

വ്യാപാരോത്സവ് - 99

ചെറുകിട കച്ചവടക്കാരുടെയും ചെലവിൽ വൻകിടക്കാരുടെയും ലാഭപദ്ധതി

സുധീഷ് മേനോൻ

ഫ്രീയായിട്ട് എന്തെങ്കിലും ഒരു സമ്മാനം കൊടുക്കുകയോ അതിനു പറ്റിയില്ലെങ്കിൽ ഒരു സമ്മാനപദ്ധതിയിൽ പങ്കെടുപ്പിക്കുന്ന ഒരു കുപ്പി കിലും കൊടുക്കുകയോ ചെയ്തില്ലെങ്കിൽ യാതൊരു സാധനവും വാങ്ങാൻ തയാറാകാത്തവരാണ് കേരളത്തിലെ ജനങ്ങൾ എന്ന അവസ്ഥയിലേക്ക് ചുറ്റുപാടുകൾ മാറുകയാണെന്നു തോന്നുന്നു. കഴിഞ്ഞ ലക്കത്തിൽ ഈ വിഷയം പരാമർശിക്കപ്പെട്ടിരുന്നു എന്നോർക്കുമല്ലോ.

'വ്യാപാരമാന്ദ്യം അനുഭവപ്പെടുന്ന വിപണിക്ക് പുത്തൻ ഉണർവ് പ്രദാനം ചെയ്യുക' എന്ന ഉദ്ദേശ്യത്തോടെ കേരള

വ്യാപാരി വ്യവസായി ഏകോപനസമിതിയുടെ തൃശൂർ ജില്ലാ കമ്മിറ്റി വ്യാപാരോത്സവ് - 99 എന്ന പേരിൽ ആവിഷ്കരിച്ചിരിക്കുന്ന പദ്ധതിയും ഇത്തരത്തിലുള്ള ഒരു ഭാഗ്യക്കുറി പരിപാടിയാണ്. വിഷ്കൂപ്പിന്റേന്ന് ആരംഭിച്ച് ഒക്ടോബർ 31-ന് അവസാനിക്കുന്ന സമയമാണ് ഈ പദ്ധതിയുടെ കാലാവധി. മലപ്പുറം ജില്ലയിൽ വ്യാപാരികളുടെ സംഘടന നടപ്പാക്കി പോലീസും കേസും കോടതിവിധിയുമൊക്കെയായ ഭാഗ്യധാര സമ്മാനപദ്ധതിയുടെ അനുകരണമാണ് തൃശൂരിലെ വ്യാപാരികളുടെ വ്യാപാരോത്സവ്- 99 എന്ന ഈ പദ്ധതി.

ജില്ലയിലെ മൊത്തം വ്യാപാരികളെ

ഏഴു ഗ്രൂപ്പായി തിരിച്ചാണ് സൗജന്യ കുപ്പിപ്പണികൾ നൽകിയിരിക്കുന്നത്. എ. ഗ്രൂപ്പിൽപ്പെട്ട കടയിൽനിന്നും വാങ്ങുന്ന ഓരോ അമ്പതുരൂപയുടെ ബില്ലിനും ഒരു കുപ്പി ഉപഭോക്താവിനു ലഭിക്കും. ബി. ഗ്രൂപ്പിൽപ്പെട്ട കടയിൽനിന്നാണെങ്കിൽ മിനിമം 100 രൂപയ്ക്കു സാധനം വാങ്ങിയാലേ കുപ്പി ലഭിക്കൂ. സി. ഗ്രൂപ്പിലെ മിനിമം 200 രൂപയും ഡി. ഗ്രൂപ്പിലെ മിനിമം 300 രൂപയും ഇ. ഗ്രൂപ്പിലെ മിനിമം 500 രൂപയും എഫ്. ഗ്രൂപ്പിലെ മിനിമം 1000 രൂപയും ജി. ഗ്രൂപ്പിലെ മിനിമം 1500 രൂപയുമാണ്.

വ്യാപാരികൾ വാങ്ങുന്ന കുപ്പിയിന് ഓരോന്നിനും ഒരു നിശ്ചിത തുക

സംഘടനയ്ക്ക് നൽകി കുപ്പി വാങ്ങണം. ഉപഭോക്താവിൽനിന്ന് യാതൊരു തുകയും ഈടാക്കാതെ ആ കുപ്പി വിതരണം ചെയ്യുകയും വേണം. അവസാനം കുപ്പിപ്പണികൾ കൊടുത്ത് ആയിരത്തൊന്ന് ഉപഭോക്താക്കൾക്കായി 25 ലക്ഷം രൂപയുടെ സമ്മാനങ്ങൾ നൽകാനാണ് പദ്ധതി.

ജില്ലയിലെ ഏതുകടയിൽനിന്ന് സാധനം വാങ്ങിയാലും സമ്മാനകുപ്പി കിട്ടുമെന്നതിനാൽ ഈ പദ്ധതി കൊണ്ട് ഏതെങ്കിലും പ്രത്യേക കടക്കാരന് നേട്ടമൊന്നും ഉണ്ടാകാൻ പോകുന്നില്ല. കച്ചവടത്തിന് പ്രത്യേകിച്ച് ഉണർവുണ്ടാകാനും പോകില്ല. (ശേഷം അഞ്ചാം പേജിൽ)

വ്യാപാരോത്സവ്-99

(ഒന്നാം പേജ് തുടർച്ച)

നിലവിലുള്ള സർക്കാർ കച്ചവടക്കാർ സ്വന്തം സ്ഥാപനങ്ങളിലെ വിലപന വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ നടപ്പാക്കുന്ന പ്രത്യേക സമ്മാനപദ്ധതികൾ ഇതുകൊണ്ടു നിലക്കാനും സാധ്യത കാണുന്നില്ല. ചുരുക്കിപ്പറഞ്ഞാൽ ഈ പദ്ധതി കൊണ്ട് വിപണിയിലെ വ്യാപാരമാന്ദ്യം മാറുകയില്ല.

വ്യാപാരോത്സവമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഏകോപനസമിതി ഇറക്കിയ നോട്ടീസിൽ ഒരു ഗുണമേന്മയോടുകൂടി വെളിപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. മറ്റു ജില്ലകളിലെ ഉപഭോക്താക്കളെ ഈ ജില്ലയിലേക്ക് ആകർഷിക്കാനാണ് ഈ പദ്ധതിക്ക് രൂപം നൽകിയിരിക്കുന്നതത്രെ. അങ്ങനെയെങ്കിൽ ചില കാര്യങ്ങൾ ആലോചിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

1. ഈ പദ്ധതിമൂലം അയൽജില്ലകളിലെ ഉപഭോക്താക്കൾ ഈ ജില്ലയിൽ വന്ന് സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുന്ന അവസ്ഥയുണ്ടായാൽ മറ്റു ജില്ലകളിലും ഇത്തരം പരിപാടികൾ ഉടനെത്തന്നെ ആരംഭിക്കുമല്ലോ. ഇങ്ങനെ വ്യാപാരി വ്യവസായി ഏകോപനസമിതിയുടെ ഓരോ ജില്ലാ യൂണിറ്റും പരസ്പരം വെല്ലുവിളിക്കുന്ന സമ്മാനപദ്ധതികളുമായി അവതരിക്കുമ്പോൾ സത്യത്തിൽ വ്യാപാര വർദ്ധനവുണ്ടാകുമോ അതോ ഉദ്ദേശിക്കാത്ത മറ്റു തിരിച്ചടികൾ സംഭവിക്കുമോ.

2. മറ്റു ജില്ലകളിലെ ഉപഭോക്താക്കളെ ഇങ്ങോട്ടാകർഷിക്കാനാണ് പദ്ധതി എന്നു പറയുമ്പോൾ മറ്റു ചില സംഗതികളുംകൂടി നോക്കേണ്ടതുണ്ട്.

(എ). മറ്റു ജില്ലകളുമായി തൊട്ടുകിടക്കുന്ന കേന്ദ്രങ്ങളിൽ മാത്രമല്ല ഈ

ചെറുകിടക്കാരുടെ താവുകയിലു എന്ന് ഉറപ്പാണുതാനും.

പക്ഷെ, തൃശൂർ നഗരത്തിലെ ഫോട്ടോസ്റ്റാറ്റുകാരനെയും ഗ്രാമീണ റ്റാലുകാരനെയും പച്ചക്കറി കടക്കാരനെയും മെഡിക്കൽ ഷോപ്പുകാരനെയും ടൈലറേയും ഫോട്ടോഗ്രാഫറേയും അതുപോലുള്ള ചെറുകിട വ്യാപാരികളെയും നോക്കുക. ഒരു സമ്മാന കുപ്പൺ കിട്ടുമെന്ന് കരുതി അയൽജില്ലകളിൽ നിന്നും അവരുടെ കടയിലേക്ക് വരില്ല. അതായത്, അവർക്ക് സാധാരണ കിട്ടാറുള്ള കച്ചവടം തന്നെയേ കിട്ടൂ. പക്ഷെ, സ്വന്തം കാശുമടക്കി വാങ്ങിയ കുപ്പൺ വിതരണം ചെയ്യുകയും വേണം.

തൃശൂർ കേന്ദ്രമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഏതാനും ചില വൻകിട സ്വർണാഭരണ വ്യാപാരികളും വസ്ത്ര വ്യാപാരികളും തങ്ങളുടെ വ്യാപാരം പുഷ്ടിപ്പെടുത്താൻ കണ്ടെത്തിയ എല്ലാ പൂവഴിയാണ് വ്യാപാരോത്സവ്-99 എന്ന് വ്യക്തം. ഈ പദ്ധതിയിലൂടെ ഉപഭോക്താവിന് നഷ്ടമൊന്നുമുണ്ടാകുന്നില്ല എന്ന് ശരിയാണ്. പക്ഷെ, ഈ പദ്ധതിമൂലം യാതൊരു ഗുണവും ഉണ്ടാകാത്ത പതിനായിരക്കണക്കിന് ചെറുകിട- ഇടത്തരം വ്യാപാരികളുടെ വരുമാനത്തിൽനിന്നും ഓരോ പങ്ക് സ്വരൂപിച്ചു കിട്ടത്തക്ക കച്ചവടക്കാരുടെ ബിസിനസ് വളർത്താനുള്ള ഗുണമത്രം തിരിച്ചറിയപ്പെട്ടേ തീരൂ.

കച്ചവടക്കാരെ ഗ്രൂപ്പുകളായി തിരിച്ചതിൽപോലും ഈ സ്വാർഥത കാണാം. ഓരോ 100 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്കും ഒരു കുപ്പൺ കൊടുക്കേണ്ട

ഈ വർഷത്തിലും
മനം നിറയെ സമ്മാനങ്ങളുമായി

വ്യാപാരോത്സവ് 99

<p>പ്രൈം ടൈം</p> <p>1000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 1 കുപ്പൺ</p> <p>2000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 2 കുപ്പൺ</p> <p>3000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 3 കുപ്പൺ</p> <p>4000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 4 കുപ്പൺ</p> <p>5000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 5 കുപ്പൺ</p>	<p>സെക്കണ്ടറി ടൈം</p> <p>1000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 1 കുപ്പൺ</p> <p>2000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 2 കുപ്പൺ</p> <p>3000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 3 കുപ്പൺ</p> <p>4000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 4 കുപ്പൺ</p> <p>5000 രൂപയുടെ വിലപനയ്ക്ക് 5 കുപ്പൺ</p>
--	---

പരിപാടികൊണ്ട് മെച്ചമുണ്ടാകാൻ പോകുന്നുള്ളു. അങ്ങനെ ഒരു വിഭാഗത്തിനു മാത്രം നേട്ടമുണ്ടാക്കുന്ന ഒരു പദ്ധതിയായി ജില്ലയിലെ മുഴുവൻ വ്യാപാരികളിൽനിന്നും പണം പിടയ്ക്കുന്നത് ശരിയോ?

(ബി). വൻകിട കച്ചവടക്കാർക്കു മാത്രമേ (സർണം, വസ്ത്രം, ഇലക്ട്രോണിക്സ്, വീട്ടുപകരണങ്ങൾ...) ഈ പദ്ധതികൊണ്ട് മെച്ചമുണ്ടാകൂ. ചെറുകിടക്കാരന് യാതൊരു വ്യാപാര വർദ്ധനവും ഉണ്ടാകാൻ പോകുന്നില്ല. എന്നിട്ടും വൻകിടക്കാരന്റെ നേട്ടങ്ങൾക്കുവേണ്ടി ചെറുകിടക്കാരനെ പിഴിയുന്നത് ശരിയോ?

ഉദാഹരണത്തിന്, എറണാകുളം നഗരത്തിനും തൃശൂർ നഗരത്തിനും മധ്യേ താമസിക്കുന്ന ഒരാൾക്ക് വിവാഹാവശ്യത്തിന് അമ്പതിനായിരം രൂപയുടെ സ്വർണവും ഇരുപത്തയ്യായിരം രൂപയുടെ വസ്ത്രങ്ങളും വേണമെന്നു വിചാരിക്കുക. തൃശൂരിൽ ഓരോ ആയിരം രൂപയുടെ ബില്ലിനും ഒരു കുപ്പൺ കിട്ടുമെന്നും എറണാകുളത്ത് അങ്ങനെയില്ലെന്നും കരുതുക. അത്തരമൊരു അവസ്ഥയിൽ 'എറണാകുളത്തേക്കായാലും തൃശൂർക്കായാലും നമുക്കു പോയിവരാൻ ചെലവ് ഒന്നു തന്നെ. എങ്കിൽ പിന്നെ തൃശൂരിലേക്ക് പോയേക്കാം. പത്തൊമ്പതാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ സമ്മാന കുപ്പൺ കിട്ടും- ഭാഗ്യമുണ്ടെങ്കിൽ വല്ല സമ്മാനവും കിട്ടട്ടെ' എന്ന് അയാൾ ചിന്തിച്ചേക്കാം. അങ്ങനെ അയാൾ വന്നാൽ തന്നെ തൃശൂരിൽ അയാൾ കയറാനിടയുള്ള കടകൾ

ഗ്രൂപ്പിലാണ് ഫോട്ടോഗ്രാഫറുടെ സ്ഥാനം. അതേസമയം സിൽക്ക് സാരിയും സ്വർണവും വിലക്കുന്നവർ 1000 രൂപയുടെ ബില്ലിന് ഒരു കുപ്പൺ കൊടുത്താൽ മതി. അതായത് ഒരു കല്യാണ ആൽബം ശരിയാക്കിക്കൊടുത്ത് 3000 രൂപ വാങ്ങുന്ന ഫോട്ടോഗ്രാഫർ 30 സമ്മാന കുപ്പൺ ഉപഭോക്താവിന് നൽകണം. അതേസമയം പത്തുപവന്റെ ഇടപാട് നന്നാലേ ജല്ലറിക്കാരന് 30 കുപ്പൺ നൽകേണ്ടതുളളൂ.

അതുപോലെ തന്നെ സാധാരണ തൂണിക്കടക്കാരെ 200 രൂപയുടെ ബില്ലിന് ഒരു കുപ്പൺ നൽകുന്ന കൂട്ടത്തിൽപ്പെടുത്തുകയും പട്ടുസാരിക്കാരെ 1000 രൂപയുടെ ഗ്രൂപ്പിൽപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്തത് മറ്റൊരു ഉദാഹരണമാണ്.

ഒരു വർഷത്തെ കച്ചവടത്തിന്റെ പകുതിയിലേറെയും നടക്കുന്ന ഓണക്കാലം ഈ പദ്ധതിക്കാലത്താണ് വരുന്നത്. അക്കാലത്ത് സ്വന്തം കടയിലേക്ക് ജനശ്രദ്ധ തിരിക്കാൻ ഓരോ കച്ചവടക്കാരനും ചെയ്യുന്ന ഇളവുകൾക്കും സമ്മാനങ്ങൾക്കും പുറമെ അങ്ങനെ നേടിയെടുക്കുന്ന കച്ചവടത്തിന്റെ ലാഭവീതം വ്യാപാരി സമിതിയ്ക്കുകൂടി വിതരിക്കേണ്ട അവസ്ഥയിലാണ് ഇടത്തരം-ചെറുകിട കച്ചവടക്കാർ. വ്യാപാരോത്സവ്-99 ആരംഭിച്ച ദിവസം വൻകിട കച്ചവടക്കാർ വമ്പൻ പരസ്യങ്ങളുമായി പുതത്താളുകളിൽനിന്നുനിന്ന് പദ്ധതിക്ക് ആശംസകളർപ്പിച്ചതിന്റെ ഗുട്ടൻസ് പതുക്കെപ്പതുക്കെ മനസിലാക്കി വരികയാണ് ചെറുകിടക്കാർ.