



# மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக்கழகம்

தொலைதூர மற்றும் தொடர் கல்வியின் இயக்குனர்

திருநெல்வேலி-627012,

தமிழ்நாடு

## உலகளாவிய வர்த்தகம்

**M.Com – 1st YEAR**

**(Academic Year 2020-2021)**



**Most student friendly University-Strive to Study and Learn to Excel**

**For More Information Visit: <https://www.msuniv.ac.in>**



பாடத்திட்டங்கள்

## UNIT I

அறிமுகம்: சர்வதேச வணிகம் - பொருள் - அம்சங்கள் - காரணிகள் - சர்வதேச செயல்பாட்டு மேலாண்மை - சர்வதேச வணிக சூழல் - சர்வதேச வணிகத்தில் ஈடுபடுவதற்கான வழிமுறைகள் - சர்வதேச வணிகத்தின் வெளிப்புற தாக்கங்கள் - வணிகத்தை எதிர்கொள்ளும் மனித மற்றும் கலாச்சார சூழல்கள் - சர்வதேச வணிகத்தில் அரசியல் செல்வாக்கு.

## UNIT II

சர்வதேச வர்த்தக சூழல்: சர்வதேச வர்த்தக சூழல் - WTO- TRIM - TRIP - IPR - நாடு மதிப்பீடு மற்றும் தேர்வு - மாற்று செல்வாக்கு மாறுபாட்டிற்கான ஸ்கேனிங் - நாட்டின் மீதான முதலீட்டின் மீதான வருமானம் - சர்வதேச பொருளாதார நிறுவனங்கள்.

## UNIT III

பன்னாட்டு நிறுவனங்கள்: பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் - பொருள் - அம்சங்கள் - பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் தாக்கம்: MNE இன் தாக்கத்தை மதிப்பீடு செய்தல் - MNE இன் பொருளாதார தாக்கம் - சர்வதேச வணிகத்தின் செயல்பாட்டு மற்றும் அரசியல் தாக்கம் - சர்வதேச பொருட்கள், சேவைகள் மற்றும் நிதி ஓட்டங்கள் மற்றும் கொடுப்பனவுகளின் இருப்பு

## UNIT IV

சர்வதேச நிதி மேலாண்மை: சர்வதேச நிதி மேலாண்மை - பொருள் - பங்கு - சர்வதேச நாணய அமைப்பு - அந்நிய செலாவணி விகிதங்கள்: அடிப்படைகள், பரிவர்த்தனை மற்றும் பொருளாதார வெளிப்பாடு - வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடு - உத்திகள்: ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி உத்திகள், கூட்டு உத்திகள், ஆதாரம் மற்றும் உற்பத்தி உத்திகள் - மனித வள மேலாண்மை.

## UNIT V

சர்வதேச வணிகத்தில் சமீபத்திய வளர்ச்சிகள்: சர்வதேச வணிகத்தில் சமீபத்திய முன்னேற்றங்கள் - மின் வணிக உத்தி - சர்வதேச வணிக நுண்ணறிவு - சர்வதேச தயாரிப்பு முடிவுகள் - உலகளாவிய விநியோகச்



சங்கிலி மேலாண்மை: சர்வதேச தளவாடங்கள் மற்றும் விநியோகம் - சர்வதேச சூழலுக்கான நிறுவனங்களை வடிவமைத்தல்.

குறிப்புகள்:

1. அனந்த் கே, சுந்தரம் ஜே, ஸ்டீவர்ட் பிளாக், (2010, தி இன்டர்நேஷனல் பிசினஸ் என்விரோன்மென்ட் - டெக்ஸ்ட் அண்ட் கேசஸ், ப்ரெண்டிஸ் ஹால் ஆஃப் இந்தியா பிரைவேட் லிமிடெட், புது தில்லி.
2. ஆப்தே, பி.ஜி, (2014), சர்வதேச நிதி மேலாண்மை, டாடா மெக்ரா ஹில், புது தில்லி.
3. பிரான்சிஸ் செருநிலம், (2015), சர்வதேச வணிக உரை மற்றும் வழக்குகள், கிழக்கு பொருளாதார பதிப்பு, புது தில்லி.
4. ஜான் டி. டேனியல்ஸ் & லீ எச் ராட்போ, (2009), இன்டர்நேஷனல் பிசினஸ், வெஸ்லி பப்ளிஷிங் கம்பெனி, புது தில்லி.
5. ரோஜர் பென்னட், (2011), சர்வதேச வணிகம், பியர்சன் கல்வி, புது தில்லி.



## குறியீட்டு

UNIT	தலைப்பு	பக்க எண்
I	அறிமுகம்	5 - 35
II	சர்வதேச வர்த்தக சூழல்	36 - 60
III	பன்னாட்டு நிறுவனங்கள்	61 - 75
IV	சர்வதேச நிதி மேலாண்மை	76 - 107
V	சர்வதேச வணிகத்தில் சமீபத்திய முன்னேற்றங்கள்	108 - 132



## UNIT-I

### அறிமுகம்

#### உலகளாவிய வர்த்தகம்:

#### பொருள்:

சர்வதேச வணிகம் என்பது வெவ்வேறு நாடுகளின் இரு தரப்பினருக்கு இடையேயான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றத்தைக் குறிக்கிறது. அந்த வணிக பரிவர்த்தனைகள் தேசிய எல்லைகளை கடப்பதை உள்ளடக்கியதால் சர்வதேச வணிகம் புரிந்து கொள்ளப்படலாம். சர்வதேச வணிகம் என்பது உலகளாவிய வணிக வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களின் மீது உலகளாவிய வளங்கள் மற்றும் நிறுவனத்தின் நோக்கங்களில் கவனம் செலுத்தும் செயல்முறையாகும், இது உலகளவில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்ய/வாங்க/விற்பதற்கு அல்லது பரிமாறிக்கொள்வதாகும்.

#### சர்வதேச வணிகத்தின் வரையறை:

ஜான் டி. டேனியல்ஸ் மற்றும் லீ எச். ரேட்பாக் கருத்துப்படி, சர்வதேச வணிகம் என்பது இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நாடுகளை உள்ளடக்கிய அனைத்து வணிக பரிவர்த்தனைகள்-தனியார் மற்றும் அரசு சார்ந்தது. தனியார் நிறுவனங்கள் லாபத்திற்காக இத்தகைய பரிவர்த்தனைகளை மேற்கொள்கின்றன; அரசாங்கங்கள் தங்கள் பரிவர்த்தனைகளில் அதையே செய்யலாம் அல்லது செய்யாமலும் இருக்கலாம்.

#### அம்சங்கள்:

1. பெரிய அளவிலான செயல்பாடுகள்: சர்வதேச வணிகத்தில், அனைத்து செயல்பாடுகளும் மிகப் பெரிய அளவில் நடத்தப்படுகின்றன. உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகள் மிகப் பெரிய அளவில் நடத்தப்படுகின்றன. இது முதலில் உள்ளூர் சந்தையில் தனது பொருட்களை



விற்பனை செய்கிறது, பின்னர் உபரி பொருட்கள் ஏற்றுமதி செய்யப்படுகின்றன.

2. பொருளாதாரங்களின் ஒருங்கிணைப்பு: சர்வதேச வணிகம் பல நாடுகளின் பொருளாதாரங்களை ஒருங்கிணைக்கிறது (ஒருங்கிணைக்கிறது). ஏனெனில் இது ஒரு நாட்டிலிருந்து நிதியையும், மற்றொரு நாட்டிலிருந்து தொழிலாளர்களையும் மற்றொரு நாட்டிலிருந்து உள்கட்டமைப்பையும் பயன்படுத்துகிறது. இது ஒரு நாட்டில் தயாரிப்பை வடிவமைத்து, அதன் பாகங்களை பல்வேறு நாடுகளில் தயாரித்து, மற்றொரு நாட்டில் அசெம்பிள் செய்து பல நாடுகளில் விற்பனை செய்கிறது.

3. வளர்ந்த நாடுகள் மற்றும் MNC களின் ஆதிக்கம்: சர்வதேச வணிகம் வளர்ந்த நாடுகள் மற்றும் அவற்றின் பன்னாட்டு நிறுவனங்களால் ஆதிக்கம் செலுத்துகிறது. ஐரோப்பாவும் ஜப்பானும் வெளிநாட்டு வர்த்தகத்தில் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றன, ஏனெனில் அவர்களிடம் அதிக நிதி மற்றும் பிற வளங்கள் உள்ளன.

4. பங்கேற்கும் நாடுகளுக்கு நன்மைகள்: சர்வதேச வணிகம் பங்கேற்கும் அனைத்து நாடுகளுக்கும் நன்மைகளை வழங்குகிறது. இருப்பினும், வளர்ந்த நாடுகள் அதிகபட்ச நன்மைகளைப் பெறுகின்றன, வளரும் நாடுகளும் நன்மைகளைப் பெறுகின்றன. அவர்கள் வெளிநாட்டு மூலதனமும் தொழில்நுட்பமும் பெறுகிறார்கள். அவர்கள் விரைவான தொழில் வளர்ச்சியைப் பெறுகிறார்கள். அவர்களுக்கு அதிக வேலை வாய்ப்பு கிடைக்கும்.

5. தீவிர போட்டி: சர்வதேச வர்த்தகம் உலக சந்தையில் போட்டியை எதிர்கொள்ள வேண்டும். போட்டி என்பது சமத்துவமற்ற கூட்டாளர்களுக்கு இடையே உள்ளது. இந்த சூழ்நிலையில், வளர்ந்த நாடுகள் சிறந்த தரமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்வதால் சாதகமான



நிலையில் உள்ளன, ஆனால் வளரும் நாடுகள் போட்டியை எதிர்கொள்ள கடினமாக உள்ளது.

6. அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் சிறப்புப் பங்கு: சர்வதேச வணிகம் அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்திற்கு அதிக முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது. அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பம் வணிகம் பெரிய அளவில் உற்பத்தி செய்ய உதவுகிறது. வளர்ந்த நாடுகள் உயர் தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துகின்றன. வளரும் நாடுகளுக்கு உயர்தர தொழில்நுட்பத்தை மாற்ற சர்வதேச வணிகம் உதவுகிறது.

7. சர்வதேச கட்டுப்பாடுகள்: சர்வதேச வணிகமானது மூலதனம், தொழில்நுட்பம் மற்றும் பொருட்களின் வரவு மற்றும் வெளியேற்றத்தில் பல கட்டுப்பாடுகளை எதிர்கொள்கிறது. பல அரசாங்கங்கள் சர்வதேச வர்த்தகத்தை தங்கள் நாடுகளில் நுழைய அனுமதிப்பதில்லை. அவர்களுக்கு பல வர்த்தகத் தடைகள், கட்டணத் தடைகள், அந்நியச் செலாவணி கட்டுப்பாடுகள் போன்றவை உள்ளன. இவை அனைத்தும் சர்வதேச வணிகத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.

8. உணர்திறன் தன்மை: சர்வதேச வணிகமானது இயற்கையில் மிகவும் உணர்திறன் கொண்டது. பொருளாதாரக் கொள்கைகள், தொழில்நுட்பம், அரசியல் சூழலில் ஏற்படும் எந்த மாற்றமும் மிகப்பெரிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. எனவே இந்த மாற்றங்களைக் கண்டறியவும் ஆய்வு செய்யவும் சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியை மேற்கொள்ள வேண்டும். அவர்கள் தங்கள் வணிக நடவடிக்கைகளை சரிசெய்து, மாற்றங்களைத் தக்கவைக்க அதற்கேற்ப ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டும்.

9. சர்வதேச வணிகத்திற்கு சரியான முடிவை எடுக்க துல்லியமான தகவல் தேவை.

10. சர்வதேச வணிக நிறுவனத்திற்கு துல்லியமான தகவல் மட்டுமல்ல, சரியான நேரத்தில் தகவல்களும் தேவை.



11. புவியியல் சந்தைப் பிரிவின் அடிப்படையில் சர்வதேச வணிக நிறுவனம் தங்கள் சந்தைகளைப் பிரிக்கிறது.

உள்நாட்டு வணிகம் V/S சர்வதேச வணிகம்

அளவுருக்கள்	உள்நாட்டு வணிகம்	உலகளாவிய வர்த்தகம்
வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்களின் தேசியம்	இதன் கீழ், ஒரு தேசத்தைச் சேர்ந்தவர்கள் அந்தந்த உள்நாட்டு சந்தையில் வேலை செய்கிறார்கள்.	இதன் கீழ், பல்வேறு நாடுகளைச் சேர்ந்தவர்கள் சர்வதேச சந்தையில் பணிபுரிகின்றனர்.
பிற பங்குதாரர்களின் தேசியம்	சப்ளையர்கள், தயாரிப்பாளர்கள், ஊழியர்கள், இடைத்தரகர்கள் போன்ற பங்குதாரர்கள் ஒரே நாட்டைச் சேர்ந்தவர்கள்.	சப்ளையர்கள், தயாரிப்பாளர்கள், ஊழியர்கள், இடைத்தரகர்கள் போன்ற பங்குதாரர்கள் வெவ்வேறு நாடுகளைச் சேர்ந்தவர்கள்.
உற்பத்தி காரணிகளின் இயக்கம்	மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு போன்ற உற்பத்தி காரணிகள் ஒரு தேசம் முழுவதும் இயங்கும்.	மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு போன்ற உற்பத்தி காரணிகள் வெவ்வேறு நாடுகளில் இயங்குகின்றன.
பன்முகத்தன்மை கொண்ட வாடிக்கையாளர்கள்	பொதுவாக, உள்நாட்டு சந்தையில் வாடிக்கையாளர்கள் ஒரே மாதிரியாக	வெவ்வேறு மதம், சாதி, மொழி போன்றவற்றின் காரணமாக வாடிக்கையாளர்கள்





	இருப்பார்கள்.	சர்வதேச சந்தையில் ஒரே மாதிரியாக இல்லை.
அபாயங்கள்	இதன் கீழ், ஒரு தேசம் தேசத்திற்குள் அரசியல் அபாயங்களுக்கு உள்ளாகிறது.	வெவ்வேறு நாடுகளுக்கு வெவ்வேறு அரசியல் ஆபத்துகள் இருப்பதால் இது சர்வதேச வர்த்தகத்திற்கு தடையாக இருக்கலாம்.
கொள்கைகள்	இது ஒரு தேசத்தின் வெவ்வேறு கொள்கைகள் மற்றும் விதிமுறைகள் மற்றும் சட்டங்களுக்கு உட்பட்டது.	இது பல்வேறு கொள்கைகள் மற்றும் விதிமுறைகள் மற்றும் பல நாடுகளின் சட்டங்களுக்கு உட்பட்டது.
நாணய	ஒரே ஒரு நாணயம் சம்பந்தப்பட்டது.	ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட நாணயங்களின் ஈடுபாடு உள்ளது.

சர்வதேச வணிகத்தின் நன்மைகள் :

1. புவிமயியல் சிறப்பு:

உலகெங்கிலும் உள்ள புவிமயியல் சிறப்பு நாடுகள் இயற்கை வளங்கள், மூலதன உபகரணங்கள், மனிதவளம், தொழில்நுட்பம் மற்றும் நிலம் மற்றும் பலவற்றின் அடிப்படையில் கணிசமாக வேறுபடுகின்றன. சில நாடுகளில் கனிம வளங்கள் ஹைட்ரோ-எலக்ட்ரிக் பவர் உலோக வளங்கள் நிறைந்துள்ளன, மேலும் சில நாடுகளில் மேம்பட்ட உற்பத்தி நுட்பம்,



திறமையான உழைக்கும் மக்கள் தொகை, மூலதன உபகரணங்கள் மற்றும் பல உள்ளன. பிற நாடுகளில் உள்ள பற்றாக்குறை வளங்களுக்கான புவியியல் நிபுணத்துவத்தின் விளைவாக உபரி வளங்களை பரிமாறிக்கொள்ள சர்வதேச வணிகம் தேவைப்படுகிறது.

## 2. இயற்கை வளங்களின் உகந்த பயன்பாடு:

சர்வதேச வணிகம் ஒரு எளிய கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் செயல்படுகிறது, ஒரு நாடு மிகவும் திறமையாக உற்பத்தி செய்து உபரி உற்பத்தியை மற்ற நாடுகளுடன் வர்த்தகம் செய்ய முடியும், அது உற்பத்தி செய்ய முடியாததை மிகவும் திறமையாக வாங்க வேண்டும். இது நாடுகள் தங்களிடம் உள்ள பற்றாக்குறை வளங்களை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்திக்கொள்ள உதவுகிறது.

## 3. பொருளாதார வளர்ச்சி:

இயந்திரங்கள், உபகரணங்கள், தொழில்நுட்பம், திறமை மற்றும் பலவற்றை இறக்குமதி செய்வதன் மூலம் விரைவான பொருளாதார வளர்ச்சியை அடைய வளரும் நாடுகளுக்கு சர்வதேச வணிகம் பெரிதும் உதவுகிறது. உதாரணமாக., ஒரு காலத்தில் பொருளாதார வளர்ச்சியில் மந்தமாக இருந்த சீனா, இந்தியா, பிரேசில் மற்றும் தென் கொரியா ஆகியவை சர்வதேச வணிகத்தின் காரணமாக வேகமாக பொருளாதார வளர்ச்சியை அடைகின்றன.

## 4. வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம்:

சர்வதேச வணிகமானது விவசாய மற்றும் தொழில்துறை நடவடிக்கைகளின் விரிவாக்கம் மற்றும் வளர்ச்சிக்கு உதவுவதன் மூலம் வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது. இது ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி நிறுவனங்களால் பணியமர்த்தப்பட்டவர்களுக்கு நேரடி வேலைவாய்ப்பை வழங்குகிறது மற்றும் பல இடைநிலை நிறுவனங்களான, தீர்வு மற்றும் அனுப்புதல் முகவர், உள்தள்ளல் வீடுகள் போக்குவரத்து நிறுவனங்கள்,



அவுட்சோர்சிங் ஏஜென்சிகள் போன்றவற்றுக்கு மறைமுக வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறது.

#### 5. உயர்தர வாழ்க்கை:

சர்வதேச வணிகத்தின் காரணமாக, நாட்டின் குடிமக்கள் பல வகையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்க முடியும், அவை சொந்த நாட்டிற்குள் உற்பத்தி செய்ய முடியாது. நாடுகளுக்கிடையிலான இந்த பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றம் மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்துகிறது.

#### 6. விலை சமன்பாடு:

சர்வதேச வர்த்தகம் உலக சந்தையில் தினசரி ஏற்ற இறக்கமாக இருக்கும் பல்வேறு பொருட்களின் விலைகளை நிலைப்படுத்த உதவுகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டில் ஒரு பொருளின் விலை கடுமையாக உயரும் போதெல்லாம், அதே பண்டம் வேறு சில வெளிநாட்டிலிருந்து இறக்குமதி செய்யப்படுகிறது. சொந்த நாட்டில் கடுமையான விலைவாசி உயர்வை தடுக்க நாடுகள். இவ்வாறு, சர்வதேச வணிகமானது பல்வேறு பொருட்களின் விலைகளின் வன்முறை ஏற்ற இறக்கங்களைத் தடுக்கிறது மற்றும் ஒவ்வொரு நாட்டிலும் பல்வேறு பொருட்களின் விலைகளை நிலையான அளவில் பராமரிக்க உதவுகிறது.

#### 7. அதிக லாபத்திற்கான வாய்ப்புகள்:

சர்வதேச வர்த்தகமானது, அதிகப்படியான பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்களுக்கு சர்வதேச சந்தையில் பல்வேறு நாடுகளுக்கு ஒப்பீட்டளவில் அதிக விலைக்கு விற்க உதவுகிறது. இது அவர்களுக்கு அதிக லாபம் ஈட்ட உதவுகிறது.

#### 8. திறன் பயன்பாடு:



சர்வதேச வணிகமானது, நாடு முழுவதும் உள்ள நிறுவனங்கள் தங்கள் பொருட்களையும் சேவைகளையும் சர்வதேச சந்தையில் பெரிய அளவில் விற்க உதவுகிறது. இதன் விளைவாக, அவற்றின் இயந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்கள் அவற்றின் முழு திறனுடன் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. சுருக்கமாகச் சொன்னால், உள்நாட்டுச் சந்தையில் பொருட்களை விற்பதைத் தவிர, சர்வதேச சந்தையில் பொருட்களை விற்பனை செய்வதற்கான வாய்ப்பு, இயந்திரங்கள், கருவிகள், உபகரணங்கள் மற்றும் தொழிற்சாலையை ஆண்டு முழுவதும் முழுமையாக ஈடுபடுத்துகிறது.

### 9. சர்வதேச அமைதி:

சர்வதேச வணிகம், உலகெங்கிலும் உள்ள நாடுகளை ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்து இருக்கச் செய்கிறது, அதே நேரத்தில் இந்த நாடுகள் அவற்றின் செயல்பாட்டில் சுதந்திரமாக உள்ளன. இது கலாச்சாரம், கருத்துக்கள் மற்றும் பரஸ்பர புரிதல் பரிமாற்றத்தை எளிதாக்குகிறது. இது பல்வேறு நாடுகளின் மக்களிடையே கலாச்சார மற்றும் சமூக உறவுகளை வளர்த்து வலுப்படுத்துகிறது. இவை அனைத்தும் சர்வதேச அமைதியை நிலைநாட்டுவதற்கு கூட்டாக பங்களிக்கின்றன.

சர்வதேச வணிகத்தின் தீமைகள் :

#### 1. பொருளாதார சார்பு:

சர்வதேச வர்த்தகம், வெளிநாடுகளில் இருந்து இறக்குமதி செய்வதையே அதிகம் நம்பியிருக்க வாய்ப்புள்ளது. இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருட்களுக்குப் பதிலாக உள்நாட்டில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்வதற்கும், அதன் மூலம் தன்னிறைவு பெறுவதற்கும் முந்தையவர்கள் எந்த முயற்சியும் எடுக்காமல் இருக்கலாம். இதன் விளைவாக, இறக்குமதி செய்யும் நாடு பொருளாதார ரீதியாக ஏற்றுமதி நாட்டிற்கு அடிமையாகி, ஏற்றுமதி செய்யும் நாட்டின் காலனியாக மாறலாம்.



## 2. வீட்டுத் தொழில்களின் வளர்ச்சியைத் தடுப்பது:

சர்வதேச வணிகம் உள்நாட்டு தொழில் வளர்ச்சியை ஊக்கப்படுத்தலாம். தடையற்ற இறக்குமதிகள் மற்றும் வெளிநாட்டு நிறுவனங்களின் கடுமையான போட்டி ஆகியவை வீட்டுத் தொழில்களை முற்றிலுமாக அழிக்கக்கூடும்.

## 3. தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்களின் இறக்குமதி:

சர்வதேச வணிகம் ஆடம்பர பொருட்கள், போலி பொருட்கள், ஆபத்தான பொருட்கள் போன்றவற்றை இறக்குமதி செய்ய வழிவகுக்கும். இது மக்களின் நல்வாழ்வுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.

4. சொந்த நாட்டில் அத்தியாவசியப் பொருட்களின் பற்றாக்குறை: மேலும், அதிக அன்னியச் செலாவணி சம்பாதிக்க வேண்டும் என்ற பேராசையால் அத்தியாவசியப் பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்வதால், சொந்த நாட்டில் இந்தப் பொருட்களுக்கு முழுமையான தட்டுப்பாடு ஏற்படுவதோடு, உள்ளூர் சந்தையில் அதிக விலைக்கு இந்தப் பொருட்களை மக்கள் வாங்க வேண்டியிருக்கும்.

## 5. இயற்கை வளங்களை தவறாக பயன்படுத்துதல்:

உலகெங்கிலும் உள்ள பல்வேறு நாடுகளுக்கு பற்றாக்குறையான இயற்கை வளங்களை அதிகமாக ஏற்றுமதி செய்வது, ஏற்றுமதி செய்யும் நாடுகளில் உள்ள வளங்களை விரைவாகக் குறைக்க வழிவகுக்கும். இது ஏற்றுமதி செய்யப்படும் நாட்டில் சுற்றுச்சூழல் பேரழிவை ஏற்படுத்தலாம்.

## 6. அரசியல் சுரண்டல்:

சர்வதேச வணிகம் நாடுகளிடையே பொருளாதார சார்புநிலையை உருவாக்கலாம், இது அவர்களின் அரசியல் சுதந்திரத்தை அச்சுறுத்தும்.



MNCகள் அரசாங்கத்தின் கொள்கை முடிவை தங்களுக்கு சாதகமாக பாதிக்கலாம். காலப்போக்கில் அவர்கள் தங்கள் பண பலத்தின் மூலம் தேசத்தின் நிர்வாகிகளுக்கு விதிமுறைகளை ஆணையிடலாம். உதாரணமாக ஆங்கிலேயர்கள் பல நாடுகளுக்கு வெறும் வர்த்தகர்களாக வந்து இறுதியில் அந்த நாடுகளை காலனித்துவப்படுத்தி பல நூற்றாண்டுகளாக ஆட்சி செய்தனர்.

#### 7. நாடுகளிடையே போட்டி:

ஏற்றுமதிக்கான கடுமையான போட்டி நாடுகளுக்கு இடையே போட்டிக்கு வழிவகுக்கும். இது நாடுகளுக்கிடையில் நலன் மோதலுக்கு வழிவகுத்து, அவற்றுக்கிடையே போர்களில் முடிவடையும்.

#### 8. கலாச்சாரத்தின் மீதான படையெடுப்பு:

சர்வதேச வணிகம் நாட்டின் கலாச்சாரத்தின் மீது படையெடுப்பை ஏற்படுத்தலாம். இளைய தலைமுறையினர் வெளிநாட்டு கலாச்சாரத்தை பின்பற்றி, சமூகத்தின் வசதி படைத்த பிரிவினரிடம் அங்கீகாரம் பெற தங்கள் சக்திக்கு அப்பாற்பட்ட பொருட்களையும் சேவைகளையும் வாங்குவதற்கான வாய்ப்புகள் அதிகம். இது சமூகத்தின் வழக்கமான வாழ்க்கை முறையை சீரழித்து விடும்.

#### சர்வதேச செயல்பாட்டு மேலாண்மை :

செயல்பாட்டு மேலாண்மை என்பது உள்ளீடுகளை வெளியீடுகளாக மாற்றுவதன் மூலம் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் வடிவத்தில் மதிப்பை உருவாக்கும் செயல்களின் தொகுப்பாகும். சந்தை உலகமயமாக்கல், தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி, சர்வதேச வர்த்தக தடைகளை சமாளித்தல் மற்றும் சில வளர்ச்சியடையாத பொருளாதாரங்களின் ஏற்றம் ஆகியவை பல நாடுகளின் பொருளாதார கட்டமைப்பை மாற்றியமைத்து, நிறுவனங்கள் தங்கள் உத்திகளையும் வணிகம் செய்யும் வழியையும் மாற்றத் தூண்டுகிறது. சர்வதேச செயல்பாட்டு



மேலாண்மை என்பது பல்வேறு வகையான வள உள்ளீடுகளை (பொருள், உழைப்பு மற்றும் பல) இறுதி பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளாக மாற்றுவதற்கு ஒரு சர்வதேச வணிகத்தால் பயன்படுத்தப்படும் எண்ணற்ற செயல்கள் ஆகும். தயாரிப்பு மற்றும் சேவையின் தரம் மற்றும் உற்பத்தித்திறனை நிர்ணயிப்பதில் பொருத்தமான வடிவமைக்கப்பட்ட மற்றும் நிர்வகிக்கப்பட்ட இயக்க முறைமை முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. கூடுதலாக, தொழில்நுட்பம், நுகர்வோர் சுவைகள் மற்றும் விருப்பத்தேர்வுகள், விலை நிலைகள், போட்டி அச்சுறுத்தல்கள் மற்றும் பலவற்றில் மாற்றங்கள் அல்லது புதிய முன்னேற்றங்களுக்கு நிறுவனம் எவ்வளவு விரைவாக பதிலளிக்க முடியும் என்பதை தீர்மானிப்பதில் செயல்பாட்டு மேலாண்மை நிறைய பங்களிக்கிறது.

சர்வதேச வணிகத்தைப் பாதிக்கும் காரணிகள் :

1. சட்டப் பொறுப்புகள்:

நாடுகடந்த வணிகங்கள் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நாடுகளின் சட்டக் கட்டமைப்பைக் கையாள வேண்டும். வயது, இயலாமை பாகுபாடு, ஊதிய விகிதங்கள், வேலைவாய்ப்பு, சுற்றுச்சூழல் மற்றும் பிறவற்றின் அடிப்படையில் அவை வேறுபடலாம். எனவே, அனைத்து நாடுகளின் அனைத்து விதிகளையும் கடைப்பிடிப்பது MNCகளின் செயல்பாட்டை பாதிக்கிறது. கூடுதலாக, பல சர்வதேச கடன் வழங்கும் நிறுவனங்கள் சட்ட கலாச்சாரம் மற்றும் பணி கொள்கைகளை பாதிக்கலாம்.

2. அரசியல் காரணிகள் :

உலகளாவிய வணிகத்தில் ஈடுபட்டுள்ள நாடுகளின் பல்வேறு அரசியல் கருத்துக்கள் வணிகத்தை எளிதாக்குகின்றன அல்லது தடுக்கின்றன. அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை, வெளிநாட்டு வர்த்தக விதிமுறைகள், புதிய அரசாங்கங்களின் நடவடிக்கைகள் மாற்றம் மற்றும் பலவற்றால் மிகவும் பாதிக்கப்படுவது நாடுகளின் அரசாங்கங்களுக்கிடையில் உள்ள வர்த்தக



ஒப்பந்தங்கள் ஆகும். கூடுதலாக, அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை இல்லாத நாடுகளுடன் வணிகம் செய்வது MNCகளின் செயல்பாடுகளை நேரடியாக பாதிக்கும்.

### 3. தொழில்நுட்ப காரணிகள்:

தொழில்நுட்ப காரணிகள் பொருளாதார வளர்ச்சி மற்றும் சமூக மாற்றத்தை அதிகரிக்கின்றன. எனவே, எல்லை தாண்டிய வணிகங்கள் காரணமாக அவை நாடுகளில் சாதகமான மற்றும் எதிர்மறையான தாக்கங்களை ஏற்படுத்துகின்றன. கூடுதலாக, இது உள்ளூர் வணிகங்களின் இருப்பை அழிவின் நிலைக்கு அச்சுறுத்தலாம் அல்லது உலகளாவிய தரத்திற்கு அவற்றின் அளவை அதிகரிக்கலாம்.

### 4. பொருளாதார காரணிகள்:

சர்வதேச வணிகத்தை நேரடியாக பாதிக்கும் பல பொருளாதார காரணிகள் மற்றவற்றுடன் அடங்கும்:

- நிதிக் கொள்கைகள்
- பணவீக்க விகிதங்கள்
- வட்டி விகிதங்கள்
- வருமானப் பகிர்வு
- வேலைவாய்ப்பு நிலை
- அரசு பட்ஜெட் ஒதுக்கீடு
- வாடிக்கையாளர்களின் வாங்கும் திறன்
- பல்வேறு பொருட்களுக்கான தேவை
- நாட்டின் நாணய மதிப்பு

### 5. சமூக காரணிகள்:

சமூக சூழல் மற்றும் கலாச்சாரம், மக்களின் பழக்கவழக்கங்கள், வாழ்க்கை முறைகள் போன்றவை சர்வதேச வணிகத்தில் நேரடி தாக்கத்தை





ஏற்படுத்துகின்றன. கல்வி, விழிப்புணர்வு, நிலை மற்றும் சமூகத்தில் உள்ள மக்களின் போக்குகள் போன்ற சமூக காரணிகள், பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குவதற்கான நுகர்வோரின் நடத்தையை தீர்மானிக்கின்றன.

#### 6. சுற்றுச்சூழல் காரணிகள்:

சுற்றுச்சூழல் விழிப்புணர்வின் அதிகரிப்பு காரணமாக கடந்த சில ஆண்டுகளில் வெளிப்புற சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் உலகளாவிய வணிகத்திற்கு குறிப்பிடத்தக்க பிரச்சினைகளாக மாறியுள்ளன. காலநிலை மாற்றம், வானிலை, வெப்பநிலை போன்ற காரணிகள் பல பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தேவை முறையை பாதிக்கிறது. சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்த தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை நோக்கி நாடுகளின் பல்வேறு நிலைகளில் அதிக தேவை நகர்வதும் இன்றியமையாத காரணியாகும். குறிப்பிடத்தக்க பல காரணிகள் சர்வதேச வணிகத்தை பாதிக்கின்றன, ஆனால் இது எல்லா முரண்பாடுகளுக்கும் எதிராக ஒவ்வொரு ஆண்டும் அதிகரித்து வருகிறது.

#### சர்வதேச வணிகத்தில் ஈடுபடுவதற்கான வழிமுறைகள்:

சர்வதேச வணிகத்தில் ஈடுபடும் வெவ்வேறு முறைகள் அல்லது வழிகள் கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.

#### 1. ஏற்றுமதி:

ஏற்றுமதி என்பது ஒரு நாட்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை மற்ற நாடுகளுக்கு விற்பனை செய்வதாகும். வெளிநாட்டுச் சந்தைகளில் நுழைவதில் மிகவும் எளிமையானது மற்றும் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுவது ஏற்றுமதிதான். மூன்று வகையான ஏற்றுமதிகள் உள்ளன: நேரடி ஏற்றுமதி, மறைமுக ஏற்றுமதி மற்றும் உள் நிறுவன பரிமாற்றங்கள்.



நேரடி ஏற்றுமதிகள்:- நேரடி ஏற்றுமதிகள் ஒரு (வைத்திருக்கும்) நிறுவனத்தால் செய்யப்படும் மிக அடிப்படையான ஏற்றுமதி முறையைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகிறது, இது சொந்த நாட்டில் குவிந்து கிடக்கும் உற்பத்தியில் பொருளாதாரத்தை மூலதனமாக்குகிறது மற்றும் விநியோகத்தில் சிறந்த கட்டுப்பாட்டை வழங்குகிறது. அளவுகள் சிறியதாக இருந்தால் நேரடி ஏற்றுமதி சிறப்பாகச் செயல்படும். நேரடி ஏற்றுமதி நுழைவு மாதிரியின் முக்கிய பண்பு என்னவென்றால், இடைத்தரகர்கள் இல்லை.

**நன்மைகள் :**

- வெளிநாட்டு சந்தைகளின் தேர்வு மற்றும் வெளிநாட்டு பிரதிநிதி நிறுவனங்களின் தேர்வு மீதான கட்டுப்பாடு
- இலக்கு சந்தையில் இருந்து நல்ல தகவல் பின்னூட்டம், வாங்குபவர்களுடன் சிறந்த உறவுகளை வளர்த்தல்
- வர்த்தக முத்திரைகள், காப்புரிமைகள், நல்லெண்ணம் மற்றும் பிற அருவ சொத்துக்களின் சிறந்த பாதுகாப்பு
- அதிக விற்பனையாகும், எனவே அதிக மறைமுக ஏற்றுமதியை விடலாபம்.

**குறைபாடுகள் :**

- மறைமுக ஏற்றுமதிக்கு மாறாக அதிக தொடக்கச் செலவுகள் மற்றும் அதிக அபாயங்கள்
- அதிக நேரம் முதலீடுகள், வளங்கள் மற்றும் பணியாளர்கள் மற்றும் நிறுவன மாற்றங்கள் தேவை
- அதிக தகவல் தேவைகள்
- மறைமுக ஏற்றுமதிக்கு எதிராக நீண்ட நேரம் சந்தைக்கு

**மறைமுக ஏற்றுமதி: -**



மறைமுக ஏற்றுமதி என்பது உள்நாட்டில் அடிப்படையிலான ஏற்றுமதி இடைத்தரகர்கள் மூலம் ஏற்றுமதி செய்யும் செயல்முறையாகும். ஏற்றுமதியாளருக்கு வெளிநாட்டு சந்தையில் அதன் தயாரிப்புகள் மீது கட்டுப்பாடு இல்லை. மறைமுக ஏற்றுமதி என்பது தயாரிப்புகளை அவற்றின் அசல் வடிவத்தில் அல்லது மாற்றியமைக்கப்பட்ட வடிவத்தில் உள்நாட்டு நிறுவனம் மூலம் வெளிநாட்டுக்கு ஏற்றுமதி செய்வதாகும்.

### நன்மைகள்

- விரைவான சந்தை அணுகல்
- உற்பத்தியை நோக்கி வளங்களின் செறிவு
- வாடிக்கையாளரின் ஏற்றுமதிகள் பொதுவாக சர்வதேச விற்பனையுடன் தொடர்புடைய பெரும்பாலான செலவுகளை உள்ளடக்கும் என்பதால் சிறிய அல்லது நிதி ஈடுபாடு இல்லை.
- தங்கள் உள்நாட்டு சந்தையை மிகவும் முக்கியமானதாகக் கருதும் நிறுவனங்களுக்கும், இன்னும் தங்கள் R&D, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விற்பனை உத்திகளை உருவாக்கி வரும் நிறுவனங்களுக்கும் குறைந்த ஆபத்து உள்ளது.
- ஏற்றுமதி மேலாண்மை அவுட்சோர்ஸ் செய்யப்படுகிறது, நிர்வாகக் குழுவின் அழுத்தத்தைக் குறைக்கிறது
- ஏற்றுமதி செயல்முறைகளை நேரடியாகக் கையாள முடியாது.

### குறைபாடுகள் :

- நேரடி ஏற்றுமதிக்கு மாறாக விநியோகம், விற்பனை, சந்தைப்படுத்தல் போன்றவற்றின் மீது சிறிதளவு அல்லது கட்டுப்பாடு இல்லாதது
- விநியோகஸ்தரின் தவறான தேர்வு, மற்றும் அதன் விளைவு, சந்தை, நிறுவனத்தின் சர்வதேச வெற்றியை பாதிக்கும் சந்தை பின்னூட்டம் போதாததற்கு வழிவகுக்கும்



- குறைந்த விற்பனை நேரடி ஏற்றுமதியுடன் ஒப்பிடும்போது (குறைந்த அளவு நேரடியாக நேரடியாக ஏற்றுமதி செய்வதில் முக்கிய அம்சமாக இருக்கலாம்). ஒரு குறிப்பிட்ட விநியோகஸ்தர்/சந்தையைத் தவறாகத் தேர்ந்தெடுக்கும் ஏற்றுமதி கூட்டாளர்கள், நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டுத் திறனைத் தடுக்கலாம்.

**உள் நிறுவன இடமாற்றங்கள்:**

உள்-கார்ப்பரேட் இடமாற்றங்கள் என்பது ஹோஸ்ட் நிறுவனத்தில் அதன் இணைந்த நிறுவனத்திற்கு ஒரு நிறுவனத்தால் தயாரிப்புகளை விற்பதாகும். இந்தியாவில் உள்ள ஹிந்துஸ்தான் லீவரின் தயாரிப்புகளை அமெரிக்காவில் உள்ள யூனிலீவர் நிறுவனத்திற்கு விற்பது, உள் நிறுவன இடமாற்றங்களுக்கு உதாரணம். இந்தப் பரிவர்த்தனை இந்தியாவில் ஏற்றுமதியாகவும், அமெரிக்காவில் இறக்குமதியாகவும் கருதப்படுகிறது. சர்வதேச சந்தைகளை தங்கள் வெற்றியின் முக்கியமான பகுதியாகக் கருதும் நிறுவனங்கள் நேரடி ஏற்றுமதியை சந்தை நுழைவுக் கருவியாகக் கருதும். அவர்களின் மற்ற இலக்குகளுக்கு அச்சுறுத்தலாக இருக்கும் நிதி ஆபத்தைத் தவிர்க்க விரும்பும் நிறுவனங்களால் மறைமுக ஏற்றுமதி விரும்பப்படுகிறது.

**2. உரிமம்:**

ஒரு சர்வதேச உரிம ஒப்பந்தம் ஒரு குறிப்பிட்ட சந்தையில் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ஒரு உரிமையாளரின் தயாரிப்பை பிரத்தியேகமாகவோ அல்லது பிரத்தியேகமாகவோ தயாரிக்க வெளிநாட்டு நிறுவனங்களை அனுமதிக்கிறது. சுருக்கமாக, இந்த வெளிநாட்டு சந்தை நுழைவு பயன்முறையில், சொந்த நாட்டில் உரிமம் பெற்றவர், ஹோஸ்ட் நாட்டில் உரிமம் பெற்றவருக்கு வரையறுக்கப்பட்ட உரிமைகள் அல்லது ஆதாரங்களை வழங்குகிறார். உரிமைகள் அல்லது ஆதாரங்களில் காப்புரிமைகள், வர்த்தக முத்திரைகள், நிர்வாகத் திறன்கள்,



தொழில்நுட்பம் மற்றும் பிறவற்றை உள்ளடக்கலாம் வெளிநாட்டில் புதிய செயல்பாட்டைத் திறக்க உரிமதாரர் தேவையில்லாமல் நாடு. உரிமதாரர் வருவாய் பொதுவாக ஒரு முறை செலுத்துதல், தொழில்நுட்ப கட்டணம் மற்றும் ராயல்டி கொடுப்பனவுகளின் வடிவங்களை வழக்கமாக விற்பனையின் சதவீதமாக கணக்கிடப்படுகிறது.

### 3. உரிமையளித்தல்:

உரிமையாளர் அமைப்பு பின்வருமாறு வரையறுக்கப்படுகிறது: "அதன் வர்த்தக முத்திரையுடன் அடையாளம் காணப்படுவதற்கு, அதன் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை விற்பனை செய்வதற்கான உரிமைக்கு ஈடாக, அரை-சுயாதீனமான வணிக உரிமையாளர்கள் (உரிமையாளர்கள்) ஒரு தாய் நிறுவனத்திற்கு (உரிமையாளர்) கட்டணம் மற்றும் ராயல்டிகளை செலுத்தும் அமைப்பு, மற்றும் பெரும்பாலும் அதன் வணிக வடிவம் மற்றும் அமைப்பைப் பயன்படுத்துவதற்கு." உரிமத்துடன் ஒப்பிடும் போது, உரிமையாளர் ஒப்பந்தங்கள் நீண்டதாக இருக்கும் மற்றும் உரிமையாளர் உரிமைகள் மற்றும் வளங்களின் பரந்த தொகுப்பை வழங்குகிறது, இதில் பொதுவாக அடங்கும்: உபகரணங்கள், நிர்வாக அமைப்புகள், செயல்பாட்டு கையேடு, ஆரம்ப பயிற்சிகள், தள ஒப்புதல் மற்றும் அதன் வணிகத்தை நடத்துவதற்கு உரிமையாளருக்கு தேவையான அனைத்து ஆதரவும் அதே வழியில் அது உரிமையாளரால் செய்யப்படுகிறது. அதுமட்டுமல்லாமல், உரிம ஒப்பந்தம் அறிவுசார் சொத்து, வர்த்தக ரகசியங்கள் மற்றும் பிற விஷயங்களை உள்ளடக்கியிருக்கும் அதே வேளையில், உரிமையளிப்பதில் வர்த்தக முத்திரைகள் மற்றும் வணிகத்தின் செயல்பாட்டு அறிவுக்கு மட்டுப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

### 4. ஆயத்த தயாரிப்பு திட்டங்கள்:

ஒரு ஆயத்த தயாரிப்பு திட்டம் என்பது ஒரு நிறுவனம் உற்பத்தி/வணிகம்/சேவைகள்/வசதி ஆகியவற்றை முழுமையாக வடிவமைத்து, கட்டமைத்து, சித்தப்படுத்துவதற்கு ஒப்புக் கொள்ளும்



ஒப்பந்தமாகும். ஒரு ஆயத்த தயாரிப்பு திட்டம் என்பது புதிய வசதிகள் மற்றும் பணியாளர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கவும், வடிவமைப்பதற்காகவும் ஒப்பந்ததாரர்களுக்கு பணம் செலுத்தும் போது ஒரு திட்டத்தை குறிக்கிறது. ஆயத்த தயாரிப்பு திட்டம் என்பது ஒரு வெளிநாட்டு நிறுவனம் அந்த நாட்டில் ஒரு ஆலையை உருவாக்குவதன் மூலம் அதன் செயல்முறை மற்றும் தொழில்நுட்பத்தை மற்ற நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்வதற்கான ஒரு வழியாகும். சிக்கலான உற்பத்தி தொழில்நுட்பங்களில் நிபுணத்துவம் பெற்ற தொழில்துறை நிறுவனங்கள் பொதுவாக ஆயத்த தயாரிப்பு திட்டங்களை ஒரு நுழைவு உத்தியாகப் பயன்படுத்துகின்றன. ஆயத்த தயாரிப்பு திட்டங்களின் முக்கிய நன்மைகளில் ஒன்று, ஒரு நிறுவனம் ஒரு ஆலையை நிறுவி ஒரு வெளிநாட்டில் ஈடுபடுவதற்கான சாத்தியக்கூறு ஆகும், குறிப்பாக வெளிநாட்டு நேரடி முதலீட்டு வாய்ப்புகள் குறைவாகவும், குறிப்பிட்ட பகுதியில் நிபுணத்துவம் இல்லாததாகவும் உள்ளது.

#### 5. ஒப்பந்த உற்பத்தி:

சில நிறுவனங்கள் தங்கள் அல்லது உற்பத்தியின் ஒரு பகுதியை அவுட்சோர்ஸ் செய்து மார்க்கெட்டிங் நடவடிக்கைகளில் கவனம் செலுத்துகின்றன. நைக் அதன் தடகள பாதணிகளை உற்பத்தி செய்வதற்கு தென்கிழக்கு ஆசியாவில் உள்ள பல தொழிற்சாலைகளுடன் ஒப்பந்தம் செய்துள்ளது மேலும் அது சந்தைப்படுத்துதலில் கவனம் செலுத்துகிறது.

#### 6. மேலாண்மை ஒப்பந்தம்:

சில நிறுவனங்கள் தங்கள் மேலாண்மை நடவடிக்கைகளை அவுட்சோர்ஸ் செய்கின்றன - BPO தொழில்.

சர்வதேச வணிகச் சூழல்:

அறிமுகம்:



ஒரு உலகளாவிய நிறுவனம் அதன் பணிகள், நோக்கங்கள் மற்றும் இலக்குகளின் அடிப்படையில் உத்திகளை உருவாக்க வேண்டும். ஒரு உலகளாவிய நிறுவனமானது, வெளிநாட்டு நாடுகளில் அறிமுகப்படுத்துவதற்கான தயாரிப்பு/சேவை வரம்பு, நுழைவதற்கான சந்தைகள் குறித்து முடிவெடுப்பதற்கு வியூகத்தை உருவாக்குவது அவசியம்.

மூலோபாயத்தை உருவாக்குவதற்கான அடிப்படை அடிப்படையானது சுற்றுச்சூழல் பகுப்பாய்வு ஆகும். ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கும் விற்பனை செய்வதற்கும் வணிகத்திற்கு சூழல் வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது. சுற்றுச்சூழல் சில நேரங்களில் வணிகத்திற்கு அச்சுறுத்தல்களையும் சவால்களையும் முன்வைக்கிறது. சுற்றுச்சூழலால் ஏற்படும் சவால்களை எதிர்கொள்ள வணிகம் அதன் பலத்தை மேம்படுத்த வேண்டும். சுற்றுச்சூழலைப் பற்றிய ஆய்வு வணிகத்திற்கு உத்திகளை வகுக்க உதவுகிறது மற்றும் போட்டி நிறைந்த உலகளாவிய சந்தைகளில் வணிகத்தை திறமையாக நடத்த உதவுகிறது.

**சர்வதேச வணிகச் சூழலின் பொருள்:**

சுற்றுச்சூழல் என்றால் சுற்றுப்புறம் என்று பொருள். சர்வதேச வணிகச் சூழல் என்பது சர்வதேச வணிகத்தைச் சுற்றியுள்ள/சூழ்ந்துள்ள காரணிகள்/செயல்பாடுகளைக் குறிக்கிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், வணிக சூழல் என்பது MNC மற்றும் நாடுகடந்த நிறுவனங்களை பாதிக்கும் அல்லது பாதிக்கும் காரணிகளை குறிக்கிறது.

சர்வதேச வணிகத்தை பாதிக்கும் காரணிகள் சமூக மற்றும் கலாச்சார காரணிகள் (S), தொழில்நுட்ப காரணிகள் (T), பொருளாதார காரணிகள் (E), அரசியல்/அரசு காரணிகள் (P), சர்வதேச காரணிகள் (I) மற்றும் இயற்கை காரணிகள் (N). [உள்ளே வா]



சுற்றுச்சூழல் பகுப்பாய்வு என்ற சொல்லை வில்லியம் எஃப். க்ரூக் வரையறுத்துள்ளார், "பொருளாதார, அரசு/சட்ட, சந்தை/போட்டி, சப்ளையர்/தொழில்நுட்பம், புவியியல் மற்றும் சமூக அமைப்புகளை மூலோபாயவாதிகள் தங்கள் நிறுவனங்களுக்கு வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களைத் தீர்மானிக்கும் செயல்முறை".

**சர்வதேச வணிகச் சூழலில் வெளிப்புற செல்வாக்கு:**

வணிக சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் உள் சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் மற்றும் வெளிப்புற சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் என பரவலாக பிரிக்கப்படுகின்றன. மனித வள மேலாண்மை, தொழிற்சங்கங்கள், நிறுவன அமைப்பு, நிதி மேலாண்மை, சந்தைப்படுத்தல் மேலாண்மை மற்றும் உற்பத்தி மேலாண்மை மேலாண்மை/தலைமைப் பாணி போன்றவை உள் சுற்றுச்சூழல் காரணிகளாகும்.

வெளிப்புற சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் மேலும் மைக்ரோ மற்றும் மேக்ரோ வெளிப்புற சுற்றுச்சூழல் காரணிகளாக பிரிக்கப்படுகின்றன. மைக்ரோ சுற்றுச்சூழல் காரணிகளில் போட்டியாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், சந்தை இடைத்தரகர்கள், மூலப்பொருட்களின் சப்ளையர்கள், வங்கியாளர்கள் மற்றும் பிற நிதி வழங்குநர்கள், பங்குதாரர்கள் மற்றும் வணிக நிறுவனத்தின் பிற பங்குதாரர்கள் உள்ளனர். வெளிப்புற மேக்ரோ சுற்றுச்சூழல் காரணிகளில் சமூக மற்றும் கலாச்சார காரணிகள், தொழில்நுட்ப காரணிகள், பொருளாதார காரணிகள், அரசியல் மற்றும் அரசாங்க காரணிகள், சர்வதேச காரணிகள் மற்றும் இயற்கை காரணிகள் ஆகியவை அடங்கும்.

**சர்வதேச வணிகத்தில் மனித மற்றும் கலாச்சார செல்வாக்கு:**

கலாச்சாரம் என்பது, "ஒரு சமூகத்தின் உறுப்பினர் மொழி மற்றும் பிற குறியீட்டு தொடர்புகளின் மூலம் கற்றுக் கொள்ளும் சிந்தனை மற்றும் நடத்தை முறைகள் - அவர்களின் பழக்கவழக்கங்கள், பழக்கவழக்கங்கள், நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்புகள், பொதுவான பார்வை புள்ளிகள் அவர்களை ஒரு சமூக அமைப்பாக இணைக்கிறது. கலாச்சார மாற்றம் படிப்படியாக புதிய யோசனைகளை எடுத்து பழையவற்றை கைவிடுகிறது, ஆனால் கடந்த காலத்தின் பல கலாச்சாரங்கள் மிகவும் விடாப்பிடியாகவும்





தன்னடக்கமாகவும் இருந்ததால், இத்தகைய திடீர் மாற்றத்தின் தாக்கம் அவர்களைப் பிரித்து, அவர்களின் மக்களை உளவியல் ரீதியாக வேரோடு பிடுங்கியது.

சிறப்பியல்புகள்:

- கலாச்சாரம் என்பது நாட்டின் புவியியல் பிராந்தியத்தின் தட்பவெப்ப நிலை மற்றும் நாட்டின் பொருளாதார நிலைமைகளில் இருந்து பெறப்படுகிறது.
- இது பாரம்பரிய நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்புகளின் தொகுப்பாகும், இது கொடுக்கப்பட்ட சமூகத்தில் பரவுகிறது மற்றும் பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது.
- இது தலைமுறையிலிருந்து தலைமுறைக்கு அனுப்பப்படும் மொத்த வாழ்க்கை முறை மற்றும் சிந்தனை முறைகள்.
- இது விதிமுறைகள், பழக்கவழக்கங்கள், கலை, மதிப்புகள் போன்றவை.
- இது சமூகத்தில் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய நடத்தை வகைகளை பரிந்துரைக்கிறது.
- இது சமூக தொடர்பு மற்றும் உருவாக்கத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது.
- கலாச்சாரம் கற்றல் மூலம் பெறப்படுகிறது ஆனால் மரபுவழி மரபுவழி அல்ல.
- கலாச்சாரம் மாற்றத்திலிருந்து விடுபடவில்லை. அது மாறிக் கொண்டே இருக்கிறது.

வணிகம் எதிர்கொள்ளும் கலாச்சார சூழல்:

1. கலாச்சார அணுகுமுறை மற்றும் சர்வதேச வணிகம்:

ஆடை பழக்கம், வாழ்க்கை முறை, உணவுப் பழக்கம் மற்றும் பிற நுகர்வு முறைகள், தேவைகளின் முன்னுரிமை ஆகியவை கலாச்சாரத்தால்



பாதிக்கப்படுகின்றன. உணவுப் பழக்கவழக்கங்கள் பரவலாக வேறுபடுகின்றன. அதேபோன்று, ஆடை அணியும் பழக்கமும் அவர்களின் கலாச்சாரத்தின் அடிப்படையில் நாடு மற்றும் மாவட்டத்திற்கு மாறுபடும்.

## 2. கலாச்சார பிரபஞ்சம்:

மதம், இனம், பிரதேசம், ஜாதி போன்ற வேறுபாடின்றி, நம் அனைவருக்கும் அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ ஒரே தேவைகள் உள்ளன. இந்த பொதுவான தேவைகள் "கலாச்சார யுனிவர்சல்" என்று குறிப்பிடப்படுகின்றன. கலாச்சார யுனிவர்சல் வணிகர்கள் தயாரிப்புகளை பல வெளிநாடுகளில் மாற்றங்களுடன் சந்தைப்படுத்த உதவுகிறது. உதாரணம்: டிவி, கார்கள், வீடியோ கேம்கள்.

## 3. மொழிகளுடன் தொடர்பு:

மொழி என்பது தொடர்புக்கான அடிப்படை ஊடகம். உலகில் 5000க்கும் மேற்பட்ட மொழிகள் பேசப்படுகின்றன. ஒரே மொழியில் உள்ள ஒரே வார்த்தைகள் நாட்டின் வெவ்வேறு பகுதிகளில் வெவ்வேறு விஷயங்களைக் குறிக்கலாம்.

## 4. நேரம் மற்றும் கலாச்சாரம்:

வெவ்வேறு கலாச்சாரங்களில் நேரம் வெவ்வேறு அர்த்தங்களைக் கொண்டுள்ளது. ஆசியர்களுக்கு ஒருவரை சந்திப்பதற்கு சந்திப்பு தேவையில்லை மற்றும் நேர்மாறாகவும். ஆனால் அமெரிக்கர்கள், ஐரோப்பியர்கள் மற்றும் ஆப்பிரிக்கர்கள் யாரையாவது சந்திக்க முன் சந்திப்பு தேவை மற்றும் நேர்மாறாகவும். ஆசிய நாடுகளில், குறிப்பாக இந்தியாவில், வணிகம், கல்லூரியில் சேர்க்கை, பயணம் போன்றவற்றுக்கு நல்ல நேரம் மிகவும் முக்கியமானது.

## 5. விண்வெளி மற்றும் கலாச்சாரம்:



ஒரு நபருக்கு மற்றொரு நபருக்கு இடையிலான இடைவெளி தகவல்தொடர்புகளில் குறிப்பிடத்தக்க பங்கு வகிக்கிறது. ஆனால், கலாச்சாரம் ஒருவருக்கும் மற்றொருவருக்கும் இடையே உள்ள வேகம்/தூரத்தை தீர்மானிக்கிறது. தனியுரிமைக்காக அமெரிக்கர்களுக்கு மூன்றாவது நபரிடமிருந்து அதிக தூரம் தேவை. இந்தியர்களுக்கு இது முக்கியமில்லை.

#### 6. கலாச்சாரம் மற்றும் ஒப்பந்தம்:

அமெரிக்கா மிகவும் சட்டபூர்வமான சமூகம் மற்றும் அமெரிக்கர்கள் தங்கள் ஒப்பந்த விதிமுறைகளில் மிகவும் குறிப்பிட்ட மற்றும் வெளிப்படையானவர்கள். ஆசிய நாடுகளில் இதற்கு நேர்மாறானது உண்மை. ஆசியர்கள் ஒருபோதும் நேருக்கு நேர் மோதலை எடுப்பதில்லை. கருத்து வேறுபாடு ஏற்பட்டால் அமைதி காக்கிறார்கள்.

#### 7. கலாச்சாரம் மற்றும் நட்பு:

அமெரிக்கர்கள் குறுகிய காலத்தில் கூட நட்பை வளர்த்துக் கொள்கிறார்கள். உண்மையில், அவர்கள் ஆழமான தனிப்பட்ட உறவுகளை உருவாக்கவில்லை. சில நேரங்களில், அமெரிக்காவில் உள்ளவர்கள் வணிகத்தை முடித்துவிட்டு நட்பை வளர்த்துக் கொள்கிறார்கள். இந்தியா, ஜப்பான் மற்றும் சீனாவில் உள்ள மக்கள் ஒன்றாக சாப்பிடுவது, பரிசுகளை வழங்குவது மற்றும் வணிகம் செய்வது உள்ளிட்ட பல வழிகளில் நட்பை வளர்த்துக் கொள்கிறார்கள்.

#### 8. கலாச்சாரம் மற்றும் பேச்சுவார்த்தை:

அமெரிக்கர்கள் நேரடியானவர்கள். சீன பேச்சுவார்த்தைகள் பொதுவாக கடினமான எண்ணம் கொண்டவை மற்றும் நன்கு தயாரிக்கப்பட்டவை மற்றும் சிறந்த ஒப்பந்தத்தைப் பெற பல்வேறு தந்திரோபாயங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன.



## 9. கலாச்சாரம் மற்றும் மூடநம்பிக்கை:

ஜோசியம், பனை ஒதுதல், கனவு பகுப்பாய்வு, சூரியன் மற்றும் சந்திரனின் கட்டங்கள், வாஸ்து போன்ற மூடநம்பிக்கை நம்பிக்கைகள் ஆசிய நாடுகளிலும் சில ஆப்பிரிக்க நாடுகளிலும் முக்கியமானவை. அமெரிக்கர்கள் மரத்தைத் தட்டுகிறார்கள், தங்கள் விரல்களைக் கடக்கிறார்கள் மற்றும் ஒரு கருப்பு பூனை தங்கள் பாதையைக் கடக்கும்போது சங்கடமாக உணர்கிறார்கள். ஒரு பூனை தங்கள் பாதையை கடக்கும்போது இந்தியர்கள் கூட சங்கடமாக உணர்கிறார்கள்.

## 10. கலாச்சாரம் மற்றும் பரிசுகள்:

பரிசுகளை வழங்குவது தொடர்பான கலாச்சார அணுகுமுறைகள் உலகம் முழுவதும் பரவலாக வேறுபடுகின்றன. ஜப்பான் மற்றும் இந்தியாவில் பரிசுகள் முதலில் வழங்கப்படுகின்றன, ஆனால் ஐரோப்பாவில் தனிப்பட்ட உறவு ஐடி உருவாக்கப்பட்ட பின்னரே வழங்கப்படுகிறது. சர்வதேச வணிகர்கள் பரிசுகளை வழங்குவதில் சமுதாயத்தின் பழக்கவழக்கங்களைப் படிக்க வேண்டும்.

## சர்வதேச வணிகத்தில் சமூக செல்வாக்கு:

இது மத அம்சங்கள், மொழி, பழக்கவழக்கங்கள், மரபுகள், ரசனைகள் மற்றும் விருப்பங்கள், வாழ்க்கைப் பழக்கம், ஆடை பழக்கம் போன்றவற்றைக் கொண்டுள்ளது, இது நுகர்வு அளவையும் பாதிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டு: ஜேர்மனியர்கள் மற்றும் பிரெஞ்சு மக்களின் பொருளாதார நிலை அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ ஒரே மாதிரியாக, கலாச்சார ரீதியாக வேறுபட்டது. எனவே சமூக சூழலை ஆய்வு செய்வது சந்தை வகை, தயாரிப்பு போன்றவற்றை தீர்மானிக்க உதவுகிறது.

சர்வதேச வணிகத்தில் சமூக சூழலின் தாக்கத்தின் பல்வேறு காரணிகள்:

### 1. மதம்:



வணிகத்தில் செல்வாக்கு செலுத்தும் முக்கியமான சமூக நிறுவனங்களில் மதம் ஒன்றாகும். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்துதலில் சாதாரண மற்றும் நெறிமுறை தரங்களில் மதம் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. பெரும்பாலான மதங்கள் உண்மை மற்றும் நேர்மையான தகவல்களை வழங்குவதைக் குறிக்கிறது.

## 2. குடும்ப அமைப்பு:

மதத்திற்கு கூடுதலாக, குடும்ப அமைப்பு சர்வதேச வணிகத்தில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. உதாரணம்: பெரும்பாலான இஸ்லாமிய நாடுகளில், பெண்கள் பொருளாதாரத்திலும், வரையறுக்கப்பட்ட உரிமைகள் உள்ள குடும்பத்திலும் குறைவான முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றனர். ஆனால் லத்தீன் அமெரிக்க நாடுகளில் இஸ்லாமிய நாடுகளை விட பெண்களின் பங்கு சிறப்பாக உள்ளது. ஆனால் ஐரோப்பிய மற்றும் வட அமெரிக்க நாடுகளில் பெண்கள் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றனர்.

## 3. வணிகத்தை பாதிக்கும் நடத்தை காரணிகள்:

பணியாளர் நடத்தை, நுகர்வோர் நடத்தை மற்றும் பங்குதாரர்களின் நடத்தை (கடன்கள், பத்திரங்கள், முதலியன வைத்திருப்பவர்கள்) மனித நடத்தை வணிகத்தை பாதிக்கிறது. கலாச்சார காரணிகள் மனித நடத்தையை பாதிக்கின்றன பல்வேறு நாடுகளில் கலாச்சார வேறுபாடுகள் நாட்டிற்கு நாடு மனித நடத்தையில் மாறுபாடுகளை ஏற்படுத்துகிறது. பணியமர்த்தல், சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் உள்ளீடுகள் மற்றும் சந்தை இடைத்தரகர்களின் சப்ளையர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் சமூகக் குழுக்களின் நடத்தை முறையைக் கவனியுங்கள்.

## 4. குழு உறுப்பினர் அடிப்படையிலான நடத்தை:

பெண் வேலைவாய்ப்பு குறித்த அணுகுமுறை நாட்டுக்கு நாடு மாறுபடும். உதாரணம்: அரேபிய நாடுகள் பெண்களை வேலை தேடுவதை



ஊக்கப்படுத்துகின்றன. இந்தியா, சீனா போன்ற சில சமூகங்களில் தனிப்பட்ட சாதனைகளை விட குடும்ப அங்கத்துவமே முதன்மையானது.

5. உந்துதல்கள் மற்றும் சாதனைகள்:

ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சி என்பது மக்கள் கடினமாக உழைக்க வேண்டும் மற்றும் சாதிக்க விரும்புவதைப் பொறுத்தது. மக்கள் ஊக்கத் தேவைகளை நாட்டிற்கு நாடு வித்தியாசமாக வரிசைப்படுத்துகிறார்கள். ஏழை நாடுகளைச் சேர்ந்தவர்கள் பெரும்பாலும் இழப்பீட்டால் தூண்டப்படுகிறார்கள், அதே சமயம் பணக்கார நாடுகளில் உள்ள அவர்களின் எதிர் பகுதிகள் அதிக பொறுப்பு, அங்கீகாரம் மற்றும் பிற மரியாதைத் தேவைகள் போன்ற உயர் வரிசைத் தேவைகளால் ஊக்குவிக்கப்படுகின்றன.

6. சக்தி தூரம்:

பவர் தூரம் என்பது உயர்ந்த மற்றும் கீழ்நிலைகளுக்கு இடையிலான உறவைக் குறிக்கிறது. குறைந்த சக்தி தூரத்தில் உள்ளவர்கள், மேலதிகாரி மற்றும் கீழ்நிலை அதிகாரிகளுக்கு இடையே சிறிய ஆலோசனைகளை விரும்புகிறார்கள். அதிக சக்தி தூரத்தில் உள்ள துணை அதிகாரிகள், மேலானவர்களைத் தவிர்த்து தங்களுக்குள் முடிவெடுப்பதில் பங்கேற்க விரும்பலாம்.

7. தனித்துவம் V/s கூட்டுத்தன்மை:

தனித்துவம் மற்றும் கூட்டுத்தன்மை ஆகியவை கலாச்சாரத்தின் விளைவுகள் மற்றும் குழு உருவாக்கம், உற்பத்தித்திறன் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் நடைமுறைகளை பாதிக்கிறது.

8. ஆபத்து எடுக்கும் நடத்தை:

நிச்சயமற்ற தன்மையைத் தவிர்ப்பதில் அதிக மதிப்பெண்களைக் கொண்ட நாடுகளில் உள்ள பணியாளர்கள் ஒரு முறைமை மற்றும் விதிகளை



அடிப்படையாகக் கொண்ட ஒரு முறையான வேலையை விரும்புகிறார்கள், அவை விலகக் கூடாது. நிச்சயமற்ற தன்மையைத் தவிர்ப்பதற்கான குறைந்த மதிப்பெண்களைக் கொண்ட நாடுகளில் உள்ள ஊழியர்கள் நெகிழ்வான அமைப்பு மற்றும் நெகிழ்வான வேலையை விரும்புகிறார்கள். எடுத்துக்காட்டு: நார்வே போன்ற சில நாடுகளில் உள்ள மக்கள் பெரும்பாலான மக்களை நம்புகிறார்கள் மற்றும் பிரேசில் போன்ற சில நாடுகளில் உள்ளவர்கள் மற்றவர்களுடன் கையாள்வதில் மிகவும் எச்சரிக்கையாக இருக்கிறார்கள்.

சர்வதேச வணிகத்தில் தொழில்நுட்ப தாக்கம்:

தொழில்நுட்பம் என்பது அறிவின் பயன்பாடு. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், தொழில்நுட்பம் ஒரு குறிப்பிட்ட பணிக்கு அறிவியல் அல்லது பிற ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட அறிவை முறையாகப் பயன்படுத்துகிறது.

அம்சங்கள்:

- தொழில்நுட்பம் சமூகம், பொருளாதாரம் மற்றும் அரசியலில் மாற்றங்களைக் கொண்டுவருகிறது.
- முழு உலகிலும் தொழில்நுட்ப விளைவுகள்.
- தொழில்நுட்பம் அதிக தொழில்நுட்பத்தை சாத்தியமாக்குகிறது.

சர்வதேச வணிகத்தில் தொழில்நுட்பத்தின் தாக்கம்:

1. தொழில்நுட்பத்தில் முதலீடுகள்:

மேம்பட்ட நாடுகள் தொழில்நுட்பத்தை மேலும் மேம்படுத்த ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்காக கணிசமான தொகையை செலவிடுகின்றன. எடுத்துக்காட்டு: ஜெர்மன் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு பட்ஜெட்டில் 50% தயாரிப்பு கண்டுபிடிப்புகளுக்காகவும் மீதமுள்ள 50% செயல்முறை கண்டுபிடிப்புகளுக்காகவும் செலவிடுகிறது. ஆனால் ஜப்பானியர்கள் செயல்முறை கண்டுபிடிப்புகளில் 70% மற்றும் தயாரிப்பு கண்டுபிடிப்புகளுக்கு 30% செலவிடுகிறார்கள்.

2. தொழில்நுட்பம் மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சி:

தொழில்நுட்பம் என்பது ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியின் அளவை நிர்ணயிக்கும் முக்கியமான காரணிகளில் ஒன்றாகும். நாட்டிற்கு இடையிலான வேறுபாடுகள் பெரும்பாலும் தொழில்நுட்பத்தின் மட்டத்தில் பிரதிபலிக்கின்றன. உதாரணம்: இந்தியா பரந்த இயற்கை வளங்களைக் கொண்டுள்ளது. அதன்



குறைந்த அளவிலான தொழில்நுட்பம் காரணமாக, மூலப்பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்வதன் மூலம் பிற நாடுகளில் இருந்து பொருட்களை இறக்குமதி செய்து கொண்டே இருக்கிறது.

### 3. தொழில்நுட்பம் மற்றும் சர்வதேச போட்டி:

ஒரு சில நிறுவனங்கள் கண்டுபிடிப்பு ஆனால் பல நிறுவனங்கள் பயன்பாடு மற்றும் தகவல்தொடர்பு மூலம் செல்வத்தை உருவாக்க அறிவியல் அறிவைப் பயன்படுத்துகின்றன. கண்டுபிடிப்பு செயல்முறை மற்றும் உலகளாவிய போட்டித்திறன் ஆகியவை ஒரு தேசிய செல்வத்தின் இரண்டு நிர்ணயம் ஆகும். உதாரணம்: ஜப்பான் ஆட்டோமொபைல்களின் கண்டுபிடிப்புகளில் கவனம் செலுத்துகிறது. ஆனால் இத்தாலி ஜவுளி மற்றும் தோல் கண்டுபிடிப்புகளில் கவனம் செலுத்துகிறது.

### 4. தொழில்நுட்ப பரிமாற்றம்:

தொழில்நுட்பமும் உலகளாவிய வணிகமும் ஒன்றையொன்று சார்ந்துள்ளது. சர்வதேச வணிகம் மேம்பட்ட நாடுகளில் இருந்து வளரும் நாடுகளுக்கு தொழில்நுட்பத்தை பரப்புவதன் மூலம் துணை நிறுவனங்களை நிறுவுதல் அல்லது துணை நிறுவனங்களை ஹோஸ்ட் நாடுகளுடன் கூட்டு முயற்சிகளை நிறுவுதல் மற்றும் தொழில்நுட்ப கூட்டணிகள் மூலம் வளரும் நாடுகளின் நிறுவனத்திற்கு தொழில்நுட்ப பரிமாற்றத்தை ஏற்பாடு செய்தல்.

### 5. தாவரங்களின் தொழில்நுட்பம் மற்றும் இடம்:

MNCகள் தொழில்நுட்பத்தின் அடிப்படையில் தங்கள் உற்பத்தி வசதிகளைக் கண்டறிகின்றன. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், MNCகள் மேம்பட்ட நாடுகளில் உயர் தொழில்நுட்பத்துடன் தங்கள் ஆலைகளைக் கண்டறிந்து, வளரும் நாடுகளில் மலிவான உழைப்பின் நன்மைகளைப் பெறுவதற்காக உழைப்பால் இயக்கப்படும் உற்பத்தி வசதிகளை நிறுவுகின்றன.

### 6. தொழில்நுட்ப சூழலை ஸ்கேன் செய்தல்:

தொழில்நுட்பத்தின் நிலை எல்லா நாடுகளிலும் ஒரே மாதிரியாக இல்லை. மேம்பட்ட நாடுகள் சமீபத்திய தொழில்நுட்பத்தை அனுபவிக்கின்றன, அதே நேரத்தில் வளரும் நாடுகள் காலாவதியான தொழில்நுட்பத்தின் விளைவுகளை சந்திக்கின்றன. எனவே, MNCகள் வெளிநாட்டு சந்தையில் நுழைவதற்கு முன்பு தொழில்நுட்பத்தைப் புரிந்துகொண்டு அதை பகுப்பாய்வு செய்ய வேண்டும்.

### 7. பொருத்தமான தொழில்நுட்பம்:





ஒரு நாட்டுக்கு ஏற்ற தொழில்நுட்பம் மற்ற நாடுகளுக்கு ஏற்றதாக இருக்காது. நாடுகளின் தட்பவெப்ப நிலைகள், சமூக நிலைமைகள், உள்கட்டமைப்பு நிலைமைகள் போன்றவற்றுக்கு ஏற்ற பொருத்தமான தொழில்நுட்பங்களை உருவாக்குவதால், எ.கா: ஜப்பானிய ஆட்டோமொபைல் துறையானது இந்திய சாலைகளுக்கு ஏற்ற பல்வேறு வகையான கார்களை வடிவமைக்கிறது.

8. தொழில்நுட்பம் மற்றும் உலகமயமாக்கல்:

தொழில்துறை புரட்சியானது பெரிய அளவிலான உற்பத்தியை விளைவித்தது மற்றும் சமீபத்திய தொழில்நுட்ப புரட்சிகள் குறைந்த விலையில் உயர்தர தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்ய வழிவகுக்கிறது. இந்த காரணிகள் உள்நாட்டு நிறுவனம் தங்கள் தயாரிப்புகளுக்கான சந்தையைக் கண்டறிய வெளிநாடுகளுக்குள் நுழைய கட்டாயப்படுத்தியது. எனவே உலகமயமாக்கலுக்கு தொழில்நுட்பம் ஒரு முக்கிய காரணமாகும்.

9. தகவல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் உலகமயமாக்கல்:

இணையம், www தளங்கள், மின்னஞ்சல்கள், தகவல் சூப்பர் நெடுஞ்சாலைகள் மற்றும் ஆன்லைன் பரிவர்த்தனைகள் போன்ற அதன் வளர்ச்சியின் மூலம் உலகளாவிய வணிகத்தை மறுவரையறை செய்த தகவல் தொழில்நுட்பம் உலகளாவிய வணிகத்திற்கு குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சியைக் கொண்டு வந்தது.

சர்வதேச வணிகத்தில் பொருளாதார செல்வாக்கு:

பொருளாதாரச் சூழல் என்பது ஒரு வணிகப் பிரிவின் செயல்பாட்டில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் அனைத்து பொருளாதார காரணிகளையும் குறிக்கிறது. பல்வேறு நாடுகளின் பொருளாதார சூழல் சர்வதேச வணிகத்தை நேரடியாக பாதிக்கிறது. உண்மையில், சர்வதேச பொருளாதார சூழல் மற்றும் உலகளாவிய வணிகம் ஒன்றுடன் ஒன்று தொடர்பு கொள்கின்றன.

முக்கிய மாற்றங்கள் அடங்கும்:

- உலகம் முழுவதும் வர்த்தகம் அல்லது தயாரிப்பு ஓட்டத்தை விட மூலதன ஓட்டம்.
- பல்வேறு நாடுகளில் உற்பத்தி வசதிகளை நிறுவுதல்.
- தொழில்நுட்பப் புரட்சி உற்பத்தியின் அளவு மற்றும் வேலைவாய்ப்பின் அளவு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான உறவுகளை இணைக்கிறது.
- தனிப்பட்ட நாடுகளின் மேக்ரோ பொருளாதார காரணிகள் சுயாதீனமாக உலகளாவிய பொருளாதாரங்களைக் கட்டுப்படுத்துவதில்லை.

சர்வதேச வணிகத்தில் பொருளாதார சூழலின் தாக்கம்:



### 1. பொருளாதார வளர்ச்சி:

மக்களின் தேவைகள், தேவைகள், பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் மக்களுக்கு வழங்குவதற்கு வணிகம் உதவுகிறது. இவ்வாறு இது உள்ளீடுகளை வெளியீடுகளாக மாற்றுவதற்கு உருவாக்குகிறது மற்றும் நுகர்வுக்கு உதவுகிறது. இது பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கும். சர்வதேச வணிக நிறுவனங்களுக்கு சந்தைப் பங்குகளை விரிவுபடுத்துவதற்கான வாய்ப்பை வழங்கும் நாடுகளின் உயர் பொருளாதார வளர்ச்சி விகிதம், MNC களின் மேலாளர்கள் பல்வேறு நாடுகளின் எதிர்கால பொருளாதார வளர்ச்சி விகிதத்தை அறிந்து கொள்வதில் ஆர்வமாக உள்ளனர். சந்தை.

### 2. பணவீக்கம்:

சர்வதேச வணிக நிறுவனத்தின் சந்தைப் பங்கைப் பாதிக்கும் மற்றொரு முக்கியமான காரணி இதுவாகும். அதிக விலைகள் காரணமாக பணத்திற்கான தேவை அதிகமாக இருப்பதால் இது வட்டி விகிதத்தை பாதிக்கிறது மற்றும் பல்வேறு வெளிநாட்டு நாணயங்களின் அடிப்படையில் உள்நாட்டு நாணயத்தின் மாற்று விகிதத்தையும் பாதிக்கிறது.

### 3. கொடுப்பனவுகளின் இருப்பு:

ஒரு நாட்டின் கொடுப்பனவுகளின் இருப்பு என்பது சர்வதேச வணிகத்தின் விளைவு மற்றும் சர்வதேச வணிகத்தின் எதிர்காலத்தையும் பாதிக்கிறது. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி வர்த்தகம் நடப்புக் கணக்கு நிலையை பாதிக்கிறது மற்றும் மூலதனத்தின் ஓட்டம் மூலதன கணக்கு நிலையை பாதிக்கிறது. MNC-களின் மேலாளர்கள், நாடுகளின் பேமெண்ட் சமநிலை நிலையை கண்காணிக்க வேண்டும்.

### 4. பொருளாதார மாற்றம்:

தாராளமயமாக்கல் செயல்முறை MNC களுக்கு அவற்றின் உற்பத்தி வசதிகளைக் கண்டறிதல் அல்லது விரிவாக்கம் செய்தல் அல்லது இரண்டின் மூலம் உலகின் பெரும்பாலான நாடுகளில் நுழைவதற்கு குறிப்பிடத்தக்க வாய்ப்புகளை வழங்கியது. எனவே MNC கள் உலகப் பொருளாதாரங்களின் L, P மற்றும் G இன் உடனடி மற்றும் மிகப் பெரிய பயனாளிகள்.

சர்வதேச வணிகத்தில் அரசியல் செல்வாக்கு:

வணிகத்தில் அரசியல் சூழலின் தாக்கம் மிகப்பெரியது. ஒரு நாட்டில் நிலவும் அரசியல் அமைப்பு அந்நாட்டின் வணிக நடவடிக்கைகளை ஊக்குவிக்கிறது, தீர்மானிக்கிறது, ஊக்குவிக்கிறது, வழிநடத்துகிறது மற்றும் கட்டுப்படுத்துகிறது.



PE என்பது அரசியல் கட்சிகளின் பண்புகள் மற்றும் கொள்கைகள், அரசியலமைப்பு மற்றும் அரசாங்க அமைப்பின் தன்மை மற்றும் பொருளாதார மற்றும் வணிகக் கொள்கைகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளை பாதிக்கும் அரசாங்க சூழல் போன்ற காரணிகளை உள்ளடக்கியது.

கருத்துக்கள்:

1. அரசியல் சித்தாந்தம்: அரசியல் சித்தாந்தம் என்பது சிக்கலான கருத்துக்கள், கோட்பாடுகள் மற்றும் குறிக்கோள்களின் ஒரு சமூக அரசியல் திட்டத்தை உருவாக்குகிறது. கலாச்சாரம், நெறிமுறைக் குழு, சமூகக் குழுக்கள், மதம் மற்றும் பொருளாதாரக் குழுக்களின் வேறுபாடுகள் காரணமாக ஒரே நாட்டில் உள்ள மக்களின் அரசியல் சித்தாந்தங்கள் பரவலாக வேறுபடுகின்றன. இந்த மாறுபாடுகள் பல்வேறு அரசியல் கட்சிகளை உருவாக்க மக்களை பாதிக்கின்றன. அரசியல் சித்தாந்தங்களின் வேறுபாடு தேசிய எல்லைகளை மாற்றுகிறது. IB மேலாளர் சாத்தியமான அரசியல் பதட்டங்கள் மற்றும் உறுதியற்ற தன்மைகளை அறிய, நாடுகளில் உள்ள பல்வேறு இந்த சித்தாந்தங்களை புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

2. ஜனநாயகம்: இது உச்ச அதிகாரம் மக்களின் கையில் கொடுக்கப்பட்ட அரசியல் ஏற்பாட்டைக் குறிக்கிறது.

3. அரசியல் உரிமைகள் மற்றும் சிவில் உரிமைகள்: குடிமக்களின் சுதந்திரத்தை மதிப்பிடுவதற்கு இது உதவுகிறது.

அரசியல் சுதந்திரத்தின் முக்கிய குறிகாட்டிகள் பின்வருமாறு:

- தேர்தல்களை நியாயமாகவும் போட்டித்தன்மையுடனும் நடத்துதல்
- தேர்தல் செயல்முறையில் வாக்களிப்பதில் வாக்காளர்களின் சக்தி மற்றும் திறன்
- அரசியல் கட்சிகள் மற்றும் குழுக்களை உருவாக்குவதில் மக்கள் திறன்.

சிவில் சுதந்திரத்தின் முக்கிய குறிகாட்டிகள் பின்வருமாறு:

- பத்திரிக்கை சுதந்திரத்தின் அளவு
- சட்டத்தின் கீழ் அனைத்து தனிநபர்களுக்கும் சமத்துவம்
- அரசாங்கத்தின் தீவிர வேறுபாடுகளிலிருந்து விடுதலை. மற்றும் ஊழல்.





## UNIT-II

### சர்வதேச வர்த்தக சூழல்

சர்வதேச வர்த்தக சூழல்:

வர்த்தகத்தின் அளவு, இயல்பு மற்றும் மொத்த சூழல் ஆகியவை மனித கலாச்சாரத்தின் வளர்ச்சியுடன் இருந்துள்ளன. பண்டைய சர்வதேச வர்த்தகத்தின் தன்மை, நாட்டின் இயற்கை வளங்கள் அல்லது கைவினைப்பொருட்களில் அவர்களின் குறிப்பிட்ட நிபுணத்துவம் ஆகியவற்றுடன் மட்டுப்படுத்தப்பட்டது. சர்வதேச வர்த்தகத்தின் அடிப்படை அடிப்படையானது, உற்பத்தி சக்தியின் பல்வேறு கூறுகளைக் கொண்ட நாடுகள் இயற்கையால் வழங்கப்படுகின்றன என்பதில் உள்ளது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், உலக நாடுகளிடையே காரணி ஆதாயங்கள் சமமாக விநியோகிக்கப்படுகின்றன. இது புவியியல் உண்மைகள், உடல் அம்சங்கள் மற்றும் காலநிலை வேறுபாடுகள் காரணமாகும். எனவே, பொருட்கள், இயற்கை தாவரங்கள், காலநிலை, மண் மற்றும் பிற உடல் மற்றும் புவியியல் நிலைமைகள் தொடர்பாக நாடுகளில் குறிப்பிடத்தக்க வேறுபாடுகள் இருக்கும் இடங்களில் சர்வதேச வர்த்தகம் தவிர்க்க முடியாதது. இப்போது விஞ்ஞான நடவடிக்கைகள் சர்வதேச வர்த்தகத்தின் தன்மையை மாற்றியுள்ளன. தகவல் தொடர்பு மற்றும் போக்குவரத்து துறைகளில் ஏற்பட்டுள்ள முன்னேற்றங்கள் சர்வதேச வர்த்தகத்தை வசதியாக மாற்றியுள்ளன. பல்வேறு சர்வதேச நிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் சர்வதேச வர்த்தகத்தின் செயல்பாட்டைக் கட்டுப்படுத்துகின்றன. இப்போது உலக வர்த்தக அமைப்பு (WTO), உலகளவில் அங்கீகரிக்கப்பட்ட ஒரு புதிய வர்த்தக அமைப்பானது சர்வதேச வர்த்தகத்தை மேம்படுத்த வலுவான அமலாக்க சக்தியைக் கொண்டுள்ளது.

உலக வர்த்தக அமைப்பு (WTO):

உலக வர்த்தக அமைப்பு, 1995 இல் GATT (வர்த்தகம் மற்றும் கட்டணத்திற்கான பொது ஒப்பந்தம்) வாரிசு அமைப்பாக நிறுவப்பட்டது. GATT ஆனது 1948 இல் 23 நாடுகளுடன் உலகளாவிய (சர்வதேச) வர்த்தக அமைப்பாக நிறுவப்பட்டது, அனைத்து நாடுகளுக்கும் வர்த்தக வாய்ப்புகளுக்கான சர்வதேச



பரிமாற்றத்தில் நியாயமான வாய்ப்புகளை வழங்குவதன் மூலம் அனைத்து பலதரப்பு வர்த்தக ஒப்பந்தங்களுக்கும் சேவை செய்கிறது. WTO ஒரு விதி அடிப்படையிலான வர்த்தக அரசாங்கத்தை உருவாக்க வேண்டும், அதில் நாடுகள் வர்த்தகத்தில் நியாயமற்ற கட்டுப்பாடுகளை வைக்க முடியாது.

கூடுதலாக, அதன் நோக்கம் சேவைகளின் பங்கு மற்றும் வர்த்தகத்தை அதிகரிப்பது, உலக வளங்களின் அதிகபட்ச பயன்பாட்டை உறுதி செய்வது மற்றும் சுற்றுச்சூழலைப் பாதுகாப்பதாகும். WTO ஒப்பந்தங்களில் சரக்கு வர்த்தகம் மற்றும் சர்வதேச வர்த்தகத்தை (இருதரப்பு மற்றும் பலதரப்பு) மேம்படுத்துவதற்கான சேவைகள், வரி மற்றும் கட்டணமற்ற தடைகளை நீக்குதல் மற்றும் அனைத்து உறுப்பு நாடுகளுக்கும் அதிக சந்தை அணுகலை செயல்படுத்துதல் ஆகியவை அடங்கும். உலக வர்த்தக அமைப்பின் செல்வாக்கு மிக்க உறுப்பினராக, நியாயமான உலகளாவிய சட்டங்கள், சட்டங்கள் மற்றும் கேடயங்களை உருவாக்குவதில் இந்தியா முன்னணியில் உள்ளது மற்றும் வளரும் அமைப்பின் கவலைகளுக்கு ஆதரவளிக்கிறது. இறக்குமதி மீதான அளவு வரம்புகளை நீக்கி, சுங்கக் கட்டணங்களைக் குறைப்பதன் மூலம், உலக வர்த்தக அமைப்பில் செய்யப்பட்ட வர்த்தகத்தின் தாராளமயமாக்கல் தொடர்பான வாக்குறுதிகளை இந்தியா நிறைவேற்றியுள்ளது.

**உலக வர்த்தக அமைப்பின் நோக்கங்கள்:**

WTO ஐ நிறுவும் போது ஒப்பந்தம் WTO இன் முகப்புரையில் பின்வரும் நோக்கங்களை ஏற்றுக்கொண்டது:

1. WTO இன் முதன்மை நோக்கம் புதிய வர்த்தகக் கொள்கையை ஒப்பந்தத்தில் செயல்படுத்துவதாகும்.
2. சர்வதேச வர்த்தக உறவுகளில் பாரபட்சமான நடத்துதலை நீக்குதல்.
3. உறுப்பு நாடுகளில் உள்ள மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்துதல்.
4. பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் வர்த்தகத்தை மேம்படுத்துதல்.
5. பலதரப்பு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட வர்த்தக அமைப்பை உருவாக்குதல்.
6. முழு வேலைவாய்ப்பை உறுதி செய்தல் மற்றும் பயனுள்ள தேவையில் பரந்த அதிகரிப்பு.
7. கட்டணங்கள் மற்றும் வர்த்தகத்தின் பிற தடைகளை குறைப்பதை உறுதி செய்தல்.



8. நிலையான வளர்ச்சிக்காக உலகின் வளங்களை உகந்த முறையில் பயன்படுத்துவதை எளிதாக்குதல்.
9. உலக வளங்களின் உகந்த பயன்பாட்டை உறுதி செய்ய.
10. சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் வர்த்தகத்தை விரிவுபடுத்துதல்.
11. சுற்றுச்சூழலைப் பாதுகாக்க.

உலக வர்த்தக அமைப்பின் சிறப்பியல்புகள்:

WTO இன் முக்கிய அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

1. WTO இருப்பது சட்டப்பூர்வமானது.
2. இது GATT ஐ மாற்றியுள்ளது.
3. இது ஒரு சர்வதேச வர்த்தக அமைப்பு.
4. இது பலதரப்பு வர்த்தக அமைப்பை அடிப்படையாகக் கொண்டது. சுதந்திர வர்த்தகத்தின் விதி அடிப்படையிலான உலகளாவிய அமைப்பை நிறுவுவதே இறுதி நோக்கம்.
5. அதன் சிலை IMF மற்றும் IBRD க்கு சமம்.
6. இது சரக்கு வர்த்தகம், சேவைகளில் வர்த்தகம், அறிவுசார் சொத்துரிமை பாதுகாப்பு, வர்த்தகம் தொடர்பான முதலீட்டு நடவடிக்கைகள் போன்றவற்றை உள்ளடக்கியது.
7. உறுப்பு நாடுகளால் ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட ஒப்பந்தங்கள் உலக வர்த்தக அமைப்பின் அனைத்து உறுப்பினர்களுக்கும் கட்டுப்படும் மற்றும் எந்த உறுப்பினரும் பின்பற்றவில்லை என்றால் ஒப்பந்தங்கள், பின்னர் அதன் புகாரை WTO இன் தகராறு தீர்வு அமைப்பில் பதிவு செய்யலாம்.
8. இது GATT ஐ விட பரந்த நோக்கத்தைக் கொண்டுள்ளது. இது GATT ஒப்பந்தங்கள் மற்றும் வர்த்தக சேவை, அறிவுசார் சொத்துரிமை மற்றும் முதலீடு தொடர்பான ஒப்பந்தங்களை உள்ளடக்கியது.
9. சர்வதேச நாணய நிதியம் (IMF) மற்றும் உலக வங்கி போல், இது ஐக்கிய நாடுகளின் முகவர் அல்ல.
10. IMF மற்றும் உலக வங்கியைப் போலல்லாமல், எடையுள்ள வாக்களிப்பு இல்லை, மாறாக அனைத்து WTO உறுப்பினர்களுக்கும் சமமான வாக்குரிமை உள்ளது. (ஒரு நாடு, ஒரு வாக்கு).
11. உலக வர்த்தக அமைப்பின் கீழ் முடிவெடுப்பது ஒருமித்த கருத்துடன் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. ஒவ்வொரு உறுப்பினருக்கும் ஒரு வாக்கு உண்டு.
12. WTO ஒரு பெரிய செயலகம் மற்றும் பெரிய நிறுவன அமைப்பைக் கொண்டுள்ளது.



**உலக வர்த்தக அமைப்பின் செயல்பாடுகள்:**

கட்டுரை III இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளபடி இது பின்வரும் செயல்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளது:

1. WTO, இந்த ஒப்பந்தம் மற்றும் பலதரப்பு வர்த்தக ஒப்பந்தங்களின் செயல்படுத்தல், நிர்வாகம் மற்றும் செயல்பாடு மற்றும் மேலும் நோக்கங்களை எளிதாக்குகிறது, மேலும் செயல்படுத்துவதற்கான கட்டமைப்பையும் வழங்கும். , பலதரப்பு வர்த்தக ஒப்பந்தங்களின் நிர்வாகம் மற்றும் செயல்பாடு.
2. WTO's இந்த ஒப்பந்தத்தின் இணைப்புகளில் உள்ள ஒப்பந்தங்கள் தொடர்பான விஷயங்களில் தங்கள் பலதரப்பு வர்த்தக உறவுகள் தொடர்பாக அதன் உறுப்பினர்களிடையே பேச்சுவார்த்தைகளுக்கான மன்றத்தை வழங்கும்.
3. உலக வர்த்தக அமைப்பு சர்ச்சைகளைத் தீர்ப்பதற்கான விதிகள் மற்றும் நடைமுறைகள் பற்றிய புரிதலை நிர்வகிக்கும்.
4. WTO வர்த்தகக் கொள்கை மறுஆய்வு பொறிமுறையை நிர்வகிக்கும்.
5. உலகப் பொருளாதாரக் கொள்கை வகுப்பதில் அதிக ஒத்திசைவை அடைவதற்காக, உலக வர்த்தக அமைப்பு, சர்வதேச நாணய நிதியத்துடனும், மறுகட்டமைப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான சர்வதேச வங்கி மற்றும் அதனுடன் இணைந்த ஏஜென்சிகளுடன் தகுந்தவாறு ஒத்துழைக்க வேண்டும்.

**வர்த்தகம் தொடர்பான முதலீட்டு நடவடிக்கைகள் (TRIMகள்):**

இது வர்த்தகம் தொடர்பான முதலீட்டு நடவடிக்கைகள் குறித்த ஒப்பந்தமாகும், இது ஒரு நாடு வெளிநாட்டு முதலீட்டாளர்களுக்கு பொருந்தும் உள்நாட்டு விதிமுறைகளுக்கு பொருந்தும் விதிகளை குறிப்பிடுகிறது. உலக வர்த்தக அமைப்பின் (WTO) அனைத்து உறுப்பினர்களுக்கும் இந்த ஒப்பந்தம் பொருந்தும். இந்த ஒப்பந்தம் 1994 இல் முறைப்படுத்தப்பட்டது மற்றும் 1995 இல் நடைமுறைக்கு வந்தது. TRIMs ஒப்பந்தம் GATT இன் அளவு கட்டுப்பாடுகள் மற்றும் தேசிய சிகிச்சை தேவைகளின் பொதுவான நீக்குதலை மீறும் சில வர்த்தகம் தொடர்பான முதலீட்டு நடவடிக்கைகளை தடை செய்கிறது. உள்ளூர் உள்ளடக்கத் தேவைகள் போன்ற சில கொள்கைகளுக்கு இது கட்டுப்பாடுகளை விதித்துள்ளது; உள்நாட்டுத் தொழில்களின் நலன்களைப் பாதுகாக்கப் பயன்படுத்தப்படும் வர்த்தக சமநிலை விதிகள். இது நாட்டில் அன்னிய முதலீடு தொடர்பாக அரசாங்கத்தால் விதிக்கப்படும் சில நிபந்தனைகள்





அல்லது கட்டுப்பாடுகளைக் குறிக்கிறது. TRIM உரை வெளிநாட்டு மூலதனம் உறுப்பு அரசாங்கங்களால் பாகுபாடு காட்டப்படாது என்று வழங்குகிறது.

வர்த்தகம் தொடர்பான முதலீட்டு நடவடிக்கைகளின் நோக்கங்கள்:

வர்த்தகத்திற்கும் முதலீட்டிற்கும் இடையே வலுவான தொடர்பு இருப்பதாக TRIMகள் நம்புகின்றன. வர்த்தகம் தொடர்பான முதலீட்டு நடவடிக்கைகளின் குறிக்கோள், உலகம் முழுவதும் உள்ள அனைத்து முதலீட்டு உறுப்பினர்களுக்கும் நியாயமான சிகிச்சை அளிப்பதாகும். TRIMs ஒப்பந்தம் கூறுவது போல், உறுப்பினர்கள் தங்கள் தற்போதைய TRIMகளின் பல்வேறு சேவைகள் மற்றும் பொருட்களை வாங்க மற்றும் விற்க உலக வர்த்தக அமைப்பு (WTO) கவுன்சிலுக்கு தெரிவிக்க வேண்டும்.

TRIMகளின் அம்சங்கள்:

- ✓ வெளிநாட்டு மூலதனத்தின் மீது விதிக்கப்பட்டுள்ள கட்டுப்பாடுகளை நீக்குதல்
- ✓ உள்நாட்டு முதலீட்டாளருக்கு இணையாக வெளிநாட்டு முதலீட்டாளருக்கு சம உரிமை வழங்குதல்
- ✓ முதலீட்டின் எந்தப் பகுதியிலும் கட்டுப்பாடுகள் இல்லை
- ✓ வெளிநாட்டு முதலீட்டின் அளவு மீது வரம்பு அல்லது உச்சவரம்பு இல்லை
- ✓ இறக்குமதிக்கு கட்டுப்பாடுகள் இல்லாமல் அனுமதி வழங்குதல் மூலப்பொருள் மற்றும் பிற கூறுகள்
- ✓ மொத்த தயாரிப்புகள் மற்றும் பொருட்களைப் பயன்படுத்த வெளிநாட்டு முதலீட்டாளர்கள் மீது எந்த கட்டாயமும் இல்லை
- ✓ இறுதி உற்பத்தியின் ஒரு பகுதியை ஏற்றுமதி செய்வது கட்டாயமாக இருக்காது
- ✓ ஈவுத்தொகை வட்டி மற்றும் ராயல்டி திரும்பப் பெறுவதற்கான கட்டுப்பாடு நீக்கப்படும்
- ✓ படிப்படியாக உற்பத்தி நிரலாக்க உற்பத்தியாளரின் உள்நாட்டு உள்ளடக்கத்தை அதிகரிக்க அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

TRIMs ஒப்பந்தம் பின்வருவனவற்றை நேரடியாகக் கட்டுப்படுத்தியுள்ளது.

1. உள்ளூர் உள்ளடக்கத் தேவை:

ஒரு வளர்ந்த நாடு வளரும் நாட்டில் தங்கள் தயாரிப்புகளை வர்த்தகம் செய்ய விரும்பினால், உள்ளூர் உள்ளடக்கத் தேவை. வளரும் நாடு தங்கள்



தயாரிப்புகளில் உள்நாட்டுப் பொருட்களில் ஒன்றைப் பயன்படுத்தினால் மட்டுமே அந்த ஒப்பந்தத்தில் உடன்பட விரும்புகிறது. உள்நாட்டுப் பொருட்களின் வளர்ச்சி அதிகரிக்கும் என்று அர்த்தம்.

## 2. வர்த்தக சமநிலை தேவைகள்:

வர்த்தக சமநிலை நடவடிக்கைகளுக்கு இறக்குமதி செய்யப்பட்ட தயாரிப்புகளை ஒரு நிறுவனம் வாங்குவது ஏற்றுமதி செய்யப்பட்ட பொருட்களின் அளவு அல்லது மதிப்புக்கு சமமாக இருக்க வேண்டும். எளிமையான வார்த்தைகளில், இந்தியாவில் இருந்து ஒருவருக்கு தேசி நெய் வியாபாரம் உள்ளது, அவர்கள் அதை வெளிநாட்டில் ஏற்றுமதி செய்கிறார்கள். இருப்பினும், அவர்கள் தங்கள் தொழிலை விரிவுபடுத்தி வெளிநாட்டு சீஸ் இறக்குமதி செய்ய விரும்புகிறார்கள். பின்னர், அவர்கள் ஏற்றுமதி செய்யும் தேசி நெய்யின் அளவு வெளிநாட்டு பாலாடைக்கட்டியை இறக்குமதி செய்யலாம் என்று இந்திய அரசு அவர்களுக்கு நிபந்தனை விதித்தது.

## 3. அந்நிய செலாவணி கட்டுப்பாடுகள்:

அந்நியச் செலாவணிக்கான அணுகலைக் கட்டுப்படுத்துவதன் மூலம் இறக்குமதியைக் கட்டுப்படுத்தும் நடவடிக்கைகள் இதில் அடங்கும்.

## 4. உள்நாட்டு விற்பனை தேவைகள்:

உள்நாட்டு விற்பனைத் தேவைகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், பல நாடுகள் உள்நாட்டுப் பொருட்களின் ஏற்றுமதியைக் கட்டுப்படுத்துகின்றன மற்றும் வர்த்தகத்தை சிதைக்கின்றன. இதன் காரணமாக, அந்த பொருட்களின் மதிப்பு படிப்படியாக குறைகிறது. இதன் விளைவாக, அந்த பொருட்களின் உற்பத்தி சந்தையில் அதிக அளவில் கிடைக்கிறது. வளரும் நாடுகளின் பொருளாதார வளர்ச்சித் தேவைகளின் அடிப்படையில் வர்த்தகம் தொடர்பான முதலீட்டு நடவடிக்கைகளைத் தக்கவைத்துக் கொள்ள வளரும் நாடுகள் அனுமதிக்கப்படுகின்றன. டிஆர்ஜஎம்களில், வளரும் நாடுகளின் பொருளாதாரத் தேவைகளுக்காக சில கட்டுப்பாடுகள் கவனிக்கப்படுவதில்லை.

## வர்த்தகம் தொடர்பான அறிவுசார் சொத்துரிமைகள் (TRIPகள்):

- ❖ உலக வர்த்தக அமைப்பின் கீழ் உலகளவில் அறிவுசார் சொத்துரிமையைப் பாதுகாப்பதற்கான பொதுவான விதிகளின் வடிவத்தில் TRIPகள் குறைந்தபட்ச தரநிலைகளை வழங்குகின்றன.



- ❖ TRIPs ஒப்பந்தமானது அறிவுசார் சொத்துரிமைகளை அமலாக்குவதற்கான உள்நாட்டு நடைமுறைகள் மற்றும் தீர்வுகள் தொடர்பான விதிமுறைகளின் தொகுப்பை வழங்குகிறது.
- ❖ TRIPs விதிகளை செயல்படுத்த உறுப்பு நாடுகள் தேவையான தேசிய சட்டங்களை தயாரிக்க வேண்டும்.
- ❖ காப்புரிமை, பதிப்புரிமை மற்றும் புவிசியல் குறிப்புகள் உட்பட IPR சட்டத்திற்கான எட்டு பகுதிகளை TRIPகள் உள்ளடக்கியது.
- ❖ டிரிபிள் ஆட்சி

1994 இல் கையொப்பமிடப்பட்ட GATT இன் முன்னேற்றம் என்னவென்றால், உலகளவில் அறிவுசார் சொத்துரிமையைப் பாதுகாப்பதற்கான பொதுவான தரநிலையாக TRIPகளை அது கொண்டு வந்தது. TRIPகளின் உட்குறிப்பு என்னவென்றால், உறுப்பு நாடுகள் TRIPs விதிகளின் அடிப்படையில் உள்நாட்டு அறிவுசார் சொத்துரிமை சட்டங்களை வடிவமைக்க வேண்டும்.

**உலக வர்த்தக அமைப்பின் IPR ஆட்சியாக பயணங்கள்:**

சர்வதேச வர்த்தக ஒப்பந்தமாக உருகுவே சுற்றின் முக்கிய சாதனையாக TRIPகள் கருதப்படுகிறது. வர்த்தகப் பேச்சுவார்த்தையில் வளர்ந்த நாடுகள் அறிவுசார் சொத்துரிமைகளை வர்த்தகத்துடன் இணைப்பதில் வெற்றி பெற்றன. அதுவரை, உலக அறிவுசார் சொத்து அமைப்பு (WIPO) என்பது அறிவுசார் சொத்து தொடர்பான பிரத்தியேக சர்வதேச நிறுவனமாக இருந்தது. TRIPகளுடன், உலக வர்த்தக அமைப்பானது உலகளவில் அறிவுசார் சொத்துரிமையைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துவதற்கான நிறுவனமாக உருவெடுத்தது.

**உறுப்பு நாடுகளுக்கு என்ன TRIPகள் அறிவுறுத்துகின்றன?**

TRIPs விதிகளின்படி, அறிவுசார் சொத்துரிமை தொடர்பான உரிமைகளுக்கான பாதுகாப்புக்கான நோக்கம் மற்றும் தரநிலைகளை உச்சரிக்க தேவையான சட்ட கட்டமைப்பை உறுப்பு நாடுகள் தயாரிக்க வேண்டும். அல்லது வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், காப்புரிமைச் சட்டம், பதிப்புரிமைச் சட்டம் போன்ற உள்நாட்டு அறிவுசார் சொத்து சட்டங்களில் உறுப்பு நாடுகள் TRIPs விதிகளை ஏற்க வேண்டும்.

TRIPs விதிகளுக்கு இடமளிக்க தேசிய IPR சட்டங்களில் தேவையான திருத்தங்களை WTO பரிந்துரைக்கிறது. TRIPs ஒப்பந்தம் என்பது பொதுவான சர்வதேச விதிகளின் கீழ் தேசிய சட்டங்களை கொண்டுவருவதற்கான முயற்சியாகும். TRIP களின் முக்கியமான அம்சம் என்னவென்றால்,



அறிவுசார் சொத்துரிமையின் மிக முக்கியமான வடிவமான 'காப்புரிமைகளில்' இது மிகவும் குறிப்பிட்டதாகவும் கடினமாகவும் இருக்கிறது. தாவர உரிமைகள், புவியியல் குறிப்புகள் போன்றவற்றில், உறுப்பினர்கள் ஒரு sui-generis (சொந்தமாக வடிவமைக்கப்பட்ட) IPR முறையைப் பின்பற்றலாம்.

WTO அறிவுசார் சொத்துக்களின் பின்வரும் பகுதிகளை வழங்குகிறது - பதிப்புரிமை மற்றும் தொடர்புடைய உரிமைகள், வர்த்தக முத்திரைகள், வெளியிடப்படாத தகவல்களின் பாதுகாப்பு (வர்த்தக ரகசியங்கள்), புவியியல் அறிகுறிகள், தொழில்துறை வடிவமைப்புகள், ஒருங்கிணைந்த சுற்றுக்கள், காப்புரிமைகள் மற்றும் ஒப்பந்த உரிமங்களில் போட்டி எதிர்ப்பு நடைமுறைகளைக் கட்டுப்படுத்துதல். TRIP களில் கையொப்பமிடுவது என்பது, TRIPகளின் விதிமுறைகளுக்கு ஏற்ப, நாடுகள் தங்கள் காப்புரிமைச் சட்டம், நகல் உரிமைச் சட்டம், வர்த்தக முத்திரைச் சட்டம் போன்றவற்றை மாற்றியமைக்க வேண்டும் என்பதாகும். இந்தியாவில், TRIPs விதிகளுக்கு இடமளிக்கும் வகையில், 1970 காப்புரிமைச் சட்டத்தில் 2005 இல் அரசாங்கம் ஒரு பெரிய திருத்தம் செய்துள்ளது. 2010 இல், பதிப்புரிமைச் சட்டம் திருத்தப்பட்டு 2012 முதல் அமல்படுத்தப்பட்டது. தொழில்துறை வடிவமைப்புகள் தொடர்பான பிற சட்டங்களும் உருவாக்கப்பட்டுள்ளன.

**அறிவுசார் சொத்துரிமைகள் (IPR):**

அறிவுசார் சொத்துரிமை (ஐபி) என்பது அறிவாற்றலை உருவாக்குவதைக் குறிக்கும் ஒரு சொல் (மனித மனதைப் பற்றிய ஆய்வுகளில் பயன்படுத்தப்படும் சொல்) இதற்கு சட்டத்தால் நியமிக்கப்பட்ட உரிமையாளர்களுக்கு ஏகபோகம் ஒதுக்கப்படுகிறது. சில பொதுவான அறிவுசார் சொத்துரிமைகள் (IPR), சில வெளிநாடுகளில் அறிவுசார் சொத்துரிமைகள் தொழில்துறை சொத்து, பதிப்புரிமை, காப்புரிமை மற்றும் வர்த்தக முத்திரைகள், வர்த்தக ரகசியங்கள் இவை அனைத்தும் இசை, இலக்கியம் மற்றும் பிற கலைப் படைப்புகள், கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும் கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும் சொற்கள், சொற்றொடர்கள், சின்னங்கள் மற்றும் வடிவமைப்புகள். அறிவுசார் சொத்துரிமைகள் என்பது அருவ சொத்து எனப்படும் சொத்தின் ஒரு வடிவமாகும். IP மற்றும் IPR ஐ நிர்வகிக்கும் பல சட்டக் கோட்பாடுகள் பல நூற்றாண்டுகளாக உருவாகி வந்தாலும், 19 ஆம் நூற்றாண்டில் தான் அறிவுசார் சொத்துரிமை என்ற சொல் பயன்படுத்தத் தொடங்கியது மற்றும் 20 ஆம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் உலகின் பெரும்பான்மையானவர்களுக்கு இது பொதுவானதாக மாறியது.



**அறிவுசார் சொத்தின் தன்மை:**

மற்ற வகை உரிமைகளில் இருந்து தன்னை வேறுபடுத்திக் கொள்ள IP அதன் தனித்துவமான அம்சங்களைக் கொண்டுள்ளது. இந்த அம்சங்கள் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்குகின்றன:

**டெரிடோரியல்** - அசையா சொத்து போலல்லாமல், ஐபி சொத்து பொதுவாக மற்ற நாடுகளில் பயன்படுத்தப்படுகிறது. எனவே, IP தொடர்பான சிக்கல்கள் சம்பந்தப்பட்ட நாடுகளின் தேசிய சட்டங்களின்படி தீர்க்கப்படுகின்றன.

**உரிமையாளர்களுக்கான பிரத்தியேக உரிமை** - இதன் பொருள் உரிமையாளர்களைத் தவிர மற்ற தரப்பினருக்கு அனுமதியின்றி IP ஐப் பயன்படுத்த உரிமை இல்லை.

**ஒதுக்கக்கூடியது** - IP என்பது உரிமைகளின் ஒரு வடிவம் என்பதால், அதை ஒதுக்கலாம். அதை விற்கலாம், வாங்கலாம், உரிமம் பெறலாம், பணியமர்த்தலாம் அல்லது இணைக்கலாம்.

**சுதந்திரம்** - பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில், ஐபி உரிமைகள் பொருள்களில் பொதிந்துள்ளன, வெவ்வேறு வகையான ஐபி உரிமைகள் ஒரே வகை பொருளில் உள்ளன.

**பொதுக் கொள்கைக்கு உட்பட்டது** - ஐபி உரிமைகள் பொதுக் கொள்கைக்கு இணங்க வேண்டும். IP இன் உரிமையாளர்கள் போதுமான ஊதியத்தை அடைய முற்படுகையில், நுகர்வோர் தங்கள் படைப்புகளை குறைந்தபட்ச சிரமத்துடன் பயன்படுத்த முடியும் என்பதையும் அவர்கள் உறுதிப்படுத்த வேண்டும்.

**பிரிக்க முடியாதது** - ஒரே பொருளில் உள்ள மற்ற உரிமைதாரர்களின் நலன்களில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தாமல், அசல் உருவாக்கத்தில் பல தரப்பினர் ஆர்வங்களைக் கொண்டிருக்கலாம். அதன் பிரிக்க முடியாத தன்மை காரணமாக, ஐபி என்பது தீர்ந்துவிட முடியாத ஒரு வளமாகும்.

**அறிவுசார் சொத்துரிமைகளின் நோக்கம்:**

அறிவுசார் சொத்துரிமைகளின் நோக்கங்கள் பின்வருபவை:

1. தனிநபர்களின் படைப்பின் உரிமை மற்றும் அசல் தன்மையைப் பாதுகாக்க இது உதவுகிறது.



2. இது சம்பந்தப்பட்ட நபர் அல்லது அதிகாரத்திற்கு அங்கீகாரம் அளிக்கிறது.
3. அறிவுசார் சொத்தின் உரிமையாளர்கள் அவர்கள் உருவாக்கிய சொத்துக்களிலிருந்து நிதி நன்மைகளைப் பெற இது அனுமதிக்கிறது.
4. அறிவுசார் சொத்துக்களை உருவாக்குவதற்கும், முதலீட்டுக்கான செலவை ஏற்படுத்துவதற்கும் அவர்களுக்கு நிதி ஊக்கத்தொகை வழங்கப்படுகிறது.
5. இத்தகைய உரிமைகள் தனிநபர்களின் படைப்பாற்றலை ஊக்குவிக்கிறது மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கும் பங்களிக்கிறது.
6. உரிமையை வைத்திருப்பவருக்கு அவர்களின் படைப்புகளின் ஏகபோகத்தின் மூலம் சில பொருளாதார உதவிகளையும் வழங்க முடியும்.
7. இது தனிநபரின் நிதி நிலையையும் நாட்டின் பொருளாதாரத்தையும் மேம்படுத்துகிறது.

#### அறிவுசார் சொத்து வகைகள்:

அறிவுசார் சொத்து என்ற சொல் பொதுவாக நான்கு தனித்தனி சட்டத் துறைகளை உள்ளடக்கியதாக கருதப்படுகிறது:

#### 1. காப்புரிமைகள்

அமெரிக்க காப்புரிமை மற்றும் வர்த்தக முத்திரை அலுவலகமானது அசல் கண்டுபிடிப்புகளுக்கு, செயல்முறைகள் முதல் இயந்திரங்கள் வரை சொத்து உரிமைகளை வழங்குகிறது. காப்புரிமை சட்டம் கண்டுபிடிப்புகளை மற்றவர்கள் பயன்படுத்துவதிலிருந்து பாதுகாக்கிறது மற்றும் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட கண்டுபிடிப்பாளர்களுக்கு பிரத்தியேக உரிமைகளை வழங்குகிறது. தொழில்நுட்ப நிறுவனங்கள் பொதுவாக காப்புரிமைகளைப் பயன்படுத்துகின்றன, புதிய மற்றும் புதுமையான தயாரிப்புகளை உருவாக்குவதில் தங்கள் முதலீட்டைப் பாதுகாக்க முதல் கணினிக்கான காப்புரிமையைப் பார்க்கிறது. மூன்று வகையான காப்புரிமைகள் உள்ளன:

- வடிவமைப்பு காப்புரிமைகள்: ஒரு சாதனம் அல்லது கண்டுபிடிப்பின் அழகியலுக்கான பாதுகாப்பு. அலங்கார வடிவமைப்பு காப்புரிமைகளில் ஒரு பொருளின் வடிவம் (கோகோ



கோலா பாட்டில்), ஈமோஜிகள், எழுத்துருக்கள் அல்லது வேறு ஏதேனும் காட்சிப் பண்புகள் ஆகியவை அடங்கும்.

- தாவர காப்புரிமைகள்: புதிய வகை தாவரங்களுக்கான பாதுகாப்பு. தாவர காப்புரிமைக்கு ஒரு எடுத்துக்காட்டு பழ மரங்களின் பூச்சி-இல்லாத பதிப்புகள். ஆனால் மரத்தில் தனித்துவமான காட்சி பண்புகள் இருந்தால் கண்டுபிடிப்பாளர்கள் ஒரு வடிவமைப்பு நோயாளியை விரும்பலாம்.
- பயன்பாட்டு காப்புரிமைகள்: ஒரு நடைமுறை நோக்கத்திற்காகவும் பயனுள்ளதாகவும் இருக்கும் ஒரு தயாரிப்புக்கான பாதுகாப்பு. IP எடுத்துக்காட்டுகளில் வாகன பாதுகாப்பு அமைப்புகள், மென்பொருள் மற்றும் மருந்துகள் ஆகியவை அடங்கும். காப்புரிமைச் சட்டத்தின் முதல் பகுதி இதுவாகும்.

## 2. வர்த்தக முத்திரைகள்:

வர்த்தக முத்திரைகள் லோகோக்கள், ஒலிகள், வார்த்தைகள், வண்ணங்கள் அல்லது ஒரு நிறுவனம் அதன் சேவை அல்லது தயாரிப்பை வேறுபடுத்திக் காட்டப் பயன்படுத்தும் சின்னங்களைப் பாதுகாக்கின்றன. வர்த்தக முத்திரை எடுத்துக்காட்டுகளில் ட்விட்டர் லோகோ, மெக்டொனால்டின் தங்க வளைவுகள் மற்றும் டன்கின் பயன்படுத்தும் எழுத்துரு ஆகியவை அடங்கும். காப்புரிமைகள் ஒரு தயாரிப்பைப் பாதுகாத்தாலும், வர்த்தக முத்திரைகள் தயாரிப்புகளின் குழுவை உள்ளடக்கும். லான்ஹாம் சட்டம், வர்த்தக முத்திரை சட்டம் 1946 என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, வர்த்தக முத்திரைகள், மீறல்கள் மற்றும் சேவை முத்திரைகளை நிர்வகிக்கிறது.

## 3. பதிப்புரிமை

அறிவுசார் சொத்துக்களின் அசல் படைப்புகளின் அசல் படைப்பாளரின் உரிமைகளை காப்புரிமை சட்டம் பாதுகாக்கிறது. காப்புரிமைகளைப் போலன்றி, பதிப்புரிமைகள் உறுதியானதாக இருக்க வேண்டும். உதாரணமாக, நீங்கள் ஒரு கருத்தை பதிப்புரிமை செய்ய முடியாது. ஆனால் நீங்கள் அசல் பேச்சு, கவிதை அல்லது பாடலை எழுதி பதிப்புரிமை பெறலாம். யாராவது ஒரு அசல் படைப்பை உருவாக்கியவுடன் (OWA), ஆசிரியர் தானாகவே பதிப்புரிமைக்கு சொந்தக்காரர். ஆனால், யு.எஸ். பதிப்புரிமை அலுவலகத்தில் பதிவு செய்வது உரிமையாளர்களுக்கு சட்ட அமைப்பில் ஒரு தொடக்கத்தை அளிக்கிறது.

## 4. வர்த்தக ரகசியங்கள்



வர்த்தக ரகசியங்கள் என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் அறிவுசார் சொத்து ஆகும், அது பொதுவில் இல்லை, பொருளாதார மதிப்பு மற்றும் தகவல்களைக் கொண்டுள்ளது. அவை ஒரு சூத்திரம், செய்முறை அல்லது ஒரு போட்டி நன்மையைப் பெற பயன்படுத்தப்படும் செயல்முறையாக இருக்கலாம். வர்த்தக ரகசியமாகத் தகுதிபெற, நிறுவனங்கள் தனியுரிமத் தகவலை தீவிரமாகப் பாதுகாக்க வேலை செய்ய வேண்டும். தகவல் பொது அறிவாக இருந்தால், அது வணிக இரகசிய சட்டங்களின் கீழ் பாதுகாக்கப்படாது

**நாட்டின் மதிப்பீடு மற்றும் தேர்வு:**

நிறுவனங்கள் அனைத்து சாத்தியமான (சர்வதேச) வாய்ப்புகளைத் தொடர போதுமான ஆதாரங்கள் இல்லாததால், அவை நாடு நுழைவதற்கான வரிசையை தீர்மானிக்க வேண்டும், நாடு முழுவதும் வள ஒதுக்கீடு விகிதங்களை நிறுவ வேண்டும்.

**நாட்டின் மதிப்பீடு மற்றும் தேர்வின் படிகள்:**

1. சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் உற்பத்தித் தளங்கள் மற்றும் புவியியல் மூலோபாயத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது
2. மாற்று இடங்களை ஸ்கேன் செய்தல்
3. தேர்வு மற்றும் எடை மாறிகள்
4. தரவுகளை சேகரித்தல் மற்றும் பகுப்பாய்வு செய்தல்
5. நாடு ஒப்பிடும் கருவி
6. இடங்களுக்கிடையில் வளங்களை ஒதுக்கீடு செய்தல்
7. இறுதி நாடு தேர்வு செய்தல்

**நாடு மதிப்பீடு மற்றும் தேர்வு கருவிகள்:**

**கருவிகள்:**

1. வர்த்தக பகுப்பாய்வு மற்றும் ஒப்புமை முறைகள்
2. வாய்ப்பு-அபாய பகுப்பாய்வு
3. தயாரிப்புகள்-நாடு மேட்ரிக்ஸ் உத்தி
4. சந்தை கவனம் உத்திகள்





வர்த்தக பகுப்பாய்வு மற்றும் ஒப்புமை முறைகள்:

வர்த்தக பகுப்பாய்வு மற்றும் நாட்டின் ஒப்புமை முறைகள் அவற்றின் சந்தை அளவை மதிப்பிடுவதன் மூலம் நாட்டின் மதிப்பீட்டிற்கு பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. எளிமையான சொற்களில், ஒரு நாட்டின் உற்பத்தி மற்றும் இறக்குமதியின் கூட்டுத்தொகையிலிருந்து ஒரு பொருளின் ஏற்றுமதியைக் கழிப்பதன் மூலம் ஒரு நாட்டின் சந்தை அளவு தீர்மானிக்கப்படலாம்.

2. வாய்ப்பு-ஆபத்து பகுப்பாய்வு:

வாய்ப்புகள் மற்றும் இடர்களின் குறுக்கு நாடு பகுப்பாய்வை மேற்கொள்வது, ஒரு நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்கள் மற்றும் வணிகச் சூழலின் அடிப்படையில் பல்வேறு முதலீட்டு இடங்களை ஒப்பிட்டு மதிப்பிடுவதற்கு ஒரு பயனுள்ள கருவியை வழங்குகிறது. சர்வதேசமயமாக்கல் நிறுவனம் வாய்ப்புகள் (சந்தை அளவு, வளர்ச்சி, எதிர்கால திறன், வரி விதிப்பு, செலவுகள் போன்றவை) மற்றும் அபாயங்கள் (அரசியல், பொருளாதாரம், சட்டம், செயல்பாட்டு, முதலியன) ஆகிய இரண்டிற்கும் மாறிகளைத் தேர்ந்தெடுக்கலாம்.

3. தயாரிப்புகள்-நாடு மேட்ரிக்ஸ் உத்தி:

சந்தைப் பல்வகைப்படுத்தல் மற்றும் பண்டங்களின் பல்வகைப்படுத்தலை ஆராயும் நோக்கத்துடன், தயாரிப்பு-நாடு அணி உத்தி பயன்படுத்தப்படுகிறது. இந்த அணுகுமுறையின் கீழ், முந்தைய வர்த்தக புள்ளிவிவரங்கள் முக்கிய சந்தைகள் மற்றும் முக்கிய தயாரிப்புகளை அடையாளம் காண பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகின்றன, அதன் அடிப்படையில் பொருத்தமான சந்தைப்படுத்தல் உத்தி உருவாக்கப்படுகிறது. முக்கியமாக விநியோக பக்க பகுப்பாய்வு அடிப்படையில் மேட்ரிக்ஸ் ஒப்பீட்டு நன்மைகளை வெளிப்படுத்துகிறது. 1995 ஆம் ஆண்டில், இந்திய அரசாங்கம் தொண்ணூறுகளின் நடுப்பகுதியின் வர்த்தகத் தரவுகளின் பகுப்பாய்வை மேற்கொண்டது. இந்தியாவின் ஏற்றுமதிக்கான தடைசெய்யப்பட்ட பொருட்கள்/நாட்டு கூடையை பகுப்பாய்வு வெளிப்படுத்தியது.

4. சந்தை கவனம் உத்திகள்:

ஒரு பிராந்தியத்தின் சந்தை திறனைக் கருத்தில் கொண்டு, சந்தை கவனம் உத்திகளை உருவாக்கலாம். இந்த நுட்பத்தின் கீழ், சந்தை திறன்,



பொதுவாக பிராந்திய அடிப்படையில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது மற்றும் கவனம் செலுத்த வேண்டிய முக்கிய தயாரிப்பு குழுக்கள் அடையாளம் காணப்படுகின்றன. பின்னர், அடையாளம் காணப்பட்ட சந்தைகளுக்கு ஏற்றுமதியை அதிகரிப்பதற்கான உத்திகளை வகுக்க முடியும்.

சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் உற்பத்தித் தளங்கள் மற்றும் புவியியல் மூலோபாயத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது:

எதிர்கால செலவுகள் மற்றும் விலைகள் போட்டியாளர்களின் எதிர்வினைகள் போன்ற காரணிகளைப் பற்றிய பல மதிப்பீடுகள் மற்றும் அனுமானங்கள் செய்யப்பட வேண்டும் என்பதால், ஒரு நிறுவனம் அதன் வளங்கள் மற்றும் அதன் போட்டி நிலையை அதிகரிக்க உதவும் தள இருப்பிட உத்தியை உருவாக்குவது மிகவும் சவாலானது.

1. மாற்று இடங்களை ஸ்கேன் செய்தல்:

ஸ்கேனிங் பயனுள்ளதாக இருக்கும், ஏனெனில் நிறுவனம் பல அல்லது மிகக் குறைவான சாத்தியக்கூறுகளைக் கருத்தில் கொள்ளலாம். ஸ்கேனிங்கைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், முடிவெடுப்பவர்கள் நிர்வகிக்கக்கூடிய எண்ணிக்கையிலான புவியியல் இருப்பிடங்களின் விரிவான பகுப்பாய்வு செய்யலாம்.

2. ஸ்கேனிங்:

ஸ்கேனிங் நுட்பங்கள் வாய்ப்புகள் மற்றும் அபாயங்கள் இரண்டையும் அடையாளம் காணும் பரந்த மாறிகளை அடிப்படையாகக் கொண்டவை. ஸ்கேனிங் நுட்பங்கள் நிறுவனங்கள் பல அல்லது இரண்டு சில மாற்று நாடுகளை கருத்தில் கொள்ளாது என்பதை உறுதிப்படுத்த உதவுகின்றன.

3. விரிவான தேர்வு:

விரிவான பரீட்சைக்கு பொதுவாக ஆன்-சைட் வருகைகள் குறிப்பிட்ட தகவலை சேகரித்து பகுப்பாய்வு செய்ய வேண்டும், இது இறுதி இருப்பிட முடிவு செயல்முறைக்கு அதிகளவில் பங்களிக்கிறது. முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் மேலாளர்களுக்கு வழிகாட்ட இந்த சாத்தியக்கூறு ஆய்வில் தெளிவான முடிவு புள்ளிகள் இருக்க வேண்டும்.

4. தேர்வு மற்றும் எடை மாறிகள்:

ஸ்கேனிங் நுட்பங்கள் பரந்த சுற்றுச்சூழல் மாறிகளை அடிப்படையாகக் கொண்டவை, அவை வாய்ப்புகள் மற்றும் அபாயங்கள் இரண்டையும்



அடையாளம் காணும் நிறுவனத்தால் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். நாட்டின் வாய்ப்புகள் போட்டித்திறன் மற்றும் இலாபத்தன்மை காரணிகளால் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. ஆபத்து என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டிற்குத் தனித்துவமான பொருளாதார, அரசியல் மற்றும் வணிக அபாயங்களைக் குறிக்கிறது, மேலும் இது எதிர்பாராத முதலீட்டு இழப்புகளை ஏற்படுத்தக்கூடும். இறுதியில், ஒரு குறிப்பிட்ட முயற்சியின் சாத்தியமான வெற்றியை மதிப்பிடுவதற்கு மாறிகள் ஒருவருக்கொருவர் திறம்பட எடைபோட வேண்டும்.

**முதலீட்டின் மீதான வருவாய்:**

ROI அல்லது முதலீட்டின் மீதான வருமானம் முதலீட்டின் செயல்திறனின் அளவீடாக வரையறுக்கப்படுகிறது. முதலீட்டின் செயல்திறன் ROI மூலம் மதிப்பிடப்படுகிறது. முதலீட்டுச் செலவுக்கு எதிராக வருமானம் மதிப்பிடப்படுகிறது, இதனால் நாம் சதவீதங்களில் ROI ஐப் பெறுகிறோம். இது ஒரு வணிகத் திட்டத்தில் முதலீடு செய்யப்படும் குறிப்பிட்ட தொகை அல்லது பங்குகள், பரஸ்பர நிதிகள் அல்லது வேறு ஏதேனும் சொத்து போன்ற பொது முதலீட்டின் மீதான ஒப்பீட்டு அளவீடாகும். ROI என்பது ஒரு பொதுவான விகிதமாகும், மேலும் ஒரு முதலீட்டாளருக்கு, அதிக விகிதம், அதிக நன்மைகள். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், இயக்கச் செலவு (செயல்பாடு செலவு) மூலம் வகுக்கப்படும் வணிகச் செயல்பாட்டின் அதிகரிப்பு வருவாய் அல்லது லாபம் என விளக்கலாம். இது வணிகத்தின் செயல்திறன் மற்றும் வளங்கள் உகந்ததாக பயன்படுத்தப்படுகிறது இல்லையா என்பதை மதிப்பீடு செய்கிறது. பங்குதாரர்களை திருப்திப்படுத்த நிர்வாகத்திற்கான பொது நிறுவனங்களுக்கு இது மிகவும் முக்கியமான நிதி அளவீடு ஆகும். சிறிய மற்றும் நடுத்தர அளவிலான வணிகங்களுக்கு, ஒட்டுமொத்த திட்டங்கள்/முதலீடுகள் மற்றும் வணிகங்களின் செயல்திறனை மதிப்பிடுவதற்கு இது பயன்படுத்தப்படுகிறது.

**சர்வதேச பொருளாதார அமைப்பு:**

**உலக வர்த்தக அமைப்பு:**

WTO 1 ஜனவரி 1995 இல் வாழ்க்கையைத் தொடங்கியது ஆனால் அதன் வர்த்தக அமைப்பு அரை நூற்றாண்டு பழமையானது. 1948 முதல், கட்டணங்கள் மற்றும் வர்த்தகத்திற்கான பொது ஒப்பந்தம் (GATT) அமைப்புக்கான விதிகளை வழங்கியது. GATT முக்கியமாக சரக்கு வர்த்தகத்தை கையாண்டது, WTO மற்றும் அதன் ஒப்பந்தங்கள் இப்போது சேவைகள் மற்றும் வர்த்தக கண்டுபிடிப்புகள், படைப்புகள் மற்றும்



வடிவமைப்புகளில் (அறிவுசார் சொத்து) வர்த்தகத்தை உள்ளடக்கியது. உலக வர்த்தக அமைப்பு (WTO) என்பது சர்வதேச வர்த்தகத்தை ஒழுங்குபடுத்தும் ஒரு அரசுகளுக்கிடையேயான அமைப்பாகும். 1995 ஆம் ஆண்டு ஏப்ரல் 15 ஆம் தேதி 123 நாடுகளால் கையொப்பமிடப்பட்ட மராக்கேஷ் ஒப்பந்தத்தின் கீழ் WTO அதிகாரப்பூர்வமாக 1995 ஆம் ஆண்டு தொடங்கப்பட்டது, இது 1948 இல் தொடங்கப்பட்ட கட்டணங்கள் மற்றும் வர்த்தகம் (GATT) மீதான பொது உடன்படிக்கையை மாற்றியது.

செயல்பாடுகள்:

1. வர்த்தக ஒப்பந்தங்களை நிர்வகித்தல்.
2. வர்த்தக பேச்சுவார்த்தைக்கான கருத்துக்களம்
3. வர்த்தக மோதல்களைக் கையாளுதல்
4. தேசிய வர்த்தகக் கொள்கைகளைக் கண்காணித்தல் (இந்தியாவின் வெளிநாட்டு வர்த்தகக் கொள்கை)
5. வளரும் நாடுகளுக்கான தொழில்நுட்ப உதவி மற்றும் பயிற்சி
6. பிற சர்வதேச அமைப்புகளுடன் (உலக வங்கி குழு, IMF) ஒத்துழைப்பு

உலக வர்த்தக அமைப்பின் கொள்கைகள்:

WTO வர்த்தகக் கொள்கைகளுக்கான கட்டமைப்பை நிறுவுகிறது; அது விளைவுகளை வரையறுக்கவோ அல்லது குறிப்பிடவோ இல்லை. அதாவது, இது வர்த்தகக் கொள்கை விளையாட்டுகளின் விதிகளை அமைப்பதில் அக்கறை கொண்டுள்ளது. 1994 க்கு முந்தைய மற்றும் WTO இரண்டையும் புரிந்து கொள்வதில் ஐந்து கொள்கைகள் குறிப்பாக முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை.

1. பாகுபாடு இல்லாதது: இது இரண்டு முக்கிய கூறுகளைக் கொண்டுள்ளது: மிகவும் விருப்பமான நாடு (MFN) விதி மற்றும் தேசிய சிகிச்சை கொள்கை. இரண்டும் சரக்குகள், சேவைகள் மற்றும் அறிவுசார் சொத்துக்கள் மீதான முக்கிய WTO விதிகளில் உட்பொதிக்கப்பட்டுள்ளன, ஆனால் அவற்றின் துல்லியமான நோக்கம் மற்றும் இயல்பு இந்த பகுதிகளில் வேறுபடுகின்றன. MFN விதியின்படி WTO உறுப்பினர் அதையே பயன்படுத்த வேண்டும்



மற்ற WTO உறுப்பினர்களுடனான அனைத்து வர்த்தகத்திற்கான நிபந்தனைகள், அதாவது, ஒரு WTO உறுப்பினர் ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு வகை வர்த்தகத்தை அனுமதிக்கும் மிகவும் சாதகமான நிபந்தனைகளை வழங்க வேண்டும்.

மற்ற அனைத்து WTO உறுப்பினர்கள். தேசிய சிகிச்சை என்பது, இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் உள்நாட்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களை விட (குறைந்த பட்சம் வெளிநாட்டு பொருட்கள் சந்தையில் நுழைந்த பின்னராவது) சாதகமாக கருதப்பட வேண்டும் மற்றும் வர்த்தகத்திற்கான கட்டணமற்ற தடைகளை சமாளிக்க அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது (எ.கா. தொழில்நுட்ப தரநிலைகள், இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருட்களுக்கு எதிராக பாகுபாடு காட்டும் பாதுகாப்பு தரநிலைகள் )

2. பரஸ்பரம்: இது ஆண்கள் விதியின் காரணமாக எழக்கூடிய ஃப்ரீ-ரைடிங்கின் நோக்கத்தை மட்டுப்படுத்துவதற்கான விருப்பம் மற்றும் வெளிநாட்டு சந்தைகளுக்கு சிறந்த அணுகலைப் பெறுவதற்கான விருப்பம் இரண்டையும் பிரதிபலிக்கிறது. ஒரு தேசம் பேச்சுவார்த்தை நடத்துவதற்கு, ஒருதலைப்பட்ச தாராளமயமாதலால் கிடைக்கும் ஆதாயத்தை விட, அவ்வாறு செய்வதன் மூலம் கிடைக்கும் ஆதாயம் அதிகமாக இருக்க வேண்டியது அவசியம். பரஸ்பர சலுகைகள் அத்தகைய ஆதாயங்கள் செயல்படுவதை உறுதிசெய்யும்.

3. பிணைப்பு மற்றும் அமலாக்கக் கூடிய உறுதிப்பாடுகள்: பலதரப்பு வர்த்தகப் பேச்சுவார்த்தையில் WTO உறுப்பினர்களால் செய்யப்படும் கட்டணக் கடமைகள் மற்றும் சலுகைகள் அட்டவணையில் (பட்டியல்) பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன. இந்த அட்டவணைகள் 'உச்சவரம்பு பிணைப்புகளை' நிறுவுகின்றன: ஒரு நாடு அதன் பிணைப்புகளை மாற்ற முடியும், ஆனால் அதன் வர்த்தக பங்காளிகளுடன் பேச்சுவார்த்தை நடத்திய பின்னரே, இது வர்த்தக இழப்பை ஈடுசெய்யும். திருப்தி அடையவில்லை என்றால், புகார் அளிக்கும் நாடு WTO தகராறு தீர்வு நடைமுறைகளை நாடலாம்.

4. வெளிப்படைத்தன்மை: வர்த்தகத்தை பாதிக்கும் நிர்வாக முடிவுகளை மறுஆய்வு செய்வதற்கும், மற்ற உறுப்பினர்களின் தகவலுக்கான கோரிக்கைகளுக்கு பதிலளிப்பதற்கும் மற்றும் WTO க்கு வர்த்தகக் கொள்கைகளில் மாற்றங்களை அறிவிப்பதற்கும் அனுமதிக்கும் நிறுவனங்களை பராமரிக்க WTO உறுப்பினர்கள் தங்கள் வர்த்தக விதிமுறைகளை வெளியிட வேண்டும். இந்த உள் வெளிப்படைத்தன்மை



தேவைகள் வர்த்தகக் கொள்கை மறுஆய்வு பொறிமுறையின் (TPRM) மூலம் அவ்வப்போது நாடு-குறிப்பிட்ட அறிக்கைகள் (வர்த்தகக் கொள்கை மதிப்பாய்வுகள்) மூலம் கூடுதலாக வழங்கப்படுகின்றன. WTO அமைப்பு முன்கணிப்பு மற்றும் ஸ்திரத்தன்மையை மேம்படுத்த முயற்சிக்கிறது, மேற்கோள்களின் பயன்பாட்டை ஊக்கப்படுத்துகிறது மற்றும் இறக்குமதியின் அளவுகளில் வரம்புகளை அமைக்கப் பயன்படுத்தப்படும் பிற நடவடிக்கைகள்.

5. பாதுகாப்பு மதிப்புகள்: குறிப்பிட்ட சூழ்நிலைகளில், அரசாங்கங்கள் வர்த்தகத்தை கட்டுப்படுத்த முடியும். இந்த திசையில் மூன்று வகையான ஏற்பாடுகள் உள்ளன: பொருளாதாரமற்ற நோக்கங்களை அடைய வர்த்தக நடவடிக்கைகளைப் பயன்படுத்த அனுமதிக்கும் கட்டுரைகள்; 'நியாயமான போட்டியை' உறுதி செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்ட கட்டுரைகள்; பொருளாதார காரணங்களுக்காக வர்த்தகத்தில் தலையிட அனுமதிக்கும் விதிகள். MFN கொள்கைக்கு விதிவிலக்குகள் வளரும் நாடுகள், பிராந்திய தடையற்ற வர்த்தகப் பகுதிகள் மற்றும் சுங்கச் சங்கங்களுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கவும் அனுமதிக்கின்றன.

**சர்வதேச நாணய நிதியம்:**

IMF ஜூலை 1944 இல் அமெரிக்காவின் நியூ ஹாம்ப்ஷயரில் நடந்த ஐக்கிய நாடுகளின் பிரெட்டன் வூட்ஸ் மாநாட்டில் உருவாக்கப்பட்டது. கலந்து கொண்ட 44 நாடுகள் சர்வதேச பொருளாதார ஒத்துழைப்புக்கான கட்டமைப்பை உருவாக்கவும், 1930 களின் பெரும் மந்தநிலைக்கு பங்களித்த போட்டி நாணய மதிப்பிழப்புகளை மீண்டும் செய்வதைத் தவிர்க்கவும் முயன்றன. சர்வதேச நாணய அமைப்பின் ஸ்திரத்தன்மையை உறுதி செய்வதே IMF இன் முதன்மையான பணியாகும் - பரிமாற்ற விகிதங்கள் மற்றும் சர்வதேச கொடுப்பனவுகளின் அமைப்பு, நாடுகளும் அவற்றின் குடிமக்களும் ஒருவருக்கொருவர் பரிவர்த்தனை செய்ய உதவுகிறது.

**உறுப்பினர்: 189 நாடுகள்**

**தலைமையகம்: வாஷிங்டன், டி.சி.**

**நிர்வாகக் குழு: 24 இயக்குநர்கள் ஒவ்வொருவரும் ஒரு நாடு அல்லது நாடுகளின் குழுக்களைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்றனர்.**



மொத்த ஒதுக்கீடுகள்: SDR 477 பில்லியன் (US\$661 பில்லியன்)

தற்போதைய கடன் ஏற்பாடுகளின் கீழ் உறுதிசெய்யப்பட்ட தொகைகள்: SDR 152 பில்லியன் (US\$210 பில்லியன்), இதில் SDR 96 பில்லியன் (US\$133 பில்லியன்) எடுக்கப்படவில்லை.

மிகப்பெரிய கடன் வாங்குபவர்கள்: அர்ஜென்டினா, உக்ரைன், கிரீஸ், எனிப்து

கண்காணிப்பு ஆலோசனைகள்: 2014 இல் 132 ஆலோசனைகள், 2015 இல் 124 மற்றும் 2016 இல் 132.

முதன்மை நோக்கங்கள்:

- பரிமாற்ற நிலைத்தன்மையை ஊக்குவித்தல்
- சர்வதேச வர்த்தகத்தின் விரிவாக்கம் மற்றும் சீரான வளர்ச்சியை எளிதாக்குதல்
- சர்வதேச நாணய ஒத்துழைப்பை ஊக்குவித்தல்
- பணம் செலுத்தும் பலதரப்பு முறையை நிறுவுவதில் உதவுதல்
- இருப்பு-பணம் செலுத்துவதில் சிரமங்களை அனுபவிக்கும் உறுப்பினர்களுக்கு ஆதாரங்களை (போதுமான பாதுகாப்புகளுடன்) கிடைக்கச் செய்யுங்கள்

சர்வதேச நாணய நிதியத்தின் முதன்மை நோக்கம் சர்வதேச நாணய அமைப்பின் ஸ்திரத்தன்மையை உறுதி செய்வதாகும். IMF கடன்களுக்கான பெரும்பாலான ஆதாரங்கள் உறுப்பு நாடுகளால் வழங்கப்படுகின்றன, முதன்மையாக அவற்றின் ஒதுக்கீடு மூலம். ஒதுக்கீட்டு சந்தாக்கள் IMF இன் நிதி ஆதாரங்களின் மைய அங்கமாகும். சர்வதேச நாணய நிதியத்தின் ஒவ்வொரு உறுப்பு நாடும் உலகப் பொருளாதாரத்தில் அதன் ஒப்பீட்டு நிலையின் அடிப்படையில் ஒரு ஒதுக்கீடு ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது.

சர்வதேச நாணய நிதியத்தின் செயல்பாடுகள் மற்றும் பங்கு:

IMF பின்வரும் செயல்பாடுகளை செய்கிறது.

i) சர்வதேச நாணய ஒத்துழைப்பு

ii) மாற்று விகித ஸ்திரத்தன்மையை மேம்படுத்துதல்

iii) கொடுப்பனவுகளின் சமநிலையை சரிசெய்வதற்கு உதவுதல்



iv) சர்வதேச ஒருங்கிணைப்பு - கடன்கள் மற்றும் ஆலோசனைகளை வழங்குவதன் மூலம் பொருளாதார நெருக்கடியைச் சமாளிக்க உதவுதல்.

நடைமுறையில், IMF பின்வருவனவற்றைச் செய்கிறது:

(i) பொருளாதார கண்காணிப்பு மற்றும் கண்காணிப்பு: IMF உறுப்பு நாடுகளின் பொருளாதாரங்கள் பற்றிய அறிக்கைகளை உருவாக்குகிறது மற்றும் பலவீனம் / சாத்தியமான ஆபத்து போன்ற பகுதிகளை பரிந்துரைக்கிறது, எ.கா., பெரிய நடப்புக் கணக்கு பற்றாக்குறை/அதிக கடன் அளவுகள் கொண்ட சமநிலையற்ற பொருளாதாரங்கள். பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு பகுதிகளை முன்னிலைப்படுத்துவதன் மூலம் 'நெருக்கடி தடுப்பு' பணியை மேற்கொள்வதே யோசனை.

(ii) நிதி நெருக்கடி உள்ள நாடுகளுக்கான கடன்கள்: IMF 300 பில்லியன் டாலர் கடனுக்கான நிதியைக் கொண்டுள்ளது. இது நிதியில் சேரும் போது ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை டெபாசிட் செய்யும் உறுப்பு நாடுகளில் இருந்து வருகிறது. நிதி/பொருளாதார நெருக்கடி காலங்களில், நிதி மறுசீரமைப்பின் ஒரு பகுதியாக IMF கடன்களை வழங்க தயாராக இருக்கலாம். IMF 1997 முதல் 180 பில்லியனுக்கும் அதிகமான அமெரிக்க டாலர்களை 'பேயில்அவுட்' பேக்கேஜ்களில் ஏற்பாடு செய்துள்ளது.

(iii) நிபந்தனைக்குட்பட்ட கடன்கள்/கட்டமைப்பு சரிசெய்தல்: கடன்களை வழங்கும்போது, IMF பொதுவாக சில நிபந்தனைகளை பூர்த்தி செய்ய வலியுறுத்துகிறது, பணவீக்கத்தைக் குறைப்பதற்கான கொள்கைகள் இதில் அடங்கும் (பணக் கொள்கையை இறுக்குவது). இவை 'நிபந்தனைகள்' என்று அழைக்கப்படுகின்றன.

(iv) தொழில்நுட்ப உதவி மற்றும் பொருளாதார பயிற்சி: IMF பல அறிக்கைகள் மற்றும் வெளியீடுகளை உருவாக்குகிறது. அவர்கள் உள்ளூர் பொருளாதாரங்களுக்கான ஆதரவையும் வழங்க முடியும்.

**IMF இன் குறைபாடுகள்:**

மூன்று குறைபாடுகள் குறிப்பிடத்தக்கவை.

A) பேலன்ஸ் ஆஃப் பேமென்ட்ஸ் (BoP) சமநிலையின்மையை சமாளிக்க நிதி அதன் உறுப்பினர்களுக்கு குறுகிய கால நிதியை வழங்குகிறது. இந்த நோக்கத்திற்காக, அது தனது வாழ்க்கையின் முதல் கட்டத்தில் சரிசெய்யக்கூடிய பெக் முறையை ஏற்றுக்கொண்டது. ஆனால் நிலையான மாற்று விகிதத்தை நிறுவ முடியவில்லை.





B) இரண்டாவதாக, கடன்களை அனுமதிக்கும் போது ஏழை நாடுகளுக்கு நிதி நிபந்தனைகளை விதிக்கிறது. இப்போது, அது அதன் மையக் கவலையைப் புறக்கணிக்கிறது - பரிவர்த்தனை விகித மேலாண்மை மற்றும் BoP சிக்கல்கள். அது இப்போது 'சந்தை கொள்கை' பிரச்சினையில் வெற்றி பெறுகிறது. ஏழை வளரும் நாடுகளுக்கு கடன் வாங்கும் மானியத்தை குறைக்கவும், அரசு நிறுவனங்களின் விலைகளை உயர்த்தவும், அரசுக்கு சொந்தமான நிறுவனங்களை தனியார்மயமாக்கவும் பரிந்துரைக்கிறது. கட்டமைப்பு சரிசெய்தல் திட்டங்கள் என மிகவும் பிரபலமாக அறியப்படும் இத்தகைய நடவடிக்கைகள் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டால், IMF கடன் பின்பற்றப்படும். இந்த நடவடிக்கைகளில் பெரும்பாலானவை மக்களுக்கு எதிரானவை. நிதியத்தின் கொள்கைகள் மற்றும் வேலை காரணமாக மூன்றாம் உலகக் கடன் நெருக்கடி ஏற்பட்டதாகக் கூறப்படுகிறது.

C) மூன்றாவதாக, வர்த்தகத்தின் வளர்ச்சியைத் தடுக்கும் வகையில் அதன் உறுப்பினர்களால் விதிக்கப்பட்ட அந்நியச் செலாவணி கட்டுப்பாடுகளை அகற்ற நிதி தவறிவிட்டது.

### உலக வங்கி

உலக வங்கி குழு 2030 க்குள் உலகம் அடைய இரண்டு இலக்குகளை நிர்ணயித்துள்ளது:

- ஒரு நாளைக்கு \$1.90க்கும் குறைவான வருமானத்தில் வாழும் மக்களின் சதவீதத்தை 3%க்கு மிகாமல் குறைப்பதன் மூலம் தீவிர வறுமையை முடிவுக்குக் கொண்டுவரவும்.
- ஒவ்வொரு நாட்டிற்கும் கீழே உள்ள 40% வருமான வளர்ச்சியை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் பகிரப்பட்ட செழிப்பை மேம்படுத்துதல்.

உலக வங்கியின் தலைவர் டேவிட் மல்பாஸ். உலக வங்கி குழுவானது அதன் உறுப்பு நாடுகளால் நிர்வகிக்கப்படும் ஐந்து நிறுவனங்களைக் கொண்டுள்ளது. 1944 ஆம் ஆண்டு நிறுவப்பட்ட உலக வங்கிக் குழுவானது வாஷிங்டன், டி.சி.யை தலைமையிடமாகக் கொண்டுள்ளது. உலகெங்கிலும் உள்ள 120க்கும் மேற்பட்ட அலுவலகங்களில் 10,000க்கும் மேற்பட்ட பணியாளர்கள் எங்களிடம் உள்ளனர்.

உலக வங்கி குழுவில் ஐந்து அமைப்புகள் உள்ளன:

- புனரமைப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான சர்வதேச வங்கி:- புனரமைப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான சர்வதேச வங்கி (IBRD) நடுத்தர வருமானம்



மற்றும் கடன் பெறக்கூடிய குறைந்த வருமானம் கொண்ட நாடுகளின் அரசாங்கங்களுக்கு கடன் வழங்குகிறது.

- **சர்வதேச அபிவிருத்தி சங்கம்:-** சர்வதேச அபிவிருத்தி சங்கம் (ஐடிஏ) வட்டியில்லா கடன்களை வழங்குகிறது - கடன்கள் எனப்படும் - மற்றும் ஏழை நாடுகளின் அரசாங்கங்களுக்கு மானியங்கள். IBRD மற்றும் IDA இணைந்து உலக வங்கியை உருவாக்குகின்றன.
- **சர்வதேச நிதிக் கழகம்:-** சர்வதேச நிதிக் கழகம் (IFC) என்பது தனியார் துறையில் மட்டுமே கவனம் செலுத்தும் மிகப்பெரிய உலகளாவிய மேம்பாட்டு நிறுவனமாகும். முதலீட்டிற்கு நிதியளிப்பதன் மூலமும், சர்வதேச நிதிச் சந்தைகளில் மூலதனத்தைத் திரட்டுவதன் மூலமும், வணிகங்கள் மற்றும் அரசாங்கங்களுக்கு ஆலோசனை சேவைகளை வழங்குவதன் மூலமும் வளரும் நாடுகள் நிலையான வளர்ச்சியை அடைய உதவுகின்றன.
- **பலதரப்பு முதலீட்டு உத்தரவாத நிறுவனம்:-** பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு ஆதரவளிப்பதற்கும், வறுமையைக் குறைப்பதற்கும், மக்களின் வாழ்க்கையை மேம்படுத்துவதற்கும் வளரும் நாடுகளில் அன்னிய நேரடி முதலீட்டை ஊக்குவிப்பதற்காக 1988 ஆம் ஆண்டு பன்முக முதலீட்டு உத்தரவாத நிறுவனம் (MIGA) உருவாக்கப்பட்டது. முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் கடன் வழங்குபவர்களுக்கு அரசியல் இடர் காப்பீடு (உத்தரவாதம்) வழங்குவதன் மூலம் MIGA இந்த ஆணையை நிறைவேற்றுகிறது.
- **முதலீட்டுத் தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கான சர்வதேச மையம்:-** முதலீட்டுத் தகராறுகளைத் தீர்ப்பதற்கான சர்வதேச மையம் (ICSID) முதலீட்டுத் தகராறுகளை சமரசம் செய்வதற்கும், சமரசம் செய்வதற்கும் சர்வதேச வசதிகளை வழங்குகிறது.

உலக வங்கியின் செயல்பாடுகள்:

- ❖ இது போரினால் பாதிக்கப்பட்ட நாடுகளுக்கு மறுகட்டமைப்புக்காக கடன்களை வழங்குவதன் மூலம் உதவுகிறது.
- ❖ இவ்வாறு, அவர்கள் விரிவான அனுபவத்தை வழங்குகிறார்கள் மற்றும் வங்கியின் நிதி ஆதாரங்கள் ஏழை நாடுகளின் பொருளாதார வளர்ச்சியை அதிகரிக்க உதவுகின்றன, வறுமையைக் குறைக்கின்றன மற்றும் சிறந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை உருவாக்குகின்றன.
- ❖ மேலும், வளர்ச்சியடையாத நாடுகளுக்கு வளர்ச்சிக் கடன்களை வழங்குவதன் மூலம் உதவுகிறது.
- ❖ எனவே, பாசனம், விவசாயம், நீர் வழங்கல், சுகாதாரம், கல்வி போன்ற பல்வேறு அரசாங்கங்களுக்கு கடன்களை வழங்குகிறது.



- ❖ கடன்களுக்கு உத்தரவாதம் அளிப்பதன் மூலம் வெளிநாட்டு முதலீடுகளை மற்ற நிறுவனங்களுக்கு ஊக்குவிக்கிறது.
- ❖ மேலும், உலக வங்கியானது உறுப்பு நாடுகளின் எந்தவொரு திட்டத்திற்கும் பொருளாதார, பணவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப ஆலோசனைகளை வழங்குகிறது.
- ❖ இவ்வாறு, பல்வேறு பொருளாதார சீர்திருத்தங்களை அறிமுகப்படுத்துவதன் மூலம் வளர்ச்சியடையாத நாடுகளில் தொழில்களின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது.

உலக வங்கியின் நோக்கங்கள்:

- ✦ பொருளாதார மேம்பாடு மற்றும் புனரமைப்புக்காக அதன் உறுப்பு நாடுகளுக்கு நீண்டகால மூலதனத்தை வழங்குவது இதில் அடங்கும்.
- ✦ இவ்வாறு, நீண்ட கால மூலதனத்தைத் தூண்டி, கொடுப்பனவு சமநிலையை மேம்படுத்தவும் அதன் மூலம் சர்வதேச வர்த்தகத்தை சமநிலைப்படுத்தவும் உதவுகிறது.
- ✦ மேலும், பெரிய மற்றும் சிறிய அலகுகள் மற்றும் உறுப்பு நாடுகளுக்கான பிற திட்டங்களுக்கு வழங்கப்படும் சுமைகளுக்கு எதிராக உத்தரவாதங்களை வழங்குவதன் மூலம் இது உதவுகிறது.
- ✦ எனவே, வளர்ச்சித் திட்டங்கள் செயல்படுத்தப்படுவதை இது உறுதி செய்கிறது. எனவே, இது ஒரு தேசத்திற்கு போர்க்காலத்திலிருந்து அமைதியான பொருளாதாரத்திற்கு வெளிப்படைத்தன்மையைக் கொண்டுவருகிறது.
- ✦ மேலும், மூலதன முதலீடு மற்றும் கடன்களுக்கான உத்தரவாதத்தை வழங்குவதன் மூலம் உறுப்பு நாடுகளுக்கான மூலதன முதலீட்டை ஊக்குவிக்கிறது.
- ✦ எனவே, உத்தரவாதத்தை வழங்குவதை விட மூலதன முதலீடு கிடைக்கவில்லை என்றால், IBRD குறிப்பிட்ட நிபந்தனைகளின் கீழ் ஊக்குவிப்பு நடவடிக்கைகளுக்கு கடன்களை வழங்குகிறது.

உலக வங்கியின் நோக்கங்கள்:

- முதலீட்டுக்கு ஆதரவான சூழலை உருவாக்க விரும்புகிறது.
- மேலும், வறுமையைக் குறைப்பதன் மூலம் ஓமிக்ஸ் நிலைத்தன்மையை மேம்படுத்த விரும்புகிறது.
- எனவே, நிலையான வளர்ச்சியை அடைவதை நோக்கி இது செயல்படுகிறது.
- வளர்ச்சியடையாத உறுப்பு நாடுகளில் வேலை வாய்ப்புகள் மற்றும் வணிகத்திற்கான வாய்ப்புகளை அதிகரித்தல்.



- முதலீட்டின் மூலம், சமூகத்தின் சமூக-பொருளாதார நிலையை மேம்படுத்த திட்டமிடுகிறது.
- மேலும், நீதித்துறை மற்றும் சட்ட அமைப்புகள் உருவாக்கப்பட்டு தனிமனித உரிமைகள் பாதுகாக்கப்படுவதை உறுதி செய்ய விரும்புகிறது.
- கல்வியை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் அதன் உறுப்பு நாடுகளின் அரசாங்கத்தை வலுப்படுத்துதல்.
- ஊழலை எதிர்த்தல் மற்றும் போதுமான பயிற்சி வாய்ப்புகள் மற்றும் ஆராய்ச்சி வசதிகள் இருப்பதை உறுதி செய்தல்.
- இது குறைந்த வட்டி விகிதங்கள் மற்றும் வட்டியில்லா வரவுகளுடன் கடன்களை வழங்க விரும்புகிறது

### ஐரோப்பிய ஒன்றியம்:

ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் நோக்கம் அமைதியை மேம்படுத்துவதும், ஒரு ஒருங்கிணைந்த பொருளாதாரம் மற்றும் பணவியல் அமைப்பை நிறுவுவதும் ஆகும். சேர்ப்பதை ஊக்குவிப்பதும் பாகுபாட்டை எதிர்த்துப் போராடுவதும் அதன் ஆணை; வர்த்தகம் மற்றும் எல்லைகளுக்கான தடைகளை உடைத்தல்; தொழில்நுட்ப மற்றும் அறிவியல் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்க; சாம்பியன் சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு; மற்றும், மற்றவற்றுடன், போட்டி நிறைந்த உலகளாவிய சந்தை மற்றும் சமூக முன்னேற்றம் போன்ற இலக்குகளை மேம்படுத்துதல். எனவே, எளிமையாகச் சொன்னால், ஐரோப்பிய ஒன்றியம் என்பது 27 ஐரோப்பிய நாடுகளின் கூட்டணியாகும், இது வர்த்தகம், பொருளாதாரம் மற்றும் சமூகத் தடைகளைத் தகர்த்தெறிந்து, இந்தப் பகுதிகளில் செழிப்பு மற்றும் வளர்ச்சியை மேம்படுத்த வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. 1993 இல் நிறுவப்பட்ட ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் தலைமையகம் தற்போது பெல்ஜியத்தின் பிரிஸ்ஸல்ஸில் அமைந்துள்ளது.

### நிறுவன அமைப்பு:

ஐரோப்பிய ஒன்றியம் மூன்று முக்கிய அமைப்புகளால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது - ஐரோப்பிய ஒன்றிய கவுன்சில், ஐரோப்பிய ஒன்றிய பாராளுமன்றம் மற்றும் ஐரோப்பிய ஒன்றிய ஆணையம். கவுன்சிலின் முக்கிய வேலை ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திற்கான புதிய கொள்கைகள் மற்றும் சட்டங்களை உருவாக்குவதும் முன்மொழிவதும் ஆகும். இது ஒவ்வொரு ஆறு மாதங்களுக்கும் வெவ்வேறு ஐரோப்பிய ஒன்றிய தலைவரின் கீழ் செயல்படுகிறது. ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு ஒருமுறை உறுப்பினர்களைத் தேர்ந்தெடுத்து, கவுன்சிலால் முன்மொழியப்பட்ட சட்டங்களை



பாராளுமன்றம் விவாதித்து நிறைவேற்றுகிறது. இறுதியாக, ஆணையம் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திற்கான சட்டங்களைச் செயல்படுத்துகிறது மற்றும் செயல்படுத்துகிறது. உலகில் அதிகம் பயன்படுத்தப்படும் நாணயங்களில் யூரோ இரண்டாவது இடத்தில் உள்ளது. நிறுவப்பட்டதும், யூரோ ஐரோப்பாவின் பல முன்னணி நாணயங்களை மாற்றியுள்ளது, இதில் பிரெஞ்சு மற்றும் இத்தாலிய நாணயங்களான ஃபிராங்க் மற்றும் லிரா போன்றவை அடங்கும்.

**பிரெக்ஸிட் மற்றும் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தின் மீதான தாக்கம்:**

இங்கிலாந்து ஐரோப்பிய யூனியனில் இருந்து வெளியேறவும், அதை விட்டு வெளியேறவும் வாக்களித்துள்ளது - ஐரோப்பிய ஒன்றியத்திலிருந்து பிரித்தானிய வெளியேறுவதற்கு "பிரெக்ஸிட்" என்ற வார்த்தையை பிரபலமற்ற முறையில் உருவாக்கியது. பிரெக்ஸிட் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தை விட பிரிட்டனுக்கு மிகவும் தீங்கு விளைவிப்பதாக நிரூபிக்கப்பட்டாலும், பிரெக்ஸிட்ஊடாகப் பிந்தைய உலகில் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் இன்னும் அலைச்சல் தாக்கங்கள் உள்ளன. ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தில் உள்ள சில நாடுகள் அயர்லாந்து மற்றும் ஜெர்மனி உட்பட பெரும் பொருளாதார இழப்புகளை சந்திக்க நேரிடும், இவை இரண்டும் முறையே 10 சதவீதம் மற்றும் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 5 சதவீதத்தை இழக்க நேரிடும்.



## UNIT – III

### பன்னாட்டு நிறுவனங்கள்

ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனம் என்பது ஒரு சர்வதேச நிறுவனமாகும், அதன் வணிக நடவடிக்கைகள் குறைந்தது இரண்டு நாடுகளிடையே பரவுகின்றன. சில அதிகாரிகள் வெளிநாட்டுக் கிளையைக் கொண்ட எந்தவொரு நிறுவனத்தையும் ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனமாகக் கருதுகின்றனர்; மற்றவர்கள் தங்கள் சொந்த நாட்டிற்கு வெளியே தங்கள் வருவாயில் குறைந்தபட்சம் கால் பகுதியைப் பெறும் நிறுவனங்களுக்கு மட்டுமே வரையறையை வரையறுக்கின்றனர். பல பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் வளர்ந்த நாடுகளில் உள்ளன. பன்னாட்டு வக்கீல்கள், அதிக ஊதியம் தரும் வேலைகளையும், தொழில்நுட்ப ரீதியாக மேம்பட்ட பொருட்களையும் உருவாக்குவதாகக் கூறுகிறார்கள், இல்லையெனில் அத்தகைய வாய்ப்புகள் அல்லது பொருட்களை அணுக முடியாது. இருப்பினும், இந்த நிறுவனங்களின் விமர்சகர்கள், இந்த நிறுவனங்கள் அரசாங்கங்கள் மீது தேவையற்ற அரசியல் செல்வாக்கைக் கொண்டுள்ளன, வளரும் நாடுகளைச் சுரண்டுகின்றன மற்றும் அவர்களின் சொந்த நாடுகளில் வேலை இழப்பை உருவாக்குகின்றன.

பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் அம்சங்கள்:

பெரிய அளவிலான செயல்பாடுகள்: பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் அடிப்படை அம்சம், அவற்றின் செயல்பாடுகளின் பரப்பளவு பரந்த அளவில் உள்ளது. குறைந்த விலையில் அதிக எண்ணிக்கையிலான பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் பெரிய உற்பத்தி ஆலையை நிறுவியுள்ளனர். மக்கள், தகவல், தொழில்நுட்பம் மற்றும் மூலதனம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் அவர்களிடம் ஏராளமான வளங்கள் உள்ளன. அவை மொத்தமாக உற்பத்தி செய்வதால் அவற்றின் செயல்திறன் மிகவும் அதிகமாக உள்ளது.

அதிக எண்ணிக்கையிலான கிளைகள்: பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் மற்றொரு முக்கிய அம்சம் என்னவென்றால், அவை உலகளாவிய அளவில் செயல்படுவதும், பல்வேறு நாடுகளில் கிளைகளைக் கொண்டிருப்பதும் ஆகும். அவை நிறுவனத்தின் சொந்த நாட்டில் அமைந்துள்ள மையப்படுத்தப்பட்ட அலுவலகத்தின் மூலம் கட்டுப்படுத்தப்படுகின்றன. இந்த அனைத்து கிளைகளுக்கும் தலைமை அலுவலகத்திற்கும் இடையே முழு ஒருங்கிணைப்பு உள்ளது மற்றும் இந்த கிளைகள் தலைமை அலுவலகத்தின் திசைகளில் முழுமையாக செயல்படுகின்றன.



பெரும் விற்றுமுதல்: பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் வர்த்தகம் உலகின் பல்வேறு பகுதிகளில் செயல்படுவதால் அவற்றின் விற்றுமுதல் அளவு மிக அதிகமாக உள்ளது. இந்த நிறுவனங்கள் ஈட்டும் லாபத்தின் அளவு மிக அதிகமாக இருப்பதால், அவர்கள் தங்கள் ஊழியர்களுக்கு நல்ல சம்பளத்தை வழங்க முடிகிறது. நாட்டின் ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சியை இலக்காகக் கொண்ட CSR நடவடிக்கைகளிலும் இவை போதுமான அளவு பங்களிக்கின்றன

தொடர்ச்சியான வளர்ச்சி: பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் எப்போதும் சந்தையில் கிடைக்கும் சமீபத்திய மற்றும் சிறந்த நுட்பங்களைப் பின்பற்றுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. அவர்களின் முக்கிய நோக்கம் தொடர்ந்து அதிக வேகத்தில் வளர்ந்து எப்போதும் தங்களை மேம்படுத்துவதாகும். பல்தேசிய நிறுவனங்களும் தங்கள் அளவை அதிகரிப்பதற்காக அவ்வப்போது பல்வேறு கையகப்படுத்துதல் மற்றும் இணைப்புகளைச் செய்கின்றன.

உயர்தர தயாரிப்புகள்: பன்னாட்டு நிறுவனங்களால் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள் சந்தையில் கிடைக்கும் நவீன மற்றும் சிறந்த தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தி உற்பத்தி செய்யப்படுவதால், அவை உயர் தரத்தில் உள்ளன. மேலும், இந்த நிறுவனங்கள் வெகுஜன உற்பத்தியின் மூலம் அடையப்படும் மிக உயர்ந்த செயல்திறனை அடைவதன் மூலம் இந்த உயர்தர தயாரிப்புகளை மலிவான விலையில் வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன.

பெரிய அளவிலான விளம்பரம்: பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் மற்றொரு இன்றியமையாத அம்சம் என்னவென்றால், அவை தங்கள் விளம்பரம் மற்றும் விளம்பர நடவடிக்கைகளில் பெரும் தொகையை முதலீடு செய்கின்றன. தங்களின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சமீபத்திய சலுகைகள் குறித்து பொதுமக்களுக்குத் தெரிவிக்க, கிடைக்கும் கிளைகளின் எண்ணிக்கையின்படி, உலகம் முழுவதும் விளம்பரச் செயல்பாடுகளைச் செய்கின்றனர்.

சொந்த நாட்டிலிருந்து கட்டுப்பாடு: பன்னாட்டு நிறுவனமானது, உலகெங்கிலும் உள்ள பல்வேறு நாடுகளில் உள்ள அனைத்து கிளைகளையும் கட்டுப்படுத்துகிறது, இது MNC இன் சொந்த நாட்டில் அமைந்துள்ள அவர்களின் மத்திய தலைமை அலுவலகத்தை உருவாக்குகிறது. பல்வேறு நாடுகளில் உள்ள கிளைகளின் செயல்திறன் மற்றும் பல்வேறு செயல்பாடுகள் தொடர்பான அனைத்து வழிகாட்டுதல்களும் மத்திய அலுவலகத்திலிருந்து வழங்கப்படுகின்றன.



## பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் வகைகள்

**1. பரவலாக்கப்பட்ட நிறுவனம்:** -பரவலாக்கப்பட்ட நிறுவனங்கள் வெளிநாடுகளில் பல அலுவலகங்கள், வசதிகள் மற்றும் சொத்துக்களைக் கொண்டிருக்கலாம், ஆனால் அவை இன்னும் தங்கள் சொந்த நாட்டில் வலுவான இருப்பை பராமரிக்கின்றன. பரவலாக்கப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு பொதுவாக மத்திய தலைமையகம் இல்லை என்றாலும், அவை செயல்படும் ஒவ்வொரு நாட்டிற்கும் அதன் சொந்த மேலாண்மை அமைப்பு இருக்கலாம். ஒவ்வொரு புவியியல் பகுதியிலும் உள்ள விதிமுறைகளை கடைபிடிப்பதை உறுதிசெய்யும் அதே வேளையில், இது எண்டர்பிரைஸ் அளவை விரைவாக உதவுகிறது

**2. மையப்படுத்தப்பட்ட உலகளாவிய நிறுவனம்:** - மையப்படுத்தப்பட்ட உலகளாவிய நிறுவனமானது அதன் சொந்த நாட்டில் தலைமை அலுவலகத்தைக் கொண்டிருக்கலாம், அங்கு தலைமைச் செயல் அதிகாரி மற்றும் பிற மூத்த தலைவர்கள் வசிக்கின்றனர். இந்த நிறுவனங்கள் பெரும்பாலும் வெளி நாடுகளில் இருந்து மலிவான வளங்கள் மற்றும் பொருட்களை வாங்குவதன் மூலம் வருவாயை அதிகரிக்க வாய்ப்புகளை தேடுகின்றன. அதே நிர்வாகக் குழு பொதுவாக உள்நாட்டு மற்றும் சர்வதேச முடிவுகளைக் கையாளுகிறது.

**3. சர்வதேச பிரிவு:** ஒரு சர்வதேசப் பிரிவை உருவாக்குவதன் மூலம் எண்டர்பிரைஸ் தங்களுடைய உள்நாட்டுச் செயல்பாடுகளைத் தங்களுடைய சர்வதேச செயல்பாடுகளிலிருந்து பிரித்து வைத்திருக்கலாம். இந்த புதிய பிரிவு வெளிநாடுகளில் உள்ள அனைத்து நிறுவன செயல்பாடுகளையும் மேற்பார்வையிடும் பொறுப்பாகும். இந்த அமைப்பு நிறுவனங்கள் பரந்த பார்வையாளர்களை அடையவும், பல்வேறு கலாச்சாரங்களை ஈர்க்கும் முடிவுகளை எடுக்கவும் உதவும் அதே வேளையில், இது ஒரு ஒத்திசைவான பிராண்ட் இமேஜை பராமரிப்பதும் சவாலானது.

**4. நாடுகடந்த எண்டர்பிரைஸ்:** - நாடுகடந்த நிறுவனம் பெற்றோர்-துணை உறவுக்குள் இருக்கலாம். தனித்தனி நாடுகளில் இயங்கினாலும், அவர்களின் R&D குழு போன்ற பெற்றோர் நிறுவனங்களின் பல ஆதாரங்களை அணுக இது அவர்களை அனுமதிக்கிறது. பொதுவாக, தாய் நிறுவனம் நாடுகடந்த நிறுவனத்தை மேற்பார்வையிடுகிறது மற்றும் அதன் சார்பாக முடிவுகளை எடுக்கிறது. அவர்கள் பொதுவாக ஒரு மையப்படுத்தப்பட்ட தலைமைத்துவ கட்டமைப்பைப் பின்பற்றும் போது, இது ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொரு நிறுவனத்திற்கு மாறுபடும்.

பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் நேர்மறையான தாக்கம்:





பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் வேகமான வளர்ச்சி விகிதம் உட்பட பல நன்மைகளை அனுபவிக்கலாம். அதிக வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவதன் மூலம் அவர்கள் வணிகம் நடத்தும் சர்வதேச பொருளாதாரங்களிலும் சாதகமான விளைவை ஏற்படுத்த முடியும்.

**1. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் மூலதனத்தின் வரவை வழங்குகின்றன:**

பன்னாட்டு நிறுவனங்கள், வளரும் நாடுகளுக்கு மூலதனப் பாய்ச்சல், தொழிற்சாலைகள் கட்டுதல், பயிற்சி மையங்களில் முதலீடு செய்தல் மற்றும் வெளிநாடுகளில் தங்கள் உற்பத்தித் திறனை மேம்படுத்தும் நோக்கத்துடன் கல்வி வசதிகளை ஆதரிப்பதில் முன்னணியில் உள்ளன.

**2. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் இறக்குமதிகளை வாங்குவதற்கு நாடுகளை அனுமதிக்கின்றன:**

வளர்ச்சியடையாத நாடுகளில் பொருளாதார மேம்பாட்டின் பிரச்சினை, வளங்களை அணுகுவதற்கான ஒட்டுமொத்த பற்றாக்குறையாகும். வளரும் நாடுகளில் பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் முன்னிலையில் இருக்கும் போது, அவற்றின் மூலதன வரவு, இறக்குமதி/ஏற்றுமதி சந்தையில் அதிக அணுகலை நாடுகளுக்கு உதவுகிறது. இது சிறந்த பொருட்களை அணுகவும், அதிக வாய்ப்புகளை உருவாக்கவும், இறுதியில் அனைவரின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்தவும் அனுமதிக்கிறது.

**3. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் உள்ளூர் வேலைவாய்ப்பை வழங்குகின்றன:**

நீங்கள் வளர்ந்த நாடுகளுக்கு வெளியே ஒரு கணம் காலடி எடுத்து வைத்தால், சராசரி மனிதர்கள் விவசாயம் தொடர்பான நிலையில் வேலை செய்கிறார்கள். உலகின் ஏழ்மையான நாடுகளில் காணப்படும் கிட்டத்தட்ட 70% வேலைகள் இந்தத் தொழிலை அடிப்படையாகக் கொண்டவை, இது உலகின் பணக்கார நாடுகளில் அமைந்துள்ள 5% க்கும் குறைவாகவே உள்ளது.

**4. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் உள்ளூர் உள்கட்டமைப்பை மேம்படுத்துகின்றன:**

செயல்பாடுகள் தொடங்குவதற்கு முன்பே உள்ளூர் உள்கட்டமைப்பில் முதலீடு அவசியமாகிறது. சாலைகள், பாலங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப அணுகல் ஆகியவை வளரும் நாட்டில் பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் செயல்படும் போது அகற்றப்படும் மிகப்பெரிய தடைகளில் மூன்று ஆகும்.



**5. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் உள்ளூர் பொருளாதாரங்களை பல்வகைப்படுத்துகின்றன:**

பல சமூகங்கள், வளரும் நாடுகள் மற்றும் பொருளாதாரங்கள் அனைத்தும் வாழ்வாதாரத்திற்காக முதன்மை தயாரிப்புகளை நம்பியுள்ளன. பெரும்பாலான தயாரிப்புகள் விவசாயம் சார்ந்த தொழில்களுடன் தொடர்புடையவை. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் இந்தப் பொருளாதாரங்களை பல்வேறு வகைகளுடன் வழங்குகின்றன, உள்ளூர் உற்பத்தி நிலைகளில் பன்முகத்தன்மையை உருவாக்குகின்றன. இது அடிக்கடி நிலையற்ற விலைகளைக் கொண்ட பொருட்களின் மீதான நம்பிக்கையை குறைக்கிறது, ஏனெனில் அவற்றின் வழங்கல் மற்றும் தேவை அளவுகள் அடிக்கடி தள்ளுபடி செய்யப்படுகின்றன.

**6. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அதிக கண்டுபிடிப்புகளை ஊக்குவிக்கின்றன:**

சராசரி பன்னாட்டு நிறுவனமானது அதன் ஆண்டு பட்ஜெட்டில் 5% முதல் 10% வரை புதுமையான ஆராய்ச்சிக்கு செலவிடுகிறது. பார்ச்சூன் குளோபல் 500 இல் உள்ள பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் மிகவும் தீவிரமான ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுத் தீவிரம் கொண்ட பல நிறுவனங்கள்.

**7. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் குறைந்தபட்ச தரத் தரங்களைச் செயல்படுத்துகின்றன:**

பெரும்பாலான பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தங்கள் விநியோகப் பணிகளுக்கு விற்பனையாளர்களை நம்பியுள்ளன. சிலர் அவற்றை விற்பனை வாய்ப்புகளுக்காகவும் பயன்படுத்துகின்றனர். அவற்றின் அளவு மற்றும் செல்வாக்கின் காரணமாக, ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளருக்கும் எதிர்பார்க்கப்படும் அனுபவத்தை வழங்குவதற்காக இந்த நிறுவனங்கள் தங்கள் கூட்டாளர்களுக்கு (அவர்களின் சப்ளையர்கள் உட்பட) அந்நியச் செலாவணியைச் செய்கின்றன. அவ்வாறு செய்யத் தவறினால், எண்டர்பிரைஸ் உடனடியாக வேறு விற்பனையாளரிடம் செல்லலாம், இது வெளிநாடுகளில் உள்ள சில விநியோக வணிகங்களை உடனடியாகக் கொன்றுவிடும். இந்த அமைப்பு, நியாயமான நல்ல தயாரிப்பு தரத்தை உறுதி செய்யும் அதே வேளையில், வாடிக்கையாளர் விலைகளைக் குறைக்கும் அளவிலான செயல்திறனை உருவாக்குகிறது.

**8. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் கலாச்சார விழிப்புணர்வை அதிகரிக்கின்றன:**

நிறுவனங்கள் வெளிநாடுகளில் விரிவடையும் போது, அவை புதிய கலாச்சார உண்மைகளை வெளிப்படுத்துகின்றன. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் நம்பமுடியாத அளவிற்கு வேறுபட்டவை, இந்த தேவையின்



காரணமாக அவர்களுக்கு கூடுதல் பலத்தை அளிக்கிறது. நீங்கள் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு முன், உள்ளூர் சந்தையின் வலி புள்ளிகளை ஒருவர் அறிந்திருக்க வேண்டும் அல்லது அவர்களுக்கான சேவைகள். எவரும் புதிய கண்ணோட்டங்களைச் சேர்க்க தங்கள் சிந்தனையை விரிவுபடுத்தினால், உலகம் அதன் காரணமாக வலுவான இடமாக மாறும். இந்த நன்மைகள் அவர்களுக்கு முன்னுரிமையாக இருந்தால், இந்த நிறுவனங்கள் குறுக்கு-கலாச்சார தகவல்தொடர்புகளில் நேர்மறையான செல்வாக்கை வழங்குகின்றன

பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் எதிர்மறையான தாக்கம்:

1. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அதிக சுற்றுச்சூழல் செலவுகளை உருவாக்குகின்றன:

வளரும் நாடுகளில் வணிகம் செய்வதில் பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் பார்க்கும் ஒரு முதன்மையான நன்மை, வலுவான சுற்றுச்சூழல் சட்டம் இல்லாதது ஆகும். பலவீனமான அரசாங்கங்கள் சுற்றுச்சூழலுக்கு ஏற்படும் தீங்குகளை கூடுதல் லாபத்திற்காக பரிமாறிக்கொள்ள முனைகின்றன. இந்த நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தியை இந்த குறைந்த தரங்களைக் கொண்ட நாடுகளுக்கு அவுட்சோர்ஸ் செய்யும்போது, அது குறைந்த விலையை செய்கிறது, ஆனால் அது அதிக சேதத்தை உருவாக்குகிறது. இந்தியா போன்ற நாடுகள் கழிவுகள் மற்றும் குப்பைகளில் கூட வர்த்தகம் செய்கின்றன, ஏனெனில் அவை மறுசுழற்சி மற்றும் அகற்றல் மூலம் சம்பாதிக்கும் வருமானம், உள்ளூர் மண் மற்றும் நீர் விநியோகத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும் சாத்தியத்தை உருவாக்குகின்றன.

2. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் எப்பொழுதும் உள்ளூர் லாபத்தை விட்டுவிடுவதில்லை:

பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் முதலீடுகள் உள்ளூர் உள்கட்டமைப்பை மேம்படுத்துகின்றன என்பதற்கு சான்றுகள் உள்ளன. கூடுதல் கல்வி மற்றும் வேலைப் பயிற்சி வீட்டுப் பணியாளர்களுக்கு புதிய வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது. முதலீடுகள் செய்யப்பட்டவுடன், நிறுவனம் ஈட்டிய லாபம் மற்ற பகுதிகளில் பயன்படுத்துவதற்காக திருப்பி அனுப்பப்படுகிறது.

3. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் திறமையான தொழிலாளர்களை இறக்குமதி செய்கின்றன:

அதிக உற்பத்தித்திறன் நிலைகளை ஊக்குவிக்கும் உள்ளூர் திறன்களை உருவாக்க தேவையான நேரம் வாரங்கள் அல்லது மாதங்களில் அல்ல, ஆண்டுகளில் அளவிடப்படுகிறது. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தங்கள்



திறமைகளை வளர்த்துக் கொள்வதற்காக உள்ளூர் தொழிலாளர்களிடம் முதலீடு செய்கின்றன, ஆனால் அவர்கள் தங்கள் முயற்சியை விரைவாக தரையிறக்க வேண்டும். இந்த நிலையில் உள்ள பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் தங்கள் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய மற்ற பொருளாதாரங்களில் இருந்து தேவைப்படும் திறமையான தொழிலாளர்களை இறக்குமதி செய்யும்.

**4. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அரசியல் ஊழலை ஊக்குவிக்கின்றன:**

மூலப்பொருட்கள் மற்றும் பிற தேவைகளுக்கான அணுகலுக்கு பணம் கொடுப்பதாக உறுதியளித்து, பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் இப்பகுதிக்குள் நுழையும்போது, அரசியல் பொறுப்பில் இருப்பவர்கள் முதலீடுகள் பொது மக்களிடம் வடிகட்டப்படுவதைத் தடுக்கிறார்கள். பொதுவாக அரசியல்வாதிகள் மற்றும் அதிகாரிகளால் பணம் பறிக்கப்படுகிறது, இது நிறுவனத்துடன் பணிபுரியும் அரசாங்கத்திடமிருந்து சிறிய இழப்பீடு (ஏதேனும் இருந்தால்) மட்டுமே உள்ளூர் அளவில் பெரும் இடையூறுகளை உருவாக்குகிறது.

**5. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் "வியர்வைக் கடை" உழைப்பை ஆதரிக்கின்றன:**

ஸ்வெட்ஷாப் உழைப்பு பொதுவாக உள்ளூர் பொருளாதாரங்களுக்கு ஒரு பாதகமாக பார்க்கப்படுகிறது. எந்தவொரு வேலையும் வருமானமும் எதையும் விட சிறந்தது என்று சில வல்லுநர்கள் பரிந்துரைத்தாலும், பலவீனமான தொழிலாளர் நிலைமைகள் பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த லாப வரம்பைக் கட்டியெழுப்ப முடிந்த அளவுக்கு ஊதியங்களைக் குறைக்க அனுமதிக்கின்றன. குறைந்தபட்ச சம்பளம் அரசாங்கத்தால் சட்டம் இயற்றப்பட்டாலும், வளரும் நாடுகளில் தொழிலாளர்கள் சம்பாதிப்பது மிகவும் சிறியது.

**6. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த நாட்டிலிருந்து வேலைகளை அகற்றுகின்றன:**

பல வேலைகள் பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்கு உள்நாட்டில் பணியமர்த்துவதை விட அவுட்சோர்ஸ் அல்லது ஆஃப்ஷோர் பதவிகளுக்கு மிகவும் சிக்கனமானவை. உற்பத்தி வேலைகள் பெரும்பாலும் அவுட்சோர்ஸ் செய்யப்படுகின்றன, பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தென்கிழக்கு ஆசியாவில் கவனம் செலுத்துகின்றன, ஏனெனில் குறைந்த தொழிலாளர் செலவுகள் இதில் அடங்கும்.

**7. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் சட்ட ஏகபோகங்களை உருவாக்குகின்றன:**



பன்னாட்டு நிறுவனங்களால் கட்டுப்படுத்தப்படும் சொத்துக்கள் ஒரு மையப்படுத்தப்பட்ட கட்டமைப்பால் நிர்வகிக்கப்பட்டாலும், அரசாங்கங்கள் ஒவ்வொரு இடத்தையும் அதன் சொந்த நிறுவனமாகக் கருதுகின்றன. இது நிறுவனங்கள் தங்கள் நுகர்வோர் சந்தைகளை எவ்வாறு கையாள்வது என்பதில் அதிக வாய்ப்பை வழங்குகிறது.

**பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் பொருளாதார தாக்கம்:**

பன்னாட்டு கார்ப்பரேஷன் என்பது ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட நாடுகளில் நிறுவப்பட்ட கிளைகளைக் கொண்ட ஒரு நிறுவனமாகும். 2006 ஆம் ஆண்டு நிலவரப்படி, 700,000 க்கும் மேற்பட்ட கிளைகளுடன் 63,000 பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் உலகம் முழுவதும் சிதறிக்கிடக்கின்றன என்று ஐக்கிய நாடுகளின் வர்த்தகம் மற்றும் மேம்பாட்டு மாநாட்டின் படி.

**வேலைவாய்ப்பு:** - பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் ஒரு நாட்டில் முதலீடு செய்யும் போது அவை வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகின்றன. அவை புரவலன் நாட்டின் பொருளாதாரத்தில் அதிகரித்த வருமானங்கள் மற்றும் செலவினங்களைக் கணக்கிடுகின்றன. புதிய இயந்திரங்கள் ஹோஸ்ட் நாட்டிற்கு இறக்குமதி செய்யப்படுவதால், தொழில்நுட்ப பரிமாற்றத்தின் மூலம் தொழிலாளர்கள் பயனடைகிறார்கள். உலக வர்த்தக அமைப்பின் கூற்றுப்படி, பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் உலக உற்பத்தியில் 25 சதவிகிதம் கட்டுப்பாட்டில் உள்ளது மற்றும் 86 மில்லியன் வேலைகளை வழங்குகிறது.

**வரிவிதிப்பு வருவாய்கள்:** - பன்னாட்டு நிறுவனங்களை நடத்தும் நாடுகளும் நிறுவனங்களின் வரி வருவாயிலிருந்து பயனடைகின்றன.

**கொடுப்பனவு சமநிலையை மேம்படுத்துதல்:** -கட்டணத்தின் இருப்பு என்பது ஒரு நாட்டின் ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதியின் கணக்கியல் பதிவைக் குறிக்கிறது. ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனத்தை நடத்தும் நாடு மேம்பட்ட பேலன்ஸ் பேலன்ஸ் இருக்க வாய்ப்புள்ளது. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் புரவலன் நாட்டில் முதலீடு செய்யும் போது, அவை புரவலன் நாட்டிற்கு நேரடி மூலதன ஓட்டத்தை ஊக்குவிக்கின்றன. பன்னாட்டு நிறுவனமும் இறுதியில் புரவலன் நாட்டில் தயாரிக்கப்பட்ட பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்ய ஆரம்பிக்கலாம்.

**உள்ளூர் பொருளாதாரத்தைக் கட்டுப்படுத்துதல்:** பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்குத் தங்கள் இடங்களை விருப்பப்படி மாற்றிக்கொள்ள சுதந்திரம் உள்ளது; அவர்களின் நலன்களைப் பாதிக்கும் சூழ்நிலைகளை எதிர்கொள்ளும் போது அவர்கள் செயல்படும் நாடுகளின் மீது அழுத்தத்தை பிரயோகிக்க அவர்களுக்கு அனுசூலத்தை அளிக்கிறது. பன்னாட்டு



நிறுவனங்கள் பெரும் முதலாளிகளாகவும், செல்வத்தை உருவாக்குபவர்களாகவும் மாறிவிட்ட வளரும் நாடுகளில், தொழிலாளர்களின் சம்பளத்தை மேம்படுத்த, சுற்றுச்சூழல் விதிமுறைகளை கடுமையாக்க, வரிவிதிப்பு மூலம் லாபத்தில் அதிகப் பங்கைக் கோரும் அல்லது தொழிலாளர்களின் அமைப்பு உரிமையை தாராளமயமாக்கும் நாடுகளின் முயற்சிகளை அவர்கள் எதிர்க்கலாம். அந்த நகர்வுகள் அவர்களின் நலன்களுக்கு எதிரானதாகவே பார்க்கப்படுகிறது. புரவலன் நாடு பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் விருப்பத்திற்கு வளைந்து கொடுக்க மறுத்தால், நிறுவனம் தனது அரசியல் மற்றும் பொருளாதார செல்வாக்கை திரும்பப் பெற அச்சுறுத்தலாம் அல்லது பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் பார்வைக்கு மிகவும் இணக்கமான புரவலன் நாட்டில் உள்ள அரசியல் கூறுகளுக்குப் பின்னால் வீசலாம். தென் மற்றும் மத்திய அமெரிக்காவில் உள்ள பன்னாட்டு நிறுவனங்கள், 1950கள், 60கள் மற்றும் 70களில் புரவலன் நாட்டுடன் லாபகரமான உறவைத் தொடர அடக்குமுறை ஆட்சிகளை ஆதரிப்பதாக அடிக்கடி குற்றம் சாட்டப்பட்டன.

**அதிகரித்த உற்பத்தித்திறன்:** -பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் புரவலன் நாட்டில் உற்பத்தித்திறன் மற்றும் செயல்திறனை மேம்படுத்துகின்றன. புதிய தொழில்நுட்பத்தை அவர்கள் நாடுகளுக்கு இறக்குமதி செய்யும் போது, அவர்கள் செயல்படும் போது இது நிகழ்கிறது. இதன் விளைவாக, உள்ளூர் நிறுவனங்களும் தங்கள் தொழில்நுட்பங்களைப் பின்பற்ற முயற்சிப்பதால் போட்டியை அதிகரிக்கும் அல்லது பன்னாட்டு நிறுவனங்களால் பயிற்சி பெற்ற தொழிலாளர்களை வேலைக்கு அமர்த்தும். உள்ளூர் நிறுவனங்கள் மற்றும் பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்கு இடையேயான போட்டி, அவர்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை மேம்படுத்த அல்லது புதிய தொழில்நுட்பத்தைப் பின்பற்ற வழிவகுக்கும்.

**சர்வதேச பொருட்கள் மற்றும் சேவை:**

பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் ஒரு பொருளாதாரத்தின் இன்றியமையாத பகுதியாகும், மேலும் இந்த இரண்டு சொற்களும் முக்கியமான பொருளாதார விவாதங்களில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஒரு நுகர்வோர் தங்கள் சில தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக வாங்கும் பல பொருட்கள் உள்ளன. இந்த தயாரிப்புகள் பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் வடிவில் இருக்கலாம். பொருட்கள் உறுதியானவை, ஏனெனில் இவற்றில் உடல் இருப்பு உள்ளது மற்றும் அவற்றைத் தொடலாம், அதே நேரத்தில் சேவைகள் இயற்கையில் அருவமானவை. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் இரண்டின் நோக்கமும் நுகர்வோருக்கு பயனையும் திருப்தியையும் வழங்குவதாகும்



சர்வதேச பொருட்களை பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் வெளிப்படுத்தலாம், எந்தவொரு பொருளும் பயனளிக்கும் மற்றும் நுகர்வோரின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும். சரக்குகளை அவற்றின் நீடித்த தன்மையின் அடிப்படையில் நீடித்த மற்றும் நீடித்து நிலைக்காதவை என வகைப்படுத்தலாம். நீடித்த பொருட்கள் நீண்ட காலம் நீடிக்கும் அதே வேளையில் நீடித்து நிலைக்காத பொருட்கள் நீடித்த பொருட்களை விட விரைவில் அழிந்துவிடும். நுகர்வோர் (வாங்குபவர்) வாங்கியவுடன் விற்பனையாளரிடமிருந்து உரிமையை மாற்றுவதை உள்ளடக்கியது. பொருட்களின் உற்பத்திக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட காலம் தேவைப்படுகிறது. பொருட்கள் அவற்றின் உறுதியான தன்மை காரணமாக சரியான அமைப்பு, அளவு மற்றும் வடிவம் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளன. சந்தை தேவைக்கேற்ப அவற்றை உற்பத்தி செய்யலாம். சர்வதேச சேவைகள் என்பது பொருளாதாரத்தின் அருவமான மற்றும் இயற்பியல் அல்லாத பகுதியாகும். நுகர்வோர் கேட்கும் நேரத்தில் அவை வழங்கப்பட வேண்டும் என்பதால் அவை அழியும் தன்மை கொண்டவை. சேவைக்கு உடல் அடையாளம் இல்லை மற்றும் சொந்தமாக இருக்க முடியாது, அதை மட்டுமே பயன்படுத்த முடியும். எ.கா., ஒரு உணவகத்தில் இரவு உணவு சாப்பிடும் போது, நீங்கள் வரவேற்பு சேவைகளைப் பெறலாம், ஆனால் அந்த உணவகம் உங்களிடம் இல்லை. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், சேவைகளில் உரிமை பரிமாற்றம் இல்லை மற்றும் பொருட்களைப் போலல்லாமல், சேவைகளை சேமித்து பின்னர் பயன்படுத்த முடியாது. மேலும், சேவை வழங்குநரிடமிருந்து சேவைகளை வேறுபடுத்த முடியாது.

**சர்வதேச நிதி ஒட்டங்களின் படிவங்கள்:**

சர்வதேச நிதி ஒட்டங்களுக்கு வழிவகுக்கும் பல்வேறு வகையான பரிவர்த்தனைகள் வர்த்தக ஒட்டங்கள், கண்ணுக்கு தெரியாதவை, வெளிநாட்டு நேரடி மற்றும் போர்ட்ஃபோலியோ முதலீடு, வெளிப்புற உதவி மற்றும் வெளிப்புற வணிக கடன்கள் மற்றும் சில குறுகிய கால ஒட்டங்கள்.

**1. சரக்கு வர்த்தக ஒட்டங்கள்:** - வர்த்தகம் என்பது பொருட்களுடன் தொடர்புடையதாக இருக்கலாம். மாற்றாக, இது சேவைகளுடன் தொடர்புடையதாக இருக்கலாம். சரக்கு வர்த்தகம் இரண்டு பக்கங்களைக் கொண்டுள்ளது. ஒன்று ஏற்றுமதி, மற்றொன்று இறக்குமதி. இந்தியா பல்வேறு பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்தால், அது மாற்றத்தக்க நாணயங்களைப் பெறும், அது நிதி வரவாக இருக்கும். மாறாக, அது செய்யும் இறக்குமதிகளுக்கு மாற்றத்தக்க நாணயங்களில் பணம் செலுத்த வேண்டும். இதனால், பொருட்களின் ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி சர்வதேச நிதி ஒட்டங்களுக்கு வழிவகுக்கிறது.



**2.கண்ணுக்குத் தெரியாதவை:** -கண்ணுக்குத் தெரியாதவை, பரந்த அளவில், சேவைகளில் வர்த்தகம், முதலீட்டு வருமானம் மற்றும் ஒருதலைப்பட்சமான இடமாற்றங்கள் ஆகியவை அடங்கும். ஒரு இந்திய கப்பல் நிறுவனம் ஒரு வெளிநாட்டு ஏற்றுமதியாளர்/இறக்குமதியாளரின் பொருட்களை எடுத்துச் சென்று சரக்குக் கட்டணத்தைப் பெற்றால், அது நிதி வரவாகக் கருதப்படும்.

சேவைகளின் வர்த்தக கணக்கு. இதேபோல், ஒரு வெளிநாட்டு கப்பல் நிறுவனம் இந்திய ஏற்றுமதியாளரின் பொருட்களை எடுத்துச் சென்றால், சரக்குக் கட்டணமாக நிதி வெளியேறும். சேவைகளின் வர்த்தகத்தின் அடிப்படையில் சர்வதேச நிதி ஓட்டத்திற்கு பல எடுத்துக்காட்டுகள் உள்ளன.

முதலீட்டு வருமானம் ஈவுத்தொகை, தொழில்நுட்ப சேவை, கட்டணம், ராயல்டி, கடனுக்கான வட்டி போன்றவற்றைப் பெறுதல் மற்றும் செலுத்துதல் தொடர்பானது. இந்தியாவில் செயல்படும் ஒரு வெளிநாட்டு நிறுவனம் டிவிடெண்ட் போன்றவற்றை அதன் சொந்த நாட்டிற்கு அனுப்புகிறது. இதேபோல், வெளிநாட்டில் செயல்படும் ஒரு இந்திய நிறுவனம், ஈவுத்தொகை மற்றும் பிற கட்டணங்களை இந்தியாவிற்கு அனுப்புகிறது. அதேபோல, வெளிநாட்டுக் கடன்களுக்கான வட்டியை செலுத்துவது நிதியின் வெளியேற்றத்தைக் குறிக்கிறது. எந்தவொரு வட்டி ரசீதும் நிதி வரவில் வெளிப்படுகிறது. ஒருதலைப்பட்ச இடமாற்றங்கள் ஒரே திசையில் இருக்கும். எந்தவொரு சேவையும் வழங்கப்படாமல் அவை சர்வதேச நிதி ஓட்டங்களை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்றன. இங்கிலாந்தில் உள்ள தனது நண்பருக்கு இந்தியர் ஒருவர் பரிசாக வழங்கினால், அது ஒருதலைப்பட்சமான பணப் பரிமாற்றத்தின் காரணமாக நிதி வெளியேறும் வழக்காக இருக்கும். இதேபோல், வெளிநாடுகளில் வசிக்கும் ஏராளமான இந்தியர்கள் தங்கள் வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை இந்தியாவில் வசிக்கும் தங்கள் குடும்ப உறுப்பினர்களுக்கு அனுப்புகிறார்கள். இது ஒருதலைப்பட்சமான பணப் பரிமாற்றத்தின் மூலம் நிதி வரத்துக்கான ஒரு வழக்கு.

**3.அந்நிய முதலீடு:** -வெளிநாட்டு முதலீடு இரண்டு வகையாக இருக்கலாம். ஒன்று நேரடியானது, மற்றொன்று போர்ட்ஃபோலியோ. வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடு (FDI) என்பது ஒரு நிறுவனம் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதற்காக அல்லது சேவைகளை வழங்குவதற்காக வெளிநாட்டிற்குச் சென்று வெளிநாட்டில் உள்ள அந்த நிறுவனத்தின் நிர்வாகத்தில் பங்கேற்கும் போது ஏற்படுகிறது. மாறாக, வெளிநாட்டு போர்ட்ஃபோலியோ முதலீடு (FPI) என்பது பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதில் அக்கறை காட்டுவதில்லை. ஒரு வெளிநாட்டு போர்ட்ஃபோலியோ முதலீட்டாளரின் ஒரே நோக்கம் வெளிநாட்டுப் பத்திரங்களில் முதலீடு செய்வதன் மூலம்





வருமானத்தை ஈட்டுவதாகும் FDI விஷயத்தில் கூட, ஒரு முதலீட்டாளர் ஒரு வெளிநாட்டு நிறுவனத்தின் பங்குகளில் முதலீடு செய்கிறார், ஆனால் ஒரே நோக்கம் வாக்களிக்கும் அதிகாரத்தை அனுபவிப்பதும், அதன் மூலம் வெளிநாட்டு நிறுவனத்தின் நிர்வாகத்தில் ஒரு சொல்லும் ஆகும். எனவே, முதன்மையாக வாக்களிக்கும் உரிமையே FDI மற்றும் FPIக்கு இடையில் வேறுபடுகிறது. எந்த வடிவமாக இருந்தாலும், ஒரு வெளிநாட்டு முதலீட்டாளர் நாட்டில் முதலீடு செய்யும் போது கொள்ளைக்காரர்களின் வருகை ஏற்படுகிறது. மாறாக, உள்நாட்டு முதலீட்டாளர் வெளிநாட்டில் முதலீடு செய்யும் போது நிதி வெளியேறும்.

4. வெளி உதவி மற்றும் வெளி வணிகக் கடன்கள்: - வெளி உதவி மற்றும் வெளி வணிகக் கடன்கள் வேறுபட்டவை, முந்தையது பொதுவாக ஒரு உத்தியோகபூர்வ நிறுவனமான இருதரப்பு அல்லது பலதரப்பிலிருந்து பாயும் போது, பிந்தையது சர்வதேச வங்கிகள் அல்லது பிற தனியார் கடன் வழங்குபவர்களிடமிருந்து பாய்கிறது. முந்தையவற்றின் வட்டி விகிதம் பொதுவாக நீண்ட முதிர்வு காலத்துடன் குறைவாக இருக்கும். பிந்தையது சந்தை வட்டி விகிதத்தையும் குறுகிய முதிர்ச்சியையும் கொண்டுள்ளது. கடைசியாக ஆனால் குறைந்தது அல்ல, அசல்/வட்டி செலுத்துதல் தேவையில்லாத நேரடி மானியத்தில் வெளி உதவி அடிக்கடி வெளிப்படும்.

5. குறுகிய கால நிதி ஓட்டம்: -பொதுவாக கடன்கள் மற்றும் அன்னிய நேரடி முதலீடுகள் ஒரு வருடத்திற்கு மேல் ஆகும். ஒரு வருடத்திற்கும் குறைவான நிதி ஓட்டங்கள் உள்ளன. வங்கி சேனல்கள், யூரோ நோட்டுகள், ஊக மற்றும் நடுவர் நடவடிக்கைகள் போன்றவற்றுடன் தொடர்புடைய நிதிகளின் இயக்கம், நாடுகள் முழுவதும் நகர்ந்து செல்லும் குறுகிய கால நிதிகளின் எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

**பேலன்ஸ் பேமெண்ட் :**

பேமென்ட் அக்கவுண்ட் பேலன்ஸ் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு (அதாவது நிதியாண்டு) ஒரு நாட்டின் சர்வதேச பரிவர்த்தனைகளின் சுருக்கமாகும். இது வரவு மற்றும் வெளியேற்றத்தை பதிவு செய்கிறது. இது இரட்டை நுழைவு கணக்கியல் முறையில் கட்டப்பட்டுள்ளது. பணம் செலுத்துவதை விட ரசீதுகள் பெரியதாக இருந்தால், BOR இல் உபரி உள்ளது, அதே போல், பணம் ரசீதை விட பெரியதாக இருந்தால், BOP இல் பற்றாக்குறை உள்ளது. இது நாட்டின் தற்போதைய தேவை மற்றும் வெளிநாட்டு நாணயங்கள் மீதான உரிமைகோரல்கள் மற்றும் அதன் நாணயத்தின் மீதான வெளிநாட்டு உரிமைகோரல்களின்



கூட்டுத்தொகையை பிரதிபலிக்கிறது. BoP இல் இரண்டு முக்கிய கணக்குகள் உள்ளன - நடப்புக் கணக்கு மற்றும் மூலதன கணக்கு.

- ✓ ஒரு நாட்டின் பிஓபி அதன் நிதி மற்றும் பொருளாதார நிலையை வெளிப்படுத்துகிறது.
- ✓ பிஓபி அறிக்கை நாட்டின் நாணய மதிப்பு மதிப்பிடுகிறது அல்லது குறைகிறது என்பதை தீர்மானிக்க ஒரு குறிகாட்டியாக பயன்படுத்தப்படலாம்.
- ✓ பிஓபி அறிக்கை நிதி மற்றும் வர்த்தகக் கொள்கைகளை முடிவு செய்ய அரசாங்கத்திற்கு உதவுகிறது.
- ✓ இது மற்ற நாடுகளுடனான ஒரு நாட்டின் பொருளாதார பரிவர்த்தனைகளை பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் புரிந்து கொள்வதற்கும் முக்கியமான தகவல்களை வழங்குகிறது.

**பேலன்ஸ் பேமெண்ட் வகைகள்:**

பேமெண்ட் பேலன்ஸ் மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது:

**நடப்புக் கணக்கு:** இந்தக் கணக்கு நாடுகளுக்கு இடையே உள்ள அனைத்து உள்வரும் மற்றும் வெளிச்செல்லும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை ஸ்கேன் செய்கிறது. மூலப்பொருட்கள் மற்றும் நிர்மாணிக்கப்பட்ட பொருட்களுக்கான அனைத்து கொடுப்பனவுகளும் இந்தக் கணக்கின் கீழ் அடங்கும். சுற்றுலா, பொறியியல், பங்குகள், வணிகச் சேவைகள், போக்குவரத்து மற்றும் உரிமங்கள் மற்றும் பதிப்புரிமைகளின் ராயல்டி ஆகியவற்றிலிருந்து இந்தப் பிரிவில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள பிற விநியோகங்கள். இவை அனைத்தும் ஒன்றிணைந்து ஒரு நாட்டின் பிஓபியை உருவாக்குகிறது.

**மூலதனக் கணக்கு:** நிலங்கள் மற்றும் சொத்துக்கள் போன்ற சொத்துக்களை (நிதி அல்லாத) வாங்குதல் மற்றும் விற்கல் போன்ற மூலதனப் பரிவர்த்தனைகள் இந்தக் கணக்கின் கீழ் கண்காணிக்கப்படுகின்றன. இந்தக் கணக்கு வெவ்வேறு நாட்டிற்குச் செல்லும் புலம்பெயர்ந்தோர் மூலம் வரிகள், கையகப்படுத்தல் மற்றும் நிலையான சொத்துக்களின் ஓட்டம் ஆகியவற்றைப் பதிவு செய்கிறது. நடப்புக் கணக்கில் உள்ள பற்றாக்குறை அல்லது அதிகப்படியானது, மூலதனக் கணக்கிலிருந்து வரும் நிதியால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது.

**நிதிக் கணக்கு:** ரியல் எஸ்டேட், அன்னிய நேரடி முதலீடுகள், வணிக நிறுவனங்கள் போன்ற முதலீடுகள் மூலம் பிற நாடுகளுக்குச் செல்லும் நிதிகள் இந்தக் கணக்கில் பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளன. இந்தக் கணக்கு



உள்நாட்டு சொத்துக்களின் வெளிநாட்டு உரிமையாளரையும், வெளிநாட்டு சொத்துக்களின் உள்நாட்டு உரிமையாளரையும் கணக்கிட்டு, பங்குகள், தங்கம், பங்கு போன்ற அதிக சொத்துக்களை வாங்குகிறதா அல்லது விற்கிறதா என்பதை பகுப்பாய்வு செய்கிறது.

**பேலன்ஸ் பேமெண்ட் முக்கியத்துவம் :**

ஒரு நாட்டின் மற்றும் அதன் பொருளாதாரத்தின் நிலையை வழங்குவதால், பணம் செலுத்தும் இருப்பு என்பது நிதித் துறையில் ஒரு அத்தியாவசிய ஆவணம் அல்லது பரிவர்த்தனை ஆகும். நிலுவைத் தொகையின் முக்கியத்துவத்தை பின்வரும் புள்ளிகளில் இருந்து கணக்கிடலாம்:

- ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்குப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் அனைத்து ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதிகளின் பரிவர்த்தனையை இது ஆராய்கிறது.
- ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில்துறை ஏற்றுமதி வளர்ச்சியின் சாத்தியக்கூறுகளை ஆய்வு செய்யவும், அந்த வளர்ச்சியை ஆதரிக்கும் கொள்கையை உருவாக்கவும் இது அரசாங்கத்திற்கு உதவுகிறது.
- இது பல்வேறு வகையான இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதி கட்டணங்கள் பற்றிய பரந்த கண்ணோட்டத்தை அரசாங்கத்திற்கு வழங்குகிறது. இறக்குமதியை ஊக்கப்படுத்தவும், ஏற்றுமதியை ஊக்கப்படுத்தவும், தன்னிறைவு பெறவும் வரியை அதிகரிக்கவும் குறைக்கவும் அரசாங்கம் நடவடிக்கை எடுக்கிறது.
- பொருளாதாரம் இறக்குமதி முறையில் ஆதரவை வலியுறுத்தினால், அரசாங்கம் BOP இன் படி திட்டமிடுகிறது, மேலும் பணப்புழக்கம் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தை பொருளாதாரத்தின் சாதகமற்ற துறைக்கு திருப்பி, எதிர்கால வளர்ச்சியைத் தேடுகிறது.
- பணம் செலுத்தும் இருப்பு, பொருளாதாரத்தின் நிலையைக் கண்டறிந்து, விரிவாக்கத் திட்டமிடலையும் அரசாங்கத்தைக் குறிக்கிறது. பணவியல் மற்றும் நிதிக் கொள்கைகள் நாட்டின் பணம் செலுத்தும் நிலுவையின் அடிப்படையில் நிறுவப்பட்டுள்ளன.

**பேமெண்ட் சமநிலையில் ஏற்றத்தாழ்வு :**

(i) பொருளாதார காரணிகள்: ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதிக்கு இடையே உள்ள ஏற்றத்தாழ்வு, பெரிய இறக்குமதியை ஏற்படுத்தும் பெரிய அளவிலான வளர்ச்சி செலவுகள், இறக்குமதிக்கு வழிவகுக்கும் உள்நாட்டு விலைகள், பொதுவான வணிக நடவடிக்கைகளில் சுழற்சி ஏற்ற



இறக்கங்கள் (மந்தநிலை அல்லது மந்தநிலை போன்றவை), புதிய விநியோக ஆதாரங்கள் மற்றும் புதிய மாற்றீடுகள்.

(ii) அரசியல் காரணிகள்: அரசியல் ஸ்திரமின்மை மற்றும் இடையூறுகள் பெரிய மூலதன வெளியேற்றத்தை ஏற்படுத்துகின்றன மற்றும் வெளிநாட்டு மூலதனத்தின் வரவுக்கு இடையூறாக உள்ளன என்பதை அனுபவம் காட்டுகிறது.

(iii) சமூக காரணிகள்: நாகரீகங்கள், ரசனைகள் மற்றும் மக்களின் விருப்பங்களில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதியில் செல்வாக்கு செலுத்துவதன் மூலம் BOP இல் சமநிலையின்மையைக் கொண்டுவருகின்றன; ஏழை நாடுகளில் அதிக மக்கள்தொகை வளர்ச்சி அவர்களின் BOP ஐ மோசமாக பாதிக்கிறது, ஏனெனில் இது இறக்குமதிக்கான நாடுகளின் தேவைகளை அதிகரிக்கிறது மற்றும் ஏற்றுமதி செய்வதற்கான திறனைக் குறைக்கிறது.

மறுசீரமைப்பு நடவடிக்கைகள்:

- i. ஏற்றுமதி ஊக்குவிப்பு: உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் ஏற்றுமதியாளர்களுக்கு பல்வேறு சலுகைகளை வழங்குவதன் மூலம் ஏற்றுமதியை ஊக்குவிக்க வேண்டும். அதே நேரத்தில், இறக்குமதி மாற்றீடுகளை மேற்கொள்வதன் மூலமும், நியாயமான கட்டணங்களை விதிப்பதன் மூலமும் இறக்குமதியை ஊக்கப்படுத்த வேண்டும்.
- ii. இறக்குமதி: கட்டுப்பாடுகள் மற்றும் இறக்குமதி மாற்றீடு ஆகியவை சமநிலையின்மையை சரிசெய்வதற்கான மற்ற நடவடிக்கைகளாகும்.
- iii. பணவீக்கத்தைக் குறைத்தல்: பணவீக்கம் (தொடர்ச்சியான விலை உயர்வு) ஏற்றுமதியை ஊக்கப்படுத்துகிறது மற்றும் இறக்குமதியை ஊக்குவிக்கிறது. எனவே, அரசு பணவீக்கத்தைக் கட்டுப்படுத்தி, நாட்டில் விலைவாசியைக் குறைக்க வேண்டும்.



## UNIT IV

### சர்வதேச நிதி மேலாண்மை

#### சர்வதேச நிதி மேலாண்மை

சர்வதேச நிதி என்பது நிதியியல் பொருளாதாரத்தின் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும். இது முக்கியமாக குறைந்தது இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நாடுகளின் பண பரிமாற்றம் தொடர்பான பிரச்சனைகளை விவாதிக்கிறது. சர்வதேச நிதி மேலாண்மை என்பது சர்வதேச நிதி என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது இன்றைய உலகில் நன்கு அறியப்பட்ட சொல். இது வெறுமனே ஒரு சர்வதேச வணிக சூழலில் நிதி மேலாண்மை என்று பொருள். நாணயம், அரசியல் சூழ்நிலைகள், அபூரண சந்தைகள் மற்றும் பன்முகப்படுத்தப்பட்ட வாய்ப்புகள் போன்ற பல்வேறு காரணிகளால் இது நிதி நிர்வாகத்திலிருந்து வேறுபட்டது.

சர்வதேச வர்த்தகம் மற்றும் வணிகத்தைப் போலவே, வணிகங்கள், அரசாங்கங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களின் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் நாடுகளின் இருப்பால் பாதிக்கப்படுவதால் சர்வதேச நிதி உள்ளது. நாடுகள் பெரும்பாலும் பரஸ்பரம் கடன் வாங்குவதும் கடன் கொடுப்பதும் அறிந்த உண்மை. இத்தகைய வர்த்தகத்தில், பல நாடுகள் தங்கள் சொந்த நாணயங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன.

#### சர்வதேச நிதி நிர்வாகத்தின் பங்கு:

சர்வதேச வர்த்தகம் மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பொருளாதார பரிமாற்றத்தில் சர்வதேச நிதி முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இது பல காரணங்களுக்காக முக்கியமானது; மிகவும் குறிப்பிடத்தக்கவை இங்கே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன -

- சர்வதேச நிதி என்பது மாற்று விகிதங்களைக் கண்டறிய, பணவீக்க விகிதங்களை ஒப்பிட்டு, சர்வதேச கடன் பத்திரங்களில் முதலீடு செய்வது பற்றிய யோசனையைப் பெற, பிற நாடுகளின் பொருளாதார நிலையைக் கண்டறிய மற்றும் வெளிநாட்டு சந்தைகளை மதிப்பிடுவதற்கான ஒரு முக்கியமான கருவியாகும்.
- செலாவணி விகிதங்கள் சர்வதேச நிதியில் மிகவும் முக்கியமானவை, ஏனெனில் அவை நாணயங்களின் ஒப்பீட்டு மதிப்புகளைத் தீர்மானிக்க அனுமதிக்கின்றன. சர்வதேச நிதி இந்த விகிதங்களைக் கணக்கிட உதவுகிறது.



- பல்வேறு பொருளாதார காரணிகள் சர்வதேச முதலீட்டு முடிவுகளை எடுக்க உதவுகின்றன. முதலீட்டாளர்களின் பணம் வெளிநாட்டுக் கடன் பத்திரங்களுடன் பாதுகாப்பானதா இல்லையா என்பதைத் தீர்மானிக்க பொருளாதாரங்களின் பொருளாதார காரணிகள் உதவுகின்றன.
- சர்வதேச நிதியத்தின் பல நிலைகளுக்கு IFRS ஐப் பயன்படுத்துவது ஒரு முக்கிய காரணியாகும். IFRS ஐ ஏற்றுக்கொண்ட நாடுகளின் நிதி அறிக்கைகள் ஒத்தவை. இது பல நாடுகளுக்கு ஒரே மாதிரியான அறிக்கை முறைகளைப் பின்பற்ற உதவுகிறது.
- சர்வதேச நிதியின் ஒரு பகுதியாக இருக்கும் IFRS அமைப்பு, ஒரே கணக்கியல் தரநிலையில் அறிக்கையிடும் விதிகளைப் பின்பற்றுவதன் மூலம் பணத்தைச் சேமிக்க உதவுகிறது.
- உலகமயமாக்கல் காரணமாக சர்வதேச நிதி வளர்ச்சி அடைந்துள்ளது. இது அனைத்து சர்வதேச நிறுவனங்களின் அடிப்படைகளை புரிந்து கொள்ளவும், அவற்றுக்கிடையே சமநிலையை அப்படியே வைத்திருக்கவும் உதவுகிறது.
- ஒரு சர்வதேச நிதி அமைப்பு நாடுகளிடையே அமைதியைப் பேணுகிறது. உறுதியான நிதி நடவடிக்கை இல்லாமல், அனைத்து நாடுகளும் தங்கள் சுயநலத்திற்காக வேலை செய்யும். சர்வதேச நிதியானது அந்த சிக்கலைத் தடுக்க உதவுகிறது.
- IMF, உலக வங்கி போன்ற சர்வதேச நிதி நிறுவனங்கள், சர்வதேச நிதி மோதல்களை நிர்வகிப்பதில் மத்தியஸ்தர்களின் பங்கை வழங்குகின்றன.

### 1. உகந்த வட்டி விகிதம் :

சர்வதேச நிதி மேலாண்மை என்பது ஒரு நிறுவனம் கடன் வாங்கும் நிதிக்கு உகந்த வட்டி விகிதத்தை அடைவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. மேலாளர்கள் ஒரு நிறுவனம் வைத்திருக்கும் அனைத்து சாத்தியமான நிதி விருப்பங்களையும் சரிபார்த்து ஒப்பிட வேண்டும். அவர்கள் நம்பகமான, பாதுகாப்பான மற்றும் குறைந்த வட்டி விகிதத்துடன் மூலத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். குறைந்த வட்டி அல்லது குறைந்த நிதி செலவுகள் லாபத்தை அதிகரிக்கும்.

### 2. அந்நிய செலாவணி இடர் மேலாண்மை :

நாம் அனைவரும் அறிந்தபடி, அந்நியச் செலாவணி ஆபத்து என்பது சர்வதேச வர்த்தகத்தின் இன்றியமையாத மற்றும் முக்கியமான பகுதியாகும். எனவே, மேலாளர்களுக்கு அந்நிய செலாவணி விகித



அபாயத்தை சரியான நேரத்தில் மற்றும் திறம்பட நிர்வகிப்பதைத் தவிர வேறு வழியில்லை. மாற்று விகிதங்கள் நிலையற்றவை மற்றும் கணிக்க முடியாதவை. அவை நிறுவனத்திற்கு சாதகமாக இல்லாத பட்சத்தில் ஆதாயங்கள் மற்றும் பெரும் நஷ்டத்தை ஏற்படுத்தும். எனவே, மேலாளர்கள் சர்வதேச வர்த்தகம் செய்யும் போது அந்நிய செலாவணி அபாயத்தை போதுமான அளவு கருத்தில் கொள்ள வேண்டும், மறைக்க வேண்டும் மற்றும் பாதுகாக்க வேண்டும்.

### 3. அரசியல் இடர் மேலாண்மை:

பயனுள்ள அரசியல் இடர் மேலாண்மை என்பது சர்வதேச நிதி நிர்வாகத்தின் முக்கிய குறிக்கோள்களில் ஒன்றாகும். நிர்வாகம் அங்கு முதலீடு செய்வதற்கு முன், நாடுகளில் அரசியல் அமைதியின்மை அல்லது உறுதியற்ற தன்மையை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும். உள்நாட்டு சந்தையிலும் அரசியல் ஆபத்து ஏற்படலாம், எனவே அவர்கள் அதைப் பற்றி எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும். அரசாங்கத்தின் சட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் அல்லது அரசாங்கத்தில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் எந்தவொரு நிறுவனத்திற்கும் சிக்கலை உருவாக்கலாம். அவர்கள் திட்டங்களின் ரத்துகளை அல்லது தடைகளை சந்திக்க நேரிடலாம். எனவே, எந்தவொரு திட்டத்திலும் முதலீடு செய்யும் போது, குறிப்பாக நீண்ட காலத்திற்கு முதலீடு செய்யும் போது, மேலாளர்கள் எப்போதும் அரசியல் அபாயத்தை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

### 4. விரிவாக்கப்பட்ட வாய்ப்புகளை திறம்பட பயன்படுத்தவும் :

சர்வதேச நிதி மேலாண்மை பல்வேறு நாடுகளில் முதலீடு செய்வதால் ஏற்படும் வாய்ப்புகளை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. சில நாடுகளில் வட்டி விகிதங்களும் மூலதனச் செலவும் மிகக் குறைவாக இருக்கும். அல்லது வேறொரு நாட்டில் உழைப்பு மலிவாக இருக்கலாம். சில வெளிநாட்டு சந்தைகள் ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்புக்கான கூடுதல் திறனைக் கொண்டிருக்கலாம். இந்த வேகமாக மாறிவரும் வணிகச் சூழலில் மேலாளர்கள் மாறும் மற்றும் நெகிழ்வானவர்களாக இருக்க வேண்டும். நிறுவனத்திற்குப் பணப் பலன்கள் ஏற்படக்கூடிய அத்தகைய வாய்ப்புகளை அவர்கள் உடனடியாகப் பயன்படுத்த வேண்டும்.

### 5. முறையான வரி திட்டமிடல் :

சர்வதேச நிதி மேலாண்மையானது வரி திட்டமிடலை சிறந்த முறையில் மேம்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. வெவ்வேறு நாடுகளில் வெவ்வேறு வரி அடுக்குகள், பொறுப்புகள் மற்றும் விலக்குகள் உள்ளன.



அனைத்து நாடுகளின் வரிவிதிப்புக் கொள்கைகள் எங்கு செயல்படுகின்றன என்பதை விரிவாக ஆய்வு செய்யும் அளவுக்கு மேலாளர்கள் திறமையாக இருக்க வேண்டும்.

திறமையற்ற வரி திட்டமிடல் காரணமாக வளங்களை வீணடிப்பதை நிர்வாகம் தவிர்க்க வேண்டும். அரசாங்க வரி விலக்குகள், தள்ளுபடிகள் அல்லது கிடைக்கக்கூடிய பிற நன்மைகளைப் பயன்படுத்தி வரிப் பொறுப்புகளில் அதிகபட்ச சாத்தியமான குறைப்பு செய்யப்பட வேண்டும்.

#### 6. பயனுள்ள பணவீக்க இடர் மேலாண்மை:

சர்வதேச நிதி நிர்வாகத்தின் மற்றொரு குறிக்கோள், வெவ்வேறு நாடுகளில் வெவ்வேறு நேரங்களில் எழக்கூடிய பணவீக்க அபாயத்தை திறம்பட நிர்வகிப்பது ஆகும். பணவீக்கம் அல்லது உள்ளீடுகளின் விலையில் தொடர்ச்சியான அதிகரிப்பு எந்தவொரு நிறுவனத்திற்கும் பெரும் நிதி நெருக்கடியை ஏற்படுத்தும். சந்தைக் கட்டுப்பாடுகள் காரணமாக உற்பத்தி விலை அல்லது விற்பனை விலை உடனடியாக அதிகரிக்காமல் போகலாம், இதன் விளைவாக குறைந்த லாபம் அல்லது நஷ்டம் கூட ஏற்படலாம். மேலாளர்கள் தாங்கள் செயல்படும் நாடுகளின் பொருளாதாரச் சூழல்களை முறையாகப் படிப்பதன் மூலம் பணவீக்க அபாயத்தை சரியாகத் திட்டமிட வேண்டும் மற்றும் பட்ஜெட் செய்ய வேண்டும். இது அவர்களின் விலை மற்றும் விலையை சரியாகப் பெறவும், நிறுவனத்திற்கு ஏற்படும் இழப்புகளின் நிகழ்வுகளைக் குறைக்கவும் உதவும்.

#### 7. பங்குதாரர் மதிப்பை அதிகப்படுத்துதல் :

சர்வதேச நிதி மேலாண்மையானது அதிகபட்ச ஈவுத்தொகை செலுத்துதலை உறுதி செய்வதன் மூலம் பங்குதாரர் மதிப்பை அதிகரிக்கச் செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. நிறுவனம் சிறப்பாக செயல்படுவதை உறுதி செய்வதன் மூலம் இது நிகழலாம். நிறுவனத்தின் நிகர லாபத்தை அதிகரிக்க மேலாளர்கள் நிறுவனத்தின் நிதிகளை மிகவும் பயனுள்ள மற்றும் திறமையான முறையில் நிர்வகிக்க வேண்டும்.

#### சர்வதேச நாணய அமைப்பு :

சர்வதேச நாணய அமைப்பு என்பது சர்வதேச அளவில் ஒப்புக் கொள்ளப்பட்ட விதிகள், மரபுகள் மற்றும் சர்வதேச வர்த்தகம், எல்லை தாண்டிய முதலீடு மற்றும் பொதுவாக வெவ்வேறு நாணயங்களைக் கொண்ட மாநிலங்களுக்கு இடையே மூலதன மறு ஒதுக்கீடு ஆகியவற்றை எளிதாக்கும் ஆதரவு நிறுவனங்களின் தொகுப்பாகும். சர்வதேச நாணய





அமைப்பு, சர்வதேச கொடுப்பனவுகளுக்கான விதிகள் மற்றும் நடைமுறைகளை நிர்ணயிப்பதற்கான நிறுவன கட்டமைப்பை வழங்குகிறது, மாற்று விகிதங்களை நிர்ணயித்தல் மற்றும் மூலதனத்தின் இயக்கம்.

நோக்கங்கள்:

- ✦ சர்வதேச நாணயப் பிரச்சினைகளில் ஆறுதல் மற்றும் ஒத்துழைப்புக்கான இயந்திரங்களை வழங்கும் நிரந்தர நிறுவனம் மூலம் சர்வதேச நாணய ஒத்துழைப்பை மேம்படுத்துதல்.
- ✦ சர்வதேச வர்த்தகத்தின் விரிவாக்கம் மற்றும் சீரான வளர்ச்சியை எளிதாக்குவதற்கும், அதன் மூலம் உயர் மட்ட வேலைவாய்ப்பு மற்றும் உண்மையான வருமானத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் பராமரிப்பதற்கும் பங்களிப்பது மற்றும் பொருளாதாரக் கொள்கையின் முதன்மை நோக்கமாக அனைத்து உறுப்பினர்களின் உற்பத்தி வளங்களை மேம்படுத்துதல்.
- ✦ பரிமாற்ற ஸ்திரத்தன்மையை ஊக்குவித்தல், உறுப்பினர்களிடையே ஒழுங்கான பரிமாற்ற ஏற்பாடுகளை பேணுதல் மற்றும் போட்டி பரிமாற்ற தேய்மானத்தைத் தவிர்ப்பது.
- ✦ உறுப்பினர்களுக்கிடையிலான தற்போதைய பரிவர்த்தனைகள் தொடர்பான பலதரப்பு முறையிலான பணம் செலுத்துதல் மற்றும் உலக வர்த்தகத்தின் வளர்ச்சியைத் தடுக்கும் அந்நியச் செலாவணி கட்டுப்பாடுகளை நீக்குதல் ஆகியவற்றில் உதவுதல்.
- ✦ நிதி டெம்போவின் பொதுவான ஆதாரங்களை உறுப்பினர்களுக்கு வழங்குவதன் மூலம் நம்பிக்கையை வழங்குதல் - போதுமான பாதுகாப்புகளின் கீழ் அவர்களுக்கு அரிதாகவே கிடைக்கும், இதனால் தேசிய அல்லது சர்வதேச செழிப்புக்கு அழிவுகரமான நடவடிக்கைகளை நாடாமல், அவர்களின் கொடுப்பனவு சமநிலையில் உள்ள தவறான சரிசெய்தல்களை அவர்களுக்கு வழங்குவதற்கான வாய்ப்பை வழங்குகிறது.

## சர்வதேச நாணய நிதியத்தின் (IMF) அமைப்பு

IMF இன் ஆளும் குழுக்கள் நிர்வாகக்குழு	பாத்திரங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் ஆளுனர்கள் குழுவின் ஒவ்வொரு ஆளுநரும் அந்தந்த உறுப்பு நாடுகளால் நியமிக்கப்படுகிறார். நிர்வாகக் குழுவிற்கு நிர்வாக
--	--



	இயக்குநர்களைத் தேர்ந்தெடுக்கிறது அல்லது நியமிக்கிறது. சர்வதேச நாணய மற்றும் நிதிக் குழு (IMFC) மற்றும் மேம்பாட்டுக் குழு ஆகியவற்றால் ஆளுநர்கள் குழு அறிவுறுத்தப்படுகிறது. IMF-உலக வங்கியின் வருடாந்திரக் கூட்டங்களின் போது, அந்தந்த நிறுவனங்களின் பணிகளைப் பற்றி விவாதிக்க, ஆளுநர்கள் குழுவிற்கும் உலக வங்கிக் குழுவிற்கும் இடையே வருடாந்திர சந்திப்பு நடத்தப்படுகிறது.
மந்திரி குழுக்கள் சர்வதேச நாணய மற்றும் நிதிக் குழு (IMFC) மேம்பாட்டுக் குழு	இது சர்வதேச நாணய மற்றும் நிதி அமைப்பை நிர்வகிக்கிறது. ஒப்பந்தக் கட்டுரைகளின் திருத்தம். வளரும் நாடுகளில் பொருளாதார வளர்ச்சியுடன் தொடர்புடைய பிரச்சினைகளைத் தீர்க்க
நிர்வாக குழு	இது நிதியின் அனைத்து அம்சங்களையும் விவாதிக்கும் 24 உறுப்பினர்களைக் கொண்ட குழுவாகும். வாரியம் பொதுவாக ஒருமித்த அடிப்படையில் முடிவுகளை எடுக்கிறது, ஆனால் சில நேரங்களில் முறையான வாக்குகள் எடுக்கப்படும்.

**சர்வதேச நாணய நிதியத்தின் செயல்பாடுகள்:**

IMF முக்கியமாக உறுப்பு நாடுகளுக்கு கடன்களை வழங்குவதுடன் சர்வதேச நாணய அமைப்பை மேற்பார்வை செய்வதில் கவனம் செலுத்துகிறது. சர்வதேச நாணய நிதியத்தின் செயல்பாடுகளை மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்:

**1.ஒழுங்குமுறை செயல்பாடுகள்:** IMF ஒரு ஒழுங்குமுறை அமைப்பாக செயல்படுகிறது மற்றும் ஒப்பந்தக் கட்டுரைகளின் விதிகளின்படி, மாற்று விகிதக் கொள்கைகளுக்கான நடத்தை நெறிமுறைகளை நிர்வகிப்பதிலும் கவனம் செலுத்துகிறது. நடப்புக் கணக்கு பரிவர்த்தனைகளுக்கு பணம் செலுத்துவதற்கான கட்டுப்பாடுகள்.



**2.நிதிச் செயல்பாடுகள்:** குறுகிய கால மற்றும் நடுத்தர கால பேலன்ஸ் பேலன்ஸ் (BOP) சமநிலையை சந்திக்க உறுப்பு நாடுகளுக்கு IMF நிதி உதவி மற்றும் ஆதாரங்களை வழங்குகிறது.

**3.ஆலோசனை செயல்பாடுகள்:** IMF என்பது உறுப்பு நாடுகளுக்கான சர்வதேச ஒத்துழைப்புக்கான மையமாகும். இது ஆலோசனை மற்றும் தொழில்நுட்ப உதவிக்கான ஆதாரமாகவும் செயல்படுகிறது

**அந்நிய செலாவணி விகிதம் :**

அந்நிய செலாவணி வீதம் என்பது மற்றொரு நாணயத்தைப் பொறுத்து உள்நாட்டு நாணயத்தின் விலை என வரையறுக்கப்படுகிறது. அந்நியச் செலாவணியின் நோக்கம், ஒரு நாணயத்தை மற்றொரு நாணயத்துடன் ஒப்பிட்டு அவற்றின் ஒப்பீட்டு மதிப்புகளைக் காட்டுவதாகும். அந்நியச் செலாவணி வீதம் ஒரு நாணயத்தை மற்றொரு நாணயத்துடன் மாற்றும் வீதம் என்றும் கூறலாம் அல்லது மற்றொரு நாணயத்தின் அடிப்படையில் கூறப்படும் ஒரு நாணயத்தின் விலை என்றும் கூறலாம்.

நாணயத்தின் மாற்று விகிதங்கள் நிலையானதாகவோ அல்லது மிதவையாகவோ இருக்கலாம். நிலையான மாற்று விகிதம் நாட்டின் மத்திய வங்கியால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது, அதே நேரத்தில் மிதக்கும் விகிதம் சந்தை தேவை மற்றும் விநியோகத்தின் இயக்கவியலால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

**மாற்று விகித அமைப்புகளின் வகைகள்:**

அந்நியச் செலாவணி சந்தையில் மூன்று வகையான மாற்று விகித அமைப்புகள் நடைமுறையில் உள்ளன, அவை பின்வருமாறு:

**1. நிலையான மாற்று விகித அமைப்பு அல்லது பெக் செய்யப்பட்ட மாற்று விகித அமைப்பு:** கேள்விக்குரிய இரண்டு நாணயங்களின் பலவீனமான நாணயம் வலுவான நாணயத்துடன் இணைக்கப்பட்ட அல்லது பிணைக்கப்பட்ட அமைப்பு என குறிப்பிடப்படும் பரிமாற்ற வீதம் அல்லது நிலையான மாற்று வீத அமைப்பு குறிப்பிடப்படுகிறது. நிலையான மாற்று விகிதம் நாட்டின் அரசாங்கத்தால் அல்லது மத்திய வங்கியால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது மற்றும் சந்தை சக்திகளைச் சார்ந்தது அல்ல. நாணய விகிதத்தில் ஸ்திரத்தன்மையை பராமரிக்க, அந்நிய செலாவணி விகிதம் அதிகரிக்கும் போது மத்திய வங்கி அல்லது அரசாங்கம் அந்நிய செலாவணியை வாங்குவதும், விகிதங்கள் குறையும் போது வெளிநாட்டு நாணயத்தை விற்பதும் உள்ளது.



இந்த செயல்முறை பெக்கிங் என்று அழைக்கப்படுகிறது, அதனால்தான் நிலையான மாற்று விகித அமைப்பு பெக் செய்யப்பட்ட பரிமாற்ற வீத அமைப்பு என்றும் குறிப்பிடப்படுகிறது.

நிலையான மாற்று விகித அமைப்பின் நன்மைகள்:

நிலையான மாற்று விகித முறையின் சில நன்மைகள் பின்வருமாறு

1. இது வெளிநாட்டு வர்த்தகத்தை ஊக்குவிக்கும் அந்நிய செலாவணியில் ஸ்திரத்தன்மையை உறுதி செய்கிறது.
2. நாணயத்தின் மதிப்பில் ஸ்திரத்தன்மை உள்ளது, இது சந்தை ஏற்ற இறக்கங்களிலிருந்து பாதுகாக்கிறது.
3. இது நாட்டிற்கான வெளிநாட்டு முதலீட்டை ஊக்குவிக்கிறது.
4. இது ஒரு பொருளாதாரத்தில் நிலையான பணவீக்க விகிதங்களை பராமரிக்க உதவுகிறது.

நிலையான மாற்று விகித முறையின் தீமைகள்:

நிலையான மாற்று விகித முறையின் சில தீமைகள் பின்வருமாறு

1. பொருளாதாரத்தை நிலைநிறுத்துவதற்கு அந்நிய கையிருப்பை தொடர்ந்து பராமரிக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது.
2. ஒரு பொருளாதார அதிர்ச்சி பொருளாதாரத்தை மூழ்கடிக்கும் பட்சத்தில் மீண்டு வருவதற்கு தேவையான நெகிழ்வுத்தன்மை அரசாங்கத்திற்கு இல்லாமல் இருக்கலாம்.

2. நெகிழ்வான மாற்று விகித அமைப்பு: ஃப்ளெக்சிபிள் எக்ஸ்சேஞ்ச் ரேட் சிஸ்டம், சப்ளை மற்றும் டிமாண்ட் ஆகியவற்றின் சந்தை சக்திகளைச் சார்ந்திருப்பதால், இது மிதக்கும் மாற்று விகித அமைப்பு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. மிதக்கும் மாற்று விகித அமைப்பில் மத்திய வங்கிகள் அல்லது அரசாங்கத்தின் தலையீடு இல்லை.

மிதக்கும் மாற்று விகித அமைப்பின் நன்மைகள் :

மிதக்கும் மாற்று விகித முறையின் நன்மைகள் பின்வருமாறு

1. இந்த செலாவணி முறையில் அன்னிய கையிருப்பை பராமரிக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை.



2. பேலன்ஸ் பேலன்ஸ் இல் ஏதேனும் குறைபாடுகள் அல்லது உபரி இருந்தால் இந்த அமைப்பில் தானாகவே சரி செய்யப்படும்.

மிதக்கும் மாற்று விகித முறையின் தீமைகள் :

மிதக்கும் மாற்று விகித முறையின் சில தீமைகள் பின்வருமாறு

1. இது சந்தையில் நாணயங்களின் மாற்று விகிதத்தில் ஏற்ற இறக்கங்களுக்கு வழிவகுக்கும் ஊகங்களை ஊக்குவிக்கிறது.

2. மாற்று விகிதங்களில் ஏற்ற இறக்கங்கள் அதிகமாக இருந்தால் அது நாடுகளுக்கிடையேயான மூலதன இயக்கத்தில் சிக்கல்களை ஏற்படுத்துவதோடு வெளிநாட்டு வர்த்தகத்தையும் பாதிக்கும்.

3. இது எந்த வகையான சர்வதேச வர்த்தகத்தையும் வெளிநாட்டு முதலீட்டையும் ஊக்கப்படுத்தாது.

3. நிர்வகிக்கப்படும் மிதக்கும் மாற்று விகித அமைப்பு:

நிர்வகிக்கப்பட்ட மிதக்கும் மாற்று விகித அமைப்பு என்பது நிலையான (நிர்வகிக்கப்பட்ட) மற்றும் மிதக்கும் பரிமாற்ற வீத அமைப்புகளின் கலவையாகும். இந்த அமைப்பின் கீழ், மத்திய வங்கிகள் வெளிநாட்டு நாணயங்களை வாங்குதல் அல்லது விற்பதில் தலையிடுகின்றன அல்லது பங்கேற்கின்றன.

அந்நிய செலாவணி விகிதங்களை பாதிக்கும் காரணிகள் :

அந்நிய செலாவணி விகிதங்களை பாதிக்கும் பல்வேறு காரணிகள் பின்வருமாறு:

1. பணவீக்கம் :

பணவீக்கம் என்பது மற்ற நாணயங்களுடன் ஒப்பிடும்போது ஒரு நாணயத்தின் ஒப்பீட்டு வாங்கும் திறன் ஆகும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நாட்டில் ஒரு ஆப்பிளை வாங்குவதற்கு ஒரு யூனிட் நாணயம் செலவாகும், ஆனால் பணவீக்கம் அதிகமாக உள்ள நாட்டில் அதே ஆப்பிளை வாங்க வேறு கரன்சியின் ஆயிரம் யூனிட்கள் செலவாகும். பணவீக்கத்தில் உள்ள இத்தகைய வேறுபாடுகள், வெவ்வேறு நாணயங்கள் வெவ்வேறு வாங்கும் திறன் மற்றும் வெவ்வேறு நாணய விகிதங்களைக் கொண்டிருப்பதற்கான அடித்தளமாகும். எனவே, குறைந்த பணவீக்கம் உள்ள நாடுகள் பொதுவாக அதிக பணவீக்க விகிதங்களைக் கொண்ட நாடுகளுடன் ஒப்பிடும்போது வலுவான நாணயங்களைக் கொண்டுள்ளன.



## 2. வட்டி விகிதங்கள் :

வட்டி விகிதங்கள் பணவீக்கம் மற்றும் மாற்று விகிதங்களுடன் இறுக்கமாக பிணைக்கப்பட்டுள்ளன. வெவ்வேறு நாட்டின் மத்திய வங்கிகள் நாட்டிற்குள் பணவீக்கத்தை மாற்றியமைக்க வட்டி விகிதங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, அதிக வட்டி விகிதங்களை நிறுவுவது வெளிநாட்டு மூலதனத்தை ஈர்க்கிறது, இது உள்ளூர் நாணய விகிதங்களை உயர்த்துகிறது. இருப்பினும், இந்த விகிதங்கள் மிக நீண்ட காலத்திற்கு அதிகமாக இருந்தால், பணவீக்கம் அதிகரிக்கத் தொடங்கும், இதன் விளைவாக பணமதிப்பிழப்பு ஏற்படும். எனவே, மத்திய வங்கியாளர்கள், நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகளை சமநிலைப்படுத்த வட்டி விகிதங்களை தொடர்ந்து சரிசெய்ய வேண்டும்.

## 3. பொதுக் கடன் :

பெரும்பாலான நாடுகள் பெரிய அளவிலான பற்றாக்குறை நிதியைப் பயன்படுத்தி தங்கள் வரவு செலவுத் திட்டங்களுக்கு நிதியளிக்கின்றன. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அவர்கள் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு நிதியளிக்க கடன் வாங்குகிறார்கள். இந்த அரசாங்கக் கடன் பொருளாதார வளர்ச்சியை விஞ்சினால், அது பணவீக்கத்தை உயர்த்தி, அந்நிய முதலீட்டை நாட்டிற்குள் நுழைவதைத் தடுப்பதன் மூலம் பணவீக்கத்தை அதிகரிக்கலாம், நாணயத்தின் மதிப்பைக் குறைக்கும் இரண்டு காரணிகள். சில சந்தர்ப்பங்களில், ஒரு அரசாங்கம் கடனுக்கு நிதியளிக்க பணத்தை அச்சிடலாம், இது பணவீக்கத்தை அதிகரிக்கலாம்.

## 4. அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை :

அரசியல் ரீதியாக நிலையான நாடு அதிக வெளிநாட்டு முதலீட்டை ஈர்க்கிறது, இது நாணய விகிதத்தை உயர்த்த உதவுகிறது. இதற்கு நேர்மாறானது உண்மை - மோசமான அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை ஒரு நாட்டின் நாணய மாற்று விகிதத்தை குறைக்கிறது. அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை உள்ளூர் பொருளாதார இயக்கிகள் மற்றும் நிதிக் கொள்கைகளையும் பாதிக்கிறது, நாணய மாற்று விகிதத்தில் நீண்ட கால விளைவுகளை ஏற்படுத்தக்கூடிய இரண்டு விஷயங்கள். எப்போதும், சுவிட்சர்லாந்து போன்ற வலுவான அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை கொண்ட நாடுகளில் வலுவான மற்றும் அதிக மதிப்புள்ள நாணயங்கள் உள்ளன.

## 5. பொருளாதார ஆரோக்கியம் :



பொருளாதார ஆரோக்கியம் அல்லது செயல்திறன் என்பது மாற்று விகிதங்கள் தீர்மானிக்கப்படும் மற்றொரு வழியாகும். எடுத்துக்காட்டாக, குறைந்த வேலையின்மை விகிதங்களைக் கொண்ட ஒரு நாடு என்பது அதன் குடிமக்களுக்கு செலவழிக்க அதிக பணம் உள்ளது, இது மிகவும் வலுவான பொருளாதாரத்தை நிறுவ உதவுகிறது. வலுவான பொருளாதாரத்துடன், நாடு அதிக வெளிநாட்டு முதலீட்டை ஈர்க்கிறது, இது பணவீக்கத்தை குறைக்க உதவுகிறது மற்றும் நாட்டின் நாணய மாற்று விகிதத்தை அதிகரிக்க உதவுகிறது. பொருளாதார ஆரோக்கியம் என்பது வட்டி விகிதங்கள், பணவீக்கம் மற்றும் வர்த்தக சமநிலை போன்ற பல பிற இயக்கிகளை உள்ளடக்கிய ஒரு கேட்ச்-ஆல் கால வார்த்தையாகும் என்பது இங்கே கவனிக்கத்தக்கது.

#### 6. வர்த்தக இருப்பு :

வர்த்தக சமநிலை அல்லது வர்த்தக விதிமுறைகள் என்பது ஒரு நாட்டின் இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதிக்கு இடையே உள்ள ஒப்பீட்டு வேறுபாடு ஆகும். உதாரணமாக, ஒரு நாடு வர்த்தகத்தில் நேர்மறையான சமநிலையைக் கொண்டிருந்தால், அதன் ஏற்றுமதி அதன் இறக்குமதியை விட அதிகமாக உள்ளது என்று அர்த்தம். அவ்வாறான நிலையில், வெளிநாட்டு நாணயத்தின் வரத்து வெளியேறுவதை விட அதிகமாக உள்ளது. இது நிகழும்போது, ஒரு நாட்டின் அந்நியச் செலாவணி கையிருப்பு வளர்ந்து, வட்டி விகிதங்களைக் குறைக்க உதவுகிறது, இது பொருளாதார வளர்ச்சியைத் தூண்டுகிறது மற்றும் உள்ளூர் நாணய மாற்று விகிதத்தை அதிகரிக்கிறது.

#### 7. நடப்புக் கணக்கு பற்றாக்குறை :

நடப்புக் கணக்குப் பற்றாக்குறை வர்த்தக சமநிலையுடன் நெருக்கமாக தொடர்புடையது. இந்த சூழ்நிலையில், ஒரு நாட்டின் வர்த்தக இருப்பு அதன் வர்த்தக பங்காளிகளுடன் ஒப்பிடப்படுகிறது. ஒரு நாட்டின் நடப்புக் கணக்குப் பற்றாக்குறை வர்த்தகப் பங்காளியை விட அதிகமாக இருந்தால், அது அந்நாட்டின் கரன்சியுடன் ஒப்பிடும்போது அதன் நாணயத்தை பலவீனப்படுத்தலாம். எனவே, நேர்மறை அல்லது குறைந்த நடப்பு கணக்கு பற்றாக்குறை உள்ள நாடுகள் அதிக பற்றாக்குறை உள்ள நாடுகளை விட வலுவான நாணயங்களைக் கொண்டிருக்கின்றன.

#### 8. நம்பிக்கை/ ஊகம் :



சில நேரங்களில், வர்த்தகர்கள் நாணயத்தின் மீது வைத்திருக்கும் நம்பிக்கையால் (அல்லது அதன் பற்றாக்குறை) நாணயங்கள் பாதிக்கப்படுகின்றன. ஊகங்களில் இருந்து நாணய மாற்றங்கள் பகுத்தறிவற்ற, திடீர் மற்றும் குறுகிய காலமாக இருக்கும். எடுத்துக்காட்டாக, வர்த்தகர்கள், தேர்தல் முடிவின் அடிப்படையில் நாணயத்தை மதிப்பிழக்கச் செய்யலாம், குறிப்பாக அதன் முடிவு வர்த்தகம் அல்லது பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு சாதகமற்றதாகக் கருதப்பட்டால். மற்ற சமயங்களில், பொருளாதாரச் செய்திகள் நாணயத்தின் அடிப்படைகளை பாதிக்காவிட்டாலும் கூட, வர்த்தகர்கள் நாணயத்தின் மீது ஏறுமுகமாக இருக்கலாம்.

### 9. அரசு தலையீடு :

அரசாங்கங்கள் தங்கள் வசம் உள்ள கருவிகளின் தொகுப்பைக் கொண்டுள்ளன, இதன் மூலம் அவர்கள் தங்கள் உள்ளூர் மாற்று விகிதத்தைக் கையாள முடியும். முதன்மையாக, மத்திய வங்கிகள் வட்டி விகிதங்களை சரிசெய்வதற்கும், வெளிநாட்டு நாணயத்தை வாங்குவதற்கும், உள்ளூர் கடன் விகிதங்களில் செல்வாக்கு செலுத்துவதற்கும், பணத்தை அச்சிடுவதற்கும், நாணய மாற்று விகிதங்களை மாற்றியமைக்க மற்ற கருவிகளைப் பயன்படுத்துவதற்கும் அறியப்படுகின்றன. இந்த காரணிகளைக் கையாளுவதன் முதன்மை நோக்கம் நிலையான நாணய மாற்று விகிதம், மலிவான கடன், அதிக வேலைகள் மற்றும் உயர் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு சாதகமான நிலைமைகளை உறுதி செய்வதாகும்.

### பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடு :

பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடு என்பது ஒரு வகையான அந்நியச் செலாவணி (நாணயம்) வெளிப்பாடு ஆகும், இது ஒப்பந்தம் முடிவடைவதற்கு முன்பு மாற்று விகிதங்களில் ஏற்படும் ஏற்ற இறக்கங்களால் ஏற்படுகிறது. குறுக்கு நாணய பரிவர்த்தனைகளில் அந்நிய செலாவணி விகித மாற்றங்கள் சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினரை மோசமாக பாதிக்கலாம். ஒரு குறுக்கு-நாணய ஒப்பந்தம் உருவாக்கப்பட்டு, குறிப்பிட்ட அளவு பணம் மற்றும் பொருட்களின் அளவு நிர்ணயிக்கப்பட்டவுடன், பரிமாற்ற வீத ஏற்ற இறக்கங்கள் ஒப்பந்தத்தின் மதிப்பை மாற்றலாம். அந்நிய செலாவணி விகித ஏற்ற இறக்கங்கள் காரணமாக பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடு அபாயங்கள் பாதிக்கப்படுகின்றன. இருப்பினும், இந்த அபாயங்கள் பல நிதி மற்றும் செயல்பாட்டு நுட்பங்களால் குறைக்கப்படலாம் அல்லது முற்றிலும் அகற்றப்படலாம்.





பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடுகளை நிர்வகிப்பதற்கான நிதி தொழில்நுட்பங்கள் :

பரிவர்த்தனை வெளிப்பாட்டைக் கட்டுப்படுத்துவதற்கான நிதி நுட்பங்கள் பின்வருமாறு:

முன்னோக்கி ஒப்பந்தங்கள்:- ஒரு நிறுவனம் எதிர்காலத்தில் குறிப்பிட்ட அளவு வெளிநாட்டு நாணயத்தை செலுத்த வேண்டியிருந்தால், அது எதிர்கால தேதிக்கான வெளிநாட்டு நாணயத்திற்கான விலையை நிர்ணயிக்கும் ஒப்பந்தத்தில் நுழைய முடியும். இது நாணய ஏற்ற இறக்கங்களால் ஏற்படும் துன்பங்களை நீக்குகிறது.

எதிர்கால ஒப்பந்தங்கள்:- எதிர்கால ஒப்பந்தங்கள் 'முன்னோக்கி ஒப்பந்தங்கள்' போன்றவை. இருப்பினும், எதிர்கால ஒப்பந்தங்கள் தரப்படுத்தப்பட்ட மற்றும் வரையறுக்கப்பட்ட முதிர்வு தேதிகள், ஆரம்ப இணை மற்றும் ஒப்பந்த அளவுகள் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளன.

பணச் சந்தை ஹெட்ஜ்:- பணச் சந்தை ஹெட்ஜில், முன்னோக்கி விலையானது நாணயத்தின் அபாயமற்ற வருமானத்தின் விகிதத்தால் பெருக்கப்படும் தற்போதைய ஸ்பாட் விலைக்கு சமமாக இருக்கும். இது வெளிநாட்டு நாணய பரிவர்த்தனைக்கான நிதியையும் உருவாக்குகிறது.

விருப்பங்கள்:- விருப்ப ஒப்பந்தங்கள் ஒரு முன்கூட்டிய கட்டணத்தை உள்ளடக்கியது மற்றும் குறிப்பிட்ட விலை, கால அளவு மற்றும் அளவு ஆகியவற்றில் நாணயங்களை வர்த்தகம் செய்ய உரிமையாளரைக் கட்டாயப்படுத்தாது.

பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடுகளை நிர்வகிப்பதற்கான செயல்பாட்டு நுட்பங்கள் :

அதை நிர்வகிப்பதற்கான செயல்பாட்டு நுட்பங்கள் பின்வருமாறு:

- இடர் மாற்றம்:- நிறுவனம் அந்நியச் செலாவணியில் தன்னை ஈடுபடுத்தாமல் பரிவர்த்தனை வெளிப்பாட்டை முற்றிலும் தவிர்க்கலாம். அனைத்து பரிவர்த்தனைகளையும் வீட்டு நாணயத்தில் நடத்தலாம். இருப்பினும், அனைத்து வகையான வணிகங்களுக்கும் இது சாத்தியமில்லை.
- கரன்சி ரிஸ்க் ஷேரிங்:- பரிவர்த்தனையில் ஈடுபட்டுள்ள இரு தரப்பினரும் பரிவர்த்தனை ஆபத்தைப் பகிர்ந்து கொள்வதற்கான புரிதலைப் பெறலாம்.



- முன்னணி மற்றும் பின்தங்கிய நிலை:- முன்னணி மற்றும் பின்தங்கிய நிலை என்பது ஏற்ற இறக்கங்களுக்கு ஏற்ப நாணய பணப்புழக்கத்தை கையாளுவதை உள்ளடக்கியது. நாணய மதிப்பு அதிகரிக்கும் போது பொறுப்புகளை செலுத்துவது முன்னணி என்று அழைக்கப்படுகிறது. நாணயம் குறைந்த மதிப்பில் இருக்கும்போது பெறத்தக்கவைகளை சேகரிப்பது பின்னடைவு எனப்படும்.
- மறு விலைப்பட்டியல் மையங்கள்:- மறு விலைப்பட்டியல் மையம் என்பது அனைத்து நிறுவனங்களுக்குள் வர்த்தகம் செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு மூன்றாம் தரப்பு துணை நிறுவனமாகும். மறு விலைப்பட்டியல் மையங்கள் உள்நாட்டு நாணயத்தில் பரிவர்த்தனைகளை மேற்கொள்கின்றன, இதனால் பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடுகளால் ஏற்படும் இழப்புகளைத் தாங்குகிறது.

**பொருளாதார வெளிப்பாடு :**

அந்நிய செலாவணி விகிதங்களில் எதிர்பாராத ஏற்ற இறக்கங்களைக் கையாள்வதால், பொருளாதார வெளிப்பாடு ஹெட்ஜ் செய்வது கடினம் என்பதை நிரூபிக்கலாம். அந்நிய செலாவணி ஏற்ற இறக்கம் உயரும் போது, இந்த வெளிப்பாடு அதிகரிக்கிறது மற்றும் நேர்மாறாகவும். வெளிநாடுகளில் பல துணை நிறுவனங்களைக் கொண்ட பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் வெளிநாட்டு நாணயங்களில் பரிவர்த்தனைகள் பொருளாதார வெளிப்பாட்டின் அதிக ஆபத்தை எதிர்கொள்கின்றன.

**பொருளாதார வெளிப்பாட்டை நிர்வகித்தல் :**

பொருளாதார வெளிப்பாட்டின் அபாயத்தை செயல்பாட்டு உத்திகள் மற்றும் நாணய இடர் குறைப்பு உத்திகள் மூலம் தடுக்க முடியும்.

**செயல்பாட்டு உத்திகள்:**

பொருளாதார வெளிப்பாட்டின் அபாயத்தைத் தணிக்கப் பயன்படுத்தக்கூடிய செயல்பாட்டு உத்திகள் பின்வருமாறு:

- உற்பத்தி வசதிகள் மற்றும் தயாரிப்புகளுக்கான சந்தைகளை பல்வகைப்படுத்துதல்:- ஒன்று அல்லது இரண்டு சந்தைகளில் கவனம் செலுத்தாமல், பல சந்தைகளுக்கு உற்பத்தி வசதிகள் மற்றும் விற்பனையைப் பல்வகைப்படுத்துதல் உள்ளார்ந்த ஆபத்து. எவ்வாறாயினும், இதுபோன்ற சந்தர்ப்பங்களில், நிறுவனங்கள் அளவிலான பொருளாதாரங்களால் சம்பாதித்த நன்மையை கைவிட வேண்டும்.



- ஆதார நெகிழ்வுத்தன்மை:- முக்கிய உள்ளீடுகளைப் பெறுவதற்கு நிறுவனங்கள் மாற்று ஆதாரங்களைக் கொண்டிருக்கலாம். மாற்று விகித ஏற்ற இறக்கங்கள் ஒரு பிராந்தியத்திலிருந்து உள்ளீடுகளை விலை உயர்ந்ததாக மாற்றினால், மாற்று ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்தலாம்.
- பன்முகப்படுத்துதல் நிதி:- ஒரு நிறுவனம் பல முக்கிய பிராந்தியங்களில் மூலதனச் சந்தைகளை அணுக முடியும். இது, குறைந்த செலவில் உள்ள நிதிகளுடன் சந்தையில் மூலதனத்தை திரட்டுவதில் நெகிழ்வுத்தன்மையைப் பெறுவதற்கு நிறுவனத்திற்கு உதவுகிறது.

கரன்சி ரிஸ்க் தணிப்பு உத்திகள் :

பொருளாதார வெளிப்பாட்டின் அபாயத்தைத் தணிக்கப் பயன்படுத்தக்கூடிய நாணய இடர் தணிப்பு உத்திகள் பின்வருமாறு:

- பொருந்தக்கூடிய நாணயப் பாய்ச்சல்கள்:- வெளிநாட்டு நாணய வரவு மற்றும் வெளியேற்றங்களைப் பொருத்துவதன் மூலம் பொருளாதார வெளிப்பாட்டைத் தணிக்கும் எளிய முறை இதுவாகும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு ஐரோப்பிய நிறுவனம் அமெரிக்க டாலர்களில் கணிசமான வரவுகளைக் கொண்டிருந்தால் மற்றும் கடனை உயர்த்த விரும்பினால், அது அமெரிக்க டாலர்களில் கடன் வாங்குவதைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.
- நாணய இடர்-பகிர்வு ஒப்பந்தங்கள்:- கொள்முதல் மற்றும் விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் ஈடுபட்டுள்ள இரு தரப்பினருக்கும் இடையே ஒரு ஒப்பந்தம் உருவாக்கப்படுகிறது. மாற்று விகித ஏற்ற இறக்கங்களால் ஏற்படும் ஆபத்தை கட்சிகள் பகிர்ந்து கொள்ள வேண்டும் என்று ஒப்பந்தம் கூறுகிறது. நாணய விகித ஏற்ற இறக்கங்களின் போது பரிவர்த்தனையின் அடிப்படை விலை மாற்றியமைக்கப்படும் என்று கூறும் விலை சரிசெய்தல் விதியை ஒப்பந்தம் கொண்டுள்ளது.
- பின்னுக்குத் திரும்பக் கடன்கள்:- இந்த முறை, கிரெடிட் ஸ்வாப் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, வெவ்வேறு நாடுகளில் உள்ள இரண்டு நிறுவனங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ஒருவருக்கொருவர் நாணயத்தை கடன் வாங்குவதற்கான ஏற்பாட்டில் நுழைவதை உள்ளடக்கியது. வரையறுக்கப்பட்ட காலம் முடிந்ததும், நாணயங்கள் திருப்பிச் செலுத்தப்படும்.
- கரன்சி ஸ்வாப் முறை:- பணமாற்று முறை, பின்-திரும்பக் கடன் முறையைப் போன்றது. இருப்பினும், அது இருப்புநிலைக் குறிப்பில் பிரதிபலிக்காது. இந்த முறையானது உலக சந்தையில்



நாணயங்களை கடன் வாங்கும் இரண்டு நிறுவனங்களை உள்ளடக்கியது, ஒவ்வொன்றும் சிறந்த விகிதங்களில் இருந்து பயனடைகின்றன, பின்னர் வருமானத்தை மாற்றுகின்றன.

**பரிவர்த்தனை vs. பொருளாதார வெளிப்பாடு :**

பரிவர்த்தனை மற்றும் பொருளாதார வெளிப்பாடு ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வேறுபாடு பின்வரும் 5 முக்கிய புள்ளிகளில் ஒழுங்கமைக்கப்பட்டுள்ளது.

வேறுபாடு புள்ளி	பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடு	பொருளாதார வெளிப்பாடு
பணப்புழக்கம்	பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடு ஏற்கனவே ஒப்பந்தம் செய்யப்பட்ட பரிவர்த்தனைகளால் இயக்கப்படுகிறது, எனவே அவை குறுகிய கால இயல்புடையவை.	பொருளாதார வெளிப்பாடு என்பது பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடு மற்றும் எதிர்கால பணப்புழக்கங்களுடன் தொடர்புடைய செயல்பாட்டு வெளிப்பாடு ஆகும்.
அபாயத்தின் தன்மை	தொடர்புடைய ஆபத்து ஒப்பந்தம் அல்லது விவாதத்தில் உள்ள பரிவர்த்தனைக்கு மட்டுமே.	அபாயத்துடன் தொடர்புடைய ஒரு குறிப்பிட்ட பரிவர்த்தனை அல்லது ஒப்பந்தத்தை விட வணிகத்தின் முக்கிய மதிப்பை பாதிக்கிறது மற்றும் எதிர்கால இயக்க பணப்புழக்கங்களின் தற்போதைய மதிப்பிற்கு இது ஆபத்து.
அடையாளம்	பரிவர்த்தனை ஆபத்து என்பது மிக எளிதாக அடையாளம் காணக்கூடிய அந்நிய செலாவணி அபாயமாகும்	அதன் எதிர்பார்ப்புத் தன்மையைக் கருத்தில் கொண்டு, பொருளாதார வெளிப்பாட்டைக் கண்டறிவது எளிதல்ல
காரணம் மற்றும் நோக்கம்	வெளிநாட்டு நாணயத்தில் எதிர்கால வரவுகள்/செலுத்த வேண்டியவைகளை உள்ளடக்கிய ஒப்பந்தத்தில் நீங்கள் நுழையும் போது மட்டுமே பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடு எழுகிறது.	எந்தவொரு பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடும் இல்லாமல் பொருளாதார வெளிப்பாடு ஏற்படலாம், எனவே நோக்கம் பரந்த அளவில் உள்ளது.



	எனவே நோக்கம் குறுகியதாகவே உள்ளது.	
ஹெட்ஜிங் விண்ணப்பம்	பரிவர்த்தனை வெளிப்பாடுகள் பெரும்பாலான நிறுவனங்களால் அடிக்கடி பாதுகாக்கப்படுகின்றன.	பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் பொருளாதார வெளிப்பாட்டை நிர்வகிப்பதற்கு எந்தவொரு ஹெட்ஜிங் உத்தியையும் அரிதாகவே பயன்படுத்துகின்றன மற்றும் இயற்கையான ஹெட்ஜிங்கை நம்புகின்றன.

### வெளிநாட்டு நேரடி முதலீடு (FDI) :

அந்நிய நேரடி முதலீடு (FDI) என்பது ஒரு நிறுவனம் அல்லது அதன் எல்லைகளுக்கு வெளியே உள்ள முதலீட்டாளரால் ஒரு நிறுவனத்தில் வட்டி வாங்குவதாகும். முதலீட்டில் பொருட்களின் மூலத்தைப் பெறுதல், ஒரு நிறுவனத்தின் தடத்தை விரிவுபடுத்துதல் அல்லது பன்னாட்டு இருப்பை மேம்படுத்துதல் ஆகியவை அடங்கும். அன்னிய நேரடி முதலீடு அடிக்கடி மூலதன முதலீட்டை தாண்டி செல்கிறது. மேலாண்மை, தொழில்நுட்பம் மற்றும் உபகரணங்களை வழங்குவதும் இதில் அடங்கும். வெளிநாட்டு நேரடி முதலீட்டின் ஒரு முக்கிய அம்சம் என்னவென்றால், அது வெளிநாட்டு வணிகத்தின் திறமையான கட்டுப்பாட்டை நிறுவுகிறது அல்லது அதன் முடிவெடுப்பதில் குறைந்தபட்சம் கணிசமான செல்வாக்கை ஏற்படுத்துகிறது. எளிமையான வார்த்தைகளில், எஃப்.டி.ஐ என்பது எந்தவொரு தனிநபரும் அல்லது நிறுவனமும் அவர்கள் பிறந்த நாட்டைத் தவிர நாடுகளில் செய்யும் முதலீடு ஆகும்.

### FDI இன் நன்மைகள்:

அன்னிய நேரடி முதலீடு நாட்டிற்கு பல நன்மைகளைத் தருகிறது. அவற்றில் சில கீழே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன.

1. பொருளாதார வளர்ச்சிக்கான நிதி ஆதாரங்களைக் கொண்டுவருகிறது. 2. புதிய தொழில்நுட்பங்கள், திறன்கள், அறிவு போன்றவற்றைக் கொண்டுவருகிறது.
2. மக்களுக்கு அதிக வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது.



3. நாட்டில் அதிக போட்டி நிறைந்த வணிகச் சூழலைக் கொண்டுவருகிறது.
4. துறைகளில் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் தரத்தை மேம்படுத்துகிறது.

**அன்னிய நேரடி முதலீட்டின் தீமைகள்:**

இருப்பினும், அன்னிய நேரடி முதலீட்டுடன் தொடர்புடைய சில குறைபாடுகளும் உள்ளன. அவற்றில் சில:

1. இது உள்நாட்டு முதலீட்டையும், உள்நாட்டு நிறுவனங்களையும் மோசமாக பாதிக்கும்.
2. ஒரு நாட்டில் உள்ள சிறிய நிறுவனங்கள் தங்கள் துறையில் MNC களின் தாக்குதலைத் தாங்க முடியாமல் போகலாம். அந்நிய நேரடி முதலீடு அதிகரிப்பால் பல உள்நாட்டு நிறுவனங்கள் கடைகளை மூடும் அபாயம் உள்ளது.
3. அந்நிய நேரடி முதலீடு ஒரு நாட்டின் மாற்று விகிதத்தையும் மோசமாக பாதிக்கலாம்.

**இந்தியாவில் FDI :**

1991 ஆம் ஆண்டு அரசாங்கம் பொருளாதாரத்தைத் திறந்து எல்பிஜி உத்திகளைத் தொடங்கியதிலிருந்து இந்தியாவில் முதலீட்டுச் சூழல் பெரிதும் மேம்பட்டுள்ளது:

- ❖ இது சம்பந்தமான முன்னேற்றம் பொதுவாக அந்நிய நேரடி முதலீட்டு விதிமுறைகளை தளர்த்தியது.
- ❖ நாட்டின் பொருளாதார தாராளமயமாக்கலுக்குப் பிறகு பல துறைகள் பகுதியளவில் அல்லது முழுமையாக அந்நிய முதலீட்டுக்குத் திறக்கப்பட்டுள்ளன.
- ❖ தற்போது, எளிதாக தொழில் செய்யக்கூடிய முதல் 100 நாடுகளின் பட்டியலில் இந்தியா இடம் பெற்றுள்ளது.
- ❖ 2019 ஆம் ஆண்டில், ஐநா அறிக்கையின்படி, மொத்தம் 49 பில்லியன் டாலர் வரவுகளை ஈட்டிய முதல் பத்து அந்நிய நேரடி முதலீட்டாளர்களில் இந்தியாவும் இருந்தது. இது 2018 ஐ விட 16% அதிகமாகும்.



- பிப்ரவரி 2020 இல், காப்பீட்டு இடைத்தரகர்களில் 100% FDI அனுமதிக்கும் கொள்கையை DPIIT அறிவிக்கிறது.
- ஏப்ரல் 2020 இல், டிபிஐஐடி ஒரு புதிய விதியை வெளியிட்டது, இது இந்தியாவுடன் நில எல்லையைப் பகிர்ந்து கொள்ளும் அல்லது இந்தியாவுக்கான முதலீட்டின் நன்மை பயக்கும் உரிமையாளரின் இருப்பிடம் அல்லது அத்தகைய நாட்டின் குடிமகனாக இருக்கும் நிறுவனமானது. அரசு வழியில் மட்டுமே முதலீடு செய்யுங்கள். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அத்தகைய நிறுவனங்கள் இந்திய அரசாங்கத்தின் ஒப்புதலுக்குப் பிறகு மட்டுமே முதலீடு செய்ய முடியும்
- 2020 ஆம் ஆண்டின் தொடக்கத்தில், தேசிய விமான நிறுவனமான ஏர் இந்தியாவின் 100% பங்குகளை விற்க அரசாங்கம் முடிவு செய்தது.

இந்தியாவில் அந்நிய நேரடி முதலீட்டை அதிகரிக்க அரசு நடவடிக்கைகள் :

1. எலக்ட்ரானிக்ஸ் உற்பத்திக்கான 2020 இல் உற்பத்தி-இணைக்கப்பட்ட ஊக்கத்தொகை (பிஎல்ஐ) திட்டம் போன்ற அரசு திட்டங்கள், வெளிநாட்டு முதலீடுகளை ஈர்க்கும் வகையில் அறிவிக்கப்பட்டுள்ளன.
2. 2019 ஆம் ஆண்டில், நிலக்கரி சுரங்க நடவடிக்கைகளில் 100% அன்னிய நேரடி முதலீட்டை அனுமதிக்கும் வகையில், 2017 ஆம் ஆண்டிற்கான அந்நிய நேரடி முதலீட்டுக் கொள்கையை அரசாங்கம் திருத்தியது.
3. உற்பத்தியில் எஃப்.டி.ஐ ஏற்கனவே 100% தானியங்கி வழியின் கீழ் இருந்தது, இருப்பினும், 2019 ஆம் ஆண்டில், ஒப்பந்த உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ள இந்திய நிறுவனங்களில் முதலீடுகள் 100% தானியங்கி வழியின் கீழ் சட்டப்பூர்வமான ஒப்பந்தத்தின் மூலம் மேற்கொள்ளப்படும்.
4. மேலும், டிஜிட்டல் துறைகளில் 26% அந்நிய நேரடி முதலீட்டை அரசாங்கம் அனுமதித்தது. சாதகமான மக்கள்தொகை, கணிசமான மொபைல் மற்றும் இணைய ஊடுருவல், தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியுடன் கூடிய பாரிய நுகர்வு ஆகியவை வெளிநாட்டு முதலீட்டாளருக்கு சிறந்த சந்தை வாய்ப்பை வழங்குகிறது.
5. அந்நிய முதலீட்டு வசதி போர்ட்டல் (எஃப்ஐஐஎஃப்பி) என்பது இந்திய அரசாங்கத்தின் ஆன்லைன் ஒற்றைப் புள்ளி இடைமுகம் ஆகும். இது



வர்த்தகம் மற்றும் தொழில் அமைச்சகத்தின் தொழில் மற்றும் உள்நாட்டு வர்த்தகத்தை மேம்படுத்துவதற்கான துறையால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது.

6. அந்நிய நேரடி முதலீடு மேலும் அதிகரிக்கும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது

- தனியார் ரயில் இயக்கங்களை அனுமதிப்பதற்கும் விமான நிலையங்களை ஏலம் எடுப்பதற்கும் அரசாங்கத்தின் நடவடிக்கைகளில் வெளிநாட்டு முதலீட்டாளர்கள் ஆர்வம் காட்டியுள்ளனர்.
- மே 2020 இல் அரசாங்கம் அன்னிய நேரடி முதலீட்டு வரம்பை 49% இலிருந்து 74% ஆக உயர்த்திய பாதுகாப்பு உற்பத்தி போன்ற மதிப்புமிக்க துறைகளும் பெரிய முதலீடுகளை ஈர்க்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

ஏற்றுமதி உத்தி :

ஏற்றுமதிக்கான முடிவு உலகளாவிய செறிவு, உலகளாவிய ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் உலகளாவிய மூலோபாய உந்துதல்களை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும். நுழைவு முறையாக ஏற்றுமதி செய்வதைத் தேர்ந்தெடுப்பதை பாதிக்கும் மூலோபாய காரணிகள்:

- ✦ நிறுவனத்தின் உரிமை நன்மைகள் [குறிப்பிட்ட சொத்துக்கள், சர்வதேச அனுபவம் மற்றும் அதன் தயாரிப்புகளை வேறுபடுத்துவதற்கான நிறுவனத்தின் திறன்]
- ✦ சந்தையின் இருப்பிட நன்மைகள் [விற்பனை வாய்ப்புகள் மற்றும் முதலீட்டு அபாயங்கள்]
- ✦ உள்மயமாக்கல் நன்மைகள் [ஒரு முக்கியத் திறனைத் தக்கவைத்துக்கொள்வதன் நன்மைகள் நிறுவனம் உரிமம், அவுட்சோர்ஸ் அல்லது விற்பனையை விட]
- ✦ நிறுவனத்தின் சர்வதேச அனுபவம்.
- ✦ அதன் தயாரிப்புகளை வேறுபடுத்தும் நிறுவனத்தின் திறன்
- ✦ நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த உத்தியுடன் பொருந்துகிறது.

ஏற்றுமதியின் மூலோபாய நன்மைகள் :

- ❖ புரவலன் நாட்டில் உற்பத்தி நடவடிக்கைகளை நிறுவுவதற்கான கணிசமான செலவினங்களைத் தவிர்க்கிறது
- ❖ வருவாய் மற்றும் லாபத்தை அதிகரிப்பது
- ❖ உற்பத்தி மற்றும் ஆராய்ச்சியில் அளவிலான பொருளாதாரங்களை அடைதல்
- ❖ உள்நாட்டு நடவடிக்கைகளில் அதிகப்படியான திறனைக் குறைத்தல்





- ❖ அபாயத்தைக் குறைத்தல் (உரிமம் மற்றும் வெளிநாட்டு நேரடி முதலீட்டுடன் ஒப்பிடும்போது)
- ❖ சந்தைகளைப் பன்முகப்படுத்துதல்

ஒரு ஏற்றுமதி உத்தியை வடிவமைத்தல் :

- ஒரு பயனுள்ள ஏற்றுமதி மூலோபாயத்தை வடிவமைக்க, நிர்வாகம் கண்டிப்பாக:
- நிறுவனத்தின் ஏற்றுமதி திறனை மதிப்பிடுதல் (சந்தை வாய்ப்புகள் மற்றும் நிறுவனத்தின் வளங்களை ஆய்வு செய்தல்)
- ஏற்றுமதியில் நிபுணர் ஆலோசனையைப் பெறுதல் (அரசு மற்றும் சிறப்பு உதவி இரண்டையும் பெறுதல்)
- இலக்கு சந்தைகளைத் தேர்ந்தெடுங்கள் (செயலற்ற அல்லது தீவிரமாக சந்தையைத் தொடரவும் வாய்ப்புகள்)
- ஒரு பயனுள்ள மூலோபாயத்தை உருவாக்குதல் மற்றும் செயல்படுத்துதல் ( நோக்கங்கள் மற்றும் தந்திரோபாயங்களை வரையறுத்தல் மற்றும் அட்டவணை மற்றும் காலக்கெடுவை நிறுவுதல்)

இறக்குமதி உத்தி :

மூன்று வகையான இறக்குமதியாளர்கள் உள்ளனர்:

- ❖ இறக்குமதி செய்து விற்க உலகெங்கிலும் உள்ள எந்தப் பொருளையும் தேடுபவர்கள்.
- ❖ குறைந்த விலையில் தங்கள் பொருட்களைப் பெறுவதற்கு வெளிநாட்டு ஆதாரங்களைத் தேடுபவர்கள்.
- ❖ தங்கள் உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலியின் ஒரு பகுதியாக வெளிநாட்டு ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்துபவர்கள்.

இறக்குமதியின் மூலோபாய நன்மைகள் :

- செலவுகளைக் குறைத்தல் மற்றும் போட்டித்தன்மை மற்றும் லாபத்தை அதிகரித்தல்.
- பாதுகாப்பான அத்தியாவசிய உள்ளீடுகள் மற்றும் தயாரிப்புகள்.
- உயர்தர பொருட்கள், பொருட்கள், பொருட்கள் மற்றும் கூறுகளை பாதுகாக்கவும்.
- ஆபத்து மற்றும் முதலீட்டைக் குறைத்தல்.
- சப்ளையர்களை பல்வகைப்படுத்துதல்.

கூட்டு உத்திகள் :



நிறுவனங்கள் சர்வதேச சூழலில் நுழைவதற்கும் போட்டியிடுவதற்கும் நான்கு அடிப்படை உத்திகளைப் பயன்படுத்துகின்றன: ஒரு சர்வதேச மூலோபாயம், பல உள்நாட்டு உத்தி, ஒரு உலகளாவிய உத்தி மற்றும் ஒரு நாடுகடந்த உத்தி. இந்த உத்திகள் ஒவ்வொன்றும் அதன் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் உள்ளன. ஒவ்வொரு மூலோபாயத்தின் பொருத்தமும் செலவுக் குறைப்பு மற்றும் உள்ளூர் பொறுப்புணர்வுக்கான அழுத்தங்களின் அளவைப் பொறுத்து மாறுபடும்.

**சர்வதேச மூலோபாயம்:-** சர்வதேச மூலோபாயத்தை பின்பற்றும் நிறுவனங்கள் மதிப்புமிக்க திறன்கள் மற்றும் தயாரிப்புகளை வெளிநாட்டு சந்தைகளுக்கு மாற்றுவதன் மூலம் மதிப்பை உருவாக்க முயற்சி செய்கின்றன, அங்கு உள்நாட்டு போட்டியாளர்கள் அந்த திறன்கள் மற்றும் தயாரிப்புகள் இல்லை. பெரும்பாலான சர்வதேச திறன்கள், எனவே, உள்நாட்டில் உருவாக்கப்பட்ட வேறுபட்ட தயாரிப்புகளை வெளிநாட்டு சந்தைகளுக்கு மாற்றுவதன் மூலம் மதிப்பை உருவாக்குகின்றன, அதன்படி, அவை வீட்டில் தயாரிப்பு மேம்பாட்டு செயல்பாடுகளை மையப்படுத்த முனைகின்றன (எ.கா. R&D). இருப்பினும் அவர்கள் வணிகம் செய்யும் ஒவ்வொரு பெரிய நாட்டிலும் உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாடுகளை நிறுவ முனைகின்றனர். ஆனால் தயாரிப்பு வழங்கல் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் உத்தியின் சில உள்ளூர் தனிப்பயனாக்கங்களை அவர்கள் மேற்கொள்ளலாம், இது குறைவாகவே இருக்கும்.

**பல உள்நாட்டு உத்தி:-** பல உள்நாட்டு மூலோபாயத்தைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்கள் அதிகபட்ச உள்ளூர் மறுமொழியை அடைவதை நோக்கி தங்களைத் தாங்களே திசைதிருப்புகின்றன. பல-உள்நாட்டு நிறுவனங்களின் முக்கிய தனித்துவமான அம்சம் என்னவென்றால், அவை வெவ்வேறு தேசிய நிலைமைகளுக்கு பொருந்தக்கூடிய வகையில் அவற்றின் தயாரிப்பு வழங்கல் மற்றும் அவற்றின் சந்தைப்படுத்தல் உத்தி இரண்டையும் விரிவாகத் தனிப்பயனாக்குகின்றன. இதற்கு இணங்க, அவர்கள் வணிகம் செய்யும் ஒவ்வொரு பெரிய தேசிய சந்தையிலும் உற்பத்தி, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் R&D உள்ளிட்ட மதிப்பு உருவாக்க நடவடிக்கைகளின் முழுமையான தொகுப்பை நிறுவ முனைகின்றனர். உள்ளூர் வினைத்திறனுக்கான உயர் அழுத்தங்கள் மற்றும் செலவுக் குறைப்புகளுக்கு குறைந்த அழுத்தம் இருக்கும்போது பல உள்நாட்டு உத்திகள் சில அர்த்தமுள்ளதாக இருக்கும்.

**உலகளாவிய உத்தி:-** உலகளாவிய மூலோபாயத்தைத் தொடரும் நிறுவனங்கள், அனுபவ வளைவு விளைவுகள் மற்றும் இருப்பிடப் பொருளாதாரங்களிலிருந்து வரும் செலவுக் குறைப்புகளை அறுவடை



செய்வதன் மூலம் லாபத்தை அதிகரிப்பதில் கவனம் செலுத்துகின்றன. அதாவது, குறைந்த செலவில் உத்தியைக் கடைப்பிடிக்கின்றனர். உலகளாவிய மூலோபாயத்தைப் பின்பற்றும் நிறுவனங்களின் உற்பத்தி, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் R&D நடவடிக்கைகள் சில சாதகமான இடங்களில் குவிந்துள்ளன. உலகளாவிய நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்பு வழங்கல் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் உத்தியை உள்ளூர் நிலைமைகளுக்கு ஏற்ப தனிப்பயனாக்குவதில்லை, ஏனெனில் தனிப்பயனாக்கம் செலவுகளை அதிகரிக்கிறது (இது குறுகிய உற்பத்தி மற்றும் செயல்பாடுகளின் நகல்களை உள்ளடக்கியது). அதற்குப் பதிலாக, உலகளாவிய நிறுவனங்கள் தரப்படுத்தப்பட்ட தயாரிப்பை உலகளவில் சந்தைப்படுத்த விரும்புகின்றன, எனவே அனுபவ வளைவின் கீழ் இருக்கும் பொருளாதார அளவிலிருந்து அதிகபட்ச பலன்களைப் பெற முடியும். உலகச் சந்தைகளில் ஆக்கிரமிப்பு விலை நிர்ணயத்தை ஆதரிக்க அவர்கள் தங்கள் செலவு நன்மைகளைப் பயன்படுத்தலாம்.

**நாடுகடந்த உத்தி:-**

ஒரு நிறுவனம் செலவுக் குறைப்புகளுக்கு அதிக அழுத்தங்களை எதிர்கொள்ளும் போது, உள்ளூர் பொறுப்புணர்வுக்கான உயர் அழுத்தங்கள் மற்றும் பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் உலகளாவிய செயல்பாடுகளின் வலையமைப்பிற்குள் மதிப்புமிக்க திறன்களை மேம்படுத்துவதற்கான குறிப்பிடத்தக்க வாய்ப்புகள் இருக்கும் போது ஒரு நாடுகடந்த மூலோபாயம் அர்த்தமுள்ளதாக இருக்கும். சில வழிகளில், ஒரு நாடுகடந்த மூலோபாயத்தை பின்பற்றும் நிறுவனங்கள் ஒரே நேரத்தில் செலவு மற்றும் வேறுபட்ட நன்மைகளை அடைய முயற்சிக்கின்றன.

**ஆதாரம் மற்றும் உற்பத்தி உத்திகள்:**

உலகளாவிய ஆதாரம் மற்றும் உற்பத்தி உத்தி என்பது, தலைமையகத்தின் நாட்டிலிருந்து மட்டுமின்றி, உலகெங்கிலும் இருந்து ஒரு நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகளுக்குச் செல்லும் மூலப்பொருட்கள் அல்லது கூறுகளை வாங்குவதைக் குறிக்கிறது. உதாரணமாக, கொலம்பியா மற்றும் குவாத்தமாலா போன்ற இடங்களில் இருந்து ஸ்டார்பக்ஸ் அதன் காபியை வாங்குகிறது. உலகளாவிய ஆதாரத்தின் நன்மைகள் தரம் மற்றும் குறைந்த விலை. உலகம் தட்டையாக இருக்கும் அளவிற்கு உலகளாவிய ஆதாரம் சாத்தியமாகும்-உதாரணமாக, சாக்லேட் தயாரிப்பதற்கு மிக உயர்ந்த தரமான கோகோ பீன்ஸ் வாங்குவது அல்லது ஐஸ்லாந்தில் இருந்து அலுமினியம் வாங்குவது, அங்கு விலை குறைவு, ஏனெனில் இது இலவச புவியெவப்ப ஆற்றலைப் பயன்படுத்தி செய்யப்படுகிறது. உலகளாவிய



ஆதார முடிவுகளை எடுக்கும்போது, நிறுவனங்கள் ஒரே-ஆதாரத்தை (அதாவது, ஒரு சப்ளையரைப் பிரத்தியேகமாகப் பயன்படுத்துவதா) அல்லது மல்டிசோர்ஸுக்கு (அதாவது, பல சப்ளையர்களைப் பயன்படுத்துவதா) என்ற தேர்வை எதிர்கொள்கிறது. ஒரே-ஆதாரத்தின் நன்மை என்னவென்றால், நிறுவனம் அதன் முழு அளவையும் ஒரு சப்ளையருக்கு வழங்குவதன் மூலம் குறைந்த விலையைப் பெறும். நிறுவனம் சப்ளையருக்கு நிறைய வணிகத்தை வழங்கினால், முன்னுரிமை சிகிச்சைக்காக நிறுவனம் சப்ளையர் மீது அதிக செல்வாக்கைக் கொண்டிருக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக, பற்றாக்குறை அல்லது திறன் குறைவாக இருக்கும் போது, நிறுவனத்தின் விசுவாசத்திற்கு வெகுமதி அளிக்கும் ஒரு வழியாக சப்ளையர் ஒரு போட்டியாளரை விட அந்த நிறுவனத்திற்கு அதிக அளவுகளை வழங்கலாம்.

ஒரே ஆதார நன்மைகள்:

- ❖ அதிக அளவு அடிப்படையில் விலை தள்ளுபடிகள்.
- ❖ கடினமான காலங்களில் விசுவாசத்திற்கான வெகுமதிகள்.
- ❖ தனித்துவம் வேறுபாட்டைக் கொண்டுவருகிறது.
- ❖ ஒரு சப்ளையருடன் அதிக செல்வாக்கு.

ஒரே-ஆதார குறைபாடுகள் :

- இடையூறு அதிக ஆபத்து
- விலையில் சப்ளையர் அதிக பேரம் பேசும் ஆற்றலைக் கொண்டுள்ளார்

மல்டி சோர்சிங் நன்மைகள் :

- இடையூறு ஏற்படும் நேரங்களில் அதிக நெகிழ்வுத்தன்மை
- ஒரு சப்ளையரை மற்றொரு சப்ளையருக்கு எதிராக நிறுத்துவதன் மூலம் குறைந்த கட்டணத்தை பேச்சுவார்த்தை நடத்துதல்

மல்டி சோர்சிங் குறைபாடுகள்:

- ✚ சப்ளையர்கள் முழுவதும் தரம் குறைவாக ஒரே மாதிரியாக இருக்கலாம்
- ✚ ஒவ்வொரு சப்ளையரிடமும் குறைவான செல்வாக்கு
- ✚ அதிக ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் மேலாண்மை செலவுகள்

மனித வள மேலாண்மை :



சர்வதேச மனித வள மேலாண்மை (IHRM) என்பது சர்வதேச அளவில் மனித வள மேலாண்மையை இலக்காகக் கொண்ட நடவடிக்கைகளின் தொகுப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது. இது நிறுவன நோக்கங்களை பூர்த்தி செய்யவும், தேசிய மற்றும் சர்வதேச அளவில் போட்டியாளர்களை விட போட்டி நன்மைகளை அடையவும் பாடுபடுகிறது.

IHRM ஆனது ஆட்சேர்ப்பு, தேர்வு, பயிற்சி மற்றும் மேம்பாடு, செயல்திறன் மதிப்பீடு மற்றும் சர்வதேச அளவில் செய்யப்படும் பணிநீக்கம் மற்றும் உலகளாவிய திறன் மேலாண்மை, வெளிநாட்டவர் மேலாண்மை மற்றும் பல போன்ற கூடுதல் பயிற்சிகள் போன்ற வழக்கமான HRM செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது.

சுருக்கமாக, பன்னாட்டு நிறுவனங்களில் (MNCs) மனித வளங்களைக் கையாள்வதில் IHRM அக்கறை கொண்டுள்ளது மற்றும் மூன்று வகையான பணியாளர்களை நிர்வகிப்பதை உள்ளடக்கியது -

உள்நாட்டுப் பணியாளர்கள் - கார்ப்பரேட் தலைமையகம் அமைந்துள்ள நிறுவனத்தின் சொந்த நாட்டில் வசிக்கும் ஊழியர்கள், உதாரணமாக, இந்தியாவில் உள்ள சில நிறுவனங்களின் தலைமையகம் இந்தியாவில் பணிபுரியும் இந்தியர்.

புரவலன் நாட்டு ஊழியர்கள் - துணை நிறுவனம் அமைந்துள்ள நாட்டில் வசிக்கும் பணியாளர்கள், எடுத்துக்காட்டாக, சில வெளிநாட்டில் NRI ஆக பணிபுரியும் இந்தியர்.

மூன்றாம் நாட்டு ஊழியர்கள் - இவர்கள் சொந்த நாடு அல்லது புரவலன் நாட்டைச் சேர்ந்தவர்கள் அல்ல, ஆனால் கூடுதல் அல்லது கார்ப்பரேட் தலைமையகத்தில் பணியமர்த்தப்பட்டவர்கள்.

சர்வதேச HRM இன் நோக்கங்கள்:

- 1.இது மனிதவள மேலாளர்கள் மற்றும் பணியாளர்களின் நிர்வாக திறன்கள், நிறுவன அறிவு மற்றும் தொழில்நுட்ப திறன்களை மேம்படுத்துகிறது;
2. உலகளாவிய வணிக நடவடிக்கைகளின் மேலும் சிறந்த கையாளுதலை உருவாக்குதல்;
- 3.பணியாளர்களின் செயல்திறன், இழப்பீடு மற்றும் வாழ்க்கைப் பாதையை நிர்வகித்தல் மற்றும் பாதுகாத்தல்;



4. குறுக்கு கலாச்சார ஆலோசனை மற்றும் மொழி பயிற்சி திட்டத்தை நிர்வகித்தல் மற்றும் ஒழுங்கமைத்தல்;

5. உலக அளவில் பணி நடைமுறைகள் பற்றிய சாத்தியமான புரிதலை உருவாக்குதல்;

6. மனித வளங்களின் சிறந்த மற்றும் புதிய செயல்திறன் நிர்வாகத்தை உயர்த்தவும் மேம்படுத்தவும்;

7. உலகளாவிய மனிதவள சூழ்நிலையில் மேலும் மேலும் வாய்ப்புகளைப் பெற;

8. உலகளாவிய போட்டி சூழ்நிலையில் சிறந்த மற்றும் போட்டித்தன்மையுள்ள HR உத்திகளை உருவாக்குதல்;

9. கலாச்சார சூழலுக்கு இணக்கமான கலாச்சார வேறுபாடுகளை குறைக்க.

சர்வதேச HRM தேவை:

1. கலாச்சார பன்முகத்தன்மை :

ஒரு நாட்டின் கலாச்சாரம் என்பது மக்கள் சார்ந்த செயல்முறைகளை பாதிக்கும் முக்கிய காரணிகளில் ஒன்றாகும், மேலும் HRM என்பது மக்கள் சார்ந்த செயல்முறையாகும். எனவே, ஒரு நாட்டின் கலாச்சாரம் HRM நடைமுறைகளில் மிகவும் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. HRM இன் உலகளாவிய கண்ணோட்டத்தை நாம் கருத்தில் கொள்ளும்போது, உலகெங்கிலும் உள்ள கலாச்சார பன்முகத்தன்மையைக் காண்கிறோம், அதாவது இரு நாடுகளின் கலாச்சாரங்கள் ஒரே மாதிரியாக இல்லை. கலாச்சார பன்முகத்தன்மை ஐந்து பரிமாணங்களில் உள்ளது - தனித்துவம் மற்றும் கூட்டுத்தன்மை, அதிகார நோக்குநிலை, நிச்சயமற்ற தன்மையைத் தவிர்ப்பது, ஆண்மை மற்றும் பெண்மை மற்றும் நேர நோக்குநிலை

2. தொழிலாளர் பன்முகத்தன்மை :

பெரிய நிறுவனங்களுக்கு உள்நாட்டு நிறுவனங்களுக்கு கூட தொழிலாளர் பன்முகத்தன்மை பெருகிய முறையில் பொதுவானதாகி வருகிறது. இருப்பினும், ஒரு உலகளாவிய நிறுவனத்தில், பல்வேறு நாடுகளைச் சேர்ந்த பணியாளர்களை பணியமர்த்துவதால் கூடுதல் பணியாளர்கள் பன்முகத்தன்மை வெளிப்படுகிறது. ஒரு பொதுவான உலகளாவிய நிறுவனம் தனது ஊழியர்களை மூன்று வகையான நாடுகளில் இருந்து ஈர்க்கலாம் - சொந்த நாடு (PCNகள்), ஹோஸ்ட் நாடு



(HCNகள்) மற்றும் மூன்றாம் நாடு (TCNs). ஒரு உலகளாவிய நிறுவனத்தில், வேலைகளைச் செய்வதற்கு ஒரு நாட்டிலிருந்து மற்றொரு நாட்டிற்கு பணியாளர்கள் நடமாடும் சூழலில் பணியாளர்களின் பன்முகத்தன்மையைக் காணலாம்.

### 3. மொழி பன்முகத்தன்மை:

மொழி என்பது வெளிப்பாட்டின் ஊடகம் ஆனால் வெவ்வேறு நாடுகளில் இருந்து வரும் பணியாளர்கள் வெவ்வேறு மொழிகளைக் கொண்டுள்ளனர். ஆங்கிலம் மிகவும் பொதுவான மொழியாக இருந்தாலும், உலகம் முழுவதையும் உள்ளடக்காததால், அது போதுமான நோக்கத்தை நிறைவேற்றவில்லை. பல்வேறு நாடுகளில் இருந்து வரும் பணியாளர்கள், தகவல்களை சிறப்பாகப் பரப்புவதற்காக, புரவலன் நாட்டின் மொழியைக் கற்றுக் கொள்ள ஊக்குவிக்கப்பட்டாலும், பல சந்தர்ப்பங்களில் அது சாத்தியமாகாது. இதற்கு மாற்றாக பன்மொழி தொடர்புகளை அனுப்புவது. ஊழியர்களுக்கு அனுப்பப்படும் எதுவும் செய்தியைப் பெறுவதற்கு ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மொழிகளில் தோன்ற வேண்டும் என்பதை இது குறிக்கிறது. அத்தகைய செய்திகளை அனுப்புவதில் கடினமான மற்றும் வேகமான விதிகள் எதுவும் இல்லை என்றாலும், போதுமான கவரேஜை உறுதி செய்வதற்காக ஊழியர்கள் புரிந்துகொள்ளும் மொழிகளில் அத்தகைய செய்தியை அனுப்ப வேண்டும் என்று சொல்வது பாதுகாப்பானது.

### 4. பொருளாதார பன்முகத்தன்மை:

ஒரு உலகளாவிய நிறுவனம் செயல்படும் வெவ்வேறு நாடுகளின் தனிநபர் வருமானத்தின் அடிப்படையில் பொருளாதார பன்முகத்தன்மை வெளிப்படுத்தப்படுகிறது. பொருளாதார பன்முகத்தன்மை நேரடியாக இழப்பீடு நிர்வாகத்துடன் தொடர்புடையது, அதாவது வெவ்வேறு நாடுகளில் உள்ள ஊழியர்களுக்கு ஊதியம்/சம்பளம் மற்றும் பிற நிதி இழப்பீடு. ஊழியர்களுக்கு பணம் செலுத்துவதற்கான அடிப்படைக் கொள்கைகளில் ஒன்று, "ஊழியர்களுக்கு பணம் செலுத்துவதில் சமத்துவம் இருக்க வேண்டும்." இருப்பினும், இந்த கொள்கையை நடைமுறையில் வைப்பது உலகளாவிய நிறுவனத்திற்கு கடினமாக உள்ளது, ஏனெனில் அதன் செயல்பாடுகள் வெவ்வேறு நாடுகளில் வெவ்வேறு பொருளாதார நிலையைக் கொண்டிருக்கின்றன. அத்தகைய சூழ்நிலையில், புரவலன் நாடுகளின் வாழ்க்கைச் செலவின் அடிப்படையில் ஒருவித சமநிலை நிறுவப்பட வேண்டும்.



IHRM இன் அணுகுமுறைகள்:

சர்வதேச மனித வள மேலாண்மைக்கு அடிப்படையில் வேறுபட்ட அணுகுமுறைகள் உள்ளன.

IHRM இன் அணுகுமுறைகள்:

1. எத்னோசென்ட்ரிக் அணுகுமுறை
2. பாலி மைய அணுகுமுறை
3. பிராந்திய-மைய அணுகுமுறை
4. புவி-மைய அணுகுமுறை

எத்னோசென்ட்ரிக் அணுகுமுறை:

\எத்னோசென்ட்ரிக் அணுகுமுறையில், விஷயங்களை நிர்வகிப்பதில் தாய் நிறுவனத்தின் அணுகுமுறை முயற்சித்த மற்றும் சோதிக்கப்பட்ட நடைமுறை என்று நிர்வாகம் நம்புகிறது, மேலும் இது பல்வேறு நாடுகளில் உள்ள அமைப்பின் அனைத்து அலகுகளிலும் பின்பற்றப்பட வேண்டும். இது மற்ற அனைத்து நடவடிக்கை மையங்களிலும் தாய் நாட்டிலிருந்து அனைத்து அமைப்புகள், நடைமுறைகள், தாய் நிறுவனத்தின் கொள்கைகள் ஆகியவற்றை ஏற்றுக்கொள்ள வழிவகுக்கிறது. இன மைய அணுகுமுறையில், பெரும்பாலான முக்கிய முடிவெடுப்பது தாய் நிறுவனத்துடன் மையப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. மனித வள மேலாண்மை விஷயத்தில் இது அதிகம். புரவலன் நாடுகளில் உள்ள உயர்மட்ட நிர்வாகமும் தாய் நிறுவனத்திலிருந்தே வெளியிடப்படுகிறது, இதனால் யூனிட்டின் கலாச்சாரம் தாய் நாட்டிற்கு ஏற்ப இருக்கும்.

பல மைய அணுகுமுறை:

பல மைய அணுகுமுறை அல்லது தத்துவத்தில், MNCகள் ஹோஸ்ட் நாடு மற்றும் அதன் ஆளும் சட்டங்களின் முக்கியத்துவத்தை உணர்கின்றன. மேலும், நிர்வாகத்தின் அனைத்து அம்சங்களிலும் தேசிய கலாச்சாரம் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது என்பதை அவர்கள் அறிவார்கள். எனவே, புரவலன் நாட்டின் சந்தைத் தேவைகளைப் பின்பற்றி, சிறந்த முடிவுகளைத் தரக்கூடிய ஒரு உத்தியை உருவாக்குவது விவேகமானது. அத்தகைய மூலோபாயத்தை செயல்படுத்த அவர்களுக்கு உள்ளூர் அறிவு மற்றும் அந்த நாட்டில் வேலை செய்யும் முறை பற்றிய ஆழமான புரிதல் தேவை. உள்ளூர் கலாச்சாரம் மற்றும் அந்த நாட்டில் உள்ள மக்களின் அபிலாஷைகளுக்கு ஏற்ப அவர்கள் தங்கள் நிர்வாக பாணியை சீரமைக்க வேண்டும். இந்த அணுகுமுறையில், நிறுவனங்கள் உயர் பதவிகளில் உள்ளூர் ஆட்களை





நியமிக்க வேண்டும். தாய் நாட்டைச் சேர்ந்தவர்கள் மிகக் குறைவு. முடிவெடுப்பது மிகவும் பரவலாக்கப்பட்டது மற்றும் உள்ளூர் நிர்வாகம் அனைத்து முடிவுகளையும் எடுக்கும். தாய் நாட்டில் உள்ள பெருநிறுவனத்தால் உருவாக்கப்பட்ட பரந்த கொள்கைகளைத் தவிர, அனைத்து செயல்பாட்டுக் கொள்கைகளும் உள்ளூர் மட்டத்தில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன.

**ரெஜினோ-மைய அணுகுமுறை:**

ரெஜினோ-சென்ட்ரிக் அணுகுமுறையில், நாட்டிற்கு நாடு கலாச்சாரத்தின் பல்வேறு அம்சங்களில் வேறுபாடுகள் இருந்தாலும், குறிப்பிட்ட பிராந்தியத்தில் ஒற்றுமைகள் இருப்பதாக MNCகள் நம்புகின்றன.

எடுத்துக்காட்டாக, இந்தியா, இலங்கை, ஜப்பான் ஆகிய நாடுகளின் கலாச்சாரங்களில் வேறுபாடுகள் இருக்கலாம், இன்னும் நிறைய ஒற்றுமைகள் இருப்பதால், ஒரு பிராந்தியம் ஒரு பிராந்திய அலுவலகத்தால் நிர்வகிக்கப்படுவது பொருத்தமானதாக இருக்கலாம். இந்த பிராந்தியத்தில் உள்ள அனைத்து நாடுகளையும் உள்ளடக்கிய முழு பிராந்தியத்தையும் நிர்வகிக்க MNC கள் பிராந்திய அலுவலகங்களை அமைக்கின்றன. இத்தகைய நிறுவனங்கள் தங்கள் பணியாளர்களின் பன்முகத்தன்மை காரணமாக புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றலில் வலுவானவை. அதேசமயம், இத்தகைய MNCகள் உலகெங்கிலும் உள்ள புதுமையான நடைமுறைகளை குறிப்பிடத்தக்க வகையில் மாற்றியமைக்க முடியும். பிராந்தியங்களுக்கு இடையிலான இடமாற்றங்கள் மற்றும் வெளிநாட்டினரை நிர்வகிப்பது மனித வள நிர்வாகத்தின் மிகவும் முக்கியமான செயலாகும்.

**புவி மைய அணுகுமுறை:**

நிர்வாகத்தின் புவி மைய அணுகுமுறையானது, புவியியல் பகுதி அல்லது நாட்டைக் கருத்தில் கொள்ளாமல் நிறுவனத்திற்குள் எங்கு கிடைக்கிறதோ அங்கெல்லாம் சிறந்த வலிமையைப் பயன்படுத்துவதை நம்புகிறது. இத்தகைய நிறுவனங்கள் அவற்றின் மேலாண்மை அமைப்பு, செயல்முறைகள் மற்றும் அமைப்புகளில் மிகவும் முதிர்ச்சியடைந்துள்ளன. இந்த நிறுவனங்கள் நெகிழ்வுத்தன்மையின் சரியான விகிதத்தைக் கொண்ட ஒரு கலாச்சாரத்தை உருவாக்குகின்றன, அதே போல் கலாச்சாரம் மற்றும் எல்லைகளை வரையறுக்கின்றன, அவை தனித்துவமான மற்றும் மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். இந்த நிறுவனங்களில் திறமைகளின் நடமாட்டம் அடிக்கடி நிகழ்கிறது. எந்த நாட்டைச் சேர்ந்தவர்களும் உயர் பதவிகளை வகிக்கின்றனர். நிபுணத்துவம் என்பது டைவிங் சக்தி மற்றும் இனம், சாதி, மதம், தேசியம், பாலினம் போன்றவற்றைப்



பொருட்படுத்தாமல் சம வாய்ப்பு அவர்களின் வலுவான முக்கிய மதிப்புகளில் ஒன்றாகும். புவிமைய அணுகுமுறை மிகவும் தொழில்முறை எனவே மேலே மிகவும் திறமையான தலைவர்கள் தேவை. அவர்களின் பயிற்சி மற்றும் பயிற்சி போன்ற நிறுவனங்களால் அதிக முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்படுகிறது. பொதுவாக, இத்தகைய நிறுவனங்கள் 'உள்நாட்டு திறமை உத்தியை நம்புகின்றன மற்றும் பின்பற்றுகின்றன. கலாச்சாரத்திற்கு ஏற்ற திறமைகளை வளர்ப்பதில் அவர்கள் பெரும் முயற்சிகளை செலவிடுகிறார்கள்.

IHRM இல் உள்ள சவால்கள்:

உலகளாவிய நிறுவனங்கள் தங்கள் உலகளாவிய மனிதவள நெட்வொர்க்குகள் முழுவதும் நிலையான நடைமுறைகளை செயல்படுத்த முயற்சிக்கும் போது எதிர்கொள்ளும் பல தனித்துவமான சிக்கல்கள் உள்ளன. இந்த சிக்கல்கள் சர்வதேச மனித வள மேலாண்மைக்கு தடையாக செயல்படுகின்றன.

### 1. நாட்டின் சூழலில் மாறுபாடு

PESTEL (நாடுகளின் அரசியல், பொருளாதாரம், சமூகம், தொழில்நுட்பம், சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக காரணிகள் மாறுபடும். ஒரு நாட்டில் பணிபுரியும் HR நடைமுறை மற்றொரு நாட்டில் அதே முறையில் செயல்படாது. நாணயத்தில் ஏற்ற இறக்கங்கள், அரசாங்க கொள்கைகள் மற்றும் விதிமுறைகள், இழப்பீடு எதிர்பார்ப்புகள் போன்றவை. உலகளாவிய HR தொழில்முறை முகங்களின் உள்ளூர் மாறுபாடுகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள்.

### 2. HR பற்றிய கருத்து

HR இன் உணரப்பட்ட மதிப்பு HRM இன் மற்றொரு உலகளாவிய சவாலாகும். ஒரு நாட்டில், ஒரு நிறுவனத்தில் HR ஒரு உண்மையான வணிக பங்களியாக பார்க்கப்படலாம், முக்கியமான பணிகளில் உயர்நிலை மேலாளர்களுடன் பணிபுரிகிறார். அதே நிறுவனத்தில் உள்ள மற்றொரு நாட்டில், அதே HR நிர்வாகப் பணிகளைக் கையாளும் ஒரு பரிவர்த்தனை பணியாளர் துறையாக மட்டுமே பார்க்கப்படலாம்.

### 3. மாற்றத்திற்கு எதிர்ப்பு:

பன்னாட்டு நிறுவனங்களில் மாற்றம் விகிதம் மிகப்பெரியது. எனவே, உலகளாவிய மனிதவள பயிற்சியாளர்கள் எதிர்கொள்ளும் ஒரு பெரிய சவால் என்னவென்றால், வெவ்வேறு இடங்கள் தங்கள் சொந்த



விஷயங்களைச் செய்யும் வழியைக் கொண்டுள்ளன மற்றும் மாற்றத்தை எதிர்க்கின்றன.

### 5. சமநிலை

சர்வதேச நிறுவனங்கள் உலகளாவிய மற்றும் உள்ளூர் மனிதவள அமைப்புகள் மற்றும் நடைமுறைகளுக்கு இடையே பொருத்தமான சமநிலையை அடைய முயற்சிக்க வேண்டும். இத்தகைய நிறுவனங்கள்தான் சிறந்த நடைமுறைகளைப் பயன்படுத்துகின்றன மற்றும் மற்றவர்கள் பின்பற்றுவதற்கு ஒரு அளவுகோலை உருவாக்குகின்றன.

சர்வதேச மனித வள மேலாண்மை செயல்பாடுகள்

#### 1. மனிதவள திட்டமிடல்:

சர்வதேச அளவில் மனித வள திட்டமிடல் மிகவும் சிக்கலானது மற்றும் கடினமானது. திட்டமிடல் ஒரு நாட்டிற்கு மட்டுப்படுத்தப்படவில்லை, ஆனால் MNC செயல்படும் அல்லது எதிர்காலத்தில் செயல்படத் திட்டமிடும் பல்வேறு நாடுகளுக்கும் விரிவடைகிறது. அனைத்து துணை நிறுவனங்களிலும் மனிதவள திட்டமிடலில் நிலைத்தன்மையை பராமரிப்பது மிகவும் கடினம். HR திட்டமிடல் புரவலன் நாட்டின் கலாச்சாரத்தால் பாதிக்கப்படுகிறது, குறிப்பாக எதிர்கால நிகழ்வுகள் மீதான கட்டுப்பாட்டை நோக்கிய அதன் கருத்து.

#### 2. சர்வதேச ஆட்சேர்ப்பு மற்றும் தேர்வுக் கொள்கை:

சர்வதேச மனித வள மேலாளரின் நோக்கம், சரியான நேரத்தில் நிறுவனத்திற்கு சரியான வகையான மனித வளத்தை கிடைக்கச் செய்வதாகும். இதன் பொருள் HR திட்டமிடல் ஆட்சேர்ப்பு மற்றும் தேர்வு செயல்முறை தொடங்கும் பிறகு. சர்வதேச மனிதவள மேலாளர், தேவையான திறன்களுடன் மட்டுமல்லாமல், மற்ற நாட்டின் கலாச்சாரத்திற்கு ஏற்றவாறு மாற்றியமைக்கும் திறனுடனும் விண்ணப்பதாரர்களை பணியமர்த்த வேண்டும். சர்வதேச மேலாளர்கள் மூன்று நாடுகளைச் சேர்ந்த விண்ணப்பதாரர்களை வேலைக்கு அமர்த்தலாம் - தாய் நாடு, ஹோஸ்ட் நாடு மற்றும் மூன்றாவது நாடு தேவை மற்றும் பொருத்தத்தைப் பொறுத்து.

#### 3. பயிற்சி மற்றும் மேம்பாடு:



ஆட்சேர்ப்பு மற்றும் தேர்வுக்குப் பிறகு இது அடுத்த படியாகும். புரவலன் நாட்டிற்குச் செல்லும் புதிய வெளிநாட்டவருக்கு சர்வதேச மனிதவள மேலாளர்கள் பயிற்சி மற்றும் மேம்பாட்டை வழங்குவார்கள். அவர்கள் புரவலன் நாட்டிற்குச் செல்வதற்கு முன், அவர்களுக்குப் புறப்படுவதற்கு முன் பயிற்சி அளிக்கப்படுகிறது. புலம்பெயர்ந்தோருக்கு கலாசாரப் பயிற்சி, மொழிப் பயிற்சி மற்றும் நடைமுறைப் பயிற்சிகள் வழங்கப்படுகின்றன. இது வெளிநாட்டு தோல்வியை குறைக்க உதவும்.

#### 4. புலம்பெயர்ந்தோர் ஊதியம்:

வெளிநாட்டவரின் ஊதியப் பொதியை வடிவமைக்கும் போது சர்வதேச மனிதவள மேலாளர்கள் கவனம் செலுத்த வேண்டும். இரு நாடுகளின் வாழ்க்கைச் செலவில் வேறுபாடு இருப்பதையும், வரிக் கட்டமைப்பில் கூட வேறுபாடு இருப்பதையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

#### 5. வெளிநாட்டவரின் செயல்திறன் மதிப்பீடு:

உலகமயமாக்கல் அதிகரித்து வரும் இந்த உலகில், பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்கு வெளிநாட்டவர்கள் மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவர்கள். அவர்களை ஊக்குவிக்கும் வகையில் பொருத்தமான மற்றும் நியாயமான செயல்திறன் மதிப்பீடுகள் நடத்தப்பட வேண்டும். சொந்த நாட்டு மேற்பார்வையாளர் மற்றும் புரவலன் நாட்டு மேற்பார்வையாளரின் தீவிர ஈடுபாடு இருப்பதால், வெளிநாட்டவரை மதிப்பிடுவது ஒரு சிக்கலான பணியாகும்.

#### 6. திருப்பி அனுப்புதல்:

திருப்பியனுப்புதல் என்பது, புரவலன் நாட்டிலிருந்து வெளிநாட்டவரைத் திரும்ப அழைத்துச் செல்லும் செயலாகும். இது சொந்த நாட்டிற்குள் மீண்டும் நுழைவதற்கான செயல்முறையாகும். இது புதிய சவால்களை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகிறது, ஏனெனில் வெளிநாட்டவர் இப்போது மறு நுழைவு அதிர்ச்சி அல்லது தலைகீழ் கலாச்சார அதிர்ச்சியை எதிர்கொள்ள வேண்டும். வெளிநாட்டவர் தனது புரவலன் நாட்டின் வேலையை முடித்ததும், இப்போது அவருக்கு சொந்த நாட்டில் ஒரு புதிய பணி ஒதுக்கப்படும்போது இந்த செயல்முறை நடைபெறுகிறது.





## UNIT V

### சர்வதேச வணிகத்தில் சமீபத்திய முன்னேற்றங்கள்

பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் உற்பத்தி அல்லது விநியோகம் நாட்டின் எல்லைகளைக் கடக்கும் எந்தவொரு சூழ்நிலையிலும் சர்வதேச வணிகம் தொடர்புடையது. உலகமயமாக்கல் - ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்த மற்றும் ஒருங்கிணைந்த உலகப் பொருளாதாரத்தை நோக்கிய மாற்றம் - சர்வதேச வணிகத்திற்கான அதிக வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது. இத்தகைய உலகமயமாக்கல் சந்தைகளின் அடிப்படையில் நடைபெறலாம், அங்கு வர்த்தக தடைகள் வீழ்ச்சியடைகின்றன மற்றும் வாங்குபவரின் விருப்பத்தேர்வுகள் மாறுகின்றன. ஒரு நிறுவனம் மற்ற நாடுகளிலிருந்து பொருட்களையும் சேவைகளையும் எளிதாகப் பெறக்கூடிய உற்பத்தியின் அடிப்படையிலும் இதைக் காணலாம். சர்வதேச வணிகம் மிகவும் போட்டித்தன்மை வாய்ந்ததாக இருப்பதால், சந்தையில் நிலைத்திருக்க தற்போதைய போக்குகளுடன் தன்னைப் புதுப்பித்துக் கொள்வது மிகவும் அவசியமானதாகிறது.

சர்வதேச வணிகத்தில் சமீபத்திய போக்குகள்:

#### 1. கூட்ட நிதி:

சர்வதேச வணிகத்தில் பிரகாசமான எதிர்காலம் இருப்பதாகத் தோன்றும் ஒரு முக்கிய போக்கு, கூட்ட நிதியளிப்பாகும். தனிநபர்களின் ஒரு பெரிய குழுவினிலிருந்து ஒரு சிறிய தொகை மூலதனத்தை சேகரிப்பதன் மூலம் புதிய வணிக முயற்சிகளுக்கு நிதியளிப்பதற்கான சிறந்த வழி இதுவாகும். இது சமூக ஊடகங்கள் வழியாக ஒரு பரந்த நெட்வொர்க்கைப் பயன்படுத்துகிறது மற்றும் முதலீட்டாளர் மற்றும் தொழில்முனைவோருக்கு இடையே நேரடி இணைப்பை உருவாக்க கூட்ட நிதி வலைத்தளங்களை உருவாக்குகிறது. தற்போது, திட்ட நிதி சேவையை வழங்கும் பல ஆன்லைன் போர்ட்டல்கள் உள்ளன.

#### 2. தொலைதூர வேலைவாய்ப்பு

சர்வதேச வணிகத்தில் நிலவும் மற்றொரு உலகளாவிய போக்கு தொலைதூர பணியாளர்கள் ஆகும். வெபினார்கள், வீடியோ அழைப்புகள் போன்ற முற்போக்கான தகவல்தொடர்பு முறைகள், தொலைதூரத்தில் பணியாளர்களை வேலைக்கு அமர்த்துவதற்கு நிறுவனங்களை எளிதாக்கும் இணைப்பை அதிகரித்துள்ளன. இந்த வேலைவாய்ப்பு முறை பாரம்பரிய



பணியமர்த்தல் முறைகளை விட மிக வேகமாக உள்ளது மற்றும் உலகின் எந்தப் பகுதியிலிருந்தும் வளங்களை வேலைக்கு அமர்த்துவதற்கு முதலாளிகளுக்கு உதவுகிறது.

### 3. சுற்றுச்சூழல் நட்பு தொழில்நுட்பங்கள்

தொற்றுநோய்க்கு கவனம் செலுத்தப்பட்டாலும், புதிய பசுமை தொழில்நுட்பங்கள் வரும் ஆண்டிற்கான மைய கட்டத்தில் இருக்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. அமெரிக்காவில் உள்ள பிடென் நிர்வாகத்தால் டிரம்ப் காலத்தின் சுற்றுச்சூழல் விதிமுறைகளை உடனடியாக மாற்றியமைப்பது உலகளாவிய அரங்கில் சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளில் சில கவனத்தை மீட்டெடுக்க பங்களிக்கும்.

### 4. பல்வேறு தொழில்களில் பிளாக்-செயின் பயன்பாடுகள்

பிளாக்செயின் தொழில்நுட்பமானது, கிரிப்டோகரன்சிகளுக்கான தொழில்நுட்ப ஆதரவாக அதன் பயனை நீண்ட காலமாக விஞ்சிவிட்டது. இன்று, இணையப் பாதுகாப்புத் துறை அல்லது உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலி டொமைன் உட்பட பல வணிகக் களங்களில் வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பாதுகாப்பை அதிகரிக்க தொழில்நுட்பம் பயன்படுத்தப்படுவதைக் காணலாம்.

### 5. வடிவமைக்கப்பட்ட செயற்கை நுண்ணறிவு தளங்கள்

பல நிறுவனங்கள் ஏற்கனவே செயற்கை நுண்ணறிவைப் பயன்படுத்துகின்றன அல்லது வணிகச் செயல்பாடுகளையும் வாடிக்கையாளர் சேவையையும் மேம்படுத்தலாம் என்பதால் அதைக் கருத்தில் கொள்கின்றன. சமீப காலம் வரை, ஒரு நிறுவனத்தின் குறிப்பிட்ட தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய விலையுயர்ந்த தனிப்பயன் பொறியியல் தேவைப்படும் - a - சேவை தளங்கள் மூலம் மட்டுமே பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் AI ஐ அணுக முடியும்.

### 6. 5G ஏற்றுக்கொள்ளுதல்

மொபைல் தொழில்நுட்பத்தை எந்த நிறுவனமும் புறக்கணிக்க முடியாது, மேலும் 5G அதிக வேகம், குறைக்கப்பட்ட தாமதம் மற்றும் மென்மையான ஆன்லைன் அனுபவத்தை வழங்குவதால் மிகவும் பிரபலமாக இருக்கும். வாங்குபவர்களுக்கு வெளிப்படையான நன்மைகளைத் தவிர, 5G ஆனது குழுப்பணி மற்றும் வணிக சுறுசுறுப்பை மேம்படுத்தும். மெதுவான போட்டியாளர்களை விட ஆரம்பகால 5G ஏற்றுக்கொள்பவர்கள் ஒரு தனித்துவமான நன்மையைக் கொண்டிருக்கலாம்.



மின் வணிக உத்தி;

ஒரு இ-பிசினஸ் உத்தியானது, ஒரு நிறுவனம் அதன் அனைத்து கூட்டாளர்களுடனும் மின்னணு தகவல்தொடர்புகளை நிர்வகிக்க சரியான டிஜிட்டல் தொழில்நுட்பத்தை வைப்பதற்கான நீண்ட கால திட்டத்தை வரையறுக்கிறது - இது அகம் மற்றும் வெளிப்புறமாக வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றும் பிற கூட்டாளர்களுக்கு. ஒரு நிறுவனத்தின் வணிகத்தை உள் மற்றும்/அல்லது வெளிப்புறமாக நடத்துவதற்கு மின்னணு வழிமுறைகளின் பயன்பாடு என இங்கு 'இ-பிசினஸ்' வரையறுக்கப்படுகிறது. உள் மின்-வணிகச் செயல்பாடுகளில், தகவல் பகிர்வை மேம்படுத்த, அறிவுப் பரவலை எளிதாக்க, மற்றும் மேலாண்மை அறிக்கையிடலை ஆதரிப்பதற்காக இன்ட்ராநெட் மூலம் ஒரு நிறுவனத்தின் ஊழியர்களை ஒருவருக்கொருவர் இணைப்பது அடங்கும். விற்பனைக்குப் பிந்தைய சேவை நடவடிக்கைகளை ஆதரிப்பது மற்றும் வணிக கூட்டாளர்களுடன் ஒத்துழைப்பது ஆகியவை மின் வணிக நடவடிக்கைகளில் அடங்கும்

மின் வணிக உத்தியின் வகைகள்:

1. ஆயத்த தயாரிப்பு வணிகங்கள்:

ஒரு ஆயத்த தயாரிப்பு வணிகமானது அதன் கொடுக்கப்பட்ட தொழில்துறைக்கு முன்பே இருக்கும் டெம்ப்ளேட்டுடன் செயல்படுகிறது. இந்த இணையதளங்கள் உணவு மாத்திரைகள் முதல் ஒரு குறிப்பிட்ட நகரத்திற்கான டேட்டிங் நெட்வொர்க் வரை எதையும் வழங்கலாம். ஆயத்த தயாரிப்பு மாதிரிக்கு மற்றவர்களை விட குறைவான வேலை தேவைப்படுகிறது, ஆனால் கடுமையான போட்டியையும் எதிர்கொள்கிறது. தளத்தின் உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குவதற்கும், அதிக வருமானம் பெற விளம்பர இடத்தை விற்பனை செய்வதற்கும் ஆபரேட்டர் சில வேலைகளைச் செய்ய வேண்டும். சந்தைப்படுத்தல் என்பது முடிந்தவரை பல தேடுபொறி முடிவுப் பக்கங்களில் தோன்றும் வகையில் இணையதளத்தை மேம்படுத்துவதை நம்பியுள்ளது.

2. விளம்பர ஆதரவு உள்ளடக்கம்:

சில இணையதளங்கள் எதையும் நேரடியாக விற்காமல் பயனுள்ள மின் வணிகங்களாக உருவாகின்றன. போதுமான பயனுள்ள உள்ளடக்கம் மற்றும் அடிக்கடி புதுப்பித்தல்கள், வலைப்பதிவுகள் மற்றும் ஒத்த தகவல் தளங்கள் விளம்பர இடத்தை விற்பதன் மூலம் வெற்றிபெற முடியும். லாபம்





என்பது உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கும் நபர்களின் உந்துதல் மற்றும் திறமையைப் பொறுத்தது. வாசகரை மகிழ்வித்தல் மற்றும் பொருத்தமான நுகர்வோர் தயாரிப்புகளுக்கான குறிப்புகளை வரைதல் ஆகியவற்றின் கலவையானது தளத்தை வணிகமாக ஆதரிக்க போதுமான விளம்பரங்களையும் வருவாய் பகிர்வையும் உருவாக்க முடியும்.

### 3. ஃப்ரீமியம்:

இ-பிசினஸிற்கான ஃப்ரீமியம் மாதிரியானது, சிறப்பு அணுகல் அல்லது பொருட்களுக்கான உறுப்பினர் நிலுவைத் தொகைகள் அல்லது பிற கட்டணங்களை வசூலிக்கும்போது சில உள்ளடக்கத்தை இலவசமாக வழங்குவதை உள்ளடக்குகிறது. பெரும்பாலும் மற்றொரு வணிக மாதிரியுடன் இணைந்து, ஒரு ஃப்ரீமியம் தளம் சாதாரண பார்வையாளர்கள் மற்றும் அர்ப்பணிப்புள்ள ரசிகர்களுக்கு உதவுகிறது. தளம் அதன் தொடக்கத்தில் அனைத்து உள்ளடக்கத்தையும் இலவசமாக வழங்கலாம், பின்னர் ஆர்வத்தை உருவாக்கலாம் மற்றும் பின்னர் உறுப்பினர்களுக்கு கட்டணம் வசூலிக்கத் தொடங்கலாம் அல்லது தளம் அதன் உள்ளடக்கத்தை இலவச மற்றும் பணம் செலுத்தும் உறுப்பினர்களுக்கு இடையே நிரந்தரமாக பிரிக்கலாம்.

### 4. கிடங்கு விற்பனை:

ஏற்கனவே உள்ள நிறுவனத்திற்கு, உபரி உற்பத்தியுடன் தொடங்கும் புதிய நிறுவனம் அல்லது சில்லறை வர்த்தகத்தில் இருந்து பொருட்களை கலைக்கும் நிறுவனம், சரக்குக் கிடங்கின் விற்பனைப் புள்ளியாக மின் வணிகம் செயல்பட முடியும். ஃபிசிக்கல் ஸ்டோர்களைக் கொண்ட நிறுவனங்களுக்கு, இணையதளம் அதிக ஸ்டாக் செய்யப்பட்ட பொருட்களை, அதிக அளவில் விற்கப்படும் பிரபலமான பொருட்களை அல்லது ஒரே இடத்தில் விற்க முடியாத தெளிவற்ற பொருட்களை வழங்க முடியும். ஒரு ஆன்லைன் ஸ்டோர் பல்வேறு சப்ளையர்களிடமிருந்து க்ளோஸ்அவுட்டில் வாங்கிய எஞ்சிய பொருட்களை கலைக்க உதவுகிறது.

### 5. சமூக ஊடகங்கள்:

பயனர்கள் கணக்குகளைப் பதிவுசெய்து தங்கள் சொந்த தகவல் மற்றும் உள்ளடக்கத்தை பங்களிக்க அனுமதிக்கும் அதே வேளையில், ஒரு சமூக ஊடகத் தளமானது தளத்தில் விளம்பரங்கள் மூலம் வருவாயை உருவாக்க முடியும். இணையதளம் ஒரு பரந்த நோக்கம் அல்லது புவியியல், கலாச்சாரம் அல்லது ஆர்வம் சார்ந்த தீம் கொண்ட மிகவும் குறிப்பிட்ட ஒன்றைக் கொண்டிருக்கலாம். தளமானது அதன் பயனர்களை



மகிழ்விக்கிறது மற்றும் தெரிவிக்கிறது, அவர்கள் தளத்தில் என்ன தகவலை உள்ளிட்டார்கள் என்பதன் அடிப்படையில் இலக்கு விளம்பரங்களைப் பெற முடியும்.

**சர்வதேச வணிக நுண்ணறிவு:**

சர்வதேச வணிக நுண்ணறிவு வணிக பகுப்பாய்வு, தரவுச் செயலாக்கம், தரவுக் காட்சிப்படுத்தல், தரவுக் கருவிகள் மற்றும் உள்கட்டமைப்பு, மேலும் தரவு சார்ந்த முடிவுகளை எடுக்க நிறுவனங்களுக்கு உதவும் சிறந்த நடைமுறைகள் ஆகியவற்றை ஒருங்கிணைக்கிறது. நடைமுறையில், உங்கள் நிறுவனத்தின் தரவைப் பற்றிய விரிவான பார்வையைப் பெற்று, அந்தத் தரவைப் பயன்படுத்தி மாற்றத்தை ஏற்படுத்தவும், திறமையின்மைகளை அகற்றவும், சந்தை அல்லது விநியோக மாற்றங்களுக்கு விரைவாக மாற்றியமைக்கவும் நீங்கள் நவீன வணிக நுண்ணறிவைப் பெற்றுள்ளீர்கள் என்பது உங்களுக்குத் தெரியும்.

இது BI இன் மிக நவீன வரையறை என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம் - மேலும் BI ஒரு buzzword ஆக கழுத்தை நெரித்த வரலாற்றைக் கொண்டுள்ளது. பாரம்பரிய வணிக நுண்ணறிவு, பெரிய எழுத்துக்கள் மற்றும் அனைத்தும், முதலில் 1960 களில் நிறுவனங்கள் முழுவதும் தகவல்களைப் பகிரும் அமைப்பாக உருவானது. இது 1980 களில் கணினி மாதிரிகளுடன் இணைந்து முடிவெடுப்பதற்கும் தரவுகளை நுண்ணறிவுகளாக மாற்றுவதற்கும் BI குழுக்களிடமிருந்து IT-சார்ந்த சேவை தீர்வுகளுடன் குறிப்பிட்ட சலுகையாக மாறியது. நவீன BI தீர்வுகள் நெகிழ்வான சுய-சேவை பகுப்பாய்வு, நம்பகமான தளங்களில் நிர்வகிக்கப்படும் தரவு, அதிகாரம் பெற்ற வணிக பயனர்கள் மற்றும் நுண்ணறிவுக்கான வேகம் ஆகியவற்றிற்கு முன்னுரிமை அளிக்கின்றன.

கடந்த சில ஆண்டுகளில், வணிக நுண்ணறிவு, செயல்திறனை மேம்படுத்த உதவும் கூடுதல் செயல்முறைகள் மற்றும் செயல்பாடுகளைச் சேர்க்கும் வகையில் உருவாகியுள்ளது. இந்த செயல்முறைகள் அடங்கும்:

**தரவுச் செயலாக்கம்:**

பெரிய தரவுத்தொகுப்புகளின் போக்குகளைக் கண்டறிய தரவுத்தளங்கள், புள்ளிவிவரங்கள் மற்றும் இயந்திரக் கற்றல் ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்துதல்.

**அறிக்கை செய்தல்:**



பங்குதாரர்களுக்கு தரவு பகுப்பாய்வு பகிர்தல், அதனால் அவர்கள் முடிவுகளை எடுக்கவும் முடிவுகளை எடுக்கவும் முடியும்.

செயல்திறன் அளவீடுகள் மற்றும் தரப்படுத்தல்:

பொதுவாக தனிப்பயனாக்கப்பட்ட டாஷ்போர்டுகளைப் பயன்படுத்தி, இலக்குகளுக்கு எதிராக செயல்திறனைக் கண்காணிக்க, தற்போதைய செயல்திறன் தரவை வரலாற்றுத் தரவுகளுடன் ஒப்பிடுதல்.

விளக்கப் பகுப்பாய்வு:

என்ன நடந்தது என்பதைக் கண்டறிய ஆரம்ப தரவு பகுப்பாய்வைப் பயன்படுத்துதல்.

வினவல்:

தரவு குறிப்பிட்ட கேள்விகளைக் கேட்பது, தரவுத்தொகுப்புகளிலிருந்து பதில்களை BI இழுத்தல்.

புள்ளியியல் பகுப்பாய்வு:

விளக்கப் பகுப்பாய்வுகளிலிருந்து முடிவுகளை எடுத்து, இந்தப் போக்கு எப்படி ஏற்பட்டது, ஏன் போன்ற புள்ளிவிவரங்களைப் பயன்படுத்தி தரவை மேலும் ஆராய்தல்.

தரவுக் காட்சிப்படுத்தல்:

தரவுப் பகுப்பாய்வை விளக்கப்படங்கள், வரைபடங்கள் மற்றும் வரைபடங்கள் போன்ற காட்சிப் பிரதிநிதித்துவங்களாக மாற்றுதல்.

காட்சி பகுப்பாய்வு:

பறக்கும்போது நுண்ணறிவுகளைத் தொடர்புகொள்வதற்கும் பகுப்பாய்வு ஓட்டத்தில் தங்குவதற்கும் காட்சி கதைசொல்லல் மூலம் தரவை ஆராய்தல்.

தரவுத் தயாரிப்பு:

பல தரவு மூலங்களைத் தொகுத்தல், பரிமாணங்கள் மற்றும் அளவீடுகளைக் கண்டறிதல், தரவுப் பகுப்பாய்வுக்குத் தயார் செய்தல்.

வணிக நுண்ணறிவு நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகச் சூழலில் தற்போதைய மற்றும் வரலாற்றுத் தரவைக் காட்டுவதன் மூலம் சிறந்த முடிவுகளை எடுக்க உதவும். நிறுவனத்தை மென்மையாகவும் திறமையாகவும் இயங்கச் செய்வதற்கு செயல்திறன் மற்றும் போட்டியாளர் வரையறைகளை வழங்க



ஆய்வாளர்கள் BI ஐப் பயன்படுத்த முடியும். விற்பனை அல்லது வருவாயை அதிகரிக்க ஆய்வாளர்கள் சந்தைப் போக்குகளை எளிதாகக் கண்டறிய முடியும். திறம்பட பயன்படுத்தினால், சரியான தரவு இணக்கம் முதல் பணியமர்த்தல் முயற்சிகள் வரை எதற்கும் உதவும். வணிக நுண்ணறிவு நிறுவனங்கள் சிறந்த, தரவு சார்ந்த முடிவுகளை எடுக்க உதவும் சில வழிகள்:

- ✦ லாபத்தை அதிகரிப்பதற்கான வழிகளைக் கண்டறியவும்
- ✦ வாடிக்கையாளர் நடத்தையை பகுப்பாய்வு செய்யவும்
- ✦ போட்டியாளர்களுடன் தரவை ஒப்பிடுக
- ✦ ட்ராக் செயல்திறன்
- ✦ செயல்பாடுகளை மேம்படுத்துதல்
- ✦ வெற்றியைக் கணிக்கவும்
- ✦ ஸ்பாட் சந்தைப் போக்குகள்
- ✦ சிக்கல்கள் அல்லது சிக்கல்களைக் கண்டறியவும்

நான்கு வழிகள் வணிக நுண்ணறிவு உலகளாவிய வணிகத்தை மாற்றியமைக்க முடியும்:

வணிக நுண்ணறிவு அல்லது BI கருவிகள் மூலோபாய முடிவெடுப்பதற்காக உலகளாவிய வணிகத் தரவை ஒருங்கிணைக்க உங்கள் நிறுவனத்திற்கு ஒரு சிறந்த தீர்வாக இருக்கும். உலகளாவிய சூழலில் BI ஐ ஒருங்கிணைப்பதன் மூலம், உங்கள் நிறுவனம் சர்வதேச சந்தையில் ஒரு பெரிய போட்டித்தன்மையை பெறவும், மற்ற நாடுகளில் செயல்பாடுகளை விரைவாக அளவிடவும் உதவும்

### 1. பயனுள்ள BI ஆனது தயாரிப்பு விலைக்கு உதவும்

வெளிநாடுகளில் வணிக நடவடிக்கைகளை அளவிடுவதில் உள்ள முதன்மையான சவால்களில் ஒன்று, வெவ்வேறு நாடுகளுக்கிடையேயான விலை மாற்ற ஒப்பீடுகளை பகுப்பாய்வு செய்து, போட்டித் தயாரிப்பு விலைகளைக் கொண்டு வருவது. உதாரணமாக, அமெரிக்காவில் தயாரிப்பு விலையானது உள்ளூர் சந்தை நிலவரங்களைச் சார்ந்தது, இது சீனாவிற்கு ஒரே மாதிரியாக இருக்காது. வணிக நுண்ணறிவு கருவிகளை இணைத்துக்கொள்வது, ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் தயாரிப்பு விற்பனையில் பல்வேறு பொருளாதார மற்றும் சந்தை காரணிகளின் தாக்கத்தை அளவுகோலாக தீர்மானிக்க நிறுவனங்களுக்கு உதவும். பல்வேறு உலகப் பகுதிகளுக்கு பயனுள்ள தயாரிப்பு விலை நிர்ணயம் மூலம் பங்குதாரர்களுக்கு இது உதவும்.



## 2. சப்ளை செயின் நிர்வாகத்தில் சிறந்த நுண்ணறிவுகளை BI வழங்க முடியும்

உலகளாவிய காரணிகளின் தாக்கம் குறிப்பாக தளவாடங்கள் மற்றும் விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மைத் துறையில் உள்ள நிறுவனங்களை பாதிக்கலாம். தரவுகள் பெரும்பாலும் சேமித்து வைக்கப்படுவதால், தரவு சேகரிப்பு சவாலானது

வெவ்வேறு நாடுகளுக்கு குறிப்பிட்ட வேறுபட்ட அமைப்புகள். ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட தரவு இல்லாததால், நிறுவனம் தரவை பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் முக்கியமான முடிவுகளை எடுப்பதற்கும் நேரத்தை அதிகரிக்கலாம். வணிக நுண்ணறிவு மென்பொருள் மற்றும் கருவிகள் தளவாட நிறுவனங்கள் பல நாடுகளில் பரவியிருக்கும் அவர்களின் முழு செயல்பாட்டு பாதைகளின் விரிவான பார்வையைப் பெற உதவும். வணிக நுண்ணறிவால் இயக்கப்பட்ட வேகமான தரவு செயலாக்கம் மற்றும் ஆழமான நுண்ணறிவுகள் பல துறைகளில் நிறுவனத்திற்கு குறிப்பிடத்தக்க சேமிப்பிற்கு வழிவகுக்கும்.

## 3. BI செயல்பாட்டு செயல்முறைகளை மேம்படுத்த முடியும்

எந்தவொரு நடுத்தர நிறுவனமும் நேரடி அல்லது மறைமுக வருவாயை ஈட்டி ஒவ்வொரு நாளும் நூற்றுக்கணக்கான செயல்பாடுகளை மேற்கொள்ளும். செயல்பாட்டு திறன் மற்றும் வேகத்தை அதிகரிப்பது வாடிக்கையாளர்களுக்கு எளிதாக்குகிறது மற்றும் நிறுவனம் அதன் லாபத்தை அதிகரிக்க அனுமதிக்கிறது. வணிக நுண்ணறிவு அமைப்புகள் வெவ்வேறு பணிப்பாய்வுகளுக்கு இடையில் வீணாகும் நேரத்தை குறைக்க நிறுவனங்களுக்கு உதவும். அவர்கள் வெவ்வேறு துறைகளில் நெறிப்படுத்துவதற்கான சரியான நோக்கத்தை வெளிப்படுத்தலாம் மற்றும் புதிய மாற்றங்களைச் செயல்படுத்துவதை எளிதாக்கலாம். BI ஆனது ஆட்டோமேஷனுக்கான வாய்ப்புகளையும் குறிப்பிடலாம், இது நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த உற்பத்தித்திறனை மேலும் மேம்படுத்தலாம்.

## 4. BI வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை வளர்க்க முடியும்

வெளிநாட்டு செயல்பாடுகளைக் கொண்ட நிறுவனங்களுக்கு வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை வளர்ப்பது மற்றும் பராமரிப்பது மிகவும் சவாலானதாக இருக்கும். வெவ்வேறு நாடுகளில் வெவ்வேறு முன்னுரிமைகளுடன் வெவ்வேறு வகையான வாடிக்கையாளர் தளங்கள் உள்ளன. எனவே, வாடிக்கையாளர் நிச்சயதார்த்த திட்டங்களின்



தரப்படுத்தல் நடைமுறைக்கு மாறானது மற்றும் வெளிநாட்டு விற்பனைக்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.

**சர்வதேச தயாரிப்பு முடிவு:**

ஒரு தயாரிப்பு என்பது உடல்சார்ந்த பொருள், சேவை, யோசனை, நபர் அல்லது இடமாகும், இது தனிநபர்கள் அல்லது நிறுவனங்கள் மிகவும் அவசியமானது, பயனுள்ளது அல்லது பணம், அனுசரணை அல்லது வேறு சில அலகுகளை மாற்றுவதற்குத் தயாராக இருப்பதாகக் கருதும் உறுதியான மற்றும் அருவமான பண்புகளை வழங்க முடியும். அதைப் பெறுவதற்கு மதிப்பு.

தயாரிப்பு முடிவு என்பது தயாரிப்பு க்ரிமாடிஸ்டிக்ஸ் மற்றும் வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் வெவ்வேறு நிலைகளைக் குறிக்கிறது. தயாரிப்பு, விலை, ஊக்குவிப்பு மற்றும் விநியோக வழிகள் தொடர்பான முடிவுகள் "சந்தைப்படுத்தல் கலவையின்" கூறுகள் மீதான முடிவுகளாகும். தயாரிப்பு முடிவுகள் மிகவும் முக்கியமானவை என்று வாதிடலாம், ஏனெனில் தயாரிப்பு சந்தைப்படுத்தல் திட்டமிடலின் சுருக்கமாக உள்ளது. வாடிக்கையாளரின் எதிர்பார்ப்புகள் மற்றும் அவர்களின் கலாச்சாரக் கருத்துகளின்படி தயாரிப்பு முடிவு இருக்க வேண்டும். இந்தியா மிகவும் கலாச்சார சந்தையாகும், அங்கு கலாச்சாரத்திற்கு எதிரான தயாரிப்பு நிறுவனத்தின் அனைத்து நல்லெண்ணத்தையும் பாதிக்கும். எனவே, தயாரிப்பு முடிவை எடுக்கும்போது இந்தியாவின் நெறிமுறைப் பிரச்சினைகளைப் பற்றி நாம் கவலைப்பட வேண்டும்.

**முக்கியமான தயாரிப்பு முடிவுகள் பின்வருமாறு:**

1. சந்தைப் பிரிவு முடிவு
2. தயாரிப்பு கலவை முடிவுகள்
3. தயாரிப்பு விவரக்குறிப்புகள்
4. நிலைப்படுத்தல் மற்றும் தொடர்பு முடிவுகள்

**1. சந்தைப் பிரிவு முடிவு:**

சந்தைப் பிரிவு முடிவு எடுக்கப்படும் முதல் தயாரிப்பு முடிவு, ஏனெனில் மற்ற அனைத்து முடிவுகளும் தயாரிப்பு கலவை முடிவு, தயாரிப்பு விவரக்குறிப்புகள் மற்றும் நிலைப்படுத்தல் மற்றும் தகவல்தொடர்பு முடிவுகள் இலக்கு சந்தையைப் பொறுத்தது.



## 2. தயாரிப்பு கலவை முடிவு:

தயாரிப்பு கலவை முடிவு இலக்கு சந்தையில் வழங்கப்படும் தயாரிப்புகளின் வகை மற்றும் தயாரிப்பு மாறுபாடுகளுடன் தொடர்புடையது.

## 3. தயாரிப்பு விவரக்குறிப்புகள்:

இது தயாரிப்பு கலவையில் உள்ள ஒவ்வொரு தயாரிப்பு பொருட்களின் விவரங்களின் விவரக்குறிப்பை உள்ளடக்கியது. இதில் ஸ்டைலிங், வடிவம், அளவு மற்றும் பிற பண்புக்கூறுகள் மற்றும் பேக்கேஜிங் மற்றும் லேபிளிங் போன்ற காரணிகள் அடங்கும்.

## 4. பொசிஷனிங் மற்றும் கம்யூனிகேஷன்ஸ் முடிவுகள்:

பொசிஷனிங் என்பது தயாரிப்புக்காக திட்டமிடப்பட்ட படம். எடுத்துக்காட்டாக, கழிப்பறை சோப்பை குழந்தை சோப்பு, அழகு சோப்பு, டியோடரண்ட் சோப்பு, புத்துணர்ச்சி சோப்பு அல்லது தோல் பராமரிப்பு சோப்பு என நிலைநிறுத்தலாம். தகவல்தொடர்பு என்பது தயாரிப்புக்காக வடிவமைக்கப்பட்ட விளம்பரச் செய்தியைக் குறிக்கிறது.

## உலகளாவிய விநியோக சங்கிலி மேலாண்மை:

உலகமயமாக்கல் என்பது சமீப ஆண்டுகளில் விநியோக மாற்ற மேலாண்மை பல மாற்றங்களுக்கு உள்ளாகியுள்ளது. உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலிகள் என்பது பல கண்டங்கள் மற்றும் நாடுகளில் சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குதல் மற்றும் வழங்குவதற்கான நோக்கத்திற்காக பரவக்கூடிய நெட்வொர்க்குகள் ஆகும். இந்த விநியோகச் சங்கிலிகள் உலகம் முழுவதும் தகவல், செயல்முறைகள் மற்றும் வளங்களின் ஓட்டத்தின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்.

விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மை என்பது சந்தைப்படுத்தல், உற்பத்தி, கொள்முதல், தளவாடங்கள் மற்றும் பொதுவாக நிதி, பணியாளர்கள் போன்ற அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கியது, அதேசமயம் உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலி நிர்வாகம் முழு விநியோகச் சங்கிலியும் எவ்வாறு ஒருங்கிணைந்த ஒட்டுமொத்தமாகச் செயல்படும் என்பதைத் திட்டமிடுவதை உள்ளடக்கியது:



- ஒரு விதிவிலக்கான வாடிக்கையாளரை உருவாக்குதல்
- செலவு திறன்
- தயாரிப்பு விநியோகம் - உங்கள் தயாரிப்பு உங்கள் வாடிக்கையாளர்களை அடையும் வேகத்தை அதிகரிக்கிறது
- வாடிக்கையாளர் பரிவர்த்தனைகளைக் கையாள்வதில் நெகிழ்வுத்தன்மை

உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலி நிர்வாகத்தின் அம்சங்கள்:

1. பயனுள்ள திட்டத்தை உருவாக்கவும்:

விநியோகச் சங்கிலி மேலாளர்கள் சரியான செயல்பாட்டை உறுதி செய்வதற்கான பயனுள்ள திட்டங்கள் மற்றும் உத்திகளை உருவாக்குவதில் கவனம் செலுத்துகின்றனர். பல்வேறு பகுப்பாய்வு மற்றும் முன்னறிவிப்புகளைச் செய்வதன் மூலம் அவர்கள் நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட திட்டங்களை உருவாக்குகிறார்கள், இது நிறுவனத்திற்குள் சிறந்த முடிவுகளை வழங்க வழிவகுக்கிறது.

2. மூலப் பொருட்களைப் பெறுங்கள்:

வணிகத்தின் தடையற்ற செயல்பாட்டிற்கு போதுமான அளவு மூலப்பொருட்களின் இருப்பு அவசியம். விநியோகச் சங்கிலி மேலாளர்கள் மூலப்பொருட்களின் மலிவான ஆதாரங்களைக் கண்டறிந்து சரியான அளவு மற்றும் தரத்தில் அனைத்துப் பொருட்களையும் சரியான நேரத்தில் அடைவதை உறுதி செய்கின்றனர்.

3. உற்பத்தி செயல்முறையை மேற்பார்வையிடவும்:

சிறந்த முடிவுகளைப் பெறுவதற்காக வணிகத்தின் முழு உற்பத்தி செயல்முறைகளையும் விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மை மேற்பார்வை செய்கிறது. இந்த மேலாளர்கள் அனைத்து செயல்பாடுகளையும் கண்காணித்து, ஒவ்வொரு வளங்களும் குறைந்த பட்ச விரயத்துடன் திறமையாகப் பயன்படுத்தப்படுவதை உறுதி செய்கின்றனர்.

4. பொருட்களின் விநியோகத்தை நிர்வகிக்கிறது:

விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மை என்பது நிறுவனத்தின் விநியோகம் மற்றும் தளவாடச் செயல்பாடுகளை ஒழுங்குபடுத்துவதில் அக்கறை கொண்டுள்ளது. தனித்துவமான போக்குவரத்து வழிகள் மற்றும் கிடங்குகளுக்கு இடையே சரியான ஒருங்கிணைப்பைக் கொண்டு வருவதன் மூலம் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை சரியான நேரத்தில் வழங்குவதை நோக்கி இது செயல்படுகிறது.





## 5. முறையான ரிட்டர்ன் சிஸ்டம்:

வணிகத்தின் வாங்குதல் மற்றும் விற்பது ஆகிய இரண்டிலும் தானியங்கு செயல்முறையை வழங்குவதன் மூலம் முறையான வருவாய் பொறிமுறையை இது எளிதாக்குகிறது. வாடிக்கையாளர்கள், விநியோகஸ்தர்கள் மற்றும் சப்ளையர்களின் அனைத்து பணத்தை திரும்பப்பெறுதல் மற்றும் உரிமைகோரல்கள் இந்த செயல்முறையின் மூலம் உடனடியாக தீர்க்கப்படும். சூப்பர் செயின் நிர்வாகம் குறைபாடுள்ள பொருட்களின் சரியான கையாளுதல் மற்றும் ஆய்வு ஆகியவற்றை உறுதி செய்கிறது.

உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலி நிர்வாகத்தின் நோக்கங்கள்:

### 1. இயக்கச் செலவுகளைக் குறைத்தல்:

விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மை ஒரு வணிகத்தின் செயல்பாட்டுச் செலவுகளைக் குறைப்பதற்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது. முறையான விநியோகச் சங்கிலியை வழங்குவதன் மூலம் கொள்முதல், உற்பத்தி மற்றும் விநியோகம் போன்ற அனைத்து வகையான வணிகச் செலவுகளையும் இது குறைக்கிறது. சப்ளையர் மற்றும் நிறுவனத்திற்கு இடையே மூலப்பொருட்களின் சீரான ஓட்டத்தை எளிதாக்குவதன் மூலம் மூலப்பொருட்கள் மற்றும் முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் இரண்டையும் வைத்திருக்கும் காலம் குறைக்கப்படுகிறது மற்றும் நிறுவனம் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு இடையே முடிக்கப்பட்ட தயாரிப்புகளை நகர்த்துகிறது. இது இழப்புகளைத் தவிர்க்கிறது மற்றும் வணிகத்தின் ஒட்டுமொத்த இயக்கச் செலவைக் குறைக்கிறது.

### 2. வாடிக்கையாளர் திருப்தியை அதிகரிக்கவும்:

சப்ளை செயின் நிர்வாகத்தின் மூலம் வணிகத்தில் ஒட்டுமொத்த வாடிக்கையாளர் அனுபவத்தை அதிகரிப்பது மற்றொரு முக்கியப் பாத்திரமாகும். சரியான தயாரிப்பு உற்பத்திக்கு வழிவகுக்கும் எந்தவொரு உற்பத்தி மூலோபாயத்தையும் உருவாக்கும் முன் வாடிக்கையாளர் பகுப்பாய்வின் முறையான பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது. இது நிறுவனத்தில் உள்ள அனைத்து செயல்பாடுகளையும் கண்காணித்து, தயாரிப்புகளின் தரத்தை சரிபார்த்து, அவை விரும்பிய தரத்தை பூர்த்திசெய்கிறது இல்லையா என்பதை உறுதிப்படுத்துகிறது. சரியான தரமான பொருட்களை சரியான விலையில் வழங்குவது வாடிக்கையாளர்களுக்கு சிறந்த திருப்தியை அளிக்க உதவுகிறது.

### 3. விநியோக சேனலை மேம்படுத்தவும்:



விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மை வணிகத்திற்கு திறமையான விநியோகச் சங்கிலியை வழங்குகிறது, இது விநியோகத்தின் முழு செயல்முறையையும் துரிதப்படுத்துகிறது. சரக்குகளை வேகமாக நகர்த்துவதற்கு பல்வேறு போக்குவரத்து சேனல்கள் மற்றும் கிடங்குகளுக்கு இடையே சரியான ஒருங்கிணைப்பு அடையப்படுகிறது. இதன் மூலம் முழு விநியோக முறையும் மேம்படுத்தப்பட்டு, சரியான நேரத்தில் மற்றும் சரியான இடத்தில் தயாரிப்புகளை வழங்க உதவுகிறது.

#### 4. நிதி நிலையை வலுப்படுத்துதல்

அதன் செயல்பாட்டில் சிறந்த செயல்திறனை அடைவதன் மூலம் வணிகத்தின் நிதி நிலையை வலுப்படுத்துகிறது. சப்ளை செயின் மேனேஜர் பொருட்கள் பற்றாக்குறையைத் தடுக்கிறது மற்றும் அதிகப்படியான செலவுகளைக் குறைப்பதில் கவனம் செலுத்துகிறது. சரக்குகளின் விரைவான இயக்கத்தை எளிதாக்குவதன் மூலம் சரக்குகளில் நிதித் தடையின் எந்த வாய்ப்பும் தவிர்க்கப்படுகிறது. சிறந்த நிதிகள் எப்போதும் வணிகத்தில் உள்ள மேலாளர்களால் பராமரிக்கப்படுகின்றன, இது நிதி நிலையை வலுப்படுத்த வழிவகுக்கிறது.

#### 5. முறையான சரக்குகளை ஒழுங்குபடுத்துங்கள்

வணிகத்தின் தொடர்ச்சியான செயல்பாடுகளுக்கு சரியான சரக்குகளை பராமரிப்பது அவசியம். மூலப்பொருட்கள், உதிரி பாகங்கள் மற்றும் முடிக்கப்பட்ட தயாரிப்பு போன்ற அனைத்து சரக்குகளும் எப்போதும் சரியான இருப்பை பராமரிக்க மேலாளர்களால் சரியாக பதிவு செய்யப்படுகின்றன. ஸ்டாக்கிங் அல்லது அதிக ஸ்டாக்கிங் போன்ற எந்த சூழ்நிலைகளும் தவிர்க்கப்படுகின்றன, இது வணிக அமைப்பின் சீரான செயல்பாட்டிற்கு வழிவகுக்கிறது.

#### 6. சிறந்த ஒருங்கிணைப்பை ஊக்குவிக்கிறது

விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மை வணிகத்தின் அனைத்து பங்குதாரர்களிடையே ஒரு சிறந்த ஒருங்கிணைப்பை ஏற்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. நிறுவனத்துடன் பணியாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் சப்ளையர்கள் எளிதாக தொடர்புகொள்வதற்காக சரியான சேனல் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. மேலாளர் தங்கள் ஊழியர்களை எளிதாக வழிநடத்தலாம் மற்றும் ஏதேனும் சிக்கல்கள் ஏற்பட்டால், நிறுவப்பட்ட சேனல் வழியாக ஊழியர்கள் தங்கள் மேற்பார்வையாளர்களை தொடர்பு கொள்ளலாம். இது அனைத்து



தரப்பினரிடையே தகவல் பரிமாற்றத்தை ஊக்குவிக்கிறது மற்றும் நிறுவனத்திற்குள் சரியான ஒருங்கிணைப்பைக் கொண்டுவர உதவுகிறது.

சர்வதேச லாஜிஸ்டிக்ஸ் மற்றும் விநியோகம்:

"லாஜிஸ்டிக்ஸ் என்பது வாடிக்கையாளர்களின் தேவையை பூர்த்தி செய்யும் நோக்கத்திற்காக, பொருட்கள், சேவைகள் மற்றும் நுகர்வு புள்ளி வரையிலான தொடர்புடைய தகவல்களின் திறமையான மற்றும் பயனுள்ள ஓட்டம் மற்றும் சேமிப்பை திட்டமிடுதல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல்" ஆகும். எனவே, சர்வதேச தளவாடங்கள், சரக்கு தரவுத்தளங்கள் மற்றும் கப்பல் அட்டவணைகள், பொருள் கையாளுதல், உற்பத்தி, பேக்கேஜிங், சரக்கு, போக்குவரத்து, விநியோகம், சேமிப்பு, மற்றும் அரசியல் எல்லைகளுக்கு அப்பால் நிறுவன விநியோகச் சங்கிலிகளின் வளங்களுக்கான பாதுகாப்பு உள்ளிட்ட செயல்பாடுகளின் ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் மேலாண்மையைக் குறிக்கிறது. நாடுகள்

உலகளாவிய வர்த்தகத்தில் ஈடுபட்டுள்ளது. இது உங்கள் நிறுவனத்தின் விநியோகச் சங்கிலியில் உள்ள பொருட்கள் மற்றும் தயாரிப்புகளின் ஓட்டத்தைத் திட்டமிடுதல் மற்றும் நிர்வகித்தல் என்பது கையகப்படுத்தல் முதல் வாடிக்கையாளர் வாங்குதல் வரை, இதில் செயல்முறையின் ஒரு பகுதி குறைந்தது ஒரு சர்வதேச எல்லையைக் கடப்பது ஆகும். இது ஒரு குளோபல் சப்ளை செயின் லாஜிஸ்டிக்ஸ் ஆகும், இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு புள்ளியிலிருந்து புள்ளிக்கு நகர்த்தக்கூடிய தயாரிப்புகளைக் கொண்டுள்ளது.

சர்வதேச லாஜிஸ்டிக்ஸ் நோக்கங்கள்

உலக அளவில் அல்லது தேசிய அளவில் தளவாடங்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் ஒரு நிறுவனம் அடைய முயற்சிக்கும் அடிப்படை நோக்கம், விற்பனையாளரிடமிருந்து வாங்குபவருக்குப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உறுதியான ஓட்டத்தைப் பராமரிப்பதாகும்:

- சரியான தயாரிப்பு
- சரியான அளவுகள் மற்றும் வகைப்படுத்தல்கள்
- சரியானது இடங்கள்
- சரியான நேரம்
- சரியான விலை / விலை
- சரியான நிலை

இருப்பினும், ஒரு முறையான தளவாட அமைப்பின் மூலம் அடைய வேண்டிய சில திட்டவட்டமான குறிக்கோள்கள் பின்வருமாறு:



1. வாடிக்கையாளர் சேவையை மேம்படுத்துதல் : சர்வதேச தளவாட அமைப்பின் திறம்பட நிர்வாகம் வாடிக்கையாளர் சேவையின் தரத்தை மேம்படுத்த உதவும், சிறந்த கிடங்கு, விரைவான மற்றும் பொருளாதார போக்குவரத்தை உருவாக்கி, உகந்த அளவிலான சரக்குகளை பராமரிப்பதுடன், சேவையின் நிலை நேரடியாக பாதிக்கப்படுகிறது. உடல் விநியோக செலவு.

2. அதிகரித்த வாடிக்கையாளர் பதில்: தற்போது, தகவல் மற்றும் தகவல் தொடர்புத் தொழில்நுட்பமானது, தளவாடச் செயல்பாடுகளை சமீபத்திய சாத்தியமான நேரத்திற்கு ஒத்திவைத்து, தேவையான சரக்குகளை விரைவாக வழங்குவதை அடைவதன் மூலம், பாரம்பரியமாக அதிகப்படியான சரக்குகளை அகற்றும் திறனை அதிகரித்துள்ளது. வாடிக்கையாளர் தேவைகளை எதிர்பார்த்து சேமித்து வைக்கப்பட்டுள்ளது.

3. விநியோகச் செலவுகளைக் குறைத்தல்: விநியோகச் செலவு என்பது போக்குவரத்து, கிடங்கு மற்றும் சரக்கு பராமரிப்பு போன்ற பல்வேறு கூறுகளைக் கொண்டுள்ளது, மேலும் ஒரு தனிமத்தின் விலையில் ஏதேனும் குறைப்பு மற்ற உறுப்புகளின் விலையை அதிகரிக்க வாய்ப்புள்ளது. எனவே, நிறுவனத்தின் நோக்கம் விநியோகத்திற்கான மொத்த செலவைக் குறைப்பதாக இருக்க வேண்டும், மேலும் ஏதேனும் ஒரு உறுப்புக்கு ஏற்படும் செலவு மட்டும் அல்ல. இந்த நோக்கத்திற்காக, மாற்று விநியோக முறைகளின் மொத்த செலவை பகுப்பாய்வு செய்து, குறைந்தபட்ச மொத்த விநியோக செலவைக் கொண்ட ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும்.

4. விற்பனையை அதிகரிப்பது : ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள இயற்பியல் விநியோகம் / தளவாட அமைப்பு மேலும் விற்பனையை உருவாக்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. குறைந்த விலையில் சிறந்த சேவைகளை வழங்குவதன் மூலம் ஒரு நிறுவனம் அதிக வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்க முடியும். எடுத்துக்காட்டாக, அதன் கிடங்கு செயல்பாடுகளில் பரவலாக்கத்தை அறிமுகப்படுத்துவதன் மூலம் அல்லது பொருளாதார மற்றும் திறமையான போக்குவரத்து முறைகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், ஒரு நிறுவனம் பெரிய சந்தைப் பங்கை அடைய முடியும். மேலும், கையிருப்பில் இல்லாத சூழ்நிலையைத் தவிர்ப்பதன் மூலம், விசுவாசமான வாடிக்கையாளர்களின் இழப்பைக் குறைக்க முடியும்.

5. நேரம் மற்றும் இடப் பயன்பாடுகளை உருவாக்குதல் : தளவாட அமைப்பு தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான நேரம் மற்றும் இடப் பயன்பாடுகளை உருவாக்குவதில் கவனம் செலுத்துகிறது. தயாரிப்புகள் அவற்றின் தோற்ற இடத்திலிருந்து இலக்கு இடத்திற்கு உடல் ரீதியாக



நகர்த்தப்படும் வரை, அவை பயனர்களுக்கு எந்த நோக்கத்தையும் வழங்காது. அதே வழியில், பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் நுகர்வுக்குத் தேவைப்படும் நேரத்தில் கிடைக்கச் செய்ய வேண்டும். மேலும், தயாரிப்புகளை ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு மிகக் குறுகிய காலத்தில் நகர்த்துவதற்கு விரைவான போக்குவரத்து முறையைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். எனவே, திறமையான உடல் விநியோக முறையைப் பின்பற்றுவதன் மூலம் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளில் நேரம் மற்றும் இடப் பயன்பாடுகளை உருவாக்க முடியும்.

**6. தயாரிப்பு விலைகளை நிலைப்படுத்துதல் :** சர்வதேச தளவாட அமைப்பு, பொருட்களின் விலையை நிலைப்படுத்துவதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. கிடைக்கக்கூடிய போக்குவரத்து வசதிகள் மற்றும் இணக்கமான கிடங்கு செயல்பாடுகளை நியாயமான முறையில் பயன்படுத்துவதன் மூலம் சந்தைக்கு தயாரிப்புகளின் ஒட்டத்தை கட்டுப்படுத்தி பராமரிப்பதன் மூலம் இதை அடைய முடியும். வரத்து அதிகமாக இருக்கும் காலங்களில் மூலப்பொருளின் இருப்பை பராமரித்து, தட்டுப்பாடு காலங்களில் கிடைக்கச் செய்தால், விலையை நிலைப்படுத்தலாம்.

**7. தர மேலாண்மை:** சர்வதேச லாஜிஸ்டிக்ஸ் அமைப்பு, மொத்த தர நிர்வாகத்தில் தொடர்ச்சியான முன்னேற்றத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் பராமரிப்பதற்கும் குறிப்பிடத்தக்க பகுதியாகும். நீண்ட -

சர்வதேச தளவாட அமைப்பின் கால நோக்கம் தொடர்ச்சியான தர மேம்பாட்டைப் பெறுவதாகும். மொத்த தர மேலாண்மைக்கான ஒட்டுமொத்த அர்ப்பணிப்பு, தளவாட மறுமலர்ச்சிக்கு பொறுப்பான முக்கிய சக்திகளில் ஒன்றாகும், ஏனெனில் தளவாடச் செலவுகள் ஒரு முறை அதிகரிக்கப்பட்டால் அவற்றை மாற்ற முடியாது. உண்மையில், தரமானது நிர்ணயிக்கப்பட்ட தரநிலைகளுடன் பொருந்தத் தவறினால், தளவாட செயல்திறன் பொதுவாக மாற்றப்பட்டு, மீண்டும் மீண்டும் செய்யப்பட வேண்டும். மேலும், லாஜிஸ்டிக்ஸ் தானே கோரும் தரத் தரங்களுக்குச் செயல்பட வேண்டும்

**8. துணை தயாரிப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சி:** ஒரு நல்ல தளவாட அமைப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சியை ஆதரிக்க உதவுகிறது. தயாரிப்பு திரும்பப் பெறுதல் என்பது பெருகிய முறையில் கடுமையான தரத் தரநிலைகள், தயாரிப்பு காலாவதி தேதி மற்றும் சாதகமற்ற விளைவுகளுக்கான பொறுப்பு ஆகியவற்றின் விளைவாக உருவாகும் ஒரு முக்கியத் திறனாகும்.

சர்வதேச லாஜிஸ்டிக்ஸ் நோக்கம்:



சர்வதேச தளவாடங்களின் தொடர்ச்சியாக விரிவடையும் நோக்கத்துடன், பல செயல்பாடுகள் மற்றும் சேவைகள் இப்போது கருத்தின் சுற்றளவில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன. இருப்பினும், பின்வரும் பகுதிகள் முக்கியமாக சர்வதேச தளவாடங்களின் ஒரு பகுதியாகவும் பகுதியாகவும் கருதப்படுகின்றன:

- வாடிக்கையாளர் தேவைகளை முன்னறிவித்தல்
- தகவல் தொடர்பு சேனல்களை வலுப்படுத்துதல்
- விநியோக சேனல்களை பராமரித்தல்
- சரக்கு தேவைகளை கட்டுப்படுத்துதல்
- பொருள் தேவைகளை கையாளுதல்
- பேக்கிங் & பேக்கேஜிங் தேவைகளை நிர்வகித்தல்
- போக்குவரத்து மற்றும் போக்குவரத்தை ஒழுங்குபடுத்துதல்
- நேரம் மற்றும் இட வசதிகளை உருவாக்குதல்
- இயக்கம் ஒருங்கிணைப்பு
- தலைகீழ் தளவாடங்களைக் கையாளுதல்
- வாடிக்கையாளர் சேவை மற்றும் ஆதரவைப் பராமரித்தல்.

சர்வதேச விநியோகம்:

சர்வதேச விநியோகம் என்பது உங்கள் தயாரிப்புகளை வெளிநாட்டு சந்தைகளில் கொண்டு செல்வதற்கு நீங்கள் அமைக்கும் செயல்முறைகள், உறவுகள் மற்றும் பூர்த்தி ஆகும். சர்வதேச சந்தைப்படுத்தல் திட்டத்தை செயல்படுத்துவதில் விநியோகம் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது, ஏனெனில் இது தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை இறுதி வாடிக்கையாளரை அடைய உதவுகிறது. ஒரு சர்வதேச சந்தைப்படுத்தல் நிறுவனம் அதன் விநியோக செயல்பாட்டை நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ இடைத்தரகர் மூலமாகவோ அல்லது இரண்டின் பொருத்தமான கலவை மூலமாகவோ நிர்வகிக்கும் விருப்பத்தைக் கொண்டுள்ளது. பின்வருபவை சர்வதேச விநியோக சேனல்கள்:

1. மறைமுக விநியோகம்: சர்வதேச சந்தைப்படுத்துபவர் உள்நாட்டு இடைத்தரகர்களைப் பயன்படுத்துகிறாரா என்பதன் அடிப்படையில் மறைமுக சேனல்கள் மேலும் வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. எனவே ஒரு சர்வதேச சந்தைப்படுத்துபவர் வெளிநாட்டு சந்தைகளில் விநியோகிக்க பின்வரும் வகையான இடைத்தரகர்களைப் பயன்படுத்தலாம்.

உள்நாட்டு வெளிநாட்டு இடைத்தரகர்கள்

1. கமிஷன் வாங்கும் முகவர்கள்



2. நாட்டின் கட்டுப்பாட்டில் வாங்கும் முகவர்கள்
3. ஏற்றுமதி மேலாண்மை நிறுவனங்கள் (EMCs)
4. ஏற்றுமதி வணிகர்கள்
5. ஏற்றுமதி முகவர்கள்
6. பிக்கி ஆதரவு

வெளிநாட்டு இடைத்தரகர்கள்

1. வெளிநாட்டு விற்பனை பிரதிநிதிகள்
2. வெளிநாட்டு விற்பனை முகவர்
3. வெளிநாட்டு ஸ்டாக்கிங் மற்றும் ஸ்டாக்கிங் அல்லாத முகவர்கள்
4. மாநில கட்டுப்பாட்டில் உள்ள வர்த்தக நிறுவனங்கள்

**2. நேரடி விநியோகங்கள்:** நேரடி விநியோகங்களை ஒழுங்கமைப்பதில் சர்வதேச சந்தைப்படுத்துபவர்களுக்குக் கிடைக்கும் விருப்பங்கள், தலைமையகத்திலிருந்து வெளிநாட்டிற்கு பிரதிநிதிகளை அனுப்புதல், வெளிநாட்டில் உள்ளூர் விற்பனை/கிளை அலுவலகத்தை நிறுவுதல், வெளிநாட்டில் துணை நிறுவனத்தை நிறுவுதல், கூட்டு முயற்சியில் ஈடுபடுதல் உரிம ஒப்பந்தம்.

சர்வதேச விநியோகத்தின் சேனல்களின் தேர்வை பாதிக்கும் காரணிகள்:

1. சந்தை பரிசீலனைகள்

ஒரு குறிப்பிட்ட விநியோக சேனலின் தேர்வைப் பாதிக்கும் சந்தை தொடர்பான காரணிகள் பின்வருமாறு:

- i. **சந்தையின் புவியியல் செறிவு:** ஒரு பொருளின் நுகர்வோர் மாவட்டம் முழுவதும் சிதறி இருந்தால், உற்பத்தியாளரால் விநியோகிக்க இயலாது. அத்தகைய தயாரிப்பு நேரடியாக. எனவே, அத்தகைய தயாரிப்பு ஒரு நீண்ட விநியோக சேனல் மூலம் விநியோகிக்கப்பட வேண்டும். மறுபுறம், ஒரு பொருளின் நுகர்வோர் ஒரு குறிப்பிட்ட பிராந்தியத்தில் சிதறிக்கிடந்தால், அதை உற்பத்தியாளரே வழங்கலாம் அல்லது விநியோகத்தின் நேரடி சேனல் மூலம் விநியோகிக்கலாம்.
- ii. **வாங்குபவர்களின் எண்ணிக்கை:** ஒரு பொருளை வாங்குபவர்களின் எண்ணிக்கை மிகப் பெரியதாக இருந்தால், அது எல்லா நேரங்களிலும் சந்தையின் அனைத்துப் பிரிவுகளுக்கும் கிடைக்கும் வகையில் மறைமுகமான விநியோக வழி மூலம் விநியோகிக்கப்பட வேண்டும். மறுபுறம், ஒரு பொருளின் நுகர்வோர் எண்ணிக்கை குறைவாக



இருந்தால், அது விநியோகத்தின் நேரடி சேனல் மூலம் விநியோகிக்கப்பட வேண்டும்.

- iii. ஆர்டர்களின் அளவு: ஒரு பொருளை நுகர்வோர் அதிக அளவில் வாங்கினால், உற்பத்தியாளர் அதை நுகர்வோருக்கு நேரடியாக விநியோகிக்க முடிவு செய்யலாம். ஒரு பொருளை நுகர்வோர் சிறிய அளவில் வாங்கினால், உற்பத்தியாளர் அனைத்து இடங்களிலும் எல்லா நேரங்களிலும் தயாரிப்பை வழங்க ஏற்பாடு செய்ய வேண்டும். இவ்வாறு, அத்தகைய தயாரிப்பு ஒரு மறைமுக விநியோக சேனல் மூலம் விநியோகிக்கப்படுகிறது.
- iv. வாங்குபவர்களின் பழக்கம்: வாடிக்கையாளர்களின் வாங்கும் பழக்கமும் சேனல் முடிவைப் பாதிக்கிறது. உதாரணமாக, கடன் வசதிகள், தேவைகளை ஒரே இடத்தில் வாங்கும் விருப்பம் அல்லது விற்பனையாளரின் தனிப்பட்ட சேவைகளுக்கான விருப்பம். (v)
- v. தயாரிப்புகளின் பயன்பாடு: ஒரு குறிப்பிட்ட விநியோக சேனலின் தேர்வைப் பாதிக்கும் ஒரு மிக முக்கியமான கருத்து, தயாரிப்புக்கான சந்தையின் தன்மை ஆகும். தயாரிப்பு தொழில்நுறையாக இருந்தால், அதை உற்பத்தியாளர்களால் நேரடியாக தொழில்நுறை பயனர்களுக்கு விநியோகிக்க முடியும். மறுபுறம், நுகர்வோர் பொருட்கள் பொதுவாக இடைத்தரகர்கள் மூலம் நுகர்வோருக்கு வழங்கப்படுகின்றன.

2. தயாரிப்பு பரிசீலனை ஒரு தயாரிப்பின் குணாதிசயங்கள் சேனலின் தேர்வை பின்வரும் முறையில் பாதிக்கிறது:

(i) தயாரிப்பின் எடை: பருமனான, பெரிய அளவு மற்றும் தொழில்நுட்ப ரீதியாக சிக்கலான தயாரிப்புகள் பொதுவாக நுகர்வோருக்கு நிறுவனத்தால் நேரடியாக விற்கப்படுகின்றன. இந்த வரிகளுக்கு இடைத்தரகர்களைக் கண்டுபிடிப்பதில் உள்ள சிரமம். மேலும், தொழில்நுட்ப இயல்புடைய தயாரிப்புகளுக்கு விற்பனைக்குப் பிந்தைய சேவை நுகர்வோருக்கு தேவைப்படுகிறது, மேலும் இவை நேரடியாகவோ அல்லது சாத்தியமான குறுகிய வழியிலோ வழங்கப்பட வேண்டும்.

(ii) அழிந்துபோகும் தன்மை: பால் மற்றும் பேக்கரி பொருட்கள், பழங்கள் மற்றும் காய்கறிகள் அல்லது கடல் உணவுகள் போன்ற அழிந்துபோகும் மற்றும் நாகரீகமான பொருட்கள் அதன் உற்பத்தி முடிந்தவுடன் இறுதி பயனர்களின் கைகளில் விரைவில் வைக்கப்பட வேண்டும். மீண்டும் மீண்டும் கையாளுதல் மற்றும் தாமதம் ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடைய





ஆபத்துகள் காரணமாக இவை பொதுவாக நேரடி சந்தைப்படுத்தல் தேவைப்படுகிறது.

*(iii) ஒரு யூனிட் விற்பனை விலை:* ஒரு யூனிட் விற்பனை விலை குறைவாக இருந்தால், சிகரெட் மற்றும் கடிகாரங்களைப் போலவே விநியோகத்தின் சேனல் மறைமுகமாக இருக்கலாம். விற்பனை விலை அதிகமாக இருந்தால், தொலைக்காட்சி மற்றும் வானொலியைப் போலவே சேனல் நேரடியாகவும் இருக்கும்.

*(iv) தரப்படுத்தப்பட்ட தயாரிப்புகள்:* நிலையான அளவு மற்றும் தரம் கொண்ட தயாரிப்புகள் பொதுவாக இடைத்தரகர்கள் மூலம் விற்கப்படுகின்றன, எ.கா. இயந்திர கருவிகள் மற்றும் ஆட்டோமொபைல் பொருட்கள், தரமானவை, மொத்த விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர்கள் மூலம் நுகர்வோரை சென்றடைகின்றன. தரமற்ற பொருட்கள் மறைமுக விநியோக வழி மூலம் விற்கப்படுகின்றன.

*(v) தயாரிப்புகளின் எண்ணிக்கை:* உற்பத்தியாளரால் கையாளப்படும் தயாரிப்பு வரிசைகள் சீரானதாக இருந்தால், உற்பத்தியாளர் நேரடியாக தயாரிப்புகளை விற்க முடியும், ஏனெனில் அத்தகைய தயாரிப்புகள் ஒரே மாதிரியான வாடிக்கையாளர்களால் வாங்கப்படுகின்றன. ஆனால் தயாரிப்பு வரிசைகளில் குறைவான அல்லது நிலைத்தன்மை இல்லாவிட்டால், அதை வாங்கும் வாடிக்கையாளர்களின் தன்மை பரவலாக மாறுபடும். எனவே தயாரிப்பாளர் அவர்களை நேரடியாகத் தொடர்புகொள்வது கடினம், மாறாக சாத்தியமற்றது. பின்னர் விநியோக சேனல் மறைமுகமாக இருக்கும்.

*(vi) விற்பனைக்குப் பின் சேவை:* உற்பத்தியாளர் நுகர்வோருக்கு விற்பனைக்குப் பிந்தைய சேவைகளை வழங்குவது அவசியமானால், இந்தத் தயாரிப்புகள் உற்பத்தியாளரால் நேரடியாகவோ அல்லது சாத்தியமான குறுகிய விநியோக வழி மூலமாகவோ வழங்கப்பட வேண்டும்.

### 3. இடைத்தரகர்கள் கருத்தில்:

சேனலின் தேர்வு பல்வேறு வகையான இடைத்தரகர்களின் பலம் மற்றும் பலவீனங்களைப் பொறுத்தது. அவர்களின் நடத்தை வேறுபாடுகள், தயாரிப்பு வரிசைகள், எண், இருப்பிடம் மற்றும் அளவு ஆகியவை சேனலின் தேர்வைப் பாதிக்கின்றன. இடைத்தரகர்கள் கருத்தில் தொடர்புடைய காரணிகள் பின்வருமாறு:



- (i) இடைத்தரகர்களால் வழங்கப்படும் சேவை: இடைத்தரகர்களால் வழங்கப்படும் சேவைகள் சேனலின் தேர்வைப் பாதிக்கலாம். நிறுவனம் வழங்க வேண்டிய சேவைகளை வாடிக்கையாளர்களுக்கு இடைத்தரகர்கள் வழங்க முடிந்தால், இடைத்தரகர்களை நியமிக்கலாம், இல்லையெனில் நிறுவனம் நேரடியாக நுகர்வோருக்கு தயாரிப்புகளை விற்கும்.
- (ii) விற்பனை சாத்தியக்கூறுகள்: இடைத்தரகர்கள் மூலம் ஒரு பொருளின் விற்பனையை அதிகரிக்க முடியும் என எதிர்பார்க்கப்பட்டால், உற்பத்தியாளர் இந்த இடைத்தரகர்களின் உதவியை விநியோகத்திற்கு எடுத்துக் கொள்ளலாம். இடைத்தரகர்கள் மூலம் விற்பனை அதிகரிப்பு எதிர்பார்க்கப்படாவிட்டால், உற்பத்தியாளர் தனது தயாரிப்புகளை நேரடியாக விநியோகிக்க முடிவு செய்யலாம்.
- (iii) செலவுக் காரணி: விநியோகச் சேனல் மூலம் ஒரு பொருளின் விநியோகச் செலவு, நிறுவன வரம்பிற்குள் இருந்தால், அதை ஏற்றுக்கொள்வதற்கு ஒரு முடிவு எடுக்கப்படலாம், இல்லையெனில், நேரடியாக பொருட்களை விநியோகிப்பது நல்லது.
- (iv) உற்பத்தியாளரின் கொள்கைகள் மீதான இடைத்தரகர்களின் அணுகுமுறை: சில சமயங்களில், ஒரு உற்பத்தியாளர் தனது சந்தைப்படுத்தல் கொள்கைகள் மற்றும் உத்திகள் அவ்வாறு செய்யத் தேவைப்படுவதால், தனது தயாரிப்புகளை விநியோகிப்பதற்கான விநியோக வழியை ஏற்றுக்கொள்கிறார். இடைத்தரகர்களின் நன்மதிப்பைப் பெறுவதே இத்தகைய முடிவின் முக்கிய காரணமாக இருக்கலாம்.

#### 4. நிறுவனத்தின் பரிசீலனை:

விநியோக சேனலின் தேர்வை பாதிக்கும் உற்பத்தியாளருடன் தொடர்புடைய காரணிகள் பின்வருமாறு:

- (i) நிதி ஆதாரங்கள்: விநியோக சேனலின் தேர்வை பாதிக்கும் முதல் காரணி ஒரு உற்பத்தியாளரிடம் நிதி ஆதாரங்கள் கிடைப்பதாகும். உற்பத்தியாளரிடம் போதுமான நிதி ஆதாரங்கள் இருந்தால், அவர் தனது தயாரிப்புகளை நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்க முடிவு செய்யலாம். மறுபுறம், ஒரு உற்பத்தியாளரிடம் போதுமான நிதி ஆதாரங்கள் இல்லை என்றால், அவர் மறைமுக சேனலைத் தேர்வு செய்ய வேண்டும்.
- (ii) நல்லெண்ணம்: ஒரு குறிப்பிட்ட விநியோக சேனலின் தேர்வு உற்பத்தியாளரின் நல்லெண்ணத்தையும் சார்ந்துள்ளது. ஒரு



உற்பத்தியாளர் சந்தையில் அதிக நற்பெயரைப் பெற்றிருந்தால் மற்றும் அவரது தயாரிப்புகள் நுகர்வோர் மத்தியில் பிரபலமாக இருந்தால், அவர் தனது விருப்பத்திற்கு ஏற்ப எந்த விநியோக சேனலையும் தேர்ந்தெடுக்கலாம். ஒரு உற்பத்தியாளர் அத்தகைய நற்பெயரை அனுபவிக்கவில்லை என்றால், அவர் இடைத்தரகர்களின் நல்லெண்ணத்தைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும்.

- (iii) சந்தைப்படுத்தல் அனுபவம் மற்றும் நிர்வாகத் திறன்: பொருட்களை சந்தைப்படுத்துவது ஒரு கலை. நிறுவனத்திற்கு போதுமான சந்தைப்படுத்தல் அனுபவம் மற்றும் நிர்வாகத் திறன் இருந்தால், நுகர்வோருக்கு நேரடியாக பொருட்களை விநியோகிக்க முடிவு எடுக்கப்படலாம். நிறுவனத்திற்கு சந்தைப்படுத்தல் அனுபவம் மற்றும் நிர்வாகத் திறன் இல்லாவிட்டால், நிறுவனம் அதன் தயாரிப்புகளை இடைத்தரகர்களின் உதவியுடன் விநியோகிக்க முடிவு செய்ய வேண்டும்.
- (iv) நிறுவனத்தின் அளவு: ஒரு நிறுவனத்தின் அளவு பெரியதாகவும், போதுமான நிதி ஆதாரங்கள், சந்தைப்படுத்தல் அனுபவம் மற்றும் நிர்வாகத் திறன் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருந்தால், அது எந்த விநியோக சேனலையும் தேர்ந்தெடுக்கலாம். அதன் தயாரிப்புகளை நுகர்வோருக்கு நேரடியாக விநியோகிக்க முடிவு செய்யலாம். இல்லையெனில், உற்பத்தியாளர் இடைத்தரகர்களின் அனுபவம் மற்றும் திறனைப் பொறுத்து இருக்க வேண்டும்.
- (v) கட்டுப்படுத்த ஆசை: உற்பத்தியாளர் அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகளின் மீதும் முழுமையான கட்டுப்பாட்டைக் கொண்டிருக்க விரும்பினால், அவர் ஒரு குறுகிய விநியோக சேனலைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும் அல்லது அவர் தனது பொருட்களை நுகர்வோருக்கு நேரடியாக விநியோகிக்க வேண்டும். மறுபுறம், உற்பத்தியாளருக்கு அத்தகைய விருப்பம் இல்லை என்றால், அவர் விநியோகத்தின் நீண்ட சேனலை முடிவு செய்யலாம்.

## 5. அரசு விதிகள்:

அரசாங்க விதிகள் மற்றும் கொள்கைகள் விநியோக சேனலின் தேர்வையும் பாதிக்கிறது. எந்தவொரு விற்பனை நடவடிக்கையிலும் ஏதேனும் சட்டக் கட்டுப்பாடுகள் இருந்தால், தயாரிப்பாளரும் அதையே பின்பற்ற தடை விதிக்கப்படும். கட்டுப்படுத்தப்பட்ட உருப்படிகளின் விஷயத்தில், சேனல் அரசாங்கக் கொள்கையின்படி கண்டிப்பாக இருக்க வேண்டும்.



எடுத்துக்காட்டாக, இந்தியாவில் மது விற்பனையை அரசு வகுத்துள்ள விதிகளின்படி செய்யலாம்.

6. பிற காரணிகள்:

மேற்கூறியவற்றைத் தவிர, நிதி ஆதாரங்கள், நிர்வாகத் திறன், சந்தைப்படுத்தல் அனுபவம், பண்புகள் மற்றும் தயாரிப்பு, போட்டியின் சூழ்நிலை, போட்டியாளர்களின் கொள்கைகள், நுகர்வோரின் வாங்கும் நடத்தை, சமூக எதிர்பார்ப்புகள் மற்றும் அரசாங்கக் கொள்கைகள் போன்ற பல காரணிகள் உள்ளன.





## Prepared by

முனைவர்.M. மானிடா

உதவிப் பேராசிரியர் (T)

வணிகவியல் துறை

மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக்கழகம்,

திருநெல்வேலி