



வணிக ஜோதி “Vaniga Jothy”

இதழ் - 26

*J/Canagaratnam Madhya Maha Vidyalayam
(Stanley College)
Commerce Union
2019*



வணிக ஜோத் 2019

பொதுவன நூலகம்
யாழ்ப்பாணம்.



பொதுவன நூலகம்
01 AUG 2019
ம.ம. வித்தியாலயம்
யாழ்ப்பாணம்

இதழ் - 26

9290CPJ
PL

வெளியீடு

வணிக மன்றம்

யா/கனகரத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலயம்

நூல் : வணிகஜோதி

வெளியீடு : 2019

பக்கங்கள் : 116

பிரதிகள் : 125

பதிப்பு : மதி கலர்ஸ் பிறிண்டர்ஸ்
நல்லூர், யாழ்ப்பாணம்
0212229285



வணிக மன்றம் - 2019

மலர்க்குழு

போசகர் (அதிபர்)	-	திருமதி.L.மகேஸ்வரன்
பொறுப்பாசிரியர்	-	திருமதி.J.குரைத்தினம்
தலைவர்	-	T.நிலாம்ஸ்
உப தலைவர்	-	J.பிறேசன்
செயலாளர்	-	V.சஜிந்தா
உப செயலாளர்	-	V.றொஷான் றெஜினோல்ட்
பொருளாளர்	-	J.கீதாஞ்சலி
இதழாசிரியர்கள்	-	B.பிரஜீனன்
	-	A.யதுசன்
அங்கத்தவர்கள்	-	A.Lனுஜன்
	-	R.ஹரிகரன்
	-	V.சுகுமார்
	-	S.செந்தூரன்
	-	A.ஆன் ஜெரின்
	-	T.திவாரகா
	-	S.புவிதன்
	-	M.சபேஸ்
	-	Y.தர்சன்யா



கல்லூரிக் கீதம்

ஜயஜய கனகரத்தினம் வித்தியாலயம்
ஜகந்தனில் ஓங்குகவே!
ஜகந்தனில் ஓங்குகவே!

திருவார் கனகரத்தினம் பெரேரா
தேசுறு கன்னங்கரா
உருவாக்கிய கழகம்
உருவாக்கிய கழகம்

(ஜயஜய)

செம்மையும் மஞ்சளும் நீலமும் சேர்ந்த
சீரார் கொடி எடுப்போம்
சேர்ந்தே அடி நடப்போம்

(ஜயஜய)

வீரம் வாய்மை அறமென மூன்றும்
விளங்கும் குணமாகி
வெற்றி வாழ்வுறுவோம்
வெற்றி வாழ்வுறுவோம்

காவியம் ஓவியம் ஆம் கலை பலவும்
திவ்விய இசை நலனும்
காண்டரு குரு குலமாய்
ஆண்டுகள் வாழியவே!

(ஜயஜய)

வணிக ஜோதியே வாழி!

கற்றறிந்த பெரியவர்க்கு
என் வணக்கம்
உற்ற சக நண்பர்கட்கும்
என் வணக்கம்

எனை மறந்து எழுதிவிட்ட
(கவி) மாலை ஒன்று
அணைகடந்து ஓடி வரும்
வேளை நன்று

கனகமணி ரத்தினத்தின்
மூத்த பிள்ளை - எங்கள்
வணிக வளர் மன்றத்தினர்
பெற்ற பிள்ளை

அறிவு நிறை பொக்கிஷங்கள் தனை
தன்னுள் தாங்கி
உருவாகியது வலிமை மிக்க
வணிக ஜோதி

ஆண்டுநூறு காண வேண்டும்
வணிக ஜோதி - அதில்
பல்லாயிரம் கற்க வேண்டும்
புதிய சேதி

கூடுபத்து ஆறு
அகவைகண்ட
வணிகம் வாழி - எங்கள்
ஜோதி என்றும்
சிறந்து வாழி



தமிழக அரசின்

பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

தமிழக அரசின்
பொதுத் தேர்வுகள்
பொதுத் தேர்வுகள்

எமது அதிபர்





அதிபரின் வாழ்த்துச் செய்தி



யாழ் கனகரத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலயத்தின் வணிக மன்றத்தினால் வருடந்தோறும் வெளிவரும் “வணிக ஜோதி” தொடர்ந்து 26வது இதழாக வெளிவருவதையிட்டு பெருமகிழ்ச்சி அடைகிறேன். காலந்தோறும் கல்லூரி வணிகப்பிரிவு பெருமதிப்பைப் பெற்று, புகழ் பூத்த கல்லூரி என்ற பெருமையை பெற்றுத்தந்துள்ளது. இன்றும் அது பெரிதும் முன்னேற்றமடைந்து வளம் பெற்று வருகின்றது என்பதன் வெளிப்பாடே வணிக மன்றத்தின் 26வது வணிக ஜோதியின் முகிழ்ப்பாகும்.

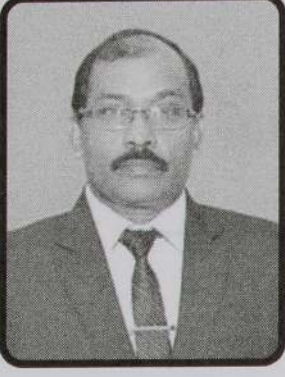
உயர்கல்வி வாய்ப்புக்களையும் அதனூடாக வேலை வாய்ப்புக்களையும் பெருமளவு பெற்றுக் கொடுக்கும் கல்விப்பலம் பலராலும் பாராட்டப்படும். அந்த வகையில் வணிகம் நுழையாத இடமே இல்லை. வளர்ந்து வரும் அறிவுப்பொருளாதாரத்தில் நாம் ஆராய்ந்து அறிவைப் பெற வேண்டிய தேவை யாவருக்கும் உண்டு. மாணவர் படைப்புத்திறன், செயற்பாடு, மனப்பாங்கு, புதிய மறுசீரமைப்பு போன்ற பல திறமைகளை வெளிக்காட்டும் குறிகாட்டியாக இவ்விதழ் வெளியீடு அமைகின்றது. மாணவர்களினதும் ஆசிரியர்களினதும் அயராத முயற்சியினால் வெளிவரும் இவ்விதழ் மாணவர்களுக்கு பயனுடையதாய் அமைவதுடன் மட்டுமன்றி இத்துறைசார்ந்த ஏனையோருக்கும் பயன்படும்படியாக அமையப்பெற்றுள்ளது. இவ்விதழ்க்கு பொறுப்பான ஆசிரியரையும் அவருடன் ஒத்துழைத்த ஏனைய ஆசிரியர்களையும் பாராட்டுகின்றேன். இவ்விதழானது ஆண்டுதோறும் துளிர்விட்டு வணிகத்துறையை மேலும் வளமுட்க வேண்டுகென வாழ்த்தி நிற்கின்றேன்.

திருமதி.லுடேவிக்கா மகேஸ்வரன்

அதிபர்

(SLPS - I)

யா/ கனகரத்தினம் ம.ம.வி



வலயக்கல்விப் பணிப்பாளரின் வாழ்த்துச் செய்தி



யா/கனகரத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலயத்தின் வணிக மன்றத்தினால் வெளியிடப்படுகின்ற 26வது வணிகஜோதி மலருக்கான வாழ்த்துச் செய்தியை வழங்குவதில் பெரு மகிழ்வடைகின்றேன். மாணவர்களின் அறிவாற்றல்களையும் சிந்தனை விருத்தியையும் மேம்படுத்தும் நோக்குடன் அவர்களின் ஆக்கங்களையும் பாடசாலைக்கல்வியில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் பிரதான முகவர்களான அசிரியர்களின் ஆக்கங்களையும் கொண்டமைந்த வகையில் இம்மலர் வெளிவருவது சிறப்பம்சமாகும்.

இம்மலர் அறிவுத்தேடல் கொண்ட அனைவருக்கும் பயனுடையது. “வாசிப்பதால் மனிதன் பூரணமடைகின்றான்” என்ற வாக்குக்கேற்ப இம்மலர் தேடலுக்கு பயன்விளைவிப்பதாய் அமைவது பாராட்டப்பட வேண்டிய அம்சமாகும். இம்மலரினை வெளியிடுவதில் பங்காற்றிய அனைவருக்கும் எனது வாழ்த்துக்களையும் பாராட்டுக்களையும் தெரிவித்துக் கொள்கின்றேன்.

திரு.செல்வரட்ணம் சந்திரராஜா
வலயக் கல்விப் பணிப்பாளர்,
வலயக் கல்வி அலுவலகம்,
யாழ்ப்பாணம்.



பிரதிக் கல்விப் பணிப்பாளரின் வாழ்த்துச் செய்தி



யா/ கனகத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலயத்தின் வணிக மன்றத்தினால் வெளியிடப்படும் “வணிக ஜோதி” நூலிற்கு வாழ்த்துச் செய்தி வழங்குவதில் அகமகிழ்வடைகின்றேன். யாழ்ப்பாணம் கல்வி வலயத்திலே வணிகத்துறைக்கான பிரசித்தி பெற்ற IAB பாடசாலையாக இப் பாடசாலை பல ஆண்டுகளாக தனக்கென ஓர் இடத்தை நிலைநிறுத்தி வந்துள்ளமை இப்பாடசாலையின் பெருமையையும் வளர்ச்சிப் போக்கையும் எடுத்துக் காட்டுகின்றது எனலாம். இப்பாடசாலையானது நவீன கல்வி நீரோட்டத்திற்கு ஏற்ப தன்னை இற்றைப்படுத்தி பல ஆண்டு காலமாக வணிகத் துறையில் பல சாதனைகளை படைத்துள்ளதோடு இத்துறையில் கற்று வெளியேறிய மாணவர்கள் இலங்கைத்தீவின் பல இடங்களிலும் பல உயர் நிறுவனங்களிலும் உயர் பதவியை பெற்று தமது கல்லூரிக்குப் பெருமை சேர்த்துள்ளனர்.

ஒரு நாட்டினுடைய வளர்ச்சியிலே பொருளாதாரம் முக்கியம் பெறுகின்றது. அதேபோன்று இப்பாடசாலையின் வளர்ச்சியிலே வணிகத்துறையின் பங்களிப்பானது கனதியான தாக்கத்தை செலுத்துகின்றது எனலாம். இப்பாடசாலை அதிபர், ஆசிரியர்களது வழிகாட்டலும் அர்ப்பணிப்பான சேவை மனப்பாங்கும் இங்கு கற்ற மாணவர்கள் வலயமட்ட, மாகாண, மட்ட தேசிய மட்ட சாதனைகளை படைக்க பலமாக அமைந்தமை குறிப்பிடத்தக்கது. வணிகத்துறை மாணவர்களது உயர்மட்ட பெறுபேறுகள், சாதனைகள் வலயத்திற்கு பெருமை சேர்ந்துள்ளன. இம் மலரை வெளியிடுகின்ற வணிகத்துறை மாணவர்களது முயற்சி பாராட்டுதற்குரியது இம்மலர் ஆக்க முயற்சியானது எதிர்காலத்திலே இத்துறையில் பயிலும் மாணவர்கள் ஒவ்வொருவரும் தனித்தனியே நூல்களை வெளியிடுவதற்கு அத்திவாரமாக அமையும் எனலாம். எனவே இம்முயற்சியில் ஈடுபட்ட அனைவருக்கும் எனது பாராட்டுக்களையும் வாழ்த்துக்களையும் தெரிவித்துக் கொள்கின்றேன்.

T.பாலராஜ்
பிரதிக் கல்விப் பணிப்பாளர்,
(கல்வி அபிவிருத்திப் பிரிவு)
வலயக் கல்வி அலுவலகம்,
யாழ்ப்பாணம்.



உதவிக் கல்விப் பணிப்பாளரின் வாழ்த்துச் செய்தி



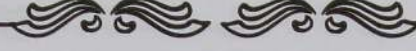
யா/கனகரத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலயத்தின் வணிக மன்றத்தினால் வெளியிடப்படும் 26வது வணிக ஜோதி மலருக்கான வாழ்த்துச் செய்தியை வழங்குவதில் பெருமகிழ்வடைகின்றேன். உலகளாவிய ரீதியில் ஏற்படுவரும் மாற்றங்களுக்கும் சவால்களுக்கும் முகங்கொடுக்கும் வகையில் வர்த்தகத்துறை வளர்ச்சியடைந்து வருவதுடன் கல்வி உலகிற்கும் வேலை உலகிற்கும் இடையே பிணைப்பை ஏற்படுத்துவதிலுள் வர்த்தகத்துறை முன்னுரிமை வகித்து வருகிறது.

மாணவர்களது தேடல், சுயகற்றல், வாசிப்பு பழக்கம், எழுத்தாற்றல் ஆகிய திறன்களை வளர்ப்பதில் இம்மலர் பிரதான பங்கினை வகிப்பது சிறப்பம்சமாகும். பாடசாலைகள் பிள்ளைகளது அறிவை மட்டுமன்றி அவர்களுக்குள் மறைந்திருக்கும் ஆற்றல்களையும் திறன்களையும் வெளிக்கொணர்வதில் முக்கிய பங்கினை ஆற்றுகின்றன. அந்த வகையில் இப்பாடசாலையில் ஆண்டு தோறும் தொடர்ந்து வெளியிடப்படுவரும் இம்மலர் வெளியீட்டிற்கு உழைத்த அனைவருக்கும் எனது வாழ்த்துக்களையும் ஆசிகளையும் தெரிவித்துக் கொள்கின்றேன்.

திரு.அ.சுயாகரன்
உதவிக் கல்விப் பணிப்பாளர்,
வலயக் கல்வி அலுவலகம்,
யாழ்ப்பாணம்.



பிரதி அதிபரின் வாழ்த்துச் செய்தி



எமது கல்லூரியின் கல்விப் பாதையில் சுடர்விடும் வணிக ஜோதியின் 26வது சுடர் பிரகாசிக்கின்ற இவ்வேளையில் வாழ்த்துக்களைக் கூறிக் கொள்வதில் மட்டற்ற மகிழ்ச்சி அடைகின்றேன். எமது மாணவர்களின் ஆக்கங்களைத் தாங்கி வெளிவரும் இந்தச் சஞ்சிகையானது அவர்களின் ஆற்றல்களை வெளிப்படுத்தும் அரிய களமாக விளங்குகிறது.

வணிகப்பிரிவு மாணவர்களின் வணிக ஆளுமையின் வெளிப்பாடாக வணிக ஜோதி சஞ்சிகை பல ஆக்கங்களைத் தாங்கி வெளிவருகின்றது. இன்றைய நவீன உலகின் சவால்களுக்கு முகங் கொடுத்து முன்னேற வேண்டிய தேவைப்பாடு மாணவர்களுக்கு உள்ளது. தகவல் தொடர்பாடல் துறை, சந்தை நிலைமை, நிதிநிலைமை என்பவை துறைசார் தேடலில் செல்வாக்குச் செலுத்து கிறது. தொழிற்சந்தைக்கு ஏற்புடையதான கல்வியையே இன்றைய சமூகம் எதிர்பார்க்கிறது. அந்த வகையில் மாணவர்களை வழிப்படுத்தி நெறிப்படுத்தும் வணிகப்பிரிவினரால் வெளியிடப்படும் வணிக ஜோதி சஞ்சிகை மேன்மேலும் சிறப்புறப் பிரகாசிக்க எனது நல்வாழ்த்துக்களைத் தெரிவித்துக் கொள்கின்றேன்.

திரு.பி.கமலதாசன்
பிரதி அதிபர்
SLPS - III
யா/சுனகரத்தினம் ம.ம.வி



உப அதிபரின் வாழ்த்துச் செய்தி



யாழ் கனகரத்தினம் மத்திய மகாவித்தியாலயத்தின் வணிக மாணவர் மன்றம் ஒளிரவிடும் 26வது “வணிக ஜோதி” மலருக்கு வாழ்த்துச் செய்தி வழங்குவதில் பெரு மகிழ்வடைகிறேன். வணிகமானது இன்று நவீன தகவல் தொழிநுட்ப உலகில் துரிதமாக வளர்ந்து வரும் நிலையில் இவ்விதழ் வெளியிடப்படுவது மாணவர் நவீன உலகுடன் தம்மை பொருத்திக் கொள்வதற்கு இன்றியமையாததோர் அம்சமாக அமையும் என்பதில் ஐயமில்லை.

மாணவர்களது சிந்தனையைத் தூண்டி தேடல் மூலம் பெற்றவற்றை ஒழுங்குபடுத்தவும் தொகுக்கவும் மாணவர்களது திறமைகளை வெளிப்படுத்தவும், சந்தர்ப்பத்தைக் கொடுக்க வணிக மன்றம் முன்வந்துள்ளது. வணிக துறையின் தனித்துவமான இப்பணியில் இணைந்து மேலும் மேலும் வணிக ஜோதி பல வளர்ச்சிப்பழகளை எட்டி ஒளிர வேண்டுகிறேன்.

சோ. ஸ்ரீஸ்கந்தராசா
உப அதிபர், மற்றும் ஆசிரியர்
வணிகக் கல்வி,
SLPS - III
யா/கனகரத்தினம் ம.ம.வி



உப அதிபரின் வாழ்த்துச் செய்தி



சைவக்கலாசாரத்தையும் தமிழர் கலாசாரத்தையும் உயிர் நாடியாகக் கொண்ட வரலாற்றுப் பாரம்பரியம் மிக்க யாழ்ப்பாணம் கனகரத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலயம் வணிகத்துறையில் பல்வேறு சாதனைகள் புரிந்துள்ளதை அனைவரும் அறிவர். இன்று இலங்கையில் பல்வேறு அரசு நிறுவனங்களினதும் தனியார் நிறுவனங்களினதும் நிதி முகாமைத்துவ பதவிகளை செயற்பாடுகளை அலங்கரிப்பவர்களை எடுத்து நோக்கும் போது இவர்கள் இக் கல்லூரியில் வணிகத்துறையின் பெருமையைப் பறைசாற்றுபவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர். இக்கல்லூரியின் வணிகத்துறை ஆண்டுதோறும் வணிக ஜோதி மலரினை வெளியிட்டு வருவதையிட்டு பெருமை கொள்வதுடன் இம்முறை 26 வது வணிக ஜோதி சுடர் விடுகின்றமை எங்கள் எல்லோரையும் மட்டற்ற மகிழ்ச்சியை அளிக்கின்றது. இவ் வணிக ஜோதி தொடர்ந்தும் சுடர்விட வாழ்த்துகின்றேன்.

நல்லதம்பி சந்திரராஜா

உப அதிபர்

SLPS - III

யா/கனகரத்தினம் ம.ம.வி



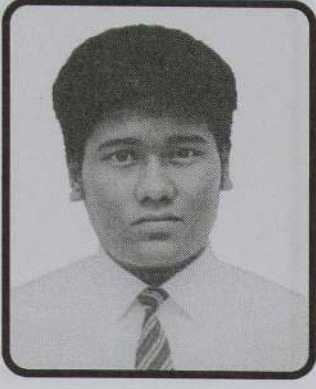
மன்றப் பொறுப்பாசிரியர் உள்ளத்திலிருந்து



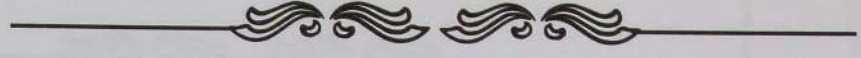
எமது வணிகமன்றம் 26வது வணிக ஜோதியினை வெளியிடுவதில் மன்றத்தின் பொறுப்பாசிரியர் எனும் வகையில் பெருமகிழ்ச்சியடைகின்றேன். எம் மாணவர்களிடையே இலைமறைகாயாக மறைந்திருக்கும் ஆற்றல்களையும் திறமைகளையும் வெளிக்கொணரும் ஒரு களமாக எமது கல்லூரி வணிக ஜோதி எனும் சுடரினை வருடாந்தம் வெளியிட்டு வருகின்றது. காலத்தின் தேவையைக் கருத்தில் கொண்டு மாணவர்கள், ஆசிரியர்களின் சிந்தனையை விருத்தி செய்யவும், எழுத்தாற்றலை வளர்க்கவும் இவ் வணிக ஜோதி வழிசமைத்துக் கொடுக்கிறது. இனிவரும் காலங்களிலும் இச் சுடரின் ஒளி தொடர்ந்தும் பிரகாசிக்க வேண்டுமென்று வாழ்த்தி நிற்கின்றேன்.

எமது வணிக மன்றத்தைத் திறம்பட செயற்படுத்தும் காப்பாளரான அதிபர், மற்றும் வணிக மன்ற ஆசிரியர் குழாம், பல திசைகளிலிருந்து கருத்துக்களைப் பகிர்ந்த வணிகவியலாளர்கள், மலருக்கான ஆக்கங்களைத் தந்துதவியோர், வெளியீட்டிற்கு உழைத்த ஆசிரியர்கள், மாணவர்கள் மற்றும் பல்வேறு உதவிகளையும் புரிந்து நூல் வெளியிட உதவிய அனைத்து நல் உள்ளங்களுக்கும் எனது உளமார்ந்த நன்றிகள்.

திருமதி.யசோதா குலரத்தினம்
பொறுப்பாசிரியர்
வணிக மாணவர் மன்றம்
யா/கனகரத்தினம் ம.ம.வி



வணிக மன்றத் தலைவரின் எண்ணத்திலிருந்து...



எமது கல்லூரியின் வணிக மாணவர் மன்றத்தினால் வெளியிடப்படுகின்ற வணிக ஜோதி மலர் 26வது மலராக வெளியிடுவதையிட்டு மிக்க மகிழ்ச்சி அடைகின்றேன். இன்றைய நவீன தொழில்நுட்ப வளர்ச்சிக்கு ஈடு கொடுக்க முடியாத காலத்தில் கற்பதற்கு பல்வேறு விசேட துறைகள் காணப்படுகின்றன. அத்துறைகளில் எமது வணிகத்துறையும் விசேடத்துவம் பெற்றிருப்பதில் எவ்வித சந்தேகமும் இல்லை. இத்துறையில் பல்வேறு மாற்றங்கள் அடிக்கடி ஏற்படுகின்றன. அந்த வகையில் எமது 26வது வணிக ஜோதி மலரானது அம் மாற்றங்களையும், புதிய விடயங்களையும் உள்ளடக்கியதாக வெளிவருகின்றது. இந்நூல் கற்பதற்கு இலகுவாகவும் எளிமையாகப் புரிந்து கொள்ளும் விதத்திலும் பல ஆக்கங்களைத் தாங்கி வருகின்றது.

இம்மலரின் வெளியீட்டிற்கு அறிவும், ஆலோசனையும், ஊக்கமும், ஒத்துழைப்பும் தந்த கல்லூரி அதிபர், உபஅதிபர், மன்றப் பொறுப்பாசிரியர், வணிகத்துறை ஆசிரியர்கள், ஏனைய துறைசார் ஆசிரியர்கள், மாணவர்கள், பழைய மாணவர்கள், நலன் விரும்பிகள் யாவருக்கும் எங்கள் வணிகம் மன்றம் சார்பாக மனமார்ந்த நன்றியை தெரிவிக்கின்றேன்.

செல்வன். T.நிலாம்ஸ்

தலைவர்

வணிக மாணவர் மன்றம்

வணிகப் பிரிவு - 2019



இதழாசிரியர்களின் உள்ளங்களில் இருந்து...



யாழ் கனகரத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலத்தின் வணிக ஜோதி உதித்து 26வயதினைப் பூர்த்தி செய்துள்ளது. இதுவரை காலமும் ஒளிவிட்ட வணிக ஜோதி பலரது பாராட்டுக்களைப் பெற்று வந்துள்ளது. வணிக ஜோதி தனது சேவையை வணிக உலகத்திற்குப் பொருத்தமான சிந்தனையாளர்கள் பலரின் வெளிப்பாட்டிலும் வணிகத்துறை மாணவர்களின் வெளிப்பாட்டிலும் உதித்த கருத்தினைத் தாங்கி வெளிவருகின்றது.

கீம்மலரின் சுகந்தத்தினை நுகரும் கற்றவர்களும் கற்றுக் கொண்டிருப்பவர்களும் பலர். எனவே இத்தகைய சூடரை வெளியிடுவதில் நாம் பெருமகிழ்வடைகின்றோம். எமது பொறுப்பாசிரியரின் வழிகாட்டல்களும் அயரா முயற்சியும் அதிபர், ஆசிரியர்களினதும், மாணவர்களினதும் ஒத்துழைப்புமே வணிகத்துறையின் 26வது வணிக ஜோதி வெளிவருவதற்குக் காரணமாகின. மேலும் கீம் மலரினை வெளியிட உதவிய அனைத்து அன்பு உள்ளங்களுக்கும் மனமார்ந்த நன்றிகள்.

செல்வன்.பா.பிரஜீனன்
(வணிகப் பிரிவு)

செல்வன்.அ.யதுர்சன்
(வணிகப் பிரிவு)



வணிக மன்ற செயலாளரின் உள்ளத்தில் இருந்து...



21ம் நூற்றாண்டில் மிக வேகமாக வளர்ந்து வரும் துறைகளுள் வணிகத்துறை மிக முக்கியமான தொன்றாகும். அதிக எண்ணிக்கையான பயனுறுதி மிக்கதான வணிக சஞ்சிகைகளை வெளியிட்ட பெருமை எம்மன்றத்திற்கே உண்டு. அந்த வகையில் 26வது ஜோதியாக உங்கள் கரங்களில் கிடைத்துள்ளதையிட்டு மன்ற செயலாளர் என்ற வகையில் நான் பெருமகிழ்ச்சி அடைகிறேன். புகோள மயமாதலின் மூலம் வணிகத்துறை உலகெங்கும் வியாபித்து காணப்படுவதுடன் அனைத்து துறைகளையும் விட முதன்மையாக விளங்குகிறது. அந்தவகையில் வணிகத்துறை மாணவர்களாகிய எமக்கு வணிகத்துறை மீதான ஆற்றல்களையும் திறன்களையும் வளர்த்துக் கொள்வதிலும் வணிகத்துறை தொடர்பான செய்திகளை மக்களுக்கு காலத்துக்கு காலம் எடுத்துரைப்பதிலும் இவ் இதழ் முதன்மை பெறுகிறது.

பொதுசன நூல
யாழ்ப்பாணம்.

எமது மன்றத்தின் ஜோதியானது தொடர்ந்தும் வெளிவர உதவிய எமது கல்லூரியின் முதல்வர், மன்ற பொறுப்பாசிரியர் மற்றும் வணிக துறைசார் ஆசிரியர்கள், சகல ஒத்துழைப்பினை வழங்கிய ஆசிரியர் குழாம், என் சக மாணவர்கள், பழைய மாணவர்கள், விளம்பரதாரர்கள், இவ் இதழினை வழவமைத்துத்தந்த மதிகலர்ஸ் அச்சகத்தினர், அன்பளிப்புக்களை வழங்கிய உள்ளங்கள், பல்வேறு உதவிகளை புரிந்த சகல உள்ளங்கள் அனைவருக்கும் நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கின்றேன். இவ் ஜோதியானது தொடர்ந்தும் பல ஆக்கங்களை தாங்கியும் பல ஆண்டுகள் செழிப்புற்று உயரவும் வேண்டுகொண்ட இறைவனைப் பிரார்த்திக்கிறேன்.

செல்வி வி.சஜிந்தா
செயலாளர்
வணிக மாணவர் மன்றம்
வணிகப்பிரிவு - 2019



Faint, illegible text centered at the top of the page, possibly a title or header.

Multiple lines of very faint, illegible text in the upper middle section of the page.

Multiple lines of very faint, illegible text in the middle section of the page.

Faint text in the bottom left corner, possibly a signature or reference.

எமது பிரதி அதிபர்



வணிக மன்ற மலர்க்குழு



இருப்பவர்கள் : (இ.வ) திரு. V. ரங்கநாதன் (ஆசிரியர்) திரு. சந்திரராஜா (உப அதிபர்) திரு. P. கமலதாசன் (பிரதி அதிபர்). செல்வன் T. நிலாமஸ் (மன்றத்தலைவர்), திருமதி. L. மகேஸ்வரன் (அதிபர்), செல்வி. V. சஜிந்தா (மன்ற செயலாளர்), திரு. S. சிறிஸ்கந்தராஜா (உப அதிபர்), திருமதி. J. குரைத்தினம் (பொறுப்பாசிரியர்), திருமதி. S. வேழைகன் (ஆசிரியர்), திரு. K. செல்வராசா (ஆசிரியர்)

நிற்பவர்கள் : (இ.வ) செல்வி J. கீதாஞ்சலி (மன்றப்பொருளாளர்), செல்வி. Y. தர்சனியா (மன்ற உறுப்பினர்), செல்வன் V. நொசான் நெஜினோட்ட (உப செயலாளர்), செல்வன் S. பவிதன் (மன்ற உறுப்பினர்), செல்வன் J. பிநேசன் (வணிகமன்ற உப தலைவர்), செல்வன் A. யதீசன் (மன்ற இதழ் ஆசிரியர்), செல்வன் B. பிரஜீனன் (வணிகமன்ற இதழ் ஆசிரியர்), செல்வன் V. சுகுமார் (மன்ற உறுப்பினர்), செல்வி A. அன்ஜெரினா (வணிக மன்ற உறுப்பினர்)

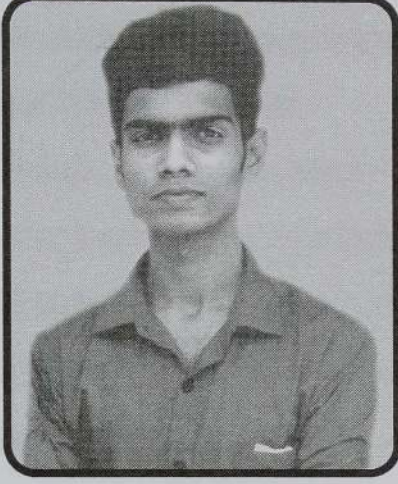
உயர்தர வணிகப்பிரிவு - 2019



உயர்தர வணிகப்பிரிவு - 2020



சாதனையாளர்கள்



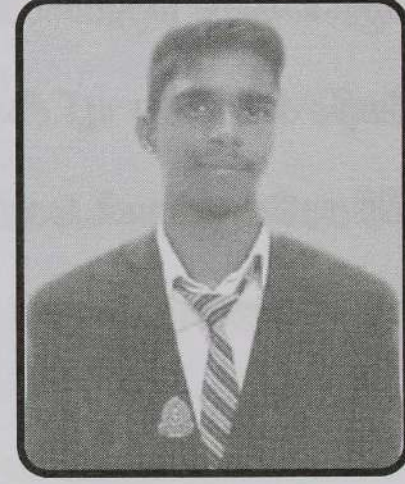
R. ஜானுசாந் (3A)
யாழ் பல்கலைக்கழகம்
(முகாமைத்துவ பீடம்)



A. பிரியங்கன் (A,B,C)
கல்வியற் கல்லூரி
(அட்டாளைச்சேனை)



V. கேர்த்திகா (3A)
யாழ் பல்கலைக்கழகம்
(முகாமைத்துவ பீடம்)



T. யதூர்சன் (2A,B)
யாழ் பல்கலைக்கழகம்
(முகாமைத்துவ பீடம்)

**2017 - 2018ம் ஆண்டு உயர்தர வணிகப் பிரிவு
மாணவர்களின் உயர் பெறுபேறுகள்**

கேர்த்திகா வேலாயுதம்	-	3A
தவராசா யதூர்சன்	-	2AB
கிருபாலினி கணேசன்	-	3B
ரஞ்சன் விதுசன்	-	A2C
மனோகரநாதன் தனுஸ்காந்	-	A2B
மயூரினி சோமசுந்தரம்	-	A2B
மதுவாகினி மதுபாலசிங்கம்	-	3C
மேரிசசிரேக்கா யூடீந்திரகுமார்	-	3C
கிரிதரகோபாலன் செந்தூரன்	-	3C
கணேசகுமார் கிசான்	-	3C

பொருளடக்கம்

1. சுகமளிந்திடும் சுரக்ஷா காப்பீடு	1 - 2
2. Women Entrepreneurship in Srilanka	3 - 9
3. ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியமும் மக்களின் அறிவும்	10 - 11
4. சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவு முறைமை	12 - 16
5. இலங்கையின் இறைத்துறையின் போக்கு	17 - 18
6. நிறுவன நெறிமுறைகள்	19 - 23
7. கிராம சக்தி மக்கள் இயக்கம்	24 - 32
8. அண்மைக்கால சர்வதேச வர்த்தகமும் நிதியும் தொடர்பான ஓர் கண்ணோட்டம்	33 - 40
9. வணிக வங்கிகளின் வைப்புக்களும் அவற்றின் பொருளாதாரப் பங்களிப்பும்	41 - 48
10. சிறிய, நடுத்தர அளவு வணிகங்கள்	49 - 53
11. இலங்கை மத்திய வங்கி கொள்கை வட்டி வீதங்களை மாற்றமின்றிப் பேணுகிறது	54 - 56
12. சந்தைப்படுத்தலில் சந்தை துண்டமாக்கலின் முக்கியத்துவமும் இலக்குச் சந்தை தெரிவும்	57 - 60
13. உளவியல் முதலுதவி	61 - 64
14. வணிக உலகில் விளம்பரத்தின் பங்கு	65 - 66
15. நிதி விகிதங்கள் மூலம் நிதிக் கூற்றுகளைப் பகுப்பாய்வு செய்து, வியாக்கியானப் படுத்தி முகாமைத் தீர்மானங்களுக்கு தேவையான தகவல்களை முன்வைத்தல்	67 - 76
16. காசுப்பாய்ச்சல் கூற்று	77 - 80
17. கொழும்பு பங்கு பரிவர்த்தையின் தற்போதைய போக்கு	81 - 85
18. நிதி அறிக்கைப்படுத்தலின் எண்ணக்கரு ரீதியான சட்டகம்	86 - 89
19. Advantages and disadvantages of information technology	90 - 94
20. மலேசியாவில் இடம்பெற்ற தனித்தமிழியக்க மகாநாட்டில் வெளியிடப்பட்ட நுட்பவியல் கலைச் சொற்கள்.	95
21. தொழில்நுட்ப சாதனங்களும் தற்கால வணிக சமூகமும்	96 - 97
22. விருப்பங்களை உருவாக்கும் வணிகம்	98 - 99
23. வேலை உலகில் செல்வாக்கு செலுத்தும் வணிகத்துறைப் பாடங்கள்	100 - 101
24. Brexit தொடர்பான ஒரு பார்வை	102 - 104
25. தனியார்துறை வணிகத்தின் முக்கியத்துவம்	105 - 106
26. உலகமயமாதலும் மின்வணிகமும்	107 - 108
27. மகிழ்ந்து இருந்த மலையக நாட்கள்	109 - 110
28. இணையம்	111 - 113
29. பேரினப் பொருளாதாரக் குறிக்கோள்	114 - 116

வினாக்கள்

1996

1-2	கல்வித்துறை அமைச்சர் பதிலளிப்பது	1
3-8	Women Empowerment in Villages	2
10-11	பெரிய நகரங்களில் குடிசைகளை கட்டி கொடுப்பது	3
12-16	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	4
17-18	குடிசைகளை கட்டி கொடுப்பது	5
19-23	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	6
24-32	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	7
33-40	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	8
41-46	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	9
49-53	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	10
54-56	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	11
57-60	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	12
61-64	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	13
65-68	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	14
67-76	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	15
77-80	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	16
81-85	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	17
86-88	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	18
89-94	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	19
95	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	20
96-97	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	21
98-99	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	22
100-101	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	23
102-104	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	24
105-106	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	25
107-108	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	26
109-110	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	27
111-112	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	28
113-116	சுற்றுச்சூழல் மாசுபாட்டைக் குறைப்பது	29

சுரக்ஷா கார்ப்பீடு

ஆக்கம்
க.ஹேமமாலினி
ஆசிரியர்
யா/கனகரத்தினம் ம.ம.வி.

“இன்றைய குழந்தைகளே நாளைய தலைவர்கள்”
நாட்டின் வளமும் அவர்களே - என்ற
தாரக மந்திரத்தை அகத்திற் கொண்டு
தீட்டிய பல திட்டங்களில் ஒன்றே இது.

நல்லாட்சி அரசாங்கத்தின் நலமான விடயங்களில்
2017ம் ஆண்டு தடம் பதிக்கப்பட்டு
கன்னங்கராவின் மற்றோர் செயற்பாடாக
அறிமுகமானதே சுரக்ஷா கார்ப்பீடு

இலவசக் கல்வி தனை இங்கிதமாய்ப் பெற்றிட
மேலும் ஓர் நலக்காப்பாய்
எதிர்கால சந்ததியை எடுப்பாக கட்டியெழுப்ப
எடுத்திட்ட திட்டமே சுரக்ஷா

ஐந்து வயது முதல் இருபத்தொரு வயதுவரை
சிறார்களின் கல்வி சிறப்பாக அமையவென
மன ஆரோக்கியம் உடல் ஆரோக்கியத்தை உயர்த்திட
உதவிடும் செயற்பாடே சுரக்ஷா

“தேசத்தின் குழந்தைகளை நிதமும் காப்போம்”- என்ற
தொனிப்பொருளை மனதில் இருத்தி
அத்தனை பாடசாலையிலும் உள்ள மாணவர் தம்மை
பேணிடவே பெருமையுடன் விளங்கிடும் சுரக்ஷா

நோய், விபத்து, அங்கவீனம் என
 அத்தனைக்கும் தீர்வு தந்திடும்
 இலங்கை காப்புறுதி நிறுவனத்தின் அனுசரணையுடன் ஆரம்பமாகி
 இன்று கல்வி அமைச்சின் கைகளில் அடைக்கலமாகி
 அதன் பயனை இரட்டிப்பாக்கி
 குழந்தைகள் எதிர்காலமே நாட்டின் எதிர்காலம் என்ற
 அரசின் சிந்தனையை வந்தனை செய்து
 சிறப்பாகவே செயற்படுத்திடுவோம் - இத்திட்டத்தை.

பெற்றோரின் பொருளாதார சூமையை போக்கிடவும்
 போதிய சுகாதார வசதிகளை ஏற்படுத்திடவும்
 இலங்கை வாழ் மக்கள் யாவரினதும்
 சுக நலத்தை பேதமின்றி துடைத்திட
 பயனடைந்திடுவார் நாலரை மில்லியன் மாணவர்கள்.

அரசின் திட்டத்தை வரவேற்று
 எதிர்கால சிறார்களின் வாழ்வை சபீட்சமாக்கி
 ஆனந்த ஆரோக்கிய சமுதாயத்தை கட்டியெழுப்ப
 அனைவரும் கைகோர்த்து செயற்பட்டு
 மாணவர் தம் நலத்தைக் காத்திட
 சுரக்ஷாவுடன் ஒன்றிணைவோம்.

(பெற்றோரும் மாணவரும் இதன் பயனை அறிந்து இத்திட்டத்தின் பயனை முழுமையாகப்பெற்று பயனடைய வேண்டுமென விரும்பி இக்கவிதை பிரசுரமாகிறது.)

ஒரு சிறந்த புத்தகம் நூறு நல்ல நண்பர்களுக்கு சமம்
 சிறந்த நண்பன் ஒரு நூலகத்திற்கு சமம்

Women Entrepreneurship in Sri Lanka

Dr.A.Pushpanathan

Dean

Faculty of Business Studies

Vavuniya Campus

✓ Importance of Women Entrepreneurship

Women labor force participation is important for an economy for many reasons. It indicates the utilization of labor in an economy (and in turn influences the growth potential); relates to income/poverty status of households; and is a signal of the economic empowerment of women. There is a large reservoir of human resource potential remains untapped in the economy. This becomes particularly critical as the majority of Sri Lanka's population is Women and also as the population begins to age and fewer working age individuals remain in the workforce.

Women's entrepreneurship can make a particularly strong contribution to the economic well-being of the family and communities, poverty reduction, and women's empowerment, thus contributing to the Sustainable Development Goals (SDGs). Hence, governments across the world, as well as various developmental organizations, are actively undertaking promotion of women entrepreneurs through various schemes, incentives, and promotional measures.

✓ Definition:

- "Women who innovate initiate or adopt business actively are called women entrepreneurs."

J. Schumpeter

- "Women entrepreneurship is based on women participation in equity and employment of a business enterprise."

Ruhani j. alice

✓ Factors that Contribute to the Success of Women Entrepreneurs

Factors	Women Entrepreneurs
Early Childhood Experiences	Authors revealed early experience of coping independently with the environment generated a strong sense of competence and self-confidence in these successful women.
Psychological Characteristics	<p>Successful Women entrepreneurs exhibit psychological characteristics such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> • High level of self-confidence • Determination and hard work • Creating a position for themselves • Superior quality output and the love for their work • High need for achievement • Internal locus of control • Strong attitudinal and personal skills • Preference for moderate risks
Entrepreneurial Competencies	<p>Successful Women entrepreneurs were found to exhibit entrepreneurial competencies such as:</p> <p>Taking initiatives, sees and acts on opportunities, persistence, information seeking, concern for high quality of work, commitment to work contract, efficiency orientation, self-confidence, persuasion and the use of influence strategies.</p> <p>Strong communication skills with their proficiency in the core business, attributed their success to the quality of their output which was rated better than their competitors, conditioned by their hard work and dedication to achieving success.</p> <p>Strong managerial capabilities, ability to pursue opportunities through mobilization of resources.</p>
Formal and Informal learning	Successful Women entrepreneurs were found to have higher level of education.
External Support	<p>Successful Women entrepreneurs most notably considered:</p> <p>Family support and social networking</p> <p>Government support</p> <p>Business background of their respective families rather than education for their career in business</p> <p>Entrepreneurial family background</p>

✓ **Types of Women Entrepreneurship**

Women entrepreneurs can be classified into four groups depending on the motivational factors.

1. **Natural entrepreneurs:** who take business as a profession on their own either by self- pre-planning or motivated through profit or money factor and also for keeping themselves busy
2. **Created entrepreneurs:** who have been encouraged and trained through specialized training programmes such as Entrepreneurship Development Programmes (EDP) to set up independent business.
3. **Forced entrepreneurs:** who are compelled circumstances such as the death of father or husband with responsibilities falling on them to take over the existing business.
4. **Benam entrepreneurs:** who are acting as a façade for business of their husband or brother.

✓ **Key Issues of Women Entrepreneurship**

• **Key Issue 01: Lack of Agency and Cultural Barriers**

Women entrepreneurs lack agency and their husbands often stifle the growth of their business or the growth of themselves as entrepreneurs.

Women who enter entrepreneurship without the necessary skills to start and run a business end up with losing control of the business to their husbands. Additionally, there are instances where women begin a small business but soon discover that they are unable to be independent and therefore have to depend on their husbands for financial support for the business.

It was argued that often “**women are not ready to be independent**” and their ability to fully commit to running an enterprise, take complete control of financial and other strategic matters of the business, Women often succumb to the perception that being ‘traditional’ (i.e., being a home maker and care-giver, instead of an entrepreneur)

- **Key Issue 02: Challenges in Accessing Markets and Information**

A key constraint that emerged was the difficulties faced by women entrepreneurs **in finding newmarkets for their products. The constraint of market access is an issue common to all SMEs, and it is not very different for women entrepreneurs.** Women entrepreneurs find it difficult to break into new markets, lack information on commercial opportunities in existing markets, and **have weaker business networks** than men that help to build new buyer and seller relationships. Supporting the linking of buyers and sellers was identified as an important step in improving market access for women entrepreneurs.

“As a woman **it was harder to move with the business crowd** and I found it **harder to do marketing**”, were some of the challenges expressed by women entrepreneurs.

- **Key Issue 03: Access to Finance Constraints**

Access to finance remains a universal challenge for SMEs in Sri Lanka in general, and women entrepreneurs are no different. Survey reported that access to finance was the top constraint to starting and running a business. A critical constraint faced by some women entrepreneurs is in **securing personal security for bank loans**, where guarantors are often not willing to sign on their behalf.

- **Key Issue 04: Government Institutional Support**

Trade fairs at home and abroad were poorly organized, with **little attention to buyer-seller interaction.** This issue common to most SMEs not just those of women, **fear of compliance with tax and other statutory liabilities** encourage entrepreneurs to stay away from formal registration of their business. Meanwhile, women faced particular challenges over men in **getting approvals, obtaining trade licenses, passing health inspections, and dealing with petty corruption of public officials.** Overall there is a clear absence of incorporating the concerns and ideas of women entrepreneurs in policy consultations relating to SME development.

- **Key Issue 05: Psycho-Social Barriers**

- **Poor self-image of women**

The ideologies and religious beliefs nurtured by the society influence women's self- image.

The present education system, books, media, films all-pervading socio-cultural norms conspire and combine to perpetuate the existing image of women as weak, submissive, self-effacing, non-aggressive daughter, an obedient, dutiful and faithful wife and a self-sacrificing mother.

- **Inadequate motivation**

Factors that motivate women into business have a way of determining the type of challenge they face

- **Discriminating treatment**

Ours is a male dominated society. The concept that men are superior and women are inferior is still being believed due to custom, tradition, etc.

- **Faulty socialization**

Girls are taught not to take initiative or to be assertive or independent.

- **Role conflict**

Women's role is rigidly defined and maintained by the male authority structure. A women's biological role becomes her primary legitimacy.

- **Lack of courage and self-confidence**

Women lack the required degree of self- confidence to venture boldly into new initiative because of long years. of accepting a subordinate status and strict role segregation.

- **Recommendations for key issues of women entrepreneurship**

- **Shared Marketing Platforms:**

Explore the setting up of shared marketing platforms to enable small women entrepreneurs access larger markets than they would have access to on their own.

This could be a **virtual marketplace** – an online portal with products from the subscribing vendors, with the option of purchasing online (an

ecommerce portal) or with the objective of simply connecting buyers and sellers.

This could be a **physical retail store** – similar to ‘**Island Craft**’ – a shared store for unique craft-based home and fashion items - run by the Academy of Design in Colombo.

▪ **Assistance to ‘Get Online’:**

Many of the constraints in accessing markets and market information can be overcome through greater use of the Internet. Therefore, training and orientation sessions to help women entrepreneurs ‘get online’ can help overcome typical physical constraints.

To understand how to maximize search functionality online, browse buyer-seller portals and make connections online, take their own business into the digital space through better websites and improved online presence, etc. A whole suite of free (or minimal cost) **cloud-based digital tools** (for accounting, document storage, design, etc.) can also greatly improve productivity of women entrepreneurs, without the large expenditure of hiring specialized staff.

▪ **Mandated Loan Portfolios for Women Entrepreneurs:** Therefore, any implementation of a mandated loan portfolio by banks for women entrepreneurs must be carefully structured so as to have maximum impact on improving access to finance, while avoiding perverse lending behavior.

▪ **Gender-sensitive Bank Branches:** Another recommendation was to encourage banks to employ more women as loan officers at bank branches.

▪ **Mentoring and Business Development Services:** Aside from access to finance, a critical issue that emerged was the lack of mentorship, advisory and business development services available to women entrepreneurs. Often the constraint may not just be financial, but rather a lack of ideas and advice.

- **Job Bank for Access to Skilled Workers**

Many entrepreneurs observe a lack of skilled workers for their enterprises. WCIC could host a 'job bank' that provides a database of skilled workers looking for jobs, and connect them with women entrepreneurs looking for new employees.

- **Easing Regulatory Burdens**

Expanding business freedoms by making government regulatory procedures easier would encourage more women to take up entrepreneurship in particular and grow the SME sector in general.

- **Networking**

Networking is an important aspect of developing a business and business associations provide the opportunity for entrepreneurs to network more easily. Addressing this could help resolve the issue of women's lack of social network. Improving buyer-seller relationships will help secure firm orders, and in turn help women get bank credit more easily.

This is to have a stronger network of women entrepreneurs through the **chamber network** across the country, to provide mutual support in finding markets and linking buyers and sellers. **Setting up common marketing platforms (virtual spaces like e-commerce portals or physical common retail stores)** where several entrepreneurs can market their products in a common place.

- ✓ **Real examples of women entrepreneurs in Sri Lankan context.**

Otara Del Gunewardene is a Sri Lankan entrepreneur. Gunewardene founded Sri Lankan fashion and lifestyle store, ODEL- Refer given case study.

Otara heads the list of Sri Lanka's Most Powerful Women – serving as an inspiration for many aspiring young entrepreneurs in the years to come.

**"Don't be afraid to start small.
Big achievements often start from humble beginnings."**

ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியும மக்கள்ன் அறிவும

T.Nilams

வர்த்தகப்பிரிவு - 2019

ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியம் ETF என்ற பெயர் பெரும்பாலான இலங்கையருக்கு மிகவும் பரிட்சயமானது. ஆனால் அதில் உள்ள நன்மைகள், அதன் பயன்பாடு தொடர்பில் பெரும்பாலானவர்கள் அறிந்து வைத்திருப்பார்களா? என்பது கேள்விக்குரிய விடயமாக காணப்படுகின்றது. ETF தொடர்பான அறிவை எல்லோரும் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

அது தொடர்பான முதலாவது விடயமாக 1.ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியம் என்றால் என்ன? ஓய்வூதிய நிதியத்திற்கு உரிமை கோரும் அரசாங்க மற்றும் உள்ளூராட்சி நிறுவனங்களில் சேவையாற்றும் ஊழியர்களை தவிர ஏனைய சகல ஊழியர்களும் பணியில் இருக்கும் போது வழங்கப்படும் நிதியானது ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியம் எனப்படும். 1981ம் ஆண்டு மார்ச் மாதம் முதலாம் திகதி இந் நிதியம் ஆரம்பிக்கப்பட்டது. இது ஊழியர் சேமலாப நிதியம் போன்று நேரடியாக தொழில் திணைக்களத்துடன் தொடர்புபடாத நிதியமாகும். ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியம் என்ற பெயரில் இயங்கிவரும் இந் நிதியமானது அரசாங்கம், ஊழியர் மற்றும் தொழில் தருநர் ஆகிய மூன்று தரப்பினராலும் உருவாக்கப்பட்ட நிதியச் சட்டரீதியான ஒரு சபையின் மூலம் நிர்வகிக்கப்படும்.

தொழில் தருநர் மட்டுமே பங்களிப்பு செய்யும் இந் நிதியத்தில் ஊழியர் ஒருவரின் மாதாந்த சம்பளத்தின் 3 வீதம் தொழில் தருநரால் குறித்த நிதியத்திற்கு வழங்கப்பட வேண்டும்.

இரண்டாவது விடயமாக 2.ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியம் எவ்வகை ஊழியர்களுக்கு வழங்கப்படுகிறது?

சகல விதமான வர்த்தக வலயங்கள், கைத் தொழில் நகராங்கள், கைத்தொழில் தொழிற்சாலைகள் மற்றும் ஏனைய தனியார் துறையில் நிரந்தரமாக ஒப்பந்த அடிப்படையில், தற்காலிக பணியாளர்கள், துண்டுச்சம்பள முறைமை, பயிலுனர்கள் மற்றும் தகுதி காண் நிலையில் உள்ளவர்கள் என எந் நிலையில் பணியாற்றும் ஊழியர்களுக்கும் ETF ற்கு உரித்துடையவராவார்கள்.

ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியம் தொடர்பான 3வது விடயம். 3.ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியத்திற்கு உரித்துடையவரல்லாதோர் யார்?

ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியமானது பணிப் பெண்கள், பத்திற்கும் குறைந்த எண்ணிக்கையான ஊழியர் உள்ள நிறுவனங்களில் பணி புரிபவர்கள், சமய மற்றும் புண்ணியஸ்தலங்களில் பணியாற்றுபவர்கள், வயது குறைந்த குற்றவாளிகள், பெற்றோர் பாதுகாவலர் அல்லாதோர் விசேட தேவையுடையவர்களை பயிற்றுவிக்கும் நிறுவனத்தை சேர்ந்தவர்கள் அல்லது அவற்றை முதன்மைப்படுத்தும் தொழிலில் ஈடுபடுபவர்கள், குடும்ப அங்கத்தவர்களைக் கொண்டு நிர்வகிக்கும் நிறுவனங்களில் உள்ளோர் இந் நிதியத்தை பெறுவதற்கான வாய்ப்பை இழக்கின்றனர்.

அடுத்ததாக ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியம் தொடர்பான 4வது விடயம். 4. ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியத்தை தவணை தினத்தில் செலுத்தாத போது என்ன நிகழும்?

ETF நிதியமானது வழங்கப்படும் தவணைத் தினத்தில் முறையாக செலுத்த வேண்டும். அவ்வாறு தவறும் சந்தர்ப்பத்தில் அபராதம் விதிக்கப்படும். தொழில் தருநர் அபராத தொகையையும் சேர்த்து செலுத்த வேண்டிய கட்டாயத்திற்குள் தள்ளப்படுவார். ETF நிதியச் சட்டத்திற்கு அமைய தனிநபர் சபையினால் மேற்கொள்ளும் தவறுக்கு கூட்டிணைக்கப்பட்ட நிறுவனமாயின் அதன் பணிப்பாளர்கள் யாவரும் அத்தவறுக்கு பொறுப்பேற்க வேண்டும். 5. 5வது விடயம் ETF நிதியத்தை எவ்வாறு மீள்பெறுவது?

1. 60வயது பூர்த்தியாகும் போது குறித்த நிதியம் பெற்றக்கொள்ள முடியும். நாட்டிற்கு திரும்பி வரும் நோக்கமின்றி வெளிநாடு செல்வதாயின் அப்பணத்தை பெற முடியும்.
2. எதிர்பாராத வகையில் நிரந்தர அங்கவீனத்திற்குள்ளாக வேண்டியிருப்பின் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.
3. ஓய்வூதியம் பெறக்கூடிய அரசு சேவையில் இணையும் வாய்ப்பு கிடைத்தால் பணத்தை பெற முடியும்.
4. தொழிலில் இருந்து ஓய்வு பெற்றால் அல்லது விலகினால் நிலுவை மீள்பெறலாம். ஆனால் ஒரு நிறுவனத்தில் இருந்து விலகி நிதியை பெற்று வேறொரு நிறுவனத்தில் இணைந்தால் 5 வருடத்தின் பின்னரே மீண்டும் பெற முடியும்.
5. நிதியத்திற்கு சொந்தக்காரர் எதிர்பாராத வகையில் இறப்பாராயின் குறித்த

நிதியானது ஏற்கனவே அவரின் பெயரின் கீழ் பரிந்துரைக்கப்பட்டுள்ளவருக்கு சொந்தமாகும்.

6. நிதியத்தின் ஊடாக கிடைக்கும் நன்மைகள்

ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியத்தின் அங்கத்தவராகியுள்ள ஒவ்வொருவரும் உயிர் காப்புறுதி பெறுவதற்கு உரித்துடையவராகிறார்.

அந் நன்மையை பெறுவதற்கு அங்கத்தவர் இறக்கும் போது ஊழியர் 70 வயதிற்கு குறைவாக இருக்க வேண்டும்.

மரணம் நிகழும் போது ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியத்தின் அங்கத்தவராக இருக்க வேண்டும். குறைந்த பட்சம் 6 மாதம் சந்தாப்பணம் செலுத்தியிருக்க வேண்டும்.

இறந்து 2 வருடங்களுக்குள் நிதியத்திலிருந்து மரண உதவி கோரியிருத்தல் வேண்டும்.

முடிவுரை :-

இது போன்ற பல விடயங்கள் ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியத்தில் உள்ளடங்கியுள்ளன. இது ஒரு சேமிப்பு போன்றது. ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியமானது ஊழியர்களின் வேலையில் தொடர்ந்திருப்பதற்கு உதவுகின்றது. அத்தோடு ஊழியர்களை நிறுவனப் பக்கம் கவர்ந்திருப்பதற்கு உதவுகின்றது. அதனால் தொழில் தருநர் ETF தொடர்பாக நேர்மையாகவும் உண்மைத் தன்மையுடனும் செயற்படும்போது உரிமையாளர் தன்னுடைய சமூகப்பொறுப்பு ஒன்றை நிறைவேற்றுகின்றனர். எனவே அனைத்து மக்களும் ETF தொடர்பான அறிவினைப் பூரணமாக பெற்று இருக்கவேண்டும்.

உசாத்துணைகள் :-

Velaiththalam.lk

தமிழ்வின

சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுமுறைமை

Marketing Intelligence System

*Dr. S. Rajumesh,
Senior Lecturer,
Dept. of Marketing
University of Jaffna.*

அறிமுகம்

சந்தைப்படுத்தல் சூழலில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் தொடர்பாக ஒவ்வொரு நாளும் அறிந்து கொள்வதற்காக சந்தைப்படுத்தல் முகாமையாளர்களால் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு தொகுதி நடைமுறைகளும் அதற்கான வளங்களும் சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவு முறைமை எனப்படும். உள்ளக பதிவேடுகள் நிறுவனத்தின் விளைவுகள் அடைவுகள் தொடர்பான தரவுகளை வழங்கும் அதேநேரம் சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவு முறைமையானது நாளாந்தம் நடைபெறும் தரவுகளை வழங்குகின்றது. புத்தகங்களை வாசித்தல், புதினப் பத்திரிகைகளை வாசித்தல் மற்றும் வர்த்தக வெளியீடுகள், மற்றும் வாடிக்கையாளர், வழங்குநர்கள், விநியோகத்தர்கள் மற்றும் நிறுவனமுகாமையாளர்களுடனான உரையாடல் என்பவற்றுடன் இணையத்தள சமூக ஊடகங்களை அவதானிப்பதன் ஊடாகவும் சந்தைப்படுத்தல் முகாமையாளர்கள் சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தரவுகளைச் சேகரிக்கின்றார்கள்.

இணையத்தளங்களின் வருகைக்கு முன்னர் முகாமையாளர்கள் களத்திற்குச் சென்று போட்டியை அவதானிக்க வேண்டியிருந்தது. சந்தைப்படுத்தல்

நுண்ணறிவு சேகரிப்பானது சட்டபூர்வமானதுடன் ஏற்றுக் கொள்ளத்தக்கதாக இருக்கவேண்டும். ஒரு நிறுவனமானது தனது சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவின் தரத்தினையும் அளவினையும் முன்னேற்றுவதற்கு எட்டு சாத்தியமான நடவடிக்கைகளை எடுக்க முடியும்.

♦ புதிய விருத்திகள் தொடர்பாக அடையாளம் கண்டு அறிக்கையிடுவதற்கு விற்பனைப் படையை பயிற்சியளித்து ஊக்கப்படுத்த வேண்டும். நிறுவனமானது தமது விற்பனைப் படையை நுண்ணறிவுத் தரவு திரட்டுபவர்களாக உருவாக்க வேண்டும். உதாரணமாக ஒருநிறுவனம் தமது விற்பனைப் படையைக் கேட்டுக் கொண்டதற்கிணங்க குறிக்கப்பட்ட நிறுவனத்தால் நீர் உட்புகாமல் இருப்பதற்காக உருவாக்கப்பட்ட பொருளை வாடிக்கையாளர்கள் சத்தம் உட்புகாமல் இருப்பதற்காக கார்களில் பொருத்தியிருப்பதை கண்டுபிடித்து நிறுவனத்திற்கு தெரிவித்தார்கள். இதன் மூலம் புதிதாக ஏழு பொருள் உருவாக்கம் தொடர்பான எண்ணக் கருகிடைக்கப் பெற்றது.

♦ முக்கியமான நுண்ணறிவுத் தரவுகளை கடத்துவதற்காக விநியோகஸ்

தர்கள், சில்லறை விற்பனையாளர்கள் மற்றும் இடை நடுவர்களை ஊக்கப்படுத்துதல். சந்தைப்படுத்தல் இடைநிலையாளர்கள் எப்பொழுதும் போட்டியாளர்களுக்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் நெருக்கமாக இருந்து அவர்கள் தொடர்பான முக்கிய தரவுகளைத் திரட்டுகின்றனர்.

◆ நுண்ணறிவுத் தகவல் திரட்டுவதற்காக வெளியக நிபுணர்களை நியமித்தல். பலநிறுவனங்கள் நிபுணர்களை நியமித்து நுண்ணறிவுத் தரவுகளைத் திரட்டுகின்றனர். நிறுவனங்கள் தமது கிளைகளுக்கு நிபுணர்களை கொள்வனவாளர்கள் போன்று அனுப்பி அங்கு ஊழியர்கள் எவ்வாறு வாடிக்கையாளர்களுக்கு பதிலளிக்கின்றார்கள், பொருளின் தரம் எவ்வாறு உள்ளது, உணவின் புதியதன்மை, ஓய்வறையின் சுத்தம் மற்றும் இருப்புமட்டம் எவ்வாறு உள்ளது என்பது தொடர்பான தரவுகளைச் சேகரிக்கின்றது.

◆ உள்ளகமற்றும் வெளியக ரீதியான வலையமைப்பு. நிறுவனம் போட்டியாளர்களது பொருட்களை கொள்வனவு செய்தல், விற்பனைக் கண்காட்சிகளில் பங்குபற்றல், போட்டியாளர்களது வெளியீட்டு அறிக்கைகளை வாசித்தல், பங்குதாரர்களின் கூட்டங்களில் பங்குபற்றுதல், ஊழியர்களுடன் உரையாடுதல், போட்டியாளர்களின் விளம்பரங்களைச் சேகரித்தல், வழங்குநர்களுடன் கலந்தாலோசித்தல் மற்றும் போட்டியாளர் தொடர்பான செய்தி அறிக்கைகளை அவதானித்தல் என்பதனுடாக தரவுகளைத் திரட்டுதல்.

◆ வாடிக்கையாளர் ஆலோசனை சபையை அமைத்தல். நிறுவனத்தின் அதிகளவான, நன்கு உரையாடக்கூடிய, அதிகம் செளகரியமான, மற்றும் வாடிக்கையாளர்களைப் பிரதிபலிக்கக்கூடிய வாடிக்கையாளர்களை கொண்டவர்களை இந்தச் சபை கொண்டிருக்க வேண்டும். இங்கு வாடிக்கையாளர்கள் குறிக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் பொருளை எவ்வாறு காட்சிப்படுத்த வேண்டும், எவ்வாறு விநியோகிக்க வேண்டும், எவ்வாறான பொதியமைப்பைக் கொண்டிருக்க வேண்டும் என்பன தொடர்பான விடயங்களைத் தெரியப்படுத்துவதுடன், எவ்வாறான எதிர்மறையான விடயங்கள் குறித்த பொருள் கொண்டிருக்கின்றது என்பதனையும் தெரிவிப்பார்கள்.

◆ அரசாங்கதரவு மூலங்களைப் பயன்படுத்தல், அரசாங்க குடிசன மதிப்பீட்டு புள்ளிவிபரங்கள் குறிப்பிட்ட சனத்தொகை, கல்வியறிவு, குடித்தொகைப் பரம்பல், வயதுக் கட்டமைப்பு, பால் நிலை மற்றும் வருமான பரம்பல் தொடர்பான முக்கியமான தரவுகளைக் கொண்டிருக்கின்றது, இத்தரவுகளைச் சரியாகப் பயன்படுத்த வேண்டும்.

◆ வெளியக ஆய்வு நிறுவனங்களிடமிருந்து தகவல்களைப் கொள்வனவு செய்தல். பலஆய்வு நிறுவனங்கள் வாடிக்கையாளர் தொடர்பான பயனுள்ள தகவல்களை விற்பனை செய்கின்றன அவ்வாறான நிறுவனங்களிடமிருந்து முக்கிய தகவல்களைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். சிலதகவல்களை ஆய்வுகள் மேற்கொள்ளாது வெறுமனே அவதானிப்புக்கள் மூலம் பெற்றுக் கொள்ளமுடியாது. அவ்வாறான தகவல்களை இந்த ஆய்வு நிறுவனங்களிடமிருந்து பெற்றுக் கொள்வதே சரியானது.

சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தகவல் களை இணையத் தளத் திலிருந்து திரட்டுதல்

வலைத்தளங்களிலிருந்து வாடிக்கையாளர் மதிப்பாய்வு குழுமங்கள், விவாத அரங்குகள், அரட்டை அறைகள், வலைப் பதிவுகள் என்பவற்றிலிருந்து சந்தைப்படுத்தலாளர் எதிர்பாக்கும் தகவல்கள், வாடிக்கையாளர்களது அனுபவப் பகிர்வுகள், அல்லது ஏனைய கொள்வனவாளர்களது மதிப்பீடுகளை பெற்றுக்கொள்ளலாம். இங்கு போட்டி யாளர்களது பொருட்கள் தொடர்பான பலம் பலவீனங்களை இணையத்தளங் களிலிருந்து ஐந்து இடங்களில் சேகரிக்க முடியும்.

1. சுயாதீனவாடிக்கையாளர் பொருட்கள் மற்றும் சேவை மதிப்பீட்டு அரங்கம்
Independent customer goods and service review forums.

இங்குவாடிக்கையாளர் தாமாகவே தளங்களை உருவாக்கிப்பொருட்கள் சேவைகள் தொடர்பான தங்களது அனுப வங்களைப் பகிர்ந்து கொள்வார்கள்.

2. விநியோகஸ்தர் அல்லது விற்பனை பிரதிநிதி பின்னூட்டல் தளங்கள்.
Distributor or sales agent feedback sites.

பின்னூட்டல் தளங்களில் பொருட் கள் மற்றும் சேவை தொடர்பான நேரான மற்றும் மறையான மதிப்பீடுகளை கண்டு கொள்ளலாம். ஆனால் குறிக்கப்பட்ட விற்பனையாளர்கள் அல்லது விநியோ கஸ்தர்கள் தாமே தளங்களை உரு வாக்க வேண்டும். புத்தகத்திற்கு பிரபலா மான அமேசன்.com Amazon.com கொள்வனவாளர், வாசகர்கள், புத்தக ஆசிரியர்கள் மற்றும் ஏனையோரின் மதிப்பீடுகளைக் கொண்ட ஒரு பயனுள்ள பின்னூட்டல் தளத்தினைக் கொண்டுள்ளது.

3. வாடிக்கையாளர் மதிப்பீடுமற்றும் நிபுணர் களின் கருத்துக்களையும் சேர்த்தளங்கள்.

Combo sites offering customer reviews and expert opinions.

இங்கு வாடிக்கையாளர்களது அனுப வத்திலான மதிப்பீட்டையும் நிபுணர் களின் மதிப்பீட்டையும் ஒரு தளத்திலேயே கண்டு கொள்ளமுடியும். ZDNet.com தொழில்நுட்பம் சார்ந்த பொருட்கள் தொடர்பான இலகுப் பயன்பாடு, தன்மை மற்றும் நிலைத்திருப்புத் தொடர்பாக நிபுணர்களின் கருத்தை கொண்டிருப் பதுடன் வாடிக்கையாளர்களின் கருத் தினையும் கொண்டுள்ளது.

4. வாடிக்கையாளர் முறையீட்டுத் தளங்கள்.

Customer complaint sites.

வாடிக்கையாளர் முறைப்பாட்டுத் தளங்கள். குறிப்பாக அதிருப்தியடைந்த வாடிக்கையாளர்களுக்காகவே வடிவமைக்கப்பட்டது. PlanetFeedback.com குறிக்கப்பட்ட நிறுவனங்கள் தொடர்பாக வாடிக்கையாளர்கள் தமது அதிருப்தியை பதிவு செய்வதற்கு வசதியளிக்கின்றது. இவ்வாறானதளங்களில் போட்டிப் பொருட்களின் குறைகளைக் கண்டு கொள்ளக் கூடியதாக இருக்கும்.

5. பொதுவலைப்பதிவுகள்.

Public blogs.

மில்லியன் கணக்கான வலைப் பதிவுகளும் சமூகவலைத்தளங்களும் தனிப்பட்ட கருத்துக்கள், மதிப்பாய்வு கள், தரப்படுத்தல்கள் மற்றும் சிபார்சு களை இணையத்தளத்தில் கொண்டிருக் கின்றன. இங்கு வாடிக்கையாளர்களின் உணர்வுகள் எண்ணங்கள் சுயாதீனமாக பதிவிடப்படுவதால் அவற்றை ஆய்வு செய்வதன் மூலம் வாடிக்கையாளர் களின் எண்ணங்களை அறிந்து கொள்ள முடியும்.

உண்மையில், நிறுவனங்கள் இவற்றில் பலவற்றைப் பயன்படுத்தி தமது வாடிக்கையாளர்கள், பொருட்கள், சேவைகள் மற்றும் பண்டப் பெயர்கள் தொடர்பான தகவல்களை அவதானிக்கலாம். வாடிக்கையாளர் சேவை அரங்குகள் (customer service forums) நிறுவனத்தின் வலைத்தளத்தில் இணைக்கப்படுவதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களே மற்றைய வாடிக்கையாளர்களது வினாக்களுக்கு விரைவாகப் பதிலளிப்பார்கள்.

சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுப் பயன்பாட்டுத்தளங்கள்

சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தரவுகள் பல்வேறுபட்ட தீர்மானங்களுக்கும் நடவடிக்கைகளுக்கும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அவ்வாறான பயன்பாடுகளைப் பின்வருவன விபரிக்கின்றன.

♦ பொருள் தொடர்பான தீர்மானம்

புதியபொருளில் முதலிடுவது மற்றும் பொருளின் தன்மைகளை முன்னேற்றுவது தொடர்பான முக்கிய தீர்மானங்கள் எடுப்பதற்கு சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தகவல்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றது.

♦ மேம்படுத்தல் மற்றும் சந்தைத் துண்டமாக்கல் தீர்மானங்கள்

விளம்பரங்களின் தாக்கங்களை விளம்பரத்திற்கு முன்பும் பின்பும் அறிவதற்கான சந்தர்ப்பத்தை சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தகவல் வழங்குகின்றது. ஆய்வுகளின் மற்றும் தகவல்களின் அடிப்படையில் நிறுவனங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் பண்புக்கமைய நெகிழ்ச்சியான விளம்பர ஊடகங்களை தெரிவு செய்வதற்கு இது உதவும். அத்துடன் இலக்குத் துண்டத்தைத் தெரிவு செய்வதற்கான போதுமான தகவல்களையும் வழங்குகின்றது.

♦ பண்டப் பெயர் மற்றும் விலைத் தீர்மானங்கள்

இலக்கு வாடிக்கையாளர் துண்டத்தில் பண்டப்பெயர் தொடர்பான நன்மதிப்பையும் நல்லுணர்வையும் கட்டியெழுப்புவதற்கு சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தகவல் உதவுகின்றது. பிரபலமான புலனுணர்வுகள் அல்லது மக்களின் எண்ணப்பாடுகள், மாற்றங்கள் நோக்கிய போக்குகள், சுவைகள் மற்றும் வாழ்க்கை வடிவங்களை அறிந்து கொள்ளவும் இது உதவுகின்றது. இதனால் விலை தொடர்பான தீர்மானங்களையும் எடுக்கமுடிகின்றது.

♦ பங்காளர்களை மகிழ்ச்சியாக வைத்திருத்தல்.

பங்காளர்களின் தேவைகளை உணர்ந்து அதற்கு பதிலளிப்பதன் மூலம் எல்லா பங்காளர்களையும் குறிப்பாக வாடிக்கையாளர்கள், விநியோகஸ்தர்கள், மற்றும் வழங்குநர்களை திருப்திப்படுத்தலாம். ஒரு திருப்தியான வாடிக்கையாளர் ஒரு இலாபகரமான வாடிக்கையாளர்.

♦ சந்தை எதிர்வுகூறல், போட்டியடிப்படை யிலான தரப்படுத்தல் மற்றும் விநியோகம்

சந்தையின் அளவை மதிப்பிடுதல், சந்தை நடத்தை தொடர்பான கணிய ஆய்வுகள், எதிர்கால போக்குகள் மற்றும் தேவை தொடர்பான மதிப்பீடுகளுக்கு சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தகவல் உதவுகின்றது.

சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் துறை சார்ந்த நெறிமுறைகள்

சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுத் தகவல்களைத் திரட்டும் துறைசார் வல்லுனர்கள் அந்த நடவடிக்கையை ஒரு சிறப்புத் தொழில்சார் நடத்தையாக

மாற்றுவதற்கு சிலமரபு நெறிகளை உருவாக்கியுள்ளார்கள். அவையாவன
அ) இந்தத் தொழிலை மதிப்பதற்காவும் அங்கீகாரத்தைப் பெறுவதற்காகவும் தொடர்ச்சியாகப் போராடுதல்.

ஆ) உள்நாட்டுமற்றும் சர்வதேச சட்ட திட்டங்களுடன் ஒத்துப் போதல்

இ) நேர்காணலுக்கு முன்னரே ஒருவரின் அடையாளம் மற்றும் நிறுவனத்தின் அடையாளம் தொடர்பான பொருத்தமான எல்லாத் தகவல்களையும் சரியாக வெளிப்படுத்துதல்

ஈ) ஒருவரின் கடமையை மேற்கொள்ளும் போது ஏற்படும் முரண்பாடுகளைத் தவிர்த்தல்

உ) ஒருவரது கடமையை நிறைவேற்றும் போது நேர்மையான உண்மையான சிபார்சுகளையும் முடிவுகளையும் வழங்குதல்

ஊ) இந்தநெறி முறைகளை நிறுவனத்திற்குள்ளேயும் வெளியிலிருந்து அமர்த்தப்படும் ஒப்பந்ததாரருடனும் பகிர்ந்து கொள்ளல்.

எ) உண்மையாகவும் நேர்மையாகவும் நிறுவனக் கொள்கைகள், வழிகாட்டல்கள் மற்றும் நோக்கங்களை மதித்து நடத்தல்
முடிவுரை

சந்தைப்படுத்தல் துறையானது மிகையான போட்டி காரணமாக தமது இலக்கினை அடைந்து கொள்வதில் கடினத் தன்மையை எதிர்கொள்கின்றன. போட்டியை முறியடிப்பதற்காக பல்வேறு

தந்திரோபாயத் திட்டங்களை முன்னெடுக்க வேண்டியுள்ளது. இங்கு தந்திரோபாயங்களை வகுப்பதற்கு தகவல் முக்கியமானதாகக் காணப்படுகின்றது. மாறுகின்ற சூழலில் தகவல் பெற்றுக் கொள்வது மிகவும் கடினமானதாகவே காணப்படுகின்றது. சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவு முறைமையானது முகாமையாளர்களுக்குத் தேவையான தகவல்களை பெற்றுக்கொள்வதற்கான ஒரு பொறிமுறையாக காணப்படுகின்றது. பெரும்பாலும் நன்கு கட்டமைக்கப்பட்ட பெரிய நிறுவனங்களே தற்காலத்தில் சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவுப் பொறிமுறையைப் பயன்படுத்துகின்றன. அவ்வாறான நிறுவனங்கள் முன்னேற்ற கரமான தொழில்நுட்ப சாதனங்களின் உதவியுடன் இச் செய்முறையைச் செய்து வெற்றி பெறுகின்றன. சிறியநிறுவனங்கள் கூட தமது வசதிக்கு ஏற்ப சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவு முறைமையைப் பயன்படுத்தலாம். நிறுவனத்தின் வெற்றியானது சரியான தகவல்களைத் திரட்டி அதன் அடிப்படையில் எடுக்கும் தீர்மானத்திலேயே தங்கியிருப்பது வெளிப்படையான விடையமாகும். எனவே வளர்ந்துவரும் இந்த வர்த்தக உலகில் சந்தைப்படுத்தல் நுண்ணறிவு முறைமையானது வெற்றிக்கான ஒருபடிக்கல்லாக அமைவது தவிர்க்க முடியாதது.

உசாத்துணைகள் :-

1. Kotler, P., and Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.), Italy, Pearson Education Limited.
2. Kotler, P., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M. and Hansen, T. (2009). Marketing Management. Pearson Education Limited, Harlow.
3. Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., and Brennan, R. (2015). Marketing an Introduction, (3rd ed.) Pearson Higher Education.
4. Kotler, P., and Keller, K.L (2016), Marketing Management (15th ed.). Pearson Education, Harlow.

இலங்கையில் இறைத்துறையின் போக்கு

S.Mayoorini
வர்த்தகப்பிரிவு - 2018

ஒருநாடு தன் அபிவிருத்திக்கான செயற்பாடுகளை முன்னெடுப்பதற்கு வருமானத்தை ஈட்ட வேண்டியது அத்தியவசியமாகும். எனவே தனக்கு தேவையான வருமானத்தை ஈட்டுவதற்காக இறைத்துறையையே சார்ந்திருக்கும். ஆகவேசற்றுநாம் நம் நாட்டின் இறைத்துறையின் செயற்பாடுகள் 2017ம் ஆண்டு மத்தியவங்கியின் ஆண்டறிக்கையின்படி எவ்வாறு நகர்ந்துள்ளது. என்பதை எடுத்து நோக்குவோம்.

2017ம் ஆண்டில் இறைத்துறையானது வரவு செலவு திட்டப் பற்றாக்குறையை குறைப்பதற்கும், அரசின் படுகடன் சுமையை குறைக்கும் இலக்குடன் இறைத்திரட்சி நிகழ்ச்சி திட்டத்தை தொடரும் நோக்குடன் இறைத்துறையானது செயலாற்றியுள்ளது. மத்திய வங்கியின் அறிக்கையின்படி நோக்குமிடத்து கடந்த சில வருடங்களாக இலங்கை தொடர்ந்து வரவு செலவு திட்டப்பற்றாக்குறையை எதிர்நோக்கி வருகின்றது.

திரண்ட நிலுவையிலிருந்து வட்டிக் கொடுப்பனவு நிக்கலாவுள்ள முதன்மை கணக்கு என்பது பெரும்பாலும் மிகை நிலையை காட்டுவது இல்லை. விதிக்குமாறாக 1992ம் ஆண்டு முதன் முறையாகவும், 1955ம் இல் இரண்டாம் முறையாகவும், அதன்பின் நீண்ட வருடங்களின் பின் 2017 இல் மூன்றாம் முறையாகவும், மிகை நிலையை காட்டியுள்ளது. மத்தியவங்கி

அறிக்கையின்படி 2017இல் 2.1 பில்லியன் மிகைநிலை பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளது.

எனினும், நடைமுறைக் கணக்குமீதி பற்றாக்குறை நிலையையே தொடர்ந்து காட்டுகிறது. ஆனாலும் சிறிய அதிகரிப்பையும் கண்டுள்ளது. 2016ம் ஆண்டு மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் நடைமுறை கணக்குமீதி 0.6% பற்றாக்குறையும். 2017ம் ஆண்டு நடைமுறை கணக்குமீதி (-0.7) காட்டுகிறது.

இவ் நடைமுறை கணக்குமீதி தொடர்ந்தும் பற்றாக்குறை நிலையை நிலவுவதற்கு காரணங்களாக அரசின் அரசிறை சேகரிப்பில் ஏற்பட்ட பின்னடைவு, வறட்சி மேலும் வெள்ள நிவாரணத்தினால் ஏற்பட்ட எதிர்பாராத செலவு என்பவை காரணமாகிறது. நடைமுறை கணக்குமீதி மாத்திரமின்றி வரவுசெலவு திட்டமீதியும் பற்றாக்குறை நிலையையே காட்டுகிறது.

- ♦ 2016 இல் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் சதவீதமாக 5.4%யும்
- ♦ 2017இல் மொத்தஉள்நாட்டுஉற்பத்தியில் சதவீதமாக5.5%யும் காட்டுகிறது.

ஆண்டுகாலத்தில் படுகடன் திரட்சியின் வளர்ச்சி மெதுவடைந்து சென்றாலும், பெயரள விலான மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி வளர்ச்சியின் அதிகரிப்பு என்பவையினால் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியின் சதவீதமாக மத்திய அரசின்

படுகடன் ஆனது 2016 இல் 78.8% மாகவும் 2017 இல் 77.6% மாகவும் வீழ்ச்சி அடைந்துள்ளது.

இறைவருமானம் ஆனது பின்வருமாறு இரண்டு முறைகளில் சேகரிக்கக்கூடுகிறது.

- ♦ வரிவருமானம்
- ♦ வரியல்லாவருமானம்

மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியின் சதவீதமாக அரசிறை 2016இல் 14.2% இருந்து 2017 இல் 13.8% சதவீதமாக வீழ்ச்சியடைந்தது. அரசின் அரசிறையானது வீழ்ச்சியடைவதற்கான பிரதான காரணமாக வரியல்லா அரசிறையின் வீழ்ச்சியை குறிப்பிடலாம். இதற்கு காரணம் அரசிற்கு சொந்தமான வர்த்தக தொழில் முயற்சிகளில் அதன் நிதியாற்றல் நலிவடைந்து சென்றுள்ளமை ஆகும்.

மேலும் 2017ம் ஆண்டில் திரண்ட வரவு செலவு திட்ட பற்றாக்குறையானது பெருமளவில் வெளிநாட்டு மூலங்களிலிருந்து நிதியீட்டம் செய்யப்படுகிறது. 59.9% சதவீதம் வெளிநாட்டு மூல நிதியீட்டம் ஆகும். இவ் வெளிநாட்டு மூலங்களில் பெரும் பகுதி நாட்டிற்கான பன்னாட்டு முறிகளின் வழங்கல் மற்றும் வெளிநாட்டு நாணய கால நிதியிடல் வசதிகளின் பெறுகைகள் ஆகும்.

இக் கருத்துக்கள் இலங்கையின் இறைத்துறையின் போக்கின் சிறிய ஓர் பகுதியினை வெளிக்காட்டுகிறது. அரசானது நிதியீட்டங்களை சேகரிக்க வேண்டியுள்ளதுடன் தன் மீதுள்ள கடன் சுமையையும் குறைக்க வேண்டும். அரசானது தனது செயலாற்றத்தை கருத்துடன் கவனிக்குமிடத்து இப் பற்றாக்குறை நிலையினை சாத்தியமான முறையில் எதிர்கொள்ள கூடியதாயிருக்கும்.

உசாத்துணைகள் :-

1. w.w.w.cbl.com
2. Central Bank Annual Report 2017

வெற்றி பெற்றவர்களின் கதைகள் உங்களுக்கு
தகவல்களை மட்டுமே அளிக்கும்
தோல்வி பெற்றவர்களின் கதைகளை உங்களுக்கு
வெற்றிக்கான வழிகளைக் கற்றுக் கொடுக்கும்

நிறுவன நெறிமுறைகள் (Business Ethics)

கலாநிதி(தருமதி) சீவாணி சண்முகதாஸ்
சீரேஸ்ட் லீர்வுரையாளர்
சந்தைப்படுத்தல்துறை
முகாமைத்துவக்கற்கைகள் வணிக பீடம்
யாழ்ப்பாணப் பல்கலைக்கழகம்

அறிமுகம்

நிறுவன நெறிமுறைகள் என்பவை, நிறுவனங்கள் சார்ந்து, எதிர்காலத்தில் ஏற்படும் என எதிர்பார்க்கக்கூடிய வர்த்தக செயற்பாடுகள், லஞ்சம், பாகுபாடு, சமூகப் பொறுப்புணர்வு, ஏனையவர்களைப் பாதிக்காத வகையில் நிறுவனச் செயற்பாடுகளை வழிநடத்த வேண்டிய தற்கால கட்டுப்பாடுகள், போன்றவற்றிற்கான நிறுவனங்கள் கொண்டுள்ள கொள்கைகளையும் நடைமுறைகளையும் குறித்து நிற்கும்.

இன்றைய கடுமையான போட்டிச்சூழலில் தாமே வெற்றியாளராகத் திகழவேண்டும் என்பதற்காக நிறுவனங்கள் முறையற்ற வியாபார செயற்பாடுகளில் ஈடுபடுகின்றன. ஆனால் நெறிமுறைகள் என்பவை மிகவும் அத்தியாவசியமானவையாகும். இவற்றைக்கடைப்பிடிக்காமல் நிறுவனங்கள் செயற்படும் போது ஆரோக்கியமற்ற வியாபாரச்சூழல் உருவாகி விடுவதற்கான சந்தர்ப்பம் ஏற்படுகின்றது.

வியாபார செயற்பாடுகளில் ஈடுபடும் நிறுவனங்கள், தனிமனிதன் மற்றும் நிறுவனங்கள் சார்ந்த நலனில் அக்கறை செலுத்த வேண்டும் என்பதால் நிறுவன நெறிமுறைகளானவை முக்கியத்துவம் பெறுகின்றன. நிறுவனங்கள் எவற்றை செய்யக்கூடாது மற்றும் எவற்றை செய்யவேண்டும் என்பது தொடர்பான விதி

முறைகள் மற்றும் நியமங்களை இது குறிக்கும். நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்களும் அதில் பணியாற்றும் ஊழியர்களும் பின்வரும் ஒவ்வொரு பண்புகளைக் கொண்டிருப்பதன் மூலம் நெறிமுறைகள் சார்ந்த நிறுவனம், மற்றும் ஊழியர்களாக கருதப்படுவர்.

1. ஒருமைப்பாடு (Integrity)

சிறந்த நெறிமுறை கொண்ட நிறுவன நிர்வாகிகள் தமது தனிப்பட்ட ஒருமைப்பாடு, நம்பிக்கைகளை மற்றவர்களுக்கு நன்மையுடைய விதத்தில் பயன்படுத்துவார்கள். இவர்கள் மிகவும் நேர்மையாகவும் நம்பிக்கைக் குரியவர்களாகவும் காணப்படுவர். இந்நிறுவனங்களில் பங்குபற்றும் நிர்வாகிகள் தமது நேர்மையான நம்பிக்கைக்காகப் போராடுவர்களாகவும் ஏதேனும் தகுந்த காரணங்களுக்காக மட்டும் தமது கொள்கைகளில் மாற்றங்களை மேற்கொள்ளுவர். மிகவும் நேர்மையாக வியாபாரச் செயற்பாடுகளில் ஈடுபட்டு இலாபத்தினைப் பெற்றுக்கொள்வர்.

உதாரணம் :

- வாடிக்கையாளர்களின் நலன்களில் அதிக அக்கறை செலுத்துதல்
- ஊழியர்கள் அனைவரும் ஒருமித்த கருத்துக்களோடு நிறுவன நலனுக்காக உழைத்தல்

2. நேர்மையான (Honesty)

நேர்மையான வியாபார நெறிமுறைகளைக் கொண்ட நிறுவனங்களானவை தமது ஊழியர்களிடையே நேர்மையான பண்புகளை வளர்ப்பவர்களாகவும் ஊழியர்களை தெரிவு செய்யும் போதும் நேர்மையான பண்பு கொண்ட ஊழியர்களை தெரிந்து வேலைக்கமர்த்துபவர்களாகவும் காணப்படுவர். தேவையற்ற, வேண்டத்தகாத பண்புகளை வெளிப்படுத்தல், பிழையாக பிரதிநிதித்துவம் செய்தல், கூடுதலான வெளிப்படுத்தல்களை மேற்கொள்ளுதல், குறைபாடுள்ள நேர்மையற்ற முடிவுகளை முன்னுரிமைப்படுத்தல் போன்ற பண்புகளை இத்தகைய நிறுவனங்கள் கொண்டிருப்பதில்லை. உதாரணமாக வாடிக்கையாளர்களிடையே தம்மைப் பற்றிய கூடுதல் செய்திகளை வெளிப்படுத்தல், மற்றும் பொருட்கள் சேவைகளில் இல்லாத நன்மைகளைப் பற்றி பொய் கூறுதல், கூடுதலாக வாக்களிப்பதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்க்கைகளை அதிகரிக்கச் செய்து அவர்களை ஏமாற்றுதல் என்பது வியாபார நெறிமுறைக்குள் அடங்காத நடவடிக்கைகளாகும். உதாரணம்:

- விளம்பரங்களில் பொய்யான தகவல்களை வெளிப்படுத்தல்
- நுகர்வோரைப்பிழையாக வழிநடத்தல்
- சேவை வழங்கலில் நுகர்வோருக்குக் கொடுக்கப்பட்ட வாக்குறுதிகளை மீறுதல்

3. வாக்குறுதிகளை காப்பாற்றுதலும் நம்பிக்கைநிலையும்

(Promise keeping & Trust worthiness)

வியாபார நெறிமுறைக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கும் நிறுவனங்கள் மற்றும் அங்கு பணியாற்றும் ஊழியர்கள் நம்பிக்கைக்கு உரியவர்களாகவும் தாம் கொடுத்த வாக்கினை காப்பாற்றுபவர்களாகவும் காணப்படுவர். தகவல்களை வழங்குவதில் மிகவும் நேர்மையாக இருப்பதோடு ஏதேனும் பிழையான வாக்குறுதிகளை வழங்கியிருப்பின் அவற்றை உடனடியாகத் திருத்தியமைத்து அவற்றை சரிசெய்பவர

களாகவும் காணப்படுவர். தமது கடமைகளையும் தாம் மற்றவர்களோடு ஏற்படுத்திக்கொண்ட ஒப்பந்தங்களையும் பராமரிப்பதில் நேர்மையாகவும் தமது முழுப்பொறுப்புக்களையும் நிறைவேற்றுவதற்காக நிறுவனம் மற்றும் பணியாற்றும் ஊழியர்கள் அனைவரிடமும் ஒன்றுபட்டு உழைப்பவர்களாகவும் காணப்படுவர். தமது கடப்பாடுகளில் இருந்து விலத்திச் செல்வதற்காக பிழையான மற்றும் தேவையற்ற காரணங்களை வெளிப்படுத்துபவர்களாக இருக்கமாட்டார்கள்.

உதாரணம் :

- நேர்மையான ஊழியர்களாகப் பணியாற்றாதல்
- நிறுவனத்திற்கு விசுவாசமாக உள்ள அதே வேளை வாடிக்கையாளர்களுக்காக சிந்தித்தல்
- தேவையற்ற பொருட் கொள்வனவிற்கு வழிநடத்தாமை.

4. விசுவாசம் (Loyalty)

நெறிமுறைகளுக்கு அதிக முக்கியத்துவம் கொடுக்கும் நிறுவனங்களில் பணியாற்றும் ஊழியர்கள் தமது நிறுவனம் மற்றும் தம்மோடு பணியாற்றும் ஊழியர்கள் அனைவருக்கும் விசுவாசமானவர்களாகக் காணப்படுவர். இவர்கள் உயர்ந்த நட்பு நிலையினைப் பேணுவதோடு தமது சுய இலாபத்திற்காக நிறுவனம் சார்ந்த தகவல்களை வெளிப்படுத்த மாட்டார்கள். நிறுவன நன்மை கருதி நிறுவனங்களில் முரண்பாடுகள் ஏற்படுவதை தவிர்ப்பார்கள். குறிப்பிட்ட நிறுவனங்களில் பணியாற்றி வேறு நிறுவனங்களுக்கு புதிய பதவிகள் பெற்றுச் செல்லும்போது குறித்த கால இடைவெளியில் அச்செய்தியினை உரிய உயர் அதிகாரிகளுக்குத் தெரிவிப்பதோடு புதிய கடமைகளில் ஈடுபடுவதைத் தவிர்த்து புதிய பதவிகளைப் பெற்றுக்கொள்ளும் வரை தமது பழைய நிறுவனத்திற்கு விசுவாசிகளாக இருப்பதோடு புதிய தொழில் வழங்குநருக்கும் தமது முன்னைய நிறுவன இரகசியங்களை வெளிப்படுத்த மாட்டார்கள்.

உதாரணம்:

- போட்டி நிறுவனங்களின் பேரம்பேசல் இலாபங்களுக்கு விலைபோகாதிருத்தல்
- அடிக் கடி இடமாற்றம் பெறுதலைத் தவிர்த்தல்

5. நியாயமான (Fairness)

வியாபார நெறிமுறைகளுக்கு அமைவான நிறுவனங்களில் பணியாற்றும் ஊழியர்கள் ஒவ்வொரு செயற்பாட்டிலும் நடுநிலைத் தன்மையினை கொண்டிருப்பர். அவர்கள் ஒருபோதும் தமது அதிகாரம் மற்றும் தன்னிச்சையான தீர்மானங்களை மற்றவர்கள் மீது திணிக்க மாட்டார்கள். மற்றவர்களின் பிழைகள் அல்லது அவர்களது சிக்கலான நிலைமைகளை தமக்குச் சாதகமாகப் பயன்படுத்தமாட்டார்கள். இவ்வாறான நிறுவனங்களும் அதில் பணியாற்றும் ஊழியர்களும் நியாயமான நீதியான தீர்மானங்களை மேற்கொள்வர். அனைத்துத் தனிநபர்களுக்கும் சமமான நன்மைகளைக் கொடுப்பர். பன்முகத்தன்மையான சந்தர்ப்பங்களில் உச்ச பட்ச சகிப்புத் தன்மையினைக் கொண்டிருப்ப தோடு எப்போதும் திறந்த மனத்துடன் தாம் பிழையான காரியங்களை செய்திருப்பின் அதனை ஏற்றுக் கொள்வதுடன் தேவையேற்படி தமது நம்பிக்கைகளையும் தமது பதவி நிலைகளையும் மாற்றியமைப்பர்.

உதாரணம் :

- போட்டி நிறுவனங்களாக இருப்பினும் அவர்களோடு நியாயமான வியாபார செயற்பாடுகளுக்காகப் போட்டி போடுதல்.
- போட்டி நிறுவனமொன்று மிகுந்த நட்பு மடைந்து சந்தையை விட்டு வெளியேறும் நிலை வரும் போது நீதியாகச் செயற்படுதல் கழுத்தறுப்புப் போட்டிகளை மேற்கொள்ளா திருத்தல்.

6. மற்றவர்களுக்காக வருந்துதல்

(Concern for others)

வியாபார நீதிநெறிகளை பிரதானப்படுத்தும் நிறுவனங்களில் பணியாற்றும் ஊழியர்கள் அக்கறை, கருணை, இரக்கம், ஆகிய பண்புகளைக் கொண்டவர்களாகக் காணப்படுவர். இவர்கள் நிறுவனங்களுக்கான கணக்குப்பதிவுகளுக்கு அவசியமான தங்க விதிகளை (Golden Rules) மதிப்பவர்களாகவும், அவற்றை விரும்புவர்களாகவும் காணப்படுவர். தேவைகாணப்படுபவர்களுக்காக பணியாற்றுபவர்களாகவும் மற்றவர்களுக்கு கேடு விளைவிக்காத அல்லது மிகக்குறைந்த பாதக விளைவுகளை ஏற்படுத்தும் செயற்பாடுகளை மட்டுமே பின்பற்றித் தமது நோக்கங்களை அடைந்து கொள்பவர்களாகவும் காணப்படுவர்.

உதாரணம்:

- நுகர்வோருக்கும் சூழலுக்கும் தீங்கினை ஏற்படுத்தாத பொருட்களை உற்பத்தி செய்து விற்பனை செய்தல்.
- கொள்வனவின் போது கொள்வனவாளரைச் சரியாக வழிநடத்தல், பொருளில் உள்ள தீமைகளை எடுத்துரைத்தல்.
- இலாபத்தில் ஒரு பகுதியினை பாதிக்கப்பட்ட மக்களுக்காக ஒதுக்குதல்.
- தேவையற்ற கொள்வனவுகளை தூண்டு வதைத் தடுத்தல்.

7. மற்றவர்களுக்கு மரியாதை செலுத்துதல்

(Respect for others)

வியாபார நெறிமுறைகளை மையப்படுத்திய நிறுவனங்களும் அதில் பணியாற்றும் ஊழியர்களும் மனித கௌரவத்திற்கு மரியாதை அளிப்பவர்களாகவும் சுயாட்சி, தனிமை, உரிமைகளை மதிப்பவர்களாகவும் நிறுவனங்கள் மற்றும் தனிநபர்கள் ஒவ்வொருவருடைய மரியாதைகளை காப்பாற்றுவதற்காக தீர்மானங்களை மேற்கொள்வதில் விருப்பமுடையவர்களாகவும் பால், இனம், மதம் தொடர்பான வேற்றுமைகள்

எதுவும் இல்லாமல் நிறுவனம் சார்ந்த ஒவ்வொரு தரப்பினரோடும் கண்ணியமாக நடந்து கொள்பவர்களாகவும் காணப்படுவார்கள்.

உதாரணம்:

- வாடிக்கையாளருடைய விருப்பு வெறுப்புக் கேற்ப சேவையாற்றுதல்
- பெற்றுக்கொண்ட கடனைத் திருப்பிச் செலுத்த முடியாத நிலையிலோ அல்லது மறுக்கும் சந்தர்ப்பத்திலோ வாடிக்கையாளர்களுடைய கௌரவத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்காமல் நடந்து கொள்ளல்.
- நிறுவனங்களில் பணியாற்றும் ஊழியர்களின் சுயமரியாதை கௌரவம் என்பவற்றுக்கு மதிப்பளித்தல்.

8. சட்டத்தில் தங்கியுள்ளல் (Law abiding)

நிறுவனமும் அதில் பணியாற்றும் ஒவ்வொரு ஊழியர்களும் அன்றாடம் தாம் செயற்படுத்தும் நிறுவன நடவடிக்கைகள் அனைத்தும் சட்டங்களுக்குக் கட்டுப்பட்டவை என்னும் பூரண அறிவோடு காணப்படுவர்.

உதாரணம்:

- நிறுவனங்களைப் பதிவு செய்வதற்கான சட்டங்களை அறிந்திருத்தல்.
- ஊழியர்களை வேலைக்கமர்த்தல், ஊதியம் வழங்கல் தொடர்பான சட்டங்களை பின்பற்றல்
- கணக்குகளைப் பதிதல், ஆண்டறிக்கைகளை வெளிப்படுத்தல் தொடர்பான சட்டங்கள் மற்றும் விதிமுறைகளைப் பின்பற்றுதல்.
- நுகர்வோர் பாதிப்பு மற்றும் விலைச்சட்டங்களைப் பின்பற்றுதலும் நடைமுறைப்படுத்தலும்.

9) சிறந்த பெறுபெறுக்கான அர்ப்பணிப்பு

(Commitment to Excellence)

வியாபார நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்களில் பணியாற்றும் ஊழியர்கள் மிகச் சிறப்பாகப் பின்பற்றுபவர்களாகவும், சிறந்த

பெறுபெற்றுனைப் பெற்றுக்கொள்வதற்காக அர்ப்பணிப்பு உள்ளவர்களாகவும் காணப்படுவர். இவர்கள் தமது கடமைகளைச் சிறப்பாகச் செய்வதோடு, தமது திறமைகளைகளை அதிகரிப்பதற்காக தொடர்ச்சியான முயற்சிகளை மேற்கொண்டு தமக்கு வழங்கப்பட்ட பொறுப்புக்களை மிகவும் சிறப்பாக நிறைவேற்றிக் கொள்ளுவர்.

உதாரணம்:

- நிறுவன வளங்களை வீணாக்காமல் பணியாற்றுதல்
- குறைந்த உள்ளீட்டுடன் அதிகளவான வெளியீட்டினைப் பெற்றுக்கொள்வதற்காக உழைத்தல்.
- தமது திறமைகளை வலுவூட்டல்.
- பயிற்சிகளில் பங்குபற்றுவதற்கு சம்மதித்தல்.

10) தலைமைத்துவம் (Leadership)

வியாபார நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்களில் பணியாற்றும் ஊழியர்கள் தலைமைப் பதவிகளில் வகிக்கும் போது, நேர்க்கணிய மனப்பாங்கைக் கொண்டிருப்பதோடு வியாபார நெறிமுறைகளை வெளிப்படுத்தக்கூடிய தீர்மானமெடுக்கும் சூழலை ஊக்குவிக்கக்கூடிய விதத்தில் நடந்து கொள்ளவேண்டும்.

உதாரணம்:

- நிறுவனத் தலைவர்கள் தமக்குக் கீழ் பணிபுரியும் ஊழியர்களுக்கு மதிப்பளித்தல்.
- தலைமைத்துவப் பதவிகளில் வகிக்கும் போது தமக்குக் கீழ் பணியாற்றும் ஊழியர்கள், வியாபார நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றுவதற்கான சூழல்களை உருவாக்குதல்.
- பாலின சமத்துவம், மற்றும் பாலின வன்முறைகளை முழுவதும் இல்லாது ஒழிப்பதற்குப் பாடுபடுதல்.

11) புகழ் மற்றும் மன உறுதி

(Reputation and Morale)

வியாபார நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்களில் பணியாற்றும் ஊழியர்களும்

தாம் பணிபுரியும் நிறுவனங்களுக்கு நற்பெயரைப் பெற்றுக்கொடுப்பதற்காக அயராது உழைப்பர். தமது சக ஊழியர்களின் மன உறுதிகளை செம்மைப்படுத்துவதிலும் அவர்கள் முக்கிய பங்கு வகிப்பர். ஊழியர்களின் செயற்பாடுகள் ஏதேனும் நிறுவனத்திற்கு பங்கம் விளைவிக்குமாயின் அதனை நிறுவனத்தில் பணியாற்றும் அனைத்து ஊழியர்களும் இணைந்து சரிசெய்ய முயற்சிப்பர். ஊழியர்களின் மன உறுதிகளில் குழப்பம் ஏற்படும் போது அதனை இணைந்து சீரமைக்க முயற்சி செய்வர்.

உதாரணம் :

- ஊழியர்களிடையே ஒற்றுமையும் பரஸ்பரமும் நிலவுதல்.
- பணிபுரியும் நிறுவனமும் அதனது வியாபார மும் தமது வாழ்வுக்கான ஆதாரம் என்பதை உணர்ந்து செயற்படல்.
- முரண்பாடுகளை மிகக்குறைந்தளவில் பேணுவதோடு அவற்றை எல்லோருமாக இணைந்து சீர்செய்தல்.

12) பொறுப்புடமை (Accountability)

நிறுவனங்களில் கடமையாற்றும் ஊழியர்கள் தமது பொறுப்புடமைகளை ஒப்புக்கொள்பவர்களாகவும், அவற்றை ஏற்றுக்கொண்டு தமது தீர்மானங்களில் நெறிமுறைகளைப் பிரதிபலிப்பதன் ஊடாக தரமான நிர்வாகத்தை சமூகத்திற்கு கொண்டு செல்பவர்களாகவும் காணப்படுவர். தனிப்பட்ட பொறுப்புடமைகளை வெளிப்படுத்துவதன் ஊடாக தமது சக பாடிகள், தமது நிறுவனம், போட்டி நிறுவனங்களுக்கு சிறந்த வியாபார நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றுவதற்கான வழிகாட்டல்களையும் வழங்குவர்.

உதாரணம் :

உசாத்துணைகள் :-

- Michael Boylan (2014), Business Ethics, Second edition, published by John Wiley & Sons, Inc
- Petra Zschietzschmann (2006), Ethics and Social Responsibility, GRIN Publication.
- John Fraedrich and O. C. Ferrell(1995) Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases, Ninth edition, southwestern Cengage Learning Publication,

- நிறுவனங்களின் கழிவுகளை அப்புறப்படுத்தும் போது சமூக மற்றும் இயற்கை நலன் சார்ந்து முடிவுகளை மேற்கொள்ளல்.
- சுழல் மாசடைதல், அதனால் ஏற்படும் சமூக, மாற்றங்கள் ஊடாக மனிதனுக்கு ஏற்படும் பிரதிகூலங்களுக்காகப் போராடுதல்.

முடிவுரை

நெறிமுறைகள் என்பவை தனிமனித வாழ்வுக்கு மட்டுமன்றி நிறுவனங்களின் செயற்பாடுகளுக்கும் அத்தியாவசியமானவை. நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்களானவை சமூகத்திற்கு வழிகாட்டிகளாகவும், தமது இலாபத்தினை உழைத்துக் கொள்வதில் சமூகத்திலுள்ள அங்கத்தவர்கள் ஒவ்வொருவரினதும் நலனில் அக்கறை செலுத்துபவர்களாகவும் காணப்படுவர்.

நாம் வாழுகின்ற சூழல் முன் எப்பொழுதும் இல்லாத அளவிற்கு மாறுபட்ட சூழல் பண்புகளை கொண்டுள்ளது. இதற்கான காரணங்கள் பலவாறாகக் காணப்பட்ட போதிலும் முக்கியமானதாகக் குறிப்பிடக்கூடியது சரியான நெறிமுறைகள் பின்பற்றப்படாமையாகும். தன்னிச்சையான தீர்மானங்களால் வழக்கொழிந்து போகும் சிறந்த பண்புகளால் சமூகத்தில் உள்ள அனைவருக்கும் தீமைகளை ஏற்படுத்துகின்றன. நிறுவனங்கள், மற்றம் அவற்றின் செயற்பாடுகள் சமூகத்தில பல செல்வாக்குகளையும் மாற்றங்களையும் ஏற்படுத்துகின்றன. எனவே நிறுவனங்கள் நெறிமுறையாக செயற்படும்போது சிறந்த சமூக மாற்றமும் அதன்விளைவால், நெறிமுறையான சமூக அபிவிருத்தியும் உருவாகும் என்பதில் சந்தேகமில்லை.

கிராம சக்தி மக்கள் இயக்கம்

Gramashakthi

வே.கருணாகரன்
பொருளியல் ஆசிரிய வளவாளர்

அறிமுகம்

2015 செப்டம்பர் நியூயோர்க்கில் நடந்த ஐக்கிய நாடுகள் (UN) பேணத்தகு அபிவிருத்தி மாநாட்டில் 17 பேணத்தகு அபிவிருத்திக் குறிக்கோளை (SDHs) 2030 ஆண்டைக் கருத்தில் கொண்டு உருவாக்கப்பட்டது. இலங்கையில் பெரும்பான்மையானராகக் காணப்படும் அதிகாரங்களற்ற மக்களை பொருளாதார ரீதியிலும் சமூகரீதியிலும் வலுப்படுத்துவதற்காக 2017ம் ஆண்டு “வறுமை ஒழிப்பு ஆண்டு” (Year of Poverty Alleviation) ஆகப் பிரகடனப்படுத்தப்பட்டது.

இதன் அடிப்படையில் 2017இல் கிராமசக்தி மக்கள் செயற்திட்டம் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. இச் செயற்திட்டம் பற்றி பின்வரும் தலைப்புக்களில் இக்கட்டுரையில் ஆராயப்படுகின்றது.

1. கிராமத்திற்கு இதன் அவசியம்
2. கிராமசக்தி மக்கள் சங்கம்.
3. அதன் தொலை நோக்கு, பணிக்கூற்று & நோக்கங்கள்
4. அதன் கோட்பாடுகள்
5. பிரச்சனை தீர்ப்பதற்கு வழிகாட்டும் முன்னுதாரணங்கள்
6. நிறுவனக்கட்டமைப்பு
7. கிராமத்தின் அபிவிருத்தி நிதியம்.
8. பயனுள்ளது என்பதற்கான காரணங்கள்.
9. சிறப்பம்சங்கள்.
10. அணைத்து கொள்வதற்காக கிராமத்தினர் செய்ய வேண்டியவை.

• 1. கிராமத்திற்கு நிறுவனமொன்றின் இச்செயற்திட்டத்தின் அவசியம்

- ♦ கிராமத்தில் அனைவரையும் உள்ளடக்கியதான் கிராமிய அமைப்பொன்று இருக்க வேண்டிய தன் அவசியம் கீழ்வருமாறு
 1. தற்போதுள்ள கிராமிய அமைப்புக்களின் நிகழ்ச்சித் திட்டங்கள் ஒரு குறித்த குழுவினருக்கு மட்டுமே அமைவதோடு கிராமத்தில் அனைவருக்கும் பொதுவான நன்மைகள் கிடைப்பதில்லை.

2. தற்போதுள்ள கிராமிய அமைப்புக்கள், குறித்த துறையில் ஒருசில செயற்பாடுகளை மேற்கொண்டாலும், அவற்றுக்கிடையேயான தொடர்புகள் இன்மையால் முழுக்கிராமத்திலும் ஏற்பட வேண்டிய ஒருங்கிணைந்த அபிவிருத்திக்குத் தடையாகும்.
 3. அவ்வாறான செயற்திட்டங்கள் குறுகிய கால தீர்வுகளாக அமைவதுடன். அவ்வாறே அபிவிருத்திச் செயற்திட்டங்களின் பெறுபேறுகள் நீண்டு நிலைக்காமை.
 4. தற்போதுள்ள கிராமிய அமைப்புக்கள் முக்கியத்துவம் வழங்குவது, குறித்த நிறுவனப் பங்குதாரர்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காகவேயாகும். மாறாக கிராமத்தவர்களின் வறுமையை ஒழிப்பதற்காகவல்ல.
- ◆ இவற்றை உற்றுநோக்கும் போது கிராமத்தவர்களின் தேவைகளுக்குப் பொருத்தமான வகையில் தற்போதுள்ள கிராமிய மட்ட அமைப்புக்கள் அதிகமானவை செயற்படவில்லையென்பதால், சமூகத்தவர்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக புதிய சமூக அமைப்பொன்றை நிறுவுவதன் தேவை உள்ளது. குறித்த கிராமிய அமைப்புக்களின் செயற்பாடுகளால் எதிர் பார்க்கப்படுவது, தேவையான திட்டமிடல்களை மேற்கொள்வதும் வழிநடத்துதல்மட்டுமல்ல, கிராமத்தவர்களின் நலன்களைக் கருத்திற்கொண்டு தற்போதுள்ள அமைப்புக்களிடையே சிறந்த தொடர்புகளைப் பேணிக் கூட்டாகச் செயலாற்றல்.
 - ◆ கிராம மக்களின் அறிவு மற்றும் அனுபவங்களுக்கமைய அவர்களுக்கே உரிய அமைப்பு தேவையெனவும், கீழ்க்காணும் காரணிகளுக்கமைய அதனை நிர்ணயிக்க முடியும்.
 1. வளர்ந்தோர், இளைஞர்கள், வறுமைப்பட்டவர்கள், செல்வந்தர்கள், பால்நிலை வேறுபாடுகளின்றி கிராமத்தில் ஒரே குழுவாக சேர்ந்து இயங்குவதற்கு வாய்ப்புக் கிடைக்கும்.
 2. அதன் மூலம் சமூகத்திலுள்ள அனைவருக்கும் கலந்துகொள்ள முடிவதுடன், சுய முயற்சியால் மேற்கொள்ளும் செயற்பாடுகள் பற்றிய அனைவரதும் கருத்துக்களைப் பெறமுடியும்
 3. அமைப்பின் செயற்பாடுகளிலும் சமூக நடவடிக்கைகளுக்கும் தலைமைத்துவம் ஏற்று நடாத்தக் கூடியவர்களை இணங்கண்டு அவர்களின் தலைமைத்துவத் திறன்களை விருத்தி செய்யவும் இயலும்.
 4. கிராமத்தின் அபிவிருத்திச் செயற்பாடுகளை முகாமை செய்யும் போது தேவையான வங்கிக் கணக்கை ஆரம்பித்தல் மற்றும் சேவை வழங்குனர்களின் சேவைகளைப் பெறுவதற்காக ஒப்பந்தங்களுக்கு எட்டுதல் போன்ற சட்டரீதியான விடயங்களில் ஈடுபடுவதற்கும் இயலும்.
 5. அமைப்பு நிலைபேறாக இருப்பதால், அதன் நன்மைகள் மற்றும் ஒருங்கிணைந்த செயற்பாடுகளை எதிர்காலச் சந்ததியினருக்கும் பெற்றுக்கொடுக்க முடியும்.
 6. நாட்டின் முழுமையான வறுமை குறைந்த நிலைக்கு கொண்டுவரப்படாத போதிலும், வறுமையை குறைக்கும் போது அதன் பேண்தகு தன்மையை அடைய வேண்டியதன் தேவைப்பாடு.
 - நாட்டின் முழுமையான வறுமை குறைவாக உள்ள நிலைமையில் கூட இன்னமும் முழுமையான வறுமை, ஒப்பீட்டு ரீதியான வறுமை மற்றும் சிறுவர்களின் போசாக்கு குறைபாடு உயர் மட்டத்தில் இருத்தல்.
 - நாட்டில் வாழும் வறிய குழுக்களின் வரையறையை அண்மித்ததாக வாழ்வோர் மீண்டும் வறுமை மட்டத்தில் விழக்கூடிய ஆபத்து.

7. ஏழு தசாப்தங்களாக அமுல்படுத்தும் சமூக நலன்புரி திட்டங்கள் ஊடாக சமூக வறுமையை குறைக்க முடியாதிருத்தல்.

- ◆ பொருளாதார சுபீட்சமடைந்ததாக கூறப்படும் மாவட்டங்களில் கூட அனைத்தையும் உள்ளடக்கிய பொருளாதார அபிவிருத்தியை (inclusive Growth) அறிமுகப்படுத்த முடியாதிருப்பதனால் நகரங்கள் மற்றும் கிராமங்களை சமாந்தரமாக இணைத்து, முழுமையான வறிய குழுக்களுக்கோ, ஒப்பீட்டு வறிய குழுக்களுக்கோ, வறுமையை அண்மித்ததாக வாழும் பொருளாதார குழுக்களுக்கு அபிவிருத்தி மற்றும் பொருளாதார நன்மைகளை இதுவரை கிடைக்க செய்ய முடியாமை.
- ◆ அனைவரையும் உள்ளடக்கிய (inclusive) வகைகூறலை உறுதிப்படுத்தக்கூடிய பிராந்தியத்தில் அமுல்படுத்தப்படும் தொழில்முறையான அமைப்பு வலைப்பின்னல் இல்லாமை காரணமாக, வறுமையை ஒழிப்பதற்காக அமுல்படுத்தப்பட்டுள்ள அரச மற்றும் அரச சாரா சேவைகளை வினைத்திறனாக அமுல்படுத்த இயலாதிருத்தல் மற்றும் அதற்கான வெளிநாட்டு உதவி அல்லது வெளிநாட்டு உதவியில் மேற்கொள்ளப்படும் வளங்களை பயன்படுத்த இயலாதிருத்தல்.
- ◆ அமுல்படுத்தப்படும் நுண்கடன் திட்டத்தின் ஊடாக வழங்கப்படும் கடன்களை, உற்பத்தி மையப்படுத்திய உற்பத்திக் கடனாக மாற்ற முடியாதுள்ளமையினால் கிராமிய வறிய மக்களிடமுள்ள நுண்கடன் திட்டம், நுகர்வுக் கடனாக பயன்படுத்தல்.

கிராமிய பிரதேசங்களில் பேண்தகு நிலையற்ற கடன் நச்சு வட்டத்தில் வறிய மக்கள் சிக்குதல்.

9. வறுமையிலிருந்து விடுபடும் தன்னம்பிக்கையை உறுதிப்படுத்தும் பலமான தொழில் முயற்சிக்கருத்துக்கள் மற்றும் அவற்றுக்கான பேண்தகு திட்டம் இல்லாதிருத்தல் மற்றும் மக்களை பொருளாதார ரீதியில் பலப்படுத்துவதற்காக உருவாக்கப்பட்ட நிறைசிந்தனையுடைய தொழில் முயற்சி அபிவிருத்தி சூழல் இல்லாதிருத்தல், அதற்காக ஒத்துழைப்பு வழங்கும் திட்டம் இல்லாதிருத்தல்.

- ◆ தற்போது அமுல்படுத்தப்படும் அரச மற்றும் அரச சார்பற்ற ஊக்குவிப்புத் திட்டங்கள் இருந்தும் கூட கிராமிய வறிய குடும்பங்களின் வருமான மட்டத்தை அதிகரிக்க முடியாதிருத்தல்.

10 . நீண்ட பங்கேற்பு செயற்பாடுகளில் கூட இன்னமும் மொத்த தேசிய உற்பத்திக்கு கிராமிய துறையால் வழங்கப்படும் பங்களிப்பு உயர் பெறுமானம் பெறுதல்.

- ◆ பிராந்தியத்தில் வாழும் மக்கள் இன்னமும் புகோள ரீதியில் தங்கிவாழும் பொருளாதாரத்தில் சிக்கியிருத்தல்.

கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கம் மேற்கூறிய அனைத்து சவால்களும் நோக்கு ரீதியான, தந்திரோபாய , நிறுவன மற்றும் நடைமுறை செயற்பாடுகள் ஊடாக புரட்சிகரமான தீர்வுகளை வழங்கும் நோக்குடன் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

2. கிராமசக்தி மக்கள் சங்கம்

- ◆ கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கத்தில் எதிர்பார்க்கப்படும் குறிக்கோள்களை அடைவதற்காக கிராமத்தின் விரிவான சமூகப் பங்குபற்றலுடன் நிறுவப்பட்ட "கிராமசக்தி மக்கள் சங்கம்" ஆகும்.
- ◆ கிராம சக்தி மக்கள் சங்கத்தில் "தீர்மானம் எடுக்கும் செயன்முறையில் பேரம் பேசுதலற்ற கோட்பாட்டை பின்பற்ற வேண்டும்" "பத்துப்பொன் சட்டங்கள்" இதற்கமைய இயங்கும்.
- ◆ குறித்த கிராம அலுவலகர் பிரிவோ அல்லது பிரிவிலுள்ள சமூகத்தவர்களால் உருவாக்கப்பட்ட கிராமசக்தி மக்கள் சங்கத்தை கம்பனிப் பதிவாளர் திணைக்களத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்படும்.

- ◆ கிராமத்தவரால் உருவாக்கப்பட்ட கிராமசக்தி மக்கள் சங்கம் 1891 ஆம் ஆண்டு 16 அம் இலக்க சட்டங்கள் கட்டளைச் சட்டத்தின் பிரகாரம் பதிவு செய்யப்பட்டால், அது மக்கள் சங்கமாக கருதப்படும். அதனால் கிராமத்தவர்கள் மேலும் பாதுகாப்பான சட்டக்கோப்புகளுக்கு அமைய சமூக அபிவிருத்தி நடவெடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும் வாய்ப்புக் கிடைக்கும்.
- ◆ குறித்த கிராம அலுவலகர் பிரிவில் கிராமசக்தி மக்கள் சங்கத்தின் அங்கத்துவம் 18 வயதிற்கு மேற்பட்டவர்களாவதுடன், ஒரு குடும்பத்தில் ஒருவருக்கு மேற்பட்டவர்கள் பங்குபற்றவும் முடியும். அவ்வாறு அங்கத்துவத்தைப் பெற்றுக்கொள்ளும் அனைவரும் அங்கத்துவப் பணம் செழுத்த வேண்டும்.
- ◆ கிராமசக்தி மக்கள் சங்கத்தின் நிறைவேற்றுச் சபையின் அங்கத்தவர்கள் 09 பேர் இருப்பதுடன், கிராமத்திலுள்ள பலருக்கு கிராமத்தின் வளர்ச்சிக்கு தலைமைத்துவம் வகிக்க சந்தர்ப்பம் வழங்க முடியும்.

3. தொலைநோக்கு, பணிக்கூற்று & நோக்கங்கள்

தொலை நோக்கு

பலமாகவும் உறுதியாகவும் முறையாகவும் நிறுவனமயப்பட்டு வறுமையிலிருந்து விடுபட்டு முன்னேற்றப் பாதையில் பயணிக்கும் இலங்கைச் சமூகம்

பணிக்கூற்று

2020ஆம் ஆண்டாகும் போது பிரஜைகளினால் நிர்வகிக்கப்படும் 5000 கிராமங்களினூடாக அக்கிராமங்களில் வாழும் மக்களின் அடிப்படைத் தேவைகளையும் வளர்ச்சியடைந்துவரும் தேவைகளையும் தனிப்பட்ட முறையிலும் கூட்டாகவும் அடைந்து கொள்வதற்கு மக்களுக்கு தகவல்களையும் தீர்மானமெடுக்கின்ற அதிகாரத்தையும் வளங்களையும் வழங்குவதனுடாக வசதி அளித்தல்.

நோக்கங்களும் இலக்குகளும்.

- ◆ அதிகம் வறுமையினால் பாதிக்கப்பட்டுள்ள மாவட்டங்களில் வறுமை கூடிய பிரதேச செயலாளர் பிரிவுகளில் தெரிவு செய்யப்பட்ட 700 கிராமங்களில் நல்லாட்சி அடிப்படைகள் மற்றும் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட முன்மாதிரிகளின் அடிப்படையிலான நுண் நிறுவனங்களை 2017 ஆம் ஆண்டு நிறைவடையும் போது கட்டியெழுப்பதல்.
- ◆ தற்போது 'கெமிதிரிய' வின் கீழ் அமைக்கப்பட்டுள்ள 2040 நுண்பிரஜைகள் நிறுவனங்களை நிறுவன ரீதியில் இற்றைப்படுத்தி கிராமசக்தி நிகழ்ச்சித் திட்டத்துடன் இணைத்தல்.
- ◆ புதிய கிராமங்களின் அபிவிருத்தி நிதிக்காக ஒரு நபருக்கு ரூபா 8000 கொண்ட ஒரு நிதியத்தை உருவாக்குதல்.
- ◆ மக்கள் அமைப்புகள் பெற்றுக்கொள்ளும் முன்னேற்றத்தின் அடிப்படையில் வருடாந்தம் நிதி விடுவிக்கப்படும்.
- ◆ புதிய தொழில்நுட்ப மற்றும் புத்தாக்கம் தொடர்பில் கண்காணிப்புடன் கூடிய கிராமிய விவசாய தொழில் முயற்சியை ஏற்படுத்தல்.
- ◆ கிராமிய தொழில் முயற்சியை மேம்படுத்துவதற்கு மூலதனத்தை வழங்கும் ஒரு நிதியத்தை அமைத்தல்.
- ◆ கிராமிய தொழில் முயற்சியை மேம்படுத்துவதற்கு முகாமைத்துவம், தொழில்நுட்பம் சந்தை வசதிகளை வழங்குவதற்கு ஒரு மத்திய நிலையத்தை பிரதேச செயலாளர் மட்டத்தில் அமைத்தல்.

கிராமசக்தி பேரம் பேசாத கோட்பாடுகள்

1. அரசியல், இன, மத, குல பேதங்களின்றி கிராமத்தின் அனைத்து குடும்பங்களுக்கும் அங்கத்துவம்.
2. வறுமையான மக்களுக்கு, பெண்களுக்கு மற்றும் இளைஞர் யுவதிகளுக்கு முன்னுரிமை
3. வெளிப்படைத் தன்மை
4. பொறுப்புடைமை. (பொறுப்புக் கூறல்.)
5. மக்கள் பங்களிப்பு

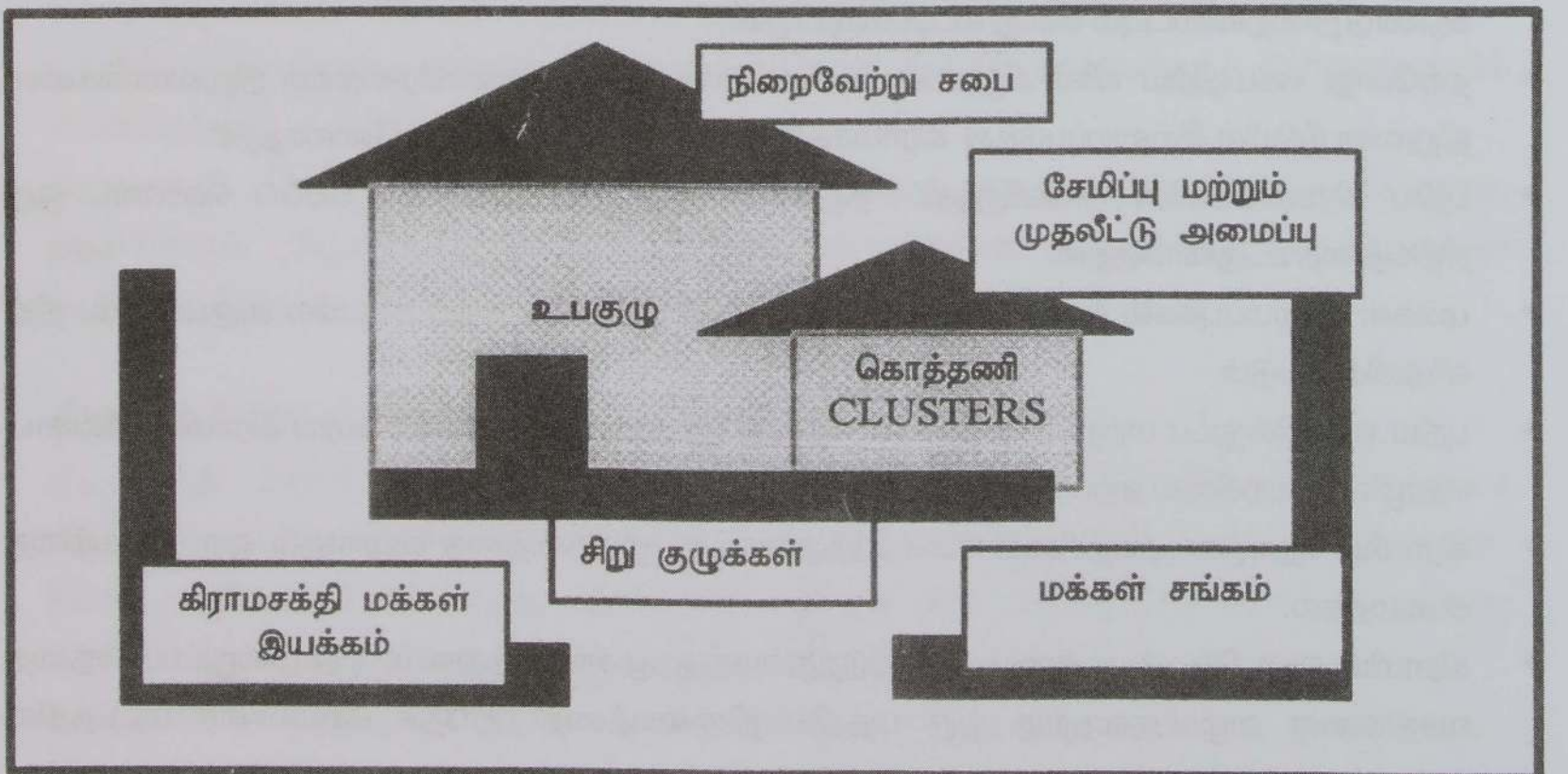
ஒன்றிணைந்த தீர்மானங்கள் மேற்கொள்வதற்கு, பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதற்கு வழிகாட்டும் முன்னுதாரணங்கள்

1. ஒற்றுமை
2. தன்னம்பிக்கை
3. பொறுப்புடைமை
4. நம்பிக்கை
5. சரியான இலக்கு
6. சிக்கனம்
7. வெளிப்படைத்தன்மை
8. சமத்துவம்
9. இணக்கப்பாடு
10. நேர்மை

நிறுவனக்கட்டமைப்பு

- ◆ சமூக அபிவிருத்தி நடவடிக்கைகளை மேலும் சுயாதீனமாகவும் வெளிப்படைத்தன்மையுடனும் மேற்கொள்வதற்கு நிறுவனக்கட்டமைப்பு கிராமசக்தி மக்கள் சங்கத்தில் உள்ளது.

வரைபடம் 01 : கிராமசக்தி மக்கள் சங்கத்தின் கட்டமைப்பு



நிரந்தரக் குழுக்கள்

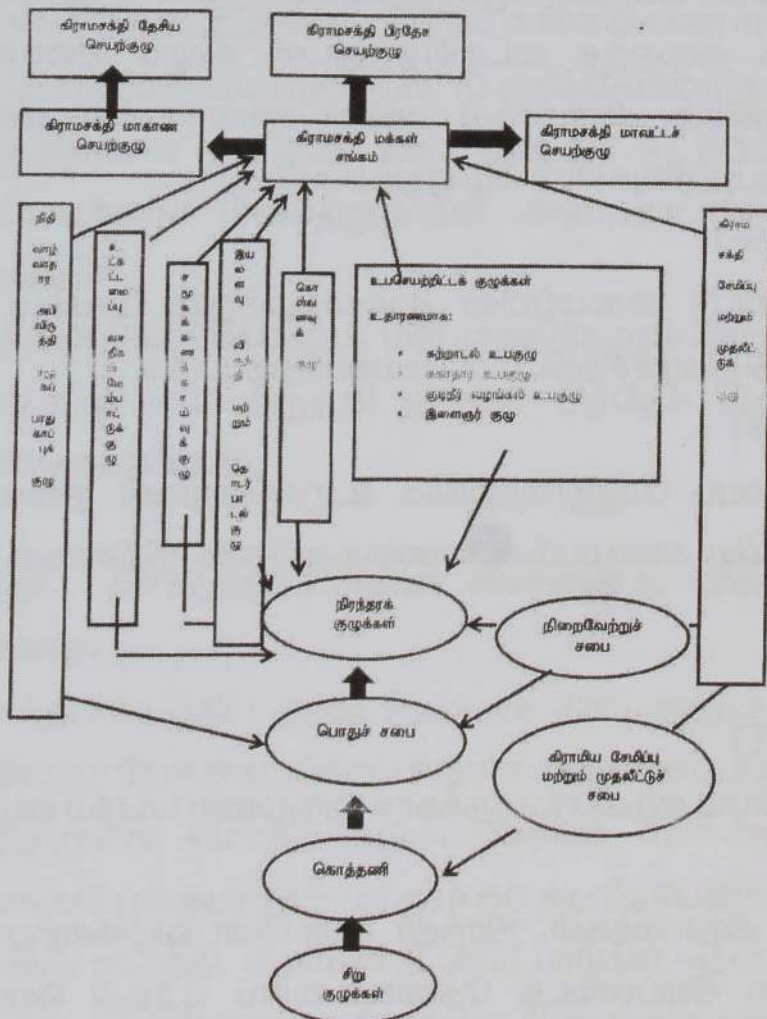
சமூகத்திற்காக மக்கள் சங்கத்தின் நிறைவேற்றுச் சபையால் நிறைவேற்றப்பட வேண்டிய பொறுப்புக்கள் ஏராளமானவை. அதற்காக செயற்திறனுடனும் துரிதமாகக் கிராமத்தை அபிவிருத்தியை மேற்கொள்வதற்காக நிறைவேற்றுச் சபைக்கு ஒத்துழைப்புக்காக நிரந்தரக் குழுக்கள் உருவாக்கப்படும்

கிராமசக்தி சங்கத்தின் யாப்பில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நிரந்தரக் குழுக்கள் 05 இற்கு மேலதிகமாக “இயலாவு விருத்தி மற்றும் தொடர்பாடல் குழு” நிரந்தரக் குழுவாக உள்வாங்கப்பட்டுள்ளது. அதற்கமைய கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கத்தின் நிரந்தர உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை 06 ஆகும். இக் குழுக்களுள் சமூகக் கணக்காய்வுக் குழுவைத் தவிர ஏனைய 05 குழுக்களினதும் தலைவர்கள் அதிகாரபூர்வமாக “நிறைவேற்றுச் சபையின்” உறுப்பினர்கள் ஆவர். அதன்படி கிராமசக்தி மக்கள் சங்கத்தின் நிரந்தரக் குழு 06 பின்வருமாறு

- ◆ நிதி, வாழ்வாதர விருத்தி மற்றும் சமூகப் பாதுகாப்புக் குழு
- ◆ கிராமிய சேமிப்பு மற்றும் முதலீட்டு மெம்பாட்டுக் குழு
- ◆ கொள்வனவுக் குழு
- ◆ உட்கட்டமைப்பு வசதிகள் அபிவிருத்திக் குழு
- ◆ ஆற்றல் விருத்தி மற்றும் தொடர்பாடல் குழு
- ◆ சமூகக் கணக்காய்வுக் குழு

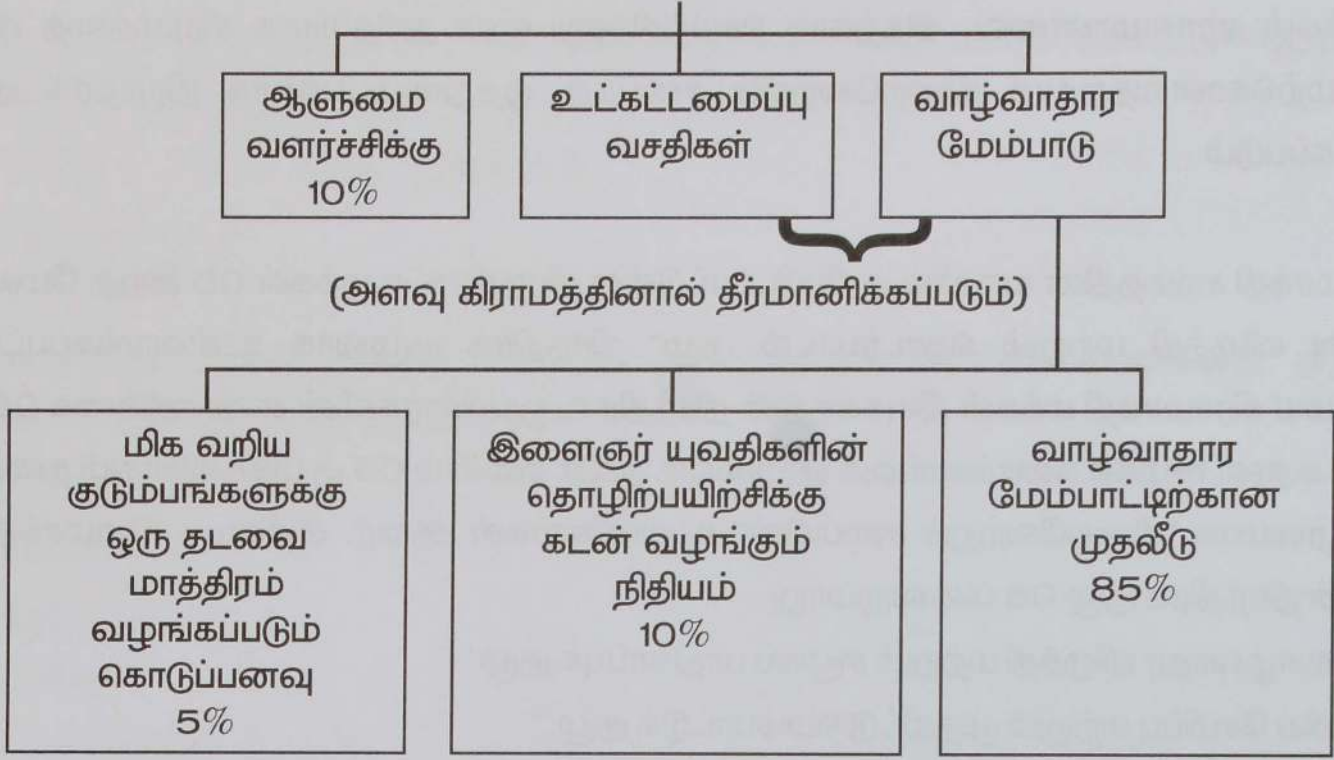
நிரந்தரக் குழுக்கள்

சமூகத்திற்காக மக்கள் சங்கத்தின் நிறைவேற்றுச் சபையால் நிறைவேற்றப்பட வேண்டிய



கிராமத்தின் அபிவிருத்தி நிதியம்

(கிராமத்தின் சனத்தொகை X ரூ.8000)



நிதி ஜீவனோபாய அபிவிருத்திக் குழு

- ◆ கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கத்தின் கீழ் சங்கங்களுக்கு ஜீவனோபாய நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிடல் மற்றும் நடத்திச் செல்லுதல் “நிதி, ஜீவனோபாய அபிவிருத்தி மற்றும் சமூகப் பாதுகாப்புக் குழுவிடம்” ஒப்படைக்கப்பட்டுள்ளது.
- ◆ கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கத்தின் கீழ் சங்கங்களுக்க வழங்கப்பட்டுள்ள ஒரு மில்லியன் ரூபா ஒதுக்கீட்டில் 50% ஜீவனோபாய அபிவிருத்தி நடவடிக்கைகளுக்காக ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது. அவ்வொதுக்கீடுகளானது உரிய கிராம உத்தியோகத்தர் பிரிவுகளில் உள்ள மக்களின் வாழ்வாதார நிலைமை மற்றும் அவர்களின் வருமான மீட்டும் நிகழ்ச்சித்திட்டங்களுக்காக ஒதுக்கப்பட்டவையாகும். அதன்மூலம் உதவிகளாக குறைந்த வட்டிவீதத்துடன் கூடிய நுண்கடன் நிதி நிகழ்ச்சித்திட்டத்தின் கீழ் கடன் பெறலாம். கிராமசக்தி மக்கள் சங்கங்களின் ஜீவனோபாய அபிவிருத்தி நிதியமானது கீழ்க்காணும் பிரிவுகளின் கீழ் ஒதுக்கப்படும்.

1. கிராமிய சேமிப்பு மற்றும் நிதியம் (70%)

கிராமத்தில் சேமிப்பு மற்றும் முதலீட்டு அமைப்பின் மூலம் மற்றும் சேமிப்பு முதலீட்டு மேம்பாட்டுக்குமுவின மூலம் நுண்நிதி நிகழ்ச்சித்திட்டம் செயற்படுத்தப்படும்.

2. தொழில் மேம்பாட்டு நிதியம் - (20%)

சங்கத்தின் நிலைபேற்றுத்தன்மையைப் பேணுவதற்காக உறுப்பினர்கள் நன்மைகளைப் பெற்றுக்கொள்வதைப் போன்று கிராமிய அமைப்பின் செலவுகளுக்காக நிதிகளை வழங்குவதற்கும் இந்நிதியம் உதவியளிக்கும்.

1. கிராமிய சேமிப்பு நிதியம் (70%)

2. தொழில் மேம்பாட்டு நிதியம் - (20%)

3. முதலாவதாக கவனம் செலுத்த வேண்டிய குடும்பங்களுக்காக ஒருமுறை மட்டும் வழங்கப்படும் உதவி (10%)

விதவைகள், உடல் ஊனமுற்றோர், அநாதைகள், நிரந்தர வருமான வழிகளற்ற பெண்கள் தலைமைத்துவக் கூறுகள் போன்ற அடிப்படைத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக இவ்வுதவிகள் உரித்தாகும்.

கிராமசக்தி செயற்திட்டத்தில் இணைந்து கொள்வது பயனுள்ளது என்பதற்கான 5 காரணங்கள்.

1. கிராமசக்தி செயற்திட்டமானது கிராம மக்களை வறுமையிலிருந்து மீட்கும் தேசிய செயற்திட்டத்தின் ஒரு பகுதி.
2. பல்வேறு காரணங்களால் பிரிந்து காணப்படும் சமூகத்தின் மக்களை ஒற்றுமையுடன் ஒன்றிணைந்து தகவல்கள், தீர்மானங்களை மேற்கொள்ளும் அதிகாரம் மற்றும் கிராம திட்டங்களை மேற்கொள்ளும் அதிகாரம் மற்றும் கிராம திட்டங்களை செயற்படுத்துவதற்கு மக்களுக்கு பொறுப்பு வழங்கும் சமூக ஆளுகை முறைமையாகும்.
3. அனைவரையும் இணைத்துக் கொள்ளும். பொறுப்புடன் செயற்படும் பொருளாதார அமைப்பி னூடாக பிரதேசத்தின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு பங்களிப்பு செய்து, வாழ்வாதார மார்க்கங் களின் மேம்பாட்டிற்கு இடமளிக்கும் ஒரு செயற்திட்டம்.
4. அரசாங்கம் , மக்கள் மற்றும் தனியார் துறையினரின் பங்களிப்புடன் புதியதொரு பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு இடமளிக்கும் செயற்பாடு.
5. தற்போது நடைமுறையிலுள்ள வறுமையை இல்லாதொழிக்கும் செயற்திட்டங்களை மதிப்பிட்டு, அவற்றுடன் இணைந்து செயற்படும் மக்கள் அமைப்பு.

கிராமசக்தி செயற்திட்டத்தின் சிறப்பம்சங்கள்

- ◆ கிராமத்திற்கான பொருளாதார கட்டமைப்பு
- ◆ கம்பனிகள் பதிவுச் சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்படல்.
- ◆ ஆகக்குறைந்தது 80% குடும்பங்களின் பங்களிப்பு மற்றும் 50% பெண்களின் பங்களிப்பைக் கொண்ட பொதுச்சபை.
- ◆ 50% பெண்களின் பங்களிப்புடைய பணிப்பாளர் சபை.
- ◆ சமூகப்பொறுப்பு உறுதி செய்யப்படும் வகையிலான சமூக கணக்காய்வு குழு
- ◆ பேரம் பேசாத 5 கோட்பாடுகளும், 10 குறிக்கோள்களும்.
- ◆ கிராமத்திற்கான தனிநபர் அரசு முதலீடு ரூ.8000 ஆகும். நிதியமொன்று நிதியத்தின் சட்டதிட்டங்களை பின்பற்றுவதன் அடிப்படையில் கிராமத்திற்கான நிதியம் நேரடியாக கிராமத்திற்கே.
- ◆ கிராமத்தின் சேமிப்புக்களும், மீள் முதலீடுகளும் கிராமத்திற்குள்ளேயே.
- ◆ கிராமத்தின் அபிவிருத்தி திட்டம் பிரதேச மற்றும் மாகாண பொருளாதாரத்துடன் ஒன்றிணைக்கப்படல்.

கிராமசக்தி செயற்திட்டத்தில் இணைந்து கொள்வதற்காக கிராமத்தினர் செய்ய வேண்டியவை.

1. கிராமசக்தி செயற்திட்டத்தின் மூலமாக கிராமத்திற்கு பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய பயன்கள் பற்றி யும் பின்பற்ற வேண்டிய கோட்பாடுகள் மற்றும் சட்டதிட்டங்கள் பற்றிய தெளிவினைப் பெறல்.
2. கிராமத்திலுள்ள மொத்த குடும்பங்களின் எண்ணிக்கையில் குறைந்த பட்சம் 80சதவீத குடும்பங்கள் பங்குபற்றும், மற்றும் 50 சதவீத பெண்கள் கட்டாயமாக பங்குபற்றும் பொதுச்சபை கூட்டத்தை நடாத்தி, கிராமசக்தி கோட்பாடுகள், முன்னுதாரணங்கள் மற்றும் சட்ட திட்டங்கள் தொடர்பில் கலந்துரையாடி அவற்றை பின்பற்றுவதற்கான இணக்கத்தை அறிக்கையிடல்.

3. குறித்த கூட்டத்தின் அறிக்கை மற்றும் வரவுப்பதிவு ஆவணங்களை மாவட்ட செயலாளரிடம் சமர்ப்பித்து கிராமசக்தி செயற்திட்டத்திற்கு தங்கள் கிராமத்தையும் இணைத்துக் கொள்வ தற்கான விண்ணப்பத்தினை சமர்ப்பித்தல்.

முடிவுரை

இச்செயற்திட்டம் தற்போதய அரசினால் 2019 ஆம் ஆண்டிற்கான வரவுசெலவுத்திட்டத்தில் அதிக முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட்டுள்ளது. இதன் அர்ப்பணிப்பான அமுலாக்கம் மற்றும் மக்களின் எழுச்சியான உண்மையான உத்வேகம் என்பவற்றிலே இச் செயற்திட்டத்தின் வெற்றி தங்கியுள்ளது. அதாவது “2030 ம் ஆண்டளவில் வறுமையற்ற இலங்கை” என்ற இலக்கு சாத்தியமாகும்.

உசாத்துணைகள் :-

1. கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கம் சமூக நடவடிக்கைகள் வழிகாட்டி நிறுவனக்கட்டமைப்பு கிராமசக்தி தேசிய நடவடிக்கைகள் அலுவலக (ஜனாதிபதி செயலகம்) வெளியீடு
2. வறுமையை ஒழிக்கும் தேசிய செயற்திட்டம் மற்றும் கிராமசக்தி மக்கள் அமைப்பு கிராமசக்தி தேசிய நடவடிக்கைகள் அலுவலக (ஜனாதிபதி செயலகம்) வெளியீடு
3. கிராமசக்தி :
கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கத்துடன் எவ்வாறு எமது கிராமம் இணைந்து கொள்ளலாம்?
கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கம், பேண்தகு அபிவிருத்தியில் ஜனாதிபதி செயலக வெளியீடு.
4. கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கத்தின் சிறு குழுச் செயற்பாடுகள் தொடர்பான வழிநடத்தல் கையேடு
5. கொத்தணி வழிகாட்டல் கைநூல்
6. சங்கத்தின் யாப்பு
7. கிராமசக்தி சமூக நிர்வாக கிராமங்கள் மற்றும் உற்பத்தி மற்றும் சேவை முன்னோடி கிராமங்களை தெரிவு செய்தல் (இரண்டாம் கட்டம்) - 26.11.2018
8. கிராமசக்தி மக்கள் இயக்கத்தின் கீழ் 2018/ 2019 ஆம் ஆண்டுக்கான கிராமங்களை தெரிவு செய்தல் 2018.11.28

சிக்கல்களை எதிர்கொள்ளும் போது
கூடவே பல திறமைகளும்
வெளிப்படுகின்றன.

அண்மைக்கால சர்வதேச வர்த்தகமும் நீதியும் தொடர்பான ஓர் கண்ணோட்டம்

வி.சுருமார்

வர்த்தகப்பிரிவு - 2019

உலகில் குறித்தவொரு நாடு ஏனைய நாடுடன்/ பல நாடுகளுடன் பொருட்கள் சேவைகளினை பரிமாற்றம் செய்வது சர்வதேச வர்த்தகம் ஆகும். இது,

1. ஏற்றுமதி வியாபாரம்
2. இறக்குமதி வியாபாரம் என இரு பிரிவுகளை கொண்டிருக்கும்

இலங்கையின் ஏற்றுமதி மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியிலும் ஏற்றுமதியின் பங்கு

2000 : 33% } பாரியவீழ்ச்சி
2016 : 13%

2000 - 2016 வரை இலங்கையின் ஏற்றுமதி துறையின் மந்தமான செயலாற்றத்திற்கான காரணங்கள் கடந்த மூன்று தசாப்தங்களாக பிராந்தியத்தின் ஏனைய நாடுகளுடன் ஒப்பிடும் போது இலங்கையின் ஏற்றுமதித்துறையின் செயறிறனானது குறைந்த மட்டத்தில் காணப்படுகின்றது. அதற்கான காரணங்கள் வருமாறு.

1. ஏற்றுமதிகளை மையப்படுத்திய கைத்தொழில்கள் மீதான மிகக் குறைந்த முதலீடு

ஏற்றுமதிகளை மையப்படுத்திய வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடுகள் (FDI) கிழக்காசியாவின் புதிதாகக் கைத்தொழில் மயமாகிய நாடுகளின் ஆற்றல் வாய்ந்த, விரைவாக வளர்ச்சியடையும் ஏற்றுமதித்துறை உருவாக்கத்தில் ஒருமுக்கிய பங்கினை வகித்தன. ஆனால் இலங்கை இவ்வயிர் நாடியான வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடுகளை கவர்வதில் வெற்றி பெற முடியவில்லை. இலங்கைக் கான ஒட்டுமொத்த வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடுகளின் உட்பாய்ச்சலானது உட்கட்டமைப்பு மற்றும் சேவைகளை மையப்படுத்தியதாகவே உள்ளது.

2. ஏற்றுமதிச் சந்தையின் மிகக் குறைந்தளவிலான பன்முகப்படுத்தல்

ஐரோப்பாவும், அமெரிக்காவும் தொடர்ச்சியாக மொத்த ஏற்றுமதிகளில் அண்ணளவாக மூன்றிப் பிரண்டு பங்கினைக் கொண்டுள்ளன. மேலும் அண்ணளவாக 70% மான தேயிலை ஏற்றுமதிகளின் மத்திய கிழக்கிற்கும் சுதந்திர நாடுகளின் பொது நலவாயத்திற்குமானதாக உள்ளன.

2. ஏற்றுமதிப் பொருட்களின் மிகக் குறைந்தளவிலான பன்முகப்படுத்தல்

ஏற்றுமதிகளின் கவனம் தொடர்ச்சியாக ஏற்றுமதிகளின் அரைவாசிக்கும் மேற்பட்ட பங்கினைக் கொண்டுள்ள ஆடைகள் மற்றும் தேயிலை ஆகிய இரண்டு பாரம்பரிய பொருட்கள் மீதே குவிந்துள்ளது.

4. ஏற்றுமதி அபிவிருத்தி சபையின் பலவீனங்கள்

ஏற்றுமதிகளை மேம்படுத்தி அபிவிருத்தி செய்யும் உயர் அரசநிறுவனம் ஏற்றுமதி அபிவிருத்தி சபையாகும். (EDB) ஏற்றுமதி அபிவிருத்தி சபையின் கடந்தகால முக்கிய பலவீனங்கள் பின்வருவனவற்றினை உள்ளடங்கியிருந்தன.

- ♦ ஏற்றுமதி மேம்பாட்டுக்கான தந்தரோபாயத் தூரநோக்கு போதாமலும் இருந்தமை.
- ♦ ஏற்றுமதி மேம்பாட்டுக்கான நடவடிக்கைகள் மீதான பலவீனமான கண்காணிப்பு
- ♦ ஏற்றுமதி மேம்பாட்டு நிகழ்ச்சித்திட்டங்களுக்கான பயனாளிகள் சிறப்பாக இலக்கிடப்படாமை.

5. வீழ்ச்சியடையும் ஊழியர்படையும், அதிகரிக்கும் ஊழியச்செலவும்

தேயிலை பெருந்தோட்டங்களில் தொழிற்பாடுகளைத் தக்கவைத்துக் கொள்வதென்பது ஒரு சவாலாகியுள்ளது. இது வேலைக்கான குறைவானதல்ல அந்தஸ்து, இளம் சமுதாயத்தினிடையே ஏற்பட்டுள்ள கல்வி மேம்பாடு மற்றும் தேயிலைத்தோட்டங்களுக்கு வெளியே கிடைக்கும் கௌரவமான அதிக சம்பளம் தரக்கூடிய தொழில் வாய்ப்புக்கள் போன்ற பல்வேறு தட்டுக்காரணங்களினால் ஏற்படுகின்றது.

6. தேயிலை ஏற்றுமதித்துறையில் காணப்படும் உயர்செலவும் குறைவான உற்பத்திதிறனும்.

ஊள்ளீட்டுச் செலவுகள் மற்றும் பயன்படுத்தப்படும் தொழில்நுட்பம் (ஊழியச் செறிவான) மற்றும் நிலத்தின் குறைவான உற்பத்திதிறன் (பழைய பெருந்தோட்டங்கள் குறைந்த விளைச்சலைக் கொண்டுள்ளன) ஏனைய தேயிலை உற்பத்திசெய்யும் நாடுகளுடன் ஒப்பிடும்மிடத்து இலங்கையின் உற்பத்திச் செலவுகள் உயர்வாக உள்ளன என்பதைக் குறிக்கின்றது.

ஏற்றுமதியை அதிகரிக்க கவனத்திற் கொள்ள வேண்டிய துறைகள்

1. தகவல் மற்றும் தொடர்புட்டல் தொழிநுட்பம்.
2. வியாபாரச் செயன்முறை முகாமைத்துவம்
3. உடல்நலச் சுற்றுலா, படகு கட்டுதல்
4. இலத்திரனியல் மற்றும் குடிபானங்கள்
5. வாசனைத் திரவியங்கள் மற்றும் கூட்டுக்கள்.

அதற்கு ஆதரவளிக்கும் தொழிற்பாடுகள்

1. வர்த்தக தகவல்கள் மற்றும் ஊக்குவிப்புக்கள்
2. உட்கட்டமைப்பு
3. வசதி ஏற்பாடுகள்
4. புத்தாக்கம் மற்றும் தொழில் முயற்சியாண்மை

2017 புதியவர்த்தகக் கொள்கையின் 4 முக்கிய கூறுகள்

1. உள்நாட்டு கொள்கைச் சீர்திருத்தங்களுடான போட்டித்தன்மை.
2. சந்தையை அணுகும் தன்மை மற்றும் வர்த்தக வசதிப்படுத்தல்
3. பேரினி பொருளாதார நிலுவைகள், கொள்கை மற்றும் இணக்கம்
4. புத்தாக்கம் மற்றும் மக்களின் சீராக்கம்.

2017இல் இலங்கையின் ஏற்றுமதி செயலாற்றம் வலுவாக மீட்சியடைந்தமைக்கான காரணங்கள்

கடந்த இரண்டு தசாப்த காலப் பகுதியில் மோசமாகப் பாதிக்கப்பட்ட ஏற்றுமதி செயலாற்றம் 2017 வலுவாக மீட்சியடைந்தது. வரலாற்றிலேயே மிக உயர்ந்த வருவாய்களுக்கான பெறுமதியினைப் பதிவு செய்தது (ஐ.அமெரிக்கா டொலர் 11360 மில்லியன்) ஏற்றுமதி வருவாய்களில் ஏற்பட்ட வலுவான வளர்ச்சிக்குரிய காரணிகளாவன.

1. ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் முன்னுரிமையளிக்கப்பட்ட பொதுவாக்கப்பட்ட திட்டம் + வசதி (GSP+)
2. வெளிநாட்டுக் கேள்வியின் மீட்சி
3. ஏற்றுமதியுடன் தொடர்பான கைத்தொழில்களில் காணப்பட்ட முதலீடுகளில் ஏற்பட்ட விரிவாக்கம்.
4. பன்னாட்டுச் சந்தைகளில் அதிகரித்த பண்ட விலைகள்
5. வலுவான நிதியியல் ஆதரவுடன் கூடிய தூண்டுதலளிக்கும் வெளிநாட்டு வர்த்தகக் கொள்கைகள்.
6. மத்திய வங்கியினால் பேணப்பட்ட நெகிழ்ச்சித்தன்மை வாய்ந்த செலவாணிவீதக் கொள்கை என்பன ஆகும்.

சர்வதேச வர்த்தகத்தின் அனுகூலங்கள்/ நன்மைகள்

1. உள்நாட்டில் உற்பத்தி செய்ய முடியாத பண்டங்களை வெளிநாடுகளிலிருந்து பெற்றுக் கொள்ள முடிதல்.
2. மிகை உற்பத்திகளை வழங்குவதற்கு வெளிநாட்டுச் சந்தை வாய்ப்புக்களை பெற்றுக் கொள்ளமுடிதல்.
3. வளங்களினை விளைதிறன், வினைத்திறன் கொண்ட உற்பத்திகள் மீது ஈடுபடுத்த முடிதல்
4. தரமான பண்டங்களை குறைந்த விலையில் நுகர முடிதல்.
5. முன்னேற்ற கரமான தொழிநுட்பத்தினை பெற்றுக்கொள்ள முடிதல்.
6. பொருளாதார வளர்ச்சியை விரைவு படுத்த முடிதல்.
7. வெளிநாட்டு உதவி, முதலீடு, கடன் என்பவற்றினை விரைவாகப்பெற்றுக் கொள்ள முடிதல்.

ஏற்றுமதி, இறக்குமதி தொடர்பான புள்ளி விபரங்கள்

ஏற்றுமதிக் கட்டமைப்பு (மொத்த ஏற்றுமதியின் சதவீதம்)

விடயம்	1997	2014	2015	2016	2017
1. விவசாய உற்பத்திகள்	23	25	23	23	24
2. கைத்தொழில் உற்பத்திகள்	74	74	76	77	75
3. கனிப்பொருளும் ஏனையவையும்	3	1	1	0.4	1
மொத்தம்	100	100	100	100	100
<input type="checkbox"/> தேயிலை	16	15	13	12	13
<input type="checkbox"/> புடவை, ஆடை	49	44	46	47	44
<input type="checkbox"/> பெருந்தோட்ட விவசாய உற்பத்தி	20	18	16	16	7
<input type="checkbox"/> ஏனைய விவசாய உற்பத்தி		3	5	6	7

இறக்குமதிக் கட்டமைப்பு (மொத்த இறக்குமதியின் சதவீதம்)

விடயம்	1997	2010	2014	2015	2016	2017
1. நுகர்வுப் பொருட்கள்	21	21	20	25	22	22
2. இடைநிலைப் பொருட்கள்	53	56	59	51	52	55
3. முதலீட்டுப் பொருள்	23	22	21	24	26	23
4. ஏனையவை	3	1	0.1	0.1	0.1	0.7
மொத்தம்	100	100	100	100	100	100
□ உணவும், பானமும்	13	12	8	9	14	13
□ பெற்றோலியம்	9	22	24	14	13	16
□ புடவை, ஆடை	24	13	12	12	14	13

2017இல் இலங்கையில் முக்கிய வர்த்தகப் பங்காளர்

1. இந்தியா
2. சீனா
3. ஐக்கிய அமெரிக்கா (2016இல் சீனா முதலிடம்)

காரணம்

ஏ.வி.சு ↓ %	இ.வி.சு ↓ %
ஏ.வி.சு ↑ %	இ.வி.சு ↑ %

வர்த்தக மாற்று விகிதம்

ஆண்டு	ஏ.வி.சு	இ.வி.சு	வ.மா.வி
2010	100.0	100.0	100.0
2011	110.9	122.4	90.7
2012	103.1	115.2	89.5
2013	103.5	108.4	97.6
2014	105.5	108.1	97.6
2015	95.2	95.3	99.9
2016	94.1	90.2	104.3
2017	96.4	91.6	105.2

வெளிநாட்டு வர்த்தகப் போக்கு (%)

ஏற்றுமதியாகும் நாடுகள்	2012	2016	2017	இறக்குமதியாகும் நாடுகள்	2012	2016	2017
1. ஐக்கிய அமெரிக்கா	22	27	26	1. இந்தியா	19	20	22
2. ஐக்கிய இராச்சியம்	11	10	11	2. சீனா	14	22	19
3. இந்தியா	6	6	6	3. ஐ.அ.எமிரேட்ஸ்		6	6
4. இத்தாலி	5	4	5	4. சிங்கப்பூர்	7	6	8
5. ஜேர்மனி		5		5. யப்பான்	9		6
6. பெல்ஜியம்				6. மலேசியா			
7. ருசியா				7. தாய்லாந்து			
8. யப்பான்				8. ஐக்கிய அமெரிக்கா			
பிராந்தியங்கள்				பிராந்தியங்கள்			
1. ஐக்கிய அமெரிக்கா	22	27	26	1. ஆசியா	66	19	70
2. ஐரோப்பிய ஒன்றியம்	18	12	15	2. ஐரோப்பிய ஒன்றியம்	9	9	8
3. ஆசியா	18	16	21	3. ஐக்கிய அமெரிக்கா			
4. மத்தியகிழக்கு	10	9	10				

2012 - 2013 இல் பிரதான (முக்கியத்துவத்தின்படி)

ஏற்றுமதிப் பொருட்கள்	இறக்குமதிப் பொருட்கள்
1. புடவை, ஆடைகள்	1. எரிபொருள், பெற்றோலியம்
2. தேயிலை	2. புடவைகள்
3. இறப்பர் உற்பத்திகள்	3. பொறியும், கருவியும்
4. பெற்றோலிய உற்பத்திகள்	4. கட்டிடவாக்கப் பொருட்கள்
5. வாசனைத் திரவியங்கள்	5. இரசாயன உற்பத்தி
6. உணவு, குடிபானம், புகையிலை	6. வைரங்கள், உலோகங்கள்
7. பொறி மற்றும் துணைக்கருவிகள்	7. வாகனங்கள்
8. தொங்கு	8. போக்குவரத்துக் கருவிகள்
9. இரத்தினக் கற்கள் ஆபரணங்கள்	9. மருந்துப் பொருட்கள்
	10. கோதுமை
	11. சீனி

அண்மைக் காலப் போக்கு (ஐக்கிய அமெரிக்க டொலர் மில்லியன்)

ஆண்டு	ஏற்றுமதி வருமானம்	இறக்குமதி செலவு	வர்த்தகபற்றாக்குறை
2013	10394	18003	-7609
2014	11130	19417	-8287
2015	10505	18435	-8430
2016	10310	19183	-8873
2017	11360	20980	-9619

2016இல் 4.0 சதவீதத்தில் முன்னேற்றமடைந்த இலங்கையின் வர்த்தகமாற்று வீதம் 2017இல் 1.2% முன்னேற்றமடைந்தது” இவ்விரு நிலமைகளுக்கும் வழிவகுத்த காரணங்களாவன.

- 2016 இல் ஏற்றுமதி விலைச்சுட்டெண் வீழ்ச்சியடைந்ததனால் வர்த்தகமாற்று விகிதம் 4.0% அதிகளவில் முன்னேற்றமடைந்தது.
 - 2017இல் ஏற்றுமதி விலைச்சுட்டெண் அதிகரித்த (2.4%) இறக்குமதி விலைச்சுட்டெண் சிறிதளவில் அதிகரித்தால் (1.2%) வர்த்தக மாற்று விகிதம் 1.2% த்தால் சிறியளவில் முன்னேற்றமடைந்தது.
- இறக்குமதி விலைகளின் வீழ்ச்சிக்கு வளமாக்கிகள், பெற்றோலிய உற்பத்திகளின் விலைகள் வீழ்ச்சியடைந்தமை முக்கிய காரணமாகும்.

சென்மதி நிலுவை மீதிகள் (மொ.உ.உ.இன் வீதமாக)

விடயம்	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. வர்த்தகக் கணக்கு	-15.8	-11.3	10.4	-10.2	-10.9	-11.0
2. நடைமுறைக் கணக்கு	-6.7	-3.9	-2.5	-2.4	-2.1	-2.6
3. நடைமுறைக்கணக்கு மற்றும் மூலதனக் கணக்கு	-6.4	-3.7	-2.4	-2.4	-2.1	-2.6
திரண்ட நிலுவை (ஐ.அ.டொ.மில்)	151	985	1369	1489	-500	2068
வெ.நா.கடன் பணிகள் விகிதம் (பொருட்களின் சேவைகளின் ஏற்றமதியின் விகிதம்)	19.7	26.8	21.7	28.2	25.6	23.9

நாணய மாற்று விகிதங்கள் (ஆண்டு சராசரி)

விடயம்	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ஐ.அ.டொலர் ஒன்றிற்கு ரூபா	110.57	157.60	129.17	130.56	135.56	145.60	152.46
சி.எ.உ. ஒன்றிற்கு ரூபா	174.54	195.38	196.19	198.35	190.16	202.39	211.49
பெ.தா.செ.வீதம் (2010 = 100) (24நாணயக் கூடை)	99.8	90.44	91.39	91.99	96.61	92.46	88.07
உ.தா.செ.வீதம் (2010 = 100) (24 நாணயக்கூடை)	102.00	95.63	101.13	103.77	109.50	106.94	106.1

Note

பெ.தா.செ.வீ - பெயரளவு தாக்கமுள்ள செலாவணி வீதம்

உ.தா.செ.வீ - உண்மை தாக்கமுள்ள செலாவணி வீதம்

வெளிநாட்டுச் சொத்துக்கள் (அதேயாண்டு இறக்குமதி மாதங்களில்)

விடயம்	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
மொத்த வெளிநாட்டுச் சொத்துக்கள்	4.7	5.4	5.7	6.1	5.9	5.3	6.0
அலுவல் சர்வெளி நாட்டுச் சொத்துக்கள்	4.0	4.4	5.0	5.1	4.6	3.8	4.6

வெளிநாட்டு படுகடன் பணி விதம் தொடர்பான ஓர் கண்ணோட்டம்.

வெளிநாட்டு படுகடன் பணி வீதம் (பொருட்களின் பண்டங்கள் ஏற்றுமதிகளின் வீதமாக)	
2009	22.4
2010	16.7
2011	13.2
2012	19.7
2013	26.8
2014	21.7
2015	28.2
2016	25.6
2017	23.9

Note :-

2015இல் 28.2சதவீதமாக காணப்பட்ட இலங்கையின் படுகடன் பணி வீதம் 2017இல் 23.9சதவீதமாக குறைந்துள்ளது. இதற்கு வழிவகுத்த காரணிகள்.

1. படுகடன் பணிக்கொடுப்பனவுகள் அதிகரிப்பு மெதுவடைந்தமை(ஐ.அ.டொலர்)
2. பொருட்கள் பணிகள் ஏற்றுமதிகளிலான அதிகரிப்பு வீதம் அதைவிட கூடுதலாக இருந்தமை.

கிலங்கையின் வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடுகளின் தற்போதைய நிலமை

ஆண்டு	ஐ.அ.டொலர் மில்லியன்
2011	896
2012	941
2013	916
2014	82.7
2015	6.27
2016	660
2017	1303

2017 இல் வெளிநாட்டு நேரடி முதலீட்டாளர்கள்
1. நெதர்லாந்து
2. இந்தியா
3. சீனா
4. மலேசியா
5. சிங்கப்பூர்
6. கொங்கொங்
7. ஐக்கிய இராச்சியம்

2017 இல் கிலங்கைக்கு வெளிநாட்டு உதவி

கொடை வழங்கியவை	கடன் வழங்கியவை
நிறுவனங்கள் (பல்புடை) 1. ஐக்கிய நாடுகள் (UN) 2. ஆசிய அபிவிருத்தி வங்கி (ADB)	நிறுவனங்கள் (பல்புடை) 1. ஆசிய அபிவிருத்தி வங்கி (ADB) 2. ஆசிய அபிவிருத்தி வங்கி (IDA) 3. சுவதிஅரேபியா நிதியம்
நாடுகள் (இருபுடை) 1. யப்பான் 2. அமெரிக்கா 3. ஜேர்மனி 4. நெதர்லாந்து	நாடுகள் (இருபுடை) 1. சீனா 2. இந்தியா 3. யப்பான் 4. கொரியா

அண்மை ஆண்டுகளில் கிலங்கைக்கு மிகப்பெரியளவு வெளிநாட்டு நிதியை வழங்கியுள்ள பல்பக்க நிதி நிறுவனங்கள்.

1. ஆசிய அபிவிருத்தி வங்கி
2. புனரமைப்பு மற்றும் அபிவிருத்திக்கான சர்வதேச வங்கி
3. சர்வதேச அபிவிருத்தி சங்கம்.
4. சீனாவின் வங்கியாகும்
5. சர்வதேச அபிவிருத்திக்கான ஒபேக் நிதியாகும்.

வியாபார செயற்பாட்டு தர நிலை - உலக வங்கி Doing Business Banking

சார்க் நாடுகள்	190 நாடுகளில் 2018	முதன்மை நிலை
இலங்கை 58.86	111	1. நியூசிலாந்து
மாலைதீவு	136	2. சிங்கப்பூர்
பாகிஸ்தான்	147	3. டென்மார்க்
நேபாளம்	105	4. கொரிய குடியரசு
பங்காளதேஷ்	177	5. கொங்கொங்
இந்தியா	100	6. ஐக்கிய அமெரிக்கா
பூட்டான்	75	7. ஐக்கிய இராச்சியம்
ஆப்கானிஸ்தான்	183	8. நோர்வே
கிழக்காசிய நாடுகள்		9. ஜேர்ஜியா
சிங்கப்பூர்	2	10. சுவீடன்
கொரியா குடியரசு	4	
தாய்லாந்து	26	
மலேசியா	24	
பிலிப்பைன்ஸ்	113	

இலங்கை தற்போது மேற்கொண்டுள்ள வர்த்தக உடன்படிக்கைகள்

1. பிராந்திய தாராள வர்த்தக உடன்படிக்கைகள்		
1. தெற்காசிய தாராள வர்த்தக உடன்படிக்கை SAFTA	2018	2018
2. ஆசிய பசுபிக் வர்த்தக உடன்படிக்கை APTA	2018	2018
2. இருபக்க உடன்படிக்கைகள்		
1. இந்தியா இலங்கை தாராள வர்த்தக உடன்படிக்கை (ISLFTA)	2018	2018
2. பாகிஸ்தான் இலங்கை தாராள வர்த்தக உடன்படிக்கை (PSLFTA)	2018	2018
3. இலங்கை சிங்கப்பூர்தாராள வர்த்தக உடன்படிக்கை (SLSFTA)	2018	2018

(2018 ஜனவரியில் கைச்சாத்திடப்பட்டது.)

2017 இல் சென்மதி நிலுவையில் நடைமுறைக் கணக்கு பற்றாக்குறை அதிகரிப்புக்கு வழிவகுத்த காரணிகள்

1. வர்த்தகப் பற்றாக்குறையில் ஏற்பட்ட விரிவாக்கம்
2. சுற்றுலாத்துறையிலிருந்தான மிதப்படுகை
3. பணிப்பாளர் பணவனுப்பங்களின் வீழ்ச்சி
4. நேரடி முதலீட்டு நிறுவனங்களின் உயர்வட்டிக் கொடுப்பனவுகள்
5. மறு முதலீடு செய்யப்பட்ட வருவாய்கள் (வெளிநாட்டுக்கு அனுப்பிய இலாபங்கள்)

2017இல் சென்மதி நிலுவையின் நிதியில் கணக்கு மேம்பாடடைந்தமைக்கு காரணிகள்

1. நிதியியல் கணக்கானது பதினொராவது நாட்டுக்கான பன்நாட்டு முறிகளின் பெறுகைகள்
2. வெளிநாட்டு நாணய கால நிதியிடல் வசதிகள்
3. பன்நாட்டு நிதிய வசதிகள் இரண்டு தொகுதிகள் கிடைக்கப்பெற்றமை
4. அரசு,தனியார் துறைகளுக்கு உட்பாய்ந்த வெளிநாட்டு நாணயங்கள்

உசாத்துணைகள் (References)

1. இலங்கை மத்திய வங்கி ஆண்டறிக்கைகள் 1977 - 2017 வரை
2. பொருளியல் நடைமுறை விடயங்கள் அல்லது புள்ளி விபரங்கள் - வே. கருணாகரன்
3. தரம் 12 ஆசிரியர் அறிவுரை வழிகாட்டி - வணிககல்வி
4. தரம் 13 ஆசிரியர் அறிவுரை வழிகாட்டி - பொருளியல்

தனது இலக்கை குறிவைத்து
தொடர்ந்து செயற்பட்டுக் கொண்டிருக்கும்
ஒவ்வொரு சின்னப்புள்ளியும் பெரும்புள்ளிதான்

வணிக வங்கிகளின் வைப்புக்களுக்கும் அவற்றின் பொருளாதாரப் பாங்களிப்பும்

ந.உமாகாந்த்
வீரவுரையாளர், வணிகத்துறை,
முகாமைத்துவ கற்கைகள் வணிக பீடம்,
யாழ்ப்பாணப் பல்கலைக்கழகம்.

அறிமுகம்

வங்கிகள் வழங்கும் பல்வேறு வைப்புக்கள் மற்றும் வங்கிகளின் வசதிகள் போன்றன வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவர்களின் தேவைகளைப் பொறுத்தே அமைகின்றது. உதாரணமாக சில வைப்பாளர்கள் தமது சேமிப்பை வட்டி வருமானத்தை உழைக்கும் நோக்குடன் வைப்பிலிடுகின்றனர். வேறு சிலர் தமது பணப் பாதுகாப்பிற்காக வைப்பிலிடுகின்றனர். முதலீட்டாளர்கள் தமது வியாபார வளர்ச்சிக்காக வங்கியுடன் தொடர்புகொள்கின்றனர். இவ்வாறான அடிப்படையில் வாடிக்கையாளர்கள் வெவ்வேறான நோக்கங்களைக் கொண்டவர்களாகக் காணப்படுகின்றனர்.

வர்த்தக வங்கிகள்

வர்த்தக வங்கிகள் என்பது வங்கிகளில் மிக முக்கியமானதும் பிரதான இடைநிலையாளராகவும் வங்கி தொழிற்படுகின்றது. பொதுவாக வர்த்தக வங்கி என்ற பதம் பயன்படுத்தப்படுவது பாரிய நிறுவனங்கள், மிகப் பெரிய வியாபாரங்கள் போன்றவற்றின் வைப்புக்களை வைத்துக் கொள்வதும் கடன்களை வழங்குவதுமான செயற்பாடுகளில் ஈடுபடுவதென்பதாகும்.

பொதுவாக வர்த்தக வங்கிகளையே மக்கள் வங்கி என அழைக்கின்றனர். இலங்கையின் வங்கிக் கட்டமைப்பில் வர்த்தக வங்கிகள் பிரதான அலகுகளாகக் காணப்படுகின்றன. வர்த்தக வங்கிகள் இலங்கை வங்கித் தொழிற்பாடுகளில் பல்வேறு விதமான கட்டணங்களையும் தரகுகளையும் அறவிட்டுக் கொள்கின்றன. பொதுவாக வர்த்தக வங்கிகள் நாட்டின் வியாபாரத் துறைகளின் முன்னேற்றத்திற்கும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கும் பெரும் பாங்களிப்புக்களை வழங்குகின்றது.

வர்த்தக வங்கிகளின் பங்குகள் (Role of commercial Bank)

வர்த்தக வங்கிகள் பின்வரும் செயற்பாடுகளில் தமது கவனத்தினை செலுத்துகின்றது.

1. வாடிக்கையாளர்களின் வைப்புக்களைத் திரட்டுதல்
2. வாடிக்கையாளர்களுக்கு கடன் வழங்குதல்
3. நாணயக் கடிதங்களை வழங்குதல்
4. வெளிநாட்டுக் கொடுக்கல்வாங்கல்களை மேற்கொள்ளல்
5. வாடிக்கையாளர்களின் பெறுமதியான சொத்துக்களையும் ஆவணங்களையும் பாதுகாத்தல்

6. நகை அடைவு பிடித்தல்
7. கடன் பிணைகளையும் ஆவணங்களையும் வழங்குதல்

வணிக வங்கிகளின் சிறப்புத் தன்மை

- 1) கடன் உருவாக்கம்
வர்த்தக வங்கிகள் பொதுவாக பண விநியோகத்தின் இரண்டாவது மூலமாகக் கருதப்படுகின்றன. இக் கடனுருவாக்கம் வங்கிகள் தமது அடிப்படை வைப்புக்களை கடன்களாக மாற்றுகின்ற போது உருவாகின்றன.
- 2) இலாபத்தன்மை மற்றும் திரவத்தன்மை என்பவற்றுக்கு இடையே சமநிலையைப் பேணுதல்
வர்த்தக வங்கிகள் தாம் திரட்டுகின்ற வைப்புக்களை கடன்களாக மாற்றுகின்ற போது அதில் பெறப்படும் வட்டி வருமானத்தை இலாபமாக அனுபவிக்கின்றன. இவ் இலாபம் அதிகரிக்க வேண்டுமாயின் கடன் வழங்கும் ஆற்றலும் அதிகரிக்க வேண்டும். ஆனால் திரவத்தன்மையினால் பேணவேண்டுமாயின் இவ் முதலீட்டினைக் குறைத்தல் வேண்டும். ஆனால் திரவத்தன்மை அதிகரிக்கின்ற போது இலாபத்தன்மை வீழ்ச்சியடைகின்றது. எனவே வங்கிகள் இலாபத்தன்மை, திரவத்தன்மை என்ற இரு விடயங்களுக்கிடையில் சமநிலையினைப் பேணவேண்டியுள்ளது.

வர்த்தக வங்கிகளின் பிரதான வகைகள்

வர்த்தக வங்கிகளை அவற்றின் தொழிற்பாடுகளின் அடிப்படையில் பின்வருமாறு இரு வகைப்படுத்தலாம்

- a. ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட வர்த்தக வங்கிகள் (Scheduled Bank)
- b. ஒழுங்குபடுத்தப்படாத வர்த்தக வங்கிகள் (Non-Scheduled Bank)

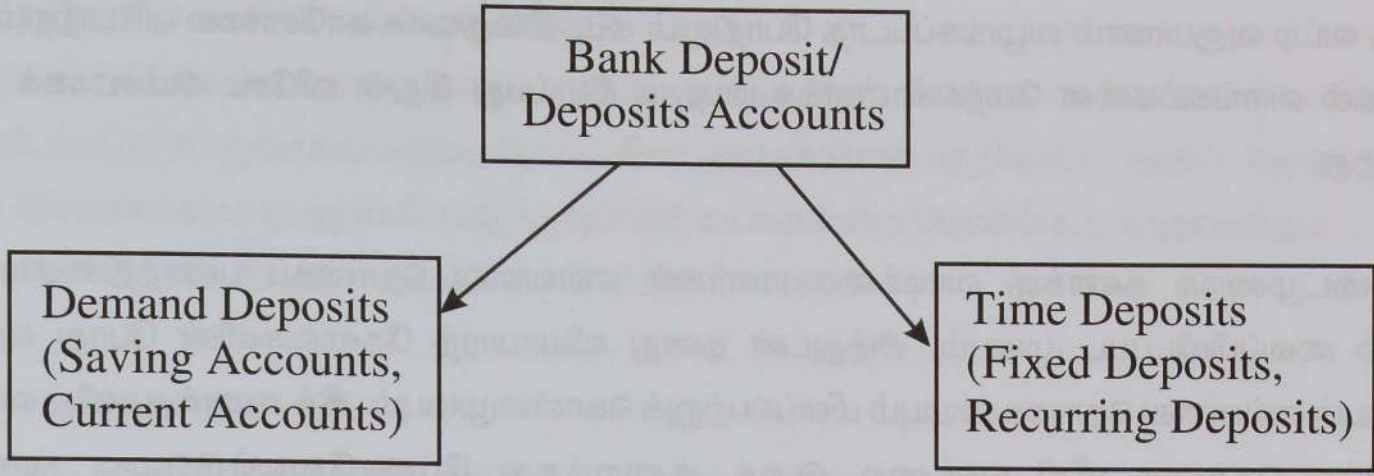
ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட வர்த்தக வங்கிகள் என்பது குறித்த வங்கி மத்திய வங்கியிடம் அனுமதிப்பத்திரத்தைப் பெற்றிருக்குமாயின் அது உத்தரவு பெற்ற வங்கி எனப்படும். இவ் வங்கி 1988ம் ஆண்டின் 30ம் இலக்க வாங்கித்தொழில் சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்பட்ட வங்கி ஆகும்.

1988ம் ஆண்டின் 30ம் இலக்க வாங்கித்தொழில் சட்டத்துக்கமைய குறித்த சில கொடுக்கல் வாங்கல்களை மேற் கொள்வதற்கு முன் இவ் வங்கிகள் இலங்கை மத்திய வங்கியின் நாணய சபையின் எழுத்து வடிவிலான அங்கீகாரத்தைப் பெற்றிருத்தல் வேண்டும்.

வங்கிகளின் பிரதான வைப்புக்கள்

பொதுவாக வங்கிகளில் பேணப்படும் வைப்புக்களை பின்வருமாறு இரு வகைப்படுத்த முடியும்.

- a) கேள்வி வைப்புக்கள் (Demand Deposit)
- b) கால வைப்புக்கள் (Time Deposit)



கேள்வி வைப்புக்கள் (Demand Deposit)

கேள்வி வைப்புக்கள் என்பது வாடிக்கையாளர்கள் எவ்விடத்திலும் எந்நேரமும் பணத்தை மீள எடுக்க கூடியவாறு அனுமதிக்கப்பட்ட வைப்புத்திட்டமாகும். இது பின்வருமாறு இரு வகைப் படுத்தப்படுகிறது.

- a. சேமிப்பு வைப்பு (Saving Account)
- டி. நடைமுறை வைப்பு (Current Account)

சேமிப்பு வைப்பு

சேமிப்பு வைப்பு என்பது மக்களை சேமிப்புப் பழக்கத்திற்கு தூண்டுவதற்கு அறிமுகப்படுத்தப்பட்டதாகும். இதன் பிரதான நன்மை யாதெனில் உயர்திரவத்தன்மை வாய்ந்ததாகவும் மற்றும் பாதுகாப்புத்தன்மை வாய்ந்ததாகவும் காணப்படுவதாகும். இக் கணக்கினை உரிய வயதடைந்த வர்கள் மட்டுமன்றி சிறுவர்களும் ஆரம்பிக்கக்கூடியதாக காணப்படுவது இதன் சிறப்பு அம்சமாகும்.

இதில் எந்தளவு தொகை ஆகக் குறைந்தது பேணவேண்டுமென்பது வாங்கிகளுக்கு வாங்கி வேறுபடுகின்றது. பொதுவாக தனியார் வாங்கிகளுடன் ஒப்பிடும் போது அரசு வாங்கிகளில் இது குறைந்த தொகையாகக் காணப்படுகிறது. இதற்கு ஆதாரமாக சேமிப்புப் புத்தகம் வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றது.

சேமிப்பு வைப்பின் பிரதான பண்புகள்

- I. குறைந்த வட்டி வருமானத்தை வழங்குகின்றது.
- ii. எந் நேரமும் கணக்கினை ஆரம்பிக்க மற்றும் மூட முடியும்.
- iii. சேமிப்புப் புத்தகம் ஆதாரமாக வழங்கப்படும்.
- iv. அனைத்து வயதினரும் இதில் இணைய முடியும்.
- v. நாட்டின் சேமிப்புப் பழக்கத்தினைத் தூண்டுதலை இலக்காகக் கொண்டது.

நடைமுறை வைப்பு

நடைமுறைக் கணக்கினை வணிக வாங்கிகளில் மட்டுமே ஆரம்பிக்க முடியும். இவ் வைப்பு நாளாந்தம் கொடுக்கல் வாங்கல்களை மேற்கொள்கின்ற முயற்சியாளர்கள், நிறுவனங்கள், கம்பனிகள், அரசு நிறுவனங்கள் மற்றும் பொது அமைப்புகள் ஆரம்பிக்கின்றன. இவ் வைப்புக்

களுக்கு வட்டி வருமானம் வழங்கப்படாத போதிலும் கூட இலகுவாக காசோலை பரிமாற்றம் மூலம் கொடுக்கல் வாங்கல்களை மேற்கொள்ளக்கூடியதாக இருப்பது இதன் விசேட அம்சமாகக் காணப்படுகின்றது.

நடைமுறைக் கணக்கு வாடிக்கையாளர்கள் எவ்வளவு தொகைப் பணத்தினையும் எந் நேரமும் வைப்பிலிடப்பட முடியும். அத்துடன் தனது வியாபாரத் தேவைகளின் போது எத்தனை தடவையும் எவ்வளவு தொகையையும் மீளப்பெற்றுக் கொள்ளமுடியும். இக் கணக்குகளில் வங்கிகள் குறிப்பிட்ட தொகை மீதி ஒன்றை ஆகக் குறைந்தது பேணவேண்டுமென வங்கிகள் எதிர்பார்க்கின்றன.

நடைமுறை வைப்பின் பிரதான பண்புகள்

- i. காசோலை மூலமான கொடுக்கல் வாங்கல்களை மேற்கொள்ளக்கூடிய தன்மை.
- ii. வைப்புக்களுக்கு வட்டி வழங்கப்படுவதில்லை.
- iii. பல்வேறு விதமான சந்தர்ப்பங்களில் வங்கிக் கட்டணங்கள் அறவிடப்படும் (Bank charges)
- iv. எடுப்பனவுகள் தொடர்பாக எந்த வரையறையும் காணப்படுவதில்லை.
- v. தன்னியக்க ரெலர் அட்டை வழங்கப்படும்.

கால வைப்புகள் (Time Deposit)

கால வைப்புகள் என்பது வங்கிகளில் குறிப்பிட்ட காலத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு நிலையாகப் பேணுகின்ற வைப்புக்களாகும். இக் காலப்பகுதிக்கு முன்னர் பணத்தை மீள எடுப்பதில் பல்வேறு நிபந்தனைகள் காணப்படுகின்றது.

இதில் இரு வகையான வைப்புகள் காணப்படுகின்றது.

- a. நிலையான வைப்புகள் (Fixed Deposit)
- b. தொடர் வைப்புகள் (Recurring Deposit)

நிலையான வைப்புகள்

இக் கணக்குகள் முதிர்வுகாலத்தின் பின்னர் மீளளிக்கக்கூடிய விதத்தில் நிலையான அடிப்படையில் பேணப்படும் கணக்குகளாகும். இது ஒரு சிறப்பான சேமிப்பு ஊடகமாகவும் அதிக வட்டி வருமானங்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்குவதாகவும் வங்கி இதில் காணப்படும் பணத்தினை இலாபம் உழைக்கும் திட்டங்களில் முதலீடு செய்யும் நோக்கில் உருவாக்கப்படுவதாகும். இவ் வைப்புக்களை உருவாக்கியவர்களுக்கு ஆதாரமாக வைப்புச் சான்றிதழ்கள் வழங்கப்படும்.

நிலையான வைப்பின் பிரதான பண்புகள்

- I. ஒப்பீட்டு ரீதியில் அதிகளவான வட்டி வழங்கப்படுகின்றது.
- ii. இவ் வைப்புக்களுக்கு எதிராக 90% வரை கடன் வழங்கப்படும்.
- iii. இவ் வைப்புக்கள் அதிக பாதுகாப்புடையவையாக காணப்படுகின்றன.
- iv. பல்வேறு விதமான சலுகைகள் வங்கிகளால் இவ் வைப்புக்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றது.
- v. இவ் வைப்புக்கள் காப்புறுதித் திட்டங்களையும் கொண்டவையாகக் காணப்படுகின்றன.

Recurring Deposit - தொடர் வைப்புகள்

இவ் வைப்புகள் மாதாந்த அடிப்படையில் குறித்த ஒரு நிலையான தொகை தொடர்ச்சியாக வைப்பிலிடப்பட்டு உருவாக்கப்படுவதாகும். இவ் வைப்புகள் குறிப்பிட்ட முதல் தொகையுடன் வட்டியும் இணைக்கப்பட்டு குறிப்பிட்ட ஒரு முதிர்வுக் காலம் வரை பேணப்பட்டு வருவதாகும். உதாரணம் - தேசிய சேமிப்பு வங்கியின் 'PENSION PLUS'

தொடர் வைப்பின் பண்புகள்

- இவ் வைப்புகள் குறிப்பிட்ட முதிர்வுக்காலத்தைக் கொண்டதாகும்.
- மாதாந்தம் குறிப்பிட்ட ஒரு நிலையான தொகை வைப்பிலிடப்படும்.
- வங்கிகளிடம் வெவ்வேறு விதமான வைப்புத் திட்டங்கள் காணப்படுகின்றது.
- கடன்கள் மற்றும் மேலதிகப்பற்று வசதிகள் வழங்கப்படும்.
- முதிர்வுக் கால முடிவில் வைப்பிலிடப்பட்ட தொகையுடன் வட்டியும் இணைத்துப் பெற்றுக் கொள்ள முடியும்.

பொருளாதார அபிவிருத்தியில் வங்கிகளின் பங்கு

தற்போதைய நவீன உலகில் வர்த்தக வங்கிகள் நாட்டின் பொருளாதார அபிவிருத்திக்கும் சமூக நலன்களுக்காகவும் பல்வேறு விதமான பங்களிப்புகளை வழங்கி வருகின்றன. அவை பின்வருமாறு

- மூலதன உருவாக்கம் (Capital Formation)**
வர்த்தக வங்கிகள் பொதுவாகப் பொதுமக்களிடமிருந்து வைப்புகளை திரட்டி அதாவது செயலற்றிருக்கும் பணத்தினை திரட்டி அதனை முதலீடாக மாற்றி உற்பத்தி திறன் செயற்பாடுகளில் ஈடுபடுத்துகின்றது. இதன் காரணமாக மூலதனத்தினை உருவாக்கி பொருளாதார அபிவிருத்திக்குப் பங்களிப்பு வழங்குகின்றது.
- புதுமைகளைத் தூண்டுகின்ற செயற்பாடுகள்**
இது குறிப்பாக முயற்சியாளர்களுக்கு புதுமைகளை புகுத்துவதற்குத் தேவையான கடன்களை வழங்கி அதனைத் தூண்டுகின்றது. இதன் காரணமாக சந்தைகளில் புதிய உற்பத்திகள் பொருளாதார அபிவிருத்திகள் அதிகரிக்கும்.
- கிராமியத் துறைகள் அபிவிருத்தி அடையும்**
கிராமியத் துறைகள் வர்த்தக வங்கிகள் அதிகளவான உதவிகளை வழங்குகின்றன. குறிப்பாக விவசாயிகள் தமது விவசாயத்துக்கு தேவையான விதைகள், விவசாய உபகரணங்கள் போன்றவற்றை கொள்வனவு செய்வதற்கு அவசியமான கடன்கள் வழங்கப்படுகின்றன. குறிப்பாக விவசாயிகள் அவர்களது அறுவடைக்காலங்களில் நடமாடும் சேவைகள் மூலம் வைப்புகளைத் திரட்டுவதும் பொருளாதார அபிவிருத்திக்கு சாதகமான நன்மைகளை உருவாக்கும்.
- முதலீட்டுக்கான ஊக்கத்தினை ஏற்படுத்தல்**
இது குறிப்பாக முதலீட்டாளர்களுக்கு அவர்களை ஊக்குவிக்கக்கூடிய விதத்தில் கவர்ச்சியான வட்டிவீதங்கள் மூலமாக முதலீட்டாளர்களை தூண்டுதல் செய்து பொருளாதார அபிவிருத்திக்கு பங்களிப்பு வழங்குகின்றது.

V. நாணயக் கொள்கை

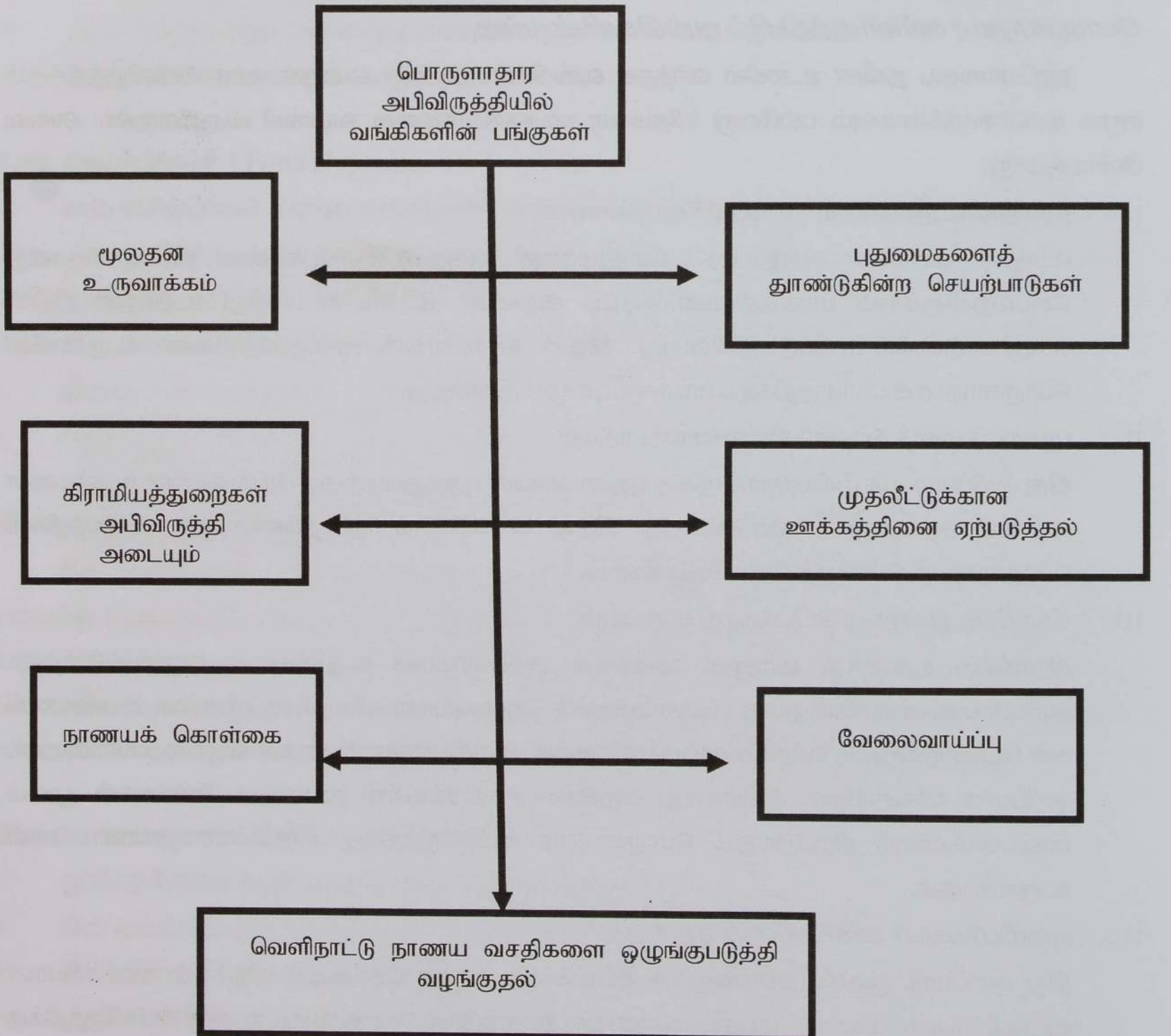
நாணயக் கொள்கையினை வங்கிகள் மத்திய வங்கி மற்றும் வணிக வங்கிகள் மூலமாக நடைமுறைப்படுத்தி ஓர் முறையான நிதி முறைமையினை இலங்கையில் உருவாக்கி அதன் மூலம் பொருளாதார அபிவிருத்தியினை வங்கிகள் உருவாக்க முடியும்.

vi. வேலை வாய்ப்பு

இது குறிப்பாக வங்கிகள் சுய முதலீட்டு வாய்ப்புக்களை இளைஞர், யுவதிகளுக்கு ஏற்படுத்து வதற்கான பல்வேறு வசதிகளை வழங்கி அதன் மூலமாக சுய வேலைவாய்ப்புத் திட்டங்கள் உருவாக்கப்பட்டு வேலைவாய்ப்பு அதிகரிக்கப்படுகின்றது.

vii. வெளிநாட்டு நாணய வசதிகளை ஒழுங்குபடுத்தி வழங்குதல்

வங்கிகள் வெளிநாட்டு வியாபாரத்தில் ஈடுபடுவோருக்கு பல்வேறு கழிவுகளுடன் அன்னிய நாணயக் கடிதங்களை ஒழுங்குபடுத்தி அதன் மூலமாக பொருளாதார அபிவிருத்திக்கு உதவுகின்றது.



இலத்திரனியல் வங்கி

இலத்திரனியல் வங்கி என்பது கணினி வலைப்பின்னல்களை பயன்படுத்தி தகவல் தொழில்நுட்ப முறையினூடாக இடம்பெறுகின்ற கொடுக்கல் வாங்கல் நடைமுறைகளைக் குறிக்கும். இவ் வங்கியியலானது தற்போது அதிகம் பிரபலமடைந்த வங்கியாக காணப்படுகின்றது. இவ் வங்கியியலின் பல்வேறு முறைகள் பின்வருமாறு

1. Personal computer banking
2. Internet banking
3. Virtual banking
4. Online banking
5. Home banking
6. Remote electronic banking
7. Phone banking

மேற்காட்டப்பட்ட அனைத்து சொங்களையும் இணைத்ததே இலத்திரனியல் வங்கியாகும். இலத்திரனியல் வங்கி என்பது தன்னியக்க விநியோகம், மரபுரீதியான வங்கி சேவைகள் மற்றும் புதிய வங்கி சேவைகள் என வரையறுக்கலாம்.

இது வாடிக்கையாளர்களை நேரடியாக இலத்திரனியல் மற்றும் தொடர்பாடல் மூலமாக இணைக்கின்றது. இது வாடிக்கையாளர்களை அவர்களின் பல்வேறு தேவையின் போது வங்கியுடன் நேரடியாக இணைக்கின்றது. இதன் மூலம் இவர்கள் தமது பிரத்தியேக கணினிகளை தனிப்பட்ட பொதுத் தொடர்பாடல் மூலம் இணைத்து பிரத்தியேகமான சேவைகளை வழங்குகின்றது.

இலத்திரனியல் வங்கிகளின் பகுதிகள்

தன்னியக்க வங்கியியல் முறைமையானது பல்வேறு பகுதிகளைக் கொண்டதாக வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. இப் பகுதிகளாக பின்வருவனவற்றை குறிப்பிடலாம்.

- a. தந்திரோபாய நோக்கங்கள்
- b. தொழில்நுட்ப வல்லுநர்கள்
- c. பாதுகாப்பு மற்றும் உள்ளகக் கட்டுப்பாட்டு நடைமுறைகள்
- d. முறைமை மற்றும் செயற்பாடுகள்

நிதி நிறுவனங்கள் இலத்திரனியல் வங்கியியல் சேவைகளை தமது சேவைகளின் போது உதவியாக பெற்றுக்கொள்கின்றன. நிதி நிறுவனங்கள் தமது இலத்திரனியல் முறைமைக்கு மூன்றாம் நபரிடமிருந்து உதவிகளைப் பெற்றுக் கொள்கின்றன. பொதுவாக இலத்திரனியல் வங்கிச் சேவை ஒன்றுக்கு பின்வரும் சேவைகள் இன்றியமையாதவை.

1. Another financial institution
2. Internet services provider
3. Internet banking software vendor or procedures
4. Core banking vendor or procedures
5. Managed security service provider
6. Credit bureau
7. Credit scoring company

தன்னியக்க ரெலர் இயந்திரம் (Automated Teller Machine)

தன்னியக்க ரெலர் இயந்திரம் என்பது தன்னியக்கமான கணினி மயப்படுத்தப்பட்ட ஓர் தொடர்பாடல் ஊடகம் ஆகும். இவ் ஊடகம் நிதி நிறுவனங்களால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நிதி கொடுக்கல் வாங்கல்களை இலகுவாக மேற்கொள்வதற்காக அமைக்கப்பட்ட ஓர் உபகரணமாகும். இம்முறைக்கு ஊழியர்களின் சேவைகள் அவசியமற்றதாகும். இவ் இயந்திரத்தில் பிளாஸ்டிக் அட்டைகளைப் பயன்படுத்தி தமக்குரிய திறவுச் சொற்களின் மூலமாக கொடுக்கல் வாங்கல்களை மேற்கொள்கின்றது. இதற்குப் பிரதானமானது (PIN- Personal Identification Number)

தொலைச் சந்தைப்படுத்தல் (Tele Marketing)

வாடிக்கையாளர்கள் தொலைபேசியினைப் பயன்படுத்தி தமக்கு சௌகரியமான இடங்களிலிருந்து எந் நேரமும் வாங்கிச்சேவையினை பெறக்கூடிய விதத்தில் அனுமதிக்கப்பட்ட ஓர் வாங்கிச் சேவை இதுவாகும்.

குறிப்பாக இச்சேவை எந் நேரமும் எவ் இடத்தில் இருந்தவாறும் சேவைகளை பெறக்கூடிய வாறு வடிவமைக்கப்பட்ட ஓர் முறையாகும். இவ் முறை தன்னியக்கமான குரலொலிகள் மூலம் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட முறை ஆகும்.

இவ்வாறான தொலை வாங்கிச் சேவையானது பல்வேறு விதமான நன்மைகளை வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஏற்படுத்துகின்றது.

- சௌகரியமான தன்மை
- விரைவான தன்மை
- செலவு குறைந்த தன்மை
- அதிகளவு வாடிக்கையாளர்களை கவரக்கூடிய தன்மை

முடிவுரை

வங்கித்தொழிற்பாடுகள் என்பது சிக்கலானதும் சவாலானதுமானதொன்றாகும், இத் தொழிற்பாடுகள் உரியமுறையில் தொழிற்பட்டால் மட்டுமே நாடு பல்வேறு சவால்களை வெற்றிகொள்ள முடியும். இதனால் ஒவ்வொரு நாட்டின் அரசாங்கமும் இத் துறை மீது அதிக ஒழுங்குகளையும் கட்டுப்பாடுகளையும் விதிக்கின்றது.

இலங்கையில் செயற்படும் வங்கிகள் மத்திய வங்கியின் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் பல்வேறு விதமான செயற்பாடுகளை மேற்கொண்டு வருகின்றன. இலங்கையின் வங்கிகள் நாட்டின் முதுகெலும்பாகத் தொழிற்ப்படுவதனால் அரசாங்கம் மத்திய வங்கியுடாக பல்வேறு செயற்பாடுகளையும், நடைமுறைகளையும் மேற்கொண்டு வருகின்றது. தற்போது இலங்கையில் வங்கிகளை பாசெல்குழு (Basel Committee) 1, பாசெல்குழு 2, பாசெல்குழு 3, என்ற நடைமுறைகளையும் மத்திய வங்கி பின்பற்றி வருகின்றது.

Refernces

1. Retail and Digital Banking: Principles and Practice (Chartered Banker Series) Paperback – 3 Oct 2018, by John Henderson (Author)
2. The Principles of Banking by Moorad Choudhry, John Cummins, and Ian Plenderleith (Author).
3. Teachers Guide, NIE, 2018.

சீறிய, நடுத்தர அளவு வணிகங்கள்

எழுத்தாக்கம்
mylearning.lk
(AAT)

பாட உள்ளடக்கம்

- ❖ SMI நிறுவனங்களின் பொதுவான வரைவிலக்கணம், பண்புகள், SMI நிறுவனங்களை வகைப் படுத்தி அளவிடப் பயன்படுத்தும் காரணிகள்.
- ❖ SMI நிறுவனங்களை வகைப்படுத்த நிறுவனங்கள் பயன்படுத்தும் அளவீடுகள், வகைப்படுத்தி இனங்காண்பதற்கான காரணங்கள், பல்வேறுநிறுவனங்கள் வேறுபட்ட அளவீடுகளை பயன்படுத்துவதற்கான காரணங்களை அறிதல்.
- ❖ இலங்கையின் பொருளாதாரத்திற்கு SMI நிறுவனங்களின் முக்கியத்துவம், SMI அபிவிருத்திக்கு முயற்சியாண்மையின் பாங்களிப்பு, SMI நிறுவனங்களின் வெற்றிக்கு சாதகமாக காணப்பட வேண்டிய காரணிகள், இலங்கையில் SMI நிறுவனங்கள் எதிர் நோக்கும் பிரச்சனைகள்
- ❖ SMI நிறுவனங்களுக்கு அரசுவழங்கும் ஊக்குவிப்புக்களுக்கும், வழங்கும் நிறுவனங்களும், SMI அபிவிருத்திக்கு அரசு மேற்கொள்ளவேண்டிய நடவடிக்கைகள்.

சிறுவணிகங்களின் வரைவிலக்கணம்

சுய உரிமையும் சுயமாகச் செயற்படுகின்ற அதேவேளை அந்த துறைகளில் ஆதிக்கம் செலுத்தாத வணிகங்கள் சிறியவணிகங்கள் ஆகும். (இதனை அமெரிக்காவின் small business adminishrabit எனும் நிறுவனம் சிறிய வணிகங்களை பின்வருமாறு வரைவிலக்கணப்படுத்தியுள்ளது)

சிறிய நடுத்தரளவு நிறுவனங்களை வகைப்படுத்துவதற்கு பயன்படுத்தும் காரணிகள்

சிறிய நடுத்தர அளவு நிறுவனங்களை வகைப்படுத்துவதற்கு பொதுவாக இரு வகைக் காரணிகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன

1. அளவுரீதியான காரணிகள்
2. பண்புரீதியான காரணிகள்

அளவுரீதியான காரணிகள்

ஏதாவது அளவுதிட்டத்திற்கு அமைய அளவிடக் கூடிய காரணிகள் அளவிடக் கூடிய காரணிகள் ஆகும் உதாரணம் - மூலதனம், ஊழியர் எண்ணிக்கை, மின் பாவனை, விற்பனை.

பண்புரீதியான காரணிகள்

ஏதாவது அளவுதிட்டத்திற்கு அமைய அளவிடமுடியாத காரணிகள் பண்புரீதியான காரணிகள் ஆகும் உதாரணம் - முகாமை, தொழில்நுட்பம், நிறுவன அமைப்பின் நன்மை, ஊழியர் மேற்பார்வை சிறிய வணிகங்களை இனங்காண்பதற்கு இலங்கையில் உள்ள நிறுவனங்கள் பல்வேறு நியதி களைப் பயன்படுத்துகின்றன.

பொதுவான அளவு
யாழ்ப்பாணம்.

சிறிய வணிகங்களை இனங்காண்பதற்கு இலங்கையில் உள்ள நிறுவனங்கள் பல்வேறு நியதிகளைப் பயன்படுத்துகின்றன.

நிறுவனம்	நியதிகள்
கைத்தொழில் அபிவிருத்தி சபை	ஈடுபடுத்தியுள்ள மூலதனம் ரூபா 4 மில்லியனுக்கு மேற்படாத வணிகம்
கைத்தொழில் தொழிநுட்ப நிறுவனம்	ஈடுபடுத்தியுள்ள மூலதனம் ரூ 4 மில்லியனுக்கு மேற்படாத வணிகம்
சிறுகைத்தொழில் திணைக்களம்	ஈடுபடுத்தியுள்ள மூலதனம் ரூ4 மில்லியனுக்கு மேற்படாத வணிகம்
கைத்தொழில் அபிவிருத்தி அமைச்சு	முதலிடப்பட்டுள்ள மூலதனம் ரூ20 மில்லியனுக்கு மேற்படாத வணிகங்கள்
குடிசனப் புள்ளிவிபரத் திணைக்களம்	ஊழியர் எண்ணிக்கை 25 இற்கு குறைவாக இருக்கும் வணிகங்கள்
கிராமியகைத்தொழில் அபிவிருத்தி அமைச்சு	நிலையான ஊழியர்களின் எண்ணிக்கை 50 இற்கும் குறைவாக இருக்கும் வணிகங்கள்
இலங்கைமத்தியவங்கி	பயன்படுத்துகின்ற மின்சக்திவலு கிலோ வோற்று அம்பியர் 50 இற்கும் குறைவாகப் பயன்படுத்தும் வணிகங்கள்

சிறிய மற்றும் நடுத்தர அளவிலான வணிகங்களின் பண்புகள்

- ◆ குறைவான மூலதனம் ஈடுபடுத்தப்பட்டிருக்கும்.
- ◆ பொதுவாக இயந்திரப்பாவனையும் நவீன தொழில் நுட்பங்களும் பெருமளவில் பயன்படுத்தப்படாது.
- ◆ ஊழியர் செறிவானநுட்பமே அதிகளவில் பயன்படுத்தப்படும்.
- ◆ பிரதேசரீதியாக காணப்படும் வளங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு உருவாக்கப்பட்டிருக்கும்.
- ◆ வரையறுக்கப்பட்ட பிரதேசங்களில் இவற்றின் செயற்பாடுகள் வரையறுக்கப்பட்டு காணப்படும்.
- ◆ உரிமையாளரும் அவர்களின் குடும்ப அங்கத்தவர்களும் பொதுவாக ஊழியர்களாக காணப்படுவர்.
- ◆ பொதுவாக சிறிய நடுத்தர அளவு நிறுவனங்களின் உரிமையாளர்கள் போதியளவு முகாமை நிர்வாகத்திறன் அற்றவர்களாகக் காணப்படுவர்.
- ◆ சந்தைசிறியதாக இருத்தல்.

இலங்கையில் சிறிய நடுத்தர அளவு நிறுவனங்களின் முக்கியத்துவத்திற்கான காரணங்கள்

- ◆ சந்தையில் போட்டிச் சூழலை வளர்த்தல்.
- ◆ வேலை வாய்ப்பினை ஏற்படுத்தல்.
- ◆ வருமான சமமின்மையை நீக்குதல்.
- ◆ மூலதனப் பிரச்சனைக்கு தீர்வு காணுதல்.
- ◆ உள்நாட்டு வளப் பயன்பாட்டினை அதிகரித்தல்.
- ◆ தேசிய வினைத்திறன்களை உச்சமாகப் பயன்படுத்தல்.
- ◆ அந்நிய செலாவணிப் பற்றாக் குறையை நீக்குதல்.
- ◆ அரசு பொருளாதார செயற்பாடுகளை வினைத்திறனாக செயற்படுத்துதல்.

சிறிய, நடுத்தர அளவு நிறுவனம் ஒன்றை ஆரம்பிக்கும் போது ஒருவர் கருத்திற்கொள்ள வேண்டிய பொதுவான காரணிகள்.

- ◆ உற்பத்திப் பொருளுக்கான சந்தை.
- ◆ நுகர்வோர் தன்மை அல்லது செறிவு.
- ◆ போட்டி நிறுவனங்களின் தன்மை.
- ◆ அரசிடம் இருந்து பெற்றுக்கொள்ளக்கூடிய உதவிகள்.
- ◆ மூலப்பொருட்களை பெற்றுக்கொள்ளக்கூடிய தன்மை.
- ◆ தேவையான மூலப்பொருட்களை பெற்றுக்கொள்ளக்கூடிய முறைகள்.
- ◆ செல்வாக்குச் செலுத்தும் சட்டத்திட்டங்கள்.
- ◆ வணிக அமைப்பின் தோற்றம்.

சிறிய, மற்றும் நடுத்தர அளவு வணிகர்களின் வெற்றியில் செல்வாக்குச் செலுத்தியுள்ள காரணிகள்

1. உட்கட்டமைப்பு வசதிகள் தேவையானளவு காணப்படல்.
2. நிதி மற்றும் வரி விடுதலை போன்ற ஊக்குவிப்புகள்.
3. விரிவான சந்தை காணப்படல்.
4. பல்வேறு நிறுவன ரீதியான மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் வசதிகளைப் பெற்றுக் கொடுத்தல்.
5. திறமையான முகாமை காணப்படல்.
6. வணிகர்களின் ஈடுபாடும் அர்பணிப்பும்.

சிறிய, மற்றும் நடுத்தர அளவு வணிகங்கள் தோல்வியடைவதற்கான காரணங்கள் அல்லது சிறிய, நடுத்தர அளவு நிறுவனங்கள் எதிர்நோக்கும் பிரச்சனைகள்.

- ◆ மூலதனப் பற்றாக்குறை அல்லது நிதிப்பிரச்சனை.
- ◆ கடுமையான போட்டியினை எதிர்நோக்குதல்.
- ◆ பொருத்தமற்ற தொழில்நுட்பம்.
- ◆ சந்தைப்படுத்தலில் பிரச்சனை.
- ◆ முகாமை நிர்வாகத்திறன்களின் பற்றாக்குறை.
- ◆ பயிற்றுவிக்கப்பட்ட ஊழியர்கள் காணப்படாமை.
- ◆ அரசு ஊக்குவிப்புகள் போதுமான அளவிற்கு காணப்படாமை.
- ◆ உட்கட்டமைப்பு வசதிகள் போதுமான அளவிற்கு காணப்படாமை.
- ◆ வணிகத்திட்டம் இல்லாமல் செயற்படுத்தல்.
- ◆ முயற்சியாண்மைத்திறன் குறைவாகக் காணப்படல்.

சிறிய மற்றும் நடுத்தர அளவு வணிகர்களின் வெற்றிக்கு முயற்சியாண்மை முக்கியப் பெறுவதுடன் அதற்கான காரணங்கள்.

- ◆ வணிகத்தை ஆரம்பிப்பது இடர்களுடன் கூடியதொன்றாகும் எனினும் முயற்சியாளரிடம் காணப்படுகின்ற இடர் முகாமைத்துவம் செய்யக்கூடிய திறனினுடாக அதனை இழிவுபடுத்திக் கொள்ள முடியும்.
- ◆ முயற்சியாளரின் அர்ப்பணிப்பு, ஈடுபாடு என்பவற்றின் அடிப்படையில் பெரும்பாலும் வணிகங்கள் வெற்றியடையும்.
- ◆ முயற்சியாளரினுள் காணப்படுகின்ற தன்னம்பிக்கை, ஊக்கம் என்பன சிறிய மற்றும் நடுத்தர அளவு வணிகர்களின் வெற்றியில் தாக்கம் செலுத்தும்.
- ◆ அத்துடன் முயற்சியாளரினுள் காணப்படுகின்ற முயற்சியாண்மைத் திறன்களை விருத்தி செய்துகொள்வதற்கு நடவடிக்கை எடுப்பதன் மூலம் வணிகர்களை வெற்றியடையச் செய்ய முடியும்.

சிறிய நடுத்தர அளவு நிறுவனங்களுக்கு அரசு வழங்கும் ஊக்குவிப்புகள்

சிறியமற்றும் நடுத்தர அளவு வணிகங்களை ஊக்குவிப்பதற்காக அரசு கடைப்பிடித்திருக்கும் படி முறைகளை இரு பிரதான வகைகளாக வகைப்படுத்திக்காட்ட முடியும்.

1. நிதிசார்ந்த ஊக்குவிப்புகள்.
2. நிதிசாராத ஊக்குவிப்புகள்.

சிறிய நடுத்தர அளவு வணிகர்களை ஊக்குவிப்பதற்கு அரசினால் வழங்கப்படும் நிதிசார் ஊக்குவிப்புக்கும் நிதிசார ஊக்குவிப்புக்குமான உதாரணங்கள் பின்வருமாறு

நிதிசார்ந்த ஊக்குவிப்புகள்	நிதிசாராத ஊக்குவிப்புகள்
குறுங்காலகடன் வழங்கல் நீண்டகாலகடன் வழங்கல் நிதிரீதியானகடன்கள் வரிச்சலுகை மீள் நிதியிடல் வசதிகள்	ஆலோசனைச் சேவைகளை வழங்கல் முயற்சியாண்மை அபிவிருத்தி வேலைத்திட்டங்கள் ஆய்வும் தொழில்நுட்பச் சேவைகள் உட்கட்டமைப்பு வசதிகளை வழங்கல் சந்தைவசதிகளைவழங்கல் விற்பனைஉறுதிகள் சிறந்தசாதனைகளுக்கான பதக்கங்களை வழங்குதல்

சிறிய மற்றும் நடுத்தர அளவு வணிகங்களுக்கு ஊக்குவிப்புகளை வழங்கும் அரசு நிறுவனங்கள்

- ◆ கைத்தொழில் அபிவிருத்தி சபை - IDB
- ◆ ஏற்றுமதிஅபிவிருத்தி சபை - EDB
- ◆ இலங்கைதரக்கட்டளைகள் நிறுவனம் - SLSI
- ◆ தேசியஅபிவிருத்திவங்கி - NDB
- ◆ கைத்தொழில் தொழில்நுட்பநிறுவனம் - ITI

SMI நிறுவனங்களுக்கு ஊக்குவிப்புகள் வழங்கும் நிறுவனங்களும், வழங்கும் ஊக்குவிப்புகளும்

நிறுவனம்	வழங்கப்படும் ஊக்குவிப்புகள்
தேசிய முயற்சியாண்மை அபிவிருத்தி அதிகார சபை	<ul style="list-style-type: none"> • நிதிவசதிகள் வழங்கல் • முயற்சியாண்மை அபிவிருத்தி பயிற்சி வேலைத் திட்டங்களை நடாத்துதல்
சிறிய மற்றும் நடுத்தரளவு முயற்சியாண்மை சபை	<ul style="list-style-type: none"> • வெளிநாட்டுச் சந்தை வசதிகளை வழங்கல்
கைத்தொழில் அபிவிருத்தி சபை	<ul style="list-style-type: none"> • ஆலோசனைச் சேவை • தொழிநுட்ப அறிவினைப் பெற்றுக் கொடுத்தல் • உட்கட்டமைப்பு வசதிகள்
ஏற்றுமதி அபிவிருத்தி சபை	<ul style="list-style-type: none"> • சந்தைப்படுத்தல் வசதிகள் • ஆலோசனைச் சேவைகள்
இலங்கை தரக்கட்டளைகள் நிறுவகம்	<ul style="list-style-type: none"> • ஆலோசனைச் சேவைகள்
தேசிய அபிவிருத்தி வங்கி	<ul style="list-style-type: none"> • நிதிவசதிகளை வழங்கல்
தொழில்நுட்ப நிறுவனம்	<ul style="list-style-type: none"> • தொழிநுட்ப அறிவை பெற்றுக் கொடுத்தல் • ஆலோசனைச் சேவையினை வழங்கல்
இலங்கை சிறிய மற்றும் நடுத்தரளவு கைத்தொழில் சபை	<ul style="list-style-type: none"> • நிதிவசதிகள் • சிறந்த சாதனையாளருக்கான விருதுகளை வழங்கல்

சிறியமற்றும் நடுத்தரளவுவணிகர்களின் வெற்றிக்கு ஊக்குவிப்புகளை வழங்குவதற்காக தற்போது நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டு வரும் செயற்றிட்டங்கள்

- ◆ மகளிர் சிற்றளவு முயற்சியாண்மைக் கடன் பிணைப் பாதுகாப்புத் திட்டமுறை
- ◆ சுவன
- ◆ சகன்யா
- ◆ சனசகடன் திட்டம்
- ◆ கூட்டுறவுக் கிராமிய வங்கிக்கடன்
- ◆ சமுர்த்தி வளமான வாழ்வு அபிவிருத்திக்கடன் திட்டமுறை
- ◆ கமநல வங்கிப் பிரதிநிதித் திட்டம்

சிறுவணிக வாடிக்கையாளரை கவர்வதற்குப் பயன்படுத்தப்படுகும் தந்திரோபாயங்கள்

- ◆ நுகர்வோர் தொடர்பினை விருத்தி செய்தல்.
- ◆ வாடிக்கையாளரின் விசுவாசத்தைப்பெறல்.
- ◆ விலை குறைப்பதன் மூலம் போட்டிக்கு முகம் கொடுத்தல்.
- ◆ நுகர்வோர் மேம்படுத்தல் நுட்பங்களை அதிகரித்தல்.
- ◆ நிறுவனத்தின் பொருட்களை கவரக்கூடிய வகையில் காட்சிப்படுத்தல்.
- ◆ பண்டிகைக் காலங்களில் டயரி, கலெண்டர் போன்ற அன்பளிப்புக்களை வழங்கல்.
- ◆ நுகர்வோருடன் சிறந்த உறவை பேணல்.
- ◆ சுயசேவை முறையை அமுல்படுத்தல்.
- ◆ பொருட்களை வீட்டுக்கு கொண்டுசென்று விநியோகிக்கும் வசதி.

இலங்கை மத்திய வங்கி கொள்கை வட்டி வீதங்களை மாற்றல்நிபு பேணுகின்றது.

செல்வி. J. கிதாஞ்சலி
வர்த்தகப்பிரிவு - 2019

இலங்கை மத்திய வங்கியின் நாணயச் சபை 2018 மே 10ம் நாள் நடைபெற்ற அதன் கூட்டத்தில் கொள்கை வட்டி வீதங்களை அவற்றின் தற்போதைய மட்டங்களில் பேணுவதற்குத் தீர்மானித்தது. இதற்கமைய துணைநில் வைப்பு வசதிவீதமும் துணைநில் கடன் வழங்கல் வசதி வீதமும் முறையே 7.25% லும் 8.50% லும் தொடர்ந்தும் காணப்படும். சபையினது இத்தீர்மானமானது யாதெனில், நடுத்தர காலத்தில் பணவீக்கத்தினை நடு ஒற்றை இலக்க மட்டத்தில் உறுதிப்படுத்துவதும், அதன்மூலம் இலங்கைப் பொருளாதாரத்தின் சாதகமான வளர்ச்சித் தோற்றப் பாட்டிற்கு பங்களிப்பதுமேயாகும்.

குறுங்காலத்தில் வழங்கல்பக்க தூண்டுதல்களில் ஏற்பட்ட மெதுவான அதிகரிப்பின் பின்னர், பணவீக்கம் நடுஒற்றை இலக்கமட்டத்தில் உறுதியடைந்துள்ளது.

சாதகமான உள்நாட்டு வழங்கல் நிலைமைகளின் காரணமாக, தளம்பலடைந்த உணவு விலைகள் குறைவடைந்தமையினால் கொழும்பு நுகர்வோர் விலைச் சுட்டெண்ணியையும் அடிப்படையாகக் கொண்ட முதன்மைப் பணவீக்கம் தொடர்ந்தும் குறைவடைந்து கேள்வி அழுத்தங்கள் கட்டுப்படத்தப்பட்டமையினை எடுத்துக்காட்டிய வேளையில், பணவீக்க எதிர்பார்ப்புக்கள் தொடர்ந்தும் வீழ்ச்சியடைந்தன. எனினும், உள்நாட்டு பெற்றோலிய வாயு மற்றும் பால்மா என்பவற்றின் மேல்நோக்கிய விலைத்

திருத்தங்களின் தாக்கம் காரணமாக குறுங்காலத்தில் பணவீக்கம் தற்காலிகமாக உயர்வடையுமென எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது. இருப்பினும் கூட, இம் மாற்றமடைகின்ற நிரந்தரமற்ற வழங்கல்பக்க தூண்டல் விலை அழுத்தங்கள் மறைந்து உள்நாட்டு உணவு வழங்கல்கள் மேலும் முன்னேற்றமடைவதுடன் பணவீக்கம் 2018 இன் பின்னரைப்பகுதியில் விரும்பத்தக்க நடு ஒற்றை இலக்கத்திற்கு உறுதியடையுமென எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

நடுத்தர காலப்பகுதியில் பணவீக்கம் 4% - 6% இலக்கிடல் வீச்சில் தொடர்ந்தும் காணப்படுமென எதிர்வு செய்யப்படுகின்றது.

2018ல் பொருளாதார வளர்ச்சி மீட்சியடையும். பின்னர் 2017ல் இலங்கையின் பொருளாதாரத்தில் மிதமான மீட்சியொன்று காணப்பட்டமைக்கு உலகளாவிய பொருளாதார நடவடிக்கைகள் வலுவடைந்து வருகின்றமையும் உள்நாட்டு நிலைமைகள் மேம்பட்டு வருகின்றமையும் காரணங்களாக அமைந்தன. முன்னோக்கிய குறிகாட்டிகள் வேளாண்மைத் துறையின் மிதமான மீட்சியின் பின்னணியில் பொருளாதாரச் செயலாற்றல் மேம்படும் என்பதையும் கைத்தொழில் மற்றும் பணிகள் துறைகளில் சாதகமான உத்வேகமொன்று தொடர்ந்தும் காணப்படுமென்பதையும் எடுத்துக் காட்டுகின்றன. தொடர்ச்சியான இறைத்திரட்சி முயற்சிகள் வளர்ச்சி வாய்ப்புக்களை ஓரளவிற்கு குறைக்கின்ற வேளையில் இறை ஒழுங்குகள்

லிருந்து பொருளாதாரம் பெறக்கூடிய பேரண்டப் பொருளாதார நன்மைகள் நடுத்தர காலப் பகுதியில் உறுதியான வளர்ச்சியொன்றை உறுதிப்படுத்தும். எதிர்பார்க்கப்பட்ட உட்பாய்ச்சல்கள் கிடைத்தமை தூண்டுதல் அளிக்கும் தாழ்ந்த பணவீக்கச் சூழல் போட்டித் தன்மை மிக்க செலவாணி வீதம் என்பன ஒன்று சேர்ந்து நடுத்தரகாலப் பகுதியில் பொருளாதாரம் இதன் உள்ளார்ந்த வளத்தினை பயன்படுத்திக் கொள்வதனை இயலச்செய்யும்.

2018 ஏப்ரலில் தளர்த்தப்பட்ட கொள்கைக்கு பதிலிறுத்தும் விதத்திலமைந்த குறுங்கால சந்தை வீதங்கள் 2018 ஏப்பிரலில் கொள்கை வீதச் சீராக்கங்களுக்குப் பதிலிறுத்தும் விதத்தில் ஓரளவு வட்டிவீதங்கள் கொள்கைவீத வீச்சு குறுக்கடைந்து ஏறத்தாழ நடுப்புள்ளியில் உறுதியடைந்திருக்கின்றது. குறுங்கால வட்டிவீதங்களில் ஏற்பட்ட வீழ்ச்சியுடன் இசைந்து செல்லும் விதத்தில் ஏனைய சந்தை வட்டி வீதங்கள் குறிப்பாக கடன்வழங்கல் மீதான வட்டிவீதங்கள் எதிர்வரும் காலத்தில் கீழ் நோக்கிச் சீராக்கப்படுமென எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது.

வர்த்தக வாங்கிகளினால் தனியார் துறைக்கு வழங்கப்பட்ட கொடுகடன் வளர்ச்சி ஏறத்தாழ எதிர்பார்க்கப்பட்ட மட்டமொன்றினைச் சுற்றிக் காணப்பட்ட போதும் 2018 மார்ச்சில் உயர்ந்த பருவகால கொடுகடன் கேள்வி அவதானிக்கப்படுகின்றது. 2018 மார்ச் இறுதி வரையான தரவுகளின் அடிப்படையில் தனியார்துறைக் கொடுகடன் பொருளாதாரத்தின் அனைத்து முக்கியதுறைகளுக்கும் நியாயமான விதத்தில் பகிரப்பட்டுள்ளமையினை அவதானிக்க முடிகிறது. பருவகாலத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட விழாக்கால கொடுகடன் விரிவாக்கத்தின் விளைவாக 2018 மார்ச்சில் விரிந்த பணத்தின் வளர்ச்சி 2018 இறுதியளவில் ஏறத்தாழ 15 சதவீதத்தில் உறுதி அடையுமென எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது.

இறுக்கமான உலகளாவிய நிதியியல் நிலைமைகளுக்கு மத்தியிலும் அலுவல்சார் ஒதுக்குகள் தொடர்ச்சியாகக் கட்டியெழுப்பப்பட்டு வருகின்றன.

2018 இன் முதல் இரண்டு மாதகாலப் பகுதியில் ஏற்றுமதி வருவாய்கள் அதிகரித்தமையின் காரணமாக ஏற்றுமதிக்கு சாதகமான உத்வேக மொன்றினைப் பேணியது. எனினும் தங்கம் மற்றும் உந்து ஊர்திகளின் பாரிய இறக்குமதிகளின் காரணமாக இறக்குமதிகளின் செலவீனம் ஏற்றுமதிகளை விட அதிகமாக காணப்பட்டமையின் விளைவாக வர்த்தகப் பற்றாக்குறை விரிவடைந்தது. தங்க இறக்குமதிகள் மீதுசுங்கத் தீர்வை விதிக்கப்பட்டமையானது வர்த்தகப் பற்றாக்குறையை ஓரளவிற்கு குறைப்பதற்கு உதவுமென எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது. இவ்வாண்டின் இதுவரையான காலப்பகுதியில் சுற்றுலா மற்றும் தொழிலாளர் பணுவல்கள் என்பற்றிலிருந்தான வருவாய்கள் தொடர்ந்தும் அவற்றின் வளர்ச்சிச் செயலாற்றத்தினைக் காட்டியது. இறுக்கமான உலகளாவிய நிதியியல் நிலைமைகளின் காரணமாக ரூபாவில் குறித்துரைக்கப்பட்ட அரசுபிணையங்கள் சந்தை தேறிய வெளிப்பாய்ச்சலொன்றினைக் கொண்டிருந்த வேளையில், கொழும்பு பங்கு பரிவர்த்தனை இதுவரையான அவ்வாண்டுப் பகுதியில் தேறிய உட்பாய்ச்சலை கவர்ந்து கொண்டது. இவ் அபிவிருத்திகளுக்கு மத்தியில், மத்தியவங்கி 2018 இன் ஏப்ரல் இறுதிவரையான காலப்பகுதியில் உள்நாட்டுச் சந்தையிலிருந்து ஐ.அ.டொலர் 458.5 மில்லியன் கொண்ட தேறிய வெளிநாட்டுச் செலவாணியை ஈர்த்துக் கொண்டிருக்கிறது. 2018 ஏப்ரலில் இடம் பெற்ற நாட்டிற்கான பன்னாட்டு முறிகளின் வெற்றிகரமான வழங்கல் உள்நாட்டுச் சந்தையிலிருந்து மத்திய வங்கியினால் கொள்வனவு செய்யப்பட்ட வெளிநாட்டச் செலவாணி வீதம் ஐ.அ.டொலர் 9.9 பில்லியனுக்கு மேம்பட்டிருந்ததுடன் வரலாற்றிலேயே மிக உயர்ந்த மட்டத்தினையும்

பதிவுசெய்தது. இவ்வாண்டின் இதுவரையான காலப் பகுதியில் செலவாணி வீதம் ஐ.அ. டொலரிற்கு எதிராக 3.1% இனால் தேய்வடைந் திருக்கின்றது. இத்தேய்வில் பெரும் பங்கு ஏப்ரல் மாத இறுதியிலும் மேமாத ஆரம்பத்திலும் ஏற்பட்டிருக்கின்றமையானது உலகளாவிய சந்தையில் ஐ.அ.டொலர் பரந்த அடிப்படையில் வலுவடைந்து வருகின்றமையினை பிரதிபலிப்ப தாக உள்ளது. செலவாணி வீதத்தின் மிகையான தளம்பலைத் தணிப்பதற்காக மத்தியவங்கி உள்நாட்டின் வெளிநாட்டுச் செலவாணிச் சந்தையில் தலையிட்டதுடன் ரூபா உறுதியடை வதற்கான அறிகுறிகளையும் காட்டியது.

ஒற்றை இலக்க மட்டங்களில் பணவீக்கத் தினை உறுதியடையச் செய்வதற்காக கொள்கை நிலை மாற்றப்படவில்லை.

நடைமுறை அபிவிருத்திகள் மற்றும் முக்கிய பேரண்ட பொருளாதாரமாறிகளுக்கான தோற்றப்பாடு என்பவற்றின் அடிப்படையில் மத்திய வங்கியின் நாணயச் சபை தற்போதைய நாணயக் கொள்கை நிலையினை தொடர்வது

பொருத்தமானதாக இருக்குமென்ற கருத்தினைக் கொண்டிருந்தது. இத்தீர்மானத்திற்கு வருவ தற்கு நாணய சபை அண்மைய உலகளாவிய சந்தை அபிவிருத்திகள் நிருவிக் கப்பட்ட விலைகளில் அண்மையில் செய்யப்பட்ட சீராக் கங்களின் பேரண்டப் பொருளாதாரத் தாக்கங் களை மதிப்பிடுவதற்கு இன்னும் கூடியளவு காலம் தேவை என்ற யதார்த்த நிலைமை என்ப வற்றைப் பரிசீலனையில் கொண்டிருந்தது.

இதன்படி நடுத்தர காலப்பகுதியில் நடு ஒற்றை இலக்கத்தில் பணவீக்கத்தினை உறுதிப் படுத்துவதன் மீது மத்தியவங்கி கொண்டிருக் கும் கவனத்துடன் இசைந்து செல்லும் விதத்தில் மத்தியவங்கியின் துணைநில் கடன் வழங்கல் வசதி வீதத்தினையும் அவற்றின் தற்போதைய மட்டங்களில் பேணுவதற்கு நாணய சபை தீர்மானித்தது.

நாணயக் கொள்கைத் தீர்மானம்

1. துணைநில் வைப்பு வசதிவீதம்.
2. துணைநில் கடன் வழங்கல் வசதிவீதம்.
3. நியதிஒதுக்குவிகிதம்.

“நல்ல

எண்ணங்களைப் போல்

ஒரு அருமருந்து இனி

உலகில் எவரும்

கண்டுபிடிக்க முடியாது.

அதுவே சகல

நோய்களையும்

வேறருக்கும் மருந்து”

சந்தைப்படுத்தல் சந்தைத் துண்டமாக்கல் முக்கியத்துவம், இலக்கு சந்தைத் தெர்வு

தருமத்.அம்பிகைதர்ஷன் ரஞ்சன்
ஆசிரிய ஆலோசகர் (வர்த்தகம்)
மாகாணக் கல்வித் தணைக்களம்
வடமாகாணம்
(BBA, MEd)

வணிகத்திற்கு வானமே எல்லை என்ற கூற்றிற்கமைய மனிதனின் அன்றாடக் கருமங்கள் அனைத்துமே வணிகச் செயற்பாடுகள் இன்றியமையாததாக காணப்படுகின்றது. அவ்வாறான முக்கியத்துவம் வாய்ந்த வணிகச் தொழிற்பாடுகளில் ஒன்றாகவே சந்தைப்படுத்தல் முசாமைத்துவ கருமம் கருதப்படுகின்றது. சந்தைப்படுத்தல் என்பது நுகர்வோர் தேவைகள், விருப்பங்களை அறிந்து, அவற்றை பூர்த்தி செய்யும் வகையில் எவ்வாறு பொருட்கள் சேவைகள் உற்பத்தி செய்யலாம் என்பதிலிருந்து உற்பத்தி செய்த அப்பொருளை நுகர்வோருக்கு வசதியான ஒரு இடத்தில் கிடைக்கும் பொருட்டு மேற்கொள்ளப்படும் சகல நடவடிக்கைகளையும் குறித்து நிற்கின்றது. எனவே வணிகத் தொழிற்பாடுகளில் நேரடியாக நுகர்வோருடன் தொடர்புபடும் கருமம் ஒன்றாக சந்தைப்படுத்தல் கருதப்படுகின்றது. இதன் முக்கியத்துவம் காரணம் ஆகவே தற்போது பல்கலைக்கழகங்களிலும், தொழிற்நுட்பக் கல்லூரிகள் மற்றும் வணிகத்துறை சார்ந்த உயர்கல்வியை வழங்கும் நிறுவனங்களிலும் சந்தைப்படுத்தல் ஒரு பாடமாக கற்பிக்கப்பட்டு வருகின்றது. இதனைத் தவிர பல்வேறுப்பட்ட தொழில்கள் மற்றும் முயற்சியாண்மைத் துறைகளிலும் சந்தைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவம் வலியுறுத்தப்பட்டு வருகின்றது.

வணிக உலகில் சந்தைப்படுத்தல் பெருஞ் சேவையாற்றுகின்றது. சந்தைப்படுத்தல் கவர்ச்சிமிக்கது. சில பொருட்கள், சேவைகள் சந்தைப்படுத்தலின்றி ஒரு போதும் நுகர்வோரை சென்றடையமாட்டாது என்பது உண்மை ஆனதாகும். சந்தைப்படுத்தலின் மக்கள் அனைவருமே பங்காளியாகக் காணப்படுகின்றனர். நாம் நாள் தோறும் செய்கின்ற, செயற்பாடுகள் அனைத்திலுமே நேரடியாகவோ, மறைமுகமாகவோ சந்தைப்படுத்தல் தொடர்புபடுகின்றது.

வணிகத் தொழிற்பாடுகள் தமது நோக்கத்தை நிறைவு செய்து கொள்வதற்கும், இலாபமீட்டுவதற்குப் சந்தைப்படுத்தலை பயன்படுத்தப்படுகின்றது. வாடிக்கையாளரை இனங்காணல் என்பது சந்தைப்படுத்தலின் வெற்றிக்கு அடிப்படைக் காரணியாகும். சந்தைப்படுத்தலின் நோக்கம் வாடிக்கையாளரை இணைத்துக் கொள்வதும் தக்க வைத்துக் கொள்வதுமாகும். வணிகம் ஒன்றின் வெற்றிக்கும், இலாபமீட்டுதலுக்கும் இது உதவியாக அமைகின்றது. நவீன சந்தைப்படுத்தல் சிந்தனைகளில் முக்கிய விடயமாக அமைவது வாடிக்கையாளருக்குப் பெறுமதியை உருவாக்குதலும், வாடிக்கையாளரை திருப்தி செய்தலாகும்.

இவ்வாறான முக்கியத்துவம் வாய்ந்த சந்தைப்படுத்தலை இன்றைய பூகோள பொருளாதாரத்தில் ஆற்ற வேண்டியது கடினமான தொன்றாகும். எல்லா வணிகர்களுக்கும் நவீன தொழில்நுட்ப சவால் தரும் காரணியாகவே அமைகின்றது. அதே போன்று தகவல் தொழில்நுட்பம் காரணமாக அறிவாற்றல் பெற்று உள்ள நுகர்வோருக்கு ஏற்ப சந்தைப்படுத்துகின்ற கருமங்களை பொருத்தமுறச் செய்ய வேண்டியுள்ளது.

தற்கால நுகர்வோர் பின்வரும் விடயங்களால் சக்தியுடையவராகக் காணப்படுகின்றனர்.

- ◆ கொள்வனவற்றால் அதிகரித்தல்.
- ◆ பல்வேறு பொருட்கள், சேவைகள் சந்தையில் காணப்படுகின்றன.
- ◆ எல்லாவிடயங்கள் தொடர்பிலும் தகவல்கள் பெருமளவில் காணப்படுகின்றமை.
- ◆ பொருட்களை கட்டளையிடுவதும், பெற்றுக் கொள்வதும் இலகுவாகக் காணப்படுகின்றமை
- ◆ பொருட்களை ஒப்பிட்டு பரிசோதித்து பார்க்கும் ஆற்றல் அதிகரித்தமை.

எனவே மேற்கூறிய சவால்களை எதிர்கொண்டு சந்தைப்படுத்தல் கருமங்களை வெற்றிகரமாக மேற்கொள்ள வேண்டுமெனின் பல்வேறுபட்ட சந்தைப்படுத்தல் தந்திரோபாயங்களை வணிகங்கள் பின்பற்ற வேண்டும். அவ்வாறான சந்தைப்படுத்தல் தந்திரோபாயங்களை பின்பற்றுவதற்கு உதவியாக அமையும் செயற்பாடுகளாகவே சந்தைத் துண்டமாக்கலும், இலக்கு சந்தைத் தெரிவும் காணப்படுகின்றது.

சந்தைப்படுத்தலின் மைய எண்ணக்கருக்களின்படி சந்தைப்படுத்தல் கருமமானது சந்தையில் ஆரம்பித்து சந்தையிலேயே முடிவடைகின்றது. எனவே இங்கு சந்தைப்படுத்துவோர் தனக்கு பொருத்தமான நுகர்வோர்! வாடிக்கையாளர் சந்தையை தெரிவு செய்ய வேண்டும்.

இதற்காகவே பல்வேறு அடிப்படைகளில் சந்தையை துண்டமாக்கி, இலக்கு சந்தையை தெரிவு செய்து அதனை நிலைப்படுத்துகின்றார்.

சந்தை துண்டமாக்கல் Market Segmentation

நுகர்வோர்கள் அனைவரும் ஒரே விதமான தேவைகள் விருப்பங்களை கொண்டவர்கள் அல்லர். வேறுபட்ட தேவைகள், விருப்பங்களைக் கொண்டவர்களாகக் காணப்படுவதனால் உற்பத்தியாளர்கள் ஒரே வகையான பொருளை உற்பத்தி செய்து வழங்குவதன் மூலம் சகல நுகர்வோரையும் திருப்திப்படுத்த முடியாது. இதனால் வேறுபட்ட நுகர்வோர்களுக்கென வெவ்வேறு வகையான பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய வேண்டிய அவசியம் ஏற்படுகின்றது. இதனை நிறைவு செய்ய வேண்டுமெனின் சந்தைத் துண்டமாக்கலை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

சந்தைத் துண்டமாக்கலின் போது மொத்த நுகர்வோர்கள் அவர்களின் பொதுவான தேவை, விருப்பம் சந்தைப்படுத்தல் செயற்பாடுகளுக்கு ஒத்த அம்சங்களைக் கொண்டு தொகுதியாக்கப்படுவர். இவ்வாறு தொகுதியாக்கப்படும் போது ஒரு தொகுதியில் உள்ள நுகர்வோர்கள் ஒரே விதமானவர்களாகக் காணப்படுவர். குறிப்பிட்ட தொகுதிக்குள் உள்ளடக்கப்படுபவர்கள் ஒரே விதமான தேவைகளை கொண்டிருப்பதுடன், கொள்வனவின் போது எதிர்பார்க்கப்படும் நன்மைகளும் ஒன்றாகவே காணப்படும்.

சந்தையை துண்டமாக்கக்கூடிய முறைகள்/ அடிப்படைகள்.

Bases for segmenting consumer markets

நுகர்வோர் சந்தையை துண்டமாக்குவதற்கு சந்தைப்படுத்துவோர் பின்வரும் மாறிகளை பயன்படுத்துகின்றனர்.

1. பூகோள ரீதியாக (காரணிகள்) (Geographic segmentation)
 - ◆ நாடுகள், வலயங்கள், பிரதேசங்கள்.
 - ◆ காலநிலைக் காரணி.
 - ◆ நகரங்களின் பருமன்.
 - ◆ சனத்தொகை அடர்த்தி.
2. சமூக ரீதியாக (Demographic segmentation)
 - ◆ ஆண், பெண் பால் நிலைமை - குடும்ப வாழ்க்கை வட்டம்
 - ◆ வயது.
 - ◆ வருமானம்.
 - ◆ குடும்பமொன்றின் அளவு.
 - ◆ இனம்.
 - ◆ சமயம்.
 - ◆ தொழில்.
 - ◆ கல்வி.
 - ◆ திருமண நிலை.
3. உளவியல் ரீதியாக (Psychographic segmentation)
 - ◆ சமூக வகுப்பு.
 - ◆ வாழ்க்கைப் போக்கு.
 - ◆ ஆளுமைத் தன்மை.
4. நடத்தை ரீதியான (Behavioural)
 - ◆ அணுகுலங்கள்.
 - ◆ கொள்வனவுச் சந்தர்ப்பங்கள்.
 - ◆ பயன்படுத்தப்படும் அளவு.
 - ◆ பக்கச் சார்பு.
 - ◆ பயன்படுத்துவோரது மனப்பாங்கு.
 - ◆ கொள்வனவு செய்வதற்கான ஆயத்தம்.

வெற்றிகரமான சந்தை துண்டமாக்கலுக்கு இருக்க வேண்டிய பண்புகள்

1. அளவிடக்கூடியதாக இருத்தல் (measurable)

குறிப்பிட்ட சந்தைத் துண்டத்தின் அளவின்மையும், கொள்வனவு சக்தியையும் அளவீடு செய்யக் கூடியதாகக் காணப்படல் வேண்டும்.

2. போதுமான/ தேவையான அளவினைக் கொண்டிருத்தல் (Substantial)

தேர்வு செய்யப்படும் சந்தைத் துண்டத்தில் போதுமானளவு நுகர்வோர் காணப்படுவதுடன், இலாபமீட்டக் கூடியதாகவும் இருத்தல் வேண்டும்.
3. அண்மிக்கக் கூடியதாக இருத்தல் (Accessible)

தேர்வு செய்த சந்தைத் துண்டத்தை நோக்கி இலகுவாக அண்மிக்கக் கூடியதாக இருத்தல் வேண்டும்.
4. வேறுபடுத்தி இனங்காணக் கூடியதாக இருத்தல் (Differentiable)

குறிப்பிட்ட சந்தைத் துண்டத்துக்குள் உள்ளடக்கப்படும் நுகர்வோர்கள் ஒத்த தேவைகளை, பண்புகளை கொண்டவராக இருப்பதுடன், ஏனைய துண்டங்களுடன் ஒப்பிடும் போது வேறுபட்டுக் காணப்படல் வேண்டும்
5. நடைமுறைப்படுத்தக் கூடியதாகவிருத்தல் (Actionable)

ஒவ்வொரு சந்தைத் துண்டத்திற்கும் ஏற்ப திறனான சந்தைப்படுத்தல் திட்டத்தினை செயற்படுத்த போதிய வளங்களை நிறுவனங்கள் கொண்டிருத்தல் வேண்டும்.

சந்தைத் துண்டமாக்கலின் முக்கியத்துவம்

1. சந்தை ஆராய்ச்சியினூடாக முழுமையான சந்தையினையும் பகுப்பாய்விற்கு உட்படுத்துவதனால் சந்தை தொடர்பான சிறந்த விளக்கமொன்றை பெறமுடிதல்.
2. பொருத்தமான காலத்திற்கேற்ற சந்தைச் சந்தர்ப்பங்களை (market opportunities) இனங்கண்டு கொள்ள முடிதல்.
3. துண்டமாக்கப்பட்ட சந்தைக்குள்ளே இன்றும் சிறப்பான சிறு துண்டம் (Niches) இனங்காணப்பட்டு அவற்றை வெற்றிகரமாக அண்மிக்க முடிதல்.

4. நிறுவனத்துக்குரிய மட்டுப்படுத்தப்பட்ட அளவில் உள்ள வளங்களை செயற்றிறனாகவும், வினைத்திறனாகவும் பயன்படுத்த சந்தர்ப்பம் ஏற்படல்
5. இலக்கு நுகர்வோருக்கு அவர்களால் உணர்ந்து கொள்ளப்பட்ட பெறுமானத்திற்கு (perceived value) உற்பத்திகளை அளிப்பதன் மூலமாக நுகர்வோர் திருப்தியை உச்சப்படுத்த முடிதல்.
6. குறிப்பிட்ட வணிகம் சந்தை பற்றிய நட்ட அச்சத்தை குறைத்துக் கொள்ள முடிதல்.
7. மிக வெற்றிகரமான சந்தைப்படுத்தல் வேலைத் திட்டத்தை சமர்ப்பிக்க முடிதல்.

சந்தைத் துண்டமாக்கலின் மட்டுப்பாடுகள்

1. செலவு கூடிய கருமமாகவிருத்தல்.
2. சந்தைத் துண்டமாக்கலால் இனங்காணப்பட்ட சிறு சந்தைகளில் நீண்ட காலத்

தன்மை காணப்படாத தன்மையினால் உறுதியற்ற தன்மை காணப்படுதல்.

3. துண்டம் மிகச் சிறியதானால் அதிலிருந்து போதுமானளவு இலாபம் பெற முடியாமை
4. சில வேளைகளில் பொருத்தமான சந்தைத் துண்டத்தை தெளிவாக இனங்கண்டு கொள்ளுதல் சிரமமாகயிருத்தல்

இலக்கு சந்தைப்படுத்தல் (Target Marketing)

துண்டமாக்கப்பட்ட ஒன்று அல்லது ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட சந்தைத் துண்டத்தை மதிப்பீடு செய்வதும், அதன் அடிப்படையில் குறிப்பிட்ட துண்டத்தை தெரிவு செய்தலையும் இலக்கு சந்தைப்படுத்தல் எனலாம். அதாவது வணிகமொன்று எச்சந்தைத் துண்டத்தின் தேவையை பூர்த்தி செய்ய முற்படுகின்றதோ அதுவே அதன் இலக்கு சந்தையாகும்.

உசாத்துணைகள் :-

1. "அடிப்படை சந்தைப்படுத்தல்" 1994, தே.ஜெயராமன்
2. உயர்தர வணிகக்கல்வி - 2012, ஜகத் பண்டாரநாயக்கா
3. இணைய பக்கங்கள்
4. wikipedia
5. தரம் 13 - வணிகக்கல்வி ஆசிரியர் கைநூல் - 2018 தேசிய கல்வி நிறுவகம்

உண்மையான அறிவு ...
நமக்குத் தெரிந்ததை
தெரியும் எனவும்
தெரியாததை
தெரியாது எனவும்
ஏற்றுக்கொள்வதுதான்

உளவியல் முதலுதவி (Psychological first Aid PFA)

திரு. கனகசெந்தில்நீருசன்

ஆசிரியர் வழிகாட்டலும், ஆலோசனையும்

யா/கனகசெந்தினம் ம.ம.வி

ஓர் அறிமுகம்

முதலுதவி பற்றி நீண்டகாலமாக பேசப்பட்டு வரும் (first Aid) நிலையில் இன்று உளவியல் என்ற பதமும் சேர்க்கப்பட்டு உளவியல் முதலுதவி என்று விரிவான ஓர் செயற்பாடு பற்றியும் அனர்த்த முகாமைத்துவத்தில் பேசப்பட்டு வருவதை நாம் காண முடிகின்றது.

முதலுதவி என்பது ஆரம்பத்தில் மருத்துவ முதலுதவியாகவே பார்க்கப்பட்டது. அதாவது “ஆபத்து வேளையில் உடல்நீதியாக பாதிக்கப்பட்ட, காயப்பட்ட ஒரு மனிதனுக்கு, வைத்தியரிடம், வைத்தியசாலைக்கு கொண்டு செல்ல முன்னர் உடனடியாகவும், முதலுதவி பற்றி நன்கு பயிற்சி பெற்ற ஒருவரால் வழங்கப்படுகின்ற சிகிச்சை முதலுதவி” என்று கூறப்படுகின்றது. உதாரணமாக, காயப்பட்ட போது இரத்தப்போக்கை தடுக்க/ கட்டுப்படுத்த உதவுதல், மற்றும் மூச்சுத்திணறுதல் மூச்சு நின்றதை சீர்செய்து செயற்கை சுவாச உதவி செய்தல் மற்றும் உடனடியாக வைத்தியசாலை கொண்டு செல்லுதல் போன்ற செயற்பாடுகளை இது உள்ளடக்கியுள்ளது.

இன்று பேசப்பட்டு வரும் உளவியல் முதலுதவி என்பது சற்று முன்னோக்கிய ஓர் சிந்தனையாக சமூக உதவி பெற்றுக் கொடுத்தல் தொடர்பாக முன்னெடுக்கும் வேலைத்திட்டங்கள் பற்றியும் சிந்திப்பதாக உள்ளது. பொதுவாக அனர்த்தங்களின் போது அனைவரும் கவனத்திற் கொள்வது காயப்பட்டவர்களையும், மயக்க

நிலையில் உள்ளவர்களையும் எவ்வாறு உயிர் சேதமேற்படாது காப்பாற்றுவது என்பதாகவே இருக்கின்றது.

இந்நிலையில் இவ்வனர்த்தத்தின் போது உடல் நீதியாக மட்டுமல்லாது உளநீதியாகவும் பலர் பாதிக்கப்பட்டிருப்பதை கவனத்திற்கொள்ள வேண்டிய தேவையினை உணர்ந்த உளவியலாளர்கள், அவர்களிற்கும் முதலுதவி தேவை என்பதை சுட்டிக்காட்டியுள்ளனர். அதாவது அனர்த்தங்களின் போது காயப்பட்டவர்களும், அதைப்பார்த்துக் கொண்டிருந்தவர்களும் கடுமையான உளப்பாதிப்பிற்குள்ளாகி இருந்திருக்கக்கூடும், அவர்களிடம் ஏற்படுகின்ற எதிர்மறையான உணர்வுகளால் உடற் காயம் மாறினாலும், அந்த இடத்திலிருந்து நீக்கினாலும் அவர்களிற்கு ஏற்பட்டுள்ள உளப்பாதிப்புக்கள், தனிமையான உணர்வுகள் நாளாக நாளாக திரிபடைந்து மாறாத மன வடுக்களை அவர்களிடத்தே ஏற்படுத்தி அவர்களை சாதாரண நிலையில் இயங்கவிடாது செய்து இறுதியில் மன நோயையும் ஏற்படுத்தி விடலாம் என்று கண்டறியப்பட்டுள்ளது. இதனால் “உளவியல் முதலுதவி” என்பது மிகமுக்கியமான ஓர் இடத்தைப் பெற வேண்டுமென்ற கருத்து நிலவுகின்றது.

உளவியல் முதலுதவி என்பது?

உளவியல் முதலுதவி என்பதற்கு 2011 இல் Sphere உம் 2007 இல் IASC யும் பின்வருமாறு விளக்கமளிக்கின்றன. “மன

வேதனைப்படும் நிலையிலிருக்கும், சில சமயங்களில் ஆதரவு தேவைப்படும், ஒரு மனிதனுக்கு மனிதநேய முறையில் உதவி புரிதல்.”

இவ் வரையறையின்படி எல்லோருக்கும் உளவியல் முதலுதவி வழங்கலாமா? யாருக்கு தேவை? போன்ற கேள்விகளும் எழுகின்றன உண்மையில் இவ் எண்ணக்கருவின்படி “மனவேதனையில் இருப்பவர்களில் யார் தமக்கு உளஉதவி தேவையென உணர்கிறார்களோ அவர்களிற்கே உளவியல் முதலுதவி வழங்க வேண்டும். யாரையும் வற்புறுத்தி வழங்க முடியாது.

உளவியல் முதலுதவி தேவைப்படுவோர்..

- 1) வன்முறைகளாலும், யுத்தங்களாலும் பாதிக்கப்பட்டோர்.
- 2) தம்மைத் தாமே காயப்படுத்துவோர்.
- 3) பிறரைக் காயப்படுத்துவோர்.
- 4) துன்பிரயோகங்கள், சுரண்டல்களிலும் இருந்து பாதுகாப்புத் தேவைப்படும் சிறுவர்கள், குமரப்பருவத்தினர்.
- 5) பிள்ளைகளால்/ தம்மைத்தாமே கவனியாததுள்ள குழப்ப நிலையிலுள்ளவர்கள்.
- 7) உடனடி மருத்துவ உதவி தேவைப்படும் காயப்பட்டு உயிருக்கும் போராடிக் கொண்டிருப்போர்.

உளவியல் முதலுதவி தேவைப்படுவோரது அறிகுறிகள்.

- 1) பயம் பதட்டம் காணப்படல்.
- 2) கனவு காணுதல்.
- 3) அழகை, மனச்சோர்வு, மனக்குறைப்படல்.
- 4) அதிக கோபம், எரிச்சல்படல்.
- 5) வெட்கப்படல்.
- 6) பிறரை கனம்பண்ணாமை.
- 7) தலையிடி, களைப்பு, பசியின்மை, வலி. உபாதை அதிகம் காணப்படல்.

உளவியல் முதலுதவி வழங்குவதற்கான தகுதி

பாதிப்புக்குள்ளானவர்களின் நிலை அறிந்து/ உணர்ந்து அவர்களை அதிலிருந்து மீட்டெடுக்கும் ஆற்றல் உள்ள அனைவராலும் உளவியல் முதலுதவியை வழங்கமுடியும். எனினும் உளவியல் முதலுதவியை வழங்குவோர் பின்வரும் சிறப்பான சில விடயங்களை கவனித்தல்/ மதிப்பளித்தல் வேண்டும்

- 1) பாதுகாப்பு :- தமதும், உதவி பெறுவோரதும்.
- 2) மனித மாண்பு.
- 3) உரிமைகள்.
- 4) கலாசாரம்.
- 5) அவசர கால நடவடிக்கைகள் பற்றிய அறிவு.

உளவியல் முதலுதவியை வழங்குவோர் செய்ய வேண்டியவை.

- 1) சுயமாக முடிவெடுக்கும் உரிமையை மதித்தல்.
- 2) நேர்மையையும், நம்பிக்கையையும் பாதுகாத்தல்.
- 3) தம்மிடமுள்ள பாரபட்சம், தவறான கருத்துக்களை விலக்குதல்.
- 4) எப்பொழுதும் தாம் உதவத் தயாராக இருப்பதை பொருத்தமான முறையில் வெளிப்படுத்துதல்.
- 5) இரகசியம் பேணல்
- 6) உதவி தேவைப்படுவோரது வயது, பால், கலாச்சாரம் ஆகியவற்றைக் கருத்திற் கொண்டு செயற்படல்.

உளவியல் முதலுதவி வழங்குவோர் செய்யக்கூடாதவை.

- 1) தவறான உறுதி மொழிகளை வழங்கக் கூடாது.
- 2) தவறான தகவல்களை வழங்கக்கூடாது.
- 3) உங்களிடம் காணப்படும் திறமைகளை பெருப்பித்துக் காட்டக்கூடாது.
- 4) தவறாக, உறவு முறைகளைப் பயன்படுத்தக்கூடாது (உதவி வழங்குவோர், உதவி பெறுவோர் என்ற உறவு முறையே சரியானது.)

- 5) யாரையும் வற்புறுத்தி கதை கேட்கக் கூடாது.
- 6) வற்புறுத்தி உதவி வழங்க கூடாது.
- 7) ஒருவரது இரகசியத்தை பிறருக்கு கூறக் கூடாது.
- 8) முற்தீர்ப்பிடக் கூடாது.
- 9) பணமோ, உதவிகளோ பெறக்கூடாது.

உளவியல் முதலுதவிக்கான செயற்பாட்டுக் கொள்கை.

உளவியல் முதலுதவியை வழங்குவோர் உதவி தேவைப்படுவோருக்கு தமது சேவையை சரியாக வழங்கவும், அவர்களை மீட்கவும் என அறிய வேண்டிய நுட்பங்களையே செயற்பாட்டுக் கொள்கை விளக்குகிறது.

உளவியல் முதலுதவியை வழங்குவோர் தம்மைத் தயார்படுத்தி (Prepare)க் கொண்டு களத்தை அவதானித்து (Look) பிரச்சினையோடு உள்ளவர்களின் வார்த்தைகளை செவிமடுத்து (Listen) இறுதியில் தொடர்புகளை (Link) தகுந்த முறையில் மேற்கொள்ள வேண்டும்.

1) தயார்படுத்தல் (Prepare)

உதவுவோர் களத்திற்குச் செல்ல முன்னர் அது தொடர்பாக தகவல்களை அறிந்து கொள்ள வேண்டும். இங்கு முக்கியமாக பின்வரும் இரு விடயங்களைக் கவனிக்க வேண்டும்.

1. சம்பவத்தின்/களத்தின் தன்மை
2. பெறக்கூடிய உதவிகள், சேவைகள்

2) அவதானித்தல் (Look)

உளவியல் முதலுதவியை வழங்கும் போது அவதானிக்க வேண்டியவை.

1. பாதுகாப்பு(தமக்கும் பிறருக்கும்)
2. உடனடி தேவையுள்ள மக்களைப் பார்த்தல்
3. மோசமாக/ பாரியநெருக்கீட்டிற்கு உட்பட்டோர்.
4. அறிமுகம் செய்தல்.

விசேட கவனிப்பு தேவைப்படுவோர்.

1. சிறுவர்கள்.
2. உடல் உபாதைகள் உடையோர்.
3. உடல், மன வலுவிழந்தோர்.
4. புறக்கணிப்பு, வன்முறைக்கு ஆளாகக் கூடியவர்கள்.

3. செவிமடுத்தல் (Listen)

இதன் போது உதவுவோர்.

1. உதவி தேவைப்படுவோரை அணுக வேண்டும்.
2. தேவைகள், கவலைகள் பற்றிக் கேட்டறிதல்.
3. அருகிலிருந்து ஆறுதல்படுத்தல்.

செவிமடுக்கும் போது உதவுவோர் தனிப்பட்ட கவனிப்பை வழங்கவென தமது கண்களையும், கவலைகளைக் தெளிவாகக் கேட்டறியத் தமது காதுகளையும், ஆதரவையும் மதிப்பையும் வழங்க இதயமான சுத்தியுடனும், சுய விழிப்புடனும் இருப்பது அவசியமாகும்.

4. தொடர்புபடுத்தல் (Link)

மிகவும் முக்கியமான பகுதி இது. குறுகிய காலத்தில் இதனைச் செயற்படுத்த வேண்டும். இதற்காக உதவுவோர்.

1. அடிப்படைத் தேவைகளை தொடர்புடைய வர்களிடத்து பெறக்கூடியவாறு தொடர்புகளை செய்தல்.
2. உதவி தேவைப்படுவோரது கலாசாரத்தைக் கருத்திற் கொண்டு தொடர்புகளை ஏற்படுத்தவும்.
3. நேரான முகம் கொடுத்தல் உத்திகளை ஊக்குவித்தல்.
4. தகவல்களை சரியாக வழங்கவும்.

உ - ம் :

1. நடைபெற்ற சம்பவம்.
2. பாதிக்கப்பட்டுள்ள உறவுகள்.
3. சுய பாதுகாப்பு.
4. சுய உரிமைகள்.
5. தேவைகள், சேவைகளை எவ்வாறு பெறலாம்.

உதவி வழங்குவோர் கவனத்திற்காக

PFA யினை வழங்க முன்வருவோர் தமது நன்னிலை தொடர்பில் அக்கறையாக இருந்தாலே பிறரது பிரச்சனைகளின் போது அக்கறையோடும், ஆர்வத்தோடும், சமநிலையோடும் நின்று செயற்பட முடியும். இதனால் உதவுவோர்

- 1) தமது பாதுகாப்பு.
- 2) தமது ஓய்வு.
- 3) தமது உதவி யாருக்கு, எப்போது தேவை என்னும் சிந்தனை.
- 4) ஆரோக்கியமான வாழ்க்கைப் பழக்கங்கள்.
- 5) தமது அனுபவத்தை பொருத்தமானதாகக் வேண்டும். குழுவில் பகிர் தலும் தெளிதலும்
- 6) சுய மதிப்பீடு செய்தல்.

உளவியல் முதலுதவி தொடர்பான தேவைப்பாடுகள் இன்று அதிகரித்துள்ளமை இன்றைய சமகால சம்பவங்கள் வாயிலாக நாம் உணர்ந்துகொள்ள முடியும். மற்றும் அனர்த்த நிலைமைகளால் மனிதனுக்கு ஏற்படுகின்ற

நெருக்கடிகள் (Crisis) அவற்றை சுயமாக சிந்திக்கவும், செயற்படவும், விடுவதில்லை, இத்தகைய நெருக்கடிகளால் எழுகின்ற மன மாற்றங்களும் சிந்தனைகளும் நடத்தைப் பிறழ்வுகளிற்கும், எதிர்மறையான செயல்களிற்கும் தூண்டு கோலாக அமைந்து விடுகின்றன. இதன் தொடர்ச்சி சாதாரண நிலையில் இயங்கிக் கொண்டிருக்கும் சமூகக் கட்டமைப்புக்களை சீர்குலைக்கவும் செய்கின்றன.

எனவே சமூகத்தில் இடம்பெறுகின்ற நெருக்கடியான நிலைமைகளை இனங்கண்டு பாதிப்புக்குள்ளாகி வரும் மக்களை அடையாளங்கண்டு அவர்களின் அடிப்படைத் தேவைகளையும் உளத்தேவைகளையும் அறிந்து சரியான தொடர்புபடுத்தல் மூலம் உரிய பாதுகாப்பை வழங்கி அவர்களை நேரான வழிக்கு கொண்டுவரும் “உளவியல் முதலுதியை அனைத்து சமூக ஆர்வலர்களும் அறிந்து செயற்பட வேண்டியது அவசியமாகும்.

உசாத்துணைகள் :-

1. <https://www.nctsn.org.about.pfa>.
2. <https://www.psychologytoday.com.blog>
3. <https://rems.ed.gov>
4. <https://trauma.wreschools.org.pfa>

வாழ்க்கை என்பது

ஒரு சந்தர்ப்பம் - நமுவ விடாதிருங்கள்

ஒரு கடமை - நிறைவேற்றங்கள்

ஒரு இலட்சியம் - சாதியங்கள்

ஒரு சோகம் - தாங்கிக்கொள்ளுங்கள்

ஒரு போராட்டம் - வென்று காட்டுங்கள்

ஒரு பயணம் - நடத்தி முடியுங்கள்

திரு.அப்துல்கலாம்

வணிக உலகில் விளம்பரத்தின் பங்கு

யூ.சசிரேகா

வர்த்தகப்பிரிவு - 2018

நிறுவனத்தின் உற்பத்திப் பொருள் / சேவை தொடர்பில் பணத்தை செலவிட்டு தனிப்பட்டவர்களுக்கு அல்லாமல் பொதுமக்களுக்காக பல்வேறு விளம்பர சாதனங்களை பயன்படுத்தி மேற்கொள்ளப்படும் தகவல் அளிப்பே விளம்பரம் எனப்படுகின்றது. சுருக்கமாக விளம்பரம் என்பதை, “எடுத்துச் சொல்லி விற்பது” எனக் குறிப்பிடலாம்.

இன்று எங்கு பார்த்தாலும் விளம்பரத்திற்காக அதிகளவில் பணம் செலவு செய்வதைக் காணலாம். ஒரு நிறுவனம் தனது விற்பனையை உச்சப்படுத்த / தன்னுடைய கருத்துக்களை மக்களிடத்தில் தெளிவான முறையில் எடுத்துரைக்க விளம்பரத்தை பயன்படுத்துகின்றது. அதிலும் குறிப்பாக சுவரொட்டி, தொலைக்காட்சி, வானொலி, செய்தித்தாள், இணையத்தளங்கள் போன்றவற்றினூடாக அவை மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. விளம்பரங்கள் விரைவாக செல்வதுடன் மக்கள் மனதில் சிறந்த இடத்தையும் பிடித்துக்கொள்கின்றன.

இத்தகைய விளம்பரங்களின் அடிப்படை அம்சங்களாக,

- ♦ எல்லோருக்கும் பொதுவான அறிவிப்பாக இருத்தல் (Public Presentation)
- ♦ மீண்டும் மீண்டும் வழங்கப்படும் தகவலாக இருத்தல். (Prevasiveness)
- ♦ கவர்ச்சிகரமாக விபரிக்கப்படுதல் (Amplified)
- ♦ தனிப்பட்டதாக அல்லாதிருத்தல் (Impersonality)

என்பன காணப்படுகின்றன. சந்தைப்படுத்தலில் மேம்படுத்தல் பணிகளில் ஒன்றான விளம்பரமானது தயாரிக்கப்படும் நோக்கத்தின் அடிப்படையில் நான்கு வகையாக எடுத்துக் கூறப்படுகின்றன.

1. தகவல் வழங்க (To inform)

வாடிக்கையாளருக்கு பின்வரும் விடயங்கள் தொடர்பாக தகவல்களை தருவது இதன் நோக்கம் ஆகும்.

- ♦ புதிய பொருள் / சேவை தொடர்பாக தகவல்களை வழங்குதல்.
- ♦ விலையை மாற்றுதல் தொடர்பாகவும், உற்பத்தியாளருடைய செயற்பாடுகள் தொடர்பாகவும் தகவல் வழங்குதல்.
- ♦ பொருள் / சேவை மூலம் கிடைக்கும் அனுசூலங்களை அறியச் செய்தல்.
- ♦ வாடிக்கையாளரின் சந்தேகம், தவறான மனப்பாங்குகளை திருத்துதல்.

2. தூண்டுதல் (Persuade)

வியாபாரக்களின் தெரிவு தொடர்பான எண்ணங்களை உருவாக்கி வணிகத்தின் பொருளை கொள்வனவு செய்ய தூண்டுவது மட்டுமன்றி வாடிக்கையாளர் மனங்களை மாற்ற தாமதிக்காது கொள்வனவு செய்யத் தூண்டுவதே இதுவாகும்.

3. ஞாபக மூட்டுதல் (Reminding)

கிட்டிய எதிர்வரும் தினத்தில் பொருள் / சேவை அவசியமாகும் என நினைவுட்டுவதுடன். அவற்றை கொள்வனவு செய்யக் கூடிய இடங்களையும் அப்பொருள் / சேவை தொடர்பான விடயங்களை ஞாபக மூட்டுதலே இதுவாகும்.

4. வலுவூட்டுதல் (Reinforce)

நிறுவனத்தால் உற்பத்தியானது தரமானது என்பதை உறுதி செய்து உற்பத்தியை இனங்காண்பதற்குரிய செய்தியை வழங்குதல், கொள்வனவு செய்ய ஊக்குவித்தல், போன்றவை இதனுள் அடங்கும்.

ஒரு விளம்பரமானது பலருடைய உழைப்பும், நேரமும், பெருமளவில் பொருட் செலவும் செய்து தயாரிக்கப்படும். இத்தகைய விளம்பரங்கள் வெற்றியடையும் வகையில் மக்களை கவரும் வண்ணம் அமைதல் அவசியமானதொன்றாகும். ஆனால் இப்பணி மிகவும் நுட்பமானது. சாதனைத்திறன் படைத்தவர்களே இதற்கு தேவைப்படுகிறார்கள். இவர்களது ஆக்கத்திறன் மூலமாக வெளிவரும் விளம்பரங்களைப் பார்த்து நுகர்வோர் ஒருமுறை மட்டும் அல்லாது மீண்டும் மீண்டும் பொருட்களை வாங்க தூண்டுவிக்கப்படுகின்றனர்.

இவ்வாறு தயாரிக்கப்படும் விளம்பரத்தினை 4 வகைப்படுத்த முடியும்.

1. உறுதி செய்யும் விளம்பரம்.

(Testimonial Advertising)

இது பொருட்கள், சேவைகளுக்கான விளம்பரம் தொடர்பில் பிரசித்தி பெற்றோரை பயன்படுத்துதலை குறிக்கின்றது.

உ - ம் : திரைப்பட நட்சத்திரங்கள், விளையாட்டு வீரர்களை கொண்டு சில பொருட்கள்/ சேவைகளை பிரசித்தப்படுத்துதல் இதுவாகும்.

2. வாழ்க்கைச் சாயல் விளம்பரம்.

(Life style advertising)

குறித்த பொருள்/ சேவை தனிநபர் வாழ்வுக்கு அத்தியவசியமாகின்றது. என உறுதி செய்து அவற்றை சந்தைக்கு அளிப்பு செய்யும் விளம்பரம் இதுவாகும். உண்மையாக இவ்விளம்பரத்தை ஆராய்வுதிறனுடன் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

3. விபரமான விளம்பரம்

(Informative Advertising)

விளம்பரம் செய்யப்படும் பொருள்/ சேவை தொடர்பான விலை அதில் உள்ளடங்கியுள்ள பொருட்கள் பயன்படுத்த வேண்டிய முறை, நலன்கள், உத்தரவாதம் என்பவற்றை வெளிப்படுத்தி செய்யப்படும் விளம்பரம் இதுவாகும். சில சந்தர்ப்பங்களில் எழுத்து மூலமாகவும் இதைக் காணலாம்.

உசாத்துணைகள் :-

உயர்தர வணிகக் கல்வி பகுதி - I

ம. சிவநேசராசா ஆசிரியர் அறிவுரைப்பு வழிகாட்டி

4. மீண்டும் மீண்டும் மறு விளம்பரம்

(Repetitive advertising)

பொருள்/ சேவை தொடர்பாக மீண்டும் மீண்டும் விளம்பரம் செய்வதை இது குறிக்கும். நுகர்வோர் மனங்களில் பொருள்/ சேவைகளின் பெயரை பதிவு செய்வது இதன் நோக்கமாகும். இத்தகைய விளம்பரங்களில் (Jingles and slogans) பாடல்களும் எளிமையான பதங்களும் பயன்படுத்தப்படும்.

இவ்வாறாக விளம்பரத்தை தயாரிக்க முற்படும் போது இலக்கு வாடிக்கையாளரின் தன்மை, பொருளின் தன்மை/ வகை விளம்பரச் செலவு, விளம்பர சாதனக் கிடைப்பனவு, அரசு கட்டுப்பாடு மற்றும் போட்டி நிறுவனம் பயன்படுத்தும் விளம்பர சாதனம், மாற்று சாதன ஒப்பீட்டு அனுசூலம் என்பவற்றையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டியது கட்டாயமானதாகும்.

விளம்பரம் வணிகம் ஒன்றிற்கு முக்கியமானதொரு வெற்றியை பெற்றுத்தர செயற்பட்டாலும் அவ்விளம்பரத்தினால் பல தீமைகளையும் அனுபவிக்கக்கூடிய நிலை உண்டு. அதிலும் சிறப்பாக இன்று போலியான விளம்பரப் பேச்சுக்களை இனங்கண்டு சரியான தெரிவை மேற்கொள்ள முடியும் என்பதும் தெட்டத்தெளிவு.

இந்தவகையில் விளம்பரமானது ஒரு கூரிய முனை கொண்ட கத்தி போன்றது. அக்கத்தியை நாம் சரியாகவோ/ தவறாகவோ பயன்படுத்தினால் உண்டாகும் விளைவுகள் நுகர்வோரையும், உற்பத்தியாளரையுமே பாதிக்கும். ஆகவே விளம்பரகாரர்கள் இவற்றை கருத்தில் கொண்டு தமது சுய இலாபத்தை எதிர்பார்க்காமல் சமூக பொறுப்புடன் விளம்பரங்களை கடைப்பிடிக்க வேண்டும். வணிக உலகின் அபிவிருத்தியில் பெரும்பங்கை கொண்டுள்ள விளம்பரங்களை வணிகங்கள் நல்ல கருத்துக்களைப் நற்பணிக்காக பயன்படுத்தி நாட்டை முன்னேற்ற வேண்டும்.

நிதி விகிதங்கள் மூலம் நிதிக் கூற்றுக்களைப் பகுப்பாய்வு செய்து, வியாக்கியானப்படுத்தி, முகாமைத் தீர்மானங்களுக்கு தேவையான தகவல்களை முன்வைத்தல்

Contributes to Managerial decisions by analyzing and interpreting Financial Statements through accounting ratio

Mr.K.Balakajen

B.Com (Jaf), H.N.Dip-in-Acc (ATI),

Dip-in-Edu(ousl), M.Com (Hons)

முன்னாள் வணிக மன்றத்தலைவர் - வணிகஜோதி

(2002/ 2003)

அறிமுகம் - Introduction

நிறுவனமொன்றின் நிதிக் கூற்றுக்களில் வெளிப்படுத்தப்படும் விடயங்களைக் கொண்டு அதன் உண்மை நிலைவரத்தினையும், செயற்திறனையும் மதிப்பிடமுடியாது. எனவே நிதி விகிதங்களைப் பயன்படுத்தி தகவல்களை மிகவும் விளக்கம் பெறக்கூடிய வகையில் முன்வைக்க முடியும். இச் செயற்பாடானது நிதிக் கூற்றுக்களின் பகுப்பாய்வும், வியாக்கியானப்படுத்தலும் என எளிமையாகக் கூறமுடியும்.

நிதிவிகிதங்கள்/ கணக்கீட்டு விகிதங்கள் (Accounting Ratio)

நிறுவனத்தில் அக்கறை கொள்ளும் தரப்பினர்கள் இலகுவாக புரிந்து கொண்டு தீர்மானிப்ப தற்காக நிறுவனத்தின் இரு நிதியாண்டுத் தகவல்களுக்கு இடையிலான தொடர்பினை இலகுவாக அளவீடு செய்வதற்கான அளவுகோலே நிதி விகிதங்கள் எனப்படும்.

அதாவது நிதிக் கூற்றுக்களில் உள்ள தகவல்களின்/ தகவல் தொகுதிகளின் தொடர்பினை மதிப்பீடு செய்து அறிக்கையிடும் செயற்பாடாகும். நிறுவனத்தின் நடத்தை பற்றிய ஆய்வு. புள்ளியினது ஆய்வு என்பவற்றிற்கு நிதி விகிதங்களைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள முடியும்.

நிதிவிகிதங்களின் முக்கியத்துவங்கள்

- ◆ நிதிக் கூற்றுக்களின் முகப்பில் காட்டப்படும் நிலைமைகளை விட இதன் உள்ளடக்கத்தினை விரிவானதாக இனங்காணக் கூடியதாக இருத்தல்.
- ◆ எதிர்கால நிதி நிலைமை, இலாபத்தன்மை, திரவத்தன்மை போன்ற விகிதங்களைக் கணிப்பிடக் கூடியதாக இருத்தல்.
- ◆ வணிகத்தின் தற்போதைய நிலைமையை மதிப்பிடக்கூடியதாக இருத்தல்.
- ◆ நடைமுறை ஆண்டு மற்றும் முன்னைய ஆண்டுத்தரவுகளுடனும் அல்லது சமமான ஏனைய வணிகத்துடனும். ஒப்பிடக்கூடியதாக இருத்தல்.
- ◆ பொருத்தமான தீர்மானங்களை மேற்கொள்ள முடிதல்.

நிதிவிகிதங்களின் அமைப்பு/ உள்ளடக்கம்

தொடர்புடைய இரு நிதியாண்டுத் தகவல்களுக்கு இடையிலான தொடர்பினை விகித ஆய்வில் பின்வரும் ஏதாவது ஒரு அமைப்பில் வெளிப்படுத்தப்படலாம்.

1. நூற்றுவீதம் - Percentage.

இரு நிதியாண்டுக்கு இடையிலான தொடர்பினை நூற்றின் அடிப்படையில் இது வெளிப்படுத்தப்படுகின்றது.

உதாரணம் :- மொத்த இலாபமானது விற்பனையில் 25% ஆகும்.

2. விகிதம் - (Ratio)

இரு நிதியாண்டுக்கு இடையிலான தகவல்களினை இலகுவான கணியங்களினால் அல்லது இலக்கங்களினால் வகுப்பதன் மூலம் விகிதம் தொடர்புபடுத்தப்படுகின்றது.

உ - ம் :- நடைமுறைச் சொத்தானது நடைமுறைப் பொறுப்பிலும் இரு மடங்காகும். அதாவது 2:1ஆகும்.

3. தடவை - (Times)

ஒரு நிதியாண்டுகாலப் பகுதியினுள் எத்தனை தடவைகள் நிகழ்ந்தது என்பதனை இது வெளிக்காட்டும்.

உ - ம் :- இருப்பு சுழற்சி விகிதம் ஓர் ஆண்டிற்கு 08 தடவையாகும்.

நிதி விகிதங்களின் வகைப்படுத்தல்.

தீர்மானமெடுக்கும் தேவைப்பாட்டிற்கமைய நிதி விகிதங்களை பின் வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.

- 1) திரவத்தன்மை விகிதங்கள். - Liquidity Ratios
- 2) இணைப்பு விகிதங்கள். - Leverage Ratios
- 3) இலாபத்தன்மை விகிதங்கள். - Profitability Ratios
- 4) செயற்பாட்டு விகிதங்கள். - Efficiency Ratios
- 5) முதலீட்டாளர் விகிதங்கள். - Investment Ratios.

திரவத்தன்மை விகிதங்கள் - Liquidity Ratios

நிறுவனங்களின் குறுங்காலக் கடன்களினை உரிய தவணையில் கொடுப்பனவு செய்யக்கூடிய ஆற்றலினையும், நிறுவனம் தாம் பெற்ற கடனினை குறித்த காலத்தில் கொடுத்துத் தீர்க்கக்கூடிய ஆற்றலினையும் புலப்படுத்தும் வகையில் கணிப்பிட்டுக் கொள்ளும் விகிதங்கள் திரவத்தன்மை விகிதங்கள் ஆகும்.

குறுங்கால நிதிக்கட்டமைப்புக்கேற்ப தீர்மானமெடுப்பதற்கு இவ்விகிதங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. திரவத்தன்மை விகிதங்கள் பின்வருவனவற்றைக் குறிப்பிடலாம்.

- 1) நடைமுறை விகிதம்.
- 2) விரைவு விகிதம்.

நடைமுறை விகிதம் (Current Ratio)

நிறுவனத்தின் குறுங்காலக் கடன் தீர்க்கும் இயலுமையினை இவ்விகிதம் புலப்படுத்துகிறது. நிறுவனத்தின் நடைமுறைப் பொறுப்புக்களை உரிய காலத்தில் கொடுத்து தீர்க்கக்கூடிய வகையில் நடைமுறை சொத்துக்களினை நிறுவனம் கொண்டுள்ளதா? என்பதனை இவ்விகிதத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ள முடியும்.

$$\text{நடைமுறை விகிதம்} = \frac{\text{நடைமுறைச் சொத்து}}{\text{நடைமுறைப்பொறுப்பு}}$$

இவ் விகிதமானது 2:1 ஆக இருப்பது சிறந்த திரவத்தன்மையினை வெளிக்காட்டுவதாக அமையும்.

விரைவு விகிதம் - Quick Ratio

முதல் இழப்பின்றி பணமாக தேறக்கூடிய திரவச் சொத்துக்களுக்கும் நடைமுறைப் பொறுப்புக் களுக்கும் இடையிலான தொடர்பினை வெளிக்காட்டுகின்ற விகிதம் இதுவாகும்.

$$\text{விரைவு விகிதம்} = \frac{\text{விரைவுச் சொத்து}}{\text{நடைமுறைப் பொறுப்பு}}$$

$$\text{விரைவுச் சொத்து} = \text{நடைமுறைச் சொத்து} - (\text{சரக்கிருப்பு} + \text{முற்பணக்கொடுப்பனவு})$$

இணைப்பு விதங்கள் - Leverage Ratios

நிறுவனமொன்றின் நீண்டகால நிதி உறுதித்தன்மையினை அளவிடுவதற்காக பயன்படுத்தப்படும் விகிதங்கள் இணைப்பு விகிதங்கள் ஆகும். நிறுவனங்களின் உரிமையாளர்களும், நிறுவனங்களுக்கு நீண்டகாலக் கடன்களை வழங்கிய தரப்பினரும் நிறுவனத்தின் நீண்டகால நிதியின் நிலைத்தன்மையினைப் பற்றி அக்கறை கொள்கின்றனர். எனவே, இவ் விகிதங்கள் நிறுவனங்களுக்கு மிகவும் முக்கியமான தொன்றாக விளங்குகின்றது.

இணைப்பு விகிதங்கள் பின்வருவனவற்றைக் குறிப்பிடலாம்.

1. கடன் விகிதம்.
2. கடன் உரிமை விகிதம்.
3. வட்டிக்காப்பு விகிதம்.

கடன் விகிதம் (Debit Ratio)

மொத்த மூலதனத்தில் கடன் மூலதனத்தின் பங்கினை அளவிடுவதற்காக கடன் விகிதம் பயன்படுத்தப்படும். நிலையான வட்டியுடன் கூடிய நீண்டகாலக் கடன் மட்டுமே கடன் மூலதனமாகக் கொள்ளப்படும்.

$$\text{கடன் விகிதம்} = \frac{\text{கடன் மூலதனம்}}{\text{மொத்த மூலதனம்}} \times 100$$

$$\text{கடன் மூலதனம்} = \text{நீண்டகாலக் கடன் (தொகுதிக் கடன் + வாங்கிக் கடன்)}$$

$$\text{மொத்த மூலதனம்} = \text{கூறப்பட்ட சாதாரண பங்கு மூலதனம்} + \text{ஒதுக்காங்கள்} + \text{நீண்ட காலக்கடன்}$$

$$\text{மொத்த மூலதனம்} = \text{உரிமை மூலதனம்} + \text{கடன் மூலதனம்}$$

கடன் உரிமையாண்மை விகிதம் - Debit- Equity Ratio

கடன் மூலதனத்திற்கும் உரிமை மூலதனத்திற்குமிடையிலான தொடர்பினை ஒப்பீட்டு ரீதியாக முன்வைப்பதற்கு பயன்படும் விகிதம் கடன் உரிமையாண்மை விகிதம் ஆகும். உரிமை மூலதனத்தினை விடகடன் மூலதனம் உயர்வாகக் காணப்படுமாயின் உயர் இணைப்பு எனவும், உரிமை மூலதனத்தினை விடகடன் மூலதனம் குறைவாகக் காணப்படுமாயின் தாழ் இணைப்பு எனவும், உரிமை மூலதனமும், கடன் மூலதனமும் சமமாகக் காணப்படுமாயின் சம இணைப்பு எனவும், அழைக்கப்படும்.

$$\text{கடன் உரிமையாண்மை விகிதம்} = \frac{\text{கடன் மூலதனம்}}{\text{உரிமை மூலதனம்}} \times 100$$

$$\text{உரிமை மூலதனம்} = \text{கூறப்பட்ட சாதாரண பங்கு மூலதனம்} + \text{ஒதுக்காங்கள்}$$

வட்டிக்காப்பு விகிதம் - (Interest coverage Ratio)

கடன்களிற்கான வட்டியினைச் செலுத்தக்கூடிய அளவிற்குத் தேவையான அளவு இலாபம் நிறுவனத்தினால் உழைக்கப்பட்டுள்ளதா என்பதனை இவ்விகிதத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்ளலாம். வட்டிக்காப்பு விகிதமானது உயர் பெறுமானமொன்றாகக் காணப்படுமாயின் கடன் வழங்குநர்களின் கடன்களுக்குப் பாதுகாப்புத்தன்மை காணப்படுகின்றது. என்பதை அறியக்கூடியதாக இருக்கும்.

$$\text{வட்டிக்காப்பு விகிதம்} = \frac{\text{வரிக்குமுன் இலாபம்} + \text{வட்டிச் செலவு}}{\text{வட்டிச் செலவு}}$$

அல்லது

$$\text{வட்டிக்காப்பு விகிதம்} = \frac{\text{வட்டி வரிக்கு முன்பான இலாபம்}}{\text{வட்டிச் செலவு}}$$

இலாபத் தன்மை விகிதங்கள் - Profitability Ratio.

முதலீட்டாளர்கள் நிறுவனங்களில் முதலீடு செய்வதன் நோக்கம்தமது முதலீட்டின் வாயிலாக இலாபம் என்ற மிகையினை பெறுவதே ஆகும். இதன் மூலம் நிறுவனங்களின் இலாபத்தன்மை என்பது நிறுவனங்களில் இலாபத்தினை உழைக்கக் கூடிய இயலுமை/ வல்லமையினை இது குறித்து நிற்கின்றது.

அத்துடன் இலாபத்தன்மை என்பது நிறுவனங்களின் விற்பனை, மொத்தச் சொத்துக்கள், உரிமை மூலதனம் என்பவற்றுடன் தொடர்பு கொண்ட விடயமாக அமைகின்றது. எனவே இதன் அடிப்படையில் நிறுவனத்தின் இலாபத்தன்மை மதிப்பீடு செய்யப்படல் வேண்டும்.

இலாபத்தன்மை விகிதங்களைப் பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.

1. மொத்த இலாப வீதம்.
2. தேசிய இலாப வீதம்.
3. மொத்த சொத்துக்கள் மீதான விளைவு வீதம்.
4. உரிமை மீதான விளைவு வீதம்.

மொத்த இலாப வீதம் - Goross profit Ratio

விற்பனைக்கும், மொத்த இலாபத்திற்கும் இடையிலான தொடர்பினை நூற்று வீதத்தில் கூறுவோமாயின் அதனை மொத்த இலாப வீதம் எனலாம்.

$$\text{மொத்த இலாப வீதம்} = \frac{\text{மொத்த இலாபம்}}{\text{விற்பனை}} \times 100$$

தேறிய இலாப வீதம் - Net profit Ratio

ஆண்டிற்கான இலாபம்/ வரிக்கு முன் இலாபத்திற்கும், விற்பனைக்கும் இடையிலான தொடர்பினை நூற்று வீதத்தில் கூறுவோமாயின் அதனை தேறிய இலாப வீதம் எனலாம்.

$$\text{தேறிய இலாபவீதம்} = \frac{\text{வரிக்குமுன் இலாபம்/ ஆண்டிற்கான இலாபம்}}{\text{விற்பனை}} \times 100$$

மொத்த சொத்துக்களின் மீதான விளைவு வீதம் - Return on total Asset Ratio

நிறுவனத்தினுடைய செயற்பாடு இலாபமானது மொத்த சொத்துக்களினைப் பயன்படுத்தி எவ்வாறு உழைக்கப்பட்டுள்ளது என்பதனை மதிப்பிடும் வீதம் மொத்தச் சொத்துக்கள் மீதான விளைவு வீதம் எனலாம்.

நிறுவனத்தின் மொத்த வளங்கள் எந்தளவிற்கு வினைத்திறனாகப் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது என்பதனை இவ்விகிதத்தின் மூலம் மதிப்பீடு செய்து கொள்ள முடியும்.

மொத்த சொத்துக்கள் மீதான விளைவு வீதத்தினைக் கணிப்பிடும் போது நிதியாண்டுக்கான இலாபத்துடன் நீண்டகாலக் கடன்வட்டியினைச் சேர்த்தல் வேண்டும்.

$$\text{மொத்த சொத்துக்களின் மீதான விளைவு வீதம்} = \frac{\text{நிதியாண்டுக்கான இலாபம்} + \text{கடன் வட்டி}}{\text{மொத்த சொத்துக்கள்}} \times 100$$

உரிமை மீதான விளைவு வீதம் - ReturnEquity Ratio

கம்பனியொன்றின் உரிமையாளர் தமது பங்கு முதல் மீது எவ்வாறு இலாபம் உழைக்கப்படுகின்றது என்பதனைக் கண்டறிவதற்காக பயன்படும் வீதம் உரிமை மீதான விளைவு வீதம் ஆகும்.

அதாவது நிதியாண்டுக்குரிய இலாபத்தினை உரிமை மூலதனத்தின் வீதமாகக் காட்டுதல் இதுவாகும்.

$$\text{உரிமையாண்மை மீதான விளைவு வீதம்} = \frac{\text{ஆண்டுக்கான இலாபம்}}{\text{உரிமை மூலதனம்}} \times 100$$

செயற்பாட்டு விகிதங்கள் - Efficiency Ratio

கம்பனியொன்றின் ஆண்டொன்றிற்கான வினைத்திறனை மதிப்பீடு செய்வதற்கு பயன்படும் விகிதங்கள் செயற்பாட்டு விகிதங்கள் ஆகும். கம்பனியின் குறித்த ஆண்டிற்கான இருப்புக்கள், வியாபார வருமதிகளின் வினைத்திறனை மதிப்பீடு செய்வதற்கு பயன்படுத்தப்படும் விகிதங்கள் செயற்பாட்டு விகிதங்கள் ஆகும்.

செயற்பாட்டு விகிதங்களைப் பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.

1. இருப்பு புரள்வு விகிதம்.
2. இருப்பு பேணும் காலம்.

3. வியாபார வருமதியாளர் புரள்வு விகிதம்
4. வியாபார வருமதியாளர் கடன் பணம் சேகரிப்பு காலம்.

இருப்பு புரள்வு விகிதம் - Stock turn over Ratio

குறித்த நிறுவனத்தின் குறித்த விற்பனைக்கிரயத்திற்கும் சராசரி இருப்பிற்கும் இடையிலா தொடர்பினைக் காட்டும் விகிதம் இருப்பு புரள்வு விகிதம் ஆகும்.

$$\begin{aligned} \text{இருப்பு புரள்வு விகிதம்} &= \frac{\text{விற்பனைக் கிரயம்}}{\text{சராசரி இருப்பு}} \\ \text{(தடவைகள்)} & \\ \text{சராசரி இருப்பு} &= \frac{\text{ஆரம்ப இருப்பு} + \text{இறுதி இருப்பு}}{2} \end{aligned}$$

இருப்பு புரள்வு விகிதத்தின் முக்கியத்துவங்கள்

1. விற்பனை வேகத்தினை அறிந்து கொள்ளலாம்.
2. இருப்பில் முதலீடு செய்த பெறுமதியினையும் முதலீடு செய்ய வேண்டிய பெறுமதியினையும் அறிந்து கொள்ளலாம்.
3. இருப்பினைக் கணிப்பிட முடியும்.

இருப்பு வைத்திருக்கும் காலம்/ இருப்பு உடைமைக் காலம் - Stock period

வியாபார நிறுவன மொன்றின் இருப்பினை விற்பனை செய்வதற்கு/ பணமாய் மாற்றப்படுவதற்கு எடுக்கும் காலமே இருப்பு வைத்திருக்கும் காலம் ஆகும்.

இது சரக்கிருப்பின் திரவத் தன்மையை வெளிக்காட்டும் ஒரு குறிகாட்டியாகும்.

$$\text{இருப்பு வைத்திருக்கும் காலம்} = \frac{\text{சராசரி இருப்பு}}{\text{விற்பனைக் கிரயம்}} \times 365$$

அல்லது

$$\text{இருப்பு வைத்திருக்கும் காலம்} = \frac{365 \text{ நாட்கள்}}{\text{இருப்பு புரள்வு வீதம்}}$$

வியாபார வருமதியாளர் புரள்வு விகிதம் - Trade Receivable Turnover Ratio

குறித்த ஒரு வருட காலத்தினுள் வியாபார வருமதியாளர் எத்தனை தடவைகள் பணத்தினைச் செலுத்துகின்றனர்/ பணமாக மாற்றம் பெறுகின்றனர் என்பதனை இவ் விகிதம் எடுத்துக் காட்டும்.

$$\begin{aligned} \text{வியாபார வருமதியாளர் புரள்வு விகிதம்} &= \frac{\text{கடன் விற்பனை}}{\text{சராசரி வியாபார வருமதியாளர்}} \\ \text{(தடவைகள்)} & \end{aligned}$$

$$\text{சராசரி வியாபார வருமதிகள்} = \frac{\text{ஆரம்ப வியாபார வருமதிகள்} + \text{இறுதி வியாபார வருமதிகள்}}{2}$$

❖ பொதுவாக இவ்விகிதமானது உயர்வாக இருப்பது வியாபார வருமதிகளிடம் இருந்து பணத்தை விரைவாக வசூலிக்கும் இயலுமையை நிறுவனம் கொண்டுள்ளது என்பதனையும் வியாபார வருமதிகளில் முடங்கியுள்ள நிதி குறைவானது என்பதனையும் இது குறிக்கும்.

வியாபார வருமதியாளரிடமிருந்து பணம்/ கடன் சேகரிக்கும் காலம்.

Trade Receivable Collection Period

குறித்த ஆண்டில் மேற்கொண்ட கடன் விற்பனைக்கான பணத்தினை வசூலிப்பதற்கு எவ்வளவு காலம் எடுக்கும் என்பதனை இவ்விகிதம் வெளிக் காட்டுகின்றது.

$$\text{வியாபார வருமதியாளரிடமிருந்து பணம்/ கடன் சேகரிக்கும் காலம் (நாட்கள்)} = \frac{\text{சராசரி வியாபார வருமதிகள்}}{\text{கடன் விற்பனை}} \times 365$$

$$\text{வியாபார வருமதியாளரிடமிருந்து பணம்/ கடன் சேகரிக்கும் காலம் (நாட்கள்)} = \frac{365}{\text{வியாபார வருமதிகள் சுழற்சி விகிதம்}}$$

முதலீட்டாளர் விகிதங்கள் - Investment Ratio

எதிர்காலத்தில் பயனை எதிர்பார்த்து தமது பணத்தினை நிறுவனங்களில் முதலீடு செய்வோரின் தேவையினை பூர்த்தி செய்வதற்குப் பயன்படும் விகிதங்கள் முதலீட்டு விகிதங்கள் ஆகும். முதலீட்டு விகிதங்களாக பின்வருவனவற்றைக் குறிப்பிடலாம்.

1. பங்கொன்றிற்கான உழைப்பு - EPS
2. பங்கொன்றிற்கான பங்குலாபம் - DPS

பங்கொன்றிற்கான உழைப்பு விகிதம் - Earning per share (EPS)

குறித்த கணக்காட்டுக் காலத்தில் சாதாரண பங்கொன்றிற்காக உழைக்கப்பட்ட இலாப அளவினை கண்டுகொள்வதற்காக பயன்படும் விகிதம் பங்கொன்றினை உழைப்பு விகிதம் எனப்படும்.

$$\text{பங்கொன்றிற்கான உழைப்பு விகிதம் (ரூபாய்)} = \frac{\text{நிதியாண்டுக்கான இலாபம்}}{\text{சாதாரண பங்குகளின் எண்ணிக்கை}}$$

அதாவது சாதாரண பங்குதாரர்களுக்கு பகிர்ந்தளிக்கக் கூடிய இலாபத்தினை சாதாரண பங்குகளின் எண்ணிக்கையினால் பிரிப்பதன் மூலம் இவ்விகிதம் கணிப்பிடப்படும்.

கம்பனியொன்றை அதன் கடந்தகால செயற்பாட்டுப் பெறுபேறுகளுடனும், ஏனைய ஒத்த கம்பனிகளின் பெறுபேறுகளுடனும் ஒப்பீடு செய்வதற்கு முதலீட்டாளர்களினால் இவ் விகிதம் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. பங்கொன்றிற்கான உழைப்பு ஆண்டு தோறும் அதிகரித்துச் செல்லக்கூடிய பங்குகளை கொள்வனவு செய்வதற்கும் அவற்றை விற்பனை செய்யாமல் வைத்திருப்பதற்கும் முதலீட்டாளர்கள் விரும்புகின்றனர்.

பங்கொன்றிற்கான பங்கு இலாபம் - Divident per share (DPS)

ஒரு நிதியாண்டுக் காலப்பகுதியில் சாதாரண பங்கு ஒன்று பெறும் பங்கு இலாபத்தினை கண்டு கொள்வதற்கு பயன்படும் விகிதம் இதுவாகும்.

$$\text{பங்கு ஒன்றிற்கான பங்கு இலாபம்} = \frac{\text{நிதியாண்டில் சாதாரண பங்குகளுக்குரிய பங்கு இலாபம்}}{\text{சாதாரண பங்குகளின் எண்ணிக்கை}}$$

ஆண்டுக் காலப்பகுதியில் சாதாரண பங்குதாரருக்கு பகிரப்பட்டிருக்கும் இலாபத்தினை சாதாரண பங்குகளின் எண்ணிக்கையினால் பிரிப்பதன் மூலம் இவ் விகிதம் கணிப்பிடப்படும்.

முடிவு :-

கம்பனியொன்றின் கடந்தகால செயற்பாட்டின் விளைத்திறன், செயற்றிறனை மதிப்பீடு செய்து கொள்வதற்கும், பகுப்பாய்வு செய்து கொள்வதற்கும் பயன்படும் ஒரு முறை நிதி விகிதங்கள் ஆகும். இதன் மூலம் நிறுவனத்தின் உண்மைத்தன்மையினையும் நியாயத்தன்மையினையும் அளவிட்டுக் கொள்ள முடியும்.

கம்பனியொன்றின் நிதிக்கூற்றுக்கள் மூலம் அதன் செயற்பாடு, திரவத்தன்மை, இலாபத்தன்மை, இணைப்புத்தன்மை, முதலீட்டுத்தன்மை என்பவற்றினை நேரடியாக அறிந்து கொள்ள முடியாது .எனவே இதனை விபரமாக வெளிப்படுத்துவதற்கு நிதி விகிதங்கள் பயன்படுத்தல் வேண்டும்.

பயிற்சி வினாக்கள்

1) பின்வரும் தகவல்கள் வரையறுக்கப்பட்ட கமல் பொதுக் கம்பனியுடன் தொடர்பானவை.

31/03/2019 ல் முடிவடைந்த ஆண்டுக்கானது	(ரூபா.000)
விற்பனைகள்	12600
ஆண்டுக்கான இலாபம்	2400
வட்டிச் செலவுகள்	600
ஆண்டுக்கான வருமான வரி	1200

31/03/2019ல் உள்ளவாறு,	
மொத்த சொத்துக்கள்	(ரூ.000)
ஆதனம், பொறி மற்றும் உபகரணம்	6000
இருப்பு	1000
வியாபார வருமதிகள்	1600
காசு	400
மொத்தப் பொறுப்புக்கள்	
வியாபாரச் சென்மதிகள்	1000
வங்கிக் கடன்	2000

மேலதிக தகவல்கள் :-

- 1) 31/03/2018ல் வியாபார வருமதிகள் ரூபா.1200 000 ஆக இருந்தது.
- 2) சகல விற்பனைகளும் கடன் அடிப்படையில் செய்யப்பட்டுள்ளன.
- 3) வழங்கப்பட்டுள்ள சாதாரண பங்குகளின் எண்ணிக்கை 100 000.
- 4) ஆண்டுக்காலப்பகுதியில் செலுத்திய இடைக்காலப் பங்கு இலாபம் ரூபா.1500 000

வேண்டப்படுவது

31/03/2019 இல் முடிவடைந்த வருடத்துக்கானது

- 1) விரைவு விகிதம்
- 2) நடைமுறை விகிதம்
- 3) வியாபார வருமதிகளின் புரள்வு விகிதம்(சராசரி வியாபார வருமதிகளின் அடிப்படையில்)

- 4) வியாபார வருமதிகளின் பணம் சேகரிக்கும் காலம் (வேலை நாட்கள் 360 எனக்கொள்க)
- 5) உரிமை மீதான திரும்பல் வீதம்
- 6) கடன் விகிதம்
- 7) கடன் உரிமை யாண்மை விகிதம்.
- 8) வட்டிக்காப்பு விகிதம்
- 10) பங்கொன்றிற்கான உழைப்பு விகிதம்
- 11) பங்கொன்றிற்கான பங்குலாபம்.

$$\begin{aligned}
 1. \text{ விரைவுச் சொத்து} &= \frac{\text{விரைவுச் சொத்து}}{\text{நடைமுறை பொறுப்பு}} \\
 &= \frac{1800}{2000} \\
 &= 2 : 1
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ நடைமுறை விகிதம்} &= \frac{\text{நடைமுறைச் சொத்து}}{\text{நடைமுறைப் பொறுப்பு}} \\
 &= \frac{3000}{1000} \\
 &= 3 : 1
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ வியாபார வருமாதிகள் புரள்வு விகிதம்} &= \frac{\text{கடன் விற்பனை}}{\text{சராசரி வியாபார வருமதிகள்}} \\
 \text{(தடவைகள்)} &= \frac{12600}{1400} \\
 &= 9 \text{ தடவைகள்}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 4. \text{ வியாபார வருமதிகள் பணம்} &= \frac{\text{சராசரி வியாபார வருமதிகள்}}{\text{கடன் விற்பனை}} \\
 \text{சேகரிக்கும் காலம் (நாட்கள்)} &= \frac{1400}{12600} \times 360 \\
 &= 40 \text{ நாட்கள்}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 5. \text{ உரிமை மீதான திரும்பல் வீதம்} &= \frac{\text{ஆண்டுக்கான இலாபம்}}{\text{உரிமை மூலதனம்}} \times 100 \\
 (\%) &= \frac{2400}{6000} \times 100 \\
 &= 40 \%
 \end{aligned}$$

6. கடன் விகிதம் (%) = $\frac{\text{கடன் மூலதனம்}}{\text{மொ.மூலதனம்}} \times 100$
= $\frac{2000}{8000} \times 100$
= 25 %
7. கடன் உரிமையாண்மை விகிதம் = $\frac{\text{கடன் மூலதனம்}}{\text{உரிமை மூலதனம்}}$
= $\frac{2000}{6000}$
= 0.33 : 1 (தூழ் இணைவு)
8. வட்டிக் காப்பு விகிதம் (குடவைகள்) = $\frac{\text{வரிக்கு முன்இலாபம்} + \text{வட்டிச் செலவு}}{\text{வட்டிச் செலவு}}$
= $\frac{3600 + 600}{600}$
= 7 தடவைகள்
9. பங்கொன்றுக்கான உழைப்பு விகிதம் (ரூபாய்) = $\frac{\text{ஆண்டுக்கான இலாபம்}}{\text{சாதாரண பங்குகளின் எண்ணிக்கை}}$
= $\frac{2400000}{100000}$
= 24/-
10. பங்கொன்றுக்கான பங்கு இலாபம் (ரூபாய்) = $\frac{\text{நிதியாண்டின் சாதாரண பங்குகளுக்கான பங்கு இலாபம்}}{\text{சாதாரண பங்குகளின் எண்ணிக்கை}}$
= $\frac{1500000}{100000}$
= 15/-

நேர்மை என்பது மிக அரிதான பொக்கிஷம்

அதை, கீழ்த்தரமான மனிதர்களிடம்

எதிர்பார்க்காதீர்கள்

ஏமார்ந்து போவீர்கள்

காசுப்பாய்ச்சல் கூற்று (இலங்கை கணக்கீட்டு நியமம் - 07)

எழுத்தாக்கம்
mylearning.lk
(AAT)

நிறுவனத்தினால் தயாரிக்கப்படும் நிதிக்கூற்றுக்களில் ஒன்றான இக் காசுப்பாய்ச்சல் கூற்று நிறுவனத்தின் குறித்த காலப்பகுதிக்கான காசு உட்பாய்ச்சல்களையும் (காசுப்பெறுவனவு) மற்றும் காசு வெளிப்பாய்ச்சல்களையும் (காசுக் கொடுப்பனவு) காட்டும் ஒருசாராம்சமான கூற்று இதுவாகும்.

நிறுவனத்தினால் தயாரிக்கப்படும் நிதிக்கூற்றுக்களானவை,

- ❖ நிதிநிலமைக்கூற்று
- ❖ இலாபம்/ நட்டம் மற்றும் முற்றுமடங்கிய வருமானக்கூற்று.
- ❖ உரிமையசைவுக்கூற்று.
- ❖ காசுப்பாய்ச்சல்க்கூற்று.
- ❖ குறிப்புக்கள்.

அதாவது நிறுவனம் நீண்ட காலம் இலாபம் உழைத்தாலும் நீண்ட காலம் தொடர்ந்து இயங்குமா? இல்லையா? என உறுதியாக கூறமுடியாது. ஆனால் நிறுவனத்தின் தொடர்ந்து இயங்குவதற்கு திரவத்தன்மையே முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றது. திரவத்தன்மை எனப்படுகின்ற போது நிறுவனத்தின் கையிலுள்ள காசினைக் சுருக்கமாக கூறலாம். இந் நிதிக்கூற்றானது நிறுவனத்தின் திரவத்தன்மையை மதிப்பிடுவதற்காக பயன்படுத்தப்படுகின்றது.

காசும், இலாபமும்

நிறுவனமானது காசு தொடர்பான விடயங்களினை அக்கறை கொண்ட தரப்பினருக்கு வெளிப்படுத்த தனித்து ஒரு நிதிக்கூற்றாக தயாரிப்பதற்கான காரணம் நிறுவனத்தினால் உழைக்கப்படுகின்ற இலாபம் மற்றும் கையில்

உள்ள காசும் சமனாக காணப்படாததனாலேயே ஆகும். இதற்கான காரணங்களாக பின்வருவன அமைகின்றன

- ❖ இலாபமானது கணிக்கப்படுகின்ற போது அட்டுறு முறையினை அடிப்படையாக கொண்டு தயாரிக்கப்படுகின்றது. அதாவது நிறுவனம் குறித்தகாலப் பகுதிக்கான உழைத்த வருமானத்தினையும், ஏற்பட்ட செலவினத்தையும் கொண்டே இலாபம் அல்லது நட்டம் கணிப்பிடப்படும். இங்கு காசாக செலுத்தியதையோ அல்லது பெற்றதையோ கணக்கில் கொள்ளப்பட மாட்டாது.

உதாரணமாக :

1. குறித்த ஆண்டுக்காக பெற்ற வட்டி ரூபா 5,000 ஆகும். காசாக பெற்றது ரூபா 3,000 ஆக காணப்படின் இலாபம் கணிக்கப்படுகின்ற போது ரூபா 5,000 காட்டப்படும். ஆகவே இங்கு காசு மற்றும் இலாபத்திற்கு இடையே வித்தியாசம் தோன்றும்.
2. இலாபம் கணிக்கப்படுகின்றபோது அக் கணிப்பீட்டினுள் காசல்லா விடயங்களும் உள்ளடக்கப்படுகின்றன. உதாரணமாக பெறுமானத்தேய்வு, நடைமுறையல்லாச் சொத்து அகற்றலின் இலாபம்/ நட்டம், அறவிடமுடியாக கடன் போன்றவை இலாபத்தில் தாக்கத்தை செலுத்துகின்ற போதிலும் காசில் எந்தவிதமான தாக்கத்தையும் ஏற்படுத்தமாட்டாது

அதேபோல் நிறுவனமானது காசுக்கடன் (நீண்டகாலக்கடன்) ஒன்றைபெறுகின்ற போது காசில் மாற்றமானது ஏற்படும் ஆனால் இலாபத்தில் எந்த விதமான மாற்றமும் ஏற்படாது.

ஆகவே இது போன்ற காரணங்களால் நிறுவனத்தின் காசும், இலாபமும் சமனாக காணப்படமாட்டாது.

காசுப்பாய்ச்சல் கூற்றினைத் தயாரிக்கும் போது அது மூன்று பகுதிகளாக பிரிக்கப்படும். அவையாவன:

1. செயற்பாட்டு நடவடிக்கைகள்
2. முதலீட்டு நடவடிக்கைகள்
3. நிதியிடல் நடவடிக்கைகள்

செயற்பாட்டு நடவடிக்கை

நிறுவனம் ஒன்றின் பிரதான வருமானத்தினை உழைப்பதற்காக மேற்கொள்ளப்படும் காசு உட்பாய்ச்சல் மற்றும் வெளிப்பாய்ச்சலினை காட்டும் பகுதி இதுவாகும். இப் பகுதியினுள் முதலீட்டு மற்றும் நிதியிடல் நடவடிக்கை தொடர்பான காசுப்பாய்ச்சல்கள் காட்டப்படமாட்டாது

பின்வருவன செயற்பாட்டு நடவடிக்கைக்கு உதாரணமாக அமையும்.

1. காசு விற்பனை மற்றும் கடன்பட்டோரிடமிருந்து பெற்ற காசு
2. காசுக் கொள்வனவு மற்றும் கடன்கொடுத்தோருக்கு கொடுத்த காசு
3. செலுத்திய செயற்பாட்டு செலவீனங்கள் (சம்பளம், வாடகை, மின்சாரம்)
4. செலுத்தியவரிமற்றும் வட்டி

முதலீட்டு நடவடிக்கை

நிறுவனம் ஒன்றின் முதலீட்டு தொடர்பான காசு உட்பாய்ச்சல் மற்றும் வெளிப்பாய்ச்சல்களினை காட்டும் பகுதியாக இது அமைகின்றது. இந் நடவடிக்கையின் கீழ் மற்றைய இரு நடவடிக்கைகளினால் உருவான காசுப்பாய்ச்சல் காட்டப்படமாட்டாது.

இப்பகுதியின் கீழ் பின்வரும் நடவடிக்கைகள் உள்ளடக்கப்படுகின்றன.

1. நடைமுறையல்லாச்சொத்துக் கொள்வனவு மற்றும் விற்பனை

2. முதலீட்டு ஒன்றினை விற்பனை மற்றும் கொள்வனவு செய்தல்
3. பெற்ற வட்டி மற்றும் பெற்ற பங்குலாபம்

நிதியிடல் நடவடிக்கை

நிறுவனம் ஒன்றின் மூலதனக்கட்டமைப்பில் ஏற்படும் மாற்றத்தின் காசு பாய்ச்சல்களினை காட்டும் பகுதியாக இது காணப்படும்.

இப்பகுதியின் கீழ் பின்வரும் நடவடிக்கைகள் உள்ளடக்கப்படுகின்றன.

1. பங்குவழங்கலினால் பெற்றகாசு
2. நீண்டகாலக் கடன் ஒன்றினைபெறுதலும் மற்றும் கொடுத்துத் தீர்த்தலும்
3. இடைக்கால பங்குலாபம் செலுத்தல்
4. நிதிக்குத்தகைக்கானகாசுக் கொடுப்பனவுகள்

மேலதிக சொற்புதங்களின் விளக்கம்

காசு

நிறுவனம் ஒன்றின் கையில் உள்ள காசு மற்றும் வங்கியில் உள்ள காசு மீதியினையும் குறிக்கும்.

காசிற்குச் சமனானவை

எது வித முதல் நட்மின்றி குறுகிய காலத்தில் காசாக மாற்றக்கூடிய குறுங்கால முதலீடுகள் யாவும் காசிற்குச்சமனானவையாகும்.

தேறிய காசுப்பாய்ச்சல்

காசுப் பெறுவனவிலிருந்து (காசு உட்பாய்ச்சல்) காசுக் கொடுப்பனவுகளினை (காசு வெளிப்பாய்ச்சல்) கழிக்கும் போது பெற்றுக் கொள்ளப்படுவதாகும்.

காசுப்பாய்ச்சல்கூற்றின் வகைகள்

காசுப்பாய்ச்சல் கூற்றானது 2 வகையாக பிரிக்கப்படும்.

- ❖ நேர் முறையிலான காசுப்பாய்ச்சல் கூற்று.
- ❖ நேரில் முறையிலான காசுப் பாய்ச்சல் கூற்று.

செயற்பாட்டு நடவடிக்கையே நேர் முறையில் அமைந்த மற்றும் நேரில் முறையில் அமைந்த காசுப்பாய்ச்சல் கூற்றுக்களிற்கான வேறுபாடாகும்

நேர் முறையிலான காசுப் பாய்ச்சல் கூற்றில் செயற்பாட்டு நடவடிக்கையில் காசுப் பெறுவனவுகள் மற்றும் காசுக் கொடுப்பனவுகள் நேரடியாக அறிக்கையிடப்படும்.

நேரில் முறையில் காசுப் பாய்ச்சல்கூற்றில் செயற்பாட்டு நடவடிக்கையில் நிறுவனத்தின் குறித்த நிதியாண்டில் உழைத்த இலாபத்திலிருந்தே காசாகதேறியது கணிக்கப்படுகின்றது. ஆகவே இது நேரில் முறையாக கணிக்கப்படுகின்றது.

நேர்முறைமற்றும் நேரில்முறையிலானகாசுப்பாய்ச்சல்கூற்றின் மாதிரிகள்

ABC கம்பனியின் 31/03/2017ல் முடிவடைந்த ஆண்டுக்கான காசுப்பாய்ச்சல்கூற்று

விபரம்	தொகை	தொகை
செயற்பாட்டு நடவடிக்கை மூலமான காசுப்பாய்ச்சல்		
காசு விற்பனை	***	
கடன்பட்டேரிடமிருந்து பெற்ற காசு	***	
காசுக்கொள்வனவு	(***)	
கடன்கொடுத்தோருக்கு கொடுத்த காசு	(***)	
செலுத்திய செயற்பாட்டுச் செலவுகள்	(***)	
செலுத்திய வரி	(***)	
செலுத்திய வட்டி	(***)	
செயற்பாட்டுநடவடிக்கை மூலம் தேறிய காசுப்பாய்ச்சல்	***	***
முதலீட்டு நடவடிக்கை மூலமான காசுப்பாய்ச்சல்		
நடைமுறையல்லாச்சொத்துக்கொள்வனவு	(***)	
நடைமுறையல்லாச்சொத்துவிற்பனை	***	
முதலீட்டுக்கொள்வனவு/விற்பனை	(***)/***	
பெற்றவட்டி மற்றும் பங்குலாபம்	***	
முதலீட்டு நடவடிக்கை மூலம் தேறியகாசுப்பாய்ச்சல்	***	***
நிதியிடல் நடவடிக்கை மூலமான காசுப்பாய்ச்சல்		
சாதாரணபங்கு வழங்கல்	***	
செலுத்திய பங்குலாபம்	(***)	
நீண்டகாலக்கடன் பெற்றமை மற்றும் செலுத்தியமை	***/(***)	
நிதியிடல் நடவடிக்கை மூலம் தேறியகாசு	***	***
நிதியாண்டுக்கான காசும் காசிற்குச்சமனானவற்றின் அதிகரிப்பு மற்றும் குறைவு		***/(***)
நிதியாண்டு ஆரம்ப காசும் காசிற்குச்சமனானவையும்		***/(***)
நிதியாண்டு இறுதியில் காசும் காசிற்குச்சமனானவையும்		***/(***)

நேரில் முறையிலான காசுப்பாய்ச்சல்கூற்று

விபரம்	தொகை	தொகை
செயற்பாட்டு நடவடிக்கை மூலமான காசுப்பாய்ச்சல்		
வரிக்கு முன் இலாபம்	***	
சீராக்கம்:		
பெறுமானத்தேய்வு	***	
சொத்து விற்பனை இலாபம் அல்லது நட்டம்	(***)/***	
வட்டிச்செலவுகள்	***	
வட்டி மற்றும் பங்குலாப வருமானம்	(***)	
தொழிற்படு மூலதன அசைவுக்கு முன்னரான காசுப்பாய்ச்சல்		
இருப்பில் ஏற்பட்ட அதிகரிப்பு மற்றும் குறைவு	(***)/***	
கடன்பட்டோரில் ஏற்பட்ட அதிகரிப்பு மற்றும் குறைவு	(***)/***	
கடன்கொடுத்தோரில் ஏற்பட்ட அதிகரிப்பு மற்றும் குறைவு	***/(***)	
தொழிற்படு மூலதன அசைவுக்கு பின்னரான காசுப்பாய்ச்சல்		
செலுத்திய வரி	(***)	
செலுத்திய வட்டி	(***)	
செயற்பாட்டுநடவடிக்கை மூலம் தேறிய காசுப்பாய்ச்சல்	***/(***)	***/(***)

பெருந்தன்மையான
குணம்
எல்லா
நற்குணங்களுக்கும்
ஆபரணம் போன்றது
- அரிஸ்ரோட்டில்.

கொழும்பு பங்கு பரிவர்த்தனைஈன் தற்போதைய போக்கு

M.மதுவாகினி
வர்த்தகப்பிரிவு - 2018

தற்போதைய 21ஆம் நூற்றாண்டில் தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பம் மிகவும் மேலோங்கி காணப்படுகின்றது. இன்றைய உலகில் ஒரு மனிதனின் அன்றாட வாழ்க்கையில் தகவல் தொடர்பாடல் பொருள் பங்கு வகிக்கின்றது. ஒரு மனிதனின் பிறப்பில் தொடங்கி இறப்பு வரை இதன் ஆதிக்கம் இருந்து வருகின்றது.

தற்போதைய பாடசாலைகள், தொழிற்சாலைகள், வைத்தியசாலைகள், நிறுவனங்கள், ஒரு நாட்டின் அரசாங்க நடவடிக்கைகள் அனைத்தும் இத்தகவல் தொழில் நுட்பத்தை சார்ந்தே இயங்கி வருகின்றன. இதனது வளர்ச்சியால் பல தொழிற்சாலைகள் நிர்மாணிக்கப்பட்டு பல வேலை வாய்ப்புக்கள் உலகமெங்கிலும் காணப்படுகின்றன. இதன் விளைவாகவும் புதிய தொழிற்சாலைகளின் பரவலாலும் தற்போதைய உலகில் பங்கு சந்தைகள் முக்கிய இடத்தை பெற்று வருகின்றது.

இவ்வகையில் நம் நாட்டின் தற்போதைய பங்கு சந்தையின் (கொழும்பு பங்கு பரிவர்த்தனை) பற்றிய கட்டுரை

1. கொழும்பு பங்குச் சந்தையின் அறிமுகம்

கொழும்புப் பங்குப் பரிவர்த்தனை அல்லது கொழும்புப் பங்குச் சந்தை எனப்படுவது இலங்கையில் பங்குப் பரிவர்த்தனைக்கென அமைந்துள்ள ஒரே ஒரு சந்தையாகும். இது கொழும்பில் இலங்கை வங்கி தலைமைப் பணியகதிற்கருகில் உள்ள உலகவர்த்தகமையத்தின் 4 வது மாடியில் அமைந்துள்ளது. இதன் கிளைகள் யாழ்ப்பாணம், கண்டி, மாத்தறை, குருணாகல் ஆகிய மாவட்டங்களிலும் உள்ளது. பட்டியலிடப்பட்ட மற்றும் பட்டியலிடப்படாத கம்பெனிகளின் பங்குகள், முன்னுரிமை பங்கு, தனிச்சாங்கள், திறைசேரி முறி, திறைசேரி உண்டியல், அரசபிணைகள், நிதியங்கள் என்பனவற்றின் ஆரம்ப வழங்கல், கொள்வனவு, விற்பனை பிரதானமாக இடம் பெறுகின்றது.

கொழும்புப் பங்குச் சந்தையில் தொடர்புபட்ட தரப்பினர்கள்

1. கொழும்புப் பங்குப் பரிவர்த்தனை நிலையம்
2. பட்டியலிடப்பட்ட கம்பெனிகள்
3. இலங்கை பிணைகள் பரிமாற்று ஆணைக்குழு
4. பங்கு தரகர்கள்
5. பங்கு வர்த்தகர்கள்

2. பட்டியலிடல் தகைமைகள்

கொழும்புப் பங்குச் சந்தையில் பட்டியலிடப்படும் தகைமையினை பெறுவதற்கு பொதுக்கம்பனிகள் பலவித சட்ட, மூலதன வரையறை தேவைப்பாடுகளாக

I. பிரதான பலகை

- ◆ ஆகக்குறைந்தது 500 மில்லியன் ரூபாய் இறுதி மூலதனம்
- ◆ ஆகக் குறைந்தது ----- பேர் பங்குதாரர் இருத்தல்

வகை	பொதுமக்களிடம் இருக்க வேண்டிய குறைந்தபட்ச பங்கு கையிருப்புக்கள் எல்லை		
	கம்பனியின் மூலதன அளவு	பொது மக்களிடம் இருக்க வேண்டிய கையிருப்பு வீதம் %	பங்குதாரர் எண்ணிக்கை
1	ரூபா 10.0 பில்	குறைந்தபட்ச வீதம் இல்லை	500
2	ரூபா 7.5 பில்	5%	500
3	ரூபா.5.0 பில்	7.5%	500
4	ரூபா 2.5 பில்	10%	500
5	< ரூபா 2.5 பில்	20%	500

- ◆ பட்டியலிட விண்ணப்பித்த திகதிக்கு முன்னதாக
 - ❖ கேக் குறைந்தது தொடர்ச்சியாக 3 வருட காலங்களிற்கு வரிக்குப் பிந்திய நிகர இலாபம் உழைத்திருத்தல்.
 - ❖ ஆகக் குறைந்தது 2வருட காலத்திற்கு ஒருங்கிணைந்தபடி நேர் நிகர சொத்துகளை கொண்டிருத்தல்
- ◆ நடைமுறையில் உள்ள 2007ம் ஆண்டு 7 ம் இலக்க கம்பனிச்சட்டம், 1987ம் ஆண்டு 36ம் இலக்க பிணைகள் சட்டம் என்பவற்றின் ஏற்பாடுகளை ஒழுகி அமைந்திருத்தல் வேண்டும்.

II. திரி சனி பலகை

- ◆ ஆகக்குறைந்தது 100 மில்லியன் ரூபாய் இறுதி மூலதனம்
- ◆ ஆகக் குறைந்தது ----- பேர் பங்குதாரர் இருத்தல்

வகை	பொதுமக்களிடம் இருக்க வேண்டிய குறைந்தபட்ச பங்கு கையிருப்புக்கள் எல்லை		
	கம்பனியின் மூலதன அளவு	பொது மக்களிடம் இருக்க வேண்டிய கையிருப்பு வீதம் %	பங்குதாரர் எண்ணிக்கை
1	ரூபா 1 பில்	7.5%	200
2	< ரூபா 1 பில்	10%	200

- ◆ பட்டியலிட விண்ணப்பித்த திகதிக்கு முன்னதாக ஆகக் குறைந்தது 1 வருட காலங்களிற்கு ஒருங்கிணைந்தபடி நேர் நிகர சொத்துகளை கொண்டிருத்தல்
- ◆ நடைமுறையில் உள்ள 2007ம் ஆண்டு 7 ம் இலக்க கம்பனிச்சட்டம், 1987ம் ஆண்டு 36ம் இலக்க பிணைகள் சட்டம் என்பவற்றின் ஏற்பாடுகளை ஒழுகி இருத்தல்.
- ❖ ஆகக்குறைந்த பங்காளர்களின் தேவைப்பாட்டில் இயக்குனர்களின் குடும்ப அங்கத்தினர்,

பதிலாளிகள் அல்லது உப கம்பனி, கூட்டுக்கம்பனி இவற்றால் உடமையாக்கப்பட்ட பங்குகள் கருத்தில் கொள்ளப்படாது.

2018 ஆனி மாத முடிவில் கொழும்பு பங்கு சந்தை 20 பிரதான துறைகளின் கீழ் 298 பட்டியலிடப்படும் தகமை பெற்றுள்ள கம்பனிகளுடன் சந்தை மூலதன தொகை 2893.7 பில்லியன் ரூபாயாகக் கொண்டு காணப்படுகின்றது.

3. கொழும்பு பங்குச் சந்தையில் பங்கு குறிகாட்டிகள்

I. எல்லா பங்குகளுக்கும்மான விலைச்சுட்டி (ASPI - All Share Price Index)

கொழும்புப் பங்கு சந்தையில் பயன்படுத்தப்படும் மிக பிரபல்யமான சுட்டியாகும். இது நாளாந்தம் கணிப்பிடப்பட்டு நாள் முடிவில் அறிவிக்கப்படும். அன்றைய தினத்தில் கைமாறப்பட்ட அனைத்துப் பங்குகளின் விலைகளும் உள்ளடக்கப்பட்டு 1985 ம் ஆண்டை அடியாண்டாகக் கொண்டு ஒப்பிடப்பட்டு கணிக்கப்படும். இதன் அடிப்பருவம் 100 ஆகும்.

II. S&P - SriLanka 20

இச்சுட்டி கம்பனிகளின் சந்தை மூலதனத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு அதிகமாக கொள்வனவு விற்பனை செய்யப்பட்ட முதல் 20 பங்குகளுக்கு சொந்தமான கம்பனிகளை கொண்டுள்ளது.

Stock name	Symbol
Access Engineering PLC	CSE: AEL.N0000
Aitken Spence PLC	CSE: SPEN.N0000
Asiri Hospital Holdings PLC	CSE: ASIR.N0000
Cargills (Ceylon) PLC	CSE: CARG.N0000
Ceylinco Insurance PLC	CSE: CINS.N0000
Ceylon Cold Stores PLC	CSE: CCS.N0000
Ceylon Tobacco Company PLC	CSE: CTC.N0000
Chevron Lubricants Lanka PLC	CSE: LLUB.N0000
Commercial Bank of Ceylon PLC	CSE: COMB.N0000
DFCC Bank PLC	CSE: DFCC.N0000
Dialog Axiata PLC	CSE: DIAL.N0000
Distilleries Company of Sri Lanka PLC	CSE: DIST.N0000
Hatton National Bank PLC	CSE: HNB.N0000
Hemas Holdings PLC	CSE: HHL.N0000
John Keells Holdings PLC	CSE: JKH.N0000
Lanka Orix Leasing Company PLC	CSE: LOLC.N0000
National Development Bank PLC	CSE: NOB.N0000
Nestle Lanka PLC	CSE: NEST.N0000
People's Leasing & Finance PLC	CSE: PLC.N0000
Sampath Bank PLC	CSE: SAMP.N0000

4. கொழும்பு பங்குச் சந்தை கொண்டுள்ள அங்கத்துவங்கள்

Member of world Federation of Exchanges

1998 அக்டோபரில் World Federation of Exchanges இல் அங்கத்துவத்தினை பெற்று 52 வது உறுப்பினராக இணைந்து கொண்டது. இது தவிர இவ் அமைப்பில் இணைந்து கொண்ட தெற்காசிய வட்டச் சேர்ந்த முதலாவது பங்குச் சந்தை கொழும்புப் பங்கு பரிவர்த்தனை ஆகும்

Asian Federation of Exchanges (SAFE)

தெற்காசிய நாடுகளின் பங்கு பரிவர்த்தனையில் கொழும்புப் பங்கு பரிவர்த்தனை முக்கிய அங்கம் வகிக்கின்றது.



SOUTH ASIAN
FEDERATION OF EXCHANGES

5. கொழும்பு பங்குச் சந்தையானது தனது நடவடிக்கைகளை நடைமுறைப்படுத்துவதற்கு கையாடும் முறைமைகள்

1. Central Depository System மத்திய வைப்புமுறை
 2. Automated Trading System
 3. Debt Securities Trading System
 4. மத்திய வைப்பு முறைமை 1991 இலும், Automated Trading System (ATS) 1997 இலும் நிறுவப்பட்டது. கணினி மையப்படுத்தப்பட்ட, தன்னியக்கமுறையில் பங்குசந்தை நடவடிக்கைகள் இடம்பெற்று வருகின்றது.
- ❖ பங்கு தரகர் (Stock brokers) நிறுவனத்தின் ஊடாக மட்டுமே பொது மக்களால் கொழும்பு பங்கு சந்தையில் பங்கு கொடுக்கல் வாங்கல் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடியும்.

இலங்கையில் காணப்படும் சில பங்கு தரகர் நிறுவனங்கள் சில

- | | |
|--|--|
| 1. Capital Alliance Securities (PVT) LTD (CAL) | www.cal.lk |
| 2. SMB Securities (PVT) LTD | www.smbsecurities.lk |
| 3. First Guardian Equities (PVT) LTD | www.fge.lk |
| 4. Enterprise Ceylon Capital (PVT) LTD | www.ece.lk |
| 5. TKS Securities (PVT) LTD | www.tks.lk |
| 6. Richard Pieris Securities (PVT) LTD | |
| 7. LOLC Securities (PVT) LTD | |
| 8. Softlogic Stockbrokers | www.softlogicquity.lk |

6. கொழும்பு பங்குச் சந்தையில் முதலிடுவதற்கான வழிமுறைகள்

- ◆ அடிப்படை தகமையாக 18 வயது பூர்த்தி அடைந்திருக்க வேண்டும்
- ◆ கொழும்பு பங்கு பரிவர்த்தனை இணையத்தளத்தில் (www.cse.lk) காணப்படும் Education Portal இனூடாக பங்குகளின் கொள்வனவு, விற்பனை நடைமுறைகளை கற்றுக் கொள்ளக் கூடியதாக காணப்படுவதோடு இலவச புத்தகப் பிரதிகளை பெற்றுக் கொள்ளக் கூடியதாகவும் வசதி செய்யப்பட்டுள்ளது.
- ◆ நடைமுறைகளை கற்றுத் தெளிவு பெற்ற பின் பங்குத் தரகர் (stock brokers) நிறுவனத்தின் இணையத்தளம் ஊடாகவோ அல்லது அந்நிறுவன அலுவலகத்திலோ CDS கணக்கொன்றை ஆரம்பிக்க விண்ணப்பித்து கொள்ளலாம்.
- ◆ உங்களது CDS கணக்கானது ஒப்புதல் பெற்று வந்த பிற்பாடு உங்கள் பங்கு தரகு நிறுவனத்தின் ஊடாக பங்கு கொடுக்கல் வாங்கல்களை மேற்கொள்ள முடியும்.
நீங்கள் ஒன்லைன் (Online) கணக்கிற்கு விண்ணப்பித்து இருக்குமிடத்து உங்களது CDS கணக்கானது ஒப்புதல் பெற்று வந்த பிற்பாடு உங்களுக்கு பங்கு தரகர் நிறுவனத்தினால் அவர்களது வலைப்பக்கத்தில் உள்நுழைவதற்காக (user name, Password) வழங்கப்படும் அதனை பயன்படுத்தி ஒன்லைன் (Online) மூலம் உங்கள் பங்கு கொடுக்கல் வாங்கல்களை சுயமாகவே செய்யக்கூடியதாக காணப்படும்

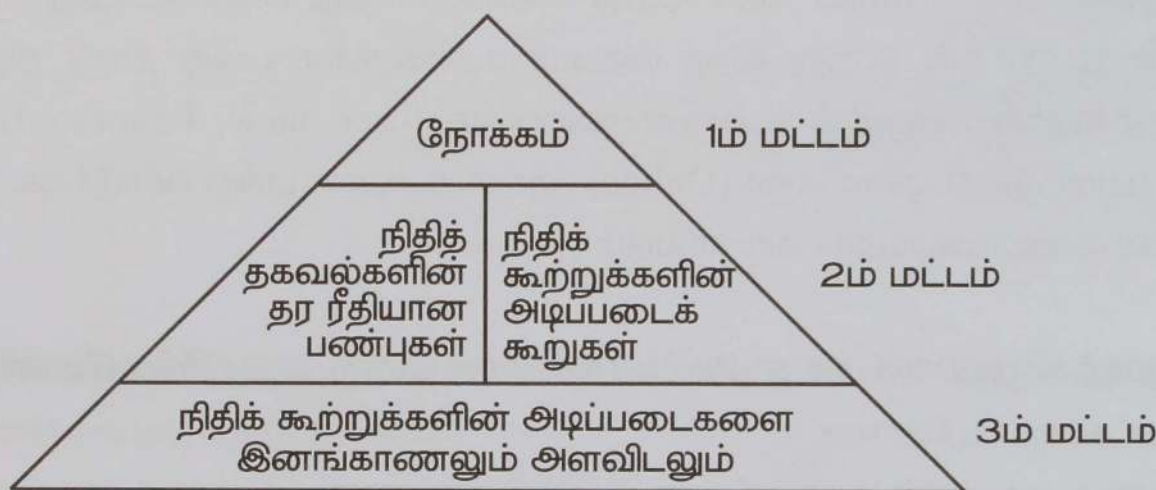
7. பங்கு தரகர் நிறுவனங்களை தெரிவு செய்யும் போது கவனிக்க வேண்டியவை

- ◆ குறைந்தபட்ச வைப்பு தொகை
 - ❖ சில பங்கு தரகர்கள் கணக்கினை ஆரம்பிப்பதற்கு குறைந்தபட்ச வைப்புத் தொகையை கோருவதுண்டு. குறித்த தொகைக்கு குறைவாக வைப்பிலிடும் சந்தர்ப்பத்தில் CDS கணக்கினை ஆரம்பித்துக் கொள்ள முடியாது.
- ◆ உங்கள் பணத்தினை வைப்பு செய்யும், திருப்பி பெற்றுக் கொள்ளும் வழிகள்.
 - ❖ ஒவ்வொரு பங்குத் தரகர் நிறுவனங்களும் ஒவ்வொரு விதமான வழிமுறைகளை கொண்டிருக்கும்.
- ◆ செலுத்த வேண்டியதரகுப் பணவீதம்
 - ❖ உங்களது ஒவ்வொரு பங்குக் கொடுக்கல் வாங்கல் செயற்பாடுகளுக்கும் அப் பங்குத்தரகர் நிறுவனத்தினால் அறவிடப்படும் தரகுப் பண வீதத்தினை கருத்திற் கொள்ள வேண்டும். இது நிறுவனத்திற்கு நிறுவனம் மாறுபடும்.
- ◆ ஒன்லைன் வசதி (Online)
 - ❖ உங்களது பங்குத் தரகர் நிறுவனத்தினால் ஒன்லைன் பங்குக் கொடுக்கல் வாங்கல் வசதிகளை பெற்றுக் கொள்ள முடியுமா என்பதை கருத்திற் கொள்ள வேண்டும்.
- ◆ ஆலோசனை வசதி
 - ❖ சில பங்குத் தரகர் நிறுவனங்கள் நீங்கள் கொள்வனவு, விற்பனை செய்யவிருக்கும் பங்குகள், பிணைப்பத்திரங்கள் தொடர்பில் ஆலோசனைச் சேவையை வழங்கக் கூடியதாக இருக்கும்.

நீதி அறிக்கைப்படுத்தலின் எண்ணக்கரு ரீதியான சட்டகம்

V.சுஜிந்தா
வர்த்தகப் பிரிவு - (2019)

நிதிக் கணக்கீட்டினதும் நிதிக் கூற்றுக்களினதும் தொழிற்பாடுகளையும் வரையறைகளையும் தீர்மானிக்கும் கோட்பாடு இதுவாகும். நிதி அறிக்கைப்படுத்தலின் எண்ணக்கரு ரீதியிலான சட்டகத்தின் உள்ளடக்கங்களை பின்வருமாறு வரைபடத்தில் காட்ட முடியும்.

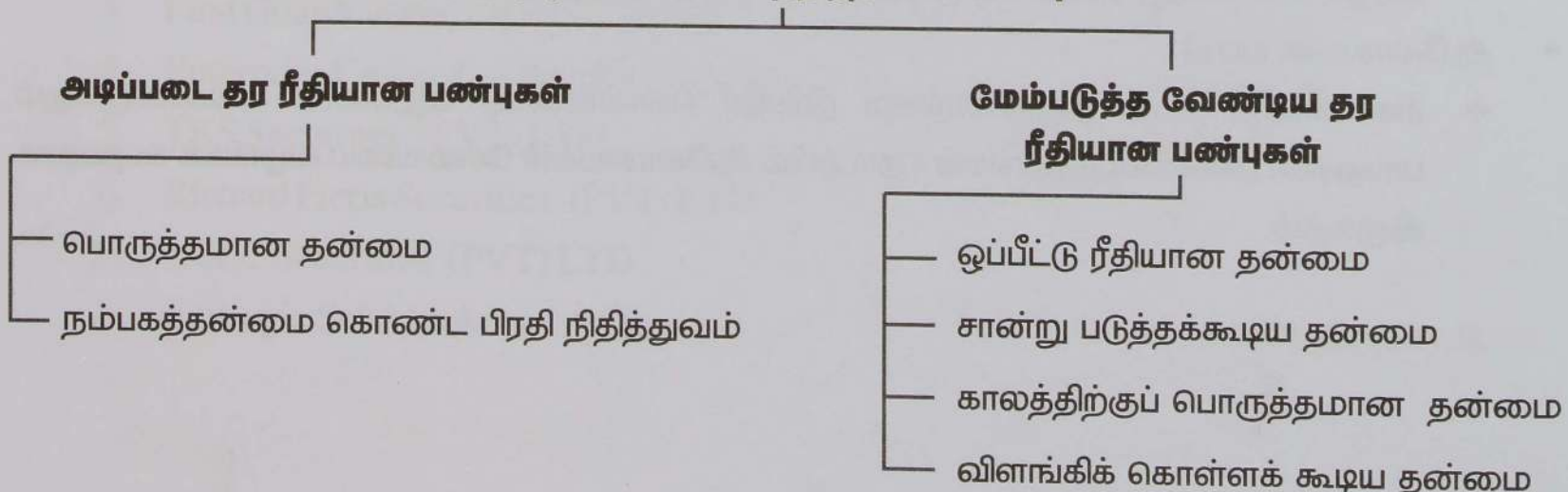


நிதிக் கூற்றுக்களின் நோக்கம்

அறிக்கைப்படுத்தும் அலகொன்றில தற்போது காணப்படுகின்றதும் எதிர்கால முதலீட்டாளர்கள், கடன்வழங்குனர்கள், ஏனைய கடன் கொடுனர்கள் போன்றோர் அவ்வலகிற்கு தேவையான வளங்களை வழங்குதல் தொடர்பாக தீர்மானமெடுப்பதற்கு தேவையான நிதித்தகவல்களை வழங்குவதே பொது நோக்க அறிக்கைப்படுத்தலின் நோக்கமாகும்.

அறிக்கைப்படுத்தும் அலகொன்றின் நிதிநிலைமை, நிதிப்பெறுபேறு, நிதி நிலைமை மாற்றங்கள், காசுப்பாய்ச்சல்கள் என்பவை தொடர்பான தகவல்களை வழங்குவதே பொதுநோக்க நிதி அறிக்கைப் படுத்தலாகும். நிதிக் கூற்றுக்களை தயாரிக்கும் பொழுது “தொடர்ந்தியங்கும்” எனும் எடுகோள் அடிப்படையாகக் கொள்ளப்படும்.

நிதித் தகவல்களின் தர ரீதியான பண்புகள்



பொருத்தமான தன்மை (Relevance)

தகவல்களை பயன்படுத்தும் பிரிவினர்களின் தீர்மானங்களில் மாற்றம் செய்வதற்குரிய ஆற்றல் நிதிக் கூற்றுக்களின் தகவல்களுக்கு காணப்படுமாயின் அவை பொருத்தமான தன்மையை கொண்டதாக இருக்கும். தகவல்கள் பொருத்தமான தன்மைகளை கொண்டிருக்கவேண்டுமாயின் அவை பின்வரும் துணைப்பண்புகளை கொண்டிருத்தல் வேண்டும்.

- ◆ எதிர்வு கூறக்கூடிய தன்மை.
- ◆ சான்றுபடுத்தக்கூடிய தன்மை.
- ◆ அளவிடக்கூடிய தன்மை.

நம்பகத்தன்மை கொண்ட பிரதிநிதித்துவம் (Faithful Representation)

நிதி அறிக்கைப்படுத்தலினூடாக வெளிப்படுத்தப்படும் பொருளாதார நிலைமைகள் நம்பகத்தன்மை கொண்ட பிரதிநிதித்துவத்தை வெளிப்படுத்தக் கூடியவாறு முன்வைக்கப்படல் வேண்டும். தகவல்களை நம்பகத்தன்மை கொண்டவையாக வெளிப்படுத்துவதற்கு அத்தகவல்கள் பின்வரும் துணைப்பண்புகளைக் கொண்டிருத்தல் வேண்டும்.

- ◆ பூரணத்தன்மை (Completeness)
- ◆ நடுநிலைத்தன்மை (Neutrality)

ஒப்பீட்டு ரீதியான தன்மை (Comparability)

வணிக அலகொன்றின் தகவல்கள் அவ்வலகின் கடந்த நிதியாண்டுகளுக்குரிய தகவல்களுடனும் அந்நிறுவனத்திற்குச் சமமான வணிக அலகுகளின் தகவல்களுடனும் ஒப்பிடக்கூடிய தன்மையைக் கொண்டிருத்தல் வேண்டுமென்பதே இதன் பொருளாகும்.

உறுதிப்படுத்தக்கூடிய/ சான்றுபடுத்தக்கூடிய தன்மை (Verifiability)

வணிக அலகொன்றின் கொடுக்கல் வாங்கல்கள் மற்றும் நிகழ்வுகள் நம்பகமான, தகவல்களினூடாகப் பிரதிநிதித்துவப்பட்டுள்ளனவா என்பதனை உறுதிப்படுத்துவதற்குரிய ஆற்றல் என்பதே இதன் பொருளாகும்.

காலத்திற்குப் பொருத்தமானது (timeliness)

தீர்மானம் எடுக்கும் பிரிவினர்களின் தீர்மானங்களில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தப் பொருத்தமானவாறு உரிய காலத்திற்கும் நேரத்திற்கும் ஏற்றவாறு தகவல்கள் வழங்குதலைக் குறிக்கும்.

விளங்கிக்கொள்ளக் கூடிய தன்மை (Understandability)

தகவல்களைப் பயன்படுத்தும் பிரிவினர்களுக்குத் தகவல்களை வகைப்படுத்தி, விளக்கமாகவும் சுருக்கமாகவும் காட்டுதல் வேண்டுமென்பதே இதன் பொருள் ஆகும்.

நிதிக் கூற்றுக்களில் உள்ளடங்கப்பட்டுள்ள அடிப்படைக் கூறுகளும் வரைவிலக்கணங்களும்

அமைப்பு முறையையே நிதிக் கூற்றுக்களின் அடிப்படைக் கூறுகளின் மூலம் காட்டப்படுகின்றது. இவ்வடிப்படைக் கூறுகளின் மூலம் வழங்கப்படும் தகவல்களின் உதவியுடனேயே நிதி அறிக்கைப்படுத்தலின் நோக்கமானது அடைந்து கொள்ளப்படுகின்றது. இது ஜந்து கூறுகளைக் கொண்டது.

- ◆ சொத்துக்கள்
- ◆ பொறுப்புக்கள்
- ◆ உரிமையாண்மை
- ◆ வருமானங்கள்
- ◆ செலவீனங்கள்

சொத்துக்கள் (Liabilities)

கடந்தகால கொடுக்கல் வாங்கல் அல்லது நிகழ்வொன்றின் விளைவாக உருவானதும் வணிகத்திற்கு எதிர்காலத்தில் பொருளாதார அனுகூலங்களைக் கொண்டு வரக்கூடிய திறனைக் கொண்டதும், வணிக அலகினால் கட்டுப்படுத்தக்கூடியதுமான வளங்கள் சொத்துக்கள் எனப்படும்.

மேற்குறிப்பிட்ட வரைவிலக்கணத்திற்கமையச் சொத்தொன்றில் காணப்படவேண்டிய அடிப்படைப் பண்புகள் மூன்றாகும்.

- ◆ எதிர்காலத்தில் பொருளாதார அனுகூலங்களைப் பெற்றுக் கொள்ளக்கூடிய திறன்.
- ◆ குறிப்பிட்ட வணிக அலகினால் கட்டுப்படுத்தக்கூடியதாக இருத்தல்.
- ◆ கடந்தகால கொடுக்கல் வாங்கல்கள் அல்லது நிகழ்வுகளின் பெறுபேறாக ஏற்படல்.

பொறுப்புக்கள் (Liabilities)

வணிகமொன்றில் கடந்தகாலக் கொடுக்கல் வாங்கல் அல்லது நிகழ்வொன்றின் பெறுபேறாக உருவாகின்றதும், பொருளாதார அனுகூலங்களுடனான வளங்கள் வணிகத்திலிந்து வெளிச்செல்லும் என எதிர்பார்க்கின்றதும் நிகழ்காலக்கடப்பாடு உடையதும் பொறுப்பு எனப்படும்.

மேற்குறிப்பிட்ட வரைவிலக்கணத்திற்கேற்ப பொறுப்பொன்றின் அடிப்படைப் பண்புகள் மூன்றாகும். அவையாவன.

- ◆ எதிர்காலத்தில் பொருளாதார அனுகூலங்கள் வெளிச்செல்லும் நிலை காணப்படும்.
- ◆ இது தொடர்பில் நிகழ்கால கடப்பாடு காணப்படல்.
- ◆ கடந்தகால கொடுக்கல் வாங்கல் அல்லது நிகழ்வின் பெறுபேறாக உருவாகுதல்.

உரிமையாண்மை (Equity)

வணிகத்தின் சொத்துக்களிலிருந்து அதன் சகல பொறுப்புக்களையும் கழித்த பின்னர் சொத்துக்களில் எஞ்சியிருக்கும் பகுதியாகும்.

மேலே குறிப்பிட்ட சொத்து, பொறுப்பு, உரிமையாண்மை போன்ற உருப்படிகள், அலகொன்றின் நிதிநிலையினை அளவிடுவதில் நேரடியாக தொடர்புபடும்.

வருமானம் (Income)

நிதியாண்டின் வணிக அலகொன்றினுள் உட்பாய்ச்சப்படுகின்ற அல்லது சொத்தினை அதிகரிக்கக் கூடிய அல்லது சொத்தில் குறைவை ஏற்படுத்தக்கூடிய அல்லது பொறுப்பைக் குறைக்கக் கூடிய தன்மைகளில் உரிமையாளர்களின் பங்களிப்பின்றி உரிமையாண்மையை அதிகரிக்கச் செய்வதற்கு காரணமாகின்ற பொருளாதார அனுகூலங்கள் வருமானங்கள் எனப்படும்.

செலவீனம் (Expense)

நிதியாண்டில் வணிக அலகொன்றின் பொதுவான செயற்பாடுகளில் இருந்து வெளிச் செல்லக் கூடிய அல்லது சொத்தில் குறைவை ஏற்படுத்தக்கூடிய அல்லது பொறுப்பை அதிகரிக்கக்கூடிய தன்மையுடன் உரிமையாளர்களின் பற்றுக்கள் தவிர்ந்த உரிமையாண்மையில் குறைவு ஏற்படுவதற்குக் காரணமாய் அமைகின்ற பொருளாதார அணுகுலங்களின் குறைவே செலவுகள் எனப்படும்.

அடிப்படைகளை இனங்காணல்.

நிதி அறிக்கைப்படுத்தலின் எண்ணக்கரு ரீதியான சட்டகத்திற்கேற்ப அடிப்படைகளை இனங்காண பின்வரும் நியதிகள் கவனத்தில் கொள்ளப்பட வேண்டும்.

- ♦ அடிப்படைகள் வரைவிலக்கணத்திற்கு ஏற்புடையதாக இருத்தல்
- ♦ அந்த உருப்புகளுக்கு ஏற்ப எதிர்கால பொருளாதார அணுகுலங்கள் வணிக அலகினுள் உட்பாயக்கூடிய அல்லது வணிக அலகிலிருந்து வெளிச் செல்லக்கூடிய சாத்தியம் இருத்தல் வேண்டும்.
- ♦ அவ்வுருப்படியின் கிரயத்தை அல்லது பெறுமதியினை நம்பகமான முறையில் அளவிடக் கூடியதாக இருத்தல்.

அடிப்படைகளை அளவிடல்

நிதி அறிக்கைகளின் நிதிப்பெறுமதியினை தீர்மானிக்கும் செயற்பாடே அடிப்படைகளை அளவிடல் என்பதன் கருத்தாகும். எண்ணக்கரு ரீதியான சட்டகத்திற்கேற்ப அடிப்படைகளை அளவிடுவதற்கு பின்வரும் முறைகளை பயன்படுத்த முடியும்.

- ♦ வரலாற்றுக் கிரயம் (Historical cost)
- ♦ நடைமுறை கிரயம் (Current cost)
- ♦ தேரிய தேறத்தக்க பெறுமதி (Net Realisable value)
- ♦ நிகழ்காலப் பெறுமதி (Present value)

கணக்கீட்டு நியமனங்களின் அறிமுகம்.

அதிகாரம் பெற்ற தொழில்சார் நிறுவனமொன்றினால் ஒவ்வொரு விசேட பிரிவுகள் தொடர்பில் கணக்கீட்டின் போது பின்பற்ற வேண்டும் எனக் காட்டியவாறு விதப்புரைகள் கணக்கீட்டு நியமனங்கள் எனக் கூறலாம்.

அல்லது வணிகக் கொடுக்கல் வாங்கல்களை இனங்காணும் போதும், அளவிடும் போதும், கணக்கீட்டின் போதும், முன்வைக்கும் போதும், வெளிப்படுத்தும் போதும், பின்பற்றவேண்டும் என தொழில்சார் கணக்கீட்டு நிறுவனம் ஒன்றினால் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ள விதப்புரைகள் கணக்கீட்டு நியமனங்கள் என வரைவிலக்கணம் கூற முடியும். இலங்கை பட்டயக் கணக்காளர் நிறுவனம் இது தொடர்பில் இலங்கையில் செயற்படுகின்ற வாண்மைத்துவ கணக்கீட்டு நிறுவனமாகும்.

உசாத்துணைகள் :-

தரம் - 13

ஆசிரியர் வழிகாட்டி

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF INFORMATION TECHNOLOGY

O. Roshan
Commerce (2020)

Information technology has helped in shaping both the business world and our society in general. Many fields have been impacted by information technology including but not limited to; education, health, entertainment, and communication just to mention a few. As the world develops, more technology will emerge, and this technology will have both a positive and a negative impact. Below I have detailed points showing how information technology has impacted our lives.

Advantages And Disadvantages Of Information Technology In Business

Advantages

◆ **Increases Production And Saves Time**

Businesses today more than ever use technology to automate tasks. A good example is a bakery which uses electronic temperature sensors to detect a drop or increase in room or oven temperature in a bakery. These sensors send information directly to the operator, reporting any temperature change. This temperature system saves the bakery time, and it also results in consistent higher quality products.

◆ **Improves Data Storage, File Management, And Data Reporting/ Analysis**

Businesses use cloud hosting services to store and backup business data. Also, it saves on paperwork and makes transfer and access to data possible remotely. With services like Dropbox.com, business owners can access their data anytime anywhere. Additionally, databases

today allow for greater correlation of information, analysis of this data relationship can encourage better and more informed decision making, resulting in potential growth.

◆ **Improves Financial Management**

Accounting software like Quick Books, Bookkeeper, Sage 50, and Account Edge perform various accounting tasks in a business. Business owners can easily balance their books with less experience in accounting because this software is well equipped with every tool needed in

accounting. It allows for faster processing and calculation of financial information and the recording or storing of financial data that may need to be referenced in the future.

- ◆ **Cuts Costs Of Operation And Increases In RIO**

Communication technology and social technology have made business promotion and product launch affordable. Many small businesses have found ways to use social technology to increase their brand awareness and get more clients at a minimal cost. In business, factors like cost of operation play a significant role in the development and growth of a business. So when companies use information technology to cut down on costs of operation, then their ROI will increase, which will result in business growth.

- ◆ **Improves Business To Consumer Relationship**

Businesses have embraced the social technology to interact with their consumers and fans, creating a strong business to consumer relationship, and it results in business growth via customer loyalty and expansion. Information technology can be used to improve customer service in so many ways. For example, businesses can use their website or email to inform their customers about great deals and discounts. Making the customer aware of these offers can drive their desire to buy. Good customer service can be used as an excellent tool for any small business to gain the competitive advantage.

- ◆ **Improves Business Competitive Advantage**

Companies have used technology to gain the competitive advantage over their competitors. Business who innovate and adopt technology to remain efficient and improve processes, typically have high customer loyalty rates. As they can consistently meet and exceed expectations of their customers.

Disadvantages

- ◆ **Implementation Expenses**

Small businesses sometimes struggle to afford and maintain expensive core technology, so they end up losing their clients to a company which has the capital and resources necessary to compete in the industry.

- ◆ **Job Elimination**

Technology has replaced many positions humans used to occupy. Software is now doing complete accounting, so trained accountants have fewer opportunities, robots can cut the lawn or clean the pools, no need for a handyman.

- ◆ **Security Breaches**

Since businesses store their data on remote cloud servers which can be accessed online with a username and password, they risk potentially losing that data to hackers or viruses.

Advantages And Disadvantages Of Information Technology In Purchasing

Advantages

◆ Credit Cards And Smartcards Make Payment Safer

Buying and selling of goods and services have become simple because of these smart cards. A user can go to a merchant's website and make an order using their smart card or credit card. The money is transferred from the consumers account to the merchant's account in seconds, and then the merchant delivers the item to the consumer's address. This transaction saves time for both parties and is often safer, as companies like PayPal allow for buy protection and refunds.

◆ Electronic Bill Presentation And Payment

(EBPP) Systems send us bills over the internet giving us an easy convenient way to pay. No more paper bills in the mail. Save the Trees!

Disadvantages

◆ Internet Security Issues

For the merchant to process an order online, a consumer has to provide their financial details. Experienced hackers can use this loophole to channel this information and use it for their own needs. Use PayPal!

◆ Faulty Products And Duplication

In some cases, auction websites have products that are not original. So a user can bid on a shoe thinking it is original, upon delivery, they discover that the shoe is fake and it does not meet your expectation.

◆ Privacy

E-commerce websites collect personal data using cookies to know more about us and suggest products based on that information. Initially, data was collected without any notice, now most websites declare they intend to collect your information.

Advantages And Disadvantages Of Information Technology In Society

Advantages

◆ Improved Innovation

Modern Technology has been prominent in job role creation and the emerging of technology-based companies. With access to a computer and internet, anyone can start a business while at home. Most successful technology-based ventures like Apple, Amazon or Facebook, to mention but a few, started from home but now they employ thousands of people.

◆ **Improved Entertainment**

Technology has changed the entertainment industry; now we have many options to choose from. You can have a playlist of 10,000 songs on your iPod or you can watch movies on the go with an iPad; the list is endless.

◆ **Improved Social Discovery**

Finding both old and new friends have become very simple. With social networks like Facebook and Twitter, you can easily keep up with all your old friends and also make new ones.

◆ **Globalization Of Knowledge**

Today you can use the internet to get the latest news from any country around the globe. Services like "Twitter" have enabled people to become a journalist, so they report news on the instant by tweeting. Services like Wikipedia.org is well equipped with data on about anything, though not 100% always accurate

◆ **Improved Communication**

Like businesses, society has also benefited from communication technology. We can Skype, WhatsApp or video call our loved ones instantly.

Disadvantages

◆ **Cyber-Sickness**

With the increased addiction to social networks and internet games, people are spending more time on computers and reject their normal offline life, resulting in increased isolation and social imbalance.

Advantages And Disadvantages Of Information Technology In Education

Advantages

◆ **Online Education Has Made Educational Material And Data Accessible Anywhere**

The use of internet technology has opened institutional boundaries. Students from developing countries now have a chance to study their desired courses at a standard similar in some cases to first world education institutions. This type of education increases their likelihood of employment international.

◆ **Technology Has Created New Methods Of Education**

Use of educational video games and puzzles has increased students interest in learning. Basing on research, students enjoy learning with technology, many schools have started providing free internet on the school campus, this helps students do research and learn on their own.

Disadvantages

◆ Over-Dependence On Information Technology

Students no longer take time to solve equations and research topics, all they do is a query in google or on a calculator, poof the answer. Without these devices, they would not know how to achieve the same results in a library or on paper.

◆ Poor Quality Publications Online

Many online publishers post content for monetary purposes, so you may find that most the content published online is not accurate or well detailed to help students and researchers.

Advantages And Disadvantages Of Information Technology In Banking

Advantages

◆ Online Banking/ Convenient Payments

Many banks have integrated advanced information technology systems to improve their customer service. Today, it is effortless to withdraw money or make a purchase using a Credit card or smartphone with a simple tap; this saves customers from wasting time lining up in banks or from carrying a lot of cash.

◆ Fast Credit

The technology used in banks helps in the gathering of financial details and credit scores about each customer, the information gathered can be used when a customer applies for credit in that bank.

Disadvantages

◆ Money Laundering

Cases of online money laundering are on the rise, and this has exposed many online users to the predators.

◆ Security

Banking security has improved significantly, however, so has hacking expertise. If your information is connected to the internet, there is always the possibility it may get hacked.

Advantages & Disadvantage of It in society

Sub - heading only not explanations

Reference

<http://www.useoftechnology.com/advantages-disadvantages-information-technology>

மலேசியாவில் நடைபெற்று தனித்தனிநூயக்க மாநாட்டில் வெளியிடப்பட்ட நூட்பனியல் கலைச் சொற்கள்

T.நிசாம்ஸ்
வந்தந்தகப்பிரிவு - 2019

1. Whatsapp	-	புலனம்	20. LED	-	ஒளிர்விமுனை
2. Youtube	-	வலையொலி	21. 3D	-	முத்திரட்சி
3. Instagram	-	படவரி	22. 2D	-	இருதிரட்சி
4. We chat	-	அளாவி	23. Projector	-	ஒளிவீச்சு
5. Messanger	-	பற்றியம்	24. Printer	-	அச்சப்பொறி
6. Twtter	-	கீச்சகம்	25. Scanner	-	வருடி
7. Telegram	-	தொலைவரி	26. Smart Phone	-	திறன்பேசி
8. Skype	-	காயலை	27. Simcard	-	செறிவட்டை
9. Bluetooth	-	ஊடலை	28. Charger	-	மின்னூக்கி
10. wifi	-	அருகலை	29. Digital	-	எண்மின்
11. Hotspot	-	பகிரலை	30. Cyber	-	மின்வெளி
12. Broad band	-	ஆலலை	31. Router	-	திசைவி
13. Online	-	இயங்கலை	32. Selfie	-	தம்படம்/ சுயஉரு/ சுயப்பு
14. Offline	-	முடக்கலை	33. Thumbnail	-	சிறுபடம்
15. Thumbdrive	-	விரவி	34. Meme	-	போன்மி
16. Hard disk	-	வன்தட்டு	35. Print Screen	-	திரைப்பிடிப்பு
17. GPS	-	தடங்காட்டி	36. Inkjet	-	மைவீச்சு
18. CCTV	-	மறைகாணி			
19. OCR	-	எழுத்துணரி			

உசாத்துணைகள் :-

Students Academy Groub.

தொழில்நுட்ப சாதனங்களும் தற்கால வணிக சூழலும்

வி.தீவியா
2020

“நிலா நிலா ஓடிவா நிலல்லாமல் ஓடிவா” என்று நிலாவை அழைத்துச் சோறூட்டிய கால மெல்லாம் மலையேறிப் போய்விட்டது. இன்று நிலாவிலேயே கால்வைக்கும் நீல் ஆம்ஸ்ரோங் அவர்களின் புதுயுகத்தில் நாம் அனைவரும் வாழ்ந்து கொண்டிருக்கிறோம். இன்றைய நவீன வாழ்வியல் தேவைகளில் தகவல் தொடர்பு மின்னணு சாதனங்கள் மனித வாழ்வில் முக்கிய பங்காற்றி வருகின்றன. இவை இல்லாத மனித வாழ்வை நினைத்துக்கூடப் பார்க்க முடியாத அளவுக்கு அவை எம்மோடு (நடைமுறை வாழ்வோடு) இரண்டற கலந்து விட்டன. காடு களிலும், மலைகளிலும், விலங்குகளோடு விலங்குகளாக அலைந்து திரிந்து கொண்டிருந்த மனிதன் சைகைகளின் மூலமும் ஓசைகளின் மூலமும் கருத்துக்களை பரிமாறிக் கொண்டான். இதுவே தகவல் தொழில்நுட்பத்தின் வளர்ச்சியின் முதற்படி.

அன்று தொடங்கிய அதனது வளர்ச்சி இன்று பல்வேறு துறைகளிலும் தன் விழுது களைப் பாய்ச்சி உலகின் எந்த மூலையில் எது நடந்தாலும் அதை அடுத்த நொடியில் நம் கண் முன்னே கொண்டுவந்து நிறுத்தி உலகையே உள்ளங்கைக்குள் சுருக்கிவிட்டது. இதனையே பூகோளமயமாக்கல் என்று அறிமுகம் செய்கின்றோம். கோடிக்கணக்கான ரூபாய்க் களை வரவு, செலவு செய்யும் வாங்கிகள் தொடங்கி ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்துக்கு அழைத்துச் செல்லும் ரயில் போக்குவரத்து, வியாபாரம், கல்வி, மருத்துவம், என தொழி

நுட்பசாதனங்கள் உட்புக முடியாத துறைகளே யில்லை. என்றுதான் சொல்ல வேண்டும்.

இன்று நவீன தொழில்நுட்ப துறைகளினைப் பயன்படுத்தி வணிகத்துறையானது மின்னல் வேக வளர்ச்சி கண்டுள்ளது. கடந்த காலங்களில் மனிதவலுவின் மூலம் மேற்கொள்ளப்பட்டு வந்த உற்பத்திச் செயற்பாடுகளானவை இன்று நவீன தொழில்நுட்ப சாதனங்களினூடாக பன் மடங்காக உற்பத்தியாக்கப்படுகின்றன. பெரும் பாலான வணிகக் கொடுக்கல் வாங்கல்கள் இலத்திரனியல் ஊடகங்கள் மூலமே இடம்பெறு கின்றன. இதனால் நிகழ்காலத்தில் பொருள் களுக்கான கட்டளைபிடல். பணம் செலுத்துதல் (Credit cards, Debit Cards, Automated Teller machine cards), விளம்பரம் செய்தல் போன்ற எந்தவொரு நடவடிக்கையினையும் இலத்திரனி யல் ஊடகங்களினூடாக விரைவாகவும். இலகு வாகவும் நிறைவேற்றிக் கொள்ளமுடியும் தகவல் தொடர்பாடல் சாதனங்களின் தொழில்நுட்பத்தின் துரித வளர்ச்சி காரணமாக இன்று முழு உலகமே “உலகக்கிராமம்” (Global village) என்னும் நிலைக்குமாறியுள்ளது.

இன்றைய வணிகமானது தொலைபேசி, தொலைக்காட்சி, கணினி மற்றும் இன்னொ ரன்ன தொழில்நுட்ப சாதனங்களினூடு வளர்ச்சி கண்டுள்ளது. தொலைக்காட்சியினூடு தங்கள் வணிகத்துக்கான விளம்பரங்களை செய்தல், மற்றும் தொலைபேசியினூடாக கொடுப்பன வினை மேற்கொள்வது இன்று அதிகளவான

வணிகங்களில் சாதாரணமாகக் காணக்கூடியதாகவுள்ளது. 2012ம் ஆண்டிலேயே தனியார் தொலைபேசி வலையமைப்புச் சேவை வழங்குனர் ஒருவராலேயே முதன் முதலில் தொலைபேசி மூலமான கொடுப்பனவு முறை அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

மேலும் இன்று வணிக செயற்பாடுகளில் கணினியே பெரும் பங்காற்றி வருகிறது. அதாவது கொடுக்கல் வாங்கல்களைப் பதிவு செய்தல், தாள், குற்றி, நாணயங்களுக்கு பதிலாக காசோலை, வரவு அட்டை, கடன் அட்டை போன்றவற்றினை பயன்படுத்தல், உடனடி விற்பனையை இலத்திரனியல் சாதனங்களைப் பயன்படுத்தி (point of sale machines) விற்பனை நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளல் போன்றவற்றுக்கு கணினி பெரிதும் உதவி புரிகின்றது. இவற்றுக்கு மேலதிகமாக, இன்னும் பல சாதனங்களின் வளர்ச்சியால் வணிகம் மிகதுரித வளர்ச்சிகண்டுள்ளது.

உசாத்துணைகள் :-

தரம் 10, 11 வணிகப்பாடப்புத்தகம்

இவ்வாறு மனிதர்களோடு இரண்டறக் கலந்துவிட்ட தொழிநுட்ப யுகம் பல்வேறு தீமைகளையும் குறைகளையும் தன்னகத்தே கொண்டுள்ளது. அதில் மிக முக்கியமான பிரச்சனை “சைபர் கிரைம்” என்றழைக்கப்படும் தகவல் தொழிநுட்ப குற்றங்கள் தொடர்பானதாகும். வாடிக்கையாளர்களுக்குத் தெரியாமல் வங்கிக்கணக்கிலிருக்கும் பணத்தை கொள்ளையிடுவது, ஏனைய நிறுவனங்களின் தகவல்களினை திருடுவது என பெருகிவரும் “சைபர்” குற்றங்களை கூறிக்கொண்டே சொல்லலாம். பெருகிவரும் மக்கள் தொகை, வேலையின்மை போன்ற விடயங்களை கருத்திற் கொண்டு எம் நாட்டை பொருளாதார ரீதியாக வளர்க்க வேண்டியது எமது கடமை.

ஆகவே பாலை உறிஞ்சி நீரை ஒதுக்கும் அன்னப்பறவை போல தீயவற்றை நீக்கி நன்மையை செய்து எமது நாட்டையும் பொருளாதார ரீதியாக வளர்த்தெடுப்போம்.

நம் தேசம் நம் சுற்றுப்புறம்
தூய்மையாக வைத்திருப்பது
நம் கடமை
குப்பையை குப்பைத்
தொட்டியில் போட பழகவும்
சுற்றுப்புறத் தூய்மை
நம் உள்ளத்தின் தூய்மை

விருப்பங்களை உருவாக்கும் வணிகம்

த.கூடரினி
தரம் 10A

மனிதர்களின் தேவைகளை நிறைவு செய்வதற்கு அவசியமான பொருட்களையும், சேவைகளையும் உற்பத்திசெய்தல் அல்லது விநியோகம் செய்தல் தொடர்பான பொருளாதார நடவடிக்கைகள் வணிகம் எனப்படும். வணிகமானது நுகர்வோர்களின் தேவைகளையும், விருப்பங்களையும் பூர்த்தி செய்வதனுடாக பல விருப்பங்களையும் உருவாக்கின்றது. வணிகம் ஒவ்வொரு பொருட்களையும் உற்பத்தி செய்யும் போது நுகர்வோருக்கு பல வகையான உணர்வுகளை தூண்டச் செய்து அதனுடாக ஈர்க்கப்பட்டு அப்பொருளையும் வாங்க வேண்டும் என்ற விருப்பத்தினையும் உண்டாக்கின்றது. கண்ணுக்கு கவர்ச்சியையும், மனத்திற்கு தூண்டுதலையும் அல்லவா? அளிக்கின்றன." பணமில்லாத நிலையிலும் கூட பிள்ளைகளின் விருப்பங்களை அழிக்க முடியாது. ஆதலால் அவஸ்தை எவ்வளவு இருந்தாலும் பிள்ளை திருப்தி அடைந்தால் தான் தாய் திருப்தியாகவாழமுடியும்". அதுபோல பிள்ளை விரும்பியதை வாங்கி கொடுக்கத்தானே வேண்டும். விருப்பங்கள் எல்லை இல்லாத வானைப் போன்றது என்றால் மிகையாகாது.

இன்றைய காலகட்டத்தில் பணமில்லை என்றால் கூட வாழ முடியாது. ஏனெனில் பணம் தேவையாகவும், விருப்பமாகவும் காணப்படுகின்றது. பணமிருந்தாலும், மனமிருந்தாலும் தற்போதைய காலத்தினில் விருப்பங்களைக் கூட நிறைவேற்ற முடியாமல் காணப்படுகின்

றது. அதற்கான காரணம் யாதெனில் சர்க்கரை நோய். விருப்பங்கள் இல்லாதவன் மனிதனல்ல இவ்வாறான விருப்பங்களைக் உருவாக்குவது வணிகம். ஜஸ்கிரீம், பனூடா, சொக்லேட், குடிபானவகை, ஆகிய விருப்பங்கள் இருந்தாலும் மனிதனின் நோயினால் இவை நிறைவேற்றப்படாமல் இருக்கின்றது. வணிகமானது ஒரு பொருள் வாங்கச் சென்றால் அங்குள்ள அனைத்துப் பொருட்களையும் வாங்கச் செல்வது போன்று இருக்கும். ஏனென்றால் விருப்பங்கள் ஆயிரம்" காணாததை காணும் போதுதான் விருப்பம் உருவாகும்" அதுபோல செல்லாத வணிகத்திற்கு செல்லும் போதுதான் பலவிருப்பங்கள் உருவாகும். உயிர் வாழ்வதற்கு யாதேனுமோர் விருப்பமொன்றை நாம் நிறைவேற்றிக் கொள்வது மிகவும் அவசியமானதாகும்.

புடவை வணிகமொன்றுக்கு நாம் செல்வோமானால் குறைந்தவிலையில் ஆடைகளை கொள்வனவு செய்ய வேண்டும் என்று நினைத்துக் கொண்டு செல்வோம். ஆனால் அங்கு சென்றபின் எதை எடுத்து வருவது என்றே தெரியாமல் தடுமாறிக் கொண்டு இருப்போம் இன்று தீர்மானம் சரியாக எடுத்தாலும் விருப்பங்கள் எம்மை சரியான முடிவெடுக்கவிடாது. ஆடம்பரமானதும், பொறாமையும் நிறைந்த உலகம் இவ்வுலகம். சிலவேளைகளில் சாறி அழகாக இருக்கின்றது சாறியையே கொள்வனவு செய்வோம் என்று "பலபொருளுக்கும் ஆடு

போலதாவித்தாவி திரிகின்றோம்” ஒரு வணிகம் இருந்தால் மட்டுமே விருப்பம் உருவாக்கப்படும்.

எந்தவொரு வணிகமானாலும் இலாபம் உழைப்பதை மட்டுமே நோக்காகக் கொள்ளும். இலாபம் உழைப்பதற்கும் சிறந்தவொரு உத்திகையாளப்பட வேண்டும். அது யாதெனில் மக்களை ஈர்க்கும் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதுடன் விற்பனைக்காகவும் பயன்படுத்தப்படல் வேண்டும். அவ்வாறு பயன்படுத்தப்படும் பொருட்கள் அழகும், அம்சமும் நிறைந்திருந்தால் மக்களை பொருட்கள் தன் பக்கம் கவர்ந்து கொள்ளும். அவ்வாறு கவர்ந்து கொண்டால் வணிக நோக்கம் நிறைவடையும். விருப்பங்கள் மனத்திற்கு ஏற்பட்டாலும் அவை மனித மனத்தில் ஏற்படுவது அல்ல, விருப்பமானது வணிகத்தி் லேயே உருவாக்கப்படுகின்றது. பலவிதமான விருப்பங்கள் உருவாகியபோதும் வறுமை காரணமாக நிறைவேற்றப்படாத சந்தர்ப்பங்களில் வணிகமானது சமூகநல நோக்கங்களை கருத்திற் கொண்டு செயல்படு

கின்றது. கண்ணுக்கு குளிர்மையூட்டும் மற்றும், இழுபடும் கவர்ச்சி விசை ஆகியன இவ் வணிகங்களில் உள்ள வணிகத்துறையின் விருப்பங்களை உருவாக்கின்றன.

விருப்பங்கள் வரையறுக்கப்படாதவையாகவும், பல்வேறுபட்டவையாகவும், காணப்படுவதனால் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்து கொள்ளும் முறைகளும் பரவலானவையாக காணப்படும். விருப்பங்களானது வணிகர்களாலேயே வணிகத்தில் உருவாக்கப்படுகின்றது. அதாவது பொருள் ஒன்றினை வழங்கும் வழங்குநர்கள் அறிவும், அனுபவமும் பொருந்தியவராக இருத்தல் நல்லது. விருப்பத்தினை உருவாக்குவது போன்று விளம்பரங்களை செய்தல் மிகவும் அவசியமானதாக இருத்தல் வேண்டும். மக்களின் தேவைகளையும், விருப்பங்களையும் நிறைவு செய்வதற்காக பொருட்களையும், சேவைகளையும் வணிகர்களே உற்பத்தி செய்கின்றனர். வணிகங்களே விருப்பங்களை உருவாக்குகின்றன.

சிறுவர்களாய் இருக்கும் பொழுது

பென்சில்

உபயோகித்தோம்,

பெரியவர்களாய் ஆன பின்

பேனா

உபயோகிக்கின்றோம்,

ஏன் தெரியுமா?

சிறு வயதில் செய்யும்

தவறுகளை அழிக்க முடியும்

ஆனால் வயதான பின்னர்

செய்த தவறுகளை

அழிக்க முடியாது.

பொதுசன நூலகம்
யாழ்ப்பாணம்.

வேலை உலகிற்கு செல்வாக்கு செலுத்தும் வணிகத்துறை பாடங்கள்

ச.சுமர்தா
தரம் - II

உலகமயமாதலின் விளைவு உலகையே வணிகப் பார்வைக்கு இட்டு சென்றுள்ளது. இன்று உலகில் எதுவுமே வணிக சிந்தனையாகவே காணப்படுகின்றது. இருந்தால் வணிகம், நித்திரை செய்தால் வணிகம், நடந்தால் வணிகம், என்ன செய்தாலும் வணிக சிந்தனையாகவே காணப்படுகின்றது. அந்த வகையில் உலகின் முதன்மைக் கருப்பொருளாக கருதப்படுவது வணிகத் தொழிலே காணப்படுகின்றது.

இத்தகைய வணிகத்தொழில்களை அடிப்படையாக கொண்டு பாடசாலை மட்டத்தில் தரம் 10 தொடக்கம் உயர்தரம் வரையில் வணிகத்துறை பாடங்கள் அரசினால் முன்மொழியப்பட்டுள்ளது.

வணிகக்கல்வியும் கணக்கீடும் முயற்சியாண்மை இவை போன்ற பாடங்கள் தரம் 10, 11 இல் இலங்கையில் நடமுறைப்படுத்தப்படுகின்றது. இப்பாடங்களை கற்பதன் மூலம் தரம் 10, 11 உடன் இடைவிலகும் மாணவர்கள் சுய தொழில்களை தேடவும் சிறிய தொழில் முயற்சிகளை உருவாக்கவும் தேவையான அறிவுகளை பெற்றுவிடுகின்றனர்.

உயர்தர வகுப்புகளிலே வணிகத்துறை பாடங்களாக கணக்கியல், பொருளியல், வணிகக்கல்வி, தகவல் தொடர்பாடல் தொழிநுட்பம், புள்ளிவிபரவியல் போன்ற பாடவிதானங்களை நடமுறைப்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன.

இவ் வணிகத்துறையில் இப்பாடங்களைக் கற்று கொள்வதன் ஊடாக 25 பாட நெறிகளுக்கு மேலாக பல்கலைக்கழக அனுமதிக்கு விண்ணப்பிக்க முடியும். எந்தவொரு நிறுவனத்தையும் நிர்வகிக்கத் தேவையான முகாமைத்துவ அறிவையும், கணக்கீட்டு அறிவையும் தந்தி ரோபாய திட்டமிடல் அறிவினை வணிகத்துறை பாடங்கள் வழங்குகின்றன. அந்தவகையில் அரசாங்க நிறுவனங்களிலும் தனியார்துறை நிறுவனங்களிலும் முகாமையாளர்களாக, கணக்காளர்களாக, காசாளர்களாகவும், திட்டமிடல் உத்தி யோகத்தர்களாகவும் மிளிர்கின்றவர்கள். இவ் வணிகத்துறையினை கற்றவர்களாக காணப்படுகின்றனர்.

சிறு வியாபார முயற்சிகளாக இருக்கட்டும் பெரு வியாபார முயற்சிகளாக இருக்கட்டும் அந்த தொழில்களை வெற்றிகரமாக கொண்டு நடத்துவதற்கு இப்பாடங்களை கற்பதன் மூலம் இப்பாடங்கள் வழி சமைத்து கொடுக்கின்றன.

பல்தேசிய நிறுவனங்கள் இன்று வணிக நடவடிக்கையையே முதன்மைபடுத்தி வருகின்ற நிலையே காணப்படுகின்றது. அந்த வகையில் பங்குச் சந்தை வர்த்தகம், தகவல் தொடர்பாடல் சார்ந்த தொழில் துறைகள் போன்றவற்றில் தொழில்களை தேடிக்கொள்வதற்கான வாய்ப்பினை வணிகத்துறை பாடங்கள் வழிகாட்டுகின்றன.

இன்று இலங்கை பொருளாதாரத்தில் தொழில் வாய்ப்புகளை உயர்ந்த வகையில் வழங்குகின்ற துறையாக சுற்றுலாத்துறை காணப்படுகின்றது இச் சுற்றுலா துறையில் பல தொழிற் கூறுகளை பெறுவதற்கான வாய்ப்புக்களை வணிகத்துறையில் நடைமுறைப்படுத்துகின்ற பாடத்துறைகள் வழங்குகின்றன.

உள் நாட்டில் மட்டும் இன்றி “திரைகடல் ஓடியும் திரவியம் தேடலாம்” என்ற கூற்றிற்கு இணங்க வெளிநாடுகளிலும், கரைகடந்த கம்பனிகளிலும் பல்வேறு தொழில் வாய்ப்புக்களை ஏற்படுத்தும் பொருட்டு CIMA, AAT,

ACCA, CIM, CA, ஆகிய பட்டயக்கணக்காளர் தேர்வு போன்ற கற்கை நெறிகள் வணிகத்துறையில் நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன.

இவற்றை கற்று தேர்வதன் ஊடாக உலக அரங்கிலே பல்வேறு வாண்மைக் தொழில்களை பெற்று கொள்ள முடியும் என்பது ஐயம் இல்லை. எனவே உலக அரங்கில் முதன்மை பெற்று வருகின்ற வணிகத்துறை சார்ந்த பல்வேறுபட்ட தொழில்களையும் சுய தொழில்களையும் உருவாக்கி தாமாகவே தன்னிறைவை காண்பதற்கான வணிகத்துறையில் நடைமுறைப்படுத்தப்படுகின்ற பாட விதானங்கள் வலுச்சேர்கின்றன.

வாழ்வில்
பணம் வந்து
போகும்
நேரமும்
முடிந்து போகும்.
உழைப்பதற்காக வாழாதீர்கள்
வாழ்வதற்காக உழையுங்கள்
அனைவரிடமும் அன்பை
காட்டுங்கள்
முடியவில்லை எனின்
உங்கள் மீது அன்பு
வைத்துள்ளவர்கள் மீதாவது
என்பை அள்ளி வழங்குங்கள்

9290CP1

Brexit தொடர்பான ஒரு பார்வை

பா.பிரஜீவன்

வர்த்தகப்பிரிவு - 2019

இங்கிலாந்து எனப்படும் பிரிட்டன் உலகின் மிகப்பெரிய பொருளாதார சக்தியாக உருவாகியுள்ள அமெரிக்கா உட்பட 52 நாடுகளை ஆண்ட மாபெரும் வரலாறு கொண்ட நாடு ஏன் ஐரோப்பிய யூனியனிலிருந்து வெளியேறுவதற்கு என் போன்ற புகழைக் கொண்ட பிரித்தானியா முடிவுகளை மேற்கொண்டது என்பது ஆய்வுக்குரியது.

இரண்டாம் உலகப்போருக்குப் பின் 1945-1957 காலகட்டத்தில் தொழில் மற்றும் வர்த்தகம் தொடர்பான கூட்டமைப்பாக, ஐரோப்பிய கண்டத்தில் உள்ள நாடுகள் ஒன்றிணையத் தொடங்கின. (European Union) இங்கிலாந்து, ஜேர்மனி, இத்தாலி, பிரான்ஸ் என 28 நாடுகள் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் உறுப்பு நாடுகளாக உள்ளன. அந்த நாடுகள் தங்களுக்குள் வர்த்தகம், தொழில் பொருளாதாரக் கொள்கைகளை வகுத்து அதனடிப்படையில் ஒன்றிணைந்து செயற்பட்டு வருவதுடன், தங்களிடையேயான பரிமாற்று நடவடிக்கைகளுக்கு பொதுவான நாணய அலகாக யூரோ (Euro) எனும் அலகை பயன்படுத்த தீர்மானித்தன. ஆனாலும் ஆரம்பம் முதல் இங்கிலாந்து இதிலிருந்து தனித்து விலகி "பவுண்ட்ஸ்" என்ற சொந்த நாணய அலகையே பயன்படுத்தி வருகின்றது.

மேலும் ஐரோப்பிய ஒன்றிய நாடுகளில் இங்கிலாந்து, ஜேர்மனி உள்ளிட்ட சில நாடுகளே வலுவான பொருளாதார நிலையில் காணப்படுவதனால் ஏனைய நாடுகளில் அதிக

அளவிலான வேலை வாய்ப்புக்களோ, தொழில் வளமோ, வளர்ச்சியையோ கொண்டிருக்கவில்லை எனவே ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் மொத்த சமையையும் இந்நாடுகளே (இங்கிலாந்து, ஜேர்மனி) சுமக்க வேண்டியிருந்தது. அதேநேரம் பிரிட்டனில் கணிசமான தொழில் மற்றும் வர்த்தக வாய்ப்புக்கள் இருப்பதனால் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் பின்தங்கியுள்ள நாடுகள் வேலை வாய்ப்புக்கள் கருதி பிரிட்டனுக்கு குடிபெயர தொடங்கினார். இதனால் பிரிட்டன் மக்களின் வேலை வாய்ப்புக்கள், வர்த்தக நடவடிக்கைகள், மற்றும் பிற பொருளாதார வாய்ப்புக்கள் குறைவடைய ஆரம்பித்தது. அதனை விரும்பாத பிரிட்டன் மக்கள் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திலிருந்து பிரிந்து செல்ல முற்பட்டமையை பிரெக்ஸிட் (Brexit) என அழைப்பர்.

ஆகவே பிரிட்டன் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்துடன் சேர்ந்து இருப்பதால் ஏற்படும் சமூக பொருளாதார நன்மைகளை நோக்குவோமாயின் வர்த்தகச் சந்தையில் ஐரோப்பிய ஒன்றியம் அதிக அளவான நன்மைகளை ஈட்டிக் கொள்வதுடன், பிரிட்டனும் தனிப்பட்ட ரீதியில் தனது நாட்டிற்கான பொருளாதார அணுகுலங்களையும் பெற்றுக் கொள்ளும்.

மேலும் பொருளாதார அடிப்படையில் பிரிட்டன் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்துடன் இணைந்து இருக்கும் பொழுது வர்த்தக மற்றும் நிதி நடவடிக்கைகளுக்கான செலவு குறைவாகவே காணப்படும். அத்துடன் அவற்றின் மொத்த

செலவும் ஐரோப்பிய ஒன்றிய நாடுகளிடையே பகிரப்படுவதால். பொருளாதார சுமை குறையும். இதேநேரம் பிரிட்டன் பிரிந்தால் எல்லாம் சந்தை வாய்ப்புக்களும் பிரிட்டனுக்கே வந்து சேருமென உறுதிபட கூறமுடியாது.

மேலும் ஐரோப்பிய ஒன்றிய நாடுகளுடன் பிரிட்டன் இணைந்து இருக்குமாயின் பிரிட்டனில் காணப்படும் மிகப்பெரும் இலாபம் ஈட்டும் நிறுவனங்களுக்கு குறைந்தளவிலான மலிவான கூலி அடிப்படையில் தொழிலாளர்களை கிழக்கு ஐரோப்பிய நாடுகளில் இருந்து பெற்றுக் கொள்வதற்கான வாய்ப்புக்கள் நிறைய காணப்படுவதனால் நிறுவனங்கள் அதிகளவிலான இலாபங்களை ஈட்டிக் கொள்ளும்.

மேலும் உலக அளவில் 500 மில்லியன் நுகர்வோரைக் கொண்ட வர்த்தக சந்தையில் உலகளாவிய ரீதியில் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 23% கொண்ட இச்சந்தையில் பிரிட்டன் பல அனுகூலங்களைப் பெற்றுக் கொள்கின்றது. எனவே பிரிந்தால் இதனை இழக்க நேரிடும். மேலும் ஐரோப்பிய ஒன்றியம் அமெரிக்கா, ரஷ்யா, சீனா என உலகளாவிய ரீதியில் பாரிய சந்தையை கொண்டமைந்து காணப்படுகின்றது. மேலும்

- ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் காணப்படும் கட்டணமின்றிய வர்த்தகம்
- உறுப்பு நாடுகள் மத்தியில் வரி ஒதுக்கீட்டில் தளர்ந்த போக்கு மற்றும் மானிய முறைமை போன்ற சலுகைகள் காணப்படல்
- கனடா மற்றும் ஐப்பானுடன் ஐரோப்பிய ஒன்றிய உறுப்பினராக இணைவதில் இலவச வர்த்தக உடன்படிக்கைகள்
- குறைவான விலையில் உணவுப் பொருட்கள் மற்றும் மதுபானங்களை பெறக்கூடியதாக இருத்தல்
- இங்கிலாந்தின் 3.1 மில்லியன் வேலை வாய்ப்புக்கள் ஐரோப்பிய ஒன்றிய நாடுகளுக்கே ஏற்றுமதி செய்யப்படுகின்றன.

போன்ற நிலைமைகளும் கவனத்தில் கொள்ளப்பட வேண்டியவை.

ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் காணப்படும்

ஒற்றைச் சந்தை முறைமையால் பல நாடுகள் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திற்கு வெளியே தமது நாடுகளில் இருந்து கொண்டு முதலீடுகளை மேற்க்கொள்ளும் அத்தோடு பிரிட்டனிற்கு ஏற்றுமதி விடயத்தில் எந்த ஆவணங்களும் தேவையில்லை.

மேலும் பிரிட்டன் வாங்கிகள் மற்றும் காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தினுள் சுதந்திரமாக செயல்படுவதற்கான சலுகைகள் தாராளமாக வழங்கப்பட்டுள்ளன.

- ஐரோப்பிய சமூக நிதி (ESF European Social Fund) இல் இருந்து ஒவ்வொரு வருடமும் பிரிட்டன் 750 மில்லியன் யூரோக்களை பெறுகின்றது.

உ-ம் : தொழில்துறையில் சரிவு கண்ட நெர்வேல்ஸ் பகுதிகளுக்கு கட்டமைப்பு நிதி வழங்கி வருதல்

- இங்கிலாந்தில் உட்கட்டமைப்பு திட்டங்கள் ஐரோப்பிய விவசாய நிதியத்தின் கீழ் 122 யூரோக்கள் வழங்கப்படுகின்றமை
- ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திடமிருந்து பிரிட்டனின் சிறிய நடுத்தர அளவிலான 3000 நிறுவனங்கள் நிதி பெறுகின்றன. விசா மற்றும் குடிவரவு கட்டுப்பாடு இல்லாத 28 நாடுகளில் வேலை செய்வதற்கான சுதந்திரம் என்பன வழங்கப்பட்டு இருந்தல் மேலும் 28 நாடுகளிலும் ஒரு தொழிலை நிறுவுவதற்கான சுதந்திரம்
- மேலும் 1985ம் ஆண்டிலிருந்து பிரிட்டன் ஆனது ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திற்கான வரவு செலவுத்திட்டத்தில் 66% வீதமான தள்ளுபடியைப் பெற்று வருகின்றது.

இவ்வாறான பல காரணிகள் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் பிரிட்டன் தொடர்ந்து நிலைத்திருக்க வேண்டும் என்பதற்கு செல்வாக்கு செலுத்தும் காரணிகளாக அமைகின்றன.

இருந்த பொழுதிலும் பிரிட்டன் தாம் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திலிருந்து விலகினால் பல்வேறு சாதகமான நிலைமைகளைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம் என்றவாதம் முன்வைக்கப்

படுகின்றது எனவே அவ்வாறான காரணிகள் எவையென இங்கு முன்வைக்கப்படுகின்றன.

பிரிட்டன் வர்த்தகத்தில் சுமார் 45% ஐரோப்பிய ஒன்றிய சந்தையுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளது அதன் மூலமே ஐரோப்பிய ஒன்றியம் பயன்பெறுவதாகவும் அவற்றை தனியாக பிரிந்து போய் வர்த்தக நடவடிக்கைகளுக்கு உட்படுத்துவோமாயின் அதிக இலாபம் பெற முடியும் என பிரிட்டன் உறுதியளிக்கின்றது.

மேலும் இங்கிலாந்து நிறுவனங்களின் முதலீடே ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் உள்ள மிகப் பெரிய முதலீடாக காணப்படுவதுடன் மற்றைய 27 நாடுகளில் உள்ள ஐரோப்பிய ஒன்றிய சந்தைகளுக்கு உத்தரவாதமாக அமைந்து காணப்படுகின்றது என்ற வாதமும் முன்வைக்கப்படுகின்றது. இவை ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் சிறந்த வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடாகவும் காணப்படுகின்றது.

மேலும் பிரிட்டன் ஒரு பெரிய வர்த்தக நாடாக காணப்படுவதனால் அது ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திலிருந்து விலகும் பட்சத்தில் 5 லட்சம் வரையிலான நேரடி வேலைவாய்ப்புக்கள் இழக்கப்படும் எனக் குறிப்பிடப்படுகின்றது. எனவே இவ்வேலைவாய்ப்புக்கள் பிரிட்டனில் வேலை இல்லாதவர்களுக்கு சென்றடையும்.

மேலும் பிரிட்டன் சார்பில் ஐரோப்பிய நாடுகளிற்கு வெளிநாடுகளினால் சென்றடையும் முதலீடு வெளியேறும் பட்சத்தில் பிரிட்டன் பக்கம் சென்றடைவதற்கான வாய்ப்புக்கள் அதிகமாக உள்ளன.

இவ்வாறான நிலையில் ஒரு பெரிய பரந்த அளவிலான பார்வையில் பிரிட்டன் பிரிந்து செல்வது உலக வர்த்தகத்தில் ஒரு ஆரோக்கிய மற்ற தன்மையாகவே காணப்படுகின்றது. மேலும் பிறநாடுகளில் இருந்து ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் முதலீடு செய்யும் நாடுகளைப் பாதிக்கும் தெற்காசியா போன்ற 3ம் உலக நாடுகளுக்கு மேலும் பாதிப்பை ஏற்படுத்தும் புலம் பெயர்ந்தவர்கள் தொடர்பான பிரச்சினை ஏற்படும்.

எனவே இவ்வாறான நிலையில் இவற்றை சமாளிப்பதற்கான தீர்வு என்னவெனில்

- ◆ பிரிட்டன் பிறநாடுகளின் இறக்குமதிகளுக்கும் விதிக்கும் கட்டுப்பாடுகளை ஐரோப்பிய ஒன்றியம் பிரிட்டனிற்கு விதித்தல்
- ◆ மற்றைய நாடுகள் எல்லைச் சோதனைக்கு உட்படுத்தப்படுவதைப் போல பிரிட்டனுக்கும் ஐரோப்பிய ஒன்றியம் மேற்கொள்ளல்
- ◆ இல்லாவிடில் ஐரோப்பிய ஒன்றியம் பொருட்களுக்கான ஒற்றைச் சந்தையில் மட்டும் பிரிட்டனை அனுமதிக்கும் புதிய நடைமுறையைக் கையாளல்
- ◆ பிரிட்டனையும், ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திற்கும் இடையில் ஏற்கனவே உள்ள சில கட்டுப்பாடுகளை தளர்த்தி மேலும் ஒரு சுமுகமான நிலையில் வர்த்தக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதற்கான பேச்சுவார்த்தை யில் ஈடுபடுவதற்கு இணங்க வைத்தல்
- ◆ இல்லாவிடில் பிரிட்டன் எதிர்பார்க்கும் சில பொருளாதாரம் சம்பந்தமான நடவடிக்கைகளுக்கு ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் இருந்த படியே வேறுபட்டுச் சென்று அந் நடவடிக்கைகளில் மட்டும் ஈடுபட ஐரோப்பிய ஒன்றியம் இடம் கொடுத்தல்
- ◆ பிரிட்டனுக்கு கிடைக்கும் சலுகைகளை அதிகரித்தல் ஆனால் இது மற்றைய நாடுகளுக்கு பாதிப்பை ஏற்படுத்தும்

எனினும் பிரிட்டன் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திடமிருந்து பிரிந்து செல்லும் பட்சத்தில் வளர்ச்சியடைந்து வரும் நாடுகள் அதாவது 3ம் உலக நாடுகளுக்கு மேலும் பாதிப்பை ஏற்படுத்தும் ஆனாலும் இது பிரிட்டனிற்கு அதிகளவான அனுசூலங்களை ஏற்படுத்தும் என்பது அவர்களின் வாதம், ஆனால் பொருளியல் அறிஞர்களின் கருத்துப்படி அவர்களிற்கு மேலதிகமாக 0.2% வீதமான வளர்ச்சி வாய்ப்பையே பெற முடியும் என கூறப்படுகின்றது. இருப்பினும் பிரிட்டன் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திடம் சேர்ந்திருக்கும் பட்சத்தில் இரண்டுமே அதிகளவான நன்மைகளைப் பெற்றுக் கொள்ளும் என்பதே நிதிர்சனம்.

ஆனால் பிரித்தானியர்கள் மரபுபேணும் எண்ணங்களில் வலு ஊட்டப்பட்டவர்கள். எனவே பிரித்தானியர்களின் முடிவு பொருளாதார காரணிகளை மட்டும் கருத்தில் கொள்ளாது மரபு ரீதியான அரசியல், பொருளாதார, வரலாற்றுக் காரணிகளால் தீர்மானிக்கப்படும் என்பதே உண்மையாகும்.

தனியார் துறை வணிகத்தின் முக்கியத்துவம்

டீயா.னொக்சனி
தரம் - II

மனிதர்களது தேவைகளை நிறைவு செய்வதற்கு அவசியமான பொருள்களையும் சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்தல் அல்லது விநியோகம் செய்தல் தொடர்பான பொருளாதார நடவடிக்கை வணிகம் எனப்படும். அந்த வகையில் வணிகத்தின் இரு பெரும் பிரிவுகள் காணப்படுகின்றன. அவையாவன அரசதுறை வணிகம், தனியார் துறை வணிகம் என்பவை ஆகும். அரசதுறை வணிகம் ஆனது அரசிற்கு உரியதாகக் காணப்படும் அதே வேளை அனைவருக்கும் பொதுவானதாகவும் காணப்படும் வணிகத்தின் உரிமையானது தனி ஒரு நபருக்கோ அல்லது தொகுதி நபர்களிற்கோ உரித்துடைய வணிகம் தனியார் துறை வணிகம் என அழைக்கப்படும். அந்த வகையில் இக் கட்டுரையில் தனியார் துறை வணிகத்தின் முக்கியத்துவம் கவனத்தில் கொள்ளப்படுகிறது.

இலாபம் பெறுவதை பிரதான நோக்கமாக கொண்ட தனியார் துறை வணிகத்தின் முக்கியத்துவம் கவனத்தில் கொள்ளப்படுகிறது.

இலாபம் பெறுவதை பிரதான நோக்கமாக கொண்ட தனியார்துறை நிறுவனங்கள் எவை? என எடுத்து நோக்குவோமாயின் தனிநபர் வணிகம், பங்குடமை வணிகம், கூட்டிணைக்கப்பட்ட கம்பனி என வகைப்படுத்த முடியும். அத்துடன் தனியார் துறை வணிகத்தில் வேறு ஒரு முறையாகக் காணப்படுவது சமூக நல நோக்குடன் செயற்படுவதாகும் அவ்வாறான

தனியார்துறை வணிகங்களான கூட்டுறவுச் சங்கம், சங்க வகைகள் என்பன காணப்படுகின்றன. இவ் வணிகத்தின் பண்புகளாவன. உரிமை ஆனது உரிமையாளருக்கோ அல்லது உரிமையாளர்களுக்கோ உரித்துடையதாகும் சலபமாக உருவாக்கிக் கொள்ள முடியும்.

இந்த வகையில் தனியார் துறை வணிக அமைப்பின் முக்கியத்துவத்தினை எடுத்து நோக்குவோம். மரணசகாய நிலையம் எனப்படும் ஒரு தனியார்துறை வணிகம். ஆனது எமது சமூகத்திற்கு முக்கியத்துவம் பெற்று விளங்குகின்றது. அத்துடன் கடந்தொழிலை மேம்படுத்துவதற்காகவும் தனியார் துறை வணிகம் பங்கெடுத்து வருகின்றது. இலங்கையானது ஒரு கலப்பு பொருளாதார நாடாகும். அந்த வகையில் அரசதுறை மற்றும் தனியார் துறை வணிகம் இரண்டும் இணைந்தே பொருளாதாரத்தை மேம்படுத்தி வருகின்றன.

நாட்டின் பொருளாதாரத்தை மொத்த முதலீட்டிலே பெரியதொரு வகிபாகத்தை தனியார்துறை வணிகங்கள் மேற்கொண்டு வருகின்றன. அத்துடன் மனிதனின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றுவதில் மிகவும் முக்கிய பங்கினை வகித்து வருகிறது. தனியார் துறை வணிகமானது பல்வேறு தொழில் வாய்ப்புக்களை உருவாக்கி பொருளாதாரத்தின் வேலையின்மை பிரச்சினையை குறைப்பதற்கு பெரும் உதவி புரிந்து வருகிறது.

வணிகத்தின் பூகோளமயப்படுத்தல் காரணமாக வினைத்திறனான தனியார் துறையிலே இன்று வலம் வந்து கொண்டு இருக்கிறது. இதனாலே இன்று பொருளாதாரங்கள் தாம் வெற்றி அடைவதற்கு தனியார் மயப்படுத்தல் கொள்கைகளை ஊக்குவிப்பு கொள்ளைகளாக நடைமுறைப்படுத்தி வருகின்றன. இன்று அரசினால் வழங்கல் செய்ய முடியாத பண்டங்களை தனியார் துறை வணிகங்களே மீள்நிரப்பல் செய்து வருகின்றன. உதாரணமாக பாற்பொருள், புடவை என்பவற்றை கூறமுடியும்.

அரசாங்கத்திற்கு போதியளவு வரி வருமானத்தை செலுத்துகின்ற துறையாகவும் அரசு துறைக்கு துணையாக விளங்குகின்ற துறையாகவும் தனியார் துறை வணிகம் காணப்படுகிறது. இதில் இருந்து தெரிய வருவது என்னவென்றால் அரசிற்கு முக்கியத்துவம் வாய்ந்த

தாக தனியார் துறை வணிகம் காணப்படுகிறது. அரசாங்கத்தில் அரசாங்கத்தின் முதலீட்டுத் துறையில் தனியார் துறை வணிகம் பெரும் பங்களிப்பினைச் செலுத்தி வருகிறது. அதாவது VDt, mot போன்ற திட்டங்கள் மூலம் கட்டடங்கள் கட்டுதல் நிர்வகித்தல் போன்ற செயற்பாடுகளை ஆற்றி வருகின்றன.

கூட்டுறவே நாட்டுறவு எனக் கூறப்படுகிறது. கூட்டுறவுச் சங்கம் ஒரு தனியார் துறை வணிகம் என்பது யாமறிந்த விடயமே. இதன் மூலம் வணிகம் என்பது சமூகத்தின் பொருளாதார தேவைகளை முன்னெடுத்து செல்லக் கூடியதாகவும் உள்ளது. அத்துடன் தனியார்துறை வணிகமானது அந்நியச் செலவாணியையும் பெற்றுத் தருகின்றன. இவற்றின் மூலம் தனியார் துறை வணிகத்தின் முக்கியத்துவத்தை அறியக் கூடியதாக உள்ளது.

நீ விழுந்த போதெல்லாம்

தாங்கிப் பிடிக்கும்

இந்தக்கை

தனியே நீ அழும்போதெல்லாம்

உன் கண்ணீரைத் துடைக்கும்

இந்தக் கை

அது வேறு யார் கையும் அல்ல

உன்னுள் உள்ள உனது தன்னம்பிக்கை

அதை மட்டும் ஒரு போதும்

இழந்து விடாதே.

உலக மயமாதலும் மின் வணிகமும்

Y.தர்சன்யா
வர்த்தகப்பிரிவு - 2020

“திரை கடலோடியும் திரவியம் தேடு” என்று சொன்னார்கள் நம்முன்னோர்கள். இன்று திரைகடலோடி திரவியம் தேட வேண்டிய அவசியம் இல்லை. கணணி முன் அமர்ந்து திரவியம் தேடினால் மட்டுமே போதுமானது. சில நொடிகளில் உலகில் உள்ள திரவியங்களின் விவரங்கள் கணனித்திரை தொகுத்து தந்து விடும். உலகம் சுருங்கிக் கொண்டிருக்கிறது என்று சொல்வார்கள் அதற்குக் காரணம் இல்லத்தில் நாம் ஓய்வெடுக்கும் சிலமணித் துளிகளில் உலகின் எந்தப்பகுதியில் உள்ளவர்களுடனும் தொடர்புகொள்ள முடிகிறதுதான் இன்று தொலைபேசிகள், தொலைநகல் கருவிகள், இணையம் என அறிவியல் ஆய்வின் வெளியீடுகள் மொத்த உலகத்தினையும் மணித்துளி கால எல்லைக்குள் சுருங்கிவிட்டன.

இன்று உலகின் முக்கிய கண்டுபிடிப்பாக இருந்துவருவது கணனி என்பதை நாம் அனைவரும் அறிவோம். அதுமட்டுமல்லாது அக்கணனியினை பயன்படுத்தும் இணையமே இன்று உலகின் மொத்த தொலைத் தொடர்புகளையும் சிறைப்படுத்தி வைத்திருக்கின்றது எனின் அது மிகையாகாது. இந்த இணையத்தின் பயன்பாடும் ஆதிக்கமும் உலகின் மொத்த செல்வங்களை உள்ளடக்கிய வாணிபச் செயல்பாடுகளையும் விட்டு வைக்கவில்லை. 21ம் நூற்றாண்டின் வணிகமாற்றத்திற்கு வித்திட்டது உலகமயமாதல் கொள்கை பல்வேறு கட்டுப்பாடுகளையும் தடைகளையும் தகர்த்தெறிந்து உலக வாணிபத்தைவிரல்நுனியில் கையகப்படுத்த

பெரும்பங்காற்றி வருவது இணைய தொழிநுட்ப வளர்ச்சி. பாரம்பரியவணிகத்தில் காகிதத்தின் பயன்பாடு மிகுந்திருந்தது.

மின் வணிகத்திலோ காகிதங்கள் காணாமல் போய் எல்லாம் மின்னஞ்சல் வழியும் இணையத்தளங்கள் வழியும் பரிமாற்றப்பட்டன. இன்று உலகின் முன்னணி நிறுவனங்கள் அடங்கிய நகரம் முதல்கொண்டு சிறுதொழில் செய்து வரும் குக்கிராமம் வரையில் பலகோடி நிறுவனங்கள் தமது வியாபாரத்தை இணையத்தின் மூலமாக நடத்தும் முயற்சியில் இறங்கியுள்ளன. இவ்வாறாக கணனிகளைப் பயன்படுத்தி இணையத்தின் மூலமாக நடந்தும் வியாபாரத்தைத்தான் நாம் மின் வணிகம் என்று கூறுகிறோம்.

பொருள்களை வழங்கும் சேவைகளை பிறர் பார்த்து அதன் தன்மையையும் தரத்தையும் அறிந்து கொள்வதற்கு ஏற்ற வகையில் ஒரு சிறந்த வலைத்தளம் அமைக்கப்பட்டு அவை மூலம் உற்பத்திப் பொருட்களையும் சேவைகளையும் பற்றி அறிவதற்கு ஏற்ற வசதிகள் செய்து கொடுக்கப்பட வேண்டும். மாதிரி பொருள்களை உள்ளது உள்ளபடி காட்டி முப்பரிமாண வசதி கொண்ட மென்பொருட்களை அகப்பக்கத்தில் உள்ளீடு செய்தால் மேலும் சிறப்பு.

இதன் வழி பாரம்பரிய வணிக முறையில் மேற்கொள்ளப்படும் வணிகப் பொருள்களை அயல் நாட்டிற்கு எடுத்துச் சென்று விளம்பரம்

படுத்தும் செலவும் நேரமும் மிச்சப்படுகிறது. அதே வேளையில் வணிகத்துக்கு உகந்த விநியோகஸ்தர்களைத் தேர்ந்தெடுக்க நல்ல வாய்ப்பு ஏற்படுத்தப்படுகிறது. மின் வணிகதுறைக்கு வரையறைகள் ஏதும் இல்லை. எல்லையற்ற வணிகமான இம்முறையில் எந்தப்பொருளையும் சேவையையும் விற்கலாம் வாங்கலாம்.

இதன் வழி மின் வணிகத்தில் ஈடுபடும் ஒருவர் தமக்குத் தேவையான விவரங்களை அலசியபிறகு அவற்றை வாங்குவதற்கு வலைப்பக்கத்தில் உள்ள விண்ணப்பப் படிவங்களைப் பூர்த்தி செய்து பணத்தை மின்கடன் அட்டையின் வாயிலாகச் செலுத்தி பொருளையோ சேவையையோ பெற வேண்டியது தான் வணிகத்தில் நேரடியாக தொடர்பு இல்லாதவர்களும் மின்வணிகம் வாயிலாக தரகு வணிகம் செய்து இல்லத்தில் இருந்தபடியே பெரும்பொருளீட்டலாம்.

மின் வணிகத்துறை பல்வேறு வேலை வாய்ப்புகளையும் ஏற்படுத்தித் தருகிறது. மின் வணிகம் செய்ய வலைத்தளங்கள் வடிவமைப்பது, வணிககொடுக்கல் வாங்கலை முறையாக கணினியில் பதித்து பயன்படுத்த தேவையான நிரல்களை எழுதித் தருவது கணினி வழி கணக்குப்பதிவு போன்ற துறைகளின் நிறைவான வேலை வாய்ப்புக்கள் தினமும் பெருகி வருகின்றன. சம்பந்தப்பட்ட துறைகளில்

நிபுணத்துவம் மிக்கவர்கள் உலகின் எந்த மூலையிலும் வேலைக்கு மனு செய்யலாம் அரசியல், இனம், வம்சாவளி போன்ற பிரிவினை வாதமெலாம் இங்கே அப்பாற்பட்டதாகும்.

உலகளாவிய வணிகச் சந்தையின் தரத்தை இந்த மின்வணிகம் வழங்குகின்றது. குறிப்பாக ஏற்றுமதி, இறக்குமதி போன்ற துறைகளில் நிறைவான வாய்ப்புக்களையும் வசதிகளையும் மின் வணிகம் ஏற்படுத்தி விடுகிறது. புதிதாக இம் முறையிலான வாணிபத்தில் ஈடுபடுவோருக்கு இணையத்தள நெளிவுசுளிவுகளை அதிகம் அறிந்திராதவரே இதில் பாதிப்படைவர். மின்னட் டைகள் பயன்படுத்தி கட்டணம் செலுத்துவதில் மூன்றாம் தரப்பினர் அழையா விருந்தினராக ஒருவரின் வாங்கி கணக்கை சூறையாடும் ஒரு போக்கு ஒரு மருட்டலாகவே இருந்துவருகிறது.

இணையத்தின் வருகையால் வணிகத்துறைக்கு கிட்டிய மாபெரும் மூலதனம் மின் வர்தகத்தில் ஈடுபட்டுவிட்டால் பின் தங்கிய ஒரு வராக கருதப்படுவார். குறிப்பாக வளரும் நாடுகள் இச்சவாலையெதிர் கொள்ள வேண்டிய நிர்ப்பந்தம் நிலவுகிறது. இவ்வணிக முறையே இந்நூற்றாண்டின் தன்னிகரற்ற வணிக முறையாக உலகம் மேற்கொண்டு வருகிறது.

எதை கண்டும் அச்சம்
கொள்ள தேவை இல்லை
உன் மனசாட்சியை தவிர
உன்னை முற்றிலுமாக புரிந்து கொண்ட
சிறந்த நண்பனும் அதுவே
உன்னை பற்றி முழுவதும்
தெரிந்து வைத்திருக்கும் ரகசிய
உளவாளியும் அதுவே.

மகிழ்ந்து இருந்த மலையக நாட்கள் (கல்விச் சுற்றுலா)

சு.தர்சிகா
த.கம்ஷா
தரம் - II

துள்ளித்திரியும் பள்ளி பருவமதில் துடியாட்டம் கொண்டு வட்டமிடும் பட்டாம் பூச்சிகளாக மலையக காட்சியினை கண்டு மகிழ ஒரு வண்ணப் பயணத்தை மேற்கொள்ள திட்டமிட்டு யா/கனகரத்தினம் மத்திய மகா வித்தியாலய பாடசாலை வளாகத்தில் ஒன்று கூடி அனைத்து பூவுலகிற்கும் அதிபதியாக விளங்கும் இறைவனை பிராத்தித்துக் கொண்டு பாடசாலை வளாகத்தில் இருந்து இவ் அழகிய பயணத்தை மேற்கொள்ள ஏற்கனவே ஒழுங்கு செய்யப்பட்டு இருந்தபடி பேருந்து பயணத்துடன் கல்வி சுற்றுலா ஆரம்பமானது

வருணிக்க முடியாத அழகு பொருந்திய இரவு வானில் நட்சத்திர கண்சிமிட்டலின் மத்தியில் கண்ணை கவரும் வெண்ணிலா நடுவானில் பவனி வரும் வேளை யாழ் குடாவையும் மன்னாரையும் இணைக்கும் மனதை கொள்ளை கொள்ளும் பாலமான சங்குபிட்டியை கண்டு களித்தோம்.

பின்பு இரவுப் பொழுதினை பேருந்திலேயே களித்து காலையில் கண்டியை அடைந்தோம் அங்கு எழில் கொஞ்சம் நதி போன்ற வளைந்த தொடர் மலையினை பார்க்க எமக்கு சுவாரசியமாக இருந்தது பின்பு கத்தோலிக்க மடத்தில் எமக்கான உணவுகளை தயார் செய்து விட்டு கண்டியின் சிறப்பம்சமான தலதாமாளிகையினை நோக்கி புறப்பட்டு அங்குள்ள கண்டி வாவியையும் சிங்கள பாரம்பரிய பொருட்கள் மற்றும் தங்கக் கோயில், ராஜா எனும் பெரகராயானையையும் கண்டு களித்தோம்

பின்பு நுவரெலியாவை நோக்கி பிரயாணத்தை மேற்கொள்ளும் வழியில் தேனருவியானது வானில் இருந்து திரை அலைகளை எழுப்புவதுபோல உயர் நிலத்தில் இருந்து வழிந்தோடும் வலாங்கொட நீர் வீழ்ச்சியினை கண்டு களித்து மீண்டும் அங்கிருந்து ஆட்டம் பாட்டத்துடன் புறப்பட்டு செல்லும் வழியில் பச்சை கம்பளம் விரித்தாற்போல் படர்ந்து இருந்த தேயிலை செடியையும் மற்றும் தேயிலை தொழிற்சாலையையும் கண்டு ஆனந்தமடைந்தோம் மீண்டும் அங்குள்ள முத்துமாரி அம்மன் ஆலயத்திற்கு சென்று உணவுகளை உட்கொண்டு நமது இரவுப்பொழுதை கழித்து விட்டு அங்கிருந்து சென்று நுவரெலியா வாவியை அடைந்து அங்கு குதிரை சவாரிகளை மேற்கொண்டும் படகுகளில் சென்றும் குதூகலம் அடைந்தோம்.

அக் குதூகலத்தோடு அம்பேவல என்னும் பால் தொழிற்சாலையை அடைந்து அங்கு காணப்பட்ட பல்வேறுபட்ட மாடு வகைகளையும் பல்வேறு பிராணிகளையும் பால் கறக்கும் தொழிநுட்ப சாதனங்களையும் பார்வை இட்டபின் இதிகாச புராணக்கதைகள் நிறைந்த இந்துக்களின் தலமான சீதாளியவையும் நோக்கி புறப்பட்டோம் அங்கு சென்று அசோக வனம் எனும் அடர்ந்த காட்டுப்பகுதியை பார்வையிட்டு அங்கு வழிந்தோடும் நீரோடையையும் கண்டு மகிழ்ந்ததோடு தலத்தினையும் தரிசித்தோம்

இறைதரிசனத்தை பெற்றுக்கொண்டு இலங்கையின் மனங்கவரும் பல வர்ண பூக்களையுடைய ஹக்கல பூந்தோட்டத்தினை பார்வையிட சென்றோம். மனதை கவரும் தென்றல் காற்று எம் மீது வருடி செல்லும் வேளையில் வண்ணத்து பூச்சிகள் வட்டமிடும் வண்ணம் பூக்கள் கண்ணைக் கொள்ளை கொண்டன.

அம் மதி மயக்கத்தடன் அடர்ந்த வனப் பகுதியை உடைய குறிஞ்சி நில பகுதிகளையும் கண்டு மகிழ்வடைந்தோம் மீண்டும் பயணத்தை மேற் கொண்டு அம்புத்தளையில் உள்ள பெருந்

தோட்ட பயிர்களான கறுவா. கோப்பி என்ப வற்றை பார்வையிட்டதுடன். உறங்கும் மனி தன் வடிவில் காட்சியளித்த மலைத்தொடரையும் கண்டு ஆனந்தமடைந்தோம் அங்கிருந்து 5 1/2 மைல் தூரத்தில் உள்ள இலங்கையின் மிகவும் உயரமான பம்பரகந்த நீர்வீழ்ச்சிக்கு சென்று அன்னப்பட்டிகள் நீந்துவது போல் நாமும் நீந்தி விளையாடினோம். மீண்டும் எமது பாடசாலையை அடைந்தோம். மகிழ்ந்து இருந்த மலையக நாட்கள் மறக்க முடியாத நாட்களாக வும், சந்தோசத்தை தரும் நாட்களாகவும் காணப்பட்டது.

உதடே ஒட்டாத குறள் எது தெரியுமா?

“யாதனின் யாதனின் நீங்கியான் நோதல்
அதனின் அனதின் இலன்!”

“எந்தெந்தப் பொருள்களில் எல்லாம்
மனமானது விலகி இருக்கிறதோ,
அந்தப் பொருள்களால் நமக்கு
துன்பம் கிடையாது”

மனது ஒட்டாமல்
இருக்க வேண்டும் என்று சொல்லக் கூடிய
இந்தக் குறளை உச்சரிக்கும் போது
உதடுகள் கூட ஒட்டாது.

உதடு ஒட்டாமல் உச்சரிக்கக்கூடிய ஒரே குறள்
இது மட்டுமே.

இணையம்

R.கரிகரன்
வர்த்தகப்பிரிவு - 2020

இன்டர்நெட்! இணையம்!! பெரும்பாலான சாதாரணப் பாவனையாளருக்கு இணையம் எவ்வளவு பெரியது என்றோ அல்லது எப்படி இணையம் இயங்குகின்றது என்றோ தெரிவதில்லை. தெரியவேண்டும் என்று ஒன்றும் அவசியமில்லை ஆனால் விருப்பமிருந்தால், உங்கள் செல்போனில் எப்படி யூடியூப் வீடியோ வருகிறது என்று தெரியவேண்டும் என்று ஆர்வமிருந்தால், மேற்கொண்டு வாசிக்கலாம்!

இணையம் என்பது பல்வேறுபட்ட இலத்திரனியல் கருவிகளை வலைப்பின்னல் மூலம் இணைக்கும் ஒரு கட்டமைப்பு என்று எளிதில் விளங்கும்படிக்கூறலாம். நீங்கள் பார்க்கும் கூகிள், பேஸ்புக் என்பன உண்மையில் இணையம் அல்ல! அவற்றை நாம் உலகளாவிய வலை (world wide web, or the web) என்று அழைக்கிறோம். இது உண்மையிலே இணையத்தின் மூலம் செயற்படும் ஒரு பெரிய சாப்ட்வேர் என்று கருதலாம். உலகளாவிய வலை போல, ஈமெயில், இணையத் தொலைபேசித் திட்டம், கோப்புப் பரிமாறல் போன்ற பல்வேறுபட்ட வித்தியாசமான தொழில்நுட்பங்கள் இணையத்தைப் பயன்படுத்தி வேலை செய்கின்றன.

இணையம் தோன்றிய கதை

1960 ஆம் ஆண்டில் கணினிகளின் பயன்பாடு அதிகரித்த போதிலும், ஒரு கணினியிலுள்ள தகவல்களை மற்றொரு கணினியிடம் பகிர்ந்து

கொள்ளும் நிலை வரவில்லை. இது கணினி பாடத்திட்டங்களை நடத்திவரும் பல பல்கலைக் கழகங்களுக்கு பெரும் பிரச்சனையாக இருந்தது. அமெரிக்காவின் டார்ட்மெளத் மற்றும் பெர்க்லீ பல்கலைக்கழகங்கள் ஐ.பி.எம். கணினிகளைப் பெருமளவில் பயன்படுத்தி வந்தன. அந்த பல்கலைக்கழகங்களுக்கு பெரும் தலைவலியாக இருந்துவந்த இப்பிரச்சினை பற்றி ஐ.பி.எம்.க்கு தெரிவிக்கப்பட்டது. இப்பிரச்சினையே இணையம் உருவானதற்கு அடி கோலியது எனலாம்.

இணையம் தொடங்குவதற்கான செயல் முறை திட்டத்திற்கு அடி கோலியவர் டாக்டர் ஜே.சி.ஆர்.லிக்லைடர் என்பவர் ஆவார். இதனாலேயே இவர் இணையத்தின் தந்தை என அழைக்கப்படுகிறார். ஒவ்வொரு கணினியுடனும் தொடர்பு கொண்டு ஒன்றுக்கொன்று மற்றதற்காகச் செயல்படக்கூடும் என்ற செயல் முறையைக் கொண்டு வந்தவர் இவர்தான். அவர் அத்தகைய இணைப்பை உருவாக்கி அதற்கு Galactic Network என்று பெயரிட்டார்.

இது மேற்சொன்ன அந்த பல்கலைக் கழகங்களில் வெற்றிகரமாக சோதனை முறையில் பயன்படுத்தப்பட்டது. இதன் பின்னர் அமெரிக்க இராணுவத்தில் இரகசிய தகவல்களை உடனுக்குடன் அனுப்பவும், பெறவும் இத்திட்டம் The Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) என்ற பெயரில் பயன்படுத்தப்

பட்டது. லிக்லைடரின் கலக்டிக் வலையமைப்புத் திட்டம் 1962இல் DARPA (Defence Advanced Research Projects Agency) என்ற அமைப்பாக உருவானது. அதன்பின் இதனுடன் ARPANET இணைய இன்டர்நெட் உருவானது. 1965 ஆம் ஆண்டு மிக மெதுவாக இயங்கும் தொலை பேசியைப் பயன்படுத்தி எம். ஐ. டி. பல்கலையின் பேராசிரியர் லாரன்ஸ் ரொபர்ட்ஸ் (Lawrence G. Roberts) தோமஸ் மெரில் (Thomas Merrill) என்பவருடன் இணைந்து மாசசூசட்ஸ் என்னும் இடத்தில் இயங்கிய ஹிக்2 கணினியை கலிபோர்னியாவில் இயங்கிய கி.32 என்ற கணினியுடன் இணைத்தார். பின்னர் சில தகவல்கள் ஒரு கணினியிலிருந்து மற்றொரு கணினிக்கு பரிமாறப்பட்டது. இது தான் இணையத்தின் முதல் தகவல் பரிமாற்றம். அப்போதைய தொலைபேசி இணைப்புகள் இத்தகைய இணைய இணைப்புகளுக்கு ஈடு கொடுக்கும் வகையில் அமைக்கப்படவில்லை என்பது குறிப்பிடத்தக்கது.

இணைய தொடர்பில் தகவல்களை அனுப்ப பெகெட் ஸ்விட்சிங் என்னும் வழிமுறை கையாளப்படுகிறது. கோப்புகளில் உள்ள தகவல்கள் பொட்டலம் பொட்டலமாக சேர வேண்டிய சர்வர் கணினிக்கு அனுப்பப்பட்டு அங்கு இணைக்கப்படுகின்றன. லியோனார்ட் கிளையின்ராக் என்பவர் இந்த முறையைக் கண்டுபிடித்தார். ஆக்டோபர் 29 1969ல் மாணவர்கள் பலருடன் இணைந்து இதனை இயக்கினார். இயக்கத் தொடங்கியவுடனேயே சிஸ்டம் கிராஷ் ஆனது வேறு ஒரு நிகழ்ச்சி. இப்போது வரை அந்த முறையே பயன்படுத்தப்பட்டு வருவது குறிப்பிடத்தக்கது.

இணைய பயன்பாட்டில் வரும் WWW என்பதன் அர்த்தம் நம் எல்லோருக்கும் தெரிந்ததே (world wide web). ஆனால் இது எப் போதிலிருந்து பயன்பாட்டிற்கு வந்தது, யாரால் அறிமுகப்

படுத்தப்பட்டது. டிம் பெர்னர்ஸ் லீ (Tim Berners Lee) என்பவர் தான் 1990 ஆம் ஆண்டு இந்த சொற்றொடரை உருவாக்கிப் பயன்பாட்டிற்கு கொண்டு வந்தார்.

இணையம் எப்படி செயல்படுகின்றது

எங்கோ ஒரு மூலையில் இயங்கும் கணணியில் உள்ள தகவலை, சினிமா பாடலை, விளையாட்டை எப்படி இணையம் நம் கணணிக்கு கொண்டு வருகிறது? என்ற கேள்வி இணையத்தைப் பயன்படுத்தும் அனைவருக்கும் இருக்கும். தெளிவான மற்றும் நிறைவான பதில் கிடைக்காததால் கேள்வியாகவே தொடரும் நிலையும் உள்ளது. இங்கு எப்படி உங்கள் கணணியை இணையம் மூலம் தகவல்கள் வந்தடைகின்றன என்று பார்க்கலாம்.

கணணியை இயக்கி இணைய இணைப்பை உயிர்ப்பித்து உலவியின் அட்ரஸ் பாரில் ஓர் இணையதளத்தின் முகவரியை டைப் செய்து என்டர் தட்டுகிறீர்கள். உலவி எதுவாக வேண்டுமானாலும் இன்டர்நெட் எக்ஸ்புளோரர், மோஸில்லா பயர்பொக்ஸ், சபாரி, கிரேஸி பிரவுசர், பிளாக் என எதுவாக வேண்டுமானாலும் இருக்கலாம். இதனை கிளையண்ட் (Client) என அழைக்கிறோம். தற்போதைக்கு வாடிக்கையாளர் என வைத்துக் கொள்வோம். இந்த வாடிக்கையாளர் நீங்கள் தேவை என்று சொன்ன இணையத்தளம் வேண்டும் என்று சொன்ன உங்கள் வேண்டுகோளை உங்களுக்கு இணைய இணைப்பு தரும் நிறுவனத்தின் சர்வருக்கு அனுப்புகிறது.

அந்த சர்வர் தான் இணைக்கப்பட்டுள்ள இன்னொரு சர்வருக்கு அதனை அனுப்புகிறது. ஐ.எஸ்.பி சர்வரிலிருந்து இந்த வேண்டுகோள் “வெரி ஹை ஸ்பீட் நெட்வொர்க்” என்னும் அதிவேக வழியில் செல்கிறது.

இப்படியே சென்று நீங்கள் டைப் செய்த முகவரி உள்ள தளத்தை அடைகிறது. அதனை உபசரிப்பவர் என்று வேண்டுமானால் வைத்துக் கொள்ளலாம். அந்த உபசரிக்கும் சர்வர் பின் நீங்கள் கேட்டுக் கொண்டபடி தன் தளத்தில் உள்ள தகவல்களை உங்கள் வேண்டுகோள் பயணித்த அதே பாதையில் உங்கள் ஐ.எஸ்.பி நிறுவனத்தின் சர்வருக்கு அனுப்புகிறது. நீங்கள் இணைப்பு பெற்றிருக்கும் அந்த நிறுவன சர்வர் பின் அதனை உங்கள் கணணிக்கு அனுப்புகிறது. நாம் ஒரு இணையத்தளத்தின் முகவரியை சொற்களில் அமைத்து அனுப்புகிறோம். இந்த சொற்கள் கணணிக்குத் தெரியாதே? எனவே தான் கணணிகள் அறிந்து புரிந்து கொள்ளும் பாஷையில் மாற்றி அனுப்ப வேண்டியதுள்ளது. இதற்கு புரோட்டோகால் என்னும் வழிமுறை உதவுகிறது. புரோட்டோகால் என்பது இரண்டு கணணிகள் இடையே தகவல் பரிமாறிக் கொள்ள அமைக்கப்பட்ட சிஸ்டம் எனச் சொல்லலாம். இது TCP/IP, HTTP, FTP, SMTP, WiFi எனப் பலவகைப்படும். நாம் பொதுவாக TCP/IP பயன்படுத்துவதால் அது குறித்து காண்போம்.

இணையத்தில் இணைக்கப்படும் ஒவ்வொரு கணணிக்கும் ஒரு ஐ.பி. அட்ரஸ் தரப்படுகிறது. இது சொல்லில் இருக்காது. 0 லிருந்து 255 வரையிலான எண்களின் கோர்வையாக இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக www.yahoo.com என்னும் தளம் உள்ள சர்வரின் எண் 82.248.113.14 ஆகும். இது இதன் நிலையான எண். உங்கள் கணணி இணையத்தில் இணையும் போது உங்களுடைய ஐ.எஸ்.பி. உங்களுக்கு ஒரு முகவரியை எண்களில் ஒதுக்கும். ஆனால் அது நிலையானது அல்ல. நீங்கள் அப்போது இணையத்தில் இருக்கும் வரையில் அந்த முகவரி உங்களுக்குச் சொந்தமானது. முடித்துவிட்டு மீண்டும் செல்கையில் மீண்டும் ஒரு முகவரி வழங்கப்படும். இதற்குக்

காரணம் ஒரு ஐ.எஸ்.பி. ஒரே நேரத்தில் நூற்றுக்கணக்கான கணணிகளை இணையத்தில் இணைக்க வேண்டியுள்ளதால் அவ்வப்போது எண்கள் தரப்படுகின்றன.

இந்த எண்களின் கோவை நான்கு இலக்கங்களால் ஆன தொடராக ஒவ்வொரு எண்ணும் ஒரு புள்ளியால் பிரிக்கப்பட்டிருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக 133.167.87.23 என்று கூட இருக்கலாம். இந்த எண்களிலான முகவரி முக்கியமானது. ஏனென்றால் இந்த முகவரியை வைத்துத்தான் இணையத்தில் எந்த கணணி வேண்டுமோவை வைத்தது, எந்த கணணியிலிருந்து தகவல் வர வேண்டியுள்ளது என்று தெரியவரும். டி.சி.பி. (Transmission Control Protocol) என்பது அனுப்பப்படும் தகவல்களைக் கையாளும் வழிமுறை. தகவல்களை சிறு சிறு பாக்கெட்களாகப் பிரித்துப் பின் மீண்டும் சேரும் இடத்தில் அவற்றை இணைத்து ஒழுங்காகத் தருவதே இந்த வழிமுறையின் செயல்பாடு.

ஐபி அட்ரஸ் எங்கிருந்து எங்கு இந்த தகவல்கள் போய்ச் சேர வேண்டும் என்பதை உறுதி செய்கிறது. எனவே இந்த இரண்டு வழிமுறைகளும் இணைந்து தகவல் பரிமாற்றத்தை உறுதி செய்கின்றன.

இணையம் இலவசமா?

இணையத்தில் நுழைய நீங்கள் கட்டணம் கட்ட வேண்டும். இணைய வசதியை வழங்கும் நிறுவனங்கள் உண்டு. இவற்றை இணைய சேவை வழங்குநர்கள் (Internet Service Providers) என்பர். சுருக்கமாக ISP எனலாம். இவர்களிடம் பணம் கட்டி சந்தாதாரர் ஆக வேண்டும். இலங்கையில் பிரதான இணைய சேவை வழங்குனராக Srilanka telecom, Mobitel, Dialog போன்ற நிறுவனங்கள் காணப்படுகின்றன.

Reference

1. <https://ta.wikipedia.org/wiki/%E0%AE%87%E0%AE%A3%E0%AF%88%E0%AE%AF%E0%AE%AE%E0%AF%8D>
2. <https://en.wikipedia.org/wiki/Internet>
3. Gr11 and 10th textbook

பேரினப் பொருளாதாரக் குறிக் கோள்கள் பேரினப் பொருளாதாரப் பிரச்சனைகள்

A.ஆன்ஜெரின்
வர்த்தகப்பிரிவு - 2019

பொருளாதார மாறிகளை மொத்த ரீதியாக ஆய்வுக்கு உட்படுத்துதல் பேரினப் பொருளாதாரம் ஆகும்.

சமூகமொன்றின் மூலம் மொத்தப் பொருளாதாரச் செயற்பாட்டினூடாக நிறைவேற்றிக்கொள்வதற்கு எதிர்பார்க்கின்ற பல்வேறு நோக்கங்கள் பேரினப் பொருளாதார நோக்கங்கள் எனப்படுகின்றது. அந்நோக்கங்களாவன.

1. நிறைதொழில் மட்டத்தை அடைதல்
2. நியாயத்துவத்தினை உருவாக்குதல்
3. பொருளாதார உறுதிப்பாட்டினை ஏற்படுத்தல்
4. பொருளாதார வளர்ச்சியை ஏற்படுத்தல்
5. நிலைபேறான அபிவிருத்தியை ஏற்படுத்தல்

பேரினப் பொருளாதார மாறிகளாவன :-

மொத்த உற்பத்தி
வேலை வாய்ப்பு
பொது விலை மட்டம்
நாணய மாற்று வீதம்
வட்டி வீதம்
சென்மதி நிலுவை

பேரினப் பொருளாதாரப் பிரச்சனைகள் :-

பேரினப் பொருளாதார மாறிகள் எதிர்பார்த்த மட்டத்தை அடையாத போது/ எதிர்பாராத பேரினத் தளம்பல்கள் ஏற்படும் போது உருவாகும் இடர்களைப் பேரினப் பொருளாதாரப் பிரச்சனை என்பர்.

பேரினப் பொருளாதாரப் பிரச்சனைகள் சில வருமாறு :-

1. வேலையின்மை
2. நியாயத்துவமின்மை
3. பணவிக்கம்
4. பொருளாதாரப் பின்னடைவு
5. சென்மதி நிலுவையின் தொடர்ச்சியான குறைநிலை

வர்த்தக சகடவோட்டம் (The Economic Cycle)

பேரினப் பொருளாதார மாறிகளில் ஏற்படுகின்ற ஏற்ற இறக்கங்கள் வர்த்தக சகடவோட்டமாகும். அதாவது மெய்வெளியீடு, வருமானம், தொழில்வாய்ப்பு மற்றும் பொதுவிலை மட்டம் போன்ற பேரினப் பொருளாதார மாறிகளில் ஏற்படுகின்ற தளம்பல்களை வர்த்தக சகடவோட்டம் குறிக்கம்.

இதல் நான்கு கட்டங்கள் உள்ளன.

01. பின்னடைவு (Recession)

பொருளாதாரமொன்றில் ஒன்று அல்லது இரண்டு காலாண்டுகளில் மொத்தக் கேள்வியில் ஏற்படும் வீழ்ச்சி காரணமாக நாட்டின் மெய் உள்நாட்டுற்பத்தி வீழ்ச்சியடைதல் பொருளாதாரப் பின்னடைவு ஆகும்.

02. மந்தம் (Trough)

பொருளாதாரமொன்றின் செயற்பாடுகள் அனைத்தும் அதிதாழ்ந்த நிலையில் இருத்தல் மந்தம் எனப்படுகின்றது.

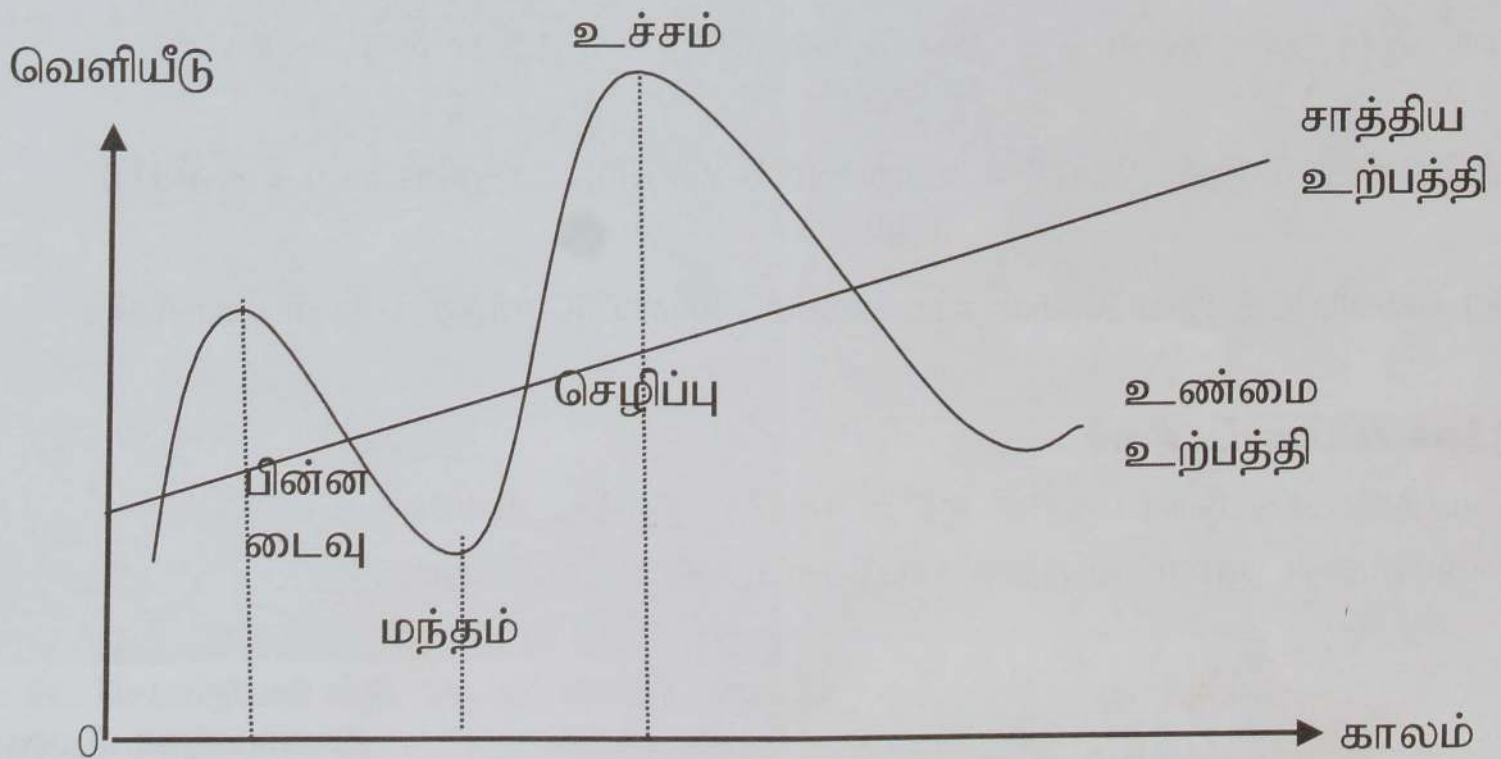
03. மீட்சி (Recovery)

பொருளாதாரமொன்றின் செயற்பாடுகள் அதிதாழ்ந்த நிலையில் இருந்து மெதுவாக முன்னேற்றமடைதல்/மெய்வெளியீடு மெதுவாக அதிகரித்தல் மீட்சி எனப்படும்.

04. செழிப்பு/உச்சம் (Peak)

பொருளாதாரமொன்றின் செயற்பாடுகள் உச்ச நிலையில் /மெய்வெளியீடு உச்ச நிலையில் காணப்படுதல் செழிப்பு நிலை எனப்படும்.

வர்த்தக சகடவோட்டத்தைப் பின்வரும் வரைபின் மூலம் வளங்க்கொள்ளலாம்.



வர்த்தக சகடவோட்டத்தின் நான்கு கட்டங்களின் பண்புகள்

இல	விடயங்கள்	பின்னடைவு	மந்தம்	மீட்சி	செழிப்பு
1	மெய்வெளியீடு	வீழ்ச்சி	மிகக்குறைவு	அதிகரிக்கும்	மிகஉயர்வு
2	வேலையின்மை	உயர்வு	மிகஉயர்வு	குறைவு	மிகக்குறைவு
3	பொதுவிலை மட்டம்	குறைவு	குறைவு	உயரும்	உயரும்
4	மொத்தக் கேள்வி	குறைவு	குறைவு	உயரும்	உயரும்
5	வர்த்தக நம்பிக்கை	குறைவு	மிகக்குறைவு	அதிகம்	மிகஅதிகம்
6	இலாப வீதம்	குறைவு	மிகக்குறைவு	அதிகம்	மிகஅதிகம்

சாத்திய வள வெளியீடு :-

பொருளாதாமொன்றின் வளங்களை பூரணமாக உச்ச வினைத்திறனுடன் பயன்படுத்தும் போது பணவீக்க அழுத்தத்தை ஏற்படுத்தாத வகையில் பெற்றுக்கொள்ளக்கூடிய உத்தமமானதும் நிலைபேறானதுமான உற்பத்தி மட்டத்தை சாத்திய வள வெளியீடு குறிக்கும்.

சாத்திய வள வெளியீடு பொருளாதாரத்தின்நீண்டகால நடத்தையை வெளிப்படுத்தும்

உண்மை வெளியீடு :-

பொருளாதாரமொன்று குறித்த காலத்தில் பெற்றுக்கொண்ட வெளியீட்டு அளவை உண்மை வெளியீடு குறிக்கும்.

இது பொருளாதாரமொன்றின் குறுங்கால நடத்தையை விளக்குகின்றது.

வெளியீட்டு இடைவெளி :-

பொருளாதாமொன்றின் உண்மை வெளியீட்டுக்கும் சாத்திய வளவெளியீட்டுக்கும் இடையிலான வித்தியாசம் வெளியீட்டு இடைவெளியாகும்

வெளியீட்டு இடைவெளி = உண்மை வெளியீடு - சாத்திய வள வெளியீடு

நேர்வெளியீட்டு இடைவெளி = உண்மை வெளியீடு, சாத்திய வள வெளியீடு

எதிர் வெளியீட்டு இடைவெளி = உண்மை வெளியீடு, சாத்திய வள வெளியீடு

வர்த்தக சகடவோட்ட நீளம் :-

வர்த்தக சகடவோட்டத்தின் ஓர் உச்சியில் இருந்து இன்னொரு உச்சிக்குச் செல்வதற்கான காலம் வர்த்தக சகடவோட்டத்தின் நீளம் எனப்படும்

Smart Touch

Special For mobile's



No: 114, New market Hospital Road,
Jaffna Town

0773700662, 0769601842, 0212226633

Proprietor : R. Dinesh Kumar

Wholesale

&

Retail

Dealers in Textiles

Specialist in Wedding Sarees



BEST COLLECTIONS FOR MODERN GIRLS

SIVAKANESAN

TEXTILES

#41 Grand Bazaar, Jaffna. Tel : 021 222 2063

Kumar Bake House

குமார் பேக்
ஹவுஸ்



இல: 28, செபஸ்டிரியன் வீதி, தொ.பே : 021 320 6392
பாணையூர். யாழ்ப்பாணம். 021 221 2905

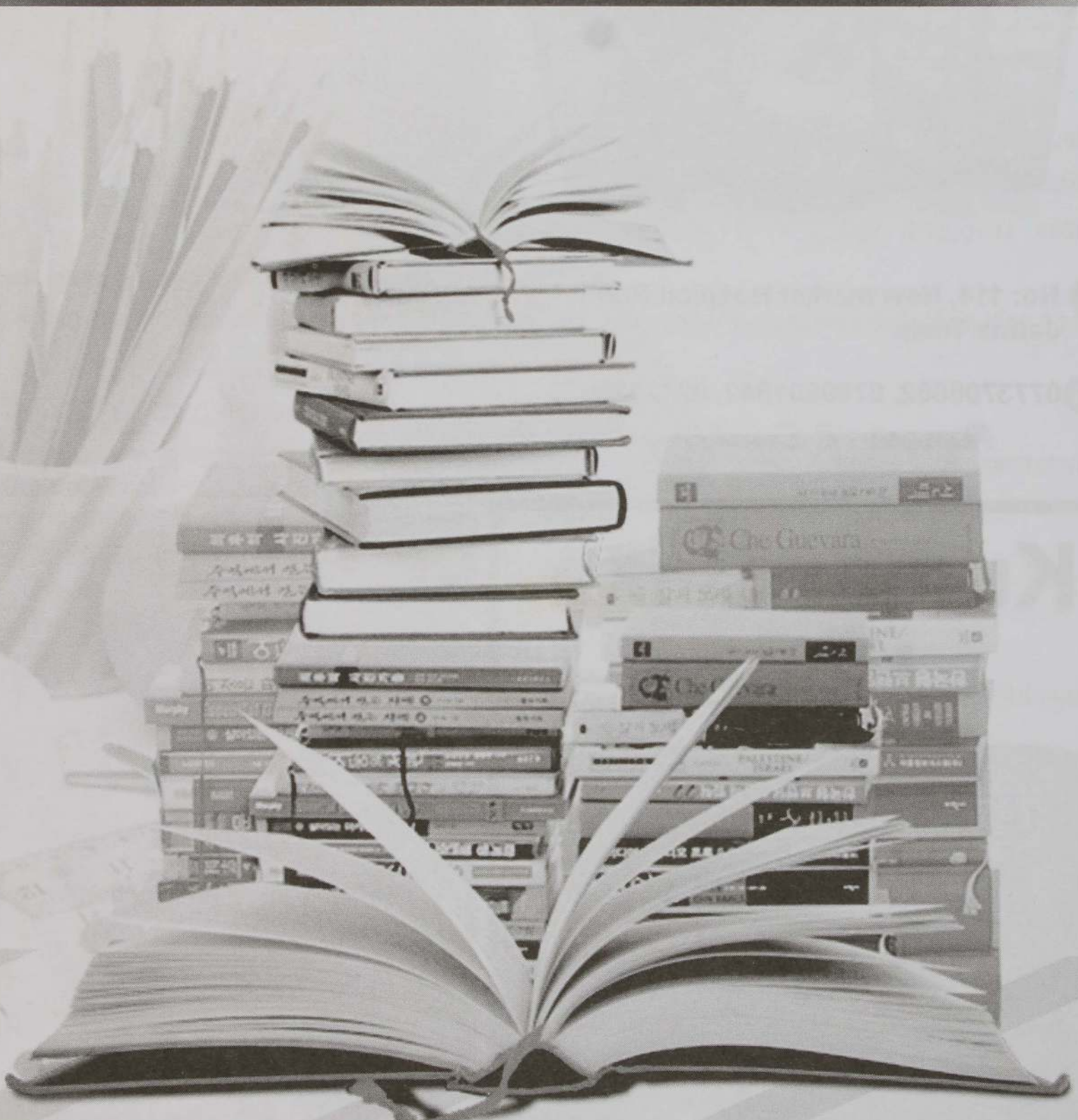
RATHNA Stores



287, BANLSHALL STREET,
JAFFNA.

அச்சுவஸிகம்

Paper Stationery and General Merchants



202A , Kankesanturai Rd, Jaffna
TP: 021 222 5485
021 222 2842



சாரங்கா


நகைமாடம்

MONEY EXCHANGE

அரசு அங்கீகாரம் பெற்ற வெளிநாட்டு நாணயமாற்று நிறுவனம்

021 221 7007



 021 222 8869

கூலி. 157/1 கஸ்தூரிபார் வீதி, பாழ்ப்பாணம்.



EBIRON

MIXTURE



No : 94, Kachcheri Nallur Road, Jaffna
T.P : 021 2211179

K-AIMS BUSINESS SCHOOL



After A/L Results

முன்னனி தொழில்சார் கல்வி
நிறுவனத்துடன் இணையுங்கள்

ACCA

Complete your ACCA - UK Diploma in 3 month

170ற்கு மேற்பட்ட நாடுகளில் 450000 அங்கத்தவர்கள் மற்றும் மாணவர்களை கொண்டுள்ள சான்றுபடுத்தப்பட்ட பட்டய கணக்காளர் சம்மேளனம்; (ACCA-UK) உலகின் முதல்தர தொழில்சார் கணக்கீட்டு நிறுவனமாகும். ACCA அங்கத்தவர்கள் கணக்காய்வு, கைத்தொழில், வர்த்தகம் மற்றும் தனியார் துறைகளில் வேலை புகின்றனர். சர்வதேச அங்கிகாரம் பெற்ற ACCA கற்கைநெறியானது தொழில்சார் தகைமையை அடைய ஒரு ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட வழிமுறையாகும்.

தகைமைகள்

16 வயதிற்கு மேற்பட்ட எவரும் சாதாரண மற்றும் உயர்தர பெறுபேறுகள் இன்றி இக்கற்கை நெறியை தொடரமுடியும்

CA

Complete your CA Executive level in 6 month

இலங்கை பட்டயக் கணக்காளர் நிறுவனமானது இலங்கையின் கணக்காய்வாளர்களிற்கு அனுமதி வழங்கும் பரீட்சையாகும். இக் கற்றை நெறியை பூர்த்தி செய்பவர்கள் இலங்கையின் பட்டியல்படுத்தப்பட்ட நிறுவனங்கள் மற்றும் வங்கிகளில் கணக்காளர், கணக்காய்வாளர், நிதி முகாமையாளர்களாக பிரகாசித்து கொண்டிருக்கிறார்கள்.

தகைமைகள்

ஒரே தடவையில் கா.பொ.த உயர்தரப் பரீட்சையில் 3 பாடங்களில் ஏதேனும் பிரிவில் 3 சாதாரண சித்திகள் (S) பெற்றிருத்தல் வேண்டும்.

மாணவர்கள் தங்களது பல்கலைக்கழக தெரிவிற்கு ஏற்ப ACCA, CA கற்கை நெறியை எங்களது கொழும்பு மற்றும் யாழ்ப்பாணம் நிலையங்களில் தொடர முடியும்

தொடர்புகளுக்கு

Colombo 0770 780 678
Jaffna 0773 722 104

Colombo 35 1/1 Upatissa Road, Colombo- 04

Jaffna

59 Point Pedro Road Ariyakulam

செல்லத்துரை V.ஸ்ரோர்ஸ்



🏠 735, நாவலர் வீதி,
நல்லூர் தெற்கு, யாழ்ப்பாணம்

யாழ் குடாநாட்டுவாசிகளுக்கு ஒருவேண்டுகோள் !

நீரை பாதுகாப்போம் - குடிக்கும் நீருக்கு பணம் கொடுக்கும் காலம் வந்தது -
குளிக்கும் நீருக்கும் பணம் கொடுக்கும் காலம் வரப்போகின்றது!
(அந்த பணமும் எங்கோ பிழக்கத்திற்கு போவதும் ஆழ சிந்திக்கப்பட வேண்டிய விடயம்)

வான் நின்று உலகம் வழங்கி வருதலால்
தான் அமிழ்தம் என்றுணரற் பாற்று.

இது தெய்வப்புலவர்திருவள்ளுவரின் அருள்வாக்கு. அன்னார் மழை தவறாது பொழிவதால்தான்
உலகம் நிலைபெறுகிறது என்கிறார். அமிழ்து என்பதன் பொருள்- சாவா மருந்து.

இந்த உண்மையை நடைமுறை உலகில் பலரும் உணரவோ இதனை பின்பற்றவோ தவறுகின்றோம்.
மழையானது மனித உயிர்களுக்கு மட்டுமல்லாமல் விலங்குகளுக்கும் பறவைகளுக்கும் மரம்
செடி கொடிகளுக்கும் இன்றியமையாத ஒன்றாகும். நீரின்மையால் பசி பட்டினி சாவுகள்
மட்டுமல்ல தேசங்கள், மாநிலங்கள், ஊர்களுக்கு இடையிலான போர்களுக்கும் உருவாகப் போகிறது.

நீர்ப்பாவனைகளை நாம் கட்டுப்படுத்தவும் அனாவசியமான நீர் விரையங்களை தடுக்கவும்
தவறுவோமாயின் அது எங்கள் அழிவிற்கே வழிவகுக்கும். இந்த உண்மைகளை கருத்தில்
கொண்டு நாம் நீரினை தேவையறிந்தும் அளவறிந்தும் சிக்கனமாக பாவிக்கவேண்டும்.
இதில் முதன்மையானது நிலத்தடி நீரை நாம் பயன்படுத்துவதை எவ்வளவு குறைக்கமுடியுமோ
அவ்வளவு குறைக்க வேண்டும். நாம் கூடுதலாக குளிப்பதத்திலும் ஆடைகள் துவைப்பதிலும்
பாத்திரங்கள் கழுவுவதிலும் நீரை மிகவும் சிக்கனமாக பயன்படுத்த முடியும்.

கழிவுநீர் பரந்துபட்ட நிலையிலிருந்து ஆவியாவதை தடுக்க நிலத்தில் ஆழ குழிவெட்டி
அந்நீர்வீண்விரையமாகமலும் மீள்பாவனைக்கும் பயன்படுத்தும் விதத்திலும் உரிய நடவடிக்கைகளை
நாம் மேற்கொள்ளவேண்டும். மரங்களைசுற்றி அகலமானபாத்திகளை அமைப்பது அனாவசியமானது.

மேலும் பாடசாலைகள் பொது அமைப்புகள் நீருடன் சம்மந்தப்படுகின்ற அரசு அமைப்புகள்
அனைத்தும் ஒருமித்தோ அல்லது தனித்தனித்தோ இவ்விடயத்தில் ஆக்கபூர்வமான விழிப்புணர்வு
நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டு அழிவிலிருந்து இந்த உலகினை பாதுகாக்க வேண்டும்.

மழை காலங்களில் ஆற்றிலும் கடலிலும் கலக்கும் நீரை தடுப்பனைகள் மூலம் தடுத்து
நிலத்துக்குள் செலுத்தி நீரை சேமிக்க வேண்டும். எமது நாளை சந்ததியினர் நீர்
தட்டுப்பாடுகளின்றி வாழ நாம் வழிவகுக்கவேண்டும்.



சன்சக்தி ரேடர்ஸ்
பிறைவேற்ற லிமிட்டட்

நகவல் தொழில்நுட்பம் & பாதுகாப்பு கருவிகள் வழங்குனர்
#651, வைத்தியசாலை வீதி, யாழ்ப்பாணம்

Digitized by Noolaham Foundation | 0212217994 / 0775527099 / 0703999388
noolaham.org | aavanaham.org | sunsakthi.com | info@sunsakthi.com



LINGAA

நல்லூரில் ஆடைகளின் சாம்ராஜ்ஜியம்!!!

லிங்கா

எங்குமில்லா புடவைகள்
என்றும் புதுவரவுகள்
எண்ணம்போல் வண்ணங்கள்
எவரும் தரமுடியாத விலைக்கு வாங்க!!
லிங்கா பெஷன் வாங்க!!



LINGAA FASHION
302A, TEMPLE ROAD, NALLUR, JAFFNA.
TEL : 021 221 4999

WWW.LINGAA.LK
WWW.FB.COM/LINGAA.LK

RATNAM

PHARMACY & GROCERY

ரட்ணம் பார்மசி & குறொசுறி



ACTIONTM
Nutritionally Balanced & Complete Food Drink

For a Healthy Family...

Energy
Protein
Calcium

Excellent
Taste



📍 No. 384, Hospital Road, Jaffna.

☎ 0212222667

பெருமை நலகம்
பாடிப்பாளையம்.

பெருமை நலகம்
01 AUG 2019
பெருமை நலகம்
பாடிப்பாளையம்

Digitized by Noolaham Foundation.
noolaham.org | aavanaham.org

Digitized by Noolaham Foundation.
noolaham.org | aavanaham.org

ALTERNATIVE ENERGY
 FUEL SOLAR
 CONCEPT ECOLOGICAL
 CONSERVATION TECHNOLOGY
 GREEN PRODUCTION
 CLEAN PLANET
 ORGANIC SKY TREE
 ENVIRONMENT
 SUSTAINABLE
 ECOLOGY
 SUSTAINABILITY
 RECYCLE
 FRIENDLY NATURAL
 BIODEGRADABLE
 WIND POWER
 NATURE
 GLOBAL
 ELECTRICITY
 TURBINE EMISSION
 RESOURCE
 WINDMILL

1 NO POVERTY 	2 NO HUNGER 	3 GOOD HEALTH 	4 QUALITY EDUCATION 	5 GENDER EQUALITY 	6 CLEAN WATER AND SANITATION
7 RENEWABLE ENERGY 	8 GOOD JOBS AND ECONOMIC GROWTH 	9 INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 	10 REDUCED INEQUALITIES 	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES 	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION
13 CLIMATE ACTION 	14 LIFE BELOW WATER 	15 LIFE ON LAND 	16 PEACE AND JUSTICE 	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS 	<p>THE GLOBAL GOALS For Sustainable Development</p>

