PREFACE

The **'FOCUS'** *is published by the Kerala Legislature Secretariat for the use of the members of the Kerala Legislative Assembly. It is a digest containing articles and excerpts from books on subjects of current intellectual, political, social and cultural interest, news, reports of the commissions and committees and reviews of books. The views expressed therein are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the Kerala Legislature Secretariat.*

Materials reproduced from other sources may not be republished in any form. Inquiries regarding permission for publication may be addressed directly to the sources cited.

`

V.K. BABU PRAKASH,
SECRETARY,
KERALA LEGISLATIVE ASSEMBLY.

7. മൈക്രോഫിനാൻസ് പ്രൊവൈഡർ അഥവാ എൻബിഎഫ്സി (NBFC):

പരമ്പരാഗത ബാങ്കിങ് സേവനങ്ങൾ പ്രാപ്തമല്ലാത്തവർക്ക് സാമ്പത്തിക സഹായം ലഭ്യമാക്കുകയാണ് മൈക്രോഫിനാൻസിന്റെ അടിസ്ഥാന ധർമ്മം. വായ്പകൾ നൽകാൻ ബാങ്കുകൾ മടിക്കുകയും കമ്പനിയുടെ സാമ്പത്തിക ആവശ്യങ്ങൾ വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുമ്പോൾ ഇന്ന് ഇത്തരം സാമ്പത്തികസഹായ കേന്ദ്രങ്ങളെ സമീപിക്കുന്നവരുടെ എണ്ണം വർധിച്ചു വരുന്നുണ്ട്. ഇതുപോലെയാണ് നോൺ ബാങ്കിങ് ഫിനാൻഷ്യൽ കോർപ്പറേഷനുകളും (എൻബിഎഫ്സി). ബാങ്കുകളുടെ മാതിരി നിയമ നൂലാമാലകളില്ലാതെ വായ്പകൾ നല്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളാണ് ഇത്തരം കോർപ്പറേഷനുകൾ.

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സഹായിക്കാൻ ഗവൺമെന്റ് പദ്ധതികൾ

സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യയുടെ 19 ഇന കർമ്മ പദ്ധതി

1. **സ്വയം സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തൽ :** നിയന്ത്രണപരമായ ബാധ്യതകൾ ലഘൂകരിക്കുന്നതിനായി സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ സ്വയം സാക്ഷ്യം സ്വീകരിക്കും. ഈ സ്വയം സാക്ഷ്യങ്ങളായിരിക്കും ഗ്രാറ്റുവിറ്റി വിതരണം, തൊഴിൽ കരാർ, പ്രോവിഡന്റ് ഫണ്ട്, ജല അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണ നിയന്ത്രണം തുടങ്ങിയ നിയമങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നടപടികൾക്കു നല്കുക.

2. **സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യ ഹബ്ബ്** : സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഫൗണ്ടേഷൻ ഇന്ത്യയുമായി ബന്ധപ്പെടാൻ ഏക കേന്ദ്രം എന്ന നിലയിൽ ഒരു അഖിലേന്ത്യാ ഹബ് രൂപീകരിക്കും. ഇതുവഴി സംരംഭകർക്ക് സാമ്പത്തിക സഹായം സംബന്ധിച്ച വിവരങ്ങളും മറ്റ് അറിവുകളും കൈമാറാൻ സാധിക്കും.

3. **മൊബൈൽ ആപ്പ് വഴി രജിസ്ട്രേഷൻ** : സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുന്നതിന് മൊബൈൽ ആപ്പിന്റെ മാതൃകയിലുള്ള ഒരു ഓൺലൈൻ പോർട്ടൽ തുടങ്ങിക്കഴിഞ്ഞു.

4. **പേറ്റന്റ് പരിരക്ഷ** : പേറ്റന്റ് അപേക്ഷകൾ ചെലവു കുറഞ്ഞ രീതിയിൽ നല്കുന്നതിന് കേന്ദ്ര ഗവൺമെന്റിന്റെ ആഭിമുഖ്യത്തിൽ ഒരു അതിവേഗപ്പാത

CONTENTS

VOL. XLVII JUNE 2017 No. 6

	ARTICLES	***page***
സൗരഭ് സന്യാൽ, ഡോ.രഞ്ജിത്ത് മേഹ്ത്ത	സംരംഭകത്വം വളർത്താൻ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ : വെല്ലുവിളികളും ഭാവിയും [യോജന, 2017 ജൂൺ]	1-10
അരവിന്ദ് ഗോപിനാഥ്	ഒഴുകാൻ ഒരുങ്ങുന്ന വരട്ടാർ [മലയാളം, 2017 ജൂൺ 12]	11-18
R. Lakshmi	Rural Markets - The only Resort to the Big Businesses [Southern Economist, 1 May, 2017]	19-28
T.K. Rajalakshmi	In the name of cattle protection [Frontline, 23 June, 2017]	29-34
Stuti Agarwal	The Well-Oiled Coco Comeback [Outlook, 27 June, 2017]	35-38
	BOOK REVIEW	
Shujaat Bukhari	A bruised history [Book review on “Defeat *is an Orphan : How Pakistan Lost the Great South Asian War* ” written by Myra Mac Donald] [Frontline, 23 June, 2017]	39-42
	LEGISLATIVE BUSINESS	
	Resume of Business - Tenth Session of the Fourth Chhattisgarh Legislative Assembly	43-45

FOCUS

സംരംഭകത്വം വളർത്താൻ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ : വെല്ലുവിളികളും ഭാവിയും

സൗരഭ് സന്യാൽ, ഡോ.രഞ്ജിത്ത് മേഹ്ത്ത

ഒരു വർഷം ഇന്ത്യയ്ക്ക് ആവശ്യം ശരാശരി 10 ലക്ഷം തൊഴിലവസരങ്ങളാണ്. ആഗോള കണക്കുകൾ പ്രകാരം വലിയ വ്യവസായ സംരംഭങ്ങളല്ല, മറിച്ച് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളാണ് ഏതു രാജ്യത്തും പുതിയ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നത് എന്നത്രെ. സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ പുതിയ കണ്ടുപിടുത്ത കേന്ദ്രങ്ങൾ കൂടിയാണ്. സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയിൽ കൂടുതൽ തൊഴിലവസരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനുള്ള വഴികൂടിയാണ് അവ. പ്രധാനമന്ത്രി ശ്രീ. നരേന്ദ്രമോദി ന്യൂഡൽഹിയിലെ വിജ്ഞാൻ ഭവനിൽ 2016 ജനുവരി 16 ന് സ്റ്റാർട്ട് അപ് ഇന്ത്യ സംരംഭം ഔദ്യോഗികമായി ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് യോജിച്ച ഒരു ആവാസ വ്യവസ്ഥ സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ട് പുതിയ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളെയും വ്യവസായങ്ങളെയും വളർത്തുക എന്നതാണ് ഈ സംരംഭത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. തൊഴിലന്വേഷകരുടെ രാജ്യമെന്നതിനുപകരം തൊഴിൽ സൃഷ്ടിക്കുന്നവരുടെ രാജ്യമാക്കി ഇന്ത്യയെ മാറ്റുക എന്നതാണ് പദ്ധതിയുടെ ഉദ്ദേശ്യം. 'സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യ' രാജ്യത്ത് വ്യവസായ സംരംഭകർക്കിടയിൽ വളരെ അനുകൂലമായ അഭിപ്രായമാണ് സൃഷ്ടിച്ചിരിക്കുന്നത്. ആഗോള തലത്തിൽ ഏറ്റവുമധികം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്ന മൂന്നാമത്തെ രാജ്യമാണ് ഇന്ത്യ എന്ന വസ്തുത ഇവിടുത്തെ വ്യാവസായിക നിലവാരത്തെ ഒരു പടികൂടി ഉയർത്തിയിട്ടുണ്ട്. രാജ്യത്ത് നവീകരണത്തിന്റെ ഫലപ്രദമായ ഒരു സംസ്കാരം വളർത്തുക എന്നത് സുദീർഘവും സുപ്രധാനവുമായ ഒരു പ്രയാണമാണ്. ഈ നടപടി കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളുടെയും ഡിസൈനുകളുടെയും സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെയും ആസ്ഥാനമാക്കി ഇന്ത്യയെ മാറ്റാനുള്ള നമ്മുടെ ഗവൺമെന്റിന്റെ പ്രതിജ്ഞാബദ്ധതയെ ആവർത്തിച്ചുറപ്പിക്കുന്നു.

ഏതാനും പേർ ചേർന്നോ ഒരു വ്യക്തിമാത്രമായോ തുടക്കത്തിൽ മുതൽ മുടക്കി നടത്തുന്ന ചെറുസംരംഭങ്ങളാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ. നിലവിൽ ഒരു

വിപണിയിലും ലഭ്യമല്ലാത്ത ഉത്പ്പന്നമോ സേവനമോ ആയിരിക്കും ഈ കമ്പനികൾ നൽകുക. തങ്ങളുടെ പുത്തൻ ആശയത്തിന്റെ വികസനം, പരിശോധന, വിപണനം എന്നിവയ്ക്ക് കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ കൊടുക്കുന്നതിനാൽ ആദ്യ ഘട്ടങ്ങളിൽ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് കമ്പനികളുടെ വരവിനെക്കാൾ കൂടുതലായിരിക്കും ചെലവുകൾ. അതിനാൽ അവർക്ക് എപ്പോഴും പണം ആവശ്യമായി വരും. സാധാരണ ബാങ്കുകളിൽ നിന്നോ വായ്പാ സംഘങ്ങളിൽ നിന്നോ ലഭിക്കുന്ന ചെറിയ വ്യവസായ വായ്പകൾ, സർക്കാർ ബാങ്കുകൾ വഴി ഗവൺമെന്റ് നൽകുന്ന ചെറിയ വായ്പകൾ, സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റുകൾ, ലാഭരഹിതമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന പ്രസ്ഥാനങ്ങൾ എന്നിവ വഴി ലഭിക്കുന്ന ധനസഹായങ്ങൾ എന്നിവയാണ് ഇത്തരം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ പലപ്പോഴും താങ്ങി നിർത്തുന്നത്.

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ രണ്ടു തരമുണ്ട്. അതിൽ ഒന്നാമത്തേത് ഒരിക്കലും വിചാരിക്കാത്ത ഏവരേയും അത്ഭുതപ്പെടുത്തുന്ന സംഭവവുമായോ ആശയവുമായോ ആവും അതിന്റെ വരവ്. പക്ഷേ, ഇത്തരം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ ആശയങ്ങൾ കണ്ടെത്തി വികസിപ്പിച്ച് തുടങ്ങിയെടുക്കുക എന്നത് അത്ര എളുപ്പമല്ല. എന്നാൽ തുടങ്ങിക്കിട്ടിയാൽ അതിന് അപ്രതീക്ഷിതവും അതിശയകരവുമായ വളർച്ചയായിരിക്കും. ‘പഴയ വീഞ്ഞ് പുതിയ കുപ്പിയിൽ’ എന്ന രീതിയിലുള്ളതാണ് രണ്ടാമത്തെ തരം സ്റ്റാർട്ട് അപ്പുകൾ. പഴയ ആശയങ്ങളെ പുതിയതും നൂതനവുമായ ശൈലിയിൽ ആവിഷ്കരിക്കുകയാണ് അവർ ചെയ്യുക.

സ്റ്റാർട്ട് അപ്പുകൾക്ക് അടുത്തകാലത്തായാണ് രാജ്യത്ത് ഇത്രയേറെ ജനപ്രീതിയുണ്ടായത്. സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ തുടങ്ങുക എന്നത് വളരെ പ്രയാസമാണ്. മിക്ക രാജ്യങ്ങളിലും വിജയത്തേക്കാൾ കൂടുതൽ പരാജയമാണ് ഈ മേഖലയിൽ ഇതുവരെയുള്ള അനുഭവം. ഒരു വ്യവസായ സംരംഭകനും പരാജയങ്ങളും ക്ളേശങ്ങളും ഇഷ്ടപ്പെടുകയില്ല. സ്റ്റാർട്ടപ്പിൽ പരാജയങ്ങൾ ഉണ്ടാവും. എന്നാൽ പരാജയങ്ങൾ സംരംഭകനെ എന്തു ചെയ്യണം എന്തു ചെയ്യരുത് എന്ന് പഠിപ്പിക്കും. പണം സ്വരൂപിച്ച് തുടങ്ങിയ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് നിക്ഷേപകരെ ഉപദേഷ്ടാക്കളായി കണക്കാക്കാം. എന്നാൽ സത്യസന്ധരായ, മുൻവിധികൾ ഇല്ലാത്ത, നല്ല വ്യവസായ ഉപദേഷ്ടാക്കൾ വളരെ ചുരുക്കമാണ്. നല്ല ഉപദേഷ്ടാവിനെ കണ്ടെത്തുക വലിയ ബുദ്ധിമുട്ടു നിറഞ്ഞ സംഗതിയാണ്.

ഇന്ത്യയിലെ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ നേരിടുന്ന സാമ്പത്തിക വെല്ലുവിളികൾ

തങ്ങളുടെ വ്യവസായ പരിശ്രമങ്ങൾ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യ പദ്ധതിയുടെ കീഴിൽ അംഗീകരിച്ചതിന്റെ പേരിൽ രാജ്യമെമ്പാടുമുള്ള ഭൂരിപക്ഷം ആദ്യ തലമുറ സംരംഭകരും ഗവൺമെന്റിന്റെ നടപടികളെ പുകഴ്ത്തുന്നുണ്ടെങ്കിലും, ഇത്തരം സംരംഭങ്ങൾ നേരിടുന്ന സാമ്പത്തിക ബുദ്ധിമുട്ടുകൾ, പേറ്റന്റ്, ബൗദ്ധിക സ്വത്തവകാശം തുടങ്ങിയ വെല്ലുവിളികൾ ഇപ്പോഴും അവശേഷിക്കുന്നു. അതുപോലെ തന്നെ പേറ്റന്റ് രജിസ്റ്റർ ചെയ്യാൻ വരുന്ന സുദീർഘമായ നടപടിക്രമങ്ങൾ, ഗവേഷണ-വികസന പ്രവർത്തനങ്ങൾ നേരിടുന്ന അവഗണന തുടങ്ങിയ പ്രശ്നങ്ങളാണ് അനേകം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ വിദേശ രാജ്യങ്ങളിലേക്ക് പോകാനുള്ള പ്രധാന കാരണം. ഗവൺമെന്റിന്റെ കണക്കുകൾ പ്രകാരം 2015 നവംബർ 1 വരെ പേറ്റന്റിനുള്ള 2,46,495 അപേക്ഷകളും ട്രേഡ് മാർക്കിനുള്ള 5,32,682 അപേക്ഷകളും കെട്ടിക്കിടക്കുകയാണ്. നിലവിൽ രാജ്യത്തെ 90 ശതമാനം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്കുമുള്ള സാമ്പത്തിക സഹായം വിദേശരാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നോ രാജ്യത്തെ സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നോ ആണ് ലഭിച്ചിരിക്കുന്നത്. അടുത്ത നാളിൽ ഗ്രാന്റ് തോൺടൺ നടത്തിയ പഠനമനുസരിച്ച് 2015 ൽ ഇത്തരം 600 ലധികം കമ്പനികൾക്ക് P.E (Private Equity), VC (Venture Capital) ഫണ്ടുകളിൽ നിന്ന് രണ്ടു ശതലക്ഷം ഡോളർ ധനസഹായം ലഭിച്ചു. മറ്റൊരു പഠനപ്രകാരം 94 ശതമാനം പുതിയ വ്യവസായങ്ങളും ആദ്യ പ്രവർത്തന വർഷത്തിൽ പരാജയമാണ്. സാമ്പത്തിക ബുദ്ധിമുട്ടാണ് പൊതുവായ കാരണം.

സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് അവരുടെ വ്യവസായത്തിന് ഹിതാനുസരണം മൂലധനം കണ്ടെത്താനുള്ള ഏതാനും സാമ്പത്തിക സംവിധാനങ്ങൾ :

1. പ്രധാനമന്ത്രി മൈക്രോ യൂണിറ്റ് ഡവലപ്മെന്റ് ആൻഡ് റീഫിനാൻസ് ഏജൻസി ലിമിറ്റഡ് (MUDRA) : പത്തു ലക്ഷം ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്ക് സാമ്പത്തിക ആനുകൂല്യങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യവുമായി 20000 കോടി രൂപയുടെ നിധിയുമായിട്ടാണ് ഇത് ആരംഭിച്ചത്. ഇതിനായി ബിസിനസ് പ്ലാൻ സമർപ്പിക്കുകയാണ് ആദ്യഘട്ടം. അത് അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടാൽ വായ്പ ലഭിക്കും. അപ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഒരു മുദ്ര കാർഡ് കിട്ടും. അത് ക്രെഡിറ്റ് കാർഡു

പോലെയാണ്. അതുപയോഗിച്ച് അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ വാങ്ങാം. മറ്റു ചെലവുകൾ വഹിക്കാം. ശിശു, കിഷോർ, തരുൺ (Shishu,Kishore and Tarun) എന്നിങ്ങനെ മൂന്നു വിഭാഗങ്ങളിലായിട്ടാണ് ഈ വായ്പ ലഭിക്കുക.

2. സ്വന്തമായി പണം കണ്ടെത്തുക അഥവാ ബൂട്ട്സ് ട്രാപ്പിങ് (Boots trapping) : സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് പണം കണ്ടെത്താനുള്ള ഫലപ്രദമായ മാർഗമാണിത്, പ്രത്യേകിച്ച് ഒരു വ്യവസായം ആരംഭിക്കുമ്പോൾ. കാരണം, ബിസിനസിലെ മുന്നേറ്റങ്ങളും വിജയസാധ്യതകളും കാണിക്കാതെ ആർക്കും പണം ലഭിക്കുക ബുദ്ധിമുട്ടാണ്. തുടക്കക്കാർക്കുള്ള പരിമിതികൾ വേറെയും.

3. ക്രൗഡ് ഫണ്ടിങ് : ഒരേ സമയം ഒന്നിൽ കൂടുതൽ വ്യക്തികളിൽ നിന്നായി വായ്പ വാങ്ങുന്ന സംവിധാനമാണിത്. സ്റ്റാർട്ടപ്പ് സംബന്ധിച്ചുള്ള പൂർണമായ ബിസിനസ് വിശദാംശങ്ങൾ ഇതിനായി സമർപ്പിക്കണം. വ്യവസായത്തിന്റെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ, ലാഭമുണ്ടാക്കാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന പദ്ധതികൾ, എത്രത്തോളം ധനസഹായം വേണം, അത് എന്തിനെല്ലാമാണ് തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾ വിശദീകരിക്കേണ്ടി വരും. ഉപയോക്താക്കൾക്ക് ഇതെല്ലാം വായിച്ച് ആശയം ഇഷ്ടപ്പെട്ടെങ്കിൽ പണം നല്കാം. പണം നൽകുന്നവർ ഉത്പ്പന്നം മുൻകൂട്ടി വാങ്ങുന്നതായോ, സംഭാവന നല്കുന്നതായോ ഓൺലൈനായി വാഗ്ദാനസഹിതം പ്രതിജ്ഞ എടുക്കണം. പണം നല്കി സഹായിക്കുന്നവർ യഥാർത്ഥത്തിൽ വ്യവസായത്തെ വിശ്വസിക്കുന്നവരാണ്. ഇന്ത്യയിൽ ഇത്തരത്തിൽ ധനസഹായം നൽകുന്നവരിൽ ചിലരാണ് ഇൻഡിഗോ ഗോ, വിഷ്ബറി, കെറ്റോ, ഫണ്ട്ലൈൻഡ് തുടങ്ങിയ സ്ഥാപനങ്ങൾ.

4. ഏഞ്ചൽ ഇൻവെസ്റ്റ്മെന്റ് (Angel Investment) :

നീക്കിയിരിപ്പായി ധാരാളം പണം കൈവശമുള്ളവരും ഉയർന്നു വരുന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പ് സംരംഭങ്ങളിൽ നിക്ഷേപം നടത്താൻ താല്പ്പര്യമുള്ളവരുമായ വ്യക്തികളാണ് ഏഞ്ചൽ ഇൻവെസ്റ്റേഴ്സ്. നിക്ഷേപം നടത്തുന്നതിനുമുമ്പായി ലഭിക്കുന്ന അപേക്ഷകൾ സൂക്ഷമ പരിശോധന നടത്തുന്നതിനായി ഇവർ പരസ്പര ബന്ധമുള്ള സംഘങ്ങളായിട്ടാണ് പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. മൂലധനത്തോടൊപ്പം വേണമെങ്കിൽ ഇവർ വിദഗ്ധ ഉപദേശങ്ങളും നല്കും. ഗൂഗിൾ, യാഹൂ,

അലിബാബ തുടങ്ങിയവ ഉൾപ്പെടെ നിരവധി വൻ കമ്പനികളെ ആരംഭഘട്ടത്തിൽ ഏഞ്ചൽ ഇൻവസ്റ്റർമാരാണ് സഹായിച്ചിട്ടുള്ളത്. കമ്പനിയുടെ വളർച്ചയുടെ ആദ്യ ഘട്ടത്തിലാണ് പൊതുവെ ഇത്തരം ബദൽ മൂലധന നിക്ഷേപം നടക്കുന്നത്. ഇവർ പ്രതീക്ഷിക്കുന്ന ഓഹരി 30 ശതമാനമാണ്. കൂടുതൽ ലാഭം ലഭിക്കുമെങ്കിൽ വലിയ നിക്ഷേപങ്ങൾ നടത്തുന്നതിനും അവർ തയ്യാറാണ്.

5. വെഞ്ചർ ക്യാപിറ്റൽ (Venture Capital) : വൻ വിജയസാധ്യതയുള്ള കമ്പനികളിൽ മാത്രം ബുദ്ധിപൂർവം നിക്ഷേപം നടത്തുന്ന, ഈ മേഖലയിൽ നല്ല പരിചയമുള്ള സാമ്പത്തിക ഏജൻസികളാണ് ഇവർ. ഓഹരികൾ വാങ്ങിയാണ് ഇവർ കമ്പനികളിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുക. കമ്പനി ആരെങ്കിലും ഏറ്റെടുക്കുന്ന പക്ഷം അവർ ഒഴിവാകും. വെഞ്ചർ മൂലധന നിക്ഷേപം നടത്തുന്നവർ വിദഗ്ധോപദേശം നല്കുകയും സ്ഥാപനം ഏങ്ങോട്ടു പോകുന്നു എന്ന കാര്യത്തിൽ ഇടയ്ക്ക് പരിശോധന നടത്തുകയും, സുസ്ഥിരതാ വീക്ഷണത്തോടെ വ്യവസായത്തെ വിലയിരുത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

6. ബിസിനസ് ഇങ്കുബേറ്ററുകളും ആക്സിലറേറ്ററുകളും (Business Incubators & Accelerators) : വ്യവസായത്തിന്റെ തുടക്കത്തിൽ സാമ്പത്തിക സഹായത്തിനായി ഇങ്കുബേറ്ററുകളെയും ആക്സിലറേറ്ററുകളെയും പരിഗണിക്കാവുന്നതാണ്. മിക്കവാറും എല്ലാ പ്രമുഖ നഗരങ്ങളിലും ഈ പദ്ധതികൾ എല്ലാ വർഷവും ആയിരക്കണക്കിനു സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ബിസിനസുകളെ സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. കുഞ്ഞുങ്ങൾക്ക് മാതാപിതാക്കൾ എന്ന പോലെയാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് ഇങ്കുബേറ്ററുകൾ. അവ വ്യവസായത്തെ അടിസ്ഥാന സൗകര്യങ്ങളും, അഭയ സ്ഥാനവും പരിശീലനവും പരസ്പര ബന്ധങ്ങളും ലഭ്യമാക്കി സംരക്ഷിക്കുന്നു. ആക്സിലറേറ്ററുകളുടെയും ധർമ്മം ഏറെക്കുറെ ഇതു തന്നെയാണ്. എന്നാൽ ഇങ്കുബേറ്ററുകൾ വ്യവസായങ്ങൾക്ക് നടന്നു പോകാനുള്ള സഹായവും പിന്തുണയും പരിചരണവും നല്കുമ്പോൾ ആക്സിലേറ്ററുകൾ അവയെ ഓടാനും വളർച്ചയിലേക്ക് കുതിച്ചുചാടാനും പ്രാപ്തരാക്കുന്നു.

ക്രമീകരിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ബൗദ്ധിക സ്വത്തവകാശം ലഭ്യമാക്കാൻ ഇത് സഹായകമാകും.

5. **പതിനായിരം കോടിയുടെ സാമ്പത്തിക സഞ്ചയ നിധി** : ഉയർന്നു വരുന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സഹായിക്കാൻ തുടക്കത്തിൽ 2500 കോടിയുടെയും തുടർന്ന് നാലു വർഷത്തേയ്ക്ക് 10000 കോടിയുടെയും സാമ്പത്തിക സഞ്ചയനിധി ഗവൺമെന്റ് വികസിപ്പിക്കും. ഈ നിധി രൂപീകരിക്കാൻ ലൈഫ് ഇൻഷുറൻസ് കോർപ്പറേഷൻ പ്രധാന പങ്ക് വഹിക്കും. ഈ സാമ്പത്തിക സഞ്ചയ നിധി കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ സ്വകാര്യ വിദഗ്ധരുടെ ഒരു സമിതിയെ തെരഞ്ഞെടുക്കും.

6. **നാഷണൽ ക്രെഡിറ്റ് ഗാരന്റി ട്രസ്റ്റ് കമ്പനി** : അടുത്ത നാലു വർഷത്തേയ്ക്ക് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ സാമ്പത്തികമായി സഹായിക്കാൻ പ്രതിവർഷം 500 കോടിയുടെ ബജറ്റുമായി ഗവൺമെന്റ് ഒരു നാഷണൽ ക്രെഡിറ്റ് ഗാരന്റി ട്രസ്റ്റ് കമ്പനി രൂപീകരിക്കും.

7. **മൂലധന ലാഭത്തിന് നികുതി ഇളവ്** : നിലവിൽ വെഞ്ചർ കാപ്പിറ്റൽ ഫണ്ടുകളിൽ നിന്നുള്ള നിക്ഷേപങ്ങളെ മൂലധന നികുതിയിൽ നിന്ന് ഒഴിവാക്കിയിട്ടുണ്ട്. ഇതേ നയം തന്നെ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ പ്രാഥമികതല നിക്ഷേപങ്ങളുടെ കാര്യത്തിലും നടപ്പാക്കും.

8. **മൂന്നു വർഷത്തേക്ക് ആദായ നികുതി ഇളവ്** : മൂന്നു വർഷത്തേക്ക് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് നികുതി ഇല്ല. ഈ നയം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളെ ഭാവിയിലേയ്ക്കുള്ള വളർച്ചയുടെ പരിവർത്തന ഘട്ടത്തിൽ എത്തിക്കും.

9. **വൻ നിക്ഷേപങ്ങൾക്ക് നികുതി ഇളവ്** : വിപണി മൂല്യത്തേക്കാൾ ഉയർന്ന നിക്ഷേപങ്ങൾക്ക് നികുതി ഇളവ് നല്കും.

10. **യുവ സംരംഭകരെ സൃഷ്ടിക്കൽ** : അഞ്ചു ലക്ഷം സ്കൂളുകളിൽ വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് നവീകരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പഠന പദ്ധതികൾ ആരംഭിക്കും. കൂടാതെ ലോക നിലവാരത്തിലുള്ള ഇങ്കുബേറ്ററുകൾ വികസിപ്പിക്കാനായി എല്ലാ വർഷവും ഇങ്കുബേറ്റർ ഗ്രാൻഡ് മത്സരം സംഘടിപ്പിക്കും.

11. അടൽ ഇന്നൊവേഷൻ മിഷൻ : കഴിവുള്ള ചെറുപ്പക്കാരെയും നവീകരണ പദ്ധതികളെയും പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിന് അടൽ ഇന്നൊവേഷൻ മിഷൻ ആരംഭിക്കും.

12. ഇങ്കുബേറ്ററുകളുടെ സ്ഥാപനം : രാജ്യത്ത് ഉടൻ സ്ഥാപിക്കാൻ ഉദ്ദേശിക്കുന്ന 31 ഇങ്കുബേറ്ററുകൾക്കും ദേശീയ സ്ഥാപനങ്ങളിലെ 31 നവീകരണ കേന്ദ്രങ്ങൾക്കുമായി പൊതു-സ്വകാര്യ മേഖലാ പങ്കാളിത്ത മാതൃക പരിഗണനയിലാണ്.

13. റിസേർച്ച് പാർക്കുകൾ : ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ടെക്നോളജി കാമ്പസ്, ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് സയൻസ് കാമ്പസ് എന്നിവിടങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടെ ഏഴു പുതിയ ഗവേഷണ പാർക്കുകൾ ആരംഭിക്കാൻ ഗവൺമെന്റ് ഉദ്ദേശിക്കുന്നു. ഓരോന്നിനും 100 കോടിയാണ് മുതൽ മുടക്കുക.

14. ബയോടെക്നോളജിയിൽ സംരംഭകത്വം : രാജ്യത്ത് അഞ്ചു ബയോടെക് ക്ലസ്റ്ററുകൾ, 50 പുതിയ ബയോ ഇങ്കുബേറ്ററുകൾ, 150 സാങ്കേതിക വിദ്യാ കൈമാറ്റ ഓഫീസുകൾ, 20 ബയോ കണക്ട് ഓഫീസുകൾ എന്നിവ ഉടൻ സ്ഥാപിക്കും.

15. സ്കൂളുകളിൽ വിവിധ പദ്ധതികൾ : രാജ്യത്തെ 5 ലക്ഷം സ്കൂളുകളിൽ വിദ്യാർത്ഥികൾക്കായി നവീന കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട പരിപാടികൾ ആവിഷ്കരിക്കാൻ ഗവൺമെന്റ് ആലോചിക്കുന്നു.

16. നിയമ സഹായം : പേറ്റന്റ് അപേക്ഷകൾ, മറ്റ് ഔദ്യോഗിക രേഖകൾ എന്നിവയിൽ നിയമസഹായത്തിനായി വിദഗ്ധ സംഘത്തിന്റെ സേവനം ലഭ്യമാക്കും.

17. ഇളവുകൾ : മൊത്തം മൂല്യത്തിന്റെ 80 ശതമാനം തുക പേറ്റന്റ് അപേക്ഷകൾ അയക്കുന്നതിനു ഇളവായി ലഭ്യമാക്കും.

18. ലളിതമായ നിയമങ്ങൾ : സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്കായി പൊതുവിപണിയിൽ നിന്നുള്ള സംഭരണം സംബന്ധിച്ച നിയമങ്ങൾ ലളിതമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

19. അതിവേഗ ബഹിർഗമനം : ഒരു സ്റ്റാർട്ടപ്പ് പരാജയപ്പെട്ടാൽ അവരുടെ പ്രശ്നം എന്താണെന്നു കണ്ടുപിടിക്കാൻ ഗവൺമെന്റ് സഹായിക്കും ശ്രമം വീണ്ടും പരാജയപ്പെട്ടാൽ പുറത്തു കടക്കാനുള്ള എളുപ്പ വഴി ഒരുക്കുകയും ചെയ്യും.

2016 ലെ ആദ്യത്തെയും മൂന്നാമത്തെയും ത്രൈമാസത്തിനിടയിൽ ഇന്ത്യൻ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് 3.5 ശതലക്ഷം ഡോളറിന്റെ ഏയ്ഞ്ചൽ വെഞ്ച്വർ മൂലധന നിക്ഷേപം കണ്ടെത്താൻ സാധിച്ചു. കണക്കുകൾ പ്രകാരം 2015 ജനുവരി മുതൽ സെപ്തംബർ വരെ 639 ഇടപാടുകളിലായി 7.3 ശതലക്ഷം ഡോളർ രാജ്യത്ത് നിക്ഷേപമുണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ഈ വർഷം എണ്ണം 27 ശതമാനം വർധിച്ചു. 2014 ൽ മൊത്തം 300 വെഞ്ച്വർ-ഏയ്ഞ്ചൽ ഇടപാടുകൾ മാത്രമാണ് നടന്നത്.

രാജ്യത്തിന്റെ സാമ്പത്തിക സംവിധാനത്തിൽ മത്സരക്ഷമമായ പുതിയ ഊർജ്ജം കൊണ്ടുവന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പ് കമ്പനികളാണ് ഇന്നു വിപണിയിലെ ഏറ്റവും ശക്തമായ സാമ്പത്തിക സ്ഥാപനങ്ങൾ. കാരണം അവയാണ് നമ്മുടെ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയിൽ അധിക ശക്തിയും മത്സരക്ഷമതയും കൊണ്ടുവന്നിരിക്കുന്നത്. മാറ്റത്തിനുള്ള രാസത്വരകങ്ങളായി അവ പ്രവർത്തിക്കുന്നു. തുടർ പ്രതികരണമായിരിക്കും അതിന്റെ ഫലം. ഒരിക്കൽ ഒരു സംരംഭം സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ടാൽ അവിടെ വ്യവസായവത്ക്കരണ പ്രക്രിയയ്ക്കു തുടക്കമാവുകയായി. ഇത് സംരംഭകത്വത്തെ ഉത്തേജിപ്പിക്കുകയും വിവിധ വ്യവസായ യൂണിറ്റുകൾ ആരംഭിക്കാനുള്ള ആവശ്യം സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യും. പുതിയ യൂണിറ്റുകൾ ആരംഭിക്കുന്നതോടെ ഭാവിയിൽ ഒരു മേഖലയുടെ തന്നെ വികസനം സംഭവിക്കുകയും ചെയ്യും. സൗകര്യപ്രദവും താങ്ങാവുന്നതുമായ സേവനങ്ങളിലൂടെ പ്രാദേശിക സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ അവിടുത്തെ ജനജീവിതം അനായാസവും സ്വസ്ഥവുമാക്കും. അതോടൊപ്പം അവ ഇന്ത്യയുടെ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയുടെ വളർച്ചയ്ക്കും വികാസത്തിനുമുള്ള പ്രധാന ഊർജ്ജമായി വർത്തിക്കുകയും ചെയ്യും. ഈ രാജ്യത്ത് സമൃദ്ധി സൃഷ്ടിക്കാനുള്ള പദ്ധതിയാണ് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യ എന്നു നാം വിശ്വസിക്കുന്നു. മൂലധനത്തിന്റെ അഭാവം മൂലം ചെറുപ്പക്കാരായ എത്രയോ സംരംഭകരുടെ സ്വന്തം വ്യവസായങ്ങളാണ് സ്വപ്നമായി അവശേഷിക്കുന്നത്. തന്മൂലം രാജ്യത്തിന് അവരുടെ ആശയങ്ങളും, കഴിവുകളും,

പ്രാപ്തിയും പ്രയോജനപ്പെടാതെ പോകുകയാണ്. ധനസമൃദ്ധിയും സാമ്പത്തിക വളർച്ചയും, വികസനവും നഷ്ടപ്പെടുകയാണ്. പുത്തൻ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങൾ നടത്താനും സ്വന്തം വ്യവസായങ്ങൾ ആരംഭിക്കാനും കഴിവുള്ള ചെറുപ്പക്കാർക്ക് ഉറപ്പും പ്രോത്സാഹനവുമായി, വ്യത്യസ്ത തലങ്ങളിൽ പിന്തുണയും ആനുകൂല്യങ്ങളും വാഗ്ദാനം ചെയ്തുകൊണ്ട് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇന്ത്യ രാജ്യത്തെ സംരംഭകത്വത്തിനും സാമ്പത്തിക വികസനത്തിനും ഊർജ്ജം പകരുകയാണ്.

യോജന,

ജൂൺ 2017.

♦♦♦♦♦

FOCUS

ഒഴുകാൻ ഒരുങ്ങുന്ന വരട്ടാർ

മൂന്നു ദശാബ്ദമായി ഒഴുക്ക് നിലച്ച വരട്ടാറിന്റെ പുനരുജ്ജീവന പ്രവർത്തനങ്ങളെക്കുറിച്ച്

അരവിന്ദ് ഗോപിനാഥ്

വഞ്ചിപ്പാട്ടിന്റെ താളത്തിൽ ചിതറിപ്പെയ്യുന്ന മഴയത്ത് പാളത്തൊപ്പി ചൂടി ജനങ്ങൾ ഒഴുക്കു നിലച്ച വരട്ടാറിലൂടെ നടന്നു. ഹരിതകേരളം മിഷന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ വരട്ടാറിന്റെ പുനരുജ്ജീവനത്തിന്റെ ഭാഗമായി ജനപങ്കാളിത്തം ഉറപ്പാക്കാൻ സംഘടിപ്പിച്ചതായിരുന്നു ഈ 'പുഴ നടത്തം'. ജലസമൃദ്ധമായ ഇന്നലെകളുടെ വീണ്ടെടുപ്പാണ് 'വരട്ടെ ആറ്'എന്ന ജനകീയ കൂട്ടായ്മയുടെ ലക്ഷ്യം. മൂന്നു വർഷം കൊണ്ട് വരട്ടാറിലെ ഒഴുക്ക് പുനഃസ്ഥാപിക്കാനാണ് പദ്ധതി ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

നാലു പതിറ്റാണ്ട് പിന്നിടുന്നു മണിമലയാറിനെയും പമ്പയാറിനെയും ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന വരട്ടാർ ഒഴുകിയിട്ട്. വികലമായ വികസന കാഴ്ചപ്പാടും പ്രകൃതിയോടുള്ള ക്രൂരമായ പ്രവൃത്തികളും പതിനാറു കിലോമീറ്റർ ദൈർഘ്യമുള്ള വരട്ടാറിനെ മൃതപ്രായമാക്കി. ഇടനാടിന്റെ സമൃദ്ധമായ ഭൂതകാല സ്മൃതികളിൽ മാത്രമാണ് ഇപ്പോൾ വരട്ടാർ ഒഴുകുന്നത്. ഇവിടെ ഒരു നദിയുണ്ടായിരുന്നെന്ന ശേഷിപ്പുപോലും മിക്കയിടങ്ങളിലില്ല. പുതുതലമുറയ്ക്ക് അതൊരു നദിയായിരുന്നെന്ന തിരിച്ചറിവുമില്ല. എന്നാൽ, ആറിനൊപ്പം ഇരുകരകളും വരണ്ടു തുടങ്ങിയപ്പോഴാണ് വിപത്ത് തിരിച്ചറിയപ്പെട്ടത്. പിന്നീട് പുനർജന്മത്തിനായുള്ള ശ്രമങ്ങളായിരുന്നു. പഠനങ്ങളും പദ്ധതി പ്രഖ്യാപനങ്ങളുമുണ്ടായി. ചെറിയ ചില ശ്രമങ്ങളും നടന്നു. എന്നാൽ, ആത്യന്തികമായി അതൊന്നും ഫലപ്രാപ്തിയിലെത്തിയില്ല.

ചെങ്ങന്നൂർ നഗരസഭയിലൂടെയും നാലു പഞ്ചായത്തുകളിലൂടെയും (തിരുവൻവണ്ടൂർ, കോയിപ്രം, കുറ്റൂർ, ഇരവിപേരൂർ) വരട്ടാറ് ഒഴുകുന്നു.

പത്തനംതിട്ട- ആലപ്പുഴ ജില്ലകളുടെ അതിർത്തി പങ്കുവച്ച്, ആലപ്പുഴ ജില്ലയിലെ ചെങ്ങന്നൂർ ആറാട്ടുപുഴ കടവിനു താഴെയുള്ള വഞ്ചിപ്പോട്ടിൽ കടവിൽ നിന്നാരംഭിച്ച് ഇടനാടും കോയിപ്പുറവും ഓതറയും കടന്ന് മംഗലംകടവിലാണ് ഒരു ഭാഗം അവസാനിക്കുക. ഇതിൽ കോയിപ്രവും ഇരവിപേരൂരും കുറ്റൂരും പത്തനംതിട്ട ജില്ലയിലാണ്. ആറിന്റെ മറ്റൊരുഭാഗം ഇരവിപേരൂരിലെ പുതുക്കുളങ്ങര കടവിൽ നിന്നാരംഭിച്ച് ആലപ്പുഴ ജില്ലയിലെ തിരുവൻവണ്ടൂർ വഴി ഇരമല്ലിക്കരയിൽ വച്ച് മണിമലയാറുമായി ചേരും.

"രണ്ടു നദീതടങ്ങൾ തമ്മിലുള്ള ബന്ധമായിരുന്നു ഈ നദി. ഒന്നിൽ നിന്ന് ഒന്നിലേക്ക് പ്രകൃതി തന്നെ വെള്ളം മാറ്റുന്ന മാർഗം. മണിമലയാറ്റിൽ വെള്ളം കയറുമ്പോൾ വരട്ടാർ തെക്കോട്ട് പമ്പയിലേക്കൊഴുകും. പമ്പയിലാണ് ജലനിരപ്പ് ഉയരുന്നതെങ്കിൽ വടക്കോട്ടൊഴുകി മണിമലയാറ്റിൽ ചേരും. അതായിരുന്നു പതിവ്. അതാണ് ഇല്ലാതായത്" - പഴമക്കാർ പറയുന്നു.

പടിഞ്ഞാറ് നിന്ന് കിഴക്കൻ മലകളിലേക്ക് ചരക്ക് കൊണ്ടുപോയിരുന്നത് വരട്ടാറിലൂടെയുള്ള ഊന്നു വള്ളങ്ങളായിരുന്നു. അന്നൊക്കെ തിരുവല്ല പുളിക്കീഴിലെ പഞ്ചാരഫാക്ടറിയിലേക്ക് കരിമ്പ് കൊണ്ടുപോയിരുന്നത് വരട്ടാറിലൂടെ കെട്ടിവലിച്ചായിരുന്നു. ഒരു കാലത്ത് ആറിന്റെ അതിരുകളിലെ പാടങ്ങളിൽ വിളയുന്ന നെല്ലും കരിമ്പും തേങ്ങയുമൊക്കെ ആലപ്പുഴയ്ക്ക് കൊണ്ടുപോയിരുന്നതും വരട്ടാർ വഴിയായിരുന്നു.

റോഡുകൾ വന്നതോടെ സമയനഷ്ടമുണ്ടാക്കുന്ന ചങ്ങാടങ്ങൾ വഴിയുള്ള വ്യാപാരയാത്രകൾ ആദ്യം നിലച്ചു. റോഡ് മാർഗം കരിമ്പെത്തിക്കാൻ തുടങ്ങിപ്പോൾ ചെലവ് കൂടി, കൃഷി നഷ്ടമായി. ഇതോടെ കരിമ്പ് കൃഷിയിൽ നിന്ന് കർഷകർ പിൻമാറാൻ തുടങ്ങി. സാവധാനം ആറിന്റെ തീരങ്ങളിൽ നിന്ന് കരിമ്പുപാടങ്ങൾ ഇല്ലാതായി. നഷ്ടപ്രതാപത്തിൽ ഷുഗർ മിൽ മദ്യ നിർമ്മാണകേന്ദ്രമായി. പഞ്ചസാരയ്ക്കു പകരം ജവാനും പമ്പ ജിന്നും വിപണിയിലേക്കൊഴുകി. അതോടൊപ്പം പാടങ്ങൾ തരിശായി. അനധികൃത മണൽവാരൽ കാരണം പമ്പയുടെ അടിത്തട്ട് താണു. അതോടെ വശങ്ങൾ ഇടിഞ്ഞ് ആറ് നികന്നു. ഒഴുക്കു നിലച്ചതോടെ തോളൊപ്പം ഉയരത്തിൽ തീറ്റപ്പുല്ല് വളർന്നു.

മരങ്ങൾ വളർന്നതോടെ നദി കാടുപിടിച്ചതുപോലെയായി. അതോടെ കൈയേറ്റവും വ്യാപകമായി. വരണ്ടുണങ്ങിയ ആറ് കൈയേറി കപ്പയും തെങ്ങും വരെ കൃഷി ചെയ്യുന്നവരുണ്ടെന്ന് പറയുന്നു നാട്ടുകാർ. മുൻപ് 80 മീറ്റർ വരെ വീതിയുണ്ടായിരുന്ന വരട്ടാർ ഇപ്പോൾ ചിലയിടങ്ങളിൽ പത്തുമീറ്ററിൽ താഴെയാണ്.

പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് തുടക്കം

1980-കളിലാണ് വരട്ടാർ പ്രശ്നങ്ങളെ നേരിട്ടുതുടങ്ങിയത്. ഇടനാടും കോയിപ്രവുമായി ബന്ധിപ്പിക്കാൻ വഞ്ചിപ്പോട്ടിൽക്കടവിൽ ചെങ്ങന്നൂർ മുൻസിപ്പാലിറ്റി ഒരു കോൺക്രീറ്റ് ചപ്പാത്ത് പണിഞ്ഞു. ഇതോടെ പമ്പയിൽ നിന്നും ആദി പമ്പയിലേക്ക് വെള്ളം കയറുന്നത് തടസപ്പെട്ടു. വെള്ളം തടഞ്ഞിടത്ത് എക്കലടിഞ്ഞു. നീരൊഴുക്ക് ഇല്ലാതായതോടെ അവ മൺകൂനകളായി. ഇങ്ങനെ അശാസ്ത്രീയമായി നിർമ്മിച്ച ഒമ്പതോളം മനുഷ്യനിർമിത ചപ്പാത്തുകളാണ് ഇന്ന് വരട്ടാറിന് കുറുകേയുള്ളത്. മഴുക്കീറിനെയും കുറ്റൂരിനെയും ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന അങ്കമാലിക്കടവ്, മഴുക്കീറിനും കുറ്റൂരിനുമിടയിലുള്ള തൃക്കയിൽ ക്ഷേത്രകടവ് കലുങ്ക്, ആറാട്ടുകടവ്,വഞ്ചിമൂട്ടിൽ ക്ഷേത്രക്കടവ്, നന്നാടിനും തിരുവൻ വണ്ടൂരിനുമിടയിലുള്ള തെക്കുംമുറിപ്പാലം, വാളത്തോട്-തെങ്ങേലിക്കടവ്, ഉണ്ണ്യാപളളത്ത്-വാഴയിൽപ്പടി കലുങ്ക്, മുണ്ടടിച്ചിറ, ഈരടിച്ചിറ എന്നിവയാണ് ആ ചപ്പാത്തുകൾ.

ഇതിനുപുറമേ പാലങ്ങളുടെ പേരിൽ ബോക്സ് കൾവർട്ടുകളും ഉയർന്നു. നീരൊഴുക്ക് തടസപ്പെട്ടതോടെ പമ്പ വഴിമാറിയൊഴുകി. അങ്ങനെ പൂർവ പമ്പ ഒഴുകിത്തുടങ്ങി. മഴക്കാലത്ത് മാത്രം ഒഴുകുന്ന കൈവഴിയായി പൂർവ പമ്പ. ചപ്പാത്തുകൾ പൊളിച്ചുനീക്കി പകരം സംവിധാനം ഏർപ്പെടുത്തണമെന്ന് വിദഗ്ധർ മുമ്പേ ആവശ്യപ്പെട്ടിരുന്നു. ആലപ്പുഴ പത്തനംതിട്ട ജില്ലകളെ വേർതിരിക്കുന്ന പുതുക്കുളങ്ങര ചപ്പാത്ത് നിർമ്മിച്ചത് വരട്ടാറിനു കുറുകെ വെള്ളമൊഴുക്ക് തടഞ്ഞു നിർത്തുന്ന തരത്തിലായിരുന്നു. തൈമറവുംകരയിൽ കല്ലിശേരി വള്ളംകുളം റോഡ് നിർമ്മിച്ചപ്പോൾ ഇവിടെയും നീരൊഴുക്ക് നിലച്ചു. പാലം നിർമ്മിച്ചപ്പോൾ വെള്ളം ഒഴുകിപ്പോകാൻ വേണ്ടത്ര വീതിയിൽ ചാലുകൾ നിർമിക്കാൻ കഴിഞ്ഞതുമില്ല.

ഒരു കാലത്ത് കേരളത്തിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഏക്കർ മണ്ണടിയുന്ന നദി പമ്പയായിരുന്നു. ഭൂമിശാസ്ത്രപരമായ സവിശേഷതകളായിരുന്നു അതിനു കാരണം. ഇങ്ങനെയെത്തിയ വൻ മണൽശേഖരം വരട്ടാറിനുണ്ട്. തുടക്കത്തിൽ അതൊരു സാധ്യതയായിരുന്നു. എന്നാൽ, അശാസ്ത്രീയമായ മണൽ ഖനനം ദുരന്തത്തിനാണ് വഴിതെളിച്ചത്. വ്യാപകമായ മണൽവാരൽ കാരണം നദിയുടെ ജലസംഭരണശേഷി നഷ്ടപ്പെട്ടു. അനിയന്ത്രിതമായ മണലൂറ്റിൽ അഗാധമായ കയങ്ങൾ രൂപപ്പെട്ടു. ഇന്ന്, ചിലയിടങ്ങളിൽ കയങ്ങളിൽ മാത്രമാണ് വെള്ളം. ഒഴുക്ക് നിലച്ചതിനാൽ ഈ വെള്ളക്കെട്ടുകൾ വളരെവേഗം മലിനമായി. പമ്പയിലും സ്ഥിതി മറിച്ചല്ല. മണലൂറ്റിൽ നദി തന്നെ താണു, വരട്ടാറിന്റെയും പമ്പയുടെയും തീരങ്ങളിൽ ഇതു സൃഷ്ടിച്ച പ്രത്യാഘാതം ചെറുതല്ല. തീരങ്ങളിലെ കിണറുകളിൽപ്പോലും ജലനിരപ്പ് കുറഞ്ഞു. കൃഷിനാശമുണ്ടായി. തീരത്തിന് അകലെയുള്ള സ്ഥലങ്ങളിൽ കുടിവെള്ളക്ഷാമം രൂക്ഷമായി. കിണർവെള്ളത്തിൽ പോലും ഇരുമ്പ് ഉൾപ്പെടെയുള്ള ലോഹങ്ങളുടെ സാന്നിധ്യം വർധിച്ചു. 1998-ൽ കൈയേറ്റം നിരോധിക്കാനും ഒഴിപ്പിക്കാനുമായി റവന്യൂ വകുപ്പ് ഉത്തരവിറക്കിയെങ്കിലും അതിനു തുടർനടപടികളുണ്ടായില്ല. 2002 – ൽ നിയമസഭാ കമ്മിറ്റി കയ്യേറ്റം പഠിച്ചു. ആറിന്റെ മൂന്നിൽ രണ്ടു ഭാഗവും കയ്യേറ്റമാണെന്നും കണ്ടെത്തി. ഒടുവിൽ നദിയുടെ പുറമ്പോക്ക് അടയാളപ്പെടുത്താൻ ജില്ലാ ഭരണകൂടത്തോട് ഹൈക്കോടതി നിർദ്ദേശിച്ചതോടെ കയ്യേറ്റമൊഴിപ്പിക്കൽ നിന്നു. പിന്നീട് മലിനീകരണ നിയന്ത്രണബോർഡും നിർജീവാവസ്ഥ പഠിച്ചു മനസിലാക്കിയെന്നു മാത്രം. ദുരിതങ്ങൾ ഒന്നിനുപിറകെ വർധിച്ചതോടെയാണ് പുനരുജ്ജീവനം എന്ന ആശയം ശക്തമായത്.

പഴമക്കാരുടെ കഥകളിൽ വരട്ടാറും ഇടനാടും നിറഞ്ഞു നിൽക്കുന്നു. കല്യാണസൗഗന്ധികം തേടിപ്പോയ ഭീമസേനനാണ് പമ്പക്കൊരു കൈവഴിയായി ഈ നദി സൃഷ്ടിച്ചതെന്ന് ഐതിഹ്യങ്ങളിൽ പറയുന്നു. പടയണിയിലെ ഏറ്റവും വലിയ ഭൈരവിക്കോലം തുള്ളുന്ന ക്ഷേത്രമായ പുതുക്കുളങ്ങര ക്ഷേത്രം മുതൽ തലയാർ വഞ്ചിമൂട്ടിൽ ക്ഷേത്രത്തിന്റെ ഉൽപ്പത്തി വരെ വരട്ടാറുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണുള്ളത്. വരട്ടാർ കരകവിഞ്ഞൊഴുകിയ കാലത്ത് ഇന്നത്തെ

വഞ്ചിമൂട്ടിൽ ക്ഷേത്രക്കടവിനു സമീപം ആറ്റുവഞ്ചിക്ക് അരികെ വിഗ്രഹം ഒഴുകിയടുത്തെന്നാണ് കഥ. പിന്നീട് നദീതീരത്ത് ക്ഷേത്രം നിർമിച്ച് പ്രതിഷ്ഠ നടത്തുകയായിരുന്നുവത്രെ. വിഷുവിനാണ് ക്ഷേത്രത്തിലെ പ്രധാന ഉത്സവം. അമ്പലത്തിന്റെ കിഴക്ക് പണ്ട് വിശാലമായ മണൽപ്പുറമായിരുന്നു. ആ മണൽപ്പുറത്തായിരുന്നു പണ്ട് വേലകളി നടന്നിരുന്നത്. ആൾപിണ്ടി എഴുന്നെള്ളത്തും വേലകളിയുമൊക്കെ പഴമക്കാരുടെ ഓർമ്മകളിൽ അവശേഷിക്കുന്നു.

ചരക്കുവള്ളങ്ങൾ പോകുന്നത് അന്ന് ക്ഷേത്രക്കടവ് വഴിയാണ്. ചരക്കുമായി പോകുന്ന വള്ളങ്ങൾ കടവിലടുപ്പിക്കും. എണ്ണ വഴിപാട് നേർച്ചയായി നടത്തിയശേഷമാകും പിന്നീട് ഇവരുടെ യാത്ര. കരിമ്പുവെട്ടുന്ന സീസണിൽ വള്ളങ്ങളുടെ നീണ്ടനിര കാണും കടവിൽ. പുതുക്കുളങ്ങര ക്ഷേത്രത്തിന്റെ ഇരുവശങ്ങളിലുമായാണ് വരട്ടാറും പഴയ പമ്പയും ഒഴുകിയിരുന്നത്. കിഴക്ക് ഭാഗത്തായി പടിഞ്ഞാറോട്ട് വരട്ടാറും വടക്കുനിന്ന് തെക്കോട്ട് പഴയ പമ്പയും ഒഴുകിയിരുന്നത്രെ. എന്നാൽ, ക്ഷേത്രത്തിന്റെ പിന്നിലായി നിർമ്മിച്ച ചപ്പാത്ത് വരട്ടാറിന്റെ നീരൊഴുക്ക് തടസപ്പെടുത്തുകയായിരുന്നു. ആറന്മുള ജലമേളയ്ക്കെത്തുന്ന ഓതറ, കുന്നേക്കാട്, പുതുക്കുളങ്ങര, ഇടനാട്, മംഗലം എന്നീ അഞ്ചു പള്ളിയോടങ്ങളുടെ പിറവിക്കു കാരണവും വരട്ടാറിന്റെ സാന്നിധ്യമായിരുന്നു. ആറന്മുളയ്ക്ക് പടിഞ്ഞാറു നിന്ന് പതിനാറ് പള്ളിയോടങ്ങളാണ് ജലമേളയിൽ പങ്കെടുക്കുന്നത്. ഇവയിൽ മിക്കതിന്റെയും യാത്ര വരട്ടാർ വഴിയായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ വരണ്ടുണങ്ങിയ വരട്ടാറിലൂടെ തള്ളിനീക്കിയാണ് പലപ്പോഴും പള്ളിയോടങ്ങൾ പമ്പയിലെത്തിക്കുന്നത്. രണ്ടുദിവസം കൊണ്ട് രണ്ടു കിലോമീറ്റർ വരെ തള്ളിനീക്കും. വള്ളംകളിയേക്കാൾ അധ്വാനം വേണ്ടി വരും ഇതിനെന്ന് കരക്കാർ പറയുന്നു.

ചെറുശ്രമങ്ങളുടെ വിജയം

ജനങ്ങളുടെ ഇടയിൽ നിന്ന് ആവശ്യമുയർന്നതോടെ പുനരുജ്ജീവനത്തിനുള്ള ശ്രമങ്ങളും ആരംഭിച്ചു. കോഴഞ്ചേരി ആസ്ഥാനമായുള്ള പമ്പാ പരിരക്ഷണ സമിതി, ചെങ്ങന്നൂർ ഇടനാട്ടിലെ പമ്പാവരട്ടാർ സംരക്ഷണ

സമിതി, വരട്ടാർ പ്രൊട്ടക്ഷൻ കൗൺസിൽ തുടങ്ങിയ സംഘടനകളുടെ നിരന്തര ആവശ്യങ്ങളിലൊന്നായിരുന്നു ഇത്. 2013-ൽ തൊഴിലുറപ്പ് പദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തി ജില്ലാ ഭരണകൂടവും തദ്ദേശസ്ഥാപനങ്ങളും ശ്രമം തുടങ്ങിയിരുന്നു. എന്നാൽ, അതും ഫലപ്രദമായില്ല. തുടർന്ന് വരട്ടാറും പമ്പയുടെ കൈവഴികളും പുനരുദ്ധരിക്കാൻ ചില പദ്ധതികൾ സർക്കാർ ആസൂത്രണം ചെയ്തിരുന്നു. 2003 ജൂലൈയിലാണ് ജോർജ്ജ് ജെ. മാത്യു അധ്യക്ഷനായ നിയമസഭാ പരിസ്ഥിതി സമിതി നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകിയത്. ഇന്നത്തെ ധനമന്ത്രി തോമസ് ഐസക്കിനെ കൂടാതെ ഉമ്മൻ ചാണ്ടി, ജോസഫ് എം.പുതുശ്ശേരി, രാജു എബ്രഹാം, എം.എ.വാഹിദ് എന്നിവരായിരുന്നു സമിതി അംഗങ്ങൾ. അന്നു നൽകിയ നിർദ്ദേശങ്ങൾ ഇന്നും പ്രസക്തമായി തുടരുന്നു. തുടർന്ന്, ജലസേചന വകുപ്പ് 14 കോടി രൂപയുടെ പദ്ധതി തയാറാക്കി. പമ്പാ പരിരക്ഷണ പദ്ധതിയിൽ ഉൾപ്പെടുത്തി വരട്ടാർ പുനരുദ്ധാരണത്തിനായി സംസ്ഥാന മലിനീകരണ നിയന്ത്രണ ബോർഡ് 1.9 കോടിയുടെ പദ്ധതിക്കും രുപം കൊടുത്തിരുന്നു. എന്നാൽ പദ്ധതികൾ പ്രഖ്യാപനത്തിലൊതുങ്ങുകയാണുണ്ടായത്. അടുത്തിടെ ആറ്റിലെ മണൽ ലേലം ചെയ്തു നൽകാൻ ജലസേചനവകുപ്പിനു പദ്ധതിയുണ്ടായിരുന്നു. അതുവഴി നീരൊഴുക്ക് പുനഃസ്ഥാപിക്കാമെന്നായിരുന്നു കണക്കുകൂട്ടൽ. അതിനു ശേഷമാണ് ഹരിത കേരള മിഷൻ ഈ പദ്ധതി ഏറ്റെടുക്കുന്നത്. തുടർന്ന് മന്ത്രി തോമസ് ഐസക്കും ഹരിത കേരള മിഷൻ ഉപാധ്യക്ഷ ടി.എൻ.സമീമയും ആറൻമുള എം.എൽ.എ വീണാജോർജ്ജും വരട്ടാർ സന്ദർശിച്ച് പുനരുജ്ജീവനത്തിനുള്ള സാധ്യത പരിശോധിച്ചു. പിന്നീടാണ് ഹരിത കേരളം മിഷൻ സാങ്കേതിക ഉപദേഷ്ടാവ് അജയകുമാർ വർമ്മയടക്കമുള്ള വിദഗ്ധർ ചേർന്ന് പദ്ധതിയുടെ രൂപരേഖ തയ്യാറാക്കിയത്.

ലക്ഷ്യങ്ങളും ഉറപ്പുകളും

മുന്നുഘട്ടങ്ങളായി പദ്ധതി നടപ്പാക്കാനാണ് ലക്ഷ്യമിടുന്നതെന്ന് പറയുന്നു പുനരുജ്ജീവന പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് നേതൃത്വം നൽകുന്ന രാജീവ്.

ആദ്യം പൂർവപമ്പയുടെയും വരട്ടാറിന്റെയും മുഖം തുറക്കും. വരാച്ചാൽ പുനരുദ്ധരിച്ചത് മാതൃകയാക്കി ഈ മഴക്കാലത്ത് നീരൊഴുക്ക് ശക്തിപ്പെടുത്താനാണ് തീരുമാനം. ഒരു മാസത്തിനകം യന്ത്രസഹായത്തോടെ ആറ്റിലെ തടസങ്ങൾ നീക്കി, കയങ്ങൾ നികത്താനാണ് തീരുമാനം. സമഗ്രമായ പാരിസ്ഥിതി ആഘാതപഠനം നടത്തുകയാണ് ആദ്യപടി. അടുത്തപടിയായി റവന്യൂവകുപ്പ് അതിർത്തി അളന്ന് കല്ലിടും. ഇരവിപേരൂർ പഞ്ചായത്തിൽ നിന്നാകും ഇതിനു തുടക്കമിടുക. ഇതിനൊപ്പം വിശദമായ ടെക്നിക്കൽ മാസ്റ്റർ പ്ളാൻ തയ്യാറാക്കും. പുഴ സ്ഥിരമായി ഒഴുകുന്നതിന് എത്രമാത്രം മണ്ണും മറ്റും നീക്കം ചെയ്യണമെന്നത് ശാസ്ത്രീയമായി നിർണ്ണയിക്കും. വരട്ടാറിന്റെ വൃഷ്ടി പ്രദേശത്തെ നീർത്തടങ്ങൾ നിർണ്ണയിച്ച് പരമാവധി ജലസംഭരണത്തിന് പദ്ധതി തയ്യാറാക്കാനും പുനരുജ്ജീവന പദ്ധതിയിലുണ്ട്. നീർത്തട സംരക്ഷണത്തിനായി വൊളന്റിയർമാർക്കും പഞ്ചായത്തംഗങ്ങൾക്കും പരിശീലനം നൽകും. ചപ്പാത്തുകളും കൾവർട്ടുകളും പാലങ്ങളായി പുതുക്കിപ്പണിയാനും ലക്ഷ്യമിടുന്നു. മഴക്കാലം കഴിയുമ്പോഴേക്കും പഠനങ്ങളെല്ലാം പൂർത്തീകരിക്കാനും അടുത്തവേനൽക്കാലം അവസാനിക്കും മുമ്പ് പുനരുദ്ധാരണം പൂർത്തീകരിക്കാനും പദ്ധതി ലക്ഷ്യമിടുന്നു.

വരട്ടാറിന്റെ വീണ്ടെടുപ്പ് നാലു പഞ്ചായത്തുകളിലെ ആയിരത്തിലേറെ നെൽവയലുകളെ കൃഷിയോഗ്യമാക്കുമെന്നാണു പ്രതീക്ഷ. കഴിഞ്ഞ മൂന്നു ദശാബ്ദക്കാലമായി തരിശുകിടക്കുകയാണ് ഈ പാടശേഖരങ്ങൾ. കുറ്റൂർ പഞ്ചായത്തിലെ കോതവിരുത്തി, കാട്ടുചിറ, ഇരവിപേരൂരിലെ നരയങ്കളളി, ചേന്നാത്ത്, മുട്ടിനുപുറം എന്നിവ വരണ്ടിരുന്നു. ഇതിനൊപ്പം തിരുവൻവണ്ടൂർ പഞ്ചായത്തിലെ കിഴക്കൻ പ്രദേശത്തുളള നെൽവയലുകളും വരണ്ടുണങ്ങിയിരുന്നു. ഈ നെൽപ്പാടങ്ങളിൽ വെളളം എത്തിച്ചിരുന്ന തോടുകൾ മുഴുവൻ വരട്ടാറിൽ നിന്നുളളവയായിരുന്നു. വരട്ടാർ വരണ്ടുണങ്ങിയപ്പോൾ സ്വാഭാവികമായും ഈ തോടുകളും വറ്റി. ഉളള പാടങ്ങളിൽ തന്നെ കനാൽവെളളം കയറാനും തുടങ്ങി. പിഐപി കനാൽ വഴി കയറുന്ന വെളളം ഇറങ്ങിപ്പോകാൻ

വഴിയില്ലാത്തതിനാൽ പാടങ്ങളിൽ കെട്ടിനിന്ന് കൃഷിനാശം പതിവായിരുന്നു. കൃഷി ചെയ്യാതായതോടെ പാടങ്ങളിൽ കരകൃഷിയും തുടങ്ങി. പുനരുജ്ജീവന പദ്ധതി വിജയിക്കുന്നതോടെ ഈ വയലേലകളിൽ വീണ്ടും കൃഷിയിറക്കാമെന്ന വിശ്വാസത്തിലാണ് കർഷകർ.

മലയാളം,

12 ജൂൺ 2017.

Rural Markets – The only Resort to the Big Businesses

R. Lakshmi

Rural Markets have become very important destination for many large FMCG business organizations as the urban markets have saturated. The overall growth of any economy depends on how quickly luxuries become necessities. This requires a lot of change in the purchasing power and preferences of the rural people. Therefore, the market players are slowly investing in rural markets as there are many opportunities in the rural markets to sustain and grow. They are required to adopt many strategies to change the tastes and preferences of rural population.

Another important situation can also be observed in the rural markets. When two powerful giants are colliding, many small innocents get crushed in the middle. Today, in urban market in major metro cities in India, many big business houses are competing with each other in many areas of business and many small businesses are getting crushed and perishing in the middle. Besides, the big businesses are also snatching away the business opportunities of small businesses one by one. Because of the entry of big business houses in the urban market, the life cycle of urban market has crossed saturation stage and started declining.

Hence, in order to sustain, the small businesses are migrating from urban markets to the rural markets, in a big way. The cut-throat competition in rural markets is also increasing. In order to be successful, the small businesses, entering the rural markets, are adopting a few ‘A’s in their strategies - Awareness, Acclimatize, Accessibility, Accountability, Availability and Affordability, besides bringing changes in the life style, psychology, culture, traditions and customs, etc., of the rural population. It may be possible that after the small businesses acclimatize the rural population to the urban life style, the big corporate giants enter the rural markets pushing the small businesses.

This study is based on secondary data regarding various strategies adopted in the rural market by the small business organizations to sustain and be successful. In this paper, an attempt

is being made to present the strategies adopted by the businesses to sustain the competition, expand the business and exploit the markets, with special reference to agriculture products.

Urban businesses shifting to rural markets

Globalization, liberalization and privatization have transformed the Indian economy into a vibrant, rapidly growing consumer market. As a result the markets are flooded with different kinds of goods and services, substantially effecting and changing the purchasing pattern of the consumers. The rural markets, which were earlier ignored by most of the big international market players, are now being seen as a land of great business opportunity. As the disposable income of the masses is growing, more and more corporate houses are entering into the rural markets with their new goods and services. Due to this reason, the marketing for rural consumers is becoming more complex. The rural market in India brings in bigger revenues in the country, as the rural regions comprise of the maximum consumers in this country.

The rural markets in India have grown size, range and sophistication in recent times. Under the changing Socio-economic scenario, the rural markets have great potentialities in India and offer bright prospects and attraction to the companies. In fact, the rural markets are green pastures for companies today, as they are growing faster as compared to the urban markets. With their huge size and demand base, they offer great opportunities to the marketers. More than three-fourths of country's consumers reside in rural areas and more than half of the national income is generated by them. Due to the global economic downturn, the companies are few facing slower urban sales, prompting them to make a rush towards rural India.

Reasons for Shifting

1. Increased literacy : The literacy rate of the people living in rural areas is about 68%, which is quite close to the average national literacy level. (Source: Census of India 2011) This much huge rural population, coupled with a very high number of literates, constitutes huge base for companies to market and sell their products.

2. Impact of globalization : Globalization has a great impact on target groups like farmers, youth and women. Farmers, today 'keep in touch' with the latest information and maximize both ends. On youth its impact is on knowledge and information and while on women it still depends on the socio-economic aspect. The marketers who understand the rural consumer and fine tune their strategy are sure to reap benefits.

3. Huge untapped area : The rural market has been growing at 3-4% per annum adding more than one million new consumers every year. As more than 70% of the total India's population dwells in rural areas, the huge population itself speaks of its potential.

4. Increased Purchasing Power: Today rural incomes generate not only from agricultural section but also from other sections. There is a sizeable salaried class in rural areas. Rural demand in FMCG products, consumer durables, automobile and retail is growing at a faster pace than anticipated due to rise in its consumption patterns.

5. Brand Awareness : With the presence of internet and direct-to- home television connectivity in rural areas, these people have started gaining knowledge about the different brands that are available in urban markets. They are slowly realizing the importance of established brands and have started purchasing these brands.

6. Effective Communication : With the access of internet and direct-to- home television connectivity in rural areas, people have started gaining knowledge about the different brands that are available in urban markets .Television has been a major effective communication system for rural mass and, as a result, companies should identify themselves with their advertisements.

7. Infrastructure and Government focus : The Governments identified the rural potentiality and they are now on the path of making huge investments in rural infrastructure. Several schemes have been launched in last couple of years related to rural housing, roads, communication, drinking water, rural electrification etc.

8. Penetration of Information Technology Culture : Today's rural children and youth grow up in an environment where they have 'information access' to education opportunities, exam results, career counselling, job opportunities, government schemes and services, health and

legal services, worldwide news and information, land records, mandi prices, weather forecasts, bank loans and livelihood options.

9. Mechanization in agriculture : In the recent years, as a part of new farming policies, high support prices are offered for agricultural products. Government is also supporting the farmers with attractive schemes like kisaan credit cards, farmers clinics and farmers clubs etc.

10. Improved financing facilities : Co-operative banks are taking the lead in the rural areas. Every village has access to short, medium, long- term loans from these banks. The credit facilities extended by public sector banks through rural financing schemes like Kisaan Credit Cards help the farmers to buy seeds, fertilizers and consumer durable goods on installments. The introduction of the micro finance has proved to be of great help to the people living in remote areas.

11. Cut-throat competition in Urban markets : Competition in urban markets is leading to increase costs and stagnated or reduced market share. The rural markets are therefore becoming more attractive in comparison to urban markets.

12. Favourable Government Policies : The massive investment in the rural India has generated new employment, new income and new purchasing power. In the recent years, as a part of new farming policies, high support prices are offered for agricultural products. Various measures like tax exemption in rural areas, subsidy, concessions, incentives, assistances, literacy drive in rural areas has brought in rapid development of rural markets. Government's initiative for vocationalization of education especially in rural areas comes as a major boost in rural areas. XIth Plan has been already initiated by the central government but for Make in India to be successful, skilled labour force is needed.

13. Firms operating in industries such as FMCG, telecommunication, insurance, financial services, consumer durable and automobiles started employing innovative marketing practices for their survival as well as to increase their market share in tbe first decade of new millennium. These companies have shifted their focus away from the saturated metros and big cities to the rural and

semi urban markets, to increase their returns and market share. Rural consumers are now aware of brands, quality, price conscious and demands more value for the money spent.

14. Tata Agrico : Tata Agrico has rural haats which led to a significant expansion in their market share from 30-40% . Tata Agrico, the oldest brand of Tata Steel, is a pioneer in superior quality agricultural implements. Since 1925, it has been the leading manufacturer of handheld implements like hoes, shovels, sickles, crowbars,pickaxes and hammers. These implements cater to the needs of agriculture, infrastructure as well as minig sectors.

15. Tata Agrico entered the mechanized non-consumables sector with the Grasshopper sub brand.

16. Tata Agrico has also launched MB Plough and Threshers which marked the entry into the division of threshing and harvesting product segment. Mini paddy thresher is most recent addition to the Grasshopper offering.

17. Tata Shaktee : Tata Shaktee is Tata Steel's flagship brand in the field of galvanized corrugated sheets. Launched in the year February 2000, the brand has been delivering on its promises of longevity.

18. The Mckinsey report (2007) on the rise on consumer market in India predicts that in twenty years the rural Indian market will be larger than the total consumer markets in countries such as South Korea or Canada today, and almost four times the size of today's urban Indian market.

19. Hariyali Kisaan Bazaar : was set up by DCM Shriram Consolidated Ltd. to facilitate sale of agri-inputs such as fertilizers, pesticides, farming equipment, seeds, animal feed, etc;

20. ITC's e-Choupal : e-Choupal is an initiative of ITC Limited, a conglomerate in India, to link directly with rural farmers via the Internet for procurement of agricultural and aqua culture products like soybeans, wheat, coffee, and prawns. e-Choupal tackles the challenges posed by Indian agriculture, characterized by fragmented farms, weak infrastructure and the involvement of intermediaries. The program installs computers with internet access in rural areas of India to offer farmers up-to-date marketing and agricultural information.

21. Each ITC Limited kiosk with internet access is run by a sanchalak - a trained farmer. The computer is housed in the sanchalak's house and is linked to the Internet via phone lines or by a VAST connection. Each installation serves an average of 600 farmers in the surrounding ten villages within about a 5 km radius. The sanchalak bears some operating cost but in return earns a service fee for the e- transactions done through his e- Choupal. The warehouse hub is managed by the same traditional middle-men, now called samyojaks, but with no exploitative power due to the reorganization. These middlemen make up for the lack of infrastructure and fulfill critical jobs like cash disbursement, quantity aggregation and transportation. There are 6,500 e-Choupals in operation in 40,000 villages in 10 states, benefiting around 4 million farmers.

22. Godrej Agrovet Ltd : has initiated its rural retail business through Godrej Aadhar. These outlets offer rural households, the basic food, grocery, apparel, footwear, furniture, kitchen ware and home appliances, value added services and pharmacy and so on.

23. TVS mopeds created functional value in tune with the 'all purpose' vehicle culture existing in several parts of the non-metro areas.

Development of Indian Rural Markets

1. The rural market consist 70 percent population, twice as entire market of USA and would become bigger than total consumer market in countries like South Korea, and Canada in another 20 years. Marketing is the pivot of economic development in rural areas. It is a vital component in income and employment generation in farm and non-farm sectors. Rural marketing in India is often perceived as agricultural marketing and not more. However, rural marketing determines the carrying out of business activities bringing in the flow of goods from urban sectors to the rural regions of the country as well as the marketing of various products manufactured by the agricultural/ non-agricultural workers from rural to urban areas. With over 1.2 billion people in India, a majority of whom stay in the rural areas it just goes to show the potential the rural market possesses and the need for marketing to rural folk. In the rural areas, due to little or no western influence, way of life there is a very traditional. It is a simple life that the 'am-aadmi' or the common man leads. They are very careful about where they spend their money and use it wisely. They are generally

very content and satisfied with what they have. The markets in India have been fully developed since ancient times.

2. In recent years, rural markets have acquired significance in countries like China and India, as the overall growth of the economy has resulted into substantial increase in the purchasing power of rural communities. Broadly rural marketing now incorporates not only the marketing of agricultural products, but it also takes into consideration the rural industries products and services provided to the rural people of several kinds.

3. The trade channels for different types of commodities available in rural areas private, cooperatives, processors, regulated markets and state agencies. In no sense, a social cluster or village economy as a whole can be developed without effective and efficient rural marketing.

4. Many companies have taken initiatives to reach the rural areas. Like Hariyali Kisaan Bazaar, was set up by DCM Shriram Consolidated Ltd. to facilitate sale of agri-inputs such as fertilizers, pesticides, farming equipment, seeds, animal feed, etc; lTC's internet-enabled rural interface to help sale of agri outputs, e- Chou pal, is presently operational in 6 states and there are more than 5200 kiosks; HUL's Project Shakthi - Through the state governments and NGOs involved in microfinance, women entrepreneurs in villages are identified to act as local distribution and sales point for HUL products; Triveni kushali Bazaar, a rural agri-inputs store run by Thriveni Engineering Industries Ltd. in the sugarcane belt of U.P., is also used to sell cement and FMCG products; Godrej Agrovet Ltd., is another company, which has initiated its rural retail business through Godrej Aadhar. These outlets offer rural households, the basic food, grocery, apparel, footwear, furniture, kitchen ware, and home appliances, value added services and pharmacy and so on.

Rural consumers are fundamentally different from urban counter parts. The lower levels of literacy and limited exposure to product and services are well-known, but there are also differences in occupation options, with a direct impact on income levels and income flows, and a high level of inter-dependency affecting the dynamics of rural community behavior.

Suggestions for Sustaining Rural Markets

1. Awareness : This is about shaping the future. Creating awareness means utilizing the targeted, unconventional media including ambient media. For generating awareness, events like fair and festivals, Haats, etc., are used on occasions for brand communication. Innovative media used by personal wash like Lux and Lifebuoy and fabric wash items like Rin and Wheel. Idea was to advertise not only at the point of purchase but also at the time of consumption. Hindustan Lever relies heavily on its own company organized media. These are promotional events organized by stockists. Godrej Consumer Products, which is trying to push its soap brands into the interior areas, uses radio to reach the local people in their language. Coca-Cola uses a combination of TV, cinema and radio to reach 53.6 per cent of rural households. Since price is a key issue in the rural areas, Coca-Cola advertising stressed its 'magical' price point of Rs 5 per bottle in all media.

2. Acclimatize : The term acclimatize is reserved for changes occurring in response to an artificial or controlled situation, such as changes in temperature imposed in an experimental manipulation that is "gradual adjustment".

3. Accessibility : Accessibility refers to the "degree to which a product, device, service, or environment is available to as many people as possible. Market access for goods is the means conditions, tariff and Non- tariff measures (NTMs), set by the countries for the entry of specific goods into their markets. In the WTO, tariff commitments for goods are agreed upon and set out in each member's schedules of concessions on goods.

4. Accountability : Manufacturers and service providers should feel responsibility for the quality price, durability etc. It is "being responsible for getting something done".

5. Availability : the product to people. India's 627,000 villages are spread over 3.2 million sq km; 700 million Indians live in rural areas and finding them is not easy. Over the years, India's largest MNC, Hindustan Lever, a subsidiary of Unilever, has built a strong distribution system, which helps its brands to reach the interiors of the rural market. Coca-Cola, which considers

rural India as a future growth driver, has evolved a hub and spoke distribution model to reach the villages.

6. Acceptability : There is a need to offer products that suit the rural market. Coca-Cola provides low-cost ice-boxes - a tin box for new outlets and thermocol box for seasonal outlets. The insurance companies that have tailor-made products for the rural market have performed well. HDFC Standard LIFE topped private insurers by selling policies worth Rs 3.5 crore in total premia. The company tied up with non-governmental organizations and offered reasonably priced policies in the nature of group insurance covers.

7. Affordability : Most of the rural people will have irregular incomes hence products need should be affordable by the rural consumer. Some companies have addressed the affordability problem by introducing small unit packs. Hindustan Lever, among the first MNCs to realise the potential of India's rural market, launched a variant of its largest selling soap brand, Lifebuoy at Rs 2 for 50 gm, The move is mainly targeted at the rural market. Coca-Cola has addressed the affordability issue by introducing the returnable 200-ml glass bottle priced at Rs 5. The initiative has paid off: Eighty per cent of new drinkers now come from the rural markets.

8. Actionability : Based on the interests and tastes of the customers adopting changes is actionability. Quickly adapt to the new experience-driven business era, by making the right investments to improve worker and customer experiences.

1. Ensure business outcomes are not lost in the deployment of chosen technology
2. Deliver a consumer-grade experience - which is critical in enabling outcomes & delivering results.

Conclusion

The Rural market has a greater prospect for the marketers and there are many opportunities available for them in rural markets. The conception of rural marketing in India is still in the initial stage and has a multitude of challenges including the dynamics of rural markets and strategies to deliver and satisfy the rural consumers. Rural market like any other economy has untapped potential. It can be said that the future is very promising for those who can understand

the dynamics of rural markets and exploit them to their best advantage. The rural market is very large in comparison to the urban market as well as it is more challenging market environment. The consumer wants those products which are long lasting, good, easy to use and cheaper. Thus, looking at the challenges and the opportunities, which rural markets offer to the marketers, it can be said that the future is very promising for those who can understand the dynamics of rural markets and exploit them to their best advantage. Successful rural marketing calls for a review of the rural marketing environment, developing proper understanding of the nature and profile of rural consumers, designing the right products to appeal to them, and adopting suitable media as well as appropriate strategies for communication and distribution. It is generally believed that markets are created, not found. This is especially true in case of the rural market of India. It is a market for the truly creative marketer.

Southern Economist
1 May, 2017

In the name of cattle protection

The Centre's notification restricting cattle slaughter reeks of political expediency and will only serve to hurt rural economies that are already reeling under the impact of agricultural failure.

T.K. Rajalakshmi

On May 23, less than two months after the lynching of Pehlu Khan, a dairy farmer from Haryana, on April 1, the Union Ministry for Environment, Forest and Climate Change notified the Prevention of Cruelty to Animals (Regulation of Livestock Market) Rules, 2017, under the parent Act, the Prevention of Cruelty to Animals Act, 1960, which effectively banned the sale of cattle in animal markets for purposes other an agricultural ones. In short, the rules have laid an all-encompassing ban on the sale of animals, especially all bovine species including the buffalo, for the purpose of slaughter at animal fairs.

Pehlu Khan, it may be recalled, was returning from a cattle fair organised by the Jaipur municipal authorities when he was waylaid on the national highway in Alwar and lynched by self-styled cow vigilantes on suspicion of taking the cows for the purpose of slaughter. Responding to a petition challenging the Central government notification on the grounds that it violated the federal structure, ran contrary to the parent legislation (which was silent on slaughter for food purposes), and was related to food habits and should, hence, have been approved by Parliament, the Madurai Bench of the Madras High Court granted a four-week stay and gave the Centre a month to file its response.

The new rules evoked wide- spread opprobrium and outrage. While trade associations like the All India Meat and Livestock Exporters Association and other bodies trading in meat and leather protested against the notification, the Left Democratic Front government in Kerala became the first State government to publicly criticise the notification. West Bengal Chief Minister Mamata Banerjee, who followed suit, added that vigil would be stepped up in border areas to check cattle smuggling. Kerala Chief Minister Pinaryi Vijayan declared his intention to defy the

notification, stating that the government would also legally challenge it. Meanwhile, there was uneasiness within the Bharatiya Janata Party (BJP) too. A prominent BJP leader in Meghalaya quit the party owing to his disagreement with the politics of beef pursued by it.

The Communist Party of India (Marxist) called the notification an encroachment on the rights of States and “an atrocious attempt by the Modi government to give legal cover for its wholly communal and divisive agenda to impose a diet code on the country”.lt would “destroy the livelihood of crores of farmers involved in animal husbandry, eliminate traditional cattle fairs, [and] put an unfair burden on farmers to care for useless cattle. This further burdens the farmers who are increasingly resorting to distress suicides because of escalating input costs. It will also impact on the leather industry and the meat export industry, affecting the livelihood of lakhs of people,” said the CPI(M).

All Left and other opposition parties spoke out against the notification in similarly strong terms. Peasant farmer organisations like the All India Kisan Sabha vowed to take the protest to the streets as they had done after the lynching of Pehlu Khan.

Students came out in defiance in some southern States, organising beef fests, which evoked violent reactions from those seeking a nation- wide ban on cow slaughter. A student in lIT Madras was severely beaten up on the campus. He almost lost an eye in the process for participating in a beef fest.

On the face of it, the notification seems harmless enough and well-intended, aimed at the prevention of cruelty to animals. It appears compassionate enough, detailing the various ways pain was inflicted on animals. The rules call for the setting up of new structures like Animal Market Committees (AMCs) and District Animal Marketing Committees. They explicitly state that any person convicted under the Prevention of Cruelty to Animals Act or any cattle preservation law made by a State government shall be prohibited from being a member of any such committee and shall not be allowed to take part in the regulation of the animal market. Similarly, such persons shall be prevented from being members of the market committees set up for the

management of animal markets. All animal markets would henceforth have to register themselves with the District Animal Market Monitoring Committee.

REAL INTENT EXPOSED

It is the latter half of the notification that reveals the underlying political intent. A study of the rules reveals that they have been designed not so much with the intent of preventing cruelty to animals as with the intent of harassing people involved in the meat trade and, by implication, members of the Muslim community, who dominate the meat and leather sectors. The new rules are bound to have far-reaching and wide-ranging effects on the meat, leather, livestock and dairy industries, apart from causing severe damage to the already fragile rural economy and the rural populace. Sections 22 and 8 of the rules betray the real intent of the notification. Section 22, for instance, expressly places restrictions on and calls for strict monitoring of all cattle sales and purchases, thereby effectively prohibiting the sale of cattle (all bovine species, including the buffalo) for slaughter at animal markets. It says: “No person shall bring a cattle to an animal market unless upon arrival, he has furnished a written declaration signed by the owner or his authorised agent where details of the name, address, photo identity of the owner with details of identification of the cattle would be stated.” The declaration would also have to state that “the cattle has not been brought for slaughter”.

In situations where the animal has already been sold and brought to the market, the AMC, before the animal’s removal from the market, would secure an undertaking that the animals were bought for agricultural purposes and not for slaughter. The AMC would keep a record of the name and address of the purchaser, verify that “the person is an agriculturist by seeing the relevant revenue document”, and shall secure a declaration from the purchaser that “he shall not sell the animal up to six months from the date of purchase and abide by the rules” and that he shall not sell the animal for purposes of slaughter, follow the State cattle protection laws, not sacrifice the animal for any religious purpose (here, the definition of animal has been kept ambivalent while all other sub- clauses in Clause 22 pertain to cattle and other bovine species), and shall not sell

the cattle to a person outside the State without permission as per the State cattle protection or preservation laws. Five copies of the proof of sale of an animal prior to its removal from the animal market have to be provided, with one copy each to the buyer, the seller, the tehsil office of the purchaser, the veterinary officer and the AMC. Further, the Prevention of Cruelty to Animals (Care and Maintenance of Case Property Animals) Rules, 2017, specify that "the infirmary, pinjrapole, SPCA, Animal Welfare Organisation, Gaushala", shall, prior to giving up any animal for adoption, in the case of the cattle (cattle have been singled out) "take an undertaking in the form of an affidavit that the animals are adopted for agricultural purposes and not for slaughter". Similar undertakings are also required for draught and pack animals. The SPCA, the gaushala or the Animal Welfare Board shall, from time to time, inspect the animal and if they find that the care is not as per the standards laid in the Act, they could take possession of the animal. Section 8 of the rules specify that additional precautions must be taken regarding animal markets in border areas, and stipulate that no animal market be organised within 25 kilometres of a State border and 50 km of an international border.

The rules also give widespread powers to inspectors to cancel the registration of an animal market if there is reason to believe that animals are treated there cruelly. However, while a lot of clauses are devoted to preventing cruelty, there are some sections that evoke curiosity about the compassionate content of the notification.

For instance, there is a clause that calls upon the member secretary to ensure that adequate provision (not specified) is made to prevent animals from escaping from the market. "Bulls may be kept together in an undivided pen if they are well secured by the head or the neck," it says.

While the rules list protective and welfare clauses for several animals, including provisions for "lighting, bedding, covered accommodation and wholesome food", the definition of cattle in the rules are wide and all-encompassing, including 'all bovine species, including buffaloes, the slaughter of which is not prohibited unlike cows. It may be recalled that at least four States and one Union Territory have no laws banning cow slaughter-Arunachal Pradesh, from where Minister

of State for Home Affairs Kiran Rijiju hails; Meghalaya; Mizoram; and Nagaland, along with the Union Territory of Lakshadweep.

The draft rules were apparently placed in the public domain in January 2017 and the final notification was but a natural corollary of a process initiated months ago-that is, a process of firming up the rules for the sale and purchase of livestock in animal markets in the country. The other reasons why the notification was necessitated were some observations made by the Supreme Court on the prevention of cruelty to animals as well as the observations of a Parliamentary Committee on the same subject. The real reasons, however, were not lost on anyone as the focus of the notification was on the cow and the bovine species in general. The “politics around the cow” had been revived.

On April 29, Rashtriya Swayamsewak Sangh chief Mohan Bhagwat reiterated his call for a national ban on cow slaughter while simultaneously uttering homilies regarding restraining cow vigilantism. Curiously, on May 30, a judge of the Rajasthan High Court declared that the cow should be made the national animal, apart from makinag problematic and unscientific assertions about the peacock and the peahen.

It was a coincidence that 54 year-old Pehlu Khan was from Haryana, where a BJP government rules, and was lynched in Rajasthan, which is also ruled by the BJP and where strong cow protection laws exist. Neither government paid his family a rupee as compensation for his murder at the hands of cow vigilantes. The All India Kisan Sabha collected Rs.141akh and gave it to Pehlu Khan’s family and two young men who escaped that fateful day.

In a country having the largest livestock population in the world with the bovine species accounting for the bulk of the livestock, where crores of people depend on livestock products such as dairy farming and meat, and which has lakhs of Pehlu Khans earning an honest livelihood from livestock rearing and dairy products, the Central government’s notification seems to be nothing but a product of political expediency.

With farmers and peasants already reeling under agricultural failure, the notification ,will likely hurt them further. According to Indiaspend, a data journalism website, 84 per cent of the States and Union Territories already have cow protection and prevention of cow slaughter laws, with some of them providing for stringent punishment extending to life imprisonment as in the case of Gujarat. That being the case, the paranoia over cattle slaughter and the rush to frame these new rules remain inexplicable.

Frontline,
23 June, 2017.

The Well-Oiled Coco Comeback

Shadowed by new oil fads and bad publicity in the past, coconut oil makes a dashing re-entry

Stuti Agarwal

Startled from his dream of a holiday in the depths of the Monteve rade forest in Costa Rica, Miraan Punjabi drags himself out of bed. It's 6:30 a.m. and he's ready to pump-prime his day with his morning dose of energy-his make of the 'Bulletproof' coffee: 'grass-fed unsalted butter' quickly blended into his dark roast coffee brew, with a dash of vanilla. And wait. A dollop of coconut oil. Bulletproof, aka Ketoproof, coffee is Punjabi's new power drink. All of Silicon Valley, where this energy booster was formulated, swears by it: the Medium Chain Triglyceride (MCT) in the coconut oil, or brain octane oil that is alternatively used, is the secret ingredient that kick-starts the day for countless techies.

His morning cup ingested (he takes two a day), Punjabi is ready for what the day has in store. Today, his dog, who seems to have a bit of an ear infection, needs tending. Two drops of coconut oil in both ears, and she is good to go. The MCT in the oil has great antimicrobial properties too.

He then quickly instructs the cook for the lunch preparation-again, all done in a whole of a teaspoon of coconut oil. If it isn't already evident, Punjabi is a strong believer in the therapeutic and rejuvenating powers of coconut oil. "Virgin coconut oil," he corrects.

The humble coconut oil, just 'parachute' for most of us here, widely demonised because of its high content of saturated fat, has made a comeback, and is being widely consumed by health seekers the world over. The growth graph has been steep because the West is playing catch-up with Asian countries, which are also working on the oil's renewed respectability. In 2016, US food retailer Whole Foods called it the current "sweetheart of culinary, beauty, sports,

and nutrition circles.” 2016 data from SPINS, the Chicago-based consumer advisory on all things organic, showed US coconut oil sales at $239 million in 2015, up 30 per cent from 2014. The UK coconut market has doubled each year for the last three years. It’s been a bit slow in catching up in India as years of bad press is not easily erased, but recently demand is soaring in our country too. “The last two years have seen an increase in over 60 per cent in the demand for virgin oil,” says Nilesh Saluke, business development manager at Sattvic Foods. “Consumers today are at a whole new level of being health conscious and their choices will only become more selective with time. The discerning customer is here to stay and products like organic virgincoconut oil provide a promise of purity and quality with a host of health benefits,” says Tej Katpitia, CEO of Sri Sri Tattva, which has also come out with their line of organic virgin coconut oil.

Nutritionist and naturopathic physician Bruce Fife, who is credited with the coconut consumption boom in the US, writes in his book *The Coconut Oil Miracle,* “Coconut oil has been linked to benefits for heart function, detoxification, disinfection, weight loss, and much more.” What gives coconut oil these unique properties are the fat molecules in it, called Medium Chain Fatty Acids (MCFAs). MCFAs display potential antimicrobial properties, and are capable of killing a variety of disease-causing bacteria, viruses and fungi. They are known to fight infections, dental cavities, pneumonia, ringworm, influenza, measles, herpes, hepatitis C, and even, according to some accounts by Fife HIV. “I recommend it to every patient of mine,” says nutritionist Ishi Khosla. They can cook in it, or just take a shot of the recommended dosage,” she adds.

Mukesh Verma swears by coconut oil for any allergy he has. He had allergy from certain threads, until the doctor recommended a rub of coconut oil on the affected area. He says coconut oil even helped cure his wife’s vaginal infection, after many other medicines failed. Roshni Behal uses it as dental care. “My dentist recommended coconut oil rinse since I am prone to cavities.” It turned out to be a teeth whitener as well. “I had been searching for activated charcoal for a long time, and then I chanced upon coconut oil pulling for whiter teeth,” says Behal. A two minute mouthwash with coconut oil every night does it for her. Others gargle with it the first thing in the

morning. In our polluted cities, this gives a solid shield to protect our respiratory tract. But the most popular benefits of coconut oil are for weight watchers, in its ability to boost metabolism. Increased metabolism ensures more calories burnt. “It helps with better digestion, constipation, and stomach functions. It has helped many of my patients who suffer from thyroid manage their weight better,” says Khosla. It is being recommended by many as a tool to treat obesity and weight management.

Coconut oil performs wonders not just on the body, but on the mind as well: it is considered a superfuel for the brain, with notable beneficial effect on conditions like Alzheimer’s and Parkinson’s. In one such believe-it-or-not stories, Fife mentions a case in which a man develops dementia after suffering from a fungal infection that migrated into his brain. “His doctors said the damage was permanent. But his wife refused to accept it, and after research began adding coconut oil in his food,” he says. From being able to communicate only in incoherent babbling, the patient went to speaking clear sentences, and was eventually certified dementia-free by the doctors.

And, of course, the virtues of coconut oil in skincare are sufficiently well advertised. “As Indians, we have always had our mothers and grandmothers sit us down for a hot coconut oil massage,” says Anshika Garg. She still uses it as a moisturiser and as hair conditioner. Shreya Chettri uses it as a make-up remover. “With Korean skincare formulations catching up, we’ve realised the importance of an oil-based cleanser, but I found them all so expensive - until I found my own kind: good old coconut oil,” exclaims Chettri.

But if it’s the best thing since sliced bread, as its proponents make it seem, why did coconut oil get such a bad name and go off the market? Khosla blames it all on industry agenda. “Refined oils, with their trans fat and cholesterol-free properties, pushed these oils out,” she says. “It is the politics of food. All oils used in the traditional Indian households are good, and must be consumed,” says Lashika Bajaj, a nutritionist at Fortis Hospital. “But it is only half

information because the research done was only on hydrogenated coconut oil and its ill-effects, and it is virgin coconut oil that is pure gold."

And it is this virgin coconut oil that has made the comeback. "Scientists have always been aware of the ill-effects of refined oils," says Khosla. What has helped the popularity of coconut oil recently is the organic revolution that has ensured easy access to virgin coconut oil, the heightened hype to be healthy, and the Internet. All of this has helped bring back to life other' daadi ke nuskhe', like turmeric in milk: what else are turmeric lattes, shots of bitter gourd, aloe vera, amla, jamun or morning doses of tulsi, neem and nuts.

Getting healthy the all-organic way is surely in. "Medicines may be inevitable sometimes, but the concept of prevention with natural ingredients is catching up," says Saluke, who is adding more inventory to the Sattvic Foods website. He has recently added coconut flour and coconut sugar on demand. And while there are still skeptics of coconut oil who believe its hype as a wonder fat has is overrated, given the speed with which coconut oil products are flying off the shelves, it's clear the revolution has acquired a critical mass of adherents and is here to stay. So drink it, cook it, apply it and let the virgin revolution work its wonder on you.

Outlook,

27 June, 2017.

A bruised history

(A review of the book 'Defeat is an Orphan : How Pakistan Lost the Great South Asian War' by Myra Macdonald)

Besides being an indictment of Pakistan, the book lays bare the severe setback India faced because of the failure of its intelligence agencies.

Shujaat Bukhari

Myra Macdonald's *Defeat is is an Orphan: How Pakistan Lost the Great South Asian War* is a rare account focussing primarily on some of the critical events that have shaped the current hostility between India and Pakistan. Using her reporting skills and hands-on experience in covering the region, the author has detailed the events with precision, providing a perspective on why the two bitter neighbours could not reach a point where they could live in peace.

The book is a censure for Pakistan and has a clear line of "sympathy" for India since all the important events that shook India, from the hijack of the Indian Airlines flight from Katmandu to Kandahar in 1999 to the terrorist atacks on Parliament House in 2001 and the Pathankot Air Force base in January 2016, have been executed by "Pakistan proxies" with the tacit support of some of the organs of the establishment in Islamabad.

The book is essentially a work of argumentation that pans out from 1998 to 2015. The intricate details the author has gathered through interviews with various people make it an account that holds the reader's interest. For example, the author's interviews with those who survived the hijacking of IC-814 to Kandahar and those who handled the crisis bring out the chinks in policymaking of the Government of India.

The Kandahar crisis was resolved at a "huge cost", for India was forced to release three top militant leaders, Masood Azhar, Sheikh Omar Ahmed Saeed and Mushtaq Zargar, the head of pro-Pakistan al-Umar Mujahideen. Azhar later founded the Jaish-e- Muhammad, a potent militant group that was involved in the attack on Parliament House. The terrorists swapped for

hostages proved to be valuable for those who "channelised" these "assets" in making India uncomfortable.

Among the turning points in the bruised history of the relations between India and Pakistan, the author has discussed the Kargil war of 1999, detailing how General Pervez M usharraf, who was its architect, turned a peacenik laying the framework for the ''bonhomie'' years of 2003 to 2007, although she intriguingly titles the chapter "Noble Lie".

A brief chapter on the history of Kashmir adds to the context since it is this that has kept the two countries in war mode. The author strikes a balance in the chapter dealing with the 2001 terror attack and how Afzal Guru, a Kashmiri, was sent to the gallows. The perspectives in Kashmir on the case in terms of the "flaws" in the investigation and the way "justice" was delivered is brought out well.

"His death failed to dispel persistent doubts about irregularities in the case. Gaps in information about exactly what service he was providing to Indian security forces added to the murkiness. The gaps could have been due to the need to maintain security or a desire to cover up for incompetence or negligence, but nonetheless [they] went unexplained," she writes. The build-up after the attack and how it made the international community restless is dealt with in detail.

Although it is difficult to dispute that the situation in the subcontinent and the relations between New Delhi and Islamabad took a turn for the worse after the mid 1990s, it cannot be denied that the hostility stems from Partition, and the way it has played out since Independence in 1947 has contributed enormously to the current crisis. The non-resolution of the Jammu and Kashmir dispute and New Delhi's perceived betrayal coupled with intransigence has played an important role in keeping the festering wound alive, thus keeping the space for non-state actors in tact.

Myra MacDonald explains how the nuclear capability of Pakistan in 1998 brought it on a par with its bigger neighbour. The author underlines the fact that the United States did not act although it was aware that Pakistan, its partner in the global war on terror, was part of the terror machinery against India. At the same time, she shows how extremism turned its face on Pakistan and pushed it into unprecedented crisis, which is yet to show any significant let-up.

The author believes that Pakistan's ideological blindness and short- sighted strategies led to it "fighting a war it did not itself understand" and helping inflict the current scourge of Islamist terrorism on the wider world and on itself.

The book is a fascinating read although its pro-India slant is obvious.

Myra MacDonald makes it clear by saying: "India had no need to win a war against Pakistan-Pakistan was doing enough damage to itself to lose the competition with its bigger neighbour it had once hoped to win."

Besides being an indictment of Pakistan, the book also lays bare the severe setbacks India has faced because of the failure of the intelligence agencies, both in the Research and Analysis Wing and in the Intelligence Bureau.

She has cited examples: "When Pakistan tried to trigger a revolt in the [Kashmir] Valley in 1965 by infiltrating its own men, it was unable to drum up enough local support and failed .... To assert its authority on its side, India made a succession of deals with Sheikh Abdullah, and later with his son Farooq Abdullah, giving power to their National Conference party in exchange for co- operation with Delhi. Kashmir became 'a constituent unit of the Union of India and the autonomy promised by Article 370 [of the Indian Constitution in 1952] was gradually watered down. The National Conference came to be seen as Delhi's representative in Kashmir rather than Kashmir's representative in Delhi. Then when an alliance of secular and Islamist parties banded together in the Muslim United Front (MUF) to challenge the party in 1987 State elections, the polls were widely seen as rigged in favour of the National Conference. After that, rumbling discontent slowly gathered steam until it became a full-blown separatist revolt [by 1989]. With no hope of having their grievances addressed through the democratic process, young men crossed the LoC to seek military training from Pakistan."

This is a serious indictment of the agencies and New Delhi for the way in which they influenced the democratic exercise. About the nuclear tests, she writes: "In 1983, Pakistan carried out a 'cold test'-exploding nuclear-capable weapon without the fissionable core. It

followed up with about two dozen cold tests over a number of years. By 1986 or 1987, Pakistan is believed to have weaponised its nuclear programme.”.

Myra MacDonald also takes a dig at them *vis a vis* the Kargil operation, which became a major embarrassment for India. Similarly, she makes an interesting point *vis a vis* Masood Azhar and the determination of those who wanted to see him free.

The author writes: “After two attempts to free [Masood] Azhar (who was arrested in Kashmir in February 1994)-the kidnapping of Westerners in Delhi and Kashmir (in October 1994 and July 1995 respectively)-failed.... In June 1999, another (third) attempt was made to free him by digging a tunnel into the high-security jail where he was held.” They succeeded in the fourth attempt. In other words, it meant that if that too had failed, they would have made another attempt; the agencies were caught napping.

Banking on her experience as a journalist in South Asia and her determination to further explore the territory, Myra MacDonald has chronicled the important dates in the history of bilateral relations between the two countries in a fascinating manner. Although there are some lapses, which are not unlikely with any such account detailing the most complex relations in the world of diplomacy, the book has placed some critical happenings in perspective.

Frontline,
23 June, 2017.

RESUME OF BUSINESS TRANSACTED DURING THE 10th SESSION OF THE FOURTH CHHATTISGARH LEGISLATIVE ASSEMBLY

The Session commenced from 15th November, 2016 and concluded on 21st November, 2016. During this period the House had five sittings in which the House transacted business for 25 hours and 27 minutes.

As per the convention in the Chhattisgarh Legislative Assembly, the first sitting on 15th November, 2016 opened with the playing of National Song "Vande Mataram....... " .

Panel of Chairman

In pursuance of rule 9(1) of the Rules of Procedure and Conduct of Business in the Chhattisgarh Legislative Assembly, the Speaker nominated a Panel of Chairmen consisting of:

1. Shri Devji Bhai Patel;
2. Shri Satyanarayan Sharma;
3. Shri Santosh Bafna;
4. Shri Shivratan Sharma; and
5. Shri Dhanendra Sahu.

Questions

Out of 830 notices of Questions received, 446 were admitted as Starred and 384 as Unstarred.55 Starred Questions were answered on the floor of the House.

Petitions

During this Session 68 Notices of Petitions were received; 08 Notices of Petitions were admitted however no Petition was presented in the House. 60 Notices of Petitions were disallowed.03 Notices of Petitions lapsed.

Calling Attention

The procedural device of 'Calling Attention' to raise issues of urgent public importance was made use of by the Members. During this Session 218 (Two hundred and Eighteen) Notices of Calling Attention were received. 63 (Sixty Three) Notices were admitted and 43 (Forty Three) notices were sent to the Ministers of respective Departments. Replies of rest admitted Notices were sent direct to Member concerned.

Financial Business

On 16th November, 2016 Second Supplementary Grants for the financial year 2016-2017 were presented in the House by Dr.Raman Singh, Chief Minister and also Finance Minister. Entire Second Supplementary Grants for the financial year 2016-2017 were passed in a consolidated form by the House on 17th November, 2016 and thereafter the Chhattisgarh Appropriation (No-4) Bill, 2016 was introduced, considered and passed.

Earlier, General discussion on the Second Supplementary Grants for the financial year 2016-2017 was held. The Appropriation (No.-4) Bill,2016 (Rs.2800,69,99,900 - Two Thousand Eight Hundred Crore, Sixty Nine Lacs, Ninty Nine Thousand, Nine Hundred Rupees) was passed by the House on 17th November, 2016.

Reports and Papers laid on the Table

08 Reports were presented and 06 papers including Notification, Ordinances, Accounts of Government Companies and undertakings, 11 Reports of various House Committies of Chhattisgarh Legislative Assembly and Chhattisgarh Fiscal Responsibility and Budget Management year 2016- 2017 were laid on the Table of the House.

Private Members Business

The Private Members business was scheduled for Friday 18th November, 2016. Out of the 14 notices of Resolutions received, 03 notices were admitted, 02 notices were discussed and withheld, 01 notice was discussed and after voting was passed by the House.

Question of Breach of Privilege

During the Session Three notices of Question of Breach of Privilege were received and all the three notices were however rejected by the Chair.

Adjournment Motion

Even though 166 notices of Adjournment Motions were received, 100 notices of Adjournment Motions were rejected, On 30 notices of Adjournment motion (on same subject)

the Speaker rejected the same after concerned Minister's reply, 36 notices of Adjournment Motion were converted of Calling Attention notices.

On the 21st November, 2016 at the conclusion of the business of the session, the Hon'ble Speaker made a Valedictory speech before adjourning the House sine-die. In His Valedictory address, Hon'ble Speaker thanked the Leader of the House, the Hon'ble Leader of Opposition, the Hon'ble Parliamentary Affair's Minister, the Hon'ble Members of the Cabinet and Members of House for extending their co-operation in ensuring smooth transaction of Legislative and other business of the House. The Principal Secretary, the officers and staff of the Assembly Secretariat as well as representatives to the Print and Electronic Media covering the proceedings of the House also found mention in the Speech of the Hon'ble Speaker for their constructive participation during the session period.

On the last day of the session Hon'ble Speaker expressed gratitude to Leader of the House, Leader of the Opposition, Members and one and all for their co-operation in conducting the business of the House and then adjourned the House sine-die on 21st November, 2016.

The Governor subsequently prorogued the House with effect from 23rd November, 2016.