


**പതിനാലാം കേരള നിയമസഭ**  
**ഏഴാം സമ്മേളനം**

നക്ഷത്രചിഹ്നമിടാത്ത  
നിയമസഭാ ചോദ്യം നം. 3568

22.8.2017-ൽ മറുപടിയ്ക്ക്

**ഔഷധിയെ വിപുലീകരിക്കുന്നതിനും പ്രൊഫഷണൽ മികവോടെ  
രാജ്യത്തെ പ്രമുഖ കമ്പനിയാക്കുന്നതിനും നടപടി**

<p align="center"><u>ചോദ്യം</u></p> <p>ശ്രീ.വി.എസ്.ശിവകുമാർ ശ്രീ.കെ.എസ്.ശബരീനാഥൻ ശ്രീ.എൽദോസ് പി. കുന്നപ്പിള്ളിൽ ശ്രീ.വി.പി.സജീന്ദ്രൻ</p>	<p align="center"><u>ഉത്തരം</u></p> <p>ശ്രീമതി കെ.കെ. ശൈലജ ടീച്ചർ (ആരോഗ്യവും സാമൂഹ്യനീതിയും വകുപ്പു മന്ത്രി)</p>
<p>(എ) ഔഷധിയെ വിപുലീകരിക്കുന്നതിനും പ്രൊഫഷണൽ മികവോടെ രാജ്യത്തെ പ്രമുഖ കമ്പനിയാക്കുന്നതിനും കോഴിക്കോട് ഐ.ഐ.എം. നടത്തിയ പഠന റിപ്പോർട്ട് ലഭിച്ചിട്ടുണ്ടോ; പ്രസ്തുത റിപ്പോർട്ടിലെ പ്രധാന ശിപാർശകൾ എന്തൊക്കെയാണ്;</p>	<p>(എ) ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. പ്രസ്തുത റിപ്പോർട്ടിലെ പ്രധാനപ്പെട്ട ശുപാർശയുടെ ചുരുക്കം അനുബന്ധമായി ചേർത്തിരിക്കുന്നു.</p>
<p>(ബി) പ്രസ്തുത ശിപാർശകൾ നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് സ്വീകരിച്ച നടപടികൾ എന്തൊക്കെയാണ്;</p>	<p>(ബി) വിശദമായ ചർച്ചകൾക്കുശേഷം ഉചിതമായ നടപടി സ്വീകരിക്കുന്നതാണ്.</p>
<p>(സി) ഔഷധി നിർമ്മിക്കുന്ന മരുന്നുകൾ സർക്കാർ ആയുർവേദ ആശുപത്രികൾ, ഡിസ്പെൻസറികൾ ഔഷധ ഏജൻസികൾ എന്നിവയ്ക്ക് കഴിഞ്ഞ രണ്ടു മാസമായി നൽകുന്നില്ല എന്നത് വസ്തുതയാണോ; എങ്കിൽ അതിന് കാരണമെന്താണ്;</p>	<p>(സി) വസ്തുതയല്ല. മരുന്നുകൾ യഥാസമയം നൽകിവരുന്നു.</p>
<p>(ഡി) ഔഷധി നിർമ്മിക്കുന്ന മരുന്നുകൾ ആയുർവേദ ആശുപത്രികളിലും ഡിസ്പെൻസറികളിലും അടിയന്തിരമായി എത്തിക്കുന്നതിന് നടപടി സ്വീകരിക്കുമോ?</p>	<p>(ഡി) ഓർഡറുകൾ ലഭിക്കുന്നതിനനുസരിച്ച് സമയബന്ധിതമായി മരുന്നുകൾ എത്തിക്കുന്നതിനുള്ള നടപടി സ്വീകരിക്കുന്നുണ്ട്.</p>

  
സെക്ഷൻ ഓഫീസർ

SUMMARY OF RECOMMENDATIONS

Oushadhi currently is a manufacturer and distributor of ayurvedic medicines (ethicals or prescription medicines) with some attempts to foray into Over the Counter (OTC) medicines and consumer packaged goods. Our analysis concludes that Oushadhi, in order to achieve its Vision of business goal of Rs. 500 crores in next 5 years need to go beyond distributing the Ayurvedic drugs in the existing manner.

Analysis also suggest that several growth options to bridge the strategic planning gap (difference between the expected growth with current business capabilities and envisioned growth) are available.

On the basis of extensive analysis of market data and systematic assessment of internal capabilities, following marketing and distribution recommendations are detailed in this report to help achieve business goals of Rs. 500 crores:

1. On the basis of an analysis of growth options available, we suggest that Oushadhi significantly enhances its distribution through non-exclusive retail outlets both within and outside Kerala. We recommend the priority markets as Kerala, Madhya Pradesh and Himachal Pradesh followed by Uttarakhand, Odisha and Punjab.
2. As the growth of the over the counter (OTC) and consumer & personal goods (CPG) amongst herbal and ayurvedic segment is significantly higher, we suggest that Oushadhi should focus on manufacturing, marketing and distribution of a few OTC and CPG products. It can either market these products through other consumer product firms or set up its own marketing organization.
3. Since it is imperative for Oushadhi to strengthen its OTC and CPG markets, we recommend that Oushadhi builds brands for atleast two products to begin with under Oushadi family brand: one product in consumer health and another in beauty in personal care across Kerala. Further, we recommend that these two products follow an umbrella branding architecture by promoting Oushadhi as a brand. In the existing setup, Oushadhi is promoting each of the products rather than at a family brand level (for example, hair tone is promoted as a product by Oushadhi). This would also have significant spill-over effects in medium to long term.
4. If Oushadhi significantly augments its promotion for OTC and CPG products, we recommend that Oushadhi starts distributing its products amongst modern grocery formats. This would help in leveraging the benefits of significantly promoting the products especially in the OTC and CPG products.

എസ്.എസ്.എസ്.  
സെക്യൂറൻ്റ് ഓഫീസർ