



MANONMANIAM SUNDARANAR UNIVERSITY

DIRECTORATE OF DISTANCE AND
CONTINUING EDUCATION TIRUNELVELI-
627012, TAMILNADU

B.Com Second Year (Fourth Semester)

தொழில்முனைவு மேம்பாடு

(From the Academic Year 2021-22)



Prepared by
Mr.P.Murugan.,M.Com.,SET.,(Ph.D)
Assistant Professor
Department of Commerce
MS University College,
Nagampatti

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

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

பி.காம்.- நான்காம் பருவம்

தொழில்முனைவு மேம்பாடு

Objectives:

1. To enable the students to understand the concept of Entrepreneurship and to learn the professional behaviour about Entrepreneurship.
2. To identify significant changes and trends which create new business opportunities?
3. To analyse the environment for potential business opportunities
4. To provide conceptual exposure on converting ideas to an entrepreneurial firms.

Unit I: Entrepreneurship:

Entrepreneur Entrepreneurship - Women Entrepreneurship - Rural Entrepreneurship- Factors affecting Entrepreneurial Growth Entrepreneurial Motivation Entrepreneurial Competencies Entrepreneurial Mobility Challenges to Entrepreneurship- Ethics and Entrepreneurship -Social Responsibility in Entrepreneurship Entrepreneurial Development Programmes.

Unit II: Developing successful Business ideas:

Opportunity Analysis-Ideation Techniques-Ideation Catalysts and Inhibitors - Idea to Opportunity Maps - Evaluation of Idea to Opportunity Maps - Business Model - Functions of a Business Model - Business Modelling- Benefits of Business Modelling Business Models to Business Plans.

Unit III: Start-Up:

Small Enterprises: An Introductory Framework - Project Identification and Selection - Project Formulation - Project Appraisal - Legal, Regulatory and Statutory Body Clearance Approvals and NOC Compliance Financing of Enterprise Boot Strapping – Ownership Structures.

Unit IV: Support:

Institutional Finance to Entrepreneurs-Lease Financing and Hire-Purchase-Institutional Support to Entrepreneurs - Taxation Benefits to Small-Scale Industries - Government Policy for Small-Scale Enterprises.

Unit V: Development:

Accounting for Enterprises Break-Even Analysis Elements of Financial Statements- Growth Strategies - Intellectual Property - Innovation-Knowledge Management - Leadership and Governance-Sickness and Rehabilitation-Application of Electronic Commerce.

Text Books:

1. Khanka. S.S., Entrepreneurial Development, S.Chand & Co. Ltd., New Delhi. 2017
2. Raj Shankar, Essentials of Entrepreneurship, Vijay Nicole Imprints Private Ltd., Chennai.2013.
3. Gupta CB & Khanka S.S., Entrepreneurship and Small Business Management, Sultan Chand & Sons, 7th Revised Edition- 2017.

தொழில்முனைவு மேம்பாடு

பொருளடக்கம்

அலகு	பாடம்	பக்கம்
1	தொழில்முனைவோரும். தொழில்முனைவும்	1
2	வணிகக் கருத்துருவாக்க நுட்பங்கள்	51
3	சிறு தொழில் முனைவோர்	94
4.	தொழில்முனைவோருக்கான நிறுவனம்சார்ந்த நிதி	154
5.	தொழில்முனைவு மேம்பாடு	211



அலகு 1

தொழில்முனைவோரும். தொழில்முனைவும்

ENTREPRENEUR AND ENTREPRENEURSHIP

அறிமுகம் :

இன்றைய உலகளாவிய வணிகச் சுற்றுச்சூழலில், "தொழில்முனைவோர்" மற்றும் "தொழில்முனைவு" ஆகிய சொற்கூறுகள் மிகவும் முக்கியமான பங்கினை ஆற்றுகின்றன எனலாம். தற்காலத்தில், எங்கு திரும்பினாலும், தொழில் முனைவோர் பற்றிய பேச்சாகவே இருப்பதை நம்மால் கேட்கவும் பார்க்கவும் முடிகிறது. செய்தித் தாள்கள், பத்திரிக்கைகள், தொலைக்காட்சிகள், வானொலி போன்றவைகளும் கூட அவ்வப்பொழுது சாதனை படைத்துள்ள தொழில் முனைவோரை வரவழைத்து பேட்டி காண்பதையும் நம்மால் இப்பொழுது பரவலாகக் காண முடிகிறது. தற்பொழுது, தொழில்முனைவு என்ற பொதுக் கருந்து மிகவும் பிரசித்தி பெற்ற ஒரு அம்சமாகிவிட்டது. ஆகவே நாம் முதலில் தொழில்முனைவோர் மற்றும் தொழில்முனைவு ஆகிய இரு சொற்கள் உணர்த்தும் பொருளைத் துல்லியமாக அறிந்து கொள்வது அவசியமாகிறது. ஆகவே, இந்த இரு சொற்களையும் விரிவாக விளக்கும் வகையில் இந்த அத்தியாயம் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது.

தொழில்முனைவோர் :

தொழில்முனைவோர் என்ற சொல்லின் தோற்றம் Origin of the Term Entrepreneur

தொழில்முனைவோர் என்ற சொல், ஃபிரெஞ்சு சொல்லான "Etreprendre" என்பதிலிருந்து தருவிக்கப்பட்டதாகும். இதன் பொருள் "மேற்கொள்ளல்" (Undertake) என்பதாகும். இச்சொல்லானது முதல் முதலாக ஃபிரெஞ்சு மொழியில் 16 ஆம் நூற்றாண்டில் தொடக்கத்தில் தோன்றியது. இச்சொல் தொடக்கத்தில், இசை மற்றும் ஏனைய பொழுதுபோக்கு நிகழ்ச்சிகளின்



அமைப்பாளர்களைக் குறிக்கவே பயன்படுத்தப்பட்டது. பின்னர் 16 ஆம் நூற்றாண்டின் முற் பகுதியிலேயே இச்சொல்லானது படை எடுப்பில் பொழுது படையைத் தலைமை தாங்கிச் செல்லும் படைத் தலைவர்களைக் குறிக்கவும் பயன்படுத்தப்படத் தொடங்கியது. 17 ஆம் நூற்றாண்டில், இச்சொல்லின் பரப்பு கட்டடப் பொறியியல் பணிகளையும் உள்ளடக்குமாறு விரிவாக்கப்பட்டது. பொருளியல் நடவடிக்கைகளுக்கு என இச்சொல் 18 ஆம் நூற்றாண்டில்தான் ரிச்சர்டு கேளண்டிலன் (Richard Cantilon) என்பவரால் பயன்படுத்தப்பட்டது. இவர் ஐரிஷ் நாட்டைச் சேர்ந்தவர். இவர் ஃபிரான்ஸ் நாட்டில் வாழ்ந்து வந்துள்ளார்.

இவரது கருத்துப்படி தொழில்முனைவோர் என்ற சொல் "எதிர்காலத்தில் நிலையற்ற விலைகளில் தமது பொருளை விற்பனை செய்யும் நோக்கில் குறிப்பிட்ட அலைகளில் உற்பத்திக் காரணிகளை விலைக்கு வாங்கும் ஒரு நபரைக் குறிக்கிறது". காப்பீடு செய்யப்பட இயலாத அபாயங்களை ஏற்கக்கூடிய ஒரு நபரே தொழில் முனைவோர் என்பது இந்த இலக்கணத்திலிருந்து, நமக்குத் தெளிவாகத் தெரிகிறது.

தொழில்முனைவோரின் பொருளும் இலக்கணமும்:

பழங்காலத்தில், மக்கள் ஆற்றும் பணிகளின் அடிப்படையில் நமது சமூகம் தான்கு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்பட்டிருந்தது. அவையாவன:

1. பிராமணர்கள், 2. ஷத்திரியர்கள், 3. வைஷ்யர்கள், மற்றும் 4. சூத்திரர்கள்.

இவர்களுள் வியாபாரத்தை மேற்கொள்ளும் மூன்றாவது பிரிவினரான வைஷ்யர்களே தொழில்முனைவோர் ஆவர். தமிழ்நாட்டில், இவர்கள் செட்டியார்கள் என அழைக்கப்படுகின்றனர். ஏனெனில், அக்காலத்தில் இங்கு இவர்களே உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு வாணிபங்களில் ஈடுபட்டு வந்துள்ளனர். ஆயினும், தற்பொழுது நமது சமூகமானது மக்கள் ஆற்றும் பணியினைக் கொண்டு பிரிக்கப்படவில்லை. மக்கள் தாம் விரும்பும் பணியை ஆற்றக்கூடிய சுதந்திரத்தைப் பெற்றவர்களாய் உள்ளனர். அதாவது. இன்றைய உலகில், தமது சொந்தத் தொழிலைத் தொடங்கும் எந்த ஒரு நபரையும்



குறிக்கும் ஒரு சொல்லாக தொழில்முனைவோர் என்ற சொல் விளங்குகிறது எனலாம். ஆயினும் பல்வேறு அறிஞர்களும் இச்சொல்லை பல்வேறு கோணங்களில் காண்கின்றனர். இவர்களது பார்வைகள் அனைத்தும் கீழ்க்கண்ட மூன்று தலைப்புகளின் கீழ் பாகுபடுத்தப்படலாம்:

1. அபாயமேற்பவர் (Risk-bearer).
2. அமைப்பவர் (Organiser).
3. புதிது புனைபவர் (Innovator).

தொழில்முனைவோரின் வகைகள் Types of Entrepreneurs:

D. யுபாசரன், P. வெஸ்ட்ஹெட் மற்றும் M. ரைட் ஆகியோர் "The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues" என்ற தலைப்பில், வெளியிட்ட கட்டுரையில் தொழில்முனைவோரை அவர்களது நடத்தையின் அடிப்படையில் ஐந்து வகைகளாகப் பிரிக்கின்றனர். அவர்கள் பின்வருமாறு:

1. பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் (Nascent Entrepreneur).
2. புதிய அல்லது முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர் (Novice Entrepreneur);
3. பழக்க வழக்கம்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் (Habitual Entrepreneur).
4. தொடர் தொழில்முனைவோர் (Serial Entrepreneur).
5. பட்டியல் தொழில்முனைவோர் (Portfolio Entrepreneur).

இவர்களைப் பற்றி சுருக்கமாக நாம் கீழ்க்கண்டவாறு காணலாம்.

1. பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் (Nascent Entrepreneur) :

புதிய ஒரு வணிகத்தைத் தொடங்கும் நடைமுறையில் உள்ள ஒரு தனிநபரே பின்பற்றும் (Nascent) தொழில்முனைவோர் ஆவார். இப்பிரிவானது ஏறத்தாழ சிக்கலான தொழில்முனைவு நடைமுறையினை குறிப்பது போலவே தோன்றுகின்றது. பின்பற்றும் (Nascent) தொழில்முனைவோர் மீது



செய்யப்பட்ட பல்வேறு ஆய்வு முடிவுகள் பின்வருவனவற்றைக் காட்டுகின்றன;

- இவ்வித தொழில்முனைவோர் பில்வருவன தொடர்பாக உயர்ந்தபட்ச எதிர்பார்ப்புகளை கொண்டிருப்பர்: (i) வணிகம் ஒன்றைத் தொடங்குவதில் விருப்பம், (ii) தமது ஏனைய இலக்குகளை அடைய அது உதவும் அளவு, மற்றும் (iii) அவர்களின் ஆற்றல்களும் தகுதிகளும் வணிகத்தின் வெற்றிக்குப் பங்களிக்கக்கூடிய அளவு.
- பின்பற்றாத (Non-nascent) தொழில்முனைவோரை ஒப்பிடும்பொழுது இவர்கள் பிரச்சனைகளைத் தீர்த்தல், தீர்மானம் எடுத்தல் மற்றும் புதியதை உருவாக்குவதற்கான கண்டுபிடிப்புகள் போன்றவற்றிற்கு முற்றிலும் மாறுபட்ட பாணிகளையே பயன்படுத்துவர்.
- பெரும்பாலான பின்பற்றும் (Nascent) தொழில்முனைவோர் சிறிய உற்பத்தியாளர்களாகவே தமது வணிகத்தைத் தொடங்கி ஏற்கனவே சந்தையில் கிடைக்கக்கூடியதிலிருந்து முற்றிலும் மாறுபாடற்ற பொருட்களையும் சேவைகளையும் மக்கள் முன்வைப்பர். இவர்கள் கண்டுபிடிப்பாளர்கள் அல்லர்.
- பெரும்பாலான பின்பற்றும் (Nascent) தொழில்முனைவோர் தமது மொத்த சேமிப்புகளையும் சொந்த சொத்துக்களையும் ஒருசேர தங்களது அமைப்பில் இடுகின்றனர்.
- இவர்கள் வணிகத்துடன் தொடர்புடையவர்கள், நெருங்கிய உறவினர் மற்றும் குடும்ப உறுப்பினர்களுடன் உறுதியான உறவுமுறைகளை வைத்துக்கொள்கின்றனர். இது இவர்களது தொழில்முனைவு முயற்சிகளுக்கு பெருமளவில் உதவுகின்றது.

2. புதிய அல்லது முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர் (Novice Entrepreneur) :

புதிய அல்லது முதல் தலைமுறை (Novice) தொழில்முனைவோர் ஆனவர் வணிகம் ஒன்றின் தோற்றுவிப்பாளர், வணிகம் ஒன்றின் வாரிசுதாரர் (Inheritor), அல்லது வணிகம் ஒன்றின் கொள்முதலாளர் என்ற நிலையில் எந்த



விதமான முன்கூட்டிய வணிக உடைமையுரிமை அனுபவமுமற்ற ஒரு தனிநபராவார்.

3. பழக்க வழக்கம்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் (Habitual Eatepreneur):

பழக்க வழக்கம்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் முன்கூட்டிய வணிக உடைமை உரிமை அனுபவம் உடைய ஒரு தனிநபராவார். பின்பற்றும் (Nascent தொழில்முனைவோர் என்பவர் ஒரு புதிய (Novice) தொழில்முனைவோராகவோ, அல்லது ஒரு பழக்க வழக்கம்சார்ந்த தொழில்முனைவோராகவோ இருப்பார்.

4. தொடர் தொழில்முனைவோர் (Serial Entrepreneur) :

தொடர் தொழில்முனைவோர் என்பவர் தமது முதல் வணிகத்தை மூடிவிட்டு அல்லது விற்றுவிட்டு, இன்னொரு புதிய வணிகத்தை அமைப்பார், பின் அதையும் விற்றோ அல்லது மூடிவிட்டோ மற்றொரு வணிகத்தைத் தொடங்குவார். இவ்விதமான தொழில்முனைவோரது போக்கின் சுழற்சி தொடர்ந்து மேற்கொள்ளப்படுகிறது. அதாவது, இவர் தொடர்ந்து வணிகம் ஒன்றைத் தொடங்குகின்றார், பின் அதனைத் தொடர்ந்து விற்கிறார்.

5. பட்டியல் தொழில்முனைவோர் (Portfolio Eatepreneur) :

பட்டியல் தொழில்முனைவோர் என்பவர் தமது மூல வணிகத்தைத் தக்கவைத்துக் கொண்டே கூடுதலாக மேலும் பல வணிகங்களையும் கீழ்க்கண்ட ஏதேனும் வழிகளில் பெற்று அவற்றையும் தமது வணிகத்தினுள் சேர்த்து ஒரு பட்டியலை உருவாக்குகின்றார். 1. வாரிசுரிமை மூலம் பெறுதல். 2. புதியதாக அமைத்தல். 3. கொள்முதல் செய்தல் இவர் அதிவேகமாக வளரக் கூடியவர். இவர் ஒரு தீவிரமான (Agressive) தொழில்முனைவோராவார். இவர் எப்பொழுதுமே அவ்வப்பொழுது புதிய வணிக வரிசைகளைக் கூடுதலாகத் தமது வணிகத்தில் சேர்ப்பதன் மூலம் தமது வணிகத்தினைப் பரவலாக்குவதிலேயே கவனம் செலுத்துவார்.



வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோரது தேவைகள்

Requirements of Successful Entrepreneurs

தொழில்முனைவோர் ஒருவர் மற்றவரிடம் இருந்து வேறுபட்டே இருக்கின்றனர். ஆனால் வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோர் குறிப்பிட்ட இயல்புகளைக் கொண்டவர்களாகவே இருப்பர். வெற்றிகரமான தொழில் முனைவோரது பொதுவான இயல்புகளாக நாம் கீழ்க்கண்டவற்றைக் காணலாம்

1. தங்களது இலக்குகளை அடையும் உணர்வுடன் இருக்க வேண்டும்
2. சாதிக்க வேண்டும் என்ற ஒரு மனநிலையில் இருத்தல் வேண்டும்.
3. தாமாகவே தேடி அடைவதற்குரிய ஒரு உறுதியான தேவை இருந்த வேண்டும்.
4. தற்சார்பு மற்றும் தன்னம்பிக்கையுடன் இருத்தல் வேண்டும்.
5. இலக்கை நோக்கியவராக இருத்தல் வேண்டும்.
6. புதுமுறையினை கண்டுபிடிப்பவராக, புதியதை உருவாக்குபவராக மற்றும் பல்துறை அறிவு வாய்ந்தவராக இருத்தல் வேண்டும்.
7. உறுதியுடன் இருத்தல் வேண்டும்
8. கடுமையாக உழைக்க வேண்டும்; ஆற்றலுடன் விளங்க வேண்டும்.
9. நேர்படியான போக்கு இருத்தல் வேண்டும்.
10. தானாகவே முயற்சிக்க விருப்பமுடன் இருத்தல் வேண்டும்.
11. உறுதியான ஒரு பொறுப்புணர்வு வேண்டும்.
12. தங்களது சொந்த வணிகத்தை இயக்குவதிலுள்ள இடர்களை சந்திப்பதற்குத் தேவையான தன்னம்பிக்கையை கொண்டிருத்தல் வேண்டும்.
13. எது மிகவும் இன்றியமையாதது என்பதை எண்ணும் ஆற்றல் கொண்டிருத்தல் வேண்டும்.
14. உடனடியான மற்றும் விவேகமான ஒரு முடிவை எடுக்கும் ஆற்றல் கொண்டிருத்தல் வேண்டும்.



தொழில்முனைவோராக இருப்பதனால் கிடைக்கும் நன்மைகள் Advantages of being an Entrepreneur:

தொழில்முனைவோராக இருப்பதனால் அவருக்கு பல நன்மைகள் கிடைக்கின்றன. அவை பின்வருமாறு:

1. அதிக அளவு சுதந்திரம் (High Degree of Independence) :

தொழில் முனைவோர், தொழில்முனைவிற்கு முன்னுரிமை அளிப்பதற்கான காரணம் அதில் உள்ள சுதந்திரமே ஆகும். இங்கு மக்கள் அதிகளவு சுதந்திரத்தை அனுபவிக்கின்றனர். இவர்கள் மற்றவர்களின் தொல்லையிலிருந்து விடுவிக்கப்படுகின்றனர். இதுவே பலரையும் சொந்த வணிகத்தைத் தொடங்கத் தூண்டும் ஒரு காரணியாக விளங்குகின்றது எனலாம்.

2. பலரகத்திலான ஆற்றல்களையும் திறமைகளையும் பயன்படுத்தப் பழகுவதல் (Getting to Use a Variety of Skills and Talents) :

தொழில்முனைவோர் என்ற நிலையில் தனிநபரானவர் பல வகையான ஆற்றல்களையும் திறமையையும் பெறவேண்டியவர்களாய் இருக்கின்றனர். அவ்விதமான ஆற்றல்களும் திறமையும் அவரது வணிக நடவடிக்கைகளை நடத்துவதில் அவரது திறமையை மட்டும் அபிவிருத்தி செய்வதில்லை, அவரது பண்பு நலன்களின் ஒட்டுமொத்த மேம்பாட்டிற்கும் அவை உதவுகின்றன..

3. முடிவெடுத்தலில் சுதந்திரம் (Freedom in Making Decisions) :

தொழில்முனைவோர் அவரது வணிகத்தில் மையமான ஒரு நிலையை வகிக்கிறார். இவரே அனைத்து வணிகத் தீர்மானங்களையும் எடுக்கிறார். இவர் இதற்கென யாரையும் கலந்தாலோசிக்க வேண்டியதில்லை. இதனால் தொழில்முனைவோரால் தடையேதுமின்றி எண்ணவும், வணிகத்தின்



பல்வேறு அம்சங்களைப் பற்றி சுயமாக சிந்தித்து முடிவெடுக்கவும் முடிகிறது. இது முடிவுகளை எந்தவிதக் காலதாமதமும் இன்றி எடுப்பதை உறுதி செய்கிறது.

4. தனக்கு மட்டுமே பதில் சொல்லும் பொறுப்பு (Accountable only to Himself) :

தொழில்முனைவோரே முதலாளி ஆவார். ஆகவே, அவர் யாருக்கும் பதில் சொல்ல வேண்டியதில்லை. அவர் அவருக்குத்தான் பதில் சொல்லும் பொறுப்புடையவரே தவிர மற்றவர்களுக்கு அல்ல. அவர் அவரது பணிகளைச் செய்வதில் முழுமையான சுதந்திரத்தை அனுபவிக்கிறார்.

தொழில்முனைவோரின் தகுதிகள் Qualities of an Entrepreneur:

மேற்கண்ட பத்திகளில் செய்யப்பட்ட தொழில்முனைவோர் பொதுக் கருத்தின் ஆய்வு நமக்கு ஒரு வெற்றிவாய்ப்புமிக்க தொழில்முனைவோரின் தகுதிகளையும் பண்பு நலன்களையும் பின்கண்டவாறு பட்டியலிடுகின்றது.

1. இடர் ஏற்கும் தகுதி.
2. கடுமையாக உழைக்கும் திறன்.
3. சக்தியுடையவராக இருத்தல்,
4. இலக்கை நோக்கி செல்லுதல்,
5. தன்னம்பிக்கை.
6. புத்திசாலித்தனம் மற்றும் அறிவு.
7. எதிர்காலத்தை முன்கூட்டியே கணிக்கும் ஆற்றல்.
8. மாற்றத்தை விரும்பும் தன்மை.
9. வள ஆதாரங்களைச் சேகரிக்கும் ஆற்றல்.
10. அமைப்பை அமைக்கவும் நிர்வகிக்கவும் உள்ள ஆற்றல்



11. முடிவெடுக்கும் ஆற்றல்,
12. பொறுப்பை ஏற்பதில் விருப்பம். தன்மை,
13. புதிது புனையும்
14. உயர்ந்த அளவு சாதிக்க விருப்பம்
15. பிரச்சனையைத் தீர்ப்பதற்கான திறன்.
16. பின்தொடர் தகவல்களைப் பயன்படுத்துதல்,
17. தானாக முயற்சி எடுத்தல்
18. தோல்விகளைக் கையாளுதல்,
19. கட்டுப்பாடு செய்யும் திறன்.
20. நிலையின்மையை சகித்துக்கொள்ளும் தன்மை.
21. நெகிழ்வுத்தன்மை.
22. வணிக இரகசியங்களைப் பாதுகாத்தல்,
23. தரத்தில் கவனம்.
24. சாமர்த்தியம்.
25. எதிர்காலப்பார்வை.
26. தகவலைத் தேடுதல்.
27. கூர்ந்தாராய்தல்.
28. நலச்சார்பு.
29. முறைப்படியான திட்டமிடுதல்.
30. நயந்து பேசுதல்.



தொழில் முனைவு ENTREPRENEURSHIP:

தற்காலத்தில் தொழில்முனைவு என்ற சொல் மிகவும் பிரசித்தி பெற்ற ஒரு அம்சமாகி உள்ளது. இச்சொல் துல்லியமாக உணர்த்துவது என்ன என்பதை நாம் இச்சொல் எவ்வாறு வரையறுக்கப்படுகின்றது என்பதைப் பார்ப்பதன் மூலம் அறியலாம்.

தொழில்முனைவின் இலக்கணம் Definition of Entrepreneurship:

தொழில்முனைவிற்கு இலக்கணம் வகுப்பது எளிமையாகத் தோன்றினாலும் நடைமுறையில் அது அவ்வளவு எளிதான காரியமாக இல்லை, ஏனெனில், இப்பாடத்தின் அறிஞர்கள் அனைவரும் அவரவர் நோக்கில் இச்சொல்லை வரையறுத்துள்ளதால் இச்சொல்லுக்கு பல இலக்கணங்கள் உள்ளன. அவற்றுள் சிலவற்றை நாம் இப்பொழுது காணலாம்.

A.H. கோல் வரைந்துள்ள இலக்கணம் (Definition of A.H. Cole) :

"பொருளாதாரப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் பகிர்ந்தளிப்பின் மூலம் இலாபம் ஈட்டுவதற்கு என தனிநபர் ஒருவரோ அல்லது தனிநபர்களின் ஒரு குழுவோ மேற்கொள்ளும் நோக்கம்சார்ந்த நடவடிக்கையே தொழில்முனைவு ஆகும்".

ஹெக்கின்ஸ் வரைந்துள்ள இலக்கணம் (Definition of Heggins) :

ஹெக்கின்ஸின் கருத்துப்படி, "முதலீட்டையும் உற்பத்தி வாய்ப்பையும் தேடி விழையும் பணியாகவும், புதிய உற்பத்தி நடைமுறையை மேற்கொள்ளும் ஒரு நிறுவனத்தை அமைத்தலாகவும், மூலதனத்தை எழுப்புதலாகவும், உழைப்பை வாடகைக்கு எடுப்பதாகவும், மூலப் பொருட்களின் அளிப்பை ஏற்பாடு செய்வதாகவும் மற்றும் அன்றாடப் பணிகளுக்கு என மேல்நிலை மேலாளர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதாகவும் பொருள்படுவதே தொழில்முனைவு ஆகும்".

J.A. சும்பீட்டரின் இலக்கணம் (Definition of J.A. Schumpeter) :



J.A. சும்பீட்டர் தொழில்முனைவிற்கு மிக முக்கியமான ஒரு இலக்கணத்தை வரைந்துள்ளார். இவரது கருத்துப்படி. "தொழில்முனைவு என்பது ஒரு புதிது புனையும் செயலேயாகும். இதில் வணிகத்தின் பொதுவான நடைமுறையில் மேற்கொள்ளப்படாத விஷயங்களைச் செய்தல் அடங்குகின்றது. புதிது புனைபவர் எவரோ அவரே ஒரு தொழில்முனைவோர் ஆவார்".

தொழில்முனைவின் இயல்புகள் Characteristics of Entrepreneurship:

பலதரப்பட்ட தகுதிகளின் சிறந்த ஒரு கூட்டே தொழில்முனைவாகும். இதன் இயல்புகள் பின்வருமாறு:

1.பணி இடர் ஏற்பு (Risk-bearing):

தொழில்முனைவின் மிக முக்கியமானதொரு இடர் ஏற்பு ஆகும். இடரைக் கொண்டிருக்கும் புதிய ஒரு நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதில் தம்மை ஈடுபடுத்திக் கொள்பவரே தொழில்முனைவோராவார். மேலும். தொழில்முனைவோரானவர் எதையேனும் புதிதாக செய்ய முயற்சிக்கிறார். அதுவும் இடர்சார்ந்ததே ஆகும் நிறுவனமானது, அதிகரிக்கப்பட்ட போட்டியின் காரணமாகவோ, நுகர்வோர் முன்னுரிமைகளில் ஏற்படும் மாற்றம் போன்ற பல்வேறு காரணிகளினாலோ இலாபம் ஈட்டலாம் அல்லது நட்டமடையலாம். ஆகவே, தொழில்முனைவோரானவர் இடரை தைரியமாக ஏற்கத் தயார் நிலையில் இருத்தல் வேண்டும். இவர் இடரை ஏற்பவராக இருக்க வேண்டுமே தவிர இடரைத் தவிர்ப்பவராக இருத்தல் கூடாது.

2. புதிது புனைதல் (Innovation) :

J.A. சும்பீட்டர் முதன் முதலில் 1934 ஆம் ஆண்டில் புதிது புனைதலை தொழில்முனைவோரில் ஒரு இயல்பு கண்டுணர்ந்தார். இவரது கருத்துப்படி, தொழில்முனைவு என்பது ஒரு புதிது புனையும் செயலாகும். இவர் தொழில்முனைவோர் ஆனவர் பொருளாதாரத்திற்கு புதியது எதையேனும் அறிமுகப்படுத்துகிறார் என்கிறார். தொழில்முனைவோர் தொடர்ச்சியாக



ஏதேனும் வித்தியாசமாக செய்ய வேண்டும் என்று பார்க்கிறார்; நுகர்வோரின் மாறுபட்ட தேவைகளைப் பூர்த்திசெய்ய விழைகிறார். இவர்கள்எப்பொழுதும் தானோ அல்லது தனக்காக பிறரோ செய்த கண்டுபிடிப்புகளை பயன்படுத்துவதன் சாத்தியத்தை ஆய்வு செய்கின்றனர்.

புதிது புனைதல் பல அறிஞர்களாலும் தொழில்முனைவு நடவடிக்கையின் மிக முக்கியமான இயல்பாகக் கருதப்பட்டு வந்துள்ளதை நாம் முன்னர்பார்த்த பல்வேறு இலக்கணங்களின் ஆதாரமாகக் கொண்டு அறியலாம். "உருவாக்கம் சார்ந்த அழிப்பு" (Creative Destruction) என்பது தொழில்நுட்ப மாற்றங்களுக்கும் வேலை வாய்ப்பு வளர்ச்சிக்கும் வழிவகுக்கிறது. தொழில்முனைவுசார்ந்த நிறுவனங்களானது மாற்ற முகவர்களாகப் பணிபுரிந்து, பல்வேறு புதிய மற்றும் தனித்தன்மை பெற்ற கருத்துக்களை அளிக்கின்றன. இவைசன் இல்லையெனில், இக்கருத்துக்கள் பயன்படுத்தப்படாமலேயே கூட வீணாகிப் போகலாம்.

3. தீர்மானம் எடுத்தல் (Decision-making) :

தீர்மானம் எடுத்தல் என்பது தொழில்முனைவின் மற்றொரு இயல்பாகும். தீர்மானம் எடுத்தல் என்பது, விரும்பும் விளைவை அடைவதற்கு என இருக்கின்ற பல மாற்றுவழிகளுள் ஒன்றினைத் தேர்ந்தெடுத்தலாகும். தொழில்முனைவில் இடர் மற்றும் நிலையின்மை ஆகிய இரண்டுமே அடங்கியுள்ளன. ஆகவே, முடிவெடுத்தல் ஆனது தொழில்முனைவோர் தரப்பில் மிக முக்கியமானதாகக் கருதப்படுகிறது. ஏனெனில் எடுக்கப்படும் முடிவின் அடிப்படையிலேயே அவர் நிறுவனத்தை அமைத்து வெற்றிகரமாக இயக்க வேண்டும்.

4. சாதனை நோக்கு (Achievement Oriented) :

தொழில்முனைவோர் ஆனவர் சாதனை நோக்குடையவராய் இருத்தல் வேண்டும். மெக்கிலெலாண்டு (McClelland) என்பவர் இது தொடர்பாக இரண்டு விஷயங்களை வலியுறுத்துகிறார். அவை- 1. மேம்பட்ட ஒரு வழியில் செயல்களைச் செய்தல், மற்றும் 2 நிலையின்மை யின் கீழ் முடிவெடுத்தல்



ஆகியனவாகும் இவ்விரண்டு நோக்கங்களையும் அடைய வேண்டும் என்ற ஆர்வமும் முயற்சியும் ஒருவருக்கு இல்லையெனில், இவற்றை ஒருவரால் அடையவே முடியாது. சாதனை புரிய வேண்டும் என்ற உறுதியான உணர்வும் ஆர்வமும் உள்ளவர்களே வெற்றி பெற்றவர்களாக காணப்படுவதை நம்மால் நடைமுறையில் காணமுடிகிறது.

5. அமைப்பு உருவாக்கம் (Organisation Building) :

எஃப். ஹார்பிசன் (F. Harbison) என்பார், அமைப்பு ஒன்றினை உருவாக்கும் ஆற்றலை உணர்த்துவதே தொழில்முனைவு ஆகும் என்று கூறுகிறார். இவ்வித ஆற்றலே மற்றவர்களுக்கு அதிகாரத்தை ஒப்படைப்பதன் மூலம் ஒருவரை பன்மடங்கு உயர்த்த உதவுகிறது. மற்றவரது கண்டுபிடிப்புகளுக்கு பொருளாதாரப் பயன்பாட்டை அளிப்பது தொழில்முனைவு என்பதால் அமைப்பு உருவாக்கமே தொழில்முனைவிற்குத் தேவையான மிக முக்கியமான ஒரு ஆற்றல் ஆகும். இந்த ஆற்றல் இல்லையெனில், புதிய கருத்துக்களானது பொருளாதார வளர்ச்சியைத் தூண்டத் தவறிவிடும். இவரது கருத்துப்படி, அமைப்பை உருவாக்குபவரே தொழில்முனைவோர் ஆவார்.

1) பின்வாங்குபவர் (Retreatist) :

இவர் தமது பணி மற்றும் அந்தஸ்திற்கு முரண்பட்டவராகவே இருந்து கொண்டு சமூகத்தில் தமது பணியை தொடர்ந்து ஆற்றும் வகையினைச் சார்ந்தவராவார்.

2) மரபுசார்ந்தவர் (Ritualist) :

இவர் ஒரு வகையான பாதுகாப்புடைய போக்கை ஏற்பவர்; இவர் சமூகம் ஏற்கும் வகையிலும் அங்கீகரிக்கும் வழியிலும் செயலாற்றுவவர்; தமது நிலைமையை அபிவிருத்தி செய்து கொள்ளும் குறிக்கோள் ஏதும் இல்லாதவர்.

3) சீர்திருத்தவாதி (Reformist) :



இவர் புதிய ஒரு அமைப்பை ஏற்படுத்து வதற்கு என கிளர்ச்சியை ஏற்படுத்துபவராவார். 4) புதிது புனைபவர் (Innovator) : புதியவற்றை உருவாக்கும் ஒரு தனி நபரே புதிது புனைபவராவார். இவரே தொழில்முனைவோராகவும் உருவாக கூடியவர் ஆவார்.

4)புதிது புனையும் பண்புநலம் (Creative Personality) :

E.E. ஹாஜென் என்பவர், புதிது புனையும் பண்பு நலமானது பொருளாதார வளர்ச்சியின் அடிப்படை இயல்பாகும் என்கிறார். இவர் தொழில்முனைவோரை புதிய வழி களில் பிரச்சனையை தீர்த்து வைப்பவர் என்று விவரிக்கிறார். இவர் தொழில் முனைவோரானவர், வசதிக்குறைவு ஏதுமின்றி ஒழுங்கின்மையை சகிக்கிறார் என்கிறார். இவர், புதிது புனைவதற்கு புதிதாக உருவாக்கும் இயல்பு ஆற்றல் போன்றன அவசியம் என்றும் அவ்விதமான ஆற்றல்களைக் கொண்டிருக்கும் தனி நபர்களாலேயே பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்க முடியும் என்றும் கூறுகிறார். பழங்காலத்தில், தனிநபர் ஆற்றல் அடிப்படையில் அல்லாமல் அந்தஸ்து அடிப்படையிலேயே ஒரு நபருக்கு அதிகார அந்தஸ்து அளிக்கப்பட்டது. அது அதிகாரம் சார்ந்த பண்புநலம் ஆகும். ஆனால் ஹாஜெல் புதிது புனையும் பண்பு நலத்தின் மீது நம்பிக்கை கொண்டுள்ளவராய் இருந்தார். அவ்வித நம்பிக்கையே இன்றைய காலகட்டத்திற்குத் தேவையானதாகும். இவ்விதமாக அதிகாரமானது அதிகாரம் சார்ந்தவரிடம் இருந்து புதிது புனையும் தன்மை பெற்றவரிடம் மாற்றி அளிக்கப் படும் பொழுது, இது பின்வரும் நபர்களின் வகைப்பாடுகளை வெளிக் கொணர்கிறது.

உட்புற தொழில்முனைவு Intrapreneurship:

மேரி கவுல்டரின் கருத்துப்படி, "பேரளவு ஒரு அமைப்பின் வரையறைக்குள் தொழில்நுளைவைப் பின்பற்றுதலே உட்புற தொழில்முனைவு ஆகும்" பேரளவு நிறுவனங்களில், மேல் நிலை அதிகாரிகள், அமைப்பினுள் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகளின் மூலம் புதிய கருத்துக்களை உருவாக்கி, பின்னர் அவற்றைப் பொருளாக மாற்றுமாறு



ஊக்குவிக்கப்படுகின்றனர். சமீபகாலங்களில், மேலாண்மை தமது கருத்துக்களை ஏற்றுக்கொள்ளாத நிலையில் பல மேல் நிலை அதிகாரிகள் பேரளவு அமைப்புகளை விட்டு வெளியேறி சொந்தமாகத் தொழில் தொடங்குவது பொதுவான ஒரு இயல்பாகியுள்ளது.

இவர்களுள் பெரும்பாலானோர். தங்களது புதிய திட்டங்களில் பேரளவு வெற்றியையும் அடைந்துள்ளனர். தொழில் முனைவோராக மாறியுள்ள இவ்வித நபர்களே உட்புறத் தொழில்முனைவோர் எனப்படுகின்றனர். கிஃப்போர்டு பின்சாட் III -ன் (Gifford Pinchot III) கருத்துப் படி “சொந்தத் தொழிலைத் தொடங்குவதற்கு என அதிக ஊதியம் தரும் தங்களது அதிகார நிலைகளை இராஜினாமா செய்யும் நபர்களே உட்புறத் தொழில் முனைவோராவர்” தொழில்முனைவோரைப் போலவே இவர்களும் புதிது புனை பவர்களே ஆவர். இவர்களும் புதிய பொருட்களையும் கருத்துக்களையும் சேவை களையும் கம்பெனி ஒன்றின் கட்டமைப்பிற்குள்ளேயே அறிமுகப்படுத்துகின்றனர்.

தொழில்முனைவோருக்கும் உட்புற தொழில்முனைவோருக்கும் இடையிலான வேறுபாட்டு அம்சங்கள் கீழே அட்டவணை 1.1 -ல் தரப்பட்டுள்ளன:

தொழில்முனைவோர்	உட்புற தொழில்முனைவோர்
1.சார்புத்தன்மை (Dependency): தொழில்முனைவோர் சுதந்திரமானவர்	உட்புறத் தொழில்முனைவோர், தொழில்முனைவோரைச் சார்ந்து உள்ளார். உட்புற தொழில்முனைவோர் நிதிகளை எழுப்புவதில்லை.
2. நிதிகளை எழுப்புதல் (Raising of Funds): தொழில்முனைவோரே நிறுவனத்தின் தேவைகளை நிறைவேற்றத் தேவையான நிதிகளை எழுப்புகிறார்.	புதிது புனைதலில் கிடைக்கும்



<p>3.இலாபம் (Profit): தொழில்முனைவோர் வணிகத்தின் இலாபத்தினை அனுபவிக்கிறார்.</p>	<p>இலாபத்தை உட்புற தொழில் முனைவோர் அனுபவிப்பதில்லை - ஆனால் இவருக்கு பேரளவில் மேலி வருமானம் கிடைக்கின்றது.</p>
<p>4.இடர் ஏற்றல் (Risk-taking): வணிகத்திலுள்ள அனைத்து இடரையும் தொழில்முனைவோரே ஏற்கிறார்.</p>	<p>உட்புற தொழில்முனைவோர் இடரை ஏற்பதில்லை..</p>
<p>5.உடைமை உரிமை (Ownership) தொழில்முனைவோரே வணிகத்தின் உண்மையான உரிமையாளர் ஆவார்.</p>	<p>உட்புற தொழில்முனைவோர் வணிகத்தின் உண்மையான உரிமையாளர் இல்லை. இவர் வணிகத்திற்காகப் பணியாற்றுகின்றார்.</p>

இந்தியாவில் மகளிர் தொழில்முனைவோர் (Women Entrepreneur in India):

இந்தியர்களின் சமூகவியல் அமைப்பு ஆனது பழங்காலந்தொட்டே ஆண்களின் ஆதிக்கத்தில் ஆனதே ஆகும். மகளிர் பலவீனமான பாலினமாகவே கருதப்பட்டு வருகின்றனர். இவர்கள் தங்களின் வாழ்நாள் முழுவதும் ஆண்களையே சார்ந்து வாழ்கின்றனர். இவர்களது பொறுப்பு குறைவானதாகவே இருக்கின்றது. இந்திய கலாச்சாரம் இவர்களை சார்நிலை (Subordinates) யிலேயே வைத்துப் பார்க்கின்றது. குடும்பத்தில் முடிவுகள் பொதுவாக ஆண் உறுப்பினர் களாலேயே எடுக்கப்படுகின்றன. நவீன உலகில், பழங்கால அமைப்பு மாறி வருகின்றது என்றே நாம் சொல்லலாம். தற்பொழுது மகளிர் கல்வியறிவு பெறுகின்றனர்; மேம்பட்ட வாழ்விற்குரிய உயர்ந்த இலட்சியங்களை உடையவர் களாக இருக்கின்றனர். இதனால் இந்திய மகளிரது வாழ்க்கைப் பாணியில் ஒரு மாற்றம் காணப்படுகின்றது. ஆகவே தற்கால மகளிரிடையே கீழ்க்கண்ட அடிப்படை இயல்புகளை நாம் காண முடிகிறது:

1.இந்திய மகளிர் சக்தியின் ஆதாரமாக கருதப்படுகின்றனர்.



2.கிடைக்கின்ற காரணிகள் மற்றும் வள ஆதாரங்களை ஆற்றலுடன் ஒருங்கிணைத்தல்,

3.தன் மீது திணிக்கப்பட்ட தீர்மானங்களை திறமையாக மேற்கொண்டு நிறைவேற்றுதல்.

4.குடும்பம் மற்றும் குழந்தைகளின் அபிவிருத்தி மீதான தெளிவான பார்வை மற்றும் இலட்சியத்தைக் கொண்டிருத்தல்.

5. மற்றவர்களின் சார்பில் கஷ்டங்களைத் தாங்குதல் மற்றும் மற்றவர்களுக்காக பொறுமையைக் கடைப்பிடித்தல்,

6.எந்த வயதிலும் உடலுழைப்பை மேற்கொள்ளக்கூடிய ஆற்றலைக் கொண்டிருத்தல்.

இந்திய ஜனத்தொகையில் சுமார் 45% மகளிராகும். கடந்த சில தசாப்தங்களில் மகளிரது இலக்கிய மற்றும் கல்வி நிலையானது கணிசமாக மேம்பட்டு உள்ளது. பலப்பல உயர்கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி நிறுவனங்கள் அரசினையும் தனித் தேர்ச்சியினையும் அளித்து வருகின்றன. இச்சூழ்நிலையில், மகளிர்க்கு தொழில்முனைவு சார்த்த விழிப்புணர்வினையும், புத்தாக்கத்தையும் ஆற்றல் மேம்பாட்டுத் திட்டங்களையும் அளிப்பதற்குரிய ஆற்றல்மிக்க நடவடிக்கைகள் தேவைப்படுகின்றன. இதற்கென தற்போது செயல்பட்டுவரக்கூடிய நிறுவனங்கள்போதுமானவைகளாக இல்லை. மேலும், அவைகளிடம் உள்ள வாய்ப்புகளும் அவைகளின் பணிகளும் அதிகளவில் பிரசித்தி அடையவில்லை.

"வணிகக் கருத்தை உருவாக்கும், அமைப்பு ஒன்றை அமைக்கும், உற்பத்திக் காரணிகளை இணைக்கும், அமைப்பை இயக்கும், இடர்களை ஏற்கும் மற்றும் வணிக நிறுவனம் ஒன்றை இயக்குவதில் உள்ள பிரச்சனைகளைக் கையாளும் மகளிர் தொழில்முனைவோரே மகளிர் தொழில்முனைவோராவர்".



மகளிர் தொழில்முனைவோரின் பணிகள்: Functions of Women Entrepreneurs :

தொழில்முனைவோர் என்ற நிலையில், ஒரு நிறுவனம் ஒன்றை அமைப்பதற்கு என தொழில்முனைவோர் ஒருவர் நிறைவேற்றப்பட எதிர்பார்க்கப்படும் அனைத்துப் பணிகளையும் மகளிரும் நிறைவேற்ற வேண்டும். தொழில்முனைவோரின் பணிகளுள் பொதுவாக, கருத்துருவாக்கம் மற்றும் வடிகட்டுதல், நோக்கங்களை நிர்ணயித்தல், திட்டத்தைத் தயாரித்தல், பொருளை ஆய்வு செய்தல், அமைப்பு வடிவத்தை முடிவு செய்தல், நிறுவனம் ஒன்றை உருவாக்குதல், நிதிகளை எழுப்பு தல், வேலைக்கு ஆளெடுத்தல், இயந்திரங்கள், மூலப் பொருட்கள் போன்றவற்றிற்கு ஏற்பாடு செய்தல் மற்றும் வணிகத்தை இயக்குதல் போன்றன அடங்குகின்றன.

தவிரவும், ஆணோ அல்லது மகளிரோ, தொழில்முனைவோர் ஒருவர் பின்வரும் மூன்று வகைப்பாடுகளின் கீழ் வரும் அனைத்துப் பணிகளையும் மேற்கொள்ள எதிர்பார்க்கப்படுகின்றார். இவற்றின் விரிவான விளக்கம் முதல் அத்தியாயத்திலேயே அளிக்கப்பட்டுள்ளது.

1. இடர் ஏற்றல் (Risk-bearing).
2. அமைத்தல் (Organisation).
3. புதிது புனைதல் (Innovation).

பிரெடிக்டிவ் ஹார்பிசன் என்பார் அவரது சுட்டுரையில் மகளிர் தொழில் முனைவோர் ஒருவரது பணிகளாக பின்வருவனவற்றைக் குறிப்பிடுகின்றார்:

1. புதிய நிறுவனங்களை தொடங்குவதற்கான வாய்ப்புகளைத் தேடுதல்,
2. இடர்களை ஏற்றல் மற்றும் நிலையின்மைகளைக் கையாளுதல்.
3. புதிய கண்டுபிடிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துதல்.
4. ஏற்கனவே உள்ள வெற்றிவாய்ப்புமிக்க ஒரு கருத்தைப் பின்பற்றுதல்,



5.வணிக நடவடிக்கைகளை ஒருங்கிணைத்தல், நிர்வகித்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல். 6.வணிகத்தின் அனைத்து அம்சங்களையும் மேற்பார்வையிடுதல் மற்றும் வணிகத்தைத் தலைமை தாங்கி நடத்திச் செல்தல்

மகளிர் தொழில்முனைவோர் சந்திக்கும் பிரச்சனைகள் Problems/Challenges faced by Women Entrepreneurs:

வெற்றிவாய்ப்புமிக்க ஒரு தொழில்முனைவோராக இருத்தல் என்பது மிகவும் கடினம். ஏனெனில், தொழில்முனைவுசார்ந்த திட்டம் ஒன்றினை வெற்றிகரமாக ஆய்வு செய்து, திட்டமிட்டு அமைத்து, நிறுவி, நிர்வகிப்பது என்பது எளிதானது அல்ல. தவிரவும் பாலினம் காரணமாகவும் மகளிர் தொழில்முனைவோர் சில கூடுதல் பிரச்சனைகளைச் சந்திக்கின்றனர்.

1. நிதிப் பிரச்சனை (Problem of Finance) :

மகளிர் தொழில்முனைவோர் சந்திக்கும் முதன்மையான பிரச்சனை, அவர்களது வணிகங்களைத் தொடங்கி வளர்க்கத் தேவையான நிதியைப் பெறுதலாகும். சிறுபான்மையினருக்கும் மகளிர் தொழில்முனைவோர்க்கும் மூலதனத்தைப் பெறுதலே மிகக் கடுமையான ஒரு பிரச்சனையாக உள்ளது. ஆய்வுகள், மகளிர்க்கு அவர்களது துணைவருடன் ஒப்பிடும் பொழுது கடனின் கிடைக்கும் நிலைகள் மிகவும் குறைவாகவே உள்ளதைக் காண்பிக்கின்றன. ஆகவே, மூலதனப் பிரச்சனையானது உறுதியாக உண்மை யானதாகவும் மிகவும் கடுமையானதாகவும் இருக்கின்றது எனலாம்.

2. பணி மற்றும் குடும்பத்திற்கு இடையில் முரண்பாடுகள் (Conflicts between Work and Family) :

மகளிர் தொழில்முனைவோர் குறிப்பாக சந்திக்கும் மற்றொரு முக்கியமான பிரச்சனை ஆனது பணி மற்றும் குடும்பம் ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான முரண்பாடுகள் ஆகும். இப்பிரச்சனை ஆண் தொழில்முனைவோர்க்கும் எழக்கூடும். ஆயினும், இது மகர்க்கு மிகவும் கடுமையாக



இருக்கும். ஏனெனில், குழைந்தை வளர்ப்பு மற்றும் குடும்பப் பொறுப்புக்கள் ஆகியன இவர்கள் மீதே விழுகின்றன தொழில்முனைவோர் என்ற நிலையில் இவர்களது பொறுப் பானது வாரத்தில் ஏழு நாட்களும் 24 மணிநேரமும் (24 x 7) என இருக்கின்றது. வெற்றிவாய்ப்பு மிக்க ஒரு வணிகத்தை இயக்குவதென்பது அவ்வப்பொழுது பணி மற்றும் குடும்ப வாழ்க்கைக்கு இடையில் ஆரோக்கியமான ஒரு சரிக்கட்டலைக் கண்டுணர்வதைச் சார்ந்தே இருக்கின்றது.

3. மூலப் பொருட்களின் பற்றாக்குறை (Shortage of Raw Materials)

மகளிர் தொழில்முனைவோர் சந்திக்கும் மற்றொரு பிரச்சனை ஆனது மூலப் பொருட்களின் பற்றாக்குறை ஆகும். இவர்கள் உயர்ந்த விலைகள் மற்றும் குறைந்த வட்டி வீதங்கள் போன்ற பிரச்சனைகளால் அவதியுறுகின்றனர்.

4. கடுமையான போட்டி (Stiff Competition) :

மகளிர் தொழில்முனைவோர் அவர்களது பொருட்களுக்கு நன்கு அமைக்கப்பட்ட துறையிலிருந்தும் ஆடவர் தொழில்முனைவோரிடம் இருந்தும் கடுமையான போட்டியை சந்திக்கின்றனர். ஏனெனில், இவர்களிடம் விளம்பரம் செய்ய, பிரசாரம் செய்ய, அவர்களது பொருட்களை பொதுமக்களிடையே பிரபலப்படுத்தத் தேவையான நிதி வசதி இருக்காது.

தொழில்முனைவோரின் வகைப்பாடுகள் Classification of Entrepreneurs

தொழில்முனைவோரின் போக்கின் அடிப்படையில் D. உக்பாசரன், P. வெஸ்ட்ஹெட் மற்றும் M. ரைட் என்பார் செய்த வகைப்பாடு Classification of D. Ucbasaran, P. Westhead and M. Wright based on the Behaviour of Entrepreneurs

1. பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் (Nascent Entrepreneurs).

2. புதிய அல்லது முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர் (Novice Entrepreneurs).



3. பழக்கவழக்கம்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் (Habitual Entrepreneurs).
4. தொடர் தொழில்முனைவோர் (Serial Entrepreneurs).
5. பட்டியல் தொழில்முனைவோர் (Portfolio Entrepreneurs).

அமெரிக்க விவசாயத்தின் அடிப்படையில் கிளாரன்ஸ் டன்ஹோஃப் செய்த வகைப்பாடு Clarence Danhof's Classification Based on American Agriculture

1. புதிது புனையும் தொழில்முனைவோர் (Innovative Entrepreneurs).
2. மாதிரியாகப் பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் (Imitative Entrepreneurs).
3. காலம் கடத்துகின்ற தொழில்முனைவோர் (Fabian Entrepreneurs).
4. சோம்பேறித்தனமான தொழில்முனைவோர் (Drone Entrepreneurs).

அவர்கள் மேற்கொள்ளும் தொழிலின் வகையினடிப்படையிலான வகைப்பாடு Classification based on the Type of Business Carried on by Them

1. வணிகத் தொழில்முனைவோர் (Business Entrepreneurs),
2. வியாபாரத் தொழில்முனைவோர் (Trading Entrepreneurs).
3. தொழில்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் (Industrial Entrepreneurs)
- 4.. கழகத் தொழில்முனைவோர் (Corporate Entrepreneurs),
5. விவசாயம்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் (Agricultural Entrepreneurs)

மேற்கொள்ளும் தொழில்நுட்பத்தின் அடிப்படையிலான வகைப்பாடு Classification based on Technology Adopted

1. தொழில்நுட்பம்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் (Technical Entrepreneurs);
2. தொழில்நுட்பம்சாராத தொழில்முனைவோர் (Non-technical Entrepreneurs);
3. அலுவல்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் (Professional Entrepreneurs).



4.செயலூக்க அடிப்படையிலான வகைப்பாடு

Classification based on Motivation தெளிவான தொழில்முனைவோர் (Pure Entrepreneurs):

- 1.தூண்டப்பட்ட தொழில்முனைவோர் (Induced Entrepreneurs).
- 2.ஊக்குவிக்கப்பட்ட தொழில்முனைவோர் (Motivated Entrepreneurs).
- 3.தன்னிச்சையான தொழில்முனைவோர் (Spontaneous Entrepreneurs).

மேம்பாட்டுக் கட்ட அடிப்படையிலான வகைப்பாடு Classification based on Development Stage

- 1.முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர் (First Generation Entrepreneurs)
2. நவீனத் தொழில்முனைவோர் (Modern Entrepreneurs).
- 3.பண்டைக்கால தொழில்முனைவோர் (Classical Entrepreneurs),

இவை தவிர சிறிய, மகளிர், கிராமப்புற மற்றும் ஏற்றுமதித் தொழில்முனைவோர் போன்ற மற்ற சில வகைப்பாடுகளும் உள்ளன. இவை இப்புத்தகத்தின் பின் பகுதியில் ஆங்காங்கே விவரிக்கப்பட உள்ளன. தவிரவும், உட்புறத் தொழில் முனைவோரும் ஒரு வகையான தொழில்முனைவோரே ஆவர். இவரைப் பற்றி நாம் முதல் அத்தியாயத்திலேயே விவரித்து விட்டோம் மேலும் D. உக்பாசரன் மற்றும் ஏனையோரின் வகைப்பாட்டையும் நாம் முதல் அத்தியாயத்திலேயே விவரித்து விட்டோம். ஆகவே ஏனைய வகைப்பாடுகளை மட்டும் நாம் கீழ்க் கண்டவாறு காணலாம்.

1 அமெரிக்க விவசாயத்தின் அடிப்படையிலான கிளாரன்ஸ் டன்ஹோஃப்பின் வகைப்பாடு Clarence Danhof's Classification based on American Agriculture



கிளாரன்ஸ் டன்ஹோஃப், அவரது அமெரிக்க விவசாயம் மீதான ஆய்வின் அடிப்படையில், தொழில்முனைவோரை முதல் முறையாக பாகுபடுத்த முயற்சித்துள்ளார். இவர் இவரது ஆய்விலிருந்து, பொருளாதார வளர்ச்சியின் தொடக்கத்தில் தொழில்முனைவோரானவர், குறைந்த அளவு முயற்சியும் ஆவலும் உடையவர்களாகவும் பின்னர் பொருளாதார வளர்ச்சி ஒரு வடிவத்தை அடைந்த உடன் மிகவும் புதிது புனைபவர்களாகவும் ஆர்வமுடையவராகவும் மாறுகின்றனர். என்றும் கண்டுணர்ந்தார். அதற்கு ஏற்ப இவர் தொழில்முனைவோரை நான்கு பிரிவுகளாக வகைப்படுத்துகிறார். அவை பின்வருமாறு:

1) புதிது புனையும் தொழில்முனைவோர் Innovative Entrepreneurs:

புதிது புனையும் தொழில்முனைவோரானவர் உற்பத்தி நடைமுறையின் புதிய ஒரு தொழில் நுட்பத்தையோ அல்லது புதிய ஒரு பொருளையோ அல்லது புதிய ஒரு சந்தையையோ அல்லது நிறுவனத்தின் மறு அமைப்புக்கான வாய்ப்பையோ எதிர்நோக்குகிறார். இவர்கள் போட்டித் தன்மையுடையவர்களாகவும் புதிய வற்றைக் கண்டுபிடிக்கும் ஆற்றல் பெற்றவர்களாகவும் இருப்பர். இவை இவர்களை புதிய பொருட்களைக் கண்டுபிடிக்க வழிவகுக்கும் இவர்கள் புதிய பொருட்களைக் கண்டுபிடிப்பதற்கு என ஆராய்ச்சிகளையும் மேற்கொள்கின்றனர். இவ்வித தொழில்முனைவோர், மேம்பாட்டின் குறிப்பிட்ட ஒரு நிலை ஏற்கனவே அடையப்பட்டும் மக்கள் மாற்றங்களையும் மேம்பாடுகளையும் எதிர்பார்த்தும் இருக்கும் நிலையிலேயே பணிபுரிய முடியும். சுமீட்டரின் தொழில்முனைவோர் இவ்வகையினரே ஆவர். இவ்வகையான தொழில்முனைவோர் அமெரிக்கா, இங்கிலாந்து போன்ற முன்னேறிய நாடுகளில் பேரளவில் காணப்படுகின்றனர். இவர்கள் கண்டுபிடிப்பாளர்கள் எனவும் அழைக்கப்படுகின்றனர். இவர்கள் ஒரு நாட்டிற்கு மிகவும் பயனுடையவர்களாய் இருக்கின்றனர். ஏனெனில் இவர்கள் மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தினில் மேம்பாட்டைக் கொண்டுவருகின்றனர்.

2 மாதிரியாகப் பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் Imitative Entrepreneurs:



மாதிரியாகப் பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் (சூழ்நிலைக்கு ஏற்ப) மாற்றிக் கொள்ளும் தொழில்முனைவோர் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றனர். இவர்கள் புதிது புனையும் தொழில்முனைவோரால் அறிமுகப்படுத்தப்படும் வெற்றிவாய்ப்பு மிக்க கண்டுபிடிப்புகளை பின்பற்றுகின்றனர். இவர்கள் புதிய பொருள் முறை போன்றவற்றின் கண்டுபிடிப்பில் தம்மை ஈடுபடுத்திக் கொள்வதில்லை. அதாவது, இவர்கள் சந்தையில் ஏற்கனவே அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ள தொழில்நுட்பங் களையும் நுட்பங்களையும் மட்டுமே பின்பற்றுகின்றனர். இவ்வகையான தொழில்முனைவோர் வளர்ந்து வருகின்ற மற்றும் வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகளுக்கு மட்டுமே உகந்தவர்களாவர், ஏனெனில், இவர்கள் அவ்விதப் பொருளாதாரங் களின் வளர்ச்சிக்கு தங்களின் பங்களிப்புகளைப் பேரளவில் செய்கின்றனர். இது வளர்ச்சியுற்ற நாடுகளில் ஏற்கனவே உள்ள தொழில்நுட்பத்தையும், அறிவையும், ஆற்றலையும் வளர்ந்துவரும் மற்றும் வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகளுக்கும் கிடைக்கு மாறு செய்கிறது.

வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகளின் பின்தங்கிய நிலைக்கு இங்கு புதிது புனையும் மற்றும் பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் குறைந்த எண்ணிக்கையில் காணப்படுவதே காரணமாகும். பின்பற்றும் தொழில்முனைவோர் வளர்ந்துவரும் மற்றும் வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகளுக்கு மிக அவசியமாக தேவைப்படுகிறார்கள். ஏனெனில் இவர்கள் குறைந்த அளவிலான வள ஆதாரங்களுடன் பொருளாதார முறையை மாற்றி அமைக்க உதவுகின்றனர். வளர்ந்து வரும் நாடு என்ற நிலையில் இந்தியாவிற்கும் தொழில்நுட்பங்களை அறிமுகப்படுத்துவதற்கென பின்பற்றும் தொழில்முனைவோரின் எண்ணிக்கை அதிக அளவில் தேவையாக உள்ளது.

3.காலம் கடத்துகின்ற தொழில்முனைவோர் Fabian Entrepreneurs:

காலம் கடத்துகின்ற தொழில்முனைவோர், தங்களின் அமைப்புகளில் ஏதேனும் மாற்றத்தை நடைமுறைப்படுத்துவதில் மிகவும் விழிப்புடன் இருப்பர். இவர்கள் மாறுகின்ற சுற்றுச்சூழலுக்கு ஏற்ப தம்மை எளிதில் மாற்றிக் கொள்ள மாட்டார்கள். இவர்கள் மாறாவிட்டால் தமது நிறுவனமே



சீர்குலைத்துவிடும் என்பதை உணரும் நிலை உருவானால் மட்டுமே மாற்றத்துக்கு ஏற்ப தம்மை மாற்றிக் கொள்ள முன்வருகின்றனர். இவர்கள் மாற்றத்தை அறிமுகப்படுத்துவதில் ஆர்வமுள்ளவர்களாகவோ அல்லது முறைகளின் புதிய கண்டுபிடிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துவதில் விருப்பமுடையவர்களாகவோ இருக்க மாட்டார்கள் பழக்க வழக்கம், மரபுகள், மதம், கடந்த கால நடைமுறை போன்றன இவர்களின் நடவடிக்கைகளை நிர்ணயிக்கின்றன. இவர்கள் இயல்பிலேயே தங்களது முன்னோர்களின் வழியையே பின்பற்றி, அவர்களின் பாதச் சுவடுகளைப் பின்பற்றுபவர்களாகவே இருக்கின்றனர்.

4. சோம்பேறித்தனமான தொழில்முனைவோர் Drone Entrepreneurs:

சோம்பேறித்தனமான தொழில்முனைவோர், உற்பத்தியில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துவதற்கு என வாய்ப்புகளைப் பயன்படுத்தவும் பின்பற்றவும் மறுப்பவர் களாவர். இவர்கள் பழமைவாதிகளாவர். இவர்கள் எப்பொழுதுமே பழமையான உற்பத்தித் தொழில்நுட்பத்திலேயே நாட்டம் உடையவர்களாய் இருக்கின்றனர். இவர்கள் பேரளவில் நட்டம் ஏற்பட்டாலும் கூட தங்களது பழைய வணிகத்தை விட்டு வெளியே வர விரும்புவதில்லை. இவர்கள் தங்களது பழைய வழியிலேயே தொடர்ந்து இயங்குவர்; மாற்றங்களை எதிர்ப்பர். ஆகவே இவர்கள் மெதுவாக இயங்கும் வண்டி (Slow Coach) என அழைக்கப்படுகின்றனர்.

2 தாம் மேற்கொள்ளும் வணிகத்தின் அடிப்படையிலான வகைப்பாட்டை கீழ்க்கண்டவாறு அறியலாம்.

1) வணிகத் தொழில்முனைவோர் Business Entrepreneurs:

வணிகத் தொழில்முனைவோர் தனிர்களாவர். இயல்பாகவே இவர்கள் தனித்தே இயங்குகின்றனர். ஆகவே இவர்கள் தனித்து இயங்குபவர் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றனர். இவர்கள் புதிய பொருள் அல்லது சேவை ஒன்றின் கருத்தை உருவாக்கி, அப்பொருள் அல்லது சேவையைச் செய்வதற்கு என வணிகம் ஒன்றைத் தொடங்குகின்றனர். இவர்கள் எதிர்காலத் தொலை



நோக்குப் பார்வையை உண்மையாக்குகின்றனர். இவர்கள் சிறிய வணிகம் ஒன்றையோ அல்லது பேரளவு அமைப்புகளையோ நிறுவுகின்றனர். ஆயினும், பொருள் புதியதாகும்.

2.வியாபாரத் தொழில்முனைவோர் Trading Entrepreneurs:

வியாபாரத் தொழில்முனைவோர், வியாபாரத்தை மட்டுமே மேற்கொள்வர். வர்கள் இயல்பாகவே உற்பத்தி நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளமாட்டார்கள். வர்கள் வாய்ப்புள்ளமிக்க சந்தைகளைக் கண்டுணர்ந்து, அச்சந்தைகளில் தேவையை முடுக்கிவிட்டு, அப்பொருட்களை வாங்குவதற்கான ஆர்வத்தை கொள்முதலாளர்களின் மனதில் தூண்டுகின்றனர். இவர்கள் புதிது புனைபவர் களாகவும் புதிய சந்தைகளைக் கண்டுபிடிப்பவர்களாகவும் உள்ளனர். இவர்கள் உள்நாட்டு வாணிபம் மற்றும் வெளிநாட்டு வாணிபம் ஆகிய இரண்டிலுமே ஈடுபடுகின்றனர்.

3.தொழில்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் Industrial Entrepreneurs:

இவர்கள் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளைக் கண்டுணர்ந்து அவர்களின் தேவைகளுக்கு ஏற்ற பொருட்களை வடிவமைத்துத் தயாரிக்கும் உற்பத்தியாளர் களாக இருக்கின்றனர். இவர்கள் பொருள்சார் நபர்கள் என்று அழைக்கப்படு கின்றனர். இவர்கள் சில புதிய பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதற்கு என தொழில் நிறுவனங்களைத் தொடங்குகின்றனர். இவர்கள் பொருளாதார வன ஆதாரங் களையும் தொழில்நுட்பத்தையும் திட்டமாக மாற்றக்கூடிய ஆற்றலுடையவர் களாவர். இவர்கள் சந்தையிடுகையிலும் கவனம் செலுத்துகின்றனர். இவர்கள் பொருட்களுக்கு மேலும் மேலும் பயன்பாட்டைச் சேர்க்கின்றனர். இது மதிப்புக் கூட்டல்கள் எனப்படுகின்றது. இவர்கள் வளஆதாரங்களை விதத்தில் கையாளுகின்றார். லாபகரமான

4.கழகத் தொழில்முனைவோர் Corporate Entrepreneurs:

இவர்கள் கழக அமைப்பு ஒன்றை அமைப்பதிலும் நிர்வகிப்பதிலும் புதிய கண்டுபிடிப்புகளைப் புகுத்துகின்றனர். இவர்களிடம் திட்டமிடுதல், அமைத்தல்,



மேம்படுத்துதல் மற்றும் கழக நிறுவனம் ஒன்றை நிர்வகித்தல் ஆகியவற்றிற்குத் தேவையான சிறப்புத் தன்மை வாய்ந்த ஆற்றல்கள் உள்ளன. கழக அமைப்புகளின் சில உதாரணங்களாவன- கூட்டுப் பங்குக் கம்பெனிகள், பொறுப்பாண்மைகள் போன்றன. இவை தனிப்பட்ட ஒரு சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்பட்டு தனித்த வாழ்வை உடையனவாய் உள்ளன.

5) விவசாயம் சார்ந்த தொழில்முனைவோர் Agricultural Entrepreneurs:

இவர்கள் பயிரிடுதல், அவற்றைச் சந்தையிடுதல், விளைபொருள், உரம் மற்றும் விவசாயத்தின் ஏனைய உள்ளிடுகைகளைச் சந்தையிடுதல் போன்ற விவசாயம் சார்ந்த நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றனர். இவர்கள் விவசாயத்தின் உற்பத்தித் தன்மையை அதிகரிக்குமாறு ஊக்குவிக்கப்படுகின்றனர்.

3. பின்பற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் அடிப்படையிலான வகைப்பாடு
Classification based on Technology Adopted பின்பற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் அடிப்படையிலான வகைப்பாட்டை நாம் கீழ்க்கண்டவாறு அறியலாம்.

1. தொழில்நுட்பம் சார்ந்த தொழில்முனைவோர் Technical Entrepreneurs:

தொழில்நுட்பம் சார்ந்த தொழில்முனைவோர் தாம் உற்பத்தி செய்யும் பொருட்கள் மற்றும் உற்பத்தி பற்றி மிகவும் அக்கறையுடன் காணப்படுகின்றனர். இவர்கள் சந்தையிடுகையைப் பற்றி அலட்டிக் கொள்வதேயில்லை. இவர்கள் உற்பத்தி நுட்பங்களை அபிவிருத்தி செய்கின்றனர். இவர்களிடம் உற்பத்தி செய்யும் ஆற்றல்கள் உள்ளன. இதுவே இவர்களது பேரளவு வலிமை ஆகும். இவர்கள் தொழில்நுட்பம் சார்ந்த கல்வி கற்றவர்களாகவோ/முன் அனுபவம் உடையவர்களாகவோ இருப்பர்.

2. தொழில்நுட்பம் சாராத தொழில்முனைவோர் Non-technical Entrepreneurs:

தொழில்நுட்பம் சாராத தொழில்முனைவோர் தாம் கையாளும் பொருளின் தொழில்நுட்ப அம்சங்களுடன் எந்தவிதத் தொடர்பும்



இல்லாதவர்களாய் இருப்பர். இவர்கள் சந்தையிடுகையுடன் மட்டுமே பெரிதும் தொடர்புடையவராய் இருப்பார்களே அன்றி உற்பத்தியுடன் தொடர்புடையவர்கள் அல்ல. இவர்கள் தங்களின் வணிகத்தைப் பெருக்குவதற்கான சந்தையிடுகை மற்றும் பகிர்ந்தளிப்பின் மாறுபட்ட நுட்பங்களை உருவாக்கக்கூடியவர்களாவர்.

3) அலுவல்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் Professional Entrepreneurs:

தான் நிர்வகிக்கும் கருத்து ஏதும் இன்றி, அமைத்து இயங்கத் தொடங்கிய உடனேயே விற்பனை செய்யும் நோக்கில் நிறுவனம் ஒன்றினை அமைக்க ஆர்வம் காட்டும் தயர்கள் அலுவல்சார்ந்த தொழில்முனைவோர் எனப்படுவர். இவர் இயங்குகின்ற வணிகத்தை விற்றுவிட்டு அத்தொகையின் உதவியுடன் மற்றொரு வணிகத்தைத் தொடங்குவார். இவர்கள் நெகிழ்வுத் தன்மையுடையவர்களாகவும் புதிது புனைபவர்களாகவும் உருவாக்குபவர்களாகவும் உள்ளனர். இவர்கள் மாறுபட்ட திட்டங்களை உருவாக்குவதற்கு என புதிய கருத்துக்களை உருவாக்கிய வண்ணமே இருப்பார்கள்.

தொழில் முனைவை பாதிக்கும் காரணிகள்:

தொழில்முனைவின் தோற்றமும் மேம்பாடும் தானாக உருவாகக் கூடியன அல்ல. இவை பொருளாதாரம், சமூகம், அரசியல், கலாச்சாரம், சட்டம், மற்றும் உளவியல் காரணிகள் போன்ற பல்வேறு காரணிகளைச் சார்ந்துள்ளன. தொழில் முனைவின் உருவாக்கத்தில் இக்காரணிகள் சாதகமான மற்றும் பாதகமான பாதிப்புகளை ஏற்படுத்துகின்றன. சாதகமான பாதிப்புகள் தொழில்முனைவின் உருவாக்கத்திற்கு சாதகமாக அமையும் நிலைமைகளைக் கொண்டுள்ளன, மாறாக, பாதகமான பாதிப்புகள் அதன் உருவாக்கத்திற்குத் தடைகளை உருவாக்கவல்ல காரணிகளைக் கொண்டு விளங்குகின்றன. பொருளாதாரம் ஒன்றில் தொழில் முனைவின் உருவாக்கத்தை பாதிக்கவல்ல முதன்மையான காரணிகளுள் சிலவற்றை



இந்த அத்தியாயத்தில் விவரிக்கலாம். ஆய்வி ற்கு என இக்காரணிகள் இரண்டு தலைப்புகளின் கீழ் கொண்டுவரப்பட்டுள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

- 1.. உட்புறம்சார்ந்த காரணிகள் (Internal Factors), மற்றும்
2. வெளிப்புறம்சார்ந்த காரணிகள் External Factors).

உட்புறம்சார்ந்த காரணிகள் Internal Factors:

உட்புறம்சார்ந்த காரணிகளுள் தனிநபர் ஒருவரின் இயல்புகளும் போக்கும் அடங்கியுள்ளன. இவை தனிநபரின் பண்பு நலன்களுடன் தொடர்புடையனவாய் உள்ளன. இவை இவற்றின் தன்மையில் உளவியல் சார்ந்தனவாய் உள்ளன. இக் காரணிகளே தனிநபர் ஒருவரை தொழில்முனைவோராக்கி, தொழில்முனைவின் வளர்ச்சிக்கு அதிகளவில் தமது பங்களிப்பைச் செய்யத் தூண்டுகின்றன. இவை இவற்றின் தன்மையில் மாறுபட்டும் எண்ணிக்கையில் மிகப் பலவாகவும் இருக்கின்றன. தொழில்முனைவோர் ஒருவரது போக்கே அவரது இயல்பினை உருவாக்குகின்றது. தொழில்முனைவின் இயல்புகளைப் பற்றி நாம் முன்பே அத்தியாயம் 1 -ல் விரிவாகப் பார்த்து விட்டோம் ஒரு வெற்றிகரமான தொழில் முனைவோர் ஆக வேண்டுமெனில் தனிநபர் ஒருவர் அவற்றுள் பெரும்பாலான வற்றை குறிப்பாக, புதிது புனையும் ஆற்றலையும் தைரியமாக இருத்தலையும் நம்பிக்கையோடு இருத்தலையும் தன்னைச் சார்ந்து இருத்தல் போன்ற தகுதி களையும் கொண்டு விளங்க வேண்டும் தெளிவான மற்றும் முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர் உட்புறக் காரணிகளின் வலியுறுத்தலால் உருவாகின்றனர்.

2. வெளிப்புறம்சார்ந்த காரணிகள் (External Factors):

தனிநபர் ஒருவரை தொழில்முனைவோராக ஆக்கும் வகையில் பாதிப்பை ஏற்படுத்தும் வெளிப்புறம்சார்ந்த காரணிகள் பின்வருமாறு:

1. சமூகம்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் (Social Environment).



2. கலாச்சாரம்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் (Cultural Environment).
3. தொழில் நுட்பம்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் (Techmological Environment).
4. பொருளாதாரச் சுற்றுச்சூழல் (Economic Environment).
5. சட்டம்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் (Legal Environmen),
6. அரசியல்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் (Political Environment).

இவைகளைப் பற்றியும் நாம் விரிவாகக் கீழ்க்கண்ட பத்திகளில் ஆராயலாம்.

1. சமூகம்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் (Social Environment)

சமூகவியல் காரணிகளே, தொழில்முனைவு உருவாவதற்கான முதன்மைக் காரணம் என கம்பீட்டர் கூறுகிறார். கம்பீட்டரின் பொதுக்கருத்தான "சமூக நிலை" (Social Climate) சிக்கலான ஒரு நிகழ்வு (Phenomenon) ஆகும். இது தொழில்முனைவோர் இயங்க வேண்டிய ஒட்டுமொத்த சமூக, அரசியல் மற்றும் சமூக உளவியல் சூழலைக் குறிக்கிறது. இது குறிப்பிட்ட காலத்தில் குறிப்பிட்ட நாட்டின் சமூகத்தின் மதிப்பு, வகுப்பின் அமைப்பு, கல்வியின் முறை மற்றும் அது போன்றவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளது.

2. கலாச்சாரம்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் Cultural Environment:

கலாச்சாரம்சார்ந்த கோட்பாட்டின் ஆதரவாளர்கள், தொழில்முனைவை கலாச்சாரத்தின் விளைவு எனக் குறிப்பிடுகின்றனர். கலாச்சாரச் சுற்றுச்சூழலில் காணப்படும் கலாச்சார மதிப்புகள் மற்றும் கலாச்சார முறைகளிலிருந்தே தொழில் முனைவுசார்ந்த ஆற்றல்கள் தோன்றுகின்றன. ஹோஸிலிட் கோட்பாடும் ஸ்டோக் கோட்பாடும் கலாச்சாரக் காரணிகளே தொழில்முனைவு உருவாக்கத் திற்கு பொறுப்பேற்க வல்லன எனக் கூறுகின்றன.

கலாச்சாரச் சுற்றுச்சூழலானது மக்களின் எதிர்பார்ப்புகளையும் மதிப்புகளையும் பெரிதும் சார்ந்துள்ளது. தொழில்முனைவோர் ஆனவர்,



சமூகத்திலுள்ள மக்களின் மதிப்புகளுக்கும் எதிர்பார்ப்புகளுக்கும் எதிராக செயலாற்ற முடியாது. கலாச்சார சுற்றுச்சூழல் தொழில்முனைவையும் அதன் பரப்பையும் அடக்குகின்றது. 3.

3. தொழில்நுட்பம்சார்ந்த சுற்றுச்சூழல் Technological Environment:

தொழில்முனைவின் மேம்பாட்டிற்கு அறிவியலும் தொழில்நுட்பமும் சிறந்த பங்களிப்பைச் செய்கின்றன. இவை புதிய தொழில்முனைவோருக்கு பேரளவு வாய்ப்பை அளிக்கின்றன. பயன்பாட்டு அறிவியலானது, வாழ்க்கையை மதிப்பு உள்ளதாக ஆக்குவதற்கு பல கருவிகளையும் உபாயங்களையும் முறைகளையும் அளித்துள்ளது. தொழில்நுட்பம்சார்ந்த மேம்பாடுகள் மக்களின் வாழ்க்கை முறையை நவீனமயமாக்கியுள்ளன. அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் வளர்ச்சியும், பல்வேறு முகவாண்மைகளின் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுத் திட்டங்களும் தொடர்ந்து மேலும் மேலும் வாய்ப்புகளை அளித்த வண்ணமே இருக்கின்றன.

தொழில்நுட்பமானது போட்டியை மேம்பட்டதாக ஆக்குகிறது. போட்டியில் மூன்று முக்கியமான காரணிகள் உள்ளன. அவை:- 1 பொருட்களின் தரம், 2 உழைப்பு, மற்றும் 3. விலை ஆகியனவாகும். தொழில்நுட்ப மேம்பாடுகள், உற்பத்திச் செலவுகளைக் குறைத்து பொருட்களின் தரத்தை அதிகரிக்கின்றன. இதன் விளைவால், உற்பத்தித்தன்மை, ஆற்றல் மற்றும் இலாபத் தன்மை போன்றன அதிகரிக்கின்றன. அடையப்பெற்ற இலாபத்தன்மை ஆனது பலரையும் இதை இத்த திட்டங்களில் ஈடுபடத் தூண்டுகின்றது. இவ்வழியில் தொழில்நுட்பத்திற்கு தொழில்முனைவு மேம்பாட்டை அடையச் செய்யும் திறன் இருக்கிறது எனலாம். தொழில் நுட்பமானது பற்றாக்குறையான வள ஆதாரங்களின் திறமையான உபயோகத்திற்கு வழிவகுக்கிறது.

நவீன உலகில், தொழில்நுட்பமானது, முன்பு எப்பொழுதும் இல்லாத அளவில் அதன் பங்கினை ஆற்ற வேண்டும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. ஆகவே, புதிய தொழில்முனைவோர் நவீன தொழில்நுட்ப மேம்பாடுகள்



பற்றிய அறிவினைப் பெறுதல் வேண்டும்; தொழில்நுட்ப வாழ்வை முன்கணிக்கும் ஆற்றலையும் பெற்றிருத்தல் வேண்டும். மாறுகின்ற காலகட்டத்தில் தொழில்நுட்பம் மிகவும் முக்கியத்துவம் பெறுகின்றது. பெரும்பாலும், தொழில்முனைவோர். தொழில் நுட்பம்சார்ந்த வணிகங்களில் ஈடுபடத் தயங்குகின்றனர்.

4. பொருளாதார சுற்றுச்சூழல் Economic Environment:

பொருளாதார சுற்றுச்சூழலானது தனிநபரின் பொருளாதாரப் பின்னணியுடன் தொடர்புடையதாக உள்ளது. இதில் வணிகத்தின் அளவு மற்றும் இடர்களை ஏற்கும் ஆற்றல் ஆகியவற்றை பாதிக்கும் காரணிகள் அடங்கியுள்ளன. இக் காரணிகளுள், ஒருவர் வைத்துள்ள சொத்துக்களானது அவரே ஈட்டியனவா அல்லது மூதாதையர் சொத்தா, நடப்பு வருமானத்தினை அவர் கையாளும் விதம், வாழ்க்கைத் தரம். திதிசார்ந்த அந்தஸ்து போன்றன அடங்கியுள்ளன. இக் காரணிகள் உட்புறக் காரணிகள் அதாவது சிறிய நிலைக் காரணிகள் (Micro Level Factors) எனப்படுகின்றன. இவை தவிர வேறு பல வெளிப்புறக் காரணிகளும் அதாவது பொது நிலைக் காரணிகளும் (Macro Level Factors) உள்ளன. அவை களாவன: சந்தைக் கட்டமைப்பு, போட்டி, இலாபத்தன்மை, முதலீடுகள், நிலம் உழைப்பு, குழலதனம் மற்றும் மூலப் பொருட்கள், சந்தை போன்றவைகளின் கிடைக்கக் கூடிய தன்மை ஆகியனவாகும். இவைகளும் தொழில்முனைவை பாதிக்கின்றன.

அரசில் பொருளாதாரக் கொள்கை, தொழில்முனைவோருக்கு அளிக்கப்படும் ஊக்க ஊதியங்கள், உதவித் தொகைகள், படிகள், வணிகம் மற்றும் வியாபாரத்தில் பொதுவான நிலைமைகள் போன்றனவும் பொருளாதாரக் காரணிகளுள் அடக்கும் ஏனைய காரணிகளாகும். தொழில்முனைவின் வளர்ச்சி மீது இவற்றின் பாதிப்பு நிச்சயம் உள்ளது என்றே நாம் சொல்ல வேண்டும்.

தொழில்முனையின் வளர்ச்சியை பாதிக்கக்கூடிய பொருளாதாரக் காரணிகள் Economic Factors Affecting Growth of Entrepreneurship:



பொருளாதாரச் சுற்றுச்சூழல் ஆனது தொழில்முனைவு மீது மிகவும் நேரடியான மற்றும் உடனடியான பாதிப்பை ஏற்படுத்துகிறது. தொழில்முனைவின் வளர்ச்சியை பாதிக்கக்கூடிய பொருளாதாரச் காரணிகளாக நாம் கீழ்க் கண்டவற்றைக் காணலாம்.

1. மூலதனம் (Capital) :

நிறுவனம் ஒன்றினை நிறுவுவதற்கு தேவையான மிக முக்கியமான தேவைகளுள் ஒன்று மூலதனம் ஆகும். மூலதனமே தொழில் முனைவோரை ஒருவரது நிலத்தையும், மற்றொருவரது இயந்திரத்தையும், மற்றொருவரது மூலப்பொருட்களையும் ஒன்றாக கொண்டு சேர்த்து பொருட் களை உற்பத்தி செய்ய வகை செய்கிறது. அகவே, மூலதனம் என்பது உற்பத்தி நடைமுறைக்குத் தேவையான எரிபொருள் என கருதப்படலாம். மூலதன முதலீடு அதிகரிப்பு மூலதன வெளியிடுகை விகிதம் அதிகரிக்க வழிவகுக்கும் என்பதையே நமது அனுபவம் நமக்கு எடுத்துரைக்கிறது. இது இலாப அதிகரிப்பிற்கு வழிவகுத்து மூலதன உருவாக்கத்திற்கு வகை செய்கிறது. ஆகவே மூலதன அளிப்பு அதிகரித்தால் அது தொழில்முனைவினை அதிகரிக்கும் என்று பரிந்துரைக்கிறது. எவ்வாறு மூலதனப் பற்றாக்குறை தொழில்முனைவு நடைமுறைக்கு இடையூறாக இருந்துள்ளது என்பதனையும் போதுமான மூலதன அளிப்பு அதனை அபிவிருத்தி செய்துள்ளது என்பதையும் பிரான்சும் இரஷ்யாவும் நமக்கு விளக்கியுள்ளன.

2. உழைப்பு (Labour) :

உழைப்பின் தகுதி (அளவல்ல) தொழில்முனைவின் உருவாக்கத்தை பாதிக்கக்கூடிய மற்றொரு காரணியாகும். பெரும்பாலான வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகள் உழைப்பு மிகுதியாக உடைய நாடுகளாகவே விளங்குகின்றன. ஏனெனில் இந்நாடுகளில் மக்கட்தொகை அதிகரித்த வண்ணமே இருந்து வருகின்றது. ஆனால் தொழில்முனைவு ஆனது உழைப்பு விசையானது நகரக்கூடியதாகவும் நெகிழ்வுத் தன்மையுடையதாகவும் இருக்கும்



நிலையிலேயே ஊக்குவிக்கப்படுகிறது. குறைந்த செலவிலான உழைப்பின் நன்மையானது உழைப்பின் அசையாத் தன்மையினால் பாதிப்புக்குள்ளாகிறது.

3. மூலப்பொருட்கள் (Raw Materials) :

மூலப்பொருட்கள் இல்லையெனில் நிறுவனம் எதனையும் அமைப்பதோ அல்லது தொழில்முனைவோர் ஒருவர் உருவாவதோ சாத்தியப்படாது என்றே நாம் சொல்லலாம். சில நிலைகளில் தொழில்நுட்பம் சார்ந்த கண்டுபிடிப்புகள் மூலப்பொருட்களின் பற்றாகக் குறையினை ஈடுகட்டலாம். இதற்கு நாம் ஜப்பானை உதாரணமாகக் கொள்ளலாம்

4. சந்தை (Market) :

சந்தையின் அளவு மற்றும் கூட்டமைவு இரண்டுமே அதைத் தன் வழிகளில் தொழில்முனைவினை பாதிக்கக்கூடியனவாகவே உள்ளன, நடைமுறையில், ஒரு சந்தையில் உள்ள குறிப்பிட்ட ஒரு பொருளின் ஏகாதிபத்தியம் ஆனது ஒரு போட்டிசார்ந்த சந்தையைவிட தொழில்முனைவு மீது பாதிப்பை ஏற்படுத்த வல்லதாகவே கருதப்படுகிறது. ஆயினும் போட்டிசார்த்த சந்தையில் குறைபாடுகள் ஓரளவிற்கு போக்குவரத்து முறையினை மேம்படுத்துவதன் மூலம் களையப்படலாம்.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT PROGRAMME (EDP)

அறிமுகம் :

தொழில்முனைவு என்ற சொல் நெடுங்காலமாகவே ஆராய்ச்சியாளர்களால், புதிது, புதிது புனைதல், நெகிழ்வு, சுறுசுறுப்பு, புதிது உருவாக்குதல், மற்றும் இடர் ஏற்றல் போன்ற பல சொற்களால் விவரிக்கப்பட்டு வருகின்றது. வாய்ப்புகளைக் கண்டுணர்ந்து பயன்படுத்துதலே தொழில்முனைவின் முக்கியமான ஒரு அங்கமாகும். இது, மதிப்பை உருவாக்குதல், இலாபமீட்டும் ஒரு புதிய வணிக நிறுவனத்தை தொடங்குதல், வளர்த்தல், புதிய பொருள் அல்லது சேவையை அளித்தல் போன்றவற்றைக்



கொண்டுள்ளது. தொழில்முனைவில் மாற்றங்களைப் புகுத்துதல், புரட்சி செய்தல், பகிர்ந்தளித்தல், மற்றும் புதிய அணுகுமுறைகளை அறிமுகப்படுத்துதல் போன்றன அடங்கியுள்ளன. இது தனிச்சிறப்பு பெற்ற பொருட்களை உருவாக்குகின்றது மற்றும் தனிச்சிறப்பு பெற்ற அணுகுமுறைகளைப் பின்பற்ற முயற்சிக்கின்றது. இது ஒரே ஒரு முறை நிகழ்க்கூடிய ஒரு நிகழ்வு அல்ல. இதில் முடிவுகள் மற்றும் செயல்களின் ஒரு தொடர் அடங்கியுள்ளது. அதாவது நிறுவனம் ஒன்று தொடங்கப்பட்டதில் இருந்து அதனை நிர்வகிப்பது வரையில் தொடர்ச்சியாக முடிவுகள் எடுக்கப்படுகின்றன; செயல்களும் மேற் கொள்ளப்படுகின்றன.

தொழில்முனைவு ஆனது ஒவ்வொரு தொழில்துறைக்கும் இன்றியமையாததாக உள்ளது. இதன் முக்கியத்துவத்தை நாம் மூன்று பகுதிகளில் காணலாம். அவை- 1. புதிது புனைதல், 2 புதிய தொடக்கங்கள், மற்றும் 3. வேலை உருவாக்க மும் பணியிலமர்த்துதலும் இந்தியாவில், வெளிப்படாத தொழில்முனைவுசார்ந்த ஆற்றல் பேரளவில் இருக்கின்றது. அது முறைப்படி பயன்படுத்தப்பட்டால் (Harnessed), அது நிச்சயமாக சமூக-பொருளாதார மேம்பாட்டை தீவிரப்படுத்தவும், சரிசம வட்டார வளர்ச்சியைப் பெறவும், வேலை வாய்ப்பை உருவாக்கவும் உதவும். நாட்டின் கொள்கையை உருவாக்குபவர்களும் திட்டம் தீட்டுபவர்களும் அதன் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்த நிலையில் தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தை வடிவமைத்துள்ளனர். இம்முன்னுரையுடன் இப்பொழுது நாம் தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் பல்வேறு அம்சங்களையும் பற்றிக் கலந்துரையாடலாம்.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் பொருள் Meaning of EDP:

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் ஆனது நபர் ஒருவரது தொழில் முனைவுசார்ந்த இலக்கை உறுதிப்படுத்தவும் அவரது பங்கினை ஆற்றலோடு நிறைவேற்றத் தேவையான ஆற்றலையும் தேர்ச்சியையும் பெற அவருக்கு உதவுவதற்கும் என வடிவமைக்கப்பட்ட ஒரு திட்டத்தினைக் குறிக்கின்றது. ஆகவே, இது தொழில்முனைவுசார்ந்த ஆற்றல்களையும் நோக்கங்களையும்



மேம்படுத்தும் நோக்கத்தைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் இதன் மூலம் இது தொழில்முனைவுசார்ந்த பங்கினை ஆற்றலோடு ஆற்ற உதவுகின்றது.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் தேவை :

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் தேவையை நாம் பின்வரும் அம்சங்களின் மூலம் உணரலாம்:

1. ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு இன்றியமையாதது (Essential for Economic Development of a Country) :

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் ஆனது ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு மிகவும் அத்தியாவசியமானது ஆகும். தொழில்முனைவோர், உற்பத்திக் காரணிகளை பேரளவில் பயன்படுத்துகின்றனர், புதியவற்றை உருவாக்குகின்றனர், வேலை வாய்ப்பை உருவாக்குகின்றனர், மற்றும் மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்துகின்றனர். இவை அனைத்தும் ஒரு நாட்டின் ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சிக்கும் மேம்பாட்டிற்கும் வழிவகுக்கின்றன.

2. வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தைக் களைகிறது (Removes the Unemployment Problem) :

வேலையில்லாத் திண்டாட்டமானது தீவிரமான பாதிப்பைக் கொண்டு விளங்குகின்றது. வேலையில்லாத கைகள் பொருளாதாரம் வீணாகப் போவதற்குரிய அறிகுறிகள் ஆகும். வேலையின்மை என்பது அனைத்துக் கேடுகளிலும் படு மோசமானது ஆகும். தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் ஆனது வேலையில்லாத பிரச்சனையைத் தீர்ப்பதில் மிக முக்கியமான ஒரு பங்கினை ஆற்றுகின்றது எனலாம்.

3. ஏழ்மையைக் களைகிறது (Removes Poverty) :



எந்த ஒரு நாட்டிலும் ஏழ்மையானது கடுமையான ஒரு நோயாகவே கருதப்படுகின்றது. ஒட்டுமொத்த மேம்பாட்டை எளிதாக்குவதன் மூலமும் பேரளவில் மக்களுக்கு வேலை வாய்ப்பை அளிப்பதன் மூலமும் தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் ஆனது மக்களிடையே ஏழ்மையைக் களைய உதவுகிறது.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் நோக்கங்கள் Objectives of EDP

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் முக்கியமான நோக்கங்களை நாம் பின்வருமாறு குறிப்பிடலாம்:

1. தொழில்முனைவோர்க்குள் தொழில்முனைவுசார்ந்த தகுதிகளை மேம்படுத்துதலும் பலப்படுத்துதலும்.
2. சிறிய வணிகம் மற்றும் தொழில் தொடர்பான சுற்றுச்சூழல் அமைப்பை ஆய்வு செய்தல்,
3. திட்டத்தினை தேர்த்தெடுத்தல்,
4. திட்டத்தினை உருவாக்குதல்,
5. சிறிய ஒரு நிறுவனத்தினை அமைப்பதற்கான நடைமுறையைப் புரிந்து கொள்ளுதல்,
6. நிறுவனம் ஒன்றை அமைப்பதற்கு என கிடைக்கக்கூடிய நிதி உதவி ஆதாரங்களைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளுதல்,
7. நிறுவனம் ஒன்றினை நிர்வகிப்பதற்குத் தேவையான மேலாண்மைசார்ந்த ஆற்றல்களைப் பெறுதல்.
8. தொழில்முனைவோராக இருத்தலில் உள்ள சாதக பாதகங்களைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளுதல், பற்றி
9. தேவையான தொழில்முனைவுசார்ந்த கட்டுப்பாட்டை அறிவித்தல்.



10. வளமிக்க தொழில்முனைவோரைக் கண்டுணர்ந்து பயிற்சி அளித்தல்,
11. பயிற்சிக்கு முன்பு அளிக்க வேண்டிய உதவியை அளித்தல்.
12. தொழில் மேம்பாட்டைத் தீவிரப்படுத்துதல்,
13. வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தைத் தீர்த்தல்,

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் பாடத் திட்டம் (Curriculum of EDP)

இந்தியாவில், தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தினுடைய பாடத் திட்டத்தின் உள் அடக்கங்கள் ஏறத்தாழ ஒரே மாதிரியானவைகளாகவே இருக்கின்றன. அவை தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் நோக்கங்களை நிறைவேற்றுவதற்கு ஏற்ற வகையிலேயே உள்ளன. பயிற்சியளித்தல் திட்டத்தின் காலம் வழக்கமாகவே 4 முதல் 6 வாரங்களுக்குட்பட்டதாக இருக்கின்றது. பொதுவாக ஒரு முன்னுதாரணமான குழுவில் உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை 30 முதல் 35 வரையினதாக இருக்கின்றது. இதில் 6 பிரிவுகள் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

1. தொழில்முனைவிற்கு அறிமுகம் (Introduction to Entrepreneurship).
2. தொழில்முனைவோர்க்கு செயலூக்கம் அளித்தல் (Motivating Entrepreneurs).
3. மேலாண்மைசார்ந்த திறமைகளை கற்பித்தல் (Imparting Managerial Skills).
4. ஆதரவு முறையையும் நடைமுறையையும் வெளிப்படுத்துதல் (Exposure to Support System and Procedures).
5. சாத்தியத்தன்மை ஆய்வுகளை நடத்துவதற்கு வழிகாட்டுதல் (Guidance to Conduct Feasibility Studies).
6. களத்தைப் பார்வையிட அழைத்துச் செல்தல் (Taking for Field Visits).

1. தொழில்முனைவிற்கு அறிமுகம் (Introduction to Entrepreneurship) :

இது தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் முதல் கட்டமாகும். இங்கு பயிற்சி பெறுபவர்களுக்கு, தொழில்முனைவின் அடிப்படைகள்



அறிமுகப் படுத்தப்படுகின்றன. இவர்களுக்கு தொழில்முனைவு தொடர்பான பொது அறிவு புகட்டப்படுகின்றது. அதாவது, ஒரு நாட்டின் பொருளாதார மேம்பாட்டில் தொழில்முனைவோரின் பங்கு, தொழில்முனைவோர் ஒருவரின் தகுதிகள், சிறிய நிறுவனங்களை நிறுவுவதற்கு என கிடைக்கக்கூடிய வசதிகள் போன்றன தொடர்பான அறிவு புகட்டப்படுகின்றது.

2. தொழில்முனைவோர்க்கு செயலூக்கம் அளித்தல் (Motivating Entrepreneurs) :

தொழில்முனைவின் அடிப்படைக் கருத்துக்கள் பயிற்சி பெறுபவர்களுக்கு தெரியப்படுத்தப்பட்ட பிறகு, அடுத்த கட்டம் அவர்களை தொழில்முனைவை நோக்கி ஊக்குவித்தலுக்கான முயற்சியை எடுத்தலாகும். இக்கட்டத்தில், பங்கேற்பாளர்களிடையில் வணிகம் மீது ஒரு நம்பிக்கையை ஊட்டவும், சாதகமான ஒரு போக்கை உருவாக்கவும் முயற்சிகள் எடுக்கப்படுகின்றன. இது, தொழில்முனைவோரிடையில் வணிகத்தில் வெற்றி அடைய வேண்டும் என்ற உணர்வையும், விழிப்புணர்வையும், நம்பிக்கையை உருவாக்கிக் கொள்தலையும், புதிதுபுனைதல் போன்றவற்றை பலப்படுத்துவதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. சிலசமயங்களில், வெற்றிவாய்ப்பு மிக்க தொழில்முனைவோர் தங்களின் முன்அனுபவத்தைப் பங்கேற்பாளர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்ளும் வகையில் வரவழைக்கப்படுகின்றனர்.

3. மேலாண்மைசார்ந்த திறமைகளைக் கற்பித்தல் (Imparting Managerial Skills) :

நிறுவனம் பெரியதோ அல்லது சிறியதோ, அதனை இயக்கு வதற்கு மேலாண்மைசார்ந்த திறமை அவசியம் ஆகும். குறிப்பாக, சிறிய நிறுவனங்களால் நிறுவனத்தை நிர்வகிப்பதற்கு என மேலாண்மை வல்லுநர்களைப் பணியில் அமர்த்த இயலாத நிலையில் இது முற்றிலும் உண்மை. ஆகவே, இது நிதி, உற்பத்தி, சந்தையிடுகை, மனித வள மேலாண்மை போன்ற பல்வேறு மேலாண்மைப் பணிப் பகுதிகளில் தேவையான மற்றும் அடிப்படை மேலாண்மை ஆற்றல்களைக் கற்பிக்கின்றது.



4.ஆதரவு முறையையும் நடைமுறையையும் வெளிப்படுத்துதல் (Exposure to Support System and Procedures) :

நாட்டில் நிறுவனங்களை அமைத்து இயக்க உதவும் பல்வேறு தொழில் சேவை முகவாண்மைகள், நிதி நிறுவனங்கள், அரசு உருவாக்கியுள்ள கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளைப் பற்றி பங்கேற்பாளர்கள் அறியும் வண்ணம் செய்வது அடுத்த கட்டம் ஆகும். இது நிறுவனம் ஒன்றினை அமைக்கும் பொழுது பல்வேறு நிறுவனங்கள் மற்றும் முகவாண்மைகளிடம் இருந்து கிடைக்கக்கூடிய ஆதரவு முறை பற்றி பங்கேற்பாளர்கள் அறிய வகை செய்கின்றது.

5. சாத்தியத்தன்மை ஆய்வுகளை நடத்துவதற்கு வழிகாட்டுதல் (Guidance to Conduct Feasibility Studies) :

பயிற்சி பெறுபவர்களுக்கு சாத்தியத் தன்மை ஆய்வு நடத்துவது தொடர்பான அறிவு அவசியம் ஆகவே, பாடத் திட்டத்தின் உள்ளடக்கங்களில் பயிற்சி பெறுபவர்களுக்கு சாத்தியத்தன்மை ஆய்வினை நடத்துவதற்குத் தேவையான வழிகாட்டுதல்கள் தரப்படுகின்றன. இக்கட்டத்தில், பயிற்சி பெறுபவர்களுக்கு தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் நடத்தப்படும். தொழில் துறையில் உள்ள பல்வேறு வணிக வாய்ப்புகள் பற்றிய கலந்தாய்வும் தகவலும் அளிக்கப்படுகின்றன. இவர்களுக்கு ஓட்டத்தின் சந்தை யிடுகை, அமைப்பு, தொழில்நுட்பம், நிதி, சமூகம், சட்டம், இடஅமைப்பு மற்றும் வணிக சாத்தியத்தன்மை போன்ற பகுதிகளில் ஆற்றல்மிக்க முறையில் எவ்வாறு சாத்தியத்தன்மை ஆய்வை நடத்துவது என்பது தொடர்பான வழிகாட்டுதல்கள் அளிக்கப்படுகின்றன.

6. களத்தைப் பார்வையிட அழைத்துச் செல்தல் (Taking for Field Visits) :

இக்கட்டத்தில், பயிற்சி பெறுபவர்கள் தொழிற்சாலைகளுக்கு அழைத்து செல்லப்பட்டு சிறிய வணிகத்தில் தொழில்முனைவோரது உண்மையான வாழ்க்கைச் சூழல் பற்றி அறிந்து கொள்ள வகை செய்யப்படுகின்றது. இது தொழில் நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி வாய்ப்பு மற்றும் பிரச்சனைகள்



தொடர்பான நேரடித் தகவல்களை அளிக்கின்றது. சில சமயங்களில் வெற்றிகரமாக இயங்கும் தொழில்முனைவோர் வரவழைக்கப்பட்டு அவர்களது முன்அனுபவங்களைப் பகிர்ந்துகொள்ள ஏற்பாடு செய்யப்படுகின்றது. இது தொழில்முனைவு பற்றி அறிந்து கொள்ள பயிற்சியாளர்களுக்கு ஒரு நல்ல வாய்ப்பாக அமைகின்றது.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் கீழ் பயிற்சி அளிக்கும் பொழுது, பயிற்சி பெறுபவர்கள் இடரை ஏற்கவும், அறைகூவல்களை ஆற்றலோடு சந்திக்கவும் ஆர்வமுள்ள பகுதியில் தங்களின் சொந்தத் திட்டங்களைத் தொடங்கவும் ஊக்குவிக்கப்படுகின்றனர்.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் கட்டங்கள் Phases of EDP

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் ஒன்றில் மூன்று கட்டங்கள் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

1. பயிற்சிக்கு முந்தைய கட்டம் (Pre-training Phase).
2. பயிற்சி அளிக்கும் கட்டம் (Training Phase).
3. பயிற்சிக்குப் பிந்தைய கட்டம் (Post-training Phase) (பின்தொடர் கட்டம்) (Follow-up Phase).

1. பயிற்சிக்கு முந்தைய கட்டம் Pre-training Phase

பயிற்சி வகுப்புகளை நடத்தும் முன்னர் செய்யப்படும் முன்னேற்பாடுகளையும் நடவடிக்கைகளையும் குறிப்பதே பயிற்சிக்கு முந்தைய கட்டம் ஆகும். இக்கட்டத்தில், திட்டத்தைத் தொடங்குவதற்கு உரிய முன்னேற்பாட்டு வேலைகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. இதில் பின்வருவன அடங்குகின்றன:

1. தொழில்துறையின் தேர்ந்தெடுப்பு.
2. பயிற்சி ஒருங்கிணைப்பாளரின் தேர்ந்தெடுப்பு.
3. கட்டமைப்பு ஏற்பாடு



4. சிறந்த வணிக வாய்ப்பினை அடையாளம் காண்பதற்கு என தொழில் சார்ந்த சுற்றாய்வுகளை மேற்கொள்தல்,
5. திட்டத்தை உருவாக்குதல்
 - a) திட்டத்தை பலரும் அறியும் வண்ணம் பிரபலப்படுத்துதல்.
 - b) தொடர்புகளை நிறுவுதல்.
 - c) நுழைவுப் படிவங்களை அச்சடித்தல்,
 - d) நுழைவுப் படிவங்களைப் பகிர்ந்தளித்தல்.
 - e) பயிற்சி பெறுபவர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு என தேர்ந்தெடுப்புக் குழுவை நியமனம் செய்தல்,
 - f) அரசின் உரிய துறையின் ஒப்பளிப்பைப் பெறுதல்.
 - g) பாடத் திட்டத்தை முடிவு செய்தல்,
 - h) கௌரவ ஆசிரியர்களுக்கு ஏற்பாடு செய்தல்.

6. மாறுபட்ட தொழில் மையங்கள்/மாநில நிதிக் கழகங்கள், சிறு தொழில்கள், சேவைத் தொழில்கள் போன்ற பல்வேறு முகவாண்மைகளின் ஆதரவைப் பெறுதல்.

2. பயிற்சி அளிக்கும் கட்டம் Training Phase

இதில் மூன்று கட்டங்கள் அடங்கியுள்ளன. அவை பின்வருமாறு: செயலூக்கம் சார்ந்த நிலையை உயர்த்துதல் அதாவது நம்பிக்கை உருவாக்கம் Raising Motivational Level i.e. Confidence Building

தொழில்முனைவு சார்ந்த பயிற்சித் திட்டங்கள் பொதுவாக அவர்களின் செயலூக்க நிலையை உயர்த்தும் வகையிலேயே வடிவமைக்கப்படுகின்றன. பயிற்சித் திட்டத்தின் ஒவ்வொரு பிரிவும் அவர்களது நம்பிக்கையை பலப்படுத்து வதையும் அவர்களது எதிர்காலப் பார்வையை பரவலாக்குவதையுமே நோக்கமாகக் கொண்டிருத்தல் வேண்டும். செயலூக்க நிலை பேரளவிற்கு உயர்த்தப்படுதல் வேண்டும். ஏனெனில் செயலூக்கப்பட்ட



பங்கேற்பாளர்கள்தான் திட்டம் ஒன்றைத் தொடங்குவதற்குத் தேவையான முயற்சியை எடுப்பர்.

2 மேலாண்மைசார்ந்த ஆற்றல்களின் அபிவிருத்தி Improvement of Managerial Talents

திட்டம் ஒன்றின் மேலாண்மை மிகவும் கடினமான ஒரு பணி ஆகும். ஆயினும், தொழில்முனைவோர் ஆனவர் மேலாண்மை நுட்பங்களை நன்கு அறிந்திருப்பவராய் இருப்பின் இதனை எளிதில் மேற்கொள்ள முடியும். இவர்கள் மேலாண்மைத் தத்துவங்களை நன்கு புரிந்துகொள்ளுமாறு செய்யப்பட வேண்டும். இவர்கள் திட்டமிடல், அமைத்தல், பணியாளர் நியமனம், இயக்குதல், கட்டுப்படுத்துதல் மற்றும் ஒருங்கிணைத்தல் போன்ற மேலாண்மைப் பணிகளின் பயன்கள் மற்றும் முக்கியத்துவத்தை உணருமாறு செய்யப்படுதல் வேண்டும். உற்பத்தி, நிதி சந்தையிடுகை மற்றும் மனிதவளம் போன்ற மேலாண்மையின் அளைத்துப் பணிப் பகுதிகளுக்கும் மேலாண்மைப் பணிகள் பொருந்தக்கூடியன என்பது விளக்கப்பட வேண்டும். மேலாண்மை நடைமுறையில் உள்ள பல்வேறு நுட்பங்களும் விளக்கப்பட வேண்டும். சுருங்கக்கூறின், நிறுவனம் ஒன்றினை நிர்வகிக்கும் அவர்களது ஆற்றல்கள் அபிவிருத்தி செய்யப்படவேண்டும்.

3) தொழில்நுட்பத் திறனை மேம்படுத்துதல்

பயிற்சித் திட்டம் நடைமுறைப்படுத்தப்படும் பொழுது, ஒரு பங்கேற்பாளர் தயாரிப்பதற்கு என ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பொருட்களைத் தேர்ந்து எடுக்கலாம். தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பொருளுக்கு உகந்த தொழில்நுட்பத் திறனானது பங்கேற்பாளர்களிடம் வளர்க்கப்பட வேண்டும் இதற்கென பங்கேற்பாளர்களுக்கு பல விவரங்கள் அளிக்கப்பட வேண்டும். அவை பின்வருமாறு;

1) தொழில்நுட்ப விவரங்கள்.



2)தொழிற்சாலையும் இயந்திரமும் அவற்றின் அடக்கம், அளிப்பாளர் களின் பெயர், அவற்றின் ஆயுட்காலம், சிறப்பியல்புகள் போன்றன.

3) தயாரிப்பு நடைமுறை - அதன் விவரங்கள்.

4)உழைப்பிற்கான தேவை - தரம் மற்றும் தகுதி மற்றும் அதன் கிடைக்கும் தன்மை.

3. பயிற்சிக்குப் பிந்தைய கட்டம் (பின்தொடர் கட்டம்) Post-training Phase (Follow-up Phase)

பயிற்சிக்குப் பிந்தைய கட்டம் ஆனது பின்தொடர் கட்டத்தைக் குறிக்கின்றது. இக்கட்டத்தில், திட்டத்தின் நோக்கங்கள் எந்த அளவிற்கு அடையப்படுகின்றன. என்பது தொடர்பான மதிப்பீடு செய்யப்படுகின்றது. இது கடந்தகால செயல் நிறைவேற்றம், கடந்த காலப் பணியில் உள்ள ஏதேனும் குறைபாடுகள் போன்ற வற்றைக் குறிப்பிட்டு எதிர்காலத் திட்டங்களைத் தீட்டுவதற்கு என வழிகாட்டிச் சரத்துக்களைப் பரிந்துரைக்கின்றது.

இக்கட்டத்தில், பங்கேற்பாளர்களுக்கு அவர்களது திட்டங்களைத் தொடங்கு வதற்குத் தேவையான ஆதரவு அளிக்கப்படுகின்றது. இக்கட்டம் மிக முக்கியமான ஒரு கட்டமாகும். ஏனெனில் இக்கட்டத்தில்தான் தொழில்முனைவோர்க்கு அறிவுரை, ஆலோசனை, உணர்வுப்பூர்வ ஆதரவு போன்றன தேவையாக இருக்கும். இக்கட்டத்தில் மேற்கொள்ளப்படும் நடவடிக்கைகள் பின்வருமாறு:

1.நிறுவனத்தைப் பதிவு செய்தல்.

2)நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்குத் தேவையான நிதிக்கு ஏற்பாடு செய்தல்.

3. தொழிற்சாலை மற்றும் இயந்திரத்தின் கொள்முதல் தொடர்பான வழிகாட்டுதல்களை அளித்தல்.

4.திட்டத்தை அமைப்பதற்குத் தேவையான நிலம், கொட்டகை, மின் இணைப்பு போன்றவற்றை அளித்தல்.



- 5.பற்றாக்குறையான மூலப் பொருட்களுக்கான உரிமங்களைப் பெறுதல்
6. மூலதன முதலீட்டு உதவி, வட்டி உதவி நிதி, வரிச் சலுகை போன்றவற்றிற்கு உதவித் தொகை வழங்குதல்.
- 7.மேலாண்மைக் கலந்தாய்வு மூலம் உதவி அளித்தல்.
- 8.சந்தையிடுகை வசதிகளை அளித்தல்,
9. தொழில் மீதான நடப்புத் தகவல்களை அளித்தல்.

இக்கட்டத்தில் கூட, தொழில்முனைவோர்க்கு ஆலோசனை, அறிவுரை மற்றும் உதவி போன்றன தேவைப்படலாம். நிறுவனம் ஒன்றின் நிர்வாகத்திற்கு அனைத்து வகையான ஆற்றல்களும் தேவைப்படும் ஆகவே, இவ்விஷயங்கள் தொடர்பான உதவி ஆனது நிறுவனம் ஒன்றினை அமைப்பதில் முக்கியப் பங்கினை வகிக்கின்றது எல்லாம். நன்கு வளர்ந்துள்ள நபர்கள் இத்துறையில் துல்லியமான தகவல்களைத் தராமல் போகலாம். ஆகவே, இவ்விதத் தகவல்கள் அரசுத் துறைகள், கழகங்கள் மற்றும் ஏனைய வளர்ச்சி முகவாண்மைகளிடம் இருந்து பெறப்பட்டு அளிக்கப்பட வேண்டும். இக்கட்டத்தில் உதவி கிடைக்காமல் போனால் அது தொழில்முனைவோரை ஊக்கங்குறையச் செய்துவிடலாம். அல்லது ஏற்கனவே வணிகத்தைத் தொடங்கிவிட்ட நிலையில் குறுகிய காலத்திற் குள்ளேயே நலிவுறச் செய்யலாம். செயற் திட்டத்தினை நிறைவேற்றும் பொழுது பிரச்சனைகளை வகைப்படுத்த அவர்களுக்கு உதவி அளிக்கப்படுகிறது. இது நிறுவனம் ஒன்றினை அமைப்பதில் பங்கேற்பாளர்களுக்கு ஒரு அர்த்தமுள்ள இயக்குதலை அளிக்கின்றது.

சுருங்கக்கூறின், தொழில்முனைவோர் மற்றும் நிறுவனத்தின் ஆரோக்கியமான மேம்பாட்டிற்கு இம்மூன்று கட்டங்களும் தேவைப்படுகின்றன. எந்த ஒரு கட்டமும் ஒதுக்கித் தள்ளிவிடப்பட முடியாது. ஏனெனில், ஒவ்வொரு கட்டமும் ஒன்று மற்றொன்றிற்கு துணை ஆதரவாகவும் பகிர்ந்தளிப்பதாகவும் உள்ளன. மற்ற இரண்டு கட்டங்களும்



அல்லாமல் பயிற்சிக்கு முந்தைய கட்டம் மட்டும் எந்த பலனையும் அளிக்காது. அதே போல, பயிற்சிக்கு முந்தைய கட்டமின்றி மற்ற இரண்டு கட்டங்களுக்கும் அடிப்படையே இருக்காது.

தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்களின் மதிப்பீடு (Evaluation of EDPS):

இந்தியாவில் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டத்தினை நடத்துதல் மிகவும் பரவலாகக் காணப்படுகின்றது. ஒவ்வொரு ஆண்டும் நூற்றுக் கணக்கில் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. சுமார் 686 அமைப்புகள் இப்பணியில் ஈடுபட்டு வருகின்றன. ஆயிரக் கணக்கில் பங்கேற்பாளர்கள் பங்கேற்பது மட்டும் ஒரு நாட்டின் மேம்பாட்டிற்கு உதவி செய்யாது. இன்றைய காலகட்டத்தின் தேவை அவர்களை ஒரு திட்டத்தைத் தொடங்கச் செய்வதாகும். அதாவது, இதன் வெற்றி ஆனது பங்கேற்பாளர்களை தொழில்முனைவோராக மாற்றுவதைச் சார்ந்தே உள்ளது எனலாம்.

இதுவரை 16 ஆய்வுகள் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்களின் ஆற்றல்மிக்க தன்மையை மதிப்பிடுவதற்கு என நடத்தப்பட்டுள்ளன. சமீபத்தில், அகமதாபாத் நகரில் அமைந்துள்ள இந்திய தொழில்முனைவு மேம்பாட்டு நிறுவனம் ஆனது தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டத்தினை நாடு தழுவிய நிலையில் மதிப்பிடுவதற்கு என ஒரு ஆய்வை நடத்தியது. இந்த ஆய்வு ஆனது சுமார் 26% பங்கேற்பாளர்களே தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தை மேற்கொண்ட பிறகு தொழிலைத் தொடங்குகின்றனர் என்று காண்பிக்கின்றது. இது வியக்கத்தக்கதாக இல்லை. தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டங்களின்

மதிப்பீட்டிற்கான அளவைக் கட்டளைகள் (Criteria for Evaluating EDPS):



தொழில்முனைவோர்க்கு செயலூக்கம் அளிப்பதற்கு என தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் ஆற்றல்மிக்க தன்மையினை மதிப்பிடுவதற்கு என போக்குசார்ந்த அறிவியலாளர்கள் பின்வரும் அளவைக் கட்டளைகளைப் பின்பற்றுகின்றனர்:

- 1.வேலை உருவாக்கம்.
- 2.வேலை வாய்ப்புகளின் உருவாக்கம்.
- 3.விற்பனை மற்றும் இலாப அதிகரிப்பு.
4. நிறுவன விரிவாக்கம்.
5. நிறுவன பரிமாற்றம்.
- 6.பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் தரத்தில் அபிவிருத்தி,
- 7.கடன்களை திரும்ப செலுத்துதல்,
- 8.செய்யப்பட்ட மொத்த முதலீடுகள்.
- 9.. நிரந்தர சொத்துக்களில் செய்யப்படும் முதலீடுகள்.
- 10.. பணியில் அமர்த்தப்பட்ட நபர்களின் எண்ணிக்கை,

ஆகவே, தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் அவற்றில் உள்ள குறைபாடுகளைக் கண்டுபிடிப்பதற்கு என மதிப்பிடப்பட வேண்டும். பின்னர் மதிப்பீட்டின் கண்டுபிடிப்புகளுக்கு ஏற்ப அவை அவற்றின் ஆற்றல்மிக்க தன்மையை அதிகரிக்கும் வகையில் அபிவிருத்தி செய்யப்பட வேண்டும்.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் பிரச்சனைகள் :

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை அமைத்தலும் நிறைவேற்றலும் எளிதான ஒரு பணி அல்ல. இதில் செயல்நிறைவேற்றத்தைக் குறைத்து விடக்கூடிய பல பிரச்சனைகள் உள்ளன. அவற்றுள் சில பிரச்சனைகள் பின்வருமாறு:



1. தனிச்சிறப்பு பெற்ற அமைப்புகளின்மை (Lack of Specialised Organisations) :

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் முதலும் மிக முக்கியமான பிரச்சனையும் தனிச்சிறப்பு பெற்ற அமைப்புகள் தேவையான எண்ணிக்கையில் இல்லாததே ஆகும். இத்துறையில் இயங்கும் அமைப்புக்களும் கூட கடமையுணர்வும் பொறுப்புணர்ச்சியும் இன்றியே காணப்படுகின்றன. பல நிலைகளில், தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் இந்த அமைப்புக்களுக்கு நிதி திரட்டும் ஒரு வழிவகையாகவே பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆகவே, தொழில் முனைவோராக விரும்பும் ஆர்வத்தை பங்கேற்பாளர்களிடையில் வளர்ப்பதற்குரிய ஊக்கம் இன்றி இந்த அமைப்புகள் இருக்கின்றன எனலாம்.

2. பயிற்சியாளர்கள் இன்மை (Lack of Trainers) :

பயிற்சியாளர்கள் போதுமான எண்ணிக்கையில் காணப்படவில்லை. அவ்வாறு இருப்பவர்களும் தங்களின் பணிக்குத் தம்மை அர்ப்பணித்துக் கொள்பவர்களாக இல்லை. இவர்கள் பங்கேற்பாளர்களைத் திட்டங்களைத் தொடங்குமாறு தூண்டுவதற்குத் தேவையான ஆற்றலும் முயற்சியும் இல்லாமல் இருக்கின்றனர்.

3. ஏற்ற சுற்றுச்சூழலின்மை (Lack of Conducive Environment) :

தொழில் முனைவு மேம்பாட்டுக்கு ஏற்ற சுற்றுச்சூழலின்மை இத்திட்டத்தின் மற்றொரு பிரச்சனையாகும். இது பயிற்சியாளர்களின் பங்கினை ஆற்றலற்றதாகச் செய் கின்றது.

4.பயிற்சி பெறுபவர்களின் தவறான தேர்வு (Selection of Wrong Trainees) :

தொழில்முனைவுத் திட்டத்தில் பயிற்சி பெறுவதற்கு எனத் தேர்வு செய்யப்படும் நபர்களுக்கு தொழில்முனைவுத் துறையில் ஆர்வம் இருந்தல் வேண்டும். இல்லையெனில், அது முற்றிலும் வீணாகி விடும். தொழில்முனைவுத் திட்டங்கள் பயிற்சி பெறுபவர்கள் சுயமாகத் தொழில்



தொடங்கும் வகையில் அவர்களை ஊக்குவிப்பதற்கு என நிகழ்த்தப்படுகின்றன. அது திட்டம் ஒன்றினைத் தொடங்கும் ஆர்வத்தை பயிற்சி பெறுபவர்களது மனதில் உருவாக்கவில்லை எனில், தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் ஆனது முற்றிலும் தோல்வியில் சென்று முடிந்துவிடும். தேர்ந்தெடுக்கப்படும் பயிற்சி பெறுபவர்கள் தொழில் முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டம் செயல்படுத்தப்படும் பொழுது தரப்படும் தகவலைக் கேட்க அவர்களது காதுகளை தருவதற்குத் தயாராக இருத்தல் வேண்டும்.

5. தவறான திட்டங்களின் தேர்ந்தெடுப்பு (Selection of Wrong Projects) :

தேர்ந்தெடுக்கப்படும் திட்டங்கள் தங்களின் திட்டங்களில் தொழில்முனைவோர் வெற்றி பெறக்கூடிய வகையில் வளமிக்கவைகளாக இருத்தல் வேண்டும் ஆனால் பெரும்பாலான சமயங்களில் தேர்ந்தெடுக்கப்படும் திட்டங்கள் வணிகச் சுற்றுச் சூழலில் நிலவும் போக்குகளுக்கும் சூழ்நிலைக்கும் ஏற்றனவாக இருப்பதில்லை. இதன் முக்கியக் காரணம் பயிற்சியாளர்களுக்கும் பயிற்சி பெறுபவர்களுக்கும் போதிய அறிவு இல்லாததே ஆகும்.

6. ஆதரவு முகவாண்மைகளின் ஆர்வமற்ற போக்கு (Apathetic Attitude of Support Agencies) :

தொழில்முனைவோர்க்கு ஆதரவு அளிக்கும் ஆர்வமற்ற வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் போன்ற ஆதரவு முகவாண்மைகளின் போக்கு தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டங்களின் வெற்றிக்கான மற்றொரு தடைக்கல்லாகும்.

7. தொழில்முனைவுசார்ந்த சுற்றுச்சூழல் மற்றும் கலாச்சாரம் இன்மை (Lack of Entrepreneurial Environment and Culture) :

நமது நாட்டில், ஒரு நாட்டின் ஆரோக்கியமான தொழில்முனைவு மேம்பாட்டிற்கு அத்தியாவசியமான தொழில் முனைவுசார்ந்த சுற்றுச்சூழலும்



கலாச்சாரமும் இல்லை. சுற்றுச்சூழல் சாதகமாக இல்லை எனில், தொழில்முனைவோர் தங்களின் திட்டங்களைத் தொடங்க சிரமப்படுவர்.

8. ஆதரவு இன்மை (Lack of Support) :

பயிற்சி அளித்த பிறகு, திட்டங் களைத் தொடரும் நிலையில் தொழில்முனைவோர்க்கு போதுமான கலந்தாய்வு, ஆதரவு சேவைகள் போன்றன அளிக்கப்படுதல் வேண்டும். நமது நாட்டில் பின்தொடர் நடவடிக்கைகள் போதுமான அளவில் இல்லாததால், அது தொழில் முனைவோர்க்கு பல பிரச்சனைகளை உருவாக்குகின்றது.



அலகு 2

வணிகக் கருத்துருவாக்க நுட்பங்கள் BUSINESS IDEA GENERATION TECHNIQUES

அறிமுகம் Introduction

புதிய நிறுவனங்களும் சிறிய நிறுவனங்களும் சுற்றுச்சூழல்சார்ந்த ஆராய்ச்சி களில் அவ்வளவாக ஈடுபடுவதில்லை என்று ஆய்வுகள் கூறுகின்றன. ஆயினும், வணிகக் கருத்துக்களை உருவாக்குதலும் மதிப்பிடுதலும் தொழில்முனைவுசார்ந்த நடைமுறையில் ஒரு இன்றியமையாத சுட்டம் என்பதும் மறுக்க முடியாத உண்மையே ஆகும்.

சிலர் வாய்ப்புவளம் மிக்க தொழில்முனைவு சார்ந்த திட்டங்கள் பற்றி குறிப்பிட்ட கருத்துக்களை ஏற்கனவே வைத்திருப்பர்; இன்னும் சிலர் தான் தொழில்முனைவில் எத்திசையை நோக்கி செல்ல விருப்பமுடையவர்களாக இருக்கிறோம் என்பது தொடர்பான பரந்த ஒரு நோக்குடன் இருப்பர்; ஏனையோர் எந்த விதமான கருத்தும் இன்றி இருப்பர். ஒருவரின் நிலை எக்கட்டத்தில் இருந்தாலும், வாய்ப்பு வளமிக்க வணிகக் கருத்துக்களை உருவாக்கி மதிப்பிடுதல் அவருக்கு மிகவும் இன்றியமையாதது ஆகும்.

உயர்ந்த கருத்துக்கள் தொடர்பான தவறான அபிப்பிராயங்களும் அதன் மெய்ம்மையும் Misconceptions about and Realities of Great Ideas

வணிகக் கருத்துக்களை எப்படி உருவாக்குவது என்பதைப் பற்றி கலந்தாய்வு செய்வதற்கு முன்பு, நாம் கருத்துக்கள் தொடர்பாக ஒருவர் கொண்டிருக்கக்கூடிய தவறான அபிப்பிராயங்கள் பற்றியும் எது அவற்றை உயர்ந்தனவாக ஆக்குகின்றன என்பதைப் பற்றியும் பார்க்கலாம்.

தொழில்முனைவு மீதான புத்தகங்கள் மற்றும் சஞ்சிகைகளில் சிறந்த ஒரு கருத்தைக் கொண்டிருந்ததன் காரணமாக பணக்காரர்களான தொழில் முனைவோர் பற்றிய சுவாரஸ்யமான கதை, கட்டுரைகள், பேட்டிகள்



போன்றன பெருமளவில் பிரசுரமாகின்றன. இவைகள், உயர்ந்த கருத்துக்கள் தொடர்பான தவறான அபிப்பிராயங்களையே அளிக்க விழைகின்றன எனலாம். மேரி கவுல்டெர் என்பார் அவரது "செயலில் தொழில்முனைவு" (Entrepreneurship in Action) என்ற புத்தகத்தில் உயர்ந்த கருத்துக்கள் தொடர்பான தவறான அபிப்பிராயங் களாகத் தந்துள்ளவற்றை இங்கே கீழே தொகுத்துத் தந்துள்ளோம்.

1. உயர்ந்த கருத்துக்கள் எங்கிருந்துமல்லாமல் தானாகவே அப்படியே தோன்றுகின்றன :

மேம்பட்ட கருத்துக்களை உருவாக்குபவர்கள், திட்டமிட்ட முறையில் நன்கு கட்டமைக்கப்பட்ட வழியில் மேம்பட்ட கருத்துக்களை உருவாக்க தூண்டப்படுகின்றனர். இவர்கள் மின்னலின் ஒரு ஒளி வந்து தங்களைத் தாக்குவதற்காக காத்திருப்பதில்லை. மாறாக கருத்துருவாக்கத்திற்கு மேல்நிலை முன்னுரிமை கொடுத்து அணுகுகின்றனர்; அதற்கென நிர்ணயிக்கப்பட்ட ஒரு கால அளவை ஒதுக்குகின்றனர்.

2. முட்டாள்தனமான (மதியற்ற) கருத்துக்கள் என எவையும் இல்லை

மனதை நோக்கிப்பதை தவிர்ப்பதற்கு அல்லது தமது கருத்துக்கள் மதிப்பற்றன என்ற சுருத்து மற்றவர்களுக்கு ஏற்படாமல் இருப்பதைத் தவிர்ப்பதற்கு என அனைத்துக் கருத்துக்களும் மதிப்புடையனவே என்ற அணுகுமுறையைக் கொண்டிருத்தல் வேண்டும். உண்மை என்னவென்றால் பல கருத்துக்கள் உபயோகமற்றவையே என்பதே ஆகும். ஆயினும், இதில் தவறேதுமில்லை. சில சமயங்களில் முதல் பார்வையில் முட்டாள்தனமானதாகத் தோன்றும் சில கருத்துக்களிலிருந்தே மிகவும் சக்திவாய்ந்த கருத்துக்கள் தோன்றி இருக்கின்றன.

3. நீ கேட்டுக் கொண்டு இருந்தால் மட்டுமே நீ என்ன செய்யவேண்டும் என வாடிக்கையாளர்கள் உனக்குச் சொல்வர்:

பொதுவாக, வாடிக்கையாளர்கள் கருத்துக்களின் ஒரு பொக்கிஷமாக இருப்பர். ஆயினும் இதிலும் ஒரு பிரச்சனை உள்ளது. அது என்னவென்றால்,



வாடிக்கையாளர்கள் பூர்த்தி அடையாத தேவைகளை அடையாளம் காண உதவுவார்களே அன்றி உயர்ந்த ஒரு கருத்தை இயங்கச் செய்வதற்கு இன்னும் நிறையப் பணிகள் செய்யப்பட வேண்டும் என்பதே உண்மை வாடிக்கையாளர் கள் சொல்வதைக் கேட்பது மட்டும் இங்கு போதாது.

4. ஒரு கூட்டத்தில் அப்படியே அமர்ந்திருந்தால் நமக்கு எப்பொழுதும் தேவைப்படும் அனைத்துக் கருத்துக்களையும் நாம் உருவாக்கலாம்:

கருத்துக்களைக் கலந்தாய்வு செய்வதற்காக மக்களைக் கூட்டி, ஒருவர் மற்றவர் களின் ஆர்வத்தையும் உருவாக்கும் தன்மை போன்றவற்றையும் அவர்களிடையே பரிமாறிக் கொள்வது உயர்ந்த விஷயங்களைச் செய்வது போலத் தோன்றும். ஆனால் உயர்ந்த கருத்துக்களை உருவாக்குவது என்பது ஒரு கூட்டத்துடன் முடிந்து விடக் கூடியதல்ல. உயர்ந்த கருத்துக்கள் தொடர்ச்சியான கலந்துரை யாடலின் மூலமே மேம்பட்ட முறையில் வடிவமைக்கப்படுகின்றன. இதனை குறிப்பிட்ட காலம் மற்றும் இடத்தில் மட்டுமே உருவாக்கி விட முடியாது.

5. கருத்துக்களைப் பெறுதல் பிரச்சனையல்ல அவற்றை நிறைவேற்றுதலே பிரச்சனை:

இந்நடைமுறையில் கருத்துக்களை உருவாக்குவது என்பது எளிதான ஒரு பகுதி என்றும் அக்கருத்துக்களை செயலுக்குக் கொண்டுவருவது கடினமான ஒரு பகுதி என்றும் கூறப்படுவது ஒரு தவறான கருத்தாகும். ஆயினும் உண்மை என்ன வெனில், உருவாக்கப்படும் கருத்துக்கள் வடிகட்டப்படாததாலேயே அவற்றின் செயலாக்க நிலையில் பிரச்சனைகள் எழுகின்றன. ஆகவே கருத்துக்களின் உருவாக்க நிலையிலேயே அவற்றின் செயல்படுத்தல் தொடர்பாக நன்கு ஆய்ந்து அவை வடிகட்டப்படும் நிலையில் இப்பிரச்சனைகளை நாம் வெகுவாகக் குறைக்கலாம்.

கருத்துக்களின் உருவாக்கம் :



கருத்துக்களைப் பற்றி நீ கொண்டிருக்கக்கூடிய தவறான கருத்துகளு சிலவற்றை தெளிவாக்கிய நிலையில், இப்பொழுது கருத்துக்களின் கருவாக்க நடைமுறையைப் பற்றிப் பார்க்கலாம் -

தங்களின் தொழில்முனைவு சார்ந்த திட்டங்களைத் தொடங்கி, வவற்ச்சிய செய்வதற்கு தொழில்முனைவோர்க்கு கருத்துக்கல் தேவைப்படுகின்றன. கருத்துக்களை உருவாக்குதலானது புதியவற்றை உருவாக்கும் ஒரு நடைமுறை ஆகும். இதற்கு என நாம் இதன் தொடக்க காலங்களில் மட்டும் அல்லாமல் வணிகத்தின் ஆயுள் முழுவதும் சிறிது நேரத்தை ஒதுக்க வேண்டியது அவசியம் இந்தநடைமுறையில் நாம் கருத்துக்களைப் பெறக்கூடிய ஆதாரங்கள். உருவாக்கும் வழிகள், அவற்றின் கட்டமைக்கப்பட்ட ஆய்வு மற்றும் உள்ளுணர்வில் பங்குகள் பற்றி கலந்தாய்வு செய்யலாம்.

கருத்துக்களின் ஆதாரம் :

பல்வேறு தொழில்முனைவுசார்ந்த ஆய்வுகளும் தொழில்முனைகோயில். கருத்துக்களின் வளஆதாரத்தை ஆய்வு செய்துள்ளன. இந்த அய்வுகள் கருத்துக்கள் தனித்தன்மை பெற்றன என்றும் பலதரப்பட்டவை என்றும்ன்றது உள்ளன. ஒரு சுற்றாய்வில், மறுமொழி அளித்தவர்களும் 60 சதவீதத்தினர் ஒ தொழிலிலேயே பணிபுரிதலானது வணிகம் ஒன்றிற்கு முதன்மையான கருத்தாதாரம் எனக் கூறியுள்ளனர்; வரட்டம் 5.1 ல் தரப்பட்டும் கருக்களின் பல்வேறு ஆதாரங்களைப் பற்றி நாம் கீழ்க்கண்டவாறு காணலாம்.

1. சொந்த ஆர்வங்கள் அல்லது பழக்கவழக்கங்கள்:

தனிநபரின் சொந்த ஆர்வங்கள் அல்லது பழக்கவழக்கங்களே வணிகக் கருத்துக்களின் முக்கியமானதொரு ஆதாரமாகும். தொழில்முனைவோர் சிலை விஷயங்களைச் செய்ய மிகவும் விருப்பம் கொண்டிருந்ததனாலேயே சில தொழில் முனைவுசார்ந்த திட்டங்கள் உருவாகியுள்ளன. உதாரணமாக, பழமையான பொருட்களைச் சேமித்தல் போன்றன. குறிப்பிட்ட பொருள்



அல்லது செயலில் தடர் ஒருவர் கொண்டிருக்கும் சொந்த விருப்பங்களைச் சுற்றியே வெற்றிவாய்ப்பு மிக்க ஒரு தொழில்முனைவு சார்ந்த வணிகமானது உருவாக்கப்பட வேண்டும்.

2. தொழில்முனைவோரது பணி முன் அனுபவம் போன்றன :

வாய்ப்புவளமிக்க மற்றும் மிகவும் பிரசித்தமான வணிக கருத்துக்களின் மற்றொரு ஆதாரமானது தொழில்முனைவோர் தாம் ஆற்றிய பணியிலிருந்து பெற்ற முன் அனுபவம், ஆற்றல் மற்றும் அறிவு ஆகும். குறிப்பிட்ட ஒரு தொழிலில் பணிபுரிவதன் மூலம் பெற்ற அறிவினைக் கொண்டு தொழில் முனைவோர் ஒருவர் வளமிக்க வாய்ப்புகளைக் கண்டறிய இயலும்.

3. தற்பொழுது கிடைக்கக்கூடிய பொருட்களும் சேவைகளும்:

சாத்தியமான கருத்துக்களின் மூன்றாவது ஆதாரமானது தற்போது கிடைக்கக்கூடிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் கவனம் செலுத்துதலாகும். இங்கு நன்கு அறிந்த மற்றும் அறியாத ஆகிய இரண்டு வகையான பொருட்களும் சேவைகளும் ஆய்வு செய்யப்பட வேண்டும். இவ்வித ஆய்வு பின்வரும் கேள்வி களுக்கு மறுமொழியினைக் கண்டுபிடிக்கும் வகையில் செய்யப்பட வேண்டும்

1.என்ன பொருட்களை நீ தினமும் பயன்படுத்துவாய்?

2 அவை என்ன செய்யும் என்று நீ விரும்பினாயோ அதை அவை செய்யுமா?

3. நீ நன்கு அறியாத பொருட்கள் பற்றி நீ என்ன கருதுகிறாய்?

4.நீ நன்கு அறிபவற்றை எடுத்து அவ்வாறு நன்கு அறியாதவைகளின் இடத்தில் பயன்படுத்துவாயா?

வணிகக் கருத்துக்களின் ஆதாரங்கள்:

1.சொந்த ஆர்வங்கள் அல்லது பழக்கவழக்கங்கள்



2. பணி முன் அனுபவம்
 3. தற்பொழுது கிடைக்கக்கூடிய பொருட்களும் சேவைகளும்
 4. மக்களுடன் கலந்துரையாடுதல்
 5. நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்கள் அடைந்த வெற்றி
 6. தற்போதைய தொழில்முனைவோரின் முன்அனுபவம்
 7. குறிப்பிட்ட பொருட்களின் குறைவான அளிப்பு/கூடுதல் தேவை
 8. விளம்பரங்கள்
 9. பொருட்காட்சிகள் மற்றும் வியாபாரக் கண்காட்சிகள்
 10. ஆராய்ச்சி நிறுவனங்கள்
 11. புதிது புனையும் எண்ணம்
 12. வீணான பொருட்களின் மறுசுழற்சி
 - 13 ஏற்கனவே உள்ள பொருட்களின் மேம்பாடு
4. மக்களுடன் கலந்துரையாடுதல் :

வளமிக்க தொழில்முனைவுசார்ந்த கருத்துக்களின் மற்றொரு ஆதாரமானது மற்றவர்களுடன் கலந்துரையாடுவதாகும். மற்றவர்களுடன் கலந்துரையாடும் பொழுது ஒருவர் பல உபயோகமான கருத்துக்களைப் பெறலாம். இதன் மூலம் தொழில்முனைவோரானவர் மக்கல் என்ன வாங்குவதற்கு விரும்புகின்றனர்? சந்தையில் என்ன உடனடியாகக் கிடைக்கவில்லை? தற்போது கிடைக்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் எந்தவிதமான மேம்பாட்டை அவர்கள் எதிர் பார்க்கிறார்கள்? அவர்களில் தேவைகள் ஏதேனும் திருப்திகரமாக நிறைவேற்றம் படவில்லையா? என்பதைப் பற்றி அறியலாம். இவ்விதக் கேள்விகளுக்கான மறுமொழிகள், தொழில்முனைவு சார்ந்த தகுதிகளைக் கொண்டுள்ள நபரை மேலும்



எண்ணவைத்து ஒரு திட்டத்தைத் தொடங்குவதற்கான கருத்துக்களை உருவாக்க வைக்கும் தன்மையுடையனவாகும்.

5. நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களின் வெற்றிகள்:

வணிகத்தில் நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்கள் பெற்ற வெற்றிகளின், கருத்துக் களும் மற்றொரு ஆதாரமாக விளங்குகின்றன எனலாம். வணிகத்தில் இவர்கள் பெற்ற வெற்றிகள் மக்களின் ஆர்வத்தைத் தூண்டி புதிய திட்டங்களை மதிப்பிட்டுத் தொடங்க வைக்கும் வல்லமை பெற்றவை எனலாம்.

6. தற்போதைய தொழில்முனைவோரின் முன் அனுபவம்:

நடைமுறையில் உள்ள தொழில்முனைவோரின் முன் அனுபவத்தைப் பகிர்ந்து கொள்ளலானது சாத்தியமிக்க திட்டங்கள் தொடர்பான தெளிவற்ற (Vaguc) கருத்துக்களைத் தரவல்லதாகும். தற்போதைய தொழில்முனைவோர் மற்ற மாநிலங்களிலிருந்து பெறப்படும் பற்றாக்குறையான மூலப் பொருட்கள் எவை' எந்த உதிரிபாகம் கிடைப்பதற்குக் கடினமாக உள்ளது? என்ன வகைச் சேவை பெறுவதற்குக் கடினமாக உள்ளது? போன்ற தகவல்களைத் தரவல்ல நிலைமையில் இருப்பர். இவ்வகையான தகவல்கள் நிச்சயமாக தொழில்முனைவோர் ஒருவர்க்கு தேவையான கருத்துக்களை யோசித்து உருவாக்க உதவும். இவ்விதக் கருத்துக்கள் திட்டங்களாக மாற்றப்பட்டு வணிகமயமாக்கப்பட்டால், நிச்சயமாக அவை வெற்றியடையும்.

7. குறிப்பிட்ட பொருட்களின் குறைவான அளிப்பு/கூடுதல் தேவை:

நடைமுறையில், குறிப்பிட்ட சில பொருட்களின் அளிப்பு குறைவாக உள்ளதை நாம் கண்கூடாகக் காண்கிறோம். இப்பொருட்களின் உற்பத்தி நிச்சயமாக வெற்றி பெறும் என்பதை இது தெளிவாகக் காட்டுகிறது.

8. விளம்பரங்கள் :



பல்வேறு தகவல் சாதனங்களில் செய்யப்படும் விளம்பரங்களில் தரப்படும் தகவலை நன்கு கூர்ந்து ஆய்வு செய்தால், அது நமது நாட்டில் பொதுவாக எந்த வகையிலான பொருட்கள் தயாரிக்கப்படுகின்றன என்பதைக் காட்டி விடும். அவ்விதப் பொருட்கள் எந்த வகையான சமூகத்தினை மனதில் கொண்டு தயாரிக்கப்படுகின்றன? ஏதேனும் பிரிவு அதில் உள்ளடக்கப்படாமல் விடப் பட்டுள்ளதா? போன்ற வகையான ஆய்வுகள் தொழில்முனைவோர் ஒருவருக்கு அவரது பொருள், அதன் தரம், விலை போன்றவற்றை முடிவு செய்ய உதவும்.

பொருட்காட்சிகள் மற்றும் வியாபாரக் கண்காட்சிகள் :

பொருட்காட்சிகள், வியாபாரக் கண்காட்சிகள் மற்றும் தொழில் கண்காட்சிகள் போன்றவற்றினைப் பார்வையிடுதல் நமக்கு பேரளவில் கருத்துக்களைத் தரவல்லதாகும்.

10. ஆராய்ச்சி நிறுவனங்கள் :

ஆராய்ச்சி நிறுவனங்களானது உருவாக்கப்பட்ட புதிய பொருட்களின் ஒரு பட்டியலை அளிக்கக்கூடிய நிலையிலே இருக்கும். உகந்த மற்றும் நடைமுறைக்கு பொருந்தக்கூடிய திட்டங்களைத் தேர்ந்தெடுக்க இந்நிறுவனங்கள் அணுகப்படலாம்.

ii புதிது புனையும் எண்ணம் :

வெற்றிகரமான ஒரு தொழில்முனைவோராக இருக்க வேண்டும் எனில் புதிது புனையும் எண்ணம் அவசியம் வேண்டும். இவர் பழைய விஷயங்களை புதிய வழிகளில் செய்து பார்க்க முயற்சிக்க வேண்டும். பழைய கருத்துக்களின் ஆய்வானது நவீனக் கருத்துக்களை வெளிப்படுத்தக்கூடியதாகும்.

12 வீணான பொருட்களின் மறுசுழற்சி :



சில முன்னணித் தொழில்களில் வீணாகும் பொருட்களைக் கொண்டு மற்ற பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. உதாரணமாக, பாக்காஸ் (Bagasse) எனப்படும் சர்க்கரைத் தொழிற்சாலையில் வீணாகும் பொருளானது ஆல்கஹால் தயாரிப்பதற்கான முக்கியமானதொரு மூலப் பொருளாக விளங்குகின்றது. இவ் வகையான தகவலும் ஆய்வும் புதிய கருத்துக்களை உருவாக்குவதற்குப் பயன் படுத்தப்படலாம்.

13. ஏற்கனவே உள்ள பொருட்களை மேம்படுத்துதல் :

நுகர்வோரின் தேவைகளுக்கு ஏற்றபடி ஏற்கனவே உள்ள பொருட்கள் மேம்படுத்தப்படலாம். மாவரைக்கும் இயந்திரத்தினைத் தயாரிக்கும் தொழில், அரிசி ஈர மாவு தயாரிக்கும் இயந்திரத்தை தயாரிப்பதை விடுத்து அரிசி மாவு (தூள்) தயாரிக்கும் இயந்திரத்தை தயாரிக்கும் வகையில் அதன் பொருளை மேம்படுத்தலாம்.

கருத்துக்களை உருவாக்கும் முறைகள் :

மேரி கவுல்டெரின் கருத்துப்படி, கருத்துக்களை உருவாக்குவதற்கு நான்கு மாறுபட்ட அணுகுமுறைகள் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு: சுற்றுச்சூழலைக் கண்ணோட்டம் விடுதல் (Environmental Scanning).

1. புதிது புனைதலும் புதிது புனைதல் சார்ந்த வகையில் பிரச்சனைகளைத்
2. தீர்த்தலும் (Creativity and Creative Problem Solving). சிந்தனைத் திறன் தாக்கம் (Brainstorming).
3. கவன ஈர்ப்புக் குழுக்கள் (Focus Groups).

1. சுற்றுச்சூழலைக் கண்ணோட்டம் விடுதல்

கருத்துக்களை உருவாக்க தொழில்முனைவோர் பயன்படுத்தக்கூடிய ஒரு நுட்பம் சுற்றுச்சூழல்சார்ந்த கண்ணோட்டம் விடுதலாகும். இதன் பொருள் உருவாகின்ற போக்குகளை கண்டுணர்வதற்கு என சுற்றுச்சூழலை கண்ணோட்டம் விட்டு, முடிந்தவரையில் தகவல்களைத் திரட்டி, அதிலிருந்து



தேவையானவற்றை வடிகட்டி எடுத்துக் கொள்ளலாகும். நம்மைச் சுற்றியுள்ள உலகை கண்ணோட்டம் விட்டு தனது சொந்தக் கருத்துருவாக்கத்தை தூண்டக்கூடிய சில முக்கியமான கருத்துக்களின் பட்டியல் கீழே தரப்பட்டுள்ளது;

1. முக்கியமான உனது உள்ளூர் மற்றும் பெருநகர செய்தித்தாள்களைப் படி
2. வணிகப் பதிப்புகளைப் படி
3. பிரசித்தி பெற்ற நுகர்வோர் மற்றும் செய்தி சஞ்சிகைகளைப் படி
4. சிறந்த விற்பவர் பட்டியல்களை சீராய்வு செய்
5. அரசு மற்றும் நுகர்வோர் பதிப்புகளை சீராய்வு
6. உரிய வியாபாரப் பதிப்புகளை வாங்கு.
7. வணிக விஷயங்களில் கவனம் செலுத்து-
8. உயர்ந்த முக்கியமான நேரங்களில் ஒளிபரப்பப்படும் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளைப் பார்த்து சீராய்வு செய்
9. புத்தக நிலையம் ஒன்றின் சஞ்சிகைகளின் பிரிவை சுற்றிப்பார்.
10. உள்ளூர்க் கடை வீதிகளில் சுற்றித்திரிந்து அங்கு கடைகளில் எந்த விதமான பொருட்கள் விற்பனைக்கு வாங்கி வைத்துள்ளனர் என்று பார்.

சுற்றுச்சூழலை கண்ணோட்டம் விடுவதன் மூலம், ஒருவரால் வேண்டிய அளவு தகவல்களைப் பெறமுடியும், அது உலகில் என்ன நடக்கிறது, மக்கள் என்ன நினைக்கிறார்கள், மக்கள் என்ன செய்கிறார்கள் என்பதை நீ எப்படி அறியப் போகிறாய் போன்ற விஷயங்களில் உன்னை எச்சரிக்கையாக இருக்கத் தூண்டும். இவ்விதமான அணுகுமுறைக்கு பேரளவில் முயற்சிகளை எடுக்க வேண்டும். செயலில் வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோராக இருப்பதில் அவர் ஆர்வம் உடையவராகவும் ஊக்கமிக்கவராகவும் இருத்தல் வேண்டும்.



2.புதிது புனைதலும் புதிது புனைதல் சார்ந்த வகையில் பிரச்சனைகளைத் தீர்த்தலும்:

புதிது புனைதல் என்பது "இணையற்ற ஒரு வழியில் கருத்துக்களை இணைக்கும்" அல்லது "கருத்துக்களுக்கு இடையில் இயல்பற்ற உறவுகளை உருவாக்கும்" ஆற்றலாகும். (பழமையான வழியில் எண்ணுதலானது இணையான இரவில், சாலைப் பாதைகள் போன்றதாகும்). இது எப்பொழுதுமே ஒன்றோடு ஒன்று இணையாது. அதாவது, இது எக்காலத்திலும் ஒன்றையொன்று நேருக்கு நேர் சந்திக்காததாகும். ஆனால் புதிது புனைதல் என்பது புதிய கருத்துக்களை இயல்பற்ற வழிகளில் தொடர்புபடுத்துதலாகும். அதாவது, இது புதிய கோணங்கள், புதிய இணைப்புகள் மற்றும் புதிய அணுகுமுறைகளில் பார்ப்பதன் மூலம் நேருக்கு நேர் எண்ணுதலைக் குறிக்கிறது.

இதன் மூலம் கருத்துக்களை நாம் எளிதில் உருவாக்க முடியும் இதற்கு என பல்வேறு அணுகுமுறைகள் பயன்படுத்தப்படலாம். உதாரணமாக, சோதனைப் பட்டியல் முறையைப் பயன் படுத்தலாம். இம்முறையில் ஒரு பொருள் அல்லது ஒரு சேவையின் நேர்படியான மற்றும் எதிர்மறையான இயல்புகளை கவனித்து, புதிய கருத்து ஒன்றை அவர் தன்மை உருவாக்குகிறார். இவ்விதமாக நன்கு வடிவமைக்கப்பட்ட புதிது புனையும் பெற்ற பிரச்சனையை தீர்க்கும் அணுகுமுறைகளுள் ஏதேனும் ஒன்றினைப் பயன் படுத்துதலானது புதிது புனையும் தன்மையைப் பயன்படுத்தவும் வளமிக்க தொழில்முனைவு சார்ந்த கருத்துக்களை உருவாக்கவும் உதவும்.

3. சிந்தனைத் திறன் தாக்கம் :

கருத்துக்களை உருவாக்குவதற்கான மிகவும் பிரசித்தி பெற்ற மற்றும் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் அணுகுமுறைகளுள் ஒன்றே சிந்தனைத் திறன் தாக்கம் ஆகும். சிந்தனைத் திறன் தாக்கம் என்பது புதிது புனையும் தீர்வுகளை உருவாக்குவதற்கான கருத்து உருவாக்க நடைமுறையாகும். இது மிகவும் எளிமை யான ஒரு நுட்பமாகும். இது நண்பர்கள் அல்லது உடன்



பணியாற்றுபவர்கள். அடங்கிய ஒரு குழுவின் உதவியுடன் நடத்தப்படுகின்றது. சிந்தனைத் திறன் தாக்க வகுப்பு ஒன்றில், நபர்களின் ஒரு குழுவானது மிகவும் ஓய்வான சுற்றுச்சூழலில் ஒன்று சேர்ந்து அமர்ந்து தமது மனதையும் எண்ண ஒட்டங்களையும் இயல்புக்கு மீறிய அளவில் தடையேதுமின்றி முடுக்கி விடுகின்றது. குழுத் தலைவர் ஒருவர் கலந்துரையாடப் போகின்ற அல்லது கவனம் செலுத்தப்பட வேண்டிய பிரச்சனையைப் பற்றி விவரிக்கிறார். இவர் அப்பிரச்சனையை பங்கேற்பாளர்கள் அனைவரும் முழுமையாகப் புரிந்துகொண்டு விட்டதை உறுதி செய்து கொள்கிறார். உறுப்பினர்கள் குறிப்பிட்ட நேரத்திற்குள் வாய்மொழியாக அவர் களால் முடிந்த அளவுக்கு கருத்துக்களை முன்வைக்கின்றனர்.

கவன ஈர்ப்புக் குழுக்கள்:

கவன ஈர்ப்புக் குழுக்கள் என்பன கருத்துக்களை உருவாக்கவல்ல இறுதியான ஒரு அணுகுமுறை ஆகும். இக்குழுக்கள் கட்டமைக்கப்பட்ட ஒரு அமைப்பில் எதிர் காலத்தில் தயாரிக்கப்படவுள்ள பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் தொடர்பான தகவலை அளிக்கின்றன. சாதாரணமாக கவன ஈர்ப்புக் குழு ஒன்றில், நடுநிலையாளர் ஒருவர், ஆய்வு செய்யப்பட வேண்டிய விஷயத்தின் மீது குழுக் கலந்துரையாடலை தொடங்கி வைக்கிறார். குழுவானது முன்வைக்கப்பட்ட பொருட்கள் மீது கவனம் செலுத்தி நடுநிலையாளர் கேட்கும் குறிப்பிட்ட கேள்விகளுக்கு மறுமொழி அளிக்க வேண்டும். சில நிலைகளில் கவன ஈர்ப்புக் குழுவானது மிகவும் பொதுவான ஒரு அம்சம் மீது கலந்துரையாடலை மேற்கொள்ளலாம். இச்சமயங்களில், நடு நிலையாளரானவர் குழுவின் கருத்துக் களில் அடிப்படையில் கலந்துரையாடலை வழிநடத்தி மட்டும் செல்வார். எவ் 5 வழியில் செயல்பட்டாலும், இவை புதிய கருத்துக்களை உருவாக்குவதற்கும், முன் வைக்கப்பட்ட கருத்துக்களையும் பொதுக் கருத்துக்களையும் வடிகட்டுவதற்கும், மிகவும் சிறந்த வழி முறையைத் தரவல்லது என்பதில் எள்ளளவும் ஐயமில்லை.



கருத்துருவாக்கத்தில் உள்ளூணர்வின் பங்கு :

உள்ளூணர்வு என்பது, மக்கள் தங்களால் சேகரிக்கப்பட்ட அறிவு மற்றும் முன்அனுபவங்களின் அடிப்படையில் ஆழ் மனதில் முடிவுகளை எடுக்கும் ஒரு அறிவாற்றல் நடைமுறையே ஆகும். நபர் ஒருவரின் உள்ளூணர்வானது அளவிடப் பட முடியும் என ஆராய்ச்சிகள் காண்பித்துள்ளன. உள்ளூணர்வைப் பயன் படுத்தக் கற்றுக் கொண்டால், அது புதிய கருத்துக்களின் ஒரு சக்திமிக்க ஆதாரமாக முடியும் கட்டமைக்கப்பட்ட கருத்துருவாக்கத்தை உள்ளூணர்வுடன் இணைப்பதே கருத்துக்களை உருவாக்குவதற்கான மேம்பட்ட ஒரு அணுகுமுறையாக கருதப் படுகிறது. ஏனெனில் இவை இரண்டும் ஒன்று மற்றொன்றிற்கு தமது பங்கை அளிக்கின்றன. ஆகவே, கருத்துக்களை உருவாக்கும் நிலையில் ஒரு நபரானவர் தமது உள்ளூணர்வை நன்கு கவனித்துக் கேட்டு நன்கு கட்டமைக்கப்பட்ட அணுகுமுறைகளைப் பயன்படுத்தி கருத்துக்களை நன்முறையில் மாற்றி அமைத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

கருத்துக்களை உருவாக்குதலானது தொழில்முனைவோரது மிக முக்கியமான ஒரு நடைமுறையே என்றாலும் அதுவும் அரைக்கிணற்றைத் தாண்டியதை ஒத்ததே ஆகும். ஆகவே, செயலில் இறங்குவதற்கும் தமது திட்டத்தை மேற்கொண்டு தொடருவதற்கும் முன்பு, கருத்துக்களை கவனமாக ஆய்வு செய்தல் வேண்டும்.

கருத்துக்களை மதிப்பிடுதல்:

சுற்றுச்சூழல் தீவிரமாக மாறுகின்றது. ஆகவே, கருத்துக்களை மதிப்பிடுதல் கால விரயம் எனக் கருதப்படலாம். ஆயினும், திட்டத்தின் நடைமுறை சாத்தியத்தை ஆய்வு செய்ய கருத்துக்களை மதிப்பிடுதல் அவசியமாகிறது. கருத்தை மதிப்பிடுவதற்கு நான்கு காரணங்கள் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

1.என்ன முக்கியம் என்பதை முடிவு செய்வதற்கு,



- 2 கருத்துக்களின் பலத்தையும் பலவீனத்தையும் அடையாளம் காண்பதற்கு,
3. குறைவான வள ஆதாரங்களை மேம்பட்ட வழியில் பயன்படுத்துவதற்கு," மற்றும்
- 4.மீள்வருகையை அதிகபட்சமாக ஆக்கும் நிலையில் இடரைக் குறைப்பதற்கு

1. என்ன முக்கியம் என்பதை முடிவு செய்ய:

தொழில்முனைவுசார்ந்த திட்டத்தில் என்ன முக்கியம் என்பத முடிவு செய்ய கருத்துக்களை மதிப்பிடுதல் உதவிகரமான ஒரு நடைமுறையாக இருக்கும். தொழில்முனைவோர்க்கு என்ன முக்கியம் என்பது தொடர்பாக வளமிக்க கருத்துக்கள் மதிப்பிடப்படுதல் வேண்டும்

2. கருத்துக்களின் பலங்களையும் பலவீனங்களையும் அடையாளம் காண:

கருத்துக்களை மதிப்பிடுவதற்கான மற்றொரு காரணம், அனைத்துக் கருத்துக்களும் சமமாக உருவாக்கப்படவில்லை என்பதே ஆகும். தொழில்முனைவோர் உருவாக்கும் சில கருத்துக்கள் மற்றவற்றைவிட மிக அதிகளவு வெற்றிவாய்ப்பு மிக்கனவாக இருக்கும். ஒவ்வொரு கருத்தின் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை மதிப்பிடுவதன் மூலம், தொழில்முனைவோரானவர் உறுதியான மற்றும் பலவீனமான அம்சங்களை அடையாளம் காணவும் மதிப்பிடவும் வலியுறுத்தப்படுகிறார். ஒவ்வொரு மாற்று வழியின் பலம், பலவீனம் போன்றவற்றை மதிப்பிடுவதன் மூலம் மேம்பட்ட முடிவை எடுப்பதற்குத் தேவையான தகவலை அவரால் பெறமுடியும்.

3. குறைவான வளஆதாரங்களை மேம்பட்ட வகையில் பயன்படுத்த :

கருத்தினை மதிப்பிடுவதற்கான அடுத்த காரணம் பற்றாக்குறையாக உள்ள வளஆதாரங்களின் மேம்பட்ட பயன்பாட்டினைப் பெறுதலாகும். பெரும்பாலான தொழில்முனைவோர், பணம், காலம், மக்கள் அல்லது மற்ற வளஆதாரங்களை குறைந்த அளவிலேயே கொண்டுள்ளனர். இவைகள்



அனைத்தும் தொழில்முனைவோரது கருத்துக்களை செயலாக்க இன்றியமையாதன ஆகும். தொழில்முனைவு கருத்துக்களை மதிப்பிடுவதன் மூலம் தபர் ஒருவர் அவரது தேர்ந்தெடுப்பு பற்றாக்குறையான பல்வேறு வள ஆதாரங்களையும் மேம்பட்ட வகையில் பயன்படுத்த வல்லது என்பதை உறுதி செய்து கொள்ளலாம்.

4.மீள்வரவை அதிகபட்சமாக்கி இடரைக் குறைக்க:

கருத்துக்களை மதிப்பிடுவதற்கான மற்றொரு காரணம் மீள்வரவை அதிகபட்சமாக்குவதும் இடரைக் குறைப்பதுமாகும் என்ன நடக்கும் என்பது தொடர்பான முடிவுகளையும் செயல்களையும் சுற்றி யிருக்கும் நிலையற்ற தன்மையே இடராகும். மாறாக, மீள்வரவு என்பது தொழில் முனைவு திட்டத்திலிருந்து தொழில்முனைவோர் ஒருவர் திரும்பப் பெறமுடியும் என நம்பும் ஆதாயமே ஆகும். இயற்கையில், நாம் குறைவான இடரையும் அதிகமான மீள்வருகையையும் உடைய திட்டங்களை மட்டுமே ஏற்க விரும்புகிறோம்

கருத்துக்களை மதிப்பிடும் முறை:

தொழில்முனைவு சார்த்த கருத்துக்களை மதிப்பிடுதலானது தனிநபரது சொந்தக் காரணிகளையும், பொருட்கள் சத்தையிடப்படும் இடம்சார்த்த காரணிகளையும் சுற்றியே அமைகின்றது. இவ்விதமான மதிப்பிடுதலானது தொழில் முனைவோர்க்கு கருத்தின் வளம் சார்பான முக்கியமான தகவலைத் தர வல்லதாகும்.

தொழில்முனைவுசார்த்த திட்டம் ஒன்றில் தொழில்முனைவோரே மையப் பகுதியில் இருந்து அனைத்து முடிவுகளையும் எடுக்கிறார், செயல்களையும் புரிகிறார். ஆகவே, வளமிக்க கருத்துக்களை மதிப்பிடும் பொழுது, இவற்றை தொழில்முனைவோரது சொந்தக் கருத்துக்களின் அடிப்படையில் அளவிடுவது சிறந்தது. இது தொடர்பாக பின்வரும் அம்சங்கள் ஆய்வு செய்யப்பட வேண்டும்:



1. தொழில்முனைவோரின் ஆற்றல்.
2. தொழில்முனைவோராக இருப்பதில் விருப்பம்
3. கட்டுக்கடங்கா உணர்ச்சி.
4. அறைகூவல்களைச் சந்திக்கத் தயார் நிலை.
5. தவறுதல்களைச் சந்திக்கத் தயார் நிலை.
6. கடுமையாக உழைக்கத் தயாராக இருத்தல்.
7. திட்டத்தினுடைய வாய்ப்பை பற்றிய உண்மையான நிலையை அறிதல்.
8. தொடர்ச்சியான ஆய்வை மேற்கொள்வதிலுள்ள விருப்பம்.
9. நிதிசார்ந்த பிரச்சனை பற்றி நன்கு அறிதல்.

தொழில்முனைவோரது சொந்தக் கருத்துக்களுக்கு ஏற்ப கருத்துக்களை மதிப்பிடுவது எந்த அளவுக்கு முக்கியமோ அந்த அளவுக்கு அதனை சந்தையிடும் இடம்சார்ந்த அம்சங்களின்படி மதிப்பிடுவதும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததே ஆகும். தொழில்முனைவோரது கருத்தானது போட்டிசார்த்த மற்றும் தெகிழ்வான சந்தையில் நடைமுறை சாத்தியம் பெற்றதாக இருத்தல் வேண்டும் ஆகவே, கருத்து ஒன்று தேர்ந்தெடுக்கப்படும் நிலையில் சந்தை தொடர்பான ஆய்வும் அவசியமாகிறது. திட்டமானது சந்தைக்கு அதிக அளவு ஏற்றதாக இருப்பின் அதல் வெற்றியும் பேரளவினதாக இருக்கும். சந்தை வளத்தை மதிப்பிடுவதற்கு என உள்ள பொதுவான சில அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

1. உனது கருத்துக்கான வளமிக்க வாடிக்கையாளரை அடையாளம் காணுதல்,
2. தற்பொழுது சந்தையில் கிடைச்சக்கூடிய ஏதேனும் பொருளில் உள்ள ஏதேனும் இயல்பு உன்னுடைய பொருளில் உள்ளதா எனப் பார்த்தல்,
3. வாடிக்கையாளர் உன்னுடைய பொருளை வாங்கும் முறை மற்றும் இடம்



4. விலை நிர்ணயம் மற்றும் இலாப நட்டமற்ற புள்ளி (Break-even Point).
5. உனது திட்டத்திற்கான விற்பனைப் பெருக்கம் மற்றும் விளம்பரத்திற்கான தேவை

இவ்வகையான ஆய்வானது நீ தொடங்க உள்ள தொழில்முனைவு திட்டத்தின் நடைமுறை சாத்தியத்தைப் பற்றி உன்னை எண்ண வைக்கும் என்பது உறுதி யானது, கருத்து காகித அளவில் மிகவும் உயர்ந்ததாக காணப்பட்டாலும், சந்தையில் அதற்கு வரவேற்பில்லை எனில், வெற்றிக்குரிய வாய்ப்பு பூஜ்யமாகவே இருக்கும்.

மதிப்பீடு Evaluation

தொழில்முனைவோர் அவரது திட்டத்தினை கீழ்க்கண்ட இரண்டு நுட்பங்களின் உதவி கொண்டு மதிப்பிடலாம்.

1. நான்கு கேள்விகளின் அணுகுமுறை (Four-questions Approach), மற்றும் 2 சாத்தியத்தன்மை ஆய்வு (Feasibility Study).

நான்கு கேள்விகளின் அணுகுமுறையானது, தொழில்முனைவுசார்ந்த கருத்துக்களின் மதிப்பீடு நான்கு அடிப்படைக் கேள்விகளைச் சார்ந்துள்ளது என்று கூறுகிறது. அவை பின்வருமாறு:

- 1.நீ வணிகத்தை விரும்புகிறாயார்
- 2.நீ வணிகத்தில் ஆற்றலுடையவனாக இருக்கிறாயா?
- 3.உனக்கு வணிகத்தில் முன் அனுபவம் உள்ளதா?
4. வணிகம் வெறும் ஒரு ஆர்வமா அல்லது இயல்பா?

இந்த ஒவ்வொரு வினாவும் வளமிக்க தொழில்முனைவோரை கனவு காண்பதிலிருந்து ஒரு படி மேலே செல்லவும் குறிப்பிட்ட பிரச்சனைகள் மீது கவனம் செலுத்தவும் வலியுறுத்துகின்றது. இவ்வகையான எளிமையான, எண்ணத்தை உலுக்குகின்ற கேள்விகளுக்கு விடை அளிப்பதன் மூலம்,



தொழில் முனைவோர் ஆனவர் விருப்பம், ஆற்றல், திறமை போன்ற சொந்த இயல்பு களையும் ஆர்வம், போக்கு அல்லது தேவை போன்ற சந்தையிடப்படும் இடம் சார்ந்த காரணிகளையும் தனக்கு சாதகமாகக் கொண்டுள்ளாரா அல்லது இல்லையா என்பதை ஆய்வு செய்ய வேண்டும்.

மற்றொரு மதிப்பீட்டு நுட்பமானது சாத்தியத்தன்மை ஆய்வாகும். இது திட்டம் ஒன்றின் இயங்கக்கூடிய தன்மையை நிர்ணயிக்கும் வகையில் திட்டத்தின் பல்வேறு அம்சங்களையும் முறைப்படியாக ஒழுங்கோடு ஆய்வு செய்யும் வகையில் வடிவமைக்கப்படக்கூடிய ஒரு ஆய்வாகும். குறிப்பிட்ட ஒரு தொழில்முனைவு திட்டமானது வெற்றிகரமான வாய்ப்பைக் கொண்டுள்ளதா என்பதை நிர்ணயிக்கும் ஆற்றல்மிக்க ஒரு கருவியாக நன்கு தயாரிக்கப்பட்ட சாத்தியத்தன்மை ஆய்வு அமையக்கூடியதாகும். இது வணிகத் திட்டத்திற்கும் ஒரு அடிப்படையைத் தரவல்லதாகும்.

இது தொழில்முனைவுசார்ந்த திட்டத்தின் மிக முக்கியமான கூறுகளின் விவரங்களையும் இக்கூறுகளின் சாத்தியத்தன்மை தொடர்பான தொழில்முனை வோரின் ஆய்வையும் தருகின்றது. பொதுவாக இது எட்டுப் பிரிவுகளைக் கொண்டுள்ளது. அவை- 1. அறிமுகப் பிரிவு, 2. வளமிக்க பலம் மற்றும் பலவீனங்கள், மற்றும் ஏனைய முக்கியமான தகவல்கள், 3 கணக்குவைப்புக் காரணிகள், 4. மேலாண்மைக் காரணிகள், 5. சந்தையிடுகைக் காரணிகள், 6. நிதிசார்ந்த காரணிகள், 7. சட்டம்சார்ந்த காரணிகள், மற்றும் 8. வரிக் காரணிகள் ஆகியன வாகும். இவற்றுடன், பிற்சேர்க்கைகளும் தரப்பட்டிருக்கும் இதில் அட்டவணை, வரைபடங்கள் போன்றன இருக்கும்.

ஆகவே சாத்தியத்தன்மை ஆய்வானது பல பகுதிகளைக் கொண்டுள்ளது. இந்த ஆய்வினைத் தயாரிக்க பேரளவில் காலம், முயற்சி போன்றன தேவையாக இருக்கிறது. ஆயினும், இது ஆற்றலுடன் செய்யப்பட்டால், வணிகத் திட்டத்தின் மற்ற பணிகள் அனைத்தும் எளிதாக மேற்கொள்ளப்பட்டு விடலாம்.



வணிக வாய்ப்பின் பொருள் Meaning of Business Opportunity

அறிமுகம்:

வணிக வாய்ப்புக்களிலுள்ள மதிப்பை அடையாளம் கண்டு அதனைத் துரத்திப்பிடித்துப் பெறும் ஆற்றலே தொழில்முனைவினை முடுக்கி விடும் முக்கியமான பணி என்பது அனைத்து அறிஞர்களும் ஏற்றுக் கொண்டுள்ள தொழில்முனைவு மீதான ஒரு அம்சமே ஆகும். வாய்ப்பு ஒன்றினை அடையாளம் காணும் வரை ஒரு நபரை எவரும் தொழில்முனைவோர் என அழைக்க மாட்டார்கள் சிறந்த ஒரு வாய்ப்பை எது உருவாக்குகிறது மற்றும் தொழில் முனைவோர் எங்கு வாய்ப்பைக் கண்டுணர்கின்றனர் என்பதை எல்லாம் பொதுப் படையாகச் சொல்வது கடினம். சில தொழில்முனைவோர் எண்ணங்களை விரித்து சிறகடித்துப் பறக்கவிடுவதன் மூலமும் முழுமையான பரிசோதனையில் மூலமும் வாய்ப்பைக் கண்டுணர்கின்றனர். மற்றவர்கள் அதிர்ஷ்டத்தின் காரணமாகவும் வளமிக்க வாடிக்கையாளர்களின் ஒரு தொலைபேசி அழைப்பு மூலமாகவும் கூட வாய்ப்பைக் கண்டுணர்கின்றனர். ஆகவே, வாய்ப்பு தொடர் பான பொதுப்படையான கருத்தை வெறிகரமான மற்றும் தோல்வியுற்ற தொழில் முனைவோரது முன்அனுபவங்களை வைத்துக்கூட கூறமுடியாது. ஆயினும் வணிக வாய்ப்புகளை அடையாளம் காணுதல் பற்றி நாம் முடிந்தவரை தொகுத்து வரைய முயற்சிக்கலாம்.

வாய்ப்புகளே கருத்துக்களாகும். இவை காகிதத்தில் உள்ள ஏதேனும் விஷயம் என்று குறிப்பிடப்படலாம். தனிநபர்களால் இலாபகரமான மற்றும் இயங்குகின்ற வணிகங்களாக மாற்றப்பட்ட வாய்ப்புகள் தெளிவாகப் புரிந்து கொள்ளப்பட்டு வணிகத்தில் பயன்படுத்தக்கூடிய வாய்ப்புக்கள் எனக் குறிப்பிடப்படுகின்றன. ஆகவே, நடைமுறைசார்ந்த கூறுகளில், "வணிக நிறுவனம் ஒன்றினால் புலனாகக் கூடிய ஒரு பொருள் அல்லது சேவையாக மாற்றப்படும் நிலையில், நிதிசார்ந்த இலாபத்தை அளிக்கக்கூடிய ஒரு



வணிகப் பொதுக்கருத்தே வாய்ப்பு ஆகும்" என வாய்ப்பு என்ற சொல் வரையறுக்கப்படலாம். இந்நிலையில் வணிகத்தில் வாய்ப்பானது கொண்டிருக்கக்கூடிய உண்மையான பொருள் என்ன என்ற கேள்வி எழலாம். அவை வணிகக் கருத்துக்களினின்றும் மாறுபட்டனவா? நமக்குத் தெரிந்தவரை, வணிகக் கருத்துக்களும் வணிக வாய்ப்புக்களும் பெரும்பாலும் ஒன்றிற்கு மாற்றாக மற்றொன்று பயன்படுத்தப்பட்டே வருகின்றன. வாய்ப்பு என்பது தொழில்முனைவோரானவர் பல்வேறு கருத்துக்களிலிருந்தும் தமது

சொந்த ஆற்றல்களுக்குப் பொருந்தக்கூடியதை தேர்ந்தெடுக்கும் நடைமுறை சாத்தியமுடைய ஒரு வணிகக் கருத்தாகக் கருதப்படுகின்றது. அவ்வித வாய்ப்பை தொழில்முனைவோரானவர் சிறந்த முதலீட்டுத் திட்டமாகத் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்கிறார்.

1. வாய்ப்புகள் மதிப்புருவாக்கத்துடன் தொடர்புடையன :

தொழில்முனைவோரானவர் பொருளின் மதிப்பை தெரியப்படுத்த வேண்டும். இவர் பொருளை குறைத்து மதிப்பிட்டு விடக்கூடாது. இவர் பொருளை சரியான மதிப்பில் வெளியிட வேண்டும். மதிப்புக் குறைப்பானது சில சமயங்களில் பொருளின் தோல்விக்கு வழிவகுத்து விடலாம். விலை பொருளின் மதிப்பிற்கு ஏற்றதாக இருந்தால் மட்டுமே மக்கள் செலுத்துவர். ஆகவே பொருளுக்குரிய சரியான விலை நிர்ணயிக்கப்படுதல் வேண்டும்.

2 வாய்ப்புகள் அனைவருக்கும் ஒத்தன அல்ல :

அனைவருக்கும் வாய்ப்புக்கள் ஒன்றாக இருப்பதில்லை. இதன் காரணம் மிகவும் வெளிப்படையானதாகும். நாம் ஒவ்வொருவரும் வாய்ப்பு ஒன்றினை தூரத்திப்பிடிப்பதில் சரிசமமான அளவில் தேர்ச்சி பெற்றிருக்க மாட்டோம். ஒவ்வொரு தனிநபர் அல்லது குழு கொண்டுள்ள முன்அனுபவமானது வாய்ப்புக் களைத் தேடிப்பிடிப்பதில் அவர்களைக் கூடுதல் அல்லது குறைவான ஆற்றலுடன் செயல்பட வைக்கிறது. தவிரவும் ஒவ்வொரு தனிநபரின் புரிந்துகொள்ளும் திறனும் மாறுபட்டதே. அதாவது ஒருவரால் வாய்ப்பு எனக் கருதப்படும் ஒன்று மற்றவரால் அவ்வாறு கருதப்படாமல்



இருக்கலாம். இது ஒருவர் அதனை நடைமுறைப்படுத்தும் ஆற்றல் உடையவரா அல்லது இல்லையா என்பதைப் பொறுத்து அமைகிறது. கருத்து ஒன்றினை செயல்படுத்துவதற்கான திறன் தனிநபர்களிடையில் மாறுபடுவதால், வாய்ப்புகளும் தனிநபர்களிடையில் மாறுபட்டனவாகவே தோன்றுகின்றன.

3. சிலர் மட்டுமே வாய்ப்புகளைத் தேடித் துரத்திப் பிடிக்கின்றனர் :

வாய்ப்புகள் வெளிப்படையாகக் காணப்பட்டாலும், சிலர் மட்டுமே அவற்றைத் துரத்திப் பிடிக்கின்றனரே அன்றி அனைவரும் அவ்வாறு செய்வ தில்லை. 6. னிக வாய்ப்பு ஒன்றை எண்ணிப்பார்ப்பவர்களை விட யார் ஒருவர் தாமே முயற்சித்து வாய்ப்புக்களை உண்மையில் துரத்திப் பிடிக்கின்றாரோ அவருக்கே இலாபம் கிடைக்கின்றது. புதியதை உருவாக்கும் எண்ணம் அற்புதமானது. ஆனால் அது செயல்வடிவம் பெறவில்லை ஆனால் அது வெறும் ஆற்றலின் செலவழிப்பே ஆகும். இதுவரையுள்ள தன்னுடைய நிலையில் திருப்தியடையாதவர்களே பெரும்பாலும் வாய்ப்பைத் துரத்திப்பிடிக்கின்றனர் வாய்ப்புக்களைத் துரத்திப்பிடிக்க உண்மையான முயற்சியை ஒருவர் எடுத்தல் அவசியமானதாகும்.

4. சிக்கலான வாய்ப்புகள் இயங்காது :

சில வாய்ப்புக்களை நடைமுறையில் வணிகமயமாக்கும் பொழுது அவற்றின் இயக்கத்திற்கு என பெருமளவில் நபர்கள் தேவையாக இருக்கின்றனர்; பல்வேறு கட்டங்களும் பாகங்களும் ஒருங்கிணைக்கப்பட வேண்டியதாகவும் இருக்கின்றது.

இனை சிக்கலான வாய்ப்புக்கள் என குறிப்பிடப்படுகின்றன. வாய்ப்பு ஒன்று அதிகளவில் சிக்கலானதாக இருக்கும் நிலையில் அதனை அடைவதும் சாத்தியமற்றதாகவே இருக்கும். சில தொழில்முனைவோரிடம் கருத்துக்கள் இருக்கும். ஆனால் அதனை பயன்படுத்த முயற்சிக்கும் பொழுதுதான் அவர்கள் அதற்கு அதிக எண்ணிக்கையில் நபர்கள்



ஈடுபடுத்தப்பட வேண்டும் என்பதை உணர்வர். அவ்வித சிக்கலான வாய்ப்புகள் சாதாரணமாக இயங்குவதில்லை. ஆகவே அவை முறிந்து விடும்.

5. நன்கு வளர்ச்சியுற்ற சந்தைகளில் வாய்ப்புகள் அரிதாகவே காணப்படுகின்றன:

நன்கு வளர்ச்சியுற்ற சந்தைகளில் எப்பொழுதும் வாய்ப்புக்கள் காணப்படுவதில்லை. சந்தை ஒன்று நன்கு வளரத் தொடங்கியவுடன் அங்குள்ள முதலீட்டு வாய்ப்புகளைப் பயன்படுத்துவதற்கு என தொழில்முனைவோர் அதிக எண்ணிக்கையில் அவ்வித சந்தைகளுக்குள் நுழைவர். அப்படியென்றாலும் கூட ஒரு சிலரே அங்கு நீடித்திருப்பர். ஏனெனில், அளிப்பு மற்றும் தேவையின் சமனற்ற நிலையினால் அவர்கள் வெளியேற்றப்படலாம்.

6. வாய்ப்புகள் தொழில்முனைவோரது கண்டுபிடிப்புகளின் வெளிப்பாடாக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை:

தொழில்முனைவோர் சுண்டுபிடிப்பாளராக இருக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை. ஆனால் பல தொழில்முனைவோர் சில வகையான தொழில்நுட்பம் சார்ந்த கண்டுபிடிப்புகளின் அடிப்படையிலான வாய்ப்புகளைத் தேடி நமது காலம் மற்றும் முயற்சியினை செலவிடுகின்றனர். இது ஆச்சர்யப்படத்தக்கதாகவும் ஏன் விரும்பத்தக்கதாகவும் கூட இருக்கிறது. இருப்பினும் இது அவசியமில்லை.

தொழில்முனைவுசார்ந்த வாய்ப்பு வளஆதாரங்கள்:

தொழில்முனைவுசார்ந்த வாய்ப்பு வளஆதாரங்கள், அவற்றைத் துரத்திப் பிடிப்பவர்களுக்கு பல்வேறு வழிகளிலும், வடிவங்களிலும், முறையிலும் கிடைச் கின்றன. சில தனிநபர்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான கருத்துக்களை அதிவேகமாக கண்டுபிடித்த வண்ணமே இருப்பர். மற்றவர்கள் கருத்துக்களை செய்தித்தாளிலிருந்து பெறுவர், அல்லது நண்பர் ஒருவரிடம் இருந்து கேட்டுத் தெரிந்து கொள்வர்.



தொழில்முனைவோர் ஆவதற்கு என ஒரு நபருக்கு புதியவற்றை உருவாக்கும் மனது குறிப்பாகத் தேவையில்லை எனினும், அவர் சிறிதளவாவது புதிது புனையும் தன்மையைக் கொண்டிருத்தல் அவசியமே ஆகும் தொழில்முனைவோர், கருத்துக் களின் இருப்பிடமாக இருக்க வேண்டியதில்லை. ஆயினும் அவர்கள் வாய்ப்பு ஒன்றினைச் சுற்றி வணிகம் ஒன்றை அமைப்பதிலும் தங்களின் கருத்துக்களை செயல்படுத்துவதிலும் புதிது புனையும் தன்மை பெற்றவராக இருத்தல் அவசியம்

பொதுவாக, அடையாளம் காணப்படும் வணிக வாய்ப்புகள் கடந்தகால முன் அனுபவத்துடன் தொடர்புடையனவாகவே இருக்கின்றன. தனக்கு அறிமுகம் இல்லாத ஒரு துறையில் புதிய ஒரு வாய்ப்பை ஒருவர் அடையாளம் காண்பதி என்பது அரிதான ஒரு நிலையே ஆகும். வழக்கமாகவே வாய்ப்புகளானது பணியில் இருக்கும் ஒருவருக்கு உள்ள முன்அனுபவம் அல்லது சமூக சுற்றுச் சூழலுடன் தொடர்பு உடையனவாகவே இருக்கின்றன. அதாவது, பொதுவாக, தொடர்பற்ற கருத்துக்களுடன் இணைத்துப் பார்த்தே மனதானது இவற்றை வெளிப்படுத்துகிறது. நம்மிடம் தற்சமயம் உள்ள அறிவுப் பரப்பிற்குள்ளிருந்தே வாய்ப்புக்களுக்கான கருத்துக்கள் வெளிவருகின்றன. ஆகவே எவரேனும், குறிப்பிட்ட அல்லது பழக்கமற்ற வணிகம் ஒன்றில் புதுக்கருத்து ஒன்றை உருவாக்க விரும்பினால், அவரை அவ்வணிகத்தில் பணிபுரியச் செய்தல் வேண்டும். இது அவருக்கு அவ்வணிகம் எவ்வாறு இயங்குகின்றது என்பதை அறிந்து கொள்ள உதவும்.

பீட்டர் எஃப். டிரக்கர் என்பார், ஆற்றல்மிக்க தேடலுக்கு, புதிது புனைதல் சார்ந்த வாய்ப்புக்களுக்கு எங்கு தேடுவது மற்றும் அத்தேடலை முறையாக செய்வதற்கான ஒழுங்குமுறை எது என்பன தொடர்பான ஆழமான அறிவு தேவை என்கிறார் (1985). இவ்வித அறிவைப் பெற இவர் புதிய வாய்ப்புகளின் ஏழு விதமான ஆதாரங்களைக் கண்காணித்தல் வகை செய்யும் என்கிறார். அவை பின்வருமாறு:



எதிர்பாராத வெற்றியும் தோல்வியும் :

1.எதிர்பாராத வெற்றி:-

இது வெற்றிகரமான புதிது புனைதலுக்கு உயர்ந்த வாய்ப்புகளை அளிக்கிறது. எதிர்பாராத தோல்வி (The Unexpected Failure) - தோல்விகள் வாய்ப்புகளின் அறிகுறிகளாகவே கருதப்படுகின்றன. இவை மறுத்தொழிக்கப் படவோ மற்றும் கவனத்திலிருத்தாமல் விடப்படவோ கூடாது. அவை புதிது புனைதலுக்கான வளமிக்க ஒரு ஆதாரமாகக் கருதப்பட வேண்டும்.

2. தொடர்ச்சியாக அமையாத நிலை

இந்நிலை ஒன்று என்னவாக இருக்கிறது, அது என்னவாக இருத்தல் வேண்டும் என்பதற்கு இடையிலான வேறுபாட்டை வெளிக்கொணர்கிறது. இது அதற்குக் காரணமான தவறை வெளிக்கொணர்ந்து மக்களை புதிது புனைய அழைக்கிறது.

3.நடைமுறைத் தேவை “

நடைமுறைத் தேவையானது மிகவும் உறுதியானதும் பணியை நோக்கியது மாகும். இது ஏற்கனவே உள்ள ஒரு நடைமுறையை துல்லியமாக்குகிறது மற்றும் புதிதாகக் கிடைக்கக்கூடிய அறிவைச் சுற்றி ஏற்கனவே உள்ள பழைய தடைமுறையை மாற்றி அமைக்கிறது.

4.தொழில் மற்றும் சந்தைக் கட்டமைப்பு :

தொழில் கட்டமைப்பில் உள்ள பின்வரும் ஏதேனும் மாற்றம் விதிவிலக்கான வாய்ப்புகளை முன்வைக்கின்றது:

1. தொழிலின் தீவிரமான வளர்ச்சி
2. சந்தையைப் புரிந்துகொள்ளும் மற்றும்
- 3.சேவை செய்யும் வழியில் மாற்றம்
- 4.மாற்றங்களின் ஒன்றாகக் கூடுகின்ற இயல்பு.



5.வணிகத்தை மேற்கொள்ளும் வழியில் மாற்றம் தொழில்முனைவு

5. மக்கள்தொகை ஆய்வு :

மாறுகின்ற மக்கள் தொகை மீதான ஆய்வானது மிகவும் உயர்ந்தளவு உற்பத்தித் தன்மையுடைய மற்றும் சாத்தியத்தன்மை மிக்க புதிது புனையும் வாய்ப்பினை வழங்குகின்றது.

6.புரிந்து கொள்தலில் உள்ள மாற்றங்கள் :

புரிந்து கொள்தலில் உள்ள மாற்றங்கள் கணிசமான அளவில் புதிது புனையும் வாய்ப்புகளை உருவாக்குகின்றன.

7. புதிய அறிவு :

புதியதாகப் பெறக்கூடிய அறிவிற்கு அறிவு, சமூக, பொருளாதார மற்றும் புரிந்துகொள்தல் காரணிகளின் கவனமான ஆய்வு தேவை.

வாய்ப்பை அடையாளம் காண்பதற்கான மற்றொரு வழி வியாபாரக் கண் காட்சிகளும் பொருட்காட்சிகளும் ஆகும். இவை, அமைக்கப்படுவதன் நோக்கம் மற்றும் பொருட்களின் அடிப்படையில் பல வகையினதாக இருக்கின்றன. இவை பொதுப்படையான கண்காட்சிகள், தனிச்சிறப்பு பெற்ற கண்காட்சிகள் போன்ற ஏதேனும் வகையினதாக இருக்கின்றன. இவை உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் விற்பனையைப் பெருக்கும் வகையில் வணிகம்சார்ந்த விளம்பரம் மீது புதிய கருத்துக்களை முன்வைப்பதற்கான வாய்ப்புக்களை வழங்குகின்றன. கண் காட்சிகளில் தமது இனங்களை பார்வைக்கு வைப்பவர்களுக்கு இது உற்பத்தி மற்றும் சந்தையிடுகையின் நவீன தொழில்நுட்பங்கள் தொடர்பான அறிவைப் பெற உதவுகின்றது.

வாய்ப்பு ஆய்வு :

வாய்ப்பு ஒன்றினை அடையாளம் காணும் ஒரு நடைமுறையைக் குறிப்பதே வாய்ப்பு ஆய்வாகும். இது வாய்ப்பினை உணர்தல் மற்றும் கண்டுணர்தல் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றது. தொழில்முனைவோர்



இயல்பாகவே, வாய்ப்புக்கலை. அவரது பலம், பலவீனம், வாய்ப்புகள் மற்றும் பயமுறுத்தல்கள் போன்றவற்றைக் கருத்தில் கொண்டே ஆய்வு செய்து அதற்கேற்ப பொருட்களைத் தேர்ந்தெடுக்கின்றனர். மேலாண்மைத் தத்துவத்தில், இது பலம், பலவீனம், வாய்ப்பு மற்றும் பயமுறுத்தல் (Strength Weakness Opportunity and Threat (SWOT)) ஆய்வு அழைக்கப்படுகிறது. பொருள் ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்கும் பொழுது. இவர் பின்வரும் அம்சங்களைக் கருத்தில் கொள்கிறார்;

1. துறையில் அவரது சொந்த அனுபவம் அல்லது அவரது பாகஸ்தரின் அனுபவம்.
2. தமது சொந்த அல்லது ஏதேனும் ஏனைய நடந்து கொண்டிருக்கும் வணிகம் அல்லது தொழிலின் பரவலாக்கல் அல்லது
- 3.விரிவாக்கத் திட்டம் உடனடித் தேவையைக் கொண்டிருக்கக்கூடிய பொருட்கள்,
4. அரசால் கட்டுப்படுத்தப்பட்ட அல்லது இறக்குமதிக்குத் தடைசெய்ய | பட்ட பொருட்கள்.
- 5.உயர்த்த இலாபத்தன்மையைக் கொண்டுள்ள பொருட்கள் பொருளுக்குக் கிடைக்கக் கூடிய

நன்மைகள்.

6. தொழில் கொள்கையின் மாற்றங்களினால் வழிகாட்டப்படும் வரிசை,
7. வரி சேமிப்புகள், உதவித் தொகைகள், சலுகைகள், மானியங்கள் போன்றன.

வாய்ப்பு ஆய்விலுள்ள கட்டங்கள் Steps in Opportunity Analysis

வாய்ப்பு ஆய்வில் மூன்று கட்டங்கள் அடங்கியுள்ளன:

1. வணிகச் சுற்றுச்சூழலைக் கண்ணோட்டம் விடுதல் (Scanning the Environment of Business).



2. வாய்ப்புகளை வடிகட்டுதல் (Shortlisting the Opportunities).

3. பொருளை முடிவு செய்தல் (Finalising the Product).

வணிகச் சுற்றுச்சூழலைக் கண்ணோட்டம் விடுதல்

வாய்ப்பு ஆய்வின் முதல் கட்டமானது சுற்றுச்சூழலை கண்ணோட்டம் விடுதலாகும். இது கருத்துக்களின் உருவாக்கத்தை ஏதுவாக்குகிறது. வணிகம் சார்ந்த முறையில் சாத்தியமாகக்கூடிய கருத்துக்களை (எவ்வளவு முடியுமோ அவ்வளவு) முயற்சித்து உருவாக்குவது வளமிக்க தொழில்முனைவோரது பணியாகும். சுற்றுச்சூழலைக் கண்ணோட்டம் விடுதலானது பின்வரும் வழிகளில் கருத்துக்களை உருவாக்க உதவுகிறது:

1. நண்பர்கள், உறவினர்கள், வணிகர்கள், தொழிலதிபர்கள் மற்றும் வணிகம், வணிகவியல் மற்றும் தொழில்களோடு தொடர்புடைய நபர்களுடன் கலந்துரையாடுதல்.

2. மாவட்ட தொழில் மையங்கள் (DICs), சிறு தொழில்கள் சேவை நிறுவனங்கள் (SISs), தொழில்முனைவு வளர்ச்சி நிறுவனங்கள், சிறு தொழில் வளர்ச்சிக் கழகம், தொழில் மற்றும் வணிகவியல் கழகம், தொழில் கழகங்கள் போன்ற வளர்ச்சி முகவாண்மைகளுடன் தொடர்பு கொள்ளுதல்,

3. வணிக வங்கிகள் மற்றும் பேரளவுத் தொழிலகங்களின் விற்பனை வளர்ச்சி மையங்களின் தொழில்நுட்ப கலந்தாய்வு மையங்களை அணுகுதல்,

4. சமூகத்தால் விரும்பப்படுகின்ற பொருட்கள் அல்லது சேவைகளைக் கண்டுணர்தல்,

5. இணையத்தைப் பார்வையிடுதல் (Internet Browsing),

வாய்ப்புகளை வடிகட்டுதல் Shortlisting the Opportunities

சுற்றுச்சூழலில் வாய்ப்புகள் வரையறையில்லாமல் இருக்கின்றன. ஆகவே வளமிக்க தொழில்முனைவோர் பல கருத்துக்களை உருவாக்குகின்றனர். ஆகவே இவற்றுள் இரண்டு அல்லது மூன்றைக்



கூர்ந்தாராய்வதற்கு என தேர்ந்தெடுத்தல் அவசியமாகிறது. இந்த ஆய்வானது, SWOT ஆய்வின் அடிப்படையில் செய்யப் படலாம். இது இறுதிப் பொருளை முடிவு செய்ய தொழில்முனைவோர்க்கு உதவுகிறது. இவர்களின் பலத்திற்குள் அடங்குவன- கல்விசார்ந்த அல்லது தொழில்நுட்பம்சார்த்த கல்வித் தகுதி. ஆற்றல்கள், வியாபாரம்சார்ந்த அறிவு. குடும்பத் தொடர்புகள் போன்றன, இதன் பலவீனங்களுள், தொழில்முனைவோர் இயல்பு, நிதிசார்ந்த பின்னணி, சந்தையின்மை போன்றன அடங்குகின்றன.

மேலும், நிலைத்தன்மை, வளர்ச்சி, சந்தையிடக்கூடிய ஆற்றல், தயாரிப்பதற்கு தேவைப்படும் காலம் போன்ற பொருள் தொடர்பான குறிப்பிட்ட காரணிகளும் கருத்தில் கொள்ளப்படுதல் வேண்டும் எதிர்காலம் அவ்வளவாக நிலையானதாக இல்லாத ஒரு பொருளைத் தயாரிப்பது மிகவும் அபாயகரமான ஒரு திட்டமாகவே இருக்கும். அவ்விதப் பொருளை தயாரிக்கக்கூடிய கருத்தை அல்லது வாய்ப்பை கைவிடுதல் வேண்டும்.

வாய்ப்புகளை முடிவு செய்தவுடன் தொழில்முனைவோரானவர் கருத்துக்கள் தொடர்பாகவும், அவற்றின் தொழில்நுட்ப-பொருளாதார சாத்தியத்தன்மை தொடர்பான சாதக பாதகங்களையும் நிதி நிறுவனங்கள் போன்றவற்றுடன் சுலந்துரையாட வேண்டும். அவைகளது குறிப்புரைகளும் நோக்குகளும் எதிர்மறையானதாக இருப்பின், தொழில்முனைவோர் அவ்விதப் பொருட்களைக் கைவிட்டு விட்டு புதிய வாய்ப்புக்களைத் தேடிக் கண்டுபிடிக்கும் முயற்சியில் இறங்க வேண்டும். இதன் காரணம் என்னவென்றால், நிதி நிறுவனங்களின் ஆதரவற்ற திட்டங்களுக்கு, அவற்றிடமிருந்து நிதியைப் பெறுவது சடினமாகி விடும். நிதி நிறுவனங்களின் ஆதரவு கிடைத்துவிட்ட நிலையில், அவ்வித வாய்ப்புக்களை பயன்படுத்தி நிறுவனத்தை அமைச்சு தொழில்முனைவோர் தயங்கக் கூடாது,

பொருளை முடிவு செய்தல் Finalisation of the Product

அடுத்த கட்டம் பொருளை முடிவு செய்தலாகும். மேலே கட்டம் எண் 2-ல் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட இரண்டு அல்லது மூன்று கருத்துக்களுள் ஏதேனும்



ஒன்றை இறுதியாக முடிவு செய்வதற்கு என ஏதேனும் சில அளவுகோல்கள் வேண்டும். அவற்றுள் முக்கியமானவை பின்வருமாறு:

1. திட்டத்திற்குத் தேவைப்படும் மொத்த முதலீடு
2. திட்டத்திலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் முதலீடு மீதான சாதாரணப் பங்கு
3. முதல் மீதான மீள்வருகை.
4. எதிர்பார்க்கப்படுகின்ற விற்பனை அளவு.
5. இலாபங்கள் மற்றும் இலாபத் தன்மை.

தொழில்முனைவோரானவர், வடிகட்டிய இரண்டு அல்லது மூன்று கருத்துக்களுள் திட்டம் ஒன்றினை மேற்கொள்வதற்கு மிகவும் சாத்தியமாக உள்ளதாக அவர் கருதும் கருத்து ஒன்றினைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார். கருத்தினை உருவாக்கிய பிறகும் கூட தொழில்முனைவோரானவர் அத்திட்டத்தின் வெற்றி வாய்ப்புமிக்க அமைப்பு மற்றும் இலாபகரமான மேலாண்மைக்கு என கீழே தந்துள்ளவாறு பல இரகத்திலான தகவல்களையும் சேகரிக்க வேண்டும்.

1. தொழிற்சாலை மற்றும் இயந்திரங்களில் செய்யப்பட வேண்டிய மொத்த முதலீடு
2. மூலப் பொருட்களின் ஆதாரங்கள்.
3. கட்டமைப்பு வசதிகள்,
4. திட்டத்தின் அளவு.
5. ஆற்றல்மிக்க மற்றும் ஆற்றலற்ற மனித சக்தியின் கிடைக்கும் தன்மையும் தேவையும்.
6. மொத்த நிதித் தேவை.
7. அரசின் கொள்கை.
8. நிறுவனம் ஒன்றைத் தொடங்க அரசால் பின்பற்றப்படும் நடைமுறை



9. அரசால் அளிக்கப்படும் ஏதேனும் வெகுமதிகள், உதவித் தொகைகள், விலக்குகள் போன்றன.

மேற்கண்ட அம்சங்களைக் கருத்தில் கொண்டு, தொழில்முனைவோரானவர் வணிகவியல்சார்ந்த மற்றும் தொழில்நுட்பம்சார்ந்த சாத்தியத்தன்மையைக் கொண்டுள்ள வாய்ப்பைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். மேலும், வாய்ப்பானது தொடர்ச்சியாக நீண்டதொரு காலத்திற்கு போதுமான மீள்வருகையை தரவல்லதாகவும், மாறுகின்ற காலத்தின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப பரவலாக்கப்படக் கூடிய தன்மை பெற்றதாகவும் இருத்தல் வேண்டும்.

வியாபார மாதிரி

வியாபார மாதிரி:

வியாபார மாதிரி ஒரு நிறுவனம் எவ்வாறு உருவாக்குகிறது, வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்குகிறது மற்றும் மதிப்பைப் பெறுகிறது- பொருளாதாரம், சமூகம் மற்றும் பிற மதிப்புகளை தர்க்கரீதியாக விவரிக்கிறது. வணிக மாதிரி மேம்பாட்டு செயல்முறை வணிக மூலோபாயத்தின் ஒரு பகுதியாகும்.

கோட்பாடு மற்றும் நடைமுறையில், சொல் *வியாபார மாதிரி* வணிகத்தின் நோக்கம், தயாரிப்பு வரிசை, மூலோபாயம், உள்கட்டமைப்பு, நிறுவன அமைப்பு, விற்பனை முறைகள், செயல்பாட்டு செயல்முறைகள் மற்றும் கொள்கைகள் உட்பட, வணிகத்தின் முக்கிய அம்சங்களைத் தெரிவிக்க, பரந்த அளவிலான முறையான மற்றும் முறைசாரா விதிமுறைகளில் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

வரலாறு:

மிகவும் பிரபலமான மற்றும் எளிமையானது கடை வணிக மாதிரி. சாத்தியமான வாங்குபவர்களின் இடத்தில் ஒரு கடையை வைப்பது மற்றும் விற்பனைக்கு வழங்கப்படும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளைக் காண்பிப்பது



இந்த மாதிரியில் அடங்கும். காலப்போக்கில், வணிக மாதிரிகள் பெருகிய முறையில் சிக்கலானதாகிவிட்டன. "பைட்-ஹூக்" ("ரேஸர்-பிளேடு" அல்லது "டைட் பொருட்கள்" என்றும் அழைக்கப்படும்) வணிக மாதிரி 20 ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் பயன்படுத்தத் தொடங்கியது. இந்த வணிக மாதிரியானது முக்கிய தயாரிப்பை மிகக் குறைந்த விலையில் விற்பதாகும், சில சமயங்களில் குறைந்த விலையில் ("தூண்டில்"), பின்னர் முக்கிய இலாபமானது உதிரி பாகங்கள், நுகர்பொருட்கள் அல்லது "தூண்டின் பயன்பாடு தொடர்பான பிற பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை விற்பதன் மூலம் ஈட்டப்படுகிறது." ("கொக்கி").)

எடுத்துக்காட்டாக, ரேஸர்கள் மற்றும் கத்திகள், மொபைல் போன்கள் மற்றும் தகவல் தொடர்பு சேவைகள், பிரிண்டர்கள் மற்றும் கார்ட்ரிட்ஜ்கள், கேமராக்கள் மற்றும் புகைப்பட காகிதம். 1950களில், McDonald's உணவகச் சங்கிலி மற்றும் கார் உற்பத்தியாளர் டொயோட்டா புதிய வணிக மாதிரிகளை உருவாக்கியது. 1960களில், வால்-மார்ட் மற்றும் ஹைப்பர் மார்க்கெட்டுகள் புதுமையாளர்களாக இருந்தன. 1970கள் FedEx மற்றும் Toys R Us ஆகியவற்றிலிருந்து புதிய வணிக மாதிரிகளை கொண்டு வந்தன; 1980கள்: Blockbuster, Home Depot, Intel, மற்றும் டெல் 1990களில், சவுத்வெஸ்ட் ஏர்லைன்ஸ், நெட்ஃபிக்ஸ், ஈபே, அமேசான்.காம் மற்றும் ஸ்டார்பக்ஸ் ஆகியவை புதிய வணிக மாதிரிகளை உருவாக்கின.

இன்று, வணிக மாதிரியின் வகை தொழில்நுட்பம் எவ்வாறு பயன்படுத்தப்படுகிறது என்பதைப் பொறுத்தது. எடுத்துக்காட்டாக, இணையத்தில் உள்ள தொழில்முனைவோர் ஏற்கனவே இருக்கும் அல்லது வளர்ந்து வரும் தொழில்நுட்பங்களின் அடிப்படையில் முற்றிலும் புதிய மாதிரிகளை உருவாக்குகிறார்கள். இத்தகைய தொழில்நுட்பங்களைப் பயன்படுத்தி, ஒரு நிறுவனம் குறைந்த செலவில் அதிக எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்க முடியும்.

வணிக மாதிரியின் திட்டவட்டமான பிரதிநிதித்துவம்:

பல்வேறு வணிகக் கருத்தாக்க அமைப்புகள் உள்ளன; ஆஸ்டர்வால்டின் பணி மற்றும் ஆய்வறிக்கைகள் (2010, 2004) பரிந்துரைக்கின்றன *ஒற்றை*



இணைப்பு மாதிரி, இது பரந்த அளவிலான கருத்தாக்க மாதிரிகளின் ஒற்றுமையை அடிப்படையாகக் கொண்டது. அவர் பரிந்துரைத்ததைப் பயன்படுத்தி வணிக மாதிரியின் திட்டவட்டமான பிரதிநிதித்துவம், நிறுவனம் அதன் வணிக மாதிரியை எளிதாக விவரிக்க முடியும்.

- முக்கிய செயல்பாடுகள்: நிறுவனத்தின் வணிக மாதிரியை செயல்படுத்த தேவையான நடவடிக்கைகளின் பட்டியல்.
- முக்கிய ஆதாரங்கள்: வாடிக்கையாளருக்கான மதிப்பை உருவாக்க தேவையான ஆதாரங்களின் பட்டியல்.
- கூட்டாளர் நெட்வொர்க்: வணிக மாதிரியின் மற்ற அம்சங்களை நிறைவு செய்யும் பிற நிறுவனங்களுடனான ஒத்துழைப்பு.

வாடிக்கையாளர் :

வாடிக்கையாளர் மதிப்பு முன்மொழிவு: நுகர்வோருக்கு வழங்கப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பட்டியல். Osterwald (2004) படி, வாடிக்கையாளர் மதிப்பு முன்மொழிவு என்பது "ஒரு குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளர் பிரிவுக்கு கூட்டாக மதிப்பை வழங்கும் ... தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் தொகுப்பாகும். வாடிக்கையாளர் மதிப்பு முன்மொழிவு ஒரு நிறுவனம் அதன் போட்டியாளர்களிடமிருந்து தன்னை வேறுபடுத்திக் கொள்ளும் விதம் மற்றும் நுகர்வோர் அந்த நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகளை வாங்குவதற்கான காரணங்களை விவரிக்கிறது.

நுகர்வோர்:

நுகர்வோர் பிரிவுகள்: நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான இலக்கு பார்வையாளர்களின் பட்டியல்.

- சேனல்கள்: தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை நுகர்வோருக்கு வழங்க நிறுவனம் பயன்படுத்தும் வழிகள் மற்றும் வழிமுறைகள். நிறுவனத்தின் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விநியோக உத்தியைக் கொண்டுள்ளது.
- வாடிக்கையாளர் உறவுகள்: பல்வேறு வாடிக்கையாளர் பிரிவுகளுடன் நிறுவனம் நிறுவிய இணைப்புகள் மற்றும் உறவுகளின் பட்டியல். வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை செயல்முறையின் விளக்கம்.

நிதி:



செலவு அமைப்பு: ஒரு வணிக மாதிரியைத் தொடர ஒரு நிறுவனம் எடுக்கும் செலவுகள்.

- வருவாய் ஆதாரங்கள்: ஒரு நிறுவனம் பல்வேறு வருவாய் வழிகளில் பணம் சம்பாதிக்கும் வழி. நிறுவனத்தின் வருமானம்.

பிற அகராதிகளில் "வணிக மாதிரி"

வியாபார மாதிரி-

ஒரு நிறுவனத்தால் வணிகம் செய்வதற்கான தரப்படுத்தப்பட்ட வழிகளின் தொகுப்பு, நிறுவனத்தின் மூலோபாயத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட இந்த வணிகத்தை செய்வதற்கான விதிகள் மற்றும் அதன் வணிக செயல்திறனை மதிப்பிடுவதற்கான அளவுகோல்கள். ஒரு நிறுவனத்தின் வணிக மாதிரி அனைத்து வணிகங்களையும் உள்ளடக்கியது விளக்க அகராதி "புதுமையான செயல்பாடு". புதுமை மேலாண்மை விதிமுறைகள் மற்றும் தொடர்புடைய துறைகள்

வணிகப் பள்ளி என்பது வணிக மேலாண்மைக் கல்வியை வழங்கும் ஒரு நிறுவனமாகும். இது பொதுவாக இது போன்ற தலைப்புகளை உள்ளடக்கியது: கணக்கியல் நிதி மேலாண்மை தகவல் தொழில்நுட்பம் சந்தைப்படுத்தல் வணிக மாதிரி மனித வளங்கள் தளவாடங்கள்

- (வணிக மாடலிங்) நிறுவனங்களின் மாதிரிகளை உருவாக்குவதற்கான நடவடிக்கைகள், வணிகப் பொருட்களின் விளக்கம் (பிரிவுகள், நிலைகள், வளங்கள், பாத்திரங்கள், செயல்முறைகள், செயல்பாடுகள், தகவல் அமைப்புகள், தகவல் கேரியர்கள் போன்றவை) ... விகிதப்பீடியா

இந்தச் சொல்லுக்கு வேறு அர்த்தங்கள் உள்ளன, மாதிரி (தெளிவு நீக்கம்) பார்க்கவும். இந்தக் கட்டுரையை மேம்படுத்த, இது விரும்பத்தக்கதா?: ஆசிரியருக்கான இணைப்புகளை அடிக்குறிப்புகள் வடிவில் கண்டுபிடித்து ஏற்பாடு செய்யுங்கள் ...

வணிக செயல்முறை என்பது நுகர்வோருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு அல்லது சேவையை உருவாக்குவதை நோக்கமாகக் கொண்ட ஒன்றோடொன்று தொடர்புடைய செயல்பாடுகள் அல்லது பணிகளின்



தொகுப்பாகும். தெளிவுக்காக, வணிக செயல்முறை பாய்வு விளக்கப்படத்தைப் பயன்படுத்தி வணிக செயல்முறைகள் காட்சிப்படுத்தப்படுகின்றன.

வணிக உருவகப்படுத்துதல் என்பது ஒரு பொருளாதார அமைப்பின் ஊடாகும் மாதிரியாகும், இது அதன் உள் நிலைமைகளின்படி, தொடர்புடைய உண்மையான பொருளாதார அலகுக்கு (நிறுவனம், நிறுவனம், தொழில், மாநிலத்தின் துணைப்பிரிவு) முடிந்தவரை நெருக்கமாக உள்ளது. வணிகம் ...

ஒரு வணிக முடுக்கி என்பது ஆரம்ப கட்டத்தில் வணிகங்களை ஆதரிக்கும் ஒரு மாதிரியாகும், இது குறுகிய காலத்தில் திட்டத்தின் தீவிர வளர்ச்சியை உள்ளடக்கியது. விரைவான சந்தை நுழைவுக்காக, திட்டம் முதலீடு, உள்கட்டமைப்பு, நிபுணர் மற்றும் விக்கிபீடியாவுடன் வழங்கப்படுகிறது.

பணி, மேம்பாட்டு உத்தி மற்றும் நீண்ட கால வணிக இலக்குகளின் அடிப்படையில், இது தேவையான நிறுவன அமைப்பு, விற்பனை சேனல்களின் அமைப்பு மற்றும் நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டு மாதிரி, வளர்ச்சி மற்றும் செயல்படுத்தல் செயல்பாட்டில் பயன்படுத்தப்படும் ஆவணங்கள் ஆகியவற்றை தீர்மானிக்கிறது

வியாபார மாதிரி- (ITIL சேவை உத்தி) ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட வணிக நடவடிக்கைகளின் பணிச்சுமை சுயவிவரம். வணிக நடவடிக்கை மாதிரியானது IT சேவை வழங்குநரால் வெவ்வேறு நிலை வணிக நடவடிக்கைகளைப் புரிந்து கொள்ளவும் திட்டமிடவும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. செ.மீ... தொழில்நுட்ப மொழிபெயர்ப்பாளரின் கையேடு அடிப்படை வணிக உருவாக்க மாதிரிகள்: வணிகத்திலிருந்து வணிகம் (B2B) மற்றும் வணிகத்திலிருந்து நுகர்வோர் (B2C). B2B என்பது தங்களுக்குள் வணிகம் செய்யும் நிறுவனங்களைக் கொண்டுள்ளது, B2C என்பது இறுதி நுகர்வோருக்கு நேரடி விற்பனையைக் குறிக்கிறது. இணையம் முதலில் தோன்றிய போது

- உங்கள் வணிக மாதிரி. ஒரு தொழிலை உருவாக்குவதற்கான முறையான அணுகுமுறை, Osterwalder A., Clark T., Pignet I. இப்போது இந்த அற்புதமான கருவிகளைப் பயன்படுத்துவதற்கான நேரம் இது...



வணிக பிரிவு வடிவமைப்பு நிறுவனம்

வணிகத் திட்டமிடலில், பல்வேறு வகையான நிதி, பொருளாதார மற்றும் வணிக மாதிரிகள் பயன்படுத்தப்படலாம். ஒரு குறிப்பிட்ட மாதிரியின் தேர்வு, கொடுக்கப்பட்ட வணிகத் திட்டத்திற்கான அதன் பயன்பாட்டின் சாத்தியம் மற்றும் சாத்தியத்தைப் பொறுத்தது. பல மாதிரிகள் கணினி நிரலாக வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன, அல்லது, பல நிரல்களில் உள்ளமைக்கப்பட்ட மாதிரிகள் உள்ளன. எந்தவொரு பயன்பாட்டு மாதிரியும் பொருளாதார மாதிரியாக்கத்தின் பொதுவாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட கொள்கைகளுக்கு இணங்க வேண்டும்.

ஒரு மாதிரியை உருவாக்க, நிறுவனத்தின் (திட்டத்தின்) பண்புகளுக்கு ஏற்ப அறிக்கைகளின் பொதுவான ஒருங்கிணைந்த குறிகாட்டிகள் (கட்டுரைகள்) மற்றும் அறிக்கைகளின் விரிவான குறிகாட்டிகள் (கட்டுரைகள்) ஆகியவற்றைத் தேர்ந்தெடுப்பது அவசியம், அத்துடன் உள்ளீட்டு அளவுருக்கள், இலக்கைக் கணக்கிடுவதற்கான சூத்திரங்களைத் தீர்மானிக்கவும். மாறி காரணிகளின் மதிப்புகள் மற்றும் மாதிரியின் பயனருக்கான இறுதி (வெளிச்செல்லும்) தகவலின் விளக்கக்காட்சியின் வடிவம் ஆகியவற்றைப் பொறுத்து குறிகாட்டிகள். மாதிரியின் உள்ளீடு மற்றும் வெளியீடு தரவு வெவ்வேறு சேர்க்கைகளில் இருக்கலாம்.

முக்கிய விஷயம் என்னவென்றால், ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ஒரு நிறுவனம் அல்லது திட்டத்தின் ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்ட டைனமிக் விரிவான படத்தை உருவாக்குவது, நிதி செயல்திறன் மற்றும் நிதி நிலைமையை கணிப்பது. குறிப்பிட்ட திட்டமிடல் காலம் அறிக்கையிடல் காலங்களாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது, ஒவ்வொன்றிற்கும் தேவையான குறிகாட்டிகளைக் காணலாம். ஒரு பரந்த பொருளில் வணிக மாதிரி (வணிக மாதிரி) என்ற கருத்து, நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளிலிருந்து லாபம் ஈட்டுவதற்கான வழியைக் குறிக்கப் பயன்படுகிறது. முறைப்படி, நிறுவனத்தின் வணிக மாதிரியானது மூலோபாயத்தின் பொருளாதார கூறுகளுடன் தொடர்புடையது, வருமானம் - செலவுகள் - லாபம் ஆகியவற்றின்



விகிதத்துடன், நிறுவனத்தின் பொருட்களின் விற்பனையிலிருந்து உண்மையான மற்றும் திட்டமிட்ட வருமானத்துடன், போட்டி உத்தி, செலவு அமைப்பு, வருமான நிலை ஆகியவற்றுடன், இலாப ஓட்டங்கள் மற்றும் முதலீட்டின் மீதான வருமானம். நிறுவனத்தின் வணிக மாதிரியானது இலாபத்தின் அடிப்படையில் மூலோபாயத்தின் செயல்திறனை உறுதிப்படுத்த வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது.

எனவே, ஒரு வணிக மாதிரியின் கருத்து வணிக மூலோபாயத்தின் கருத்தைப் போன்றது, மூலோபாயம் நிறுவனத்தின் போட்டி மற்றும் வணிகத்தின் முறைகளை (குறிப்பிட்ட நிதி முடிவுகள் மற்றும் போட்டியின் விளைவுகளைத் தொடராமல்) மற்றும் வணிக மாதிரியை அடிப்படையாகக் கொண்டது. இந்த மூலோபாயத்தின் பயன்பாட்டின் விளைவாக லாபம் மற்றும் செலவு குறிகாட்டிகள் நிறுவனத்தின் நம்பகத்தன்மையை உறுதி செய்கிறது, அதன் வணிக வரிசையில் நீண்ட காலம் மற்றும் நிலையான திருப்திகரமான லாபம் நிறுவனம் அதன் மூலோபாயத்தின் லாபம் மற்றும் நம்பகத்தன்மையை உறுதிப்படுத்தும் வெற்றிகரமான வணிக மாதிரியைக் குறிக்கிறது.

நிறுவனத்தின் நிர்வாகத்தில் நிலவும் செயல்பாட்டின் வகை மற்றும் சிந்தனை வகையைப் பொறுத்து, ஒரு வணிக மாதிரி தீர்மானிக்கப்படுகிறது, அதற்கு ஏற்ப வணிக செயல்முறைகள் கட்டமைக்கப்படுகின்றன.

வணிக மாதிரியானது, நிறுவனம் எவ்வாறு உருவாக்குகிறது, பொருட்களை அல்லது சேவைகளை வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்குகிறது, பொருளாதாரம், சமூகம் மற்றும் பிற வகை மதிப்பைப் பெறுகிறது என்பதை தர்க்கரீதியாக விவரிக்கிறது. வணிக மாதிரியின் வளர்ச்சி இணையாகவும் நிறுவனத்தின் மூலோபாயத்திற்கு ஏற்பவும் மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

இன்று, பின்வரும் வகையான வணிக மாதிரிகள் வேறுபடுகின்றன:

• பிரான்சைசிங் என்பது சந்தை நிறுவனங்களுக்கிடையேயான ஒரு வகை உறவாகும், ஒரு தரப்பினர், ஒரு குறிப்பிட்ட கட்டணத்திற்கு, வளர்ந்த வணிக



மாதிரியைப் பயன்படுத்தி ஒரு குறிப்பிட்ட வகை வணிகத்திற்கான உரிமையை மற்றொருவருக்கு மாற்றும் போது.

நேரடி விற்பனை என்பது நிலையான சில்லறை விற்பனை நிலையங்களுக்கு வெளியே நபர் ஒருவருக்கு நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை விற்பனை செய்வதாகும்.

B2B (பிசினஸ்-டு-பிசினஸ் :

பிசினஸ்-டு-பிசினஸ்) - ஒரு வகையான தகவல் மற்றும் பொருளாதார தொடர்பு, ஊடாடும் நிறுவனங்களின் வகையால் வகைப்படுத்தப்படுகிறது (சட்ட நிறுவனங்கள்). நிறுவனங்கள் மற்ற நிறுவனங்களுக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குகின்றன, இறுதி நுகர்வோருக்கு அல்ல. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை ஊக்குவிக்கும் மற்றொரு நிறுவனத்திற்கான விளம்பர தயாரிப்புகளின் உற்பத்தி.

B2C (வணிகத்திலிருந்து நுகர்வோர்:

- வணிகத்திலிருந்து நுகர்வோர்) என்பது மின்னணு வர்த்தகத்தின் ஒரு வடிவமாகும், இதன் நோக்கம் நேரடி விற்பனையாகும். விலைக் கொள்கை மற்றும் விநியோக சேவைகளின் செயல்பாடுகளை ஒருங்கிணைப்பதன் மூலம் பெரிய மற்றும் சிறிய நகரங்களுக்கு இடையேயான புவியியல் தூரத்தை அகற்றுவதற்கான பயனுள்ள வழி.

B2G (வணிகம்-அரசாங்கம் - அரசாங்கத்திற்கான வணிகம்)

- வணிகத்திற்கும் மாநிலத்திற்கும் இடையிலான தொடர்பு. இந்த அமைப்பு ஈ-காமர்ஸை வகைப்படுத்துகிறது மற்றும் எடுத்துக்காட்டாக, பொது கொள்முதல் அமைப்பில் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

G2B (அரசாங்கம்-வணிகம் - வணிகத்திற்கான அரசாங்கம்) :

- நிர்வாகக் கிளை மற்றும் வணிக கட்டமைப்புகளுக்கு இடையே ஆன்லைன் தொடர்புக்கான மென்பொருள் மற்றும் அரசாங்க கருவிகளின் தொகுப்பு (அரசு அமைப்புகளின் இணையதளங்கள், பொது கொள்முதல் போன்றவை)



பட்டியலிடப்பட்ட வணிக மாதிரிகள் எப்போதும் நிறுவனத்தின் அனைத்து பணிகளையும் நிறைவேற்றுவதற்கு வழங்குவதில்லை. நிறுவனத்திற்கு பாரம்பரியமான முக்கிய செயல்பாடுகள் தோன்றினால் (அதாவது, நிறுவனத்தின் செயல்திறனைப் பராமரிக்க அவை தொடர்ந்து செய்யப்பட வேண்டும்), இந்த வகையான வேலைகள் அவுட்சோர்ஸ் செய்யப்படுகின்றன.

அவுட்சோர்சிங் என்பது நிறுவனத்தின் பாரம்பரியமற்ற முக்கிய செயல்பாடுகளை வெளிப்புற செயல்பாட்டாளர்களுக்கு மாற்றுவதாகும் (உங்கள் சொந்த வணிக செயல்முறையின் ஒரு வகையான நிராகரிப்பு).

பின்வரும் வகையான அவுட்சோர்சிங் உள்ளன:

- -ஐடி அவுட்சோர்சிங்
- - வணிக செயல்முறைகளின் அவுட்சோர்சிங் (உதாரணமாக, AHO)
- -தொழில்துறை/உற்பத்தி அவுட்சோர்சிங் (வெளிப்புற முகவர்களால் செயல்படுத்தப்படுவதை விட முக்கிய நிறுவனங்களின் சொந்த உற்பத்தி விலை அதிகம்).

பெரும்பாலும், ஸ்டார்ட்-அப் திட்டங்களின் படைப்பாளிகள் (நிறுவனர்கள்) அவுட்சோர்சிங் சேவைகளை நாடுகிறார்கள். ஸ்டார்ட்-அப்கள், அவற்றின் வளர்ச்சியின் ஆரம்ப காலத்தில் நிறுவனங்களின் புதிய வடிவங்கள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. இத்தகைய நிறுவனங்கள் முக்கியமாக ஒரு திட்டத்தைச் சுற்றி கட்டப்பட்டுள்ளன, அதன் மையத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட மற்றும் நன்கு வளர்ந்த வணிக யோசனை உள்ளது. தொடக்கங்களின் ஒரு அம்சம் என்னவென்றால், யோசனை நிலையான மற்றும் அதிக வருமானத்தைக் கொண்டுவர வேண்டும், மேலும் ஆரம்ப கட்டத்தில் குறைந்த எண்ணிக்கையிலான மக்கள் வேலை செய்கிறார்கள் (பொதுவாக இரண்டு முதல் ஐந்து வரை). ஒரு தொடக்கத் திட்டத்தை வெற்றிகரமாகச் செயல்படுத்த மூன்று கூறுகள் தேவை:



வணிக மாதிரியின் விளக்கம்

வணிகத் திட்டத்தில் வணிக மாதிரிப் பிரிவு தேவை:

வணிகத் திட்ட செயல்முறையின் பகுப்பாய்வு, இந்த செயல்முறையின் தயாரிப்பாக வணிகத் திட்டத்திற்கும், எந்தவொரு திட்டமிடல் செயல்முறையின் தொடக்கப் புள்ளியாக வணிக மாதிரிக்கும் இடையிலான உறவைக் காட்டுகிறது. வணிக மாதிரி வணிகத் திட்டத்தின் இதயத்தில் உள்ளது மற்றும் வணிகத்தின் முக்கிய வரிகளைத் திட்டமிடும் செயல்முறையை எளிதாக்குகிறது. குறைந்த பட்சம் செலவுகள், வருவாய்கள் மற்றும் லாபம் ஆகியவற்றின் அடிப்படைக் கணக்கீடுகளை வணிக மாதிரி மூலம் பார்க்கலாம்.

வணிக மாதிரியானது வணிகத்தின் நான்கு முக்கிய கூறுகளில் கவனம் செலுத்துகிறது: வாடிக்கையாளர்கள், வழங்கல், உள்கட்டமைப்பு மற்றும் நிதி நிலைத்தன்மை. இந்த கூறுகள் வணிகத் திட்டத்தில் விரிவாக விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன.

ஒரு அடித்தளம் இருந்தால் திட்டமிடத் தொடங்குவது எளிது. திட்டமிடல் செயல்பாட்டில் வணிக மாதிரியின் உதவியுடன், எங்கள் கவனம் சரியான விஷயங்களில் இருக்கும்.

மற்றும், நிச்சயமாக, வணிகத்தை லாபகரமாக மாற்றும் ஒரு வேலை செய்யும் வணிக மாதிரியை முன்வைத்தால் முதலீட்டின் லாபத்தை முதலீட்டாளரை நம்ப வைப்பது எளிதாக இருக்கும்.

1. வணிக மாதிரி என்ன. வணிக மாதிரியின் முக்கிய கூறுகள்.

வணிக மாதிரி என்பது ஒன்றோடொன்று தொடர்புடைய கூறுகளைக் கொண்ட வணிகக் கருத்தின் காட்சிப் பிரதிநிதித்துவம் ஆகும்.

வணிக மாதிரியின் அனைத்து முக்கிய கூறுகளையும் இன்னும் விரிவாகக் கவனியுங்கள்.

மதிப்பு முன்மொழிவு



மதிப்பு முன்மொழிவு - குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளர் பிரிவுகளின் குறிப்பிட்ட சிக்கல்களைத் தீர்க்கும் ஒரு தயாரிப்பின் தனித்துவமான நன்மைகள்.

மதிப்பு முன்மொழிவின் எடுத்துக்காட்டுகள் பின்வருமாறு:

விலை;

கிடைக்கும் தன்மை;

ஆபத்து குறைப்பு;

வசதி.

வாடிக்கையாளர் பிரிவுகள்

வாடிக்கையாளர் பிரிவுகள் என்பது பொதுவான அம்சங்களால் ஒன்றுபட்ட குறிப்பிட்ட நுகர்வோர் குழுக்கள்.

விற்பனை சேனல்கள்

விற்பனை சேனல்கள் என்பது சாத்தியமான மற்றும் தற்போதைய வாடிக்கையாளர்கள் தயாரிப்பைப் பற்றி அறிந்து அதை வாங்கும் சேனல்கள். வணிகத்தின் பெரும்பாலான வரிகளுக்கான நிலையான சேனல்கள்:

வணிக வகையைப் பொறுத்து விற்பனை சேனல்கள் மாறுபடலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஹோட்டல்களுக்கு "முன்பதிவு தளங்கள்" (முன்பதிவு உட்பட), கஃபேக்கள் மற்றும் உணவகங்களுக்கு - ஒரு அடையாளம் மற்றும் சிறப்பு ஆதாரங்கள் போன்ற ஒரு சேனல் இருக்கும்.

வருமான ஆதாரங்கள்

வருமான ஆதாரங்கள் - பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விற்பனையிலிருந்து பண ரசீது வகைகள் வணிகத்தின் பிரத்தியேகங்கள் மற்றும் வணிக மாதிரியின் வகை (கருத்து அல்லது விரிவான) ஆகியவற்றைப் பொறுத்து, குறிப்பிட்ட தயாரிப்புகள் மற்றும் இந்த ரசீதுகளின் அம்சங்கள் (ஒரு தயாரிப்பு விற்பனை, சந்தா, வாடகை போன்றவை) வருமான ஆதாரங்களை அடையாளம் காண முடியும்.)



செலவின ஆதாரங்கள்

வணிக மாதிரியின் செயல்பாட்டிற்குத் தேவையான அடிப்படை வணிகச் செலவுகளின் வகைகளே செலவின ஆதாரங்கள்.

முக்கிய வளங்கள்

முக்கிய ஆதாரங்கள் வணிக மாதிரியின் செயல்பாட்டிற்கு தேவையான மிக முக்கியமான ஆதாரங்கள். முக்கிய ஆதாரங்களில் பிராண்ட், வாடிக்கையாளர் தளம் (CRM), முக்கிய பணியாளர்கள், தொழில்நுட்பம் ஆகியவை அடங்கும்.

முக்கிய வணிக செயல்முறைகள்

முக்கிய வணிக செயல்முறைகள் நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் ஆகும், அவை கூடுதல் மதிப்பு மற்றும் இறுதி வாடிக்கையாளர்களுடன் நேரடியாக தொடர்புடையவை.

பெரும்பாலும், முக்கிய வணிக செயல்முறைகளில் சந்தைப்படுத்தல், விற்பனை, சேவை, தரம் போன்ற செயல்முறைகள் அடங்கும்.

2. உங்களுக்கு ஏன் ஒரு வணிக மாதிரி தேவை.

பல்வேறு வகையான வணிக மாதிரி ஒதுக்கீட்டு விருப்பங்களிலிருந்து, பின்வருவனவற்றை வேறுபடுத்தி அறியலாம்:

B) ஏற்கனவே உள்ள வணிகத்திற்கான வணிக மாதிரி.

சி) முதலீட்டாளருக்கான வணிக மாதிரி.

A) ஒரு தொடக்கத்திற்கான வணிக மாதிரி.

ஒரு தொடக்கத்தில் வணிக மாதிரி ஏன் தேவைப்படுகிறது?

இரண்டு முக்கிய விருப்பங்கள் உள்ளன:

வணிக யோசனையின் சிறந்த சுய வளர்ச்சிக்காக;

முதலீட்டாளரைக் கண்டுபிடிக்க.

1) ஒரு வணிக யோசனையின் சுய வளர்ச்சி.



எந்தவொரு தொழிலையும் தொடங்குவதற்கு முன், போதுமான வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்குவது அவசியம், மேலும் வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்க, வணிகம் எவ்வாறு செயல்படும் என்பதை நீங்கள் விரிவாக கற்பனை செய்ய வேண்டும். இந்த வழக்கில், "வணிக மாதிரி" கருவியைப் பயன்படுத்துவது நல்லது.

2) முதலீட்டாளரைக் கண்டுபிடிப்பதற்கான வணிக மாதிரி.

இப்போது வணிக முதலீட்டு சந்தையில் பல சிக்கல்கள் உள்ளன. பணத்தை முதலீடு செய்யத் தயாராக இருக்கும் முதலீட்டாளர்கள் உள்ளனர், ஆனால் அதே நேரத்தில், மிகக் குறைந்த எண்ணிக்கையிலான வளர்ந்த யோசனைகள். பல ஸ்டார்ட்-அப்புகள் சாத்தியமான முதலீட்டாளர்களுக்கு தங்கள் வணிகத்தின் யோசனையை விளக்க "விரல்களில்" முயற்சி செய்கின்றன. சிறப்பாக, அவர்கள் ஒரு முன்மாதிரியான, பெரும்பாலும் மிகவும் நம்பிக்கையான, வணிகத் திட்டத்தைக் கொண்டுள்ளனர். இந்த அணுகுமுறை வேலை செய்யாது.

சாத்தியமான முதலீட்டாளருக்கு வணிகக் கருத்தை காட்சிப்படுத்துவதற்கு, வணிக மாதிரி பொருத்தமானது. முக்கிய மார்க்கெட்டிங் கேள்விகளுக்கு நீங்களே பதிலளிப்பதன் மூலம், உங்கள் வணிக யோசனையை "விற்க" நீங்கள் சிறப்பாக தயாராகலாம்.

முதலீட்டாளர் விவரங்களில் மூழ்கியதன் அளவையும் எதிர்கால வணிகத்தைப் பற்றிய தகவல்களை முறைப்படுத்துவதையும் பாராட்டுவார்.

3) வணிக மேம்பாட்டு மூலோபாயத்தின் வளர்ச்சி

ஒரு மூலோபாயத்தை உருவாக்கும் போது, பல்வேறு சிரமங்கள் அடிக்கடி எழுகின்றன. வணிக உரிமையாளர் அல்லது உயர் நிர்வாகம் பெரும்பாலும் கடந்த காலத்தின் முடிவுகளின் அடிப்படையில் உருவாக்குகிறது, திட்டமிடும் போது ஒரு குறிப்பிட்ட சதவீத வளர்ச்சியைச் சேர்க்கிறது. சில சந்தர்ப்பங்களில், ஒரு மூலோபாயத்தை உருவாக்கும் போது, போட்டியாளர்களைப் பற்றிய தகவல்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, மேலும் பொருத்தமான திருத்தம் செய்யப்படுகிறது.



சந்தைப்படுத்தல் உலகம் பல மூலோபாய மேம்பாட்டு கருவிகளை வழங்குகிறது (ஸ்வோட் பகுப்பாய்வு மற்றும் பூச்சி பகுப்பாய்வு போன்றவை), ஒவ்வொன்றும் அதன் சொந்த நன்மை தீமைகள் உள்ளன. ஆனால் அதே நேரத்தில் உலகளாவிய கருவி இல்லை.



அலகு 3 சிறு தொழில் முனைவோர் SMALL SCALE ENTREPRENEURS

அறிமுகம் :

நமது நாட்டைப் போன்ற வளர்ந்து வரும் பொருளாதாரங்களில், சிறு தொழில் துறை ஆனது பொருளாதார அமைப்பின் முதுகெலும்பாகக் கருதப்படுகின்றது. இந்தியாவில், தொழிற்சாலைகளில் பணிபுரியும் மொத்த நபர்களில் 40% சதவீதத்தினருக்கு சிறு தொழில்களே வேலைவாய்ப்பை அளித்து வருகின்றன, அவை முழுமொத்த தேசிய உற்பத்தியில் 1/3 பங்கை உற்பத்தி செய்கின்றன. ஆகவேதான் இந்திய அரசானது சிறு தொழில் துறையின் மேம்பாட்டிற்கு என பல்வேறு நடவடிக்கைகளையும் எடுத்துள்ளது. இந்த அத்தியாயத்தில், நாம் சிறு தொழில் துறையின் பிரச்சனைகளையும் முக்கியத்துவத்தையும், அதன் பிரச்சனை களைத் தீர்க்க அரசு எடுக்கும் நடவடிக்கைகளையும், அவை பின்பற்றும் வளர்ச்சி நுட்பங்களையும் பற்றிக் காணலாம். சிறு

தொழில்களின் பொருளும் இலக்கணமும் (Meaning and Definition of SSIS):

இந்தியாவில் நிலவி வந்த சூழலுக்கு ஏற்ப சிறு தொழில்களின் இலக்கணம் 1948ஆம் ஆண்டு முதல் அவற்றின் பரப்பை பரவலாக்கும் நோக்கில் பலமுறை மாற்றி அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

1955ஆம் ஆண்டு சிறு தொழில்களின் அவை அளித்துள்ள இலக்கணத்தின் படி, ஒரு சிறு தொழில் நிறுவனம் ஆனது “மின்சாரத்தை பயன்படுத்தும் பட்சத்தில் 50 நபர்களுக்குக் குறைவானவர்களையும், மின்சாரத்தைப் பயன் படுத்தாத நிலையில் 100 க்கு குறைவானவர்களையும் பணியிலமர்த்தும் மற்றும் இலட்சங்களை மிகாத மூலதனச் சொத்துக்களைக் கொண்டுள்ள ஒரு நிறுவனம்” ஆகும் இந்த இலக்கணம் பணியிலமர்த்தப்பட்ட



நபர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் மூலதனச் சொத்துக்களின் மதிப்பு ஆகியவற்றின் அடிப்படையிலேயே வகுக்கப்பட்டுள்ளது. பின்னர், அரசானது இதன் முக்கியத்துவத்தை மூலதனச் சொத்து மற்றும் பணியாளர்களிலிருந்து தொழிற்சாலை மனையிடம் மற்றும் இயந்திரத்தில் செய்யப்படும் முதலீட்டிற்கு மாற்றி விட்டது.

தொடக்கத்தில் சிறு தொழில்களின் முதலீட்டு வரையறை TS இலட்சங்களாக நிர்ணயிக்கப்பட்டது. இது பின்னர் 1966ஆம் ஆண்டில் 775 இலட்சங்களாகவும், 1977 ஆம் ஆண்டில் 710 இலட்சங்களாகவும், 1980 ஆம் ஆண்டில் 320 இலட்சங்களாகவும், பின்னர் 735 இலட்சங்களாகவும், பின்னர் 1991 ஆம் ஆண்டில் 760 இலட்சங்களாகவும், பின்னர் 1997 ஆம் ஆண்டில் 73 கோடி களாகவும் உயர்த்தப்பட்டது. ஆயினும், இந்த வரையறை ஆனது 1999-2000 ஆம் ஆண்டில் (1 கோடியாகக் குறைக்கப்பட்டது. தற்பொழுது துண்ணிய, சிறிய மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள் வளர்ச்சி சட்டம் 2006 ஆனது இதனை 75 கோடிகளாக அதிகரித்துள்ளது.

ஆகவே, தற்போதைய சிறிய தொழில் நிறுவனங்களின் செயல் இலக்கணம் ஆனது "75 கோடிகளுக்கு மேற்படாத முதலீட்டை இயந்திரம் மற்றும் கருவிகளில் செய்துள்ள ஒரு தொழில் நிறுவனம்" ஆகும்.

சிறு தொழில்களின் முக்கியத்துவம் Importance of SSIs:

உலகின் தொழில்சார்ந்த பொருளாதாரத்தில், சிறு தொழில்கள் மிக முக்கியமான ஒரு இடத்தை வகிக்கின்றன எனலாம். இதன் முக்கியத்துவத்தை, பேரளவு நிறுவனங்களை சிறிய மற்றும் மிகவும் நெகிழ்வான நிறுவனங்களாக மாற்றுதலே மந்தத்தை சந்திப்பதற்கான சிறந்த வழியாக அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகள், ஜப்பான் போன்ற வளர்ச்சியுற்ற நாடுகள் கருதும் அவைகளின் உணர்விலிருந்து நம்மால் புரிந்துகொள்ள முடியும். மேலும், பேரளவு நிறுவனங்களும் சிறிய அளவு உற்பத்திக்கு தொடர்ந்து வழிவிடுகின்றன.



ஜவஹர்லால் நேரு கூறியுள்ளதைப் போல, “சிறு தொழில்களுக்கு வானமே எல்லை” (Sky is the Limit for Small Industry) ஆகும். சிறு தொழில்களின் வாய்ப்பு வளத்தில் வெளிக்காட்டப்படும் ஆர்வம் ஆனது ஒரு நாட்டுக்கு மட்டும் சொந்தம் அல்ல. இன்றைய உலகில், சிறு தொழிலே, வளர்ச்சிக்கான சாவியைக் கொண்டு உள்ளது எனலாம். வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகளில் இதன் பங்கை பேராசிரியர் P.C.மஹலநோபிஸ் என்பவர் மிகவும் சரியாக பின்வருமாறு கூறுகிறார் - “மூலதன ஆதாரங்கள் குறைவாக இருக்கும் நோக்கில், வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகளில் குறுகிய காலத்தில் தொழிற்சாலையில் மேற்கொள்ளப்படும் தொழில்களின் மூலம் பேரளவு வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குவதற்கான வாய்ப்பு இல்லை.

இத்தருணத்தில் வீட்டு உபயோக அல்லது குடிசைத் தொழிலை கருத்தில் கொள்ளவும். இவைகளுக்கு மிகக் குறைந்த மூலதனமே தேவைப்படுகின்றது. ஏறத்தாழ ஆறு அல்லது ஏழு நூறு ரூபாயானது, ஒரு கலைத் தொழிலாளி (Artisan) யின் குடும்பத்தை அமைத்து இயங்க வைத்து விடும்” ஆகவே, நமது தொழில் கொள்கைத் தீர்மானம் ஆனது சிறு தொழில் துறைக்கு ஒரு சிறப்பான பங்கினை அளித்துள்ளது. இது குறைந்த மூலதன முதலீட்டில் கூடுதல் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குவதற்கான பேரளவு வாய்ப்பு வளத்தைக் கொண்டுள்ளது.

இது பேரளவு வேலை வாய்ப்பை உடனடி யாக அளிக்கும் மற்றும் தேசிய வருமானத்தினை மிகவும் சரிசமமாக பகிர்ந்தளிப்பதை உறுதி செய்யும் ஒரு முறையை வழங்கும் திறனுடையதாக உள்ளது. இது பயன்படுத்தப்படாமல் இருக்கக்கூடிய வள ஆதாரங்களை ஆற்றல்மிக்க வகையில் சேகரிக்க வகை செய்கிறது. இது சரிசம வட்டார வளர்ச்சிக்கும் வழிவகுக்கின்றது. இவை எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக, இது பழங்காலக் கலை மற்றும் கைத்தொழிலை பாதுகாக்கவும் வளர்க்கவும் செய்கின்றது.



சிறு தொழில்கள் பின்கண்ட காரணங்களினால் இந்தியப் பொருளாதாரத்தில் ஒரு இன்றியமையாத பங்கினை ஆற்றுகின்றன;

1. குறைந்தபட்ச மூலதனம் (Minimum Capital) :

பேரளவுத் தொழில் களுடன் ஒப்பிடும் பொழுது சிறு தொழில்களுக்கு குறைந்த அளவு மூலதனமே தேவைப்படுகின்றது. அதே சமயத்தில் மீள்வருகையோ உடனடியாகக் கிடைக்கின்றது. ஆகவே, மூலதனப் பற்றாக்குறையைக் கொண்டுள்ள நம் நாடு போன்ற நாடுகளுக்கு இது மிகவும் உகந்ததாகக் காணப்படுகின்றது.

2. வேலை வாய்ப்புகள் (Employment Opportunities) :

சிறு தொழில்கள் உழைப்பிற்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கும் தொழில்கள் ஆகும். ஆகவே இவை அதிக வேலை வாய்ப்புகளை அளிக்கின்றன. மேலும், இவைகளுக்கு சுய வேலை வாய்ப்புக்கு பேரளவு வாய்ப்பும் உள்ளது. ஆகவே, உழைப்பாளர்களைப் பேரளவில் கொண்டும், வேலையில்லாத் திண்டாட்டம் மிகக் கடுமையாகவும் உள்ள நம்மைப் போன்ற வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் இத்தொழில்கள் மிகவும் இன்றியமையாதன ஆகும்.

3. உடனடி மூலதன உருவாக்கம் (Quick Capital Formation) :

மூலதனம் மீதான மீள்வருகை உடனடியாகக் கிடைப்பதால், பெறப்பட்ட ரொக்கம் மீண்டும் முதலீடு செய்யப்படலாம். இது உடனடி மூலதன உருவாக்கத்திற்கு வழிவகுக்கின்றது.

4. ஆற்றல் குறைவு (Skill-Light) :

சிறு தொழில்கள் குறைந்த பயிற்சியை உடைய சொந்தக் குடும்ப உறுப்பினர்களைக் கொண்டே நடத்தப்படலாம். அதாவது குறைவான ஆற்றலே இவற்றை நடத்தப் போதுமானது ஆகும். ஆகவே, இத்தொழில்கள் ஆற்றல்-குறைவுத் தொழில்கள் எனப்படுகின்றன. கணக்கர்கள், பொறியாளர்கள்



போன்ற பல்வேறு துறையைச்சார்ந்த வல்லுநர்கள், இத் தொழில்களின் இயக்கங்களை மேற்பார்வையிட நியமிக்கப்படத் தேவையில்லை.

5. இறக்குமதி குறைவு (Import-Light) :

சிறு தொழில்கள், பேரளவுத் தொழில்களுடன் ஒப்பிடும் பொழுது இறக்குமதி செய்யப்படும் கருவிகள், மூலப்பொருட்கள் போன்றவற்றில் தங்களது மூலதனத்தில் குறைவான ஒரு பகுதியையே முதலீடு செய்கின்றன. அதாவது இதற்கு இறக்குமதியின் தேவை குறைவு. ஆகவே, இவைகளுக்கு இவைகளின் இறக்குமதித் தேவைகளை நிறைவேற்ற அந்நியச் செலாவணி தேவைப்படாது.

6. உடனடி பலனளிப்பு (Quick Yielding) :

சிறு தொழில்களைப் பொறுத்த மட்டில் பலனளிக்கும் காலம் குறுகியதாகும். இதனை உருவாக்கித் தொடங்குவது எளிது. ஆகவே, இதனால் பலனை உடனடியாக அளிக்க முடிகின்றது.

7. சரிசம வளர்ச்சி (Balanced Development) :

சிறு தொழில்கள் நாடு முழுவதும் பரப்பப்படலாம். இது தொழில்களின் பரவலாக்கத்திற்கு வழிவகுக்கின்றது. இதன் மூலம் இதனால்.

- .வட்டார வேறுபாட்டைக் குறைக்க முடிகின்றது.
- கிராமப்புற ஆதாரங்களை பயன்படுத்திக் கொள்ள உதவ முடிகின்றது.
- கிராமப்புறப் பகுதிகளிலிருந்து நகரங்களுக்கு மக்கள் நகர்வதை நிறுத்த முடிகின்றது.

8. வருமானம் மற்றும் சொத்தின் சரிசம பகிர்ந்தளிப்பு (Even Distribution of Income and Wealth) :

சிறு தொழில்கள் சரிசம வட்டார வளர்ச்சியை அளிப்பதால், வருமானம் மற்றும் சொத்தின் சரிசம பகிர்ந்தளிப்பும் சாத்தியமாகின்றது.

9. நெகிழ்வுத்தன்மை (Flexibility) :



சிறு தொழில்கள் மாறுகின்ற நிலைமைகள் மற்றும் மக்களின் பழக்க வழக்கங்களுக்கு ஏற்ப அவ்வளவாக இடமாற்றம் இன்றி உடனடியாக தன்னைச் சரிசெய்து கொள்கின்றன. ஆகவே, பேரளவுத் தொழில்களுடன் ஒப்பிடும் பொழுது இவை மிகவும் நெகிழ்வுடன் இருக்கின்றன.

10. மேம்பட்ட உழைப்பாளர்-மேலாண்மை உறவுமுறை (Better Labour-Management Relationship) :

சிறு தொழில்களில், மேலாண்மைக்கு பணியாளர் களுடன் நெருங்கிய ஒரு உறவுமுறை இருக்கிறது. ஆகவே தொழில் முரண்பாடு களுக்கான வாய்ப்புகள் குறைவு,

11. குறைவான மாசு (Less Pollution) :

பேரளவுத் தொழில்களுடன் ஒப்பிடும் பொழுது சிறு தொழில்களில் மாசு குறைவாகவே இருக்கின்றது.

இந்தியாவில் சிறு தொழில்களின் பிரச்சனைகள் (Problems of Small Industries in India)

சிறு தொழில்களும் பிரச்சனைகளைச் சந்திக்கின்றன. இவை சந்திக்கும் சில முக்கியமான பிரச்சனைகள் பின்வருமாறு:

1. மூலப் பொருட்களின் பற்றாக்குறையான அளிப்பு (Inadequate Supply of Raw Materials) :

சிறு தொழில்கள் மூலப் பொருட்களை சிறிய அளவுகளிலேயே வாங்குகின்றன. இவைகளால், பேரளவிலும் உடனடி ரொக்கத் திற்கும். மூலப் பொருட்களை வாங்கக்கூடிய பேரளவுத் தொழில்களுடன் போட்டி போட முடியாது. அவைகளது பேரம் பேசும் திறனும் குறைவாகவே இருக்கும். ஆகவே அவை அதிக விலைகளைக் கொடுத்தே மூலப் பொருட்களை வாங்க வேண்டிய சூழ்நிலையில் இருக்கின்றன. தவிரவும், நமது நாட்டில் உள்ள சிறிய நிறுவனங்கள் பற்றாக்குறையான மூலப் பொருட்களின் அளிப்பிற்கென



திறந்த வெளிச் சந்தையையே பெரிதும் நம்பி இருக்கின்றன. மூலப் பொருட்களின் தரம் மிகவும் மோசமாகவும், அளிப்பு ஒழுங்கின்றியும், விலைகள் கட்டுப்பாட்டு விலைகளைவிடப் பலமடங்கு அதிகமாகவும் இருக்கின்றன.

2. முறையான இயந்திரமும் கருவிகளும் இன்மை (Lack of Proper Machinery and Equipment) :

சிறிய தொழில்கள் முறையான இயந்திரமும் கருவிகளும் இன்றி அவதியுறுகின்றன. உற்பத்தி நுட்பமும் மோசமாக உள்ளது. இவை வழக்கொழிந்த இயந்திரங்களையும் கருவிகளையுமே பயன்படுத்துகின்றன.

3. ஆற்றலற்ற மனிதக் காரணி (Unskilled Human Factor) :

சிறிய வணிகம் ஆனது தனிப்பட்ட ஒரு நபர் அல்லது நபர்களின் சிறிய ஒரு குழுவுக்கு சொந்தமாக இருக்கின்றது. இவர்களால் மேலாண்மையின் பல்வேறு துறைகளிலும் வல்லுநராக இருக்க முடியாது. இவர்களால், கடுமையான நிதிப் பற்றாக்குறையினால் ஆற்றல் பெற்ற நபர்களைப் பணியிலமர்த்தவும் முடியாது.

4.நிதியின்மை (Lack of Finance) :

சிறு தொழில்களும் குடிசைத் தொழில் களும் சந்திக்கும் மற்றொரு முக்கியமான பிரச்சனை நிதிப் பற்றாக்குறை ஆகும். இது ஒரு முன்னுரிமைத் துறையாக இருப்பினும், வணிக வாங்கிகள் குறித்த காலத்திற்குள் தேவையான நிதியை அளிக்கும் நிலையில் இல்லாததால் பல சிறு தொழில் நிறுவனங்கள் தலிவுறுவதற்கு வழிவகுத்து விடுகின்றன. சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு நிதியிடுவதற்கு எனவே அரசால் பல நிதி நிறுவனங்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. ஆனால் இந்திறுவனங்களால் அளிக்கப்படும் நிதியானது இன்றைய போட்டிசார்ந்த மற்றும் சிக்கலான வணிக உலகில் போதுமானதாகத் தோன்றவில்லை,

5. மோசமான சந்தையிடுகை வசதி (Poor Marketing Facility) :



இவர்களது பொருட்களை சந்தையிடுவதற்குத் தேவையான முறையான சத்தை யிடுகை வழங்கல் வழி ஏதுமில்லை. இவை பேரளவு நிறுவனங்களிடம் இருந்து கடுமையான போட்டியை சந்திக்கின்றன. ஆகவே இவற்றால் இவைகளின் பொருட்களுக்கு இலாபம் தரக்கூடிய விலைகளை நிர்ணயிக்க முடிவதில்லை. இவை அனைத்தும் சிறிய தொழில்களை நட்டத்திற்கு வழிவகுத்துவிடுகின்றன,

6. அதிக வரிவிதிப்பு (Heavy Taxation) :

இந்நிறுவனங்கள் அதிக வரிவிதிப்பினாலும் அவதியுறுகின்றன. இவர்களது மூலப் பொருட்கள் நுழைவு வரிகள், நகர்ச்சங்க வரிகள் போன்றவற்றிற்கும், முடிவுப் பொருட்கள் விற்பனைவரிக்கும் சில சமயங்களில் சங்க வரிக்கும் உட்படுகின்றன.

சிறுதொழில் நிறுவனங்களின் இயல்புகள் (Characteristics of SSI):

சிறுதொழில் நிறுவனங்களின் இயல்புகள் பின்வருமாறு:

1. சிறுதொழில் நிறுவனம் ஒன்று கம்பெனி அல்லது கூட்டு வணிகம் என று எந்த அமைப்பில் இயங்கினாலும் அதன் நடவடிக்கைகள் இயக்குநர்கள் அல்லது பாகஸ்தர்களுள் ஒருவரால் மட்டுமே மேற்கொள்ளப்படும். மற்றவர்கள் செயல்படா பங்குதாரர்களாகவே (Sleeping Partners) இருப்பர்.
2. சிறுதொழில் நிறுவனங்களில் உரிமையாளரே அவற்றின் மேலாளராக இருப்பார் மற்றும் சிறுதொழில் நிறுவனங்கள் சுயமாகவே பணிபுரியும். வணிக முடிவெடுத்தலில் உரிமையாளரே ஆற்றல்மிக்க வகையில் பங்கேற்பார்.
3. சிறுதொழில் நிறுவனங்களின் இயக்கத்தின் பரப்பானது உள்ளூர் மற்றும் வட்டாரத் தேவைகளை நிறைவேற்றும் வகையிலேயே அமைகின்றது.
4. பயன் தரும் காலம் (Gestation Period) பேரளவு நிறுவனங்களை விட முன்கூட்டியே தொடங்கிவிடும்.



5. சிறுதொழில் நிறுவனங்கள் பொதுவாகவே குறைந்த மூலதன முதலீட்டுடன் நியாயமான உழைப்பு தேவைப்படுகின்ற வகையில் இருக்கின்றன.

6. சிறுதொழில் நிறுவனங்கள் உள்ளூர் வள ஆதாரங்களை பயன்படுத்துகின்றன.

7. உள்ளூர் வள ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்தக்கூடிய சிறிய நிறுவனங்கள் வட்டாரப் பகுதிகளில் பரந்து பல்சிக்கிடக்கின்றன. இதனால் சரிசம வட்டார வளர்ச்சிக்கு இவை பெரிதும் உதவுகின்றன.

8. இவை மாற்றத்திற்கு ஏற்ப உடனடியாக மாறக்கூடியவை மற்றும் சமூக பொருளாதார சூழலுக்கு ஏற்ப மாறக்கூடியவை. புதுப்பொருட்கள், புதிய உற்பத்தி முறை, புதிய மூலப் பொருட்கள், புதிய சந்தைகள் மற்றும் புதிய அமைப்பு வடிவம் என எந்த வகையான மாற்றங்களையும் ஏற்கக்கூடியவை.

இந்தியப் பொருளாதாரத்தில் சிறு தொழில்களின் பங்கு (Role of Small Scale Industries in the Indian Economy)

சிறு தொழில்கள் இந்தியப் பொருளாதாரத்தில் மிக முக்கியமான ஒரு பங்கினை ஆற்றுகின்றன. இதன் பங்களிப்பு இப்பொழுது தயாரிப்புத் துறையின் முழுமொத்த விற்பனையில் 40% ஆகவும், மொத்த ஏற்றுமதியில் 34% ஆகவும் உள்ளது.

வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வளர்ச்சிக் கூறுகளில் இந்தியப் பொருளாதாரத்திற்கு பெரும்பங்காற்றிவரும் சிறு தொழில்துறை நமது நாடு சுதந்திரம் அடைந்த பிறகு வளர்ச்சியில் உயர்ந்த ஒரு சதவீதத்தைப் பதிவு செய்துள்ளது. இவ்வளர்ச்சியை இது அரசின் ஆதரவு அவ்வளவாக ஊக்குவிக்கத்தக்க வகையில் இல்லாத நிலையிலும் பேரளவுத் தொழில்களில் போட்டி கடுமையாக இருக்கும் சூழ் நிலையிலும் எட்டியுள்ளது இங்கு வியப்புக்குரியதாக உள்ளது. பதிவு செய்யப் பட்ட நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கை 1950 ஆம் ஆண்டில் 16,000 ஆக இருந்தது 1961-ல் 36,000 ஆகவும்



2000-01 -ல் 33.7 இலட்சமாகவும் உயர்ந்துள்ளது. இந்த புள்ளிவிவரம் பாராட்டத்தக்க புள்ளிவிவரமாக உள்ளது. கடந்த பத்தாண்டுகளில் மட்டும், சிறு தொழில் துறையானது எளிய நுகர்வோர் பொருட்களின் உற்பத்தியிலிருந்து மில்லணுவியல் கட்டுப்பாட்டு முறைகள், நுண்ணிய அவை பாகங்கள், மில் சார-மருத்துவக் கருவிகள், தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள் போன்ற நவீன மற்றும் தவ நாகரீகப் பொருட்களின் தயாரிப்பு வரை உயர்ந்துள்ளது.

திட்டத்தினைக் கண்டறிதல் (Project Identification)

ஒரு புதிய தொழில் துவங்கும் முயற்சியில் முதல் படியானது திட்டத்தினைக் கண்டறிதல் ஆகும். தொழில் முனைவோர்க்கு திட்டத்தினைக் கண்டறிதல் ஒரு முக்கியப் பணியாகும். ஒரு திட்டத்தினைக் கண்டறியும் போது கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியவை : பொருள் அல்லது சேவை, சந்தை, தொழில்நுட்பம், இயந்திரங்கள், உற்பத்தி அளவு, இட அமைவு, ஊக்கத் தொகை மற்றும் காலவரையறை. மேலும் திட்டத்தினைக் கண்டறிதல் என்பது அரசாங்கக் கொள்கைகள், கட்டமைப்பு வசதிகள் மற்றும் மக்களின் திறமைகள் ஆகியவற்றுடன் நெருங்கிய தொடர்புடையது.

பொருளாதார புள்ளி விபரங்களை சேகரித்தல், தொகுத்தல், ஆய்வு செய்தல் இவை தொடர்புடையவை அனைத்தும் ஆகும். திட்டத்தினை கண்டறிதலில் சாத்தியமான முதலீட்டிற்கு வாய்ப்புகளைக் கண்டறிந்து செயல்படுத்துவதே. இதன் நோக்கமாகும்.

பீட்டர் டிரக்கரின் கருத்துப்படி வாய்ப்புகள் மூன்று வகைப்படும். அவை:

1. மேம்பாடு சேர்க்கும் வாய்ப்புகள் (Additive opportunities)
2. பூர்த்தி செய்கிற வாய்ப்புகள் (Complementary Opportunities)
3. சாதனைக்கு வழிவகுக்கும், மேம்பட்ட வாய்ப்புகள் (Break through opportunities)



மேம்பாடு சேர்க்கும் வாய்ப்புகள், தொழிலின் தன்மையை சிறிதும் மாற்றாமல், ஏற்கனவே இருக்கும் வளங்களை சிறந்த முறையில் உபயோகித்துப் பயன்பெறுவதற்கு உதவுகின்றன. இதில் இடர்கள் மிகக் குறைவாகவே இருக்கும்.

புர்த்தி செய்யும் வாய்ப்புகள், புதிய கருத்துக்களை அறிமுகப்படுத்தி, அதன் மூலம் ஏற்கனவே இருக்கும் அமைப்பில் ஒரு குறிப்பிட்ட மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. இதில் இடர்கள் அதிகமாக இருக்கும்.

சாதனைக்கு வழிவகுக்கும், மேம்பட்ட வாய்ப்புகள், தொழிலின் தன்மையிலும், அமைப்பிலும் அடிப்படை மாற்றங்களை ஏற்படுத்துகின்றன. இதில் இடர்கள் மிகவும் அதிகமாக ஏற்படும்.

இடர்களின் அளவு அதிகரிக்கும்பொழுது, ஒரு திட்டத்தின் தோக்கங்களின் தன்மை, மற்றும் வெற்றி வாய்ப்புகளை மிகவும் கூர்மையாக வரையறுத்து, இருப்பதிலேயே மிகவும் சிறந்த, சாத்தியமான அணுகுமுறையைத் தேர்ந்தெடுப்பது மிகவும் முக்கியமாகிறது. இதன் மூலம் வளங்களின் நுகர்தலையும், இடர்களின் அளவையும் குறைத்து சாதகமான பலன்களை அடைய முடிகிறது.

திட்டத்தினைக் கண்டறிதல் என்பது, ஒரு திட்டத்தின் குணாதிசயங்களை அடையாளம் காணுதலை உள்ளடக்கியுள்ளது. ஒவ்வொரு திட்டத்திலும் மூன்று பரிமாணங்கள் (Dimensions) உள்ளன. அவை:

1. உள்ளீடுகள் அல்லது இடுபொருட்கள் (Inputs)
2. உற்பத்தி அளவு அல்லது வெளியீடு (Output)
3. சமூக செலவுகள் மற்றும் பயன்பாடுகள் (Social costs and Benefits)

ஒரு திட்டத்தின் அடிப்படை இடுபொருட்கள், மூலப்பொருட்கள், மனித சக்தி, மின்சாரம், நிதி மற்றும் அமைப்பு முறை போன்றவை ஆகும். இந்த



இடு பொருட்களின் குணாதிசயங்களை தெளிவாக அறிவதற்கு, ஒவ்வொரு அவசியமாகிறது.

இடுபொருளின் தன்மையையும் அளவையும் தீர்மானித்தல் வெளியீடு அல்லது உற்பத்தி அளவு என்பது ஒரு திட்டத்தின் மூலம் உருவாக்கப்படும் பொருட்கள், சேவைகள், வேலைவாய்ப்பு, வருவாய் போன்றவற்றைக் குறிக்கும்.

ஒவ்வொரு திட்டமும் சமுதாயத்தின் மீது ஒரு விளைவை ஏற்படுத்தும். பொருளாதாரத்தில் உள்ள தேவை மற்றும் அளிப்பின் (Demand and Supply) நிகழ்காலச் சமநிலையின் மீது திட்டம் தவிர்க்க முடியாத விளைவை ஏற்படுத்துகிறது. ஒரு திட்டத்தினைக் கண்டறியும் பொழுது, அதனால் சமுதாயத்திற்கு ஏற்படும் இழப்பு அல்லது தீமைகள், மற்றும் சமுதாயத்திற்குச் சேருகின்ற நன்மைகள் ஆகியவற்றைக் கவனமாக மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும்.

திட்டங்கள் தாமாகவே தோன்றுவதில்லை. ஒரு திட்டத்தை அமைப்பதற்கான உள்ளீடுகள் பல்வேறு இடங்களிலிருந்து கிடைக்கின்றன. அரசு அமைப்புகள், நிதி நிறுவனங்கள், அரசு சாராத அமைப்புகள், தொழில் நுட்ப ஆலோசனை நிறுவனங்கள், பன்னாட்டு கூட்டுச் செயல்பாடுகள் போன்றவை உள்ளீடு அளிப்பில் பங்கு வகிக்கின்றன. ஒரு தொழில் முனைவோர், திட்டத்திற்குத் தேவையான உள்ளீடுகளைச் சேகரித்து ஒன்று திரட்ட வேண்டும்.

ஒரு தொழில் முனைவோர் தொழில் கருத்துக்களைத் தோற்றுவித்த பின், அவற்றின் உள் இடையூறுகள் மற்றும் வெளி இடையூறுகளின் அடிப்படையில் அவற்றைப் பரிசோதித்து, துவக்க நிலை வடிவத்தில் மதிப்பீடு செய்கிறார்.

உள் இடையூறுகள் (Internal Constraints):



ஒரு திட்டத்தைச் செயல்படுத்தும் நிர்வாக அமைப்பில் உள்ள குறைபாடுகளினால் ஏற்படும் இடையூறுகள் உள் இடையூறுகள் எனப்படும். அவை பின்வருமாறு:

1. வெளி ஆலோசகர்களால் தயாரிக்கப்படும் திட்டத்தின் செயல்தக்க அறிக்கைகள்.
2. திட்டத்தை நிர்வகித்தல், நிர்வாக அமைப்பு, உத்திகளைக் கையாள்தல் போன்றவற்றில், தொழில் முனைவோர்க்கு இயற்கையாகவே உள்ள திறமைக் குறைவு.
3. திட்டத்தின் நோக்கங்களைத் தீர்மானித்தலில், திட்ட நிர்வாகக்குழு சம்பந்தப்படாதிருத்தல்,
4. நிதி, மனித வளம், சிறந்த அனுபவம் மற்றும் திறன், தனியுரிமை (Patent) போன்ற அனைத்தையும் ஒரே நேரத்தில் திரட்டுவதில் உள்ள சிரமங்கள்.

வெளி இடையூறுகள் (External Constraints)

1. ஒரு திட்டம், நாட்டின் சமூக மற்றும் பொருளாதார நோக்கங்களை அனுசரித்து அமையாத பொழுது, அத்திட்டத்தின் தன்மை, அளவு, இடஅமைவு போன்ற சுற்றுப்புறக் காரணிகள் இடையூறாக உள்ளன.
2. அரசாங்க கொள்கைகள், அனுமதி மற்றும் உரிமம் பெறுவதில் உள்ள கட்டுப்பாடுகள்.
3. திட்டத்திற்கு நிதி உதவி அளிக்கும் வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களின் அளவுக்கு மீறிய நடைமுறைகளும் (Cumbersome Procedures) ஆவணங்களும்.

திட்டத்தின் நோக்கங்கள் (Project objectives)

நோக்கங்களைத் தெளிவாக வரையறுப்பதுடன் திட்டத்தைக் கண்டறியும் பணி முடிவடைகிறது.



ஒரு திட்டத்தின் நோக்கங்கள், திட்டத்தின் மூலம் எதனை அடைவது மற்றும் திட்டத்தின் முழு செயல்பாட்டினை அளவையை அளிப்பது ஆகியன அளப்பதற்குரிய சம்பந்தப்பட்டவை. ஒரு திட்டத்தின் நோக்கங்கள் கீழ்க்கண்ட குணங்களைப் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

1. குறிப்பாக இருக்கவேண்டும்.
2. தெளிவாக இருக்க வேண்டும்.
3. அளவிடக்கூடியதாக, புலப்படக் கூடியதாக மற்றும் சரிபார்க்கக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.
4. வளங்களின் எல்லைக்குள் அமைந்ததாக இருக்க வேண்டும்.
5. யதார்த்தமாக மற்றும் அடையக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.
6. கிடைக்கக் கூடிய வளங்களுக்கு ஏற்றாற்போல் இருக்க வேண்டும்.
7. நிர்வாக அமைப்பின் திட்டங்கள், கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளுக்கு ஒத்ததாக இருக்க வேண்டும்.

திட்டத்தின் நோக்கங்கள், திட்டத்தினைக் குறித்த காலத்தில், திட்டமிட்ட செலவில் மற்றும் நிறுவனத்திற்கு இலாபத்தில் முடிப்பதைக் குறிக்கோளாகக் கொண்டது.

திட்டத்தின் நோக்கங்கள் இரண்டு வகைப்படும். அவை:

1. தக்க வைத்தல் நோக்கங்கள் (Retentive objectives)
2. பெறுதல் நோக்கங்கள் (Acquisitive objectives)

பணம், காலம், சக்தி, சாதனங்கள் மற்றும் மனித திறமைகள் போன்றவற்றைத் தக்க வைத்துப் பாதுகாத்தலே தக்க வைத்தல் நோக்கங்களாகும். புதிய வளங்களைப் பெறுதலே பெறுதல் நோக்கங்களாகும்.



திட்டத்தைத் தேர்வு செய்தல் (Project Selection):

திட்டத்தைக் கண்டறிதல் முடிவடையும் இடத்தில் திட்டத் தேர்வு தொடங்குகிறது. பல்வேறு திட்டக் கருத்துக்கள் அடையாளம் காணப்பட்ட பின், அவை தற்காலத்திய பொருளாதார சூழ்நிலைகள், அரசின் கொள்கைகள் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் ஆய்வு செய்யப்படுகின்றன. தொழில் முனைவோர் திட்டத்தை தேர்வு செய்யும் பொழுது, அவருடைய பலம் மற்றும் பலவீனங்கள், மேலும் ஒவ்வொரு திட்டத்தையும் செயல்படுத்துவதில் உள்ள வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் அல்லது சவால்களை ஆய்வு செய்ய வேண்டும்.(SWOT Analysis Strengths, Weakness, Opportunities and Threats). இத்தகைய ஆய்வின் அடிப்படையில், மிகவும் பொருத்தமான திட்டக் கருத்து தொழிலாக மாற்றுவதற்கு, தேர்ந்தெடுக்கப்படுகிறது.

ஒரு தொழிலைத் துவங்கும் முயற்சியில், திட்டத் தேர்வுக்கு அடுத்த நிலை திட்டத்தை உருவாக்குதல் ஆகும்.

திட்ட உருவாக்கம் (Project Formulation):

வளரும் நாடுகளிலுள்ள தொழில் முனைவோர் ஒரு புதிய தொழில் திட்டத்தை துவங்கும் போது பல்வேறு பிரச்சினைகளை எதிர் கொள்ள வேண்டியது உள்ளது. இந்தப் பிரச்சினைகள் ஆர்வமுள்ள தொழில் முனைவோர்க்கு மிகுந்த கவலையை உண்டாக்குகின்றன. இருந்த போதிலும், திட்ட உருவாக்கத்தைத் தகுந்த சமயத்தில் எடுத்துச் செய்வதன் மூலம் பிரச்சினைகளைக் குறைக்கலாம்.

ஒரு புது திட்டத்தை ஏற்படுத்துவதில் உள்ள பிரச்சினைகள்

1. தகுந்த தொழில் நுட்பத்தைத் தேர்ந்தெடுத்தல்

தொழில் மேம்பாடு அதிக அளவில் உள்ள நாடுகளின் நவீனத் தொழில் நுட்பங்கள், வளர்த்து வரும் நாடுகளில் பயன்படுத்துவதற்குப் பொருத்தமாக இருக்காது. எனவே ஒரு தொழில் முனைவோர், தொழில் கருத்தினை



ஆராயும்பொழுது, திட்டத்தின் வடிவம், உற்பத்தி, சந்தையிடுதல், விற்பனைக்குப் பின் சேவை போன்றவற்றைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

2. வெளிப் பொருளாதாரங்களின் பாதிப்பு:

எந்த ஒரு திட்டமும், ஒரு பொருளாதாரத்தில் தனித்து இயங்க முடியாது. அது இடுபொருள்கள் தேவைக்கும், நிதி, நிர்வாக, போக்குவரத்து மற்றும் தகவல் பரிமாற்ற சேவைகளுக்கும் பிற தொழில்களையும், துணை நிறுவனங்களையும் சார்ந்து இருக்க வேண்டியுள்ளது. எனவே, ஒரு தொழில் முனைவோர் திட்டத்தின் அடிப்படைச் செலவுகளை மட்டுமல்லாது, வெளிப் பொருளாதாரங்களின் பங்களிப்பினால் ஏற்படும் செலவுகளையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

3. தொழில் நுட்ப வல்லுநர்கள் கிடைக்காமை:

நவீனத் தொழில் நுட்பங்களுக்குத் தேவையான திறன்கள் பொதுவாக வளர்ந்துவரும் நாடுகளில் கிடைப்பதில்லை.

4. வளங்களைத் திரட்டுதல்:

இன்றைய வளர்ந்து வரும் சூழலில், திட்டங்கள் பெரும்பாலும் அளவிலும், பரிமாணத்திலும் மேம்பட்டு உள்ளன. எனவே, திட்டத்திற்குத் தேவையான முழு முதலீட்டையும் வழங்குவது, தொழில் முனைவோர்க்குக் கடினமாக உள்ளது.

5. அரசின் ஒழுங்குமுறை விதிகளைப் பற்றிய அறிவு:

அரசின் பல்வேறு கட்டளைகள், விலைக் கட்டுப்பாடுகள், ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதிக் கொள்கைகள், அந்நியச் செலாவணி விதிமுறைகள் போன்றவற்றை ஒரு தொழில் முனைவோர் தெளிவாக அறிந்து வைத்துக் கொள்ள வேண்டியது அவசியமாகிறது. இத்தகைய தகவல்களைச் சேகரிப்பதில் பல சிரமங்கள் உள்ளன.



திட்ட உருவாக்கம்:

திட்ட உருவாக்கமானது ஒரு திட்டக் கருத்தின் படிப்படியான ஆய்வு மற்றும் முன்னேற்றத்தை உள்ளடக்கியது. ஒரு தொழில் கருத்து படிப்படியாக வளர்ந்து, இறுதி நோக்கமான முதலீட்டு முடிவை அடைதலே திட்ட உருவாக்கம் ஆகும். திட்டத்தின் நோக்கங்களை குறைந்த செலவில், குறைவான கால அளவில் அடைவதே திட்ட உருவாக்கத்தின் குறிக்கோளாகும்.

திட்ட உருவாக்கம் என்பது ஒரு வல்லுனர் குழுவின் கூட்டு முயற்சியினால் நடைபெறும் ஒரு செயல் முறை. திட்டக் குழுவில் தொழில் பொருளாதார வல்லுனர் சத்தை ஆய்வாளர், தொழில் நுட்ப வல்லுனர் மற்றும் மேலாண்மை கணக்காளர் ஆகியோர் இருக்க வேண்டும். இந்தக் குழுவில் ஒவ்வொருவரும் திட்டத்தின் நோக்கங்கள், விரிவான யுக்திகள் மற்றும் திட்டத்தின் இதர பகுதிகளைப் பற்றி நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும்.

திட்ட உருவாக்கத்தின் முக்கியத்துவம்

நன்கு உருவாக்கப்பட்ட திட்டம், நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து தேவையான உதவியைப் பெற சிறந்த அனுமதிச் சீட்டாரும் (பாஸ்போர்ட்)

திட்ட உருவாக்கம் அரசின் அனுமதியைப் பெறுவதற்கு பெரிதும் உதவுகிறது. தொழில் முனைவோரால் சமர்ப்பிக்கப்படும் திட்ட அறிக்கை அரசு அதிகாரிகளிடம் நம்பிக்கையை உருவாக்குவதால் அரசின் அனுமதியை சுலபமாகப் பெற முடிகிறது.

திட்ட உருவாக்கத்தில் உள்ள நிலைகள் (Stages in Project formulation):

சிறந்த திட்டத்தினைக் ஒரு முடிவான நிலைக்குத் தொழில் முனைவோர் வருவது திட்ட கண்டுபிடித்து, அதற்குரிய நோக்கங்களை வரையறுத்து, இலாப நட்டங்களைக் கணக்கிட்டு, உருவாக்கத்தின் முக்கியமான பகுதியாகும். இது ஒரு பகுத்து ஆராய உதவும் நிர்வாகக் கருவியாகும்.



பொதுவாக, திட்ட உருவாக்கத்தில் எழு நிலைகள் உள்ளன.

1. சாத்தியக் கூறு ஆய்வு (Feasibility Analysis)
2. தொழில் நுட்ப, பொருளாதார ஆய்வு (Techno Economic Analy)
3. திட்ட வடிவம் மற்றும் வேலை இணைப்பு ஆய்வு (Prijct Desi and Network Analysis)
4. உள்ளீடுகளின் / இடுபொருள்களின் ஆய்வு (Inputs Analysis)
5. நிதியியல் ஆய்வு (Financial Analysis)
6. சமூக செலவு - பயன்பாடு ஆய்வு (Social Cost Benefit Analyxi)
7. திட்ட மதிப்பீடு (Project Evaluation)

1. சாத்தியக்கூறு ஆய்வு:

இந்நிலையில், திட்டக் கருத்து, உன் இடையூறுகள் மற்றும் இடையூறுகளைக் கருத்தில் கொண்டு ஆய்வு வெளி செய்யப்படுகின்றது. திட்டக் கருத்தில் மேலும் முதலீடு செய்வது உசிதமானதா (உகந்ததா) என தீர்மானிப்பதற்கு, சாத்தியக் கூறு ஆய்வு நிலைகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இந்த ஆய்வில் மூன்று மாறுபட்ட தோன்றுகின்றன.

முதலாவதாக, திட்டக் கருத்து சாத்தியமானதாக இருந்தால், முதலீட்டிற்கு முந்தைய ஆய்வுகள் மேற்கொள்ளப்படும். இரண்டாவதாக, திட்டக் கருத்து சாத்தியமானதாக இல்லையெனில் திட்டக் கருத்து கைவிடப்படும்.

மூன்றாவதாக, போதுமான புள்ளி விபரங்கள் இல்லாத பொழுது சாத்தியக் கூறினைப் பற்றிய முடிவுக்கு வர இயலாது. இத்தகைய சூழ்நிலையில், போதுமான தாவல்களை சேகரிப்பதற்காக முதலீடு செய்வதைப் பற்றிய முடிவு, தற்காலிகமாக ஒத்தி வைக்கப்படுகிறது.

ஒரு திட்டக் கருத்தின் நிலைத்த தன்மையினை (viability)மதிப்பீடு செய்வதற்கு, தொழில் நுட்ப, சந்தையிடுகை, நிதிவியல், பொருளாதார, வணிக



ரீதியான, நிர்வாக அமைப்பு போன்ற பல்வேறு கோணங்களில் ஆராயப்படுகிறது.

சாத்தியக் கூறு ஆய்வில், சந்தைத் திறன், உற்பத்தித் திறவி. கச்சாப் பொருட்கள், தொழில் இட அமைவு, தொழில் நுட்பங்கள், மேற் செலவுகள், மனித ஆற்றல், நிதி ஆய்வு செயல்படுத்துதல் போன்றவற்றின் பொருளாதார மாறுபட்ட வாய்ப்புகளை விரிவாக ஆராய வேண்டும்

2.. திட்ட வடிவம் மற்றும் வேலை இணைப்பு பற்றிய ஆய்வு

திட்ட வடிவம், திட்டத்தின் இதயம் போன்றது. திட்ட வடிவம், திட்டத்தில் உள்ளடங்கிய தனித்த செயல்களையும் அவற்றிற்கு இடையே உள்ள தொடர்பினையும் வரையறுக்கிறது. இது திட்டத்திலுள்ள நிகழ்வுகளின் வரிசையினைக் கண்டறிகிறது. திட்ட வடிவம், திட்டத்தினை, திட்டமிட்டபடி எவ்வித இடையூறுமின்றி செயல்படுத்த உதவுகிறது. ஒரு திட்டத்தில் உள்ள பல்வேறு செயல்களுக்கிடையே உள்ள தொடர்பினை, ஒரு பின்னிய தொடர்புபடமாக தொழில் முனைவோர் தயாரிக்கிறார்.

இந்த ஆய்வில், திட்டத்திலுள்ள ஒவ்வொரு செயலுக்கும் ஒதுக்கப்பட்ட காலத்துடன், ஒரு விரிவான வேலைத் திட்டம் தயாரிக்கப்பட்டு, ஒரு பின்னிய வரை படத்தின் மூலம் சமர்ப்பிக்கப்படுகிறது. வேலை இணைப்பு ஆய்வு, கிடைக்கும் வளங்களைக் கொண்டு, குறைந்த கால அளவில் ஒரு திட்டத்தை செயல்படுத்துவதற்கான, மிகச் சரியான செயல்முறையினை கண்டறிவதற்காக நடத்தப்படுகிறது. இது ஒரு திட்டத்தின் உள்ளீடுகளை விரிவாகக் கண்டறிந்து, அளவீடு செய்வதற்கு வழி வகுக்கிறது. இவ்வாறாக, திட்ட வடிவமும், பிள்ளிய வரைபட ஆய்வும் ஒரு திட்டத்தை ய வெற்றிகரமாக செயல்படுத்துவதற்கு முக்கிய கருவிகளாகும்.

3. உள்ளீடுகளின் ஆய்வு:

ஒரு திட்டத்தை உருவாக்கும் பொழுதும் மற்றும் அது செயல்படும் போதும் தேவைப்படும் உள்ளீடுகளை மதிப்பீடு செய்தலே உள்ளீடுகளின்



ஆய்வு ஆகும். இந்த ஆய்வில், திட்டத்தின் பல்வேறு செயல்களுக்குத் தேவையான இடு பொருட்களைக் கண்டறிந்து, அவற்றின் தரம், அளவு போன்றவை உறுதி செய்யப்படுகின்றன. உள்ளீடுகளில், மூலப்பொருட்கள் மற்றும் மவித வளம் உள்ளடங்கியுள்ளது.

திட்டத்தினை உருவாக்கும் நிலையில், மறுபடியும் நிகழாத, ஒரு முறை மட்டும் பயன்படுத்தப்படும் வளங்கள் (Non recurring resources) தேவைப்படுகின்றன. திட்டம் செயல்படும் நிலையில், மூலப்பொருட்கள் மற்றும் பிற இடு பொருட்கள் அன்றாட உபயோகத்திற்கு, தொடர்ந்து தேவைப்படுகின்றன. எனவே உள்ளீடுகளின் ஆய்வு, திட்டத்திற்கு ஒரு முறை தேவைப்படும் மற்றும் தினசரி உபயோகத்திற்கு தொடர்ந்து தேவைப்படும் வளங்களை ஆய்வு செய்கிறது.

உள்ளீடுகளின் ஆய்வு திட்டத்தின் சாத்தியக் கூறினை, அதற்குத் தேவையான வளங்கள் கிடைக்கும் தன்மையின் அடிப்படையிலும் ஆய்வு செய்கிறது. மேலும் இந்த ஆய்வு, திட்டச் செலவுகளை மதிப்பீடு செய்ய உதவுகிறது. நிதி ஆய்விற்கும் மற்றும் செலவு பயன்பாடு ஆய்விற்கும், திட்டச்செலவு மதிப்பீடு அவசியமாகிறது.

4. நிதியியல் ஆய்வு:

நிதியியல் ஆய்வு, திட்டச் செலவு, நடைமுறைச் செலவு மற்றும் அவற்றிற்கு தேவைப்படும் நிதி அளவு ஆகியவற்றை மதிப்பீடு செய்கிறது. கழிப்பு செய்யப்பட்ட பண ஓட்டம், (Discounted Cash Flow), செலவு - விற்பனை அளவு - இலாப ஆய்வு, (Cost- Volume - Profit analysis), விகித ஆய்வுகள் போன்ற ஆய்வுக் கருவிகள் நிதி ஆய்வில் உபயோகப்படுத்தப்படுகின்றன. திட்டத்தின் நிதித் தேவைகளைக் கணிக்கும் போது, மிகுந்த தவனத்துடனும், தொலைநோக்குப் பார்வையுடனும் செயல்பட வேண்டும். ஏனெனில், முதலீட்டு திட்டம் நீண்ட, கால அளவைக் கொண்டது. வணிக ரீதியான இலாப ஆய்விற்கு இந்த ஆய்வு உதவுகிறது. மேலும் ஒரு பொது



அளவையினைக் கொண்டு, பல்வேறு திட்ட உத்தேசங்களையும் ஒப்பிட்டுப் பார்த்து, சிறந்த உத்தேசத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க உதவுகிறது.

5. சமூகசெலவு - பயன்பாடு ஆய்வு:

சமூக செலவு - பயன்பாடு ஆய்வு தேசிய நலனை அடிப்படையாகக் கொண்டு, ஒரு திட்டத்தின் நிலைத்த தன்மையை ஆய்வு செய்கிறது. இந்த ஆய்வு, திட்டத்தின் நேரடி செலவுகள் மற்றும் நேரடி பயன்பாடுகளை மட்டுமின்றி, திட்டத்தைச் சார்ந்த இதர செலவுகள் மற்றும் பயன்பாடுகளையும் ஆராய்கின்றது.

திட்டத்தினால் சமுதாயத்திற்கு ஏற்படும் இலாபத்தினை கணக்கிடுவதற்கு, சமூகச் செலவுகள் மற்றும் சமூகப் பயன்பாடுகள் மதிப்பீடு செய்யப்படுகின்றன. நிதியியல் ஆய்வில் சந்தை விலைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆனால் சமூக செலவு - பயன்பாடு ஆய்வில் சுமத்தப்பட்ட அல்லது நிழல் விலைகள் உபயோகிக்கப்படுகின்றன.

நிதியியல் ஆய்வின் மூலம் பெற்ற விபரங்கள் மற்றும் இலாபகர ஆய்வின் முக்கியமான முடிவு அளவைகளும், இந்த ஆய்வில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

6. திட்ட மதிப்பீடு:

திட்ட முன்வடிவு, இந்த நிலையில் முறையான ஒரு இறுதி வடிவத்தைப் பெறுகிறது. மேற்குறிப்பிட்ட ஆறு நிலைகளிலிருந்தும் பெறப்பட்ட முடிவுகள் தொகுக்கப்பட்டு, இறுதி முடிவுகள் தெளிவான நிலையில் எடுக்கப்படுகின்றன. இந்த ஆய்வு, திட்டக் கருத்தை தொழில் முனைவோர் முதலீட்டு முடிவாக தீர்மானிக்க உதவுகிறது.

திட்டத்தினை மதிப்பிடுதல் (PROJECT APPRAISAL):

அறிமுகம் Introduction:



ஒவ்வொரு தொழில்சார்ந்த திட்டத்திலும் இடர் உள்ளது திட்டமானது, அதிலுள்ள இடரின் அளவை மதிப்பிடுவதற்கும் ஆய்வு செய்வதற்கும் என மதிப்பிடப்படுதல் வேண்டும். இந்த அத்தியாயம் திட்டத்தைப் பற்றியும் அதனை மதிப்பிடும் முறைகள் பற்றியும் விவரிக்கிறது..

திட்டத்தின் பொருளும் இலக்கணமும் Meaning and Definition of Project:

திட்டம் ஒன்றானது, “வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்கு என காலம், திட்டப்பட்டியல், வள ஆதாரங்கள் மற்றும் செயல்நிறைவேற்ற குறிப்பீடுகளால் வரையறுக்கப்பட்டு வடிவமைக்கப்படும் சிக்கலான, வழக்கமற்ற, ஒரு முறை மட்டும் மேற்கொள்ளப்படும் முயற்சியே” ஆகும். இதன் முதன்மை இலக்கானது வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை நிறைவேற்றுதலாகும். இதன் முதன்மையான இயல்புகள் பின்வருமாறு:

1. நிறுவப்பட்ட நோக்கம் (Established Objective) :

திட்டத்திற்கு நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட நோக்கம் ஒன்று இருத்தல் வேண்டும். உதாரணமாக, நோக்கம் ஆனது டிசம்பர் 2006 -க்குள் தொழில்முனைவு மேம்பாடு என்ற புத்தகத்தினை பதிப்பித்து விட வேண்டும் என்பதாகவோ, அல்லது கம்பெனி ஒன்றின் கணக்கு வைப்புத் துறையை டிசம்பர் 31 -க்குள் கணிப்பொறிமயமாக்கி விட வேண்டும் என்பதாகவோ இருக்கலாம். அவ்விதமான வரையறுக்கப்பட்ட நோக்கமானது பல அமைப்புகளின் அன்தாட வாழ்க்கையில் இப்பொழுது பெரும்பாலும் வடிவமைக்கப்படுவது இல்லை. பல அமைப்புகளில், பணியாளர்கள் ஒவ்வொரு நாளும் செய்த வேலையையே திரும்பத் திரும்பச் செய்கின்றனர்.

2. வரையறுக்கப்பட்ட ஆயுள் காலம் (Defined Life-span) :

திட்டங்கள் நிச்சயமாக ஒரு தொடக்கம் மற்றும் முடிவுடன் கூடிய வரையறுக்கப்பட்ட ஆயுள் காலத்தைக் கொண்டிருத்தல் வேண்டும். நோக்கம் நன்கு வரையறுக்கப் பட்டிருப்பின் அதன் ஆயுளின் காலத்தை நிர்ணயிப்பது எளிதாகவே இருக்கும். ற்பொழுது, தகவல் தொழில்நுட்பம், மின்னணுவியல்



மற்றும் தொலை தொடர்பு தொழில்களில், பொறியியலாளர்கள் வசம் குறிப்பிட்ட ஒரு திட்டமானது குறிப்பிட்ட ஒரு காலத்திற்கு என ஒதுக்கப்படுவது பரவலாகக் காணப்படுகின்றது. அந்தப் பணியை முடித்தவுடன் அவர்களுக்கு அடுத்த பணி ஒதுக்கப்படும்.

3.பல்வேறு துறைகள் மற்றும் அலுவல்சார்ந்த வல்லுதர்களின் ஈடுபாடு (Involvement of Several Departments and Professionals) :

பொதுவாக, திட்டங்களில் ஒரு திட்ட மேலாளரின் வழிகாட்டுதல்களின் கீழ், பல துறைகளும் அலுவல்சார்ந்த வல்லுநர்களும் நெருக்கமாக ஒன்றுசேர்த்து பணிபுரியும் வகையில் ஈடுபடுகின்றனர். இதனால் நிதி, பொறியியல், சத்தையிடுகை, தரக் கட்டுப்பாடு போன்ற பல்வேறு பணிகளையும் ஆற்றல்மிக்க வகையில் ஒருங்கிணைத்து திட்டத்தை எளிதில் முடிக்க முடிகிறது.

4.வழக்கமற்ற மற்றும் தனித்தன்மை பெற்ற பணிகளைச் செய்தல் (Doing Non-routine and Unique Work) :

திட்டங்களை நாம் அன்றாடப் பணிகளுடன் குழப்பிக் கொள்ளக் கூடாது. இது வழக்கமான, திரும்பத் திரும்பச் செய்யக்கூடிய ஒரு பணி அல்ல. சாதாரணமான தினசரிப் பணிக்கு அதே பணியையே திரும்பத் திரும்ப செய்வது போதுமானதாகும். ஆனால், திட்டம் ஒரே ஒரு முறை மட்டுமே செய்யப்படுகின்றது. புதிய ஒரு பொருள் அல்லது ஒரு சேவையானது திட்டம் முடிவுறும் பொழுதே தோன்றுகின்றது.

திட்டங்கள் வழக்கமற்ற மற்றும் திரும்பத் திரும்பச் செய்யப்படாத பணி ஆகும். இதில் சில தனித்தன்மை பெற்ற கூறுகள் அடங்கியுள்ளன. அதாவது, இது இதற்கு முன்னர் எப்பொழுதுமே செய்யப்படாத சிலவற்றைச் செய்கிறது. அப்பணியானது அடிப்படையான மற்றும் வழக்கமான பணியாக இருப்பினும், அதனை முடிப்பதற்குரிய நடைமுறையில் தனியியல்புகள் இருக்கலாம்.



5.குறிப்பிட்ட காலம், அடக்கச் செலவு மற்றும் செயல்நிறைவேற்றத் தேவைகள் (Specific Time, Cost and Performance Requirements) :

குறிப்பிட்ட காலம், அடக்கச் செலவு மற்றும் செயல்நிறைவேற்றத் தேவைகள் திட்டங்களைக் கட்டுப்படுத்துகின்றன. ஏனெனில், திட்டங்களானது நிறைவேற்றம், செலவழிக்கப் படும் அடக்கச்செலவு மற்றும் காலத்திற்கு ஏற்பவே மதிப்பிடப்படுகின்றன. இக் காரணிகளே எவ்வளவு வெற்றிகரமாக திட்டம் ஆனது நடைமுறைப்படுத்தப் படவும் முடிக்கப்படவும் செய்கின்றன என்பதை வெளிப்படுத்துகின்றன. இவை உயர்ந்த ஒரு அளவில் பதில் சொல்லும் பொறுப்பை சுமத்துகின்றன. இம்மூன்று காரணிகளையும் சரிக்கட்டிக் கொண்டு போவதே திட்ட மேலாண்மையில் முதன்மைப் பணியாகும்.

நிகழ்ச்சி நிரலும் திட்டமும் Programme and Project:

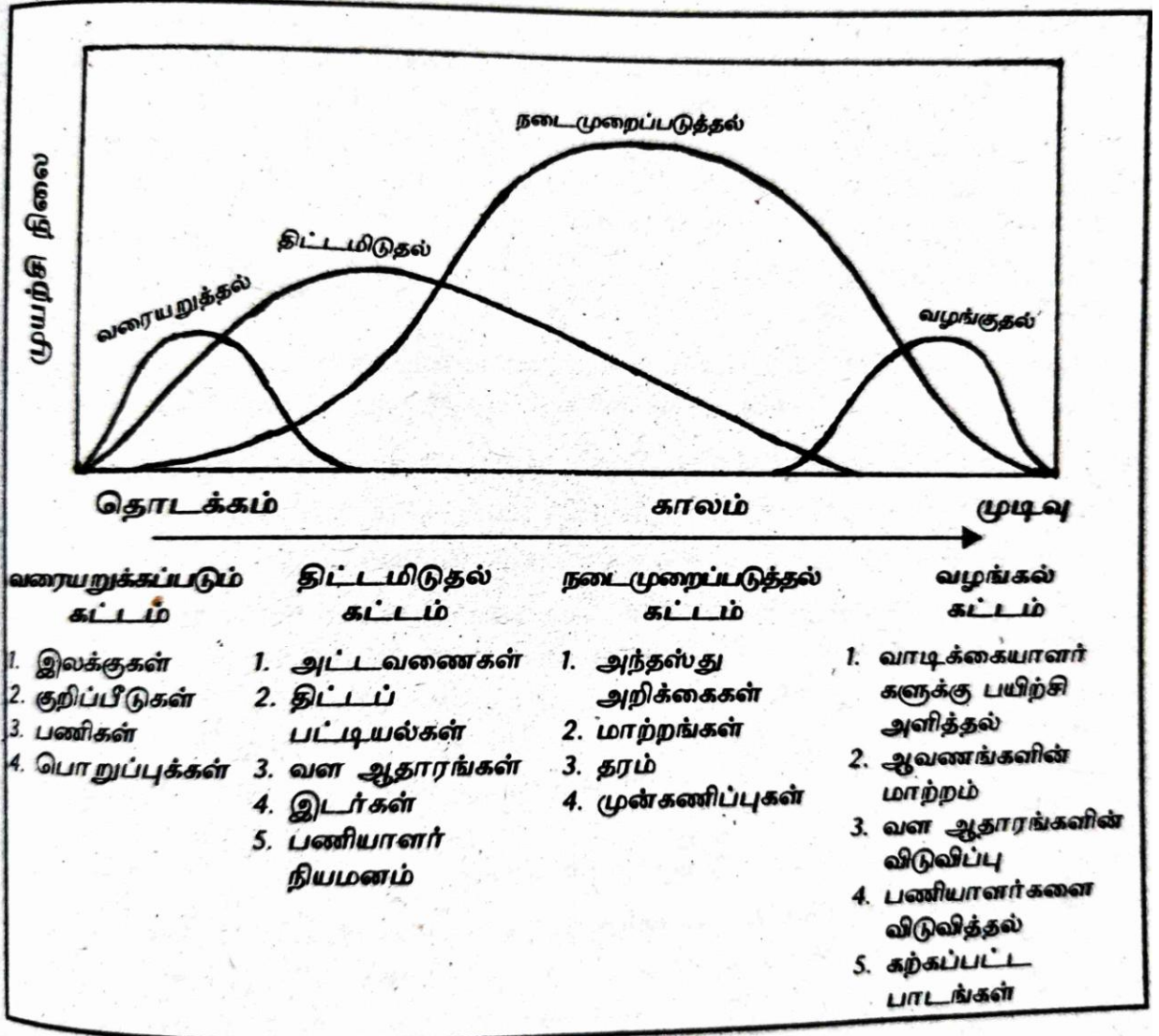
"நிகழ்ச்சி திரல்" மற்றும் "திட்டம்" ஆகிய இந்த இரண்டு சொற்களும் நடைமுறையில் ஒன்றுக்கு பதில் மற்றொன்று மாற்றிப் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இது சில சமயங்களில் குழப்பத்தை ஏற்படுத்தி விடுகிறது. இலக்குகளை நோக்கி இயக்கப்படுதல், இலக்குகளை அடைவதற்கு திட்டங்கள் மற்றும் வள களின் அவசியம் போன்ற நோக்கில் பார்க்கும் பொழுது இவை இரண்டும் ஒத்தல வாகவே காணப்படுகின்றன. இவை இரண்டுமே ஒத்த கருவிகள், முறைகள் மற்றும் கொள்கைகளையே பயன்படுத்துகின்றன. மாறுபாடுகள் இவற்றின் பரப்பு மற்றும் ஆதாரங் கால எல்லைப்பகுதிகளிலேயே உள்ளன. நிகழ்ச்சி நிரலானது. இலக்கு ஒன்றை அடைய விழையும் நோக்கில் விரிவுபடுத்தப்பட்ட ஒரு காலத்திற்கு தொடரும் ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட தொடர்புடைய பன் மடங்கு திட்டங்களின் ஒரு தொடர் வரிசை ஆகும். ஒரு நிகழ்ச்சி நிரலானது பொது இலக்கு ஒன்றினை குறிவைக்கும் த திட்டங்களின் ஒரு உயர் நிலைக் குழுவாகும்.



திட்ட ஆயுள் சுழற்சி அல்லது திட்ட நடைமுறையின் கட்டங்கள் Stages in the Process of Project or Project Life Cycle

திட்டம் ஒன்றின் நடைமுறையில் நான்கு கட்டங்கள் உள்ளன. அவையாவன:

1. வரையறுக்கும் கட்டம் (Defining Stage),
2. திட்டமிடும் கட்டம் (Planning Stage),
3. நடைமுறைப்படுத்தும் கட்டம் (Executing Stage), மற்றும்
4. வழங்கும் கட்டம் (Delivering Stage).



வரைபடம் 11.1 - திட்ட ஆயுள் சுழற்சி (Project Life Cycle)
 (ஆதாரம் - திட்ட மேலாண்மை - கிளிஃபோர்டு எஃப். கிரே மற்றும் எரிக் டபிள்யூ. லார்சன்)



1. வரையறுக்கும் கட்டம் (Defining Stage) :

இது திட்ட உருவாக்க நடைமுறையின் முதல் கட்டமாகும். இக்கட்டத்தில், திட்டக் குறிப்பீடுகள் வரையறுக்கப் படுகின்றன, நோக்கங்கள் நிறுவப்படுகின்றன, கூறுகள் அமைக்கப்படுகின்றன, பணிகளும் பொறுப்புக்களும் ஒதுக்கப்படுகின்றன.

2. திட்டமிடும் கட்டம் (Planning Stage) :

இரண்டாவதாக, என்ன செய்வது, அதை எப்பொழுது செய்வது, அதை யார் செய்வார், நிர்வகிக்கப்படக் கூடிய தரநிலை என்ன போன்றவற்றை நிர்ணயிப்பதற்கு என திட்டங்கள் உருவாக்கப்படுகின்றன. இதில், அட்டவணைகள் மற்றும் திட்டப் பட்டியல்களை உருவாக்குதல், வளஆதாரங்களை முடிவு செய்தல், இடர்களை முன்கணித்தல் மற்றும் பணியாளர் தேவையை மதிப்பிடுதல் போன்றன அடங்குகின்றன.

3. நடைமுறைப்படுத்தும் கட்டம் (Executing Stage) :

நடைமுறைப் படுத்தும் கட்டத்தில், இவ்வாறு தீட்டப்பட்ட திட்டமானது நடைமுறைப் படுத்தப்படுகின்றது காகிதத்தில் உள்ளது பணியாக மாற்றப்படுகின்றது; பொருள் தயாரிக்கப்படுகின்றது, நேரம், அடக்கச் செலவு மற்றும் குறிப்பீட்டு அளவைகள் கட்டுப்பாட்டுக்கு எனப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இக்கட்டத்தில், பின்வருவன ஆய்வு செய்யப்படுகின்றன- திட்டம் அட்டவணையின்படி உள்ளதா, திட்டப் பட்டியலின்படி உள்ளதா, குறிப்பீடுகளை நிறைவேற்றுகின்றதா? இந்த ஒவ்வொரு அளவைகளின் முன்கணிப்புகள் எவை? என்ன மாற்றங்கள் தேவைப்படுகின்றன?

4. வழங்கும் கட்டம் (Delivering Stage) :

வழங்கும் கட்டத்தில், இரண்டு பணிகள் அடங்கியுள்ளன. அவை- 1. பொருளை வழங்குதல் (Delivering the Product). அதாவது திட்டத்தின் பொருள் வாடிக்கையாளருக்கு வழங்கப் படுகின்றது. இதில், வாடிக்கையாளர்களுக்குப்



பயிற்சி அளித்தல் மற்றும் ஆவணங் களை மாற்றியளித்தல் போன்றன அடங்குகின்றன. 2. திட்டத்தின் வள ஆதாரங் களை மாற்றி அளித்தல் (Re-deploying Project Resources). பொருள் வழங்கப்பட்ட பிறகு, வள ஆதாரங்கள் ஏனைய திட்டங்களுக்கு மாற்றித் தரப்படுகின்றன; குழு உறுப்பினர்களுக்கு புதிய பணி ஒதுக்கீடு செய்யப்படுகின்றது.

திட்டத்தின் வகைப்பாடு Classification of Project:

நடைமுறையில், பெரும்பாலான அமைப்புகளின் பட்டியலில் மூன்று வகையான திட்டங்கள் பரவலாகக் காணப்படுகின்றன. அவை பின்வருமாறு:

1. இணக்க மற்றும் அவசரத் திட்டங்கள் (Compliance and Emergency Projects).
2. இயக்கம்சார்ந்த திட்டங்கள் (Operational Projects).
3. தந்திரம்சார்ந்த திட்டங்கள் (Strategic Projects).

1. இணக்க மற்றும் அவசரத் திட்டங்கள்:

இணக்கத் திட்டங்களானது கட்டாயம் நிறைவேற்றப்பட வேண்டிய இணக்க மற்றும் அவசரத் திட்டங்கள் (Compliance and Emergency திட்டங்களாகும். இவை குறிப்பிட்ட ஒரு வட்டாரத்தில் இயங்குவதற்குத் தேவையான ஒழுங்குமுறைசார்த்த நிபந்தனைகளை நிறைவேற்றுவதற்குத் தேவையான திட்டங்களாகும். அவசரத் திட்டங்களும் கட்டாயம் நிறைவேற்றப் பட வேண்டிய திட்டங்களே ஆகும். இவை நடைமுறைப்படுத்தப்படாவிட்டால், இவை நிச்சயம் அபராதத்திற்கு உள்ளாக நேரிடும்.

2. இயக்கம்சார்ந்த திட்டங்கள் (Operational Projects) :

இயக்கம்சார்ந்த திட்டங்கள் நடப்பு இயக்கங்களுக்கு ஆதரவாக இருக்கின்றன. இவை பொதுவாக வழங்கல் முறையின் ஆற்றலை மேம்படுத்த, உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருளின் அடக்க மதிப்பைக் குறைக்க மற்றும் நிறைவேற்றத்தை மேம்படுத்த மேற் கொள்ளப்படுகின்றன.

3. தந்திரம்சார்ந்த திட்டங்கள் (Strategic Projects) :



தந்திரம்சார்ந்த திட்டங்கள் நீண்டகாலத் திட்டங்களாகும். இவை இயல்பாகவே, அமைப்பின் நீண்டகால இலக்கிற்கு ஆதரவாக இருக்கின்றன. இவை சத்தைப் பங்கு ஆதாயம் போன்றவற்றினை அதிகரிக்கும் வகையில் இயக்கப்படுகின்றன. இவை புதுப் பொருள் உருவாக்கத்தினை ஏற்படுத்துதல், ஆராய்ச்சிகளை மேற்கொள்ளுதல் போன்றவற்றின் மூலம் நிறைவேற்றப்படுகின்றன.

திட்ட மதிப்பீடு Project Appraisal

திட்டம் ஒன்றினை மதிப்பிடுதலைக் குறிப்பதே திட்ட மதிப்பீடு ஆகும். இதில், தொடங்கவிருக்கும் திட்டம் ஒன்றின் சாத்தியத்தன்மையை மதிப்பிடும் ஒரு நோக்குடன் அதன் பல்வேறு அம்சங்களின் அடக்கம் மற்றும் பயன்கள் தொடர்பான ஒரு ஆய்வினை மேற்கொள்வது அடங்கியுள்ளது. கிடைக்கின்ற மாறுபட்ட திட்டங்களுள் மேம்பட்ட திட்டத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க து உதவுகிறது. நிதி நிறுவனங்கள், திட்டம் ஒன்றிற்கு நிதி உதவியை அளிப்பதற்கு முன்பு அதன் கடன் தகுதி நிலையை மதிப்பிடுவதற்கு என திட்டங்களை மதிப்பிடுகின்றன.

இந்நிறுவனங்கள் நிதியளிப்பது தொடர்பான முடிவை எடுக்கும் முன்பு முதலீட்டு முன்மொழிவின் (Investment Proposition) பல்வேறு அம்சங்கள் தொடர்பான பொருள்சார்ந்த மற்றும் தன்னிச்சையான ஒரு மதிப்பீட்டைச் செய்கின்றன. இவை திட்டம் ஒன்றின் நடைமுறை சாத்தியத்தை நிர்ணயிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. ஆகவே, தொழில்முனைவோர் ஆனவர் மதிப்பிடுபவரின் எண்ணும் நடை முறையைப் புரிந்துகொள்ள வேண்டும்.

இது நிதிநிறுவனங்கள் ஏற்கக்கூடிய திட்டங்களை வடிவமைக்க உதவும்..



நிதி நிறுவனங்களானது, பல்வேறு முறைகளையும் பயன்படுத்தி திட்ட முன்மொழிவுகளை மதிப்பீடு செய்கின்றன. தேர்ந்தெடுப்பு அளவைகளானது நிதி சார்ந்தன மற்றும் நிதிசாராதன என இரண்டு வகைகளாகப் பகுக்கப்பட்டுள்ளன. அவை ஒவ்வொன்றினையும் பற்றி சுருக்கமாக நாம் கீழ்க்கண்டவாறு காணலாம்:

நிதிசார்த்த அளவைகள் (Financial Criteria);

1. திருப்பி செலுத்தும் முறை (Pay Back Method).
2. முதலீடு மீதான மீள்வருகை (Return on Investment).
3. தள்ளுபடி செய்யப்பட்ட ரொக்க ஓட்ட முறை (Discounted Cash Flow Method).

- (i) உட்புற மீள்வருகை வீதமுறை (Internal Rate of Return Method).
- (ii) நிகர நடப்பு மதிப்பு முறை (Net Present Value Method)
- (iii) இலாபத்தன்மை கட்டகராதி (Profitability Index).

II. நிதிசாராத அளவைகள் (Non-Financial Criteria).

இவை ஒவ்வொன்றையும் பற்றி இப்பொழுது நாம் விரிவாகப் பார்க்கலாம்.

1. நிதிசார்ந்த அளவைகள் Financial Criteria:

பெரும்பாலும் மேலாளர்களுக்கு திட்டங்களை மதிப்பிடுவதற்கு நிதிசார்ந்த அளவைகளே மிகவும் விரும்பப்படுகின்ற முறையாக உள்ளது. எதிர்கால ரொக்க ஓட்டங்களின் மதிப்பீடுகளில் உயர்ந்த ஒரு நிலையில் நம்பிக்கை இருப்பின் இம்மாதிரிகள் உகந்தனவாக இருக்கும்.

1. திருப்பி செலுத்தும் முறை Pay Back Method:



திருப்பி அளிக்கும் முறை ஆனது மூலதன முதலீட்டு மதிப்பீட்டு முறைகளுள் மிகவும் எளிமையான மற்றும் அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படும் முறையாகும்.

நிதி ஆதாரங்கள் (Sources of Finance):

பல்வேறு வகையான தேவைகளையும் நிறைவேற்றுவதற்கு என ஒவ்வொரு வணிக நிறுவனத்திற்கும் நிதி தேவையாக உள்ளது என்று நாம் ஏற்கனவே குறிப்பிட்டோம். அதைப் போலவே, வணிக நிறுவனம் ஒன்று நிதியைப் பெறுவதற்கும் பல்வேறு ஆதாரங்கள் இருக்கின்றன. நிதியானது நீண்டகால, நடுத்தர கால மற்றும் குறுகிய காலங்களுக்குத் தேவைப்படலாம்.

தனி ஆள் வணிக நிறுவனம் ஒன்றின் நிலையில், முக்கியமான நிதி ஆதாரமாக அதன் உரிமையாளரே உள்ளார். கூட்டு வணிகங்களில், பல்வேறு பாகஸ்தர்களும் கூட்டாக சேர்ந்து நிதியை அளிக்கின்றனர். இது தவிர நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்கள் மற்றும் சில சமயங்களில் வங்கிகளிடமிருந்தும் கூட கடன் பெறப் பட்டு கூடுதல் நிதியும் அளிக்கப்படலாம். ஆனால், அவர்களது மூலதனத் தேவைகள் மிகவும் குறைவே ஆகும். ஆகவே அவைகளுக்கு நிதியைப் பெறுவதற்கு என பல்வேறு ஆதாரங்களை தேடி அலைய வேண்டிய அவசியம் இருப்பதில்லை.

ஆனால் பேரளவுத் தொழில்கள் கூட்டுப் பங்குக் கம்பெனியின் வடிவில் அமைக்கப்படுவதால் அவைகளுக்கான நிதித் தேவைகளும் பேரளவினதாக இருக்கின்றது. ஆகவே, கம்பெனிகள் நிதியை எழுப்புவதற்கான அனைத்து விதமான முறை களையும் நாடி கிடைக்கக்கூடிய ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டியதாய் இருக்கிறது. நிதியை எழுப்பும் முறை மற்றும் அதன் ஆதாரங்கள் போன்றன நிதி தேவைப்படும் நோக்கத்தைக் கொண்டு நிர்ணயிக்கப் படுகின்றன.

ஆதாரங்களின் பாகுபாடுகள் Classification of Financial Sources:



நிதித் தேவைகளை, அவை தேவைப்படும் கால அளவின் அடிப்படையில் மூன்று வகைகளாகப் பாகுபாடு செய்யலாம். இவற்றை விளக்கும் வரைபடம் 8.3-ல் தரப்பட்டுள்ளது. அவையாவன:

1. நீண்டகால நிதி (Long-term Finance):

நிரந்தரச் சொத்துக்களில் (Fixed Assets) முடக்கப்படும் மூலதனம் நீண்டகால மூலதனம் எனப்படும். இத்தேவை களைப் பூர்த்தி செய்யக் கீழ்க்கண்ட வழிகளில் மூலதனம் சேகரிக்கப்பட வேண்டும்

1.சாதாரணப் பங்குகளையும், முன்னுரிமைப் பங்குகளையும் வெளியிடுதல் (Issue of Equity and Preference Shares).

2.கடன் பத்திரங்கள் (Debentures) வெளியிடுதல்.

3.ஊக்கப் பங்குகளை வெளியிட்டு இலாபத்தைத் தொழிலிலேயே இருத்தி வைத்துக் கொள்ளுதல் (Ploughing Back of Profits),

4.தொழில் வளர்ச்சி நிதி நிறுவனங்களிடம் (Financial Institutions) இருந்து நீண்டகாலக் கடன் பெறுதல்.

:

2. நடுத்தர நிதி (Medium Term Finance) :

பத்து ஆண்டுகளுக்குக் குறை வாகவும், ஒரு ஆண்டுக்கு அதிகமாகவும் உள்ள கால இடைவெளிகளில் ஏற்படும் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய நடுத்தரக் கால மூலதனம் தேவைப்படுகின்றது. இத்தேவைகள் பூர்த்தியடைந்த பின்னர், இதனைத் தொழிலில் இருந்து எடுத்து விடலாம். ஆயினும், இத்தேவையின் கால இடைவெளி நடைமுறை மூலதனத் தேவைகளைவிட அதிகமாகவும், நீண்டகால மூலதனத் தேவைகளைவிடக் குறைவாகவும் உள்ளதால், இதனை நடுத்தரக்கால மூலதனம் என்று குறிப்பிடும் வழக்கம் உள்ளது. இந்நிதித் தேவைகளைக் கீழ்க்கண்ட வழிகளில் பூர்த்தி செய்யலாம்.



1.மீட்கக் கூடிய முன்னுரிமைப் பங்குகளை (Redeemable Preference Shares) வெளியிடுதல்.

2.மீட்கக் கூடிய கடன் பத்திரங்களை வெளியிடுதல்.

3.பொதுமக்களிடம் தவணை வைப்பு (Public Deposits) பெறுதல்,

4.நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து தடுத்தரக் காலக் கடன்களைப் பெறுதல்

3.குறுகியகால நிதி (Short-term Finance) :

ஓராண்டுக்கு உள்ளாகத் தீர்த்து விடக்கூடிய தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய குறுகியகால மூலதனம் தேவைப் படும். இம்மூலதனம் பெரும்பாலும் நடைமுறைத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யவே தேவைப்படுவதாகும். இத்தேவை முடிந்தவுடன் இதனையும் தொழிலில் இருந்து எடுத்து விடலாம். இத்தேவைகளைப் பின்கண்ட வழிகளில் பூர்த்தி செய்து விடலாம்.

1.வர்த்தகக் கடன் (Trade Credit).

2.வாடிக்கையாளர் கடன் (Customer Credit).

3.தவணைக் கடன் (Instalment Credit).

4. உண்டியல்களால் பெறக்கூடிய நிதியுதவி (Bills Receivable Financing).

5. வங்கிக் கடன் (Bank Credit)

6. ஏனைய ஆதாரங்கள் (Other Sources).

நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து நிதியைப் பெறும் வழிகள் நீங்கலாக மீதி அனைத்து வழிகள் பற்றியும் விரிவாக இங்கே ஆராய்வோம். ஏனெனில், நிதி நிறுவனங்கள் பற்றி இந்நூலின் 4 ஆவது அத்தியாயத்தில் விரிவாக ஆராயப் பட்டுள்ளது.

1. நீண்டகால நிதி Long-term Finance



நீண்டகால நிதியானது, நிலம் மற்றும் கட்டடம், தொழிற்சாலை மற்றும் இயந்திரம் போன்ற நிரந்தரச் சொத்துக்களில் முதலீடு செய்வதற்கும் விரிவாக்கத் திட்டங்களுக்கு நிதியிடுதலுக்கும் தேவையாக உள்ளது. அதாவது, நீண்டகால நிதியானது நிலைத்த மூலதனத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கு எனத் தேவையாக உள்ளது எனலாம். நிலைத்த மூலதனமே வணிகத்திற்கு முக்கியமானது ஆகும். நீண்டகால நிதியை எழுப்புவதற்கான ஆதாரங்கள் பின்வருமாறு:

1. பங்குகளின் விற்பனை அல்லது வெளியீடு (Issue or Sale of Shares) :

கம்பெனிகளில் நிலைத்த முதலீட்டிற்கு என நீண்டகால நிதியை எழுப்புவதற்கு மிகவும் முக்கியமான ஒரு முறையானது சொந்த ஈடுகளை வெளியிடுதல் ஆகும். கம்பெனிக்குத் தேவைப்படும் தொடக்க மூலதனமானது பங்கு மூலதன வடிவிலேயே பொதுவாகப் பெறப்படுகிறது. இது சொந்த மூலதனம் எனவும் அழைக்கப்படுகின்றது. சொந்தமாகக் கொண்டிருக்கக்கூடிய மூலதனமானது 'கம்பெனி ஒன்றின் மூலதன அமைப்பிற்கு நிதிசார்ந்த ஒட்டத்தை அளிக்கிறது. கம்பெனி ஒன்றின் சொத்த மூலதனமானது குறிப்பிட்ட மதிப்புடைய பேரளவு எண்ணிக்கையிலான சரிசம பகுதிகளாக பிரிக்கப்படுகின்றது. ஒவ்வொரு பகுதியும் தனித்தனியாக ஒரு பங்கு என அழைக்கப்படுகிறது. பங்குகள் "உடைமை உரிமை ஈடுகள்" (Ownership Securities) எனவும் அழைக்கப்படுகின்றன. பங்குதாரர்களால் அளிக்கப்பட்ட பங்கு மூலதனமானது அவர்களுக்கு கம்பெனியின் ஆயுட்காலத்தில் திருப்பி அளிக்கப்பட முடியாது.

சாதாரண வணிகவியல் நடைமுறையில், வரையறுக்கப்பட்ட கம்பெனிகள், முன்னுரிமைப் பங்குகள், சாதாரணப் பங்குகள், தோற்றுவிப்பாளர் பங்குகள், முகமதிப்பற்ற பங்குகள் என பல வகையான பங்குகளை வெளியிடுகின்றன. ஆனால் கம்பெனிச் சட்டம், 1956 -ன்படி பொதுக் கம்பெனிகளும் தனியார் கம்பெனிகளும் இரண்டு வகையான பங்குகளை மட்டுமே வெளியிட முடியும். அவை: 2 முன்னுரிமைப் பங்குகள், மற்றும் 2. சாதாரணப் பங்குகள்



2. கடன் பத்திரங்களின் விற்பனை (Sale of Debentures) :

எந்த ஒரு கம்பெனியும் அதன் சொந்த மூலதனத்தை மட்டுமே முழுமையாக நம்பியிருக்க முடியாது. சில முதலீட்டாளர்கள் மிகவும் விழிப்புடனும் கம்பெனிகளின் இடர் மூலதனத்தில் முதலீடு செய்ய தயக்கத்துடனும் காணப்படுகின்றன. அவ்வித முதலீட்டாளர்களை கடன் என்ற வகையில் தங்களின் தொகையை அளிக்க ஈர்ப்பதற்கு என, பத்திரங்களும் கடன் பத்திரங்களும் வெளியிடப்படுகின்றன. இந்த ஈடுகள் கடன் ஈடுகள் எனவும் அழைக்கப்படுகின்றன. மூலதனத்தின் சீரான பகுதிகள் பங்குகள் என அழைக்கப்படுவது போல, கம்பெனிகளால் எழுப்பப்படும் கடனில் சீரான பகுதிகள் கடன் பத்திரங்கள் அல்லது பத்திரங்கள் என அழைக்கப் படுகின்றன. கடன் பத்திரங்களின் வெளியீடு பெரும்பாலும் பங்குகளின் வெளியீட்டை ஒத்ததாகவே உள்ளது. கடன் பத்திரங்கள் ஈடு பெற்றனவாகவோ அல்லது ஈடுபெறாதனவாகவோ இருக்கலாம்.

கம்பெனி வெளியிடும் கடன் பத்திரங்களை அவற்றை வெளியிடும் முறை, அவற்றின் வெளியீட்டு நிபந்தனைகள் (Terms and Conditions of Issue) ஆகிய வற்றின் அடிப்படையில் பலவிதமாகப் பிரிக்கலாம். இவ்வகைகள் பின்வருமாறு:

பதிவு செய்தல்	பதிவு செய்யப்பட்ட கடன் பத்திரங்கள்.
2. பிணையங்கள்	ii. பதிவு செய்யப்படாத கடன் பத்திரங்கள்
3. மீட்பு	i. பிணையம் தரப்பட்ட கடன் பத்திரங்கள். பிணையமில்லாத கடன் பத்திரங்கள்.
4. மாற்றும் தன்மை	i. மீட்கக் கூடிய கடன் பத்திரங்கள்.



5. முன்னுரிமை	ii. மீட்க இயலாத கடன் பத்திரங்கள்.
	i. மாற்றக்கூடிய கடன் பத்திரங்கள்.
6. தகுதி	ii. மாற்ற இயலாத கடன் பத்திரங்கள்.
	1. முன்னுரிமைக் கடன் பத்திரங்கள்.
	ii. சாதாரணக் கடன் பத்திரங்கள்.
	i. தகைமை முறைக் கடன் பத்திரங்கள். சட்ட ரீதியான கடன் பத்திரங்கள்.

3. நிதி நிறுவனங்கள் (Financial Institutions) :

தற்பொழுது நாடு தழுவிய அளவில் 12 நிறுவனங்களையும், மாநில அளவில் 46 நிறுவனங்களையும் கொண்டு நமது நாட்டில் நன்கு ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட நிதி நிறுவனங்களின் வலையமைவு உள்ளது என்று நாம் கூறலாம். அனைத்திந்திய நிதிசார்ந்த நிறுவனங்களில் 6 அனைத்திந்திய வளர்ச்சி வங்கிகளும், 3 தனிச்சிறப்பு பெற்ற நிதி நிறுவனங்களும், மூன்று முதலீட்டு நிறுவனங்களும் அடங்கியுள்ளன. மாநில அளவில், 18 மாநில நிதிக் கழகங்களும், 28 மாநிலத் தொழில் வளர்ச்சிக் கழகங்களும் உள்ளன..

அனைத்திந்திய வளர்ச்சி வங்கிகளுள் இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் லிமிடெட், இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கி, இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம். இந்தியச் சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி வங்கி, இந்தியத் தொழில் சீரமைப்பு வங்கி மற்றும் இந்தியச் சிறு தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம் ஆகியன அடங்குகின்றன. மாநில நிதி நிறுவனங்களுள்- இடர் மூலதன மற்றும் தொழில் நுட்ப நிதிக் கழகம் லிட்., இந்தியத் தொழில்நுட்ப மேம்பாடு மற்றும் தகவல் கம்பெனி லிட்., மற்றும் இந்திய சுற்றுலா நிதிக் கழகம் லிட் போன்றன அடங்கு கின்றன.



இந்திய ஆயுல் காப்பீட்டுக் கழகம். இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகம். மற்றும் இந்தியப் பொதுக் காப்பீட்டுக் கழகம் போன்றன முதலீட்டு நிறுவனங்களாகும். அனைத்திந்திய வளர்ச்சி வங்கிகள், மாநில நிதி நிறுவனங்கள், முதலீட்டு நிறுவனங்கள், மாநில நிதிக் கழகங்கள், சிறு தொழில் வளர்ச்சிக் கழகங்கள் ஆகிய அனைத்தும் ஒன்று சேர (கூட்டாக) அனைத்திந்திய நிதி நிறுவனங்கள் என அழைக்கப்படுகின்றன.

4. இலாபத்தை மறுபடியும் முதலீடு செய்தல் (Reinvestment or Ploughing Back of Profits) :

நிதி திரட்ட மற்ற வெளி வழிகளை நாடுவதைவிட, ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஒரு குறிப்பிட்ட கட்டத்துக்கு மேல் தன்காலிலேயே நிற்க முயற்சிப்பது நல்லது. தன் சொந்த மூலதனத்தையே நம்பியிருக்கும் நிறுவனங்கள் மற்ற நிறுவனங்களை விட நெருக்கடிகளைத் திறமையாகச் சமாளிக்க இயலும். புதிதாக ஆரம்பிக்கப்பட்ட நிறுவனம் அதன் ஆரம்ப நாட்களில் வெளியிடங்களில் இருந்தே தனது மூலதனத்தைச் சேகரிக்க இயலும். ஓரளவுக்கு நன்றாக இயங்கத் தொடங்கியவுடன் தனது இலாபத்தை முழுவதும் வெளியே எடுத்து விடாமல் அவ்வப்போது மீண்டும் மீண்டும் தொழிலிலேயே மறு முதலீடு செய்து வர வேண்டும்.

இவ்வாறு செய்வதன் மூலம் கம்பெனியின் நிதி அடிப்படை வளர்ச்சியடைந்து கொண்டே வரும். பின்னர், நிறுவனத்தை விரிவாக்கம் செய்ய முற்படும் போது இம்மூலதனத்தையே நம்புவது பாதுகாப்பானதாகும். இவ்வாறு இலாபத்தை முழுவதும் தொழிலில் இருந்து எடுத்து விடாமல் மீண்டும் முதலீடு செய்வதையே சுய முதலீடு (Self-financing) அல்லது மறுமுதலீடு (Reinvestment) என்று நாம் கூறுகிறோம்.

2 நடுத்தரக் கால நிதி Medium-term Finance:

நடுத்தரக் கால நிதியானது பொதுவாக, நடப்பு மூலதனம் மற்றும் சொத்துக் களுக்கு திரும்ப செலுத்துதல் போன்றவற்றிற்கு தேவைப்படுகிறது. இது ஒரு வருடத்திற்கு மேற்பட்ட ஆனால் 10 ஆண்டுகளுக்குக் குறைவான



ஒரு காலத்திற்கு எழுப்பப்படுகிறது, இது பொதுவாக பின்வரும் வழிகளில் எழுப்பப்படுகிறது

1. மீட்கத்தக்க கடன் பத்திரங்களின் வெளியீடு.
2. வணிக வங்கிகள் உள்ளிட்ட நிதி நிறுவனங்கள்.
3. பொது வைப்புகள்.
3. குறுகிய-கால நிதி Short-term Finance

குறுகிய கால நிதியானது நடப்பு மூலதனத்தின் குறுகிய காலத் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்கு என தேவைப்படுகிறது. குறைந்த நிலையிலான மூலப் பொருட்கள், பண்டகங்கள் மற்றும் முடிவுப் பொருட்கள் போன்றவற்றின் இருப்பிற்குத் தேவையான நிதி நீங்கலாக அனைத்து நடப்பு மூலதனமும் குறுகிய கால மூலதனமாகும். இது மூலப் பொருட்கள், பண்டகங்கள், முடிவுப் பொருட்கள், உதிரிக் கருவிகள் மற்றும் உதிரி பாகங்கள் போன்றவற்றில் முதலீடு செய்யப்படுகின்றது. இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு கடன் வசதி அளிக்கவும். அன்றாட நிர்வாகச் செலவுகளையும் சம்பளம், கூலி போன்ற செலவுகளைச் செய்யவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இது பொதுவாக 12 மாதங்களுக்கும் குறைவான ஒரு காலத்திற்கே தேவையாக உள்ளது. பின்வருவன பழமையான குறுகிய கால நிதி ஆதாரங்களாகும்.

குறுகிய கால நிதியின் முதன்மை ஆதாரங்கள் (Main Sources of Short-term Finance) : நிறுவனங்களின் குறுகியகால நிதித் தேவைகள் பொதுவாக பின்வரும் வன ஆதாரங்களின் மூலம் பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றன;

1. வர்த்தகக் கடன் (Trade Credit).
2. வாடிக்கையாளர் கடன் (Consumer Credit).
3. தவணைக் கடன் (Instaiment Credit).
4. உண்டியல் நிதியிடல் (Account Reccivable Financing).



5.வங்கிக் கடன் (Bank Credit).

6. ஏனைய ஆதாரங்கள் (Other Sources)

மேற்கண்ட ஒவ்வொரு குறுகிய கால நிதி ஆதாரங்களையும் நாம் கீழே சுருக்கமாகக் கலந்தாய்வு செய்யலாம்.

7. வர்த்தகக் கடன் (Trade Credit) :

ஒரு நிறுவனம் அதன் வாடிக்கையாளர்களுக்கு கடனளிப்பதைப் போல் அந்நிறுவனமும் உற்பத்தியாளர்கள், மொத்த விற்பனையாளர்கள் அல்லது அளிப்பவர்களிடமிருந்து கடன் பெறலாம். இதுவே வர்த்தகக் கடன் என்று அழைக்கப்படுகின்றது. பொதுவாகவே, இவ் வகைக் கடனின் கால அளவானது 30 நாட்களிலிருந்து 90 நாட்கள் வரை நீடிக்கும். இவ்வகைக் கடனானது நிறுவனங்களுக்கு திறந்த கணக்கில் (Open Account) எந்தவித ஈடுமின்றி அளிக்கப்படுகின்றது. ஆனால், கடன் பெறும் நிறுவனத்தின் நற்பெயர், நிதி ஆதாரம் ஆகியவற்றை கணக்கில் கொண்டுதான் இவ்விதக் கடனளிப்பு பற்றிய தெளிவானதொரு முடிவை எடுப்பர்.

இவ்வகைக் கடன்கள் ரொக்கமாக அளிக்கப்படுவதில்லை. ஆனால், இவை வாடிக்கையாளர் உடனடியாகப் பணம் செலுத்தாமல் சரக்குகளைப் பெற வாய்ப்பளிக்கின்றன. பொதுவாகவே இவ்விதக் கடன் வசதிக்கு வட்டி எதுவும் செலுத்தப்படுவதில்லை. ஆனால், கடன் பெற்றவர் எந்தவித ரொக்கக் கழிவும் பெறமுடியாது. சரக்குகளை விற்பவரின் விருப்பம், வாங்குபவரின் தேவை ஆகியவற்றைப் பொருத்தே இவ்விதக் கடன்கள் அளிக்கப்படுகின்றன. சரக்குகளை விற்பவரின் விருப்பமானது பின்வரும் காரணிகளை சார்ந்தே இருக்கிறது:

- 1.விற்பவரின் நிதி ஆதாரம், நிதி வழிகள் போன்றவை.
2. சரக்குகளை விற்பதில் அவருக்குள்ள ஆர்வம்.
3. சந்தையில் அவரின் பொருட்களுக்குள்ள போட்டியின் தன்மை.



4.கடன் பெறும் நிறுவனத்தின் நிதி ஆதாரம், கடன் பெறும் யோக்கியதை (Credit Worthiness) போன்றவை.

2. வாடிக்கையாளர் கடன் அல்லது வாடிக்கையாளரிடமிருந்து பெறும் முன்பணம் (Customer Credit or Advance from the Customer) :

பெரிய ஆணைகள் (Big Orders) அல்லது விசேஷ ஆணைகள் (Special Orders) ஆகிய வற்றின் போது உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது விற்பனை செய்பவர்கள் வாடிக்கை யாளர்களை முன்பணம் அளிக்கச் சொல்லி வற்புறுத்துவர். வாடிக்கையாளர் இவ்விதம் அளிக்கும் முன்பணமானது அவர் ஆணையிடப்பட்ட பொருளின் விலையில் ஒரு பகுதியாகும். சில நேரங்களில் பொருட்களின் முழுவிலையையும் கூட முன் பணமாகக் கேட்டுப் பெறுவதும் உண்டு. இது வட்டியில்லாமல் நிதியைப் பெறும் ஒரு வழியாகும். இவ்விதக் கடனின் கால அளவானது பொருளை அளிப்பதற்கு விற்பவர் எடுத்துக்கொள்ளும் காலத்தைப் பொறுத்தே அமைகிறது. மேலும், இவ்வகைக் கடன்களை பின்வரும் காரணிகளைப் பொறுத்தே நாம் பெறமுடியும்:

1.சந்தையில் நிலவும் போட்டிச் சூழ்நிலை, அதாவது, சந்தையில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் விற்பனையில் மிகக் கடுமையான போட்டி நிலவும் பொழுது அப்பொருளை விற்பவர், அதை வாங்குபவரை முன்பணம் தரும்படி வற்புறுத்த முடியாது.

2. வர்த்தகப் பழக்க வழக்கம்.

3. விற்பவரின் நற்பெயர், கண்ணியம், கீர்த்தி போன்றவை.

3.தவணைக் கடன் (Instalment Credit) :

இது வாடிக்கையாளர் கடன் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றது. இது சில்லறை விற்பனையாளர்களால் வானொலி, தொலைக்காட்சிப் பெட்டி, இயந்திரங்கள், கருவிகள் போன்ற நீண்டநாள் உழைக்கக் கூடிய பொருட்களை விற்க உபயோகப்படுத்தப்படுகிறது. இவ்வித வாங்குதல்களில் (Purchase) பொருளின் விலையானது பல தவணைகளில் திரும்பப் பெறப்படுகிறது.



எனவேதான், இது தவணைக் கடன் என்றழைக்கப் படுகின்றது. வாங்கப்பட்ட பொருளின் விலையோடு அதன் வட்டித் தொகை சேர்க்கப்பட்டு கடனின் கால அளவிற்கு ஏற்றவாறு தவணைத் தொகையானது தீர்மானிக்கப்படுகின்றது.

வணிக வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் போன்றவைகளும் இவ்விதக் கடன் வசதியை அளிக்கின்றன. வாடகை விற்பனை முறை (Hire Purchase System) மூலமாகவும் இவ்விதக் கடன் வசதி வாடிக்கையாளருக்கு அளிக்கப்படுகிறது. இம்முறை தவணைக் கடன் முறையின் மாற்றியமைக்கப்பட்ட ஒரு வடிவமாகும். வாடகை விற்பனை முறையில் வாங்கப்பட்ட இயந்திரங்கள் அல்லது கருவிகளின் உரிமையானது அவற்றின் முழுவிலையும் செலுத்தப்படும் வரையில் விற்கப் பட்டவர் வசமே இருக்கும்.

4. உண்டியல்களால் பெறக் கூடிய நிதியுதவி (Bills Receivable Financing) :

இம்முறையில், கடனானது புத்தகக் கடன்களை அடகு வைப்பதன் மூலம் பெறப்படுகின்றது. நிதிக் கணக்குப் பதிவியலில் (Financial Accountancy) இது பற்பல கடனாளி (Sundry Debtor) அல்லது வர்த்தகக் கடனாளி (Trade என அழைக்கப்படுகிறது. இது இருப்பு நிலைக் குறிப்பில் (Balance Sheet) சொத்துக்குரிய பகுதியில் காணப்படுகிறது. கடன் விற்பனை என்பது வர்த்தக நடவடிக்கைகளுள் தவிர்க்கப்பட முடியாததொரு நடவடிக்கையாதலால் ஒவ்வொரு வர்த்தகரும் பெரும்பகுதியான தொகையை இவ்வித நடவடிக்கையில் முடக்கி வைத்திருப்பர். இவ்விதக் கடன் முறையில் மாற்று உண்டியல்களானது (Bills of Exchange) நிதியளிக்கும் நிறுவனத்தால் வாங்கப்படுகிறது. அல்லது நிதியளிக்கும் நிறுவனங்கள் அவ்வித உண்டியல்களை ஈடாகப் பெற்று அதன் மீது கடனளிக்கின்றன.

5.வங்கிக் கடன் (Bank Credit) :

இந்திய வங்கிகள் பொதுவாக இரண்டு வகையான கடன்களை அளிக்கின்றன. அவையாவன:

1. உத்தரவாதமளிக்கப்பட்ட கடன் (Secured Loan), மற்றும்



2. உத்தரவாதமளிக்கப்படாத கடன் (Unsecured Loan)

உத்தரவாதமளிக்கப்பட்ட கடனானது சொத்துக்கள். ஈடுகள் ஆகியவற்றை ஈடாக வைத்துப் பெறப்படுவையாகும். ஆனால், உத்தரவாதம் அளிக்கப்படாத கடனானது கடன் பெற்றவரின் சொந்த உத்தரவாதத்தின் பேரில் அளிக்கப்படும் கடனாகும். இவற்றில் அடகு வைப்பது போன்ற எந்தவித சம்பிரதாயமும் இல்லை. எனவேதான் இவை சுத்தமான கடன்கள் (Clean Loans) எனவும் அழைக்கப் படுகின்றன. இவ்வித கடன்கள் நம் நாட்டில் அவ்வளவாக பிரசித்தி பெறவில்லை. பெரும்பகுதியான வங்கிக் கடன்கள் உத்தரவாதமளிக்கப்பட்ட கடனாகவே உள்ளன. பொதுவாக, நம் நாட்டில் 11% முதல் 15% வரையிலான கடன் தொலையே உத்தரவாதமளிக்கப்படாத கடனாக வங்கிகளில் அளிக்கப்படுகின்றது. பொதுவாக நமது வங்கிகள் பின்வருவனவற்றையே ஈடாகப் பெறுகின்றன:

1. அரசாங்க ஈடுகள்.
2. தங்கம் மற்றும் வெள்ளி,
3. தங்கம் மற்றும் வெள்ளி ஆபரணங்கள்.
4. கூட்டுப் பங்குக் கம்பெனிகளின் ஈடுகள்.
5. சரக்குகள்,
6. சொத்துக்கள்,
7. பலவகைப்பட்ட ஈடுகள்.

பொதுவாக உற்பத்தியாளர்கள், கச்சாப் பொருட்கள், முடிவுப் பொருட்கள் போன்றவற்றை வங்கிக் கடன் பெற ஈடாக அளிக்கின்றனர். உணவுப் பொருட்கள், கச்சாப் பொருட்கள், எண்ணெய் விதைகள், தாதுப் பொருட்கள் போன்றவையும் ஈடாகப் பெறப்படுகின்றன,



வங்கிக் கடன்களின் வகைகள் (Types of Bank Loans and Advances) : வங்கிக் உணில் வகைகளை கீழ்க்கண்டவாறு காணலாம்;

1. ரொக்கக் கடன் (Cash Credit).
2. அதிகப்பற்று (Overdraft).
3. கடன்கள் (Loans).
4. உண்டியல்களைக் கழிவு செய்தல் (Discounting of Bills).

1. ரொக்கக் கடன் (Cash Credit) :

ரொக்கக் கடன் என்பது வங்கியருக்கும் வாடிக்கையாளருக்குமிடையே உள்ள ஒரு ஏற்பாடாகும். இதன் மூலம் வாடிக்கையாளர் பத்திரங்கள், புரோ நோட்டுக்கள் மீதோ அல்லது சரக்குகளை அடமானம் வைத்தோ குறிப்பிட்ட அளவு வரையிலான ஒரு தொகையைக் கடனாகப் பெற முடியும். இது வணிக வங்கிகளால் அளிக்கப்படும் கடன்களுள் மிக முக்கியமானதொரு வகையாகும். இவ்வகை ஏற்பாட்டில் வாடிக்கையாளர் அவருக்கு அனுமதியளிக்கப்பட்ட தொகை வரை கடன் பெறமுடியும். அதற்குக் குறைவானதொரு தொகையையும் கடனாகப் பெறலாம், அவ்வாறிருப்பின் வட்டியானது அவர் கடனாகப் பெற்ற தொகைக்கு மட்டுமே வசூலிக்கப்படும். அதாவது அவருக்கு அனுமதியளிக்கப்பட்ட தொகை அதிகமாக இருப்பினும் அத்தொகையின் மீது வட்டி கணக்கிடப்படாமல் அவர் கடனாகப் பெற்ற தொகையின் மீதே கணக்கிடப்படுகிறது.

2. அதிகப்பற்று (Overdraft) :

இவ்வித ஏற்பாட்டில் வங்கியர், வாடிக்கை யாளரை அவர்தம் நடப்புக் காக்கில் (Current Account) தற்காலிகமாக அதிகப் -பற்றுச் செய்ய அனுமதிக்கிறார். பொதுவாக, இவ்வகைக் கடன்களின் கால அளவானது ஒரு வாரம் முதல் ஒரு மாதம் வரையிலிருக்கும். வாடிக்கையாளருக்கு



எப்பொழுதாவது உண்டாகும் பண நெருக்கடியை தவிர்க்கவே இவ்வித அதிகப்பற்றானது வசதியளிக்கிறது.

3. கடன்கள் (Loans):

இவை வங்கியரால் அளிக்கப்படும் கடனாகும். இவை பொதுவாகவே பெரும் தொகையாக அளிக்கப்படுகின்றன. இவை ஒரு தவணையிலேயே வாடிக்கையாளரால் திருப்பியளிக்கப்படுகின்றன. கடன் பெற்றவர் அவர் கடனாகப் பெற்ற முழுத் தொகையின் மீது வட்டி செலுத்த வேண்டும். சில நேரங்களில் இவ்விதக் கடன்கள் தவணை முறையிலும் திருப்பியளிக்கப்படுகின்றன. அவ்வாறிருப்பின் வட்டியானது திருப்பிச் செலுத்தப் படாத தொகையின் மீது மட்டுமே செலுத்தப்படுகின்றது. இவ்விதக் கடன்களில் கடன் கணக்கானது தனியாக வைக்கப்படுகின்றது. அதாவது, வாடிக்கையாளர் அதே வங்கியில் மற்ற வேறு கணக்கு வைத்திருப்பின் அக்கணக்கோடு இக்கணக்கு சேர்க்கப்பட மாட்டாது.

4. உண்டியல்களைக் கழிவு செய்தல் (Discounting of Bills) :

இது மிக முக்கியமானதொரு வங்கிக் கடனாகும். வர்த்தகர்களால் எழுதப்பட்ட உண்டியல் களைக் கழிவு செய்வதன் மூலம் இவ்விதக் கடன்கள் வர்த்தகர்களுக்கு அளிக்கப்படுகின்றன.

வங்கி நிதியின் ஏனைய முறைகள் (Other Methods of Bank Finance) : வங்கிகள் நிதி உதவிகளை அளிக்கும் ஏனைய முறைகள் பின்வருமாறு:

1. கம்பெனிகளால் வெளியிடப்படும் பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களை வாங்குதல்.

2. நடுத்தர மற்றும் நீண்ட காலக் கடன்களை அளித்தல்..

3. கழகத்தின் பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களை துணை ஈடுகளாகப் பெற்றுக் கொண்டு கடன்களையும் முன்பணங்களையும் அளித்தல்.



4. பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திர வெளியீடுகளுக்கு ஒப்புறுதி அளித்தல்.
5. நிதிசார்ந்த கலந்தாய்வுச் சேவைகளைச் செய்தல்.

வணிக வங்கிகள் முக்கியமாக குறுகியகால நிதியையே அளித்து வந்தாலும், அது கொஞ்சம் கொஞ்சமாக நடுத்தரக் கால நிதியாக கடன்களை அவ்வப் பொழுது புதுப்பிப்பதன் மூலம் மாற்றப்படுகின்றது. சில தகுதிவாய்ந்த நிறுவனங் சுளுக்கு வங்கிகள் தற்பொழுது நீண்ட கால நிதியையும் அளிக்கின்றன.

ஆனால் இவ்வழியில் வங்கிகள் மிகக் குறைவான பணியையே ஆற்றியுள்ளன எனலாம். சமீபத்தில், இந்தியத் தொழில்களுக்கு நீண்டகால நிதியை அளிப்பதற்கு என ஜெர்மனியை உதாரணமாகக் கொண்டு தொழில் வங்கியியலை அறிமுகப் படுத்த சில முயற்சிகள் எடுக்கப்பட்டன. ஆனால் முடிவுகள் அவ்வளவு திருப்திகரமானதாக இல்லை.

வங்கிக் கடனின் நன்மைகள் (Merits of Bank Credit) :

வங்கிக் கடனின் நன்மைகள் பின்வருமாறு: 1. தக்க சமயத்தில் உதவி (Timely Assistance) : தக்க சமயத்தில் உதவி செய்வதன் மூலம் வங்கிகள் வாடிக்கையாளரின் நடைமுறை மூலதனத் தேவையை பூர்த்தி செய்கின்றன. வங்கியரால் அனுமதியளிக்கப்பட்ட அளவிலான தொகைக்கு வாடிக்கையாளர் வங்கியரையே நம்பியிருக்கலாம் வேறெந்த ஏற்பாடும் செய்ய வேண்டியதில்லை.

2. நெகிழ்ச்சித் திறன் (Flexibility) :

வங்கிக் கடனானது நெகிழ்ச்சித் திறனுடையவை. அதிகப்பற்று, ரொக்கக் கடன் போன்ற வசதிகளை வாடிக்கை யாளர் எப்பொழுது வேண்டுமானாலும் அவர்களின் தேவைக்கேற்ப உபயோகப் படுத்திக் கொள்ளலாம்.

3. சிக்கனம் (Economy) :



இங்கு கடன் பெற்றவர் வட்டி மட்டும் செலுத்தினால் போதும். புது ஈடுகளை வெளியிடும் பொழுது செய்யப்படும் செலவு போல அதாவது ஒப்புறுதிக் கழிவு. தரகு போன்ற செலவுகளைச் செய்ய வேண்டியதில்லை. எனவே, இவ்விதக் கடன்களைப் பெறுவதற்கான செலவு மிகக் குறைவேயாகும்.

4. நிலையான சுமையின்மை (No Permanent Burden) :

வங்கிக் கடன் பெறுவதால் நிறுவனத்திற்கு நிலையான சுமை ஏற்படுவதில்லை. ஏனென்றால், நிறுவனங்கள் அவற்றால் உபயோகப்படுத்தப்பட்ட தொகைக்கு மட்டுமே வட்டி செலுத்தினால் போதும். மேலும், வங்கிக் கடன் தேவையில்லை என்று எண்ணும் பட்சத்தில் அவற்றை திருப்பிச் செலுத்தியும் விடலாம்.

5. கம்பெனி நிர்வாகத்தில் தலையீடு இல்லை (No Interference in the Management of the Company) :

வங்கிகள் பொதுவாக கம்பெனிகளின் நிர்வாகத் தில் தலையிடுவதில்லை. அவற்றிலிருந்து பெறப்பட்ட கடன் திருப்பியளித்து விடப்படுமா என்பதை மட்டுமே வங்கிகள் உறுதி செய்து கொள்கின்றன, 6. இரகசியம் (Secrecy) : வங்கிகளிடமிருந்து கடன் பெறும் பொருட்டு நிறுவனங்களால் அளிக்கப்பட்ட தகவல்களானது வங்கிகளால் இரகசியமாகப்பாதுகாக்கப்படுகின்றன. இது வங்கிக் கடனில் உள்ள ஒரு மிக முக்கியமான நன்மையாகும்.

வங்கிக் கடனின் தீமைகள் (Demerits of Bank Credit) :

வங்கிச் சடனின் தீமைகளை நாம் பின்வருமாறு காணலாம்:

1. அடமானம் (Mortgage) :

வங்கிக் கடன் பெற வேண்டுமானால் சுச்சாப் பொருட்கள், முடிவுப் பொருட்கள் போன்றவை முத்திரையிடப்பட்ட கிடங்கு களில் வைக்கப்பட



வேண்டும். அவ்வாறிடப்பட்ட பொருட்களின் மீதுதான் வங்கிக் கடன் அளிக்கப்படுகிறது. அவ்வாறிடப்பட்ட பொருட்களை வங்கியரின் அனுமதியின் பேரிலோ அல்லது கடன் திரும்பச் செலுத்தப்படப்பட்ட பின்னரோ தான் உபயோகப்படுத்த முடியும்

2. நிதி உதவியின் காலம் (Duration of Financial Assistance) :

வங்கிகள் பொதுவாகவே குறுகிய காலக் கடன்களையே அளிக்கின்றன. இவை பொதுவாக ஒரு வருடத்திற்குக் குறைவான ஒரு கால அளவிற்கே அளிக்கப்படுகின்றன.

3. நிதி உதவியின் நிபந்தனைகள் (Terms of Financial Assistance) :

பொதுவாகவே, வங்கியர் தாம் ஈடாகப் பெற்ற பொருட்களின் மதிப்பில் 30% முதல் 50% வரையிலான தொகையை நிதியுதவி அளிப்பதற்கான வரம்பாக வைத்து விடுவர். மேலும், ஈடாகப் பெற்ற பொருட்கள் கிடங்குகளிலிடப்பட வேண்டும். இவை மறைமுகமாக கடன் பெறுவதற்குண்டாகும் செலவை அதிகப்படுத்து கின்றன. வங்கிக் கடனில் இவ்வகையான தீமைகள் இருந்தாலும், தொழில் நிறுவனங்கள் அவற்றின் குறுகிய கால நிதித் தேவைக்கு வங்கியரையே நம்பி இருக்கின்றன. வங்கிகள் தேசியவுடைமையாக்கப்பட்ட பிறகு சிறு தொழில்களும் வங்கிக் கடனால் பெருமளவில் பயன் பெற்றுவருகின்றன.

கம்பெனிகள் தமது குறுகிய காலத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய வங்கிக் கடன் போன்ற வழிகளை நாடலாம். வங்கிக் கடன் பெறுவது வழக்கத்தில் நாம் காணும் ஒரு சாதாரண நடைமுறையேயாகும்.



துணிகர மூலதனம் Venture Capital

மூலதனச் சந்தையில் துணிகர முதலீட்டு நிதி ஓர் புதிய வகை நிதி ஆகும். தொழில் நுணுக்கம் அறிந்த தொழில்முனைவோரிடம் தொழில் திறமையும் அனுபவமும் உள்ளதால் அவர்களால் வளம்பெறக்கூடிய (Viable) புதிய திட்டங்களைத் தீட்டவும் பின் அதன்படி தொழிலைத் தொடங்கவும் இயலும். ஆனால், இவர்களுள் பெரும்பாலானவர்களிடம் தொழிலை ஆரம்பிப்பதற்குத் தேவையான தோற்றுவிப்பாளர் மூலதனம் (15%-20%) இருப்பதில்லை. அதாவது தொழில் திட்டத்தைத் தோற்றுவிக்கத் தேவையான பணம் இவர்களிடம் இருப்பதில்லை. இதவே துணிகர மூலதனம் எனப்படுகின்றது.

துணிகர மூலதனம் ஆனது புதிய பொருட்கள்/கண்டுபிடிப்புகளின் அறிமுகம், புதியவற்றின் உருவாக்கம் அல்லது புதிய தொழில்நுட்பங்களின் வணிக மயமாக்கல் ஆகியவற்றிற்கு என அமைக்கப்படும் திட்டங்களுக்கு அளிக்கப்படும் நீண்டகால நிதி உதவி ஆகும். துணிகர மூலதனத்தை அளிப்பதில் இடர்கள் அதிகம் உள்ளன. ஆனால், திட்டம் வளம் பெறக்கூடியதாக இருந்தால், பெறக்கூடிய மீள்வருகை வீதத்தின் வாய்ப்பு வளமும் நிச்சயம் கணிசமானதாக இருக்கும்.

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகமும் இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகமும் இணைந்து அமைத்த இந்தியத் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி மற்றும் தகவல் கம்பெனி (Technology Development and Information Company of India Ltd. i.e. TDIC) தற்பொழுது துணிகர முதலீடு அளிக்கும் பணியில் ஈடுபட்டு வருகின்றது. இக்கம்பெனி 1988 ஆம் ஆண்டு அமைக்கப்பட்டது. இதுவே இந்தியாவில் அமைக்கப்பட்ட முதல் துணிகர முதலீட்டுக் கம்பெனி ஆகும். இதன் பின்னர் தனியார் துறையில் "கடன் முதலீட்டுக் கழகம்" (Credit Corporation Company) என்ற ஒரு அமைப்பு நிறுவப்பட்டது. பின் ஆந்திரப் பிரதேச தொழில் வளர்ச்சிக் கழகமும் குஜராத் தொழில் வளர்ச்சிக் கழகமும் தங்களின் துணிகர முதலீட்டுத் துணைக் கம்பெனிகளை அமைத்துள்ளன.



தற்பொழுது தனியார் மற்றும் பொதுத் துறையைச் சார்ந்த 12 நிறுவனங்கள் தங்கள் துணிகர முதலீட்டுக் கம்பெனிகளை அமைத்து இயக்கி வருகின்றன.

இந்தியத் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி மற்றும் தகவல் கம்பெனி லிட் (Technology Development and Information Company of India Ltd.), இடர் மூலதனம் மற்றும் தொழில்நுட்ப நிதிக் கழகம் லிட் (Risk Capital and Technology Finance Corporation Ltd) மற்றும் குஜராத் துணிகர நிதி லிட் (Gujarat Venture Finance Limited போன்றவற்றை இதற்கு உதாரணங்களாகக் கூறலாம்.

துணிகர முதலீடு ஆனது அதிக இடர் மற்றும் அதிக மீள்வருகையைக் கொண்டுள்ள திட்டங்களுக்கு நிதியிடுவதற்கு என சிறப்பாக வடிவமைக்கப்பட்ட சாதாரண நிதியிடல் வடிவமாகும். இது உயர் தொழில்நுட்பத் திட்டங்களுக்கு நிதியிடுவதில் மிக முக்கியமான ஒரு பங்கினை ஆற்றுகின்றது. இது ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டை வணிகம்சார்ந்த உற்பத்தியாக மாற்ற உதவுகிறது.

குறுகிய ஒரு நோக்கில், துணிகர மூலதனப் பொதுக் கருத்தானது "திதிப் பற்றாக்குறையைக் கொண்டுள்ள புதிய நிறுவனங்களில் செய்யப்படும் முதலீட்டைக் குறுகிறது" ஆயினும், பரத்த ஒரு நோக்கில், இது "புதிய கருத்துக்கள்/புதிய தொழில் நுட்பங்களின் வடிவமைப்பு மற்றும் நிர்மாணத்திற்கு தேவையான பங்கு மூலதனப் பங்களிப்பை" குறிக்கிறது. இது நிறுவனம் ஒன்றிற்கு நிதியை மட்டும் அல்லாமல் நிறுவனம் ஒன்றை அமைப்பதற்குத் தேவையான அற்றலையும் அளிக்கிறது. அதல் சந்தையிடுகை தந்திரங்களை வடிவமைக்கிறது மற்றும் அதனை அமைக்கவும் நிர்வகிக்கவும் செய்கிறது.

துணிகர மூலதனமானது இடரைக் கொண்டுள்ள அதே சமயத்தில் வளர்ச்சிக்கான உறுதியான வாய்ப்பைக் கொண்டுள்ள உயர் தொழில்நுட்பத் திட்டங்களுக்கு நிதியிடும் ஒரு நீண்டகால இடர் மூலதனம் ஆகும். பொது



ததுவாக, துணிகர முதலீட்டாளர்கள் திட்டங்களின் தொடக்க காலங்களில் தங்களது வள ஆதாரங்களைச் சேகரித்து புதிய தொழில்முனைவோர்க்கு உதவுகின்றனர். திட்டம் வளர்ச்சியுற்றவுடன் அது இலாபங்களை ஈட்டத் தொடங்கும். அந்நிலையில் அவைகளின் சாதாரணப் பங்குகளை உயர்த்த முனைமத்தில் விற்று விடுகின்றனர்.

நுணிகர முதலீட்டு வடிவங்கள் Forms of Venture Capital:

பொதுவாக, துணிகர முதலீடானது வணிகம் ஒன்றின் பல்வேறு வளர்ச்சிக் கட்டங்களிலும் தேவையாக உள்ளது. அவை பின்வருமாறு

1. கருத்துருவாக்கம் (Development of Idea).
2. கருத்தினை நடைமுறைப்படுத்துதல் (Implementation of the Idea),
3. வணிகம்சார்ந்த உற்பத்தி (Commercial Production).
4. அமைப்புக் கட்டம் (Establishment Stage).

கருத்துருவாக்க நிலையில், வணிகத்துடன் தொடர்புடைய இடர் பேரளவின் தாக இருக்கும். இந்நிலையில் இரண்டு கட்டங்கள் அடங்கியுள்ளன. அவை 1. கருத்துருவாக்கம், மற்றும் 2. உருவாக்கப்பட்ட கருத்தினை வணிகத் திட்டமாக மாற்றுதல் ஆகியனவாகும். இந்நிலையில் புலனாய்வு ஆழமாக மேற்கொள்ளப் படுகிறது. இதற்கு ஒன்றிரண்டு ஆண்டுகள் பிடிக்கும் ஆகவே இந்நிலையில் தேவைப்படும் மூலதனம் விதை (தொடக்க) மூலதனம் (Seed Capital) எனப் படுகிறது.

இரண்டாவது கட்டம் கருத்துக்களை நடைமுறைப்படுத்தும் கட்டமாகும் இந்நிலையில், பொருள் ஒன்றினைத் தயாரிப்பதற்கு என நிறுவனம் ஒன்று அமைக்கப்படுகிறது. ஆகவே, இந்நிலையில் துணிகர முதலீட்டாளர்களுக்குத் தேவைப்படும் மூலதனம் தொடக்க மேல் (Start up) மூலதனம் என அழைக்கப்படுகிறது.



முன்றாவது கட்டம் வணிகம்சார்ந்த உற்பத்திக் கட்டமாகும். இந்நிலையில் தான் நிறுவனம் அமைக்கப்பட்டதன் செயல் அதாவது உற்பத்தி தொடங்கப் படுகிறது. இந்நிலையில், நிறுவனம் முளைவிடுகின்ற தொடக்ககால பிரச்சனை களைச் சந்திக்கின்றது. இந்நிலையில் இதனால் போதுமான நிதியைப் பெற இயலாமல் போகலாம். ஆகவே, இதன் சந்தையிடுகை கட்டமைப்பை அபிவிருத்தி செய்வதற்கு என இதற்கு கூடுதல் நிதி அளிக்கப்படுகின்றது.

நான்காவது கட்டம் நிலை நிறுத்தும் கட்டம் ஆகும். இந்நிலையில் நிறுவனம் சந்தையில் நிலை நிறுத்தப்பட்டு தீவிரமான வளர்ச்சியையும் எதிர்பார்க்கிறது. இக்கட்டத்தில், இதன் வளர்ச்சி மற்றும் விரிவாக்கத்திற்கு என இதற்கு கூடுதல் நிதி தேவையாக உள்ளது. இங்கு துணிகர முதலீட்டு நிதியை நாடி இவை நிதியைப் பெறுகின்றன.

வணிகம் ஒன்றின் ஒவ்வொரு வளர்ச்சிக் கட்டத்திலும் இடரின் அளவு கொஞ்சம் கொஞ்சமாக குறையும் நிலையில் இதன் வளர்ச்சிக் கட்டத்தின் ஒவ்வொரு தொடர்ச்சியான நிலையிலும் திதியின் தேவை அதிகரிக்கிறது.

இந்தியாவின் நிலை Indian Scenario:

இந்தியாவில், துணிகர முதலீட்டு நிறுவனங்கள் நாடு தழுவிய அளவிலும் மாநிலங்களின் நிலையிலும் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. அவற்றுள் சில கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன:

- 1.இந்தியத் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி மற்றும் தகவல் கம்பெனி லிட் (Technology Development and Information Company Limited (TDICI)).
- 2.இடர் மூலதனம் மற்றும் தொழில்நுட்ப நிதிக் கழகம் லிட் (Risk Capital and Technology Finance Corporation Limited (RCTFC)).
- 3.இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கி துணிகர முதலீட்டு நிதி (IDBI Venture) -- Capital Fund). <



4.இந்திய சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி வங்கி துணிகர முதலீட்டு நிதி (SIDBI Venture Capital Fund).

5.குஜராத் துணிகர நிதி லிட் (Gujarat Venture Finance Ltd.).

5..ஆந்திரப் பிரதேச தொழில் வளர்ச்சிக் கழக துணிகர முதலீடு லிட் (Andhra Pradesh Industrial Development Corporation Venture Capital Ltd.).

6.கனரா வங்கி துணிகர முதலீட்டு நிதி (Canara Bank Venture Capital Fund).. 7.

7.இந்திய மாநில வங்கி மூலதனச் சந்தை லிட் (SBI Capital Market Ltd.).

8.இந்தஸ் துணிகர முதலீட்டு நிதி (Indus Venture Capital Fund).

9.இந்தியக் கடன் மூலதன இடர் முதலீட்டு நிதி லிட் (Credit Capital Venture Capital Fund of India Ltd.) (தனியார் துறை).

1. இந்தியத் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி மற்றும் தகவல் கம்பெனி லிட் (Technology Development and Information Company of India Ltd. (TDICI)):

இந்தியத் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி மற்றும் தகவல் கம்பெனி லிட் (TDICI) ஆனது 1988 ஆம் ஆண்டு இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகம் (UTT) மற்றும் இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம் (ICICI) ஆகியவற்றின் கூட்டு முயற்சியில் அமைக்கப்பட்டது. துணிகர முதலீட்டை வழங்க இந்தியாவில் அமைக்கப்பட்ட முதல் கம்பெனி இதுவாகும். இது இப்பொழுது நமது நாட்டில் துணிகர முதலீட்டு நிதியை அளித்து வருகிறது. இது துணிகர முதலீட்டு நிதியுடன் கூட, தொழில்நுட்பத் தகவலின் அளிப்பு, கலந்தாய்வு மற்றும் தொழில் முறைச் சேவைகள் போன்றவற்றையும் செய்து வருகிறது. இதன் வெற்றிகரமான இயக்கம் நிச்சயம் தனியார் துறையையும் இப்பணியில் நுழைவதைக் கருத்தில் கொள்ளத் தூண்டும்.

இதன் முதல் துணிகர முதலீட்டு நிதியான 20 கோடிகள் இந்தியத் தொழில்நுட்பக் கம்பெனி மற்றும் முதலீட்டு கழகம் மற்றும் இந்திய பொதுக் காப்பீடு ஆகியவற்றால் சரிசமமாக பங்களிக்கப்பட்டது. இது UTT -ன் புதிய



துணிகர முதலீட்டு அலகு திட்டம் 1 -ன் கீழ் அமைக்கப்பட்ட நிதி ஆகும். இத் திட்டத்தின் கீழ் இக்கம்பெனி 40 திட்டங்களுக்கு 20 கோடி நிதி உதவியை அளித்துள்ளது.

இதன் இரண்டாவது துணிகர முதலீட்டு நிதிக்கு இந்தியப் பொதுக் காப்பீடு, இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டு கழகம், மற்றும் ஏனைய நிதி நிறுவனங்கள், வங்கிகள், கழகத்துறை போன்றவை நிதி அளித்துள்ளன. இதன் மொத்த நிதி 100 கோடிகளாகும். 1993 ஆம் ஆண்டு மார்ச் 31 வரையிலும், இக்கம்பெனி இதன் திட்டம் I -ன் கீழ் 42 கம்பெனிகளுக்கு அளித்த நிதியின் அளவு 25.81 கோடிகளாகும் மற்றும் திட்டம் II -ன் கீழ் இது 79 கம்பெனி (72.29 கோடிகள் நிதி அளித்துள்ளது. இவற்றுள் பெரும்பாலானவை முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோராகவே உள்ளன.

இது மூலதன ஆதாயத்தை அடைவதையே குறிக்கோளாகக் கொண்டுள்ளது. ஆகவே, இது கவர்ச்சிகரமான வளர்ச்சி மற்றும் ஆதாய வாய்ப்புள்ள கம்பெனி கணிலேயே முதலீடு செய்கிறது. இது பொதுவாக தொழில்நுட்ப வல்லுநர்களுக்கு நிதி உதவி அளிக்கிறது. இது திட்டங்களுக்கு 32 கோடி வரையிலும் நிதி உதவி செய்கிறது. இது நிதியை சாதாரணப் பங்கு முதல் வடிவிலும் நிபந்தனைக்கு உட்பட்ட கடன் வடிவிலும் அளிக்கிறது. இது விதிக்கும் வட்டி விகிதங்களும் திரும்பச் செலுத்தும் காலமும் நெகிழ்வானவைகளாக இருக்கின்றன. திட்டத்திற்கு இது அளிக்கும் பங்கு முதல் 5 முதல் 8 ஆண்டுகள் வரையிலும் பிடித்து வைக்கப் படுகிறது. அதன் பின்னர் அவை தோற்றுவிப்பாளருக்கோ அல்லது இரண்டாம் நிலைச் சந்தையிலோ விற்கப்படுகின்றன. வளர்ச்சிக் கட்டத்தில், நிபந்தனைக்குட்பட்ட கடனுக்கு வட்டி எதுவும் வசூலிக்கப்படுவது இல்லை. ஆயினும், வளர்ச்சி நிலைக்குப் பின்பு, இதன் மீது வட்டி விதிக்கப்படும். ஆயினும் வட்டி வீதமானது திட்டத்தின் வணிகம்சார்ந்த சாத்தியத்தன்மையைச் சார்ந்து அமையும்.



2. இடர் மூலதனம் மற்றும் தொழில்நுட்ப நிதிக் கழகம் (The Risk Capital and Technology Finance Corporation (RCTC)) :

இடர் மூலதனம் மற்றும் தொழில்நுட்ப நிதிக் கழகமானது இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகத்தின் துணை நிறுவனமாகும். இக்கழகம் 1975 ஆம் ஆண்டில் இடர் மூலதன நிறுவனம் என்ற பெயரில் அமைக்கப்பட்டது. பின்னர் இது இடர் மூலதனம் மற்றும் தொழில் நுட்ப நிதிக் கழகம் என்ற பெயரில் இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகத்தின் துணை நிறுவனமாக 1988 ஆம் ஆண்டு ஜனவரி மாதம் 12 ஆம் தேதி முதல் மாற்றி அமைக்கப்பட்டு இயங்கி வருகிறது. இதன் நோக்கம் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி நிதியை அளித்தலாகும். இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகமும், இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகமும், உலக வங்கியும் இதற்குத் தேவையான நிதியை அளித்துள்ளன. இதன் நிதியானது புதிது புனையும் திட்டங்களுக்கும் சேவைகளுக்கும் உதவ பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இது முக்கியமாக சாதாரணப் பங்கு முதல் மற்றும் குத்தகைக்கு இணைக்கப்பட்ட நிபந்தனைக்குட்பட்ட கடன்களின் மூலம் தொழில் களுக்கு நிதியுதவி அளிக்கின்றது. சேவைத் துறைகளில் உள்ள புதிது புனையும் கருத்துக்களுக்கும் இவை நிதியுதவியை அளிக்கின்றன. இது உயர் தொழில்நுட்பம் சார்ந்த திட்டங்களுக்கும் அவற்றின் தொழில் நுட்ப அபிவிருத்திக்கும் என துணிகர முதலீட்டை அளிக்கின்றது.

3. இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கி துணிகர முதலீட்டு நிதி (IDBI Venture Capital Fund) :

இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கி துணிகர முதலீட்டு நிதியானது 1986 ஆம் ஆண்டு தொடங்கப்பட்டு 1987 ஆம் ஆண்டின் பிற்பகுதி விலிருந்து செயல்படத் தொடங்கியுள்ளது. இதன் நோக்கம் உள்நாட்டிலேயே உருவாக்கப்பட்ட தொழில்நுட்பத்தினை வணிகத்தில் பயன்படுத்துதலையும் உள்நாட்டுத் தேவைக்கு என இறக்குமதி செய்யப்பட்ட தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துதலையும் ஊக்குவித்தலாகும்.



இது 5 இலட்சங்கள் மற்றும் 2.5 கோடிகளுக்கு இடைப்பட்ட ஏதேனும் அளவில் நிதித் தேவைகளை உடைய திட்டங்களுக்கு நிதி உதவியை அளிக்கிறது. 750 இலட்சங்களுக்குக் கீழான திட்டங்களுக்கு தோற்றுவிப்பாளரது பங்கு குறைந்தபட்சம் 10% ஆகவும் 150 இலட்சங்களுக்கு மேற்பட்ட திட்டங்களுக்கு 15% ஆகவும் இருத்தல் வேண்டும். இது பிணையமற்ற கடன் வடிவில் நிதியுதவி அளிக்கிறது. தொழில்நுட்ப மேம்பாடு மற்றும் மாதிரி உற்பத்தி ஓட்ட நிலையில் வட்டியை 9% வீதமும், பொருளை சந்தையில் அறிமுகப்படுத்திய பிறகு 17% வீதமும் விதிக்கின்றது. இது இரசாயனம், கணிப்பொறி மென்பொருள், மின்னணுவியல், உயிர் தொழில்நுட்பம், மரபுசாராத சக்தி, உணவைப் பதனம் செய்தல், மருத்துவக் கருவிகள் போன்ற துறைகளின் திட்டங்களுக்கு நிதியுதவியை அளிக்கிறது. திட்டம் தோல்வியுறின் இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கியானது தொழில் நுட்பத்தை வேறு திட்டங்களுக்கு மாற்றி அனிக்குமாறு வலியுறுத்தலாம். இது 1993 ஆம் ஆண்டு மார்ச் 31 வரையில் 70 திட்டங்களுக்கு 746.80 கோடி களை ஒப்பளித்துள்ளது.

4.இந்தியச் சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி வங்கி துணிகர முதலீட்டு நிதி (SIDBI Venture Capital Fund) :

இந்தியச் சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி வங்கியானது சமீபத்தில் சிறிய நிறுவனங்களுக்கு நிதி உதவியை அளிக்கும் வகையில் ஒரு துணிகர முதலீட்டு நிதியை அமைத்துள்ளது. இது 310 கோடியில் இதற்கென நிதி ஒன்றையும் அமைத்துள்ளது. 350 இலட்சங்களுக்கு மேற்பட்ட உதவிகள் தேர்ந்தெடுப்பு அடிப்படையிலேயே கருத்தில் எடுக்கப்படுகின்றன.

1996 ஆம் ஆண்டில் இந்திய துணிகர முதலீட்டு கழகம் 14 உறுப்பினர் களுடன் 31,401 கோடியைக் கொண்டுள்ள 17 நிதிகளையும் (Funds) கொண்டு விளங்கியது. இதில், 29% தொழில் பொருட்கள் மற்றும் இயந்திரத்திற்கும், 13% நுகர்வோர் தொடர்புடைய பகுதிகளுக்கும், 8% உணவு மற்றும் உணவு பதனப்படுத்துதலுக்கும், 7% தகவல் தொழில்நுட்பத்திற்கும் அளிக்கப்பட்டுள்ளன.



பெரும்பாலான துணிகர முதலீட்டு நிதிகள் அரசுக்குச் சொந்தமானவை களாகவே உள்ளன. இந்தியாவில் துணிகர முதலீட்டு சந்தையானது தாராள மயமாக்கலுக்கும் நுகர்வோர் பொருள் சந்தையில் ஏற்பட்ட பணவீக்கத்திற்கும் பிறகே உயர்வைக் கண்டுள்ளது. நீண்டகால நிதிக் கொள்கை 1985 ஆனது துணிகர முதலீட்டு நிதியை குறிப்பாக உயர் தொழில்நுட்பத் திட்டங்களை அங்கீகரித்து உள்ளது.

துணிகர மூலதன முதலீடுகளுக்கு என அரசு குறிப்பிட்டுள்ள துறைகளாவன- மென்பொருள், தகவல் தொழில்நுட்பம், உயிர் தொழில்நுட்பம், விவசாயம் மற்றும் துணைத் துறைகள் மற்றும் அடிப்படை மருந்துகளின் உற்பத்தி போன்றன வாகும். தேசிய ஆராய்ச்சி மற்றும் பரிசோதனைக் கூடம் அல்லது அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பத் துறையின் அங்கீகாரம் பெற்ற ஏனைய அறிவியல் நிறுவனங்களால் காப்புரிமை அளிக்கப்பட்ட இனங்களைத் தயாரிக்கும் தொழில் களும் இதில் அடங்கும் மற்ற இனங்களாகும்.

துணிகர முதலீட்டுத் தொழிலானது தொடர்ந்து வளர்ச்சியுற்று இருக்கிறது. 1990 ஆம் ஆண்டில் 3120 கோடிகளாக இருந்த இதன் முதலீடு (2,000 கோடி, களாக சீராக 1996 ஆம் ஆண்டு இறுதியில் வளர்த்துள்ளது இதை தெளிவாக்கு கிறது. 2006ஆம் ஆண்டு இறுதியில் இது 23,500 கோடிகளிலிருந்து 24,000 கோடிகளுக்குள் ஒரு அளவினதாக உயர்ந்து விடும் என எதிர்பார்க்கப் படுகின்றது.

திட்டம் ஒன்றைத் தொடங்குவதற்கு என தொழில்முனைவோர் ஒருவர் தேர்ந்தெடுக்கும் வணிகக் கருத்தானது சட்டம்சார்ந்த மற்றும் மேலாண்மை சார்ந்த தேவைகளையும் பூர்த்தி செய்யவல்லதாக இருத்தல் வேண்டும். தொழில் நுட்பம்சார்ந்த, பொருளாதாரம்சார்ந்த, நிதிசார்ந்த, மற்றும் இட அமைப்புசார்ந்த சாத்தியத்தன்மைகள் நன்கு நிறுவப்பட்ட நிலையில், மேலாண்மைசார்ந்த சாத்தியத்தன்மை சந்தேகத்துக்கு இடமாக இருப்பின் அத்திட்டத்தினை கைவிடுவதே சாலச் சிறந்ததாகும். புதிய ஒரு திட்டத்தினை அமைக்கும் பொழுதும் பின் நிர்வகிக்கும் பொழுதும் தொழில்முனைவோர் நாட்டின் பல்வேறு சட்ட திட்டங்களையும் பின்பற்ற வேண்டியவராய்



இருக்கிறார். நிறுவனம் ஒன்றினை அமைப்பதற்கு முயற்சி எடுக்கும் நிலையிலிருந்தே அரசின் கொள்கைகள், திட்டங்கள், சட்டச் சடங்குகள், நடைமுறைகள் போன்றவற்றை கவனமுடன் பின்பற்றுதல் எதிர்காலத்தில் எந்தவிதமான சட்டச் சிக்கல்களிலும் மாட்டிக் கொள்ளாமல் இருக்க உதவிகரமாக இருக்கும்.

ஆகவே, அனைத்து வகையான நிறுவனங்களுக்கும் பொதுவான மேலாண்மைசார்ந்த மற்றும் சட்டம்சார்ந்த சாத்தியத்தன்மைகள் தொடர்பான முக்கியமான சில அம்சங்களைத் தெளிவாக்குவதற்கான ஒரு முயற்சி இந்த அத்தியாயத்தில் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

மேலாண்மைசார்ந்த சாத்தியத்தன்மை (MANAGERIAL FEASIBILITY):

புதிய ஒரு வணிக நிறுவனத்தை அமைக்கும் பொழுது உகந்த ஒரு வடிவத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது என்பது மிகவும் அவசியம். இத்தேர்ந்தெடுப்பானது பல காரணிகளைச் சார்ந்துள்ளது. வணிக அமைப்புமுறையானது நான்கு முக்கியமான வகைகளாகப் பிரிக்கப்படலாம். அவை பின்வருமாறு:

1. தனிநபர் நிறுவனம் (Sole Proprietorship Concern),
2. கூட்டு வணிக நிறுவனம் (Partnership Firm),
3. கூட்டுப் பங்குக் கம்பெனி (Joint Stock Company), மற்றும்
4. கூட்டுறவுச் சங்கங்கள் (Co-operative Societies).

1. தனிநபர் நிறுவனம் Sole Trading Concern:

தனிநபர் நிறுவனம் என்பது தனிநபர் ஒருவர் அவரது சொந்த மூலதனத்தை போட்டு இயக்கி அவரது விருப்பு வெறுப்புகளுக்கு ஏற்ப தொழிலை நடத்தி வரக்கூடிய நிறுவனமாகும். இதில் வேலை செய்யும் பணியாளர்கள் இவருக்குக் கீழ்ப்படிந்தே நடக்க வேண்டும். இந்திறுவனத்தின்



ஆதாயங்கள் அனைத்தும் இவரையே சாகும். அதேபோல் நட்டம் ஏற்பட்டாலும் அதற்கும் இவரே முழுப் பொறுப்பேற்க வேண்டும்.

தனிநபர் நிறுவனத்தின் சிறப்பியல்புகள் Special Features of Sole Trading Concern

தனிநபர் நிறுவனத்தின் சிறப்பியல்புகள் பின்வருமாறு: இதை தொடங்குவதற்கு சட்டச் சம்பிரதாயங்கள் எதுவும் கிடையாது. எனவே, இந்நிறுவனத்தை உருவாக்குவதும் சுலபம், கலைப்பதும் சுலபம்.

2. நிர்வாகம், கட்டுப்பாடு அனைத்தையும் தனிநபரே மேற்கொள்கிறார். எனவே, அவரே சகல உரிமையும் உடையவர் ஆகிறார். 3. இவருக்கு பொறுப்புக்கள் வரையறுக்கப்படவில்லை. எனவே நிறுவனத் திற்கு கடன்கள் ஏதும் ஏற்பட்டால் அந்த நிறுவனத்தின் சொத்துக்களை மட்டுமின்றி, அவருடைய சொத்துக்களையும் நீதிமன்ற நடவடிக்கைக்கு உட்படுத்தி விடலாம். தனிநபர் நிறுவனத்தை கலைக்க சட்டச்சட்டங்குகள் ஏதும் கிடையாது. அதனால் அதன் உரிமையாளர் தான் நினைத்தவுடன் எந்த முடிவையும் எடுக்கலாம்.

நிர்வாகம் முழுவதையும் தனிநபர் ஒருவரே மேற்கொள்வதால் இரகசியங்கள் வெளியே தெரியாமல் பாதுகாக்கப்படும்.

கூட்டு வணிக நிறுவனங்கள் Partnership Firms:

வணிக அமைப்பு முறைகளின் வரலாற்றில் இரண்டாவது மைல் கல் கூட்டுவணிக நிறுவன அமைப்புகளின் தோற்றமாகும். தனி வணிகத்தின் குறைபாடுகளை சிந்தித்து அதை நீக்கும் பொருட்டு உருவாக்கப்பட்டதுதான் கூட்டு வணிக நிறுவனங்கள் ஆகும். ஒருவர் அளவுக்கு மேல் மூலதனம் போட இயலாத சூழ்நிலையில், வேறு சிலரை கூட்டாளியாகச் சேர்த்துக்கொண்டு கூட்டு வணிக நிறுவனத்தை உருவாக்கலாம் அல்லது தொழில்நுட்ப அறிவுடையவர்களை தன்னுடன் இணைத்துக் கொண்டும் தொடங்கலாம். கூட்டு வணிக நிறுவனத்தின் தோற்றத்திற்குப் பல காரணங்கள் உள்ளன என்று அறிஞர்கள் கூறுகின்றனர். இவற்றுள் முக்கியமானவை:



1. மூலதனத் தேவையின் அதிகரிப்பு. வேலைப் பகிர்வு மற்றும் தனிப்பட்ட திறமையின் தேவை உணரப்பட்ட நிலையின் உருவாக்கம்.
2. தன்னால் தாங்கமுடியாத சுமையை பகிர்ந்து கொள்ளவேண்டிய அவசியம் நிர்வாகத்தைச் செம்மைப்படுத்துதல்,

கூட்டாளிகள் பரஸ்பரம் நம்பிக்கை வைத்து செயல்படவேண்டும். அவ்வாறு செயல்பட்டால் மட்டுமே நிறுவனம் வெற்றி அடைய இயலும். அவ்வாறு நம்பிக்கைக்குப் பாத்திரமாக இருக்க இயலாத ஒருவரை கூட்டாளியாகச் சேர்க்கக் கூடாது என்பதை இக்காரணங்கள் ஓரளவுக்கு தெளிவுபடுத்துகின்றன.

3.கூட்டுப் பங்குக் கம்பெனிகள் Joint Stock Companies:

தனிநபர் வணிகம் அல்லது கூட்டு வணிக நிறுவனத்தால் நவீன தொழில், வர்த்தகம் மற்றும் வணிகத்தின் அதிகரிக்கப்பட்ட தேவைகளை நிறைவேற்ற முடிய வில்லை. அவை இத்தேவைகளை நிறைவேற்ற இயலாமையை நிரூபித்துள்ளன. வரையறுக்கப்பட்ட வள ஆதாரங்கள், எல்லையில்லாத பொறுப்பு, நிலையின்மை போன்ற குறைபாடுகளை தீர்த்துவைக்கும் நோக்கில் கம்பெனி அமைப்புமுறை உருவாக்கப்பட்டது.

கம்பெனி என்று உலக வழக்கில் நாம் குறிப்பிடுவது, பல தனிநபர்கள் தமது விருப்பப்படி எவ்விதக் கட்டாயமுமின்றி, ஒன்றுபட்டு, ஒரு பொதுவான இலட்சியத்தை அடையத் தம்முள் அமைத்துக்கொள்ளும் ஒருவகை அமைப்பு ஆகும். உண்மையில் கம்பெனி என்ற சொல்லுக்குப் பொருள் இதுவல்ல ஆயினும் பொதுச் சட்டத்தில் (Common Law) கம்பெனி என்பது தனது உறுப்பினர் களிலிருந்து வேறுபட்டுத் தனியாக அறியப்படும் ஓர் அமைப்பு அல்லது சட்டப் படி நபர் என்று கருதத்தக்க ஒரு கூட்டுருவாகும். கம்பெனி என்பது செயற்கை நபர் (Artificial Person) என்று சட்டம் கருதுகின்றது. இதனை உருவாக்க, சட்டச் சடங்குகளையும், சம்பிரதாயங்களையும் முறையாகப் பின்பற்ற வேண்டும்.



4.கூட்டுறவு நிறுவனங்கள் Co-operative Institutions:

கூட்டுறவு நிறுவனம் என்பது பல தனிநபர்கள் குறிப்பாக சமுதாயத்தின் பலனேமான பிரிவைச் சார்ந்தவர்கள் ஒன்றுகூடி அவர்கள் அனைவருக்கும் பொதுவான பொருளாதார சமூக நலன்களைப் பாதுகாத்துக் கொள்வதன் மூலம் இடைநிலை நபர்கள் தம்மை சுரண்டுவதிலிருந்து தப்பிப்பதற்கான ஒரு ஏற்பாடாகும். எனவே, கூட்டுறவு என்பது சோஷலிசத்துக்கும் முதலாளித்துவத்துக்கும் இடைப்பட்ட ஒரு நிலை என்பதும், இவ்விரண்டிற்கும் ஒரு சவாலாகவே உள்ளது என்பதும் புலனாகும். கூட்டுறவுச் சங்கம் என்பது பலர் தாமே விரும்பி, தமது பொது நலன்களைப் பாதுகாத்துக் கொள்ளும் ஒரே நோக்கத்துடன் உருவாக்கிக் கொள்ளும் ஓர்

அமைப்பு என்று கூறலாம். இதற்கு அறிஞர்கள் பலரும் இலக்கணம் வகுத்து

உள்ளனர். பலர் சேர்ந்த கமிட்டிகளும் சங்கங்களும் கூட இலக்கணம் வகுத்துக் கூறியுள்ளன. அவற்றுள் சிலவற்றை மட்டும் இங்கு காண்போம்.

"கூட்டுறவு நிறுவனம் என்பது சிறு சிறு பிரிவுகளாக ஒற்றுமையின்றிப் பிளவுண்டு கிடக்கும் நலிவுற்ற, பலகீனமான பிரிவைச் சார்ந்த பலர் தமது பொதுவான பொருளாதார மேம்பாட்டிற்காகவும் பரஸ்பரம் உதவி புரிந்து கொள்வதற்காகவும், ஒன்று கூடி அமைக்கும் ஓர் அமைப்பாகும். இக்கோட்பாடு, சமுதாயத்தில் பணக்காரர்களுக்கு மட்டுமே கிடைக்கக்கூடிய வாய்ப்புக்களை பலகீனமான பிரிவினருக்கும் கிடைக்கச் செய்யும் ஒரு வழிவகை எனப்படலாம்".



அலகு 4

தொழில்முனைவோருக்கான நிறுவனம்சார்ந்த நிதி

INSTITUTIONAL FINANCE TO ENTREPRENEURS

அறிமுகம் :

மைய அரசும் மாநில அரசுகளும் சிறிய தொழில்முனைவோரின் நிதித் தேவை களைக் கருத்தில் கொண்டு அவற்றைப் பூர்த்தி செய்யும் வகையில் பல்வேறு நிதி நிறுவனங்களையும் அமைத்துள்ளன. சிறிய தொழில்முனைவோருக்கு இவை அளிக்கும் நிதி உதவித் திட்டங்களின் ஆய்வினை இந்த அத்தியாயத்தில் நாம் மேற்கொள்வோம்.

I. வணிக வங்கிகள் Commercial Banks:

சமீப நாட்களில், குறிப்பாக நமது நாட்டைப் போன்ற வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் வங்கிகள் தொழில்முனைவை மேம்படுத்தும் பங்கினை ஏற்று செயலாற்றி வருகின்றன என்று கூறலாம். இவை நாட்டின் தொழில்முனைவு மேம்பாட்டிற்கு உதவுகின்றன. தொழில்முனைவு மேம்பாடு என்பது சிக்கலான ஒரு நடைமுறை ஆகும். இதில் திட்டக் கருத்துக்களை உருவாக்குதல், உள்ளூர் நிலைமைகளுக்கு ஏற்பத் திட்டங்களைக் கண்டுபிடித்தல், அவ்வாறு கண்டுபிடிக்கப் பட்ட திட்டங்களை ஏற்று செயலாற்றுமாறு புதிய தொழில் முனைவோரைத் தூண்டுதல், தொழில்நுட்ப மற்றும் மேலாண்மைசார்ந்த வழிகாட்டுதல்கள் போன்ற கலந்தாய்வுச் சேவைகளை அளித்தல் போன்றன அடங்குகின்றன. வணிக வங்கிகள் தொழில்முனைவோரின் பயன்தரவல்ல திட்டங்களுக்கு தொழில்நுட்பம் சார்ந்த மற்றும் பொருளாதாரம்சார்ந்த சாத்தியக் கூறுகளும் அவற்றிடம் இருக்கும் பட்சத்தில் 100% கடன் உதவி அளிக்கின்றன.

முன்னர், சிறுதொழில் நிறுவனங்களின் அடிப்படை வலுவற்று இருந்ததால் வணிக வங்கிகள் அவைகளுக்கு நிதி உதவி அளிக்க



முன்வரவில்லை. 1969 ஆம் ஆண்டு ஜூலை மாதம் அவைகள் தேசியமயமாக்கப்பட்ட பின்னரே பேரளவில் சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு நிதி உதவி அளிக்கத் தொடங்கின. இவை பருவக் கடன் (Term Loan) அல்லது நடப்பு மூலதன உதவி (Working Capital Assistance) என்ற வடிவில் தொழில்முனைவோருக்கு நிதி உதவி அளிக்கின்றன. இவை இயல்பாகவே குறுகிய காலங்களுக்கே கடன்களை அளிக்கின்றன. பருவக் கடன்களை தொழில்முனைவோர் முக்கியமாக புதிய தொழில் நிறுவனங்களை அமைத்தல், நிரந்தர சொத்துக்களை வாங்குதல், தொழிற்சாலையின் திறனை அதிகமாக்குதல் அல்லது ஏற்கனவே இயங்கிக் கொண்டிருக்கும் நிறுவனத்தினை

நவீனப்படுத்துதல் மற்றும் சீர்படுத்துதல் போன்ற நோக்கங்களுக்காகவே பெறுகின்றனர். சில சமயங்களில், புதிய தொழில்முனைவோருக்கு நீண்டகாலத் திற்கு நடப்பு மூலதனமானது தேவைப்படுகின்றது.

ரிசர்வ் வங்கியால் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட "தலைமை வங்கித் திட்டம் (Lead Bank Scheme) இன் "கீழ் ஒவ்வொரு அட்டவணையிலிடப்பட்ட வணிக வங்கிக்கும் வங்கி வசதியை அளிக்கும் பொருட்டு ஒரு மாவட்டம் ஒதுக்கீடு செய்யப்படுகின்றது. இத்திட்டத்தின் கீழ், தலைமை வங்கிகள் அவற்றிற்குரிய மாவட்டங்களில் தீவிர பொருளாதார மேம்பாட்டினை ஏற்படுத்துவதற்கு என கூட்டுறவு வங்கிகள், வணிக வங்கிகள் மற்றும் ஏனைய நிதி நிறுவனங்களுக்கு இடையில் ஒருங்கிணைப்பை கொண்டுவரும் வகையில் தலைவர்களைப் போல பணியாற்றுகின்றன. மார்ச் 31,2002 அன்றுள்ளபடி, நம் நாட்டின் 580 மாவட்டங் களில் இத்திட்டம் செயல்பட்டு வருகின்றது. அனைத்துப் பொதுத்துறை வங்கிகளும் தலைமை வங்கித் திட்டத்தினை செயல்படுத்துவதில் சுறுசுறுப்பாக ஈடுபட்டு வருகின்றன. இத்திட்டத்தின் முதன்மை நோக்கமானது கடனை முன்னுரிமைத் துறைக்கு கிடைக்குமாறு செய்வதற்கென வங்கிகள் மற்றும் ஏனைய மேம்பாட்டு முகவாண்மைகளின் நடவடிக்கைகளை ஒருங்கிணைத்தலாகும்.



வணிக வங்கிகள், இயந்திரங்களை வாங்குவதற்கு என அதன் அடக்கத்தில் 50% ஐ பருவக் கடனாக 5 முதல் 7 ஆண்டு வரையிலான ஒரு காலகட்டத்திற்கு சிறுதொழில் நிறுவனங்களுக்கு அளிக்கின்றன.

இவை அதிகப்பற்று, ரொக்கக் கடன் போன்ற வடிவில் நடப்பு மூலதனக் கடனையும் அளிக்கின்றன.

வணிக வங்கிகள் சிறு தொழில் நிறுவனங்களை அமைப்பதற்கு என தொழில்நுட்ப அறிவுடைய தொழில்முனைவோருக்கு நிதி வசதி அளிக்கின்றன. இது ஒவ்வொரு தனிப்பட்ட நிறுவனத்திற்கும் 35 இலட்சம் வரையில் பருவக் கடன் வடிவில் அளிக்கப்படுகின்றது.

இவை சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில் கழகத்தின் வட்டி உதவித் திட்டத்தின் கீழ் வரும் சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில்களின் மேம்பாட்டுக்கு என 71,500 வரையிலான தொகையை நடப்பு மூலதனக் கடனாக அளிக்கின்றன. வழக்கமாக, வட்டி வீதம் வங்கி வீதத்தினை விட 4% அதிகமாகவே இருக்கிறது.

இவை மிகச் சிறிய தொழில் நிறுவனங்களுக்கான நடப்பு மூலதனக் கடன் களையும் பருவக் கடன்களையும் அளிக்கின்றன. வட்டி வீதமானது பின்தங்கிய பகுதிகளில் இருக்கும் தொழில்முனைவோர்க்கு 9.5% ஆகவும், மற்றவர்களுக்கு 11% ஆகவும் உள்ளது.

வணிக வங்கிகள் வியாபாரிகளுக்குக் கூட நிதியை அளிக்கின்றன. இந் நிதியானது பருவக் கடன் வடிவிலும் நடப்பு மூலதன உதவி வடிவிலும் அளிக்கப் படுகின்றது. இது கருவிகள் வாங்குவதற்கான நிதியை 750,000 வரை அளிக்கின்றது. இது தவணை அடிப்படையில் திருப்பி அளிக்கப்படுகின்றது.



இவை கய வேலையில் ஈடுபடும் நபர்களுக்கும் அலுவல்சார்ந்த தொழிலில் ஈடுபடும் நபர்களுக்கும் கூட நடுத்தர மற்றும் குறுகிய கால நிதித் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய நிதி உதவி அளிக்கின்றன.

இவை, இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சிக் கழகம் மற்றும் ஏனைய பருவக் கடன் அளிக்கும் நிறுவனங்களுடன் சேர்ந்து பொதுப் பருவக் கடன் உடன்படிக்கையின் கீழ் பேரளவு நிதித் திட்டங்களுக்கும் கடனை அளிக்கின்றன.

வணிக வங்கிகள், திட்ட முன் வைப்புகளை அவற்றின் நிதிசார்த்த சாத்தியத் தன்மை தொழில்நுட்பம்சார்ந்த சாத்தியத்தன்மை, பொருளாதாரச் சாத்தியத் தன்மை மற்றும் மேலாண்மைத் திறன் ஆகிய அம்சங்களின் அடிப்படையில் மதிப்பிடுகின்றன.

இந்திய தொழில் வளர்ச்சி வங்கி மற்றும் பருவ கடன் அளிப்பு நிறுவனங் களுடன் இணைந்து வணிக வங்கிகள் பேரளவு தொழில் திட்டங்களுக்கு பொது பருவக் கடன் உடன்பாட்டின் கீழ் நிதியளிக்கின்றன.

வணிக வங்கிகள் பொதுவாக நிதிசார்ந்த சாத்தியத்தன்மை, தொழில் நுட்பம் சார்ந்த சாத்தியத்தன்மை, பொருளாதாரம்சார்ந்த சாத்தியத்தன்மை மற்றும் மேலாண்மை ஆற்றல் (Competence) ஆகியவை தொடர்பான திட்ட முன் வரைவு களை மதிப்பிடுகின்றன. பொதுவாக பருவக்கடன்களை வழங்கும்பொழுது வணிக நிறுவனங்கள் திட்ட முன்வரைவுகளை பின்வருவன தொடர்பாக மதிப்பிடுகின்றன:

1. நிதிசார்ந்த சாத்தியத்தன்மை (Financial Feasibility) :

இவ் ஆய்வின் பொழுது திட்ட அடக்கம், உற்பத்திச் செலவு. இலாபத்தன்மை, நிதி ஆதாரங்களும் நிதியின் பயன்பாடும். முன்மாதிரி இருப்பு நிலைக் குறிப்பு போன்றன ஆய்வு செய்யப்படுகின்றன.

2. தொழில்நுட்ப சாத்தியத்தன்மை (Technical Feasibility) :



இங்கு இட அமைப்பு, நிலம் மற்றும் கட்டடம், மனையிடம் மற்றும் இயந்திரம் மற்றும் தொழில்நுட்ப ஆற்றல் போன்றன ஆய்வு செய்யப்படுகின்றன. Feasibility) :

3. பொருளாதாரம்சார்ந்த சாத்தியத்தன்மை :

இங்கு தற்போதைய நிலைமை, விலை நிலைகள், பொருளின் உகந்த தன்மை, சந்தித்த போட்டி போன்றன ஆய்வு செய்யப்படுகின்றன.

4. மேலாண்மைசார்ந்த ஆற்றல் (Managerial Competence):

சிக்கலான சூழ்நிலைகளை சந்தித்து சமாளித்து தீர்வு காணும் மேலாண்மையின் ஆற்றல் இங்கு ஆய்வு செய்யப்படுகின்றன.

II. மாவட்டத் தொழில் மையங்கள் District Industries Centers (DICs)

மாவட்டத் தொழில் மையங்களின் திட்டமானது 1978 ஆம் ஆண்டு ஒரு மைய உதவித் திட்டமாக தொடங்கப்பட்டது. இதன் நோக்கமானது, நாட்டின் கிராமப்புறங்களிலும் சிறிய ஊர்களிலும் பரந்துபட்ட வகையில் சிறு தொழில்களின் ஆற்றல்மிக்க வளர்ச்சிக்குத் தேவையான சேவைகளையும் ஆதரவையும் ஓரிடத்திலேயே அளித்தலாகும். இந்திட்டமானது கிராமப்புறங்களிலும் புறநகர்ப் பகுதிகளிலும் பேரளவில் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கக்கூடிய வகையிலான தொழில் நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி மீது முழு கவனம் செலுத்துகிறது. மாவட்டத் தொழில் மையம் என்பது மாவட்ட நிலையில் அமைக்கப்படும் ஒரு நிறுவனமாகும். இது அந்தந்த மாநிலங்களில் சிறிய மற்றும் கிராமத் தொழில்களை அமைக்க வகை செய்கிறது.

மாவட்டத் தொழில் மையங்களை அமைப்பதற்கு முன்பு, தொழில் ஒன்றைத் தொடங்க விரும்புவர்கள் தேவையான உதவியையும் வசதிகளையும் பெறுவதற்கு என பல்வேறு முகவாண்மைகளையும் அணுக வேண்டி இருந்தது. இதனால் பேரளவில் காலதாமதமும், கால விரயங்களும் பண விரயங்களும் போன்றனவும் ஏற்பட்டன. ஆனால் தற்பொழுது மாநில அரசின் பல்வேறு துறைகளும் மாவட்டத் தொழில் மையத்திற்கு ஏற்ற



அதிகாரங்களை வழங்கியுள்ளதால் தொழில்முனைவோர் அவருக்கு தேவைப்படும் அனைத்து உதவிகளையும் மாவட்டத் தொழில் மையத்திடம் இருந்தே பெறமுடிகிறது. தற்பொழுது 422 மாவட்டத் தொழில் மையங்கள் நமது நாட்டில் 431 மாவட்டங்களில் பரவலாகப் பணியாற்றி வருகின்றன. இவ் எண்ணிக்கை பல தற்பொழுது 640 மாவட்டங்களாக உயர்ந்துள்ளது. இவை மாவட்டத் தலைமையகங்களில் அமைந்துள்ளன. இவை ஒருங்கிணைப்பாளராகவும் பணிகளை ஒருங்கே ஆற்றும் முகவாண்மையராகவும் செயல்படுகின்றன.

மாவட்டத் தொழில் மையங்களின் பரப்பிற்குள் டெல்லி, மும்பை, கொல்கத்தா, சென்னை போன்ற பெருநகரங்கள் கொண்டுவரப்படவில்லை.

ஒவ்வொரு மாவட்டத் தொழில் மையத்திலும் தொழில்களின் இணை இயக்குநர் என்ற வரிசையில் ஒரு பொது மேலாளர் அதன் தலைவராகவும் அவரின் கீழ் நான்கு பணி மேலாளர்களும் மூன்று திட்ட மேலாளர்களும் இயங்கி வருகின்றனர். இவர்கள் உரிய மாவட்டங்களின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப தொழில்நுட்பச் சேவைகளை அளிக்கின்றனர். மாவட்டத் தொழில் மையங்களின் பொது மேலாளரானவர் அவரது குழுவின் பணிகளை ஒருங்கிணைக்கிறார்; கிராமப்புறத் தொழில்களுக்கான பல்வேறு திட்டங்களையும் நிர்வகிக்கிறார். அத்திட்டங்களுள் அடங்குவன- விதைப் பணத் திட்டம் (Seed Money Programme), வங்கிக் கடன், பின்தங்கிய பகுதியின் மேம்பாடு, கிராமப்புற விவசாயத் திட்டம் போன்றனவாகும். இவர் இவரது குழு மேலாளர்களின் உதவியுடன் பல்வேறு வகையான கிராமப்புற தொழில்கள் மற்றும் சிறு தொழில் மற்றும் மிகச் சிறு தொழில்களின் அபிவிருத்திக்கென இரண்டு அல்லது மூன்று ஆண்டுத் திட்டங்களை வடிவமைக்கும் பொறுப்புடையவராய் இருக்கிறார்.

மாவட்டத் தொழில் மையங்களின் பணிகள் (Functions of DICS):.

மாவட்டத் தொழில் மையங்களின் பணிகள் பின்வருமாறு:



1. தொழில்முனைவோரை அடையாளம் காணுதல் (Identification of Entrepreneurs) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்களின் முதன்மைப் பணியானது புதிய தொழில்முனைவோரை அடையாளம் காணுதலாகும். இதற்கென இவை மாவட்டம் முழுவதும் குறிப்பாக பஞ்சாயத்துக் கழகங்களின் தலைமையகங்களில் செயலூக்கமளிக்கும் வகையிலான நிகழ்ச்சிகளை நடத்த வேண்டும்.

2. சுற்றாய்வுகளை நடத்துதல் (Conducting Surveys) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்கள், திட்டங்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு என தொழில்களின் வாய்ப்பு வளங்களைக் கண்டறியும் பொருட்டு சுற்றாய்வுகளை நடத்துகின்றன. இவை இயங்கிக் கொண்டிருக்கும் தொன்மையான மற்றும் புதிய தொழில்களின் மீதும் மூலப் பொருட்களின் மீதும் மனித வளங்களின் மீதும் சுற்றாய்வுகளை நடத்து கின்றன. இவை பல்வேறு பொருட்களின் சந்தை முன் கணிப்பையும் மேற்கொள் கின்றன. இவை அடையாளம் கண்டுணர்ந்த பொருட்களுக்கு தொழில்நுட்ப பொருளாதார சாத்தியத்தன்மை தொடர்பான அறிக்கைகளையும் தயாரிக்கின்றன. பிறகு இந்த அறிக்கைகள் மற்றும் சுற்றாய்வுகளின் அடிப்படையில் இவை புதிய தொழில்முனைவோர்க்கு தொழில்நுட்பம்சார்ந்த ஆலோசனைகளை அளித்து அவரவருக்கு ஏற்ற திட்டங்களைத் தேர்ந்தெடுக்க உதவுகின்றன.

3. சிறு தொழில்களின் பதிவு (Registration under SSI):

இவை திட்டங்களைத் தேர்ந்தெடுக்கும் சிறு தொழில்களை முதலில் தற்காலிகமாக பதிவு செய்கின்றன. பின்னர் அவை நிரந்தரப் பதிவும் செய்யப் பெறுகின்றன. சிறு தொழில் நிறுவனங்களைப் பதிவு செய்தலானது நிதி நிறுவனங்களிடம் இருந்து நிதி உதவியைப் பெற உதவுகிறது.

4. கடனைப் பரிந்துரை செய்தல் (Recommending the Loan) :



மாவட்டத் தொழில் மையங்கள், நிலம் மற்றும் கட்டடங்களைக் கொள்முதல் செய்வதற்கான சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் விண்ணப்பங்களை நிதி நிறுவனங்களிடம் இருந்து நிதி உதவி பெறுவதற்கு என பரிந்துரை செய்கின்றன.

5. இயந்திரம் மற்றும் கருவிகளின் தேர்ந்தெடுப்பிற்கு வழிகாட்டுதல் (Guiding in Selection of Machinery and Equipment) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்களானது இயந்திரம், கருவி, மூலப் பொருள் போன்றவற்றினைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு தொழில்முனைவோர்க்கு வழிகாட்டுகின்றன. இது இயந்திரம் போன்றவற்றின் ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதிக்குத் தேவையான சான்றிதழை வெளியிடுகின்றது. இது எங்கிருந்து இயந்திரம் மற்றும் கருவிகளை வாங்கலாம் என்பதைக் கூறுகிறது. மேலும், இயந்திரங்களை வாடகைக் கொள்முதல் முறையில் வாங்குவதற்கும் ஏற்பாடு செய்து தருகிறது.

6. பல்வேறு துறைகளிலிருந்தும் இசைவுச் சான்று பெற உதவுகின்றன Help in Getting Clearance from Various Departments) :

மின்சாரத் துறை, மாசு சுட்டுப்பாட்டு அவை போன்றவற்றிடம் இருந்து இசைவுச் சான்றினைப் பெற மாவட்டத் தொழில் மையங்கள் உதவுகின்றன.

7. கடன்களுக்கு ஏற்பாடுகளைச் செய்கின்றன (Make Arrangements for Loans) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்களானது தொழில்முனைவோர்க்கு நிதி வசதி செய்து தரும் பொருட்டு தலைமை வங்கி மற்றும் ஏனைய நிதி நிறுவனங் களுடன் தொடர்பு கொண்டு உரிய ஏற்பாடுகளைச் செய்து தருகின்றன. இவை தனது மாவட்டத்தில் அளிக்கப்படும் கடன் எவ்வளவு என்பதை தொடர்ந்து கவனிக்கின்றன. மேலும் கூடன் விண்ணப்பங்களையும் சரிபார்த்து மதிப்பிடுகின்றன.

8. வட்டியற்ற விற்பனை வரிக் கடன்களை ஒப்பளிக்கின்றன (Sanctioning of Interest-free Sales Tax Loans) :



சிறு தொழில் மேம்பாட்டுக் கழகத்திடம் இருந்து பெறக்கூடிய மொத்த நிரந்தரச் சொத்துக்களின் 8% வரையிலான தொகை வரை பெறக்கூடிய வட்டியற்ற விற்பனை வரிக் கடனுக்கு மாவட்ட தொழில் மையங்கள் ஒப்பளிப்பு செய்கின்றன.

9. உதவித் தொகை பெற உதவுதல் (Assisting for Availing Subsidy) :

பல்வேறு திட்டங்களின் கீழ் பல்வேறு நிறுவனங்களுடைய உதவித் தொகை களைப் பெற்ற மாவட்டத் தொழில் மையங்கள். சிறு தொழில் துறைக்கு உதவு கின்றன. இவை ஒருங்கிணைந்த கிராம அபிவிருத்தித் திட்டத்தின் கீழ் உதவித் தொகை பெறுவதற்கான விண்ணப்பங்களுக்கு அவற்றின் ஆதரவை அளிக்கின்றன. இத்தொகையானது அதிகபட்சமாக நிறுவனம் ஒன்றிற்கு 33,000 -க்கு உட்பட்டு திட்டத்தில் மூலதன மதிப்பில் 31% வீதம் அளிக்கப்படுகின்றது.

10. பயிற்சியளித்தல் (Providing Training) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்கள், சிறு மற்றும் மிகச் சிறு தொழில்முனைவோருக்கு பயிற்சி வகுப்புகளையும் நடத்து கின்றன. இவை தொழில்முனைவோர் மற்றும் சிறு தொழில் சேவை நிறுவனங் களுக்கு இடையில் இடைநிலையராக செயல்பட்டு சிறு தொழில் சேவை நிறுவனங்களால் மேம்படுத்தப்பட்ட பொருள் வரிசைகளையும் தரங்களையும் தொழில்முனைவோருக்கு அறிமுகப்படுத்துகின்றன. இவை கிராமப்புற சிறிய தொழில்முனைவோருக்கு பயிற்சி அளிக்கும் நிறுவனங்களுக்குத் தேவையான உதவியையும் செய்கின்றன.

11. வேலையற்ற இளைஞர்களுக்கு சுய வேலைவாய்ப்பை அளிக் கின்றன (Giving Self-employment to Unemployed Youths) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்கள் 1983 ஆம் ஆண்டு முதல் 18 வயது முதல் 25 வயது வரையிலான படித்த வேலையற்ற இளைஞர்களுக்கு சுய வேலைவாய்ப்பு பெற உதவி செய்து வருகின்றன. இங்கு பள்ளி இறுதிப்



படிப்பை முடித்தவர்களுக்கும் தொழில்நுட்ப அறிவு பெற்றவர்களுக்கும் முன்னுரிமை அளிக்கப்படுகின்றது. மகளிர்க்கும் முன்னுரிமை அளிக்கப்படுகின்றது.

12. சந்தையிடுகை உதவி அளிக்கின்றன (Providing Marketing Assistance) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்கள், தொழில்முனைவோரின் பொருட்களைச் சந்தையிட உதவுகின்றன. இவை சந்தைச் சுற்றாய்வுகளையும் சந்தை மேம்பாட்டுத் திட்டங் களையும் நடத்துகின்றன. இவை சந்தையிடுகை மையங்களையும் அமைக் கின்றன. அரசுக் கொள்முதல் முகவாண்மைகளுடன் தொடர்பு கொண்டு சந்தை பற்றிய அறிவைப் பெற, தொழில்முனைவோருக்கு உதவுகின்றன. இவை தொழில்முனை வோரது பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்வதற்கான வாய்ப்புகளையும் மதிப்பிடுகின்றன.

13. மூலப் பொருட்களைப் பெற உதவுகின்றன (Assist in Procuring Raw Materials)

மாவட்டத் தொழில் மையங்கள் பல்வேறு நிறுவனங்களுக்கும் தேவையான மூலப் பொருட்கள் தொடர்பான தகவலைப் பெற்று அவற்றைப் பேரளவில் கொள்முதல் செய்வதற்குத் தேவையான ஏற்பாட்டைச் செய்கின்றன. அதன் மூலம் இவை சிறிய நிறுவனங்கள் தங்களுக்குத் தேவையான மூலப் பொருட்களை நியாயமான விலையில் பெற உதவுகின்றன..

14. சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில்கள் மீது தனி கவனம் செலுத்து கின்றன (Giving Special Attention to Khadi and Village Industries) :

மாவட்டத் தொழில் மையங்களானது, சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில்கள் மற்றும் பிற கிராமப்புறத் தொழில்களின் வளர்ச்சி மீது தனிக் கவனம் செலுத்துகின்றன. இவை மாநிலக் சுதர் ஆலையுடன் நெருங்கிய தொடர்பு வைத்துக் கொண்டு கிராமக்கைவினைஞர்களுக்குத் தேவையான பயிற்சிகளை அளிக்கத் திட்டங்களையும் தீட்டிச் செயல்படுத்துகின்றன.



III. தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம் லிட். National Small Industries Corporation Limited (NSIC):

தேசிய சிறு தொழில் கழகம் லிட் ஒரு ISO 9001 : 2000 கம்பெனி ஆகும். அதாவது இது பன்னாட்டுத் தர அளவு அமைப்பிடம் (ISO) இருந்து ISO 9001 என்ற முத்திரையைப் பெற்ற ஒரு நிறுவனமாகும். இது 1955 ஆம் ஆண்டு ஒரு அரசுக் கம்பெனியாக நாட்டில் சிறு தொழில்களின் வளர்ச்சியை பெருக்கும். அவற்றிற்கு உதவும் மற்றும் அதன் வளர்ச்சியைத் தீவிரப்படுத்தும் நோக்கில் அமைக்கப்பட்டது. இது ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட தொழில்நுட்பம், நிதி, உற்பத்தி மற்றும் சந்தையிடுகை போன்ற விஷயங்களில் சிறு தொழில்களுக்கு உதவுகிறது. சிறு தொழில் நிறுவனங்கள் இதனிடம் இருந்து கடன் பெறலாம். மின்னாற்றலில் உதவியுடன் இயங்கும் தொழில்களாயின் 5 -க்குக் குறைவான நபர்களையும் மின்னாற்றலின் உதவியின்றி இயங்கும் தொழில்களாயின் 100 -க்குக் குறைவான நபர்களையும் பணியிலமர்த்தும் தொழில்கள் இக்கழகத்திடம் இருந்து நிதியுதவி பெறலாம்.

தேசிய சிறு தொழில் கழகத்தின் நோக்கங்கள் :

அதன் அமைப்புச் சாசனத்தில் உள்ளபடியான தேசிய சிறு தொழில் கழகத்தின் முதன்மை நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:

1. அரசு ஆணைகளின் நியாயமான ஒரு பங்கினை சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு என பெற்றுத் தருதல்
2. அரசிடம் இருந்து உறுதியான ஆணைகளைப் பெறும் நிறுவனங்கள் அவற்றினை நேரப்படி நிறைவேற்ற உதவும் வகையில் கடன்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப உதவியை அளித்தல்,
3. பேரளவு நிறுவனங்களுக்குத் தேவையான உதிரிப் பொருட்கள், துணைப் பொருட்கள் மற்றும் ஏனைய பொருட்களைத் தயாரித்து அளிக்கும் விதமாக சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு உதவும் வகையில் பேரளவு மற்றும் சிறு



தொழில் நிறுவனங்களுக்கு இடையில் ஒரு ஒருங்கிணைப்பை ஏற்படுத்தித் தருதல்,

4. சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் பொருட்களுக்கு சந்தையிட உதவுதல்,

5. வங்கிகள் மற்றும் ஏனைய நிதி நிறுவனங்கள் அளிக்கும் கடன்களுக்கு, உத்தரவாதம் அளித்தல் மற்றும் கடன் பத்திரங்களுக்கு ஒப்புறுதி அளித்தல்.

சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி அமைப்பு:

சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி அமைப்பானது ஃபோர்டு அறக்கட்டளையின் பரிந்துரைகளின் அடிப்படையில் 1954 ஆம் ஆண்டு அமைக்கப்பட்டது. இதன் மேலாண்மையின் கீழ் 60 அலுவலகங்களும் 21 தன்னாட்சி அமைப்புகளும் உள்ளன. இதன் தன்னாட்சி அமைப்புகளுள், கருவி அறைகள், பயிற்சியளிக்கும் நிறுவனங்கள், மற்றும் திட்டம் மற்றும் நடைமுறை மேம்பாட்டு மையங்கள் போன்றன அடங்கு கின்றன. இது சிறு தொழில்கள் துறைக்கு பல்வேறு சேவைகளையும் அளித்து வருகின்றது. இவற்றுள், சோதனை செய்தல், தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுக்கு பயிற்சியளித்தல், திட்டம் மற்றும் பொருள் அளவுகளின் தயாரிப்பு, தொழில்நுட்ப மற்றும் மேலாண்மைசார்ந்த கலந்தாய்வுகள், ஏற்றுமதி உதவி, மாசு மற்றும் சக்தி தணிக்கைகள் போன்றன முக்கியமானவை ஆகும்.

சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி அமைப்பானது சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் மேம்பாட்டிற்கும் அபிவிருத்திக்கும் தேவையான அரசுக் கொள்கையின் வடிவமைப்பிற்குத் தேவையான ஆலோசனை தொழில்முனைவு மேம்பாடுகளை அளிக்கிறது. பொருளாதார தகவல் சேவைகளையும் செய்கிறது. இந்தியப் பொருளாதாரம் அதிக அளவில் உலகமயமாக்கப்பட்டதைத் தொடர்ந்து, சிறு தொழில்கள் பல புதிய அறைகூவல்களைச் சந்திக்க வேண்டியதாய் உள்ளன.

சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி அமைப்பானது, மாறிய சுற்றுச்சூழலை அங்கீகரித்து சிறு தொழில்கள் துறைக்கு கடன், சந்தையிடுகை, தொழில்



நுட்பம் மற்றும் கட்டமைப்பு போன்ற துறைகளில் ஆதரவு அளித்து வருகிறது. சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி அமைப்பானது சிறு தொழில் துறையின் துணை அலுவலகம் ஆகும். இது சிறு தொழில்கள் நிறுவனங்களின் மேம்பாடு மற்றும் பெருக்கத்திற்குத் தேவையான திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளின் உருவாக்கம், ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் கண்காணிப்பு போன்றவற்றின் தலைமை அமைப்பாகவும் ஒப்புதல் முகவாண்மையாகவும் விளங்குகின்றது.

மேம்பாட்டு ஆணையாளர் பதவியை வகிக்கும் நபரே இதன் தலைவராக உள்ளார். இவரது பணிக்கு பல்வேறு இயக்குநர்களும் ஆலோசகர்களும் உதவியாக உள்ளனர். இதன் முதன்மைப் பணிகள் பின்வரும் மூன்று தலைப்பு களின் கீழ் ஆராயப்படலாம்:

1. ஒருங்கிணைப்பு
2. தொழில் வளர்ச்சி (Industrial Development), மற்றும்
3. விரிவாக்கம் (Extension).

1. ஒருங்கிணைப்பு :

ஒருங்கிணைப்பு தொடர்பான சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி அமைப்பின் பணிகள் பின்வருமாறு:

1. இது சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் மேம்பாட்டிற்கு என ஒரு தேசியக் கொள்கையை வடிவமைக்கிறது.
2. பல்வேறு மாநில அரசுகளின் கொள்கைகளையும் திட்டங்களையும் ஒருங்கிணைக்கிறது.
3. மத்திய அரசின் சிறு தொழில் துறை அமைச்சகம், திட்டக் குழு. மாநில அரசுகள், நிதி நிறுவனங்கள் போன்றவற்றுடன் முறையான ஒரு உறவை நிர்வகிக்கிறது. தொழிற்பேட்டைகளின் வளர்ச்சித் திட்டங்களை ஒருங்கிணைக்கிறது.



2. தொழில் வளர்ச்சி Industrial Development

தொழில் வளர்ச்சி தொடர்பான இதன் பணிகள் பின்வருமாறு:

1. சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் உற்பத்திக்கு என இனங்களை ஒதுக்குதல்,
2. தேவையான உதவிகளை அளிப்பதன் மூலம் வெளிநாட்டிலிருந்து இறக்குமதி செய்யப்படும் பொருட்களை உள்ளூரிலேயே தயார் செய்ய ஊக்குவிக்க உதவும் வகையில் அது தொடர்பான தகவல்களைச் சேகரித்தல்,
3. துணை நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியை ஆதரித்தல்,

அரசு பண்டகக் கொள்முதல் திட்டத்தில் கறுகறுப்பாக பங்கேற்குமாறு சிறு தொழில் நிறுவனங்களை ஊக்குவித்தல்,

விரிவாக்கம் Extension:

மேற்கண்ட பணிகள் தவிர, இது கீழ்க்கண்ட விரிவாக்கப் பணிகளையும் மேற்கொள்கிறது:

1. நுட்ப நடைமுறையை மேம்படுத்துதல், உற்பத்தித் திட்டமிடுதல், தொழில் உகந்த இயந்திரத்தைத் தேர்ந்தெடுத்தல், தொழிற்சாலை இட அமைப்பு மற்றும் வடிவத்தைத் தயாரித்தல் போன்றனவற்றிற்குத் தேவையான தொழில்நுட்பச் சேவைகளை அளித்தல்.
2. சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் போட்டியிடும் ஆற்றலை வலுப்படுத்தும் நோக்கில் தேவையான சுலந்தாய்வுச் சேவைகளையும் பயிற்சிகளையும் அளித்தல்.
3. ஆற்றலுடன் தங்களின் பொருட்களை விற்பதற்கு என சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு சந்தையிடுகை உதவியை அளித்தல்.



4. பொருளாதாரப் புலனாய்வுகளை மேற்கொள்வதில் தேவையான உதவியையும் தகவல்களையும் சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு அளித்தல். தவிரவும்,

இது சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு பயிற்சியளிக்கவும் கல்வி அறிவு அளிக்கவும் தேவையான விழிப்புணர்வு மற்றும் செயலூக்கம்சார்ந்த திட்டங்களுக்கு ஏற்பாடு செய்கிறது. மேற்கண்ட பணிகளைச் செய்வதற்கு என இது நாடு முழுவதும் பல்வேறு நிறுவனங்களையும் தொடர்புடைய முகவாண்மை களையும் நிறுவியுள்ளது. இது இதன் வலையமைவில் 27 அலுவலகங்களையும், 31 சிறு தொழில் சேவை நிறுவனங்களையும் 37 விரிவாக்க மையங்களையும், 3 பொருள் மற்றும் நடைமுறை வளர்ச்சி மையங்களையும், 4 உற்பத்தி மையங்களையும் கொண்டுள்ளது. கதர் மற்றும் கிராமத் தொழில் கழகம், தேங்காய் நார் அவை, மத்திய பட்டு அவை ஆகியவற்றின் பரப்பின் கீழ் வரும் தொழில்கள் தவிர ஏனைய சிறு தொழில் நிறுவனங்கள் அனைத்தும் இதன் பரப்பிற்குள் வருகின்றன.

சிறு தொழில்கள் சேவை நிறுவனங்கள் :

சிறு தொழில் சேவை நிறுவனங்களானது சிறிய தொழில்முனைவோர்க்கு, கலந்தாய்வு மற்றும் பயிற்சியை அளிக்கும் நோக்கில் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. இது இயங்கிக் கொண்டிருக்கும் தொழில்முனைவோர் மற்றும் புதிய தொழில்முனை வோர் என அனைத்து வகையான தொழில்முனைவோரையும் உள்ளடக்குகிறது. தற்சமயம் 28 சிறு தொழில் சேவை நிறுவனங்களும் 30 கிளை சிறு தொழில் சேவை நிறுவனங்களும் தமது நாட்டில் இயங்கி வருகின்றன.

இந்நிறுவனங்களின் முதன்மை நடவடிக்கைகள் பின்வருமாறு;
1. தொழில்முனைவோராகப் போகின்றவர்களுக்கு கலந்தாய்வுச் சேவை அளித்தல்/நிதி உதவி செய்தல்.

2. ஏற்கனவே இயங்கிக் கொண்டிருப்பவர்களுக்கு கலந்தாய்வுச் சேவை அளித்தல்/நிதி உதவி செய்தல்.



3. மாநிலத் தொழில் திட்டங்களைத் தயாரித்தல்,
4. மாவட்டத் தொழில் வாய்ப்பு வள சுற்றாய்வுகளை தயாரித்தல்,
5. திட்டவரைகள் (Profiles) தயாரித்தல்.
6. தொழில்முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை மேற்கொள்தல்,
7. செயலூக்கம்சார்ந்த பிரசாரங்களை மேற்கொள்தல்.
8. உற்பத்தி சுட்டகராதியை தயாரித்தல்,
9. மேலாண்மை மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை உருவாக்குதல்,
10. ஆற்றல் மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை உருவாக்குதல்,
11. சக்தியை சேமித்தல்,
12. மாகக் கட்டுப்பாடு
13. தரக் கட்டுப்பாடும் மேம்பாடும்.
14. ஏற்றுமதிப் பெருக்கம்.
15. துணை மேம்பாடு
16. பொது வசதிப் பட்டறை (Workshop)/பரிசோதனைக் கூடம்.
17. குறிப்பிட்ட தொழிலின் வழிகாட்டியை தயாரித்தல்.
18. ஆழ்ந்த தொழில்நுட்ப உதவியை அளித்தல்,
19. மாவட்டத் தொழில் மையங்களுடன் ஒருங்கிணைப்பை மேற்கொள்தல்,
20. மாநில அரசுப் பணிகளின் அதிகாரிகளுடன் தொடர்பு கொள்தல்.
21. சந்தைச் சுற்றாய்வுகளை நடத்துதல்,



22. தலைமையகத்தால் ஒப்படைக்கப்பட்ட ஏனைய செயல்வழித் திட்ட நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்தல்,

சிறு தொழில்களின் சேவை நிறுவனங்களும் அவற்றின் கிளைகளும், பல்வேறு வியாபாரங்களுக்கேற்ப பொதுவான வசதிப் பட்டறைகளை நடத்துகின்றன. இதுவரை அவ்விதமான 42 பட்டறைகள் இவைகளால் நடத்தப் பெற்றுள்ளன.

VI. சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில்கள் கழகம்:

சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில்கள் கழகமானது 1956 ஆம் ஆண்டு பாராளு மன்றத்தில் சட்டம் இயற்றப்பட்டு 1957 ஆம் ஆண்டு ஒரு நடைமுறைச் சட்ட அமைப்பாக அமைக்கப்பட்டது. இச்சட்டம் பின்னர் 1987 ஆம் ஆண்டில் திருத்தப்பட்டது. இது முந்தைய அனைத்திந்திய சுதர் மற்றும் சிறு தொழில்கள் அவையை எடுத்துக் கொண்டது. இதன் பரந்த நோக்கங்களாவன- வேலை கிராமப்புறங்களில் சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில்களின் மேம்பாட்டுக்கு என தேவைப்படும் பொழுது திட்டங்களைத் தீட்டுதல், கிராமப்புற மேம்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள ஏனைய முகவாண்மைகளுடன் இணைந்து இத்தொழில்களை வாய்ப்பை அளித்தல், விற்கக்கூடிய பொருட்களை உற்பத்தி செய்தல், மற்றும் ஏழை எளியோரிடையில் தன்னம்பிக்கையை உருவாக்குதல் மற்றும் ஸ்திரமான, உறுதியான கிராமப்புற சமூக உணர்வை உருவாக்குதல் போன்றனவாகும்.

வளர்த்தல், அமைத்தல், மற்றும் நிறைவேற்றுதல் போன்ற பணிகளை மேற்கொள்ளும் பொறுப்பு இதற்கு உள்ளது.

சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில் கழகத்தின் நோக்கங்கள் :

சுதர் மற்றும் கிராமத் தொழில் கழகத்தின் நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:



சமூக நோக்கமான வேலைவாய்ப்பை அளித்தல், 2. பொருளாதார நோக்கமான - விற்கக்கூடிய பொருட்களை உற்பத்திசெய்தல்,

1 பரந்த நோக்கமான ஏழை, எளியோரிடையில் தன்னம்பிக்கையை வளர்த்தல் மற்றும் உறுதியான கிராமப்புற சமுதாய உணர்வை உருவாக்குதல்,

அனைத்திந்திய நிதி நிறுவனங்கள் All India Financial Institutions

வளர்ச்சி குன்றிய நாடுகளின் மிக முக்கியமான இலக்குகளில் ஒன்றாக நீவிரமான மற்றும் பேரளவு தொழில்மயமாக்கல் கருதப்படுகின்றது. எந்த ஒரு நாட்டின் தொழில்மயமாக்கலும் போதுமான அளவில் பேரளவு நிதி வசதியை அளிப்பதுடன் நெருங்கிய தொடர்புடையதாக உள்ளது. இந்தியாவும் இதற்குவிதிவிலக்கல்ல. ஆயினும் துரதிர்ஷ்டவசமாக தொழில்மயமாக்கலை நோக்கி நமது நாடு அடி எடுத்து செல்லத் தொடங்கிய பொழுது, நமது நாட்டில் இருந்த நிதிசார்ந்த ஏற்பாடானது அதற்கு போதுமான அளவில் இல்லை. பழமையான பிரிட்டிஷ் வங்கியியல் தத்துவத்தின் கீழ் இயங்கி வந்த நமது வங்கியியல் முறை யினாலும், குறுகிய கால நிதித் தேவைகளை மட்டுமே பூர்த்தி செய்ய முடிந்தது எனலாம். முதலீடு செய்யக் கூடியவர்கள் நம்மிடம் போதுமான அளவில் இல்லை.

சுதந்திரத்திற்குப் பிறகு, நமது அரசானது, ஏற்கனவே உள்ள ஏற்பாடுகள் போதுமானவைகளாக இல்லை என்பதையும் போதுமான அளவு நிதிவசதியில்லை என்பதையும் போதுமான அளவு நிதிவசதியுடன் கூடிய தனிச்சிறப்பு பெற்ற நிறுவனங்களை அமைக்க வேண்டியதன் அவசியத்தையும் உணர்ந்ததால், நமது பொருளாதாரத்தினை வளர்ச்சியுறச் செய்யும் வகையில் உறுதியான ஒரு விருப்பத் துடன் பல்வேறு தனிச்சிறப்பு பெற்ற நிதிசார்ந்த நிறுவனங்களையும் அமைத்தது.

நாடு சுதந்திரம் அடைந்த பிறகு உடனடியாக 1948 ஆம் ஆண்டில் தொழில் நிதிக் கழகமானது ஒரு சட்டமுறைக் கழகமாக அமைக்கப்பட்டது. இதுவே நமது நாட்டில் அரசால் அமைக்கப்பட்ட முதல் நிதி நிறுவனமாகும்.



தொழில் நிதி மீதான ஏனைய சிறப்பு நிறுவனங்கள் அனைத்தும் இதனைத் தொடர்ந்து வந்த ஆண்டுகளில் ஒவ்வொன்றாக நிறுவப்பட்டன. தேவையான நிதி மற்றும் ஏனைய வளர்ச்சிசார்ந்த உதவிகள் அளிக்கப்பட்டு, பேரளவு, நடுத்தர மற்றும் சிறிய தொழில் நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியைத் தீவிரப்படுத்தும் நோக்கில் வட்டார அளவிலும் நாடு தழுவிய அளவிலும் பல்வேறு நிறுவனங்கள் அமைக்கப்பட்டன.

தற்பொழுது நாடு தழுவிய அளவில் 12 நிறுவனங்களையும், மாநில அளவில் 46 நிறுவனங்களையும் கொண்டு நமது நாட்டில் நன்கு ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட நிதி நிறுவனங்களின் வலையமைவு உள்ளது என்று நாம் கூறலாம். அனைத்திந்திய நிதிசார்ந்த நிறுவனங்களில் 6 அனைத்திந்திய வளர்ச்சி வங்கிகளும், 3 தனிச்சிறப்பு பெற்ற நிதி நிறுவனங்களும், மூன்று முதலீட்டு நிறுவனங்களும் அடங்கியுள்ளன. மாநில அளவில், 18 மாநில நிதிக் கழகங்களும், 28 மாநிலத் தொழில் வளர்ச்சிக் கழகங்களும் உள்ளன.

அனைத்திந்திய வளர்ச்சி வங்கிகளுள் இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் லிமிடெட் இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கி, இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம். இந்தியச் சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி வங்கி, இந்தியத் தொழில் சீரமைப்பு வங்கி மற்றும் இந்தியச் சிறு தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம் ஆகியன அடங்குகின்றன. மாநில நிதி நிறுவனங்களுள்- இடர் மூலதன மற்றும் தொழில் நுட்ப நிதிக் கழகம் லிட்., இந்தியத் தொழில் நுட்ப மேம்பாடு மற்றும் தகவல் கம்பெனி லிட், மற்றும் இந்திய சுற்றுலா நிதிக் கழகம் லிட், போன்றன அடங்குகின்றன. இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகம், இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகம், மற்றும் இந்தியப் பொதுக் காப்பீட்டுக் கழகம் போன்றன முதலீட்டு நிறுவனங்களாகும். அனைத்திந்திய வளர்ச்சி வங்கிகள், மாநில நிதி நிறுவனங்கள், முதலீட்டு நிறுவனங்கள், மாநில நிதிக் கழகங்கள், சிறு தொழில் வளர்ச்சிக் கழகங்கள் ஆகிய அனைத்தும் ஒன்று சேர (கூட்டாக) அனைத்திந்திய நிதி நிறுவனங்கள் என அழைக்கப்படுகின்றன.



நமது நாட்டில் இயங்கி வரும் முக்கியமான நிதி நிறுவனங்கள் பற்றிய விரிவான விளக்கம் பின்வரும் பக்கங்களில் செய்யப்பட்டுள்ளது.

1. இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் லிட். :

இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகமானது 1948 ஆம் ஆண்டு இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகச் சட்டம், 1948 -ன் கீழ் ஒரு சட்டமுறைக் கழகமாக அமைக்கப்பட்டது.

இதன் முதன்மை நோக்கமானது நமது நாட்டில், தொழில் நிறுவனங்களுக்கு நீண்ட கால மற்றும் நடுத்தரக் கால நிதியை அளித்தலாகும். தொடக்கத்தில் இக் கழகமானது தனியார் துறையிலுள்ள வரையறுக்கப்பட்ட பொதுக் கம்பெனிகளுக்கும் கூட்டுறவுச் சங்கங்களுக்கும் மட்டுமே நிதி உதவி செய்ய அங்கீகாரம் அளிக்கப் பெற்றிருந்தன. இவைகள் வங்கிகளிடம் இருந்தும் மூலதனச் சந்தையில் இருந்தும் நிதி உதவி பெற வசதியற்று இருந்ததால் இவ்வாறு செய்யப்பட்டிருந்தது. பின்னர் 1960 ஆம் ஆண்டில் இதன் நடவடிக்கைகளின் பரப்பு விஸ்தீகரிக்கப்பட்டு பொதுத் துறை நிறுவனங்கள், தனிக் கம்பெனிகள் மற்றும் கூட்டு வணிக நிறுவனங்களும் கூட நிதி உதவியைப் பெறத் தகுதி பெற்றவைகளாயின. இச்சட்டம் மீண்டும் 1970 மற்றும் 1973 ஆம் ஆண்டுகளிலும் திருத்தியமைக்கப்பட்டு இதன் பரப்பு மேலும் விஸ்தீகரிக்கப்பட்டது. இன்று, இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் லிட் டின் பணி நாட்டின் ஒட்டுமொத்தத் தொழில் துறைக்கும் விஸ்தீகரிக்கப்பட்டுள்ளது.

உரிய சட்டம் இயற்றப்பட்டு தொழில் நிதிக் கழகமானது இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் லிட் என்ற ஒரு புதிய கம்பெனி வசம் 01-07-1993 அன்று முதல் அமுலுக்கு வரும் வகையில் மாற்றி ஒப்படைக்கப்பட்டது.

இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் லிட் உடைய நிதி உதவி வடிவங்கள்:



இக்கழகத்தின் முக்கியப் பணியானது தொழில் நிறுவனங்களுக்கு தேரடி நிதி வசதியை அளிப்பதாகும். இது புதிய தொழில்களைத் தொடங்குதல், விரிவாக்குதல், சீர்படுத்துதல், நவீனமயமாக்குதல் போன்ற அபிவிருத்தி நடவடிக்கைகளுக்கு நேரடி நிதி உதவி அளிக்கிறது. முன்பு இக்கழகம் 310 இலட்சங்களும் அதற்கு மேற்பட்ட தொகையையுமே நிதி உதவியாக அளிக்க சட்டபூர்வமான அதிகாரம் பெற்றிருந்தது. ஆனால் தற்பொழுது இக்கழகம் 32 கோடிகளுக்கு மேற்பட்ட தொகைக்கான மூலதன விண்ணப்பங்களையே ஏற்றுக்கொள்கிறது. இது தொழில் நிதிக் கழகச் சட்டத்தின் 23 -வது பிரிவின்படி பின்வரும் பணிகளைச் செய்கின்றது:

1.20 வருடங்களுக்குள் திருப்பி அளிக்கப்படும் வகையில் தொழில் நிறுவனங்களால் மூலதனச் சந்தைகளிலிருந்தும், அட்டவணையிலிடப் பட்ட வங்கிகளிலிருந்தும் எழுப்பப்படும் கடன்களுக்கு உத்தரவாதம் அளிக்கிறது.

2. தொழில் நிறுவனங்களுக்கு 25 வருடங்களுக்குள் திரும்பப்பெறும் விதத்தில் நேரடிக் கடன்வசதி அளிக்கிறது. தொழில் நிறுவனங்களில் கடன் ஈட்டு பத்திரங்களை வாங்கிக் கொள்வதன் மூலமும் அவற்றிற்கு நிதிவசதி அளிக்கிறது.

3. கூட்டுப் பங்கு நிறுவனங்கள் வெளியிடும் பங்குகள், கடவீட்டுப் பத்திரங்கள் ஆகியவற்றிற்கு ஒப்புறுதி (Underwriting) அளிக்கிறது.

4. தொழில் நிறுவனங்கள் வெளியிடும் பங்குகளை நேரடியாக வாங்குகிறது.

5. மத்திய அரசு, உலக வங்கி ஆகியவற்றின் முகவராக இருந்து தொழில் நிறுவனங்களுக்கு கடன் பெற்றுத் தருகிறது.

பின்வருவனவற்றிற்கு உத்தரவாதம் அளிக்கின்றது.

1) உள்நாட்டில் கொள்முதல் செய்யப்பட்ட அல்லது வெளி நாட்டில் இருந்து இறக்குமதி செய்யப்பட்ட இயந்திரங்களுக்கான பின்னர் செலுத்தப்பட வேண்டிய தொகை (Deferred Payment).



2)அயல்நாட்டு நிறுவனங்களிடம் இருந்து தொழில் நிறுவனங்களால் எழுப்பப்பட்ட அந்நியப் பணக் கடன்கள்.

3)அட்டவணையிலிடப்பட்ட வங்கிகள் அல்லது மாநிலக் கூட்டுறவு வங்கிகள் அல்லது பொதுச் சந்தையிலிருந்து தொழில் நிறுவனங்கள் எழுப்பியுள்ள ரூபாய் கடன்கள்.

தவிரவும், இது கருவிகளை குத்தகையிடுதல், கருவிகளை வாங்குதல், வாங்கு பவர் மற்றும் அளிப்பவர் கூடன், குத்தகையிடும் மற்றும் வாடகைக் கொள்முதல் நிலுவைகள் போன்றவற்றிற்கு நிதி உதவி போன்ற பல நிதிச் சேவைகளையும் செய்கிறது. இது வணிகர் வங்கியியல் சேவைகளையும் செய்கிறது; திட்டச் கலந்தாய்வுகள், வெளியீடு மேலாண்மை மற்றும் கடன் பத்திர பொறுப்பாண்மை ஒப்படைப்புகள் போன்றவற்றையும் மேற்கொள்கிறது மேலும், இது தொழில் மயமாக்கல் நடைமுறையை ஊக்குவிக்க ஏதுவாக வளர்ச்சி நடவடிக்கைகளையும் மேற்கொள்கிறது.

இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கி:

நாடு விடுதலை பெற்ற பிறகு தொழில் துறையில் வேகமான வளர்ச்சியை அடையும் நோக்கத்துடன் அரசு பல்வேறு நிதி நிறுவனங்களையும், வளர்ச்சிக் கழகங்களையும் மத்திய, மாநில அளவில் அமைத்தது. இந்நிறுவனங்களும் சிறப் பாகப் பணியாற்றிக்கொண்டு இருந்தாலும், இவற்றால் ஏற்பட்ட தொழில் வளர்ச்சி போதுமானதாக இல்லை. ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஒரு குறுகிய வட்டத்திற்கு உள்ளேயே செயல்பட்டதாலும், அவற்றின் பணிகளை ஒருங்கிணைப்பதன் மூலம் அவை திறமையாகச் செயலாற்றவும், தமக்கு ஒதுக்கப்பட்ட பணிகளை முழுமையாக நிறைவேற்றவும் இயலும் என்ற எண்ணத்துடனும் 1964 ஆம் ஆண்டில்நாடாளுமன்றச் சட்டத்தின் மூலம் இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கி நிறுவப் பட்டு, ஜூலை மாதம் முதல் தேதி முதல் செயல்படத் தொடங்கியது. இந் நிறுவனம் 1976 ஆம் ஆண்டு ஃபிப்ரவரி மாதம் வரை



ரிசர்வ் வங்கிக்கு முற்றிலும் சொந்தமான துணை நிறுவனமாக இருந்தது. அதன் பின்னர் இதன் பங்குகள் மாற்றப்பட்டு, இப்போது இது ஒரு பொதுக் கார்ப்பரேஷனாக (Public Corporation) இயங்கி வருகின்றது.

இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கியின் பணிகள் :

இவ்வங்கி ஆற்றிவரும் பணிகள் பல ஆகும் எனினும், இவை அனைத்தையும் மூன்று பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை: 1. ஒருங்கிணைப்புப் பணிகள், 2. நிதி உதவிப் பணிகள், மற்றும் 3. வளர்ச்சிப் பணிகள்.

1. ஒருங்கிணைப்புப் பணிகள்:

பொதுத் துறை நிறுவனங்களான இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சிக் கழகம் (IFCI), இந்தியத் தொழில் கடன் முதலீட்டுக் கழகம் (ICICI), ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகம் (LIC), யூனிட் டிரஸ்ட் ஆஃப் இந்தியா (UTI) ஆகியவற்றின் பணிகளை ஒருங்கிணைத்து அவை அனைத்தும் ஒட்டுமொத்தமாக நாட்டின் தொழில் வளர்ச்சியை நோக்கிச் செயல்படச் செய்யும் பணி இவ்வங்கியின் முக்கியப் பணி எனலாம்.

2. நிதி வசதிப் பணிகள்:

இவ்வங்கி தொழில் திட்டங்களுக்கு நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் கடன் வழங்குகின்றது. எனவே, இப்பணியை இரு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்: 1. மற்ற நிதி நிறுவனங்களுக்குக் கடன் வசதியளித்தல், மற்றும் 2. தொழில் நிறுவனங்களுக்கு நேரடியாகக் கடன் அளித்தல்,

1) தொழில் நிறுவனங்களுக்கு நரடி நிதி வசதி:

நேரடி நிதி வசதி பெருமபாலும் புதிய தொழில் நிறுவனங்கள் மூலதனச் சொத்துக்களான (Capital Assets) இயந்திரங்கள். தளவாடச் சாமான்கள் போன்றவற்றை வாங்கவும், பழைய நிறுவனங்கள் தமது, தொழிற்சாலைகளை விரிவுபடுத்தவும் (Expansion), நவீனமயமாக்கவும்



(Modernisation), சீரமைக்கவும் Renovation) வழங்கப்படுகின்றது. இது மற்ற நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து நிதி உதவி பெறாத நிறுவனங்களுக்குக் கடன் வழங்குகின்றது. இந்நேரடி நிதி வசதி கீழ்க்கண்ட வழிகளில் தரப்படுகின்றது.

1. நீண்டகால, மத்தியகாலக் கடன்களை வழங்குதல்.

2. நிறுவனங்கள் வெளியிடும் சாதாரணப் பங்குகளையும் (Equity Shares) கடன் பத்திரங்களையும் வாங்குதல் மற்றும் அவற்றின் விற்பனைக்கு உத்தரவாதம் அளித்தல் (Underwriting).

3. மூன்றாம் நபர்களுக்கு தொழில் நிறுவனங்கள் தரவேண்டிய தொகைகள் மற்றும் அவைகளால் திறந்த வெளி சந்தை அல்லது நிதி நிறுவனங்களிடம் இருந்து எழுப்பப்பட்ட கடன்களுக்கு உத்தரவாதம் அளித்தல்,

4. இது தொழில் நிறுவனங்களின் வணிக உண்டியல்கள் அல்லது உறுதிமொழிப் பத்திரங்களை ஏற்கவோ, தள்ளுபடி செய்யவோ அல்லது மறு தள்ளுபடி செய்யவோ செய்யலாம்

2) மறைமுக நிதிவசதி :

இவ்வித உதவிகளைக் கீழ்க்கண்டவாறு வகைப்படுத்தலாம்.

1. வணிக வங்கிகள், மாநிலத் தொழில் நிதிக் கழகங்கள் ஆகியவற்றிற்கு மறுநிதியளித்தல்.

2. அந்நிறுவனங்களின் பங்குகளையும். கடன் பத்திரங்களையும் வாங்குதல்

3. ஏற்றுமதியாளர்களுக்கு வணிக வங்கிகள் வழங்கும் நடுத்தர காலக்கடன்களுக்கு மறுநிதி (Refinance) அளித்தல்,

4. உண்டியல்களை மறுகழிவு செய்து (Rediscounting) பணம் வழங்குதல், 5.

5. அட்டவணையிலிடப்பட்ட வங்கிகள் அல்லது மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள் அளித்த 3 மற்றும் 10 ஆண்டுகளுக்கு இடைப்பட்ட காலத்திற்குள்



திருப்பியளிக்கப்பட வேண்டிய பருவக் கடன்களுக்கு மறு நிதி வசதி அளித்தல்.

3) சிறப்பு உதவி:

இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கிச் சட்டம், 1964 ஆனது வளர்ச்சி உதவி நிதி என்ற ஒரு சிறப்பு நிதியினை உருவாக்க வகை செய்தது. குறைந்த மீள்வருகையின் காரணமாக நிதியைப் பெற இயலாத நிலையில் உள்ள தொழில் நிறுவனங்களுக்கு உதவும் வகையில் இந்நிதி உருவாக்கப் பட்டுள்ளது.

4) அந்நியப் பணத் தேவைகள்:

இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கியானது பன்னாட்டுப் பணச் சந்தைகளிலிருந்தும் பன்னாட்டு நிதியளிக்கும் அமைப்புகளிலிருந்தும் அந்நிய நிதியை எழுப்பி அவற்றை இந்தியத் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு கிடைக்க வகை செய்கிறது. ஏனைய சட்டமுறை நிதிக் கழகங்களைப் போல, இது ஈடுகளின் வகை, தன்மை! தொடர்பாக கட்டுப்பாடுகள் எதையும் விதிப்பதில்லை என்பது இங்கு முக்கியமாகக் குறிப்பிடத் தக்கதாகும்.

இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கியானது, தொழில் நிறுவனங்களுக்கு நேரடிக் கடன்களை அளிக்கிறது, தொழில் கடன்கள் மற்றும் ஏற்றுமதிக் கடன்களுக்கு மறு நிதி வசதி அளிக்கிறது. உண்டியல்களை மறு கழிவு செய்கிறது, தொழில் நிறுவனங்களின் பங்குகள் மற்றும் கடன்பத்திரங்களுக்கு நேரடியாக பங்களிக்கவும் ஒப்புறுதியளிக்கவும் செய்கிறது மற்றும் ஏற்றுமதிகளுக்கு நேரடிக் கடன்களை அளிக்கிறது. தற்பொழுது, தொழில் நிறுவனங்களுக்கு உதவுவதில் இது மிக முக்கியமான ஒரு நிறுவனம் ஆகி உள்ளது. 1.

3.வளர்ச்சிப் பணிகள்:



இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கியானது இரண்டு நோக்கங்களுடன் வளர்ச்சி நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது. அவை பின்வருமாறு:

1. சரிசம வட்டார வளர்ச்சி, மற்றும்
2. தொழில் வளர்ச்சியை தீவிரப்படுத்துதல்,

இவற்றுள் முதல் நோக்கத்திற்கென முடுக்கிவிடப்பட்ட நடவடிக்கைகளுள் பின்தங்கிய பகுதிகளில் புதியதாகத் திட்டங்களைக் கண்டுணர்தலும் பின்னர் அவற்றைப் பின்தொடர்ந்து கண்காணித்தலும் அடங்குகின்றன. இரண்டாவது நோக்கத்துடன் தொடர்புடைய பணிகளுள் தொழில் வளர்ச்சிக்கு என உரிய ஒரு கட்டமைப்பை உருவாக்குவதற்கான முயற்சிகள் அடங்கியுள்ளன;

பின்தங்கிய பகுதிகளுக்கு நிதியுதவி;

பிள் தங்கிய பகுதிகளில் தொழில் மேம்பாட்டை ஏற்படுத்தும் நோக்கில் இவ்வங்கி 1969 ஆம் ஆண்டு ஜூலை மாதம் பின்தங்கிய பகுதிகளில் உள்ள சிறுதொழில் மற்றும் நடுத்தரத் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு உதவும் வகையில் ஒரு திட்டத்தை அறிமுகப்படுத்தியது. இத்திட்டத்தின் கீழ் கடன்கள் மென்மையான கூறுகளில் குறைந்த வட்டி வீதங்களிலும், நீண்டகால சலுகை மற்றும் திருப்பியளிக்கக்கூடிய கால நிர்ணயங்களின் மூலமாகவும் அளிக்கப்பட்டன.

பின்னர் இத்திட்டம் திருத்தி அமைக்கப்பட்டு இதன் கூறுகள் மேலும் தாராளமயமாக்கப்பட்டன. இதன் கீழ் இவ்வங்கி இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் விட் மற்றும் இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம் ஆகியவற்றுடன் சேர்ந்து ரொக்க உதவியை 72 கோடிகள் வரையிலும், ஒப்புறுதி உதவியை 11 கோடி வரையிலும் அளிக்கிறது. பின்தங்கிய பகுதிகளுக்கான இதன் உதவியும் மறு நிதி வசதியும் சீராக அதிகரித்த வண்ணமே உள்ளது எனலாம்.



இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம் :

இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகத்தின் உருவாக்கம் இந்திய மூலதனச் சந்தையின் வளர்ச்சியின் மற்றொரு மைல் கல்லாகும். இது 1955 ஆம் ஆண்டு கம்பெனிச் சட்டத்தின் கீழ் ஒரு கம்பெனியாக பதிவு செய்யப்பட்டு அமைக்கப்பட்டது. இது தனியார் துறையில் சிறிய மற்றும் நடுத்தரத் தொழில் களின் வளர்ச்சிக்கு உதவும் நோக்கில் உலக வங்கியின் ஆதரவுடன் அமைக்கப் பட்டது ஆகும்.

இக்கழகம் 1955 ஆம் ஆண்டில் தொடங்கப்பட்டது. தனியார் துறை நிறுவனங்களுக்கு நிதி உதவி செய்வதே இக்கழகத்தின் முக்கிய நோக்கமாகும். இக்கழகத்தின் அனுமதிக்கப்பட்ட பங்கு மூலதனம் 325 கோடிகளாகும். செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் 37.5 கோடிகளாகும். இதில் பல இந்திய வங்கிகள், காப்பீட்டுக் கம்பெனிகள், இந்தியக் காப்பீட்டுக் கழகம், ஆங்கிலேயக் காப்பீட்டுக் கம்பெனிகள், கிழக்கு இந்திய மாற்று வங்கி மற்றும் தொழில் அமைப்புகள், உள்நாட்டு, வெளிநாட்டு தனிநபர்கள் ஆகியவை பங்கேற்றுள்ளன.

இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகத்தின் நோக்கங்கள்:

இக்கழகத்தின் நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:

1. தனியார் துறையில் நிறுவனங்களை அமைத்தல், விரிவுபடுத்துதல். நவீனப்படுத்துதல் ஆகியவற்றிற்கு நிதி உதவி அளித்தல்,
2. அந்நிறுவனங்களில் தனியார் மூலதனப் பங்கேற்பை ஊக்குவித்தல் மற்றும் வளர்த்தல்,
3. தொழில்சார்ந்த முதலீட்டில் தனியார் உடைமையையும் சந்தை விரிவாக்கத்தையும் ஊக்குவித்தல் மற்றும் வளர்த்தல். கருவிகளுக்கு நிதி வசதி அளித்தல்



4.தொழில் நிறுவனங்களின் புனர்வாழ்விற்கு நிதி அளித்தல்,

இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகத்தின் பணிகள் :

மேற்கண்ட நோக்கங்களை அடைய, இக்கழகம் பின்வரும் பணிகளைச் செய்கிறது:

- 1.நீண்டகால அல்லது நடுத்தரக் காலக் கடன்கள் அல்லது சொந்த முதலின் பங்கேற்பு ஆகிய வடிவில் நிதி வசதி அளித்தல்,
2. பங்குகள் மற்றும் ஏனைய ஈடுகளின் புதிய வெளியீடுகளுக்கு ஒப்புறுதி அளித்தல் மற்றும் ஆதரவு அளித்தல்.
3. ஏனைய தனியார் முதலீட்டு வழிகளிலிருந்து அளிக்கப்பட்ட கடன் களுக்கு உத்தரவாதம் அளித்தல்.
4. முடிந்தவரை வேகமாக முதலீட்டை திரும்பப் பெற்று அவற்றை மறுபடியும் முதலீடு செய்யப் பயன்படுத்திக் கொள்ள உதவுதல்,
5. திட்ட ஆலோசனைச் சேவைகளைச் செய்தல்.

இந்தியத் தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகத்தின் நிதி உதவியின் வகைகள் :

இக்கழகமானது பின்வரும் வடிவங்களில் நிதி உதவியை அளிக்கிறது

1. பொது வெளியீடுகளுக்கு ஒப்புறுதி அளித்தல் மற்றும் தொழில் ஈடுகளின் விற்பனை அல்லது முன்வைப்பை மேற்கொள்தல்.
2. அவ்வித ஈடுகளுக்கு நேரடியாகப் பங்களித்தல்,
3. 15 ஆண்டுகள் வரையிலுமான நாணயக் கடன்களை அளித்தல்.
4. மூலதனக் கருவிகள் மற்றும் தொழில்நுட்பச் சேவைகளின் இறக்குமதிக்கு வேண்டிய செலுத்தல்களைச் செய்வதற்கு என அதே கடன்களை அந்நிய நாணயத்தில் அளித்தல்.
5. மற்றவர்கள் அளித்த கடன் திரும்ப செலுத்தப்படுவதற்கு உத்தரவாதம் அளித்தல்,



6. பின்னர் செலுத்தும் கூறுகளில் தொழில்சார்ந்த கருவிகளின், விற்பனையை பெருக்குவதற்கு என தயாரிப்பாளர்களுக்கு கடன் வசதிகளை அளித்தல், 7
7. குத்தகையிடல், தவணை விற்பனை மற்றும் சொத்துக் கடன் போன்ற நிதிசார்ந்த சேவைகளைச் செய்தல்,

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகம் :

நாடு சுதந்திரம் அடைந்த பிறகு, இந்திய அரசானது உள்ளூர் நிலைமைகளுக்கு ஏற்ப குறிப்பிட்ட மாற்றங்களுடன் நமது நாட்டில் ஒரு பொறுப்புரிமைக் கழகம் அமைக்கப்பட வேண்டியதன் அவசியத்தை உணர்ந்தது. அதன் விளைவால், இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகமானது இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகச் சட்டம், 1963 -ன் கீழ் 1964 ஆம் ஆண்டு அமைக்கப்பட்டது. இது இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகச் சட்டம், 1963 -ன் கீழ் அமைக்கப்பட்ட ஒரு சட்டமுறைக் கழகமாகும். இது 1964 ஆம் ஆண்டு ஃபிப்ரவரி மாதம் ஒன்றாம் தேதி முதல் இயங்கி வருகிறது. இது பொதுத் துறையில், இங்கிலாந்தின் பொறுப்புரிமைக் கழகத்தின் வரிசைகளிலேயே அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகத்தின் நோக்கங்கள் :

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகத்தின் முதன்மை நோக்கமானது, சமுதாயத்தின் நடுத்தர மற்றும் கீழ் நிலையில் உள்ள வருமானப் பிரிவினரிடையில் முதலீடு செய்யும் பழக்கத்தை வளர்த்தலே ஆகும். இதன் முக்கியமான நோக்கங்களாக நாம் பின்வருவனவற்றைக் கூறலாம்.

1. நடுத்தர மற்றும் கீழ்நிலை வருமானப் பிரிவினரிடையில் சேமிக்கும் பழக்கத்தைத் தூண்டிச் சேமிப்புகளைச் சேகரித்தல்
2. நாட்டின் அதிவேகமாக வளர்ந்து வரும் தொழில்மயமாக்கலின் பயன்களையும் வளர்ச்சியையும் பங்கிட்டுக் கொள்ள அவர்களுக்கு வகை செய்தல்



3.தான் பெற்ற சேமிப்பைப் பரவலாகப் பல்வேறு ஈடுகளிலும் முதலீடு செய்து முதலீட்டுப் பட்டியலைப் பரவலாக்குவதன் மூலம் இடரைக் குறைத்து தனிநபர்களின் சேமிப்புகளுக்குப் பாதுகாப்பை உறுதி செய்தல்.

4.பரவிக் கிடக்கின்ற சேமிப்புகளை சிறந்த இலாபகரமான முதலீட்டும் திட்டங்களை நோக்கித் திருப்பி விடுதல்.

பொதுத் துறையில் நமது அரசால் எடுக்கப்பட்ட தைர்யமான ஒரு முயற்சி என்றே தாம் இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகத்தைப் பற்றி எத்தவித ஐயமுமின்றிக் சொல்லலாம். இது உருவாக்கியுள்ள திட்டங்களும் நடுத்தர மற்றும் சிறிய சேமிப்பாளர்களுக்கு ஏற்றவைகளாகவே உள்ளன எனலாம். அரசும் பல்வேறு வரிச் சலுகைகளை அறிவித்துள்ளது. ஆகவே இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகமானது சிறிய முதலீட்டாளர்கள், மூலதனச் சந்தை, கழகத் துறை மற்றும் அரசுக்கு ஒரு வரப்பிரசாதமே ஆகும்.

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகத்தின் பங்கு:

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகமானது இந்திய மூலதனச் சந்தையில் ஒரு தனிச்சிறப்பு பெற்ற முதலீட்டு நிறுவனமாகும். இது நடுத்தர மற்றும் கீழ்நிலை வருமானப் பிரிவினர்களின் சேமிப்புகளை சேகரித்து அவற்றை சிறந்த இலாபகரமான முதலீட்டுத் திட்டங்களில் முதலீடு செய்கிறது.

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகம் பல வழிகளில் கழகத் துறைக்கு நிதியை அளிக்கிறது. இது கம்பெனிகளின் சாதாரணப் பங்குகளை வாங்குகின்றது; கழக நிறுவனங்கள் வெளியிடும் கடன் பத்திரங்கள் மற்றும் முன்னுரிமைப் பங்குகளின் மீது பங்களிப்பைச் செய்கிறது. இது கம்பெனிகள் செய்யும் புதிய பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களின் பொது வெளியீடுகளிலும் நேரடியாகப் பங்கெடுத்துக் கொள்கிறது. இது ஈடுகளின் தனியார் முன்வைப்பையும் பெறுகிறது. இது கம்பெனிகளால் செய்யப்படும்



பொது வெளியீட்டிற்கு ஒப்புறுதியும் அளிக்கிறது. தவிரவும், இது அவைகளுடைய பங்குகளின் உறுதி ஒதுக்கீட்டையும் பெறுகிறது.

தவிரவும், இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகமானது முதலீடு செய்யும் பொது மக்களுக்கு பல்வேறு இரகத்திலான முதலீட்டுத் திட்டங்களையும் முன்வைத்து உள்ளது. இதன் மூலம் இது மூலதனச் சந்தையில் பல்வேறு முதலீட்டுத் திட்டங் களிலும் முதலீடு செய்யும் வாய்ப்பை சிறிய முதலீட்டாளர்களுக்கு அளிக்கிறது. தான் பெற்ற நிதிகளை பரவலாக பல்வேறு வகையான ஈடுகளிலும் முதலீடு செய்வதன் மூலம், இது இடரையும் பரவலாக்கிக் குறைத்து முதலீட்டாளர்கள் சார்பில் மீன்வரவை (Return) அதிகபட்சமாக்க முயற்சிக்கிறது.

இந்தியப் பொறுப்புரிமைக் கழகத்தால் 1994-95 ஆம் ஆண்டில் கழகத் துறைக்கு ஒப்பளிப்பு செய்யப்பட்ட ஒட்டுமொத்த உதவி 17,677 கோடிகளாகவும் அதில் பயிர்ந்தளிக்கப்பட்ட தொகை 74,791 கோடிகளாகவும் உள்ளன. இதில் 94 பங்கு ஒப்பளிப்புகள் ஒப்புறுதியளித்தல்/பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களின் நேரடிப் பங்கெடுப்பு போன்ற வழிகளில் அமைந்துள்ளன. 1995 ஆம் ஆண்டு மார்ச் வரையிலுமான கழகத் துறைக்கு செய்யப்பட்ட இதன் ஒட்டுமொத்த ஒப்பளிப்புகளும் பகிர்த்தளிப்புகளும் முறையே 739,642 கோடிகள் மற்றும் 129,285 கோடிகளாக உள்ளன. 1994-95 ஆம் ஆண்டில், இந்தியப் பொறுப்பு உரிமைக் கழகம் அளித்த ஒப்பளிப்புகளில் சுமார் 90.4% தனியார் துறைக்கும் மீதமுள்ள 9.6% மட்டுமே பொதுத் துறைக்கும் செய்யப்பட்டுள்ளன. இது தனியார் துறைக்கு அளிக்கப்பட்ட ஒப்பளிப்புகள் 6.1% அதிகரித்து உள்ளதையும் பொதுத் துறைக்கு அளிக்கப்பட்ட ஒப்பளிப்புகள் 56.4% குறைந்து உள்ளதையும் காண்பிக்கிறது.

2000-01 ஆம் ஆண்டில் இந்திய பொறுப்புரிமைக் கழகம் கழகத் துறைக்கு அளித்த ஒட்டுமொத்த உதவி 36,770 கோடிகளாக உள்ளன. 2001-02 -ல் இந்திய பொதுக் கழகத்தால் செய்யப்பட்ட மொத்த முதலீடுகள் 57,629 கோடிகளாக உள்ளன. அவற்றுள் 86% கழகத் துறைக்கு அளிக்கப்பட்டுள்ளது.



இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகம் :

இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகமானது காப்பீட்டு முனைமம் என்ற வடிவில் பொதுமக்களிடம் இருந்து சேமிப்பைத் திரட்டி அதனை இலாபகரமான கம்பெனிகளில் முதலீடு செய்கிறது. இது தொழில்களுக்கு நடுத்தர மற்றும் நீண்டகால நிதியை அளிக்கிறது. இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் மற்றும் மாநில நிதிக் கழகங்களின் மூலதனத்தில் பங்கேற்பதன் மூலம் இது தொழில்களின் வளர்ச்சிக்கு மறைமுகமாக உதவுகிறது. இது தனியார் துறையில் புதிய வெளியீடு களின் ஒப்புறுதியர் மற்றும் தொழில் ஈடுகளின் வாங்குபவர் என்ற நிலையில் மூலதனச் சந்தையில் மிகவும் முக்கியமான ஒரு பங்கினை ஆற்றுகின்றது. இது இதன் முதலீட்டை பொதுத் துறை, கூட்டுறவுத் துறை, மற்றும் தனியார் துறை என அனைத்துத் துறைகளிலும் செய்கிறது.

அவற்றுள், பொதுவாக இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகமானது அரசு ஈடுகளில் முதலீடு செய்வதால் பொதுத் துறை பெரியதொரு பங்கினைப் பெற்றுவருகிறது எனலாம். இந்தியப் பொருளாதாரத்தின் உறுதியான தூண்களுள் ஒன்றான இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகமானது அதன் உபரி நிதிகளை நாட்டின் அபிவிருத்தி நடவடிக்கைகளில் கணிசமான அளவில் முதலீடு செய்வதன் மூலம் நாட்டின் மேம்பாட்டிற்கு தமது பங்களிப்பை நன்முறையில் செய்து வருகின்றது எனலாம்.

இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகத்தின் முதலீட்டு நடவடிக்கைகள்:

இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டும் கழகமானது தொழில்களுக்கு நேரடியாக நிதி உதவி செய்கின்றது. நேரடி நிதி உதவியில், தொழில் நிறுவனங்களின் பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களில் செய்யப்படும் நேரடிப் பங்களிப்பும் கடன்களும் அடங்குகின்றன. இது பங்குச் சந்தைகளில் ஈடுகளை வாங்கி விற்கும் பணியிலும் ஈடுபடுகின்றது. பொதுத் துறைக் கம்பெனிகளுக்கு கடன் அளிப்பதற்கு என. இது பொதுக் கம்பெனி மற்றும் கூட்டுறவுச் சங்கங்களின் முன்மொழிவுகளை கருத்தில் கொள்கிறது.



இது பருவக் கடன் அளிப்பு நிறுவனங்களுக்கு அவைகளின் பத்திரங்களுக்கு பங்களிப்பு செய்வதன் மூலம் ஆதரவு அளித்து வருகிறது. ஆகவே, இது தொழில் நிதி அளித்தலில் மறைமுகமாக உதவி செய்து வருகிறது எனலாம். இது தொழிற்பேட்டைகளில் உருவாக்கத்திற்கு கடன்களை அளிப்பதன் மூலம், இது சிறிய மற்றும் நடுத்தரத் தொழில்களுக்கும் உதவிகளைச் செய்கிறது. இதன் முதலீட்டுக் கொள்கையின்படி, தம்முடைய நிதியில் 75% ஐ மத்திய மற்றும் மாநில அரசு ஈடுகளில் முதலீடு செய்கிறது. இது வீட்டு வசதி, நீர் அளிப்பு, கிராம மின்மயமாக்கல் போன்ற நோக்கங்களுக்கும், தனிநபர்களும் குழுக்களும் பயன் அடையும் வகையில் கடன்களை அளித்து வருகின்றது.

2003-04 ஆம் ஆண்டில், இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகம் அளித்த மொத்தப் பருவ நிதி மற்றும் ஏனைய நிதி உதவி 327,750 கோடிகளாகும் (2002-03 -ல் இது 74,340 ஆக உள்ளது). இக்காலகட்டத்தில் இது பகிர்ந்தளித்த நிதி உதவி <15,750 கோடிகளாகும் (2002-03 -ல் இது 36,200 ஆக இருந்தது). இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகம் மற்றும் அதன் துணைக் கம்பெனிகளின் நிதி உதவிகளானது- கடன்கள், ஒப்புறுதியளித்தல் மற்றும் சாதாரணப் பங்குகள், முன்னுரிமைப் பங்குகள், கடன் பத்திரங்கள் மற்றும் பத்திரங்களில் நேரடிப் பங்களிப்பு போன்ற வடிவில் அமைகின்றன.

6.இந்தியப் பொதுக் காப்பீட்டுக் கழகம் :

நாட்டில் பொதுக்காப்பீடு நாட்டுடைமையாக்கப்பட்டதைத் தொடர்ந்து 1973 ஆம் ஆண்டு ஜனவரி மாதம் இந்தியப் பொதுக் காப்பீட்டுக் கழகம் அமைக்கப்பட்டது. இதற்கு, தேசிய காப்பீட்டுக் கம்பெனி லிட், புதிய இந்திய காப்புறுதிக் கம்பெனி லிட், ஓரியண்டல் நெருப்பு மற்றும் பொதுக்காப்பீட்டுக் கம்பெனி லிட், மற்றும் யுனைடெட் இந்தியா காப்பீட்டுக் கம்பெனி லிட் ஆகிய நான்கு துணைக் கம்பெனிகள் உள்ளன. இந்தியப் பொதுக் காப்புக் கழகமும் அதன் துணைக் கம்பெனிகளும் சமூகத்தின் பல்வேறு பிரிவினரின் மாறுபட்ட தேவைகளையும் பூர்த்தி செய்யும் வகையில் பல்வேறு திட்டங்களையும் இயக்கி வருகின்றன.



சமீபத்தில், இவை புதிய தாராளமயமாக்கப்பட்ட பொருளாதார சுற்றுச்சூழலுடன் இணைந்து செல்லத்தக்க வகையில் பல தேவை அடிப்படையி லான திட்டங்களையும் தீட்டியுள்ளன. இவற்றின் முதலீட்டுக் கொள்கைகள், காப்பீட்டுச் சட்டம், 1938 -ன் பிரிவு 27(B) -ன் ஓரத்துக்கள் மற்றும் அரசால் அவ்வப்பொழுது வெளியிடப்படும் வழிகாட்டுதல்களுக்கு உட்பட்டு வடிவு அமைக்கப்படுகின்றன. அரசின் வழிகாட்டுதல்களின்படி, இதன் ஆண்டுச் சேகரிப்புத் தொகையில் 70% பொருளாதாரத்தின் சமூகம்சார்ந்த துறைகளில் முதலீடு செய்யப்பட வேண்டும்.

1976 ஆம் ஆண்டு ஏப்ரல் மாதம் முதல், இந்தியப் பொதுக் காப்பீட்டுக் கழகமானது மற்ற நிதி நிறுவனங்களுடன் சேர்ந்து தொழில் நிறுவனங்களுக்கு கடன்களை அளித்தும் அவைகளின் பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களுக்கு நேரடி பங்களிப்பு/ஒப்புறுதியளித்தும் வருகின்றது. இது பரஸ்பர நிதியையும் தொடங்கி அதன் மூலம் மூலதனச் சந்தையில் முக்கியமானதொரு பங்கினை ஆற்றி வருகிறது. இது சிறிய முதலீட்டாளர்களிடம் இருந்து சேமிப்புகளைப் பெற்று அவற்றை மூலதனச் சந்தையில் முதலீடு செய்கிறது. 2003-04 ஆம் ஆண்டில் இந்தியப் பொதுக் காப்பீட்டுக் கழகமும் அதன் துணைக் கம்பெனிகளும் தொழிற்சாலைக்கு ஒப்பளித்த மற்றும் பகிர்ந்தளித்த தொகைகள் முறையே 71,870 கோடிகள் மற்றும் 31,620 கோடிகள் ஆகும்

7. மாநில நிதிக் கழகங்கள் :

தொழில் நிதிக் கழகம் அமைக்கப்பட்ட சமயம், இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் போன்ற அனைத்திந்திய நிறுவனம் ஒன்றினால் பல்வேறு மாநிலங்களிலும் உள்ள அனைத்துத் தொழில்களின் குறிப்பாக சிறிய மற்றும் நடுத்தரத் தொழில் களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய முடியாது என்பது உணரப்பட்டது. அதல் படி 1951 ஆம் ஆண்டு அந்தந்த வட்டாரங்களில் தமக்கென ஒரு நிதிக் கழகத்தை அமைத்துக்கொள்ள மாநில அரசுகளுக்கு அதிகாரம் வழங்க வகை செய்வதற்கு என, மாநில நிதிக் கழகங்கள் சட்டம் பாராளுமன்றத்தில் இயற்றப்பட்டது.



இச்சட்டத்தின் கீழ் நிதிக் கழகம் ஒன்றினை அமைப்பதில் பஞ்சாப் அரசு தலைமையேற்று 1953 ஆம் ஆண்டில் பஞ்சாப் நிதிக் கழகம் அமைக்கப்பட்டது. மெல்ல மெல்ல நிதிக் கழகங்கள் மற்ற மாநிலங்களிலும் அமைக்கப்பட்டன. தற்பொழுது நமது நாட்டில் 18 மாநில நிதிக் கழகங்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. பொதுவாக ஒரு மாநில நிதிக் கழகத்தின் இயக்கம் ஒரு மாநிலத்துடன் மட்டுமே தொடர்புடையதாக இருக்கின்றது. ஆயினும், தமது அண்டை மாநிலத்தில் மாநில நிதிக் கழகம் இல்லாத பட்சத்தில் சில மாநில நிதிக் கழகங்கள் தமது அண்டை மாநிலத்திற்கும் சேர்ந்து இயங்குகின்றன.

மாநில நிதிக் கழகங்களின் நோக்கங்கள் :

மாநில நிதிக் கழகங்கள் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு பின்வரும் உதவிகளைச் செய்து வருகின்றன:

1. 20 ஆண்டுகளுக்குள் திரும்பிச் செலுத்தும் வகையிலான கடன்கள் அல்லது முன்பணங்கள் அல்லது தொழில் நிறுவனங்களின் கடன் பத்திரங்களின் பங்களிப்புகளுக்கு உத்தரவாதம் அளித்தல்.
2. பரஸ்பரம் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட கூறுகள் மற்றும் நிபந்தனைகளின்படி. தொழில் நிறுவனங்கள் பெற்ற கடன்களுக்கு உத்தரவாதம் அளித்தல், ஆனால் இவை 20 ஆண்டுகளுக்குள் திரும்பி செலுத்தப்படுவதாக இருத்தல் வேண்டும்.
3. இந்தியாவிற்குள் மூலதனச் சொத்தினை கொள்முதல் செய்யும் ஏதேனும் தொழில் நிறுவனங்கள் அக்கொள்முதலுக்கு பின்னர் செலுத்த வேண்டிய தொகைக்கு உத்தரவாதம் அளித்தல்
4. 7 ஆண்டுகளுக்குள் அவை சந்தையில் விற்கப்பட்டுவிடும் என்ற நிபந்தனையின் அடிப்படையில் தொழில் நிறுவனங்களின் பங்குரிமைகள், பத்திரங்கள் அல்லது கடன் பத்திரங்களின் வெளியீட்டிற்கு ஒப்புறுதி அளித்தல்,
5. உலக வங்கித் திட்டத்தின் கீழ் அந்நியச் செலாவணிக் கடன்களை அளித்தல்,



6.பின்தங்கிய பகுதிகளில் அமைக்கப்படும் சிறுதொழில் நிறுவனங்களின் சாதாரணப் பங்கு முதலில் பங்கேற்றல்

தவிரவும், மாநில நிதிக் கழகங்கள், மந்திய மற்றும் மாநில அரசுகள், இந்தியத் தொழில் நிதிக் கழகம் அல்லது ஏனைய நிதி நிறுவனங்களில் ஒன்று ஏதேனும் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு கடன்கள் அல்லது முன்பங்குகளின் அளிப்பு அல்லது கடன் பத்திரங்களில் பங்கெடுத்தல் போன்ற நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் பொழுது அவற்றிற்கு முகவர்களாகவும் பணியாற்றுகின்றன.

இந்திய சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சி வங்கி :

இந்திய சிறுதொழில்கள் வளர்ச்சி வங்கியானது இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கிக்கு முற்றிலும் சொந்தமான ஒரு துணைக் கம்பெனி ஆகும். இது சிறிய மிகச் சிறிய மற்றும் குடிசைத் தொழில் துறைகளில் தொழில்களின் உருவாக்கம், அவற்றிற்கு நிதியிடுதல் மற்றும் வளர்த்தல் மற்றும் அதே வகையான பணிகளில் ஈடுபடும் ஏனைய நிறுவனங்களின் பணிகளை ஒருங்கிணைக்கும் முதன்மை நிதி நிறுவனமாகும். இது இந்தியத் தொழில் வளர்ச்சி வங்கியின் சிறு தொழில்துறை இயக்கங்களை எடுத்துக் கொண்டு 1990 ஆம் ஆண்டு ஏப்ரல் 2 ஆம் தேதி முதல் பணியைத் தொடங்கி இயங்கி வருகிறது.

இந்திய சிறு தொழில் வளர்ச்சி வங்கியின் நிதி உதவி வடிவங்கள் :

இந்திய சிறு தொழில் வளர்ச்சி வங்கியின் நிதி உதவி வடிவங்களை நாம் கீழ்க்கண்டவாறு காணலாம்.

1. மாநில நிதிக் கழகங்கள், சிறு தொழில்களின் வளர்ச்சிக் கழகங்கள், வணிக வங்கிகள் மற்றும் ஏனைய தகுதி பெற்ற நிதி நிறுவனங்களினால் அளிக்கப்படும் பருவக் கடன்களுக்கு மறுநிதி வசதி அளித்தல்.



2. சிறு தொழில் துறையின் தயாரிப்பாளர்களினால் செய்யப்பட்ட கருவி/இயந்திரம்/உதிரி பாகங்கள் ஆகியவற்றின் விற்பனையில் எழுந்த உண்டியல்களை மறுகழிவு செய்தல் மற்றும் நேரடியாகக் கழிவு செய்தல்.

3. தொழில்நுட்ப மேம்பாடு, நவீனமயமாக்கல் போன்ற பணியினை மேற்கொள்ளும் ஏற்கனவே நன்முறையில் இயங்கிவரும் சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு பருவக் கடன்களையும் கருவிகளுக்கான நிதியையும் அளித்தல்.

4. கட்டமைப்பு மேம்பாடு, சந்தையிடுகை வழிகளின் உருவாக்கம் மற்றும் தொழிற்பேட்டைகளின் உருவாக்கம் ஆகியவற்றிற்கு நிதி உதவி செய்தல்.

5. புதிய தொழில்முனைவோர், மகளிர் மற்றும் முன்னாள் படைவீரர்கள் போன்ற சிறப்புப் பிரிவினருக்கு சாதாரணப் பங்கு மூலதன வகையிலான நிதி உதவியை, விதை மூலதனத் திட்டம், தேசிய சாதாரண நிதி, மகளிர் உதயம் நிதி, முன்னாள் படைவீரர்களுக்கான சுயவேலைவாய்ப்புத் திட்டம் ஆகிய திட்டங்களின் கீழ் அளித்தல்.

6. கதர் மற்றும் கிராமத் தொழில்கள் கழகம், தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம், சிறு தொழில்களின் வளர்ச்சிக் கழகம் போன்றவற்றிற்கு வள ஆதார ஆதரவை அளித்தல் மற்றும்

7. சிறு தொழில் துறையின் மேம்பாட்டிற்கு தொழில்நுட்ப மற்றும் தொடர்புடைய ஆதரவுச் சேவைகளை வழங்குதல்.

சிறு தொழில் துறையில் உள்ள தொழில் நிறுவனங்களால் தயாரிக்கப் படும் பொருட்களின் ஏற்றுமதிக்கு நிதிவசதியை அளிக்கும் முதன்மை கடனளிக்கும் நிறுவனங்களின் கடன்களுக்கு மறு நிதிவசதி அளித்தல் மற்றும் நேரடி நிதி உதவி அளித்தல்

8. இது சிறு தொழில் துறையில் இயங்கும் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு குத்தகை நிதியிடுதல், உரிமைப் பேராள் (Factoring) சேவைகளைச் செய்தல் போன்ற சேவையிலும் ஈடுபடுகின்றது.



9. சிறு தொழில் துறையில் இருக்கும் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு பற்றாக்குறையான மூலப் பொருட்களை அளிக்கவும், அவைகளின் முடிவுப்பொருட்களை சந்தையிடுவதற்கும் என மாநில சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சிக் கழகங்களுக்கு நிதி ஆதரவை அளிக்கிறது.

10. இது சிறு தொழில் துறையில் உள்ள தொழில் நிறுவனங்களுக்கு குத்தகை நிதியிடுதல், வாடகைக் கொள்முதல் மற்றும் சந்தையிடுகை ஆதரவை அளிப்பதற்கு என தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகத்திற்கு நிதி ஆதரவை அளிக்கிறது.

10. தமிழ்நாடு மாநில தொழில்கள் வளர்ச்சிக் கழகம் லிட் (சிப்காட்)

தமிழ்நாடு மாநில தொழில் வளர்ச்சி வங்கி லிட் ஆனது தமிழ்நாட்டில் தொழில் வளர்ச்சியினை மேம்படுத்துவதற்கு என 1971 ஆம் ஆண்டில் அமைக்கப்பட்டது. பகுதி மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகளுக்கு உந்துதல் அளிக்கும் முகமாக சிறுதொழில்கள் அவைகளது நிறுவனங்களை அமைப்பதற்கு விரிவான மற்றும் அடிப்படையான கட்டமைப்பு வசதிகளை அளிப்பதற்கு என தொழில் தொகுதிகளை அமைக்கின்றது. இதுவரை சிப்காட் 20 தொழில்சார் தொகுதிகளை 12 மாவட்டங்களில் அமைத்துள்ளது. இதுவரை 6 துறைசார் சிறப்பு பொருளாதார மண்டலங்களை அமைத்துள்ளது. தவிரவும் இது பேரளவு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு அளிக்கப்படும் கடன்/நிதி உதவிகளுக்கு தமிழ்நாடு அரசின் ஒரு அதிகாரியாகவும் செயல்படுகிறது.

சிப்காட்டின் பணிகள் :

சிப்காட்டின் பணிகள் பின்வருமாறு:

1. நல்லாம்பள்ளி சாலை வளர்ச்சி மையத்தில் அடிப்படை கட்டமைப்பு வசதிகளுடனான தொழில் தொகுதிகள்/பூங்காக்கள்/தொழிற்பேட்டைகள் அபிவிருத்தி செய்தல்
2. குறிப்பிட்ட துறைசார்ந்த சிறப்பு பொருளாதார மையங்களை அமைத்தல்.



3. சிறப்பு கட்டமைப்புத் திட்டங்களை நிறைவேற்றுதல்.

சிப்காட்டின் நோக்கங்கள் :

சிப்காட்டின் நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:

1. வளர்ச்சி மையம் மற்றும் தொழில் பூக்காக்களாக பணியாற்றுவதற்கு என தொழில் தொகுதிகளை அமைத்தல்,
2. நடுத்தர மற்றும் பேரளவு துறைகளுக்கு நிதி உதவியினை அளித்தல்.
3. மாநில அரசிடம் இருந்து தொழிற்சாலைகளுக்கு ஊக்குவிப்புகளை திருப்பிவிடுதல்
4. நடுத்தர மற்றும் நீண்ட கால தொழில்களுக்கு மெய்க்காவலர் சேவைகளை அளித்தல் மற்றும் செயல் கடிதம் (Letter of intent) ஐ கண்காணித்தல்,

தவிரவும் சிப்காட் ஆனது தான் அமைக்கின்ற தொழில் தொகுதிகள்/ பூங்காக்கள்/வளர்ச்சி மையங்கள் போன்றவற்றில் தங்களது நிறுவனங்களை அமைக்கின்ற நடுத்தர மற்றும் பேரளவு தொழில்களுக்கு நிதியுதவி அளிக்கின்றது. சுயதொழிலை உருவாக்கும் நோக்கில் நலிந்த பிரிவினருக்கு தொழில்முனைவு மேம்பாட்டு பயிற்சித் திட்டங்களை அளிக்கின்றது.

11. சிறுதொழில்கள் மேம்பாட்டுக் கழகம் (சிட்கோ) :

பல மாநில அரசுகள், சிறு தொழில்களை மேம்படுத்துவதற்கு என சிறுதொழில்கள் மேம்பாட்டுக் கழகம் என்ற தனி ஒரு கழகத்தை உருவாக்கி உள்ளனர். இது பல வழிகளில் சிறுதொழில்கள் தொடங்கப்பட்டதிலிருந்து உற்பத்தி தொடங்கும் வரை சிறுதொழில்களின் வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது.

தருங்கக்கூறில். இது சிறுதொழில்களுக்கு கட்டமைப்பு வசதிகளை அளிக்கிறது. சிட்கோவின் உதவியினால் பல மாநிலங்களில் பல பின்தங்கிய பகுதிகள் வளர்ச்சியுற்றுள்ளன. சிட்கோ பல மாநிலங்கள் நெடுகிலும் தொழில் நடவடிக்கைகளை வளர்ச்சியுறச் செய்யக்கூடிய பொறுப்புடையதாக உள்ளது.



சிட்கோ - நோக்கங்கள் :

சிட்கோவில் முதன்மை நோக்கமானது சிறுதொழில் துறையில் தொழில்களில் வளர்ச்சியினை தூண்டுதலாகும். சிட்கோவின் நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:

சாலைகள், வடிகால்கள், மின்சாரம், தண்ணீர் அளிப்பு போன்ற கட்டமைப்பு வசதிகளை அளிப்பது சிட்கோவின் முதன்மை நோக்கமாகும்.

2.அனைத்து அடிப்படை கட்டமைப்பு வசதிகளுடனான மாறுபட்ட அளவுகளில் தொழில் கொட்டில்களை அளிக்கக்கூடிய தொழிற் பேட்டைகளை அளித்தல்,

3.தொழில்முனைவோர்க்கு பயிற்சியளித்தல் வசதிகளின் மூலம் தொழில் நுட்ப உதவியை அளித்தல்,

4.தொழில் பயிற்சி நிறுவனங்களை அமைப்பதன் மூலம் ஆற்றல்சார்ந்த உழைப்பினை பெருக்குதல்,

சிறுதொழில்கள் வளர்ச்சிக் கழகம், தமிழ்நாடு :

தமிழ்நாட்டில், 1971 ஆம் ஆண்டில் சிறுதொழில்கள் வளர்ச்சிக் கழகம் அமைக்கப்பட்டது. தமிழ் நாட்டில் வாய்ப்புவளமிக்க வளர்ச்சி மையங்களை அடையாளம் காணுதலையே சிட்கோ அதன் முதன்மைப் பணியாக கொண்டுள்ளது. சிட்கோவால் நிர்வகிக்கப்படுகின்ற பல தொழிற்பேட்டைகள் தமிழ்நாட்டில் இயங்கி வருகின்றன. இவற்றுள் 32 தொழிற்பேட்டைகள் தொடக்கத்தில் அரசாலும் பின்னர் மீதமுள்ள 44 தொழிற்பேட்டைகள் சிட்கோவாலும் அமைக்கப்பட்டன.

இத்தொழிற்பேட்டைகள் சரிசம தொழில் வளர்ச்சியை உறுதிப்படுத்தும் நோக்கில் கிராமப்புறம் மற்றும் மிகவும் பின்தங்கிய பகுதிகளில் அமைந்துள்ளன.

சிட்கோவின் பணிகள் :

சிட்கோ பின்வரும் பணிகளை ஆற்றுகின்றது.



1. இது பற்றாக்குறையான மூலப்பொருட்களை அளிக்கின்றது :

சிட்கோ பற்றாக்குறையான மூலப்பொருட்களை உள்நாட்டு சந்தை அல்லது வெளிநாட்டு சந்தையிலிருந்து பெற்று சிறிய அளவு தொழில்களுக்கு வழங்குகின்றது. இதற்கென, சிட்கோ பல மூலப்பொருட்கள் டிப்போக்களை அமைத்து இவற்றின் மூலம் மாநிலத்தின் சிறுதொழில் தேவைகளுக்கு ஏற்ப பற்றாக்குறையான பல மூலப்பொருட்களை கொள்முதல் செய்கிறது.

2. இது சந்தையிடுகை உதவியை அளிக்கிறது:

சிறுதொழில்களுக்கு திறமையான சந்தையிடுகை ஆதரவினை அளிப்பதற்கு என, கழகமானது பல்வேறு திட்டங்களை மேற்கொள்கிறது. இதற்கென கழகமானது அளிப்பு மற்றும் பகிர்மான பொது இயக்குநர் மற்றும் மாநில அரசு துறைகளினால் விடப்படும் ஏலங்களில் பங்கேற்கிறது. பல்வேறு சிறிய துறை நிறுவனங்களிடையில் பகிர்ந்தளிக்கும் முகமாக முன்கூட்டியே பணங்களை செலுத்தி ஆணைகளைப் பெற்றுத்தருகிறது. இது அடிக்கடி வாங்குவோர், விற்போர் சந்திப்பிற்கும் ஏற்பாடு செய்கிறது.

3.இது உண்டியல்களைக் கழிவு செய்வதற்கு உதவுகிறது:

சிறிய தொழில் நிறுவனங்கள் அரசுத் துறைகளுக்கு பொருட்களை வழங்கும் பொழுது அதற்குரிய பணத்தைப் பெற கால தாமதமாகும். அத்தகைய ஒரு சூழ்நிலையில், அரசின் மீது வரையப்பட்ட உண்டியல்கள் சிட்கோவால் தள்ளுபடி செய்யப்பட்டு உண்டியலின் 80% மதிப்பு உடனடியாக அளிப்பாளர்களுக்கு அளிக்கப்படுகிறது. இது சிறுதொழில் நிறுவனங்களுக்கு அவற்றின் நடப்பு மூலதன பிரச்சனைகளைத் தீர்க்க உதவுகிறது

4. இது ஏற்றுமதி சந்தையிடுகை உதவியை புரிகிறது:

சிறிய தொழில் நிறுவனங்களுக்கு இடையில், ஏற்றுமதி சந்தையிடுகையை அபிவிருத்தி செய்வதற்கு என சிட்கோ அந்தியச் சந்தையில் சிறுதொழில்களில் பொருட்களை பார்வைக்கு இதற்கென சிட்கோ உருவாக்கிய இணையதளங்களில் இட்டு ஏற்றுமதி ஆணைகளைப்



பெறுகின்றது. ஏற்றுமதி ஆணை பெறப்பட்ட பிறகு, சிட்கோவின் பொது ஏற்றுமதி மேலாளரானவர் பொருளின் ஏற்றுமதிக்கு என பல்வேறு சேவைகளைப் புரிவதற்கு என ஏற்பாடுகளை செய்கின்றது.

பன்னாட்டு வாணிபக் கண்காட்சிகளில் கலந்து கொண்டு தமிழ்நாட்டின் சிறு தொழில் பொருட்களை காட்சிக்கு வைக்கின்றது.

5. இது மின்சக்தி உற்பத்தி நிலையங்களை அமைக்கிறது:

தடையற்ற மற்றும் சிறந்த தரமான மின்சாரத்தை வழங்கும் நோக்குடன் இது 10 முதன்மை தொழிற்பேட்டைகளில் மின்சார உற்பத்தி நிலையங்களை அமைக்கத் திட்டமிட்டுள்ளது.

6. இது ஆற்றல் மேம்பாட்டு மையங்களை அமைக்கிறது:

பல்வேறு சிறுதொழில் நிறுவனங்களுக்கும் ஆற்றல்பெற்ற உழைப்பாளர்களை வழங்கும் முயற்சியில் சிட்கோ பல்வேறு தொழிற்பேட்டைகளில் ஆற்றல் மேம்பாட்டு மையங்களை அமைத்துள்ளது. இம் மையங்களில் சிறுதொழில் நிறுவனங்களின் பல்வேறு துறைகளில் தொழிலாளர் களுக்கு பயிற்சி அளிக்கப்படுகின்றது.

7. இது மகளிர் தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிக்கிறது:

மகளிர் தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிக்கும் முகமாக அவர்களுக்கு சிறுதொழிலின் பல்வேறு துறைகளிலும் பயிற்சி அளிக்கும் முகமாக மகளிர்க்கென ஒரு தொழிற்பேட்டையை சென்னைக்கு அருகில் உள்ள திருமுல்லைவாயிலில் அமைத்துள்ளது.

கிட்கோவுடல் தமிழ்நாடு தொழில்கள் கழகம் (TANSI), தமிழ்நாடு தொழில்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப கலந்தாய்வு அமைப்பு (ITCOT) மற்றும் தமிழ்நாடு தொழில்கள் முதலீட்டு கழகம் (TIIC) போன்றவை சிறுதொழில்களை ஊக்குவிப்பதற்கு என அமைக்கப்பட்டு பணியாற்றி வருகின்றன.

12. விவசாயம் மற்றும் கிராமப்புற மேம்பாட்டு தேசியவங்கி:



விவசாயம், குடிசைத்தொழில் கிராமப்புற தொழில்கள், கைவினைப் பொருட்கள் மற்றும் சிறுதொழில்கள் துறைக்கு கடன் வழங்குவதன் மூலம் கிராமப்புறங்களை மேம்படுத்தும் நோக்குடன் பாராளுமன்றத்தின் சிறப்புச் சட்டத்தின் மூலம் நபார்டு வங்கி 1982ஆம் ஆண்டு அமைக்கப்பட்டது. இது இந்தியாவில் கிராமப்புறங்கள் வளர்ச்சி அடைவதற்கு என நீடித்து நிலைத்த கிராமப்புற மேம்பாட்டை ஊக்குவிக்கும் நோக்கில் செயல்படுகிறது. 'தற்பொழுது நபார்டு வங்கியின் 99% பங்குகள் இந்திய அரசால் அளிக்கப்பட்டுள்ளது.

நபார்டின் பங்கு:

1.கிராமப்புற பகுதிகளில் விவசாயம் மற்றும் பிற பொருத்ததார நடவடிக்கைகளுக்கு கடன் அளிப்பதில் தொடர்புடைய அணித்து கொள்கைகள், திட்டமிடல், மற்றும் இயக்கங்களை கையாளக்கூடிய ஒரு தலைமை நிறுவனமாக நபார்டு விளங்குகிறது.

2.கிராமப்புற மேம்பாட்டிற்கு என பல்வேறு மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை ஊக்குவிப்பதற்கு என முதலீடு மற்றும் உற்பத்திக் கடன் வழங்குகின்ற நிறுவனங்களுக்கு தபார்டு மறுநிதியிடல் முகவாண்மையாக செயல்படுகிறது.

3.இது இந்தியாவில் கடன் வழங்கல் முறையின் ஈர்க்கும் திறனை மேம்படுத்துகிறது. இதனுடன் கூட நபார்டு வங்கியானது கடன் நிறுவனங்களை மறுகட்டமைப்பு செய்தல், புனரமைப்புத் திட்டங்களின் உருவாக்கம், கண்காணித்தல் மற்றும் பணியாளர்களுக்கு பயிற்சியளித்தல் போன்ற பணிகளையும் ஆற்றுகிறது.

4.இந்திய அரசு மற்றும் மாநில அரசுகள், இந்திய ரிசர்வ் வங்கி மற்றும் பிற தேசிய நிலை நிறுவனங்களுக்கு இடையே தொடர்பை நிர்வகிக்கும் பொழுது துறை நிலையில் மேம்பாட்டுப் பணியில் ஈடுபட்டுவருகின்ற அனைத்து வகையான நிறுவனங்களின் கிராமப்புற கடனளிப்பு நடவடிக்கைகளையும் ஒருங்கிணைக்கிறது.



5.இது நாட்டின் அனைத்து மாவட்டங்களுக்குமென கிராமப்புற கடன் திட்டங்களை ஆண்டுதோறும் தயாரிக்கிறது.

6.இது கிராமப்புற வங்கியியல், விவசாயத்துறை மற்றும் கிராமப்புற மேம்பாட்டில் ஆராய்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது.

நபார்டின் மூலதன ஆதாரம் :

விவசாயம்சார்ந்த மறுநிதியிடல் மற்றும் மேம்பாட்டுக் கழகம், விவசாயம் சார்ந்த கடன் துறை, இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் கிராமப்புற திட்டமிடல் கடன் மையம் ஆகியன நபார்டால் எடுத்துக் கொள்ளப்பட்டுள்ளன. நபார்டின் அங்கீகரிக்கப்பட்ட மூலதனம் 3500 கோடிகளாக இருந்தது. மார்ச் 2015-ல் இதன் பங்களிப்பு மற்றும் செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் 75,000 கோடிகளாகும். இதில் 74,980 கோடிகள் மத்திய அரசாலும் 320 கோடிகள் இந்திய ரிசர்வ் வங்கியாலும் அளிக்கப்பட்டுள்ளது. இதனுடன்கூட 31,200 கோடிகளையும் இந்திய ரிசர்வ் வங்கி கடனாக வழங்கியுள்ளது. இந்திய ரிசர்வ் வங்கியால் பல்வேறு மாநில அரசுகள் மற்றும் மாநில கூட்டுறவு வங்கிகளுக்கும் அளிக்கப்பட்ட அனைத்துக் கடன்களும் நபார்டுக்கு மாற்றப்பட்டுள்ளன.

நபார்டின் நோக்கங்கள் :

நபார்டின் முதன்மை நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:

- 1.விவசாயத்திற்கும், கிராமப்புற மேம்பாட்டு ஊக்குவிப்பு நடவடிக்கைகளுக்கும் மறு நிதி வசதியளித்தல்,
2. சிறுதொழில்களுக்கு அனைத்துத் தேவையான நிதி மற்றும் உதவியை அளித்தல், ..
3. விவசாய நடவடிக்கைகளை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் சிறிய நீர்ப்பாசனத் கிட்டங்களை மேம்படுத்துதல்,
- 4.விவசாயம் மற்றும் கிராமப்புற தொழில்களில் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டினை மேற்கொள்ளுதல்.



5.மாநில அரசுகளுடன் இணைந்து விவசாயத்திற்கு நிதியளிப்பதை ஒருங்கிணைத்தல்.

6.விவசாய உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ள பல்வேறு அமைப்புகளை குவிக்கும் நோக்கில் அவைகளுக்கு மூலதனம் அளித்தல்,

ஆகவே நபார்டின் நோக்கங்கள் கீழ்க்கண்ட மூன்று முதன்மை தலைப்புகளின் கீழ் கொண்டுவரப்படலாம்.

1. கடன் பணி.
2. மேம்பாட்டுப் பணி.
3. பெருக்கம்சார்ந்த பணி.

நபார்டின் முதன்மைப் பணிகள் :

1.நபார்டு வங்கியானது வணிக வங்கிகள், மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள், மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகள், வட்டார கிராமப்புற வங்கிகள் மற்றும் மாநில வளர்ச்சி வங்கிகள் போன்றவற்றிற்கு மறுதிதியிடல் வசதிகளை அளிக்கின்றது.

2. இது வணிக வங்கிகளுக்கு கடன் அளிப்பதன் மூலம் விவசாயம், சிறுதொழில்கள் மற்றும் ஏளைய கிராமப்புற மற்றும் கைவினைத் தொழில்களுக்கு மறுநிதியிடல் வாதியினை அளிக்கிறது.

3.இது வணிக வங்கிகளுக்கும் கூட்டுறவு வங்கிகளுக்கும் கடன்களை அளிப்பதன் மூலம் கிராமப்புற தொழில்கள், சிறுதொழில்கள், குறுந்தொழில்கள் உள்ளிட்ட குடிசைத்-தொழில்களை ஊக்குவிக்கிறது.

4. இது சேவைப்பகுதி அணுகுமுறையின் கீழ் சிறுதொழில், குடிசைத் தொழில் மற்றும் கிராமத் தொழில்களின் ஊக்குவிப்பிற்கு சிறப்பு உதவிகளை அளிக்கிறது.

5. விவசாய இயக்கங்களுக்கு நிதியிட ஏதுவாக இது வணிக மற்றும் கூட்டுறவு வங்கிகளின் உண்டியல்களைக் கழிவு செய்கிறது.



6. இது கிராமப்புற பகுதிகளில் மேம்பாட்டு மற்றும் ஊக்குவிப்பு நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதற்கு என மாநில அரசுகளுக்கு நிதியினை அளிக் கிறது. பெரும்பாலான மாநிலங்களில் பின்தங்கிய பகுதிகளில் அளிக்கப் பட்டுள்ள வட்டார கிராமப்புற வங்கிகளுக்கு மறுநிதிவசதி அளிக்கிறது.
7. மாநில அரசின் உத்தரவாதத்திற்கு நீண்டகால விவசாயக் கடன் அளித்துவருகின்ற நிறுவனங்களுக்கு இது கடன் அளிக்கின்றது.
8. இது விவசாயம் மற்றும் தொழில் துறைகளில் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்கும் நிதியிடுகின்றது.
9. இது விவசாயக் கடன் தொடர்பான மத்திய அரசு மற்றும் இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் கொள்கையை நடைமுறைப்படுத்துகிறது.
10. கிராமப்புற வேலைவாய்ப்பின்மையைக் குறைப்பதற்கு என இது விவசாயம் சாராத துறைகளுக்கும் நிதியளிக்கின்றது.
11. இது மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள் மற்றும் நில வளர்ச்சி வங்கிகள் ஆகிய வற்றிற்கும் கடன்களை அளித்து கூட்டுறவுக் கட்டமைப்பிற்கு வலுவூட்டுகிறது.
12. இது சிறிய நீர்ப்பாசன திட்டங்களை ஊக்குவிப்பதற்கு என மாநில அரசினால் வழங்கப்படும் பாசனத் திட்டங்களுக்கு நிதியளிக்கிறது.
13. இது கூட்டுறவு வங்கிகள் மற்றும் வட்டார கிராமப்புற வங்கிகளின் பணியினை மேற்பார்வையிடுகிறது.
14. இது மாவட்ட அதிகாரிகளுடன் கூட மாவட்ட வளர்ச்சித் திட்டங்களை ஒருங்கிணைக்கிறது. இதற்கென இது அனைத்து மாறுபட்ட தலைநகரங்களிலும் கிளைகளைத் திறந்துள்ளது.
15. இது வணிக வங்கிகளில் ஆண்டுக் கடன் திட்டத்திற்கு உதவுகிறது. மற்றும் மாவட்ட நிலையில் வணிக வங்கிகள் மற்றும் கூட்டுறவு வங்கிகளின் நடவடிக்கைகளை ஒருங்கிணைக்கிறது.



16.வறட்சி, பயிர் தோல்வி, வெள்ளம் போன்ற இயற்கை சீரழிவுகளின் பொழுது, இது வணிக மற்றும் கூட்டுறவு வங்கிகளுக்கு மறு நிதியுதவி அளிப்பதன் மூலம் விவசாயிகள் தங்களது கஷ்டகாலத்தை கடக்க உதவுகிறது.

13. நுண்ணிய நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி மற்றும் மறுநிதியிடல் முகவாண்மை (முத்ரா வங்கி) வங்கி

நுண்ணிய நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி மற்றும் மறுநிதியிடல் முகவாண்மை வங்கி (முத்ரா வங்கி) இந்தியாவில் இயங்கிவரக்கூடிய ஒரு பொதுத்துறை நிதி நிறுவனமாகும். இவ்வங்கியானது நுண்ணிய நிதி நிறுவனங்களுக்கும் வங்கிசாரா நிதி நிறுவனங்களுக்கும் குறைந்த வட்டி வீதங்களில் கடன்களை அளிக்கின்றது. பின்னர் இந்நிதி நிறுவனங்கள் நுண்ணிய, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கு கடன் அளிக்கின்றன.

இவ்வங்கியினை நமது பாரதப் பிரதமர் திரு. நரேந்திர மோடி அவர்கள் ஏப்ரல் 8, 2015 அன்று தொடங்கிவைத்துள்ளார். இவ்வங்கிகள் பிரதான் மந்திரி முத்ரா யோஜனா திட்டத்தின் கீழ் அமைக்கப்பட்டன. இது வங்கிகளின் சேவை பெற இயலாத வங்கிச் சேவைகளற்ற பகுதிகளில் உள்ள சிறிய தொழில்முனைவோர்க்கு சேவைகளை அளிக்கின்றது. தேசிய மாதிரி சுற்றாய்வு அமைப்பு (National Sample Survey Organization (NSSO)) 2013 ஆம் ஆண்டில் மேற்கொண்ட ஆராய்ச்சியின்படி சுமார் 5.77 கோடி சிறு தொழில்கள் குறியிவக்கு வாடிக்கையாளர்களாக அடையாளம் காணப்பட்டுள்ளன. இவ்வணிகங்களுள் 4 மட்டுமே வங்கிகளிடம் இருந்து நிதியுதவி பெறுகின்றன.

முத்ராவின் திட்டங்கள்:

முத்ரா ஒரு வங்கிசாரா நிதிக் கம்பெனியாகும். இது நாட்டில் நுண்ணிய நிறுவனங்களின் வளர்ச்சிக்கு ஆதரவு அளிக்கிறது. இது 310 இலட்சம் வரையிலான நிதித்தேவைகளை உடைய நுண்ணிய நிறுவனங்களுக்கு நிதியுதவி அளிக்கக்கூடிய வங்கிகளுக்கு மறுநிதி அளிக்கிறது. இது



மறுநிதியுதவியை பிரதான் மந்திரி முத்ரா யோஜனாவின் கீழ் அளிக்கின்றது. மற்ற திட்டங்கள் இத் துறையின் வளர்ச்சிக்கு என அளிக்கப்படுகின்றன.

1. பிரதம மந்திரி முத்ரா யோஜனா (PMMY) ன் கீழ் முத்ராவின் திட்டங்கள்:

பிரதம மந்திரி முத்ரா யோஜனாவின் கீழ் 3 திட்டங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. அவை-(i)ஷிசு (Shishu), (ii) கிஷோர் (Kishor), மற்றும் (iii) தருண் ஆகியனவாகும் இத்திட்டங்கள் நுண்ணிய நிறுவனங்களின் நிதித் தேவையை நிறைவேற்றி அவற்றின் வளர்ச்சிக்கு உதவும் நோக்கில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. இதில் சிகளின் கீழ் 250,000 வரையிலுமான கடன்களும், கிஷோரின் கீழ் 250,000 -க்கு மேற்பட்ட ஆனால் 75 இலட்சம் வரையிலுமான கடன்களும், தருண் திட்டத்தின் கீழ் 15 இலட்சத்திற்கு மேற்பட்ட ஆனால் 210 இலட்சம் வரையிலுமான கடன் களும் அளிக்கப்படுகின்றன. இவை வளர்ச்சி மற்றும் பெருக்க உதவியையும் அளிக்கின்றன.

முத்ராவின் நிதி ஆதரவு

முத்ரா அளிக்கின்ற நிதி ஆதரவு நான்கு வகைப்படும். அவை பின்வருமாறு:

1. நுண்ணிய நிதி நிறுவனங்களின் மூலம் 31 இலட்சம் வரையிலுமான கடன்களுக்கான நுண்ணிய கடன் திட்டம்,
2. வணிக வங்கிகள்/வட்டார கிராம வங்கிகள்/அட்டவணையிலிடப்பட்ட கூட்டுறவு வங்கிகளுக்கு மறு நிதி வசதி திட்டம்.
3. மகளிர் நிறுவனத் திட்டம்.
4. கடன் தொகுப்பினை முதலீட்டுக்கு ஏற்ற பத்திரங்களாக அமைத்தல்.

சிறுதொழில் துறைக்கான வரிச்சலுகைகள் மற்றும் வரிவிலக்குகள் :



1. தேய்மானம் (Depreciation)

சிறு தொழில்களின் இயந்திரங்கள், நிலம், கட்டிடங்கள் மற்றும் இதர தளவாடப் பொருட்களின் தேய்மானத்தை வருவாயிலிருந்து குறைக்கும் (Deduction) சலுகை வருமான வரிச்சட்டம், பிரிவு 32-ன் கீழ் வழங்கப்படுகிறது.

2. புனரமைத்தல் சலுகை (Rehabilitation Allowance)

இயற்கைச் சீற்றங்கள், எதிரி நாடுகளின் செயல்கள், எதிர்பாராத தீ மற்றும் வெடி விபத்துக்கள் போன்றவற்றால் நலிவடைந்த தொழில்களின் புனரமைப்பிற்கு, வருமான வரிச்சட்டம், 1961 பிரிவு 33-Bயின் படி சலுகை வழங்கப்படுகிறது.

3. முதலீட்டுச் சலுகை (Investment Allowance):

வருமான வரிச்சட்டம், 1961, பிரிவு 32 A யின்படி, புதிய இயந்திரங்கள் மற்றும் தளவாடங்கள் வாங்கும் செலவில் 25 சதவீதம் முதலீட்டுச் சலுகையாக வழங்கப்படுகிறது.

4. விஞ்ஞான ஆய்வுகளுக்கு செய்யப்படும் செலவு (Expenditure on scientific Research)

பிரிவு 35-ன்படி நிறுவனத்தின் தொழிலைப் பற்றிய விஞ்ஞான ஆய்வுகளை மேற்கொள்வதற்கு ஆகும் செலவிற்கும், கல்லூரிகள், பல்கலைக்கழகங்கள் போன்றவற்றிற்கு விஞ்ஞான ஆய்வுகள் மேற்கொள்வதற்காக வழங்கப்படும் அன்பளிப்புகளுக்கும் வரிச்சலுகை வழங்கப்படுகிறது.

5. துவக்கச் செலவுகளுக்கான சலுகைகள் (Amortisation of Certain Preliminary expenses):

ஒரு தொழில் துவங்கும் பொழுதும், விரிவாக்கம் செய்யும் பொழுதும் ஏற்படும், திட்ட அறிக்கை தயாரித்தல், சட்டச் செலவுகள் போன்ற சில



குறிப்பிட்ட துவக்கச் செலவுகளை, வருமான வரிச்சட்டம், பிரிவு 35-Dயின்படி 5 ஆண்டுகளில் தள்ளுபடி செய்யப்படுகிறது.

விற்பனை வரி விலக்குகள் Sales Tax Exemptions

நகரங்களில் இருந்து குறிப்பிட்ட ஒரு தூரத்தில் வெளியே அமைந்துள்ள இடங்களில் அமைந்துள்ள புதிய சிறு தொழில் நிறுவனங்கள், விற்பனை வரிச் சலுகைகளும் விலக்குகளும் பெறத் தகுதி பெறுகின்றன. உற்பத்தி தொடங்கியதில் இருந்து முதல் 5 ஆண்டுகளுக்கு வட்டியில்லா விற்பனை வரிக் கடன் அளிக்கப் படுகின்றது. இக்கடன் 6 ஆவது ஆண்டு முதல் தொடங்கி மூன்று சரிசம் ஆண்டுத் தவணைகளில் மீட்கப்படுகின்றது.

உயிர்காக்கும் மருந்துகள் மற்றும் இன்றியமையாத இரசாயனங்கள் போன்ற சில பொருட்கள் விற்பனை வரியிலிருந்து விலக்கு பெறுகின்றன. சிறு தொழில் துறையை ஊக்குவிப்பதற்கு என, அரசு பல்வேறு இனங்கள் மீதான விற்பனை வரியைக் குறைத்துள்ளது.

இந்தியாவில் நிலவி வந்த சூழலுக்கு ஏற்ப சிறு தொழில்களின் இலக்கணம் 1948 ஆம் ஆண்டு முதல் அவற்றின் பரப்பை பரபவலாக்கும் நோக்கில் பலமுறை மாற்றி அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

1955ஆம் ஆண்டு சிறு தொழில்களின் அவை அளித்துள்ள இலக்கணத்தின் படி, ஒரு சிறு தொழில் நிறுவனம் ஆனது “மின்சாரத்தை பயன்படுத்தும் பட்சத்தில் 50 நபர்களுக்குக் குறைவானவர்களையும், மின்சாரத்தைப் பயன் படுத்தாத நிலையில் 100 -க்கு குறைவானவர்களையும் பணியிலமர்த்தும் மற்றும் 5 இலட்சங்களை மிகாத மூலதனச் சொத்துக்களைக் கொண்டுள்ள ஒரு நிறுவனம்” ஆகும் இந்த இலக்கணம் பணியிலமர்த்தப்பட்ட நபர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் மூலதனச் சொத்துக்களின் மதிப்பு ஆகியவற்றின் அடிப்படையிலேயே வகுக்கப்பட்டுள்ளது. பின்னர், அரசானது இதன் முக்கியத்துவத்தை மூலதனச் சொத்து மற்றும் பணியாளர்களிலிருந்து தொழிற்சாலை மனையிடம் மற்றும் இயந்திரத்தில் செய்யப்படும் முதலீட்டிற்கு மாற்றி விட்டது.



தொடக்கத்தில் சிறு தொழில்களின் முதலீட்டு வரையறை 35 இலட்சங்களாக நிர்ணயிக்கப்பட்டது. இது பின்னர் 1966 ஆம் ஆண்டில் 375 இலட்சங்களாகவும், 1977 ஆம் ஆண்டில் 310 இலட்சங்களாகவும், 1980 ஆம் ஆண்டில் 120 இலட்சங்களாகவும், பின்னர் (35 இலட்சங்களாகவும், பின்னர் 1991 ஆம் ஆண்டில் 160 இலட்சங்களாகவும், பின்னர் 1997 ஆம் ஆண்டில் 73 கோடிகளாகவும் உயர்த்தப்பட்டது. ஆயினும், இந்த வரையறை ஆனது 1999-2000 ஆம் ஆண்டில் <1 கோடியாகக் குறைக்கப்பட்டது. தற்பொழுது நுண்ணிய, சிறிய மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள் வளர்ச்சி

சட்டம், 2006 ஆனது இதனை 35 கோடிகளாக அதிகரித்துள்ளது. ஆகவே, தற்போதைய சிறிய தொழில் நிறுவனங்களின் செயல் இலக்கணம் ஆனது “75 கோடிகளுக்கு மேற்படாத முதலீட்டை இயந்திரம் மற்றும் கருவிகளில் செய்துள்ள ஒரு தொழில் நிறுவனம்” ஆகும்.

சிறு தொழில்களுக்கு மாநில அரசும் மத்திய அரசும் அளிக்கும் பல்வேறு ஊக்கத் தொகைகள்

இப்பொழுது நாம் சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு அளிக்கப்படும் பல்வேறு ஊக்குவிப்புகளையும் உதவி நிதியையும் (Subsidy) பற்றிக் காணலாம்;

1. மத்திய அரசால் அளிக்கப்படும் மூலதன முதலீட்டு உதவி நிதித் திட்டம்
Capital Investment Subsidy Scheme Offered by Central Government

பின்தங்கிய பகுதிகளின் மேம்பாட்டிற்கு என வடிவமைக்கப்பட்ட கொள்கை நடவடிக்கைகளுள் மூலதன முதலீட்டு உதவித் தொகைத் திட்டமும் ஒன்றாகும். இத்திட்டத்தின் கீழ், மூலதன முதலீடு மீது ஒரு உதவித் தொகை அளிக்கப்படும். மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளால் குறிப்பிடப்படும் பகுதிகளில் உள்ள தொழில் நிறுவனங்களால் முதலீடு செய்யப்படும் மூலதனத்தில் 10% மாநியமாக அளிக்கப்படும். இத்திட்டத்தின் கீழ், அரசு நமது நாட்டில் 300 மாவட்டங்களை பின்தங்கிய மாவட்டங்களாக அறிவித்துள்ளது. இவை பின்தங்கிய பகுதிகளை 3 பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தியுள்ளன. இவற்றுள் “A” பிரிவில் 25 இலட்சங்கள் வரையறைக்கு



உட்பட்டு முதலீட்டில் 25% ம், "B" பிரிவில் 715 இலட்சங்கள் வரையறைக்கு உட்பட்டு முதலீட்டில் 15% ம், "C" பிரிவில் 710 இலட்சங்கள் வரையறைக்கு உட்பட்டு முதலீட்டில் 10% ம் உதவித் தொகையாக அளிக்கப் படுகிறது.

இத்திட்டத்தின் கீழ் உதவி நிதி பெறுவதற்குரிய தகுதி Eligibility to Avail Subsidy under this Scheme:

1. இத்திட்டம் ஆனது மத்திய அரசால் அறிவிக்கப்பட்ட பின்தங்கிய மாவட்டங்களில் அமைந்துள்ள அனைத்துத் தொழில் நிறுவனங்களுக்கும் பொருந்தும்.
2. பதிவு செய்யப்பட்ட தொழில் நிறுவனங்கள் மட்டுமே விண்ணப்பிக்கத் தகுதி பெற்றவைகளாக உள்ளன.
3. நிதி நிறுவனங்கள் இந்த உதவித் தொகையை பட்டுவாடா செய்கின்றன.

2. போக்குவரத்து உதவி நிதித் திட்டம் Transport Subsidy Scheme:

இந்தியாவில் சிறு தொழில் நிறுவனங்களை பெருக்குவதற்கு என, அரசு நிறுவனங்கள் மூலப் பொருட்கள் மற்றும் முடிவுப் பொருட்களை மலைப் பிரதேசங்களுக்கும் அங்கிருந்து மற்ற இடங்களுக்கும் எடுத்து செய்வதற்கு போக்குவரத்து உதவி நிதியை அளிகிறது. இத்திட்டம் ஆனது ஜம்மு, காஷ்மீர், அசாம், நாகாலாந்து, மேகாலயா, மணிப்பூர், திரிபுரா, அருளாச்சல பிரதேஷ மற்றும் மிசோரம் ஆகிய மாநிலங்களில் இயங்குகின்றது.

இத்திட்டத்தின் கீழ் உதவி பெறுவதற்கான தகுதி :

1. மேலே குறிப்பிடப்பட்டுள்ள மலைப் பிரதேசங்களில் அமைந்துள்ள மாநிலங்களில் அமைக்கப்படும் அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் அம் மாநிலங்களை விட்டு வெளியே எடுத்து செல்லப்படும் மூலப் பொருட்களுக்கும் முடிவுப் பொருட்களுக்கும் இத்திட்டத்தின் கீழ் போக்குவரத்து உதவி நிதி பெறத் தகுதி உள்ளது.



2. உதவி நிதியானது மூலப் பொருட்கள் மற்றும் முடிவுப் பொருட்களின் உட்புற போக்குவரத்திற்குக் கிடைக்காது.

3. போக்குவரத்து உதவி நிதியை நிர்ணயிப்பதற்கு என கமை ஏற்றுதல், இறக்குதல் மற்றும் ஏனைய கையாளுகை கட்டணங்கள் கணக்கில் எடுக்கப்படுவதில்லை.

4. மூலப் பொருட்கள் மற்றும் முடிவுப் பொருட்களின் போக்குவரத்துச் செலவில் 50%-க்கு மேற்படாத ஒரு தொகை உதவி நிதியாக அளிக்கப்படும்.

3. விதை (தொடக்க) மூலதன அளிப்பு :

தொழில்களைத் தொடங்குவதற்கு என அரசு விதை மூலதனம் அல்லது இடர் மூலதனம் என்று அழைக்கப்படும் தொடக்க மூலதனத்தை அளிக்கின்றது. தகுதி வாய்ந்த நிலைகளில், நிதி நிறுவனங்களிடம் இருந்து கடன் பெறுவதற்கு என தொழில்முனைவோர் கட்டாயமாக இட வேண்டி மிகைத் தொகையையும் நிதி நிறுவனங்களே அளித்து உதவுகின்றன. தொடக்க மூலதன அளிப்பானது வறுமையில் வாடும் தகுதிவாய்ந்த தொழில்முனைவோர்க்கு வணிகம் மற்றும் தொழிலுக்குள் நுழைய உதவுகின்றது.

5. சலுகை வீதத்தில் மின்சாரம் மற்றும் தண்ணீர் அளிப்பு:

அறிவிக்கப்பட்ட பின்தங்கிய பகுதிகளில் அமைந்துள்ள புதிய நிறுவனங்களானது உற்பத்தி தடங்கலின்றி நடைபெற உதவும் வகையில் சலுகை வீதத்தில் மின்சாரமும் தண்ணீரும் பெறத் தகுதி பெற்றனவாய் இருக்கின்றன.

6. மூலப் பொருட்களின் கொள்முதல் :

எஃகு மற்றும் இரும்பு, நிலக்கரி, மெழுகு, பொட்டாசியம் குளோரைடு, காஸ்டிக் சோடா போன்ற பற்றாக்குறையாக உள்ள மூலப் பொருட்கள் சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு தயாரித்து அளிக்கப்படுகின்றன. நமது நாட்டில், சிறு தொழில் வளர்ச்சிக் கழகம் (SIDCO) ஆனது முக்கியமான மூலப்



பொருட்களை முதன்மை உற்பத்தியாளர்களிடம் இருந்து கொள்முதல் செய்து தேவையுள்ள தொழில்முனைவோர்க்கு அளிக்கின்றது.

7. தொழில்மனை ஒதுக்கீடு :

ஒரு தொழிலுக்குத் தேவையான அடிப்படைக் கட்டமைப்பு பணிமனை ஆகும். அரசானது தொழில்முனைவோர்க்கு பணிமனைகளை ஒதுக்கீடு செய்கின்றது. தற்போது தமிழ் நாட்டில், தொழில்முனைவோர்க்கு பின்கண்ட இரண்டு முகவாண்மைகள் முக்கியமாக இவ்வசதியை அளிக்கின்றன:

1. தொழில் மற்றும் வணிகவியலின் இயக்குநர் (Director of Industry & Commerce).
2. சிறு தொழில்கள் வளர்ச்சிக் கழகம் (SIDCO).

8. ஏற்றுமதி ஊக்குவிப்புகளும் உதவி நிதியும் :

ஏற்றுமதி சந்தையை ஊக்குவிக்கும் மற்றும் அந்நியச் செலாவணியை ஈட்டும் ஒரு நோக்கில், அரசு பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்யும் நிறுவனங்களுக்கு உதவி நிதியை அளிக்கின்றது, தவிரவும், அரசு ஊக்குவிப்புகளையும் ஏனைய பயன் களையும் நேரடி மற்றும் மறைமுக வரிகளின் கீழ் அளிப்பதற்கு என பல்வேறு திட்டங்களையும் தீட்டியுள்ளது.

9. மின்சார உருவாக்கிகளுக்குரிய உதவி நிதி :

பல மாநிலங்களில், தொழில் நிறுவனங்கள் மின்சாரப் பற்றாக்குறை, மின்சாரக் கசிவுகள், மின் அளிப்பில் மாறுபாடுகள் (ஏற்ற இறக்கம்) போன்ற பிரச்சனை களால் அவதியுறுகின்றன. ஆகவே, அரசு இப்பிரச்சனைகளைத் தீர்த்து வைப்பதற்கு என மின் உருவாக்கிகளை (Generators) கொள்முதல் செய்வதற்கு கடன்களை அளித்து உதவுகின்றது. தொழில்முனைவோர் இந்த உதவித் தொகையை எளிதான கூறுகளில் பெற்று தங்களின் நிறுவனங்களில் ஒரு மின் உருவாக்கியை நிறுவிக் கொள்ள முடியும்.

10. மகளிர் தொழில்முனைவோர்க்கு சிறப்பு ஊக்குவிப்புகள் :



நாட்டின் வளர்ச்சிக்கு மகளிர் ஆற்றவேண்டிய பங்கின் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்து, தயாரிப்புத் தொழிலில் ஈடுபட விருப்பம் உள்ள மகளிர் தொழில்முனை வோர்க்கு சிறப்பு ஊக்குவிப்புகளை அரசு அளித்து வருகின்றது. அவர்களுக்கு அரசானது உடனடி நிதியை வழங்கி ஏனைய வசதிகளுக்கான ஏற்பாட்டையும் செய்து தருகின்றது. அரசு முகவாண்மைகளும் தனியார் தன்னார்வ முகவாண்மை களும் கூட மகளிர்க்கு தொழிற் பயிற்சி உள்ளிட்ட பல்வேறு உதவிகளையும் அளிக்கின்றன.

11. முத்திரை வரியிலிருந்து விலக்கு :

மாநிலத்திற்குச் சொந்தமான நிதி நிறுவனங்களினால் ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்ட மனைகளுக்கான பதிவிற்கு சிறிய தொழில்முனைவோர் முத்திரை வரி செலுத்த வேண்டியதில்லை என்ற அரசு ஆணையை தமிழ்நாடு அரசு வெளியிட்டுள்ளது. உதாரணமாக, தமிழ் நாட்டில், மாநிலத் தொழில் வளர்ச்சிக் கழகம் (SIPCOT) தொழில்முனைவோர்க்கு ஹோசூர், ராணிபேட்டை புதுக்கோட்டை கும்மிடிப் பூண்டி கடலூர், மற்றும் மானாமதுரை போன்ற இடங்களில் மனைகளை ஒதுக்கியுள்ளது.

12. சந்தை ஆய்வுகள்/சாத்தியத்தன்மை ஆய்வுகள்/அறிக்கைகள் போன்றவற்றின் அடக்கச் செலவுக்கு நிதி உதவி அளித்தல்

சிறிய தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிப்பதற்கு என மாநிலத்திற்குச் சொந்தமான தொழில்நுட்பக் கலந்தாய்வு அமைப்பான ITCOT என்ற நிறுவனம் ஒரு நிதி உதவித் திட்டத்தை செயல்படுத்தி வருகின்றது. இதன் கீழ், அமைப்பினால் மேற்கொள்ளப்படும் திட்ட அறிக்கையின் தயாரிப்பு, முதலீட்டுக்கு முந்தைய ஆய்வு, சந்தை ஆய்வு போன்றவற்றிற்கு ஆகும் செலவில் சுமார் 80% வரை அல்லது 75,000 ஆகியவற்றில் குறைவான தொகை வரை நிதி உதவி அளிக்கப்படுகின்றது. மீதமுள்ள தொகையை தொழில்முனைவோர் செலவிட வேண்டும்.



13. தாழ்த்தப்பட்ட மற்றும் மலைவாழ் தொழில்முனைவோருக்கான சிறப்பு உதவிகள்:

இந்தியத் தொழில் வர்த்தகக் கழகம் ஆனது, உடல் ஊனமுற்ற தொழில்முனைவோர் மற்றும் தாழ்த்தப்பட்ட மற்றும் மலைவாழ் தொழில்முனைவோர்க்கு திட்ட அறிக்கையின் தயாரிப்பு, முதலீட்டுக்கு முந்தைய ஆய்வு மற்றும் சந்தைச் சுற்றாய்வு போன்றவற்றிற்கு உதவி நிதி அளிக்கின்றது. உதவி நிதியானது அவைகளுக்கு அளிக்கப்படும் கலந்தாய்வுச் சேவைகளின் மொத்தச் செலவில் 100% ஆக இருக்கிறது.

அது போலவே, தாழ்த்தப்பட்ட மற்றும் மலைவாழ் தொழில்முனைவோர் 25% மிகைப் பணத் தேவையைக் கூட செலுத்த வேண்டியதில்லை, நிதி உதவி யைப் பெற அவர்கள் 10% மிகைப் பணத்தை செலுத்துவது மட்டுமே போதுமானதாகும். அவர்களின் நிறுவனங்கள் அறிவிக்கப்பட்ட பின்தங்கிய பகுதிகளில் தொடங்கப்படும் நிலையில் வட்டி வீதத்தில் 1.5% மும் குறைக்கப்படுகின்றது.

தாழ்த்தப்பட்ட/மலைவாழ் தொழில்முனைவோரால் தொடங்கப்படும் நடுத்தர மற்றும் பேரளவுத் தொழில்களுக்கு சிப்காட் (SIPCOT) நிறுவனம் அவைகளின் சாதாரணப் பங்கு முதலில் நேரடியாகப் பங்கு கொள்கின்றது.

14. சிறு தொழில் நிறுவனங்களிடம் இருந்து முன்னுரிமைக் கொள்முதல்:

இந்திய அரசு ஆனது சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் தனிப்பட்ட உற்பத்திக்கு என 900 -க்கு மேற்பட்ட இனங்களை தொழில் கொள்கைத் தீர்மானத்திற்கு ஏற்ப ஒதுக்கீடு செய்துள்ளது. சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியில் அக்கறை கொண்டு, அரசுத் துறைகள் இத்துறைக்கு முன்னுரிமை அளித்து இவற்றிடம் இருந்து அவை தயாரிக்கும் பொருட்களைக் கொள்முதல் செய்கின்றது. சிறிய மற்றும் பேரளவு ஆகிய இரண்டு வகையான நிறுவனங்களிடம் இருந்தும் கொள்முதல் செய்யப்படும் இனங்களின் நிலையிலும் இவற்றிடம் இருந்து அதிகபட்சமாக 15% கொள்முதல் செய்வதற்கு முன்னுரிமை அளிக்கப்படுகின்றது.



ஆயினும், இந்த உதவி நிதிகளையும் ஊக்கத் தொகைகளையும் பெறுவதில் சில பிரச்சனைகள் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

1.உதவி நிதியையும் அவற்றின் பயன்களையும் அடைவதில் பேரளவில் காலதாமதம் ஏற்படுகின்றது.

2. உதவி நிதியின் அளவு போதுமானதாக இல்லை.

3.பயன்களை உடனடியாகப் பெறுவதில் பல பிரச்சனைகளை உருவாக்க கூடியவாறு, நடைமுறைகளும் சட்டச்சட்டங்களுக்கும் கடினமாக உள்ளன:

15. வட்டியில்லா விற்பனை வரிக் கடன்கள் :

சென்னை, மதுரை, கோயம்புத்தூர், சேலம், திருச்சி போன்ற நகரங்களுக்கு வெளிப்புறமாக அமைந்துள்ள சிறிய தொழில் நிறுவனங்களுக்கு இத்திட்டம் பயனளிக்கின்றது. இத்திட்டத்தின் கீழ், சென்னை மாநகரத்திலிருந்து 15 கி.மீ. தொலைவிலும், கோயம்புத்தூர், மதுரை, சேலம், திருச்சி போன்ற மற்ற நகரங்களிலிருந்து 8 கி.மீ. தொலைவிலும் அமைந்துள்ள அனைத்துப் புதிய சிறு தொழில் நிறுவனங்களும் உதவி பெறத் தகுதி உடையனவாய் உள்ளன. உதவியானது நிரந்தரச் சொத்துக்களின் 20% - க்கு மேற்படாத அல்லது 320 இலட்சங்கள் ஆகியவற்றில் எது குறைவோ அதற்கு மேற்படாததாக இருத்தல் வேண்டும். மொத்தக் கடனும் வட்டியில்லாதது ஆகும். அது 6,7, மற்றும் ஆவது ஆண்டு முதல் மூன்று சரிசம ஆண்டுத் தவணைகளில் மீட்கப்படுகின்றது.



அலகு 5

தொழில்முனைவு மேம்பாடு

நிதி ஆய்வு :

திட்டத்தின் நிதி ரீதியான நிலைத்த தன்மையை மதிப்பீடு செய்ய சில அளவீடுகள் இந்த ஆய்வில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. திட்டத்தின் மாதிரி இருப்புநிலைப் பட்டியல் தயாரிக்கப்படுகிறது. அன்னியச் செலாவணித் தேவைகளுக்கு, மத்திய அரசின் அனுமதி பெறவேண்டும். அரசு பொதுத்துறைக் குறிப்புகளின் படி தேய்மானம் வேண்டும்.

கணக்கிடப்பட சாத்தியக் கூறு அறிக்கையில் முன்னுரிமைத் தொழில்களுக்குரிய வரி விலக்குகள், பிற்படுத்தப்பட்ட பகுதிகளுக்குரிய மான்யங்கள், அதிகரிக்கப்பட்ட தேய்மானம் போன்றவற்றைக் கணக்கில் எடுக்க வேண்டும். பல்வேறு உற்பத்தி நிலைகளிலும், பல்வேறு விலைகளிலும் லாப விகிதத்தை ஆராய வேண்டும்.

பொருளாதார ஆய்வுகள் :

சமூக இலாப ஈட்டு ஆய்வில், நிறுவனத்தின் செலவு மற்றும் வருவாய் புள்ளி விபரங்களில் சில மாறுதல்களை செய்யவேண்டும். அன்னியச் செலாவணி, கூலி மற்றும் மூலதனம் ஆகியவற்றின் உண்மையான மதிப்பினைப் பிரதிபலிப்பதற்கு, உள்ளீடுகளின் விலையில் மாற்றம் செய்ய வேண்டியது மிக முக்கியமாகும். அயல் நாட்டு வாணிகத்தில், நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை அளவிட முயற்சிக்க வேண்டும். திட்ட அறிக்கையில் மறைமுக செலவுகளும் பயன்பாடுகளும் சேர்த்துக் கொள்ளப்பட வேண்டும். மறைமுக செலவுகளையும், பயன்பாடுகளையும் அளவிட முடியாவிட்டால், அவற்றை ஆய்வு செய்து அவற்றின் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்த வேண்டும்.



நூற்பு ஆலைகளுக்குத் தேவையான காகிதக் கூம்புகள் (Paper Cones) உற்பத்தி செய்ய மாதிரி திட்ட அறிக்கை நூற்பாலைகளில் நூலைச் சுற்றி வைக்க பேப்பர் கூம்புகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். தேவைக்குத் தகுந்தாற்போல் பேப்பர் கூம்புகள் (பேப்பர் கோன்கள்) பல அளவுகளில் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

நூலை ஓரிடத்தில் இருந்து இன்னொரு இடத்திற்குச் சேதமில்லாமல் எடுத்துச் செல்லவும் பேப்பர் கூம்புகள் பயனாகின்றன.

சந்தையில் உள்ள தேவை (Market Feasibility) தமிழ்நாட்டில் அநேகமாக எல்லா மாவட்டங்களிலும் நெசவுத் தொழில் நடைபெற்று வருகிறது. குறிப்பாக கோவை, அதைச் சுற்றியுள்ள திருப்பூர், பொள்ளாச்சி, உடுமலைப்பேட்டை போன்ற இடங்களில் மிகவும் அதிகம். நாளுக்குநாள் சிறிய அளவிலும், பெரிய அளவிலும் புதிய ஆலைகளைத் தொடங்கிக் கொண்டுதான் இருக்கிறார்கள்.

சமீப காலமாக பேப்பருக்கு பதிலாக பிளாஸ்டிக் கோன்கள் மூலப்பொருளைக் கொண்டு பிளாஸ்டிக் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டு இருக்கின்றன. இவை பேப்பர் கூம்புகளை விட சுமார் 30 சதவீதம் முதல் 40 சதவீதம் வரை விலை அதிகம்.

நூல் சுற்றப்பட்ட பிளாஸ்டிக் கூம்புகளை ஓரிடத்தில் இருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு எடுத்துச் செல்லும்போது கூம்புகளில் விளிம்புகள் அடிக்கடி சேதமடைந்து விடுகின்றன. இதனால் பிளாஸ்டிக் கூம்புகளை அதிக நாட்கள் உபயோகிக்கும் வாய்ப்பும் குறைகிறது.

பேப்பர் கூம்புகளின் விலை குறைவு என்பதால் சேதமடைந்தவைகளை எளிதாக வீசியெறிந்துவிட்டு புதிய கூம்புகளை வாங்கிக் கொள்ளலாம் என்பதால் பிளாஸ்டிக் கூம்புகளை விட பேப்பர் கூம்புகளை ஆலை உரிமையாளர்கள் விரும்புகிறார்கள்.



பேப்பர் கூம்புகள் அடிக்கடி மாற்ற வேண்டிய பொருள் என்பதால் இதன் தேவை இருந்துகொண்டே இருக்கும்.

நெசவுத் தொழிலை மட்டுமே இது சார்ந்து இருப்பதால் நெசவுத் தொழிலின் வளர்ச்சியைப் பொறுத்தே இவற்றின் தேவையும் அமையும்.

தயாரிப்பு:

எதுவும் பேப்பர் கூம்புகள் தயாரிப்பில் அதிநவீன தொழில் நுட்பம் எளிமையான தயாரிப்பு முறையே இல்லை. கையாளப்படுகிறது. அனைத்து வகை இயந்திரங்களும், மூலப்பொருள்களும் இந்தியாவிலேயே கிடைக்கின்றன.

1. ஆட்டோமேட்டிக் பேட்டர்ன் ஃபார்மிங் இயந்திரம்.
2. கோன் வைண்டிங் இயந்திரம்.
3. கோன் ஃபினிஷிங் இயந்திரம்.
4. எலெக்ட்ரிக் கோன் டிரையர்.
5. ஸ்ப்ரைல் டியூப் வைண்டர்.

ஆகிய முக்கிய இயந்திரங்களும் மில் போர்டு (அட்டை), மஞ்சள் டெக்ஸ்ட்ரின், மரவள்ளிக்கிழங்கு மாவு போன்ற மூலப்பொருள்களும் தேவைப்படுகின்றன.

பேட்டர்ன்ஃபார்மிங் இயந்திரத்தில் தேவைக்குத் தகுந்தாற்போல் பேட்டர்ன் செய்துகொண்டு, கோன் வைண்டிங் இயந்திரத்தில் அட்டையானது தகுந்த அளவில் கூம்பு வடிவில் செய்யப்படுகிறது. பசைப்பொருட்கள் சேர்க்கப்படுவதால் கூம்பு உறுதியாகத் தயாராகிறது. அட்டையின் தரத்தைப் பொறுத்து பேப்பர் கூம்புகளின் தரம் அமைகிறது.

பொருளியல் ஆய்வு :



இந்தத் தொழிலில் லாபம் கிடைக்குமா என்பதை ஆராய்வதே இந்த ஆய்வின் நோக்கம்.

அனுமானங்கள் (Assumptions):

1. மில்போர்டு அட்டையில் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிலான கூம்புகள் செய்யப்படுவதாகக் கொள்வோம்.
2. ஒரு கூம்பின் எடை சுமார் 29 கிராம்.
3. விற்ப்புக்கு எட்டு மணிநேரம் வீதம் தினசரி இரண்டு விற்ப்பு.
4. மாதத்துக்கு 25 வேலை நாட்கள்.

5. ஒரு விற்ப்புக்கு 11,000 கூம்புகள் உற்பத்தி	ரூ.
6. உற்பத்தியின் போது வீணாதல் 20 சதவீதம். நிலை முதலீடு (Fixed Capital) :	
நிலமும் கட்டிடமும்:	
சுமாராக 3,500 சதுர அடி நிலம், சதுர அடிக்கு 25 ரூபாய் வீதம்...	87,500.00
இயந்திரம், அலுவலகம், இருப்பு	3,00,000.00
வைப்பதற்கான பாதுகாப்பான கட்டிடம் 2,500 சதுர அடியில் சதுர அடிக்கு 120 ரூபாய் வீதம்...	3,20,000.00
இயந்திரங்கள்:	
பேப்பர் கூம்புகளைத் தயாரிக்கும் அனைத்து வகை இயந்திரங்களும்	1,000.00
நடப்பு முதலீடு:	



பணியாளர்கள் (மாதத்திற்கு)	
மேனேஜர் - 1	600.00
டைப்பிஸ்ட் மற்றும் கிளார்க் - 1	1,600.00
மேற்பார்வையாளர்கள் -2 பேர் மெஷின் ஆப்பரேட்டர்கள் - 8 பேர்	4,000.00
	1,800.00
காவலர்கள் - 3 பேர் எடுபிடி வேலையாட்கள் - 10 பேர்	3,600.00
ஆபீஸ் பையன்கள் - 3 பேர்	1,400.00
மொத்த சம்பளம்	
2. மூலப்பொருள்கள் (மாதத்திற்கு):	14,000.00
மில்போர்டு (ஒரு நாளைக்கு இரண்டு	
ஷிஃப்டுக்கு 780 கிலோ வீதம் 25 நாட்களுக்கு கிலோ ரூ.6.70 வீதம்) மஞ்சள் டெக்ஸ்ட்ரின் (ஒரு நாளைக்கு இரண்டு	1,30,650.00
ஷிஃப்டுக்கு 6 கிலோ வீதம் 25 நாட்களுக்கு கிலோ ரூ.10 வீதம்)	1,500.00
மரவள்ளிக் கிழங்கு (டாபியோகா) மாவு (ஒரு நாளைக்கு இரண்டு ஷிஃப்டுக்கு 60 கிலோ வீதம் கிலோவுக்கு ரூ.5/-வீதம் 25 நாட்களுக்கு)	7,500.00
மொத்தம்	
	1,39,650.00



3. தேர செலவினங்கள்:	6,000.00
மின்சாரம் 4000 யூனிட்கள், யூனிட்க்கு ரூ.1.50 வீதம் வீணாதல் மற்றும் ஆயில் செலவு நிர்வாக செலவு	2,500.00
இன்தூரன்ஸ் போன்ற செலவுகள்	5,500.00
மொத்தம்	1,000.00
மொத்த பணியாளர்கள் சம்பளம்	15,000.00
மூலப்பொருட்கள்	14,000.00
இதர செலவுகள்	1,39,650.00
மொத்தம்	15,000.00
ஒன்றரை மாதத்துக்கு நடப்பு முதலீட்டைக் (Working Capital) கணக்கிட்டால்.	1,68,650.00
தேவையான மொத்த முதலீடு:	2,50,000.00
நிலை முதலீடு நடப்பு முதலீடு தொடக்கச் செலவுகள் உற்பத்திச் செலவு (வருடத்திற்கு)	7,07,500.00
மூலப்பொருட்கள், சம்பளம் இதரச் செலவுகள்	2,50,000.00
தேய்மானம் - இயந்திரத்துக்கு 20 சதவீதம்	15,000.00
தேய்மானம் - கட்டிடத்துக்கு 10 சதவீதம்	20,23,800.00
மொத்த முதலீட்டுக்கு வட்டி 18 சதவீதம்	64,000.00
	30,000.00



மொத்தம்	1,75,000.00
விற்பனை (வருடத்திற்கு)	22,92,800.00
மாதத்திற்கு 5,50,000 கூம்புகள். ஆயிரம் கூம்புகளுக்கு 390 ரூபாய் வீதம்	
விற்பனை ஒரு வருடத்திற்கு மொத்த உற்பத்தி செலவு	
மொத்த வருட இலாபம்	25,74,000.00
முதலீட்டுக்கு வருவாய் விகிதம் = நிகரலாபம் / மொத்த முதலீடு x100 = 29%	22,92,800.00
லாபநட்டமற்ற புள்ளி (Break Even Point)	2,81,200.00
நிலையான செலவுகள் (Fixed Costs):	
தேய்மான செலவு	
வட்டி செலவு	
இன்ஷூரன்ஸ்	
40% சம்பளம் மற்றும் கூலி	
40% இதரச் செலவுகள்	
மொத்தம்	94,000.00
	1,75,050.00
	6,000.00
	67,200.00
	72,000.00



	4,14,250.00
--	-------------

லாபநட்டமற்ற நிலைப்புள்ளி

$$= \frac{\text{நிலையான செலவுகள்}}{\text{நிலையான செலவுகள்} + \text{லாபம்}} \times 100$$
$$= 59.6\%$$

(பொருளியல் ஆய்வில் ஒரே ஒரு வகை கூம்புகள் மட்டும் உற்பத்தி செய்வதாக கணக்கிடப்பட்டுள்ளது. பல வகையான கூம்புகளை உற்பத்தி செய்வதன் மூலம் லாபம் அதிகரிக்க வாய்ப்புண்டு. தொழிற்சாலை அமையும் இடத்தைப் பொறுத்து முதலீடும், உற்பத்திச் செலவும் கூடவோ, அல்லது குறையவோ செய்யலாம்)

லாப நட்டம் இல்லாத சமநிலை ஆய்வு (Break Even Analysis)

ஒரு நிறுவனத்தின் லாபம் ஈட்டும் திறனை மதிப்பிடும் பொழுது, லாப நட்டம் இல்லாத புள்ளியைத் தீர்மானித்தல் மிக முக்கியமான காரணியாகும். ஒரு தொழில் நிறுவனத்தின் லாபம், பொருளின் விற்பனை விலை, விற்பனை அளவு, மற்றும் உற்பத்திச் செலவு ஆகியவற்றைச் சார்ந்துள்ளது. அடக்கச் செலவு, அளவு மற்றும் லாபம் ஆகிய மூன்று மாறிலிகளையும் ஆய்வு செய்தல் செலவு - அளவு - இலாப ஆய்வு எனப்படும். இலாப திட்டமிடலில் இந்த ஆய்வு நிர்வாகத்திற்கு உதவுகிறது. செலவு - அளவு - இலாப ஆய்வு, விற்பனை அளவு, செலவு, விலை மற்றும் பொருட்கலவை ஆகியவற்றில் ஏற்படும் மாற்றத்தினால் இலாபத்தில் ஏற்படும் மாற்றத்தை அளவீடு செய்ய உதவுகிறது. இந்த ஆய்வை பயன்படுத்தி ஒரு நிறுவனம் பல்வேறு உற்பத்தி நிலைகளில் அதன் செலவு மற்றும் இலாபத்தை ஆராய்ந்து கண்டுபிடிக்கிறது.

இலாப நட்டம் இல்லாத சமநிலை ஆய்வு, விற்பனை வருவாய் மற்றும் செலவுகளுக்கிடையே உள்ள தொடர்பினை விற்பனை அளவுடன்



தொடர்புபடுத்தி, ஆராயும் முறையாகும். இந்த ஆய்வில், எந்த விற்பனை அளவில், மொத்த செலவு மொத்த விற்பனை வருவாய்க்கு சமமாக உள்ளது என்பது கண்டுபிடிக்கப்படுகிறது. அந்த விற்பனை அளவு இலாப நட்டம் இல்லாத நிலைப்புள்ளி என்று அழைக்கப்படுகிறது. இந்த புள்ளியில், ஒரு நிறுவனம் லாபமும் ஈட்டுவதில்லை நட்டமும் அடைவதில்லை.

இலாப நட்டம் இல்லாத சமநிலை ஆய்வில், மொத்த உற்பத்திச் செலவு, நிலையான செலவு மற்றும் மாறுகின்ற செலவு என இரண்டாகப் பிரிக்கப்படுகிறது.

நிலையான செலவுகள்:

ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு, பொருளின் உற்பத்தி அளவு அதிகரித்தாலும் அல்லது குறைந்தாலும், மொத்த தொகையில் மாறாமல் நிலையாக உள்ள செலவுகளை, நிலையான செலவுகள் எனலாம். நிலையான செலவு, ஒரு அலகிற்கு, உற்பத்தி அளவு அதிகரித்தால் குறையும், உற்பத்தி அளவு குறைந்தால், அதிகரிக்கும். எடுத்துக்காட்டு: வாடகை, காப்பீடு, மேலாளர் சம்பளம் போன்றவை.

மாறுகின்ற செலவுகள்:

உற்பத்தி அளவிற்கு நேரடி சமவிகிதமாக, மொத்த உற்பத்தி அளவு இலாப நட்டம் இல்லாத சமநிலைப்புள்ளிக்கு சூத்திரம்

கீழ்க்காணும் எடுத்துக்காட்டு, இலாப நட்டம் இல்லாத சமநிலை ஆய்வினைத் தெளிவாக்குகிறது. மூன்று வெவ்வேறு உற்பத்தி நிலைகளில், உற்பத்தி நிலைகளுக்கும் இலாபத்திற்கும் உள்ள தொடர்பினை விளக்கிச் சொல்ல கணக்கீடுகள் செய்யப்பட்டுள்ளன.

விற்பனை விலை ஒரு அலகிற்கு மாறுபடுகிற செலவு ஒரு அலகிற்கு திட்டத்திற்கான நிலையான செலவு

	உற்பத்தி நிலைகள்		
	10,000	15,000	20,000



	(அலகுகள்) ரூபாய்	(அலகுகள்) ரூபாய்	(அலகுகள்) ரூபாய்
விற்பனை	1,00,000	1,50,000	2,00,000
மாறுபடுகிற செலவுகள்	40,000	60,000	80,000
பங்களிப்பு	60,000	90,000	1,20,000
நிலையான செலவுகள்	90,000	90,000	90,000
இலாபம் (அ) நட்டம்	- 30,000	0	30,000

10,000 அலகுகள் உற்பத்தி நிலையில், நிறுவனத்திற்கு ரூ. 30,000 தட்டம் ஏற்படுகிறது. 15,000 அலகுகளில் லாப நட்டம் இல்லாத சமநிலை ஏற்படுகிறது. 20,000 அலகுகள் உற்பத்தி நிலையில் ரூ.30,000 லாபம் ஈட்ட முடிகிறது.

இவ்வாறாக இந்த ஆய்வு, தொழில் முனைவோர்க்கு, செலவு, தொடர்பினை உற்பத்தி அளவு மற்றும் லாபம் ஆகியவற்றின் பல்வேறு உற்பத்தி நிலைகளில் ஆராய பயன்படக்கூடிய முக்கியமாகப் உபகரணமாகும்.

மேலும் இந்த ஆய்வு, விலைக் கொள்கைகளை நிர்ணயம் செய்தல் மற்றும் முதலீட்டுத் திட்டங்களைத் தயாரித்தல் போன்ற பணிகளில் தொழில் முனைவோர்க்கு உதவி புரிகிறது.

சிறு தொழில் நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி நுட்பங்கள்

இப்பிரிவில் நாம் சிறு தொழில்கள் தங்களின் வளர்ச்சிக்கு என பின்பற்றும் நுட்பம்சார்ந்த அணுகுமுறையை ஆய்வு செய்யலாம். நோக்கம் ஒன்றை அடைவதற்கு என வடிவமைக்கப்பட்ட நன்கு திட்டமிடப்பட்ட செயல்களின் ஒரு நடைமுறையே நுட்பம் ஆகும். அதன்படி வளர்ச்சிக்கு என



வடிவமைக்கப்படும் நுட்பம் வளர்ச்சி நுட்பம் எனப்படுகின்றது. இது நிறுவனங்கள் காலப்போக்கில் பெரிதாக வளர உதவுகின்றது.

வளர்ச்சி என்பது ஒரு வணிகத்தில் இயற்கையாக நிகழக்கூடியதாகவும் தொடர்ச்சியாக ஏற்படக்கூடியதாகவுமே இருக்கின்றது. இயல்பாகவே, வணிக நிறுவனங்கள் சிறியதாகத் தொடங்கப்பட்டு காலப்போக்கில் பெரியதாக வளரும் ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அதன் தொடக்கம் முதல் முடிவு வரை பல கட்டங்களைச் சந்திக்கின்றன. அவை- தொடக்க நிலை, வளர்ச்சி நிலை, விரிவாக்க நிலை, முதிர்வு நிலை மற்றும் வீழ்ச்சி நிலை ஆகியனவாகும். ஒவ்வொரு கட்டத்திற்கும் பல்வேறு இயல்புகள் உள்ளன. ஒவ்வொரு கட்டத்திற்கும் தேவைப்படும் நுட்பங்களும் மாறுபடுகின்றன.

ஒவ்வொரு கட்டத்திலும் நிறுவனம் ஒன்று தங்கியிருக்கும் காலமும் நிறுவனத்திற்கு நிறுவனம் மாறுபடுகின்றது. சில நிறுவனங்கள் தொடக்க நிலையைக் கக்கவே பல ஆண்டுகளை எடுத்துக் கொள் கின்றன. ஆனால் மற்ற நிறுவனங்கள் இதனை ஒரு சில வாரங்களுக்குள்ளேயே கூட கடந்து விடுகின்றன. உப்பு உற்பத்தி செய்யும் ஒரு நிறுவனம் முதிர்வு நிலை யிலேயே எப்பொழுதும் இருக்கலாம். சுருங்கக்கூறின், ஒரு கட்டத்திலிருந்து அடுத்த கட்டத்திற்குச் செல்ல நிறுவனங்கள் எடுத்துக் கொள்ளும் காலம் ஒன்றாக இருப்பது இல்லை. அது நிறுவனத்திற்கு நிறுவனம் பரவலாக மாறியே காணப்படுகின்றது.

வளர்ச்சி நுட்பங்களின் வகைகள் Types of Growth Strategies

வளர்ச்சி நுட்பங்களை இரு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவையாவன:

1. உட்புற நுட்பங்கள் (Internal Strategies), மற்றும்
2. வெளிப்புற நுட்பங்கள் (External Strategies).

இந்த ஒவ்வொரு கட்டத்தையும் நாம் சுருக்கமாக கீழ்க்கண்டவாறு விவரிக்கலாம்.



1. உட்புற நுட்பங்கள் (Internal Strategies):

நிறுவனங்கள், மற்ற நிறுவனங்களை ஈடுபடுத்தாமல் தாமாகவே தமக்குச் சொந்தமாக பின்பற்றும் நுட்பங்கள் உட்புற நுட்பங்கள் ஆகும். அதாவது, இவை தாமாகவே வளர்கின்றன. இவ்வகையான நுட்பங்களின் உதாரணங்களாக நாம் நிறுவனங்களின் விரிவாக்கம் மற்றும் பரவலாக்கத்தைக் கூறலாம். 2. வெளிப்புற நுட்பங்கள் (External Strategies)

வெளிப்புற நுட்பங்கள் உட்புற நுட்பங்களுக்கு எதிரிடையானவை ஆகும். இந்நுட்பங்கள், மற்ற நிறுவனங்களையும் ஈடுபடுத்தும் வகையில் மேற்கொள்ளப் படுகின்றன. வெளிப்புற நுட்பங்களின் பிரசித்தி பெற்ற வடிவங்களாவன- கூட்டிணைப்புகள், இணைப்புகள், துணை-ஒப்பந்தமிடுதல் (துணை நிறுவனங்கள்) போன்றனவாகும்.

விரிவாக்கம் Expansion

விரிவாக்கம் ஆனது உட்புற வளர்ச்சி நுட்பங்களுள் ஒன்றாகும். இது நடவடிக்கையில் அதே வரிசையில் ஏற்படும் அதிகரிப்பைக் குறிக்கின்றது. இது காலப் போக்கில் வணிகத்தில் ஏற்படும் ஒரு இயற்கையான வளர்ச்சியைக் குறிக்கிறது. இது பின்வரும் வழிகளுள் ஏதேனும் ஒரு விதத்தில் ஏற்படுகின்றது:

1. சந்தை ஊடுருவல் மூலம் விரிவாக்கம் (Market Penetration).
2. சந்தை மேம்பாடு மூலம் விரிவாக்கம் (Market Development).
3. பொருள் மேம்பாடு மூலம் விரிவாக்கம் (Product Development).

1. சந்தை ஊடுருவல் (Market Penetration) :

சந்தை ஊடுருவல் ஆனது ஏற்கனவே உள்ள சந்தையின் விரிவாக்கத்தைக் குறிக்கின்றது. இது ஏற்கனவே உள்ள பொருளுடைய விற்பனையின் அளவை அதிகரிப்பதன் மூலம் செய்யப்படு கின்றது. இங்கு வாங்குபவர்கள் நிறுவனத்தின் பொருளை வாங்க வைக்கப்படு கின்றனர்.



உதாரணமாக, வாசனை திரவியத்தைத் தயாரிப்பவர், வாசனை திரவியம் பயன்படுத்தாத மகளிரை அதனைப் பயன்படுத்தச் செய்ய முயற்சிக்கலாம். ஆடம்பரப் பொருட்கள் மற்றும் வசதிப் பொருட்களுக்கு அளிக்கப்படும் மாற்றுதல் வசதியும் (Exchange Offer) சந்தை ஊடுருவல் நுட்பத்திற்கு சிறந்த ஒரு உதாரணமாகக் கூறப்படலாம்.

2. சந்தை வளர்ச்சி (Market Development) :

இது புதிய சந்தை நுட்பம் எனவும் அழைக்கப்படுகின்றது. இது பொருள் சந்தையின் புதிய ஒரு பகுதியையோ அல்லது பொருளுக்கான புதிய ஒரு சந்தையையோ பொருளை வாங்குமாறு செய்கிறது. அதாவது, இது ஏற்கனவே விற்பனையில் உள்ள பொருளுக்கு புதிய சந்தைகளைக் கண்டுபிடித்துக் கொடுக்கிறது. நிறுவனங்கள் அவற்றின் பழைய பொருளின் விற்பனையை அதிகரிக்க புதிய வாடிக்கையாளர்களைத் தேடுகின்றன.

3. பொருள் மேம்பாடு (Product Development) :

பொருள் மேம்பாடானது; வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்கு என ஏற்கனவே உள்ள பொருள்களை மாற்றி அமைத்தல் அல்லது மேம்படுத்துதலைக் குறிக்கிறது. பொருளை மாற்றி அமைத்தலில், ஏற்கனவே உள்ள தரம், அளவு, வடிவம் அல்லது அமைப்பை மேம்படுத்துவதன் மூலம் பொருளை புதிய ஒரு பொருளைப் போல தோன்ற வைத்தல் அடங்கியுள்ளது. இதன் நோக்கம் ஒன்று புதிய விற்பனையைத் தூண்டிவிட்பதாகவோ அல்லது புதிய பயன்படுத்துபவர்களை ஈர்ப்பதாகவோ இருக்கின்றது.

விரிவாக்கத்தின் நன்மைகள் Merits of Expansion

விரிவாக்கம் பின்வரும் நன்மைகளை அளிக்கின்றது:



1. **கொஞ்சம் கொஞ்சமான மற்றும் இயல்பான வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது** (Provides for Gradual and Natural Growth) :

விரிவாக்கம் கொஞ்சம் கொஞ்சமாகவும் இயல்பாகவும் நிறுவனங்கள் வளர்வதற்கு வழி வகுக்கிறது. இதற்கென கூடுதல் முயற்சி எதுவும் எடுக்கப்பட வேண்டியதில்லை. ஆகவே, இது எளிதாகவும் அதிக இடர் ஏதுமின்றியும் அடையப்படுகின்றது.

2. **அமைப்புசார்ந்த கட்டமைப்பை பாதிப்பதில்லை** (Does not affect the Organisational Structure) :

விரிவாக்கம் மெதுவாகவும் இயல்பாகவும் ஏற்படுவதால், அமைப்புக் கட்டமைப்பில் பேரளவு மாற்றங்கள் எதுவும் எதிர்பார்க்கப் படுவதில்லை.

3. **அமைப்பில் ஏற்கனவே உள்ள வளஆதாரங்களின் ஆற்றல்மிக்க பயன்பாட்டினை எளிதாக்குகின்றது** (Facilitates Effective Utilisation of Existing Resources of the Organisation) :

இது அமைப்பின் வளஆதாரங்களை மேம்பட்ட வகையில் பயன்படுத்த வகை செய்கிறது.

4. **பேரளவு இயக்கங்களின் சிக்கனங்களை எளிதாக்குகின்றது** (Facilitates Economies of Large Scale Operations) :

விரிவாக்கம் பேரளவு இயக்கங்களின் சிக்கனங்களை எளிதாக்குகின்றது.

5. **வளர்ச்சி நிர்வகிக்கப்படக் கூடியதாக இருக்கின்றது** (Growth is Manageable) :

நிறுவனம் ஒன்று விரிவுபடுத்தப்படும் நிலையில் ஏற்படும் வளர்ச்சியானது எளிதாக நிர்வகிக்கப்படக்கூடியதாக இருக்கின்றது.

பரவலாக்கல் Diversification

நிறுவனம் உட்புறமாகவே வளரும் மற்றொரு வகை பரவலாக்கல் ஆகும். விரிவாக்கம் குறிப்பிட்ட ஒரு அளவு வரையே பின்பற்ற முடியும்



என்பதால் மேலும் வளர்வதற்கு என பரவலாக்கல் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. விரிவாக்கத்தில், நிறுவனங்கள் தற்போதைய பொருள்/சந்தையிலேயே கவனம் செலுத்துகின்றன. இந்நிலையில், தற்போதைய பொருள்/சந்தையில் வளர்ச்சியானது குறிப்பிட்ட ஒரு அளவு வரையிலேயே சாத்தியம் ஆகும். இது புதிய பொருட்கள்/சந்தையை ஏற்கனவே உள்ள பொருள் வரிசையில் சேர்த்தலின் அவசியத்தை வலியுறுத்து கிறது. இதுவே பரவலாக்கல் என அழைக்கப்படுகின்றது.

மேலும், ஒரு நிறுவனம் நீண்ட நாட்களுக்கு அதே பொருளுடன் சந்தையில் நீடித்திருக்க முடியாது. ஏனெனில், பொருள் ஆயுள் சுழற்சி பொதுக் கருத்துப்படி. ஒவ்வொரு பொருளும் உறுதியான ஒரு ஆயுட்காலத்தைக் கொண்டு விளங்குகின்றது. ஆகவே, நிறுவனம் ஒன்றைத் தொடர்ந்து இயங்கும் நிறுவனமாகச் செய்ய வேண்டும் எனில், பொருட்களின் புதிய வரிசையை ஏற்கனவே உள்ள வரிசையுடன் சேர்ப்பது தொழில்முனைவோரைப் பொறுத்தமட்டில் அவசியமாகின்றது.

பரவலாக்கலில், நிறுவனங்கள் சந்தை அல்லது தொழில்நுட்பம் ஆகிய ஏதேனும் கூறுகளில் புதிய ஒரு துறைக்குள் நுழைகின்றன.

பரவலாக்கலின் நன்மைகள் Advantages of Diversification

பரவலாக்கலின் நன்மைகள் பின்வருமாறு:

1. பரவலாக்கல் ஆனது நிறுவனத்தின் வளஆதாரங்களை ஆற்றல்மிக்க வகையில் பயன்படுத்திக் கொள்ள வகை செய்கின்றது.
2. இது வணிகத்திலுள்ள இடரைக் குறைக்க உதவுகின்றது. இது இடரை பல்வேறு பொருள்களுக்கிடையில் பகிர்ந்தளிப்பதன் மூலம் அடையப்படுகின்றது.
3. இது வணிகத்தின் போட்டிசார்ந்த பலத்தை அதிகரிக்கின்றது.



4. இது வணிக நெகிழ்வுகளை நிர்வகிப்பதன் மூலம் நிறுவனத்தின் கமுகுமான இயக்கத்திற்கு வழிவகுக்கின்றது. 5. பரவலாக்கலில் இலாபத்தன்மைக்கும் வளர்ச்சிக்கும் பேரளவில் வாய்ப்புள்ளது.

கூட்டுத் திட்டங்கள் :

வணிக நிறுவனங்களால் பயன்படுத்தப்படும் மற்றொரு வகையான வெளிப்புற நுட்பம் கூட்டுத் திட்டம் ஆகும். இது குறிப்பிட்ட திட்டம் ஒன்றை கூட்டாக இணைந்து நிறைவேற்றுவதற்கான இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு இடையிலான ஒரு தற்காலிகக் கூட்டு வணிகம் ஆகும். ஒரு உடன்படிக்கை மூலம் திட்டத்தினுள் நுழையும் நபர்கள் கூட்டு வணிகர் எனப் படுகின்றனர். எந்தப் பணிக்காக திட்டம் தொடங்கப்பட்டதோ அப்பணி முடிவடைந்தவுடன் உடன்படிக்கை முடிவுக்கு வந்து விடும் கூட்டு வணிகர்கள் திட்டத்தின் இயக்கத்தில் கூட்டாக சரிசமமாக ஈடுபடுவர்; இலாப நட்டங்களை உடன்பட்ட வீதத்தில் பிரித்துக் கொள்வர். ஆயினும், அவ்வித உடன்படிக்கை ஏதுமில்லாத நிலையில் இலாப நட்டங்களைச் சரிசமமாகப் பிரித்துக் கொள்ளலாம்.

கூட்டுத் திட்டத்தின் நன்மைகள் - :

கூட்டுத் திட்டம் பிள்வரும் நன்மைகளை அளிக்கின்றது

1. இது வணிகத்தில் உள்ள இடரைக் குறைக்கிறது.
2. இது வணிகத்தில் போட்டிசார்ந்த பலத்தை அதிகரிக்க உதவுகின்றது.
3. இது உயர் தொழில் நுட்பத்தையும் தொழில்நுட்ப அறிவையும் பயன் படுத்த வகை செய்கிறது. இது பேரளவு சிக்கனங்களின் பயன்களை அடைய நிறுவனங்களுக்க உதவுகிறது.

(4) ஒன்று சேர்த்தல் :

மற்றொரு வகையான வெளிப்புற வளர்ச்சி நுட்பம் ஆனது ஒன்று சேர்த்தல் ஆகும். இது ஏற்கனவே உள்ள இரண்டு அல்லது மூன்று



நிறுவனங்களை ஒன்றாக இணைத்தலைக் குறிக்கின்றது. இது இரண்டு வழிகளில் மேற்கொள்ளப்படலாம். அவையாவன;

1.இணைப்பு (Amalgamation).

2.. ஈர்ப்பு (Absorption).

1. இணைப்பு (Amalgamation) :

இரண்டு மூன்று நிறுவனங்களை முழுமையாக இணைக்கும் நோக்கத்துடன் ஒரு புதிய நிறுவனத்தை உருவாக்கி, அப்புதிய நிறுவனத்துடன் இணையும் நிறுவனங்களின் சொத்துக்களையும் பொறுப்புக்களையும் (Assets and Liabilities) வியாபாரத்தையும் மாற்றி வைப்பது இணைப்பாகும். இவ்விணைப்பிற்குப் பிறகு இணைத்த நிறுவனங்கள் அனைத்தும் தமது தனித்தன்மையை இழந்துவிடும் கம்பெனியாக இருந்தால், இணைந்தகம்பெனியின் பங்குதாரர்கள் புதிதாக உருவாக்கப்பட்ட கம்பெனியில் பங்குதாரர் களாக மாறுவர்.

உதாரணமாக, சிட்டி பார்வேர்டு பாங்க் (City Forward Bank), யூனியன் பாங்க் (Union Bank), கும்பகோணம் பாங்க் (Kumbakonam Bank) என்ற பெயரில் மூன்று சிறிய வங்கிகள் தனித்தனியாக இயங்கி வந்தன. இம்மூன்றையும் ரிசர்வ் வங்கியின் உத்தரவுப்படி இணைத்து கும்பகோணம் சிட்டி யூனியன் பாங்க் லிமிடெட் என்ற புதிய ஒரு வங்கிக் கம்பெனி உருவாக்கப்பட்டது. இவ்வங்கிக் கம்பெனி மேற்சொன்ன மூன்று வங்கிகளின் சொத்துக்களையும், பொறுப்புக்களையும், தொழிலையும் எடுத்துக் கொண்டது. நாளடைவில் மூன்று வங்கிகளும் சட்டப்படி கலைக்கப்பட்டன.

2. ஈர்ப்பு:

இவ்விணைப்பில் ஒரு நிறுவனம் மற்றொரு நிறுவனத்துடன் தனது தனித்தன்மையை விட்டுவிட்டு முழுமையாக இணையும். இவ்வகை இணைப்பில் புதிய நிறுவனம் ஒன்று உருவாக்கப்படுவ தில்லை. இணையும் நிறுவனங்களில் ஒரு நிறுவனம் மற்ற நிறுவனத்தைத் தன்னிடம்



ஈர்த்துக்கொள்ளும் பெரும்பாலும், பெரிய நிறுவனம், சிறிய நிறுவனத் தைத் தன்னுள் அடக்கிக்கொள்ளும். ஈர்க்கப்பட்ட நிறுவனமானது (Absorbed Company) தமது தனித்தன்மையை இழந்துவிடும்.

துணை-ஒப்பந்தமிடுதல் (துணை நிறுவனங்கள் :

துணை ஒப்பந்தமிடுதல் ஆனது இரண்டு கம்பெனிகளுக்கு இடையிலான பரஸ்பரம் பயனுள்ள வணிக உறவுமுறையைக் குறிக்கிறது. இது துணைமயமாக்கல் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றது. துணை ஒப்பந்தமிடுதலில், ஒப்பந்தக்காரர், தான் விற்கும் பொருளில் சேர்க்கப்பட வேண்டிய உதிரி பாகங்கள், பாகங்கள் ஒன்று கூட்டுதல்கள் அல்லது துணைப் பொருட்கள் போன்றவற்றின் உற்பத்திக்கு என துணை ஒப்பந்தக்காரர் ஒருவரிடம் ஆணை ஒன்றை அளிப்பார்.

அந்த ஆணைப் படி அவர் பொருட்களை உற்பத்தி செய்து வழங்குவார். பேரளவுத் தொழில்களில், துணை ஒப்பந்தமிடுதல் மிகவும் பரவலாகக் காணப்படும் அம்சமே ஆகும். ஏனெனில் அவை அனைத்துப் பொருட்களையும் தாங்களே சொந்தமாகத் தயாரிப்பதில்லை.

துணை ஒப்பந்தமிடுதல் இரண்டு வகைப்படும். அவை:

1. தொழில்சார்ந்த துணை-ஒப்பந்தமிடுதல் (Industrial Sub-contracting), மற்றும்
2. வணிகவியல்சார்ந்த துணை-ஒப்பந்தமிடுதல் (Commercial Sub-contracting).

துணை-ஒப்பந்தக்காரர் இயல்பிலேயே ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட ஒப்பந்தக்காரருக்கு என பணியாற்றுகின்றார். முன்மாதிரி துணை-ஒப்பந்தமிடுதல் முறையின் பிறப்பிடம் ஜப்பான் ஆகும். இது ஜப்பானிய தொழில்களின் இயல்பிற்கு அடிப்படையாக உள்ளது. இங்கு ஏறத்தாழ 60% தொழில்கள் துணை-ஒப்பந்தமிடுதல் முறையின் கீழ் உற்பத்தி செய்கின்றன. நமது நாட்டில், இவை துணை நிறுவனங்கள் (Ancillary Units) என அழைக்கப்படுகின்றன.



துணை-ஒப்பந்தமிடுதலின் நன்மைகள் :

துணை-ஒப்பந்தமிடுதல் பின்வரும் நன்மைகளைப் பெற்றுள்ளன:

1. இது உற்பத்தியைப் பெருக்குகின்றது.
2. இது தொழில்மனையிடம் மற்றும் இயந்திரங்களின் முதலீட்டைக் குறைக்கின்றது.
3. துணை ஒப்பந்தக்காரரின் தொழில்நுட்ப மற்றும் மேலாண்மை சார்ந்த ஆற்றல்களைப் பயன்படுத்துதலை ஏதுவாக்குகின்றது.
4. துணை-ஒப்பந்தக்காரர்களிடம் ஆணைகளை விடுப்பதன் மூலம் அவர்கள் நீடித்திருப்பதை உறுதி செய்கின்றது.
5. இது தலைமை நிறுவனங்களை உற்பத்தியில் நெகிழ்வுடன் இருக்க வகை செய்கின்றது.

அறிவுசார் சொத்து என்றால்

அறிவுசார் சொத்து (ஐபி) என்பது கண்டுபிடிப்புகள் போன்ற மனதின் படைப்புகளைக் குறிக்கிறது;

இலக்கிய மற்றும் கலைப் படைப்புகள்;

வடிவமைப்புகள்;

மற்றும் வர்த்தகத்தில் பயன்படுத்தப்படும் சின்னங்கள், பெயர்கள் மற்றும் படங்கள்.

ஐபி சட்டத்தில் பாதுகாக்கப்படுகிறது, எடுத்துக்காட்டாக,

காப்புரிமைகள்

பதிப்புரிமை



மற்றும்

வர்த்தக முத்திரைகள்

அவை மக்கள் கண்டுபிடித்த அல்லது உருவாக்கியவற்றிலிருந்து அங்கீகாரம் அல்லது நிதி நன்மைகளைப் பெற உதவுகின்றன.

கண்டுபிடிப்பாளர்களின் நலன்களுக்கும் பரந்த பொது நலனுக்கும் இடையில் சரியான சமநிலையை ஏற்படுத்துவதன் மூலம், படைப்பாற்றல் மற்றும் புதுமை செழிக்கக்கூடிய சூழலை வளர்ப்பதை ஐபி அமைப்பு நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன.

சுற்றுச்சுவர் எழுப்பி எப்படி நம் வீட்டை பாதுகாக்கிறோமோ அதேபோல நமக்கு தோன்றும் புதிய புதிய சிந்தனைகளை பாதுகாக்கவும் சட்டம் உள்ளது. இந்த சட்டத்தின் பெயர் அறிவுசார் காப்புரிமை சட்டம். ஒவ்வொரு நாட்டுக்கும் தனித்தனியே இந்த சட்டம் இயற்றப்பட்டுள்ளது. அமெரிக்கா மற்றும் ஐரோப்பிய நாடுகள் இந்த சட்டத்தை முழுமையாக பயன்படுத்தி நாட்டின் பொருளாதாரத்தை மேம்படுத்துகின்றன.

இந்தியாவை பொறுத்தவரை காப்புரிமை சட்டத்தை பற்றிய விழிப்புணர்வு குறைந்தே காணப்படுகிறது. அறிவுசார் படைப்புகள், புத்தகங்கள், புதிய டிசைன் மற்றும் புதிய கண்டுபிடிப்புக்கு வேண்டிய உரிமம் இந்த சட்டத்தின் மூலம் பெறலாம். சர்வதேச அளவில் புதிய கண்டுபிடிப்பு என்பதற்கு சில வரையறைகள் பின்பற்றப்படுகின்றன. முதலில் கண்டுபிடிப்பு தனித்தன்மையுடன் இருக்க வேண்டும். இதுவரை யாரும் கண்டுபிடிக்காததாக இருக்க வேண்டும். இந்த கண்டுபிடிப்பால் பயன் இருக்க வேண்டும்.

எந்த கண்டுபிடிப்பாக இருந்தாலும் இருபது வருடம் வரை மட்டுமே காப்புரிமை வழங்கப்படும். அதற்கு பிறகு பொதுபயன்பாட்டிற்கு வந்துவிடும். கண்டுபிடிப்பாளர் தனியாகவோ, குழுவாகவோ அல்லது நிறுவனம் பெயரிலோ தங்கள் கண்டுபிடிப்புகளுக்கு அறிவுசார் காப்புரிமை வேண்டி விண்ணப்பிக்க முடியும். இந்த முறையே அனைத்து நாடுகளும் பின்பற்றுகின்றன.



கண்டுபிடிப்பாளரை தவிர வேறு யாரும் இதில் உரிமை கொண்டாட முடியாது.

வணிக நிறுவனங்கள் யாரேனும் கண்டுபிடித்த கண்டுபிடிப்பை தயாரித்து சந்தைப்படுத்தி லாபம் ஈட்டும் பட்சத்தில் லாபத்தில் ஒரு தொகையை கண்டுபிடிப்பாளர்களிடம் கொடுத்தே ஆகவேண்டும். குறைந்தபட்சமாக ஒரு சதவீதத்தில் ஆரம்பித்து 50 சதவீதம் வரை வணிக நிறுவனம் ஈட்டும் லாபத்தில் கண்டுபிடிப்பாளர் பங்குதொகை கொடுத்தே ஆக வேண்டும். ஒன்றிற்கும் அதிகமான புதிய கண்டுபிடிப்புகளுக்கு ஒருவரே காப்புரிமை பெற முடியும்.

அறிவு மேலாண்மை (Knowledge Management)

அறிவு மேலாண்மை (Knowledge Management) என்பது, நிறுவனங்கள், தமது அறிவையும், அவற்றை அறிந்துகொண்ட முறை பற்றிய தகவல்களையும்; அடையாளம் காண்பதற்கும், உருவாக்குவதற்கும், வழங்குவதற்கும், பயன்படுத்துவதற்கும் கைக்கொள்ளுகின்ற நடைமுறைகளை உள்ளடக்கிய ஒன்றாகும். 1995 ஆம் ஆண்டிலிருந்து இது ஒரு தனித் துறையாக வளர்ந்துள்ளது

வரைவிலக்கணம்:

அறிவு மேலாண்மை தொடர்பில், ஒருமனதான வரைவிலக்கணம் எதுவும் இன்றிப் பரவலான சிந்தனைப் போக்கு நிலவுகிறது. தனிப்பட்டவர் அல்லது சிந்தனைக் குழுக்களுக்கு ஏற்ப அறிவு மேலாண்மை குறித்த அணுகுமுறைகளும் மாறுகின்றன. இதனைப் பின்வரும் நோக்குநிலைகளில் இருந்து பார்க்கமுடியும்.

- **நுட்பமைய நோக்கு:** இது தொழில் நுட்பத்தை மையப்படுத்திய ஒரு நோக்கு ஆகும். இது அறிவுப்பகிர்வு / வளர்ச்சி மேம்பாட்டுக்கு வாய்ப்பானது.
- **அமைப்புசார் நோக்கு:** அறிவு நிகழ்முறைகளின் வசதிக்கு அமைப்புக்கள் எவ்வாறு வடிவமைக்கப்படவேண்டும், எத்தகைய அமைப்பு எவ்வாறான நிகழ்முறைகளுடன் ஒத்துபோகக் கூடியது போன்றவை சார்ந்த நோக்கு.



- **சூழல்சார் நோக்கு:** மக்களிடையேயான தொடர்பாடல், அடையாளம், அறிவு, சூழல் காரணிகள் போன்றவற்றை ஒரு சிக்கலான நெகிழ் தொகுதியாக (complex adaptive system) நோக்குதல்.
- வணிக உலகில் இன்று உற்பத்தித்திறனை அதிகரிப்பதற்கும் வருவாயை மேம்படுத்துவதற்கும் அறிவு மேலாண்மை முறையைப் பயன்படுத்துவது மிக முக்கியம். உங்கள் வணிகத்திற்காக குறிப்பாக செயல்படும் ஒரு அமைப்பை உருவாக்குவது, எப்போதும் மாறிவரும் சந்தை போக்குகளை வளர்த்துக் கொள்ள உதவும்.
- கார்ப்பரேட் அறிவு என்று அழைக்கப்படும் அறிவு மேலாண்மை அமைப்பு, நிறுவனத்தின் தரவுத்தளங்கள், மேலாண்மை ஆவணங்கள், வரலாற்றுக் கோப்புகள் மற்றும் பணியாளர் மேலாண்மை கருவிகளில் காணப்படுகிறது. இந்த தரவு அனைத்தும் பெரும்பாலும் இணைக்கப்படாதவை மற்றும் அதை ஒன்றாகக் கொண்டு வந்து தரவை அதிகபட்ச உற்பத்தித்திறனுக்காகப் பயன்படுத்துவது ஒரு அறிவு மேலாண்மை அமைப்பு என்ன செய்கிறது.
- வணிகங்கள் பல ஆண்டுகளாக இதைச் செய்திருந்தாலும், தொழில்நுட்பத்தின் கண்டுபிடிப்பு நிறுவனங்களை முன்பை விட வேகமாக பெரிய அளவிலான தரவுகளை பகுப்பாய்வு செய்து பயன்படுத்த அனுமதித்துள்ளது. KMS இன் மற்றொரு நன்மை என்னவென்றால், ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள அனைவரும் இந்த வகை தரவை அதிகபட்ச செயல்திறனுக்காக அணுகலாம்.
- டாப் டவுன் அணுகுமுறையைப் பயன்படுத்தி பகுப்பாய்வு செய்ய தரவை வழங்கும் கார்ப்பரேட் கட்டமைப்பின் நாட்கள் முடிந்துவிட்டன. அறிவு மேலாண்மை அமைப்புகளை செயல்படுத்துவதன் மூலம், ஒரு



நிறுவனம் பெரிய தரவை உடனடியாக பகுப்பாய்வு செய்து மேலும் திறம்பட ஒத்துழைக்க முடியும்.. இது ஆலோசனைகளுக்கும் பயன்படுத்தப்படலாம், எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு KMS செயல்முறைகள், நுட்பங்கள் மற்றும் விளக்கக்காட்சி டெம்ப்ளேட்களைப் பிடிக்க முடியும், இவை அனைத்தும் எதிர்கால ஆலோசகர்களுக்கு மீண்டும் பயன்படுத்தப்படலாம்.

- ஒரு வணிகமானது ஒரு கே.எம்.எஸ்ஸைப் பயன்படுத்துவதற்கு முன்பு பகுப்பாய்வு செய்யப்படும் தரவு ஒழுங்கமைக்கப்பட வேண்டும். கார்ப்பரேட் அறிவை மூன்று வகைகளாக வெளிப்படையான, அமைதியான மற்றும் மூலோபாய அறிவாக பிரிக்கலாம். கையேடுகள் போன்ற நடைமுறை மற்றும் நிறுவன ஆவணங்கள் வெளிப்படையானவை.
- டசிட் என்பது பணியாளர் அனுபவம் போன்ற கட்டமைக்கப்படாத தனிப்பட்ட தரவு மற்றும் மூலோபாயமானது நிர்வாக சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள் அல்லது வரையறுக்கப்பட்ட அணுகலுடன் கூடிய விதிமுறைகள். எந்தவொரு நிறுவனமும் இந்தத் தரவைத் தொகுக்க முடியும், ஆனால் வெற்றிபெற உங்கள் KMS ஐ அதிகரிக்க சில வழிகள் உள்ளன. முதலாவதாக, ஒரு நிறுவனம் சமூகமயமாக்கலைத் தழுவ வேண்டும், இது கொடுக்கப்பட்ட தரவுகளுடன் ஒத்துழைக்கவும் மேலும் திறம்பட ஒன்றிணைந்து பணியாற்றவும் ஊழியர்களை ஊக்குவிக்கிறது.



-
- அடுத்தது, ஊழியர்களிடமிருந்து கருத்து மற்றும் கேள்விகளை ஊக்குவிப்பதே அவர்களுக்கு கணினி எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதைக் காணவும், மிக முக்கியமாக அவர்களின் அறிவு மற்றும் யோசனைகளை நிறுவனத்தின் மற்ற பகுதிகளுடன் பகிர்ந்து கொள்ள. இவை அனைத்தும் ஒரு செல்வாக்கின் கீழ் இருக்க வேண்டும் முழு நிறுவனத்திற்கும் மனநிலையில் மாற்றம். தரவைப் பகிரவும் பயன்படுத்தவும் ஒரு வணிகமானது போட்டிச் சூழலிலிருந்து கூட்டுச் சூழலுக்கு மாற வேண்டும். இது ஒரு நிறுவனத்தை வளரவும் வளரவும் அனுமதிக்கிறது.



- ஒரு திறமையான KMS ஒரு நிறுவனத்தில் ஒருங்கிணைப்பை பெரிதும் மேம்படுத்த முடியும். துறைகள் மற்றும் கட்டமைப்புகளுக்கு இடையில் தரவுத்தளங்களை இணைப்பதன் மூலம் செயல்திறன் மிகவும் மேம்படும். விற்பனைத் துறையால் கணினியில் வைக்கப்பட்டுள்ள ஒரு யோசனை தகவல் தொழில்நுட்பத் துறையுடன் பகிர்ந்து கொள்ளப்பட்டால், அவர்களுக்கு ஒரு சிக்கலுக்கு உதவ முடியும் என்றால், அது அவர்கள் சொந்தமாக யோசனையுடன் வருவதற்கு எடுக்கும் நேரத்தை குறைக்கிறது.
- வணிகத்தின் தலைவர்கள் எந்த அறிவை கணினியில் நுழைக்கிறார்கள் என்பதை வழிநடத்த வேண்டும் மற்றும் அதை திறம்பட பயன்படுத்த தொழிலாளர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்க வேண்டும். இறுதியில், கணினி ஒரு வணிகத்திற்கு மட்டுமே உதவ முடியும், ஏனெனில் இது கருத்துக்களைப் பகிர்வது, சிக்கல்களைத் தீர்ப்பது, போக்குகளைக் கணிப்பது மற்றும் வருவாயை அதிகரிப்பதற்காக கட்டமைக்கப்பட்டுள்ளது.

தலைமை ஏற்பு (Leadership)

தலைமை ஏற்பு (Leadership) :

தலைமை ஏற்பு என்பது பணியாளர்களுக்கு வழிகாட்டுதல் மற்றும் ஆலோசனை வழங்குதல் போன்ற சிறப்பு குணநலன்கள் அடங்கியதாகும். டெரி.என்ற வல்லுநர் தலைமை ஏற்பு பற்றிக் கீழ்க்கண்டவாறு குறிப்பிடுகிறார். தலைவர் என்பவர் பணியாளர்களுக்கு முன் மாதிரியாக விளங்குகிறார். அவர் தள்ளப்படுபவரல்ல தள்ளப்படுபவரை விட இழுப்பவராக விளங்குகின்றார்.

தலைவர் என்பவர் பணியாளர்களுக்கு வழிகாட்டி அவர்களை பணிபுரிவதற்குத் தூண்ட வேண்டும். தலைமையேற்பு என்பது



பணியாளர்களின் தன்னிச்சையான ஒத்துழைப்பினைப் பெறுவதற்காக ஒரு மேலாளர் பணிகளை வழிநடத்தும் செயல்களைக் குறிப்பிடுவதாகும் பணியாளர்களின் போக்கினைத் தூண்டும் திறமை தான் தலைமையேற்பு என்று கருதப்படுகின்றது.

இலக்கணம்:

ஆல்போர்டு மற்றும் பேட்டி என்ற வல்லுநர்கள் தலைமை ஏற்பு பற்றிக் கீழ்க்கண்டவாறு கூறுகிறார்கள். "தலைமை ஏற்பு என்பது பின்பற்றுபவர்களை எந்தவித வற்புறுத்தலுமின்றித் தன்னிச்சையாகப் பணிபுரிய வைக்கும் திறமையாகும்."

"தலைவர் தன் கீழ்ப்பணியாற்றும் பணியாளர்கள் அனைவரும் ஒன்றுபட்டு அவர் விரும்பும் பணியினைச் செய்து முடிக்கும் அளவில் உருவாக்கும் உறவே தலைமை" எனப்படும்.

கூன்ஸ் மற்றும் ஓ' டொனெல் தலைமையேற்பு பற்றிக் கீழே குறிப்பிட்டுள்ளவாறு குறிப்பிடுகிறார். தலைமையேற்பு என்பது நம்பிக்கையுடனும் விருப்பார்வத்துடனும் கீழ்நிலைப் பணியாளர்களை வேலை செய்யத் தூண்டும் மேலாளரின் ஆற்றலாகும்".

தலைமையின் சிறப்புத் தன்மைகள் : (Features of a Leadership) :

தலைமை சிறப்பாக அமைய வேண்டுமானால் கீழ்க்கண்ட தன்மைகளைப் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

1. தலைமை பின்பற்றுபவர்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும் (A leader must have followers)

தலைமையானது பின்பற்றுபவர்களைக் கொண்டிருத்தல் வேண்டும். பின்பற்றுபவர்கள் இல்லாமல் தலைமை இல்லை. பின்பற்றுபவர்கள் தலைவருடைய தலைமையினை ஏற்று அவரது கட்டளைகளை ஏற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.



2. சில செயல்கள் இருக்க வேண்டும் :

தலைமை இருந்தால் அங்கு ஒரு சில செயல்கள் நடைபெற வேண்டும். தம்மைப் பின்பற்றும் நபர்களுக்கு வழிகாட்டும் உரிமையினைப் பெற்றுள்ள தலைவர் அவர்களுடைய செயல்களுக்கும் நடவடிக்கைகளுக்கும் பொறுப்பாளியாகிறார்.

தலைமையானது பின்பற்றுபவர்களுக்கு ஒரு முன் மாதிரியாகச் செயல்படவேண்டும். அவர் ஒரு முன்னோடியாகத் திகழ வேண்டும்.

3. தலைமை தம்முடைய நடத்தை மூலம் பிறருக்கு வழிகாட்டியாக அமைகிறார் (A leader must be an example by his personal conduct)

தலைவருடைய நடவடிக்கைகள் அவரைப் பின்பற்றுபவர்களுக்கு வழிகாட்டியாக அமைய வேண்டும். தலைவர் தலைமைப் பொறுப்பை ஏற்பதன் காரணமாகப் பொறுப்பினின்று விடுவிக்கப்படுவதில்லை. தலைவருடைய செயல்கள் மற்றவர்களைப் பாதிக்கும் வகையில் அமைவதால் தலைவர் சுயக்கட்டுப்பாட்டுடன் இருக்க வேண்டும். பின்பற்றுபவர்களின் பணி தலைவர் செயல்களைப் பொறுத்து அமையும்.

நல்ல தலைமை என்பது கீழ்க்கண்ட குணநலன்களை (Qualities) பெற்றிருக்க வேண்டும்.

- பின்பற்றுபவர்களுக்கு வழிகாட்டும் திறமையைப் பெற்று இருக்க வேண்டும்
- பணியினை மேற்பார்வையிடும் தன்மையை பெற்றிருக்க வேண்டும்.
- பின்பற்றுபவர்களின் ஒத்துழைப்பைப் பெறும் திறமை உடையவராகயிருக்க வேண்டும்.
- நல்ல உடல் வலிமையும், ஆரோக்கியமும் உடையவராக இருக்க வேண்டும்.
- பணியாளர்களை உற்சாகப்படுத்தும் திறமை பெற்றிருக்க வேண்டும்.



- ஒதுக்கப்பட்ட பணிகளுக்குப் பொறுப்பேற்கும் தன்மை உடையவராகயிருக்க வேண்டும்.
- பிறகுடைய உதவியின்றி ஒரு நிலையைப் பற்றி முடிவு எடுக்கும் திறக பெற்றவராகயிருக்க வேண்டும்.
- பணியாளர்களுக்குச் செய்தி அளிக்கும் திறமை உடையவராகயிருக்க வேண்டும்.
- அறிவுத் திறன் படைத்தவராக இருக்க வேண்டும்.
- ஒரு தலைமையேற்பு சமூக ஆற்றல் உடையவராகயிருக்க வேண்டும்.
- தலைமையேற்பு தகவல் தொடர்பு திறமை உடையவராகயிருக்க வேண்டும்.
- தனது கீழ்நிலைப் பணியாளர்களைப் பயிற்றுவிக்கும் திறமை உடையவராகயிருக்க வேண்டும்.
- தலைமையேற்பு தொழிலைப் பற்றிய தொழில்நுட்ப திறன் உடையவராகயிருக்க வேண்டும்.

4. தன்னம்பிக்கை (Self - confidence) :

தலைவர் தன்னம்பிக்கையுடன் செயலாற்ற வேண்டும். தன்னுடைய தொழில் நுணுக்கங்களைப் பற்றிய முழுவிவரங்களையும் அறிந்திருக்க வேண்டும். அவ்வாறு இருந்தால் நாள் பின்பற்றுபவர்களுக்கு வழிகாட்டியாகவும் விளக்குநராகவும் பணியாற்ற முடியும்.

5. சமுதாய உணர்வு (There must be community of interests)

தலைவருக்கும் பின்பற்றுபவர்களுக்குமிடையே சமுதாய உணர்வு இருக்கு வேண்டும். இரண்டு தரப்பினரிடையே ஒருமித்த கருத்து இருத்தல் வேண்டும். தலைவர் ஒரு நோக்கத்துடனும் பின்பற்றுபவர்கள் வேறு நோக்கத்துடனும் செயலாற்றினால் தலைமையின் எண்ணம் நிறைவேறுவதில்லை. சில சந்தர்ப்பங்களில் தலைவருக்கும் பின்பற்றுபவர்களுக்குமிடையே கருத்து வேறுபாடு இருக்கலாம். அவ்வாறு ஏற்படும் கருத்து வேற்றுமைகள் களையப்பட வேண்டும்.



தலைமையேற்பின் அவசியம் அல்லது தேவை:

தலைமையேற்பின் அவசியம் கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது

1.நிறைவற்ற அமைப்பு முறை (Imperfect Organisation structure)

ஒரு நிறுவனத்தில் அமைப்பு சார்ந்த மற்றும் அமைப்பு சாராத அமைப்புகள் உள்ளன. இரண்டு அமைப்புகளின் செயல்பாடுகளையும் ஒரு தலைமையேற்பு ஒருங்கிணைக்கின்றது.

2.தொழில்நுட்ப பொருளாதார மற்றும் சமூக மாற்றங்கள்:-

'ஒரு நிறுவனத்தில் தொழில்நுட்ப பொருளாதார மற்றும் சமூக மாற்றங்கள் ஏற்படுகின்றன. இம்மாற்றங்களுக்குத் தகுந்தவாறு வணிகத்தின் செயல்பாடுகள் அமையப்பட வேண்டும். இவ்வாறு மாற்றங்கள் ஏற்படுவதால், ஒரு சிறந்த தலைமையேற்பினால் மட்டும் இம்மாறுதல்களை எதிர்கொள்ள முடிகின்றது.

3.வளர்ச்சியினால் அக சமமின்மை;

நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி காரணமாக நிறுவனத்தில் சமமின்மை ஏற்படுகின்றது. எடுத்துக்காட்டு நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி காரணமாக நிறுவனத்தின் மேலாண்மை நிலையும் அதிகரிக்கப்படுகின்றது. சமமின்மையை ஒரு சிறந்த தலைமையேற்பினால் மட்டும் எதிர்கொள்ள முடியும்,

4.மனித கூறுகளின் தன்மை(Nature of human memberships):

ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர்கள் பல்வேறு சமூகத்திலிருந்து, பல்வேறு குடும்ப சூழ்நிலைகளிலிருந்து பல்வேறு ஆர்வம் கொண்டவர்களாகவும், பல்வேறு குணநலன்கள் பெற்றவர்களாகவும் உள்ளனர். ஒவ்வொருவரும் ஒரு மனப்பாங்கினைப் பெற்றிருக்கிறார்கள். எனவே தனிநபரின் குறிக்கோளுக்கும் குழு ஆர்வத்திற்குமிடையே கருத்து வேறுபாடுகள் ஏற்படலாம்.



ஒரு சிறந்த தலைமையேற்பினால் மட்டும் பணியாளர்களை ஊக்கப்படுத்தி அவர்களைத் திருப்தி செய்ய முடிகின்றது.

சிறுதொழில்களின் நலிவு (Sickness in Small Scale Industries)

தொழில் நலிவு என்பது திடீரென ஏற்படக்கூடியது அல்ல. அது ஒரு தொழில் நிறுவனம் செயல்பட்டுக்கொண்டிருக்கும் போது, படிப்படியாக ஏற்படக்கூடிய ஒரு நிகழ்வு ஆகும். உற்பத்தி, விற்பனை மற்றும் இலாபத்தில் ஏற்படும் சரிவு, இருப்புகளின் திருப்தியற்ற நகர்வு போன்றவற்றின் மூலம் ஒரு தொழிலின் நலிவை அடையாளம் காணலாம். தொழில் நலிவு என்பது நிறுவனத்திற்கும் நல்லதல்ல. நாட்டிற்கும் நல்லதல்ல.

தொழில் நலிவின் இலக்கணம் (Definition of Industrial Sickness) :

நலிவு என்பது ஒரு சார்பு வார்த்தை. எனவே அதை வரையறுப்பது கடினம். பல்வேறு நிறுவனங்கள் நலிவின் தத்துவத்தை பல வகைகளில் விளக்கியுள்ளன. தொடர்ந்து நஷ்டத்தில் இயங்கிக் கொண்டிருக்கும் மற்றும் உயிர் வாழ்தலுக்காக வெளி முதலீடு உட்புருத்துதலை அடிக்கடி சார்ந்திருக்கும் ஒரு தொழிலை நலிவடைந்த தொழில் என்று கருதலாம்.

இந்திய ரிசர்வ் வங்கி ஒரு நலிவடைந்த தொழில் நிறுவனத்தை கீழ்க்கண்டவாறு வரையறுத்துள்ளது.

அ. ஒரு நலிவடைந்த தொழில் நிறுவனம் என்பது, முந்தைய கணக்காண்டில் (Accounting year) பண நஷ்டத்தை அடைத்திருக்கும். மேலும் அது நடப்பு கணக்காண்டிலும், அடுத்த ஆண்டிலும் தொடர்ந்து நஷ்டத்தை அடையக் கூடும்.

ஆ. நிறுவனத்தின் நிதியமைப்பு செற்று இருக்கும். அதாவது நடப்பு விகிதம் (Current Ratio) 1:1 ஐ விடக் குறைவாகவும், கடன் - மூலதன விகிதம் (Debit - Equity Ratio) மிக மோசமாகவும் இருக்கும்.



இ. நஷ்டங்களின் குவிவு, மூலதனம் மற்றும் ஒதுக்கீட்டை விட அதிகமாக இருக்கும். ஈ. பண நஷ்டங்களின் குவிவினால், நிகரச் சொத்தில் ஐம்பது சதவீதம் அல்லது அதற்கு அதிகமாக கரைந்திருக்கும்.

இந்திய ரிசர்வ் வங்கி வகுத்துள்ள இலக்கணத்தின் படி, (1988ஆம் ஆண்டிலிருந்து) ஒரு சிறுதொழில் நிறுவனத்தில், எந்த ஒரு நிதியாண்டின் இறுதியில் குவித்துள்ள நட்டங்கள், முந்தைய ஐந்து நிதியாண்டுகளில் இருந்த அதிகபட்ச திகர சொத்துக்களில் ஐம்பது சதம் அல்லது அதற்கு மேல் கரைத்திருந்தால் (குறைத்திருந்தால்), அத்திறுவனம் தலிவடைந்த சிறுதொழில் நிறுவனம் எனப்படும். நிகர சொத்துக்கள் என்பவை செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் மற்றும் பொது ஒதுக்கீடு ஆகியவற்றின் கூட்டுத்தொகை ஆகும்.

நலிவடைந்த தொழில் கம்பெனிகளின் திருத்திய சட்டம், 1993-ன் படி, பதிவு செய்யப்பட்டு ஐந்து ஆண்டுகளுக்குக் குறையாமல் உள்ள ஒரு தொழில் கம்பெனியில், எந்த ஒரு நிதியாண்டின் இறுதியில் குவிந்துள்ள நட்டங்கள், அதனுடைய நிகர சொத்துக்களுக்கு சமமாகவோ அல்லது அதற்கு மேற்பட்டோ இருந்தால், அக்கம்பெனி நலிவடைந்த தொழில் கம்பெனி எனப்படும்.

தொழில் நலிவடையும் முறை (Process of Industrial Sickness):

ஒரு தொழில் நிறுவனத்தில், நலிவு பல்வேறு நிலைகளில் படிப்படியாக ஏற்படுகிறது. சாதாரணமாக, ஒரு தொழில் நிறுவனம் சீரமைக்க இயலாத அளவிற்கு நலிவடைய ஐந்து முதல் ஏழு வருடங்கள் ஆகலாம். தொழில் நலிவின் முறையை கீழ்க்கண்டவாறு விளக்கலாம்.

1. நிறுவனம் நல்ல நிலைமையில் இருத்தல் (Normal Unit) :

நிறுவனத்தின் உற்பத்தி, சந்தையிடுகை, நிதி, தொழிலாளர்கள் போன்ற செயல்பகுதிகள் நல்ல திறனுடன் இருக்கும். நிறுவனம் இலாபம் ஈட்டிக்



கொண்டிருக்கும். நிகரச் சொத்துக்கள் திடமாகவும், நடப்பு விகிதம் ஒன்றிற்கு மேலும் இருக்கும். கடன் - மூலதன விகிதம் திருப்தியளிக்கும்.

2. நலிவை நோக்கிச் சென்று கொண்டிருத்தல் (Tending towards Sickness)

மேலே குறிப்பிடப்பட்டுள்ள சில செயல்பகுதிகள், நல்ல நிலையிலிருந்து விலகத் தொடங்கும். கடந்த ஆண்டின் இலாபத்தில் சரிவு இருக்கும். நடப்பு ஆண்டில் நடட்டத்தை எதிர்பார்க்கலாம்.

3. ஆரம்ப நிலையிலுள்ள நலிவு (Incipient Sickness):

நிறுவனத்தின் செயல்பகுதிகளில் ரேழிவு தொடர்ந்து நடைபெற்றுக் கொண்டிருக்கும். கடந்த வருடம் ஏற்பட்ட பண தட்டம், இந்த வருடமும் ஏற்படும். கடந்தவருடத்தில் நடப்பு விகிதம் ஒன்றிற்குமேல் இருந்திருந்தாலும், இந்த வருடம் நடப்பு விகிதமும், கடன்- மூலதன விகிதமும் சீர்கெடும் என்று எதிர்பார்க்கலாம்.

4. நலிவு (Sickness):

நிறுவனத்தின் செயல்பகுதிகள் திறனற்று இருக்கும். கடந்த ஆண்டில் பண தட்டம் ஏற்பட்டிருக்கும். நடப்பு ஆண்டிலும், அடுத்த ஆண்டிலும் பண தட்டத்தை எதிர்பார்க்கலாம். நடப்பு விகிதம் ஒன்றிற்குக் கீழ் இருக்கும். கடன் - மூலதன விகிதம் மோசமாக இருக்கும்.

தொழில் நலிவின் சமிக்ஞைகள் (Signals of Industrial Sickness):

ஒரு தொழிலின் செயல்பாடுகளில் தோன்றும் எச்சரிக்கைச் சைகைகளை தொழில் நலிவின் சமிக்ஞைகள் என்று கூறலாம். நலிவின் சமிக்ஞைகள் தெளிவாகவும், ஆரம்ப கட்டத்திலேயே அடையாளம் காணும்படியும் இருக்கும். தொழில் நலிவின் சில முக்கியமான சமிக்ஞைகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

1. சரக்குகள் (Inventories) அளவுக்கு மீறி இருத்தல்.

2. திறன் உபயோகத்தில் சரிவு ஏற்படுதல்.



3. குறைந்த கால நிதித் தேவைகளைச் சமாளிப்பதற்கான, நீர்ம நிதிப் பற்றாக்குறை.
4. இயந்திரங்களிலும், பிற உபகரணங்களிலும் அடிக்கடி கோளாறு ஏற்பட்டு உற்பத்தி தடைப்படுதல்.
5. பொருளின் தரத்தில் சரிவு ஏற்படுதல்.
6. தொழில்நுட்ப திறமைகளில் சரிவு ஏற்படுதல்.
7. பணியாளர்கள் அடிக்கடி வெளியேறுதல்.
8. வங்கிகளுக்கும், சமர்ப்பிக்காமல் இருத்தல்.
9. நிதிநிறுவனங்களுக்கும் அறிகைகள்
10. வங்கிக் கணக்குகள் வைத்திருப்பதில் ஒழுங்கற்று இருத்தல்.
11. விற்பனை வரி, கலால் வரி, சேம நல நிதி போன்ற சட்ட ரீதியான தொகைகளைச் செலுத்துவதில் தாமதம் செய்தல் அல்லது செலுத்தத் தவறுதல்.

தொழில் நலிவின் அறிகுறிகள் (Symptoms of Industrial Sickness) நலிவின் சமிக்ஞைகள் தொடர்ந்து நீண்டகாலத்திற்கும் இருந்தால் அவை நலிவின் அறிகுறிகளாக மாறிவிடுகின்றன.

நலிவின் பல்வேறு அறிகுறிகளை, நிறுவனத்தின் செயல்பாடு, நிதி விகிதங்கள், திறன் உபயோகம், சந்தையில் பங்குகளின் விலை, உற்பத்தி, சந்தையிடுகை ஆகியவற்றின் மூலம் தெரிந்து கொள்ளலாம். தொழில் நலிவின் முக்கியமான அறிகுறிகள் கீழே விவரிக்கப்பட்டுள்ளன.

1. பணத்தட்டுப்பாடு தொடர்ந்து இருத்தல்.
2. சட்டப்படி செலுத்த வேண்டிய தொகைகளைச் செலுத்தத் தவறுதல் அல்லது தாமதப்படுத்துதல்,



3. நிதிநிறுவனங்கவிடம், அடிக்கடி கடன்கள் மற்றும் மேல்பற்றுகளைக் கேட்டல்.
4. நிதி விகிதங்கள் தொடர்ந்து மோசமாக இருத்தல்,
5. நிறுவனத்தின் பங்குகளின் விலையில் திடீர்ச் சரிவு ஏற்படுதல்.
6. தொழிலாளர்களிடையே மன உறுதிக் உறுதிக் குறைவு மற்றும் நம்பிக்கையிழத்தல்.

தொழில் நலிவின் காரணங்கள் (Causes of Industrial Sickness)

தொழில் தலிவிற்கென எந்த ஒரு காரணத்தையும் தனித்துச் சொல்லிவிட முடியாது. தொழில் நலிவு பல்வேறு காரணிகளின் ஒட்டுமொத்த விளைவினால் ஏற்படுகிறது. தொழில் நலிவிற்கான காரணங்களை இரண்டு வகையாகப் பிரிக்கலாம். அவை:

1. உள் காரணங்கள் (Internal Causes)
2. வெளிக் காரணங்கள் (External Causes)

உள் காரணங்கள்:

தொழில் நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளில் உள்ள சில குறைபாடுகளினால் நலிவு ஏற்பட்டால் அதனை உள்காரணங்கள் என்று கூறலாம். இவை நிறுவனத்தின் கட்டுப்பாட்டிற்குள் உள்ள உற்பத்தி, சந்தையிடுகை, நிதி, தொழிலாளர்கள் போன்றவற்றில் உள்ள குறைபாடுகள் ஆகும். சாதாரணமாக தொழில் நலிவு, உள்காரணங்கள் மற்றும் செயல்பகுதிகளில் உள்ள தவறான நிர்வாகமுறை ஆகியவற்றின் கூட்டு விளைவினால் ஏற்படுகிறது என்று கண்டறியப்பட்டுள்ளது. சிறுதொழில்களில் நலிவை ஏற்படுத்தும் சில உள்காரணங்களைக் கீழே காணலாம்.

நிர்வாகத் திறன் குறைவு:



இளைய தொழில்முனைவோர் பொதுவாக, உணர்ச்சிகரமான கருத்துக்களுடன், உத்வேகத்துடன் தொழிலைத் தொடங்குவார்கள். துவக்க காலத்திலேயே அவர்கள் அதிக வட்டி விகிதத்தில் கடன் வாங்குதல், அதிக மேற் செலவுகள் செய்தல் என்று, சிக்கனத்தைக் கடைப்பிடிக்காமல் இருப்பார்கள். இப்படிப்பட்ட, அனுபவமற்ற நிர்வாகம் சிறுதொழில்களின் நலிவிற்கான முக்கியக் காரணிகளில் ஒன்றாக இருக்கிறது.

2. தொழில் மேலாண்மையின் அடிப்படைக் கொள்கைகளைக் கடைப்பிடிக்கத் தவறுதல். :

குறைந்த மூலதனத்தில் தொழிலைத் துவங்குதல், நிறுவனம் நன்றாகச் செயல்படும் காலத்தில் நிறுவனத்தின் நிறுவனத்தின் உள்நிதி வளங்களைப் பெருக்கிக் கொள்ளத் தவறுதல், அதிகமான சரக்குகளை கையிருப்பில் வைத்திருத்தல், குறைந்த காலக் கடன்களை நீண்டகால முதலீட்டில் உபயோகப்படுத்துதல் போன்றவை நிறுவனத்தின் கடினமான காலங்களில் அதன் மீளும் தன்மையினைக் குறைக்கின்றன.

3. சொந்த முதலீட்டினைச் சார்ந்திருத்தல்:

நலிவடைந்த பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் சொந்த பணத்தினையே சார்ந்திருக்கின்றன. அவற்றின் மொத்த முதலீட்டில் 89 சதவீதம் சொந்த நிதியாகும். நடைமுறை முதலீட்டிற்கு இந்நிறுவனங்கள், வணிக வங்கிகள் மற்றும் கூட்டுறவு வங்கிகளைச் சார்ந்துள்ளன.

4. திட்ட உருவாக்கத்தில் உள்ள குறைகள்:

திட்ட உருவாக்கத்தின் பொழுது, அதன் நிலைத்த தன்மையை குறிப்பாக, பொருளாதார நிலைத்த தன்மையை சரியாக ஆய்வு செய்யாமல் இருத்தல்.

வெளிக்காரணங்கள்:

பொதுவாக தொழில்துறை முழுவதையும் பாதிக்கும் காரணிகள் மற்றும் தொழில் நிறுவனத்தின் கட்டப்பாட்டிற்கு அப்பால் உள்ள காரணிகளை வெளிக்



காரணங்கள் என்று கூறலாம். வெளிக்காரணங்களின் தன்மையைப் பொறுத்து அவற்றை மூன்று பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். அவையாவன:

அ. அரசின் கொள்கைகள்.

ஆ. சுற்றுப்புறச் சூழ்நிலை.

இ. இயற்கைச் சீற்றங்கள்.

நலிவை ஏற்படுத்தும் சில முக்கியமான வெளிக் காரணிகளைக் கீழே காணலாம். அடிக்கடி

1. அரசின் தொழில் கொள்கைகளில் மாற்றங்கள். ஏற்படும்
2. பொருளாதாரத்தில் நிலவும் பின்னடைவுப் போக்கு.
3. அடிக்கடி ஏற்படும் தொழில் வேலை நிறுத்தங்கள் மற்றும் தொழிலாளர் கொந்தளிப்பு.
4. பொருளுக்கான தேவை குறைதல்.
5. மூலப்பொருட்கள், திறன் வாய்ந்த தொழிலாளர்கள் போன்ற முக்கியமான உள்ளீடுகள் குறைவாகக் கிடைத்தல் மற்றும் சரியான சமயத்தில் கிடைக்காமலிருத்தல். மேலும் திறன்களை குறைவாகப் பயன்படுத்துதல்.
6. நிதி வளங்களின் தட்டுப்பாடு.
7. வெள்ளம், பஞ்சம் போன்ற இயற்கைச் சீற்றங்கள்.
8. அடிக்கடி ஏற்படும் மின் வெட்டுகள்.

தொழில் நலிவின் விளைவுகள்:

தொழில் நலிவு, ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்குத் தடையாக இருக்கிறது. தொழில் நலிவினால் ஏற்படும் பல்வேறு விளைவுகள் கீழே விவரிக்கப்பட்டுள்ளன.



1. வங்கிகளுக்கும் இதர நிதி நிறுவனங்களுக்கும் மிகப்பெரிய அளவில் ஏற்படும் பொருளாதார நஷ்டங்கள்

1.தொழிலில் நலிவு ஏற்படும்பொழுது:

தொழில் நிறுவனங்கள் பெரும்பாலும் வணிக வங்கிகள் மற்றும் இதர நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து கடன் பெற்று தொழில் நடத்துகின்றன. அந்நிறுவனங்களின் கடனைத் திருப்பிச் செலுத்தும் திறன் குறைகிறது அல்லது இல்லாமல் போய்விடுகிறது. இவ்வாறு கணிசமான நிதி, நலிவடைந்த தொழில் நிறுவனங்களில் முடங்கி விடுவதனால், அது வங்கி மற்றும் இதர நிதி நிறுவனங்களின் நிதி நிலைமையையும், அவற்றின் எதிர்காலக் கடன் வழங்கும் திறனையும் பாதிக்கின்றது. 1997 ஆம் ஆண்டு மார்ச் இறுதிக் கணக்குப்படி, நாடு முழுவதும் மொத்தம் 2,35,032 நலிவடைந்த சிறுதொழில் நிறுவனங்கள் உள்ளன. அவற்றில் முடங்கிக் கிடக்கும் வங்கிகளின் நிதி அளவு ரூ.3609 கோடி ஆகும்.

2.வேலை வாய்ப்புகள் குறைதல் அல்லது இழப்பு ஒரு தொழில் நிறுவனம் நலிவடையும் பொழுது, அதன் பெரும்பகுதி தொழிலாளர்கள் வேலையை இழக்க நேரிடுகிறது.

இதனால் நாட்டில் வேலையில்லாத் திண்டாட்டம் அதிகரிக்கிறது.

3. தொழில் அமைதியின்மை ஏற்படுதல் தொழில் நலிவு ஏற்படும்பொழுது, சிக்கன நடவடிக்கையாக எண்ணிக்கையைக் தொழிலாளர்களின் குறைக்க வேண்டியிருக்கிறது. இது தொழிலாளர்களிடையே கொந்தளிப்பை ஏற்படுத்துகிறது. தொழிற்சங்கங்கள் வேலையிழப்பை எதிர்த்து வேலை நிறுத்தத்தில் ஈடுபடுகின்றன. இதனால் தொழில் உற்பத்தியில் பின்னடைவு ஏற்படுகின்றது.

4. அரிய வளப்பொருட்கள் விணாதல் நலிவடைந்த நிறுவனங்களில் உள்ள அரிய வளப்பொருட்கள், உபயோகமின்றி, வீணாக முடங்கிக் கிடக்கின்றன.



அவற்றை வேறு வழிகளில் முதலீடு செய்திருந்தால், நாட்டின் பொருளாதாரத்திற்குக் கணிசமான வருவாயைக் கொடுத்திருக்கும்.

5. தொழில்முனைவோர் மற்றும் முதலீட்டாளர்களிடையே பாதகமான விளைவுகளை ஏற்படுத்துதல் ஒரு தொழில் நிறுவனம் நவிவுற்று, மூடப்படும்பொழுது. அது, எதிர்காலத்தில் அதையொத்த தொழில்களில் ஈடுபடத் நவிவுற்ற நிறுவனங்களின் பங்குகளின் விலை திடீரெனச் சரிகிறது. இது நாட்டின் பங்குச் சந்தையின் மீது பாதகமான விளைவுகளை திட்டமிருக்கும் தொழில்முனைவோரை ஊக்கமிழக்கச் செய்கிறது. ஏற்படுத்துகிறது. இது முதலீட்டாளர்களிடையே நம்பிக்கை யின்மையை உண்டாக்குகிறது.

6. அரசுக்கு ஏற்படும் வருவாய் இழப்பு:

தொழில் தலிவு அரசுக்கு வருவாய் இழப்பை ஏற்படுத்துகிறது. அதிகமான எண்ணிக்கையில் தொழில் நிறுவனங்கள் நவிவடையும் பொழுது, அரசு பல்வேறு வரிகளின் மூலம் கணிசமான வருவாயைத் திரட்ட முடியாது. இது, இறுதியில் நாட்டின் பொருளாதாரச் செயல்பாட்டினைப் பாதிக்கிறது.

தொழில் நவிவைக் குணப்படுத்தும் நடவடிக்கைகள் (Remedial Measures to Industrial Sickenss)

நம் நாட்டில் சிறு தொழில் நவிவு நாளுக்கு நாள் வளர்ந்து கொண்டே இருக்கிறது. அதனால் ஏற்படும் சமூக மற்றும் பொருளாதாரத் தீய விளைவுகள், நவிவினை உடளடியாகத் தீர்க்க வேண்டியதன் அவசரத்தை வலியுறுத்துகின்றன. தொழில் நவிவைக் குணப்படுத்துவதற்கான சில முக்கியமான நடவடிக்கைகள் கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

1. தொழில் தலிவின் அறிகுறிகளை ஆரம்ப கட்டத்திலேயே கண்டுபிடித்து, அதனை சரிப்படுவதற்கான முயற்சிகளில் ஈடுபடவேண்டும்.
2. புனரமைப்பு சாத்தியமில்லாத அளவிற்கு நவிவடைந்த தொழில் நிறுவனங்களை மூடி விட வேண்டும். பலமற்ற தொழில் நிறுவனங்களை



இணைத்து, புனரமைப்பு செய்வதன் மூலம் அவை மேலும் நலிவடைவதைத் தவிர்க்கலாம். நலிவுற்ற நிறுவனங்களை பிற நிறுவனங்களுடன் இணைக்கலாம்.

3. புனரமைப்புத் திட்டங்களை விரிவாகவும், விரைவாகவும் கூடுதல் நிதி செயல்படுத்த வேண்டும். கடன்களைத் திருத்தி அமைத்தல், கடன்களை வழங்குதல் போன்ற நடவடிக்கைகளுடன், நிர்வாகத் திறமைகளை வளர்த்தல், பொருட்களின் சந்தையிடுகைக்கு உதவி புரிதல், மூலப்பொருட்களையும், மின்சக்தியையும் சரியான அளவில் டைக்கச் செய்தல் போன்றவற்றையும் புனரமைப்புத் திட்டங்கள் அளிக்க வேண்டும்.

4. நிதி நிறுவனங்களும், வங்கிகளும் சிறுதொழில் நிறுவனங்களின் கணக்குகளை அவ்வப்பொழுது ஆய்வு செய்து, நலிவினையும், நலிவினை நோக்கிச் சென்று கொண்டிருக்கும் நிறுவனங்களையும் கண்டுபிடிக்க வேண்டும். இது தவிவினை ஆரம்ப கட்டத்திலேயே தடுக்க உதவுகிறது.

5. சிறுதொழில்களின் நலிவை, வேளாண்மையில் ஏற்படும் வறட்சி, வெள்ளம் போன்ற இயற்கைத் துயரங்களுக்கு இணைவாகக் கருதி, நலிவுற்ற நிறுவனங்களின் கடன்களுக்கு வட்டியில் சலுகை வழங்குதல் மூலம் அவற்றின் கடன் சுமையைக் குறைக்கலாம்.

6. தலிவடைந்த தொழில் நிறுவனங்களின் சிறப்பு சட்டம் 1985ன்படி, இந்திய அரசு, தொழில் மற்றும் நிதி மறுகட்டமைப்பு வாரியத்தினை (Board For Industrial and Financial Reconstruction. BIFR) ஏற்படுத்தியது. இதன் முக்கிய நோக்கம், பல்வேறு சீரமைப்பு வழிகளின் மூலம், தொழில் நலிவைத் தடுத்து நிறுவனத்தை நல்ல நிலைக்குக் கொண்டுவருவதாகும். இவ்வமைப்பில் சிறுதொழில்களுக்கென தனிப்பிரிவை அமைத்தால், அது நலிவுற்ற சிறுதொழில்களை விரைவாகவும், சிறப்பாகவும் புனரமைப்பதற்கு வழிவகுக்கும்.



தொழில் மற்றும் நிதி மறுகட்டமைப்பு வாரியத்தின் செயல்பாடுகள் (BIFR):

நலிவடைந்த தொழில் கம்பெனிகளின் சிறப்புச் சட்டத்தின் படி, ஒரு நிறுவனம், முதலீடு முழுவதும் அல்லது ஐம்பது சதவீதத்திற்கு மேல் கரையும் அளவிற்கு நட்டமடைந்திருந்தால் அந்நிறுவனம், சீரமைப்பிற்காக நானே நேரடியாக இவ்வாரியத்தின் உதவியினை நாடலாம். தலிவினை சீரமைப்பதற்காக இவ்வாசியம் பல்வேறு நடவடிக்கைகளை எடுக்கிறது. அவையாவன.

1.முதல் கட்டமான இவ்வாரியம், தொழில்நிறுவனங்கள் தமக்கு கடவீத்தார்களின் உதவியுடன், தலிவைச் சீரமைப்பதற்கான வழிகளைத் தாமே வகுத்துக் கொள்ளும் வாய்ப்பினை அளிக்கிறது.

2.நலிவடைந்த நிறுவனம் தமது கடனீந்தார்களிடமிருந்து போதிய உதவியினைப் பெற இயலாதபோது, இவ்வாரியம் தருந்த சீரமைப்புத் திட்டத்தினை அளிக்கிறது.

3.தவித்த தொழில் நிறுவனங்களை ஆய்வு செய்து, அறிக்கை அளிப்பதற்காக இவ்வாரியம் ஒரு செயல் முகவாண்மையினை ஏற்பாடு செய்கிறது. அந்த முகவாண்மை 90 நாட்களுக்குள் நிறுவனங்களின் நலிவைப் பற்றிய அறிக்கை அல்லது திட்டத்தினை சமர்ப்பிக்க வேண்டும். அந்த திட்டத்தின் அடிப்படையில் வாரியம் கீழ்க்கண்ட உதவிகளை அளிக்கிறது.

4.நிறுவனங்களின் நிதித்துறை மறுகட்டமைப்பு. ஆ.நிறுவனங்களின் நிர்வாக குழுவை மாற்றியமைத்தல் அல்லது நிர்வாகத்தை தானே ஏற்றுக் கொள்ளுதல். இ.நலிவடைந்த நிறுவனங்களை பிற நிறுவனங்களுடன் இணைத்து விடுதல். ஈ. நலிவடைந்த நிறுவனங்களின் ஒரு பகுதியினை விற்பதற்கோ அல்லது குத்தகைக்கு விடுவதற்கோ ஏற்பாடு செய்தல்.

5.வாரியத்திற்கு சரியெனப்படுகின்ற இதர வழிகளில் சீரமைப்புத் திட்டங்களைச் செயல்படுத்துதல்.



6. அனைத்து வழிகளிலும் நிறுவனத்தை சீரமைக்க இயலாதபொழுது, இறுதியில் நிறுவனத்தை சட்டப்படி மூடுவதற்கான அபிப்பிராயத்தை அளித்தல்.

7. நலிவடைந்த சிறு தொழில்களுக்கு நிதி உதவி செய்வதற்காக, அரசு 1989ஆம் ஆண்டு, விளிம்பு மான்யத் திட்டத்தை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.

8. நலிவடைந்த தொழில் நிறுவனங்களைக் கண்காணிப்பதற்காக, இந்திய ரிசர்வ் வங்கி, விசேசப் பிரிவினை அமைத்துள்ளது. அதன் மூலம் சீரமைப்பில் ஈடுபடும் நிறுவனங்களின் பணிகளை ஒருங்கிணைக்கிறது.

9. தொழில் முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டங்களின் மூலம், தகுந்த தொழில்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்காக, தொழில் முனைவோருக்குப் பயிற்சி அளிப்பதன் மூலம் தொழில் நலிவைத் தடுக்கலாம்.

மின்வணிகம்

மின்னணு வர்த்தகம் ஆன்லைனில் வியாபாரம் செய்து வருகிறது. ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளரின் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை புரிந்து கொள்ள டிஜிட்டல் தகவலின் சக்தியைப் பயன்படுத்துவது மற்றும் ஒவ்வொரு கூட்டாளியும் அவர்களுக்கான தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைத் தனிப்பயனாக்க. பின்னர் தயாரிப்புகளையும் சேவைகளையும் கூடிய விரைவில் வழங்குவதாகும். தனிப்பயனாக்கப்பட்ட தானியங்கு சேவைகள் வணிகங்களுக்கு வருவாயை அதிகரிப்பதற்கும், குறைந்த செலவுகளை ஏற்படுத்துவதற்கும் வாடிக்கையாளர் மற்றும் கூட்டாளர் உறவுகளை நிறுவுவதற்கும் பலப்படுத்துவதற்கும் வாய்ப்பளிக்கின்றன.

இந்த நன்மைகளை அடைய பல நிறுவனங்கள் இன்று நேரடி சந்தைப்படுத்தல் விற்பனை மற்றும் வாடிக்கையாளர் சேவைக்காக மின்னணு வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுகின்றன ஆன்லைன் வங்கி மற்றும் பில்லிங் தகவலின் பாதுகாப்பான விநியோகம் மதிப்பு சத்திலி வர்த்தகம் மற்றும் பெருநிறுவன வாங்குதல், எலக்ட்ரானிக் வர்த்தக அமைப்புகளின் நன்மைகள் இந்த



அமைப்புகளை கவர்ந்திழுக்கும் வளர்ப்பது வரிசைப்படுத்துவது மற்றும் நிரவகிப்பது எப்போதும் எளிதானது அல்புதிய தொழில்நுட்பத்தை ஏற்றுக்கொள்வதோடு மட்டுமல்லாமல் பல நிறுவனங்கள் மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகளை அதிகரிக்க தங்கள் வணிக செயல்முறைகளை மறுசீரமைக்க வேண்டும்.

மின்னணு வர்த்தக மூலோபாயம் ஒரு தொழில்நுட்ப தளம் போர்டல் மற்றும் வணிக நிபுணத்துவத்திற்கான புதிய வழிகளைக் கடைப்பிடிக்க நிறுவனங்கள் ஆன்லைன் சேவைகளுக்கான ஒரு பயன்படுத்தக்கூடிய தொழில்முறை நிபுணத்துவம் ஆகியவற்றை வழங்க உதவும். எந்தவொரு கணினி அமைப்பிற்கும் அடித்தளம் தான் தளங்கள். மின்னணு வர்த்தகத்தை இயக்கும் மற்றும் ஆதரிக்கும் தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் தயாரிப்புகளின் அடித்தளமாக ஒரு இணையவழி தளம் இருக்க வேண்டும் இதன் மூலம் வணிகங்கள் வளரும்போது வளர எளிதான குறைந்த விலை அதிக மதிப்புள்ள வர்த்தக அமைப்புகளை வணிகங்கள் உருவாக்க முடியும்.

இயக்க முறைமைகள் முதல் பயன்பாட்டு சேவையகங்கள்,

பயன்பாட்டு உள்கட்டமைப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக் கருவிகள் மற்றும் மேம்பாட்டு அமைப்பு வரையிலான மின்வணிகம் தளத்தின் அகலமும் ஒப்பிட முடியாது.

வரையறுக்கும் இ-காமர்ஸ்

மின்னணு வர்த்தகம் அல்லது இணைய வர்த்தகம் என்றும் அழைக்கப்படும்.

மின்வணிகம்

இணையத்தைப் பயன்படுத்தி பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்குவது மற்றும் விற்பது மற்றும் இந்த பரிவர்த்தனைகளைச் செயல்படுத்த பணம் மற்றும் தரவை மாற்றுவதைக் மின்வணிகம் பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகிறது ஆனால் இது இணையம் மூலம் எளிதாக்கப்படும்



எந்தவொரு வணிக பரிவர்த்தனையையும் விவரிக்க குறிக்கிறது. ஆன்லைனில் பொருட்கள் தயாரிப்புகளின் விற்பனையைக் குறிக்க முடியும்.

பாரம்பரிய சில்லரை வணிகத்தை விட இ-காமர்ஸ் வணிகம் எந்த வகையில் சிறப்பு வாய்ந்தது

இ காமர்ஸ் எனப்படும் மின்னணு வணிகமானது பொருட்களை வாங்குவதற்கும் விற்பதற்கும் முழுவதுமாக இணையதளத்தை பயன்படுத்தி செய்யக்கூடிய வணிகமாக இருக்கிறது. அதாவது நீங்கள் வாங்க கூடிய அல்லது விற்க கூடிய பொருள்களுக்கான பணபரிமாற்றம் மின்னணு முறையில் நடைபெறுவதால் இது மின்னணு வணிகம் (இ-காமர்ஸ்) என்று அழைக்கப்படுகிறது. பத்து வருடங்களுக்கு முன்னர் இ-காமர்ஸ் வணிகம் வருங்காலத்தில் வணிகத்தில் மிகப்பெரிய மாற்றங்களை கொண்டு வந்து மிகப்பெரிய வளர்ச்சியை அடையும் என யாரும் எதிர்பார்த்திருக்க வாய்ப்புகள் இல்லை. உங்களுக்கு தேவையான அனைத்து பொருட்களும் கணினியின் மூலமாக ஒரு சிறு நிமிடங்களில் ஆர்டர் செய்து, உங்களது வீட்டில் வாசலிலே பொருளைப் பெறக்கூடிய வாய்ப்புள்ளது என்று பத்து வருடங்களுக்கு முன்னால் யாரேனும் கூறியிருந்தால் நாம் சிரித்து இருக்க வாய்ப்புள்ளது. ஆனால் படிப்படியாக இத்தகைய இ-காமர்ஸ் வணிகம் கடந்த பத்து வருடங்களில் வளர்ந்து வரும் அபாரமான வளர்ச்சியை நாம் கண்கூடாக பார்த்துக் கொண்டுதான் இருக்கிறோம்.

2015-இன் கணக்கெடுப்பின்படி இந்தியாவில் உள்ள மக்கள் தொகையில் 20 சதவிகித மக்கள் இகாமர்ஸ் வணிகத்தை பயன்படுத்திய நிலையில் 2020 இன் கணக்கெடுப்பின்படி 60 சதவிகித மக்கள் ஈகாமர்ஸ் வணிகத்தை பயன்படுத்த ஆரம்பித்துவிட்டார்கள். பாரம்பரிய முறையில் வணிகம் செய்து வந்த பல்வேறு நிறுவனங்கள் இ-காமர்ஸ் வணிகத்திற்கு மாற தொடங்கி விட்டார்கள் என்பதே இதற்கு சான்றாக விளங்குகிறது. வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஈகாமர்ஸ் வணிகத்தில் உள்ள நன்மைகளை போலவே விற்பனையாளர்களுக்கும் அதிகப்படியான நன்மைகள் இருப்பதால் மட்டுமே இத்தகைய அபரிமிதமான வளர்ச்சியை குறுகிய காலத்தில் அடைந்துள்ளது. ஏதேனும் ஒரு பிரிவை அதாவது வாடிக்கையாளர்களுக்கு மட்டும் அல்லது விற்பனையாளர்களுக்கு மட்டும் நன்மை தரக்கூடிய வகையில் இ-காமர்ஸ் வணிகம் இருந்திருக்குமேயானால் இத்தகைய



வளர்ச்சியை அடைய வாய்ப்பு இல்லை. பாரம்பரிய வணிகத்தை விட ஈகாமர்ஸ் வணிகத்தில் எந்த மாதிரியான நன்மைகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் விற்பனையாளர்களுக்கும் இருக்கிறது என்பதைப் பற்றி கீழே விளக்கமாக கூறப்பட்டுள்ளது.

1) பல்வேறு இடங்களுக்கு உங்கள் வணிகத்தை விரிவுபடுத்த முடியும்

இ-காமர்ஸ் மூலமாக விற்பனை செய்யக் கூடியவராக நீங்கள் இருந்தால் உங்களது வாடிக்கையாளர்களாக நாட்டிலுள்ள அனைத்து பகுதியிலிருந்தும் பெறுவதற்கான வாய்ப்பு உள்ளது. ஆனால் பாரம்பரிய முறைப்படி நகரத்தின் முக்கிய பகுதியில் கடை வைத்து சில்லரை விற்பனை செய்யக் கூடியவராக இருந்தால் அதிகபட்சமாக அந்த நகரத்தில் உள்ள மக்கள் மட்டுமே உங்களுக்கு வாடிக்கையாளர்களாக அமையப் பெறுவார்கள். வாடிக்கையாளர்களை பொருத்தவரைக்கும் இது மிகுந்த லாபகரமாக உள்ளதற்கான காரணம் என்னவென்றால் தங்களுக்கு பிடித்த தரமான பொருளை நாட்டின் பிற மூளையிலுள்ள வணிகம் செய்பவர்கள் இடம் இருந்தும் பெற முடியும் என்பதாகும். தங்களுக்கு பிடிக்கவில்லை என்றாலும் தேவைகளுக்காக அருகில் உள்ள கடையில் வாங்கியாக வேண்டும் என்ற கட்டாயம் அவர்களுக்கு இல்லை. வாடிக்கையாளர் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் என இரு தரப்பினருக்கும் மனநிறைவையும் வெற்றியையும் தரக்கூடிய வகையில் இந்த மின்னணு வணிகம் (இ காமர்ஸ்) அமைந்துள்ளது என்பதற்கு இது ஒரு மிகப்பெரிய எடுத்துக்காட்டு.

2) குறைந்த முதலீட்டில் தொடங்கி சிக்கனமாக நடத்த முடியும்

பாரம்பரிய முறைப்படியில் உள்ள வணிக நிறுவனத்தை தொடங்க வேண்டும் என்றால் உங்களுக்கு மிகப்பெரிய முதலீட்டை கொண்டு ஆரம்பிக்க வேண்டிய கட்டாயம் இருக்கிறது. மிகுந்த நெருக்கமான வீடுகள் மற்றும் மக்கள் தொகை அதிகமுள்ள இடத்தின் முக்கிய பகுதியில் மக்கள் அனைவரும் வந்து செல்லக்கூடிய வளாகத்தில் மிகப்பெரிய இடத்தை வாடகைக்கோ அல்லது விலைக்கு வாங்கி நீங்கள் தொழிலை ஆரம்பித்தால் மட்டுமே அதிகப்படியான வளர்ச்சியை குறைந்த நாட்களில் அடைய முடியும். முக்கிய இடத்தில் கடையை நிறுவுவதற்கு மிகப்பெரிய தொகையை நீங்கள் கடனாக ஏதும் பெற்றால் பிற்காலத்தில் மிகப்பெரிய தலைவலியை அளிக்கக்கூடும். இது மட்டுமில்லாது மாத வாடகை மற்றும் ஊழியர்களுக்கு



அளிக்கப்படும் சம்பளம் போன்றவற்றிற்காக மாதந்தோறும் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை நீங்கள் இழக்க நேரிடும். வணிக வளாகங்களில் மின் கட்டணம் அதிகம் இருப்பதாலும் உங்களது லாபத்தின் ஒரு பகுதியை நீங்கள் எழுந்து கொண்டே இருப்பீர்கள். ஆனால் இ-காமர்ஸ் வணிக நிறுவனங்களில் இதைப் போன்றதொரு வாடகை, மின் கட்டணம், மற்றும் ஊழியர்களின் சம்பள பிரச்சனை இல்லை. இணையதளம் வாயிலாகவே வாடிக்கையாளர்களுடன் கலந்துரையாடுவது மற்றும் விற்பனை நடைபெறுவதால் மிகப் பெரிய அளவில் நகரத்தின் முக்கிய பகுதியில் வணிக வளாகங்கள் இல்லாமல் ஒரு சிறிய இடத்தில் நிறுவனத்தை ஆரம்பித்தால் போதுமானது.

3) வணிகத் தகவல்களை ஆராய்வது எளிது

இ-காமர்ஸ் வணிகம் மூலமாக விற்பனை செய்யும் வணிகர்கள் தங்களின் ஒரு குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளர் அடிக்கடி எந்த மாதிரியான பொருட்களை வாங்குகிறார், ஒரு மாதத்திற்கு எவ்வளவு பொருளை வாங்குகிறார், மற்றும் எந்த பொருளை வாங்க விரும்புகிறார் போன்ற தகவல்களை எளிதாக பெற முடியும். அதுமட்டுமல்லாது உங்களது இ-காமர்ஸ் வணிகத்தில் எந்த ஊரிலிருந்து அதிகப்படியான ஆர்டர்கள் வருகிறது, எந்த நேரத்தில் ஆர்டர்கள் அதிகமாக வருகிறது, ஆண் வாடிக்கையாளர்கள் அதிகமாக இருக்கிறார்களா அல்லது பெண் வாடிக்கையாளர் அதிகமாக இருக்கிறார்களா என்பதைப் பற்றி தெரிந்து கொள்வது, மற்றும் எந்த வயதுடைய வாடிக்கையாளர்களுக்கு அதிக விற்பனை உங்கள் வணிகத்தில் செய்யப்படுகிறது போன்ற தகவல்களை சில வினாடிகளில் பெறுவதற்கான வாய்ப்பு உள்ளது. இத்தகவல்களை ஆராய்ந்து அதற்கேற்ற வகையில் வணிகத் திட்டங்களை உருவாக்கி செயல்படுத்துவதன் மூலம் உங்களது தொழிலை அடுத்த கட்டத்திற்கு எடுத்து கொண்டு செல்ல முடியும். ஆனால் பாரம்பரிய முறைப்படி உள்ள சில்லறை விற்பனை மையத்தில் இம்மாதிரியான தரவுகளை பெறுவது என்பதே இயலாத காரியமாகும்.

4) கூட்ட நெரிசல் இல்லாமல் அதிகப்படியான ஆர்டர்கள் பெற முடியும்

வணிக வளாகத்தில் உள்ள கடைக்கு நீங்கள் மாலை நேரத்திற்கு சென்றால் அங்கு பில் போடும் இடத்தில் உள்ள வரிசையில் குறைந்தது 15 நிமிடங்களாவது நிற்க வேண்டிய நிலைமைக்கு உள்ளாவீர்கள். ஆனால் இ-



காமர்ஸ் வணிகத்தில் நீங்கள் எந்தவித கூட்ட நெரிசலிலும் வரிசையிலும் சிக்காமல் உடனடியாக ஆர்டர் செய்துவிட்டு வீட்டின் வாசலிலேயே பொருட்களை பெற்றுக் கொள்ள முடியும். அதே போல் ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் ஒரு விற்பனையாளர் அதிகபட்சமாக 100 வாடிக்கையாளர்களுக்கு மேல் சந்திக்க முடியாது. ஆனால் இ-காமர்ஸ் இணையதளத்தில் ஒரே நேரத்தில் நீங்கள் 500-1000 என கணக்கிலடங்கா ஆர்டர்களை எந்தவித நெரிசலும் சிக்கலும் இல்லாமல் பெற்றுக்கொள்ள முடியும். இ-காமர்ஸ் இணையதளத்தில் ஒரே நேரத்தில் பல லட்சக்கணக்கான வாடிக்கையாளர்கள் பார்வையிட்டு அவர்களுக்கு தேவையான பொருளை தேர்ந்தெடுக்கும் வாய்ப்புகள் இருக்கிறது. ஆனால் நீங்கள் பாரம்பரிய முறைப்படி கடை வைத்து வணிகம் செய்பவராக இருந்தால் அதிகபட்சமாக 100 பேரை மட்டுமே கடையில் அனுமதிக்க வாய்ப்புள்ளது.

5) வாடிக்கையாளரின் கருத்துக்களை எளிதாக தெரிந்துகொள்ள முடியும்

நீங்கள் வாடிக்கையாளராக இ-காமர்ஸ் இணையதளத்தில் ஒரு பொருளை வாங்க விரும்புவதாக இருந்தால், ஏற்கனவே அந்த பொருளை வாங்கியவர்களின் கருத்துகளை நோட்டமிட்டு அந்தப் பொருளின் தரத்தை பற்றி அறிந்து கொள்வதற்கான வாய்ப்பு உள்ளது. இவ்வாறு வாடிக்கையாளர்களின் கருத்துக்களை தெரிந்து கொள்வதன் மூலம் ஒரு விற்பனையாளராக நீங்களும் அந்தப் பொருளில் உள்ள குறைபாடுகளை தெரிந்து கொண்டு அதை சரி செய்வதற்கான முயற்சிகளை மேற்கொள்ள முடியும். ஆனால் பாரம்பரிய முறைப்படியிலுள்ள வணிகத்தில் இத்தகைய வாடிக்கையாளர்களின் கருத்துக்களை தெரிந்து கொள்வது என்பது இயலாத காரியமாகும். ஒரு உரிமையாளராக ஒரு பொருளில் உள்ள அனைத்து சிறப்பம்சங்களையும் வாடிக்கையாளர்கள் மூலம் தெரிந்து கொண்டாலும் அதை அடுத்த வாடிக்கையாளர்களிடம் நீங்கள் சொல்லும் போது அவர்கள் நம்புவார்கள் என்று நாம் யூகிக்க முடியாது ஏனென்றால் அந்த வாடிக்கையாளர்களை பொருத்தவரை விற்பனையாளர் என்ன வேண்டுமானாலும் அந்த பொருளை விற்பதற்காக சொல்லக்கூடும் என்பதே ஆகும்.

6) வலைத் தேடல்களின் மூலம் பிரபலமாக வாய்ப்பு



பாரம்பரிய முறைப்படி உள்ள சில்லறை வணிகத்தின் வெற்றி என்பது சுற்றியுள்ள மக்களிடம் நன்கு பிரபலம் அடைந்து அவர்களின் நன்மதிப்பைப் பெறுவதை பொருத்து அமையும். அவ்வாறு நீங்கள் அனைத்து மக்களிடமும் பிரபலம் அடைவதற்காக சந்தைப்படுத்துதல் முயற்சிகளுக்கு செலவிடும் தொகை என்பதே மிகப்பெரிய அளவில் இருக்கும். ஆனால் இணையதள தேடல்களில் இ-காமர்ஸ் வணிகத்தில் மிகவும் குறைந்த செலவில் அனைத்து மக்களிடம் பிரபலம் அடைவதற்கான வாய்ப்பு இருக்கிறது. இன்றளவில் இந்தியா போன்ற வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் அனைத்து மக்களிடமும் ஸ்மார்ட்போன் பயன்படுத்தும் வழக்கமும் இணையத்தில் தங்களது விருப்பமான பொருளைத் தேடும் பழக்கமும் அதிகரித்து இருப்பதால் உங்களது வலைதளத்தை பெரும்பாலான மக்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தும் வாய்ப்பு உள்ளது.

7) தேவையான பொருளை கண்டறிவது மிகவும் எளிது

வாடிக்கையாளராக ஒரு ஷாப்பிங் மாலுக்கு சென்றால் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் முதல் தளத்திலும் மற்றொரு பொருள் மூன்றாவது தளத்திலும் இருக்கும். ஆதலால் நீங்கள் பெரும்பாலான நேரத்தை ஷாப்பிங் மாலில் செலவிட்டு அந்தப் பொருளை தேட வேண்டியது இருக்கும். ஆனால் இத்தகைய இ-காமர்ஸ் வணிகத்தில் அனைத்துப் பொருள்களையும் ஒரு கிளிக்கில் தேடி வாங்கிக் கொள்ள முடிவதால் அதிகப்படியான நேரத்தை மிச்சப்படுத்த முடியும். அதைப்போல் விற்பனையாளராக இருக்கும்பட்சத்தில் உங்களிடம் உள்ள சரக்கு இருப்பு நிலை பற்றி எளிதாக தெரிந்துகொள்ள ஏதுவாக இத்தகைய இ-காமர்ஸ் இணையதளம் உறுதுணையாக இருக்கும்.

8) வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைக்கும் வாய்ப்பு அதிகமாக உள்ளது

இ-காமர்ஸ் வணிகத்தில் ஆர்டர் செய்யும் வாடிக்கையாளர்களின் தகவல்களை உங்களிடம் சேர்க்கப்படுவதால் அவ்வப்போது அவர்களுக்கு மின்னஞ்சல் மற்றும் குறுஞ்செய்திகள் மூலம் விற்பனை சலுகைகள் மற்றும் புது வரவுகளை பற்றிய தகவல்களை எளிதாக அனுப்ப முடியும். ஆனால் பாரம்பரிய முறைப்படி உள்ள வணிகங்களில் ஒருமுறை உங்களது வந்து செல்லும் வாடிக்கையாளர்களை தொடர்பு கொள்ளும் வாய்ப்புகள் இல்லை. தனிப்பட்ட வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பத்திற்கு ஏற்றவாறு மாற்றங்களை



செய்து விற்பனையை அதிகரிக்கும் வாய்ப்பு இ-காமர்ஸ் வணிகத்தில் மட்டுமே இருக்கிறது.

9) கால அளவு இன்றி அனைத்து நேரங்களில் செயல்பட முடியும்

பாரம்பரிய முறைப்படி உள்ள வணிகம் மற்றும் கடைகளின் பெரும்பாலான நேரம் என்பது காலை 9 மணி முதல் இரவு 9 மணி வரை மட்டுமே இருக்கும். ஆனால் இ-காமர்ஸ் வலைதளங்கள் அனைத்து நேரங்களிலும் பயன்படுத்தக்கூடியதாக இருப்பதால் வாடிக்கையாளர்கள் தங்களது விருப்பத்திற்கு ஏற்றவாறு நேரம் கிடைக்கும்போது பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ள முடியும். குறிப்பாக கொரோனா போன்ற நோய்த்தொற்று காலங்களிலும் மற்றும் விடுமுறை நாட்களிலும் கூட இ-காமர்ஸ் இணையதளம் மூலமாக பொருட்களை விற்கவும் வாங்கவும் முடியும்.

பாரம்பரிய வணிகம் அதனுடைய முழு சிறப்பையும் இழந்துவிட்டது என்று கூற முடியாவிட்டாலும் இ-காமர்ஸ் வணிகத்திற்கு ஈடான நன்மைகளை தர முடியவில்லை என்பதே நிதர்சனமான உண்மை. பாரம்பரிய வழக்கத்தைவிட இ-காமர்ஸ் வணிகம் எந்த வகை சிறப்பு வாய்ந்தது என்ற தகவல்கள் உங்களுக்கு புரியும் வகையில் இந்தக் கட்டுரையில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது என நம்புகிறேன். ஆகவே உங்களது வணிக வளர்ச்சிக்காக 100 சதவீத வாடிக்கையாளர்களை திருப்தி படுத்த விரும்பினால் இரண்டுவிதமான வணிகத்தையும் சரியான முறையில் கையாண்டால் வெற்றி நிச்சயம்.

மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்

சில மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகள் பாரம்பரிய வர்த்தகத்துடன் ஒப்பிடும்போது பின்வருபவை:

1. புவியியல் வரம்புகளை மீறுதல்.
2. இணையம் அனுமதிக்கும் அதிகரித்த தன்மைக்கு ஆன்லைன் மற்றும் ஆஃப்லைனில் அதிக எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களைப் பெறுதல்.
3. ஒரு பாரம்பரிய வணிகத்தை விட தொடக்க மற்றும் பராமரிப்பு செலவு மிகவும் குறைவு.



4. தொழில்முனைவோருக்கான தயாரிப்புகளைக் காண்பிப்பதில் அதிக எளிமை.
5. வாங்குபவருக்கான தயாரிப்புகளைக் கண்டறிவது எளிதானது மற்றும் விரைவானது.
6. வாங்குபவருக்கு கொள்முதல் செய்யும் போது நேரத்தை மிச்சப்படுத்துகிறது.
7. வணிகத்திற்கும் முதலாளியின் வாடிக்கையாளர் சேவைக்கும் அர்ப்பணிக்கப்பட்ட நேரத்தை மேம்படுத்துதல்.
8. தள்ளுபடிகள், கூப்பன்கள், நிறைய போன்றவற்றின் அடிப்படையில் சந்தைப்படுத்தல் வியூகத்தை செயல்படுத்துவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் எளிதானது.
9. வாங்குபவருக்கு கூடுதல் தகவல்களை வழங்குவதற்கான சாத்தியம்.
10. பண்புகள் மற்றும் விலைகள் உள்ளிட்ட தயாரிப்புகளுக்கு இடையிலான ஒப்பீட்டை வழங்குவதில் எளிமை.

இணையவழி தீமைகள் எந்தவொரு வணிகத்தையும் தொடங்குவதற்கு அல்லது விரிவுபடுத்துவதற்கு முன்பு அது கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளப்பட வேண்டும். அவை பின்வருமாறு:

1. போட்டி மிகவும் அதிகமாக உள்ளது, ஏனெனில் யார் வேண்டுமானாலும் ஈ-காமர்ஸ் வணிகத்தைத் தொடங்கலாம் (குறைந்தபட்சம் கோட்பாட்டில்).
2. தயாரிப்பைப் பார்க்காமல் வாங்கவும், ஆன்லைன் கொடுப்பனவுகளை நம்பாத பல நுகர்வோர் இன்னும் உள்ளனர்.
3. வணிக அளவு சிறியதாக இருக்கும்போது கப்பல் செலவுகள் விலை உயர்ந்தவை, மேலும் இது சிறு வணிகங்களுக்கு பெரும் பாதகமாகும்.
4. வாடிக்கையாளர் விசுவாசம் மிகவும் கடினம் மற்றும் தொழில்முறை உத்தி தேவைப்படுகிறது.
5. தெரு மட்டத்தில் ஒரு கடையை விளம்பரப்படுத்துவதை விட ஆன்லைன் ஸ்டோரை விளம்பரப்படுத்த அதிக தனிப்பட்ட வேலை தேவைப்படுகிறது.
6. தளத்தின் பாதுகாப்பு முதலாளிக்கு பல தலைவலிகளைக் கொடுக்கலாம்.



7. ஆன்லைனில் விற்கக்கூடிய அனைத்து தயாரிப்புகளும் சமமாக லாபம் ஈட்டக்கூடியவை அல்ல, மேலும் சந்தைப்படுத்தல் உத்தி கவனமாக மதிப்பிடப்பட வேண்டும்.
8. நுகர்வோர் அனைத்தையும் கொண்டிருக்க விரும்புகிறார்கள்: சிறந்த விலை, சிறந்த சேவை மற்றும் தனிப்பயனாக்கப்பட்ட கவனம். பெரிய நிறுவனங்களுடன் ஒப்பிடும்போது சிறிய நிறுவனங்களுக்கு இந்த விதிமுறைகளில் போட்டியிடுவது மிகவும் கடினம்.