

தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சி

நூலாசிரியர்

முனைவர். பா. பிரபு

உதவிப்பேராசிரியர்

வரலாற்றுத் துறை

மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக் கழகம்

அபிஷேகப்பட்டி

திருநெல்வேலி—தமிழ்நாடு



வரலாற்றுத் துறை

மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக் கழகம்

தொலைநெறி தொடர்கல்வி இயக்கம்

திருநெல்வேலி — தமிழ்நாடு —627012

ஆகஸ்ட்டு -2024

வ.எண்	அலகு	பொருளடக்கம்	பக்கம்
			1-27
1.	I	தொழில்முனைவோர்: பண்புகள் மற்றும் செயல்பாடுகள் - புதுமை - தொழில்முனைவோர் ஊக்கம் - கிராமப்புற தொழில்முனைவு	
2.	II	சிறு தொழில் தொடங்குவதற்கான படிக்கல்: வணிக வாய்ப்பை அடையாளம் காணுதல் - தயாரிப்பு தேர்வு - அரசு மானியங்கள் மற்றும் ஊக்கத்தொகைகள்	28-50
3.	III	தயாரிப்பின் தர உத்தரவாதம் மற்றும் சோதனை - மொத்த தர மேலாண்மை - தரக் கட்டுப்பாடு மற்றும் உத்தரவாத நுட்பங்கள்	51-60
4.	IV	சந்தைப்படுத்துதலின் கூறுகள்: சந்தை உத்தி - உறைகள் மற்றும் பெட்டிகளில் அடைத்தல்- விளம்பரம் - மற்றும் விற்பனைக்குப் பின் சேவைகள்	61-68
5.	V	சுய மேலாண்மை மற்றும் மனித நடத்தையைப் புரிந்துகொள்வது - மன அழுத்த மேலாண்மை - சமூகப் பொறுப்பு மற்றும் வணிக நெறிமுறைகள்	69-84

அலகு: 1

தொழில்முனைவோர்: பண்புகள் மற்றும் செயல்பாடுகள் - புதுமை -
தொழில்முனைவோர் ஊக்கம் - கிராமப்புற தொழில்முனைவு

நோக்கம்:

- தொழில்முனைவோர் என்பதன் பொருள் மற்றும் வரலாற்று தோற்றத்தை அறிதல்.
- தொழில்முனைவின் அம்சங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளை புரிந்து கொள்ளுதல்.
- தொழில்முனைவோரின் புதுமை மற்றும் சாதனைகள் பற்றி கற்றல்.
- கிராமப்புறத்தின் பின்தங்கிய நிலையை மாற்றுவதில் தொழில்முனைவோரின் பங்கு.

தொழில்முனைவு: அறிமுகம்

தொழில் முனைவு (Entrepreneurship)

தொழில் முனைவு என்ற சொல், வியாபாரத்திற்கான புதிய வாய்ப்பைக் கண்டுபிடித்து, அந்த வாய்ப்பைப் பயன்படுத்த வளங்களைத் தேடி, ஒன்று சேர்த்து, வாடிக்கையாளர்களின் தேவையைப் பூர்த்திசெய்து, லாபம் தேடுவது என்ற நீண்ட விளக்கம் கொண்டது. சந்தை பொருளாதாரங்களில் தொழில் முனைவு ஏற்படுவது இயற்கை, ஏனெனில் அங்குதான் அதனை வளர்த்தெடுப்பதற்கான சூழல் நிலவுகிறது.

தொழில் முனைவு சவால்கள் நிறைந்தது. புதிய தொழில்கள் தோல்வியடைவதற்கான வாய்ப்பு அதிகம். எனவே சவால்களை எதிர்கொள்வது தொழில் முனைவோர்களின் முக்கிய திறன்.

புதிய கண்டுபிடிப்புகளை சந்தைப்படுத்துவது, தன்னம்பிக்கை, ஊக்கத்துடன் உழைத்தல், லட்சியத்தை அடையும் தீவிரம், இவை எல்லாம் தொழில் முனைவோருக்குத் தேவை. சிறந்த தொழில் முனைவுக்கு சரியான வியாபார திட்டமிடல் அவசியம். நுகர்வோரின் தேவையைக் கண்டறிவதும், அதைப் பூர்த்தி

செய்ய புதிய வியாபார அணுகு முறையை வடிவமைத்து செயல்பட திட்டமிடல் அவசியம். எனவே, ஒரு புதிய வியாபாரத்திற்கான ஆதி முதல் அந்தம் வரையான வியாபாரத் திட்டம் தேவை. ஒவ்வொரு வியாபாரத் திட்டத்திலும் தொழில் முனைவோரின், புதிய வியாபாரத்தின் சிறப்புகள் இருந்தாலும், எல்லா வியாபாரத் திட்டத்திலும் சில பொது அம்சங்கள் இருக்கின்றன. அவை: திட்டத்தின் சுருக்கம், வியாபாரப் பொருள் அல்லது சேவையின் விபரம், தொழில் திட்டம், எதிர்கால நிதி நிலை மற்றும், தேவைப்படும் கடன் அல்லது முதலீட்டு அளவு. திட்டத்தின் சுருக்கத்தில் வியாபாரத்தின் அனைத்து அம்சங்களும் சுருக்கமாக சொல்லப்படவேண்டும். வியாபாரப் பொருள் அல்லது சேவை பற்றிய எல்லா விபரங்களும் திட்டத்தில் தெளிவாக சொல்லப்பட வேண்டும். வியாபாரம் வெவ்வேறு நிலைகளில் எவ்வாறு வளர்ச்சி அடையும் என்பதையும் திட்ட அறிக்கை கூறவேண்டும். பொருள் பற்றிய தொழில் நுட்பக் குறிப்புகள், உற்பத்தி தொழில் நுட்பம், தேவைப்படும் உள்ளீட்டுப் பொருட்கள், தொழிலாளிகளின் தேவை என எல்லா குறிப்புகளும் திட்ட அறிக்கையில் இருக்கவேண்டும். பொருள்/சேவை சந்தைப்படுத்துவது பற்றிய குறிப்புகள் அவசியம்.

நிதி திட்டத்தில் அடுத்த சில ஆண்டுகளில், ஒவ்வொரு மாதமும் வரவு செலவு எவ்வாறு இருக்கும் என்ற எதிர்பார்க்கப்பட்ட கணக்கு வேண்டும். இதில் வியாபார வரவு, முதலீடு செலவு, அதற்கு எவ்வாறு பணம் சேர்ப்பது என்ற விபரங்கள் நிதி திட்டத்தில் இருக்கவேண்டும். கடன் அல்லது வெளியிலிருந்து முதலீடு வேண்டும் என்றால் அதற்கான அறிக்கை தெளிவாக இருக்கவேண்டும். கடனுக்கான வட்டியை எந்த காலத்தில் எவ்வளவு செலுத்த முடியும், வெளி முதலீட்டிற்கு எந்த காலத்திலிருந்து ஈவுத் தொகை கொடுக்கப்படும் என்ற விபரங்களும் தேவை. பொருளாதாரங்கள் வளர தொழில் முனைவு அவசியம், குறிப்பாக சிறு தொழில் முனைவு தான் அதிக வேலைவாய்ப்பையும், உற்பத்தியையும் கொடுக்கின்றன. பலருக்கு தொழில் முனைவு திறன் இருப்பதும், அதனை கண்டறிந்து வளர்ப்பதும், அதற்கான சூழலை ஏற்படுத்துவதும் சமூக பொருளாதார முன்னேற்றத்திற்கு முக்கியம்.

தொழில்முனைவோர் வரலாற்று பின்னணி:

1453-ஆம் ஆண்டு பைசண்டைன் பேரரசின் தலைநகரான கான்ஸ்டாண்டினோபிள் நகரம் ஒட்டோமான் பேரரசால் கைப்பற்றப்பட்டது. இது ஆசியாவிற்கும் ஐரோப்பாவிற்குமான வாணிபத்தில் பல தடைகளை உருவாக்கியது. ஐரோப்பியர்கள் தெற்கு மற்றும் தென்கிழக்கு ஆசிய நாடுகளுக்கு கடல்வழியை கண்டுபிடிக்க முனைந்தனர். அதன் விளைவாக ஐரோப்பாவில் பல வணிகக் குழுக்கள் தோன்றின. இதன் தொடர்ச்சியாக, 15-ஆம் நூற்றாண்டின் இறுதியில் ஆசிய, வட அமெரிக்க மற்றும் தென் அமெரிக்க கண்டங்களுக்கு கடல் வழிகள் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட பிறகு பொருளாதாரம் வணிகமயமாக்கப்பட்டு சந்தைமயப் பொருளாதாரம் வளர்ச்சியடையத் தொடங்கியது. இது ஐரோப்பாவில் அதிக எண்ணிக்கையிலான வர்த்தக நிறுவனங்களின் அடித்தளமாக மென்மேலும் வளர்ச்சியடைந்தது. இது

அறிவொளி எனப்படும் விஞ்ஞான சிந்தனையின் செயல்முறையைத் துரிதப்படுத்தியது, இதன் விளைவாக அதிக எண்ணிக்கையிலான அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்புகள் உருவாகின. தொழில்நுட்பவழியில் புரட்சி ஏற்பட்டது. பொருட்கள் அதிகாளவில் உற்பத்திசெய்யப்பட்டன. பழைய உற்பத்தி முறைகள் பாதிக்கப்பட்டன. குறிப்பாக மத்தியகாலத்தின் படைமாளிய உற்பத்தி முறை மறைந்து, நவீனத்துவ பொருளாதர முறைகளான வணிகமயமாக்கலும் தாராளமயமாக்கலும் முன்னிலை பெறத்துவங்கின.

பொருள் மற்றும் வரையறை

18-ஆம் நூற்றாண்டில் பிரெஞ்சு வினைச்சொல்லான "entreprendre", எனும் சொல் "மேற்கொள்ளுதல்" என்ற பொருளுடன் பயன்படுத்தப்பட்டது. பொதுவாக "Entrepreneur" என்ற சொல் ஒரு குறிப்பிட்ட வகை சாகசத்தில் ஈடுபட்டவர்களைக் குறிக்கிறது. பதினாறாம் நூற்றாண்டில், இராணுவ நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் நபரை அழைக்க இந்த வார்த்தை பயன்படுத்தப்பட்டது. பதினேழாம் நூற்றாண்டில், "Entrepreneur" என்பது கட்டுமானம் மற்றும் வலுவூட்டலில் ஈடுபட்டுள்ளவர்களுக்கானது. பதினெட்டாம் நூற்றாண்டில் மட்டுமே வணிக நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் நபர்களுக்கு இது பயன்படுத்தப்பட்டது.

ரிச்சர்ட் காண்டிலன் எனும் ஐரிஷ்-பிரெஞ்சு பொருளாதார நிபுணர் தனது, "Essai sur la Nature du Commerce en General" (1755) என்ற படைப்பில் "தொழில்முனைவோர்" என்ற வார்த்தையைப் பயன்படுத்திய முதல் நபர் ஆவார். அவரைப் பொறுத்தவரை, தொழில்முனைவோர் அபாயங்களை எதிர்கொள்கிறார்கள் மற்றும் அதிகபட்ச லாபத்தை ஈட்டும் நோக்கோடு பொருளாதார நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றார்கள். 19 ஆம் நூற்றாண்டின் பொருளாதார நிபுணர் ஜோசப் ஷும்பீட்டர், தொழில்முனைவோர் மக்களின் பொருளாதார வாழ்க்கையில் மாற்றங்களைக் கொண்டுவருவதற்காக ஆக்கப்பூர்வமான அழிவு (creative destruction) மற்றும் புதுமைகளில் (innovation) ஈடுபடுவதைக் காண்கிறார்.

தொழில்முனைவோர் கோட்பாடுகள்

தொழில்முனைவோர் செயல்பாடுகளுடன் தொடர்புடைய பல்வேறு நடத்தைகள், செயல்முறைகள் மற்றும் விளைவுகளைப் புரிந்துகொள்ள உதவும் அறிவாதாரங்களை தொழில்முனைவோர் கோட்பாடுகள் வழங்குகின்றன. அவை வழிகாட்டியாகச் செயல்படுகின்றன, தொழில்முனைவோர் எப்படி வாய்ப்புகளைக் கண்டறிகிறார்கள், வளங்களைச் சேகரிக்கிறார்கள், புதுமைகளை உருவாக்குகிறார்கள், அபாயங்களை எதிர்கொள்கிறார்கள் மற்றும் இறுதியில் பொருளின் மதிப்பை உருவாக்குகிறார்கள் என்பதைப் புரிந்துகொள்ள உதவுகிறது. ஒருவர் தொழில்முனைவு சார்ந்த முயற்சியைத் தொடங்கினாலும் அல்லது அத்துறையைப் படிப்பதாக இருந்தாலும், இந்த கோட்பாடுகள் வெற்றிகரமான வணிகங்களுக்குப் பின்னால் உள்ள அடிப்படைக் கொள்கைகளை வெளிச்சம் போட்டுக் காட்டுகின்றன.

தத்துவார்த்த கட்டமைப்புகளின் முக்கியத்துவம்:

தொழில்முனைவோரின் எதிர்பார்ப்புக்களை சரிசெய்யும் கோட்பாட்டு கட்டமைப்புகள் இன்றியமையாதவை. ஏனெனில் அவை ஒரு வணிகத்தைத் தொடங்குதல் மற்றும் நிர்வகிப்பதில் உள்ள சிக்கல்களைப் புரிந்துகொள்வதற்கான ஒரு கட்டமைக்கப்பட்ட அணுகுமுறையை வழங்குகின்றன. சவால்களைச் சமாளிப்பதற்கும், தகவலறிந்து முடிவுகளை எடுப்பதற்கும், மேலும் நம்பிக்கையுடன் வளர்ச்சி மற்றும் நீடித்த நிலைத்தன்மைக்குப் பாடுபடுவதற்கும் அவை உங்களுக்குக் கருவிகளாகச் செயல்படுகின்றன. இந்த கட்டமைப்புகள் புதிய தயாரிப்பு அல்லது சேவையைத் தொடங்குவதற்கு முன் சந்தை சரிபார்ப்பின் அவசியத்தை வலியுறுத்துகின்றன.

வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை அறிந்துகொள்ளவும், சந்தைப் போக்குகளைக் கண்காணிக்கவும், உங்கள் வணிக யோசனைகளின் நம்பகத்தன்மையை மதிப்பிடவும் நினைவூட்டுகின்றன. எப்போதும் மாறிவரும் வணிகத்தின் போக்கில், தொழில்முனைவோர் கோட்பாட்டின் உறுதித்தன்மை தொழில்முனைவோர் மற்றும் வணிக மேலாளர்களுக்கு விலைமதிப்பற்றது. இது தொழில் முனைவோர் வெற்றிக்கு உந்துதல் மற்றும் புதுமை மற்றும் நெகிழ்வுத்தன்மையின் முக்கிய பங்கு பற்றிய நுண்ணறிவுகளை வழங்குகிறது.

தொழில் முனைவோர் சிந்தனையின் பரிணாமம்:

தொழில்முனைவோர் சிந்தனையின் பரிணாமம், மாறிவரும் சந்தை நிலைமைகளுக்கு ஏற்றவாறு தொழில் முயற்சிகளை மாற்றியமைக்க வேண்டியதன் அவசியத்தையும் புதுமையின் மையப் பங்கையும் அங்கீகரித்துள்ளது. படைப்பு மற்றும் புதுமையான நிறுவன கலாச்சாரத்தை வளர்ப்பதில் ஒத்துழைப்பு மற்றும் கூட்டாண்மைகளின் முக்கியத்துவத்தை அடிக்கோடிட்டுக் காட்டும் வகையில், தொழில் முனைவோர் நெட்வொர்க்குகள் மற்றும் சமூக மூலதனம் பற்றிய ஆய்வை உள்ளடக்கிய கோட்பாடுகள் விரிவடைந்துள்ளன. இந்தக் கோட்பாடுகளை உங்களின் மூலோபாயத் திட்டமிடலில் இணைத்து, புதிய வளர்ச்சி வாய்ப்புகளை முன்கூட்டியே கண்டறிந்து, உங்கள் நீண்ட கால வெற்றியைப் பாதுகாக்கலாம்.

தொழில் முனைவோர் கோட்பாடு, தொழில் முனைவோர் விளைவுகளை கணிசமாக பாதிக்கும் கலாச்சார மற்றும் சூழல் காரணிகளை நன்கு புரிந்து கொள்வதற்காக உருவாகியுள்ளது. கடந்தகால கோட்பாடுகள் தனிப்பட்ட முன்முயற்சியில் பூஜ்ஜியமாக இருக்கலாம் என்றாலும், இன்றைய சிந்தனை சமூக மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பரிமாணங்களைக் கருத்தில் கொண்டு மேலும் உள்ளடக்கிய அணுகுமுறையை ஊக்குவிக்கிறது. இந்த மாற்றம் நிலையான வணிக நடைமுறைகள் மற்றும் பல்வேறு துறைகளில் இருந்து நுண்ணறிவு ஒருங்கிணைப்பு ஆகியவற்றிற்கான பரந்த போக்கை பிரதிபலிக்கிறது. இது தொழில்முனைவோர் கோட்பாட்டின் நடைமுறை பயன்பாடுகளை மேம்படுத்துகிறது மற்றும் அதன் தத்துவார்த்த தளத்தை விரிவுபடுத்துகிறது.

1. ஒரு பொருளாதாரக் கோட்பாடு:

மார்க் கேஸன், தனது புத்தகமான தி அன்டர்ப்ரெனியர் - ஆன் எகனாமிக் தியரியில், தொழில்முனைவோரின் செயல்பாட்டு வரையறையை முன்வைத்து, தொழில் முனைவோர் செயல்பாடு ஏன் மிகவும் மதிப்புமிக்கது என்று கருதினார். தொழில்முனைவோருக்கான தேவை மாற்றத்திற்கு ஏற்ப மாற்றப்பட வேண்டியதன் அவசியத்திலிருந்து உருவாகிறது என்றும், முதலில் தேவையான தனிப்பட்ட குணங்களின் பற்றாக்குறையாலும், இரண்டாவதாக, அவை கிடைக்கும்போது அவற்றைக் கண்டறிவதில் உள்ள சிரமத்தாலும் தொழில்முனைவோர் வழங்கல் குறைவாக உள்ளது என்றும் அவர் வலியுறுத்தினார்.

ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோருக்கு முக்கியமான நான்கு முக்கிய குணங்கள் உள்ளன என்று அவர் பரிந்துரைத்தார், அவற்றில் ஒன்று - கற்பனை - கிட்டத்தட்ட முற்றிலும் இயல்பானது. மற்ற மூன்று குணங்களும் மேம்படுத்தப்படலாம். இந்த குணங்களைத் திரையிடுவதில் எதிர்கொள்ளும் சிக்கல்கள் மற்றும் குறைபாடுள்ளவற்றை மேம்படுத்துவதில், வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோர் வாழ்க்கையின் வளர்ச்சிக்கு பல முக்கியமான தாக்கங்கள் உள்ளன.

2. லீபென்ஸ்டீனின் எக்ஸ்-திறன் கோட்பாடு:

இந்த கோட்பாடு, முதலில் மற்றொரு நோக்கத்திற்காக உருவாக்கப்பட்டது, சமீபத்தில் தொழில்முனைவோரின் பங்கை பகுப்பாய்வு செய்ய பயன்படுத்தப்பட்டது. அடிப்படையில், X-செயல்திறன் என்பது நிறுவனத்திற்குள் உள்ள வளங்களைப் பயன்படுத்துவதில் திறமையின்மையின் அளவு: இது நிறுவனம் அதன் உற்பத்தி திறனை உணரத் தவறிய அளவை அளவிடுகிறது.

கொடுக்கப்பட்ட உள்ளீடுகளின் தொகுப்பிற்கு, நியோகிளாசிக்கல் உற்பத்தி எல்லையில் உள்ள புள்ளியுடன் உற்பத்தி திறன் அடையாளம் காணப்படுகிறது. நிறுவனத்தின் வளங்கள் தவறான வழியில் பயன்படுத்தப்படுவதால் அல்லது அவை வீணடிக்கப்படுவதால், அதாவது பயன்படுத்தப்படாமல் இருப்பதால் X-திறன் எழுகிறது.

லீபென்ஸ்டீன் அவர்களின் தொழில்முனைவோருக்கு இரண்டு முக்கிய பாத்திரங்களை அடையாளம் காட்டுகிறது. முதல் பாத்திரம் உள்ளீடு நிறைவு ஆகும், இது ஏற்கனவே உள்ள உற்பத்தி முறைகளின் செயல்திறனை மேம்படுத்தும் அல்லது புதியவற்றை அறிமுகப்படுத்துவதை எளிதாக்கும் உள்ளீடுகளை உள்ளடக்கியது. சந்தையில் தகவல் ஓட்டத்தை மேம்படுத்துவதே தொழில்முனைவோரின் பங்கு.

இரண்டாவது பங்கு, இடைவெளி நிரப்புதல், கிரீஸ்னர் லைபென்ஸ்டீன் வலியுறுத்தும் நடுவர் செயல்பாட்டைக் கேட்கிறது, இது இடைவெளி நிரப்புதல் பற்றிய

தெளிவான விளக்கத்தை வழங்குகிறது, பொருளாதாரத்தை முனைகள் மற்றும் பாதைகளால் ஆன நிகரமாகக் காட்சிப்படுத்துகிறது.

3. தொழில்முனைவோரின் கண்டுபிடிப்பு கோட்பாடு (தொழில்முனைவு பற்றிய ஷம்பீட்டர் கோட்பாடு)

தொழில்முனைவோர் பற்றிய ஒரு மாறும் கோட்பாடு முதன்முதலில் Schumpeter ஆல் (1949) வாதிடப்பட்டது, அவர் தொழில்முனைவோர் பொருளாதாரத்தின் நிலையான வட்ட ஓட்டத்தை சீர்குலைக்கும் ஊக்கியாகக் கருதினார். உற்பத்திக் காரணிகளின் 'புதிய சேர்க்கைகளை' தொடங்குதல் - அவர் சுருக்கமாக புதுமை என்று கூறுகிறார் - தொழில்முனைவோர் பொருளாதாரத்தை ஒரு புதிய மட்ட வளர்ச்சிக்கு செயல்படுத்துகிறார்.

புதுமையின் கருத்து மற்றும் அதன் இணை வளர்ச்சி ஐந்து செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது - (i) ஒரு புதிய பொருளை அறிமுகப்படுத்துதல், (ii) ஒரு புதிய உற்பத்தி முறையின் அறிமுகம், (iii) ஒரு புதிய சந்தையைத் திறப்பது, (iv) ஒரு புதிய மூலத்தை கைப்பற்றுதல் மூலப்பொருட்களை வழங்குதல் மற்றும் (v) எந்தவொரு தொழிற்துறையின் புதிய நிறுவனத்தையும் மேற்கொள்வது.

Schumpeter தொழில்முனைவோர் பற்றிய பல்வேறு கருத்துகளின் தொகுப்பைக் குறிக்கிறது. புதுமை பற்றிய அவரது கருத்தாக்கம், ஆபத்து எடுப்பது, மேற்பார்வை மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு ஆகிய கூறுகளை உள்ளடக்கியது. எவ்வாறாயினும், இந்த பண்புக்கூறுகள் புதுமைகளை உருவாக்கும் திறனுடன் இணைந்திருப்பது தொழில்முனைவோருக்கு போதுமானதாக இருக்காது என்ற உண்மையை Schumpeter வலியுறுத்தினார்.

4. ஹார்வர்ட் பள்ளிக் கோட்பாடு:

ஹார்வர்ட் பள்ளியின் கூற்றுப்படி, வணிகத்தின் உள் நிலைமை அல்லது வணிகத்தைச் சுற்றியுள்ள பொருளாதார, அரசியல் மற்றும் சமூக சூழ்நிலைகளுடன் தொடர்புகொள்வதில் லாபம் சார்ந்த வணிகத்தைத் தொடங்கும், பராமரிக்கும் அல்லது மேம்படுத்தும் எந்தவொரு நோக்கமும் கொண்ட செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது. இந்த அணுகுமுறை இரண்டு வகையான செயல்பாடுகளை வலியுறுத்துகிறது - அமைப்பு அல்லது ஒருங்கிணைப்பு செயல்பாடு மற்றும் முடிவெடுப்பதைப் பாதிக்கும் சுற்றுச்சூழல் பண்புகளுக்கு உணர்திறன்.

ஹார்வர்ட் பாரம்பரியத்தின் மற்றொரு வெளிப்பாடு, லைபென்ஸ்டீனின் (1968) பொருளாதார வாய்ப்புகளைத் தேடுதல் மற்றும் மதிப்பீடு செய்தல், உற்பத்தி செயல்முறைக்குத் தேவையான வளங்களைத் திரட்டுதல், வெவ்வேறு சந்தைகளை இணைத்தல் மற்றும் நிறுவனத்தை உருவாக்குதல் அல்லது விரிவுபடுத்துதல் போன்ற செயல்பாடுகளை வலியுறுத்தினார்.

உற்பத்தி அமைப்பில் மனித காரணி மீது அதன் அழுத்தம் இருந்தபோதிலும், ஹார்வர்ட் பாரம்பரியம் ஒருபோதும் சமநிலை-வெறி கொண்ட மரபுவழி பொருளாதாரக் கோட்பாட்டை வெளிப்படையாக சவால் செய்யவில்லை. இது நியோ-ஆஸ்திரிய பள்ளியால் சவால் செய்யப்பட்டது, அவர் சமநிலையை விட சமநிலையின்மை, சாத்தியமான சூழ்நிலை என்று வாதிட்டார், மேலும் தொழில்முனைவோர் மிகவும் நிச்சயமற்ற சூழ்நிலையில் செயல்படுகிறார்கள். தொழில்முனைவோரின் சாராம்சம் சந்தை பங்கேற்பாளர்களின் லாப வாய்ப்புகளுக்கான விழிப்புணர்வைக் கொண்டுள்ளது.

.கிஸ்னரின் (1979) கூற்றுப்படி, ஒரு பொதுவான தொழில்முனைவோர் நடுவர், குறைந்த விலையில் வாய்ப்பைக் கண்டறிந்து அதே பொருட்களை அதிக விலைக்கு விற்கும் நபர்.

5. தொழில்முனைவோரின் மெக்லெண்ட் கோட்பாடு:

McClelland தொழில்முனைவோரின் இரண்டு பண்புகளை அடையாளம் கண்டுள்ளார், அதாவது, புதிய மற்றும் சிறந்த முறையில் விஷயங்களைச் செய்வது மற்றும் 'நிச்சயமற்ற நிலையில் முடிவெடுப்பது'. பொருளாதார நடத்தையை விளக்குவதற்கு மிகவும் நேரடியாக தொடர்புடைய காரணியாக சாதனை அல்லது சாதனை நோக்குநிலையின் அவசியத்தை அவர் வலியுறுத்தினார். இந்த நோக்கமானது, சில தரநிலைகள் தொடர்பான ஒருவரின் செயல்திறனை மதிப்பீடு செய்வதை உள்ளடக்கிய சூழ்நிலைகளில் வெற்றிக்காக பாடுபடும் போக்கு என வரையறுக்கப்படுகிறது.

சாதனைக்கான அதிக தேவை உள்ளவர்கள் தொழில்முனைவோராக வெற்றி பெறுவதற்கான வாய்ப்புகள் அதிகம். சாதனைக்கான தேவையின் அடிப்படையில் லாபத்தில் தொழில்முனைவோரின் ஆர்வத்தை McClelland விளக்குகிறார். குறைந்த சாதனை படைத்தவர்களுடன் ஒப்பிடும்போது அதிக சாதனை படைத்தவர்கள் (N-Ach) பண வெகுமதிகளால் பாதிக்கப்படுவதில்லை. பிந்தைய வகைகள் பணம் அல்லது பிற வெளிப்புற ஊக்குவிப்புகளுக்காக கடினமாக உழைக்கத் தயாராக உள்ளன. மாறாக, லாபம் என்பது அதிக சாதனைத் தேவைகளைக் கொண்ட நபர்களுக்கான வெற்றி மற்றும் திறமையின் அளவுகோலாகும்.

6. மாற்றத்தின் கோட்பாடு:

யங் தொழில்முனைவோர் குழுவில் Thematic Apperception Test (TAT) நடத்தினார். நிலைமையை தீர்க்க வேண்டிய பிரச்சனையாக விவரிக்கும் போக்கு, தேவையான நடைமுறை முயற்சியின் விழிப்புணர்வு, அவர்களின் சொந்த திறன்களில் நம்பிக்கை, சிக்கலைத் தீர்ப்பதில் ஒவ்வொரு தனிநபரின் பார்வையை எடுத்து நிலைமையை பகுப்பாய்வு செய்யும் போக்கு ஆகியவற்றை சோதனை வெளிப்படுத்தியது. ஒரு முடிவைப் பரிந்துரைக்கும் முன் அவர் அதைப் பார்க்கலாம்.

யங்ஸ் கோட்பாடு என்பது சமூகத்தின் எதிர்வினை துணைக்குழுக்களின் ஒருங்கிணைப்பின் அடிப்படையில் மாற்றத்திற்கான ஒரு கோட்பாடு ஆகும்.

பின்வரும் மூன்று நிபந்தனைகள் ஒத்துப்போகும் போது ஒரு குழு எதிர்வினையாற்றுகிறது:

1. ஒரு குழு குறைந்த நிலை அங்கீகாரத்தை அனுபவிக்கும் போது;
2. முக்கியமான சமூக வலைப்பின்னல்களுக்கான அணுகல் மறுக்கப்படும்போது; மற்றும்
3. அதே மட்டத்தில் சமூகத்தில் உள்ள மற்ற குழுக்களை விட குழு சிறந்த நிறுவன வளங்களைக் கொண்டிருக்கும் போது.

7. இலாப கோட்பாடு:

நைட் தொழில்முனைவோரை தூய லாபம் பெறுபவராக அடையாளப்படுத்துகிறார். தூய லாபம், அவரைப் பொறுத்தவரை, தொழில்முனைவோரைப் பொறுத்தவரை, நிச்சயமற்ற செலவுகளைச் சுமக்கிறது. மாற்று விளைவுகளின் நிகழ்தகவுகளை ஒரு முன்னோடி பகுத்தறிவு அல்லது புள்ளிவிவர அனுமானம் மூலம் தீர்மானிக்க முடியாத சூழ்நிலையுடன் அவர் நிச்சயமற்ற தன்மையை அடையாளம் காட்டுகிறார். ஒரு தனிப்பட்ட நிகழ்வை உள்ளடக்கிய பொருளாதார சூழ்நிலைகளுக்கு ஒரு முன்கூட்டிய காரணம் வெறுமனே பொருத்தமற்றது.

வணிக நிச்சயமற்ற தன்மையை 'ஒருங்கிணைத்தல்' மூலம் குறைக்க முடியும் என்று நைட் வாதிடுகிறார். ஒருங்கிணைப்பு என்பது நிச்சயமற்ற தன்மைக்கு காப்பீடு என்பது ஆபத்து; தனிப்பட்ட நிகழ்வுகளை ஒருங்கிணைத்து மொத்த நிச்சயமற்ற தன்மையைக் குறைக்கும் ஒரு முறையாகும். தன்னம்பிக்கையை வழங்குவதற்கான நெகிழ்ச்சியானது இலாபத்தின் அளவு மற்றும் தொழில்முனைவோர் எண்ணிக்கையின் மிக முக்கியமான நிர்ணயம் ஆகும்.

8. விலை சரிசெய்தல் கோட்பாடு:

கிரஸ்னரைப் பொறுத்தவரை, விலையை சரிசெய்வது தொழில்முனைவோரின் முக்கிய பாத்திரமாகும். சந்தையில் தவறான விலை நிலவினால், விரக்தியடைந்த வாங்குபவர் அல்லது விற்பவர் முறையே அதிக விலை கொடுக்க அல்லது குறைந்த விலையை ஏற்கத் தயாராக இருந்தால் சந்தையில் எங்காவது லாபத்திற்கான வாய்ப்பு உருவாக்கப்படுகிறது. மீண்டும், ஒரே சந்தையில் வெவ்வேறு விலைகள் நிலவினால், சந்தையின் இரண்டு பிரிவுகளுக்கு இடையே லாபகரமான நடுவர்நிலைக்கு வாய்ப்பு உள்ளது.

கிர்ஸ்னரின் கூற்றுப்படி, சமநிலையின்மைக்கான விழிப்புணர்வு ஒரு தொழிலதிபரின் தனித்துவமான பண்பு. எச்சரிக்கையானது சில நபர்களுக்கு விலையை மாற்றுவதன் மூலம் சந்தையில் தலையிட உதவுகிறது, மற்ற நபர்கள் புதிய விலைக்கு பதிலாக தங்கள் வாங்குதல் மற்றும் விற்பனைத் திட்டங்களை மாற்றுவதன் மூலம் வெறுமனே பதிலளிப்பார்கள்.

பொருளாதாரக் கோட்பாட்டின் முதன்மைப் பாத்திரம், நோக்கமுள்ள மனித செயல்களின் அடிப்படையில் நடத்தையை விளக்குவதும், எதிர்பாராத விளைவுகளை உருவாக்குவதற்கு எந்த அளவிற்கு நோக்கமுள்ள மனித செயல்கள் ஊடாடலாம் என்பதைக் கருத்தில் கொள்வதும் ஆகும் என்று கிர்ஸ்னர் மேலும் கூறுகிறார். தொழில்முனைவு பற்றிய பகுப்பாய்வை மேலும் தொடர, இந்த பகுதியின் நிகழ்ச்சி நிரலின் வரம்புகளுக்கு அப்பால் செல்ல வேண்டும். தொழில்முனைவோர் கணிக்கக்கூடியவர் என்று நம்பும் எவரும், சந்தைச் செயல்பாட்டில் தலையிட்டு, ஒரு தொழிலதிபராக மாறுவதற்குத் தனக்கென ஒரு ஊக்கம் உள்ளது.

கிர்ஸ்னருக்கு, இது தொழில்முனைவோரின் உள்ளார்ந்த கணிக்க முடியாத தன்மையை உறுதிப்படுத்தும் திருப்திகரமான அடிப்படையை வழங்குகிறது. எந்த முன்கணிப்பாளரும் ஒரு தொழில்முனைவோராக இருக்க முடியாது என்று அது அறிவுறுத்துகிறது, எனவே தொழில்முனைவு பற்றிய முன்கணிப்பு கோட்பாட்டை சாத்தியமற்றதாக்குகிறது.

9. சந்தை சமநிலையின் கோட்பாடு:

தொழில்முனைவோர் கோட்பாட்டிற்கு ஹாயக்கின் முக்கிய பங்களிப்பு, நியோ கிளாசிக்கல் பொருளாதாரத்தில் தொழில்முனைவோர் இல்லாதது சந்தை சமநிலையின் அனுமானத்துடன் நெருக்கமாக தொடர்புடையது என்பதை சுட்டிக்காட்டுவதாகும். ஹாயக்கின் கூற்றுப்படி, சமநிலை நிலைப்பாடு என்பது முழு தகவலின் போஸ்டுலேட்டுக்கு சமம்; சிந்திக்கக்கூடிய ஒவ்வொரு விஷயத்தையும் பற்றிய முழுமையான தகவல் கோட்பாட்டின் அர்த்தத்தில் முழுத் தகவல் அல்ல, ஆனால் யாருடைய முடிவையும் மாற்றியமைக்க கூடுதல் தகவல் தேவையில்லை என்ற பொருளில் முழு தகவல்.

அவரைப் பொறுத்தவரை, பொருளாதாரத்தின் அனுபவ உள்ளடக்கம் ஒரு சமநிலையை நோக்கிய சரிசெய்தல் செயல்முறையுடன் தொடர்புடையது. இந்த செயல்முறை அறிவைப் பெறுதல் மற்றும் தகவல்தொடர்பு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. கண்டுபிடிப்பின் தொடர்ச்சியான செயல்முறை இருக்கும் உலகத்தை அவர் காட்சிப்படுத்துகிறார். சந்தைகள் மக்கள் தங்கள் கண்டுபிடிப்புகளை மற்றவர்களுக்கு தெரிவிக்கவும், கண்டுபிடிப்புகளை அறிந்து கொள்ளவும் உதவுகிறது, இதன் மூலம் சமநிலையின் விற்பனையை நோக்கி நகரும்.

10. சமூக மாற்றத்திற்கான ஹேகனின் கோட்பாடு:

எவரெட் ஹேகன், "சமூக மாற்றத்தின் கோட்பாடு, எப்படி பொருளாதார வளர்ச்சி தொடங்குகிறது" (1964) என்ற தனது படைப்பில், அதன் உளவியல் விளக்கத்தை ஆணையிடுகிறார். அவரது படைப்பு ஆளுமை என்பது சாதனை, ஒழுங்கு மற்றும் சுயாட்சிக்கான அதிக தேவையால் வகைப்படுத்தப்படும் ஒரு தனிநபர். அவர் தொழில்முனைவோரை ஒரு ஆக்கப்பூர்வமான சிக்கலைத் தீர்ப்பவராகக் கருதுகிறார், மேலும் நடைமுறை மற்றும் தொழில்நுட்பத் துறையில் உள்ள விஷயங்களில் ஆர்வமாக இருக்கிறார், மேலும் சாதிக்க வேண்டிய கடமையால் இயக்கப்படுகிறது.

ஆளுமை உருவாக்கத்தில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கான தூண்டுதல் பொறிமுறையாக அந்தஸ்தை, மரியாதையை திரும்பப் பெறுவதை ஹேகன் கருதுகிறார். சில சமூகக் குழுவின் உறுப்பினர்கள் தங்கள் வாழ்க்கையில் தங்கள் நோக்கங்கள் மற்றும் மதிப்புகள் அவர்கள் மதிக்கும் சமூகத்தில் உள்ள குழுக்களால் மதிக்கப்படுவதில்லை என்பதை உணரும் போது அந்தஸ்து திரும்பப் பெறுதல் ஏற்படுகிறது, மேலும் யாருடைய மதிப்பை அவர்கள் மதிக்கிறார்கள்.

நிலை திரும்பப் பெறக்கூடிய நான்கு வகையான நிகழ்வுகளை ஹேகன் முன்வைக்கிறார்:

1. ஒரு பாரம்பரிய உயரடுக்கு குழுவை அதன் முந்தைய நிலையிலிருந்து மற்றொரு பாரம்பரிய விநியோக உடல் சக்தியால் இடமாற்றம் செய்தல்.
2. உயர்ந்த குழுவின் அணுகுமுறையில் சில மாற்றங்களின் மூலம் மதிப்புமிக்க சின்னங்களை இழிவுபடுத்துதல்.
3. பொருளாதார சக்தியின் மாறிவரும் விநியோகத்துடன் நிலைக் குறியீடுகளின் சீரற்ற தன்மை.
4. ஒரு புதிய சமுதாயத்திற்கு இடம்பெயர்வதில் எதிர்பார்க்கப்படும் நிலையை ஏற்றுக்கொள்ளாமை.

11. தொழில் முனைவோர் வழங்கல் கோட்பாடு:

தொழில்முனைவோர் வழங்கல் பற்றிய மற்றொரு கோட்பாடு 1965 இல் ஜான் குங்கால் முன்மொழியப்பட்ட மற்றும் விரிவுபடுத்தப்பட்ட நடத்தை மாதிரி ஆகும். அவரது நடத்தை மாதிரியானது தனிநபர்களின் வெளிப்படையாக வெளிப்படுத்தப்பட்ட செயல்பாடுகள் மற்றும் கடந்த கால மற்றும் நிகழ்காலம் மற்றும் சுற்றியுள்ள சமூக கட்டமைப்புகள் மற்றும் உடல் நிலைமைகள் ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடையது.

ஒரு தனிநபரின் செயல்பாடுகளை நிர்ணயிப்பவர்கள், வேண்டுமென்றே மற்றும் தற்செயலான கண்டிஷனிங் நடைமுறைகளில் பெரும்பாலும் காணப்படுகின்றன, அவர் கடந்த காலத்தில் உட்படுத்தப்பட்டவர் மற்றும் அவரது நடத்தை உரிமைகோரல்களின் ஒரு பகுதியாக மாறிய மற்றும் ஒரு பகுதியாக இருக்கும்

தூண்டுதல்களை வலுப்படுத்துதல் மற்றும் பாகுபடுத்துதல் ஆகியவற்றின் தொகுப்புகளில் காணப்படுகின்றன. தற்போதைய சமூக சூழலில்.

சமூக சூழலின் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கூறுகள் மாற்றத்திற்கு ஏற்றது. குங்கலின் கோட்பாடு சோதனை உளவியலை அடிப்படையாகக் கொண்டது, சமூகவியல் மாறிகளை தொழில் முனைவோர் விநியோகத்தை தீர்மானிக்கிறது.

12. தொழில்முனைவோரின் பண்புகள் கோட்பாடு:

தொழில் முனைவோர் செயல்முறையின் வேர், தற்போதுள்ள வாழ்க்கை முறையைத் தாண்டிச் செல்ல சில தனிநபர்களால் எடுக்கப்பட்ட முன்முயற்சியைக் கண்டறியலாம். எதிர்வினைக்கு பதிலாக முன்முயற்சிக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்படுகிறது, இருப்பினும் சூழலில் நிகழ்வுகள் நபர் முன்முயற்சியை வெளிப்படுத்த தூண்டுதலை வழங்கியிருக்கலாம். இந்த அம்சம் 'புதுமை'க்குள் அடக்கப்பட்டதாகத் தெரிகிறது, இது 'செயல்திறன்' என்பதை விட 'மாற்றம்' அல்லது 'புதுமை' என்ற சொல்லுடன் தொடர்புடையது.

முன்முயற்சி எடுக்கும் இந்த போக்கு, தொழில்முனைவோர் கோட்பாட்டின் வளர்ச்சியில் பல்வேறு கட்டங்களில் வெவ்வேறு திசைகளில் இருந்து அணுகப்பட்டது. உதாரணமாக, பைக்ரேவ் மற்றும் ஹோஃபர் (1991) மனித விருப்பத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி பேசுகிறார்கள், கார்லண்ட் மற்றும் பலர். (1984) ஒரு தொழிலதிபரை ஒரு நிறுவனத்தை 'ஸ்தாபிப்பவர்' என வரையறுக்கலாம் அல்லது ஒரு புதிய திசையில் கொண்டு செல்ல நிலையான செயல்முறையை உணர்வுபூர்வமாக தொந்தரவு செய்யும் முகவரைப் பற்றி Schumpeter (1949) பேசுகிறார். அவை அனைத்தும் தனிப்பட்ட முன்முயற்சியின் முதன்மையைப் பிரதிபலிக்கின்றன.

நடத்தையின் இந்த அம்சத்துடன் தொடர்புடைய தொழில்முனைவோர் பண்புகளின் ஆய்வுகள், உள் கட்டுப்பாடு, தனிப்பட்ட அபாயங்களை எடுக்கும் திறன் மற்றும் வேலை மற்றும் பிரச்சனைகளில் நேர்மறையான அணுகுமுறை, கலாச்சாரத்தின் மீது அதிக பயம் இல்லாமல், சாதகமான எதிர்காலத்தில் வலுவான நம்பிக்கையிலிருந்து தெரிகிறது - இவை அனைத்தும் வலுவானவை. தனிப்பட்ட வள உணர்வு, இதன் மூலம் தொழில்முனைவோர் வழக்கமான பணிகள் மற்றும் சூழ்நிலைகளில் ஈடுபடுகின்றனர்.

எனவே, இந்தத் தாளின் சூழலில் 'தனிப்பட்ட வளம்' என்பது நிறுவனங்களின் உருவாக்கம் மற்றும் வளர்ச்சியை நோக்கிய செயல்களைத் தொடங்குவதற்கான ஒருவரின் சொந்தத் திறனை நம்புவதாகும். அத்தகைய துவக்க செயல்முறைக்கு, கனுங்கோ மற்றும் மிஸ்ரா (1992) பரிந்துரைத்தபடி, உள் உணர்வுகள் மற்றும் உணர்ச்சிகள், சிந்தனை மற்றும் செயல்களின் அறிவாற்றல் ரீதியில் மத்தியஸ்த சுய கட்டுப்பாடுகள் தேவை.

சமூகத்தில் தொழில்முனைவோரின் விநியோகத்தைப் பொறுத்த வரையில் தனிப்பட்ட வளக் கோட்பாடு பின்வரும் தாக்கங்களைப் பெற்றுள்ளது:

அ. அறிவாற்றல் செயல்பாடு:

உணர்ச்சிகள், உணர்வுகள், உள் உணர்வுகள், எண்ணங்கள் மற்றும் செயல்கள் போன்ற அறிவாற்றல் மத்தியஸ்த நடத்தை தேவைப்படும் நபர்களால் மேற்கொள்ளப்படும் செயல்பாடுகளை தற்போதைய கோட்பாடு முன்வைக்கிறது. இந்த சூழ்நிலைகளில், தொழில்முனைவோர் அபாயம் மற்றும் ஊக்கமளிக்கும் ஈடுபாட்டால் நிழலாடிய சூழ்நிலை மற்றும் அறிவு பற்றி முழுமையாக அறிந்து கொள்கின்றனர்.

ஆ. உளவியலின் மனித அம்சங்கள்:

உளவியலின் மனித அம்சங்களைப் பற்றி வெவ்வேறு ஆசிரியர்கள் தங்கள் வெவ்வேறு கருத்துக்களை வழங்கியுள்ளனர்.

தொழில்முனைவு பின்வரும் பண்புகளால் பாதிக்கப்படுகிறது:

1. அதிகாரத்திற்கு விருப்பம்
2. வெற்றி கொள்ள விருப்பம்
3. சிறந்து விளங்க வேண்டும்
4. சாதிக்க விருப்பம்
5. மாற்ற விருப்பம்
6. புதுமை செய்ய விருப்பம்.

எனவே, பொருளாதாரம் அல்லாத காரணிகளை ஆராயும் ஆய்வுகள், வெறும் பொருளாதார உள்ளீடுகள், தொழில் முனைவோர் முயற்சிகளில் வெற்றிக்கு உத்தரவாதம் அளிக்காது, நிறுவன மற்றும் உளவியல் காரணிகளும் இன்னும் கூடுதலான விசாரணைக்கு உட்பட்டவை என்ற உண்மையை வெளிப்படுத்தியுள்ளன.

முடிவுரை:

வாழ்க்கையின் எந்தத் துறையிலும் வளர்ச்சி என்பது தொழில்முனைவோரின் தனிப்பட்ட குணங்களைச் சார்ந்தது. ஒவ்வொரு கோட்பாட்டாளரும் இந்த உணர்வின் அடிப்படையில் தொழில்முனைவோர் மற்றும் தொழில்முனைவோரைப் பார்த்திருக்கிறார்கள், எனவே, தொழில்முனைவோர் நிகழ்வின் வரையறுக்கப்பட்ட பார்வையை மட்டுமே வழங்க முடியும். எந்தப் பார்வையும் சரியோ தவறோ, அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ இல்லை; உண்மையில், தொழில்முனைவு தோன்றுவதற்கு காரணமான பல்வேறு காரணிகள் ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்திருக்கும் மற்றும் பொதுவாக வலுவூட்டும்.

தொழில்முனைவு பல காரணிகளால் பாதிக்கப்படுகிறது. எனவே எந்த ஒரு காரணியும் தொழில்முனைவை உருவாக்க முடியாது. தொழில்முனைவு என்பது சமூக-பொருளாதார, உளவியல் மற்றும் பிற காரணிகளின் சிக்கலான மற்றும் மாறுபட்ட கலவையின் விளைவு ஆகும். பொருளாதார, அரசியல் மற்றும் சட்டக் காரணிகளை விரைவாகக் கையாளுவதன் மூலம் தொழில் முனைவோர் வெளிப்படுவதற்கு ஏற்ற சூழலை உருவாக்க முடியும் என்பதைக் கவனிக்கலாம். மறுபுறம், சமூகவியல் மற்றும் உளவியல் காரணிகள் மாறுவதற்கு போதுமான நீண்ட காலம் எடுக்கும். மனிதனின் செயலை மின்னாக்குவது லட்சியம். பொதுவான பழமொழி - இலக்கற்ற வாழ்க்கை ஒரு இலக்கற்ற விளையாட்டு - வாழ்க்கையில் லட்சியத்தின் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்துகிறது.

தொழில்முனைவோர்களின் பண்புகள்

ஒரு தொழிலை சிறப்பாக செய்து முடிப்பதற்கு தொழில்முனைவோர் அடிப்படையாக பெற்றிருக்கவேண்டிய முக்கியமான குணாதிசியங்களை தொழில்முனைவோரின் சீரிய பண்புகள் என்றழைக்கப்படுகின்றது. புதிதாக தொழில் முனைய விழைவோர் அனைத்து குணநலன்களையும் கொண்டவராக இருக்கமாட்டார். அவரிடம் இல்லாத குணநலன்களை படிப்படியாக வளர்த்துக்கொள்ள வேண்டும்.

தொழில்முனைவோர் பெற்றிருக்கவேண்டிய சீரிய பண்புகள்

1. தன்னம்பிக்கை

தன் மீதும் தனது திறமை மீதும் பூரண நம்பிக்கை வைத்தல், ஒரு காரியத்தையோ, சவாலையோ வெற்றிகரமாக முடிக்க சந்திக்க தன்னால் முடியும் என்ற நம்பிக்கை வைத்தல், எதிர்ப்பு இருந்தாலும் தனது முடிவில் உறுதியாக இருத்தல், மற்றவர்கள் செய்யத் தயங்கும் ரிஸ்க்கான செயலை செய்தல்.

2. புதிய சிந்தனை, சுய செயல்பாடு

காரியத்தை முடிக்க சாதாரணமாக தேவைப்படுவதை விட கூடுதல் முயற்சி எடுத்தல். பிறராலோ அல்லது சூழ்நிலையாலோ உந்தப்படுவதற்கு முன்பே காரியத்தில் இறங்குதல். தொழிலை புதிய இடங்களில் புதிய பொருள்கள்-புதிய சேவை மூலமாக விரிவாக்க செயல்படுவது.

3. தகவல் சேகரித்தல்

இலக்கை அடைய தேவையான தகவல்களை சுயமாக சேகரிக்க முற்படுவது. சுயமாக சந்தை ஆய்வு செய்தோ, வல்லுநர்களை கலந்தாலோசித்தோ, தெரிந்தவர்கள் மூலமாகவோ தொழிலுக்கு பயனுள்ள தகவல்களை முயன்று சேகரித்தல்.

4. வாய்ப்புகளை உருவாக்குதல்- பயன்படுத்துதல்

வாய்ப்புகளுக்காக சூழ்நிலையை கவனித்தல், கண்டறிதல் உடனடியாக அதை பயன்படுத்திக் கொள்ள நடவடிக்கை எடுத்தல், அசாதாரணமான வாய்ப்புகளையும் உருவாக்கி தொழிலுக்குத் தேவையானவற்றை அடைதல்.

5. முறையான திட்டமிடல்

இலக்கை அடைய சரியான படிப்படியான திட்டமிடல் பெரிய செயலை சிறிய சிறிய செயல்களாக மாற்றி எளிதில் முடிக்கும் திறமை. தடைகளை முன்னறிந்து திட்டமிடல். சீரான மற்றும் முறையான செயல் ஆற்றல்.

6. விடா முயற்சி

தடைகளை தாண்டி இலக்கை அடைய திரும்பத் திரும்ப செயல்படுத்தல், பெரிய தடை வரும்போதும் மனம் சோராது செயல்படுத்தல், புதிய செயல்கள் மூலம் தடைகளை உடைத்தல்.

7. பிறரை தன்வயப்படுத்துதல்

பிறரை தனது பொருளையோ, சேவையையோ வாங்க வைத்தல். நிதி உதவியோ அல்லது வேறு வகையான உதவியையோ தர சம்மதிக்க வைத்தல் தனக்கு – தொழிலுக்கு சாதகமாக நடக்க வைத்தல்.

8. செல்வாக்கு யுத்திகளை பயன்படுத்துதல்

பலவிதமான யுத்திகளை பயன்படுத்தி பிறரை சாதகமாக நடக்க வைத்தல். புதிய தொழில் வாய்ப்புகளை உண்டாக்குதல், செல்வாக்கு மிக்க நபர்களை பயன்படுத்திக் கொள்ளுதல்.

9. தரத்திற்கான முனைப்பு

தனது தொழிலில் தற்போதுள்ள தரத்தையோ அல்லது அதையும் விட மேம்பட்ட தரத்திலோ பொருளை- சேவையை தர முனைப்புடன் செயல்படுத்தல். தனது பொருளையும் மற்ற போட்டியாளர்களின் பொருளையும் ஒப்பிட்டு தரத்தை மேம்படுத்த எப்போதும் முயலுதல்.

10. செயலை முடிக்க முனைப்பு

எடுத்துக் கொண்ட செயலை சொந்த செளகரியங்களையும் தியாகம் செய்து எப்பாடுப்பட்டாவது முடிக்க அரும்பாடு படல். செயலில் இறங்கும் போது ஏற்படும்

பிரச்சனைகளுக்கு முழு பொறுப்பு எடுத்துக் கொள்ளல். வேலையாட்களோடு தோளோடு தோள் கொடுத்து நின்று செயலை முடித்தல். வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கு முன்னுரிமை கொடுத்தல்.

11. செயல்திறன்

வேகமாகவோ, குறைந்த செலவிலோ, குறைந்த பொருட்களோடோ ஒரு செயலை முடிக்க வழிவகைகள் கண்டறிதல், செயல்படுத்துதல், செலவு குறித்து பூரண விழிப்புணர்வு கொள்ளல்.

12. பிரச்சனைகளுக்கு தீர்வு காணல்

இலக்குகளை அடைய புதிய அசாதரணமான தீர்வுகளை கண்டறிதல், தடை வரும்போது மாற்று தீர்வை செயல்படுத்துதல். புதிய வழிமுறைகளை தொடர்ந்து கண்டறிய முனைதல்.

13. வலியுறுத்தல்

பிரச்சனைகளையும், கருத்து வேறுபாடுகளையும் மற்றவர்களோடு தைரியமாக நேரடியாக எடுத்து வைத்தல், மற்றவர்கள் செய்ய வேண்டிய பணிகளை எடுத்துரைத்து வேலை வாங்குதல்.

14. கண்காணித்தல்

இலக்கை அடைய போட்ட திட்டப்படி செயல்கள் நடைபெறுகிறதா என்று அறிய நடைமுறைகளை உருவாக்குதல் – செயல்படுத்துதல். தானே திட்டத்தின் அனைத்து அம்சங்களையும் செயல்பாடுகளையும் கண்காணித்தல்.

15. ஊழியர் நலனில் அக்கறை

தொழிலாளிகளின் நலத்தை மேம்படுத்த செயல் ஆற்றுதல். அவர்களுடைய சொந்த நலனிலும் அக்கறை கொள்ளுதல்.

புதுமை மற்றும் தொழில்முனைவு

புதுமை மற்றும் தொழில்முனைவு என்பது, கண்டுபிடிப்பாளர்கள், தொழில்முனைவோர் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் போன்ற பல்வேறு வகையான செயல்பாட்டாளர்களை உள்ளடக்கிய கூட்டு முயற்சிகளாகும். புதுமைகளின் வளர்ச்சிக்கு பங்களிக்கும் சில காரணிகள் பின்வருமாறு:

- கல்வி மற்றும் ஆராய்ச்சி போன்ற பல்வேறு வடிவங்களிலான அறிவின் வளம்,

- இது அறிவு வளங்களை அணுகுவதற்கான நிறுவனத்தின் திறனை பாதிக்கலாம்.

தொழில்முனைவில் புதுமை ஒரு நிறுவனத்தின் படைப்பாற்றல், தன்மை மற்றும் சிந்தனை செயல்முறையை மேம்படுத்துவதற்கான முக்கிய ஊக்கியாக தொழில்முனைவோர் கண்டுபிடிப்புகளை வரையறுக்கலாம். ஊழியர்களின் கற்பனையைத் தூண்டுவதன் மூலம், ஒரு நிறுவனம் விரும்பிய உயரத்தை அடைய முடியும்.

தொழில்முனைவோரில் புதுமை, தற்போதைய சந்தை தேவைகள் மற்றும் போக்குகளுக்கு வணிகத்திற்கு உதவுவதன் மூலம் பல்வேறு வாய்ப்புகளுக்கான கதவுகளைத் திறக்கும்.

வகை	புதுமை	தொழில்முனைவு
வரையறை	புதிய யோசனைகள், முறைகள், தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை அறிமுகப்படுத்துதல்	வாய்ப்புகளை கண்டறிதல், கடினமான சூழல்களில் முடிவுகளை எடுப்பது மற்றும் வணிகம் சார்ந்த ஆக்கப்பூர்வமான பணிகளை உருவாக்குதல்
பங்கு	முன்னேற்றத்திற்கான வினையூக்கி	புதுமைகளை வணிகங்களாக மாற்றுவதற்கான கருவி
தொழில்முனைவோரின் இன்றியமையாமை	தொழில்முனைவுக்கான தொடக்கப் புள்ளி	யோசனைகளை சந்தைக்கு கொண்டு வருவதன் மூலம் புதுமைகளைப் புகுத்துவதை மென்மேலும் வளர்த்தெடுக்கிறது.

புதுமை என்றால் என்ன?

ஒரு திடமான வணிக கண்டுபிடிப்பு உத்தி ஒரு நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் வெற்றிக்கு ஒருங்கிணைந்ததாக இருக்கும். ஆனால் நீங்கள் ஒரு டஜன் வெவ்வேறு நபர்களிடம், "வணிக கண்டுபிடிப்பு என்றால் என்ன?" என்று கேட்டால், நீங்கள் ஒரு டஜன் வெவ்வேறு பதில்களைப் பெறுவீர்கள். ஏனென்றால், வணிகத்தில் புதுமையின் பங்கு நிறுவனத்துடன் இணைந்து உருவாகிறது.

நிகழ்காலத்தை அறிமுகப்படுத்த அல்லது மேம்படுத்தும் நோக்குடன் புதிய யோசனைகள், உத்திகள் மற்றும் சிந்தனை செயல்முறைகளை செயல்படுத்தும் கலை என புதுமை சிறப்பாக வரையறுக்கப்படுகிறது. ஒவ்வொருவருக்கும் புதுமையின் சொந்த வரையறை உள்ளது, ஆனால் வரையறையில் உள்ள பொதுவான கூறு புதுமை, முன்னேற்றம் மற்றும் யோசனைகள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்களின் பரவல் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துகிறது.

தொழில்முனைவில் புதுமை என்றால் என்ன?

தொழில்முனைவில் புதுமை என்பது லாபத்தை ஈட்டுதல், சமூகத்திற்கு உதவுதல் மற்றும் நிறுவன இலக்குகளுடன் இணைந்து புதிய வணிக யோசனைகள் மற்றும் திட்டங்களை உருவாக்கும் நடைமுறையாகும்.

ஒரு புதுமையான தொழில்முனைவோர் யார்?

ஒரு புதுமையான தொழில்முனைவோர், புதுமையான தயாரிப்புகளை வடிவமைத்து சந்தைக்குக் கொண்டுவரும் திறன் கொண்டவர். பெயரில் உள்ள புதுமையான தொழில்முனைவோர் என்பது ஒரு நபரின் தோளில் உள்ள பொறுப்பை பிரதிபலிக்கிறது மற்றும் வணிகத்தில் புதிய யோசனைகளை உருவாக்குகிறது, பின்னர் அது வாழ்க்கையை மாற்றும் தயாரிப்புகளாக மாற்றலாம்.

புதுமையான தொழில்முனைவோர் வணிகங்களின் பெருநிறுவனத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கும் சந்தையில் அவர்களின் போட்டித்தன்மையை மேம்படுத்துவதற்கும் வணிக மாதிரிகளை வடிவமைக்கின்றனர். புதுமையான தொழில்முனைவோர், ஏராளமான மக்கள் அல்லது நாடுகளால் பகிரப்படும் பொதுவான பிரச்சினைகளுக்கு நீண்டகால தீர்வுகளை உருவாக்க புதுமையான யோசனைகளைக் கொண்ட தனிநபர்கள்.

தொழில்முனைவில் புதுமையின் முக்கியத்துவம்:

தொழில்முனைவோரில் புதுமையின் முக்கியத்துவம், சந்தைகள் தொடர்ந்து மாறி வருவதையும், வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகள் மற்றும் திருப்தியையும் நாம் பார்க்க முடியும் என்பதால், ஒரு வணிகத்தை ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டிய அவசியமாக மாறியுள்ளது. சந்தையில் உயிர்வாழ்வதற்காக நிறுவனங்கள் தங்கள்

வாடிக்கையாளர்களை திருப்திப்படுத்த புதுமையான தீர்வுகளைத் தேடுகின்றன, இதனால் பணியிட கண்டுபிடிப்பு நடைமுறைக்கு வருகிறது.

இன்றைய வேகமான தொழில் முனைவோர் நிலப்பரப்பில், புதுமையான வீடியோ மார்க்கெட்டிங் ஆற்றலைப் பயன்படுத்துதல், அதிநவீன ஆன்லைன் வீடியோ எடிட்டர்களால் அதிகாரம் பெறுவது, முன்னோக்கிச் செல்வதற்கும் நீடித்த தாக்கத்தை ஏற்படுத்துவதற்கும் முக்கியமாகும்.

பல ஆண்டுகளாக எடுக்கப்பட்ட ஆய்வுகளின்படி, நிறுவனங்களின் நிர்வாகிகளால், வணிக வளர்ச்சி மற்றும் நிலைத்தன்மைக்கு புதுமை முக்கியமானது, ஆனால் ஒரு சிலர் மட்டுமே தங்கள் ஊழியர்களின் புதுமையான முயற்சிகளில் திருப்தி அடைந்துள்ளனர்.

இதை வேறு கோணத்தில் கூறுவதற்கு நிறுவனங்கள் புதுமையான உத்திகளை நாடுகின்றன ஆனால் அவற்றை உருவாக்கி செயல்படுத்துவதில் சிரமப்படுகின்றனர். எனவே, நிறுவனங்கள் தங்கள் நிறுவனங்களுக்கு இந்த போட்டி சந்தையில் முன்னேற உதவும் புதுமையான கட்டமைப்புகளை உருவாக்குவது முக்கியம்.

தொழில்முனைவை ஊக்கப்படுத்துவதன் முக்கியத்துவம்:

பணிகளில் கவனம் செலுத்தி கடினமாக உழைக்க வேண்டும் என்ற ஆசையும் ஊக்கமும் வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கான திறவுகோலாகும். தொழில்முனைவோர் தங்கள் யோசனைகளின் நடைமுறைத்தன்மையை முதலீட்டாளர்களை நம்ப வைக்க சுய உந்துதல் வேண்டும். ஒரு தனித்துவமான வணிக யோசனை அதன் செயல்பாட்டின் அனைத்து நிலைகளிலும் பல சவால்களை எதிர்கொள்கிறது. தொழில்முனைவோருக்கு, தன்னம்பிக்கை ஊக்கத்திற்கு முக்கியமானது. புதிதாக ஒன்றைத் தொடங்குவது கடினமான பணியாகும், மேலும் அந்த முயற்சியின் நடைமுறைத்தன்மை குறித்து மக்கள் சந்தேகப்படும்போது அது இன்னும் கடினமாகிறது. உதாரணமாக, ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு முயற்சியைத் தொடங்க மூலதனம் இல்லையென்றால், முதலீட்டாளர்கள் அல்லது அரசாங்க நிறுவனங்கள் போன்ற வெளிப்புற மூலங்களிலிருந்து அவர்களுக்கு நிதி தேவைப்படுகிறது. குறிப்பாக ஆரம்பத்தில், ஒரு யோசனையின் சாத்தியமான முதலீட்டாளர்களை நம்ப வைக்க, அவர்களுக்கு ஊக்கமும் சுய நம்பிக்கையும் தேவை.

தொழில் முனைவோர் உந்துதல் வகைகள்:

தொழில் முனைவோர் ஊக்கத்தில் பல வகைகள் உள்ளன. தொழில்முனைவோரின் வகை மற்றும் அவர்களின் நோக்கத்தைப் பொறுத்து இவை மாறுபடலாம். இவை நிதி மற்றும் நிதி அல்லாத உந்துதல்களாகவும் வகைப்படுத்தப்படலாம். மிகவும் பொதுவான உந்துதல்கள்:

- பண ஆதாயங்கள்:

ஒவ்வொரு வணிக முயற்சியும், அது தொழில் முனைவோராக இருந்தாலும் சரி, வழக்கமானதாக இருந்தாலும் சரி, ஈட்டுவதற்கான இறுதி நோக்கத்தைக் கொண்டுள்ளது. தொழில்முனைவோர் பணத்தின் அடிப்படையில் அதிகபட்ச லாபத்தை விரும்புகிறார்கள், ஆனால் அவர்கள் செயல்பாட்டில் அதிக திருப்தியைப் பெறுகிறார்கள். முதலாவதாக, அவர்கள் தங்களுக்காக வேலை செய்கிறார்கள், இது ஒரு பெரிய உந்துதல். இரண்டாவதாக, அவர்கள் பணம் சம்பாதிக்கும் அதே வேளையில், தொழில்துறைக்கு புதுமையான வணிக தீர்வுகளையும் வழங்குகிறார்கள் என்று அவர்கள் நம்புகிறார்கள்.

- அதிக சுதந்திரம்:

தொழில் முனைவோர் அமைப்புகள் வழக்கமானவற்றை விட அதிக சுதந்திரத்தை வழங்குகின்றன. தொழில்முனைவோர் அதிக நெகிழ்வுத்தன்மையை உறுதிப்படுத்தும் ஒரு வேலை அமைப்பைக் கொண்டிருக்க விரும்புகிறார்கள். நீண்ட காலத்திற்கு இந்த முயற்சிக்கு பயனளிக்கும் என்று அவர்கள் நினைக்கும் தேர்வுகளை செய்ய அவர்களுக்கு அதிக சுதந்திரம் உள்ளது.

- அதிக அதிகாரம்:

தொழில்முனைவோருக்கு அதிக அதிகாரம் உள்ளது, இது அவர்களை சுயமாக பொறுப்பேற்கச் செய்கிறது. அவர்களுக்கு இந்த வணிக யோசனைகள் இருப்பதால், அவர்கள் ஒவ்வொரு அம்சத்திலும் ஈடுபட விரும்புகிறார்கள். தயாரிப்பு மேம்பாடு முதல் நிலையான வாடிக்கையாளர் தளத்தை உறுதி செய்வது வரை, இந்த ஒவ்வொரு முடிவுகளிலும் தொழில்முனைவோர் இறுதி முடிவைக் கொண்டுள்ளனர்.

- ஆக்கபூர்வமான முடிவுகளை எடுத்தல்:

இது தொழில்முனைவோரைத் தொடர வைக்கும் ஒரு உந்துதல் மற்றும் அவர்களின் இலக்குகளை அடைய அவர்களுக்கு உதவுகிறது. ஒவ்வொரு ஆக்கபூர்வமான முடிவும் தொழில்முனைவோரின் பார்வைக்கு ஏற்ப இருக்க வேண்டும். உதாரணமாக, இளைய வாடிக்கையாளர் தளத்தை இலக்காகக் கொண்டு ஒரு தயாரிப்பு தொடங்கப்பட்டது. ஒரு குறிப்பிட்ட தளத்தை ஈர்க்க, இந்த இலக்கை அடைய தயாரிப்பு வடிவமைப்பு முதல் சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள் வரை ஒவ்வொரு ஆக்கபூர்வமான முடிவும் எடுக்கப்பட வேண்டும்.

கிராமப்புற தொழில்முனைவு

ஒரு கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் என்பது கிராமப்புறத்தில் உள்ள வணிகங்களுக்கான வாய்ப்புகளை அடையாளம் கண்டு, இந்த முயற்சிகளைத்

தொடங்குவதற்கும் செயல்படுத்துவதற்கும் முன்முயற்சி எடுக்கும் ஒருவர் அல்லது குழுவாகும். நிலையான வாழ்வாதாரத்தை ஊக்குவிப்பதற்கும் பொருளாதார வளர்ச்சியை ஊக்குவிப்பதற்கும் கூடுதலாக, இது பொருளாதார வளர்ச்சியையும் உந்துகிறது.

சமீபத்திய ஆண்டுகளில், கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் அதிக கவனத்தைப் பெற்றுள்ளனர், ஏனெனில் கொள்கை வகுப்பாளர்கள் மற்றும் மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள் கிராமப்புற வறுமையைக் குறைத்தல், நகர்ப்புற இடம்பெயர்வுகளைக் குறைத்தல் மற்றும் அனைவரையும் உள்ளடக்கிய வளர்ச்சியை ஊக்குவிப்பதற்கான அதன் திறனை அங்கீகரிக்கின்றன.

- 22 சிறப்பு வகை சிறு மற்றும் நடுத்தர உற்பத்தி தொழில் நிறுவனங்கள்:

1.மின் மற்றும் மின்னணு பொருட்கள்

2.தோல் மற்றும் தோல்பொருட்கள் உற்பத்தி

3.வாகன உதிரி பாகங்கள்

4.மருந்து மற்றும் மருத்துவ பொருட்கள்

5.சுரிய சக்தி பயன்பாட்டு உபகரணங்கள்

6.ஏற்றுமதிக்கான தங்கம் மற்றும் வைர நகைகள்

7.மாசுக் கட்டுப்பாட்டு சாதனங்கள்

8.மின்வாகன கடன்கள், மின்னேற்ற உற்பத்தி கட்டமைப்புகள் மற்றும் கடன்கள்

9.சிக்கன அடக்கவிலை கட்டுமானப் பொருட்கள்

10.ஆயத்த ஆடைகள்

11.உணவு பதப்படுத்துதல்

12.நெகிழி (ஒருமுறை மட்டும் பயன்படுத்தும் நெகிழி மற்றும் தூக்கி எறியப்படும் நெகிழி நீங்கலாக)

13.இரப்பர் உற்பத்தி நிறுவனங்கள்

14.உயிர் தொழில்நுட்பம்

15.பெட்ரோலிய இரசாயனம் மற்றும் சிறப்பு இரசாயனங்கள்

16.மருத்துவ உபகரணங்கள் மற்றும் கடன்கள்

17. விளையாட்டுப் பொருட்கள் மற்றும் உதிரிபாகங்கள்
18. தொழில் நுட்ப ஜவுளி மற்றும் மருத்துவ ஜவுளி
19. விண்வெளி, பாதுகாப்பு பயன்பாடுகள் மற்றும் உபகரணங்கள்
20. மின்னணு அமைப்பு, வடிவமைப்பு மற்றும் உற்பத்தி
21. ஒருமுறை பயன்படுத்தி தூக்கி எறியப்படும் நெகிழி பொருட்களுக்கு பதிலான மாற்று நிகிழி
22. மின்னணு கழிவு பதப்படுத்துதல்

கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் சிறப்பியல்புகள்:

அ. வட்டார அளவிலான கவனத்தை ஈர்த்தல்

கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் பொதுவாக உள்ளூர் தேவைகள் மற்றும் கோரிக்கைகளை பூர்த்தி செய்யும் வணிகங்களில் கவனம் செலுத்துகிறார்கள். கிராமப்புறங்களில், அவர்கள் வழக்கமாக விவசாயம், வேளாண் வணிகம், உணவு பதப்படுத்துதல், கைவினைப் பொருட்கள், சுற்றுலா மற்றும் உள்ளூர் தேவைகளை நேரடியாகப் பூர்த்தி செய்யும் சேவைகளைக் கையாளுகின்றனர்.

ஆ. வளம் மற்றும் நெகிழ்ச்சி

கிராமப்புறங்களில், தொழில்முனைவோர் வரையறுக்கப்பட்ட உள்கட்டமைப்பு, நிதிக்கான அணுகல் மற்றும் சந்தை இணைப்புகள் தொடர்பான சவால்களை எதிர்கொள்கின்றனர், எனவே அவர்கள் வளம் மற்றும் நெகிழ்ச்சியுடன் இருக்க வேண்டும். நிறுவனங்கள் இந்தத் தடைகளைத் தாண்டி, மாறிவரும் சூழ்நிலைகளுக்கு ஏற்ப புதுமையான முறையில் மாற்றியமைக்க வேண்டும்.

இ. உள்ளடக்கிய வளர்ச்சி

ஒரு கிராமப்புற தொழில்முனைவோர், பெண்கள் மற்றும் ஒதுக்கப்பட்ட குழுக்கள் உட்பட உள்ளூர்வாசிகளுக்கு வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவதன் மூலம் அனைவரையும் உள்ளடக்கிய வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்க முடியும். பொருளாதார வளர்ச்சியில் மக்களையும் சமூகத்தையும் ஈடுபடுத்துவது அதன் ஒரு பகுதியாகும்.

ஈ. நிலையான நடைமுறைகள்

பல கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் சுற்றுச்சூழலைப் பாதுகாப்பதற்கும், கரிம வேளாண்மை, சுற்றுச்சூழல் நட்பு உற்பத்தி மற்றும் புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல் போன்ற நீண்ட கால நம்பகத்தன்மையை உறுதி செய்வதற்கும் நிலையான நடைமுறைகளைப் பின்பற்றுகின்றனர். கலாச்சார பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு ஆகியவை பெரும்பாலும் நிலைத்தன்மையுடன் பின்னிப் பிணைந்துள்ளன.

கிராமப்புற தொழில்முனைவின் முக்கியத்துவம்:

அ. வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம்

கிராமப்புற தொழில்முனைவு கிராமப்புறங்களில் மிகவும் தேவையான வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறது, விவசாயத்தை சார்ந்திருப்பதைக் குறைக்கிறது, மேலும் நகர்ப்புற இடம்பெயர்வைத் தடுப்பதற்கும் கிராமப்புற சமூகங்களை நிலைப்படுத்துவதற்கும் முக்கியமானது.

ஆ. வருமானம்

கிராமப்புற சமூகங்கள் தொழில்முனைவு மூலம் வருமானம் ஈட்டுவதால், அவர்கள் வாங்கும் சக்தியை அதிகரிக்கிறார்கள், இது சிறந்த வாழ்க்கைத் தரம் மற்றும் சிறந்த கல்வி வாய்ப்புகளுக்கு வழிவகுக்கிறது.

இ. பொருளாதார பல்வகைப்படுத்தல்

கிராமப்புறப் பொருளாதாரங்கள் பாரம்பரியமாக விவசாயத்தையே பெரிதும் நம்பியுள்ளன. விவசாயத்திற்கு அப்பாற்பட்ட புதிய வணிக நடவடிக்கைகளை அறிமுகப்படுத்துவதோடு, புதிய வணிக நடவடிக்கைகளை அறிமுகப்படுத்துவதன் மூலம் கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் கிராமப்புற பொருளாதாரங்களை விவசாய ஏற்ற இறக்கங்களை எதிர்க்கச் செய்கிறது.

ஈ. வறுமைக் குறைப்பு

கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் திட்டம் கிராமப்புறங்களில் வறுமையை கணிசமாகக் குறைக்கும் ஆற்றலைக் கொண்டுள்ளது. இது தனிநபர்களுக்கு பொருளாதார வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது மற்றும் வறுமையிலிருந்து தப்பிக்கும்போது அவர்களின் குடும்பத்தை ஆதரிக்க உதவுகிறது.

உ. உள்ளூர் வளர்ச்சி

கிராமப்புறங்களில் வெற்றிகரமாக இருக்கும் தொழில்முனைவோர், உள்கட்டமைப்பு, பள்ளிகள், சுகாதாரம் மற்றும் சமூக சேவைகளில் முதலீடு செய்வதன் மூலம் தங்களின் உடனடி சமூகங்களின் நிலைமைகளை மேம்படுத்துவதில் தங்களை ஈடுபடுத்திக்கொள்கிறார்கள்.

ஊ. உள்ளூர் வளங்களுக்கு மதிப்பு சேர்த்தல்

மூலப்பொருட்களின் மதிப்பை அதிகரிக்கவும், கிராமப்புறங்களுக்கு பொருளாதார வருவாயை அதிகரிக்கவும் உள்ளூர் வளங்களைப் பயன்படுத்துவது கிராமப்புறங்களில் உள்ள தொழில்முனைவோர் மத்தியில் பொதுவானது.

எ. பாரம்பரிய அறிவு மற்றும் கலாச்சாரத்தைப் பாதுகாத்தல்

கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் உள்ளூர் கலாச்சார பாரம்பரியம் மற்றும் சமூகத்தின் பூர்வீக அறிவைப் பாதுகாக்க உதவுகிறது. பாரம்பரிய அறிவு மற்றும் கலாச்சாரத்தைப் பாதுகாப்பதன் ஒரு பகுதியாக எதிர்கால சந்ததியினருக்கு அனுப்புகிறது.

கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் சவால்கள்

அ. நிதிக்கான வரையறுக்கப்பட்ட அணுகல்

கிராமப்புறங்களில் உள்ள தொழில்முனைவோர் முறையான நிதிச் சேவைகளை அணுகும்போது அடிக்கடி சவால்களை எதிர்கொள்கின்றனர், இது அவர்களின் வணிகங்களை விரிவுபடுத்துவதில் முதலீடு செய்வதைத் தடுக்கிறது.

ஆ. உள்கட்டமைப்பு பற்றாக்குறை

கிராமப்புறங்களில், மோசமான சாலைகள் மற்றும் மின்சாரம் போன்ற மோசமான உள்கட்டமைப்பு, கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் சந்தைகளை திறம்பட சென்றடைவதையும் தங்கள் தயாரிப்புகளை விநியோகிப்பதையும் தடுக்கிறது.

இ. சந்தை இணைப்புகள்

கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் தங்கள் தயாரிப்புகளுக்கு நம்பகமான, லாபகரமான சந்தைகளைக் கண்டுபிடிப்பது சவாலானது. சந்தை இணைப்புகளின் பற்றாக்குறை குறைந்த வருமானத்திற்கு வழிவகுக்கும் மற்றும் கிராமப்புற வணிகங்களின் வளர்ச்சியைத் தடுக்கிறது.

ஈ. திறன்கள் மற்றும் பயிற்சி

கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் தங்கள் தயாரிப்புகளுக்கு நம்பகமான, லாபகரமான சந்தைகளைக் கண்டுபிடிப்பது சவாலானது. சந்தை இணைப்புகளின் பற்றாக்குறை குறைந்த வருமானத்திற்கு வழிவகுக்கும் மற்றும் கிராமப்புற வணிகங்களின் வளர்ச்சியைத் தடுக்கிறது.

உ. காலநிலை மற்றும் சுற்றுச்சூழல் அபாயங்கள்

கிராமப்புற நிறுவனங்கள், குறிப்பாக விவசாயத்தில் ஈடுபட்டுள்ளவை, வறட்சி, வெள்ளம் மற்றும் தீவிர வானிலை நிகழ்வுகள் உள்ளிட்ட காலநிலையுடன் தொடர்புடைய அபாயங்களால் பாதிக்கப்படக்கூடியவை.

கிராமப்புற தொழில் முனைவோரை மேம்படுத்துவதற்கான அரசின் முயற்சிகள்:

கிராமப்புற தொழில்முனைவை ஊக்குவிக்கும் வகையில், அரசு பின்வரும் நடவடிக்கைகளை எடுத்துள்ளது.

i. நிதி உள்ளடக்கம்

கிராமப்புற வங்கிச் சேவைகள் மற்றும் நுண்நிதி நிறுவனங்களை அரசாங்கம் ஊக்குவிக்கிறது, இதில் கிராமப்புற தொழில்முனைவோருக்கு கடன் உத்தரவாதங்களை வழங்குதல், நிதி உள்ளடக்கத்தை மேம்படுத்துதல் ஆகியவை அடங்கும்.

ii. திறன் மேம்பாடு

கிராமப்புறங்களில், திறன் மேம்பாடு மற்றும் பயிற்சி திட்டங்கள் கிராமப்புற மக்களின் தொழில் முனைவோர் திறன்களை மேம்படுத்துவதற்கு வழங்கப்படுகின்றன, அவை தொடர்புடைய நிர்வாக மற்றும் தொழில்நுட்ப திறன்களை வழங்குவதில் கவனம் செலுத்துகின்றன.

iii. கிராமப்புற உள்கட்டமைப்பை மேம்படுத்துதல்

வணிக நடவடிக்கைகளை எளிதாக்குவதற்கும், கிராமப்புற தொழில்முனைவோருக்குச் சாதகமான சூழலை வழங்குவதற்கும், சாலைகள், மின்சாரம் மற்றும் இணைய இணைப்பு போன்ற கிராமப்புற உள்கட்டமைப்பை மேம்படுத்துவதில் அரசாங்கம் முதலீடு செய்கிறது.

iv. சந்தை அணுகல்

கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் மற்றும் நகர்ப்புற சந்தைகளுக்கு இடையே சந்தை இணைப்புகளை உருவாக்குவது கிராமப்புற தயாரிப்புகளுக்கான பரந்த பார்வையாளர்களை அடைவதற்கான மிகவும் பயனுள்ள உத்திகளில் ஒன்றாகும். உழவர் சந்தைகள், கூட்டுறவு நிறுவனங்கள் மற்றும் இ-காமர்ஸ் தளங்கள் இந்த தேவையை பூர்த்தி செய்ய உதவுகின்றன.

v. ஊக்கத்தொகைகள் மற்றும் மானியங்கள்

கிராமப்புற தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிக்கவும், கிராமப்புறங்களில் முதலீட்டை ஊக்குவிக்கவும் அரசு சலுகைகள், வரிச்சலுகைகள் மற்றும் மானியங்கள் பல உள்ளன. அரசாங்க ஊக்கத்தொகைகள் கிராமப்புற நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளை மேம்படுத்துவதற்கும் நிறுவுவதற்கும் உதவ வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன.

கிராமப்புற தொழில்முனைவுக்கான எடுத்துக்காட்டுகள்:

1. விவசாய வணிகம்

விவசாயப் பொருட்களை பதப்படுத்துதல், பேக்கேஜிங் செய்தல் மற்றும் சந்தைப்படுத்துதல் மூலம் மேம்படுத்துவதற்காக, கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் பெரும்பாலும் வேளாண் வணிகத்தில் ஈடுபடுகின்றனர். இந்த நிறுவனங்கள் உணவு பதப்படுத்துதல் முதல் பால் பண்ணைகள் வரை பழங்கள் மற்றும் காய்கறிகளை பாதுகாக்கும் நிறுவனங்கள் வரை இருக்கலாம்.

2. கலை மற்றும் கைவினைப்பொருட்கள்

கிராமப்புற கைவினைஞர்கள் தங்கள் பிராந்தியத்தின் சிறப்பியல்புகளைக் கொண்ட கைவினைப்பொருட்கள் மற்றும் கைவினைப்பொருட்களை உற்பத்தி செய்கிறார்கள், கலாச்சார பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு பங்களிப்பு செய்கிறார்கள்.

3. கிராமப்புற சுற்றுலா

கிராமப்புற சுற்றுலாத் துறையானது, உள்ளூர் கலாச்சாரத்தை ஊக்குவிக்கும், குடியிருப்பாளர்களுக்கு வருமானம் தரும் மற்றும் கிராமப்புறங்களில் இயற்கை வளங்களைப் பாதுகாக்கும் ஹோம்ஸ்டேகள், சுற்றுச்சூழல்-லாட்ஜ்கள் மற்றும் சாகச சுற்றுலா முயற்சிகள் போன்ற சுற்றுலா விடுதிகளை அமைப்பதன் மூலம் தொழில்முனைவோரால் நிறுவப்பட்டது.

4. புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல்

சோலார் பேனல்கள் அல்லது பயோ கேஸ் ஆலைகள் போன்ற சிறிய அளவிலான முயற்சிகள் கிராமப்புற தொழில்முனைவோரால் தங்கள் சமூகங்களின் ஆற்றல் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக நிறுவப்படுகின்றன. நிலைத்தன்மையை ஊக்குவிக்கும் இந்தத் திட்டங்கள், புதைபடிவ எரிபொருட்களைச் சார்ந்திருப்பதைக் குறைக்க உதவுகின்றன.

5. சமூக நிறுவனம்

- ஒரு சமூக நிறுவனம் என்பது கல்வி அல்லது சுகாதாரம் போன்ற குறிப்பிட்ட உள்ளூர் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய வடிவமைக்கப்பட்ட ஒரு நிறுவனமாகும். இந்த நிறுவனங்கள் ஒரு சமூக தாக்க தத்துவத்தை பின்பற்றி ஒட்டுமொத்த சமூகத்திற்கும் நன்மை செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன.
- கிராமப்புறங்களில், கிராமப்புற தொழில்முனைவு என்பது ஒரு சக்திவாய்ந்த சக்தியாகும், இது தனிநபர்கள் மற்றும் சமூகங்களுக்கு அவர்களின்

பொருளாதார விதியை பொறுப்பேற்க உதவுகிறது. திட்டம் உள்ளடக்கிய வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது, வறுமையை குறைக்கிறது மற்றும் நிலையான வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது. கிராமப்புற தொழில் முனைவோர் பல சவால்களை எதிர்கொள்கின்றனர், நிதிக்கான அணுகல் பற்றாக்குறை, உள்கட்டமைப்பு சிக்கல்கள் மற்றும் வரையறுக்கப்பட்ட சந்தை அணுகல் உட்பட.

- கிராமப்புற தொழில்முனைவோருக்கு ஆதரவளிப்பதற்கு, அரசாங்கங்களும் பிற பங்குதாரர்களும் நிதி சேர்த்தல், திறன் மேம்பாடு, உள்கட்டமைப்பு மேம்பாடு மற்றும் சந்தை அணுகல் வசதி போன்ற முயற்சிகளை தொடர்ந்து உருவாக்க வேண்டும். கிராமப்புற சமூகங்களின் திறனை வெளிப்படுத்துவதும், உள்ளடக்கிய வளர்ச்சியை ஊக்குவிப்பதும், கிராமப்புற தொழில்முனைவோருக்கு ஏற்ற தூழலை உருவாக்குவதன் மூலம் நிலையான கிராமப்புற வளர்ச்சியை அடைவதும் எங்கள் குறிக்கோள் ஆகும்.
- தேசிய பொருளாதாரத்திற்கு நகர்ப்புற மற்றும் கிராமப்புற பகுதிகள் சமமாக பங்களிக்கும் கிராமப்புற தொழில்முனைவை ஊக்குவிப்பதன் மூலமும் ஒரு சமநிலை மற்றும் சமமான வளர்ச்சியை அடைய முடியும். ஒருங்கிணைந்த முயற்சிகள் மற்றும் ஆதரவின் மூலம், கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் கிராமப்புற சமூகங்கள் பிரகாசமான மற்றும் வளமான எதிர்காலத்தை அடைய உதவும். அதன் மூலம், மில்லியன் கணக்கான உயிர்களை உயர்த்த முடியும், மேலும் சமூகம் மிகவும் உள்ளடக்கியதாகவும் துடிப்பாகவும் மாற முடியும்.

சுயமதிப்பீட்டு வினாக்கள்:

- 18ஆம் நூற்றாண்டு முதல் 'தொழில்முனைவு' என்ற சொல் மற்றும் செயல்முறை ஏன் முக்கியத்துவம் பெறுகிறது?
- ஒருவர் சிறந்த தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கு புதுமை எவ்வாறு மிகவும் உதவுகிறது - விளக்கவும்.
- கிராமப்புறத்தின் பின்தங்கிய தன்மையை துடைப்பதில் தொழில்முனைவோர் முக்கிய இடத்தைப் பெறுகிறது - பகுப்பாய்வு.

துணை நூல் குறிப்புகள்:

Murphy, Antoin, 1986. Richard Cantillon: Entrepreneur and Economist, Oxford: Clarendon Press.

Websites:

https://msmeonline.tn.gov.in/incentives/html_cye_CS_tamil.php

<https://virtuzone.com/blog/theories-of-entrepreneurship/>

<https://www.theknowledgeacademy.com/blog/theories-of-entrepreneurship/>

<https://www.economicdiscussion.net/entrepreneurship/theories-of-entrepreneurship/31823>

Miller, Kelsey, 10 Characteristics of Successful Entrepreneurs, (07, July, 2020).

<https://online.hbs.edu/blog/post/characteristics-of-successful-entrepreneurs>

Bhatia, Bharat. 2023, "Innovation in Entrepreneurship," Dec 17, 2023

<https://www.grokalp.com/post/innovation-in-entrepreneurship>

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/introduction-to-business/motivation-in-entrepreneurship/>

Prasain, Bijisha. 2023, "Rural Entrepreneurship", July 24,

<https://www.managementnote.com/rural-entrepreneurship/>

[https://agriculture.vikaspedia.in/viewcontent/social-welfare/b9abc1baf-ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd-baebc1ba9bc8bb5bb0bcd-baaba3bcdbaabc1b95bb3bcd?lgn=ta](https://agriculture.vikaspedia.in/viewcontent/social-welfare/b9abc1baf-ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd95bb3bcd/ba4bb4bbfbb2bcd-baebc1ba9bc8bb5bb0bcd-baaba3bcdbaabc1b95bb3bcd?lgn=ta)

https://www-economicdiscussion-net.translate.google/entrepreneurship/entrepreneurship-theories/33656?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ta&_x_tr_hl=ta&_x_tr_pto=tc

சீனுவாசன், இராம. 2013, தொழில் முனைவு- என்றால் என்ன? (17, டிசம்பர்)

<https://www.hindutamil.in/news/business/179078--2.html>

அலகு- II

சிறு தொழில் தொடங்குவதற்கான படிகள்: வணிக வாய்ப்பை அடையாளம் காணுதல் -
தயாரிப்பு தேர்வு - அரசு மானியங்கள் மற்றும் ஊக்கத்தொகைகள்

நோக்கம்:

- ஒரு சிறிய தொழிற்சாலை அலகு தொடங்குவதற்கான படிகளை நன்கு அறிந்திருத்தல்.
- பொருளின் சந்தைத்தன்மை பற்றி அறிந்து கொள்ள.
- அரசின் தொழில்நுட்பப் பயிற்சி மற்றும் நிதியுதவி பற்றி தெரிந்து கொள்ள.

சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: பொருள் மற்றும் வகைகள்

சிறிய அளவிலான தொழில்கள் என்பது உழைப்பு மிகுந்த தொழில்கள், ஆனால் குறைந்த அல்லது வரையறுக்கப்பட்ட மூலதனம் தேவைப்படும். இந்தத் தொழில்கள் சிறிய இயந்திரங்கள் மற்றும் குறைவான பணியாளர்களின் பயன்பாடு ஆகியவற்றால் வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. கடந்த மூன்று தசாப்தங்களில் இந்தியப் பொருளாதாரத்தில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள் செழித்து வளர்ந்துள்ளன. இந்தியாவில் உள்ள தொழில்துறை அலகுகளில் 95 சதவீதம் சிறுதொழில்களாகும். குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்கள் மேம்பாட்டு (MSMED) சட்டம், 2006, குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களை உற்பத்தித் தொழில்கள் மற்றும் சேவைத் தொழில்கள் என இரண்டு பிரிவுகளாக வகைப்படுத்துகிறது. ஆனால் சிறிய அளவிலான தொழில்களில் மூன்று வகைகள் உள்ளன என்று பரவலாக வகைப்படுத்தலாம், அவை பின்வருமாறு:

1. உற்பத்தித் தொழில்கள்: நுகர்வுக்காகவோ அல்லது பிற தொழில்களுக்காகவோ முடிக்கப்பட்ட பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் தொழில்கள் உற்பத்தித் தொழில்களாகும். இவை பொதுவாக ஒரு தனி நபருக்குச் சொந்தமானவை. ஒரு சிறிய அளவிலான உற்பத்தி வணிகத்தின் ஒரு உதாரணம் உணவு பதப்படுத்தும் தொழில் ஆகும். இது தொழில்கள் (மேம்பாடு மற்றும் ஒழுங்குமுறை) சட்டம், 1951) முதல் அட்டவணையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எந்தவொரு தொழிற்துறையுடன் இணைக்கப்பட்ட பொருட்களின் உற்பத்தி அல்லது உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ளது. மேலும், அவை இறுதிப் பொருளுக்கு மதிப்புக் கூட்டல் நோக்கி ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள் மூலம் செயல்படலாம். இறுதி தயாரிப்பு ஒரு தனித்துவமான பெயர் அல்லது தன்மை அல்லது பயன்பாடு ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்கலாம். ஆலை மற்றும் இயந்திரங்களில் முதலீடு செய்வதன் அடிப்படையில் உற்பத்தி நிறுவனம் வரையறுக்கப்படுகிறது. மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி, முதல் அட்டவணையில் 38 தொழில்களின் பட்டியல் உள்ளது. சில எடுத்துக்காட்டுகள் உலோகவியல், எரிபொருள், கொதிகலன்கள் மற்றும் பிற. இவை அனைத்தும் உற்பத்தி செயல்முறைகளைப் பயன்படுத்தும் தொழில்கள் என வரையறுக்கப்படுகின்றன.
2. துணைத் தொழில்கள்: இந்தத் தொழில்கள் பெரிய அல்லது பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்கு முடிக்கப்பட்ட பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதற்குத் தேவையான சில பாகங்களை வழங்குவதன் மூலம் முடிக்கப்பட்ட பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய உதவுகின்றன. இந்தத் தொழில்கள் அந்த பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்கு இயந்திரங்களைத் தயாரிக்கும் தொழில்களாக அடையாளம் காணப்படலாம். ஒரு சிறிய துணைத் தொழிற்துறையின் அந்தஸ்தை வைத்திருக்கக்கூடிய அந்தத் தொழில்கள், அதன் தயாரிப்புகளில்

குறைந்தபட்சம் 50 சதவிகிதம் மூலப் பிரிவான மற்றொரு வணிகத்திற்கு வழங்கப்பட வேண்டும். பெற்றோர் அலகுக்கான கூறுகள், இயந்திர பாகங்கள், நிலையான தயாரிப்புகள் அல்லது கருவிகளை உற்பத்தி செய்ய முடிந்தாலும் அவை அந்தஸ்தை வைத்திருக்கின்றன.

3. சேவைத் தொழில்: ஒரு பொருளைப் பழுதுபார்க்கவும் பராமரிக்கவும் உதவும் தொழில் சேவைத் துறை என வகைப்படுத்தப்படுகிறது.

சிறுதொழில்களுக்கு குறைவான மூலதனம் தேவை என்று முன்பே விவாதித்தோம். எனவே சிறு வணிக உரிமையாளர்கள் மற்றும் தொழில்முனைவோர் எப்போதும் தங்கள் சொந்த சிறிய அளவிலான தொழில் வியாபாரத்தை தொடங்க தயாராக உள்ளனர். எனவே சிறிய அளவிலான தொழில் தொடங்க விரும்புவோருக்கு இங்கே சில குறிப்புகள் உள்ளன.

இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில் தொடங்குவதற்கான நடவடிக்கைகள்

ஒரு நபர் ஒரு சிறிய அளவிலான தொழில் வியாபாரத்தில் ஒரு தொழிலதிபராக விரும்பினால், எடுக்க வேண்டிய சில படிகள் இவை. சிறுதொழில் தொடங்கத் தெரியாத ஒருவருக்கு இது ஒரு அடிப்படை வழிகாட்டி. அரிசி ஆலைகள், உருளைக்கிழங்கு சிப்ஸ், பானங்கள், பொம்மைகள் போன்றவை சிறிய அளவிலான தொழில்துறை எடுத்துக்காட்டுகள்.

1. வணிக யோசனை:

ஒரு சிறிய வணிகத்தைத் தொடங்க, முதலில் நீங்கள் ஆர்வமுள்ள ஒரு திடமான வணிக யோசனையைப் பெற வேண்டும். இது ஒரு புதிய யோசனையாக இருக்கலாம் அல்லது ஏற்கனவே உள்ளதாக இருக்கலாம். ஒரு வணிகத்தைத் தக்கவைக்க யோசனைக்கு போதுமான வாய்ப்பு உள்ளது என்பதை நீங்கள் உறுதி செய்ய வேண்டும். சிறிய அளவிலான தொழில்கள் மூன்று முக்கிய வகை உரிமைகளில் இருக்க தேர்வு செய்யலாம். இவை தனியுரிமை, கூட்டாண்மை மற்றும் நிறுவனம்.

தனியுரிமை என்பது உரிமையாளர் அல்லது சொத்து உரிமையாளர் பயன்படுத்தக்கூடிய அனைத்து உரிமைகளையும் மற்றும் பிரத்தியேக உரிமைகளின் கீழ் தயாரிக்கப்பட்ட மற்றும் விற்பனை செய்யப்படும் அனைத்து பொருட்கள் அல்லது தயாரிப்புகளையும் குறிக்கிறது. பிரத்தியேக உரிமை என்பதன் மூலம், அந்த உரிமைகள் உரிமையாளரால் மட்டுமே பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். தனியுரிமைக்கு பதிவு செய்யப்பட்ட வர்த்தகப் பெயரும் உள்ளது. இந்த வணிகப் பெயர் நகலெடுப்பது போன்ற நெறிமுறையற்ற வேலைகளிலிருந்து வணிகத்தைப் பாதுகாக்கிறது.

கூட்டாண்மை என்பது இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களின் சங்கம். சிறிய அளவிலான தொழில் வியாபாரத்தில் ஈடுபட்டுள்ள நபர்கள் தங்கள் பணத்தை கூட்டாண்மையில் முதலீடு செய்து கூட்டு முயற்சியாக நிறுவனத்தை முன்னெடுத்துச் செல்கின்றனர். கூட்டு முயற்சியில் இருக்கும்போது, லாபம், நஷ்டம் மற்றும் அபாயங்கள் ஆகியவை சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து நபர்களாலும் பகிர்ந்து கொள்ளப்படுவதால், நன்மைகள் மற்றும் நஷ்டங்கள் மகத்தானவை. வணிகம் சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து நபர்களின் ஒருங்கிணைந்த மூலதனம் மற்றும் நிர்வாகத் திறன்களைப் பெறுகிறது என்பதன் மூலம் கூட்டாண்மை வகைப்படுத்தப்படுகிறது. அங்கு "பங்காளிகள்" பரஸ்பர நன்மையைப் பெறுகிறார்கள்.

co என சுருக்கமாக அழைக்கப்படும் நிறுவனம். அதன் உரிமையாளரிடமிருந்து பொறுப்புகள் மற்றும் சொத்துக்கள் தனித்தனியாக இருக்கும் மாநிலத்தால் உருவாக்கப்பட்ட ஒரு சட்ட நிறுவனம் ஆகும். ஒரு நிறுவனம் இயற்கையான சட்டப்பூர்வ அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்தைப் பகிர்ந்து கொள்ளும் ஒரு கலவையான நபர்களின் சங்கத்தை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகிறது. எனவே மேலே உள்ள வழிகாட்டியின்படி, ஒரு நபர் தனது அமைப்பின் வடிவத்தை தீர்மானிக்க முடியும்.

2. சந்தை ஆராய்ச்சி:

நீங்கள் ஒரு புதிய யோசனையைத் தொடங்குவதற்கு முன் சந்தை ஆராய்ச்சி முக்கியமானது. நீங்கள் வழங்குவது தனித்துவமானது மற்றும் சிறந்தது என்பதை உறுதிப்படுத்த, சந்தையின் அளவு மற்றும் சந்தையில் போட்டியிடும் தயாரிப்புகள் குறித்து நீங்கள் முழுமையாக ஆய்வு செய்ய வேண்டும். சந்தையில் ஆராய்ச்சி செய்யும் போது மனதில் கொள்ள வேண்டிய சில காரணிகள்:

- தயாரிப்பு தனிப்பட்டதாக இருக்க வேண்டும்.
- தயாரிப்பு சந்தையில் அதன் போட்டியாளர்களிடமிருந்து சிறிய அல்லது குறைந்த போட்டியைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
- தயாரிப்பு புதியதாகவும் புதுமையானதாகவும் இருக்க வேண்டும்.
- இந்த பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய தேவையான மூலப்பொருட்கள் உடனடியாக கிடைக்க வேண்டும்.
- பொருளின் உற்பத்தி பட்ஜெட்டில் இருக்க வேண்டும்.
- தயாரிப்பு சந்தையில் எளிதில் அணுகக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.

3. வணிகத் திட்டம்:

ஒரு நல்ல திட்டம் அல்லது உத்தியை வரைவது உங்கள் வணிகத்தின் வெற்றிக்கு இன்றியமையாதது. வணிகத்தின் குறிக்கோள்கள் மற்றும் குறிக்கோள்கள் மற்றும் அவற்றை அடைவதற்கான வழிகளை கோட்டுக் காட்டும் ஒரு விரிவான

வணிகத் திட்டத்தை ஒருவர் உருவாக்க வேண்டும். திட்ட மதிப்பீடு என்பது ஒரு திட்டம் அல்லது திட்டத்தின் பகுப்பாய்வைக் குறிக்கிறது. இது நிதி அம்சம், தொழில்நுட்ப அம்சம், சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் மேலாண்மை போன்ற அனைத்து அம்சங்களின்படி தயாரிக்கப்பட வேண்டும். இது மிகவும் சாத்தியமான நிறுவனமாக மாறும் வகையில் செய்யப்படுகிறது. தொழில்முனைவோருக்கு எதிர்காலத்தில் உதவும் தரவுகளைப் பெறவும் இது உதவுகிறது. இது சிறந்த சிறுதொழில்களில் ஒன்றாக மாற உதவும். சந்தையில் உற்பத்தியின் செயல்திறன், அதன் தேவைகள் மற்றும் நுகர்வு ஆகியவற்றை ஆய்வு செய்வதன் மூலம் திட்டத்தின் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது. மேலே கூறப்பட்டதைப் போலவே, ஒரு குறிப்பிட்ட கருத்தை ஆராய்ச்சி செய்வதன் மூலமும் ஒருவர் பகுப்பாய்வு செய்யலாம். ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளைப் பற்றிய யோசனை வேலை செய்து அதிக விற்பனைக்கு உதவினால், அது நீண்ட காலத்திற்கு நிறுவனம் அல்லது நிறுவனத்தால் இணைக்கப்படும். ஆனால் யோசனை பலனளிக்கவில்லை என்றால், அதை விரைவில் தூக்கி எறியலாம்.

4. நிறுவன அமைப்பு:

வணிகத்தின் சட்ட கட்டமைப்பை ஒருவர் தேர்வு செய்ய வேண்டும், அது ஒரு தனியுரிமை, கூட்டாண்மை, வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பு கூட்டாண்மை அல்லது தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனமாக இருக்க வேண்டும்.

5. மூல நிதிகள்:

எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் முன்கூட்டியே மூலதனத்தை கட்டுவது முக்கியம். நீங்கள் எவ்வளவு முதலீடு செய்யலாம் மற்றும் வங்கிகள் அல்லது வங்கி அல்லாத நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து எவ்வளவு கடன் வாங்க வேண்டும் என்பதை நீங்கள் மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும். உங்களிடம் நல்ல வணிக யோசனை இருந்தால் மற்றும் போதுமான மூலதனம் இல்லையென்றால், வணிக பங்குதாரர் அல்லது தனியார் பங்கு போன்ற பிற ஆதாரங்களை நீங்கள் பார்க்கலாம்.

6. பெயர் மற்றும் பிராண்ட்:

உங்கள் தயாரிப்பை சந்தையில் நிலைநிறுத்துவதற்கு பெயர் மற்றும் பிராண்ட் அடையாளம் முக்கியம். தயாரிப்பு எதைக் குறிக்கிறது என்பதை பிராண்ட் அடையாளம் காண வேண்டும்.

7. வணிக இடம்:

புதிய வணிகத்தின் இருப்பிடம், மூலப்பொருட்கள் எளிதில் கிடைக்கும் வகையிலும், நீங்கள் இலக்கு வைக்கும் சந்தைகளுக்கு நெருக்கமாக இருக்கும் வகையிலும் தேர்ந்தெடுக்கப்பட வேண்டும். பின்தங்கிய பகுதிகளில் தொழில் தொடங்கினால் வரிச் சலுகையும் கிடைக்கும். ஒரு சிறிய அளவிலான தொழில்துறையை அமைக்கும்போது இடம் ஒரு முக்கியமான காரணியாகும். போக்குவரத்து செலவுகள், மூலப்பொருட்கள் கிடைப்பது, குறைந்த விலையில் நிலம்

கிடைப்பது போன்ற பல முக்கிய காரணிகளை இருப்பிடம் பாதிக்கிறது. உற்பத்தி அலகு அமைந்துள்ள இடம் மூலப்பொருட்களின் மூலத்திற்கு அருகாமையில் இருப்பதாக வைத்துக்கொள்வோம். இந்த வழக்கில், போக்குவரத்து செலவுகள் குறையும் மற்றும் லாபத்தை அதிகரிக்கும். இந்தியாவில், சிறிய அளவிலான தொழில்களை மேம்படுத்துவதற்கு முன் கட்டப்பட்ட பகுதிகள் அல்லது வளர்ந்த அடுக்குகளை அரசாங்கம் வழங்குகிறது. எனவே ஒருவர் சிறிய அளவிலான உற்பத்தித் தொழிலைத் தொடங்க விரும்பினால், அரசாங்கத்தில் பதிவுசெய்து எளிதாகத் தொடங்கலாம்.

8. நிறுவனத்தின் பதிவு:

திட்டமிடல் கட்டத்தை நீங்கள் முடித்தவுடன், உங்கள் வணிகத்தை பதிவு செய்யும் செயல்முறையுடன் தொடங்க வேண்டும். இந்த நாட்களில் பதிவு செயல்முறை ஆன்லைனில் உள்ளது மற்றும் ஒப்பீட்டளவில் விரைவாகவும் உள்ளது. மேலே உள்ள அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் செய்த பிறகு, சிறிய அளவிலான தொழில்துறையானது DGSD, RBI, RLA மற்றும் இந்திய மாநில இயக்குநரகம் போன்ற உயர் அதிகாரிகளிடம் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும். ஒருவரின் தொழிலை அரசாங்கம் அங்கீகரிக்கும் வகையில் இதைச் செய்ய வேண்டும். உத்யோக் ஆதார் திட்டத்தின் கீழ், பதிவுசெய்தலைப் பெற, ஆன்லைன் பதிவுப் படிவத்தை எளிதாகப் பூர்த்தி செய்ய முடியும் என்பதால், சிறிய அளவிலான தொழில்துறைப் பதிவு சிரமமில்லாமல் உள்ளது. இது இலவசம், செயலாக்கத்திற்கு பணம் செலுத்த வேண்டிய அவசியமில்லை. பதிவுசெய்த பிறகு, ஆவணங்கள் சரிபார்ப்பு முடிந்த பின்னரே மின்னஞ்சல் ஐடியில் பதிவுச் சான்றிதழைப் பெறுவார்கள். கட்டாயம் காட்டப்பட வேண்டிய சில தகவல்கள் தொடர்பு விவரங்கள், வங்கி விவரங்கள் மற்றும் வணிக விவரங்கள், பணியாளர்களின் எண்ணிக்கை. பகிரப்பட வேண்டிய கட்டாய ஆவணங்களில் ஆதார் அட்டையும் ஒன்றாகும்.

9. வரி பதிவு:

நிறுவனம் இணைக்கப்பட்டதும், அது வரி அதிகாரிகளிடம் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும். செயல்பட, வணிகத்திற்கு பொருட்கள் மற்றும் தேவைப்படும் சேவை வரி பதிவு மற்றும் வரி அதிகாரிகளிடமிருந்து PAN மற்றும் TAN.

10. வங்கி கணக்கு:

நிறுவன சான்றிதழ் மற்றும் வரி பதிவுகளைப் பெற்ற பிறகு, நிறுவனம் வங்கிக் கணக்கைத் திறக்க வேண்டும். புதிய வணிகத்தின் தினசரி பரிவர்த்தனைகளை நிர்வகிப்பதற்கும், நிதிகளை கட்டுவதற்கும் வங்கிக் கணக்கு அவசியம்.

11. உரிமங்கள் மற்றும் அனுமதிகள்:

நீங்கள் வணிகத்தைத் தொடங்குவதற்கு முன், உள்ளூர் அதிகாரிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறை அமைப்புகளிடமிருந்து தேவையான அனைத்து அனுமதிகளையும் உரிமங்களையும் பெற்றுள்ளீர்கள் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். இதில்

செயல்படுவதற்கான உரிமம் மற்றும் மாசு அதிகாரிகளிடமிருந்து கட்டாய ஒப்புதல்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

12. பணியமர்த்தல் பணியாளர்கள்:

அனுமதிகள் கிடைத்தவுடன், வணிகத்தை நடத்த உங்களுக்கு உதவ பணியாளர்களை பணியமர்த்துவதை நீங்கள் பார்க்க வேண்டும். பணியமர்த்தும்போது, உங்களுக்குத் தேவையான முழுமையான குறைந்தபட்ச எண்ணிக்கையை மட்டுமே நீங்கள் பயன்படுத்துகிறீர்கள் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள், இதனால் வணிகத்தின் ஆரம்ப கட்டத்தில் இயக்க செலவுகள் உங்கள் பட்ஜெட்டிலேயே இருக்கும்.

13. வணிக ஊக்குவிப்பு:

கடைசியாக ஆனால் குறைந்தது அல்ல, உங்கள் தயாரிப்பை சந்தையில் அறிமுகப்படுத்தும் போது வணிக விளம்பரத்தை நீங்கள் செய்ய வேண்டும், ஏனெனில் உங்கள் தயாரிப்பு பற்றி வெகு சிலரே அறிந்திருப்பார்கள். வணிக ஊக்குவிப்பு சமூக சந்தைப்படுத்தல் அல்லது உள்ளூர் கண்காட்சிகள் அல்லது கண்காட்சிகளில் உடல் ரீதியாக பங்கேற்பதன் மூலம் இருக்கலாம். வியாபாரம் சில ஈர்ப்பு மற்றும் வாடிக்கையாளர்களைப் பெறுவதற்கு மார்க்கெட்டிங் மற்றும் பதவி உயர்வு முக்கியம்.

14. தீர்மானம்

ஒரு புதிய வணிகத்திற்கு ஆரம்ப நாட்கள் மிகவும் முக்கியமானவை. திடமான திட்டமிடல் மற்றும் ஆராய்ச்சியுடன் புதிய பயணத்தைத் தொடங்குவதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். சிறந்த யோசனைகள் கூட நிலைத்திருக்கவும் செழிக்கவும் நிறைய விடாமுயற்சியும் கடின உழைப்பும் தேவைப்படும்.

தொழில் முனைவோர் வாய்ப்பை கண்டறிதல்

ஒரு தொழில் முனைவோர் வாய்ப்பைக் கண்டறிந்து, உங்கள் வணிகம் வெற்றிபெறும் வரை தொடர்ந்து நிலைத்திருப்பது எளிதானது அல்ல மற்றும் ஆபத்தை உள்ளடக்கியது. ஆனால், அன்றாடப் பிரச்சனையைத் தீர்க்கும் யோசனையில் நீங்கள் புதிய முயற்சியைத் தொடங்குகிறீர்களா அல்லது சொந்தமாகத் தொழில் தொடங்க விரும்புவதால் வேண்டுமென்றே வாய்ப்பைத் தேடுகிறீர்களா, முன்கூட்டியே ஆராய்ச்சி செய்வது ஆபத்தைக் குறைக்கவும், முயற்சியைத் தீர்மானிக்கவும் உதவும். வெற்றி வாய்ப்பு .

தொழில் முனைவோர் வாய்ப்பு என்றால் என்ன?

ஆர்வமுள்ள தொழில்முனைவோர் நாள் முழுவதும் யோசனைகளைக் கொண்டு வரலாம். ஆனால் ஒவ்வொரு யோசனையும் ஒரு நல்ல யோசனையாக இருக்காது. ஒரு யோசனை தொடரத் தகுந்ததாக இருக்க, அந்த யோசனை ஒரு தொழில் முனைவோர் வாய்ப்பாக மாறுகிறதா என்பதை முதலில் தீர்மானிக்க வேண்டும். தொழில் முனைவோர் வாய்ப்பு என்பது அடையாளம் காணக்கூடிய நுகர்வோர் தேவை கோரப்பட்ட தயாரிப்பு அல்லது சேவையை திருப்திப்படுத்துவதற்கான சாத்தியக்கூறுகளை சந்திக்கும் புள்ளியாகும். தொழில்முனைவோர் துறையில், ஒரு யோசனையிலிருந்து ஒரு வாய்ப்பாக மாற குறிப்பிட்ட அளவுகோல்களை பூர்த்தி செய்ய வேண்டும். இது சரியான மனநிலையை வளர்ப்பதில் தொடங்குகிறது - ஆர்வமுள்ள தொழில்முனைவோர் தங்கள் உணர்வுகளை நுகர்வோர் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களுக்கு கூர்மைப்படுத்துகிறார், மேலும் யோசனை ஒரு வெற்றிகரமான புதிய முயற்சியாக மாற முடியுமா என்பதை தீர்மானிக்க ஆராய்ச்சி நடத்துகிறது.

சில சந்தர்ப்பங்களில், வேண்டுமென்றே தேடுவதன் மூலம் வாய்ப்புகள் காணப்படுகின்றன, குறிப்பாக புதிய தொழில்நுட்பங்களை உருவாக்கும்போது. மற்ற சந்தர்ப்பங்களில், வாய்ப்புகள் தற்செயலாக, வாய்ப்பின் மூலம் வெளிப்படுகின்றன. ஆனால் பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில், ஒரு தொழில் முனைவோர் வாய்ப்பு ஒரு சிக்கலை அங்கீகரித்து, அந்த சிக்கலை தீர்க்க வேண்டுமென்றே முயற்சி செய்வதன் மூலம் வருகிறது.

வாய்ப்பு கோட்பாடுகள்

இருபதாம் நூற்றாண்டில், பொருளாதார வல்லுனர் ஜோசப் ஷூம்பீட்டர், தொழில்முனைவோர் ஒரு புதிய கண்டுபிடிப்பை பயன்படுத்தி மதிப்பை உருவாக்குகிறார்கள் அல்லது பொதுவாக, ஒரு புதிய பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு அல்லது பழையதை புதிய வழியில் உற்பத்தி செய்வதற்கு முயற்சி செய்யப்படாத தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறுகளை உருவாக்குகிறார்கள். ஒரு தொழிற்சாலை மறுசீரமைப்பதன் மூலம் பொருட்கள் அல்லது தயாரிப்புகளுக்கான புதிய விற்பனை நிலையம் அல்லது அது போன்ற வழிமுறைகள்.

Schumpeter இன் கூற்றுப்படி, தொழில் முனைவோர் கண்டுபிடிப்பு என்பது பொருளாதார வளர்ச்சியை உருவாக்கி நிலைநிறுத்தும் சீர்குலைக்கும் சக்தியாகும், இருப்பினும் செயல்பாட்டில், அது நிறுவப்பட்ட நிறுவனங்களை அழிக்கலாம், தொழில்களை மறுவடிவமைக்கலாம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பை சீர்குலைக்கலாம். அவர் இந்த சக்தியை ஆக்கபூர்வமான அழிவு என்று அழைத்தார். Schumpeter வணிக செயல்முறைகளை விவரித்தார், குறைத்தல் கருத்து உட்பட, நிறுவனத்தின் செயல்திறனை அதிகரிக்க வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. வணிகங்களின் இயக்கவியல் பொருளாதாரத்தை மேம்படுத்துகிறது மற்றும் நமது வாழ்க்கை முறையை மேம்படுத்துகிறது, ஆனால் மாற்றங்கள் (சில நேரங்களில் தொழில்நுட்பத்தின் மூலம்) மற்ற தொழில்கள் அல்லது தயாரிப்புகளை வழக்கற்றுப் போகலாம்.

புதிய வணிக வாய்ப்புகளை கண்டுபிடிப்பதற்கான இந்த முறைகளை அவர் கண்டறிந்தார்:

- ஏற்கனவே உள்ள தயாரிப்புக்கான புதிய சந்தையை உருவாக்குங்கள்.
- குறைந்த பணத்தில் தயாரிப்பை உற்பத்தி செய்ய தொழில்முனைவோருக்கு உதவும் புதிய வளங்களைக் கண்டறியவும்.
- பழைய தயாரிப்பை புதிய முறையில் தயாரிக்க தற்போதுள்ள தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தவும்.
- ஒரு புதிய தயாரிப்பு தயாரிக்க ஏற்கனவே உள்ள தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தவும்.
- இறுதியாக, ஒரு புதிய தயாரிப்பு தயாரிக்க புதிய தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தவும்.

வழங்கல் அல்லது தேவை தொடர்பான வாய்ப்புக் கோட்பாடுகள் அல்லது தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துவதில் புதுமைகளுக்கான அணுகுமுறைகள் என நாம் புரிந்து கொள்ள முடியும். முதல் சூழ்நிலை தேவை வாய்ப்பு, மீதமுள்ள சூழ்நிலைகள் விநியோக சூழ்நிலைகள். இறுதி மூன்று தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்புகளை உள்ளடக்கியது. வழங்கல் மற்றும் தேவை என்பது பொருட்களின் உற்பத்தி தொடர்பான பொருளாதார விதிமுறைகள்.

- வழங்கல் என்பது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் அளவு. தேவை என்பது உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள், தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளுக்கான நுகர்வோர் அல்லது பயனர் விருப்பமாகும். புதிய வாய்ப்புகளை அடையாளம் காண ஷம்பீட்டரின் யோசனைகளைப் பயன்படுத்தலாம். தற்போதைய அல்லது எதிர்கால வழங்கல் மற்றும் தற்போதைய அல்லது எதிர்கால தேவை ஆகியவை எங்கு பூர்த்தி செய்யப்படவில்லை அல்லது சீரமைக்கப்படவில்லை அல்லது தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்புகள் சிக்கலை தீர்க்கக்கூடிய இடங்களை அடையாளம் காண்பதில் எங்கள் கவனம் உள்ளது.

வாய்ப்பை அடையாளம் காணுதல்

உங்கள் தொழில் முனைவோர் தேடலைத் தொடங்குவதற்கான ஒரு நல்ல இடம், குறிப்பாக புதிய தொழில்நுட்ப மேம்பாடுகளுடன், நீங்கள் பணிபுரியும் துறைக்கு வெளியேயும் கூட, உங்களால் முடிந்தவரை படிக்க வேண்டும். தொழில்நுட்பங்கள் வெளிவரத் தொடங்கும் போது, அவற்றின் வணிகத் திறனை நாங்கள் இன்னும் புரிந்து கொள்ளவில்லை என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள்.

"எனது மெய்நிகர் ஆர்டர்கள் விரைவாக டெலிவரி செய்யப்பட வேண்டும் என்று நான் விரும்புகிறேன்" போன்ற வாடிக்கையாளர் கருத்துகளைக் கேட்பது போல நுகர்வோர் தேவைகளைக் கண்டறிவது எளிமையானதாக இருக்கலாம். அல்லது "எனக்கு நன்றாக தூங்க உதவும் வசதியான தலையணையை என்னால் ஒருபோதும் கண்டுபிடிக்க முடியவில்லை." புதிய யோசனைகளைச் சேகரிக்க வாடிக்கையாளர்

நடத்தையையும் நீங்கள் கவனிக்கலாம். நீங்கள் ஏற்கனவே வணிகத்தில் இருந்தால், வாடிக்கையாளர் கருத்து சந்தை ஆராய்ச்சியின் எளிய வடிவமாக இருக்கலாம்.

வாய்ப்பு இயக்கிகள்

புதிய நிதியளிப்பு விருப்பங்கள், தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள், உலகமயமாக்கல் மற்றும் தொழில் சார்ந்த பொருளாதாரம் ஆகியவை தொழில் முனைவோர் இடத்தில் மாற்றத்திற்கான சில சமீபத்திய இயக்கிகள்.

- க்ரூட் சோர்சிங் போன்ற சமூக ஊடக ஆதாரங்கள் மூலம் மூலதனத்திற்கான அதிகரித்த அணுகல் தொழில்முனைவோர் மீது குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது, இது பெண்கள், படைவீரர்கள், ஆப்பிரிக்க அமெரிக்கர்கள் மற்றும் பூர்வீக அமெரிக்கர்கள் போன்ற பின்தங்கிய மக்கள் மற்றும் சமூகங்களை செயல்படுத்துகிறது. வணிகம்-தொழில்முனைவோர் ஆக.
- தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள்தொடர்ந்து புதிய வாய்ப்புகளை வழங்குகின்றன, ட்ரோன்கள் முதல் செயற்கை நுண்ணறிவு வரை, மருத்துவத்தில் முன்னேற்றங்கள் மற்றும் புதிய தொழில்நுட்பத்தைப் பற்றி அறிந்து கொள்வதற்கான அணுகல்.
- அதிகரித்த உலகமயமாக்கல், இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதியை செழிக்க அனுமதிப்பதன் மூலம் தொழில்முனைவோரை உந்துகிறது. உலகமயமாக்கல் புதிய தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான யோசனைகளை உள்ளூர் அல்லது பிராந்திய சந்தைக்கு பதிலாக உலக சந்தையில் பரப்ப உதவுகிறது. இணையம் மற்றும் கணினி தொழில்நுட்பத்துடன் இணைந்து, சிறு வணிகங்கள் கூட தங்கள் தயாரிப்புகளை உலகம் முழுவதும் போட்டியிடலாம் மற்றும் விற்கலாம்.
- பொருளாதார காரணிகள் மற்ற வணிகங்களை எரிபொருளாகக் கொண்ட வலுவான பொருளாதாரத்தை உள்ளடக்கியிருக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக, வீட்டுச் சந்தையின் வளர்ச்சியானது பல வீடுகள் தொடர்பான தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான வளர்ச்சியைத் தூண்டுகிறது, உட்புற அலங்காரம் முதல் இயற்கையை ரசித்தல் மற்றும் தளபாடங்கள், உபகரணங்கள் மற்றும் நகரும் சேவைகள் வரை.

வாய்ப்புகளை எப்படி ஆய்வுசெய்கிறீர்கள்?

உங்கள் வணிக யோசனை எவ்வளவு நியாயமானது என்பதைக் கண்டறிய, கருத்தின் பல அம்சங்களை நீங்கள் ஆராய வேண்டும். வாய்ப்புத் திரையிடல் என்பது தொழில்முனைவோர் புதுமையான தயாரிப்பு யோசனைகள், உத்திகள் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் போக்குகளை மதிப்பிடும் செயல்முறையாகும். நிதி ஆதாரங்களின் நம்பகத்தன்மை, தொழில்முனைவோர் குழுவின் திறன்கள் மற்றும் போட்டி ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துவதன் மூலம், இந்தத் திரையிடல் யோசனையைப்

பின்தொடர்வதில் வெற்றிக்கான சாத்தியத்தை தீர்மானிக்க உதவுகிறது மற்றும் திட்டமிடலை செம்மைப்படுத்த உதவுகிறது.

ஆராய்ச்சி தரவுகளின் பொதுவான ஆதாரங்கள்

உங்கள் யோசனை சாத்தியமானதா என்பதை நீங்கள் ஆராய்ச்சி செய்யத் தொடங்கும் போது, US Small Business Administration பரிந்துரைத்த ஆதாரங்களுடன் தொடங்குவதற்கு ஒரு நல்ல இடம்.

- எடுத்துக்காட்டாக, அமெரிக்க மக்கள் தொகைக் கணக்கெடுப்புத் தரவு , பெருநகரப் புள்ளியியல் பகுதித் தரவு, அத்துடன் பொருளாதாரம் மற்றும் வர்த்தகம் பற்றிய புள்ளிவிவரங்கள் போன்ற உங்கள் சந்தைப் பகுதியில் உள்ள மக்கள்தொகையைப் பற்றிய நுண்ணறிவை வழங்குகிறது. பெரும்பாலான தொழில்முனைவோருக்கு, ஆராய்ச்சியில் சாத்தியமுள்ள வாடிக்கையாளர்கள், குறிப்பாக உங்கள் இலக்கு வாடிக்கையாளர்கள், அவர்கள் விரும்பும் மற்றும் விரும்பாத தயாரிப்புகள் பற்றிய கேள்விகள், ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை எவ்வாறு மேம்படுத்தலாம், வாடிக்கையாளர் வாங்கும் அனுபவத்தை எவ்வாறு மேம்படுத்தலாம் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் எங்கிருந்தாலும் கூட ஆராய்ச்சியில் அடங்கும். உங்கள் வணிகத்திற்கு பதிலாக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குவதற்கு செல்லலாம்.

நீங்கள் இரண்டாம் நிலை ஆராய்ச்சியுடன் தொடங்குவீர்கள் —அதாவது, வெளியிடப்பட்ட சில மூலங்கள் மூலம் ஏற்கனவே கிடைக்கும் தரவு. உங்கள் தொழில், தயாரிப்புகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களைப் பற்றிய தகவல்களை நீங்கள் ஆராய்ச்சி செய்யக்கூடிய கட்டுரைகள், ஆராய்ச்சி அறிக்கைகள் அல்லது நம்பகமான இணைய ஆதாரங்கள் இருக்கலாம். இரண்டாம் நிலை ஆராய்ச்சி விரைவாகக் கிடைக்கும் நன்மையைக் கொண்டுள்ளது. இருப்பினும், உங்கள் யோசனையைப் பற்றி நீங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய அனைத்து விவரங்களையும் வழங்குவதற்கு இரண்டாம் நிலை ஆராய்ச்சி பெரும்பாலும் குறிப்பிட்டதாக இருக்காது.

- எடுத்துக்காட்டாக, இரண்டாம் நிலை ஆராய்ச்சி (இது முதன்மை, நேரடி ஆராய்ச்சியைப் போலவே முதன்மையான ஆதாரங்களில் இருந்து உருவாக்கப்பட்ட ஆராய்ச்சி) நுகர்வோர் எவ்வளவு அடிக்கடி ஷாம்பூவை வாங்குகிறார்கள், எங்கு ஷாம்பூவை வாங்குகிறார்கள், எந்தெந்த பிராண்ட் ஷாம்பூவை வாங்குகிறார்கள் என்று தெரிவிக்கலாம். ஆனால் மக்கள் எப்படி ஷாம்பூ செய்கிறார்கள் என்ற விவரங்களை நீங்கள் புரிந்து கொள்ள விரும்பினால்-உதாரணமாக, அவர்கள் மீண்டும் மீண்டும் ஷாம்பூ செய்கிறார்களா, தனித்தனி கண்டிஷனரைப் பயன்படுத்துகிறார்களா, அல்லது கலவையான ஷாம்பூ/கண்டிஷனர் தயாரிப்பைப் பயன்படுத்துகிறார்களா-நீங்கள் முதன்மையான ஆராய்ச்சியை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

உங்கள் வணிக யோசனையை ஆராயும் போது நீங்கள் ஆராய விரும்பும் கேள்விகளுக்கு இரண்டாம் நிலை ஆராய்ச்சி பதிலளிக்கவில்லை என்றால் முதன்மை ஆராய்ச்சி தேவைப்படுகிறது. முதன்மை ஆராய்ச்சி இதுவரை இல்லாத தரவுகளை சேகரிக்கிறது. தகவல் வணிகம், தயாரிப்பு அல்லது நுகர்வோருக்குக் குறிப்பிட்டது. முதன்மை ஆராய்ச்சித் தரவைச் சேகரிக்கப் பயன்படுத்தப்படும் சில முறைகள், ஒரு கணக்கெடுப்பு கேள்வித்தாளை உருவாக்குதல், இரகசிய கடைக்காரர்களைப் பயன்படுத்துதல் அல்லது ஃபோகஸ் குழுக்களைப் பயன்படுத்துதல் ஆகியவை அடங்கும். கணக்கெடுப்பு கேள்வித்தாள்கள் ரசீதில் சேர்க்கப்பட்டுள்ள வாடிக்கையாளர் கருத்து அட்டை போன்ற எளிமையானதாக இருக்கலாம் அல்லது டஜன் கணக்கான விரிவான கேள்விகள் உட்பட விரிவானதாக இருக்கலாம்.

தொழில் முனைவோர் வாய்ப்பை ஆய்வு செய்தல் மற்றும் சரிபார்த்தல்

நீங்கள் உங்கள் சொந்த வியாபாரத்தைத் தொடங்கினாலும், ஏற்கனவே உள்ள வணிகத்தை வாங்கினாலும் அல்லது உரிமையை வாங்கினாலும், தொழில்துறை, உங்கள் இலக்கு சந்தை மற்றும் பொருளாதாரம் மற்றும் நிதி விருப்பங்களை ஆய்வு செய்தல் ஆகியவை சரியான விடாமுயற்சியின் ஒரு பகுதியாகும். உரிய விடாமுயற்சி என்பது, உங்கள் முடிவுகள் நன்கு ஆராயப்பட்ட மற்றும் துல்லியமான தகவலின் அடிப்படையில் உள்ளதா என்பதைச் சரிபார்க்க நியாயமான நடவடிக்கைகளை எடுப்பது ஆகும். இது சாத்தியமான நோக்கங்களை முழுமையாக ஆராய்வது, விரிவான கேள்விகளைக் கேட்பது மற்றும் தகவலைச் சரிபார்ப்பது.

- வெவ்வேறு தொழில்கள் சரியான விடாமுயற்சிக்கு வெவ்வேறு அர்த்தங்களைக் கொண்டுள்ளன. எடுத்துக்காட்டாக, சட்டத் துறையில், ஒரு பரிவர்த்தனை மற்றும் ஒப்பந்தத்தின் விதிமுறைகளைப் புரிந்துகொள்வது உரிய விடாமுயற்சியை உள்ளடக்கியது. வணிக நிதியில், உரிய விடாமுயற்சி என்பது மூலதனத்தை திரட்டுதல் அல்லது ஒன்றிணைத்தல் மற்றும் கையகப்படுத்துதல் பரிவர்த்தனைகளில் ஈடுபடும் வேலையைக் குறிக்கிறது. தொழில்முனைவோர் துறையில், இந்த யோசனை உண்மையில் ஒரு வாய்ப்பா என்பதை சரிபார்க்க ஆராய்ச்சி அவசியம், முயற்சியைத் தொடங்குவதற்கான முழு செயல்முறையையும் முயற்சிக்கும் நிதியுதவியையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.
- தொழில்முனைவோர் கேட்க வேண்டிய பொதுவான கேள்விகளில் ஒன்று, இப்போது ஒரு தொழிலைத் தொடங்க நல்ல நேரமா என்பதுதான். இந்த யோசனை சுவாரசியமானதா அல்லது தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புக்கான அளவுகோல்களுக்குப் பொருந்துமா என்பதைத் தீர்மானிக்க, நேரத்தின் இந்தக் கேள்வியானது விசாரணையில் கவனிக்கப்படுகிறது.
- பின்வரும் அளவுகோல்களை பூர்த்தி செய்யும் போது ஒரு யோசனை அங்கீகரிக்கப்பட்ட வாய்ப்பிற்கு செல்லலாம்:
 - குறிப்பிடத்தக்க சந்தை தேவை: குறிப்பிடத்தக்க சந்தை தேவை என்பது இலக்கு சந்தை வாங்க விரும்பும் ஒரு சிக்கலுக்கு தீர்வை வழங்குவதன்

மூலம் யோசனைக்கு மதிப்புள்ளது. இந்த மதிப்பு ஒரு புதிய தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் விளைவாக வரலாம், இது பூர்த்தி செய்யப்படாத தேவை, குறைந்த விலை, மேம்பட்ட நன்மைகள் அல்லது அதிக நிதி அல்லது உணர்ச்சி மதிப்பை நிரப்புகிறது. இந்த மதிப்பு "நுகர்வு அல்லாததை" மூலதனமாக்குவதாலும் ஏற்படலாம்.

- குறிப்பிடத்தக்க சந்தை அமைப்பு மற்றும் அளவு: குறிப்பிடத்தக்க சந்தை அமைப்பு மற்றும் அளவு வளர்ச்சி திறன் மற்றும் தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கான தேவைக்கான இயக்கிகளை உள்ளடக்கியது. நுழைவதற்கான தடைகள் சமாளிக்கக்கூடியவை, அதாவது தொழில்துறையில் நுழைவது அல்லது புதிய தொழில்துறையை உருவாக்குவது விதிவிலக்காக கடினமாக இல்லை. தொழில்துறை ஏற்கனவே இருந்தால், போட்டி நன்மையை உருவாக்கும் மதிப்பை வழங்குவதன் மூலம் சந்தைப் பங்கைப் பெற உங்கள் முயற்சிக்கு தொழில்துறைக்குள் இடம் இருக்க வேண்டும்.
- முயற்சியின் வெற்றிக்கு ஆதரவளிக்கும் கணிசமான அளவுகள் மற்றும் ஆதாரங்கள்: குறிப்பிடத்தக்க அளவுகள் மற்றும் வளங்கள் அதிக அளவு லாப வரம்புகளை அடைவதற்கான சாத்தியக்கூறுகளை உள்ளடக்கியது, அந்த முயற்சியைத் தொடங்கும் பணி (தொழில்முனைவோரின் நேரம் மற்றும் ஆற்றல் உட்பட) சம்பந்தப்பட்ட அபாயங்களுக்கு மதிப்புள்ளது. இயக்கச் செலவுகள் மிக அதிகமாகவும், லாப வரம்பு மிகக் குறைவாகவும் இருந்தால், அந்த யோசனை உண்மையிலேயே சாத்தியமானதா என்பதை பகுப்பாய்வு செய்வது அவசியம். கணிசமான அளவுகளில் மூலதனத் தேவைகள்—முயற்சியைத் தொடங்க எவ்வளவு பணம் தேவை—அத்துடன் தொழில்நுட்பத் தேவைகள், விநியோக முறையின் சிக்கலான தன்மை மற்றும் ஒத்த வளங்கள் ஆகியவையும் அடங்கும்.

உங்கள் வாய்ப்புத் திரையிடல் ஆராய்ச்சியில் ஒரு நல்ல தொடக்கப் புள்ளி, நீங்கள் குறிவைக்கும் சந்தையின் புள்ளிவிவரங்களைப் (உங்கள் இலக்கு சந்தை) பற்றி அறிந்துகொள்ளத் தொடங்குவதாகும். மக்கள்தொகை என்பது இனம், வயது மற்றும் பாலினம் போன்ற மக்கள்தொகையின் புள்ளிவிவர காரணிகள்.

- மக்கள்தொகை கணக்கெடுப்பு தரவு மக்கள்தொகையை அரசாங்கம் சேகரிக்கிறது. இது உங்கள் நகரம் அல்லது நகரத்தில் உள்ள மக்கள்தொகையின் ஸ்னாப்ஷாட்டை வழங்க முடியும். மக்கள்தொகை கணக்கெடுப்பு தரவுகளில் மொத்த மக்கள் தொகை, வயது, பாலினம், இனம் மற்றும் வருமானம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் மக்கள்தொகையின் முறிவு மற்றும் வேறு சில பயனுள்ள தரவு ஆகியவை அடங்கும்.
- மக்கள்தொகை தரவுகளை பகுப்பாய்வு செய்த பிறகு, தொழில்முனைவோர் சில அடிப்படை ஆராய்ச்சிகளை உருவாக்கலாம் மற்றும் நடத்தலாம், இது வாடிக்கையாளர்களைக் கவனிப்பது முதல் சாத்தியமான போட்டியாளர்களிடம் ஷாப்பிங் செய்வது வரை இருக்கலாம். தொழில்முனைவோர்

தொழில்துறையில் பணிபுரிந்தால் அல்லது இதேபோன்ற இலக்கு சந்தையுடன் புதிய தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகளைத் தேடுகிறீர்களானால், அவர்களின் வாடிக்கையாளர்களிடம் கேள்விகளைக் கேட்பதன் மூலமும், கேட்பதன் மூலமும் வணிக வாய்ப்புகளைக் கண்டறிய முடியும். சில நேரங்களில் எளிதான மற்றும் மலிவான வாடிக்கையாளர் கணக்கெடுப்பு சிக்கல்களையும் வாய்ப்புகளையும் கண்டறியலாம். தொழில்முனைவோர் தங்கள் சமூக ஊடக கணக்குகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் விற்பனை பதிவுகளைப் பயன்படுத்தி தகவலை சேகரிக்க முடியும்.

உங்கள் யோசனை இந்த அளவுகோல்களுக்கு பொருந்தவில்லை என்றால் நீங்கள் என்ன செய்ய வேண்டும் - குறிப்பிடத்தக்க சந்தை தேவை, சந்தை அமைப்பு மற்றும் அளவு, மற்றும் விளிம்புகள் மற்றும் வளங்கள் - மற்றும் யோசனையை ஒரு வாய்ப்பாகவும் புதிய முயற்சியாகவும் உருவாக்க உங்கள் விருப்பம் இன்னும் வலுவாக உள்ளது? இதுவும் தொழில் முனைவோர் செயல்முறையின் ஒரு பகுதியாகும். உங்கள் யோசனையை ஒரு வாய்ப்பாக மாற்றுவதற்கான தடைகளை அடையாளம் காணும் பணியை நீங்கள் முன்னணி தொழில்முனைவோராகக் கொண்டிருக்கிறீர்கள். இது யோசனையைச் சரிசெய்தல், புதிய அம்சங்களைச் சேர்ப்பது அல்லது சில அம்சங்களை அகற்றுவது போன்றவற்றைக் குறிக்கலாம். புதிய அம்சங்களைச் சேர்ப்பது, தயாரிப்பு அல்லது சேவையால் வழங்கப்படும் மதிப்பு அல்லது நன்மையை அதிகரிப்பதில் கவனம் செலுத்த வேண்டும் அல்லது இலக்கு சந்தையின் தேவைகளுடன் இறுக்கமான சீரமைப்பை உருவாக்க வேண்டும். அம்சங்களை அகற்றுவது உற்பத்திச் செலவுகளைக் குறைக்கலாம் அல்லது தயாரிப்பைப் பயன்படுத்துவதில் உள்ள சிக்கலைக் கூட குறைக்கலாம்.

தொழில் வாய்ப்புக்கான ஆதாரங்கள்

நீங்கள் நுழையத் திட்டமிட்டுள்ள தொழில்துறையைப் பற்றி உங்களால் முடிந்த அனைத்தையும் கற்றுக்கொள்வதை உங்கள் ஆராய்ச்சி செயல்முறை உள்ளடக்கியிருக்க வேண்டும். இது வாய்ப்புகளை அடையாளம் காண உதவும். தொழில் பகுப்பாய்வில் தொழில்துறையின் சுருக்கமான விளக்கம் மற்றும் அதன் பண்புகள், போட்டி நிலப்பரப்பு, தயாரிப்புகள், செயல்பாடுகள் மற்றும் தொழில்நுட்பம் உள்ளிட்ட முக்கிய தகவல்கள் உள்ளன.

- தொழில்துறை ஆதாரங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில்துறையைப் பற்றிய அறிவை, அந்தத் தொழிலில் உள்ள முன்னேற்றத்திற்கான தேவைகள் அல்லது பகுதிகளை அடையாளம் காணும் கண்ணோட்டத்தில் வெளிப்படுத்துகின்றன.
- ஏறக்குறைய ஒவ்வொரு தொழில்துறையும் பயன்படுத்தப்படாத வளங்களை அல்லது பகிர்ந்தளிக்கப்பட்ட பொருளாதாரம் அல்லது கிக் பொருளாதாரம் என அறியப்படுவதற்கு மறுசீரமைக்கக்கூடிய கூடுதல் ஆதாரங்களை அடையாளம் காணும் கண்ணோட்டத்தில் ஆராயத்தக்கது.

- ஒரு சொத்து பயன்பாட்டில் இல்லாத நேரங்கள் இருப்பதாக பகிரப்பட்ட பொருளாதாரம் கருதுகிறது.
- ஒரு கிக் பொருளாதாரமன்பது ஒரு திறந்த அல்லது திரவ சந்தை அமைப்பாகும், இது சுதந்திரமான குறுகிய கால பணியாளர்களால் உருவாக்கப்பட்ட தற்காலிக நிலைகள் ஆகும்.

வாய்ப்புக்கான நுகர்வோர் ஆதாரங்கள்

வாய்ப்புகளின் நுகர்வோர் ஆதாரங்கள், புதிய பழக்கவழக்கங்கள் அல்லது புதிய தகவல்களை வெளிப்படுத்துவதன் மூலம் ஏற்படும் நடத்தைகள் போன்ற நமது சமூகத்தில் ஏற்படும் மாற்றங்களுடன் தொடர்புடையவை.

போட்டி பகுப்பாய்வு என்றால் என்ன?

போட்டிப் பகுப்பாய்வை நடத்துவது உங்கள் யோசனையை மையப்படுத்தவும், உங்கள் தனித்துவமான விற்பனை முன்மொழிவு மற்றும் போட்டி நன்மைகளை அடையாளம் காணவும் உதவுகிறது.

ஒரு போட்டி பகுப்பாய்வு தொழில்முனைவோருக்கு போட்டியாளர்கள் தங்கள் வணிகத்தை எவ்வாறு சந்தைப்படுத்துகிறார்கள் மற்றும் உங்கள் போட்டியாளர்கள் சேவை செய்யாத அல்லது சிறப்பாக சேவை செய்யாத பகுதிகளில் தயாரிப்பு அல்லது சேவை இடைவெளிகள் மூலம் சந்தையில் ஊடுருவுவதற்கான வழிகள் பற்றிய தகவல்களை வழங்க வேண்டும். மிக முக்கியமாக, போட்டி பகுப்பாய்வு தொழில்முனைவோருக்கு ஒரு போட்டி விளிம்பை உருவாக்க உதவுகிறது, இது நிலையான வருவாய் நீரோட்டத்தை உருவாக்க உதவுகிறது.

போட்டி பகுப்பாய்வு கட்டம்

போட்டி பகுப்பாய்வு கட்டம் உங்கள் போட்டியாளர்களை அடையாளம் காண வேண்டும் மற்றும் உங்கள் தொழில்துறையில் உள்ள போட்டி நிலப்பரப்பின் முக்கிய பண்புகளின் மதிப்பீட்டை உள்ளடக்கியிருக்க வேண்டும், இதில் போட்டி பலம் மற்றும் பலவீனங்கள் மற்றும் முக்கிய வெற்றி காரணிகள் அடங்கும்.

அது எப்படி இருக்கிறது என்பது இங்கே:

போட்டி பகுப்பாய்வு கட்டம்

முக்கிய பண்புகள்	உங்கள் கம்பெனி	போட்டியாளர் ஏ	போட்டியாளர் பி
------------------	----------------	---------------	----------------

பலம்			
பலவீனங்கள்			
தயாரிப்பு தரநிலை			
விலை புள்ளி			
இடம்			
பதவி உயர்வு			

உங்கள் முயற்சியின் போட்டியாளர்களுக்கான பகுப்பாய்வை நீங்கள் முடிக்கும்போது, போட்டியாளரின் வெற்றிக்கு என்ன பங்களிக்கிறது என்பதைக் கண்டறியவும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், மக்கள் ஏன் நிறுவனத்திலிருந்து வாங்குகிறார்கள்? அருகிலுள்ள போட்டியாளர்கள் இல்லாதது, போட்டியாளர்களைக் காட்டிலும் குறைந்த விலைகள், பல்வேறு வகையான தயாரிப்புகள், வேறு எங்கும் வழங்கப்படாத சேவைகளை வழங்குதல் அல்லது இலக்கு சந்தையை ஈர்க்கும் பிராண்டிங் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவை சில சாத்தியமான காரணங்களாகும். உங்கள் பகுப்பாய்வு தொழில்துறையில் உள்ள முக்கிய வெற்றிக் காரணிகளின் கலவையை உங்களுக்குத் தெரிவிக்க வேண்டும் (தொழிலில் வெற்றிபெற என்ன தேவை) மற்றும் உங்கள் இலக்கு சந்தையால் மதிப்பிடப்படும் உங்கள் போட்டியாளர்கள் என்ன வழங்கவில்லை.

SWOT பகுப்பாய்வு

மற்றொரு அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படும் கருவி SWOT பகுப்பாய்வு (Strength:பலம், Weaknesses: பலவீனங்கள், Opportunities: வாய்ப்புகள் மற்றும் Threats: அச்சுறுத்தல்கள்), இது உங்கள் முயற்சியின் திறனை பகுப்பாய்வு செய்வதில் கவனம் செலுத்துகிறது மற்றும்

போட்டி பகுப்பாய்வு கட்டம் மற்றும் மூன்று வட்டங்களில் இருந்து பெறப்பட்ட அறிவை உருவாக்குகிறது.

- போட்டி பகுப்பாய்வு கருவிகள் மூலம் அடையாளம் காணப்பட்ட போட்டி நன்மையை ஆதரிக்க உங்கள் முயற்சிக்கு தேவையான பலத்தை நீங்கள் அடையாளம் காண வேண்டும். உங்கள் தற்போதைய மற்றும் எதிர்பார்க்கக்கூடிய எதிர்பார்ப்புகளின் அடிப்படையில் பலவீனங்களை அடையாளம் காண முடியும்.
- ஒரு புதிய முயற்சிக்கு, வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் பிரிவுகள் உங்கள் ஆராய்ச்சியில் இருந்து வரும் வெளிப்புற சூழலில் தற்போதைய காரணிகளை அடிப்படையாகக் கொண்டவை.
- இந்த சூழலில், வாய்ப்புகள் என்பது உண்மைகள், மாற்றங்கள் அல்லது வெளிப்புற சூழலில் உள்ள சூழ்நிலைகள், அவை முயற்சியின் வெற்றிக்கு சாதகமாக பயன்படுத்தப்படலாம்.

அது எப்படி இருக்கிறது என்பது இங்கே:

வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களை பகுப்பாய்வு செய்ய பயன்படுத்தக்கூடிய மற்றொரு கருவி PEST பகுப்பாய்வு(Political: அரசியல், Economic: பொருளாதாரம், Social: சமூகம், Technological: தொழில்நுட்பம்) என அழைக்கப்படுகிறது. இந்த பகுப்பாய்வில், இந்த ஒவ்வொரு வகையிலும் உள்ள சிக்கல்களை நாங்கள் அடையாளம் காண்கிறோம்.

மூன்று வட்டங்கள் கருவி

போட்டி பகுப்பாய்வில் பயன்படுத்தக்கூடிய மற்றொரு கருவி மூன்று வட்டங்கள் கருவியாகும் . போட்டியாளர்களின் பலம் மற்றும் போட்டி நன்மைகள் போட்டியாளர்களிடையே ஏதேனும் ஒன்றுடன் ஒன்று இருப்பதைக் கண்டறிவதே குறிக்கோள். பின்னர், போட்டியாளர்களால் வழங்கப்படாத மதிப்புகள் அல்லது அம்சங்களை நீங்கள் அடையாளம் காண்பீர்கள். மதிப்பு அல்லது வழங்கப்படும் சேவைகளில் உள்ள இந்த இடைவெளி உங்களின் தனித்துவமான விற்பனை முன்மொழிவை அடையாளம் காணவும் , அதன் மூலம் உங்களின் போட்டித்தன்மையை அடையவும் உதவுகிறது.

சந்தைப்படுத்தல் திட்டத்திற்கு தனித்துவமான விற்பனை முன்மொழிவு முக்கியமானது மற்றும் பெரும்பாலும் ஒரு முழுக்கமாக பயன்படுத்தப்படுகிறது. இது தயாரிப்பு அல்லது நிறுவனத்தின் பிராண்டின் மூலம் தெரிவிக்கப்படும் மதிப்புடன் ஒத்துப்போக வேண்டும். இந்த கருத்துக்கள் உங்கள் முயற்சியின் போட்டி நன்மையிலிருந்து வேறுபட்டவை; போட்டித்திறன் நன்மை என்பது உங்கள் முயற்சியின் தனிப்பட்ட பலனை விவரிக்கிறது. இது துணிகர வளர்ச்சியை ஆதரிக்கிறது, அதேசமயம் தனித்துவமான விற்பனை முன்மொழிவு துணிகரத்தை விட தயாரிப்பு அல்லது சேவையையே விவரிக்கிறது. இந்த கருத்துக்கள்

வேறுபட்டாலும், கருத்துக்களுக்கு இடையே சீரமைப்பு இருக்க வேண்டும். ஒரு முயற்சியின் பலம் மற்றும் தனித்துவமான அம்சங்களின் பகுப்பாய்வு, போட்டியாளரின் நன்மைகள், வாடிக்கையாளர் தேவைகள் மற்றும் இந்த போட்டி நிலப்பரப்பில் துணிகரம் என்ன வழங்குகிறது என்பது உள்ளிட்ட தொழில்துறையின் பகுப்பாய்வு மூலம் போட்டி நன்மைகள் விளைகின்றன. தனித்துவமான விற்பனை முன்மொழிவு போட்டி நன்மையை ஆதரிக்க வேண்டும், அதே போல் போட்டி நன்மை தனிப்பட்ட விற்பனை முன்மொழிவை ஆதரிக்க வேண்டும்.

அரசு மானியங்கள் மற்றும் ஊக்கத்தொகைகள்

அரசாங்க மானியம் என்பது தனிநபர்கள், வணிகங்கள் அல்லது நிறுவனங்களுக்கு ஒரு சமையை அகற்ற அல்லது சமூக நன்மை அல்லது பொருளாதாரக் கொள்கையை மேம்படுத்த உதவும் ஒரு நன்மை. மானியங்கள் நேரடியாக, ரொக்கப் பணம் செலுத்துதல் அல்லது மறைமுகமாக, வரிச் சலுகைகள் போன்றவையாக இருக்கலாம். அரசாங்கம் அவ்வப்போது பல்வேறு ஊக்கத் திட்டங்களை அறிமுகப்படுத்தி பொருளாதாரத்தை உயர்த்துவதில் கவனம் செலுத்தி வருகிறது. இந்த ஊக்கத்தொகைகள் பல்வேறு நிதி மற்றும் நிதி அல்லாத பலன்களை தொழில்துறைக்கு வழங்குவதன் மூலம் உற்பத்தி, சேவைகள், வேலை வாய்ப்புகள் மற்றும் பொருளாதாரத்தின் உள்கட்டமைப்பு மேம்பாட்டை மேம்படுத்துகிறது. பொதுவாக, இந்தத் திட்டங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட துறை அல்லது பிராந்தியத்தில் கவனம் செலுத்துகின்றன மற்றும் முதலீடு, அதிகரிக்கும் உற்பத்தி, உருவாக்கப்படும் வேலைவாய்ப்பு, ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு போன்ற பல்வேறு வரம்புகளை ஊக்குவிப்பதற்காகப் பயன்படுத்துகின்றன. சுவாரஸ்யமாக, இந்தத் திட்டங்களில் பெரிய அளவிலான ஊக்கத்தொகைகளின் தனிப்பயனாக்கப்பட்ட தொகுப்புகளின் விருப்பமும் உள்ளது. திட்டங்கள்.

மத்திய மற்றும் இந்திய மாநில அரசுகள் தொழில்துறைக்கு மானியங்கள், விலக்குகள், சலுகைகள், தொழில் அல்லது மாநில-குறிப்பிட்ட கொள்கைகள், வெளிநாட்டு வர்த்தகக் கொள்கை போன்றவற்றின் கீழ் வரி விலக்கு போன்ற வடிவங்களில் பல்வேறு சலுகைகளை வழங்குகின்றன. இந்தச் சலுகைகள் நிதி மற்றும் அல்லாதவை வழங்குகின்றன. கிரீன்ஃபீல்ட் மற்றும் பிரவுன்ஃபீல்ட் திட்டங்கள் மற்றும் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகள் போன்ற தகுதியான முதலீடுகளுக்கான நிதிப் பலன்கள். வணிகங்கள் பெரும்பாலும் மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளால் நீட்டிக்கப்பட்ட சலுகைகளின் கலவையைப் பெறலாம்.

சில வகையான மானியங்களைக் குறிப்பிடலாம்

1.மூலதன மானியம்

2.மின்சார மானியம்

3.ஜெனரேட்டர்கள் மானியம்

4.வட்டி மானியம்

5.ஆற்றல் திறன்

6.தர சான்றிதழ்

7.ஊதியம் மானியம்

உத்யோக் ஆதார் மெமோராண்டம் (UAM)

உத்யோக் ஆதார் என்பது இந்தியாவில் உள்ள குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்காக இந்திய அரசின் குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களின் அமைச்சகத்தால் வழங்கப்பட்ட பன்னிரண்டு இலக்க தனித்துவ அடையாள எண் ஆகும். இது வணிகத்திற்கான ஆதார் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

முத்ரா கடன் (MUDRA):

Micro Units Development and Refinance Agency [முத்ரா] என்பது நாட்டில் குறு நிறுவனத் துறையின் வளர்ச்சியை ஆதரிக்கும் ஒரு NBFC (Non-Banking Financial Company)ஆகும். 10 லட்சம் வரை கடன் தேவைப்படும் மைக்ரோ யூனிட்களுக்கு கடன் வழங்குவதற்கு வங்கிகள் / MFI (Micro-Finance Institution) களுக்கு முத்ரா மறுநிதியளிப்பு ஆதரவை வழங்குகிறது. முத்ரா பிரதான் மந்திரி முத்ரா யோஜனா திட்டத்தின் கீழ் சிறு வணிகத்திற்கு மறுநிதியளிப்பு வழங்குகிறது.

வேலையில்லா இளைஞர்களுக்கு வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டம் (UYEGP)

தமிழ்நாடு அரசின் குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்கள் துறையானது வேலையில்லா இளைஞர்களுக்கு வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டத்தை (UYEGP: Unemployed Youth Employment Generation Programme) அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. இந்த UYEGP திட்டத்தின் முக்கிய நோக்கம் சமுதாயத்தில் சமூக மற்றும் பொருளாதார ரீதியாக நலிவடைந்த பிரிவினரின் வேலையில்லாப் பிரச்சினைகளைக் குறைப்பதாகும், குறிப்பாக படித்தவர்கள் மற்றும் வேலையில்லாதவர்கள் மத்தியில் மானிய உதவியுடன் கடன் பெற்று சேவை, உற்பத்தி, வணிக நிறுவனங்களை அமைத்து சுயதொழில் செய்ய வேண்டும். மாநில அரசு.

ஸ்டார்ட் அப் இந்தியா திட்டம்:

ஜனவரி 16, 2016 அன்று தொடங்கப்பட்ட ஸ்டார்ட்அப் இந்தியா முன்முயற்சியானது, தொழில்முனைவோரை ஆதரிப்பது, வலுவான ஸ்டார்ட்அப் சுற்றுச்சூழல் அமைப்பை உருவாக்குதல் மற்றும் வேலை தேடுபவர்களுக்குப் பதிலாக வேலைகளை உருவாக்குபவர்களின் நாடாக இந்தியாவை மாற்றும் நோக்கத்துடன் பல திட்டங்களை வகுத்துள்ளது. இந்தத் திட்டங்கள் ஒரு பிரத்யேக ஸ்டார்ட்அப் இந்தியா

குழுவால் நிர்வகிக்கப்படுகின்றன, இது தொழில் கொள்கை மற்றும் மேம்பாட்டுத் துறைக்கு (DPIIT: Department for Promotion of Industry and Internal Trade) அறிக்கை அளிக்கிறது.

UAM க்கான NIC (National Industrial Classification) செயல்பாட்டுக் குறியீடு:

NIC 2008 இன் படி UAM இன் கீழ் செயல்பாடுகள் தனித்துவமான குறியீட்டுடன் வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

பிரதான் மந்திரி வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டம் (PMEGP):

PMEGP என்பது ஒரு மத்திய அரசின் திட்டமாகும், இது குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்கள் அமைச்சகத்தால் (MoMSME: Ministry of Micro, Small and Medium Enterprises) நிர்வகிக்கப்படுகிறது. இத்திட்டம் காதி மற்றும் கிராமத் தொழில்கள் ஆணையத்தால் (KVIC: Khadi and Village Industries Commission) செயல்படுத்தப்படும், இது MSME அமைச்சகத்தின் நிர்வாகக் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் உள்ள ஒரு சட்டப்பூர்வ அமைப்பாகும், இது தேசிய அளவில் ஒற்றை நோடல் ஏஜென்சியாக இருக்கும். மாநில அளவில், இந்தத் திட்டம் மாநில KVIC இயக்குநரகங்கள், மாநில காதி மற்றும் கிராமத் தொழில் வாரியங்கள் (KVIBs) மற்றும் மாவட்ட தொழில் மையங்கள் (DICகள்: District Industries Centres) மற்றும் வங்கிகள் மூலம் செயல்படுத்தப்படும். இந்தத் திட்டத்தின் கீழ் அரசாங்க மானியம் KVIC ஆல் அடையாளம் காணப்பட்ட வங்கிகள் மூலம் பயனாளிகள் / தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் வங்கிக் கணக்குகளில் விநியோகிக்கப்படும்.

எம்.எஸ்.எம்.இ சமதான்:குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களின் அமைச்சகம் (MSME):

நாடு முழுவதும் உள்ள குறு மற்றும் சிறு தொழில் முனைவோர்களுக்கு மத்திய அமைச்சகங்கள்/ துறைகள்/ Central Public Sector Enterprises (CPSE)கள்/ மாநில அரசுகளின் தாமதமான பணம் தொடர்பான வழக்குகளை நேரடியாகப் பதிவு செய்ய அதிகாரம் அளிப்பதற்காக MSME தாமதமான பேமென்ட் போர்டலைத் தொடங்கியுள்ளது.

ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா:

ஸ்டாண்ட்-அப் இந்தியா திட்டம், கிரீன்:பீல்ட் நிறுவனத்தை அமைப்பதற்காக வங்கிக் கிளையில் குறைந்தபட்சம் ஒரு பட்டியல் சாதி (SC) அல்லது பழங்குடியினர் (ST) கடன் வாங்குவருக்கு ரூ. 10 லட்சம் முதல் ரூ. 1 கோடி வரை வங்கிக் கடன்களை வழங்குகிறது. இந்த நிறுவனம் உற்பத்தி, சேவைகள் அல்லது வர்த்தகத் துறையில் இருக்கலாம். தனிநபர் அல்லாத நிறுவனங்களில் குறைந்தபட்சம் 51% பங்குகள் மற்றும் கட்டுப்படுத்தும் பங்குகளை ஒரு SC/ST அல்லது பெண் தொழில்முனைவார் வைத்திருக்க வேண்டும்.

வரி மற்றும் நிலைத்தன்மைக்கு இடையே உள்ள தொடர்பு:

உலகெங்கிலும் ESG அறிக்கையிடலின் முக்கியத்துவம் அதிகரித்து வருவதால், வரி மற்றும் நிலைத்தன்மையின் இடையீடும் முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ளது. கார்பன் வரிகள் முதல் பசுமை மானியங்கள் வரை வரி வெளிப்படைத்தன்மை வரை, நிலப்பரப்பு மிகவும் விரிவானது. இதற்கு வணிகங்கள் வளர்ந்து வரும் வரி வெளிப்படைத்தன்மைக் கொள்கைகளைப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும், பங்குதாரர்களுக்கு போதுமான வெளிப்படுத்தல்களைச் செய்ய வேண்டும் மற்றும் விநியோகச் சங்கிலிகள் மீதான கார்பன் வரிகளின் மூலம் தங்கள் வழியில் செல்ல வேண்டும். புதிய கார்பன் வரிவிதிப்புகள், அதற்கான சிக்கலான கணக்கீட்டு வழிமுறைகள் மற்றும் அதிகார வரம்புகள் முழுவதும் புதிய வரி வெளிப்படைத்தன்மை வெளிப்படுத்தல் தேவைகள் ஆகியவை வரும் ஆண்டுகளில் காணப்படுகின்றன.

ESG (Environmental, Social, and Governance Report) அறிக்கையிடலில் இந்திய அரசாங்கத்தின் அதிகரித்து வரும் உத்வேகத்தைக் கருத்தில் கொண்டு, இந்தியாவில் உள்ள பெருநிறுவனங்கள் தங்கள் வரி செலுத்துதல்கள், ஊக்கத்தொகைகள் மற்றும் கட்டமைப்புகள் உட்பட தங்கள் வரி நடைமுறைகள் மற்றும் உத்திகளை வெளிப்படுத்துவதில் கவனம் செலுத்த வேண்டும். எதிர்காலத்தில், அதிகரித்த வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புணர்வை மேம்படுத்துதல், வரி தவிர்ப்பு மற்றும் ஏய்ப்பைக் குறைத்தல் மற்றும் தீவிரமான வரித் திட்டமிடல் ஆகியவற்றை நோக்கமாகக் கொண்ட முக்கியமான வரி வெளிப்படுத்தல் கொள்கைகளை அரசாங்கம் வெளியிடும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. வணிகங்கள் தங்கள் விநியோகச் சங்கிலியில் கார்பன் வரிகளின் தாக்கத்தைப் புரிந்துகொள்வதும் முக்கியம். வணிகங்கள் இந்த கார்பன் தீர்வைகளைத் தணிக்க மட்டுமல்லாமல், அவற்றின் கார்பன் தடயத்தைக் குறைக்கவும் தங்கள் உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலிகளை மறுமதிப்பீடு செய்ய வேண்டும்.

அரசின் பிற உதவிகள்:

1. National Small Industries Corporation (NSIC) நாடு முழுவதும் பல்வேறு தொழில்சார் மையங்கள் மற்றும் அதன் அலுவலகங்கள் மூலம் நாடு முழுவதும் செயல்படும் சிறு வணிகங்களின் வளர்ச்சியை ஆதரிக்கவும் ஊக்குவிக்கவும் செயல்படுகிறது.

2. சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பு (SIDO: Small Industries Development Organisation) தன்னாட்சி அமைப்புகள். சில எடுத்துக்காட்டுகள் பல்வேறு பயிற்சி நிறுவனங்கள், கருவி அறைகள், திட்டம் மற்றும் செயல்முறை மையங்கள் மற்றும் பிற வளர்ச்சி மையங்கள்.

3. விவசாயம் மற்றும் ஊரக வளர்ச்சிக்கான தேசிய வங்கி (நபார்டு) ஒரு உச்சஸ்தாபனம் ஆகும்; இது கிராமப்புற வளர்ச்சி திட்டங்களுக்கு நிதியளிக்கிறது.

4. கிராமப்புற சிறு வணிக மேம்பாட்டு மையம் (RSBDC: The Rural Small Business Development Centre) நபார்டு மூலம் நிதியுதவி செய்யப்படுகிறது, மேலும் இது சமூக ரீதியாகவும் நிதி

ரீதியாகவும் தாழ்த்தப்பட்ட மக்களுக்காக வேலை செய்கிறது. இது கிராமப்புற இந்தியாவில் வேலையில்லாதவர்கள், இளைஞர்கள் மற்றும் பெண்கள் உட்பட சிறு வணிகங்களுக்கான வாய்ப்பை வழங்குகிறது.

5. கிராமப்புற மற்றும் பெண்கள் தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு கிராமப்புற இந்தியாவின் மற்றும் குறிப்பாக பெண்களின் தொழில் முனைவோர் முயற்சிகளை ஊக்குவிக்கவும் ஊக்குவிக்கவும் பாடுபடுகிறது.

6. இந்திய சிறுதொழில் மேம்பாட்டு வங்கி (SIDBI: Small Industries Development Bank of India) சிறு அளவிலான நிறுவனங்களின் நலனுக்காக பல்வேறு திட்டங்களின் கீழ் நிதி உதவி வழங்குகிறது.

7. அமைப்புசாராத துறையில் உள்ள நிறுவனங்களுக்கான தேசிய ஆணையம் (NCEUS: National Commission for Enterprises in the Un-organised Sector) செயல்பாடுகள் சிறு நிறுவனங்கள் எதிர்கொள்ளும் சிரமங்களை அணுகுவதில் கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

8. World Association for Small and Medium Enterprise (WASME) என்பது ஒரு சிறு வணிகத்தின் சிரமங்களை அணுகும் உலகளாவிய அரசு சாரா அமைப்பாகும். கிராமப்புற இந்தியாவில் தொழில்மயமாக்கலுக்கான ஒரு 'சர்வதேச குழு'வாக இவ்வமைப்பு செயல்படுகிறது.

9. கிராமப்புற மற்றும் பெண்கள் தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு (Rural and Women Entrepreneurship Development—RWED) கிராமப்புற மக்கள் மற்றும் குறிப்பாக பெண்களின் சிறு வணிக வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது.

10. பாரம்பரிய தொழில்களை உருவாக்குவதற்கான நிதித் திட்டம் (Scheme of Fund for Regeneration of Traditional Industries—SFURTI) என்பது காதி அல்லது பிற கிராமத் தொழில்களைப் போன்ற பாரம்பரியமான தொழில்களைக் கையாளும் ஒரு அமைப்பாகும். இந்த திட்டத்திற்கு தென்னை நார் வாரியமும் முக்கியமானது.

11. மாவட்ட தொழில் மையங்கள் (DIC) மத்திய மற்றும் மாநில அளவிலான திட்டங்களை செயல்படுத்துகின்றன.

சுயமதிப்பீட்டு வினாக்கள்:

- இந்தியாவுக்கு அதிக எண்ணிக்கையிலான சிறிய தொழில்களின் வளர்ச்சி தேவை என்பதைப் பகுப்பாய்வு செய்க.
- ஏன் சந்தைப்படுத்துதலை அதிகரிப்பதற்கும் இழப்பைத் தவிர்ப்பதற்கும் பொருளின் தேர்வு முக்கியமானது
- சிறு தொழில் நிறுவனங்களுக்கு பயிற்சி மற்றும் ஊக்கத்தொகை வடிவில் அரசாங்கத்தின் ஆதரவு அவசியம் ஏன் என்பதை விரிவாக ஆய்க.

துணைநூல் குறிப்புகள்:

<https://www.tiic.org/whats-msme/>

<https://www.msmetamilnadu.tn.gov.in/>

<https://www.bdo.in/en-gb/services/tax/incentives-and-esg/interplay-between-tax-and-sustainability>

<https://okcredit.in/blog/how-to-start-small-scale-industry/>

<https://okcredit.in/blog/types-of-small-scale-industries/>

<https://www.iiifl.com/ta/blogs/business-loan/how-to-start-small-business-in-13-steps>

https://innovation-vassarspaces-net.translate.google/guide/identifying-opportunities/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ta&_x_tr_hl=ta&_x_tr_pto=tc

அலகு: III

தயாரிப்பின் தர உத்தரவாதம் மற்றும் சோதனை - மொத்த தர மேலாண்மை - தரக் கட்டுப்பாடு மற்றும் உத்தரவாத நுட்பங்கள்

நோக்கம்:

- பொருளின் தரத்தை உறுதிப்படுத்தும் முறைகளைக் கற்றுக்கொள்தல்.
- பொருளின் தரத்திற்கும் அதன் பிரபலத்திற்கும் உள்ள தொடர்பைப் புரிந்து கொள்ளுதல்
- தயாரிப்புகளுக்கு பிராண்டட் பெயரை உருவாக்கும் முறைகளை அறிதல்.

தர உத்தரவாதம் மற்றும் தர மேலாண்மை (Quality Assurance and Quality Management)

தர உத்தரவாதம் என்பது செயல்முறை சார்ந்த அணுகுமுறையாகும், மேலும் இது குறைபாடுகளைத் தடுப்பதில் கவனம் செலுத்துகிறது, அதேசமயம் தரக் கட்டுப்பாடு என்பது தயாரிப்பு சார்ந்த அணுகுமுறையாகும், மேலும் இது குறைபாடுகளை அடையாளம் கண்டு திருத்துவதில் கவனம் செலுத்துகிறது.

தரத்தின் கண்ணோட்டத்தில் பார்க்கும்போது, தர உத்தரவாதம் மற்றும் தர மேலாண்மை ஆகிய இரண்டும் கருவியாகவும், வாடிக்கையாளருக்கு வழங்கப்பட வேண்டிய தயாரிப்பு அல்லது சேவைகளின் தரத்தை பராமரிக்க பெரிதும் உதவுகின்றன, ஆனால் இரண்டும் ஒன்றுக்கொன்று சார்பற்றவை மற்றும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றாகப் பயன்படுத்த முடியாது. தர உத்தரவாதம் மற்றும் தர மேலாண்மை ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வேறுபாட்டைப் பற்றிய விரிவான விவாதத்தில் இறங்குவதற்கு முன், இரண்டையும் தனித்தனியாகப் புரிந்துகொள்வோம்.

தர உத்தரவாதம் என்றால் என்ன?

தர உத்தரவாதம் (Quality Assurance) என்பது பல்வேறு தொழில்துறைகளால் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு முறையான அணுகுமுறையாகும். அதன் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் தரம் தொடர்ந்து உயர்வாகவும், நிறுவன மற்றும் ஒழுங்குமுறை தரநிலைகளுக்கு இணங்குவதையும் உறுதி செய்வதற்காக ஒரு நிறுவனத்தால் நிறுவப்பட்ட மற்றும் பராமரிக்கப்படும் கொள்கைகள், முறைகள், நெறிமுறைகள் மற்றும் நடைமுறைகள் ஆகியவற்றைக் கொண்டது. QA ஆனது ஒவ்வொரு தயாரிப்பு

அல்லது சேவைக்கான தரமான நோக்கங்களை பூர்த்தி செய்வதில் தொழிலாளர்களுக்கு உதவுகிறது.

தர உத்தரவாதம் என்பது இறுதி தயாரிப்பு அல்லது சேவையில் குறைபாடுகள் அல்லது முரண்பாடுகள் இல்லை என்பதை உறுதி செய்வதற்கான ஒரு முறையாகும். வாடிக்கையாளர் அதிருப்தியைத் தவிர்ப்பதற்காக தயாரிப்பு அல்லது சேவையில் ஏற்படும் குறைபாடுகளைத் தடுப்பதற்கான ஒரு வழியாகும். தர உத்தரவாதத்தில், விரும்பிய தரத் தரநிலைகள் மற்றும் செயல்பாட்டு வரையறைகள் பயன்படுத்தப்படுகிறதா என்பதைச் சரிபார்க்க, தரத் தேவைகள் மற்றும் தரக் கட்டுப்பாட்டின் முடிவுகள் தணிக்கை செய்யப்படுகின்றன. செயல்பாட்டின் தொடக்கத்திலிருந்து இறுதி விநியோகம் வரை தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளில் விரும்பிய தரத்தை பராமரிப்பதில் தர உத்தரவாதம் உள்ளது. தர உத்தரவாதத்தின் குறிக்கோள், குறைபாடுகள் ஏற்படுவதைத் தடுப்பது மட்டுமல்லாமல், செயல்பாட்டின் ஆரம்ப கட்டங்களில் குறைபாடுகளைக் கண்டறிவது எளிதாகும் வகையில் செயல்முறைகளை அமைப்பதும் ஆகும். தரம் தொடர்பான சிக்கல்கள் ஏற்படுவதற்கு முன்பே அதைத் தடுக்கும் ஒரு செயலூக்கமான முறையாகும்.

தர உத்தரவாதமானது தரத்தை மதிப்பிடுதல், மதிப்பீடு செய்தல், பகுப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் சரிபார்த்தல் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துகிறது. அதாவது வழங்கப்படும் தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் தரத்தை உறுதி செய்கிறது எனவே, சாராம்சத்தில், தர உத்தரவாதம் என்பது தரத்தின் குறிப்பிட்ட தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படுவதை உறுதி செய்யும் முழுமையான செயல்முறையாகும். தர உத்தரவாதம் அனைத்து வகையான வணிகங்கள் மற்றும் தொழில்களுக்கு பொருந்தும் ஆனால் குறிப்பாக உறுதியான விளைவுகளை உருவாக்கும் அல்லது சில வகையான சேவைகளை வழங்க உறுதியான உள்ளீடுகளைப் பயன்படுத்தும் தொழில்களுக்கு பொருந்தும்.

தரக் கட்டுப்பாடு என்றால் என்ன?

தரக் கட்டுப்பாடு (Quality Control) என்பது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவை குறிப்பிட்ட தேவைகள் மற்றும் தரநிலைகளைப் பூர்த்தி செய்வதை உறுதிசெய்யப் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு முறையான செயல்முறையாகும். உருவாக்கப்படும் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையானது வணிகத்தின் தரத்திற்கான முன் வரையறுக்கப்பட்ட அளவுகோல்களை சந்திக்கிறதா என்பதைச் சரிபார்க்கும் முறையான செயல்கள் மற்றும் நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியது.

தர மேலாண்மை என்றால் என்ன?

தர மேலாண்மை என்பது விரும்பிய அளவிலான சிறப்பை பராமரிக்க தேவையான அனைத்து செயல்பாடுகளையும் வேலைகளையும்

மேற்பார்வையிடுவதாகும். சில தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை உருவாக்கப் பயன்படுத்தப்படும் செயல்முறைகள் திறமையாகவும் திறம்படவும் செயல்படுவதையும் இறுதித் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் எதிர்பார்க்கப்படும் தரநிலைகளை அடைவதையும் உறுதி செய்வதற்கான ஒரு அமைப்பாகும். எனவே, நிறுவனத்தின் அனைத்து செயல்முறைகளும் தர நிர்வாகத்தில் அடங்கும். வாடிக்கையாளர் திருப்தியை நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ பாதிக்கக்கூடிய ஒவ்வொரு அம்சமும் தர நிர்வாகத்தில் கவனிக்கப்படுகிறது. எனவே, தர நிர்வாகத்தின் கீழ், ஒரு தரக் கொள்கை நிறுவப்பட்டு, தரமான திட்டமிடல் உருவாக்கப்படுகிறது.

மேலும், தர மேலாண்மையின் கீழ் தர உத்தரவாதம் மற்றும் தர மேம்பாடு செயல்படுத்தப்படுகிறது. தர முகாமைத்துவத்தில், ஒரு அமைப்பாக இணக்கமாக வேலை செய்ய, கொள்கைகள், செயல்முறைகள் மற்றும் நடைமுறைகளின் கட்டமைக்கப்பட்ட தொகுப்பு ஒருங்கிணைக்கப்படுகிறது. இதனால் நிறுவனத்தில் உள்ளவர்களுக்கு தரம் தொடர்பான இலக்குகள் மற்றும் குறிக்கோள்களை அடைவது எளிதாகிறது. பொதுவாக, குறுகிய கால முயற்சிகளை செயல்படுத்துவதன் மூலம் நீண்ட கால இலக்குகளில் கவனம் செலுத்துவதை தர மேலாண்மை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது என்று நாம் கூறலாம். எனவே, தர நிர்வாகத்தின் முதன்மைத் தேவை என்னவென்றால், வணிகத்தில் உள்ள அனைத்து பங்குதாரர்களும் செயல்முறைகள், தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை மேம்படுத்துவதற்கும், அதன் விளைவாக நிறுவன கலாச்சாரத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் இணைந்து செயல்பட வேண்டும். தர நிர்வாகத்தின் மையத்தில் உள்ள அடிப்படைத் தத்துவம் என்னவென்றால், எந்தவொரு நிறுவனத்தின் நீண்டகால வெற்றிக்கும், மிக முக்கியமான அம்சமாகும்.

தர உத்தரவாதம் மற்றும் தர மேலாண்மை இடையே உள்ள வேறுபாடு

இப்போது, தர உத்தரவாதம் மற்றும் தர மேலாண்மை ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வித்தியாசம் பற்றிய மிக முக்கியமான கேள்விக்கு வாருங்கள். நாங்கள் ஆரம்பத்தில் கூறியது போல், எந்தவொரு திட்டத்திற்கும் அல்லது நிறுவனத்திற்கும் ஒரு திறமையான மற்றும் பயனுள்ள தர அமைப்பு இன்றியமையாததாக இருப்பதால், இரண்டு சொற்களின் அர்த்தங்களை நிறுவனங்கள் தெளிவாக புரிந்துகொள்வது முக்கியம். எனவே, தர உத்தரவாதத்திற்கும் தர மேலாண்மைக்கும் உள்ள வேறுபாடுகளைப் பார்ப்போம்.

தர உத்தரவாதம் நேரடியாக தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் தரத்துடன் தொடர்புடையது. குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கு சரியான செயல்முறைகள், நடைமுறைகள் மற்றும் தரநிலைகள் செயல்படுத்தப்பட்டு பின்பற்றப்படுவதை இது உறுதி செய்கிறது. மறுபுறம், தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கு என்ன தரநிலைகள் தேவை என்பதை தீர்மானிக்கும் திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளை உருவாக்குவதில் தர மேலாண்மை கவனம் செலுத்துகிறது. தர உத்தரவாதம் தரத் தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படும் என்று உறுதியளிக்கிறது. அதே நேரத்தில் தர மேலாண்மை திட்டத்தில்

குறிப்பிடப்பட்டுள்ள தர நெறிமுறைகளுக்கு இணங்கினால் தர மேலாண்மை நிறுவுகிறது.

தர உத்தரவாதம் என்பது இறுதி தயாரிப்பில் உள்ள குறைபாடுகளைத் தடுப்பதற்கான ஒரு உத்தியாகும். அதே சமயம் தர மேலாண்மை என்பது சில தயாரிப்புத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய நிறுவனங்களுக்கு உதவுவதற்கான ஒரு கட்டமைக்கப்பட்ட அமைப்பாகும். தர உத்தரவாதம் செயல்முறைகளை உறுதிப்படுத்துகிறது மற்றும் கட்டுப்படுத்துகிறது. தர மேலாண்மை அவற்றை மேம்படுத்த வேலை செய்கிறது. தர மேலாண்மை என்பது தர உத்தரவாதத்தை விட மிகவும் பரந்த கருத்தாகும். ஏனெனில் இது தர உத்தரவாதத்தை விட வணிகத்தின் பரந்த பகுதியை உள்ளடக்கியது. ஒரு செயல்திறன் மிக்க முறையாக,

தயாரிப்பு வளர்ச்சியின் செயல்பாட்டில் உள்ள குறைபாடுகளை அடையாளம் காண தர உத்தரவாதம் உதவுகிறது. மறுபுறம், தர மேலாண்மை அனைத்தையும் உள்ளடக்கியது. திட்ட தர அளவீடுகளை வரையறுப்பதற்கான தரநிலைகளை அமைப்பதை உள்ளடக்கியது. தர மேலாண்மை எப்போதும் கீழ்நிலை விவரங்களைக் கருதுகிறது, அதே சமயம் தர உத்தரவாதம் முக்கியமாக தரத்தின் செயல்பாட்டில் கவனம் செலுத்துகிறது.

முன்னேற்றத்தைக் கண்காணித்து அளவிடுவதற்கான முறையைத் தீர்மானிக்க தர மேலாண்மை உதவுகிறது. தர உத்தரவாதம் செயல்முறை சம்பந்தப்பட்டது; இது தயாரிப்பு செயல்படுத்துவதில் அதிக அக்கறை இல்லை. எனவே, இது தயாரிப்பின் குறைபாடுகளைக் கண்டறிந்து அதை மேம்படுத்த உதவுகிறது. தர மேலாண்மை, மறுபுறம், செயல்முறையை பகுப்பாய்வு செய்யவும், தவறான தயாரிப்பை உருவாக்க வழிவகுக்கும் ஏதேனும் சிக்கல்கள் மற்றும் மாறுபாடுகளை அகற்றவும் உதவுகிறது.

தரக் கண்ணோட்டத்தில், தர உத்தரவாதச் செயல்பாடு மற்ற செயல்பாடுகளைக் குறைத்து, தரத்துடன் எல்லாம் நன்றாக இருக்கிறது என்று தலைமை மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உறுதியளிக்கிறது. தர மேலாண்மை என்பது தரத்தைப் பற்றிய முழுமையான பார்வையை எடுக்கும். நிதி, மனித வள மேலாண்மை, போன்ற நிறுவனத்தின் மற்ற செயல்பாடுகளுடன் சமமான அளவில் அதை வைத்து அதை நிர்வாகத்தின் நிலைக்கு உயர்த்துகிறது.

எனவே, தேவையான தர உத்தரவாதம் தர நிர்வாகத்தால் வழங்கப்படுகிறது என்று நாம் கூறலாம். சரியான தர நிர்வாகத்துடன், உங்கள் போட்டியாளர்களை விட உயர்ந்த மற்றும் நம்பகமான தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை வழங்குவதில் நீங்கள் உறுதியாக இருக்க முடியும். இது உங்கள் விற்பனையை அதிகரிப்பது மட்டுமல்லாமல், சிக்கல்களையும் குறைக்கும். தர உத்தரவாதம் வெவ்வேறு நோக்கங்களைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் வெவ்வேறு நபர்களால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது. இது பல்வேறு கோணங்களில் தரத்தை நிர்வகிக்க முயற்சிக்கிறது. தர உத்தரவாதம் என்பது தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் தரத்தைப் பாதிக்கும் நிறுவனத்தில் உள்ள அனைத்து செயல்முறைகளையும் அடையாளம் கண்டு அவற்றைத் தரப்படுத்துவதாகும்.

தர உத்தரவாதம் மற்றும் தர மேலாண்மை ஆகியவற்றுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகளின் தெளிவான விளக்கத்தை வழங்கும் அட்டவணை இங்கே உள்ளது

அம்சம்	தர உத்தரவாதம்	தர மேலாண்மை
கவனம்	தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் தரம்	தயாரிப்பு/சேவைக்கான தரநிலைகளை நிர்ணயிக்கும் திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகள்
உறுதி	செயல்முறைகள், நடைமுறைகள் மற்றும் தரநிலைகள் பின்பற்றப்படுவதை உறுதி செய்கிறது	திட்டம் தர விதிமுறைகளுடன் இணங்குகிறதா என்பதை தீர்மானிக்கிறது
உத்தி	இறுதி தயாரிப்பில் குறைபாடுகளைத் தடுக்கிறது	தயாரிப்பு தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்கான கட்டமைக்கப்பட்ட அமைப்பு
நிலைப்படுத்தல் முன்னேற்றம்	vs செயல்முறைகளை உறுதிப்படுத்துகிறது மற்றும் அவற்றைக் கட்டுப்படுத்துகிறது	செயல்முறைகளை மேம்படுத்த வேலை செய்கிறது
நோக்கம்	குறுகிய, தயாரிப்பு/சேவை தரத்தில் கவனம் செலுத்துகிறது	பரந்த வணிக அம்சங்களை உள்ளடக்கியது
முன்முயற்சி	தயாரிப்பு மேம்பாட்டு செயல்பாட்டில் உள்ள குறைபாடுகளை அடையாளம் காணவும்	தரநிலைகளை அமைக்கிறது, திட்ட தர அளவீடுகளை வரையறுக்கிறது
விவரம் நிலை	செயல்முறை சார்ந்த	கீழ்நிலை விவரங்களைக் கருதுகிறது

கவலை	செயல்முறை	செயல்முறையை பகுப்பாய்வு செய்கிறது, சிக்கல்கள், மாறுபாடுகளை நீக்குகிறது
நிர்வாகத்துடனான தொடர்பு	தலைமை, வாடிக்கையாளர்களுக்கு உறுதியளிக்கிறது	மேலாண்மை செயல்பாடுகளில் தரத்தை ஒருங்கிணைக்கிறது
பிற செயல்பாடுகளுடன் உறவு	தேவையான தர உத்தரவாதத்தை வழங்குகிறது	நிறுவன செயல்பாடுகளுக்கு தர மேலாண்மை ஒருங்கிணைந்ததாக இருப்பதை உறுதி செய்கிறது

தர உத்தரவாதம் மற்றும் தரக் கட்டுப்பாட்டின் முக்கியத்துவம்:

நல்ல தர உத்தரவாதம் மற்றும் தரக் கட்டுப்பாடு ஆகியவை உற்பத்தி மற்றும் பொறியியல் போன்ற பல்வேறு தொழில்களில் வெற்றிகரமான செயல்பாட்டின் மிக முக்கியமான இரண்டு கூறுகளாகும். உங்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தரத்தை அடைதல், உறுதி செய்தல் மற்றும் பராமரித்தல் ஆகியவை உங்கள் வாடிக்கையாளர்களை மகிழ்ச்சியடையச் செய்வதற்கும் அவர்களை மீண்டும் வர வைப்பதற்கும் மிக முக்கியமானது.

உற்பத்திப் பொருட்களின் தரம்:

இது இன்று பயன்பாட்டில் உள்ள பொதுவான ISO தரநிலைகளுக்கு, குறிப்பாக உற்பத்தித் துறையில் ஒரு தொடக்கநிலை அறிமுகமாக இருக்கும். ISO 9000/ISO 14001/ISO 22000/Hazard Analysis மற்றும் Critical Control Point (HACCP)/ நல்ல சுகாதாரமான நடைமுறைகள் (GHP)) சான்றிதழ்கள், BIS சான்றிதழ், ஜீரோ டிஃபெக்ட் மற்றும் ஜீரோ எஃபெக்ட் (ZED) மதிப்பீடு அல்லது தகுதிவாய்ந்த அதிகாரியால் இந்தியாவில் அங்கீகரிக்கப்பட்ட பிற சர்வதேச தரச் சான்றிதழ். எடுத்துக்காட்டாக, தேசிய அளவிலான சான்றிதழுக்கான உச்சவரம்பு ரூ.2.00 லட்சம் மற்றும் சர்வதேச அளவிலான சான்றிதழுக்கு ரூ.10.00 லட்சம் என்ற உச்சவரம்புக்கு உட்பட்டு, அத்தகைய தரச் சான்றிதழைப் பெறுவதற்காக, ஆலோசனை மற்றும் சான்றிதழ் நிறுவனங்களுக்குச் செலுத்தப்பட்ட கட்டணங்களைத் தமிழக அரசு திருப்பிச்

செலுத்துகிறது. 2020-21 நிதியாண்டில், தமிழ்நாடு மாநிலத்தில் உள்ள 92 MSMEகளுக்கு ரூ.60.35 லட்சம் வழங்கப்பட்டுள்ளது.

ஐஎஸ்ஓ (ISO) என்றால் என்ன, அது ஏன் முக்கியமானது?

ISO என்பது 165 நாடுகள் அல்லது தேசிய தரநிலை அமைப்புகளின் தற்போதைய உறுப்பினர்களுடன், தரநிலைப்படுத்தலுக்கான சர்வதேச அமைப்பு ஆகும். இது உற்பத்தி மற்றும் சேவையில் பாதுகாப்பு மற்றும் தரமான தரநிலைகளுக்கான உலகின் முன்னணி அதிகாரம் மற்றும் ஒழுங்குமுறை அமைப்பாகும்.

ISO தரநிலைகள் என்றால் என்ன?

ISO தரநிலைகள் என்பது வணிகம் மற்றும் உற்பத்தி செயல்பாடுகளின் பல்வேறு அம்சங்களை உள்ளடக்குவதற்கு ISO ஆல் அமைக்கப்பட்ட குறிப்பிட்ட அளவுகோல்கள் ஆகும். ஒரு விரும்பத்தக்க ISO தரச் சான்றிதழைப் பெற, ஒரு நிறுவனம் தேசிய அல்லது பிராந்திய சான்றளிப்பு அமைப்பால் செய்யப்படும் மூன்றாம் தரப்பு ISO தணிக்கையைக் கோர வேண்டும் மற்றும் அனுப்ப வேண்டும்.

பொதுவான ISO தரநிலைகள்:

இன்றுவரை, ISO கிட்டத்தட்ட 22,000 தரநிலைகள் மற்றும் பல்வேறு வகையான செயல்பாட்டு அம்சங்களை உள்ளடக்கிய சான்றிதழ்களைக் கொண்டுள்ளது. மிகவும் பொதுவான தரநிலை நிறுவனங்கள் பாடுபடும் சில கீழே உள்ளன:

மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ்

- தர மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS/ISO 9001
- சுற்றுச்சூழல் மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS/ISO 14001
- தொழில்சார் சுகாதாரம் மற்றும் பாதுகாப்பு மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS 18001
- அபாய பகுப்பாய்வு மற்றும் சிக்கலான கட்டுப்பாட்டு திட்டம் IS 15000
- உணவு பாதுகாப்பு மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் IS/ISO 22000
- சேவை தர மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS 15700
- ஆற்றல் மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS/ISO 50001
- மருத்துவ சாதனங்கள் மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS/ISO 13485
- சமூக பொறுப்புணர்வு மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS 16001
- ஒருங்கிணைந்த மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம்
- சாலை போக்குவரத்து பாதுகாப்பு மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS/ISO 39001
- தயாராக கலப்பு கான்கிரீட் சான்றிதழ் திட்டம்
- ஒருங்கிணைந்த பால் சான்றிதழ் திட்டம்
- சாகச சுற்றுலா பாதுகாப்பு மேலாண்மை அமைப்பு சான்றிதழ் திட்டம் IS/ISO 21101

- உணவு பாதுகாப்பு மற்றும் தரநிலைகள் (உணவு பாதுகாப்பு தணிக்கை) விதிமுறைகளின்படி உணவு பாதுகாப்பு தணிக்கை, 2018

A) ISO 9001:2015 - தர மேலாண்மை தரநிலை கடைசியாக 2015 இல் புதுப்பிக்கப்பட்டது, ISO 9001:2015 ஒரு நிறுவனத்தின் QMS (தர மேலாண்மை அமைப்பு)க்கான தேவைகளைக் குறிப்பிடுகிறது. வாடிக்கையாளர் எதிர்பார்ப்புகள் மற்றும் தொடர்புடைய சட்டரீதியான மற்றும் ஒழுங்குமுறைத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் போது உயர்தர தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை தொடர்ந்து வழங்குவதற்கான ஒரு செயல்பாட்டின் திறனை மதிப்பிடுவதை இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

B) ISO 22000 - உணவு பாதுகாப்பு தரநிலை ISO 22000 உணவு பாதுகாப்பு மேலாண்மை அமைப்பை (FSMS) உருவாக்கி செயல்படுத்துவதற்கான தேவைகளை வழங்குகிறது. உணவு பதப்படுத்துதல் மற்றும் உணவு சேவைத் தொழில்களில் உள்ள நிறுவனங்களுக்கு இந்தச் சான்றிதழ் அவசியம் இருக்க வேண்டும்.

C) ISO 45001:2018 - பணியிட பாதுகாப்பு தரநிலை கடைசியாக 2018 இல் புதுப்பிக்கப்பட்டது, ISO 45001 ஆனது தொழில்சார் உடல்நலம் மற்றும் பாதுகாப்பு (OH&S) மேலாண்மை அமைப்புகளுக்கான சர்வதேச தரத்தை அமைக்கிறது. இணங்கத் தவறினால், சம்பவங்கள், செலவு மிஞ்சுதல் மற்றும் வழக்குகள் கூட ஏற்படலாம். மற்ற குறிப்பிடத்தக்க ISO தரநிலைகளில் ISO 14001 (சுற்றுச்சூழல் மேலாண்மை), ISO 17025 (ஆய்வக சோதனை) மற்றும் ISO 13485 (மருத்துவ சாதனங்களின் தர மேலாண்மை) ஆகியவை அடங்கும்.

தர மேலாண்மை சார்ந்த இந்திய நிறுவனங்கள்

இந்திய தர நிர்ணயப் பணியகமாக (BIS—Bureau of Indian Standards)

இந்தியத் தர நிர்ணய அமைவனம் (Bureau of Indian Standards) நுகர்வோர் நலன், உணவு மற்றும் பொது விநியோக அமைச்சகத்தின் ஆளுமைக்குட்பட்ட ஓர் இந்தியத் தர நிர்ணய அமைப்பாகும். இந்திய நுகர்வுப் பொருட்களின் தர நிர்ணயம், தரச்சான்றிதழ் மற்றும் தரமதிப்பையும் ஒழுங்குபடுத்துவது இதன் வேலையாகும். அமைச்சகத்தின் அமைச்சரே இந்த அமைவனத்தின் அதிகாரத்தைக் கொண்டிருப்பார். இந்தியா, சுதந்திரம் அடைந்தப்பின் 1947ல் தொழிற்துறையில் முன்னேற்றமடைய தர நிர்ணய முறையை இந்திய தர நிர்ணய அமைப்பின் (ISI—Indian Standards Institution) மூலம் இந்திய அரசு அமல்படுத்தியது. பிறகு பெருகிவரும் வளர்ச்சிக்கு ஏற்றவாறு இந்த அமைப்பிற்கு கூடுதல் வலிமை வழங்க 1986 சட்டம் இயற்றி இந்திய தர நிர்ணயப் பணியகமாக (BIS) 1987 ஏப்ரல் 1ல் மாற்றப்பட்டது

FSSAI

இந்திய உணவு பாதுகாப்பு மற்றும் தர நிர்ணய ஆணையம் (FSSAI: Food Safety and Standards Authority of India) என்பது இந்திய அரசின் சுகாதாரம் மற்றும் குடும்ப நல அமைச்சகத்தின் நிர்வாகத்தின் கீழ் உள்ள ஒரு சட்டப்பூர்வ அமைப்பாகும். FSSAI அமைப்பு 5 செப்டம்பர் 2008 முதல் இயங்கிவருகிறது. FSSAI அதன் தலைமையகம் புது தில்லியில் உள்ளது. இது உணவுப் பொருட்களின் உற்பத்தி, சேமிப்பு, விநியோகம், விற்பனை மற்றும் இறக்குமதி ஆகியவற்றை ஒழுங்குபடுத்துகிறது. அதே நேரத்தில் உணவுப் பாதுகாப்பை உறுதி செய்வதற்கான தரநிலைகளை நிறுவுகிறது. FSSAI ஆனது உணவுப் பாதுகாப்பு மற்றும் தரநிலைச் சட்டம், 2006 மூலம் நிறுவப்பட்டது. இது முன்னர் பல்வேறு அமைச்சகங்கள் மற்றும் துறைகளால் கையாளப்பட்ட உணவுப் பாதுகாப்பு தொடர்பான அனைத்து முன்னாள் செயல்கள் மற்றும் உத்தரவுகளை ஒருங்கிணைத்தது. தில்லி, மும்பை, கொல்கத்தா மற்றும் சென்னை ஆகிய இடங்களில் நான்கு பிராந்திய அலுவலகங்களையும் ஆணையம் கொண்டுள்ளது. FSSAI ஆல் அறிவிக்கப்பட்ட 22 பரிந்துரை ஆய்வகங்கள், இந்தியா முழுவதும் அமைந்துள்ள 72 மாநில/UT ஆய்வகங்கள் மற்றும் 112 ஆய்வகங்கள் FSSAI ஆல் அறிவிக்கப்பட்ட NABL அங்கீகாரம் பெற்ற தனியார் ஆய்வகங்கள் ஆகும்.

FSSAI இன் முக்கிய நோக்கங்கள்:

அ) உணவு பொருட்களுக்கு அறிவியல் அடிப்படையிலான தரநிலைகளை வகுத்தல்.

ஆ) உணவு உற்பத்தி, சேமிப்பு, விநியோகம், இறக்குமதி மற்றும் விற்பனை ஆகியவற்றை ஒழுங்குபடுத்துதல்.

இ) உணவின் பாதுகாப்பை உறுதிப்படுத்துதல்.

சுயமதிப்பீட்டு வினாக்கள்:

- தயாரிப்புகளின் தரம் வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கிறது-விமர்சனப் பூர்வமாக ஆய்வு செய்க.
- தர சோதனை நிறுவனங்கள் மூலம் தயாரிப்புகளின் தரநிலைகளை புரிந்துகொள்ளும் முறைகளை விவரி?
- சர்வதேச மற்றும் தேசிய தர உறுதி நிறுவனங்கள் வாடிக்கையாளர்களை எவ்வாறு திருப்திப்படுத்துகின்றன?

துணைநூல் குறிப்புகள்

Tarlengo, Jona. "Quality Assurance and Quality Control," 19, April, 2024. Accessed from the website <https://safetyculture.com/topics/quality-assurance-and-quality-control/>

<https://sites.fssai.gov.in/fssaideputation/>

https://en.m.wikipedia.org/wiki/Food_Safety_and_Standards_Authority_of_India

https://www.simpliaxis-com.translate.goog/resources/difference-between-quality-assurance-and-quality-management?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ta&_x_tr_hl=ta&_x_tr_pto=tc

அலகு IV

சந்தைப்படுத்துதலின் கூறுகள்: சந்தை உத்தி - உறைகள் மற்றும் பெட்டிகளில் அடைத்தல்- விளம்பரம் - மற்றும் விற்பனைக்குப் பின் சேவைகள்

நோக்கம்:

- தயாரிப்பை அறிமுகப்படுத்தும் புதுமையான முறைகளைக் கண்டறிந்து வாடிக்கையாளர்களை ஈர்த்தல்.
- பொருளை கவர்ச்சிகரமான முறையில் பேக்கிங் செய்வதன் முக்கியத்துவத்தை புரிந்து கொள்ளுதல்.
- தயாரிப்புகளை விளம்பரப்படுத்துவதற்கும் வாடிக்கையாளர்களை உள்வாங்குவதற்கும் புதிய யோசனைகளை உருவாக்குதல்.

உறைகள் மற்றும் பெட்டிகளில் அடைத்தல் ஆகியவை சிப்பமிடுதல் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. ஆரம்பத்தில் அக்காலகட்டத்தில் கிடைத்த இயற்கைப் பொருட்களின் மூலமாக சிப்பமிடுதல்கள் மேற்கொள்ளப்பட்டன: நாணல் வகைக் கூடைகள், விலங்குகளின் தோல்கள் (போட்டா பைகள்), மரப் பெட்டிகள், மட்கல ஜாடிகள், பீங்கான் பானைகள், மரக் கொள்கலன்கள், பின்னல் பைகள் மற்றும் பல. செய்முறைப் பொருட்கள் அவை உருவாக்கப்பட்ட வடிவத்திலேயே சிப்பமிடுதலுக்கு பயன்படுத்தப்பட்டன: எடுத்துக்காட்டாக முந்தைய கண்ணாடி மற்றும் வெண்கல

பாத்திரங்கள் போன்றவை. ஆரம்ப கால சிப்பமிடுதல்களின் ஆய்வும் தொல்பொருளியலில் ஒரு முக்கிய இலக்காக உள்ளது.

19 ஆம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பகாலத்தில் தகரக் குவளைகளை உருவாக்குவதற்கு இரும்பும், தகரத்தாலான எஃகும் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது. 19 ஆம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் முதன்முதலாக காகிதப் பலகைகள் அட்டைப்பெட்டிகள் மற்றும் நெளிவுடைய இழையட்டைப் பெட்டிகள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டன.

புட்டிகளின் மேல் பேக்கலைட் அடைப்புகள், ஒளிபுகு கண்ணாடிக் காகிதம் மேல்ச்சுற்றுகள் மற்றும் அட்டைப் பெட்டிகளின் மேல் மரச்சட்டங்கள், அதிகரிக்கப்பட்ட பதப்படுத்துதல் பயன் திறன் மற்றும் மேம்படுத்தப்பட்ட உணவுப் பாதுகாப்பு ஆகியவை 20 ஆம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில் சிப்பமிடுதலின் முன்னேற்றங்களாக இருந்தன. அலுமினியம் மற்றும் பிளாஸ்டிக்கின் பல்வேறு வகைகள் போன்ற கூடுதலான பொருட்கள் உருவாக்கப்பட்டன. சிப்பமிடுதலின் செயல்பாடு மற்றும் திறனை மேம்படுத்துவதற்கு அவை பயன்படுத்தப்பட்டன

சிப்பமிடுதலும் பொருள் விவரச் சீட்டிடுதலும் பல்வேறு குறிக்கோள்களைக் கொண்டுள்ளன.

- பொருள் பாதுகாப்பு - சிப்பமிடப்பட்டு அடைக்கப்பட்ட பொருட்களுக்கு அதிர்ச்சி, நடுக்கம், அழுக்கம், வெப்பநிலை மற்றும் பலவற்றிலிருந்து பாதுகாப்பு தேவைப்படலாம்.
- தடைப் பாதுகாப்பு - ஆக்ஸிஜன், நீராவி, தூசு, மற்றும் பலவற்றில் இருந்து பெரும்பாலும் தடை அவசியமாகின்றது. ஊடுருவல் என்பது வடிவமைப்பின் ஒரு சிக்கலான காரணியாகும். பல சிப்பமிடப்பட்ட பொருட்கள் அவற்றின் நிலைப்புக் காலத்தை நீட்டிப்பதற்கு உதவியாக ஈரமுறிஞ்சிகள் அல்லது ஆக்ஸிஜன் உறிஞ்சிகள் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளன. சிப்பமிடப்பட்ட உணவுப்பொருட்கள் சிலவற்றில் திருத்தப்பட்ட சூழ்நிலைகளும் அல்லது கட்டுப்படுத்தப்பட்ட சூழ்நிலைகளும் பராமரிக்கப்படுகின்றன. திட்டமிடப்பட்ட நிலைப்புக் காலத்திற்காக பொருட்களைத் தூய்மையாகவும், புதிதாகவும், நுண்ணுயிரற்றதாகவும், பாதுகாப்பாகவும் வைத்திருப்பது முக்கிய செயல்பாடுகளாக உள்ளன.
- கொள்கலனிடுதல் அல்லது குவிக்கப்படுதல் (Containment or agglomeration) - செயல்திறன் தொடர்பான காரணங்களுக்காக சிறு பொருட்கள் மொத்தமாக சிப்பமிடப்படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக 1000 ஒற்றைப் பென்சில்களைக் காட்டிலும் ஒரு ஒற்றைப் பெட்டியில் அடைக்கப்பட்ட 1000 பென்சில்களுக்கு குறைவான பொருள் கையாளுதலே தேவைப்படுகிறது. திரவங்கள், பொடிகள் மற்றும் சிறுமணி சார்ந்த பொருட்கள் போன்றவற்றிற்கு கொள்கலன்கள் தேவைப்படுகின்றன.
- தகவல் பரப்புதல் - சிப்பமிடப்பட்ட பொருட்களை எவ்வாறு பயன்படுத்துவது, இடம் விட்டு இடம் கொண்டு செல்வது, மறு சுழற்சியில் இடுவது அல்லது அப்புறப்படுத்துவது போன்ற செயல்பாடுகளுக்கு சிப்பமிடுதல்களும் விவரச் சீட்டிடுதல்களும் தொடர்பு கொள்கின்றன. மருந்தாக்கத் தொழிலுக்கு

உரியவைகள், உணவு, மருந்துவம் மற்றும் இரசாயனப் பொருட்களுடன் சில வகையான தகவல்கள் அரசாங்கங்களுக்குத் தேவைப்படுகின்றன. சில சிப்பமிடுதல்களும், விவரச் சீட்டிடுதல்களும் தேடிக்கண்டுபிடிக்கும் (track and trace) நோக்கங்களுக்காகவும் பயன்படுகின்றன.

- சந்தைப்படுத்துதல் - பொருட்களை வாங்குவதற்கு தகுதிவாய்ந்த வாங்குநர்களை ஊக்குவிப்பதற்கு சிப்பமிடுதலும் விவரச் சீட்டிடுதல்களும் சந்தையாளர்கள் மூலமாக பயன்படுத்தப்படுகின்றன. சிப்பமிடுதல் வரிவிளக்க வடிவமைப்பு மற்றும் பொருள் வடிவமைப்பு ஆகியவை முக்கியமான மற்றும் நிலையான தோற்றநிலைக் கொள்கைகளாக பல்வேறு ஆண்டுகளாக உள்ளன. சந்தைப்படுத்தல் தொடர்புகள் மற்றும் வரிவிளக்க வடிவமைப்பு போன்றவை சிப்பமிடப்பட்டவைகளின் மேற்பரப்பிலும் (பல வழக்குகளில்) விற்பனைக் காட்சி முனையிலும் இடப்பட்டிருக்கும்.
- பாதுகாப்பு - பொருட்களை இடம் மாற்றும் போது சிப்பமிடுதலானது பாதுகாப்பு அபாயங்களைக் குறைக்கிறது. பயமுறுத்தும் மோசடியான திருத்தத்திற்கு மேம்படுத்தப்பட்ட மோசடி எதிர்ப்புத்தன்மையுடன் சிப்பமிடுதல்கள் செய்யப்படுகின்றன. மேலும் மோசடித் திருத்தங்களைக் குறிப்பிடுவதற்கு உதவியாக மோசடி-சான்று சிறப்பியல்புகளும் உள்ளன. சிப்பமிடுதல் சிறுதிருட்டுஅபாயங்களைக் குறைப்பதற்கு உதவியாக சிப்பமிடப்பட்ட பொருட்கள் பொறியியலிடப்படுகின்றன. சில சிப்பமிடப்பட்ட கட்டமைப்புகளில் திருட்டைக் குறைப்பதற்கு அதிகமான எதிர்ப்புகளும், சிலவற்றில் திருட்டுகளை குறிப்பிடும் அடைப்புகளும் உள்ளன. சிப்பமிடப்பட்ட பொருட்கள் போலியானவை அல்ல என்பதை அறிவதற்கு உதவியாக சான்றளிப்பு முத்திரைகளும், பாதுகாப்பு அச்சிடுதல்களும் சிப்பமிடுதலில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. சாய-கட்டுகள், RFID குறிச்சொற்கள் அல்லது மின் பொருள் கண்காணிப்பு குறிச்சொற்கள் போன்ற திருட்டுக்கு எதிரான சாதனங்களும் சிப்பமிடுதலில் இடப்படுகின்றன. இவற்றை வெளி முனைகளில் சாதனங்கள் மூலமாக இயக்கத்திற்கோ அல்லது கண்டுபிடிக்கவோ செய்ய முடியும். இவற்றை செயல் இழக்க செய்வதற்கு பிரத்யேகமான கருவிகள் தேவைப்படுகின்றன. இவ்வழியில் சிப்பமிடுதலை மேற்கொள்ளுதலானது இழப்பைத் தடுக்கும் முறைஎனப்படுகிறது.
- வசதி - விநியோகித்தல், கையாளுதல், குவியலிடுதல், காட்சியிடுதல், விற்பனை, திறப்பு, மறு மூடல், பயன்பாடு, பரிமாற்றமிடுதல், மறுபயன்பாடு போன்ற வசதிகளும் சிப்பமிடும் செயல்பாட்டில் இணைத்துக் கொள்ளப்படுகிறது.
- பங்கு கட்டுப்பாடு - ஒற்றை சேவையிடுதல் அல்லது ஒற்றை அளவு சிப்பமிடுதலில் கட்டுப்பாட்டு பயன்பாட்டிற்கு துல்லியமான உள்ளடக்கங்கள் உள்ளன. பெருமளவு சரக்குகளை (உப்பு போன்றவை) சிப்பமிடுவதன் மூலம் பிரிக்கலாம். இதன் மூலம் தனிப்பட்ட வீட்டு உபயோகத்திற்கு மிகவும் ஏற்ற அளவுடையதாக இருக்கும். சரக்குகளின் விவரப்பட்டியல் கட்டுப்பாட்டிற்கும் இது உதவியாக உள்ளது: மக்கள் அவர்களது சொந்த புட்டிகளைக் கொண்டு

வந்து பாலை வாங்கிச் செல்வதை விட முத்திரையிடப்பட்ட ஒரு லிட்டர் புட்டிகளில் உள்ள பாலை விற்பனை செய்வது ஆகும்.

சிப்பமிடுதல் பல்வேறு மாறுபட்ட வகைகளில் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக போக்குவரத்துச் சிப்பம் அல்லது விநியோகச் சிப்பம் ஆகியவற்றை இடமாற்றம் செய்வதற்கு, சேமிப்பதற்கு பொருட்களைக் கையாளுவதற்கு அல்லது உள்நிலை சிப்பமிடுதல்களை செய்வதற்கு போக்குவரத்து கொள்கலனில் (shipping container) இடலாம். நுகர்வோர் அல்லது வீட்டு உபயோகத்திற்கு நேரடியாகத் தேவைப்படுவதாக நுகர்வோர் சிப்பமிடுதலை சிலர் அடையாளம் காணுகின்றனர்.

சிப்பமிடுதலானது சிப்பமிடப்பட இருக்கின்ற தயாரிப்பின் வகையுடன் தொடர்புபடுத்தி பின்வருமாறு விவரிக்கப்படலாம்: மருத்துவ சாதன சிப்பமிடல், மொத்த இரசாயான சிப்பமிடல், மருத்துவப் பரிந்துரையின்றி விற்கப்படும் மருந்து (over-the-counter drug) சிப்பமிடுதல், சில்லறை விற்பனை சார்ந்த உணவு சிப்பமிடல், இராணுவ பொருட்களை சிப்பமிடுதல், மருந்தாக்கத் தொழிலுக்குரிய சிப்பமிடுதல் மற்றும் பல வகை.

அடுக்கு அல்லது செயல்பாடு மூலமாக சிலசமயங்களில் சிப்பமிடுதல்கள் வகைப்படுத்தப்படுகின்றன: "முதன்மை நிலை", "இரண்டாம் நிலை" மற்றும் மூன்றாம் நிலை.

- முதன்மை சிப்பமிடுதல் என்பது உற்பத்திப் பொருட்களை முதன் முதலில் உறையிலிடப்பட்டு வைத்திருப்பதாகும். இது வழக்கமாக விநியோகம் அல்லது பயன்பாட்டின் மிகச்சிறிய அலகாகவும், பொருட்களுடன் நேரடித் தொடர்புடைய சிப்பமிட்ட பொருளாகவும் இருக்கும்.
- இரண்டாம் நிலை சிப்பமிடுதல் என்பது முதன்மையான சிப்பமிடுதலுக்கு வெளிப்புறத்தில் அவற்றை ஒன்றாக சிப்பமிடுவதற்கு பயன்படுத்தப்படுகிறது.
- மொத்தமாகக் கையாளுதல், சேமிப்புக் கிடங்கு சேமிப்பு மற்றும் போக்குவரத்து மாற்றத்திற்காக மூன்றாம் நிலை சிப்பமிடுதல் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

சிப்பமிடப்பட்ட பொருட்களில் விவரச் சீட்டுகளில் பயன்படுத்தப்படும் குறியீடுகள்

சிப்பமிடப்பட்ட பொருட்களில் விவரச் சீட்டிலுக்கான பல வகைக் குறியீடுகள் தேசிய அளவிலும் சர்வதேச அளவிலும் தரப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. நுகர்வோர் சிப்பமிடுதலுக்காக உற்பத்திப் பொருள் சான்றிதழ்கள், வணிகக்குறியீடுகள், வாங்குதலுக்கான ஆதாரம் மற்றும் பல குறியீடுகள் ஏற்கனவே உள்ளன. நுகர்வோர் பயன்பாடு மற்றும் பாதுகாப்பின் தொடர்பு நோக்கங்களுக்கு சில தேவைகளும் குறியீடுகளும் ஏற்கனவே உள்ளன. சூழ்நிலைக்கான மற்றும் மீள் சுழற்சிக் குறியீடுகளின் எடுத்துக்காட்டுகள் பின்வருமாறு: மீள் சுழற்சிக் குறியீடு, ரெசின் அடையாளக் குறியீடு (கீழே) மற்றும் பச்சைப் புள்ளி (குறியீடு). பார் குறியீடுகள் (Bar codes) (கீழே), உலகளாவிய தயாரிப்புக் குறியீடுகள் (Universal Product Code) மற்றும் RFID விவரச்சீட்டுகள் ஆகியவை பொதுவாக தளவாடங்கள் மற்றும் சந்தைப்படுத்துதலில்

தானியங்கு தகவல் மேலாண்மைக்கு இடமளிக்கின்றன. பிறப்பிட விவரச்சீட்டிடுதல் நாடு என்பது (Country of Origin Labeling) பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

சந்தைப்படுத்துதலின் உத்திகள்: விளம்பரங்கள்

உங்கள் சந்தை ஆராய்ச்சியை மேற்கொண்ட பிறகு, உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களை அடையாளம் கண்டு, உங்கள் சந்தைப்படுத்தல் இலக்குகளை நிர்ணயித்தல், அடுத்த முக்கியமான அம்சம் மார்க்கெட்டிங் உத்தியை உருவாக்குவதாகும். நீங்கள் வேலை செய்ய விரும்பும் சந்தைப்படுத்தல் அல்லது விளம்பர உத்திகளைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

பிரஸ் கவுன்சில் சட்டம், 1978. கேபிள் தொலைக்காட்சி ஒழுங்குமுறைச் சட்டம், 1995 மற்றும் கேபிள் தொலைக்காட்சி திருத்தச் சட்டம், 2006. மேலும் Advertisements Standards Council of India (ASCI) பொருட்களுக்கான விளம்பரங்களை ஒழுங்குபடுத்துகிறது.

விளம்பரங்களின் தரநிலைக்கான இந்திய அமைப்பு (ASCI)

ASCI என்பது 1985 ஆம் ஆண்டு நடைமுறைக்கு வந்த தன்னார்வ சுய-ஒழுங்குமுறை அமைப்பாகும். இந்த கவுன்சில் கவர்னர் வாரியம் மற்றும் நுகர்வோர் புகார் கவுன்சில் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளது. கவர்னர்கள் குழுவில் விளம்பரதாரர்கள், விளம்பர முகவர்கள், ஊடகங்கள் மற்றும் வெளிப்புற ஏஜென்சிகள் போன்ற துறைகளில் இருந்து தலா நான்கு உறுப்பினர்கள் உள்ளனர். உடலின் நோக்கங்களில் பின்வருவன அடங்கும்:-

- பிரதிநிதித்துவங்களின் உண்மைத்தன்மை மற்றும் நேர்மை மற்றும் விளம்பரங்கள் மூலம் செய்யப்படும் கோரிக்கைகளை உறுதி செய்ய.
- விளம்பரங்கள் புண்படுத்தும் வகையில் இல்லை என்பதை உறுதிப்படுத்த வேண்டும்.
- சமூகத்திற்கோ தனிநபர்களுக்கோ அபாயகரமானதாகக் கருதப்படும் தயாரிப்புகளை விளம்பரப்படுத்துவதற்காக விளம்பரங்களைச் சார்பற்ற பயன்பாட்டிற்கு எதிரான பாதுகாப்பு.
- போட்டியில் நேர்மையைக் கொண்டுவர வேண்டும்.

மிகவும் பொதுவான சிலவகையான விளம்பரமுறைகள்:

- அச்ச ஊடகங்களில் விளம்பரம் (செய்தித்தாள்கள், பத்திரிகைகள், பத்திரிக்கைகள், அடைவுகள்)
- சமூக ஊடகங்களில் விளம்பரம் (பேஸ்புக், Instagram, LinkedIn, Tiktok)
- Google இல் விளம்பரம் (Google விளம்பரங்கள், காட்சி நெட்வொர்க், யூடியூப், எஸ்சிஓ)

- பத்திரிக்கை செய்திகளை சமர்ப்பித்து விளம்பரம் பெறுதல்
 - நேரடி சந்தைப்படுத்தல் கடிதங்கள், ஃபிளையர்கள்
 - பல்வேறு வர்த்தக நிகழ்ச்சிகளில் கலந்து கொள்கின்றனர்
 - வாய்ப்பு உள்ளவர்களை அழைப்பதன் மூலமோ அல்லது அவர்களுக்கு மின்னஞ்சல் அனுப்புவதன் மூலமோ நேரடி விற்பனை
 - பல்வேறு ஊடகங்களுக்கு கட்டுரைகள் எழுதுதல்
- மற்றும் பட்டியல் தொடரலாம்.

உங்கள் கற்பனையை செயல்படுத்த உதவும் வேறு சில யோசனைகள் மற்றும் உத்திகள் இங்கே:

- வணிகத்தைப் பொறுத்து, பருவகால சலுகைகள், தள்ளுபடிகள் அல்லது கூடுதல் நன்மைகள் போன்ற பல்வேறு சலுகை உத்திகளை இணைத்துக்கொள்ளவும் முடியும். இது உங்கள் வணிக இலக்குகளுக்கு உதவும்.
- எளிதான விற்பனை பொதுவாக பரிந்துரைகளில் இருந்து வருகிறது. உங்கள் மார்க்கெட்டிங் வேலையின் மூலம் அதிக பரிந்துரைகளைப் பெறுவதற்கான வழியை நீங்கள் கண்டறிந்தால், நீங்கள் சில விரைவான முடிவுகளைக் கொண்டு வரலாம்.
- வழக்கத்திற்கு மாறான முறைகளும் கவனத்தை ஈர்க்கும். இவை வழக்கத்திற்கு மாறான இடங்களில் தயாரிப்பு ஆர்ப்பாட்டங்களைச் செய்வது, தெருக்களில் ஃபிளாஷ் கும்பல் செய்வது, அதிக கவனத்தைப் பெறுவதற்காக நிறுவனங்கள் பொது இடங்களில் ஸ்டிக்கர்களை வைப்பதைக் கூட நாம் பார்த்திருக்கிறோம்.

விற்பனைக்குப் பிறகு சேவை நுட்பங்கள்

விற்பனைக்குப் பின் சேவை என்றால் என்ன?

விற்பனைக்குப் பின் சேவை என்பது வாடிக்கையாளர்கள் நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளில் திருப்தி அடைவதை உறுதி செய்யும் பல்வேறு செயல்முறைகளைக் குறிக்கிறது.

வாடிக்கையாளரின் தேவைகள் மற்றும் கோரிக்கைகள் நிறைவேற்றப்பட வேண்டும். தற்போதைய சூழ்நிலையில், பிராண்டுகள் மற்றும் தயாரிப்புகளை ஊக்குவிப்பதில் நேர்மறையான வாய் வார்த்தைகள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

விற்பனைக்குப் பிறகு சேவை தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புகளை பூர்த்தி செய்வதை அல்லது விஞ்சுவதை உறுதி செய்கிறது.

வாடிக்கையாளர் தயாரிப்புகளில் மகிழ்ச்சியாக உள்ளாரா இல்லையா என்பதைக் கண்டறிய விற்பனைக்குப் பின் சேவை பல்வேறு செயல்பாடுகளை

உள்ளடக்கியதா? விற்பனைக்குப் பிந்தைய சேவையானது விற்பனை நிர்வாகத்தின் ஒரு முக்கிய அம்சமாகும் மற்றும் புறக்கணிக்கப்படக்கூடாது.

ஏன் விற்பனைக்குப் பிறகு சேவை?

வாடிக்கையாளர் திருப்தி மற்றும் வாடிக்கையாளர் தக்கவைப்பில் விற்பனைக்குப் பின் சேவை முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது . இது விசுவாசமான வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குகிறது.

வாடிக்கையாளர்கள் பிராண்டில் நம்பிக்கை கொள்ளத் தொடங்கி, நீண்ட காலத்திற்கு நிறுவனத்துடன் தொடர்பு கொள்கிறார்கள். அவர்கள் நிறுவனம் மற்றும் அதன் தயாரிப்புகள் பற்றி நன்றாக பேசுகிறார்கள்.

திருப்தியான மற்றும் மகிழ்ச்சியான வாடிக்கையாளர் அதிக தனிநபர்களையும் இறுதியில் நிறுவனத்திற்கு அதிக வருவாயையும் கொண்டு வருகிறார்.

நிறுவனத்திற்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் இடையிலான பிணைப்பை வலுப்படுத்துவதில் விற்பனைக்குப் பின் சேவை முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

- விற்பனை வல்லுநர்கள் ஒப்பந்தத்திற்குப் பிறகும் வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்பில் இருக்க வேண்டும். அவர்களின் அழைப்புகளை ஒருபோதும் புறக்கணிக்காதீர்கள்.
- இன்பங்களைப் பரிமாறிக் கொள்ள எப்போதாவது ஒருமுறை அவர்களை அழைக்கவும்.
- அவர்களுக்கு தேவையான ஆதரவை வழங்குங்கள் . ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பை நிறுவ, பராமரிக்க அல்லது இயக்க அவர்களுக்கு உதவுங்கள். மடிக்கணினிகளை விற்பனை செய்யும் விற்பனை வல்லுநர்கள், கணினியில் ஜன்னல்கள் கட்டமைக்கப்பட்டிருப்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் எந்த சிரமமும் இல்லாமல் நெட்டைப் பயன்படுத்த முடியும். இதேபோல் மொபைல் சிம் கார்டுகளை விற்பனை செய்யும் நிறுவனங்கள் வாடிக்கையாளர் தனது தேவையான ஆவணங்களைச் சமர்ப்பித்தவுடன் எண் உடனடியாக செயல்படுத்தப்படுவதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.
- உடைந்த அல்லது சேதமடைந்த நிலையில் காணப்படும் எந்தவொரு தயாரிப்பும் விற்பனை நிபுணரால் உடனடியாக மாற்றப்பட வேண்டும் . வாடிக்கையாளர்களை துன்புறுத்தாதீர்கள். அவர்களின் குறைகளைக் கேட்டு அவர்களை நிம்மதியாக உணரச் செய்யுங்கள்.
- வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் புகார்களைப் பதிவுசெய்யக்கூடிய ஒரு பகுதியை உங்கள் நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் உருவாக்கவும் . ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஒரு இலவச எண்ணைக் கொண்டிருக்க வேண்டும், அங்கு வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் கேள்விகளை அழைக்கவும் விவாதிக்கவும் முடியும். வாடிக்கையாளர்களின் சந்தேகங்களுக்கு வாடிக்கையாளர் சேவை

அலுவலர்கள் உடனடி நடவடிக்கை எடுக்க வேண்டும். பிரச்சனைகள் உடனடியாக தீர்க்கப்பட வேண்டும்.

- வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைப் பற்றிய கருத்துக்களைப் பெறுங்கள் . கருத்து நிறுவனம் வாடிக்கையாளர்களை நன்கு அறிந்து கொள்ளவும், சிறந்த வாடிக்கையாளர் திருப்திக்காக தேவையான மாற்றங்களைச் செயல்படுத்தவும் உதவுகிறது.
- உங்கள் நிறுவனத்துடன் வருடாந்திர பராமரிப்பு ஒப்பந்தத்தில் (AMC) கையெழுத்திட வாடிக்கையாளர்களைக் கேளுங்கள் . AMC என்பது நிறுவனத்திற்கும் வாடிக்கையாளருக்கும் இடையே கையொப்பமிடப்பட்ட ஒரு ஒப்பந்தமாகும், அங்கு நிறுவனம் விற்பனைக்குப் பிந்தைய சேவைகளை இரண்டாம் தரப்பினருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு பெயரளவு செலவில் வழங்குவதாக உறுதியளிக்கிறது.
- பரிமாற்றக் கொள்கைகள் வெளிப்படையாகவும் வாடிக்கையாளருக்கு ஆதரவாகவும் இருக்க வேண்டும். பரிவர்த்தனைக்கு வரும் வாடிக்கையாளருக்கு முதன்முறையாக வந்தபோது அவருக்கு அளிக்கப்பட்ட சிகிச்சையையே வழங்க வேண்டும். அவரிடம் சரியாகப் பேசுங்கள் மற்றும் அவருக்கு சிறந்த மாற்றீட்டைப் பரிந்துரைக்கவும்.

சுயமதிப்பீட்டு வினாக்கள்:

- புதுமையான உத்திகளைக் கண்டுபிடிப்பது தயாரிப்பின் சந்தைத்தன்மைக்கு முக்கியமானது--விளக்கவும்
- சிறந்த பேக்கிங் வாடிக்கையாளர்களிடையே தயாரிப்பு பற்றிய நேர்மறையான கருத்துக்களை உருவாக்குகிறது-- ஆய்வு செய்யுங்கள்.
- ஒரு பொருளின் விளம்பரம் வாடிக்கையாளர்களிடையே தயாரிப்புக்கான முகவரியாக செயல்படுகிறது-- மதிப்பீடு செய்.

துணைநூல் குறிப்புகள்

https://www-managementstudyguide-com.translate.google/after-sales-service.htm?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ta&_x_tr_hl=ta&_x_tr_pto=tc

https://adacted-com.translate.google/marketing-plan-elements/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ta&_x_tr_hl=ta&_x_tr_pto=tc

<https://ta.m.wikipedia.org/wiki/%E0%AE%9A%E0%AE%BF%E0%AE%AA%E0%AF%8D%E0%AE%AA%E0%AE%AE%E0%AE%BF%E0%AE%9F%E0%AF%81%E0%AE%A4%E0%AE%B2%E0%AF%8D>

அலகு-V

சுய மேலாண்மை மற்றும் மனித நடத்தையைப் புரிந்துகொள்வது - மன அழுத்த மேலாண்மை - சமூகப் பொறுப்பு மற்றும் வணிக நெறிமுறைகள்

நோக்கம்:

- மன அழுத்தத்திற்கான பொதுவான காரணங்கள்.
- மன அழுத்தம் தனிநபர்களை பாதிக்கும் வழிகள் மற்றும் அதன் விளைவுகள்.
- தொழில்முனைவோருக்கும் தொழிலாளர்களுக்கும் இடையிலான உறவை வடிவமைப்பதில் மன அழுத்தத்தின் பங்கு.
- மன அழுத்தத்திலிருந்து விடுபடுவதற்கான வழிகள் அல்லது மன அழுத்த மேலாண்மை முறைகள்.

நவீன உலகில், நேரம் மிகப்பெரிய பொருட்களில் ஒன்றாகும், ஆனால் சவாலான வேலை அட்டவணைகள் காரணமாக சரியாக நிர்வகிக்க முடியாது. மேலே விவரிக்கப்பட்டதைப் போன்ற சூழல்களில் வலுவாக இருக்க, ஒருவரின் திறனுக்கு ஏற்றவாறு தன்னை நிர்வகிக்கும் திறன் ஒரு முக்கியமான உறுப்பு என்பதில்

சந்தேகமில்லை. ஆனால் நாம் சுய மேலாண்மை திறன்கள் என்றால் என்ன, அது ஏன் நபரைப் பொருட்படுத்தாமல் முக்கியமானது? இந்த வலைப்பதிவு இடுகையில் சுய மேலாண்மை என்றால் என்ன, தொழில்முறை சூழலில் அது ஏன் முக்கியமானது மற்றும் தனிநபர்கள் எவ்வாறு இந்த திறன்களை உருவாக்கலாம் மற்றும் உருவாக்கலாம்.

சுய மேலாண்மை திறன் என்றால் என்ன?

பல்வேறு சூழல்களில் ஒருவரின் எண்ணங்கள், உணர்ச்சிகள் மற்றும் நடத்தைகளை திறம்பட கட்டுப்படுத்துவது சுய மேலாண்மை திறன் என குறிப்பிடப்படுகிறது. தனிநபர்கள் தங்கள் தனிப்பட்ட மற்றும் தொழில் வாழ்க்கையை கட்டுப்படுத்தவும், இலக்குகளை நிர்ணயிக்கவும், சுதந்திரமாக அவற்றை அடைவதற்கு வேலை செய்யவும் அனுமதிக்கும் திறன்களின் வரம்பை இது உள்ளடக்கியது. அதன் மையத்தில், சுய-நிர்வாகத் திறன் என்பது ஒருவரின் செயல்கள் மற்றும் விளைவுகளுக்கு செயலூக்கமாகவும், பொறுப்பாகவும், பொறுப்பாகவும் இருப்பது.

சுய மேலாண்மை திறன்கள் என்ன என்பதைப் புரிந்துகொள்வது முக்கியமானது, ஏனெனில் இது அவர்களின் உற்பத்தித்திறன், வேலை செயல்திறன் மற்றும் தொழில் முன்னேற்றம் ஆகியவற்றை நேரடியாக பாதிக்கிறது. பணிகளுக்கு முன்னுரிமை அளிப்பதற்கும், நேரத்தை திறமையாக நிர்வகிப்பதற்கும், உத்வேகத்துடன் இருப்பதற்கும், ஆரோக்கியமான வேலை-வாழ்க்கை சமநிலையை பராமரிப்பதற்கும் இது அடங்கும்.

சுய மேலாண்மை திறன்களின் நன்மைகள்

சுய-மேலாண்மை திறன்களைப் புரிந்துகொள்வது அவசியம், ஏனெனில் ஒருவரின் தனிப்பட்ட மற்றும் தொழில் வாழ்க்கையை பெரிதும் மேம்படுத்தக்கூடிய பல நன்மைகள் உள்ளன.

1. அதிகரித்த உற்பத்தித்திறன் : நேரத்தையும் பணிகளையும் திறம்பட நிர்வகிப்பதன் மூலம் குறைந்த நேரத்தில் அதிகமாகச் சாதிக்கலாம்.
2. மேம்படுத்தப்பட்ட முடிவெடுத்தல் : சிறந்த சுய விழிப்புணர்வு மற்றும் உணர்ச்சி ரீதியான கட்டுப்பாடுகள் அதிக பகுத்தறிவு தேர்வுகளுக்கு வழிவகுக்கும்.

3. மேம்படுத்தப்பட்ட தொழில் வாய்ப்புகள் : சுதந்திரமாக வேலை செய்யக்கூடிய மற்றும் தங்கள் பொறுப்புகளை சிறப்பாக நிர்வகிக்கக்கூடிய நபர்களை முதலாளிகள் மதிக்கிறார்கள்.
4. குறைக்கப்பட்ட மன அழுத்தம் : திறமையான சுய மேலாண்மை வேலை தேவைகளையும் தனிப்பட்ட வாழ்க்கையையும் சமநிலைப்படுத்த உதவுகிறது, மன அழுத்த அளவைக் குறைக்கிறது.
5. அதிக வேலை திருப்தி : இலக்குகளை அடைவது மற்றும் ஒருவரின் வேலையில் கட்டுப்பாட்டைப் பேணுவது அதிக வேலை திருப்திக்கு வழிவகுக்கிறது.

சுய மேலாண்மை திறன்களின் ஏழு தூண்கள்

1. நேர மேலாண்மை : திடமான நேர மேலாண்மைத் திறன் கொண்ட ஒரு தலைவர், வெளிப்புற உதவியின்றி, பெரும்பாலும் வலுவான பணி மேலாண்மை அமைப்பின் உதவியுடன் தங்கள் நேரத்தை திறமையாக நிர்வகிக்க முடியும். பெரும்பாலும் பணி மேலாண்மை அமைப்புகளைப் பயன்படுத்தி, திறமையாகப் பணிகளைக் கட்டுப்படுத்துதல் மற்றும் முன்னுரிமை அளிப்பதன் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்துகிறது. சுய-மேலாண்மை திறன்களின் இந்த அம்சம், தள்ளிப்போடுவதைத் தவிர்ப்பதிலும், ஈடுபாட்டுடன் இருப்பதிலும் கவனம் செலுத்துகிறது.

2. சுய-உந்துதல் : தினசரி பணிகளைச் செய்வதற்கான உள் இயக்கத்தை விவரிக்கிறது. சுய மேலாண்மைத் திறன்களின் இந்தத் தூண் தனிப்பட்ட பொறுப்புணர்வையும் சுய விழிப்புணர்வையும் எடுத்துக்காட்டுகிறது. சுய-உந்துதல் என்பது உங்களைத் தூண்டுவது மற்றும் தினசரி விஷயங்களைச் செய்வது. இது சில தனிப்பட்ட பொறுப்புணர்வை உள்ளடக்கியது, ஆனால் சுய-உந்துதல் உங்களுக்கு சுய விழிப்புணர்வைக் கொடுக்கும் மற்றும் மிகவும் முக்கியமானது எது என்பதைக் காண்பிக்கும்.

3. மன அழுத்த மேலாண்மை : தலைவர்கள் அடிக்கடி மன அழுத்தத்தைச் சமாளிக்கிறார்கள், ஆனால் ஒரு நடைமுறை சுய-மேலாண்மைத் திறன் ஆரோக்கியமான மன அழுத்த-மேலாண்மை நுட்பங்களைச் செயல்படுத்துவது அவசியமாகும். சரியான மன அழுத்தத்தை நிர்வகிப்பது அதிக வேலை மற்றும் சோர்வைத் தவிர்க்கலாம். மன அழுத்த மேலாண்மை அணுகுமுறையில் திறமையான தலைவர்கள் கவனம் செலுத்தி, பெரிய இலக்குகளுடன் முயற்சிகளை இணைக்கின்றனர். பணிகளின் முக்கியத்துவத்தையும், திட்ட விநியோகங்கள் குழு நோக்கங்களுடன் எவ்வாறு ஒத்துப்போகின்றன என்பதையும் நீங்கள் புரிந்து

கொள்ளும்போது, நீங்கள் வேலைக்குச் சிறப்பாக முன்னுரிமை அளித்து, உங்கள் முயற்சிகளில் நிறைவைக் காணலாம், மன அழுத்தத்தைக் குறைக்கலாம் மற்றும் நிலை-தலைமையான அணுகுமுறையைப் பேணலாம்.

4. தகவமைப்பு : மாற்றியமைக்க, ஒருவருக்கு நம்பிக்கை மற்றும் சமாளிக்கும் வழிமுறைகள் தேவை. திட்டங்கள் போன்ற விஷயங்கள் விரைவாக மாறும் மற்றும் கணிக்க முடியாததாக மாறும் அமைப்புகளில் உள்ள தலைவர்களுக்கு இது மிகவும் முக்கியமானது. மேலும், மாற்றியமைக்கக்கூடிய தலைவர்கள் மன அழுத்தம் அல்லது எரிச்சலை அனுபவிக்காமல் சாகச உணர்வுடனும், சாகச உணர்வுடனும் செய்கிறார்கள். அவர்கள் எல்லாவற்றையும் நேர்மறையான மனநிலையில் எதிர்கொள்கின்றனர், இந்த முன்மாதிரியைப் பின்பற்ற தங்கள் ஊழியர்களுக்கு அதிகாரம் அளிக்கிறார்கள்.

5. முடிவெடுத்தல் : விமர்சன சிந்தனை மற்றும் தரவு சார்ந்த முடிவெடுக்கும் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்துகிறது. சுய-நிர்வாகத் திறன்களின் இந்தக் கூறு குழப்பத்தைக் குறைத்து அணிகளுக்கு அதிகாரம் அளிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

6. இலக்கு சீரமைப்பு : இலக்குகளை அமைப்பது என்பது உங்கள் வணிகத்திற்கான மிகவும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் திட்டங்களுக்கு முன்னுரிமை அளிப்பதாகும். இது பெரிய படத்தைப் பார்ப்பது மற்றும் உங்கள் குழு உறுப்பினர்கள் மற்றும் நிறுவனத்திற்கு எது சிறந்தது என்பதைப் புரிந்துகொள்வது, இறுதியில் சிறந்த முடிவுகளை உருவாக்குவது மற்றும் குழுவின் மன உறுதியை அதிகரிப்பது ஆகியவை அடங்கும். இலக்கு சீரமைப்பின் மூன்று முதன்மை திறன்கள் இலக்கு கண்காணிப்பு, இலக்கு தொடர்பு மற்றும் இலக்கு அமைத்தல். ஒரு நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களை அடைவதை மேம்படுத்தக்கூடிய சில திறமையான முறைகள் இவை.

7. தனிப்பட்ட மேம்பாடு : தொடர்ச்சியான கற்றல் மற்றும் திறன் மேம்பாட்டின் முக்கியத்துவத்தை எடுத்துக்காட்டுகிறது. சுய-மேலாண்மை திறன்களின் இந்த இறுதி அம்சம், ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சிக்காக தன்னிலும் ஒருவரின் குழுவிலும் முதலீடு செய்வதை வலியுறுத்துகிறது.

மன அழுத்த மேலாண்மை ஒரு கண்ணோட்டம்

மன அழுத்த மேலாண்மை என்றால் என்ன?

ஒவ்வொருவரும் தங்கள் வாழ்க்கையில் பல்வேறு நேரங்களில் மன அழுத்தத்தை அனுபவிக்கிறார்கள். நீங்கள் மாற்றங்கள் அல்லது சவால்களை (அழுத்தங்கள்) சந்திக்கும் போது ஏற்படும் இயல்பான எதிர்வினை இது. உங்கள் உடல் மன அழுத்தத்திற்கு உடல் ரீதியாகவும் மன ரீதியாகவும் பதிலளிக்கிறது .

மன அழுத்த மேலாண்மை என்பது வாழ்க்கை அழுத்தங்களுக்கு நீங்கள் எவ்வாறு பதிலளிக்கிறீர்கள் என்பதை மேம்படுத்த நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துவதை உள்ளடக்குகிறது. இந்த நுட்பங்கள் மன அழுத்தத்தால் தூண்டப்படும் அறிகுறிகளைத் தடுக்கலாம் அல்லது எளிதாக்கலாம்.

மன அழுத்தம் உங்கள் உடல் மற்றும் மன ஆரோக்கியத்தை எவ்வாறு பாதிக்கிறது?

நீங்கள் மன அழுத்தத்தை உணரும்போது, நீங்கள் அனுபவிக்கலாம்:

- கவலை , மனச்சோர்வு அல்லது பீதி தாக்குதல்கள் .
- மார்பு வலி அல்லது பந்தய இதய துடிப்பு .
- சோர்வு அல்லது தூக்கமின்மை .
- தலைவலி .
- உயர் இரத்த அழுத்தம் .
- வயிற்று வலி (அஜீரணம்) .

மோசமாக நிர்வகிக்கப்படும் மன அழுத்தத்தின் அபாயங்கள் அல்லது சிக்கல்கள் என்ன?

மன அழுத்தத்தால் அதிகமாக உணரும் நபர்கள், சமாளிக்க ஆரோக்கியமற்ற நடத்தைகளுக்கு மாறலாம்:

- ஆல்கஹால் பயன்பாடு .
- உணவுக் கோளாறுகள் , அதிகமாக சாப்பிடுவது உட்பட .
- புகைபிடித்தல் .
- பொருள் பயன்பாட்டு கோளாறுகள் .

செயல்முறை விவரங்கள்

மன அழுத்தத்தைக் கண்டறிய என்ன வழிகள் உள்ளன?

உங்கள் வாழ்க்கையில் மன அழுத்தத்தைக் குறைப்பதற்கான முதல் படி மன அழுத்தத்தை அடையாளம் காண்பது. ஒரு நடவடிக்கை, வேலை மாற்றம் அல்லது விவாகரத்து போன்ற பெரிய ஒன்றை அடையாளம் காண்பது எனினும். ஆனால் சிறிய மன அழுத்தங்கள் உங்கள் உடல் மற்றும் மன நலனில் பெரிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும்.

உங்கள் மன அழுத்த நிலைகள் மற்றும் சமாளிக்கும் வழிமுறைகளைக் கண்காணிக்க நீங்கள் ஒரு பத்திரிகையை வைத்திருக்க விரும்பலாம். அழுத்தங்கள் மற்றும் வடிவங்களை அடையாளம் காண ஒரு பத்திரிகை உங்களுக்கு உதவும். ஒரு வாரம் அல்லது அதற்கும் மேலாக, எழுதுங்கள்:

- மன அழுத்தத்திற்கு காரணம்.
- நீங்கள் உடல் ரீதியாகவும் உணர்ச்சி ரீதியாகவும் எப்படி உணர்கிறீர்கள்.
- மன அழுத்தத்திற்கு உங்கள் எதிர்வினை.

மன அழுத்தத்தை சமாளிப்பதற்கான வழிகள் என்ன?

மன அழுத்த சூழ்நிலைகளை சமாளிக்க பல வழிகள் உள்ளன. அதிக பலனைப் பெற, இந்த நுட்பங்களை உங்கள் அன்றாட வாழ்வில் இணைக்க முயற்சிக்கவும் - நீங்கள் மன அழுத்தத்தின் அறிகுறிகளைக் கொண்டிருக்கும் போது மட்டும் அல்ல. பெரும்பாலான மக்கள் முறைகளின் கலவையைப் பயன்படுத்தி நிவாரணம் பெறுகிறார்கள்.

தளர்வு நுட்பங்கள்

- மேலும் சிரிக்கவும்: சிரிப்பு மன அழுத்த ஹார்மோன் கார்டிசோலைக் குறைக்கிறது என்று ஆய்வுகள் காட்டுகின்றன. மேலும் இது உங்கள் மனநிலையை அதிகரிக்கிறது. ஒரு வேடிக்கையான நிகழ்ச்சியைப் பாருங்கள் அல்லது உங்களை சிரிக்க வைக்கும் ஒருவருடன் ஒன்று சேருங்கள்.
- உங்கள் மனதை அமைதிப்படுத்துங்கள்: நினைவாற்றல், தியானம் , மசாஜ் மற்றும் ஆழ்ந்த சுவாசப் பயிற்சிகள் உங்கள் இதயத் துடிப்பைக் குறைத்து உங்கள் மனதை அமைதிப்படுத்தும். உங்களுக்கு பிடித்த ட்யூன்களையோ அல்லது இனிமையான ஒலிகளையோ நீங்கள் கேட்கலாம்.

இயற்பியல் நுட்பங்கள்

- உடல் ரீதியாக சுறுசுறுப்பாக இருங்கள்: வெளியில் நடப்பது அல்லது நண்பர்களுடன் உடற்பயிற்சி செய்வது மனநிலையை அதிகரிக்க உதவும். யோகா அல்லது தை சி போன்ற கவனமுள்ள உடல் பயிற்சிகளையும் நீங்கள் முயற்சி செய்யலாம்.
- ஆரோக்கியமான உணவை உண்ணுங்கள்: அதிக புதிய பழங்கள் மற்றும் காய்கறிகளை உண்ணுங்கள். கொழுப்பு நிறைந்த உணவுகள், காஃபின் மற்றும் சர்க்கரையை குறைக்கவும் .
- உங்கள் தூக்க பழக்கத்தை மேம்படுத்துங்கள்: எலக்ட்ரானிக்ஸ் சாதனங்களை அணைத்து, இனிமையான சூழலை உருவாக்கி, நன்றாக தூங்க புத்தகம் அல்லது சூடான குளியல் மூலம் ஓய்வெடுக்கவும் .
- பொருட்களைப் பயன்படுத்துவதை நிறுத்துங்கள்: புகைபிடிப்பதை விட்டுவிடுங்கள் மற்றும் மதுவைக் குறைக்கவும்.

அறிவாற்றல் நுட்பங்கள்

- ஒரு நாட்குறிப்பை வைத்திருங்கள்: அன்றைய சாதனைகளை எழுதுங்கள். அன்றைய நேர்மறையான நிகழ்வுகள் அல்லது நீங்கள் நன்றியுள்ள மூன்று விஷயங்களையும் நீங்கள் பதிவு செய்யலாம்.
- "எனக்கு நேரம்" ஒதுக்குங்கள்: உங்களுக்காக மட்டுமே ஒரு நாளைக்கு ஒரு காரியத்தையாவது செய்ய முயற்சிக்கவும். அது தியானம், நண்பருடன் ஒன்றுகூடுவது, புத்தகம் படிப்பது அல்லது பொழுதுபோக்கில் வேலை செய்வது.
- உதவியை நாடுங்கள்: மன அழுத்தத்தை சிறப்பாக நிர்வகிப்பதற்கான நுட்பங்களைக் கற்றுக்கொள்ள ஒரு மனநல நிபுணர் உங்களுக்கு உதவ முடியும். அறிவாற்றல் நடத்தை சிகிச்சை (CBT) என்பது நிரூபிக்கப்பட்ட நுட்பமாகும், இது வாழ்க்கை அழுத்தங்களுக்கு நீங்கள் எவ்வாறு பதிலளிக்கிறீர்கள் என்பதை மாற்ற உதவுகிறது.
- உங்கள் உணர்வுகளைப் பகிர்ந்து கொள்ளுங்கள்: நீங்கள் அதிகமாக உணரும்போது, நம்பகமான அன்பானவர் அல்லது நண்பருடன் இணையுங்கள். ஒரு குரலைக் கேட்பது நேரில் அல்லது தொலைபேசியில் உதவலாம்.
- கட்டுப்பாட்டை எடுங்கள்: உங்கள் நேரத்தை சிறப்பாக நிர்வகிப்பதற்கும் செய்ய வேண்டியவற்றைச் செய்வதற்கும் பட்டியல்கள் அல்லது ஸ்மார்ட்போன் பயன்பாடுகளைப் பயன்படுத்தவும். முந்தைய நாள் மாலை உங்கள் நாளைத் திட்டமிட முயற்சிக்கவும், அதனால் என்ன எதிர்பார்க்கலாம் - மற்றும் நீங்கள் எதை ஒத்திவைக்க வேண்டும் என்பது உங்களுக்குத் தெரியும். மற்றவர்களின் கோரிக்கைகளை வேண்டாம் என்று சொல்ல உங்களுக்கு அனுமதி கொடுங்கள்.

வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்புகளும்

இன்றைய சிக்கலான வணிக நிலப்பரப்பில், நிறுவனங்கள் உயர் வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்புத் தரங்களை நிலைநிறுத்துவதற்கு அதிகளவில் எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. இந்த கருத்துக்கள் buzzwords ஆனால் ஒரு நிலையான வணிக மூலோபாயத்தின் அத்தியாவசிய கூறுகள்.

வாடிக்கையாளர்கள், பணியாளர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள் உட்பட பங்குதாரர்கள், அதிக வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் நெறிமுறை நடத்தையை கோருவதால், வணிகங்கள் இந்த கொள்கைகளை தங்கள் முக்கிய செயல்பாடுகளில் ஒருங்கிணைக்க வேண்டும். இந்த கட்டுரை வணிக நெறிமுறைகளின் முக்கியத்துவம், நன்மைகள் மற்றும் சவால்களை ஆராய்கிறது, இந்த நடைமுறைகள் எவ்வாறு நீண்டகால வெற்றிக்கு வழிவகுக்கும் என்பது பற்றிய விரிவான புரிதலை வழங்குகிறது.

வணிக நெறிமுறைகளைப் புரிந்துகொள்வது

வணிக நெறிமுறைகள் என்பது வணிகத்தில் நடத்தைக்கு வழிகாட்டும் தார்மீகக் கொள்கைகள் மற்றும் தரங்களைக் குறிக்கிறது. இது கார்ப்பரேட் நிர்வாகம் மற்றும் உள் வர்த்தகம் முதல் லஞ்சம், பாகுபாடு மற்றும் பெருநிறுவன சமூகப் பொறுப்பு வரை பல்வேறு சிக்கல்களை உள்ளடக்கியது.

நெறிமுறை வணிக நடைமுறைகள் நிறுவனங்கள் நியாயமாகவும், வெளிப்படையாகவும், அனைத்து பங்குதாரர்களின் உரிமைகளையும் மதிக்கும் விதத்தில் செயல்படுவதை உறுதி செய்கின்றன.

வணிக நெறிமுறைகளின் அடிப்படைக் கோட்பாடுகள்

வணிக நெறிமுறைகளின் அடிப்படைக் கொள்கைகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

1. நேர்மை : வணிகங்கள் நேர்மையுடன் செயல்பட வேண்டும் மற்றும் வலுவான தார்மீகக் கொள்கைகளை நிலைநிறுத்த வேண்டும். இதன் பொருள் தகவல்தொடர்புகளில் உண்மையாக இருத்தல், வாக்குறுதிகளை நிறைவேற்றுதல் மற்றும் நடவடிக்கைகளில் வெளிப்படைத்தன்மையுடன் இருத்தல்.
2. நேர்மை : அனைத்து பங்குதாரர்களும் சமமாகவும் நியாயமாகவும் நடத்தப்படுவதை உறுதி செய்வது இன்றியமையாதது. ஊழியர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் நியாயமான சிகிச்சையும் இதில் அடங்கும்.

3. பொறுப்புக்கூறல் : வணிகங்கள் தங்கள் செயல்களுக்கு பொறுப்பேற்க வேண்டும், குறிப்பாக அவை மற்றவர்களை எதிர்மறையாக பாதிக்கும் போது. தவறுகளை ஒப்புக்கொள்வதும், அவற்றைத் திருத்துவதற்கான நடவடிக்கைகளை எடுப்பதும் இதில் அடங்கும்.
4. மரியாதை : நிறுவனங்கள் தனிநபர்களின் கண்ணியம், உரிமைகள் மற்றும் தனியுரிமையை மதிக்க வேண்டும். இந்த கொள்கை சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளை அவர்கள் செயல்படும் ஒவ்வொரு அதிகார வரம்பிலும் மதிக்கிறது.

வணிகத்தில் சமூகப் பொறுப்பின் பங்கு

சமூகப் பொறுப்பு என்பது வணிகங்கள் உடனடி நிதி நலன்களுக்கு அப்பால் சமூகத்திற்கு நன்மை பயக்கும் முடிவுகளை எடுப்பதை உள்ளடக்கியது. இது சுற்றுச்சூழல் பணிப்பெண், பரோபகாரம் மற்றும் சமூக ஈடுபாடு போன்ற செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது. சமூகப் பொறுப்பைக் கடைப்பிடிக்கும் நிறுவனங்கள், ஊழியர்கள், அவர்களது குடும்பங்கள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகத்தின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்தும் அதே வேளையில் நிலையான பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு பங்களிக்கின்றன.

வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பை ஒருங்கிணைப்பதன் நன்மைகள்

வணிகத்தை ஒருங்கிணைப்பதன் நன்மைகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

1. மேம்படுத்தப்பட்ட நற்பெயர் மற்றும் பிராண்ட் விசுவாசம் : நெறிமுறை நடைமுறைகள் மற்றும் சமூக பங்களிப்புகளுக்காக அறியப்பட்ட நிறுவனங்கள் வலுவான நற்பெயரை உருவாக்க முனைகின்றன. வணிக நெறிமுறைகளுக்கு உறுதியளிக்கப்பட்ட பிராண்டுகளை நம்புவதற்கும் விசுவாசமாக இருப்பதற்கும் நுகர்வோர் விரும்புகின்றனர்.
2. திறமையின் ஈர்ப்பு மற்றும் தக்கவைப்பு : ஊழியர்கள் தங்கள் மதிப்புகளுடன் ஒத்துப்போகும் நிறுவனங்களில் பணியாற்ற விரும்புகிறார்கள். வலுவான நெறிமுறை நிலைப்பாடு மற்றும் சமூகப் பொறுப்பிற்கான அர்ப்பணிப்பு ஆகியவை சிறந்த திறமையாளர்களை ஈர்க்கும் மற்றும் விற்றுமுதல் விகிதங்களைக் குறைக்கும்.
3. இடர் மேலாண்மை : வணிக நெறிமுறைகளைக் கடைப்பிடிப்பது மற்றும் சமூகப் பொறுப்பில் ஈடுபடுவது, நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும் சட்ட சிக்கல்கள், ஊழல்கள் மற்றும் பிற இடர்களைத் தவிர்க்க உதவும்.

4. நீண்ட கால லாபம் : சமூகப் பொறுப்பில் கவனம் செலுத்துவது விலை உயர்ந்ததாகத் தோன்றினாலும், வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை வளர்ப்பதன் மூலமும், செயல்பாட்டுத் திறனை மேம்படுத்துவதன் மூலமும், புதிய சந்தைகளைத் திறப்பதன் மூலமும் நீண்ட கால நிதி ஆதாயங்களுக்கு வழிவகுக்கும்.

வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பை செயல்படுத்துவதில் உள்ள சவால்கள்

தெளிவான பலன்கள் இருந்தபோதிலும், வணிகங்கள் தங்கள் செயல்பாடுகளில் வணிக நெறிமுறைகளை ஒருங்கிணைப்பதில் சவால்களை எதிர்கொள்கின்றன.

1. நெறிமுறைகளுடன் லாபத்தை சமநிலைப்படுத்துதல்

மிக முக்கியமான சவால்களில் ஒன்று லாபம் மற்றும் நெறிமுறை நடைமுறைகளை சமநிலைப்படுத்துவதாகும். பங்குதாரர்கள் குறுகிய கால நிதி முடிவுகளை வழங்குமாறு நிறுவனங்களுக்கு அழுத்தம் கொடுக்கின்றனர், இது சில சமயங்களில் நெறிமுறைகள் அல்லது நீண்ட கால சமூகப் பொறுப்பு இலக்குகளுடன் முரண்படுகிறது.

2. உலகமயமாக்கல் மற்றும் கலாச்சார வேறுபாடுகள்

பல நாடுகளில் செயல்படுவது ஒரு சவாலை அளிக்கிறது, ஏனெனில் வெவ்வேறு கலாச்சாரங்கள் நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பின் மாறுபட்ட தரங்களைக் கொண்டிருக்கலாம். ஒரு நாட்டில் நெறிமுறையாகக் கருதப்படுவது மற்றொரு நாட்டில் வித்தியாசமாகப் பார்க்கப்படலாம், எல்லா செயல்பாடுகளிலும் நிலையான நெறிமுறை தரங்களைப் பேணுவதற்கான முயற்சிகளை சிக்கலாக்கும்.

3. அளவீடு மற்றும் பொறுப்புக்கூறல்

சமூகப் பொறுப்புணர்வு முயற்சிகளின் தாக்கத்தை அளவிடுவது கடினம். நிதி அளவீடுகளைப் போலன்றி, நெறிமுறை நடைமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பின் பலன்கள் பெரும்பாலும் கண்ணுக்குத் தெரியாதவை மற்றும் நீண்டகாலம், அவற்றின் செயல்திறனை அளவிடுவது மற்றும் பங்குதாரர்களுக்கு அவற்றை நியாயப்படுத்துவது சவாலானது.

4. பச்சை கழுவதல்

வணிக நெறிமுறைகளுக்கான தேவை அதிகரித்து வருவதால், சில நிறுவனங்கள் "கிரீன்வாஷிங்" செய்வதில் ஈடுபடுகின்றன, அவற்றின் தயாரிப்புகள் அல்லது கொள்கைகளை சுற்றுச்சூழலுக்கு ஏற்றதாகவோ அல்லது சமூகப் பொறுப்பாகவோ தவறாக விளம்பரப்படுத்துகின்றன. இந்த ஏமாற்றும் நடைமுறை உண்மையான முயற்சிகளை குறைமதிப்பிற்கு உட்படுத்துவது மட்டுமல்லாமல் நுகர்வோர் நம்பிக்கையையும் சிதைத்துவிடும்.

வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பை நிலைநிறுத்துவதற்கான சிறந்த நடைமுறைகள்

இந்த கொள்கைகள் தங்கள் பெருநிறுவன கலாச்சாரம் மற்றும் செயல்பாடுகளில் உட்பொதிக்கப்பட்டிருப்பதை உறுதி செய்யும் வணிக நெறிமுறைகளை வெற்றிகரமாக செயல்படுத்த நிறுவனங்கள் சிறந்த நடைமுறைகளை பின்பற்ற வேண்டும்.

1. நெறிமுறைக் குறியீட்டை நிறுவவும்

ஒரு முறையான நெறிமுறைக் குறியீடு அனைத்து ஊழியர்களுக்கும் வழிகாட்டியாக செயல்படுகிறது, இது நிறுவனத்தின் மதிப்புகள், கொள்கைகள் மற்றும் எதிர்பார்க்கப்படும் நடத்தை தரங்களை கோடிட்டுக் காட்டுகிறது. இந்த ஆவணம் வட்டி மோதல்கள், பங்குதாரர்களை நியாயமான முறையில் நடத்துதல் மற்றும் சட்டங்கள் மற்றும் விதிமுறைகளுக்கு இணங்குதல் போன்ற முக்கிய பகுதிகளை உள்ளடக்கியதாக இருக்க வேண்டும்.

2. தலைமைத்துவ அர்ப்பணிப்பு

நெறிமுறை நடத்தை மற்றும் சமூகப் பொறுப்புக்கான தொனியை அமைப்பதில் தலைமை முக்கியமானது. நிறுவனத்தின் தலைவர்கள் நெறிமுறை முடிவுகளை எடுப்பதன் மூலமும், சமூகப் பொறுப்புணர்வு முயற்சிகளை ஆதரிப்பதன் மூலமும், இந்த மதிப்புகளுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கப்படும் சூழலை வளர்ப்பதன் மூலமும் தங்கள் உறுதிப்பாட்டை வெளிப்படுத்த வேண்டும்.

3. பணியாளர் பயிற்சி

வணிக நெறிமுறைகள் குறித்த வழக்கமான பயிற்சி அமர்வுகள், இந்த கருத்துக்களின் முக்கியத்துவத்தையும், அவர்கள் தங்கள் பாத்திரங்களுக்கு எவ்வாறு பொருந்துகிறார்கள் என்பதையும் புரிந்து கொள்ள உதவலாம். பயிற்சியானது நிஜ உலக காட்சிகளை உள்ளடக்கியதாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் நெறிமுறை சங்கடங்களைக் கையாள்வதற்கான நடைமுறை வழிகாட்டுதலை வழங்க வேண்டும்.

4. பங்குதாரர் ஈடுபாடு

ஊழியர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றும் சமூகம் உள்ளிட்ட பங்குதாரர்களுடன் ஈடுபடுவது அவர்களின் கவலைகள் மற்றும் எதிர்பார்ப்புகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கு அவசியம். வழக்கமான தொடர்பு மற்றும் ஒத்துழைப்பு நிறுவனங்கள் தங்கள் சமூகப் பொறுப்பு முயற்சிகளை பங்குதாரர்களின் தேவைகளுடன் சீரமைக்க உதவும்.

5. வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் அறிக்கையிடல்

அறிக்கையிடலில் வெளிப்படைத்தன்மை நம்பிக்கை மற்றும் பொறுப்புணர்வை வளர்ப்பதற்கு முக்கியமாகும். நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிக நெறிமுறைகள்

முன்முயற்சிகள், அவற்றின் இலக்குகள், முன்னேற்றம் மற்றும் சவால்கள் உள்ளிட்ட அறிக்கைகளை தொடர்ந்து வெளியிட வேண்டும். இது அர்ப்பணிப்பை நிரூபிக்கிறது மற்றும் பங்குதாரர்கள் நிறுவனத்தை பொறுப்பேற்க அனுமதிக்கிறது.

வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பின் எதிர்காலம்

கார்ப்பரேட் நடவடிக்கைகளின் தாக்கம் குறித்து சமூகம் பெருகிய முறையில் அறிந்து கொள்ளும்போது, வணிக நெறிமுறைகளின் முக்கியத்துவம் மட்டுமே வளரும். எதிர்காலப் போக்குகள் நிலைத்தன்மைக்கு அதிக முக்கியத்துவம், அதிகரித்த ஒழுங்குமுறை ஆய்வு மற்றும் நெறிமுறை நடைமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பு முயற்சிகள் ஆகியவற்றை அளவிடுவதற்கும் அறிக்கை செய்வதற்கும் மிகவும் நுட்பமான கருவிகளை உள்ளடக்கியிருக்கலாம்.

ஒரு முக்கிய வணிக உத்தியாக நிலைத்தன்மை

தங்கள் சமூகப் பொறுப்புச் சான்றுகளை மேம்படுத்த விரும்பும் நிறுவனங்களுக்கு நிலைத்தன்மை தொடர்ந்து மையக் கவனமாக இருக்கும். இது சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை மற்றும் நிலையான வணிக நடைமுறைகளை உள்ளடக்கியது, இது நெறிமுறை தரங்களை சமரசம் செய்யாமல் நீண்ட கால லாபத்தை உறுதி செய்கிறது.

தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள்

தொழில்நுட்பத்தின் முன்னேற்றங்கள் வணிக நெறிமுறைகளைக் கண்காணிப்பதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் புதிய கருவிகளை வழங்கும். எடுத்துக்காட்டாக, பிளாக்செயின் தொழில்நுட்பமானது விநியோகச் சங்கிலிகளில் வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் கண்டறியக்கூடிய தன்மையை மேம்படுத்துகிறது, நெறிமுறை தரநிலைகள் முழுவதும் பராமரிக்கப்படுவதை உறுதி செய்கிறது.

ஒழுங்குமுறை மாற்றங்கள்

உலகெங்கிலும் உள்ள அரசாங்கங்கள் வணிகங்கள் மீது கடுமையான கட்டுப்பாடுகளை விதிக்கலாம், சுற்றுச்சூழல் பாதிப்பு, தொழிலாளர் நடைமுறைகள்

மற்றும் பெருநிறுவன நிர்வாகம் ஆகியவற்றில் அதிக வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புக்கூறல் தேவைப்படுகிறது.

நிறுவனங்கள் நெறிமுறை மற்றும் சமூகப் பொறுப்புள்ள நடைமுறைகளை முன்சூட்டியே பின்பற்றுவதன் மூலம் இந்த மாற்றங்களைத் தவிர்க்க வேண்டும்.

அதிகரித்த நுகர்வோர் செயல்பாடு

நுகர்வோர் அதிக அறிவு மற்றும் அதிகாரம் பெற்றவர்களாக மாறுவதால், நிறுவனங்கள் நெறிமுறையுடன் செயல்பட வேண்டும் மற்றும் சமூகத்திற்கு பங்களிக்க வேண்டும் என்று அவர்கள் அதிகளவில் கோருகின்றனர். இந்த போக்கு வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சந்தையில் போட்டித்தன்மையுடன் இருக்க சமூகப் பொறுப்பு ஆகியவற்றிற்கு முன்னுரிமை அளிக்க வணிகங்களைத் தள்ளும்.

நன்மைகள் மற்றும் வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பின் சவால்கள்

வணிக நெறிமுறைகளின் நன்மைகள் மற்றும் சவால்கள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

நன்மைகள்	சவால்கள்
மேம்பட்ட புகழ்	நெறிமுறைகளுடன் சமநிலைப்படுத்துதல் லாபத்தை
திறமையின் ஈர்ப்பு மற்றும் தக்கவைப்பு	உலகமயமாக்கல் மற்றும் கலாச்சார வேறுபாடுகள்

இடர் மேலாண்மை	அளவீடு மற்றும் பொறுப்புக்கூறல்
நீண்ட கால லாபம்	தவறான நெறிமுறை உரிமைகோரல்கள்

நாம் முன்னேறும்போது, வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் சமூகப் பொறுப்பு ஆகியவை பெருநிறுவன மூலோபாயத்தில் முன்னணியில் இருக்கும் என்பது தெளிவாகிறது. இந்தக் கொள்கைகளை ஏற்றுக்கொள்ளும் நிறுவனங்கள் ஒரு சிறந்த உலகத்திற்கு பங்களிக்கும் மற்றும் அவர்களின் தொழில்களில் தலைவர்களாக தங்கள் இடத்தைப் பாதுகாக்கும்.

முடிவுரை

வணிக நெறிமுறைகள் நவீன வணிகங்களின் வெற்றி மற்றும் நிலைத்தன்மைக்கு ஒருங்கிணைந்தவை. நெறிமுறை நடைமுறைகளைப் பின்பற்றுவதன் மூலமும், சமூகப் பொறுப்புள்ள நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுவதன் மூலமும், நிறுவனங்கள் வலுவான நற்பெயரைக் கட்டியெழுப்பலாம், சிறந்த திறமைகளை ஈர்க்கலாம் மற்றும் நீண்ட கால லாபத்தை அடையலாம். இருப்பினும், பயணம் சவால்கள் இல்லாமல் இல்லை, மேலும் சிக்கலான நெறிமுறை சங்கடங்கள், கலாச்சார வேறுபாடுகள் மற்றும் உலகமயமாக்கலின் அழுத்தங்களுக்கு செல்ல வணிகங்கள் தயாராக இருக்க வேண்டும். வணிக சூழல் தொடர்ந்து உருவாகி வருவதால், வணிக நெறிமுறைகளுக்கு முன்னுரிமை அளிப்பவர்கள் செழிக்க சிறந்த நிலையில் இருப்பார்கள்.

சுயமதிப்பீட்டு வினாக்கள்:

- தொழில்முனைவில் சுயத்தைப் பற்றிய சிறந்த புரிதல் ஏன் இருக்க வேண்டும்?
- தொழில்முனைவில் மன அழுத்த மேலாண்மை சார்ந்த வழிமுறைகளை விளக்குங்கள்.
- சமூகப் பொறுப்பு மற்றும் வணிக நெறிமுறைகள் ஏன் தொழில் முனைவோருக்கு இன்றியமையாதது?

துணைநூல் குறிப்புகள்:

https://hikeeducation-com.translate.goog/blog/what-is-self-management-skills/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ta&_x_tr_hl=ta&_x_tr_pto=tc

https://my-clevelandclinic-org.translate.goog/health/treatments/6409-stress-management-and-emotional-health?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ta&_x_tr_hl=ta&_x_tr_pto=wa