിന്ന് ആനുകൂല്യങ്ങൾ ലഭിക്കുകയുള്ളൂ. അന്തർദ്ദേശീയ പണമിടപാടിലുള്ള രാഷ്ട്രീയവും വാണിജ്യപരവുമായ നഷ്ടസാധ്യതയിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം ലഭിക്കുന്നതിന് എക്സ്പോർട്ട് ക്രെഡിറ്റ് ഗ്യാരന്റി കമ്മീഷനിൽ (Export Credit Guarantee Commission (ECGC)) രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ടത് അത്യാവശ്യമാണ്. കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് വാണിജ്യ ബാങ്കിൽ നിന്നും മറ്റ് സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും സാമ്പത്തിക സഹായം ലഭ്യമാകുന്നതിന് ഈ അംഗത്വം സഹായിക്കും.

V) കയറ്റുമതിക്കാവശ്യമായ ധനസമാഹരണം (Obtaining pre-shipment finance): ഓർഡർ ഉറപ്പിക്കുകയും ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് കിട്ടുകയും ചെയ്തുകഴിഞ്ഞാൽ കയറ്റുമതിക്കുള്ള ഉൽപന്നങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ പണം സ്വരൂപിക്കുന്നതിനായി കയറ്റുമതിക്കാരൻ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ബാങ്കിനെ സമീപിക്കുന്നു. ആവശ്യമായ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളും മറ്റ് ഘടകങ്ങളും ശേഖരിക്കുക, സാധനങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുക, പാക്കേജിംഗ് നടത്തുക, ഉൽപ്പന്നം തുറമുഖത്ത് എത്തിക്കുന്നതുവരെയുള്ള ചെലവുകൾ വഹിക്കുക തുടങ്ങിയ ആവശ്യങ്ങൾക്കുവേണ്ടിയാണ് ധനസമാഹരണം നടത്തുന്നത്.

VI) സാധനങ്ങളുടെ ഉൽപ്പാദനവും ശേഖരണവും (Production or procurement of goods): ഉൽപ്പാദനത്തിനാവശ്യമായ പണം സ്വരൂപിച്ചതിന് ശേഷം കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ ആവശ്യത്തിനനുസരിച്ചുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ സംഘടിപ്പിക്കുന്നു. അയാൾക്ക് സാധനങ്ങൾ സ്വന്തമായി ഉൽപാദിപ്പിക്കുകയോ വിപണിയിൽ നിന്ന് വാങ്ങിക്കുകയോ ചെയ്യാം.

VII) കയറ്റുമതിക്ക് മുൻപുള്ള പരിശോധന (Pre-shipment inspection): നല്ല ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാത്രം കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനുവേണ്ടി ഭാരത സർക്കാർ പല നടപടികളും കൈക്കൊണ്ടിട്ടുണ്ട്. അതിൽ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട നടപടിയാണ് സർക്കാർ നിർദ്ദേശിച്ചിട്ടുള്ള ഏജൻസിയെക്കൊണ്ട് കയറ്റുമതി വസ്തുക്കൾ നിർബന്ധമായും പരിശോധിപ്പിക്കുക എന്നത്. ഇതിനായി എക്സ്പോർട്ട് ക്വാളിറ്റി കൺട്രോൾ ആന്റ് ഇൻസ്പെക്ഷൻ

നിയമം 1963 (Export Qualtiy Cotnrol and Inspection Act,1963) പാസാക്കുകയും ചില ഏജൻസികളെ പരിശോധനാ ഏജൻസികളായി അംഗീകരിക്കുകയും ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. കയറ്റുമതിക്കാർ അത്തരം അംഗീകാരമുള്ള കയറ്റുമതി പരിശോധന ഏജൻസിയെ (Export Inspection Agency – (EIA)) സമീപിച്ച് പരിശോധനാ പ്രമാണം നേടേണ്ടതാണ്. കയറ്റുമതി സമയത്ത് മറ്റ് പ്രമാണങ്ങളോടൊപ്പം കയറ്റുമതിക്ക് മുമ്പുള്ള പരിശോധനാ പ്രമാണവും സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്. എന്നാൽ സ്റ്റാർ ട്രേഡിങ് ഹൗസുകൾ, ട്രേഡിങ് ഹൗസുകൾ, എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസുകൾ, എക്സ്പോർട്ട് പ്രോസസിംഗ് സോൺ / സ്പെഷ്യൽ എക്കണോമിക് സോൺ (Export Processing Zones/Special Economic Zones – (EPZs/SEZs)) എന്നിവയിലെ വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾ, നൂറുശതമാനം കയറ്റുമതിക്ക് വേണ്ടി രൂപീകരിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ (100% Export Oriented Units – (EoUs)) എന്നിവ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഈ പരിശോധനകൾ ആവശ്യമില്ല. ഇത്തരം കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങളെക്കുറിച്ച് മറ്റൊരിടത്ത് പിന്നീട് ചർച്ച ചെയ്യുന്നുണ്ട് .

VIII) എക്സൈസ് ക്ലിയറൻസ് (Excise clearance): കേന്ദ്ര എക്സൈസ് താരിഫ് ആക്ട് പ്രകാരം ഉൽപാദനത്തിന് ഉപയോഗിച്ച അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾക്ക് മേൽ എക്സൈസ് തീരുവ കൊടുക്കണം. അതുകൊണ്ട് കയറ്റുമതിക്കാരൻ അദ്ദേഹത്തിന്റെ മേഖലയിലെ എക്സൈസ് കമ്മീഷണർക്ക് ഇൻവോയ്സ് ഉൾപ്പെടെ അപേക്ഷ നൽകണം. അദ്ദേഹം സംതൃപ്തനാണെങ്കിൽ എക്സൈസ് ക്ലിയറൻസ് നൽകുന്നു. സാധനങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നത് കയറ്റുമതിക്ക് വേണ്ടിയാണെങ്കിൽ മിക്ക സമയങ്ങളിലും സർക്കാർ എക്സൈസ് തീരുവ ഒഴിവാക്കുകയോ അടച്ച എക്സൈസ് തീരുവ തിരിച്ചു നൽകുകയോ ചെയ്യുന്നു. കയറ്റുമതിക്കാർ കൂടുതൽ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനും കയറ്റുമതിക്കുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഗുണമേന്മ ഉറപ്പാക്കുന്നതിനും വേണ്ടിയാണ് സർക്കാർ എക്സൈസ് തീരുവ ഒഴിവാക്കുകയോ തിരിച്ചു കൊടുക്കുകയോ ചെയ്യുന്നത്. ഇങ്ങനെ എക്സൈസ് തീരുവ തിരിച്ചു കൊടുക്കുന്നതിനെ *'ചുങ്കം തിരിച്ചുനൽകൽ'* (dtuy drawback) എന്ന് പറയുന്നു. ഇത്തരം 'ചുങ്കം തിരിച്ചുനൽകൽ' ഇപ്പോൾ നിയന്ത്രിക്കുന്നത് ധനമന്ത്രാലയത്തിന് കീഴിലെ' ചുങ്കം തിരിച്ചു നൽകുന്നതിനുള്ള കാര്യാലയം' (Directorate of duty drawback) ആണ്. വ്യത്യസ്ത സാധനങ്ങളുടെ 'ചുങ്കം തിരിച്ചുനൽകൽ' നിരക്ക് തീരുമാനിക്കാനുള്ള ഉത്തരവാദിത്വവും ഇവർക്കാണ്. എന്നിരുന്നാലും ചുങ്കം തിരിച്ചു നൽകുന്നതിനുള്ള അംഗീകാരവും പണം തിരിച്ചുകൊടുക്കലും നോക്കിനടത്തുന്നത് സാധാരണ കയറ്റുമതി ചെയ്യാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന അതാത് തുറമുഖത്തിന്റെ/വിമാനത്താവളത്തിന്റെ /സ്ഥലത്തിന്റെ ചുമതലയുള്ള കസ്റ്റംസ് അല്ലെങ്കിൽ കേന്ദ്ര എക്സൈസ് കമ്മീഷണർ (Commissioner of Customs or Central Excise) ആണ് .

IX) ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം നേടുക (Obtaining Certificate of Origin): ചില പ്രത്യേക രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്ന് വരുന്ന സാധനങ്ങൾക്ക് ചില ഇറക്കുമതി രാജ്യങ്ങൾ താരിഫ് ഇളവുകളോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റു തരത്തിലുള്ള ഒഴിവാക്കലുകളോ നൽകുന്നു. ഇത്തരം പരിഗണനകൾ നേടുന്നതിനുവേണ്ടി ഇറക്കുമതിക്കാരൻ കയറ്റുമതിക്കാരനോട് ഒരു *'ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം' (Certificate of Origin)* അയക്കാൻ ആവശ്യപ്പെടുന്നു. സാധനങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്ത രാജ്യങ്ങളിൽ തന്നെയാണ് അവ ഉൽപാദിപ്പിച്ചത് എന്ന് തെളിയിക്കുന്നതിനായി ഉപയോഗിക്കുന്ന പ്രമാണമാണ്' ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം'. കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ രാജ്യത്ത് സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന

വ്യാപാര ആസ്ഥാനത്ത് (trade consulate) നിന്നാണ് ഈ സാക്ഷ്യപത്രം കിട്ടുന്നത്.

X). കപ്പലിൽ ചരക്ക് കയറ്റി അയയ്ക്കാനുള്ള സ്ഥലം ഉറപ്പാക്കൽ (Reservation of shipping space) : കപ്പലിൽ ചരക്ക് കയറ്റാനുള്ള സ്ഥലത്തിനുവേണ്ടി കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന കമ്പനി ഷിപ്പിംഗ് കമ്പനിക്ക് അപേക്ഷ നൽകുന്നു. ഏതു തരത്തിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നത്, കപ്പലിൽ കയറ്റാൻ സാധ്യതയുള്ള തീയതി, ഏത് തുറമുഖത്താണ് ഇറക്കേണ്ടത് എന്നീ കാര്യങ്ങൾ ഈ അപേക്ഷയിൽ കാണിച്ചിരിക്കണം. അപേക്ഷ കിട്ടിയതിനുശേഷം ഷിപ്പിംഗ് കമ്പനി 'കപ്പലിൽ ചരക്ക് കയറ്റുന്നതിനുള്ള അനുമതി പത്രം' (shipping order) പുറപ്പെടുവിക്കുന്നു. നിർദ്ദിഷ്ട തുറമുഖത്ത് നിന്ന് നിശ്ചിത ഉൽപ്പന്നം കസ്റ്റംസ് നടപടിക്രമങ്ങൾക്ക് (customs clearance) ശേഷം കപ്പലിൽ കയറ്റുന്നതിന് കപ്പലിന്റെ ക്യാപ്റ്റന് നൽകുന്ന നിർദ്ദേശമാണ് 'കപ്പലിൽ ചരക്ക്കയറ്റുന്നതിനുള്ള അനുമതി പത്രം' അഥവാ 'ഷിംപ്പിംഗ് ഓർഡർ'.

XI) സാധനങ്ങളുടെ പായ്ക്കിങ്ങും അയയ്ക്കലും (Packing and forwarding): അയക്കേണ്ട സാധനങ്ങൾ വളരെ കൃത്യമായി പായ്ക്ക് ചെയ്ത അതിനുപുറത്ത് ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ പേരും മേൽവിലാസവും മൊത്ത തൂക്കവും അറ്റ തൂക്കവും കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന തുറമുഖം, ഇറക്കുമതി ചെയ്യേണ്ട തുറമുഖം, ഏത് രാജ്യത്ത് നിന്നാണ് അയയ്ക്കുന്നത് മുതലായ കാര്യങ്ങൾ എഴുതേണ്ടതാണ്. തുടർന്ന് സാധനങ്ങൾ തുറമുഖത്ത് എത്തിക്കാൻ ആവശ്യമായ ഗതാഗതസൗകര്യം ഒരുക്കുന്നു. ഇതിനായി സാധനങ്ങൾ റെയിൽവേ വാഗണിൽ കയറ്റുമ്പോൾ റെയിൽവേ അധികാരികൾ ഒരു റെയിൽവേ രസീത് തരുന്നു. ഇത് സാധനത്തിന് മേലുള്ള കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ ഉടമസ്ഥാവകാശം ഉറപ്പുവരുത്തുന്നു. കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഈ റെയിൽവേ രസീത് അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഏജന്റിന്റെ പേരിൽ എൻഡോഴ്സ് ചെയ്യുകയും ഏജന്റ് സാധനം തുറമുഖത്ത് എത്തിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

XII) കയറ്റി അയക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഇൻഷുറൻസ് (Insurance of goods) : ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കടൽമാർഗ്ഗം കൊണ്ടുപോകുമ്പോൾ ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുള്ള നഷ്ടങ്ങളിൽ നിന്ന് സംരക്ഷണം കിട്ടുന്നതിനുവേണ്ടി കയറ്റുമതിക്കാരൻ സാധനങ്ങൾ ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിയിൽ ഇൻഷുർ ചെയ്യുന്നു.

XIII) കസ്റ്റംസ് നടപടിക്രമങ്ങൾ പാലിക്കൽ (Customs clearance): സാധനങ്ങൾ കപ്പലിലേക്ക് കയറ്റുന്നതിനു മുമ്പായി കസ്റ്റംസ് നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തിയാക്കേണ്ടതാണ്. ഇതിനായി കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഒരു *'ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ'* തയ്യാറാക്കേണ്ടതുണ്ട്. കസ്റ്റംസ് കാര്യാലയത്തിൽ നിന്ന് കയറ്റുമതിക്കുള്ള സമ്മതം ലഭിക്കുന്നതിന് സമർപ്പിക്കേണ്ട ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട പ്രമാണമാണ് 'ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ' (Shipping Bill). കയറ്റി അയയ്ക്കുന്ന സാധനങ്ങളുടെ വിവരങ്ങൾ, കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന കപ്പലിന്റെ പേര്, ഏത് തുറമുഖത്ത് നിന്നാണ് കയറ്റി അയക്കുന്നത്, എത്തിക്കേണ്ട രാജ്യം, കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ പേരും മേൽവിലാസവും എന്നീ വിവരങ്ങൾ ഷിപ്പിംഗ് ബില്ലിൽ കാണിക്കുന്നു. ഷിപ്പിംഗ് ബില്ലിന്റെ അഞ്ച് കോപ്പിയും താഴെപ്പറയുന്ന പ്രമാണങ്ങളും ഉൾപ്പെടെ കസ്റ്റംസ് ഹൗസിൽ ഉള്ള അപ്രൈസർക്ക് (മൂല്യം നിർണ്ണയിക്കുന്ന ആൾ) സമർപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

- കയറ്റുമതിക്കാരാർ അല്ലെങ്കിൽ കയറ്റുമതി ഓർഡർ
- ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്
- കൊമേഴ്സ്യൽ ഇൻവോയ്സ്
- ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം
- പരിശോധനാ സാക്ഷ്യപത്രം (ആവശ്യമാണെങ്കിൽ)
- മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി

ഈ പ്രമാണങ്ങൾ മുഴുവൻ നിർദ്ദിഷ്ട തുറമുഖത്തിലെ സൂപ്രണ്ടിന് സമർപ്പിക്കുമ്പോൾ, അവിടെ നിന്ന് 'വാഹന പ്രവേശനപത്രം' അഥവാ കാർട്ടിംഗ് ഓർഡർ (Cart ticket/carting order) ലഭിക്കുന്നു. തുറമുഖത്തിന്റെ ഗേറ്റിലുള്ള ഉദ്യോഗസ്ഥന് കപ്പൽച്ചരക്കുകൾ ഡോക്കിലേക്ക് കയറ്റാൻ അനുവാദം നൽകിക്കൊണ്ടുള്ള ആജ്ഞയാണ് 'കാർട്ടിംഗ് ഓർഡർ'. ഇത് കിട്ടിയതിനു ശേഷം ചരക്ക് തുറമുഖത്തെ അനുയോജ്യമായ കെട്ടിടത്തിലേക്ക് മാറ്റുന്നു. കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് ഇക്കാര്യങ്ങളൊക്കെ ചെയ്യാനുള്ള സമയക്കുറവുമൂലം ചുമതല ഒരു ഏജന്റിനെ ഏൽപ്പിക്കാറുണ്ട്. ഇത്തരം ഏജന്റുമാരെ 'ക്ലിയറിംഗ് ആന്റ് ഫോർവേർഡിംഗ് ഏജന്റ്' (Clearing and forwarding agent) എന്ന് വിളിക്കുന്നു.

XIV) മേറ്റിന്റെ രസീത് ലഭിക്കൽ (Obtaining mates receipt) : സാധനങ്ങൾ കപ്പലിൽ കയറ്റിയതിന് ശേഷം ആ കപ്പലിലെ മേറ്റ് അഥവാ കപ്പിത്താൻ കപ്പലിൽ കയറ്റിയ സാധനങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ അടങ്ങിയ ഒരു രസീത് തരുന്നു. ഇതിനെ മേറ്റ്സ് രസീത് (mates receipt) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. കപ്പലിന്റെ പേര്, ബെർത്ത്, കപ്പലിൽ കയറ്റിയ തീയതി, പാക്കേജുകളുടെ അടയാളപ്പെടുത്തൽ, പാക്കേജുകളുടെ എണ്ണം, കപ്പലിൽ സാധനങ്ങൾ കയറ്റുന്ന സമയത്ത് ചരക്കുകളുടെ അവസ്ഥ എന്നിവ ഈ പ്രമാണത്തിൽ ഉൾക്കൊള്ളിക്കുന്നു. ഈ രസീത് കിട്ടിയ ഉടൻ പോർട്ട് സൂപ്രണ്ട് ഇത് ക്ലിയറിംഗ് ആന്റ് ഫോർവേർഡിംഗ് ഏജന്റിന് കൈമാറുന്നു.

XV) കടത്തുകൂലി കൊടുക്കലും ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് നേടലും (Payment of freight and obtaining of bill of lading): ക്ലിയറിംഗ് ആന്റ് ഫോർവേർഡിംഗ് ഏജന്റ് കടത്തുകൂലി തിട്ടപ്പെടുത്തുന്നതിന് വേണ്ടി 'മേറ്റ്സ് രസീത്' കപ്പൽ കമ്പനിയെ ഏൽപ്പിക്കുന്നു. കടത്തുകൂലി കിട്ടിയതിനുശേഷം കപ്പൽകമ്പനി ഒരു ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് തരുന്നു. കപ്പൽകമ്പനി സാധനങ്ങൾ നിശ്ചയിച്ച തുറമുഖത്ത് എത്തിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി സ്വീകരിച്ചു എന്ന് തെളിയിക്കുന്ന രേഖയാണ് ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്. സാധനങ്ങൾ കപ്പലിനു പകരം വിമാനത്തിലൂടെയാണ് കയറ്റിയയ്ക്കുന്നതെങ്കിൽ കിട്ടുന്ന പ്രമാണമാണ് എയർവേ ബിൽ (Airway Bill).

XVI). ഇൻവോയ്സ് തയ്യാറാക്കൽ (Preparation of invoice): സാധനങ്ങൾ അയച്ചതിന് ശേഷം അവയുടെ ഇൻവോയ്സ് തയ്യാറാക്കുന്നു. അയച്ച സാധനത്തിന്റെ തൂക്കവും ഇറക്കുമതിക്കാരൻ കൊടുക്കേണ്ട പണവും ഇൻവോയ്സിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കും. ക്ലിയറിംഗ് ആന്റ് ഫോർവേർഡിംഗ് ഏജന്റ് ഇത് കസ്റ്റംസ് അധികാരികളെക്കൊണ്ട് സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തിക്കുന്നു.

XVII) പണം അടക്കുന്നത് ഉറപ്പുവരുത്തൽ (Securing payment): സാധനങ്ങൾ അയച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ കയറ്റുമതിക്കാരൻ ആ വിവരം ഇറക്കുമതിക്കാരനെ അറിയിക്കുന്നു. സാധനങ്ങൾ സ്വന്തം രാജ്യത്ത് എത്തിച്ചേർന്നാൽ അതിന്റെ ഉടമസ്ഥാവകാശം നേടുന്നതിനും കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസ് ലഭിക്കുന്നതിനും ഇറക്കുമതിക്കാരന് വിവിധ രേഖകൾ ആവശ്യമാണ്. ഇൻവോയ്സിന്റെ സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തിയ പകർപ്പുകൾ, ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്, പാക്കിംഗ് ലിസ്റ്റ്, ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി, സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ഓഫ് ഒറിജിൻ, ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് മുതലായവയാണ് അവ. കയറ്റുമതിക്കാർ ഈ രേഖകൾ അവരുടെ ബാങ്കർ മുഖേനയാണ് അയച്ചുകൊടുക്കുന്നത്. ഇതിനോടൊപ്പം അയയ്ക്കുന്ന വിനിമയബില്ല് സ്വീകരിച്ച് അംഗീകരിച്ചാൽ മാത്രമേ ഈ പ്രമാണങ്ങൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറാൻ പാടുള്ളൂ എന്ന നിബന്ധനയും ഉൾപ്പെടുത്തുന്നു.

ഇങ്ങനെ ആവശ്യമുള്ള രേഖകൾ ബാങ്കിൽ കൊടുത്ത് പണം കിട്ടുന്നത് ഉറപ്പാക്കുന്നതിനെ 'പ്രമാണങ്ങളുടെ ഉടമ്പടി' (Negotiation of the documents) എന്നു വിളിക്കുന്നു.

ഒരു നിശ്ചിത വ്യക്തിയ്ക്കോ ബില്ലിന്റെ കൈവശക്കാരനോ ഒരു നിശ്ചിത തുക നൽകാൻ ഇറക്കുമതിക്കാരനോട് ആജ്ഞാപിക്കുന്ന രേഖയാണ് വിനിമയ ബില്ല്. ഇത് രണ്ട് തരത്തിലുണ്ട്. സൈറ്റ് ഡ്രാഫ്റ്റ് (sight draft /document against sight) യൂസൻസ് ഡ്രാഫ്റ്റ് (usance draft /document against acceptance). സൈറ്റ് ഡ്രാഫ്റ്റുകളുടെ കാര്യത്തിൽ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ പണം നൽകുമ്പോഴാണ് പ്രമാണങ്ങൾ കൈമാറുന്നത്. എന്നാൽ യൂസൻസ് ഡ്രാഫ്റ്റിന്റെ കാര്യത്തിൽ പണം കൊടുക്കുന്നത് വിനിമയബില്ലിന്റെ കാലാവധി (ഉദാഹരണമായി 3 മാസത്തിന് ശേഷം) തീയതിയിലായിരിക്കും. കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്ക് ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്കിൽ നിന്ന് പണം സ്വീകരിച്ച് കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ അക്കൗണ്ടിൽ അടയ്ക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇറക്കുമതിക്കാരൻ പണം കൊടുക്കുന്നതുവരെ കയറ്റുമതിക്കാരൻ പണത്തിനായി കാത്തിരിക്കേണ്ടതില്ല. ഒരു ജാമ്യക്കത്ത് (letter of indemnity) ഒപ്പിട്ട് നൽകി അപ്പോൾതന്നെ കയറ്റുമതിക്കാരന് അദ്ദേഹത്തിന്റെ ബാങ്കിൽ നിന്ന് പണം കൈപ്പറ്റാൻ കഴിയും. ഇറക്കുമതിക്കാരൻ പണം നൽകാതിരുന്നാൽ ഉണ്ടാകാൻ സാധ്യതയുള്ള നഷ്ടം പലിശ സഹിതം കയറ്റുമതിക്കാരൻ ബാങ്കിന് കൊടുത്തുകൊള്ളാമെന്ന് ഉറപ്പുകൊടുക്കുന്ന പ്രമാണമാണ് 'ജാമ്യക്കത്ത്' അഥവാ ലെറ്റർ ഓഫ് ഇൻഡെമ്നിറ്റി. കയറ്റുമതിയുടെ പണം കിട്ടിയ ശേഷം കയറ്റുമതിക്കാരൻ ബാങ്കിൽ നിന്ന് സാക്ഷ്യപത്രം വാങ്ങുന്നു. നിശ്ചിത കയറ്റുമതിയുടെ വിനിമയബിൽ അടക്കമുള്ള എല്ലാ രേഖകളും ഇറക്കുമതിക്കാരന് നൽകിയ ശേഷം വിനിമയ നിയന്ത്രണ നിയമപ്രകാരം പണം സ്വീകരിച്ചുവെന്ന് സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്ന രേഖയാണ് ബാങ്ക് സർട്ടിഫിക്കറ്റ്.

11.3.2 ഇറക്കുമതി നടപടിക്രമങ്ങൾ (Import Procedures)

ഒരു വിദേശ രാജ്യത്തു നിന്ന് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്നതാണ് ഇറക്കുമതി. അതാത് രാജ്യത്ത് നിലവിലുള്ള ഇറക്കുമതി നയങ്ങൾ, കസ്റ്റംസ് നയങ്ങൾ, മറ്റ് നിയമപരമായ ആവശ്യകതകൾ മുതലായവയെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ഓരോ രാജ്യത്തെയും ഇറക്കുമതി നടപടിക്രമങ്ങളിൽ വ്യത്യാസമുണ്ട്. ഭാരതത്തിലേക്ക് സാധനങ്ങൾ കൊണ്ടുവരുന്നതിനുള്ള ഒരു മാതൃക ഇറക്കുമതി ഇടപാടിൽ ഉൾപ്പെടുന്ന വിവിധ നടപടികളാണ് ചുവടെ കൊടുത്തിട്ടുള്ളത്.

(i) കച്ചവട അന്വേഷണം (Trade enquiry)

ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനം ആദ്യമായി ചെയ്യേണ്ടത് ഇറക്കുമതി ചെയ്യേണ്ട ഉൽപന്നങ്ങൾ കയറ്റിയയയ്ക്കുന്ന രാജ്യങ്ങളുടെയും സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും വിവരം ശേഖരിക്കലാണ്. ഇറക്കുമതിക്കാരന് ഇത്തരം വിവരങ്ങൾ വ്യാപാര ഡയറക്ടറി, വ്യാപാര അസ്സോസിയേഷനുകൾ, വ്യാപാര സംഘടനകൾ എന്നിവയിൽ നിന്ന് ശേഖരിക്കാവുന്നതാണ്. രാജ്യങ്ങളെയും സ്ഥാപനങ്ങളെയും തിരിച്ചറിഞ്ഞു കഴിഞ്ഞാൽ കയറ്റുമതി നിബന്ധനകളെയും വിലയെയും കുറിച്ചുള്ള അന്വേഷണവുമായി ഇറക്കുമതിക്കാരൻ കയറ്റുമതി സ്ഥാപനത്തെ സമീപിക്കുന്നു. ഒരു ഇറക്കുമതി സ്ഥാപനം കയറ്റുമതിക്കാരന് സാധനങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള നിബന്ധനകളേയും വിലയേയും സംബന്ധിച്ച വിവരങ്ങൾ കൈമാറുന്നതിനായി എഴുതി തയ്യാറാക്കുന്ന അപേക്ഷയാണ് വ്യാപാര അന്വേഷണം.

വ്യാപാര അന്വേഷണം കിട്ടിക്കഴിഞ്ഞാൽ കയറ്റുമതിക്കാരൻ ക്വട്ടേഷൻ തയ്യാറാക്കുകയും അത് ഇറക്കുമതിക്കാരന് അയച്ചുകൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഈ ക്വട്ടേഷനെ പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സ് എന്ന് പറയുന്നു. കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഗുണമേന്മ, ഗ്രേഡ്,

കയറ്റുമതി ഇടപാടുകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രധാന രേഖകൾ
[Major Documents required in Connection with Export Transactions]

A. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രമാണങ്ങൾ [Documents related to goods]

• **കയറ്റുമതി ഇൻവോയിസ്** *[Export invoice]* : വ്യാപാരികൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങളുടെ അളവ്, മൊത്തം മൂല്യം, പാക്കേജുകളുടെ എണ്ണം, പാക്കിംഗിലെ മാർക്കുകൾ, ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്തെ തുറമുഖം, കപ്പലിന്റെ പേര്, ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് നമ്പർ, പണമടയ്ക്കൽ മുതലായ വിവരങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുത്തി നൽകുന്ന രേഖയാണിത്.

• **പാക്കിംഗ് ലിസ്റ്റ്** *[Packing list]:* പാക്കേജുകളിൽ അടങ്ങിയിട്ടുള്ള ചരക്കുകളുടെയും പായ്ക്കറ്റുകളുടെ എണ്ണത്തിന്റെയും വിശദാംശങ്ങളടങ്ങിയ പ്രസ്താവനയാണ് പാക്കിംഗ് ലിസ്റ്റ്. കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങളെയും അവയുടെ സ്വഭാവത്തെയും കുറിച്ചുള്ള വിശദാംശങ്ങളും പാക്കിംഗ് ലിസ്റ്റിൽ ഉണ്ടാകും.

• **ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം** *[Certificate of origin]:* ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിച്ച രാജ്യം ഏതാണെന്ന് വ്യക്തമാക്കുന്ന സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ആണ് ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം. ഇറക്കുമതിത്തീരുവയിൽ (താരിഫ്) ഇളവ് കിട്ടുന്നതിനും ചില നിർദ്ദിഷ്ട രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കുള്ള ക്വാട്ട നിയന്ത്രണം ഒഴിവാക്കുന്നത് പോലുള്ള മറ്റ് ഇളവുകൾ അവകാശപ്പെടാനും ഇറക്കുമതിക്കാരന് ഈ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ഉപയോഗിക്കാം. തെരഞ്ഞെടുത്ത രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള ചില ചരക്കുകളുടെ ഇറക്കുമതി നിരോധിക്കുമ്പോൾ ഈ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് കൂടി ആവശ്യമുണ്ട്. നിരോധിക്കപ്പെട്ട രാജ്യങ്ങളിൽ നിർമ്മിക്കുന്നവയല്ലെങ്കിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന രാജ്യത്തേയ്ക്ക് കൊണ്ടുപോകാൻ സാധിക്കും.

• **പരിശോധനാ സാക്ഷ്യപത്രം** *[Certificate of inspection]:* ഗുണമേന്മ ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിന് ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് അംഗീകൃത ഏജൻസികളുടെ പരിശോധന സർക്കാർ നിർബന്ധമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. കയറ്റുമതി (ഗുണമേന്മ നിയന്ത്രിക്കലും പരിശോധനയും) നിയമം, 1963 ന് കീഴിലുള്ള എക്സ്പോർട്ട് ഇൻസ്പെക്ഷൻ കൗൺസിൽ ഓഫ് ഇന്ത്യയാണ് അത്തരം ഗുണമേന്മാ നിയന്ത്രണം നടത്തുന്നതും കയറ്റുമതിക്ക് യോഗ്യമാണോ എന്ന് പരിശോധിച്ച് സർട്ടിഫിക്കറ്റുകൾ നൽകുന്നതും. ചില രാജ്യങ്ങൾ അവരുടെ രാജ്യത്തേയ്ക്ക് ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ഈ സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നിർബന്ധമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

B. കപ്പലിൽ കയറ്റി അയയ്ക്കുന്നതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രമാണങ്ങൾ
[Documents related to shipment]

• **മേറ്റ്സ് രസീത്** *[Mate's receipt]:* ചരക്കുകൾ കപ്പലിൽ കയറ്റിയ ശേഷം കപ്പലിന്റെ കമാൻഡിംഗ് ഓഫീസർ നൽകുന്ന രസീതാണിത്. കപ്പലിന്റെ പേര്, ബെർത്ത്, കയറ്റി അയച്ച തീയതി, പാക്കേജുകളുടെ വിവരണം, അടയാളങ്ങൾ, നമ്പരുകൾ, കപ്പലിലെ കാർഗോയുടെ അവസ്ഥ എന്നിവ ഇതിൽ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. മേറ്റ്സ് രസീത് ലഭിക്കാതെ ഷിപ്പിംഗ് കമ്പനി ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് നൽകാറില്ല.

• **ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ** *[Shipping Bill]:* കയറ്റുമതിക്കായി കസ്റ്റംസ് ഓഫീസ് അനുമതി നൽകുന്നതിന്റെ അടിസ്ഥാന രേഖയാണ് ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ. കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന വസ്തുക്കളുടെ വിശദാംശങ്ങൾ, കപ്പലിന്റെ പേര്, ചരക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്യാനുള്ള തുറമുഖം, ചരക്ക് എത്തേണ്ട സ്ഥലം, കയറ്റുമതിക്കാരുടെ പേര്, വിലാസം തുടങ്ങിയവ ഇതിൽ കാണിക്കുന്നു.

• **ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്** ***[Bill of lading]*** : ഒരു കപ്പൽ കമ്പനി, അവരുടെ കപ്പലിൽ കയറ്റിയിട്ടുള്ള ചരക്കുകളെക്കുറിച്ച് നൽകുന്ന ഔദ്യോഗിക രസീതാണ് 'ചരക്കുകയറ്റൽ ബിൽ' അഥവാ ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്. നിർദ്ദിഷ്ട തുറമുഖങ്ങളിലേക്ക് ചരക്കുകൾ കൊണ്ടുപോകുന്നതിനുള്ള നിബന്ധനകളും വ്യവസ്ഥകളും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇത് ചരക്കുകളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശം കാണിക്കുന്ന ഒരു രേഖയാണ് കൂടാതെ എൻസോഴ്സ് ചെയ്ത ഡെലിവറി മുഖാന്തിരം സ്വതന്ത്രമായി കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്.

• **വ്യോമയാന ബിൽ** ***[Airway Bill]*** : ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് പോലെ തന്നെ, സാധനങ്ങൾ വിമാനത്തിൽ സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ട് ഒരു വിമാനക്കമ്പനി നൽകുന്ന ഔദ്യോഗിക രേഖയാണ് എയർവേ ബിൽ. അതോടൊപ്പം തന്നെ സാധനങ്ങൾ ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്തേക്ക് കൊണ്ടുപോകാനുള്ള ചുമതലയും ഈ രേഖ നൽകുന്നു. ഇത് സാധനങ്ങൾക്കുമേലുള്ള ഉടമസ്ഥാവകാശ രേഖയുമാണ്. കൂടാതെ, എൻഡോഴ്സ്മെന്റ് & ഡെലിവറി മുഖാന്തിരം സ്വതന്ത്രമായി കൈമാറ്റം ചെയ്യാവുന്നതുമാണ്.

• **സമുദ്ര ഇൻഷുറൻസ് പത്രിക** ***[Marine insurance policy]*** : ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിയിലേക്ക് അടയ്ക്കുന്ന പ്രീമിയത്തിന് പ്രതിഫലമായി കടലിൽ വച്ച് ഉണ്ടാകുന്ന അപകടങ്ങൾ മൂലം ചരക്കുകൾക്കുണ്ടായ നഷ്ടത്തിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുത്തുകൊണ്ട് നഷ്ടപരിഹാരം നൽകുന്നത് സംബന്ധിച്ച് ഇൻഷുറൻസ് കമ്പനിയും (Insurer) പോളിസി എടുക്കുന്ന ആളും (Insured) തമ്മിൽ ഉണ്ടാക്കുന്ന ഉടമ്പടിയുടെ സാക്ഷ്യപത്രമാണ് സമുദ്ര ഇൻഷുറൻസ് പത്രിക.

• **വാഹന പ്രവേശനപത്രം** ***[Cart ticket]*** : വാഹന ടിക്കറ്റ്, വാഹന ചിറ്റ്, വാഹന പാസ്സ്, ഗേറ്റ് പാസ്സ് എന്നീ പേരുകളിലും ഇത് അറിയപ്പെടുന്നു. കയറ്റുമതിക്കാരനാണ് ഇത് തയ്യാറാക്കുന്നത്. കാർഗോയുടെ വിശദാംശങ്ങളായ കപ്പലിന്റെ പേര്, പാക്കേജുകളുടെ എണ്ണം, ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ നമ്പർ, ലക്ഷ്യസ്ഥാന തുറമുഖം, കാർഗോ കൊണ്ടുപോകുന്ന വാഹനത്തിന്റെ വിവരങ്ങൾ എന്നിവ ഇതിൽ രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

C. പണമടയ്ക്കലുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രമാണങ്ങൾ [Documents related to payment]

• **ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്** ***[Letter of credit]***: ഒരു നിശ്ചിത തുക വരെയുള്ള കയറ്റുമതി ബില്ലുകൾ കൊടുത്തുകൊള്ളാമെന്ന് ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്ക് കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്കിന് നൽകുന്ന ഉറപ്പാണ് ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്. അന്താരാഷ്ട്ര ഇടപാടുകൾ തീർപ്പാക്കുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും അനുയോജ്യവും സുരക്ഷിതവുമായ രീതിയാണ് ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്.

• **വിനിമയ ബില്ലുകൾ** ***[Bill of exchange]***. ഒരു നിശ്ചിത തുക നിശ്ചിത വ്യക്തിക്കോ, അയാൾ നിർദ്ദേശിക്കുന്ന മറ്റൊരാൾക്കോ, കൈവശക്കാരനോ നൽകാമെന്ന് സമ്മതിച്ച് എഴുതി തയ്യാറാക്കിയ പ്രമാണമാണ് വിനിമയബില്ല്. കയറ്റുമതി-ഇറക്കുമതി ഇടപാടിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ, നിശ്ചിത തുക ഒരു നിശ്ചിത വ്യക്തിക്ക് അടയ്ക്കാൻ ആവശ്യപ്പെട്ട് കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ പേരിൽ ഇത് തയ്യാറാക്കുന്നു. വിനിമയ ബില്ലിൽ ഉള്ള കാര്യങ്ങൾ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ അംഗീകരിച്ചാൽ മാത്രമേ കയറ്റുമതി സാധനങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശ രേഖകൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറുകയുള്ളൂ.

ബാങ്ക് നൽകുന്ന പണമടവ് സാക്ഷ്യപത്രം ***[Bank certificate of payment]*** : നിശ്ചിത കയറ്റുമതിയുടെ, വിനിമയ ബില്ലുകൾ ഉൾപ്പെടെയുള്ള പ്രമാണങ്ങൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് പണമടയ്ക്കാനായി നൽകിയെന്നും വിനിമയ നിയന്ത്രണ ചട്ടങ്ങളനുസരിച്ച് പണം കിട്ടിയെന്നും കാണിച്ചുകൊണ്ട് ബാങ്ക് കയറ്റുമതിക്കാരന് നൽകുന്ന സാക്ഷ്യപത്രമാണ് ബാങ്ക് പണമടവ് സാക്ഷ്യപത്രം.

രൂപകൽപന, വലിപ്പം, ഭാരം, വില എന്നിവയെക്കുറിച്ചുള്ള വിശദാംശങ്ങളും കയറ്റുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിബന്ധനകളും ഉൾക്കൊള്ളുന്ന പ്രമാണമാണ് പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സ്.

(ii) ഇറക്കുമതി ലൈസൻസ് കരസ്ഥമാക്കൽ [Procurement of import licence]: ചില ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലൈസൻസില്ലാതെ ഇറക്കുമതി ചെയ്യാമെങ്കിലും മറ്റുചില ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഇറക്കുമതിക്ക് ലൈസൻസ് ആവശ്യമാണ്. ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങൾക്ക് ഇറക്കുമതി ലൈസൻസ് ബാധകമാണോ എന്നറിയാൻ ഇറക്കുമതിക്കാരന് നിലവിലുള്ള കയറ്റുമതി-ഇറക്കുമതി നയത്തെ ആശ്രയിക്കാവുന്നതാണ്. ഇറക്കുമതി ലൈസൻസ് ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ ഇറക്കുമതി സാധ്യമാവുകയുള്ളൂവെങ്കിൽ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതി ലൈസൻസ് നേടേണ്ടതാണ്. ഇന്ത്യയിൽ ഓരോ ഇറക്കുമതിക്കാരനും കയറ്റുമതിക്കാരനും നിർബന്ധമായും ഡയറക്ടറേറ്റ് ഓഫ് ഫോറിൻ ട്രേഡിലോ (Directorate of Foreign Trade (DGFT)) റീജിയണൽ ഇംപോർട്ട് എക്സ്പോർട്ട് ലൈസൻസിംഗ് അതോറിറ്റിയിലോ (Regional Import Export Licensing Authority) രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത് ഇറക്കുമതി-കയറ്റുമതി കോഡ് (IEC) നമ്പർ കരസ്ഥമാക്കേണ്ടതാണ്. ഈ നമ്പർ എല്ലാ ഇറക്കുമതി പ്രമാണങ്ങളിലും സൂചിപ്പിക്കേണ്ടതാണ്.

(iii) വിദേശനാണ്യം നേടൽ (Obtaining foreign exchange)

ഇറക്കുമതി ഇടപാടിൽ വിതരണക്കാരൻ വിദേശി ആയതിനാൽ പണം വിദേശ നാണയത്തിൽ നൽകാൻ ആവശ്യപ്പെടും. വിദേശ പണമിടപാടിൽ ഇന്ത്യൻ നാണയം (currency) വിദേശ നാണയത്തിലേക്ക് മാറ്റേണ്ടതാണ്. ഇന്ത്യയിൽ എല്ലാം വിദേശനാണ്യ ഇടപാടുകളും നിയന്ത്രിക്കുന്നത് ഭാരതീയ റിസർവ് ബാങ്കിന്റെ (Reserve Bank of India) വിനിമയ നിയന്ത്രണ വകുപ്പ് (Exchange Control Department) ആണ്. നിലവിലുള്ള നിയമങ്ങൾ പ്രകാരം ഓരോ ഇറക്കുമതിക്കാരനും വിദേശ നാണയ വിനിമയത്തിന് മുൻകൂർ അനുമതി തേടിയിരിക്കണം. അതിനായി ഭാരതീയ റിസർവ് ബാങ്ക് അംഗീകരിച്ച ബാങ്കിംഗ് എക്സ്ചേഞ്ച് കൺട്രോൾ ആക്ട് നിർദ്ദേശങ്ങളനുസരിച്ച് ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതി അനുവാദത്തോടൊപ്പം നിശ്ചിത മാതൃകയിൽ അപേക്ഷ സമർപ്പിക്കണം. അപേക്ഷ സൂക്ഷ്മപരിശോധന നടത്തിയതിനുശേഷം ബാങ്ക് ഇറക്കുമതി ഇടപാടിനാവശ്യമായ വിദേശനാണ്യത്തിന് അനുമതി കൊടുക്കുന്നു.

(iv) ഓർഡർ നൽകൽ (Placing order or indent)

ഇറക്കുമതിയ്ക്കുള്ള അനുവാദം ലഭിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ നിർദിഷ്ട ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ വിതരണത്തിനായി കയറ്റുമതിക്കാരന് ചരക്കുകൾക്കുള്ള ഓർഡർ (indent) നൽകുന്നു. ഓർഡർ നൽകിയ സാധനങ്ങളുടെ വില, അളവ്, ഗ്രേഡ്, ഗുണനിലവാരം, പാക്കിംഗ് എന്നീ വിവരങ്ങളും കപ്പലിൽ കയറ്റുന്ന തുറമുഖം, എത്തിക്കുന്ന തുറമുഖം, വിതരണ സമയം, ഇൻഷുറൻസ്, പണമിടപാട് രീതി തുടങ്ങിയവയെക്കുറിച്ചുള്ള നിർദ്ദേശങ്ങളും അടങ്ങുന്നതാണ് ഇറക്കുമതി ഓർഡർ. വ്യക്തതയില്ലായ്മ മൂലം ഇറക്കുമതിക്കാർക്കും കയറ്റുമതിക്കാർക്കുമിടയിൽ ഉണ്ടാകാവുന്ന തർക്കം ഒഴിവാക്കുവാൻ വേണ്ടി ഇറക്കുമതി ഓർഡർ വളരെ ശ്രദ്ധയോടെ തയ്യാറാക്കേണ്ടതാണ്.

(v) ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് നേടൽ (Obtaining letter of credit)

ഇറക്കുമതിക്കാരനും വിദേശ വിതരണക്കാരനും തമ്മിൽ തീരുമാനിച്ചിട്ടുള്ള പണമിടപാട് വ്യവസ്ഥ ഒരു 'വായ്പ ജാമ്യക്കത്ത്' (Letter of Credit) ആണെങ്കിൽ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ഇത് ബാങ്കിൽ നിന്ന് കരസ്ഥമാക്കി വിതരണക്കാരന് അയച്ചു കൊടുക്കേണ്ടതാണ്. നേരത്തെ പ്രസ്താവിച്ചതുപോലെ, ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്ക് കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്കിന് കയറ്റുമതി ബില്ലി

നെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ഒരു നിശ്ചിത തുക നൽകാമെന്ന് അംഗീകരിച്ചു കൊണ്ട് നൽകുന്ന ഉറപ്പാണ് *'വായ്പാ ജാമ്യകത്ത്' അഥവാ 'ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്'*. അന്തർദേശീയ ഇടപാടുകൾ തീർപ്പാക്കുന്നതിന് ഏറ്റവും അനുയോജ്യവും സുരക്ഷിതവുമായ രീതിയാണ് വായ്പാ ജാമ്യക്കത്ത്. പണമടയ്ക്കലിൽ വീഴ്ച വരുത്തുന്നതുമൂലം നഷ്ടം ഉണ്ടാവില്ല എന്ന് ഉറപ്പാക്കുവാൻ കയറ്റുമതിക്കാരന് ഇത് ആവശ്യമാണ്.

(vi) ഇടപാടിനുള്ള ധനം ഏർപ്പാടാക്കൽ (Arranging for finance)

തുറമുഖത്ത് സാധനങ്ങൾ എത്തിക്കഴിഞ്ഞാൽ കയറ്റുമതിക്കാരുടെ പണം നൽകാൻ ആവശ്യമായ തയ്യാറെടുപ്പുകൾ ഇറക്കുമതിക്കാർ മുൻകൂറായി ചെയ്യേണ്ടതാണ്. പണമടവ് നടക്കാത്തതുമൂലം ഇറക്കുമതി ചെയ്ത സാധനങ്ങൾ തുറമുഖത്ത് തന്നെ കെട്ടിക്കിടക്കുന്നതുവഴി ഉണ്ടാകുന്ന വലിയ പിഴ ഒഴിവാക്കുവാൻ പണമടവ് നടത്താൻ കൃത്യമായ ആസൂത്രണം നടത്തണം.

(vii) കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പ് കിട്ടുക (Receipt of shipment advice)

സാധനങ്ങൾ കപ്പലിൽ കയറ്റിക്കഴിഞ്ഞാൽ വിതരണക്കാരൻ കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പ് (ഷിപ്പ്മെന്റ് അഡ്വൈസ്) ഇറക്കുമതിക്കാരന് അയച്ചു കൊടുക്കുന്നു. കപ്പലിൽ കയറ്റിയ സാധനങ്ങളുടെ വിവരങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നതാണ് കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പ്. ഇൻവോയ്സ് നമ്പർ, ബില്ല് ഓഫ് ലേഡിംഗ് നമ്പറും തീയതിയും, കപ്പലിന്റെ പേര്, കയറ്റി അയക്കുന്ന തുറമുഖം, സാധനങ്ങളുടെ വിശദാംശങ്ങളും അളവുകളും തുടങ്ങിയ വിവരങ്ങളാണ് കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പിൽ ഉണ്ടാവുക.

(vii) ഇറക്കുമതി പ്രമാണങ്ങളുടെ തീർപ്പാക്കൽ (Retirement of import documents)

ചരക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്ത ശേഷം വിദേശ വിതരണക്കാരൻ കരാറിന്റെയും ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റിന്റെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ ആവശ്യമായ പ്രമാണങ്ങൾ തയ്യാറാക്കി അയാളുടെ ബാങ്കിന് കൈമാറുകയും ബാങ്ക് അത് ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റിൽ പ്രതിപാദിച്ചതിനനുസരിച്ച് ഇറക്കുമതിക്കാരന് ഇടപാടുകൾ നടത്താനായി കൈമാറുകയും ചെയ്യുന്നു. ഈ പ്രമാണങ്ങൾ സാധാരണയായി വിനിമയ ബില്ലുകൾ, വാണിജ്യ ഇൻവോയ്സ്, ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്/എയർ വേ ബിൽ, പാക്കിംഗ് ലിസ്റ്റ്, സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ഓഫ് ഒറിജിൻ, മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി മുതലായവയാണ്.

മുകളിൽ പറഞ്ഞ വിനിമയ ബില്ലിനെ പ്രമാണങ്ങളോടുകൂടിയ വിനിമയ ബില്ലുകൾ (documentary bill of exchange) എന്ന് പറയുന്നു. കയറ്റുമതി നടപടിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് പ്രമാണങ്ങളോടുകൂടിയ വിനിമയ ബില്ലുകൾ രണ്ടുതരത്തിലുണ്ട്.

- സൈറ്റ് ഡ്രാഫ്റ്റ് (sight draft /document against sight)
- യൂസൻസ് ഡ്രാഫ്റ്റ് (usance draft /document against acceptance)

സൈറ്റ് ഡ്രാഫ്റ്റിന്റെ കാര്യത്തിൽ കയറ്റുമതിക്കാരൻ ബാങ്കിനോട് ബില്ല് പ്രകാരമുള്ള പണം കൈപ്പറ്റിയ ശേഷം പ്രമാണങ്ങൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറാൻ നിർദ്ദേശിക്കുന്നു. എന്നാൽ യൂസൻസ് ഡ്രാഫ്റ്റിന്റെ കാര്യത്തിൽ കയറ്റുമതിക്കാരൻ ബാങ്കിനോട് വിനിമയ ബില്ല് സ്വീകരിച്ച് അംഗീകരിച്ചതിന് ശേഷം പ്രമാണങ്ങൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറാൻ നിർദ്ദേശിക്കുന്നു. പ്രമാണങ്ങൾ കൈവശം ലഭിക്കുന്നതിനായി വിനിമയ ബില്ല് സ്വീകരിച്ച് അംഗീകരിക്കുന്നതിനെ ഇറക്കുമതി പ്രമാണങ്ങളുടെ തീർപ്പാക്കൽ (retirement of import documents) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. തീർപ്പാക്കൽ കഴിഞ്ഞാൽ ബാങ്ക് പ്രമാണങ്ങൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറുന്നു.

(ix) സാധനങ്ങൾ എത്തിച്ചേരൽ (Arrival of goods)

കരാർപ്രകാരമുള്ള സാധനങ്ങൾ വിദേശ വിതരണക്കാരൻ കയറ്റി അയക്കുന്നു. കൊണ്ടുവരുന്ന സാധനം വഹിക്കുന്ന വാഹനത്തിന്റെ (കപ്പൽ/വിമാനം) ചുമതലയുള്ള ആൾ സാധനങ്ങൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന രാജ്യത്ത് എത്തിയ വിവരം തുറമുഖത്തിന്റെ/വിമാനത്താവളത്തിന്റെ ചുമതലയുള്ള ഉദ്യോഗസ്ഥനെ അറിയിക്കുന്നു. ഇതിനായി അദ്ദേഹം നൽകുന്ന പ്രമാണത്തെ പൊതു ഇറക്കുമതി വിവരപ്പട്ടിക (ഇംപോർട്ട് ജനറൽ മാനിഫെസ്റ്റ് - import general manifest) എന്ന് വിളിക്കുന്നു. ഇറക്കുമതി ചെയ്ത സാധനങ്ങളുടെ വിവരങ്ങൾ അടങ്ങിയ പ്രമാണമാണ് ഇംപോർട്ട് ജനറൽ മാനിഫെസ്റ്റ്. ഈ പ്രമാണത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് കപ്പലിൽ/വിമാനത്തിൽ നിന്ന് ചരക്ക് ഇറക്കിവയ്ക്കുന്നത്.

(x) കസ്റ്റംസ് നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തീകരിക്കലും സാധനങ്ങൾ വിട്ടുനൽകലും (Customs clearance and release of goods)

ഇന്ത്യയിൽ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന എല്ലാ സാധനങ്ങളും ഇന്ത്യൻ അതിർത്തി കടന്നെത്തിയാൽ കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസിലൂടെ കടന്നു പോകേണ്ടതാണ്. നിരവധി കടമ്പകൾ കടക്കേണ്ട ഒരു പ്രക്രിയയാണ് കസ്റ്റംസ് ക്ളിയറൻസ് അതിനാൽ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ഇതിനായി ഒരു ക്ലിയറിംഗ് ആന്റ് ഫോർവേഡിംഗ് ഏജന്റിനെ ചുമതലപ്പെടുത്തുകയും അദ്ദേഹം കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസ് നടത്തി കൊടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഇറക്കുമതിക്കാരൻ കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസിന്റെ ആദ്യപടിയായി ഡെലിവറി ഓർഡർ (delivery order) നേടേണ്ടതാണ്. സാധനം വിട്ടുകൊടുക്കുന്നതിനുള്ള പത്രികയാണ് ഡെലിവറി ഓർഡർ. സാധാരണരീതിയിൽ കപ്പൽ തുറമുഖത്ത് എത്തിച്ചേർന്നാൽ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗിന്റെ പുറത്ത് എൻഡോഴ്സ് ചെയ്ത് വാങ്ങുന്നു. ഇത്തരം എൻഡോഴ്സ്മെന്റ് നടത്തുന്നത് ഷിപ്പിംഗ് കമ്പനിയാണ്. ചില സമയങ്ങളിൽ ബില്ല് എൻഡോഴ്സ് ചെയ്യുന്നതിന് പകരം കമ്പനി ഒരു ഡെലിവറി ഓർഡർ നൽകുന്നു. ഈ ഡെലിവറി ഓർഡർ സാധനം സ്വീകരിക്കുന്നതിന് ഇറക്കുമതിക്കാരന് അവകാശം നൽകുന്നു. സാധനങ്ങൾ കൈവശം കിട്ടുന്നതിന് മുമ്പ് ഇറക്കുമതിക്കാരൻ അതിന്റെ കപ്പൽ കടത്തുകൂലി (കയറ്റുമതിക്കാരൻ നേരത്തേ നൽകിയില്ലെങ്കിൽ) അടക്കേണ്ടതാണ്. കൂടാതെ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ തുറമുഖത്ത് നൽകേണ്ട പണം നൽകുകയും *'പോർട്ട് ട്രസ്റ്റ് ഡ്യൂസ് രസീത്'* നേടുകയും വേണം. ഇതിനുവേണ്ടി ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതിക്കുള്ള അപേക്ഷയുടെ രണ്ട് പകർപ്പ് പൂരിപ്പിച്ച് ലാൻഡിങ് ആന്റ് ഷിപ്പിംഗ് ഡ്യൂസ് ഓഫീസിൽ നൽകണം. തുറമുഖ അധികാരികളുടെ സേവനത്തിനുള്ള ഒരു നിശ്ചിത ഫീസ് ലാൻഡിങ് ആന്റ് ഷിപ്പിംഗ് ഡ്യൂസ് ഓഫീസ് ഇറക്കുമതിക്കാരനിൽ നിന്ന് ഈടാക്കുന്നു. പണം അടച്ചതിന് ശേഷം കൊടുത്ത അപേക്ഷയുടെ ഒരു പകർപ്പ് ഇറക്കുമതിക്കാരന് തിരിച്ചുകൊടുക്കുന്നു. ഇതിനെ പോർട്ട് ട്രസ്റ്റ് ഡ്യൂസ് രസീത് എന്ന് വിളിക്കുന്നു. തുടർന്ന്, കസ്റ്റംസ് ഇറക്കുമതി തീരുവ നിശ്ചയിക്കുന്നതിനായി ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി എന്ന ഫോറം പൂരിപ്പിച്ചു നൽകുന്നു. ഒരു അപ്രൈസർ പ്രമാണങ്ങൾ വളരെ ശ്രദ്ധയോടെ പരിശോധിക്കുകയും പരിശോധനാ റിപ്പോർട്ട് (examination order) നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. അയാൾ തയ്യാറാക്കിയ പ്രമാണങ്ങൾ തീരുവ അടച്ച് ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈവശം വാങ്ങാവുന്നതാണ്.

ഇറക്കുമതിത്തീരുവ അടച്ചതിനുശേഷം ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി തുറമുഖ സൂപ്രണ്ടിന് സമർപ്പിക്കുന്നു. ഇത് സൂപ്രണ്ട് അടയാളപ്പെടുത്തുക

ഇറക്കുമതി ഇടപാടിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന പ്രധാന പ്രമാണങ്ങൾ [Major Documents used in Import Transactions]

വ്യാപാര അന്വേഷണം ***[Trade enquiry]:*** കയറ്റുമതി വസ്തുക്കളെ സംബന്ധിച്ച വിലയും മറ്റ് വിവരങ്ങളും അന്വേഷിച്ചുകൊണ്ട് കയറ്റുമതിക്കാരായ നിർമ്മാണ കമ്പനിക്ക് എഴുതി നൽകുന്ന ഒരു അഭ്യർത്ഥനയാണ് വ്യാപാര അന്വേഷണം.

പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സ് ***[Proforma invoice]:*** കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഗുണനിലവാരം, ഗ്രേഡ്, ഡിസൈൻ, വലിപ്പം, ഭാരം, വില എന്നിവയെക്കുറിച്ചുള്ള വിശദാംശങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്ന രേഖയാണ് പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സ്. കൂടാതെ കയറ്റുമതി ചെയ്യാനുള്ള നിബന്ധനകളും വ്യവസ്ഥകളും ഇതിൽ ഉൾക്കൊള്ളുന്നു.

ഇറക്കുമതി ഓർഡർ അല്ലെങ്കിൽ ഇൻഡെന്റ് ***[Import order or indent]:*** ഇറക്കുമതിക്കാരന് ആവശ്യമുള്ള സാധനങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണെന്ന് കാണിച്ച് കയറ്റുമതിക്കാരന് നൽകുന്ന പ്രമാണമാണ് ഇറക്കുമതി ഓർഡർ അഥവാ ഇൻഡെന്റ്. ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന ചരക്കുകളുടെ ഗുണനിലവാരം, ഈടാക്കേണ്ട വില, കൈമാറുന്ന രീതി, പാക്കേജിന്റെ സ്വഭാവം, പണമടവ് രീതി തുടങ്ങിയ വിവരങ്ങൾ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുത്തുന്നു.

ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് ***[Letter of credit]:*** കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതിക്കാരന് നൽകിയ സാധനങ്ങളുടെ ഭാഗമായി സമർപ്പിക്കുന്ന പ്രമാണങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കി ഒരു നിശ്ചിത തുക നൽകാമെന്ന് ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്ക് കയറ്റുമതിക്കാരന്റെ ബാങ്കിന് നൽകുന്ന ഉറപ്പാണ് ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്.

കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പ് ***[Shipment advice]:*** സാധനങ്ങൾ കപ്പലിൽ കയറ്റിക്കഴിഞ്ഞ കാര്യം ഇറക്കുമതിക്കാരനെ അറിയിക്കാനായി കയറ്റുമതിക്കാരൻ അയച്ചുകൊടുക്കുന്ന പ്രമാണമാണ് കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പ് (ഷിപ്പ്മെന്റ് അഡ്വൈസ്). കപ്പലിൽ കയറ്റിയ സാധനങ്ങളുടെ വിവരങ്ങൾ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ഇൻവോയ്സ് നമ്പർ, ബില്ല് ഓഫ് ലേഡിംഗ് നമ്പറും തീയതിയും, കപ്പലിന്റെ പേര്, കയറ്റി അയക്കുന്ന തുറമുഖം, സാധനങ്ങളുടെ വിശദാംശങ്ങളും അളവുകളും തുടങ്ങിയ വിവരങ്ങളാണ് കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പിൽ ഉണ്ടാവുക.

ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് ***[Bill of lading]:*** സാധനങ്ങൾ നിശ്ചയിച്ച തുറമുഖത്ത് എത്തിക്കുന്നതിനു വേണ്ട നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചു എന്ന് തെളിയിക്കുന്നതിനായി കപ്പൽ കമ്പനി നൽകുന്ന രേഖയാണ് ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്. നിർദ്ദിഷ്ട തുറമുഖത്തേക്ക് ചരക്കുകൾ കൊണ്ടുപോകുന്നതിനുള്ള നിബന്ധനകളും വ്യവസ്ഥകളും ഇതിൽ അടങ്ങുന്നു. ഇത് സാധനങ്ങൾക്ക് മേലുള്ള ഉടമസ്ഥാവകാശ രേഖയാണ് എൻസോഴ്സ് ചെയ്ത് ഡെലിവറി മുഖാന്തിരം കൈമാറുന്ന രേഖയാണിത്.

എയർവേ ബിൽ ***[Airway Bill]:*** ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് പോലെ എയർവേ ബിൽ എന്നത് എയർലൈൻ കമ്പനി വിമാനത്തിൽ സാധനങ്ങൾ സ്വീകരിച്ചുകൊണ്ട് തയ്യാറാക്കിയ ഔദ്യോഗിക രസീത് ആണ്. കൂടാതെ സാധനങ്ങൾ ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്തെ വിമാനത്താവളത്തിലേക്ക് കൊണ്ടുപോകുന്നതിനുള്ള ചുമതലയും ഇതുവഴി നൽകുന്നു. ഇത് സാധനങ്ങൾക്കുമേലുള്ള ഉടമസ്ഥാവകാശ രേഖയുമാണ്. കൂടാതെ, എൻഡോഴ്സ്മെന്റ് & ഡെലിവറി മുഖാന്തിരവും സ്വതന്ത്രമായും കൈമാറ്റം ചെയ്യാനും സാധിക്കുന്നു.

ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി *[Bill of entry]:* ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി എന്നത് ഇറക്കുമതിക്കാരന് കസ്റ്റംസ് ഓഫീസ് വിതരണം ചെയ്യുന്ന ഒരു ഫോറം ആണ്. സാധനങ്ങൾ സ്വീകരിക്കുന്ന സമയത്ത് ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ഇത് പൂരിപ്പിച്ച് നൽകണം. ഇതിന്റെ മൂന്നു പകർപ്പ് തയ്യാറാക്കി കസ്റ്റംസ് ഓഫീസിൽ സമർപ്പിക്കണം. ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ പേരും വിലാസവും, കപ്പലിന്റെ പേര്, പാക്കേജുകളുടെ എണ്ണം, പാക്കേജുകളുടെ അടയാളങ്ങൾ, സാധനങ്ങളുടെ വിവരണം, വസ്തുക്കളുടെ വ്യാപ്തി, വില, കയറ്റുമതിക്കാരുടെ പേരും വിലാസവും, ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്തെ തുറമുഖം, കസ്റ്റംസ് ഡ്യൂട്ടി മുതലായ വിവരങ്ങൾ ഇതിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കും.

വിനിമയ ബില്ല് *[Bill of exchange] :* ഒരു നിശ്ചിത തുക ഒരു നിശ്ചിത വ്യക്തിക്കോ അയാൾ നിർദ്ദേശിക്കുന്ന മറ്റൊരാൾക്കോ, കൈവശക്കാരനോ നൽകാമെന്ന് സമ്മതിച്ച് എഴുതി തയ്യാറാക്കിയ പ്രമാണമാണിത്. ഒരു കയറ്റുമതി–ഇറക്കുമതി ഇടപാടിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ ഒരു നിശ്ചിത തുക ഒരു നിശ്ചിത വ്യക്തിക്ക് അടയ്ക്കാൻ ആവശ്യപ്പെട്ട് കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഇറക്കുമതിക്കാരന്റെ പേരിൽ വിനിമയബില്ല് തയ്യാറാക്കുന്നു. കയറ്റുമതി സാധനങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശം നൽകുന്ന രേഖകൾ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ ബില്ല് അംഗീകരിക്കുമ്പോൾ മാത്രമേ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറുകയുള്ളൂ.

സൈറ്റ് ഡ്രാഫ്റ്റ് *[Sight draft] :* ഇതൊരു വിനിമയ ബില്ല് ആണ്. ഇവിടെ ബില്ല് തയ്യാറാക്കിയ ആൾ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ പണമടവ് നടത്തുമ്പോൾ ബന്ധപ്പെട്ട രേഖകൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിന് ബാങ്കിന് നിർദ്ദേശം നൽകുന്നു.

യുസൻസ് ഡ്രാഫ്റ്റ് *[Usance draft] :* ഇതുമൊരു വിനിമയ ബില്ല് ആണ്. ഇവിടെ ബില്ല് തയ്യാറാക്കിയ ആൾ, ഇറക്കുമതിക്കാരൻ വിനിമയ ബില്ല് സ്വീകരിച്ച് മടക്കി നൽകിയാൽ മാത്രം ബന്ധപ്പെട്ട രേഖകൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതിന് ബാങ്കിന് നിർദ്ദേശം നൽകുന്നു.

ഇംപോർട്ട് ജനറൽ മാനിഫെസ്റ്റ് *[Import general manifest]* : ഇറക്കുമതി ചെയ്ത സാധനങ്ങളുടെ വിശദാംശങ്ങൾ അടങ്ങുന്ന ഒരു രേഖയാണ് ഇംപോർട്ട് ജനറൽ മാനിഫെസ്റ്റ്. ഇതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ചരക്ക് ഇറക്കൽ നടപടി നടത്തുന്നത്.

ഡോക്ക് ചെലാൻ *[Dock challan]:* കസ്റ്റംസിന്റെ എല്ലാ നടപടിക്രമങ്ങളും പൂർത്തിയായാൽ ഡോക്ക് ചാർജുകൾ നൽകണം. കപ്പൽ കൂടിശ്ശിക അടച്ചാൽ ഇറക്കുമതിക്കാരൻ അല്ലെങ്കിൽ ക്ലിയറിങ് ഏജന്റ് ഡോക്ക് കൂടിശ്ശിക തുക ഡോക്ക് ചെലാൻ എന്നറിയപ്പെടുന്ന ഫോറത്തിൽ രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

യും ഇറക്കുമതി ചെയ്ത സാധനങ്ങൾ പരിശോധിക്കാൻ ഒരു പരിശോധകനെ ചുമതലപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. പരിശോധനകൻ പരിശോധനാഫലം ബിൽ ഓഫ് എൻട്രിയിൽ രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. ഇറക്കുമതിക്കാരനോ അല്ലെങ്കിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഏജന്റോ ഇത് തുറമുഖ അധികാരികൾക്ക് സമർപ്പിക്കുന്നു. ആവശ്യമായ എല്ലാ പണവും അടച്ചതിനുശേഷം തുറമുഖ അധികാരികൾ സാധനം വിട്ടുകൊടുക്കുന്നതിനുള്ള ആജ്ഞ നൽകുന്നു.

11.4 വിദേശ വ്യാപാര പ്രോത്സാഹനം : പ്രചോദനവും സ്ഥാപനപരമായ പിന്തുണയും [Foreign Trade Promotion : Incentives and Organisational Support]

ബിസിനസ് സംരംഭങ്ങളുടെ കയറ്റുമതി മത്സരക്ഷമത മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിന് സഹായിക്കുന്ന വിവിധ പ്രോത്സാഹനങ്ങളും സ്കീമുകളും രാജ്യത്ത് നടപ്പിലാക്കിയിട്ടുണ്ട്. കാലാകാലങ്ങളായി അന്തർദേശീയ ബിസിനസിൽ ഏർപ്പെ

ട്ടിരിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളും പിന്തുണയും നൽകുന്നതിനായി സർക്കാർ നിരവധി സ്ഥാപനങ്ങൾ രൂപീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. പ്രധാന വിദേശ വ്യാപാര പ്രോത്സാഹന പദ്ധതികളെയും സംഘടനകളെയും കുറിച്ച് താഴെ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

11.4.1 വിദേശ വ്യാപാര പ്രോത്സാഹന നടപടികളും പദ്ധതികളും [Foreign Trade Promotion Measures and Schemes]

ബിസിനസ് സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതി പ്രവർത്തനങ്ങൾ സുഗമമാക്കുന്നതിന് ലഭ്യമായിട്ടുള്ള വിവിധ വ്യാപാര പ്രോത്സാഹന നടപടികളെക്കുറിച്ചും പദ്ധതികളെക്കുറിച്ചും സർക്കാരിന്റെ കയറ്റുമതി-ഇറക്കുമതി നയത്തിൽ പ്രതിപാദിക്കുന്നുണ്ട്. കയറ്റുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രധാന വ്യാപാര പ്രോത്സാഹന നടപടികൾ താഴെപ്പറയുന്നവയാണ്.

(i) ചുങ്കം തിരിച്ചുനൽകൽ പദ്ധതി [Duty drawback scheme]: കയറ്റുമതി ലക്ഷ്യത്തോടുകൂടി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ആഭ്യന്തരമായി ഉപയോഗിക്കപ്പെടാത്തതിനാൽ, ഇവയുടെ മേൽ വിവിധ എക്സൈസ്, ജി.എസ്.ടി, കസ്റ്റംസ് തിരുവകൾ ചുമത്തേണ്ടതില്ല. കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങൾക്ക് അത്തരത്തിലുള്ള നികുതികൾ അടച്ചിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ അവ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള തെളിവ് ബന്ധപ്പെട്ട അധികാരികൾക്ക് നൽകിയാൽ അടച്ച നികുതികൾ ഉൽപ്പാദകർക്ക് മടക്കി നൽകുന്നതാണ്. ഇത്തരത്തിൽ നികുതികൾ മടക്കിക്കൊടുക്കുന്ന പദ്ധതിയാണ് *'ചുങ്കം തിരിച്ചു നൽകൽ പദ്ധതി'*. കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള സാധനങ്ങളുടെ എക്സൈസ് തീരുവ (ജി.എസ്.ടി) തിരിച്ചുനൽകൽ, കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ഇറക്കുമതി ചെയ്ത അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെയും മറ്റ് യന്ത്രസാമഗ്രികളുടെയും ഇറക്കുമതി തീരുവ തിരിച്ചുനൽകൽ എന്നിവയാണ് ഇവയിൽ പ്രധാനം. രണ്ടാമത്തേതിനെ കസ്റ്റംസ് തീരുവ തിരിച്ചുനൽകൽ എന്നും പറയുന്നു.

(ii) കരാർപത്രം പദ്ധതിയനുസരിച്ച് കയറ്റുമതി ഉൽപ്പാദനം [Export manufacturing under bond scheme] : എക്സൈസ് നികുതിയും മറ്റ് നികുതികളും നൽകാതെ ഉൽപ്പാദനം നടത്താൻ ഈ പദ്ധതി കമ്പനികൾക്ക് സൗകര്യം നൽകുന്നു. അത്തരം സൗകര്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങൾ കയറ്റുമതിക്കുവേണ്ടിയാണ് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപാദിപ്പിക്കുന്നതെന്നും അത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യുമെന്നും ഉറപ്പ് നൽകിക്കൊണ്ട് ഒരു കരാർപത്രം (ബോണ്ട്) നൽകേണ്ടതാണ്.

(iii) വിൽപ്പന നികുതി (ജി.എസ്.ടി) അടയ്ക്കുന്നതിൽ നിന്ന് ഒഴിവാക്കൽ [Exemption from payment of sales tax (GST)] : കയറ്റുമതിക്കായി നീക്കിവച്ച ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് വിൽപ്പന നികുതി അടയ്ക്കേണ്ടതില്ല. അതുപോലെ, കയറ്റുമതി പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ നിന്ന് ലഭിക്കുന്ന വരുമാനം ദീർഘകാലം ആദായനികുതിയിൽ നിന്ന് ഒഴിവാക്കിയിരുന്നു. എന്നാൽ ഇപ്പോൾ ആദായനികുതി ഒഴിവാക്കൽ ആനുകൂല്യം തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട വർഷങ്ങളിലേയ്ക്ക് മാത്രമായി കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകളിലും (Export Processing Zones – EPZs), പ്രത്യേക സാമ്പത്തിക മേഖലകളിലും (SEZs) സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ള 100 ശതമാനം കയറ്റുമതി കേന്ദ്രീകൃത യൂണിറ്റുകൾക്ക് (100 percent Export Oriented Units – EOUs) മാത്രമാണ് ലഭിക്കുന്നത്. കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകളിലും പ്രത്യേക സാമ്പത്തിക മേഖലകളിലും സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ള 100% കയറ്റുമതി കേന്ദ്രീകൃത യൂണിറ്റുകളെക്കുറിച്ച് നമുക്ക് പിന്നീട് ചർച്ച ചെയ്യാം.

(iv) മുൻകൂർ ലൈസൻസ് പദ്ധതി [Advance licence scheme]: കയറ്റുമതിക്കുള്ള ഉൽപ്പന്ന

ങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ, ആഭ്യന്തരമായി നിർമ്മിച്ചതോ ഇറക്കുമതി ചെയ്തതോ ആയ വസ്തുക്കൾ കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് നികുതി രഹിതമായി വിതരണം ചെയ്യുന്ന പദ്ധതിയാണിത്. അതിനാൽ കയറ്റുമതിക്കുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിനായി ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങൾക്ക് കയറ്റുമതിക്കാരൻ കസ്റ്റംസ് നികുതി അടക്കേണ്ടതില്ല. 'പതിവായി കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നവരും ഇടയ്ക്കിടെ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നവരും' എന്നിങ്ങനെ രണ്ട് തരം മുൻകൂർ ലൈസൻസ് ലഭ്യമാണ്. സ്ഥിരം കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് അവരുടെ ഉൽപ്പാദന പദ്ധതിയനുസരിച്ച് ലൈസൻസ് നേടാം. ഇടയ്ക്കിടെ മാത്രം കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നവർക്ക് പ്രത്യേക കയറ്റുമതി ഓർഡർ നടപ്പിലാക്കാൻ ഈ ലൈസൻസ് ലഭ്യമാകും.

(v) കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനായുള്ള മൂലധന ഉൽപന്നങ്ങളുടെ ഇറക്കുമതി [Export Promotion Capital Goods Scheme (EPCG)]: കയറ്റുമതിയ്ക്കുള്ള ഉൽപന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ മൂലധന സാമഗ്രികളുടെ (capital goods) ഇറക്കുമതി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയാണ് ഈ പദ്ധതിയുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം. വ്യവസ്ഥകൾക്ക് വിധേയമായി നിർദ്ദിഷ്ട കയറ്റുമതി ബാധ്യതകൾ പാലിക്കുന്ന കമ്പനികൾക്ക് നിസ്സാരമായതോ കുറഞ്ഞതോ ആയ കസ്റ്റംസ് തീരുവയിൽ മൂലധന സാമഗ്രികൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യാൻ ഈ പദ്ധതി അനുവാദം നൽകുന്നു. നിർദ്ദിഷ്ട വ്യവസ്ഥകൾ പൂർത്തീകരിച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ ഉൽപ്പാദകർക്ക്, ഇറക്കുമതിത്തീരുവ ഇല്ലാതെയോ കുറഞ്ഞ നിരക്ക് നൽകിയോ മൂലധനസാമഗ്രികൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യാം. നിലവിലുള്ള യന്ത്രസാമഗ്രികൾ നവീകരിക്കുന്നതിന് താൽപര്യമുള്ള വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾക്ക് ഈ പദ്ധതി വളരെ പ്രയോജനകരമാണ്. ഇപ്പോൾ സേവനം കയറ്റുമതി ചെയ്യുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകൾ വികസിപ്പിക്കുന്ന കമ്പനികൾ ആവശ്യമായ കമ്പ്യൂട്ടർ സോഫ്റ്റ്‌വെയറുകൾ പോലുള്ള ഇനങ്ങൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നതിന് ഈ പദ്ധതി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്.

(vi) കയറ്റുമതി കമ്പനികളെ എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസ്, ട്രേഡിങ്ങ് ഹൗസ്, സ്റ്റാർ ട്രേഡിങ്ങ് ഹൗസ്, സൂപ്പർസ്റ്റാർ ട്രേഡിങ്ങ് ഹൗസ് എന്നിവയായി അംഗീകരിക്കുന്ന പദ്ധതി [Scheme of recognising export firms as export house, trading house and superstar trading house]: നിലവിലുള്ള കയറ്റുമതിക്കാരെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനും അന്തർദേശീയ വിപണികളിൽ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിപണനം ചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്നതിനുമായി തെരഞ്ഞെടുത്ത കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസ്, ട്രേഡിങ്ങ് ഹൗസ്, സ്റ്റാർ ട്രേഡിംഗ് ഹൗസ്, സൂപ്പർ സ്റ്റാർ ട്രേഡിങ്ങ് ഹൗസ് എന്നിങ്ങനെയുള്ള പദവി സർക്കാർ നൽകുന്നു. മുൻവർഷങ്ങളിൽ നിർദ്ദിഷ്ട കയറ്റുമതി ലക്ഷ്യം നേടിയസ്ഥാപനങ്ങൾക്കാണ് ഈ പദവി നൽകുന്നത്. കഴിഞ്ഞ കാലത്തെ കയറ്റുമതി പ്രകടനത്തിന്റെ ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ നേട്ടം കൈവരിച്ചതിന് പുറമെ കയറ്റുമതി കമ്പനികൾ കയറ്റുമതി-ഇറക്കുമതി നയത്തിലെ (EXIM policy) മറ്റു വ്യവസ്ഥകളും പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്. കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹനത്തിനും വിപണിയുടെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾക്കും വൈദഗ്ധ്യം ലഭ്യമാക്കുന്നതിനുമായി വിവിധ തരത്തിലുള്ള എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസുകൾ അംഗീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഈ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹനത്തിനുള്ള ദേശീയ അംഗീകാരം നൽകിയിട്ടുണ്ട്. അവർ വളരെ പ്രൊഫഷണൽ ആയ ചലനാത്മക സ്ഥാപനങ്ങളായി പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതുണ്ട്. കൂടാതെ കയറ്റുമതി വളർച്ചയുടെ പ്രധാന ചാലകശക്തിയായും പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

(vii) സേവനങ്ങളുടെ കയറ്റുമതി [Export of Services]: സേവനങ്ങളുടെ കയറ്റുമതി പരിപോഷിപ്പിക്കുന്നതിനായി പലതരം കയറ്റുമതി ഹൗസുകൾക്ക് അംഗീകാരം നൽകിയിട്ടുണ്ട്.

അവർ നൽകുന്ന സേവനങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് ഈ അംഗീകാരം ലഭിക്കുന്നത്. കയറ്റുമതിയുടെ പ്രകടനത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ അവയെ സർവീസ് എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസ്, അന്താരാഷ്ട്ര സർവീസ് എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസ്, അന്താരാഷ്ട്ര സ്റ്റാർ സർവീസ് എക്സ്പോർട്ട് ഹൗസ് എന്നിങ്ങനെ തരം തിരിച്ചിട്ടുണ്ട്.

(viii) കയറ്റുമതി ധനസഹായം [Export finance]: കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് ചരക്കുകളുടെ ഉൽപ്പാദനത്തിന് ധനസഹായം ആവശ്യമാണ്. ഇറക്കുമതിക്കാരിൽ നിന്ന് പണം ലഭിക്കുന്നതിന് സമയമെടുക്കുന്നതിനാൽ ചരക്കുകളുടെ കയറ്റുമതിക്ക് ശേഷം പണം ആവശ്യമായി വരും. അതിനാൽ അംഗീകൃത ബാങ്കുകൾ കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് രണ്ട് തരത്തിലുള്ള കയറ്റുമതി ധനസഹായം ലഭ്യമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. അവ മുൻകൂർ ഷിപ്പ്മെന്റ് ഫിനാൻസ് അല്ലെങ്കിൽ പാക്കേജിംഗ് ക്രെഡിറ്റ്, പോസ്റ്റ് ഷിപ്പിംഗ് ഫിനാൻസ് എന്നിവയാണ്. പ്രീ ഷിപ്പിങ് ഫിനാൻസിന് കീഴിൽ വാങ്ങൽ, സംസ്കരണം, കയറ്റുമതി ആവശ്യത്തിനായി ഉൽപ്പാദനം, പാക്കേജിംഗ് എന്നിവക്കായി കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് ധനസഹായം നൽകുന്നു. പോസ്റ്റ് ഷിപ്പ്മെന്റ് ഫിനാൻസിംഗ് സ്കീമിന് കീഴിൽ കയറ്റുമതി രാജ്യത്തിന് ചരക്ക് കൈമാറ്റം ചെയ്ത ശേഷം ക്രെഡിറ്റ് വിപുലീകരിക്കുന്ന തീയതി മുതൽ കയറ്റുമതിക്കാരന് ധനസഹായം നൽകും. കയറ്റുമതിക്കാർക്ക് സൗജന്യ പലിശനിരക്കിൽ വായ്പ അനുവദിക്കും.

(ix) കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകൾ [Export Processing Zones (EPZs)]: കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകൾ ആഭ്യന്തര താരിഫ് മേഖലകളിൽ (ഡിടിഎ) നിന്നുമുള്ള വ്യവസായ എസ്റ്റേറ്റുകളാണ്. ഇവ സാധാരണയായി തുറമുഖങ്ങളിലോ വിമാനത്താവളങ്ങളിലോ ആണ് സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നത്. കയറ്റുമതി ഉൽപ്പാദനത്തിനായി കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ അന്താരാഷ്ട്രതലത്തിൽ മത്സരാധിഷ്ഠിതമായ നികുതി ഇതര അന്തരീക്ഷം നൽകുകയാണ് ഇവയുടെ ഉദ്ദേശ്യം. അന്തർദേശീയ വിപണിയിൽ കുറഞ്ഞ വിലയിൽ ഉൽപാദിപ്പിക്കാൻ പ്രാപ്തമാക്കുന്നവയാണ് കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകൾ. ഇന്ത്യയിൽ കണ്ട്ല (ഗുജറാത്ത്), സാന്താക്രൂസ് (മുംബൈ), ഫാർറ്റ (പടിഞ്ഞാറൻ ബംഗാൾ), നോയിഡ (ഉത്തർപ്രദേശ്), കൊച്ചി (കേരളം), ചെന്നൈ (തമിഴ്നാട്), വിശാഖപട്ടണം (ആന്ധ്രാപ്രദേശ്) എന്നിവിടങ്ങളിൽ ഇവ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുണ്ട്.

സാന്താക്രൂസ് പ്രത്യേകമായും ഇലക്ട്രോണിക് ഉൽപന്നങ്ങൾ, രത്നങ്ങൾ, ആഭരണങ്ങൾ എന്നിവയ്ക്കായി ഉദ്ദേശിച്ചിട്ടുള്ളതാണ്. മറ്റ് കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകൾ ബഹുവിധ ഇനങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു. സമീപകാലത്ത് കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകളെ പ്രത്യേക സാമ്പത്തിക മേഖലകളായി (SEZs) പരിവർത്തനം ചെയ്തു. ഇവ കൂടുതൽ വിപുലമായ കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകളാണ്. തൊഴിലാളി, ബാങ്കിംഗ് മേഖലകൾ ഒഴികെ കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും നിയന്ത്രിക്കുന്ന എല്ലാ നിയമങ്ങളിൽ നിന്നും പ്രത്യേക സാമ്പത്തിക മേഖലകളെ ഒഴിവാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

സ്വകാര്യ, പൊതു, സംയുക്ത മേഖലകളിലൂടെ കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകളുടെ വികസനത്തിന് സർക്കാർ അനുവാദം നൽകിയിട്ടുണ്ട്. സ്വകാര്യ കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകൾക്കുള്ള അന്തർമന്ത്രാലയ സമിതി ഇതിനകം തന്നെ മുംബൈ, സൂറത്ത്, കാഞ്ചീപുരം എന്നീ സ്ഥലങ്ങളിൽ കയറ്റുമതി സംസ്കരണ മേഖലകൾ സ്ഥാപിക്കാൻ നിർദ്ദേശം നൽകിയിട്ടുണ്ട്.

(x) 100 ശതമാനം കയറ്റുമതി കേന്ദ്രീകൃത യൂണിറ്റുകൾ (100 ശതമാനം EOUs) [100 per cent Export Oriented Units (100 per cent EOUs)]: 100 ശതമാനം കയറ്റുമതി കേന്ദ്രീകൃത യൂണിറ്റുകൾ 1981 ലാണ് ആരംഭിച്ചത്. ഇത് EPZ

സ്കീമിന് സമാനമാണ്. അത് ഒരേ ഉൽപാദന രീതി സ്വീകരിക്കുന്നു. എന്നാൽ ഇവയ്ക്ക് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ഉറവിടം, തുറമുഖങ്ങൾ, സാങ്കേതിക വൈദഗ്ദ്ധ്യം, മുതലായവ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം, നൽകുന്നു. ഉചിതമായ നയ ചട്ടക്കൂട്, പ്രവർത്തന സ്വാതന്ത്ര്യം, പ്രചോദനം എന്നിവയിലൂടെ കയറ്റുമതിക്ക് വേണ്ടി കൂടുതൽ ഉൽപാദനം നടത്താൻ വിശാലമായ സാധ്യതകൾ ഇവ വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു.

11.4.2 സ്ഥാപനപരമായ പിന്തുണ [Organisational Support]

നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് വിദേശ വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങൾ സുഗമമാക്കുന്നതിനുള്ള സ്ഥാപനപരമായ പിന്തുണ നൽകുന്നതിനായി സർക്കാർ, കാലാകാലങ്ങളിൽ വിവിധ സ്ഥാപനങ്ങൾ രൂപീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. പ്രധാനപ്പെട്ട ചില സ്ഥാപനങ്ങൾ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

വാണിജ്യ വകുപ്പ് [Department of Commerce]

കേന്ദ്രഭരണകൂടത്തിലെ വാണിജ്യ മന്ത്രാലയത്തിനാണ് ബാഹ്യ വ്യാപാരത്തിനും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട എല്ലാ കാര്യങ്ങൾക്കുമുള്ള ഉത്തരവാദിത്തം. മറ്റ് രാജ്യങ്ങളുമായുള്ള വാണിജ്യ ബന്ധം, ആഭ്യന്തര വ്യാപാരം, കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന നടപടികളും വികസനവും, ചില കയറ്റുമതി വ്യവസായങ്ങളുടെയും ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയും നിയന്ത്രണം തുടങ്ങിയവ ഇത്തരം ഉത്തരവാദിത്വത്തിൽപെടും. വാണിജ്യ വകുപ്പാണ് വിദേശ വ്യാപാര മേഖലയിലെ നയങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുന്നത്. രാജ്യത്തിന്റെ പൊതുവിലുള്ള ഇറക്കുമതി കയറ്റുമതി നയം രൂപപ്പെടുത്തലും വാണിജ്യ വകുപ്പിന്റെ ചുമതലയാണ്.

കയറ്റുമതി പ്രോൽസാഹന കൗൺസിലുകൾ [Export Promotion Councils]

കമ്പനി നിയമ പ്രകാരമോ സൊസൈറ്റി രജിസ്ട്രേഷൻ നിയമ പ്രകാരമോ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്ന ലാഭേതര സ്ഥാപനങ്ങളാണ് കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന കൗൺസിലുകൾ. കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന കൗൺസിലുകളുടെ അടിസ്ഥാന ലക്ഷ്യം, അവരുടെ പരിധിയിലുള്ള പ്രത്യേക ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ്. നിലവിൽ വിവിധ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കായി 21 കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന കൗൺസിലുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്.

ഉൽപ്പന്ന നിർവാഹകസംഘങ്ങൾ (Commodity boards)

പരമ്പരാഗത ചരക്കുകളുടെ ഉൽപ്പാദനത്തിനും അവയുടെ കയറ്റുമതിയ്ക്കുമായി ഭാരത സർക്കാർ പ്രത്യേകമായി രൂപീകരിച്ച ബോർഡുകളാണ് ഉൽപ്പന്ന നിർവാഹക സംഘങ്ങൾ. കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന കൗൺസിലുകൾക്ക് പകരമുള്ളവയാണ് ഈ ഉൽപ്പന്ന നിർവാഹക സംഘങ്ങൾ. ഇവയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന കൗൺസിലുകളുടേതു പോലെ തന്നെയാണ്. നിലവിൽ ഇന്ത്യയിൽ ഏഴ് ഉൽപ്പന്ന നിർവാഹകസംഘങ്ങൾ ഉണ്ട്. അവ കോഫി ബോർഡ്, റബ്ബർ ബോർഡ്, പുകയില ബോർഡ്, സ്പൈസസ് ബോർഡ്, സെൻട്രൽ സിൽക്ക് ബോർഡ്, ടീ ബോർഡ്, കയർ ബോർഡ് എന്നിവയാണ്.

കയറ്റുമതി പരിശോധനാ സമിതി (Export Inspection Council)

എക്സ്പോർട്ട് ക്വാളിറ്റി കൺട്രോൾ ആന്റ് ഇൻസ്പെക്ഷൻ ആക്ട് 1963 സെക്ഷൻ 3 പ്രകാരം ഭാരതീയ കയറ്റുമതി പരിശോധനാ സമിതി (Export Inspection Council of India) 1963 ൽ രൂപീകരിച്ചു. ഗുണനിലവാര നിയന്ത്രണവും

പ്രീഷിപ്പ്മെന്റ് പരിശോധനയും വഴി കയറ്റുമതി വ്യാപാരത്തിന്റെ സമഗ്രവികസനം ഇത് ലക്ഷ്യമിടുന്നു. ഗുണനിലവാര നിയന്ത്രണം, കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന ചരക്കുകളുടെ പരിശോധന എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ഉന്നതതല സ്ഥാപനമാണ് കയറ്റുമതി പരിശോധനാ സമിതി. ചില കാര്യങ്ങളൊഴികെ കയറ്റുമതി ലക്ഷ്യമാക്കിയുള്ള എല്ലാ കാര്യങ്ങളും കയറ്റുമതി പരിശോധനാ സമിതിയാണ് സ്വീകരിക്കേണ്ടത്.

ഇന്ത്യൻ വ്യാപാര വികസന സംഘടന (Indian Trade Promotion Organisation)

ഇന്ത്യൻ വാണിജ്യ മന്ത്രാലയത്തിന്റെ കീഴിൽ 1992 ജനുവരി 1 ന് ഇന്ത്യൻ വ്യാപാര വികസന സംഘടന 1956 ലെ കമ്പനി നിയമ പ്രകാരം നിലവിൽ വന്നു. അതിന്റെ ആസ്ഥാനം ന്യൂഡൽഹിയാണ്. രണ്ട് ഏജൻസികളായ ട്രേഡ് ഡവലപ്മെന്റ് അതോറിറ്റിയും ട്രേഡ് ഫെയർ അതോറിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യയും ലയിപ്പിച്ചാണ് ഇന്ത്യൻ വ്യാപാര വികസന സംഘടന രൂപീകരിച്ചത്. ഇത് ഒരു സേവന സംഘടനയാണ്. കൂടാതെ വ്യാപാരം, വ്യവസായം, സർക്കാർ എന്നിവയുമായി നിരന്തരം ബന്ധം പുലർത്തുകയും ചെയ്യുന്നു. വ്യാപാരമേളകളും പ്രദർശനങ്ങളും സംഘടിപ്പിച്ച് വ്യവസായത്തെ പരിപോഷിപ്പിക്കാൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു. രാജ്യത്തിനകത്തും പുറത്തും അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരമേളകളിലും പ്രദർശനങ്ങളിലും കയറ്റുമതി സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് പങ്കെടുക്കുന്നതിനും പുതിയ ഇനങ്ങൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിനും ആവശ്യമായ പിന്തുണയും ബിസിനസ് സംബന്ധിച്ച വിവരങ്ങളും സംഘടന ലഭ്യമാക്കുന്നു. ഐ.ടി.പി.ഒ യ്ക്ക് മുംബൈ, ബാംഗ്ലൂർ, കൊൽക്കത്ത, കാൺപൂർ, ചെന്നൈ എന്നിവിടങ്ങളിലായി അഞ്ച് മേഖലാ ഓഫീസുകൾ ഉണ്ട്. ജർമനി, ജപ്പാൻ, യു.എ.ഇ, യു.എസ്.എ എന്നിവിടങ്ങളിൽ നാല് അന്താരാഷ്ട്ര ഓഫീസുകളും പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ഫോറിൻ ട്രേഡ് (Indian Institute of Foreign Trade(IIFT))

ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ഫോറിൻ ട്രേഡ് എന്നത് 1963 ൽ സൊസൈറ്റീസ് രജിസ്ട്രേഷൻ ആക്ട് പ്രകാരം രജിസ്റ്റർ ചെയ്ത ഒരു സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനമാണ്. രാജ്യത്തിന്റെ വിദേശ വ്യാപാര മാനേജ്മെന്റിനെ പ്രൊഫഷണലാക്കുകയാണ് പ്രധാനലക്ഷ്യം. ഈയിടെ കല്പിത സർവ്വകലാശാലയായി (deemed university) അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടു. അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരങ്ങളിൽ പരിശീലനം നൽകുക, അന്താരാഷ്ട്ര തലങ്ങളിൽ ഗവേഷണം നടത്തുക, വ്യവസായം, അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരം, നിക്ഷേപങ്ങൾ എന്നിവ സംബന്ധിച്ച ഡാറ്റ വിശകലനം ചെയ്യുക എന്നിവയാണ് പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ.

ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് പാക്കേജിംഗ് (Indian Institute of Packaging (IIP)

ഇൻഡ്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് പാക്കേജിംഗ് ഒരു ദേശീയ സ്ഥാപനം എന്ന നിലയിലാണ് രൂപീകരിച്ചിട്ടുള്ളത്. വാണിജ്യ മന്ത്രാലയം, ഭാരതസർക്കാർ, ഇന്ത്യൻ പാക്കേജിംഗ് വ്യവസായം എന്നിവ സംയുക്തമായാണ് 1966 ൽ ഈ സ്ഥാപനം രൂപീകരിച്ചത്. മുംബൈ ആസ്ഥാനമായി പ്രിൻസിപ്പൽ ലബോറട്ടറിയും കൊൽക്കത്ത, ഡൽഹി, ചെന്നൈ എന്നിവിടങ്ങളിലായി മൂന്ന് മേഖലാ ലബോറട്ടറികളും സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നു. പാക്കേജിംഗിനും പരിശോധനക്കുമുള്ള പരിശീലന ഗവേഷണ സ്ഥാപനമാണ് ഇത്. പാക്കേജ് ഉൽപാദനത്തിനും പാക്കേജ് ഉപഭോക്തൃ വ്യവസായത്തിനും ആവശ്യമായ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുകയാണ് ഇവയുടെ മറ്റു പ്രവർത്തനങ്ങൾ. ആഭ്യന്തര, കയറ്റുമതി വിപണികളുമായി ബന്ധ

പ്പെട്ട പാക്കേജിംഗ് ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നു. പരിശീലനവിദ്യാഭ്യാസ പരിപാടികൾ, പ്രൊമോഷണൽ അവാർഡ് മത്സരങ്ങൾ, വിവര സേവനങ്ങൾ എന്നിവയും മറ്റ് അനുബന്ധ പ്രവർത്തനങ്ങളും സാങ്കേതിക ഉപദേശം നൽകൽ പരിശോധനാ സേവനങ്ങളും നൽകുന്നു.

സംസ്ഥാന വ്യാപാര സംഘടന [State Trading Organisation]: ഭാരതത്തിലെ അനേകം ആഭ്യന്തര വ്യാപാര സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് ആഗോള വിപണിയിൽ മത്സരക്ഷമത ഇല്ലാത്ത സാഹചര്യം നിലവിലുണ്ടായിരുന്നു. അതേ സമയം നിലവിലുള്ള വ്യാപാര മാർഗ്ഗങ്ങൾ കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹനത്തിന് അനുകൂലവുമല്ല. ഒപ്പം യുറോപ്യൻ രാഷ്ട്രങ്ങൾ ഒഴികെയുള്ള രാഷ്ട്രങ്ങളുമായുള്ള വ്യാപാരം വൈവിദ്ധ്യവർക്കരണത്തിന് അനുയോജ്യവുമല്ല. ഈ സാഹചര്യത്തിലാണ് 1956 ൽ സംസ്ഥാന വ്യാപാര സംഘടന അഥവാ സ്റ്റേറ്റ് ട്രേഡിംഗ് ഓർഗനൈസേഷൻ രൂപീകരിക്കുന്നത്. സംസ്ഥാന വ്യാപാര സംഘടനയുടെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം വ്യാപാരം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക, പ്രത്യേകിച്ച് വിവിധ വ്യാപാര പങ്കാളികളായ രാഷ്ട്രങ്ങളുമായുള്ള കയറ്റുമതി വ്യാപാരം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക എന്നതാണ്. പിന്നീട് മെറ്റൽസ് ആന്റ് മിനറൽസ് ട്രേഡിംഗ് കോർപ്പറേഷൻ (MMTC), കൈത്തറി കരകൗശല കയറ്റുമതി കോർപറേഷൻ (HHEC) തുടങ്ങിയ മറ്റ് പല സംഘടനകൾ കൂടി രൂപീകരിക്കുകയുണ്ടായി.

11.5 അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാര സംഘടനകളും വ്യാപാര കരാറുകളും [International Trade Institutions and Trade Agreements]

ഒന്നാം ലോകമഹായുദ്ധവും (1914-1919) രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധവും (1939-1945) ലോകമെമ്പാടും ജീവനും സ്വത്തിനും വ്യാപകമായ നാശനഷ്ടങ്ങൾ വരുത്തി. വിഭവങ്ങളുടെ ദൗർല്ലഭ്യം മൂലം രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് പുനരുദ്ധാരണ, വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുത്ത് നടത്താൻ കഴിയാത്ത സാഹചര്യം ഉണ്ടാവുകയും ചെയ്തു. ആഗോള കറൻസി സമ്പ്രദായങ്ങൾ തടസ്സപ്പെടുകയും അത് രാഷ്ട്രങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരം പോലും തടസ്സപ്പെടുന്ന സ്ഥിതി വിശേഷത്തിലെത്തിക്കുകയും ചെയ്തു.

അത്തരമൊരു സാഹചര്യത്തിലാണ് നാൽപ്പത്തിനാല് രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ പ്രതിനിധികൾ പ്രശസ്ത സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രജ്ഞനായ ജെ. എം. കെയിൻസിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ ന്യൂ ഹാംഷയറിലുള്ള ബ്രെട്ടൻ വുഡ് എന്ന സ്ഥലത്ത് യോഗം ചേർന്ന് ലോക സമാധാനം പുനഃസ്ഥാപിക്കുന്നതിനും സാധാരണ സ്ഥിതി വിശേഷം തിരികെ കൊണ്ടുവരുന്നതിനുമുള്ള ശ്രമങ്ങൾ ആരംഭിച്ചത്.

അന്തർദ്ദേശീയ നാണയ നിധി [International Monetary Fund], പുനഃരുദ്ധാരണത്തിനും വികസനത്തിനുമായുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ ബാങ്ക് [International Bank for Reconstruction and Development], അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാര സംഘടന [World Trade Organisation] എന്നീ മൂന്ന് അന്തർദ്ദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ രൂപീകരണത്തോടുകൂടിയാണ് യോഗം അവസാനിച്ചത്. ആഗോള സാമ്പത്തിക വികസനത്തിന്റെ മൂന്ന് തൂണുകളായാണ് ഈ സ്ഥാപനങ്ങളെ അവർ കണ്ടത്. യുദ്ധം പിച്ചിച്ചീന്തിയ ആഗോള സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥ, പ്രത്യേകിച്ച് യൂറോപ്യൻ സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥ പുനഃരുദ്ധരിക്കുക എന്ന ഉത്തരവാദിത്വം ലോകബാങ്കിനെ ചുമതലപ്പെടുത്തിയപ്പോൾ ആഗോള വ്യാപാര വ്യാപനത്തിന് ഉതകുന്ന തരത്തിൽ വിനിമയ നിരക്കുകളിൽ സ്ഥിരത കൈവരുത്തുക എന്ന ഉത്തരവാദിത്വമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ നാണയ നിധിയ്ക്ക് നൽകിയത്. ആ കാലത്ത് നിലവിലുണ്ടായിരുന്ന വിവിധ നിയന്ത്രണങ്ങളും വിവേചനങ്ങളും തരണം ചെയ്ത് അംഗരാഷ്ട്രങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള വ്യാപാരം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും അതിന്

വേണ്ട സൗകര്യങ്ങൾ ഒരുക്കുകയും ചെയ്യുക എന്ന ചുമതലയാണ് അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാര സംഘടനയുടെ ലക്ഷ്യമായി കണ്ടത്.

ഇവയിൽ ആദ്യത്തെ രണ്ട് സ്ഥാപനങ്ങൾ, അതായത് അന്തർദ്ദേശീയ നാണയ നിധി [International Monetary Fund], പുനഃരുദ്ധാരണത്തിനും വികസനത്തിനുമായുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ ബാങ്ക് [International Bank for Reconstruction and Development] എന്നീ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഉടൻ തന്നെ നിലവിൽ വന്നപ്പോൾ അമേരിക്കയുടെ ശക്തമായ എതിർപ്പ് കാരണം അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാര സംഘടന (W.T.O) യാഥാർത്ഥ്യമായില്ല. ഇത്തരമൊരു സംഘടനയ്ക്ക് പകരമായി യാഥാർത്ഥത്തിൽ പിന്നീട് രൂപപ്പെട്ട് വന്നത് അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരത്തെ ഉയർന്ന കസ്റ്റംസ് തീരുവകളിൽ നിന്നും മറ്റ് പല നിയന്ത്രണങ്ങളിൽ നിന്നും സ്വതന്ത്രമാക്കപ്പെടുന്ന ഒരു സംവിധാനമാണ്. ഈ സംവിധാനം പിന്നീട് വ്യാപാരത്തിനും താരിഫുകൾക്കുമുള്ള പൊതു കരാർ [General Agreement on Trade and Tariff [GATT] എന്ന പേരിൽ അറിയപ്പെട്ടു. ഈ മൂന്ന് അന്തർദ്ദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളും ധർമ്മങ്ങളും കൂടുതൽ വിശദമായി തുടർന്ന് വരുന്ന ഭാഗങ്ങളിൽ ചർച്ച ചെയ്യുന്നു.

11.5.1 ലോകബാങ്ക് [World Bank]

ബ്രെട്ടൻ വുഡ് സമ്മേളനത്തിന്റെ ഫലമായി ഉണ്ടായതാണ് ലോകബാങ്ക് എന്ന് പൊതുവെ അറിയപ്പെടുന്ന പുനഃരുദ്ധാരണത്തിനും വികസനത്തിനുമായുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ ബാങ്ക് [International Bank for Reconstruction and Development]. യുദ്ധക്കെടുതികൾ മൂലം ബുദ്ധിമുട്ടുന്ന യൂറോപ്യൻ സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥകൾ പുനഃരുദ്ധരിക്കുകയും ലോകത്തിലെ വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ വികസനത്തിന് സഹായിക്കുക എന്നതുമാണ് ഇത്തരമൊരു അന്തർദ്ദേശീയ സ്ഥാപനം രൂപീകരിച്ചതിന്റെ പിന്നിലെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം. ആദ്യ ചില വർഷങ്ങളിൽ ലോക ബാങ്ക് യുദ്ധക്കെടുതികൾ അലങ്കോലമാക്കിയ യൂറോപ്യൻ സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയുടെ പുനരുദ്ധാരണത്തിൽ മുഴുകിയിരിക്കുകയായിരുന്നു. 1950 കളുടെ അവസാനത്തോടുകൂടി ഈ ലക്ഷ്യം കൈവരിച്ച ലോകബാങ്ക് പിന്നീട് വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ വികസനത്തിൽ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാൻ തുടങ്ങി. ഈ രാജ്യങ്ങളിലെ, പ്രത്യേകിച്ച് ആരോഗ്യം, വിദ്യാഭ്യാസം തുടങ്ങിയ സാമൂഹിക മേഖലകളിൽ കൂടുതൽ കൂടുതൽ നിക്ഷേപം നടത്തുന്നതിലൂടെ വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക മേഖലകളിൽ സമൂലമായ മാറ്റം കൈവരിക്കാം എന്ന നിഗമനത്തിൽ ലോക ബാങ്ക് എത്തിച്ചേർന്നു. വികസ്വര രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ ഇത്തരം നിക്ഷേപ പദ്ധതികൾക്ക് രൂപം നൽകുന്നതിനായി 1960 ൽ അന്തർദ്ദേശീയ വികസന സംഘടന [International Development Association – IDA] രൂപീകരിച്ചു. ഈ സംഘടന, (ഐ.ഡി.എ.) രൂപീകരിച്ചതിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം ആളോഹരി വരുമാനം തീരെ കുറഞ്ഞ രാജ്യങ്ങൾക്ക് സൗജന്യ നിരക്കിൽ ലളിതമായ നിബന്ധനകളിൽ വായ്പകൾ അനുവദിക്കുക എന്നതാണ്. ലളിത നിബന്ധനകൾ എന്നതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്, (i) തിരിച്ചടവ് കാലാവധി പുനരുദ്ധാരണത്തിനും വികസനത്തിനുമായുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ ബാങ്ക്, (ഐ.ബി.ആർ.ഡി) അനുവദിക്കുന്ന തിരിച്ചടവ് കാലാവധിയേക്കാൾ ഏറെ കൂടുതൽ നൽകുക. (ii) വായ്പ എടുക്കുന്ന രാഷ്ട്രങ്ങൾ വായ്പാ തുകയ്ക്ക് യാതൊരു പലിശയും നൽകേണ്ടതില്ല, അതായത് അന്തർദ്ദേശീയ വികസന സംഘടന [International Development Association – IDA] സാമ്പത്തികമായി പിന്നോക്കം നിൽക്കുന്ന രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് പലിശ രഹിത വായ്പ നൽകുന്നു എന്നർത്ഥം. പുനരുദ്ധാരണത്തിനും വികസനത്തിനുമായുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ ബാങ്കും (ഐ.ബി.ആർ.ഡി) വായ്പകൾ നൽകുന്നുണ്ട് എങ്കിലും അതിന് വാണിജ്യാടിസ്ഥാനത്തിൽ പലിശ ഈടാക്കുന്നുണ്ട്.

കാലക്രമേണ ലോകബാങ്കിന്റെ കുടക്കീഴിൽ മറ്റ് ചില സംഘടനകൾ കൂടി രൂപീകരിച്ചു. ഇന്നത്തെ സ്ഥിതിയിൽ വ്യത്യസ്ത രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് ധനസഹായം നൽകുന്നതിന് ഉത്തരവാദപ്പെട്ട അഞ്ച് അന്താരാഷ്ട്ര സംഘടനകളുടെ ഒരു ഗ്രൂപ്പാണ് ലോകബാങ്ക്. അമേരിക്കയിലെ വാഷിങ്ടൺ ഡി.സി ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഈ ഗ്രൂപ്പും അതിന്റെ അനുബന്ധ സ്ഥാപനങ്ങളും വിവിധങ്ങളായ സാമ്പത്തിക ആവശ്യങ്ങൾ നിറവേറ്റുന്നു.

11.5.2 അന്താരാഷ്ട്ര നാണയ നിധി [International Monetary Fund]

ലോകബാങ്കിന് ശേഷമുള്ള രണ്ടാമത്തെ വലിയ അന്താരാഷ്ട്ര സാമ്പത്തിക സംഘടനയാണ് അന്താരാഷ്ട്ര നാണയ നിധി. 1945 ൽ നിലവിൽ വന്ന ഈ സംഘടനയുടെ ആസ്ഥാനം വാഷിങ്ടൺ ഡി.സി യാണ്. 2018 ൽ ഈ സംഘടനയ്ക്ക് 189 രാഷ്ട്രങ്ങൾ അംഗങ്ങളായുണ്ട്. ഒരു ക്രമീകൃതമായ അന്താരാഷ്ട്ര നാണയ വ്യവസ്ഥിതി ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുക എന്നതാണ് അന്താരാഷ്ട്ര നാണയ നിധി രൂപീകരിച്ചതിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യം. അതായത്, വിവിധ രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള പണമിടപാടുകൾക്ക് അനുയോജ്യമായ തരത്തിൽ ദേശീയ കറൻസികൾക്ക് വിനിമയ നിരക്ക് സാധ്യമാക്കുക എന്നർത്ഥം.

ഐ.എം.എഫി (IMF) ന്റെ പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങൾ

- സാമ്പത്തികവും പണപരവുമായ അന്താരാഷ്ട്ര സഹകരണം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.
- അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരത്തിന്റെ സന്തുലിതമായ വളർച്ചയിലൂടെ ഉയർന്ന തോതിലുള്ള തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും യഥാർത്ഥ വരുമാനം വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനുമുള്ള സൗകര്യങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യുക.
- അംഗരാഷ്ട്രങ്ങൾക്കിടയിൽ ക്രമീകൃതമായ വിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾ നിലനിർത്തുന്നതിന് സഹായിക്കുന്ന തരത്തിൽ വിനിമയ സ്ഥിരത പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.
- അംഗരാഷ്ട്രങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള തൽസമയ സാമ്പത്തിക ഇടപാടുകൾ ക്രമീകരിക്കുന്നതിന് ഉതകുന്ന വിവിധ തട്ടിലുള്ള ഒരു വ്യവസ്ഥിതി രൂപപ്പെടുത്താൻ സഹായിക്കുക.

ഐ.എം.എഫിന്റെ ധർമ്മങ്ങൾ [Functions of IMF]

മുകളിൽ പറഞ്ഞ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടുന്നതിന് വേണ്ടി പലവിധ ധർമ്മങ്ങൾ ഐ.എം.എഫ് നിർവ്വഹിക്കുന്നുണ്ട്. ഈ ധർമ്മങ്ങളിൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ചിലത് താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

- ഹ്രസ്വകാല വായ്പാ സ്ഥാപനമായി വർത്തിക്കുക.
- വിനിമയ നിരക്കുകളുടെ ക്രമമായ നീക്കുപോക്കുകൾക്ക് വേണ്ട സംവിധാനം ഒരുക്കുക.
- അംഗരാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ കറൻസി വായ്പ എടുക്കാവുന്ന തരത്തിൽ അംഗരാജ്യങ്ങളുടെ കറൻസികളുടെ ഒരു സംഭരണശാലയായി പ്രവർത്തിക്കുക.
- വിദേശനാണയം വായ്പ നൽകുന്നതിനും തൽസമയ ഇടപാടുകൾക്കുമുള്ള സ്ഥാപനമായി പ്രവർത്തിക്കുക.
- അംഗരാഷ്ട്രങ്ങളിലെ വിനിമയ നിരക്കുകളിൽ ക്രമീകൃതമായ സംവിധാനം ഒരുക്കുന്ന തരത്തിൽ ആവശ്യമെങ്കിൽ ഒരു രാഷ്ട്രത്തിന്റെ കറൻസിയുടെ മൂല്യം നിശ്ചയിക്കുകയോ തിരുത്തുകയോ ചെയ്യുക.
- അന്താരാഷ്ട്ര കൂടിയാലോചനകൾക്കുള്ള ഒരു സംവിധാനം പ്രദാനം ചെയ്യുക.

12.4.6 ലോക വ്യാപാര സംഘടനയും അവരുടെ പ്രധാന ഉടമ്പടികളും [World Trade Organisation (WTO) and Major Agreements]

അന്താരാഷ്ട്ര നാണയ നിധിയുടെയും ലോക ബാങ്കിന്റെയും ചുവടു പിടിച്ചു അംഗരാജ്യങ്ങൾക്കിടയിലുള്ള വ്യാപാര നിയന്ത്രണങ്ങൾ ലഘൂകരിക്കുന്നതിനും നിലവിലുള്ള വ്യാപാര വിവേചനങ്ങൾ ഒഴിവാക്കുന്നതിനും വേണ്ടി 1944 ൽ അമേരിക്കയിലെ ബ്രെട്ടൻ വുഡിൽ നടന്ന 44 രാജ്യങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക സമ്മേളനത്തിൽ രൂപീകരിച്ച സംഘടനയാണ് ലോക വ്യാപാര സംഘടന. എന്നാൽ അമേരിക്കയുടെ കടുത്ത എതിർപ്പിനെ തുടർന്ന് ഈ സംഘടനയും ആശയവും പരിപൂർണ്ണതയിലെത്തിക്കാൻ സാധിച്ചില്ല. എന്നിരുന്നാലും സമ്മേളനത്തിൽ പങ്കെടുത്ത രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിൽ അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരത്തിൽ നിലനിൽക്കുന്ന അസമത്വവും നിയന്ത്രണങ്ങളും ഉയർന്ന ഇറക്കുമതി ചുങ്കങ്ങളും ലഘൂകരിക്കുന്നതിനാവശ്യമായ ഒരു ഉടമ്പടി രൂപീകരിക്കാൻ തീരുമാനിച്ചു. ഈ ഉടമ്പടിയെ ഗാട്ട് (General Agreement for Tariffs and Trade) എന്നറിയപ്പെടുന്നു. 1948 ജനുവരി ഒന്നിന് നിലവിൽ വന്ന ഗാട്ട് 1994 ഡിസംബർ വരെ നിലനിന്നു. നിലനിൽക്കുന്ന നികുതി, നികുതിയേതര നിയന്ത്രണങ്ങൾ ലഘൂകരിക്കാൻ ഗാട്ടിലൂടെ നടത്തിയ ചർച്ചകൾ പ്രശസ്തമാണ്. ഇതിൽ 1986 മുതൽ 1994 വരെ നീണ്ടുനിന്ന ചർച്ചയ്ക്കൊടുവിൽ 'ഗാട്ട്' എന്ന വ്യാപാര ഉടമ്പടി നിർത്തലാക്കാനും ജനീവ ആസ്ഥാനമായി ലോക വ്യാപാര സംഘടന 1995 ജനുവരി ഒന്നു മുതൽ പ്രവർത്തനം ആരംഭിക്കാനും തീരുമാനിച്ചു. അങ്ങനെ അഞ്ചു ദശകങ്ങൾക്കു മുമ്പ് രൂപീകരിച്ച അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാര സംഘടന എന്ന ആശയം ലോക വ്യാപാര സംഘടന എന്നതിലൂടെ സാക്ഷാത്കരിച്ചു.

ഗാട്ടിന്റെ പിൻഗാമിയായി എത്തിയതാണെങ്കിലും ലോക വ്യാപാര സംഘടനയ്ക്കു ഗാട്ടിനേക്കാൾ പരമാധികാരം കൂടുതലാണ്. ചരക്കുകളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ബൗദ്ധിക സ്വത്തുക്കളുടെയും അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരങ്ങളുടെ നിയന്ത്രണങ്ങൾ അന്താരാഷ്ട്ര ഉടമ്പടിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലഘൂകരിക്കുകയും വിവിധ രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള വ്യാപാര പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന മധ്യവർത്തിയായി ലോക വ്യാപാര സംഘടന നിലകൊള്ളുന്നു. 2016 ജൂലൈയിൽ ലോക വ്യാപാര സംഘടനയിൽ 164 അംഗരാഷ്ട്രങ്ങളുണ്ട്. രൂപീകരണം മുതൽക്കുള്ള ഒരു അംഗ രാഷ്ട്രമാണ് ഇന്ത്യ.

ലോക വ്യാപാര സംഘടനയുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ

ലോക വ്യാപാര സംഘടനയുടെ അടിസ്ഥാന ഉദ്ദേശ്യം ഗാട്ടിന് സമാനമാണ്. ജനങ്ങളുടെ ജീവിതനിലവാരവും വരുമാനവും ഉയർത്തുക, ജോലിസാധ്യത വർദ്ധിപ്പിക്കുക, ഉൽപ്പാദനവും കച്ചവടവും വർദ്ധിപ്പിക്കുക, ലോകത്തിലെ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കളുടെ ഉപയോഗം കാര്യക്ഷമമാക്കുക തുടങ്ങിയവ. എന്നിരുന്നാലും ഗാട്ടും ലോക വ്യാപാര സംഘടനയും തമ്മിൽ ലക്ഷ്യപരമായി വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. ലോക വ്യാപാര സംഘടനയുടെ ഉദ്ദേശ്യലക്ഷ്യം സ്പഷ്ടമാണ്. അതു വ്യാപാരത്തിലെ സേവനമേഖല കൂടി ഉൾപ്പെടുത്തിയതുമാണ്. സുസ്ഥിര വികസനം എന്ന കാഴ്ചപ്പാടിലൂടെ ലോകത്തെ അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ കാര്യക്ഷമമായി ഉപയോഗിക്കുകയും അതിനോടൊപ്പം പരിസ്ഥിതിയെ പൂർണ്ണമായി സംരക്ഷിക്കുമെന്നും ലോക വ്യാപാര സംഘടന ഉറപ്പുനൽകുന്നു. മുകളിൽ പറഞ്ഞ വിവരണത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ലോക വ്യാപാര സംഘടനയുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഉദ്ദേശ്യങ്ങളെ താഴെ പറയുന്ന രീതിയിൽ വിവരിക്കാം.

- വിവിധ രാജ്യങ്ങൾ ചുമത്തുന്ന താരിഫ് നികുതികളും കച്ചവട തടസ്സങ്ങളും കുറയ്ക്കുന്നത് ഉറപ്പുവരുത്തുക.

- അംഗരാജ്യങ്ങളിലെ ജനങ്ങളുടെ വരുമാനവും തൊഴിലവസരങ്ങളും വർധിപ്പിച്ച് ജീവിതനിലവാരം ഉയർത്തി അതിലൂടെ ഉൽപ്പാദനവും ചോദനവും വർദ്ധിപ്പിക്കുക.
- ലോകത്തിലെ അസംസ്കൃത വിഭവങ്ങൾ കാര്യക്ഷമമായി ഉപയോഗിച്ചുകൊണ്ട് സുസ്ഥിരവികസനം സാധ്യമാക്കുക.
- സംയോജിതവും അയവുള്ളതും ശാശ്വതവുമായ ഒരു വ്യാപാര സമ്പ്രദായം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.

ലോക വ്യാപാര സംഘടനയുടെ ധർമങ്ങൾ [Functions of WTO]

ലോക വ്യാപാര സംഘടനയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ പ്രധാനപ്പെട്ടവ താഴെ പറയുന്നു.

- പരാതി പരിഹാരത്തിന് വേണ്ടി ഡബ്ല്യു.ടി.ഒ യെ സമീപിക്കുന്ന ഒരു അംഗരാജ്യത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ഒരു സാഹചര്യം ഉണ്ടാക്കുക.
- അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരത്തിൽ നിലനിൽക്കുന്ന വ്യാപാര തടസങ്ങൾ, നികുതികൾ, വിവേചനങ്ങൾ എന്നിവ തുടച്ചുമാറ്റുന്നതിന് പൊതുസമ്മതമായ പെരുമാറ്റച്ചട്ടം രൂപീകരിക്കുക.
- പരാതി പരിഹാര സ്ഥാപനമായി പ്രവർത്തിക്കുക.
- അംഗരാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള തർക്കങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിന് വേണ്ടിയുള്ള നിയമങ്ങൾ മുഴുവൻ രാജ്യങ്ങളും പാലിക്കുന്നുവെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്തുക.
- ഐ.എം.എഫുമായും ഐ.ബി.ആർ.ഡി യുമായും കൂടിയാലോചിച്ച് ആഗോള സാമ്പത്തിക നയങ്ങൾ രൂപീകരിക്കുക.
- സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ബൗദ്ധിക സ്വത്തുക്കളുടെയും കച്ചവടവുമായി ബന്ധപെട്ട് അംഗരാജ്യങ്ങൾ പുറപ്പെടുവിക്കുന്ന നിയമങ്ങളെ വിലയിരുത്തുക.

ഡബ്ല്യു.ടി.ഒ യുടെ നേട്ടങ്ങൾ [Benefits of W.T.O]

1995 ൽ സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടത് മുതൽ അന്താരാഷ്ട്ര വ്യാപാരത്തിന്റെ ബഹുമുഖ വളർച്ച പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്ന നിയമപരവും സംഘടനാപരവുമായ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും ലോക വ്യാപാര സംഘടന ഏറ്റെടുത്തിട്ടുണ്ട്. വ്യാപാരം വളർത്തുക എന്നതിലുപരി അംഗരാജ്യങ്ങളുടെ പരസ്പര സഹകരണം ഉറപ്പാക്കാനും ജനങ്ങളുടെ ജീവിതനിലവാരം ഉയർത്തുന്നതിനും ലോക വ്യാപാര സംഘടനക്ക് കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ഡബ്ല്യുടിഒ യുടെ പ്രധാനപ്പെട്ട നേട്ടങ്ങൾ താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

- ഡബ്ല്യു.ടി.ഒ ആഗോള സമാധാനവും അന്താരാഷ്ട്ര കച്ചവടവും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കാൻ സഹായിച്ചു.
- അംഗരാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള തർക്കങ്ങൾ പരസ്പര സഹകരണത്തോടെ പരിഹരിച്ചു.
- ആഗോള വ്യാപാരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിയമങ്ങൾ വളരെ സുതാര്യവും പ്രവചനാത്മകവുമാക്കി.
- സ്വതന്ത്രവ്യാപാരം വഴി ജനങ്ങളുടെ സാമ്പത്തിക നിലയും ജീവിത നിലവാരവും ഉയർന്നു.
- സ്വതന്ത്രവ്യാപാരം പലതരത്തിലുള്ള ഗുണമേന്മയുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള സാധ്യത വർദ്ധിപ്പിച്ചു.
- സ്വതന്ത്ര വ്യാപാരത്തിലൂടെ സാമ്പത്തിക വളർച്ച ത്വരിതഗതിയിലായി.
- അംഗരാജ്യങ്ങളിൽ ജനാധിപത്യ സ്വഭാവമുള്ള സർക്കാരുകൾ രൂപീകരിക്കാൻ സഹായിച്ചു.
- കച്ചവട സംബന്ധമായ കാര്യങ്ങളിൽ മുൻഗണനാ പരിചരണം നൽകിക്കൊണ്ട് വികസിത രാജ്യങ്ങളുടെ വളർച്ചയ്ക്ക് ഡബ്ല്യു.ടി.ഒ. സഹായിച്ചു.

പ്രധാന പദങ്ങൾ

അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്	എഫ്.ഡി.ഐ.
ലൈസൻസിംഗ്	അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരം
പോർട്ട് ഫോളിയോ നിക്ഷേപങ്ങൾ	ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ്
ചരക്കുകളുടെ വ്യാപാരം	കയറ്റുമതി
പുറംകരാർ	അദൃശ്യ വ്യാപാരം
കൂട്ടുസംരംഭം	വിദേശ നിക്ഷേപം
കരാർ ഉൽപ്പാദനം	പൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനം
ഇറക്കുമതി	പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സ്
ഇൻഡെന്റ്	കയറ്റുമതി ലൈസൻസ്
ഐ. ഇ. സി നമ്പർ	രജിസ്ട്രേഷൻ കം മെമ്പർഷിപ്പ് സർട്ടിഫിക്കറ്റ്
സാമ്പത്തിക സഹായം	സാധനം കയറ്റി അയക്കുന്നതിനു മുമ്പുള്ള പരിശോധന
കയറ്റുമതി പരിശോധനാ ഘടകം	എക്സൈസ് ക്ലിയറൻസ്
ഉറവിട സാക്ഷ്യപത്രം	കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസ്
ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്	ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ
മേറ്റ്സ് രസീത്	ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് /എയർവേ ബിൽ
ഇൻവോയ്സ്	വിനിമയ ബില്ല്
സൈറ്റ് ഡ്രാഫ്റ്റ്	യൂസൻസ് ഡ്രാഫ്റ്റ്
ബില്ലിന്റെ നെഗോഷ്യേഷൻ	മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി
കാർട്ട് ടിക്കറ്റ്	ബാങ്കിന്റെ പണമിടപാട് രസീത്
പരിശോധനാ സർട്ടിഫിക്കറ്റ്	കച്ചവട അന്വേഷണം
ഷിപ്മെന്റ് അഡ്വൈസ്	ഇറക്കുമതിയിലെ പൊതുവായിട്ടുള്ള നിയമങ്ങൾ
ഡെലിവറി ഓർഡർ	ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി
സി ആൻറ് എഫ് ഏജന്റ്	പോർട്ട് ട്രസ്റ്റ് ഡ്യൂസ് രസീത്
തീരുവ തിരിച്ചുകൊടുക്കൽ പദ്ധതി	ബോണ്ട് പദ്ധതി പ്രകാരം മുൻകൂട്ടി ലൈസൻസ് കരസ്ഥമാക്കുന്ന പദ്ധതി
കയറ്റുമതി ഉൽപാദനം	ഇ.പി.സി.ജി.
കയറ്റുമതി സാമ്പത്തികസഹായം	സാധനം അയച്ചതിനു ശേഷമുള്ള സാമ്പത്തിക സഹായം
കയറ്റുമതി സംസ്ക്കരണ മേഖല	100 ശതമാനം കയറ്റുമതി സ്ഥാപനം
വാണിജ്യ വകുപ്പ്	കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന സമിതി
ഉൽപ്പന്ന ബോർഡ്	ഐ.ഐ.എഫ്.ടി
ഇന്ത്യൻ പാക്കേജിംഗ് സ്ഥാപനം	ഐ.ടി.പി.ഒ
കയറ്റുമതി പരിശോധനാ സമിതി	സ്റ്റേറ്റ് ട്രേഡിംഗ് ഓർഗനൈസേഷൻ

സംഗ്രഹം

അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് : രാജ്യാതിർത്തികൾക്ക് അപ്പുറത്ത് നടക്കുന്ന ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്. നിരവധി ആളുകൾ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് എന്ന പദം അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരവുമായി പരസ്പരം മാറി ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരത്തെ അപേക്ഷിച്ച് വളരെ വിശാലമായ പദമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്സ്. അത് സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും വ്യാപാരം മാത്രമല്ല, വിദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ സാധനങ്ങളുടെയും സേവനങ്ങളുടെയും ഉൽപ്പാദനവും വിപണനവും പോലുള്ള പല പ്രവർത്തനങ്ങളും ഉൾപ്പെടുന്നു.

കാരണങ്ങൾ : ഒരു രാജ്യത്തിനും അവർക്ക് വേണ്ട എല്ലാ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും കാര്യക്ഷമമായി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുകയില്ല എന്നതാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനുള്ള പ്രധാന കാരണം. വിഭവങ്ങളുടെ ലഭ്യതയും തൊഴിലാളികളുടെ ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയിലെ വ്യതിയാനങ്ങളും മൂലം രാജ്യങ്ങൾക്ക് കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന സാധനങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും അധികമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മറ്റ് രാഷ്ട്രങ്ങൾക്ക് കാര്യക്ഷമമായി ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായി കൈമാറ്റം ചെയ്യുകയും എന്നതായിരിക്കും ഇരു രാജ്യങ്ങൾക്കും കൂടുതൽ ഗുണകരമാവുക.

അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസും ആഭ്യന്തര ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം : ആഭ്യന്തര ബിസിനസിനെ അപേക്ഷിച്ച് ഏറെ സങ്കീർണ്ണമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളും പ്രക്രിയകളും. ഉൾപ്പെടുന്ന കക്ഷികളുടെ പൗരത്വവും ഉൽപ്പാദന ഘടകങ്ങളുടെ താരതമ്യേന കുറഞ്ഞ ചലനക്ഷമതയും വിപണികളിലെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ വൈവിധ്യങ്ങളും ബിസിനസ് രീതികളിലും രാഷ്ട്രീയ പരിതസ്ഥിതികളിലും ഉള്ള വ്യതിയാനങ്ങളും വ്യത്യസ്ത ബിസിനസ് നിയന്ത്രണങ്ങളും നയങ്ങളും വ്യത്യസ്ത കറൻസി അഥവാ പണവും എല്ലാം തന്നെ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനെയും ആഭ്യന്തര ബിസിനസിനെയും വ്യത്യസ്തമാക്കുന്നു. ഇവയൊക്കെത്തന്നെയാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിനെ കൂടുതൽ സങ്കീർണ്ണവും ബുദ്ധിമുട്ടുള്ളതുമാക്കുന്നത്.

വ്യാപ്തി : വളരെ വിശാലമാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി. അതിൽ ചരക്കുകളുടെ കയറ്റുമതിയും ഇറക്കുമതിയും മാത്രമല്ല സേവനങ്ങളുടെ വ്യാപാരം, ലൈസൻസിംഗ്, ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗ്, വിദേശനിക്ഷേപങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം ഉൾപ്പെടുന്നു.

നേട്ടങ്ങൾ : അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസുകൊണ്ട് സ്ഥാപനങ്ങൾക്കും രാജ്യങ്ങൾക്കും ഗുണമുണ്ട്. വിദേശനാണ്യം നേടാൻ സഹായിക്കുന്നു, ആഭ്യന്തര വിഭവങ്ങൾ കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായി വിനിയോഗിക്കാൻ സഹായിക്കുന്നു, സാമ്പത്തിക വളർച്ചയ്ക്കും തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാനും ഉപകരിക്കുന്നു തുടങ്ങിയ നേട്ടങ്ങൾ രാജ്യത്തിന് ലഭിക്കുമ്പോൾ വലിയ തോതിലുള്ള ലാഭം, കൂടുതലുള്ള ഉൽപാദന ശേഷിയുടെ വിനിയോഗം, ആഭ്യന്തര വിപണിയിലെ കടുത്ത മത്സരത്തിൽ നിന്ന് രക്ഷ നേടാനുള്ള മാർഗ്ഗം, ഉയർന്ന ബിസിനസ് കാഴ്ചപ്പാട് തുടങ്ങിയ നേട്ടങ്ങൾ സ്ഥാപനത്തിന് ലഭിക്കുന്നു.

പ്രവേശന മാർഗ്ഗങ്ങൾ : അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന സ്ഥാപനത്തിന് അനവധി മാർഗ്ഗങ്ങൾ മുമ്പിലുണ്ട്. കയറ്റുമതി/ഇറക്കുമതി, വിദേശങ്ങളിലെ കരാർ ഉൽപ്പാദനം, ലൈസൻസിംഗും ഫ്രാഞ്ചൈസിംഗും, സംയുക്ത സംരംഭങ്ങൾ, പൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയാണ് ഈ മാർഗ്ഗങ്ങൾ. ഇത്തരം ഓരോ പ്രവേശന മാർഗ്ഗത്തിനും അതിന്റേതായ ഗുണങ്ങളും പരിമിതികളും ഉണ്ട്. ഏത് മാർഗ്ഗം സ്വീകരിക്കണമെന്ന് തീരുമാനിക്കുന്നതിന് മുൻപ് ഓരോന്നിന്റെയും ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളും പരിശോധിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

കയറ്റുമതി നടപടികൾ

കയറ്റുമതി ഇടപാടുകൾ തുടങ്ങുന്നത് പുറംലോകത്തുള്ള ഉപഭോക്താവ് സാധനങ്ങളെക്കുറിച്ച് അന്വേഷണം നടത്തുന്നത് മുതലാണ്. ഇതിനു പകരമായി കയറ്റുമതിക്കാരൻ പ്രൊഫോർമാ ഇൻവോയ്സ് എന്നറിയപ്പെടുന്ന ഒരു കയറ്റുമതി ക്വട്ടേഷൻ നൽകുന്നു. ഇതിൽ കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്ന സാധനങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച വിശദാംശങ്ങളും കയറ്റുമതിയിലെ വ്യവസ്ഥകളും ഉണ്ടായിരിക്കുന്നതാണ്. ഇറക്കുമതിക്കാരന് ക്വട്ടേഷൻ സ്വീകാര്യമാണെങ്കിൽ അദ്ദേഹം ഒരു ഓർഡർ അല്ലെങ്കിൽ ഇൻഡെന്റ് കൊടുക്കുകയും ബാങ്കിൽ നിന്ന് ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് വാങ്ങുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇതിനുശേഷം കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഫോറിൻ ട്രേഡ് ഡയറക്ടർ ജനറലിൽ നിന്ന് എക്സ്പോർട്ട് ലൈസൻസ് നേടുകയും അതേപോലെ എക്സ്പോർട്ട് പ്രമോഷൻ കൗൺസിലിൽ നിന്ന് രജിസ്ട്രേഷൻ കം മെമ്പർഷിപ്പ് സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നേടുകയും ചെയ്യുന്നു. സാധനം കയറ്റിയയക്കുന്നതിന് മുൻപായി കയറ്റുമതിക്കാരന് സാമ്പത്തിക സഹായം ആവശ്യമുണ്ടെങ്കിൽ അദ്ദേഹം അത് ബാങ്കിൽ നിന്ന് നേടുന്നു. കയറ്റുമതിക്കാരൻ പിന്നീട് സാധനങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പരിശോധനയ്ക്ക് വിധേയമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കയറ്റുമതി പരിശോധന സമിതിയാണ് ഗുണനിലവാരം പരിശോധിക്കുന്നത്. ഇറക്കുമതിക്കാർക്ക് ആവശ്യമാണെങ്കിൽ കയറ്റുമതിക്കാർ വിദേശ കോൺസുലേറ്റിനെ സമീപിക്കുകയും ഉറവിടപ്രമാണം കരസ്ഥമാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇറക്കുമതിക്കാർക്ക് ക്വാട്ട അല്ലെങ്കിൽ താരിഫ് ഇളവിന് ഇത് സഹായിക്കുന്നു. കയറ്റുമതിക്കാർ പിന്നീട് കപ്പലിൽ സാധനം കയറ്റി അയക്കാനുള്ള സ്ഥലം ഉറപ്പിക്കുകയും സാധനം ഇൻഷുർ ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. എക്സൈസ് ക്ലിയറൻസിനു ശേഷം സാധനങ്ങൾ കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസിനു വേണ്ടി കൊണ്ടുപോകുന്നു. കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസ് വിഷമമുള്ള ജോലിയായതിനാൽ ഇത് ചെയ്യുന്നതിനുവേണ്ടി C & F ഏജന്റിനെ എൽപ്പിക്കുകയും അവർ വിവിധ പ്രമാണങ്ങൾ തയാറാക്കി ക്ലിയറൻസ് നേടുകയും ചെയ്യുന്നു.

കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറിംഗിനു ശേഷം തുറമുഖ ചാർജ്ജുകൾ തുറമുഖ അധികാരികൾക്കും, കടത്ത് കൂലി കപ്പൽ കമ്പനിക്കും കൊടുത്തു കഴിഞ്ഞാൽ സാധനങ്ങൾ കപ്പൽ കയറ്റുന്നു. കപ്പലിന്റെ കപ്പിത്താൻ ഒരു മേറ്റ്സ് രസീത് നൽകുന്നു. ഈ മേറ്റ്സ് രസീത് കടത്തുകൂലി നൽകുന്നതിനായി ഷിപ്പിംഗ് കമ്പനിയുടെ ഓഫീസിൽ നൽകുന്നു. കടത്ത് കൂലി സ്വീകരിച്ചതിന് ശേഷം ഷിപ്പിംഗ് കമ്പനി സാധനങ്ങൾ കപ്പലിൽ കടത്തുന്നതിനുള്ള കരാറിന് സമാനമായ ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ് നൽകുന്നു. സാധനങ്ങൾ കൊടുത്തുവിട്ടു കഴിഞ്ഞാൽ കയറ്റുമതിക്കാരൻ ഒരു ഇൻവോയ്സ് തയ്യാറാക്കുകയും ഇൻവോയ്സിന്റെ സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തിയ പകർപ്പ്, ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്, പാക്കിംഗ് ലിസ്റ്റ്, ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി, ഉറവിട രേഖ, ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്, ബിൽ ഓഫ് എക്സ്ചേഞ്ച് തുടങ്ങിയ അവശ്യരേഖകൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് അവരുടെ ബാങ്കി

ലൂടെ പണം നൽകിയതിനുള്ള സർട്ടിഫിക്കറ്റ് നൽകുന്നതിനായി അയച്ചു കൊടുക്കുന്നു. കയറ്റുമതി ഇടപാടുകൾ പൂർത്തീകരിച്ചു എന്നും പണം ലഭിച്ചും എന്നും സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്ന പ്രമാണമാണ് പണം നൽകിയതിനുള്ള സർട്ടിഫിക്കറ്റ്.

ഇറക്കുമതി നടപടികൾ

നിരവധി ഔപചാരികതകൾ നിറഞ്ഞതാണ് ഇറക്കുമതി നടപടിക്രമങ്ങളും. ഒരു കയറ്റുമതി സ്ഥാപനത്തെ കണ്ടെത്തി ഉൽപ്പന്നങ്ങളെയും, അതിന്റെ വില, കയറ്റുമതി സംബന്ധിച്ച നിബന്ധനകൾ എന്നിവയെല്ലാം ഉൾപ്പെടുന്ന വ്യാപാര അന്വേഷണം നടത്തുന്നതോടു കൂടിയാണ് ഇറിക്കുമതി നടപടിക്രമങ്ങൾ ആരംഭിക്കുന്നത്. ഒരു കയറ്റുമതി സ്ഥാപനത്തെ തെരഞ്ഞെടുത്ത് കഴിഞ്ഞാൽ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ കയറ്റുമതിക്കാരനോട് ഔപചാരികമായ ഒരു ക്വട്ടേഷൻ അഥവാ പ്രൊഫോർമാ ഇൻവോയ്സ് അയയ്ക്കാൻ ആവശ്യപ്പെടുന്നു. ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ പിന്നീട് ആവശ്യമെങ്കിൽ ഡയറക്ടറേറ്റ് ജനറൽ, ഫോറിൻ ട്രേഡിൽ നിന്നോ റീജിയണൽ ഇംപോർട്ട് എക്സ്പോർട്ട് കോഡ് നമ്പർ ലഭിക്കുന്നതിനുള്ള അപേക്ഷ നൽകുന്നു. ഈ നമ്പർ ഇറക്കുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മിക്കവാറും രേഖകളിൽ സൂചിപ്പിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇറക്കുമതിക്കുള്ള പണം വിദേശ നാണയത്തിൽ നൽകേണ്ടതുകൊണ്ട് ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ വിദേശ നാണ്യം അനുവദിക്കാൻ അധികാരപ്പെട്ട ബാങ്കിന് അതിന് വേണ്ട അപേക്ഷ നൽകണം.

ഇറക്കുമതി ലൈസൻസ് നേടിയതിന് ശേഷം ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ മുൻപ് നിശ്ചിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യുന്നതിന് കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നയാൾക്ക് ഇറക്കുമതി ഓർഡർ അഥവാ ഇൻഡെന്റ് നൽകുന്നു. കരാർ പ്രകാരം ആവശ്യമെങ്കിൽ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ, ബാങ്കിൽ നിന്നും ഒരു ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നയാൾക്ക് നൽകുന്നതിനുള്ള നടപടികൾ എടുക്കുന്നു. ഇറക്കുമതിക്കാരനുള്ള ഷിപ്പ്മെന്റ് അഡ്വൈസ് പ്രകാരമുള്ള സാധനങ്ങൾ കപ്പലിൽ കയറ്റിയതിന് ശേഷം ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന തുറമുഖത്ത് സാധനങ്ങൾ എത്തുമ്പോൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾക്ക് ആ സാധനങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശം ലഭ്യമാക്കുന്നതിന് ആവശ്യമായ ബിൽ ഓഫ് എക്സ്ചേഞ്ച്, കമേഴ്സ്യൽ ഇൻവോയ്സ്, ബിൽ ഓഫ് ലേഡിംഗ്/എയർവേ ബിൽ, പാക്കിംഗ് ലിസ്റ്റ്, സർട്ടിഫിക്കറ്റ് ഓഫ് ഒറിജിൻ അഥവാ ഉറവിട രേഖ, മറൈൻ ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി തുടങ്ങിയ രേഖകളുടെ ഒരു സെറ്റ് കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ അയച്ചു കൊടുക്കുന്നു. കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ ഈ രേഖകൾ അയാളുടെ ബാങ്ക് മുഖേനയാണ് ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾക്ക് അയച്ചു കൊടുക്കുക. ബാങ്ക് ഈ രേഖകൾ ഇറക്കുമതിക്കാരന് കാണിക്കുകയും ബിൽ ഓഫ് എക്സ്ചേഞ്ച് അംഗീകരിച്ചതിന് ശേഷം ആ രേഖകൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾക്ക് കൈമാറുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന രാജ്യത്ത് സാധനങ്ങൾ എത്തിക്കഴിഞ്ഞാൽ ചരക്ക് വാഹനത്തിന്റെ (കപ്പൽ മാർഗത്തിന്റെ അല്ലെങ്കിൽ വ്യോമമാർഗ്ഗത്തിന്റെ) ചുമതലയുള്ളയാൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്ന രാജ്യത്തെ തുറമുഖം അഥവാ എയർപോർട്ടിൽ ചരക്ക് എത്തി എന്ന് ആ തുറമുഖം/എയർപോർട്ടിന്റെ ചുമതലയുള്ള ആളെ അറിയിക്കുന്ന ഇംപോർട്ട് ജനറൽ മാനിഫെസ്റ്റ് തയ്യാറാക്കുന്നു. ഇറക്കുമതിക്കാരോ അല്ലെങ്കിൽ അവരുടെ കോസ്റ്റ് ആൻഡ് ഫ്രൈറ്റ് ഏജന്റോ കപ്പൽ കമ്പനിക്ക് കടത്തുകൂലി നൽകി (കയറ്റുമതിക്കാർ നേരത്തെ നൽകിയിട്ടില്ലെങ്കിൽ) തുറമുഖത്ത് നിന്നും സാധനങ്ങൾ എടുക്കാൻ അനുവാദം നൽകുന്ന ഡെലിവറി ഓർഡർ കമ്പനിയിൽ നിന്നും

കരസ്ഥമാക്കുന്നു. ഒപ്പം തന്നെ തുറമുഖത്ത് നൽകാനുള്ള സംഖ്യ നൽകി പോർട്ട് ട്രസ്റ്റ് ഡ്യൂസ് റസീറ്റ് കൂടി കരസ്ഥമാക്കുന്നു. അതിന് ശേഷം ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാൾ ഇറക്കുമതി കസ്റ്റംസ് തീരുവ കണക്കാക്കുന്നതിന് വേണ്ടി 'ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി' എന്ന രേഖ തയ്യാറാക്കുന്നു. ഇറക്കുമതി തീരുവ നൽകിയതിന് ശേഷം ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി തുറമുഖ സൂപ്രണ്ടിന് സാധനങ്ങൾ പരിശോധിക്കുന്നതിനായി നൽകുന്നു. പരിശോധിക്കുന്നയാൾ ബിൽ ഓഫ് എൻട്രിയിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ റിപ്പോർട്ട് രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നയാളോ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഏജന്റോ പ്രസ്തുത ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി സാധനങ്ങൾ വിട്ടു നൽകുന്നതിനായി തുറമുഖ അധികാരികൾക്ക് കൈമാറുന്നു.

പരിശീലന ചോദ്യങ്ങൾ

ശരിയുത്തരം തെരഞ്ഞെടുത്ത് എഴുതുക

1. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ ഏത് പ്രവേശന രീതിയാണ് നിശ്ചിത ഫീസ് വാങ്ങി ആഭ്യന്തര ഉൽപ്പാദകർ തങ്ങളുടെ പേറ്റൻറ്, ട്രേഡ്മാർക്ക് തുടങ്ങിയ ബൗദ്ധിക സ്വത്തുക്കൾ വിദേശത്തുള്ള ഉൽപ്പാദകർക്ക് ഉപയോഗിക്കാൻ അവകാശം നൽകുന്നത് ----- ആണ്.
   a. ലൈസൻസിങ് b. കരാർ ഉൽപ്പാദനം
   c. സംയുക്ത സംരംഭം d. പൊതു സ്വകാര്യ പങ്കാളിത്തം
2. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ ഉൽപ്പാദനം ഭാഗികമായോ പൂർണ്ണമായോ പുറംകരാർ നൽകി വിപണന പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നതാണ് -----
   a. ലൈസൻസിംഗ് b. ഫ്രാഞ്ചൈസിങ്
   c. കരാർ ഉൽപ്പാദനം d. സംയുക്ത സംരംഭം
3. രണ്ടോ അതിലധികമോ സ്ഥാപനങ്ങൾ കൂടിച്ചേർന്ന് മാതൃ സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്ന് നിയമപരമായി വ്യത്യസ്തമായ നിലനിൽപ്പും അസ്തിത്വവുമുള്ള പുതിയൊരു ബിസിനസ് സ്ഥാപനം തുടങ്ങുന്നതിനെ ---------- എന്നു പറയുന്നു.
   a. കരാർ ഉൽപ്പാദനം b. ഫ്രാഞ്ചൈസിങ്
   c. സംയുക്ത സംരംഭം d. ലൈസൻസിങ്
4. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ ഏതാണ് കയറ്റുമതിയുടെ നേട്ടമല്ലാത്തത്?
   a. അന്തർദ്ദേശീയ വിപണിയിൽ പ്രവേശിക്കാനുള്ള എളുപ്പ മാർഗ്ഗം
   b. താരതമ്യേന കുറഞ്ഞ നഷ്ടസാധ്യത
   c. വിദേശ വിപണിയിലെ പരിമിതമായ സാന്നിദ്ധ്യം
   d. കുറഞ്ഞ നിക്ഷേപ ആവശ്യകത
5. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ ഉയർന്ന നഷ്ടസാധ്യതയുള്ള പ്രവേശന രീതി ഏത്?
   a. ലൈസൻസിങ് b. ഫ്രാഞ്ചൈസിംങ്
   c. കരാർ ഉൽപ്പാദനം d. സംയുക്ത സംരംഭം
6. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ വിദേശ ബിസിനസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ പരമാവധി നിയന്ത്രണം അനുവദിക്കുന്ന പ്രവേശന രീതി ഏത്?
   a. ലൈസൻസിങ്/ഫ്രാഞ്ചൈസിങ് b. പൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനം
   c. കരാർ ഉൽപ്പാദനം d. സംയുക്ത സംരംഭം

7. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ കയറ്റുമതി ലൈസൻസ് നേടുന്നതിന് ആവശ്യമില്ലാത്ത രേഖ ഏതാണ്?

i) IEC നമ്പർ ii) രജിസ്ട്രേഷൻ കം അംഗത്വ സർട്ടിഫിക്കറ്റ്

iii) ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് iv) ബാങ്ക് അക്കൗണ്ട് നമ്പർ

8. ഇറക്കുമതി ഇടപാടുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ആവശ്യമില്ലാത്ത രേഖ ഏതാണ്?

i) ചരക്കുകയറ്റൽ ബിൽ ii) ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം

iii) ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ iv) കപ്പൽച്ചരക്ക് അറിയിപ്പ്

9. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ ചുങ്കം തിരിച്ചു കൊടുക്കൽ പദ്ധതിയുടെ ഭാഗമല്ലാത്തത് ഏതാണ്?

i) എക്സൈസ് തീരുവകളുടെ മടക്കി നൽകൽ

ii) കയറ്റുമതി തീരുവകളുടെ മടക്കി നൽകൽ

iii) കസ്റ്റംസ് തീരുവകളുടെ മടക്കി നൽകൽ

iv) തുറമുഖത്തു ഡോക്ക് ചിലവായി അടച്ച തുകയുടെ മടക്കി നൽകൽ

10. താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നവയിൽ സ്ഥാപനത്തെ അന്തർദ്ദേശീയ വിപണിയോട് ഏറ്റവും അടുപ്പിക്കുന്ന പ്രവേശന രീതി ഏത്?

a. ലൈസൻസിങ് b. ഫ്രാഞ്ചൈസിങ്

c. കരാർ ഉൽപ്പാദനം d. സംയുക്ത സംരംഭം

11. താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ കയറ്റുമതി ഇറക്കുമതി നടപടിക്രമങ്ങൾ പൂർത്തിയാക്കുന്നതിന് ആവശ്യമില്ലാത്ത രേഖയേത്?

i) ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ ii) എക്സ്പോർട്ട് ലൈസൻസ്

iii) ഇൻഷുറൻസ് പോളിസി iv) പ്രൊഫോർമ ഇൻവോയ്സ്

12. താഴെക്കൊടുത്തിരിക്കുന്നതിൽ ഏതാണ് എക്സ്പോർട്ട് പ്രമാണങ്ങളുടെ ഭാഗമല്ലാത്തത്?

i) കൊമേർഷ്യൽ ഇൻവോയ്സ് ii) ഉത്ഭവ സാക്ഷ്യപത്രം

iii) പ്രവേശന രേഖ iv) മേറ്റ്സ് രസീത്

13. ചരക്കുകൾ കപ്പലിൽ കയറ്റിയതിന് ശേഷം കപ്പിത്താൻ നൽകുന്ന രസീതാണ് ------.

i) ഷിപ്പിംഗ് രസീത് ii) കാർഗോ രസീത്

iii) മേറ്റ്സ് രസീത് iv) ചാർട്ടർ രസീത്

14. കയറ്റുമതിക്കാരൻ തയ്യാറാക്കുന്നതും ചരക്കുകളുടെ വിവരണവും ചരക്ക് വഹിക്കുന്ന കപ്പലിന്റെയും കപ്പലുടമയുടെയും പേരും എത്തിച്ചേരേണ്ട സ്ഥലവും ചരക്കുകളുടെ എണ്ണത്തേയും കാണിക്കുന്ന ഔദ്യോഗിക രേഖയാണ് ------.

i) ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ ii) പാക്കേജിംഗ് ലിസ്റ്റ്

iii) മേറ്റ്സ് രസീത് iv) വിനിമയ ബില്ല്

15. കയറ്റുമതിക്കാരൻ തയ്യാറാക്കിയ കരട് ബില്ലിന്റെ തുക നൽകിക്കൊള്ളാമെന്ന് ബാങ്ക് ഉറപ്പു നൽകുന്ന പ്രമാണമാണ്------.

i) ഹൈപ്പോത്തിക്കേഷൻ ലെറ്റർ ii) ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ്

iii) ബിൽ ഓഫ് ലേഡിങ് iv) വിനിമയ ബില്ല്

16. ട്രിപ്സ് (TRIPS) എന്ന ഡബ്ല്യൂ.ടി.ഒ കരാർ താഴെപ്പറയുന്നവയിൽ ഏതുമായാണ് ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്?

    i) കാർഷിക വ്യാപാരം ii) സേവന വ്യാപാരം

    iii) വ്യാപാരവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിക്ഷേപ നടപടികൾ

    iv) ഇവയൊന്നുമല്ല

ഹ്രസ്വോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരവും അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ എഴുതുക.
2. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിന്റെ ഏതെങ്കിലും മൂന്ന് നേട്ടങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുക.
3. രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള വ്യാപാരത്തിന് അടിസ്ഥാനമായ പ്രധാന കാരണം എന്താണ്?
4. എന്തുകൊണ്ടാണ് രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിൽ വ്യാപാര ബന്ധത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നത് എന്ന് ചർച്ച ചെയ്യുക.
5. കരാർ ഉൽപ്പാദനത്തിന്റെ പരിമിതികൾ വിശദീകരിക്കുക.
6. ആഗോള തലത്തിൽ ബിസിനസ് വികസിപ്പിക്കുന്നതിന് ഏറ്റവും എളുപ്പ മാർഗ്ഗം ലൈസൻസിംങ് ആണെന്ന് പറയാൻ കാരണമെന്ത്?
7. കരാർ ഉൽപ്പാദനവും പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണത്തിലുള്ള ആശ്രിത സ്ഥാപനവും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ എഴുതുക.
8. ലൈസൻസിങ്ങും ഫ്രാഞ്ചൈസിങ്ങും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ എന്തെല്ലാം?
9. കയറ്റുമതി ലൈസൻസ് കിട്ടുന്നതിന് വേണ്ടി പൂർത്തീകരിക്കേണ്ട നടപടിക്രമങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണ്?
10. കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹന സമിതിയിൽ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യേണ്ട ആവശ്യമെന്താണ്?
11. എന്താണ് ഐ.ഇ.സി. നമ്പർ?
12. കയറ്റുമതി ചെയ്യുന്നതിന് മുൻപുള്ള ധനസമാഹരണം എന്നാൽ എന്താണ്?
13. ഒരു കയറ്റുമതി സ്ഥാപനം സാധനം കയറ്റി അയക്കുന്നതിന് മുമ്പ് പരിശോധന നടത്തുന്നതിന്റെ ആവശ്യമെന്താണ് ?
14. സാധനങ്ങളുടെ എക്സൈസ് ക്ലിയറൻസിന് ആവശ്യമായ ഘട്ടങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണ്?
15. കയറ്റുമതി വസ്തുക്കളുടെ കസ്റ്റംസ് ക്ലിയറൻസ് പ്രക്രിയ ചുരുക്കി വിവരിക്കുക.
16. എന്താണ് ബില്ല് ഓഫ് ലേഡിംഗ്? എൻട്രി ബില്ലിൽനിന്ന് ഇത് വ്യത്യസ്തമാകുന്നത് എങ്ങനെ?
17. ഷിപ്പിംഗ് ബിൽ എന്നാൽ എന്താണ്?
18. മേറ്റ്സ് രസീതിന്റെ അർത്ഥം വിശദീകരിക്കുക.
19. ലെറ്റർ ഓഫ് ക്രെഡിറ്റ് എന്താണ്? കയറ്റുമതിക്ക് ഈ പ്രമാണം ആവശ്യമായി വരുന്നത് എന്തുകൊണ്ട്?

20. കയറ്റുമതിക്കുള്ള പണമടവ് സുരക്ഷിതമാക്കുന്നതിൽ സ്വീകരിക്കുന്ന പ്രക്രിയയെക്കുറിച്ച് ചർച്ച ചെയ്യുക.

21. ഇറക്കുമതി ഇടപാടുകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് ഉപയോഗിക്കുന്ന താഴെപ്പറയുന്ന രേഖകളുടെ അർത്ഥം വിശദീകരിക്കുക

(i) വ്യാപാര അന്വേഷണം (ii) ഇറക്കുമതി ലൈസൻസ്

(iii) ഷിപ്പ്മെന്റ് അഡ്വൈസ് (iv) ഇംപോർട്ട് ജനറൽ മാനിഫെസ്റ്റ്

(v) ബിൽ ഓഫ് എൻട്രി

ദീർഘോത്തര ചോദ്യങ്ങൾ

1. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ് എന്നാലെന്ത്? ആഭ്യന്തര ബിസിനസിൽ നിന്ന് അത് എങ്ങിനെ വ്യത്യാസപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു?
2. 'അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാരത്തെക്കാൾ മുകളിലാണ് അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസ്'. ഈ അഭിപ്രായത്തോട് പ്രതികരിക്കുക?
3. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കുന്നതുകൊണ്ട് സ്ഥാപനത്തിന് ലഭ്യമാകുന്ന നേട്ടങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണ്?
4. വിദേശത്ത് ഒരു പൂർണ്ണ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ആശ്രിതസ്ഥാപനം സ്ഥാപിക്കുന്നതിനേക്കാൾ അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാൻ കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെട്ട മാർഗ്ഗം കയറ്റുമതിയാണ്. എന്തുകൊണ്ട്?
5. അന്തർദ്ദേശീയ ബിസിനസിൽ പ്രവേശിക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗം തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനെ സ്വാധീനിക്കുന്ന ഘടകങ്ങൾ ഏതെല്ലാം എന്ന് ചർച്ച ചെയ്യുക.
6. ഓസ്ട്രേലിയയിലെ സ്വിഫ്റ്റ് ഇംപോർട്സ് ലിമിറ്റഡിലേക്ക് പുരുഷന്മാരുടെ 2,000 ട്രൗസറുകൾ കയറ്റുമതി ചെയ്യാൻ രേഖാ ഗാർമെന്റ്സിന് ഓർഡർ ലഭിച്ചു. കയറ്റുമതി ഓർഡർ നടപ്പാക്കുന്നതിനായി രേഖാ ഗാർമെന്റ്സ് ചെയ്യേണ്ട നടപടിക്രമങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുക.
7. കാനഡയിൽ നിന്ന് ടെക്സ്റ്റൈൽ മെഷീനുകൾ ഇറക്കുമതി ചെയ്യാൻ നിങ്ങളുടെ കമ്പനി ആലോചിക്കുന്നു. ഇറക്കുമതി ചെയ്യുന്നതിനുള്ള നടപടിക്രമം വിവരിക്കുക.
8. കയറ്റുമതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പ്രധാന പ്രമാണങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുക.
9. രാജ്യത്തെ കയറ്റുമതി പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനായി സർക്കാർ തലത്തിലുള്ള വിവിധ പ്രോത്സാഹനങ്ങളും പദ്ധതികളും പട്ടികപ്പെടുത്തുകയും വിശദീകരിക്കുകയും ചെയ്യുക.
10. വിദേശ വ്യാപാരം പ്രോൽസാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് ഭാരതത്തിൽ സ്ഥാപിച്ചിട്ടുള്ള വിവിധ സംഘടനകളെ കുറിച്ച് ഒരു കുറിപ്പ് തയ്യാറാക്കുക.
11. ലോകബാങ്ക് എന്താണെന്ന് ചർച്ച ചെയ്യുക.
12. ഐ.എം.എഫ് എന്താണ്? അതിന്റെ വിവിധ ലക്ഷ്യങ്ങളും പ്രവർത്തനങ്ങളും ചർച്ച ചെയ്യുക.
13. ലോകവ്യാപാര സംഘടനയുടെ സവിശേഷതകൾ, ഘടന, ലക്ഷ്യങ്ങൾ, പ്രവർത്തനം എന്നിവയെക്കുറിച്ച് വിശദമായ ഒരു രേഖ തയ്യാറാക്കുക.

പ്രോജക്റ്റ്/അസൈൻമെന്റ് - ലോക വ്യാപാരത്തിലെ ഇന്ത്യ

1. ഭാരത സർക്കാരിന്റെ വിദേശകാര്യ മന്ത്രാലയത്തിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് സന്ദർശിച്ച് കഴിഞ്ഞ മൂന്ന് വർഷത്തെ പ്രധാന വിദേശ ബിസിനസ് പങ്കാളികളായ രാജ്യങ്ങൾ ഏതെല്ലാം എന്ന് കണ്ടെത്തുക. ഒപ്പം ഏതെല്ലാം ഇനങ്ങളാണ് കൂടുതലായി വ്യാപാരം ചെയ്യപ്പെടുന്നത് എന്നും, ഓരോ രാജ്യത്തിന്റെയും വിവിധ വസ്തുക്കളുടെയും പങ്കും വിശകലനം ചെയ്യുക.

2. ആഗോള വ്യാപാരത്തിൽ ഇന്ത്യയുടെ പങ്കിനെ സംബന്ധിച്ച് താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ ശ്രദ്ധാപൂർവ്വം വായിക്കുക. ഭാരത സർക്കാരിന്റെ സമീപകാല പദ്ധതികളായ മേക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ, ഡിജിറ്റൽ ഇന്ത്യ, സ്കിൽ ഇന്ത്യ, 2015-20ൽ നടപ്പിൽ വരുത്തിയ വിദേശ വ്യാപാര നയം തുടങ്ങിയവ കയറ്റുമതി, ഇറക്കുമതി, വ്യാപാര മിച്ചം എന്നിവയിൽ ഗണ്യമായ സ്വാധീനം ചെലുത്തിയിട്ടുണ്ട്.

   1. പട്ടിക 1 ലോകത്തിലെ വൻകിട സമ്പദ് വ്യവസ്ഥകളിൽ ഇന്ത്യയുടെ സ്ഥാനം കാണിക്കുന്നു. 2005 മുതൽ 2017 വരെയുള്ള അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാര മേഖലയിലെ ഇന്ത്യയുടെ സ്ഥാനത്തിലുള്ള പ്രവണത അവലോകനം നടത്തുക.

   2. പട്ടിക 2 ആഗോള വ്യാപാരത്തിൽ ഇന്ത്യയുടെ പ്രധാന പങ്കാളികളെ സംബന്ധിച്ച വിവരങ്ങൾ നൽകുന്നു. രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള സൗഹൃദവും സമാധാനവും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിൽ ബിസിനസ് വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങൾ വഹിക്കുന്ന പങ്ക് ചർച്ച ചെയ്യുക.

   3. പട്ടിക 3 ൽ നൽകിയ വിവരങ്ങൾ വച്ചു കൊണ്ട് 2006-2007 മുതൽ 2016-2017 വരെയുള്ള കയറ്റുമതിയുടെയും ഇറക്കുമതിയുടെയും സ്ഥിതി വിവരങ്ങൾ ഒരു ഗ്രാഫിന്റെ രൂപത്തിൽ (ലൈൻ ഗ്രാഫ് അല്ലെങ്കിൽ ബാർ ഗ്രാഫ്) വരയ്ക്കുക.

Table 1

S.No.	Country	% share in global trade
1.	United States	24.3
2.	China	14.8
3.	Japan	5.9
4.	Germany	4.5
5.	United Kingdom	3.9
6.	France	3.3
7.	India	2.8
8.	Italy	2.5
9.	Brazil	2.4
10.	Canada	2.1
Source: *World Bank, 2017*		

Table 2

India's trading partners with total trade (2014-15) (figures in US $)					
S.No.	**Country**	**Exports**	**Imports**	**Total Trade**	**Trade Balance**
1.	China	9.01	61.71	70.72	(52.70)
2.	United States	40.34	62.12	62.12	(18.55)
3.	UAE	30.29	49.74	49.74	(10.84)
4.	Saudi Arabia	6.39	20.32	26.72	(13.93)
5.	Germany	.98	12,09	20.33	(5.25)
6.	South Korea	3.52	13.05	18.13	(8.93)
7.	Malaysia	3.71	9.08	16.93	(5.30)
8.	Singapore	7.72	7.31	16.93	(2.68)
9.	Nigeria	2.22	9.95	16.36	(11.00)
10.	Belgium	5.03	8.26	16.33	(5.29)
11.	Qatar	.90	9.02	15.66	(13.55)
12.	Japan	4.66	9.85	15.52	(4.75)
13.	United Kingdom	8.83	5.19	14.34	(4.30)
Selected countries only.					

Table 3

Year	**Merchandise**		
	Export	**Import**	**Trade Balance**
2006-2007	571779	840506	(268727)
2007-2008	655864	1012312	(356448)
2008-2009	840755	1374438	(533680)
2009-2010	845534	1363736	(518202)
2010-2011	1136954	1683487	(546503)
2011-2012	1465959	2345463	(879504)
2012-2013	1634318	2669162	(1034844)
2013-2014	1905011	2715434	(810423)
2014-2015	1896348	2737087	(840738)
2015-2016(P)	1716378	2490298	(773920)
2016-2017 (P) till October	1039797	1396352	(356554)
Annual report, 2016-17, Ministry of Commerce			

4. കയറ്റുമതി ഇറക്കുമതികളിലെ വളർച്ചാ നിരക്കുകൾ

Table 4

Year		
	Export Growth %	**Import Growth %**
2006-2007	25.28	27.27
2007-2008	14.71	20.44
2008-2009	28.19	35.77
2009-2010	0.57	(0.78)
2010-2011	34.47	23.45
2011-2012	28.94	39.32
2012-2013	11.48	13.8
2013-2014	16.58	1.73
2014-2015	(0.45)	0.8
2015-2016(P)	(6.49)	(9.02)
2016-2017 (P) till October	4.17	(6.99)
Annual report, 2016-17, Ministry of Commerce		

5. ആഗോള തലത്തിൽ ഇന്ത്യ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന തെരഞ്ഞെടുത്ത പ്രധാനപ്പെട്ട സാധനങ്ങളാണ് പട്ടിക അഞ്ചിൽ നൽകിയിരിക്കുന്നത്. നൽകിയിരിക്കുന്ന ദത്തങ്ങളിൽ നിന്നും നിങ്ങൾക്ക് ഇഷ്ടമുള്ള ഏതെങ്കിലും അഞ്ച് സാധനങ്ങളുടെ പൈ ചാർട്ട് തയ്യാറാക്കുക. നിങ്ങൾക്ക് വാണിജ്യ മന്ത്രാലയത്തിന്റെ 2016–2017 വർഷത്തെ വാർഷിക റിപ്പോർട്ട് പരിശോധിച്ച് പട്ടികയിൽ നൽകിയിട്ടില്ലാത്ത സാധനങ്ങൾ തെരഞ്ഞെടുക്കാം.

Table 5

S. No.	Commodity	Year	Export	% Share	Import (US $)	% Share (US $)
1.	Plantation	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	1503 1563 895	1034 895 524	.58	0.25
2.	Agriculture and Allied Products	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	30147 24522 13420	19004 20673 12189	8.64	5.84
3.	Ores and Minerals	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	2410 2015 1412	26918 20684 12941	.91	5.08

4.	Leather and Leather Manufactures	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	6195 5554 3158	2.03	1093 1031 606	0.28
5.	Gems and Jewellery	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	41266 39283 26458	17.02	62351 56509 33845	12.80
6.	Chemicals and Related Products	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	31731 32169 18740.56	2.06	31731 32169 18740	12.06
7.	Plastic and Rubber	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	6615 6416 3683	2.32	6615 6416 3682	2.37
8.	Electronic Items	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	6009 5690 3270	2.10	6009 5690 3270	2.10
9.	Textile and Allied Products	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	37141 35953 19593	12.61	37141 35953 19594	12.61
10.	Petroleum Crude and Products	2014-2015 2015-2016 2016-2017 (P) (April-October, 2017)	56794 30583 19597	1.32	56794 30583 19597	11.32

II അദ്ധ്യായം 1 ലെ ഒന്നാം ഭാഗം ഒന്നോർത്തു നോക്കൂ. പ്രാചീന കാലത്തെ കയറ്റുമതിയുടെയും ഇറക്കുമതിയുടെയും സ്ഥാനം ചർച്ച ചെയ്യുകയും അതുമായി ഇന്നത്തെ അന്തർദ്ദേശിയ വ്യാപാരത്തിന്റെ സ്ഥാനം താരതമ്യം ചെയ്തു നോക്കൂ.

III ആഭ്യന്തര, അന്തർദ്ദേശീയ വ്യാപാര പ്രവർത്തനങ്ങൾ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിൽ ഭാരത സർക്കാരിന്റെ 'മേക്ക് ഇൻ ഇന്ത്യ' പദ്ധതിയുടെ നേട്ടങ്ങൾ ചർച്ച ചെയ്യുക.

FORM NO. INC-1

(Pursuant to section 4(4) of the Companies Act, 2013 and pursuant to rule 8 & 9 of the Companies (Incorporation) Rules, 2014)

Application for reservation of Name

Form language ◉ English ○ Hindi

Refer the instruction kit for filing the form.

1.* Application for :

○ Incorporating a new company (Part A, B, C)

○ Changing the name of an existing company (Part B, C, D)

Part A: Reservation of name for incorporation of a new company

2. Details of applicant (In case the applicant has been allotted DIN, then it is mandatory to enter such DIN)

(a) Director identification number (DIN) or Income tax permanent account number (PAN) or passport number [ ] Pre-fill Verify Details

(b) *First Name [ ]

Middle Name [ ]

*Surname [ ]

(c) *Occupation Type ○ Self-employed ○ Professional ○ Homemaker ○ Student ○ Serviceman

(d) Address *LINE I [ ]

LINE II [ ]

(e) *City [ ]

(f) *State/Union Territory [ ]

(g) *Pin Code [ ]

(h) ISO Country code [ ]

(i) Country [ ]

(j) e-mail ID [ ]

(k) Phone (with STD/ISD code) [ ] — [ ]

(l) Mobile (with country code) [ ] [ ]

(m) Fax [ ] [ ]

3. (a) *Type of company

○ Section 8 company ○ Part I company (Chapter XXI) ○ Producer company

○ New company (others)

(d) *State the sub-category of proposed company

○ Public ○ Private ○ Private (One Person Company)

(b) *State class of the proposed company [ ]

(c) *State the category of proposed company [ ]

4. *Name of the State/Union territory in which the proposed company is to be registered

[ ]

5. *Name of the office of the Registrar of Companies in which the proposed company is to be registered

6. Details of promoter(s) (In case the promoter(s) has been allotted DIN, then it is mandatory to enter such DIN)

* Enter the number of promoter(s)

*Category

DIN or Income-tax PAN or passport number or corporate identification number (CIN) or foreign company registration Number (FCRN) or any other registration number Pre-fill

*Name

7. *Objects of the proposed Company to be included in its MoA

8. *Particulars of proposed director(s)
(Specify information of one director in case the proposed company is One Person Company or of two directors in case the proposed company is a private company (other than producer company) or of three directors in case the proposed company is a public company or of five directors in case the proposed company is a producer company)

*Director Identification Number (DIN) Pre-fill

Name

Father's Name

Nationality Date of birth (DD/MM/YY)

Income tax permanent account number (PAN)

Passport number Voter identity card number

Aadhaar number

Present residential address

9 *Whether the Promoters are carrying on any Partnership firm, sole proprietary or unregistered entity in the name as applied for

○ Yes ○ No

(If yes, attach NOC from all owners/partners of such entity for use of such name)

Part B. Particulars about the proposed name(s)

10. *Number of proposed names for the company
(Please give maximum six names in order of preference)

1.	Proposed name	
	Significance of key or coined word in the proposed name	
	State the name of the vernacular language(s) if used in the proposed name	

11. *Whether the proposed name is in resemblance with any class of Trade Marks Rules, 2002
    O Yes O No
    If yes, Please specify the Class(s) of trade mark
12. *Whether the proposed name(s) is/are based on a registered trade mark or is subject matter of an application pending for registration under the Trade Marks Act.
    O Yes O No
    If yes. furnish particulars of trade mark or application and the approval of the applicant or owner of the trademark
13. In case the name is similar to any existing company or to the foreign holding company, specify name of such company and also attach copy of the No Objection Certificate by way of board resolution (Duly attested by a director of that company)
    (a) Whether the name is similar to holding Company
    O Existing Company O Foreign holding company
    (b) In case of existing Company, provide CIN Pre-fill
    (c) Name of the Company
14. (a) Whether the proposed name includes the words such as Insurance, Bank, Stock exchange, Venture Capital, Asset Management, Nidhi, or Mutual Fund etc. O Yes O No
    If Yes. whether the in-principle approval is received from
    specify other O Yes O No
    (If yes, attach the approval or if No, attach the approval at the time of filing the incorporation form
    (b) *Whether the proposed name including the phrase 'Electoral trust' O Yes O No
    |If Yes. attach the affidavit as per rule 8(2)(b)(vi)|

Part C. Names requiring Central Government approval

15. *State whether the proposed name(s) contain such word or expression for which the previous approval of Central Government is required O Yes O No
    (If Yes, this form shall be treated as an application to the Central Govt., for such approval and shall be dealt with accordingly)

Part D. Reservation of name for change of Name by an Existing Company

16. (a) *CIN of Company Pre-fill
    (b) Global Location Number (GLN) of Company
17. (a) Name of Company
    (b) Address of the registered office of the Company
    (c) Email ID of the Company
18. (a) * State whether the change of name is due to direction received from the Central Government.
    O Yes O No
    (If yes, please attach a copy of such directions)

(b) * Whether the proposed name is in accordance with the rule 8(8) and specific direction of the Tribunal is attached.

○ Yes ○ No

[If 'Yes' selected,attach order of tribunal as required in Rule 8(8)]

19. (a) Whether the change in name requires change in object of the company

○ Yes ○ No

(b) Reasons for change in name (in case of yes above, mention proposed object of the company)

Attachments

(12) Optional attachment, if any. Attach List of attachments

Remove attachment

Declaration

☐ *I have gone through the provisions of The Companies Act, 2013, the rules thereunder and prescribed guidelines framed thereunder in respect of reservation of name, understood the meaning thereof and the proposed name(s) is/are in conformity thereof.

☐ *I have used the search facilities available on the portal of the Ministry of Corporate Affairs (MCA) for checking the resemblance of the proposed name(s) with the companies and Limited Liability partnerships (LLPs) respectively already registered or the names already approved. I have also used the search facility for checking the resemblances of the proposed name(s) with registered trademarks and trade mark subject of an application under The Trade Marks Act, 1999 and other relevant search for checking the resemblance of the proposed name(s) to satisfy myself with the compliance of the provisions of the Act for resemblance of name and Rules thereof.

☐ *The proposed name(s) is/are not in violation of the provisions of Emblems and Names (Prevention of Improper Use) Act, 1950 as amended from time to time.

☐ *The proposed name is not offensive to any section of people, e.g., proposed name does not contain profanity or words or phrases that are generally considered a slur against an ethnic group, religion. gender or heredity.

☐ *The proposed name(s) is not such that its use by the company will constitute an offence under any law for the time being in force.

☐ *To the best of my knowledge and belief. the information given in this application and its attachments thereto is correct and complete, and nothing relevant to this form has been suppressed.

☐ *I undertake to be fully responsible for the consequences in case the name is subsequently found to be in contravention of the provisions of section 4(2) and section 4(4) of the Companies Act. 2013 and rules thereto and I have also gone through and understood the provisions of section 4(5) (ii) (a) and (b) of the Companies Act, 2013 and rules thereunder and fully declare myself responsible for the consequences thereof.

To be digitally signed by

*Designation

*DIN or Income-tax PAN or passport number of the applicant or Director identification number of the director; or PAN of the manager or CEO or CFO; or Membership number of the Company Secretary

Note: Attention is drawn to the provisions of Section 7(5) and 7(6) which, inter-alia, provides that furnishing of any false or incorrect particulars of any information or suppression of any material information shall attract punishment for fraud under Section 447. Attention is also drawn to provisions of Section 448 and 449 which provide for punishment for false statement and punishment for false evidence respectively.

Modify Check Form Prescrutiny Submit