

1. முதல் வருடத்திற்கு - மின்சார கட்டணத்தில் 40 சதவீதம் சலுகை.
2. இரண்டாம் வருடத்திற்கு - சலுகையானது செலுத்தக் கூடிய மின் கட்டணத்தில் 30 சதவீதம்.
3. மூன்றாம் வருடத்திற்கு - செலுத்தக் கூடிய மின் கட்டணத்தில் 20 சதவீதம்.
மின்சார கட்டண சலுகை சிறுதொழில் தொடங்கிய முதல் மூன்று வருடத்திற்கு மட்டுமே வழங்கப்படும்.

4. ஜெனரேட்டருக்கு மான்யம் (Subsidy of Generator)

ஜெனரேட்டரின் அடக்கவிலையில் 15 சதவீதம் மான்யமாக வழங்கப்படும். அதிகபட்சமாக ரூபாய் 5 இலட்சம் வரை மான்யம் வழங்கப்படுகிறது.

5. ஆதி திராவிட மற்றும் பழங்குடி இனத்தை சேர்ந்த தொழில் முனைவோருக்கு சலுகை (Concession of SC and ST Entrepreneurs)

தொழில் முனைவோர் ஆதி திராவிட மற்றும் பழங்குடி இனத்தை சார்ந்தவராகயிருப்பின் அவர் தோற்றுவிப்பாளரின் பங்களிப்பில் 15 சதவீதம் மூலதனம் செலுத்தி தொழிலை ஆரம்பிக்கலாம். கடன் மீதான வட்டி, மற்றவர்களை காட்டிலும் 1 சதவீதம் குறைவாக அவர்கள் செலுத்தினால் போதும்.

6. முத்திரை கட்டணத்திற்கு விதிவிலக்கு (Exemption of Stamp Duty)

புதியதாக தொழில் முனைவோர் தொழிற்பேட்டையில் தொழில் தொடங்க நிலம் வாங்கும் பொழுது அதற்கு பதிவு கட்டணமாகிய முத்திரை கட்டணம் செலுத்த தேவையில்லை.

7. தண்ணீர் கட்டண சலுகை (Concessions for Water Charge)

தொழிற்சாலையில் பயன்படுத்தும் தண்ணீருக்கு சிறுதொழில் பிரிவுகள் வருடத்திற்கு ரூபாய் 300 - மட்டும் செலுத்தினால் போதும். சிறுதொழில் துவங்கிய தேதியிலிருந்து ஆறு ஆண்டுகள் வரை இந்த சலுகை கிடைக்கின்றது.

8. விற்பனை வரி விலக்கு (Sales Tax Exemption)

மிகவும் பின் தங்கிய இடங்களில் சிறுதொழில்கள் ஆரம்பித்தால் நிலையான சொத்துக்களின் முதலீட்டின் மதிப்பை கொண்டு ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு விற்பனை வரி விலக்கு அளிக்கப்படுகின்றது. ஏற்கனவே உள்ள தொழில்களுக்கும் வரிவிலக்கு உண்டு.

இதர பகுதியில் சிறுதொழில் தொடங்கினால் அவற்றின் நிலையான சொத்துக்களின் சொத்தின் மதிப்பில் அதிகபட்ச 69 சதவீதம் வரை ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு விற்பனை வரி செலுத்த தேவையில்லை. ஏற்கனவே உள்ள தொழில் விரிவாக்க பணியில் ஈடுபட்டால் அவற்றின் நிலையான சொத்தின் மதிப்பில் அதிகபட்சமாக 59 சதவீதம் வரை சலுகை வழங்கப்படும்.



பாடம் - 14

அயல்நாடு முதல் மீதான கட்டுப்பாடு (Control Over Foreign Capital)

வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் தொழில் வளர்ச்சிக்கு கண்டிப்பாக நேரடியான அயல்நாட்டு முதல் மிகவும் அவசியம். வளர்ச்சியடைந்த நாடுகளாகிய அமெரிக்கா, ரஷ்யா போன்ற நாடுகளும் தங்களது தொழில் வளர்ச்சிக்கு அயல்நாட்டு முதலை பயன்படுத்துகின்றன.

அந்நிய முதலின் அவசியம் அயல்நாட்டு முதல் (Foreign Capital) இந்தியாவில் அயல்நாட்டு மூலதனத்தின் பங்கு (Role of Foreign Capital)

இந்தியா போன்று வளரும் நாடுகள் அயல்நாட்டு முதலின் அவசியத்தையும் அதன் தேவையையும் தற்பொழுது நன்கு உணர்ந்துள்ளது வளரும் நாடுகளின் பொருளாதாரம் மிகவும் மோசமாக உள்ளதால் அந்த நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சி மேம்படைய அயல்நாட்டு முதல் மிகவும் முக்கியமானதாகும். வளரும் நாடுகளில் பொருளாதார வளர்ச்சி வேகமாக வளர உள்நாட்டு முதல் (Domestic Capital) போதுமானதாகியிருக்காது. போதுமான மூலதன அமைப்பு இல்லாத காரணத்தினால் வளர்ந்து வரும் நாடுகள் மற்றும் தொழில் நுட்பத்தில் மிகவும் பின்தங்கிய நாடுகள் மட்டுமே தொழில் நுட்பத்தில் மிகவும் பின் தங்கிய நாடுகள் வறுமையின் சூழலில் சிக்கித் தவிக்கின்றது. உள்நாட்டு வருமானம் மிகவும் குறைவாக உள்ளது. தொழில் திட்டத்திற்கு தேவையான நிதி உள்நாட்டில் கிடைப்பதில்லை. இத்தகைய சூழ்நிலையில் வெளிநாட்டு முதல் வரவை வளர்ந்து வரும் நாடுகள் ஆதரிக்கின்றன.

அயல்நாட்டு முதலின் அவசியம் (Need for foreign Capital) (அல்லது) அயல்நாட்டு முதலின் முக்கியத்துவம் (Importance of Foreign Capital)

ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சி விரைவாக நடைபெற உள் நாட்டின் முதல் சேமிப்பு அதிகரிக்க அயல்நாட்டு முதல் அவசியமாக விளங்குகின்றது. இந்தியா போன்று வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் அயல் நாட்டு மூலதன பங்கு மிகவும் பயன் உள்ளதாக அமைகின்றது. வெளிநாட்டிலிருந்து வரும் பணத்தைக் கொண்டு உள்நாட்டு வளங்களை வளர்க்கவும், உள்நாட்டில் முதலீடு செய்யவும் அயல்நாட்டு முதல் தேவைப்படுகின்றன. உள்நாட்டுக்கு தேவையான இயந்திரங்களையும் கச்சாப் பொருட்களையும் வெளிநாட்டிலிருந்து இறக்குமதி செய்ய அந்நிய செலவாணி வசதிகளை பயன்படுத்த அயல்நாட்டு முதல் உதவுகின்றது.

அயல்நாட்டு முதலினால் கிடைக்கும் நன்மைகள் மற்றும் முக்கியத்துவம் (Advantages)

1. அயல் நாட்டிலுள்ள நிலையான சொத்துக்கள் நமது நாட்டிற்கு இறக்குமதி செய்யப்படுகின்றன.
2. நவீன தொழில் நுட்ப நுணுக்கங்கள் நமக்கு கிடைக்கின்றன.
3. விரைவான தொழில் வளம் இந்தியாவில் ஏற்பட தனியாருக்கும் வாய்ப்பு கிடைக்கின்றது.
4. இந்தியா போன்ற நாடுகளுக்கு தொழில் வளர்ச்சியும், பொருளாதார வளர்ச்சியும் ஏற்பட அதிக முதல் தேவைப்படுகிறது. நமது மக்களிடம் போதிய சேமிப்பு வளம் இல்லாததால் அயல்நாட்டு முதல் நமது நாட்டு தேவைகளை பூர்த்தி செய்கின்றது.
5. நமது நாட்டு வளங்களை ஒன்று திரட்ட அயல்நாட்டு முதல் உதவுகின்றது. பொருளாதாரத்தில் மிகவும் பின்தங்கிய பகுதிக்கு இந்த நிதி மிகவும் தேவைப்படுகின்றது.

6. வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் செலுத்த வேண்டிய இருப்புத் தொகை (Balance of Payments) அதிமாகயிருக்கும். இத்தகைய மோசமான நிலையை அயல்நாட்டு முதல் சரிக்கட்டுகின்றது.
7. பின் தங்கிய பகுதியில் பொருளாதாரம் வளர்ச்சி ஏற்பட வளரும் நாடுகளுக்கு அந்நிய நாட்டு முதல் உதவுகின்றது.
8. வளரும் நாடுகளின் உற்பத்தியை ஒரே சீராக நடைபெறுவதற்கு தேவையான கச்சாய் பொருள், இயந்திரம், உதிரி பாகங்கள் சாதனங்கள் முடிவுறா பொருட்கள் ஆகியவைகளை அயல்நாட்டு முதல் வழங்குகின்றது.
9. வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் இரயில்வே இருப்பு பாதைகள் பெரிய அணைக்கட்டுகள், பெரிய தொழிற்சாலைகள் அமைக்க அதிகமான மூலதனம் தேவை இவைகளை நிறைவேற்ற உள் நாட்டு நிதி போதுமானதாக இல்லாததால் அயல்நாட்டு முதல் தேவைப்படுகிறது.
10. வளரும் நாடுகளில் மூலதன அமைப்பு மிகவும் மெதுவாகவே நடைபெறும். ஆனால் அயல்நாட்டு முதல் வந்தவுடன் மூலதன அமைப்பு விரைவில் நடைபெற்று வருகின்றன.
11. பணவீக்க நேரத்தில் வளரும் நாடுகள் மிகவும் கடுமையான சோதனையை சந்திக்க வேண்டியதுள்ளது. அந்த சமயங்களில் அயல்நாட்டு முதல் அதியாவசிய உணவுப் பொருட்கள் மற்றும் நுகர்வோர் பொருட்களை இறக்குமதி செய்கின்றன. இதன் மூலம் பணவீக்கத்தை அயல்நாட்டு முதல் ஓரளவு கட்டுப்பாட்டிற்குள் கொண்டுவருகின்றது.
12. அயல்நாட்டு முதல் புதிய தொழிற்சாலைகள் வளரும் நாடுகளில் நிறுவுகின்றது. இதனால் உள் நாட்டின் வருமானம் கூடுகின்றது. வேலை வாய்ப்பு அதிகரிக்கின்றது. உள்நாட்டு தொழிலாளர்களுக்கு உண்மையிலேயே அதிக கூலி கிடைக்கின்றது.
13. அயல்நாட்டு வாணிபம் மற்றும் உற்பத்தி அதிகரிப்பதால் உள்நாட்டுக்கு வரி மூலம் கிடைக்கும் வருமானம் அதிகமாகின்றது.
14. வெளிநாட்டு பொருளாதார வரவால் உள் நாட்டுக்கு மறைமுகமாக பல நன்மைகள் கிடைக்கின்றன.
15. அயல் நாட்டு முதலை பயன்படுத்துவதால் உற்பத்திக்கு ஆகும் அடக்க செலவு குறைகின்றது. இதனால் பொருளை வாங்குபவர் குறைந்த விலையில் பொருட்கள் வாங்கிய மனநிறைவு அடைகின்றனர்.
16. பொருட்களை நல்ல தரமானதாகவும், புதிய பொருட்களை அறிமுகப்படுத்துவதால் நுகர்வோர் திருப்தி அடைகின்றனர். இவைகள் யாவும் அயல்நாட்டு முதல் வளர்ந்து வரும் நாடுகளில் பயன்படுத்துவதால் இத்தகைய நன்மைகள் கிடைக்கின்றன. இவ்வளவு நன்மைகள் இருந்தாலும் இதன் வரவால் சில அபாயங்கள் உள் நாட்டிற்கு ஏற்படுகின்றன. அவைப் பற்றி கீழே காணலாம்.

அயல்நாட்டு முதலால் உண்டாகும் அபாயங்கள் (தீமைகள்) (Dangers of Foreign Capital)

1. உள் நாட்டின் கடன் சுமையை அயல்நாட்டு முதல் ஏற்படுத்துகின்றது. இதனால் வளரும் நாடுகள் கடனை திரும்ப செலுத்த முடியாமல் ஒரு நிரந்தர சுமையை தாங்குகின்றது.
2. அயல்நாட்டு உதவியை நம்பி வளர்ந்து வரும் நாடுகள் உள்ளன. இதனால் அவர்களின் பொருளாதாரம் மற்றும் அரசியல் சுதந்திரம் பறிபோகின்றது.
3. உள்நாட்டு முதலீடுகளுக்கு முக்கியத்துவம் கிடைப்பதில்லை. கிடைக்கின்ற வாய்ப்புக்களை அயல்நாட்டு முதலீடுகள் பயன்படுத்திக் கொள்வதால் உள்நாட்டு முதலீட்டாளர்களுக்கு வாய்ப்புகள் குறைகின்றன.
4. அயல்நாட்டு முதலீடுகளை தடையின்றி வளரும் நாடுகள் வரவேற்பதால் வளர்ச்சி பணிக்காக முன்னுரிமை அளிக்கப்பட்டவைகள் பாதிப்பு அடைகின்றது.

ஐரோப்பிய டாலர் சந்தை (Euro dollar Market)

ஐரோப்பிய டாலர் சந்தையின் வளர்ச்சியின் விளைவாக சர்வதேச பொருளாதாரம் வளர ஆரம்பித்துள்ளது.

ஐரோப்பிய டாலர் என்பது நிதிச் சொத்துக்களையும் பொறுப்புக்களையும் அமெரிக்க டாலரின் மதிப்பில் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. ஆனால் அதன் வாணிகம் ஐரோப்பிய நாடுகளில் நடைபெறுகிறது. ஐரோப்பிய டாலர் சந்தை என்பது எந்த நாடு டாலர்களை வெளியிடுகின்றதோ அந்த நாட்டை தவிர மற்ற நாடுகளில் பணத்தை டெபாசிட் செய்யப்படுவதாகும். ஆசியன் டாலர் சந்தை, ஈரோ - எண் சந்தை, ஈரோ ஸ்டர்லிங், ஈரேஸ்விஸ், ஈரோ பிரான்ஸ் ஆகியவை ஈரோ டாலர் சந்தை எனப்படும்.

1. ஈரோ டாலர் சந்தையின் சிறப்பியல்புகள்

இது ஒரு சர்வதேச சந்தையாகும். எந்த நாடும் இதனை கட்டுப்படுத்த முடியாது.

எ.கா. அமெரிக்க டாலரை லண்டன் வங்கியில் வைப்பு தொகையாக செலுத்தும் பொழுது அமெரிக்க நாடு அதனை கட்டுப்படுத்த முடியாது. அதே போல் லண்டனில் உள்ள அமெரிக்க டாலரை இங்கிலாந்து அரசாங்கம் கட்டுப்படுத்த முடியாது. ஏனெனில் அது ஒரு அமெரிக்க டாலர் ஆகும்.

2. இது ஒரு குறுகிய கால பணச் சந்தையாகும்.

ஈரோ டாலரை குறுகிய கால கடனுக்கு மட்டுமே வழங்கப்படுகிறது. ஈரோ பாண்ட் நீண்ட கால கடனை வழங்குகின்றது.

3. இது ஒரு மொத்த சந்தையாகும்.

இது ஒரு கர்ன்சியாகும். பெரிய அளவில் செயல்படுவதற்கும்.

4. இது மிகவும் போட்டி கொண்ட சந்தையாகும்.

உலகளாவிய வைப்பு ரசீது (Global Deposit Receipt)(G D R)

வெளிநாட்டில் உள்ள இந்திய வங்கி உலகளாவிய வைப்பு ரசீது வழங்குகின்றது. ஈரோ பங்கு வெளியீடு நடவடிக்கையாக இந்த ரசீது வழங்கப்படுகின்றது. இந்த ரசீதானது அமெரிக்க டாலரின் காணப்படும். இந்திய குடியிருப்பு அல்லாத முதலீட்டாளர்களுக்கு இந்த ரசீது வழங்கப்படுகிறது. இந்திய கம்பெனிகள் தமது பங்குகளையும் மாற்றக் கூடிய அரசு பத்திரங்களையும் அயல்நாட்டு மெர்ச்சன்ட் வங்கி மூலம் ஐரோப்பிய முதலீட்டாளர்களுக்கு அந்திய செலவாணிக்காக வெளியிடுகின்றது. (அமெரிக்க டாலரை தவிர) வெளி நாட்டினர் வெளிநாட்டு மெர்ச்சன்ட் வங்கி மூலம் பங்குகளை பெறும் பொழுது உலகளாவிய வைப்பு ரசீது அவர்களால் வழங்கப்படுகிறது.

இந்திய குடியிருப்பு அல்லாத முதலீடுகள் (Non Resident Indian Investments)

இந்திய குடியிருப்பு அல்லாத இந்தியா லம்சா வழியில் பிறந்தவர்கள் இந்தியாவில் முதலீடு செய்தால் அவர்களை இந்திய குடியிருப்பு அல்லாத முதலீட்டாளர் என அழைக்கப்படுகிறது.

பொருள் விளக்கம்

1. இவர்கள் இந்திய குடிமகன்
2. இவர்கள் நிரந்தரமாக அயல்நாட்டில் வசிப்பவர்கள்
3. வேலை வாய்ப்புக்காக அல்லது இந்தியா பிரிவினை ஆவதற்கு முன்பு இந்தியாவை விட்டு சென்றவர்கள் இந்திய குடியிருப்பு அல்லாதவர்கள் என அழைக்கப்படுகின்றனர்.

முதலீட்டு வசதி மற்றும் சலுகைகள்

இவர்களுக்கு இந்திய வங்கியில் கணக்கு துவங்கி அந்திய செலவாணி வசதிகளை பெறலாம். இவர்களுக்கு இரண்டு விதமான கணக்குகள் இந்திய வங்கியில் உள்ளன.

1. சாதாரண குடியிருப்பு அல்லாத கணக்கு (Non ordinary Resident India Account)NRI A/C
 2. குடியிருப்பு அல்லாத வெளிக் கணக்கு (Not ordinary Resident India Enternal Account)
1. சாதாரண குடியிருப்பு அல்லாத கணக்கில் இந்திய ரூபாயில் கணக்கு துவங்கலாம். வெளிநாட்டு வங்கி மூலம் பணத்தை அனுப்பலாம் இதன் வட்டிக்கு வருமான வரிவிலக்கு அளிக்கப்படுகிறது.
 2. குடியிருப்பு அல்லாத வெளிக் கணக்கில் ரூபாய் அல்லது பவுண்ட் ஸ்டெர்லிங் கணக்கு துவங்கலாம். இதற்கு நன்கொடை வரிவிலக்கு அளிக்கப்படுகிறது. அரசு நிரங்களில் முதலீடு செய்யலாம். உறவினர்களுக்கு பணத்தை அன்பளிப்பு அளிக்கலாம். அதற்கு நன்கொடை வரி விதிக்கப்படுவதில்லை.

1. உலகளாவிய வைப்பு இரசீது என்றால் என்ன? அதன் சிறப்பியல்பு என்ன? விவரி? (What is Global Depository Receipt (G.D.R) Explain Features of G.D.R - (Now - 1997)

இந்தியாவிற்கு வெளியே செயல்படும் அயல்நாட்டு வைப்பு வங்கியால் (Overseas Depository Banks) வெளியிடும் ஒரு சான்றிதழே உலகளாவிய வைப்பு இரசீது என்று பெயர். (G.D.R.) இரசீது இரசீது அமெரிக்க டாலரில் காணப்படும். ஐரோப்பிய வானிக நடவடிக்கைகளாகிய (Euro Issue)க்காக U.S டாலர் வழங்கப்படுகிறது. இதன்படி அயல்நாட்டு முதலீட்டாளர்களுக்கு அயல்நாட்டு பணத்தைப் பெற்றுக் கொண்டு அதற்கு பதிலாக இந்த இரசீது வழங்கப்படுகிறது. இதனை சாதாரண பங்குகளாகவோ அல்லது மாற்றத் தக்க கடன் பத்திரங்களாகவோ வெளியிடப்படுகிறது.

சிறப்பியல்புகள்

- 1 இந்திய கம்பெனிகள் ஐரோப்பாவில் வாழும் இந்திய முதலீட்டாளர்களுக்கு அயல்நாட்டு வைப்பு வங்கி மூலம் சாதாரணப் பங்குகள் அல்லது மாற்றத்தக்க கடன் பத்திரங்களை உலகளாவிய வைப்பு இரசீதும் மூலமாக வெளியிடுகிறது.
2. Euro Issue பொதுவாக முனைமத்தில் வெளியிடப்படுகிறது.
3. வெளிநாட்டு இயந்திரங்கள், கச்சாப் பொருட்கள் இறக்குமதி செய்ய உதவுகின்றது.
4. Euro Issue வினால் அந்திய செலவாணியின் இருப்பு அதிக அளவில் தேவையில்லை.

2. இலாப மறுமுதலீடு என்றால் என்ன? What is plughing back of profits (Now - 96)

ஒரு கம்பெனியின் ஆண்டுகளில் கிடைக்கும் இலாபத்தையும் முழுவதுமாக பங்குதாரர்களுக்கு பகிர்ந்தளிக்காமல் அதில் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை எதிர்கால தேவைக்காக ஒதுக்கீடு செய்து தேவைப்படும் பொழுது இந்த ஒதுக்கீட்டை திரும்பவும் பயன்படுத்திக் கொள்வதைத்தான் இலாபத்தை முதலீடு செய்து கொள்முதல் என்று பெயர்.



பாடம் - 15

தனியார் வெளிநாட்டு முதலீட்டுக் கொள்கை (Private Foreign Investment Policy)

வெளிநாட்டு தனிநபரின் பணவளங்கள் இந்தியாவுக்கு வருவதே வெளிநாட்டு தனியார் மூலதனம் என்று பெயர். இந்த வெளிநாட்டு முதல் கடனாகவோ அல்லது சாதாரண பங்குகளாக வரலாம்.

வணிகடன்கள் (Commercial Loans)

வெளிநாட்டு நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து இத்தகைய கடன் பெறப்படுகின்றன. இதற்கு செலுத்தும் வட்டியானது உலக வங்கி, ஆசிய வளர்ச்சி வங்கி விதிக்கும் வட்டியை விட குறைவாக இருக்கும். இந்தியர் அல்லாதவர்களும் இதில் முதலீடு செய்கின்றன. இது ஒரு குறுகிய கால கடனாகும். செலவு அதிகமாகும்.

சாதாரணப் பங்கு முதல்

வெளிநாட்டு முதலின் அடுத்த வடிவமே சாதாரணப் பங்கு முதலாகும். இதில் நேரடியாக வெளிநாட்டினர் முதலீடு செய்வது மற்றொன்று வெளிநாட்டினர் பல்வேறு துறைகளில் முதலீடு செய்வது. நேரடி முதலீடு என்பது ஒரு நீண்ட கால உற்பத்தியில் முதலீடு செய்து இலாபம் பெறுவது. பல்வேறு துறைகளில் முதலீடு அரசு பத்திரம் மற்றும் பிற பிணையங்களில் முதலீடு செய்கின்றன.

இந்தியாவில் வெளிநாட்டு முதலீட்டு கொள்கை (India's Foreign Investment Policy)

சாதாரணப் பங்கு 1948ல் தொழிற்கொள்கை தீர்மானம் கொண்டு வந்த பிறகு தேசியமயமாக்கப்படலுக்கும் பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் வளர்ச்சிக்கு சாதகமாகயிருந்தது. இதனால் வெளிநாட்டு முதல் இந்தியாவுக்கு வர தடையாக இருந்தது. அதனை நீக்க ஜவஹர்லால் நேரு எடுத்த நடவடிக்கையில் இந்தியாவில் வெளிநாட்டு மற்றும் உள்நாட்டு தொழிற்கூடங்களை வேறுபடுத்தி பார்ப்பதில்லை.

1. வெளிநாட்டினருக்கு சில நியாயமான சலுகைகளை வழங்குவது.
2. வெளிநாட்டு தொழில் நிறுவனங்கள் தேசியமயமாக்கப்படாமல் இருத்தல்.

1956க்கு பிறகு உள்ள வெளிநாட்டு முதலீட்டுக் கொள்கை (Foreign Investment Policy after 1956)

1956 தொழிற்கொள்கை தீர்மானம் மூலம் வெளிநாட்டு முதலீட்டில் பெரிய மாற்றத்தை ஏற்படுத்தவில்லை. இரண்டாவது ஐந்தாண்டு திட்டத்தில் அந்நிய செலவாணி குறைவாக இருந்தது. அதனால் மத்திய அரசு வெளிநாட்டினர் இந்தியாவில் முதலீடு செய்வதற்காக சில சலுகைகளை வழங்கியது. தொழிற்கூடம் ஆரம்பிக்க தேவைப்படும் லைசென்சு முறை தளர்த்தப்பட்டது.

லால் பகதூர் சாஸ்திரி பிரதமர் ஆட்சிகாலத்தில் 1966ல் ராமசாமி முதலியார் கமிட்டி ஒன்றை ஏற்படுத்தியது. அதன்படி

1. சில தொழிற்கூடங்கள் அயல்நாட்டு முதலீட்டு திறந்து வைக்கப்பட்டன.
2. சில தொழிற்கூடங்களுக்கு அயல்நாட்டு முதலீடு கூடாது என்றாலும் தொழில் நுட்ப வசதிகளை செய்து கொள்ள அனுமதிக்கப்பட்டன.

1986ஆம் வருடம் மத்திய அரசு அயல்நாட்டு முதலீடு சம்பந்தமான முன்மொழிவு படிவங்களை அலசி ஆராய்ந்து அதற்கு தேவையான ஆலோசனைகளை வழங்கியது.

1970ல் மத்திய அரசு தொழில் நுட்ப சம்பந்தமான 120 இனங்களை அறிவித்துள்ளது. இதன் மூலம் வெளிநாட்டு தொழில் நுட்பங்களுடன் இணைந்துச் செயல்பட அனுமதி வழங்கப்பட்டது. முன்னுரிமை அற்ற நிறுவனங்களில் அயல்நாட்டு முதலீட்டுக்கு ஊக்கமளிப்பதில்லை.

1973ஆம் வருடம் அந்நிய செலவாணி கட்டுப்படுத்தும் ஒழுங்குமுறை சட்டம் (FERA) பின்வரும் நோக்கங்களுக்காக கொண்டு வரப்பட்டன.

நோக்கங்கள் (Objectives)

1. முன்னுரிமை இல்லாத துறைகளில் அயல்நாட்டு முதலீடுகள் முதலீடு செய்வதை தடுப்பது.
2. முன்னுரிமை உள்ள துறைகளாகிய விவசாயம், கட்டுமானப் பணி, சுகாதாரம்

போன்றவைகளுக்கு அயல்நாட்டு முதலீடுகள் செய்வதை வரவேற்பது.

ஜனதா ஆட்சிகாலத்தில் வெளிநாட்டு முதலீடு

1977 முதல் 1979 வரை ஜனதா ஆட்சிக் காலத்தில் வெளிநாட்டு முதலீடுகளின் வளர்ச்சி வீதம் குறைந்து வந்துள்ளது. இந்தியாவில் போதுமான திறமையான நிபுணர்கள் இருப்பதால் வெளிநாட்டு ஒத்துழைப்பு தேவையில்லை என அரசு கருதியது. FERA சட்டப்படி நுகர்வோர் பொருட்கள், தொழிற் பொருட்களுக்கு அதிக முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்பட்டன.

1980க்கு பிறகு காணப்பட்ட வளர்ச்சி

1980ல் காங்கிரஸ் கட்சி ஆட்சிக்கு வந்ததும் மீண்டும் அயல்நாட்டு முதலீடுக்கான கொள்கையை அறிவித்தது. சில வகை பொருட்களுக்கு அந்நிய முதலீடுக்கு சலுகைகள் அறிவித்தது. வெளிநாட்டில் உள்ள தனிநபர், கம்பெனி, வங்கிகள் இந்தியாவில் சாதாரண பங்கு முதலில் அல்லது கடனாகவோ வெளிநாட்டு முதலீட்டை அனுமதிக்கின்றது. ஒரு வருடத்திற்கு ரூ.100 கோடிக்கு அந்நிய முதலீடு வருகை உயர்ந்து வந்தது.

1991ஆம் வருடம் தொழிற் கொள்கை அறிக்கை வழங்கியது மூலம் புதியதாக வெளிநாட்டிலிருந்து முதலீடு செய்ய விரும்பும் நபர்களுக்கு இந்தக் கொள்கை கவர்ச்சிகரமாக விளங்குகிறது.

மொத்த சாதாரணப் பங்கு முதலில் 51% பங்கு முதலை அயல்நாட்டு முதலீட்டாளர்களுக்கு ஒதுக்கப்பட்டன. இந்த அறிவிப்பு வெளிநாட்டினரை மிகவும் கவர்ந்துள்ளது. முன்னுரிமை பெறாத நிறுவனங்களையும் வெளிநாட்டு முதலீடு உற்சாகப்படுத்தியது. இந்தியாவில் அந்நிய முதலீடுக்கான கொள்கை, விதிமுறை, செயல்முறைகள் மிகவும் தளர்த்தப்பட்டன. இந்தியாவிலிருந்து பொருட்களை வெளிநாட்டிற்கு ஏற்றுமதி செய்யவும், வெளிநாட்டு சந்தையை தக்க வைத்துக் கொள்ள அந்நிய முதலீடு இந்தியாவுக்கு அவசியமாக உள்ளது. அயல்நாட்டு தொழில்நுட்பங்கள் இந்தியாவில் இறக்குமதி செய்யவும் உள்நாட்டு விற்பனை உரிமை தொகையானது 5% வரை செலுத்தவும். ஏற்றுமதி விற்பனையில் 8% ஒட்டு மொத்தமாக ரூ.1 கோடி வரை செலுத்த அனுமதிக்கப்பட்டது.

1986 - 90ல் மொத்த அயல்நாட்டு முதலீடு ரூ.900 கோடியில் வருடத்திற்கு 180 கோடி வரை முதலீடு செய்யப்பட்டன.

ஏன் வெளிநாட்டு முதலீட்டை நாம் விரும்புகிறோம்

அயல்நாட்டு உதவி கிடைக்கவும், அயல்நாட்டு கடன் வசதி பெறவும் நாம் வெளிநாட்டு முதலீட்டை வரவேற்கிறோம்., அந்நிய முதலீடு என்பது நேரடியான அயல்நாட்டு முதலீடு என்றும் அயல்நாட்டு முதலீட்டு கூட்டமைப்பு என இரு பிரிவுகள் உள்ளன இருந்தாலும் நேரடி முதலீடு விரும்பத்தக்கது.

அயல்நாட்டு முதலீட்டின் அவசியம் (Need for foreign Investment)

1. இலாபம் இருந்தால் மட்டுமே முதலீடுக்கு வருவாய் செலுத்த வேண்டும். எனவே வட்டியை நிரந்தரமாக செலுத்த வேண்டியதில்லை.
2. புதிய உற்பத்தியில் ஈடுபடும் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு தேவையான தொழில் நுட்பம், நிதிவசதி, சந்தையிடுகை வசதிகளை அளிக்க அயல்நாட்டு முதலீடு அவசியமாக விளங்குகிறது.
3. உற்பத்தி, போக்குவரத்து, சந்தையிடுகை தரத்தை உயர்த்தவும், மனித வளங்களை முறையாக பயன்படுத்தவும், அயல்நாட்டு சந்தையை வளர்ச்சியடையச் செய்ய அந்நிய முதலீடு அவசியம்.
4. அயல்நாட்டு முதலீடு மூலமாக சந்தையை விரிவாக்கம் செய்யலாம்.

5. போர் காலங்களில் அயல் நாட்டு முதல் ஆபத்தை அளிக்கும் அந்த சமயங்களில் இதனை தவிர்க்க வேண்டும்.
6. நீண்ட கால கடன் மோசமான விளைவை ஏற்படுத்தும்.
7. அயல்நாட்டு முதலானது இலாபத்தை குறைக்கின்றது.
8. அயல்நாட்டு முதல்கள் எதனையும் சார்ந்திருப்பதில்லை.
9. அயல்நாட்டு முதல் வளரும் நாடுகளில் பணவீக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.
10. அயல்நாட்டு முதலீடுகளுக்கு செலுத்த வேண்டிய வட்டி மிகவும் அதிகமாயிருப்பதால் உள்நாட்டு திறுவனங்களின் நிதி நிலைமை பாதிக்கின்றன.
11. அயல்நாட்டு முதலீடுகள் உள்நாட்டு மக்களை (வளரும் நாடுகளில் உள்ள மக்களை) ஏமாற்றுகின்றன.
12. வளரும் நாடுகளில் அயல்நாட்டு முதலீடுகள் கடுமையான போட்டியை உருவாக்குகின்றது. இதனால் உள்நாட்டு முதலீடுகள் அயல்நாட்டு முதலுடன் போட்டியிட முடியவில்லை.
13. வெளிநாட்டு முதலீட்டாளர்கள் பழைய மாடல்கள் கொண்ட இயந்திரங்களையும், பழைய தொழில் நுட்ப நுணுக்கங்களையும் உள்நாட்டுக்கு அளிக்கின்றனர்.
14. அயல் நாட்டுடன் ஒப்பந்தம் செய்துக் கொண்ட தொழில் கூடங்கள் ஏற்றுமதிக்கு உதவுவதில்லை.
15. தேசிய அளவில் கொள்கை எடுத்த உள் நாட்டுடன் அயல்நாட்டு முதல் குறுக்கீடு செய்கின்றது. இதனால் தேசிய அளவில் பிரச்சனைகள் ஏற்படுகின்றன.
16. அயல்நாட்டு முதல் இந்தியா போன்ற நாடுகளில் அதிகமாக காணப்படுவதால் நமது நாடு செலுத்த வேண்டிய கடன் (Balance of payment) நமக்கு சாதகமாக அமைவதில்லை.
17. அயல்நாட்டு முதல் வருகையால் நமது நாட்டின் இயற்கை வளங்கள் சுரண்டப்படுகின்றன.

அயல்நாட்டு முதலின் வகைகள் (Forms of Foreign Capital)(அல்லது) அயல்நாட்டு முதலின் முறைகள் (Methods of Foreign Capital)

அயல்நாட்டு முதல் நான்கு வகைப்படும். அவையாவன.

1. நேரடி முதலீடு (Direct Investment)
2. தனியார் அயல்நாட்டு முதலீடு (Private Foreign Capital Investment)
3. அயல்நாட்டு கூட்டு ஒப்பந்தம் (Foreign Collaboration)
4. நாட்டுக்கு நாடு கடன் பெறுதல் (Inter Government Loan)

1. நேரடி முதலீடுகள் (Direct Investment)

அயல்நாட்டு கம்பெனி என்பது அயல் நாட்டில் பதிவு செய்து அயல் நாட்டினருக்கு சொந்தமானதாகவும், அவர்களே அந்த கம்பெனியை நிர்வாகம் செய்பவர்களாக விளங்குவர். இத்தகைய கம்பெனிகள் தொழில் நடவடிக்கைகளை இந்தியாவில் மேற்க்க கொள்ள வேண்டும் என்ற ஒரே காரணத்திற்காக இந்தியாவில் கம்பெனிகளை தொடங்கலாம் இத்தகைய தொழில் நடவடிக்கைகளை தனி நபர் அல்லாத கம்பெனிகள் மேற்க்க கொள்ளும் இந்திய பங்குகளை வாங்குதல், மேலாண்மை சேவைகளை பயன்படுத்துதல், இயந்திர சாதனங்களை வாணிக குறியீடு போன்றவைகளே நேரடி அயல்நாட்டு முதலீடுகளாகும். (Direct Foreign Investment)(D.F.I) அயல் நாட்டினர் நேரடியாக இதில் முதலீடு செய்து இந்தியாவில் தொழில் நடவடிக்கைகளில் இறங்குகின்றனர். இந்திய கம்பெனிகளின் பங்குகள், ஸ்டாக் கடன் பத்திரங்களை அயல்நாட்டினர் வாங்கும்பொழுது அதனை துறைசார்ந்த முதலீடு (Portfolio Investment)(P.F.I) எனப்படும்.

2. தனியார் அயல்நாட்டு முதல் (Private Foreign Capital or Private Foreign Investment)

தனியார் அயல்நாட்டு முதலானது பொதுவாக நேரடி முதலீடாக விளங்குகின்றது. இந்தியா நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சி மற்றும் தொழில் வளர்ச்சிக்காக தனியார் அயல்நாட்டு முதலீடு அதிக பங்கு வகிக்கின்றது.

தனியார் அயல்நாட்டு முதலீடு இரண்டு வழிகளில் செயல்படுகின்றது.

- அவை
1. நேரடி முதலீடு
 2. துறை சார்ந்த முதலீடு

1. நேரடி முதலீடு

இம்முறையில் அயல்நாட்டு முதலீட்டாளர்களின் அசையும் சொத்துக்கள் யாவும் வெளிநாட்டில் இருக்கும் அதாவது எங்கே முதலீடு செய்கிறார்களோ அங்கு சொத்துக்கள் இருக்கும்.

2. துறைசார்ந்த முதலீடு (Portfolio Investment)

இந்திய கம்பெனிகளின் பங்குகளையும், கடன் பத்திரங்களையும் அயல்நாட்டு கம்பெனிகள் வாங்கினால் அதனை துறைசார்ந்த முதலீடு எனப்படும்.

நேரடி முதலீட்டில் எந்த நாட்டில் முதலீடு செய்யப்பட்டுள்ளதோ அந்த கம்பெனியின் முதலீட்டாளர்களின் வசம் நிர்வாகம் இருக்கும்.

தனியார் அயல்நாட்டு முதலின் முக்கியத்தும் (Importance of private Foreign Capital)

பேராசிரியர் ரேமண்ட் மிக்சி செல் என்பவர் தனியார் முதலீட்டாளர்கள் முதல், தொழில், நுட்பம், நிர்வாக அனுபவம் ஆகியவைகளை மட்டும் கொண்டு வருவதோடு புதிய தொழிலையும் அறிமுகப்படுத்துகிறார்கள் என கூறுகிறார். நேரடி அயல்நாட்டு முதலீட்டானது முதலீடு செய்யப்படும் நாடுகளுக்கு முதல் மட்டும் அந்நிய செலவாணி வசதிகளையும் மட்டும் கொண்டு வருவதோடு நிர்வாகத் திறமை. தொழில் நுட்பம் நிர்வாகத்தில் தேவைப்படும் தொழில் அறிவுகளையும் கொண்டு வருகிறது.

தனியார் அந்நிய முதலீட்டால் கிடைக்கும் நன்மைகள்

1. இது புதிய தொழில் நுட்பத்தை உருவாக்குகின்றது. தொழில் முனைவோரின் திறன் புதிய எண்ணம் ஆகியவைகளை உருவாக்குகின்றது.
2. தனியார் அந்நிய முதலீட்டானது உள்ளூர் முதலீட்டுக்களை இரண்டு வழிகளில் உற்சாகப்படுத்துகின்றது.
 - அ. முதலில் உள்ளூர் தொழில் முனைவோர்களிடம் கூட்டாண்மை (Partnership)யில் தொழில் தொடங்குதல்.
 - ஆ. உள்ளூரில் உள்ள துணை பொருட்களுக்கு தேவையான உருவாக்குதல் இதன் மூலம் உள்ளூர் முதலீட்டாளர்கள் அதிக அளவில் முதலீடு செய்ய வாய்ப்பை உருவாக்குகின்றது.
3. தொழிலாளர்களின் திறமையை வளர்க்க அவர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கப்படுகின்றது.
4. வளரும் நாட்டின் மூலதன அமைப்பின் விகிதம் விரைவாக ஏற்பட உதவுகின்றது.
5. வளரும் நாட்டிற்கு உற்பத்தி திறனை வளர்க்க உதவுகின்றது.
6. இவர்களுக்கு இலாபம் ஈட்ட வேண்டும் என்ற நோக்கம் இருந்தாலும் மற்றவர்களுக்கு பயன்படும் வகையில் ஆக்க பூர்வமான காரியங்களில் ஈடுபடுகின்றனர்.
7. மற்ற நாட்டுக்கு செலுத்த வேண்டிய பாக்கிய குறைப்பதால் நிதி சம்பந்தப்பட்ட பாரம் குறைகின்றது.

8. உள்நாட்டில் உள்ள முற்றுரிமை பெற்றவர்களை தடுக்கவும் போட்டியை அதிகரிக்கவும் இது உதவுகின்றது.
9. புதிய உள்நாட்டு தொழில் நிறுவனங்கள் தோன்ற உதவுகின்றது.
10. உள்நாட்டில் தயாரித்த பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்யவும் இறக்குமதி தேவையை குறைக்கவும் இது உதவுகின்றது.
11. வெளி நாட்டில் உள்ள புதிய தொழில் நுட்பங்களை முதலீடு பெறும் நாடுகளுக்கு மற்ற பல வசதிகளை செய்து தருகின்றது.
12. அயல்நாட்டு முதலினால் உள் நாட்டில் முதலீடு தொகை அதிகரிப்பதால் உள்நாட்டில் வேலை வாய்ப்பு வருமானம் அதிகரிக்கின்றது.

தனியார் அயல் நாட்டு முதலினால் ஏற்படும் அபாயங்கள் (Demerits of Private Foreign Capital)

1. அதிக இலாபம் கிடைக்கும் தொழில்களில் மட்டும் முதலீடு செய்கின்றனர். இதனால் உள்நாட்டில் (முதலீடு பெறும் நாடு) முன்னுரிமை பெற்ற நிறுவனங்கள் பாதிப்பு அடைகின்றது.
2. உள்நாட்டில் அரசியல் விவகாரத்தில் தேவையில்லாமல் தலையிடுவதால் உள்நாட்டு பிரச்சனை ஏற்படுகின்றது.
3. சில நேரங்களில் நேர்மையற்ற வர்த்தக நடைமுறைகளை பின்பற்றுவதால் பயன்பெறும் நாடுகளில் உள்ள மக்கள் ஏமாற்றப்படுகின்றனர்.
4. நாட்டின் வளர்ச்சிக்கான பல்வேறு திட்டங்களை செயல்படுத்தியிருக்கும் நாடுகளுக்கு இதன் பங்கு தேவையில்லை.
5. இதன் வருகையால் பயன்பெறும் பொருட்களில் உள்ள உள்ளூர் தொழில் கூடங்களின் இலாபம் குறைகின்றது. இலாபம் குறைவதால் உள்நாட்டு வருமானம் குறைகின்றது.
6. முதலீடு பெறும் நாடுகளில் உள்ள செலுத்த வேண்டிய கடனுக்கு பாதகமான முடிவை இது ஏற்படுத்தும்.
7. அரசியல் சூழ்நிலைக்கு இது ஏற்றதல்ல.
8. வளர்ந்து வரும் நாடுகளுக்கு இதன் வரவு உகந்தது அல்ல.
9. பொருளாதார முன்னேற்றம் தொழில் மயமாக்குதல் போன்ற வசதிகளை அளிப்பதில்லை.

பொது அயல்நாட்டு முதல் (Public Foreign Capital)

தனியார் அயல்நாட்டு முதலை விட பொது அயல்நாட்டு முதலீடுகள் வளர்ந்து வரும் நாடுகளுக்கு மிகவும் முக்கியமானதாகும். பொது அயல்நாட்டு முதல் என்பது அயல்நாட்டு அரசாங்கம் இந்தியா போன்ற வளரும் நாடுகளில் முதலீடு செய்வதாகும். அயல்நாட்டு முகமை அல்லது நாட்டுக்கு நாடு கடன் வழங்கும் முறையில் வெளிநாட்டு அரசாங்கம் தமது நாட்டு முதலை வளர்ந்து வரும் நாடுகளுக்கு அளிப்பதால் அந்த நாட்டின் மூலதன அமைப்பு விரைவில் ஏற்படுகின்றது.

2. அயல்நாட்டு கூட்டு ஒப்பந்தம் (Foreign Collaboration)

வெளிநாட்டினரும் நமது நாட்டு முதலீட்டாரும் ஏற்படுத்திய ஒப்பந்தம் அயல் நாட்டு ஒப்பந்தம் என்று பெயர். இரண்டு நாட்டு முதலீட்டாளர்கள் கூட்டாக பங்கு கொள்கிறார்கள் மூன்று வழிகளில் இந்த ஒப்பந்தம் ஏற்படுகின்றது.

1. அயல்நாட்டு தனி நபரும் இந்தியரும் பங்குக் கொள்ளும் ஒப்பந்தம்.
2. இந்திய அரசாங்கத்திற்கும் வெளிநாட்டினருக்குமிடையே ஏற்படும் ஒப்பந்தம்.

3. இந்திய அரசாங்கத்திற்கும் வெளிநாட்டு அரசாங்கத்தினருக்கு மிடையே ஏற்படும் ஒப்பந்தம் தற்பொழுது அயல்நாட்டு கூட்டு ஒப்பந்தத்தை ஊக்குவிக்க இந்திய அரசு கொள்கை முடிவாக கொண்டுள்ளது.

இந்திய அரசு மூன்று விதமான தொழில்சாலைகளை கூட்டு ஒப்பந்தத்திற்கு தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது.

1. இந்திய தொழில் நிறுவனங்கள் வெளிநாட்டு நிதிக்கு ஒப்பந்தம் செய்ய அனுமதித்துள்ளது. ஆனால் வெளிநாட்டு தொழில் நுட்ப ஒப்பந்தம் இருக்கலாம் அல்லது இல்லாமல் இருக்கலாம்.
2. தொழில் நுட்பத்திற்கும் மட்டும் ஒப்பந்தம் செய்ய அனுமதி பெற்ற தொழில் நிறுவனங்கள்.
3. நிதி மற்றும் தொழில் நுட்பத்திற்கு ஒப்பந்தம் செய்ய அனுமதிக்க முடியாத தொழில் நிறுவனங்கள்.

3. நாடுகளுக்கிடையே கடன் பெறுதல் (Inter Government Loan)

இந்தியா போன்று வளர்ந்து வரும் நாடுகளுக்கு அமெரிக்க போன்று வளர்ந்த நாடுகள் கடன் உதவி அளிப்பதே நாடுகளுக்கிடையே கடன் பெறும் முறையாகும். அயல்நாட்டு கடன் முறையில் இந்தியா போன்ற நாடுகளுக்கு அயல்நாடு முதல் வருகின்றது. இத்தகைய கடன்களை உள் நாட்டில் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு பயன்படுத்தலாம். அயல்நாட்டு அரசாங்க கடன் உதவிகளை கொண்டு வளர்ந்து வரும் நாடுகள் தங்களது நாட்டின் சமூக பொருளாதார வளர்ச்சிக்குப் பயன்படுத்தலாம்.

குறைகள்

1. நடுநிலை வகிக்கும் நாடுகளில் அயல்நாட்டு அரசாங்கம் கடன் வசதி செய்து கொடுத்தால் அயல்நாட்டு அரசாங்கத்தின் ஆதிக்கம் கடன் பெற்ற நாடுகளில் ஒங்கி திற்கும்.
2. இத்தகைய கடன்கள் தேவையின் அடிப்படையில் வழங்காமல் அரசியல் பின்னணியில் வழங்குகின்றது.
3. இந்த முறை நம்பத்தகுந்தது அல்ல. இரண்டு நாடுகளுக்கிடையே பகை ஏற்பட்டால் கடன் வசதி நின்று விடும்.

4. அயல்நாட்டு நிதி நிறுவனங்களில் கடன் பெறுதல் (Loan from International Institutions)

வெளிநாட்டு முதலீடுகள் இந்தியாவுக்கு பல்வேறு வெளிநாட்டு நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து கடன் பெறுவது மூலம் வருகின்றது. உலக வங்கி (World Bank) அல்லது மறு அமைப்பு மற்றும் வளர்ச்சிக்கான அயல்நாட்டு வங்கி (International Bank for Reconstruction and Development) சர்வதேச நிதி (International Monetary Fund) (IMF) ஆசிய வளர்ச்சி வங்கி (Asia Development Bank) ஆசிய சர்வதேச அமைப்பு நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து இந்திய அரசாங்கத்திற்கு அயல்நாட்டு முதல் கிடைக்கின்றது.

ஐரோப்பிய வெளியீடு (Euro - Issue)

இந்திய கம்பெனிகள் ஐரோப்பிய நாடுகளில் உள்ள முதலீட்டாளர்களுக்கு பங்குகள், மாற்றக் கூடிய கடன் பத்திரங்களை (அரசாங்க பத்திரங்களை) அயல்நாட்டு மெர்சன்ட் வங்கிகள் மூலம் வெளியிடுகின்றன.

உலகளாவிய வைப்பு ரசீது (Global Deposit Receipt)(GDR) மூலம் இந்த வெளியீடு நடைபெறுகிறது.

தனியார் அயல்நாட்டு முதலில் காணப்படும் குறைகள் (Short Coming of Private Foreign Capital)

1. வெளிநாட்டில் உள்ள தனியார் நிறுவனங்கள், தனிநபர்கள் இந்தியாவில் சில குறிப்பிட்ட பகுதிகளில் மட்டுமே முதலீடு செய்ய கவனம் செலுத்துகின்றனர். பொதுவாக நுகர்வோர் பொருட்களில் மட்டுமே முதலீடு செய்ய விரும்புகின்றனர்.
2. பொதுத்துறை நிறுவனங்களில் முதலீடு செய்ய விருப்பம் தெரிவிப்பதில்லை.
3. அயல்நாட்டு முதலீட்டாளர்கள் தொழில் நுட்ப பகுதியில் மட்டுமே முதலீடு செய்ய விரும்புகின்றனர். இதனால் அவர்களுக்கு தொழில் நுட்பத்திற்குரிய உரிமத்தொகை கிடைக்கின்றது.
4. இந்தியாவில் உள்ள சந்தை வாய்ப்புக்களை அயல்நாட்டு முதலீட்டால் பாதிக்கப்படுகின்றது.
5. ஆரம்பக் கட்டத்தில் அயல்நாட்டு முதலீட்டால் இலாபம் கிடைத்தாலும் நீண்ட கால பார்வையில் செலுத்த வேண்டிய தொகை அதிகமாகயிருக்கும்.
6. உள்நாட்டு அரசியலில் ஈடுபட வாய்ப்புள்ளது. இதனால் உள்நாட்டு குழப்பம் ஏற்படுகிறது.

தற்கால நிலைமை (Present Position)

இங்கிலாந்து நாட்டிலிருந்து தான் சுதந்திரத்திற்கு முன்பும் பின்பும் முதலீடு இந்தியாவுக்கு கிடைக்கின்றது. சணல், சர்க்கரை, சிமெண்ட், பருத்தி போன்றவைகளில் இங்கிலாந்து நாட்டு முதலீடு இந்தியாவில் வந்துள்ளது. ரஷ்யா, ஜெர்மனி போன்ற நாட்டிலிருந்து தொழில் நுட்பம் இந்தியாவிற்கு வந்துள்ளது.

இந்தியரல்லாத வெளிநாட்டினர் (Non Resident India) NRI

தனியார் வெளிநாட்டு முதலீட்டில் இந்தியரல்லாத வெளிநாட்டினர் அங்கு முதலீடு செய்கின்றனர். இவர்களுக்கு இந்தியாவில் உள்ள வங்கிகள் பின்வரும் மூன்று வகை கணக்குகள் துவங்கியுள்ளது.

1. Non Resident ordinary account (NRO)
2. Non - Resident ordinary Account (NRO)
3. Foreign currency Non - Resident Account (FCNR)

இந்தியரல்லாத வெளிநாட்டினரை கவர்ந்திழக்க பின்வரும் நடவடிக்கைகளை வங்கி மேற்கொள்கின்றது.

1. பாரத ஸ்டேட் வங்கி NRI தரப்பினரை கவர்ந்திழக்க சிறப்பு பத்திரம் வெளியிடுவதன் மூலம் வெளிநாட்டு முதலீடு இந்தியாவிற்கு வருகின்றது.
2. இந்திய வளர்ச்சி நிதி, இந்திய நிதி என்ற புதிய நிதி திட்டத்தை NRI மக்களுக்காக யூனிட்டி டிரஸ்ட் ஆப் இந்தியா அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.
3. இந்தோ - சூயஸ் ஆசியா முதலீட்டு சேவை நிறுவனமும் கேன் பேங் இணைந்து ஹிமாலயன் நிதியை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.
4. இந்திய மேக்னம் நிதியை பாரத ஸ்டேட் வங்கி அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.
5. NRI மக்கள் முதலீடு செய்யும் தொகைக்கு வழங்கப்படும் வட்டிக்கு வருமான வரி விலக்கு அளிக்கப்படுகின்றது.
6. செல்வ வரி நன்கொடை வரி ஆகியவற்றிற்கு வரிவிலக்கு அளிக்கப்படுகிறது.

வினாக்கள்

1. அந்நிய முதலீட்டின் அவசியத்தை விவரி?
2. அந்நிய முதலீட்டின் வகைகளை கூறுக.

3. வெளிநாட்டில் தனியார் முதலீட்டின் நன்மை, குறைபாடுகளை கூறுக.
4. வெளிநாட்டினரின் நேரடி முதலீட்டை பற்றி குறிப்பு தருக.
5. வெளிநாட்டு முதலீட்டால் இந்தியாவுக்கு கிடைக்கும் நன்மை தீமைகளை விளக்குக.



பாடம் - 16

அமைப்பை உருவாக்கும் திறன் (Creativity in Organisation)

புத்தாக்கம், புதியவைகளை உருவாக்குதல், போட்டி சூழல்களை எதிர்கொள்வது ஆகியவை நவீன அமைப்பு முறையின் ஒரு அங்கமாகும்.

உருவாக்கும் திறன் பொருள் விளக்கம் (Meaning)

ஒரே மாதிரியான செயலுக்கு அல்லது வழக்கமாக அல்லது ஒரு செயலுக்கு மதி நுட்பத்துடன் செயல்படுத்துவதே உருவாக்கும் திறன் என்று பெயர்.

உருவாக்கும் திறன் (Creativity) - புத்தாக்கம் (Innovation)

ஒரு புதிய கருத்தை திறம்பட வெளிப்படுத்துவதே அல்லது அதனை வளர்ச்சியடையச் செய்வதே உருவாக்குதல் என்று பெயர். புத்தாக்கம் (Innovation) என்பது அந்த புதிய கருத்துக்களை பயன்படுத்துவதாகும். ஒரு அமைப்பு நிறுவனத்தில் புதிய பொருள், புதிய சேவை, புதிய உற்பத்தி வழிமுறைகளை பயன்படுத்துவதே புத்தாக்கம் என்று பெயர். உருவாக்கிய புதிய கருத்துக்களை திறம்பட நடைமுறையில் பயன்படுத்த வேண்டும்.

புதிய கருத்தை உருவாக்கும் திறனின் செயல்முறை நிலைகள் (Stages in Creative Process)

இரண்டு நபர்கள் ஒரே கருத்தை நினைத்துக் கொண்டு பணி புரிய முடியாது. ஆகவே கருத்து உருவாக்குதல் பல செயல் முறைகளை கொண்டுள்ளது. அவை

1. ஒரு பிரச்சனையை நிர்ணயித்து அதனை தீவிரமாக அலசி ஆராய்ந்து அதன் மூலம் கருத்துக்களை உருவாக்குதல்.
2. அத்தகைய கருத்துக்களை பல்வேறு கோணங்களில் அலசி பார்த்து, அதனை எதிர்க் கொண்டு பல தீர்வுகளை நிர்ணயிப்பது.
3. தேவையற்றவைகளை நீக்கி விடுதல்.
4. தீர்வுகளில் சரியான ஒன்றை தேர்ந்தெடுப்பது.
5. கருத்துக்களில் ஏற்படும் சந்தேகங்களை நிவர்த்தி செய்வது.

கீழ்க்காணும் கருத்து உருவாக்கும் திறன் நிலையை விரிவாக காண்போம்.

1. Saturation

ஒரு நிறுவனத்தின் மேலாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட பிரச்சனையை எண்ணிப் பார்த்து எந்த சூழலில் அந்த பிரச்சனையை எதிர்கொள்ள வேண்டும். எதற்கு கவனம் செலுத்த வேண்டும் என ஆராய வேண்டும் பிரச்சனை தோன்றிய விதம், அதன் முக்கியத்துவம், நிறுவனத்திற்கு ஏற்பட்ட உறவு போன்றவைகளை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

2. Deliberation

பிரச்சனையை தீர்க்க அறிவு மட்டும் போதாது. அதனை பகுப்பாய்வு செய்து, பிரச்சனைக்கும் தீர்வுக்கும் உள்ள உறவுகளை ஏற்படுத்தி ஆராய வேண்டும்.

3. Incubation

எல்லா பிரச்சனைகளும் எளிதில் தீர்வுகாணமுடியாது சில பிரச்சனைக்கு தீர்வு காண்பது கடினமான காரியம், அத்தகைய பிரச்சனைக்கு உரிய தீர்வை பல்வேறு கோணங்களில் பார்க்க வேண்டும்.

4. Illumination

பிரச்சனைக்குரிய தீர்வுகள் ஒன்றுக்கு ஒன்று தொடர்புடையதாகவும், கலந்து காணப்படும். அவைகளில் சரியான தீர்வை மேலாளர் எடுக்க வேண்டும். பல்வேறு ஊகங்களை ஏற்படுத்தியும் தீர்வு காணலாம்.

5. Accomodation

புதிய கருத்துக்களை விஞ்ஞான அடிப்படையில் உருவாக்கியதும் அதனை நிறுவன வளர்ச்சிக்கு எடுத்துக் கொள்வது அவசியமாகும். சிலவகை கருத்துக்களை ஆய்வு கூடம், சோதனை மூலம் உருவாக்கப்படுகிறது. அதற்கு கணித முறை மூலம் கணக்கிட்டு அதனை சரிபடுத்தலாம். உண்மையான பிரச்சனையுடன் ஒப்பிட்டு பார்த்து புதிய கருத்துக்களை உருவாக்கலாம்.

ஆகவே கருத்துக்களை உருவாக்குதல் திறன் என்பதை மேலே கண்ட ஐந்து நிலைகளிலிருந்து பெறப்படுகின்றன.

வினாக்கள்

1. புதிய கருத்துக்களை உருவாக்கும் திறன் உதவும் நிலைகளை விவரி?



பாடம் - 17

அமைப்பு முறை உருவாக்கும் திறன் (Organisation Creativity)

ஒரு நிறுவனத்தின் மேலாண்மையானது அங்கு பணிபுரியும் தனிநபரின் உருவாக்கு திறனை மேம்படுத்துவதாகும். தனி நபரின் உருவாக்கும் திறனை ஏற்படுத்த பின்வரும் காரணிகளை மேலாண்மை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

1. பணி நிறைவு (திருப்தி)
2. பணியாளர்கள் தங்களுக்கு தெரிந்த கருத்துக்களை எந்த வித பயமில்லாமல் சுதந்திரமாக வெளிப்படுத்த அனுமதிப்பது.
3. பிரச்சனையை வெளிக்கொண்டுவரும் திறமை.
4. புதிய கருத்துக்கள், எண்ணங்களை உருவாக்குதல், பிரச்சனைக்கு தேவையான பலவகையான தீர்வுகளை ஏற்படுத்துதல்.
5. அணுகுமுறையில் நெகிழ்ச்சி தன்மை.
6. வித்தியாசமான புதிய கருத்துக்கள், எண்ணங்களை தோந்தெடுப்பது.

7. சரியான தகவல் தொடர்பு கருத்துக்களை உருவாக்க நல்ல சூழல் அமைத்துக் கொடுப்பது, நிர்வாகம், உடன்பணிபுரியும் சகபணியாளர்கள் ஒத்துழைப்பு ஆகியவை அவசியமாக உள்ளது.

அமைப்பு முறையில் உருவாக்கும் திறன் ஏற்பட உதவும் சூழல்கள் (Climate for Organisational Creativity)

ஒன்றை பார்த்தவுடனோ அல்லது பார்க்காமலோ உருவாக்கும் திறனை எளிதில் ஏற்படுத்த முடியாது. ஆகவே ஒவ்வொருவருக்கும் சில சூழல்களை கருத்துக்களை உருவாக்கும் திறனை பெற்றிருப்பார்கள் இருந்தாலும் அவர்களுக்கு நல்ல சூழல் அமைத்துக் கொடுப்பது நிறுவனத்தின் கடமையாகும். சில நிறுவனங்கள் அமைப்பு முறையில் கடமைகள், பொறுப்புகள், ஒப்படைப்பு, பணி, மனித உறவுகள் ஆகியவற்றை தெளிவாக கூறுவதில்லை. இத்தகைய சூழலில் உருவாக்கும் திறன் கடினமாக இருக்கும்.

ஆகவே உருவாக்கும் திறன் மேம்படைய நிறுவனத்தின் அமைப்பு முறை சூழல் நன்றாக இருக்க வேண்டும்.



பாடம் - 18

அமைப்பு முறையில் உருவாக்கும் திறனின் செயல்முறைகள் (Creative Process in Organisation)

உருவாக்கும் திறனின் அமைப்பு முறையில் உளவியல் மற்றும் சமூக ரீதியில் சில தடைகள் ஏற்படும். அத்தகைய சூழலிருந்து மாறுபட பின்வரும் செயல்முறைகள் அவசியமாக விளங்குகிறது.

உருவாக்கும் திறன் மேம்படைய உதவும் நுட்பங்கள் (Techniques for developing Creativity)

1. Attribute Listing

தனிப்பட்ட நுட்பங்களாகிய Attribute Listing அறிவுறுத்தல்கள் ஆகிய இரண்டு முறைகள் உள்ளன. Attribute Listingல் முடிவு எடுப்பவர் முக்கியமான பிரச்சனைகளை எடுப்பார்கள்.

2. நேரடி அறிவுறுத்தல்கள் (Directed Instructions)

விளக்கங்கள் அறிவுறுத்தல்கள் மூலம் கருத்துக்கள் பெரும்பாலும் உருவாக்கப்படுகின்றன.

3. Brain Storming

Alex. F. OSborn என்பவரை Father of brain Storming என அழைக்கப்படுகிறார். Brain Storming என்பது ஒரு சிறந்த நுட்பமாகும். இதன் மூலம் பிரச்சனைக்கு தீர்வு காணவும், தீர்வு காண முடியாதவைகளுக்கு சிறந்த வழியும் கிடைக்கிறது.

Brain Storming விதிகள்

1. கருத்துக்களை விமர்சனம் செய்வதில்லை.
2. கருத்துக்களின் தரத்தை வழியறுத்தல்.
3. உற்சாகப்படுத்துவதன் மூலம் கருத்துக்களை மேம்படுத்துதல்.

4. Synetics

William J. Gordon என்பவர் Synetics என்ற நுட்பத்தை உருவாக்கினார். ஒரு பிரச்சனைக்கு தீர்வுக்கான பல நபர்கள் குழுவாக கூடி அந்த குறிப்பிட்ட பிரச்சனைக்கு தீர்வு காண்பதும், அமைப்பு

முறையில் காணப்படும் அனைத்துப் பிரச்சனைக்கு தீர்வு காணலாம் என கூறுகிறார்.



பாடம் - 19

தொழில் நிறுவன முடிவுகள் (Business Decisions)

தொழில் நிறுவனங்கள் ஒவ்வொன்றும் ஒவ்வொரு விதமான நோக்கங்களை ஏற்படுத்துகின்றனர். சந்தை நிலையில் காணப்படும் மாற்றம், உற்பத்திக்கான தேவையில் மாற்றம், நுகர்வோர் விருப்பம் மாறுதல், தொழில் நுட்ப மாற்றம், அரசாங்கத்தின் போக்கு போன்றவைகளால் மாற்றங்கள் ஏற்படுகின்றன. இத்தகைய மாற்றங்களால் தொழில் நிறுவனம் பாதிக்கப்படுகின்றன. இதனால் நிறுவனம் தொடர்ந்து நடைபெறலாம் அல்லது மூடக்கூடிய சூழல் ஏற்படலாம். இத்தகைய முடிவுகளை மேல்நிலை மேலாண்மையினரே எடுக்க முடியும். மேல்நிலை மேலாண்மையினர் சமூகம், பொருளாதாரம், தொழில்நுட்பம், அரசியல், சட்டம் போன்ற சூழல்களை கருத்தில் கொண்ட முடிவு எடுக்க வேண்டும்.

தொழில் கொள்கை (Business Policy)

பல்வேறு துறை தலைவர்கள் முடிவு எடுக்க மேல்நிலை மேலாண்மையினர் கொள்கை முடிவு எப்படி எடுக்க வேண்டும், என்ற வழிகாட்டலை ஏற்படுத்தி தருகின்றனர். இத்தகைய நெறிபடுத்தி வழிகாட்டுதல் மூலம் நிறுவனத்தில் ஒட்டு மொத்த நோக்கத்தை எளிதில் நிறைவேற்றலாம். தொழில் கொள்கை என்பது நிறுவனத்தின் எதிர்காலம் பற்றிய முடிவு எடுப்பதாகும். சந்தையில் உள்ள வாய்ப்புக்கள், கிடைக்கக்கூடிய வளங்கள், தற்போதைய வளங்கள், போட்டியாளரின் நிலை போன்றவைகளை ஆராய்ந்து புலனாய்வு செய்த பின்னரே கொள்கை முடிவு எடுக்கப்படுகின்றது.

தொழில் கொள்கை என்பது நீண்ட கால நோக்கங்களை கொண்டது நிறுவனத்தின் அளவு, அதன்நிலை அங்கு பணிபுரியும் மனித வளங்களின் திறமை, இயந்திரங்கள், ஆகியவை அனைத்தும் நிறுவன நோக்கத்தை அடைய உதவுகின்றது. கொள்கை என்பது முறையின் அல்லது முறைசாராதவையாக இருக்கலாம். இது மேல் நிலை மேலாண்மையினரால் நிர்ணயிக்கப்படும் கீழ்நிலை பணியாளர்களால் நிறைவேற்றப்படுகின்றன.

தொழிற்கொள்கையின் முக்கியத்துவம் (Significance of Business Policy)

சரியான பாதையில் சென்று முடிவு எடுக்க பெரிய நிறுவனங்களில் மேல்நிலை மேலாண்மையினரே முடிவு எடுக்க வழிகாட்டுகின்றனர். எதிர்காலத்தை சரியாக திட்டமிடாமல் மேல்நிலை மேலாண்மையினர் முடிவு எடுத்தால் அந்த நிறுவனம் தோல்வியை தழுவும் பருத்தி ஆலைகள் வெற்றிகரமாக நீண்டகாலமாக செயல்பட்டுவருவதற்கு காரணமே அவர்களின் தொலைநோக்கு பார்வையாகும் பல்வேறு உற்பத்தியில் ஒரு நிறுவனம் ஈடுபட்டு வந்தால் நிச்சயம் அந்த நிறுவனம் வெற்றிபெறும்.

தொழில் கொள்கையின் இயல்பும் நோக்க எல்லையும் (Nature and Scop of Business Policies)

1. நிறுவன உத்திகளுக்கு தகுந்தவாறு பொதுக் கொள்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும்.
2. கொள்கையானது நிறுவனத்திற்கு சரியான வழிகாட்டலாக அமைய வேண்டும்.
3. இது நிறுவனத்தின் நீண்ட கால நோக்கங்களை கொண்டதாக இருக்க வேண்டும். நிறுவனத்தின் பொதுக் கொள்கைகளை உருவாக்கவும், செயல்படுத்தவும் அதிகாரம்

பெற்றவர்கள் மேல்நிலை மேலாண்மையினர் ஆவர்.

தொழில் கொள்கையின் நோக்க எல்கை விரிவாக பரந்துக் காணப்படுகிறது. இது உற்பத்தி காரணிகள், உற்பத்தி இலக்கை நிர்ணயித்தல், நிதிவசதி, சந்தைப்படுத்தல், சமுதாய பொறுப்பு, அரசுடன் காணப்படும் தொடர்பு போன்றவைகளை தொழில் கொள்கை தீர்மானிக்கின்றது. நிறுவனத்தின் உள்புற சூழல் மற்றும் வெளிப்புறச் சூழலை நாம் முன் கூட்டியே அறிந்திருந்தால் சூழலுக்கு தகுந்தவாறு நம்மால் சரியான முடிவு எடுக்க முடியும். எனவே சூழலை அறிந்து கொள்கையை உருவாக்க வேண்டும். நிறுவனத்தின் பெரிய முடிவுகளை மேல்நிலை மேலாண்மையினர் எடுக்கின்றனர். செயல் நிறைவேற்றப்பாளர்கள் பலர் ஒன்று கூடி இக்கையை முடிவுகளை எடுக்க வேண்டும்.

மேல்நிலை மேலாண்மை (Top Management)

மேல்நிலை மேலாண்மை என்பது கம்பெனிக்கு கம்பெனி அதன் அளவு மாறுபடும். சிறிய நிறுவனங்களில் ஒரு சில நபர்கள் மட்டுமே மேல்நிலை மேலாண்மையினராக இருப்பார்கள். பெரிய நிறுவனங்களில் பத்து அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட குழுவாக இருப்பார்கள். அவர்கள் இயக்குநர் அவை, செயற்குழு என்ற அமைப்பு இருக்கும் தலைவர், பொதுமேலாளர், மேலாண்மை இயக்குநர் என்ற நபரின் கீழ் அந்தக்குழு செயல்படும் கடமைகளையும் பின்வரும் பொறுப்புக்களையும் மேல்நிலை மேலாண்மையினர் செய்கின்றனர்.

1. நிறுவனத்தை சுற்றியுள்ள சூழல்களை ஆராய்வது.
2. தமது நிறுவனத்திற்கு எந்த கொள்கை, உத்திகள் பொருத்தமாக இருக்கும் என அடையாளம் கண்டுகொள்வது.
3. நிறுவனத்தின் கொள்கைகள், உத்திகளை உருவாக்குவது.
4. நிறுவனத்திற்கு தேவையான முதலை திரட்டவும், சொத்துக்களை வழங்க மறுபரிசீலனை செய்வது, ஒப்புதல் அளிப்பது.
5. நிறுவனத்திற்காக வரவு செலவு திட்டம், நிகழ்ச்சி திட்டங்கள் (Programmes) மாஸ்டர் பிளான் போன்றவைகளை தயாரிப்பது.
6. செயல் நிறைவேற்றப்பாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பது.
7. நிறுவன குறிக்கோளை மதிப்பீடு செய்வது.
8. பொருத்தமற்ற குறிக்கோள், கொள்கைகளை நீக்குவது.
9. எதிர்கால திட்டம்.

நமது நிறுவனத்தின் கொள்கை என்ன? அது எப்படி இருக்க வேண்டும் என மேல்நிலை மேலாண்மையினர் எண்ண வேண்டும்.

அரசுடன், அரசியல், தொழிலாளர் அமைப்பு, தொழிற்சங்கம், பொதுமக்கள் ஆகியவற்றுடன் தொடர்பு ஏற்படுத்தி கொள்ள வேண்டும்.

மேல்நிலைச் செயல்நிறைவேற்றப்பாளர்கள் (Top Executives)

மேலாளர், மேலாண்மை இயக்குநர், தலைவர், இயக்குநர்களே நிறுவனத்தின் தலைமை பொறுப்பு உள்ளவர்களாக இருப்பார்கள் இவர்களே நிறுவனத்தின் முடிவு எடுப்பவராகவும், செயல் ஊக்கம் அளிப்பவர்களாகவும், இருப்பார்கள்.

நிறுவன கொள்கை மற்றும் கம்பெனி உத்திகள் (Business Policy and Corporate Strategy)

உத்திகள் என்பது ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள நோக்கங்களின் தொகுப்பும், பெரியக் கொள்கைகளும் அடங்கியதாகும். உத்திகள் (Strategy) என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் அடிப்படை குறிக்கோள் நோக்கங்கள் கொண்டதாகும் என Schendel and Hatten கூறுகிறார்.

உத்திகள் செயல்முறை முடிவுகளிலிருந்து வேறுபடுகின்றது. செயல்முறை முடிவு என்பது

நிறுவனத்தின் அன்றாட நடவடிக்கையை பற்றியதாகும். நிறுவன கொள்கைக்கும் கம்பெனி உத்திக்கும் நிறைய வேறுபாடுகள் உள்ளன. அவை.

1. கம்பெனி உத்தி என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் ஒட்டு மொத்த அமைப்பை குறிப்பதாகும். நிறுவன கொள்கை என்பது ஒரு குறுகிய எல்லையைக் கொண்டது.
2. நிறுவனக் கொள்கை என்பது போட்டியை எவ்வாறு அணுகுவது போட்டியாளரின் நிலை எவ்வாறு இருக்கும் என ஆராய்கின்றது.
3. சூழல் மாற்றத்திற்கு தகுந்தவாறு அரிதான வளங்களை முழுமையாக பயன்படுத்துவது, கச்சாப்பொருள் அளிப்பவர், வாடிக்கையாளர்கள், சமுதாயம் ஆகியவற்றுடன் கம்பெனி உத்தி நெருங்கிய தொடர்பு கொண்டுள்ளது.

நிறுவனக் கொள்கை என்பது அறிவு பூர்ப்பமான சிந்தனை கொண்ட செயல்முறையாகும்.

நிறுவன கொள்கையை உருவாக்கும் நிலைகள் (Stages in Formulating Business Policy)

நிறுவனக் கொள்கையை உருவாக்குவது கடினமான காரியம் இதனை மிகவும் கவனத்துடன் உருவாக்க வேண்டும். இதனை செயல்படுத்த அதிக செலவு ஆகும். அதிக வளங்களை பயன்படுத்த வேண்டும். ஒரு கம்பெனியில் கொள்கையை நிர்ணயிக்க பின்வரும் நிலைகளை கடந்து வரவேண்டும். அவை.

1. நிறுவனத்தின் சூழல்களை விரிவாக ஆராய வேண்டும்.
2. நிறுவனத்தின் நோக்கம், குறிக்கோளை தெளிவாக வரையறுக்க வேண்டும்.
3. நிறுவனத்தின் வெளிப்புறச் சூழல்களாகிய பொருளாதாரம், அரசியல், சட்டம், தொழில்நுட்பம் ஆகியவை எந்த அளவுக்கு நிறுவன நோக்கத்திற்கு ஒத்து போகின்றது என்பதை ஆராய வேண்டும்.
4. நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கக்கூடிய வாய்ப்புக்களையும், எச்சரிக்கையும் கவனிக்க வேண்டும்.
5. நிறுவனத்தின் உள்புற திறனை மதிப்பீடு செய்வது.
6. கொள்கை நிறைவேற்றுவதற்கு பல்வேறு மாற்று முடிவுகளை மேற்கொள்வது.
7. கொள்கை முடிவுக்கு பல்வேறு மாற்று கொள்கைகளை உருவாக்குவது.
8. தேந்தெடுக்கப்பட்ட பொருத்தமான கொள்கையை அமுல்படுத்துவது.
9. அமுல்படுத்தப்பட்ட கொள்கையை அடிக்கடி மறுபரிசீலனை செய்வது இவையாவும் கொள்கை உருவாக்குவதலின் படி நிலைகளாகும்.

நிறுவனக் கொள்கையை தீர்மானிப்பது (Determination of Business Policy)

நிறுவன கொள்கையை பின்வருமாறு தீர்மானிக்கப்படுகின்றன.

1. நிறுவன நோக்கங்கள் குறிக்கோள்களை ஏற்படுத்துவது (Objectives and Goals)

ஒவ்வொரு நிறுவனமும் தமக்கென சில நோக்கங்களையும், குறிக்கோளையும் தெளிவாக கூறவேண்டும். நிறுவன நோக்கங்களும், குறிக்கோளும் வரையறுக்கப்பட்ட பிறகு அந்த நோக்கத்தை அடையும் வகையில் நிறுவன கொள்கையை உருவாக்க வேண்டும். செலவை குறைத்து இலாபத்தை உயர்த்துவது (Minimisation of Costs and Maximisation of Profit) நிறுவனத்தின் குறிக்கோளாகும்.

ஆ) புறச்சூழல் (External Environment)

ஒவ்வொரு தொழில் நிறுவனமும் வெளிப்புறச் சூழலை ஆராய வேண்டும். ஏனெனில் வெளிப்புறச் சூழலானது நிறுவனத்தின் கொள்கையை பாதிக்கும். ஆகவே பின்வரும் வெளிப்புறச்

குழல்களை கருத்தில் கொண்டு கொள்கையை தீர்மானிக்க வேண்டும்.

அ) போட்டி (Competition)

நிறுவனத்தின் போட்டி கம்பெனிகளின் பலம், பலவீனம், நிதிநிலைமை போன்றவற்றை கவனமாக ஆராய வேண்டும்.

ஆ) அரசாங்கத்தின் கொள்கை (Government Policy)

ஒவ்வொரு அரசாங்கமும் தொழில்நிதி, சங்கவரி கொள்கையை கடைபிடித்து வருகின்றன. அரசாங்கத்தின் விதிகள், வரிக்கொள்கை, பொருளாதாரக் கொள்கை, முதலீட்டுக் கொள்கை, அந்நிய செலவாணி கொள்கை போன்றவற்றிற்கு தகுந்தவாறு கம்பெனி தனது கொள்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

இ) வெளிநாட்டு கொள்கை (Foreign Policy)

அரசாங்கம் ஒரு குறிப்பிட்ட வெளிநாட்டு கொள்கையை பின்பற்றலாம். மற்ற நாட்டுடன் தொடர்பு வைத்துக் கொள்ளும் முறை, இறக்குமதி தடை, ஏற்றுமதி வளர்ச்சி போன்ற அரசு வெளிநாட்டு கொள்கையை தெரிந்த பிறகே கம்பெனி தனது கொள்கையை உருவாக்க வேண்டும்.

ஈ) பணியாளர் கொள்கை

மனித வளங்களில் உறவும் நிறுவன கொள்கைக்கு ஒரு காரணியாக அமைகின்றது.

5. தொழில் நுட்ப காரணிகள் (Technological factors)

ஒரு நாட்டில் தொழில் நுட்ப மாற்றங்களும் ஒரு வெளிப்புறச் சூழலாகும். உற்பத்தி, பொருள் கட்டும், விளம்பரம், விநியோகம் போன்றவைகள் தொழில் நுட்பம் சம்பந்தப்பட்டதாகும்.

அக வளங்கள் (Internal Resources)

ஒரு நிறுவனத்தில் கிடைக்கும் நிலையான முதல், நடைமுறை முதல், தொழில் நுட்பம், கிடைக்கும் கச்சாப் பொருள், பணியாளர்கள், இயந்திர சக்தி ஆகியவை நிறுவனத்தின் கொள்கையை தீர்மானிக்கும் காரணிகளாகும். ஒரு நிறுவனத்திற்கு கொள்முதல், உற்பத்தி, விற்பனை, நிதி, பணியாளர் போன்ற பணிகள் உள்ளன. அதுவே அக வளங்களாகும்.

அ) கொள்முதல் கொள்கை (Purchase Policy)

கொள்முதல் தேவையானது நிறுவனத்தின் கொள்கைக்கு ஏற்றதாக அமையவேண்டும்.

ஆ) உற்பத்திக் கொள்கை (Production Policy)

உற்பத்திக்கான முறை பயன்படுத்தும் இயந்திரம் மின்சாரம் போன்ற உற்பத்தி கொள்கை நிறுவன கொள்கைக்கு உதவுகின்றது.

இ) சந்தையீடுகை கொள்கை (Marketing Policy)

சந்தையின் அளவு, நுகர்வோர் எண்ணங்கள், விநியோக முறை போன்றவை கொள்கையை தீர்மானிக்கும் காரணிகளாக விளங்குகின்றன.

ஈ) பணியாளர் கொள்கை (Personnel Policy)

மனித வளங்களில் உறவும் நிறுவன கொள்கைக்கு ஒரு காரணியாக அமைகின்றது.

6. நிறுவனத்தின் கடந்த காலக் கொள்கையை மறுபரிசீலனை செய்தல் (Review of Past Policies)

நடப்புக் கொள்கையை உருவாக்க நிறுவனத்தின் கடந்தக் காலத்தில் ஏற்படுத்திய கொள்கைகளை ஆராய வேண்டும்.

7. முன் ஆய்வு (Forecasting)

எதிர்காலத்தில் ஏற்படும் பொருளாதாரம், சமூகச் சூழலை கருத்தில் எடுத்துக் கொண்டு கொள்கையை தீர்மானிக்க வேண்டும்.

நிறுவனக் கொள்கையின் குறிக்கோள் (Purpose of Business Policy)

1. நிறுவனக் கொள்கையை தீர்மானிப்பதன் மூலம் தேவையில்லாத செலவுகளை தவிர்த்து இலாபத்தை அதிகரிக்கலாம்.
2. சுமுகமான நிர்வாகம் ஏற்படுத்தப்படுகிறது.
3. நிறுவன செயல்பாடுகளில் ஏற்படும் நேரத்தை வீணாக்காமல் சேமிப்பது.
4. நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை திறம்பட நிறைவேற்றுவது.

வினாக்கள்

1. நிறுவனக் கொள்கை மற்றும் உத்திகளின் சிறப்பியல்புகளை கூறு.
2. ஏன் நிறுவனக் கொள்கை அவசியம்?
3. நிறுவனக் கொள்கை முடிவு எடுப்பதில் மேல்நிலை மேலாண்மையினரின் கடமைகளையும், பொறுப்புக்களையும் கூறுக?
4. நிறுவனக் கொள்கையின் குறிக்கோள், செயல்பரப்பை கூறு?



பரடம் - 20

**நிறுவனக் கொள்கைகளை உருவாக்குதல்
(Formulation of Business Policies)**

ஒரு நிறுவனம் பல்வேறு கோணங்களிலிருந்து வரும் சூழல்களின் அச்சுறுத்தல், இடர்கள், வாய்ப்புகள் ஆகியவற்றை எதிர்கொள்ள வேண்டும். மேல்நிலை மேலாண்மையினரே நிறுவனக் கொள்கைகளை உருவாக்குகின்றனர். கொள்கையானது நிறுவன உத்திகளை போன்றது. இரண்டும் ஒன்றோடு ஒன்று தொடர்புடையது. கொள்கை என்பது செயல் ஆக்கத்திற்கான வழியை காட்டுகின்றது. உத்தியானது செயல் ஆக்கத்திற்கான திட்டத்தை உருவாக்குகின்றது. (The Policy is the guideline for action and the Strategy is the plan of action)

கொள்கையை நாம் எளிதில் உருவாக்க முடியாது. அதனை உருவாக்கும் நபர்களுக்கு நபர்களுக்கு நிறுவனத்தின் சூழல் பற்றிய அறிவு, வளங்களை பயன்படுத்தும் முறை, நிறுவனத்தை நடத்திச் செல்லும் திறமையை அவர்கள் பெற்றிருக்க வேண்டும். கொள்கையில் பின்வருபவைகளை அடங்கியுள்ளது. நிறுவன நோக்கங்கள், சூழல் பற்றிய அறிவு, தேவையை நிர்ணயித்தல், முன்னுரிமை தீர்மானிப்பது, நோக்கத்தை அடைய உதவும் திட்டம், உத்திகள் போன்றவைகளாகும்.

கொள்கை உருவாக்குவதலின் எல்லைகள் (Boundaries for Policy formulation)

ஒரு நிறுவனத்தின் உட்புறம் மற்றும் வெளிப்புறச் சூழல்களே கொள்கை உருவாக்குதலின் எல்லைகளாகும். உரிமையாளர்கள் வரையறுத்து அளவுக்குள் கொள்கையை முதன்மை அதிகாரி தீர்மானிக்கிறார்.

பேரினக் (பெரிய) கொள்கைகள் மற்றும் நுண்ணியியல் கொள்கை (சிறிய) (Major and Minor policies)

நிறுவனத்தின் பெரிய மற்றும் முக்கியமான நோக்கங்களை நிறைவேற்ற பேரினக் அல்லது பெரிய கொள்கைகள் (Major Policies) உருவாக்கப்படுகின்றன.

எடுத்துக்காட்டு (Corporate Leadership Policies)

தலைமைக் கொள்கை, போட்டிக் கொள்கை Focusolicy உத்தம இலாபம் கொள்கை (Profit maximisation Policy, Differentiation Policy, over all cost leadership policies)

1. கம்பெனி தலைமை ஏற்றல் கொள்கை (Corporate Leadership Policy)

என்பது உற்பத்தியை அதிகப்படுத்துவது சந்தையின் அளவை உயர்த்துவது, இலாபத்தை அதிகப்படுத்துவது ஆகியவை இதன் நோக்கமாகும்.

2. Overall Cost Leadersh.

என்பது நிறுவனத்தில் ஏற்படும் செலவுகளை குறைத்து இலாபத்தை அதிகப்படுத்துவதாகும்.

3. Differentiation Policy

என்பது தற்போதைய போட்டியாளர்களின் பொருளிலிருந்து நமது கம்பெனி பொருட்கள் எவ்வாறு வேறுபட்டு உள்ளது என்பதை வெளிப்படுத்துகின்றது. பொருளின் நிறம், தோற்றம், கலவை, எரிபொருள் சிக்கனம், போன்றவைகளை வெளிப்படுத்த வேண்டும்.

4. Subsistence Policy

சந்தையை தக்க வைத்துக் கொள்ள இந்தக் கொள்கை உதவுகிறது.

5. போட்டியாளர் கொள்கை (Competitive Policy)

சந்தையில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுடன் போட்டியிட இந்தக் கொள்கை தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

எ.கா. ஏரியல் சோப்பு, பவுடர், சர்ப் பவுடரை விட எப்படி ஜெயிப்பது என திட்டமிடுவது.

6. Focus Policy

சந்தை பகுப்பாய்வில் குறைந்த வருமானம் மற்றும் அதிக வருவாய் உள்ள நபர்களை வகைப்படுத்த இந்தக் கொள்கை தீர்மானிக்கின்றது.

7. Maximisation of Profit

என்பது எவ்வாறு ஒரு நிறுவனம் செலவை குறைத்து இலாபத்தை உச்ச அளவில் அடைவது என்பதை தீர்மானிக்க இந்தக் கொள்கை உதவுகின்றது.

சிறிநினச் (சிறிய) கொள்கைகள் (Minor Policies)

நிறுவனத்தின் சின்னஞ்சிறு நோக்கங்களை நிறைவேற்ற சிறிய அளவிலான கொள்கைகள் உருவாக்கப்படுகின்றன. இந்தக் கொள்கை அடிக்கடி மாறுதல் காணப்படும். குறுகிய காலத்தை கொண்டது.

Low Growth Policy அல்லது Forced growth Policies என இரண்டு வகையான கொள்கைகள் உள்ளன.

Low Growth Policies - No Charge Policy Retreat Policy, Focus on limited Special Opportunity Policy என மூன்று வகை உள்ளன.

நிறுவனக் கொள்கை வெற்றிகரமாக திகழ தேவையான குணாதிசயங்கள் (Qualities of Successful business Policy)

பொதுவாக நிறுவனக் கொள்கையை உருவாக்க அதிக கவனம் மேல்நிலையினர் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தின் கொள்கை சிறப்பாக அமைய அது கீழ்க்கண்ட குணாதிசயங்களை பெற்றிருக்க வேண்டும்.

1. கொள்கையானது உண்மையானதாக இருக்க வேண்டும்.
2. எளிதில் அடையாளம் காணக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும்.
3. நோக்கங்களை எளிதில் வரையறுக்க வேண்டும்.
4. வாய்ப்புக்கள் முழுவதையும் வெளிப்படுத்தும் திறமையை பெற்றிருக்க வேண்டும்.
5. பணி நிறைவேற்றக் கூடிய கொள்கைகள் ஒன்றுக்கொன்று முரண்படக் கூடியது.
6. நிலைப்பு தன்மையை பெற்றிருக்க வேண்டும். நெகிழ்ச்சியுடையதாக இருக்க வேண்டும்.
7. எல்லோரும் ஒப்புக் கொள்ளக் கூடிய வகையில் கொள்கை விளங்க வேண்டும்.
8. எளிதில் புரிந்துக் கொள்ளும் வகையில் கொள்கை இருக்க வேண்டும்.

நிறுவனக் கொள்கையை மேம்படுத்துதல் (Development of Business Policies)

ஒரு நிறுவனம் அமைப்பு ஸ்திரத் தன்மையோடு செயல்பட வேண்டுமானால் அந்த நிறுவனத்தின் கொள்கையை பொறுத்துத் தான் அதன் வளர்ச்சி அமைகின்றது. எனவே மிகவும் கவனத்துடன் சிந்தித்து நிறுவன கொள்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

'Deserve and then desire' என்பது கொள்கையின் அடித்தளமாக உள்ளது. கம்பெனியின் செயல்பாட்டை மற்றவர்களுக்கு தெளிவாக படம் பிடித்துக் காட்டுவது நிறுவனக் கொள்கையாகும். கம்பெனியின் நற்பெயர், உற்பத்தி தரம், நல்ல நிதிநிலை, நிர்வாக, செயல்திறன், தொழில்நுட்பநிறன், பணியாளர்களிடம் காணப்படும் உறவு போன்றவைகளை கொள்கை வெளிப்படுத்துகின்றது. கொள்கையானது தொடர்ந்து செயல்பட வேண்டும்.

பழமையான கொள்கை என்பது கம்பெனியின் வரலாறு கடந்தக் கால கொள்கை, எதிர்கால செயல் நடவடிக்கைகளை தழுவி யுள்ளது. ஆனால் சுற்றுப்புறச் சூழல் கணக்கில் எடுத்து கொள்வதில்லை. இந்தியாவில் உள்ள சில குடும்பங்கள் நடத்தும் தொழில் நிறுவனங்கள் வெற்றிகரமாக செயல்பட பழமையான கொள்கையே காரணம். ஆனால் நவீன தொழில் நிறுவனங்கள் சூழலுக்கு தகுந்தவாறு தன்னை மாற்றிக் கொள்ள வேண்டும் மாறக்கூடிய கொள்கைகளை தற்போதைய நிறுவனங்களை பின்பற்றுகின்றனர். அடிக்கடி கொள்கைகளை தானாகவே மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும். அப்பொழுதுதான் அதன் நிறை, குறைகளை மதிப்பிட முடியும். SWOT பகுப்பாய்வை பயன்படுத்தி கொள்கையை சுய மதிப்பீடு செய்யலாம்.

நிறுவனக் கொள்கையை உருவாக்கும் வழிக்காட்டல்கள் (Guidelines of formulation of business Policies)

ஒரு நிறுவனக் கொள்கையை உருவாக்க அதிக சிரத்தையும், கவனத்தையும் கையாள வேண்டும். ஒரு கொள்கையில் காணப்படும் குறையானது அந்த நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டை வெளிப்படுத்தும், கொள்கையை உருவாக்குவது மேல்நிலை மேலாண்மையினரின் கடமையாகும். கொள்கையானது நிறுவனத்திற்கு நிறுவனம் மற்றும் நேரத்திற்கு நேரம் மாறுபடும் தன்மையை கொண்டது. கீழ்க்கண்டவைகளை வழிக்காட்டல்களாக எடுத்துக்கொண்டு கொள்கையை உருவாக்க வேண்டும்.

1. நிறுவனத்தின் கொள்கையை ஒரே சீராக இருக்க வேண்டும் நிலைப்பு தன்மையை (Stability) பெற்றிருக்க வேண்டும்.
2. நிறுவனத்தின் நோக்கங்கள், உத்திகளை நிறைவேற்றக் கூடிய வகையில் தெளிவாகவும் எளிதில் புரிந்துக் கொள்ளும் வகையில் கொள்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

கொள்கையானது எளிதில் புரிந்துகொள்ளும் (understanding) வகையில் அமைந்தால்தான் நிறுவன நோக்கத்தை அடைய முடியும்.

3. கொள்கையானது வாய்மொழி அல்லது எழுத்து வடிவில் இருக்கலாம். ஆனால் எழுத்து மூலமான கொள்கையே சிறந்தது. இதனால் எதிர்காலத்தில் வரும் பிரச்சனைக்கு இது ஒரு சான்றாக விளங்கும். எழுத்து மூலமாக கொள்கை அமைந்தால் கீழ்நிலை பணியாளர்கள் அதனை எளிதில் புரிந்துக் கொள்வார்கள்.
4. இது கம்பெனியின் எல்லா பணிகளையும் உள்ளடக்கியதாக இருக்க வேண்டும். நிறுவனத்தில் உள் எல்லா துறைகளையும் ஒருங்கிணைக்கும் தன்மையை பெற்றிருக்க வேண்டும்.
5. இது கம்பெனியின் விதிகள், செயல்முறைகளிலிருந்து வேறுபட்டு காணப்பட வேண்டும். கொள்கை என்பது நிறுவன நோக்கத்தை அடைய உதவும் ஒரு பெரிய கோட்பாடாக விளங்குகின்றது.
6. கொள்கையானது நெகிழ்ச்சி தன்மையை பெற்றிருக்க வேண்டும் (Flexibility) நிறுவனத்தின் நோக்கங்கள், உத்திகள், அனுமானங்கள் மாற்றியமைக்க நேர்ந்தால் அதற்கு தகுந்தபடி கொள்கையை மாற்றியமைக்க வேண்டும். மாறுதலை அனுமதிக்கும் கொள்கைகளை உருவாக்க வேண்டும்.
7. அனைவராலும் ஏற்றுக் கொள்ளக்கூடிய கொள்கைகளை உருவாக்க வேண்டும்.
8. அடிக்கடி கொள்கையின் செயல்பாட்டை மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும்.

கொள்கை அறிக்கை (Policy Statement)

கொள்கையானது எழுத்து வடிவத்தில் இருப்பதே நல்லது. எழுத்து வடிவ கொள்கையை மற்றவர்களுக்கு தகவல் அனுப்பவும், பொருள் விளக்கம் பெறவும் உதவும் கொள்கை அறிக்கை தயாரிக்க ஐந்து விதமான நிலைகள் உள்ளன. அவை.

1. நிறுவனக் கொள்கை பற்றிய சிந்தனை (Conception of business Policy)

கொள்கை பற்றிய சிந்தனையை முதலில் ஏற்படுத்த வேண்டும் பொதுவாக மேலநிலை மேலாண்மையினர் எவரேனும் ஒருவர் தமக்கு தோன்றிய எண்ணத்தை மற்றும் கருத்தை மற்ற மேலநிலை மேலாண்மையினருக்கு அனுப்பி கருத்துக்களை பரிமாறிக் கொள்ள வேண்டும். பின்னர் குழுவாக சேர்ந்து கருத்துக்களை பரிமாறி அதன் மூலம் ஒரு சிறந்த கருத்தை உருவாக்கி அதுவே கொள்கையாக மாறுகின்றது. உருவாகிய கருத்தை எழுத்து மூலம் எழுதுவதே அறிக்கையின் ஆரம்ப கட்டமாகும்.

2. முக்கியமான செயல்நிறைவேற்றாளர்கள் மூலம் மறுபரிசீலனை செய்வது. (Review by the Policy by the Key Executives)

உருவாக்கப்பட்ட அறிக்கையை முதலில் மேலநிலை அதிகாரிகளின் விரிவான விவாதத்திற்கு விடப்படும். பின்னர் கருத்துக்களை பெற்ற பிறகு அறிக்கையை மாற்றி அமைத்து ஒரு சிறந்த முழுமையான அறிக்கையாக மாற்றப்படும்.

3. மீண்டும் செயல் அதிகாரிகளால் பரிசீலனை (Review by Executive Staff)

மீண்டும் ஒரு விரிவான விவாதம் செயல் அதிகாரிகளால் நடத்தப்படும். அவர்கள் கொள்கையை எவ்வாறு நடைமுறைப்படுத்துவது எவ்வாறு அதனை பயன்படுத்துவது நடைமுறையில் அதனை செயல்படுத்த முடியுமா என தீவிரமாக ஆராய்கின்றனர். பின்னர் பரிந்துரைகளையும் கணக்கில் எடுத்துக் கொண்டு தங்களது கருத்துக்களை தலைவரின் (Chairman) கவனத்திற்கு கொண்டு செல்வார்கள்.

4. தலைவரின் ஒப்புதல் பெறுதல் (Approval by the Chairman)

செயல் அதிகாரிகளின் மறுபரிசீலனை செய்த அறிக்கை மற்றும் அவர்களின் பரிந்துரைகளை ஆராய்ந்து பார்த்த தலைவர் இறுதி ஒப்புதல் அளிப்பார்.

5. அறிக்கை அனுப்புதல் (Policy draft Communication)

தலைவரின் ஒப்புதலுடன் நிறுவனக் கொள்கை அறிக்கை எல்லா துறை தலைவர்களுக்கும் தகவலாக அனுப்பப்படும்.

கொள்கையின் நிலைகள் (Levels of Policies)

பல்வேறு நிலைகளில் பல்வேறு துறைகளில் பணியாற்றும் பணியாளர்களின் பணிகளை ஆராய்ந்து கொள்கையாக உருவாக்கப்படுகின்றன. நிறுவனத்தின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றவே இந்த அறிக்கை தயாரிக்கப்படுகின்றன. இந்தக் கொள்கையை உருவாக்க பல்வேறு மேல்நிலை பணியாளர்களும், பல துறைகளில் பணிபுரியும் கீழ்நிலை பணியாளர்களும் இதில் இடம் பெறுகின்றனர்.

கொள்கையின் வகைகள்

1. அடிப்படைக் கொள்கை (Basic Policy)

இந்தக் கொள்கையை மேல்நிலை மேலாண்மையினர் உருவாக்குகின்றனர். இது நிறுவனத்தின் முக்கியமான முடிவுகள் மேற்கொள்ள உதவுகின்றது. இந்த கொள்கையின் செயல் நிலை மேல்நிலையிலிருந்து கீழ் நோக்கி வருகின்றனர். இதன் செயல் பரப்பு பரந்து விரிந்து காணப்படுகிறது. நிறுவனத்தின் அடிப்படை நோக்கத்தை நிறைவேற்ற இந்தக் கொள்கை தயாரிக்கப்படுகிறது. இது எழுத்து மூலமாகவோ அல்லது முறைசாரா கொள்கையாக இருக்கலாம்.

2. பொதுக் கொள்கை (General Policy)

ஒரு நிறுவனத்தின் எல்லா செயல்களையும் ஒருங்கிணைக்க ஒட்டுமொத்த கொள்கையே பொதுக் கொள்கை என்று பெயர். இதனை இடைநிலை மேலாண்மையினம் (துறை தலைவர்கள்) பின்பற்றுகின்றனர். இந்தக் கொள்கை எல்லா துறைக்கும் பொருந்தக் கூடியது.

3. குறிப்பிடப்பட்ட கொள்கை (Specific Policies)

சில குறிப்பிட்ட பணிகளை அல்லது குறிப்பிட்ட துறைக்காக தயாரிக்கப்படும் கொள்கையே குறிப்பிடப்பட்ட கொள்கை என்று பெயர். பல நிலைகளில் செயல்படும் மேலாளர்கள் நிறுவனக் கொள்கையை தங்களது பணிகளின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் பொருட்டு பயன்படுத்துகின்றனர்.

1. மேல்நிலை மேலாண்மையினர் நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் பொருட்டு கொள்கையை பயன்படுத்துகின்றனர். அவர்களே நிறுவனக் கொள்கையை உருவாக்குகின்றனர். நிறுவன நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் வகையில் கொள்கையை தயாரிக்கின்றனர்.
2. கிடைநிலை மேலாண்மையில் பணிபுரியும் துறைத் தலைவர்கள் தங்களது துறையின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் வகையில் உள்ள கொள்கையை பயன்படுத்துகின்றனர்.
3. கீழ்நிலையில் பணிபுரியும் பணியாளர்களாகிய மேற்பார்வையாளர்கள் தங்களது நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் வகையில் உள்ள கொள்கைகளை பயன்படுத்துகின்றனர்.

கொள்கைகளை வகைப்படுத்துதல் (Classification of Policies)

நிறுவனத்தின் பொதுவான கொள்கையான நிறுவனத்தின் அடிப்படை நோக்கத்தை நிறைவேற்றுகின்றது. துறை அளவில் உருவாக்கப்படும் கொள்கைகள் அந்த துறையின் பணிகளின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் வகையில் தயாரிக்கப்படுகின்றன. அவை.

1. சந்தையிடுகை (Marketing)

ஒரு நிறுவனத்தின் முக்கிய துறை சந்தையிடுகை பணியாகும். ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றி அல்லது தோல்வியானது அந்த நிறுவனத்தின் சந்தை பற்றி கொள்கையாகும். இது சந்தை நடவடிக்கைகளை கொண்ட ஒரு வகை கொள்கையாகும். இதில் பின்வரும் காரணிகளை நிர்ணயிக்கின்றது.

அ) பொருள், பொருள் உற்பத்தி, வரிசை, பொருட்கலவை (Product, Product - line, Product, mix)

ஒரு பொருளின் இயல்பு, தன்மை, அளவு, தரம், தோற்றம், வண்ணம், எண்ணிக்கை போன்றவற்றை குறிக்கின்றது. ஏற்கனவே உள்ள பொருள் வரிசையில் புதிய பொருளை சேர்த்தல், பொருள் விரிவாக்கம், பொருள் வேறுபடுத்தி காட்டல், வணிக ஏற்றம், இறக்கம் ஆகியவை இதில் காணப்படும்.

ஆ) விநியோகம் மற்றும் வழங்கல் வழியை தேர்ந்தெடுத்தல் (Distribution and Channel Selection of Policy)

ஒரு பொருள் விநியோகம் செய்யும் முன்பு நீண்ட வழங்கல் வழியை தேர்ந்தெடுக்கலாமா அல்லது சிறிய வழங்கல் வழியை தேர்ந்தெடுக்கலாமா என மேல்நிலை மேலாண்மையினர் முடிவு எடுக்கின்றனர்.

இ) விற்பனை மேம்பாடு கொள்கை (Sales Promotion Policy)

விளம்பரம், பரிசுதிட்டம், நேரடி விற்பனை, கூப்பன், விலைகுறைப்பு, விற்பாண்மை போன்ற அதிரடி நடவடிக்கைகளை சந்தையியல் உத்தியோக கடைபிடித்து விற்பனையை பெருக்க வகுக்கப்படும் கொள்கையே விற்பனை மேம்பாடு கொள்கையாகும்.

ஈ) உற்பத்திக்கான கொள்கை (Production Policy)

பொருளின் எண்ணிக்கை மற்றும் அதன் தரம் என்ற அடிப்படையில் உற்பத்தி கொள்கை தயாரிக்கப்படுகின்றன.

பொருளின் தரம் உயர்ந்தோ, அல்லது குறைந்தோ அல்லது இரண்டும் சேர்ந்து இருக்கலாம். வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பத்திற்கேற்ப, அதன் தரம், அளவு, வண்ணம், கலவை உருவாக்கப்படுகிறது. பொருளின் அடக்கவிலையும் இதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. பொருள் உருவாக்கும் முறை, பயன்படுத்தப்படும் இயந்திரம், பொருளின் வகை, இயந்திர திறன், பயன்படுத்தப்படும் கொள்கலனின் திறன் ஆகியவையும் கணக்கில் எடுத்துக் கொண்டு பொருள் உற்பத்தி கொள்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

உ) நிதிக்கொள்கை (Financial Policy)

நிதி என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் முக்கிய ஆதாரமாகும். நிதியில்லாமல் எந்த செயலும் செயல்பட முடியாது. நடைமுறை முதல், மற்றும் நீண்டகால நிதி நிறுவனத்திற்கு தேவைப்படுகிறது. பின்வரும் சூழலில் நிதி திட்டம் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

1. நிறுவனத்தின் மூலதன அமைப்பு.
2. சொந்த நிதி, உரிமையாளர் நிதி மற்றும் கடன்பத்திரம் மூலம் பெறப்பட்ட நிதி.
3. நீண்டகாலம் மற்றும் குறுகிய கால கடன்
4. கடன்பெறும் மூலங்கள்.
5. நிதி கிடைக்கக் கூடிய காலம்.
6. முதலீட்டின் வகைகள்

7. பங்காதாய கொள்ளை.
8. பெறப்படும் சொத்துக்களின் வகை
9. ஏற்கக்கூடிய இடர்கள்.

ஆகவே நிதிக் கொள்கை கவனத்துடன் தயாரிக்க வேண்டும். இல்லையெனில் நிறுவனத்தின் செயல் நடவடிக்கைகள் நின்று போய்விடும்.

6. ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சிக்கான கொள்கை (Research and Development Policies)

பெரிய நிறுவனங்கள் தங்களுக்கென ஆராய்ச்சிதுறை ஏற்படுத்தி பொருட்களில் பல புதுமைகளை கையாண்டு சந்தையில் ஒரு நிலையான இடத்தை ஏற்படுத்திக் கொள்ளுகின்றன. புதிய சந்தை, புதிய பகுதி, புதிய பொருள் போன்றவைகளில் ஆராய்ச்சி மேற்கொள்கின்றனர்.

7. பொதுமக்கள் தொடர்பு கொள்கைகள் (Public Relation Policies)

நிறுவனத்தில் பொதுத்தொடர்பு என்ற ஒரு பிரிவு ஏற்படுத்த வேண்டும். இதன் மூலம் சமுதாய பொறுப்புக்களை ஓரளவு தீர்க்க முடியும். இது கம்பெனிக்கும், வெளிநபருக்கும் உள்ள தொடர்பை ஏற்படுத்துகின்றது. ஒரு நிறுவனம் சுமுகமாக செயல்பட பொதுத் தொடர்பு கொள்கை அவசியமாகும்.

8. சட்டம் மற்றும் பணியாளர்கள் பற்றிய கொள்கைகள் (Legal and Personnel Policies)

பொருள் உற்பத்தி காரணிகளில் மனித வளம் மிகவும் முக்கியமானதாக கருதப்படுகிறது. மனித வளமே ஒரு நிறுவனத்தின் முதுகெலும்பாக விளங்குகிறது. பணியாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பது, பயிற்சி அளிப்பது, பணியில் அமர்த்துவது, நியாயமான சம்பளம் வழங்குவது பணம் மற்றும் பணம் சாராத சலுகைகளை வழங்குவது, வாழ்க்கைத் தரம் உயர்த்துவது மனித உறவுகளை மேம்படுத்துவது, பணி பாதுகாப்பு வழங்குவது, வீடு வசதி, கல்வி வசதி, புத்துணர்ச்சி போனஸ், ஊக்கத்தொகை போக்குவரத்து வசதி, இலாபத்தில் பங்குக்கொள்ளும் திட்டம், மேலாண்மையில் தொழிலாளர்கள் பங்குக் கொள்ளும் திட்டம் ஆகிய சரத்துக்களை அடங்கிய கொள்கையே பணியாளர் கொள்கையாகும்.

சட்டக்கொள்கை

அரசு இயற்றும் சட்டங்களையும், விதிகளையும், ஒழுங்கு முறைகளையும் நிறுவனங்கள் முறையாக கடைப்பிடிக்க வேண்டும். நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986, (COPRA) முற்றுரிமை தடை வர்த்தக நடைமுறை சட்டம் 1969, (MRTP Act), போன்ற சட்டங்களை அரசு கொண்டு வந்துள்ளது. இந்த சட்டத்தின் நோக்கமானது நேர்மையற்ற வர்த்தக நடைமுறையை தடுப்பது, நுகர்வோரின் உரிமையையும், நலனையும் பாதுகாப்பது இந்த சட்டங்களின் நோக்கமாகும். அரசு இயற்றும் சட்டங்கள் அடிக்கடி மாற்றம் கொண்டு வரும். அதற்கு தகுந்தபடி நிறுவனங்களும் தங்களது சட்டக்கொள்கையை மாற்றிக் கொள்ளும் வகையில் உருவாக்க வேண்டும்.

வினாக்கள்

1. கொள்கை உருவாக்கம் என்றால் என்ன?
2. நிறுவனக்கொள்கையை எவ்வாறு உருவாக்க வேண்டும்?
3. பெரிய மற்றும் சிறிய கொள்கை என்றால் என்ன?
4. நிறுவனக்கொள்கையின் குணாதிசயங்கள் எவை?
5. கொள்கை அறிக்கை என்றால் என்ன?
6. கொள்கை அறிக்கையை தயாரிக்க கவனிக்க வேண்டிய நிலைகளை விவரி?

7. கொள்கை நிலைகளை விவரி?
8. நிறுவனக் கொள்கையின் வகைகளை கூறுக.
9. கொள்கை உருவாக்க காரணப்படும் வழிக்காட்டல்களை கூறுக.



S. Muthiah M.com., M.Phil.,M.A.,D.P.M.
Lecturer in Commerce (S.G.)
A.K.G.S Arts College,Srivaikuntam

Question Pattern

Marks : 100

SECTION - A (5×5=25 Marks)

Answer any FIVE out of EIGHT.

SECTION - B (5×15 = 75 Marks)

Answer any FIVE out of EIGHT.