

**அட்டவணை**

<b>வ.எண்.</b>	<b>பொருள்</b>	<b>பக்க எண்</b>
1.	வணிகநெறிமுறை	1
2.	குறிப்பிட்ட மனித இலக்குகள்	9
3.	வேலைக்கு அமர்த்துதலும் வேலையிலிருந்து நீக்குதலும்	16
4.	சூலியும் வேலை நிபந்தனைகளும்	23
5.	விலையிடல்	37

---



**அங்கம் - 1**  
**வணிக நெறிமுறை**  
**(Business Ethics)**

**வரைவிலக்கணம்**

நெறிமுறை என்னும் சொல் கிரேக்க மொழியில் எத்தோஸ் (ethos) பெறப்பட்டது எனக் கூறப்படுகிறது. இதற்கு ஒழுக்கம் என்ற பொருளாகும். வெப்ச்டர் (Webster) என்பவரது கூற்றின்படி நல்லது மற்றும் கெட்ட நெறிமுறை ஒழுக்க கடமையோடும் பொறுப்போடும் கூறும் கலையே நெறிமுறை என்கிறார். பாம்புர்ட் (Baumhart) என்பவரது என்பவரது கருத்தின்படியே மனித ஒழுக்கத்தை அறிவறுத்தும் தத்துவங்களைக் கொண்டது. நெறிமுறை என்று கூறியுள்ளார். பொதுவாக தீய விஷயங்களைக் காட்டிலும் நல்ல விஷயங்களை மற்றவர்கள் பின்பற்றும் நடவடிக்கைகள் சரியாக இருந்தால் தான் அவற்றை அவர்கள் பின்பற்றுவர். முன்னுக்குப் பின் முரணான கொள்கைகள் இருந்தாலும் அல்லது ஒழுக்கமற்ற செயலாக இருந்தாலும் அது சமூகத்தைப் பாதிக்கும்.

தாமஸ் கார்ட் (Thomas Garret) என்பவரது கூற்றின்படி மனிதனின் குறிப்பிட்ட எல்லைகளைத் தீர்மானிக்கும் அறிவியல் நெறிமுறை என்கிறார். மனித நோக்கங்களை அடைய உதவுவதும் நோக்கங்களுடன் தொடர்புடையதும் நெறிமுறை என்கிறார். ஒரு விதத்தில் நெறிமுறை மனிதனின் குறிப்பிட்ட நோக்கங்களை அடைவதற்கு உதவி புரியும் கலையாக விளங்குகிறது. இதன் அடிப்படையில் மனிதன் தனது அறிவுத் திறமை மூலம் இதர மனிதர்களுடன் எவ்வாறு சமூக உறவு கொண்டிருக்க வேண்டும் என்பதையும் நெறிமுறை தெளிவுப்படுத்துகிறது. சமூக கட்டுப்பாட்டிற்கும் தனிமனிதனின் வளர்ச்சிக்கும் உதவி புரியக்கூடியக் கலையாக நீதிநெறி விளங்குகிறது.

நெறிமுறை ஒரு மனிதனின் வாழ்க்கை தரத்தை மேலும் உயர்த்துவதற்கான வழிமுறைகளை கண்டுகொள்ள உதவுகிறது.

**வணிக நெறிமுறையின் பொருள்**

மனிதனின் குறிப்பிட்ட நோக்கங்களை அடைவதற்குத் தேவையான வணிக நோக்கங்களையும் தொழில் நுணுக்கங்களோடு தொடர்புடையது வணிக நெறிமுறையாகும் தனிமனிதனின், நிறுவனத்தின் வணிகர்களின் மேலும் மொத்தத்தில் சமூக நடவடிக்கைகள் நன்மை பயக்கும் விதத்தில் நெறிமுறைகள் அமைகின்றன. ஒரு தனிமனிதனின் வணிக உலகில் ஓர் அங்கமாக மாறும்போது அவனுக்கு இருக்க வேண்டிய சமுதாய பொறுப்பினை நெறிமுறை விளக்குகிறது.

வணிக சுற்றுப்புற சூழ்நிலையில் கடைபிடிக்க வேண்டிய நல்லொழுக்கத்தை வணிக நெறிமுறை விளக்குகிறது. சமூகத்தில் நல்லொழுக்கத் தொடர்பான தீர்ப்புகளை வணிக நெறிமுறை உள்ளடக்கியுள்ளது. ஒரு நடவடிக்கையின் நல்லது மற்றும் கெட்டது தொடர்பான விஷயங்களையும் சட்டத்திற்கு அப்பாற்பட்ட கேள்விகளுக்கும் வணிக நெறிமுறை பதிலை அளிக்கிறது. ஒரு நடவடிக்கை சட்டப்படி சரியாக இருக்கலாம். அதே நேரத்தில் நெறிமுறைகளுக்குட்பட்டு அது

தவறாக இருக்கலாம் எடுத்துக்காட்டாக ஒரு வியாபாரி ஒரு கிராமத்தில் ஒரு பொருளை அதிக விலைக்கு விற்பனை செய்வது சட்டப்படி சரியாக இருக்கலாம் ஆனால் வணிக நெறிமுறைக்கு அது நியாயமானதல்ல.

**நெறிமுறையும் அமைப்பும் பணிகளின் தொடர்பும்**

மனிதர்களுடன் தொடர்புடைய மேலாண்மை மற்றும் செயல்முறை பணிகளை உள்ளடக்கிய கொள்கைகள் மற்றும் தத்துவங்கள் நெறிமுறைகளில் அடங்கியுள்ளன. மனிதத் தொடர்புகள் வாடிக்கையாளர்கள், பணியாளர்கள், அளிப்போர் கடனீந்தோர், அரசு தனியாளர் வணிகத்தின் சொந்தக்காரர்கள் மற்றும் மேலாண்மை ஆகியவை பாரந்து இருக்கின்றன. அமைப்பின் மேலும் தனிநலன் நோக்கங்களை அடைவதற்குத் தேவையான மேலாண்மை பணிகளை நெறிமுறைகள் முதலில் பயன்படுத்தப் படுகின்றன. அதன்பின் இதர பயிற்சி பெற்ற பணிகளை இவை இயக்குவிக்கின்றன. இவற்றின் முடிவுகள் மேலாண்மை மற்றும் பயிற்சி பெற்ற பணிகள் உதவியுடன் முடிவுகளை எடுக்க உதவுகின்றன.

**நெறிமுறை நிலைகளும் மதக் கொள்கைகளும்**

சமூகத்தில் பல்வேறு விதமான மதக் கொள்கைகள் இருக்கின்றன. பல்வேறு மதக் கொள்கைகள் நெறிமுறை நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்துகின்றன. மனிதர்கள் நடத்தையை மேம்படுத்துவதற்காக நாகரீகமான சமுதாயத்தில் பல்வேறு மதக் கொள்கைகள் ஒன்றோடு ஒன்று இணைந்துள்ளன. ராபர்ட் பார்டெல் (Robert Bartel) கீழ்க்காணும் பல்வேறு நெறிமுறைகளைக் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

### 1. மண்ணின் மைந்தர் தத்துவம் (Doctrine of Sonship)

ஒவ்வொரு மனிதனும் கடவுளின் குழந்தையாக பாவிக்கப்படுகிறான். கடவுள் மேல் பயபக்தியும் மற்றவர்களுக்கும் நன்மை செய்ய வேண்டும். என்ற எண்ணம் ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் இருக்க வேண்டும். தனது பயபக்தியால் ஒரு தனி மனிதனின் தன்னை முழுமையாக வளர்த்துக் கொள்ள அவனுக்கு உரிமையுண்டு.

### 2. சகோதர தத்துவம் (Doctrine of Brotherhood)

ஒரு தனிமனிதனை சமுதாயத்தில் மொத்தமாக பார்க்கும் போது அவனது சகோதரத்துவம் புலப்படும் கடவுளுக்கு முன்னாள் மனிதர்கள் அனைவரும் சமம் என்ற அடிப்படையில் ஒரு மனிதன் அடுத்த மனிதனுடைய உணர்ச்சிகளை மதித்து சகோதரத்தத்துவத்தின் அடிப்படையில் செயல்படுகின்றன.

### 3. வாக்குறுதி தத்துவம் (Doctrine of Convenant)

கடவுள் மனிதர்களின் வாக்குறுதிக்கு செவிசாய்ப்பதால், மனிதன் கடவுள் மீது நம்பிக்கை கொள்ள வேண்டும். கடவுள் அனைத்து மனிதர்களையும் சரிசமமாகப் பேணுவதால் மக்கள் கடவுளிடம் பயபக்தியாக நடந்து கொள்தல் அவசியம்.

#### 4. தர்மகர்த்தா தத்துவம் (Doctrine of trusteeship)

ஒவ்வொரு மனிமனிதனுக்கும் தனிப்பட்ட முறையில் தேவைகள் இருக்கும் போது சுயநலவாதியாக இருத்தல் கூடாது. தனி மற்றும் பொதுமக்கள் நலனைப் பாதுகாக்கும் விதத்தில், தர்மகர்த்தா என்ற முறையில் மற்றவர்கள் தேவையை நிறைவேற்ற கடவுளிடம் வேண்டுகல் அளிக்க வேண்டும்.

#### 5. இரக்க தத்துவம் (Doctrine of grace)

கடவுள் மனிதர்கள் மீது இரக்கத் குணத்தைக் காட்டும் போது மனிதர்கள் அதைத் தவறாக பயன்படுத்தக்கூடாது. ஒரு மனிதன் கடவுளிடம் எவ்விதமான பிரதிபலனையும் எதிர்பாராமல் எவ்விதத் தேவைகளையும் முன் வைக்கக்கூடாது. கடவுளின் செயல்கள் மனிதனின் நன்மைக்கு என்று உணர வேண்டும்.

வணிகத்தில் நல்ல நெறிமுறை ஏன் தேவைப்படுகின்றன?

கீழ்க்காணும் இரு காரணங்களுக்காக வணிகத்தில் நல்ல நெறிமுறைகள் தேவைப்படுகின்றன.

#### 1. மனசாட்சி (Conscience)

பெரும்பாலும் வணிக மேலாளர்கள் தங்களது செய்கைகள் சரியில்லை என்று எண்ணினால் அவர்களால் மனச்சாட்சியுடன் இரவில் சரியாக தூங்க முடிவதில்லை. ஒரு மனிதனின் மனசாட்சி சரியான மற்றும் தவறான நடவடிக்கைகளை தீர்மானிக்கிறது.

#### 2. நம்பிக்கை (Confidence)

வணிகத்திற்கு நல்ல நெறிமுறைகள் இன்றியமையாததாகும் நல்ல நெறிமுறைகள் வெளிக்காட்டப்படும் போது, உறவில்லா நல்லதொரு நம்பிக்கை ஏற்படும். வணிக காப்பீட்டிற்கு நல்ல நெறிமுறைகள் உதவி புரிகின்றன. மக்கள் ஒவ்வொருக்கொருவர் தொடர்பு கொள்வதை நெறிமுறைகள் தவிர்க்கின்றன.

### வணிக நெறிமுறையின் வரலாறு (History of Business Ethics)

#### 1. கிறிஸ்து பிறப்பதற்கு முன்னால் (Before Christ)

கிறிஸ்து பிறப்பதற்கு முன்னால் ஆறாம் நூற்றாண்டிலிருந்து கிறிஸ்து பிறந்த பின் ஐந்தாம் நூற்றாண்டு வரை, கிரேக்க காலம் நெறிமுறை வரலாற்றில் முக்கிய இடம் பெற்றிருந்தது. கிரேக்க நாட்டின் சாக்ரடீஸ் முதன்முதலாக நெறிமுறை தத்துவங்களை சாதகமாக விமர்சித்தார். கிரேக்கர்கள் வணிகத்தின் மூலம் நோக்கங்களை அடையலாம் என நம்பிக்கை கொண்டிருந்தனர். அவர்கள் எண்ணப்படி வணிகத்தின் மூலம் உற்பத்தியை அதிகரித்து அதன் மூலம் செல்வத்தை சேர்த்தல் என்றல்லாமல் மனித வாழ்க்கை முன்னேற்றத்திற்கு உதவுதல் என கருத்து தெரிவித்தனர்.

கிரேக்கர்கள் கருத்துப்படி தனியார் சொத்துக்கள் சேர்ப்பது குற்றமாகக் கருதப்பட்டது. தனியார் சொத்துக்கள் சமூகத்திற்கு எதிராக செயல்பட வாய் என எண்ணினர்.

ஏக கிறிஸ்து பிறந்த பின், நெறிமுறைகளில் மாற்றங்கள் காணப்பட்டன. கிறிஸ்துவின் தத்துவங்களும், அவருடைய போதனைகள் மக்களிடம் துன்பு சேவை முறையில் போன்ற கொள்கைகளை கிறிஸ்துவர்கள் பின்பற்ற வேண்டும் என வலியுறுத்தப்பட்டது. கிறிஸ்துவின் தம்போதுள்ள நெறிமுறைகள் கிறிஸ்துவின் எண்ணங்களை முடிப்படைவாகக் கொண்டவை.

ஏக கிறிஸ்து இறந்தபின் ரோம் ஆட்சி வீழ்ந்தவுடன் தேவாலயங்கள் நெறிமுறை எண்ணங்களை பராமரித்து வந்தன. செலீபான வாழ்க்கைக்குத் தேவையான நெறிமுறைகளை சேமிச் சூக்ளஸ், தேவாலய தளங்கள் முற்றப்படுத்தி நிர்வாகம் விலை கோப்பாட்டை பிரயலயாக்கினார். நன்மைக்கைக்கு முன்பிப்பத்தவம் அளிக்கப்பட்டது. நன்மைதனை மூலமாக தேவாலயங்கள், சட்டம் மற்றும் சட்டவழிகள் துன்ப ஆகியவை வெளிப்பட்டன.

## 2. தொழிற்புரட்சியின் ஆரம்பம்

தொழிற்புரட்சி ஆரம்பிப்பதற்கு முன்னால் ஆய்வறிவித்தின் கொள்கைகளை பிரபலமாக இருந்தன. அக்கொள்கைகள் நெறிமுறையற்ற கொள்கைகளால் வணிகர்கள் கடைபிடிப்பதற்கும் வழிவகுத்தன. அவரது கொள்கைகள் வணிகர்களுடைய போட்டியை தவிர்க்க அரசுக்கு அதிகாரம் இல்லை என வலியுறுத்துகிறது.

## 3. ஷேர்மனின் நம்பிக்கைக்கு எதிரான சட்டம்

1890ம் ஆண்டு ஷேர்மன் என்னும் அறிஞர் நம்பிக்கைக்கு எதிரான சட்டத்தை இயற்றி வணிகர்கள் நெறிமுறை விதிகளை உருவாக்கினார். இச்சட்டம் மூலம் முற்றாரிமை போட்டியை தவிர்க்கவும் கட்டுப்பாற்ற நிறுவனத்தை தோற்றுவிக்கவும் வகை செய்யப்பட்டது நுகர்வோர் மற்றும் போட்டியாளர் உறவு முறையைப் பற்றியும் இதில் தெளிவாகக் கூறப்பட்டுள்ளது. ஆனால் இச்சட்டம் சட்டமுறையில் தெளிவாக செயல்படவில்லை.

## 4. கிளேட்டன் சட்டம் (The Clayton Act)

1914ம் கிளேட்டன் சட்டம் போட்டியை பாதுகாப்பதற்காக இயற்றப்பட்டது. இச்சட்டம் மூலம் விலை ஏற்ற இறக்கம் தன்செய்யப்பட்டு போட்டியை தவிர்க்க வழிமுறைகள் கூறப்பட்டது.

## 5. பெடரல் வியாபார உத்தரவு சட்டம் (The federal Trade Commission Act)

1914ல் ஆண்டு பெடரல் வியாபார உத்தரவு சட்டத்தின்படி வியாபார குழு மூலம் நெறிமுறையற்ற வியாபார நடவடிக்கைகளை தடை செய்வதற்கு அமைக்கப் பட்டது. இந்த உத்தரவு சட்டத்தின் மூலம் நெறிமுறையற்ற வியாபார நடவடிக்கைகள் தடை செய்யப்பட்டு அந்நாட்களில் சமூகத்திற்குப் பயன்படும் விதத்தில் பொருளாதார தத்துவம் உயர்வதற்கு பாடுபட்டது.

## 6. தேசிய சொஸ்தம\_சட்டம் (National Recovery Act)

1900ம் ஆண்டு முதல் 1930 வரை தொழிற்சாலைகளுக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் நெறிமுறைகளை எழுதுவதற்கு பல்வேறு முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப் பட்டன. தேசிய சட்டத்தின் மூலம் சட்டப் பூர்வமான விதிமுறைகள் இயற்றப்பட்டன. 1930ம் ஆண்டுக்குப் பின்னால் நெறிமுறையற்ற விவகார நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்த அரசு நிறுவனங்களால் பல்வேறு முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன.

**வணிக நெறிமுறைகளின் முக்கியத்துவம்**

பணிநிறுவனங்களை நிறைவேற்றுவதற்கான வணிக நோக்கங்களுடன் தொடர்புடையது வணிக நெறிமுறைகளாகும். உலகம் முழுவதும் வணிக நெறிமுறைகளின் தேவையை நாம் கண்காணக்கக் கூடிய இயல்புடையது. வணிகத்தில் முறையற்ற நடை முறைகளைக் கட்டுப்படுத்துவதற்கான சட்டப்பூர்வ நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்ற நெறிமுறைகளை அங்கீகரிக்கும் சமூகத்தின் பல்வேறு வகையான தொழில் நுட்ப நெறிமுறைகள் மற்றும் தனிப்பட்டதை விட சமூக நலன்களை நோக்கி அளிக்கப்பட்டுள்ளன. தனிப்பட்டதை விடிகள் சமூக நலனை நோக்கி சமூக நலன்களை நோக்கி செயல்படும் வகையிலும் உள்ளன.

**1. வாடிக்கையாளரின் நம்பிக்கை (Confidence of customer)**

வணிக நெறிமுறைகளை பிரயோகக்குவதின் மூலம் வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் பணியாளர்களிடமிருந்து எதிர்பார்க்கும் சேவையின் பணியை அதிகரிக்கலாம்.

**2. உறுப்பினர்களிடையே தொடர்பு (Interrelationship of members)**

வணிக நெறிமுறைகள் உறுப்பினர்களிடையே தொடர்பை வலுப்படுத்துகின்றன. விற்பனையாளர்கள், அளிப்போர், நிதியளிப்போர் நம்பிக்கையின்றி தற்காலத்தில் வணிக நெறிமுறையுடன் செயல்பட இயலாது.

**3. வணிகர்கள் நலனை பாதுகாத்தல்**

வணிகர்கள் நலன்களை பாதுகாக்க பணியாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் போட்டியாளர்களிடையே வணிக நெறிமுறைகள் இன்றியமையாததாகிறது. வணிகர்களை ஏமாற்றுவதிலிருந்து பாதுகாப்பதற்கு முறையான வணிக நெறிமுறைகளை வணிகர்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும்.

**4. நுகர்வோர் உரிமைகள் (Rights of Consumers)**

வணிக சமுதாயத்தின் மீது நம்பிக்கை கொள்ளும் நேரத்தில், நுகர்வோர் உரிமைகள் பாதுகாக்கப்பட வேண்டும். நுகர்வோர்கள் பொருட்களைப் பற்றிய விவரங்களைத் தெரிவித்தல், பாதுகாப்பு முறைகளைப் பற்றிய விவரங்களைத் தெரிவித்தல், பாதுகாப்பு முறைகளை அறிந்து கொள்தல், சரியான மற்றும் தரமான பொருட்களை தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் நுகர்வோர் குறைகளைக் கேட்டறிதல் ஆகியவை அடங்கும்.

**5. சமூக விஷயங்கள் (Social issues)**

நுகர்வோர் இயல் சுற்றுப்புற சூழல்களை பாதுகாத்தல் போன்ற சமூக விஷயங்களுடன் வணிகம் தொடர்பு கொண்டிருக்கிறது. இச்சமூக விஷயங்கள் ஒன்றோடு ஒன்று தொடர்புடைய வணிகமும் இவ்விஷயங்களை சந்திப்பதற்கு பல்வேறு சமூக பொறுப்புகளை ஏற்க வேண்டியதிருக்கிறது.

**வணிக நெறிமுறையை பாதிக்கும் காரணிகள்**

இன்று வணிகத் தலைவர்கள் நெறிமுறை சம்பந்தப்பட்ட விஷயங்களை நன்கு அறிந்து வைத்துள்ளனர். ஆதலால் வணிக நெறிமுறைகளின் தரத்தை உயர்த்துவதற்கு அவர்கள் விரும்புகின்றனர். சுயகட்டுப்பாடு மூலம் நல்ல முடிவுகள் கிடைக்கும் என நம்புகின்றனர். கீழ்க்காணும் காரணிகள் வணிக நெறிமுறைகளை பாதிக்கின்றன.

**1. தனிமனிதனின் நெறிமுறைகள் (Personal code of Ethics)**

ஒரு தனிமனிதனின் நெறிமுறைகள் அவனது வாழ்க்கையை பாதிக்கின்றது. ஒரு மனிதனுக்கு வயதாகும் போது, அவனது நடவடிக்கைகள் நெறிமுறைகளாக மாறுகின்றன. அதே நேரத்தில் இளைஞர்கள் நெறிமுறைகளை கடைப்பிடிப்பதில்லை என்ற முடிவுக்கு செல்லக் கூடாது.

**2. சட்டம் (Legislation)**

வணிகர்கள் சுயநலவாதிகளாகவும் வணிக நெறிமுறைகளை கடைபிடிக்காத நேரத்தில், அரசு தலையிட்டு வணிகர்களின் ஆரோக்கியமற்ற செயல்களை தடுப்பதில் தவறு ஏதுவமில்லை.

**3. அரசு விதிகளும் கட்டுப்பாடுகளும்**

பொருள் பாதுகாப்பு, சட்டமுறை எச்சரிக்கை வேலை கட்டுப்பாடுகள் போன்றவை சட்டத்தால் அங்கீகரிக்கப்பட்டது. இவை வணிக மேலாளர்களுக்கு பல்வேறு வழிகாட்டுதல்களை அளித்து அவற்றின் துணையோடு ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடிய நெறிமுறைகளை விளக்குகின்றன.

**4. நிறும நெறிமுறை விதிகள்**

நிறுமம் பெரிய அளவில் வளரும் போது, நெறிமுறை நடத்தை விதிகளின் தரமும் உயர்கிறது. நெறிமுறையற்ற விதிகளால் நிறுமத்தின் பெயர், நன்மதிப்பு மற்றும் மக்களிடமுள்ள நம்பிக்கை வீணாகிறது.

**5. சமூக கட்டுப்பாடுகள்**

வணிக நெறிமுறைகளில் சமூக காரணிகள் முக்கிய பங்கினை வகிக்கின்றன. ஒரு நிறுமம் தரக்குறைவான பொருட்களை மக்களுக்கு அளிப்பதன் மூலம், நிறுமத்தின் மீதுள்ள நம்பிக்கையை நுகர்வோர் இழக்கின்றனர். ஆதலால் ஒரு நிறுமம் நியாயமாகவும், வணிக நெறிமுறைகளை உறுதியாக கடைபிடிக்க வேண்டிய சூழ்நிலை ஏற்படுகிறது.

**6. தொழிலின் நெறிமுறை சூழ்நிலை**

தற்போது நவீன தொழில் போட்டி சூழ்நிலையில் செயல்பட்டு வருகிறது. ஒரு நிறுமம் நெறிமுறை விதிகளைக் கட்டுப்பாட்டுடன் கடைபிடித்தால், அது தனது நிலையை தக்க வைத்துக் கொள்ளலாம். வேறொரு நிறுமத்தை விட அதன் செயல்முறை குறைவாக இருந்தால் நீண்ட கால ஓட்டத்தில் அது நிலைத்து நிற்க முடியாது.

**வணிக நெறிமுறையின் பரப்பு (Coverage of Business ethics)**

வணிக அமைப்பு தனது பணிகளை செவ்வனே செய்வதற்கும் மக்களுக்கு நன்மை பயப்பதற்கும் மனித விருப்பங்களை விஷயங்களை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

1. ஒரு வணிகம் அதிக அளவில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய வேண்டும். அதன் மூலம் மனித விருப்பங்களை நிறைவேற்றும் எண்ணத்துடன் செயல்பட வேண்டும்.
2. வணிகத்தை மேற்கொள்பவர்கள் வணிகத்திற்குத் தேவையான நிதியை ஒதுக்குகிறார்கள். அவர்கள் தங்களது கடமைகளை நிறைவேற்ற தங்களது பணிகளை புத்திசாலித்தனமான முறையில் பணியாற்ற வேண்டும்.



3. வணிகர்கள் பொருட்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் உரிமையுள்ளவர்கள் மனிதர்களுக்கு நன்மை தருகின்ற பொருட்களை உற்பத்தி செய்யவேண்டிய கடமை வணிகர்களுக்கு உண்டு.
4. வணிகம் நீதி கொள்கைகளுக்கு ஏற்ப செயல்பட வேண்டும். ஒவ்வொரு தனி மனிதனின் நிலையையும், ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் சரிசமமான சந்தர்ப்பங்கள் நியாயமான முறையில் அளிக்கப்பட வேண்டும்.
5. ஒரு வணிகம் முதல் அளிப்போருக்கு மட்டும் பொறுப்புக்களை ஏற்காமல், சேவை அளிப்போர், காவலர்கள், மற்றும் ஆரோக்கியமான சூழ்நிலையை ஏற்படுத்தும் பொறுப்பும் வணிகத்திற்கு உண்டு.
6. வணிகம் தனக்காக வாழாமல் சமுதாயத்திற்காக வாழ வேண்டும் என்ற நோக்கத்தை உள்ளடக்கியிருக்க வேண்டும். ஒரு நல்ல மனிதன் சமூக மற்றும் அரசியல் விஷயங்களுடன் தன்னை ஈடுபடுத்தி வாழ வேண்டும்.

#### வணிக நெறிமுறையின் கொள்கைகள்

1. ஒரு வணிகம் தனது வணிகத்தைப் பெருக்கிக் கொள்ளும் போது மனிதத் தேவைகள் அதிகரிக்கின்றது. ஆதலால் மனிதர்களின் முக்கியத்துவம் மற்றும் பெருந்தன்மையை வணிகம் ஏற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.
2. பொருளாதார நடவடிக்கையின் முக்கிய பங்கு நோக்கம் நுகர்வோர் தேவையை நிறைவேற்றுவதாகும். நுகர்வோர் தேவையை நிறைவேற்றுவது ஒரு வணிகத்தின் முடிவான நோக்கமாக இருந்தாலும் அது மட்டுமே முக்கிய நோக்கமாகாது. ஒரு மனிதனின் உண்மையான சந்தோஷத்தைக் கண்டு களிப்பதே வணிகரின் நோக்கமாகும்.
3. ஒரு வணிகம் நடைமுறையில் சேவை மனப்பான்மையை முதலாவதான நோக்கமாவும், லாபத்தை சம்பாதிப்பது அடுத்த நோக்கமாகவும் கொள்ள வேண்டும். இதற்கு முக்கிய காரணமானது காந்தியின் நம்பிக்கை தத்துவத்தில் ஏற்பட்டதாகும். ஒரு வணிகம் தனது வாடிக்கையாளர்கள், பணியாளர்கள், பங்குதாரர்கள் மற்றும் சமூகத்திற்கு பொறுப்பாகிறது. ஒரு வணிகம் சட்டப்பூர்வமான நம்பிக்கையுடன் மக்களின் நலனுக்காக செயல்பட வேண்டும்.
4. வணிகம் நியாயமாகவும், திறமையாகவும் அதே நேரத்தில் மாறும் தன்மையுடையதாகவும் இருக்க வேண்டும். ஏனெனில் தற்காலத்தில் வணிகத்தின் பொறுப்புகள் பல்வேறு நபர்களுக்கும் அரசுக்கும் உண்டு. வணிக மேலாண்மை பல்வேறு நபர்களின் பொறுப்புகளை ஒருங்கிணைத்தல் ஆகும்.
5. ஆரோக்கியமான மற்றும் வெளிப்படையான போட்டி வாய்ந்த இந்த வணிக உலகத்தில் வணிகரின் சமூக நிலையை எப்போதும் பாதுகாக்க வேண்டும். ஒரு வணிகர் தனது வணிகத்தில் கீழ்க்காணும் கொள்கைகளை கடைபிடிக்க வேண்டும்.
  1. தரக்குறைவான பொருட்களை விற்பனை செய்து அதன் மூலம் நுகர்வோர்களை ஏமாற்றக்கூடாது.
  2. கள்ளச் சந்தையை உருவாக்கி அதன் மூலம் கொள்ளை லாபம் சம்பாதிக்க எண்ணக் கூடாது.

3. போட்டியை தவிர்க்கக் கூடாது.
4. விற்பனை, பொருட்களில் முத்திரையிடுதல் மற்றும் பொருட்களை பொதிதல் போன்ற பணிகளை சரியாகவும் நேர்மையாகவும் செய்ய வேண்டும்.
5. நியாயமற்ற முறைகள் மூலம் போட்டியாளர்களின் நற்பெயரை கெடுக்கக் கூடாது.
6. வணிக ஆவணங்களை சரியாக பராமரித்து அவற்றை பார்வையிட அதிகாரமுள்ள நபர்களிடம் காண்பிக்க வேண்டும்.
7. அரசுக்கு செலுத்த வேண்டிய வரிகளை செலுத்தி மற்றும் இதர பொறுப்புக்களையும் முறையாக நிறைவேற்ற வேண்டும்.
8. உற்பத்தியை கட்டுப்படுத்துவதற்கு இதர உற்பத்தியாளர்களுடன் ஒப்பந்தத்தை ஏற்படுத்தக் கூடாது.
9. பணியாளர்களுக்கு நியாயமான ஊதியத்தை வழங்கி அவர்களது நியாயமான எண்ணங்களுக்கு மதிப்பு கொடுக்க வேண்டும்.

**வணிக நெறிமுறை கொள்கைகளை அமுல்படுத்துதல்**

வாடிக்கையாளர்கள், சொந்தக்காரர்கள், மேலாளர்கள், அளிப்போர், கடனீந்தோர், பணியாளர்கள், அரசு மற்றும் போட்டியாளர்கள் ஆகியோருடனான வணிக நடவடிக்கைகளில் நெறிமுறைகளை அமுல்படுத்தலாம். ஒரு வணிக மேலாளர் நெறிமுறைகளை வணிகத்திற்கு கொண்டு வரும் போது சில உறுதியான பிரச்சனைகளை எதிர்கொள்ள வேண்டியதிருக்கிறது. ஒரு மனிதனின் பிரச்சனைகளை தெரிந்து கொள்வதற்கு ஒரு வழிமுறை இருக்கிறது. அந்த வழிமுறை கீழ்க்காணும் யூகங்கள் அடிப்படையில் அமைத்திருக்கிறது.

1. கடவுள் தான் மனிதனுக்கு ஆணைகள் இடுக்கிறார். அவரது ஆணைகள் தான் இறுதியானவை.
2. ஒவ்வொரு மனிதனும் தனது தொடர்ந்த முயற்சியால் பணிவான எண்ணத்தால் தனது மதக் கொள்கைகள் மீது நம்பிக்கை உடையவனாக இருக்கிறான்.
3. மனிதர்களுடைய மாறுபட்ட மதிப்புகளை வணிகம் தனது சூழ்நிலைக்கேற்ப பயன்படுத்துகிறது.
4. மனிதர்கள் மூலமாக கடவுள் தனது நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கிறார்.
5. மனிதர்கள் எடுக்க வேண்டிய இறுதி முடிவுகளை அடிப்படையாக வைத்து மாறுபட்ட மதிப்புகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுகிறது.

**வினாக்கள்**

1. நெறிமுறைக்கு வரைவிலக்கணம் தருக. வணிகத்தில் அதன் முக்கியத்துவம் யாது?
2. வணிக நெறிமுறையின் தோற்றத்தை விளக்குக?
3. வணிகத்தில் நெறிமுறைகள் ஏன் தேவைப்படுகின்றது?
4. வணிக நெறிமுறைகளை அமுல்படுத்துவதின் எல்லையை விவரிக்க?
5. வணிக மேலாளர்கள் ஆபத்தான முடிவுகளை மேற்கொள்வதற்கு முன்னால் எடுக்க வேண்டிய காரணிகளை விளக்குக?
6. வணிக நெறிமுறைகளின் அடிப்படை கொள்கைகள் யாவை?

\*\*\*\*\*

## அங்கம் - 2

## குறிப்பிட்ட மனித இலக்குகள்

## (Specifically Human Ends)

முற்றிலும் சிக்கலான உலகத்தில் மனிதர்கள் தாங்கள் தான் உயர்ந்தவர்கள் என்ற மனபக்குவத்தோடு இருக்கிறார்கள். நாம் சில எளிய விடைகளோடு வேலை பார்க்கும் போது, அந்த விடைகள் ஏமாற்றம் தரக்கூடிய விடைகளாக இல்லாமல், மக்களை ஒற்றுமை ப்படுத்தும் வகையிலும் அமைந்தன. ஒரு மனிதன் விருப்பத்துடன் அதிகாரத்தை எதிர்பார்க்கின்றவன். அவன் சமூக நிலையில் தனிமனிதராக ஓர் அந்தஸ்தையும் மதிப்பையும் எதிர்பார்க்கிறான். ஒரு மனிதனின் எல்லாவிதமான தோற்றங்களிலும் நெறிமுறை முக்கிய பங்கினை வகுக்கிறது. ஒரு மனிதனின் பல்வேறு நிலைகளில் பார்க்கின்ற வேறுபட்ட முரண்பாடுகளை ஏற்றதாக பிரச்சனைகளைக் காணலாம். இதன் மூலம் பிரச்சனைகளுக்கான தீர்வை ஏற்கதமல் தீர்வுகள் தள்ளிப் போடலாம்.

ஒரு மனிதனின் குறிப்பிட்ட மனித இலக்குகள் ஒரு மனிதனை நெறிமுறைப் படுத்துகின்றது. ஒரு மனிதன் சமூகத்திற்கு மறைமுகமாக தனது பங்கினை அளிப்பதன் மூலம் மனிதனால் பயன்பெறுகிறது. ஒரு தனிமனிதன் சமுதாயத்திற்கு தனது நல்ல பங்கினை அளிப்பதன் மூலம் பல்வேறு மனிதர்களுக்கு அதனமூலம் பயன் கிடைக்கிறது. இதன்மூலம் சமூகம் தனிமனிதன் நலனுக்காக மட்டும் சமுதாயம் இல்லை என்பது தெளிவாகிறது ஒரு மனிதன் செய்யும் தொழிலில் அவனது திறமைகள் முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுகின்றன. ஒரு மனிதனின் கௌரவம் மற்றும் அந்தஸ்து ஆகியவை அவனுடைய வேலைத் திறமையைக் கொண்டு மதிப்பிடப்படுகிறது. ஒரு மனிதனின் நேரமும், சொத்தும், சமுதாயத்திற்காக அவனால் தியாகம் செய்யப்படுகிறது. ஆகவே ஒரு மனிதன் தனக்கு தேவையுள்ள மற்றும் தேவையற்ற வித்தியாசம் கண்டு கொண்டு வாழ்க்கையில் பெரிய மற்றும் சிறிய குறைபாடுகளைக் களையலாம்.

ஒரு மனிதனிடம் பெருந்தன்மை இல்லாத காரணத்தால் நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகள் ஏற்படுகின்றன. ஒரு மனிதன் தனது சம்பாதிக்கும் அடிப்படையாக வைத்து இதர மனிதர்களையும் அதே அளவில் பார்க்கிறான். இதனால் தனக்காக வேலை பார்க்கும் நபர்களையும் அவர்களது உரிமைகளையும் பார்க்க விட்டு விடுகிறான். உண்மையான மனித இயல்பு நெறிமுறைகள் அடிப்படையில் உயர்ந்து காட்சியளிக்கிறது. தன்னைப்பற்றி மட்டும் கவலை கொள்ளும் மனிதன் மற்றவர்களின் விருப்பு வெறுப்புகளை கணக்கில் எடுத்துக் கொள்வதில்லை. ஒரு மனிதனுக்கு ஆழமான மற்றும் பரந்த எண்ணம் இல்லையென்றால் அவனால் இவ்வுலகத்தில் மகிழ்ச்சியாக வாழ இயலாது.

பல்வேறு விதமான எண்ணங்களைக் கொண்ட ஒரு மனிதன் நெறிமுறைகள் ஏன் தேவை என்றும் நெறிமுறைகளை ஏன் பயில வேண்டும் என்ற முழுமையான எண்ணங்களை தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். நல்ல வணிக நெறிமுறைகளும் நல்ல வணிகமும் மனிதன் திறமை வாழ்க்கையின் ஓர் அங்கமில்லை. வணிக நெறிமுறைகள் மனிதன் வளர்ச்சிக்கு உறுதுணை புரிகின்றன. நெறிமுறைகள் தனிமனிதனது மற்றும் சமூக வாழ்க்கையிலும் வணிகத்திற்கு முழுமையாக உதவுகிறது.

### பொறுப்பு (Responsibility)

ஒரு பணியை கண்டிப்பாக செய்து முடிக்க வேண்டும் என்பதை பொறுப்பு என்கிறோம். பணியாளருக்கு பொறுப்பு அளிக்கப்படும் போது, அவருக்கு அதிகாரமும் அளிக்கப்பட வேண்டும். ஒரு மனிதன் பொறுப்பை நிறைவேற்றும் போது அவன் செய்யும் தீய செயல்கள் அவனது வளர்ச்சியினை பாதிக்கும். அவனது நடவடிக்கைகளால் ஏற்படும் தீய செயல்களுக்கு அவனே முழு பொறுப்பை ஏற்க வேண்டும். ஒரு விளம்பரதாரர் தயாரித்த வியாபார நகலைப் படிப்பவர்கள் தவறான கண்ணோட்டத்தில் எடுத்துக் கொள்வதால் அதற்கு நாம் அவரை பொறுப்பாளியாக்க இயலாது. அதேபோல் திறமைபற்றி பணியாளரை பணி நீக்கம் செய்தால் அதற்கு மேலதிகாரி பொறுப்பு ஏற்க தேவையில்லை.

பழைய கால நெறிமுறை காலகாலமாக ஒரு மனிதனின் பொறுப்பு வரையறுக்கப்பட்டிருக்கிறது. ஒரு மனிதன் தனது நடவடிக்கைகளில் தீய செயல்கள் ஏதேனும் ஏற்பட்டால் அதற்கு அவன்தான் முழு பொறுப்பாளி எனக்கூற இயலாது.

எடுத்துக்காட்டாக, பழந்த தயாரிப்பாளர் தயாரிக்கப் பட்ட நகலைப் படிப்பவரின் ஒரு மனிதன் இறந்தால், தயாரிப்பாளர் தான் முழு பொறுப்பு ஏற்க வேண்டிய இயலாது.

பல்வேறு தீய செயல்களும் அதில் சில காலமாகும்.

பல்வேறு தீயசெயல்கள் ஒரு மனிதனின் வாழ்க்கிக்குத் தடையாக இருக்கின்றன. அவற்றின் ஏதாவது ஒரு மனிதனின் கௌரவமும் முறையின்றது. ஒரு மனிதனின் உயர்ந்த நிலை மாற்றியால் அவனால் வேலை ஏதும் செய்ய இயலாத நிலையில் அவர் இதற்கால் அம்மனிதனைப் பொறுத்தாட்டில் அது பெரிய தீய செயலாகும். அதேபோல் ஒரு மனிதன் தனது சிவனாவை இழந்து அதனால் அவனது வாழ்க்கை முழுவதும் பாதிக்கப்பட்டால், அதுவும் ஒரு தீயசெயலாக கருதப்படுகிறது. கெட்ட கண்ணோட்டு ஒரு மனிதனுக்கு நீங்கு இழைக்காதவரை அச்செயல் தீயசெயலாக கருத இயலாது.

ஒரு மனிதன் நல்ல எண்ணத்தோடு சில செயல்களை மேற்கொள்ளும் போது, எதிர்பாராத பக்கவிளைவுகள் ஏற்படும் போது, அதற்கு நாம் அம்மனிதனை குற்றம் கூற இயலாது. ஒரு மனிதன் வணிக நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகளை செயல்படுத்தும் போது, ஏதாவது ஒரு காரணத்தை சொல்லி நியாயப்படுத்தலாம். ஆயிரக்கணக்கான உயிர்களைக் காப்பாற்றுவதற்கு ஒரு கபடமற்ற மனிதனைக் கொல்வது சரி என நியாயப்படுத்த இயலாது. அது போல் ஒரு மனிதன் தீய செயலை செய்யும் போது இழப்புகளை எதிர்பார்த்து இதில் ஈடுபடலாம். ஒரு நல்ல காரியத்தை செய்யும் போது இழப்புகள் ஏற்படுவதும் அவற்றை குறைக்க முயல்வதும் இயற்கையே.

வணிகர்கள் நியாயமான முறையில் வணிகத்தில் ஈடுபடும் போது வணிக நெறிமுறைகளை ஒழுங்காக கடைபிடிக்கிறார்கள். விளம்பரதாரர் ஒரு விளம்பர நகலை தயாரிக்கும் போது அதைப் படிப்பவர்கள் எக்காரணம் கொண்டும் தவறான முறையில் அர்த்தம் எடுத்துக் கொள்ளக் கூடாது. என்னும் விதத்தில் விளம்பர நகலை தயாரிக்க வேண்டும். விளம்பரதாரர் தயாரித்த நகல் விளம்பரத்தை படிப்பவர்களை ஏமாற்றும் நோக்கத்தில் தயாரிக்கப்பட்டு அதனால் வணிகம் நல்ல முறையில் நடந்தாலும் கூட அதுவும் ஒரு தீய செயலாக கருதப்படும்.

### சரிபடுத்துதல் (Proportionality)

ஒரு காரியத்தை எடுத்துக் கொள்ளும் போது நல்லது மற்றும் தீய எண்ணங்கள் விகதப்படுத்த தெரிந்து கொண்டிருக்க வேண்டும். கீழ்க்காணும் விதத்தில் சரிபடுத்தலை நியாயப்படுத்தலாம்.

#### 1. நல்லது அல்லது தீய செயல்கள்

ஒரு மனிதன் ஒரு நடவடிக்கையை மேற்கொள்ளும் போது நல்ல மற்றும் தீய விளைவுகள் எதிர்பார்க்கிறான். விளைவுகள் எப்படி இருந்தாலும், விளைவுகளை அவன் ஒப்பிட்டு பார்த்து, நன்மை பயக்கும் விளைவுகள் அதிகமாக இருந்தால், தனது நடவடிக்கையை நியாயப்படுத்துகிறான்.

#### 2. அவசர சூழ்நிலை

அவசரமான சூழ்நிலையை தேவை உருவாக்குகிறது. ஒரு வணிகர் ஆராய்ச்சி மற்றும் சம்பளம், இதில் ஏதாவது ஒன்றுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்க வேண்டியதிருந்தால், முடிவு எடுக்கும் போது சம்பளத்திற்கு முதல் முக்கியத்துவத்தை அளித்து இரண்டாவது முக்கியத்துவத்தை ஆராய்ச்சி அளித்து சம்பளம் வாழ்க்கையின் அடிப்படை தேவை என்பதை உணர வேண்டும்.

#### 3. உறுதியான நிலை

ஒரு நிறுவனத்தின் புதிய பெரிய கண்டுபிடிப்புகள் மிகப்பெரிய நிதி இழப்புகளை ஏற்படுத்தலாம். தொடர்ச்சியான வளர்ச்சி மூலம் இழப்புகளை குறைக்கலாம். உடல் உழைப்பால் ஏற்படும் இழப்பை வருமான அதிகரிப்பால் சரி செய்யலாம்.

#### 4. தீவிரமான விளைவு

ஒரு மனிதன் ஒரு நடவடிக்கையை மேற்கொள்ளும் போது தனது நடவடிக்கையால் பல்வேறு விளைவுகளை எதிர்பார்க்கிறான். ஒரு பணியாளர் பணிக்கு வரவில்லையென்றால், அதனால் ஏற்படும் இழப்பில் அவனுடைய முதலாளிக்கும் பங்குண்டு. பணியாளர் பணிக்கு வராத சூழ்நிலையில் ஏற்படும் பாதிப்பு முதலாளி இருவருக்கும் ஏற்படலாம். பணிக்கு வராத பணியாளரது குடும்பத்தில் ஏற்படும் இழப்புகளுக்கு எவ்விதத்திலும் பொறுப்பாக மாட்டார். ஆனால் அதே நேரத்தில் இதனால் முதலாளிக்கு எவ்விதத்திலும் நன்மை கிடைக்காது.

#### 5. மாற்றுவழிகள்

ஒரு நடவடிக்கையில் தீய விளைவுகளை விட நல்ல விளைவுகள் அதிகமாக கிடைத்தால், அதை ஒரு மனிதன் ஏற்றுக் கொள்ளத் தலம் பணியாளர் செய்யும் தவறுக்கு சிறிய தண்டனை அளித்து அதனால் எவ்வித பயனுமில்லையென்றால், பெரிய தண்டனை அளிக்கப்படலாம். இம்மாதிரியான விளைவுகளை தவிர்ப்பதற்கு வணிகர்கள் முறையாக செயல்பட வேண்டும்

### வெளிப்படையான விளைவுகள் (Physical Evils)

ஒரு மனிதன் ஒரு நடவடிக்கையை மேற்கொள்ளும் போது கீழ்க்காணும் வெளிப்படையான விளைவுகள் தெரிகின்றன.

அ) ஒரு குழந்தையின் தகப்பானார் தனது குழந்தையை அடுப்பு அருகில் அழைத்துச் சென்று அடுப்பு எரியும் போது பக்கத்தில் செல்லக்கூடாது என நல்லெண்ணத்தோடு கூறுதல

ஆ) தினந்தோறும் காலதாமதமாக பணிக்கு வரும் ஒரு பணியாளர் ஊதியத்தை மேலதிகாரி பிடித தம் போது அந்த இழப்பினால் பணியாளர் காலந்தவறாமல் பணிக்கு வருவார் என நம்பிக்கை கொள்தல்.

இ) அரசு விவசாயிகள் உற்பத்தி செய்யும் கோதுமைக்கு நல்ல விலை வேண்டும் என்பதற்காக லட்சக்கணக்கான எடையுள்ள கோதுமையை அழித்தல்.

நெறிமுறை எழுத்தாளர்கள் விளைவுகளைக் கீழ்க்கண்ட வகைகளாகப் பிரித்துள்ளனர்.

1. வெளிப்படையான விளைவுகள்

ஒரு மனிதனின் நல்லெண்ணத்தை பாதிக்காத விளைவு வெளிப்படையான விளைவுகள் எனப்படும்.

2. நிதி சம்பந்தமான விளைவுகள்

ஒரு மனிதனின் நல்லெண்ணத்தை அதிகரிக்கும் செயல்களைச் சார்ந்த விளைவுகள் நீதி சம்பந்த விளைவுகளாகும்.

3. பெரிய விளைவுகள்

தனிமனிதனின் அல்லது சமூகத்திற்கு பொருட்களை நாசமாக்கும் விளைவுகள் பெரிய விளைவுகளாகும்.

4. சிறிய விளைவுகள்

தனிமனிதனுக்கு அல்லது சமூகத்திற்கு பாதிப்பில்லாத வரை ஏற்படும் விளைவுகள் சிறிய விளைவுகளாகும்.

எனவே விளைவுகளை வகைப்படுத்தும்போது சில தன்மைகளை தெரிந்து கொள்வது அவசியமாகிறது.

அ) நோக்கத்தை அடைவதற்கு தடையாக இருக்கும் விளைவுகள் அது பெரிய விளைவுகளாக இருந்தாலும் அல்லது நிதி சம்பந்தமான விளைவுகளாக இருந்தாலும் சரி அது வணிக நெறிமுறைகளுக்கு தேவையில்லாத ஒன்றாகும்

ஆ) ஒரு சிறிய விளைவு அல்லது வெளிப்படையான விளைவு ஏற்படுவதற்கு ஒரு விகிதாச்சார காரணம் இருந்தாலும் சரி அதை ஏற்றுக் கொள்ள இயலாது.

**பிரச்சனைகள் (Problems)**

வணிக உலகில் ஏற்படும் இழப்புகள் அல்லது விளைவுகள் பெரிய அல்லது சிறிய விளைவுகளாக இருக்கலாம். ஒரு வணிகர் தனது தொடர்ச்சியான முயற்சி மூலம் வணிக நெறிமுறைகளை ஒழுங்காக கடைப்பிடிப்பதன் மூலம் தனக்கும் தன்னைச் சார்ந்த சமூகத்திற்கும் நன்மை பயக்கும் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளலாம். தனது கடமையை சரிவர நிறைவேற்றாத நிலையில் அது வணிக நெறிமுறையற்ற செயலாக மாறி அதனால் பல்வேறு விளைவுகளை ஏற்படுத்துகின்றன. கீழ்க்காணும் ஒரு உதாரணங்கள் மூலம் ஒரு வணிகர் தனது வணிக நெறியற்ற செயல்கள் சரியென நிலைநாட்டலாம்.

அ) ஒரு வணிகர் மிக ஆபத்தான புதியவழிமுறையே உருவாக்கும்போது பாதுகாப்பு முறைகளைக் கையாள்வதற்கு செலவு அதிகமாகுவதால், லாபம் குறைகிறது. இதில் பணியாளர்களது வாழ்க்கைக்கு அளிக்கப்படும் முக்கியத்துவத்தைக் காட்டிலும் லாபத்திற்கு அதிக முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுகிறது.

ஒரு கணக்காளர் தனது தரவறைகளை மறைத்து அதன் மூலம் விலைமதிப்பில்லாத பிழைகளை ஈடுசெய்வதற்கு தனது ஆவணங்களை கிழித்து விடலாம். இது ஒரு வணிக நெறிமுறையற்ற செயலாகக் கருதினாலும், தன்னுடைய வேலை இழப்பைத் தவிர்ப்பதற்கு தவிர்கலாம்.

மேற்சொன்ன விஷயங்களைத் தவிர, நமது கண்களுக்குத் தெரியாத ஆபத்துக்கள் இருந்தாலும், நாம் அவற்றைக் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளத் தேவையில்லை. ஒரு பொருளின் விலையை அதிகமாக நிர்ணயிப்பதன் மூலமும் தவறான விளம்பரக் கொள்கை மூலமும் பிரச்சனைகள் ஏற்படுகின்றன. அதே போல் ஒரு இயந்திரத்தை ஒரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு மாற்றியமைக்கும் போது பெரிய அளவில் பிரச்சனைகள் ஏற்படுகின்றன.

### உரிமைகள் (Rights)

ஒரு மனிதன் மற்றொரு மனிதனிடம் கோருவது உரிமையாகும். ஒரு மனிதனின் தொழிலை வெற்றிகரமாக மேற்கொள்வதற்கு உரிமை தேவைப்படுகிறது. ஒரு மனிதனின் உரிமைக்கு தகுந்த முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட வேண்டும். பொதுவாக உரிமைகள் இருவகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

ஒரு வேலையாளுக்கு ஒரு நாளைக்கு பன்னிரண்டு மணி நேரம் வேலையை செய்யக் கட்டாயப்படுத்தப்படும் போது அம்மனிதன் மிகுந்த உழைப்பாளியாகக் கருதப்படுகிறான். அவன் ஒரு நாளில் குறிப்பிட்ட பணிநேரம் வேலை செய்ய வில்லையென்றால், அவனை வேலை செய்ய வைப்பதற்கு மிகுந்த கட்டுப்பாடுகள் விதிக்கப் படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர் வேலை செய்யும் நேரத்தில் கண்டிப்பாக சீருடை அணிய வேண்டும் என்ற கட்டுப்பாடு இருந்தால், அதைப் பணியாளர் விரும்பினாலும் விரும்பாவிட்டாலும் சீருடை கண்டிப்பாக அணிந்திருக்க வேண்டும். ஒரு பணியாளருக்கு சீருடை அணிந்திருக்க வேண்டும் என்ற கட்டுப்பாடு இல்லையென்றால், அதற்கு ஏதாவது ஒரு காரணம் இருக்கலாம்.

ஒரு மனிதன் தன்னுடைய உரிமையை மீறும்போது அது மற்றொரு மனிதனுடைய உணர்ச்சிகளை, சொத்துக்களை பாதிக்கிறது. ஒரு மனிதன் மற்றொரு மனிதனுக்கு தீங்கு இழைக்கும் போது அதன் தாக்கம் அவன் மீதும் கண்டிப்பாக ஏற்படுகிறது. சில உரிமைகளை மனிதனுடனே பிறந்தவை. வேறு சில உரிமைகள் சில நடவடிக்கைகளின் விளைவாக ஏற்படுகின்றன. ஒரு மனிதன் ஓர் இடத்தை தன் பெயரில் பதிவுசெய்து வாங்கும்போது தான் அந்த இடத்தில் மீது அவனுக்கு உரிமை கிடைக்கிறது. மொத்தத்தில், சில உரிமைகளுக்காக ஒரு சில தனி மனிதர்களை எதிர்த்து, போராடுவதை தவிர்த்து சமுதாயத்தை எதிர்த்து போராட வேண்டியது அவசியமாகிறது.

### நன்முறையில் ஒத்துழைப்பு

வணிக நெறிமுறையில் அனைவரது ஒத்துழைப்பும் நன்முறையில் இன்றியமையாதது. அனைவரது ஒத்துழைப்பின் உதவியுடன் வணிக நெறிமுறையில் ஈடுபடும் காரியங்கள் அனைத்தும் நன்முறையில் முடிவடைகின்றன. ஒரு மனிதன் தனது ஒத்துழைப்பை நன்முறையில் நல்காததற்கு, ஏதாவது ஒரு குறிப்பிட்ட காரணம் இருக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு மனிதன் மோசடியான

அறிக்கை தயாரிப்பதன் மூலம், வணிக நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றான் என்பது பொருளாகும்.

மேலாண்மை நிலையிலுள்ள ஒரு நபர் தனது பணியாளர்களுக்கு முன் மாதிரியாக செயல்பட வேண்டும். தனது நடவடிக்கையின் விளைவால் தன்கீழ் பணிபுரியும் பணியாளர்கள் வணிகநெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடாத வண்ணம் பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு பணியாளருக்கு ஏதாவது ஒரு வகையில் தீங்கு விளைவிக்கப்படும் நேரத்தில் அறியாமையால் செய்யக்கூடிய நடவடிக்கைகளும் தவறாக எடுத்துக் கொள்ளலாம். எனவே ஒரு மேலதிகாரியின் உண்மையான நியாயமான நடவடிக்கைகளுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட காரணத்தைக் காண்பித்து அவரது செய்கையை நியாயப்படுத்தலாம்.

**பொறுப்புக்களைக் கண்டுபிடித்தல்**

ஒரு மனிதனின் முதன்மையான விளைவு எங்கு இருந்தாலும் அம்மனிதனின் பொறுப்பு ஓரளவிற்கு வரையறுக்கப் பட்டிருக்கிறது. அம்மனிதனின் பொறுப்பு இதர மனிதருடன் பகிர்ந்தளிக்கப் படுகிறது. ஒரு மனிதன் ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கமில்லாமல் தீங்கு செய்வதில்லை. ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்திற்காக தீங்கு செய்வதில்லை. தற்காலிகமாக அளர் மன்னிக்கப்படுகிறான். பணிபுரியும் நேரத்தில் பணியாளர்களிடையே பொறுப்புக்கள் மாற்றப்படுகின்றன. ஒரு பணியில் புதிதாக சேர்ந்திருக்கும் அளவர் பணியாளர் தன்னைக் காட்டிலும் உயர் பதவியில் இருக்கும் பணியாளர் அங்கு திருட்டுத்தனத்தில் ஈடுபடுவதைக் காணும் போது, புதியவர் தன் மேலதிகாரி திருடுவதை தடுக்க இயலாமல் போனாலும், தடுப்பதைக் கடினமாக்கலாம்.

**சாம்பல் பரப்பளவு (Gray Areas)**

வாழ்க்கையின் தன்மையில் சாம்பல் பரப்பளவு வணிக நெறிமுறையில் இருக்கின்றன. நாடு நமது அறிவின் துணையுடன் நமக்கு ஏற்படும் எல்லா பிரச்சனைகளையும் உடனடியாகவும் தெளிவாகவும் தீர்க்க இயலும். வணிக நெறிமுறைகள் பிரச்சனைகளை சரியான முறையில் கையாள்வதற்கான வழிமுறைகளைத் தெளிவாக எடுத்துரைக்கின்றன. நமது அறிவுடன் போட்டியிடும் வகையில் சில நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகளால் சில நேரங்களில் சாம்பல் நிற பரப்பளவுள்ள விஷயங்களை நாம் காண நேரிடுகிறது. ஆழ்ந்த சிந்தனையுடனும், விரிவான செயல்முறையின் உதவியாலும், மந்தமான விஷயங்களை நமது வாழ்க்கையில் வெளிச்சத்திற்கு கொண்டு வந்து நமது வாழ்க்கையை வளமாக்கலாம்.

**செயல்முறை கோரிக்கை (Practical Application)**

ஒரு செயல் நெறிமுறைக்குட்பட்டதா இல்லையா என்பதை தீர்மானிக்க, ஒரு நபர் பல்வேறு காரணிகளை தமது மனதில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டியதிருக்கிறது. தனது அனுபவத்தின் மூலம் பல்வேறு பிரச்சனைகளை தவிர்ப்பதுடன் தனது வாழ்க்கையை முறையாகவும் செம்மையாகவும் மேற்கொள்ளலாம். ஒரு நிறுமம் தூக்க மாத்திரை உற்பத்தி செய்து அங்காடிக்கு கொண்டு வரும்போது புதிதாக பிறக்க இருக்கும் குழந்தைகளுக்கு அம்மாத்திரைகளால் கெடுதல் ஏற்படும் என்று ஆராய்ச்சியின் மூலம் கண்டுபிடித்தவுடன், அந்நிறுமம் மாத்திரை மேலுறைகளில்



இம்மாத்திரைகளை கர்ப்பமாக இருக்கும் தாய்மார்கள் பயன்படுத்தக்கூடாது என எச்சரிக்கை செய்வதன் மூலம், பயன்படுத்துவார்களும் மாத்திரையை உபயோகிப்பதற்கு முன்னால் எச்சரிக்கை ஒரு காரணியாக வணிக நெறிமுறையில் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

### சாதகமான பொறுப்பு (Positive Obligation)

ஒரு விஷயத்தைப் பற்றி ஒரு மனிதனுக்கு சாதகமான பொறுப்புகள் ஏற்பட வேண்டும். பொதுவாக ஒரு மனிதனின் வாழ்க்கையை நெறிமுறைப் படுத்துவதற்கு சாதகமான பொறுப்பு உருவாகின்றன. ஒரு மனிதன் மூலம் நிறுவனத்தில் தனது பொறுப்புகளை சாதகமான முறையில் நிறைவேற்ற இயலாமலுக்கு தகுந்த காரணங்கள் இருக்கலாம். இதன்மூலம் வணிக நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகள் தவிர்க்கப்படுகின்றன. ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர்களுக்கு ஊதியம் கொடுக்க இயலாமல் போவதற்கு வாய்ப்புகள் உண்டு. ஒரு குறிப்பிட்ட அளவில் ஊதியம் அளிப்பதால் அதன் மூலம் குறைக மக்கள் பயன்பெறுவதற்கும் சுந்தர்ப்பங்களை உண்டு. பொதுவாக ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர் அடிப்படையில் இயங்கப்படுத்தப் படலாம். பணியாளர்களின் பொறுப்பு நிறுவனம் காரணிகள் அளவிடக்கூடியதாகும்.

1. ஒரு மனிதன் நல்ல விஷயங்களைச் செய்வதால் தீய விளைவுகள் ஏற்படும் என எதிர்பார்க்குதல், அவன் நல்ல விஷயங்களைச் செய்யக் கூடாது. எனவே ஒரு நடவடிக்கையால் ஏற்படும் தீய விளைவுகளை நன்செயல்களை மேற்கொள்வதற்கு அவன் தடுக்கப்படுகிறான்.
2. ஒரு மனிதன் பற்றி ஒரு மனிதனுக்கு நன்மை செய்ய வேண்டும் என்ற விருப்பம் இருந்தாலும் அதை அவன் செய்வதற்கு நயங்கூடியான். இதற்கு காரணம் அடுக்க மனிதன் தனக்கு நன்மை செய்வதாய்தான். என்ற வாய்ப்புதான் இருக்கலாம். ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர் நிறுவனத்தின் விதிகளுக்குப்பட்டு நடக்கவில்லையென்றால் அப்பணியாளரை நிறுவனத்தின் முதலாளி விரும்பமாட்டார்.
3. ஒரு மனிதன் ஒரு நல்ல காரியத்தை சாதகமான பொறுப்புடன் நிறைவேற்ற எண்ணும் போது அக்காரியத்தை மேற்கொள்ளும் நிறுவனத்தின் எண்ணினால், முதல் மனிதன் அக்காரியத்தை நிறைவேற்றுவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் தொழிலாளர்கள் குழந்தைகளுக்கு கல்வி வசதி செய்து தர வேண்டியது.

### எதிர்பாராத பொறுப்புகள் (Negative Obligations)

சாதகமான பொறுப்புகள் ஒரு மனிதனின் கடமையோடும் தொடர்பு கொண்டு ஒரு நோக்கத்திற்காக உருவாக்கப்படுகின்றன. எதிர்பாராத பொறுப்புகள் ஒரு காரியத்தின் முடிவுகள் தொடர்பானவை எடுத்துக்காட்டாக. ஒரு நிறுவனம் அங்காடியில் தனது நிலையை நிறுத்திக் கொள்வதற்காக ஒரு பொருளை அங்காடியில் கொண்டு வரலாம். இதன் மூலம் நிறுவனத்தின் நிலையை நிறுத்துதல் முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுகிறது.

கூழ்நிலைக்கு தகுந்தவாறு முடிவுகள் எடுப்பதை மூன்று நிலைகளாகப் பிரிக்கலாம். முதல் நிலையில் எடுக்க வேண்டிய முடிவுகளின் நோக்கங்களும், விளைவுகளும் முன் கூட்டியே தீர்மானிக்கப்பட்டு அவற்றின் நன்மை தீமைகள் ஆராயப்படுகின்றன. ஆராய்ச்சியின் அடிப்படையில் அவைகளால் ஏற்படும் தீமைகள் அதிகம் என கண்டறியப்பட்டால் உடனடியாக முடிவுகள்

மேற்கொள்வது நிறுத்தப்படும் நன்மைகள் அதிகம் என்று தெரியவந்தால் இரண்டாவது நிலைக்கு எடுத்துச் செல்லப்படுகிறது.

இரண்டாவது நிலையில் எதிர்பார்க்கும் பக்க விளைவுகள் அவற்றின் நன்மை தீமைகள் ஆகியவை ஆராயப்படுகிறது. அதன் அடிப்படையில் பக்க விளைவுகள் பெரிய அளவிலோ அல்லது சிறிய அளவிலோ இருக்குமானால் ஆராய்ச்சியானது உடனடியாக நிறுத்தப்படும் இல்லையென்றால் அடுத்த நிலைக்கு எடுத்துச் செல்லப்படுகிறது.

மூன்றாவது நிலையில் மிகக் குறைவான விளைவுகளைக் கொண்ட மாற்றும் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் வழிமுறைகள் குறித்து விவாதிக்கப்படுகிறது. மாற்றுப் பொருள் நல்லதாக கண்டுபிடிக்கப்பட்டால், அதைப் பயன்படுத்துவது பற்றியும், மாற்றுப் பொருள் கிடைக்கவில்லையென்றால் நாம் ஏற்கனவே உற்பத்தி செய்து வரும் பொருளை தொடர்ந்து உற்பத்தி பற்றியும் முடிவெடுக்கப்படும்.

ஒரு நிறுவனம் தனது நிலையை அங்காடியில் நிலை நிறுத்துவதற்காக தூக்கமாத்திரைகளை உற்பத்தி செய்யும் நேரத்தில், தனது மாத்திரைகளின் மேலுறை மீது இம்மாத்திரைகளை கர்ப்பமுள்ள தாய்மார்கள் பயன்படுத்தக்கூடாது என எச்சரிக்கை செய்வதன் மூலம் தீயவிளைவுகளை தவிர்க்கலாம். இதன் மூலம் ஒரு நிறுவனம் தன்னிடம் பணிபுரியும் பணியாளர்களுக்கு வேலை அளிக்கும் என்ற நல்ல நோக்கத்துடன் செயல்படுகின்ற நேரத்தில், கர்ப்பமாக இருக்கும் தாய்மார்கள் இம்மாத்திரைகளைப் பயன்படுத்தினால் ஏற்படும் தீய விளைவுகளையும் ஒப்பிட்டுப் பார்க்கும் போது, பணியாளர்களுக்கு அளிக்கப்படும் வேலை இருக்கும் தாய்மார்கள் இம்மாத்திரைகளை தாய்மார்கள் பயன்படுத்தக்கூடாது. என எச்சரிக்கையைக் கண்டிப்பாக அறிவுறுத்துவதன் மூலம் இழப்புக்களைக் குறைக்கவும் தவிர்க்கவும் வாய்ப்புகள் உண்டு.

**வினாக்கள்**

1. வணிகத்தில் ஏற்படும் பல்வேறு விளைவுகள் யாவை? உதாரணங்கள் தருக?
2. எதிர்மறை பொறுப்புகள் என்றால் என்ன? உதாரணங்களுடன் விளக்குக?
3. சாதகமான மற்றும் எதிர்மறை பொறுப்புக்களிடையே வேறுபாடுகள் யாவை?

\*\*\*\*\*

**அங்கம் 3**

**வேலைக்கு அமர்த்தலும் வேலையிலிருந்து நீக்குதலும்  
(HIRING AND FIRING)**

**வேலைக்கு சேர்த்தல் (HIRING)**

ஒரு நிறுவனம் தனது தேவைக்கேற்ப பணியாளர்களை பணியில் அமர்த்துகிறது. பணியில் நியமன முறையானது முதலாளிக்கும் பணியாளருக்குமிடையே ஏற்படும் ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் ஏற்படுகிறது. மேலாண்மையும் பணியாளர்களது மேலாளரும் பணியாளர்களை வேலைக்கு தேர்வு செய்யும் போது எவ்விதமான பாகுபாடுகள் இல்லாமல் பார்த்துக்கொள்ள

வேண்டும். பணியாளர் முதலாளிக்கிடையே ஏற்படும் ஒப்பந்த முறிவில்லாமல் இருவருக்கும்டையே சமூக உறவு தொடர்வதன் மூலம் பணியாளரது மனோதிடத்தையும், திறமையையும் உயர்த்துவதற்குத் தேவையான சூழ்நிலையை உருவாகிறது.

ஒரு நிறுவனம் தனது நிறுவனத்தின் உற்பத்தித் திறனை அதிகரிப்பதற்காக பணியாளர்களை பணியில் அமர்த்துகின்றது. குடும்பம் சார்ந்த நிறுவனங்களில் குடும்பத்துடைய சொந்தக் காரர்களுக்கும் நண்பர்களுக்கும் பணியை அளிக்கும்போது அவர்களது திறமையை மனதில் எடுத்துக் கொண்டு நியமனம் அளிக்கப்படுகிறது. பணியாளர்களை தேர்வு செய்யும் நெறிமுறையில் பணியாளர்களது திறமைக்கு முதலிடம் கொடுக்கப்படுகின்றது. மற்றும் அம்மனிதன் நிறுவனத்தில் பணிபுரிய விருப்பம் அதன்மூலம் சமுதாயத்திற்கு ஏற்படும் நன்மைகள் ஆகியவை முக்கிய காரணிகளாக எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றன.

ஒரு மேலாளர் தனது அலுவலகத்தில் பணியாளர்களை தேர்ந்தெடுக்கும் போது அவர் விண்ணப்பதாரர்களின் தகுதியானது பணிக்கேற்றவாறு இருக்கிறதா என்ற அடிப்படையில் பாகுபாடு காண்பிக்கிறார். பணியாளர்களை பணியில் அமர்த்தும் போது விண்ணப்பதாரர்களை ஒரே மாதிரியாக பாவிக்க வேண்டும். அவர் முறையற்ற செயல்களில் ஈடுபடக்கூடாது.

1964ம் ஆண்டு இயற்றப்பட்ட சமூக உரிமை சட்டம் பணியாளர்களை வேலைக்கு சேர்க்கும் நேரத்தில் மேலாளர்களது கட்டமைகளை விளக்குகிறது. சட்டத்தின் அடிப்படையில் மதம், இனம் மற்றும் தேசிய தோற்றம் ஆகியவை சில பணிகளுக்குத் தேவையான தகுதிகளை வரையறுக்கிறது. பணிக்குத் தேவையான தகுதியைக் குறிப்பிடும்போது இனம் மற்றும் நிறம் ஆகியவற்றிற்கு முன்னுரிமை அளிக்கக்கூடாது என சட்டம் தெளிவாகக் குறிப்பிட்டுள்ளது. ஒரு நிறுவனத்திற்குத் தேவையான பணியாளர்களை வேலைக்கு சேர்க்கும்போது கீழ்க்காணும் பிரச்சனைகள் எழுகின்றன.

1. பணிக்குத் தேவையான தகுதிகளைத் தீர்மானித்தல்
2. பணியாளர்களை வேலைக்கு சேர்க்கும்போது சில விஷயங்களுக்கு முன்னுரிமை அளிப்பதாலும், சலுகைகள் கொடுப்பதாலும் இவை பாதிக்கப்படுகின்றன.
3. சில நேரங்களில் அரசியல் குறுக்கீடுகளாலும் பணியாளர் வேலைக்கு சேர்க்கும் பணி தடைபடுகிறது.
4. புதிதாக பணியாளர்களை பணியில் சேர்க்கும்போது அவர்களுக்கு ஊதியம் நிர்ணயம் செய்வதும் ஒரு பிரச்சனையாக ஏற்படுகிறது. பணியாளர்கள் அதிக ஊதியத்தை எதிர்பார்ப்பதும் நிறுவனம் குறைவான ஊதியம் நிர்ணயம் செய்வதும் இரு முரண்பட்ட விஷயங்களாகும்.
5. பணியாளர்களை பணியில் நியமனம் செய்யும்போது மேலாண்மை மூலம் பணியாளர்களை ஒரு குறிப்பிட்ட காலம் பணிபுரிய கட்டாயப்படுத்தப் படுகின்றனர். பணியாளர்களுக்கு இதைவிட நல்ல வாய்ப்புகள் கிடைத்தாலும் அவர்களால் அப்பணியில் சேர இயலாமல் போகின்றது.

### பணியாளர்களை பணியில் சேர்ப்பதில் முன்னுரிமை

தற்போது மாறிவரும் சூழ்நிலையில் அநேகமான நிறுமங்கள் சிறுபான்மை சமுதாய மக்களுக்கு பணியில் சேர்ப்பதற்கு முன்னுரிமை அளிக்கின்றன. முந்தைய காலத்தில் இவர்களுக்கு இழைத்த அநீதியைப் போக்க இம்முறையை கடைப்பிடிக்கின்றன. சமுதாயத்தில் பின்தங்கிய சிறுபான்மை சமுதாய மக்களின் தரத்தை முன்னேற்ற இவை மிகவும் உதவுகின்றன. சமூக உரிமை சட்டம் இம்மாதிரியான சமுதாயத்தில் பின்தங்கிய மக்களை முன்னேற்றுவதற்கு பணியில் முன்னுரிமை அளிப்பதை தடைசெய்கிறது. நிறுமங்கள் தங்களுக்குத் தேவையான பள்ளிகள், கல்லூரிகள், பல்கலைக்கழகங்கள் மற்றும் தொழில் நுட்ப நிறுவனத்தின் மூலம் தேர்வு செய்கின்றன. ஆனால் சில நிறுவனங்கள் தங்கள் நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்கள் மூலமாக தங்களுக்குத் தேவையான சில நேரங்களில் தகுதியில்லாத நபர்களை நியமனம் செய்வதன் மூலம் தகுதி வாய்ந்த விண்ணப்பதாரர்களுக்கு தீங்கு இழைக்கின்றன. அதே போல் பதவி உயர்வு, பயிற்சி மற்றும் பதவி மேம்பாடு ஆகியவற்றிற்கு ஒரு சில குறிப்பிட்ட நபர்களுக்கு மட்டும் முன்னுரிமை அளிக்கப்படுகிறது. சுயநலகாரியம் (Nepotism)

சுயநல காரியம் என்பதும் பணியாளர்களைப் பணியில் சேர்ப்பதில் முன்னுரிமைக்கான ஒரு வழிமுறையாகும். பணியாளர்களைப் பணியில் சேர்ப்பதில் திறமையை மட்டும் வைத்து தேர்ந்தெடுக்காமல் உறவினர்களுக்கு பணி அளிப்பது சலுகைகாட்டி ஆதரிப்பதும் சுயநலகாரியமாகும். நிறுவனத்தின் தேவைக்கேற்ப சலுகைகள் அளிப்பது நியாயப்படுத்தப்படுகின்றன. ஒரு நிறுவனத்திற்கு தொடர்புடைய நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்கள் பணிக்குத் தேவையான கல்வித்தகுதி பெற்றிருந்தால் அவர்களைப் பணிக்குத் தேர்வு செய்வது சுயநலகாரியமாக கருத இயலாது. ஒரு வணிகர் தனக்குத்தானே கீழ்க்காணும் கேள்விகளுக்கு விடைகளைத் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும்.

1. இப்பணியாளரை சுயநலத்திற்காக பணிக்கத் தேர்வு செய்தால் அது இதர பணியாளர்களுக்கு அவநம்பிக்கையை உருவாக்குமா?
2. வெளியிடங்களில் பணிபுரியும் தகுதி வாய்ந்த பணியாளர்கள் இங்கு பணிபுரிவதற்கு தடை உருவாக்குமா?
3. இது பணியிலிருந்து நீக்குமா அல்லது பணி இறக்கத்தை ஆதரிக்குமா?
4. இதனால் உறவினர்களிடையே பாதிப்பை ஏற்படுத்துமா?
5. இதனால் குடும்பத்திற்குள் பிரச்சனைகள் ஏற்படுமா?

### சிறப்பு பிரச்சனைகள் (Special Problems)

திறமை வாய்ந்த வணிகருக்கு நியாயமான முறையில் பணியாளர்களை பணிக்கு அமர்த்துவதில் எவ்விதமான பிரச்சனைகளும் இல்லை. உண்மையில், வணிகர்கள் பல்வேறு பிரச்சனைகளை சந்திக்க வேண்டியதிருக்கிறது. சட்டப்படி பணியாளர்கள் பணி நியமனம் செய்யப்படவில்லையென்றால், நெருங்கிய நண்பர்கள், உறவினர்கள், பணியாளர்கள் சங்க பிரதிநிதிகளின் பரிந்துரைகள் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு அலுவலகங்கள் மூலம் பிரச்சனைகள் ஏற்படுகின்றன. எனவே ஓர் வணிகர் வேலைவாய்ப்பு அளிக்கும்போது சட்ட திட்டங்களுக்குட்பட்டு

அளிப்பதுடன் தகுதியற்ற நபர்களை பணியில் அமர்த்துவதற்கு அவர் எச்சுழ்நிலையிலும் பயம் கொள்ளக்கூடாது.

பணியாளர்களை பணிக்கு சேர்ப்பதில் ஏற்படும் பல்வேறு பிரச்சனைகளை ஒரு தனி மனிதராலோ அல்லது ஒரு வணிகராலோ மட்டும் தீர்த்து வைக்க இயலாது. பரந்த சமூக ஒத்துழைப்புடன் மட்டுமே இதற்கு உறுதியான முடிவுகளைக் காண இயலும். பணியாளர்களை பணிக்கு சேர்ப்பதில் பாகுபாடுகள் நீக்கப்பட்டால் அதன் மூலம் நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் அனைத்துப் பணியாளர்களுக்கும் சமமான சந்தர்ப்பங்கள் கிடைக்கும். ஆனால் அதே நேரத்தில் குறைந்த கல்வித்திறன் மற்றும் ஏழ்மையான குடும்பத்திலிருந்து வரும் மனிதர்களால் ஏற்படும் வேறுபாடுகளை இதில் சரிசெய்ய இயலாது. இது மட்டுமல்லாமல் தகுதியற்ற அல்லது தகுதி குறைவாக இருக்கும் விண்ணப்பதாரர்களுக்கும் வணிகரால் அல்லது நிறுவனத்தால் சரி செய்ய இயலாது. எனவே வணிகர்கள் மற்றும் சமுதாய சிந்தனையாளர்களின் துணையோடு பணியாளர்களை பணிக்கு தேர்ந்தெடுக்கும் முறையில் உள்ள குறைபாடுகளை களைய அனைவரும் பாடுபட வேண்டும்.

### பதவி உயர்வு (Promotion)

பணியாளர்களைப் பணிக்கு சேர்ப்பதில் எவ்வளவு பிரச்சனைகள் இருக்கின்றனவோ அதேயளவு பிரச்சனைகள் பதவி உயர்விலும் இருக்கின்றன. பணியாளர்களது தகுதியை அடிப்படையாகக் கொண்டு பதவி உயர்வு முடிவுகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. இங்கு பணிமூப்பு அடிப்படையில் பதவி உயர்வு அளிப்பது தொடர்பான பிரச்சனைகள் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை. பணியாளர்களைப் பொறுத்தமட்டிலும் பணிமூப்பு அடிப்படையில் பதவி உயர்வு அளிப்பதையே அவர்கள் வரவேற்கின்றனர். அச்சுழ்நிலையில் நிர்வாகம் அதற்கு எதிர்ப்பு தெரிவிக்கும்போது பணியாளர்களின் ஒழுக்கத்திற்கு பாதிப்பு ஏற்படுகிறது. மாறாக, நிர்வாகம் அவர்கள் கருத்துக்கு ஆதரவாக இருந்தால், அதனால் திறமைவாய்ந்த மற்றும் விசுவாசமாக பணிபுரியும் பல இளைஞர்களையும் அதிகாரிகளையும் இழக்க வேண்டிய சூழ்நிலைக்கு ஆளாக்கப்படுகிறது.

ஒரு நிறுமத்தின் மேலாண்மை பதவி உயர்வு வரும்போது அது நிறுமத்திற்குள் இருந்து அல்லது நிறுமத்திற்கு வெளியில் இருந்து கொடுக்கப்பட வேண்டுமா என்பதை தீர்மானிக்க வேண்டும். இந்த நோக்கத்துடன் நிறுமம் பணியாளரின் திறமையை கவனத்தில் எடுத்துக் கொள்ளவேண்டும். இது தொடர்பான முடிவு எடுப்பதற்கு முன்னால் நிறுமத்தால் உருவாக்கப்பட்ட கொள்கைகளையும் முடிவு எடுப்பதால் ஏற்படும் விளைவுகளையும் முடிவானது வணிக நெறிமுறைக்குட்பட்ட முடிவாக இருத்தலும் அவசியம். ஒரு பணியாளருக்கு பதவி உயர்வு அளிக்கும்போது அப்பணியாளர் பதவி உயர்வு பெற இருக்கும் பணியை அவரால் திறம்பட செய்ய முடியுமா என்பதையும் கவனத்தில் எடுத்துக் கொள்ளவேண்டும். அதுபோல், ஒரு பணியாளரை பதவி இறக்கம் செய்யும்போது அப்பணியாளரது கௌரவம் மற்றும் அந்தஸ்து பாதிக்கப்படுவதுடன் அவரது வருமானமும் குறைவது மட்டுமல்லாமல் மேலாண்மையும் திறமை நிர்வாகத்தில் தவறு செய்துவிட்டது என்ற நிலையும் ஏற்படும். ஆனால் பதவி இறக்கம் செய்யாவிட்டால் அப்பணியாளரது

கீழ் பணிபுரியும் உதவியாளர்களும் நிறுமமும் பல்வகையான இழப்புகளைத் தாங்க வேண்டிய சூழ்நிலைக்கு தள்ளப்படலாம்.

எனவே ஒரு மேலாண்மையானது பதவி உயர்வு தொடர்பாக தெளிவான நெறிமுறைகளை வகுக்க வேண்டும். எவ்வித சூழ்நிலைகளிலும் பணியாளர்களுக்கு ஏற்ற வகையிலும் மேலாண்மைக்கு உகந்த வகையிலும் நெறிமுறைகள் தெளிவாக குறிப்பிடப்பட்டிருக்க வேண்டும். ஒரு பணியாளரை பதவி இறக்கம் செய்ய வேண்டிய சூழ்நிலை ஏற்பட்டாலும் அவருக்கு வருமான இழப்பு இல்லாத வகையில் செயல்படுத்த வேண்டும். எனவே ஒரு மேலாண்மையில் பதவி உயர்வுக்கான கொள்கைகள் தெளிவாகவும், பதவி இறக்க முடிவுகள் கவனமாக மேற்கொள்ள வேண்டும்.

### வேலையிலிருந்து நீக்குதல் (Firing)

மேலாண்மைக்கும் பணியாளருக்குமிடையே எழுத்துப்பூர்வமான ஒப்பந்தம் ஏதும் இல்லாத நிலையில் நிர்வாகம் ஒரு பணியாளரை வேலையிலிருந்து நீக்குவதற்கு உரிமையுண்டு. சட்டப்பூர்வ விதிகளைத் தவிர நிர்வாகம் மற்றும் பணியாளர் ஆகிய இருவருக்கும் இதில் சில உரிமைகள் மறைமுகமாகவும் உள்ளன.

ஒரு பணியாளரை பணியிலிருந்து நீக்குவதற்கு நிர்வாகப் பொறுப்புகள் பின்வருமாறு.

1. நிர்வாகம் ஒரு பணியாளரை வேலையிலிருந்து நீக்கும்போது முறையான காரணத்திற்காக மட்டும் இருக்கவேண்டும்.
2. வேலையிலிருந்து நீக்கும்போது முறையான வழிமுறைகளை நிர்வாகம் கடைபிடிக்க வேண்டும்.
3. வேலையிலிருந்து ஒரு பணியாளரை நீக்குவதால் ஏற்படும் தீய விளைவுகளுக்கும் உரிய கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

### நியாயமான காரணம் (Just Cause)

ஒரு வணிகத்தில் நியாயமான காரணம் என்ற சொல்லிற்கு சரியான பதம் இல்லாததால் வணிகத்தை முறைப்படி செயல்படுத்துவதற்கான காரணங்களை இச்சொல் உள்ளடக்குகிறது என்று பொருள். நியாயமான காரணம் கண்டிப்பாக இருக்க வேண்டும். நிர்வாகத்தின் பழிவாங்கும் நடவடிக்கை மற்றும் தனிப்பட்ட முறையில் ஒரு பணியாளரிடம் பகை உணர்வை வெளிப்படுத்துதல் போன்ற செயல்கள் நியாயமான காரணங்களாக கருத இயலாது. கீழ்க்கண்ட செயல்கள் நியாயமான காரணங்களில் உள்ளடங்கும். 1) இயந்திரமயமாக்குதல் 2) உற்பத்தி குறைதல் 3) கவனக்குறைவு மற்றும் முதுமை 4) இதர பணியாளர்கள் மீது தீய செயல்களை உருவாக்குதல் 5) தொடர்ச்சியான சுகவீனம் மற்றும் நீண்டகாலமாக பணிக்கு வராமல் இருத்தல் 6) பணியில் சுறுசுறுப்பின்மை 7) நிறுவனத்தில் ஒழுங்கீனமாக இருத்தல் மற்றும் 8) தானியங்கிகள்.

பணியில் சுறுசுறுப்பில்லாத பணியாளர்களை பொறுத்த வரையில் இவர்கள் இதர பணிகளது ஒட்டுமொத்த திறமையை சீர்குலைக்கக்கூடிய தன்மையுடையவர்கள். அதுபோல் பணியிலிருக்கும்போது பொருட்களை திருடும் பணியாளர்களும் தங்கள் செய்கையின் மூலம் இதர

பணியாளர்களையும் திருடத் தூண்டுவதற்கு அடிகோலாக விளங்கும். இம்மாதிரியான சூழ்நிலைகளில் நிர்வாகம் பணியாளர்களுக்கு இரக்கம் காட்டுதல் கூடாது.

எனவே ஒரு நிறுமம் தம்மிடம் பணிபுரியும் அனுபவம் வாய்ந்த பணியாளர்களைக் காட்டிலும் தற்காலிக பணியாளர்களிடம் மிக எச்சரிக்கையாகவும் கவனமாகவும் நடந்து கொள்ள வேண்டும். தவறு ஏதேனும் நேரிட்டால் நிறுவனத்தின் அன்றாட நடவடிக்கைகளும் பாதிக்கப்படுகின்றன. எனவே நிர்வாகமானது அனுபவம் வாய்ந்த பணியாளர்களை பதவி நீக்கம் செய்யும் போது அதிக இடர்களை தாங்க வேண்டியது அவசியமாகிறது.

ஒரு நிறுமம் கொள்கைகளை உருவாக்கும் போது பணியாளர்களது திருப்தியின்மை மிகக்குறைந்த அளவில் இருக்குமாறு பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக சில நிறுமங்கள் இருபரு வருடம் பணிமுடித்த ஐம்பது வயது பணியாளர்களை பணிநீக்கம் செய்யும்போது அவர்கள் குறைவான திறமையின்மை அல்லது கவனக்குறைவிற்காக மட்டுமே பணிநீக்கம் செய்ய வேண்டும். இன்னும் சில நிறுமங்கள் ஐம்பது வயதிற்கு மேற்பட்ட பணியாளர்களுக்கு அவர்கள் முதுமை காரணமாக குறைவான பணி அளிக்கப்படுகிறது.

### உரிய வழிமுறை (Due Process)

பணியாளர்களது உரிமைகள் நன்மைகளைப் பாதுகாக்க உரிய வழிமுறை உதவுகிறது. இதன்மூலம் பணியாளர்களது ஒழுக்கம் அதிகரிக்கிறது. பணியாளர்களை பணிநீக்கம் செய்யும் நேரத்தில் நிர்வாகமானது பணிநீக்கத்தின் விளைவுகளை யோசிக்க வேண்டும். உரிய வழிமுறை பணியாளர்களுக்கு ஒரு உத்தரவாதத்தை அளிப்பதுடன் பணியாளர்களிடையே நம்பிக்கையை வளர்த்து முடிவுகள் தன்னிச்சையாக மேற்கொள்ளக்கூடாது என்பதையும் வலியுறுத்துகிறது. இது தவிர முடிவின் நோக்க எல்லையையும் இது உயர்த்துகிறது.

பெரும்பாலான நிர்வாகங்களுக்கு பணியாளர்களை பணியிலிருந்து நீக்குவது மிகவும் உணர்ச்சிப்பூர்வமான வழிமுறையாகும். ஒரு சில நிர்வாகிகள் பணியாளர்கள் செய்கின்ற சில தவறுகளுக்கும் பணிநீக்கம் செய்வதற்கு முயற்சி செய்கின்றனர். பணி நீக்கம் செய்வதற்கு முடிவெடுக்கும் போது நிர்வாகமானது பணியாளர்களது குடும்ப உறுப்பினர்கள் எண்ணிக்கையையும் அவர்கள் பணிசெய்து முடிக்க வேண்டிய வருடத்தையும் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு நிர்வாகமானது பணியாளர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களது நலனை பாதுக்காப்பதில் மிகக் கவனமாக இருக்க வேண்டும். எனவே பணியாளர்களை பணிநீக்கம் செய்யும்போது மிகுந்த எச்சரிக்கையுடன் இருக்க வேண்டும்.

பணியாளரை பணிநீக்கம் செய்வதற்கு தெளிவான வழிமுறைகள் ஏதும் கிடையாது. சிறிய நிறுவனங்களுக்கு விரிவான வழிமுறைகள் தேவையற்றவை மற்றும் செலவும் அதிகமாகும். பெரிய நிறுவனங்களுக்கு பணியாளரை பணிநீக்கம் செய்வதற்கு எளிதான வழிமுறைகள் பயனற்றவை. எனவே நிர்வாகமும் பணியாளர்களும் தொழிற் சங்கங்கள் மற்றும் அரசுத்துறைகளின் உதவியுடன் பணியாளரை பணிநீக்கம் தொடர்பான சாதாரண வழிமுறைக் கண்டறிந்து அவற்றை ஏற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.

1. கவனக்குறைவாகவும் சட்டதிட்டங்களை மீறும் பணியாளர்கள் மீது தேவையான எச்சரிக்கைகளை அளிக்க வேண்டியது நிர்வாகத்தின் கடமையாகும்.
2. பல்வேறு எச்சரிக்கைகளுக்கு எவ்விதமான பலனும் இல்லையென்றால், பணியாளரை பணிநீக்கம் தொடர்பான வழிமுறைகளை ஆரம்பிக்கலாம். அதே நேரத்தில் பணியாளர் செய்த தவறுகளை சுட்டிக்காட்டி பணியாளரிடம் விளக்கம் கேட்பதற்கு நிர்வாகத்திற்கு உரிமையுண்டு.
3. பணியாளர் உண்மையிலே தவறு செய்திருக்கிறாரா இல்லையா என்பதைக் கண்டறிவதற்கு துறை அளவில் அல்லது சட்டப்பூர்வமான விசாரணையை மேற்கொள்ளலாம்.
4. பணியாளர் மீது சுமத்தப்பட்டுள்ள குற்றம் சாட்சியங்களுடன் நிரூபிக்கப்பட்டால் பணிநீக்க வழிமுறைகள் தொடரலாம். பணியாளர்களை பணி நீக்கம் செய்யும் போது அரசு மற்றும் சட்ட ஆலோசனைகளையும் நிர்வாகம் கேட்டறிந்து செயல்படுவது நல்லது.

### பணியாளர்களது பொறுப்புகள் (Obligations of Employees)

நிறுமத்தின் பணி அமைதியாகவும் வெற்றிகரமாகவும் நடைபெறுவதற்கு, நிர்வாகம் மற்றும் பணியாளர்களிடையே ஒரு பரஸ்பர நம்பிக்கை இருக்க வேண்டியது இன்றியமையாதது. தேவையற்ற பிரச்சனைகளை தவிர்ப்பதற்கு நிர்வாகம் மற்றும் பணியாளர்களிடையே ஓர் ஒப்பந்தம் கண்டிப்பாக இருக்க வேண்டும். நிர்வாகத்தைப் போல் பணியாளர்கள் நிறுமத்தின் நலனை பாதுகாக்க ஒத்துழைப்பு நல்குவதுடன் தன்னுடன் பணிபுரியும் பணியாளர்களுடன் ஒத்துழைக்க வேண்டும்.

ஒரு பணியாளர் தனது பணிக்காலம் முடிவடைந்தவுடன் பணியிலிருந்து தன்னைத்தானே விடுவித்துக் கொள்வதற்கு உரிமையுண்டு. வணிக நெறிமுறைப்படி ஒரு பணியாளர் தான் பணிபுரியும் நிறுமத்திற்கு போதுமான முன்னறிவிப்பு கொடுக்க வேண்டியது பணியாளரது கடமையாகும். அதுபோல் அதற்கான காரணத்தை தனது நிர்வாகத்திற்கு தெரிவிக்க வேண்டியது பணியாளரது கடமையாகும்.

பணியாளரது இதர பொறுப்புகள் பின்வருமாறு.

1. நிறுமத்தின் நலனை பாதுகாத்தல்
2. தன்னுடன் பணியாற்றும் இதர பணியாளர்களது எதிர்பார்ப்புகளுக்கு மதிப்பு கொடுத்தல்
3. பணியாளர்களுக்கான விதிமுறைகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தல்
4. பணிக்கு உரிய நேரத்தில் வருகைபுரிதல்

நிறுமத்தின் திட்டமிட்ட கொள்கைகள் அநேக பிரச்சனைகளை தவிர்க்கின்றன. நிறுமத்தின் பணியாளர் தொடர்பான கொள்கைகள் நியாயமானதாக இருக்க வேண்டும். திட்டமிட்ட கொள்கைகளால் நிறுமத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர்களுக்கு நிறுமத்தின் முடிவுகள் தன்னிச்சையாக இருக்காது என்ற உறுதியை அளிக்கின்றன. நிர்வாகம் மற்றும் பணியாளர்



இவர்கள் இருவர்க்கிடையே ஓர் ஒப்பந்தம் ஏற்பட்டு அதன்படி இருவரும் செய்வபட வேண்டும் என்று சட்டம் கூறுகிறது. ஒப்பந்தம் இருந்தபோதும், நிர்வாகம் பணியாளர்களது பிரச்சனைகளில் தன்னிச்சையான முடிவுகளை மேற்கொள்ள அதிகாரமும் உரிமையும் இருக்கின்றது. அதே போல் பணியாளர்களும் ஒப்பந்தத்தில் கூறப்பட்டுள்ள சரத்துகளை தங்களது வசதிகேற்ப மாற்றியும் அமைக்கலாம். இவ்வாறான சூழ்நிலைகளில் பணியாளர்கள் தங்களது ஒருமித்த கூட்டுமுயற்சியால் சங்கங்களை அமைத்து அவற்றின் மூலம் தங்களது உரிமைகளை நிலைநாட்ட முயல்கின்றனர். நிர்வாகம் மற்றும் பணியாளர்களிடையே ஏற்படும் அனைத்துப் பிரச்சனைகளும் கூட்டுமுயற்சிகளால் தீர்க்கப்பட வேண்டும். பணியாளர்களிடையே ஒற்றுமையும் ஒத்துழைப்பும் ஏற்படுகிறது. பணியாளர்களது சொந்த முயற்சியால் உருவாக்கப்படும் திட்டங்களுக்கும் வழிமுறைகளுக்கும் நிர்வாகம் ஒத்துழைப்பு கொடுக்குமானால் அவர்களது திட்டங்கள் உறுதியாக வெற்றிகரமாக மாறும்.

பொதுவாக நிர்வாகம் பணியாளர் இவர்கள் இருவருக்கிடையே ஏற்படும் ஒப்பந்தமானது பொருளாதார அடிப்படையில் ஏற்படாவிட்டாலும் நெறிமுறைக்குட்பட்டு ஏற்படுதல் அவசியமானது. பீட்டர், எப்.டி.ரக்கர் என்பவரது கருத்துப்படி நிர்வாகம் தன்னிச்சையாக முடிவுகளை சில நேரங்களில் சில நடவடிக்கைகளில் எடுப்பதற்கு அதிகாரம் உண்டு என்று கூறுகின்றனர்.

#### வினாக்கள்

1. பணியாளர்களை பணிக்கு சேர்க்கும்போது நிர்வாகப்பிரச்சனைகள் யாவை?
2. சுயநல காரியம் என்றால் என்ன?
3. பதவி உயர்வு என்றால் என்ன?
4. நியாயமான காரணங்கள் யாவை?
5. உரிய வழிமுறையில் காணப்படும் நிலைகள் யாவை?
6. பணியாளரது பொறுப்புகள் யாவை?

\*\*\*\*\*

#### அங்கம் - 4

#### கூலியும் வேலை நிபந்தனைகளும் (Wages and working Conditions)

பணியாளர்களை பணிக்கு சேர்த்தல் அவர்களுக்கு போதிய பயிற்சியளித்தல் மற்றும் பதவி உயர்வு அளித்தல் ஆகிய நடவடிக்கைகள் ஒரு பணியின் தகுதியோடு தொடர்புடையன. வேலையாட்களுக்கு கூலியை தீர்மானித்தலும் அவர்களது வேலையை மேற்கொள்வதற்குத் தேவையான சூழ்நிலைகளும் பல்வேறு காரணிகளை மையமாக வைத்து எடுக்கப்படுகின்றன. வேலையாட்களுக்கு கூலியை நிர்ணயிக்கும்போது நிர்வாகம் தொழிலாளர்களிடையே பல்வேறு பிரச்சனைகளை தீர்ப்பதற்கு பல்வேறு வழிக்காட்டுதல்களும் சட்டதிட்டங்களும் உதவிபுரிகின்றன.

### கூலியும் வருவாயும்

ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் தொழிலாளர்களுக்கு நியாயமான கூலி அளிக்க வேண்டியது நிர்வாகத்தின் தலையாய கடமையாகும். தொழிலாளர்களுக்கு அளிக்கப்படும் நியாயமான கூலி தொழிலாளிக்கும் அவரது குடும்பத்தாருக்கும் போதுமானதாக இருந்தால் அதன்மூலம் அவர் வசதியான வாழ்க்கை வாழ்வதற்கும் அதன்மூலம் சமுதாயத்தில் தனது அந்தஸ்தை நிலை நிறுத்த இயலும். நியாயமான கூலி மூலம் தனது மற்றும் தனது குடும்பத்தாருடைய மருத்துவ செலவுகள், தனது குழந்தைகளுக்கு முறையான கல்வி அளித்தல், வயதான காலத்தில் ஏற்படும் செலவுகளையும் இணைத்துக் கொள்ளலாம்.

எனவே நியாயமான கூலியை நிர்ணயிக்கும் போது மேற்சொன்ன செலவுகளையும் நிர்வாகம் மனதில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும். ஆனால் நடைமுறையில், வசதியான பொருளாதாரம் உடைய நிர்வாகத்தில் பல்வேறு பிரச்சனைகள் ஏற்படுகின்றன. நிர்வாகம் கூலியை நிர்ணயிக்கும்போது குறைவான கூலியை தீர்மானித்து உற்பத்தியை அதிகரிக்க போதுமான ஊக்கத்தொகையை அளிக்க நிர்வாகம் தயாராக இருக்க வேண்டும். கூலியை அதிகரிக்க வேண்டிய சூழ்நிலை ஏற்பட்டால், நிர்வாகம் இயந்திரம் மற்றும் தொழிலாளர்களை மாற்றும் எண்ணத்திற்கு தள்ளப்படுகிறது. சில சூழ்நிலைகளில் நிர்வாகம் குறுகிய காலத்திற்கு மட்டும் அதன் தொழிலாளர்களுக்கு நியாயமான கூலி அளிக்கிறது.

சில தொழிலாளர்கள் முறையான திட்டமிடுதல் இல்லாத சூழ்நிலையில் தங்கள் குழந்தைகளின் படிப்புச் செலவுகள் மற்றும் மருத்துவச் செலவுகளுக்காக தேவையான தொகையை சேமிப்பதில்லை. எனவே, நிர்வாகம் நியாயமான கூலியை தீர்மானிக்கும் போது மேற்சொன்ன காரணிகளையும் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

1. கட்டாயமான விபத்து காப்பீடு
2. வேலையில்லாத நேரத்தில் நஷ்டஈடு
3. வயதானவர்களுக்கு மருத்துவ உதவி
4. தொழிலாளர்களின் குழந்தைகளுக்கு இலவச மதிய உணவு திட்டம்
5. தொழிலாளர்கள் குழந்தைகளுக்கு குடும்பப்படி அளித்தல்.

### நியாயமான கூலி (Fair Wages)

சமமான பணி தகுதிகளுடன் நிறுவனத்தில் பணிபுரியத் தேவையான நபர்களை கண்டுபிடித்து, அவர்களுக்கு போதிய பயிற்சி அளித்து அவர்களுக்கு பதவி உயர்வு அளித்தல் போன்ற நெறிமுறைகள் அனைத்தும் ஒரு நிறுவனத்தின் பொறுப்பாகும். நியாயமான கூலி என்பது ஒரு தொழிலாளிக்கும் அவரது குடும்பத்திற்கும் தேவையான கூலியை அளித்து அதன் மூலம் அவருக்கு வசதியான வாழ்க்கையை அளித்து சமுதாயத்தில் ஓர் அந்தஸ்தை உருவாக்குதலாகும். தொழிலாளர் குழந்தைகளின் படிப்பு வசதி, வயதான காலத்திற்கான சேமிப்பு மற்றும் மருத்துவச் செலவு போன்றவை தொழிலாளர்களுக்கான வசதிகளில் அடங்கும் நடைமுறையில் நிர்வாகம்

தொழிலாளிகளுக்கு குறைந்த கூலியை தீர்மானித்து உற்பத்தி அடிப்படையில் அவர்களுக்கு ஊக்கத் தொகையை அளிக்கிறது.

சில சூழ்நிலைகளில் தொழிலாளர்களுக்கு குறைந்த பட்ச கூலி நிர்வாகம் அளித்தாலும், தொழிலாளர்களால் தங்களது வயதான காலத்திற்காகவும் மற்றும் மருத்துவச் செலவுகளுக்காகவும் பணம் சேமித்து வைக்க இயலாமல் போகின்றனர். விலைவாசி உயர்வின் காரணமாக அவர்களால் கௌரவ வாழ்க்கை வாழ இயலாமல் போகின்றனர். எனவே நியாயமான கூலியை ஒரு நிர்வாகம் அளித்தாலும், தொழிலாளர்களுக்கு பல்வேறு சலுகைகள் மற்றும் வசதிகளை செய்து கொடுத்து அவர்களது வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்தலாம்.

நியாயமான கூலியானது தொழிலாளர்களது தேவைகள் மற்றும் அவர்கள் குடும்பத்தாருடைய தேவைகளை மட்டும் அடிப்படையாக வைத்து தீர்மானிக்க இயலாத கீழ்க்காணும் காரணிகளையும் ஒரு நிர்வாகம் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

1. தொழிலாளர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் அவர்களுக்கு இருக்கும் தேவை ஆகியவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டு கூலி தீர்மானிக்கப்படுகிறது.
2. கூலியை தீர்மானிக்கும்போது நிறுமத்திற்கு தொழிலாளர் பங்களிப்பு கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளப்படுகிறது.
3. உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருளுக்கு சந்தையில் எந்த அளவிற்கு தேவை இருக்கிறது என்பதை மனதில் கொண்டு கூலி தீர்மானிக்கப்படுகிறது.
4. அரசின் கொள்கை, உள்ளூரில் தொழிற்சாலைகளில் அளிக்கப்படும் கூலி இதே துறையில் போட்டியிடும் நிறுமங்களில் பணிபுரியும் தொழிலாளர்களுக்கு கொடுக்கப்படும் கூலி ஆகிய காரணிகளும் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றன.

நியாயமான கூலியானது நியாயமான வேலை ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. நிர்வாகம் மற்றும் தொழிலாளர்களிடையே நியாயமான வேலை ஒப்பந்தம் சார்ந்திருக்கிறது. நியாயமான வேலை ஒப்பந்தமானது நிர்வாகம் மற்றும் தொழிலாளர்களிடையே எவ்வித நிபந்தனையின்றி மனசாட்சியுடன் ஏற்படுகிறது. ஒப்பந்தம் நியாயமானதாக இல்லையென்றால் அதில் எவ்விதமான சுதந்திரமும் கிடையாது. நியாயமான வேலை ஒப்பந்தத்தில் ஈடுபடும் இருவரில் யாராவது ஒருவர் மோசடி அதிகாரம் அல்லது ஒப்பந்தத்தில் அறியாமை இருந்தால் சுதந்திரம் பறிபோகலாம். நமது இந்திய பொருளாதாரத்தில் பெரிய பெரிய நிறுமங்களில் பெரிய தொழிற்சங்கங்கள் இருந்த போதிலும் கூலியை நிர்மானிப்பதில் நியாயமான தீர்வு ஏற்படுவதில்லை.

சில நேரங்களில் நியாயமான கூலியை தீர்மானிப்பதில் சச்சரவுகள் ஏற்பட்டு ஒப்பந்தம் ஏதும் ஏற்பட இயலாத சூழ்நிலையில், ஒரு வணிகர் ஒரு குடிமகன் என்னும் முறையில் குறைந்த பட்ச கூலி உயர்வு அளிக்க வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக சில பள்ளிகள் மற்றும்

மருத்துவமனைகளில் பணிபுரியும் பணியாளர்களுக்கு குறைவான கூலியை அளித்தாலும், அதை அதிகரிப்பதற்கான குறைந்த பட்ச முயற்சிகளையும் மேற்கொள்கின்றன. சில நிறுவனங்கள் குறைவான கூலிக்கு தொழிலாளர்கள் கிடைக்கும் இடங்களுக்குச் சென்று அங்குள்ள தொழிலாளர்களை ஏமாற்றி குறைந்த கூலியை அவர்களுக்கு வழங்குகின்றனர். எனவே சில எழுத்தாளர்கள் கூற்றின்படி நிர்ணயம் என்பது நடைமுறையில் சாத்தியமாகும் ஒரு எளிதான காரியமல்ல.

**கூலி மற்றும் கூலி செலுத்துதல் (நெறிமுறை)**

1. நிர்வாகம் மற்றும் தொழிலாளர்களுக்கு கூலி நிர்வாகமானதாக இருக்க வேண்டும்.
2. இருவருக்குமிடையே பணி ஒப்பந்தம் நடைபெற்றிருக்க வேண்டும்.
3. எந்த ஒரு சூழ்நிலையிலும் கிடைக்கக்கூடிய தொழிலாளர்களுக்கு அளிக்கப்படும் கூலியானது குறைவானது அல்லது கூலியை சீராக வழங்கும் முறையில் கூலியை விட குறைவானது அல்லது குறைவாக வேண்டும்.
4. தொழிலாளர்கள் தங்களுக்கு தகுந்த அளவுக்குள்ளேயே தங்களுக்குரிய கூலியைப் பெறக்கூடியதாக கூலி செலுத்தப்பட வேண்டும்.
5. வேலை செய்கின்றவர்களுக்கான நேரத்திற்கு இல்லாத கூலி கணம் போன்ற செலுத்தப்படக்கூடாது.
6. கூலி செலுத்தும் முறை தகுந்த அளவுக்குள்ளேயே கடைபிடிக்கப்பட வேண்டும்.
7. கூலி உரிய நேரத்தில் கொடுக்கப்பட வேண்டும்.
8. நிர்வாகம் தொழிலாளர்களுக்கு சேமநலநிதி மற்றும் தொழிலாளர் நல காப்பீடு தொகை முறையாக அளிக்கப்பட வேண்டும்.
9. கூலி செலுத்துதல் சட்டப்படி ஒரு தொழிலாளர் வேலையில்லாத காலத்திற்கு கூலி செலுத்தப்பட வேண்டும்.
10. வேலையில்லிருந்து தற்காலகால நகலம் செய்யும் போது தொழிலாளர்களுக்கு நிர்வாகமான கூலி செலுத்தப்பட வேண்டும்.
11. தொழிலாளர்களுக்கு வேலை நேரத்தை தீர்மானிக்கும்போது தொழிலாளர்கள் வேலை நேரத்தில் சோர்வு ஏற்பட்டு ஓய்வு எடுப்பதற்கும் குறைவு மொத்திகாரியம் பிடுகுந்து வேலை குறிப்புகளை பெறுவதற்கான நேரமும் சேர்க்கப்பட வேண்டும்.
12. கூலி செலுத்தும் போது கூலியைத் தொழிலாளர்களுக்கு கொடுக்கும் நேரத்தில், பணம் பட்டுவாடா செய்யும் அதிகாரி தொழிலாளர்களிடம் பணிவாக நடந்து கொள்ள வேண்டும்.

**லாபத்தில் பங்கு (Profit Sharing)**

ஒரு நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் தொழிலாளர்களுக்கு ஊதியம் அளிக்கும் ஒரு முறையாக இலாபத்தில் பங்கு என்ற வழிமுறை கடைபிடிக்கப்படுகிறது. தொழிலாளர்களுக்கு கூலி மற்றும் ஊக்கத் தொகை ஆகியவை தவிர நிறுவனம் ஈட்டும் லாபத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட அநேகமான நிறுவனங்கள் தங்கள் தொழிலாளர்களுக்கு லாபத்தில் பங்களிக்கும் முறையை கடைப்பிடிக்கின்றன.

பொதுவாக தொழிலாளர்களுக்கு நியாயமான கூலியை வழங்குவதால் அவர்களுக்கு லாபத்தில் பங்களிக்க வேண்டிய தேவையில்லை என்று வாதாடப்படுகிறது. ஏனெனில் ஒரு நிறுவனம் தன்னிடம் வேலை பார்க்கும் வேலையாட்களுக்கு கூலி மட்டும் கொடுப்பதற்கு ஒப்பந்தம் ஏற்படுத்தப்படுகிறது. நிர்வாகம் விரும்பினால் மட்டுமே தொழிலாளர்களுக்கு லாபத்தில் பங்களிக்க இயலும்.

தற்போது தொழிலாளர்கள் தங்களுக்கு கூலியுடன் லாபத்தில் பங்கு பெறுவதற்கு உரிமை உண்டு என நினைக்க ஆரம்பித்துள்ளனர். இதற்காக, நிர்வாகம் தொழிலாளர்களிடம் அதிகமான உற்பத்தியை எதிர்பார்த்து அவர்களது பங்களிப்பும் அதிகமாக இருக்க வேண்டும் என விரும்புகிறது.

பொதுவாக தொழிலாளர்கள் லாபத்தில் பங்கு வேண்டும் என்று கேட்பதற்கு முக்கியமான காரணம் என்னவென்றால் அவர்களின் கடின உழைப்பால் உற்பத்தி அதிகரித்து அதன்மூலம் நிறுவனம் அதிக லாபத்தை ஈட்டுகிறது. எனினும் நிர்வாகம் நிறுவனத்தில் போட்ட முதல் அடிப்படையில் லாபம் ஈட்டுகிறது என்றும் சிலர் கருத்து தெரிவிக்கின்றனர். எனவே இதில் தெளிவாக எவ்விதமான முடிவும் எடுக்க இயல முடியவில்லை.

### நிலையான வேலை (Stability of Work)

தொழிலாளர்கள் நிலையான வேலை மற்றும் பாதுகாப்பை தங்கள் நிர்வாகத்திடம் எதிர்பார்க்கின்றனர். வேலை பாதுகாப்பு இல்லாத சூழ்நிலையில் தொழிலாளர்கள் அனைவரும் ஒன்று சேர்ந்து சங்கம் அமைப்பதற்கு முயற்சி செய்கின்றனர். வேலை பாதுகாப்பின்மையால் தொழிலாளர்கள் மனதில் அச்சம் ஏற்படுகிறது. ஒரு தொழிலாளிக்கு வேலை ஒருவிதமான பாதுகாப்பு இல்லாமையால் தனது குடும்பத்தை எவ்வாறு நடத்தி செல்வது என்ற அச்சம் ஏற்படுகிறது. ஒரு தொழிலாளிக்கு வேலை ஒருவிதமான பாதுகாப்பு இல்லாமையால் தனது குடும்பத்தை எவ்வாறு நடத்திச் செல்வது என்ற அச்சம் நியாயமானதுதான். தொழிற்சங்கங்கள் உதவியுடன் வேலை பாதுகாப்பின்மை என்ற அச்சம் கொஞ்சம் தொழிலாளர்களுடைய பல்வேறு காரணிகளால் வேலை பாதுகாப்பின்மை என்ற பயம் தொழிலாளர்களிடம் இடையே அதிகரித்துக் கொண்டு வருகிறது. இதற்கு கீழ்க்காணும் காரணங்கள் உள்ளன. அவை

1. இயந்திரமயம்
2. தொழிற்சாலைகளின் வேகமான வளர்ச்சி
3. இயந்திரத்தை மாற்றியமைத்தல்
4. பொருளாதார வாழ்க்கையில் மாற்றம்
5. நாகரீக மாற்றம்
6. பொருளை வாங்குபவர் நடத்தையில் மாற்றம்
7. மேலாண்மை கொள்கைகளில் மாற்றம்
8. தொழில் நுட்பத்தில் ஏற்பட்டுள்ள முன்னேற்றம்

9. குறிப்பிட்ட காலங்களில் தொழிற்சாலைகளில் வேலையின்மை  
10. பருவகால மாற்றங்கள்

எனவே நிர்வாகம் முன்கூட்டியே திட்டமிட்டு தனது வணிகத்தை தொடர்ச்சியாக மேற்கொள்வதற்கு தொழிலாளர்களுக்கு தொடர்ச்சியாக வேலை அளிக்க வேண்டும். எனினும் சில காரணிகளை நிர்வாகம் முன்கூட்டியே தீர்மானிக்க இயலாமலும் போகலாம்.

### வேலை நிபந்தனைகள் (Working Conditions)

தொழிலாளர்கள் நலனை பாதுகாப்பதற்கும் அவர்களுக்கும் நிர்வாகத்திற்கும் சமூக உறவு ஏற்படுவதற்கும் நியாயமான கூலி அளிப்பது வேலை பாதுகாப்பு எவ்வளவு இன்றியமையாததோ அந்த அளவிற்கு வேலை நிபந்தனைகளும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை. வேலை நிபந்தனைகளுடன் பல்வேறு நெறிமுறை பிரச்சனைகள் தொடர்புடையவை. எனினும் சட்டமும் மனசாட்சியும் பல்வேறு பிரச்சனைகளை தீர்த்துவைத்துள்ளன. இன்று தொழிலாளர்கள் வேலை தேடி பல்வேறு இடங்களுக்கு செல்ல வேண்டிய சூழ்நிலையில் இருப்பதால் அவர்களது ஆரோக்கியத்திற்கும் அவர்களது குழந்தைகள் படிப்பிற்கும் எவ்விதமான வசதிகளையும் நிர்வாகம் செய்து கொடுப்பதில்லை.

ஒரு தொழிலாளி மனிதனாக முதலில் பாவிக்கப்பட வேண்டும். அவரது அல்லது அவரது குடும்பத்தாருக்கு தேகம், மனவறுதி மற்றும் மனோதத்துவ காரணிகளால் எவ்விதமான நியாயமான காரணங்கள் இல்லாமல் பாதிக்காமல் இருக்க வேண்டும். இதனால் ஏற்படும் இடர்களை தடுக்க முயலும்போது, இடர்களால் ஏற்படும் செலவுகள் அதிகமாக இருந்தால் அதனால் அவர்கள் பாதிக்கப்படுவர். எனவே தொழிலாளர்களுக்கு பணிநேரத்தில் பாதுகாப்பு முறைகள் மிக இன்றியமையாதவை.

சில நேரங்களில் தொழிலாளர்கள் ஆரோக்கிய குறைபாடுகள் வெளியில் தெரியக்கூடியவையாக இருக்கின்றன. எனவே அவர்களது மனவறுதி மற்றும் மனோதத்துவ இழப்புகள் ஏற்படாமல் நிர்வாகம் பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தில் மேலாளர்களும் மேற்பார்வையாளர்களும் நிறுவன அமைதியை நிலைநாட்ட தேவையான முயற்சிகளை மேற்கொள்ள வேண்டும். சில தொழிலாளர்கள் தங்களது பணிநேரத்தில் நிறுவனத்திற்குள் லாட்டரி சீட்டுகள் விற்பது போன்ற மோசடி நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றனர். அதுபோல் சில மேற்பார்வையாளர்கள் தங்கள் கீழ் பணிபுரியும் தொழிலாளர்களை தங்கள் சொந்த மற்றும் குடும்ப வேலைகளை செய்து முடிக்க கட்டாயப்படுத்துகின்றனர். அதுமட்டுமில்லாமல் சில மேற்பார்வையாளர்கள் தங்கள் கீழ் பணிபுரியும் தொழிலாளர்களை மிரட்டி தாங்கள் செய்யும் நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகளுக்கு துணைபுரிவதற்கு ஒத்துழைப்பு பெறுகின்றனர்.

ஒரு நிறுவனத்தின் தலைவர் தன்கீழ் பணிபுரியும் பணியாளர்கள் மனவறுதியைக் கட்டுப்படுத்தும் திறமை படைத்தவராக இருக்க வேண்டும். தனது நிறுவனத்தில் நடைபெறும் நடவடிக்கைகளைப் பற்றி நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும். அவர் தனது உதவி, பாதுகாப்பு, உபதேசம் ஆகியவற்றின் மூலம் தன்கீழ் பணிபுரியும் இளமை வயதுடைய பணியாளர்களுக்கு தன்னுடைய

த ஒதுக்க வேண்டும். இதை சரியான முறையில் செய்யத் தவறினால் பணியாளர்களுக்கு சலுகை செய்தல் மற்றும் அலுவலகத்தில் அரசியல் கலந்த பிரச்சனைகள் ஏற்படுகின்றன.

ஒரு மேலாளர் தனது அதிகாரத்தை பாராட்டை மற்றும் பணியாளருக்கு தண்டனை அளிக்கும்போது அவர் மற்றவர்களது மனசாட்சிக்கும் உரிமைகளுக்கும் மதிப்பு கொடுக்க வேண்டும். அதுபோல் ஒரு மேலாளர் தன்கீழ் பணிபுரியும் பணியாளர்களை நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகளைத் தூண்டுவதற்கு கட்டாயப் படுத்தும் போது அவர் இரு தவறுகளை செய்கிறார் என்று பொருள். ஒரு புறம் மற்றவர்களுக்கு அவர் தீங்கிழைக்கிறார். மற்றொரு புறம் தனது மொத்த கௌரவத்தையும் நம்பிக்கையையும் தான் பணிபுரிந்த நிறுவனத்தில் இழக்கிறார்.

ஒரு விற்பனை பிரதிநிதி தனது அலுவலக வேலை காரணமாக அநேக நாட்கள் தனது குடும்பத்தைவிட்டு பிரிய வேண்டிய சூழ்நிலை ஏற்பட்டால் அந்த விற்பனைபிரதிநிதியின் குடும்ப வாழ்க்கையும் அவரது வீட்டிற்கு அருகாமையில் குடியிருக்கும் நபர்களுடன் கமுக உறவும் பாதிக்கிறது. ஒரு குடும்பத்தின் தலைவர் என்ற முறையில் அவரது கடமைகளை நிறைவேற்றுவதற்கு அவரது தொழிலில் பல்வேறு பிரச்சனைகள் ஏற்படுகின்றன. எனவே நிர்வாகம் பணியாளர்கள் குடும்பத்தாருடைய நலனையும் பணியாளர்கள் பணி அட்டவணையை முடிவு செய்யும் நேரத்தில் மன்தில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

#### பணியில் திருப்தி (Job Satisfaction)

ஒரு நிறுவனம் தனது உற்பத்தி திறனை அதிகதிப்பதன் மூலம் லாபத்தை அதிகமாக ஈட்டலாம். பணியாளர்கள் தங்கள் திறமையை முழுமையாக வெளிக்கொணர்வதின் மூலம் லாபத்தை அடையலாம். பணியாளர்களுக்கு நியாயமான கூலியை அளிப்பதன் மூலமும் அவர்களுக்கு முழுமையான கௌரவம் கொடுப்பதின் மூலம் அவர்களுக்கு பணியில் சந்தோஷம் ஏற்படுகிறது. ஒரு தனி மனிதனின் பணியில் முழுமையான திருப்தி கிடைக்கிறது. ஒரு பணியாளரது சேவையை நிர்வாகம் அங்கீகரிக்கும் போதும். அவரது புதிய கண்டுபிடிப்புகளுக்கு பாராட்டு கிடைக்கும்போதும் ஒரு பணியாளருக்கு பணியில் முழுமையான ஈடுபாடு கிடைக்கிறது. நிர்வாகமும் தனது பணியாளர்களை எந்தெந்த விதத்தில் பாராட்டலாம் என்பதை தெரிந்து வைத்திருக்க முடியாது.

ஒரு பணியாளருக்கு தான் ஈடுபாடும் பணியில் முழுமையான சந்தோஷம் கிடைத்தால் அதன்மூலம் அவருடைய நல்லொழுக்கமும் மனநிறைவும் கிடைப்பதும் மேலும் மேலும் உற்பத்தி செய்ய வேண்டும் என்ற ஆவலும் ஏற்பட்டு அதன்மூலம் அவர் அதிகமாக சம்பாதிக்க இயலும். நிர்வாகமும் பணியாளர்களை திருப்தி செய்வதற்காக கீழ்நிலை மற்றும் இடைநிலை மேலாண்மையில் பணிபுரியும் அதிகாரிகளுக்கு போதிய அதிகாரம் அளிக்கப்பட வேண்டும். இதன்மூலம் பணியாளர்கள் தங்கள் மேற்கொள்ளும் பணியில் முழு நிறைவு பெறுகின்றனர். அதேபோல் திறமைவாய்ந்த பணியாளர்களை உற்சாகப்படுத்தும் முகமாக அவர்களுக்கு ஊக்கத்தொகை அளித்து அவர்களுக்கு தங்கள் பணியில் மென்மேலும் சந்தோஷம் கிடைக்க வழி செய்யலாம்.

### விற்பனையாளரின் பொறுப்பு (Obligation of Seller)

வணிக பொருளாதாரத்தில் நெறிமுறை மற்றும் சட்டத்தில் விற்பவர் வாங்குபவர் இடையே ஏற்படும் உறவானது மிகவும் கடினமானது. ஒரு பொருளை வாங்கும்போது அல்லது விற்கும் போது வாங்குபவர் விற்பவர் ஆகிய இருவருக்கும் சில உரிமைகளும் கடமைகளும் இருக்கின்றன. இங்கு நுகர்வோருக்கு அல்லது வாடிக்கையாளருக்கு அல்லது பொருளை வாங்குபவருக்கு விற்பனையாளர்களின் பொறுப்புகளை விவரிக்கிறோம்.

### ஆரோக்கியமும் பாதுகாப்பும் (Healthy and Safety)

ஒரு விற்பனையாளர் தனது பொருளை வாங்குபவர்களுக்காக மரியாதை அளிக்க வேண்டும். தன்னுடைய லாபத்திற்காக வாங்குபவர்களுக்கு தீங்கு செய்யக் கூடாது. உணவு பொருட்கள், பால்பவுடர்கள், மருந்துகள், மாத்திரைகள், அழகு சாதனைப் பொருட்களை தயாரித்து விற்பனை செய்யும் விற்பனையாளர்கள் தங்கள் பொருள் உற்பத்தியிலும் விற்பனையிலும் நிகுந்த கவனத்தை செலுத்துதல் அவசியமானது.

ஒரு விற்பனையாளர் எவ்விதமான நியாயமான காரணம் ஏதும் இல்லாமல் தனது பொருளின் விற்பனையில் எவ்விதமான இடர்களைத் தாங்கக் கூடாது. இடர்களைத் தாங்குவதற்கான நியாயமான காரணம் என்ன என்பதை தீர்மானிக்கும்போது சட்டத்திற்குட்பட்ட மற்றும் இதர காரணிகளையும் ஒரு விற்பனையாளர் மனதில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோருக்கு எச்சரிக்கை கொடுப்பதன் மூலம் இந்த பிரச்சனையை தீர்க்க இயலாது.

ஒரு பொருளின் விற்பனையை சட்டத்தால் கட்டுப்படுத்தப்பட்டு அதன்மூலம் இடர்களை குறைந்தால், ஒரு நிறுவனம் சட்டத்திற்குட்பட்டு நடக்க வேண்டிய பொறுப்புக் குள்ளாகிறது. எனவே முறையான கட்டுப்பாடு முறைகள் மூலம் உற்பத்தி சார்ந்த நிறுவனங்களை தாங்கள் உற்பத்தி செய்யும் பொருட்கள் தரமானதாகவும் உற்பத்தி சார்ந்த நிறுவனங்களையும் ஆரோக்கியத்திற்கு கேடு விளைவிக்காமல் இருக்குமாறு பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். கட்டுப்பாட்டு செலவுகளால் ஒரு நிறுவனத்தின் கௌரவம் உயர்கிறது.

பொருட்கள் பாதுகாப்பு தொடர்பான சட்டங்கள் இருந்தாலும் ஒரு தயாரிப்பாளர் மற்றும் விற்பனையாளர் எச்சரிக்கையுடன் இருக்க வேண்டியது இன்றியமையாததாகும் பொருட்கள் பாதுகாப்பு தொடர்பாக ஒரு பொருளின் உற்பத்தியாளருக்கு சுயமான சிந்தனை இருத்தல் அவசியம். குறைந்த கால அனுபவ அடிப்படையில் பொதுமக்களும், உற்பத்தியாளர்களும் பாதுகாப்பு தொடர்பான சட்டத்தால் நன்மை பெற்றிருக்கிறார்கள்.

நுகர்வோருடைய ஆரோக்கியம் மற்றும் பாதுகாப்பு கீழ்க்காணும் வழிமுறைகளால் ஏற்படுகின்றன.

1. உற்பத்திக்குத் தரமான கச்சாப் பொருட்களை பயன்படுத்துதல்.





விளம்பரத்தினால் ஏற்படும் சிறப்பு பிரச்சனைகள்

ஒரு பொருளை அல்லது நோக்கம் அல்லது சேவை பற்றி பொதுமக்களுக்கும் தெரிவிக்கும் செய்தியே விளம்பரமாகும். ஒரு வணிகரைப் பொறுத்தவரை விளம்பரம் செலவாகக் கருதப்படாமல் மூலதனமாகக் கருதப்படுகிறது. ஒரு பொருள் தரமுள்ள பொருளாக இருந்தாலும், அப்பொருள் நுகர்வோர்களைச் சென்றடைய விளம்பரம் இன்றியமையாததாக விளங்குகிறது. நவீன சந்தை உலகில் முறையாக செய்யப்படும் விளம்பரத்தின் உதவியால் பொருட்கள் விற்பனை அதிகரிக்கிறது. விளம்பரத்தின் துணையுடன் நுகர்வோர்களை ஏமாற்ற ஒரு நிறுவனம் தயாரிக்கும் பல்வேறு பொருட்கள் மூலம் உண்மையான நிலையை வெளிக்கொண்டு வரலாம். ஒரு பொருளுக்கு பதிலாக சந்தையில் கொண்டுவரப்படும் மற்றொரு பொருளின் பயன்பாட்டு உதவியால் புதிய பொருளின் தேவையை அதிகரிக்க விளம்பரம் உதவுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக தேநீர் விளம்பரம் பிரபலமாவதால் காப்பித்தூள் விற்பனை பாதிக்கலாம். விளம்பரத்தின் மூலம் ஒரு பொருளை உண்மையான வண்ணத்தை பிரதிபலிக்கச் செய்யலாம். தற்போது தொழில்நுட்ப முன்னேற்றத்தில் விளம்பரம் மிகவும் பிரபலமாக விளங்குகிறது. விளம்பரத்தின் மூலம் ஒரு பொருளை பிரபலப்படுத்துவதற்கு சில நேரங்களில் உண்மைக்கு அதிகமாகவும் பொருளைப் பற்றி விளம்பரத்தில் கூறப்படலாம். அதே நேரத்தில் தனது போட்டியாளரது பொருளைப் பற்றி எவ்விதமான குறையும் கூறக்கூடாது.

விளம்பரத்தில் ஏற்படும் குறிப்பிட்ட பிரச்சனைகளை நீண்ட நெடிய பட்டியலிட்டு குறிப்பிட முடியாது. எனினும் விளம்பரம் சட்டப்படி விற்பனைக் கருவியாக கருதப்படுகிறது. ஒரு பொருளின் விற்பனையாளர் போதுமான பொருட்கள் கையிருப்ப இல்லாத சூழ்நிலையில் பொருளை விற்பனை செய்ய விருப்பம் இல்லாத சந்தர்ப்பத்தில் போலியான விளம்பரத்தை வெளியிடுகிறார். விளம்பரத்தின் உதவியால் விற்பனையாளர் நுகர்வோர்களை தனது விற்பனை நிலையத்திற்கு வரவழைத்து அங்கிருந்த விலை உயர்ந்த பொருட்களை தேர்வு செய்யும் போது விற்பனையாளர் தான் வாங்க விரும்பும் பொருளை தேர்வு செய்யும் போது விற்பனையாளருக்கும் வாங்குபவருக்குமிடையே எவ்விதமான பேரமும் இருப்பதில்லை. பொதுவாக நுகர்வோர் பொருளை வாங்க வரும் போது விற்பனையாளர் பொருள் விற்பனையாகிவிட்டது எனக் கூறுவார். இம்முறை வீட்டு உபயோகப் பொருட்களுக்கும் விலை உயர்ந்த வீட்டு சாதனங்களுக்கும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

ஒரு விற்பனையாளர் நுகர்வோர்களை கவர்வதற்காக ஒரு பொருள் விலையை உண்மையில் குறைத்து அதன்மூலம் லாபம் தரக்கூடிய பொருளை விற்க எண்ணுகிறார். விற்பனையாளர் தன்னிடம் பொருளை இருப்பு இருக்கும் வரை அப்பொருளை குறைந்த விலைக்கு முடிந்தால், நஷ்டமில்லாமல் விற்பனை செய்வதன் மூலம் அதிக லாபம் தரக்கூடிய மற்றொரு பொருளையும் விற்பனை செய்ய முடியும் என்று நம்பிக்கை கொள்கிறார். பேரம்பாலான மாநிலங்களில் ஒரு பொருளை அடக்க விலைக்கு குறைவாக விற்பனை செய்யக்கூடாது என சட்டம் கூறுகிறது. எனவே இக்கருத்தை மனதில் எடுத்து கொண்டு போட்டியாளர்களுக்கு எவ்வித பாதிப்பும் இல்லாமல் விற்பனையாளர் தமது பொருளை விற்பனை செய்ய வேண்டும்.

மற்றொரு விற்பனையாளர் தனது பொருளின் விற்பனை விலையை பொருளின் மீது விலைச்சட்டை நுகர்வோர் பார்வைக்காக வைக்கிறார். இதன்மூலம் நுகர்வோர் பொருளின் விலையைப் பார்த்து கவரப்பட்டு அதன்மூலம் பொருளை வாங்க எண்ணுகின்றனர். இம்முறையில் பொருளின் விலையும் குறைவாக குறிப்பிடப்பட்டு இருப்பதால் நுகர்வோருக்கும் நேர்மையான போட்டியாளர்களுக்கும் உதவியாக இருக்கிறது ஒரு சில விற்பனையாளர்கள் பொருட்கள் விலையை உண்மையில் குறைவாக விற்பனை செய்கின்றனர். இதனால் நுகர்வோர் ஏமாற்றப்படுவதில்லை. ஏனெனில் பொருள் விலை நியாயமானதாகும்.

எடுத்துக்காட்டாக. ஒரு வியாபாரி புதிதாக விலை குறைவான துணிவகைகளை சந்தைக்கு கொண்டு வரும்போது நுகர்வோர் பார்வைக்கு அவை சென்றால் தான் நுகர்வோர் அப்பொருளின் விலை குறைவு எனத் தெரிய முடியும். சிறிது நாள் கழித்து அப்பொருளின் உண்மையான விலைக்கும் உண்மையான விலைக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாட்டை தெரிய முடியும். இம்முறை நெறிமுறையற்ற செயல் அல்ல.

கீழ்க்காணும் பொதுவான விளம்பர பிரச்சனைகள் பின்வருமாறு.

1. விளம்பரம் ஒரு பொருளின் விலையை பொருட்களை அதிகரிக்கிறது. இதன் மூலம் நுகர்வோரும் சமுதாயமும் பாதிக்கப்படுகிறது.
2. நுகர்வோருக்கு விருப்பம் இல்லாத பொருட்களை வாங்க விளம்பரம் நூண்டுகிறது கவர்ச்சியான விளம்பரம் மூலம் நுகர்வோருடைய மனதில் பொருளை வாங்க எண்ணம் உருவாகிறது.
3. போட்டியாளர்களின் நியாயமான உணர்வுகளை விளம்பரம் பாதிக்கிறது.
4. சில விளம்பரங்கள் நுகர்வோர்கள் பொருட்களைப் பற்றிய விவரத்தை தெரிவிக்காமல் நுகர்வோருக்குக் கல்வியறிவு அளிப்பதில்லை.
5. பெரிய நிறுவனங்கள் மட்டுமே விளம்பரத்திற்காக ஒரு கணிசமான பெரிய தொகையை செலவழிக்க இயலும். சிறிய நிறுவனங்கள் விளம்பரச் செலவை ஏற்க முடியாமல் போனால் சிறிய நிறுவனங்களின் பொருட்கள் சந்தைக்குள் நுழைவது தடுக்கப்பட்டு அதன்மூலம் முற்றாரிமை ஏற்படும்.
6. சில விற்பனையாளர்கள் தங்கள் பொருட்கள் விற்பனையை அதிகரிக்க விளம்பர நகலில் கொடுமையான மற்றும் இழிவான வெறுக்கத்தக்க விஷயங்கள் இடம் பெறுகின்றன. மேற்சொன்ன பிரச்சனைகள் விளம்பரத்தால் ஏற்படுகின்றன. என்றாலும் விளம்பரத்தால் வணிகர்களும் பொதுமக்களும் பயன்பெறுகின்றனர் என்பது மறுக்க முடியாத உண்மை விளம்பரம் முறையாக பயன்படுத்தப்பட்டால் அதனால் சமுதாயம் கண்டிப்பாக பலன் பெறும்.

### பொதிதல் (Packaging)

பொருட்களை தகுந்த முறையில் பாதுகாக்கத்தக்க வகையில் பொதிதல் செய்வது அவசியம். நுகர்வோர் ஒரு பொருளை முழுமையாக பயன்படுத்தி முடிக்கும் வகையில் அப்பொருள் கெட்டுப்போகாமல் பாதுகாத்து வைக்க அவற்றைத் தகுந்த முறையில் பொதிதல் அவசியம். ஒரு உற்பத்தியாளர் பொருளை பாதுகாக்கப் பயன்படுத்தும் மேலுறைப் பற்றி உற்பத்திக்கு

திட்டமிடும்போதே முடிவு செய்திட வேண்டும். மேலுறையின் வடிவமைப்புப் பற்றி முடிவு செய்வது சம்பந்தமான எல்லா நடவடிக்கைகளிலும் பொதிதல் அடங்கும்.

பொதிதல் சிறப்பானதாக அமைவதற்கு அது பார்ப்பவர்களின் கவனத்தை ஈர்க்கவல்லதாகவும் பொருள் பற்றி அறிவிக்கும் தன்மையுடையதாகவும், நுகர்வோர் மனதில் நம்பிக்கை ஏற்படுத்தவல்லதாகவும், சுத்தமானதாகவும், பயன்படுத்துவதற்கு ஏற்றதாகவும் அமைய வேண்டும். பொதிதலால் கீழ்க்காணும் நன்மைகள் ஏற்படுகின்றன.

1. உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து இடைநிலையாளர்கள் வழியாக நுகர்வோர்களை சென்றடையும் வரையில் பொருளை பத்திரமாக பாதுகாக்க பொதிதல் இன்றியமையாதது.
2. ஒரு நிறுவனம் தயாரிக்கும் பல்வேறு பொருட்களை வாடிக்கையாளர் தெளிவாக அடையாளம் கொள்வதற்கு பொதிதல் உதவுகிறது.
3. பொருட்களை கையாள்வதற்கும் பாதுகாத்து வைப்பதற்கும் பொதிதல் இன்றியமையாதது.
4. இதர நிறுவனங்களின் பொருட்களிலிருந்து நமது பொருளை வேறுப்படுத்தி காண்பிப்பதற்கு பொதிதல் உதவுகிறது.
5. அழகான முறையில் பொதிதல் செய்யப்பட்ட பொருட்கள் தமது கவர்ச்சியால் நுகர்வோர்களை பொருட்களை வாங்கும்படி தூண்டுகிறது.
6. அதிகம் எடையுள்ள பொருட்களை குறைந்த முயற்சியுடன் பொதிதல் செய்யப்பட்ட பொருட்களை கையாளலாம்.
7. முறையாக பொதிதல் செய்யப்பட்ட பொருட்களால் நிறுவனத்தின் நன்மதிப்பு அதிகரிக்கிறது.
8. பொருட்களைப் பற்றிய விவரங்கள், எடை, உத்தேசித்த சில்லறை விற்பனை விலை, காலாவதியாகும் தேதி, உற்பத்தியாளரது விலாசம் மற்றும் பொருட்களைப் பற்றி நுகர்வோருக்கு விடுக்கும் எச்சரிக்கை ஆகியவை பொதிதலாகும் நுகர்வோர் பயன்பெறுகின்றனர்.
9. முறையாக பொதிவு செய்யப்பட்ட பொருட்களை நீண்ட தூரங்களுக்கு எவ்விதமான கஷ்டமின்றி அனுப்பலாம்.
10. வண்ணமயமான, கவர்ச்சியான மற்றும் முறையாக அமைக்கப்பட்ட பொதிதலால் பொருட்களுக்கு விளம்பரம் கிடைக்கிறது.

பொதிவு செய்தலின் முக்கியத்துவம் முன்பு இருந்ததைவிட பல மடங்கு அதிகரித்துள்ளது. ஆனால் துரதிர்ஷ்டவசமாக உற்பத்தியாளர் பொதிதலை நுகர்வோர்களை ஏமாற்றுவதற்குத் தான் பயன்படுத்துகின்றனர். பொதிதலால் நுகர்வோருக்கு பொருட்களைப் பற்றிய விவரங்கள் அளிக்கவில்லையென்றால் நெறிமுறையற்ற பிரச்சனைகள் எழுகின்றன. பொதுவாக விளம்பரம் செய்யும்முறைப் பற்றியும் பொருளைப் கையாள்வது பற்றியுதான் பிரச்சனை உண்டாகிறது.

பொதிதலால் கீழ்க்காணும் நெறிமுறையற்ற பழக்கங்கள் ஏற்படுகின்றன.

1. மேலுறைகள் மீது பொருளின் விலை இல்லாமை.
2. விசித்தரமான அளவுகளை பயன்படுத்துதல்

3. பொதிதலில் மிக்க குறைவான விவரங்கள் இருந்தல்.
4. பல்வேறு அளவுகளால் பல்வேறு விலைகள், சில நேரங்களில் பெரிய அளவில் சாதாரணமான விலைக்கு குறைவான பொருட்களை விற்பனை செய்தல்.
5. பொருட்களை அனுப்பும்போது அடியில் வண்டல் படிதல்.
6. மேலுறை நுகர்வோர்களை கவர்வதற்காக வடிவமைக்கப் படுவதால் பொருளைப் பற்றிய விவரங்களை அறிவிக்காமல் இருத்தல்.
7. நுகர்வோர்களை ஒரு பொருளை முழுமையாக வாங்கச் சொல்லி கட்டாயப்படுத்தும் நேரத்தில் சிறிய அளவில் பொருளை விற்பனை செய்ய மறுத்தல்.
8. முரண்பாடான வண்ணங்கள், நுகர்வோருக்கு துன்பத்தை கொடுக்கின்றன. மேற்சொன்ன பிரச்சனைகளைக் கீழ்க்காணும் கேள்விகள் மூலம் தீர்த்து வைக்கலாம்.
1. பொதிதலின் நோக்கம் ஏமாற்றுவதற்கா?
2. பொதிதலின் நோக்கம் ஏமாற்றுவதற்காக இல்லையென்றால் வேறு ஏதாவது காரணம் இருக்கிறதா?

பொதிதல் தொடர்பான தற்போதைய சட்டதிட்டங்கள் பொதிதலினால் ஏற்படும் குறைபாடுகளைக் குறைக்க உதவினாலும் இச்சட்டதிட்டங்கள் மேலும் கடுமையாகப்பட வேண்டும். ஒரு நிறுவனம் பொதிதல் கொள்கையை உருவாக்கும்போது சுய இடவசதி, போக்குவரத்து வசதி மற்றும் பாதுகாப்பு வசதிகளை மனதில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும். இதன்மூலம் நிறுவனத்தின் லாபம் அதிகரிப்பதற்கு நுகர்வோருக்கு பொருட்களின் விலை குறைகிறது. உற்பத்தியாளர் நுகர்வோர் இடையே பொருட்களின் முறையாக பகிர்வு திறமை உயர்கிறது. இந்தியாவில் பொதிதலுக்கான தரம் இன்னும் உயராத காரணத்தால் நாம் உலக சந்தையில் நுழைவதற்கு கடினமாக இருக்கிறது.

### அடையாளச்சீட்டு (Labeling)

அடையாளச்சீட்டு என்பது ஒரு பொருள் பற்றி எழுத்து மூலமாக வாங்குபவருக்கு அறிவிக்கும் ஒரு பகுதியாகும். ஒரு பொருளைப் பற்றிய விவரங்கள் மேலுறையில் அல்லது தனித்தாளில் அச்சிடப்பட்டு மேலுறையில் உள்ள பொருட்களுடன் வைக்கப்பட்டிருக்கும். பொருளுடன் அடையாள சீட்டு இணைக்க வேண்டியது. சட்டப்படி கட்டாயமாக்கப்பட்டுள்ளது. பொதிதல் செய்யப்பட்ட பொருட்கள் நெறிமுறை ஆணை மூலம் நமது நாட்டிலும் அடையாளச்சீட்டு இணைக்க வேண்டியது கட்டாயமாக்கப்பட்டுள்ளது. இதன் நன்மைகள் பின்வருமாறு.

1. பொருளைப் பற்றிய நிச்சய உணர்வினை உபயோகிப்பவர்களுக்கு உருவாக்குவது அடையாள சீட்டுகளாகும்.
2. பொருளின் சிறப்பு இயல்புகளை இதன்மூலம் விளக்கலாம்.
3. நுகர்வோர் பொருளை எவ்வாறு பயன்படுத்த வேண்டும் என்று அறிந்து கொள்ள ஏதுவாக பயன்படுத்தும் விதிமுறைகள் அடையாள சீட்டில் அச்சிடப்பட்டிருக்கும்.
4. நுகர்வோர்கள் ஏமாற்றுவதை தவிர்க்க அடையாள சீட்டில் பொருளின் சில்லறை விலை குறிப்பிடப்பட்டிருக்கும்.
5. பொருளை விளம்பரப்படுத்த அடையாளச்சீட்டு நல்லதொரு சாதனமாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

6. நுகர்வோர்கள் நலனை பாதுகாக்கும் வகையில் அடையாள சீட்டு பொருளின் தரத்திற்கு உத்திரவாதம் அளிக்கிறது.

### வாங்குபவரின் நெறிமுறை (Ethics of Buyer)

பொருளை வாங்குபவரின் நெறிமுறைகள் விற்பனையாளரின் நெறிமுறைகளிலிருந்து முற்றிலுமாக மாறுபடுகிறது. பொருளை வாங்குபவரை மோசடி செய்யக்கூடாது. பொருளை வாங்குபவர் தனது உரிமையைப் பாதுகாக்க அறியாமை பயன்பாட்டைப் பற்றி ஆராயக்கூடிய தன்மையுடையவராக இருக்க வேண்டும்.

விற்பனையாளர் ஒரு பொருளின் குறைபாடுகளைப் பொருளை வாங்குபவருக்கு தெரிவிக்க வேண்டும். அதே நேரத்தில் பொருளைப் பற்றிய விவரங்களை சேகரித்து மற்றொரு பொருளுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்த்து பொருளை வாங்குபவரது அறியாமையை எளிதாக தங்களுக்கு சாதகமாக பயன்படுத்துகின்றனர். பொருளை வாங்குபவர்கள் திறமை வாய்ந்தவர்களாக இருந்தால், சந்தையில் நேர்மைக்கு மதிப்பிருக்கும் எனவே பொருளை வாங்குபவருக்கு அறியாமையுடையவர்களாக இருத்தல் கூடாது இது தவிர தேவையற்ற மற்றும் இடர்பாடான கேள்விகளை விற்பனையாளர்களிடம் கேட்கக் கூடாது.

பொருளை வாங்குபவர் விற்பனை அல்லது திருப்புதல் முறையில் வாங்கும் போது, தான் வாங்கிய பொருளை நல்ல முறையில் திருப்பி அனுப்ப வேண்டும். ஒரு விற்பனையாளர் நுகர்வோருக்கும் சமுதாயத்திற்கும் சுயகட்டுப்பாட்டுடன் கீழ்க்கண்டவற்றை மனதில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

1. உண்மையாகவும் நேர்மையாகவும் இருத்தல்.
2. கருப்பு சந்தையை முழுமையாக ஒழித்தல்.
3. அதிக அளவில் பொருளை விற்பனை செய்யும்போது தவறான முன்னோடிகளை ஒழித்தல்.
4. தேவைப்படும் போது மட்டும் பொருளை வாங்கச் செய்தல்.
5. பொருளை வாங்குபவரது மீது இரக்கத்தை காண்பித்தல்.
6. நியாயமான காரணத்திற்காக வெளிப்படையாகவும் பயமில்லாமலும் எதிர்ப்பைக் காண்பித்து முடிவு எடுக்கும் வரை தொடர்ந்து எதிர்ப்பை வெளிப்படுத்துதல்.

### வினாக்கள்

1. நியாயமான கூலி என்றால் என்ன? நியாயமான கூலியை தீர்மானிக்கும் போது நிர்வாகம் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை?
2. கூலி செலுத்துவதின் நெறிமுறை யாது?
3. வேலை பாதுகாப்பின்மைக்கான காரணிகள் யாவை?
4. நுகர்வோருடைய ஆரோக்கியத்துவம் பாதுகாப்பிற்கான வழிமுறைகள் யாவை?
5. விளம்பரத்தில் ஏற்படும் சிறப்பு பிரச்சனைகள் யாவை?
6. பொருட்களை பொதிவு செய்வதால் ஏற்படும் நன்மைகள் யாவை?
7. பொதிதலாகும் ஏற்படும் நெறிமுறையற்ற பழக்கங்கள் யாவை?

\*\*\*\*\*

அங்கம் -5  
விலையிடல்  
(Pricing)

விலை என்றால் என்ன ? (What is Price?)

ஒரு பொருளின் மாற்று மதிப்பு பணத்தால் குறிக்கப்பட்டால் அதுவே விலையாகும். ஒரு பொருளின் விலையானது நிலம், தொழில், மூலதனம் மற்றும் தொழில் முனைப்பு போன்ற உற்பத்தி காரணிகளுக்கு அளிக்கப்படும் விலையில் பாதிப்பை ஏற்படுத்துகிறது. விலையில் ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றி அல்லது தோல்வியை நிர்ணயம் செய்ய முடியும். விலையே வருவாயின் மூல ஆதாரமாகும். ஒரு பொருளின் தேவையானது அதன் விலைக்கு ஏற்ப மாறுபடுகிறது. போட்டி, நிலை மற்றும் சந்தையின் பங்கு போன்றவற்றையும் கூட நிறுவனத்தின் விலை நிர்ணயக் கொள்கையால் பாதிக்கப்படுகின்றது. விலையே நிறுவனத்தின் வருவாயை தீர்மானிக்கின்ற காரணியாகும்.

விலை மற்றும் விலையின் அளவு விற்பனையாளர்கள், வாங்குபவர்கள் மற்றும் போட்டியாளர்கள் நலனை பாதிக்கிறது. இதனால், வணிக நெறிமுறையில் நியாயமான விலை முக்கிய பங்கினை வசிக்கிறது. ஆனால் அதே நேரத்தில் நடைமுறையில் விலை தீர்மானம் தொடர்பான திருப்திகரமான விடை தற்போது இல்லை. விற்பனை கொள்கைகள், போட்டியினால் மற்றும் அரசின் கட்டுப்பாடுகளாலும் ஏற்படும் பாதிப்புகளுக்கு விற்பனையாளர்கள் காரணமாக இருக்கின்றனர்.

நமது பொருளாதாரமானது மாறக்கூடிய தன்மையை கொண்டிருந்தாலும், போட்டி அதிகமாக இருப்பதாலும், விலையின் நீண்ட கால விளைவுகளை சரியாக கணக்கிட இயலாது. விலையிடல் தொடர்பான தற்போதைய கோட்பாடுகள் அனைத்தும் தவறான யுகங்கள் அடிப்படையில் ஏற்படுகின்றன. எனவே அதிக கோட்பாடுகளிலுள்ள குறைகளை சுட்டிக்காட்டி, அக்குறைபாடுகளை களைவதற்கு பல்வேறு வழிமுறைகளை கண்டறிய வேண்டிதிருக்கிறது.

விலையிடலின் பழைய கோட்பாடுகள் கீழ்க்காணும் இரு குறைபாடுகளை உள்ளடக்கியுள்ளன.

அ) பொருளாதாரத்தின் பல்வேறு பிரிவுகளுக்கு விலையிடலின் பழைய கோட்பாடுகள் பயன்படுத்த இயலாதவை.

ஆ) பழைய கோட்பாடுகள் விலை நிலையின் மையை தவிர்க்க எவ்விதமான வழிமுறைகளையும் விளக்கவில்லை.

பல்வேறு சந்தைகளில், பொருளின் விலை கீழ்க்காணும் அடிப்படைகளில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன.

அ. நிறைவுற்ற சந்தை (Perfect Market)

நிறைவுற்ற சந்தைக்கு வருகின்ற அநேக விற்பனையாளர்களும் வாங்குபவர்களும் சேர்ந்து பொருளின் விலையை தீர்மானிக்கின்றனர். அவர்களுக்கு இடையில் பொருளின் விலையை நிர்ணயிப்பதில் சதந்திரம் இருப்பதால், பொருளின் விலையும் நியாயமாக இருக்கும் என எதிர்பார்க்கின்றனர். பொருளின் விலையை தேவை மற்றும் அளிப்பு ஆகிய இரு காரணிகள்

தீர்மானிப்பதால் இச்சந்தையில் மக்களின் மதிப்புகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட்டு வளங்கள் ஒதுக்கப்படுகின்றன. இச்சந்தையில் நிர்ணயிக்கப்படும் விலை பொருளை வாங்குபவர் மற்றும் விற்பவர் ஆகிய இருவரையும் கட்டுப்படுத்தும் தன்மையுடையது.

### ஆ. நிலைவுற்ற சந்தை (Imperfect Market)

நிறைவுற்ற சந்தையில் சந்தை பல்வேறு பெரிய பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டு அங்கு வரும் அனைத்து விற்பனையாளர்களும், வாங்குபவர்களும் தங்கள் பொருளுக்குத் தாங்களாகவே ஒரு விலையை நிர்ணயம் செய்கின்றனர். பொருளை வாங்குபவர்கள் தாங்கள் எடுக்கும் முடிவிற்கான நியாயமான அல்லது சரியான விவரங்கள் அறியாதவர்களாக இருக்கின்றனர். இங்கு பொருட்களை விற்பவர்களுக்கும் வாங்குபவர்களுக்கும் சரி சமமான அதிகாரம் இல்லாத காரணத்தால், சூழ்நிலைக்கேற்பவும் நேரத்திற்கு ஏற்பவும் பொருளின் விலையை தீர்மானிக்கின்றனர்.

### இ. முற்றரிமை சந்தை (Monopoly Market)

முற்றரிமை சந்தையில் புதிதாக ஒரு பொருளை அறிமுகம் செய்யும் போது முற்றரிமை விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. ஒரு பொருளுக்கு போட்டியாளர் இல்லாதிருந்தால், முற்றரிமை விற்பனையாளர் தன்னுடைய விருப்பப்படி பொருளின் விலையை தீர்மானிக்கிறார். முற்றரிமை சூழ்நிலைகளில் பொருளின் விலை அதிகமாக இருப்பதால், லாபமும் அதிகமாக விற்பனையாளர் ஈட்டுகிறார்.

ஒரு நிறைவுற்ற சந்தையில் பொருட்களிடையே போட்டி நிலவும் போது, அதனால் பொருட்கள் விலை குறைந்து நுகர்வோர்களுக்கு பொருட்கள் குறைவான விலையில் கிடைக்கின்றன. ஆராய்ச்சி மற்றும் புதிய பொருளை கண்டுபிடித்தலின் விளைவாக ஒரு பொருளின் விலை நிலையற்றதாக இருக்கிறது. இதனால் பெரிய நிறுவனங்கள் தங்களது நிர்வாகத்தின் முடிவின் அடிப்படையில் பொருளுக்கு விலையை நிர்ணயம் செய்கின்றன.

மொத்தத்தில் நிறைவுற்ற சந்தைகள் பொது மக்களுக்கு மிகுந்த பயனை அளிக்கின்றன எனக் கூறலாம். பொருட்களின் விலை நிலையானதாக இருந்தால், அதனால் நிறுவனத்தின் நற்பெயர் பொதுமக்களிடையே அதிகரிக்கிறது. பொதுவாக பொருளின் விலை குறையும்போது நுகர்வோர் மகிழ்ச்சியடைகின்றனர். பொருளின் விலை உயரும் போது பொது மக்கள் பொருளை வாங்குவதற்கு கஷ்டப்படுகின்றனர். ஒரு பொருளின் விலையை ஒரு நிறுவனம் நிர்ணயிக்கும் போது கீழ்க்கண்ட காரணிகளை மனதில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

- அ) ஒரு பொருளின் தேவை.
- ஆ) போட்டியாளரின் செயல்முறைகள்
- இ) சந்தையில் பொருளுக்குரிய பங்கு
- ஈ) நிறுவனத்தின் சந்தையில் கொள்கைகள்



### விலையிடலின் வழிமுறைகள் (Pricing Practices)

பொருளாதாரத்தின் அநேக பிரிவுகளில் பொருளின் விலையானது போட்டியால் மட்டும் தீர்மானிக்கப்படுவதில்லை. அது போல் பொருளை வாங்குபவர்களும் விற்பனையாளர்களுக்குமிடையே ஏற்படும் சமூக உறவாலும் அது நிர்ணயிக்கப்படுவதில்லை. சந்தைக்கு கொண்டு வரப்படும் பல்வேறு பொருட்களின் அடிப்படையில் பொருளின் விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. புதிய பொருளை சந்தைக்கு கொண்டு வரும் போது, ஒரு விற்பனையாளர் தனது விருப்பப்படி பொருளின் விலையை நிர்ணயிக்கும் போது, பொருளை வாங்க விரும்புகிறவர்கள் அதை ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். ஒரு நிறுவனத்தின் தாக்குப் பிடிக்கும் தன்மையானது அந்நிறுவனம் நுகர்வோர்களுக்கு அளிக்கும் சேவையின் அடிப்படையில் ஏற்படுகிறது.

### பொருளின் விலையை தீர்மானித்தல் (Price Fixing)

பொருளின் விலையைக் கீழ்க்காணும் மூன்று முறைகளில் நிர்ணயம் செய்யப்படலாம்.

#### 1. அடக்கவிலை அடிப்படையில்

ஒரு பொருள் உற்பத்தி செய்வதற்கான உற்பத்தி செலவுடன் ஒரு குறிப்பிட்ட லாபம் சேர்க்கப்பட்டு விலை நிர்ணயிக்கப்படுவது அடக்கவிலை முறை எனப்படும். ஒரு பொருளின் உற்பத்தி செலவில் நிலையான செலவு மற்றும் மாறுபடும் செலவுகளையும் ஒரு உற்பத்தியாளர் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும். சில சூழ்நிலைகளில் முதலீட்டிற்குரிய வருவாயும் சேர்க்கப்பட்டு பொருளின் விலை நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

#### 2. தேவையின் அடிப்படையில்

ஒரு பொருளுக்குத் தேவையானது சந்தையில் அதிகமாக இருந்தால், பொருளின் விலை அதிகமாகவும், தேவை குறைவாக இருந்தால் பொருளின் விலை குறைவாகவும் நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது.

#### 3. போட்டியின் அடிப்படையில்

ஒரே மாதிரியான ஒரே தரமுள்ள ஒரு பொருளுக்கு போட்டியாளர் நிர்ணயம் செய்துள்ள விலையின் அடிப்படையில் ஒரு பொருளின் விலை தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இங்கு பொருளின் அடக்கவிலை, பொருளுக்குரிய தேவை ஆகியவை பொருளின் விலையை நிர்ணயிக்கும் போது எடுத்துக் கொள்ளப்படுவதில்லை.

### நிர்வகிக்கப்பட்ட விலை (Administered Price)

பொதுவாக ஒரு பொருளின் உற்பத்தியாளர் போட்டியை விரும்புவதில்லை. ஒரு பொருளுக்கு சந்தையில் போட்டி நிலவினால், நிர்வாகம் சுதந்திரமானது தனது பிற்கால நடவடிக்கைகளை சரிவர திட்டமிட இயலாமல் திறமையற்றதாகிறது. எனவே நிர்வகிக்கப்பட்ட விலையிடல் மூலம் ஒரு நிறுவனம் தனது விருப்பத்திற்கேற்ப ஒரு பொருளின் விலை சுதந்திரமாக

சந்தையில் நிர்ணயம் செய்கிறது. இது ஒரு பொருளின் அளிப்பு மற்றும் தேவை காரணிகளால் தீர்மானிக்கப்படாமல் ஒரு பொருளின் உற்பத்தியாளரும் விற்பனையாளரும் இணைந்து பொருளின் விலையை நிர்ணயம் செய்கின்றனர். ஒரு பொருளின் அளிப்பு மற்றும் தேவையை அடிப்படையாக வைத்து பொருளின் விலை தீர்மானிக்கப்படாதால், பொருளின் விலை நிலையாக இருக்கிறது. நிர்வகிக்கப்பட்ட விலையானது முற்றியமை விலையல்ல, ஏனெனில் இங்கு போட்டியும் அரசு கட்டுப்பாடும் இருக்கின்றன.

ஒரு நிறுவனத்தின் மேலாண்மை முடிவுகளால் பொருளுக்குரிய விலையை நிர்ணயம் செய்வதையே நிர்வகிக்கப்பட்ட விலையிடல் எனப்படும். நிர்வகிக்கப்பட்ட விலையிடும் போது பொருளின் அடக்கவிலை, போட்டி, தேவை பேர்னற காரணிகள் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப்படுவதில்லை. ஒரே மாதிரியான பொருளை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்கள் நிர்வகிக்கப்பட்ட விலையிடல் முறையை பின்பற்றுகின்றன. நிர்வகிக்கப்பட்ட விலை அடிக்கடி மாற்றப்படுவதில்லை. இலாபத்தை அதிகரிப்பதற்காக நிர்வாகிகப்பட்ட விலையிடல் பின்பற்றப்படுகிறது.

#### மறு விற்பனை விலை பராமரிப்பு (Resale Price maintenance)

மறு விற்பனை விலை பராமரிப்பு இந்தியாவில் MRTP (Monopolies Restrictive Trade Practices) சட்டம் 1969 ஆல் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. இது இச்சட்டத்தின்படி வரையறைப்படுத்தப்பட்ட வணிக நடைமுறைகளில் ஒன்றாகும். மறு விற்பனை விலை பராமரிப்பை குறிக்கும் ஷரத்து எதையும் கொண்ட ஒப்பந்தம் ஏதுமிருப்பின் அவ்வொப்பந்தமானது MRTP சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும்.

மறு விற்பனை விலை பராமரிப்பு ஒரு வகையான விலை நிர்ணயம் செய்யும் முறையாகும். இது உற்பத்தியாளர்கள் விலை நிர்ணயம் செய்யும் நடைமுறையை குறிக்கிறது. அவ்வாறு நிர்ணயம் செய்யப்பட்ட விலையில் தான் மொத்த விற்பனையாளர்கள் அப்பொருளை சில்லரை விற்பனையாளர்களுக்கும், சில்லரை விற்பனையாளர்கள் நுகர்வோர்களுக்கும் விற்பனை செய்ய வேண்டும். மறு விற்பனை விலை பராமரிப்பு நடைமுறை படுத்தும்போது அனைத்து சில்லரை விற்பனையாளர் கடைகளிலும் பொருளின் விலை ஒன்றானதாகவே இருக்கின்றது.

மறு விற்பனை விலையானது பின்வரும் மூன்று விலைகளில் ஏதேனும் ஒன்றாக இருக்கலாம்.

1. முடிவு செய்யப்பட்ட ஒரே விலை
2. அதிகபட்ச விலை
3. குறைந்த பட்ச விலை

மறு விற்பனை விலை முடிவு செய்த பின், அதை மாற்றியமைக்க மொத்த விற்பனையாளருக்கோ அல்லது சில்லரை விற்பனையாளருக்கோ அதிகாரமில்லை. முடிவு செய்யப்பட்ட விலையிலும் குறைந்த பட்ச விலையிலும், சில்லரை விற்பனையாளருக்கு எவ்வித வாய்ப்பும் தரப்படவில்லை. அதிக பட்சவிலை முறையற்ற வணிக நடவடிக்கையல்ல.

வழக்கமாக மறுவிற்பனை விலை பராமரிப்புக்கு ஆதரவாக பின்வரும் வாதங்கள் செய்யப்படுகின்றன.

1. ஒரு உற்பத்தியாளரின் வணிகப் பெயருள்ள பொருட்களை இம்முறை பாதுகாக்கிறது. இதன் மூலம் சில்லரை விற்பனையாளர் உற்பத்தியாளர் குறிப்பிட்ட விலைக்கு குறைவாக பொருளை விற்க இயலாது.
2. அதிக விலையுள்ள மற்றும் அதிக தரம் வாய்ந்த பொருட்கள் குறைவான விலைக்கு விற்க நேரிட்டால், பொருளின் கௌரவம் பாதிக்கிறது.
3. உற்பத்தியாளர் தனது விற்பனையாளர்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட தொகை லாபத்தை தன் பொருள் விற்பனையில் கிடைக்க வகை செய்வதால், விற்பனையாளர் உற்பத்தியாளரது பொருளை நுகர்வோர் கவனத்திற்கு எடுத்துச் செல்கிறார்.
4. மறுவிற்பனை விலை பராமரிப்பு மூலம் ஒரு உற்பத்தியாளர் தனது பொருளுக்குரிய விலையை விளம்பரப்படுத்துகிறார்.
5. இது பெரிய மற்றும் சிறிய வணிகர்களிடையே போட்டி சரிசமமாக இருக்க வகை செய்கிறது.
6. விலை நிலைத் தன்மையை பராமரிக்கிறது.

மறு விற்பனை விலை பராமரிப்புக்கு எதிராக கீழ்க்காணும் வாதங்கள் எழுப்பப்படுகின்றன.

1. திறமையற்ற நிறுவனங்கள் சந்தையில் நீண்ட காலம் நிலைத்து நிற்க இது உதவுகிறது.
2. விலை குறைவான பொருட்களை வணிகப் பெயருடைய பொருட்களுடன் போட்டி போடுவதற்கு இது உற்சாகப்படுத்துகிறது.
3. உற்பத்தியாளர் நிர்ணயித்த விலையை மேற்பார்வை செய்ய வேண்டியதிருப்பதால், இதனால் அவருக்கு கூடுதல் செலவும், வேலைப் பளுவும் அதிகமாகிறது.
4. நுகர்வோர் தான் வாங்கும் பொருட்களுக்கு அதிக விலை செலுத்த வேண்டியதிருக்கிறது.

### பொருளின் விலையும் விளம்பரமும் (Price and advertising)

தவறான விளம்பரம் வணிக நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கையாதலால் நுகர்வோர் பொருளுக்கு அதிக விலை செலுத்த வேண்டியதிருக்கிறது. தவறான விளம்பரத்திற்கு விளம்பரதாரர் மட்டும் காரணம் எனக் கூற இயலாது. பொருளை வாங்க விரும்புவர்களும் வணிகப் பெயருள்ள பொருளையும், அதன் தரத்தையும் விலையையும் பார்த்து வாங்க வேண்டும். விளம்பரம் செய்யப்படும் வணிகப் பெயருள்ள பொருட்கள் பொதுவாக நல்ல தரமுள்ள பொருட்களாகவும் மற்றும் உற்பத்தியாளரால் கவனமாக கட்டுப்படுத்தக் கூடிய பொருளாகவும் இருக்கும். எனினும், பொருளின் விலை மாற்றத்திற்கு நிறுவனம் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அளிக்கும் சேவைகளையும் உள்ளடக்கியதாகும்.

ஒரு பொருளின் உண்மையான மதிப்பிற்கும் சரியான விலைக்குமுள்ள வித்தியாசத்தை நாம் கணக்கிட்டு மிகவும் கடினமான காரியமாகும். பொருட்களை வாங்குபவர்கள் கவனக்குறைவாக இருக்கும் வரை விளம்பரதாரர்கள் தவறான விளம்பரத்தின் மூலம் தங்கள் பொருளை விற்பனை செய்வது மிகவும் எளிதான காரியமாகும். விளம்பரத்தால் ஏற்படும் போட்டியாலும், பொருளின் விலையில் வித்தியாசம் எழும் இல்லாதிருந்தாலும், உற்பத்தியாளர்கள் தங்கள் விற்பனை யுத்திகளில் மாறுதல் செய்ய வேண்டிய தேவையில்லை.

#### வித்தியாசமான விலையில் (discriminatory Pricing)

வித்தியாசமான மற்றும் முறையற்ற விலையில் பொருட்களை வாங்குபவர்களுக்கும் போட்டியாளர்களுக்கும் பாதகமான விலையில் முறையாகும். ஒரு பொருள் விலையில் வேறுபாடு இருப்பதற்கு பல்வேறு காரணங்கள் இருக்கலாம். நுகர்வோர்க்கு அளிக்கப்படும் தள்ளுபடி, சேவை மற்றும் முனைமம் ஆகியவற்றால் வாங்குபவருக்கு பொருளின் விலையில் பாதிப்பு ஏற்படுகிறது. பணியாளர்களுக்கு அளிக்கப்படும் தள்ளுபடி உண்மையான விலை குறைப்பாகும். அது போல் வியாபாரத் தள்ளுபடியும் உண்மையான பொருளின் விலை குறைப்பாகும். போட்டியை சமாளிக்க பொருளின் விலையில் வேறுபாடு அவசியம் என்று சட்டமும் நெறிமுறையும் நியாயப்படுத்துகின்றன. பொருளை வாங்குபவர்களுக்கு அளிக்கப்படும் பணி தொடர்பான தள்ளுபடிகளும் நெறிமுறைக்கூடப்பட்டவை.

#### நெறிமுறையற்ற ஒத்துழைப்பும் போட்டியும்

பொருட்கள் வாங்குபவர்களை ஏமாற்றும் நேரக்கத்தில் போட்டியாளர்கள் ஒன்று சேர்ந்தால் அது சட்டத்திற்கு புறம்பான மற்றும் நெறிமுறையற்ற ஒத்துழைப்பாகக் கருதப்படுகிறது. போட்டியாளர்கள் ஒன்று சேர்ந்து இம்மாதிரியான சட்டத்திற்கு புறம்பான காரியங்களில் ஈடுபடுவதற்கு பல்வேறு காரணங்கள் இருக்கின்றன.

ஒரு பொருளின் விற்பனையாளர் சந்தையில் நிலைத்து நிற்க முடியாத சூழ்நிலையில் உண்மையான போட்டி வழிமுறைகளை விரும்புவதில்லை. பொருட்களை வாங்குபவர்களைப் பொறுத்தவரை அவர்கள் போட்டியை விரும்புகின்றனர். உற்பத்தியாளர்களுக்கு பொருளை உற்பத்தி செய்ய அதிகமான செலவான காரணத்தால், அவர் அப்பொருளுக்கு அதிக விலையை நிர்ணயம் செய்யும் போது சந்தையில் போட்டி நிலவினால், அவருக்கு அப்பொருள் விற்பனை மூலம் லாபம் கிடைப்பதற்கு விற்பனையாளர்கள் போட்டியை தவிர்ப்பதன் மூலம் சந்தையில் நிலையற்ற விற்பனையை தவிர்க்க முயல்கின்றனர். பொருட்கள் வாங்குபவர்களை ஏமாற்றி ஒரு பொருளை விற்பனையாளர் விற்பனை செய்தால், அது நெறிமுறையற்ற செயலாகக் கருதப்படுகிறது. ஒரு உற்பத்தியாளரை போட்டியிட விடாமல் தடுப்பது மிகப்பெரிய குற்றமாகும். மேலும் அது ஒரு வணிக நெறிமுறையற்ற செயலாகவும் கருதப்படுகிறது. சில நேரங்களில், ஒரு வணிகர் பொதுமக்களுக்கும் தனக்கும் எதிராக ஏற்பட இருக்கும் விளைவுகளை தடுக்க வேண்டும் என்ற நோக்கத்தில் போட்டியை தவிர்க்க முயல்கிறார்.

முற்றுரிமை போட்டியின் விளைவால் அரசு பொருட்களின் விலையில் கட்டுப்பாடு செலுத்த முயல்கிறது. அது போல் முற்றுரிமை போட்டியை தவிர்க்க புதிய பொருட்களை அறிமுகம் செய்தல், தரக்கட்டுப்பாடு மற்றும் நுகர்வோருக்கு சிறந்த சேவை அளிப்பதற்கான முயற்சிகளை மேற்கொள்கிறது. எனவே ஒரு விற்பனையாளர் சந்தையில் தன்னிச்சையாக ஒரு முடிவை எடுப்பதற்கு உரிமையில்லாமலும் அந்த உரிமையை நெறிமுறையற்ற வழிகளில் பயன்படுத்தவும் தடுக்கப்படுகின்றார். சில விற்பனையாளர்கள் பொது மக்கள் விருப்பத்திற்கேற்ப பொருட்களை தேர்ந்தெடுக்கச் சொல்லி அதற்கேற்ப பொருளின் விலையை நிர்ணயிக்கின்றனர்.

சந்தையில் போட்டியின் விளைவாக பொருட்களின் விலையில் மிகுந்த மாற்றம் ஏற்படுவதன் விளைவாக நிறுமத்திற்கும் மற்றும் பொருட்களை வாங்குபவர்களுக்கும் நன்மை ஏதும் ஏற்படுவதில்லை. பொருளின் விலை நிலையாக இருந்தால் மட்டுமே, பொருளின் தேவை மற்றும் விற்பனை அதிகரிக்கும். எனவே சந்தையில் போட்டியானது தன்னிச்சையாகவும், நெறி முறையற்றதாகவும் இருக்கக் கூடாது. பொருளை வாங்குபவருக்கும் விற்பவருக்குமிடையே நிபந்தனையற்ற ஒப்பந்தம் இன்றியமையாதது.

### போட்டியின் விளைவு ( The myth of Competition)

நமது நாட்டின் மக்கட் தொகையில் அதிகமான இடத்தைப் பெறும் மக்களில் வணிகத்தில் ஈடுபடும் வணிகர்கள் இருக்கின்றனர். போட்டி வாய்ந்த இந்த உலகத்தில், சிறிய வணிக நிறுவனங்களும் இருப்பதால் எந்த ஒரு தனிப்பட்ட விற்பனையாளரும் பொருளின் விலை மீது கட்டுப்பாடு கொள்ள இயலாது. வணிகர்களிடையே போட்டி நிலவுவதால், அதன் மூலம் நியாயம் கிடைக்கும் என்று உறுதியாக நம்பிக்கை கொள்ளலாம்.

பொதுவாக சிறிய வணிகர்களால் பொருளாதாரத்தில் முக்கிய பங்கினை வகிக்க இயலாது. பெரிய வணிக நிறுவனங்கள் சந்தையை தனது கட்டுப்பாட்டிற்குள் கொண்டு வருவதற்கு முயற்சிகளை மேற்கொள்கின்றன. இதனால் தனது மூலதனத்தையும் தனது பொருளின் விலையை சந்தையில் தேவைக்கேற்ப நிர்ணயிக்கிறது. நிறுவனங்களிடையே ஏற்படும் போட்டியின் விளைவாக பொதுமக்கள் பயனைப் பெறுகின்றனர். சில நேரங்களில் இந்நிறுவனங்கள் தங்களது முதலாளித்துவத்தை நிலைநாட்டவும் முயல்கின்றன.

பொதுவாக ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரத்தோடு அரசியல் சூழ்நிலைகள் தொடர்புடையவைகளாக இருக்கின்றன. அமெரிக்காவில் பெரிய வணிகங்களை அந்நாட்டு அதிபரின் வணிக ஆலோசனைக் குழு கட்டுப்படுத்துகிறது. இக்குழு பொதுமக்களுக்கு அளிக்கும் தன்மையைக் காட்டிலும் அதிகமான பலன்களை தனது உறுப்பினர்களுக்கு வழங்குகிறது. இதனால் பெரிய வணிக நிறுவனங்கள் தங்களை அரசுக் குழுக்களுடன் இணைத்துக் கொண்டு அதிகமான லாபத்தைப் பெறுவதற்கு முயற்சி செய்கின்றன.

பெரிய வணிக நிறுவனங்களுக்குத் துணையாக சிறிய நிறுவனங்களும் பொது மக்களைக் காக்க வேண்டும் என்ற நல்லெண்ணத்தில் ஈடுபடுகின்றன. தற்போது பள்ளி சிறுவர்களுக்கு அவர்கள் படிக்கும் புத்தகங்கள் தயாரித்து அச்சிடுவதற்காக பல்வேறு குழுக்கள் அமைக்கப்பட்டு அவற்றின் மூலம் பள்ளி குழந்தைகளுக்கு தற்போதுள்ள கூழ்நிலையை சுட்டிக்காட்ட முயல்கின்றனர். இதன் மூலம் பொருளாதாரத்தின் நிலையை சிறிய வயதிலிருந்தே போதிக்க தொடங்குகின்றனர்.

### வாபமும் சமூக விலையும் (Profits and Social Costs)

ஒரு நிறுவனத்தின் வளர்ச்சியால், லாபம் அதிகரிப்பது என்பது ஒரு வினோதமான காரியமாக கருதப்படுவதில்லை. அந்நிறுவனம் எவ்வாறு சமுதாயத்திற்கு பயன்படுகிறது என்பதைப் பார்க்க வேண்டும். கல்வியின் வளர்ச்சியால் உற்பத்தியானது அதிகரித்திருக்கிறது என்றால், லாபத்தின் பயனை சமூகம் பெற்றிருக்கிறது என பொருளாகும். பொருளை வாங்குபவர்கள் பல்வகையான நேரடி மற்றும் மறைமுக செலவுகளைத் தாங்கும் போது அவை நிறுவன இருப்பு நிலை குறிப்பில் இடம் பெறுவதில்லை. பொதுவாக ஒரு பொருளை வாங்குபவருக்கு அப்பொருளின் அடக்கவிலை தெரிவதற்கான வாய்ப்புகள் இல்லை.

### சங்கம் (Union)

பல்வேறு பணியாளர்கள் ஒருங்கிணைந்து தங்கள் கூலி, வேலை நிபந்தனைகள், வேலை பாதுகாப்பு மற்றும் தங்களது எதிர்கால நலன்களுக்காக ஏற்படுவதுவது சங்கமாகும். இதன்மூலம் ஒரு நிறுவனத்தின் நிர்வாகத்திற்கும் பணியாளர்களுக்குமிடையே நல்லுறவை ஏற்படுத்துவதற்காக அமைக்கப்படுவதுடன், பணி தொடர்பான நிபந்தனைகள் மற்றும் விதிமுறைகள் மற்றும் இருவருடன் தொடர்புடைய பல்வேறு விஷயங்களை இது ஏற்படுத்துகிறது. இதன் மூலம் இருவரும் ஒரு விஷயத்தை நன்கு விவாதித்து, அதன் நன்மை தீமைகளை ஆராய்ந்து சுமுகமான தீர்வைக் காண்கின்றனர். இதனால் அரசின் தலையீடு இல்லாமல் இருவரும் தங்களுக்குள் ஏற்படும் பிரச்சினைகளை தாங்களே பேசி முடித்துக் கொள்கின்றனர்.

முதலாளித்துவ மற்றும் சோசலிச பொருளாதாரத்தில் ஒரு நிறுவனத்தின் உற்பத்தியை அதிகரிப்பது தான் முக்கிய குறிக்கோளாகும். ஊற்பத்தி அதிகரிப்பதின் விளைவாக நிறுவனத்தின் லாபம் அதிகரித்து அதனால் பொருளாதாரத்தில் தொழிலாளர்களின் வாழ்க்கைத் தரம் உயர்கிறது. திறமையான உற்பத்தியும் தொழிலாளர்கள் நலனைப் பேணி பராமரித்தலும் இரண்டு சமமாக முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை.

சங்கங்கள் தொழிலாளிகளின் தேவை மற்றும் அளிப்பை கட்டுப்படுத்தி அதன் மூலம் அவர்களுக்கு நியாயமான கூலியை வழங்குவதற்குத் தேவையான முயற்சிகளை மேற்கொள்கின்றன. இவை பெரும்பாலும் சமூக சமூக மற்றும் அரசியல் கண்ணோட்டம் வாய்ந்தவை. இவை தொழிலாளிகளுக்கு கூலியை தீர்மானித்தல், நிர்வாகத்திற்கும் தொழிலாளர்களுக்குமிடையே ஒப்பந்தத்தை ஏற்படுத்துவதால், நிர்வாகத்தின் பொறுப்பை எடுத்துக் கூறுதல் போன்ற பணிகளை மேற்கொள்கின்றன.

சங்கங்கள் பொதுவாக சட்டத்தால் அங்கீகாரம் பெறப்பட்டு சட்டத்தால் பாதுகாக்கப்படுவையாகும். இவை தனியாளர்கள் ஏற்படுத்தும் அமைப்புகளாக இருந்தாலும், பொது மக்களின் நலனுடன் மற்றும் சமூகத்துடன் தொடர்புடையாக விளங்குகின்றன. எனவே இவை பொதுமக்களுக்கும் பொறுப்பாக வேண்டிய சூழ்நிலைக்கு தள்ளப்படுகின்றன எனினும் சங்கங்கள் அதிகமான சுதந்திரமும் அதிகாரமுடையவையாகவும் இன்று விளங்குகின்றன. தொழிலாளர்களது ஒருமித்த ஒற்றுமையினாலும் நிர்வாகமும் தொழிலாளர்களிடமிருந்து நியாயமான உணர்வை எதிர்பார்க்கின்றன.

பெரிய சங்கங்கள் சில சிறிய நிறுவனங்களை தங்களது கட்டுப்பாடுகளுக்குள் வைத்தக் கொள்ள முயல்கின்றன. நிறுவனமும் சங்கங்களுக்குமிடையே ஏற்படும் ஒப்பந்தமானது நுகர்வோர்களுக்கு மட்டுமில்லாமல் சமூகத்தில் பின் தங்கிய மக்களும் பயன்பெறுகின்றனர். பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் தங்களது பிணையாளர்களது சங்கங்களுடன் சமூக உறவு கொண்டு பரந்த மனப்பான்மையுடன் பல்வேறு பிரச்சனைகளுக்கு தீர்வு காண்பதில் வெற்றி பெற்றுள்ளன. இந்த போதிலும், தொழிலாளர்களுக்கு நிர்வாகத்தைப் பற்றிய ஒருவிதமான அச்சம் மனதில் இருக்கிறது என்பது மறக்க முடியாத உண்மை.

**தொழிற்சங்கத்தின் வரலாறும், வளர்ச்சியும் (History and growth of trade Union)**

முதலாம் உலகப் போருக்குப் பின் தான் தொழிற்சங்கங்கள் தோற்றம் வெளிப்படையாக தெரிய ஆரம்பித்தன. தொழிலாளர்களிடையே ஒற்றுமையின்மையும் ஒற்றுமையின்மையும், அவர்களிடையே மனக்கசப்பின் விளைவாக தொழிற்சங்கங்களின் தோற்றம் காலதாமத்திற்கு காரணமாகும். முதல் தொழிற்சங்கம் சென்னையில் பஞ்சாலையில் 1918ம் ஆண்டு திருவாயா என்பவரால் தொடங்கப்பட்டது. ஆதைத் தொடர்ந்து 1919ம் ஆண்டு ஏறத்தாழ 20,000 உறுப்பினர்களுடன் நான்கு சங்கங்கள் செயல்பட ஆரம்பித்தன. 1926ம் ஆண்டு திரு. ஜோஷி என்பவர் தொழிற்சங்க சட்டத்தை 1926ம் ஆண்டு அறிமுகம் செய்தார்.

**தொழிற்சங்க சட்டம் 1926 (Trade Unions Act, 1926)**

இந்திய வரலாற்றில் 1926ம் அண்டு தொழிற்சங்க சட்டம் இயற்றப்பட்டது. ஒரு மைல்கல் இவற்றிற்கு சட்டப்பூர்வ அங்கீகாரம் அளிக்கப்படுவதால், கீழ்க்காணும் நன்மைகள் ஏற்படுகின்றன.

1. நாட்டின் பணத்தின் மதிப்பிற்கேற்ப கூலியை சமச்சீராக வைக்க உதவி புரிகிறது.
2. தொழிலாளர்களுக்கு சுய நம்பிக்கை மற்றும் சுய மரியாதையை வளர்ப்பதற்கு உதவுகிறது.
3. நியாயமான கூலி மற்றும் அடிப்படை வசதிகளை தொழிலாளர்கள் பெறுவதால், அவர்களின் வாழ்க்கைத்தரம் உயர்கின்றது.
4. தொழிலாளர்களின் அந்தஸ்து உயர்வதற்கு, தொழிற் சங்கங்கள் தங்கள் நிர்வாகத்திடம் பேச்சு வார்த்தை மூலம் வசதிகளை பெருக்க இவை உதவுகின்றன.

5. தொழிலாளர்களின் திறமையை அதிகரிக்க தொழிற்கங்கள் துணைபுரிகின்றன.
6. நிர்வாகம் தொழிலாளர்களிடையே சுமுக உறவு ஏற்படவும், தொடரவும் இவை உதவுகின்றன.
7. தொழிலாளர்களுக்குத் தேவையான அடிப்படை வசதிகள் மற்றும் வேலை பாதுகாப்பை பெற இவை உதவுகின்றன.

**இந்திய தேசிய காங்கிரஸ் தொழிற் சங்கம்**

இத்தொழிற்சங்கம் 1947ல் தொடங்கப்பட்டது. இது காந்தியக் கொள்கைகளை பின்பற்றி தொழிலாளர்களுடைய பிரச்சனைகளை பேச்சுவார்த்தை மூலம் தீர்த்துக் கொள்ள முடியும் என்று நம்பிக்கையுள்ள தொழிற்சங்கமாகும்.

சங்கத்தைப் பற்றிய எண்ணங்கள்

சட்டப்பூர்வ நோக்கங்களை அடைவதற்கு நிர்வாகம் சங்கத்தை அங்கீகரிக்கிறது. இதன் மூலம் நிர்வாகமும் தொழிலாளர்களும் இணைந்து ஒர் ஒப்பந்தம் செய்து அதன்மூலம் இருவரிடையே பரஸ்பர நட்பு ஏற்படுகிறது.

இந்தியாவில் சங்கத்தின் வரலாறு பல்வேறு கெடுதல்களை நிர்வாகமும் தொழிலாளர்களும் இணைந்து பொருளாதாரத்தில் இதர நபர்களுக்கு எதிராக அமைந்திருக்கிறது. ஒரு சில சூழ்நிலையில், பொறுப்புக்களை நிறைவேற்றுவதில் சில தீய செயல்கள் குறைந்திருக்கின்றன. சட்டத்தால் உருவாக்கப்பட்டு அங்கீகரிக்கப்பட்ட சங்கமானது தொழிலாளர்களைப் பாதுகாக்க யிகுந்த அக்கறை செலுத்துகிறது. சட்டத்திற்குட்பட்டு குறைபாடுகளை களைவதும், நிர்வாகத்திடம் உரிமையைக் கேட்டு பெறுவதும், இதற்கான செலவுகள் அதிகமாக ஏற்படுகின்றன. சங்கம் நிர்வாகத்திடம் உரிமையைக் கேட்டு பெறுவதும், இதற்கான செலவுகள் அதிகமாக ஏற்படுகின்றன. சங்கம் நிர்வாகத்திடம் ஒப்பந்தம் ஏற்படுத்தும் போது வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் பொது மக்கள் நலனை பாதுகாக்கும் வகையில் பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு தொழிலாளி பணிக்குச் சேர்ந்த முப்பது நாட்களுக்குள் தொழிற்சங்கத்தில் உறுப்பினராக சேர்க்கப்பட வேண்டும். ஒரு ஆலை ஏதாவது ஒரு காரணத்திற்காக மூடப்பட்டிருந்தால், தொழிலாளர்கள் நலனை பாதுகாக்க வேண்டியது சங்கத்தின் கடமையாகும். ஒரு மெிகப் பெரிய தவறுகளை செய்தால், அதை சங்கம் மன்னிக்கக் கூடாது. பெரிய தவறுகளுக்கு நியாயம் கற்பிக்கக் கூடாது.

தொழிற்சங்கங்களைப் பொறுத்தவரை பல்வேறு நபர்கள் கீழ்க்காணும் பல்வேறு எண்ணங்களை வெளிப்படுத்தியுள்ளனர்.

1. தொழிலாளர்களைப் பொறுத்தவரை, சங்கமானது தொழிற்சாலையில் வேலை நிறுத்த அறிவிப்பு குழுவாக செயல்படுகிறது.
2. சங்கங்கள் தேவையற்றவை என பல்வேறு நிர்வாகங்கள் கருதுகின்றன.
3. தகராறுகளை தீர்த்து வைக்க அரசு சங்கங்களை ஒரு இடைநிலையாளராக பாவிக்கிறது.
4. பொதுவாக, சங்கம் மூலமாக தொழிலாளர்கள் தங்கள் தேவைகளை நிர்வாகத்திடம் கேட்டுப் பெற இயலும் என நம்பிக்கை கொள்கின்றனர்.



5. வேலைபாதுகாப்பிற்கு உதவுவதற்கு சங்கம் அளக்கும் என தொழிலாளர்கள் நம்பிக்கை கொள்கின்றனர்.
6. சில நேரங்களில் நேர்மையற்ற தொழிலாளர்களும் சங்கத்தின் துணையுடன் தவறுகளை செய்து தப்பித்துக் கொள்கின்றனர்.

### உருவாக்கப்பட்ட நெறிமுறை (Creative Ethics)

நிர்வாகத்திற்கும் தொழிலாளர்களுக்கும் இடையே சமூக உறவு இருப்பதால், நிறுவனத்திற்கும் மற்றும் பொருளாதாரத்திற்கும் எவ்விதமான பாதிப்பு ஏற்படுவதில்லை. நெறிமுறையை பராமரிக்க நிர்வாகத்தை அல்லது அரசை எதிர்த்து கோஷம் போடாமல், ஆழ்ந்த சிந்தனை உதவியுடன் பிரச்சனைகளை எதிர் கொள்ளலாம். பீட்டர் டிராக்டர் கருத்துப்படி, நிர்வாகத்திற்கும் பணியாளர்களுக்கும் இடையே நியாயமான கூலி தொடர்பாக சமூக உறவு இல்லாத சூழ்நிலையில், அது நிறுவனத்தின் நெறிமுறை சூழ்நிலையை பாதிக்கும்.

எனவே நெறிமுறையை உருவாக்குவதற்கு, நிர்வாகமும் சங்கமும் தங்கள் பழைய கட்டுப்பாடுகளை விட்டு வெளியே வர முயல வேண்டும். தொழிலாளர்கள் தங்களுக்கு குறிப்பிட்ட ஊதியமும், மேலும் இதர புகள் கொஞ்சம் கொஞ்சமாக அறிமுகப்படுத்தப்பட வேண்டும் என விரும்புகின்றனர். நிர்வாகமும் தொழிலாளர்களுக்கு சமூக பாதுகாப்பு, வேலையில்லாத நேரத்தில் நஷ்டஈடு, வேலை பாதுகாப்பு, பணிமூப்பு உரிமைகள், தொழிலாளர்களுக்கு உத்தரவாத கூலியை அளிக்க வேண்டும். நிர்வாகம் தொழிலாளர்களுக்கு அளிக்கப்படும் கூலியைத் தேவையற்றது என கருதக் கூடாது. இக்கருத்தின் விளைவாக இயந்திரமயமாக்குதல் கொள்கைக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுகிறது.

நிர்வாகம் புதிய துறைகளில் ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சிக்கான வழிமுறைகளை கண்டறிந்து அதன் மூலம் வணிகத்தை அதிகரித்து பணியாளர்களை நெறிமுறைக்குப் பட்டவர்களாக மாற்றி நியாயமான ஊதியம் வழங்க ஏற்பாடு செய்ய வேண்டும். தொழிற்சங்கத்தின் கூட்டு முயற்சியால் நுகர்வோர் மற்றும் அரசின் நலன்கள் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. எனவே வெளி நபர்களை பாதுகாக்க, வெளிநபர்களது எண்ணங்களுக்கு மதிப்பளிக்க வேண்டும்.

### இந்தியாவில் தொழிற்சங்கங்களின் குறைபாடுகள்

#### 1. பலவீனமான தொழிற்சங்கங்கள்

தற்போது, தொழிற்சங்கங்களில் உறுப்பினர் எண்ணிக்கை ஓரளவிற்கு அதிகரித்துள்ளது. இன்று பதிவு செய்யப்பட்ட தொழிற்சங்கங்கள் 20,000க்கும் மேற்பட்டவை இயங்குகின்றன. உறுப்பினர் எண்ணிக்கை அடிப்படையில், தொழிற் சங்க நடவடிக்கைகள் நிலையானது மற்றும் பலமானவையல்ல.

#### 2. தொழிற்சங்கங்களில் வெளி நபர்களின் ஆக்கிரமிப்பு

தற்போது தொழிற்சங்கங்களில் உறுப்பினர்களைத் தவிர வெளி நபர்களும் அதிகமாக இருக்கின்றனர். வெளி நபர்கள் தொழிலாளர்களையும் தொழிற்சங்க நடவடிக்கைகளையும் கட்டாயப் படுத்துகின்றனர். வெளி நபர் ஒரு வாசியல்வாதி என்ற முறையில் தனது அரசியல்

கட்சி ஆதாயத்திற்காக தொழிலாளர்களது பலத்தை தனக்கு சாதகமாக பயன்படுத்துகிறார். வெளி நபர்கள் தங்கள் வாழ்க்கையை நிலை நிறுத்த பலாத்கார நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றனர்.

### 3. அதிகமான தொழிற்சங்கங்கள்

ஒரே நிறுவனத்தில் பல்வேறு தொழிற்சங்கங்கள் தங்களுக்குள் எதிரான நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றன. தொழிலாளர் கொள்கைகளிலும் அரசு மாற்றமுக்கமாக தனது மக்களை அளிக்கிறது. தொழிற்சங்க சட்டத்தின்படி, அரசு அனைத்து சங்கங்களையும், உறுப்பினர்கள் இருந்தாலும் சரி, இல்லாவிட்டாலும் பதிவு செய்வதற்கு உரிமை பெற்றிருக்கிறது.

### 4. தொழிற்சங்கங்களின் நடத்தை

பலவீனமான சில தொழிற்சங்கங்கள் தவறான முறையில் தங்கள் நடவடிக்கைகளில் மேற்கொள்கின்றன. இதனால் நிறுவனத்தில் தொழிலாளர்களிடையே பிரச்சனைகளை ஏற்படுத்துகிறது. இதன் மூலம் வெளி நபர்கள் தலைமை பொறுப்பு ஏற்கவும், பல்வேறு அரசியல் கட்சிகளின் தலையீடுகளும் ஏற்பட்டு சச்சரவுகள் ஏற்படுகின்றன.

5. நெறிமுறையற்ற தொழிற்சங்கங்கள் மொழி பேசுவோர் மற்றும் சாதி சமய அடிப்படையில் பணிகளை மேற்கொள்கின்றன. இதன் மூலம் சாதி சமய கட்டுப்பாடுகள் சங்கங்களிலும் தலையீடுவது. அதிகரித்துள்ளன.

6. தலைமை ஏற்பவர் தகுதி வாய்ந்த நபராக இல்லாமல் இருத்தல்.

7. தொழிற் சங்க வேலையை கவனிக்க முழு நேர அதிகாரிகள் இல்லாமல் இருத்தல்.

8. இந்தியாவிலுள்ள தொழிற்சங்கங்கள் பிரச்சனைகளை தவறான முறையில் அணுகுதல்.

### வணிகத்தின் சமுதாய பொறுப்புகள்

வணிகம் என்பது ஒரு சமுதாய பொருளாதார நடவடிக்கையாக கருதப்படுவதால் அதற்கு சமூகத்தில் முழு ஒத்துழைப்பும் ஆதரவும் தேவைப்படுகிறது. வணிகத்தை வெற்றிகரமாக நடத்துவதற்கு சமூகம் அதற்கு தேவையான பணியாட்கள், மூலதனம், திறமை ஆகியவற்றை அளிக்கிறது. ஒரு வணிகத்தின் வளர்ச்சி அதன் சுற்றுப்புற சூழ்நிலையை அடிப்படையாகக் கொண்டு அமைகிறது. சமூகம் வணிகத்திற்கு தேவையான வசதிகளை அளிப்பதால் வணிகமும் சமூகத்திற்காக பல்வேறு பொறுப்புகளை ஏற்கிறது.

சமுதாய பொறுப்பின் தத்துவப்படி ஒரு வணிகத்திற்கு பொருளாதார மற்றும் சட்டப்பூர்வ கடமைகள் மட்டும் இல்லாமல் பல்வேறு சமூக பொறுப்புகளும் உள்ளன என்பது புரியும். தற்போது ஒரு வணிகம் சமுதாயத்திலிருக்கும் வளங்களை உபயோகப்படுத்தி தன் வணிக விருத்திக்காக சமுதாயத்தை நாட வேண்டியதிருக்கிறது. ஆதலால் வணிகர்களால் சமுதாய பொறுப்புக்களை சீராகவும் செம்மையாகவும் நிறைவேற்றுவதின் மூலம் அவர்கள் நல்ல வணிகர்களாகவும் அதே நேரத்தில் நாட்டிற்கு நல்ல குடிமக்களாக செயல்பட முடிகிறது.

வணிகத்தில் சமுதாய பொறுப்பை கீழ்க்கண்ட காரணங்களுக்காக ஏற்க வேண்டியதிருக்கிறது.

1. மக்களின் அடிப்படை தேவைகள் மாறும் போது வணிகரின் சமுதாய பொறுப்பும் மாறுபடுகிறது.
2. வணிக வளர்ச்சிக்கு சாதகமான சுற்றுப்புற சூழ்நிலைகள் இருந்தால் பொறுப்புகள் மாறும்.
3. மக்களிடம் ஒத்துழைப்பையும் தன்னம்பிக்கையும் பெறுவதற்காக பொறுப்புகளில் மாறுதல்கள் ஏற்படலாம்.
4. அரசு கட்டுப்பாடுகள் குறைவதன் மூலம் வணிகம் சமுதாய பொறுப்புக்களை சரியாக நிறைவேற்றலாம்.
5. உபரி வளங்களை சரியான முறையில் வணிகத்தில் பயன்படுத்துவதன் மூலம் பொறுப்புகள் அதிகரிக்கலாம்.
6. சமுதாயப் பாதுகாவலர் என்ற முறையில் ஒரு வணிகர் செயல்படும் போது பொறுப்புகளை சரியான முறையில் நிறைவேற்ற இயலும்.
7. சமுதாயத்தில் பிரச்சனைகள் அதிகரிக்கும் போது அவற்றை அரசு தீர்க்க முடியாமல் போனால், வணிகர்கள் சமுதாய பொறுப்புக்களை மேற்கொள்கின்றனர்.

**பல்வேறு விதமான சமுதாய பொறுப்புகள்**

சமுதாயத்தில் பல்வேறு பிரிவுகள் உள்ளன. அப்பிரிவுகளில் வாடிக்கையாளர், பணியாளர்கள், பங்குதாரர்கள், அரசு மற்றும் மொத்தத்தில் சமுதாயத்திற்கு என பல்வேறு பிரிவுகளுக்கும் பல்வேறு பொறுப்புக்களை மேற்கொள்கின்றனர்.

**நுகர்வோர்/ வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆற்றும் பொறுப்புகள்**

இந்தியாவில் வணிக நிறுவனங்கள் ஆற்றும் பணிகள் மிகக் குறைவே. நுகர்வோர் வணிகர்களால் பல்வேறு வழிகளில் ஏமாற்றப்படுவதுடன் அவர்களது உரிமைகளும் மறுக்கப்படுகின்றன. பொதுவாக வணிகர்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு விசுவாசத்துடன் தரமான பொருட்களை நியாயமான விலையில் அளிக்க வேண்டும். நுகர்வோர்களுக்கு வணிகர்கள் ஆற்றும் முக்கிய பொறுப்புகள் பின்வருமாறு.

1. நுகர்வோருக்கு தரமான பொருட்களை அளிப்பதன் மூலம் அவர்களுக்கு அதிகபட்ச திருப்தி கிடைக்குமாறு பார்த்துக் கொள்ளுதல்.
2. நுகர்வோருக்கு எதிராக நியாயமற்ற முற்றரிமை போட்டியை தவிர்த்தல்
3. சந்தையில் கட்டுப்பாடில்லாத நியாயமான போட்டியை உருவாக்குதல்.
4. நுகர்வோருக்கு அளிக்கப்படும் பொருட்கள் அவர்களது உடல் நலத்தை எவ்விதத்திலும் பாதிக்காதவாறு பார்த்துக் கொள்ளுதல்.

5. செயற்கையான பற்றாக்குறையை தவிர்த்து நியாயமான முறையில் பொருட்களை பகிர்ந்து அளித்தல்.
6. நுகர்வோருக்கு நியாயமான விலையில் பொருட்களை அளித்தல்.
7. சந்தை ஆராய்ச்சி நடவடிக்கைகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தல்
8. நுகர்வோருக்கு நேரடி தொடர்பு ஏற்படுத்த நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குழு ஏற்படுத்தி அதன் மூலம் நுகர்வோர் குறைகளை தீர்த்தல்
9. பொருட்களின் அளிப்பை ப சீரான நிலையில் வைத்தல்
10. நுகர்வோர் உரிமைகளுக்கு மதிப்பளித்தல்
11. நியாயமற்ற வழிமுறை மூலம் நுகர்வோர்களை ஏமாற்றுவதை தவிர்த்தல்
12. சந்தையில் இருக்கும் பொருட்களின் தரத்தை உயர்த்தவும் நுகர்வோர் தேவைக்கேற்ப புதிய பொருட்களை அங்காடிக்கு கொண்டு வருதல்
13. விளம்பரத்தில் சரியான தகவல்களை அளித்தல்
14. நுகர்வோருக்கு நியாயமான முறையில் வரவேற்பு அளித்தல்
15. வியாபார நெறிமுறைகளை கடைபிடித்தல்

ஆ. பணியாளர்களுக்கு ஆற்றும் பொறுப்புகள்

ஒரு நிறுவனத்தின் நிலையான தன்மையும் சுற்றுப்புற சூழ்நிலையும் நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர்களை பொறுத்து அமைகிறது. பணியாளர்களுக்கு நியாயமான ஊதியமும், பயிற்சி வசதிகளும், பதவி உயர்வு மற்றும் அவர்களுக்கான நலத்திட்டங்கள் செயல்படுத்தப்பட வேண்டும். அவர்களுக்கான பொறுப்புகள் பின்வருமாறு.

1. வணிகத்தில் ஈடுபாட்டுடன் வேலை செய்ய தேவையான வசதிகளை அளித்தல்
2. வணிக நோக்கத்தை அடைய தேவையான திட்டங்கள் தீட்டுதல்
3. பணியாளர்களின் உரிமைகளை மதித்து அவர்களது நியாயமான கோரிக்கைகளை நிறைவேற்றுவதல்
4. பணியாளர்களுக்கு பயிற்சி பதவி உயர்வு மூலம் அவர்கள் திறமையை அதிகரிக்க முயற்சிகள் மேற்கொள்ளுதல்
5. பணியாளர்களுக்கு பணி தொடர்பான விதிமுறைகளை வரையறுத்து அவர்களுடன் நல்லுறவு ஏற்படுத்தி ஓர் அமைப்பை உருவாக்குதல்
6. வேலை பாதுகாப்பு அளிப்பதன் மூலம் அவர்களுக்கு மன நிறைவையும் நம்பிக்கை பற்றுதலையும் உருவாக்குதல்
7. ஒரு பகுதி பணியாளர்களுக்கு மட்டும் பதவி உயர்வு மற்றும் பணிமாற்றம் செய்தல் போன்ற நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளாமல் இருத்தல்

8. நியாயமான சம்பளம் அளித்து நியாயமான வேலை வரம்புகளை நிர்ணயித்தல்
9. பணியாளர் நலனை பாதுகாக்க போதிய நலதிட்டங்களை உருவாக்குதல்
10. பணியாளர் தொழிற்சங்களுடன் கலந்து பேசி பணியாளர் குறை தீர்க்கும் மையத்தை அமைத்தல்
11. வேலை பார்க்கும் இடத்தில் எல்லா வசதிகளையும் அளித்து பணியாளர்களை உற்சாகப்படுத்துதல்.
12. பணியாளரின் திறமையை கண்டுபிடித்து அவற்றை மேம்படுத்த நடவடிக்கைகள் எடுத்தல்
13. மேலாண்மையில் பணியாளர்களை பங்கு கொள்ள வழிகள் மேற்கொள்தல்

### இ. பங்குதாரர்கள் / முதலீட்டாருக்கு பொறுப்புகள்

நிறுவனத்தின் சொந்தக்காரர்களாகிய பங்குதாரர்கள் முதலீடு செய்து இடர்களைத் தாங்கி லாபத்தை பெறுகின்றனர். சட்டப்படி நிறுவனம் பங்குதாரர்களுக்கு கீழ்க்கண்ட வகைகளில் பொறுப்பாகிறது.

1. போதுமான லாபத்தை சம்பாதிப்பதன் மூலம் நிலையான நிதித்தன்மையைக் கொண்டு வருதல்.
2. நிறுவனத்தை நிலையானதாகவும் எளிதில் மாற்றக் கூடியதாகவும் அமைத்து நியாயமான முறையில் நிறுவனத்தை நடத்துதல்
3. முதலீட்டாளர்களுக்கு போதிய வருமானத்தை அளித்து பங்குதாரர்களுக்கு நியாயமான லாப சவு அளித்தல்
4. நிறுவனத்தின் நிதி நிலைமையை அங்கீகரிக்க மூலம் சரியான தகவல்களை அளித்தல்
5. முதலீட்டாளர்களுக்கு தணிக்கை செய்யப்பட்ட வருடாந்திர கணக்குகளை அளித்தல்
6. முதலீட்டாளர்களுடன் நிறுவன வளர்ச்சியைப் பற்றி சரியான தகவல்களை அளித்து அவர்களுடன் கலந்து ஆலோசித்தல்
7. நிறுவனத்தை வளர்ப்பதன்மூலம் அதன் நிதி நிலைமையை நிலையாக வைத்திருத்தல்
8. உற்பத்தி பொருட்களில் மாற்றம் கொண்டு வருவதற்கு ஆராய்ச்சி நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்தல்
9. பங்குதாரர் முதலுக்கு பாதுகாப்பு கொடுக்கும் வகையில் நிறுவன வளர்ச்சிக்காக பாடுபடுதல்

### ஈ. சமுதாயத்திற்கு பொறுப்புகள்

வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள உள்ளூர் மக்களின் ஒத்துழைப்பு தேவைப்படுகிறது. அது தவிர, சமுதாயத்தில் அங்கம் வகிக்கும் எல்லா மக்களுடைய ஒத்துழைப்பும் அவசியம் வணிகத்தின் சமுதாய பொறுப்புகள் பின்வருமாறு:

1. வணிக நடவடிக்கைகள், அதன் பொருட்கள், நன்மைகள் ஆகியவற்றை சமுதாயத்திற்கு தெரிவித்தல்
2. பொதுமக்களின் நல்வெண்ணத்தைப் பெறுவதற்கான முயற்சிகளை மேற்கொள்தல்

3. வணிகர்களுக்காக அரசு மேற்கொள்ளும் நடவடிக்கைகளைப் பற்றி தெரிவித்தல்
4. பொது மக்களின் கருத்துக்களை கேட்டறிந்து அதன்படி செயல்படுத்தல்
5. வணிகர் உற்பத்தி செய்த பொருட்களை மக்கள் வாங்கும்படி தூண்டுதல்
6. பொது மக்களிடம் நேரடி தொடர்பை ஏற்படுத்துதல்
7. விளையாட்டுகளை ஊக்குவித்தல் மேலும் முதியோர் கல்விக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தல்.

## உ. அரசிற்கு பொறுப்பு

அரசு சமுதாய பொருளாதார நோக்கங்களை அடைவதற்கு வணிகர்களது ஒத்துழைப்பு தேவைப்படுகிறது. வணிகர் பொறுப்புகள் அரசாங்கத்திற்கு பல உள்ளன. அவை

1. அரசு விதித்த சட்டதிட்டங்களுக்குட்பட்டு வணிகர்கள் செயல்பட வேண்டும்.
2. அரசுக்கு செலுத்த வேண்டிய வரிகளை முழுமையாகவும் நியாயமாகவும் செலுத்த வேண்டும்.
3. நியாயமற்ற முறைகள் மூலம் அரசியல் ஆதாயம் தேடக் கூடாது.
4. தனது சொந்த நலனுக்காக அரசு அலுவலர்களுக்கு லஞ்சம் கொடுக்கக் கூடாது.
5. பொருளாதார வளர்ச்சிக்காக தனியார் நலன்களை தியாகம் செய்ய வேண்டும்.
6. பொருட்களை பதுக்கி வைத்து கள்ளச் சந்தை உருவாக்குதல் கொள்ளை லாபம் சம்பாதித்தல் போன்ற வணிக நெறிமுறையற்ற நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடக்கூடாது.

## வினாக்கள்

1. ஒரு பொருளின் விலையானது பல்வேறு சந்தைகளில் எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகிறது?
2. மறு விற்பனை விலை பராமரிப்பு என்றால் என்ன? அவற்றின் நன்மை தீமைகள் யாவை?
3. தொழிற்சங்கங்களின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் யாவை?
4. வணிகத்தின் பல்வேறு சமுதாய பொறுப்புகள் யாவை?

\*\*\*\*\*